

三农瞭望

发展农业也要有场景支撑

我国工业经济在高质量发展方面迈出坚实步伐,不仅在于规模与速度,更在于质量与韧性;不仅在于单项突破,更在于系统集成优势。

数据显示,2025年我国规模以上工业增加值同比增长5.9%,其中高技术制造业同比增长9.4%,超过整体工业增速3.5个百分点。我国加快推进新型工业化,工业经济稳定向好,产业结构不断优化,创新驱动增强,企业效益持续改善。

郭丽岩

就具体特征而言,一是产业结构优化升级。制造业在筑牢根基的同时不断向高端攀升,规模以上装备制造业利润占全部工业企业利润的比重达39.8%,特别是铁路船舶、航空航天、电子行业利润呈两位数增长,发展成效明显。2025年新能源汽车产销量均突破1600万辆,连续11年居全球第一位,新能源汽车全产业链竞争力持续提升。

二是科技创新驱动力增强。2025年我国研发经费投入强度首次超过经济合作与发展组织(OECD)国家水平,创新指数排名也首次进入全球前10位,在半导体、生物医药、新材料等领域取得一系列突破性进展。

三是智能绿色制造体系不断健全。“十四五”期间我国推动绿色低碳转型,单位工业增加值能耗和碳排放强度均呈下降趋势,以光伏、储能、智能电网为代表的绿色低碳新兴产业加快发展。制造业数字化转型提速,工业互联网平台连接设备数超过1亿台(套),工业品研发周期和成套交付周期明显缩短。

总体来看,“十四五”时期我国工业经济在高质量发展方面迈出坚实步伐,不仅在于规模与速度,更在于质量与韧性;不仅在于单项突破,更在于系统集成优势。展望“十五五”,内外部环境不确定难预料因素增多。近年来,我国产业链供应链韧性显著增强,但部分制造业“两头在外”的挑战依然存在,容易受国际原材料价格大幅波动和外需因素影响。必须加快攻克“卡脖子”产品和关键核心技术,以化解我国在高端芯片、工业软件等领域面临的压力。

今年是“十五五”开局之年,我们应当保持战略定力,更好统筹发展和安全,加快构建现代化产业体系,坚持创新驱动、数智赋能、绿色转型,打好一揽子政策“组合拳”,持续提升创新企业竞争力,着力推动工业经济实现质的有效提升和量的合理增长,从而为做强国内大循环、牵引国际循环良性互动提供有力支撑。

加快推动不同规模企业融合发展。培育更多世界一流企业、制造业单项冠军、专精特新“小巨人”企业。强化“政产学研用”联动创新,采取揭榜挂帅机制,加快突破关键技术。总结和推广各地“链长制”经验,协调解决上下游企业难题。进一步加大对政府采购支持中小企业力度,鼓励央企国企预留采购份额支持中小企业发展。

加力支持智能化绿色化转型升级。深入实施“人工智能+”行动,加快推进数智技术与工业深度融合。加大5G演进和6G技术创新投入,加快推动工业5G专网建设。鼓励企业积极参与人工智能等新兴领域国际标准制定,不断提高我国在国际标准化组织中的影响力。强化标准引领,加快建设零碳产业园示范区,鼓励和支持工业企业超低排放改造,建立健全产品碳足迹管理体系,推动重点产品碳标识认证,持续推动工业企业绿色低碳转型。

因地制宜优化区域产业协同布局。推动产业在国内梯度有序转移,建立健全跨区域产业转移利益共享机制。加快建设全国一体化技术和数据市场,促进全国统一电力市场体系和一体化算力网协同优化布局,打造电力与算力产业协同创新生态体系。

增强国内和国际市场联动效应,促进内外部产业链融合创新。坚持“共商共建共享”,带动更多共建“一带一路”国家融入国际产业链,拓展互联互通的贸易和产业合作平台,共同维护全球产业链供应链稳定和韧性。

(作者系国家发展改革委经济研究所副所长、研究员)

