

粮食大事

粮食品牌如何变“流量”为“留量”

吉林大米、广西香米、天府菜油、水韵苏米、齐鲁粮油、广东丝苗米……在刚刚结束的第五届中国粮食交易大会上,来自全国31个省份的成千上万种粮油品牌集中亮相。在短短3天内,各地充分借助短视频平台和网红的流量属性提高品牌曝光度、影响力,圈了一大波粉丝。交易会结束了,各地应把粮食品牌“流量”变成“留量”,持续做好品牌建设和品牌维护,持续放大品牌效应,将品牌优势转化为产业优势甚至是经济发展优势。

吃好粮,吃品牌粮,已经成为当前食品消费趋势。为了满足人民美好生活需要,近年来我国不断推进粮食品牌化建设,增加绿色优质粮油产品供给。2015年,习近平总书记到吉林考察时作出“粮食也要打出品牌,这样价格好、效益好”的重要指示,更是为粮食品牌化建设指明方向。各地根据自身资源禀赋和产业发展实际,出台政策,支持粮食品牌建设。近年来,国家启动实施优质粮食工程,全国掀起打造粮食品牌的热潮,涌现出吉林大米、山西小米、天府菜油等省级区域公共品牌,舒兰大米、湖州大米、忻州大米、五常大米等市县级区域公共品牌,以及

品牌强,则产业旺。粮食品牌化是推动粮食产业高质量发展的重要抓手,是粮食产业崛起的催化剂。要持续保持品牌的高流量,实施品牌提升行动,夯实“中国好粮”根基,提升粮食品牌竞争力。

中粮福临门、北大荒、乔家大院、大荒地等企业品牌和产品品牌,形成了区域品牌、企业品牌和产品品牌协同发展的势头,未来还会有越来越多的粮食品牌闪亮登场。

品牌强,则产业旺。粮食品牌化是推动粮食产业高质量发展的重要抓手,是粮食产业崛起的催化剂。我国粮食产业面临产业链条短、供应链不强、农民种粮收益空间窄、主产区“粮财倒挂”等一系列问题,河南、山东、江苏、湖南、湖北、四川、黑龙江、吉林等主产区通过打造粮食品牌,构建起现代粮食产业体系、生产体系和经营体系,建立“产销储加销”全产业链经营模式,提升粮食全产业链创新力、竞争力、全要素生产率,推动粮食产业向价值链中高端迈进。从卖原粮向卖产品转型,从“大粮仓”向“大厨房”转型,

从粮食大省向粮食强省转型,此举促进农民增收、企业增效和区域经济发展,实现多赢共赢。

粮食品牌是打开市场的通行证、产品畅销的风向标。俗话说,一滴好油香十里,一家煮饭百家香。品牌知名度常常影响消费者选择的结果,当消费者站在琳琅满目的货架前选择货物时,大多会根据品牌知名度来选择商品。一个粮油品牌有了知名度,才有关注度、有流量。现在各地通过打造具有辨识度、知名度和美誉度的粮油品牌,为持续拓展市场构筑了牢固的“滩头阵地”。例如,“吉林大米”是吉林省打造的第一个粮食省级区域公共品牌,经过10年耕耘,吉林大米已在北京、上海、福建等省市站稳脚跟。又如,四川通过打造“天府菜油”省级区域公共

品牌,实现了菜油从“路边摊”到出口国际市场的转变。天府菜油是国内食用油行业首个区域公共品牌,现在已经成为四川名片和全国粮油行业标杆,正努力走出四川、走向全国,甚至出口到阿联酋和澳大利亚等国。

打造品牌难,维护品牌更难。本届中国粮食交易大会已经落下帷幕,成果丰硕。在流量为王的时代,各地要持续放大品牌效应,把“流量”变为“留量”,以营销出圈带动发展出彩,努力把品牌优势转化为产业发展优势。要持续保持品牌的高流量,实施品牌提升行动,从优势品牌创建、优良品种选育、龙头企业培育、三产融合、质量标准管控、营销渠道拓展等多方面着手,加快推动粮食品牌建设从量的发展向质的飞跃转变,夯实“中国好粮”根基,提升粮食品牌竞争力,推动粮食产业高质量发展。



刘慧

民生是人民幸福之基、社会和谐之本。不久前召开的中央政治局会议强调,要加大民生保障力度,把稳就业提高到战略高度通盘考虑,兜牢兜实基层“三保”底线,扩大中等收入群体。近几年,面对严峻复杂形势,各级政府坚持“过紧日子”,把保障民生支出摆在首位。2022年,中央部门支出下降3.5%,但对地方转移支付增长17.1%,教育、社会保障和就业、卫生健康、农林水等涉及民生的支出占比位于前列。今年前7个月,全国一般公共预算支出同比增长3.3%,但基本民生支出得到有力保障,民生各领域增速均高于总体水平。长期以来,政府不断加大民生投入,建成了世界上最大的社会保障体系,人民幸福感、获得感显著增强。

