

警惕“云养经济”骗局

近期，一些不法企业和个人打着“云养经济”的旗号，通过互联网、电话宣传、组织聚餐旅游和参观养殖场等方式虚假宣传，诱导消费者线上认购鱼类、禽畜、茶场等，承诺到期后可获得高额回报，吸引群众投入资金。这类违法行为已在近日被农业农村部点名通报。

按照规定，未经国务院金融管理部门依法许可或者违反国家金融管理规定，以许诺还本付息或者给予其他投资回报等方式，向不特定对象吸收资金的各类行为属非法集资。近年来，涉农非法集资活动往往以响应国家农业政策、发展现代农业、开发特色产品等名义欺瞒群众、骗取资金。被点名的上述“云养经济”业务已脱离了商品交易的实质，异化为追求高额回报的非法集资行为，资金安全无法保障。事实上，近年来，不少“云养经济”平台“爆雷”，一些打着“云养经济”旗号的非法集资行为受到查处。

梳理起来，这类非法集资有三大套路。套路一是以新概念新技术为噱头进行虚假宣传，实际是投资者认养的禽畜根本不存，或与实际情况严重不符。套路二是向投

投资者要绷紧一根弦——越是说得天花乱坠，越是承诺收益远超预期的，越要警惕。投资前要对项目认真研究，尽可能了解相关专业知识。看好农业前景的、有志于乡村产业的，不妨自己亲身投入农业生产经营管理，把“云”掌握在自己手中。

资者承诺短期内可以获得高额回报，且保证低风险甚至无风险，实际背后并无真实的盈利模式支撑。套路三是以“拉人头”方式鼓励投资者发展下线，并根据用户所在层级进行提成，具有传销性质。由于非法吸收的资金大多在个人或第三方关联账户，追赃挽损难度大。

当然，要把打着“云养经济”旗号的违法行为与正常的农业生产经营活动区分开来。互联网经济快速发展，催生了一批乡村新业态。新一代信息技术加速与农业融合，一些地方出现“云养殖”“云种植”等做法。合法合规的“云”本身是一种农业生态和模式。例如，有的利用物联网对养殖环境实时监控，实现了农业管理“天上看、云里

算、掌上管”，这属于智慧农业的范畴，除了农产品售卖，不存在直接向公众收费的情况；有的让消费者认购一定的种植或养殖份额，享受对应农产品的产权，在线见证生产过程，成熟时配送到家，这属于分享农业的范畴，参与者本质上是消费者，而非投资者。

市场经济条件下，人们是消费者也可以是投资者，怎么花钱当然自己说了算。但是，投资须谨慎。农业的投资回报周期较长，通常情况下利润率是有限的，对此要有清醒认识，不要轻信“一本万利”的高额回报，以免中了圈套。投资是有风险也是有门槛的，要对行业有所了解，对项目认真研究，掏钱之前尽可能了解相关专业知识。此前的“订单农业”领域骗局盯上的主要是农民，

“云养经济”领域骗局盯上的则主要是市民。无论哪种骗局，不管盯上的是哪类人群，都要绷紧一根弦——越是说得天花乱坠，越是承诺收益远超预期的，越要警惕。

民以食为天。农业虽可能利薄，但却是永远的朝阳行业。对方是不是真心搞农业，项目有没有那么好，用心看是可以感受到的。凡事多问自己和对方几个问题，有助于弄清真实情况。办养殖场需要手续，就要问问有没有合法资质、养殖场需不存在？算一算账，究竟正常经营能不能实现所谓收益、是否明显偏离技术常识和市场规律？交出的钱在哪里监管、分红的钱又从何而来？其实，看好农业前景的、有志于乡村产业的，不妨自己亲身投入农业生产经营管理，把“云”掌握在自己手中。



齐金亮

日前发布的《中共中央国务院关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》提出，健全绿色低碳发展机制，加快经济社会发展全面绿色转型。推动经济社会发展绿色化、低碳化，是建设人与自然和谐共生现代化的内在要求，需要进一步发挥科技创新的有力支撑作用。对此，统筹推进教育科技人才体制机制一体改革尤其关键，要从体制机制上畅通教育、科技、人才良性循环，围绕绿色低碳发展，促进高水平人才等生产要素创新性配置，为绿色生产力发展筑牢人才基础，着力加快推广绿色生产方式和生活方式。

