

农业保供离不开产业升级

三农瞭望

春节临近,农产品保供稳价依然是社会关心的热点。商务部表示,将会同有关部门向部分省市区投放中央储备牛羊肉,适时组织冬储菜等生活必需品投放。农业农村部表示,将主攻产地冷藏保鲜设施建设,建设更加畅通有效的现代农产品流通体系。

综合看,春节和以后一段时间,全国肉蛋奶果菜鱼供应总量充足,完全可以满足城乡居民消费需求。2021年全国农林牧渔业增加值比上年增长7.1%,是近年来增幅最大的一年。眼下,柑橘等大量上市,苹果、梨等库存充裕,水果市场总量足、品种多。当前,全国蔬菜在田面积同比增加200多万亩,预计未来3个月蔬菜供应量同比增加350万吨,加上冬储蔬菜,可供每人每天约3斤菜。这一组组数据折射出底气所在。

不过,“菜篮子”保供稳价并非高枕无忧。日前,农业农村部、国家发展改革委等对36个城市“菜篮子”市长负责制落实情况进行了考核。总体看,各城市“菜篮子”产品调

在落实具体品种保供举措的同时,有必要完善农业全产业链体系建设,加快推动产业升级,以增加农产品供给体系对需求变化的适应性。要加快建立农业市场信息长期监测预警体系;加快建立农业补贴与农资价格联动机制;完善产地仓储保鲜冷链建设。

控保障能力逐步增强。但部分城市也暴露出自给能力下降,受新冠肺炎疫情、极端天气等影响,一些“菜篮子”品种价格短期上涨等问题。今年稳产保供任务重,后期部分地区可能会出现阶段性不利天气,农产品保供稳价面临的压力较往年偏大。

展望全年,结构性、品种性问题依然存在。蔬菜总量问题不大,就怕出现季节性、区域性短缺,应紧盯灾害性极端天气,强化生产监测预警,制定应急保供预案。生猪产能调控机制已经建立,重点是分级落实产能调控责任,稳定环保、用地等长效性支持政策。这几年牛羊肉生产需缺口越来越大,要实施牛肉羊肉生产发展行动,提升稳定供给能力。

在落实具体品种保供举措的同时,有必

要完善农业全产业链体系建设,加快推动产业升级,以增加农产品供给体系对需求变化的适应性。

要加快建立农业市场信息长期监测预警体系。汲取生猪供给波动的教训,对标国外农业信息监测预警体系,应用大数据等新兴信息技术,变事后调节为事前引导,既防大涨也要防大跌。蔬菜方面,明确重点品种和区域,支持大中城市提高蔬菜自给率,加强产销有效衔接。生猪方面,收集发布产能、生产、价格等信息,围绕母猪存栏等核心指标,引导养殖场户合理调节产能,防止大起大落。

要加快建立农业补贴与农资价格联动机制。2021年以来农资价格上涨明显,眼下化肥价格虽比高峰时有回落,但总体仍偏高。

当前,全国大部分地区处于春耕生产准备阶段。要建立完善农业补贴与农资价格联动机制,明确联动条件、范围、幅度,及时给予实际种地农民补贴,避免强农惠农富农政策被农资涨价因素冲减。

要完善产地仓储保鲜冷链建设。设施农业让农产品生产实现了周年供应,但是,丰收在田不等于餐桌无虞,周年供应不等于均衡上市。农产品供求受多重因素影响,从产地到餐桌的路很长。近年来,设施农业产能增长迅速,但仓储保鲜能力明显不足。减少价格波动,必须依靠农业生产条件改善、仓储保鲜冷链建设等措施,这是个长期的过程。对县域来说,要针对大流通的需要,结合田头市场建设,布局一批节能型贮藏库,形成农产品流通“蓄水池”。



娄飞鹏

酒店“虎景房”还是停工为好

付彪

动物园关联酒店,有利于以业态创新吸引消费者入住酒店。尽管从“虎景房”的设计看,游客的安全或许可以保证,但相关部门审批也应慎之又慎,酒店“虎景房”还是停工为好。

近日,某地一动物园关联酒店推出“虎景房”引发热议。据报道,按照房间的设置,房客与老虎隔着一面透明的玻璃,可以与老虎隔窗而眠。目前,该“虎景房”正在装修,还未开放,有工作人员表示,房间里有很好的防护措施。

