

市农业农村委系统学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

尽好责 抓到位 确保主题教育见实效

□记者 施懿赞

按照市委统一部署,市农业农村委系统学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育动员大会于4月13日召开。

市农业农村委党组书记、主任、系统学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育领导小组组长冯志勇在作动员讲话时指出,要深入学习领会中央学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育工作会议和市委学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育动员大会精神,统一思想,明确要求,确保市农业农村委系统主题教育高质量开展。

会议指出,在全党开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育,是统一全党思想意志行动,始终保持党的强大凝聚力和战斗力的必然要求,是推动全党积极担当作为、不断开创事业发展新局面的必然要求,是深入推进全面从严治党、以党的自我革命引领社会革命的必然要求。要深刻把握主题教育总要求和

目标任务,坚持目标导向和问题导向相统一,着力解决理论学习、政治素质、能力本领、担当作为、工作作风、廉洁自律等6个方面的突出问题。

会议强调,要按照中央要求和市委部署有序推进主题教育。强化理论学习,全面深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,大力弘扬马克思主义学风;深入调查研究,加深对党的创新理论的理解,运用党的创新理论研究新情况、解决新问题;推动高质量发展,立足“三农”发展实际,破解瓶颈难题,进一步激发上海“三农”工作活力;开展检视整改,发扬刀刃向内的自我革命精神,深入查摆不足,抓好突出问题的整改整治;做好建章立制,坚持“当下改”与“长久立”相结合,形成的务实管用举措以制度形式固定下来。

会议要求,系统各级党组织要把学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育作为一项重大政治任务,尽好责、抓到位、见实效。要加强组织领导,各级党组织书记要担负起第一责任人职责,从严从实抓好主题教育;班子成员



记者 杜洋域 摄

要认真履行“一岗双责”,对分管部门、单位加强指导督促。要注重统筹兼顾,把开展主题教育同贯彻落实党中央决策部署和市委工作要求结合,同推动“三农”工作、推动本部门本单位的中心工作结合,做到两手抓、两促进。要营造良好舆论氛围,反映主题教育进展成效,要注重加强正面典型宣传,总结一批可复制、可推广的好经验。要发扬严实作风,以好的作风开展主题教育,坚决防止形式主义,充分调动系统党员干部干事创业积极性,推动上海“三农”各项工作再上新台阶。

市委第十二巡回指导组组长刘豫峰结合市委巡回指导组

的工作职责,就落实主题教育各项任务提出要求。他要求市农业农村委系统全体党员,提高政治站位,认真学习、深刻领会、准确把握习近平总书记重要的讲话精神,深刻认识开展主题教育的重大意义;把握好总要求,把习近平总书记关于“三农”工作的重要论述作为做好新时代“三农”工作的行动纲领和根本遵循,围绕上海到2025年在全国率先基本实现农业农村现代化的目标,努力在全国“三农”发展和乡村振兴工作中走在前列作出示范;要紧盯根本任务,聚焦具体目标,贯通重点措施,努力把每一项工作做扎实、做到位。

/ 点击 /

上海全面部署
今年农产品
质量安全监管工作

□记者 刘晴晓

近日,本市召开2023年农产品质量安全监管工作会议暨豇豆农药残留突出问题攻坚治理工作推进会。会议总结2022年度全市农产品质量安全监管工作的总体情况,并对2023年全市农产品质量安全监管工作进行了全面部署,对豇豆农药残留突出问题攻坚治理工作进行了重点部署。

会议指出,2022年市农业农村委深入贯彻落实全国农产品质量安全监管工作会议精神,紧紧围绕市委市政府重点工作和乡村振兴重点任务,坚持“守底线”“拉高线”同步推,“保安全”“提品质”一起抓,食用农产品“治违禁 控药残 促提升”三年行动取得明显成效,上海地产农产品质量安全监测合格率为99.7%,截至2022年底,本市有效期内绿色食品企业987家、产品1902个、获证产量124.83万吨,绿色食品认证率和农产品绿色生产基地覆盖率均超过30%。

2023年,全市农产品质量安全监管工作坚决贯彻习近平总书记提出的“四个最严”要求和市委市政府的决策部署,坚持“产”“管”并重。一是集中力量治理农兽药残留突出问题。深入实施“治违禁 控药残 促提升”三年行动,攻坚治理豇豆农药残留突出问题,扎实开展农资打假“净网”行动,严厉查处农资和农产品违法案件。二是全面开展农产品“三品一标”四大行动。突出基地建设、绿色消费、合格“亮证”,实施农产品品质提升。三是扎实推进农业标准化。推进农业全产业链标准化生产,加强绿色食品认证管理和农产品绿色生产基地建设。四是持续强化风险管控。加大地产农产品定量检测力度;对蔬菜种植、水产养殖等环节药残隐患开展风险评估研究,强化风险评估成果转化应用。五是着力完善体制机制。落实乡镇监管责任和主体责任,深入推进乡镇农产品质量安全网格化管理。多层面强化生产经营主体监管,完善责任落实机制。六是不断加强能力建设。提升基层农产品质量安全检验检测与管理能力,推进农药残留速测提质扩面。持续优化“沪农安”监管系统各项功能,推进监管工作信息化。

