

三农瞭望

透过“蓝莓自由”把握果业之道

2026年一季度,中国对外贸易实现了“开门红”,进出口规模创历史同期新高,为“十五五”开局之年奠定了坚实基础。全国及多个重点省份、城市的对外贸易均呈现强劲增长势头,结构优化与动能转换特征显著。

一季度,全国货物贸易进出口总值达11.84万亿元人民币,同比增长15%,季度增速为近5年最高。在外部形势更加复杂多变的背景下,一季度外贸不仅规模大、增速高,而且呈现出诸多发展亮点。

一是各类经营主体实现了协同发展。一季度,民营企业进出口同比增长16.2%,占我国进出口总值的比重进一步提升至57.3%。同期,外商投资企业和国有企业进出口分别增长16.1%和8%。各类所有制企业共同发力,推动了中国外贸的高速和高质量发展。

二是市场多元化战略稳步推进。一季度,我国对共建“一带一路”国家进出口增长14.2%,占进出口总值的51.2%,对东盟、拉美进出口均增长15.4%,对非洲进出口增长23.7%,对亚太经合组织其他经济体进出口增长13.4%。在地缘政治日益强化、不确定性不断增长的背景下,市场多元化战略使中国企业避免过度依赖单一市场。

三是内需扩大带动进出口平衡增长。一季度,我国进口增速高于出口增速,贸易平衡增长的趋势愈加凸显。其中,能源产品、金属矿砂进口分别增长4.4%和13.2%,机电产品进口增长21.7%,消费品进口增长5.4%,推动了进出口协同发展。

亮眼成绩的背后,源于出口新动能持续发力。观察增长较快的出口领域,我国出口机电产品一季度增长18.3%,占出口总值的63.4%,比去年同期提升了3.5个百分点。其中,电动汽车、锂电池、风力发电机组及其零件等绿色产品出口均大幅增长,已成为重要的增长引擎。

强大的制造能力是出口的基础。近年来,我国实施创新驱动发展战略,制造业技术水平大幅提升,借数字经济和人工智能发展的东风,制造业产品不断呈现出高端化、智能化和绿色化特征,为高技术产品出口提供了有力支撑。我国规模以上装备制造业增加值一季度同比增长8.9%,占全部工业比重超过三成,其中电子行业增长迅猛,成为拉动工业增长的第一动力。

国家实施“两新”政策也支撑投资稳中向好。一季度,高技术产业投资同比增长7.4%,新动能投资态势良好,航天、信息服务等产业保持两位数增长。投资积聚了产能,一季度高技术制造业增加值同比增长12.5%,为2022年二季度以来的最高水平。在此基础上,我国高新技术产品出口增长了25.3%,其中存储部件、中央处理部件等出口增长39.1%;发电设备、输变电器材、储能设备等电力相关产品出口也超过10%,成为外贸持续健康增长的重要推动力量。

展望未来,外部环境仍存在不确定性,全球贸易增速可能放缓,我国各界要未雨绸缪,持续培育外贸发展新动能,助力外贸再攀新高峰。

进一步扩大高技术、绿色低碳和智能化产品的竞争优势。未来,全球人工智能产业将更加快速的发展,全球进入低转型的关键时期,智能产品、绿色产品将迎来更为广阔的发展空间,政府需要支持相关企业设立专门研究院,攻关核心技术,实现产业链协同升级,持续优化产品性能和成本,不断壮大这一关键动能。

以生产性服务业为引擎,赋能制造业价值链攀升。生产性服务业是产业发展的“黏合剂”,能有效推动制造业向专业化和价值链高端延伸。研发设计、现代物流、检验检测等服务环节,正成为制造业企业提质增效的新引擎。未来构建优质高效的生产性服务业体系,是增强中国制造业综合竞争力、巩固和培育外贸新动能的重要路径。

