每周经济观察

打赢磷石膏治理“绿色突围战”

磷石膏综合治理，看似生态环境命题，实为发展理念的变革。这是一场需要政府、企业和社会各方共同参与的“持久战”，是一场事关生态与产业协同并进、经济社会高质量发展的“突围战”，也是一场必须打赢的战斗。

日前，国家发展改革委、生态环境部等11个部门以及安徽、湖北、重庆等6个长江沿线省份，共同召开磷石膏综合治理工作电视电话会议。小小磷石膏，何以引发如此多的关注？

磷石膏是磷化工产业的主要固体废弃物之一。近年来，伴随着磷化工产业高速发展，磷石膏的堆积量逐年增加，成为隐藏在长江经济带沿线流域的“生态炸弹”。据统计，目前，我国磷石膏堆存量超过8.2亿吨，年新增约7700万吨，但综合利用率仅为50%左右，环境风险持续积累，如不能有效治理，由此形成的“生态账单”将会越滚越大。

磷石膏综合治理是维护生态安全的迫切需要，也是磷化工行业可持续发展的必然要求。因长期露天堆放，磷石膏中的可溶性氟、磷等有害物质会渗透进土壤、地下水，对周边水系形成威胁。特别是长江经济带沿线省份，聚集了全国82.6%的磷石膏产量，是长江等重点流域生态安全的重大隐患。事实上，目前长江流域总磷超标断面占比已超过其他污染物，成为长江水质改善的最大障碍。

客观上看，对于磷石膏治理的必要性，相关地区和企业并非不知道，但治理成本与资源利用之间的收益倒挂，让磷石膏综合利用成了“费力不讨好”的事。有企业曾算过一笔账：即便有了地方10%的设备投资补贴，但磷石膏无害化处理生产线的总投资与回收年限相比，“还不如缴罚款来得划算”。也有企业选择传统的露天堆放，但越来越高的堆渣费用支出，让企业陷入了“越生产越赔钱”的两难困境。

磷石膏虽属于固体废弃物，但它依然存在循环利用的价值，属于潜在可开发利用的资源。从技术层面看，经过技术处理后的磷石膏，可转化为建筑石膏粉、路基材料、生态修复剂等产品。不过，当前磷石膏无害化处理门槛较高，总体产品以低端建材为主，同质化严重，市场竞争力不强，这也导致了企业对磷石膏综合利用的动力不足。

针对上述问题，此次电视电话会议明确提出，要充分认识磷石膏问题的严峻性和紧迫性，拿出有力有效举措、狠抓工作落实，切实维护长江生态环境安全，支撑长江经济带高质量发展。会议从聚焦磷石膏安全处置和综合利用、科学划分磷石膏库风险等级、积极拓展磷石膏综合利用场景、建立健全磷石膏综合治理长效机制等方面，对磷石膏综合治理工作进行了具体部署。

当务之急，要处理好两方面的关系：一是技术性与经济性的关系。当前，磷石膏制品八成应用于低端建材，市场总体认可度不高，如何通过多措并举实现磷石膏制品从“能用”转向“好用”，是磷石膏综合利用的痛点，也是难点。二是短期举措与长效机制的关系。从以往经验看，短期内通过设备补贴、纳入政府采购目录等举措，确实在一定程度上促进了磷石膏利用，但从长远看，需要从坚持立法与标准先行、强化市场杠杆调节等方面入手，着力构建起磷石膏综合治理的长效机制。

磷石膏综合治理，看似生态环境命题，实为发展理念的变革。这是一场需要政府、企业和社会各方共同参与的“持久战”，是一场事关生态与产业协同并进、经济社会高质量发展的“突围战”，也是一场必须打赢的战斗。正如电视电话会议所要求的那样，在做好顶层设计的基础上，要紧盯目标、倒排工期、挂图作战，真正让磷石膏从“生态包袱”转化为“绿色财富”。

筑牢金融数据安全屏障

莫开伟

把金融数据信息装进“保险箱”、筑牢金融数据安全“防火墙”，已成全社会共识，更是我国金融业亟需完成的重大使命。金融监管总局此前发布的《银行保险机构数据安全管理办法》，对银行保险业数据安全提出严格要求，体现了监管当局对金融数据安全治理的重视，也凸显了确保我国金融数据安全责任之重大、任务之紧迫。

就我国金融业现状而言，加强金融数据安全治理是保护消费者权益的应有之义，也是金融业数字化转型的基础保障，具有重要意义。其目的在于，一来，有效防止金融数据泄露，确保国家金融发展战略安全，为其提供更加坚固的机制保障；二来，让金融业数据始终运行在安全可持续轨道上，防范各类金融风险发生；三来，消除民众对金融数据安全的担忧，提高各种不法分子窃取金融数据、实施金融诈骗犯罪活动的违法成本，确保社会金融稳定。此外，还能有效避免出现金融数据“裸奔”现象，适时消除监管“真空”。

