

抓住特色亮点促农业转型

三农瞭望

眼下，全国夏收已近尾声，大规模麦收基本结束。很多人可能没意识到，地处华北的北京、天津、山西既有麦田，又有稻田。因为北京的京西稻、天津的小站稻、太原的晋祠大米口碑不错，近年来市场供不应求、种植面积持续增加，在一定程度上凸显出特色农业的重要意义。

提到大米，人们会想到粳米的代表东北大米，也会想到籼米的代表南方大米。然而，能够从这两者中突围的京西稻、小站稻及晋祠大米，若无过人之处，恐怕很难占牢一席之地。分析起来，京西稻、小站稻和晋祠大米，不仅在于地理环境带来的品质保障，还得益于其是重要农业文化遗产，消费者既有尝鲜的意愿，也有怀旧的情怀。近年来，这些地方又以稻田为基地，拓展农业的休闲观光、生态涵养、文化传播等多种功能，积极推动品牌建设，给予地理标志保护，从品种选育、绿色栽培到收储加工实现了品种振兴和品牌重塑，成效显著。

搞旅游讲究特色化、差异化，农业亦然。当前，我国农业正从偏重规模和数量的“吃饭农业”向更加依靠质量和效益的现代

当前,我国农业正从偏重规模和数量的“吃饭农业”向更加依靠质量和效益的现代农业转型。生产两端、农业内外、城乡两头,成为农业差异化发展的新方向。我们要锚定农业差异化发展新方向,紧紧抓住“特色”二字夯实基础,力促传统农业向现代农业加快转型。

农业转型。可以说，农业的主要矛盾已经由总量不足转变为结构性矛盾，表现为农产品阶段性供过于求和供给不足并存，而矛盾的主要方面在供给侧，且主要是结构性问题。其中最大的问题是，农业的同质化程度高，品种布局缺乏差异化、生产模式缺乏差异化、品牌打造缺乏差异化，导致时不时出现滞销卖难。

对比消费者日益增长的多元化、个性化需要，农业生产大而不强、多而不优的问题仍然突出。要使农产品供给数量充足、品种多样、质量优良，就要推动农业由“卖原料”向“卖加工品”转变，由“卖大路货”向“卖特色产品”转变，由“卖产品”向“卖服务”转变，实现全环节提升、全链条增值、全产业链融合。生产两端、农业内外、城乡两头，成为农业差异化发展的新方向。生产两端调结构。多的减下去，少的提

上来，这是一个简单而深刻的道理，却切中了现代农业发展的核心要义。要增加绿色、有机等优质、特色农产品供给，适当调减滞销品种生产，减少一般、过剩农产品供应，减少无效和低端供给。在此过程中，要处理好政府和市场的关系。政府的主要职责是营造良好的市场环境，加强对农业的支持与保护，调什么、如何调则应由农民和各类经营主体根据市场变化和自身情况自主决定，避免“一窝蜂”。

农业内外谋效益。历经漫长岁月的农业，正面临着千年未有之变局。在一二三产业融合发展的当下，既要聚焦农业发展农业，又要跳出农业发展农业。要立足地方特色，贯通产加销、融合农文旅，通过“一纵一横”打造农业全产业链，找回农业的价值所在、效益所在。“一纵”，就是纵向拓展新产业，贯通产加销，将生产向加工、流通、

品牌、销售拓展，创造新供给。“一横”，就是横向拓展新功能，融合农文旅，将农业向休闲、旅游、文化、教育拓展，催生新业态。由此来看，都市农业也好，功能农业也罢，都是统筹农业内外的产物。

城乡两头树品牌。有的农产品之所以能火，是由于产地因素而风味独特，而随着规模扩大、销路打开，因品牌打造不足、保护不力，导致“劣币驱逐良币”发生。目前，我国正探索以区域公用品牌、企业品牌、产品品牌为框架的农业品牌发展路径。品牌是品质的背书，地理标志农产品正是连接上述三大品牌体系的关键。各地加强农产品地理标志管理和农业品牌保护，主要从两个“三品”上做文章：在产品结构上，发展绿色、有机、地理标志农产品；在生产方式上，推动品种培优、品质提升、品牌打造。

