

# 农业特产大摸底,越摸越惊喜

朱浙萍

## 中国新闻专栏 之江观察

最近,黑龙江用10万盒新鲜蔓越莓回礼广西砂糖橘的消息刷爆了各大社交平台。网友在感动之余,后知后觉地提出疑问:“蔓越莓究竟是东北特产?”连许多黑龙江人也表示:“咱妈有这好东西怎么不早说。”

随即,各地也纷纷行动起来,或互赠礼物,或晒出家底,来了一场酣畅淋漓的“全国农业大摸底”。结果不摸不知道,一摸一个不吱声,原来“独在家乡为异客”的不仅仅是黑龙江人。上海崇明藏红花、浙江衢州鱼子酱、重庆淡水澳龙、山西大闸蟹、甘肃南美白对虾……这些特色农产品,不仅外地网友不知道,连本地人也少有听闻。有的人上午还在

网上嘎嘎笑别人,下午就被家里爆出的特产破防了:“我的家乡特产,难道特地瞒着我?”“到底还有多少惊喜是我不知道的。”

可以看到,在这波“全国农业大摸底”中走到前台的农产品,大多属于“新土特产”,不为本地人所知并不意外。近年来,随着农业科技不断进步,新设施和新模式的推广,以及各地对农业特色产业的大力扶持,让“新土特产”有了更充分的发展空间。很多农业品种已走出原有的传统主产区,在一定程度上突破自然条件限制,实现了“时不分四季、地不分南北”,许多国外品种也被引进。比如,蔓越莓近些年才由北美地区引入,黑龙江也逐渐发展为全国最大的蔓越莓种植基地。得益于养殖业的科技创新,浙江衢州建立起亚洲最大的鱼子酱加工厂,鱼子酱出口量一度占全国出口总量的80%以上。

其实,各地也没有将这些宝贝藏着掖着,只是有的引进时间不长,销售市场也不在本地。另外,很多人购买的时候也未必会注意到产地,这些因素导致不少“新土特产”墙内开花墙外香。

这次“全国农业大摸底”,可以说给了各地“新土特产”一次绝佳的亮相机会。当全国网友惊呼“黄土高原(山西)上有大闸蟹,大西北(甘肃)居然有南美白对虾”,安徽六安的网友惊讶地发现,自己的家乡竟然是全国最大的鹅肥肝生产基地……仿佛打开了一扇新的大门,让许多人以一种全新视角重新认识自己的家乡。

一声声调侃也转变成了“帮本地人尝尝鲜”的下单行动。据报道,近两日某电商平台蔓越莓搜索量同比上涨958%,成交量翻番,就连周边商品蔓越莓汁和蔓越莓干的搜索量也同比分别上涨了228%和136%。随着生活

水平的提高,国人对优质农产品的需求也在增长,这背后蕴藏着一个巨大的内需市场。

农业特产大摸底,越摸越惊喜。这么多宝藏农产品被挖掘出来,也给了我们深刻启发:我国地域辽阔,物产丰饶,从来不缺好的农产品,缺的是让更多人了解。在互联网信息爆炸的时代,酒香也怕巷子深。要想让更多优质农产品“飞入寻常百姓家”,不仅要把农产品种好、养好,更要营销好、推广好。各地要通过挖掘乡村独特资源,强化农产品的地域特色和文化内涵,加强农文旅融合,创新产品开发,利用好社交媒体“出圈”“破圈”。相信背靠中国14亿人口这个超大规模市场的优势,在乡村振兴、扩大内需的大背景下,抓住了发展机遇的优质农产品,必定能开拓出更广阔的市场空间,带给我们更多的惊喜和美好。

1月11日,中国汽车工业协会发布的数据显示,2023年,我国汽车产销量首次双双突破3000万辆,创历史新高。据报道,2023年,我国出口汽车达到491万辆,有望成为世界第一汽车出口国。目前,我国汽车已经出口到200多个国家和地区。

汽车产销量首次双双突破3000万辆,这是一个具有里程碑意义的历史性时刻,也是我国汽车业值得铭记和祝贺的高光时刻。众所周知,汽车是国民经济的重要支柱产业,产业链长、关联度高、带动性强,发挥着工业经济稳增长“压舱石”作用。我国汽车产销量首次双双突破3000万辆,不仅能够坚定和增强发展汽车业的信心,还能推动我国经济持续回升向好。

无论产量突破3000万辆,还是销量突破3000万辆,每一个突破都殊为不易。这背后,凝聚着一代代汽车人的艰辛求索、开拓创新,也与国家的战略部署息息相关。一系列决策部署,为推动我国汽车产业发展指明了方向,提供了指南。比如,就在去年,工业和信息化部等七部门联合印发《汽车行业稳增长工作方案(2023—2024年)》,为我国汽车行业运行保持稳中向好发展态势提供强大支撑。

实现双双突破3000万辆,有哪些启示?