发展农业新质生产力,不仅要求技术装备领先,也离不开场景定义能力提升。新场景培育要结合乡村实际,适配地域特色和农户需求,避免“水土不服”。

场景是关键。要以应用场景为牵引,催生一批生产一线用得好的新农具。

我国农用无人机的应用成绩有目共睹。如今,我国已是农用无人机第一大国,保有量约占全球六成,年作业面积突破4.6亿亩。原因就在于培育了典型应用场景——无人机植保。过去,传统植保效率低、成本高。有了无人机,可以大面积快速喷药,适应了病虫害防治的需要。这不仅推动农用无人机产量销量持续增长,也让农业经营主体降本增效。

当前,新一代信息技术和人工智能技术迅速发展,正与农业生产深度融合。对农业来说,应用场景落地的过程,也是示范样板打造的过程。高大上的新技术新装备,能不能接地气,需要全产业链不断探索。从技术角度讲,研发时就要坚持用户导向,瞄准生产中的痛点;从应用角度看,还要重视商业模式创新。有的地方推广服务外包与共享经济的模

式就值得借鉴。

另一个是市场方面的消费场景。促消费才能稳农业。支持乡村消费扩容升级,需要恰如其分的消费场景。近年来,各地推出“村超”“村跑”“村舞”“村歌”等一系列“村字号”活动,展示乡村文化底蕴,带动了农产品销售,成为文旅赋能乡村振兴的探索。这也给消费场景培育以启发。对乡村来说,消费场景不一定需要多么大而全,但一定需要小而美。

场景,让乡村消费既有烟火气,更有持久力。前几年的中央一号文件提及乡村旅游、乡村文化遺產等内容,但未出现丰收市集、非遗工坊。今年的新表述,体现了政策对消费场景创新和乡村资源活化的重视,旨在通过培育新场景,推动消费升级和农民增收。有的地方在农文旅等场景培育中存在同质化现象,难以吸引消费者持续关注。场景

培育,绝非简单的形式变化,而是对乡村多元价值的深度挖掘和利用。

两种场景梳理下来,可以得出一个结论:发展农业新质生产力,不仅要求技术装备领先,也离不开场景定义能力提升。当前,以“数字技术+产业融合+消费升级”为核心的农业农村新场景加速涌现,但也面临成本高、适配少、缺人才等问题。问题的解决既需要政策的进一步支持,更需要经营主体的自主探索,是个水到渠成的过程。要注意的是,不论是生产场景还是消费场景,新场景的培育和落地都要结合乡村实际,适配地域特色和农户需求,要避免“水土不服”。



齐金亮

做活“民宿+”撬动农文旅

曹晋庭

不久前,文化和旅游部公布2025年全国甲级、乙级旅游民宿名单,81家旅游民宿符合全国甲级旅游民宿标准,104家旅游民宿符合全国乙级旅游民宿标准。近年来,我国民宿经济发展迅速,以点带面激活乡村农文旅融合发展,成为提振消费的重要抓手和乡村振兴的新引擎。

作为盘活乡村资源的重要载体,乡村民宿已超越单一住宿功能,成为串联农耕体验、生态观光、农产品产销的纽带,在推动乡村经济增长、传承乡土文化、推进城乡融合发展等方面发挥着积极作用。有关部门积极引导乡村民宿有序开发与建设,“民宿+旅游”“民宿+农业”“民宿+文化”等多元业态模式日益成熟,吃、住、游、购、娱全产业链协同升级,乡村民宿产品、服务质量、发展效益不断提升。

在全球范围内,不同国家依托自身禀赋形成了差异化的民宿发展路径。法国巴黎是世界“民宿之都”,凭借个性化与舒适度、规模优势与文化特质受到游客青睐,其还成立了乡村民宿联合会,建立了乡村民宿等级评价体系。美国乡村民宿是休闲体验式民宿的代表,以满足休闲度假需求为主,是市场化程度较高、发展相对成熟的行业,具有民宿产品丰富、市场竞争激烈、投资回报良好等特点。相较之下,我国乡村民宿类型多样、集聚发展,呈

现业态深度融合、经营主体多元、文化表达在地等特点,具有蓬勃发展活力,已成为乡村旅游发展的标志性产品。

也应清醒认识到,我国乡村民宿发展仍存在同质化竞争、服务水平不高、业态产品迭代滞后、吸引力有限等问题。应采取更系统、有力的举措,推动民宿经济实现高质量发展跃升。

强化规划引领。制定更加明晰的乡村民宿发展规划,将民宿发展与旅游建设融合起来,完善经营管理和评价标准,强化卫生管理、服务质量等监管。建立健全“政府搭台、市场运营、村民参与”的要素保障与利益共享机制,支持引导社会资本有序投入、规范运作,鼓励农户自营、村集体联营,建立合理分红与风险共担机制。

