

全面准确把握大食物观的科学内涵

习近平总书记指出,要树立大食物观,既向陆地要食物,也向海洋要食物,耕海牧渔,建设海上牧场、“蓝色粮仓”。深刻理解把握、贯彻落实大食物观,对于保障中国式现代化建设具有重要的理论和现实意义。

大食物观强调发展的安全性。大食物观不仅是重大的民生问题,也是重大的政治问题,是国家粮食安全战略的重要补充。习近平总书记指出,粮食安全是“国之大者”。江苏以占全国1.1%的国土面积、占全国3.2%的耕地,承载了全国约6%的人口。端牢十四亿多人民的饭碗,筑牢粮食安全堤坝是保障国家安全的必然要求,对江苏来说也是重大的政治任务。大食物观在确保大宗粮食作物安全供给基础上,全方位多途径开发食物资源,拓展了传统的粮食边界,推动传统粮食安全向食物安全转变,体现了党中央粮食安全观念的战略性转变和历史性演进,体现了确保谷物基本自给、口粮绝对安全的新粮食安全观,是国家粮食安全战略的重要组成部分。

大食物观强调发展的人民性。传统的粮食安全观侧重于主粮安全,主要解决人民“吃得饱”的问题。大食物观体现了食物范围的扩大,根本在于满足人民美好生活需要。要全方位、多途径开发食物资源,开发丰富多样的食物品种,实现各类食物供求平衡,更好满足人民群众日益多元化的食物消费需求。大食物观跳出传统意义上的粮食概念,不局限于以粮食作物解决粮食问题,而是将一切可食用的食物纳入食物消费的范畴,实现了由“吃得饱”向“吃得好”的转变,体现了以人民为中心的民生观,顺应了人民饮食结构变化趋势,更好地满足人民对优质化、多样化、营养化、安全化食物的需求。

大食物观强调发展的生态性。良好生态本身蕴含着经济社会价值。人与自然是生命共同体,人与自然和谐相处,大自然才能回馈更优质的食物。过去对农业资源的不合理和过度开发,导致了农药滥用、水资源污染、耕地退化等问题,不利于可持续发展。从生态系统可持续发展理论来说,落实大食物观就是要坚持生态优先的原则,避免走向大食物就是“大开荒”“大开发”的误区,深入研究森林、草原、湖海、沙漠等适宜开发食物资源潜力

与生态化开发路径,构建食物生产与生态系统资源承载力平衡的大食物体系,让绿水青山持续发挥生态效益和经济社会效益。

大食物观强调发展的协调性。要跳出食物主要来源于耕地的传统农业思维,在保护好生态的前提下,发挥资源禀赋,将食物获取途径延伸到整个国土资源,体现了发展的整体性、统一性和协调性。从食物系统内部来说,贯彻大食物观要协调拓展食物来源。江苏地处大江大河下游,气温雨水条件适宜,山水林田湖草资源丰富,具备从传统农作物和畜禽资源向更丰富的生物资源拓展的条件。要多途径拓展食物来源,宜粮则粮、宜经则经、宜牧则牧、宜渔则渔、宜林则林,协调建设“树上粮仓”“海洋牧场”“蛋白工厂”。再从食物系统外部来讲,就是要协调推进相关产业发展。开发“大资源”,发展“大农业”,满足人们对“大食物”的需求,进而实现“大营养”,达到增强人民“大健康”的目标。

大食物观强调发展的创新性。践行大食物观,保障食物供给,不仅要“藏粮于地”,更要“藏粮于技”。推动生物技术在农业、食品领域的应用,是平衡人类社会需要和有限自然资源的必要措施,是从有限的自然环境中获取增量、践行大食物观的必由之路。当今世界正处于新一轮农业科技革命时代,农业科技呈现出数字化、绿色化、营养化等特征。要加强对大食物领域的科技创新布局,培育创新型生物技术人才,打造一批生物科技领域的“国之重器”,深度开发“森林食物”“草原食物”“海洋食物”“沙漠食物”等食物资源,把“藏粮于地、藏粮于技”真正落实到位。

(新华日报)

夯实发展新质生产力的坚强保障

生产力是创造社会财富和推动人类文明不断向前发展的决定力量和动力源泉。新质生产力通过科学技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级使全要素生产率大幅提升,从而能够更好推动高质量发展、更好服务构建新发展格局、更好支撑中国式现代化建设和更好满足人民美好生活需要。

发展新质生产力是在新征程上必须回答而且必须答好的课题,需要完善相关举措,充分发挥我国新型举国体制优势,遵循科技和经济发展规律,推动有效市场和有为政府更好结合,大力弘扬科学家精神和企业家精神,促进国家治理体系和治理能力现代化,为发展新质生产力提供坚实保障。