以多元市场拓展和供应链韧性为基础,增强外贸综合吸引力。中国出口的吸引力不仅在于产品创新,更在于效率、质量与完整供应链能力的组合优势。这要求外贸主体持续协同发力,通过优化国际物流、深化市场多元化战略,巩固和拓展海外市场,将中国制造的体系优势转化为稳定的出口订单。

(作者系中国人民大学经济学院教授、博士生导师)

王孝松

“蓝莓自由”不是终点,而是果业发展新起点。它揭示了果业扩张的规律,也指明了产业发展之路:要从“产量竞赛”走向“价值突围”,稳产能、提品质、优结构、强品牌、延加工,让消费者认可、让生产者增收,使水果产业不仅甜在当下,更能甜得长久。

长。细说起来,这既有面积扩大的因素,也离不开技术进步的加持。蓝莓本身不易保存,伴随基地直供、冷链运输等模式推广,流通损耗大幅下降,也为终端降价留出空间。

对农产品来说,价格有起有落,是客观现象。这意味着,发展产业要有耐心,价格跌了不怨天尤人,价格涨了不盲目扩张。要跳出简单的价格竞争思维,走高质量发展路径。价格亲民肯定会让消费者受益,但生产者更要保证基本的品质,不能“萝卜快了不洗泥”,也不能让消费者“看到价格高兴、吃到嘴里失望”,不要自砸招牌。目前水果市场已明显分化,好产品总归能卖出好价钱。

我国是全球第一大水果生产国,近年来产业转型明显加快,规模、品种、品质全面提升。例如,苹果、柑橘、梨等大宗水果稳定,蓝莓、西梅等高端进口水果国产化成功,不乏与

国外同等品质且价格亲民者。同时,远距离保鲜、错峰上市能力增强,给产业很大助力。当然,产业依然存在成本高企、贸易逆差等情况。具体看,成本增加,利润被挤压;水果贸易自2018年出现逆差,此后呈扩大趋势。

与粮油蔬菜相比,水果不那么刚需,其发展更考验行业发展智慧。各地不妨结合各自品种、技术等,充分利用气候差异,谋划差异化发展。因地制宜发展加工,初加工、深加工、精加工都行,可以开发果汁、果酱、果酒等常规产品,也可以开发花青素提取物等产品。此外,推进农文旅融合,吸引人们边品蓝莓边赏风光。以上不仅适用于水果产业,特色农业整体也适用。

产业发展到一定程度,就要考虑规范和保护的问题。近期,辽宁丹东专门为草莓产业出台了地方性法规,这在全国属首次。丹

东草莓全产业链产值超150亿元,品牌价值逾400亿元,但也存在种苗退化、标准不一、品牌被冒用等问题。今年3月起,《丹东市草莓产业发展促进条例》施行,推行扫码溯源,打击外地冒充;划分质量等级,推动优质优价。这启示更多特色农产品产区,可以通过地方性法规实现产业规范与保护。

“蓝莓自由”不是终点,而是果业发展新起点。它揭示了果业扩张的规律,也指明了产业发展之路:要从“产量竞赛”走向“价值突围”,稳产能、提品质、优结构、强品牌、延加工,让消费者认可、让生产者增收,使水果产业不仅甜在当下,更能甜得长久。这也是从果业大国到果业强国的必由之路。



义务植树增厚绿色家底

梁婧

今年,全民义务植树运动正式走过45载光阴。四十五载接续耕耘,亿万国人用双手播撒新绿,让荒山披绿、城乡增彩。如今,这场跨越近半个世纪的绿色接力,已经超越栽树种草,成为践行生态文明、厚植发展底色、造福子孙后代的全民行动。

草木连着生态肌理,关乎民生福祉,承载着永续发展的希望。中华民族向来尊重自然、热爱自然,在与自然共生共处中,沉淀出爱绿、护绿、育绿的朴素智慧。植树不是简单的添绿点缀,而是修复生态、涵养水土、调节气候的基础工程。一棵树涵养一方水土,一片林护住一方安宁。连绵绿意,也是生态安全的天然屏障。

