



主管主办: 新华报业传媒集团

江苏经济报



江苏经济网



江苏经济报
官方微信

今日4版 国内统一连续出版物号:CN 32-0016 代号:27-50 全国发行

星期二 2026年8月4日 丙午年六月廿二 总第10411期

农险撑起“保护伞” 产业铺就振兴路

□江苏经济报记者 张韩虹
通讯员 陈云东 韩俊豪

盛夏时节,骄阳炙烤着溧阳乡野。社渚镇万亩青虾养殖塘口波光潋滟,连片池塘在晴空下错落有致。正值青虾生长关键期,养殖户头戴草帽、脚踩胶鞋,穿梭在温热的塘埂之间,仔细巡查虾情。“夏天是青虾生长旺季,也是风险最高的时候,高温缺氧、雷雨洪涝都容易出问题。但现在有农业保险兜底,守着塘口心里也稳当。”有着十余年养殖经验的农户虞韦韦望着生机勃勃的虾塘,眼神笃定。

这份底气,源自溧阳市农业保险的扎实落地。近年来,溧阳财政部门立足当地产业发展实际,以财政赋能为抓手、特色险种为支撑、优质理赔为保障,持续织密农业风险防护网,有效破解特色种养产业“靠天吃饭”难题,为水产业稳健发展和农户增产增收夯实保障底线。

财政补贴精准发力,农险覆盖全域落地

热浪翻滚的田野里,水稻秧苗进入分蘖旺盛期。在溧阳水稻种植基地,种粮大户带着农户抢抓晴好天气开展灌溉、防虫、除草作业,成片稻田绿意盎然。“以前最怕突发灾情,一年收成说没就没,敢种不敢投、怕灾不敢扩。现在政策性农险财政补贴力度大、保障全,我们种粮户有了政策兜底保障就更有底气了。”种粮大户老徐坦言。

鲜活的田间保障图景,正是溧阳财政提升主粮完全成本补贴、普惠助农增收的生动缩影。夏季是粮油作物、特色种养作物的关键生长期,也是自然灾害、种养风险的高发期,农业保险成为稳粮保收、护航夏管的“压舱石”,而财政补贴是撬动农险全面普及的核心杠杆。以往,传统农险险种单一、适配性弱,加之部分农户顾虑保费成本高,理赔流程烦琐,参保积极性偏低。水产、精品水果、设施菌菇等特色产业长期存在风险保障空白,不少经营主体因怕受损不敢扩“粮”投产。

溧阳市财政局相关负责人介绍:针对这一产业痛点,溧阳市财政部门持续加大财政

投入,优化分级补贴机制,主动摸排农户保障诉求,争取专项财政资金,最大限度降低农户自付压力,充分调动各类农业经营主体参保积极性,让农险红利全面覆盖田间地头、菌棚果园、养殖塘口。

依托持续政策赋能、资金加持,溧阳农险品类持续扩容、保障范围全域延伸,构建起“政策性险种全覆盖、特色商业险种补短板”的立体化保障格局。目前,溧阳已常态化开展水稻、小麦、油菜等32个政策性农业保险产品,全面覆盖粮油种植、畜禽养殖等基础农业业态,牢牢守住粮食安全底线。如今,溧阳已实现全市主要农业生产业态保险全覆盖,惠农保障真正扎根盛夏田间,惠及千家万户。

立足产业优势,特色险种赋能富民产业

产业有特色,振兴有底气。夏日,走进溧阳市上兴镇龙峰村,阵阵清甜果香扑面而来,漫山遍野的浆果种植基地生机盎然。不同于传统农作物种植村落,龙峰村立足本地水土、气候优势,精准布局蓝莓、黑莓等精品小浆果产业,走出了一条特色化、差异化的富民发展之路。

连片种植基地内,饱满的蓝紫色果实缀满枝头,果农们趁着晴好天气忙着采摘、分拣、打包。“夏季高温高温、雷雨频发,浆果果皮娇嫩,最怕暴雨裂果、高温灼果、大风落果。往年一场强对流天气,就能损耗大半产量。”深耕精品果蔬种植多年的余大叔一边熟练打理黑莓枝条,一边坦然说道,“现在有了专属农险兜底,再加上财政补贴,种果再也不用提心吊胆。”

