

17部门印发《关于加强县域商业体系建设 促进农村消费的意见》—— 县域经济发展迎来新利好

日前,商务部、国家发改委等17部门联合印发了《关于加强县域商业体系建设 促进农村消费的意见》(简称《意见》),为“十四五”时期加强县域商业体系建设,推动农村消费提质扩容作出详细部署。

《意见》提出,到2025年,在具备条件的地区,基本实现县县有连锁商超和物流配送中心、乡镇有商贸中心、村村有快递,年均新增农村网商(店)100万家,培育30个国家级农产品产地专业市场,经营农产品的公益性市场地市级覆盖率从40%提高到60%。

31条具体措施支持县域商业

《意见》指出,近年来,我国县域商业发展迅速,在脱贫攻坚和乡村振兴中发挥了积极作用。但总的看,县域商业发展依然滞后,商品和服务供给不足,与构建新发展格局要求还存在差距。

《意见》分为10个部分,针对制约我国农村商业发展的突出问题给出了31条针对性措施。

在健全农村流通网络方面,提出改造提升县城综合商贸服务中心和物流配送中心,鼓励城市大型流通企业拓展农村市场,共建共享,仓储等设备设施,丰富村级店快递收发、农产品经纪等服务;

在市场主体培育方面,强调引导供销、邮政、快递和农村传统商贸流通企业运用5G、大数据、人工智能等技术,促进县乡村商业网络连锁化;在丰富农村消费市场方面,明确农民需求为导向,鼓励生产企业开发适合农村市场的日用消费品、大家电、家居、汽车等,促进农村耐用消费品更新换代……

商务部流通发展司负责人在解读《意见》时表示,针对东中西部消费特点,南北方地区差异性,发展县域商业时要坚持因地制宜、实事求是,坚持分层分类,坚持下沉和上行相结合。在完善县乡村三级商业网络的同时,推动县域产业发展,吸引更多人才回乡创业就业。

“十四五”时期力求“四个突出”

据商务部流通发展司负责人介绍,“十四五”时期县域商业体系建设将体现“四个突出”:

一是突出把县域作为切入点。县是我国承上启下的重要行政单元,是发展经济、保障民生的关键环节。我国有2.1万个镇,当前农民消费主要集中在镇。“十四五”时期,把县域作为农村商业的切入点,不仅包括乡和村,还要包括镇,强化县城的中心地位,发挥镇的重要节点功能。

二是突出下沉和上行两个重点。“下沉”就是引导推动城市的生产流通企业下乡,带动新产品、新服务、新技术、新理念下乡,让农民在家门口,就能享受与城市同样水平的消费环境。同样质量的商品,同样标准的服务。“上行”就是推动农产品进城,减少流通环节,培育农产品品牌,增加农民收入,让城市消费者获得质量更优、价格合理的农产品。

三是突出现代流通体系。建设农村商业体系,必须贯彻新发展理念,把农村现代流通体系作为方向。通过推进信息化、标准化、集约化、规范化,统筹软硬件建设,补齐农村商业短板,改变农村商业落后面貌,提高农村商业发展水平,不搞低水平的重复建设,更不允许搞无序不公平竞争。

四是突出农民收入、农村消费双提升。农村流通连接生产与消费,乡镇和村两级消费市场占我国消费市场总体的38%,具有巨大消费潜力。健全农村现代商业体系,既要在个体层面,提高农民收入,增强农民获得感、幸福感;也要在宏观层面,扩大农村消费,形成强大国内市场。

为构建新发展格局夯实基础

商务部流通发展司负责人强调,加强县域商业体系建设,是巩固拓展脱贫

攻坚成果、全面推进乡村振兴的重要内容,是推动新型城镇化、加快县域内城乡融合发展的重要载体,是畅通国内大循环、培育完整内需体系的必然选择,是坚持以人民为中心发展思想、增强人民获得感和幸福感的客观要求,对促进农村消费、构建新发展格局具有重要意义。

中国社科院农村发展研究所研究员李国祥表示,《意见》从供给、需求以及供需联结等多个环节全面发力,有利于提升广大农村地区消费便利化、规范化水平,促进县域经济实现高质量的动态循环。

“随着我国新型城镇化的深入发展,农村居民收入持续提高,城乡之间的商品与要素联系更加紧密,一些县城甚至重点乡镇依托电商、直播等方式实现了商业体系的迅速完善。”李国祥说,《意见》的实施,将有力地完善县域商业体系建设,释放农村消费潜力,将我国超大规模国内市场优势切实发挥出来,最终为构建新发展格局夯实基础。