我国绿色低碳发展和转型已经取得了一系列进展，多项衡量绿色转型的指标持续向好。相较于2012年，2023年单位GDP能耗和碳排放强度分别下降超过26%和35%，主要资源产出率提升约60%。我国已拥有全球最大和最完备的新能源产业链，全球70%光伏组件和60%风电装备由我国供应。2023年我国煤炭消费比重已降至55.3%，非化石能源消费比重提升至17.9%，截至今年7月底，可再生能源发电装机容量已超过总装机规模的50%。

尽管绿色转型有了明显进展，但客观而言，当前仍面临一些压力与挑战。外部环境复杂多变，绿色贸易壁垒升级，国内能源结构偏煤、产业结构偏重、环境约束偏紧等问题依然存在。就增强转型动力来说，前沿绿色低碳科技突破仍有难度，绿色发展的要素支撑尚待加强，绿色产品和服务供需衔接不够顺畅等挑战仍然存在。

锚定2035年美丽中国目标基本实现的远景，要以问题为导向，通过进一步深化教育科技人才体制机制一体改革，持续优化创新要素配置效能，为经济社会全面绿色转型提供强大内生动力。

发挥科技创新对绿色转型的关键引领作用，贯通融合绿色创新和产业链。首要的是加强绿色低碳领域应用基础研究，激发颠覆性技术创新，并为绿色技术革命性突破营造良好产业生态。统筹强化绿色低碳发展关键核心技术攻关，推进绿色低碳科技自立自强，培育壮大绿色前沿科技领军企业，强化企业主导的绿色低碳产学研深度融合。支持龙头企业牵头组建绿色低碳领域关键核心技术攻关联合体，积极参与国家绿色低碳相关科技攻关任务，推进绿色科技创新央地协同，有序规范发展新质研发机构。

创建有利于支撑绿色转型的人才培养模式，夯实绿色转型基础。引导高校布局绿色转型急需学科专业，加强基础学科、新兴学科、交叉学科建设与人才创新能力培养。着力完善高校科技创新机制，提高成果转化效能，以创新能力、质量、实效、贡献为导向优化人才评价和激励体系。在绿色低碳领域，着力培养战略科学家、科技领军人才和创新团队，汇聚更多高层次人才，完善人才有序流动机制，促进东西部绿色协同转型过程中的人才协作。

健全绿色要素市场化配置体系，为绿色转型提供更有活力的市场竞争环境。健全绿色科技金融体系，完善绿色低碳技术评估、交易体系和科技金融服务体系，细化引导各类长期资本在绿色低碳领域投早、投小、投硬科技的支持政策。鼓励绿色低碳领域新产业新业态新模式发展，加强绿色低碳技术相关知识产权创造、保护和运用。健全碳排放权、用能权、排污权等资源要素市场化配置机制，大力引导各类资源要素向绿色生产力形成领域汇聚。

充分释放超大规模市场资源优势，为绿色新技术和新产品提供更加丰富的市场应用场景。健全有利于推动产业绿色转型的科技成果转化机制，实施绿色低碳先进技术示范工程，加快示范效果好的技术应用和推广。完善首台（套）、首批次、首版次应用举措，加大政府和国有企业事业单位采购绿色低碳相关创新产品力度，同时加强对中小企业绿色低碳技术研发的资助与市场推广力度。

（作者系中国宏观经济研究院经济研究所副所长、研究员）

郭丽岩

洞见

增进信任激发网络零售潜能

姜 照

国家统计局日前发布的数据显示，今年前7个月，我国网上零售额8.38万亿元，同比增长9.5%。网络零售突破了传统零售的时空限制，利用大数据等技术提高了商品和服务的供需对接效率，减少了消费的交易成本，正在成为推动消费增长的重要动能。

近年来，我国网络零售市场持续向好发展，经营主体规模不断壮大。电商达人带货、短视频营销、全域兴趣电商等新模式快速发展，电商企业充分利用人工智能、大数据等技术，精准分析用户的偏好兴趣，为消费者推荐多样化、个性化的商品和服务，使居民加速习惯线上购物的消费方式。

不过，需要注意到，我国网络零售市场还存在网购信任度不足、少数商家售后服务不到位、消费者信息保护不够等问题。未来，要健全网购信任机制，引导电商企业完善售后服务体系，加强消费者信息保护力度，推动网络零售在激发消费潜能、促进消费扩容提质方面发挥更大作用。

