



我省积极推动秸秆等农业废弃物资源化利用、产业化发展,全省秸秆产业化利用率达到 50.88%——

秸秆产业化 环保又生金

■ 本报记者 范克龙

“秸秆燃料六七百元一吨,如果再碳化处理,可以卖到三四千元”

探索“两利用”新路径, 秸秆变废为宝

严冬腊月,寒风扑面。近日,记者走进定远县严桥乡的爱能洁生物科技有限公司厂区,一股秸秆肥料发酵的味道扑面而来,厂区内一派热火朝天的生产场面,工人们忙着装运有机肥。

“现在虽然是淡季,但是上个月还拿了三个订单,现在生产计划一直能排到过年。”企业负责人王永告诉记者,秸秆有机肥不愁销,2021年企业共销售秸秆肥料5万吨。

王永算了笔账,秸秆300元一吨,畜禽粪便50元一吨,制成秸秆有机肥成本大约400元一吨。“去年肥料价格卖到1000元一吨,今年价格下降了600元,薄利多销,仍然有利可图。”

比起秸秆肥料,秸秆燃料利润更高。在爱能洁公司的秸秆燃料工厂,王永抓起一把颗粒状的秸秆燃料告诉记者,“这种燃料是由秸秆粉碎研磨而成,市场价在六七百元一吨。如果再碳化处理,可以卖到三四千元一吨。”不过他也表示,秸秆燃料加工厂投入大、要求更高,一台碳化设备就要300多万元,他并不打算扩大生产线,主业还是聚焦在有机肥上。

离爱能洁公司不远,还有一家秸秆肥料厂——荣丰生物能源公司。记者在这家企业厂区看到,成捆的小麦秸秆正在进行粉碎处理,一些粉碎后的秸秆集中堆放腐熟发酵,旁边是一个巨大发酵罐。“秸秆粉碎后进入发酵罐发酵,再根据需要添加有机质、微量元素做成有机肥,产生的沼气可以用来发电。”企业负责人孙耐丰如此介绍。

孙耐丰告诉记者,企业生产的秸秆肥料一部分做成大田肥料,一部分精加工后做成配方肥,用作种植花卉、蔬菜等的营养土。企业年产有机肥3万吨,营养土2万吨。“我们生产的营养土在淘宝上很受欢迎,18块钱一大包走批发,一吨可以卖到1000多元。”

定远县是皖东农业大县,也是畜牧养殖大县,常年农作物种植面积320万亩,畜禽养殖1700万头(只),农作物秸秆和畜禽粪污资源丰富。近年来,该县积极探索粪污秸秆“两利用”新路径,将秸秆产业纳入该县“猪、鹅、虾、草(秸秆)、菌”五大特色产业强力推进,全力推进秸秆资源化利用、产业化发展。

“秸秆白白烧掉,污染又浪费,现在产业化应用秸秆变废为宝,成了促进农村产业发展和农民增收的好产业。”定远县农业农村局科教股有关负责人王永红介绍,定远县每年可收集农作物秸秆110万吨,2020年农作物秸秆产业化利用量达64.5万吨,产业化利用率达58.65%。截至目前,该县已发展年利用农作物秸秆1000吨以上的产业化利用企业33家。

我省积极推进秸秆综合利用,先后出台秸秆综合利用、畜禽粪污资源化利用两个三年行动计划,全省秸秆综合利用率提升2020年的90%以上,其中产业化利用量占利用总量比例达到50.88%。2020年全省秸秆综合利用规模企业近2000家,产业年产值达293.13亿元。

“2020年小麦秸秆250元一吨,2021年300元一吨都抢着收”

完善收储体系建设,让废物变资源

随着秸秆产业化利用的深入推进,曾经的废弃物成了香饽饽,价格一路走高。“2020年小麦秸秆250元一吨,2021年300元一吨都抢着收,有的企业甚至收到450元一吨。”王永告诉记者,水涨船高,本县的秸秆不够用,一些企业吃不饱,甚至组织人到外地收购秸秆。为了确保原材料供应稳定,去年他就租了一个秸秆收储站,积极布局秸秆回收。

“由于秸秆大规模收储,主要集中在农忙期,一些散碎的小田块打捆、收储跟不上,导致一些秸秆不能及时回收利用。小麦收上来后就要插秧,许多农民等不及收储就直接还田了。”王家红说。

