

把“天然气入农户”这件实事办好

动力电池产业集群已成为带动相关地区产业转型升级的重要动力源泉,其成功实践背后存在的共性规律,值得借鉴。

动力电池被誉为电动新能源汽车的心脏,在船舶、工程机械、低空经济、分布式储能等领域应用广泛。根据中国汽车动力电池产业创新联盟的统计数据,2025年,我国动力和储能电池累计产量达到1755.6GWh,同比增长60.1%;其中,动力电池国内销量为1200.9GWh,同比增长51.8%。相关研究显示,我国动力电池产量已占全球六成以上,在市场份额和技术水平上均处于世界领先地位。

我国动力电池产业呈现出鲜明的集群式发展特征,其背后的驱动因素有三方面。其一,产业链条长,对协同性要求高。从上游的锂、钴、镍等矿产资源开采和提炼,到中游的正负极材料、电解液、隔膜、电芯等组建制造以及模组和电池管理系统开发,再到下游的整车应用、充电设备、电池回收再利用等环节,各环节环环相扣,构成复杂产业网络,对全链条协同效率提出了极高要求。

其二,技术迭代快,市场竞争激烈。无论是在电化体系上,还是在结构封装形式上,技术均处于快速演进之中。这种持续迭代为产业发展不断注入新活力,推动动力电池产业向更高水平迈进,同时也令企业始终面临巨大的技术创新压力和市场竞争压力。

其三,投资强度高,周期波动大。动力电池产业是典型的资金密集型产业,初期需要大量的资金投入和固定资产投资。同时,上游原材料价格和下游动力电池装车价格均面临强烈的周期性波动。

由于这些特性,集群式发展成为动力电池产业的必然选择。产业集群的优势有很多,例如,促进产业链垂直整合与本地化协作,显著提升产业整体运行效率与韧性。又如,助力技术创新与产业应用之间相互赋能,加速各个环节不同技术路线的群体性突破,从而形成风险共担与能力互补的生态,帮助区内企业更好地应对市场波动与外部不确定性。如今,动力电池产业集群已经成为带动相关地区产业转型升级的重要动力源泉。尽管各地资源禀赋与发展路径各异,但其成功实践背后存在一些共性规律,值得借鉴。

注重发挥链主企业的引领作用。高新技术制造业领域的普遍特征是分工细化与垂直整合并存。链主企业不仅是上下游产业链条的整合者,而且往往是技术标准的制定者和产业生态构建的引领者。一个地区产业的集群化发展,离不开链主企业的引领带动。以动力电池产业为例,宁德时代、比亚迪、中创新航等行业巨头落户一个地区,带来的不仅仅是该企业本身直接创造的产值、就业和税收,更能吸引上下游配套企业集聚,发挥“引进一个、带动一片”的集群效应,推动当地相关产业生态快速走向丰富。实际上,动力电池产业并非孤例,类似的情形在汽车、电子信息、集成电路、生物医药等众多产业均已得到验证。

构建有效市场和有为政府的协同机制。地区产业集群的繁荣发展,离不开市场在资源配置、生产组织、商业模式开发等方面的高效作用,同时也离不开政府在搭平台、降成本、优环境等方面的积极赋能。纵观各地动力电池产业集群的成功案例,可以看出,地方政府的角色早已不再是单纯招商引资和提供政策优惠,而是升级为全方位的“产业生态培育者”,在顶层设计、产业园区建设、基础设施配套、应用场景开发、人才技能培训、投融资支持等多个维度提供系统性支撑。

推动科技创新与产业创新的深度融合。地区产业集群之间的竞争,是产量和市场份额的竞争,更是科技创新和产业创新能力的竞争。对于像动力电池这样技术快速迭代的产业,必须构建从基础研究到技术中试、再从中试应用到市场反馈的创新链与产业链循环,才能在激烈的市场竞争中保持领先优势。换言之,地区产业集群不仅是生产制造的集群,也应当是创新集群。相关地区应紧密围绕产业发展实际需要,布局建设区域科技创新体系,打通科技创新与产业创新之间的双向传导链条,形成产学研相互衔接、相互促进的区域创新生态。

(作者系中国社会科学院数量经济与技术经济研究所研究员)

