

平衡利用好国际国内粮食市场

粮食大事

在当前错综复杂的国际环境下,我国要牢牢把住粮食进口的主动权,确保粮食进口的稳定性。一方面,要增强对全球粮食供应链的掌控能力。另一方面,要逐步构建多元化进口格局。同时,要解决好粮食结构性短缺矛盾。

适度进口是保障国家粮食安全的重要途径,但需把握好粮食进口的规模和节奏,要防范和化解粮食大量进口危及国内粮食产业安全,同时避免我国大规模进口粮食拉升国际粮价。从维护国内粮食产业安全和世界粮食安全着眼,长期以来,我国对大米、小麦和玉米三大主粮实行进口配额管理,并维持进口配额数量不变,配额内的关税极低,超过配额部分要征收65%以上的关税。近年来,有个别国家要求我国提高玉米进口配额甚至完全放开玉米进口,但从国家有关部门公布的2021年粮食进口配额政策来看,我国三大主粮进口配额数量仍然保持不变。

值得注意的是,当前我国粮食进口面临很

多挑战:逆全球化趋势加剧,单边主义、保护主义抬头;新冠肺炎疫情对全球粮食供应链造成冲击,全球粮食贸易不确定性增加;大豆对外依存度高,来源地高度集中,90%以上从巴西、美国 and 阿根廷进口,“卡脖子”隐忧长期存在。一旦发生国际经贸摩擦和冲突,将影响我国粮食进口的稳定性。

因此,在当前错综复杂的国际环境下,我国要牢牢把住粮食进口的主动权,确保粮食进口的稳定性。

一方面,要增强对全球粮食供应链的掌控能力。积极引导国内有实力的粮食企业“走出去”,努力打造具备国际竞争力的中国大粮商,构建高效协同、精准敏捷、安全有韧

性、绿色可持续的粮食供应链,确保粮食国际贸易不受阻、粮食物流不中断。

另一方面,要逐步构建多元化进口格局。加强与国际组织和其他国家的多边及双边合作,通过中长期贸易协议等方式,实施粮食进口多元化战略,改变进口来源地相对单一、容易受制于出口地政策和产量变化的国际贸易格局。

从粮食进口结构来看,结构性短缺矛盾仍是影响我国粮食安全隐忧之一。要牢牢把住粮食安全主动权,必须立足国内,集中国内资源保重点,做到谷物基本自给、口粮绝对安全,以国内供给的安全稳定应对国际市场的的市场不确定性。要深入实施藏粮于地、藏粮于技战略,解决好耕地和种子“两个瓶颈”,巩固提升农业综合生产能力,夯实粮食安全基础。建设粮食安全生产带,优化粮食品种结构,重点增加高油高蛋白大豆、饲用玉米、优质水稻和强筋弱筋优质小麦供给,逐步解决粮食结构性短缺矛盾。

刘慧

用好乡村振兴人才“引擎”

黄宗跃

乡村振兴离不开人才。将人才聚起来、用起来、留下来,以人才带动城乡间市场、资金、信息、技术、管理和理念等方面密切联动、深度融合,乡村振兴才有底气。必须强化人才队伍建设,广开门路“聚”才,不拘一格“用”才,多措并举“留”才,用好乡村振兴人才“引擎”,培养造就一支懂农业、爱农村、爱农民的“三农”人才队伍,才有利于推进乡村全面振兴,书写好“三农”发展新篇章。

广开门路“聚”才。多渠道构建和培育乡村振兴人才体系,做好人才引进和培育,发挥人才聚合效应,方能打造强大的乡村振兴人才队伍。一方面,要强化本土人才培育,培育大批乡村基层干部,让他们成为乡村振兴主力军;实施农村实用人才培育工程,培育大批本土技术实用人才,整合土专家、土秀才,加大新型职业农民培育力度,不断提升创新创业、科技素质、职业技能和经营能力。另一方面,要强化人才引进,借助高校、科研院所等科研技术力量服务农业产业发展,让有专业技能的科技人才、大学生村官、“三支一扶”等各类人才向乡村基层一线流动;创新引进机制,突出项目带动,吸引大批懂技术、懂市场、懂法律的专门实用人才到农村来,为乡村经济社会发展注入活力、动力。同时,鼓励从乡村走出去的优秀人才返乡创业,为乡村振兴作出贡献。

