

粮食大事

做好粮食逆周期和跨周期调节

粮食是国家安全的重要基石和经济社会发展的坚实支撑。我国粮食产量连续两年稳定在1.4万亿斤以上，中国人把饭碗牢牢端在自己手上。然而，面对国内外各种风险挑战，还必须提升粮食安全治理能力。要认真落实中央经济工作会议、中央农村工作会议精神，统筹做好粮食逆周期和跨周期调节，既应对短期粮价波动，更谋划中长期发展韧性，加快构建更高层次、更有效率、更可持续的国家粮食安全保障体系。

逆周期和跨周期调节是宏观经济治理中相辅相成、互为补充的政策工具，前者着眼短期稳定，后者布局中长期发展。粮食作为关系国计民生的基础性战略物资，其周期波动与宏观经济密切相关。粮食安全治理不能孤立于宏观经济治理之外，而应主动融入宏观经济治理框架。

做好粮食逆周期调节，当粮价过度下跌时，启动政策性收储，防止“谷贱伤农”；当粮价过快上涨时，有序投放储备粮、调节市场供给，避免“米贵伤民”，维护市场稳定与民生预期。做好粮食跨周期调节，更注重从生产能力建设、种植结构、区域性供给平衡、产业发展、市场机制等方面持续发力，增强系统韧性和可持续性，应对可能出现的风险挑战。

认真落实中央经济工作会议、中央农村工作会议精神，统筹做好粮食逆周期和跨周期调节，既应对短期粮价波动，更谋划中长期发展韧性，加快构建更高层次、更有效率、更可持续的国家粮食安全保障体系。

过去一年，我国粮食产量再创新高，人均粮食占有量达到1000斤，实现了谷物基本自给、口粮绝对安全。但也要清醒地看到，粮食安全的基础仍不稳固，潜在风险不少。从短期看，粮食价格下行压力仍在，可能影响农民种粮积极性；从中长期看，粮食供需紧平衡态势没有改变，结构性短缺、区域供给不平衡、资源环境约束趋紧、科技瓶颈有待突破、消费结构升级以及气候变化等深层次问题，短期内无法解决。因此，加大逆周期和跨周期调节力度，具有重要的现实意义和战略意义。

逆周期调节精准发力，促进粮价保持在合理水平。过去一年，面对粮食价格下行压力，有关部门坚持有效市场和有为政府相结合，统筹推进市场化收购与政策性收储，全年各类企业累计收购粮食达到8300亿斤，其中通过最低收购价收购小麦、稻谷约450亿斤，牢牢守住了农民“种粮卖得出”的底线。

今年，应进一步突出市场化收购作用，充分发挥政策性收储的托底支撑作用，认真落实最低收购价收购，合理把握政府储备收储轮换时机、节奏与力度，强化中央和地方两级储备协同运作，统筹用好进出口调剂等政策工具，多措并举促进粮食市场平稳运行。

加大粮食跨周期调节力度，夯实粮食安全根基。加大实施新一轮千亿斤粮食产能提升行动，持续推进高标准农田建设、水利设施完善，加快种业振兴与先进适用农机推广，全面提升农业防灾减灾救灾能力。适应消费升级趋势，在确保谷物基本自给、口粮绝对安全的基础上，优化调整种植结构，稳定大豆种植面积，发展市场紧缺、附加值高的优质农产品。优化农业生产区域布局，推动形成与资源环境承载力相匹配、与市场需求相适应的粮食生产格局，鼓励加工流通企业向产区延伸，建立稳定的粮源基地，构建高效畅通的仓储物流网

络。完善粮食应急保障体系，提升全链条协同保障和快速反应能力。加强国际农业合作，拓展多元化进口渠道，分散单一来源风险。强化价格、补贴、保险等政策的支持和协同，加大主产区利益补偿力度，实施产销区横向补偿，保护和调动农民务农种粮和主产区重农抓粮积极性。

做好粮食逆周期和跨周期调节，考验治理智慧和执行能力。要把握好调节的时效，将逆周期调节的灵活应对与跨周期调节的战略布局有机结合，以精准的短期调控应对风云变幻，以坚定的长期投入构筑坚实基础。只有这样，才能在复杂变局中有效抵御风险、平稳穿越周期，牢牢掌握粮食安全主动权。



