

三农瞭望

遏制耕地“非农化”须用硬措施

近期,媒体报道了个别地方高标准农田建设存在质量问题,农业农村部相关负责人表示将认真核查、严肃处理。国家自然资源督察机构也对部分土地违法违规严重的地方开展了约谈。这彰显了国家耕地保护与建设的坚定决心,也启示我们,必须采取长牙齿的硬措施,落实最严格的耕地保护制度,逐步把永久基本农田全部建成高标准农田。

耕地保护乃“国之大事”。据测算,要稳定1.3万亿斤以上粮食产量和油糖菜等重要农产品有效供给,农作物播种面积要达到25亿亩,以复种指数1.3计算,需要至少19亿亩耕地,而我国现有耕地为19.14亿亩。随着消费结构升级,农产品需求将持续增长。考虑到后备耕地资源有限、不稳定耕地退耕、发展建设占用等因素,扩大播种面积增产的潜力已十分有限。同时,耕地质量总体不高,局部区域退化明显,基础地力较国外明显偏低,通过提升耕地质量提高单产则有较大空间。为此,亟需在守住耕地红线基础上,抓好高标准农田建设。

高标准农田建设包括农田基础设施建设和农田地力提升两大部分。截至2022年

寸土寸金关乎国计,一垄一亩承载民生。遏制耕地“非农化”、防止“非粮化”,尤其要压实地方责任,以耕地保护为重点,以农田建设为依托,综合管控型和建设型举措,严厉查处各类违法违规行为,确保农田就是农田。

年底,全国累计建成10亿亩高标准农田,约占全国耕地面积的52%,超过七成位于13个粮食主产区。据评估,建成后的高标准农田亩均粮食产能可增加10%到20%。在极端天气频发多发的情况下,近年来我国农田受灾面积显著减少,2010年至2021年的12年间,每3年平均受灾面积分别是4.7亿亩、3.9亿亩、3.3亿亩、2.6亿亩,高标准农田对抗击减灾功不可没。

不过,高标准农田建设仍面临不少困难。一方面是建设任务重。落实党的二十大精神,逐步把15.46亿亩永久基本农田全部建成高标准农田,至少需新建5.46亿亩高标准农田。同时,部分已建高标准农田,由于建成年份较早,投入不高、自然损毁等原因,已达不到旱涝保收要求,需逐步开展改造提升。高标准农田建设按照先易后难实

施,好建的地块都建了,剩下的多在丘陵山地,位置偏远、分布零碎、土壤瘠薄,是难啃的“硬骨头”。

另一方面是投入压力大。农田建设既属于基础设施建设,也是粮食安全的重要内容,公益性强,一般以政府投入为主。虽然现在每年投入约上千亿元,但与上世纪六七十年代农田水利基本建设每年投入80亿个工(相当于8000亿元)相比,现行投入严重不足。据测算,如今全国亩均建设成本约为3000元,山地丘陵地区建设成本则更高。但是,各级政府亩均实际投入仅占实际成本的一半,只有少数几个省能达到亩均3000元的水平,一些地区不得不“量米下锅、急用先建”。

寸土寸金关乎国计,一垄一亩承载民生。耕地保护党政同责绝非口号,农田建设

利国利民也并非虚言,这些都要落在具体行动中。遏制耕地“非农化”、防止“非粮化”,尤其要压实地方责任,以耕地保护为重点,以农田建设为依托,综合管控型和建设型举措,以长牙齿的措施,以零容忍的态度,严厉查处各类违法违规行为,确保农田就是农田,而且必须是良田。

具体来说,一要科学推进农田建设,基础设施建设和耕地地力提升并重,新建与改造提升并重,工程建设与管护利用并重,优化区域布局,完善保障措施。二要探索多元化投入机制,在政府投入的基础上,创新投融资模式,用好土地出让收益、新增耕地指标调剂收益、专项债券等,加大政策性金融资本投入。三要完善建后管护机制,明确管护主体,探索引入保险机制,购买第三方服务,委托专业机构等市场化方式。

作为全球最大的新能源汽车生产国和消费国,近年来,我国还成为全球最大的新能源汽车出口国。新能源汽车加速出海,正成为“中国制造”的新名片。今年一季度,我国新能源汽车出口24.8万辆,同比增长1.1倍,明显超过全部商品出口增速的平均值。

