

粮食大事

稳粮价 稳预期 稳市场

新春佳节临近,老百姓关心粮食数量不够、品种多不多、质量好不好,也关心价格稳不稳。应坚持底线思维和极限思维,统筹做好粮食收购和市场调控,完善粮食进口与生产协调机制,推动粮食产业发展,努力推动粮食价格保持在合理水平,给农民顺畅售粮创造有利的市场条件,为增强经济持续回升向好态势提供有力支撑。

去年以来,国内粮价出现了一定程度回落,主要是粮食丰收、需求疲软,粮食出现阶段性供求失衡。最近两年来,国际市场粮价处于低位,尤其是国际小麦、玉米、大豆价格跌到了此前高点的一半左右。伴随国际粮价大幅震荡,国内粮价也有波动。粮食价格过低,会影响农民种粮收益,不利于调动农民种粮积极性。应完善粮食稳价调控机制,统筹抓好粮食收购和市场调控,积极应对粮食价格下行压力,保护种粮农民和粮食主产区积极性。

政策层面,统筹用好政策工具箱,充分发挥政策性收储的支撑作用,提高粮食稳价调控的前瞻性、针对性、有效性。加大储备粮收储轮换力度,保持合理挂牌价格,库点能开尽开,多收快收,有效发挥储备轮换市场的引领带动作用。高效落实储备增储任务,增加小麦、玉米等品种收储规模,积极发

努力推动粮食价格保持在合理水平,应从政策、企业、进口等方面,完善粮食稳价调控机制,统筹抓好粮食收购和市场调控,积极应对粮食价格下行压力,保护种粮农民和粮食主产区积极性。

稳粮市场、稳预期作用。落实好最低收购价政策,及时在河南、江苏、黑龙江、安徽等符合条件的主产区启动稻谷最低收购价收购,对稻谷价格形成有力支撑。

企业层面,新赛季粮上市以来,中储粮集团、中粮集团、中国中化、供销集团、国投集团、北大荒集团、象屿集团等大型粮食骨干企业积极入市收购,在解决农民售粮问题、促进粮食顺畅流通等方面发挥了重要作用。作为粮食流通的主力军,落实宏观调控措施的重要载体,大型粮食骨干企业应继续强化责任担当,服从服务于粮食宏观调控,结合自身收储、贸易、加工等实际,合理安排收购活动,始终在市、均衡收购,活跃市场购销,不断释放积极信号,促进市场逐步回稳,市场预期稳定向好。

进口方面,完善粮食贸易与生产协调机制,精准把握粮食进口规模和节奏,避免粮食进口规模过大冲击国内市场。近年来,我

国构建起国内国际两个市场两种资源优势互补协调配合的粮食安全保障体系,以国内粮食生产稳定供应为主,进口主要用来调剂余缺。2024年,全国粮食产量首次站上了1.4万亿斤的新台阶,中国碗装了更多中国粮,但饲料粮供需存在缺口,粮食供求结构性矛盾突出,每年需要大量进口粮食以满足国内需求。面对当前国内粮食供应压力,控制粮食进口规模是有效应对之策。从海关总署发布的最新数据看,2024年我国累计进口粮食1.58亿吨,同比减少2.3%,小麦、玉米和大米进口量均大幅下降。

做大做强粮食产业,是畅通粮食产销循环的有效途径。我国通过深入实施优质粮食工程,在市场树立起优粮优价导向,形成优粮优购收储格局。各地充分发挥粮食加工引擎作用,拉长粮食产业链,深挖粮食产业价值,让每粒粮食都长成“产业树”,带动粮食就地加工转化,引导种粮农民向“种得

好、产得好、卖得俏”转型,推动主产区从卖原粮向卖产品、卖品牌转型,不断提升粮食附加值,一粒粮食可以变成几十种、几百种甚至几千种产品,身价上涨几倍乃至几十倍。因地制宜举办形式多样、各具特色的产销洽谈活动,加强产销衔接和农企对接,促进粮食跨区域高效顺畅流通。

