

“村游热”藏着乡村振兴密码

一个西北地区的小村可以有多“热”？今年春节期间，陕西袁家村居该省景区接待游客数量榜首，综合收入达1.8亿余元。时下，与“奔县游”一同进入人们视野的是“奔村游”，其中恰恰藏着乡村振兴的密码。

开窗见景、出门见绿、抬头见蓝，当前我国城镇化率达67%，相较于城市的钢筋水泥，城里人普遍向往农家景农家饭。袁家村距离西安65公里，就靠着关中小吃，做香了旅游饭，去年旅游营收突破12亿元。很多人没注意到的是，村里推进集体资产股份制改革，将油坊、豆腐坊、面坊等转为合作社，打造村民利益共同体，30多个合作社支撑起了各类业态。从全国来看，乡村的好山好水好风光有别样魅力，以人次论，乡村旅游已占国内旅游市场的一半。

“游客凭啥来我家”，成功的乡村都有独门绝技。以云南为例，传统村落众多，大多质朴宁静，但又各具特色。在昆明海晏村码头，游客倚坐在小院二楼窗边，就能邂逅日落的浪漫。海晏村靠着滇池，是保存较完整的古渔村。提到大理诺邓村，自然想起诺邓火腿，在这里可体验诺邓火腿的制作过程。村子是全国重点文保单位，因盐而兴，盐水至今流淌，当地人说来这里可以许一个千年诺“盐”。临沧冰岛村产出了赫赫有名的冰

乡村旅游的溢出效应明显，不仅能带动就业、增加收入、促进消费，还能拉动农村基础设施和公共服务改善，助力要素下乡和返乡创业。乡村旅游本质上还是要靠山吃山，但应大胆尝试，换个新吃法，尤其应注意嫁接其他业态。

岛茶，古茶树不仅吸引了茶商，更吸引了游客。这启示人们，想成为网红旅游村，总得有个核心卖点。

旅游虽对GDP的直接贡献有限，但富民效益却突出，乡村旅游亦如此。乡村旅游的溢出效应明显，不仅能带动就业、增加收入、促进消费，还能拉动农村基础设施和公共服务改善，助力要素下乡和返乡创业。乡村振兴关键看有没有人气，这里的人气不仅指向住人口，还包括各类流动人口，毕竟人兴才能财旺。乡村旅游不是新词，却是乡村产业接二连三的关键点。把乡村产业比作一盘象棋，种养业好比“车”，直接保障农产品安全稳定供给；乡村旅游就是“马”，跳跃间实现乡村的多种功能，满足人们多元需求。

乡村旅游依然处于上升期，也经历着大浪淘沙，难免遇到一些问题。有的乡村旅游同质化现象突出，没有叫座的“招牌菜”，创

意花样不多。有的长期过度依赖单一元素，当热度减退时，客源就会减少。有的商业化严重，只注重景观打造和消费拓展，导致体验不佳。有的缺乏乡味乡韵，没能充分挖掘文化资源、民族风情，产品缺乏深度。有的联农带农不足，部分村民未能充分受益。

休闲旅游是高档次的服务产品。如今，乡村旅游已从农家乐拓展到卖产品、卖风景、卖文化、卖体验、卖健康。乡村旅游本质上还是要靠山吃山，但应大胆尝试，换个新吃法，尤其应注意嫁接其他业态。眼下，乡村农文体旅融合趋势明显。就以体育来说，山东大力发展登山、骑行、露营等乡村特色户外运动和消费场景，助推了乡村旅游。放眼全国乡村，有的举办光影水秀，有的打造村音乐会，有的建起牛栏咖啡，都有可借鉴之处。乡村旅游要在文化内涵、服务设施、功能定位等方面提升品质，集聚乡村风貌、

民俗特色、历史文化等元素。

乡村旅游离不开资本、管理等现代要素。既要用好商业力量，提升管理服务水平，也要用好本土村民，留住乡土本色。江西篁岭村以晒秋闻名，引得大量游客前来拍照打卡。在开发旅游前，篁岭村一度人走屋空。篁岭景区投入运营后，把有意愿的村民请回。有村民，才有原汁原味的晒秋。近年来，不少文旅企业下乡投资兴业，在此过程中，也应避免过度商业化。例如，发展乡村精品民宿是趋势，但不等于要变成千篇一律的大酒店，这样就失去了应有的味道。

