



图① 吉林省吉林市桦皮厂镇周边村屯农民正在收获玉米。
新华社记者 许畅摄
图② 在成都粮食集团青白江国家粮食储备库，工人驾驶叉车将粮油产品装车。
新华社记者 王曦摄

老商圈改造应留住烟火气

近年来，随着旧城改造和消费升级，一些城市在对老商圈进行改造，以适应新的形势，更好服务于广大市民。改造之后的老商圈起点高、设施全、环境美，尤其在信息化、交通、消防安全等方面有着显著进步。不过，老商圈改造要注意保留“烟火气”。

“烟火气”是指城市传统生活方式和习俗，它既是一个城市的文化底色，也构成了市民共同的记忆。老商圈大都汇集百业，包括衣食购娱等日常基础消费，是城市“烟火气”的最佳承载者。曾经有段时间，一些地方在老商圈改造中，为了追求现代感，建筑往往“高大上”，业态追求“新奇特”，结果导致城市特色和一些传统业态消失，令人遗憾。近些年来，总结以往经验教训，各地纷纷从“留住乡愁”的角度出发，老商圈改造更加注重挖掘和发扬本地历史文化特色。

实践证明，留住了城市的“烟火气”，城市发展才更有活力。

有利于保持城市个性化。个性化是指城市的显著特点，相比较而言，特点鲜明的城市更有魅力，更容易吸引人流，也更容易聚集各种生产生活要素，从而更好地促进城市发展。老商圈是体现城市个性化的重要载体之一，如提起北京，人们往往想到前门、王府井；提起上海，人们往往会想到南京路、淮海路。这些老商圈是城市文化的缩影之一，也是城市的地标之一，人们到了这些城市大都会慕名而去，体验它厚重的历史和生活，由此拉动消费。可见，“烟火气”强化了城市特征，增加了城市魅力。

有利于促进商旅一体化。商业是促进城市发展的永续动力，在当代城市的发展浪潮中，用商业的力量将文化和旅游有机整合，成为经济发展的重要课题。

人们来到一个城市，要吃正宗的地方特色美食，要买地道的地方特色产品，还要逛旧街巷等传统人文景观，而这些往往都在老商圈中。因此，老商圈改造要保留“烟火气”，以历史文化内涵为驱动力，以商带旅、以旅促商，形成文、商、旅三大产业有机融合的示范，推动城市经济高质量发展。

有利于市民生活便利化。老商圈形成早、业态全，与市民的日常生活息息相关，尤其是一些大商场买不到的日杂百货，以及一些传统老手艺，还有其他一些便民化服务在老商圈中都有体现。老商圈改造保留“烟火气”，能更加有利于传统业态的传承，更好满足市民日常生活的精细化消费需求。

一方水土养一方人，城市也是如此。正是因为城市的不同个性，才构成了多姿多彩的社会生活。因此，在城市化进程中，要正确处理好发展现代化与保留传统文化的关系，做好老商圈改造工作，让各地涌现出更多的汉正街、春熙路，让新商圈和老商圈迭代共存，从而挖掘内需潜力，大力促进消费，构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，让人们的生活更加美好。

春节临近，粮油产品成为热销的年货——

离不开精米面 全谷物受欢迎

本报记者 刘慧

更好满足多元化、个性化、定制化消费需求，确保人们过上一个安定祥和的春节。

打造“中国好粮油”品牌

在北京西三环航天桥附近一家大型超市的粮油货架上，各种品牌的米面油产品摆得满满当当，粗略估计有二三十个品牌、上百种产品，一斤大米、面粉价格从四五元到十几元以上不等。家住北京丰台区的武庆玲女士说，家里一般都会采购品牌粮油产品，价格虽然贵些，但品质好。

随着生活水平的提升，居民的膳食结构由数量温饱型向质量营养型转变，对粮食产品多样化、优质化要求越来越高。为了适应粮食消费群体、消费观念、消费方式变化，近年来，我国推动粮食供给侧结构性改革，着力打造惠及城乡居民的优质健康粮油产品供应体系，积极引导农民种植适销对路的优质粮油品种，为消费者提供品种丰富、质量安全、营养健康的粮油产品，满足城乡居民个性化、多元化、定制化消费需求；扩大“放心粮油”覆盖面，积极发展主食产业化；大力推进“绿色全谷物口粮工程”，催生新消费，培育新需求。

