

确保农民共享人工智能红利

智能农机精准作业,人工智能安防守护乡村,远程课堂与AI心电图仪让优质教育医疗资源下沉……人工智能正在重构农民的生产生活方式,推动农业从经验依赖向数据驱动转型、乡村治理从被动应对向主动服务转变,为农业农村现代化注入强劲动力。然而,城乡数智鸿沟日益凸显,成为亟待打破的现实壁垒。

从目前来看,城乡数智鸿沟突出表现为接入、使用和能力3个方面。

接入方面,部分农村偏远地区面临网络覆盖不到、信号强度不够、智能终端不足等问题,制约了农民参与智能经济发展的能力,削弱了农村地区经济社会发展潜力。

使用方面,农村产业结构单一,人工智能应用场景多限于种养领域,内生需求和应用动力不足。更深层的问题在于,小农户分散经营、地块细碎、作物多样,对数据采集精度、模型泛化能力和环境自适应要求远高于高标准农田的标准化场景。同一套智能设备,在平原地区可行,到了丘陵山区却失灵;种粮大户承受得起,普通农户望而却步。

能力方面,农村居民受教育水平偏低,数字素养薄弱,在信息检索、数据理解等基础层面存在差距,而且在信息甄别、隐私保护等方面明显不足。如果不加以系统干预,人工智能非但不能成为乡村振兴的引擎,反而会成为城乡差距

人工智能的春风已吹到广袤田野,但技术红利不会自动均等落地。亟须缩小城乡数智差距,确保广大农民在智能化浪潮中不掉队、不缺席,共享人工智能带来的效率革命与增产增收希望。

扩大的加速器。

要缩小城乡数智差距,确保人工智能红利更多惠及广大农民。

弥合接入鸿沟,解决人工智能“能不能用”问题。加快5G、光纤向偏远乡村延伸,构建城乡无缝对接、高效一体的数字“高速公路”,确保田间地头、草原牧场都能享受到高速稳定的网络服务。统筹建设云计算算力中心,加快县域数据中心、农牧云平台等算力基础设施建设,为农业农村各类应用系统提供统一的计算、存储和网络资源支撑。建立互联互通的农业农村数据资源体系,打通部门间、层级间的数据壁垒,实现数据资源共享。完善基层智能终端配置,建成覆盖到村到户的数字网络。只有农村网络全覆盖、信号提质升格、终端普及到户,才能确保农民共享人工智能红利,释放农业农村高质量发展新动能。

弥合使用鸿沟,解决人工智能“会不会用”和

“用得好不好”的问题。人工智能不应只服务于标准化大农场,必须直面小农户经营分散、地块细碎、作物多样、方言各异、基础设施参差不齐的复杂现实。坚持需求导向,研发低成本、易操作的轻量智能装备,让农民买得起、修得了、用得惯。创新运营模式,大力发展“共享农机”“智能设备租赁”等新业态,使普通农户无需重资产投入,即可按需调用智能服务。提升农业社会化服务水平,依托基层农技推广体系和数字农业服务平台,让人工智能技术通过组织化路径精准传导至千家万户。只有让人工智能接上地气、沾上泥土,从“云端”落到“地头”,才能真正为乡村振兴赋能。

弥合能力鸿沟,解决人工智能“用得好”的问题。人工智能再先进,农民不会用、不取用,技术红利也会在“最后一公里”流失。提升农民数字素养,农民需要什么就培训什么,接地气、见实效。将人工智能技术纳入农技推广体系,依托农

技员、驻村工作队、返乡青年建立“传帮带”机制,把晦涩的技术语言转化为乡土语言,让农民听得懂、学得会。培训方式灵活,利用田间课堂、夜校、短视频等开展实操教学,常态化开展全国农民手机应用技能培训周等活动。开发适老化、语音化、图形化的简易操作界面,让农村留守老人也能“一键上手”。只有让农民学有所获、用有所得,人工智能才能成为触手可及的新农具。

人工智能的春风已吹到广袤田野,但技术红利不会自动均等落地。应以时不我待的紧迫感,弥合城乡数智鸿沟,确保广大农民在智能化浪潮中不掉队、不缺席,共享人工智能带来的效率革命与增产增收希望,接续书写农业强、农村美、农民富的时代新篇。



精准打出惩戒失信重拳

莫开伟

近日,《国家金融监督管理总局关于严重失信主体名单管理的规定(试行)》(以下简称《规定》)发布,首次从制度层面对金融领域严重失信主体名单管理作出系统规范,进一步健全金融信用监管体系,完善金融风险防控机制。