总之，如果说资源是农业的第一生命，那么特色则是农业的第二生命。在我们迎来中国共产党成立一百周年的重要时刻，历史性地解决了绝对贫困问题，我们一定要锚定农业差异化发展新方向，紧紧抓住“特色”二字夯实基础，力促传统农业向现代农业加快转型。

齐金亮

乐见为小吃确立生产标准

史洪举

近日,南京市相关部门为速食“鸭血粉丝汤”确立了企业生产标准,鸭血、鸭肠等鸭产品和高汤合在一起的物料包,重量须超过总含量的50%;料包内的鸭产品占比要超过50%。相关生产企业在符合标准的前提下,方可申请食品生产许可。

不少地方都有特色传统小吃或特色餐饮,以至在网络的传播效应下成为“网红产品”。但是,由于餐饮产品成分的复杂多样,很多餐饮产品难以形成明确的行业标准或生产标准。小吃产品中肉制品的含量、料包的含量、液体的含量为多少,比较难量化。

这显然既不利于特定行业的健康发展,也不利于保护消费者权益。比如,

在生产标准不明确时,一些生产经营者为降低成本,很有可能随意降低餐饮产品中肉类制品的含量,对其他同类产品和服务产生挤出效应。一旦发生纠纷,难以判定孰是孰非,让消费者吃亏后难以维权。

需要说明的是,南京市有关部门此次标准主要偏重生产标准,即某个产品中某种成分的含量标准。这对食品生产企业提出了更高要求,其生产特色食品时既要确保产品原料和食品添加剂符合食品安全标准,各个成分的含量又得达到标准,能够让消费者购买到正宗的特色小吃,不至于被“伪特色”欺诈。这样的做法值得肯定和推广。

堵疏结合治理“电动车进楼道”

龙敏飞

近日,应急管理部发布《高层民用建筑消防安全管理规定》,将自2021年8月1日起施行。《规定》明确,禁止在高层民用建筑公共门厅、疏散走道、楼梯间、安全出口停放电动自行车或者为电动自行车充电。违反规定拒不改正的,由消防救援机构责令改正,对经营性单位和个人处2000元以上10000元以下罚款,对非经营性单位和个人处500元以上1000元以下罚款。

近年来,因为电动自行车上楼入户、在楼道内停车或充电引发的纷争以及安全事故不时发生。电动自行车能给公众生活带来便利,但这不能以牺牲安全为代价。由此来审视《规定》的内容,其现实价值更加凸显。

不过,要认识到,“电动车进楼道”安全问题的根治,并非靠简单罚款或一纸规定就能自动解决。此前,有部门曾下发《关于

规范电动车停放充电加强火灾防范的通告》,提出“严禁在建筑内的共用走道、楼梯间、安全出口等处等公共区域停放电动车或者为电动车充电”。遗憾的是,有些事故还是发生了。

这也提示人们,若想让《规定》落到实处,配套措施不可少。一方面,物业部门要积极履行小区安全问题“监管者”角色,对违反《规定》的行为要积极督促业主改正;职能部门应严格抓好《规定》落实,该处罚的处罚、该批评教育的就批评教育,确保《规定》“长牙齿”,切实形成警示效应、倒逼效应。另一方面,地方财政部门不妨设立专门公共资金,探索在小区内提供可供电动自行车充电、停放的专属区域,并做好巡查看护。只有堵疏结合,“电动车进楼道”等公共安全问题才能解决。