优化法治化营商环境

贾亚强

辽宁省改善营商环境提升企业和群众获得感、湖北省积极推动法治化营商环境提档升级……一段时间以来，关于优化营商环境的举措不断。

营商环境是经营主体生存发展的土壤，法治则是稳定市场预期、激发经营活力的关键支撑。不过，“审理慢、执行难”等痛点仍制约着营商环境优化升级，经营主体也对司法服务的效率和质量提出更高要求。破解难题、回应期待，关键在于改革创新与精准施策。

一方面，依法平等保护。坚持各类经营主体诉讼地位和法律适用一律平等，加大对涉企市场准入、行政许可、行政处罚等行政案件的司法审查力度，健全规范涉企执法长效机制，防止和纠正违规异地执法、趋利性执法，保障各种所有制经济依法平等使用生产要素、公平参与市场竞争、同等受到法律保护，服务全国统一大市场建设。在金融审判领域，妥善审理涉普惠金融案件，依法规范金融机构利息费用收取、单方面附加放贷条件等行为，协同监管部门推动普惠金融政策落地。

另一方面，规范涉企司法工作。依法严惩职务侵占、侵犯商业秘密、恶意诋毁企业及企业家名誉等违法犯罪行为，强化产权司法保护，让企业专心创业、放心投资、安心发展。在执行环节，严格规范强制措施适用，坚决杜绝超标、超范围查封扣押冻结涉案财物，加强执行案款“收存管发”全流程监管。精准区分“失信”与“失能”，严格落实惩戒适用范围，畅通信用修复渠道，最大限度保障企业正常生产经营。

此外，也要注重纠纷预防化解。拓展涉企解纷渠道，深化“总对总”诉讼对接、“行业调解+司法确认”等机制，推动商事纠纷商会化解，降低企业解纷成本。推动司法服务下沉，在民营企业聚集区设立法官工作站，常态化开展“送法进企业”活动，指导企业规范劳动用工、防范经营风险。定期举办企业家座谈会、法院开放日，及时回应企业关切。

推动零碳园区建设走深走实

不久前，国家发展改革委发布我国首批国家级零碳园区建设名单，共有52个园区入选。作为产业活动最为集中的空间载体，零碳园区的发展质量，直接关系我国绿色低碳转型能否取得实质性突破。

从现实基础看，我国零碳园区建设具备坚实的产业支撑和突出的系统优势。当前，各类型产业园区是承载制造业升级、技术创新和产业集聚的关键载体，也是能源消费和碳排放高度集中的重点区域。近年来，在零碳园区试点推进过程中，各地逐步形成了以产业发展为核心、以系统性降碳为导向的实践路径：在服务型园区，重点通过绿电替代、储能配置和智能化管理实现能耗和排放双降；在制造业集聚园区，加快推进工艺节能、电气化改造和余热余能回收，降低单位产出能耗；在化工园区，积极探索氢能应用、低碳原料替代以及碳捕集利用等深度减排路径。实践表明，零碳园区建设不仅能够有效降低碳排放强度，还能通过倒逼技术升级和生产方式变革，推动产业向高端化、绿色化、智能化方向发展。

在零碳园区建设上，一些发达经济体起步较早，形成了具有代表性的示范案例。德国柏林欧瑞府能源科技园于2014年建成，是欧洲首个零碳智慧园区。该园区以高比例可再生能源供给为基础，通过智能能源系统和建筑节能改造，实现园区整体低碳运行。美国恰塔努加生态工业园则以资源循环为核心，通过企业间副产品交换和能源梯级利用，实现接近“零排放”的运行目标。从这些案例看，零碳园区建设并不存在统一模板，关键在于立足园区资源禀赋、产业结构和能源条件，探索与自身发展阶段相适应

的实践路径。相较发达国家，我国零碳园区建设面临园区规模体量大、高能耗产业占比高、减排压力突出的现实难题。推动零碳园区建设由“试点探索”迈向“走深走实”，须立足实际，坚持走差异化、可持续发展路径。

坚持分类推进、因园施策。在摸清园区能源结构、产业链构成和主要排放来源的基础上，制定“一园一策”的实施方案，合理划分近期、中期和长期任务，明确阶段性目标和技术路径，避免照搬模式或“一刀切”推进。在实施中，对成熟度高、条件较为完备的减排措施可加速推进，对涉及系统改造和长期投入的减排措施要分步实施、滚动推进，确保园区减排安排与技术条件和承载能力相匹配，促进零碳园区建设有序落地。