前不久通过的生态环境法典强调,植树造林、保护森林,是公民应尽的义务。多年来,义务植树打破地域、年龄、职业界限,从党员到群众,从孩童到老人,人人都是绿色的参与者、建设者、守护者——山间荒坡,人们种下防护林,遏制风沙蔓延、修复破损地貌;城市街巷,街头绿地、口袋公园不断扩容,缓解城市热岛效应;乡村原野,庭院绿植、田间造林、河岸增绿同步推进,万千乡村焕发新生。从中可以看出,全民义务植树已经沉淀为一种文明自觉、一份

时代担当。

作为一项功在当下、利在千秋的事业,植树见效不在朝夕,贵在持之以恒。一棵树苗从纤弱幼苗到参天大树,需要岁月滋养,更需要用心管护。只重栽种、忽视养护,只会让植绿流于形式。唯有种管结合、常态守护,及时抚育、科学养护,才能让新绿落地生根、茁壮成长。

如今,随着理念迭代升级,种树不再局限于单一模式。云端认养、志愿护林、生态修复、绿植科普等多种形式层出不穷,爱绿护绿从阶段性活动,转变为融入日常的生活方式。植树造林串联起生态保护、乡村振兴、文旅发展,林果产业鼓起群众腰包,生态美景赋能全域旅游,良好的生态环境成为最普惠的民生福祉,实现生态效益、社会效益与经济效益共赢。

“前人栽树,后人乘凉”道出植树造林的深远意义——实现长远发展需要增厚绿色家底。植树造林,种下的是树苗,孕育的是希望,守护的是未来。站在新的起点上,唯有接续奋斗、久久为功,以寸土植绿、以恒心护绿,持续擦亮美丽中国生态底色,方能让绿水青山永续绵延,以生态之美护航高质量发展。

近期,“苏超”“东北超”等城市和地区足球联赛纷纷官宣赛程,以“体育+”品牌赛事激活城市和发展新活力;音乐节、演唱会抢占“五一档”,期待奏响假日经济新篇章……当“为一场赛事赴一座城”“为一场演出解锁一座城”渐成消费新常态,文体旅等服务消费潜力正加速释放。

当前,我国服务消费的增长速度已超过商品消费,是扩大内需的关键抓手。以演出市场为例,去年全国营业性演出(不含娱乐场所演出)场次64.04万场,票房收入616.55亿元,同比增长6.39%;观众人数1.94亿人次,同比增长4.22%。

过去我们谈服务消费,可能总是想到“吃饭看电影”,但现在,服务消费的“颗粒度”正在变得越来越细。一方面,居民消费正在逐步从“有没有”向“好不好”升级,人们愿意为体验、为热爱、为情绪付费,这是不可逆的趋势。另一方面,如果财政资金投向服务消费领域,比如发放文旅消费券、补贴体育赛事等,可以带动交通、住宿、餐饮等关联消费增长,并可以吸纳更多就业,释放乘数效应。

“十五五”规划纲要强调,“加快培育服务消费新增长点”,为进一步释放消费潜能、塑造发展新优势指明方向。国务院办公厅近期印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》,将演出服务、体育赛事服务、情绪式体验式服务列为重点培育领域,也是看中了服务消费既能引导居民生活品质升级,又能高效撬动供需循环的双重价值。

但也要看到,我国服务业的供给能力仍

有效增加服务消费 优质供给不得“先天要价”

电话里说好上门开锁服务费几十元,一结账动辄几百元甚至上千元。前段时间,在抖音、小红书等社交媒体平台搜索“高价开锁”等关键词,会发现大量消费者的吐槽、投诉。面对上门费、夜间服务费、拆除费、换锁费等名目繁多的增项费用,消费者感叹:打开的不是锁,是“套路”。低报价、高收费的背后,暴露出行业自律缺失、监管存在空白、平台职责未压实等问题。对此,有必要强化监管,从源头加强行业管理与风险防控。线上平台应细化对入驻商户资质的审核,建立动态监控和快速清退机制。开锁行业应增强自律,推动制定收费指导价等。消费者遭遇权益受损后,也要及时向相关部门投诉,或寻求司法途径解决,别被高价开锁费“刺痛”。

