

打造标准，推动数字乡村驶入快车道

【核心提示】数字乡村建设有“标”可依了！中央网信办、农业农村部等四部门近日出台《数字乡村标准体系建设指南》(以下简称《指南》),提出了数字乡村标准体系框架,明确了“十四五”时期数字乡村标准化建设目标、建设内容和建设路径,为标准化建设引领数字乡村高质量发展提供了保障。

□郑因

数字乡村是乡村振兴的战略方向。近年来,一条条光纤铺设东西,一座座基站飞架南北,我国行政村全面实现“村村通宽带”,直播电商、智慧农业、远程医疗等以前所未有的速度弥合城乡数字鸿沟。也要看到,时下不少农村数字设施缺乏规范体系,数据采集、处理和发布没有统一标准,存在数据分散、平台无法连接、数据完整性不高、“信息孤岛”现象突出等问题,也因此在一定程度上导致低效运行、重复建设、资源浪费。引导数字乡村更好发展,对标准化建设

提出更高要求。没有规矩,不成方圆。标准是经济活动和社会发展的技术支撑。人们对“一网通办”“一图统管”大加赞赏,正是因为标准化是科学合理的质量管理手段。就数字乡村而言,标准化在全面支撑乡村生产方式、生活方式和治理方式数字化转型中发挥着引领性、支撑性作用。数字技术为乡村振兴提升了算力、释放了潜力。但现实中,由于“三农”工作众多、面广、事杂,产业主体分散,一些数字工程难免流于表面;部门、行业、区域间缺乏统一规划,存在各自为政现象,会降低工作效率。这就需要整

合数字技术,克服碎片化难题,让更多数据信息互联互通,形成集聚效应,推动数字乡村建设步入快车道。

建设数字乡村标准体系,必须夯实硬件基础、补齐软件短板。硬件方面,新型基础设施建设是数字乡村建设的重要基石。规范光纤网络、移动宽带等基础服务,规范天空地一体化监测,规范气象、交通、物流等设施数字化改造升级,有助于筑牢数字乡村发展基础。软件方面,数据资源、数据服务应该开展哪些工作,生产信息、经营信息应该如何收集应用,乡村产业、公共服务应该遵循什么标准,

都关乎产业发展和基层治理的成效。《指南》对此均作出明确部署。提升数字支撑能力,同时完善配套规则,全面提升标准化建设水平就有了底气。

数字乡村标准化建设是一项长期工作,很多标准并没有现成答案。从建设路径上,需要从标准应用、标准制定、标准修订、标准转化等方面下功夫;从标准层级上看,需要国家标准、行业标准应用多点突破,也需要地方标准、团体标准研究同步实施;从参与主体上看,除了国家和行业标准化主管部门计划审批,更鼓励社会组织、企事业单位和个人参与研究论证;从标

准内容上看,《指南》部署了农业物联网、农村电商等四方面重点任务,既是国家所需、人民所盼,更是工作所向、机遇所在。全域覆盖,全程用力,全员参与,相关标准才能全面开花,满足数字乡村建设需求,形成标准支撑和引领数字乡村发展的良好局面。

进入新发展阶段,标准化工作无疑将逐步融入经济社会各个方面。以标准体系建设补齐数字乡村短板,我们定能不断解放和发展农村生产力,助力乡村全面振兴。

(摘编自《人民网》)

各抒己见

把握农业服务贸易新机遇

□乔金亮

2022年中国国际服务贸易交易会日前落幕,农业服务贸易成为与会农业企业 and 专业观众关注的焦点。农业服务贸易是向国(境)外提供或购买农业相关服务的贸易形式,即农业服务业的进出口,被认为是经贸合作新模式、农业升级新路径。从世界范围看,农业强国大多也是农业服务贸易强国。荷兰是世界第二大农业出口国,农产品贸易和农业服务贸易均有优势。其乳业技术和生猪养殖世界领先,温室农业和园艺农业服务成熟,支撑起农业服务贸易强国地位。如今,农业服务贸易已覆盖农业各环节各领域,促进了各国农业产业链升级。用农业服务提升效率、凝聚要素、重构产业、赋能农民,成为国际粮食和农业系统加快转型的共识。一个国家农业的发展,需要农产品贸易和农业跨境投资稳定增长,也需要农业领域服务贸易大力发展。近年来,我国积极推进农业

