

日前，由河南（郑州）国际现代农业博览会组委会、河南省电商协会举办的“2019首届河南省农产品电商十强县”评选活动揭晓，宁陵县荣获“首届河南省农产品电商十强县”称号。通过“电商+网货基地+贫困户”的模式，该县将重点培育一批区域影响力大、辐射带动范围广、竞争力强、文化底蕴深厚的农业品牌——

农产品对接大市场 带动产业链延伸

文/图 本报记者 高会鹏

今年“双11”，宁陵县乔楼乡十里铺的网货基地分外忙碌，十几位农村大妈忙着分拣花生、红薯等农产品并装箱，门外部物流货车陆续装车，迅速通过县电商物流中心发往全国各地。

“电子商务为农村经济提供了新的发展途径，突破了信息不对称带来的发展滞后问题，但农产品品质追溯、农村专业电商人才匮乏、农产品上行渠道有限、物流‘最后一公里’等问题是制约发展的主要障碍。”宁陵县科创电商产业园党委书记冯玉政介绍。近年来，宁陵县通过快速培养、政策帮扶等方式，使农村市场迅速与更高级市场接轨，做到供需平衡，尽最大程度帮助贫困户去产能，持续推进农产品上行，有效缓解了农产品销售压力。农村电商市场无限宽广，宁陵一直在加快探索更好的电商模式，实现农产品触网的同时，让电商扶贫厚积薄发，拓宽贫困户增收脱贫路。

电商发展，规划先行。建设宁陵县网货基地，是为了提高宁陵农产品产业化、品牌化、规范化，走具有电商+农业的特色现代化农业发展路线。宁陵通过优化特色优势农产品区域布局，实现专业化生产、规模化发展、产业化经营，有效推动产前、产中、产后各环节的综合化服务，提升生产的组织化水平，带动产业链条延伸，形成小农户大基地、小规模大群体的发展格局，实现小生产与大市场的有效对接，探索发展农产品上行的宁陵模式。

记者看到，宁陵通过加大农特产品电商标准宣传培训力度，加强农产品电商标准服务，开展农产品电商标准化试点示范，培育一批具有引领示范效应的试点示范项目，总结推广示范

成功经验，强化农产品电商标准的推广应用，打造基地形象：标准授牌，前店后产，前展后仓。

无基地，不电商。宁陵县推进特色农产品种植养殖、农产品生产加工网货基地建设，探索形成了有机农业园区化管理、公司化运营、市场化运作、品牌化提升的“四化”运行模式，形成了园区拉动、龙头带动、基地推动、品牌撬动、扶贫联动、政府促动的发展格局。该县组织专门机构，依据国家有机基地建设标准和有机产品生产标准，组织、指导、帮助、检查各有机认证企业，建立健全了申请认证资格标准、组织管理体系、过程操作规范体系、技术规范体系、过程质量内控体系、产品追溯体系等，从内部机制上进一步规范认证企业生产流程，初步形成了产品多元、链条互补、集群发展的园区产业体系。在园区集聚效应引领下，全县认证品种覆盖粮食、蔬菜、果品、水产品等。

经过不断探索，宁陵县的网货基地建设取得了显著成效。目前，全县在所有网货基地门头醒目位置统一挂牌，扩大基地的影响力。基地内建成物品存放区、产品分拣包装区、成品待发区、产品展示区、电商运营办公区、综合服务区等区域，依托网货基地建设，形成农产品资源库，统一质量认证、分等分级、产品包装、业务规范等标准。按照统一品牌、统一包装、统一标准、统一宣传、统一管理的要求，进行宁陵本地产品的开发，促进基地直发、大宗采购、电商平台对接与运营，促进产销对接，形成宁陵自身的供应链体系。同时，建立二维码溯源管理体系，在网货基地全部配套农产品二维码查询系统，将产地环境、种苗、施肥、用药、采摘、包装、储运、销售等环



