

从黑草莓走红看果业新动向

近日,黑草莓凭借每斤上百元甚至300元的售价冲上热搜,被冠以“水果新贵”。同时,树莓、刺梨等第三代水果走红,也引发网友广泛讨论。从一颗黑草莓,可以窥见果业发展新动向,也让人思考果业竞争力培育的问题。

黑草莓最早由日本育种家培育,国内在其基础上选育出黑珍珠、黑美人等子代品种,两年前就已在多地少量栽培。草莓有白、粉、红等之分,颜色主要由花青素的种类和含量决定。黑草莓的花青素积累较多,所以颜色较深。其果味浓郁、香甜软糯。

其实,水果本身无所谓高端不高端。每种水果都有其独特味道和营养。但是,种植面积、生产成本等不同,导致市场情况各异。客观说,上百元一斤的水果还是脱离了大多数人的购买力。网友们的议论很有代表性:有的说,种得少,物以稀为贵;有的说,十几元一斤的草莓已经又甜又香了;有的说,只适合偶尔尝鲜。

我国水果种类繁多,好吃的水果有的是,营养也各有千秋,消费者可以充分选择。这意味着,不是非要吃某种水果,更不是非要吃某种颜色的。从产业发展的角度看,14亿多人口的大国,农产品必然是百花齐放,各价位各层次的品类都要有而且都会

好品种培育是“十年磨一剑”,回报也是“一招吃十年”。今后做强果业的一个重要方向是,要在确保百姓基本需求的同时,从市场化研发、标准化种植、社会化服务三方面发展国产水果顶流,丰富果业发展阵型。

有。当前我国果业发展的一个重要任务,仍是面向广大消费者提供价格合理、营养安全的基础水果。

当然,有部分消费者追求新奇特,愿意为此支付溢价,生产者也要满足这部分需求。我国是超大规模市场,如果某个水果细分市场能获得十分之一消费者的青睐,市场空间也不得了。需要提醒的是,好价格带来高收益,也不能只让流通端享受,还要让生产端也能分享。如何让产业发展的增值收益更多惠及农民,仍是农业发展亟须解决的问题,也是推动乡村全面振兴的要求。

市场不是一成不变的,今天的新奇特也可能变成明天的大路货。曾经上百元一斤的,过几年可能也就十几元一斤,阳光玫瑰葡萄就是典型例子。2016年,其市场价一度高达每斤200元,敢于尝新的种植户不少走上了致富路,人称“5亩阳光玫瑰换一辆大奔”。此后,全国开始快速扩种。随着产量越来越高,价格自然

就降下来了,最近几年价格跌到每斤10元。

这里要提到第三代水果这个概念。第一代水果指梨、桃、苹果、柑橘等,栽培历史长、开发程度高,占水果产量的大头。第二代水果是近几十年来大规模种植的如猕猴桃、草莓等,面积增长很快。第三代水果是指尚未广泛种植的野生山果及近年来才被重点栽培的特优水果,大多兼具食用和药用价值,备受市场青睐。

其实,第几代水果并不重要,能否满足消费者需求才重要。第三代水果走红,并不意味着前两代水果就不好。优质葡萄、柑橘等经济效益一点也不差,品种也在推陈出新。相较其他农产品,水果的价格需求弹性较大,选择空间大,品牌溢价高。目前,果业已初步形成了优质优价的机制,这驱使生产者不断开发新品种、推出新模式。

我国虽已培育出一大批国产精品水果品种和品牌,但依然无法完全满足消费需

求。一方面,进口水果越来越多。水果是我国传统具有出口优势的品类,但近年来我国已变为水果净进口国。毋庸讳言,果业的国际竞争力在下降。另一方面,越来越多的进口水果实现了国产化种植。例如,蓝莓价格下降就得益于质优价廉的国产蓝莓崛起。

