

# 这位老人的离去为何牵动这么多人的心

□ 本报记者 郭丁源

从龙江之滨到洞庭湖畔,从齐鲁大地到天府之国,大江南北,处处一派丰收景象。国家统计局近日公布的全国粮食生产数据显示,2021年全国粮食总产量13,657亿斤,比上年增加267亿斤,增长2.0%,全年粮食产量再创新高。粮食作为农业的“压舱石”,连续7年保持在1.3万亿斤以上,其意义重大。

中国是一个人口大国,同时也是一个农业大国,粮食问题一直备受世界的关注。为粮食增产作出杰出贡献的人,则是真正为世界担当的人,这个世界会永远记住他。2021年5月22日13时07分,“杂交水稻之父”、中国工程院院士、“共和国勋章”获得者袁隆平因病医治无效在长沙去世,享年91岁。

袁隆平是世界上第一位将水稻的杂交优势成功地应用于生产的科学家,几十年来致力杂交水稻技术的研究、应用与推广,为我国粮食安全、农业科学发展和世界粮食供给作出了巨大贡献。这位大半辈子都在与水稻打交道的老人,从事杂交水稻研究工作有57个年头。他最关心的,就是与水稻和粮食安全相关的事。当中国人都把饭碗端牢的时候,这位老人家安心地走了。

## 不断进取的一生

水稻是世界上食用人口最多、历史最悠久的农作物。至今,它养育着26亿人的生命。全世界有122个国家和地区种植水稻,播种面积约为1.5亿公顷。而袁隆平老人的故事就从这里开始。

1960年7月,袁隆平在实习农场的稻田中,发现了一颗植株高大、谷粒饱满的水稻。然而当他种下收获的稻种,新长出的水稻却高矮不一。

失望之余,袁隆平意识到:“水稻是自花授粉的,不会出现性状分离,所以这一定是个天然杂交种!”水稻是雌雄同蕊的,如果人工去除雄蕊,授以另一品种的花粉,就能实现杂交,但这种方式难以量产。想要大量生产杂种,更有效的方式是培育一种雄性不育的水稻,和其他品种混种,从而实现杂交。

随后几年里,袁隆平就在田间地头寻找天然的雄性不育水稻,并于1966年将研究成果——《水稻的雄性不育性》发表在中科院《科学通报》上。

接下来的数年,中国杂交水稻研究突飞猛进。

1970年,袁隆平的助手李必湖在海南发现野生的雄性不育水稻“野败”;1972年,江西萍乡农业局的颜龙安利用“野败”,成功育出不育系“珍汕97A”及同型保持系;1973年,广西农学院的张先程在东南亚水稻品种中找到结实率90%以上的强恢复系IR24,标志着籼型杂交水稻“三系”配套成功;1976年,袁隆平育成的三系杂交稻在全国大面积推广,比常规稻平均增产20%,为解决中国粮食问题作出了历史性贡献;20世纪80年代,福建三明农科所的谢华安培育出新一代强恢复系“明恢63”,通过与“珍汕97A”配套,得到抗稻瘟病的新一代杂交水稻“汕优63”;1986年—2001年,“汕优63”一直是中国种植面积最大的水稻品种,单年最大种植面积超过1亿亩;1997年,袁隆平提出超级杂交稻育种技术路线。

创新是一个民族的灵魂,追求是一个科学家的目标。袁隆平在杂交水稻取得巨大成功后,并没有放慢继续攀登的脚步,而是把目标定在了更高的高度。2000年,实现百亩示范田平均亩产700公斤;2004年,800公斤;2011年,900公斤;2014年,1000公斤;2017年,1100公斤。

一稻济世,万家粮足。2004年,袁隆平先后被授予世界粮食奖和以色列沃尔夫奖。沃尔夫奖的颁奖词这样写道:“袁隆平教授之所以获得2004年沃尔夫奖,是因为他在水稻方面的革新成就大大提高了世界粮食的产量。在袁隆平教授的革新之下,世界的水稻产量提高了20%,中国的水稻产量提高了50%。”

多年来,有关杂交水稻的争议不时出现,袁隆平的应对方法永远只有一条:下田实践。2019年9月29日,袁隆平获得共和国勋章。颁奖词这样描述袁隆平:他一生致力杂交水稻技术的研究、应用与推广,发明“三系法”籼型杂交水稻,成功研究出“两系法”杂交水稻,创建了超级杂交稻技术体



2021年10月17日,湖南省衡阳市衡南县竹村,由“杂交水稻之父”袁隆平院士专家团队研发的杂交水稻双季亩产继2020年突破1500公斤大关后,再次刷新纪录,达到1603.9公斤。图为10月17日,测产组工作人员在测产现场查看水稻生长情况。(资料图片)

