

积极发挥超长期特别国债功能

财政部近日公开的今年第四季度国债发行安排明确，在10月10日和10月14日分别发行50年期和20年期超长期特别国债。至此，今年全年1.3万亿元超长期特别国债发行工作将收官。

2024年以来，我国创造性使用超长期特别国债这一政策工具，用于“两重”“两新”，支持全方位扩大内需，特别是由于向消费品以旧换新投入了大量“真金白银”，更为广大群众所熟知。今年，今年“两重”建设项目清单8000亿元已全部下达完毕。在“两新”方面，今年超长期特别国债支持设备更新的1880亿元投资补助资金已下达完毕。随着近日中央向地方下达今年第四批690亿元超长期特别国债支持消费品以旧换新资金，全年3000亿元中央资金也已全部下达。

巩固拓展经济回升向好势头，需要宏观政策持续发力，进一步发挥好超长期特别国债的功能，加力扩投资、促消费。加强资金监管制度顶层设计，提升资金使用效益。

另一特点则是注重实效，作用明显。资金发挥出有力的带动作用，产生实实在在的效果。通过超长期特别国债资金投入，“两重”建设扎实推进，重点领域基础设施投资增势良好，一批跨区域、跨流域的重大标志性工程正在加快推进。支持设备更新方面，资金投向工业、用能设备、能源电力、交通运输、物流、环境基础设施等领域约8400个项目，带动总投资超过1万亿元。消费品以旧换新加力扩围实施，有效促进居民消费需求释放，前8个月全国共有3.3亿人次申领消费品以旧换新补贴，带动相关商品销售额超过2万亿元。一系列统计数据显示，超长期特别国债扩大内需的效果持续显现，为宏观经济平稳运行提供了有力支撑。

巩固拓展经济回升向好势头，需要宏观政策持续发力，其中包括进一步发挥好超长期特别国债的功能，加力扩投资、促消费。

加强资金监管制度顶层设计，提升资金使用效益。在“两重”方面，强化项目统筹谋划，集中力量支持发展急需、长远有利的大事要事难事。坚持“项目跟着规划走、资金跟着项目走、监管跟着资金走”，压实项目主管部门和项目单位主体责任，对超长期特别国债资金使用情况实施全过程监督，防止“重资金、轻管理”，避免因前期准备不充分等造成项目进展缓慢、资金闲置浪费等问题，推动资金早使用、项目早落地。

在“两新”方面，做好政策实施情况评估，优化完善政策安排。消费品以旧换新“国补”对带动市场升温发挥了重要作用，消费者的期待值很高。下一步，有必要通过优化申请兑换流程等补贴规则，更好惠及消费者。还可以考虑扩大补贴范围、提高补贴标

准，满足市场多样化需求，进一步发挥“国补”的拉动效应，提高资金政策效能。创新消费业态、模式和场景，扩大优质消费供给，激发消费潜能。此外，强化资金监管，对各地资金分配、兑付和使用等情况加大检查力度，严防补贴资金挤占挪用、骗补套补。

超长期特别国债具有优化央地债务结构、匹配较长周期项目资金需求等特点。通过综合运用政府债券、税收、财政贴息、专项资金等财政政策工具，强化财政、货币、投资等宏观政策协同，有望更好全方位扩大国内需求，不断激发市场活力，促进经济延续总体平稳、稳中有进发展态势。



陶希东

近日举办的2025年首届智慧农业创新大赛上，对靶施药除草机器人、温室搬运机器人、巡田无人机等智慧农业发展成果，让观众享受了一场农业科技“盛宴”，也让人对未来农业的发展空间充满期待。国务院不久前印发的《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》明确提出，加强人工智能在农业生产管理、风险防范等领域应用，帮助农民提升生产经营能力和水平。人工智能的引入，有望把农业智能化推到一个新的高度。

