

胡求光

韩立民

粮食大事

防灾减灾就是增产增收

我国粮食生产分为夏粮、早稻和秋粮三季。当前,夏粮已丰收到手,早稻收获有序推进。秋粮产量占全年粮食产量的四分之三,是粮食生产的大头。今年秋粮能否丰收,气象灾害是最大的不确定性因素。要牢固树立“防灾就是增产、减损就是增收”的理念,坚持底线思维,未雨绸缪,打好主动仗,全力以赴抓好秋粮防汛抗旱工作,确保秋粮丰收。

国家统计局最新发布的数据显示,今年夏粮总产量2922.6亿斤,比2022年减少25.5亿斤,下降0.9%。其中,小麦产量2691亿斤,比2022年减少24.5亿斤,下降0.9%。夏粮产量稳中略减,但仍居历史第二高位,实现了丰收。夏粮丰收为稳定全年粮食生产奠定了坚实基础,为推动经济持续回升向好、加快构建新发展格局、着力推动高质量发展提供了有力支撑。

细究夏粮减产的原因,是单产小幅下降造成的。今年,在国家加强耕地保护和用途管制,加大粮食生产支持力度、种植结构调整和小麦价格上涨驱动等诸多因素叠加作用之下,夏粮播种面积持续增加,但夏粮单产出现小幅下降。国家统计局的数据显示,今年夏粮单产366.1公斤/亩,比上年减少4.3公斤/亩,下降1.2%。其中,小麦单产389.0公斤/亩,比上年减少5.2公斤/亩,

农业保险是有效化解农业风险的重要工具,在提高农业防灾减灾能力、维护国家粮食安全方面发挥了积极作用。有关部门应加快完善相关制度,让农业保险真正起到为农户遮风挡雨的作用。

下降1.3%。国家统计局农村司相关负责人表示,夏粮单产下降主要是受河南等地严重“烂场雨”天气影响。5月下旬北方麦区出现大范围阴雨,持续时间长、过程雨量大、影响范围广,导致灌浆期小麦光照不足,千粒重下降。特别是河南持续降雨时间与小麦成熟收获期叠加重合,严重“烂场雨”天气造成部分地区小麦萌动发芽,夏粮单产下降明显。此外,西南地区冬春连旱,云南、贵州等地夏粮单产有所下降。

农业特别是粮食生产属于“看天吃饭”的产业。夏粮减产已成定局,早稻生产受到暴雨高温天气侵袭,秋粮生产面临的最大不确定因素也是气象灾害。目前,全国进入汛期和盛夏季节,也是秋粮生产和防灾减灾关键时期。据中国气象局国家气候中心日前发布的盛夏全国气候趋势及主要气象灾害

预测,今年盛夏极端天气气候事件偏多,高温热浪、阶段性强降水、暴雨洪涝等气象灾害较严重。

发生极端天气是大概率事件,可一旦出现,带来的危害巨大。要始终紧绷防灾减灾这根弦,把防灾减灾、抗灾增产摆在更重要位置,毫不放松抓好防灾减灾各项工作。要多部门发力,强化农业农村、水利、气象灾害监测预警体系建设,增强极端天气应对能力,有效防范应对农业重大灾害。要强化粮食安全责任制考核,压紧压实地方各级党委和政府防灾减灾的主体责任。强化农业防灾减灾应急服务队伍能力建设,广泛开展政策宣传和技术培训,提高广大农户防灾减灾意识。确保惠农政策落地见效,激励农民科学防灾减灾,实现“龙口夺粮”“虫口夺粮”,确保秋粮生产稳产增收。

农业保险是有效化解农业风险的重要

工具,在提高农业防灾减灾能力、维护国家粮食安全方面发挥了积极作用。在今年夏粮收获关键时刻,小麦主产区出现连续阴雨天气,特别是河南局部地区遭遇了近10年来最严重的“烂场雨”,给种粮农户造成不小损失。河南省及时出台《全力做好小麦保险理赔工作的通知》,让遭受损失的农户及时得到赔付,最大程度降低损失。为了让更多种粮农户受益,财政部、农业农村部、国家金融监督管理总局等部门日前联合发布通知,扩大小麦、稻谷和玉米三大粮食作物完全成本保险和种植收入保险实施范围,从主产省份的产粮大县扩大到全国所有产粮大县,进一步提高农业保险保障水平。

