

粮食大事

以粮为棋 破壁固本

我国日前宣布,对原产于美国的小麦、玉米加征15%关税,对高粱、大豆、猪肉、牛肉、水产品、乳制品加征10%关税,对原产于加拿大的菜籽油、油漆、饼干、大豆加征100%关税。这是对美加两国关税壁垒的防守反击。对国内农业来说,也产生了“破壁”又“固本”的作用,形成攻守兼备的战略平衡,在复杂的国际贸易摩擦中确保粮食安全稳定供给。

关税是调节进口农产品价格的重要工具。我国是世界粮食进口大国,美国是我国大豆、小麦和玉米等农产品进口重要来源地,加拿大是我国油菜籽、豌豆等农产品进口的重要来源地。为降低进口对国内粮食安全的影响,长期以来我国对小麦、玉米和大米三大主粮实施进口配额管理,配额内进口征收1%关税,配额外进口征收65%关税。同时,对大豆、油菜籽、豌豆等不在配额管理范围内的农产品进口征收较低关税。国外粮价低,再加上我国进口农产品关税较低,国内外粮价倒挂严重,大量低价粮进口,在稳定国内粮食供给的同时,也对国内粮食产业安全造成不同程度损害。短期来看,我国对美国、加拿大农产品加征关税,相关产品可能面临价格波动,但也可以减少进

我国在粮食安全领域已建立较为成熟的调控体系,从“单向调控”向“系统治理”转型。在提高国内粮食供给韧性的同时,还应着眼于全球粮食产业链供应链韧性建设,在开放与保护的辩证统一中筑牢粮食安全根基。

口粮食对国内市场的冲击,保护种粮农民利益,维护粮食产业安全。

长期来看,我国对美国、加拿大部分农产品加征关税,对内可以催生替代效应,促进农业种植结构调整,增加相关产品播种面积,起到固本作用。2024年我国粮食产量首次突破1.4万亿斤,人均粮食产量达到1000斤,储备充足,足以应对加征关税可能带来的风险挑战。近两年来,我国部分粮食品种出现阶段性过剩,结构性矛盾仍比较突出。例如,大豆自给率低,高油高产大豆短缺;口粮实现绝对安全,但优质强筋小麦及富硒、富锌、富钙等健康型新品种粮食较少。今年,我国将持续增强粮食等重要农产品供给保障,通过耕地保护、种业振兴、科技兴农等措施,深入推进粮油作物大面积单产提升行动,确保粮食产量稳定在1.4万亿斤左右。

加大种植结构调整力度,多措并举巩固大豆扩种成果,挖掘油菜、花生扩种潜力,支持发展油茶等木本油料,提高大豆油料自给率,减少对外依存度,为保障粮食安全增添底气。

对美国、加拿大部分农产品加征关税,对外可进一步推动进口渠道多元化,降低进口单一渠道带来的风险,提升我国在国际粮食贸易中的议价能力,确保粮食进口主导权和稳定性。在稳定巩固传统进口来源地的同时,我国不断深化与南美、大洋洲、东欧、东南亚等传统粮源地合作,有效拓展新的进口粮源地。大豆进口来源地已从美国拓展到巴西、阿根廷、俄罗斯以及非洲的一些国家,形成了以巴西豆为主、美豆为辅的进口格局;玉米进口来源地从美国拓展到巴西等国;小麦进口来源地主要包括美国、加拿大、

澳大利亚等国;油菜籽进口主要来自加拿大、澳大利亚等国。我国已与140多个国家和地区开展农业合作,朋友圈越来越大,进口品种越来越丰富。目前来看,加征关税对国内市场影响有限,不太可能导致国内市场剧烈震荡。

站在历史维度审视,加征关税始终是维护粮食安全的手段,而非目的。我国在粮食安全领域已建立较为成熟的调控体系,从“单向调控”向“系统治理”转型。在提高国内粮食供给韧性的同时,还应着眼于全球粮食产业链供应链韧性建设,在开放与保护的辩证统一中筑牢粮食安全根基,从而在变局中把握战略主动。



刘慧

邢伟

“无忧退”细节中见功夫

李苑

海南三亚市近日发布《三亚市住宿业客房预订退订指导意见(试行)》,明确规定法定节假日期间,住宿业经营者及线上预订平台应遵循客房入住前7日以上无理由全额退款;法定节假日(包括元旦、春节、清明节、劳动节、端午节、中秋节与国庆节)期间,这一期限延长至15日,引发关注。

