

全球小麦大豆价格上涨 中国粮食安全有底气

本报讯 刘慧 受俄乌冲突、南美干旱等因素影响,全球小麦、大豆价格近期大幅上涨。国内粮食供应是否充足,价格是否稳定,成为社会关注的问题。2月25日国家粮食和物资储备局召开新闻通气会介绍,当前国内粮食市场供应充足、运行平稳。从目前秋粮收购价格看,进入收购旺季以来,稻谷价格以稳为主;玉米价格相对平稳、略有上涨;国产大豆走出独立行情,价格保持高位运行。

我国粮食连年丰收,保障粮食安全有底气。去年全国粮食产量再创新高,达到13657亿斤,比上年增加267亿斤。这为保障国家粮食安全奠定了坚实基础。日前发布的中央一号文件提出,今年要全力抓好粮食生产和重要农产品供给,强调要确保粮食播种面积稳定、产量保持在1.3万亿斤以上。

抓好春耕生产对于确保全年粮食丰收至关重要。各地正全力以赴抓好春季农业生产,力争夏粮再获丰收。加大政策供给力度,适当提高小麦和稻谷最低收购价水平,有利于保护种粮农民利益和种粮积极性,为粮食生产再丰收提供有力支撑。

粮食进口是保障国内粮食稳定供应的重要渠道。去年我国进口粮食

1.65亿吨,其中第四季度超过3600万吨,有相当一部分将增加今年的市场供应。今年国际贸易环境复杂多变,粮食进口稳定性面临巨大挑战。近日中国海关总署连续发布公告,允许从缅甸进口玉米,允许俄罗斯全境小麦进口。进口来源地的拓展,有利于确保粮食进口的稳定性。

仓廪实,天下安。目前我国粮食库存处于历史高位,保供稳价的物质基础扎实。小麦和稻谷两大口粮品种总量大、分布广、比重高,库存占比超过70%,能够确保“口粮绝对安全”;小麦和稻谷连续多年产需平衡有余,现有库存在满足口粮消费需求的基础上,还有较多富余,能够用于其他消费。玉米库存同比增长近10%,其中政策性库存进一步充实,企业商品库存增加较多,粮食库存结构更加优化,保障粮食安全的层次更加丰富。

面对国内外复杂敏感的粮食安全和市场形势,提升粮食收储调控能力,加强粮食生产、收购、储存、加工、销售各环节有机衔接,有利于牢牢把住粮食安全主动权。

近年来,国家有关部门完善体制机制,创新方式方法,在粮食市场调控方面采取了一系列政策措施,国内粮食市场始终保持了供应较为充足、运行总体

平稳的良好态势。近日有关部门发布消息,决定安排部分中央储备食用油轮出,并将于近期启动政策性大豆拍卖,以增加大豆及食用油市场供应。据了解,本轮大豆拍卖将直接面向压榨企业,减少中间环节,提高供给效率。按照惯例,为保障稻谷市场供应,一般在稻谷旺季收购结束后启动政策性稻谷拍卖。目前,有关部门已确定近期启动稻谷拍卖。

“面对当前较为复杂的国内外粮食市场形势,我们既有充足粮源,又有政策工具,还有在实践中积累的丰富经验。将密切关注市场动态,根据行情变化和调控需要,及时采取针对性措施,全力做好粮食保供稳价工作。”国家粮食和物资储备局新闻发言人秦玉云说。要强化监测预警,适时发布粮食市场相关信息,帮助各类市场主体合理安排购销活动。精准安排政策性粮食投放,细化完善交易规则,确保形成有效供给。指导各地和有关企业科学把握储备轮换时机节奏,充分发挥吞吐调节作用。持续抓好粮食收购,针对气温逐步回升,加强庭院储粮技术指导,推动农户余粮顺畅销售,确保秋粮收购圆满收官。深化粮食产销合作,加强粮源组织调度,不断提升粮食流通现代化水平。

特色水果 走红的启示

□ 禾阳

一段时间以来,售价不菲的进口猕猴桃受到消费者青睐,春节期间在某些地区一度卖到断货。报告显示,2021年,我国水果进口额达134.7亿美元,同比增长30.9%,再创新高。特色水果走红国内市场,是消费升级、购买力提升的生动写照,显示出当前我国居民的消费需求已经由“有没有”向“好不好”转变。

“水果篮子”的变化是观察消费动向的一个窗口。近年来,越来越多特色水果进入中国市场,一些品种在短短几年中销量暴涨,成为人们餐桌上的常客。从车厘子、牛油果,到阳光玫瑰葡萄等,特色水果在我国销量一路走高,反映出消费升级的明显势头。

水果是快消品,具有消费周期短、消费频率高、替代产品多等特点,品质高才能销得好、卖得上价。以猕猴桃为例,畅销的进口猕猴桃不仅口感较佳,而且品质统一。这种均衡性背后,是生产者对整个产业链的精准把控。生鲜行业有一种说法:没有标准化就没有规模化,没有规模化就没有生长空间。这提示我们,增强国内同类产品的市场竞争力,需要在标准化、规模化、产业化运营等方面下足功夫,进一步提升产品品质。

数据显示,我国猕猴桃种植面积及产量均位居世界第一。在此基础上,打造质量上乘、品质稳定的特色果品,是一项涉及品种选育、标准订立、田间地头管理、包装仓储运输、食品安全管理等在内的系统工程。从种植、采摘、分拣、包装到销售,每一个环节都需要有相应标准,在提高效率的同时稳定品质。近年来,从赣南脐橙、洛川苹果,到瑶山雪梨、平谷大桃等,我国各地精心培育,通过规模化、标准化运营打造了一批地标农产品,也逐步获得更多市场认可。实践证明,打通产学研各环节、整合产业链上下游,把牢质量关、品控关,才能推动水果行业更上台阶。

