[各抒己见]

为种植业提供更好政策土壤

聚焦品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产，打造一批“三品一标”基地，对于推动种植业高质量发展有重要意义。对此，应综合施策，持续优化基地建设的资源要素配置。

近日，农业农村部办公厅印发了《种植业“三品一标”提升行动实施方案（2022~2025年）》，提出要打造一批种植业“三品一标”基地。聚焦品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产，培育优势特色突出、示范带动能力强的种植基地，为种植业提供更好的“政策土壤”，这对推动种植业高质量发展有重要意义。

在实践过程中，如何有效化解种植业“三品一标”基地建设的制约因素，将对基地建设速度与质量，起到重要的积极作用。

一方面，对细碎耕地加以整合，将有助于加快基地建设速度。耕地是种植业高质量发展的空间载体，将生态良好、集中连片的耕地与良种结合，以高标准引领，能够产出品质优良稳定的农产品，便于品牌打造，提升种植业效益和竞争力。

另一方面，优化资金、人才、技术等要素配置，有助于提升种植业基地建设质量和效益。种植业“三品一标”基地建设是一个系统工程，需要多方合力，围绕良种繁育、绿色技术、标准制定、品牌打造等，聚集资金、人才、技术等要素协同推进。从现实情况来看，在资金、技术、人才等要素的吸纳上，城市明显优于乡村，仅靠乡村自身难以解决种植业基地建设的要素短缺问题。

对此，应聚焦种植业“三品一标”基地建设的资源要素，综合施策。

应发挥自治组织、合作组织、农业社会化服务组织等各种组织的作用，推动耕地规模化、集中化，为种植业“三品一标”基地建设奠定基础。可以根据各地实际情况，创新农业规模化经营方式，扩大耕地地块规模、经营规模及集中连片规模。

应通过有效市场与有为政府的结合，为种植业“三品一标”基地建设提供要素支撑。在基地建设过程中，政府需发挥好引导作用，加大对“三品一标”基地的政策扶持力度，以及对基础设施、绿色技术研发、标准制定等方面的投入力度。通过政府的政策引导、示范引导、投入引导，强化农民在“三品一标”基地建设中的主体地位，激发企业和工商资本投资种植业的动力，调动高校、科研院所等社会力量在繁育良种、制定生产标准、提供绿色技术上的积极性。另外，应让龙头企业成为产业链“链主”，推进产业融合与品牌打造，以提升种植业“三品一标”基地的市场竞争力。通过多主体、多力量、多机制的介入与协同，使种植业“三品一标”基地建设形成“农民主体、政府主导、企业引领、社会参与”的良好局面，持续提升种植业“三品一标”基地建设质量。

郭珍

我国粮食产业加速品牌化

民以食为天，米面油等粮油产品是生活必需品，一日三餐不可缺少。保障粮食安全，不仅要吃得饱，还要吃得好、吃得营养、吃得健康。我国粮食生产连年丰收，粮食供给能力稳步提升，市场粮食货源充足，品种丰富。党的十八大以来，我国加快粮食品牌建设步伐，推进农业供给侧结构性改革，着力补齐短板、破解瓶颈，推进粮食产业高质量发展，增加优质粮食供给，从更高层次上保障国家粮食安全。

需求引领品牌升级

在北京京西一家大型超市粮油专区，吉林大米、五常大米、古船面粉、中裕面粉、河套面粉等知名粮食品牌摆满货架。“以前买米面油不看品牌，现在品牌是购物时最看重的因素之一，品牌粮油价格高点，但质量有保证。”家住北京海淀区的丁金英一边挑选商品一边说。

需求升级推动粮食消费品供给提质。随着我国居民人均可支配收入持续增加，生活水平不断跃升，消费呈现升级与分层特征，各类新消费群体不断涌现，个性化、多样化的细分市场发展迅速，粮食品牌化消费市场已经形成。目前，已经形成了一大批久负盛名、驰名中外的粮食品牌，如五常大米、忻州小米、延津小麦等，但还远远不能满足市场需求。“加强粮食品牌建设是推进我国粮食供给侧结构性改革，从更高层次上保障国家粮食安全的必由之路。”中国农业大学国家农业市场研究中心主任、教授韩一军说。

