

凝聚合力,让农产品消费活力持续迸发

多部门解读促进农产品消费新部署

农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部、商务部等十部门日前联合印发促进农产品消费实施方案,按照优化供给端、创新

流通端、激活市场端的政策思路提出一系列新举措,顺应农产品消费新趋势、新特点,着力从变化中培育增长点、拓展新空间。近日,

农业农村部新闻办公室举行新闻发布会,介绍促进农产品消费有关情况。会上,农业农村部、工业和信息化部、商务部有关负责人对

此进行了解读。

□王刚 李容琅

农产品消费作为涉及千家万户的基础民生,一头连着百姓生活、一头连着农业生产,是改善民生福祉的重要方面,是稳定农产品市场的重要抓手,是促进农民增收的重要路径,也是推动产业链供应链升级、实现农业高质量发展的重要动力。农业农村部副部长江文胜介绍,农业农村部全面落实党中央、国务院决策部署,全力抓好促消费工作,已取得积极进展。为进一步提振消费,农业农村部等十部门联合印发《促进农产品消费实施方案》(以下简称《方案》),提出9个方面23项具体举措,顺应消费新趋势、新特点,从变化中培育增长点,拓展新空间。各部门将切实抓好《方案》贯彻落实,加强协同联动,支持各地因地制宜采取举措,广泛动员社会力量参与,加快形成促进农产品消费的强大合力,更好满足人民群众多样化、品质化、差异化消费需求。

顺应消费趋势,更加注重品质化、个性化

近年来,消费者对品牌农产品以及新式饮品、功能性食品等加工产品需求快速增长。《方案》据此提出,优化绿色优质农产品供给,重点在提升“三品一标”水平、推进品质评价和质量分级、开发新型加工产品等方面发力。《方案》还专章部署强化品牌引领,增强消费信心。

农业农村部顺应农产品消费变化趋势,不断优化农业产业结构、产品结构、生产结构,发展优质特色农产品和服务。坚持“产出来”“管出来”一起抓,保安全、提品质同步推进。江文胜介绍,为更好顺应城乡居民对安全优质、营养健康农产品的多样化消费需求,农业农村部将继续大力发展绿色优质农产品,主要从三方面推进:一是扩总量。加大绿色、有机、名特优新和地理标志农产品培育力度。二是促优质。完善绿色食品标准体系,提高绿色优质农产品生产技术水平,推动农产品质量分级,从严加强证后监管。三是拓渠道。挖掘绿色、有机、名

特优新和地理标志农产品特色亮点,全方位、多角度开展宣传推介。

食品是农产品加工的主要载体,也是农产品消费的重要呈现方式。食品工业链接一二三产业,上游承接米面油、肉蛋奶、果菜茶等农产品种养环节,下游拉动人民群众的日常饮食消费,是重要的基础性产业和关键的民生产业。工业和信息化部消费品工业司副司长李强介绍,工业和信息化部作为食品工业主管部门,将推动生物技术赋能食品工业,拓展农业发展空间;挖掘食用农产品资源,培育特色食品产业,推进食品精深加工;搭建产需对接平台开展促消费活动,提振全社会食品消费。

品牌是质量的保证、信誉的凝结,具有重要的消费引领作用。如今,面对琳琅满目的农产品,越来越多消费者倾向于消费品牌产品。近年来,农业农村部持续推进农业品牌建设,一批具有较强竞争力、影响力、带动力的区域公用品牌、企业品牌和产品品牌脱颖而出,成为增强消费信心、带动农民增收、引领供需结构升级、推进农业高质量发展的重要动力。江文胜表示,农业农村部将会同有关部门从加大农业品牌精品培育力度、强化品牌目录消费引领、提升品牌营销服务能力等三方面强化品牌引领,增强消费信心。

改善消费结构,更加注重健康饮食、合理膳食

现阶段,我国城乡居民农产品消费需求已从“吃得饱”“吃得好”向“吃得营养”“吃得健康”转变。据有关数据,我国居民碳水化合物、脂肪、蛋白质等营养素的摄入总量已经基本达标,但是营养不均衡、不充分的情况还较为普遍。大豆及豆制品、牛奶及乳制品等优质蛋白摄入不足,消费提升空间较大。目前,我国年人均奶类消费量是40.5公斤,远低于110~183公斤的膳食推荐量;大豆及豆制品的摄入量低于推荐量的59%。《方案》有针对性地提出,提升营养健康公共服务,强化健康消费宣传引导。

去年以来,农业农村部联

合国家卫生健康委、工业和信息化部印发《中国食物与营养发展纲要(2025—2030年)》,并会同国家卫生健康委以“奶豆添营养,少油更健康”为主题,举办全民营养周活动,倡导增加大豆、牛奶消费,引导消费者形成科学的膳食结构。

市场与信息化司司长雷刘功表示,下一步,农业农村部将会同有关部门,组织专题科普宣传,促进营养健康消费。一是提升营养健康公共服务。研发推广营养健康食谱,重点引导增加优质蛋白、富含膳食纤维等食物消费。《方案》重点针对学生群体,要求科学确定学生餐计划,优化营养配餐,推动豆制品、优质豆奶等产品进儿童福利机构,鼓励各地扩大学生饮用奶推广,实施好农村义务教育学生营养改善计划,推动食品营养与健康相关知识纳入健康教育教学内容。二是强化健康消费宣传引导。会同相关部门深入推进“健康饮食 合理膳食”专题科普宣传,积极开展“减油、增豆、加奶”和“增加蔬菜水果、全谷物和水产品摄入”宣传,引导城乡居民调整饮食习惯和食物结构。推出奶类、牛肉美食地图,推动农产品消费与文旅消费深度融合。

