

做强农业服务业是个重大命题

乔金亮

农业比以往任何时候都更需要农业服务。推动服务业同农业深度融合,有助于农业价值链向更高水平跃迁。可以预期,有了农业服务的加持,农业将由“卖产品”向“卖服务”转变,实现全环节提升、全链条增值、全产业链融合。

2025年中国国际服务贸易交易会日前落幕。服贸会上,“三农”领域热度不减,相关展台人流如织。与之呼应的是,各类主体加快进军农业服务领域。农业要强,农业服务必须强。当今世界,农业强国大多是农业服务贸易强国。荷兰面积不大、人口不多,却常年位居世界第二大农产品出口国。究其原因,奶牛和生猪养殖技术世界领先,园艺农业模式成熟,农业服务业总体实力强。目前,广大发展中国家农业产业链相对脆弱,积极发展农业服务贸易可以提升应对市场波动的能力。我国是世界第二大农产品贸易国,但进口额远大于出口额,“大进”的

同时难以“大出”。发展农业服务贸易,以服务带产品,可以提升我国农业软实力。

从产业本身看,农业比以往任何时候都更需要农业服务。推动服务业同农业深度融合,有助于农业价值链向更高水平跃迁。美国是世界第一大农产品出口国,农业劳动力只占总劳动力的2%左右,但为农业提供各类服务的劳动力却占劳动人口的10%以上,这也是其农业附加值高的一大原因。农业产业链是个有机整体,微笑曲线的两端都离不开农业服务业。促进资本、技术、标准、人才向两端的服务环节集聚,有助于提升我国农业生产效益,确保重要农产品供给。

“硬产品+软服务”是农业企业成功的秘诀。农业本身就是“软硬兼施”的产业,硬的方面主要是各类农业投入品和产出品,软的方面主要是农业技术、标准等各类配套服务。分析拜耳、科迪华等跨国企业的发家史,均离

不开对农业服务的重视,包括研发、营销及相关金融、保险、信息服务等。我国农业科技综合实力处于世界第一方阵,但农业现代化水平还不够高,除了千家万户分散经营外,资源共享利用水平低也是重要因素。发展农业服务业,提高资源利用率、科技到位率,既服务了农户,也创造了价值。

遗憾的是,我国农业服务业起步晚、规模小、产业不完整、竞争力不足。在过去相当长的时期里,农业服务以公益性为主,没能成为真正的大产业。近年来,在政策引导和市场驱动下,农业服务业飞速发展,由单一服务向多层次服务发展,由单一环境向全产业发展。数据显示,全国农业社会化服务主体为109.4万个,服务小农户数量达9400多万户,服务面积为21.4亿亩次。做强做优农业服务业是“十五五”时期的重要农业命题。

从产业角度看,发展农业服务业,要到田间地头找答案。只有帮助农民

和新型经营主体解决难题、见到实效,才能赢得市场。要顺应个体需要,量身定制农业技术、信息、金融等综合解决方案,通过农资的集中采购、农机的共享利用、要素的优化组合,帮助小农户降本增效。我国乡村产业各异,农户需求也不尽相同,农业服务的模式和内容也不应千篇一律。

从贸易角度看,当前我国农业服务贸易的规模还不够大,结构上仍以中低端为主。当务之急是,在优化农产品贸易布局、实施农产品进口多元化战略、促进优势特色农产品出口的同时,高度重视农业服务贸易发展。以服务为牵引,把数字农业领域的技术积累转化为市场优势,培育农业服务贸易的主体力量,提升相关企业的国际话语权。

可以预期,有了农业服务的加持,农业将由“卖产品”向“卖服务”转变,实现全环节提升、全链条增值、全产业链融合。(来源:《经济日报》)

创业补贴 贵在精准

吴剑锋

据报道,近来有一些“代办大学生创业补贴”的帖子出现在社交媒体。记者调查发现,有的中介机构以“稳拿补贴”为诱饵制造陷阱,将“暖心助力”做成了一门“黑心生意”,值得警惕。

打开部分社交平台,有关大学生创业补贴的“攻略”“秘籍”频频出现。在其引导下,创业补贴似乎可以随意“薅羊毛”。一些中介机构一边用“高补贴”“零门槛”“白嫖”等话术诱导,一边通过伪造营业执照、虚构创业项目、收取高额“代办费”等手段钻空子。更有甚者,教唆学生提供虚假材料。种种行为不仅掏空毕业生的钱包,更践踏了政策善意。