2015年，习近平总书记在吉林考察时明确指出，“粮食也要打出品牌，这样价格好、效益好”。这为粮食产业高质量发展指明了方向，打开了思路。从此，我国粮食品牌建设走上了加速发展的道路。

近年来，各地根据自然资源禀赋和产业发展实际，出台支持政策，多措并举打造粮食区域公用品牌，我国粮食品牌建设有力推进，涌现出一批特色鲜明、质量可靠、知名度高、市场影响力大的粮食品牌，区域公用品牌、企业品牌和产品品牌协同发展势头良好，粮食品牌体系已经初步形成。在粮食品牌中，大米品牌的发展尤为突出。2021年五常大米等品牌的溢价率超过100%，成为带动我国粮食品牌高质量发展的“领头羊”。

品牌代表着供给结构和需求结构的升级方向。如今，越来越多的知名粮油产品源源不断进入后厨、摆上餐桌。粮油产品结构更加丰富，不仅有“精米白面”，还有糙米、全麦粉、小米、燕麦、薏米等全谷物产品以及杂粮产品；产品包装也从大包装、散装向精美小包装转型，粮食质量更有保障，消费体验更加美好。

增值效应初步显现

品质强则品牌强，品牌强则产业旺。粮食品牌化建设是推动粮食产业高质量发展的重要抓手。各地通过粮食品牌化打造，构建现代粮食产业体系、生产体系和经营体系，建立“产购储加销”全产业链经营模式，推动产业向价值链中高端迈进，提升粮食全产业链创新力、竞争力、全要素生产率，提高粮食质量、种粮效益，真正实现区域经济发展、企业增效和农民增收的“三赢”局面。

粮食品牌成为地区名片。通过粮食区域公用品牌打造，能够把粮食主产区的粮食资源优势转化为产业优势和经济优势，从而推动主产区走出“产粮越多财政越穷”的发展困境。吉林省是产粮大省，也是国家重要商品粮基地，多年来粮食人均占有量、商品率均居全国第一位。粮食生产贡献大，但增值转化能力弱，农民还不富裕。2013年以来，吉林省实施“品牌强农”战略，相继培育出吉林大米、鲜食玉米两大著名粮食品牌，实现从“卖原粮”向“卖产品”“卖好产品”转型。与品牌建设之初相比，吉林省大米企业自有基地面积从130万亩增加到330万亩；优良品种覆盖率超过80%；中高端大米销量从9亿斤增加到25亿斤；全省水稻加工业产值从140亿元增加到260亿元。2021年，全省鲜食玉米产值达到32亿元，比2019年品牌建设之初翻了一番，吉林鲜食玉米产业得到飞速发展。

粮食品牌成为企业的金字招牌。近几年随着粮食价格的上涨，中小粮食加工企业再次陷入“麦贵粉贱”“稻贵米贱”的行业发展困境。从企业实践看，中粮、北大荒、内蒙古恒丰、山东中裕、吉林东福米业等一批粮食加工企业走品牌化发展道路，重塑产业链、供应链和价值链，实现“优粮优产、优粮优购、优粮优储、优粮优加、优粮优销”，推动企业从生产低端产品向生产中高端产品转型，摆脱了行业发展困境。山东滨州中裕食品有限公司全力攻坚小麦精深加工，一粒小麦可以加工成500多种产品，小麦生产加工成面粉、挂面、谷朊粉、赤藓糖醇等多种产品，比普通加工产值提高147%。

粮食品牌化发展能够助推种粮农民走出“谷贱伤农”的困境。种粮比较效益低，是影响农民种粮积极性的重要因素。各地通过打造粮食品牌，充分发挥粮食产业龙头企业和种粮大户带动作用，引导农户多种粮种好粮。同时，构建“龙头企业+合作社+农户”利益联结机制，让农民能更多分享粮食全产业链增值收益。地处河套平原腹地的内蒙古恒丰集团银粮面业有限责任公司近年来走品牌化发展道路，构筑从“田间地头到餐桌”的全产业链经营模式，带动了河套地区小麦面粉加工产业规模量产，在公司产业规模的带动作用下，当地春小麦收购价格比河南、河北、山东等主产区小麦平均每公斤高0.8元左右，成为世界量产小麦原产地收购价最高的地区，每年带动河套地区农民直接增收约1.2亿元。

