

不宜盲目建种都

三农瞭望

种业正受到前所未有的重视。截至目前,全国已有一批城市或省份提出打造“种业之都”或“种业硅谷”,不少地市和县城在谋划建设各类种业园区。在推动种业振兴的第一年,有必要正确认识打造种都这件事。

长久以来,种业发展面临来自气候、技术、市场等方面诸多难题。自去年底中央经济工作会议首次提出种业翻身仗以来,种业大事喜事不断。从种业发展顶层设计的谋划出台,到相关法律法规的不断完善,从育种新成果频现,到种业企业兼并重组,一幅种业振兴的画卷徐徐展开。在这样的背景下,各地愿意为打赢种业翻身仗、推动种业振兴作出自己的贡献,百花齐放、百家争鸣,这是值得肯定的好事。但是,一定要根据自身实际和全国情况,尊重产业规律和科研规律,量力而行、尽力而为。

种业有地区性、区域性特征。我国农业类型多样,有的地区种质资源多、科研基础好,有的地区种养面积广、应用前景好,有的以粮为主,有的畜禽占比高,有的水产见长。同时,各地在产业链上的地位不同,有的省份只

种业有地区性、区域性特征,这要求各地须弄清本地种业现状和家底,哪些有优势,哪些有潜力,合理规划产业区域布局,与推进农业发展整体衔接好,不要贪大求全、重复建设,更不能脱离实际盲目建种都。种业还具有全国性、全局性的特征,这要求各地不仅要清楚本地区的优势和短板,更要从全局的产业布局和发展规划中找准定位和机遇。

是农业大省、用种大省,但科研优势不够,很难被称为育种大省。有的省份只是制种大省,但品种权和创新资源不在自己手里,很难被称为育种强省。种业的核心是育种,打造种都要用育种的硬实力来说话,得有科研龙头和企业龙头。

这个特征要求各地须弄清本地种业现状和家底,哪些有优势,哪些有潜力。推动种业振兴,必须围绕这些优势和潜力,合理规划产业区域布局,与推进农业发展整体衔接好,不要贪大求全、重复建设,更不能脱离实际盲目建种都。实际上,很多地方没必要打造种都,却可以服务于种都,或做试验基地或做示范场所,或是产销合作或是资金合作,形成种业产业化联合体。对相当比例的地区来说,相

比建种都,更应做的是推进种业知识产权保护,依法打击套牌侵权行为,为种业发展提供公平的政策环境和良好的公共服务。

种业还具有全国性、全局性的特征。我们讲种业安全,主要是对全国而言的。对特定的省份或城市来说,不一定非得自己是“种都”,不一定非要另起炉灶,完全可以用市场手段保障供应链安全。种业投入动辄以亿元计,作物育种周期一般要6年至8年以上,畜禽育种周期一般要10年至15年以上。育种最宝贵的是育种人才和育种材料。人才是有限的,需要培育或引进;材料是稀缺的,需要积累或引进。这些都不是一蹴而就的,如果没有“土壤”,花大价钱也不一定能挖来最顶尖的育种人才和最珍贵的育种材料。

这个特征就要求各地不能埋头只顾自己,还要看周边和全国,不仅要清楚本地区的优势和短板,更要从全局的产业布局和发展规划中找准定位和机遇。山东寿光的种业布局就是很好的一例。众所周知,寿光是蔬菜之乡,当地发展种业并没有四面出击,而是重点做大做强蔬菜育种,尤其是高端设施蔬菜育种。在发展路径上,他们选择与中国农科院、中国农业大学等国家级科研平台合作,让一个县也有实力走在蔬菜育种前列。

此前,已有多地在探索打造种都的过程取得了不错的成绩,成功经验值得参考借鉴。比如,海南的优势在于得天独厚的南繁加代,众多育种家数十年来投身南繁,打造南繁硅谷自然是顺势而为;北京的优势在于汇聚了全国三分之一的种业科研国家队,在基础性公益性研究和联合育种方面有成绩;长沙的优势在于拥有种业龙头企业隆平高科、国家杂交水稻工程技术中心等,使其在水稻商业化育种方面领先。这启示我们,即使要打造种都,也要找准优势、明确方向、体现特色、错位竞争,充分发动科研、企业和农户积极性。