民生无小事,保障和改善民生没有终点,任何时候都要把民生摆在重要位置。当前,我国经济好转的内生动力还不强,需求仍不足,部分企业、群体面临的困难不小。民生稳,人心就稳,社会就稳。越是在爬坡过坎时期,越要把百姓安危冷暖放在心上,越要织密扎牢社会保障安全网。将民生保障落到实处,不仅体现为民服务的真心,还可以稳定社会预期,促进经济恢复信心。尤其是,近些年民生支出占比达到70%以上,只增不减,政府一般支出一减再减,更彰显出以人民利益为重的理念。当前,要继续秉承人民至上的价值理念,以时时放心不下的责任担当,切实保障和改善民生,顺应人民对高品质生活的期待,持续提高公共服务水平。

民生事项千头万绪,既要抓住重点、聚焦薄弱环节,又要着眼长远、完善长效机制。当前,民生领域还有不少短板,城乡区域发展和收入差距依然较大,群众还面临就业、教育、医疗、居住、养老等难题。为此,各地仍需从最突出的问题着眼,从困难群众入手,解决急难愁盼问题。

其中,就业是最大的民生,要继续实施就业优先战略,帮助青年、农民工、脱贫人口、退役军人等重点群体就业创业。同时,兜牢基本民生底线应多做雪中送炭、急人之困的工作。比如,加大低保对象、特困人员、返贫致贫人口、重度残疾人等困难群体帮扶力度,及时救助受自然灾害影响严重地区困难群众,尽力解决好新市民、青年人住房等问题。总体而言,要结合当地实际,坚守底线、突出重点、完善制度、引导预期,扎实有序推动各项惠民、惠民生工作。

不可忽视的是,当前发展的不确定性因素和挑战增多,在财政运行紧平衡态势下要重点处理好“保民生”的几对关系。一是要厘清各级政府间权责,加强系统谋划、形成合力。严格落实“县级为主、市级帮扶、省级兜底、中央支持”原则,加大财力下沉力度、压实地方责任,兜牢兜实“三保”底线。二是协同推动经济发展与民生保障,坚持在发展中改善民生。经济发展是基础,不能“等靠要”,做到稳一方经济、惠一方民生。三是既尽力而为、又量力而行,在积极回应群众期盼的同时,要避免吊高胃口、过度承诺。保障水平提高应建立在经济可持续发展基础上,各地在“守住底线、保障基本”之上调整公共服务标准时,应开展中长期财政承受能力评估和必要审批。

眼下,财政收支矛盾较为突出,亟需在尽力而为、量力而行原则下加强财力保障,形成政策合力。一方面,要完善基本公共服务保障标准体系建设,持续加大面向基层的转移支付,向困难地区和欠发达地区倾斜,并用好财政资金直达机制来直达基层、直接惠企利民。同时,省级政府应进一步统筹财政资源,提升基层预算、执行、应急处置和库款保障水平,及时解决实际困难和处置风险。另一方面,基层政府应压实责任,开源节流、优化结构,多措并举来保障民生。特别是应常抓不懈“过紧日子”,压减非刚性非重点项目支出,杜绝“面子工程”“政绩工程”。此外,统筹好资金、资源和资产,在稳增长、扩内需、促创新发展的基础上,将专项债用于民生领域投资,加大盘活存量资产资金力度,提高资金保障能力和绩效。

(作者系中国社会科学院大学教授、博士生导师)

吉富星

完善标准遏制“维修刺客”

王璇

一段时间以来,消费者在家电维修服务中屡遭“维修刺客”。不少消费者联系家电维修师傅上门后,往往见不到收费价格表,都是由师傅口头报价,由其手写单据,维修价格似乎全凭师傅一张嘴,严重影响了消费者体验。

这背后一个客观原因是如今传统家电维修门店数量减少。随着人工和房租成本上升、智能家电迭代升级速度加快,传统家电维修门店生存成本高、竞争力弱、可替代性强的问题日益凸显。数量减少,可能使维修价格有所提高。

此外,家电维修服务还存在延保服务投诉增多、网络维修服务乱象频发等问题。主要表现为拒绝提供延保服务、延保期产品质量差、虚假宣传、强制购买等。部分电商平台销售的延保服务为第三方服务,服务质量和信誉度不明。线上家电维修服务市场呈现碎片化,品牌度较低。家电维修服务行业呈现规模小、分布散、收费乱等特征。

