

大力促进乡村产业发展

拓展农业多种功能

熊伟

产业振兴是乡村振兴的重中之重。习近平总书记指出：“产业是发展的根基，产业兴旺，乡亲们收入才能稳定增长。”近年来，我国乡村产业有了长足发展，但仍然存在产业链条短、融合层次低和技术水平不高等问题。全面推进乡村振兴，需要进一步拓展农业多种功能，促进农村一二三产业融合发展，加快构建现代乡村产业体系，实现产业兴旺。

做大做强农产品加工业。农产品加工业沟通城乡、连接工农，是重要的富民惠民产业。要紧扣“粮头食尾”“农头工尾”，以农产品加工业为重点打造农业全产业链，推动种养业向前后端延伸、上下游拓展，由卖“原字号”农产品更多向卖制成品转变，推动产品增值、产业增效。围绕县域农业主导产业，引导县域农业产业化龙头企业牵头组建农业产业化联合体，前端联结农业研发、育种、生产等环节，后端延伸加工、储运、销售、品牌、体验、消费、服务等环节，优化提升产业链供应链水平，实现全环节提升、全链条增值、全产业链融合。强化农业品牌建设，打造区域公用品牌，加强农产品地理标志管理和品牌保护，引导龙头企业与农户等共创品牌。

坚持绿色引领，拓展农业多种功能。践行绿水青山就是金山银山的理念，以乡村休闲旅游业为重点拓展农业多种功能，培育生态环保产业，开发可再生能源，做到保护与开发并重、传统与现代融合，推动乡村农文旅一体化发展。保护生态资源和乡土文化，发掘生态涵养产品，坚持生态优先、绿色发展。依托乡村资源打造乡村休闲体验产品，围绕多功能拓展、多业态聚集、多场景应用，开发乡宿、乡游、乡食、乡购、乡娱等综合体验项目，推动乡村休闲旅游业高质量发展。保护好传统村落、民族村寨、农业遗迹等农业物质遗产，传承好民俗文化、传统手工艺等非物质文化遗产，利用好稻田、茶园、花海、牧场等田园风光，推动休闲观光农业转型升级。

坚持科技赋能，打造农村产业融合发展新载体新模式。抓住科技发展机遇，培育农业农村新产业新业态。坚持科技兴农，以发展农村电商为重点拓宽商贸流通渠道，促进乡村产业和科技互促联动，助力农业全产业链发展。引导平台企业、物流、商贸、供销等主体到农村布局，大力发展农村电商，积极发展新型流通业态，加快培育农商产业联盟、农业产业化联合体等新型产业链主体，提升产销一体化水平。依托现代农业产业园、农业科技园区、农产品加工园区、农村产业融合发展示范园等，打造农村产业融合发展的平台载体，形成多主体参与、多要素聚集、多业态发展、多模式推进的融合格局。

健全完善政策体系，加强制度保障。破解钱、地、人等制约乡村产业发展的主要问题，推动技术、资本、人才等各类要素向乡村集聚。优化财政投入结构，加强一般公共预算投入保障，提高土地出让收入用于农业农村的比例。健全乡村金融服务体系，发挥好农业政策性金融作用，支持发展农业供应链金融，发挥全国农业信贷担保体系作用，加大乡村产业项目融资担保力度。加强乡村产业发展用地保障，稳妥有序推进农村集体经营性建设用地入市，盘活农村存量建设用地。积极引导城市工商资本下乡，优化乡村营商环境，鼓励工商资本发展乡村产业。

数字化助优质文化产品供给

杨 箭

衡量文化产业发展和水平，最重要的是看能不能提供更多既能满足人民文化需求又能增强人民精神力量的文化产品。“十四五”规划和2035年远景目标纲要对“扩大优质文化产品供给”作出一系列部署，其中强调实施文化产业数字化战略，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，壮大数字创意、网络视听、数字出版、数字娱乐、线上演播等产业。文化数字化助力扩大优质文化产品供给，前景广阔，大有可为。

随着新一轮科技革命和产业变革深入发展，5G、人工智能、区块链等技术广泛渗透到文化资源挖掘、内容生产、产品传播与消费的各环节，成为赋能传统文化产业转型升级、培育文化新业态新场景、拓展文化产业链价值链、推进中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展的重要引擎。近年来，文化数字化让越来越多收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的文化遗产、书写在古籍里的文字“活起来”“火起来”，高质量文化供给不断增强人民群众的文化获得感和幸福感。实践证明，科技和文化融合，催生了新的文化业态，延伸了文化产业链，成为激发中华优秀传统文化活力、推动文化产业高质量发展、更好满足人民日益增长的美好生活需要的重要力量。