商务部表示,下一步将根据《意见》要求,会同相关部门建立协调工作机制,明确分工任务,落实工作责任,制定相关政策,推动各地地方政府结合本地区实际情况出台有针对性的措施,抓好工作落实,推进县域商业体系建设工作取得实质性成效。

据人民日报海外版

展示全球佳酿 促进开放合作 第十一届中国(贵州)国际酒类博览会9月举办

本报讯(记者 吴文俊)近日,记者从第十一届中国(贵州)国际酒类博览会招商宣传推介会上获悉,由商务部和贵州省人民政府共同主办的第十一届中国(贵州)国际酒类博览会(以下简称酒博会),将于9月9日至12日在贵州省贵阳市举办。本届酒博会主题为“展示全球佳酿促进开放合作”,以线上线下相结合的方式举办。

本届酒博会线上展示设进口酒展区、白酒展区、葡萄酒展区、啤酒展区、果酒和黄酒展区、保健酒和配制酒展区、涉酒全产业链展区;线下展示设展馆(展区)8个,展览总面积约8万平方米,设置标准展位约2500个,分国际精品馆、中国名酒馆、国际美酒馆、省(市、区)产区精品馆、酱香核心产区馆、酒类全产业链馆、“酒+”馆、嘉年华及美酒美食

综合展示区。线下展会拟邀请法国、西班牙、葡萄牙、澳大利亚、智利等40多个国家和地区的酒庄酒企在华机构、经销商参展,展示上万种展品。

中国(贵州)国际酒类博览会自2011年举办以来,经过10年发展,已成为具有贵州风格、中国特色、世界水平的国际知名酒类专业展会,成为贵州重大国际开放活动之一,为全球酒业及酒类全产业链经贸投资交流搭建起了重要平台。

第十一届中国(贵州)国际酒类博览会执委会办公室主任、贵州省贸促会(省博览局)会长(局长)苗宏说:“举办酒博会将利于克服新冠肺炎疫情挑战,促进经济复苏,将有力提振贵州省酒业发展信心,更好地发挥酒博会促进贵州全省经济社会高质量发展的作用。”

四川油菜籽总产量 连续多年稳居全国第一

□本报记者 赵蝶

自2018年起,国家粮油信息中心主办的“中国油菜籽产业发展大会暨油脂油料市场行业研讨会”举办地由湖北武汉市转移到四川成都市。近日,第十届中国油菜籽产业发展大会在成都顺利召开。大会以“信息引领、经营创新、合作发展”为主题,邀请18位业内学者、企业家分析分享市场行情,共谋油菜籽产业发展。

会议指出,我国油脂油料市场是充分竞争的开放市场,国内外油脂油料市场高度融合和统一。预计2021年国内食用植物油供应继续保持充裕局面,保供稳市具有坚实的物质基础。四川推进“优质粮食工程”,实施

“天府菜油”行动,打造“天府菜油”公共品牌,推动油菜籽全产业链融合发展,为乡村产业振兴和保障粮油安全做出积极贡献。2020年全省油菜籽总产量320万吨左右,连续多年稳居全国第一;有序推动油脂加工产能优化调整,一批粮油加工企业做大做强做优,闯出一条现代化“川油”产业发展的新路子。

会议同步举办了19家产业联盟企业的“天府菜油”品牌产品宣传推介活动,向全国油菜行业相关专家、企业代表集中展示“天府菜油”产品的特色和风采,为进一步树牢“天府菜油”的整体形象,传播“天府菜油”品牌文化起到了重要的推动作用。

猪价持续下调 上市猪企“降本增效”应对变局

进入2021年以来,国内生猪价格出现大幅下调。在此背景下,国家发展改革委6月16日对外发布生猪价格过度下跌三级预警,提出将密切关注生猪生产和市场价格走势,将及时开展储备调节。

记者注意到,面对猪价走跌的市场行情,生猪养殖企业通过控成本、提技术,把降本增效付诸行动。

猪价下跌致行业进入亏损阶段

据农业农村部6月16日发布的消息,5月份全国能繁母猪存栏量连续20个月环比增长,生猪生产完全恢复的任务目标已提前完成。随着生猪产能加快,生猪价格下降明显,6月份第二周,全国500个集贸市场生猪价格为每公斤16.24元,同比下降45.4%。

