

从四个字看中央一号文件

雷刘功

《中共中央 国务院关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》，也就是新世纪以来第 19 个指导三农工作的中央一号文件发布了。通览文件全文，有四个关键字蕴含其中，凸显出今年中央一号文件的年度性任务、针对性举措和实效性导向。

第一个字，“稳”。百年变局，世纪疫情，需要稳字当头。中央一号文件明确提出要“稳住农业基本盘”，“确保农业稳产增产、农民稳步增收、农村稳定安宁”，这对于保持平稳健康的经济环境、国泰民安的社会环境具有特殊重要意义。稳产保供是首要任务。习近平总书记在中央政治局常委会会议上提出“两个确保”：确保稳产保供，确保农业农村稳定发展。要千方百计稳定粮食生产，文件提出确保粮食播种面积稳定、产量保持在 1.3 万亿斤以上。稳在产量，这方面有诸多难题。夏粮要过晚播麦苗促弱转壮这一关，务必一块地一块地地促、一片地一片地地抓，先期搭好丰收架子。稳产务必确保播种面积比上年只增不减，多种一亩是一亩。稳定扩大早稻面积，多种一季是一季。增产还要落实关键技术措施、抓好防灾减灾，挽回一斤是一斤。稳在供给，这方面有诸多挑战。今年大事要事喜事多，稳产保供任务重，务必紧盯不放。疫情多点散发，稍有风吹草动，一些国家就会捂紧自己的“粮袋子”。我们还要面临灾害性极端天气，关键时候还要能拿出真正管用的后备手。稳在巩固，要牢牢守住不发生规模性返贫这条底线，巩固脱贫攻坚成果。这是乡村振兴的前提，必须持续抓紧抓好，让脱贫群众生活更上一层楼。要持续推动同乡村振兴战略有机衔接，确保不发生规模性返贫，切实维护和巩固脱贫攻坚战的伟大成就。

第二个字，“硬”。挑战严峻，任务艰巨，需要把硬字挺在前面。要求硬。比如粮食生产，文件强调“主产区、主销区、产销平衡区都要保面积、保产量”。比如耕地保护，要求分类明确耕地用途，严格落实耕地利用优先序，耕地主要用于粮食和棉、油、糖、蔬菜等农产品及饲草饲料生产，永久基本农田用于粮食生产，高标准农田原则上全部用于粮食生产。这个“硬”字，还体现在硬仗和攻坚战上。比如保夏粮保全年粮食丰收这场硬仗，必须以背水一战的态度、超常超强的力度坚决打赢。攻坚战，就是攻坚克难扩种大豆油料，文件提出大力实施大豆油料产能提升工程。这就要求我们“多油并举，多措并举”，攻坚克难扩面积，千方百计提单产。数字硬。文件提出了一系列目标性的硬数字。除了粮食产量保持在 1.3 万亿斤以上之外，文件还明确提出严守 18 亿亩耕地红线，2022 年建设高标准农田 1 亿亩，累计建成高效节水灌溉面积 4 亿亩，实施黑土地保护性耕作 8000 万亩。这些数字都是必须要完成的硬任务。措施硬。习近平总书记强调“措施要硬”“执行力要强”，文件贯彻了这一精神。确保“农田就是农田，而且必须是良田”，文件提出要落实“长牙齿”的硬措施。同时，文件对种子这个要害、农机这个支撑、加快发展设施农业、有效防范应对农业重大灾害都提出了针对性举措。

第三个字，“进”。稳住基本盘，夯实压舱石，力求稳中求进。文件提出，乡村发展要“促进”，乡村建设要“推进”，乡村治理要“改进”。推动乡村振兴取得新进展，农业农村现代化迈出新步伐。“新进展”“新步伐”，都是稳中求进的新要求。乡村发展聚焦产业。产业兴旺是解决农村一切问题的前提，产业振兴是乡村振兴的重中之重。要聚焦农业多种功能、乡村多元价值做优乡村特色产业。全面推进乡村振兴，要立足特色资源，坚持科技兴农，因地制宜发展乡村旅游、休闲农业等新产业新业态，贯通产加销，融合农文旅，推动乡村产业发展壮大，让农民更多分享产业增值收益。乡村建设强调扎实稳妥。文件提出要启动乡村建设实施方案，因地制宜、有力有序推进。要落实乡村振兴为农民而兴、乡村建设为农民而建的要求，坚持自下而上、村民自治、农民参与。要坚持数量服从质量，进度服从实效，把握乡村建设的时度效。乡村治理强调突出实效。农村的事有没有统筹管起来，乡村治理是个重要标志。这件事涉及面广、职责分散，要改进方式，加快推广运用积分制、清单制，扩大覆盖面。要改进传统手段，充分运用数字化的手段改进乡村治理，积极创新应用模式、开拓应用场景。要改进问题，移风易俗，逐步解决高价彩礼、人情攀比、厚葬薄养等现实难题。

第四个字，“责”。全面推进乡村振兴，必须压实责任。文件强调要压实全面推进乡村振兴责任，通过制定乡村振兴责任制实施办法，明确中央和国家机关各部门推进乡村振兴责任，强化五级书记抓乡村振兴责任。文件两次提到党政同责，一个是“全面落实粮食安全党政同责”，另一个是“实行耕地保护党政同责”。在坚决守住不发生规模性返贫底线上，文件要求强化监测帮扶责任落实，确保工作不留空档、政策不留空白；压实就业帮扶责任，确保脱贫劳动力规模稳定。应该说，这三件事都是党中央最为关心的底线任务，务必不折不扣，不容有失。文件中还有很多关于“责”的关键词。比如“责任书”“追责”，“把耕地保有量和永久基本农田保护目标任务足额带位置分解下达，由中央和地方签订耕地保护责任书，作为刚性指标实行严格考核、一票否决、终身追责”。比如“投入责任”，在扩大乡村振兴投入方面，强调“压实地方政府投入责任”。比如“责任清单”，提出“明晰乡村建设项目产权，以县域为单位组织编制村庄公共基础设施管护责任清单”。有责必有考。比如文件提出要严格粮食安全责任制考核，开展省级党政领导班子和领导干部推进乡村振兴战略实绩考核，完善市县党政领导班子和领导干部推进乡村振兴战略实绩考核制度。这个“责”字，既体现了党对三农工作的全面领导，又展现了全面推进乡村振兴的制度性约束。

乡村振兴已全面展开，工作任务繁重、难度系数更高，需要我们不断提升做好新时代三农工作的能力水平，真抓实干，埋头苦干，高质量完成好中央一号文件提出的各项任务，奋力开创全面推进乡村振兴工作新局面，以优异成绩迎接党的二十大胜利召开。■

春夏秋冬市场风雨 柴米油盐百姓话题



主管：中华人民共和国农业农村部
主办：中国农村杂志社
出版：《农产品市场》编辑部

社长：雷刘功
总编辑：李永生
副社长 副总编辑：夏 树
副总编辑：苑体强

主编：姜玉桂
副主编：刘月姣 曾诗淇
本期值班编辑：曾诗淇
编辑记者：徐 平 高晓川 崔建玲
崔明理 安思憧

美术设计：陆鹏玲
封面设计：张译丹

通联发行部：何晓霞（主任）
王长亮 卢新松 包尚友 刘秀峰
汪 洋 杜红娟 陆家木 郑景顺
湛 权 魏龙飞

通联发行部电话：010-68251272 68132935
E-mail：tonglianchu@163.com

编辑部：010-68253915 68256703
对外合作部：010-68133199
办公室：010-68253916
传真：010-68253917

地址：北京翠微中里16号楼4层
邮编：100036

本社官网：www.cnnews.net
广告许可证：京海工商广字0209号
国内统一连续出版物号：CN10-1645/F
国际标准连续出版物号：ISSN1009-8070
邮发代号：2-774

E-mail：ncpnews@126.com
本期定价：10元

印刷：廊坊百花印刷有限公司
电话：0316-2198568
出版日期：2022年3月1日



指定权威公布媒体

编委单位

农业农村部市场与信息化司
农业农村部计划财务司
农业农村部农产品质量安全监管司
农业农村部乡村产业发展司
农业农村部畜牧兽医局
农业农村部渔业渔政管理局
农业农村部信息中心
农业农村部农业贸易促进中心
农业农村部农产品质量安全中心
农业农村部农村社会事业发展中心
中国绿色食品发展中心
中国农产品市场协会
中国市场学会
中国蔬菜流通协会
中国果品流通协会

农业监督举报电话

三农信息服务热线 12316
《农产品市场》新闻热线：
010-68253915
农业农村部高致病性猪蓝耳病疫情：
010-59194768
农业农村部农产品质量安全事件举报受理电话：
010-62131998
中国消协农机产品质量投诉站投诉电话：
010-67347472
无公害农产品标志防伪查询：
010-62131998 62133119
农业农村部种子案件举报电话：
010-59192079 59194511
农业农村部农药案件举报电话：
010-59192810 59194066
农业农村部农业建设项目举报电话：
010-59192564
农业安全生产事故和紧急事件举报电话：
010-59192316



中国农业农村市场信息



农业农村投资



微观三农

战略合作单位

国优农产品（北京）供应链科技有限公司
上海农业信息有限公司
四川省广安市农业农村局
大连市庄河市农业农村局
安徽省太和县人民政府

本刊信息采集与发布基地

三元集团奶粉事业部
广西泰宁集团
山东省物资信息网络工作站
山东东圣达实业集团

本刊法务顾问：北京铸京律师事务所
电话：010-88588860

欢迎通过新媒体阅读本刊



数字报刊发行领军者
bookan.com.cn



cnki 中国知网
www.cnki.net
中国知识基础设施工程

中国核心（遴选）期刊数据库 中国期刊全文数据库
中国数字图书馆全文收录期刊

稿件凡经本刊使用，即视为作者同意授权本刊代理其作品电子版信息有线和无线互联网传播；
并且本刊有权授权第三方进行电子版信息有线和无线互联网传播；本刊支付的稿费已包括上述使用方式的稿费。
如有印刷质量问题，请寄回印刷厂调换。本刊选用了部分国内外资料照片，敬请作者与本刊联系并领取稿酬。

第一眼

- 1 从四个字看中央一号文件\雷刘功

看见

- 4 早春时节橙飘香\郑家裕
6 “鲟”梦长江\唐奕
7 “育秧工厂”备春耕\陈泽国
7 羊肚菌迎来丰收季\罗星汉

关注

- 8 推动全面推进乡村振兴取得新进展
 \于文静 高敬 侯雪静
10 蓝色答卷\曾诗淇
 ——“十四五”开局之年远洋渔业发展取得显著成效
14 “十四五”远洋渔业发展蓝图绘就
16 舟山国家远洋渔业基地：
 从“先行先试”到“引领示范”\牟澜 方芳

农遗良品

- 20 云南漾濞核桃：金果银果核桃果\杨萍 苏秋月

畜牧·渔业

- 24 阶段性亏损将出现 生猪养殖调控要及时\刘一明
27 《“十四五”奶业竞争力提升行动方案》发布
28 2021年水产养殖用投入品执法典型案例公布

乡村产业

- 30 张家界，“鲟”好\崔明理
32 百年酱菜厂“闻万泰”的危与机\曹佳慧 沈婷
34 福建霞浦：为农特产品插上电商之翼

质量安全

- 36 创新构建农产品生产主体信用评价指标和评级方法
 \朱莹 刘伟安 刘海华
39 探索农产品质量安全信用体系建设的基本路径
 \朱莹 刘伟安 刘海华

农业农村投资

- 42 金融“活水”润春耕\刘月姣
44 山西创新开展“四险”试点

三农人物

- 46 陈瑞松：58岁再创业\钟琦

调查研究

- 48 2021中国地理标志农产品品牌声誉评价报告

农业农村信息化

- 54 曹县：从电商脱贫到“宇宙中心”\罗震东 左臣明
56 安徽：乡村搭上“数字化快车”\史力

市场话题

- 58 RCEP农业朋友圈“新动态”\崔明理
60 咖啡市场前景“真香”\李春莲

绿色消费

- 62 这些食物能“刮油”解腻？
64 你知道酱油分两种用途吗？\于康



看见

早春时节 橙飘香

| 郑家裕 摄

眼下，三峡库区湖北省宜昌市秭归县种植的5万多亩红肉脐橙迎来丰收季。红肉脐橙因果肉呈红色、肉质细嫩受到市场青睐，与传统冬季成熟的脐橙实现错峰销售，成为当地果农增收的重要渠道。







“鲟”梦长江

唐奕 摄

在重庆市万州区长江中的三峡库区珍稀鱼类驯养基地，长江鲟人工繁育研究工作进展顺利。未来，人工繁育的长江鲟将投放到天然水域，有望恢复其种群数量。

长江鲟是长江上游特有珍稀鱼类，国家一级保护动物，被世界自然保护联盟列为极危级保护物种。2021年3月1日，长江保护法正式实施。此后，一批“育鱼”科研人员努力攻关珍稀鱼类的人工繁育，越来越多退捕渔民转身投入“护鱼”队伍。一年来，捕捞活动对长江鲟的误捕和干扰得以基本消除，长江里已能发现长江鲟的踪迹。



“育秧工厂” 备春耕

| 陈泽国 摄

近日，位于湖南省长沙市望城区茶亭镇的创联农机专业合作社联合社，加紧推进“育秧工厂”建设。“育秧工厂”通过农业产业集约化、规模化、智能化等手段，提升配套设施水平，可为上万亩田地育秧，并提供代耕、代收等服务。



羊肚菌 迎来丰收季

| 罗星汉 摄

近日，贵州省遵义市羊肚菌迎来丰收季，菌农们进行采摘、装运、销售。近年来，遵义市充分利用“冬闲田”耕地资源，大力发展羊肚菌产业，实现“一地双收”。

推动全面推进乡村振兴取得新进展

——中央农办主任、农业农村部部长唐仁健解读 2022 年中央一号文件

新华社记者 于文静 高敬 侯雪静

2月22日,《中共中央 国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》发布,这是新世纪以来指导“三农”工作的第19个中央一号文件。中央农村工作领导小组办公室主任、农业农村部部长唐仁健当天就文件精神进行了全面解读。

稳中求进:两条底线、三项重点

唐仁健说,今年中央一号文件对2022年全面推进乡村振兴重点工作进行了部署。当前,百年变局和世纪疫情交织叠加,外部环境更趋复杂和不确定,必须坚持稳字当头、稳中求进,稳住农业基本盘、做好“三农”工作,确保农业稳产增产、农民稳步增收、农村稳定安宁,为保持平稳健康的经济环境、国泰民安的社会环境提供坚实的支撑。

牢牢守住保障国家粮食安全和不发生规模性返贫这两条底线。全力抓好粮食生产和重要农产品供给,实打实地调整农业结构,严守18亿亩耕地红线,确保粮食播种面积稳定、产量保持在1.3万亿斤以上,扩大大豆和油料生产务必见到可考核的成效。巩固拓展脱贫攻坚成果,完善监测帮扶机制,加大对重点地区帮扶力度,推动帮扶政策落地见效,确保不发生规模性返贫,努力让脱贫群众生活更上一层楼。

扎实有序做好乡村发展、乡村建设、乡村治理重点工作。持续推进农村一二三产业发展,带动农民就近就业增收。健全乡村建设实施机制,着力解决农民生产生活实际问题。加强农村基层组织建设,健全党组织

领导下的自治、法治、德治相结合的乡村治理体系,切实维护农村社会平安稳定。

端牢饭碗:稳产量、调结构、保耕地

保障好初级产品供给是重大战略性问题。2021年我国粮食总产量达到13657亿斤、较上年增产267亿斤,连续7年保持在1.3万亿斤以上,为开新局、应变局、稳大局发挥了重要作用。

唐仁健介绍,今年中央一号文件把抓好粮食生产和重要农产品供给摆在首要位置,目的就是把14亿多中国人的饭碗端得更稳更牢固,饭碗主要装中国粮。重点做好三方面工作:

——**稳产量**。应对去年秋冬种部分小麦晚播等不利影响,抓紧抓实春季田管,促进弱苗转壮,努力追回产量。粮食安全要共担责任,饭碗一起端,责任一起扛,主产区不断提高粮食综合生产能力,主销区切实稳定和提高粮食自给率,产销平衡区确保粮食基本自给,全面落实粮食安全党政同责,严格粮食安全责任制考核。适当提高稻谷、小麦最低收购价,稳定种粮农民补贴,实现三大粮食作物完全成本保险和种植收入保险主产省产粮大县全覆盖,加快发展农业社会化服务,合理保障农民收益。

——**调结构**。下大力调整优化农业结构,支持东北地区积极推行大豆玉米合理轮作、有序推进地下水超采区、不适宜水稻种植区开展“水改旱”扩种大豆,在黄淮海、西北、西南地区大力推广大豆玉米带状复合种植,在长江流域开发冬闲田扩种油菜,扩大油茶种植面积。通过

多油并举、多途并进，确保大豆和油料扩种取得可考核的成效。

——**保耕地**。足额带位置逐级分解下达耕地保有量和永久基本农田保护目标任务，把耕地保护作为刚性指标实行严格考核、一票否决、终身追责，确保18亿亩耕地实至名归。严格落实耕地利用优先序，完成高标准农田建设阶段性任务，抓好黑土地保护，不断提升耕地质量，真正做到农田就是农田，而且必须是良田。

多措并举：守住不发生规模性返贫底线

脱贫攻坚战取得全面胜利后，工作机制、政策举措、机构队伍等衔接有序推进，脱贫成果得到巩固拓展。当前，部分脱贫地区群众收入水平仍然较低，脱贫基础还比较脆弱，遇到自然灾害、疾病、意外事故等情况有可能返贫致贫。今年中央一号文件要求，坚决守住不发生规模性返贫底线，并作出了一系列具体安排。

唐仁健强调，巩固拓展脱贫攻坚成果是乡村振兴的前提，要压紧压实责任，持续响鼓重槌地抓好，确保工作不留空档、政策不留空白。

他表示，要聚焦重点人群完善监测帮扶机制。各地要精准确定监测对象，将有返贫致贫风险和突发严重困难的农户纳入监测范围，进一步简化识别程序，及早落实社会救助、医疗保障等帮扶措施，早发现、早干预、早帮扶。

同时，促进脱贫人口持续稳定增收，更多依靠发展来积极巩固拓展脱贫攻坚成果。进一步提高衔接资金和涉农资金用于产业的比重，重点支持帮扶产业补上技术、设施、营销等短板，通过产业带动提高脱贫人口家庭经营性收入。通过加强东西部劳务协作、提升帮扶车间、优化公益岗位等多种方式，促进脱贫劳动力就业，确保脱贫劳动力就业规模稳定。

“要加大乡村振兴重点帮扶县帮扶力度，集中力量实施一批补短板促发展项目，选派科技特派团，实行产业技术顾问制度，有计划开展教育、医疗干部人才组团式帮扶。不断提升搬迁社区基础设施和公共服务质量，持

续加大安置区产业培育力度，开展搬迁群众就业帮扶专项行动。”唐仁健说，聚焦重点地区强化帮扶措施，增强自我发展能力，让脱贫基础更加牢固、更可持续。

乡村振兴：五级书记共同抓

唐仁健表示，“三农”工作重心历史性转移后，新时代抓“三农”工作就是抓全面推进乡村振兴，要扎实有序推进各项重点工作，推动全面推进乡村振兴取得新进展、农业农村现代化迈出新步伐：

——**聚焦产业促进乡村发展**。拓展农业多种功能、挖掘乡村多元价值，重点发展农产品加工业、乡村休闲旅游、农村电商三大产业；大力发展比较优势明显、带动农业农村能力强、就业容量大的县域富民产业，促进农民就地就近就业创业；加强农业面源污染综合治理，深入推进农业投入品减量化、废弃物利用资源化，推进农业农村绿色发展。

——**扎实稳妥推进乡村建设**。健全自下而上、村民自治、农民参与的实施机制，坚持数量服从质量、进度服从实效，求好不求快，不超越发展阶段搞大融资、大开发、大建设。聚焦普惠性、基础性、兜底性民生建设，接续实施农村人居环境整治提升五年行动，加强农村道路、供水、用电、网络、住房安全等重点领域基础设施建设，强化基本公共服务县域统筹。

——**突出实效改进乡村治理**。强化县级党委抓乡促村，健全乡镇党委统一指挥和统筹协调机制，发挥驻村第一书记和工作队抓党建促乡村振兴作用。创新农村精神文明建设工作方法，推广积分制等治理方式，推进农村婚俗改革试点和殡葬习俗改革，持续推进乡村移风易俗。

“统筹推进重点工作，归根结底要靠党的领导。”唐仁健说，要制定乡村振兴责任制实施办法，开展省级党政领导班子和领导干部推进乡村振兴战略实绩考核，完善市县党政领导班子和领导干部推进乡村振兴战略实绩考核制度，把五级书记抓乡村振兴落到实处。同时，要建立表彰奖励制度，形成全社会共同参与乡村振兴的良好氛围。📌



蓝色答卷

——“十四五”开局之年远洋渔业发展取得显著成效

本刊记者 曾诗淇

我国远洋渔业是具有战略性质的重要产业，是构建“海洋命运共同体”、实施“一带一路”倡议的重要组成部分。我国远洋渔船常年在广袤的大洋深处，对丰富国内市场供应、保障国家粮食安全发挥了重要作用。

农业农村部渔业渔政管理局局长刘新中介绍，“十三五”以来，我国远洋渔业规范有序发展，取得显著成效。远洋渔船和远洋渔业企业数量基本稳定，捕捞产量产值及运回比例稳中有增，全面完成“十三五”规划目标；远洋水产品供需格局不断优化，发布“中国远洋鲑鱼指数”，批准建设多个境内外远洋渔业基地，初步形成重点区域产业聚集区；更新建造了一大批专业化渔船，首次自主设计建造了专业南极磷虾捕捞加工渔船；修订发布《远洋渔业管理规定》，实施更完善更严格的管理措施；完善以捕捞技术、资源调查与探捕、渔情海况预报、渔用装备研发、水产品加工等为主要内容的科技支撑体系，建成远洋渔业数据汇集、国际履约等研究平台；深入参与8个区域渔业管理组织事务，试行公海自主休渔，积极履行国际义务，拓展双边合作。

整体来看，目前我国远洋渔业全行业生产形势总体保持稳定，为“十四五”开好局奠定了坚实基础。

持续健康发展 产业有效集聚

远洋渔业是我国“走出去”的开拓者和先行者。

1985年3月10日，中国水产总公司13艘渔船、223名船员组成的远洋渔业船队从福建马尾起航，披波斩浪，远航万里，抵达非洲，随即与几内亚比绍、塞内加尔等西非国家开展远洋渔业合作，实现了我国远洋渔业“零”的突破。



30多年来，我国远洋渔业走过一条不寻常的发展道路，现已成为世界主要远洋渔业大国之一。

尽管我国远洋渔业起步迟于渔业发达国家，但发展势头却丝毫不落下风。1994年，我国远洋捕捞的产量只有69万吨；到2018年，全国远洋渔业总产量和总产值分别为225.75万吨和262.73亿元，作业远洋渔船达到2600多艘，船队总体规模和远洋渔业产量均居世界前列。

据悉，我国远洋船队主要的捕捞品种分别是金枪鱼、鱿鱼等。我国公海鱿鱼钓船队规模和鱿鱼产量、金枪鱼

延绳钓船数、专业秋刀鱼船数均居于世界前列。

最值得一提的就是鱿鱼捕捞业。从1989年开始，我国远洋船队就成功开发了日本海渔场，实现了远洋鱿钓业的“零突破”。2018年我国鱿鱼产量超过了52万吨，占世界公海鱿鱼捕捞总量的20%，这也是我国连续第9年蝉联公海鱿鱼产量世界第一。