中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《“十四五”文化发展规划》提出，以国家文化大数据体系建设为抓手，坚持统一设计、长期规划、分步实施，统筹文化资源存量和增量的数字化，以物理分布、逻辑关联、快速链接、高效搜索、全面共享、重点集成为目标聚集文化数字资源，推动文化企事业单位基于文化大数据不断推出新产品新服务，提升文化产品和服务的质量水平。中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，明确提出多项重点任务，并强调提升科技支撑水平。可见，以数字化助力扩大优质文化产品供给，关键在于深刻把握文化与科技的关联性、交互性和融合性，聚焦文化内容智能化生产与供给、发展数字化文化消费新场景等，促进文化和科技深度融合。

一是要依托科技创新推进供给侧结构性改革，激活市场主体活力。通过数字化改造提升传统文化业态，推动文化存量资源转化为生产要素，促进文化产业“上云用数赋智”，拓展生产边界和增长空间，增强文化的传播力、吸引力、感染力。要依托国家文化数字化战略，利用好中华文明探源工程成果和历史研究成果，统筹整合各级各类文化资源数据库，关联形成中华文化数据库，打造数字文化资源的共建共享平台。

二是要顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，加快发展新型文化业态。鼓励通过科技赋能、文化衍生、跨界融合、双线协同，大力发展文化旅游、数字创意、网络视听、艺术电商等新业态、新产品和新服务，鼓励文化科技和教育、商贸、农业等产业跨界融合，推动文化产业结构、市场结构、组织结构创新发展，不断健全和完善现代文化产业体系和市场体系。

三是要发展线上线下一体化、在线在场相结合的数字化文化新体验。适应数字经济时代大众的消费心理，推动人机交互、全息呈现、虚拟仿真等技术广泛应用于文化消费终端，不断创新沉浸式演艺、虚拟旅游、云端展览等数字文化消费场景，满足大众实时参与、多维体验的需求，打造线上线下相融合的文化体验场景和文化传播矩阵。

四是要大力发展数字文化贸易，深化国际产业和技术合作。商务部等27部门联合印发《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》，就大力发展数字文化贸易、推动中华文化走出去、提升文化贸易数字化水平，鼓励数字文化平台国际化发展等提出具体举措。要发挥国内大市场和丰富文化资源优势，促进优秀文化资源、文娱模式数字化开发，积极培育数字电影、数字动漫、数字出版等领域出口竞争优势。鼓励文化企业积极利用全球创新资源，深化国际产业和技术合作，推动数字文化内容的立体化、宽领域国际传播。

让国企敢干民企敢闯外企敢投

康 岩

不久前，中共中央政治局召开会议分析研究当前经济形势和经济工作，强调“要发挥企业和企业家能动性，营造好的政策和制度环境，让国企敢干、民企敢闯、外企敢投”。在当前巩固经济回升向好趋势大背景下，弘扬企业家精神，有助于激发企业能动性和市场活力，促进中国经济在高质量发展的轨道上行稳致远。

市场主体是我国经济活动的主要参与者、就业机会的主要提供者、技术进步的主要推动者，在国家发展中发挥着十分重要的作用。当下，宏观经济面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，充分调动各类市场主体能动性，积极践行企业家精神，让敢干、敢闯、敢投的企业多起来，有助于提高资源配置效率，激发经济增长的内生动力，推动经济重振。各类企业的投资信心更加坚定、创新活力奔涌，不仅能助力企业自身进一步发展，还会产生溢出效应，

带动相关新模式、新产品、新业态蓬勃发展，为经济发展持续注入动能。

弘扬企业家精神，激发企业和企业家能动性，是释放市场活力的重要条件。在应对疫情的斗争中，许多企业创新思路，升级经营发展模式，在危机中寻求发展机遇，找到转型发展的契机。面对少数国家的贸易壁垒、技术封锁，不少企业苦心孤诣追求创新，通过掌握自主技术破解了难题。企业和企业家的能动性就在于，无论面对什么样的经营困难，善于逢山开路遇水架桥，通过技术突破、产品迭代、产业升级打开机遇之门。企业家要带领企业战胜当前的困难，走向更辉煌的未来，就要在爱国、创新、诚信、社会责任和国际视野等方面不断提升自己，努力成为新时代构建新发展格局、建设现代化经济体系、推动高质量发展的生力军。

