

如何因地制宜践行大食物观

新华社济南1月29日电(记者邵鲁文) 上月召开的中央农村工作会议强调,要树立大食物观,构建多元化食物供给体系,多途径开发食物来源。

树立大食物观,是从更好满足人民美好生活需要出发,顺应人民群众食物消费结构变化,在确保粮食供给的同时,保障肉类、蔬菜、水果、水产品等各类食物有效供给,是推进农业现代化的重要内容和客观要求。

对大食物观如何更好理解,如何因地制宜践行?

食物消费结构变化:主食越来越不“主”、副食越来越不“副”

大食物观几年前便已经提出。2015年中央农村工作会议提出“树立大农业、大食物观念”,2016年中央一号文件提出“树立大食物观”,作为推动农业供给侧结构性改革的重要内容。党的二十大报告指出,树立大食物观,发展设施农业,构建多元化食物供给体系。

专家表示,贯彻大食物观,关键是推动我国农业发展方式实现“三个拓展”:实现从耕地资源向整个国土资源拓展,实现从传统农作物和畜禽资源向更丰富的生物资源拓展,实现食物安全政策由单一的供给侧管理向需求侧管理拓展。

农业农村部数据显示,中国14亿多人口,每天要消耗70万吨粮、9.8万吨油、192万吨菜和23万吨肉。

“管住、管好耕地的同时,树立大食物观,瞄准市场需求进行有效生产和供给,形成多元化的供给体系在当前尤为重要。”中国人民大学农业与农村发展学院教授程国强说,大食物观要求,守好“米袋子”的同时,要拎稳“菜篮子”、端牢“油罐子”。

国家统计局的数据显示,城镇居民人均粮食消费量由1978年的152千克降到2021年的124.8千克,农村居民人均粮食消费量由1978年的248千克降到2021年的170.8千克。

中国林业科学研究院首席专家杨忠岐说,长期以来,中国老百姓的食物80%来自主粮,但如今,这一现象正发生根本性转变。现在,主食越来越不“主”、副食越来越不“副”,老百姓从“吃得饱”到追求“吃得健康”。顺应人民群众食物结构变化趋势,正是树立大食物观的出发点和落脚点。

中国农业大学经济管理学院教授韩青说,从传统的粮食安全观转变到新时代的大食物观,建设优质、高效的生态农业,成为加快农业绿色转型的必然要求。树立大食物观,有助于构建新型食物安全保障体系。

探索多元供给,向森林江河草原等要食物

记者采访发现,多地结合资源环境,因地制宜践行大食物观,拓展食物供给途径。

我国大水面资源丰富,通过发展大水面生态渔业和深远海鱼类养殖,可以获得数量可观的优质蛋白食物资源。向江河湖海要食物,一些沿海省份正积极探索。

山东海岸线3500多公里,约占全国的六分之一,海洋资源丰富。作为海洋牧场建设综合试点省份,山东依托这些“蓝色粮仓”实现了自动化、智能化、类野生养殖。目前,山东省级以上海洋牧场示范区(项目)达到105处,其中,国家级44处,占全国的40%。

我国是全球最大的食用菌生产国和出口国,践行大食物观,一些地方向植物动物微生物要热量、要蛋白。在广袤的东北黑土地上,坚果、野生浆果、优质食用菌等资源丰富。如今,木耳等食用菌类成了大产业,当地多家企业专门从事食用菌种植、菌种研发,有效满足市场对食用菌的多样化需求。

地处“黄金奶源带”的内蒙古,抓住资源优势,发展特色畜牧业。2021年,内蒙古奶牛存栏143.4万头、牛奶产量673万吨,奶业全产业链产值超过2000亿元。2022年,内蒙古出台推进奶业振兴九条政策措施,国家专项资金和自治区财政在奶业振兴方面的投入预计每年将达到22.5亿元。

设施农业是利用工业化生产理念和工程技术手段,为作物创造适宜的生长环境,实现高产、优质、高效目标的一种农业生产方式,也是践行大食物观的重要途径之一。中国农业科学院蔬菜花卉研究所研究员张友军说,生物技术、信息技术、农业设施技术的发展和融合,可以有效缓解农业对自然资源的依赖。

