产业聚焦

□ 本报记者 李芃达

有力有序推进数字乡村建设

近日，中央网信办等11部门联合印发《关于开展第二批国家数字乡村试点工作的通知》，明确到2026年底，试点地区数字乡村建设取得显著成效，乡村信息化发展基础更加夯实，城乡“数字鸿沟”加快弥合，涉农数据资源实现共享互通，乡村数字化应用场景持续涌现，数字经济促进共同富裕作用凸显，乡村振兴内生动力不断增强。

“数字乡村建设旨在推进农业农村向网络化、信息化和数字化转型，帮助农民掌握信息技能，使数字技术成为农业农村现代化的重要推动力。”国务院发展研究中心农村经济研究部副研究员殷浩栋表示，实现上述目标还需要持续夯实数字基础设施，优化和拓展应用场景，推动数字技术与农业农村各领域深度融合。

在四川省眉山市东坡区西南智慧农业产业园，工作人员在采摘无土栽培的番茄。 姚永亮摄（新华社发）

完善基础设施

2020年10月，首批国家数字乡村试点工作启动。经过多年发展，我国农村地区数字基础设施不断完善，加快实现城乡地区从“同网同速”向“同步接入”“同步发展”跨越，城乡数字鸿沟进一步缩小。

近期发布的第53次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国农村网络基础设施建设向纵深推进，各类应用场景不断丰富。截至2023年12月，农村网民规模达3.26亿人，较2022年12月增长1788万人；农村地区互联网普及率为66.5%，较2022年12月提升4.6个百分点。

同时，农村地区交通、水利、电网等基础设施数字化改造取得显著进展，为乡村产业数字化转型提供新支撑。“数字技术加快向全产业链延伸，第一批试点地区聚焦农业农村产业数字化水平提升，围绕农产品种植、管理、加工、销售等环节，积极打造智慧农业产业高地。”中国信息通信研究院政策与经济研究所产业政策部主任工程师霍鹏说。

在江苏淮安，当地特色产业——红椒一度面临因缺乏交易中心导致产值外流等发展难题。“如何把红椒交易留在本地？首先，我们在大棚内安装物联网设备，实时掌握种植情况；其次，通过打造数字化交易服务平台，让原本分散到全国各地的订单集中到淮安本地，预估交易量提升60%。”浪潮云洲工业互联网产业融合事业部总经理毕研振介绍，浪潮云洲为当地建设运营智能化育种服务基地、质量分选产线、集采平台等数字基础设施，不仅提高了红椒收购价格，还降低了化肥、包装纸箱等生产成本，大幅增加农户收益，实现产业效益与数字经济融合发展。

也要看到，当前农业产业数字经济占产业增加值的比重仍然较低，整体水平未达到服务业的25%、工业的50%。人工智能、物联网等在农业精准生产、预警、智慧物流等方面还有较大应用潜力。

“因此，第二批试点工作统筹把握当前农业农村数字化发展的阶段特征、现实需求，以及人工智能等数字技术发展趋势，聚焦农业农村重点领域和场景的数字化赋能路径，加快推动形成数字乡村可持续发展模式，不断增强乡村振兴内生动力。”霍鹏说。

培育特色品牌

随着第一批试点工作扎实推进，不少地区结合当地资源禀赋，探索出一条具有特色化、差异化的数字乡村发展路径。北京市平谷区依托互联网企业强化平谷大桃品牌建设、特色营销和农旅融合，2022年实现网络销售占比达20.5%。“试点地区利用直播电商、网红带货等新模式，加快培育具有地方特色的优质农产品电商品牌。”霍鹏说。

殷浩栋认为，农村电商产业已成为乡村数字经济发展引擎，在推动农产品上行、激活乡村产业方面发挥着不可替代的作用。2023年，农村和农产品网络零售额分别达2.49万亿元和0.59万亿元；农产品物流总额再创新高，超过5.3万亿元，同比增长4.1%。

“最近，国产樱桃热卖。以拉宾斯品种为例，直径达30毫米左右的樱桃约20元/斤，是同等大小车厘子价格的一半，性价比优势明显。”天猫百裕秋香旗舰店负责人林建琪告诉记者，4月至5月是山东樱桃旺季，但在空调棚内，通过改变温度能够让樱桃提前“成熟”，“我们有5个种植棚，同时还与多个合作社、散户合作，从源头上控制果实品质，再利用电商平台扩大销售渠道，既让国内消费者品尝到物美价廉的樱桃，也提高了果农收入”。