企业家能动性的发挥，离不开好的

政策和制度环境作保障。营造好的政策和制度环境，对激发市场主体活力、稳定宏观经济大盘具有重要意义。必须向全面深化改革要动力、要活力，围绕形成有利于完整、准确、全面贯彻新发展理念的体制机制加大改革力度，更好实现有效市场与有为政府结合，进一步完善激励与约束机制，促进供给与需求良性互动，让国企敢干、民企敢闯、外企敢投，为市场持续回暖注入持久动力。

企业的发展和企业家的成长，离不开良好的政策环境，离不开人民群众的信任和支持。把自身发展同国家和人民需要结合起来，企业才能获得更大发展空间，同时为社会作出更大贡献。把企业发展同国家繁荣、民族兴盛和人民幸福紧密结合起来，将企业家精神落实到办好企业、报效祖国、回馈人民的行动中，企业家就能实现更大的社会价值，企业也才能走得更稳、走得更远。

增强工业低碳发展内生动力

王琛伟

不久前，工业和信息化部、国家发展改革委、生态环境部联合印发《工业领域碳达峰实施方案》，提出未来较长一段时期工业领域碳达峰总体目标和政策措施。这是深入落实“双碳”战略，加快推进工业绿色低碳转型的又一重要战略举措，对于助力工业领域实现碳达峰具有重要的意义。

实施“双碳”战略，降低碳排放水平，是进一步推进我国工业化和生态文明建设的战略选择。近年来，我国工业领域“双碳”工作取得良好成效，但也要看到，一些结构性体制性问题依然存在，实现“双碳”目标仍然任重道远。

工业领域实施“双碳”战略，是我国整个工业体系多层次、多领域、系统化提高

技术水平、改革体制机制、转换增长动力、优化产业结构的过程。实施好这一战略，必须坚定不移地走新型工业化道路，加快建设制造强国、网络强国，强化技术进步、体制机制创新，推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，着力构建绿色制造体系、绿色能源体系，推动数字化、智能化、绿色化融合发展。

工业领域实施“双碳”战略，根本还在于创新。在技术创新层面，应推动工业数字化转型升级。要加快推动低碳、零碳、负碳等领域的技术升级，以及全产业链、跨产业低碳技术集成耦合、低碳工艺流程再造。同时，强化数字技术和低碳技术互动，以数字技术降低碳排放，也要降低数字产业的碳排放，实现数字化与低碳化的同频共振。在推动工业产业结构整体升级的层

面上，应加快推进绿色制造，推动生产模式绿色转型，打造具备国际竞争力的高新技术产业。在调整优化用能结构层面，应重点控制化石能源消费，加快推动利用清洁能源。在深化体制机制改革层面，应深入推动管理创新、运营模式创新。要通过系统性改革，形成有利于核心技术创新的体制机制，依靠市场力量推动技术进步，降低碳排放。

我国作为负责任的大国，不能走“先污染、后治理”的老路，而要走人与自然和谐共生的现代化道路。应以技术创新为核心提升自我发展能力，增强低碳发展的内生动力，建立以高效、绿色、循环、低碳为重要特征的现代工业体系，实现从生产方式到生活方式的根本性转变，为实现“双碳”目标打下坚实基础。

培植休闲农业新业态

王春萌

近期，农业农村部决定开展2022年全国休闲农业重点县申报和监测工作，从资源优势、设施条件、产业发展、组织保障四方面提出具体要求。不少地区在积极申报的同时，通过出台基础政策、设置项目、开启畅游活动等方式发展休闲农业，为农民增收、城乡资源流动，提供新动力。

休闲农业规模效益增加，折射出乡村新产业、新业态发展步伐加快，但实际中也面临不少挑战。有些把采摘、餐饮、民宿作为标配，开发方式大同小异、经营管理比较粗放；有些停留在“农家乐”“美食节”等模式，产业融合和休闲功能挖掘不够；还有些把休闲农业和乡村旅游割裂开来，事实上，只有两者协调发展，才有助于优化农业结构、培植新兴业态。

对此，各地应结合资源禀赋、地理区位、文化习俗做好休闲农业发展规划，按照“政府引导、农民主体、社会参与、市场运作”的思路，加强基础设施配套，打破传统景点简单串联的现状，细分与周边区域的资源差异性，构建独具特色的休

闲农业集聚区和标杆示范基地，形成可复制、可推广的成功经验。还应打造差异化、特色化产品体系，开展错位经营，在休闲农业“精品”内涵上下功夫，避免千篇一律和同质化开发。

