

三农瞭望

他们为何跑上农业机器人赛道

工业和信息化部最新数据显示,上半年我国规模以上互联网企业业务收入同比增长3.1%,增速较前5个月提升2.2个百分点。这一上扬曲线,是5G新通话、直播短视频、云游戏等新兴业务蓬勃发展的结果,也是大模型应用与人工智能终端协同演进所激发的深层活力。数字消费需求持续释放,移动流量连续6个月两位数增长。我国互联网行业正以创新为策,在实体经济的大潮中破浪前行。

亮眼增速之下,硬核创新正成为行业穿越周期的压舱石。上半年规模以上互联网企业研发投入逆势增长,传递出明确信号:头部企业正将战略重心从流量争夺转向底层攻坚。操作系统、数据库、推理芯片与大模型等硬科技领域,正吸引着前所未有的资源投入。千亿元级资金涌入云与AI基础设施建设,通义千问等国产大模型实现全尺寸开源并服务大型企业,行业竞争逻辑从规模扩张转向技术深挖,以创新构建应对不确定性的护城河,在降本增效中开辟第二增长曲线。

创新能量的长期积累,最终会在产业核心领域充分展现。生成式人工智能服务数量迅速攀升,国产大模型在参数规模和多模态能力上持续突破的同时,更在工业、金融、医疗等关键领域扎下根须。冶金行业首个大模型平台将金相分析准确率提升至95%以上,智能风控实现秒级信贷审批,医疗AI将新药研发效率提升数十倍——这些并非技术噱头,而是车间、实验室与金融机构中真实发生的效能革命。互联网企业凭借深厚的数据积累与场景理解力,正成为大模型价值转化的关键枢纽,推动AI蜕变为赋能千行百业的核心生产力。

技术的突破与对产业的赋能,最终会在市场环境中取得实际成果。上半年网上零售额稳健增长8.5%,即时零售“新消费之火”的点燃,源于多重动力共振:政策与平台促销形成合力,释放消费潜力,“人工智能+消费”重塑体验,智能导购与虚拟试衣间等场景创新涌现,更值得瞩目的是“情绪消费”新势力的崛起,满足情感需求的品类用户规模突破3亿。即时零售从餐饮向美妆、药品乃至旅行领域扩展,平台整合构建全场景消费生态,不仅激活了更广阔市场,延伸了实体商业半径,更在物流、仓储、数字运营等领域创造了丰富的就业岗位,为经济大盘注入稳定力量。

但是,行业前进之路并非一片坦途。算力成本高昂与区域分布失衡构成创新迭代的硬约束,技术向产业核心环节渗透不足,数据要素流通的制度性障碍制约着“数据富矿”的价值释放,区域数字鸿沟及中小企业技术采纳壁垒亟待弥合,底层技术自主生态成熟度与全球领先水平的代际差更需加速追赶。这些深层挑战呼唤更系统、更深远的突破路径。

筑牢算力根基成为支撑创新爆发的首要命题。需加快推进国家算力枢纽节点建设,优化能源指标分配,优先支持绿色低碳、高能效数据中心落地;积极推动区域与行业算力资源共享平台发展,通过规模效应和灵活调度降低中小企业算力门槛;同步探索新型计算架构研发,为未来海量需求提供技术储备,让算力成本不再成为创新的“拦路虎”。

更高层次的赋能,在于打通技术与产业的“任督二脉”。需加速推动AI大模型及新一代信息技术在工业制造、现代农业、城市治理等领域的规模化、深层次渗透,着力构建安全可靠、权责清晰的数据要素流通与交易体系,激活沉睡在各行业的“数据富矿”;重点支持瞄准良品率提升、工艺流程优化、供应链韧性增强等产业核心痛点的“硬核”应用开发,让技术创新真正转化为车间和实验室里的突破。

还应鼓励大型平台企业开放共享基础性AI工具与云资源,打造面向中小企业的低成本“AI即服务”生态;大力扶持轻量化、行业精调模型开发,降低技术采纳复杂性,协同构建覆盖产学研的区域技术服务中心网络,提供咨询、培训与方案对接,让技术红利惠及产业链末梢。加强中西部及欠发达地区数字基础设施建设,引导互联网资本关注地方特色产业数字化,培育具有地域辨识度的数字新业态。

(作者系国家发展改革委经济体制与管理研究所研究员)

