

农业农村部:

今年农产品质量安全例行监测合格率达97.4%

本报讯 据农业农村部网站消息,2019年,各级农业农村部门坚持推进质量兴农、绿色兴农、品牌强农,推动农产品质量安全水平继续保持稳中向好发展态势,全年农产品质量安全例行监测合格率达97.4%。

打好主题教育农产品质量安全专项整治战。作为“不忘初心、牢记使命”主题教育的重要内容,农业农村部会同公安部、国家市场监督管理总局扎实做好农产品质量安全专项整治工作,重

点治理蔬菜、禽蛋、猪肉、水产品质量和农药、兽药添加禁用成分问题。截至11月30日,全国共检查生产经营主体76.8万家次,查处生猪私屠滥宰、农药兽药隐性添加、农产品药残超标等问题1.2万起,销毁问题农产品和假劣农药兽药975.6吨,行政执法案件3250个,移送司法案件193个,吊销证照企业214家。

打好农产品质量安全风险防控主动战。调整完善例行监测计划,加大“双随机”抽检力度,增加

产地、“三前”环节抽检比例,监测指标由2017年94项增加到2019年130项,增幅近40%。重点围绕隐患大、问题多、社会关注度高的农产品品种、危害因子设立了45个课题,开展农产品质量安全风险评估、农产品营养品质评价和全程管控技术研究。

打好增加绿色优质农产品供给的提质战。加快健全标准体系,农兽药残留限量标准总数达10068项,提前完成“到2020年制修订农兽药残留限量标准1万

项”的目标任务。推进标准化品牌化生产,2019年新认证绿色食品13487个,有机产品2499个,登记农产品地理标志255个。强化认证监管,组织开展监督检查,查处侵权假冒案件。推动28个省将167个地理标志农产品纳入保护工程,从品种、品质资源上进行重点培育、保护和提升。

打好农产品质量安全管理能力和水平提升的持久战。加强质检体系队伍建设,举办第四届全国农产品质量安全检测技

能竞赛,提升人员能力水平。“农安”县创建工作继续深化,新命名第二批211个国家农产品质量安全县(市),举行第二届“农安”县产销对接活动,现场签约额近32亿元。组织部分国内大型商超、电商签署追溯合作备忘录。监管长效机制进一步健全,形成《农产品质量安全法修订草案》并报送国务院,会同公安部制定《农产品质量安全领域行政执法与刑事司法衔接办法(草案)》,全程监管制度体系进一步完善。

稳节日市场供应 我国组织投放4万吨储备猪肉

本报讯 元旦和春节将至,中国猪肉价格再次面临考验。中国商务部新闻发言人高峰19日称,为保障节日期间猪肉市场供应,从12月中旬开始陆续安排中央储备冻猪肉投放,目前正组织向市场投放4万吨中央储备猪肉。

高峰在当天举行的新闻发布会上表示,下一步将根据市场情况,适时加大中央储备

肉的投放力度,增加市场供应。同时,将指导地方视情况投放地方储备肉,与中央储备肉投放形成联动效应。此外,还将加强产销衔接,确保价格平稳、质量为先。

他称,商务部已经启动了猪肉市场的监测日报制度,春节期间还将启动36个大中城市生活必需品市场监测日报制度,密切关注生活

必需品市场供应,特别是猪肉市场供求和价格变化的情况,及时发布市场信息,稳定市场预期。

近期,得益于扩大进口、投放储备冻猪肉等一系列调控政策,中国猪肉批发价格有所回落。据官方数据,12月9日至15日中国猪肉批发价格为每公斤43.91元人民币,环比下降0.8%。

中国区域农业品牌发展报告(2019年度)发布

本报讯 12月20日,在“2019中国区域农业品牌发展论坛暨2019中国区域农业品牌年度盛典”系列活动中,中国区域农业品牌研究中心发布《中国区域农业品牌发展报告(2019年度)》,从政策扶持、创新示范、现象分析和机遇趋势四个方面总结了2019年我国区域农业品牌的发展现状、创新、现象和未来趋势。

《报告》显示,我国区域农业形象品牌和区域农业产业品牌均存在优势和短板。其中区域农业形象品牌存在公共背书、地域文化、全面定位性以及辐射带动性优势,

同时也面临着品牌同质化、品牌保护欠缺、没有可以借鉴的成熟经验等问题;区域农业产业品牌存在“产品种类繁多、市场需求空间大、形成特色产业化生产基地、获得农产品地理标志登记保护”等优势,但同时存在产业链条短、大而不强,假冒伪劣重灾区,影响力仅限局部地域和物流运输滞后等问题。

《报告》显示,2020年我国将全面建成小康社会,标志着我国农业品牌建设站在了新的历史起点,进入了新的发展空间,也迎来了新的机遇。“品质消费”将成为主流消费观,农产品将迎来品

质提升新时代。以品牌为引领,让好山好水好产品转化为农民的“聚宝盆”,类似于“丽水山耕”“武夷山水”等区域农业品牌发展模式,将迎来更大的发展空间。区域农业品牌与城市品牌、文旅品牌的融合,将成为新的发展趋势。

据悉,本届区域农业品牌系列活动主题为“共迎全面小康胜利年,共创品牌强农新时代”,活动包括年度新闻事件、年度案例、年度人物、品牌影响力等内容。由中国区域农业品牌发展联盟、中国区域农业品牌研究中心、中国品牌杂志社主办。