近年来，我国在这方面做了大量工作，取得了一定成绩：相关部门发布了管理办法或实施指南，如《金融数据安全治理实施指南》《金融数据资产管理指南》等，构建了较为完善的制度体系；绝大多数金融机构形成了四层治理体系，建立了数据全生命周期保护措施，金融数据安全应急体系不断健全。这一切表明，我国金融数据安全基础不断夯实，社会各职能部门协调联动不断增强，金融数据安全治理能力不断提高。未来，有关部门应时刻绷紧防范之弦，力争保护金融数据安全的手段与时俱进。

金融机构需加强教育引导，使全员对金融数据安全引起足够重视。建立相应责任机制，制定分类分级保护措施，引入全面风险管理体系，将监管责任落实到金融业务各个环节、每个岗位，压实主体责任，消除金融数据监管盲区。

不断提高应对网络新型攻击的能力。面对最新AI技术可能产生的风险，相关部门需加大技防投入力度，堵塞系统漏洞。同时，对金融数据进行准确分类归流，建立数据安全隔离“防火墙”，对共享数据采取有效保护措施，构建覆盖数据全生命周期和应用场景的安全保护机制。

构建“齐抓共管”机制，形成监管合力。加强金融机构与科技公司、监管机构、公安机关、网管电信等部门的沟通协作，建立信息共享机制和应急响应机制，形成安全联防体系。提高数据信息监测灵敏度，对可能出现的金融数据泄露或失窃事件及时止损，最大限度抑制可能发生的风险，共同打造金融数据安全屏障。

朱慧卿作（新华社发）

堵上主粮损耗漏洞

不久前，在东部某产粮大县，一家粮食企业收储了一批水分为20%的玉米，但因工作疏忽、粮食保管不当，数万斤玉米发霉，损失不小。尽管目前人们的温饱问题已经解决，但粮食总量供需依然处于紧平衡状态，需要引起高度警觉。中国农业科学院发布的《中国农业产业发展报告2023》显示，我国三大主粮全产业链浪费和损失严重，稻谷、小麦和玉米的全产业链损失率分别为26.2%、16.7%和18.1%，约占三大主粮总产量的20.7%。粮食播种、收割、储运、加工等各环节均存在一些漏洞，导致主粮浪费积少成多。减少损耗就相当于增产。对此，需从各环节协同发力，堵上主粮损耗漏洞，既要加快高标准农田建设，推广科学种植技术，也要加强粮食产后服务中心建设，提升公众的节粮意识，减少不必要的损耗和浪费。（时 锋）

打通农技推广服务堵点

梁晨晨

前不久印发的《乡村全面振兴规划（2024—2027年）》明确提出，完善农技推广服务体系。此举有利于农业科研成果和实用技术更高效地转化和应用，对于强化农业科技和装备支撑，进而推进乡村全面振兴具有重要意义。

近年来，我国高度重视农技推广服务体系建设，并取得较大成效。2012年起，中央财政每年投入26亿元农业相关转移支付资金，用于支持基层农技推广体系改革与建设；2020年起，增加至每年29亿元，不断提升基层农技推广体系服务能力水平。2024年，《中华人民共和国农业技术推广法》进行第二次修正，进一步明确了农业技术推广服务体系的建设方向。在政策持续支持和引导下，我国农业科技进步贡献率超过63%，农业科技创新整体迈进世界第一方阵。然而，这与部分发达国家80%左右的农业科技进步贡献率相比，还存在一定差距。

目前，我国农技推广服务体系建设面临的问题主要表现在农业科技创新能力不足、农技推广服务应用效能不高、人才队伍能力素质不强等方面。这些问题已经成为制约我国农业科技成果转化应用率和农业科技进步贡献率进一步提升的重要因素。因此，必须多措并举，打通堵点，进一步完善农技推广服务体系。

加强农业科技创新，实现农业科技自立自强。农业现代化，关键是农业科技现代化。一方面，农业科技创新应坚持产研结合，以农业生产和产业发展的实际需要为导向，强化农业科技力量协同攻关能力，建立分工明确、合理有序的农业科技创新体系，加快突破不同类型的农业科技难题。另一方面，完善农业科技成果转化机制，畅通农业科技成果进村入户到田间地头，尽快转化为现实的农业生产力，使农民切身感受到农业科技创新为农业增产增收带来的实质改变，破解农业领域科技经济“两张皮”问题。

