

农业也要发展先导性产业

能否保障算力设施用上更安全、更经济、更绿色的电力,成为推进全国一体化算力网建设、助力数字中国建设的“必答题”。

算力是国家综合国力的重要体现,是数字经济时代经济社会发展的重要生产要素。为加强算力供需匹配,提高资源利用效率,降低用算成本,全国一体化算力网正紧锣密鼓地推进,成为筑牢数字基础设施底座的关键。

田磊刘凡

国务院近日印发《加快农业农村现代化“十五五”规划》,首次提出培育壮大农业领域新兴产业和未来产业,加快更多先导性产业规模化发展。

相较“十四五”推进农业农村现代化规划,本次规划增添了不少具有时代特征的内容,把发展农业新质生产力摆在了更突出的战略位置。“强化农业科技和装备支撑”作为重点任务以单独的章节列出,位于“持续巩固拓展脱贫攻坚成果”之后,体现了其重要性。这些释放出了鲜明信号:农业具备催生新质生产力的土壤,加快先导性产业发展,培育壮大农业领域新兴产业和未来产业正当其时。

提到传统产业、新兴产业、未来产业,人们通常把农业归入传统产业里,默认新兴产业和未来产业与农业没啥关系,也很少把先导性产业与农业挂钩。其实,“农业是传统产业”是一种笼统说法,并不完全准确。农业是传统产业占比最高的行业之一,但不代表就不能长出新兴产业和未来产业。要认识到,不同产业领域里,传统产业占比不同、新兴产业成长性各异、未来产业培育度有别。在产业现代化过程中,传统产业、新兴

农业是传统产业占比最高的行业之一,但不代表就不能长出新兴产业和未来产业。农业领域发展新质生产力,出发点在农业增效,落脚点在农民增收。只有让农业受益、农民买账,创新才能有生命力。

产业、未来产业也在动态变化。

农业是第一产业,历史最悠久,也最为基础。农业又是开放包容的产业,能从二三产业中汲取要素支撑,实现技术创新、动能转换、产业变革。眼下,农业生产面临前所未有的大变局,正从依赖经验和劳动力,逐步转向依靠数据、模型和智能装备。回顾以往,无人机最先规模商用的场景之一恰恰是农业植保。眼下,新材料、人工智能、大数据、物联网等都与农业找到了结合点。可以预期,以后农业的很大比重是现代农业,从业人数会继续减少,但从业门槛可能会变高。

发展农业新质生产力,把农业建成现代化大产业,要把传统农业提质增效、转型升级放在突出位置;同时,也要瞄准发挥农业多重功能多元价值,培育壮大新兴产业,布

局建设未来产业,加快发展先导性产业。本次规划有针对性谋划实施农机装备高质量发展、农业生物制造提升、“人工智能+农业”等行动,支撑农业新质生产力发展。一般认为,农业先导性产业包括智能设计育种、新能源农机、农业低空经济、农业生物制造、新型食品等,也是农业领域新兴产业和未来产业的主体。

培育新兴产业和未来产业也好,发展先导性产业也罢,首要在于推动科技创新和产业创新深度融合。农业需要的创新,并非“高大上”的创新,更关键的是要管用好用。农业领域发展新质生产力,出发点在农业增效,落脚点在农民增收。只有让农业受益、农民买账,创新才能有生命力,这对各地提出了更高要求。我国地域辽阔,不同地区产业基础、人才储备、创新能力各有不同,各地

不能贪大求全、跟风布局,而应找准自身定位,立足比较优势,选择合适赛道,加快现代科技与农业产业的深度融合。

按照规划,2030年农业科技进步贡献率达到67%,农业核心种源自给率达到85%,农作物耕种收综合机械化率超80%。这意味着,今后5年,应加大投入、优化布局、创新机制,力争在农业关键细分领域孕育更多变革性技术成果,取得更多原创性重大突破,抢占发展制高点;而落到老百姓关心的稳产保供方面,则要以创新驱动优化品种结构和区域布局,增加营养、健康、风味产品供给,促进农业供需适配、优质优价。



齐全亮 三农瞭望

伪劣“拼豆”莫贪玩

戴梦雅

近段时间,五彩斑斓的“拼豆”风靡玩具界,给青少年乃至成年人带来许多欢乐。说起这种玩具,玩法并不复杂,玩家只需将五颜六色的塑料颗粒在模板上排列成图案,再用熨斗加热定型,就能形成像素风格的各种物件。

数据显示,去年“拼豆”在主流电商平台的销售额共计2.91亿元。某电商平台发布的2025年度十大商品中,“拼豆”同比增长近500%的搜索量名列第二。有机构预测,2026年“拼豆”的市场规模有望逼近10亿元。