福建省是我国远洋渔业始发地，目前全省企业自有渔船平均拥有量居全国第一，远远高出全国平均水平。福州宏龙、福州宏东、平潭远洋等龙头企业拥有直控的



» 新世纪112是浙江大洋世家股份有限公司大型金枪鱼围网船



规模远洋渔业船队和国内外远洋渔业基地，走多元化、规模化经营之路，初步形成产、供、销、运等相对比较完善的产业链，企业抵御风险能力和参与国际竞争能力强。

据统计，2020年福建省克服渔汛资源波动、国际政治经济、市场动荡以及新冠肺炎疫情等不利因素影响，全省远洋渔业产量达60.8万吨，实现产值49.8亿元，运回国内产量36.8万吨，分别较2015年增加91.2%、58.1%、132.2%。作业船数、总产量、总产值均创历史新高。

“十三五”期间，浙江省远洋捕捞总产量达到255万吨，捕捞产值295亿元，带动相关产业总产值超过1400亿元。其中，舟山拥有全国首个获批国家远洋渔业基地，是目前全国最大的远洋鲑鱼生产基地、产品集散地和主要加工区，形成了远洋渔业产业集聚区。

2022年元旦前夕，“远洋自捕水产品进重庆”专题推介会成功举办，这是农业农村部渔业渔政管理局“海水产品进内陆系列活动”继在长沙、广州、武汉、合肥、西安等地举行后的年终收官之作，给广大消费者提供了一场远洋自捕水产品海鲜盛宴。

强化产业素质 推进转型升级

虽然我国是远洋渔业大国，但在远洋渔业装备方面与欧洲、日本等国家和地区仍存在较大差距，严重影响我国远洋渔业的发展水平。

近年来，我国远洋渔船更新改造力度加大，装备水平不断提升，中大型渔船所占比重明显增加，远洋渔船整体装备水平显著提高，现代化、专业化、标准化的远洋渔船船队初具规模。在严控渔船数量基础上，大力实施老旧渔船更新建造，首艘具有世界先进水平的专业南极磷虾渔船建成下水。我国自主设计、建造的一批金枪鱼超低温延绳钓船、金枪鱼围网船、秋刀鱼舷提网船先后投产。作业方式由单一的底拖网捕捞发展为大型拖网、大型围网、大型延绳钓等多种方式，已经形成了具备海洋捕捞、海上加工补给运输、基地配套服务一体化的比较完整的现代远洋渔业生产体系。

2019年，我国首次发布中国远洋鲑鱼指数，建成中国远洋鲑鱼交易中心，着力打造鲑鱼优势产业。同时，

努力开拓金枪鱼国内市场，提升金枪鱼产业发展质量和效益。大力推进远洋渔业基地建设，批准建设浙江舟山、福建福州（连江）、山东荣成等3个国家远洋渔业基地和4个境外综合基地。推动远洋渔业全产业链发展，远洋渔业产值超过1000亿元。至此，全产业链建设初见成效。

“十三五”期间，山东省抢抓远洋渔船更新改造政策机遇，完成了125艘老旧渔船的更新改造，10年船龄以内渔船比例提高至85%以上。渔船安全性、续航能力大幅提升，先进的资源探测设备、环境友好型渔具以及高效作业渔法的应用大大提升了单船产能和综合效益。

福建省自“十三五”以来更新改造远洋渔船200余艘，新船占全省船队规模的33%，作业类型覆盖中上层围网、拖网、公海鲑鱼钓、秋刀鱼兼作、流刺网、张网、延绳钓、笼捕、辅助船等。大吨位、大功率新造渔船数量不断增加，先进的助渔导航设备的配备，大大提高全省远洋渔船的装备化水平。

2021年，我国继续完善远洋渔船船位监测系统，推进远程视频监控和电子渔捞日志，加快支持7家境外远洋渔业基地建设，推动远洋渔业全产业链发展，提高产业发展质量和效益。

拓展合作领域 履行国际义务

我国远洋渔业从小到大，从弱到强，作业范围不断扩大，合作领域进一步拓宽，从近海走向公海，走向深蓝。作业船队已遍布太平洋、大西洋和印度洋及周边40多个国家的海域以及南极公海区域。

2019年，农业农村部召开中国南太平洋岛国农业部长会议和渔业合作论坛并签署《楠迪宣言》。积极推动与基里巴斯、所罗门加强渔业合作。先后与伊朗、斐济、桑给巴尔、瓦努阿图、塞拉利昂等10多个“一带一路”沿线国家签署渔业合作协议或备忘录。经国务院批准正式加入《南印度洋渔业协定》，积极参与8个政府间区域渔业管理组织谈判磋商，维护我国远洋渔业合法权益。

为践行海洋命运共同体理念，2020年我国首次在公海部分区域实施自主休渔，主动履行国际义务，养护公海渔业资源。成立远洋渔业国际履约研究中心，建立远洋渔业国际履约队伍，对口跟踪落实相关区域渔业管理

组织履约事务，及时将相关区域渔业养护管理措施转化为国内管理规定，履行负责任国家义务。

2021年，我国正式实施公海自主休渔措施，首次实行远洋鱿钓渔船总量控制，科学优化鱿钓渔船布局，加强公海渔业资源养护。在国际上首次实施公海转载观察员自主监管，根据疫情变化情况及时调整监管方式。首次将远洋渔业企业履约评估与补助政策挂钩，进一步研究完善履约评估制度，推动渔船企业提高国际履约能力和水平。

此外，我国首次派遣专业资源调查船开展国际渔业资源调查评估，推动开展西南大西洋公海鱿鱼资源联合调查；积极参与生物多样性公约“COP15”大会、WTO渔业补贴谈判和8个区域渔业组织谈判磋商，切实加强各区域组织履约事务，推动达成全面公正平衡的谈判成果。

30多年来的远洋渔业发展，不仅使远洋渔业企业资产总量迅速扩大、自身实力显著提升，同时也创造了良好的社会效益。一方面，远洋渔业不断发展，填补了我国过去长期在公海渔业上的空白，充分体现了我国在国

际海洋资源管理、分配方面的国际法权利。另一方面，远洋渔业捕捞的水产品在投放国际市场的同时，根据国内需求，大量优质水产品运回国内，对满足国内市场需求，平抑水产品价格，丰富市场品种，满足人民群众对美好生活向往发挥了积极作用。

在“十四五”开局之年，为进一步加快我国远洋渔业转型升级和绿色发展。农业农村部近日印发了《农业农村部关于促进“十四五”远洋渔业高质量发展的意见》（以下简称《意见》），确定“十四五”远洋渔业发展的指导思想、主要原则、发展目标、区域布局 and 重点任务，对推进远洋渔业高质量发展做出总体安排。《意见》明确，到2025年，远洋渔业总产量稳定在230万吨左右，严格控制远洋渔船规模，区域与产业布局进一步优化，远洋渔业企业整体素质和生产效益显著提升。

下一步，农业农村部将围绕《意见》主要目标，推动各地落实《意见》确定的重点任务，持续提升远洋渔业企业规范发展与国际履约能力，推进“十四五”远洋渔业高质量发展。📌



» 金汇68轮——上海开创远洋渔业有限公司刚刚建成投产的国内新一代大型金枪鱼围网渔船

“十四五” 远洋渔业发展蓝图绘就

——农业农村部渔业渔政管理局局长刘新中就《农业农村部关于促进“十四五” 远洋渔业高质量发展的意见》答记者问

近日，农业农村部制定印发了《农业农村部关于促进“十四五” 远洋渔业高质量发展的意见》（以下简称《意见》），围绕《意见》编制起草的有关背景、总体考虑、主要内容等问题，记者采访了农业农村部渔业渔政管理局局长刘新中。

《意见》编制起草的背景情况是什么？

远洋渔业是我国依照国际法赋予的权利和有关双边合作协议，对国际海洋生物资源进行合理开发利用的战略性产业，是构建“海洋命运共同体”、践行“一带一路”倡议的重要组成部分。发展远洋渔业对丰富国内优质水产品供应、保障国家粮食安全、促进多双边渔业合作等均具有重要意义。

“十三五”以来，远洋渔业规范有序发展取得显著成效。一是产业规模有效控制。远洋渔船和远洋渔业企业数量基本稳定，捕捞产量产值及运回比例稳中有增，全面完成“十三五”规划目标。二是产业结构不断优化。远洋水产品供需格局不断优化，全产业链建设初见成效。发布“中国远洋鲑鱼指数”，批准建设多个境内外远洋渔业基地，初步形成重点区域产业聚集区。三是渔船装备持续升级。更新建造了一大批专业化渔船，首次自主设计建造了专业南极磷虾捕捞加工渔船。四是治理能力显著提升。修订发布《远洋渔业管理规定》，实施更完善更严格的管理措施。开展远洋渔业企业履约评估，发布从业人员“黑名单”，全面落实企业主体责任。五是支撑体系基本建立。完善了以捕捞技术、资源调查与探捕、渔情海况预报、渔用装备研发、水产品加工

等为主要内容的科技支撑体系，建成远洋渔业数据汇集、国际履约等研究平台。六是国际合作持续深化。深入参与8个区域渔业管理组织事务，试行公海自主休渔，积极履行国际义务。积极拓展双边合作，发布中国—南太平洋岛国《楠迪宣言》，援助非洲国家开展渔业资源调查。

“十四五”时期，远洋渔业发展挑战与机遇并存。全球海洋渔业治理持续变革，全球经济受贸易保护和新冠肺炎疫情影响陷入衰退，远洋渔业受到前所未有的冲击，企业招工难、渔船检验难、人员轮换难等问题突出，部分企业经营困难。与此同时，国内国际双循环发展战略和“一带一路”倡议等深入实施，以及国内外市场对优质水产品日益增长的需求等，也为远洋渔业发展提供了新的机遇。总体来看，“十四五”是我国远洋渔业发展的关键转型期。

《意见》编制起草的总体考虑是什么？

制定印发《意见》的主要目的是贯彻落实《“十四五”推进农业农村现代化规划》《“十四五”全国渔业发展规划》，促进远洋渔业规范有序高质量发展。所以在《意见》编制起草时，我们首先是坚持对标对表农业农村现代化及渔业发展规划的总体要求，始终与渔业的发展定位及工作原则一脉相承。同时在区域布局、重点任务等方面充分体现远洋渔业的产业特色，保证了《意见》的基础是稳固的，方向是正确的。

在定位方面，体现了新时代对远洋渔业的新要求，一个关键词，就是高质量发展。“十四五”渔业

发展规划提出，要巩固提升渔业综合生产能力，扎实推进渔业绿色发展，强化渔业风险防范，深化渔业对外合作，健全渔业治理体系，全面提高渔业质量效益和竞争力。为此，《意见》立足促进乡村振兴和保障粮食安全，围绕在加快渔业现代化建设中找准远洋渔业定位，强调要始终牢牢把握远洋渔业稳中求进总基调，稳定扶持政策，强化规范管理，控制产业规模，促进转型升级，提高发展质量和效益，深度参与全球海洋治理与国际规则制定，加强多双边渔业合作交流，促进远洋渔业高质量发展。

在原则方面，强调了新阶段远洋渔业发展的新方向，也就是要实现远洋渔业高质量发展，必须要坚持以下四个原则。一是坚持绿色发展，合理调控船队规模，科学布局作业区域，持续强化规范管理，严厉打击 IUU 渔业活动，主动参与全球渔业治理，切实履行国际责任义务，树立负责任国家形象。二是坚持合作共赢发展，深化远洋渔业对外交流，多渠道、多形式开展互利共赢合作，进一步巩固多双边政府间渔业合作机制，提升“走出去”水平，带动合作国家和地区渔业发展。三是坚持全产业链发展，以远洋渔业基地建设为核心，拓展水产品加工、储藏及渔船修造等领域，积极发展水产养殖，构建远洋渔业全产业链发展新格局。四是坚持安全稳定发展，统筹发展和安全，强化涉外安全事件的监测预警、应急处置和舆情应对，压实企业和船员安全生产、风险保障和疫情防控主体责任，提升生产经营管理能力和安全保障水平。这就是远洋渔业高质量发展四个方面的要求。

《意见》包括哪些主要内容？

《意见》包括六个章节，分别为总体要求、优化远洋渔业区域布局、推进远洋渔业全产业链集聚发展、健全远洋渔业发展支撑体系、提升远洋渔业综合治理能力及加大远洋渔业发展保障力度，其中后四个章节明确了“十四五”远洋渔业发展的重点任务。

在发展目标方面，突出“稳”和“升”两个关键字，稳，是稳定产量产能、不再追求扩大渔船数量和企业数量；升，是提升产业发展质量效益、装备智能化水

平及远洋渔业企业的整体素质。经统筹考虑，提出了“到 2025 年，远洋渔业总产量稳定在 230 万吨左右，严格控制远洋渔船规模，稳定远洋渔业企业数量，区域与产业布局进一步优化，远洋渔业企业整体素质和生产效益显著提升”的总目标。

在产业区域布局方面，一方面要巩固提升大洋性渔业，对金枪鱼、鲑鱼、中上层鱼类及极地渔业的区域布局进行细化；另一方面要规范优化过洋性渔业，精细化管理西非和东南亚等传统合作区，积极开发东非和南太等新兴合作区，稳步拓展拉美、西亚、南亚等潜力合作区。

在重点任务方面，提出了四项重点任务。一是推动远洋渔业全产业链集聚发展。鼓励远洋渔业企业加快向产业后端发展，打造聚合捕捞、养殖、加工、冷链、配送、市场和品牌建设的新型全产业链经营形态；以远洋渔业基地建设为依托，打造辐射面广、带动性强的区域性远洋渔业产业集群，最终目的是提升产业的质量和效益。二是健全远洋渔业发展支撑体系。鼓励科技创新、装备研发与技术应用，加强科技创新支撑体系建设，加快提升远洋渔业科技创新能力；构建多层次的人才培养体系，依托远洋渔业科教单位和培训机构，探索远洋渔业人才“订单式”产教融合培养模式。三是提升远洋渔业综合治理能力。着力推进以船位监测、电子渔捞日志、远程视频监控、公海转载监管、产品溯源为重点的远洋渔业综合监管体系建设；加大远洋渔业安全生产和安全保障设施设备投入，加强安保护，推进远洋渔船、船员安全保险全覆盖；积极参与国际和区域渔业管理组织事务，推动构建公正合理的国际渔业治理秩序。四是加大远洋渔业发展保障力度。在政策支持、监督管理、海外保护等方面，优化顶层设计，合力推进远洋渔业高质量发展；稳定完善远洋渔业相关支持政策，加强远洋渔业国际履约能力建设，提升远洋渔业企业管理水平；充分发挥行业协会在组织协调远洋渔业生产、规范企业行为、加强行业自律、组织市场开发和品牌打造等方面的作用。📌

（农业农村部渔业渔政管理局供稿）

舟山国家远洋渔业基地： 从“先行先试”到“引领示范”

文 / 牟澜 方芳

春潮滚滚，勇立潮头者胜。围绕“建设远洋渔业基地，践行海上丝绸之路”总目标，浙江省舟山国家远洋渔业基地建设发展集团有限公司（以下简称：舟山市远洋渔业集团）布局向海经济，聚焦全产业链发展、聚焦服务平台打造、聚焦产城融合发展，形成集“远洋捕捞、冷链物流、精深加工、水产交易、金融服务、科研创新”于一体的发展体系。

近年来，作为全国首个国家级远洋渔业基地，舟山国家远洋渔业基地聚力发展，实干为先，成为全国远洋渔业先行示范基地和展示现代渔业重要窗口的标志性亮点。

对标“实绩突出” 释放“灯塔效应”

全国农村一二三产融合发展先导区、国家科技兴海示范基地、国家骨干冷链物流基地、全国供应链创新与应用示范点、浙江省农村产业融合发展示范园、浙江省特色小镇、浙江省乡村振兴集成创新示范……大项目支撑大产业，大平台承载大发展，舟山国家远洋渔业基地不仅为推动舟山高质量发展注入源源不断的动力，还为同类型渔业基地提供指导性范例、宝贵启示和借鉴。

五年来，舟山国家远洋渔业基地以“全链式产业、全方位市场、全国性品牌、综合型平台、专业化运营”为发展路径，高起点编制了《国家远洋渔业基地产业发展规划》《基地控制性规划》《特色小镇创建规划》《定海



远洋渔业小镇总体规划》《国际远洋水产品贸易中心研究报告》等，以前瞻性思维谋篇布局。

近年来，舟山市远洋渔业集团充分发挥数字化改革的牵引撬动作用，实现机制重塑升级。2019年，由该集团与中国移动通信集团浙江有限公司舟山分公司、浙江大学舟山海洋研究中心、浙江大洋兴和食品有限公司四方合作的浙江首个5G+智慧水产应用落地，不仅提升企业工作质效，也给其他企业提供了可复制的“数智”发展模板。

2019年，我国首个“中国远洋鱿鱼指数”在舟山正式发布，舟山国家远洋渔业基地“承接”进行常态化发布。这一重任不仅有利于提升舟山鱿鱼品牌的知名度，真正



形成“世界鱿钓看中国,中国鱿钓看舟山”的市场影响力、辐射力和核心竞争力,还有利于平抑鱿鱼价格市场波动,掌握交易价格的参与权,乃至主导权。

打开浙江舟山国际农产品贸易中心在线交易平台,包括中国远洋鱿鱼指数及阿根廷鱿鱼、金枪鱼等价格指数一目了然,东南太平洋鱿鱼、阿根廷鱿鱼等远洋鱼货在此挂牌出售。自舟山国家远洋渔业基地的水产品现货在线交易服务平台——“远洋云+”正式投入使用以来,这个集合了线上交易、数字仓储、云上物流、数字金融等功能模块于一体的供应链服务平台,市内捕捞船覆盖率93%以上,为推动国内消费升级和产业升级提供了坚实的数字助力。

2022年1月,浙江省经济和信息化厅通报了2021年度全省数字经济系统建设工作表彰结果,基地贸易中心成功列入“浙江省2021年数字经济系统优秀理论成果名单”和“浙江省数字政府双循环应用场景培育库”首批名录,并作为舟山唯一一家供应链应用平台入选“浙江省数字经济系统第一批优秀地方特色应用”。

一直以来,舟山市远洋渔业集团不仅对地方经济社会发展起到战略支撑作用,还切实履行社会责任,彰显国企担当。疫情期间,作为全国最大的远洋自捕水产品输入专业码头和远洋物资补给渔场配送的主要口岸,舟山国家远洋渔业基地防疫生产两不误。截至2021年年底,累计接收靠泊回国渔船848艘,转运船员近1.7万人次,



其中外籍船员 2816 人次。

融会“四海之气” 凸显“集聚效应”

俯瞰舟山国家远洋渔业基地，数艘远洋渔船靠泊在万吨级远洋渔业码头，远洋鱼货正通过货车有序地运往基地冷库与周边企业。舟山市远洋渔业集团以项目建设之“进”支撑经济发展之“稳”，强化以商招商、产业招商、园区招商，做好延链、补链、强链文章，着力构建“核心+配套”产业闭环，集聚效应凸显。

2021 年 12 月，中国农发明珠工业园正式在舟山国家远洋渔业基地开园，作为中国农发集团首个现代化水产品精深加工园区，它的建成将进一步促进远洋板块精深产品研发、产业集聚、产品辐射、创新示范。

除中农发明珠园外，基地先后引进了国家、省级龙头企业在内的“大洋世家”“兴业集团”等 150 余家具有较强实力的远洋渔业关联企业，促进远洋渔业全产业链上下游协同发展，由此建立起远洋捕捞、冷链物流、精深加工、交易贸易等环节深度融合的发展体系，为将基地打造成为“一带一路”建设和对外开放新格局的重要载体，奠定了稳固的基石。

近年来，舟山市远洋渔业集团累计投入超 20 亿元，用于核心区供电、供热、污水处理等基础配套设施项目建设。完善、新建冷库 10 座，总库容达 40 万吨，是浙江省冷库密度最高的区域。拥有 3 座万吨级远洋渔业专用码头，建立了基地母港码头装卸、鱼货分级、综合补给和“一关三检”联动服务机制，形成布局合理、功能多样、配套完善的远洋渔业专用口岸，吸引了中水远洋、上海开创、上海金优、山东中鲁等国内上市公司、国家级龙头企业和舟山本地企业在基地口岸靠泊卸货补给，五年来累计进关自捕鱼近 200 万吨，优质资源集聚发展与再发展能力不断增强。

浙江国际农产品（水产品）贸易中心和实体市场，以及中国远洋鲑鱼交易中心建成运行，以鲑鱼、金枪鱼为主的远洋水产品线上线下交易模式不断完善。设立南美（秘鲁）境外基地和海上流动基地，构建形成远洋渔船海陆联动后勤保障服务体系。建成浙江国际农产品贸易中心和远洋融资租赁、保税燃油加注、人力资源、渔

需物资补给等综合服务平台，持续优化海洋产业发展环境。引导基地产业联盟企业协同发展，强化远洋渔业上下游产业互动联结，抓好“小升规”工作。这五年，按政府要求，基地出台了“一揽子”惠企纾困的政策措施，累计向民营企业让利约 5000 万元，提供政策性资金支持约 1.3 亿元。通过融资租赁平台，累计向企业投放项目资金 7 亿元，“真金白银”让利于企，进一步激发市场主体的活力。

依托定海西码头百年渔港历程和舟山“中国渔都”传统积淀，舟山市远洋渔业集团深度挖掘“远洋+健康”特色旅游产业，走出了一条独具远洋特色的产业文化发展路。定海远洋渔业小镇不仅获批 3A 级景区，还成功创建省级特色远洋渔业小镇。这处独具舟山特色，生产、生活、生态协同发展的海上花园城市窗口，正迎来大好春光。

据悉，2017—2021 年，舟山国家远洋渔业基地累计实现总投资 110 亿元，集聚远洋渔船数 632 艘，带动全市实现远洋渔业经济总产出 1385 亿元。全市远洋渔船规模和捕捞产量均占全国总量的 22%，其中远洋鲑鱼产量占全国 60% 以上；码头水产品进关量 193 万吨，其中鲑鱼进关量约 140 万吨，金枪鱼进关量约 35 万吨，其他鱼种约 18 万吨；基地落地投资额亿元以上重大项目 20 个，产业项目投资累计 90 亿元以上，实现基地税收贡献 7.33 亿元。先后获批国家科技兴海示范基地、全国农村一二三产业融合发展先导区、国家渔港经济区、国家骨干冷链物流基地、省现代农业园、省示范物流园等 20 余项国家战略和省级园区。

打造远洋渔业母港 托起逐梦四海愿景

据悉，未来舟山国家远洋渔业基地将围绕构建以国内循环为主、国内国际双循环相互促进的新发展格局，坚持稳中求进总基调，按照新时期远洋渔业高质量发展工作要求，助力打造中国远洋渔业第一市目标，促进舟山市远洋渔业经济行稳致远。

把握疫情防控新形势。常态化抓好惠群港区闭环管控，并按照“六稳六保”总要求，做好引导远洋渔业产业经济发展工作，实现远洋渔业产业链供应链稳定。

打造基地发展新样板。发挥国家战略和省级园区试

点的政策叠加优势，主动融入新时代远洋渔业发展大局，持续带动基地全产业链发展，积极打造国家级远洋渔业基地建设“舟山新样板”。

争创产业集群新效应。深化“双招双引”，瞄准行业领军、上市企业开展招商工作，加快在建支撑性项目建设，引导小微企业集聚，精深加工企业做大做强，促进优质产能释放。贯彻落实国家碳达峰与碳中和战略，推进二氧化碳制冷技术产业创新应用。

步入发展环境新轨道。统筹协调推进智慧化、信息化远洋渔业专业母港和国家级渔港经济区建设，融入义甬舟开放大通道，实现基地综合承载和资源要素配置能力明显提高。

开启文旅融合新引擎。以建设具有全球知名度的远洋渔业特色小镇为目标，以成功创建以海洋健康产业为特

色的定海远洋渔业小镇为新起点，巩固拓展特色旅游经济同乡村振兴战略有效衔接，打造“产业更特、创新更强、功能更优、形态更美、机制更活、辐射更广”的特色小镇 2.0 版。

发挥集团公司新优势。发挥集团公司省级农业龙头企业示范引领作用，全力推动远洋渔业全产业及延伸链各环节联动发展，切实发挥好远洋渔业专用码头、融资租赁、油品贸易等全国性发展稀缺要素优势，挖掘各产业板块潜在盈利点，提升基础板块服务水平。