“近几年我们适应消费需求变化，生产的面粉品种越来越多样化，积极做精做细做有特色的产品。”河北石家庄市藁城区五星面业有限公司董事长杨新良说。目前国内市场粮油产品品类多

样化、市场细分化持续加速，速冻食品、方便食品等专用粉以及营养强化面粉、绿色面粉、预混合粉等产品类型不断丰富，专用面粉产量已达到面粉总产量的约30%。大米加工企业通过香气固化和营养强化提升大米适口性和功能性，并细分寿司米、低糖米、高钙米、高锶米、生态米等新品类。燕麦、荞麦和豆类等食品也纷纷抢占市场。

不过，优质粮油产品供给不足仍然是我国粮食产业发展的一大短板。为了补强短板，国家粮食和物资储备局深入推进优质粮食工程，实施“中国好粮油”行动计划，打造“中国好粮油”品牌，全国涌现出一大批省级区域品牌、地市区域特色品牌、企业品牌和产品品牌，四位一体的品牌建设体系逐步形成，品牌集群效应逐渐显现。根据中国粮油学会发布的数据，2020年“中国好粮油”产品236个，其中大米产品83个、小麦粉产品64个、食用植物油产品61个、挂面产品17个、杂粮杂豆产品11个。

国家粮食和物资储备局总工程师翟江临表示，“中国好粮油”行动计划是惠农利民的民生工程，是保障国家粮食安全向更高层次跃升的有效举措，有力推动“中国饭碗”稳中向优，让饭碗里装上更多“优质粮”，切实提高优质粮油产品供给，满足人民日益增长的美好生活需求。

不要过度追求精米白面

我国居民的膳食结构以谷物为主，但随着消费水平提升，消费者又陷入了过度追求精米白面的饮食误区，精米白面在国内市场供应仍然占据绝对主导地位。我国居民全谷物及杂粮摄入严重不足，成人每天摄入的全谷物及杂粮不足20%。当前亟需推动消费观念转变，引导消费者逐步走出过度追求精米白面的饮食误区，在追求“吃得好”的同时，更加重视“吃得营养健”，提升全民健康水平。

谷物是膳食纤维、B族维生素、矿物质等营养素的重要食物来源。根据加工程度不同，谷物可分为全谷物和精制谷物。“谷物过度加工导致B族维生素、矿物质元素、膳食纤维大量损失，长期食用精米白面可导致维生素和矿物质摄入不足，甚至导致维生素缺乏病，还容易导致体重或体脂率超标，增加糖尿病患病风险。”国家粮食和物资储备局科学研究院总工程师孙辉说。

家住北京昌平区的吴雁涛女士十分注重养生，她告诉记者，平时主要购买糙米、小米、玉米、全麦粉、燕麦、薏米以及豆类全谷物粮食。增加全谷物摄入量，有利于降低Ⅱ型糖尿病、心血管疾病、结直肠癌等与膳食相关的慢性病发病风险，并且不容易发胖，

该理念受到像吴雁涛这样注重养生的人士认可。随着人们对营养健康的更加重视，全谷物食品在我国得到迅速发展，目前已建立涵盖烘焙类、蒸煮类、冲调类、油炸类、发酵类等种类的全谷物食品生产体系，以全麦面包和全麦饼干为代表的产品市场成长迅速。

有专家认为，全谷物对人体有诸多益处，但也要因人而异，全谷物中的膳食纤维尤其是不溶性膳食纤维不容易消化，对消化道疾病患者、免疫力低下者、老年人和青少年等消费群体并不友好。如胃溃疡、十二指肠溃疡等患者摄入全谷物可能引起病灶处疼痛或出血。老年人消化功能减弱，应该降低全谷物摄入比例。免疫力低下者如长期摄入大量全谷物，可能导致营养不良，降低人体的免疫力。幼儿和青少年长期食用全谷物食物，会妨碍营养素的吸收和利用，不利于生长发育。

“全谷物食品口感较差，消费者接受程度比较低，是全谷物食品推广的一大瓶颈。当务之急是要解决怎么把全谷物食品做得好吃，让消费者吃得愉悦。这样有利于全谷物食品的推广。”孙辉说。