然而,这个“大小朋友”都爱玩的玩具,若操作不当,有可能成为藏在孩子身边的“隐形炸弹”。前不久有报道称,多地发生“拼豆”玩具引发的安全事故,甚至有儿童在熨烫“拼豆”的过程中不幸触电身亡。保障儿童安全,玩具的适用年龄至关重要。毕竟,玩具是否标注清楚适用年龄,不仅关系到产品标识的合规问题,更关乎无数儿童的切身安全。

根据《玩具安全》系列强制性国家标准,玩具产品应正确标识适用年龄,供3岁以下儿童使用的玩具不得含有小零件。而目前市场上的“拼豆”涵盖了性质截然不同的两类产品:一类是设计或预定供14岁以下儿童玩耍、无需高温加热的玩具,如果主要材质为塑胶,需以

塑胶玩具类取得我国强制性产品认证(CCC认证);另一类是面向成人、通过高温加热定型的手工作品,不属于儿童玩具范畴,不适宜儿童玩耍。由此可见,需要高温加热定型的“拼豆”并不适合给低龄儿童玩。不仅如此,很多“拼豆”的塑料颗粒直径通常在5毫米左右,正是幼儿最容易误食的尺寸。

就目前来看,除了产品标识不规范,市场上的“拼豆”产品还存在违规配备加热设备、质量参差不齐等问题。比如,一些厂商为了降低成本,在生产“拼豆”时使用回收塑料或工业废料,这些产品中的有害物质含量往往超出安全标准,暗藏巨大健康威胁。更令人担忧的是,在选购时,家长也难以通过外观判断产品质量和标准,仅能依靠品牌信誉和价格作为参考。

玩具适用年龄,看似一个简单的数字,背后却有严谨的安全考量和科学依据。为此,生产厂家要负起首要责任,合规生产产品并正确标识适用年龄,筑牢儿童玩具的安全底线。同时,有关部门需严查平台及商家,及时下架问题产品,确保儿童在安全的环境中体验玩具乐趣。家长也应当重视“适用年龄”与安全警示,根据孩子年龄选择合适的玩具,切勿只图有趣美观而影响孩子健康。

(中国经济网供稿)



漫评

张博森作(中国经济网供图)

时 锋

“仅退款”不该成“薅羊毛”

为了一单190元的榴莲,一位网店商家自费数千元、驱车上千公里维权,只为寻找恶意“仅退款”买家。最近,此事在网上备受关注,引发了关于如何合理“仅退款”的讨论。如今,各大电商平台大力推行“仅退款”,原本是为消费者提供一个便捷的售后通道,却在实际操作中滋生出滥用规则的“羊毛党”,不少商家因此“贷款两空”。个别平台拉偏架式的售后方式不但有失公平,也容易导致“劣币驱逐良币”。

“仅退款”的初衷是提升交易效率,而非制造失衡。这就需要作为“裁判”的平台方在交易纠纷中秉持中立原则,不随意偏袒,既要保障消费者权益,也要保护好商家的申诉权。监管部门也要履职尽责,压实电商平台主体责任,让“仅退款”回归便民初心。



扫码要看内容

国潮热

重在内涵式发展

张峻峰

浙江推动老字号品牌跨界焕新,打造国潮文创产业集群;陕西建立非遗工坊,实现传统技艺创新转化;广东加大原创IP研发,从“代工制造”向“文化出海”转型升级……如今,国潮服饰、美妆、茶饮、潮玩等产品频频“出圈”,越来越多的地区和企业顺应消费升级趋势,推动文化创意、现代设计与实体经济深度融合,实现文化价值与商业效益的同步提升。

眼下的“国潮热”,不仅是文化消费回升,更是我国综合国力提升、文化自信增强在经济领域的鲜明折射。《2025年中国国潮经济消费行为调查数据》显示,85.79%的消费者更倾向选择国内潮流品牌,其中48.69%的消费者因“中国风设计元素”形成消费偏好。“国潮”已经进化为涵盖核心技术突破与中式美学表达的深度融合。

对此,也需辩证看待。部分企业对“国潮”理解流于表面,过度依赖龙凤纹样、祥云图案的简单堆砌,导致产品同质化严重。一些“国潮品牌”重营销、轻内涵,在核心工艺、内涵意蕴等关键环节缺乏创新。此外,国潮产品的定价体系尚不完善,部分品牌溢价与其产品质量、文化内涵不匹配。不少国潮品牌“内卷”有余而“出海”乏力,国际竞争力有待提升。让国潮从“流量”变“留量”,从“网红”变“长红”,必须在宏观、中观、微观等多维度协同发力,增强国潮经济竞争力。

宏观层面,强化链条整合与标准引

建高质量的产业生态。制定国潮产品质量评价标准,打击以“国潮”之名行伪劣之实的投机行为。推动“产业基地+文化集群”的经费模式,引导传统制造业产地与博物馆、艺术院校等文化阵地深度对接。通过搭建协作平台,对接需求端的精准画像与供给端的柔性制造,支持国潮品牌发展。举办国际艺术节等方式,在国际交流中植入中国审美。

