

粮食大事

粮价稳不稳 关键看生产

俗话说：一粮带百价。粮食是人们生活的必需品，粮食价格波动会影响其他商品价格涨跌，从而影响物价稳定。国家统计局最新发布的数据显示，今年一季度居民消费价格指数(CPI)同比上涨1.3%，属温和上涨。粮食和重要农产品价格总体稳定，粮食生产保持平稳发展态势，为物价水平保持基本稳定奠定了坚实基础。

粮价是影响CPI的重要因素之一。在CPI的统计“篮子”中，粮价的权重已经下降至2%左右，但粮价以及受其影响的食品价格权重加起来仍然接近20%。粮食价格波动频繁，粮价上涨可以直接推动CPI上涨，也可以通过影响产业链下游工业品价格、通胀预期等间接方式推动CPI变动。追溯历史，居民消费价格运行比较平稳的时期，粮食等食品价格往往发挥了重要的“稳定器”作用。从国家统计局发布的数据看，今年一季度，食品价格同比上涨3.7%，影响CPI上涨约0.68个百分点；前3个月猪肉价格环比下降，但因去年同期基数较低，一季度猪肉价格同比上涨8.5%，影响CPI上涨约0.11个百分点。

粮食供应充足为粮价整体平稳运行提供了坚实支撑。去年我国粮食高位增产，产量连续8年稳定在1.3万亿斤以上，为今

粮食是人们生活的必需品，粮食价格其他商品价格的基础。一定要牢牢守住“谷贱伤农”和“米贵伤民”两条底线，确保粮价运行在合理区间，为全年物价水平保持基本稳定夯实基础。

年以来粮食保供稳价提供了有力保障。粮食库存充足，稻谷、小麦两大口粮库存总量大、分布广、比重高，玉米政策性库存进一步充实，粮食库存结构更加优化，市场调控和供给能力稳步增强。一季度累计投放政策性粮食245.7万吨，成交166.6万吨，成交率67.8%，有效满足了市场消费需求。实施粮食进口多元化战略，确保进口的稳定性，一季度累计进口粮食3872.7万吨，同比增长4.7%。在粮食供应充足的情况下，今年以来稻谷、小麦、玉米、大豆等粮食品种价格呈下行态势，但仍然高于去年同期水平。值得一提的是，玉米、豆粕等饲料原料价格稳中回落，有利于降低养殖成本。这也是一季度猪肉价格环比下降的一个重要因素。

市场稳不稳，关键看生产。粮价稳定的首要因素是粮食生产稳定。春耕生产是全年粮食丰收的基础，目前春耕生产形势

较好，全年粮食意向种植面积在17.7亿亩以上，连续4年增加，为粮食保供稳价奠定了坚实基础。夏粮夏油是全年粮食生产的第一季，涉及口粮安全和“油瓶子”安全。从农业农村部的农情调度来看，小麦、油菜等夏收作物长势较好，夏粮丰收基础较好。在国家持续提高早稻最低收购价政策的带动下，南方产区农户种植早稻积极性相对较高。为了调动农户种植大豆积极性，国家出台大豆生产一揽子扶持政策措施，全国大豆种植意向面积稳中略增。

粮食生产成本是影响粮价稳定的重要因素。今年以来，化肥、农药、种子等农资价格居高不下，导致粮食生产成本不断增加，挤压种粮收益空间，影响农民投资粮食生产的积极性。为了确保春耕生产顺利进行，有关部门一方面从产、供、储、销、用等环节入手实施一系列农资保供稳价政策措施，切实保障农资市场量足价稳；另一方面中央财

政加大补贴力度，缓解农资价格上涨带来的增支影响。近期，中央财政下达100亿元资金补贴实际种粮农民之后，又下达了第一批农业生产防灾救灾资金12.51亿元，主要用于支持黑龙江、山东、河南、广东等相关省(区、市)购置小麦、水稻、玉米等农作物重大病虫害防控所需农药、药械等物资，并对统防统治作业服务给予适当补助，这有助于进一步调动农民种粮积极性，为春耕生产提供有力支持。

从目前来看，我国粮食供应充足，调控手段丰富，粮价平稳运行有充足保障，但粮价上涨的因素仍然存在。例如，粮食生产仍然面临着农资价格上涨、病虫害、自然灾害等诸多挑战，外部环境还面临很多不稳定、不确定因素，国内需求正在逐步恢复。一定要牢牢守住“谷贱伤农”和“米贵伤民”两条底线，确保粮价运行在合理区间，为全年物价水平保持基本稳定夯实基础。



