

国产马铃薯品种刷新高产世界纪录 马铃薯主粮化要过好“良种关”

我国马铃薯种植面积全球第一，但单产水平在全世界仅排名第93位，人均食用马铃薯数量只有西方国家的五分之一。主要原因是种子落后、品质不高。推进马铃薯主粮化开发，必须要过好良种关，推广脱毒种薯与加工专用品种

今年7月份，在国家马铃薯工程技术研究中心支持下，希森马铃薯产业集团已经培育出18个优质高产的马铃薯新品种(系)，包括鲜食、薯条、薯片、淀粉及全粉加工、富含花青素和多酚的彩色马铃薯等各种用途的马铃薯品种。

3年前，国家开始实施马铃薯主粮化战略，“第四大主粮马铃薯”成为新提法。我国马铃薯种植面积和总产量均居世界第一，其耐旱耐贫瘠，适应种植范围广，亩产增产空间大，水肥利用效率高高于其他粮食作物。马铃薯主粮化，就是把马铃薯加工成符合中国人饮食习惯的馒头、面条、米饭一样的主食。从2015年

开始，中央财政每年安排1亿元支持马铃薯主食开发，引导和扶持了一批马铃薯主食加工重点企业。

“以前我们总开玩笑说‘别拿土豆不当干粮’，马铃薯主粮化对确保国家粮食安全是锦上添花，让老百姓吃得更营养健康。”国家马铃薯工程技术研究中心负责人李延明介绍，“希森6号”是希森马铃薯产业集团联合该中心历经11年杂交选育出的马铃薯新品种。“希森6号”可以出全粉、做薯条，改变了高端马铃薯完全依赖进口的局面。

不过，从全国来看，马铃薯良种在很多地区依然是“稀缺品”。湖北省云梦县大余马铃薯专业合作社理事长余金海就经常为购买马铃薯种子发愁。

“我们合作社这两年种了3000亩土豆，平均亩产约7000斤；土豆卖得也好，

亩均纯收入超过1万元。”余金海说，这几年合作社带动周边农户种植马铃薯1.5万亩，小土豆成了村民增收致富的“金疙瘩”。可该合作社的种薯却是从3500公里外的内蒙古运来的，每斤成本增加了0.2元至0.3元。“我们希望能有更近的地方获得良种。”余金海说。

推进马铃薯主粮化开发，必须要过好良种关，推广脱毒种薯与加工专用品种。希森马铃薯产业集团董事长梁希森表示，种薯问题不仅关系到新品种推广，还关系到病虫害防治以及提高产量问题。很多农民所用的种薯有相当一部分并非脱毒种薯，是造成一些地方马铃薯单产较低的重要原因。马铃薯主粮化首先要从良种选育上取得新突破，培育出更多高产单产、高淀粉含量、抗逆性强、营养成分丰富的加工

型马铃薯新品种。

“我国马铃薯种植面积为8000余万亩，位列全球第一；但单产水平在全世界仅排名第93位，人均食用马铃薯数量只有西方国家的五分之一。主要原因是种子落后、品质不高。”梁希森说，马铃薯育种门槛高，投入大、周期长、见效慢，需要加大育种创新支持力度，尤其加大适宜主食用加工的马铃薯新品种选育和推广”。

农业农村部《关于推进马铃薯产业开发的指导意见》提出，到2020年，马铃薯种植面积扩大到1亿亩以上，适宜主食用加工的品种种植比例达到30%，主食消费占马铃薯总消费量的30%。

“对于马铃薯主粮化，我们依然存在认识误区，以为在小麦粉里掺入土豆全粉越多越好，其实这样做成本过高、工艺复杂，并不利于土豆全粉推广。”梁希森说，建议有关部门调整标准，适当降低土豆全粉的添加比例。这样做既能可以降低企业加工成本，也可以让马铃薯主食产品更易于为消费者接受。