好品种培育是“十年磨一剑”,回报也是“一招吃十年”。以葡萄为例,市场常见的巨峰和阳光玫瑰都源自日本,分别培育于1937年、1988年。近10年来,国内育成葡萄新品种100多个,一批好品种受到消费者欢迎。今后做强果业的一个重要方向是,要在确保百姓基本需求的同时,从市场化研发、标准化种植、社会化服务三方面发展国产水果顶流,丰富果业发展阵型。



技术关怀能否抵御孤独

武晓娟

过去一周,一款面向独居人士的APP经历了从默默无闻、火爆全网到迅速下架的过程。该应用以“连续2日未签到自动向紧急联系人发邮件提醒”为核心功能,旨在解决独居者发生意外后无人知晓的问题。

总体上看,这款APP的实用价值比较有限。其核心机制在于连续2日未签到即发送邮件预警,但很少有人能坚持日复一日按时打卡,加之国内邮件的打开率本就偏低,触达效率远不及短信、微信等即时通信工具。更关键的是,这款APP缺少位置监测、跌倒检测等被动风险识别功能,一旦用户突发意外,根本无法主动操作。因此,与其说它是一款独居安全类APP,不如说它是一种情绪消费产品,与人们购买“孤寡青蛙”“爱因斯坦的脑子”等APP服务并无本质区别。

不过,一款槽点颇多的软件,为何能在短时间内爆发?是谁在为这类应用买单?或许在关注其功能外,还应看到它背后的社会价值。从人口结构来看,我国人口老龄化程度继续加深,空巢老人占比已达59.7%,总数超过1.8亿人。同时,随着社会结构变迁,独居群体也在不断扩大,离乡打拼的上班族、异地求学的学生、频繁出差的商务人

士……越来越多的人过着独居生活。

当人与人之间的自然联结逐渐弱化,“孤独经济”“陪伴经济”随之兴起。近年来,从“搭子文化”悄然流行到“陪诊师”陪伴老年人看病就医,再到AI陪伴机器人提供全天候的情感慰藉,不难发现,一些原本由亲友承担的情感支持,正逐渐成为可量化、可购买的服务。这款APP的意外走红,在于其戳中了独居人群的陪伴需求。

技术或许能提供一时的安全感,但终究只是辅助。无论是独居青年的应急需求,还是空巢老人的养老诉求,比起冷冰冰的数字提醒,他们更需要的是现实生活里的关怀。亲友的关心、邻里间的问候、社区网格员的及时响应、公共服务的精准覆盖,这些真实、具体、可触可感的人际联结与社会支持,构成了抵御孤独、防范风险的关键力量。

说到底,能够真正关怀人的,始终是人。关注独居者在安全与情感上的真实需求,推动完善社区支持体系、加大公共政策的精准介入、让制度与技术的善意温暖更多人,才是我们讨论这款APP的意义所在。

(中国经济网供稿)

优化环境激发健康消费潜能

曹海彬

强化标准引领与科技赋能。由行业主管部门牵头制定健康管理、休闲健身、中医保健等健康消费细分领域的标准与技术规范,提升服务透明度与专业性。鼓励企业运用大数据、人工智能等技术创新健康产品与服务模式,满足居民日益增长的精准化、智能化需求。

打造多元化场景。推动健康产业与文旅、体育、保险、餐饮等领域深度融合,探索制定“健康+产业”融合发展指引,鼓励企业开发中医药康养旅游、山地户外运动健康、健康管理型保险等多元化产品与服务。支持在条件适宜的地区建设一批涵盖生态疗愈、休闲健身、健康管理等功能的复合型康养社区或度假区,打造精品健康旅游示范线路。将健康消费嵌入更广阔的生活与休闲场景,创造持续增长空间。

实施协同监管与信用治理。加强部门联动,对健康消费领域实施贯穿事前、事中、事后后的全链条监管,重点整治虚假宣传、价格欺诈等乱象。针对预付式消费潜在风险,探索建立资金存管、风险预警等防范机制。构建以信用为基础的新型监管机制,建立健全经营主体信用记录与评价体系,实施跨部门联合激励与惩戒,净化市场环境。

