

商务部：全力保障居民生活必需品供应

受“白海豚”及其残余环流影响，多地发生强降雨，商务部第一时间启动应急响应，跟踪市场运行情况，指导受影响地区加大生活必需品货源组织力度，做好储备调节及应急调运工作，全力保障居民生活必需品供应。

来到北京新发地农产品批发市场时，商户们正在忙着进行蔬菜交易，茄子、土豆、芹菜、大白菜等蔬菜供应充足。商户表示，他主打卖的是茄子，量大，销售范围比较广，现在能销售一车半到两车左右，两车等于是1万多斤。商户们表示，目前，蔬菜供应主产地主要是河北张家口、承德及内蒙古等冷凉地区，所以没有受到南方地区台风登陆的影响。

据了解，8月11日，新发地市场蔬菜上市量为2.07万吨，整体供应充足，价格平稳。从北京市商务局了解到，目前全市市场货源充足，供应稳定。来采购的市民称，市场整体感受还是很丰富的，价格和前几天比也没有什么变化。

不仅是北京，从11日开始湖北、河南也遭遇了强降雨天气，局地大暴雨天气。在河南降雨集中的周口市，作为“南菜北运”“西果东送”的重要国家级物流节点市场——黄淮农产品批发市场内，商户做好防雨防潮措施，叶类蔬

菜移入棚内，最大程度保障菜品新鲜。批发市场商户称，他拉了两车茄子，越是下雨天越要把货备齐备足，老客户都等着，不能让人家跑空。

目前，河南已启动生活必需品市场监测日报和市场异常零报告制度，指导保供企业提高补货上架频次。湖北宜昌这家大型连锁超市里，颇受当地人喜爱的“辣椒专区”堆满了新上的品种。除了本地的螺丝椒外，还有来自安徽、湖南、山东等地的多个辣椒品种。供应量也比之前增多了一倍。相关负责人表示，一旦出现局部供应偏紧张，市级层面将迅速组织跨区域调配，全力保障市民“米袋子”“菜篮子”供应不断档，价格稳定。

各地强化田间管护，保障蔬菜稳产保供。目前，全国在田蔬菜面积达1.06亿亩。各产区统筹田间管理、错峰上市，有效保障蔬菜充足供应。

在山东省重要的蔬菜产销大县阳

谷县，辣椒和芦笋正处于生长关键期。为了应对近期的持续降雨，当地启用灌排一体化系统，雨季排涝只需开启田间集控阀门，即可联动启动区域内所有灌排井桩，地表积水和耕作层多余渍水经地下管网就可以自动排出。

在湖南省郴州市嘉禾县的湘江源蔬菜基地，为了保证稳定的日供给能力，技术人员将2000亩土地、10万余平方米设施大棚进行了精细化“排兵布阵”，实行“三天一播，一月一轮”的错峰种植模式，确保每天都有新鲜蔬菜成熟采摘。

目前，湖南郴州已形成“平原规模基地稳产+高山冷凉蔬菜补供”的双向保障格局，现有粤港澳大湾区“菜篮子”认证基地251个。

目前，全国蔬菜供应充足、品类覆盖齐全，市场整体价格运行稳健可控，充分满足城乡居民日常餐桌需求。

(央视新闻)

7月全球食品价格指数创三年来新高

本报讯 联合国粮食及农业组织近日发布报告显示，受谷物、食糖和植物油价格上涨带动，7月全球食品价格指数环比上涨0.6%至131.1点，为2023年1月以来新高，但较2022年3月历史高点低18.2%。

报告显示，谷物价格指数环比上涨3.4%，其中小麦价格因黑海地区出口受扰、主要产区高温上涨5.8%，玉米价格因美国部分产区高温干旱及能源价格走强上涨3.6%，大米价格总体稳定。