蓝莓、黑莓等精品浆果产业附加值高、市场前景广,但对气象条件极其敏感,夏季极端天气极易造成大面积减产。以往灾害损失全部由种植户自行承担,高额经营风险一度制约了本地林果产业规模化发展。为破解特色产业“靠天吃饭”的困境,溧阳结合本地产业实际,正式印发《关于增开部分政策性农业保险险种的通知》,新增蓝莓、黑莓种植保险,内塘水产品养殖天气指数保险等8个特色险种,进一步丰富地方优势特色险种矩阵,补齐

精品果蔬、特色水产的风险保障短板,推动特色农险从传统种养向高附加值精品农业延伸。目前,溧阳已构建起涵盖水产、菌菇、精品果蔬、苗木的9个地方优势特色险种矩阵。

“财政资金是特色农业保险长效运行的核心支撑。”溧阳市财政局上述负责人介绍,溧阳市持续健全农业保险财政保障体系,将特色林果、精品水产等地方优势农业全面纳入财政补贴支持清单,通过财政承担大部分保费,大幅降低参保门槛,彻底化解农户“保费贵、不愿参保”的普遍顾虑,以少量财政资金撬动大规模农业风险保障,实现财政惠农、保险兜底,农户受益三方共赢。

精准落地的特色农险,实打实的财政补贴,为本地林果产业注入强劲底气。2024年至2026年,在财政政策的加持下,投保农户仅需缴纳全额保费的10%,溧阳共有14户蓝莓种植主体参保,保障面积达0.4万余亩,人保财险溧阳支公司为参保种植户合计提供2000余万元风险保障。余大叔就是特色农险的直接受益者,2025年夏季,受强降雨、高温叠加影响,蓝莓大幅减产,直接经济损失超45万元,万幸的是,他因参保而顺利获得理赔款30余万元,全面覆盖了种苗采购、田间管护等各项种植成本,大大缩小了亏损范围。

如今,社渚镇青虾产业、古县街道食用菌产业、上兴镇精品浆果产业多点开花,协同发展,多元特色农险精准赋能,全面激活乡村富民产业新动能。

优化理赔会商机制,暖心服务守护农户

农业保险惠农,关键在落地,核心在高效理赔。为切实破解“投保容易、理赔烦琐”的行业痛点,溧阳建立常态化农险理赔会商机制,统筹联动农业农村部门、各承保机构,搭建多方协同工作体系,构建“事前防灾预警、事中快速响应、事后高效赔付”的全流程服务模式。

防患于未然,减灾于前置。针对夏季高温、台风、暴雨、洪涝等高发风险,财政部门提前部署,主动靠前,牵头组织工作人员、农技

人员、保险专员下沉各大田间、塘口、菌菇大棚、果蔬基地,常态化开展隐患排查和防暑防灾技术指导,针对性指导虾农调控水质、菌农管控棚内环境、果农做好遮雨防晒措施,最大限度降低夏季农业受灾损失。一旦发生灾情,第一时间督促承保机构启动夏季专属应急预案,开通理赔绿色通道,精简查勘、定损、赔付全流程手续,实现灾情快速响应、损失精准核定。

高效便捷的理赔服务,让广大农户在盛夏时节真切感受到政策温度。去年夏季,溧阳遭遇持续极端高温天气叠加短时强降雨,部分青虾养殖塘口缺氧减产,多处食用菌大棚高温闷棚出现菌菇腐烂,连片蓝莓、黑莓种植园因暴雨冲刷出现大量裂果、落果。灾情发生后,承保机构迅速分组行动,全域摸排,同步开展虾塘、菌棚、果蔬基地查勘定损工作,高效完成多品类特色产业理赔核算与打款。“去年汛期暴雨过后,园内黑莓裂果落果严重,本以为一季收成要大打折扣,没想到保险工作人员当天就上门核查,不到一周理赔款就到账了。”拿到理赔款的果农们为人保财险高效理赔服务赞不绝口。