一是要完善新型举国体制。发展新质生产力,需要更好发挥有为政府的导向作用,完善新型举国体制,围绕新质生产力加强前瞻性思考、全局性谋划、战略性布局、整体性推进,运用系统观念找准发展新质生产力的关键,加快实现重大突破。要加大颠覆性技术和前沿技术攻关,在解决科技领域“卡脖子”问题的同时,加大原创

性和应用性技术研究,打造我国科技竞争新优势,为发展新质生产力注入强大的内生动力。要充分发挥我国集中力量办大事的制度优势,举全国之力、聚四方之才,扎实推进科技强国建设,通过科技创新的重大突破催生新质生产力。要强化国家战略科技力量,充分发挥企业技术创新主体作用,将优质要素更多集聚到发展新质生产力的关键领域,实现发展质量、结构、规模、速度、效益、安全的有机统一。

二是要加快建设全国统一大市场。形成新质生产力需要对生产要素进一步优化配置,从而形成更高的生产能力。在此过程中,要充分发挥市场配置资源的决定性作用,不断提高全要素生产率。加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场,打破地方保护和市场分割,打通制约经济循环的关键堵点,促进商品要素资源在更大区域范围内畅通流动,全面推动我国市场由大到强转变,推动经济发展的质量变革、效率变革、动力变革。要充分发挥法治的引领、规范、保障作用,加强诚信建设,加强知识产权保护,加快建立全国统一的市

场制度规则,为各类经营主体创造稳定、透明、规范、可预期的法治环境,让企业真正成为创新主体,让人才、资金等各类创新要素向能够形成新质生产力的领域聚集。同时,还要进一步健全要素参与收入分配机制,激发劳动、知识、技术、管理、数据和资本等生产要素的活力。

三是要促进科技创新和产业创新深度融合。发展新质生产力,要以科技创新推动产业创新,通过推进科技创新和产业创新的深度融合,加快将科技资源优势转化为产业发展优势,畅通科技成果转化到现实生产力的渠道。科学家精神是科技工作者在长期科学实践中积累的宝贵精神财富,勇于创新的科学家精神是宝贵的社会资源,能够为发展新质生产力提供精神力量。要大力弘扬科学家精神和企业家精神,营造鼓励大胆创新、诚信经营、勇于奋进的良好氛围,激发科技创新和产业创新活力。要把科技创新融入中国式现代化建设,努力实现更多“从0到1”的突破,并推进产业创新不断实现“从1到N”的应用转化。要以科技创新为引领,加快传统产业转型

升级,以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能,促进战略性新兴产业蓬勃发展,有序布局未来产业发展,为发展新质生产力提供更多产业支撑。

四是要推进国家治理体系和治理能力现代化。形成新质生产力除了科技因素外,制度因素也尤为重要。要通过全面深化改革,推进国家治理体系和治理能力现代化,为发展新质生产力提供制度保障,从而更广泛调动各方面积极性、主动性、创造性,不断塑造新的竞争优势。一方面要加快建立并不断完善体制机制、法律法规,使支撑新质生产力的各方面制度更加规范科学;另一方面要通过深化改革,加快破除不适应发展新质生产力要求的各种束缚。同时,更加注重治理能力建设,加强知识产权保护,持续努力打造市场化、法治化、国际化一流营商环境,形成具有全球竞争力的开放创新生态,激发各类经营主体的活力,持续把我国国家治理体系和治理能力优势转化为发展新质生产力的动力。

(经济日报)

消费是经济稳增长的主引擎,是畅通国内大循环的关键环节。中央经济工作会议明确提出,要激发有潜能的消费;推动消费从疫后恢复转向持续扩大,培育壮大新型消费。近年来,在科技赋能和消费需求升级共同驱动下,以网络购物、“互联网+服务”、移动支付、线上线下融合等新业态新模式为主要特征的新型消费蓬勃发展,对满足居民生活需要、释放消费潜力、推动经济回升向好发挥了重要作用。2023年,全国实物商品网上零售额同比增长8.4%,占社会消费

给成本,既增加了供给丰富性、多样性,又有助于消费的可持续和高质量发展。四是循环畅通性。主要体现在新型消费应用场景多、技术含量高,生产与消费匹配度更好,得益于日趋完善的物流运输体系,在促进生产、流通和消费的畅通循环方面具有更突出优势。新型消费对于释放消费潜力、带动扩大就业、实现消费投资良性循环等方面具有重要作用。要准确认识培育壮大新型消费的重要意义,把握新型消费的发展

