

粮食大事

无人农机普及及重塑农民价值

培育世界一流企业，往往不靠企业“单打独斗”，而靠“团体作战”。加快构建有利于高质量发展的一流创新创业生态，推动融合式发展、集群式发展，至关重要。

前不久，全国工商联发布“2025中国民营企业500强”榜单。上榜企业无论是从规模、活力或是创新力看，都属于我国一流民营企业，代表了我国民营经济的发展水平，坚定了发展的信心和底气。

民营企业是市场经济最活跃的微观主体，是促进创业就业、提高人民收入、保障和改善民生的重要依托载体。党中央、国务院高度重视民营经济发展，2023年7月份出台了《关于促进民营经济发展壮大的意见》，2025年4月份发布我国第一部专门关于民营经济发展的基础性法律《中华人民共和国民营经济促进法》……一系列政策措施相继出台，有力推动了民营经济发展壮大。2024年登记注册的民营企业数量达到5650.4万户，占企业总量的92.3%。国家高新技术企业中民营企业超过42万家，占比达92%以上，2024年民营企业首次成为我国高技术产品的最大进出口主体，一大批充满活力的民营企业脱颖而出。全国工商联发布调研报告显示，2024年，民企500强入围门槛已经提高至270.23亿元，营收总额达43.05万亿元；户均营收861.02亿元，较上年增长2.72%；营收超过千亿元的企业共105家，较上年增加8家。

也要看到，我国民营企业500强实力仍有较大提升空间。比如，创新研发能力仍然不足，企业产权和法人治理体系仍需完善，企业绩效和国际化程度仍待提高。特别是近期，我国民营企业发展面临全球价值链重构、竞争压力加大等诸多外部挑战，如何在创新中寻出路、实现突破、发展壮大，是当前民营企业高质量发展的关键所在。

培育世界一流企业，往往不靠企业“单打独斗”，而是靠“团体作战”。加快构建有利于高质量发展的一流创新创业生态，推动融合式发展、集群式发展，至关重要。下一步，应从存量和增量政策着手，着力解决政策“最后一公里”问题，扎实推动相关政策落实到位，多方协同搭建更为广阔的舞台，支持、引导、鼓励民营企业与民营企业企业家勇担重任、善作善成，在推进共同富裕中实现高质量发展、在参与现代化建设中做强做优做大。

建立世界一流企业梯度培育机制。培育和打造一批具有全球竞争力的世界一流企业，不仅是一个国家的“金字招牌”，更是衡量该国经济实力的重要标志。鼓励各地因地制宜，结合资源禀赋和产业优势，在政策、服务和生态体系建设方面开展突破性探索，打造区域特色鲜明的世界一流民营经济集群，推动民企加快提升全球资源配置力、技术竞争力和品牌影响力。

推动科技创新与产业创新深度融合。创新是引领发展的第一动力，企业是科技创新的主体，秉承“向新而行”“向质而动”方向，围绕产业链、创新链、人才链共同发力，推动构建产业链上下游企业强强联合，大中小企业融通创新发展，龙头带动、重点突破、梯队协同的产业链创新发展格局。以更大力度加强科技创新与知识产权保护协同发展，推动民营企业创造更多有行业贡献和社会效益的科技成果。鼓励和引导头部民营企业与国内外科研院所和高校开展深层次合作，以科技创新推动产业创新，以产业创新构筑竞争新优势。

全面提升现代企业治理水平。打造具有世界一流竞争力的企业，并不是一心求大，而是帮助企业从大变强变优，从国内走向国际，对接国际标准和规则，推动“硬实力”和“软实力”双提升，助力企业在参与全球竞争中成为世界一流企业。坚持长期主义，对标世界一流企业，建立完善现代法人治理结构，提升现代管理水平，聚焦专业领域，深耕优势领域，在所属行业领域不断增强竞争力。坚持在开放中促发展，在发展中谋开放，跳出自身企业看企业，跳出中国企业看企业，积极融入全球产业分工，成为具有全球影响力的标杆企业。

(作者系国家发展改革委经济体制与管理研究所研究员)

李红娟

无人农机代替人力作业，将农民从繁重的体力劳动中解放出来。它没有消除农民的存在价值，而是重塑了这种价值；没有削减农业的工作总量，而是重塑了工作的形态与内涵。

持续采集作物长势、土壤墒情、病虫害情况等田间数据，为农场管理的科学决策提供了可靠依据。

农业正在升级，人的角色也在升华。未来农民是融合了多种技能的新型职业农民。农民懂得使用软件，为无人农机作业设定作业路径、施肥量、播种密度等；会操作智能设备，实时查看作业进度、设备状态、油耗电量等信息，一旦系统报警或发现异常，及时通知农民介入处理，确保正常作业。农民通过海量数据分析，确定哪块地需要浇水、哪块地需要施肥、哪块地出现病虫害，并作出精准决策，真正实现最大化利用资源，提高粮食产量，实现农业绿色发展。农民能利用大数据和AI模型，提前预测产量、分析市场行情、评估气候风险，可以把更多精力投入农产品加工、乡村旅游、电商销售等农业