社会化服务,通过主体培育、模式创新、领域拓展,推动了农业适度规模发展。同时,还与其他国家分享农业服务,出口杂交水稻技术、绿色植保服务等,造福了不少发展中国家。我国杂交水稻技术与服务出口助力数十个国家粮食增产,农业无人机及相关服务贸易每年为全球10亿多亩农田提供各类作业服务,农产品储运加工一条龙服务大大增加了货物贸易效率。应当看到,我国农业服务贸易发展仍处于起步阶段,潜力有待开发,政策有待完善,尤其是国际竞争力仍显不足。出口市场集中,主要向东南亚、非洲和南美洲等市场提供农业服务,进入欧美市场的少。市场主体实力弱,多数海外农业服务企业集中于某一细分领域,尚未形成全产业链供应能力。服务形式单一,多依托境外农资农机、农技和加工仓储等企业为当地用户提供服务,其他形式的服务贸易少。放眼国际,农业服务贸易的相当份额被发达国家垄断,成功的跨

国农业企业也大多是农业服务贸易的佼佼者。全球农业产业链中的品种选育、农化服务、精深加工、品牌营销等高端服务环节和市场份额多被跨国巨头掌控。以美国的三大粮商为例,其不仅在农产品贸易方面有优势,在农业全产业链服务方面也实力不俗。再比如,中国加入世贸组织后,一些跨国农业企业进入中国市场,不仅售卖农资或农机,还提供全程解决方案,成为增加用户黏性的法宝。中国企业也积极发展农业服务贸易,既服务国内,也走出国门。据农业农村部面向全国征集的农业服务贸易案例显示,主要有农资农机、农业技术、加工仓储、流通营销和信息服务等五种典型模式。比如,江苏沃得农业机械股份有限公司在国内外销售的农机,曾因缺少配套服务被迫退出当地市场,在确立了以服务为重心的发展战略后,成功进入印度市场,成为印度排名前三的农机品牌。又如,袁隆平农业高科技股份有限公司派遣技术专家、提供

育种技术,在菲律宾推广杂交水稻,带动了当地农户增收,还为其培训了大量专业人才。我国农业服务贸易面临广阔发展空间。近年来,全球服务业在出口增值的创造上高于制造业,今后这一趋势将更明显。现代信息技术在农业领域的应用,为农业服务业的可贸易性提供了支撑。作为服务业的重要一环,农业服务贸易规模将继续扩大。今年生效的RCEP是全球最大的自由贸易协定,为我国优势农业服务向相关国家出口带来更多便利。新冠肺炎疫情发生以来,不少发展中国家更加重视发展农业,对我国农资农技和生产服务等需求增加。中国是世界第二大服务贸易国,也是世界第二大农产品贸易国,理应在农业服务贸易方面拥有一席之地。要把握农业服务贸易新机遇,引领我国农业企业从单纯的农产品或投入品生产向综合性全链条农业服务体发展,从而更好提升中国农业的实力。(摘编自《经济日报》)

“为爱买单”
贵在物有所值

□刘诗麟 李芸聪

“那场冰雹,让我和很多小伙伴挂彩了,有点疼,养我们的农户更心疼……请别嫌弃一颗受伤的桃子。”在北京某超市内,令人耳目一新的海报标语和一旁货架上外皮受损的“雹伤桃”,引起往来市民的关注,以致上架后半日内几乎售罄。这是一次别出心裁的助农营销案例。以桃子的“口吻”和路人“对话”,让大家了解农民的不易,认识到买桃子的过程是实实在在的助农过程,赋予了这次消费特别的意义。此次“救援”桃子的做法,为全国受损农产品销售打开了新的思路。贴近化的表达能够激发更多助农力量,但需要注意的是,消费者的爱心不能被滥用。唯有严守产品质量关,给予消费者价格合适、有保障的产品,才能让爱心助农持续下去。(摘编自《农民日报》)