不得不说的是,农业保险在实施过程中还存在赔付标准不明、赔付金额普遍偏低、理赔难度大等问题,降低了农户获得感,影响了农户购买农业保险的意愿。有关部门应加快完善相关制度,让农业保险真正起到为农户遮风挡雨的作用。



刘慧

暑期旅游热的“冷思考”

臧梦雅

夏季是人们出行和消费的旺季,暑期旅游市场势头更加强劲。据了解,尽管单日成人门票价格已涨至719元,但上海迪士尼乐园仍在高温下迎来了客流高峰。北京环球度假区也迎来暑期出游热潮,如果游客不购买快速票产品,某些热门项目普通票很可能需要排队3个小时以上。恢复和扩大消费是当前的一项重要工作,也是实现高质量发展的必然要求。暑期消费尤其是暑期旅游消费是一个不错的切入点。对各地来说,暑期旅游消费是契机更是挑战。

随着消费需求越发个性化,消费场景也变得更加多元化,同质化产品越来越难以获得消费者的认可。作为暑期出游的重要人群,迎来暑假的学生群体以及亲子群体的游客基数庞大。对于追求新鲜、刺激、流行的学生群体来说,主打动画、电影周边消费的主题乐园,以及博物馆、古建筑、国风度假区等文博主题目的地,是暑期旅游的热门选择。还有不少学生选择去特色乡村旅游或到网红城市打卡,这些旅游目的地的不约而同地为游客感受美好生活提供了新途径。

如果说大学生群体倾向选择“自驾游”“个性化定制”来享受来之不易的长假期,那么中小学生和家长们则更青睐寓教于乐的“研学游”,让暑假变得充实而有趣。一些

传统的旅游景点通过挖掘中小学课本里的知识,推出“跟着课本去打卡”等研学类旅游产品,让学生能够实地感受课本中的文化背景和历史典故。

不过,交通出行压力、不少主题乐园和博物馆等场所一票难求、门票和住宿等价格居高不下等“痛点”,折射出暑期旅游市场发展的难点,也给暑期旅游市场“热”中注入一些冷思考。暑期旅游消费不同于平时的小长假旅游消费,可以满足游客更长时间、更深层次的旅游需求,旅游产品质量和服务水平也相应地对游客产生更“深度”的影响。这就需要旅游业从业者不断丰富产品供给、调整产品供给结构,及时回应市场变化,真正抓住消费者的心,在激烈的暑期旅游市场竞争中站稳脚跟。

有鉴于此,在旅游业全面复苏的背景下,各地各有关部门应当优化旅游市场环境,强化对景区、平台等的严格监管,完善旅游行业标准和体系,这关乎各地旅游业的扩容提质,更关系经济社会的转型发展。多家在线旅游平台的暑期旅游数据预测显示,2023年暑期旅游市场热度有望全面超过2019年同期。旅游相关企业应紧抓行业复苏机遇,赢得暑期旅游消费市场,在之前业绩大幅提升的基础上再进一步。

(中国经济网供稿)



程 硕作(新华社发)

加大医保飞检力度

精准发力补齐交通运输短板

今年前5个月,全国合计完成交通固定资产投资1.4万亿元,同比增长12.7%。与此同时,一批投资额较大的交通工程项目陆续获批,形成了丰富的项目储备。作为国民经济中的基础性产业,我国交通运输发展取得了显著成就,铁路、公路、水运、民航客货周转量、港口货物吞吐量、邮政快递业务量等主要指标连续多年位居世界前列,迎来由交通大国向交通强国的历史性跨越。未来,要更加注重发挥交通运输的基础支撑、普惠服务、兜底保障作用,助力在高质量发展中促进共同富裕。

当前,我国交通运输实现了“质”“量”双升。全国铁路网已覆盖99%的20万人口以上城市和81.6%的县,高铁通达94.9%的50万人口以上城市,实现了具备条件的乡镇和建制村通硬化路、通客车和通邮。交通运输的高质量发展,要遵循因地制宜、精准施策、循序渐进、融合创新原则,明确发展重点与方向,支撑形成城市繁华、农村繁荣的良好发展态势,精准补齐交通运输发展过程中的短板。