“近年来，我们对马铃薯主粮化的科技投入每年都在增加，但要让马铃薯成为主食，还需国家层面加大对生产企业的补贴和扶持力度，通过政策引导稳定马铃薯市场价格。”李延明说。 据经济日报

“共享”无处不在 您是否看好“共享”的未来

出门骑共享单车；手机没电了，用共享充电宝充电；下雨了，借把共享雨伞；休息了，去共享健身房；午休找个共享休息舱、小憩一会；电影院等候开影时间，进共享KTV嗨一把……作为一个生活在都市里的普通人，您怎样看待身边的“共享”？又尝试过哪些“共享”？哪些“共享”是您的确有真实需求的？对目标繁多的“共享”，您没有有视觉疲劳？对“共享”的未来，您是否看好？

针对上述问题，一项有关“共享”的调查数据显示，对“共享经济”，52.4%的受访者表示“了解”；36.9%的受访者表示“经常听到，但确切定义说不清楚”；10.7%的受访者则表示“不太了解”，在“不太了解”人群中，尤以60后群体最多。本次调查采用在线方式，样本总数1000份，其中60后、70后、80后和90后各占20%。

“共享”已渗透到生活方方面面

共享经济是一种由个人或第三方平台将资源、空间、技能、服务、知识等进行相应整合，有偿分享给需求者，并从中获得报酬的一种经济模式。共享经济的发展目前已初具规模，以共享单车为代表的互联网新型租赁经济模式，被视为广义共享经济的重要组成部分。

眼下，身边的共享随处可见，除共享单车外，还出现了共享休息舱、共享酒吧等。调查列举了十余项“共享”，请受访者选出哪些是他们听说过的、哪些是他们使用过的。分别为共享单车、共享汽车、共享雨伞、共享充电宝、共享休息舱、共享租房、共享餐厅、共享办公、共享健身房、共享酒吧、共享医疗(在线咨询、护士上门等)以及共享金融(P2P借贷、网络众筹)。结果显示：受访者最熟悉的前三项“共享”分别为共享单车、共享汽车和共享充电宝；使用过的“共享”前三项和最熟悉的“共享”相同，只是第二和第三换了位。但一个明显特征是，除了共享单车以78%的使用率高居榜首，其余均处低位；同时，任何“共享”均未使用过的有16.7%，而在60后人群中，“啥都没用过”的占比竟高达27.5%，远高于平均线。

共享单车已进入深度洗牌期

虽然有近八成受访者使用过共享单车，但不可否认，共享单车最初的热潮已经消退，在大众用户的眼里，落败已初露端倪。调查中，虽然有84.4%的受访者认同共享单车是绿色出行的好工具，具有随骑随走优势，能较好地解决城市出行“最后一公里”问题；但有61.7%的受访者认为，从当下市场发展态势来看，共享单车市场已进入深度洗牌期。随着资本热度的减退，共享单车将遭遇发展难题。从维护市场秩序来说，相关部门应当加强对共享单车投放量的动态监控；而对于一段时间以来出现的共享单车押金难退的问题，近半数受访者认为企业应为运营失误担责，不能让消费者买单，政府对此应予以监管。

共享单车有没有未来？受访者中，48%表示“看好”，理由是共享单车作为一个发展模式、尚未定型的新生物种，假以时日，会有强大的爆发力；36.4%表示“不好说”，因为资本热过后，市场降温，共享单车行业增速趋于平缓，北京、上海等地为考虑城市道路交通安全，对共享单车数量进行限定，且禁止新增投放。如果找不到新的突破点，共享单车的发展必将面临调整。另有15.6%的受访者，则直截了当表示“不看好”，原因是眼下的共享单车，不仅面临来自市场的压力，更有来自舆论场的压力，双重压力之下，要破茧重生，有相当难度。

共享单车如何“破壳”？在给出的6个多选题中，占比较为均衡。58.5%的受访者认为，应当优化并创新共享单车平台与用户之间的关系，共享单车发挥好平台的作用，真正让其回归到共享经济的范畴；54.3%的受访者认为，要提升共享单车的附加值，原先轻技术、重营销的策略应当摒弃；也有38.4%的受访者认为，应该发挥市场竞争和政府监管“两只手”作用，防止过度竞争浪费社会资源，也要防止被一两家企业垄断。