若有闲暇，不妨走走，赴一场与乡村的“约会”。



协同育人壮大海洋经济

张 乐 王春琳

海洋经济前景广阔，已成为国民经济的新增长点。数据显示，我国海洋水产品总量稳定增长，连续35年位列全球第一，成为名副其实的“蓝色粮仓”。进一步壮大海洋经济，人才培养是关键。

近些年，我国在培养海洋经济人才方面取得了不少成绩。数据显示，2023年全国涉海就业人员达3000多万人，海洋人才总量160多万人，海洋专业技术人员101万人，形成研究生教育、本科教育和专科教育等不同层次的专业人才培养体系。我国沿海省市的海洋科研机构达100多个，科研机构中从业人员近2万人，从事海洋科技活动人员超1万人，形成集海洋基础科学研究、海洋工程技术和海洋信息服务等于一体的海洋专业人才队伍。

综观海洋经济人才培养，仍存在一些短板。一是专职从事海洋科学研究、科技开发的人才，尤其是行业领军人才不足；二是人才结构失调、复合型人才难求，结构性矛盾依然突出；三是产业链不完善、发展平台受限，产学研协同机制尚不完善，人才培养与产业发展衔接不够紧密。

对此，应多措并举，一方面，针对区域核心产业要求，建立高质量实践教育模式，

将理论与实践教学紧密结合，提升学生的行业素养与实践能力。加强校企合作，让学生在真实的生产环境中培养产业意识。通过实践教育，让学生了解产业发展需求，增强社会责任感和对行业的认知，培养更多既懂行业又爱行业的复合型人才。高校还应灵活运用产教融合平台，设计具有产业特色的实践活动。

另一方面，通过高校、政府、企业三方合作，实现教育资源共享，提升人才培养与产业服务双重效益。依托校企协同模式，高校可以凭借相关政策引导、企业需求支持和高校学科优势，推动更多主体参与其中。在东西部协作中，搭建“政府、高校、企业、农户”深度协同的人才培养矩阵，形成以“政府立题、企业出题、学生选题、科研破题”为核心的协同育人模式。

此外，改革相关人才评价机制，优化人才考核标准，将产学研协同贡献度纳入各级评价指标。加强标准建设，分层分类建立海洋经济人才培养标准、课程教材标准、师资队伍标准和质量监控标准。完善海洋经济人才配置，建立更加灵活的人才流动机制，为相关人才在不同科研机构、企业和地区之间自由流动提供更多机会。

现象级电影点燃

电影依靠票房“单腿走路”的局限性。在文旅领域，《哪吒2》与影视城共建主题园区，打造沉浸式文化体验场景，让影片价值不止于电影院空间。

目前，我国电影产业正经历从单一票房经济向抓好坏头价值转变，头部IP在产业化运作中显现出双重效应。多元化商业场景有助于构建价值增长飞轮，但与此同时，影视工业化进程中的系统性挑战也不容忽视。比如，市场预判机制尚未完善导致供需错配，柔性供应链响应滞后带来产品产能缺口，由此衍生的二级市场投机行为与盗版产业链野蛮生长，折射出电影工业化体系仍存在的痛点：从内容创作到商业转化的全周期管理机制，促进信息共享和资源调配，加强彼此间的协作。强化AI溯源鉴别、数字水印、区块链确权等前沿技术组成的保护矩阵，为IP的价值转化提供全方位护航。只有在各方共同协同、创新驱动下，才能真正释放IP的长尾价值，为文化消费市场开辟更加广阔的前景。

共享和资源调配，加强彼此间的协作。强化AI溯源鉴别、数字水印、区块链确权等前沿技术组成的保护矩阵，为IP的价值转化提供全方位护航。只有在各方共同协同、创新驱动下，才能真正释放IP的长尾价值，为文化消费市场开辟更加广阔的前景。

