

三农瞭望

从种牛“标王”看畜禽种业新突破

知道种牛贵,但不知道这么贵。在近日举行的第七届全国种公牛推介暨华西牛攻关成果展示活动上,56头优质种公牛总成交额高达1724万元。其中,两头华西牛种公牛均以48万元高价斩获“标王”。

华西牛作为我国拥有完全自主知识产权的肉牛新品种,历经43年科研攻关,于2021年通过国家审定,2025年首次实现出口,今年9月将正式实施其品种标准。凭借生长速度快、经济效益高、繁殖性能好等特点,华西牛得到广泛推广,有效提升了肉牛单产水平,减轻了草原放牧和饲草料资源压力,为畜牧业绿色发展提供了支撑。其成功选育,打破了长期依赖进口种源的局面,对我国大动物良种选育和推广具有重要意义。

良种是畜牧业的“芯片”,品种创新服务产业需求。我国是世界第三大牛肉生产国和第二大牛肉消费国,也是第一大牛肉进口国。保障牛肉产品供给,必须有自己的当家品种。过去,我国优质肉牛种源高度依赖进口,不仅引种成本高昂,还面临种源受制于人、供应链不稳定的风险。补上肉牛种业短板、实现种源自主可控,成为我国畜牧业高质量发展的重要课题。

纵观世界,牛都经历了从“役用”到“肉用”的转变。19世纪中期以后,瑞士、英国等

谁拥有了突破性的创新品种,谁就拥有了种业竞争主动权。优质种牛拍出高价,不仅是市场对顶级种质资源的追捧,更是对良种经济价值的认可,标志着国产肉牛良种正式迈入“优质优价”的发展阶段。

在役用牛的基础上陆续选育出了专用肉牛品种。我国直到20世纪70年代末,才从国外引入多批专用肉牛品种,系统改良本地黄牛。育种工作起步较晚,加之育种体系不健全,生产性能测定等基础工作薄弱,导致自主培育的种牛生产性能与国外存在较大差距。近年来,在育种体系不断完善、生物育种加快应用的推动下,我国肉牛育种从“跟跑”迈向“并跑”,部分领域实现“领跑”。

谁拥有了突破性的创新品种,谁就拥有了种业竞争主动权。新品种的审定,仅是种源自立自强艰巨任务的第一步。优质种牛拍出高价,不仅是市场对顶级种质资源的追捧,更是对良种经济价值的认可。真金白银的交易数据证明,华西牛实现了育得出、养得好、卖得俏的全方位突破,国产肉牛种源的品牌含金量持续攀升。这是肉牛种业产业价值升级的缩影,标志着国产肉牛良种正

式迈入“优质优价”的发展阶段。

新品种的育成来之不易,产业推广也很重要。相较于其他畜种,“一年一胎、一胎一犊”的超低繁殖效率让肉牛选育漫长且艰辛。纵观全球肉牛发展史,主要肉牛品种的持续选育时间长达几十年。在我国,相关单位联合全国40余家育种企业,发起成立了“华西牛育种联合会”,构建资源共享、人才共育、成果共用的联合育种平台,不仅实现了“育种全国一盘棋”,而且在推广上颇有章法,这是市场占有率持续提升的关键。从行业整体看,“保种、选育、推广”的育种全链条正在完善。

种业振兴行动实施以来,我国畜禽种业迈出坚实步伐,全面摸清资源家底,地方品种得到有效保护;育种攻关持续加力,自主研发的育种芯片实现对主要畜禽全覆盖;企业牵头选育的畜禽新品种占比超过六成,初

步构建起商业化育种体系。可以说,主要畜禽种源实现自主可控,供应保障和风险管控能力显著增强,已基本解决“有没有”“够不够”的问题,正朝着“好不好”“强不强”的战略目标稳步迈进。

全球畜牧业正迈入智能化、绿色化、精准化阶段,产业竞争日益表现为种源竞争、技术竞争、体系竞争。我国畜牧业正从规模扩张向提质增效转型,优质种源的价值不断凸显。畜禽种业自身也在经历重要转变,不仅突破了核心种源技术瓶颈,还能根据市场需求精准确定育种方向。随着企业创新主体地位不断强化,畜禽种业有望加快实现高水平自立自强,巩固从育种突破到产业升级的良性循环。



今年以来,未来产业发展势头火热。习近平总书记强调,未来产业与传统产业、新兴产业相辅相成、相互促进,传统产业底子雄厚,未来产业、新兴产业发展就会有后劲。要坚持联动发展,防止单兵突进。这为“十五五”时期处理好新与旧、快与稳的关系提供了根本遵循。