为手机挂号“关怀版”点赞

杨朝清

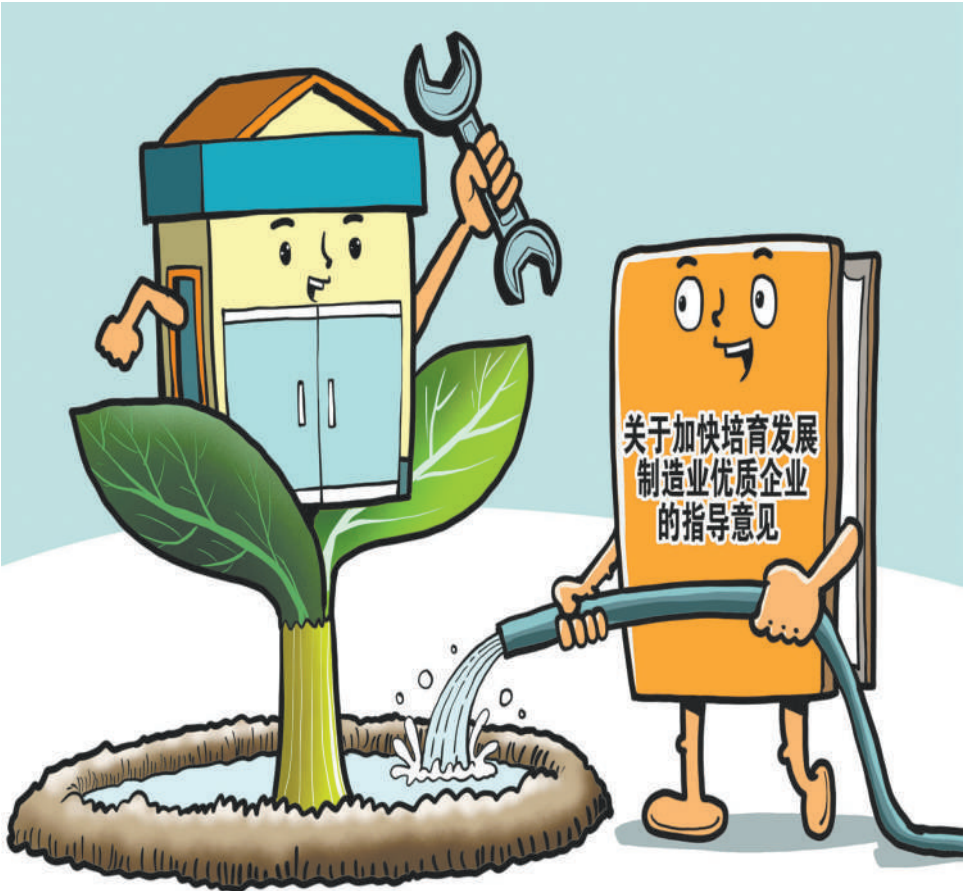
近日,“浙里办”APP对预约诊疗服务平台进行适老数字化改造,凡是60周岁及以上的居民,进入预约挂号界面后就会跳出“关怀版”界面,让老年人手机挂号更加顺畅。

科技让生活更美好,然而对老年人而言,日新月异的高科技却让他们追得很累。现实中,有些老年人在出门时不会用手机打车、在求医问药时不会用手机挂号等,让他们产生“被时代淘汰了”的挫败感。

究其原因,一方面是老年人受知识结构、生活阅历、思维方式等方面的影响,难以像年轻人那样迅速地接纳智能手机等新生事物。另一方面,社会有关方面针对老年人的数字化培训不足,相关设备设计得不到位,让部分老年人难以找到融入信息社会的渠道。

由此看来,手机挂号“关怀版”做了有关适老化改进,降低了老年人拥抱数字化时代的门槛,有利于增强老年人的获得感与幸福感。同时,为契合老年人使用习惯,保留了通过电话人工挂号的功能,通过语音助手自动匹配,真正做到了让老年人用得上、用得好。