治理AI合成声音乱象

从“张文宏医生”推销蛋白棒视频被本人打假，到多位配音演员称声音被AI“偷走”并公开维权……随着人工智能技术和语音大模型应用的发展，AI合成声音APP大量出现，最快只需十几秒便可“克隆”出来，AI声音滥用现象愈加突出，不时引发争议。一些商家在短视频平台带货时，通过AI模仿声音技术将主播“变”为知名女明星、知名医生，销售相关产品，不仅对消费者造成了严重误导，还可能扰乱网络空间秩序。个人声音属于个人信息保护法规定的敏感个人信息之一，对于AI合成声音乱象，还需有关部门细化完善相关规则，给予更加明确的规范指引，形成常态化治理机制。各平台也要强化主动监管责任，及时发现、处理可能涉及侵权的AI生成作品，引导用户善用新技术。（时 锋）

徐 骏作(新华社发)



跨境电商优化服务是根本

包晓钟

数据显示，2024年我国跨境电商进出口2.63万亿元，增长10.8%；过去5年，我国跨境电商贸易规模增长超过10倍。当前，如何有效发展跨境电商，是值得关注的一个关键着力点。

这些年，我国跨境电商取得显著发展，成为全球贸易重要组成部分。在政策支持、市场需求、技术创新等多重因素推动下，跨境电商交易规模持续扩大，行业生态逐步完善，为我国经济转型升级和外贸发展提供了强大动力。此前出台的《关于数字贸易改革创新发展的意见》提出，通过优化服务、降低成本，加强数据安全等措施，进一步推动跨境电商发展。同时，一些地方积极创新实践，在这方面取得了不小的成绩。例如，浙江和广东作为典型代表，展现了跨境电商在地方经济中的突出作用。浙江作为我国跨境电商的先行者之一，其发展成就尤为显著。自2015年杭州成为首批跨境电商综合试验区之一以来，浙江不断优化跨境电商的服务环境，依托一些龙头企业打造了完善的跨境电商产业链和平台。广东作为我国外贸重镇，通过完善跨境电商的产业链和供应链，提升了区域竞争力。而深圳作为跨境电商的重要城市，交易额逐年攀升。

跨境电商的日益繁荣，离不开一系列政策的支持。电子商务法的出台，为跨境电商的规范化发展提供了法律保障，明确了知识产权保护和消费者权益保护的法律框架。《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》的发布，则明确了跨境电商进口商品的免税额度，有效降低了消费者购买跨境商品的门槛。可以看到，从税收优惠到物流支持，再到法律保护，政策体系的不断完善为跨境电商优化创新创造了良好环境，也推动了相关企业在全球市场中占据一席之地。

成绩值得称赞，问题也必须重视。当前，跨境电商物流体系仍不够完善，特别是在小商品的国际运输上，时效性差和成本高的问题仍然突出。跨境支付环节较为复杂，尤其是在与不同国家支付体系对接方面存在障碍。一些相关售后服务依然由于产品质量、服务质量和文化差异等原因，达不到国际消费者要求。另外，行业人才短缺，尤其是复合型人才和培养亟待加强。未来，政府、企业和从业者应多方协同合作，解开难题。

对跨境电商企业而言，提升产品质量和服务水平是长期发展根本。企业应注重通过提升产品附

树立、践行综合能源安全观，加强对各类影响能源安全的“灰犀牛”“黑天鹅”事件的预测预警和应急响应，提升能源保障稳定性、灵活性和适应性。

能源安全事关经济社会发展全局。当前，能源安全内涵不断丰富延伸，涉及供给、消费、技术、体制、竞争、生态环境等各个层面。绿色低碳转型也成为其重要组成部分，绿色低碳经济及其竞争力水平不仅是我国国际贸易和对外交往的关键领域，也对能源安全发挥日益重要的作用。

2024年以来，我国能源安全保障能力持续增强，能源生产稳步提升，规模以上原煤、原油、天然气产量同比增长1.3%至6.2%，风电、光伏、水电等清洁能源发电量增长11.6%。能源绿色低碳化加深，非化石能源消费总量占比提高1.8%，原煤生产综合能耗较“十三五”时期末下降约9%，煤电超低排放改造规模接近11亿千瓦。能源可靠性程度高，煤电灵活性改造深入推进，兜底保障作用充分发挥，新型电力系统加快构建，已建成投运新型储能累计装机约为“十三五”时期末的20倍。