金融领域的严重失信主体名单管理是整个社会信用体系建设的重要组成部分,尤其在健全防范化解金融风险机制、维护金融市场良好秩序方面至关重要。《规定》充分体现出“十五五”规划纲要要确定的“完善守信激励、失信惩戒和信用修复机制”这一重要目标指向。

社会信用制度是市场经济基础制度。以往,金融机构在惩戒失信主体时,主要依据国家层面的政策法规,但由于缺乏细化的金融失信监管标准,在执行中常面临难题,导致惩戒成本偏高、惩戒效能受限。《规定》的发布,明确了列入严重失信主体名单的具体情形,有助于准确界定失信行为,精准打击惩戒“重拳”。与此同时,通过跨部门共筑“一处失信、处处受限”惩戒机制,能大幅提升严重失信行为的综合成本,从源头上约束违法违规行为,维护金融市场秩序。

稳慎适度、依法依规、保障权益是此次《规定》遵循的3条基本原则,也是今后健全社

会信用体系的主线。比如,《规定》进一步明确了稳慎适度原则,只有信用严重缺失的主体才会被列入严重失信名单。这样将一般失信行为排除在外,为失信主体保留容错空间,既提高了惩戒的精准度和效率,又体现了金融信用监管的权威性。

惩戒不是目的而是手段,是为了促进形成守信守法的社会氛围。《规定》鼓励被列入严重失信主体名单的当事人纠正失信行为、消除不良影响,申请信用修复,这样“有进有出”的惩戒机制,既给严重失信经营主体以惩戒压力,又给其“改过自新”机会,达到“惩前毖后治病救人”的目的,充分体现了“保障权益”这一原则,避免将失信经营主体推向信用惩戒“死局”,体现出我国金融信用监管的灵活性。

随着《规定》正式落地,其对金融机构、从业人员以及金融市场运行的影响将进一步显现。对金融机构而言,名单将嵌入授信、风控全流程,倒逼金融机构完善客户失信筛查机制,常态化加强内部合规审查。在全市场层面,将实现跨机构失信信息共享,构建“一处严重失信、全行业受限”的治理格局,推动金融市场形成守信经营、审慎自律的良性生态。(中国经济网供稿)



张博森作(中国经济网供图)

漫评

时 锋

拼豆质量安全不打折 因势利导提升文化企业竞争力

不久前,国家统计局发布2025年全国文化及相关产业发展情况报告。报告显示,我国文化及相关产业企业呈现规模扩张与质效提升并行的良好态势,2025年文化产业实现利润总额19034亿元,比上年增长7.3%。其中,规模以上文化企业实现利润总额13933亿元,增长5.6%;规模以下文化企业实现利润总额5101亿元,增长12.2%。我国文化企业已经从粗放、单一的发展模式走向价值创造的阶段。

近年来,随着文化产业蓬勃发展,文化企业在政策支持、市场需求以及数智技术快速发展的共同作用下迅速崛起。这类企业持续增加研发投入,将前沿数智技术与中华优秀传统文化、主旋律价值观相融合,不断创作高质量文化产品。同时,一些骨干企业探索多元化出海路径,国产游戏、动画作品和网络文学持续抢占全球市场,文化传播从单一的内容出口转向与全球市场共创共享。

在取得亮眼成绩的同时,一些问题仍然存在。例如,缺乏领军型文化企业整合产业链条,导致虽有亮眼的文化产品却没有产生与之相应的“长尾效应”;传统底蕴与现代科技的融合停留在形式叠加层面,未能真正实现技术与文化内涵的有机统一;在文化出海进程中,缺乏国际化复合型人才以及更有效的营销策略。由此,须坚持问题导向,针对行业发展的薄弱点精准施策,因势利导,实现文化企业的高质量发展。

完善政策与要素支撑体系,扶持文化企业实现高质量发展。激励企业突破内容创作者的生产模式,探索优质文化内容向实体平台延伸的路径,培育骨干企业成长为具有中国特色的文化领军企业;在版权保护、跨界融合等领域完善制度保障,为

以泡泡玛特为例,在IP版权保护和跨界融合政策引导下,其打破传统玩具单一售卖模式撬动品牌溢价,将中国潮玩文化推向全球。以低风险吸引小型文化企业落户闲置厂房等老旧资产,形成文化园区;将插画师、IP运营专家等新型人才纳入地方星级人才目录,在购房资格、薪资补贴、个人所得税等方面落实相关人才待遇。