乱象背后,“黑中介”难辞其咎,政策执行中的疏漏也不容忽视。一方面,政策从发布到落地的“最后一公里”未打通。有的地区创业补贴政出多门,科技、人社、教育部门纷纷出手,线上线下渠道五花八门,申请需要四处奔波、费时费力;有的地区申请材料要求模糊,缺乏具体指引,只能反复修改尝试,创业者不得不依赖市场中介。

另一方面,审核监管机制存在盲区。部分地区对创业项目的真实性核查流于形式,仅依靠书面材料判断,难以识别虚假创业项目。

创业者也要端正认知。补贴是“扶上马送一程”的有力支持,不是“天降横财”,决不能把补贴当作投机取巧的“生财之道”,否则就可能中了“黑中介”的圈套,还会透支自身信誉。

让创业补贴回归政策初衷,要打好“堵疏结合”的组合拳。在“疏”的层面,打通政策落地的“毛细血管”,整合多平台资源,搭建统一的创业服务平台,实现“一次线上注册,多类补贴发放”,或简化申请流程,探索“免申即享”;在“堵”的层面,利用大数据技术建立跨部门核查机制,对创业项目的经营场所、资金流向、实际运营情况进行动态跟踪,对“零经营”“虚假注册”的项目坚决拒补,对涉嫌违规的中介依法严惩。

逐梦更要合法获利,“红利”不能变成“黑产”。唯有信息更透明、审核更严格、惩戒更有力,才能让政策红利精准滴灌到创新的土壤,让创业努力回归纯粹。(来源:《人民日报》)



分享丰收的喜悦

9月23日迎来秋分节气,也将迎来第八个中国农民丰收节。我国大部分地区陆续开始了秋收、秋耕、秋种的“三秋”忙碌,田间地头洋溢着丰收的喜悦。(新华社发 朱慧卿 作)

“公交带货”破解乡村物流困局

黄思成

山西武乡构建三级快递物流网络体系,每日公交变身快递车,直达偏远村庄。一条物流线活络了乡村“毛细血管”,实现了特色农产品外销“市内当日达”和“省内次日达”的极速配送,畅通了乡村振兴“微循环”。

乡村物流之痛,痛在“最后一公里”的梗阻。传统物流模式在偏远农村面临高昂的成本与稀疏的需求之间的矛盾,往往陷入“企业不愿投、村民用不起”的困境。武乡的“公交带货”却另辟蹊径:它不新建网络,而是激活存量;不追加重资,而是整合资源。每日往返的公交车既是便民交通工具,更是流动的快递驿站,以近乎零边际

成本的方式,将物流毛细血管延伸至每一个村庄。这种“借力打力”的模式,堪称治理智慧的精彩演绎。它用最低的代价,解决了最棘手的问题。

更值得称道的是,这一模式打破了城乡之间的单向流动格局,实现了真正的“双向奔赴”。公交车下乡时携带的是网购包裹,返程时装载的是田间鲜货。这不仅是一条物流线,更是一条经济血脉,让乡村不再是被动接收城市辐射的末端,而成为双向互动的节点。农产品的快速出村进城,极大地提升了农民的收入预期和市场话语权,从而激活了乡村产业的内生动力。

“公交带货”的深层价值,远超物

流效率提升本身。它悄然重塑着城乡关系:昔日偏远的村庄被高效接入现代经济循环,城乡间的物理距离虽在,但发展鸿沟正被快速弥平。这种融合不是靠大拆大建,而是依托现有基础设施的智慧升级;不是城市对乡村的单向输送,而是互惠共赢的有机互动。它证明:乡村振兴未必需要宏大的投入,巧思比资金更重要,整合比新建更有效。

当然,这一模式仍有深化空间。未来可考虑引入数字化调度系统,实现货物流转的实时监控与智能配载;开发专用的农村物流信息平台,打通农产品产销信息壁垒;探索“公交+冷

链”等专业化运输方式,提升生鲜农产品的运输品质。更重要的是,需要建立合理的利益分配机制和可持续的运营补贴政策,确保这一模式的长期生命力。

中国乡村的振兴之路,需要立足乡土特色的创新,需要的是城乡融合的系统推进。当公交车载着包裹和农产每日穿梭于城乡之间,它已然成为新時代城乡融合的象征性符号。这些流动的脉络,正以其持续而稳定的节拍,为中国广大乡村地区敞开一扇通往现代性的大门,这或许正是中国特色乡村振兴道路最生动、最智慧的注脚。(来源:《南方农村报》)

科技赋能，带动农业跑出“加速度”

方可

9月16日,在国务院新闻办举行的“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会上,农业农村部相关负责人介绍,“十四五”以来,我国把农业科技创新摆在突出位置,加大政策支持力度,目前农业科技创新整体水平已经进入了世界第一方阵。在科技创新的加持下,农业高质量发展的底气愈发充足,让14亿中国人的饭碗端得更牢。