“粮食品牌溢价能力的增强提高了农民种粮积极性，打造出粮食产业发展新优势，为保障国家粮食安全提供了有力支撑。”韩一军说。

主动作为久久为功

我国粮食品牌化发展方兴未艾，有着非常广阔的空间，各方要主动作为，共同营造“谋品牌、创品牌、管品牌、强品牌”的良好氛围，着力强化粮食行业品牌顶层设计和制度创设，激发全社会参与粮食行业品牌建设的积极性和创造性，共同推动粮食品牌化建设。

要坚持发展规划引领。各地要因地制宜，根据当地资源优势、发展现状和地域特色，科学制定区域品牌发展规划，明确区域品牌的核心价值、品牌内涵和品牌定位。重点围绕粮食优势产业，带动产业结构、品种结构和生产结构调整优化，形成特色鲜明、比较优势突出的生产布局，建设具有特色的区域品牌。

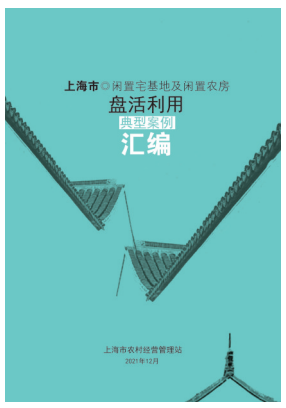
要培育引导好品牌建设的主体。企业是品牌建设的主力军，要扶持企业做大做强，在品牌建设当中发挥重要的引领和突破作用。同时，企业要利用好区域品牌资源，从品质、功能、外观、包装等方面整体打造，努力形成市场知名度高、发展潜力大、有持久竞争力的农产品品牌。此外，还要通过构建“企业+合作社+农户”经营模式，让企业带动合作社、小农户参与到粮食品牌建设中，实现共同发展。

要大力实施创新驱动发展战略。把自主创新作为培育品牌的内核，把品牌价值作为衡量创新成效的重要标准，这样才能保证品牌旺盛持久的生命力。同时，还要坚持以市场为导向，以发掘和引领需求为追求，加强服务创新和商业模式创新，提高精细化管理水平。

要强化知识产权保护意识。必须坚持品牌建设与知识产权保护工作相结合，完善商标战略，及时规范注册商标、商号等商业标识，防止恶意抢注；要通过对专利、商标、商业秘密、著作权等的综合运用，建立完善的品牌保护体系。严厉打击品牌侵权行为，重点打击冒用地标和商标、掺混调和、无证生产、虚假宣传等侵权违法行为。

刘慧

[连载·上海市闲置宅基地及闲置农房盘活利用典型案例汇编]



本书汇集了各方关于宅基地和农村村民行为管理、宅基地和房屋确权登记、闲置宅基地和闲置农房盘活利用等方面的问题。

让沉睡的资源变成农民致富和乡村发展的源头活水

——金山区和平村盘活利用案例介绍

农村宅基地是农民安居乐业和农村社会稳定的重要基础，农房是村民的重要财产，承载着广大村民对美好生活的向往和期待。加强本市宅基地和农民建房行为管理，引导村民住宅建设合理、节约利用土地资源，对于切实保护农民权益、打造上海现代化大都市的亮点和美丽上海底色，推进实施乡村振兴战略具有十分重要的意义。

（上接10月11日第7版）宅基地生活+资产收益兼顾。建设过程中，吕巷镇联手思尔腾公司，通过宅基盘活、资本引导、孵化运营等多种方式引导村民参与成立股份制合作社，在自家宅基地上创业、就业实现多渠道增收。村民可以选择房屋出租（按需灵活选择底层、底层+二楼部分、整幢出租）获取“租金收益”，盘活闲置宅基地资产；也可以选择“房屋出租+参与工作”获取“租金+薪金收益”，生活就业两不误；或是选择“入股合作社+参与工作”获取“股金+薪金收益”，自主创业有保障。选择部分出租的，按0.3至0.6元/㎡/天的单价计算租金。

目前，三园里一期18户农户中，共计12户愿意出租，其中6户整栋出租，6户部分出租。

和平村4073号农户整栋出租约346㎡，年租金6.66万元。以合作社的方式打造“富小哥”农家乐餐厅，目前共有6名新老村民成为合作社股东。房东作为合作社股东之一，不仅有租金收入，还有餐厅分红。埭上其他村民既可以参加合作社经营，也可以到餐厅打工就业，增加收入来源。

（未完待续）