像山东樱桃这类特产在淘宝上十分畅销，但还有不少鲜为人知、经济价值可观的农产品需要进一步打开市场。为此，淘宝根据2023年平台上农产品的销售规模、消费情况、新增开店量等数据，收录了全国范围内102个“隐形土特产”并形成《淘宝隐藏土特产报告》。

据殷浩栋观察，目前部分地区的物流配送体系仍较为滞后，生鲜农产品冷链流通率不高，偏远地区的快递上行下达不够通畅，懂经营、会营销的电商人才普遍缺乏。为此，《通知》要求深入实施“互联网+”农产品出村进城工程和“数商兴农”，推动生产、加工、流通、销售各环节数字化转型。

“下一步，要促进电商与乡村产业全方位、全链条深度融合。电商平台要发挥好大型平台集聚功能，引导农村电商服务精细化、专业化、集约化发展，着力降低发展门槛，鼓励优质农产品上线、引领中国农产品数字化转型。”殷浩栋说。

防止贪大求全

发展数字乡村是一项系统工程，要找到可持续发展模式，因地制宜、循序渐进，避免重复性建设和同质化竞争。《通知》特别强[illegible]本地发展实际，探索具有区域特[illegible]和做法，不搞“一刀切”、齐步走，杜绝“形象工程”，久久为功、有力有序推进数字乡村建设。

我国广大农村地区地理条件差异大、发展水平不一，没有放之四海而皆准的发展模式，加之数字技术快速迭代的特征使得应用场景功能需要持续优化，贪大求全推进数字乡村建设可能会带来无效供给。

霍鹏建议，一方面，政府、企业与科研院所要构建更为有效的合作机制，进一步强化农村地区对于数字技术概念、内涵与作用的理解，根据地区经济社会发展阶段、产业实际需求，做好县域顶层设计、系统规划，不能因为盲目追求数字乡村建设先进性，导致技术以及基础设施性能溢出和功能闲置。

另一方面，充分吸取城市服务业、工业等在数字化转型过程中的经验与教训，将既有底层设施标准、技术架构与农村生活、农业生产创新相融合，探索出经济效益与社会效益相得益彰的建设方案与推进路径。同时，由于城乡受众对数字技术接受程度存在一定差异，需要重点研发简约、直接的数字产品，服务老龄人口与弱势人群，实现数字包容和普惠。

《通知》提出，试点工作以市或县为单位、按照不同试点类型方向分类开展。“此举着眼于农业农村发展最迫切、农民反映最强烈的实际问题，选择适配本地资源禀赋、信息化基础和经济社会发展水平的应用场景，分阶段推进数字乡村建设。”殷浩栋分析，数字乡村建设涉及多个主体、投资期限长，完全由政府主导难以应对不断变化的应用需求。从长远来看，必须健全多元主体参与机制，充分发挥有为政府和有效市场的作用，通过优化完善数字乡村共建共享平台，不断提升数字技术、产品、服务与数字乡村建设需求的适配性，让数字乡村建设可持续发展，实现广大农村和农民群众收益最大化。

中间品贸易“链”接世界

本报记者 顾阳

随着产品工艺技术提升和产业链延长，中间品在全部产品中的比重不断增长。在产业全球化时代，中间品贸易市场也在持续扩大。据南京海关统计，今年前2个月，仅江苏省出口的中间品总金额就达2822亿元，同比增长7.5%。

走进苏州东山精密制造股份有限公司车间，在南京海关所属苏州海关监管下，一批用作生产手机和平板电脑中间品的柔性线路板在完成装运后，即将发往海外。

“与最终品手机、平板电脑相比，柔性线路板虽然看起来并不起眼，但它在国外的市场空间可不小。目前，海外市场已经成为我们的主战场。今年前2个月，公司累计出口货值达3400万美元。”苏州东山精密制造股份有限公司进出口关务张咪介绍，作为全球第二大柔性电路板生产企业，公司依靠自身技术与产品创新和升级，生产出更多具有核心竞争力的中间品，在中间品贸易中掌握更多主动权。