在实际工作中,有两种认识偏差值得警惕。一种是把未来产业与传统产业看作前后相继的替代关系,认为发展新的就得放下旧的,竞相上马时髦项目,对量大面广的传统制造业投入不足。另一种是把传统产业仅仅当作被改造的对象,热衷于讨论如何用新技术去“化”它,却忽略了它本身就是未来产业赖以生长的土壤。两种倾向看似相反,根子却是一样的,都低估了产业之间的互补性和链式关联。

未来产业对传统产业的赋能,源于其通用技术属性。人工智能、量子科技、生物制造、具身智能等前沿方向,很少以孤立的终端产品形态存在,其经济价值主要通过向既有产业体系渗透扩散来实现。工业和信息化部等8部门印发的《“人工智能+制造”专项行动实施意见》提出,到2027年推出1000个高水平工业智能体,打造100个工业领域高质量数据集,推广500个典型应用场景。2026年启动的“模数共振”行动,把钢铁、石化化工、工业母机、汽车等20个重点行业列为主攻方向。赋能的深度也在变化,从质检、排产等单点环节的效率提升,逐步进入工艺机理层面,通过对高炉运行、裂解反应等复杂过程的建模寻优,改写沿用多年的经验参数,进而推动柔性生产、远程运维等模式落地。传统产业由此获得的,不只是成本曲线下移,还有在全球价值链中位置的重新校准。在这一过程中,传统产业绝非被动接受者。工业场景中的机理知识、工艺诀窍、质量判据,大多沉淀在老师傅的经验和企业的长期积累中,是行业模型最稀缺的输入。缺了这些,通用大模型进了车间也常常“水土不服”。

更值得强调的是,传统产业为未来产业提供着不可替代的物质基础和工程支撑,人工智能算力产业链就是典型案例。一个大模型能够被训练出来并稳定运行,背后是一整套硬件与能源体系。芯片制造离不开电子级化学品、高纯特种气体和精密加工;服务器整机依赖高多层印制电路板、精密结构件和高速铜缆连接组件;功率密度上升使散热从风冷转向液冷,带动泵阀、换热器、冷板、冷却液等一批传统装备与化工产品升级;智算中心本身是电力、变压器、开关设备和建筑安装的大买家;光模块的速率迭代,最终要落到光纤光缆、精密陶瓷插芯这些工艺细活上。把链条完整铺开就会发现,其中相当比例的环节属于统计口径上的传统产业。

一般而言,前沿技术走向产业化要连闯三关:技术可行、工程可行、成本可行。第一关靠科研突破,后两关主要靠制造业的工艺积累、良率控制和规模效应。我国是全世界唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家,配套半径短、响应速度快、工程师队伍规模庞大,这些看似“传统”的优势,恰恰是未来产业实现工程化、规模化最坚实的依托。一些发达经济体前沿研究不落后,却屡屡出现产业化受阻的情况,原因之一正是制造环节外移之后本土配套能力跟不上。制造业企业的技术改造投入,还构成了智能装备、工业软件、行业模型的第一批规模化订单,为尚未盈利的新技术提供了宝贵的现金流和迭代场景。

推动两类产业相得益彰,关键在于把协同要求落到具体机制上。布局上坚持全国一盘棋,因地制宜、错位发展,防止盲目跟风上项目、乱烧钱,制造业底盘厚实的地方尤其要把配套优势转化为未来产业优势。创新组织上坚持产业出题、科技答题,用好中试平台和首台套、首批次政策,让传统产业的真实难题成为科研选题的来源。要素保障上统筹算力、电力、数据、标准和人才,加快高质量行业数据集建设。政策取向上防止“喜新厌旧”,稳住传统产业改造升级的投入强度。产业演进从来不是简单的辞旧迎新。传统产业底子厚,未来产业的路就好走一分;未来产业走得远一步,传统产业的天地就宽一步。把两者放在同一个现代化产业体系中统筹谋划、联动推进,我国就能在新一轮科技革命和产业变革中赢得主动。

(作者系中国社会科学院工业经济研究所研究员)

绿色农业要有更多场景支持

马维维

近来,农业大省黑龙江立足黑土地资源优势深耕绿色农业,守护黑土地生态安全,加速构建低碳节约、环境友好的现代化农业生产新模式。当地在保护耕地、水资源等农业核心资源的同时,推动种养、加工等全链条产业提质增效,走出一条生态保护与农业增产协同并进的发展路径。