冯明

把天然气入农户这样的民生实事办好,需要处理好“钱”与“管”的问题。结合当地农村经济社会发展实际,算好“平衡账”、做好“适配题”、守牢“安全线”。

燃气管道铺设成本显然要比城市高出一大截。除缴纳初装费外,一些农户还要额外自掏数千元甚至上万元去接管道。尽管部分经济基础较好的村庄有能力给予农户补贴,但对于不少农户来说仍是一笔支出。尤其是后期燃气使用费也比用柴草贵了不少,长期来看增加了生活开销,这也是有些农户虽安装了天然气但使用频率不高、“装而少用”现象较为普遍的原因。

从运维成本看,燃气设备安全运营需要定期且专业的检查和维护,农村地区点多面广分布相对零散,后期运维工作很难像城市那样能做到快速响应。特别是一些上了年纪的老人,对安全使用燃气知识了解不多,存在安全隐患。对于全国大多数农村地区来说,管道天然气“用起来”可能远比“建起来”更为复杂。这也意味着,探索构建一套适合农村特点、可持续的长效运维机制,将是燃气建设运营机构亟须面对的重大课题。

此外,农村通上天然气,还可能带来新的“不平衡”问题。目前,农村地区通上天然气的主要是一些靠近城镇、居住相对集中的村庄,或是经济条件较好的“样板村”,而偏远的、居住分散的自然村落,短期内很难做到全覆盖。村与村之间的生活条件,很可能会因为“一根管道”进一步拉开差距,这在中西部农村地区可能更为突出。

解决好上述问题,除了借鉴发达地区已有的实践经验,还要结合当地农村经济社会发展实际,算好“平衡账”、做好“适配题”、守牢“安全线”——

一方面,优化成本分担,政府补贴应更多向低收入群体和偏远地区倾斜,探索更灵活的成本分摊模式,比如对初装费进行阶梯式补贴,或与村集体经济发展成果挂钩,减轻农民的直接负担。

另一方面,完善运维服务,不能简单照搬城市管理的一些做法,而是要结合农村实际,利用村级网格做好安全巡查,积极运用数字化手段,提高远程监测和应急响应能力。用气安全是重中之重,要确保定期入户安检落到实处,通过反复宣传,让每一位用户都掌握安全用气知识。

农村通燃气是大势所趋,也是一件事关民生的实事好事。它考验的是财政投入的能力,更是精细化管理与持久服务的智慧。未来,要让更多的农村地区能“用上气”,更要“用好气”,加快填平城乡之间的这道“生活鸿沟”。

另一方面,完善运维服务,不能简单照搬城市管理的一些做法,而是要结合农村实际,利用村级网格做好安全巡查,积极运用数字化手段,提高远程监测和应急响应能力。用气安全是重中之重,要确保定期入户安检落到实处,通过反复宣传,让每一位用户都掌握安全用气知识。

农村通燃气是大势所趋,也是一件事关民生的实事好事。它考验的是财政投入的能力,更是精细化管理与持久服务的智慧。未来,要让更多的农村地区能“用上气”,更要“用好气”,加快填平城乡之间的这道“生活鸿沟”。



花钱上榜不如真抓实干

刘莉

近期,中央层面整治形式主义为基层减负专项工作机制办公室会同中央纪委办公厅通报的典型案件中,辽宁省鞍山市海城市花费498万元购买“百强县”榜单进位引发关注。这笔资金既没有带来产业提质升级,也没能增进民生福祉,暴露出地方领导干部政绩观、不正之风值得警醒。

作为年经济总量超700亿元的“世界镁都”,海城的产业特色鲜明,经济实力较强。当地本应该俯下身真抓实干,不断夯实产业基础,推动县域经济高质量发展,却将目光投向了排行榜上的虚名,花费财政资金“打榜”,成为名副其实的“百强县”。

花钱买排名,操作比较隐蔽。以“县域经济和新质生产力研究综合服务”咨询项目为名,却没有给当地提供任何有价值的发展建议,其项目验收更是流于形式。这种行为建立在“地方政绩、机构赚钱”的利益链条之上,不但加重了基层“内卷”,还助长了评价机构的牟利行为。地方对这种买来的政绩视若珍宝,不仅大肆宣传,还在政府工作报告中提及,与真抓

