

粮食大事

补上粮食产地烘干机械化短板

5月份夏粮收获即将启动。新收获的粮食水分大，如果不能及时干燥，大量堆放可能造成霉变、品质下降，卖不上好价，最终导致农户丰产不丰收。当前我国各主要粮食作物耕种收综合机械化率超过80%，粮食产地烘干机械化水平仍然很低，成为粮食生产全程机械化的突出短板。推进粮食产地烘干能力建设，加快补上粮食烘干设施装备短板，对于进一步提高粮食生产防灾减灾能力、促进农民增收意义重大。

我国粮食连年丰收，粮食产量越来越多，传统的人工晾晒方法已经无法适应粮食生产新形势的需要。这是因为与粮食烘干相比，传统晾晒方法时间长、损失大，还面临着用工成本高、晾晒场地不足等问题，再加上夏收和秋收季节，一旦遇上阴雨连绵的天气，如果不能及时晾晒，粮食很容易发生霉变。粮食烘干机械化可以解决粮食晾晒损失大、人工成本高、场地不足、“靠天吃饭”等问题，最大限度降低粮食干燥环节损失，是保障粮食品质、减少粮食产后损失、确保粮食丰收的重要手段和关键措施。

为了补上粮食烘干机械化短板，近年来国家大力推动粮食烘干机械化，加大粮食烘干机购置补贴力度，引导农民专业合作社、家庭农场、农业企业、种粮大户、

我国粮食连年丰收，粮食产量越来越多，传统的人工晾晒方法已经无法适应粮食生产新形势的需要。加快补上粮食烘干设施装备短板，对于进一步提高粮食生产防灾减灾能力、促进农民增收意义重大。

农民等购置和使用谷物粮食烘干机。深入实施优质粮食工程，在全国建成5000多个粮食产后服务中心，实现产粮大县全覆盖，为农户提供代清理、代干燥、代收储、代加工、代销售等服务，推动农户存粮从“路边晾晒、自然风干”逐步向专业化、科学化、社会化服务转变。目前，我国粮食产地烘干能力建设取得了长足发展，但不同地区不同程度存在设施装备不足、技术水平不高、装备与设施不配套等问题，烘干服务还不能满足粮食生产需要。大力增强粮食产地烘干能力，要突出解决筹资难、用地难、用电难等问题。

筹资难。粮食烘干设施建设一次性投资大、回报率低。如果没有相应政策和资金支持，大部分农业合作社和农民农业种植大户投资不起。国家应该加强政策支持引导，统筹资金对粮食烘干中心（点）建设、烘干成套设施装备配置进行支持，将粮食烘

干成套设施装备纳入农机新产品补贴试点范围。针对投资回报低的问题，应探索灾害天气下烘干作业政府购买服务模式，引导烘干主体从粮食烘干作业服务向油菜等经济作物扩展，提升设备共享与服务能力。

用地难。无地可用成为粮食烘干机械化发展中越来越重要的问题。粮食烘干和储存用地性质为建设用地，政策支持力度小，用地审批困难，造成烘干中心用地落实难、产地烘干能力相对不足，给种植大户粮食烘干带来不便。应将粮食干燥与储存用地按设施农业用地管理，减少审批环节，缩短审批时间。充分利用农村荒山荒坡、滩涂等未利用地和低效闲置的土地建设粮食烘干设施。优化区域烘干能力科学布局，将烘干设施建设纳入全面推进乡村振兴的战略规划中统筹考虑，有效避免重复建设和能力闲置。

用电难。粮食烘干主要集中在夏收和秋收两季，企业集中作业，用电量较大，增

加了运行成本，粮食企业办理用电增容也比较困难。国家应把粮食烘干用电统一按农用标准管理，减少粮食烘干用电费用。提高烘干设施技术水平，高质量新增和改造烘干中心，实现烘干处理自动精准控制和信息化管理，大幅提高粮食烘干设施节能增效水平。传统粮食烘干机热源以煤为主，在国家环保政策压力下，鼓励产粮大县推进环保烘干设施应用，加大绿色热源烘干设备推广力度，用天然气、空气能热泵、生物质颗粒、蒸汽等新的绿色热源取代污染较为严重的煤。