随着消费结构升级,动物园关联酒店,以业态创新吸引消费者入住,并能与动物园内的动物亲密接触,这样的酒店或许会成为亲子游的优选。不过,亲近动物特别是野生动物,应保持一定的限度。有科普人士表示,一些动物的某些动作,在人类看起来仿佛很萌、很可爱,实际上却是一种应激和防御行为,并不是在“卖萌”。如果某些小动物进入宾馆房间,对于游客的安全可能是一种威胁,游客可能会被咬伤或

者感染野生动物身上可能携带的病原体。

就此次“虎景房”而言,很多人表示不会选择入住。即使有人想与老虎隔窗而眠,老虎也未必想与人隔窗相望。人隔窗观虎觉得新鲜刺激,老虎同样会受到刺激。“不打扰”是万物共存的基本原则。“虎景房”在某种程度上是对动物权利的侵犯。

关爱动物权利是社会文明进步的表现。尊重动物、善待动物就是尊重和善待我们自己。尽管从“虎景房”的设计看,游客的安全或许可以保证,但从关爱动物权利的角度来说,此举只是把它们当成赚钱的工具。在动物保护法律法规日益完善、公众保护意识日渐增强的背景下,相关部门审批也应慎之又慎,酒店“虎景房”还是停工为好。

日前,某品牌啤酒推出了一款最新高端产品,在电商平台上售价为1349元/瓶。此前,其他两家啤酒企业也推出了超高端系列啤酒,价格同样令大多数消费者感到惊讶。

此前多年,我国啤酒行业价格战激烈,主流厂商普遍重视市场份额;2017年以来,国内啤酒行业更加重视结构升级,厂商纷纷布局中高端产品,产品矩阵逐渐丰富。时至今日,啤酒高端化势能从加速释放。对比白酒从几元到上千元的价格区间,啤酒的价格带相对狭窄,价格提升具备明显的空间。

对比国际企业,目前我国啤酒厂商的吨酒价格相对偏低。外资核心企业产品在中国的价格明显比国内核心厂商高,美国和欧洲主流啤酒厂商的吨酒价格更是国内厂商的2倍至4倍。以美国为例,其啤酒的消费升级持续了近60年,精酿啤酒的崛起更是打开了传统拉格啤酒的价格天花板。

在这样的背景下,国内有关企业发力高端啤酒,有利于占领品牌高地,这与过去许多白酒厂商的策略不谋而合。同时,这也展现出行业追求高端品质的决心,高档产品的原麦汁浓度和酒精度数均明显高于一般啤酒,口感更好。不过,千元产品的销量并非各家酒企的主要诉

求。千元啤酒显然不应景。因此,千元产品更多是厂家在高端价位的一个标杆,规模性的放量可能有难度。这一点,市场会逐步给出答案。

从这个意义上讲,千元啤酒更多是啤酒厂商品质和品牌标杆的体现,有助于啤酒行业向高品质加速升级。特别是随着新一代年轻人逐渐成为啤酒消费主力军,中高端啤酒需求将向差异化、多元化的方向发展。下一步,啤酒行业应更多聚焦品质提升,从原料、工艺、包装设计、文化内涵等维度提升品质,促进行业持续增长。

从食品饮料行业的各个子行业看,高端白酒销售呈现量价齐升的现象;乳制品中,蛋白质含量更高的高端白奶以及有机牛奶呈现快速增长,普通白奶增速下滑;软饮料中,2元至3元的产品已经不能满足消费者的需求,5元以上的新产品不断涌现;即使是最为普遍的包装水行业,近10年已经完成了1元到2元的升级,当前3元以上的包装水增速更快……随着经济社会的发展进步,消费升级将体现在居民生活的方方面面,优质产品有望不断涌现。

(作者分别系中泰证券首席经济学家和中泰证券食品饮料分析师)



朱慧卿作(新华社发)

严禁违规组织实习

教育部等八部门联合印发新修订的《职业学校学生实习管理规定》,明确“不得安排学生从事三级强度及以上体力劳动或其他有害身心健康的实习”“严禁以营利为目的违规组织实习”等。此前,不少职业学生面临被强制安排付费实习的情况。中介机构介入实习赚取“人头费”,是产生该现象的一个重要原因。针对强制实习、付费实习问题,此次八部门规定明确实习三方协议必须由职业学校、实习单位、学生三方签署,不得通过中介机构或有偿代理组织、安排和管理学生实习工作,违反规定的,由相关部门依法依规追究责任。期待相关规定在各地得到有效落实,杜绝以营利为目的的实习乱象,保护好职业学校学生的合法权益。

(时 锋)