“中国远洋鱿鱼指数”在这里首发，“远洋云+”在线交易服务平台在这里开启，中国农发明珠工业园在这里开园……舟山国家远洋渔业基地从无到有、从小到大、从弱到强，日益形成了“远洋捕捞、冷链物流、精深加工、水产交易、金融服务、科研创新”全产业链发展平台。📍



来自中国重要农业文化遗产地的馈赠

本期中国重要农业文化遗产

云南漾濞核桃—作物复合系统是以林下种养结合为特色的核桃—作物复合生态农业系统。遗产地位于云南省大理白族自治州漾濞彝族自治县苍山镇，核心区为鸡茨坪村，面积约3.1平方公里，距今已有1000多年的核桃栽培历史。

云南漾濞核桃： 金果银果核桃果

文 / 杨萍 苏秋月

漾濞核桃是云南省漾濞彝族自治县特产，它以果大、壳薄、仁白、味香、出仁出油率高、营养丰富而闻名，是不可多得的有机、生态、保健食品。漾濞县因盛产大泡核桃，被国务院发展研究中心评为“中国核桃之乡”。

核桃大理漾濞者佳

“漾濞核桃甲天下，独领风骚

三千年”。漾濞是核桃的故乡，是核桃的起源地，得天独厚的自然条件和勤劳智慧的漾濞各族人民培育出了享誉中外的“漾濞核桃”。

漾濞县冬无严寒、夏无酷暑、四季如春、干湿季分明的特点和特殊的地理条件、丰富优质的水资源以及优越的绿色生态环境，为核桃生产繁殖提供了良好条件。这里孕育出了世界上单一品种推广栽种面积最大、



全国品质一流的漾濞核桃，同时形成了核桃与各种农作物间套作、核桃林下养殖的生态农业生产模式。县境内



还有核桃野生型、过渡型、栽培型等植物以及胡桃科植物4个属，系统遗传资源丰富。境内生物呈多样性，

林间除丰富多彩的飞禽走兽出没外，据中英联合进行的苍山科学考察资料分析，有6000余种植物生存的可

能，其中已查实的有182科2849种，经普查，境内昆虫天敌有131种之多。

1978年，科技工作者在漾濞县境内发现一段核桃阴沉木，经中国科学院化验表明，这段核桃木距今已 3325 ± 75 年（树轮校正年代为 3564 ± 125 年）；经有关专家考证，作于3000年前的苍山崖画中有一幅核桃采摘图，是反映新石器时期漾濞先民打核桃的场景，是苍洱文明的源头之一；明代著作《南诏通记》记载，有段思平“获商人遗以核桃一笼”之事，可知远在1000年前的宋代大理一带已将核桃作为商品；《云南通志》记载“核桃大理漾濞者佳”。《滇海虞衡志》记载“核桃以漾濞江为上，壳薄可捏而破之”。由此可推断，早在3500多年以前，漾濞就有核桃分布，在清朝以前，漾濞江流域已培育出了现在闻名遐迩的漾濞大泡核桃。

漾濞江流域在核桃生产的发展历史上占有重要地位，大泡核桃品种已有1000多年的栽培历史，现在全县最古老的核桃树龄达1000年，其中百年以上古核桃树达10万多株，仅漾濞县光明村树龄在200年以上的核桃约有6000多株，100年以上的比较普遍。据不完全统计，漾濞县集中连片管理的百年以上古核桃树共有182480株，已挂牌保护4125株。

擦亮漾濞核桃品牌

核桃作为保健食品，是彝乡儿女的致富果、幸福果。核桃食品清香味美、富含营养，在国内外享有“益智果”“长寿果”的美称。

在长期发展过程中，漾濞县以核桃产业为突破，不断创新农业发展思路，走布局区域化、生产规模化、



经营集约化的核桃发展之路，努力做好以核桃为重点的农业产业化文章，着力培植壮大核桃产业，发挥特色

品牌优势，全力打造“中国核桃之乡”的特色品牌。核桃干果、核桃仁、核桃乳、核桃粉、核桃精炼油、琥珀核

桃、蜜香核桃、椒盐核桃、核桃油等系列核桃产品进入千家万户；核桃根艺、核桃壳工艺品等产品走俏四方。

同时，漾濞核桃以“互联网+”的形式开拓市场，打造漾濞核桃特色电商模式，创建漾濞核桃品牌传播窗口，建立微商营销系统，推动漾濞核桃全民创业风潮。漾濞核桃与省外100多家销售商结为贸易伙伴，不断开拓市场，每年出口核桃一万吨以上，占大理州出口量的67%，占云南省出口量的46%。

数十年来，科技人员艰苦努力，对核桃开展了全面系统的科学研究，从选种育种、生长发育、生理生化、繁殖技术、铁核桃改良、栽培试验、嫁接试验、采收贮藏、病虫害防治等一系列辛勤探索中总结出了一整

套先进的核桃丰产栽培技术，编写了《漾濞核桃》《云南核桃》等优秀科技著作，用于指导核桃生产，取得了显著成果。其中光明村就是一个典型的核桃生态村，万亩核桃林郁郁葱葱，村庄与核桃林融为一体，在全省乃至全国都具有代表性。目前，仅光明村泡核桃发展就达到12万多株，人均拥有100株，年产量达820.5吨，销售干果收入830万余元，人均达6500元。

独具特色的核桃文化

核桃使漾濞传名，人们经过核桃进一步了解漾濞，核桃成为了漾濞的特色文化。

一年一度的“中国·大理漾濞核桃文化节”每年都在光明万亩核桃生态园启幕。核桃节从9月1日延续到30日。在整整一个月期间，举办核桃产业发展科技交流会、漾濞核桃推介活动、核桃旅游系列活动、核桃商贸洽谈会等各种活动，海内外专家、游客、商家走进漾濞，在活动中感受不同的核桃文化。同时，漾濞四乡八寨的各民族群众自发前往光明万亩核桃生态园参加祭祀核桃神活动，祈求风调雨顺、国泰民安、五谷丰登、核桃丰收。每年“白露”节令时节，是漾濞核桃大面积成熟的丰收季节，在核桃节上，举行核桃开竿仪式，邀请与会嘉宾和朋友为漾濞核桃开竿，吹响每年核桃丰收的号角。

漾濞彝族群众热情好客，有客登门，以核桃仁刨花和食糖混合冲调，用瓷碗盛装，敬奉客人；在大理漾濞，核桃宴是漾濞人民招待贵客的最高礼节，核桃宴是以核桃为主

要材料做成菜肴置办的宴席，核桃节上，彝家人民准备了核桃宴，请四海宾朋共享丰收的喜悦。

漾濞县注重核桃文化挖掘和资源开发，创办开发出了漾濞核桃节、核桃秀工艺品、核桃宴、古树核桃、《核桃源》专刊等核桃系列文化产品。

漾濞核桃文化渊远流长，核桃交易会、核桃篝火晚会、核桃文化节、

核桃文化展馆等是当地做强核桃产业、弘扬核桃文化的集中展现。令人垂涎的核桃美食，经久不衰的蒙秦古乐，酣畅淋漓的彝族打歌，神秘朴素的核桃祭祀，令人流连忘返的核桃生态园构成了一幅美绝天工的绮丽文化画卷。品

（作者单位：云南省大理白族自治州漾濞彝族自治县农业农村局）

链接

漾濞核桃种类繁多，有大泡核桃、小泡核桃、娘青、圆菠萝、大核桃夹绵、小核桃夹绵、鸡蛋皮、拔绵格、阿卡门、滑皮、木瓜、撒麦老、小核桃、圆壳子、油皮、猫头等32个品种，其中大泡核桃（别名绵核桃、茶核桃、麻子）享誉中外，大泡核桃属无性系，故名漾濞大泡核桃，主要分布在海拔1300~2500米的地带。目前已成为云南省乃至西南、华中各省区泡核桃的主栽品种，是分布最广、产量最高的泡核桃品种。

漾濞核桃富含数十种人体所需的营养精华，出仁率53.2%~76.56%，核桃的油脂含量高达65%~75%，蛋白质含量13.45%~17.32%，碳水化合物10%，粗纤维5.8%，维生素及磷0.32%，钾0.39%，钙（0.10%）0.10%。每100kg带壳核桃仁可榨油25~30kg，居所有木本油料之首，有“树上油库”的美誉。

在国际市场上，核桃油被誉为“东方橄榄油”，同橄榄油一样备受消费者青睐。核桃中富含不饱和脂肪酸、Q-6（亚油酸）、Q-3（亚麻酸）、角鲨烯、叶酸、天然VA、VD、硒元素、黄酮类物质和多酚化合物等营养成分。经检测，每100g漾濞核桃油中，脂肪含量与市售核桃油相同，均为99.9%以上；饱和脂肪酸含量为8.0g~8.8g，低于市售核桃油（9.1g）；单不饱和脂肪酸含量为14.3g~15.3g，低于市售核桃油（15.8g）；多不饱和脂肪酸含量为75.8g~77.6g，高于市售核桃油（75g）；辅酶Q10含量为0.6mg~1.3gm，高于市售核桃油（0.2mg）。

阶段性亏损将出现 生猪养殖调控要及时

文 / 刘一明



随着春节结束，猪肉消费进入淡季。春节以来，猪肉市场供应宽松，价格同比大幅下降。据农业农村部监测，全国生猪平均价格已连续10周回落，1月份全国平均出栏一头生猪盈利21元，环比下降217元。2月第2周，全国生猪平均价格14.52

元/公斤，比前一周下降1.3%，同比下降55.3%，已经跌破养殖平均成本线（每公斤15.4元左右）。全国猪肉平均价格25.86元/公斤，比前一周下降1.5%，同比下降49.9%。

目前，养殖户生产状况如何，国家和地方各部门有什么应对措施？

记者走访了养殖户、相关部门负责人和业内专家。

节后猪价进一步下跌 企业提前调产能降亏损

“我们这边去年12月初生猪价格每斤9元左右，春节前跌到了8元，

年后猪价继续在往下跌，现在生猪价格每斤6元多一点，整个行业基本都在亏损。”湖南省一家生猪养殖公司负责人唐定华告诉记者。

“一方面，我们严格控制成本，比如与饲料厂合作，每吨饲料成本降低200元左右，各方面节本措施加起来，生猪每斤成本从原来的7.5元压缩到现在的6.8元。另一方面，我们从去年7月就开始提前淘汰低产母猪，降低一部分产能，减少了损失。”唐定华介绍说，该公司有自己的屠宰场，在目前白条肉价格下跌不严重的情况下，能够弥补一定生猪价格下跌的损失。

大北农集团武汉绿色巨农执行副总裁黎龙辉介绍，母猪的更新换代能够明显有效地降低成本。从去年9月开始，到今年1月底，该公司淘汰了6~7万头低产能的三元母猪，并更新了一批生产性能好的二元母猪，每只仔猪的成本降低了60块钱。

“我们之前做了预判，认为春节过后猪价还会降低，所以6个月前就开始调控产能，控制育肥规模，因此现在出栏量在减小，亏损也就降低了。”黎龙辉说。

中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员、农业农村部生猪产业监测预警首席专家王祖力建议各养殖主体密切关注官方发布的权威市场信息，根据相关信息适时出栏，避免过度压栏或集中抛售导致猪价过快下跌，进而出现深度亏损。同时，要淘汰前期留下的三元商品母猪和部分低效二元母猪，提升能繁母

猪群体生产效率。通过优化饲喂方式和精细化管理，提高饲料转化率，降低死亡率，从而降低养殖成本。他说：“行业低迷期往往加大疫病发生风险，目前非洲猪瘟病毒已经在国内定殖，各类养殖主体一定要毫不松懈抓好动物疫病防控，确保养殖场区生物安全，否则一旦出现问题，就可能全盘皆输、损失惨重。”

生猪产能调控成效显著 各地开启猪肉收储工作

2021年6月以来，农业农村部会同有关部门密集发布产能过剩预警信息，印发《生猪产能调控实施方案（暂行）》，压实地方责任，督促各地采取措施及时调减产能，引导养殖场（户）顺势出栏生猪。

据监测，2022年1月份能繁母猪存栏量环比下降0.9%，同比下降3.7%，连续7个月向正常保有量回调。据测算，1月末全国能繁母猪存栏量4290万头，为4100万头正常保有量的104.6%，已回到产能调控的绿色合理区域。1月份全国规模猪场5月龄以上中大猪存栏量环比下降4%，生猪出栏活重每头128.1公斤，环比下降1.1公斤，一定程度减轻了春节后供应过剩的压力。

今年1月份，能繁母猪存栏量已回调到绿色合理区域，新生仔猪数量、5月龄以上中大猪存栏量有所减少，生猪产能调控成效显著。但受生产惯性增长与节后消费淡季叠加影响，价格下行压力较大，生猪养殖可能出现阶段性重度亏损。

今年1月24日至28日当周，全国平均猪粮比价5.57:1，连续三周处于5:1~6:1之间，进入《完善政府猪肉储备调节机制 做好猪肉市场保供稳价工作预案》设定的过度下跌二级预警区间。国家发展改革委开始会同有关部门视情况启动猪肉储备收储工作，并指导地方按规定开展收储工作。

收储是当前有效抬升猪肉价格、平衡供需关系和维护养殖户利益的手段之一。近日，四川省开始向21个市（州）下达共计一万余吨猪肉收储任务，本轮市（州）层面收储任务将通过委托企业的方式实施。同时，四川省鼓励有关屠宰企业、肉类食品加工企业等抓住生猪猪肉价格持续低位运行的有利时机，加大补仓力度。

据湖北省发展和改革委员会工作人员介绍，湖北省针对近期全省猪粮比价低位运行情况，相关部门密切跟踪生猪、猪肉价格走势，及时召开协商会议进行分析研判。春节前，经湖北省政府同意，湖北启动了新一轮省级猪肉临时收储，总量1300吨，对保持全省猪肉产品稳定供应、防范猪肉价格大起大落等方面将发挥积极作用。

2月11日，宁夏发展和改革委员会发布信息称，截至1月27日，宁夏全区猪粮比价为4.96:1，进入《猪肉市场保供稳价工作预案》设定的过度下跌一级预警区间（低于5:1）。下一步，宁夏将启动猪肉临时储备收储，同时建议养殖场（户）科学安排生产经营决策，将生猪产能

保持在合理水平。

春节后消费淡季到来 养猪可能出现重度亏损

2019年第4季度以来,我国生猪产能持续恢复,到2021年6月份前后能繁母猪存栏量达到本轮周期的峰值。按生猪生产生物学规律,从能繁母猪存栏量达峰到猪肉产量达峰,大概有10~11个月的滞后期。

据王祖力介绍,根据上述生产节奏推算,当前市场上可以出栏上市的商品猪数量仍在惯性增加,2022年4月份前后,才可能是商品猪出栏上市的峰值。然而,每年的3—5月都是猪肉消费的淡季,这个季节叠加商品猪出栏高峰,很有可能会导致猪价进一步下跌。按近期猪价水平计算,养殖场户每出栏一头商品猪,已经有300元左右的亏损。如果后期猪价进一步下跌,养殖环节出现深度亏损的概率比较大。

王祖力建议各级行业管理部门加强监测预警与形势研判,及时发布权威信息引导市场预期。各地应按农业农村部《生猪产能调控实施方案(暂行)》要求,确保产能保持在合理区间;扩大和增加对符合条件的生猪养殖场(户)的信贷支持,以应对行业低迷期;对一些亏损比较严重、资金链压力比较大的养殖主体,可以按规定统筹相关资金给予临时救助补贴。

据农业农村部畜牧兽医局有关负责人介绍,从前期新生仔猪数量看,上半年生猪出栏仍将惯性增长。2021年8—12月份全国规模猪场新生仔猪同比增长16.6%,按6个月的育肥出栏周期,恰好对应春节后的消费淡季,生猪价格可能进一步下行,导致养殖阶段性重度亏损。从2009年以来,多数产能较为正常的年份,春节后生猪养殖都会出现季节性亏损,预计今年2—4月份养殖亏损较

重,5月份之后随着猪肉消费增加,亏损将逐步缓解。

据悉,下一步,农业农村部将会同有关部门继续做好生猪生产监测预警,落实《生猪产能调控实施方案(暂行)》,抓早抓小,精准调控,防止生猪生产出现新的大起大落。首先,防止养殖亏损时过度淘汰能繁母猪。同时,引导养殖场(户)及时出栏生猪,防止生猪价格下跌时因压栏抗价造成“肥猪更肥”,后市陷入“猪不增肉增,价格稳不住”的困境。其次,督促地方严格落实省负总责要求,稳定用地、金融、环保等长效性支持政策,做好非洲猪瘟常态化防控,特别是紧盯能繁母猪存栏量低于正常保有量波动范围下限的省份,要求其采取更有针对性的政策措施,及时稳定产能。第三,配合有关部门加强猪肉储备调节,在后续猪价低迷时加大冻猪肉收储力度,生产和市场调控“双管齐下”,形成调控合力。■



2025 年全国奶类产量达 4100 万吨

《“十四五”奶业竞争力提升行动方案》发布

近日,农业农村部发布《“十四五”奶业竞争力提升行动方案》(以下简称《方案》),旨在提升奶业竞争力,保障奶类供给安全。《方案》要求,到 2025 年,全国奶类产量达到 4100 万吨左右,百头以上规模养殖比重达到 75% 左右。

在“十三五”期间,我国奶业振兴取得了显著成效。农业农村部数据显示,2020 年,全国奶类产量 3530 万吨,百头以上奶牛规模养殖比重达 67.2%,分别比 2015 年提高了 7% 和 18.9%。奶牛年均单产达到 8.3 吨,比 2015 年提高了 2.3 吨。规模牧场生鲜乳乳蛋白、乳脂肪等指标达到奶业发达国家水平,乳制品抽查合格率位居食品行业前列。全国人均乳品消费量折合生鲜乳达 38.2 公斤,比 2015 年增长 6.3 公斤。

从总体上看,奶业生产水平明显提升,质量安全达到较高水准,乳品消费仍在快速增长。实现奶业全面振兴具备了良好条件。但是,由于奶业生产成本高、产销衔接不紧密、产业链利益联结机制不完善等原因,产业整体竞争力不足,进口冲击严重。2020 年乳制品进口比 2015 年增长了 70.4%,奶源自给率下滑了 9.6 个百分点,国产奶源市场份额下降与消费市场日益扩大形成了强烈反差,亟待采取有效措施提升奶业竞争力。



《方案》要求,到 2025 年,全国奶类产量达到 4100 万吨左右,百头以上规模养殖比重达到 75% 左右。规模养殖场草畜配套、种养结合生产比例提高 5 个百分点左右,饲草料投入成本进一步降低,养殖场现代化设施装备水平大幅提升,奶牛年均单产达到 9 吨左右。养殖加工利益联结更加紧密、形式更加多样,国产奶业竞争力进一步提升。

为了达到这一目标,《方案》提出了九项重点任务:优化奶源区域布局;提升自主育种能力;增加优质饲草料供给;支持标准化、数字化规模养殖;引导产业链前伸后延;稳定生鲜乳购销秩序;提高生鲜乳质量安全监管水平;支持乳制品加工做

优做强;加强消费宣传引导。

同时,《方案》还提出,各地统筹利用中央和地方财政补助资金、金融资本、实施主体自筹资金等多渠道资金予以支持,财政补助资金可采取“先建后补、以奖代补”的形式,对项目任务予以统筹支持。创新投融资体制机制,引导金融、社会资本参与项目实施,加强与政策性、开发性等各类金融机构对接,积极争取信贷资金、基金等支持,形成多元化的投入格局。支持企业通过并购和参股等方式参与奶业竞争力提升行动。压实地方人民政府项目实施主体责任,严格执行相关标准和规范,确保资金发挥实效。📌

(本刊综合整理)

2021 年水产养殖用投入品执法典型案例公布

2021 年 1 月，农业农村部印发《关于加强水产养殖用投入品监管的通知》（农渔发〔2021〕1 号），指导各级地方农业农村（畜牧兽医、渔业）部门，进一步加强对生产、进口、经营和使用假劣水产养殖用兽药、饲料和饲料添加剂等违法行为的打击力度。各地农业农村主管部门、农业综合行政执法机构积极按照“四个最严”要求，加大案件查办和惩处力度，严厉打击非法添加违禁兽药等投入品的违法行为。在各方共同努力下，2021 年国家产地兽药残留监测合格率达 99.9%，农产品例行监测中水产品合格率达 96.9%，水产品质量安全水平得到有效保障。为震慑相关违法行为，引导水产养殖生产者规范使用水产养殖用投入品，农业农村部筛选了 2021 年水产养殖用投入品相关执法 10 个典型案例，现公布如下，供各地参考。

案例一：黑龙江省绥化市农业农村局查处某养殖场未严格遵循休药期案

2021 年 6 月，牡丹江市市场监督管理局现场抽检发现某公司柳根鱼中恩诺沙星超标，根据进货记录显示，该产品可溯源至绥化市某养殖场，遂将此案移交绥化市农业农村局。经调查，该养殖场使用了恩诺沙星药品，但休药期规定的时限未满足就向某公司销售了该批次柳根鱼。8 月，绥化市农业农村局依据《中华人民共和国农产品质量安全法》第五十条，责令当事人追回已经销售的水产品并进行无害化处理，处 5000 元罚款，没收非法所得 500 元。

案例二：江苏省太仓市沙溪镇人民政府查处某公司销售含有水产养殖禁用药物的水产品用于食品消费案

2021 年 2 月，江苏省农业农村厅组织的产地水产品兽药残留监督检查检出太仓市某科技园的鳊鱼样品孔雀石绿超标，案件交由太仓市沙溪镇人民政府查处。经查，当事人将含有孔雀石绿的鳊鱼产品送至直销店销售，构成销售含有违禁药物的动物产品用于食品消费的行为。4 月，太仓市沙溪镇人民政府依据《兽药管理条例》第六十三条，结合行政处罚自由裁量基准，责令当事人对含有违禁药物的水产品进行无害化处理，处 3 万元罚款。

案例三：湖北省武汉市黄陂区农业农村局查处某水产养殖公司使用假兽药案

2021 年 10 月，武汉市农业综合执法支队在武汉市某水产养殖公司进行水产养殖用投入品检查时，发现该水产养殖公司采购、使用的“鲮灭”外用杀虫剂为无兽药批准文号、无 GMP 认证的假兽药，交由黄陂区农业农村局查处。经查，现场用药记录、药品采购记录及仓库药品均证明这一事实，当事人也对相关事实予以承认。12 月，武汉市黄陂区农业农村局依据《兽药管理条例》第六十二条，对当事人处 1 万元罚款。对武汉市某农发公司（“鲮灭”销售方）涉嫌经营、销售假兽药的违法事实另案处理。

案例四：广东省佛山市顺德区农业农村局查处某养殖场使用限制使用的物质养鱼案

2020 年 12 月，佛山市顺德区农业农村局接到群众投诉，称有人使用鸡杂和死鸡喂鱼。顺德区农业农村局执法人员立即赶往现场。经询问，当事人承认存在直接投喂限制直接使用的冰鲜（冻）饵料（鸡杂、鸡肠等）进行水产养殖的行为，且涉案饵料已用完。2021 年 1 月，顺德区农业农村局依据《水产养殖质量安全管理规定》第十五条、《饲料和饲料添加剂管理条例》第四十七条第一款，对当事人处 3000 元罚款。

案例五：广西壮族自治区东兴市农业农村局渔政大队查处某虾苗场使用违禁药品案

2021年5月，东兴市农业农村局渔政大队配合防城港市渔政支队，在水产品抽检过程中检出某虾苗场的南美白对虾虾苗样品存在呋喃西林代谢物、呋喃唑酮代谢物超标的情况。当事人对上述事实予以确认，对检测结果无异议。本批次虾苗没有出售，已做无害化处理。7月，东兴市农业农村局渔政大队依据《广西壮族自治区实施〈中华人民共和国渔业法〉办法》第三十八条，责令当事人立即改正违法行为，处2000元罚款。