受国际原油价格上涨带动棕榈油和豆油价格走高等因素影响，植物油价格指数环比上涨2.0%，创2022年6月以来新高；受欧洲高温干旱等因素影响，食糖价格指数环比上涨5.6%；肉类和乳制品价格分别环比下降2.8%和0.7%，其中，肉类是今年首次月度下跌。

报告指出，全球食品价格整体仍处于2022年以来相对低位，但地缘局势、极端天气等因素将继续推高部分农产品价格。

霍尔木兹海峡近乎全面关闭令今年化肥价格大幅上涨，引发了对全球粮食体系遭受更广泛冲击的担忧。与此同时，将出现强厄尔尼诺天气现象的预期进一步加剧了风险，可能扰乱主要农业区的收成，并进一步收紧全球供应。全球食品市场的注意力已很大程度上从美以伊冲突引发的初期动荡，转向收成走弱、贸易不确定性以及持续的天气担忧。

联合国世界粮食计划署警告称，受厄尔尼诺天气现象影响，到明年年底之前，全球可能有5000万人陷入严重饥饿。

176家企业被核准使用地标专用标志

本报讯 国家知识产权局近日发布《关于核准祁县麒麟果业有限公司等176家企业使用地理标志专用标志的公告》。

根据《地理标志产品保护办法》，生产祁县酥梨、山西老陈醋、神池胡油、赤峰羔羊肉、赤峰黄玉米、赤峰绿乌鸡及其制品、牙克石野果系列酒、大连海参、辽中大米、汤原大米、依安大鹅、安吉白茶、金华火腿、宁波金柑、瓯柑、庆元甜桔（橘）柚、绍兴酒、黄岗柳编、政和白茶、乐陵金丝小枣、龙口粉丝、平阴玫瑰、微山湖四鼻鲤鱼、烟台苹果、大田柿花、封开杏花鸡、凤凰单丛（枞）茶、神湾菠萝、新丰佛手瓜、徐闻良姜、阳江豆豉、张溪香芋、中山脆肉鲩、八渡笋、博白空心菜、东津细米、都安野生山葡萄酒、灌阳红薯粉、横县茉莉花茶、乐业猕猴桃、六堡茶、三江茶、忻城金银花、泸州酒、蒙山茶、平昌青花椒、兴文山地乌骨鸡、彭阳红梅杏、哈密瓜、和田大枣、且末红枣、沁州黄小米、滁菊、六安瓜片、福鼎白茶等55个产品的176家企业，分别向产品所在地管理部门提出地理标志专用标志使用申请。经有关省级知识产权管理部门审核，并经国家知识产权局审查认定，现予注册登记。自即日起核准上述企业在其生产的地理标志产品上使用地理标志专用标志，获得地理标志产品保护。

市场监管总局：打击食用植物油非法添加行为

本报讯 记者郭敏 张华清 为筑牢食品安全防线，有力打击食用植物油非法添加行为，近日，市场监管总局发布《食品补充检验方法 食用植物油中乙基麦芽酚的测定》(BJS202604)。

食用植物油是群众日常膳食的必需品，其质量安全直接关系群众身体健康和民生福祉。乙基麦芽酚是人工合成的食品增香添加剂，长期摄入违规添加的乙基麦芽酚，存在食品

安全风险。根据我国食品添加剂使用标准规定，乙基麦芽酚严禁在食用植物油中添加使用。但是，在高额利益驱动下，不法商家在劣质植物油、过期翻新油脂中非法添加乙基麦芽酚，掩盖油脂氧化变质产生的哈喇异味，伪造芝麻油、花生油等高端油品的醇厚香气，达到以次充好、以假乱真，获取高额不法收益的目的。新发