我国在推进农业生产全流程智能化领域已取得一系列成就。例如，全基因组选择推动育种技术向分子设计育种跃迁，新品种在抗病性、耐盐碱性、产量和品质等方面提升显著；人工智能与物联网的融合，能第一时间全面获取虫情、作物长势，实现农业全产业链的精准管理与决策。

不过，仍有一些挑战不容忽视。例如，对农业人工智能全产业链布局滞后，规模化、产业化仍有距离，一些关键技术仍需突破；农业数据采集难、整合共享不足、数据质量参差不齐，“数据孤岛”现象严重，导致各子系统数据填充和模型训练不足，制约人工智能模型的高效演进等。

农业智能化涉及智能育种、智能感知、物联网、智能装备等诸多农业高科技领域，各子系统的智能化水平，关系转型升级的成色。立足当前国情农情，农业智能化要系统谋划、整体推进。

加强农业人工智能全产业链布局。AI对农业的赋能，不仅要在育种、种植、养殖、渔业等领域横向铺开，也需在生产加工、仓储物流、数字营销等环节纵向拓展。借助AI技术，承担喷药、施肥、播种、运输、监测灾情等工作，并对农产品进行分级分选，将订单与库存快速匹配，自动

给农民装上“AI大脑”。着力推进产学研联动与人工智能技术联合攻关，有效突破新型材料、高端农机等硬件装备瓶颈，显著提升智能感知技术、自动化控制技术的研发应用。以全链条软硬件系统融合，实现农业高端智能装备自主可控，以真实应用场景为锚点，多方协作、长期投入，推动AI全面整合农业产供销全链路。

打破“数据孤岛”。AI农业大模型的深化发展离不开高质量的农业数据，其质量和规模决定着算法的可靠性。必须着力克服农业数据地域性、季节性、多样性和周期性等特点，实现数据的互联互通与共享共用。国家数据局、农业农村部等相关部门，可通过制定统一标准、构建农业数据共享平台等举措，着手减少农业数据要素开发利用的障碍。加快完善数据基础法律制度，尤其是数据产权、流通、交易、使用、分配、治理、安全等重要制度，破除数据共享的卡点、堵点，尽快形成可信、高效、繁荣活跃的全国一体化数据市场，把分散的数据有效汇集起来，以数据驱动智慧农业。

完善政策支持，培育农业人工智能人才。农业智能化转型升级不仅是农业生产科技的跃进，更是农业产业体系的深度调整与重构，这就需要多方面的政策支持与制度创新。要进一步调整优化产业政策、财政补贴政策，为涉农高校、科研机构、推广单位、互联网企业和农业经营主体创造良好的发展环境。与时俱进创新涉农人才培养模式，紧跟农业智能化转型升级需要，培养一大批掌握现代生物技术、人工智能、大数据网企业与信息技术的复合型人才。健全乡村创新创业支持政策，持续完善激励机制，激发广大人工智能人才的积极性、主动性和创造力。



罗 琪作

不能让网约车“多劳不多得”

近日，多地出台政策，禁止平台以“一口价”模式强制网约车司机接单。网约车“一口价”是指乘客设定目的地后，系统按预估里程、时长、路况等给出固定价格。此模式虽能够吸引乘客、助平台抢占份额，但司机反映接单增多而收入未增。相反，部分成本由司机承担，且因订单密度提升加大了工作强度。叫停“一口价”订单有助于让行业回归合理定价。平台需重新审视现有盈利模式，制定更为合理、长远的发展策略，鼓励中高端车型、场景化出行等定制服务，避免同质化竞争。进一步完善定价机制，构建透明、合理的长期定价与抽佣机制，平衡乘客、司机、平台等各方利益。此外，也需不断优化网约车司机的职业待遇，保障相关从业者权益。

近日，财政部等部门发布《关于开展消费新业态新模式新场景试点工作的通知》，支持试点城市健全首发经济服务体系，创新多元化服务消费场景，提升消费品质，扩大服务消费。服务消费已成为推动我国消费市场增长的重要力量，近年来，居民消费正处于从物质型消费向服务型、品质型消费加速升级的关键阶段。提振消费的重要一环，就是要遵循服务消费增长规律，加快培育服务消费新增长点。