随着我国家电行业智能家居一体化等消费趋势不断显现,消费者对家电维修产品的需求从“重质量”向“产品与服务并重”转变。推动家电维修服务业更好发展,就要瞄准行业发展的痛点难点,精准发力。

家电维修服务行业标准和规范建设亟需加强。要推进行业标准化建设,培育家电维修服务领跑企业。加快构建家电维修服

务标准体系,指导行业协会建立健全技术服务、质量要求、服务评价等标准规范,推动服务流程标准化、服务人员专业化、服务享受便利化,提升家电维修服务水平。指导培育品牌化、平台化、数字化龙头企业,打造家电维修服务“主力军”。

针对平台企业对商家提供的服务和产品质量监控不到位、管理不严格、平台入驻门槛低等问题,要压实平台主体责任,把好服务消费者第一关。平台应转变经营理念,从注重入驻商家数量转为注重入驻商家质量和服务水平,提高入驻门槛,严格审核资质信息,发挥平台企业集约优势,有效整合各类服务资源,为消费者把好服务关口。

针对家电维修服务行业高技能人才供给不足的问题,要加强政策支持,增加就业岗位。相关部门、行业组织、平台企业定期组织从业人员参加技能培训,提升维修人员服务意识和技能水平。出台扶持政策,加大扶持力度,鼓励灵活就业人员、失业人员自主创业、重新就业,在家门口开设维修门店。鼓励生产企业建立从生产到售后服务的全产业链,创造更多就业岗位。

由于维修服务行业监管涉及多个部门,应加强协作联动,组织引导家电维修、销售、维修企业参与售后维修服务。修订完善现有政策法规,确保线上线下维修服务行业有章可循、有法可依,构建优质高效维修行业。



陶小英作

“顺手买1件”应成共赢之举

“顺手买1件”是近期多个电商平台推出的营销新模式,当消费者订单总额达到活动门槛后,便可在下单页勾选1件包邮商品进行超值换购。该方式有助于推广新品、派送小样、增加复购,也可让消费者买到物美价廉的商品,应成为“双赢”之举。但有消费者表示,付款后遇到虚假发货、商品质量差、退换货难等问题,且下单界面难以打开商品详情页查看,可能损害消费者知情权。莫让“顺手买1件”变成“顺便坑一下”,否则不仅会侵犯消费者的合法权益,还影响消费者对平台的信任,扰乱网购秩序。对此,有关部门应履行好监管职责,进一步完善营销规则,堵严价格、质量等方面漏洞,让“顺手买1件”真正成为商家、平台和消费者的共赢之举。(时锋)

多管齐下吸引利用外资

投资是我国对外交流合作的重点领域。近日,国务院印发《关于进一步优化外商投资环境加大吸引外商投资力度的意见》,要求充分发挥我国超大规模市场优势,更大力度、更加有效吸引和利用外商投资。这是推进高水平对外开放、构建开放型经济新体制的重要内容。为此,需要多管齐下,完善政策措施并强化落实。

扩大市场准入。市场准入是与投资者关系最紧密的权利。扩大外资准入开放度,能通过多种方式促进我国经济增长。例如,现代服务业、高新技术产业的外资能帮助提高我国全要素生产率;节能环保行业的外资有助于发挥投资的减碳作用;鼓励外企投资于人均资本量相对低的地区,包括我国中西部和东北地区,有利于增加资本边际产出;等等。如果在关税、土地使用、企业所得税等方面提供对外企更多优惠,其对外投资意愿将更强。

全面优化营商环境。企业决定对外投资有内外部的原因,内部推动力在于企业特征,包括市场地位、生产率、技术和优势等。外企自身的特征,加上东道国营商环境的整体看法决定了其投资选择。我国引资数量大且持续增长,说明外企认为对华投资能发挥自身优势,实现自身需求。进一步优化营商环境,能为不同优势的外企在华经营提供空间。我国出台了外商投资法、优化营商环境条例等一系列法律法规,正是致力于建设市场化、法治化、国际化的营商环境。

完善服务保障体系。外资企业在东道国有“进入—经营—退出”的不同阶段,其存

在期限长短不一,吸引利用外资,要通过长期经营来获利。为外资企业的服务和保障应覆盖投资的不同阶段,涵盖方方面面内容。在外企进入阶段,我国的服务保障体系应关注审批、规划、用地、用电、环评等方面;在经营阶段,服务保障涉及纳税、贸易、履行合同、能耗等事项;在退出阶段,投资者权益保障、外汇等问题较为重要。为进一步完善外资的服务保障体系,应畅通沟通渠道,提供交流平台,建立长效服务机制,及