深化品牌塑造。注重与当地资源禀赋相结合,与当地特色文化相融合,尊重历史文化风貌,因地制宜科学布局民宿点,明确发展规模与差异化定位,打造“一村一韵”“一宿一特”高质量品牌矩阵,让民宿成为展示乡土文化的窗口。

丰富产品供给。聚焦业态创新,丰富体验内容,深化“民宿+”融合模式,深挖细掘延伸产业链条,培育“民宿+非遗”“民宿+研学”等多元业态。补上基础设施短板,加快交通、公共服务、智慧旅游等基础设施向民宿集中区延伸覆盖。



曹一作(新华社发)

清洁取暖如何解决价格难题

这个冬天冷暖转换频繁,北方地区出现多轮阶段性强寒潮天气。国家能源局数据显示,今冬全国能源供应总体充足,但在局部地区、特定时段,供需平衡状态依然存在。在寒潮天气和能源转型的双重考验下,如何让广大群众不仅用得上、更用得起清洁取暖,有赖于更多硬核举措。

温暖过冬,不只是温度达标,还应在保障清洁的前提下,解决价格实惠这一难题。这离不开技术升级与机制创新,通过构建多元协同、弹性灵活的保供体系,将“温暖”落到实处。

理顺价格机制与补贴政策,帮群众算好“经济账”。天然气供暖之所以在一些农村地区推广难,核心原因就在于运行成本高于散煤。对此,不能搞“一刀切”强制替代,而是应建立动态的价格疏导机制。一方面,完善天然气调峰价格政策,通过市场化手段引导用户在非高峰时段用气,降低综合成本;另一方面,相关补贴可以从“补建设”转向“补运行”,建立与气价挂钩的精准补贴机制,确保低收入群体改气改得成、用气用得起。对于具备条件的地区,可以推广工业余热、核能余热等低成本热源,替代燃气锅炉,从源头上降低供热成本。

能源供应既清洁又稳定,离不开传统能源与新能源“打配合”,实现低成本替代。必须清醒认识到,在相当长时期内,煤炭仍是供暖安全的“压舱石”。推进清洁取暖,不能急于让煤电退出。对

范 梦

改造,使其能在无风无光时顶得上,为绿电消纳腾出空间;也要利用风光热储一体化项目,将不稳定的绿电转化为热能存储起来,通过智能热网实现“削峰填谷”。例如,在西北地区利用弃风弃光电量进行电锅炉蓄热,在沿海地区推广核能供暖,通过多能互补,破解新能源“看天色”与供暖“刚性需求”的错配,用更低成本实现绿色供暖。

此外,还应用数字技术把能耗降下来。“科技+供暖”是实实在在的降本手段。当前,不少老旧小区和农村管网仍采用粗放运行模式,导致大量热能流失,推高了用户账单。必须加快供热管网智能化改造,利用大数据和人工智能算法,实现按需供热、精准调温。通过安装室温采集器和智能调控阀,变“人找热”为“热找人”,既解决末端不热难题,又避免“开窗散热”的浪费。

省下的能源就是省下的钱。要把数字化改造的红利体现在群众的供暖账单上,让智慧供暖真正为百姓减负。供暖是基本的公共服务,容不得半点闪失。地方政府要压实责任,强化应急能力,建立健全极端天气下的应急响应,储备足量的应急调峰热源,确保在极寒天气或突发故障降下备无患,兜牢民生底线。对于困难群体,要落实“一户一策”帮扶措施,确保其不因费用问题受冻。供热企业要提升服务意识,建立快速响应机制,做到故障抢修不过夜。

在省际交界处的农村山沟,承包土地变成危废存放“暗仓”;被倾倒在地的含磷工业垃圾距离黄河和饮用水源地不足5公里……近期,法院对这起2年前发生的跨省倾倒危废案件作出一审宣判。危废处置,一头连着产业发展,一头连着生态保护和百姓福祉。近年来,跨区域倾倒危废案件屡屡发生,个别地方形成产废、转运、倾倒的违法链条,对生态环境造成严重危害。对此,必须建立长效机制,构建“源头严防、过程严管、后果严惩”的闭环治理体系。针对部分产废企业少报、瞒报危废产量的问题,应完善监管机制,将危废产生量与企业能耗数据、排污许可数据等进行关联比对。还应强化部门联合执法,健全基层环保治理体系,提升基层发现和处置隐患的能力。