趋势,立足更好满足人民美好生活需要,切实促进新型消费更快发展。促进供给创新,持续提升新型消费相关产品和服务供给质量。产品和服务供给质量是消费可持续发展的关键,必须依靠持续创新,推动新型消费不断扩容提质。进一步鼓励发展新业态、新模式、新场景,推动5G、物联网、人工智能、虚拟现实等各类信息技术的集成创新应用。加快以新技术促进新装备新设备应用。鼓励定制、体验、智能、时尚消费等新模式新业态发展,推进商贸物流、新型信息等相关基础设施建设和布局优化,促进数字化、智能化新场景的普及应用和拓展,加快实现线上线下消费双向深度融合。加强新型消费的产品技术标准和售后服务标准体系建设,鼓励和引导头部企业或行业协会在政府指导下结合自身行

业特点制定相关产品技术标准,完善在线服务的细化标准,进一步提升服务消费体验。

增强新型消费发展的要素保障。要素保障是新型消费发展的基础支撑。要充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,畅通要素流动渠道,推动要素配置实现效益最大化和效率最优化。加快数据要素、技术要素市场培育与发展,推动要素价格市场化改革,健全要素市场运行机制。强化财税支持,研究进一步对新型消费领域企业优化税收征管措施,更好

衔接。深化新业态新模式的包容审慎监管,建立健全政策评估制度、常态化政企沟通联系机制。加大对销售假冒伪劣商品、侵犯知识产权、虚假宣传、价格欺诈、泄露隐私的打击力度,畅通消费者维权渠道,健全消费纠纷解决机制,营造安全放心诚信的消费环境。加强支持新型消费发展相关政策宣传解读和经验推广,倡导健康、智慧、便捷、共享的消费理念,营造有利于新型消费良性发展的舆论氛围。

引导形成新型消费与新型基础

如何培育壮大新型消费

品零售总额的比重达到27.6%,增长贡献率达31.9%,创历史新高。

与传统消费相比,新型消费具有以下几个特征:一是深度融合性。主要体现在线上与线下、业态与场景的融合发展,线上线下融合消费日益成为主导消费模式,集合多种功能的消费新场景更好满足个性化、多样化消费需求,促进了消费者与生产者互动、消费者与消费者互动,有助于激发需求。二是配置高效性。主要体现在基于互联网、大数据、人工智能等技术的广泛应用,能够有效促进生产与消费、供给与需求的匹配对接,实现消费资源的高效配置。三是发展持续性。主要体现在依托各类先进技术扩大传统商品和服务消费可触达的范围,提升商品和服务的使用价值、降低供

需,切实促进新型消费更快发展。

促进供给创新,持续提升新型消费相关产品和服务供给质量。产品和服务供给质量是消费可持续发展的关键,必须依靠持续创新,推动新型消费不断扩容提质。进一步鼓励发展新业态、新模式、新场景,推动5G、物联网、人工智能、虚拟现实等各类信息技术的集成创新应用。加快以新技术促进新装备新设备应用。鼓励定制、体验、智能、时尚消费等新模式新业态发展,推进商贸物流、新型信息等相关基础设施建设和布局优化,促进数字化、智能化新场景的普及应用和拓展,加快实现线上线下消费双向深度融合。加强新型消费的产品技术标准和售后服务标准体系建设,鼓励和引导头部企业或行业协会在政府指导下结合自身行

发挥减税降费政策效应。深化政银企合作,拓展新型消费领域投融资渠道,优化与新型消费相关的支付环境及金融服务。健全统一规范、适应新就业形态的人力资源市场体系,引导劳动力要素合理畅通有序流动,加强新职业、新工种技能培训,探索形成从业人员个人技能提升与企业、行业健康发展相互促进的长效机制。加快健全劳动保障法律法规及相关劳动保障制度,更好维护劳动者权益。

完善支持新型消费发展的政策和制度体系。加快落实全国统一大市场建设的相关改革和举措,进一步消除阻碍公平竞争的制度障碍,强化市场基础制度规则统一。加快出台电子商务、共享经济等领域相关配套规章制度,制定分行业分领域管理办法,有序做好与其他相关政策法规的

设施、传统设施改造投资等相互促进的良性循环。激发有潜能的消费,扩大有效益的投资,是扩大内需的有效途径和方法。紧抓新型消费发展契机,优先投资布局消费带动更强、乘数效应更大的设施,协同推进与新型消费有关的新基建、传统设施数字化改造等领域的投资。发挥好政府投资的带动放大效应,引导地方用好专项债等相关政策工具,健全政府和社会资本合作机制,带动社会资本参与新型基础设施等领域的建设,提升投资效率与效益。激发有潜能的消费,扩大有效益的投资,大力发展数字消费、绿色消费、健康消费,积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点,牵引带动现代服务业、先进制造业以及其他新领域新赛道产业投资。(学习时报)

理论

情绪价值引导年轻态消费

近一年,线下消费场景复苏,繁忙的有景区、餐厅、网红城市,还有商场的B1、B2层(即地下一、二层)。不久前,年轻人逛商场爱去B1、B2层冲上热搜。城市大大小小的购物中心内,地下层商铺的人流量更大,生意更红火。

