

农民分红彰显财产性增收潜力

村里给你家分红了吗?春节前,各地农村集体经济组织召开分红大会,村民获得分红的消息不断。在内蒙古阿拉善左旗,12个嘎查村的6484名农牧民分红795万元。在四川省乐至县,方广村股份经济合作社800余名成员共获得近31万元分红款。在山西省新绛县,万安村60户村民每户分到600元分红……

农民分红的喜讯着实让人高兴,这离不开全面深化改革的时代背景。分红收入属于财产性收入。然而,过去农村要素市场发展相对滞后,土地等资源要素未能有效盘活,集体资产管理不规范不完善,农民难以获得充分的财产权益。近年来,国家不断深化农村土地制度改革和农村集体产权制度改革,让“沉睡”的资产变成持续的收入。随着“资源变资产、资金变股金、农民变股东”,农民财产性增收也取得了一定成效。

不过,与工资性收入相比,农民

财产性收入的绝对数依然偏少,对农民增收贡献较弱。据国家统计局数据,2025年,城镇居民人均财产净收入5481元,约是农村居民的9倍。农民财产性收入占其总收入的比例仅约2.5%,远低于城镇居民9.7%的水平。这反映出农村资源要素活力还没被充分激活,土地、房屋等重要资产缺少价值实现的渠道,但也从侧面显示出,财产性收入有很大的增长潜力可挖。打开农民财产性增收新空间,要深化农村改革。

一段时期以来,人们对农村土地、制度改革关注度较高,议论也较多。要认识到,所谓价值实现不是说自由买卖。现阶段,政策的边界已经相对明晰,底线和红线是严禁农村集体经营性建设用地入市用于建设商品住房,不允许城镇居民到农村购买农房、宅基地,不允许退休干部到农村占地建房,严查严防违法违规购买农房、宅基地。此外,也明确依法盘活

用好闲置土地和房屋,有序推进农村集体经营性建设用地入市。按照政策,农民可以依法将合法拥有的闲置住房通过出租、入股、合作等方式盘活利用。

发展壮大农村集体经济也有必要专门强调。一些地方农村集体经济在权能发挥、保值增值等方面仍面临挑战,难以适应农业农村发展要求。“十五五”规划建议和2026年中央一号文件均提出,支持发展新型农村集体经济。今后,发展壮大新型农村集体经济,应充分利用市场环境、增强经营能力,要在确保资产资金安全的基础上追求稳健发展,严控新增村级债务,追求强村与富民相结合。

由于不同区域农村发展差距较大,集体经济情况也不一样。在东部地区的富裕村,农村集体经济成员的分红很可观,着实让人羡慕。而在西部地区的一些农村,集体资产几近于无,分红就无从谈起。在中部地区,

有的乡镇探索“联村共建、抱团发展”新路,共同出资打造集体经济综合经营平台,并合理分红。可见,无论资产多寡,都可以因地制宜探索直接运营、委托经营、出租经营、入股经营等多种方式,确保集体资产保值增值,让农民真正成为集体资产的受益者。

各地资源禀赋、产业基础不同,制约农民财产性增收的因素也各不相同,只有突出重点,才能有效增收。赋予农民更加充分的财产权利,还要完善农村土地增值收益的分配机制,通过契约农业、股份合作等方式,让农民更多参与产业增值收益分配。截至目前,全国农村产权交易市场超1500家,年交易额接近3700亿元。要进一步完善农村产权市场化交易机制,探索土地承包经营权、集体林权、水权等市场交易模式,既让各类主体合理运用资源,又让农民享受相关收益。

乔金亮

直播电商成为主流电商形态

据国家统计局数据显示,2025年,实物商品网上零售额130923亿元,增长5.2%,占社会消费品零售总额的比重为26.1%。作为消费增长重要驱动力,直播电商近年呈现爆发式增长态势。由市场监管总局发展研究中心、中国社会科学院财经战略研究院课题组近日共同发布的《2025直播电商行业发展白皮书》(以下简称《白皮书》)显示,直播电商刺激了经济活力,为消费市场贡献了新的增量,已成为主流电商形态之一。另一方面,通过政府部门、平台企业与行业自律的共同推动,直播电商行业正朝着规范与多元协同方向发展。

直播电商为中国消费市场贡献了增量。课题组调研数据显示,2019—2024年间,直播电商市场规模迎来爆发式增长,规模增长超12倍,2024年,直播电商贡献电子商务增量的80%。2025年直播电商GMV(商品交易总额)超5万亿元,占网络零售额近1/3,行业用户规模预计达6.6亿。白皮书内容显示,近10年相关企业注册量整体呈显著增长态势,国内现存直播相关企业256.96万家。作为新兴业态,直播电商行业在促进消费、扩大就业以及经济发展方面发挥了积极作用,尤其值得注意的是,2024年,电子商务增量的80%由直播电商贡献。



除了面临假冒伪劣商品销售等行业共性问题,受到虚假宣传和负面舆情的影响,直播电商发展也面临诸多挑战。《白皮书》指出,直播电商的互动化、场景化特征使得内容治理难度加大,部分主播追逐短期流量变现,易引发不文明带货等问题。此外,行业涉及平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、服务机构等多方主体,供应链复杂、选品要求高。同时,头部主播因自带流量属性,其虚假宣传、不文明带货等行为易引发舆情事件,对行业声誉造成负面影响。