服务消费持续增长是我国经济发展阶段和居民收入水平同步提升的必然结果。2024年我国人均GDP超1.3万美元，服务消费逐渐成为提振消费的一个显性驱动力和重要抓手，居民人均服务性消费支出占人均消费支出的比重达46.1%，相较于发达国家60%以上的水平，我国服务消费增长依然潜力巨大。服务消费持续增长是我国服务供给侧结构性改革和居民消费需求结构升级同向发力的必然结果。政府以“补贴、规范、扩容”等方式，扩大养老、托育、家政、文旅、健康、数字服务等的有效供给，形成“需求引导—政策支持—供给增加—消费放量”的正向循环，服务消费潜能加速释放。服务消费持续增长是我国居民消费观念转变和服务价值延伸同频共振的必然结果。年轻一代的消费观念从传统的“划不划算”转向“喜不喜欢”，更注重“情感体验”与“精神满足”，愿意为“愉悦感、归属感、认同感”支付溢价，这是服务消费高阶发展的核心逻辑。这些因素助推新消费、新业态、新场景不断涌现，成为服务消费新活力的来源。

也要看到，当前我国服务消费领域还存在一些堵点，部分服务消费（比如一老一小服务、家政服务等的）供给能力还有短板，与巨大的市场需求相比存在缺口；养老、文旅等服务消费领域供给质量仍需提高，难以满足多层次、多样性、个性化需求；一些领域服务消费协同度不足，需要进一步发挥政策合力。

需求导向，精准匹配，塑造品质化、品牌化的服务消费新供给。充分运用大数据、人工智能等现代调查研究方法，分析研究不同群体的服务需求、市场潜力、消费意愿等，以需求为导向，科学选择重点发展的类型和方向，以适量化、品质化服务供给满足人民群众对美好生活的期许，是培育服务消费新增长点的关键之举。例如老龄化程度较高的城市或地区，应着重打造养老服务品牌及消费高地。要针对不同群体属性和需求，推动精细化、分众化的服务供给改革，扩大服务开放试点，培育头部企业，努力打造有影响、有口碑的服务品牌。

因地制宜，场景融合，构筑特色化、沉浸式服务消费新优势。不同城市或地区在培育服务消费新增长点时，一方面，要充分考虑自身功能定位和发展条件，因地制宜、挖掘优势、形成特色，既带动消费又提升能级，切忌脱离实际的一哄而上、盲目模仿。例如拥有娱乐文化的城市，可精心谋划悦己消费、情绪消费、文化娱乐、体育旅游等服务，打造年轻人向往之城；劳务输出型城市，可打造一流的家政服务新品牌。另一方面，要从服务消费的多样化、个性化、体验性、互动性及其更多满足消费者情感需求的特性出发，加大数字技术赋能，全力打造形式多样的融合式、沉浸式消费场景，资源共享、功能整合，丰富服务消费场景供给，满足消费者社交、自我认同等需求，形成“人无我有、人有我特”的消费新场景、新优势。

部门合作、政策协同，凝聚服务消费培育的新合力。服务消费的“跨领域、强关联”特性，决定了其培育必须依赖部门协同。一个地方能够成为某个服务消费的新高地，一定是政策协同与跨部门合作的结果，如国内一些大城市形成二次元消费磁场的背后，是当地文化、商业、旅游、市场等多部门同向奔赴的结果。在服务消费新增长点培育过程中，地方政府需通过机制搭建明确协同路径、分工清单压实部门责任，场景落地检验协同成效、考核保障确保长效运行，将分散的部门力量拧成“一股绳”，形成跨部门协作合力，消除政策差异和壁垒，以优质生态体系催生更多服务消费新增长点。

