

《北京市“十四五”时期乡村振兴战略实施规划》印发

到2025年,蔬菜、生猪自给率分别提升至20%、10%。

本报讯 孙云柯《北京市“十四五”时期乡村振兴战略实施规划》近日正式印发。坚持大城市带动大京郊、大京郊服务大城市发展方略,“十四五”时期本市将全面推进乡村振兴,到2025年乡村振兴取得重要阶段性成果,制度框架和政策体系基本健全,城乡融合发展取得突破性进展。

这份规划提出了“十四五”时期全市推进乡村振兴的发展目标:农业发展将取得新成效,现代乡村产业体系基本形成,成为农民增收致富的“聚宝盆”;生态宜居实现新进步,全面完成美丽乡村建设任务,乡村成为老百姓的幸福家园和“会客厅”;乡村文化振兴取得新进展,乡村社会文明程度进一步提高,全面提振农民“精气神”;农村民生达到新水平,城乡居民收入差距进一步缩小,让农民“钱袋子”鼓起来;乡村治理效能得到新提升,党对农村工作领导更加坚强有力,自治法治德治相结合的现代乡村治理体系更加完善。

“十四五”时期,北京市将全面推进都市型现代农业高质量发展,严守150万亩永久基本农田和166万亩耕地保有量底线,全面实施“田长制”,完成30万亩高标准农田建设,落实“五个百万”农业生产规模布局。到2025年,确保粮食生产在2020年水平上只增不减,蔬菜、生猪自给率分别提升至20%、10%。

农业现代化,种业是基础,科技创新是关键,北京市将建设农业“中关村”,强化现代农业科技和装备支撑,滚动实施现代种业三年行动计划,打造“种业之都”;加快建设以京瓦农科创中心为引擎的农业科技创新示范区,研发一批具有自主知识产权的核心技术,加快发展智慧农业;到2025年,全市农业科技贡献率达到77%。

北京市还将深入实施乡村建设行动,推动乡村基础设施与农村现代化建设需求有机衔接,实现城乡居民生活基本设施大体相当,同时推动城乡基础设施一体化,持续推进农村老旧户厕提标改造,每年完成300个村庄污水处理任务,到2025年,农村地区污水处理率达到75%以上,煤改清洁能源覆盖率达到90%。

“十四五”时期,以保障和改善农村民生作为优先方向,全市将聚焦农民就业增收,到2025年,实现城乡居民收入比缩小到2.4:1,开展集体经济薄弱村专项帮扶行动,消除经营性收入小于10万元的集体经济薄弱村。将完善农业补贴政策,支持乡村特色产业发展,拓展增收空间,并实施农民充分就业工程,加大农村就业困难人员和“零就业家庭”劳动力就业援助力度,实现“零就业家庭”动态清零。同时有序推进符合条件的一产农民纳入社保,到2025年,力争实现全市农村劳动力基本纳入城镇职工保险体系。

预计到2035年,全市乡村振兴将取得决定性进展,城乡融合发展体制机制全面完善,率先基本实现农业现代化,建成现代化乡村经济体系;率先基本实现农村现代化,美丽宜居乡村全面建成;率先基本实现乡村治理体系和治理能力现代化,乡村社会和谐繁荣稳定;城乡基本公共服务实现均等化,城乡区域发展差距和居民生活水平差距显著缩小,农村居民生活更加美好,全体农民共同富裕取得实质性进展。

月饼抢鲜上市 现制现售月饼受青睐

□ 孟刚

离中秋节还有月余时间,作为中秋市场的主角——月饼已经开始展现风采。“安全美味、营养健康、品种多样、口味丰富、个性时尚将是今年月饼的共同特点,而且产品创新不断,不仅表现在馅料、口味方面,在饼皮方面也呈现出许多新意,特别是冷冻半成品月饼发展迅速。”由中国焙烤食品糖制品工业协会(以下简称中焙糖协)主办的2021(第二十七届)中国月饼文化节8月12日在北京开幕,从开幕式上了解到,今年月饼市场仍然以传统商超和专卖店为主要销售渠道,线上销售将持续增长。

月饼市场提前预热

距离中秋节虽然还有一个多月的时间,但不少企业已将各种口味的月饼摆投放市场,抢鲜上市。近日走访北京市场发现,今年月饼价格较为亲民。在欧尚超市北京朝阳北路店内,月饼展区基本没有礼盒装产品,大多以简易盒装或论块售卖,独立包装月饼售价在每块2元至15元之间,如某品牌京式椒盐月饼售价为5块14.9元。

超市的工作人员表示,现在销售好的月饼还是以散装月饼为主,盒装月饼也有一些品牌在销售,但是购买的人较少,节前几天盒装月饼销量会增多。

此外,还发现,由于疫情防控需要,今年不少月饼品牌都取消了大型新品发布会和订货会,各品牌纷纷通过小程序或线上购物平台推出促销活动。有的通过带货直播在大力促销,如某品牌官方旗舰店的直播间里,消费者可享受“满99减25”的优惠。