作为国内热门旅游目的地,三亚凭借得天独厚的自然禀赋和丰富的旅游资源,每年吸引着络绎不绝的游客前来观光度假。但参差不齐的服务水平影响了地区的整体口碑,尤其是因“退订难”引发的纠纷屡见不鲜,给游客、商家均带来损失。

新规要求平台清晰标注退订政策,禁止模糊表述,并通过“信用退”“无忧退”等机制提升服务质量。这一转变使线上平台预订的直客散客免于临时行程调整造成的经济损失,凸显对游客服务体验和服务品质的高度重视,也为住宿业退订行为提供了明确的准则,减少了商家随意设置退订门槛的行为,有效规范了市场秩序。

从行业和城市发展角度看,新规增强了灵活性和满意度,在一定程度上实现了住宿业从“退订难”到“无忧退”的转变,也为推动旅游业有效服务竞争提供了新思路:当消费者敢于放心预订,商家能够安心经营时,三亚作为国际旅游目的地的竞争力才能真正提升。

不过,新规在实施过程中仍面临挑战。首先,增加了房源空置风险,尤其在旅游淡季,频繁退订可能导致房源空置率上升,商家损失难以完全弥补。特别是中小经营者的抗风险能力较弱,如何保障其合法权益,需要妥善考虑。其次,在法定节假日期间的旅游旺季,如寒暑假等,现有退订规则要有效应对市场波动,还需进一步细化和完善。

此外,线上平台作为规定落地的关键环节,如何防范部分消费者滥用无理由退订规定,如恶意占房后集中退订,有效平衡灵活性与约束力,是需要研究的问题。新规对“特价房”的界定较为模糊,仍可能引发“虚假促销”争议。

旅游业的高质量发展不能仅依赖自然禀赋和行政监管,而是要构建公平、可持续的市场生态;对商家来说,可通过税收优惠、空置房补贴等缓解经营压力;对消费者来说,需加强信用积分管理,限制恶意退订行为;对平台来说,应利用大数据等技术赋能管理,减少资源浪费。

确保新规有效实施,基础在于需兼顾多方利益,关键在于细节设计。唯有实现消费者权益、经营者利益和平台责任的动态平衡,才能真正将制度优势转化为治理效能。期待“无忧退”成为三亚旅游的金字招牌,为全国旅游业高质量发展提供可复制的范本。

放大物流业

中国物流与采购联合会日前发布的数据显示,2024年全国社会物流总额360.6万亿元,同比增长5.8%,增速比上年提高0.6个百分点;全年物流业总收入13.8万亿元,同比增长4.9%;社会物流总费用与GDP的比率为14.1%,比上年下降0.3个百分点。总体来看,物流市场规模平稳增长,而社会物流成本稳步下降,呈现出稳中向好态势。

我国是全球物流需求最大的市场。从国内环境看,随着经济结构调整和产业转型升级持续推进,传统物流模式应与时俱进,进一步向智能化、绿色化转型,有效降低成本。今年的政府工作报告提出,实施降低全社会物流成本专项行动,完善跨境寄递物流体系。物流政策环境持续改善,市场规模优势不断巩固,社会运行效率稳步提升,将为经济高质量发展注入强劲动力。

巩固物流长期向好发展态势,要从企业、产业等角度着手,更好发挥物流通循环、促进消费的重要作用,为经济社会发展发展舒筋活络。

一方面,做大企业规模,做强网络枢纽。物流企业要进一步平衡差异性、体现均衡性,提升综合服务竞争力,扩大市场规模效应。领军物流企业要在网络联通、产业融合、创新驱动上发挥示范引领作用,骨干物流企业要聚焦专业优势领域,强化战略资源配置,优化自身产业布局,成长中的物流企业要在兼并重组、联盟整合、平台建设等方面持续发力。完善交通物流网

络体系,扩大民航物流网络覆盖范围,提升铁路运输能力与物流效率。深化“通道+枢纽+网络”运行体系,推进物流枢纽、冷链物流基地、示范物流园区和物流通道布局建设与调整优化,建设区域经济转型的战略支点。