受访者对共享“空间”比较认同

“空间”的共享，虽然不像共享单车那般一夜之间席卷而来，但时不时还是能看得到或听到一些新的诞生。较之公众已经相对熟悉的诸如租房、办公场地，眼下还有共享休息舱、共享健身房、共享酒吧等出现。6月29日，上海又有了第一家获得执照的共享餐厅登场。

对于共享空间，56%的受访者认为

“很好，节约了社会资源”；28.8%的受访者认为“不好，如果发生纠纷或出现安全问题，责任难以界定”；另有15.2%的受访者表示“不评论，反正我不会去使用”。在已知的一些共享空间中，共享租房，如爱彼迎等短租平台，使用者最多，有52.4%的受访者表示在这些平台上租过房，各年龄段的使用者相对平均，其次是共享办公场地，使用者以80后和90后居多，可能与这两个群体自主创业者较多有一定关系；共享酒吧(迷你KTV)使用过的人也不少，使用者年龄层次也较均衡。有资料显示，去年7月，文化部印发《文化部关于引导迷你歌咏亭市场健康发展的通知》，迷你KTV行业发展趋向有序，去年市场规模突破35亿元；相较之下，共享休息舱与共享健身舱使用者较少，占比均不足一成。

共享休息舱，去年7月初曾以共享床铺的名义出现；但面世仅两周，就因尚未获得消防许可，也没有宾馆、旅馆特种行业经营许可证而遭取缔。一段时间以后，一款“共享头等舱”APP上线，点击进入，会有距离多少公里内的共享舱可用，不过在其注意事项中，列明的是“多功能沙发”，可以办公、休息、娱乐。记者注意到，每天午休时，一些在CBD的舱位，有较高使用率。一位受访者说：“手机扫码后，根据界面提示，点击‘开锁’即可进入。灯一关，躺下来，谁也不见，中午休息不错。”

对于共享健身舱这一相对“小众”的形态，受访者表达出不同想法：29.9%的受访者认为“新事物，支持一下”；23.2%的受访者表示：作为一枚上班族，很希望单位附近有个舱，如果有人的话，午休就名副其实了。不过也有人表示担忧：其中25.4%的受访者担心卫生状况，谁都可以扫码进去，舱内物品的卫生如何得到保障？还有6.8%的受访者担心“密闭空间狭小，万一发生火灾如何逃生”；另有14.7%回答“非主流，直接无视”。

还有新近上海出现了首家特证的共享餐厅，但在市民中的知晓率似乎不高。调查中，31.3%的受访者表示“不了解”，49.0%的受访者表示“刚听说”，只有19.7%的受访者表示“知道”。不过，尽管知晓度尚不高，还是有14.2%的受访者称“上海只有1家，太少了”；也有32.6%的受访者对食品安全有所顾虑，担心类似于“短驳”这样的“传菜”环节，是否会对菜品卫生有所影响。

提升国产油料自给水平

当前，要缓解我国油料供应受制于人的局面，离不开自身油料产业的发展。5月16日，农业农村部在新

年全除豆粕外，主要粕类产品出口前三大品种依次为棕榈仁粕、葵仁粕和菜籽粕，其中，棕榈仁粕出口723万吨，葵仁粕出口684万吨，菜籽粕出口613万吨。而我国目前棕榈仁粕、葵仁粕和菜籽粕的年进口量并不大，其中，棕榈仁粕进口45万吨，葵仁粕进口15万吨，菜籽粕进口100万吨，具有很大的增长空间。据李强测算，今年如能增加进口250万吨油料(折合150万吨菜籽粕)、350万吨葵仁粕、300万吨棕榈仁粕，理论上可替代约480万吨豆粕消费，折合进口大豆约600万吨。