潘圆圆时解决外企关注的问题和合理诉求,为企业来华投资经营提供便利。

发挥我国综合优势,以国内大循环吸引全球资源要素。国家外汇局数据显示,过去5年外商在华直接投资收益率为9.1%,在全球范围处于比较高的水平。收益高的重要原因在于我国人口数量多、消费力强,对华投资能享受市场红利。同时,我国在基建、资源、产业链方面的综合优势意味着成本可控。外企看重收益成本相抵之后的回报,这也是外资加码中国的主要原因。在今后相当长时间内,综合优势仍将是我国的独特优势。吸引外资融入我国国内大循环,能够补充资金,更为重要的是获得与资金相伴的产业、技术、人才、管理、竞争等要素。这些要素对我国经济保持活力、寻找新的增长点非常重要。

未来,要以外商和我国经济的双赢为目标,持续优化营商环境,重视外商在华商业所得,促使外资助力我国经济增长。通过我国的引资实践,为全球投资环境改善和经济增长作出贡献。

发展智慧物流前景广阔

王东

我国发展智慧物流,优势明显、前景广阔。需进一步强化政策支持、推进标准化建设、夯实技术基础、做好激励引导,促进智慧物流不断取得新进展。

智能物流机器人、自动化分拣包装设备、无人驾驶车辆、无接触配送……一段时间以来,以新一代信息技术为支撑,运作管理更为高效、货物运输更为便捷的智慧物流在我国快速发展,为物流业转型升级提供了更多可能。

我国发展智慧物流有着良好基础。一方面,近几年与智慧物流相关的物联网、大数据、云计算、物流自动化等技术体系飞速发展,构建了较为坚实的技术基础。另一方面,随着居民生活水平不断提高,人们对物流业提出了更高要求,越来越向往更高效的物流服务。旺盛的市场需求,成为推动智慧物流发展的关键性因素。

发展智慧物流,优势明显、前景广阔。首先,智慧物流创造了物流业发展新模式,推动包括运输、仓储、配送、包装、装卸在内的各环节实现智能化,使传统物流经历产业升级再造,成为我国迈向物流强国的“加速器”。其次,智慧物流能够提升市场供需匹配度,助力制造业生产、批发、零售商之间实现更高效协作,优化餐饮、酒店、旅游、外卖等行业的服务方式,推动乡村振兴向纵深发展。随着新技术的广泛应用、政策举措的相继推出,智慧物流市场活力将进一步激发。2022年,我国智慧物流市场规模接近7000亿元,预计2025年市场规模将超过万亿元。也应看到,与人们个性化、柔性化的物流需求

相比,目前智慧物流发展仍存在一定差距和短板,需多措并举,推动新技术与物流业深度融合,促进智慧物流不断取得新进展。其一,强化政策支持。发展智慧物流,政策支持不可或缺。近年来,国家相继出台支持智慧物流发展的利好政策,有力推动了产业迭代发展,但专项规划仍然缺乏、资金投入不足。为此,在国家层面,应加大政策供给,尽快出台专门的智慧物流发展规划;在地方层面,及时研究制定相应的扶持政策,尽量体现本地化、差异化特征,力避照搬照抄、千篇一律。可加大对智慧物流设施设备的投入,重点关注财政资金使用情况,确保每一分钱都用在刀刃上、花在紧要处。其二,推进标准化建设。当前,智慧物流的标准化建设跟不上其发展步伐,典型应用场景作业标准、设施设备配置标准等未完全构建起来。应加快推进智慧物流标准化建设,构建协调统一的标准体系,抓紧制定关于运载装备、数据信息交换、电子单证的相关标准,加快研究智慧物流

编码、管理、服务、安全等方面的标准,有计划地推进智慧物流标准化试点建设。充分发挥行业协会、重点龙头企业、高等院校、科研机构的作用,引导其参与到智慧物流标准的研究、制定工作中,共促智慧物流规范健康发展。

其三,夯实技术基础。智慧物流,说到底,就是以先进信息技术为支撑的物流新模式。应加速推广物流新技术、新技术、新设备,打造互联互通的物流信息服务平台,建立智慧化仓储管理系统和物流分拣调配系统,重点支持电子标识、自动识别、信息交换、智能交通等先进适用技术的应用。特别是,大力发展智慧末端物流设施,加快自助电子快递箱、智能快递站建设,推动无人车、无人机、仓储机器人应用,打造高效率、高安全性的智慧物流。

其四,做好激励引导。前不久,黑龙江省有关部门发布关于发展智慧物流的奖励资金管理暂行办法,明确由省级财政安排用于发展智慧物流的专项资金,并对补助范围标准、审批下达、使用管理、绩效监督等进行规定。这是一项有益的尝试与探索。应推动智慧物流示范城市、示范企业和示范基地建设,及时总结典型案例、典型模式,利用各种方式推广智慧物流领域先进经验做法,为各地各部门推动智慧物流发展树立标杆、提供示范。