

粮食大事

粮食进口下降释放什么信号

粮食进口减少有助于改善国内市场预期，增强贸易加工企业市场信心，推动国内粮价企稳回升，提高农民种粮积极性，进一步增强我国粮食自给能力，牢牢把住粮食安全主动权。

根据海关最新数据，今年1月份至3月份，我国累计粮食进口量为2270万吨，同比减少40.8%。其中，除大米进口小幅增长外，小麦、玉米、大豆、高粱、大麦等粮食品种进口全线回落。粮食进口减少有助于改善国内市场预期，增强贸易加工企业市场信心，推动国内粮价企稳回升，提高农民种粮积极性，进一步增强我国粮食自给能力，牢牢把住粮食安全主动权。

但是，在高度开放条件下，国内外粮食价差较大，如果不加以管控，国外低价粮会大量、无序地进入国内市场，冲击国内粮食供求平衡体系，严重危害粮食产业安全。作为世界粮食进口大国，我国在世界贸易组织框架下，通过进口配额、关税等政策工具对粮食进口进行管控，既保障国内市场稳定，又维护国家粮食安全。这种管控模式符合国际惯例。

多元化，增强全球粮食产业链供应链韧性，还能对发展中国家提供宝贵市场机遇，充分彰显了负责任大国的担当。粮食进口下降释放的信号，既反映调控成效，也折射应对复杂严峻外部环境的主动作为。当前，全球粮食贸易格局深刻调整，我国在持续提高粮食自给能力的基础上，坚持在开放中合作、在合作中共赢，增强国内国际两个市场两种资源联动效应，着力开创更大范围、更广领域、更深层次农业对外合作新局面，推动形成更加安全、稳定、高效的全球粮食供应链，将为构建更高水平的国家粮食安全保障体系提供有力支撑。



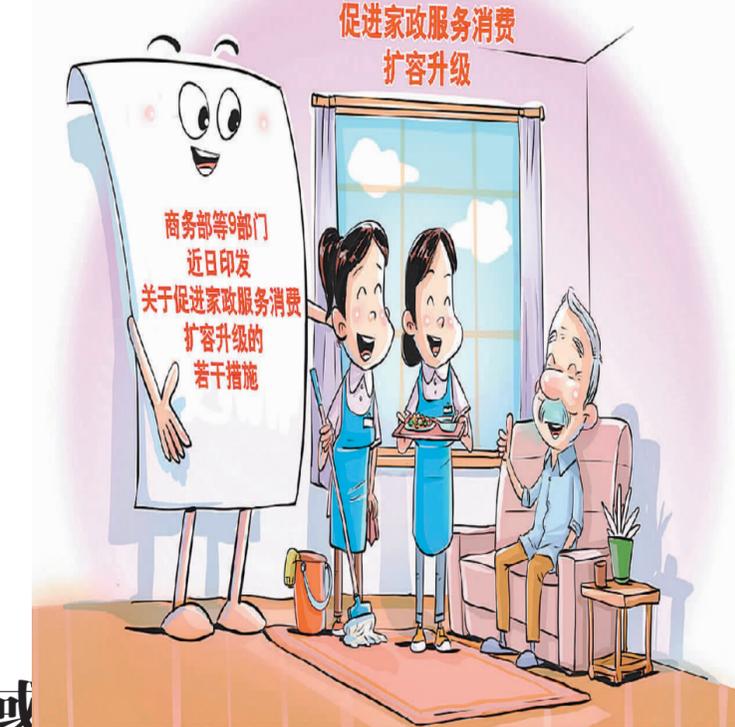
刘慧

让智慧交通“更聪明”

赵光辉 唐魏

打通人、车、路、云、网，构建数据驱动的车路协同运营体系；探索交通大模型算法，通过分析环境和交通流数据预测、推演，提升效率 and 安全性……当前，科学技术在交通领域的落地应用，正逐步改变人们的出行方式。近年来，我国瞄准智慧交通前沿，以科技创新驱动交通运输行业高质量发展，成绩显著。例如，我国在基于大模型的汽车人工智能技术方面发展迅速，拓宽了车辆运行设计域(ODD)范围，有效促进智能网联汽车发展，在市场推广和应用速度等方面可圈可点。我国不少车企已实现大模型技术在感知、规划和控制领域的应用，部分企业已具备全栈端到端智能驾驶能力。

完善创新指标体系，加大交通科研经费投入。交通科技创新指标体系主要反映创新要素投入水平、新技术应用、创新产出成效、创新环境等情况。要坚持重点突破，加强关键共性技术、前沿引领技术、现代工程技术、颠覆性技术研发应用，突破核心技术难题，营造良好科技创新环境。坚持各部门协同融合，推动跨领域、跨部门、跨区域科技创新资源融合，优化财政科技经费支出结构，加强资金和项目统筹。设立专项基金，强化科技研发、成果转化、平台建设、人才培养的经费支持，构建政产学研用协同创新体系，为相关技术研发应用提供资金保障。



王 鹏作(新华社发)

