



6版：三问乳企：如何挽回“流失”的消费力



7版：盐改十年终破局



8版：驾照自学直考，对驾校影响几何

热点

□本报记者 孙喜保

日前，在农业部举行的发布会上，农业部副部长余欣荣称，从今年开始，我国的玉米种植将出现重大调整，在一些非玉米高产区，大幅减少玉米的种植面积，鼓励当地种植户改种其它作物。这一地区主要指包括东北冷凉区、北方农牧交错区、西北风沙干旱区、太行山沿线区及西南石漠化区，因其在地形版图中呈现出由东北向华北—西南—西北镰刀弯状分布，所以又称“镰刀弯”地区。

在农业部相关负责人看来，2015年粮食十二连增后，我国虽然已经处于粮食安全较好的时期之一，但粮食结构性矛盾也开始凸显，其中以玉米的结构矛盾最为突出。产量增加、库存量增加、进口量增加这一“三量齐增”的奇怪现象，逼迫玉米产业必须尽快改革。

调减非优势种植区、改革政府托市收购政策，成为今年玉米产业改革的两个突破点。

连年增收“产能”过剩

一些生态脆弱区，高强度地种植玉米，虽然能够换取一些玉米产量，但是带来的生态代价太大，不符合中央提出的绿色发展的要求，所以在这一方面我们要主动地调。”余欣荣说。

减少我国玉米种植面积，已经成为今年以及今后一段时间，我国种植业结构调整的重要内容。

据了解，经过粮食的十二连增，我国稻米、小麦基本上能够实现供求平衡，但是在农业部相关负责人看来，主粮之一的玉米供应出现了阶段供大于求的状态。

之所以出现这一情况，原因主要有二：玉米种植面积增加；玉米单位产量增加。这背后则是国家托市政策的支持。

据悉，目前玉米是农民收益率最高的粮食作物，在2014年，我国的玉米托底收购价格一度达到每斤1.12元，远远高于发达国家的价格，甚至是一些发达国家价格的两倍。这极大刺激了广大农民种植玉米的积极性。

据了解，中央农村工作领导小组副组长陈锡文此前介绍，2003年，我国粮食总播种面积跌到低谷，当年数据不足15亿亩，现在已经超过17亿亩，12年来，所增加的2.1亿亩种植面积，大部分变成了玉米地，而在粮食的十二连增中，玉米一个品种就占到增量57%。

玉米的连续增加，因为受到的托市收购政策的影响，也带来了一些负面因素。

在这种背景下，国家关于玉米结构调整的政策也相继出台。比如，农业部在去年年底就下发了《“镰刀弯”地区玉米结构调整的指导意见》，鼓励这些非优势种植地区减少玉米种植，增加其它适宜的经济作物。

托市收购被迫调整

今年开始，国家加大了宣传力度，呼吁广大种植户配合调整。为了让政策更好落实，实行了十年的政府托底收购政策也在今年3月进行调整，国家不再实施托底收购，将玉米推向市场，让市场决定玉米的价格。

据了解，为了保护农民的利益和种植积极性，同时保证国家的粮食安全，自2007年，在全国正式全面实施粮食托底收购以来，我国的玉米价格由当年的7角钱一斤，涨到2014年的1.12元/斤。

据了解，我国虽然出现了玉米产量增加、玉米库存过剩的局面，但是国外玉米以及其替代品进入中国的速度不仅没有放缓，反而出现了愈演愈烈的趋势。即便在有配额限制的情况下，2015年，我国进口玉米及其替代品的数量也达到了880万吨，比2014年同比增长超过80%，而且由于不受配额限制，玉米替代品进入国内的趋势越来越明显，问题也越来越严重，如果不积极应对，我国的玉米产业将受到更大的冲击。

“国外玉米的价格和玉米替代品的价格远远低于国内的价格，对市场具有极大的吸

玉米产业调整的幕后

自2003年以来，我国玉米种植面积增加了2.1亿亩，产量也随之大增，加之进口



小餐饮可以说是迎来了春天，不管开到哪里都很受欢迎。

陈金兴表示，按目前的发展态势，福州的草根餐饮品牌很快将突破100个，而且在全国的门店数量也还将迅速增加。

福建农林大学教授许安心说，自中央八项规定出台后，高端餐饮业经营一落千丈，随后商务部又出台《关于加快发展大众化餐饮的指导意见》和《关于推动餐饮业转型发展的指导意见》，为小餐饮行业的发展提供了一大良好机会。

福州草根餐饮便是借助这一机会实现了大发展。

时尚的就餐环境、便利的订餐方式、亲民的价格、美味的佳肴，成为餐饮企业的发展之道。

据商务部调查，目前大众餐饮已占全国餐饮市场的80%左右，成为主流。

压力尚大

“这几年大众餐饮确实做得不错，但纯利

创特色、创品牌，走精细化之路

随着“互联网+”、“双创时代”来临，小餐饮行业发展快速。同时，由于小餐饮业门槛稍低，也越来越受创业者青睐。

“对于大多数餐饮从业者而言，大众餐饮市场就注定与小而精餐饮业态结缘。”中国烹饪大师、福州市烹饪行业协会副会长金宁飞认为，随着大众餐饮市场的逐渐壮大，“传统餐饮的‘大而全’正在慢慢地被‘小而精’所取代。

据了解，全国餐饮连锁品牌，消费主力大多是年轻人。因此，业内人士指出，小餐饮品牌要进一步发展，要从餐厅环境入手，打造良好的用餐环境。网络时代，多样化的营销手段也是必不可少的。

此外，还有业者提出，要真正实现小餐饮品牌在全国的扩张，还必须实现产品的标准化供应。这在中式餐饮中的难度十分高，如果能攻克这一难题，其推广将起到突破性的推动作用。

据了解，全国餐饮连锁品牌，消费主力大多是年轻人。因此，业内人士指出，小餐饮品牌要进一步发展，要从餐厅环境入手，打造良好的用餐环境。网络时代，多样化的营销手段也是必不可少的。

据了解，随着我国餐饮业的快速发展，对烹饪人才的需求量将达到空前规模。据悉，未来5年，烹饪行业对人才的需求量维持在1000万左右，巨大的人才缺口量对餐饮业发展是一个瓶颈。

据了解，随着我国餐饮