

羽毛球涨价,跟猪有啥关系?

□□ 巩淑云



8月5日,2024年巴黎奥运会羽毛球比赛落下帷幕,中国运动员取得2金3银的佳绩,引发热议。赛场之外,羽毛球本“球”近期也因涨价频频登上社交平台热搜榜单。近日,很多羽毛球厂家开启新一轮涨价,网友感慨“月薪2万元打不起羽毛球了”“3筒羽毛球价格直逼1克黄金”。据了解,与去年相比,羽毛球头部厂商普遍涨价两三成,部分型号的羽毛球涨价幅度超60%。除了涨价,个别型号还出现断货情况。

羽毛球价格飙升和断货为哪般?很多羽毛球生产商发出的调价通知里都提到了主要原因,就是原材料紧缺和原材料价格上涨。羽毛球原材料是鸭或鹅双翼的刀翎,一个球需要16根刀翎,而一只鸭或鹅一般有14根。本来毛片原材料的供需是相对平衡的,但是近些年鸭鹅的出栏量减少,导致造球的原材料相应减少。减少了多少呢?国家水禽产业技术体系数据显示,2019年商品肉鸭出栏42.68亿只,商品鸭出栏量为6.1亿只。2020年后出栏量开始下跌,根据今年2月公布的数据来看,2023年商品肉鸭出栏量降为42.18亿只,商品鸭出栏量跌至5.15亿只。

那么,是什么导致鸭和鹅出栏量减少?有人将原因归在了猪身上,认为鸭和鹅肉一定程度上是猪肉的补充和替代品。受上一周期猪价高企等因素影响,鸭鹅需求激增,促使产业迅速扩大,而随后几年,随着猪肉供应持续恢复和价格下跌,居民对鸭和鹅的消费需求降低。从这

从猪肉价格的涨跌,到鸭鹅出栏数量的变动,又影响了刀翎的盈缺,进而造成羽毛球价格的起伏,这是一条复杂且漫长的传导链条。在关注这次羽毛球“涨价潮”之余,如何让养殖行业和消费者都能一次次平稳度过市场周期,才是接下来需要我们好好考虑的问题。

一点来看,鸭和鹅作为猪肉的替代性消费品的特征比较明显,也一定程度上体现出这一产业的依附性和不稳定性。

除了上面讲到的原材料供应端的影响,此次羽毛球“涨价潮”也有自身市场需求端的原因。羽毛球这项运动在我国有着良好的群众基础,说是“国民运动”也不为过。根据国家体育总局发布的调查报告,羽毛球是我国参与人数排名非常靠前的体育运动,参与人数高达2.5亿,在成年人参加的运动项目中仅次于健步走和跑步。尤其是近年来,羽毛球的健身、社交等功能被充分挖掘,参与的人也越来越多。爱好者群体的日益庞大,是羽毛球涨价并引发讨论的原因之一。

综合来看,可用的毛片少了,需要的球却多了,双向挤压,造成了此次市场上羽毛球供不应求。

从猪肉价格的涨跌,到鸭鹅出栏数量的变动,又影响了刀翎的盈缺,进而造成羽毛球价格的起伏,这是一条复杂且漫长的传导链条。这一链条涉及原材料供应、加工生产和终端销售等多个环节,从农业生产开始,影响羽毛球生产和销售,进而

影响人们的日常休闲娱乐生活。透过此次羽毛球“涨价潮”,一个小球能够带给我们诸多反思和启示。

从链条的起点来看,农业的基础性、支撑性作用再次得到印证。不仅如此,随着农业产业的多元化发展和产业融合,农业在第二、第三产业中的传导作用也日益增强。近些年,农业对其他产业产生直接影响甚至带来“泼天富贵”的例子非常多,如广西特产砂糖橘、黑龙江抚远“隐藏款特产”蔓越莓等对当地文旅的带动,这背后是田间地头在源头上对城市的影响,是农业生产对其他产业、人们基本生活和休闲娱乐的影响。而且,农业已经不只是在“底层”起到单一作用,它的多元发展已经渗透到各个产业。可能很多人都想不到,今日打不起羽毛球的原因之一竟然是近年来持续承压的生猪市场。还是那句话,“基础不牢,地动山摇”,这也是为什么我们反复强调要保证农业持续稳定发展,为其他产业提供坚实基础。反过来讲,其他产业在发展中也要多关注农业的基础性作用和多元化影响,重视农业在生产链条中的传导作用。