通过常态化理赔会商、规范化流程管控,溧阳严格落实“定损到户、理赔到户、快速到账”的工作标准,精准高效处置夏季各类农业灾情,确保每一笔理赔资金直达受灾农户手中,真正做到“夏季受灾有补偿、生产损失有兜底、农户权益有保障”。据统计,夏季强降雨、高温灾害期间,溧阳年均办结农险报案两千余宗,高效兑付理赔资金,有力助力各类特色产业灾后复产、稳产增收。

“盛夏沃野,丰产可期。”溧阳市财政局相关负责人感叹,未来,溧阳市财政部门还将持续深耕农业保险高质量发展,聚焦夏季农业生产重点,紧扣青虾、菌菇、蓝莓、黑莓、苗木等特色产业发展需求,不断优化补贴政策,丰富特色险种,提升服务质效,持续放大农险兜底保障和产业赋能作用,以金融“活水”精准浇灌乡村沃土,为溧阳农业增效、农民增收、乡村全面振兴注入强劲动能。



8月3日,泰州市海陵区苏陈镇张家院社区的菱塘内灯火点点,村民们忙着煮藕、戴着头灯,趁着清晨时段采收菱角。

薛金龙摄
(视觉江苏网供图)

量贩零食门店遍地开花 低价红利与消费陷阱并存



□江苏经济报记者 沈玉青

当前,走进社区街巷、商圈沿街,赵一鸣、好想来等量贩零食店随处可见。密集排布的门店、堆叠成山的零食、极具冲击力的低价标签,无不说明量贩零食已成为线下零售的热门业态。

然而,因平价出圈的量贩零食赛道,最近却因商品规格与定价问题引发争议。不少消费者表示,一些头部量贩零食店货架上的品牌商品,有相当一部分并非超市在售的常规款,而是专门为零食折扣渠道定制的缩减规格版本。标价确实更低,但是分量也更少了,折算到每克、每毫升,价格并不便宜。量贩零食火爆的原因何在,门店“全场低价”的真实情况如何,针对相关问题,记者进行了走访调查。

量贩零食店走红 性价比收获顾客芳心

日前,记者来到好想来品牌零食南京秦淮区莺虹苑店,店内人头攒动,膨化食品、糖果蜜饯、坚果炒货、卤味零食、饮品酒水分门别类整齐陈列,各类零食层层堆叠、满满当当。货架侧面、商品上方,产品价格标签格外醒目,2.8元/袋的薯片、1.9元/桶的泡面、2元/瓶的饮料等低价标识随处可见。

记者看到,虽然不是周末,店内客流仍然络绎不绝,既有放学结伴选购零食的学生,也有下班后批量囤货的上班族,还有不少老年市民拎着购物袋,仔细挑选散装坚果、糕点零食。“比起大型超市,这里的零食便宜很多,种类也丰富,孩子吃的零食我基本都在这里买。”正在结账的市民刘女士告诉记者,她对比过多次,超市五六元的袋装零食,这里大多

只要两三元,每次买满满一篮,花费也不过五六十元,性价比很高。

不止南京,近年来,赵一鸣、好想来等量贩零食品牌在各地加速开拓市场,不仅抢占城市核心社区、商圈节点,还持续向县域、乡镇市场下沉。凭借“低价实惠、分量充足”的主打优势,这些零食店迅速俘获了大批消费者。数据显示,目前,好想来母公司万辰集团门店数量已突破20000家,其2025年在长三角地区以约63%的市占率稳居市场头部。截至2026年7月20日,拥有零食很忙、赵一鸣零食的鸣鸣很忙集团旗下签约门店总数突破3万家。

谈及业态快速走红的原因,南京财经大学教授、经济学博士孔群喜表示,量贩零食店的爆发式增长,是一场流通效率革命对传统零售“租金税”的精准打击。传统商超的零食加价率普遍在30%—50%,其中相当比例被多层经销商体系和货架进场费吞噬,而量贩零食品牌绕过省级代理、市级分销等冗杂环节,以现款现货的买断模式直接从厂商或一级代理商拿货,将流通成本压缩到极致,再用“大牌引流+白牌盈利”的品类组合实现终端低价。这种模式能快速铺开的深层原因,是居民消费正在经历从“符号消费”到“成分消费”的结构性转向。越来越多的消费者不再愿意为品牌溢价和商场灯光买单,但对品质的底线要求并未降低,这就催生了白牌产品的信任窗口。与此同时,经济增速换挡期催生的“口红效应”为零食这种小额高频的情绪消费品提供了逆周期增长动力,消费者压缩大额支出后释放的零散预算,恰好被量贩零食店的十元级客单价截获。