新华社记者 陈振海 摄

系,为我国粮食安全、农业科学发展和世界粮食供给作出杰出贡献。进京参加颁授仪式之前,袁隆平先是下田跟超级稻告别。回去后的第一件事,还是下田。

## 老人的三个梦想

袁隆平曾有三个与水稻相关的梦想:一是水稻亩产超过1000公斤,保障我国粮食安全;二是让杂交水稻走向国门、走向世界,为解决人类饥荒作出贡献;三是希望在我国盐碱地上种出高产水稻。

2021年5月9日,三亚早造水稻测产取得亩产1004.83公斤的成绩,这是袁隆平团队全国杂交水稻双季亩产3000斤项目首获丰收。这对实现我国“藏粮于地、藏粮于技”和确保“中国人的饭碗任何时候都要牢牢端在自己手上”的战略目标具有重要意义。

而中国的杂交水稻,早已走出了国门。在袁隆平和一大批中国科研人员的前赴后继下,亚洲、非洲,“一带一路”沿线,杂交水稻已在40多个国家成功示范,并在10多个国家大面积推广。

2020年,由袁隆平“海水稻”团队

和江苏省农业技术推广总站合作试验种植的耐盐水稻在江苏如东耕种方凌垦区进行测产。经专家团队对3块各1亩左右稻田机收实测,“超优千号”耐盐水稻的平均亩产量达到802.9公斤。专家表示,这个产量创下盐碱地水稻高产新纪录。

袁老的三个梦想均超额完成。资料显示,我国的粮食生产,按品种来分主要有谷物、大豆、薯类三种。这三类谷物分别占全年粮食总产量的31.17%、20.06%、39.91%。作为中国三大传统主粮之一的玉米,自从2012年超过稻谷晋升第一大粮食作物品种后,产量持续增加,直接带动中国粮食总产量连续增产。2021年,占全国粮食产量近40%、占全国粮食增产99.1%的玉米,是中国粮食生产当之无愧的主力军。

## 粮食安全且丰盛

手中有粮,心中不慌。党的十八大以来,党中央高度重视粮食问题,强调“保障国家粮食安全是一个永恒的课题,任何时候这根弦都不能松”“中国人的饭碗任何时候都要牢牢端在自己

手上,饭碗主要装中国粮”。

中国农业科学院农业资源与农业区划研究所研究员姜文来认为,今年粮食生产再创新高,表明我国粮食安全有保障,中国人的饭碗牢牢端在自己手上;同时,也表明我国粮食稳产增产长效机制初步建成和完善,符合我国粮食生产实际。这还说明,我国农业常态化应对新冠肺炎疫情措施积极有效,积累的经验对我们以后应对类似的公共事件有借鉴意义。

受新冠肺炎疫情和气候变化等因素影响,在全球粮价日趋高企、再创近10年来新高的情况下,我国却保持粮价平稳。多位专家认为,这主要得益于各级党委政府对“三农”工作的重视以及多项惠农政策密集出台所发挥的作用。

丰年不忘饥苦,富岁当思节约。袁隆平最看不得人浪费粮食,他曾在一次采访中说:“我们辛辛苦苦钻研提

高水稻产量,每亩提高5斤或10斤都很难,提高之后,又浪费了。浪费不但可耻更是犯罪……”

在袁隆平看来,粮食安全永远是头等大事。因而,在不同时期,在各个场合,他总是不遗余力地呼吁、强调粮食安全的重要性。他曾以一位长期工作在农业科研第一线的科学工作者名义,向全国人大代表、政协委员呼吁,要高度重视我国粮食安全问题,并提出了四点建议:一是坚持自力更生为主的粮食安全战略;二是充分发挥科技对粮食安全的保障作用;三是切实保证一定规模的粮食播种面积;四是切实保护和提高农民的种粮积极性。

2020年,我国杂交水稻种植面积超过1300万公顷,占我国水稻种植面积的50%,产量大概是我国本土水稻总产量的58%。如此大规模的杂交水稻,除了部分用于上市,更多是用来充当战略储备粮。

在袁老等人的努力下,如今,我国的主粮自给率达到98%,基本能处在粮食安全平衡的平衡点,抗风险能力明显提高。我国水稻、小麦、杂粮的种子实现自主选育,而且达到国际优秀水平。但在玉米、大豆等品种上,我国虽然有自主选育的种子,但水平和国外还有较大差距。而在西兰花、胡萝卜、白羽肉鸡等品种上,则完全依赖于进口。