良好的市场秩序对于稳定粮价至关重要。在一系列收储调控政策支持下,国内粮食市场呈现企稳回升态势。面对粮食行业存在的“恶性价格竞争”现象,应强化市场监管,严厉打击各类涉粮违法违规行为,综合整治“内卷式”竞争,有力维护粮食流通市场秩序,为粮食产业高质量发展创造良好的市场环境。



刘慧

2024年以来,我国经济回升向好态势明显,但经济运行仍面临不少困难和挑战,财政运行仍处于“紧平衡”状态,必须在持续优化支出结构上下功夫、在提高资金效益上精准发力。

当前,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,满足人民日益增长的美好生活需要始终是发展的出发点和落脚点。近年来,我国财政支出结构不断调整、优化,民生等重点领域支出得到有力保障,为经济社会发展提供必要财力支撑。在财政收支矛盾突出的背景下,各级政府持续加大教育、科技、社会保障和就业、卫生健康、农业农村、生态环境等重点领域投入力度,其中70%以上用于民生保障。尤为突出的是,2023年中央本级“三公”经费支出比2019年下降20%,而教育等重点民生领域的支出比2019年增长25.5%。在保障国家重大战略任务方面,2018年至2023年科技支出增长30%。此外,2019年至2023年中央对地方转移支付从7.44万亿元增加到10.29万亿元,增长了38%,地方财力得到进一步保障。

优化财政支出结构会随着内外环境、发展阶段和政府职能重点而变化。在发展中保障和改善民生,仍是财政工作的重中之重。不可忽视的是,当前外部环境变化带来的不利影响加深,还存在国内需求不足、部分企业生产经营困难、群众就业增收面临压力等挑战。与此同时,财政收支矛盾突出,支出领域长期存在“基数+增长”的预算固化问题,还存在支出碎片化、零散化、钱等项目、“撒胡椒面”等现象,以及部分领域分配不优、效益不高等问题。为此,在财政收入承压形势下,需寻求多目标平衡,持续优化财政支出结构,把资金用在刀刃上、用出实效果。

应进一步强化精准投放,更加注重惠民生、促消费、增后劲,持续提高资金使用效益和政策效能。在支出的资金资源统筹方面,从存量与增量、资金与资源等多个维度做好保障、加大支出强度。除一般公共预算外,也需要调动其他方面资源,如增加赤字、超长期特别国债和专项债额度,使用结余、加大国企利润上缴等举措弥补缺口,同时积极盘活各类沉淀资金、闲置资产、存量资源来加强财力统筹。

在支出的投向领域方面,要有保有压,强化民生、消费、科技等重点领域保障。坚持党政机关过“紧日子”,严控一般性支出,加大教育、就业、医疗、养老、社会保障等民生保障和改善力度,尤其要有效保障各类特定群体、困难群体权益,兜牢基层“三保”底线。同时,财政支出逐渐从重投资向消费与投资并重转变,更加注重提振消费、现代化产业体系建设,并以政府投资有效带动更多社会投资。

在支出的效益管理方面,要将绩效管理贯穿于预算编制、执行、监督全过程,切实做到花钱必问效、无效必问责,要注重创新支出方式,发挥资金牵引、撬动作用。

在支出效益的基础支撑方面,进一步加强数字赋能、推动零基预算改革落地见效。零基预算下所有支出预算以零为基、以事定钱,有保有压、能增能减,促进政策跨部门统筹、资金跨部门整合,加强大数据、人工智能运用,实现资金全程追踪、问效和问责。

优化支出结构还要不断提升各级政府治理能力,把保障和改善民生建立在经济发展和财力可持续的基础之上,并协调好中央与地方支出、民生支出与经济建设支出等关系。当前,增加对地方转移支付是必要的,但也要增强中央资源统筹能力,在部分领域提高中央支出占比,下好高质量发展的全国“一盘棋”。在民生支出上,要切实兜牢基本民生保障底线、回应群众呼声,但也要避免吊高胃口、过度承诺,而要尽力而为、量力而行。此外,财政固然要减少竞争性领域投入,但也要因地制宜加大乡村振兴、科技攻关、绿色发展等经济社会发展薄弱环节和关键领域投入。

(作者系中国社会科学院大学教授、博士生导师)

吉富星

做好涉企行政检查“加减法”

