

做中国企业的思想者

企业家日报

中国品牌

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand weekly

周刊 东裕·汉中仙毫协办

今日 4 版 第263期 总第10573期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 责编:周君 版式:黄健 全年定价:450元 零售价:2.00元

2022年10月30日 星期日 壬寅年 十月初六

一周观察 | Observation



让环保信用评价成为企业绿色发展的“通行证”

李英锋

据10月21日《法治日报》报道,今年早些时候,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进社会信用体系建设高质量发展促进形成新发展格局的意见》,明确提出完善生态环保信用制度。全面实施环保、水土保持等领域信用评价,强化信用评价结果共享运用。从2013年年底《企业环境信用评价办法(试行)》推出算起,我国在环保信用建设方面已经走过了近十个年头。各地都在积极探索环保信用监管模式,形成了一批可复制、可推广的制度创新、实践创新成果。

环保信用评价可谓环境监管的一把“戒尺”,也给企业戴上了环保“紧箍”。其厉害之处在于,评价结果与融资、审批服务、公共服务、市场监管、价格调节等事项直接挂钩——环保信用等级好的企业可以享受更顺畅、更快捷、更优质的行政、融资等服务和更低的市场成本,可以在各项生态环境保护许可事项、专项资金发放、科技项目立项、评优评奖活动中获得积极支持、优先安排,反之则会处处受限,付出相应的失信代价。

趋利避害是市场主体生存的本能,环保信用评价让守信者“得实惠、减压力”,让失信者受限,会形成一种倒逼、督促、引导作用。比如,根据《企业环境信用评价办法(试行)》,污染防治、生态保护、环境管理、社会监督四个方面21个指标已被纳入评价体系,污染物排放总量大、环境风险高、生态环境影响大的企业被纳入了重点评价的范围。有关企业要想获得良好的信用评价结果,就得严格自律,配齐配强环保软硬件,不断规范自身排污行为,提升污染防治水平。

我国的市场主体数量庞大,传统巡查监管模式在人力、效率、覆盖面、及时性等方面已经难以适应当下生态环境监管的需求。用环保信用评价给企业的环境信用风险“画像”,对企业进行分类管理,可以扭转“眉毛胡子一把抓”的局面,把有限的监管资源用到“刀刃”上,配置到风险较高的企业和领域,从而实现重点监管、精准监管,同时,可以充分调动企业环保管理的内生动力,减少对低风险企业的监管介入和非必要干扰。这样,也能为守信企业营造更加优良的营商环境。

党的二十大报告指出,要推进生态优先、节约集约、绿色低碳发展;加快发展方式绿色转型;深入推进污染防治;积极稳妥推进碳达峰碳中和……有关部门以及各地应按照相关要求,不断完善环保信用评价机制,加强评价信息和评价结果的互通共享,让信用体系与绿色发展形成“捆绑效应”,让环保信用评价成为企业绿色发展的“通行证”,进而助推经济社会高质量发展。



新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



粮食产业加速品牌化 需求引领品牌升级

刘慧

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对记者说。

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。

品牌是质量的代名词。为了满足人民美好生活需要,党的十八大以来,我国着眼国家粮食安全大局,聚焦增加绿色优质粮油产品供给,着力优化粮食供给结构,促进粮油品质提升,打造优质粮食品牌,推动粮食产业高质量发展。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,1吨小麦可生产面粉、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粮粮面业有限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。 [下转 P4]

企业家人大代表张为国 坚持为秦巴山区茶产业发展建言献策 打造千亿级茶产业工程

当人大代表10年来,张为国持续关注汉中茶产业发展、陕南交通问题、生态环境问题,努力建言献策,为陕南的发展贡献一丝自己的力量。

“南有绿茶”建议获政府重视

张为国10年人大代表的履职,主要关注了三个方面的问题,一是陕西汉中绿色产业发展,围绕茶产业脱贫、乡村产业振兴建言献策;二是制约陕南山区发展的山区交通问题;三是生态环境问题。

张为国非常重视陕南茶产业综合发展问题。2013年,他建议,陕西省委省政府加大对陕南秦巴山区三个地市的茶产业综合投入,把茶产业的发展作为秦巴山区农民脱贫致富的重要抓手,从而形成北有苹果(规模发展)、南有绿茶(以质取胜)的陕西农村特色经济产业格局。