王墨哈作



农业经营主体带农增收大有可为

陈明辉

一段时间以来,以家庭农场、农民专业合作社、龙头企业为代表的新型农业经营主体已成为“强农兴村”的中坚力量。数据显示,2025年,全国累计培育家庭农场接近400万个,农民专业合作社超过200万家,111.1万个社会化服务主体连接小农户近9300万户。今年中央一号文件明确提出“引导新型农业经营主体带动农民增收致富”。发挥经营主体在现代农业体系中的支撑作用,对于乡村全面振兴意义重大。

我国的新型农业经营主体正呈现出蓬勃发展的态势,从量的扩张加速迈向质的提升。一方面,主体形态日趋多元,构建起覆盖全产业链条的现代经营体系。特别是“公司+合作社+农户”“产业化联合体”等创新模式的兴起,打破了传统农业单打独斗的格局,通过订单收购、保底分红、股份合作等方式,初步搭建起风险共担、利益共享的框架。

另一方面,数字技术的深度嵌入正在重塑产业生态。农村电商加速发展,农产品网络零售额持续攀升,物联网、大数据、卫星遥感等技术的应用,使得规模化连片托管、精准化田间管理成为可能,有效打通产销通道。这表明,新型农业经营主体不仅

是提高单产的“生力军”,更是推动农业产业链延伸、价值链提升的“发动机”。这些经营主体的健康发展,能够有效将小农户引入现代农业轨道,是增加农民收入、推动农业现代化的有效途径。

也要清醒地认识到,部分经营主体虽获得诸多扶持政策资源,却未能有效带动农户增收,甚至对农户产生一定的挤压效应。例如,有的经营主体大规模流转土地,推高了地租价格;有的经营主体与农户之间缺乏紧密的利益联结,致使农户增收并不明显。解决这些问题,促进小农户和现代农业发展有机衔接,关键在于构建长效化、制度化的联农带农机制,让农民在产业链增值中占据更有利的分配地位。

政策的“指挥棒”须指向联农带农的实效。在完善政策支持体系方面,应推动扶持政策由普惠性向“多带农、多受益”转变,将金融支持、用地保障等政策资源与经营主体带动农户的数量和成效紧密挂钩,激发经营主体联农带农的内生动力。在金融层面,持续推广农业订单、仓单质押贷款,充分发挥信贷直通车和全国农担体系的作用,缓解经营主体融资难题。在风险兜底层面,扩大价格指数保险、收入保险覆盖面,帮助经营主体和小

农户共同抵御自然灾害、市场动荡等风险,确保联农带农的链条在逆境中稳固不断裂。

创新利益联结机制,推动合作模式由“松散购销”向“深度共生”转型。通过“保底收益+按股分红”、盈余返还、订单履约保证金等制度设计,引导农业经营主体超越简单的买卖关系,推动小农户深度融入加工、流通乃至品牌营销等增值环节。探索将财政补助资金量化到户、折股入社,让农户手中既有“租金”又有“股金”,既有“薪金”又有“分红”,真正成为产业链的“合伙人”。

此外,还要强化社会化服务赋能,破解小农户融入现代农业的技术与市场瓶颈。针对小农户缺技术、缺市场、缺资金的现实困境,应依托各地综合农事服务中心、农业产业化联合体等平台,构建全链条、一站式服务体系。顺应数字技术与现代农业深度融合的大势,加快建设农业生产经营数字化服务平台,让小农户能够便捷获取市场信息、生产技术、金融服务。通过普及“数字农具”,帮助小农户搭上智慧农业快车,共享科技进步带来的红利。

(作者系华中农业大学马克思主义学院教授、博士生导师)