提升农技推广服务能力，深化农技服务体系建设。农业科技成果能否直接为农业生产经营主体所用，关键在于科技成果能否大面积推广应用，因此必须有农技推广服务作支撑。完善“一主多元”农技推广服务体系建设，以政府公益性推广服务机构为主体，各类农业科研机构和教学单位、农民合作组织、科技型农业企业、科技小院、产业基地等力量广泛参与，构建融合互补农技推广服务体系。提高农技推广信息化水平，推动人工智能、大数据、物联网、5G等新一代信息技术在农技推广服务中的应用，使农技推广服务信息化、智能化、及时化，提高农技推广服务效率。

优化农技推广服务人才队伍，健全专业人才管理机制。高效的农技推广工作离不开高素质的农技服务队伍，完善农技推广服务体系亟需一批专业对口、素质过硬、踏实努力的推广骨干人才。吸收优秀人才纳入农技推广服务体系，有条件地区可以通过“定向招生、定向培养、定向就业”等方式吸引高素质人才加入。定期对农技推广人员开展多种形式的技术知识培训，在良种繁育、生物防治、农业机械、农产品经营、农业生态安全等农业技术领域培养专门人才。进一步完善符合农技推广服务人员的岗位考核、职称评聘、绩效分配、职业补贴等管理制度，激活农技推广内生动力，打通农技推广服务的“最后一公里”。

跨境直播为国货出海开新路

蒋 多

海关总署发布最新数据显示，2024年我国跨境电商新业态进出口达2.63万亿元，同比增长10.8%，超同期我国外贸整体增速1倍以上，跨境电商逐渐成为外贸发展生力军。随着全球消费趋势向线上转变以及消费者需求的日益丰富，直播带货成为越来越多出海企业和电商平台开拓海外市场的策略选择，为我国外贸发展注入活力与动能。

跨境电商市场竞争激烈，仅靠单一的低价策略难以长期留存消费者，而直播提供了一条差异化的内容营销道路。借助直播形式，企业突破了地域限制，“足不出户”即可跨境对接客户或消费者，不但能够直观展示产品外观、性能，还可以直播生产车间环境、工艺制作过程等，提升用户对企业专业能力的信任度，树立良好品牌形象。特别是经由“直播+短视频”“直播+社交媒体推广”等运营形式，跨境电商直播日益走向成熟，通过多种渠道为产品直播预热、引流，提升了直播间吸引力和消费者转化率。

直播带货的优势，在于兼具互动性与娱乐性，有助于创新跨境电商品牌形象。经过多年发展，我国电商直播已形成较为成熟的运营模式和商业机制，随着国内市场增量空间减少，海外市场正成为新蓝海。速卖通、TikTok Shop、Temu、SHEIN凭借长期积累和深厚的技术实力，不仅为我国企业搭建起直播带货海外平台，而且逐渐发挥头雁效应，通过开通海外支付方式、建设海外仓系统、完善快捷物流支持等措施，引领跨境电商直播的全球化浪潮。不少依靠电商平台崛起的头部主播及MCN机构也结合自身优势，助力“中国制造”行销海外。

当前，设立直播产业园、创新跨境通关监管、优化企业税务合规等政策措施，为我国跨境电商直播发展提供了强有力支持，但是海外营商环境不稳定、新兴技术使用边界不明、海外市场竞争激烈等风险与挑战，仍然有待解决。未来，还需不断完善运营模式并适时调整市场战略，在推动外贸高质量发展中发挥更加稳健的带动作用。

熟悉输出地贸易规则与政策法规，加强企业风险管理。各国对跨境电商的市场管制呈现日益强化趋势，Temu在印度尼西亚、越南等地被暂停运营，TikTok平台在美禁令给我国跨境电商直播带来较大损失。伴随贸易形式的多样化，现今国际贸易壁垒更为复杂，跨境电商直播需充分掌握对象国的相关政策与市场规则，并在海外市场及时进行风险识别与分析、风险计划等，制定风险应对多重战略举措，保障海外运营的稳定性与效益。

坚持人工监管与技术应用相配合，避免滥用新兴技术。AI、大数据等新技术尽管为跨境电商直播提供了极大便利，但也给企业商业数据带来了安全隐患，并且AI主播、AI客服等在应对不同国家地区的敏感信息、规章制度等方面的灵活性明显不如真人。跨境电商直播中的AI技术应用需配合人工监管，重要商业信息处理也需人工把关。技术可作为重要辅助工具，但无法成为直播主导者，从业者能动性的发挥对于直播运营至关重要。