培养更多重点领域

推进产教融合，完善校企合作育人体系。鼓励企业与高校合作共建产业学院、实训基地等，高校按照企业需求制定个性化培养方案。比如，华为已与中国科学院大学、哈尔滨工业大学等多所国内高校共建ICT学院，企业导师参与教学与实训，学生在校期间参与实际项目研发，毕业后可优先进入华为工作。还应以重点领域为纽带，组织高校、科研机构和企业成立产业技术创新联盟。比如，建立国家重点领域产学研合作平台，企业可在平台上发布技术难题和发布科研成果和技术服务。

赵恒春合作需求，高校和科研机构可发布科研成果和技术服务。

优化生态环境，营造良好创新创业氛围。规划建设高水平创新创业园区，配备5G智慧办公空间、算力共享平台、行业数据库等共性基础设施，集成研发中试、成果转化、产业加速等功能模块，加强技术研发、检验检测、知识产权保护等公共服务，以挖掘潜力项目、吸引急需人才。设立重点领域人才专项基金，开通创新成果快速审查通道，探索知识产权质押融资、科技保险等金融创新产品，为急需紧缺人才创新创业提供充足资金支持。

着眼全球协同，打造开放包容的引才格局。设立重点领域海外高层次人才引进专项计划，在海外主要科技和人才聚集区设立人才工作站，通过与当地高校、科研机构、行业协会等建立合作关系，定期举办人才对接会、招聘会，为海外科研团队和人才来国内创新创业提供一站式服务。利用国际学术交流会议平台，加强与国际知名学术组织和科研机构的合作，推动我国重点领域的人才培养与国际接轨。

政策助力家政服务消费

商务部等9部门近日印发《关于促进家政服务消费扩容升级若干措施的通知》，围绕提升服务供给质量、促进便利消费、完善支持政策、优化消费环境4个方面提出12项重点举措。当前，随着人民生活水平持续提高，包括家政在内的服务消费将进入快速增长阶段，逐步成为促进消费的新引擎和扩大内需的新动能。相关部门也在持续开展家政服务信用体系建设，建立了全国家政服务信用信息管理平台，归集家政服务企业和服务员的信用记录，依法依规向消费者提供信用查询服务，努力破解家政服务信息不对称的难题。接下来，应聚焦民生关切和百姓诉求，持续完善家政服务标准体系，进一步优化全国家政服务信用信息平台功能和服务，让广大消费者放心、安心、舒心消费。(时 锋)

智能科技提升红色旅游吸引力

陈思琪 申文杰

红色旅游景点是很多游客热门打卡地，在即将到来的“五一”假期，预计将迎来客流高峰。目前，我国红色旅游产业快速发展，文旅市场蓬勃向好。其中，智能科技的赋能起到了很大作用。智能科技对于红色旅游的影响是多方面的。从VR技术重现革命场景到AI导览讲述红色故事，从区块链确权数字藏品到元宇宙构建体验空间，先进的科学技术在提升游客体验、创新展示方式、优化管理模式等方面，为红色旅游注入新动能。例如，贵州“红飘带”数字体验馆通过全息投影、虚拟现实等技术打造沉浸式长征体验，自2023年10月运营以来已接待游客超120万人次、观演游客超90万人次，展现了智能科技在活化红色文化、创新传播方式方面的突出成效。又如，辽宁朝阳的“赵尚志纪念馆”和《义勇军进行曲》创作发源地引入AR导览系统、动画还原历史场景等数字化科技，开发出一批深受游客欢迎的研学产品，打造了独具特色的红色旅游品牌，有力推动地方经济发展。这些成绩，与政策助力智能科技在红色旅游领域的创新应用密不可分。2023年8月份，文化和旅游部、教育部等联合印发的《用好红色资源 培育时

代新人 红色旅游助推铸魂育人行动计划(2023—2025年)》明确提出，合理运用大数据、增强现实、虚拟现实、人工智能等信息技术，优化红色旅游产品供给，为智能科技引领红色旅游产业提供了政策保障。2024年11月份，文化和旅游部办公厅、国家文物局办公室公布了2024年全国红色旅游新技术应用优秀案例，生动反映了我国红色旅游产业在应用智能科技方面进行的有益探索。也要看到，当前智能科技应用于红色旅游中的创新度还有不足，部分景区VR、AR项目的同质化严重；智能化红色旅游产品与红色文化内核割裂，造成产品形态出现“技术空转”现象。此外，运营模式尚不成熟，部分地区存在重硬件投入、轻内容运营，重短期效益、轻长期价值的问题，导致智能科技应用难以持续发挥效益。对此，应在资源利用、技术赋能、模式创新等方面用力，持续提升红色旅游影响力。深化红色文化资源开发利用。不同地区红色文化资源各具特色，承载着不同历史时期的革命记忆和革命精神。系统梳理区域红色文化特征，以具有地域代表性的重大历史事件和典型人物事迹为核心资源，夯实差异化发展的资源基础。重点推进特色化技术应用体系建设，促进智能科技