原材料、半成品、零部件……这些用于生产其他商品和服务的中间品，正迸发出大能量。为增加企业参与国际中间品贸易底气，海关持续跟进企业生产情况，及时解决企业中间品出口通关环节问题，帮助企业提升出海效率。同时，做好中间品出口数据统计工作，定期开展出口形势深度分析，组织辖区企业开展经验交流分享会，抓住“关键小事”，解决好同类问题，更好推动当地中间品贸易高质量可持续发展。据统计，作为外贸大市的苏州，今年前2个月出口中间品1122.5亿元，同比增长17.3%。其中，集成电路、纺织服装、电工器材、汽车零配件等中间品出口增速高于整体。

在江苏泰州，随着新能源汽车出海热潮，汽车零配件等中间品同样出口火热。在江苏兴达钢帘线股份有限公司成品仓库，工作人员正紧锣密鼓地完成货物装箱，该批货物将发往上海洋山港，并完成出口报关等通关手续。

“受新能源汽车市场持续放大影响，目前国内市场需求旺盛，海外订单充足，年后即恢复满负荷生产。合作方对我们的产品供应速度和交货品质都提出了较高要求。作为中间产品，匹配客户需求，保持合适的供货节奏，是稳定国际市场的关键。”江苏兴达钢帘线股份有限公司总经理刘祥介绍。

随着全球化和国际分工深入发展，“会做的全部自己做”早已不是企业的最优选项。对于大多数企业来说，借助国际产业分工体系，筛选出优质可靠的中间品，有助于企业降低生产成本，提高产品的市场竞争力。

与此同时，拥有更高附加值中间品产品的企业，也将深度“链”接世界。“今年以来，泰州中间工业品出口达68.72亿元，同比增长1.4%，充分发挥中间品对国内国际市场的纽带作用。”南京海关所属泰州海关副关长乔华林介绍，“为支持泰州地区中间品生产企业出口，更好融入全球整体供应链，我们针对不同企业特点和实际需求，打造个性化服务方案，鼓励企业用好提前申报、抵港直装等通关便利措施，更好开拓国际市场。”

我国是制造业大国，拥有基础雄厚且门类齐全的工业体系，供给能力强，有能力向全球市场提供大量优质的中间品。海关总署有关负责人表示，接下来，将通过更多便利化通关服务和优惠政策，促进中间品贸易做大做强，帮助更多中间品企业“走出去”。

本版编辑 陶 玙 美编 王子萱

业界点睛

依法保障国家粮食安全

李 蕊

确保国家粮食安全始终是治国理政的头等大事，保障粮食安全必须立足于法治。2023年岁末，第十四届全国人民代表大会常务委员会第七次会议通过《中华人民共和国粮食安全保障法》，将于2024年6月1日正式实施。粮食安全保障法的出台，为依法保障粮食安全，提升国家粮食安全治理的系统性、规范性、协调性和稳定性奠定了制度基础。

粮食安全保障法为国家粮食安全战略实施提供法治路径。党的十八大以来，党中央确立了“谷物基本自给、口粮绝对安全”的新粮食安全观，提出“以我为主、立足国内、确保产能、适度进口、科技支撑”国家粮食安全战略，为提升粮食安全综合保障能力提供了战略引领。该法正是以粮食安全战略为引领，从纾解我国粮食安全保障面临的主要矛盾和问题出发，明确界定耕地保护以及粮食生产、储备、流通、加工、应急、节约等环节的重点任务，把粮食安全战略中具有稳定性、普遍性、可操作性的部分凝练上升为法律规则，用法治手段对国家粮食安全战略予以确认和巩固，并保障其有效实施。

粮食安全保障法为全方位夯实粮食安全根基提供法治支撑。党的二十大报告提出“全方位夯实粮食安全根基”，为新时代保障粮食安全指明方向，提出了新要求。该法以“牢牢把握粮食安全主动权”为宗旨，将全方位夯实粮食安全根基过程中必须遵循的核心原则、主要制度及机制等系统梳理并予以规范确认，全面回答了粮食安全“谁来保障”“如何保障”等关键问题。该法有效衔接全方位夯实粮食安全根基的目标要求，围绕建立粮食安全责任制，厘定了鼓励倡导的方向路径，同时也划定了底线红线。法规不仅关注粮食数量安全，也关注粮食质量安全和粮食结构安全；不仅关注生产要素安全，也关注产业链安全；不仅关注国内粮食安全，也关注国际粮食安全；不仅关注当下粮食安全，也关注未来粮食安全。