从生产过程来看,禽类副产品加工、畜禽之间的矛盾以及禽类对畜类市场的依附性要引起重视。一方面要往“深”发展。羽毛球所需的毛片是鸭鹅毛的副产品,而鸭鹅毛又是肉鸭鹅的副产品,羽毛球“涨价潮”反映出禽类副产品深加工的巨大潜力。比如最近一些羽毛球生产商研发出用一根羽毛制作多个毛片的新技术,充分提高羽毛的利用率,还有人引进了自动化生产设备用以识别和加工毛片,提高毛片制作质量的同时,减少人力成本,提升产量。在产业化、深化发展的趋势下,每一种普通农产品里的学问也越来越深。另一方面要抓住一个“多”字。此次羽毛球涨价让很多人看到,原来羽毛球是这么来的,原来一只鸭或鹅还有这种“打开方式”。目前,禽类产品多为传统肉类和羽绒两大产品布局,随着市场需求的扩大,其产品多元加工的巨大潜力还有待进一步开发。从长远来看,禽类需求和开发越多,其作为畜类肉食品的替代性作用才会降低,在其中的需求和稳定性才会提高,产业韧性增强了,养殖户的权益才能得到更好保障。

羽毛球“涨价潮”下,有些消费者开始寻找替代品,如塑料球、破音球、三段式羽毛球等。但是,传统羽毛球的手感、速度、稳定性等优势目前还无法被取代。这也更凸显出稳定禽类市场的重要意义。在关注这次羽毛球“涨价潮”之余,如何让养殖行业和消费者都能一次次平稳度过市场周期,才是接下来需要我们好好考虑的问题。

为农村建房加把“安全锁”

□□ 郭元鹏

据媒体报道,广东省珠海市将实施乡村建设工匠持证上岗制度,“百千万工程”乡村建设工匠首期免费培训班已于近日开班。培训既涉及结构识图、政策法规等方面的理论知识,又包括砌筑等实操环节。学员培训结束并通过考核后,将以乡村建设工匠的身份承接农村住房施工。

农村房屋的施工质量和安全问题一直备受关注。过去,农村建房往往依赖于口口相传的经验与传统手艺,缺乏统一标准和规范。如今,为这些传统意义上的“泥瓦匠”提供培训机会,能够进一步提高乡村建设工匠的专业技能和安全意识,帮助他们在施工过程中更加严格地遵守施工规范,保障房屋施工的质量和施工安全,减少因施工不当造成的损失。

还要看到,对当地农村地区来说,通过选图报建、按图施工、对图验收等制度,也确保了农村住房建设的规范性,有利于当地农村整体风貌的提升。此外,对乡村建设工匠而言,类似培训既能拓宽提升职业技能的渠道,也能帮助更多人认识到他们的价值,让“泥瓦匠”成为受认可、受尊敬的职业,进而促进乡村建设的健康发展。当然,要想让乡村建设工匠持证上岗制度更好发挥作用,还需要各方面的支持和配合。除了加强对乡村建设工匠的培训和监管,确保他们能够真正掌握专业知识和技能外,还要重视从设计审查、开工备案、施工过程监管到竣工验收各环节的管理,确保农村建房管理形成闭环,真正为农村建房加上“安全锁”。



捡“烟卡” 作者:沈海清

近日,有媒体报道,天津市一位社区清洁工阿姨多次发现,有小学生垃圾桶里翻找烟盒,令人担心不已。近段时间,“烟卡”游戏越来越“火”,本版《大家谈》栏目此前也就这一话题展开讨论(详见本报2024年4月24日5版)。如果说此前大家对拍“烟卡”的认知还停留在一种儿童正常的游戏需求,那么近期多起类似儿童在垃圾桶里找烟盒、高价购买“烟卡”、反复向陌生人索要烟盒等新闻,则让更多人对这个看似传统的拍卡游戏产生了担忧和警惕。

的确,游戏无过,但“烟卡”游戏背后潜在的风险需引起关注。一些孩子会根据“烟卡”的品牌界定价值,容易让他们产生攀比之心,而且“烟卡”玩法也类似变相赌博,还会让未成年人过早接触、了解烟草品牌,影响其身心健康。对此,多地已开展相关行动,并发出禁止倡议。要彻底解决“烟卡”游戏带来的这些问题,一方面可以合理引导学生用其他具有优良内容的卡片代替“烟卡”进行游戏,另一方面可以多培养有益孩子自身的兴趣爱好。同时,社会各方也要共同努力净化环境,守护未成年人身心健康。

这正是:拍卡游戏本无过,沉迷“烟卡”有危害。丰富爱好多引导,净化环境护未来。

文@梓帆

发展产业未必非要“新”才好

□□ 侯雅洁

系列标准化处理流程,经过冷风吹干水分、冷库冷藏降温,冰块锁鲜打包后,杨梅的保鲜期可以达到近30天,为杨梅出口争取了宝贵的时间。其次,为满足市场对高品质杨梅的需求,一些产区专门组织农技专家推广普及绿色优质高效技术,加上种植户们的精细管控,杨梅出果率大大提高。不仅如此,从采摘分级到包装运输,杨梅的品控体系也更严格,为出口攒足了底气。再加上当地海关“量身定制”的通关方案,杨梅得以高效“出海”。