发展农业机器人,要有历史耐心。我们常说,农机装备让农民从体力劳动中解放出来。但直至今日,在农业的不少领域和环节,农机装备依然面临落地难、不好用的问题。农业机器人是农机装备的高级形态,走进普通农户更需要相当长的时间。要看到,智慧农业不是人与机器的博弈,而是彼此之间的赋能。传统农机把农民从“体力劳动者”变为“机器操作手”,智慧农业机器人将把农民升级为“机器人管理者”“数据决策师”。按照规划,到本世纪中叶,农业强国全面建成。彼时的农业机器人会不会像今天的拖拉机、收割机一样普及?值得期待。



张林山

农业机器人是农机装备的高级形态,走进普通农户需要相当长时间。智慧农业不是人与机器的博弈,而是彼此之间的赋能。传统农机把农民从“体力劳动者”变为“机器操作手”,智慧农业机器人将把农民升级为“机器人管理者”“数据决策师”。

大、复旦大学,都不是传统的农业科研单位或农业科技企业。之所以投身这一赛道,就是看好农业机器人的技术和应用前景。农业机器人之所以能,不仅在于机器视觉、知识图谱、决策模型等通用技术快速发展,还在于卫星遥感、低空技术、地面物联网、农业传感器等农情获取技术日臻成熟。随着农业规模化发展,农业基础设施和经营体系有了很大改善,新事物有了用武之地。这使得不少经营主体或科研主体,把创新目标瞄准了一片蓝海的农业领域。

其实,农业机器人比工业领域机器人更难研发和推广。分析原因,一是,农业是非标准化环境,对象是生命体,而世界没有完全相同的两片树叶,需要光学、传感、机械、算法等领域专家协同解题。二是,农业比较效益低,技术不一定多高但成本要尽量低,没有效益

农民就不会买单。三是,有的技术产品说起来丰满、用起来骨感,以采摘为例,工作人员坦言,最难的是辨别成熟的果实,还要避开枝叶实现无损采摘。这些因素叠加,导致农业机器人目前依然只是“盆景”,只在极少部分经营主体和场景应用。

技术的魅力在于其强大的迭代进化能力,在越来越接地气的情下,成本有望越来越低。宇树科技Go2农业版的亮点是“AI视觉+边缘计算”能力,基础售价为1600美元,对高值农业来说,具有一定性价比。第二代冬枣采摘机器人样机已进入研发阶段,重点解决高温条件下识别和抓取效率下降等问题,第三代也有了研发日程。这启示行业,要从实际出发,不断迭代优化,尤其要在降低成本、增加效益上找突破口,打造模式多样的解决方案,增加吸引力。

畅通农村发展“经济线”

臧梦雅

在广袤的大地上,一条条蜿蜒的农村公路犹如毛细血管,串联起千家万户,承载着乡村发展希望。“十四五”时期,我国农村公路建设成效显著。截至2024年底,农村公路总里程达464万公里,实现了3万多个乡镇、50多万个村建制村全部硬化路,外通内联、通村畅行的农村交通网络基本形成,“晴天一身土,雨天一身泥”成为历史。

要想富先修路,公路是乡村致富的重要依托。过去,不少农村地区因交通不便,农产品只能“养在深人未识”。如今,随着农村公路建设不断延伸,电商、物流等新兴产业如雨后春笋般涌现,越来越多农产品通过网络平台走向全国乃至全球市场,农民的收入也水涨船高。

从各地实践看,农村公路高质量发展不仅改善了农村的交通条件,更有助于将农村地区的资源优势、资源禀赋转化为经济优势和发展优势,对于实现乡村全面振兴、城乡融合发展具有重要意义。

当然,农村公路建设仍面临不少挑战。比如,部分农村公路建设标准较低,存在路面狭窄、配套设施不完善等问题。一些公路“重建轻养”,使用寿命不长,存在安全隐患。此外,农村公路建设还面临着资金短缺、技术和人才匮乏等情况。

农村公路作为连接城市与乡村的“经济线”“民生线”,其高质量发展关系粮食安全、乡村全面振兴等。为此,仍需进一步推动农村公路建设,充分发挥其畅通城乡、高效连接市场的作用。交通运输部、财政部、自然资源部近日印发的《新一轮农村公路提升行动方案》也提出,因地制宜、科学规划农村公路发展重点和时序,合理确定规模 and 标准。