创新与地方文化内涵的有机融合，以通用技术手段增强个性化表达效果，使游客在智能科技的辅助下，更深入地理解不同区域红色文化的独特历史价值和宝贵精神内涵。优化技术赋能路径。智能科技作为红色文化创新发展核心驱动力，应系统发挥其在沉浸式场景构建、互动化知识传播和精准化服务供给等方面的技术优势。建立基于红色文化特质的智能科技适配体系，针对革命遗址、历史文物、文献档案等不同类型的红色资源，结合研学教育、大众旅游等差异化需求，科学运用VR场景还原、AI深度解说、大数据个性化推荐等技术手段，让历史场景生动再现，让红色历史“活”起来，实现技术创新与红色文化传承的共生共荣。创新运营管理模式。着力构建“内容持续更新+技术迭代升级”驱动机制。以彰显地方红色文化特色为重点，组建专业运营团队定期优化数字内容生产，建立定时内容更新机制，开发系列化、精品化的数字内容产品。以完善游客体验反馈系统为保障，通过实时监测游客互动数据和满意度评价，建立“数据采集—分析研判—优化提升”的工作链条，持续优化智能科技应用效果。

成都“宽窄巷子”将古韵今风植入消费场景，杭州宋城以舞台演艺勾连古今文脉，西安“长安十二时辰”用数字技术唤醒盛唐记忆……眼下，不断涌现的文化新业态、新体验、新产品书写着文旅消费的火热答卷，更勾勒出文化娱乐生活多彩图景，为推进中国式现代化注入源源不竭的精神动力。

丰富优质文化娱乐产品供给具有深远的社会、经济和文化意义，不仅关乎个人精神生活品质，更影响国家软实力。从经济层面看，文化娱乐消费在提振消费中扮演着不可替代的角色。数据显示，2024年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入达14.15万亿元，其中文化新业态贡献率达65.7%，且有巨大潜力。例如，以上海“演艺大世界”、杭州宋城景区为代表的文旅商体融合发展模式，正在形成文化消费“雨林”，并进一步成为扩内需、稳增长、促就业的重要力量。从文化层面看，优质文化娱乐产品可以传承文化基因、激活中华优秀传统文化生命力，增强文化获得感和文化自信。比如，敦煌数字化工程使30万件文物“活起来”，让游客在体验后留言感叹：“原来历史不是课本上的铅字，而是可以触摸的温度。”放在全球化视角下，优质文化娱乐产品更是增强国家软实力的重要载体，现象级文化精品《哪吒之魔童闹海》《黑神话：悟空》、李子柒田园短视频等在海外走红，就是例证。

近年来，我国高度重视文化娱乐产业发展。从《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》到《“十四五”文化和旅游发展规划》，从《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》到《关于推动文化高质量发展的若干政策》，接连出台的政策从科技赋能、场景创新等多个维度入手，为丰富文化娱乐产品提供了政策工具箱，推动我国文化娱乐产业向着品质化、个性化、科技化的价值链高端攀升迈进。不过，一些结构性矛盾依然制约着文化娱乐产品的高质量供给。同质化严重，缺乏核心特色与格调深度；融合指数偏低，“沉浸式、可分享、强互动”的消费新诉求不易满足；技术赋能滞后，文化资源转化力不足，等等。未来，还应坚持内容为王，多措并举培育更加多元、更高质量、更为丰富的文化娱乐产品。

构建融合业态。文化娱乐产品通常具有“同IP、跨业态”属性，其高质量发展离不开业态之间互通循环。要加快培育文化领域新质生产力，打破单一业态边界，由“场馆思维”向“空间赋能”转型。着力构建“文旅商体吃游购”生态圈，开发“文化主题动线”，增加沉浸式文化娱乐产品供给。围绕核心文化IP，扩展主题住宿、定制餐饮、文创商品等配套服务和衍生品，形成“深度体验—情感共鸣—持续消费—扩大生产”产业生态。强化技术赋能。数字技术大大拓宽了文化产品范畴与形态，为提升文化娱乐产品质量、特色、个性、品位提供了更大的发挥空间。要进一步激发文化企业创新的活力，鼓励龙头企业建设“文化科技融合实验室”，推动AI、区块链等技术与文化创作深度融合。支持中小微企业深度挖掘市场需求，开展“专精特新”实践，融合新技术、新理念丰富数字文化娱乐产品。发挥“名特优新”个体工商户作用，推动非遗技艺、地方民俗等特色文化资源的数字化转型与市场化推广，营造更多“小而美”的文化消费新场景。

完善政策保障。深化“放管服”改革，设立文化创新专项基金，支持开发沉浸式演艺、虚拟体验等新场景。优化文化娱乐企业设立及文体活动、赛事审批流程，精简审批环节，对文体娱乐企业发展中出现的新业态、新模式实行审慎包容监管。建立数字化复合型文化产业人才培养机制，为文化创意人才健康成长保驾护航。

深挖文化内涵。文化娱乐产品“质优”的核心是内容为王。应持续深入将传统文化与现代审美相结合，培育具有时代创意且贴近生活的文艺精品。加强对深层次文化内涵的挖掘和阐发、理解与表达，鼓励各地系统梳理地域文化遗产的精神内核，打造具有独特竞争力的文化品牌。