在宁陵县网货基地，农民利用当地特产白蜡杆编织工艺品。

节纳入追溯范围，做到“带标上市、过程可控、质量追溯”。“加快构建现代农业品牌体系，培育出一批‘省内第一、全国有名’的农业品牌，促进农业增效、农民增收和农村繁荣，推动宁陵县品牌农业发展。”宁陵县县长马同和介绍，未来两年，该县将重点培育一批区域影响力大、辐射带动范围广、竞争力强、文化底蕴深厚的农业品牌，打造1-2个农产品区域公用品牌，3个农业企业品牌，10个农产品品牌。

睢县：培植特色产业 拓宽增收渠道

本报讯（记者 黄业波）“我们潮庄镇自从发展芦笋产业以来，经历了从无到有、从小到大、从散到聚的过程，目前全镇芦笋种植面积2万余亩，建立了芦笋产业园、芦笋基地和芦笋加工扶贫车间等。如今，俺镇村村有园区、户户有产业、人人有事干，芦笋种植让农民尝到了甜头，拓宽了群众增收致富的渠道。”11月19日，该镇党委书记罗诗勇说。

脱贫攻坚战打响以来，睢县创新农业发展载体，坚持“南笋北椒中果蔬”的脱贫产业发展路子，紧抓芦笋、辣椒两大主导产业，出台《关于支持农业特色主导产业发展的实施意见》，加大扶持力度。截至目前，全县发展辣椒种植8.5万亩，发展芦笋种植5万亩，发展优质花生种植30万亩、蔬菜种植18万亩，带动2.3万户贫困户产业实现稳定增收。按照“55455”畜牧产业布局，抓好“鸡鸭猪牛羊”特色养殖，重点抓好以鸿泰为龙头的养鸡，以老家乡、水城德福为龙头的养猪，以凤飞、龙源、高老庄等为龙头的养猪，以瑞亚农业花花牛为龙头的养牛，以及钰鑫湖羊为龙头的养羊等，大力发展标准化、规模化养殖，持续壮大畜牧产业集群，建成标准化养殖场（区）203个。

该县充分发挥扶贫车间带动脱贫作用，将扶贫车间租金收入纳入村集体资产，作为兜底户的受益资金、脱贫困难户

的公益岗位受益及村扶贫公益事业等。创新精准扶贫方式，聘请20多名来自农技、植保、种子、土肥、蔬菜等领域知名专家组成特色产业专家服务团，走村传授技术，入户调查摸底，指导与带动全县脱贫特色产业转型升级，带动贫困人口脱贫致富。

发挥龙头带动作用。加大对龙头企业带贫在政策、贷款等方面的支持力度，新增龙头企业26家，其中省级龙头企业4家，市级龙头企业18家。采取“龙头企业+基地+贫困户”“基地+合作社+贫困户”“家庭农场+贫困户”“合作社+贫困户”等带贫模式，新增农民专业合作社51户，带动1.3万户贫困户持续增收。

为用足用活政策，睢县按照“脱贫不脱政策”的要求，制定下发《关于鼓励自主脱贫稳定脱贫的若干政策意见（试行）》，对发展种植、养殖、个体私营经济等脱贫产业的贫困户给予产业奖补，切实将贫困户“扶上马、送一程”。开展脱贫攻坚“回头看”“政策落实月”活动，逐村逐户排查贫困户和边缘户存在的风险和漏洞，对涉及“两不愁三保障”问题，进行重点交办并限期整改。截至今年9月底，落实种植补贴、养殖补贴、私营经济补贴34587户、2182.69万元，落实企业合作社带贫17432户、1862.82万元。



11月19日，工人们将通过线上销售的日用品打包发货。睢县能仁家居用品总投资3.2亿元，是一家集大、中型日用品智能化新品的研发、生产、直营+加盟的家居用品连锁销售企业，可年产1000万件智能化家居用品。本报记者 崔坤 摄