为什么年轻人逛商场热衷于前往B1、B2层?这是因为,当下年轻人的消费观念愈发理性、务实,他们不再轻易为广告宣传、品牌光环所诱惑,而更加注重体验感、追求性价比,愿意为情绪价值买单。

随着电商购物的迅猛发展,线下实体商场在购物方面的吸引力有所下降。同时,商场的休闲、娱乐、育儿等功能愈发凸显,餐厅、电影院、游乐场等已成为大型商业综合体吸纳客流的主力。烟火气更浓、生活味更足的商场“地下层”受到欢迎,一定程度上就缘于此。

相较于其他楼层,商场B1、B2层的业

态往往更加丰富多元,大众化品牌和新兴品牌比较多。无论是价格亲民的餐饮小吃,还是好玩有趣的手作工坊,这些店的消费普遍具有“低单价高频次”的特点,让年轻人拥有更多“花点小钱无负担”的爽快感和“不花钱也很开心”的治愈感。

B1、B2层有着区位优势。很多商场的地下层直接与地铁站、停车场贯通。消费者从地铁站或停车场出来,能够快速到达这种满足吃喝玩乐游购娱需求的楼层。

消费者在哪里,市场就在哪里。商场的B1、B2层愈加热闹,反映出消费者消费模式的变化,同时也为商业地产和入驻商户提供了更多创新机会。为了迎合年轻群体的消费理念,许多知名品牌已积极“下沉”到B1、B2层,进行品牌策略调整;不少主打年轻态的创意品牌也愿意在

此举办趣味活动,吸引新兴消费品类进驻。消费者和商户的“双向奔赴”,为经济增添了活力。

值得注意的是,随着商场B1、B2层客流持续火爆,租金看涨、一铺难求等问题也随之而来。如何顺势而为打造更好的消费体验,创造更多消费热点,考验着商场和品牌方的能力和水平。

年轻群体的消费引领带动示范作用很大,商场还需要不断创新,优化商品服务供给,调整空间布局,更好地把人气流量变为“留量”。例如,商场可以改变传统的空间布局,提升各大区域的连通性,用开放明亮的空间设计来提升消费者的体验感。

说到底,客流到哪个楼层只是位置的变化,消费者真正需要的是更有趣、更有性价比的商品,以及更好、更周到的服务体验。只有满足这部分需求,商场也好,品牌方也罢,才能赢得持续发展。(光明网)

热点

春节将至,餐馆年夜饭预订异常火爆。与此同时,“预制菜年夜饭”的话题也引发广泛讨论。有人称,不是不接受预制菜,而是不接受到餐馆吃预制菜;也有人拒绝将预制菜与年夜饭绑定,认为“没有锅气差点意思”;还有人认为,春节人手紧张供餐量大,只要能保证品质与口味,“预制”一下并无不可。

除夕晚上的年夜饭,承载着团圆贺岁的文化寓

市场规模着实不小,应用场景也逐渐丰富。这一边,国内预制菜市场规模已达4221.3亿元,预计到2025年接近9000亿元。而另一边,则是争议不断。比如,外卖、餐厅乃至校园采购,有没有充分保障食用者的知情权?而更为根本的则是,预制菜尚无“国标”,市场上鱼龙混杂,食品安全与营养口味应当如何保障?“科技与狠活”的疑虑如何打消?认真回应争议、厘清因

保护消费者对预制菜的知情权

意,被不少家庭视为一年中重要的一餐。如今,外出就餐成为风尚,虽然吃饭的地点变了,亲力亲为的形式变了,但期待有增无减。由此观之,人们对预制菜品的担忧并不难理解,大家情绪的集中点仍然主要是知情权和菜品质量。着眼于此,餐厅显然有必要对预制加工的菜品作出标识,保障消费者知情权;同时对预制菜品的品质从严把关、消除隐患,让大家吃上一顿舒心可口的年夜饭,这是对消费者负责的态度,也是诚信经营的应有之义。

尽管预制菜品在许多场合仍是“犹抱琵琶半遮面”,但出于烹饪简单、价格实惠、便于储存等优点,其

感,尽早建立规则、明晰监管,预制菜的发展才会告别磕磕绊绊。烟火人间,食的重要性不言而喻。面对快速扩大的市场,预制菜国家标准报批送稿已经出炉,一大亮点正是:禁止添加防腐剂,同时必须冷链运输。这无疑有利于缓解社会谈“预”色变的情绪。事实上,争议之外,预制菜也在收获认可,在线拯救厨房小白、半小时搞定年夜饭的预制菜品,正在成为许多年轻人的新选择。

守好安全健康的底线,让亲手做有亲手做的乐趣与情感,预制菜有预制菜的风味与格调,“舌尖上的中国”也会更加活色生香。(北京日报)