如何让农村路更好走?加强顶层设计,科学规划布局是关键。各地应根据农村的地理条件、人口分布、产业布局等因素,合理规划农村公路的建设规模和线路走向,避免盲目建设、重复建设。还要强化农村公路连接互通,加强农村公路与国省干线、城市道路、村内道路以及其他运输方式衔接,打通“断头路”,畅通“微循环”。对于农村公路管理、养护和运营等问题,各地可以统筹现有资金渠道进行支持。拓宽融资渠道,鼓励金融机构、社会力量合法合规参与建设,探索建立更加稳定的农村公路资金投入机制。

只有把农村公路建得越来越好,农产品才能更便捷地运输出去,资金、人才、技术等要素才能加速向农村流动,更好帮助农民创富增收。加快补齐我国农村基础设施和公共服务的短板,将产生更多溢出效应,为农村地区增添更多发展生机与活力。

(中国经济网供稿)

近日,京东集团CEO公开表示,7月以来外卖市场存在泡沫,“恶性补贴”既没有模式创新,也不产生增量价值,还对商家产生了非常大的困扰,对行业来说也是一个扰乱价格体系的动作。

近段时间,一些平台企业推出0元券、0.1元秒杀或是大额补贴计划,表面看,“外卖大战”让消费者享受了实惠。但这种低价竞争已偏离商业正途,本质上是通过掠夺性定价挤压对手生存空间,形成了“内卷式”恶性竞争。看似热闹的市场繁荣背后,实则是行业生态的持续恶化。部分外卖平台通过无序补贴,制造行业泡沫,使得外卖行业深陷低质低价的泥潭。

羊毛出在羊身上,所有补贴最终都要有人买单。商家被迫承担高额的补贴成本,部分订单甚至出现“负收入”,只能通过降低食材标准、压缩分量维持运营,“隐性涨价”损害的是消费者权益。这种恶性竞争最终只会造成多输局面,透支行业未来。

正常合理竞争能极大促进行业健康发展,但“内卷式”竞争则不然。有的平台收取高佣金且收费不透明,令商家叫苦不迭,生存空间遭受挤压;有的对骑手采用灵活用工方式逃避社保责任,形成系统性权益侵害;不时还有“幽灵外卖”出现——无实体店、无合法资质的外卖商家令食品安全隐患丛生。消费者与商家间的信息不对称被放大,“劣币驱逐良币”现象频发,最终产生

比价价值

“羊毛出在羊身上”的畸形生态。目前,一些平台企业已认识到“内卷式”竞争的危害,正在重塑行业规则。比如,在骑手权益保障上,有的平台坚持为全职骑手缴纳五险一金,从法律层面确立劳动关系,让骑手“老有所养,病有所医”;在商家合作上,通过低佣金政策降低运营成本,通过数字化营销精准引流,提升商家经营效率。

“幽灵外卖”;在用户体验上,聚焦品质外卖,通过优化系统架构提升配送效率,避免陷入“价格战”的恶性循环。这些举措直击行业痛点,构建起商家、骑手、消费者多方共赢的生态闭环。

外卖行业的健康发展,既需要监管部门从严规制垄断行为和恶性竞争,也需要平台企业回归商业本质。促进平台间的良性竞争,应通过政策引导、平台自律与有效监管相结合的方式,引导外卖平台建立“共生共赢”的行业生态,将竞争重点转向品质、服务、效率、技术与创新等更能创造长期价值的维度,从而促进平台、商家、骑手、消费者等多主体间的利益平衡。

只有跳出“流量至上”的思维,在品质、服务、效率上深耕细作,才能打破现有桎梏。维护好消费者权益,是外卖行业高质量发展的基石。这需要完善平台规则,建立稳定健康的机制。当竞争从“比价格”转向“比价值”,从“抢份额”转向“创增量”,外卖行业才能真正摆脱低质低价的困境,走上可持续发展的道路。

外卖行业的健康发展,既需要监管部门从严规制垄断行为和恶性竞争,也需要平台企业回归商业本质。促进平台间的良性竞争,应通过政策引导、平台自律与有效监管相结合的方式,引导外卖平台建立“共生共赢”的行业生态,将竞争重点转向品质、服务、效率、技术与创新等更能创造长期价值的维度,从而促进平台、商家、骑手、消费者等多主体间的利益平衡。

只有跳出“流量至上”的思维,在品质、服务、效率上深耕细作,才能打破现有桎梏。维护好消费者权益,是外卖行业高质量发展的基石。这需要完善平台规则,建立稳定健康的机制。当竞争从“比价格”转向“比价值”,从“抢份额”转向“创增量”,外卖行业才能真正摆脱低质低价的困境,走上可持续发展的道路。