当然，要缓解我国油料供应受制于人的局面，离不开自身油料产业的发展。5月16日，农业农村部在新

有效监管与鼓励发展尺度难把握

根据国家信息中心发布的《中国共享经济发展年度报告(2018)》,2017年,我国共享经济市场交易额约为4925亿元,比上年增长47.2%,其中非金融共享领域比上年增长66.8%。

面对层出不穷的“共享”,40.6%的受访者认为“现在打着‘共享’名义的事物太多,视觉疲劳了,‘共享’似乎成了‘万能药’”;46.3%的受访者认为“有点多,但还在可接受范围内”;另有13.1%的受访者表示“不关心,无所谓”,其中尤以60后群体居多,达到近二成。

有人担心,“共享”之下,实体经济会失去对消费市场的话语权。不过在调查中,近九成受访者并不认同,其中,19.6%的受访者认为“不同业态有不同需求,不存在谁剥夺谁话语权的问题”;44.2%的受访者认为“实体经济的多样性,不是‘共享’所能替代的”;还有23.9%的受访者似乎深谙“共享”本质,直言“‘共享’从某种意义上说是对市场存量的替代,因此不会过多影响到实体经济的发展”;另有12.3%的受访者则称,“不少‘共享’是在资本助推下的野蛮生长,泡沫终将会破灭”。

对于目前共享经济面临的重大问题与挑战,38.2%的受访者认为是“如何把握有效监管与鼓励发展之间的尺度”;26.4%的受访者认为“政策法规难以适应新业态”;21.8%的受访者认为“社会信用水平跟不上经济发展的速度”;13.6%的受访者认为“监管成本比较高”。受访者高先生认为:对共享模式的监管有两个问题,一是如何定义,二是如何管理。比如目前短租平台上的都市民宿,如何界定?如果定位为经营性的,它却无照无证;而市场的确实有需求,要管理,并非旅游行业一家这么简单,还牵涉房管、工商、消防、卫生,还有网络平台等方方面面,“监管成本相当高”。

对于共享经济未来的发展趋势,36%的受访者认为“融资规模会继续大幅扩张”,29.1%的受访者认为“重点领域形成竞争格局”。不过也有识之士指出:共享经济作为基于互联网+时代的新创模式,如何将流量优势转化成胜利果实,每一家身处“共享”漩涡的企业都需要认真思考。 据解放日报

国家市场监管总局： 加大打击制售假冒伪劣商品力度

近日，国家市场监督管理总局发布《市场监管总局办公厅关于加大打击制售假冒伪劣商品违法行为力度的通知》(以下简称《通知》)，要求各地工商管理部门加大打击制售假冒伪劣商品等违法行为力度。

《通知》要求，要有效履行市场监管部门的监管职责，保护消费者和商标权利人的合法权益，维护公平竞争的市场秩序和安心放心的消费环境，加大打击制售假冒伪劣商品等违法行为力度。

市场监管总局在《通知》中要求各地市场监督管理部门实施全链条打击。在总局部署的2018年度相关专项行动中，将打击包括“傍名牌”在内的制售假冒伪劣商品、其他商标侵权、相关虚假宣传和违法广告等违法行为，列为重点打击目标。

发现的涉嫌重大违法线索，要对生产、销售等相关环节进行全链条调查处理。各地监管部门可从调查网络交易平台(网站)入手，进一步发现上、下游涉嫌违法生产经营者，并将违法线索及时移送相关属地监管部门。属地监管部门应逐一排查，对于情况属实的应依法从严

查处，并及时向社会披露。

同时，市场监管总局要求各地监管部门应充分发挥媒体监督的作用，及时受理、认真调查处理商标权利人和消费者的投诉、举报，加大对相关违法广告的监督力度，通过各种渠道扩大相关违法线索的来源。督促网络交易平台(网站)经营者履行法定义务，切实维护商标权利人和消费者的合法权益，积极配合市场监管部门开展相关专项治理。对于不履行法定义务的网络交易平台(网站)，依法从严查处。加强部门监管协作。充分发挥网络市场监管部门联席会议的作用，各司其职，加强协作。对于涉嫌违法犯罪的，及时移送公安机关。