（作者系上海社科院智库研究中心研究员）

本版编辑 梁剑箫 仇莉娜
来稿邮箱 mzjgc@163.com

邮储银行深圳前海分行营业部

打造“哺鲸小课堂” 传递金融温度

近年来，作为扎根中国（广东）自由贸易试验区深圳前海蛇口片区、服务25万客户的金融阵地，邮储银行深圳前海分行营业部以“哺鲸小课堂”为核心抓手，构建差异化特色服务体系，成功打造兼具金融宣教功能与客户关怀的特色网点，成为片区家庭客群青睐的“金融教育港湾”。

步入深圳前海分行营业部大厅，以“蓝色金融港湾”为主题的文化墙瞬间吸引目光——墙面以渐变蓝色为主色调，融入海浪、帆船等元素，既呼应前海“滨海自贸区”的地域特色，又通过柔和的视觉设计消解传统金融机构的严肃感，营造出兼具科技感与亲和力的服务氛围。

在文化墙墙面右侧专属打造的“财商知识互动区”，则是“哺鲸小课堂”线下场景的核心载体。该互动区采用模块化设计，分为“趣味问答”“案例解析”“动手实践”3大板块，通过“边学边写、边看边交流”的模式，让金融知识学习从“被动听”变为“主动参与”，沉浸感十足，吸引了不少家庭在周末专程前往打卡，也让营业部成为名副其实的“亲子财商教育基地”。

事实上，“哺鲸小课堂”源自“小小银行家”品牌，“小小银行家”旨在向区域适龄儿童传授金融基础知识、树立正确金钱观。2022年，邮储银行深圳前海分行营业部将其升级为“哺鲸小课堂”。通过组建12人专业“哺鲸课堂讲师团”，多场景打造“移动课堂”，进企业，开展“职场金融安全”讲座，讲解工资理财、信用卡使用技巧；进社区，依托“邻里节”“反诈宣传周”开设露天课堂，为老年人普及防养老诈骗知识；与周边3所小学合作，将课堂纳入课后服务体系。

2022年以来，“哺鲸小课堂”累计开展活动10余次，覆盖超过1200人，其中青少年占比达60%，获得了社会各界的广泛好评，成为片区金融宣教典型案例，是邮储银行深圳前海分行营业部的一张“特色名片”。未来，邮储银行深圳前海分行营业部将继续优化课程体系，探索沉浸式理财知识学习模式，积极联合前海地区的其他金融机构开展“金融知识联合宣讲”，持续扩大服务影响力，真正让“金融教育港湾”的温暖辐射到片区每一个家庭。

（数据来源：邮储银行深圳分行）
·广告

井冈山大学

AI赋能教学变革 打造智慧教育新范式

近年来，井冈山大学（以下简称“学校”）积极响应国家教育数字化战略，以人工智能技术深度赋能教育教学全过程，构建了“精准教、个性学、安全管、智能评、高效服”五位一体的智慧教育新体系，推动信息技术与教育深度融合，为地方高校数字化转型提供了可复制、可推广的“井冈山经验”。

精准教——构建智慧教学新范式。学校引入DeepSeek等大模型开发AI工具箱，依托超星泛雅平台建设数字课程资源，利用虚拟数字人、生成式AI等技术快速构建教案、课件和虚拟实训场景，实现教学资源智能生成与精准推送。教师可通过AI学情分析报告实时掌握班级学习状况，实施差异化教学，显著提升课堂育人效果。

个性学——培育自主学习新生态。学校打造“AI学伴”等智能工具，支持多模态学习路径规划和自适应学习推荐，构建“课前—课中—课后”全流程学习闭环。系统自动识别学生知识薄弱点，推送定制化学习资源，真正实现“一人一策”的个性化学习支持。

安全管——筑牢数据治理新架构。学校建成统一身份认证与数据中台，整合教务、学工、人事等系统数据，形成涵盖数亿条数据的“数据湖”，打破信息孤岛，提升数据治理效能。通过“井事紧办”微应用，实现师生事务“发起—办理—反馈”一站式闭环处理，平均响应时间缩短至4小时。

·广告