

盐城市发展和改革委员会

盐城市财政局文件

盐城市商务局

盐发改〔2020〕11号

关于印发《关于春节前组织市、县两级储备肉 投放工作方案》的通知

各县（市、区）发展改革委、财政局、商务局，盐城经济技术开发区经发局、财政局、中韩办，盐南高新区经发局、财政局：

经市政府同意，现将《关于春节前组织市、县两级储备肉投放工作方案》印发给你们，请各地结合实际，研究落实本地区投放工作，并报市发展改革委（价格处）备案。

附件：关于春节前组织市、县两级储备肉投放工作方案



附件

关于春节前组织市、县两级储备肉 投放工作方案

2020年春节临近，猪肉消费将明显增加，价格高位运行。为稳定消费预期，满足群众消费需求，根据国家和省关于保障市场供应和物价基本稳定的工作要求，我市决定在春节前组织市、县两级储备肉投放。为确保投放工作有序开展，现制定以下投放工作方案：

一、投放原则

（一）坚持突出重点。突出困难群体和大中专院校、中小学校及养老服务机构。

（二）坚持精准投放。统筹把握节日市场消费规律，合理确定投放时机，实施精准投放。

（三）坚持上下协同。实行市、县联动的操作方式，加强部门协同，多形式多途径实施投放。

二、投放数量

本次投放按照我市猪肉储备规模40%左右掌握，投放储备肉400吨左右，其中市区投放140吨左右（包含盐都区、亭湖区、经济技术开发区、盐南高新区）；各县（市、区）投放260吨左右，具体投放数量可结合本地实际报当地政府确定。

三、投放时间、地点及方式

(一) 投放方式。实行定点投放和专柜销售相结合。对大中专院校、中小学、养老服务机构采取定点投放的方式，对居民生活区采取专柜销售的方式。

(二) 投放时间。投放时间定为 2020 年 1 月上旬至 1 月中旬，选择节日消费旺销期精准投放。各县（市、区）投放时间由各县（市、区）发改、财政、商务等部门会商确定。市区储备肉定点投放时间由教育、民政部门会发改、财政、商务等部门确定；市区专柜销售时间为 1 月 10 日至 1 月 23 日。

(三) 投放地点。向大中专院校、中小学投放计划由教育部门制定，向养老服务机构投放计划由民政部门制定，报商务部门统筹安排；专柜销售地点可选择城市居民相对集中的生活小区，依托日常猪肉销量大、销售稳定的大中型超市设立专柜，具体投放销售计划由商务部门会相关部门制定。

四、投放品种、投放价格及补贴原则

(一) 投放品种。应选择群众乐于接受、市场销量大的大宗品种作为投放品种，各县（市、区）投放品种原则上按储备肉品种投放。市区投放品种：前夹肉；精瘦肉（包括去皮去骨前腿肉、去皮去骨后腿肉）。

(二) 投放价格。为避免价差过大引发市场抢购，投放价格要合理确定，原则上按低于同类品种猪肉市场零售价 10% 左右确定。具体价格由发展改革（粮食和物资储备）、财政、商务等部门会商确定，并注意与毗邻地区投放价格相衔接。市区投放调拨

价：前夹肉 37.8 元/公斤；精瘦肉 45.1 元/公斤（存储企业送达投放点，与投放点结算价）。定点投放及专柜销售价：前夹肉 40.8 元/公斤；精瘦肉 48.7 元/公斤。

（三）价差补贴。如在储备肉投放过程中发生价差部分可给予补贴，价差补贴由各县（市、区）政府确定，补贴资金由同级财政统筹解决。投放结束后，由第三方专业机构审计，并经发展改革（粮食和物资储备）、商务、教育、民政等部门确认后，报当地财政部门发放价差补贴。

五、投放组织分工

（一）发展改革（粮食和物资储备）部门。会同有关部门制定投放工作方案，会商解决投放过程中的重大问题，负责监测猪肉市场价格变化情况，负责对承储企业下达政府储备冻猪肉投放指令，配合商务部门做好投放网点确定、投放监管工作。

（二）财政部门。负责投放价差补贴。

（三）商务部门。会同有关部门制定投放的具体实施方案，负责投放的组织实施工作。

（四）民政部门。研究对低收入群体的保供措施；制定向养老服务机构投放计划及组织实施工作。

（五）教育部门。制定向大中专院校、中小学校投放计划及组织实施工作。

（六）市场监管部门。负责储备肉投放期间的市场监管工作。

六、投放监督工作

（一）投放公告。商务部门应在投放前将专柜销售投放实施

方案、投放网点、投放价格及投放数量等信息，通过主流媒体向社会公告，实行公开、透明投放。投放期间，各投放网点应在显著位置挂牌公示投放品种及价格，接受社会监督。

(二)工作监管。商务部门会同发展改革(粮食和物资储备)、财政、市场监管等部门切实加强对投放工作的监管，不定期对投放情况开展抽查。各投放网点实行单独建账，制作销售明细，并于每日10时前将前一日储备肉投放实际销售数量和销售金额、17时前将次日所需储备肉品种和数量等情况汇总后报商务部门。教育、民政部门切实履行对定点投放的监管责任，杜绝转手倒卖储备肉牟取不当利益的行为，维护市场秩序。

(三)宣传引导。在实施投放过程中，各相关部门要加强正面宣传引导，稳妥推进，及时回应群众关切，做好解释和答复工作，既要防止群众抢购引发不良事件，又要避免负面舆情，确保投放效果。

七、投放后补库工作

本轮投放结束后，发展改革(粮食和物资储备)部门要及时核减储备库存数，坚持“动态平衡”原则，按照既定收储量，择机将投放出库的缺额要求承储企业及时补充入库。

抄送：省发展改革委，市政府办、市教育局、市民政局、市农业农村局、市市场监督管理局。

盐城市发展和改革委员会办公室

2020年1月9日印发