

截至11月中旬,完成抽检570万批次——

全链条抽检守护“舌尖安全”

本报记者 李思雨

食品安全抽检是发现食品安全问题、排查食品安全风险的重要技术手段,也为后续的全链条监管提供了精准靶向。

截至今年11月中旬,全国市场监管系统完成食品安全抽检570.26万批次,检出不合格样品15.6万批次,不合格率为2.74%;完成风险监测23.44万批次,检出问题样品1.02万批次,风险发现率为4.36%。市场监管总局食品安全总监孙会川介绍,当前发现的问题主要集中在农药残留超标、食品添加剂滥用以及微生物污染等方面。

全维度覆盖抽检对象

从田间地头到餐桌餐盘,从传统商超到线上平台,食品安全抽检的“触角”不断延伸,全方位覆盖成为监管核心优势,有效压缩风险隐患空间。数据显示,“十四五”以来,多批次不合格的企业数量已经呈大幅下降趋势,2024年与2020年相比下降近50%,今年前三季度同比又下降57.47%,监管成效持续显现。

孙会川介绍,在链条环节上,食品安全抽检已经覆盖了食品生产、经营的各类主体和各种业态。生产端“抓大不放小”,覆盖所有在生产企业的基础上,加大对加工小作坊的抽检力度;经营端“求全不漏项”,覆盖了超市、便利店、农批市场等各类销售主体,餐饮店、中央厨房、学校食堂等各类餐饮服务经营者,还

包括了餐饮外卖、直播带货、生鲜电商等新业态,以及进口食品等。

食品品种与检验项目的覆盖同样不留空白。“抽检已经覆盖了39大类食品,既有蔬菜、水果、畜禽肉等各类食用农产品,也有米、面、油等各类生产加工食品,还有餐饮食品等,基本实现群众日常消费食品全覆盖。”孙会川说。检验项目上,覆盖农药、兽药、微生物、食品添加剂等2066项指标,每项指标均有科学检测方法,与限量要求作为支撑,确保检测结果精准可靠。

市场监管总局和农业农村部、国家卫健委、海关总署、国家粮食和物资储备局等部门形成监管合力,针对大宗食品、食用农产品、校园食堂食品、网售食品等重点产品,不断加大抽检力度。今年以来,已累计检出不合格食品6万余批次,并做好核查处置,切实守护了人民群众“舌尖上的安全”。

靶向性聚焦风险重点

围绕群众关心的食品问题,食品安全抽检精准靶向防控,重点聚焦特殊群体、突出问题与跨境风险,让监管更具针对性。

把“孩子吃的”作为关注的重点。孙会川介绍,对在产婴幼儿配方食品生产企业实现100%抽检全覆盖,对婴幼儿配方奶粉等食品实施“月月检”,每个月都抽检全部在产的婴幼儿配方食品企业;

组织各省份市场监管部门对校园餐以及食材集中采购平台开展“双周检”,要求在每两年的周期内,实现对全国所有大中小学校园食堂抽检的全覆盖。

把“有问题的”作为抽检的重点。一方面将今年重点整治的校园食品、农村假冒伪劣食品、制售假劣肉制品、食品添加剂滥用等突出问题,作为抽检监测的重点。另一方面,对既往抽检不合格率比较高的食品品种和检验项目,加大抽检的批次,对于投诉举报、舆情反映的突出问题,加强风险研判,组织实施专项抽检。

农业农村部农产品质量安全监管司副司长、一级巡视员孙法军介绍,农业农村部组织专业部级机构每季度对重点区域、重点农产品开展风险监测,每类产品每个省份随机选择2个地级市,每个地级市覆盖3个至4个县(区),抽检环节涵盖生产基地、养殖场、屠宰场、产地储藏库、批发农贸市场等,确保样品覆盖各类主体;抽检品种实行部省统筹,部级抓大宗产品、地方抓特色产品,果菜茶、肉蛋奶、鱼虾蟹等日常食用农产品均纳入监测,每年还会根据部门通报、社会关注、生产用药实际动态调整监测品种与参数,保障监测实效。