健全网购信任机制。完善网络零售市场的质量检测认证体系，发展第三方检测机构，不断优化网购商品和服务的质量认证标准，以标准提升带动网购商品和服务的质量提升，赢得消费者信赖。加强网

购商品追溯体系建设，推动各类消费品的迭代更新与全生命周期质量管控，为消费者提供便捷的查询渠道，帮助消费者充分掌握网购商品信息。鼓励网购平台建立用户反馈投诉机制，快速处理消费者反馈和投诉，针对消费者反映较为强烈的问题加强自查自纠。加强多部门联合监管，严厉打击虚假宣传、刷单刷评等违法违规行为。

引导电商企业完善售后服务体系。鼓励电商企业利用数字化技术和手段建立售后服务智慧化管理系统，提升售后服务信息的处理效率，使消费者维修、退货、换货、保养等售后服务需求得到快速响应，并为消费者及时查询售后服务进度提供方便。引导电商企业、智慧技术服务商助力中小企业数字化，帮助中小企业建设售后服务体系，提升其售后服务意识和能力，为消费者提供即时退换货、一键报修、在线查验等便捷服务，提升线上消费便利性。

加强消费者信息保护力度。健全消费者集体诉讼制度，降低消费者维权成本，鼓励消费者依法维护自身信息安全。不断完善消费者信息收集、存储、使用等管理办法。利用线上线下媒体渠道，加强消费者信息保护的公益宣传，提升消费者信息保护意识。



徐 骏作(新华社发)

依法治理网络空间

9月12日，最高人民检察院相关负责人表示，2023年6月至今年6月，全国检察机关共依法起诉利用网络实施侮辱、诽谤犯罪19件20人，利用网络实施寻衅滋事犯罪335件1569人，共依法起诉利用网络实施侵犯公民个人信息犯罪1772件3768人。随着网络传播的迅猛发展，网络暴力违法犯罪行为也愈演愈烈，在网上肆意谩骂侮辱、造谣诽谤、侵犯隐私等“按键伤人”行为，严重侵害了公民的人身权利、人格权利，扰乱了正常的社会秩序和网络秩序，影响公众安全感。检察机关要进一步强化履职尽责，针对当前网络犯罪出现的新情况新问题，落实好法律、司法解释以及相关规范性文件要求，整治违法犯罪活动，推动网络空间依法治理。

（时 锋）

灵活就业

近近年，在就业优先战略引导下，《“十四五”就业促进规划》《国家发展改革委等部门关于扩岗稳岗促进灵活就业就业的意见》等政策相继出台。这些政策的实施落地，合理确定并动态调整了就业困难人员认定标准，及时将零就业家庭、低保家庭、脱贫人口、大龄、残疾、长期失业等人员纳入援助范围。合理统筹公益性岗位安置，确保零就业家庭至少一人就业。此外，还持续开展就业援助月等专项活动，各地区探索了一站“职”达、“家门口”就业、“15分钟就业服务圈”、直播带岗等多种形式的精准服务，构建了更加完善的就业帮扶和兜底政策体系。

孟 霞

就业困难群体收入来源有限，甚至有的没有收入来源。如何进一步加强对就业困难人员的兜底帮扶，解决他们最关心的现实问题，是惠民生、暖民心的实招。

就业困难群体就业能力相对较弱，部分人员失业时间较长，适应岗位速度较慢，就业难度增加；受财政状况、执行力度等因素的影响，各地区兜底帮扶政策落实存在一定差异；现有职业技能培训尚未实现全覆盖，心理支持和辅导有待进一步强化；政府、企业和社会组织就业帮扶协同效应尚未有效发挥，对就业困难人员的就业稳定和职业转换缺乏有效的动态跟踪服务机制。对此，需政府、企业和社会协同发力，统筹政策兜底性和市场能动性，分类施策，精准帮扶，让就业困难人员感受到保障和改善

民生的“温度”。各级地方政府应针对不同群体的需求，进一步细化分类就业帮扶举措，定向送岗位、送资源、送服务，将关键帮扶政策举措落实落细。加快公共就业服务向基层下沉，加强对就业困难人员创业的全方位支持，强化就业困难人员公益性岗位兜底安置。创新帮扶服务数智化新模式，实现就业帮扶精准匹配和高效及时。针对不同类型就业困难人员，建设并完善动态跟踪监测帮扶机制，优化动态化帮扶预案，减少就业转换期收入损失。加强地区合作，增强不同地区间就业帮扶标准和政策的协调性。