答好卖大米这道都市农业高质量发展必答题

(上接1版)

记者了解到,前者基于良元品牌40年积累下的忠诚消费群体,通过销售人员口口相传扩大大米销量,实现订单式经营。后者依靠不断创新,通过丰富体验内容提升生飞大米品牌影响力,积累消费者。过去3年,前者经营面积从3000亩扩大到1万亩,后者从做好自家合作社几百亩稻米销售起步,形成当下5000亩的经营规模。

根据品牌成长阶段
制定卖大米策略

农业产业化联合体在品牌引领下开展经营活动,才有联合的价值和意义,对于区域性大米品牌而言,水土相同,品种一脉相承,消费者的喜好基本一致,功能价值很难分出伯仲,其品牌属性的支撑显得尤为重要。浦东在培育农业产业化联合体过程中特别重视牵头单位品牌的知名度和影响力,这也是良元稻米产业化联合体和生飞大米产业化联合体成为重点培育的原因。

两个联合体牵头单位是如何兑现品牌附加值的呢?

对此,王良元的态度非常明确,即通过利益联结把部分忠诚消费者转化为良元大米的营销者,“良元合作社是一个多品类地产农产品供应商,忠诚

消费者总能找到适合的品类为联合体提供订单,从而扩大大米订单。”

过去40年,良元品牌农产品不进商超,随着忠诚消费者的积累,坚持定制、订单模式,规模扩大之后,如果组建自有营销团队,成本压力太大,以品牌标准统一提供产品,松散型销售团队的作用就不容小觑了。去年,联合体松散型销售团队达到了323人,大米经营额首次超亿元,足以表明策略的正确。

而黄生飞在依托创新实践提升品牌附加值方面成果也相当显著。2015年黄生飞跨进农业领域后,坚定不移走创新促成长的道路,先是加入上海“国庆稻米”创新行列,赢得个人的知名度和影响力,接着以个人形象作为生态优质生飞大米品牌的主符号,快速提升品牌知名度,通过实施稻鸭共作、虾稻共生等种养结合的生态种植模式,扩大品牌在生态优质大米产品领域的知名度和影响力。

“去年我们组建了以‘90后’为主的团队,希望继续借助创新为消费者提供更为丰富的乡村体验,积累更多的忠诚消费者,交出卖大米的浦东答卷。”黄生飞说。

两个联合体品牌
引发的大米品牌思考

上海都市农业面积不到250万亩,稻米产业占了近150万亩左右,如果不能实现卖稻谷到卖大米的转型,实在不能体现都市农业的高质量,也不能很好体现都市乡村的生态和服务价值。因此,以品牌化引领转型是上海稻米产业的不二路径。良元和生飞大米品牌附加值的兑现,值得正在千方百计卖大米的经营者关注学习。

记者发现,良元品牌在浦东大米产业化联合体中表现不俗,核心竞争力是消费者的忠诚度,以及潜在消费者转化为真实消费者的能力。良元是一个企业品牌,横跨工业、农业、服务业,产品品类多,良元品牌以每年2000吨大米消费量作为基本盘,体现了品牌在大米品类竞争中的优势,这个优势是长年坚持定制、订单模式的收获。

生飞大米品牌快速崛起的核心在于围绕生态优质不断创新,包括以自身形象作为品牌主符号,通过一系列创新,吸引了追求品质生活、喜爱乡村的消费者,并借助丰富的体验活动积累忠诚消费者。

在现代科技水平下,农产品品牌的创建者早已经认识到超越产品功能属性的重要性,希望强化品牌的组织、个性、符号三大属性,但是,效果往往不如意,这是卖大米难的主要原

因。生飞大米品牌在塑造组织的创新形象方面可谓知行合一,在利用生飞个人健康、快乐、友爱、向上等方面的形象塑造品牌形象时得心应手,因此成功打造个人IP“大米生飞姐”和农业领域的“网红”,而这些努力,最终都见之于品牌的快速成长。

一个创建不久的大米品牌其定位应该是明确而不容摇摆的——专注于给市民提供安全放心好大米,团队在这一点上形成高度共识,不管是开发粳米、糙米、胚芽米、低糖米等大米系列产品,还是体验活动,一定不会偏离大米的定位,这对于一个新生品牌,至关重要。

在关注良元企业品牌和生飞大米产品品牌成长的同时,不得不关注大米区域公用品牌建设的问题。农产品区域公用品牌的成败得失案例已经不少了,全国有影响力的大米区域公用品牌也不少,但是,真正按照品牌建设规律创建新的大米区域公用品牌的并不多,一些大米区域公用品牌的昙花一现,很值得思考研究。

在现代科技条件下,模仿大米功能属性不难,因此,新的大米区域公用品牌的建设重心,必须突出区域特性,高效利用区域形象、竞争力为新品牌注入特色的组织、符号、个性属性。