除了上述技术层面的直接原因,杨梅这个“老”产业能够焕发“新”生机,更有当地产业发展理念的深层影响。当前,很多地方会因为缺乏热门产业入驻而苦恼,总觉得产业发展得不好,都是由于传统产业的“拖累”,换个赛道发展时下热门的新产业就好了。甚至有些地方为了追求经济发展,忽视本地特色和市场需求,盲目引进热门产业。原有产业还没发展好,就追着所谓的“市场热度”转而发展新产业,待落地后却发现消费者的热情已经过去,热门产业又改换了人家,最后落得“两头空”。以前几年在

国内市场颇受欢迎的阳光玫瑰葡萄为例,有些种植户看到其市场热度,不管本地自然条件是否适合种植这一品种,也不论自身种植技术、品控管理等是否跟得上,盲目跟风种植扩产,南到云南、广东、广西,北到东北地区的辽宁,都可以看到阳光玫瑰葡萄的身影,然而品质却参差不齐。不仅消费者觉得产品“越来越不好吃了”,一些后进入市场的种植户也没赚到理想的收益。

其实从长远来看,所谓的冷门和热门在经济活动中从来都是相对的。现实情况是,求奇而行可能在短时间内能够带来一定效果,长此以往终会因不适宜而功亏一篑。相反,坚守并深挖本地特色产业,往往能够收获意想不到的市场效果和经济效益。拿杨梅来说,有的农户改种了时兴的“洋水果”,结果一算账,还不如把杨梅种好、种精赚得多。一个品牌的形成是经历了时间积淀的。在各地经济发展中,有不少像杨梅这样看似不太起眼的传统产业。对于这些产业,是简单地以新兴产业取而代之,还是因地制宜推动产业升级提升,考验着当地政府和经营主体的长远眼光和判断力。事实上,一些看似不起眼

的传统产业,往往都蕴含着深厚的文化底蕴和独特的地域特色,只要发掘得当,就能焕发新的生机。发展产业要有定力,不能一味追求新奇和热度,每个地方都有其独特的资源和优势,关键在于在选准产业的基础上,发掘并利用这些本土特色,将其转化为经济优势。

当然,坚持一个老产业,不是说就要墨守成规、一成不变。产业选择要因地制宜,产业发展也要因地制宜、因时制宜,要在“看准了”的基础上,充分发挥地方的自然资源、人文历史、技术人才等优势,找到与市场需求相契合的切入点,打造出具有鲜明地方特色的产业品牌,从而在激烈的市场竞争中脱颖而出,实现产业的可持续发展。杨梅的成功“出海”,就是通过挖掘杨梅的独特价值和品牌潜力,结合现代科技进行产品创新,同时加强品牌建设和营销推广,成功打开了国际市场。

守正创新,做好“本手”之后方能出“妙手”,这是杨梅的“出圈”之道,也是传统产业在经济发展中应该遵循的逻辑。只有这样,才能打造出具有持久竞争力的产业品牌,为地方经济的持续发展注入源源不断的动力。



本期关键词
高分读职校

近日,一名高考成绩为602分的考生被职业技术大学录取的消息引发网友关注。报道显示,这位考生在填报志愿时,被该校的轨道交通设备与控制技术专业吸引,最后被成功录取。

有人对此表示质疑,认为这么高的分数去读职业院校是“浪费”;也有很多人表示理解和支持,认为这种选择是对职业教育价值的认可和追求;还有部分人认为,不必大惊小怪,随着职业高等教育的发展,未来会有更多优秀考生报考职业技术学院。对此,你怎么看?

职业教育不是“次选”

□□ 潘江平

高分读职校被认为是“浪费”,本质上是“唯分数论”的延续,这也促使我们更加深入地思考重估职业教育价值。

长期以来,高分考生往往与名校、热门专业画等号,而职业教育常被边缘化。然而,教育的价值不应仅由分数和学校的名气衡量,还应关注个人兴趣和未来职业发展的契合度。在多元化的教育体系中,每个学生都有权根据自己的兴趣、能力和市场需求做出最适合自己的选择。职业教育不应是“次选”,而是培养社会所需技能型人才的“摇篮”。期待这样的选择能成为更多学子的参考,共同推动教育观念的革新。

看到其背后的就业需求

□□ 徐嘉青

随着社会的发展,人们对高考志愿的选择愈发理性了。对于年轻学子而言,读大学最终指向的是什么?说白了不过是“就业”二字,不管你读的是何种类型的大学,选择的又是何种专业,学业结束之后无一例外地都要跨过“就业”这道门槛。