低价或暗藏套路 标价虽低单位价却贵

“进店感觉样样便宜,买回家仔细一算,不少商品根本不划算。”这是不少消费者的真实消费体验。记者通过多门店实地比价,同款商品交叉核验发现,量贩零食店并非全场让利,行业普遍存在“真假低价混搭”的销售

模式,门店部分标准化大牌商品价格低于超市、便利店,但部分非标准化、定制款零食,折算单价后反而更贵。

记者从普通超市和量贩零食店分别买来两瓶同款康师傅冰红茶,两者价格相近,包装几乎一样,放在一起才看出差异。记者查看瓶身标注的净含量,发现超市款为500ml,零食渠道专供款为468ml,看似省了几毛钱,折算单价后却发现零食店所售版本每毫升价格反而更贵。

记者调查发现,这类情况并不是个例。乐事薯片普通超市40克装单价3元,零食店35克装单价2.8元,看起来便宜了两毛钱,但每克单价却更高;奥利奥饼干在量贩零食渠道的规格为77.6克,超市常规款97克;好丽友薯圈也从104克缩至88克。这类特殊规格产品外包装背面均印有较小的“零食渠道供应”标识,饮料、泡面等多款快消品均推出对应版本。不少消费者坦言,由于外包装高度相似,很少有人会主动查看净含量小字,容易被视觉营销和标价误导。

除了预包装食品缩水,散装零食也是消费者容易踩坑的盲区之一。有消费者在黑猫投诉上表示,在量贩零食店购买4袋肉类零食和2袋面包,共收费29.83元,回家后称重发现重量不对,2袋面包实际重量164克,商家称重255克,4袋肉类零食实际292克,商家称重388克。还有消费者表示,一些量贩零食店中低价瓜子、花生与高价果干、肉类摆放在同一货架,店员称重时统一按高价档位计价,消费者不现场复秤很难发现。

“在我这个门店几百米范围内接连开了两家量贩零食连锁店,顾客被明显分流。”经营社区综合超市多年的店主周先生向记者坦言,普通超市所有商品明码实价,统一规格,很难用量贩零食的定价策略。“量贩零食店用价格陷阱误导消费者,但明明很多商品我们这种小超市价格更实惠。长期来看,量贩零食店的营销模式对传统小超市并不公平。”周先生说道。

发展拐点已到来 行业竞争需告别内卷

一系列暗藏猫腻的商业套路,源于量贩零食行业野蛮扩张、恶性内卷。灼识咨询的数据显示,2019至2024年,量贩零食市场规模年均复合增速达77.9%,预计未来五年将保持36.5%的年均复合增速,2029年市场规模达到约6137亿元。

短短数年间,量贩零食市场从蓝海掘金进入红海内卷,门店扎堆、同质化竞争、低价内卷等问题日益凸显。同一社区、同一条街道多家同类门店扎堆经营的现象屡见不鲜,部分地区门店密度趋于饱和,中小门店经营压力持续加大。记者走访中发现,多数量贩零食门店装修风格、货品结构、定价模式、促销方式高度雷同,核心竞争均集中在低价层面,缺乏差异化特色。不少新开小型门店仅能依靠低价促销吸引客流,一旦打开出现头部品牌门店,客流便会快速流失,存续周期较短。

值得关注的是,当前量贩零食行业已经迎来发展拐点,行业竞争或将进入下一阶段。今年6月,量贩零食企业鸣鸣很忙、万辰集团均发布了“共筑健康行业生态”的内容,呼吁友商及供应链伙伴“摒弃内耗、稳健发展”,或许将终结量贩零食行业的“内卷式”竞争。