案例六：海南省昌江县综合行政执法局查处某养殖场使用禁用药物案

2021年5月，农业农村部组织的产地兽药残留监测抽检检出昌江县某养殖场的石斑鱼存在呋喃西林代谢物超标。经调查，药残超标相关鱼数量较少且未对外销售。昌江县综合行政执法局依据《兽药管理条例》第六十二条，考虑该案没有造成危害后果，减轻处罚，责令当事人对相关石斑鱼进行无害化处理，处3000元罚款。

案例七：贵州省荔波县农业农村局查处两家养殖场鲟鱼产品使用氧氟沙星案

2021年5月，农业农村部组织的国家产地兽药残留监测抽检检出黔南州荔波县两家养殖公司的鲟鱼产品氧氟沙星含量超标。后两家养殖公司申请复检，结果维持原结论。7月，荔波县农业农村局立案调查，并邀请人民法院、县检察院、县司法局对本案适用法律问题进行研究探讨，决定从重处罚。8月，荔波县农业农村局依据《中华人民共和国农产品质量安全法》第五十条，责令两家养殖场对不合格的鲟鱼产品进行无害化处理，没收其违法所得，并分别处罚款2万元。

案例八：陕西省宝鸡市凤翔县农业农村局查处某公司销售兽药残留不符合农产品质量安全标准的农产品案

2020年10月，农业农村部农产品质量安全监督抽检检出凤翔县某公司下属的鱼塘（自营鱼池垂钓）中鲤鱼样品地西洋含量超标。经调查，当事人从他处购进鲤鱼放于自营鱼池垂钓，构成经营兽药残留含量不符合农产品质量安全标准的农产品的违法行为。2021年1月，凤翔县农业农村局依据《中华人民共和国农产品质量安全法》第五十条，责令当事人停止销售涉案水产品并对其进行无害化处理，没收违法所得240元，处2000元罚款。

案例九：甘肃省金昌市永昌县农业农村局查处某养殖场使用国家禁止使用的药品和其他化合物案

2021年10月，农业农村部组织的国家产地水产品兽药残留监控抽检检出永昌县某养殖场1号和2号池内的虹鳟鱼和金鳟鱼孔雀石绿超标。调查过程中执法人员排除鱼苗及饲料含孔雀石绿的可能性。当事人认可抽查检测结果并不申请复检。12月，永昌县农业农村局依据《兽药管理条例》第六十二条，责令该养殖场对涉案鳟鱼进行无害化处理，处1万元罚款。

案例十：重庆市铜梁区农业农村委查处某公司未建立用药记录案

2021年6月，农业农村部国家产地水产品兽药残留监控抽检检出重庆市铜梁区某公司牛蛙样品中呋喃西林代谢物超标，恩诺沙星和环丙沙星总量超标。7月，执法人员调查过程中未发现该养殖场违法违规用药的直接证据，但发现其未按规定建立用药记录。8月，铜梁区农业农村委以该公司涉嫌未建立用药记录立案处理，依据《兽药管理条例》第六十二条，责令该公司对登记保存的牛蛙进行无害化处理，处1万元罚款。❏

（农业农村部渔业渔政管理局供稿）

张家界，“鲩”好

本刊记者 崔明理

我在洞中生，
我在大自然长，
青山绿水张家界
——那是我家乡。
3亿5千万年的呵护，
3亿5千万年的守望，
我保存着延年益寿的密码，
我吟唱着生态精灵的乐章。
——节选自《我是腊狗狗我是娃娃鱼（大鲩之歌）》

大鲩，俗称娃娃鱼，也被称作孩儿鱼、脚鱼、腊狗，是世界上现存个体最大的两栖动物，在地球上生活了三亿五千万年，是与恐龙同时代的“地球纪念物”和极其珍贵的“活化石”，被列入《濒危野生动植物种国际贸易公约》和中国二级保护水生野生动物名录。

作为“中国大鲩之乡”的湖南省张家界市，依托张家界独特的山水，张家界人经过近半个世纪的科技攻关，培育出风味独特的“张家界大鲩”养殖品种。“张家界大鲩”因其肉质细嫩鲜美、营养丰富，蛋白质含量高，脂肪含量低，而成为大鲩中的上乘佳品，获得了“国家地理标志产品保护”“地理标志证明商标”称号。近年来，经过现代农业产业提质升级和优势农产品发展

引导，张家界大鲩产业作为全市重点农业特色产业，发展成绩斐然。

娃娃鱼不会“哭”

“因为大鲩的叫声很像幼儿哭声，因此人们又叫它‘娃娃鱼’”，这样的解释建立在长期口口相传、以讹传讹的经验主义基础之上的误传，掩盖了科学的本质。湖南张家界大鲩国家级自然保护区是我国首个大鲩国家级自然保护区，在其官网上，专门对娃娃鱼名字的由来进行了解释：近年来，经过大鲩生物学、形态学专家研究发现，大鲩没有声带，更不会发出婴儿般的哭声。

那么究竟大鲩为什么叫娃娃鱼呢？原来，大鲩寿命可达200岁以上，生殖能力强，繁殖期可以达到100年，一生可繁育10万尾子代。另外据《西泽不遗》中记载，古时候武陵山区居住一八旬老人，得益于长期食用鲩肉，三年生九子。一位名叫张道陵的道士来此寻觅丹药，听闻此事后愈觉出奇，便把这种鱼取名为“鲩”，意为送子的鱼。这些才是大鲩为什么叫娃娃鱼的原因，实为寄托着朴素的送子之意和多子多孙的美好愿望。

半个世纪的保护与开发

野生大鲩被列为濒临灭绝的国

家二级重点保护野生动物，政府部门出台了一系列的保护措施与政策。而养殖大鲩是可以吃的，但必须是子二、三代以上才可食用和开发利用。作为专用名词的张家界大鲩，正是指利用人工驯养繁殖技术，培育出来的子二、三代大鲩，即可被开发利用的养殖品种。

张家界市是张家界大鲩的原产地，也是我国乃至世界第一个大鲩自然保护区所在地。张家界大鲩产品肌肉蛋白质含量为17.21%，含有18种氨基酸，脂肪中必需脂肪酸含量高，特别是二十二碳六烯酸（DHA）含量丰富，可达1463mg/kg，是一种对人体非常重要的多不饱和脂肪酸，具有与深海鱼类相似的必需脂肪酸组成和较高DHA含量的特点，所以大鲩又被称为“脑黄金”。大鲩拥有极高的食用、保健、药用、文化和科研价值，其开发价值前景看好。

张家界市从事大鲩保护与开发利用的研发历史距今已近半个世纪。20世纪70年代初，张家界市桑植县建立了中国首个大鲩科研所，1978年人工繁殖大鲩世界上首获成功。1998年规模化工厂化人工驯养大鲩技术成功，2010年仿生态繁殖技术成功，吉首大学大鲩科研所（大鲩资源保护与综合利用湖南省工程实验

室)常年开展大鲵及其栖息地生态环境研究。

自20世纪70年代以来,张家界市历届市委、市政府高度重视大鲵资源保护和产业发展,专门出台了《关于大鲵资源保护与产业发展的意见》。2013年以来,张家界市先后制定并实施现代农业产业提质升级“523”行动计划和优势农产品发展“3+2+N”三年行动计划,均将张家界大鲵产业作为全市重点农业特色产业来发展。张家界金鲵、金驰等公司先后获得了《大鲵保健食品及其制作方法》、《大鲵低聚糖肽保健食品》等40多项国家发明专利。

依托张家界良好的生态环境和优质的大鲵资源,经过不懈努力,张家界大鲵产业已经成为全市农业提质升级最具特色、最有活力和竞争优势的朝阳产业,“张家界大鲵”已经成为独具特色的优势产品,在全国具

有举足轻重的地位。“张家界大鲵(人工养殖)”获得湖南省十大农业区域公用品牌称号,张家界也被认定为湖南省特色农产品优势区。

农旅融合促发展

从大鲵野生资源保护,到种质资源培育,到标准化健康养殖,到扩大餐饮消费,到加工销售,张家界大鲵产业已形成较完整的产业链,走在了全省乃至全国前列。张家界市有金鲵股份、金驰科技、金姑(太鲵)大鲵、点鲵成金、民康科技、仁成食品等从事大鲵产品研发重点企业15家,开发大鲵食品、保健品、美容护肤品及旅游工艺品等系列产品达140多种。

大鲵产业的发展,为张家界市农旅融合显著赋能。张家界市是国内知名的旅游目的地,大鲵产业与旅游业关联度高,不仅能为旅游业提供丰富的消费产品,还能丰富生态旅游

文化内涵。通过大鲵旅游美食的推广,大鲵生态旅游与休闲旅游线路的开发,以及大鲵特色旅游文化产品的开发利用,使大鲵进入旅游的美食、美购、美游等环节,实现大鲵产业与旅游业深度融合。

据了解,张家界全市80%以上的餐饮酒店经营大鲵菜品,中国娃娃鱼馆、盛世武陵、鲵宴、竹源、大成山水等大鲵美食形象店达300家,开发大鲵系列菜品30多种。大鲵特色餐饮已经进入部分中高端组团社行程。

在张家界武陵源风景名胜区的宝峰湖,还建立起了大鲵邮局,这是全球首家以大鲵为主题的固定邮局,旨在普及大鲵科技知识,宣传大鲵文化。除了提供大鲵邮品、张家界风光邮品、加盖风景邮戳等服务外,邮局还推出了张家界大鲵元素的相关旅游商品邮寄业务。📧



百年酱菜厂“闻万泰”的危与机

文 / 曹佳慧 沈婷

上海人对酱菜总是情有独钟。糖蒜、酱包瓜、菜包腐乳、什锦菜……在沪郊金山张堰，老字号“闻万泰”酱菜厂历经百年沧桑依旧屹立不倒，在乡村振兴路上“新生”，其中也经历了一些危与机。

危：环境问题、后继无人

夏日炎热，食欲不振，饭泡粥配上几块酱瓜，就能一解暑气；“小雪腌菜、大雪腌肉”，清甜温润小米粥，配上一块玫瑰腐乳，在小雪节气就能感受冬日温暖。在沪郊金山张堰的“闻万泰”酱菜厂，这些童年的味道仍时时飘香。

2021年10月，在“闻万泰”酱菜厂制作车间基础上建设的“闻万泰”酱菜展示馆正式开馆。该馆位于百家村高桥路2158号，面积约350平方米。馆内介绍了“闻万泰”酱菜制作工艺、演变历程，以及陈列各种不同口味的酱菜成品。

走进展示馆，一进门就是一口大缸——来自公和酱园的老物件，上面印着“公和”两个大字。这个酱缸曾流失在浙江平湖，被张堰镇收藏爱好者发现后，从浙江搬回了张堰。“公和”酱缸静静伫立，无声讲述着

酱园历史。

“闻万泰”酱菜厂是一家百年老字号，成立于1850年。酱园分东西两部分：东为东万泰，西为西万泰。光绪二年（1876年）转让后，将东万泰改为“公和”、西万泰改为“万恒”。1956年，“公和”“万恒”均改为公私合营企业，1959年并为一家，改称“公万恒酱园”。1964年改为张堰食品厂酿造车间。1991年，酿造车间由朱建平收购，成立民办企业，即现在的“闻万泰”酱菜厂。多年来，酱菜厂在朱建平的潜心经营下，进一步在品种和口味上研发改良，使酱菜风味独特，既保持瓜果蔬菜的清香味，又有浓郁的酱香味，食之鲜香脆嫩、咸甜适中。朱建平自豪地表示，在上海传统老字号“邵万生”、淮海中路全国土特产食品商店、南京路三阳南货等知名商场颇受欢迎的上海酱菜，都是来自他的酱园。

走进酱菜厂，工人们正在忙碌。一排排深褐色的酱缸里是调制好的酱汁，工人们手动搅拌。所有的酱菜都是从这些缸里出来的，特有的酱香在上空飘散。

这股酱香却给酱菜厂带来了麻烦。由于酱菜制作需要大量新鲜瓜

果蔬菜，除去可以制作酱菜的部分，不可食用部分就会被丢弃。工人后续处理不到位，导致垃圾露天堆放，腐烂后散发难闻气味，让周边百姓叫苦不迭。酱缸长年累月浸泡酱菜，污水处理设备老旧，清洗后污水横流。环境脏乱差暴露出来的环保问题，与乡村振兴追求的目标格格不入，让酱菜厂陷入了“减量化”的困境。

“闻万泰”酱菜工艺之所以能经久不衰，究其原因，在于它选用的酱料，保持民间酱腌传统方法，长期日晒，使酱味渐入而仍保有原菜香。传统晒酱方式需要露天阳光，温度升高后发酵，酱味才会散发。为了解决酱味外溢，同时保证酱菜的干净卫生安全，酱菜厂为晒场加装了一层防护，把晒场安置在玻璃房里。酱菜厂还升级设备，注重顶层设计，优化并采用集约化生产方式，生产过程中剩下的蔬菜和汤汁卤水不再废弃，而是打包出售给其他需要这些原材料的企业，再进行深加工，真正做到废物利用。解决了这一系列问题，酱菜厂慢慢走出困境。

另一方面，摒弃现代流水线加工的快捷便利和高效产能，朱建平如今依旧坚持采用传统的古法腌制工

艺。“如今凡事都搞现代化，但我们依旧坚持传统制作工艺，只为保留每一口酱菜的原汁原味。”每一样传统技艺的传承都需要后继有人，已年近六旬的他作为闻万泰酱菜制作技艺的第四代传人，最担心的就是自己酿制酱菜的手艺无人继承，酱菜厂和酱菜技艺湮灭于历史长河中……

机：盘活资源、文化传承

“闻万泰”作为上海最后一家纯手工酱菜厂，2017年酱菜制作技艺被列为金山区级非遗项目。但单纯卖酱菜也不是长久之计，老字号想要保住地位、擦亮招牌，就要双管齐下，坚持古法手艺的同时，更要传承工匠精神、非物质文化，追赶时代步伐创新发展。

借着百家村创建上海市乡村振兴示范村的东风，酱菜厂开启了“转

型之路”。

乡村振兴，既要塑形，也要铸魂。乡村文化本身就是重要的文化资源，是乡村振兴的文化生产力。对于拥有丰富文化资源的酱菜厂而言，可以形成独具特色的乡村文化产业。张堰镇政府与酱菜厂一拍即合，建立“闻万泰”酱菜展示馆。加强酱菜文化建设，实现以“文”化产业，深入挖掘乡村文化资源，赋予酱菜更多乡村文化内涵，推动与当地百家村农业、旅游等产业深度融合发展。

如今，酱菜厂发展订单农业，实现产、供、销无缝对接，每月就近收购原料近20吨，在解决农户蔬菜销售渠道问题的同时，更提供了就业岗位。酱菜厂打开了线下市场，线上平台“闻万泰”也有所涉猎。依托“森活百家”电商平台，酱菜被销往全国各地，更多人尝到了来自上海

金山张堰的“老味道”。而另一侧被打造成“种植—观光—采摘—体验—加工”一体化的酱菜展示馆，沉浸式体验吸引着许多游客的关注。场馆内设置的互动体验区域，让游客在亲手制作酱菜的过程中，感受非遗文化，感受匠人精神。

现在的酱菜厂运营由朱建平的儿子朱超接手，他表示：“作为儿子，自己有义务也有必要成为这门手艺的继承人，我跟父亲在工作中更有种朋友的感觉，最触动我的是他坚定的信念和36年如一日的坚持，我愿意将他的手艺继承下来，传承下去。”

酱菜的原料是平常的时蔬，萝卜、黄瓜、大蒜等等，但凡一入那神奇的酱缸，似被魔术棒点中，能变出百种颜色，千般滋味。朱建平和朱超秉持着这样一份“匠心”，赋予“闻万泰”新生活力。📺



福建霞浦：为农特产品插上电商之翼



霞浦县位于福建省宁德市，依山面海，是水产大县，也是知名旅游大县。霞浦县山海资源丰富，水产品品种多、产量大，海带、紫菜、黄瓜鱼、海参等当地特色水产品享誉全球。霞浦县是“中国海带之乡”“中国紫菜之乡”“中国南方海参之乡”，素有“闽

浙要冲”“鱼米之乡”“海滨邹鲁”的美誉。

依托资源优势，自2017年以来，霞浦县重点扶持农村电商，出台了一系列扶持电商产业发展的政策措施，采取“电商+合作社”“电商+扶贫”的工作模式，将线下农产品、水产品

在电商平台上进行推广销售，让霞浦特色农产品走向全国各地，帮助广大农户走上致富路，让乡村焕发出勃勃生机。据福建“商务万象”系统统计，2020年，霞浦县网络零售累计达9.61亿元，同比增长12.5%。其中，农产品网络零售额3.63亿元，同比增长

32.5%，荣登农产品网络销售全国百强县榜单第88位。

培育霞浦海产品品牌，打造兴企富农强县助推器

霞浦县山海资源丰富，但霞浦农产品曾一度面临着“有品质无品牌”的困局。多年来，以海带、紫菜为代表的产品从源头环节就面临着定价不自主的问题，老百姓忙忙碌碌，最终赚到手的却仅仅是一个辛苦钱。如何破解这一难题？“品牌+电商”，铺就一条兴企富农强县之路。

近年来，霞浦县将发展电商作为商贸兴县战略的重要途径，推行品牌化运营和电商模式推广，积极发挥独特丰富的海洋渔业资源优势，大力培育地理标志产品，先后有11个农产品获得地理标志登记保护。同时对列入商标培育发展规划的企业，在财政资金补助、技术改造、技术引进、科研立项、招商引资、项目用地指标、用水用电等方面给予相应的政策扶持，金融机构对高知名商标品牌企业给予倾斜支持，鼓励企业开展以商标品牌无形资产为质押的信贷融资业务，破解企业融资难题。支持“霞浦海带”“霞浦紫菜”“霞浦海参”“霞浦元宵茶”等地标品牌扩大授权使用，形成品牌效应，使商标品牌成为兴企富农强县的助推器。如福建御蓝记水产食品有限公司旗下品牌“御蓝记”于2021年4月经过资质审核、舆情监控等层层筛选，成功入选为品牌强国示范工程大健康行业优选成员单位，企业信息录入品牌强国示范工程数据库，在国家级平台向公众

展示品牌形象。福建溢源海洋食品有限公司深耕“溢源”品牌，2020年8月溢源海带携手央视“心连心”公益助农专场，同年亮相第27届中国国际健康产业博览会。在天猫、京东、1688等平台开设品牌旗舰店，进一步扩大品牌影响力。好产品、好品牌、好销路、好价格，霞浦县探索出一条品牌助力富民强县的新路子。

“百县精品”战略合作，构建海产品双线销售通路

“百县精品”项目由阿里巴巴集团等多家机构发起，通过阿里巴巴大数据分析及线上销售渠道，帮助合作产区建立线上线下全渠道可持续良性的销售体系，打造特色“原产地模式”的运作体系。通过以农产品区域公用品牌建设为重要抓手，以标准化体系建设为重要依托，以产品品控溯源体系建设为重要保障，以农旅结合为重要契机，采用“品牌+标准+品控追溯+电商”的品牌化、标准化、数据化、电商化的农业产业发展新模式，推进原产地一二三产融合发展。

2019年，霞浦县人民政府与“百县精品”工程团队，就霞浦县区域公用品牌建设、数字化可溯源体系建设、营销推广和电商人才梯队培养等方面签订了全面战略合作协议。

2019年12月12日，在福建省霞浦县溪南镇七星海上牧场，霞浦海洋牧场“敢为天下鲜”百县精品之霞浦海鲜阿里拍卖首发仪式举行，同步开启阿里拍卖直播和达人直播，直播吸引了近20万人关注量，同时在线人数逾万。通过直播平台，消

费者能直接选购霞浦海参、大黄鱼、石斑鱼、弹跳鱼、鲍鱼、鲈鱼、紫菜、海带等霞浦海产，短短一小时，35斤鱼王便成功拍出10000元，打响了“敢为天下鲜”第一枪。双十二霞浦海鲜专场累计成交1267万元。

携手滩涂摄影品牌，探出“旅游+电商”乡村振兴新路

近年来，霞浦县立足站位创建国家全域旅游示范区的发展目标，积极探索“旅游+电商”，着力借助电子商务平台的新技术、新手段，将霞浦县的旅游产品推上线，充分打造霞浦全域旅游品牌，构建霞浦全域旅游的主体营销体系。目前，全县共有2家星级酒店、17家旅行社、300余家民宿，借助美团、携程、艺龙、爱比邻等第三方线上营销平台，形成信息互通、资源共享、相互促进、抱团发展的新模式，其中，2家星级酒店2020年实现线上营销占比主营业务收入近5成，2020年接待游客达到474.68万人次，旅游总收入47.9亿元

同时，霞浦县积极发挥滩涂摄影优势。探索实施“摄影+民宿+电商”的发展模式，每年举办“我心心中的那片海”国际摄影大赛，着力打造以三沙光影民宿公园为代表的乡村民宿，通过美团、携程、小程序等平台线上营销每年吸引近60多万人次摄影爱好者前来观光摄影，为促进乡村振兴创造出霞浦特色。图

（福建省宁德市霞浦县商务局供稿）

创新构建农产品生产主体信用评价指标和评级方法

文 / 朱莹 刘伟安 刘海华

信用评价评级是信用体系建设的重要内容之一，可以加快推动我国信用体系建设步伐，完善信用管理制度，又可以增强各行业企业的信用管理和风险防范意识。为规范农产品质量安全信用评价，明确主体信用评价指标，指导地方开展农产品质量安全信用评价活动，加快推进农产品质量安全信用体系建设，由农业农村部农产品质量标准研究中心牵头，联合江南大学、宁波大学和深圳标准研究院等科研机构，组织起草了《农产品质量安全信用评价准则》（以下简称《评价准则》）。本文结合对农产品质量安全信用体系建设前期试点工作的一些体会，浅谈一些对制定《评价准则》的想法。

编制意义

信用监管的目的是要让守信者“降成本、减压力”，让失信者“付代价、增压力”，而科学的信用评价是信用监管实现的方法之一，也是分级分类监管的基本依据。因此构建科学、公正、客观的农产品质量安全信

用评价准则对于开展农产品质量安全信用分级分类监管具有重要作用，同时也有利于强化农产品生产经营主体的风险防范意识，进一步落实主体责任。

规范评价活动

信用评价活动要以标准化、规范化为前提。然而目前我国农产品质量安全信用体系建设整体处于起步阶段，尚未建立全国统一的标准体系。不同地区采取的信用评价标准不尽相同，有的建立农产品质量安全信用管理平台，在信用评级的时候使用了基本信息和质量安全信息共21个指标；有的将农产品质量安全信用评级时分为组织管理、保障体系建设、生产管理内容三大模块共19个指标。由于缺乏统一评级标准，出现各自演绎、无法归纳的现象。因此，《评价准则》的制定应在广泛调研的基础上，综合不同区域、不同评价对象的共性特征，统一了信用信息及评级标准，解决信用信息“信息孤岛”问题。

明确评价指标

评价指标是信用评价活动的重

中之重，是主体信用评级的重要支撑。信用信息没有一致性，就没有可比性，也不能产生流动性。《评价准则》的制定应在深入开展理论研究和基层调研，充分吸收借鉴其他行业领域信用评价的基础上，结合当前农产品质量安全工作发展趋势和任务要求，参考江苏、浙江、山东等地信用评价的实践案例，选取主体基本情况、内控管理、政府监管和社会舆论等多个方面作为信用评价核心指标，建立完整、客观、科学的农安信用评价指标体系。

统一评分方法

农产品质量安全信用评价活动是一张多方联动的网络，但由于当前各地信用评价方法各不相同，导致各地信用评级结果无法通用。例如有些地方根据主体符合指标数的情况开展信用评级活动，有的地方则是根据每项指标的得分总数和来评判主体信用等级，评分方法的不统一导致各地的评价结果没有可比性，也无法跨区域得到公认。《评价准则》的制定理应采用动态与静态、定量与

定性的科学分析方法综合评定，有效推动农产品质量安全信用评价的数据共享和结果互认。

编制原则

一套科学的评价准则，是能够向评级结果使用者提供反映评级对象信用可靠程度而又通俗易懂的信用品质信息。因此《评价准则》的制定必须要以科学性为基础，并兼顾评价数据的可操作性，合理取舍评价指标。