推动制造业
绿色低碳发展

□斯泽夫

在碳达峰碳中和的目标下,制造业绿色低碳发展面临机遇和挑战,为此建议:构建清洁绿色低碳的能源产业体系。用好制造业新技术成果,构建包括水电、核电、风电、太阳能、储能等产业在内的新型电力产业体系,推动煤电企业绿色低碳转型。构建清洁绿色低碳的技术创新体系。加快推动装备智能化、产业生态化。鼓励制造业企业明确重点产品技术创新路径,做好关键产品技术研发,深化产品绿色设计理念。构建绿色低碳安全高效的制造体系。进一步规范绿色制造管理体系、统计体系和考核体系。兴建绿色工厂,实施绿色工厂改造。打造绿色供应链,完善供应商管理,倡导绿色采购。构建支持制造业转型发展的绿色金融体系,特别是在技术创新、技术改造、提高品质品牌、产业链布局和可持续发展能力等方面给予金融支持。(摘编自《人民网》)

□齐志明

家电是重要的大宗消费品。当前,新一轮家电下乡活动正在全国火热开展。在江西鹰潭市余江区潢溪镇,受益于家电“以旧换新”办法,村民能以更优惠价格购入新空调;在贵州毕节市七星关区梨树镇,通过“满减补贴”,村民买到了价廉质优的新款冰箱……从发放消费券到发布家电企业促销方案,各地纷纷出台相关支持举措,让政策红利最大程度惠及群众,有效激发了广阔县域地区家电消费活力。县镇及农村地区是我国下沉市场的重要组成部分,家电消费规模大、增速快。2008年全国推广家电下乡,助推农村家电普及率提升,如今这批老旧家电已逐渐到了更新换代的年限。7月召开的国务院常务会议提出“在全国开展家电以旧换新和家电下乡,鼓励有条件地方予

以资金和政策支持”;商务部等13部门联合印发《关于促进绿色智能家电消费的若干措施》,对开展全国家电“以旧换新”活动、推进绿色智能家电下乡等进行了部署。新一轮家电下乡有助于更好释放农村市场家电消费潜能,可谓正当其时。目前,我国模仿型、排浪式消费阶段基本结束,个性化、多样化消费渐成主流。反映在农村家电消费中,随着农民收入逐步提高,农村网络不断普及、物流更加畅通、用电环境持续改善,农村消费者的消费偏好已从“有没有”向“好不好”转变,对低碳、绿色、智能、时尚家电的消费升级需求更为强烈。正因如此,开展新一轮家电下乡,为县乡家电市场提供更高水平供给、保证产品质量安全、通过创新供给激活需求的重要性显著上升。更好推动新一轮家电下乡,需要以市场化手段补齐家电市场短板

弱项,打通家电消费堵点,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。就优化供给而言,应鼓励家电生产和流通企业开发适应农村市场特点、老年人消费需求的绿色智能家电产品,发展反向定制、个性化设计、柔性化生产和智能制造等新产销模式。各地区要统筹用好相关资金,积极引导企业以县城、乡镇为重点,改造提升家电销售网络、仓储配送中心、售后维修和家电回收等服务网点。从拉动需求来说,一方面,应积极开展“以旧换新”活动,全面促进智能冰箱洗衣机空调、超高清电视以及智慧厨卫、智能安防等绿色智能家电消费;另一方面,应大力拓展消费渠道,推进线上线下消费融合发展,统筹举办家电消费季、家电网购节等各类消费促进活动。更好推动新一轮家电下乡,也必须在废旧家电的回收利用上持续发力。近年来,我国家电年均报废

量约2.2亿台,每年增幅约16%。现实中,废旧家电回收还存在回收规模小、渠道不畅通、私拆屡禁不止等行业难题,不利于形成家电绿色生态闭环。各地要加快废旧物资循环利用体系建设,强化政策保障,支持家电回收网点、绿色分拣中心建设。在便利居民交售废旧家电,鼓励企业上门回收、免费拆装等方面,也要结合实际情况,拓展有效途径。多措并举,畅通家电生产、消费、回收和利用的良性循环,有利于消除废旧家电处理的后顾之忧,为激发家电更新消费提供强大支撑。家电下乡,惠农利民。各方协同发力,推动家电配送、安装、维修等全链条服务标准化,全面强化农村消费者权益保护,定能让利好政策切实惠及消费者,让人民群众买得称心、用得舒心、修得放心、换得安心,有效促进县域消费提质升级。(摘编自《人民日报》)