充分调研海外消费者需求与偏好，因地制宜制定直播运营策略。电商直播在海外市场尚不属于主流销售模式，并且各国消费者对于电商直播的接纳度不一，直播带货模式的海外“移植”容易出现水土不服的情况。我国跨境电商直播也面临如亚马逊等海外市场本土电商平台的流量争夺，而消费者吸引力、平台流量等对于直播效果具有重要影响，我国电商平台与企业需基于不同地区消费者偏好，在优惠活动设计、直播互动方式等方面制定针对性策略，提升海外消费者的接受度与留存度。

冰洞见

冰雪经济“热”出新高度

郑联盛

2025年春节期间，冰雪旅游不仅在东北地区“热辣滚烫”，而且在全国呈现“南展西扩东进”态势。朋友圈里频频出现“找着北”“找冷寻冻”“极寒跨年”等美景，冰雪消费成为蛇年春节国民消费的一大热点。

冰雪经济是以冰雪资源为基础，以冰雪运动为引领，融合旅游、文化、装备等相关产业的综合经济体系。从2024年“尔滨”出圈到2025年冰雪“奇缘”，我国冰雪经济发展迅猛，强力带动消费，逐步成为区域经济和国民经济增长的新动力。中国旅游研究院数据显示，2024至2025年冰雪季全国接待游客有望达5.2亿人次，冰雪旅游总收入将超过6300亿元，同比分别增长约21%和20%。冰雪消费从小众性向大众化转变，夯实了市场基础。我国构建起多产业并行发展的冰雪经济体系，为区域经济发展提供新的重要支撑。

也要看到，当前冰雪经济规模效应尚未真正形成，整体规模较小且较分散，不同区域冷热不均。从整体上看，资源开发、运动引领以及旅游、文化、装备等协同发展格局仍有待提升，微观主体竞争力偏弱。从行业服务品质看，我国冰雪经济仍以体验需求为主，沉浸式、品质化、国际化水平偏弱，常态化知名冰雪赛事或活动偏少。从社会资本参与程度看，诸多冰雪节、赛事、活动等主要由政府主导，而社会资本融入及专业化参与有待加强。

冰雪经济“热”出新高度，标注新的起点。未来，应对标国际先进、加强顶层规划、立足现代产业、着力协同发展，创建新业态、新模式、新赛道，推动冰雪经济走上高质量发展之路。

提升冰雪经济发展规划水平。在国家层面，对标国际先进经验，以现代化、市场化、国际化为原则，完善冰雪经济发展顶层规划，全面统筹基础资源、区域经济、产业体系、经营主体、发展举措和政策保障等，在区域、产业、市场等领域进行重点部署。在区域层面，依据“一区两带多节点”空间布局，以优质服务、区域发展和就业促进等为出发点，制定实施区域冰雪经济发展规划，发挥区域优势，发展重点产业。在专项规划上，优化冰雪运动发展意见的同时，适时因需出台冰雪旅游、文化、装备等专项发展规划，培植冰雪新业态。

产业链是冰雪经济发展的核心支撑。构建更加完善的产业链，应抓好资源、运动、旅游、文化、装备等要素，构建高水平协调融合的现代产业体系。强化冰雪运动引领性，以群众性冰雪运动、青少年冰雪运动、冰雪运动竞技和冰雪竞赛表演为基础，开发常态化国际性冰雪竞技竞赛。加快完善基础设施和配套服务，统筹存量设施和新增设施、群众性体验设施和专业性竞技设施、硬件基础设施和软件基础设施，为冰雪现代产业发展提供扎实保障。以高水平国际冰雪交流合作、文化旅游、体育赛事等为支撑，促进双向开放，重点引入国际先进运营主体、专业人才和运行经验，打造具有品牌效应的冰雪城市、冰雪活动和冰雪企业，提升我国冰雪经济国际竞争力。

打造政府市场关系明晰、供给需求对接顺畅、成本收益有效权衡的冰雪市场体系。一要统筹政府和市场关系。在强化优化政府规划引领和政策保障功能的同时，充分发挥经营主体的主动性，积极引入社会资本和专业力量，发挥市场在资源配置中的决定性作用，构建政府引导、市场主导、注重高质量发展的冰雪经济。

二要统筹需求和供给关系。冰雪经济走热，充分反映了人民对美好生活的向往及消费升级的需求。冰雪经济要通过深化供给侧结构性改革，提供高品质、差异化、沉浸式的冰雪消费产品与服务，有效链接新型冰雪消费需求，形成供求互动的良好格局。

三要统筹成本和收益关系。冰雪经济对时间和空间依赖强，对资本、资源和保障要求高，各地要因地制宜、因时制宜，以市场化作为基本原则，将成本和收益作为基础约束，进一步推动冰雪经济发展。

（作者系中国社会科学院金融研究所研究员）

本版编辑 梁剑箫 原 洋 来稿邮箱 mzjjgc@163.com