在出口数量高速增长的同时,新能源汽车出海还呈现出两方面特征。一是出口目的地分布广泛。既有英国、法国、比利时、澳大利亚等发达国家,也有泰国、印度、菲律宾等发展中国家;既有东南亚和中亚地区,也有欧洲、拉美、非洲地区。二是出口产品系列丰富。既有价格较低、主打性价比的车型,也有在性能和品质上高举高打、市场定位较高的品牌;既有针对中年人和家庭用户的成熟车型,也有瞄准青年群体、设计风格前卫的车型。

这种在地域范围上分布广泛、在产品系列上多点开花的局面,表明我国新能源汽车产业已经形成较明显的国际竞争优势。这种国际竞争优势是过去多年国内市场充分竞争、产能快速积累、技术不断进步的结果,到一定阶段之后开始显现为拓展海外市场的强大势能。

改革开放以来,我国企业以出口贸易形式参与全球经济体系主要经历了3个阶段:第一个阶段以服装、鞋帽、玩具等简单制造品为代表,第二个阶段以电视机、洗衣机、冰箱、空调等家电为代表,第三个阶段以电脑、手机等电子产品为代表。新能源汽车出口的快速增长,在一定程度上表明中国企业以出口贸易形式参与全球经济体系正进入第四个阶段。

相较于前3个阶段的代表性商品而言,汽车是现代化经济体系中具有很强特殊性的一种商品。汽车单品价值更高,技术集成难度更大,专业分工更细化,供应链网络更复杂,上下游带动能力更强,市场结构和品牌效应相对更为稳固。可以说,汽车工业是一个国家工业硬实力和软实力综合体现。而作为汽车的新品类,新能源汽车为我国提供了难得的换道超车机会。正因如此,新能源汽车出海不仅是汽车行业自己的事,也有助于在更广泛层面打破海外消费者对“中国制造”低技术、低成本的刻板印象,逐步提升“中国制造”在国际市场和全球产业分工体系中的位置,传播中国技术与中国品牌。

增长趋势已现,但前行之路并不平坦。进入海外市场,除了会面临文化差异、合规成本、政府关系、汇率风险等挑战外,新能源汽车企业拓展海外市场还面临着一些挑战。

一是销售渠道与售后服务网络搭建问题。汽车销售模式较为复杂,对售后服务的要求也更高。此前,中国车企在海外市场的销售与售后服务主要采用经销商模式,优点是降低了初始进入门槛,缺点是容易形成长期依赖,丧失市场主动权。近年来,有的车企开始采用直营模式,更有利于培育客户忠诚度,但初始投入成本较高。如何形成更适合新能源汽车的出海模式,仍然有待进一步探索。

二是数据安全与个人隐私保护问题。新能源汽车的数字化、智能化水平普遍高于传统汽车,摄像头、传感器、语音助手、智能网联系统等组件大量收集用户驾驶习惯、道路交通状况、城市街景等方面信息。这在提高用户驾驶便捷性的同时,增加了各国对数据安全和个人隐私保护的担忧。目前,国际上对数据安全和个人隐私保护尚缺乏公认的统一规定,各国法律和政策的差异也不尽一致。这显著增加了新能源车企进入不同国家市场时面临的法律风险和合规成本。

上述问题是各国车企共同面临的挑战,我国要想保持新能源汽车海外市场高速增长势头,实现汽车工业换道超车,就必须更加积极主动地应对和破解这些挑战。一方面,新能源车企要加强探索,在海外市场定位、销售渠道构建、售后服务提供等方面,学习借鉴欧美日韩车企历史上的经验和教训,形成适合新能源汽车特性和各国市场实情的新模式。另一方面,相关行业协会和有关部门应引领标准制定,在数据收集存储使用和个人隐私保护等领域,逐步推动形成国际间公认或互认的法律规范,为新能源汽车出海降低不确定性。

冯照明



马拉松要跑出综合效益

城市里熟悉的味道回来了。这里不仅有逐渐升腾的烟火气,还有日益浓厚的跑马热。近期,南京、上海、北京等多地纷纷鸣枪起跑,马拉松赛事升温之势明显。

近年来,随着人民生活水平提高,消费能力增长,伴随健康需求的变化,人们更加注重健身运动。经济学上有“马拉松周期”的说法,就是当一个国家的GDP超过5000美元之后,这个国家往往以马拉松赛事为依托,进入全民路跑的体育消费黄金期。

数据显示,2018年全国马拉松及相关赛事总参赛规模为583万人,有285个地级城市举办了规模路跑赛事。纵观全球,世界田联公布得到其认证的2023年马拉松赛事共238场,其中中国赛事多达67场,高居全球第一位。“跑马”人群逐渐壮大,刺激了旺盛的赛事需求。