科学性原则

评价指标的选取要将理论与研究与试点应用相结合，兼顾不同主体类型的特性，力争客观公正，全面涵盖评价对象的主要信息，能够真实反映出农产品生产主体质量安全情况，注重标准的可比性、系统性和全面性。

规范性原则

《评价准则》的制定必须遵循体系化的原则，与同期制定的《农产品质量安全信用体系建设规范》等文本在内容上相互协调一致，符合建设规范和现实需求。

可操作性原则

评价指标的选取与设置应充分借鉴其他领域信用评价的经验和地方农产品质量安全信用评价实践探索，验证指标数据的可得性和可靠性，选择简单明了、微观性强、便于收集的指标，同时尽量与现有数据进行兼容，发挥《评价准则》标准指导实践应用的价值。

评价指标

《评价准则》的制定必须要既突

出重点引导方向，又考虑差异分类指导。同时结合农产品质量安全监管的业务范围，覆盖食用农产品生产企业、合作社、家庭农场、种养大户等规模以上农产品生产主体，建立多元化主体信用评价体系，重点应突出四个方面的特点。

一是突出“法律有规定”

信用评价指标体系应具有普遍适用性。法律作为一般的行为规范在国家权力管辖范围内具有普遍适用的效力和特性。因此，农产品质量安全信用评价指标选取的首要前提是依据相关的法律法规规定，做到应纳尽纳。

《评价准则》的制定应依据《农产品质量安全法》《食品安全法》《征信业管理条例》等相关法律法规，将法律法规中有明确规定的纳入评价指标体系。例如《农产品质量安全法》第二十四条、二十六条等条款规定生产记录、产品检测等内容；《食品安全法》第五十条、五十三条等明确规定上市食用农产品要有检验合格证或者其他合格证明材料等，另外，正在修订的《农产品质量安全法》也规定农产品生产企业、农民专业合作社要开具食用农产品合格证，收购单位或个人要索取并保存合格证及其他证明材料，倒逼、引导农户开具食用农产品合格证。《评价准则》制定必须严格遵循相关法律法规，评价指标体系的设置、权重在各指标间的分配及评价标准的划分都要充分体现“法无授权不可为”。

二是突出“工作有基础”

评价指标的设置与选取要充分

考虑到动态的变化，紧密结合农产品质量安全日常工作实践。例如农业农村部每年按季度对全国31个省份的蔬菜、水果、茶叶、畜禽产品和水产品开展的风险监测和监督抽查。例行监测和监督抽查是农产品质量安全领域发现问题隐患、开展预警、加强风险防控、组织风险评估和加强执法监管的重要手段，因此评价指标的制定必须要与其充分结合。

三是突出“实践有亮点”

信用评价指标的选取务必确保评价指标具有一定的典型代表性。农产品质量安全信用评价指标体系的构建应具有层次性，要突出农产品质量安全高质量发展的引导方向，应在强化保障农产品质量安全基础工作的同时，也能指导农产品生产经营主体借助品牌把产品的差异化体现出来，增强农产品质量安全意识，满足消费者对农产品的更高需求。

尤其是近年来，绿色食品、有机农产品、农产品地理标志和良好农业规范等农产品质量认证，不断推进农产品生产基地标准化生产，加强农产品品牌建设，助推农业高质量发展。另外，绿色有机地标产品秉承特色化、优质化、品牌化的发展理念，推行产地洁净化、生产标准化、投入品减量化、废弃物资源化等绿色生产模式，并且经过多年的发展已积累了成熟的经验。《评价准则》指标的选取理应将产品认证和体系认证等内容也纳入农产品质量安全信用评价指标体系，既结合农产品质量安全工作基础，又体现评价指标层次性，从宏观到微观层层深入，形成一个不

可分割的评价体系。

四是突出“数据可得性”

评价指标的选取不能过少过简，避免指标信息遗漏，出现错误、不实现象，同时数据的获取性和计算方法理应简单易懂。新时代食品安全社会共治要求公众、行业协会、媒体、社会组织等社会主体纳入风险治理框架内，充分发挥各自的比较优势。随着信息化时代的到来，各行业都探索运用大数据、人工智能、“互联网+”等信息技术手段赋能监管。目前全国31个省（区、市）已基本开通了12316三农服务热线，每年咨询人数达上千万人次。另外，媒体监督也是农产品质量安全社会共治的重要组成部分，例如每年央视“315”晚会围绕着消费者权益，与市场的诚信的关系等内容，揭露“瘦肉精”等案

件，守护公共利益。因此，《评价指标》的制定理应全面考虑农产品质量安全影响因素，并进行综合分析和评价，为保障评价指标体系的完整性，将社会反馈信息纳入指标体系。

信用等级

信用等级设置是评估信息表达和传输的方式，科学合理设置信用等级，既简单明了，又要具有大众性、可理解性。当前，信用评价多数都采用加权求和法和AAA--C的评级符号体系。但也有一些领域采用KMV模型分析、机器学习法等评价方法，四等十一级制（AA至CCC）三等九级制（Aa至Caa）的等级划分形式，但这种形式对数据的量级要求高，评价流程也较为复杂，并不适宜当前农产品质量安全信用评价活动。

《评价准则》的制定借鉴江苏、浙江、山东等地农产品质量安全信用评价的实践经验，采用加权求和的评价方法，将评价指标的得分总额按比重求和得到一个满分百分制的信用分数，简便、快捷，能客观呈现不同评价指标的权重以及各指标的重要性。同时，为能够激励农产品生产主体积极参与农安信用评价活动，细化不同信用状况的生产主体，将信用等级设置为A、B、C三等；为公正准确地展示信用评级结果，对于守信主体树立更好的形象，享受更多“绿色通道”权利，还将A等进一步细分为三级，用AAA、AA和A来区分，激励农产品生产主体参与信用评价活动的积极性。☑

（作者单位：中国农业科学院农业质量标准与检测技术研究所）



探索农产品质量安全信用体系建设的基本路径

文 / 朱莹 刘伟安 刘海华

农产品质量安全信用体系建设是社会信用体系建设的重要内容之一。当前我国农业农村经济进入高质量发展的新阶段，加强农产品质量安全信用体系建设，构建以信用为基础的新型农产品质量安全监管机制，有利于提高农业投入品和农产品生产经营主体责任意识和诚信意识，促进农业持续健康发展。由农业农村部农产品质量标准研究中心牵头，联合江南大学、宁波大学和深圳标准研究院等科研机构，编制起草《农产品质量安全信用体系建设规范》。本文结合对农产品质量安全信用体系建设前期试点工作的一些体会，浅谈一些对制定《农产品质量安全信用体系建设规范》的想法。

目的意义

《农产品质量安全信用体系建设规范》的制定对指导推进农产品质量安全信用体系建设具有以下三方面的重要意义。

有利于统一认识，明确目标

尽管各地已经围绕农产品质量安全信用体系建设开展相关探索，但由于各地认识理解差异，农产品质量

安全信用体系建设工作发展不平衡，信用信息面临着多元采集、交换共享困难、信用结果显示不统一等多方面的问题。《农产品质量安全信用体系建设规范》的制定充分发挥标准本身的基础性和普适性的价值，针对农产品质量安全信用体系建设的长期性、系统性和复杂性，统筹规划，明确农产品质量安全信用管理流程，有效统一各地对农产品质量安全信用管理工作系统的认识和理解。

有利于优化资源，指导实践

《农产品质量安全信用体系建设规范》的制定是建立在农产品质量安全信用体系建设理论与实践经验积累基础之上，提高标准指导实践应用的价值。依据当前农产品质量安全工作发展趋势和任务要求，在广泛开展调研的基础上，充分总结实践经验，强调方法应用，推动农产品质量安全信用体系建设工作优化资源配置和过程管理，指导各地农业农村行政主管部门将农产品质量安全信用体系建设和信用管理工作落地落实。

有利于规范发展，加快推进

《农产品质量安全信用体系建设规范》强化顶层设计，规范业务流程，

突出重点内容，指导各地农业行政主管部门在农产品质量安全信用体系建设工作中要发挥组织、引导、监督、协调作用，促进基层充分发挥首创精神，创新推进信用体系建设的有效措施和模式，不断总结推广，加快我国农产品质量安全信用体系建设步伐。

主要依据

《农产品质量安全信用体系建设规范》的制定是深入贯彻落实《国务院关于印发社会信用体系建设规划纲要（2014—2020年）的通知》《关于建立完善守信联合激励和失信联合惩戒制度 加快推进社会诚信建设的指导意见》《关于加快推进社会信用体系建设 构建以信用为基础的新型监管机制的指导意见》等重要文件的精神。根据2014年农业农村部印发的《关于加快推进农产品质量安全信用体系建设的指导意见》的有关要求，制定农产品质量安全信用体系建设规范。

重点内容

制定《农产品质量安全信用体系建设规范》理应在现有农产品质

量安全信用体系建设的实践基础上，进一步确定以下内容：

统一农安信用体系建设基本框架

社会信用体系建设是一项非常复杂的系统工程，需要充分调动各方资源推动建设，不仅要建立以政府主管部门为主导的信用体系，还要积极推动行业协会、第三方组织等市场化的信用服务体系。农产品质量安全信用体系建设是社会信用体系建设的重要组成部分，因此我国农产品质量安全信用体系建设，需要政府部门、行业协会、农产品生产经营主体共同参与。制定《农产品质量安全信用体系建设规范》应统一全国农产品质量安全信用体系建设的基本框架。

一是明确职责。组织农产品质量安全信用体系建设的实施单位不管是政府部门还是行业协会或其他组织，其职责主要是组织引导建立农安信用档案、核实归集信用信息、开展信用评价评级、推动信用结果应用等。

二是人员要求。农产品质量安全信用工作是一项综合性比较强的工作，需要有专门的人员具体执行，并且要熟悉农产品质量安全工作，掌握农产品质量安全信用管理相关知识和技能，可以负责信用信息采集、整理、核实、跟踪等管理工作。

三是技术支撑。在信息时代，信用信息的存储、交换、应用、服务、安全备份等都离不开信息技术的支撑。开展农产品质量安全信用体系建设要建立信息化管理与服务平台及系统，实现信用管理的电子化。有基础的地区可以对已有平台进行优化

升级，其他地区可以整合现有资源，通过共建或第三方服务等方式加快构建农安信用信息管理服务平台，开展信用信息归集、共享、公示和应用，为开展信用评价奠定技术支撑。

明确农安信用体系建设业务流程

信用信息是开展信用服务活动的最基本数据，是以信用为基础的新型监管机制的数据支撑，是发展数字经济的大数据来源。《农产品质量安全信用体系建设规范》的制定应围绕信用信息，构建起“立信、评信、示信、用信”的完整功能链条，完整定义农产品质量安全信用体系建设工作的基本流程。

一是“立信”，即建立档案。建立主体信用档案是农产品质量安全信用体系的基础和前提。组织农产品质量安全信用体系建设机构要组织农产品生产经营主体建立完整的信用档案，信用信息要确保真实性、准确性、完整性、时效性、规范性、合法性、必要性和安全性。鼓励各地要逐步将原有纸质化信用档案电子化，逐步归集、整合至信用服务平台。

二是“评信”，即组织评价。组织开展信用评价是强化农产品质量安全信用体系建设重要内容之一。《农产品质量安全信用体系建设规范》中应明确《农产品质量安全信用评价准则》作为信用信息评价的根本遵循，统一农产品质量安全归集的信用信息。《农产品质量安全信用评价准则》根据“公正、客观、科学、公开”原则，既要考虑农产品质量安全工作的特殊性，又要能够真实反映出一个主体的综合信用水平。通

过采用综合评价法中的加权求和法，简便、快捷，能客观呈现不同评价指标的权重以及各指标的重要性排名。其中设置了A、B、C三等，A等可进一步细分为三级，用AAA、AA和A来区分，充分细化不同信用状况的主体。

三是“示信”，即信用公示。信用信息公开公示是农产品质量安全信用体系建设的关键环节。信用信息公示是促进信息的不断交换、分享，巩固既有信息的同时增加新的信息，进而提高信用信息资源的利用效率，实现信用信息资源价值的最大化。可以依托“信用中国”网站、各地各级政府官网或其他媒体渠道，常态化公开主体的信用档案、主体动态信用评价结果和信用修复记录等。

四是“用信”，即信用服务。信用服务是信用记录加工后的增值产品，其应用决定着农产品质量安全信用工作的有效性和可持续性。开展农产品质量安全信用体系建设要拓展多场景应用，《农产品质量安全信用体系建设规范》的制定应在广泛调研的基础上，充分借鉴浙江、山东、江苏、上海、广东等地的信用服务案例，提出创新拓展信用服务场景，例如“信用+执法监管”“信用+保险信贷”“信用+项目申报”“信用+产品认证”“信用+品牌建设”“信用+绿色通道”等，充分发挥出信用的作用和价值。

规范农安信用体系建设工作方法

当前，国家将社会信用体系建设明确视为增强治理能力的基础路径，但社会信用体系建设各方面的进

展很不平衡，实践探索快于理论研究。同理，各地也在探索农产品质量安全信用体系建设，由于相关实施工作的组织和开展方式高度分散，很难清晰、完整、及时地展示农产品质量安全信用体系建设动态，实践中出现了所谓“信用箩筐化”。《农产品质量安全信用体系建设规范》制定的关键是让各方明白自己需要干哪些事情，规范农产品质量安全信用体系建设基本流程。

一是制定计划。由组织农产品质量安全信用体系建设的部门或组织，制定农产品质量安全信用体系建设的实施方案，明确发展目标、建设原则、主要任务、实施步骤、保障措施等内容，并且要进一步细化实施方案阶段性目标，明确完成时间节点。从本地区或本行业农安信用体系建设顶层设

计方面整体理解建设农安信用体系结构，明确各项工作开展先后顺序，各个阶段之间的内在联系，从事农安信用体系建设工作的各有关部门和人员都必须严格执行实施方案。

二是组织实施。围绕农产品质量安全信用体系建设目标，组织监管执法主体和农产品生产经营主体开展相关业务培训，学习信用相关法律法规和标准，农产品质量安全信用档案建立要点，信用评价指标与方法，信用体系建设技术应用等内容，充分发挥数字化工具优势，建立线上线下相结合的培训方式，并结合培训时长、测评等考核形式，深化培训成效，打造“人人懂信用，人人用信用”的良好氛围。

三是评估改进。为保障农产品质量安全信用体系建设工作的有效

性和健康发展，以消除不符合或潜在不符合信用体系建设工作的影响因素，完善薄弱环节。《农产品质量安全信用体系建设规范》的制定应规范评估改进的措施。首先是负责的农安信用工作领导小组，制定具体方案，强化责任落实，建立内部评估审核计划，鼓励将农业信息化、食用农产品合格证等科研、推广、产业项目与信用工作统筹实施，提升实施成效，并定期组织开展农产品质量安全信用体系建设目标和实施效果评估。针对评估过程中发现的问题及时整改，并在实施方案、职责分工、组织保障等方面对应调整，使得农产品质量安全信用体系建设工作不断优化，不断循环，快速推进。□

（作者单位：中国农业科学院农业质量标准与检测技术研究所）



金融“活水”润春耕

本刊记者 刘月姣



» 浙江宁波市备春耕生产暨科技下乡活动现场会

春耕备耕对保障粮食和重要农产品供给至关重要。当前，正值春耕备耕的关键时刻，也正是资金需求旺盛的关键时期。高标准农田建设、种业发展、农资购买等农业生产的关键环节都离不开金融的支持。近日，农业农村部、各金融机构携手为农业经营主体送上金融“及时雨”，让金融“活水”精准灌溉“田间地头”。

创新服务，铺就春耕备耕快速路

“当前我们正在全力为春耕做准备，资金存在缺口，在备春耕生产暨科技下乡活动现场会上，我们与银行机构进行了充分沟通，通过信贷直通车活动获得了专项贷款，不仅手续简便，贷款利率还有优惠。”奉化农资公司负责人高兴地说。

为加大对春耕备耕的金融支持力度，浙江省宁波市在“宁波市备春耕生产暨科技下乡活动现场会”上专门设置金融支农展区，农业银行宁波市分行、人保财险宁波分公司、宁波市农业融资担保公司、宁波市渔业互保协会

等10家金融机构参加活动。农业银行等5家金融机构向奉化农资公司等经营主体现场发放贷款3365万元。

今年2月15日至4月15日，农业农村部计划财务司、种植业管理司依托农业经营主体信贷直通车平台，共同开展金融支持春耕备耕专项行动。一方面，信贷直通车开通“春耕备耕贷”专属绿色通道，并将信贷申请主体范围由家庭农场、农民专业合作社进一步拓展至高素质农民、种植大户、农业社会化服务组织、农业企业等有信贷需求的农业生产经营主体；另一方面，进一步提高信贷直通车产品和服务，优化授信条件，简化放贷程序，为农业经营主体提供更加便捷的授信服务。

不仅信贷直通车开足马力，各大银行机构也积极行动起来。“春耕在即，公司最盼的是解决蔬菜种植资金缺口。”海南爱富农业有限公司负责人符先文说。正巧交通银行海南省分行推广“交银益农通”，他抱着试试看的心态申请了贷款，“没想到全程都在线上操作，不需要抵押，利率也不高，特别方便！”

为全力支持各地春季农业生产，交通银行通过“创新信贷产品+开门红行动方案”并联驱动，推进涉农贷款投放。

创新信贷产品方面，交通银行持续迭代优化“兴农e贷”，“兴农e贷”是交通银行普惠涉农领域的专属产品，既包含针对涉农小微企业和新型农业主体的标准产品，也包含面向各分行区域涉农特色客群和场景的定制产品，实现“标准产品”+“场景定制产品”的两位一体，最大程度满足涉农客户业务需求。截至目前，交通银行已推进了在线农户贷、蒜黄贷、冷链贷、养殖户供应链等一批乡村振兴领域场景定制项目研发和实施，形成了若干实践经验与模式，通过批量合格客户名单导入以锁定目标客群，系统自动化给出预审批额度，在线签约、提款和还款等方式，打破传统业务困境，保障春耕时节新型农业经营主体和农户的融资需求。

与此同时，今年1-3月该行在全行范围内开展2022年“开门红”活动，从分行、支行、客户多维度落实业务推进和激励，截至1月末新型农业经营主体贷款较年初净增35亿元，农户贷款较年初净增18亿元。

加大投入，助力高标准农田建设和种业振兴

加强高标准农田建设和推进种业振兴有利于强化现代农业基础支撑。“2021年农发行累计发放农地贷款1448

亿元，贷款增速78%，投放力度再创历史新高。截至目前，农发行农地贷款余额达3300亿。”2月17日，在银保监会召开的第280场银行业保险业例行新闻发布会上，中国农业发展银行党委副书记、副董事长、行长湛东升表示，“聚焦耕地和种子两大关键，陆续出台了8个支持农业生产的政策意见，推出投贷联动支持种业振兴40条措施。实施差别化优惠政策，利率上，给予对客利率和内部定价双重优惠。期限上，对纳入省级及以上“十四五”规划的重大项目，贷款期限适当延长；对列入今年全国1亿亩高标准农田任务的项目，倾斜力度更大，为农业生产提供长期低成本的信贷支持。”

湛东升指出，农发行提出了耕地保护提升、农地综合整治、农地产业振兴、农地生态服务、农地制度改革、农地新型抵押等6大支持路径，针对高标准农田建设和耕地保护项目投资回报低、周期长、担保资源不足的特点，最大限度给予利率优惠，适当延长贷款的期限，扩大业务授权，保障了项目用款需求和建设任务落地。

“围绕种质资源保护、育种创新攻关、种业基地建设、种业企业扶优等关键领域，通过多种金融工具和手段，加大金融支持，力争2022年在种业领域信贷和直接投资资金投放100亿元以上。”中国农业银行党委副书记、副董事长、行长张青松在银行业保险业例行新闻发布会上表示，“围绕国家2022年新建1亿亩高标准农田



» 农业银行等5家金融机构向奉化农资公司等经营主体现场发放贷款3365万元

任务，在不增加地方政府隐性债务的前提下，因地制宜创新增加金融支持。深化与水利部合作，完善支持重大水利工程专项政策，加大国家水网骨干工程，172项和150项重大水利工程的金融服务力度。对符合监管要求的灌区建设、高效节水灌溉项目等，优先准入，提供优惠贷款利率，助力加强农田基础设施建设。”

强化保障，发挥再保险“稳定器”作用

作为农业支持保护体系的重要内容，近年来不断织密的农业保险网，对稳定农业生产和保障国家粮食安全发挥了重要的风险管理和风险保障功能。

“在春耕开始前已提前做好2022年风险保障，与全部农业保险承保机构签署风险分担协议，对春季生产投保农险的农户一次性承担其全部农险损失的20%，全力支持承保机构为春季农业生产提供更多的承保能力，预计提供风险保障达到1万亿元以上。”中国农业再保险党委副书记、董事、总经理郭莉表示，“在此基础上，中国农再坚持保本微利的原则，支持承保机构农险服务网络建设和科技赋能提升，把农业保险‘最后一公里’解决好，强化农业再保险保障，发挥再保险‘稳定器’作用。”

郭莉表示，今年春季部分地区可能气温偏高、降水偏少，局部可能发生春旱。中国农业再保险公司将紧盯农业保险大灾风险，通过再保险的调控功能，完善大灾风险保障，优化风险分散机制，扩大保险保障能力。同时，中国农业再保险把握数字化发展新机遇，落实农业保险政策要求，以公司“约定分保业务信息系统”为起点，建设全国农业保险数据信息系统，探索推进农业保险数据治理，加强信息共享，支持有关方面和农业保险承保机构及时掌握春耕春种情况，全面助力提升春耕备耕服务效能。

截至2月16日，中国农业再保险公司为226万次的农户提供超过950亿元的农业风险保障，支持农业保险行业承保了6.4亿亩耕地，12.6亿头畜禽，2.9亿亩森林。■

山西创新开展“四险”试点



为认真贯彻落实中央农村工作会议、全国农业农村厅局长会议和全国农业农村计划财务工作会议精神，山西省主动作为，对标中央试点，自主启动省级政策性小麦、玉米完全成本保险、产量保险、收入保险试点；主动创新，对表先进省份，自开展未转移就业收入损失保险试点（与上述“三险”并称“四险”），积极推动山西省农业保险“扩面、增品、提标”，探索加快形成既保灾害又保价格、既保成本又保收益、既保生产收入又保务工收入的农业保险基本体系。

试点成效

山西省“四险”有机组合属全国首创，具有保障面宽、费率精准、起赔点低、理赔快捷、赔付额高等优势，对于保护种粮农户积极性，保障重要粮食作物有效供给具有重要意义。2021年，在山西洪洞县、闻喜县、忻府区、朔城区等4个产粮大县（区）分别开展小麦完全成本险、小麦产量险、玉米完全成本险（综合天气指数）、玉米收入险，再叠加未转

移就业收入损失保险，为种粮农户因种地未能外出务工提供稳定的收入保障，取得积极成效。

通过试点实施，完全成本保险，有效保障种植户在生产中投入的人工成本、地租成本、直接物化成本等全部成本；实施产量保险和收入保险，对种植户提供兜底性高水平保障；实施未转移就业收入损失保险，对未实现转移就业的、从事农业生产的农户在生产中因灾、因市场变动导致的收入损失进行补偿。山西省财政厅、山西省农业农村厅、山西银保监局等有关部门加强政策创设、科学甄选试点、强化要素保障；中煤保险山西分公司作为试点承保机构，依托农网、加强保障、优化服务，共同推动试点工作顺利开展，稳定了农户收益，达到了预期效果，受到农民群众的欢迎。“四险”试点覆盖 56 个乡镇 1115 个行政村，承保综合覆盖率达到 82.61%，4 个县覆盖率均超过 80%，为 18.75 万农户提供风险保障 19.68 亿元，理赔到位 7148.33 万元，惠及农户 10.38 万户，理赔工作圆满完成，有效夯实了山西省农业保险发展基础。