强化产业、能源与技术协同推进。统筹推进园区能源清洁化替代，通过分布式能源、储能系统和多能互补配置，提升能源供需匹配和系统调节能力。以数字化、智能化技术为支撑，建设覆盖能源利用与碳排放全过程的能量管理平台，实现精准监测、动态调控和绩效评估。引导园区内企业深化产业协同，通过余热余能共享、资源循环利用和设施集约化配置，推动由单体减排向系统降碳转变，提升整体运行效率和减排效能。

完善政策与市场支持体系。在碳资产管理方面，健全

园区层面的碳资产管理和收益兑现机制，推动绿电交易、碳市场和绿色认证协同运作，使减排成效能够真正转化为经济回报。在资金保障方面，通过财政引导和绿色金融工具，支持低碳工艺替代、储能建设和清洁能源利用等关键领域，降低企业转型成本。



莫让求生变“求险”

近期，“荒野求生赛”引发关注，不少地方争相推出此类赛事。然而，多起赛事因安全隐患被紧急叫停，为这股热潮敲响了警钟：“求生”绝不能异化为“求险”。相关部门要明确此类高风险活动的安全保障标准、主办方专业资质与审批流程，杜绝“无资质、无备案”的野蛮办赛；主办方必须坚持安全第一原则，建立包括定位监控、医疗保障和快速救援在内的全方位应急体系。参赛选手也需增强自身安全意识，理性评估风险与自身能力，选择合规赛事，在比赛中严格遵守安全规则。

(时锋)

激发文化产业新活力

崔宝敏

近年来，我国文化产业结构布局持续优化，规模稳步扩大，效益明显增强。文化和旅游部数据显示，2024年我国文化产业资产总计达到34.4万亿元，实现营收19.14万亿元，较2020年增长37.7%，营收利润率提升至9.3%；规模以上文化企业7.8万家，较2020年增加1.3万家。文化产业结构不断升级，数字出版、网络视听、动漫游戏、短视频等新业态蓬勃发展，逐步形成创作、传播与消费全链条联动的新格局。各地依托特色文化资源，持续释放文化产业创新创造活力，区域发展成效显著。比如，北京市以科技赋能文化创新，2024年文化产业增加值占GDP比重为11.4%，继续稳居全国第一位；川渝共建“巴蜀文化旅游走廊”，覆盖两地42市，强化文旅协同，有效带动成渝地区文化产业集聚式发展；湘西、贵州等地注重非遗的保护传承，实现产业现代化融合发展；三星堆、长安等文化IP通过创造性转化与创新性发展推动文化普惠，带动文旅消费和区域品牌形象双提升。这些实践印证了文化产业与科技创新、与区域特色相结合的强大动能，为经济社会高质量发展注入新活力。

也要看到，我国文化产业发展仍存在短板弱项。文化资源与产业发展不匹配，区域发展不平衡。文化产业资源富集地区的产业转化能力不足，新型文化产业占比不高，产业融合程度较低。一些企业片面追求流量至上，聚焦低附加值环节，同质化现象严重，数字化资源挖掘不充分，国际传播力和文化品牌竞争力仍需提升。

未来，应进一步发挥文化产业在拉动内需、促进就业、活跃市场、提振信心等方面积极作用，把文化产业培育成为支柱产业、幸福产业、民生产业。激发文化产业活力，需从产业政策、企业创新、消费升级等方面协同发力。

产业政策层面，构建文化与产业融合发展的政策支撑体系。健全文化与科技融合的财政金融支持政策，推动文化资源数据库等基础设施建设，提升文化产业数字化水平；建立健全跨区域跨部门产业协作机制，大力支持中西部地区打造特色文化品牌，缩小东中西部发展差距；打造文博旅消费场景，促进文化与旅游、体育等领域深度融合，培育具有竞争优势的文化产业集群，塑造具有国际影响力的文化品牌，提升中国文化的全球影响力。

中央农村工作会议强调，培育壮大县域富民产业，拓展农民参与产业发展渠道和方式，健全联农带农机制。壮大县域富民产业，有很多实践路径，其中，农村电商值得关注。

农村电商是以“三农”为服务目标的电子商务业态，通过整合网络资源拓展农业农村信息服务，促进农产品流通和农民增收。作为数字经济与农业农村深度融合的创新商业模式，农村电商已成为转变农业发展方式、带动农民增收、促进农村消费的有效抓手，发展潜力巨大，前景广阔。作为这一商业模式的重要组成部分，农产品电商依托数字化平台缩短了农产品交易链条，打破了地域限制和渠道壁垒，不断拓展交易范围、提升交易效率。同时，与持续增长的农村电商规模相匹配，农村物流体系和县乡物流配送网点持续完善，从雪域高原的西藏班戈县到祖国东极黑龙江抚远市均已覆盖。商务部数据显示，全国行政村快递服务覆盖率已达95%。此外，得益于农村电商的优势，传统农业生产链条开始向上下游延伸，与第二、第三产业进行深度融合，农产品深加工、仓储物流、包装运营、品牌建设等多种新业态、新模式陆续涌现，农村电商呈现出设施完备、主体活跃、流通顺畅、服务高效的特征。