另一方面,做优产业融合,做好智能转型。物流与制造业、商贸业、农业相互融合,有效提升了产业链效率和供应链韧性。通过技术创新和管理创新,深化产业链重组、供应链重构、价值链重塑,从供需匹配向产业融合转变,通过流程互联、信息互动、资源共享构建更优质的供应链物流体系。持续推动物流、生产制造和电子商务形成高效供应链,从单一运输配送服务向仓储服务、综合物流服务转型,通过补链、延链、强链不断向工业制造、商业流通、农产品运输、食品及医药冷链、国际贸易等领域渗透,促进供应链资源集成和渠道融合。开展“人工智能+物流”行动,利用物流大市场和多场景特点,系统推进技术创新、市场化发展和产业生态建设。

此外,进一步将绿色低碳理念融入实践。升级改造枢纽设施、仓储设施,加快新能源物流车替代传统燃油车普及速度,提升中重型货车渗透率,加大绿色包装推广力度,启动碳排放核算及相关认证工作,提高可降解包装材料使用率,大幅减少包装废弃物的产生,显著降低企业能耗和排放水平,推动构建绿色低碳的物流发展模式。

舒筋活络

作用

本版编辑 梁剑箫 仇莉娜 来稿邮箱 mzijgc@163.com



刘志永作

不可放任电商虚假宣传

一枚小小的植物萃取饼,被包装成能主动捕捉分解灰尘、让全家一尘不染的好物;一瓶普通的沐浴露,被宣传为洗哪儿瘦哪儿,比健身瘦得更快的减脂神器……近日有调查发现,电商平台上一一些宣称有“神奇”功效的商品大多是虚假宣传,有些甚至是“三无”产品。商家往往用奇特、绝对化的宣传营销手段,用低价拿捏消费者试一试的心态。即使消费者发现受骗,也可能因商品价格低、退货麻烦而放弃维权。这种行为破坏了平台的正常秩序,也伤害了消费者的感情。平台应采取下架、向有关部门报告等措施加强管理,并限制向消费者推送这些信息。监管部门也应及时出手治理虚假宣传,维护良好的网络购物生态。(时锋)

推广新技术新模式丰富森林粮库

王涛

今年中央一号文件提出,“发展森林食品,丰富‘森林粮库’”。森林是集水库、粮库、钱库、碳库于一体的大宝库,发展森林食品,不与粮争田、不与农争地,兼具生态效益、经济效益、社会效益,是构建多元化食物供给体系、保障国家粮食安全的重要举措。森林食品主要是指森林或者林地生产的食物,包括可食性果实、花、叶、枝、皮、根、脂液以及寄生物、附生物等非木质林产品。国家林业和草原局统计显示,全国森林食物年产量超过2亿吨,已经成为我国继粮食、蔬菜之后的第三大重要农产品,人均森林食物产量140公斤左右,居世界前列。开发森林食物不仅能丰富食物供给体系,调整改善大众食物营养体系科学配比,满足人民美好生活需要,还能为发展林下经济提供支撑点与发力点。

开发森林食品尽管前景广阔,但也面临诸多现实问题。森林食品从产地到餐桌,历经许多环节,容易出现质量安全问题。例如,农药、兽药、杀虫剂的残留,以及非法滥用添加剂等问题,可能导致食物中毒,严重损害消费者健康。又如,规模化基础薄弱,受环境因素制约较多,不易实现一致性

生产。此外,技术研发与深加工能力不足,多数森林食品处于初级加工阶段,附加值不高。高质量发展森林食品,需从多方面着手。

制定发展规划,科学选择重点产业和发展目标。根据《“十四五”林业草原保护发展规划纲要》和《林草产业发展规划(2021—2025年)》,明确森林食品发展的目标和任务。根据需求情况,扩大油茶、油橄榄、仁用杏等木本油料种植面积,实施加快油茶产业发展行动,建设高标准油茶生产基地,改造提升低产林。稳定核桃、板栗、枣类种植面积,建设特色鲜明、集中连片、链条健全的优势产业带。积极发展林果、竹笋及可产饮料调料的产业。规范发展林下种植养殖,推广林药、林菌、林菜、林下浆果等森林复合经营模式,积极发展林禽、林畜、林蜂等林下养殖,开发新型森林食品。