技术赋能抽检工作

羊肉卷掺杂鸭肉、特级初榨橄榄油混入大豆油等食品掺杂掺假问题,一直

是社会反映强烈的痛点,而破解此类问题的关键在于突破检测技术瓶颈。

“面对食品安全监管新情况新问题,我们重点开展科技项目攻关,着力破解检不出、检不准、检不快难题。”孙会川表示,针对公众关切的食品掺杂掺假问题,监管部门研制发布106项食品补充检验方法,可检测近千种物质,覆盖肉制品、面制品、豆制品、调味品等重点品类,从技术层面压缩食品安全违法空间。

针对食品中潜在的非食用物质风险,监管部门将那非类、拉非类等物质纳入食品中可能添加的非食用物质名录,并配套发布检验方法,各地据此查处大批非法添加案件,对违法企业形成强大震慑。针对食用农产品快速筛查需求,发布67项食品快速检测方法,在农贸市场、校园食堂等重点场所发挥快速筛查作用,大幅提升问题发现效率。

标准体系完善为抽检监管提供坚实支撑。据了解,市场监管总局联合国家卫健委、农业农村部等部门,累计发布国家标准1725项,持续健全“从农田到餐桌”全链条标准体系,让抽检有标可依、监管有据可循。

孙会川表示,面对在食品安全抽检中的全球共性技术难题,市场监管部门创新采取“揭榜挂帅”模式,调度全社会优势科研力量开展攻关。目前已收到近百项申报材料,有望实现检测技术突破,为食品安全监管提供更强大的技术保障。

民生谈

近期,有媒体调查发现,一些药店和生产企业把牙刷、护肤品、洗脸巾等日用品包装成“一类、二类医疗器械”,再通过医保个人账户结算。网络上流传的“医保卡薅羊毛攻略”等内容,也诱导参保人将医疗费用用于非医疗消费。尽管有关部门早已发布过预警提示,但医保卡变“购物卡”的乱象仍未得到根治。

医保基金是“救命钱”,无论是统筹基金还是个人账户,都必须依法用于与医疗相关的支出。《中华人民共和国社会保险法》明确规定,医保基金只能支付医疗费用,不能用于日常用品消费。医保卡变身“购物卡”,看似让消费者得了便宜,实际却打开了医保基金被套取的缺口,导致医保体系被侵蚀,最终损害全体参保人的共同利益。

医保卡被滥用源于多方面原因。部分地区在医疗器械备案和医保目录准入环节审核不严,致使一些缺乏医疗价值的“伪医疗用品”得以进入结算渠道。同时,医保

监管存在盲区,部分参保人贪图小利,难以及时识别并举报异常支付、异常商品“挂码”等行为。此外,部分个人账户资金长期沉淀、使用效率不高的问题,也为违规消费提供了可乘之机。为破解这一问题,相关改革正在稳步推进,个人账户的家庭共济范围不断扩大,跨省共济“医保钱包”已在多个地区落地。刘沛槐说,旨在进一步提高资金使用效率、增强医疗保障功能。

治理医保卡滥用乱象要多措并举、疏堵结合。应严格入口审核,及时清理不具医疗价值的“擦边品类”,并建立负面清单;需加强日常监管和飞行检查,提高违法成本,坚决打击药店与企业勾连套取医保基金的行为;同时,借助大数据手段提升监管精准度,建立异常交易预警机制。此外,还应加强政策解读和常识普及,让参保人了解个人账户可继承、可家庭共济等规则,引导群众自觉规范使用医保资金,拒绝非医疗用途的刷卡消费。

精细化管理激活乡村资产

本报记者 丁振乾

四川省巴中市恩阳区渔溪镇长岭村是四川省乡村振兴战略示范村,该村立足村集体经济发展实际,建立产权归属明晰、管护主体明确、收益分配科学、运行管理规范的资产管理机制,有效盘活村集体资产,走出了一条具有长岭特色的发展路径。

