

为农民直播卖粮打通信任通道

今年秋粮已陆续上市,农民直播卖粮日益火爆,为粮食销售打开新渠道。然而,消费者最关心的仍是农民直播销售的粮食质量如何保证?谁来为产品质量背书?这一信任困境,犹如一堵无形的墙,横亘在生产者与消费者之间。破解这一难题,仅靠农民主播淳朴可信的个人形象并不够,还应与技术溯源、平台认证、政府监督与认证等多种手段有机结合,构建起一套可靠的粮食质量保障体系,打通从田间到餐桌的信任通道,让农民卖得安心,消费者买得放心。

农民直播卖粮,本质上是在打造个人IP,其核心是建立可信的人设。与专业主播相比,农民主播或许不擅长推销话术和流量玩法,却凭借淳朴的气质、真实的劳作经验和常年积累的专业知识,形成了独特优势。他们无需表演,只需做真实的自己。作为粮食生产者,他们可以讲解作物品种、种植方法,甚至教消费者如何辨别新粮与陈粮,以专业树立权威;作为劳动者,他们在田间直播农业生产场景,汗水和泥土成为他们最美的“妆容”,拉近与消费者的心理距离;作为品质守护者,他们秉持“自己吃什么,就卖什么”的朴素信念,以个人信誉和道德感为产品背书。他们用真诚的语言讲述粮食种植故事,分享种植理念,让消费者感受到所购

农户直播卖粮,正悄然成为新时代农民的“新农活”。这种销售方式的创新,实现了粮食供需精准高效对接,更赋予粮食交易更深层次的价值,它不再只是冷冰冰的数字流转,更演变成一种有故事、有温度、有信任的人文交互。

买的并非普通粮食,而是凝结着某人劳动、某块土地气息的农产品。这份清晰可辨的人格化印记,正是农民直播中最独特、最宝贵的信任资产。

信任始于透明。消费者最大的担忧,莫过于买到以陈充新、来源模糊的产品,他们在意的是手中粮油是否“身世清白”。一些农民主播通过直播,真实呈现粮食播种、打药、施肥、收获、晾晒等全流程,展示庄稼的生长环境、土壤与水质,甚至将镜头对准田间的昆虫与青蛙,这些细节恰恰成为粮食绿色生产最直观的注脚。不仅如此,越来越多的家庭农场和合作社进一步开放仓储和加工环节,带领消费者“云参观”粮食仓储环境,亲眼见证原粮如何经过清理、脱壳、包装,最终成为餐桌上的成品粮。这种“眼见为实”的体验,构建起一种沉浸式的信任体验。

建立消费者信任非一日之功,需要经年累月的沉淀与悉心维护。现实中,不少农户

习惯于在收获季集中直播卖货,一旦销售完成便停播歇业。这种间歇式直播固然省力,却极易中断与消费者的情感连接,不利于信任积累。一些有远见的农户会与消费者保持常态化互动。建立粉丝群,不定期分享农田日常、农业知识乃至质朴的农村生活,即使在销售淡季也维持稳定的曝光;偶尔开启直播,展现农家院落、乡间小路,在不经意间增添亲切感;主动预告下一季种植计划,邀请消费者参与选种或投票,不断制造期待感。这种持续而真诚的互动,让消费者真切感受到屏幕对面的主播有着长远经营的诚意,信任自然会悄然滋长。

无论营销如何创新,产品品质始终是建立消费者信任的基石。农民直播卖粮,须从源头抓好质量,增强品牌意识,完善售后服务,全面提升可信度。应利用区块链技术建立粮食质量溯源体系,消费者扫码即可查看粮食前世今生,做到“新粮有据可查”。直播

平台应严格审核农户的账号资质,完善信用评价体系。政府部门需强化市场监管,规范绿色、有机及地理标志产品的认证和使用。农民主播也可通过展示销量、复购率,连线老顾客分享体验等方式,增强信任感。

农户直播卖粮,正悄然成为新时代农民的“新农活”。透过一方屏幕,农田与餐桌真实相连,农户与消费者跨越时空对话。这种销售方式的创新,实现了粮食供需精准高效对接,更赋予粮食交易更深层次的价值,它不再只是冷冰冰的数字流转,更演变成一种有故事、有温度、有信任的人文交互。每一场直播、每一份订单,都承载着对土地的敬意、对劳作的信赖和对健康生活的共同追求。



