

# 守好“鱼篓子”重在耕海养海

日前召开的中央财经委员会第六次会议强调推动海洋经济高质量发展,提出发展现代远洋捕捞。

远洋捕捞是海洋渔业的重要组成部分。事实上,人们对海洋渔业整体充满了好奇和向往,不断创造纪录的大型养殖工船吸引了很多人目光。今年6月,全球首艘三文鱼养殖工船“苏海1号”顺利交付;5月,全球首艘水体自然交换型深远海养殖工船“湾区伶仃”号完成下水;4月,全球首艘15万吨级智慧渔业大型养殖工船“国信1号2-1”交付运营。这些都是我国企业建造的,代表了船舶工业和智慧渔业融合的最新成果。

作为人类开发利用海洋的传统手段,海洋渔业一直是海洋经济的重要组成部分。我国不仅有广阔的内陆水域,也有漫长的海岸线,海洋渔业与淡水渔业一起构成了渔业的版图。海洋渔业主要包括海洋捕捞、海水养殖。海水养殖历经“鱼、虾、贝、藻、参”5次产业浪潮。海洋捕捞则涉及近海捕捞、海外捕捞和远洋捕捞。我国是世界首个海水养殖超过海洋捕捞的国家,发展趋势是由近海走向深远海。

海产品越来越受到人们的喜爱,成为餐

海产品越来越受到人们的喜爱,成为餐桌上的佳肴,背后是海洋渔业的长足发展。海洋渔业发展要从追求量的快速增长迈入更重视质的提升阶段。要做强海水养殖,做优海洋捕捞,夯实水产品供给基础。

桌上的佳肴,背后是海洋渔业的长足发展。海洋渔业是市场化程度高的产业,参与者多,竞争充分。随着海洋牧场建设推进,大型养殖工船不断突破,行业整合趋势已经出现,装备工程化、管理工业化成为发展方向。不过,产业链衔接不畅、渔业资源衰退、贸易竞争力欠缺等问题也逐渐显现。以海水养殖看,产品价值相对偏低,组织化程度不足。

从渔业发展整体形势看,海洋渔业肩负着更大的使命。我国水产品产量占全球的四成,人均占有量是世界平均水平的2倍。水产曾是我国传统出口优势品种,但近年来出现进口增加、出口减少的情况。2022年,我国水产贸易首次出现逆差。2023年,水产饲料产量首次出现下降。近年来,部分水产品市场饱和、价格波动明显,且面临进口冲击和

出口不畅等问题。这启示我们,海洋渔业发展也要从追求量的快速增长迈入更重视质的提升阶段。要做强海水养殖,做优海洋捕捞,夯实水产品供给基础。

海洋渔业发展,要坚持生态保护。“养海”万年,“耕海”万顷。渔业是资源依赖型产业,在任何时候都要坚持生态保护这个大前提,海洋渔业也不例外。面对近海渔业资源衰退的情况,要合理布局、稳妥发展深远海养殖,将深远海养殖打造成技术先进、生态和谐的新型养殖业态。

海洋渔业壮大,要推动价值链跃升。过去,海水养殖以经济价值较低的贝藻类为主,存在低端同质化问题;海产品加工方式以冷冻、干燥等粗加工为主,精深加工程度较低。解决这些问题,既要有科技创新,又要经营

创新。一方面,推动渔船装备升级、养殖手段创新、管理模式更新。另一方面,鼓励龙头企业向海洋功能食品、海洋生物医药等高价值领域拓展。

海洋渔业提质,也要依靠关联产业。上游是蓝色种业,为海洋渔业提供良种,从源头提升竞争力。下游是休闲渔业,近年来游钓型海洋牧场发展迅速,为经营者带来了更多收益。来自海洋渔业外部的跨界融合也不容忽视。近年来,风电养殖融合成为一道风景。有的地方统筹考虑深远海养殖和海上风电项目,水下产出绿色产品、水上产出清洁能源,值得借鉴。