“自2013年起,我们系统梳理、分类管理全村36个资产项目,总金额达1497.29万元,确保村集体资产实现保值增值。”长岭村党支部书记青奉阳介绍。

为实现精细化管理,村两委将全村资产项目分为公益类、经营类和到户类,针对不同资产类目制定具体的管护办法。对于公益性资产项目,设置公益性维护岗位并聘用本村村民;对于经营性资产项目,由村集体经济组织设立公司运营;对于到户类资产项目,则由农户在村两委的监督指导下自行管护。

经营性资产的高效运营曾是村两委面临的难题。青奉阳回忆,由于村两委成员缺乏资产管理经验,如何确保村集体资产在不流失的基础上

实现增值,曾令大家犯了难。经过多轮商讨,长岭村最终决定推行“一套人马、两块牌子”的模式,由村集体经济组织出资设立公司,村两委成员兼任企业管理职务,以便更高效地管理村集体资产。

2023年,长岭村成立了四川长裕农业发展有限公司,主要从事农作物种植、代耕代种、农产品加工和销售等业务,构建起生产、加工、销售全链条发展模式。如今,长岭村自主农产品品牌“长岭香米”通过乡贤推广、网络销售渠道,广泛销往广州、成都、绵阳等地。

长岭村还探索建立“3115”利益联结机制,即30%作为股民分红、10%用于公益事业、10%用于临时困难户救助、50%作为公积金,以此完善村级集体经济收益分配制度,确保发展成果真正惠及村民。四川省委网信办派驻长岭村的第一书记廖高平介绍,去年,村集体经济收入达52.4万元,实现盈利18万元,为股民分红85650元,百姓切实从村集体经济项目中获得实惠。

体验等新型服务工具,提升消费的便捷性与趣味性。在服务消费领域构建智能监测体系,实现对消费场景的动态评估与优化。搭建全国统一的



11月30日,浙江省玉环市干江镇东面临顷湾海域上,华电玉环1号风电场风力发电机正迎风转动输送绿色电能。近年来,当地大力发展风电产业,实现经济效益和生态效益双丰收。

段俊利摄
(中经视觉)

(上接第一版)

戴永务建议,在坚持集体林地所有权不变的前提下,加快建立林下空间经营权确权登记颁证制度,明确界定利用范围、期限及权能,赋予其抵押、担保及流转属性,解决经营主体融资难题。同时,健全统计监测体系,尽快将林下经济纳入国家统计局调查制度范畴,统一制定涵盖种植、养殖、采集及景观利用的分类标准与核算指标,精准掌握产业底数。

推动农村产业融合发展

“十四五”期间,各地强龙头、补链条、兴业态、树品牌,乡村产业融合发展取得积极成效。一方面,农产品加工业提质增效。2024年,全国规模以上农产品加工企业超10万家,主要农产品加工转化率达到75%。另一方面,乡村新产业新业态蓬勃发展。农村电商、直播带货、休闲农业等新产业新业态不断涌现,正深刻改变乡村产业格局。

南京农业大学金善宝农业现代化发展研究院研究员、经济管理学院教授耿献辉说,当前,我国农业正从单一生产功能向生态涵养、休闲体验、文化传承等多元价值拓展,亟需通过融合发展将资源优势转化为发展优势。

耿献辉表示,在推进路径上,一是要延伸产业链条,提升农产品附加值。聚焦粮食和重要农产品,支持新型经营主体开展产地初加工和精深加工,推动加工产能向县域布局,建设一批现代农业产业园,让更多收益留在农村、惠及农民。二是培育新兴业态,拓展价值

实现路径。依托乡村特色资源,大力发展乡村旅游、农耕体验、健康养老等新业态,推动“农业+”多业态融合,打造一批休闲农业精品园区,培育数字农业新业态,满足城乡居民多元化需求。