不拘一格“用”才。要健全人才作用发挥机制,构建具有乡村振兴特色的人才政策优势,因事择人、因材施教,通过政策引导,激励当地种植养殖大户、专业合作社带头人、村干部等,发挥资金、技术、技能、经营、信息等优势,在农村产业转型升级、特色农产品销售、养殖业、电商业及乡村旅游业等产业发展舞台上大展拳脚;通过制定人才引进、财税等优惠政策,创造便利条件为返乡创业能人提供有力支持,鼓励工商企业家、科研技术人员等投资兴业;完善政府各项配套政策,引导大学生村官与高校建立联系,将乡村作为高校创业实践基地,不断探索乡村产业协同发展模式,做到“人岗相适”,使乡村人才在各自擅长领域发挥才能、实现价值。同时,要建强基层党组织,充分发挥村两委班子、党支部书记等作用,团结一切可以团结的力量、调动一切积极因素,在全面推进乡村振兴中凝聚共识,实现乡村振兴和人才自我价值提高的共赢局面。

完善保障“留”才。人才具有流动性,难免会受到待遇、环境、政策等诸多因素影响,不断完善人才保障机制,在“留”字上下功夫,才能更好推动乡村振兴。要整合落实各类涉农政策,为乡村人才提供方便、快捷、优惠的金融服务和其他政策支持,有效降低创业者创业投资门槛及成本,为“留才”提供制度保障。要健全完善激励保障机制,创新搭建乡村人才组织平台,实施各类人才支撑支持计划,切实解决乡村人才实际困难,提供必要物质保障、精神支持,强化岗位晋升、工资福利、物质补偿等激励保障措施,探索推行职业农民职称制度,支持农技人才等通过提供增值服务合理取酬,为扎根乡村的人才打造成长发展路径。同时,要不断完善乡村基础设施条件,逐步补齐乡村教育、医疗、文化等公共服务短板,逐步缩小城乡基本公共服务差距,为投身乡村振兴的各类人才提供宜居舒适的工作生活环境,不断增强获得感、幸福感、安全感,让人才全身心地投入到乡村振兴中去。

“春节加班工资”应落实到位

丁家发

春节即将来临,“春节加班工资”又成热门话题。如果务工人员春节期间加班,加班工资怎么算?

今年春节共有7天假期,从2月11日到2月17日。其中,2月12日、13日、14日为法定节假日,2月11日、15日、16日、17日为调休的休息日。以北京市的规定为例,在法定节假日安排员工加班的,应当按照不低于日工资基数的300%支付加班工资,不能用调休或补休来替代。在休息日加班的,用人单位应先安排同等时间的补休,不能安排补休的,按照不低于日工资基数或者小时工资基数的200%支付加班工资。

然而,有不少劳动者特别是某些商业企业或服务行业的职工,往往在春节等节假日加班很难拿到加班工资。用人单位或者只给少量加班补助“意思一下”,或者以调休等方式规避支付加班工资。对劳动者来说,因担心索要加班费或维权可能会被用人单位“炒鱿鱼”,不得已选择忍气吞声。

对此,监管部门应主动履职尽责,采取有效举措,加强对节假日加班的监管,规范和约束用人单位的劳动用工行为,对不足额发放加班工资等劳动违法行为,一经查实要予以严惩。同时,敦促用人单位对春节期间留守就业地并加班的员工,及时足额发放春节加班工资。

规范广告代言是约束提醒

刘少华

近日,中国文联发布《文艺工作者广告代言自律公约》,提出坚决抵制破坏市场秩序、拒不履行合同约定、谋取非法利益、偷税漏税、签署“阴阳合同”、索取“天价片酬”;侵犯他人知识产权、抄袭剽窃;违反生态环境保护规定、破坏自然人文景观风貌等不良广告代言行为。

借助明星艺人的名气,企业可以宣传商品、扩大销量,而明星艺人则可通过代言获得不菲的代言收入,这本来是两全其美、互相成就的好事。遗憾的是,随着明星代言的产品越来越多,代言的明星越来越多,有的明星自觉或不自觉成了不良广告代言人。毫无疑问,这既

不符合文艺工作者的身份,也不符合广告代言的初衷。

此次中国文联发布《文艺工作者广告代言自律公约》,向不良广告代言说“不”,是典型的加强行业自律的行为。就现实而言,明星代言不良广告其实不只是个人的私事,同时也很容易对文艺工作者这一群体的声誉造成影响。所以,文联向不良广告说“不”,是在维护文艺工作者整体形象,这对于那些代言的明星们既是一种约束,也是一种提醒。文艺工作者应该对自己代言的产品心知肚明,应该替消费者审核把关,这是作为一名公众人物最起码的责任。



刘道伟作(新华社发)

现金“留人”