国家市场监督管理总局网监司表态，高度重视媒体反映的网络平台上销售侵权假冒商品等问题，已经要求相关地方工商、市场监管部门，对媒体反映的以及消费者、商标权利人投诉举报的网络平台销售山寨产品、傍名牌等问题，认真开展调查检查，不管是第三方平台还是平台内经营者，只要构成违法，都将依法严肃处理。

据法制晚报

我国乳品产业迎来新的机遇期 质量有保障 信心在提振

北京市朝阳区居民张姗姗最近遇到四肢频靠抽油的烦恼，医生建议她平时多喝牛奶。她在网上选了一款国产纯牛奶，“网友评论其质量好、口感佳，我下单买了两箱。”

奶业是关系到居民健康的重要产业。2008年三鹿奶粉事件曾一度影响了消费信心。如今，和张姗姗一样，越来越多的消费者对国产奶业的信心逐步恢复并且日益增强。

中国奶业协会名誉会长高鸿宾说，当前是乳品质量安全水平最好的时期，中国奶业迎来了难得的机遇期。近日，国务院办公厅印发《关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》。中国奶业如何加快振兴，赢取更多消费者的认同？

提质量：实行乳品企业黑名单制度，提升奶牛育种和乳品加工能力

产管出好奶。要产出一杯好奶，任何一个环节都不能忽视。农业农村部畜牧兽医司司长王锋介绍，质量监管正逐步覆盖奶业全产业链。在养殖环节，我国制定了完善的奶牛养殖标准和规范，落实养殖者主体责任，让健康的牛产健康的奶。在运输环节，生鲜乳抽检覆盖所有奶站和运输车。在加工环节，实行出厂批批检验制度。农业农村部数据显示，2017年全国生鲜乳抽检合格率达到99.8%，乳制品抽检合格率达到99.5%。

“下一步要继续织密监管网，进一步提升乳品质量安全。”农业农村部副部长于康震说，要落实养殖者的主体责任，加强饲料、兽药等投入品的使用监管，实行乳品企业“黑名单”制度和市场退出机制，构建严密的全产业链质量安全监管体系。好牛奶好奶。中国农业大学教授张胜利介绍，近年来，我国在奶牛品种登记、生产性能测定、分子育种技术等方面取得一定成绩，奶牛单产水平不断提升。“但我国自主培育优良种牛能力不足，良种扩繁有待进一步突破。”张胜利建议，重点在奶牛育种关键技术上着力，扶持培养一批国内具有自主育种能力的大型奶牛育种企业，构建奶牛良种“育、繁、推”一体

据人民日报

西藏米林白灵芝产业 带动当地百姓致富增收

“壮陶东方潮奋进新时代——庆祝改革开放40周年”主题采访中央媒体采访团近日走进西藏林芝市米林县。

米林县是西藏的边境县之一，有藏、汉、珞巴、门巴等多个民族，著名的南伊沟风景区坐落于此。

据了解，近年来，米林县大力开展精准扶贫工作。2016年，该县通过招商引资引进西藏灵芝生物有限公司在南伊洛巴民族乡南伊村实施白灵芝种植项目，这一项目的落地改变了当地百姓以农牧为主的传统生产作业结构。

据该公司负责人张平介绍，南伊村的白灵芝种植基地于2016年5月份开工建设，总占地面积1000余亩，建设观赏大棚1个，温室种植大棚40个。自基地建设以来，每年南伊村的百姓能获得约40万元(人民币，下同)的土地租金收入，向百姓租赁耕地机械也为他们带来经济收入，百姓不离乡、不离土就能吃上“产业饭”、赚上“产业钱”。

据了解，在每年4月-7月灵芝菌种植期间，当地百姓可以到种植基地务工。在白灵芝种植项目的带动下，当地民众每年每户增收约2700元，截至目前已为当地民众创收28万元。解

据中新社

