

做好农业支持保护大文章

三农瞭望

临近岁末，新一轮有啥强农惠农政策，国家怎么支持保护农业，成为不少农民关心的话题。农业支持保护制度也成为近期多份高规格文件的关注点。党的二十大报告提出，完善农业支持保护制度。中办、国办印发的《乡村振兴责任制实施办法》强调，完善农业支持保护制度。中共中央、国务院印发的《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》提出，健全农业支持保护制度。对农业支持保护制度的政策关注历时长久，但近期文件的多次强调显然颇有深意。

全面建设现代化国家，农业农村既是最大的短板，也是最大的潜力所在。农业是弱质产业，面临自然和市场双重风险，又是初级产品的生产部门，具有外部性和公共性，需要特殊的支持保护。其核心产品粮食，是万民之命、国之重宝，涉及国家安全；另一核心产品猪肉，如果产能、价格大幅波动，势必影响物价和民生。随着经济发展，农业占国民经济的比重呈下降趋势，但其重要性却更加凸显。

在我国，相当长的时期里，由于工农产品价格“剪刀差”的存在，农业为经济社会发展作出牺牲。进入新世纪，随着取消农业税，实施农业补贴，国家对农业才实现从“取”到“予”的转变。党的十八大以来，逐步形成以农业投入、价格支持、农业补贴、金融服务等为重点的农业支持保护政策体系。支持保护制度是现代国家农业政策的核心，也是建设农业强国的要求。现在，我们有能力支持农业农村优先发展，构建新型工农城乡关系。

如今，农业发展的内外部环境在发生变化，要求支持保护制度也要随之完善。我国农业发展遭遇生产成本不断抬升的“地板效应”、农产品价格提升空间有限和直接补贴受WTO规则限制的“天花板效应”。这意味着一些支持措施行不通了，一些措施的具体方式要调整。做好农业支持保护大文章，要处理好三对关系。

当前，农业发展的内外部环境在发生变化，要求支持保护制度也要随之完善。做好农业支持保护大文章，要处理好政府和市场的关系，处理好支持新型主体与扶持小农户的关系，处理好保供与其他政策目标的关系。

处理好政府和市场的关系。农业支持保护要从过去主要依靠行政手段向更多运用经济和法律手段转变。支持保护制度本身不能干扰价值规律的运行，不能扭曲价格信号。因此，要坚持“市场定价、价补分离”的原则，处理好风险保障和价格补贴之间的关系。我国作为世贸组织成员，要减少受限制的“黄箱补贴”，多用地力保护、技术补助等不受限的“绿箱补贴”来扶持农业发展。可以引入更多的风险管理主体，运用保险、期货、金融等手段来减少风险，稳定预期。

处理好支持新型主体与扶持小农户的关系。完善支持保护制度，关键要提高效能。在实际操作中，既要追求效率也要兼顾公平。小农户约占农业经营户总数的98%，完善支持保护制度必须保障好其利益。除了显性的农业补贴之外，国家对农业更多的支持“藏”在农业生产条件改善中。因此，一方面，要在基础性、普惠性领域持续投入，使得各类主体都能享受到政策红利，为小农户发展创造良好环境；另一方面，扶持新型主体不意味着放弃小农户。要把带动小农户的情况作为扶持新型主体的重要依据。

处理好保供与其他政策目标的关系。支持保护制度的初衷是保供，伴随政策工具的不断开发，保收入和保生态的作用也随之而来。目前看，保障国家粮食安全、强化农民收入支持、推动农业绿色发展三者协同越来越重要。现阶段，还是要以保供为首要目标，这并非因为保收入和保生态不重要，而是支持保护制度本身对保供最有效且有针对性。



齐金亮

近日召开的中央农村工作会议提出，要把种业振兴行动切实抓出成效，把当家品种牢牢攥在自己手里。这是全面推进乡村振兴、加快建设农业强国的一项重要任务。必须抓住关键环节，加快实现高水平农业科技自立自强，打好种业“翻身仗”。

种子技术是最核心、最基础、最重要的一项农业技术，与粮食安全息息相关。当前，国际种业已进入以抢占战略制高点和经济增长点为目标的机遇期，呈现出高新化、一体化的发展趋势，农业发达国家进入了以“生物技术+人工智能+大数据信息技术”为特征的育种4.0时代，基因技术成为生物育种的核心与前沿，研发的各种抗病虫、抗逆、优质高产新品种，有效降低农药、化肥投入，实现少耕免耕，具备强大的市场竞争力。

这些年，我国种业发展取得显著成就，近10年来审定、登记主要农作物品种达到3.9万个，主要农作物良种覆盖率在96%以上，水稻、小麦两大口粮作物品种实现完全自给，杂交水稻每公顷产量保持国际领先，种业基础研究、关键技术创新和重大新品种选育成效显著。不过，同时也存在育种体系不完善、种质资源保护和开发利用不足、满足产业发展现实需求的重大突破新品种不多等问题。一方面是高端蔬菜与畜禽种源的对外依存度居高不下，另一方面则是不少好的品种和科研成果养在实验室，没能有效转化为产业优势。