1月18日,杭州市出台《关于开展春节期间面向在外务工人员“十送”关爱行动的通知》,明确非浙江户籍留杭过年务工人员符合条件的可获得1000元现金补贴。近期,个别地区突发聚集性疫情,多地倡导务工人员等在条件允许情况下留在当地过年。拿出现金补贴等配套措施与服务,有助于让“非必要不返乡”顺利落地。(时锋)

莫因疫情传播个人隐私

近期,部分地区出现多点零星散发病例,个别地区突发聚集性疫情,相关地方及时举行新闻发布会通报确诊病例的活动轨迹信息。不过,有好事者却将确诊病例的隐私信息,如全名、籍贯、亲属关系、住址和工作单位等信息在社交平台上传播。

【点评】为遏制新冠肺炎疫情,减少接触和病毒传播,官方通报确诊病例的活动轨迹信息且隐去个人隐私

信息,是必要的、正确的做法。部分人出于好玩或“八卦”的目的,在社交平台上传播确诊病例或密切接触者的隐私信息,这侵犯了他人的个人信息安全等合法权益,还可能加剧社会恐慌情绪,甚至让一些密切接触者不敢主动汇报,不利于科学防控疫情。所以说,即便是为了提醒人们注意防范,人们也不能擅自传播他人的隐私信息,否则就有违法之嫌。

在线教育“乌龙广告”显乱象

据报道,有四家在线教育机构投放的广告中,“老师”竟然是同一个人——她在这家公司自称“做了一辈子小学数学”,转身就成了“教了40年英语”的资深教师,公司在变、场景在变、教授的科目在变,唯一不变的就是“演员”自己。

【点评】四家在线教育企业,聘请同一“老师”做广告,而且还是会“分身术”的老师,再次暴露了在线教育行业乱象及监管不力。新冠肺炎疫情之下,在

线教育平台之间的竞争愈发激烈,有部分在线教育平台不怎么重视教学品质和授课效果,却一味追求广告营销,通过话术造成家长焦虑,进而达到获客效果。这无疑偏离了教育规律和教育目的。对此,有关方面应积极引导在线教育机构树立正确的经营理念,把资源、精力转移到提升教学水平上来,并加强监管,采取针对性措施,堵住漏洞,引导在线教育行业健康发展。

汽车产销稳中略降实属不易

刘瑾

2020年,中国汽车产业取得了不寻常的业绩,难能可贵,实属不易。看到成绩的同时,汽车业也要保持冷静,面对仍在持续的新冠肺炎疫情和复杂的国际环境,如何继续取得新的发展成绩更为重要。未来,汽车行业要在更加复杂的情况下,迎接新技术和新商业模式蓬勃发展引发的汽车产业重构和市场格局变革。

时,汽车业也要保持冷静,面对仍在持续的新冠肺炎疫情和复杂的国际环境,如何继续取得新的发展成绩更为重要。

2020年,我国汽车企业经历了不少困难和变革。“星光黯淡”的汽车企业名单不断增多,一汽夏利、众泰、华晨、力帆,还有造车新势力中的前途、南京博郡、拜腾……《中国汽车工业产销快讯》(2020年第11期)数据显示,在被统计的88家汽车企业中,2020年前10个月产量低于500辆的共有25家,其中有8家生产企业在当年未生产过1辆汽车,占比接近一成。

新冠肺炎疫情、市场波动和产业变革,会进一步给我国汽车产业带来影响。2021年,汽车行业要在更加复杂的情况下,迎接新技术和新商业模式蓬勃发展引发的汽车产业重构和市场格局变革。

值得强调的是,2021年汽车产业仍具备政策和市场的双重优势。我国已经取消了新能源汽车、商用车外资股比限制,明年将全面取消汽车的外资限

制,已经签署的RCEP和已完成谈判的中欧投资协定,将为我国汽车产业参与国内国际双循环创造有利条件。

同时,国内汽车市场依然有较大的消费潜力。我国千人汽车保有量目前在200辆左右,无车家庭仍占三分之二以上。随着国内大循环更加畅通,市场消费潜力不断释放,汽车消费环境进一步优化,我国汽车消费仍将持续增长。而且,随着中等收入群体的不断扩大,新型基础设施不断完善,绿色低碳生活广泛普及,新能源汽车和智能汽车消费也将逐步扩大。

对此,汽车业要主动顺应产业技术进步和市场需求的变化,加快产品结构调整和服务能力的建设,努力增加有效供给,健全自主创新体制机制,补齐产业发展短板弱项,积极培育行业领军企业,持续增强核心竞争力。相关部门则应落实行业监管责任,完善产业投资和生产管理政策,营造良好发展环境,推动汽车产业高质量发展。