品牌化营销为好产品打开广阔销路。一段时间以来,一些水果品牌或是迎合新潮的生活理念,或是开发新的消费形式,不断扩大品牌影响力。同时,借助直播带货等,广泛拓展获客渠道,在提高品牌知名度、美誉度、认可度的同时,也增强了消费黏性。善于运用营销手段、开展差异化营销,明确市场定位、讲好品牌故事,也是特色水果走红带来的启示。

我国旺盛的消费能力为水果行业提供了广阔发展空间。顺应消费升级的大趋势,以品种培优、品质提升、品牌打造为目标,推出更多叫得响的国产水果品牌,推动水果产业更高质量发展,不仅能更好满足人们日益增长的美好生活需要,也将为乡村振兴提供强大助力。

“中国味道·粤品粤香” 预制菜推广月正式启动

本报讯 马铭悦 近日,随着“拆盲盒·品粤菜”活动的火热进行,北京掀起了一股广东预制菜风潮。阳春三月,恰逢全国“两会”召开及3·8国际妇女节之际,由农业农村部农业贸易促进中心和广东省农业农村厅共同主办的“2022中国味道·粤品粤香”预制菜品鉴暨系列推广活动拉开帷幕。这是继广东预制菜元旦春节“双节”营销取得亮眼成绩后,广东预制菜的又一场“春季攻势”。

此次活动以“中国味道·粤品粤香”为主题,由农业农村部农业贸易促进中心和广东省农业农村厅共同主办,中国贸促会农业行业分会、广东省农业对外经济和农民合作促进中心和南方报业传媒集团南方农村报共同承办。活动致力于推广预制菜消费新理念,培育农产品贸易新势力,将预制菜进一步推至标准化、数字化、工业化、国际化等层面,带动全国预制菜产业发展,培育经济新增长点,为实现乡村振兴与共同富裕贡献农业贸易和广东力量。

在盲盒回馈活动掀起热潮、点燃讨论热度的同时,2月28日,“中国味道粤品粤香”预制菜推广活动在北京召开新闻发布会。启动仪式上,农业贸易促进中心发布农业促进十四五发展规划及2022年中国农业贸促重要活动。作为农业贸易促进国家队,农业贸易促进中心始终站在时代前沿,以前瞻性视野引领农业贸促活动,将预制菜作为2022年农业贸

促活动重要发力点,中心主办的薯博会、食博会、渔博会及“国际茶日”等品牌展会均为预制菜产业提供展示平台,推动预制菜产业发展,助力农业贸易新势力。广东省农业农村厅也发布支持预制菜企业发展的全新政策,为广东预制菜产业发展保驾护航,为企业助力添彩。同时,贸促中心宣布成立中国预制菜产业联盟,与会的广东预制菜企业代表们发布了2022重点菜品。自此,“2022年中国国际食品配料博览会”暨“预制菜元年”正式启动。

与“双十一”网络促销日、“双十二”购物狂欢节、元旦春节“双节”营销不同,3月的预制菜宣传南北互通互融,线上线下结合,通过“拆盲盒品粤菜”“预制菜新闻发布会”、嘉宾访谈、美食品鉴等活动,共商预制菜与经济发展、乡村振兴、健康中国、中国饮食文化走向海外等议题,加强预制菜的宣传推广,喊全国人民吃预制菜,合力将3月打造成为“预制菜宣传推广月”。

农业农村部农业贸易促进中心相关负责人表示,随着对外开放的大门越开越大,农业贸易在产业发展、国际合作等领域的重要性日益凸显,预制菜是推动农产品精深加工发展、提升农业价值增值的重要抓手,预制菜国际贸易前景广阔,将为构建农业“双循环”新格局和巩固脱贫攻坚成果做出积极贡献。

预制菜产业一头链接产地田头,一头链接市场餐桌,是促进现代农业与食

品产业集群高质量发展、推动乡村产业振兴的重要载体;是构建“双循环”新发展格局的有效手段;是释放现代农业产业园集群效应、推动“菜篮子”提质升级的有力抓手。广东将预制菜视为巩固农业战略性支柱地位、加快构建现代农业与食品产业体系、加速一二三产融合发展进程、引领现代农业与食品产业集群向全球价值链中高端稳步迈进的重要工程。据相关专家预测,到2025年,国内预制菜行业规模有望增长至6000亿元,而伴随着行业的逐渐成熟,比如参考日本60%的渗透率,中国预制菜行业目前处于巨大的蓝海市场,将最终实现3万亿以上的市场规模,妥妥的未来“万亿市场”。发展预制菜产业是促进现代农业与食品产业集群高质量发展、推动乡村产业振兴的重要载体。目前,广东已制定通过相关政策,旨在鼓励企业构建研、养、采、产、销一体化的产业链条,研发端、市场端、金融端、产业端竞相发力,促进农产品食品化工程建设,推动预制菜行业的发展,为农民谋增收,争当全国预制菜产业高质量发展先行区。

“这场预制菜品鉴推广活动是一场美食盛会,也是一扇展示广东乡村振兴阶段性成果的窗口,更是一个促进农产品品牌建设经验交流的机会。2022年,广东将继续打造预制菜高地,助推广东预制菜走向全国,走向世界。”广东省农业农村厅相关负责人介绍。