刘慧

日前，习近平总书记在广东省湛江市考察时提出，要树立大食物观，既向陆地要食物，也向海洋要食物，耕海牧渔，建设海上牧场、“蓝色粮仓”。当前，推动海水养殖由近岸浅水向离岸深海转移是必然趋势，深远海养殖也将成为我国海洋食物生产的主要增长点。

目前我国海水养殖主要集中在水深不超过20米的潮间带和近浅海区域，长期的高密度养殖已导致近海养殖容量趋于饱和、海域承载力接近极限，并引发了养殖海域富营养化、养殖病害频发以及养殖水产品品质堪忧等一系列问题。发展深远海养殖对于保障国家粮食安全、缓解近海生态环境压力、实现海洋渔业可持续发展具有战略意义。

发展深远海养殖，将养殖活动拓展到水流交换条件更好的深远海，不仅可以解决近岸不通水体交换条件下的鱼类抑制摄食、生长缓慢、发病率高的问题，还可有效缓解近岸养殖压力、改善近海生态环境并促进海水养殖业实现绿色生态转型。据研究测算，以30米等深线为限，扣除近岸传统海水养殖区、港口航道、海洋保护区等其他海洋功能区，全国可用于养殖开发的离岸海域约20万平方公里，如果扩大人工鱼礁投放规模和海洋底播面积，并选择适宜水域发展规模化、集约化深水设施养殖，到2050年全国可养殖面积的十分之一将得到开发，使离岸养殖达到当前近岸海水养殖规模，预计可增产优质海水水产品1000万吨。这将极大缓解我国食物生产面临的资源环境压力，提高国家粮食安全保障水平。

我国深远海养殖起步较晚，但近年来随着深水抗风浪养殖装备技术取得重大突破，深远海养殖实现了快速发展，出现了远海围栏、深水网箱、养殖工船等多元化养殖模式，深远海养殖产量呈快速上升态势。同时，我国深远海养殖在设施装备、产业链配套、管理制度、支持保障等方面仍存在发展约束，亟待研究解决。

我国现有海水养殖技术主要基于近岸生产实践积累，尚未构建起复杂海况条件下规模化、标准化的深远海养殖体系。在养殖品种选择、苗种繁育、饲料生产、病害防治、生产工艺等方面缺乏系统研究，生产物资供应、能源供给、渔获保鲜与加工、冷链物流、流通渠道建设等产业链环节仍不完善，养殖生产与终端消费之间的链接不够畅通。

同时，在深远海养殖过程中也存在一些亟待解决的问题，比如发展的顶层设计缺失，深远海养殖空间规划与生产布局缺乏科学指导，在深远海养殖用海审批、生产准入审批、海域使用金征收等方面仍存在制度缺口。同时，与深远海养殖相关的项目补助、信贷优惠等支持政策体系仍不完善，水文气象服务、海洋工程设施试验场建设等公共服务滞后，面向深远海养殖的商业保险市场发展缓慢，保险产品严重缺乏。

基于上述问题，需要中央与地方政府、企业协同，分层设计、精准施策，打造深远海养殖的“中国模式”，推动我国深远海养殖高质量发展。

一要搞好顶层设计。研究制定深远海养殖用海、生产准入等方面的审批制度和标准，明确行业进入门槛。强化深远海养殖管理，研究出台深远海养殖技术标准和操作规程，为经营主体生产过程提供技术遵循。强化规划引领，由农业农村部牵头制定深远海养殖发展规划，为地方深远海养殖生产布局和规范管理等提供依据。

二要完善支持政策体系。建议主管部门比照远洋渔业和海洋牧场支持政策，健全深远海养殖支持政策体系，包括对深远海养殖工程设施建设与购置给予税收优惠和财政补贴，对项目海域使用金给予减免或返还。建立完善深远海养殖政策性保险体系。授权地方海洋渔业主管部门办理深远海养殖海域使用证；为深远海养殖产品开展原产地认定等。

三要培育技术研发与产业链。中央与地方应分层施策，中央主管部门围绕深远海养殖设立重点研发专项，围绕深远海养殖苗种选育、病害防治、饲料研发、保鲜加工等关键技术组织技术攻关，构建完善的产业链技术支持体系。地方政府着力围绕产业链各环节做好公共服务，搭建销售平台，推进品牌建设，为深远海养殖发展提供支撑保障。

畅通区域营商环境一体化

屈晓东

好的营商环境就像阳光、水和空气。近年来，区域营商环境一体化已迈出实质性步伐，取得了一定成效。优化营商环境，是一场深刻的体制改革和制度创新，是一项基础性、系统性工程，任重而道远。未来，加快推进区域营商环境一体化，亟需厘清并解决好一些深层次问题，建立规则统一的制度体系，消除阻碍生产要素自由流动的壁垒。