在蔬菜总产量居全国首位的省份山东,以“中国蔬菜之乡”寿光为代表的生产基地,近年来利用物联网和信息化手段不断提升设施农业发展质量和效益。山东还提出,要着重推动日光温室宜机化、塑料大棚标准化、连栋温室规模化、菇房与培养房智慧化。到2025年,全省宜机化日光温室改扩建面积达到50万亩,宜机化塑料大棚达到100万亩。耕整地、灌溉施肥、环境调控环节机械化水平分别达到90%、80%、60%,设施种植机械化水平总体达到55%。

推动农产品由“量”向“质”转变,居民膳食结构优化升级

记者梳理发现,推动食物供给由单一生产向多元供给转变,多地正积极完善相关政策。《黑龙江省产业振兴行动计划(2022—2026年)》提出,推进农副 products 精深加工,打造践行大食物观先行地;《福建省“十四五”推进农业农村现代化实施方案》提出,树立大食物观,立足农业资源多样性和气候适宜优势,大力培育特色优势产业。

受访专家认为,更好实践大食物观,未来需要持续提升农业现代化水平。加强规划指导、政策支持和资金投入,引导资源、技术、人才等要素进一步向设施农业聚集,提升设施综合生产能力。

华南农业大学乡村振兴研究院教授罗明忠说,践行大食物观,要坚持培养高素质农民,打造一批经济实力强的家庭农场、农民专业合作社、农业产业化龙头企业等新型农业经营服务主体,从而推动农产品由“量”向“质”的转变。

大食物观概念的普及,还需要在全社会树立食物消费新观念,推动居民膳食结构优化与升级。尤其是全面普及膳食营养和健康知识,鼓励减量、营养、健康、绿色消费,反对浪费食物。“通过营养知识的普及和教育,让广大群众树立起合理、平衡、适量的食物消费新观念。”山东省营养学会理事、青岛大学附属医院营养科主任韩磊说。

国台办:继续为台湾食品输入大陆提供便利

新华社北京1月29日电 国台办发言人马晓光29日答记者问时表示,我们始终尊重、关爱、造福台湾同胞,继续致力于促进两岸经济文化交流合作。对部分台湾食品企业注册信息不完整、不规范的问题,我们愿意继续予以协助解决,为台湾食品输入大陆提供便利。

马晓光说,去年以来,部分台湾食品企业未能按相关规定完善注册信息,影响了其产品对大陆出口。近期,包括金门酒厂在内的岛内一些企业向大陆主管部门提交及补充完善了相关注册资料,并通过中国国民党前主席洪秀柱、新党主席吴成典、金门县县长陈福海等岛内有关人士和

工商团体向我们转达诉求,希望尽快获得注册,早日恢复对大陆的出口。

马晓光表示,我们对此高度重视,积极处理。经有关主管部门审核,对金门酒厂等符合要求的63家企业予以注册或更新注册信息,对不符合要求、暂时无法注册的,也逐一说明具体原因。

两款国产新冠病毒感染治疗药物上市

新华社北京1月29日电(记者戴小河)近日,国家药监局按照药品特别审批程序,进行应急审评审批,附条件批准海南先声药业有限公司申报的1类创新药先诺特韦片/利

托那韦片组合包装、上海旺实生物医药科技有限公司申报的1类创新药氢溴酸氘瑞米德韦片上市。

上述两款药物均为口服小分子新冠病毒感染治疗药物,用于治疗轻中

度新型冠状病毒感染的成年患者。患者应在医师指导下严格按说明书用药。国家药监局要求上市许可持有人继续开展相关研究工作,限期完成条件的要求,及时提交后续研究结果。

兔年春节消费你贡献了多少?