强国必先强农,农强方能国强。五年来,我国累计建成高标准农田超过10亿亩,2024年底农业科技进步贡献率已经达到了63.2%,农作物耕种收综合机械化率超过75%,农作物的良种覆盖率超过了96%。正是这些实打实的科技突破,为农业高质量发展提供了稳扎稳打的底气与源源不断的动能,也为各领域的创新突破筑牢了基础。

创新体系效能提升是我国农业高质量发展的坚实根基。我国已建成从中央到地方较为完备的农业科技创新体系,有农业科研院所800多家、科研人员12万多人。一个完整有效的农业科技创新体系,既能让研发方向更着力于农业本身的“痛点”“难点”“堵点”,让科研力量精准对接农业生产的切实需求,也更有利于整合资源,为农业新技术从研发到尽快落地铺设一条坚实的路基。

核心技术加速突破是我国农业高质量发展发展的强劲动能。在“十四五”期间,我国农业攻克了一批底盘技术,育成了一批

生产急需的重大品种,研制出一批先进适用农机。从“依靠国外”,到“自主研发”,再到“市场占有率逐步提高”,这种转变不仅意味着农业科技与新质生产力的有效衔接,更是摆脱了对外部的依赖,真正有条件根据我国的不同地域、不同产业做到因地制宜、因势利导。

产学研深度融合是我国农业高质量发展的重要纽带。目前在研的国家农业科技项目中,参与企业超过了1000家,占参与单位总数的51%,超过一半。这样的数据意味着,企业已经成为农业科技创新的重要主体,作为“传送带”串联起科研院所和田间地头。科研团队在企业的帮助下不仅能快速了解实际问题,更能及时进行优化和定向攻关;企业也能依托于科研团队的知识储备和科研优势,突破自身瓶颈,为农民和科研团队提供技术落地和应用转化的关键支撑。科研成果、企业转化、产业需求,三方联动互补,让农业科技创新“纽带闭环”,为成果落地提供了更高效的保障。

未来,农业科技既拥有广阔的发展前景,也面临着新一轮升级与变革的诸多挑战。从实验室到农田,从播种到收获,农业科技创新与实践的脚步从未停歇。唯有不断提高协同创新效率、持续优化农业生产条件、健全配套改革保障制度,才能在新一轮全球农业科技竞争中占据主动地位,引领我国农业从“增产”迈向“提质”和“转型”的更高境界。(来源:人民网)

为农民直播卖粮打通信任通道

刘慧

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,须从源头抓高质量,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,更演变成一种有温度的、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。(来源:《经济日报》)

明星助农，不能沦为流量狂欢

王猛

前不久,演员赵露思陷入助农翻车争议。其在直播中曾推荐某品牌的苹果干和苹果汁,称这些产品原材料取自因灾滞销的苹果,团队以正常市场价格收购。随后,有网友质疑,该品牌是赵露思友人公司的产品,赵露思所谓的助农是为好友公司做宣传推广。

明星助农的价值,在于其“破圈”能力。赵露思团队以正常价收购600吨灾滞苹果,青川葛根订单暴涨20倍,陕西果农“现钱结得痛快”的呐喊,无不证明流量能瞬间打通农产品销路,让农民汗水不至烂在地里。但这种“救火式”助农的致命伤,恰在于“不可持续”。毕竟流量红利如烟花,爆单之后是冷清,最终买单的还是农民。

更危险的,是公益与商业的边界模糊。赵露思被质疑为友人公司“带货”,助农证书从“公章造假”到“非本人持有”的

反转,暴露出“助农”标签背后的利益链乱象。一旦“助农”沦为营销噱头,消费者因“做好事”接受过高溢价,其造成的信任透支比任何流量都更伤农。

流量可以引爆关注,只有长效机制才能带来持久改变。真正的助农,应超越“带货主播”角色,转向供应链优化、品牌建设、质量提升的长期支持。对助农者,我们当“论迹不论心”。只要农民得利,即便明星有所获又何妨?苛责“圣人标准”,只会吓退善者,最终受害的是农民。但透明是底线:产品溯源、成本构成、利润分配应如阳光般透明,让每一分钱都流向农民。

助农力量本就稀缺,当珍之重之,而非苛之责之。我们要做的,是让更多“赵露思”愿意走进田间地头,让更多农民愿意相信:流量之外,还有更踏实的助农路径。这,才是对农民真正的负责,对公益本质的回归。(来源:《南方农村报》)