主要做法

（一）高位推动，加大要素保障力度。山西省委常委会议、省政府常务会议专题安排部署试点工作，省级财政有效保障 50% 保费补贴。试点市、县（区）两级党委政府高度重视，出台本地实施方案，为试点提供制度安排。成立由县级政府分管领导任组长的试点实施领导小组，明确和细化部门职责分工，推动试点工作落细落实。市、县两级财政有效保障 25% 的财政补贴，对脱贫户加大财政支持力度，做到脱贫户零保费参保。三级财政 1.34 亿元资金投入，杠杆效用放大 13.67 倍，有效发挥了财政补贴资金“四两拨千斤”的撬动作用。中煤保险山西分公司直接减免农户应缴保费 2700 万元，减免 77%，有效减轻农民负担，激发参保积极性。

（二）高质包联，增大防灾抗灾强度。全省农业农村系统开展专家团队、项目工队和营销战队“三队”服务活动，将专业技术、惠农政策、保险服务等送到基层一线，助力提升政策性农险风险保障和保险机构

服务水平。试点县农业农村部门运用科技手段，加强农业气象灾害监测预警，协助保险机构在标的确认、灾因鉴定、损失评估、价格采集、产量测定、气象数据鉴定等方面提供专业支持，充分利用天气指数和价格指数等创新指标，发挥气象灾害保险赔付快捷的优势，并积极组织技术力量，将保险服务从灾后理赔向灾前防控转变。闻喜县、洪洞县等试点开展示范服务活动，通过微信工作群及时发布天气预警信息，最大限度帮助受灾群众恢复生产。

（三）高效服务，加快查勘理赔进度。中煤保险公司作为山西省本土唯一的全国性保险法人机构，围绕产品创新、服务创设，专注“三农”、深耕“三农”，组织工作专班、加大投入力度、靠前服务端口、精准测算保额，小麦完全成本险、小麦产量险、玉米完全成本险、玉米收入险亩均保额分别达到 767.96 元、807.3 元、1121.58 元、1392.14 元，较传统农险亩均增幅 92%、102%、212%、287%，赔付兑现 114.17 万元、959.21 万元、2729.68 万元、3345.27 万元，更好地保护种粮农户的利益。利用互联网、报纸、广播等媒体广泛进行定向宣传和政策解读，调集大量人力物力，逐村逐户开展政策宣传和承保工作，不断提高农户参保投保意识，扩大承保覆盖面。在试点县区广泛开展无人机药喷洒普防、农资农药赠送、灾害预告预警、种植技术讲座等防灾减损增值深度服务，有效控制了灾害蔓延和灾害损失，得到了基层政府和农户的高度认可。

下一步重点工作

试点期内，在持续巩固试点成果的基础上，山西省将做好以下三项工作：一是做好典型经验模式推广，重点聚焦小麦、玉米生产功能区所在县域，逐步转化成全省性政策，在全省扩大试点范围。二是做实农业保险模式创新，强化科技赋能农险，注重气象指数、价格指数的运用，创优简便、快捷的农险模式。三是做强农险宣传培训工作，发挥广大基层农村干部和农业技术人员的作用，组织开展多种形式的宣传动员活动，提高农户投保积极性。■

（山西省农业农村厅供稿）

陈瑞松：58岁再创业

文 / 钟旖



“我现在58岁，可能对于很多人来讲，这是要准备退休的年纪。但我的58岁不是退休，是正要开始。”扎根大陆近20年的台胞陈瑞松说，这个春节他过得尤其开心，元宵节过后，其自主创新的“厨余饲料生产方法”将在重庆市的2个村庄推动应用，厂房建设、购置设备等都将“快马加鞭”，坚持多年的梦想就要实现。

陈瑞松来自台湾新北市。他在城市中长大，却怀揣着一个“乡村农业梦”。基于他早年在台北市环境保护局环保稽查大队工作多年的经历，“环保”成为他内心坚定的信仰标签。

在稽查大队，陈瑞松的主要工作是针对企业或市民的严重不文明行为，做出警告与罚款。慢慢地，他发现，罚款只是一个“治标”的手段，远未达到让民众从“教化”到“自觉”的

目的。提供合理有效、具有针对性的解决方案，才是社会更需要的。陈瑞松决定，尝试在环保科技领域自主创业。

2002年，“安徽女婿”陈瑞松携家人正式“登陆”。“我坚信，垃圾只是放错位置的资源，需要被好好利用。”在安徽合肥，陈瑞松结合台湾经验，整合台湾专家与资金用5年时间制定出“餐厨垃圾资源化无害化生

化处理工艺流程”，启动了人生的第一次创业。

这是一种以“餐厨废弃物（俗称泔水）”为原料，制成畜牧养殖用单一饲料的技术方法，既可改善餐厨垃圾对空气、水资源造成的环境污染，又可“变废为宝”资源化再利用。除了产出饲料，经油水分离设备过滤后的废油脂还可成为生质柴油、日化用品制作的原料；污水“发酵—分解—降解”处理后，可变为液态肥，形成绿色循环种植。

该项目在2007年受到了安徽省农委及饲料工业协会的监督与协助，取得了多批次饲料样品检测合格、厨余饲料原料小鼠毒性试验合格检测、养殖饲养试验记录报告等，获得“饲料工业标准化认证”“饲用泔水粉”“猪用配合饲料”等资质。

令人遗憾的是，彼时，受环保思想尚未风行、餐厨垃圾原料难寻等因素影响，该技术未能落地为解决社会问题发力。把完成中试生产的工厂关停后，陈瑞松暂时搁置自己的“农业环保梦”，受友人之邀，于2015年移居重庆安家谋生。

在职场，陈瑞松是一名职业经理人；生活中，他是不折不扣的“环保主义实践者”，淘米水用来浇花、拖地，洗碗水用来冲马桶，严格执行垃圾分类等点滴行为，早已融入家人的日常。

近10年，陈瑞松仍在不断优化其创造的技术体系。“重庆人好吃火锅，泔水里的油脂会更高。工艺流程就需要因地制宜，调整生产配比。”

陈瑞松介绍说，通过行走乡村，他还关注到，农田因大量使用化肥，面临土壤板结酸化、养分不均等问题。技术改进后，一吨的餐厨垃圾有望转化出75%的土壤改良剂，用于恢复土壤活性。

“我一直没有放弃把技术体系落地。大陆有广袤市场，我对农业领域的前景充满信心。”陈瑞松介绍，再次创业，自己将以技术入股的方式，以重庆南岸区境内的2个村庄为试点，将泔水、秸秆、枯枝烂叶、粪便等废弃物做无害化处理，减轻面源污染，增加农业科技价值，并在农产品量质提升上展开新的试验。

“发自内心地热爱土地与农业，是我追逐梦想的内在驱动力。”陈瑞松认为，创业是一个永不言弃的过程，“蛰伏”是蓄势待发的沉淀。“随着政府大力推动节能减排，绿色环保

理念深入人心，可以说，我的农业环保创业梦在大陆迎来了‘天时地利人和’。”

陈瑞松表示，当人们致力于把梦想付诸行动，相信一定会有人被感染，并燃起其心中的美好愿景，从而带动更多人加入，这是值得去做的、很有意义的事。环境保护也是如此，民众从举手之劳的小事做起，多付出一点点关心，少丢一点点垃圾，便可构建绿色、循环、可持续发展的生态圈。

最后，陈瑞松向笔者描摹出他的“乡村农业梦”。未来，他希望有一个属于自己的生态农场，养许多的猪、羊等作为宠物，它们可以漫山遍野地尽情奔跑，脖子上系着各种粉色领结。这将是做个身心调整与疗愈的有机生态农场，等着那些不开心的人到来，让更多人因科技农业变得快乐。📷



2021 中国地理标志农产品品牌声誉评价报告

文 / 中国地标品牌声誉评价课题组

信息爆炸时代，消费者普遍通过互联网获取品牌信息。从听说、认知、购买，再到体验反馈等各个环节，均可在网上完成。而自媒体的快速发展，也让多级传播的时空更为广泛。因此，互联网是品牌声誉形成的重要阵地，也是互联网时代的关键阵地之一。

什么是品牌声誉？1961年，有学者提出“声誉代表企业对品质的坚持，声誉可使消费者搜寻过程更经济，获得较高的溢价利益。”等相关论断。综合1990年Aaker&Keller、1991年Westbrook&Oliver等近年国内外学者的研究可知，品牌声誉是消费者对一个品牌相对应的产品质量感知、好感评价。作为重要的无形资产之一，品牌声誉能够令一个品牌通过声誉获得溢价能力，达到超额利润，并具有比品牌形象更稳定、更持续、更整体的效果。研究表明，品牌声誉对品牌满意度、品牌忠诚度等具有显著的正向影响，其对于品牌所有者的重要性不言而喻。

WTO在《与贸易有关的知识产权协议》中指明，地理标志是鉴别原产于一成员国领土或该领土的一个地区或一地点的产品的标志，但标志产

品的质量、声誉或其他确定的特性应主要取决于其原产地。目前，我国地理标志主要有两类，一类是国家知识产权局主管、登记的“中国地理标志”（2019年统一了“地理标志商标”和“地理标志保护产品”）；另一类是农业农村部主管、登记的“农产品地理标志”。据不完全统计，目前，已有8000多个产品获得一类或多类地理标志登记保护，在中国农业的区域生态产品、特种资源形成、产业发展中占据着重要地位。

2019年10月12日，美国营销

大师菲利普·科特勒在北京作出断言：未来的品牌，以品牌声誉取胜。为了解中国地理标志农产品品牌在互联网环境下的品牌声誉，课题组选取了1471个地理标志农产品品牌（下文简称为地标品牌），开展品牌声誉评价研究。评价依据“中国农业品牌声誉评价模型”，对互联网信息平台、大众传媒、社交媒体、短视频平台和电商零售平台等海量数据进行搜集，并对各项数据进行分析并换算处理，最终形成品牌声誉评价结果。

基于以上各平台数据的可获取

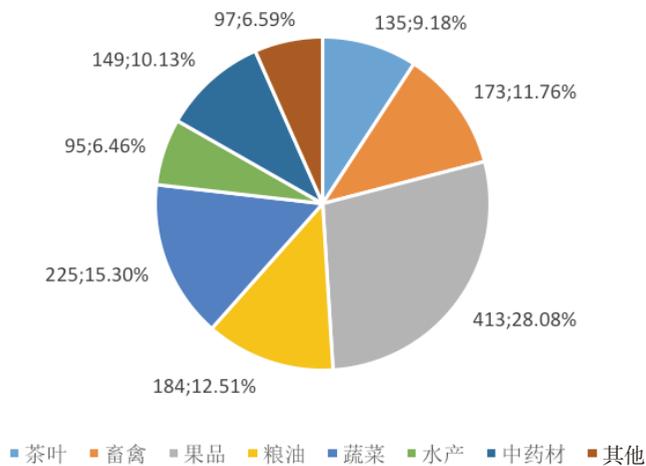


图1 获评品牌的品类分布图

表1 品牌感知力前十位

排序	省份	品牌名称	品类	感知力
1	云南	普洱茶	茶	93.29
2	新疆	哈密瓜	果品	91.70
3	浙江	龙井茶	茶	88.55
4	重庆	涪陵榨菜	蔬菜	88.13
5	江苏	阳澄湖大闸蟹	水产	87.92
6	江西	赣南脐橙	果品	87.81
7	吉林	长白山人参	中药材	87.54
8	浙江	安吉白茶	茶	87.38
9	四川	郫县豆瓣	其他	87.32
10	福建	正山小种	茶	87.28

表2 品牌感召力前十位

排序	省份	品牌名称	品类	感召力
1	甘肃	陇西白条党参	中药材	93.12
2	安徽	绩溪火腿	畜禽	92.75
3	河北	迁西栗蘑	食用菌	92.49
4	江苏	阳羡雪芽	茶	91.98
5	山东	乳山大花生	粮油	91.97
6	山东	单县罗汉参	中药材	91.94
7	山东	平度大花生	粮油	91.93
8	吉林	东辽黑猪	畜禽	91.74
9	浙江	泰顺三杯香茶	茶	91.74
10	辽宁	东港梭子蟹	水产	91.67

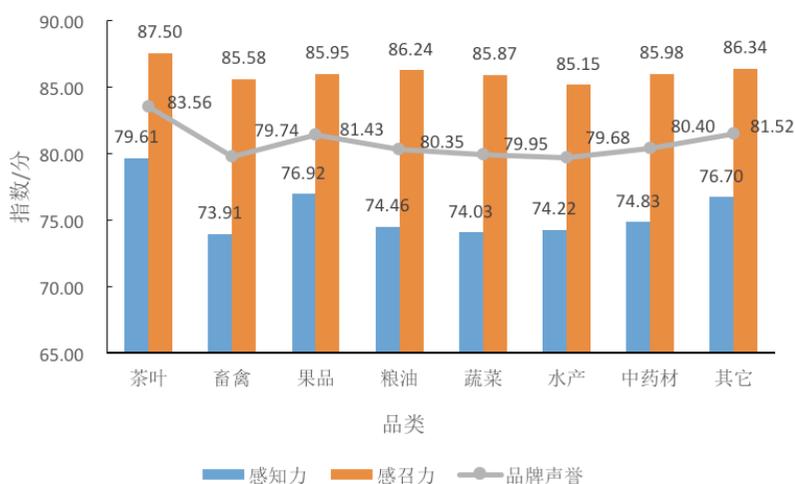


图2 各品类品牌的平均品牌声誉、平均品牌感知力、平均品牌感召力比较

性，品牌声誉评价可供大数据时代背景下的品牌在传播及舆论管理时的有效参考。下面将就2021年度的“中国地理标志农产品品牌声誉”评价数据进行分析。

本次评价概况

获得本次评价的1471个中国地标品牌，遍布全国31个省（市、自治区），其中山东、四川、浙江和湖北等4个省份的品牌数量均在100个以上，分别为158个、144个、108个和102个。按照行政区划划分，华东地区以523个品牌高居第一，占整

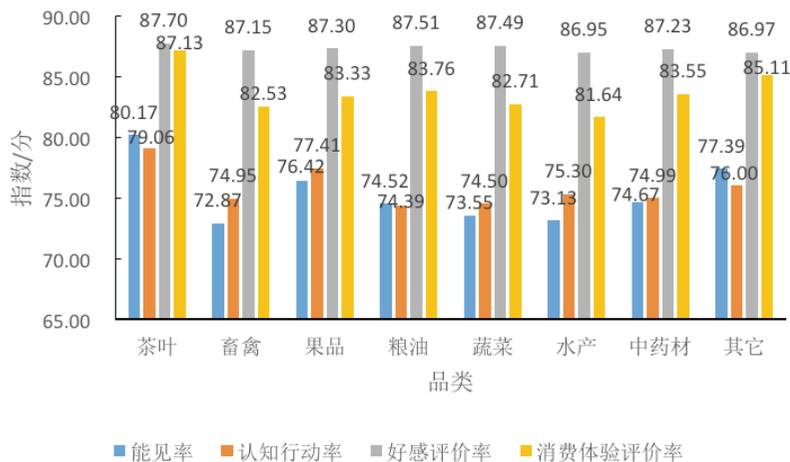


图3 各品类品牌的二级指标平均值比较

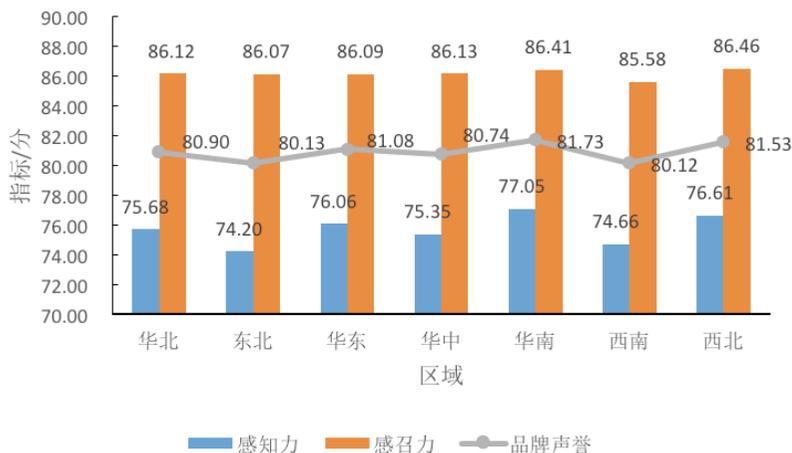


图4 不同区域的地标品牌的平均品牌声誉、平均品牌感知力、平均品牌感召力比较

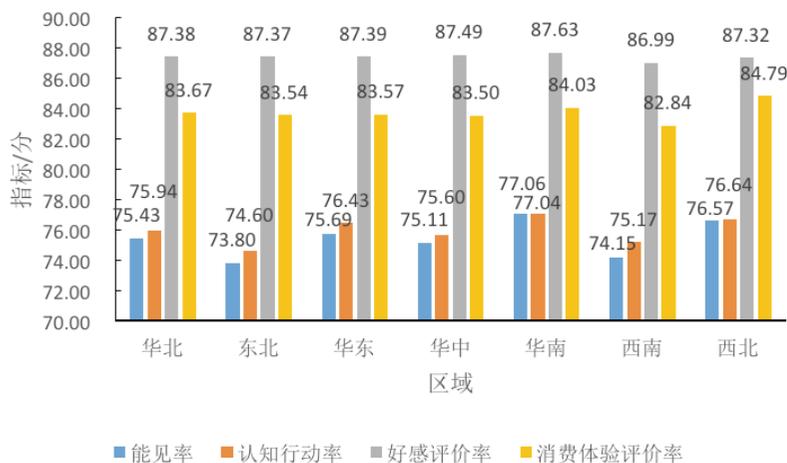


图5 不同区域的地标品牌的二级指标平均值比较

体评价品牌数量的35.55%；其次是西南地区，共计309个品牌，占总数的21.01%。

从品类看，产品囊括了茶叶、畜禽、果品、粮油、蔬菜（含食用菌）、水产、中药材、其他（含花卉、蜂制品、豆制品、糖制品等）等各类农产品。如图1所示，果品类品牌数量最多，达到了413个，占总体数量的28.08%；蔬菜、粮油、畜禽和中药材等4个品类的品牌数量比重均在10%以上。

本次评价结果显示，1471个中国地标品牌的平均品牌声誉80.85。其中，普洱茶以90.02位于榜首，这也是本次评价中唯一一个超过90的品牌，涪陵榨菜、新疆哈密瓜、库尔勒香梨、奉节脐橙、烟台苹果、龙井茶、郫县豆瓣、安吉白茶和武夷岩茶等在本次评价中位列品牌声誉前十位。

本次评估品牌的平均品牌感知力为75.66，最高值为93.29；平均品牌感召力为86.05，最高值为93.12；品牌感知力、感召力位于前十的品牌。（分别可见表1和表2）

进一步分析，构成品牌感知力的能见率和认知行动率，平均值分别为73.35和75.98，最高值分别为95.68和90.89，最高值较平均值高出了26.98%和19.62%；构成品牌感召力的好感评价率和消费体验评价率，平均值分别为87.32和83.58，最高值分别为95.22和95.11，最高值较平均值分别高出9.04%和13.79%。总体而言，1471个我国地标品牌的品牌感知力差距较为明显，而品牌感召力普遍较高，差距相对较小。

品类比较：茶叶类地标品牌的品牌声誉表现较佳

根据品类比较，如图2所示，茶叶、果品、粮油、中药材以及其他品类的平均品牌声誉在80以上，分别为83.56、81.43、80.35、80.40和81.52，相对而言，茶叶品类平均品牌声誉具有一定的优势。从品牌感知力上看，茶叶、果品和其他品类的平均品牌感知力分别为79.61、76.92和76.70，虽均未超过80，但相比其余五大品类高，且均在整体平均水平之上。从品牌感召力上看，各品类品牌的表现旗鼓相当，平均值均在85至88之间徘徊，差距较小。

进一步比较各品类品牌的平均能见率、认知行动率、好感评价率和消费体验评价率，如图3所示，茶叶类品牌的4项二级指标平均值分别为80.17、79.06、87.70和87.13，在八大品类中均显示了一定的优势，且是八大品类中唯一一个平均能见率超过80的品类。同时可见，畜禽类品牌的平均能见率相对较低，仅为72.87；蔬菜类品牌的平均认知行动率较其余品类低，为74.50；各品类品牌在平均好感评价率上表现均较佳，最高值87.70，最低值86.95，差距甚小；从消费体验评价率上看，水产类品牌的表现相对较弱，为81.64。

获得本次评价品牌声誉前100位的品牌中，茶叶类共计有33个，数量最多；其次是果品类品牌，共计29个；中药材类品牌11个，其余品类的品牌数量均在10个以下。按照各品类位于前100的品牌数量占本品类品牌总量的比例比较，排在前三位的品类分别是茶叶类品牌（占

24.44%）、其他类品牌（占8.25%）和中药材类品牌（占7.02%）。茶叶类品牌位于前100的数量和比重均远高于其余品类。

上述数据可见，茶叶类品牌在品牌声誉各方面的表现均较为突出，反映了我国茶叶类地标品牌普遍重视品牌声誉的维护与提升。

区域比较：华东地区占品牌声誉前100的半壁江山

比较源自不同区域的地标品牌的品牌声誉表现，如图4所示，各区域的地标品牌的平均品牌声誉均在80以上，相对而言，来自华南、西北和华东地区的地标品牌的平均品牌声誉具有相对优势，分别为81.73、81.53和81.08。从品牌感知力上看，同样也是华南、西北和华东地区的地标品牌具有较高的品牌感知力，分别以77.05、76.61和76.06位列前三位。从品牌感召力看，除西南地区平均品牌感召力为85.58以外，其余区域的平均值均在86.00至86.50之间，相差甚小。

进一步比较各区域的地标品牌平均的能见率、认知行动率、好感评价率和消费体验评价率，由图5可见，来自华南地区的地标品牌以77.06的平均能见率明显高于其余区域，后续依次为西北（76.57）、华东（75.69）、华北（75.43）、华中（75.11）、西南（74.15）和东北（73.80）。比较地标品牌的认知行动率可见，除华南地区以外，其余区域的地标品牌的平均认知行动率均略高于该地区的平均能见率。进一步分析具体数值可见，华南地区的地标品牌的平均认知行动率（77.04）仍高于其他区域的地

标品牌的平均值。比较地标品牌的好感评价率可见，各区域的地标品牌的平均好感评价率基本位于87左右，差异并不显著。从消费体验评价率来看，相对而言，来自西南地区的地标品牌的平均消费体验评价率不高，为82.84；西北和华南地区的平均值分别为84.79和84.03，相对较高；其余地区的平均消费体验评价率均在83.50至84.00之间。以上数据显示，华南地区的地标品牌在平均品牌声誉方面表现较优，但并不具有显著性。

比较品牌声誉位于前100的地标品牌的区域来源，华东地区以54个品牌数量一骑绝尘，其次是西北和西南地区，分别为16个和12个，其他地区的品牌数量均在10个以下。同时，从品牌声誉位于前100的地标品牌的数量与相关区域获得评价总量的比重来看，华东地区位于前100的地标品牌的比重达到了10.33%，同样高于其他地区；其次是西北地区，其位于前100的地标品牌的比重也达到了10.00%。

以上数据可见，尽管华东地区的地标品牌的平均品牌声誉略低于华南地区，但华东地区的地标品牌占本次评价的品牌声誉前100中的半壁江山，拥有为数较多的头部品牌。

指标比较：“高双感”强强联合，成就头部品牌

在前述数据比较中，我们发现，从数值上看，品牌感召力普遍高于品牌感知力，且数值差距较为显著。为了进一步了解各地标品牌的品牌感知力和品牌感召力的具体情况，我们按照品牌声誉高低进行划分，比较品