加强科技创新和标准化生产。借鉴绿色食品的发展经验,建立健全森林食品标准体系,加强科技创新,推进品牌建设,完善产业链。确保森林食品在生产过程中严格控制有毒有害物质的使用,保持其原生态、无污染、健康、安全等特征。优质品种的培育可以提高产量、抗逆性和营养价值,降低生产成本,推动森林食品的规范化和规模化发

服务消费一举托两头,一头连着民生福祉,更好满足人民美好生活需要,一头连着经济发展,释放高质量发展新动能。当前,随着一系列利好政策出台,增量政策与存量政策协同发力,我国服务消费需求充分激发,供给逐步优化,模式不断创新,群众满意度显著提升,已经成为拉动消费增长的强劲引擎。

近年来,我国服务消费呈现新特征新趋势,餐饮住宿、家政服务、养老托育等基础型服务消费需求旺盛,文化旅游、休闲娱乐、教育培训等改善型服务消费持续增长。目前我国服务消费规模在7万亿元左右,预计2025年将达到30万亿元左右;家政服务业市场规模已超万亿元,服务需求仍在持续释放;2013年至2023年,居民人均服务性消费支出占比从39.7%提升到45.2%,提高5.5个百分点。随着物联网、大数据、人工智能、虚拟现实等新技术在服务消费领域加快应用,人民对美好生活的向往带来服务消费新需求,推动服务消费模式、场景不断创新,邮轮游艇、低空飞行、电子竞技等新业态不断发展,有效扩充了服务消费内容、增大服务消费空间。

接下来,进一步增强服务消费质量,需从多角度施策。

激发多层次服务消费需求。实施提振消费专项行动,激发群众消费的内生动力,提升消费意愿,培育消费新增长点。基础性消费重在挖掘潜力,提升服务质量和水平。加强政策引导和服务监督,降低消费门槛,不断增进民生福祉。改善型消费重在激发活力,提高人们生活品质。强化精准对接和科技赋能,创新服务内容、服务场景和服务模式,更好为社会公众提供多样化、个性化的消费服务。顺应不同代际消费人群的特征、行为和心理需求,积极开发和提供多样化、个性化的服务消费,满足不同年龄、圈层人群消费需求。如养老服务领域,利用财政补贴、税收优惠等方式推动智慧养老产品的开发,提供多种形式的新型养老服务,满足老年人日益多样化的养老服务需求。

创新多样化服务消费场景。围绕服务消费扩容提质,聚焦贴近群众生活、需求潜力大、带动作用强的服务消费重点领域,不断丰富消费场景。加快服务消费的线上线下融合,利用数字技术更新传统生活服务的交付模式、体验模式、运营模式,以智能技术推动服务消费结构优化升级。通过虚拟现实和增强现实技术,打造沉浸式体验消费场景,增强服务消费的趣味性和互动性。推动商业综合体与文化、体育、教育、娱乐、健康等融合发展,打造多业态、复合化服务消费场景,增强国风消费及“演出经济”“文博经济”“赛事经济”等多种业态的协同联动。推动“冰雪+美食”“冰雪+非遗”“冰雪+康养”“冰雪+民俗”等深度融合,形成冰雪经济新场景,让“冷资源”释放“热消费”。

提升服务消费品质。实施服务消费提质惠民行动,深化服务消费供给侧结构性改革,扩大服务消费领域制度型开放,以供给创造需求,以开放优化供给,推动服务消费品质提升。促进商贸、健康、养老、托育、文化、旅游、体育、家政、餐饮等服务消费向高品质和多样化升级,培育专业度高、覆盖面广、影响力大、放心安全的服务精品,做强做精服务品牌。加强服务企业的品牌意识,支持领军企业打响服务品牌,组织培育一批国际知名的“中国服务”品牌和特色区域服务品牌。

优化服务消费环境。落实好带薪年休假制度,释放节假日消费需求。制定修订一批服务消费重点领域国家标准、行业标准,完善文化旅游、餐饮住宿、养老托育、数字消费等领域标准,强化健康、养老、家政、知识产权等领域标准实施应用,推动服务企业公布实施服务质量承诺和执行标准。建立服务质量监测评价和结果通报制度,进一步推进母婴护理、养老、健康、旅游等领域认证力度,促进各行业筑牢服务质量生命线。强化消费者权益保障,引导企业诚信经营,改善服务消费体验,使消费者敢于消费、乐于消费、放心消费,助力提振消费信心。(作者系国家发展改革委社会发展研究所研究员)