袁老去世后,农业农村部负责人在表达沉痛哀悼时表示,将传承袁老精神,持续推进种业创新,坚决打赢种业翻身仗,牢牢把住粮食安全主动权。

近日,国家发展改革委副主任兼国家统计局局长宁吉喆表示,在稳定宏观经济预期方面要大力补短板,重点抓好粮食安全、能源安全、产业链供应链稳定工作。在粮食安全方面,实施最严格的耕地保护制度,深入推进国家黑土地保护工程,持续抓好高标准农田建设管理;深入实施种业振兴行动;坚持并落实好稻谷、小麦最低收购价政策,深入推进优质粮食工程,健全粮食产销衔接协同保障机制。

袁老曾说:“人就像种子,要做一粒好种子。”

袁老走了。更多的人在继续努力。

回眸2021

中国发展改革的20个问与答

# 我们需要一个怎样的“双十一”

□ 本报记者 张守营

相比起中国历史悠久的传统节日,以消费冠名的“双十一”“双十二”则显得尤其年轻。2021年,我们迎来第13个“双十一”,这个“双十一”似乎与往年一样,但似乎又有所不同。一样的那是那几千亿元的成交额,不一样的是消费群体有所变化,购买商品也有所变化。

赶上移动互联网大发展年代,每个人都离不开网购,但我们需要一个什么样的网购环境,又该如何理性对待“买买买”的问题,似乎只有通过数据、通过消费者、通过专家学者的观察来透过现象看本质,最终由政府通过顶层设计推动这个节日的健康发展。当然,这个过程并不是一成不变的,个人、企业、政府总是在互动,市场总是在变化,只有不断调整,才能知道我们还需不需要“双十一”,我们又需要一个怎样的“双十一”。

## 数据说话:“天猫+京东”就是一个近万亿元的市场

根据天猫和京东发布的消息,2021年11月12日零时,天猫“双十一”总交易额定格在5403亿元;京东“双十一”累计下单金额超3491亿元。天猫开售第1小时,超过2600个品牌成交额超过去年首日全天;截至11月11日23时,698个中小品牌的成交额实现从百万级到千万级的跨越;

78个去年“双十一”成交额千万级的品牌,今年“双十一”成交额突破1亿元大关。京东方面,31个品牌销售破10亿元,Apple破百亿元;中小品牌新增数量同比增长超4倍。

“今年双十一,我不会购物。”这是在“双十一”预售开启前一天,一位网友在网上发帖表的态。而她给出的理由似乎也格外理性:首先,她认为“双十一”在价格上其实并没有多优惠,而且为了找到更优惠的价格,你要在网上,甚至到商场踩点对比,这要付出更多的时间和精力;其次,通过往年“双十一”“血的教训”,只是图个便宜,买了一堆自己并不需要的东西,“只是为了凑单”。最后,她得出的结论是,应该按真正的自我需求去购物,而不是为了图便宜买一堆不需要的东西。

从快递数据看,国家邮政局监测数据显示,2021年11月1日~11日,全国邮政、快递企业共处理快件47.76亿件,同比增长超过两成。其中,11月11日当天共处理快件6.96亿件,稳中有升,再创历史新高。

一个有趣的数据是,网络监测发现,有这么一群人,喜欢在早上7点左右扎堆进行网购,这是110多万老年人用他们独有的“长辈模式”在逛“双十一”。他们最喜欢买的商品是智能手机、羽绒服和毛呢外套。当然,“双十一”参与的主体依然是年轻人,90后、00后占比超过45%。

从西部地区的数据看,中西部地区农货销售增长“双十一”表现尤其亮眼,西部12省份农产品销售额同比增长20%,其中甘肃同比增长57.5%,贵州同比增长24.4%。

可喜的是,220家老字号品牌的销售额截至11月11日8时同比增长超过100%,今年有184个老字号进驻淘宝直播间。

品牌方面,275个新品牌连续3年翻倍增长,700多个新品牌成为细分

品类第一名。天猫新品牌孵化计划今年支持超过2000个新品牌。

## 消费者有话要说:有一些人在逃离,有一些人在走进

“今年双十一,我不会购物。”这是在“双十一”预售开启前一天,一位网友在网上发帖表的态。而她给出的理由似乎也格外理性:首先,她认为“双十一”在价格上其实并没有多优惠,而且为了找到更优惠的价格,你要在网上,甚至到商场踩点对比,这要付出更多的时间和精力;其次,通过往年“双十一”“血的教训”,只是图个便宜,买了一堆自己并不需要的东西,“只是为了凑单”。最后,她得出的结论是,应该按真正的自我需求去购物,而不是为了图便宜买一堆不需要的东西。

这样的网友似乎并不在少数,他们甚至在网上自发形成了“不要买|消费主义逆行者”“不买了!拔草互助协会”等小组,他们积极发帖,讨论交流不买、少买、按需购买等问题,还规劝组员们不要去参与电商搞的促销活动。

但真实的“双十一”,就像是真实版的《双戒记》:一群人买爆了服务器;还有一群人集体退出“双十一”,成为消费主义逆行者。

单仁资讯集团董事长、央视凤凰特约评论员单仁认为,那些在网上热烈讨论不要买的年轻人,何尝不是在以另类的方式“积极”参与“双十一”?