企业应积极承担社会责任，充分利用政府在吸纳就业困难人员方面给予的税收优惠、就业补贴、社保补贴等政策，积极拓展基础性就业岗位。加强与政府、社会组织的协作，通过设立专项资金、提供就业指导等方式，开展定向、订单式就业困难人员培训，开展就业援助专项活动。

非营利性社会组织应积极设立直接面向就业困难人员的公益慈善项目和基金，搭建和完善对接服务平台，带动更多公益人士参与就业帮扶。对有创业愿望的对象，积极提供政策咨询、创业培训等援助。积极组织开展心理支持和辅导活动，增强就业困难人员的就业意愿。助力增强就业困难人员的技能素质，促进主动就业创业。

以“新”应变注入家电业发展活力

巩 哲

近期，家电上市公司纷纷发布半年报，多家企业交出质效提升成绩单。国家统计局数据显示，今年上半年，家电行业累计主营业务收入达9606亿元，同比增长6.2%，利润总额达905亿元，同比增长14.1%。可以看出，家电产业正处于市场存量与增量并重时期。实现从高速增长迈向高质量发展，还需以创新驱动产业焕新，优化产业结构，转换发展动能。

家电产业是我国的传统优势产业，也是“中国制造”出海的一张名片，作为全球最大的家电制造基地和消费市场，我国家电产规模持续多年稳居世界首位。今年以来，乘着消费品以旧换新的政策东风，国内家电市场消费潜力进一步释放。今年1月至7月，限额以上单位家用电器和音像器材类商品零售额5221亿元，同比增长2.3%；家电出口同样表现出色，前7个月国产家电累计出口额4091.9亿元，同比增长18.1%，高出全国出口整体增速11.4个百分点。一大批应用大数据、物联网、低碳再生、人工智能等前沿科技产品，为消费者搭建起场景化的便捷生活解决方案，智能拖把机器人、智能门锁等产品，凭借硬实力“圈粉”无数，成为“爆款”国货。

也应注意到，当前家电产业发展仍有一些短板弱项。例如，科技创新助力生产制造效能不足，生产效率、资源利用率有待提升；传统家电产品增长乏力，同质化竞争、价格内卷频现；应对新兴消费场景乏力；等等。家电业要以“新”应变，夯实根基，在竞争中淬炼“内功”。

加快制造技术改造革新，实现家电制造转型升级。聚力家电制造向绿色“智造”跃迁，推动先进制造技术、新一代信息技术、智能技术与家电制造深度融合。进一步提升家电国产芯片、工业软件自主可控水平，巩固家电制造业数字化基础。通过搭建智慧网络指挥平台，对生产信息、数据进行智能分析管理，打通家电制造的信息孤岛。加速普及家电工业机器人、柔性制造系统，实现制造工艺流程精细化、自动化，降低生产成本，优化产品质量，提高生产效率和资源利用率。

给产品注入创新动能，促进家电供给提档升级。家电“以旧换新”不仅仅是“换新”，更是换代升级。越来越多消费者乐于为高品质、高性能、高可靠性的高端产品买单，聚焦家电向“品质型消费”转变，运用大模型、机器学习、体感交互等技术改造传统产品，推动传统产品从简单功能家电迈

向智慧家电。同时通过品牌重塑、技术创新、产品升级，让传统家电附加更多品牌价值、产品价值、服务价值，避免同质化竞争，打好差异化的“价值战”。

满足新兴消费场景需求，发掘家电市场增量潜力。场景化消费已成为当前家电市场增量的重要推手，家电企业要通过个性化、一体化产品创造，为用户带来一站式生活解决方案，引领新兴消费场景的连接与延伸。打通智能单品底层生态，主动对接物联网统一标准，实现跨品牌、跨平台、跨品类的互联互通、智慧成套。积极构建家电、家居、家装深度融合、价值互补的新业态，撬动“家场景”新的增长点。

布局未来科技研发，培育家电产业核心竞争力。把握好激活新质生产力的科创要素，发挥好家电市场需求对科创研发的导向作用，前瞻布局家电产业尖端科技突破方向，下好战略“先手棋”。鼓励家电企业深耕基础科技、原创科技，加大对高密度、长周期科技研发投入的支持力度。畅通家电科技成果转化应用渠道，开辟和拓展多元化应用场景，提升科技转化效能，让科技进入千家万户，为用户带来高品质生活。