政策保障作用十分重要。在传统化石能源供给方面，中共中央、国务院出台的《关于加快经济社会发展全面绿色低碳转型的意见》提出，加强化石能源清洁高效利用。国家发展改革委等部门出台的《关于加强煤炭清洁高效利用的意见》《关于建立煤炭产能储备制度的实施意见》，进一步细化了煤炭领域相关举措。在可再生能源方面，国家发展改革委等部门出台《关于大力实施可再生能源替代行动的指导意见》，明确未来要着力提升安全可靠供应能力，推动可再生能源安全、有序、多元，创新替代传统化石能源。在电力方面，国家发展改革委、国家能源局等印发《加快构建新型电力系统行动方案（2024—2027年）》的通知，聚焦加快构建新型电力系统，开展电力系统稳定保障、配电网高质量发展、电力系统调节能力优化等系列行动，提升清洁能源高渗透率下的电力系统安全水平。

发展绿色低碳经济，安全要先行。目前，我国在巩固提升能源安全保障方面还存在明显短板。首先，能源供给制约因素仍较多，消费端对传统能源的依赖性较强，能源绿色低碳转型任重道远，清洁能源“靠天吃饭”特征明显。其次，能源自给自足还需加强，特别是石油、天然气等对外依存度较高的能源品种，国内生产规模尚不能有效支撑需求。最后，在传统能源高效低碳清洁技术和新型能源体系的关键、重大、前瞻性技术创新方面相对落后。接下来，应树立、践行综合能源安全观，系统提升我国能源安全保障的稳定、灵活、适应能力，加强对各类影响能源安全的“灰犀牛”“黑天鹅”事件的预测预警和应急响应。

提升能源保障稳定性。因时度势，健全能源产供销储体系。重视煤炭和煤电等传统能源的安全兜底保障功能，加快油气勘探开发和增储上产力度。充分挖掘新型储能、需求侧等对电力系统的调节作用，确保可再生能源安全可靠替代。建立健全集产品、产能、产地储备于一体的重要能源品种和关键矿产资源的储备体系和风险预警机制。

提升能源保障灵活性。注重品种多元，持续构建涵盖煤油气、风能、太阳能、水电、核电、地热、生物质能等多轮驱动能源体系。注重布局多元，国内国际并重，特别是要加强对俄罗斯、中东、非洲、拉美等能源贸易和运输通道的多元化布局。注重模式多元，鼓励各地结合能源资源禀赋、需求特点、基础设施水平等，探索新型能源体系运行中各具特色的商业模式。

提升能源保障适应性。强化传统能源与新能源协同，加快风光火储、电氢化工、氨煤混燃等的多能互补和多元开发利用。强化产业链协同，鼓励上下游企业建立信息共享和协同机制，有效破解“卡链”“断链”以及技术、数据泄露等安全风险。强化政策协同，做好长期与短期、政府与市场的统筹，加快建设能源统一大市场，加强碳市场、绿证制度衔接。

（作者系中国宏观经济研究院能源研究所副研究员）

价值和完善售后服务来增强自身竞争力。加强售后服务体系建设，提升顾客购买体验，增强客户品牌忠诚度，从而在激烈的国际市场竞争中脱颖而出。通过高质量产品和服务，使跨境电商企业赢得消费者青睐，树立起我国品牌在全球市场中的良好口碑。

还应提升跨境电商的基础设施建设，尤其是全球物流网络的覆盖能力。应鼓励建设更多高效的国际物流中心和智能仓储系统，通过加强国际物流网络覆盖能力，有效降低物流成本，缩短运输时效，提升跨境电商整体运营效率。积极推动跨境支付体系的优化，鼓励与国际金融机构的合作，打破支付壁垒，提升交易效率，保障资金安全。

持续提升从业者专业知识和技能。从国际市场运营管理到跨境物流、国际支付等领域的操作，每一个环节都需要优质的专业人才。跨境电商从业者应善于应用各类人工智能工具，增强综合竞争实力，加强在国际市场运营、跨境物流与支付等方面的知识储备，提升自身专业能力，更好地服务来自不同国家的消费者，赢得国际市场认可。