建设粮食烘干设施是一个系统工程，涉及农业农村、金融、土地、供电、城建等众多部门，一定要加强组织领导，各部门协调推动，统筹做好金融贷款、用电、用地、建设等方面的协调，帮助农户解决在建设应用过程中面临的筹资难、用地难、用电难等诸多问题，增强粮食产地烘干能力，为农业增效和农民增收提供有力支撑。



刘慧

信息通信业作为数字中国的底座，技术创新活跃、网络迭代频繁、场景应用广泛，存在诸多重大战略机遇。下一步，要精准施策、多角度发力，补齐信息通信业发展短板。

王磊

工业和信息化部与CNNIC近期公布的消息显示，随着5G、千兆光网、物联网、云计算、人工智能等数字基础设施建设加快推进，我国信息通信业发展蹄疾步稳，延续新时代以来高质量发展态势。这不仅为扩内需、稳增长、惠民生提供了有力支撑，而且还为发展数字经济、建设网络强国和数字中国、推进中国式现代化持续注入澎湃动能。

当前，我国已建成全球规模最大的、技术最先进的5G独立组网网络。同时，信息通信服务能力显著提升，实现了从“3G突破”到“4G同步”再到“5G引领”的历史性跨越。此外，“5G+工业互联网”发展已进入快车道，成为加速数据要素高效配置、加快传统产业转型升级、促进数字经济与实体经济深度融合、做强做优做大我国数字经济的重要驱动力。

应该说，我国信息通信业取得上述发展成绩殊为不易，充分显示了行业在更加复杂、严峻的发展环境中，面对重大风险和考验时所具备的非凡韧性。作为大国科技战略竞争的主战场，信息通信产业面临着一些发达国家对我国实施的打击与遏制，试图将我国挤出全球信息通信业创新链、资金链和人才链，国际科技合作和全球化发展压力空前加大。而伴随5G、数据中心、人工智能等数字基础设施加快部署建设，我国信息通信业能源消耗特别是用电规模快速攀升，碳排放总量也呈上升趋势，资源环境约束持续趋紧。特别是5G、数据中心、云计算等作为耗电大户，面临着艰难繁重的绿色转型发展任务，造成信息通信业节能、降耗、减碳、增效压力不易有效缓解。

今后一个时期，我国信息通信业发展仍面临诸多风险挑战，但也要看到，数字化浪潮席卷全球，我国数字经济正转向深化应用、规范发展、普惠共享的新阶段，迈向高质量发展时期，信息通信业作为数字中国的底座，技术创新活跃、网络迭代频繁、场景应用广泛，也存在诸多重大战略机遇。下一步，要精准施策、多角度发力，补齐信息通信业发展短板。

一方面，坚持创新引领，突破信息通信“卡脖子”难题。完善信息通信业政策体系，加快完善产业创新生态体系，充分发挥新型举国体制优势，大力支持产学研用众多主体协同推进重大前沿信息通信科技攻关，聚力破解一批信息通信业发展难题，持续提升信息通信技术能力，全面增强我国信息通信业发展安全自主可控。深化信息通信领域“放管服”改革，优化产业发展环境，打造大中小企业融通发展生态，激发信息通信业各类经营主体活力。同时，大力推进信息通信领域高水平对外开放，加强汇聚、整合和用好全球信息通信创新资源和要素，促进全球信息通信领域紧密联动，为塑造信息通信业发展新动能新优势创造有利条件。

另一方面，坚持系统谋划，构建现代化数字基础设施体系。坚持适度超前理念，统筹推进新型和传统基础设施建设，提升数字基础设施整体效能和赋能水平，构建系统完备、高效实用、智能绿色、安全可靠的现代化数字基础设施体系。同时，要把握好数字基础设施体系建设的时度效，既要算经济账，又要算综合账，提高数字基础设施全生命周期综合效益。以稳步实施“东数西算”工程为牵引，加快优化信息通信业绿色发展总体布局。以绿色技术采购、绿色信息消费为牵引，积极推广绿色技术和节能标准体系，推动5G、数据中心等数字基础设施绿色升级，扩大基础设施共建共享规模和范围。