废物变资源,如何保障秸秆稳

定供给?目前全县共布置了46个秸秆收储站,形成了完善的秸秆收储运用产业体系。”定远县农业农村局局长刘会明介绍,定远县紧紧围绕服务秸秆利用企业,按照“公司+村集体+专业合作社”的模式,22个乡镇组建由城投公司参股、村集体人股的秸秆收储及综合利用有限公司,村设立秸秆收储专业合作社并设立标准化临时堆放转运点和自然村临时堆放点,配备必要的收储机械设备和收储人员,建立乡镇有标准化收储中心、村组有固定收储点和临时堆放点的“1+X”秸秆收储体系,形成了农作物秸秆“收、储、存、运、销”一条龙服务网络。

走进定远县七里塘乡收储中

心,只见这里被分成三块,一块是草莓市场,一块是秸秆堆场,中间是钢构大棚,“收秸秆的时候存放秸秆,草莓上市了作为草莓交易市场。”该收储点负责人刘前进介绍,镇里有2个这样的收储中心,8个村也都有相应的合作社,收上来的秸秆由公司统一卖给秸秆利用企业,“2021年共收购秸秆8000多吨。”

定远县农业农村局科教股股长王永红告诉记者,经过几年的发展,定远县在“1+X”秸秆收储体系网络的基础上,衍生出乡镇收储公司经营、合作社参与经营、秸秆经纪人参与经营、村集体收储公司运营以及秸秆经纪人单独经营等多种经营模式,全县收储主体呈现多元化趋势。

“我们共有72间菇房,一年使用秸秆基料约5万吨”

招引龙头带动发展,加快全产业链布局

小秸秆,大能量。除了做肥料,秸秆还能衍生很多产业。在位于定远县西州镇镇的众兴菌业公司的蘑菇房内,朵朵盛开的小蘑菇长势喜人,蘑菇下面是一层黑黑的蘑菇基料。“这些蘑菇基料是由小麦秸秆加畜禽粪便制成。”企业负责人李文武告诉记者,“我们共有72间菇房,一年使用秸秆基料约5万吨。”

“蘑菇采了3茬后,剩下的基料还可以做有机肥。”李文武告诉记者,企业年产2万吨双孢菇,产值1.7亿元,带动当地农民600多人就近就业。

秸秆除了做蘑菇基料,还可以做成食品添加剂。在定远县盐化工业园区内,安徽金轩科技有限公司财务负责人罗道兵告诉记者,企业年收储秸秆30万吨,20万吨用于生物电厂发电,约10万吨左右的玉米芯,用于深加工食品增香剂。

据了解,该公司收购玉米芯通过水解环化后,可生成糠醛。“糠醛将运送到我们的母公司金不实业进行再加工,生成甲基麦芽酚、乙基麦芽酚。”公司生产部副总工程师仇兆

山解释说,甲基麦芽酚、乙基麦芽酚俗称“增香剂”,应用场景非常广泛。“甲基麦芽酚主要用于化妆品和洗护用品,乙基麦芽酚主要用于食品类。像海底捞的火锅底料、洽洽瓜子、康师傅方便面、双汇火腿肠等产品,都使用我们公司通过玉米芯生产出来的增香剂。”罗道兵说。

为进一步提高秸秆综合利用率,大力发展“捡回来的另一半农业”,定远县积极招大引强。2015年引进光大定远生物质发电项目年消耗秸秆12万吨,2018年引进众兴菌业项目年消耗秸秆和鸡粪超10万吨,2017年成立的金轩科技公司年消耗玉米芯12万吨,正在建设的圣泉新材料项目年消耗秸秆将达30万吨……

“定远县集聚的年消耗能力10万吨以上的大型秸秆利用企业就有四五家,这在全省都是不多见的。”在刘会明看来,通过优化招商

环境,定远县大力招引秸秆利用大型企业,让这些消化秸秆的“大鳄”带动整个产业的发展,形成良性循环。“我们围绕这些大企业做产业规划,为他们做好配套,抓大放小,形成秸秆产业化利用的全面发展格局。”

刘会明介绍,定远县积极培育壮大“两利用”产业化龙头企业,加快建设秸秆利用环保产业园,做大做强秸秆产业,让秸秆变废为宝、点草成金。力争到“十四五”期末,将农作物秸秆和畜禽粪污资源化综合利用率提升到96%以上,秸秆产业化利用率提升到70%以上。



扫码阅读更多内容

·政策解读·

近日,省市场监管局发布《安徽省“十四五”市场监管规划》,旨在进一步提升市场监管现代化水平、激发市场活力——

加快建设高标准市场体系

■ 本报记者 彭园园

市场准入更加便捷高效
——全省市场主体数量力争突破900万户

提高市场准入效能,在激发市场活力、推动投资创业等方面一直发挥着重要作用。《规划》明确提出,“十四五”时期要坚持系统集成、协同高效,推进全面深化改革,积极探索健全完善支持市场主体全生命周期发展的制度措施,优化营商环境。