消费评说



规范命名有利防止保健品「坑老」

□ 魏文彪

国家市场监督管理总局日前公布了《保健食品命名指南(2019年版)》。该《指南》指出，保健食品的名称不得涉及疾病预防、治疗功能，不得误导、欺骗消费者。人体组织、器官、细胞、人名、地名、特定人群和保健功能名称或与表述产品保健功能相关(近似、谐音、暗示、形似等)，均不能在保健食品命名上出现。

保健食品顾名思义只是对身体健康或某部分功能具有保健的作用，并不具有预防、治疗疾病的功效。然而，一直以来，部分保健食品的名称均涉及疾病预防、治疗功能，有些保健食品名称与人体组织、器官相关，包括近似、谐音等，如“常润”谐音“肠润”、“常菁”谐音“肠清”，以及“静心助眠口服液”等等。保健食品名称涉及疾病预防、治疗功能或与人体组织、器官相关，容易对消费者产生误导作用，甚至可能导致部分患者迷信保健食品，进而放弃疾病治疗，影响身体康复。

此外，近些年来，各地都有不少老年人大量购买、囤积保健食品，甚至花费终身积蓄购买保健食品现象发生。而老年人大量购买保健食品，除了与部分保健食品销售人员在产品销售上使用套路，如针对老年人心理空虚、渴望亲情抚慰需求，对老年人进行情感“投资”，以及对产品进行虚假宣传等有关之外，部分保健食品使用涉及疾病预防、治疗功能或者与人体组织、器官相关的名称，对老年人起到误导作用，也是不可忽视的原因之一。

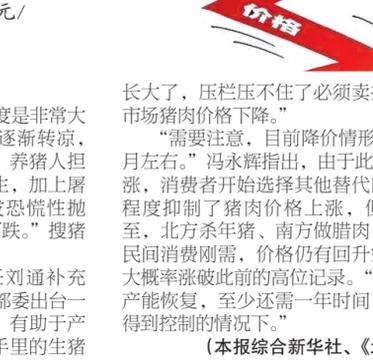
而国家市场监督管理总局发布《保健食品命名指南(2019年版)》，对保健食品命名予以规范，明确保健食品的名称不得涉及疾病预防、治疗功能，不得与人体组织、器官、细胞等相关或近似、谐音等，则业内人士认为的，有利于让保健食品回归本位，避免对消费者产生误导作用，进而减少部分人迷信保健食品放弃疾病治疗，以及部分老年人大量购买、囤积保健食品现象发生。

同时，各地相关部门还应应对保健食品欺诈销售行为进行大力整治，对那些通过各种手段误导、欺骗老年人购买保健食品行为，依法进行打击，再辅之以对保健食品命名规范，真正让相关规定落到实处，才会有利于在更大程度上减少老年人不必要地大量购买、囤积保健食品现象发生，切实保障老年人的权益，维护社会和谐稳定。

长大了，压栏压不住了必须卖掉，进而推动市场猪肉价格下降。

“需要注意，目前降价情形最多维持1个月左右。”冯永辉指出，由于此前猪价过快上涨，消费者开始选择其他替代肉食品，一定程度抑制了猪肉价格上涨，但鉴于年关将至，北方杀年猪、南方做腊肉，猪肉依旧是民间消费刚需，价格仍有回升空间，甚至将大概率冲破此前的高位记录。“想要等到生猪产能恢复，至少还需一年时间，且是在疫情得到控制的情况下。”

（本报综合新华社、《北京商报》）



物价走势

生猪和猪肉价格开始回落

截至11月15日，全国猪肉平均批发价格已由11月11日的49.61元/公斤降至48.13元/公斤，降幅达3.07%，完成11月以来首个五日连降

公斤的历史高位，一度影响全国10月CPI同比增速创下过去七年新高。

据国家统计局日前发布的数据显示，10月份全国CPI同比涨幅达3.8%，较9月扩大0.8个百分点。其中，猪肉价格同比涨幅达101.3%，拉高CPI同比上涨2.43个百分点。受替代效应影响，牛肉、羊肉、鸡肉和鸡蛋价格上涨12.3%—21.4%，合计影响CPI上涨约0.41个百分点。猪肉价格下跌，很大程度上是养殖端生猪价格下滑传导的结果。据搜猪网数据显示，11月15日，全国瘦肉型生猪价格已由月初的38.58元/公斤降至33.91元/公斤，价格回落5元/公斤。