当下,在有些人眼中,职业院校是迫于无奈的选择。可实际情况呢?职校毕业生掌握了一技之长,近年来在就业市场上的优势也愈发明显,并且在职场中颇有发展前景。有鉴于此,高分考生愿意选择就读职校也就不足为奇了。

高分学子上职校会引发热议,也反映出当前我们对职业教育重视程度尚有不足,社会认知仍有偏颇,当然这是由多种因素造成的,但随着职业教育的迅速发展,人们的态度和认识也在发生变化,相信职业院校会受到更多学子的青睐。

职校要进一步提升自身吸引力

□□ 明伟方

长期以来,我国高等教育领域存在一种现象:高分考生纷纷涌向名校,自己的兴趣和实际需求反而是次要的;而职业院校则因生源质量不佳,难以吸引优秀考生,发展受限。这导致人才培养结构的单一化,不利于社会经济的多元发展,为此,职校要进一步提升自身吸引力,让更多优秀考生愿意主动报考。

一方面要优化职校招生政策,鼓励优秀考生报考,让更多优秀考生看到职

业技术教育的前景和价值。另一方面要紧跟市场需求,优化专业设置,强化师资力量,提高教育教学质量。通过打造特色专业,提升院校的品牌形象,吸引更多优秀考生。同时,加强与企业合作,为学生提供实习实训机会,提高学生的实践能力和就业竞争力。此外,还应加强宣传教育,提高社会认知,为职业教育院校的高质量发展创造良好的舆论环境。

征稿启事

打印文件时明明可以双面打印,却非要单面打印;白纸黑字打印就能方便阅读,却非要用彩色打印才行……近年来,在基层开会迎检等工作场合里,“纸张上的浪费”遭到不少抱怨。前不久,中部某省一位省领导对“错一个字要重新打印一本材料”的现象提出批评:“就一个字,用笔改下就行,小账也是账啊,这种钱乱花,别的钱也可能大手大脚。”一番话引发网友讨论。

许多人对此点赞,认为对不节制打印造成的纸张浪费现象应大力遏制;也有基层干部无奈表示,接待上级检查时,因为材料字体、行距不符合他们的阅读习惯,不得不重复打印;还有人提出,应在适当场合推广无纸化办公,掐断纸张浪费源头。对此,你怎么看?

欢迎各位读者围绕上述话题,踊跃投稿。稿件请发送至邮箱nmrbpinglun@163.com,邮件标题注明“大家谈投稿”。来稿500字以内为宜,论述不求面面俱到,观点鲜明、具有新意、语言简洁即可。截稿日期:8月13日。

高温津贴怎能成为索要好评的幌子?

□□ 胡聪

据媒体报道,最近不少消费者收到自称是外卖员、打包员索要好评的电话或者短信,称得到五星好评,他们便可以拿到1元高温津贴。但调查发现,打着高温津贴幌子索要好评的,通常是管理商家后台账号的代运营公司,他们希望借此提高店铺评分。

高温津贴是指存在高温作业以及高温天气期间安排劳动者作业的企业、事业单位和个体经济组织等用人单位支付给劳动者的津贴。夏日炎炎,许多劳动者在高温天气下工作实属不易,为此需要通过高温津贴等方式为他们提供更多保障。根据现行《防暑降温措施管理办法》,高温津贴纳入工资总额,这属于国家明文规定的津补贴项目,是用人单位的法定义务。高温津贴的发放显然不能设定诸如“好评”等前提条件。部分不良代运营公司擅用骑手的服务质量与高温津贴绑定的概念,可能会给劳动者依法依规获得相应的高温津贴制造障碍。

以补贴劳动者高温津贴的名义要好评,是在利用消费者同情心。平台设置用户评价功能是为了给消费者提供借鉴参考的渠道,同时商家和骑手也可以借此提升改进服务质量。大部分消费者在接到“要好评”电话时,虽然会觉得被打扰,但动一动手指就能帮到他人,还是愿意给出一个好评,却没想到会被一些机构利用。而消费者不是因为认可产品品质或服务而给好评,这不仅不符合设立评价制度的目的,也不利于维护劳动者的合法权益,消费者的善意不能成为牟利工具。冒充骑手身份要好评也可能让消费者产生误解,进而损害骑手群体的形象和权益。再者,这些骗来的好评有可能会误导接下来的消费者,干扰他们的判断和选择,这种行为也违反了《中华人民共和国电子商务法》的相关规定,还会干扰市场公平运行。

高温天气下,不仅要依法及时发放高温津贴,更要加强对涉及高温津贴事项的监管,确保商家不以任何“变通”方式设置前提、误导广大消费者,进而损害劳动者权益。