[illegible]领。粮食安全具有整体性和综合性，保障粮食安全离不开更高层次、更高质量、更具系统性的粮食安全保障法治体系构建。我国国家安全法将保障粮食安全列为维护国家安全的任务；乡村振兴促进法以专条对粮食安全战略予以诠释；农业法专章规定粮食安全，对耕地保护、粮食主产区激励、粮食安全预警、储备调节、粮食风险基金等粮食安全保障核心制度予以表达；《粮食流通管理条例》《中央储备粮管理条例》两部专门性法规，以及民法典、土地管理法、农村土地承包法、农产品质量安全法、农业机械化促进法、食品安全法、反食品浪费法、土地管理法实施条例、《粮食质量安全监管办法》及《农村土地经营权流转管理办法》等几十部相关法律法规规范性文件，从不同维度为粮食安全保障予以制度供给。但是受立法目的、立法功能及立法容量等限制，既有立法对粮食安全保障的表达相对分散，缺乏系统性和体系性。作为我国粮食安全领域的基本法，粮食安全保障法初步构造了以粮食安全保障法为牵引，以《粮食流通管理条例》《中央储备粮管理条例》两部专门性行政法规为骨干，有序发挥相关法律法规及规范性文件协同作用的粮食安全保障法治体系。

粮食安全保障法是一部关系着14亿多人口能否端牢端稳饭碗的国本之法，虽然只有74个条文，但其立足中国实际单独立法的模式选择；以政府为主导，政府、市场、社会合力保障粮食安全的主体制度设计；对粮食安全保障中统筹当下与长远关系、中央与地方权责利益平衡等的关注，都彰显出了鲜明的本土性、协同性和时空性，必将成为中国特色社会主义法治体系建设中浓墨重彩的一笔。

（作者系中国政法大学教授）

清洁电器成家电新增长点

本报记者 周 雷

“清洁电器行业依靠创新品类和产品实现快速增长，成为拉动家电行业增长的新动能之一。”中国家用电器协会执行理事长姜风在近日举办的2024中国清洁电器行业高峰论坛上表示，尽管最近几年增速有所下滑，但清洁电器市场增长率还是远远高于家电市场整体水平。

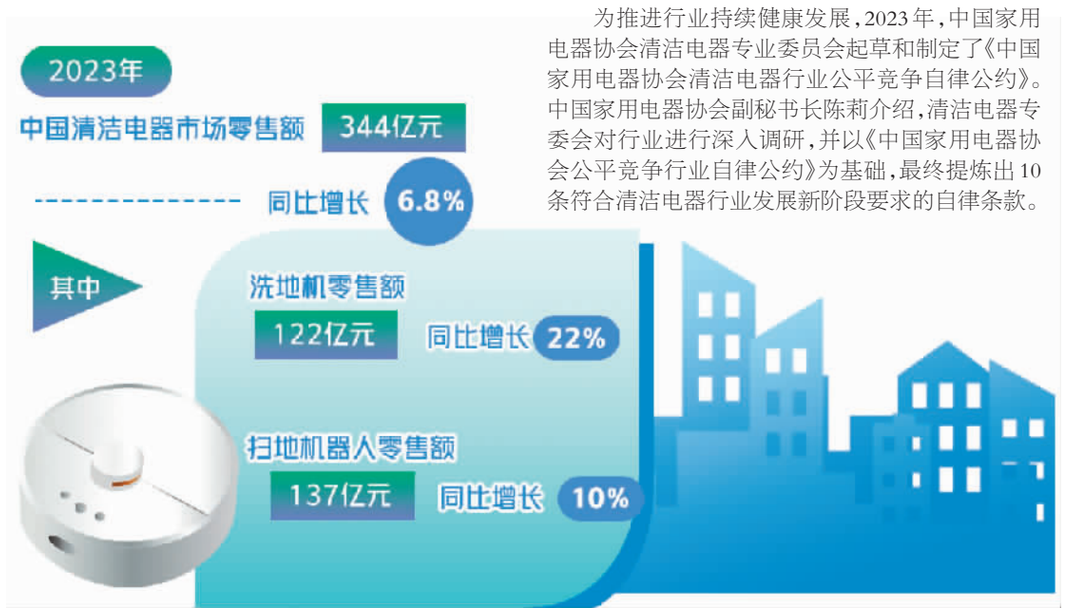
奥维云网数据显示，2023年，中国清洁电器市场零售额为344亿元，同比增长6.8%。其中，洗地机和扫地机器人市场表现尤为突出，洗地机零售额为122亿元，同比增长22%；扫地机器人零售额为137亿元，同比增长10%。