新产业、新业态、新模式等新经济发展对进一步商事制度改革提出了新的挑战。《规划》在企业名称申报、企业注销等多方面作出新探索。例如,探索实施名称申报“企业承诺+事中事后监管”,允许新兴行业企业使用反映新业态特征的企业名称;支持设区的市级市开展住所与经营场所分离登记试点;探索建立部门协同推进“僵尸企业”强制退出机制,推行“税务预检”“破产联动”等注销机制,进一步提高市场退出的效率与安全。

准入,还要准营,离不开深化涉企经营许可制度改革。目前,我省已全面推进“证照分离”改革全覆盖试点工作。“随着改革持续深入,‘十四五’时期企业经营便利度将大大提升,力争2025年全省市场主体突破900万户,市场主体稳定增长、活跃发展、质量全面提高。”省市场监管局综合规划处处长刘运说,接下来,将推进工业产品生产许可改革,进一步取消或下放工业产品生产许可事项,推行产品族管理;着力推进强制性产品认证制度,简化出口转内销产品认证程序,推行外贸企业自我声明承诺等制度;推进药品、医疗器械、化妆品审评审批改革,全面推进上市许可持有人制度;全面推行检验检测机构资质认定告知承诺制和网上审批。

自贸试验区是新时代全面深化改革和扩大开放的试验田,助力中国(安徽)自由贸易试验区建设,《规划》明确,建立自贸试验区涉企经营许可事项清单管理制度,对赋权事项实行清单管理,动态调整。实施“告知承诺+信用监管”自贸试验区审批新模式,推行智慧登记。全面推行电子证照,实现已归集电子证照在本领域政务服务事项办理中全覆盖、免提交,电子证照类目100%关联办事材料清单,办事窗口100%接入电子证照库。除特殊食品、医疗器械检验检测外,检验检测机构资质认定、项目新增实行告知承诺制。

市场竞争更加公平有序
——公平竞争环境社会满意率力争达到95%以上

新业态、新模式层出不穷,推动着经济高质量发展,同时,其发展离不开反垄断和公平竞争政策保障。

围绕建设统一开放、竞争有序的市场体系,《规划》在强化竞争政策实施、加强反垄断执法、加强反不正当竞争执法、加强价格监管执法等方面提出了更高要求。

加强反不正当竞争执法。“十四五”期间,将出台商业秘密保护地方标准,鼓励和支持有条件的企业积极创建商业秘密保护示范点,支持起步早、基础好、发展快的地区建成商业秘密保护基地。

切实做好直接涉及公共安全和人民群众生命健康等重点领域的市场监管工作,《规划》要求坚持“党政主导、部门联动、公众参与、综合治理”,严厉打击传销行为,加强直销监管。强化广告导向监管,推动广告智慧监管,严厉打击野生动物非法交易行为,深入开展“长江禁捕打非断链”专项行动,加强个人信息保护,严厉打击违法出售、提供、获取消费者个人信息的违法行为。及时跟踪、探索规范共享消费,在线教育、在线文娱、在线诊疗、智慧旅游、房屋租赁、直播带货、社区团购、外卖配送等新兴消费业态和消费模式,加大对违法失信行为、不良营商手法、显失公平格式条款等问题的监管力度。

“我们始终坚持以促进充分竞争作为构建统一开放市场体系的重要手段,规范市场竞争,促进双循环。”“十四五”期间将进一步提升重点领域的智慧化监管水平,到2025年,公平竞争环境社会满意率力争达到95%以上,公平竞争、优胜劣汰机制进一步建立健全。”刘运说,通过搭建网监大数据平台,升级网监系统,建立风险感知预警体系,开发本地平台的数据报送系统,实现与市场监管总局网监平台对接。通过搭建平台信用评估系统和执法办案系统,实现平台主体信用共享共治、主体数据交互校验、失信行为联合惩戒、违法案件在线协查移送等,探索智能高效的执法办案新机制,推进涉网行政处罚案件的全流程网上处理。

市场消费更加放心满意
——消费者对消费环境的总体满意度力争达到85%左右

近年来,我省放心消费创建工作持续深化,市场消费环境持续改善。新起点,新要求。《规划》提出,将实施实物消费、服务消费、食品消费、电商消费、乡村消费、工厂消费、行业消费、区域消费等八个放心消费提升工程,全省新增放心满意消费示范单位1万家以上;培育创建放心满意消费示范街区(市场、景区、服务区)500个以上,放心满意消费领跑示范县(市、区)16个以上,放心满意消费示范行业3个以上;发展线下无理由退货承诺单位1万户以上。