增值活动，提升竞争力。农民还是智能农机保养师，具备基本的故障诊断能力，进行简单的现场维修或更换零件，以减少停机时间。

无人农机的应用，正在催生农业产业链的新分工与新岗位，创造新型就业形态。目前农村地区涌现出无人农机技术员、精准灌溉专家、农田数据分析师、智能设备维护技师等全新职业。这些岗位不仅吸纳了从传统耕作中释放出来的劳动力，更吸引了大量受过高等教育的年轻人返乡创业。在广大农村地区，已经出现了专门为周边农场提供智能农机服务的创业团队，成员多是大学毕业的年轻人。这种“技术回流”现象正在改变农村的人口结构和创新生态，为乡村全面振兴注入全新活力。

当然，我们也不能忽视智能农机推广

过程中可能出现的挑战和阵痛。针对不同年龄层农民的数字鸿沟、传统技术与现代技术的融合难题以及转型期的就业衔接问题，加大破解力度。政府部门、农业企业和教育机构共同构建一个包容性的过渡机制，确保农民在技术变革中找到自己的新位置。

无人农机在田野里耕作的，不仅是土地，更是我国农业的未来图景。它没有消除农民的存在价值，而是重塑了这种价值；没有削减农业的工作总量，而是重塑了工作的形态与内涵。农民终将发现自己的角色不是被替代，而是被升华；不是被遗忘，而是被重新需要。



赛事溢出效应不止在赛场

年 巍

杭州亚运会、哈尔滨亚冬会等大型赛事带动周边地区消费显著增长；中国男子篮球职业联赛(CBA)季后赛等职业赛事门票销售火爆；“苏超”单场上座超6万人，带动江苏全域多场消费超380亿元……“十四五”时期以来，我国赛事经济蓬勃发展，全方位带动相关产业升级，在扩大内需方面发挥了重要作用。

“为一场比赛，奔赴一座城”“一日比赛，多日停留”，这样的场景正在越来越多的城市上演。把赛事流量转化为经济增量，也成为不少地方的发力方向。以今年的无锡马拉松为例，赛事共吸引42.6万名观众及跑者参与，直接带动餐饮、住宿、旅游等周边产业效益5.05亿元，同比增长78.2%。

赛事经济的溢出效应远不止于此。近年来，在各地大小赛事中，配套设施不断完善，赢得广大运动员和观众的好评。不少城市突出办赛创意，让赛事变得有滋有味。比如，“苏超”通过“一城一队”的设置，将足球与城市认同紧密相连，一个个带有城市印记的话题屡屡登上热搜。这种开放、自信与包容，使“苏超”成为球迷狂欢的舞台、展示城市形象的窗口。

如何更好利用赛事点燃消费热潮？关键在于着眼群体需求，制定精准策略，让潜在的市场需求转化为实实在在的消费行为。具体而言，要强化支撑，注重引流，制定科学合理的赛事发展规划，建立“政府引导+市场化运营+社会资本参与”的机制，明确各方权责，定期评估和调整赛事策略，以确保赛事经济的长期可持续。赛事前后，如何做好接驳？客流量巨大，如何保障安全？安检的便捷、门票的防伪、流程的简化等，都需要系统协调、流畅运转。

还要做好“赛事+”文章，推动“赛事+旅游”“赛事+文创”“赛事+健身”等融合发展，持续助力地方经济发展。比如杭州亚运会结束后，有的地方改造比赛场馆向市民开放，助力全民健身；有的结合旅游项目和节庆活动，举办山地自行车赛等赛事，带动当地民宿发展和农产品消费；还有的开发具有地方特色的群众性赛事，吸引更多游客打卡，让赛事的溢出效应不止在赛场。

(中国经济网供稿)



王 铎作

“一元剧场”走红的启示

近段时间，“一元剧场”走红。在山东菏泽、湖南岳阳、陕西渭南、甘肃张掖等地，游客们花一元就可以观赏一场文艺演出。这种“一元剧场”属于公共文化服务范畴，象征性收取一元，有助于引导群众形成“文化产品有价值”的认知，更好培育基层演出市场，同时撬动更多社会力量参与公共文化服务。这样的文化惠民项目启示我们，政府总揽，但不大包大揽，引入市场机制才能更好满足群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求，让更多群众享受高质量的文化服务。

(时 铎)

服贸会

支持领军企业在海外合规布局，通过国家层面立法与协议互认提供保障。在数字身份认证、电子合同、消费者权益保护、数字货币等关键议题上提出“中国方案”，增强我国在国际规则制定中的话语权。