光是跑者置备行头就需要一笔开销,此外,马拉松赛事还可以直接拉动衣、食、行、游、购、娱等各项消费。一日比赛、多日停留,一人参赛、多人消费,辐射范围越来越广。以笔者参与的北京半程马拉松为例,有来自广州的跑者说,“借着这次机会,拿出2万元带母亲在北京游玩一周”。又如,今年的江苏无锡马拉松,在餐饮、住宿、交通、旅游等方面产生了较大带动作用,为周边产业创造效益达1.95

亿元。马拉松能够“一马当先”,离不开政府和市场的合力支持。一场马拉松,能够帮助人们认识一座城市,是提升城市影响力的生动名片。无论是通过“北马”“上马”这样的赛事,全方位展现城市风貌,还是无锡、盐城等地,借跑步带动特色旅游产业发展,马拉松这项体育运动所投射出的发展空间非常可观。丰富人民的文体生活,有效拉动区域消费,同时可以形成良好口碑,面对具备诸多正向附加效应的马拉松赛事,各地都不愿错过这块“蛋糕”。

不过,“热潮”涌动之下,各地也不可盲目跟风,要评估风险、成本等各种因素,让马拉松“跑出”综合效益。首先,一切的前提是安全。无论是参与者还是组织者,“安全第一”都绝不只是一句口号。其次,举办马拉松不应为了办赛而办赛,最重要的还是满足人们对强身健体的向往,实现社会效益与经济效益的统一。

有句名言说得好,“体育有改变世界的力量。它能鼓舞人心,它能团结人们,它的力量无可取代”。像马拉松这样的赛事,给一座城市带来的帮助远不止于经济上的数字。马拉松不应只求“快”,掌握合适“配速”,城市活力才能尽情释放。(中国经济网供稿)



朱慧卿作(新华社发)

保“价”护航 猪肉价值最大的农副产品。猪肉价格的涨跌,不仅关系养殖户的生猪养殖,也影响着肉制品、餐饮业等产业产生直接影响。为有效防范市场冲击、价格波动等不利因素影响,如今不少地区推广“保险+期货”模式,推动生猪产业保供稳价。比如,重庆市城口县去年与财险公司合作推出“保险+期货”模式,并于今年在全县推动实施,采取“农户+保险公司+期货公司+期货市场”的运作方式,形成风险分散、各方受益的闭环。不少养殖户因此获得一定补贴,扩大养殖规模。有了金融助力、保险托底、科技支撑,通过政府引导和市场推动,生猪养殖等产业链将更加稳固、更具韧性。(时 锋)

打破数据要素流动障碍

当前,我国数字经济发展规模巨大、速度迅猛,其中海量数据不断积累。国际数据公司(IDC)测算数据显示,我国数据总量到2025年将达48.6ZB,占全球数据总量的27.8%,对GDP的贡献率年均

在1.5%至1.8%。面对海量数据,如何以长尾作用,对其进行开发和利用显得十分重要。这是因为,数字经济的发展规律蕴含于各类数据中。强化数据要素管理,挖掘数据背后的内容,发现数字经济规律,并通过让数据“说话”诊断数字经济的短板、痛点,能够有针对性地发展相关领域,从而推动数字经济高质量发展,助力数字中国建设。

不过,我国目前在数字经济发展过程中,还存在需进一步完善之处。其一,需摸清数据要素的存量底数与增量空间。数据涉及种类多,体系庞杂分散、形式多样。摸清底数,才能对数据要素更加精准研判。

其二,数据要素统计标准有待完善。国家统计局出台的《数字经济及其核心产业统计分类》,为数字经济核心产业统计标准化奠定了基础。不过,数字经济不仅包括数字化等核心产业部分,还包括产业数字化部分。目前,传统产业数字化方面的相关数据尚未形成统一标准。

其三,数据要素流动障碍有待进一步打通。尽管如今数据使用频率不断提高,但其实不少数据没有真正作为“要素”投入到数字经济运行中,尚未形成“投入—反

馈”的良性循环。数据要素统计标准,推进数据要素管理。为盘点各部门各地区的数据,需从行业标准、技术标准、质量标准、数据标准等多方面建立数据要素管理体系,为下一步盘活数据资源提供基础。