齐金亮

在电商领域做好知识产权保护,在相当程度上成为维护社会创新活力的重要保障。

近日,国家市场监督管理总局发布了《关于修改〈中华人民共和国电子商务法〉的决定(征求意见稿)》向社会公开征求意见。其中一个重点是,围绕电商法中涉及知识产权保护方面的条款进行调整修订,进一步加大侵犯知识产权行为的处罚力度,更好地保护知识产权权利人。

李鸣涛

随着我国经济社会发展进步,创新已成为引领发展的第一动力。只有保持旺盛的创新活力,才能更有效地解决经济社会发展中的不平衡、不充分问题,才能更有效地促进共同富裕目标的实现。电子商务是创新创业较为活跃的领域,一头连接着广大消费者,另一头是数以千万计的以中小微企业为主体的生产、服务企业,社会影响巨大。因此,更好地在电商领域做好知识产权保护,在相当程度上成为维护社会创新活力的重要保障。本次电商法的修订,就是向社会传递一个非常明确的信号,中国的电子商务绝不为假冒伪劣、水货、侵权等商品留有余地,而是产品创新、服务创新的汇聚地。

结合具体内容看,本次修订不仅在维权方式、惩罚力度等方面有所加强,还进一步平衡了平台内各方的诉求和痛点。修订中,给予了知识产权权利人更充裕的维权准备时间,还提出如平台内经营者提交虚假不存在侵权行为声明导致权利人损失扩大的要承担加倍赔偿责任,这对潜在侵权行为人加大了威慑力度,增加了侵权行为人的侵权成本。此外,修订内容还对平台内经营者提供了相应的缓冲措施,可以在一定程度上缓和潜在的交易损失问题。在处罚方面,修订内容加大了处罚力度,针对侵权行为“情节特别严重的,有关部门可以限制其开展相关网络经营活动,直至吊销网络经营相关许可证”。

近年来,爆发式增长的直播带货、社区团购等新型电商及二手电商,亟待加强规范引导,明确平台经营责任与相关义务,促进其又好又快发展。本次修订拟对电商法修改的相关条款,同样也将适用于直播电商、社区团购、二手电商平台等电商主体。上述这些平台在发展初期正处于快速增长期,抢夺市场、用户是竞争重点,相应的平台治理体系相对薄弱,这也给了很多不良商家利用平台规则尚不完善、审核机制尚不健全的漏洞销售侵犯知识产权商品等。可以预见,电商法知识产权保护相关条款的进一步完善,将有利于进一步规范直播带货、二手电商、社区团购等新型电商模式在快速发展过程中出现的知识产权保护方面的有关问题。

近期,国家市场监督管理总局接连发布《网络交易监督管理办法》《禁止网络不正当竞争行为规定(公开征求意见稿)》等一系列针对网络经济领域的行政规章,本次又对电商法提出修订意见,主要目的都是进一步净化网络市场秩序,让电子商务更好地发挥服务实体经济的职能。要看到,电商的发展日新月异,未来也一定会对相关治理和法治建设提出更多挑战,无论是政府规章发布还是相关法律修订都将是一个持续推进的过程。本次对电商法知识产权保护相关条款的修改方向,预示着未来围绕电子商务领域的法规体系还会持续完善,以便为电商市场的高质量发展提供更好的保障。

(作者单位:中国国际电子商务中心)

洞见

网红书店如何红得久

李丹丹

独具一格的装修设计,别出心裁的图书陈列,还能喝咖啡、品美食,甚至引入了当下火热的“剧本杀”……时下,一批爆款网红书店不断涌现。

较之于网上阅读,实体书店的阅读体验能给人带来心灵的慰藉和愉悦。走进书店,文化的清新气息扑面而来。特别是对一些有文化的青年人来说,网红书店用美轮美奂的门店设计,迎合了消费者的审美趋势,可满足社交分享的需求。这些书店并不只是阅读与售卖书籍的场所,更日益成为与城市气质相符合的文化地标,是人们精神与情感的栖息地,对于良好价值观的弘扬、正能量的传播具有一定的示范和引导作用。