目前，区域营商环境发展还存在不平衡不协调不统一的问题，地方保护和区别对待仍不时出现。受多种因素影响，统一的市场体系还有待完善，部分政务服务窗口中的政府职能存在“条块分割”，一些业务难以整合，这就导致企业和群众跨区域办事“重复跑路”。此外，能够异地办理的事项数量和异地通办水平与群众的期盼仍有不少差距。

还要看到，一些地方的监管环境存在多头管理和监管盲区。由于市场监管规则尚未有效对接，一方面，管理人员的执法方式比较简单化，容易出现“一罚了事”的情况；另一方面，部分地方部门对“新业态”“新模式”缺少包容，习惯“一禁了之”。更重要的是，区域的发展环境存在衔接不畅和普惠性不足，如一些专项政策缺乏对外合作，更青睐本地企业等。

可以说，政策均等化、服务同质化、管理同城化、发展协同化是推进区域营商环

境一体化的主方向。为此，应当在扫清办事障碍上按下“删除键”，在提高服务效率上按下“快进键”，在维护市场公平上按下“刷新键”。具体可从四方面入手。

一是破除隐性壁垒，推动市场环境一体化。要推动许可事项清单合一、证照资质互认，实现市场准入标准统一。比如，可以聚焦工程建设、教育、医疗等领域，集中清理市场准入不合理的门槛。

二是以数字化和标准化为引领，推动政务环境一体化。让“一网通办”变成“一网好办”，围绕企业准入、运行、发展、退出和项目审批、建设、投产等“全生命周期”的行政审批事项，通过资源共享、数据互通、服务协同实现事项标准化、内容数字化和信息一体化，实施跨区域、跨部门、跨系统、跨层级的业务协同。

三是统一规则和操作，推动监管环境一体化。对于地方有关部门来说，要贯彻落实《优化营商环境条例》，加快“联合”“联动”，维护跨区域市场秩序，让市场监管联合执法成为常态。

四是构建“共商、共建、共享、共赢、共生”的利益共同体，推动发展环境一体化。只有以责任共担、利益共享为原则，才能真正实现“规划同图、计划同步、项目同库”，进而建设分工合作产业生态圈、便捷畅通交通圈、便利共享生活圈，等等。

(中国经济网供稿)

藏区牛奶、内蒙古牛肉干、云南古树红茶……一段时间以来，消费帮扶让各地特色农副产品走上更多家庭的餐桌。消费帮扶通过“以销代帮”“以购代扶”的方式，将脱贫地区农产品与城市市场需求精准连接，成为助力乡村振兴的新引擎。2022年，全国累计采购和帮助销售脱贫地区农产品1115.6亿元。

一方面，消费帮扶推动脱贫地区农产品进城，帮助脱贫地区农户增收，夯实特色产业基础，实现经济利益和社会效益的统一。另一方面，通过消费帮扶这一载体，构建农村电商体系，完善乡村地区物流、冷库等基础设施，补齐脱贫地区农村基础设施短板。不过，在目前的实践中，消费帮扶还存在农产品标识信息模糊、食品安全认证困难、产品质量与销售环节难以追溯等问题。

对此，需从供给端、连接端、消费端提升消费帮扶质效。其一，塑造脱贫地区农产品品牌。实施脱贫地区农产品质量安全保障工程，帮助脱贫地区农户采用现代信息技术采集、留存生产经营信息，完善全产业链农产品质量安全追溯体系，引导优质农产品供给。推动农科院等专业机构参与对口脱贫地区特色产品开发，挖掘脱贫地区多元价值，引导有条件的脱贫地区乡村融入乡村旅游产业体系，将优秀地域文化元素与品牌构

提升消费帮扶质效

建相结合，帮助脱贫地区培育品牌，提升消费帮扶质效。其二，畅通脱贫地区农产品运输通道。加快脱贫地区仓储保鲜设施、冷链集配中心、冷链物流基地建设，帮助脱贫地区鲜活农产品生产与消费进行有机衔接。支持邮政、快递企业网点下沉，推动乡村地区物流网点规范化运营，加大物流降费力度，降低脱贫地区运输成本，帮助脱贫地区农产品构建从产地到餐桌的快捷、高效物流通道。探索直播带货、定向采购、展会促销农产品消费帮扶新模式，制定脱贫地区消费帮扶产品名录，帮助脱贫地区做好农产品售后服务工作。