“今年中秋节距离国庆节仅10天时间,得益于各线上平台对消费的拉动,有步骤地进行线上节日氛围营造,带动良好的中秋消费氛围是可以预期的。”中焙糖协执行理事长朱念琳表示。

在价格方面,中焙糖协预计,今年月饼主要产品价格区间基本不变,大部分月饼礼盒的价格将集中在80元到200元之间,中等价位的产品仍是市场的主打产品。

产品质量有保证

“预计今年的中秋月饼市场将呈现出主销售期启动晚、销售期短、短期量大等特点。由于人工、原材料、物流等成本的上涨,预计今年全国月饼销售收入将与往年基本持平,利润略有下降。”中焙糖协副理事长兼秘书长张帅介绍道。



同期发布的《2021年中国月饼行业发展趋势报告》显示,安全美味、营养健康、品种多样、口味丰富、个性时尚将是今年月饼产品的共同特点,整体品质继续提升。传统商超和专卖店仍是主要销售渠道,线上销售继续增长,团购市场热度不高,品牌集中度将进一步提高,市场规范有序,但竞争依然激烈。

据了解,截至今年,中焙糖协已经配合国家有关检测部门连续21年对中秋月饼质量进行抽检,每年的抽检合格率都在95%以上,今年月饼整体品质继续提升。国家食品质量监督检验中心主任钟其顶在中国月饼文化节开幕式上公布的《2021年月饼行业产品质量检测报告》显示,抽检的126家企业生产的151个样品总体质量较好,产品合格率为98.6%。

数据显示,我国月饼销售额从2015年的131.8亿元增长至2020年的205.2亿元,增速在持续放缓。艾媒咨询分析认为,今年月饼市场总体规模将继续保持上升态势,总销售额将达218.1亿元。

传统与创新口味并举

月饼产品不断创新,一边是传统工艺下五仁等馅料月饼销售红红火火,另一边则是贴合年轻人的新品层出不穷。

通过走访市场发现,今年月饼市场品种繁多,既有五仁等传统口味,也有蛋黄榴莲味、脐橙芝士桃山、椒盐等新口味。《2021年中国月饼行业发展趋势报告》显示,在品种方面,传统产品、传统口味仍将是主流,如传统的莲蓉、伍仁、豆沙、枣泥、百果等仍将占据主角地位;与此同时,新产品开发力度在不断加大,从注重月饼的口味,到营养健康理念,再到饼皮、饼形上做文章,如牛乳百香果、糖醇黑芝麻、双色月饼、玫瑰花形月饼等,搭配上个性鲜明的包装,颇受消费者青睐。在月饼邦式方面,今年将继续以广式、苏式为主。另外,具有中西结合、时尚原料的月饼产品也将成为市场增长热点。

在月饼品类和口味方面,各企业在保证常规优势产品产销量的情况下,纷纷推出各类符合商务人士及年轻消费者口味的新产品。除了莲蓉蛋黄、豆沙、五仁等传统产品仍占主流外,茶味月饼(绿茶、红茶、抹茶)、水果口味月饼(柠檬百香果、玫瑰荔枝)、炭烧咖啡月饼、黑松露流心月饼等各类新产品也是层出不穷,甚至还研发出了杨枝甘露月饼等,许多新兴品牌更是在这方面下足了功夫。此外,随着低糖、低脂、低盐等健康理念的持续深入,糖醇月饼、益生菌月饼等融入健康元素的月饼产品也在市场中占有一席之地。

据张帅介绍,近年来,月饼不仅在馅料、口味方面推陈出新,在饼皮方面也呈现出许多新意。从原材料来看,有桃山皮月饼、水晶皮月饼等;从造型上来看,有各种形状月饼及IP联名款等;饼皮颜色也大胆运用黑色、绿色、红色等原材料,这些具有独特色彩的食材,满足了部分消费者的猎奇心理,其中双色月饼、特色造型月饼近两年发展势头良好,预计也将成为饼皮创新的一股新风尚。

此外,随着食品冷链的逐步完善,以及产业工业化程度和生产集中度越来越高,冷冻半成品月饼也在快速发展。由工厂生产出半熟成型月饼,通过冷藏、冷冻运输,配送到门店、网点,再进行现场制作。这类“新鲜”的现制现售产品非常受消费者欢迎,市场份额持续扩大。

朱念琳指出,月饼企业要挖掘文化底蕴,传承传统文化,创新产品工艺,让新时代的月饼更赋文化内涵。月饼厂商要与时俱进,注重品牌培育,促进月饼行业高质量发展。

(据《中国消费者报》)