种业问题的核心既有产业问题，又有科技问题，也有机制问题。我国要从种业大国迈向种业强国，务必深入实施种业振兴行动，有效化解“卡脖子”风险。这是一项艰巨复杂的系统工程，要加强统筹协调、突出重点任务、把握关键环节。

第一，要把握生物育种主攻方向，集中力量推进农业科技自立自强，加快培育一批具有重大应用前景和自主知识产权的突破性优良品种。切实整合各类资源，形成强大合力，加快推进种质基因开发、生物育种核心技术创新和新品种开发，努力在重大农业育种和关键瓶颈问题上取得新突破。

第二，加速资源整合和并购重组，培育一批现代种业龙头企业。我国种业企业普遍规模不大，品种市场份额亟待提升。应当加快采用市场化运作模式，集中高端人才、先进技术、研发资源，培育具有核心竞争力和较强国际竞争力的“育繁推一体化”种子企业，推动种业综合创新效率不断提升、附加值不断提高。

第三，搭建种业科研创新平台，形成创新链条合力。要强化产学研结合，推进科研院所、大学等种业科技成果向优势种业企业转移。既充分发挥科研所在育种前沿科技上的研发优势，又充分发挥企业在商业化育种以及品种推广方面的优势，集聚上中下游全链条创新资源，建立开放合作、利益共享的新机制。

第四，全面落实种业知识产权保护制度。新修订的种子法强化了种业知识产权保护，最高人民法院也发布相关司法解释，种业知识产权保护制度体系日趋成熟，为种业科技自立自强进一步提供了保障。下一步，要把相关制度落到实处，切实保护原创性、突破性成果，为种业原始创新、企业自主创新营造更好环境。

李万安



2022年12月25日起到2023年1月27日期间，对符合条件的电商平台和邮政快递企业上岗工作的一线人员给予补贴。

关于支持本市相关行业和企业稳岗留工有序运行若干政策措施的通知

上海

曹一作(新华社发)

稳岗补贴暖心利民

日前，上海市印发关于支持本市相关行业和企业稳岗留工有序运行若干政策措施的通知，通知明确，将阶段性发放稳岗补贴，其中，2022年12月25日起到2023年1月27日期间，对符合条件的电商平台和邮政快递企业上岗工作的一线人员给予补贴。每到岁末年初，部分岗位可能出现用工不足、岗位空缺的现象，稳岗补贴的发放有助于缓解用工紧张、方便居民生活。对此，要加强政策激励和制度保障，发挥行业组织桥梁纽带作用，鼓励一线人员返城返岗，进一步夯实企业稳岗稳产主体责任，让好政策发挥实效。

(时锋)

本版编辑 梁剑箫 覃皓珺
来稿邮箱 mzijc@163.com

广发信用卡的2022年

高质量发展路上与消费共生共荣

近期，以消费为主的政策频频出台，强调要全面促进消费，加快消费提质升级。党的二十大报告更是强调，着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用。

消费依然是政策发力的关键一环、发展经济的重要一招。信用卡带着与生俱来的使命，在促消费中与供给端、消费端共振，以优惠让利撬动公众消费杠杆，助力国内大循环。信用卡与消费共生共荣，在过去如此，在存量经营时期的信用卡行业更当如此。

2022年，广发信用卡预计全年消费额接近2.5万亿元。这一促消费答卷不仅为经济增长注入了金融动能，也是我国经济韧性强、潜力足、回旋余地广的良好证明。广发信用卡在“信用卡新规”指引下，以促消费为高质量发展目标，以智能化、精细化手段驱动过亿用户的消费意愿，以丰富的优惠福利加持公众的消费能力。当前，广发信用卡启动“春季行动”继续加码促消费，助推“消费马车”在2022年“收官战”继续冲锋，为2023年“开好局”打下基础。

千人千面促动“愿消费”

消费行为的发生可以归结于3个要素：动机、触发和能力。消费者有购买动机，给予适当的触发产生消费意愿，结合自身消费能力评估，最终做出消费决策。

信用卡作为促消费利器，连接着公众和消费市场。如果想要触发消费意愿，需要在两端发力。广发信用卡利用科技化推进千人千面的精细化经营，以“一客一策”的差异化服务在细微处激发潜在意愿，将刚性金融服务转化为柔性客户体验。

信用卡APP是服务存量客群的重要载体，也是银行做大消费的流量渠道。2021年年中，广发信用卡提出，信用卡APP新发展

阶段，当以千人千面的精细化来驱动用户，以差异化服务拉动消费意愿。在“发现精彩”APP，广发信用卡利用智能中台，围绕客户的生命周期、消费偏好、用卡周期、产品选择等维度，大规模实施分群标签、触点的布控，分层经营用户。