城市群都市圈是人口和经济的主要集聚区域。要加快构建多层次、便捷化城市群城际交通网络和都市圈一体化通勤交通网络,大力提升城市群都市圈的承载集聚和辐射带动作用。对于农村地区,边境地区来说,要以加强互联互通为重点,推

进外通县、通镇、通村、通组,着力解决“最后一公里”和“毛细血管”问题,全面改善人民群众出行条件。

还要精准把握基本运输服务保障和中高端运输需求,统筹效率与公平,平衡客运和货运,分类满足相关效率要求和公平诉求。适应中高端运输服务需求,建设服务品质高、运行速度快的快速交通网;满足大众普遍运输服务需求,建设运行效率高、服务能力强的普通干线网;保障基本运输服务需求,建设覆盖空间大、通达程度深、惠及面广的基础服务网。

同时,要循序渐进,科学把握交通运输发展节奏。既要保持适度超前,又要结合地方财力,防控债务风险,将交通运输发展建立在经济发展和财力可持续的基础之上,不应过度追求网络规模,要由追求速度规模向更加注重质量效益转变,合理把握发展节奏,形成网络规模合理适度、网络结构优化配置、发展节奏有序度、债务风险总体可控的高质量发展局面。

此外,应增强融合创新,培育激发交通运输发展新动能。要加快交通运输与制造业、农业、旅游业、商贸流通业以及其他关联产业深度融合,培育形成经济发展新动能,支撑现代化经济体系建设,统筹推进交通运输传统业态转型升级和新兴产业培育壮大,提升交通运输容纳就业的能力和创造财富的潜力。

外通县、通镇、通村、通组,着力解决“最后一公里”和“毛细血管”问题,全面改善人民群众出行条件。还要精准把握基本运输服务保障和中高端运输需求,统筹效率与公平,平衡客运和货运,分类满足相关效率要求和公平诉求。适应中高端运输服务需求,建设服务品质高、运行速度快的快速交通网;满足大众普遍运输服务需求,建设运行效率高、服务能力强的普通干线网;保障基本运输服务需求,建设覆盖空间大、通达程度深、惠及面广的基础服务网。同时,要循序渐进,科学把握交通运输发展节奏。既要保持适度超前,又要结合地方财力,防控债务风险,将交通运输发展建立在经济发展和财力可持续的基础之上,不应过度追求网络规模,要由追求速度规模向更加注重质量效益转变,合理把握发展节奏,形成网络规模合理适度、网络结构优化配置、发展节奏有序度、债务风险总体可控的高质量发展局面。此外,应增强融合创新,培育激发交通运输发展新动能。要加快交通运输与制造业、农业、旅游业、商贸流通业以及其他关联产业深度融合,培育形成经济发展新动能,支撑现代化经济体系建设,统筹推进交通运输传统业态转型升级和新兴产业培育壮大,提升交通运输容纳就业的能力和创造财富的潜力。

当前,随着经济的快速发展,我国的消费品市场规模不断扩大,已成为全球第二大消费品市场。工业和信息化部日前发布的《消费品工业“三品”发展态势白皮书》显示,截至目前,我国消费品工业规模以上企业已增至18万家,占全国工业的38%。消费品工业增加值、营业收入、利润以及出口交货值占全国工业比重约三成。自消费品工业增品种、提品质、创品牌“三品”专项行动开展以来,我国消费品工业的核心竞争力和创新能力持续增强,消费品的供给能力和对需求的适配性稳步提升,研发设计和生产制造环节的数字化水平逐渐提高,高附加值产品占比逐步增长。

同时,应清醒看到,我国消费品工业数字化比例不高,在进行数字化转型时面临的一些痛点和难点不容忽视。比如,支撑企业数字化转型的基础设施改造、设备投入、资金需求较大,但市场化的投融资模式尚不健全,企业无法获得相应的金融支持,导致企业没钱转型,不愿意转型;消费品工业领域设备种类繁多且应用场景复杂,不同厂家不同类型设备的数据接口、数据参数缺乏统一标准,导致跨企业数据难以流通共享,制约数字技