年 巍

优化营商环境,应从何处破题?解决经营主体的烦心事,是很好的切入点。在近日举行的“中国经济高质量发展成效”系列新闻发布会上,国家市场监督管理总局有关负责人表示,截至2024年底,全国市场监管部门首违不罚、轻微免罚、减轻处罚的项目清单累计达3952项,按照这3项清单办理的减罚免罚案件超过21万件。

这组数字背后指向的是规范涉企行政检查。曾有一段时间,部分地方行政检查“烦企”问题突出,多头执法、重复检查、随意检查时有发生。2024年,在司法部发布的第一批行政执法监督典型案例中,有企业反映每年都要接受上百次检查,其中最常见的是2021年迎接检查326次,接待检查人员5344人次。如此“车轮战”式上门检查,让企业苦不堪言。

民之所盼,政之所向。中央经济工作会议提出,开展规范涉企执法专项行动。新年伊始,相关政策陆续出台。国务院办公厅印发《关于严格规范涉企行政检查的意见》,对涉企行政检查作出系统全面规范。国家发展改革委印发《全国统一大市场建设指引(试行)》,明确各地区不得利用行政、刑事手段违法干预经济纠纷、侵害经营主体权益。

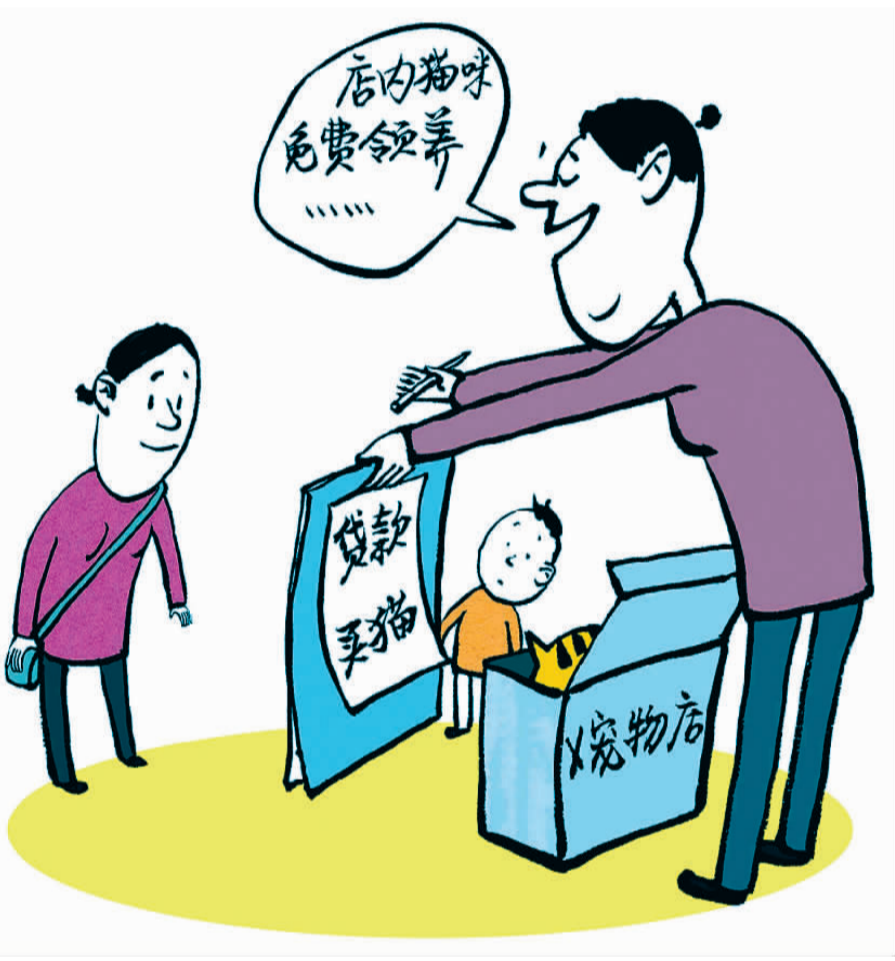
规范涉企行政检查会带来诸多效益。

对企业来说,卸下重担,经营预期稳了,能把更多精力投入研发创新、生产制造、服务提升等关键处,提升市场竞争力。对相关部门而言,借助科学监管,能有效引导企业自觉遵纪守法,推动市场竞争公平有序,促进行业健康发展。涉企行政检查做到位又不越界,还有助于加快政府职能转变,让“有效市场”和“有为政府”更好结合。