这是1月28日拍摄的西安大唐不夜城步行街街区(无人机照片)。 新华社记者 刘满摄

春节是带动社会消费的强力引擎,也是观察中国经济活力的窗口。作为2020年以来首个不再倡导“就地过年”的春节,今年无论是餐饮、旅游,还是文化娱乐,消费市场活力满满,交出三年来最亮眼的成绩单。

■线上线下需求旺盛,春节消费提质升级

年味足,消费旺,这个春节,衣食住行各领域都呈现出旺盛的活力。

根据国家税务总局增值税发票数据,春节假期,粮油食品等基本生活类商品销售收入同比增长31.5%,生活必需品销售在恢复,餐饮市场也呈现出热闹的场景。美团数据显示,春节假期前6天,全国多人堂食套餐订单量同比增长53%。其中,上海堂食消费最旺,订单量同比增长240%。

同时大数据也发现了大家“逛街热情”高涨。支付宝数据显示,北京全市60个重点商圈客流量超1412.7万人次,重点百货、超市、餐饮、电商等企业销售额较疫情前增长13.7%。杭州湖滨银泰in77、杭州武林商圈、长沙五一广场、长沙坡子街、厦门中山路中华城、长沙都正街、重庆解放碑、重庆山城巷、南京夫子庙、南京新街口等知名商圈火热异常,消费增速位列全国前十。

春节假期各地线下消费加快恢复,线上消费保持旺盛势头,品质消费成为趋势。今年进口车厘子、国产白酒等精品年货,成为销量最好、最受青睐的年货品类。商务部商务大数据显示,春节假期全国重点监

测零售企业销售额环比明显增长,养生年货、衣服鞋帽、鲜花绿植、新能源汽车等品类增长较快。饿了么春节消费数据显示,多项精品年货订单环比增长已经超翻番。

■东西南北过大年,春节旅游市场稳步复苏

今年春节假日,旅游市场交出三年以来最亮眼成绩单,“旅游过大年”已成为国人享受美好生活的热门选择。

1月27日,文化和旅游部发布数据显示,今年春节假期全国国内旅游出游3.08亿人次,同比增长23.1%,恢复至2019年同期的88.6%;实现国内旅游收入3758.43亿元,同比增长30%,恢复至2019年同期的73.1%。春节假日全国文化和旅游市场总体安全平稳有序。

长线游的快速复苏,让人们在这个春节走得更远了。高德地图数据显示,春节期间与新能源汽车充电相关的搜索次数同比增长69.8%。途牛旅游网数据显示,今年春节假期跨省出游人次占比达到了68%,是近年来为数不多的跨省游占据消费主导的假期;去哪儿平台统计,游客在春节期间走得更远了,出行平均半径同比2022年增长超五成,每位旅客出行距离较去年平均增加了400公里,相当于从北京到郑州延长至北京到武汉。根据飞猪数据,今年春节最热门的国内旅游目的地是成都、上海、广州、北京、重庆五个城市。

出境游方面,根据携程统计数

据,春节期间出境游整体订单同比增长640%,内地旅客预订境外酒店预订量同比增长超4倍,跨境机票订单增长4倍以上。其中,旅游资源充沛又热情好客的东南亚更是成为春节档大赢家。数据显示,曼谷、新加坡、吉隆坡、清迈、马尼拉、巴厘岛等成为最受中国旅客欢迎的跨国旅行目的地,均为东南亚目的地。

从出游人群来看,飞猪数据显示,今年春节期间,95后、00后仍是主要出游人群,而80后、90后在春节出游人群中的占比相比元旦假期上升了20%。越来越多不同年龄层的人群加入了春节出行的队伍。

■票房口碑双丰收,春节档电影市场“开门红”

春节档历来被视作全年电影市场的风向标,受疫情影响沉寂多时的中国电影在今年春节档全面发力。据国家电影局初步统计,2023年春节档(除夕至正月初六,1月21日至1月27日)电影票房为67.58亿元,同比增长11.89%,位列影史春节档票房第二位,仅次于2021年春节档的78.42亿元;观影人次为1.29亿,同比增长13.16%;国产影片票房占比为99.22%。今年春节档影片类型更丰富,风格更多元,实现了票房与口碑双丰收,有力印证了我国文化市场的消费潜力,极大提振了市场复苏的信心。

春节黄金周是透视全年经济的一扇窗口。春节消费的红火,为“2023消费提振年”开了个好头。

新华社电