“市场上从直播带货到网友分享,到处都在给人种草,刺激消费,通过煽动焦虑情绪,让每个人因为焦虑而不断去购买,以此来满足自己的伪需求。”网友“豆铁铁”很理性,为此他还成立了一个“不要买”的互助小组,这个小组大概有近30万名成员。

与之形成对比的是,那些退休大爷、大妈,在疫情下带动大量的中老年群体走进互联网,他们开始熟练使用电子产品,熟练使用健康码,熟练使用移动支付和线上消费。随着人口老龄化不断加剧,银发群体消费也成为“双十一”商家关注的重点。2021年的“双十一”,保健养生类商品表现强劲,成为新亮点。

还有这样一个群体,他们对于网购、比较软件使用得炉火纯青,也喜欢到社交平台分享和交流心得,但他们不见得买。根据《Z世代定义与特征|青山资本2021年中消费报告》得出的结论,无收入和低收入为主的下沉市场人群,才是Z世代的主流消费人群。这个人群的显著特点是:普遍接受教育,但是穷。Z世代指1995年~2009年间出生的人,也就是大家口中的新新人类,95后~05后。

“Z世代年轻人信任KOC(关键意见消费者)。你是一个达人,你是在这个领域比较懂的,你天天教化妆、穿搭,这会获得信任。”青山资本投研总监金雨认为,Z世代是活在网上一代。

艾媒咨询调研数据显示,77%的网民会为了“双十一”而凑单,仅有23%的人不会因为“双十一”选择凑单;从促销活动的偏好来看,70.2%的网民认为直接打折更好,也有不少网民认为满减优惠、预售折扣、跨店津贴和拉人赢红包更具“看点”。

以上可以看出,绝大多数用户还是喜欢“直接打折”。“双十一”活动并不有趣,而是为了打折不得已而为之。观看直播也不是因为主播人设更吸引人,而是能便宜,发现“全网最低价”。

## 专家论道:新技术的应用将带来新的消费场景

正如单仁所说,虽然年轻人仍然冲动,虽然只要有促销打折,就一定激发人们本能的购买欲望,但不同的年代,有着不同的印记。曾经是“双十一”主力的80后小鲜肉已经长成了叔叔阿姨,他们的消费逐渐趋于冷静,从曾经的打折就买,发展到今天有需要才买。今天的95后,不像出生于商品短缺年代的70后、80后,他们成长于商品丰富的年代,不再过度“拜物”,但喜欢明星、喜欢网红的躁动更加强烈。“电商平台在‘双十一’一开始,就利用‘头部网红’吸引大量年轻人消费,去快速完成自己增长的目标。”

当直播、短视频在营销领域的贡献越来越大,电商也就从平台的力量向个人魅力转移。资深企业家、单仁

行专栏作者士老帽认为,流量在哪里,财富就去了哪里,解决流量问题,需要新的游戏规则,这一切离不开科学技术的进步。随着增强现实(AR)、虚拟现实(VR)和互联网(Internet)等技术的应用,以人为载体的直播战场,必然转移到以“虚拟现实”为核心的商业应用场景,这也意味着直播带货终将走向没落。

“双十一”正在走向审美疲劳。士老帽认为,是时候思考一些问题了,疯狂了13年的“双十一”,该刹车了,不懂刹车的汽车,跑得越快越没人敢坐;该保养了,该定期检修,就会加大使用成本;该适度更新换代了,只有去掉一些陈腐,新的机会才能出现。

从政府方面来看,2021年3月,国家发展改革委牵头,28个部门联合印发了《加快培育新型消费实施方案》,进一步细化深化了政策措施。此后,20多个省份和计划单列市陆续出台了促进新型消费发展的意见、实施方案、行动计划等。目前,已经初步形成中央顶层设计、各部门各地区统筹推进、市场和社会力量广泛参与的工作格局。

2021年7月19日,经国务院批准,在上海、北京、广州、天津、重庆,率先开展国际消费中心城市培育建设。以传统消费转型升级和新型消费创新发展为切入点,国际消费中心城市的培育建设,将引领消费新风尚,促进产业结构升级,成为拉动我国经济增长的新引擎,也为全球经济复苏增添新动力。“双十一”在这其中能否发挥出应有的作用,决定了其存在的价值。且让我们拭目以待。