孔群喜表示,量贩零食行业同质化、“内卷式”竞争的根源在于,当前几乎所有品牌都在用同一套“大牌引流+白牌赚钱+加盟扩张”公式作战,这本质上是一个没有壁垒的商业模式。破局的方向不在门店端,而在供应链端,谁能在白牌产品上率先完成从“贴牌选品”到“联合研发”的跃迁,推出有独家口感壁垒和足够复购率的自有品牌矩阵,谁就有可能建立起类似奥乐齐在欧洲零售市场的护城河。另一个潜在的差异化维度是数字化选品能力,也就是通过会员消费数据反向指导工厂排产和门店补货,将库存周转天数压缩到行业均值的一半,这远比多开一千家店更能定义下一阶段的竞争胜负。

虎踞财评

高温津贴不能“花式缩水”

○李万祥

近期,广东、河南等地工会发出劳动法律监督提示函,提示用人单位不得以清凉饮料冲抵高温津贴,全力保障广大劳动者的生命安全和身体健康权益,为劳动者撑起“清凉伞”。

劳动者露天岗位工作日最高气温达到35℃以上,以及用人单位不能采取有效措施将作业场所温度降低到33℃以下(不含33℃)的,都属于高温作业的情形。高温津贴作为补偿劳动者高温作业消耗的专属福利,是酷暑中的一份清凉关怀。有权享受高温津贴的劳动者主要包括两大类,一类是室外露天作业的劳动者,如快递员、建筑工人、环卫工人等;另一类是室内高温作业的劳动者,如冶炼、铸造、锅炉等岗位上的从业人员。

高温津贴并非可有可无。它一般由各地根据实际制定发放时间和具体金额标准,由用人单位按规定向高温作业人员发放。从性质上看,高温津贴属于工资,支付高温津贴是用人单位的法定义务。然而,不少企业把防暑降温费、清凉饮料等与高温津贴混为一谈,甚至以此逃避义务,导致劳动者权益受损。

高温津贴“花式缩水”的常见套路包括:用绿豆汤、矿泉水、防暑药品冲抵津贴;在劳动合同中模糊标注“薪酬包含各类补贴”;区别对待正式

工、派遣工、临时工;拖延发放、减发发放,以经营困难为由停发等等。高温津贴是一线劳动者法定权益,也是防暑保障的底线,这份待遇一分一毫都不能打折扣。

工会发出劳动法律监督提示函重在源头预防,关键还是要靠用人单位严格执行相关规定,及时足额发放高温津贴。特别是因高温天气缩短工作时间或停工休息时,用人单位不得扣减劳动者工资。若劳动者因高温作业引发事故伤害或被诊断为职业性中暑,按规定应被认定为工伤,享有相关保险待遇。

面对高温天气,用人单位还应合理调整工时,减少高温天气对劳动者的不利影响。例如,优化生产车间、户外作业点等高温场所布局,改进生产工艺和操作流程,采用良好的隔热、通风、降温措施,设置舒适通风休息区等;运用新技术、新材料、新设备,从源头降低或者消除高温危害。同时,还应通过进行职业病危害因素检测、评价,及时掌握职工身体健康状态,合理调配人力资源。

对劳动者而言,如果满足发放条件却没有收到高温津贴,要积极通过协商调解、投诉举报、劳动仲裁等方式,维护自身合法权益。用人单位若被依法确认存在违规情形,将面临相应处罚。

最高法发布典型案例 规范平台经营、保护消费者合法权益

据新华社电 最高人民法院8月3日发布5件依法规范平台经营、保护消费者合法权益典型案例,覆盖直播电商、平台权益经营、市场竞争秩序维护、虚拟财产交易等多个场景,为各类经营主体明确行为规则、稳定经营预期提供清晰指引。

实践中,部分直播经营者对商品作出片面化、误导性评价,引发商业诋毁纠纷。在重庆某酒业公司诉某优选(北京)公司商业诋毁纠纷案中,重庆市第一中级人民法院明确直播带货属于经营行为,入驻平台的直播带货方的商业评论可以对同类商品进行评价,但相较于普通公众其负有更高标准的审慎注意义务,即时互动场景下主播的“临场发挥”不构成免责事由;即便主播言论含有部分真实因素,但通过片面陈述、不当关联等误导公众对同类商品产生错误认识的,仍构成商业诋毁。案件厘清了直播营销中正常商业评论与商业诋毁的边界,为直播类企业营销行为提供了明确的行为规范。

