

三农瞭望

发展乡村产业要遵循市场规律

当前,如何进一步做好粮食安全保障工作,是一个十分重要的课题。粮食安全涉及粮食生产、储存、消费等各个环节,是一项系统工程。因此,要基于系统思维,大处着眼、综合发力、协作联动,以完整巩固的产业链条,扎实筑牢粮食安全屏障。

确保粮食安全的基础在于粮食生产安全。粮食生产作为农业的主要内容和传统业态,承担着为人类提供基本物质保障的基础功能。粮食生产是完整的生物培育过程,集农作物的耕、种、管、收于一体,有严格的客观规律要求。这就要求合理利用粮食生产各种要素,做好每一个环节的农事功课。其中,以对土地的合理利用、生产技术的不断进步、良好的耕作方式为基本条件,融合种子、肥料、管理等综合元素,构成了完整的粮食生产周期。只有每一个细节做得好、做得实,才能满足粮食丰产要求。这也是“藏粮于地、藏粮于技”的道理所在。

确保粮食安全的关键环节在于粮食存储。收获工作做得好不好,直接影响一年收成,弄不好,一年辛苦就会付之东流。民间有“两收(麦收、秋收)大如天”之说,指的就是庄稼收获对于民生的极端重要性。这是因为,农作物的收获具有极强的时间要求,即使在农业现代化程度较高的今天,一年收成也在一定程度上要看老天的脸色。农业生产“抢收”制度,就是要与“老天爷”抢时间,用最快的速度将成熟的粮食收进“口袋”,为粮食进库为安打好基础。做到这一点,要抢天时,不误农时;要有先进的农业装备。在粮食生产适度规模经营和农业社会化服务不断普及的背景下,稳妥应对粮食收获季节的极端天气,确保丰产丰收,就要不断提高粮食收获的机械化程度,不断增加相关农业机械。

提供可靠的粮食烘干保障,是实现粮食安全的内在要求。农村的“晒粮”传统是小农户与现代农业的一个显著区别,是制约我国粮食安全的隐患之一。目前,我国农业生产发展状况参差不齐,有的地区基本实现了农业现代化,粮食生产机械化程度很高,但很多地区还处于传统农业向现代农业转型的初期,尤其是粮食生产和收储中间的烘干环节现代化程度还普遍较低,现代化的粮食烘干设施覆盖率不高。究其原因,一是在政策层面关注度不够,尚未形成以粮食种植布局为导向的粮食烘干设备配套,不少区域性粮食主产区的烘干设备缺乏政策性保障。二是在市场层面产品单一,没有形成多元化的粮食烘干设备产品供给体系。对此,必须更加重视提供可靠的粮食烘干保障,保障粮食安全。

我国以农业文化立国,有着深厚的道德传统,养成了珍惜粮食、节约粮食的生活习惯,成为中华优秀传统文化的重要内容。但是,当前粮食浪费现象没有完全解决,餐桌上的浪费、糟蹋粮食等行为会传导到粮食生产、收储环节,给粮食安全带来深层隐患。因此,在全社会培育新时代的粮食消费观,弘扬中华民族珍惜粮食、节约粮食的道德观显得至关重要。这是建立粮食安全链条的重要一环,具有基础性、长远性和根本性。我们务必培育健康、优良的社会道德,只有这种健康、良好的粮食消费方式建立起来,类似为了眼前的经济利益而毁掉青苗之类的反常现象才会从源头上得到杜绝。

周其森

发展乡村特色产业很有必要,但是推进思路和推动方式要符合市场机制和产业规律。各地在制定产业规划时,要多听听农民的意见,同时充分发挥有为政府的作用,完善农业支持保护制度,发挥研判监测预警作用,提供良好有效的公共服务。

个村庄共同发展一个拳头产品,才能引来订单;有的村庄体量大,村内已有产业分化,可能就不只一个产品。这些都要具体问题具体分析。也有一些地方培育富民乡村产业时,跟风随大流,盲目“高大上”,导致产业“水土不服”。如今,各类农业产业园区、科技园区、示范园区已有很多,如果盲目上马而不能有效协调,就会产生资源争夺问题。各类园区的作用是带动农业发展,所以,要防止产生虹吸效应,不能阻碍周边地区的农业发展。

同时,园区也不是“盆景”,而是示范性的,最终要把探索的成果向周边推广。不能一提建设农业强国,就一股脑去投重金搞“高大上”“高精尖”的东西,盲目上马不切实际的大园区、大工程、大项目。一定要看到,政府是要帮助农民,而不是代替农民。建设农业强国,必须树立市场导向,提高农业竞争力。各地在制定产业规划时,要多听听农民的意见。农民是农业经营主体,和土地打了一辈子交道,在涉及切身利益的事情上最有发言权。只