丰富消费场景,更加注重体验感、互动性

如今,农产品消费场景已突破传统市场局限,呈现多元化、融合化的趋势。越来越多消费者不仅关注产品品质与安全,也关注社交属性、精神文化等需求。《方案》提出,要不断丰富农产品消费场景,创新节庆展会消费平台,深化线上线下、商旅文体健多业态消费融合。

雷刘功介绍,农业农村部将按照《方案》部署,会同相关部门大力拓宽农产品消费渠道、丰富消费场景。一是充分挖掘节庆市场。针对节假日和农事节庆,引导各地广泛开展绿色优质农产品进商圈、进街区、进景区等主题活动,组织产地溯源直播、美食品鉴。二是充分利用展会聚集效应。依托一批高水平的展览展会组织“百展千县万品”购销活动,组织国家级农产品产地市场、

农业农村部定点市场开展“地道风物 乐享生活”主题促消费活动。三是充分联动赛事等活动。引导各地结合“跟着赛事去旅行”“乐享精彩赛事 寻味中华美食”等体育赛事品牌活动,配套举办本地“土特产”展示展销、乡村美食品鉴等活动,提升消费体验感和获得感。

农事研学、农创市集蓬勃发展,“村字号”文体活动和非遗体验人气高涨……发展乡村休闲旅游已成为塑造消费新场景、拓展消费新空间的重要途径,既能激活乡村资源、拓宽农民增收渠道,又能促进城乡要素流动、丰富群众精神文化生活。近年来,农业农村部深入挖掘农业多种功能和乡村多元价值,通过实施乡村休闲旅游精品工程、推介乡村休闲旅游精品线路、组织“村字号”文体活动等方式,持续培育消费新增长点。江文胜表示,农业农村部将会同有关部门,从强化金融政策支持、丰富休闲农业业态、创新“村字号”文体活动等方面,扎实推进乡村游购一体发展。

夯实消费保障,更加注重流通质效、产销协作

农产品流通连接田间和餐桌,是优化农产品供给水平、扩大农产品消费的重要环节。《方案》提出,在产地,完善农产品市场、冷链集配中心等流通网络,补齐“最先一公里”短板;在销地,支持菜市场、生鲜超市等标准化改造,提高便民服务水平。同时,《方案》还提出创新省际产销衔接合作,开展产销对接帮扶。

建设畅通、安全、高效的农产品现代流通体系,有利于降低农产品流通损耗,拓宽农产品上行渠道。商务部流通发展司一级巡视员张祥介绍,商务部近年来在加快农产品流通体系建设方面主要开展三方面工作:一是加快健全农产品供应链。结合城乡商贸流通网络建设,支持农产品批发市场、菜市场、生鲜超市改造升级,补上冷链物流设施短板。二是推动农村电商高质量发展。发展即时零售、直采直供、共同配送等新业态,培育农村电商带头人,打造“农字号”电商

品牌。三是打造农产品产销对接平台。2018年以来每年举办全国农产品产销对接系列活动,今年升级举办全国农产品产销大会,开展集中对接。下一步,商务部将与农业农村部一道,发挥商贸流通引导生产、促进消费的先导作用,加快推动农产品供应链数字化、智能化、标准化转型,让更多优质农产品走出乡村、走向全国。

生鲜农产品因其独特性,对物流运输质效提出了更高要求。如今,生鲜农产品从产地到餐桌一路“鲜”,离不开冷链物流的支撑和保障。“十四五”期间,农业农村部持续推进产地冷链物流网络建设,加快补齐产地冷藏保鲜设施短板,推进冷链重要节点建设,优化产地市场体系。下一步,将按照“优网络、强协同、增效益”的总体思路,持续优化产地冷链物流设施网络,强化全链条协同融合,为农产品生产流通消费提供有力保障。

当前,产销跨区域合作越来越深入。特别是依托东西部协作、定点帮扶、社会动员等机制,东部省份、中央定点帮扶单位、广大民营企业和社会组织积极帮助脱贫地区培育特色农产品品牌,建设“直采直供”基地。数据显示,2021—2024年,东西部协作省份采购和帮助销售西部协作地区农产品4200多亿元,中央定点帮扶单位采购和帮助销售脱贫地区农产品1600多亿元。

江文胜表示,农业农村部将会同相关部门,深入推进产销区域合作,加强协作帮扶促消费。一是推进协作帮扶促消费专项工作。以东西部协作省份为重点,开展产销双方撮合沟通,推动在更大范围实现市场化对接。二是发挥定点帮扶机制促消费作用。引导中央定点帮扶单位积极宣传推介定点帮扶县特色农产品,组织线上线下产销对接活动。三是动员社会力量参与促消费活动。深入推进“万企兴万村”行动和社会组织助力乡村振兴专项行动,动员民营企业、社会组织加大农产品采购和帮销力度,帮助打造乡村文化旅游消费新场景,吸引更多城市群体到乡村消费,带动农民增收。

(来源:《农民日报》)