当补贴资金流向搭载端侧大模型、具备前沿AI功能、采用新型折叠屏技术的手机产品时,实际上是在以市场为导向,为技术创新投下宝贵的一票,为整个产业的升级发展铺平道路。

不久前发布的数据显示,截至5月31日,今年消费品以旧换新吸引超5352.9万名消费者参与,购买5662.9万件数码产品。前4个月国内市场手机出货量同比增长3.5%,其中5G手机占比达85.5%。尽管整体增幅温和,但市场结构正发生根本性转变:中高端机型份额持续扩大,低端产品加速收缩,消费升级趋势显著。这体现出市场并非简单复苏,而是制造业在关键转型期,向价值链高端攀升的战略性突破。

以往以旧换新政策更多聚焦于家电等领域,此次国家首次将手机纳入补贴范畴,体现出对手机产业发展的高度重视。针对6000元以下机型给予最高500元的补贴,不是普惠式的“大水漫灌”,而是秉持“精准滴灌”原则,旨在激发产业创新动能,有效引导资源向高附加值产品倾斜,引导市场资源向具备技术含量的中高端产品汇聚,让那些真正拥有创新实力的产品能够获得应有的市场溢价空间。当补贴资金流向搭载端侧大模型、具备前沿AI功能、采用新型折叠屏技术的手机产品时,实际上是在以市场为导向,为技术创新投下宝贵的一票,为整个产业的升级发展铺平道路。

张林山

这场变革更深层次的动力,源自技术创新的本质驱动。当前,手机市场正经历着一场“静悄悄”的AI变革。各大主流手机厂商纷纷推出“AI手机”,曾经只存在于实验室中的通话实时翻译、图像智能消除等功能,如今已走入寻常百姓家,成为消费者日常使用的便捷工具。手机的角色也在悄然发生转变,从单纯的通信工具逐渐蜕变为智能生活的贴心伴侣。与此同时,手机物理形态的突破打开了全新的想象空间,折叠屏等创新形态的出现,凭借差异化的使用体验,为消费者提供了难以抗拒的产品升级理由。AI技术与形态创新的双轮驱动,促使智能手机逐步进化成为个人智慧生活的“神经中枢”。这一系列创新成果,不是个别企业的单打独斗,而是中国制造向“智造”转型的集体冲锋,彰显着我国手机产业在技术创新领域的强大决心与实力。

在这场变革浪潮中,国产手机厂商展现出了前所未有的进取精神与强大竞争力。长期以来,苹果在高端手机市场占据着优势地位,而如今,本土品牌凭借持续不断的技术攻坚,正在逐步缩小与国际巨头的差距。这些国产厂商将技术创新的靶心始终对准用户核心痛点:在电池技术领域,不断探索突破,致力于终结用户的续航焦虑;在影像功能升级方面,不再局限于参数的简单堆砌,而是在虚拟背景、人像算法等细节处深耕细作,力求为用户带来更优质的拍摄体验;随着折叠屏技术逐渐成熟以及成本不断下降,折叠屏手机成为推动品牌高端化的强劲动力。华为、OPPO、vivo等国产手机厂商的集体发力与突围,正重塑全球高端手机市场的竞争格局,让世界看到中国手机品牌的崛起。

产业链层面,当国产手机搭载着本土研发的高端芯片强势回归市场,国产柔性屏技术为众多主流折叠旗舰机型提供有力支撑,一条以本土创新为引领的高价值产业链正在加速构建。手机产业不必再仅仅依赖规模优势,而是向着“规模+价值”的双重优势稳步迈进,在核心元器件、操作系统、AI框架等关键领域不断突破,使产业根基越发深厚。这种垂直整合能力的提升,将是中国制造向全球价值链上游攀升的关键一步。

以旧换新不仅是激发消费活力的重要举措,更成为我国手机产业转型升级、迈向高质量发展的关键推手。展望未来,我国手机市场已然站在技术迭代与结构升级的重要历史节点。当政策引导之手、创新驱动之魂与产业链协同之力同频共振,一个更具韧性、活力和价值深度的产业生态正在逐步形成。