在国际层面，主要发达国家和地区的农村电商发展也各具特色。美国整合技术、平台与人才优势，在成熟农业与消费体系内，通过技术和商业模式创新来优化本地供应链；欧盟实施多元协同发展路径，注重成员国间的资源共享；还有的国家将农村电商发展重心放在运用智慧技术应对农村老龄化、提升农业竞争力等方面。

相较而言，我国发展农村电商过程中呈现出3个方面独特优势：一是具有稳定连续的普惠政策，营造出良好的发展前景；二是具备潜力巨大的消费市场，可以有效激发农业、农村、农民的生产积极性；三是具有多元融合的创新业态，能够促使农村生态、文旅、服务等特色资源实现整合优化。

目前，我国农村电商发展仍然存在物流成本居高不下、专业人才留用困难、产品同质低价竞争等问题。对此，还需因地制宜、多措并举，从基础设施、人才引育、技术赋能等方面综合施策。

补齐基础设施短板，打造高效物流网络。结合农村电商分布特点，整合当地邮政、快递、仓储等资源，在县城建设综合物流园区，设置乡镇综合服务站、村级服务点，开展统一仓储、统一分拣、统一配送，打造出辐射县域的三级物流体系，搭建起工业品下乡与农产品进城双向流通渠道，实现“最后一公里”降本增效。结合农产品产销特点，着重补上产地冷链设施不足的短板，重点支持在田间地头、加工园区建设冷藏保鲜设施，打造冷链集配中心以降低仓储运输过程中的产品损耗，由此破解生鲜农产品上行的“最先一公里”难题。

完善人才引育模式，壮大电商人才队伍。精准培育本土人才，对于返乡创业农民工和大学生、退伍军人、农业技术能手、农产品加工业主等不同群体，进行电商实操、短视频制作、直播带货、品牌运营等实战式培训，形成农村电商人才库。创新人才外引机制，联合电商平台、企业、高校，实施“农村电商导师计划”，通过短期派驻、项目合作等方式引进运营专家、特色主播、网络达人等，不断完善就业安置、发展保障等政策，使其成为“新农人”，优化吸引电商人才的软硬件环境。

深化数字技术应用，助力产业业态升级。在农业生产中，依托大数据、物联网、遥感技术等现代信息技术，指导农民按需生产，完成精准种植、智能灌溉及病害预警，实现对农村电商产品质量的源头把控。在商品流通中，运用抖音、快手、小红书等数字平台直播带货，让农产品直接连通全国乃至全球大市场，形成品牌效应。在产业布局中，通过人工智能、虚拟现实、云直播技术，促使生产者与消费者之间的联系更为直接紧密，使单一的农产品销售活动逐渐衍生出定制农业、乡村旅游等融合业态，全面重塑农村产业形态。

影响力。

企业在创新方面，以内容创新为核心，以数智技术为驱动，打造兼具文化内涵和市场价值的精品。一方面，文化企业要注重从优秀传统文化载体中汲取灵感，注重文化产品品牌建设，由单一产品生产向多领域IP共同开发迈进，有效扩展文化企业发展经营边界，构建从创意孵化到市场转化的全链条机制。另一方面，主动拥抱AI，利用全息影音、虚拟现实、增强现实等技术，构建沉浸式、互动式新文化消费场景，赋予文化产品更深层次的艺术价值和精神内涵，加快推进数字化、智能化转型。

消费升级层面，不断激发公众文化创造力和消费潜能。文化产业的发展离不开广大群众的参与和支持，要鼓励消费者参与文化产品创造，实现消费者向创造者身份的转变；加速消费场景重构，开发消费服务平台，实现精细化供给和个性化推荐，促进文化消费提档升级。通过发放文化惠民券、支持沉浸式体验场馆建设等，降低服务消费门槛，推动优质文化资源下沉，让文化产业真正成为提升国民生活质量、增强民族凝聚力的重要支撑。