布的补充检验方法优化了检测流程，

适配大豆油、花生油、芝麻油等主流食用植物油品类，具备检出限低、抗干扰性强、结果稳定可靠的优势，可实现对乙基麦芽酚的精准定性与定量检测。

下一步，市场监管部门将强化方法应用，严厉打击食用植物油非法添加、掺杂掺假违法行为，倒逼生产经营者落实食品安全主体责任，守护人民群众“舌尖上的安全”。

农业农村部：加强县域特色农产品直播带货监管

本报讯 近日，农业农村部官网发布对十四届全国人大四次会议第3383号《关于进一步加强县域特色农产品直播带货监管的建议》的答复。答复称，健全完善农产品质量安全追溯体系，加大县域农产品标准化和品牌建设。

健全完善农产品质量安全追溯体系。近年来，农业农村部认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，持续推进农产品质量安全追溯体系建设。一是加强农产品追溯平台推广应用。建设运行统一的国家农产品追溯平台，指导各地普遍建立起省级农产品追溯平台，为符合要求和有意愿的生产经营主体提供公益性追溯服务，部省两级平台累计注册生产经营主体超220万家。二是健全农产品追溯标准体系。组织发布农产品质量安全追溯术语、编码与标识、数据格式、数据接口4项农业行业标准，为追溯平台建设、对接及推广应用提供了标准化的技术支撑和操作规程。组织开展省级农产品追溯平台标准化改造，加快应用统一的追溯农业行业标准。三是指导各地追溯创新实践。围绕蔬菜、水果、肉类等农产品，指导推动各地探索应用追溯新技术新模式取得积极进展。上海马陆葡萄应用区块链技术保障追溯数据真实透明，

实现“追溯+金融”融合发展；成都创新运用猪皮喷码技术，发挥追溯赋能猪肉产品全链条监管的重要作用。

加大县域农产品标准化和品牌建设。农业农村部高度重视农产品标准化和品牌建设，持续强化基础支撑，加强政策创设，扎实推进县域农产品提质升级。一是夯实农产品品牌产业发展基础。聚焦粮油、果蔬、畜禽等主导产业，支持各地建设2109个农业产业强镇，推进标准化种植养殖基地、加工物流设施条件建设，补齐产业发展短板弱项。实施农产品仓储保鲜冷链物流设施建设工程，完善产地冷链重要节点布局，重点支持建设一批产地冷藏保鲜设施，提升“最先一公里”的商品化处理能力；推动建设一批产地冷链集配中心，打造具有预冷清洗、分选分级、仓储保鲜、冷链配送等能力的产地综合服务平台。二是加大农业品牌培育力度。印发实施《农业品牌精品培育计划（2022—2025年）》，培育一批产业优势领先、市场空间潜力大、文化底蕴深厚的农业精品品牌。指导建立省级农业品牌目录，将一批特色鲜明、带动力强的区域公用品牌、企业品牌和产品品牌纳入省级目录重点培育，初步形成上下联动、梯次培育的农业品牌体系。三是

加强品牌营销推广。充分利用中国国际农产品交易会、中国农民丰收节等重大活动，引导各地不断提升品牌营销技术、模式、业态和场景创新能力。组织系列农产品产销对接活动，营销推介优质特色品牌农产品，促进提升品牌知名度和影响力。指导网络平台以公益方式培育一批扎根乡土的农民主播，扶持一批有特色有潜力的农产品品牌。四是深化农产品品牌保护。持续深化农业综合行政执法改革，指导地方加强农业综合行政执法队伍建设。实施农业综合行政执法能力提升行动和“绿剑卫士”农业执法人才培育计划，推动各地提升执法水平。部署开展“绿剑护粮安”执法行动，严厉打击冒用农产品质量标志等违法行为，推动形成良好秩序氛围。

下一步，农业农村部将把追溯作为保障农产品质量安全和提升品质的重要抓手，持续抓好农产品追溯工作。重点部署推进产地冷藏保鲜设施、预冷设施、产地冷链集配中心及产后处理能力建设。锚定建设农业强国目标，加快推进品牌强农，保障县域农产品健康发展。持续组织产销对接、品牌推介、消费促进等标志性活动，帮助品牌农产品精准开拓主销区市场。