

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、销售等环节



在宁陵县网货基地，农民利用当地特产白蜡杆编织工艺品。

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。

5版

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窄。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

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

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。

“可以说这次生猪价格回落速度是非常大的。主要是由于立冬之后，天气逐渐转凉，昼夜温差较大，猪病高发期到来。养殖户担心非洲猪瘟疫情等不确定原因发生，加上屠宰场为促进销售降低肉价，引发恐慌性抛售，这也加剧了短期内猪价震荡下跌。”搜猪网首席分析师冯永辉分析指出。北京新发地市场统计部主任刘通补充说，“价格下降一方面基于此前各部委出台一系列政策措施，提高了养殖预期，有助于产能恢复；另一方面，许多养殖户手里的生猪

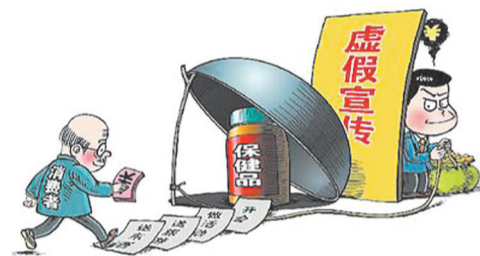


长大了，压栏压不住了必须卖掉，进而推动市场猪肉价格下降。”

“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，一定程度上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，甚至将大概率突破此前的高位记录。“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》）

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，甚至花费毕生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。