休闲农业是乡村产业融合的典型模式，拥有科技农业示范园、田园综合体、休闲度假区等多种类型，也衍生出观光、体验、亲子农业等多种形式。要实现休闲农业纵深发展，应充分挖掘产业链各环节价值。在农业种养环节，应推进科技在休闲农业中的落地应用，通过引入绿色、智慧、生态农业等模式，提高农产品附加值。在农产品加工环节，可联合科研院所、骨干企业进行深加工和特色研发，充分利用“后备箱”消费等新潮流，开发有品位、有颜值的伴手礼，增加盈利空间。在农产品销售和服务环节，应着力培育休闲农业品牌，加强与短视频、直播平台合作，把产品口碑优势提升为品牌优势，不断扩大知名度和市场影响力。

除打造精品、延长产业链外，休闲农业还成为丰富旅游业态的新载体。各地

应鼓励经营主体深入挖掘民俗文化、乡土风情，将农事活动与休闲旅游度假相结合，让游客参与到农耕生产中，实地感受劳作之乐。如在三峡原乡休闲农业景区、游客可体验扎染、纺织、打豆花等民俗项目。同时，也要明确发展主题，避免一哄而上，注重开发复合型旅游产品，打造集生产体验区、生态观光区、人文创意区、生活保障区为一体的休闲农业目的地，切实把风景变成产业。

相关部门可在政策、税收、场地、资金等方面给予支持，引导社会资本投资休闲农业，加强农业产业与科技、创意产业合作，带动休闲农业提质增效。在此过程中，应注意优化集体入股和分红政策，将农民纳入休闲农业产业链，挖掘培养本土能手，不断调动村集体和村民参与积极性。还应综合运用科研院所、农业合作社、商会等平台资源，加强产学研合作，打造具有市场开拓精神、管理创新能力的休闲农业人才队伍，以人才汇聚破解休闲农业开发要素瓶颈，推动休闲农业发展壮大。

“药转保”营销暗藏风险

于 泳

近日，银保监会财险部下发了一份关于短期健康险的通报。通报称，部分公司通过与有关机构合作，使用短期健康险产品实际承担已确诊客户发生频次确定、损失程度确定的医疗费用支出，异化了保险业务，使保险或然性事件成为必然事件，存在问题和风险。

近几年，随着高血压、糖尿病等慢性疾病发病率上升，不少患者需要长期服用药物治疗疾病。随之而来的是，部分保险公司与互联网医院、健康科技公司、保险经纪公司等相关业务集群开展合作，采用特定药品团体医疗保险方式承保客户因已确诊疾病发生后期的药品治疗费用。在承保中，保险公司通过将等待期设置为0天、将保险责任终止条件设置为一次性给付等方式迎合业务模式需求，保费收入与药品价格相近。

在这种模式中，保险公司扮演了“支付通道”的角色，即通过保险理赔完成药费支付，从收取保费到支付赔款间隔时间较短。业内将这种药费转保费的模式称为

“药转保”。在整个业务运作过程中，保险公司并不涉及风险管理，只是进行了“走账”。

“药转保”业务的运行逻辑实质上是，有既往症的被保险人通过加入药企或中介机构组织的团组，参加统一购买的团体“保险”，就可以获得药企按优惠价提供的药品，往往是一些单价较高且需要长期使用的特药。从商业模式上看，通过“药转保”的保险产品，药企扩大了药品的销售规模与使用范围，不少企业还享受到健康保险增值税抵扣的政策红利。而保险公司则通过此类业务获得稳定的保费收入，特别是对一些中小规模的保险公司来说，不但没有经营风险，还可能获得更多客户资源。

在“药转保”业务链条中，保险公司实际已成为合作平台的“傀儡”，扮演着表面收保费，实际上不承担风险的角色，异化了保险业务。不过很多保险公司明知违规还要铤而走险，甚至不敢公开宣传，只在特定渠道和目标客户群体中推广。

保险公司风险管控缺失，前端承保和后端理赔等核心环节均由合作机构掌握，保险公司既没有自主定价权，也没有实质参与风险管理，无法发挥保险经营管理风险的基本功能。

如果任由这类产品野蛮生长，对保险公司来说短期内财务报表是亮眼了，可是这些虚假数据有可能引发“劣币驱逐良币”的连锁反应，进而影响保险公司的正常经营，干扰监管部门的政策制定。此外，这类产品更脱离了保险产品为客户提供风险保障的基本属性，严重影响公众对保险产品的认知，对行业的持续健康发展有害无益。

近年来，监管部门多次发文鼓励保险公司通过产品创新丰富商业健康险的产品供给。可是业务创新仍有边界，商业保险有其基本规律，任何业务模式都不能违背保险基本原理。保险公司应该深入研究客户需求，在法律法规框架内开展产品创新，不能逾越法律红线，挑战监管底线，更不能为了短期利益忘记保险姓保的初心与使命。