近年来,一些地方已经行动起来。比如,浙江运用数字技术实施营商环境“无感监测”,最大限度地减少对企业的干扰。又如,海南实施“预约制”管理,统筹监测涉企检查、调研等活动,赋予企业拒绝不合理调研的权利。上海出台措施规范涉企行政检查,推行“综合查一次”制度,同一行政执法主体对同一检查对象实施多项检查的,原则上应当合并一次进行。

不过,相关部门也不能当“甩手掌柜”。对于那些群众反映强烈、造成恶劣社会影响的突出违法行为,要坚决打击、严惩不贷。至于如何在服务企业上“有求必应”,考验着各地治理水平。需要完善创新创业环境,强化知识产权保护,鼓励企业专注于技术进步和模式创新。在“加”与“减”的实践中,既“放得活”又“管得住”,广大经营主体发展才会更安心、更舒心。

(中国经济网供稿)



王 锋作

别让爱心领养变陷阱

宠物经济近年来发展迅速,市场规模不断扩大,但一些乱象也不时出现。最近,有不少宠物店在门口张贴“免费领养”的告示,实际上却要求消费者以分期付款、押金等方式领养宠物,消费者签订协议后,每月会自动扣款,用来购买商家提供的宠物用品。在此过程中,有的消费者还遇到宠物用品价格虚高、解约难等问题。商家利用消费者的信任和情感需求,通过虚假宣传和隐性条款,获取不当利益。这从一个侧面暴露出该领域市场监管的不足和消费者法律意识的薄弱。对此,有必要加强对宠物经济市场的日常监管,设立行业准入标准,严厉打击虚假宣传以及借助复杂合同条款牟利的行为,还广大消费者一个透明、公平、健康的市场环境。

(时 锋)

产学研研协同育人机制

深化产学研协同,完善科技创新人才培养机制,是实施人才链、产业链、创新链对接,促进高水平科技自立自强的重要环节。近年来,随着教育、科技、人才发展一体化推进,我国培养出一大批科技人才。数据显示,目前,我国企业资源总量达2.2亿人,高技能人才超过6000万人,全球创新指数排名从2015年的第29位快速升至2023年的第12位。在人才的驱动作用下,产学研协同效果明显;2023年,我国企业产业发明专利产业化平均收益达到1033.2万元/件,比企业发明专利产业化平均收益高24.5%。企业通过产学研合作解决关键技术或核心零部件攻关问题的比例达到56.1%。

一系列支持政策的出台,助推产学研协同培养科技人才。《国务院办公厅关于深化产教融合的若干意见》《国家产教融合建设试点实施方案》《产学研合作知识产权相关条款制定指引(试行)》等,构建了产学研协同育人体系框架,通过试点提供了丰富、可复制借鉴经验。不过,当前依旧存在产业需求与人才供给错位、评价机制不完善、流通机制不健全等短板弱项,未来应多措并举,进一步深化产学研协同育人机制,充分发挥政府、高校、企业、人才等各方主体积极性和创造性,创新产学研协同培养科技人才模式,营造产学研深度融合良好生态。

一方面,加大政策支持力度,完善激励

机制,鼓励企业参与高校人才培养,加大对协同育人的投入,鼓励产业集群与高校、科研机构建立深度合作关系。改革人才评价机制,破除“四唯”评价体系,优化人才考核标准,将产学研协同贡献度纳入各级评价指标。加强标准建设,分层分类建立产学研协同育人的人才培养标准、课程教材标准、师资队伍标准和质量监控标准。优化人才配置,建立更加灵活的人才流动机制,为科技人才在不同科研机构、企业和地区之间自由流动提供更多机会。