重构文化产品产出流程,以数智化转型促进文化价值再生产。研发阶段,文化企业将拟开发的文化产品以短视频等形式投放市场,依据用户反馈数据形成预判;宣发阶段,使用AIGC(人工智能生成内容)制作不同形式的宣传物料,根据大数据及平台用户画像,将最契合的宣发物料精准推送给特定的受众群体。文化企业开放“AIGC内容中台”,允许粉丝及第三方作者进行二次创作,维持文化产品的长效热度。例如,网易公司在旗下《蛋仔派对》等产品的运营中,配置了物料生成平台,鼓励玩家广泛参与二次创作并在抖音、小红书等社交媒体传播,延长了产品的社交热度和生命周期。

补上国际化营销与复合人才短板,以跨文化叙事助推文化高水平出海。坚持本土化创作,打造纪录片、微纪录片、影视剧等适配产品,联动当地团队实现本土化表达,在情感链接和价值共鸣的基础上,以接地气、易接受、润物无声的方式促进民心相通。例如,米哈游在海外宣发《原神》时建立“创作者赞助计划”,借助海外媒体上的高热度主播及社群版主进行本土化宣传,带动其蕴含的中国文化元素在全球破圈。深化人员交流,着力培育深耕特定区域、精通语言文化、熟悉传媒生态的区域国别传播人才。

国家市场监管总局日前就“拼豆”产品质量安全发布专项公告,对这一网红手工玩具作出明确规范。此举直指“拼豆”市场长期存在的安全乱象:部分商家拆分产品组合逃避认证,用模糊年龄标注掩盖使用风险,甚至使用劣质材料,埋下烫伤、触电等隐患。

产品可以“拼”,安全底线不能“拼”。此次公告既为产品定性定规使其不再游离于监管之外,又按年龄分级管理堵住“搭售”“赠品”等逃避监管的漏洞,标志着“拼豆”从无序发展迈入规范轨道。

好规矩更需严格执行。生产企业须严格对标认证标准组织生产,完善警示标识;销售方和电商平台应切实履行进货查验与核验义务,对违规产品及时下架;家长也需增强安全意识,按年龄选购合规产品。同时,市场监管部门应加大执法力度,及时曝光典型案例形成震慑。



扫码更多内容

发力“四个农业”夯实产业根基

孙亚南 李楠博

东北是国家粮食稳产保供的“压舱石”。一段时间以来,辽宁、吉林、黑龙江三省以发展现代化大农业为主攻方向,统筹推进现代农业大基地、大企业、大产业建设,既是提升农业生产能力和质量效益的关键路径,更是激发东北全面振兴内生动力、推进农业农村现代化的战略之举。

作为全国最大的商品粮输出基地,东北依托黑土地资源优势,在长期实践中逐步打破单一粮食种植的传统模式,现代化大农业发展势头正劲。一方面,科技驱动力度持续加码。例如,黑龙江北大荒集团搭建全域农业“一张图”数字调度系统,实现耕、种、管、收、储全流程精准管控,万亩地块仅需少量人员即可完成标准化管护,不断提升劳动生产率与资源利用效率。另一方面,规模化经营基础不断夯实。比如,辽宁盘山县推进“小田并大田”,拆除零散田埂释放耕地空间,打造连片稻蟹共生示范基地,实现粮食规模化种植与河蟹生态养殖协同增效。此外,农垦龙头企业示范带动作用愈加凸显。例如,吉林省农业发展集团盘活国有耕地资源,打造“党组织带头+群众参与+集约经营+联农带农+增产增收”五位一体“镇南模式”,以国企力

量带动区域农业高质量发展。

亮眼成效之外,东北地区的现代化大农业仍存在“大而不强、链短不精”的结构性短板,黑土地资源优势未能充分转化为竞争优势。粮食生产长期以原粮输出为主,农产品精深加工水平不高,“原字号”特征明显,产业链条短,产品附加值偏低。区域品牌整合力度不足,人参、食用菌、山野菜等领域缺乏差异化定位,缺少具备全国影响力的公用标杆品牌;区域内部产业联动机制尚不健全,协同存在壁垒,农业科研创新成果转化效率偏低,大量小农户仍固守传统耕作模式。因此,应以系统思维统筹推进科技农业、绿色农业、质量农业、品牌农业“四个农业”协同发展,解锁新路径,夯实东北全面振兴产业根基。