正如11月15日，农业农村部副部长韩长赋在出席第十七届中国国际农产品交易会时所言，进入11月，全国各地的生猪和猪肉价格已经开始回落。据农业农村部“全国农产品批发市场价格指数系统”监测数据显示，截至11月15日，全国猪肉平均批发价格已由11月11日的49.61元/公斤降至48.13元/公斤，降幅达3.07%，完成11月以来首个五日连降。

另据北京新发地批发市场公布数据称，11月10日至16日期间，瘦肉型白条猪肉均价较上周环比下降9.6%。11月16日的平均价格为21元/每斤，较10月29日的16元/斤最高市场价下降5元。

不仅如此，随猪肉同时降价的还有一众肉禽替代品种。农业农村部数据表示，11月11日至15日期间，除牛肉批发均价小幅上涨0.38个百分点外，白条鸡、羊肉价格均出现不同程度下降。其中，每公斤白条鸡价格由21.13元降至20.94元，降幅约0.89%；羊肉由68.61元/公斤降至67.51元/公斤，降幅约1.88%。

此次猪肉降价系11月以来首次连续5日连降，在此之前的10月，猪价也曾因产能缺口、养殖户囤母售等原因，一度站上52元/

2019年11月20日 星期三
传递财经资讯
解读宏观政策
聚焦产业动态
对话风云人物
总第417期

经济热词

两业融合

11月15日，国家发改委等十五部门联合发布《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》(以下简称《意见》)。《意见》提出，将鼓励符合条件的各类市场主体开展两业融合发展试点，先行先试，探索先进制造业和现代服务业融合的新模式。

《意见》指出，近年来，我国两业融合步伐不断加快，但也面临发展不平衡、协同性不强、深度不够和政策环境、体制机制存在制约等问题。

鉴于此，《意见》明确，将从培育融合发展新业态新模式、探索重点领域融合发展新路径、发挥多元化融合发展主体作用等方面入手，到2025年，将形成一批创新活跃、效益显著的深度融合企业、平台和示范区。

为了进一步明确发展业态，《意见》梳理提出10种发展潜力大、前景好的典型业态和模式。其中包括推进建设智能工厂、加快工业互联网创新应用、推广柔性化定制、发展共享生产平台、提升系统集成总承包水平、加强全生命周期管理、优化供应链管理、发展服务衍生制造、发展工业文化旅游以及其他新业态新模式等。

降价求生

年末将至，随着房企降价抢跑，双向调节多地开花，房价涨势继续平稳收。11月15日，国家统计局公布的70个大中城市房价数据显示，今年10月，全国新房、二手房涨价城市数量以50城和31城，较上月再减3城和9城。

“从目前房价升降城市数量来看，更优价格走势正在形成，对购房者入市而言，也意味着成本与压力在同步降低。”易居研究院智库中心研究总监严跃进表示。

具体而言，10月份，一、二、三线城市新建商品房价格环比涨幅分别为0.1%、0.5%和0.6%，涨幅较9月份回落0.3、0.1和0.2个百分点。

对于新房价格上涨城市减量叠加涨幅回落，诸葛找房数据分析师任英表示，这是鉴于“金九”期间成交量表现平平，房企降价促销、打折等促销行为并未换来较高的成交量。“银十”到来，房企为加快销售，加速促销，降价力度更大，使得各等级城市新房价格出现不同程度回落所致。

与此同时，受新房降价影响，二手房也纷纷降价销售，部分置换需求较为迫切的业主，降价力度也有所扩大，使得更多的城市加入到下跌城市行列中，各等级城市涨幅也有所收窄。在任英看来，由于降价促销行为仍在，预计到今年年底，各地新房、二手房价格均将保持稳定或微跌。

（本栏文章均据新华社）
编辑 董娜
E-mail: dongna4689@126.com