强化科技赋能农业发展

近年来,我国建成从中央到地方较为完备的农业科技创新体系,有农业科研院校800多家、科研人员约12万人。有关部门专门制定政策文件,整合科技资源,推动加快构建梯次分明、分工协作、适度竞争的农业科技创新体系,创新体系整体效能显著提升。

华中农业大学经济管理学院院长李谷成认为,把农业建成现代化大产业,是保证粮食安全和农业产业竞争力的关键举措。“现代化”意味着农业要从传统的要素投入驱动,跃升为以科技创新为核心的高效率产业体系,加快培育农业新质生产力。“大产业”强调扩展农业产业的外延边界,其产业链从传统的“耕种—加工—流通”扩展到研发、装备、服务、金融、数据等全链条。

在李谷成看来,建设现代化大产业,要重塑现代农业产业体系,立足“十五五”规划,强化优势特色产业布局,加快推动产业链向技术前端和加工端延伸。要优化要素配置方式,加快农村数字基础设施升级,促进农业向知识密集型、技术密集型发展。要强化政策支持体系,完善耕地保护制度、种业安全保障机制和农业标准体系,健全农业保险、气候风险管理、碳减排激励等政策工具,为农业提供稳定预期和长期激励。

以新场景大规模应用提振服务消费

邢伟

服务消费作为消费转型升级的核心方向,是满足人民美好生活需要的重要载体,更是推动经济高质量发展的关键引擎。以新场景大规模应用提振服务消费,是立足超大规模市场优势、顺应消费升级趋势的战略选择。当前,我国超大规模市场优势持续释放,消费结构从物质型消费向服务型消费加速转型,14亿多人口的多元化需求为新场景创新提供了广阔空间。“十五五”时期是基本实现社会主义现代化夯实基础、全面发力的关键时期,亟须以新场景大规模应用破解服务消费供给瓶颈、激活内需潜力,更好推动扩大内需战略和畅通国民经济循环。

一、新场景大规模应用是提振服务消费的战略支点

消费升级催生场景创新。随着城乡居民收入水平稳步提升,消费需求已从“有没有”转向“好不好”,个性化、品质化、体验化成为服务消费的核心诉求。2025年1月—8月,文体休闲服务类、旅游咨询租赁服务类、交通出行服务类零售额较快增长,印证了服务消费的强劲增长动力。“Z世代”追捧数字艺术展览、潮玩聚集地,银发群体青睐适老化旅游、智慧康养服务,亲子家庭偏好沉浸式主题乐园,消费群体的需求分化倒逼服务供给不断变革。新场景通过整合技术、文化、社交等多元要素,将抽象的服务需求转化为具象的消费体验。如“长安十二时辰”主题街区通过唐风市井文化的场景复刻,将静态的观光游转变为动态的体验游,成为一个场景带火一座城的样板典范。

超大规模市场为场景落地提供独特优势。我国拥有全球最庞大的消费群体

和完整的产业体系,为新场景的迭代优化提供了天然“试验田”。一方面,14亿多人口构成的梯度化需求结构,使得不同类型、不同层次的服务场景都能找到对应的市场空间,从一线城市的高端医疗、数字文创到县域市场的便民服务、乡村文旅,场景创新均具有广泛的受众基础和消费群体。另一方面,超大规模市场形成的规模效应能够有效降低场景创新的单位成本,从而进一步加速技术成果的商业化应用。如上海乐高乐园度假区近八成游客来自苏浙沪区域,暑期人均乘坐设备频次最高达到8.73次,充分彰显出大规模市场对场景运营的支持作用。这种需求牵引供给、供给创造需求的良性循环,正是我国服务消费持续增长的独特优势。