其三，吸纳多元主体，参与巩固脱贫地区消费帮扶。打造“帮扶+合作”“帮扶+宣传”“帮扶+帮销”模式，提升消费帮扶质效。为脱贫地区农户带来增收实效。动员政府部门、企事业单位和个人投入消费帮扶工作中，组织连锁超市、农产品批发市场等农产品流通主体对接农民专业合作社、种植农户，形成长效稳定合作机制，鼓励采取“以购代捐”形式购买帮扶产品。利用数字技术智能化推广帮扶地区农产品，支持通过网络直播带货等方式，引导消费者从脱贫地区直接购买农产品，将更多收益留在当地。

黄敦

周迅



徐骏作(新华社发)

扎实推进“三支一扶”计划

人社部日前表示，将会同有关部门启动实施2023年“三支一扶”计划，选派3.4万名高校毕业生到基层服务，继续向民族地区、边疆地区和乡村振兴重点帮扶地区倾斜，中西部地区将占到中央财政补助名额的83.5%。该计划自2006年实施以来，已累计选派51万名高校毕业生到基层从事支教、支农、支医和帮扶乡村振兴服务工作，对促进基层事业发展、优化基层人才结构等发挥了积极作用。接下来，人社部将从拓展服务岗位、强化培养使用、健全服务保障、加强宣传引导四方面扎实推进计划。

(时锋)

探索区域公用品牌富农路径

黄凤

农业农村部近日印发的《支持脱贫地区打造区域公用品牌实施方案(2023—2025年)》指出，到2025年，脱贫地区品牌打造能力明显提升，品牌产品市场占有率、溢价能力明显提高，品牌引领提升产业质量效益和竞争力作用明显加强，带动50个质量过硬、特色鲜明、带动力强的精品区域公用品牌。

从2017年“推进区域农产品公用品牌建设”首次写入中央一号文件，到2018年《关于实施乡村振兴战略的意见》将区域公用品牌作为重要抓手，再到2022年国家发展改革委等七部门联合印发了《关于新时代推进品牌建设的指导意见》提出“开展脱贫地区农业品牌帮扶”，特别是2023年中央一号文件提出要支持脱贫地区打造区域公用品牌，区域公用品牌建设已经成为乡村振兴的重要发力点。

在农业品牌化战略指引下，“黑土优品”“好品山东”“天豫名品”“天赋河套”“味见汉中”等区域公用品牌不断推出。目前，我国省级重点培育的区域公用品牌已有300多个，品牌农产品平均溢价超过20%。区域公用品牌架起了优质农产品生产和消费的桥梁，是助推脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔

接的重要途径。其区域性、协同性、非排他性决定了区域农产品品牌的使用、机会、资源具有共创、共享的特点，有利于更多小农户融入产业链，分享农产品品牌溢价，是实现农业高质量发展，推动农业增收、农民富裕的重要抓手。

第一，洞悉消费趋势，以区域公用品牌引领品牌体系构建。随着消费升级，品牌农产品消费呈现数量增长、溢价能力增强、复购率提高的特点。应紧扣当地农业特色，探索“区域公用品牌+企业品牌+产品品牌”的协调机制，建立农产品品牌管理和保护体系，降低生产主体进入市场的成本，实现品牌农产品优质优价；构建“全产业链公共服务业一体化”的发展模式，完善项目申报、标准化生产、追溯体系建设等品牌支持体系，提高生产主体应对市场的能力，实现品牌主体做大做强。

第二，践行大食物观，以区域公用品牌带动产业收益增加。“大食物观”意味着产业结构的调整，以区域公用品牌为小切口，推动农业产业结构实现大变化。应紧抓区域公用品牌赋能效应，推进“科研院所+公司+基地+农户”的产学研模式，建立区域食品科技创新中心和功能性食品等，提升农产品附加值；深挖融合发展元素，引导农业产业与生态、健康、娱乐等产业深度融合，打造区域公用品牌多元业态，提升区域公用品牌价值创造能力。

第三，创新经营模式，以区域公用品牌强化主体利益联结。发挥区域公用品牌带动作用，强化产业主体的服务和利益联结，推动小农户生产向集约化发展。应紧跟区域公用品牌发展机遇，构建区域公用品牌引领的农业产业链闭环运营模式，提升龙头企业与合作社、农户的互掣程度，促进农户深度融入产业链价值链，分享更多增值收益；构建区域公用品牌引领的产业联盟、产业协会等联合发展模式，促进不同主体开展多形式、多层次合作，推动小农户由“自产自销”变为“组团共管”，促进农户规模化组织化发展，获得更大增收潜力。