这个建议得到了政府部门的重视,相关人员深入汉中、安康、商洛产茶地区进行调研,2014年8月,陕西省人民政府出台《陕西省人民政府办公厅关于加快全省茶产业发展的意见》,为促进陕南绿色产业发展提供了政策支持。

“在陕南的绿色循环经济中,主要的特色经济就是绿茶,形成了汉中仙毫、紫阳富硒茶、商南泉茗茶等品牌,山区农民主要是以茶产业为纽带脱贫致富。就汉中说,农民依茶



张为国,陕西省人大代表,陕西东裕生物科技股份有限公司总经理。

脱贫的比例达30%,这个比例还是比较高的。”张为国说,因此,2020年,他再次建议陕西省政府加大对汉中、安康、商洛陕南三市茶产业的综合投入,并结合咸阳伏茶的发展,及陕西省消费市场实际,打造千亿级绿色产业——茶产业工程。

所管理的企业承担了四个村组脱贫任务

当人大代表的这10年,张为国不遗余力争取西乡-镇巴高速公路的建设,并建议洋县龙亭至西乡高速衔接镇巴。建议前,张为国实地考察、多次开车通行龙亭至西乡现有公路,观看里程、施工条件;实地考察西乡镇巴高速段衔接的可能性;走访西乡县交通局、陕西高速集团驻

地,耐心沟通。目前,项目已有了初步进展。

张为国说,与“人大代表”这个身份相伴同行的10年来,他自身最大的变化是成长为一个合格的省人大代表,提高了学习能力,每参加一次会议,都是一次学习,懂得了如何去履行代表职务。此外,人大代表不仅是一种职务,更是一种责任和担当。“我所管理的企业陕西东裕生物科技股份有限公司,主要从事茶叶种植、生产加工、茶叶有效成分提取分离,2013年,公司所产东裕汉中仙毫代表汉中参加了第31届巴拿马国际博览会,并获得金奖,为中国绿茶、陕西绿茶争了光添了彩。此外,公司先后承担了四个村组的扶贫脱贫任务。”

期望陕西“一张蓝图绘到底”

作为一名陕西人,张为国为陕西经济发展的这十年点赞。他说,制约陕南的交通问题,得到了相当大的改善,这让他十分欣慰。陕南的高铁交通便捷,高速通了,机场建设跟上了,新开了不少航线。彻底改变了“蜀道难、难于上青天”的出行难问题,陕南山区人民的获得感、幸福感,得到了比较大的满足。

此外,张为国说,天蓝了,山绿了,水清了,生态环境治理见成效。陕北绿色植被版图向北推移,陕南汉江水质良好。全省摆脱贫困,全面脱贫。

展望未来,张为国对陕西未来的社会经济

发展有哪些期许和建议呢?他说,期望各级领导,不忘初心,按照陕西的社会经济发展规划,一张蓝图绘到底,追赶超越,早日成为全国社会经济发展速度和总量第一方阵的一份子。期待陕西发扬产业优势,把优势产业做强做大,从而引领全省经济发展,比如高科技产业、航空航天领域、教育领域等带动全产业链快速发展。

建议农村旅游产品产业化规模化

目前,陕西挖掘农村特色文化资源,开发特色旅游产品的情况如何?张为国说,陕西是一个旅游大省,秦岭是中华祖脉所在地,陕北、关中、陕南形成了不同特色的农村文化,比如安塞剪纸、耀州瓷、凤翔泥塑、陕南羌绣等,陕西农村特色文化资源非常丰富。但是,全省旅游收入还有很大的提升空间,旅游项目中平均单价偏低。

陕西农村特色文化资源丰富,乡村旅游资源条件优越、形式多样。近年来,农旅融合发展提高了农民收入,解决了大量剩余劳动力的就业问题,促进了农村经济与文明的发展。但是,旅游产品结构单一,真正的特色产品挖掘有限。建议充分挖掘农村特色文化资源的内涵,依托民俗物产和特色经济作物,做好旅游产品的开发,使其产业化、规模化。同时,还要提高特色旅游产品的知识性、趣味性和参与性,提高乡村旅游的活力。 (任婷)