强化科技赋能,打好农业创新基础。聚力开展种业自主攻关,依托东北寒地育种平台选育高产、耐盐碱优质良种,做强育繁推一体化种业经营主体。积极发展智慧农业,持续完善配套设施,稳步提升农业全要素生产率。深化垦地科技协同联动,以龙头企业为载体,推行“农垦+地方+农户”社会化农技服务模式,推动先进技术直达田间地头。坚持绿色转型,筑牢黑土地生态屏障。纵深推

在陕西省延安市吴起县的中央红军长征胜利纪念馆,我国首部英雄史诗VR大空间探索项目《长征·英雄》首映礼不久前举办,成为文化与科技、文化与旅游深度融合的一次新探索;在江西省井冈山市,2026中国红色旅游推广联盟年会暨“追风江西”红色旅游展示推广活动发布“1+3”红色旅游精品线路,红色研学品牌“我的井冈山”正式亮相……近期的一系列活动彰显了红色文化产业是传承红色基因、讲好红色故事的关键载体,也是激活红色文化资源、促进区域协调发展和革命老区振兴的强劲引擎。红色文化产业的蓬勃发展,有利于革命精神和红色基因的传承与弘扬,也是以红色资源助力人文经济、实现文化产业升级的关键支撑。

经过多年政策引导和市场培育的双轮驱动,我国红色文化产业发展迅速,呈现一些显著趋势。

一是“红色+”业态融合不断深化,产业联动日益紧密。红色旅游业态升级,沉浸式红色演艺精品迭出,红色文创围绕红色IP实现场景延伸。“红色+教育研学”“红色+数字科技”“红色旅游+乡村振兴”等模式加速迭代。产业联动将红色资源从单一的参观景点拓展为涵盖研学培训、文创开发、演艺体验、民宿餐饮的完整产业链,形成了“一业兴、百业旺”的乘数效应。

二是科技赋能加速升级,应用场景更加丰富。从全国红色场馆广泛应用的AR识别展示、AI数字人讲解到对红色历史场景的数字化复原,科技融合解决了“红色文化如何让年轻人喜欢”的难题,“数字红色展馆”“红色体验馆”等沉浸式、互动式体验,让游客变为共情共振的参与者,大幅提升传播效能和感染力。

三是市场需求持续旺盛,受众圈层不断拓展。青少年研学、中老年红色怀旧和年轻群体沉浸式体验构成三大消费主力。继全国红色旅游年接待人数突破20亿人次,市场规模达万亿元之后,各地红色文旅消费持续火热。例如,山东省临沂市2025年全年接待游客1亿人次,“跟着团长打县城”沉浸式体验全播放量超10亿次;今年一季度,井冈山接待红色研学和游客团队超百万人次,同比增长12.09%。

四是各地联动整合红色资源,区域协同增强。以重大事件脉络或共同精神主题为纽带,如长征沿线、陕甘宁等经典红色片区,连片打造红色产业聚集区,串珠成链,客流互引,整体合力显著提升。今年,长征沿线15个省份开展遗址状况集中排查,以“多保护、少新建”为原则,协同推进长征国家文化公园建设;大别山红色旅游城市联盟等跨区域协作机制建立,推进顺利。

在看到成绩的同时,也要清醒认识到存在的问题。例如,部分地区对红色文化内涵挖掘不深,红色文化元素与旅游体验结合生硬,有些地方市场化运作能力较差,资源开发冷热不均。此外,产品供给同质化依然明显,跟不上市场消费需求升级的新形势等。让红色文化产业更“红火”,要守正创新,用好用活红色文化资源。

一方面,秉持系统观念,构建红色文化产业协同生态。就产业主体而言,要坚持政策引导赋能,并创新社会力量参与机制,鼓励和规范社会资本与企业主体参与运营。就区域协同而言,各地要立足地域红色文化特色,打造精品红色IP,实现差异化发展。就产业运营而言,要打通产业链上下游各环节,策划“红色+”复合型产品体系,以市场化手段有效盘活各种红色文化资源,实现协同联动共赢。

另一方面,强调规划引领,构建全域资源整合开发格局。各地要结合“十五五”发展规划,推出红色文化产业专项规划,明确重点任务和实施路径,探索跨区域红色资源开发模式,统筹知名地标与小众红色遗存同步保护和开发。落实中办、国办《关于加快革命老区振兴发展的意见》,用好挂牌保护机制,推进长征国家文化公园等精品线路,健全红色文旅服务体系。

此外,增强红色文化资源保护的系统性、专业性,着力推进红色文化数字化档案馆和红色文物资源数据库建设。深挖内涵,开发更多高品质红色研学课程、红色文创产品,将红色资源有效转化为可感知、可体验、可共鸣的文化符号。