要经营主体符合法律法规,政府不宜指定种养的具体品种和业态。同时,农业也是保饭碗、保生计的基础产业。即使在发达国家,农业发展和农民增收也离不开补贴。因此,必须充分发挥有为政府的作用,提供良好有效的公共服务。公共服务至少有两方面:一是完善农业支持保护制度,以补贴手段,支持农民种粮务农,这是基于粮食乃至农业的部分公共品属性。二是发挥研判监测预警作用,顺应价格信号和借力保险手段,这主要是针对乡村特色产业而言的。



齐金亮



王 琪作(新华社发)

莫让二维码成“拦路码”

停车缴费、点餐、购物……如今,扫码支付代替人工服务已然成为一种日常,但这种本该提高效率、便捷快速的消费方式,却因为部分场所设置的通过关注公众号来缴费、被迫授权个人信息、日常频繁推送广告等情况,给不少消费者带来困扰。立足方便的二维码,不应成为“拦路码”。强制扫码关注,形式上自愿、实质上强制,或侵犯消费者的公平交易权,增加了消费者信息泄露的风险。消费者若遇类似情况,可拨打12345向网信、市场监管等部门投诉或反映;商家应自觉提供线上扫码、线下人工等多种途径;相关监管部门可建立联合执法监督机制,严格落实二维码的使用识别标准,保护消费者合法权益。

(时 锋)

近几年,有的地方动辄提出连片打造数万乃至数十万亩特色种养基地。这么大的面积,如果种粮那当然不愁卖,但特色种养则不尽然。试想同一农产品在大致相同的地区和地区集中上市如果滞销怎么办?特别是林果业或养殖业一般生产周期长、沉淀成本高,一旦碰壁,调头很难,代价也很大。我国幅员辽阔,各地有的林地多、有的耕地多,有的多灌溉,有的多雨养。要立足县域资源禀赋,打造优势特色产业集群,地理位置、生态环境、交通设施、产业基础、劳动力资源、市场渠道等,都是要考虑的。

这启示我们,要处理好规模化和多样化的关系。现代乡村产业要有一定的规模作支撑,同时产业体系又是多元化的,单一产品的规模并非越大越好。发展“一县一业”,关键是如何选择产业,怎样确定规模。“一县一业”不能是面子工程,更不是“一锤子买卖”,必须遵循比较优势原则和产业布局规律。一个县域是不是就靠一业来发展,并不一定。靠几业,靠什么业,都要根据具体情况去定。同理,发展“一村一品”也不能片面理解。有的村庄规模小,几

本版编辑 梁剑箫 原 洋 来稿邮箱 mzjgc@163.com

新世代车型产品规划亮相

宝马全力以赴迈向电动化、数字化和可持续发展

宝马集团在3月15日举行的2023年财报年会上,首次揭秘旗下新世代车型产品规划。根据计划,宝马集团将从2025年下半年开始投产新世代车型。在随后的24个月内将有至少6款新世代车型实现量产,包括一款运动型多功能车(SAV)和一款BMW 3系所在细分市场的纯电轿车。这意味着新世代车型的首发阵容将专注于宝马品牌的核心细分市场。面对复杂的国际市场环境,2022年宝马集团依然凭借强大韧性和抗风险能力,多项财务指标达到预期水平。集团全年总营收超1万亿元,同比增长28.2%,汽车产品总销量近240万辆。其中,纯电动车型销量同比增长107.7%,达21.6万辆,占集团全球总销量的9%。

现在,宝马将这一势头带入2023年,并提出了更加令人期待的全面电动化攻势。预计2023年,纯电动车仍将是销量增长的主要来源之一。为此,宝马集团已经在全业务链范围内做好了准备。

“历经考验的雄厚实力、面向未来的创新科技和2025年投产的新世代车型,将奠定我们持续成功的基础。”宝马集团董事长齐普策



宝马集团董事长齐普策

介绍,“搭载先进科技的强大产品阵列以及出色的业务运营管理,使宝马集团能够实现现阶段的目标。同时,我们也专注于未来发展,通过新世代车型开启电动出行的新时代。”产品方面,宝马接下来将“一键三连”



中国市场在售的五款纯电动BMW车型

发布创新纯电动BMW i5、创新纯电动BMW iX2,以及创新纯电动BMW i5旅行车。加上现有纯电动车型,宝马纯电产品将几乎覆盖所有的主要细分市场。预计3年内(截至2026年),纯电动车型年销量将占到集团全球销量的三分之一。到2030年之前,集团全球年度销量的50%以上将是纯电动车型。届时,集团累计交付的纯电动车数量有望超过1000万辆。

宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐说道:“随着更多充满吸引力、拥有创新科技的纯电动车型的推出,宝马集团纯电动车型销量将继续保持增长势头。今年,我们将为中国客户呈现11款纯电动产品,并积极构建一个完整的电动出行生态系统:从供应链到生产、销售和客户服务,宝马正在各个领域全力以赴电动化。”

同时,宝马集团旗下MINI、劳斯莱斯以及BMW Motorrad都市出行系列都在实施电动化。未来10年内,MINI和劳斯莱斯都将成为纯电动品牌。2022年秋,MINI Concept Aceman纯电动跨界概念车在上海进行亚洲首

