

种业振兴要畅通科技经济循环

三农瞭望

岁末年初，种业不断传来好消息。国家畜禽基因库2021年抢救性收集保存了5万份遗传材料，目前资源保存总量达120万份，跃居世界首位。新的种子法将于3月1日起施行，扩大植物新品种权的保护范围和保护环节，以激发育种原始创新。在推动种业振兴纵深发展的一年内，要破解种业科技和经济“两张皮”，加快构建商业化育种体系，着力打造优势龙头企业，形成种业振兴企业集群。

小小的种子早已成为科技较量的赛场。从世界范围看，种业历经矮秆化、杂交化、生物技术三次迭代，正迎来基因编辑、人工智能融合发展的新一轮科技革命。种业发达国家培育了一批集技术、人才、资本于一体的头部企业，就像电脑主板一样，使科研、生产、市场、投资等都能找到接口，集成组装优势资源，实现成果快速转化。目前，德国拜耳、美国科迪华共占全球种子市场份额的40%以上，世界白羽肉鸡种源市场的90%集中在两家畜禽种企手中，全球种业向头部企业聚集的趋势愈发明显。

能否畅通种业的科技和经济循环，事关种业自主创新的成色，事关种业振兴行动的成败。必须加快提升企业创新创造能力，让企业来主导整合聚集各方资源，使科研成果、市场需求在企业这块集成主板上顺畅对接。应建立产学研融合的商业化育种体系，实现科研、金融、基地与企业的无缝对接。

对我国来说，如果没有极具竞争力的种企，单产水平上不去，就谈不上种业振兴。当前我国四大粮食作物亩均单产与最高水平的国家都有不小差距，水稻比单产最高的澳大利亚低110多公斤，小麦比单产最高的新西兰低近300公斤，玉米单产只有美国的60%。大豆更是短板，近年来自给率仅15%。进口量居高不下，很大程度是因为育种水平不够高。大豆育种力量集中在科研单位，育种企业原创性成果不足，导致平均亩产仅130公斤，出油率不高、机械化程度较低，影响农民种植积极性。

可见，能否畅通种业的科技和经济循环，事关种业自主创新的成色，事关种业振兴行动的成败。为此，必须加快提升企业创新创造能力，让企业来主导整合聚集各方资源，使

科研成果、市场需求在企业这块集成主板上顺畅对接。畅通这一循环的关键，是建立产学研融合的商业化育种体系，实现科研、金融、基地与企业的无缝对接，把资源优势转化为品种优势，把品种优势转化为产业优势。科研单位与优势企业对接。从知识产权看，我国八成左右的种业资源和育种人才集中在科研院所，80%的农作物种企没有植物新品种权，拥有10个以上新品种权的企业仅占2.3%。实现科企对接，目标是把铁皮柜里的专利转化为企业育种的资源，要共建研发平台或产学研创新联合体，鼓励科研人员到企业育种、为企业育种，在种质资源、育种技术、科研人才等方面为企业提供更有效的支持。

金融机构与优势企业对接。种业是资金密集型产业，需要真金白银的投入。我国农

作物种企有7000多家，年研发投入总和仅40亿元，相当于德国拜耳的一半。种业又是一片蓝海，吸引着各类资本投入。农发行计划5年安排1000亿元支持种业，国开行设立科技金融专项贷款重点支持生物育种。下一步，要鼓励金融机构推出适合种业特点的产品，强化投资联动，创新融资方式，发挥产业基金、股权投资等引导孵化作用，形成长期稳定的金融支持。

种业基地与优势企业对接。2021年，国家推进海南南繁、甘肃玉米、四川水稻等育种基地建设，启动建设黑龙江大豆种子基地。如今很多地方也在打造区域性种业基地，要完善配套设施和专业服务，让优势企业安心扎根。更重要的是，要认清自身优势，实现基地与企业协同发展。比如，北京种业的特点是生产和销售在外，科研机构在内，相关企业不妨利用好这一特点。



齐金亮

在我国大力推进碳达峰、碳中和的形势下，去年三、四季度个别地方拉闸限电、电煤紧张问题，凸显了统筹能源安全保障和绿色低碳发展的不易。我国果断实施了煤炭增产保供稳价政策，为保障能源安全、促进经济社会持续健康发展提供了重要支撑。

新冠肺炎疫情发生后，我国积极统筹疫情防控和经济社会发展，率先实现经济正增长，能源电力消费快速增加。与此同时，全球供应链供需失衡问题显现，导致主要经济体对我国产品供给依赖度增加，推升了我国产品出口和能源消费。随之而来的是，国内煤炭价格大幅上涨，引发煤电企业亏损、电厂存煤量下降、电力供应出现短缺等连锁反应，冲击我国能源安全。从这个角度看，煤炭增产保供稳价，对我国能源电力安全具有压舱石意义。