据介绍，我国清洁电器行业敏锐发掘新需求，融合物联网、人工智能等新技术，通过创新品类和产品，开创广阔的市场空间。清洁电器行业现已彻底告别了曾经单一的以吸尘器为主的发展格局，形成了洗地机、扫地机器人、吸尘器、除螨仪立体化的市场结构。

“洗地机和扫地机器人成为清洁电器市场增长的双动力。”奥维云网环境和健康电器事业部总经理田亚丽分析，伴随普及度提高和价格下探，清洁电器发展态势向好，普及率有望进一步提高。据奥维云网预测，2024年，洗地机零售额将达139.8亿元，同比增长14.6%；扫地机器人零售额将达147.9亿元，同比增长7.8%。

值得注意的是，在前期清洁电器行业高速增长态势下，大量新品牌涌入，企业发展不平衡，产品质量良莠不齐，售后服务体系有待进一步完善，出现了不重视知识产权、同质化低价竞争等现象。随着市场增速放缓、竞争加剧，清洁电器行业发展面临新的挑战。

为推进行业持续健康发展，2023年，中国家用电器协会清洁电器专业委员会起草和制定了《中国家用电器协会清洁电器行业公平竞争自律公约》。中国家用电器协会副秘书长陈莉介绍，清洁电器专委会对行业进行深入调研，并以《中国家用电器协会公平竞争行业自律公约》为基础，最终提炼出10条符合清洁电器行业发展新阶段要求的自律条款。



在2024中国清洁电器行业高峰论坛上，《中国家用电器协会清洁电器行业公平竞争自律公约》正式发布，旨在推动行业抵制不正当竞争行为，共同维护良好市场竞争秩序，促进行业健康持续发展，为清洁电器行业建立起“自我约束、公平竞争、健康发展”的行业自律机制。

“希望清洁电器行业抓住市场机遇，用创新为消费者提供更加智能、健康、高质量的产品，为行业开创更美好的未来。”姜风表示，全球清洁电器市场发展空间巨大，国内家庭的清洁电器保有量仍比较低，海外市场扫地机器人、洗地机等新兴品类还有广阔的成长空间。面对巨大的市场机遇，中国清洁电器行业必须在技术、质量、服务、供应链等方面夯实内功，进行良性竞争。

莱克是清洁电器领域领军企业，独创的三合一大吸力洗地／吸尘器，应用了其自主研发的500瓦无刷电机，吸力高达250空气瓦特，能够一机完成地板清洗、地毯吸尘、沙发床铺除螨三大场景清洁。

清洁电器专委会主任委员、莱克电气股份有限公司董事长倪祖根表示，企业只有充分洞察清洁场景，坚持产品价值创新，才能赢得消费者青睐，实现高质量发展。

中国清洁电器品牌不仅在国内市场收获颇丰，更扬帆远航海外。2018年以来，我国清洁电器企业逐步减少代工业务，加大研发和品牌投入，自主品牌在海外市场拓展突飞猛进。

添可坚持以自主品牌“走出去”，企业年均复合增长率达292%，2022年销售规模近100亿元。2023年10月，在亚马逊秋季Prime Day大促活动中，添可洗地机销售在北美及欧洲市场实现领跑，销售额同比增长近120%。

“拓展海外市场是添可长期的重要战略。”添可智能科技有限公司首席执行官冷冷表示，添可品牌创立至今，技术创新始终是添可全球化核心竞争力的本质所在。