“尤其是在电商、食品、药品、价格、粮油等重点领域,快递、旅游、金融、电信等重点行业,供水、供气、供电和养老等公共服务行业,深入开展放心满意消费创建行动,实施放心满意消费建设工程。到2025年,消费者对消费环境的总体满意度力争达到85%左右。”刘运补充道。

在畅通消费投诉渠道,提升消费维权效能方面,《规划》明确将完善消费维权投诉平台建设,建立消费投诉联络站、服务站投诉快速处理机制,加大“诉转案”力度,严厉查处侵犯消费者权益的违法行为。加快健全消费维权制度体系,鼓励经营者建立小额消费争议快速和解机制,大力推进在线消费纠纷解决机制,落实先行赔付制度。

在消费者合法权益保护上,围绕网络、老年、农村和金融等消费领域,聚焦预付消费跑路、保健品虚假宣传、非法收集使用个人信息等突出问题,加强消费教育和引导,加大消费维权力度。加强对未成年人食品、玩具、用具和大型游乐设施等的安全监管,加大对涉及未成年人的广告、网络直播营销等领域的监管。刘运说:“对涉及健康安全的儿童用品,依法严格落实强制性产品认证管理。实施商品鉴别‘慧眼计划’,强化社会监督、行业组织自律。对侵害消费者合法权益行为,综合运用约谈、曝光等多种手段,形成有力制约机制。探索建立集体诉讼制度,加大公益诉讼力度。”

·经济快评·

老业态“新意足”方能刷出存在感

■ 何珂

跨年之际,笔者收到了照相馆寄来的免费礼物——用照片制作的新年日历。礼物虽不贵,但收到那一刻,满心欢喜。

在移动互联网时代,包括手机在内的移动设备不仅能实现实时拍照、修图,也可以实现实时传输。正因如此,不少人可能觉得,照相馆这样的“老业态”应当被淘汰了。然而事实并非如此。天眼查数据显示,截至2021年末,我国已有超过270万家摄影相关企业,2015—2020年年度注册增速始终保持在20%以上。其中,2020年我国新增超

过52.9万家摄影企业,2021年这个数字则超过了70万家。

在人人皆会拍照、人人皆可修图的时代,照相馆的逆势发展,与企业定位的变化和服务的提升息息相关。如今,消费者对照片的要求越来越“讲究”了,不仅要拍得好,还要拍得有意境、有主题、有故事。要满足消费者的新需求,单靠手机拍照很难实现,这就注定了照相馆必须跟着转型升级,从供给侧发力,不仅为消费者提供一系列专业的摄影设备,还具有较高水平的摄影师、引导员等,进而帮助消费者在结婚、纪念日等人生的重要时刻,

留下高质量且有意义的照片。照片不稀奇,但好照片仍是稀缺商品。从某种程度上来说,照相馆已经从“快餐店”变成了“精致小馆”。

消费需求转型升级、消费心理的迭代嬗变,对商家服务也提出了更高要求。照相馆为吸引顾客,为消费者免费定制日历、并快递到家,事情虽小,但消费者的幸福感不小,同时,也为照相馆在消费者心中刷了一波“存在感”,无疑是双赢的事情。如今,在不少行业内,市场竞争激烈,部分商家推出了“赚快钱”的营销手段,但给消费者提供的服务并不贴心,甚至频频玩套路,在这

样的情况下,消费者难免会用脚投票。事实证明,“赚快钱”远没有“得人心”更重要。把格局放大、把目光放远,别总追求眼下的“一锤子买卖”,而是多把心思用在提供优质服务和体验上,如此才是吸引用户、促进长远发展的不二法门。

在互联网的浪潮之下,传统行业并不意味着就失去了市场。有了手机、数码相机,照相馆依旧生意红火,为消费者提供的照片主题一波接着一波的上新;有了网上地图,部分旅游城市、旅游景区的纸质地图依然受到追捧,因为其融入了文化元素,成了收藏品;有了电子日历,传统纸质日历依旧有市场,只不过比过去更为精致,更具个性化。面对互联网浪潮的冲击,“老业态”也要根据外部环境及时调整定位,提升新的竞争力,让每个产品、每项服务保持高质量,让消费者的个性化需求能够得到满足,方能赢得市场,获得新发展。