去年9月底，煤炭增产保供稳价政策落实后，全国煤炭产量快速增长，电厂存煤量也在攀升，煤炭现货价格企稳回落，不但调动了电厂积极性，也保障了能源电力安全供应。总体上，我国煤炭增产保供稳价政策有效增加了优质产能释放，保障了电煤价格相对合理和稳定，在保障能源电力安全方面取得了重要成效，助力了经济平稳健康发展。

这一轮能源保供应对工作，在很大程度上凸显出统筹能源安全保障和绿色低碳发展的不易，也表明实现“双碳”目标是一场广泛而深刻的变革，不是轻轻松松就能实现的。要认识到，实现碳达峰、碳中和，是贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展的内在要求，是党中央统筹国内国际两个大局作出的重大战略决策。实现“双碳”目标，不是别人让我们做，而是我们自己必须要做。我们必须增强推进“双碳”工作的信心，确保我国能源稳定供应和绿色低碳转型。

能源作为支持经济社会发展的要素，其发展面临三大问题挑战：一是如何增加供应，保障能源安全？二是如何解决因能源开发利用带来的环境污染和生态损害？三是如何推动能源绿色低碳转型发展以应对全球气候变化？当前及今后很长一段时期，我国与主要发达国家所面临的能源问题有着很大的不同。主要发达国家在二战后至21世纪初，基本解决了能源安全问题和能源环境问题，主要是在应对能源低碳转型发展问题，而我国却要同时面对这三个问题的严峻挑战，困难更大。

当前看，上述第二个问题与第三个问题已具有协同性效果，总体上要求能源清洁低碳利用和高质量发展。为此，我国需要统筹好保障能源安全与绿色低碳转型发展。未来，我国建成新型电力系统，将实现高比例可再生能源发展，新能源可再生能源的开发利用也有利于推进能源安全。但在当前这个过渡期，每遇到传统化石能源加速退出、新能源担当尚不足的情况，就往往产生保障能源安全与推进绿色低碳转型发展的两难。对此，我国必须做好统筹应对措施，使传统能源逐步退出建立在新能源安全可靠的替代基础上，为经济可持续发展提供可靠支撑。

具体来说，应立足我国能源资源禀赋实际，夯实国内能源生产基础，保障煤炭供应安全，保持原油、天然气产能稳定增长，加强煤气油储备能力建设，推进先进储能技术规模化应用，特别是应立足以煤为主的基本国情，抓好煤炭清洁高效利用，狠抓绿色低碳技术攻关；应把促进新能源和清洁能源发展放在更加突出的位置，积极有序发展光能源、硅能源、氢能源、可再生能源；应增加新能源消纳能力，推动煤炭和新能源优化组合，加大力度规划建设以大型风光电基地为基础、以其周边清洁高效先进节能的煤电为支撑、以稳定安全可靠的特高压输变电线路为载体的新能源供给消纳体系；应推动能源技术与现代信息、新材料和先进制造技术深度融合，探索能源生产和消费新模式；应统筹水电开发和生态保护，积极安全有序发展核电。

（作者系中国宏观经济研究院研究员）

洞见

“银行”标识莫乱用

王宝会

日前，中国银保监会发布风险提示指出，一些地方出现多起未经银保监会及其派出机构批准，不规范使用“银行”标识的情况，引发社会关注。

银行是我国的重要金融机构之一，按类型可以分为政策性银行、商业银行等，不同类型的银行承担着不同的金融使命。出现“银行”字样的金融机构，不管何种类型，都必须是经过监管部门批准，依法成立的经营货币信贷等业务的机构。

近年来，在金融服务乡村振兴的背景下，一些地方的公司或平台似乎嗅到商机，上演了一出“东施效颦”的戏剧。比如，在营业场所或网站等显著位置借“银行”标识之名，套用“银行”名称命名相关生态资源经营发展平台，打起了银行经营模式的“擦边球”。

这类公司或平台根本就不是银行机构，只是在发展形式上借鉴银行业务展业，将某些资源像银行吸收存款一样存入，再经过平台规模化“吸储”和专业化整合后，与市场供需对接，农户可以随时提取或兑现。这种运用新型经营业态的做法，假如