合理保障消费者权益。完善消费者投诉举报处理与纠纷调解机制,探索建立健康消费快速维权通道。司法机关可通过发布侵权惩处典型案例,加强警示与指引。还可以通过权威渠道传播科学健康的专业知识,帮助公众提升对健康信息与产品的甄别能力。



陶小莫作

低价体验课莫成“套路课”

9.9元试听、免费体验精品课程……随着体验经济兴起,各式各样的低价体验课程涌入消费者视野,从乐器课、瑜伽课到短视频剪辑课、少儿英语课等,为不少人打开了一扇新兴趣的大门。一次充满期待的体验课,本应是展示教学质量、搭建信任的窗口,却在部分机构变成吸引消费者掉入套路的工具。有的消费者在课后被要求补差价,陷入费用纠纷,有的不时接到骚扰营销电话,还有的遭遇办卡容易、退卡难。种种乱象,影响了市场健康良性发展,有必要通过有力的监管、透明的机制加以规范,还消费者一个更为清朗的市场。(时 锋)

拧紧生态环境监测法治“阀门”

周 茜

2026年全国生态环境保护工作会议的信息显示,2025年,全国生态环境质量持续改善。其中,全国PM_{2.5}平均浓度为28微克/立方米,同比下降4.4%;优良天数比例达到89.3%,同比上升1.9个百分点。这一成绩的取得,原因是多方面的,但与我国一直以来对生态环境监测的重视是分不开的。前段时间公布的《生态环境监测条例》是我国首部生态环境监测领域的专门行政法规,标志着生态环境监测工作全面迈入法治化、规范化、数智化新阶段。

生态环境监测,是运用技术手段对大气、水体、土壤、噪声、海洋、生态等环境要素及其动态变化进行系统性、长期性的观测、测量与评估,旨在科学掌握生态环境质量状况、污染源排放特征及演变趋势。核心流程包括3个环节:一是多源数据采集,综合采用遥感监测、自动站连续观测、现场采样与实验室分析等手段,获取污染物浓度、生态指标、生物多样性等多维度基础数据;二是综合评估分析,运用统计建模、数值模拟等方法,识别环境变化趋势与驱动机制,并依据国家生态环境质量标准及相关技术基准开展系统性评价;三是信息集成与共享,将监测结果及时、准确地向政府、科研机构及公众传递,为环境管理决策、科学研究

和公众参与提供依据。

目前,我国已建成覆盖大气、地表水、地下水、海洋、生态等要素,布局合理、功能完善的生态环境质量监测网络,规模居全球首位。在关键环节,如地表水自动监测站的采样、送样、分析测试等流程,实现了全过程自动化。生态环境管理正加速向精准化、智能化转型,比如在大气污染防治领域,已系统构建针对污染物浓度高值区、重点源排放异常等七大类场景、48种典型问题的应用模型。

也要看到,我国在生态环境监测核心技术、高端装备自主化以及高附加值产品竞争力方面,仍与国际领先水平存在差距。特别是在监测数据处理方面,仍面临难以兼顾复杂性与时效性、多源数据融合不到位等短板,还需进一步健全完善制度,拧紧生态环境监测的法治“阀门”。唯有如此,才能系统推动我国生态环境监测体系实现从有到优、从“全”到“精”的跨越。

强化法治保障,健全监管制度体系。加快配套细则与技术规范的制定修订,明确数据采集、传输、分析各环节要求,形成覆盖“监测—数据—监管—问责”的全链条制度闭环。要严格落实“双罚制”与从业禁止规定,坚决破除排污单位推卸责

生态环境部近日公布了第一批美丽乡村先行区名单,浙江安吉等23个县(市、区)入选。作为农村群众生产生活的家园,乡村既具农业生产功能,也承载着农民生活起居、文化传承等独特价值。乡村建设水平的高低,关乎广大农民生活质量,其中乡村生活空间发挥着重要的桥梁纽带作用。能否创造优质乡村生活空间,事关亿万农民的民生福祉,也影响着乡村全面振兴。中央农村工作会议强调,让乡村生活空间更优质。这为乡村发展带来了新机遇,也为乡村建设提出了新课题。