秀,呈现了MINI全新设计语言并展望了下一代MINI纯电动车型。劳斯莱斯首款纯电动车Rolls-Royce Spectre将在今年年内开启交付。2030年,劳斯莱斯旗下车型将全部为纯电动车型。2022年,BMW Motorrad在中国推出了BMW CE 04纯电动摩托车,未来还将推出适合都市年轻人的BMW CE 02。到2030年,BMW Motorrad六人座系当中的都市出行系列将实现全面电动化。

全新开发的电子电气架构、全新的高效电驱和电池系统、全新的循环永续标准——新世代车型将是宝马集团全力以赴电动化的中流砥柱。新世代车型基于完全为纯电动车设计的架构和全新的设计语言打造,并具备三大特点:一是全新开发的电子电气架构,以及全新的用户界面和人机交互概念;二是全新开发的、具有高性能和显著效率提升的电驱和电池系统;三是产品全生命周期的循环永续水平达到一个新高度。这是宝马集团“电动化、数字化及循环永续”战略方向的集中体现,相关技术将是宝马未来整个产品线的发展基础。

在技术方面,新世代车型将采用宝马的第

六代eDrive电力驱动系统和新一代锂离子电芯,在总体成本降低50%的同时,实现能量密度提升超过20%、续航里程提升30%、充电速度提升30%。为此,宝马在2022年与宁德时代、亿纬锂能、远景动力等企业签订超过百亿欧元的电芯合同。

在数字化体验方面,宝马通过年初发布的BMW i数字情感交互概念车(BMW i Vision Dee)展示了新世代车型对于人机交互的愿景。宝马认为,未来的汽车应该是人类的数码搭档,而不仅仅是“车轮上的智能手机”。通过硬件与软件的精湛结合,新世代车型将能为客户提供数字技术加持的驾驶乐趣。

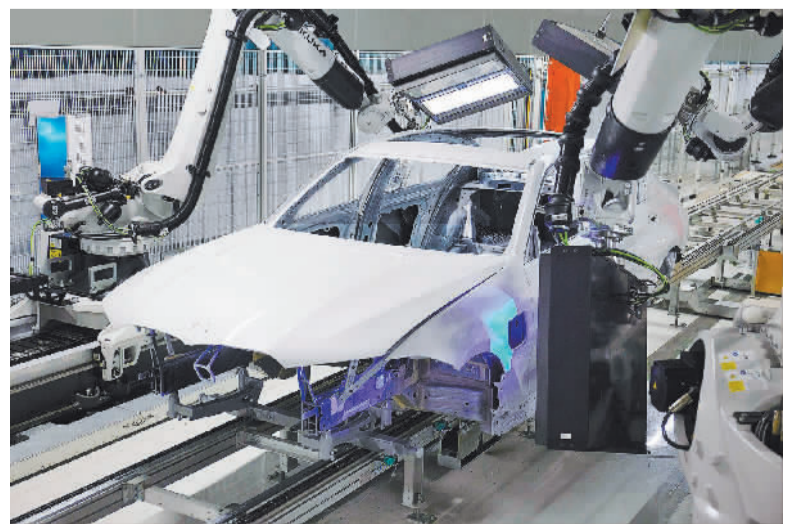
在循环永续方面,宝马通过BMW i循环概念车(BMW i Vision Circular)展现了公司对未来汽车如何实现循环永续的畅想和思考。比如,通过循环设计理念,实现全部使用可再生材料和回收整车所有材料。目前,宝马集团在制造车辆时使用的回收和再利用材料约为30%,通过“优先使用可再生材料”原则,这一比例将提高到50%。

此外,为了匹配电动车业务的快速发展,宝马也在持续对其全球生产

体系进行转型升级。2022年,宝马集团发布了BMW iFACTORY生产战略,这是宝马对于未来汽车生产的总体规划,创造电动智能时代全新生产理念。比如在中国,总投资150亿元的华晨宝马铁西工厂里达厂区具备高效的生产灵活性,拥有面向电动化的生产体系,可实现99%以上的电动车生产能力;纯电动BMW i3就在里达工厂生产。2022年11月,宝马还宣布沈阳生产基地将进行动力电池生产的大规模扩建,由华晨宝马投资,投资总额约为100亿元。接下来,宝马在全球的30多家工厂都将遵循BMW iFACTORY生产战略进行转型升级。

“宝马正在全力以赴电动化。”华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官戴柯轲博士强调,“携手中国合作伙伴,宝马沈阳生产基地在电池、动力总成与纯电动车的研发和生产领域已经拥有强大的本土实力,但我们不会止步于此。随着BMW iFACTORY生产战略的实施,以及投资百亿元的全新动力电池项目的启动,宝马的电动化进程将持续加速。”

(数据来源:宝马集团) · 广告



BMW iFACTORY生产战略已在沈阳宝马工厂实施