另一方面,主动适应产业需求,完善培养机制。对于高校来讲,应根据国家、市场、产业发展所需,优化学科布局,加强基础学科、新兴学科、交叉学科建设。推进与行业企业联合招生、联合培养,引导企业参与创新人才培养全过程,探索建立以创新为导向的人才培养机制。高校应与企业共同构建以产学研协同成果为导向的质量监控、评价反馈、晋升激励机制,以评价促效率,以激励促发展,不断提高人才培养质量。高校还应重视思政教育,建立产学研协同创新机制,营造协同育人文化。对企业而言,应强化科技创新主体地位,持续推进校企在科技研发、成果转化等方面的合作。

张婧梅

多举措扩大农产品消费

王庆华

民以食为天。2024年,全国粮食总产量14130亿斤,比上年增加221.8亿斤,在连续9年稳定在1.3万亿斤以上的基础上,首次迈上1.4万亿斤新台阶。我国作为一个农业大国,农产品在经济社会发展中占据着举足轻重的地位。农产品消费一头连着百姓餐桌,关乎民生福祉;另一头连着农业产业,影响着经济发展,全面促进农产品消费意义重大。

农产品消费对农业及相关产业具有强大的带动作用。当农产品消费市场活跃,需求旺盛,会直接促使农业生产规模扩大,农民种植养殖积极性提高。这不仅有利于农业生产的稳定和发展,还能带动上下游产业协同发展。比如,农产品加工行业通过对农产品精深加工,生产出各种食品、饮料等,既提高了农产品附加值,又创造了更多就业机会和经济效益。农产品的流通环节,涉及运输、仓储、销售等多个领域,活跃的农产品消费能让整个产业链条动起来,促进资源的合理配置和高效利用,对宏观经济增长作出重要贡献。

农产品消费与农民收入有着紧密联系。农民收入主要来源于农产品销售,当农产品消费市场良好,价格合理,销售顺畅,农民的收入便能得到更好保障和提高。较高的收入又能让农民有更多

资金投入农业生产中,改善生产条件,形成良性循环。相反,如果农产品消费不畅,出现滞销等情况,农民的收入就会相应减少。促进农产品消费是增加农民收入、缩小城乡差距、推进乡村全面振兴的关键举措。

促进农产品消费需要政府、企业、农民和消费者共同努力。通过提升品质、加强品牌建设、拓展渠道、推动产业融合和加强政策支持等多方面举措,让农产品消费市场更加活跃,为经济社会发展注入强大动力。

品质是农产品的核心竞争力。加强农产品质量监管,建立健全从农田到餐桌的全过程质量追溯体系,确保农产品质量安全。加大对农业生产环节的监管力度,严格控制农药、化肥等农业投入品的使用,严厉打击违规使用高毒高残留农药等行为。积极推广绿色生产技术,鼓励农民采用生态种植、养殖模式,生产出绿色、有机、无污染的农产品。比如,推广生物防治病虫害技术,利用天敌防治害虫,减少化学农药的使用。

品牌是农产品走向市场的重要名片。各地应结合本地特色农产品资源,打造具有地域特色和市场影响力的农产品品牌。深入挖掘农产品背后的文化内涵、历史故事,赋予品牌更多价

值。通过品牌宣传推广,提高品牌知名度和美誉度。例如,一些地方通过举办特色水果采摘节、线上线下宣传等方式,将品牌推向全国市场。同时,注重品牌质量维护,确保品牌农产品始终保持优良的品质和良好的口碑,以品牌效应提升农产品的市场竞争力和附加值,吸引更多消费者购买。

多元的销售渠道是提高农产品销售量的重要保障。大力利用电商平台,搭建农产品线上销售专区,简化销售流程,降低销售成本。鼓励农民和农业企业开展直播带货,通过主播对农产品的展示和介绍,让消费者更直观地了解农产品的特点和优势。还可以加强与社区团购、生鲜超市等合作,开展农产品直供直销,减少中间环节,提高农产品的流通效率。

农业与其他产业深度融合是提升农产品附加值的重要方式。在农业与旅游融合方面,可以开发乡村旅游项目,让游客体验农事活动,品尝新鲜农产品,增加消费者对农产品的认知和喜爱。在农产品深加工方面,加大研发投入,开发出更多种类、更高质量的加工产品。通过产业融合,延长产业链,增加农产品的附加值,提高市场竞争力。