(作者系国家发展和改革委员会经济体制与管理研究所研究员)

## 菜市场焕新聚人气暖人心

梁 瑞

触摸一座城市的灵魂,莫过于逛一逛它的菜市场。本地方言的吆喝声此起彼伏,鲜虾活鱼在水箱中活蹦乱跳,五颜六色的瓜果蔬菜整齐摆放,扑面而来的喧嚣与活力,总能让人心生愉悦。更何况,如今的菜市场,不止有菜。

近年来,不少城市对菜市场进行标准化改造、智慧化升级,拓展了其服务功能。北京崇文门菜市场在原址重新开业,融入了轻食、文创、生活服务等多元业态;浙江台州月湖农贸市场智慧大屏上,当日商品种类、菜价、客流量等信息一目了然;在江苏苏州双塔市集,居民买菜之余还可以听一段评弹。

菜市场是最贴近日常生活的人间烟火。不同于印象中湿漉漉的地板和混杂着腥味的空气,如今的菜市场环境干净整洁、经营模式特色鲜明、服务人性化。这些变化回应了年轻一代个性化、体验式的消费需求,折射出美好生活的日新月异,也为文旅产业多元化发展开辟了新路径。

前有City Walk,今有Market Walk,不少菜市场已成为热门旅游打卡地。老场景承载新体验,有颜值、有乐趣,菜市场正从单一的买菜场所转变为集购物、餐饮、社交、文化体验于一体的“社区生活综合体”。对老街坊而言,这是常逛常新的体验,对年轻人来说,更是一场充满新鲜感的“市井漫游”。

(中国经济网供稿)

## 破解服装产业升级瓶颈

近日,2025中国(大连)国际服装纺织品博览会在辽宁省大连市举行。本届服博会以“时尚·科技”为主题,汇聚全球行业资源,使服装纺织行业一时间成为人们关注的焦点。

服装纺织行业是我国国民经济重要产业之一,对促进国民经济发展、增加居民收入、解决就业等具有非常重要的意义。因其兼具基本必需品、普通消费品等多重特征,关乎百姓的生活质量提升,也与消费市场提振、产业转型升级紧密关联。

我国服装年产量超700亿件,可为全球每人提供约8.75件衣服,纺织服装出口总额连续5年保持在3000亿美元以上。除了量的增长,近年来服装行业聚焦产业转型升级、动能转换和高质量发展,持续提升时尚体验、满足消费者需求,处于跃迁的关键期。

这一过程中,服装行业面临的自主研发创新能力不足、科技含量不高、品牌识别度不够、绿色水平有待提升等问题亟待破解。要多措并举推动服装行业创新化品牌化绿色化。

提升创意设计水平。创新是引领发展的第一动力,这个“关键变量”正在被转化为高质量发展的“最大增量”。要培育服装类创新型示范企业,让行业涌现出更多专精特新企业,打造服装产业园,聚合激发新活力。加强原创设计,破解产品同质化问题。引导纺织服装

企业提升设计水平,推动设计融合创新。引导行业研发设计更加个性化、时尚化,更好满足消费者需求。

品牌管理要更加专业。引导服装企业研发高品质、具有自主知识产权、市场竞争力较强的产品,通过品质提升加强自主品牌建设。支持有条件的服装企业进行数字化、智能化改造,加强品牌建设,提升品牌档次。结合服装品牌市场运行特征,鼓励服装企业加强专业化管理和公司治理,注重产品科技含量与文化内涵的深度融合。加大品牌宣传推广力度,通过参加国内国际特色展会,利用示范特色步行街(商圈)、社区生活网点等加大对自主品牌宣传推广。

瞄准高附加值、低能耗目标。绿色发展是践行生态文明的重要举措,也是推进新型工业化的必然选择。鼓励服装企业采用绿色先进工艺,实现工业互联网、绿色纺织工艺一体化集成,打造更多绿色工厂。推广应用节能减排技术,提高清洁生产水平。推进服装纺织产业结构低碳化、生产过程清洁化以及能源资源利用高效化。以服装企业为建设主体,以绿色园区、绿色工厂、绿色供应链、绿色产品、绿色服务为主要内容,构建低碳、循环的绿色制造体系,不断提升绿色制造水平。