运营得当，可发挥出一定的规模效应，进而盘活相关资产，但也要在合规和有效监管之下健康运作。

在这些运作中，如果在公司或平台的名称上套用“银行”标识，那就显然不妥。未经批准使用“银行”字样，涉嫌违反《中华人民共和国商业银行法》有关规定，即“未经国务院银行业监督管理机构批准，任何单位和个人不得从事吸收公众存款等商业银行业务，任何单位不得在名称中使用‘银行’字样”。某些公司或平台命名时混淆视听，不仅可能会对社会公众造成误导，更有可能扰乱金融市场秩序。

因此，对有关公司或平台动辄冠以“银行”名称的做法，必须加以矫正。一方面，对于这些公司和平台来说，要慎用“银行”字样标识，一旦使用，须尽快主动改正，免得陷入法律纠纷。另一方面，监管部门应及时整改纠正不规范使用“银行”字样的行为。同时，有关方面应做好释法宣传工作，将督导和执法相结合，依法协调推进规范“银行”字样使用清理工作。

推动冰雪持续释放效应

提升技能促就业

蓝庆新

北京冬奥会使得人们对冰雪运动的关注度和参与度持续高涨。冰雪运动的兴起有力促进了我国冰雪经济发展，冰雪制造、冰雪服务、冰雪基础设施建设、冰雪科技、冰雪人才培养等产业链条逐步形成，冰雪文化、体育、娱乐、旅游等消费需求不断增长，“冷冰雪”正逐渐释放“热效应”。

冰雪经济对高质量发展具有重要推动作用。冰雪经济涉及体育娱乐、配套服务、基础设施、装备设备、交通物流、文化旅游、食宿购物等行业，集聚大量资源，能产生更多创新创业机会和就业岗位。冰雪经济消费具有多样性和高关联度特征，有利于满足人们不断增长的美好生活需要，促进消费提质升级。冰雪运动自然场地大多集中于山区，特别是经济相对不发达的东北、华北及中西部区域，其所带来的有关经济业态，如“冰雪+乡村旅游”“冰雪+民俗文化”“冰雪+基础投资”等，能够为当地经济社会发展注入新动力。

冰雪经济大有可为。我国拥有全球规模最大的冰雪运动参与人群，是全球最大的潜力需求市场，冰雪经济市场消费潜力巨大。国家高度重视冰雪经济发展，以冬奥会筹办为契机，冰雪经济基础设施投入不断增加，为冰雪经济发展提供了基础条件；在应对新冠肺炎疫情的背景下，以国际一流的冰雪运动基础设施和服务能力，如期向世界推出一场简约、安全、精彩的冬奥盛会，势必吸引对国内外冰雪经济资金、技术和人才的强化，形成持续发展动力。

也应看到，我国冰雪经济发展仍处于起步阶段，常态化深度参与冰雪经济的需求有待挖掘，冰雪经济受季节影响较大，项目及产品供给单一，创新力不强，市场发展

仍面临诸多挑战。一是培育消费需求。提升人们对冰雪运动和冰雪经济的认识，通过举办冰雪嘉年华、冰雪冬令营等全民冰雪体育健身和冰雪活动，培养和激发人们长期主动参与冰雪运动的意识和兴趣。冬奥会举办后，有关场馆设施将向国内外民众开放，积极承揽国际国内冰雪赛事等活动，有助于发挥冬奥会的持续带动效应。

二是加强创新发展。创新经营方式，推动冰雪经济全季节运营，运用先进的制冷保温系统，加大室内冰雪场地应用，打造与冰雪季同标同质同样的场地环境，使人们四季均可参与冰雪项目。更加广泛运用AR、VR等数字技术，模拟“冰雪+”体验场景和冰雪相关产品智能体验及销售场景。挖掘冰雪经济内涵，根据地方特色，融合体育赛事、休闲娱乐、文化旅游、康养医疗等，因地制宜开发多元化冰雪经济特色创新产品和项目。

三是提升保障水平。制定冰雪经济产业标准和服务标准，健全法律法规，强化行业监管和自律能力，规范市场经营主体行为，推动冰雪经济规范有序发展，努力为消费者带来良好的软硬件服务保障，为冰雪经济市场主体发展提供有力的市场环境保障。

四是深化国际合作。立足中国实际，推进冰雪经济高质量开放，加强产业研发、标准、营销、服务、管理等环节国际接轨程度，发挥冬奥会造势效应，大力推动中国冰雪项目、冰雪产业“走出去”，并加强与冰雪产业跨国公司和国际冰雪体育组织合作，努力打造一批冰雪产业国际品牌。

（作者系对外经济贸易大学教授）



王 鹏作(新华社发)