国务院不久前印发的《加快农业农村现代化“十五五”规划》提出,推行农业绿色生产方式,并围绕耕地保护、污染溯源整治、发展循环农业等作出系统性部署,为各地农业绿色生产勾勒出清晰路线图。从多地实践看,推行农业绿色生产方式,是守护乡村生态环境的关键抓手,能够破解农业面源污染顽疾,改善农村人居环境。绿色种养产出的优质农产品市场竞争力更强,是延伸农业产业链、提升农产品附加值的有效方式。农业绿色生产,对于挖掘农业减排固碳潜力具有积极意义,兼具生态效益、经济效益与长远社会效益。

目前,多地立足自身实际,已形成一批高效绿色农业生产应用场景。比如,精准优化化肥施用方案,推广低毒低残留农药,配套“物理诱捕+生物防治”协同防控手段;大力发展种养结合生态循环农业,完善秸秆肥料化、能源化等综合利用渠道,规范

畜禽粪污就地还田,建立废旧农用地膜回收再利用长效机制,等等。

还应看到,一些地方仍然存在难以快速转变传统粗放种植养殖习惯、基层绿色农业技术推广力量不足等难点。破解绿色农业发展瓶颈,要精准施策、靶向发力,全方位拓展绿色生产应用场景。

强化基层技术下沉。建强县乡两级农业技术服务队伍,常态化开展乡村实操培训,通过示范田、样板基地直观展示绿色种养成效,转变农户传统生产观念。

完善政策扶持体系。对于回收秸秆、地膜的经营主体,给予专项资金支持,激发其主动参与绿色生产的积极性。

健全配套产业支撑。统筹布局秸秆加工、粪污处理、残膜回收站点,打通种养循环产业链;建立耕地地态监测网络,持续优化污染耕地治理技术,同步打造绿色农产品产销渠道,让生态优势转化为增收实惠。

丰富农业绿色生产场景,既能守护粮食安全,更是护好沃土良田,赋能乡村振兴的长远之策。持之以恒推动农业生产模式革新,摆脱粗放发展路径,让绿色理念深植乡野田间,擦亮现代农业生态底色,定能走出保生态、稳产能、富百姓的高质量农业发展之路。

当前,伴随平台经济的蓬勃发展和新就业形态持续壮大,外卖骑手、网约车司机、货车司机等新就业群体,成为支撑城市运行、畅通经济循环、激发消费潜力的重要力量。新就业群体的权益保障,呈现多方协同、系统推进的向好态势。

在推动行业规范化运行方面,算法透明化取得积极进展。一些头部平台主动打破“黑箱”,推动核心规则公开。例如,货拉拉公布分播单算法、AI安全防护算法,降抽佣补贴规则等核心算法,实现核心规则透明化;美团公开订单分配算法、骑手评价规则、预估送达时间算法,让劳动者对平台运行逻辑有了更清晰的认知。

在提升维权效能方面,协商共治、协同联动机制加速形成。中华全国总工会推动15家平台企业签订劳动规则和算法协商专项协议,覆盖逾2000万名劳动者,通过集体协商解决平台劳动权益问题。中华全国总工会、最高人民法院、最高人民检察院联合发布劳动法律监督“一函两书”典型案例,通过工会前端排查、检察法律监督和行政监管执法有机衔接,形成“个案查处+行业治理”的辐射带动效应,构筑起劳动者合法权益保障合力。

不过,部分平台算法规则仍存在不透明、不科学的问题。一些平台依然存在“系统判定即追责”的刚性惩戒机制,劳动者面临“看不懂、猜不透、改不了”的困境。在考核机制上,部分平台持续收紧考核阈值、压

杜辉

打通新就业群体权益保障堵点,平台企业要切实扛起主体责任,将劳动强度管控、合理报酬保障、休息休假权益、职业安全防护等纳入算法设计的刚性约束,彻底扭转“唯效率、唯流量”的单一优化导向。更加主动打破算法“黑箱”,推动订单分配、考核奖惩、报酬计价等核心规则公开透明,做到让劳动者“看得懂、可预期、可申诉、可协商”。

对于监管部门而言,要加快制定算法合规管理办法,将劳动定额、抽成比例和奖惩规则的制定纳入法定程序。应要求平台在涉及劳动者核心权益的规则调整中充分征求工会或劳动者代表意见并公示,建立常态化的合规审查和评估机制。

对于工会组织来说,要进一步发挥协商协调作用,推动更多平台企业建立劳动争议协商调解机制。拓宽劳动者参与规则制定和权益表达的渠道,让协商共治成为解决权益保障问题的“第一道防线”。



陶小冀作

漫评

□ 时 锋

拒绝停车收费“向上取整”