一味追求空间美感的同时,某些网红书店也存在着一些缺陷。比如,书店品牌之间缺乏区分度、辨识度,同质化日趋严重;部分书店靠墙的一排书架上放着大量只有外壳的装饰书;店内样书少,很多都封有塑料包装,无法打开阅读;摆拍的人比看书的人多,书籍仿佛沦为背景墙……

褪去精致的外壳,网红书店怎样才能真正俘获消费者内心?网红书店红得快,如何才能红得久?

首先,不断升级阅读体验。线下书店所独有的场景属性,更具备选书优势。网络上的书再多,也无法

法触摸。读者与书籍偶遇,通过直观地翻阅,产生相对独立的选书标准。书店里的一些书要让大家翻得开、读得到,才有利于持续黏住读者。有了良好的环境和情绪氛围烘托,读者也更愿意直接买走中意的书。要提供更为贴合的个性化、精细化服务,让读者产生更多的体验感、分享感和获得感。

其次,内容为王是关键。时代在变,但人们对知识的渴求不会变。为优质内容付费,正成为大众的内在需求。书店要寻找并坚持自己的特色和定位,告别千篇一律的热销书单。在顾及图书种类、数量和质量的基础上,提供更具有专业性、更加强有力的内容支撑。利用科技手段和大数据赋能,线上线下融合发展,既可以减少资源浪费,也可以提高效率。书店还要提升从业人员的专业素养和策划能力,定期举办各类交流分享活动,让书店不仅是文化传播的载体,也是知识碰撞交流的空间。

再次,别让书店仅成为“景点”。书店应以内容为基础展开创新,切不可形式大于内容、盲目跟风。拥挤的人流,喧嚣的环境,不利于展开一次心灵之旅,也淡化了书店的本质身份。此外,对于读者来说,阅读不是某日“打卡”的仪式感,而应该是每一天持之以恒的日常行为。



严查违法采矿

近日,中央第七生态环境保护督察组督察发现,内蒙古矿业公司违法侵占约1634公顷草原,排土场、尾矿库范围不断增加。通过卫星从空中俯瞰,大片白色的裸露土地,犹如草原绿色皮肤上的伤疤,当地草原生态遭到严重破坏。露天采矿不是一锤子买卖,不能采完即走。有关企业在开采过程中须牢固树立“绿色开采”理念,边开采边修复,边生产边治理,不能只顾一己私利,漠视法律,忽视生态保护。有关部门应严厉查处此类不法行为,用法律手段震慑企业合法经营,切实守护好草原生态。

徐骏作(新华社发)

(时锋)

节日消费谨防营销套路

中秋国庆双节临近,消费市场一片火热。与此同时,各种营销套路也随之出现,让人防不胜防。

以月饼为例,一些不良商家炒作概念、制造噱头,出现了一些消费陷阱。消协部门提醒,购买月饼不要轻信“无糖、无脂、无添加、不含防腐剂”等宣传,对“保健月饼”“减肥月饼”“养生月饼”等品种要保持警惕,有的月饼声称加入了“鱼翅、燕窝、海参”等,价格非常高,偏离节日消费的初衷,国家相关部门也从未批准过保健类月饼。实际上,节日消费受到推崇,源于人们对传统文化和特殊节庆的情感寄托,这种朴素的情感不该被过度商业开发和无限度滥用。

商家往往使用套路,中招者却不乏面孔。对于各种预付费兑换套路,消费者要保持高度警惕。以“纸螃蟹”为例,中秋国庆前后,正是大闸蟹上市旺季,不少人提前抢购。但在实际消费中,却面临“一券在手,螃蟹难求”的尴尬局面,或