刘慧

解读补贴撬动消费的密码

刘 莉

暑期旅游旺季虽已结束,国庆中秋假期又将接续带来新一轮旅游消费热潮,旅游市场依然保持较高热度。在此期间,旅游消费补贴在激发市场活力方面发挥了重要作用。多个热门旅游目的地推出相关补贴政策,如海南省为例,今年暑期通过发放4000万元旅游消费补贴,吸引大量游客参与,带动海南旅游消费超5亿元,不仅有效促进消费增长,还带动相关产业发展,充分体现出补贴政策对市场的强劲带动能力。

补贴政策能否有效刺激消费,关键在于“补贴是否精准”。传统发放方式往往存在发放时段集中、核销程序复杂、参与商家有限等问题,影响资金使用效率,甚至造成浪费。在今年暑期各旅游目的地的客源竞争中,一些地区创造性地采用“精准客群定向补贴+AI智能核销+政府直补游客”发放模式,在精准化和智能化上做文章,大幅提升补贴效益,既让消费者获得感满满,也让旅游市场活力多多,实现了“游客得实惠、企业增活力”的双赢局面。

旅游消费补贴只能起到“锦上添花”的作用。旅游市场持续繁荣既需要消费需求充分释放,也离不开优质产品与服务的

有力支撑。只有将消费补贴与高质量旅游供给相结合,才能让消费者感到物超所值,补贴投入才能转化为消费活力,推动旅游市场健康发展。各地在制定补贴政策时,应注重引导企业提升产品与服务品质,推动业态创新和附加值提升,以满足消费者日益多样化的需求。要以提高旅游目的地知名度和美誉度为导向,借助政企协作增强旅游目的地品牌影响力,实现产业转型升级。

消费补贴短期可以显著刺激旅游需求,但政策效果要实现长期可持续,必须推动短期刺激向长期效益转化。制定政策时应综合考虑地方财政能力,科学规划资金规模与使用方向,确保“好钢用在刀刃上”,重点投向产品创新与服务提升,以“财气”汇聚“人气”,不断提升旅游市场的内在竞争力与吸引力。

旅游消费补贴的发放只是第一步,好政策带来的好口碑要靠用心经营才能巩固和延续。应继续强化补贴的精准投放与模式创新,提高补贴资金的使用效率和效果,建立健全长效机制,助力旅游市场实现高质量、可持续发展,让消费补贴成为推动行业提质增效的有力杠杆。

统筹协同发力数字农业

以政策资源保障现代农业发展,统筹运用以财政补贴、税收优惠、金融贷款、农业保险等为主要工具的农业产业政策体系,支持前期数字化农业基础设施建设,缩短项目化产业落地周期。适度调整技术改造专项资金政策,突出向数字农业、智慧农业等重点领域倾斜,发挥好农业产业政策的导向作用,推动形成以智慧农业为主攻方向的农业产业化发展道路,夯实现代农业关键技术研究与农业产业化发展基础。

发挥企业主体作用,以技术创新推进现代农业发展。加快构建“政产学研用”农业科技协同体系,鼓励企业与科研机构、高校在现代农业关键技术领域的联合攻关,提升农业科技创新整体效能。强化农业科技新龙头企业对农业生产、加工、流通和服务等全链条数字化改造,拓宽数字技术的应用场景,构建全方位信息服务网络,形成以农业科技创新为核心的全链条数字化现代农业生产体系。

发挥消费者助农作用,以提振消费促进现代农业发展。打造农业数字化平台,强化物联网技术对消费者与农业生产之间的缔结作用,锚定绿色、健康、有机的消费需求,探索云认养、云监督等现代农业运营模式,利用大数据技术分析消费指向与反馈,促进现代农业产业链数字化转型与升级,增强数字化赋能现代农业长效性。依托“互联网+”推进农业经营网络化,借助电子商务物流体系,打通消费者线上线下消费渠道,开拓智慧农业市场,促进智慧农业发展。



王 鹏作(新华社发)