今年我国外卖行业交易额预计超6000亿元

美团研究院联合中国饭店协会近日发布《中国外卖产业调查研究报告》显示,2019年前三季度,我国外卖产业整体发展态势良好。预计全年外卖行业交易额将达到6035亿元。外卖外延不断拓展。

外卖产业的持续快速增长,推动了线上线下融合发展,拓宽了消费应用场景,为餐饮行业发展注入了新动能。产业数字化升级是趋势

之一。美团高级副总裁王莆中说,过去5年,外卖生态边界不断扩大,形成一个在平台基础上,连接用户侧、商户侧及配送侧,辐射供应链、共享厨房、外卖代运营等多元化服务的生态体系。用户开始追求更加丰富的菜品,餐饮服务产业呈现出“爆款化”“小店化”“连锁化”和“健康化”的新趋势。

以健康化为例,吃得更有营养、膳食搭配更合理成为

外卖发展趋势。2019年前三季度,美团外卖轻食订单量同比增长102%。

王莆中说,美团将紧扣餐饮外卖服务核心功能,加强对健康餐饮的知识普及,促进轻食、健康餐、儿童餐等多样化餐饮供给。同时通过打造“下一代门店”,推动餐饮企业实现数字化经营、专业化生产、多样化营销和智慧化服务等,提升产业数字化水平。

中国奶业协会国际奶业专业委员会工作会议召开

本报讯 随着我国奶牛养殖和乳品加工能力的显著提升,与国际的交流与合作也不断深入,中国奶业已成为国际奶业的重要组成部分。早在今年2月,由中国奶业协会国际奶业专业委员会、中国农业科学院北京畜牧兽医研究所牵头成立的中国奶业协会国际奶业专业委员会,日前在京召开工作会议。会上,专家达成共识:今后要以更加开放的姿态,进一步加强国际交流合作,与国际奶业共同赢得未来,实现我国奶业的全面振兴。

会上,农业农村部畜牧兽医局二级巡视员王俊勋表示,近年来,我国奶业国际交流不断深化,特别是“一带一路”倡议以来,我国奶业大力借鉴引进国际先进技术,同时坚持消化吸收为我所用,助力我国奶业转型升级,提升我国奶业的国际影响力。一方面持续引进优良奶牛品种、优质苜蓿饲料精细化饲养管理技术以及先进的养殖加工设备;另一方面,与新西兰、阿根廷、荷兰、澳大利亚、加拿大、瑞典、美国等国的交流不断深化,国内奶企不断引进人才与技术资源,并在海外布局奶源基地和乳品加工厂,资源配置能力和国际影响力逐步显现。

“中国奶业的发展离不开长久以来的国际合作交流。”中国奶业协会名誉会长高鸿宾进一步介绍说,“我国借鉴和引进国外先进技术,广泛吸纳引进高产奶牛管理技术、饲料技术、养殖设备、加工设备,通过消化吸收,转化为自己的发展源动力,使得我国奶牛单产水平、生鲜乳质量、加工技术等水平处于世界先进水平行列。”

农业农村部畜牧兽医局奶业处邓兴照在《我国奶业发展情况和政策工作解读》中指出,近年来,我国奶类产量、人均奶类占有量快速增长,奶类品种不断丰富,供应充足;规模化水平提高,百头以上规模养殖比重不断提高,万头以上奶牛养殖企业数量有所增加;规模养殖场机械化挤奶率、全混合日

粮(TMR)搅拌车普及,机械化水平提高;奶牛单产水平提高;质量安全水平提高;乳制品加工实力明显增强;绿色发展能力显著提升;奶业品牌影响力不断增强。

中国奶业已成为国际奶业的重要组成部分,对全球奶业可持续发展具有重要作用。但同时,我国奶业还面临奶牛养殖成本偏高、乳制品消费培育不足等问题。另外,乳企科技创新投入比例不足,产品附加值不高。国内和世界顶级水平的差距依然显著,在国际奶业价格体系中发言权有限。“今后一个时期,将从抓好质量振兴、养殖振兴、效益振兴、品牌振兴、消费振兴五个方面振兴上开展工作。”邓兴照表示。

对此,王俊勋强调,今后要以更加开放的姿态,进一步加强国际交流合作,与国际奶业共同赢得未来。“实现我国奶业的全面振兴,国际交流必须坚定不移、毫不动摇,同时拓宽合作交流领域,提高合作层次、丰富合作形式,最终服务于生产企业。”王俊勋同时指出,要重点研究国外奶业相关的政策法规体系,学习借鉴国外产业相关的先进集成技术,跟踪掌握国际前沿技术,加强国际生产和乳制品贸易形势的分析研究,收集掌握国际主要奶源基地布局和发展形势,以帮助中国产业更好地引进来走出去,展示中国奶业形象,提升中国奶业品牌,推动我国奶业健康持续发展。

中国奶业协会国际奶业专业委员会成立的目的是整合国际资源,搭建国际交流合作平台,服务中国奶业、奶协会会员企业,增强国际交流与合作。据该委员会主任卜登攀研究员介绍,2020年,委员会的主要工作是引荐推广青贮饲料、应激管理、粪污处理、奶业新技术,通过国际奶牛新技术大会、全国青贮饲料质量评鉴大赛、国际奶业可持续发展论坛等活动促进国际奶业交流合作,使其成为我国与国际进行奶业交流的重要桥梁和纽带。