人无信不立,业无信不兴。对于商家来讲,要牢记“诚信”二字,这样才能走得更远。

财金视野

9月以来,融资资金进场的节奏明显加快。截至9月15日,A股市场融资融券余额逾1.9万亿元,创出近6年来新高。有投资者担心,随着两融余额增加,杠杆资金集中进场已成为A股日成交额突破1万亿元的主要推手,将加剧股市投资风险。

融资融券交易又称信用交易,普通投资者可将“融”通俗理解为“借”。融资交易就是投资者以资金或证券作为质押,向证券公司借钱炒股,并按期还本付息。投资者从事融资交易只需缴纳一定保证金即可借到一定倍数的杠杆资金;融券交易则是投资者满足质押条件后,向券商借股票卖出,并按期如数归还股票。

融资融券既为投资者提供了卖空股票赚钱的新途径,也因其杠杆效应放大了收益和亏损,是一把“双刃剑”。这把“剑”至少有四大风险:特有的卖空风险、利率变动带来的成本加大风险、强制平仓风险、提前了结债务的风险。那些经历过2015年场外配资入市、

融资融券既为投资者提供了卖空股票赚钱的新途径,也因其杠杆效应放大了收益和亏损,是一把“双刃剑”。工具本身不可怕。明智的投资者既会看到两融风险,也不忽视其积极作用,并主动学习用好这把“双刃剑”。

场内两融余额大增的投资者,依然对杠

杆资金的风险心有余悸。

两融余额创新高是否必然带来市场风险加剧?回答这个问题,先要搞清“A股成交额之中杠杆资金的比例”以及“两融业务为什么创新高”。

随着A股自由流通市值和投资者数

量持续增加,新股发行和再融资带动上

市公司数量和股本跃升,按照同等换手

率水平估算的股市成交额已大幅高于几

年前。换言之,在过去动辄被视为“天

价”的成交额,目前看可能并不算多,而

且高成交额持续的时间可能比预期要

长。近期连续多日成交额突破1万亿元,

并非类似2015年的股市情绪亢奋,也

不可能是杠杆资金一己之力所为。

话说回来,这么大的成交额中,确实

有一定比例的交易性资金或杠杆资金,两融资金作为目前A股几乎唯一的杠杆资金类别而广受关注并不稀奇。交易性资金也好,杠杆资金也罢,最担心的是系统性风险。

无论是看参与两融业务的投资者变化,还是看两融余额占A股流通市值的比例变化,目前的两融余额上升与2015年杠杆资金入市的情形相比,明显更趋缓慢和理性。

中证证券的数据结果显示,8月部分场内杠杆指标并未连续上升,而是呈走平缓甚至下滑态势,说明投资者整体加杠杆意愿并未提升。

资本市场的规律表明,两融余额不断增长并非风险加剧的主要推手,而恰恰是市场不断走向成熟的标志之一。

2010年A股市场推出两融业务时,两融标的数量很有限,经过多次扩容,两

融标的数量早已今非昔比。

一方面,随着上市公司和参与两融业务的投资者数量增加,两融标的继续扩容,水涨船高的两融余额已成为市场的“稳定器”。以融券交易为例,当市场上某些股票价格因为投资者过度追捧或恶意炒作而变得虚高时,敏感的投资者会及时通过借入股票来卖空,从而增加股票的供给量,缓解市场对这些股票供不应求的紧张局面,抑制股价泡沫。

另一方面,相比股票质押融资等方

式而言,两融的风险可控程度更高,实际是资本市场发挥风险分散功能的重要工具。由于融资融券所获得的资金或证券都有专门的账户记录,监控其市值变化、测算风险程度和要求追加保证金相对容易。

融资融券的杠杆比例也可根据情况调整,在市场整体风险不大时可适当放大杠杆比例,反之则可收紧。

工具本身不可怕,可怕的是滥用工具的人。明智的投资者既会看到两融风

险,也不忽视其积极作用,

并主动学习用好这把“双

刃剑”。

周琳