促进汽车业供需量质齐升

近日,工信部等八部门联合印发《汽车行业稳增长工作方案(2025—2026年)》,提出2025年力争实现全年汽车销量3230万辆左右,其中新能源汽车销量1550万辆左右。政策从扩大消费、提升供给、优化环境、开放合作四方面推出60余项举措,旨在通过供需协同推动行业量质齐升。近年来,我国的新能源汽车产业高速发展,产销量连续多年稳居全球第一位。但也要看到,我国汽车产业仍面临海外竞争加剧、国内需求不足及市场无序竞争等多重挑战。接下来,政府部门应加强成本监测与账款监管,遏制“内卷式”竞争,引导企业聚焦技术突破与价值创造;企业需加速攻克芯片、固态电池等关键技术。此外,基础设施运营商也应协力完善充电基础设施与数据安全立法,共同推动汽车产业健康可持续发展。

(时 锋)

“反向海淘热”见证中国大市场

姬凌波

外国博主带着空箱来华扫货;“去中国买潮牌省下的钱够买往返机票”的惊叹在海外社交媒体流传;多个中国跨境电商平台在海外爆发,应用下载量激增10倍……从“海淘”到“反向海淘”,“中国购”倍增,是政策与市场同频共振的结果。消费者在享受高品质中国制造的同时,也真切感受到中国经济的澎湃活力。

从“China Travel”(中国游)到“China Shopping”(中国购),是我国坚定不移扩大高水平对外开放的成果。“十四五”时期以来,我国不断优化各类免签政策,对多个国家实行单方面免签或全面互免签证;过境免签国家扩展到55个,入境口岸增加至24个省(区、市)60个口岸,停留时长统一延展至240小时。同时,“玩得好”更要“买得顺”,退税政策覆盖面持续扩大,“即买即退”试点稳步推进。国家税务总局数据显示,今年1月份至6月份,全国离境退税商店已超7200家,享受退税人数同比增长186%。涵盖税收优惠、物流基建与监管创新等多维度的制度供给,让更多外国朋友在我国收获良好体验。

中国游带火中国购,高质量供给赢得市场

青睐。我国超大规模市场具有丰富应用场景和放大创新收益的优势,高质量供给不断涌现;数字技术的融合应用为跨境贸易注入全新动能,智能算法实现多语言精准翻译与文化适配,大数据系统实时捕捉全球消费趋势并反向赋能柔性生产与定制化设计,智能物流与海外仓网络将跨境交付时效压缩至“日级”甚至“小时级”。从国产新能源汽车成体系出海到沂蒙山玻璃畅销“一带一路”,再到义乌创意太阳能风扇帽风靡美国社区,我国供应链正从“响应需求”到“创造需求”跨越。

当前,全球部分经济体政策不确定性增强,不同国家在市场准入、数据跨境流动、产品合规认证和数据隐私等方面的合规要求日益复杂。国际经贸规则处于深刻调整期,对企业适应能力和响应速度也提出新要求。对此,我们要做好充足准备,以自身发展的确定性应对外部环境的不确定性。

推动制度创新,加强跨境协作。进一步扩大跨境电商电子商务综合试验区范围,推动与主要贸易伙伴商品认证互认;优化“一站式”数字清关平台,实现订单、支付、物流等数据自动比对与智能审核,提升通关效率;完善跨境支

海洋是生命的摇篮、人类文明的源泉。海洋生态关乎海洋命运共同体实现和未来。近日,自然资源部南海局联合多部门发布的《2024年粤港澳大湾区海洋生态状况报告》显示,粤港澳大湾区在海洋生态建设方面成效显著,成为建设美丽中国、实现人与自然和谐共生现代化的生动实践与示范样板。粤港澳大湾区通过制度创新、科技赋能与跨境合作等一系列务实举措,积极构建海洋生态治理新格局,为全国乃至全球海洋可持续发展提供了可借鉴的经验。

一直以来,粤港澳大湾区扎实深入海洋生态建设,经过不懈努力,海洋生态状况总体稳中向好,珊瑚礁和红树林生态系统状况以优良为主,河口和海湾生态系统基本稳定,珠海全方位构建海岛生态系统,整治修复受损岸线累计3.9千米、边坡复绿5公顷、裸地复绿24公顷,全岛森林覆盖率提升至64%,生物多样性持续恢复。中华白海豚、海龟等珍稀物种得到有效保护,2017年至2021年珠江口中华白海豚数量稳定在约2600头,种群数量稳中有进。