在科技日新月异的今天,让科技产品更好地为老年人服务,许多时候缺的不是能力,而是换位思考的角度。打造老年友好型社会,要站在老年人的角度思考问题,“想老人之所想,急老人之所急”,应让科技更好地服务于老年人的实际情况,而不是让老人们去适应、顺从、迁就技术的发展。有关部门和企业要多倾听老年人的心声,多感受他们的渴望,在尊重老人的前提下积极回应老年人的利益诉求。



朱慧卿作

做强制造业

近日,工信部等六部门联合印发《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》,提出准确把握培育发展优质企业的总体要求、构建优质企业梯度培育格局、提高优质企业自主创新能力等10个方面指导意见。制造业是实体经济的主力军,是国家经济命脉所系。加快培育发展制造业优质企业,对于激发市场主体活力、推动制造业高质量发展、防范化解风险隐患、提升产业链供应链自主可控能力等,都有十分重要的意义。

(时 锋)

万能险风光不再了吗

江 帆

万能险的创新既是其擅长,也恰恰是其风险。本来产品的设计初衷是为了通过长期投资收益,平衡和保证长期保障的质量稳定,但实际操作中却走了“变长为短、重理财轻保障”的路子。从更长远的时间跨度看,完善诸如万能险这类通过资产端和负债端积极互动管理,达到资产负债匹配的产品,仍然不失为创新方向。

据银保监会最新数据,今年前5个月,万能险保费同比再度大幅下滑,在人身险公司总保费中占比进一步萎缩。对此,不必莫名惊诧。按照当前“保险姓保”的监管模式和发展方向,健康险、长期寿险等保障型保险产品成为正道的同时,像万能险这种偏理财功能的保险产品进入下降通道自是必然。

所谓万能险,就是在传统保险产品的风险保障功能之外,加上了储蓄投资功能,即所谓“一费两户”的创新管理模式。“一费”是保险保费,“两户”是“风险保障账户”和“投资账户”。之所以有“万能”的美称,是因为万能险的保费交纳、保额设定可以灵活调整,这是为满足保单持有人在不同时期的保险需求,与传统寿险有较大区别。事情往往有正反两面。万能险的创新既是其

擅长,也恰恰是其风险。本来产品的设计初衷是为了通过长期投资收益,平衡和保证长期保障的质量稳定,但实际操作中却走了“变长为短、重理财轻保障”的路子。比如,其最晃眼的招牌是有保障又有投资,但实际上只有很低的死亡或严重残疾理赔;最诱人的高收益率,实际是一些险企,特别是中小险企为获得快速资金流量,走的一步险棋。

从负债端看,万能险的成本非常高,而保险公司持有万能险资产的时间又多为短期,相比保险资产使用期限平均为5年至7年的特性,这种资产负债端与资产端悬殊的时间差,隐含着巨大的资产负债久期错配风险。此外,与其他保险产品甚至很多金融产品不同,万能险可以列明保证收益率。这种能在保险合同中体现的刚兑,正好为保

近年来,各地区、各部门按照党中央、国务院部署,顺应社会期盼,持续推进“放管服”改革,营商环境明显改善。

从企业角度看,营商环境具体体现为企业在开设、经营、贸易活动、纳税及执行合约等所需的时间和成本等方面,这些方面对于企业发展十分重要。因此,有必要树立“用户体验”视角,更加客观评价和改善一个地方的营商环境。

近年来,很多地方从“用户体验”视角出发,在优化营商环境方面做了很多探索。一些地方以便民为目标,推广“最多跑一次”,解决为群众诟病的“办事慢、办事繁、办事难”问题,有利于降低市场主体的时间成本,提高企业运营效率。一些地方加强法治建设,摒弃经济运行“潜规则”和“暗箱操作”,有利于让各类企业享受到机会平等、权利平等,推动全社会形成办事依法、遇事找法、解决问题靠法的良好氛围。实践证明,衡量营商环境优劣,各类市场主体的感受更直接、更鲜活、更重要。