中观层面,深化品牌创新与文化内涵挖掘,培育国潮品牌竞争力。加大科研投入,在面料、核心算法、精密制造等底层逻辑上练好内功,让文化溢价建立在扎实的品性之上。建立深度的IP研发体系,不仅要用好文化,更要理解文化,通过跨界联动实现“国潮”品牌的人格化与情感化。老字号要敢于“去旧迎新”,将传统技艺通过数字化手段、现代工艺流程进行再造;新锐品牌要坚守长期主义,摆脱对流量的路径依赖,打造具有内涵的文化品牌。

微观层面,注重人才培养与审美提升,厚植文化土壤。国潮经济的未来在于人才。鼓励高校开设跨学科专业,培养既懂中国传统美学又精通现代商业设计的复合型人才。强化知识产权保护的社会共识,引导社会各界尊重国潮,不仅要关注商品的外在形式,更要读懂其内在的文化价值与工匠精神。要形成一种“尊重原创、认同本土、追求品质”的文化氛围,为国潮经济的持续繁荣提供深厚的心理认同与社会底蕴。

机制再造赋能老街焕新

纪芬叶

成都玉林东路特色街区通过焕新业态,打造公园社区新场景,让老商业街重聚人气;杭州宋韵老街十三湾巷更新项目通过构建“文化驱动型”商业生态,探索了文化金融赋能老旧街区改造新路径;石家庄“修旧如旧”的巧思改造了中山里街、外贸街、电厂街等一批老旧街区,留住了城市记忆,增强了城市文化品质……一段时间以来,老旧街区改造正悄然改变城市人文经济新图景。

近日,国务院印发《城市更新“十五五”规划》通知,提出要促进城市文化繁荣发展,并对推进老旧街区厂区改造提升下达了“任务书”。此前,住房和城乡建设部印发的《关于在城市更新改造中切实加强历史文化保护坚决制止破坏行为的通知》等文件对城市街区的文化保护、更新方式提出了具体要求。在各项政策引导下,通过创意赋能,城市老旧街区焕发出新的文化活力。

不可否认的是,文旅赋能老旧街区改造过程中依然面临诸多困难。比如,街区设施陈旧,功能缺失,未能实现产业、居住、文旅的有机融合。再如,街区在地文化逐渐消逝,文化遗产传承创新不足,难以凸显地域特色。化解这些问题,需要进一步从完善

功能、创新体验场景、强化运营等多方面协同发力,对症下药。

完善街区功能,留住市井烟火气。老旧生活街区镌刻着城市的烟火记忆,守住这些烟火底色,才能焕发鲜活的文化魅力。一方面,要补上文化设施短板,创意改造传统民居,丰富文化活动,建设文化社区。对街区内的老字号、口碑老店、手工作坊等业态进行扶持,优化本土文化生态。另一方面,还原老街区生活场景,让游客体味到真实的市井生活,增强文化体验感。比如,由老平绒厂和建国门综合市场更新改造而来的西安老菜场市井文化创意街区,划分出多个功能板块,既保留了火热的生活场景,又融入了文创新业态,成为热门文旅打卡地。做到“街区即景区”,让更多游客愿意驻足老旧生活区。

重构体验空间,增强文旅吸引力。部分老旧商业街低端同质化,业态陈旧,场景单一,空间闲置。对此,需充分挖掘和利用以老商业街区为代表的地域文化,重构文化体验空间,盘活资源。将特色美食、非遗技艺、民俗表演、特色建筑、传统曲艺等地方特色文化与街区深度融合,充实体验内容。创新街巷轻演艺、大型实景演出、特色市集、研学互动、街区

美拍等沉浸式体验方式,实现传统文化与新潮文旅的融合碰撞。比如,运河唐人街原是唐山市一条发展不佳的老商业街,后更新改造为河头老街,因其丰富的特色文化内容和多元沉浸式体验空间,变身成为“食、游、购、娱、体、展、演”于一体的活力文旅新街区。根植特色文化,创新体验空间,才能吸引更多消费者。

建立长效机制,提升运营新质效。老旧街区改造不只是空间再造,更是机制重塑,需要建立市场化、专业化、常态化的长效运营机制。要将历史文化保护传承融入老旧街区改造更新,建立“先调查后改造”的文化保护前置制度。用好财政专项资金、城市更新专项债等央地财政支持政策,引导老旧街区提升文旅功能。强化对成长性良好的草根创业者和小微文创企业的帮扶,培育经营主体。引入政策性金融工具和信贷资金,为老旧街区功能转换、业务升级、活力提升注入金融活水。建立专业运营与自我组织运营相结合的街区运营机制,利用物业入股、租金分成、众筹等方式,形成风险分担、利益共享机制。只有政府、企业、居民、社会主体等各方协同创新、高效运营,才能将低效存量资源变为活力文旅新空间。