实干的发展理念背道而驰。

放眼全国,类似的形式主义乱象并非孤例。在通报的典型案件中,设置招商引资不合理指标、在工作中频繁排名通报导致基层弄虚作假等问题较为突出。部分干部忽视经济发展的客观规律,只关注“显绩”却忽视“潜绩”。与之形成鲜明对比的是,那些靠自身实力跻身“百强县”行列的地区,用创新闯出发展新路。例如,浙江慈溪市将城乡居民收入比缩小至1.5:1,70家国家级专精特新“小巨人”企业在此茁壮成长;湖南长沙县聚焦工程机械这个优势产业,推动创新科技驱动县域经济高质量发展;江苏昆山市在新一轮产业变革中抢占身位,在做优做强传统制造业的同时积极布局新兴产业体系,发展成果令人瞩目。

各地应聚焦自身资源禀赋,瞄准发展特色做文章。政绩观要优化,考核指挥棒也应优化,要把地方干部尤其是基层一线干部从形式主义的束缚中解脱出来,把更多资源和精力投入谋发展、惠民生的实事中。

新农机让农民

今年中央一号文件提到加快高端智能、丘陵山区适用农机装备研发应用,加强林草机械装备研发推广,拓展无人机、物联网、机器人等应用场景。农业机械化是农业现代化的核心标志,高水平的农机装备技术是确保粮食稳产增产的基石,更是建设农业强国的硬核支撑。

我国是农业大国。经过长期发展,农机装备产业已形成较完整的体系,呈现出从规模扩张向质量效益深刻转型的特征。一方面,农业机械化水平实现历史性跃升,农作物耕种收综合机械化率超73%。另一方面,产业正经历从解决“有无”到追求“优强”的深刻变革。例如,智能化、数字化成为主导,北斗导航、无人植保、智能灌溉等技术从示范走向规模化应用,智慧农场初现雏形,数据成为农业生产要素。又如,补短板与锻长板同步推进,在攻坚丘陵山区机械、高端采棉机等难题的同时,也在植保无人机等领域形成产业优势。绿色化与全链条覆盖趋势凸显,新能源农机开始示范,装备研发向“粮头食尾”全链条延伸。这些变革在驱动产业生态从传统制造向“高端制造—智能网联—综合服务”融合演进的同时,成为驱动农业高质量发展的核心引擎。

纵观全球,以美国、加拿大为代表的地方人稀型国家,其农机发展遵循大规模、高功率、高度自动化替代人力的逻辑,追求极限效率与规模经济。以荷兰、以色列等为代表的高效设施农业国,走的是资本技术密集型之路。装备高度专业化、精细化,与温室、无土栽培等深度融合,追求单位资源的最大产出,核心在于精准控制与

场景驱动与市场培育,优化农机购置与应用补贴政策,加大对智能绿色农机支持力度。在粮食主产区、特色优势区等建设高标准智能化农机应用示范区,以规模需求牵引技术迭代。优化产业创新生态,鼓励龙头企业牵头组建创新联合体,培育专精特新中小企业,形成大中小企业融通发展的集群格局。加快健全标准体系与公共服务平台,围绕智能农机数据接口、信息安全等加快标准制定修订,建设全国性农机作业监测与大数据服务平台,为产业安全发展筑牢防护网。

另一方面,要深化应用场景驱动与市场培育,优化农机购置与应用补贴政策,加大对智能绿色农机支持力度。在粮食主产区、特色优势区等建设高标准智能化农机应用示范区,以规模需求牵引技术迭代。优化产业创新生态,鼓励龙头企业牵头组建创新联合体,培育专精特新中小企业,形成大中小企业融通发展的集群格局。加快健全标准体系与公共服务平台,围绕智能农机数据接口、信息安全等加快标准制定修订,建设全国性农机作业监测与大数据服务平台,为产业安全发展筑牢防护网。