数字乡村是乡村全面振兴的战略方向,也是建设数字中国的重要内容。中央网信办等4部门日前联合印发的《2025年数字乡村发展工作要点》明确提出,到2025年底,数字乡村发展“十四五”圆满收官;数字技术在确保国家粮食安全、确保不发生规模性返贫致贫中的作用更加彰显;农村地区互联网普及率稳步提升,农业生产信息化率进一步提升,农产品网络零售额持续稳定增长。接下来,如何持续增强乡村数字治理效能,提升信息服务水平,通过数字技术加速缩小城乡差距、促进城乡融合发展,值得分析。

## 申领创业补贴莫让中介钻空子

“创业补贴8万元(元)到手”“专业团队指导”“一站式领取”……一段时间以来,部分中介在社交平台上发布大量代办广告,宣称可以帮助申领大学生创业补贴。然而,在中介的操作之下,一些人非但没领到补贴,反而陷入纠纷之中。调查发现,一些中介打着代办“大学生创业补贴”的旗号,利用信息差牟利,存在涉嫌虚假宣传、诱导消费等行为,部分中介还暗示可以通过弄虚作假、伪造材料等申报补贴。有关部门要加强监管执法,联合平台建立广告信用档案,对存在违法广告行为的中介严格处罚。需聚焦青年创业的需求痛点,加强政策解读、培训指导,为其铺路搭桥。创业者也应主动了解政策内容,通过正规渠道申领补贴,不抱有侥幸心理,避免上当受骗。

(时 钧)

## 拓展数字乡村建设空间

赵恒春

商+农特产品+农户”的新业态大面积推广。

尽管亮点十足,当前还存在基础数据资源体系建设不完备、涉农信息技术工具匮乏、数字技术的应用范围有限等短板。我国第一产业的数字经济渗透率远低于第二产业、第三产业,未来还需进一步拓展数字乡村建设空间。

坚持政府与市场机制协同发力。强化政府统筹规划与政策供给,建立跨部门数字乡村建设协调机制,立足区域发展特色制定数字乡村建设具体细则,完善从顶层设计到落地实施方针政策的体制机制。加大财政倾斜力度,设立数字乡村建设专项资金或债券,重点关注农村数字基础设施建设升级和农民数字技能水平提高板块,强化“软硬”基础支撑。激活经营主体创新活力,鼓励企业参与数字乡村建设,探索多元化的建设和运营模式。例如,重庆市奉节县针对脐橙产业搭建“电商企业+地头直播间+农户”生产服务体系,还引入无人机运输,为果农节约了40%的人力运输成本。

释放数据要素价值与筑牢安全底线并重。构

建农业农村基础数据资源体系,开展农业农村数据普查工作,整合农业生产、乡村治理、公共服务等多维数据,建设国家级农业农村大数据中心,打破“数据壁垒”和“信息孤岛”,抓住数据这一“牛鼻子”,打造更多涉农数据开发利用场景,通过多场景复用、融合创新等方式发挥其叠加倍增效应。如河南省镇平县以数字镇平建设为引领,强化数据共享,提升了农业效益,并带动农文旅融合发展。还要强化数字安全与风险防控措施,对智慧农田控制系统、农村电商平台等关键设施实施等级保护,建立网络安全应急响应机制。

坚持整体推进与重点突破协调统一。关注重要领域和关键环节,特别是数字乡村建设和确保国家粮食安全、加快农业产业转型升级、加快新型城镇化建设等之间的有效衔接,取得“一子落而满盘活”的实效。满足偏远地区、脱贫地区和老龄化乡村的特殊需求,通过“县域统筹+村级落地”的分层推进机制,促进数字技术应用的精准覆盖与适农化改造。