创造乡村优质生活空间,是一项复杂的系统工程。首先要明确“优质”的标准是什么,以及通过哪些有效举措才能达到这一标准,让乡村优质生活空间可感可触。从乡村建设的实践经验来看,“优质”的标准集中体现在较高的满意度、舒适度、便利度和完备度等层面。满意度,是指广大农民群众对自己及家庭的收入水平感到满意,对收入水平的可持续增长持以积极预期;舒适度,就是农村环境得到有效整治,人居环境得到改善,宜居宜业的和美乡村呈现亮丽“颜值”;便利度,要求农村公共服务和乡村治理体系日渐完善,公共服务资源不断下沉,农民群众在“家门口”就能享受各种优质资源;完备度,是水、电、路、气、网等农村基础设施日渐补齐,农民向现代生活方式转变的条件日渐具备。

创造乡村优质生活,说一千、道一万,增加农民收入是关键,而增加收入主要靠产业。对此,要在确保粮食安全和保障重要农产品有效供给的基础上,开发农业多种功能,培育壮大乡村特色产业,完善联农带农机制。例如,近年来,陕西富平不仅通过统一生产标准、集中销售的方式,让“富平苹果”飘香全国、远销海外,并通过现代化生产方式赋能传统手艺,开辟柿饼产业上下游产业链,让一颗颗小柿子串起一条条坚实的“黄金产业链”,带动村民走向共同富裕。这说明,让农民腰包鼓起来,必须结合本地实际,做大做强农产品加工业,培育更多“土字号”“乡字号”品牌。还可以大力发展乡村休闲旅游业、民俗文化、休闲观光等业态,把农产品增值收益留在农村、留给农民。

创造乡村优质生活空间,必须着力改善、持续提升农村人居环境。过去5年来,许多村庄通过环境整治告别了“脏乱差”,实现了“美整洁”。然而不同村庄的发展水平差异依然明显,村庄环境整治不会一蹴而就。今后一段时间,改善人居环境仍是乡村建设的重点工作,要借用现代技术,推进生活垃圾分类减量、就地就近处理和资源化利用;深入推进农村厕所改造,引导农民开展户内改厕。

在丰衣足食和物质生活富足的今天,公共服务便利化更受关注。近年来,国家对农村基本公共服务不断加大投入,农村公共服务的能力、质量、水平不断增强,一些地方的农民在很多方面享受了“即申即享”“免申即享”服务。但与城市相比,农村养老、医疗、教育、托育等方面的公共服务还面临不小的差距。因此,要进一步推动医疗资源下沉,不断提升乡镇卫生院医疗水平和服务能力。特别是结合实际不断提高村卫生室建设和服务水平,让农民在家门口就能便利看好病、拿好药。要尽力而为、量力而行地解决乡村公交线路少、班次少、老少出行不便利等问题。

基础设施建设关系农民衣食出行,也是检验乡村生活空间完备度的重要标尺。从目前情况看,提升农村基础设施完备性的重点是看基础设施是否满足生产生活需要,配套衔接是否到位,建设、管理是否统筹协调。比如,农村公共道路已基本告别“晴天一身土,雨天两腿泥”,在此基础上,要着力解决路面窄、弯道多、错车难、隐患大等问题。水利设施建设则要进一步推进城乡供水一体化、集中供水规模化,因地制宜实施小型供水工程规范化建设。当然,任何事情都要坚持两点论与重点论相统一的辩证法。基础设施建设要以急需用、兜底性、普惠性为导向,同时综合考虑村庄数量、人口数量等因素,既有的放矢,又不盲目铺排,实现集约、精准、高效。

(作者系江苏省社会科学院研究员)