加快数字贸易创新发展。紧抓数字机遇，培育世界一流数字服务企业。推进数字领域对外开放，主动对接《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)、《数字经济伙伴关系协定》(DEPA)等高标准国际经贸规则，实行包容审慎监管。完善人才培养引进机制，健全数据跨境流动和知识产权保护制度，鼓励平台企业凭借云计算、大数据等龙头企业加强海外基础设施布局。

提升知识密集型服务竞争力。对金融、法律、会计、设计等重点领域，实施分类指导和精准支持。引入竞争机制，完善与国际接轨的监管体系。支持专业服务机构通过并购和设立海外分支机构“走出去”，形成集群效应。简化审批流程，破除隐性壁垒，在全球范围内引进顶尖领军人才，按照国际通行规则完善执业标准体系，推进与主要经贸伙伴在专业服务资质方面的互认。

推动服务属性服务领域开放发展。对文化、旅游、教育、医疗等领域，采取灵活开放政策，推行多元化发展模式。加大对外开放力度，鼓励社会力量参与对外文化传播、合作办学和医疗机构引进。支持有实力的企业集团“组团出海”，在重要经贸伙伴国打造“中国服务”旗舰项目和示范中心。

筑牢服务贸易安全发展基石。紧扣服务贸易“无形化、数字化、高附加值化”的特征，健全知识产权保护和数据跨境流动机制，加快数据安全立法与实践，对接国际高

搭台

王智铎

带来新机遇

农文旅融合拓展消费新空间

谢晓娟 刘聪颖

前不久，农业农村部等10部门印发《促进农产品消费实施方案》，释放多样化、品质化、差异化消费潜力。《方案》强调，激活农产品消费市场，要推进农文旅融合，拓展消费新空间。从“卖产品”到“卖体验”，从“吃饱”到“玩好”，推动我国农文旅融合发展，成为当前提振消费的重要一招。

这些年，我国农文旅融合发展成效显著，为激活农村消费潜力、扩大农村消费市场开辟了广阔空间。来自文化和旅游部数据显示，今年一季度全国乡村旅游接待总人次达7.07亿，同比增长8.9%；总收入4120亿元，同比增长5.6%。全国已建成1597个国家级乡村旅游重点村镇，超6万个行政村开展乡村旅游经营活动，形成了较为完善的乡村旅游网络。例如，甘肃省依托“交通丝路·如意甘肃”品牌，2024年上半年乡村旅游接待游客8445.37万人次，同比增长11.67%，推出100条乡村度假精品线路，5条入选全国精品线路。这表明，农文旅融合正通过资源整合与业态创新，撬动消费新空间，为乡村经济注入新动能。

兴试点，提升乡村旅游特色化、精品化、规范化水平。中共中央、国务院印发的《加快建设农业强国规划(2024—2035年)》提出，加快构建粮经饲统筹、农林牧渔并举、产加销贯通、农文旅融合的现代乡村产业体系，把农业建成现代化大产业。这些政策为农文旅融合提供战略指引，通过顶层设计明确方向，以资金、土地等要素保障夯实基础，推动产业转型升级，促进城乡要素流动与资源重整，释放乡村经济发展潜能，引领乡村消费新趋势。

也要看到，在农文旅深度融合拓展消费空间的过程中，依然存在产业资源融合不够充分，产业链共享机制缺失；产品营销推广滞后，对新媒体平台利用不足，品牌化程度低，市场竞争力有限；消费结构不合理，产品同质化现象严重，难以满足消费者对深度体验的需求。对此，需协同施策，化解问题。

深化产业融合，建立产业链利益共享机制。加强统筹协调，在政府主导下调研当地农文旅资源，制定综合发展规划，推动区域协同，打破行政壁垒，统一打造区域品牌。建设信息共享平台，整

合多源信息、提供便捷服务；打造资源交易平台，促进资源流通、规范交易流程。完善利益分配机制，明确产业投入产出比例，采用现金、股权等多种分配方式，成立协调监管机构，强化监管执法，保障各方权益。

深耕品牌IP，构建全渠道新媒体营销矩阵。提炼品牌内核，明确品牌核心价值，通过产品线延伸，形成独特记忆点。比如，贵阳大力实施“爽爽贵阳”城市IP升级计划，聚焦夜食、夜游、夜购等场景，提升夜间产业链与服务供给能力。数据显示，2024年贵阳市夜间消费额达797.85亿元，同比增长7.6%。此外，还应构建全渠道新媒体营销矩阵，形成“短视频+直播+社群”立体传播网络。

优化消费环境，满足消费者多样化产品需求。开展市场调研与数据分析，分析消费趋势，精准定位消费群体，引导多元化消费。构建消费新场景，结合民俗节庆、体育赛事等，举办非遗展演、农耕竞赛等互动项目，满足多元化消费需求。加大对消费场所基础设施的投入，加大对服务人员的培训与管理，营造良好的消费环境。