多项政策利好叠加为场景应用提供坚实支撑。党中央、国务院高度重视服务消费提质扩容,近年来密集出台一系列政策举措,为新场景大规模应用保驾护航。《国务院办公厅关于加快场景培育和开放推动新场景大规模应用的实施意见》明确提出,加强商业、文化、旅游、体育、健康、交通等消费跨界融合,拓展沉浸式互动式场景,打造一批带动面广、显示度高的消费新场景。《关于扩大服务消费的若干政策措施》明确提出,开展消费新业态新模式新场景试点城市建设,打造一批商旅文体健融合的消费新场景。同时,财政金融支持力度持续加大,中央预算内投资、地方政府专项债券向服务设施建设倾斜,金融机构针对服务消费推出特色信贷产品,形成“政府补贴+金融支持+商家优惠”的政策组合拳,为新场景落地提供了全方位保障。

新场景大规模应用实践探索积累丰富经验。各地围绕服务消费新场景进行积极探索和大胆创新,形成了一批可复

制、可推广的经验模式。在数字服务领域,电商平台积极创新线上线下融合场景,远程问诊、在线复诊、即时零售等新业态快速普及,构建起“无接触服务”消费生态。在文旅融合领域,三亚市将露营、海岛、音乐和度假等元素融合打造消费新场景,2025年春节黄金周8天离岛免税销售额实现14.4亿元。在文体融合领域,多地开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动,“跟着赛事去旅行”成为消费新热点。这些实践不仅丰富了服务消费供给,更验证了新场景对消费的拉动效应,为大规模推广奠定了坚实基础。

二、新场景大规模应用提振服务消费的核心路径

聚焦重点领域,构建多元化场景供给体系。以满足人民群众多元化需求为核心,在重点领域打造一批标志性服务消费场景。在生活服务领域,推动家政服务、社区养老、托育服务等数字化升级,建设智慧社区服务平台,构建“15分钟便民服务区”。在文旅消费领域,加快文博场馆场景创新,鼓励开放馆藏资源开发数字文创产品,推行“夜间开放”“免预约参观”等服务模式,打造“非遗+研学”等融合场景,培育区域文旅消费IP。在体育消费领域,支持地方举办大众体育赛事和精品职业联赛,建设智能化健身场馆和户外健身步道,推广数字瑜伽、智能健身等新型健身场景。

强化技术赋能,提升场景创新能力。发挥数字技术对场景创新的支撑作用,推动服务消费向智能化、沉浸式方向升级。加快人工智能、虚拟现实、大数据等技术在服务领域的应用,开发数字导览、虚拟

服务消费信息共享平台,推动跨地区、跨行业数据互联互通,实现场地预约、赛事报名、健康档案等信息互认,打破“数据孤岛”。支持企业开展技术研发与模式创新,鼓励“人工智能+消费”典型应用,以技术突破带动场景迭代。

推动融合发展,拓展场景消费空间。深化商旅文体健多业态融合,打造复合型消费场景,延长消费链条。推动“旅游+”融合发展,将体育赛事、文化演艺、美食体验等元素融入旅游线路。促进“文化+”跨界融合,支持文学、艺术、影视、动漫等IP与消费场景结合,打造主题餐厅、特色商店、沉浸式剧场等消费载体。鼓励业态跨界创新,发展“零售+餐饮+娱乐”“书店+咖啡+文创”等复合业态,推动传统商场向消费体验中心转型。深化线上线下融合,实现“线上下单、线下体验、即时配送”的全渠道消费模式,提升场景消费的覆盖面与便捷性。

优化区域布局,促进城乡场景均衡发展。将场景创新融入城市规划和更新当中,鼓励打造智慧街区、未来社区、活力商圈等集成化场景示范区。立足城乡发展差异,构建差异化、均衡化的场景供给体系。在城市地区,重点推进核心商圈、城市更新片区场景升级,投放智能健身器材、建设夜间消费街区,打造高端化、多元化消费场景。在县域和农村地区,依托乡镇文化站、闲置校舍、乡村集市等载体,建设便民健身点、乡村文旅服务中心、农资服务站等基础场景,配套适老化、本土化服务设施。推动城市优质场景资源向农村延伸,建立城乡场景共建共享机制,让农村居民共享场景创新成果。

(作者系中国宏观经济研究院研究员)