我国海洋生态保护事业走出了一条中国特色的人海和谐共生之路。国务院新闻办公室发布《中国的海洋生态环境保护》白皮书提出的“八个坚持”,为我国海洋生态建设提供了根本遵循和行动指南,也为全球海洋生态环境保护 and 治理贡献了中国智慧、中国方案。生态环境部实施的《美丽海湾建设提升行动方案》,重点建设110余个美丽海湾,是系统提升海湾生态环境质量的重要举措。海洋生态保护政策与方案的实施和完善,夯实了海洋生态保护修复基础。

当前,粤港澳大湾区海洋生态建设仍然面临诸多挑战,如协同治理机制不健全、开发与保护不能兼顾、科技赋能治理技术不完善等。海洋事业关系民族生存发展,关系国家兴衰安危,构建人海和谐的海洋生态环境任重道远,仍需大家共同努力。

坚持多元共治,构建粤港澳海洋生态协同治理机制。粤港澳大湾区由“9+2”个城市构成,各城市之间关于海洋生态环境治理机制存在差异。因此,要加强陆海统筹、河海联动,形成协同发力的治理格局,推动构建海洋生态各区域一体化机制。同时,完善区域整体规划,将粤港澳大湾区建设成世界级城市群,制定跨区域合作规则,实现统筹治理与区域联动。明晰政府、企业、公众等主体责任,引导社会各界共同参与,形成以政府主导、多元共治的大格局,提升整体治理效能。

坚持开发与保护并重,创新海洋生态绿色低碳发展模式。海洋生态资源的开发与保护必须牢固树立尊重自然、顺应自然、保护自然的理念。这就要求我们应坚持优先保护生态的原则,统筹海洋开发和海洋生态保护工作,科学合理开发利用海洋资源。例如,把海洋生态脆弱区、海洋珍稀濒危物种生存区等划入海洋生态开发与保护红线,严格限制开发活动。推进岸线和滩涂湿地保护恢复、生态系统常态化监测和生物多样性保护工程,加强海洋污染防治,严控陆源污染物排放入海,开展入海排污口排查整治,加大海洋垃圾监控和清理力度。走出一条开发与保护并重、生态治理与资源保护修复并举的人海和谐发展之路,绘就人海和谐新画卷。

坚持科技引领,强化海洋生态环境保护技术体系。要实施“科技兴海”战略,积极发挥科技在海洋生态保护中的引领作用,通过观测、模拟、预测三位一体途径,精准掌握海洋生态环境变化,如海洋温度、水声通道、鱼群变化等,做到看得清、查得明、报得准,突破海洋领域“卡脖子”技术难题,实现粤港澳大湾区“透明海洋”建设。充分利用人工智能赋能海洋生态治理与检测,借助智能机器人、无人机、卫星等高科技产品,动态监测红树林、海草床、珊瑚礁、中华白海豚、海龟等海洋珍稀生物的生存状态,推进粤港澳大湾区“智慧海洋”建设,为粤港澳大湾区海洋生态保护提供有力的科技支撑。

付体系,拓展数字人民币跨境应用场景;持续扩大“即买即退”政策城市和商户范围。优化物流网络,强化供应链韧性。拓展“前置仓+即时配送”模式,增设跨境电商专线和专列;在东南亚、中东欧等新兴市场布局智能仓储枢纽,加强自动化与冷链设施建设;建立跨境物流应急机制,与重点国家签署绿色通道协议;推广面向中小商家的“拼仓”服务,降低海外仓储成本。

突出品牌服务,增强市场认同。积极开展国际认证与品牌本土化改造,借助跨境电商拓展市场;发展跨境直播、社交营销等新模式,构建柔性供应链。试点跨境电商品牌孵化基金,推动定制化生产;设立海外体验与售后中心,提供本地化退换货服务;鼓励企业加入国际认证体系,参与标准制定,提升中国品牌国际认可度。

“反向海淘”不仅展现了我国超大规模市场的强大吸引力,更凸显出我国在全球供应链与价值链中日益提升的地位。从“世界工厂”到“全球市场”,从产能输出到需求拉动,我国正以更高水平的开放和更完善的产业生态,与世界共享发展机遇。