停车只超时一分钟,却被要求多付半个小时甚至一小时停车费……这种“向上取整”的收费方式,令许多车主感到不满。按理说,车主占用了多长时间车位,就应支付多少费用,这才符合公平交易。然而,“超时一分钟跳一档”无端增加了车主的出行成本,让车主变相为停车管理方的粗放管理买单,即便明码标价,本质上也是一种强制交易。长此以往,难免拉低人们对城市公共服务的体验感。“行业惯例”不是侵权的挡箭牌,精准计费,是对消费者合法权益的捍卫。

近期,浙江杭州等多地停车场开始试点“按分钟计费”。随着收费方案的调整,停车费有望像水电燃气一样实现用多少付多少。期待类似的城市精细化治理有益探索推广至更多地方。



扫码要知内容

民俗游升温并非一时市场热

刘 敏

《旅游强国建设“十五五”规划》提出,支持民族地区利用特色资源发展旅游业,促进各民族交往交流交融。一些民族地区以地方活态民俗文化为抓手,深化文旅融合发展、创新文旅消费业态,依托民间传统节庆、生活习俗、非遗技艺、民居饮食等人文特色资源和沉浸式体验场景大力发展民俗游,并加速将其转化为高质量发展的产业优势与经济优势。如今,民俗游已成为文旅消费增长的重要推动力。

相较于传统山水观光、网红打卡旅游,民俗游的升温并非短期市场热度,而是文旅市场供需结构迭代、消费效用升级、特色资源资产化赋能的必然趋势。从消费端看,大众文旅消费的边际效用随居民收入水平提升发生结构性变化,传统旅游的边际效用持续递减,民俗游具备更高的消费附加值。从供给端看,民俗资源属于典型的稀缺性文旅资源。依托这类独特资源打造为可体验、可运营、可增值的民俗游产品,能够构建区域差异化竞争优势。比如,南疆地区的民俗游极具代表性,喀什古城、和田团城等街区以活态文化展示替代静态景观陈列,将民俗生活场景转化为现代文旅消费场景,定点舞台

演出、街巷微展演、随机民俗互动大幅增加,夜游民俗消费爆发,夜间非遗市集、沉浸式实景演艺、夜市民俗歌舞成为流量主力,支撑带动了区域高质量发展。黔东南苗侗古寨、丹巴甲居藏寨、平遥古城等地也都形成了各具特色的民俗游发展模式,有效释放了民俗文化资源的溢价能力,带动了居民就业增收。

在市场热度高涨的同时,民俗游发展的结构性短板逐步显现。一是民俗文化资源梳理不系统,表现为底数不清、分类无序、管护无规,分散在民间的隐性民俗、小众习俗、传统礼制等资源长期处于自发存续状态。二是普遍存在场景复刻有余、文化释义不足的问题,文化阐释体系不健全,导致对民俗背后的历史脉络、地域成因、人文内涵、精神价值缺乏专业化、体系化解读。三是资源开发趋利化特征明显,观赏性强、门槛低、变现快的民俗服饰、街头演艺、文创等显性资源开发效果较为显著,承载主要民俗文化价值的口述非遗、传统民俗仪式、乡土生活习俗资源开发利用有限。对此,应依托本土独有的人文积淀与乡土基因,以文化价值重塑强化民俗游内核。

一方面,依托现有力量,开展手工技艺、民俗仪式、乡土生活、民俗展演等资源分类归集,明确民俗资源保护性管控和市场化开发的范围与边界。实施民俗场景内容提质行动,推动民俗村落、文旅街区、体验馆增加民俗知识、乡土故事、技艺流程等内容输出,更新场景解说牌、导览内容和展演介绍,把民俗渊源、地域特色、文化寓意融入线下展示、现场讲解和线上传播。

另一方面,培育民俗融合消费新场景。引导市场优化业态结构,开发手作体验、节气活动、民俗节庆、乡土研学等体验项目,推动民俗游与乡村民宿、夜间消费、文化创意、研学实践融合,丰富消费场景,拉长消费链条。常态化开展非遗代表性传承人、乡土能人、原住民与文旅企业对接服务,鼓励村集体、本地群众以民俗资源、劳务服务等方式参与产业发展,引导景区、街区、商户优先吸纳本土人才参与技艺展示、体验授课、场景运营。

此外,还可以系统提炼民俗文化符号,打造区域民俗特色IP。针对青年客群、研学团队、家庭旅居客群差异化策划宣传内容,开展场景化、分众化推广,以特色民俗内容传播提升品牌辨识度。