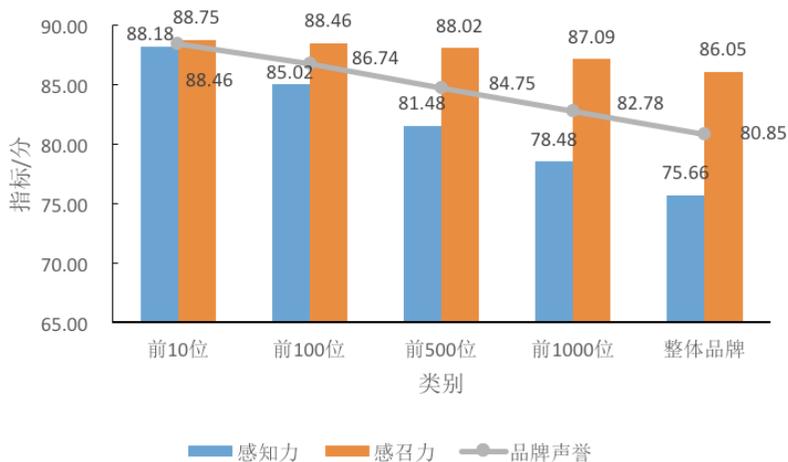


图6 品牌声誉各区间品牌的一级指标平均值比较

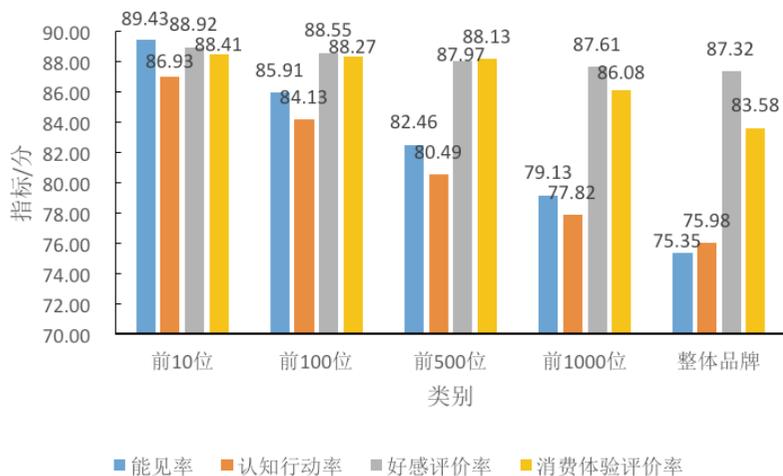


图7 位于不同品牌声誉区间的地标品牌的二级指标平均值比较

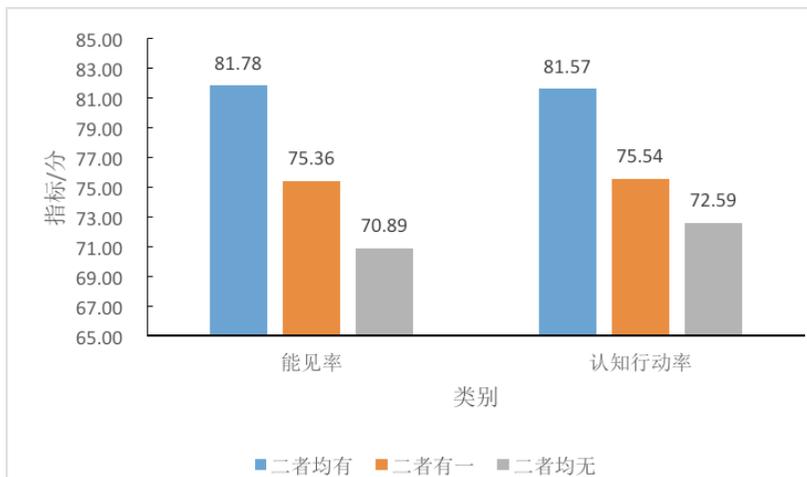


图8 不同程度运用自媒体的地标品牌的平均品牌感知力比较

牌声誉前10位、前100位、前500位、前1000位和整体品牌的不同表现状况。

图6，本次评价中获得品牌声誉前10位、前100位、前500位、前1000位以及整体获评品牌的平均品牌声誉、评价品牌感知力、评价品牌感召力三个指标，从左往右，平均品牌声誉、平均品牌感知力呈现出明显的阶梯向下趋势，而平均品牌感召力虽然也依次递减，但位于品牌声誉前10位的品牌和整体获评品牌的平均值差距并不大。

进一步比较二级指标，如图7所示，品牌声誉前10位地标品牌的平均能见率、认知行动率、好感评价率和消费体验评价率分别为89.43、86.93、88.92和88.41，4项二级指标的评分较为均衡；从左至右可见，平均能见率、认知行动率与好感评价率、消费体验评价率之间的差距在逐渐拉开。

以上数据分析表明，品牌声誉的提升与维护，需要站在系统性视角，全面提升并巩固地标品牌的能见率、认知行动率、好感评价率和消费体验评价率；只有品牌感知力和品牌感召力达到“双轮驱动”，形成“高双感”系统水平，才能成就高品牌声誉。

传播比较：自媒体建设与传播，能有效提高品牌感知力

数据显示，除传统大众传媒之外，新媒体平台在近年兴起，其中，微博、微信、抖音、快手等平台成为自媒体矩阵的主战场。

以微博、微信两大社交媒体为例。课题组比较了1471个地标品牌

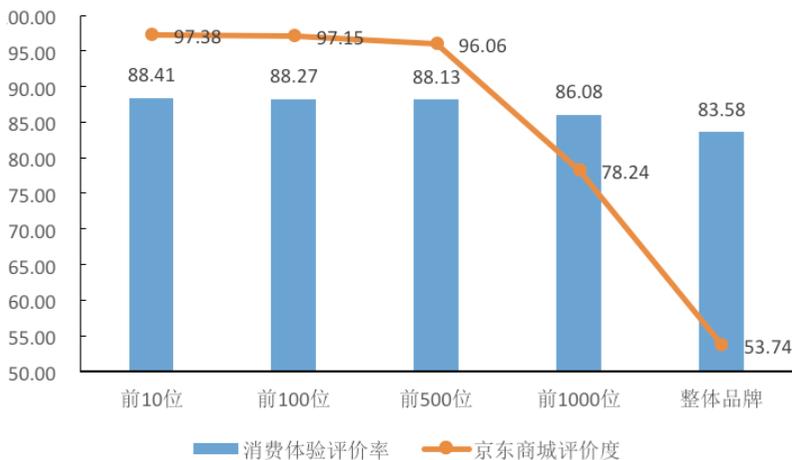


图9 品牌声誉各区间品牌的消费体验评价率和京东商城评价度比较

建有两类、一类、未建自媒体账号的三种现状，微博、微信自媒体账号二者均有的地标品牌，其平均品牌声誉达 84.25，平均感知力达 81.68，平均感召力达 86.82；二者有其一的地标品牌，其平均的品牌声誉、品牌感知力和品牌感召力分别为 80.68、75.45 和 85.91；二者均无的地标品牌，其平均的品牌声誉、品牌感知力和品牌感召力分别为 78.71、71.74 和 85.67。

进一步比较以上不同程度运用自媒体的地标品牌在品牌感知力上的差异，如图 8 所示，无论是品牌能见率还是品牌认知行动率，建有自媒体账号的品牌均比未建自媒体账号的地标品牌要高。

上述数据显示，微博、微信自媒体账号的建立，对提升品牌的感知力具有显著的效果。

电商销售比较：电商销售评价对感召力有直接作用

品牌感召力的评价主要考量品牌的好感评价率和消费体验评价率等两项三级指标获得。前述数据显

示，无论是不同品类的地标品牌，还是来自不同区域的地标品牌，品牌声誉位于头部或尾部的地标品牌，其品牌好感评价率的平均值差距均不大。这与各大媒体平台对品牌信息的披露多以客观中立角度报道、呈现信息内容有关。在海量基数面前，偶尔的正面、负面信息无法对平均好感评价率造成大的影响。

消费体验评价率，是在好感评价率基础上，以电商零售平台上的实际消费体验评价的重点考量对象。数据显示，消费体验评价率的高低与电商平台上的消费者评价分的高低有直接关联。以京东商城为例，比较品牌声誉头部地标品牌与各层次地标品牌之间的消费体验评价率差异，如图 9 所示：品牌声誉前 10 位地标品牌的京东商城评价度平均值为 97.38，前 100 位地标品牌的平均值为 97.15，前 500 位地标品牌的平均值为 96.06，相差不大。同样的，消费体验评价率平均值也较为接近。到前 1000 位地标品牌的品牌声誉平均值，京东商城评价度和消费体验评价率均拉开

了距离，分别为 78.24 和 86.08，而 1471 个地标品牌的平均好评度和消费体验评价率分别为 53.74 和 83.58，与前述 4 类不同品牌声誉层次的地标品牌的平均值差距更为显著。

以上数据充分表明，电商销售评价对消费体验评价率，以及品牌感召力，乃至品牌声誉，具有直接的关联作用；电商平台，是互联网环境下提升品牌声誉的重要平台。

通过本次对 1471 个我国地标品牌的声誉评价分析，我们可以得出以下三点结论：

1. “小而美”的地标品牌，可在持续巩固其品牌感召力的前提下，通过自媒体建设、制造热门话题等方式，增强品牌能见率，促成认知行动率，从而提高品牌感知力。

2. 具有高知名度的地标品牌，可在持续保持较高的品牌感知力的前提下，重点保障产品品质，提高销售服务体验，以有效提高电商零售平台上的消费体验评价，从而增强品牌感召力。

3. 处于品牌声誉评价的腰部位置的地标品牌，应当品牌感知力、品牌感召力两手一起抓，从品牌的系统运营角度，围绕目标消费群与潜在消费群，制定针对性的品牌策略，加大传播力度，提高品牌感知力和品牌感召力，才能整体提升品牌声誉。■

（执笔人：胡晓云，魏春丽）

（中国地标品牌声誉评价课题组；课题组顾问：沈光宏，宫凤影，赵坤；课题组负责人：胡晓云；课题组成员：魏春丽，李闯，朱振昱，徐凯，陈韬略，杨巧佳，贺梦晗，周叶润，方赞文，施金敏）

曹县：从电商脱贫到“宇宙中心”

文 / 罗震东 左臣明

“在外东奔西跑，不如回家做淘宝”，电子商务产业逐渐成为乡村经济发展的“新动能”，促进地方产业发展，吸引人才回流。2021年年中在短视频平台上爆红的“北上广曹”以及“曹县666”等段子，在一夜之间让曹县这个山东省偏远县城跃升为互联网时代的“宇宙中心”。

曹县位于鲁豫两省交界处，是山东省的人口大县，因远离省内主要经济区，工业基础较为薄弱，长期以来都是山东省的经济洼地、省级贫困县，处于人才、资金外流的尴尬境地。

近十年来，以大集镇为代表的村镇地区掀起了电子商务热潮，依靠表演服饰、木制品加工等特色产业，推动农村电子商务实现裂变式增长，从2014年大集镇的7个淘宝村，到2021年已经裂变为覆盖全县的151个淘宝村。

从初步接触互联网，到家家户户做电商，再到特色产业园区化规模化发展，曹县已成为中国最大的表演服、汉服产地之一。

从“电商脱贫”到“宇宙中心”，曹县实现华丽转身的背后，是电商平台对乡村草根创业的积极赋能。电商为返乡青年提供了融入市场的新渠道，激发了乡村能人干事创业的潜能和热情。根据曹县2021年政府工作报告，“十三五”时期，曹县返乡创业就业8.6万人，创办各类经济实体2万家，带动就业50.3万人，引进博士27人、硕士310人。在曹县，那些充满实干精神的草根创业者，在扎根乡村的自主创业中逐步实现个人财富的积累、生活品质的提升和发展思想的解放，乡村也在电商新经济的引

领下逐步迈向振兴之路，从而呈现出人才振兴和产业振兴融合发展的新图景。

草根创业者开拓进取

在曹县，有一群不服输、不认命的电商创业草根，他们有着旺盛的创业精力、敏锐的市场嗅觉、果敢的决策执行力，推动地方产业以乡村为支点不断向外扩散、发展、升级，也带动乡村生产生活方式发生剧烈演进。

在十年的发展历程中，曹县的电商创业者大致经历了两代更迭。

第一代是务工返乡的创业者。他们早年受经济所迫而进入城市务工，又在城市高生活成本的推力以及家庭牵绊的拉力下选择回到乡村，那些不甘贫苦、不甘寂寞的创业者们抓住了互联网时代的发展契机，在电商平台的支持下，利用乡村低成本的人力物力地力比较优势，挖掘“演出服”这一蓝海产品的市场需求并迅速占据线上市场份额，成为乡村数字经济红利的直接受益者。经过近十年的打磨，曹县的“演出服”产业在生产、营销、物流等环节均已初具规模，并形成了相对完备的产业链条。

第二代是推陈出新的创业者。在前辈辛苦打下的产业基础上，第二代电商创业者则在产品设计、品质把控、营销方式（如直播形式）、市场开拓等领域推动着产业的迭代发展，他们勇于走出曹县，在各大城市之间进行信息和要素的传播，将曹县的电商产业关联至更加广阔的外部市场中，他们敢于突破传统，打磨优质的品牌，不断提升曹

本栏编辑：崔明理 邮箱：ncpnews@126.com

县演出服、汉服的品牌效应。

基层干部担当有为

在曹县的电商产业发展过程中，地方政府起到了关键的扶持推动作用。对于市场发育相对不足的欠发达地区而言，眼界开阔、理念超前、一心为民的基层干部成为推动地方电商产业发展的核心资源。

在发展之初，曹县的基层政府没有将并不产生税收的电商产业扼杀在摇篮中，而是一直采取包容态度，主动扶持这一富民产业的发展，在电商产业进入快速发展的阶段，又在招商引资、金融服务、土地空间投入、基础设施建设等方面给予政策与资金的全面支持，正是在上下两个层面的资源整合和共同努力下，曹县的电子商务产业才能够取得今天的成就，从 1.0 版本的家庭作坊阶段，过渡到 2.0 版本的产业园区阶段，再升级为 3.0 版本的特色小镇阶段，每一轮的产业升级发展都离不开基层政府的支持。

早期扶持：成立电商专设机构

在曹县的大集镇，电商产业在发展之初并不引人注目。镇政府工作人员在一次消防检查中偶然发现了这一正在悄然生长的产业，在明确了初步发展意向后就给予了大力引导和扶持，为曹县乡村电商产业在初期的发展赢得了宝贵的时间和空间。大集镇政府成立了电商服务专设机构，设置专人为创业企业提供各种证件的一站式办理服务，免费为商户办理企业公司注册、税务登记、银行开户等各类手续，为了争取更大的规模效益、降低物流成本，电商专设机构代表商户与各大快递公司开展合作谈判，不仅吸引多家快递公司入驻大集镇，还大大降低了物流成本。

基础保障：优化基础设施建设

为保障电子商务产业的发展，大集镇率先推进交通、电力信息基础设施建设。在道路交通方面，2013 年以前的大集镇几乎没有一条柏油马路，所有道路基本都为土路，难以满足原料与产品的运输需要。电商产业发展起来以后，镇政府出资对主要的对外通道——桑万路进行了拓宽和修整，确保运输车辆可以快速进入济广高速（G35），进而快速链接区域交通网络；在电力信息设施方面，2015 年曹县有关部门会同电信公司在大集镇实施了光纤入户工程，极大地提升了村镇的网络带宽水平，为乡村电子商务

产业的发展提供了重要的基础保障。

空间保障：兴建电商产业园区

当大集镇的电商产业步入快速发展阶段，传统的村民住房已经难以满足生产、仓储、经营、居住等多重需求，发展空间受限成为最大的发展瓶颈。为了适应电商村民对生产生活空间的扩容、调整需求，地方政府主动优化调整村庄规划，把预留的建设用地指标腾挪到电商产业发展较好的地段，并适度放松土地管控约束，有限度地允许村民利用养殖棚用地或临时租用路边农用地搭建临时厂房，使土地资源配置更好地匹配产业发展需求。大集镇的孙庄村拆除了沿路本属于国有用地的木材加工厂，将其重新建设为集原料批发、辅料供应、产品展示、金融信贷、餐饮住宿等多功能于一体的“淘宝一条街”。

在灵活的政策支持下，这些地方成为区域内电商生产和服务集聚的中心，围绕演出服、汉服生产销售的布料供应、裁剪、缝纫、包装等产业环节得到了更加有序、高效的组织，产业的集聚又进一步促进了从业人口的集聚和产业链条的完善，活跃了电商的创业氛围。大量商户入驻后就近招聘村民从事电商活动，带动了周边的淘宝村发展，如今地方政府正在筹建第三期产业园区工程。

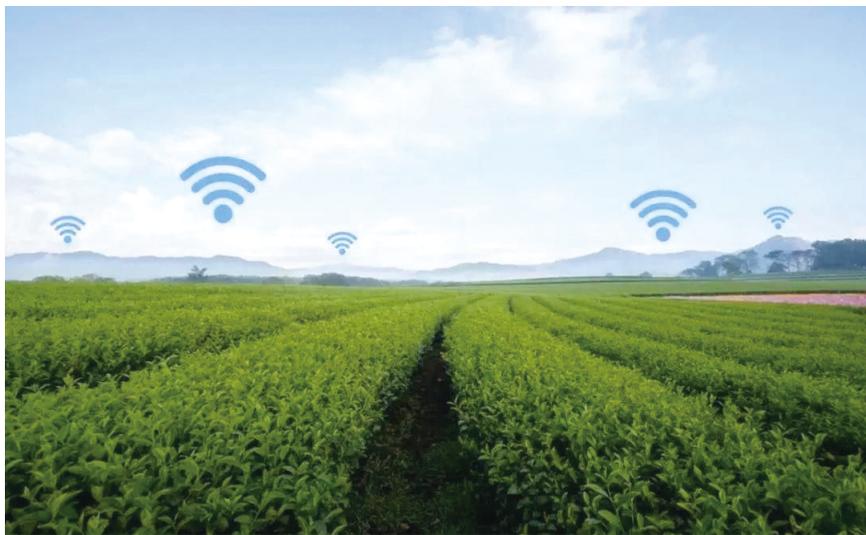
载体升级：建设 E 裳特色小镇

为了支持大集镇演出服、汉服产业的集群化发展，冲刺更高端的市场，大集镇政府决定在电子商务产业园的基础上进一步升级产业发展载体。基层干部向上争取政策，在县城周边以飞地的方式建设了面积为 4 平方公里的服饰特色小镇——E 裳小镇，主要承载演出服、汉服产业链中附加值较高的服装设计、网络直播、售后服务等功能，现阶段已有大量企业、工作室入驻 E 裳小镇，一批专业化的电商培训机构、直播间已经投入运营，如此一来，E 裳小镇承担的前端设计和后端销售、服务和镇区电商产业园承担的服装加工制作，共同构成了大集镇演出服、汉服的完整产业链。不难发现，E 裳小镇已经成为曹县内外发展要素交流互通的载体——政企人才高效互动，内外要素相互碰撞，共同推动了曹县电商产业的转型升级，带领着曹县品牌走向更宽广的世界。

（作者：南京大学教授、空间规划研究中心执行主任罗震东，阿里研究院高级专家左臣明）

安徽：乡村搭上“数字化快车”

文 / 史力



探索数字化改革，“5+8”先行先试

随着信息化的不断推进，大数据、物联网、5G技术的广泛应用，新的业态不断出现，高科技在农村同样大有作为。日前，安徽省政府办公厅出台《加快“数字皖农”建设若干措施》（以下简称《若干措施》），落实安徽省委关于一产“两强一增”行动计划部署，加快“数字皖农”建设。

《若干措施》提出，将以乡村振兴数字化改革为重点，以砀山、长丰、金寨、歙县、桐城等5个县（市）数字乡村试点和种业、生猪、稻米、水产、茶叶、蔬菜、水果、中药材等8个农业细分行业产业互联网建设（简称“5+8”试点）为抓手，通过试点先行，集聚资源要素，加强政策保障，推进农业农村数字化建设。

为此，《若干措施》坚持问题导向，有针对性提出了10项具体支持措施。在农业生产方面提出三项具体措施，包括推进生产数字化构建，推动种业、种植业、畜牧业、渔业等生产过程数字化改造，到2025年全省建设种植业、畜牧业、渔业数字农业工厂400个；推进经营数字化增效，

打造高端农产品品牌，大力发展农村电商等新产业新业态；推进管理数字化升级，推动粮食生产、农村人居环境整治等领域管理数字化建设。

在乡村公共服务和乡村治理方面，《若干措施》提出两项措施，包括推进服务数字化延伸，健全延伸到村到户的信息服务体系；推进乡村治理数字化转型，运用数字技术创新乡村治理模式，提升乡村公共服务数字化水平。

如何确保任务不折不扣落实到位？《若干措施》在人才、要素和组织保障上提出了三项具体措施，包括加强科研攻关和人才培育，推进产学研一体化；加强要素保障，加强财政、金融保险、用地等资源要素支持农业农村数字化建设；强化组织推动，纳入乡村振兴实绩考核，建立政府领导、农业农村部门牵头、相关部门参加的工作机制。

“互联网+”现代农业成效显著，涉农政务服务全程网办

近年来，安徽省以实施“互联网+”现代农业行动为抓手，积极推进数字技术在农业农村生产经营、管理服务等领域应用。

“农业物联网技术主要应用在农作物‘四情’大田监测、设施栽培、茶叶水果生产、特色水产养殖、畜禽规模养殖、农机精准作业等方面。”安徽省农业农村厅市场与信息化处处长赵霞介绍,经过多年探索与实践,形成了“物联网+生产模型+大田种植”“物联网+智能装备+病虫害自动测报防治”“物联网+测土配方+水肥一体化”“物联网+空间遥感+农机”等应用模式。

在全椒县,当地围绕稻虾特色主导产业持续扩大数字农业应用范围,主攻稻虾智慧种养,建成示范点、示范基地12处,远程控制500多台增氧设备,服务农户1000多户、养虾稻田15万多亩,全县稻虾养殖信息化率超过50%。在凤台县,凤台州来绿港公司建成了全国最大单体智能玻璃温室28万平方米,采用全天候气候控制系统、智能化水肥控制技术、二氧化碳供给系统、自动化物流系统、信息化管理系统、物联网技术等,打造数字种植工厂,实现生产过程数字化。

目前,安徽省已建设省级农业物联网示范点300个、益农信息社1.3万余个,省农业农村大数据中心综合信息平台建成运行,农产品上行网销额达693亿元。据农业农村部市场与信息化司、信息中心发布的2021全国县域农业农村信息化发展水平评价报告显示,2020年安徽省县域农业农村信息化发展总体水平达49%,高于全国平均水平11.1个百分点,居全国第四位。其中,安徽省农业生产信息化水平41.6%,高于全国19.1个百分点,与浙江省并列全国第二。

在服务数字化延伸上,安徽省依托“皖事通办”平台建设“三农”服务专区,实现涉农政务服务事项100%全程网办,推进涉农信息资源有序整合共享开放。在管理数字化方面,目前已经建成省级农业农村大数据中心综合信息平台,按照“一图、一库、一仓、一台、一端”架构,整合12个重点业务信息系统和6大行业基础信息数据1.14亿条,实现厕所改造、农机调度、农业产业化、农产品质量安全、乡村振兴、动物卫生监督等农业农村重点工作目标任务精准管理和指挥调度。

着眼数字农业发展趋势,建设1200个应用场景

赵霞介绍,此次出台的措施,从安徽省实际出发,务

求管用、能见实效。同时着眼数字农业发展未来趋势,做出了一系列创新安排。

这些创新主要体现在,从过去的局部发力到现在着眼农业全链条数字化布局,出台的措施不仅推进农业生产,而且涉及管理和服务数字化,以及乡村治理等。其次,文件聚焦农业产业互联网,首次提出推动种业、生猪、稻米、水产、茶叶、蔬菜、水果、中药材等8个农业产业互联网建设,以数字化改革引领行业头部企业数字化流程再造、制度重构。“下一步将把这10条措施落实到位,协调推动相关部门加快本领域数字化建设。”赵霞表示。

在“5+8”试点上,将重点指导5个试点县、8个产业互联网牵头企业先行先试,通过打通农业产业链,用数字技术整合人、技术、平台、资源、渠道等,实现全要素集聚,探索农业产业互联网新业态、新模式、新场景。推动宿州市、砀山县发挥市场逻辑和资本力量,深化“双招双引”,加快数字乡村建设试点进度。