启示一,认准了就要坚定走下去。“我们要成为制造业强国,就要做汽车强国。”建设汽车强国,路阻且长,要有决心,也要有信心。一路走来,我国汽车行业遭遇了重重困难,也承受了巨大压力,但是锚定目标,坚定前行,最终实现了柳暗花明,前景可期。

启示二,实现自主创新,打造民族品牌。习近平总书记曾强调,“一定要把关键核心技术掌握在自己手里,要立这个志向,把民族汽车品牌搞上去”。近年来,我国汽车行业把科技自立自强作为产业发展的重要支撑,成效显著,值得点赞。

启示三,要引进来,也要勇敢走出去。锻造民族汽车品牌,并不意味着排外,也不是排斥发达国家的先进技术和经验。既要善于扬长避短,也要勇于取长补短。汽车产业发展壮大了,就要积极走向国门,到国际市场上展风采,绽放光华。

发展汽车产业,浙江具有优势。业内人士指出,浙江省汽车产业发展比较早,民营经济唱主角,敢拼敢闯敢创新。同时,浙江汽车零部件制造覆盖全产业链,“不出省就能组装一辆汽车”。尤其值得一提的是,在我国汽车发展版图上,“浙江队”是一个无法忽略的存在。特别在新能源汽车赛道上,浙江的造车新势力发展势头迅猛,形成了新能源汽车产业集群。这一产业集群在智能化、信息化、网联化、轻量化等方面颇具优势,也有巨大的发展潜力。

实现双双突破3000万辆,见证了我国汽车工业的崛起,但这并非终点,而是新的起点。展望未来,既不要自卑,也不要自大,认准定位、保持清醒,认认真真谋发展、踏踏实实向前走,中国汽车业一路奔腾,将走向更光明的未来。

## 给线下买药贵“开开药方”

透海涛

据《法治日报》报道,最近,“药店药品价格比网上贵三四倍”“药店买药被捆绑搭售一堆药品”等相关话题引发讨论。媒体调查发现,某款治疗感冒的口服液在网上卖59元,药店里竟卖168元,同时,药店药师还不停推荐其他药物搭配服用。无独有偶,治疗痛风的非布司他片药店卖55元,同样的药在网上售价33.8元。

相信不少人有过这样的经历,本来去药店打算买点治头疼脑热的常用药,没想到最后一结账,不知不觉一两百元花出去了。除了本文开头提到的定价偏高,驻店药师的各种花式推荐也是钱包缩水的重要原因。据媒体调查,门店药师的薪资由岗位工资、绩效工资、销售额提成、单品提成等构成,驻店药师给顾客拿药时,首要考虑的往往不是哪款药更对症,而是选择哪款药是任务品种、毛利率更高,这也造成了药师推荐药物,不只看病症和疗效,还看跟自己的提成能不能挂上钩。

药店买药贵、药师成销售,药店里的种种乱象也需要好好“开开药方”。

根据价格法相关规定,对于药品而言,除麻醉药品和第一类精神药品实行政府定价管理外,其他药品价格实行市场调节价,所以药

店有权自行决定销售价格。实体药店的运营成本包括房租、水电等,比网络药店的开销确实要大,但是自行定价也要根据市场供需关系,合理确定价格范围。如果一些常用药价格线上线下相差两三倍,那就属于畸高,涉嫌违反药品管理法第八十五条中规定的“依法实行市场调节价的药品,药品上市许可持有人、药品生产企业、药品经营企业和医疗机构应当按照公平、合理和诚实信用、质价相符的原则制定价格,为用药者提供价格合理的药品”这种情况,需要管理部门出手加以监管。

大家反映更为强烈的门店药师“专门推荐贵的、不推荐对的”以及搭售等现象,则需要通过规范药师服务模式、让药师从推销者回归用药指导者的身份来实现。从1987年我国设立第一个临床药学专业至今,还没有统一的“药师法”,这也是药师身份定位不清等问题的深层次原因之一。药师法的缺位,导致我国药师职能分类、定位等长期处于模糊地带,药师在医疗体系内存在感弱,社会大众对药师的认知也不清晰。

目前,国家卫健委正在联合相关部门加快推动药师法立法进程。真正有法可依之后,也许可以让药师在提供配药服务以及用药指导中收取合理费用,取代目前的推销药品提成,让广大执业药师发挥出真正的价值,保障患者安全用药。

## 画中话



### 留客不能光靠喊

近日,沈阳文旅局长霸气喊话,表态要保护沈阳文旅的形象,引发广泛关注。近年来各地文旅局长纷纷披挂上阵、轮番喊话,拿出“家底”相邀,上演花式内卷。文旅局长霸气喊话体现了重视和担当,但光靠喊话并非留客之道,只有切实规范市场秩序、强化市场监管、用心用情做好服务,才能守得住客、留得住心。  
金妍 陈昱志 作

# 浙江有礼

## 省域文明 新实践

### 浙风

#### 倡导六种时代新风

爱国爱乡  
唯实惟先

科学理性  
开放大气

书香礼仪  
重诺守信

# 浙风十礼

### 十礼

#### 践行十种礼节礼行

敬有礼 拥党护根脉  
爱国爱家乡

学有礼 全民学礼仪  
知书又达理

信有礼 重信守承诺  
立身又立业

亲有礼 传承好家风  
相亲又相爱

行有礼 言谈有礼貌  
出行讲秩序

帮有礼 随手做志愿  
邻里相守望

仪有礼 节庆崇简约  
办酒不铺张

网有礼 上网要节制  
传播正能量

餐有礼 用餐要光盘  
聚餐用公筷

乐有礼 文明伴游乐  
有序观赛演

## 浙江有礼,从我做起!

浙江省文明办宣