术的应用和推广;等等。对此,要坚持问题导向,加强消费品工业数据要素效能,准确把握消费品工业数字化转型方向,破解消费品工业企业转型各环节的痛点和难点,加快消费品工业数字化转型升级。一方面,强化政策引导,统筹谋篇布局。政府政策的引导和扶持是消费品工业企业数字化转型落地的重要助力。加强企业数字化转型的宣传推广工作,出台相应的帮扶政策,做好政策解读和解读工作,为企业数字化转型提供指导服务,让企业意识到数字化转型的重要性,降低企业数字化转型“畏难”情绪,引导企业积极主动转型。加大消费品工业企业数字化转型的资金支持力度。比如,地方政府设立专项资金,用于企业数字化转型;鼓励金融机构对数字化转型企业提供贷款优惠;拓宽企业数字化转型的融资渠道等,降低企业转型升级的门槛,解决企业数字化转型资金不足的难点,提升企业数字化转型的意愿。另一方面,加强数字化平台建设,提升数字化装备水平。数字化平台是消费品工业企业转型升级的加速器。建设“开放合作,共建共享”的数字

术的应用和推广;等等。对此,要坚持问题导向,加强消费品工业数据要素效能,准确把握消费品工业数字化转型方向,破解消费品工业企业转型各环节的痛点和难点,加快消费品工业数字化转型升级。一方面,强化政策引导,统筹谋篇布局。政府政策的引导和扶持是消费品工业企业数字化转型落地的重要助力。加强企业数字化转型的宣传推广工作,出台相应的帮扶政策,做好政策解读和解读工作,为企业数字化转型提供指导服务,让企业意识到数字化转型的重要性,降低企业数字化转型“畏难”情绪,引导企业积极主动转型。加大消费品工业企业数字化转型的资金支持力度。比如,地方政府设立专项资金,用于企业数字化转型;鼓励金融机构对数字化转型企业提供贷款优惠;拓宽企业数字化转型的融资渠道等,降低企业转型升级的门槛,解决企业数字化转型资金不足的难点,提升企业数字化转型的意愿。另一方面,加强数字化平台建设,提升数字化装备水平。数字化平台是消费品工业企业转型升级的加速器。建设“开放合作,共建共享”的数字

化平台,打造消费品工业产业链上下游企业共同体,推动数据标准统一,推进不同厂家不同类型设备的通信接口标准化,加快多源异构数据的融合和汇聚,打破“数据壁垒”,实现消费品工业信息交互、数据共享、价值共创。依托数字化平台,聚焦消费品工业上下游企业、高校、研究机构等,组成产学研用产业创新联盟,推动装备、软件、系统等不同领域企业共同发展、协同创新,培育一批专业性、行业特色鲜明的智能制造系统解决方案供应商,为企业数字化转型提供支持。

还应树立典型标杆,引领转型升级。数字化转型是企业保持行业领先的关键道路。聚焦重点地区、重点行业,着力打造消费品工业数字化转型典型标杆企业,发挥标杆企业的示范引领作用。通过标杆企业进行数字化转型实现提质增效的变化,让消费品工业全链条中的企业认识到数字化转型的红利,增强数字化转型的意识和主动性,加快数字化转型的步伐。鼓励消费品工业龙头企业立足自身优势,共享数字化资源,分享数字化转型经验,降低成本,协助中小企业实现快速转型升级。

化平台,打造消费品工业产业链上下游企业共同体,推动数据标准统一,推进不同厂家不同类型设备的通信接口标准化,加快多源异构数据的融合和汇聚,打破“数据壁垒”,实现消费品工业信息交互、数据共享、价值共创。依托数字化平台,聚焦消费品工业上下游企业、高校、研究机构等,组成产学研用产业创新联盟,推动装备、软件、系统等不同领域企业共同发展、协同创新,培育一批专业性、行业特色鲜明的智能制造系统解决方案供应商,为企业数字化转型提供支持。还应树立典型标杆,引领转型升级。数字化转型是企业保持行业领先的关键道路。聚焦重点地区、重点行业,着力打造消费品工业数字化转型典型标杆企业,发挥标杆企业的示范引领作用。通过标杆企业进行数字化转型实现提质增效的变化,让消费品工业全链条中的企业认识到数字化转型的红利,增强数字化转型的意识和主动性,加快数字化转型的步伐。鼓励消费品工业龙头企业立足自身优势,共享数字化资源,分享数字化转型经验,降低成本,协助中小企业实现快速转型升级。

破解消费品工业数字化转型难点

刘虎沉 刘 然