加快推进数字技术与农业农村融合发展。“今年以数字农业工厂和数字农业应用场景建设为抓手,大力推进种植业、畜牧业、渔业等生产过程数字化转型升级,实现环境自动监控、水肥药精准施用、饲料精准饲喂、病虫害智能测报等。”赵霞介绍,到今年底全省建设数字农业工厂100个,数字农业应用场景累计达到1200个,探索形成一批可复制可推广的典型模式。

深入推进信息进村入户工程可持续运营。加强益农信息社规范管理,完善益农信息公共平台服务功能,提升信息员服务能力,推动省、县运营商上下联动、优势互补,引导益农信息社与乡村产业融合发展,大力开展公益服务、便民服务、电商服务和培训体验,重点开展农技推广、农产品上行等服务。

推进“互联网+”农产品出村进城工程。将“互联网+”农产品出村进城与数字农业农村、农产品产地冷藏保鲜设施建设、信息进村入户、品牌打造等工作相结合,加强与电商平台合作,持续开展农产品电子商务对接和丰收购物季活动,进一步畅通农产品出村进城渠道。抓好砀山、金寨、颍上3个国家试点县和18个省级试点县建设,推动形成具有本地特色的农产品出村进城模式。



RCEP 农业朋友圈“新动态”

——来自区域内国家的声音

文 / 崔明理

自1月1日起对文莱、柬埔寨、老挝、新加坡、泰国、越南、中国、日本、新西兰、澳大利亚十个成员国正式生效后，全球规模最大的自由贸易协定——《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）也于2月1日对韩国正式生效。马来西亚也已完成RCEP核准程序，将于3月18日正式生效。

RCEP如期生效是区域经济一体化重大进展，原产地累计规则将在更大范围内实施、关税成本更低、通关更加便利，对区域内农业发展也是一大利好。区域内国家政府部门、行业团体和企业是如何看待RCEP给农业发展带来的红利呢？RCEP的农业朋友圈又发布了哪些“新动态”？

柬埔寨：RCEP带来农业重大利好

2022年东盟轮值主席国是柬埔寨，该国商业部认为柬埔寨的农产品将在RCEP框架下享受特惠关税待遇，RCEP可推动柬埔寨国内生产总值（GDP）增长约两个百分点，

出口和投资分别增长7.3%和23.4%。

柬埔寨稻米协会主席松萨兰表示，RCEP为柬埔寨产品提供了更大市场准入，将为柬埔寨大米加工等领域吸引更多投资和先进技术，进一步推动出口，这些对柬埔寨经济发展至关重要。

柬埔寨皇家农业大学组培苗中心专家丁阳指出，RCEP的正式实施将会为柬埔寨农产品出口带来便利，期待在政策利好下，柬埔寨农业能迅猛发展，成为全球热带农作物重要生产基地。

柬埔寨香蕉协会联盟会长、柬埔寨香蕉农业有限公司总经理高冠华表示，RCEP的正式实施对柬埔寨中资农业是一个巨大利好。该公司在柬埔寨种植香蕉、芒果、香椰等，未来产品不仅能够出口中国，还可以出口区域贸易协定内的所有国家，并享受相关关税待遇。

中国检验认证集团柬埔寨有限公司总经理陈其生说，RCEP对于在柬埔寨的进出口企业是一个大利好，不仅进

口各种农资货物可以直接享受更多关税优惠，而且出口农产品也能享受进口国的关税优惠。陈其生具体指出，柬埔寨香米、香蕉、芒果、香椰、腰果等优质农产品，除了输华外，还可出口到日本、韩国、新加坡等地，这将有力地促进企业提高效益与可持续发展。

马来西亚：猫山王榴莲产量将翻番

“RCEP 会加强马来西亚与协议成员国之前的农业投资和国际贸易，将为马来西亚农业发展提供更广阔的市场和发展空间”，马来西亚国际榴莲产业发展协会秘书长 Edwyn Chiang 日前表示，“RCEP 的签署无疑会为马来西亚农业带来利益和发展机遇。在该协议的成员国中，东盟、中国、日本和澳大利亚的农业都占据一席之地，马来西亚与中国、日本和澳大利亚之间的农业经济发展和合作有着巨大的发展空间”。

Edwyn Chiang 认为，随着 RCEP 的启动，马来西亚榴莲贸易的黄金时代已经开始，预计到 2030 年，马来西亚的榴莲出口量将增长 50%，著名的猫山王榴莲产量将翻番。“同时，受协议影响的外部市场竞争也将有助于马来西亚国内农业的发展，重塑区域农业产业链和价值链”，他表示。

马来西亚中华总商会副秘书长 Chai Woon Chew 认为，面对中国巨大的消费市场，尤其是对热带水果需求，马来西亚榴莲行业一直努力遵守中国严格的进口要求。RCEP 将促进马来西亚的榴莲在内的一系列农产品对中国的出口，这有助于提高马来西亚农业产业的发展水平。

新西兰：RCEP 带来不确定时期的确定性

“当我们的食物篮都装满，我们会茁壮成长，兴旺发达。”新西兰新中跨境电子商务基金会主席克里斯·利普斯科姆借用新西兰毛利人谚语表示，各经济体只有通过合作才能获得更多利益，RCEP 带来了更多合作机会。

新西兰纽仕兰乳业全球研发总经理罗伊·范登克表示，由于贸易环境更加自由，新西兰输华乳制品关税将有所减少，能够让消费者获得更好的性价比，让企业获得更多销售红利。

新西兰贸易和出口增长部部长菲尔·特威福德在新

西兰批准 RCEP 的当天表示：“这将为出口商和企业带来新的市场机会和巨大经济利益。对于新西兰出口商、企业和投资者而言，这意味着在整个区域内通行统一的贸易和投资规则，增加确定性，降低复杂性。”

菲尔·特威福德举例说明：“RCEP 会简化进出口贸易手续，提升贸易效率。新西兰的第一产业将会因此受益。比如，海关将在抵达后 6 小时内放行易腐货物，帮助降低损耗、节省资金。此外，由于进入印度尼西亚等地市场的肉类产品关税取消，新西兰的肉类行业将会显著受益。”

“RCEP 促使企业通过区域供应链更好地联系起来，在全球经济仍处于不确定的时期，为出口商提供更大的确定性。”菲尔·特威福德表示。

日本：高保护下的部分开放

日本一贯对农业实行高保护，其签署的自贸协定项下农业开放水平普遍较低。以中日农产品贸易来看，在 RCEP 项下，日方承诺对中方 1400 多个农产品税目最终取消关税，占中方农产品税目总数的大约 60%。日方对其 1032 个敏感农产品税目采取例外处理不降关税，占农产品税目总数的大约 40%，主要是谷物、植物油、奶制品、牛肉、猪肉等。中国承诺对日本 1273 个农产品税目逐步取消关税，约占日方农产品税目总数的 86.6%。日本的水产品、加工食品、特色酒类等将享受零关税待遇。

据日本《读卖新闻》报道，RCEP 协定需要顾及各国的经济发展情况，但撤销关税的商品仍然超过所有商品的九成，已经接近跨太平洋伙伴关系协定（TPP）的水平。该报道称，让日方感到满意的是，各国对日本电动马达及电池部件、钢铁制品、扇贝、酒类等的进口关税将全部撤销；同时，日本对大米、牛肉、猪肉、奶制品等 5 个重要品类加征的进口关税并未撤销；而且，日方在投资、电子商务、知识产权保护等方面的诉求也都得到了相应满足。

日本三井之寿酿酒厂董事井上宰继说，RCEP 生效前，关税和储运成本导致日本清酒在中国市场价格较高；RCEP 生效后，关税逐步下调，对企业“真是一个好消息”。井上宰继介绍，日本清酒在中国市场很受欢迎，进口量

逐年增加，销路越来越好，希望中国消费者都能喜爱清酒。

菲律宾：农业是争议焦点

由于面临一些非政府机构，尤其是农业团体的反对和阻挠，目前，菲律宾尚未完成《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）的国内核准程序。菲律宾贸工部及当地的团体都在呼吁菲参议院尽快通过 RCEP 核准程序。

菲律宾贸易与工业部长拉蒙·洛佩斯日前敦促参议院尽快批准 RCEP，认为加入这一协定对菲律宾经济复苏至关重要。他认为，推迟加入 RCEP 不利于菲律宾吸引外资，将使该国经济增长放缓。

根据菲贸易与工业部数据，2020 年，菲律宾出口额的 51%、进口额的 68% 和外国直接投资的 58% 涉及 RCEP 成员国。加入 RCEP 后，该国水果、海产品等对中国、日本、韩国等东亚国家的出口将显著受益。

菲国内有农业组织之所以反对 RCEP，其理由是相关产业谈判缺乏磋商，他们表达了对降低关税的担忧。对此，菲众议院筹款委员会主席萨尔塞达表示，加入 RCEP 后菲律宾应该更注重投资农业。萨尔塞达认为，虽然 RCEP 将为关键工业部门创造利益，但是政府应通过更多的市场准入和农业投资来保护当地农民免受全球贸易的不利影响。“如果要与世界竞争，贸工部必须让菲农产品进入海外市场。”同时，还必须投资一些优势作物产业，如大米、玉米、椰子、香蕉、菠萝和蕉麻等。

菲律宾鲜鱼贸易商会主席乔恩·桑托斯在接受当地媒体采访时表示：“如果我们想加入 RCEP，我们必须做好准备，必须知道我们将进入什么样的领域，以更好地保护我们当地的生产商。”

对于这些农业组织的担忧，菲贸工部表示，高度敏感的农产品不包含在协定承诺的产品之内，菲政府将继续为农业部门提供支持。经济自由基金会（FEF）也以加入 RCEP 对菲发展有利为由，敦促参议院尽快批准菲加入 RCEP。据菲律宾经济分析人士称，若菲不能落实 RCEP 生效进程，可能导致 GDP 下降 2 个百分点。菲律宾发展研究所（PIDS）认为，不参与 RCEP 将使菲律宾失去促进急需的经济增长和复苏机会。☞



咖啡市场前景“真香”

文 / 李春莲

开年以来，咖啡行业风起云涌，成为“内卷”最为激烈的赛道之一。星巴克、瑞幸等先后涨价引发不少争议。

近日，中国邮政的第一家咖啡店在厦门正式营业，这一举动标志着中国邮政正式进军咖啡行业。

“中国咖啡市场空间广阔，属于年轻消费群体最为青睐的高频、刚需消费品类之一。”易观分析品牌零售行业分析师李心怡表示，咖啡这一品类标准化程度较高，易于规模化扩张。

铺开就能做全国第一？

中国邮政并不是第一家跨界开咖啡的巨头。此前，中国石化凭借坐拥 3 万座加油站的优势，被市场认为只要铺开就是全国第一。

2019 年 9 月 3 日，中石化易捷发布全新品牌“易捷咖啡”，首店落户苏州，中国石化的加油站咖啡正式面市。此次中石化易捷选择的合作伙伴是互联网咖啡品类的创建者“连咖啡”。



政都是新的挑战。

行业规模呈持续扩大趋势

之所以中国石化、中国邮政等大佬不断入局咖啡市场，是这个行业的广阔前景“诱人”。

艾媒咨询数据显示，2020年中国咖啡行业市场规模达3000亿元，中国咖啡行业市场规模预计将保持27.2%的上升态势，远高于全球2%的平均增速。2025年中国咖啡行业市场规模将达1万亿元，总体呈现持续扩大的趋势。

国泰君安发布的研究报告表示，得益于居民可支配收入提升下的消费升级趋势，以及国内品牌的烧钱补贴对消费者的加速教育，中国咖啡市场未来有望持续快速增长。

事实上，星巴克作为老牌咖啡品牌，受到越来越多的冲击，“一哥”地位已经愈发不稳固。

在此背景下，星巴克、瑞幸相继宣布上调咖啡价格。

与此同时，新兴的咖啡品牌依靠自身的优势不断抢占细分市场，这也导致咖啡市场投融资活跃度较高。

其中，三顿半主营精品速溶咖啡，目标客群为一、二线城市的年轻上班族，2021年6月份获得B+轮融资。

而Manner Coffee是一个咖啡连锁品牌，兼具精品咖啡的高品质和日常饮品的亲民定价，目标客群主要为一、二线城市年轻白领，2021年6月份获得B+轮融资。

易观分析相关研究报告还提到，Manner Coffee品牌估值已飙升至20亿美元，单店估值已破亿美元，远超星巴克等第三空间或者高端精品咖啡，目前全国营业门店350家至400家。

与此同时，喜茶、奈雪的茶等新茶饮企业也杀入咖啡市场，中华老字号同仁堂也跨界卖起养生咖啡。

“目前更看好平价咖啡市场，其市场空间较精品咖啡更大，也更易规模化，在这条细分赛道应该会跑出一两个龙头品牌。”李心怡认为，目前中国咖啡市场仍处于相对早期，消费潜力巨大，现磨咖啡高频、刚需，且能满足年青一代生活仪式感需求，在各咖啡细分赛道中热点最高，增长潜力可期。“饮品化”和“平价化”是中国现磨咖啡市场的两大发展趋势，本土高性价比咖啡品牌潜力最大。☑

两年多过去了，截至目前，除了苏州，北京、上海、南京等城市均有三、四家中石化易捷咖啡。

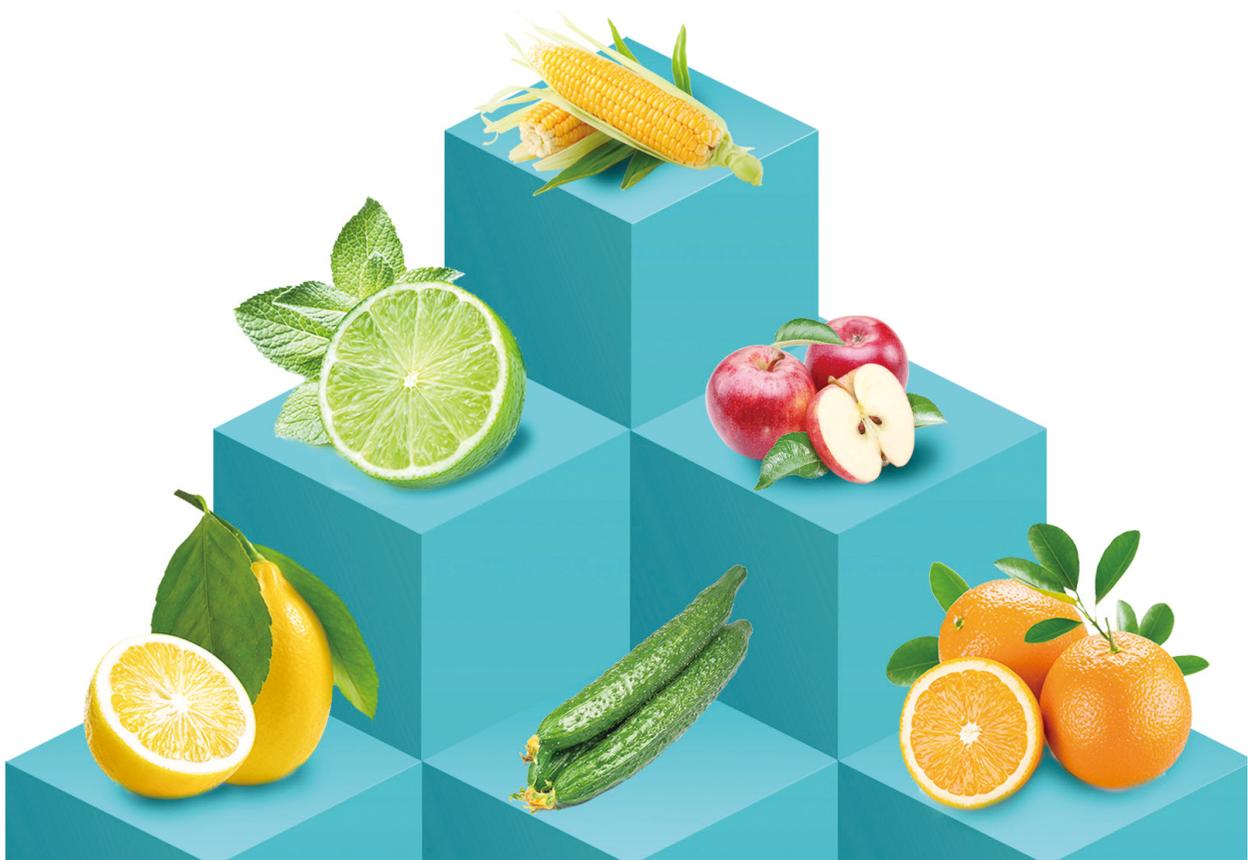
数据显示，中国邮政依托自身遍布城乡、覆盖全国的优势，坐拥近9000个揽投部、5.4万个营业支局所和42万个信息系统完善的合作邮乐购站点资源。

这意味着，中国邮政将来至少有5万家门店可以用来卖咖啡。

想做全国第一的还不止中国邮政和中国石化。早在2018年，中石油旗下昆仑好客咖啡项目成立开始在便利店铺设现磨咖啡。

如今，中国邮政的到来，也让竞争激烈的咖啡市场再添变数。

李心怡认为，中国邮政有着庞大的邮政网点，跨界做咖啡容易形成规模，且中国邮政这块招牌本身就有着品牌效应，在打开消费者认知度上已经消除了许多障碍。跨界做咖啡面临的是专业咖啡品牌的竞争，如何做好产品品质、用户经营、品牌运营、供应链管控，对中国邮



每逢假期之后，无论是睡眠还是饮食，都慢慢回归到平常的节奏。说起饮食，假期期间难免大鱼大肉，很多人都想着该“刮刮油”了。那么，真的有“刮油”食物吗？日常饮食，如何科学地“去油腻”？让我们一起来看一看吧！

这些食物能“刮油”解腻？

“刮油”食物能刮油吗？

大家常说的“刮油”食物，主要为各种蔬菜水果，比如苹果、芹菜，还有一些粗杂粮，比如玉米、红薯，这些食物的主要特点是膳食纤维含量比较高。

虽然膳食纤维可以抑制肠道对脂肪和碳水化合物的吸收速度，达到减重的效果。但是，专家提醒，需要注意膳食纤维并不是越多越好，过量摄入会引起一些矿物质，比如钙还有一些蛋白质的吸收减少，对身体有不

利影响。

对此，有些网友认为像芹菜、笋等食物，更能将肠道里的油“刮”出来。事实真的如此吗？

专家表示，膳食纤维会使排便更通畅，但这与“刮油”不是一个概

念，它并不能把肠道中食物里的脂肪带走。我们饮食中的脂肪，几乎都会被消化吸收，只是存在速度慢的问题。虽然我们吃了一些所谓的“刮油”食物之后，排便量会增加，但并不是说把脂肪都排出去了，没有这种刮掉的效果。

膳食纤维能起到啥作用？

专家介绍，膳食纤维能够抑制糖和脂肪吸收的速度，在体内的糖和脂肪是可以互相转化的，因此，不管是糖还是脂肪，吸收多了都会造成脂肪蓄积，能量过剩。所以，膳食纤维是通过抑制能量的吸收，来达到减重降脂效果的，而不是直接刮走肠道的脂肪。

水果代餐可取吗？

如果为了达到减重效果，不少年轻人选择吃水果餐，这样的饮食方式可取吗？

对此，专家表示，这样的饮食方式是不推荐的，均衡膳食很重要。单纯地摄入水果或蔬菜，会造成营养失衡，比如，蛋白质含量不够，就会消耗身体的肌肉，对健康造成负面影响。

茶、酸奶、果醋有刮油效果吗？

茶、酸奶、果醋等食物，只能缓解油腻的感觉，吃了可以增加食欲，但不会抑制脂肪吸收，所以没有什么刮油的效果。下面，给大家推荐一些有助于解腻的食物。

苹果

俗话说“一天一个苹果，医生远离我”。尤其是春节，肠胃被节日的大鱼大肉折腾得有些疲惫，苹果中的果胶有助于解油腻。

西红柿

无论大个的西红柿，还是小个的圣女果，营养大致相同。西红柿中含有维生素C，吃多了大鱼大肉，吃点西红柿，能够清肠胃解油腻，还有助于预防初春多发的感冒。

山楂

目前已经到了吃鲜山楂的尾声时期了，鲜山楂中维生素C的含量很高，还含有丰富的果胶（水溶性纤维素），具有很好的解油腻作用。

燕麦

燕麦富含碳水化合物，还含较多的B族维生素及钙、磷、铁；燕麦属于粗纤维食品，可以作为主食代替精米白面，大鱼大肉后，不妨来一碗香甜可口的燕麦粥，润肠通便。

芹菜

芹菜富含膳食纤维，不易消化，

可促进肠蠕动，有较强的通便作用。推荐素炒芹菜，它最大程度上保持了芹菜的原味和营养，口味清淡爽口，有很好的助消化、去油腻作用。

柠檬水

柠檬含有丰富的维生素，切几片柠檬泡水喝，代替各种甜饮料，酸甜好喝，促进消化又解腻。

玉米

玉米之所以能够成为清肠能手，主要归功于它里面富含的粗纤维，能刺激胃肠壁，加快大便和肠道中其他代谢废物排出体外的速度。

黄瓜

黄瓜富含膳食纤维，热量又低，吃起来清脆爽口，无论是减肥还是解腻，都很合适。🍵

（来源：《健康时报》）



你知道酱油分两种用途吗？

文 / 于康

家里做饭菜最常用的一种调味料就是酱油，尤其是过年过节的时候，用量就更多了。但是你知道吗？酱油有加热烹调 and 凉拌（点、蘸等）两种用途，但很多人在购买时都不太注意选择，家里往往只备有一种，不管炒菜还是凉拌菜都用它，这样做可能对健康造成危害。

拌凉菜不能用普通酱油

如果想做凉拌菜，最好选择专门的凉拌酱油，这种酱油微生物指标比烹调酱油要求严格。国家标准规定，用于佐餐凉拌的酱油每毫升检出的菌落总数不能大于3万个，即使生吃，也不会危害人体健康。

有实验表明，痢疾杆菌可在酱油中生存2天，副伤寒杆菌、沙门氏菌、致病性大肠埃希菌能生存23天，伤寒杆菌可生存29天。为了安全着想，如果未标明是凉拌酱油，最好还是熟吃，加热后一般都能将这些细菌杀死。

买酱油，注意两个指标

一是要看是用作烹调的，还是用作凉拌的。

二是要看包装上一个术语叫作氨基酸态氮，这种成分后面有一个单位，一般是用“100毫升含有多少克”来表示，比如有的标有“不低于每百毫升0.4克”，有的标有“大于等于每百毫升0.4克”。大家在选

购的时候，可以选高一点的。氨基酸态氮是以氨基酸形式存在的氮，它的含量与氨基酸的含量成正比，氨基酸是人体重要的营养物质，更是酱油鲜美味道的主要来源，因此氨基酸态氮是酱油产品分级的重要指标。

出锅前放酱油，味儿最鲜

在烹调过程中，记得要后放酱油。高温久煮会破坏酱油的营养成分，失去鲜味。因此，应在即将出锅前放酱油。

尤其是炖肉时，酱油不宜早放，因为酱油能加速肉中蛋白质的凝固，使肉不易煮烂，酱油最好在肉七分熟时放入。

酱油知识小问答

1.“海鲜酱油”是用海鲜制成的吗？

大部分海鲜酱油中都没有所谓

的海鲜成分，即使有，大多也只是是一些干贝成分，真正起作用的大多是一些食品添加剂。

现在市场上有一些海鲜酱油、特级酱油，它们的售价也往往是普通酱油的一至两倍，这些酱油的营养成分上并没有什么太大的差别。

2.需要给孩子用儿童酱油吗？

其实不需要，给孩子选用普通酱油即可，酱油属于高钠调味品，放酱油时，应适当减少盐的用量。

3.有什么直接的减盐小妙招吗？

酱油的含盐量高达18%左右，即每6毫升酱油里大约有1克盐。想要减少盐摄入，可以将酱油倒在小碟里面，蘸着吃，这样摄入的盐量比烹饪时直接倒入酱油，能减少70%的盐摄入量。📖