与现货市场行情同步,生猪期货主力合约也连续刷出上市以来新低纪录。

对于猪肉价格的下调幅度,不少上市猪企直呼:“超预期。”

有养殖企业负责人表示,前两年养猪的高收益引发大量投资者进入,扩张后市场总产能有所增加,但需求端跟进不足,导致猪价出现持续下跌。

卓创资讯分析师朱泽坤表示,猪肉供需两端不匹配导致猪价不断下探,供给端方面,国内生猪产能恢复良好,前期压栏惜售的大规格肥猪集中出栏,生猪供应充足,但是需求端仍疲软,且高温天气下终端对白条肉消化欠佳,加上低价货源不断冲击市场,导致猪价不断下调。

猪价持续下探,已经导致养殖户和规模企业出现不同程度的亏损。

发改委发预警提示合理安排产能

6月16日,国家发展改革委发布生猪价格过度下跌三级预警,提示养殖场(户)科学安排生产经营决策,将生猪产能保持在合理水平。

据国家发展改革委监测,6月7日至6月11日,全国平均猪粮比价价为5.88:1,进入《完善政府猪肉储备调节机制 做好猪肉市场保供稳价工作预案》设定的过度下跌三级预警区间(低于6:1)。

记者注意到,预案中,过度下跌情形预警共分三个等级。目前,三级预警是三个等级中最低级别的预警等级,发布预警的目的是引导养殖户平稳有序出栏,避免恐慌性集中出栏。

“上述预警的发布就是向全行业的生产者提示,现在的这个价格已跌

破了盈亏均衡线,出现了阶段性产能过剩的情况。”搜猪网首席分析师冯永辉分析称,对于生产者而言,这个信号也传递出在可能需要适度控制规模。

国家发展改革委还表示,下一步,将会同相关部门密切关注生猪生产和市场价格走势,及时开展储备调节,促进生猪市场平稳运行。

应对:控成本、提技术

在猪价走跌的市场行情下,生猪养殖企业该如何应对?

“生猪产能布局是个长期的过程,公司不会因为市场短期价格变化而改变长期思路。”神农集团董事长兼总经理何祖训告诉记者,猪周期之下,企业有盈就会有亏,最重要的就是争取在亏的时候少亏点,盈利的时候多赚些。他表示,作为国内最早实现“从农场到餐桌”全链条产业链建设的企业之一,上游饲料和下游屠宰的两端优势,使得企业能够科学地降低“动态养殖成本”,更加有底气地应对行业波动。

神农集团于今年5月正式登陆资本市场,其上市募集资金主要用于饲料及仔猪扩繁基地建设项目和生猪养殖基地建设项目和生猪屠宰等新建项目。

“短期波动对公司不构成实质性影响,但面对下行周期,公司在经营策略上以保守、稳健为主。”牧原股份相关负责人表示,目前公司优先保障公司生产经营的现金流,项目建设方面会根据资金情况灵活安排。

多位业内人士称,在市场价格已经跌破成本线时,“以量补价”逻辑已行不通,降本增效才是关键。

正邦科技对此也表示认同。公司相关负责人称,从去年四季度开始,公司便通过淘汰低效母猪、逐步清退租赁场替换优质产能等措施降低成本,目前公司成本已经处在明显的下降通道,接下来还会在信息化和数字化上投入更多资源,解决实际生产上的问题,最终实现养殖精细化、管理智能化。“今年公司的核心任务是降成本,两年内公司都会聚焦到养殖生产水平提升以及整体降本增效方面。” 据上海证券报



直播带货进果园 电商发展促振兴

近日,中国邮政集团有限公司重庆市永川区分公司“我为群众办实事”实践活动走进永川区何埂镇联盟村黑玫瑰李园,开展电商直播带货活动。当日,共销售黑玫瑰李1500多单。

在数字经济时代,何埂镇党委顺势而为、乘势而上,大力发展农村电商,让传统农业插上互联网的翅膀,实现了电商与产业发展、群众增收的双促进、双提升。2020年1月至6月,实现快递订单3.5万余单,销售黑玫瑰李、沃柑、“俏表嫂”大头菜、田哥牛肉等10个特色农产品,销售额达200万元,进一步增强了业主信心,为乡村振兴产业发展奠定了坚实的基础。近期,黑玫瑰李进入采摘期,邮政、顺丰等公司利用自身渠道、平台优势,让何埂农产品走向全国各地。