从“用户体验”角度促进营商环境建设,就要认真研究用户的需求内容,进而有针对性地确定做什么。用户需求参差不齐,市场主体的需求千差万别。比如,有的企业侧重资金需求,需要金融机构及时服务;有的侧重技术需求、人才需求,需要与相关机构加强对接;有的政策信息、市场信息来源不畅,期待得到有关行业组织帮助等。企业的需求是有层次、分类的。此时的“用户体验”角度,就是站在用户立场,体验用户的感受,剖析用户的需求,以满足用户的需求作为营商环境建设的出发点和落脚点。

从“用户体验”角度促进营商环境建设,就要把办事方便作为最直观的标准。办事方便,就是以政府部门服务工作便民提效为目标,让群众有更多获得感,节省群众和企业办事的人力、物力、财力,提高办事效率。应力争更多实现网上办、马上办、一次办,真正把方便让给企业,建设现代服务型政府。实践表明,哪里办事方便,经济运行效率高,哪里就会形成强大的人流、物流、信息流、资金流、数据流,就会促进经济快速发展;哪里“关卡”多,投资者就会望而却步,经济发展就会受影响。

从“用户体验”角度促进营商环境建设,要用好三张“清单”,定好制度规矩。“权力清单”要变小,一律取消非行政许可审批,坚决消除各类隐性障碍和潜规则;“责任清单”要变清,一个部门能办好的事,就没有必要交由两个部门办;“负面清单”要变短,凡是法律法规未明确禁止的,一律允许各类市场主体进入,凡是已向外资开放或承诺开放的领域,一律向民间资本开放,凡是影响民间资本公开进入和竞争的各种障碍,一律予以清除。一个地区市场障碍多、潜规则多,营商环境就差,那么就招不来商、引不来资,招来了也留不住。

从“用户体验”角度促进营商环境建设,要把良好的法治环境作为底线要求。政府部门要坚持法治思维,弘扬法治文化,守住政策底线,带头讲诚信。企业要依法经营、诚信经营,对失信者要“一处失信、处处受限”,让守信者越来越便利,涵养良好信用环境。

从“用户体验”角度促进营商环境建设,要转变政府部门工作作风,克服“官本位”思想,树立服务第一意识,力戒形式主义、官僚主义,求实效、干实事,缩短“说了”和“做了”、“发文件”和“落实了”、“开会研究了”和“问题解决了”之间的距离。保持积极进取的精神状态,从整治突出问题向建立长效机制深化,形成一种“等不起”的紧迫感、“慢不得”的危机感、“坐不住”的责任感,以更有力的措施和办法推进营商环境优化。

险销售误导提供了某种程度的便利,一时间消费者趋之若鹜。2015年时,万能险保费同比增速竟高达95%。

凡此种种,意味着近一段时间万能险保费规模一跌再跌是有其内在原因的,再加上外部穿透式监管的节节升级,野蛮生长自然不可持续。

由于设计和营运的诸多问题,万能险容易集聚风险,在当下也很不主流。但从更长远的时间跨度看,完善诸如万能险这类通过资产端和负债端积极互动管理,达到资产负债匹配的产品,仍然不失为创新方向。特别是随着社会老龄化的加深,越来越多的人需要有针对性对长期保障资金增值的财富管理工具,以平滑经济发展和变化造成的减值。

这是摆在监管部门面前的大问题。如何形成既能保护创新,让保险公司有合理自由的资产配置空间,又不发生不同领域风险的互相传递,这是对管理智慧的一种考验。毕竟,只“堵”不“疏”,非长久之计。

对保险公司来说,要回归万能险设计之初的长期财富管理功能,需要从长期保障和长期储蓄角度对其进行再造,同时还需显示出有别于其他金融产品的独特优势。这对保险公司来说,同样是一个新课题。

陈 浩

梁启东

从「用户体验」角度改善营商环境