接通农村电商致富“电网”

梁瑜

如今，在越来越多的乡村，数据成为新农具，手机成为新农具，直播成为新农活。前不久发布的《中国数字乡村发展报告（2022年）》称，乡村新业态新模式不断涌现，农村电商继续保持乡村数字经济“领头羊”地位，2022年全国农村网络零售额达2.17万亿元。

之前，很多农民“会种”但“不会卖”，有好东西却运不出、卖不了。而农村电商的加速崛起，让越来越多以往面朝黄土背朝天的农户，拿起新农具，干起新农活，变成“新农民”，也吸引了大量人才返乡。从2012年至2022年底，全国返乡入乡创业人员数量累计达到1220万人，他们成为一支兴农生力军。

不过，农村电商发展仍然存在一些亟待解决的问题，比如，物流运输价格较高、快递不能到村、商品退换货服务匮乏等。还有，“三无”商品较多，易发生消费纠纷。针对种种问题，既需要打通堵点让乡村产业更兴旺，也需要着力提升农村消费的软硬件配套，改善创业创新环境，让广大乡村成为干事创业的热土。

土特产变身“网红尖货”。随着乡村振兴战略实施和农村电商发展，一批掌握数字技术、具有互联网思维的人才在农村扎根，成为“电商达人”，这不仅有效拉长了产业链，还提高了农产品的附加值。但是市

场上的农产品五花八门，同一种类的产品还有产地等差异，一种产品想要在激烈的市场竞争中脱颖而出就要擦亮招牌、保证品质。直播带货就不能只是简单地农产品搬到网上销售，而要借助电商平台，引导企业、农户将本地初级农产品转变成标准化、品牌化和品质化的商品，最终实现优质优价。

培育数字人才是打造产品、重塑产业的支撑。农业农村部此前发布的《关于落实党中央国务院2023年全面推进乡村振兴重点工作部署的实施意见》提出，鼓励地方与大型电商平台对接，建设一批农村电商产业园、农副产品直播电商和人才实训基地。当前，各地正在加快电商人才培养。比如河南省驻马店市确山县推出奖励、补贴等一系列举措，大力支持农民直播项目扎实落地，已培养183位农民主播。“新农人”借助电商快速成长，也在一定程度上搅动了原有的农村生产环境和格局，产生一定的鲑鱼效应，赋予传统农村全新活力。

当前，居民消费已经从“有没有”转向“好不好”，品质型消费逐渐取代了温饱型消费。那么，农村地区也不应成为山寨货的“天堂”，这就要求提升农村市场监管水平，完善服务配套相关措施，不断增加农村市场优质供给，进一步激发农民的消费意愿。（中国经济网供稿）



商海春作（新华社发）

培育特色食品产业

工业和信息化部等11个部门日前发布《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》，旨在扩大地方特色食品影响力。《意见》围绕食品工业全产业链推进，上下游协同发力，从农产品原料保障、产业集群建设到食品工业新业态新模式等进行一系列部署。接下来，要积极将地方特色食品消费场景与消费场景和载体。工业和信息化部将会同有关部门加强各地传统饮食文化和加工工艺传承，培育知名品牌，推动形成“百亿龙头、千亿集群、万亿产业”的地方特色食品发展格局。（时锋）

因势利导引领户外运动

大众户外运动近期频频出圈，引领消费新风尚。经济日报携手京东发布的数据显示，今年3月15日至4月15日一个月，我国多个户外类活动产品成交额环比大幅增长，户外运动、户外帐篷、公路车、帐篷等增幅均超过100%。户外运动活动的热度高，不仅反映出大众生活水平的提高，同时对健康生活提出了新的需求。《户外运动产业发展规划（2022—2025年）》显示，截至2021年底，全国户外运动参与人数超过4亿人。

针对大众户外运动新需求，在充分满足全民健身与健康的不融合进程中，我国户外运动产业也将迎来更为广阔的发展空间。根据《规划》预计，到2025年我国户外运动产业总规模将超过3万亿元。