近年来，各地就业培训工作频出实招，取得明显成效。然而，一些地方仍存在参训劳动者需要资金垫付、培训质量参差不齐、实名制落实不到位等问题。针对有关问题，2021年，人社部把职业培训券推广纳入职业技能提升行动，并在全国全面推广职业培训券工作。职业培训券是有关部门给劳动者的一张“技能充值卡”，主要依托电子社保卡发放，是具有认证、结算、管理等功能并精准对接培训资源与培训需求的电子凭证。这一探索有助于进一步帮助、鼓励劳动者提升职业技能，缓解就业结构性矛盾，进而促进就业。期待该举措在落实中取得更好效果。

（时 锋）

春节档电影能否“值回票价”

姜天骄

灯塔专业版数据显示，截至2月6日21时9分，2022年春节档电影总票房突破60亿元，创下中国影史春节档总票房第二的好成绩。与此同时，春节档“票价贵”的话题也登上热搜。数据显示，大年初一平均票价为56.1元，一些地方《长津湖之水门桥》的票价在100元以上。一般情况下，票价与观众对影片的心理预期正相关。票价越贵，观众对影片内容和质量的期待值就越高。那么，虎年春节档的影片究竟能否“值回票价”？

回答好这个问题，我们先来分析几部热门影片。要说春节档的顶流大片，《长津湖之水门桥》当之无愧。该片以逼真宏大的战争场面征服观众。在拍摄过程中，片方坚持不用一秒的资料镜头，每一片雪花都要自己拍摄，这样精益求精的制作标准在很大程度上展现出中国电影工业水平，开拓了国产战争片的新境界。从该片当前的票房和口碑来看，足以证明观众对这部影片的认可。

史诗级战争场面撼人心魄，独具匠心的艺术想象同样值得尊重。同为抗美援朝题材的影片，《狙击手》选择以小见大，精细、生动、形象地刻画了志愿军战士与强大对手斗智斗勇的过程，向观众展现了一种小而美的艺术表现形式。主旋律的创作应该有更多可能，《狙击手》就是对主旋律电影的一次创新和突破，代表了当下中国电影叙事

的进步。

以往春节档大多要靠合家欢的喜剧片和商业片挑大梁。虎年春节档，一部现实题材影片《奇迹·笨小孩》获得了不错的票房和不俗的口碑。影片立足新的时代背景，展现平凡人的奋斗历程，对现实有观察、有思考、有关怀，传递了满满正能量，成功引发观众共情。《奇迹·笨小孩》定档春节档，展现了影视行业对现实题材影片的关照，是对春节档电影赛道多元化拓展的一次大胆尝试。

电影内容的娱乐功能仍然是春节档期观众选择影片的首要因素。《这个杀手不太冷静》是虎年春节档唯一一部纯喜剧的合家欢贺岁电影。影院里此起彼伏的欢笑声也为这个春节增添了一抹动人的亮色。但是，幽默搞笑从来不是观众对喜剧片的唯一诉求。这部影片喜剧背后精心打磨的剧情和励志的故事内核，让观众在笑过之后懂得了“成功只是比未成功多坚持了一次”。该片在短时间内票房就突破10亿元，体现出好口碑对票房形成强大的驱动。

不可否认，虎年春节档影片类型更为多元，战争片、喜剧片、动画片、剧情片，可谓百花齐放，全面覆盖了观众的春节观影需求。从单片口碑来看，观众也表现出较高的满意度。甚至一些此前抱怨票价太贵的观众，在观影之后也会由衷赞叹

“值回票价”。

在市场需求旺盛的情况下，电影票价小幅升高有一定的合理性。时至今日，春节档已经晋升为内地头号档期。头部项目纷纷抢滩春节档，观众也形成了一定的春节观影习惯。春节期间观影人次多、影院成本高企，票价较平时有所上涨，这与逢节假日机票涨价、景区淡季季票价不同，是一个道理。但是，合理也不可以任性。对于文化市场来说，电影并非无可取代的消费品。影院创收不能仅靠涨价，还应通过提升服务质量、优化观影环境、促进合理排片等手段，力争长久留住观众。此外，随着春节档接近尾声，票价应逐步下调，满足更多对价格敏感观众错峰观影的需求，充分发挥优质影片综合效应。

还要看到，电影票价并非越低越好。早年的爆款影片《阿凡达》，其在IMAX银幕的票价普遍是二三百元，但依然一票难求。而对那些口碑不佳的影片来说，即便9.9元还是无人问津。在电影工业化水平越来越高的情况下，一部高质量的影片离不开高投入。片方有了足够的票房收入，才能对产业上游形成正向回馈。观众愿意用真金白银支持电影产业高质量发展，也希望电影人以此为动力，创作出更多“值回票价”的精品力作，共同打造我国电影产业的美好未来。