建立数据要素全国统一大市场,畅通数据要素循环。以特定维度建构公共数据库,建立保障和联动机制。从人、项目、成果等维度制定数据资源目录,形成从中央、地方到基层的公共数据库。行业数据、企业数据和社会数据根据各自标准,建立全国统一数据库。推动数据库之间横向联结、归集与共享,除具有保密性质和牵涉经济安全等方面数据外,实现公共数据库、行业数据库和社会数据库“三库合一”,形成数据要素全国统一大市场,从而畅通数据要素循环。

以数据应用场景为抓手,提升数据应用能力。鼓励各地区建设数据资源开发利用典型场景,围绕教育、医疗、交通、旅游或工业互联网等适合领域,建设数据资源开发利用场景,培养或引进数据资源开发利用骨干企业,推进数据要素实现对传统经济数字化转型的推动作用。

完善数据要素制度建设,为数字经济发展保驾护航。应建立完善数据要素管理方面的条例或法规,以立法和制度形式,保障数据标准化发展。实现各方主体对数据要素的标准化、资源化、资产化与价值化过程,有法可依。

外贸提质增效有坚实基础

王有鑫

今年一季度中国进出口贸易总额为9.89万亿元,同比增长4.8%,开局表现平稳。在当前全球外需疲软、流动性收缩、其他主要亚经济体进出口贸易同比增速明显回落背景下,我国进出口贸易规模逆势走高,凸显了中国外贸部门的韧性、潜力和稳定性,释放了中国经济加快复苏和产业链顺畅运转的积极信号。

从贸易动态看,中国外贸增速呈现逐月向好态势。今年前3个月,中国进出口贸易月度同比增速分别为-7.0%、8.0%和15.5%,增速由负转正、逐渐加快。特别是在出口快速增长的带动下,贸易顺差累计增速达到44.0%。中国外贸发展展现较强活力,出口对经济增长贡献度不断提升。外贸合作伙伴更加多元,域内贸易快速增长,域内产业链合作不断深化。近几年,受经贸摩擦和全球产业链重塑等因素影响,中国外贸格局不断调整,出口市场更加多元。过去很长一段时间,中美贸易都占据中国进出口贸易较大比重,2020年东盟地区首次成为中国第一大贸易伙伴,目前在RCEP等区域经贸协议带动下,中国和东盟之间的贸易往来和产业链合作日益深化,市场开放度进一步提升,贸易活力不断释放。今年一季度,我国对

我国当前贸易增长态势逐渐回暖,主要贸易伙伴需求相对稳定,出口区域和商品结构更加合理,经营主体活力提升。进一步推动外贸稳规模优结构,我国外贸提质增效具有坚实基础。

东盟进出口贸易总额同比增长16.1%,高出整体增速11.3个百分点;对RCEP其他成员国进出口增长7.3%。此外,新兴市场在我国外贸发展中也发挥着重要支撑作用。中国外贸结构逐渐优化。过去,中国出口贸易以最终消费品为主,进口以原材料和能源资源等中间投入品为主,而目前中国逐渐转变为中间产品出口商,在产业链上的地位稳步提升。以中国与东盟之间的贸易合作为例,一季度我国对东盟出口中间产品5310.8亿元,增长17.9%,区域产业链供应链融合发展态势明显。虽然部分产能转移至东南亚国家,但转移过去的多是组装加工环节,企业生产中所需的原材料和零部件大多从中国进口,核心技术依然保留在国内,中国仍占据区域产业链的主导权。

出口总值的57.9%,是我国主要出口产品。我国在更多高附加值、高科技产品上具有出口比较优势,反映了我国企业创新实力有了长足进步,外贸产业逐渐向价值链高端环节攀升。此外,经营主体是经济发展的重要载体,是国际经贸活动的主要参与者,在外贸发展中作用显著。一季度,我国有进出口实绩的外贸企业同比增长5.9%,其中民营企业增加7.5%。经营主体活力提升,涉外交往增加,将为外贸平稳发展提供更多支撑。

我国当前贸易增长态势逐渐回暖,主要贸易伙伴需求相对稳定,出口区域和商品结构更加合理,经营主体活力提升。在国务院发布的推动外贸规模优结构意见措施的推动下,未来,我国外贸提质增效将具有更加坚实的基础。中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会、中国国际服务贸易交易会等重点展会将吸引更多国内外企业线下参展,展会订单和意向销售额将有所增长。在RCEP关税减让、原产地规则和高效的便利化措施推动下,域内经济要素流动将更加充分,成员国之间的生产分工和产业链供应链合作将持续深化。数字贸易、电子商务、绿色贸易等新业态新模式也将得到快速发展,将成为驱动我国贸易结构转型升级的新亮点。