(时 锋)

提振乡村消费突破口在服务

张 玉

这几年,下沉市场正成为消费增长的“新蓝海”。2025年全国社会消费品零售总额突破50万亿元,乡村市场以4.1%的增速跑赢城镇。数据之下,一个转变正在发生:行政村快速覆盖率达到95%,近19万个县乡村商业网点完成改造——困扰乡村消费多年的“货到地头”问题已基本得到解决。

然而,通了路、通了网,消费就能留在乡村吗?答案是不一定。一方面,农村居民人均消费支出仍明显低于城镇,不少升级类需求外溢到城市。另一方面,尽管流通“动脉”畅通了,但乡村服务供给、组织效能、标准治理等软环境仍然需要提高。今年中央一号文件提出“培育丰收市集、非遗工坊、休闲露营等消费新业态新模式新场景”,同时强调“依法严厉打击农村地区制售假冒伪劣商品行为”。两项部署传递出一个信号:乡村消费面临的问题正逐渐从“能不能送到”转变为“愿不愿买、敢不敢买”。这就要求广大乡村把消费空间做活、把交易成本降低,以场景创新提升供需适配性,从而把消费预期稳住。

乡村消费面临的堵点集中体现在三方面。一是服务供给不够充足。乡村人口居住分散、需求潮汐效应明显,餐饮、托育、康养等服务业态难以形成规模经济。县域服务销售额虽有增长,但在乡镇层级

供给仍然有限。换句话说,不是农民不想在家门口享受好服务,而是没有充足的服务可选择。

二是流量导入有热度、缺深度。2025年一季度乡村旅游接待人次与收入实现双增长,展现了乡村文旅的吸引力。但不少地方节庆时热热闹闹,平时冷冷清清。停车难、卫生差、维权慢等配套短板,却没有更好转化成持续消费的内生动力。

三是消费环境仍需改善。在农村,消费者面临更高的信息不对称,标准体系尚不健全,维权网络相对疏漏,假冒伪劣问题时有发生。这不仅是质量监管问题,更抬高了交易成本,让很多人宁可多花钱、跑远路,也不愿在家门口消费。今年中央一号文件将打击假冒伪劣与提升设施水平并列,正是要筑牢乡村消费的信心基石。

当前,乡村消费的短板在服务,突破口也在服务。破解上述矛盾,就要抓住提升服务这个核心,让游客愿意来,让百姓愿意买。

以县域为单元,把商业网点从“物理终端”升级为“服务中樞”。围绕居民高频需求,通过数字化赋能和组织化运营,将托育、家政、文体等服务标准化植入现有商业网络,让农民在家门口既能买到商品,也能买到服务。只有当“商品+服务”的复合供给扎

下根,乡村才能更好承接消费。

以全时全域为目标,把“脉冲式流量”转化为“常态化复购”。乡村消费主要集中在节庆,也应向全时段拓展。可以建立“活动日历+产品矩阵+运营主体”的联动机制,将餐饮、住宿、研学、文创串联成链。让游客来了有地方住、有东西买、有项目玩、有回忆留存,把一次偶然的打卡变成习惯性到访。乡村运营比建设更重要,留住人心比吸引眼球更关键。

以治理前置为手段,把制度红利转化为消费红利。明码标价、信用评价、纠纷化解——这些看似基础的工作,恰恰是降低交易成本的关键。金融支持也要跟着场景走,从抵押逻辑转向数据增信逻辑,让守信经营者贷得到款、做得大生意。财政支持引导、金融活水灌溉、监管底线约束,三者形成闭环,才能为场景创新提供可持续的制度支撑。

乡村消费的扩容提质,不是要新建多少商场、引入多少品牌,而是要不断提高服务能力、服务供给。当场景更丰富、供给更精准、治理更有力,乡村消费才能真正从“增速快但不稳”走向“规模大、结构优、韧性强”,成为内需格局中的稳定增长极。

(作者系华南农业大学公共管理学院学术委员会主任、二级教授)