特约记者 陈仕川 撰

促进竹业科技交流 打造天府望江新名片 第四届中国天府(望江)竹产业国际论坛在蓉举行

□本报记者 赵蝶 文/图

近日,由国际竹藤组织、中国竹产业协会、四川省林业和草原局、成都市公园城市建设管理局指导,成都市望江楼公园、成都市竹文化发展研究会主办的第二十四届成都市竹文化节暨第四届中国天府(望江)竹产业国际论坛在四川成都举行。

国际竹藤组织东非地区办事处主任傅金和、中国竹产业协会秘书长杨淑艳、中国林业科学研究院林业科技信息研究所所长戴桂友、世界竹藤通讯主编李玉敏、四川省林产业联合会秘书长周泽辉、成都市公园城市建设管理局副局长谢玉常等领导嘉宾共同启动了本次论坛。成都市公园城市建设管理局副局长谢玉常发表了热情洋溢的致辞。来自国内外的专家学者、竹产业企业、竹文化精英、著名证券投资公司、股权投资界大咖等共计300多名代表共聚一堂,研究竹产业创新发展。

国际竹藤组织东非地区办事处主任、国际林竹藤项目协调员傅金和作了题为“国际国内竹产业发展现状及对策”的报告,四川省林产业联合会秘书长周泽辉作了题为“四川省竹产业资源现状及竹产业多业态发展模式”的报告,以色列驻中国领事馆副总领事 Mr. Ehab Hino 作了题为“以色列创新与农业发展”的报告,中国林业科学研究院研究员史军文作了题为“竹国际登录与竹产业发展”的报告,四川农业大学风景园林学院院长陈其兵作了题为“天府竹文化现状与乡村振兴”的报告,成

都市农林学院院长肖刚作了题为“成都市竹产业现状及高质量发展策略”的报告等。

会上,世界竹藤通讯正式依托成都市竹文化发展研究会成立“《世界竹藤通讯》四川工作站”,并举行了隆重的授牌仪式。论坛领导还对一批“竹产业优秀企业”“竹文化非遗大师”“竹文化优秀传承人”予以了表彰奖励。竹产业企业在会上进行了精彩的路演,并与投资人和参会嘉宾展开了热烈讨论。随后,多家竹产业、竹文化企业进行了精彩纷呈的竹产品展示活动。

悠悠千年的望江竹文化,整合了数百家从事与竹产业、竹文化相关企业,通过成都市竹文化节和天府望江竹产业国际论坛,现场诠释了望江竹文化新思路,进一步推进竹产业国际化交流,为成都乃至四川、全国竹产业高质量发展建设美丽乡村竹林风景线,打造天府望江竹文化名片。此次论坛旨在认真落实中央和四川省委决策部署,积极响应增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”,下好“竹”功夫,做好“竹”文章,共同研究推动竹产业发展之策,促进竹业科技交流,提升企业间交流合作,进一步推进竹产业国际化交流,打造天府望江竹文化名片,实现由竹资源大省向竹经济强省的跨越,为全国竹产业高质量发展做出新的更大贡献。



相关新闻:

四川省竹产业产值达到721亿元 跃居全国第二

记者从四川省林业和草原局获悉,截至今年5月底,四川省竹林面积达到1815万亩,位居全国第一;竹产业产值达到721亿元,跃居全国第二;共启动建设翠竹长廊(竹林大道)55条,设计里程940余公里。

2018年以来,四川省委、省政府高度重视川竹产业发展,连续3年召开全省竹产业发展和竹林风景线建设现场会,制定和实施《推进竹产业高质量发展建设美丽乡村竹林风景线的意见》,并将其纳入“10+3”现代农业产业体系、乡村振兴、成渝地区双城经济圈建设等重大战略统筹推进。各宜竹区贯彻落实中央和省、省委决策部署坚决有力,川竹产业得以高速发展,呈现出竹林面积大

幅增加、竹加工体系基本形成、新产业新业态快速崛起、竹业经济持续增长等良好态势。

今年是“十四五”开局之年,也是检阅四川省川竹产业“三年大见成效”的关键时期。全省上下,特别是川竹各协同单位将进一步提高政治站位,着眼扬优势、补短板,加强总体谋划和工作统筹,抓紧找准扭转川竹产业“大资源、小产业、低效益”格局的切入点,从根本上解决“环境容量制约”“竹区道路建设落后”“采运机械化程度不高”等瓶颈问题,切实把丰富的竹资源转变为发展优势、经济优势,转变为群众的致富门路,加快实现由竹资源大省向竹经济强省跨越,为乡村振兴战略注入新的动力。