目前，“发现精彩”APP存量客群的布控覆盖已近500个，覆盖率近100%，数千个标签和触点铺陈在信用卡用户的全生命周期中，推动业务访问同比增近30%。用户在使用APP时可获得精准推荐、专属定制的内容，接触到更符合自身消费意愿的产品、活动。

对消费者来说，“我需要时你恰好”的舒适且方便体验，更能触发消费意愿。今年以来，广发信用卡紧抓民生刚需，布局水、电、话费等高频率民生消费，不断加码“食、住、行、娱、车、购、生活服务”领域的场景建设。同时拓展线上场景的精细化促消费活动，与支付平台、线上电商平台、头部品牌商户多方联动，以首绑立减、消费满减、五折优惠等促动用户，不断提升公众的消费意愿，拉升消费活跃以及消费动能。截至2022年11月底，广发信用卡的线上消费占比约37%，同比提升约7%。

丰富补贴激励“能消费”

公众有了消费意愿，消费能力就是左右消费决策的最后关口。当前，各地全面复工复产节奏进入加速期，公众消费能力有了信心基础。全社会需要通过居民消费来为经济增长增加确定性，除了从根本上保证消费能力和信心，“消费补贴”成为加强消费能力、从而促进消费的一个手段。

作为日常生活使用频率最高的金融产品之一，信用卡在以“补贴”促进消费能力方

面具有先天优势。今年以来，广发信用卡通过业内首个客户专属品牌活动“超级广发日”，在天猫、淘宝、拼多多、京东等线上平台以及麦当劳、喜茶、奈雪的茶、星巴克等线下渠道，累计投入价值1亿多元的补贴，全年带动相关消费上百亿元。在以信用卡服务增强消费能力的同时，广发信用卡也从供给侧发力提振消费，通过263个城市1000座商圈超6万家商户为公众发放优惠券，其中饭票方面累计投入5亿多元消费补贴，拉动场景消费约2500亿元。在2022年疫情散点多发的背景下，广发信用卡打造“周末出游找广发”的短途出游优惠品牌，为公众提供一站式旅游出行消费服务。

此外，广发信用卡积极助力“双碳”目标达成，与南方电网联手发行联名卡，为新能源车主发放充电券。同时，持续加大汽车分期业务、车主卡等服务对新能源汽车的补贴力度，加持公众的绿色消费能力。目前，汽车分期业务已与华为AITO、比亚迪等新能源汽车品牌合作，持续为公众提供优惠分期服务，累计拨贷占比超55%。

春季行动推进“多消费”

伴随着消费市场逐步回暖，作为依托消费而生的信用卡行业，在促消费中将扮演愈加重要的角色，将与消费市场长期共生共荣。作为行业中军，广发信用卡2022年促消费成果显著，前11个月累计消费总额2.29万亿元，同比增长4%，预计全年消费总额将接近2.5万亿元。2022年底，广发信用卡加码“收官之战”的同时，开启“春季行动”奏响2023年服务促消费的号角，迎接消费市场的新“春天”。

广发信用卡将在2023年第一季度以“百亿补贴”之势引爆消费。通过消费券、刷卡返现、积分奖励、分期红包、五折饭票、购

车补贴等加码福利，广发信用卡在元旦出游、年货储备、春节购物、妇女节消费等消费时段，进入商圈、线上、机场、加油站、充电站等场景中，为公众精准化、多元化提供“多消费”的能力支持。

围绕促消费核心，广发信用卡着手谋划新一轮的产品创新升级，以驱动新的消费增长点。95后专属产品——广发有鱼卡将进入差异化服务期，潮玩等权益将触达更多消费新生力量；返现卡——广发多利卡将迎来更加丰富的优惠权益池，进一步助力公众提高吃穿用等消费品质。以车主卡为代表的产品品牌化将逐渐深入，构建城市汽车生活生态，打通购车、用车、养车的金融消费优惠服务链条，充分推动释放出消费潜力。

全面复工复产、旅游复苏之际，广发信用卡紧抓消费趋势，机票、火车票、酒店特惠活动扩展到文旅全场景，上千家景区优惠

门票被纳入到“发现精彩”APP优惠专区，与合作方联动推出“免费里程兑机票”“免费积分兑住宿”等优惠奖励，让公众获得高频的消费激励，促进旅游消费提质扩容。

2023年，是全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年。经济工作会议指出要把恢复和扩大消费摆在优先位置，增强消费能力，改善消费条件，创新消费场景。作为金融央企成员单位的下属机构，广发信用卡将坚决贯彻落实国家决策部署、融入发展大局，继续当好消费的“连接器”、扩大消费的“加速器”，围绕人民美好生活需求，打造信用卡消费全场景，线上线下全渠道改善消费条件，用创新产品和丰富优惠增强公众消费能力，始终以促消费、扩内需为己任，为2023年开好局、起好步，贡献信用卡力量。

(数据来源：广发银行) ·广告