陶小莫作

别让不合规充电宝再次流入市场

近期,民航局充电宝新规全面实施:没有3C标识、3C标识不清晰、被召回型号或批次的充电宝,禁止携带乘坐境内航班。很多旅客在登机前将不符合标准的充电宝弃置在机场,那么这些充电宝最终去哪了?有媒体报道称,在闲鱼、转转、拼多多等平台上搜索“二手充电宝”,发现一些帖子中明确写着“充电宝来自机场查收”。当前,回收渠道建设投入不足,增加了废弃充电宝再次流入市场的风险。对此,应进一步完善充电宝回收相关标准规范,通过明确回收流程和标准、设置统一回收点等,建立规范的充电宝回收体系。强化对二手交易平台的监管,要求平台加强对入驻商家的审核,禁止商家销售无合法来源、未经3C认证的充电宝,维护健康公平的市场秩序。

(时锋)

是外卖行业出路

古敏

搭好小微企业的融资桥梁

刘伟传 王皓田

小微企业量大面广,是经济发展的活力、潜力和韧性所在,对稳定就业、改善民生、促进经济增长发挥着重要支撑作用。国家金融监督管理总局等8部门印发实施《支持小微企业融资的若干措施》,要求发挥监管、货币、财税、产业等各项政策合力,拿出更加切实有效的工作举措,加快破解小微企业融资难题。一套政策“组合拳”正在推进解决小微企业融资难这个顽疾。

长期以来,融资难、融资贵、融资慢是制约小微企业发展的瓶颈问题,如何有效畅通融资渠道,增强小微企业抗风险能力,是帮助和支持小微企业发展的关键所在。党中央、国务院高度重视这一问题。2024年10月,国家金融监督管理总局会同国家发展改革委,牵头建立了支持小微企业融资协调工作机制,摸清小微企业需求、引导信贷资金快速直达小微企业,取得了积极成效。国家金融监督管理总局数据显示,截至今年6月底,各地依托支持小微企业融资协调工作机制累计走访超过9000万户小微企业经营主体,银行对“推荐清单”内经营主体新增授信23.6万亿元,新发放贷款17.8万亿元,其中

信用贷款占比32.8%。

下一步,应充分借鉴本次政策出台后各地的实践经验,通过“三个齐发力”,化解小微企业“找不到”“信不过”与金融机构“信不过”的双向难题,优化金融服务流程,打好政策协同的“组合拳”。

其一,供需两端齐发力,在“找不到”与“信不过”间搭建桥梁,统筹解决小微企业融资难和银行放贷难问题。用好支持小微企业融资协调工作机制,摸清小微企业的经营状况、自身信用、资金需求以及面临的融资难题,让银行便于从海量小微企业中精准识别,构建一套科学有效的供给扩容机制。例如,江西抚州多部门联动,依据“合规经营、固定场所、真实需求、信用良好、用途合规”5项标准筛选企业,将“申报清单”转化为具有高可信度的“推荐清单”。福建晋江经济开发区创新“金融+基层网格点”模式,组建1个网格工作小组、14个片区(园)区,形成“1+14+N”网格宣传队伍,对园区内小微企业开展“网格化走访对接、地毯式融资摸排”,为小微企业提供“政策解读+需求摸排+融资对接”的一站式服务。

其二,线上线下齐发力,打通金融服务小微企

业“最后一公里”。加强线上审批智能化功能应用,推进政策查询、风险评估、审贷建议等功能一体集成。简化线下申请流程,让企业通过扫码等方式快速完成需求发布、认证、注册等相关环节,推动金融资源向小微企业高效流动。例如,工商银行打造智能风控助手,光大银行上线AI“授信调查智能报告”,通过智能化手段快速分析小微企业信用信息,推进信贷审批智能化,极大缩短了人工审核时间。

其三,多方政策齐发力,加快推进《若干措施》落地落地,发挥监管、货币、财税、产业等各项政策合力,切实降低小微企业融资成本。落实落细小微企业贷款差异化监管政策,发挥大型商业银行小微“压舱石”作用,针对小微企业信贷业务成本高、收益低等特点,既要做好信贷投放,同时要加强风险防范,加大首贷、信用贷、中长期贷、法人贷款、民营类贷款投放,进一步优化融资结构,构建形成适应其特点的产品服务体系。完善融资增信机制,加大对信用状况良好的小微企业融资支持力度,做好小微企业贷款到期接续支持,科学合理拓宽押品范畴,创新丰富信贷产品。