应看到，户外运动消费实现快速增长的同时，也面临着一些难点。比如，很多户外运动要依托自然资源，面临着如何保护好资源、合理使用户外资源的问题。而随着参与户外运动的人群不断扩大，还需要相关行业管理体系和规范标准不断跟上完善。发展相关产业，则需要运动装备、餐饮住宿、文旅产品等多个产业领域高效协同，提升增长效率。对此，应积极作为，让政府、企业和社会力量多方发力，以“热度”发挥“热效”，在推动户外运动中实现经济、文化、环保和健康等多重效益。

第一，因势利导对户外经济提供有效

张皎祁峰

第二，瞄准需求引领相关产业快速发展。户外运动休闲带来庞大的市场需求，政府部门可拿出实实在在的措施，支持相关产业做大做强。如对户外装备生产企业，特别是具备研发高质量户外装备、技术和设施的企业，可给予税收优惠或者研发补贴等支持。对于企业而言，应具备敏锐的市场眼光，根据消费者需求，研发符合不同群体消费习惯的产品，快速抢占市场。

第三，紧扣实际注重户外文化建设。群众是户外运动休闲活动的主体，作为政府部门特别是地方单位，应充分保障好群众户外活动的多重需要。应对户外运动休闲主要地带的天气、地形、交通等情况及时进行发布，加强对景区工作指导，对户外活动安全进行细致周到的提示。加强宣传，让更多的人了解和参与户外运动休闲活动，在推动户外经济发展的同时，还注重引导群众提升安全、环保、健康等意识。

激发高技术制造业创新驱动动力

刘虎沅

在新一轮科技革命和产业变革席卷全球的大背景下，世界各国纷纷布局高技术制造业，抢占竞争高地。一方面，要加强基础研究，提高原始创新能力；另一方面，要增强创新意识，提升高技术制造业创新引领能力；还要构建创新生态，增强高技术制造业创新驱动能力。

一方面，要加强基础研究，提高原始创新能力。基础研究是科技创新的源头，是科技自立自强的根本前提。要不断强化基础研究前瞻性、战略性的顶层设计，建立多渠道、多元化的投入机制，为基础研究的发展送去“及时雨”。要全面梳理高技术制造业重点产业链在共性核心技术和关键零部件上的“卡脖子”问题，坚持以问题为导向，汇聚政府、企业、高校和科研机构等各方优质资源，合力开展产业关键共性技术、前沿引领技术和颠覆性技术攻关，掌握一批拥有自主知识产权的核心技术，实现更多从“0”到“1”的突破。要聚焦原始创新、鼓励自由探索，营造勇于创新、敢于担当的良好科研环境，鼓励基础研究科研人员甘坐“冷板凳”，勇闯“无人区”，善打“攻坚战”，激发基础研究的创新活力。

另一方面，要增强创新意识，提升高技术制

一季度，我国高技术产业投资增长16%，对整体投资平稳增长具有重要的支撑作用。在高技术产业的诸多组成要素之中，一个很重要的元素是高技术制造业，其已作为工业经济的重要驱动力之一。

在新一轮科技革命和产业变革席卷全球的大背景下，世界各国纷纷布局高技术制造业，抢占竞争高地。高技术制造业的核心就是创新以及掌握关键技术，但关键技术缺乏仍是我国这一产业面临的一大痛点。当前和今后一个时期，如何化解高技术制造业发展的痛点，充分激发其创新活力，是我国由“制造大国”转向“制造强国”的关键之举。

经过数十年的发展，我国高技术制造业发生了翻天覆地的变化，增加值占全球的比重不断增大，但也要清醒地认识到，这一产业大而不强、全而不优、供需不平衡等问题依然存在，一些关键核心技术受国外技术垄断、封锁，未能取得根本性突破。核心零部件、关键基础材料和先进基础工艺受制于人的局面还没有得到根本性改变。从价值链来看，我国高技术制造业从相对下游向具备更高附加值的上游迈进，但总体上还没有达到全球价值链的高端。对此，应多措并举。