黄华

「慧」种地



别拿面料玩文字游戏

春节前,不少消费者忙着添置新衣。“亲肤棉”“水洗棉”“牛奶绒”等一批新面料,令一些消费者直呼摸不着头脑。事实上,在纺织纤维的规范命名体系中,“亲肤棉”“水洗棉”均属于不规范表述。不同于“纯棉”“棉混纺”等产品原料表述,“水洗棉”“亲肤棉”等名称不代表面料含有棉纤维成分,主要是商家的营销手段。这些商家之所以在名称或宣传上做文章,刻意植入“亲肤”“水洗”等字样,强调产品与天然棉质感的联系,无非是想提升产品的市场竞争力,却也对消费者形成误导。对此,有必要加大监管力度,同时也提醒消费者,在选购产品时务必查看标签上的纤维成分信息,切勿被商家的文字游戏忽悠。(时锋)

用理财服务竞争代替价格“内卷”

李若愚

开年以来,银行理财机构掀起一股“降费潮”,部分理财产品出现投资管理费和销售服务费“双零费率”。“降费潮”折射出银行理财在低利率环境下,面临的竞争日趋激烈。面对低利率,降费只是权宜之计。“揽客”与“留客”最终要靠自身高质量发展。经过数十年发展,银行理财形成庞大的行业规模,在我国金融业占据十分重要的地位。根据银行业理财登记托管中心数据,截至2025年末,全国共有159家银行机构和32家理财公司有存续的理财产品,存续规模达33.29万亿元,为同期全部本外币存款的10%,为本外币居民存款余额的20%。银行理财产品已深度融入居民家庭资产,凭借相对稳健和低波动的特性,成为居民储蓄和“存款搬家”的重要去向。银行理财产品部分以银行存款、同业存单的方式回流到银行体系,其余大量投资于债券、公募基金、非标准化债权类资产,为实体经济融资提供了有力资金支持。我国银行理财产品净值化转型基本完成,刚性兑付被打破,机构体系成熟定型,行业发展迈入规范化、专业化发展新阶段。

放眼看国际,美欧等发达国家市场的理财行业起步较早,产品体系多元、成熟,机构专业化程度高。比如,美国主流理财业务模式是按资产管理规模向客户收取管理费,将机构、投资顾问和客户的利益紧密捆绑在一起,在行业内形成高度市场化的竞争格局。欧洲银行理财业务通常与私人银行、资产管理深度融合,为高净值客户提供涵盖投资、税务、信托、遗产规划等全方位的综合金融服务。相较而言,我国银行理财业具有鲜明的中国特色。例如,业务开展以银行为依托,凭借母行固有的渠道优势以及客户基础;产品以固收类为主,权益类占比低;行业发展路径受市场和监管双轮驱动;等等。特别是近些年,我国利率水平不断走低,无论是货币和债券市场利率,还是存贷款利率均处于历史低位。从长期因素看,我国老龄化等人口结构变化导致自然利率承压;从短期因素看,国内供需矛盾突出,央行把促进经济稳定增长、物价合理回升作为货币政策的重要考量,采取降息政策。低利率环境在一定程度上压缩了银行盈利空间,也促使居民资产配置更加多元。各金融子行业间以及银行理财业内部的竞争会加大,“存款搬家”与“存款争夺战”现象难以避免。

总体来看,我国银行理财业与国际成熟市场相比仍存在差距。例如,产品同质化现象仍较为突出,差异化创新不足;费率调整多以短期营销为导向,部分理财机构存在“内卷式降费”;等等。银行理财业从应对市场竞争,唯有通过高质量发展,走好金融为民之路。一方面,要强化对银行理财高质量发展的监管和引导。防范行业降费“内卷式”竞争,鼓励机构建立与业绩挂钩的科学收费模式。推动机构差异化发展,加强投研能力建设,开发适配不同客群的差异化产品。加强投资者教育,引导投资者树立“费率+风险+收益”综合评估的投资理念。完善行业监管与评价体系,促使机构平衡规模与质量、收益与风险,更好地服务实体经济与居民财富管理需求。另一方面,理财机构要从单纯追求规模扩张,转向更加注重产品差异化、服务专业化和客户体验优化,用服务竞争代替价格“内卷”。完善服务体系,围绕客户生命周期和财富目标设计多样化产品,推动行业从卖方销售转向买方投顾模式,为投资者提供定制化资产配置建议和全流程陪伴服务,借助金融科技提升服务效率与客户体验。(作者系国家信息中心正高级经济师)