平台账号等网络虚拟财产具有

商业价值。但虚拟财产交易中,出卖人掌握账号全部运营数据与瑕疵信息,买受人往往处于信息弱势地位,出卖人隐瞒账号号方、功能受限等问题引发的纠纷频发,买受人难以追究出卖人违约责任成为常见现象。

在汪某诉武汉某公司买卖合同纠纷案中,湖北省武汉市洪山区人民法院明确平台账号转让交易中,出卖人负有如实告知影响账号使用效能与商业价值的重要信息的法定义务;出卖人隐瞒账号无法搜索、无法使用推广功能等重大瑕疵,导致买受人商业运营的合同目的落空的,构成根本违约,买受人有权解除合同并要求返还全部价款。案件有效破解了线上虚拟财产交易中买受人维权难的困境,实现交易双方利益平衡,助力形成与数字经济相适应的法治化交易秩序。

此外,这批案例还明确了电商平台对入驻商户保证金负有必要的监管义务;直播推广方作出的售后兜底、赔付承诺具有法律约束力,应当依法承担相应连带责任等。

第三届长三角国创中心 创新创业大赛总决赛在南京收官

本报讯 日前,由长三角国家技术创新中心举办的第三届长三角国创中心创新创业大赛总决赛暨颁奖典礼在南京落幕。来自集成电路、人工智能、生物医药、先进材料、智能制造、能源环保六大领域的25支顶尖团队,携前沿硬核技术展开巅峰对决。本次大赛有近200个项目报名,吸引了40余个港澳台地区及海外团队参赛,参赛规模与覆盖范围均创新高。

新加坡国家科学院、工程院两院院士杨杰携其团队的新一代宽带24GHz微波频率合成器项目登台路演,展现了海外顶尖团队的技术实力。他说,企业想要发展,人才、完善的产业链、终端客户缺一不可,长三角恰好全部具备,是团队芯片项目落地的理想选址。

南京大学现代工程与应用科学学院教授陈向飞带来面向AI光互连的“精准光子集成”大功率激光阵列项目。当下,AI行业发展速度极快,传统分立芯片器件无法完全匹配AI算力爆发式增长的需求,行业亟需集成化方案。“我们仿照集成电路思路,把大量激光器集成在单颗芯片上。这套技术属于国内原创,整体性能已经超越全球同类技术。”陈向飞介绍,项目产品已实现对外销售,客户测试反馈评价较高。希望通过大赛争取一定资金,早日建厂房实

现规模化稳定生产。

“举办大赛的初衷就是希望链接和集聚全球的创新资源,并推动其在长三角区域落地,为长三角打造具有全球影响力的科技创新高地注入持续动力。”长三角国创中心主任助理、江苏省产业技术研究院副院长部长军表示,前两届累计评选出53个金奖项目,其中近20个项目已在长三角各地完成落地转化。

本届大赛历时5个月,参赛团队历经初审、尽职调查、分领域决赛、总决赛等层层选拔。

针对处于不同阶段的参赛项目,长三角国创中心还依托资金扶持与制度创新,搭建了“概念验证—中试放大—产业落地”全链条支持体系,完整覆盖原创技术从实验室研发到规模化产业化的全生命周期。现场最终决出一等奖5项、二等奖7项,后续入选“拨投结合”培育体系的项目,最高可获3000万元资金支持。同期还举行了概念验证项目集中签约仪式,10个早期科技项目将获得最高200万元的概念验证资金支持。

作为科技部批复、沪苏浙皖联合共建的国家级综合性创新创业中心,长三角国创中心迄今已聘请600余位产业领军人才担任项目经理,通过“拨投结合”模式推动200余项重大科技项目在长三角区域产业化落地。

(张安琪)



8月2日晚,家长带着孩子在南通濠河景区的濠东嬉水景点消暑。

张志陆 摄(视觉江苏网供图)