守住粮食“吃得安全”底线

随着生活水平的提升，人们的消费需求越来越多样化，有的人追求吃得好、吃得有营养、吃得愉悦，有的人更重视吃得饱、吃得安全。“满足消费者多样化、个性化消费需求的同时，保证吃得安全是底线。”孙辉说。

2021年我国粮食生产获得“十八连丰”并实现高位增产，粮食产量连续七年达到1.3万亿斤以上，实现了谷物基本自给、口粮绝对安全。但我国粮食供需紧平衡的格局并未改变，追求粮食数量安全仍然是我国粮食安全的必然选择。日前中央农村工作会议再次明确提出今年粮食产量要稳定在1.3万亿斤以上。“在追求粮食数量安全的同时，不能忽略粮食质量安全，要持续提升粮食综合生产能力，在数量安全的前提下兼顾质量安全，不断提高粮食安全保障水平。”孙辉说。

“作为一家大米加工企业，市场需求是我们开发产品和加工生产的罗盘。为了满足不断升级的消费需求，我们构建从田间到地头的全产业链经营模式，生产出更多更好的优质大米。”武汉兴正实业有限公司总经理周正生说。

城乡居民消费结构加快升级，为粮食产业发展提供了前所未有的历史机遇。国家粮食和物资储备局规划建设司司长钱毅表示，“十四五”时期，为了让百姓“米袋子”多装优质粮，吃上更多“中国好粮油”，要统筹开展粮食绿色仓储、品种品质品牌、质量追溯、机械设备、应急保障能力、节约减损健康消费“六大提升行动”，新增高标准粮仓容积2000万吨，形成一批主营业务收入过百亿的粮食龙头企业和具有市场竞争力的知名粮油品牌，优质粮食增加量年均增长10%以上，加快由“吃得饱”向“吃得好”“吃得营养健康”转变。



互联网思维给了盱眙小龙虾新出路——

小龙虾火过冬

本报记者 敖蓉

速冻等标准工艺流程后，快速装盒，销往全国各地。”钱海文说。

盱眙当地的知名餐饮企业纷纷走上互联网，熟制速冻小龙虾加工企业年产能只加工与成品速冻小龙虾达到1万吨以上。盱眙县还在淘宝网开设了“特色中国盱眙馆”，不仅主营小龙虾销售、速冻小龙虾产品和小龙虾调料等，还增加了“小龙虾”、小龙虾文化创意产品乃至“小龙虾”旅游产品。

现在，盱眙的年轻人不光会烧龙虾，也开始学习怎样在网上带货。带货主播晓晓经常要在当地龙虾创业学院的直播间里推介小龙虾产品，“原来我也开了3年餐饮店烧制小龙虾，从2021年初开始直播，从建立账号、拍摄构图剪辑、话题热点等方面一点点学起，现在我已经卖出1000多单，这一年的线上销售经历让我很有成就感，我打算一直干下去”。

盱眙龙虾还带动了当地调味料等企业的销售。许建忠是盱眙许建忠调料有限公司的创始人，“我父亲就是做调味料生意的，过去靠摆摊卖货为生，我经营企业30年，一直给当地龙虾馆提供20多种口味的调料。现在我要充分利用互联网营销方式发展企业”。走进许建忠的调料公司，仓库里堆满了从全国各地进货的各种调味料，生产车间正在加工制作不同规格的产品，既有适合餐馆使用的大份包装产品，也有为网上购物群体开发的单次使用调料。“这些调味料不光可以用来烧制小龙虾，还能做别的菜，为此我们还开发了辣酱等产品，满足消费者网购需求。”许建忠说。

新时代互联网思维给了盱眙龙虾新的出路。如今，盱眙县红胖胖龙虾产业集团公司供应链负责人钱海文每天关注最多的是线上平台的销售情况。“我们把小龙虾的烧制过程从厨房搬进生产车间，按照标准烹调制法，经过气泡清洗机冲洗、高温油炸等程序，再加入不同口味的调料，经过液氮

县超过20万人加入龙虾养殖、贩运、烹饪等行业，成为名副其实的“龙虾之都”。如今，盱眙正积极向其他地区和行业的佼佼者学习，努力烧制出更多口味的小龙虾，以满足更多消费者需求，好让小龙虾这门生意越来越红火。



带货主播晓晓(左)正在直播间介绍盱眙小龙虾。本报记者 敖蓉摄



一道夜宵美食火了一座城，还带动全