《白皮书》指出,针对上述问题,

多方协同治理取得一定成效。全国市场监管部门受理的消费者关于直播带货投诉举报数量增幅从2023年的52.5%收窄至2024年的19.3%。与此同时,课题组对全国230万主播的调研显示,头部主播好评率达92%,中小主播好评率也在90%以上。调研显示超九成消费者认可直播电商环境改善,行业在规范化发展方面取得阶段性成果。

中国社科院财经战略研究院研究员、中国市场学会副会长李勇坚表示,直播电商行业迎来新阶段,呈现四大发展趋势。一是治理体系趋向系统化与协同化。行业正向“政府监

管、平台治理、行业自律、舆论监督”相结合的多元协同治理迈进;二是直播职业化进程加速,网络主播成为国家职业,专业化转型特征明显,科学选品、专业内容创作、权益保障等能力不断提升;三是品牌店播模式实现常态化,由品牌方自主运营的直播形态成为行业主流,店播GMV占比超过50%;四是中小主体市场地位提升,在直播电商生态中发挥着越来越重要的作用,市场结构呈现分散化与多元化特征。头部主播流量集中度与销售额占比下降,2025年头部主播带动GMV占比下降至10.66%,中小主播提升至89.34%。

白皮书强调,为进一步促进行业规范化高质量发展,长效治理机制正在加速构建。2025年12月,市场监管总局等部门正式发布《直播电商监督管理办法》,进一步明确各方主体责任。在平台治理方面,多个电商平台不断升级治理强度,如抖音电商发布《抖音电商社区运营规范》,首次以规范形式明确平台倡导和反对方向,明确创作者和商家在平台经营边界。各平台通过差异化治理策略,推动形成行业自律与平台治理协同治理体系,助力直播电商行业健康可持续发展。

高娜

“以书换蔬”的发展启迪

当书香碰到蔬香,会发生什么?

在浙江衢州农家书屋,城里人拿闲置图书换取村里的新鲜蔬菜。书是读者筛选过的,可读而实用;菜是农民自种的,新鲜又可口。人气足了,书屋盘活了,文化润心自然而然。

“以书换蔬”的创意,还有在多地出现的“以书换福”“以书换画”等创新实践,对解决全国农家书屋资源不足问题,具有启示意义。其特别之处,就在于资源共享、要素互补,让物质与精神、城市与乡村双向互通流动起来,揭示着思路决定出路的方法。

因势利导,是赢得主动的不变量。

新时代以来,我们打赢了脱贫攻坚战,乡村全面振兴扎实推进。广袤原野,不再只是农产品的原产地,愈发成为精神涵养、情感勃发的乡愁所寄。城市与乡村,日益成为双向重

塑的价值互动。

放眼现实,机械化耕作、信息化“田管”解放了双手,人们有更多闲暇追求精神愉悦;互联网抹平城乡信息差,文化亮点顷刻就能传遍天南海北;复兴号高铁列车、“四好农村路”串起家乡与远方,多少脚步奔向乡村文明的赓续与新生。

趋势已形成,条件在完善,唤醒乡村文化沉睡资源大有可为。从新型文化空间为乡村添彩,到“村字号”文体活动“流量泼天”,莫不证明乡村有大量文化宝藏在等待挖掘。主动出击,担当作为,干出成效,才是对乡村既要物质富足、也要精神富有的最好回应。

创新转化,是推动厚积薄发的“金手指”。

重庆合川庆福村吃刨猪汤成现象级爆款,广东潮汕英歌舞、甘肃社火、山东济南高跷吸引大量游客,不仅因为人们想体验原汁原味的乡土

文化,更在于通过新创意、新场景打通传统与现代,用好新媒介的裂变传播,让线上线下都热闹起来。

重新审视传统民俗在当下的生命力,就会发现,山间袅袅炊烟里的生活智慧,老屋檐下代代相传的故事传说,田间地头浸润的特色风情,积淀深厚,一经创意改造、向新蜕变,就能推陈出新、点石成金,与乡村产业融合发展,书写人文经济学的新篇章。

共赢思维,是激活内生动力的长久之道。

为何有些文化项目创意很好,但一到乡村就水土不服?除了没有坚持因地制宜,一个关键原因在于缺乏各方“风险共担、利益共享”的有效机制,导致“有了利益争抢夺,出了问题推躲避”。

山东潍坊蔡家沟搞艺术乡村建设,曾经叫好不叫座,如今单日最高超3万人次打卡;重庆三河村拥有百

年制陶工艺,窑火再次燃起,成为游客体验慢生活、村民能致富的文化空间。

乡村文化振兴不是“涂脂抹粉”,而是传承赋能。只有把活动办在村里、把资源引到村里、把收益留在村里,乡村发展的动力才能在文化滋养中进一步增强。

产业“塑形”,文化“铸魂”,生态“筑基”。今天,从“很古朴也很时尚”的文化特色,到“望得见山、看得见水、记得住乡愁”的发展业态,从“绿水青山就是金山银山”的蝶变升级,到“宜居宜业和美乡村”的人居环境,一场更为深刻、系统的乡村文明现代化转型正在发生。

城与乡、物质与精神,高质量发展与高品质生活,统一于新时代的山乡巨变中,镌刻在中国式现代化的征程上。

盛玉雷

《经济日报》

破解粮食加工产能结构性失衡

俗话说,无农不稳,无工不富。粮食加工业是连接田间与市场的关键纽带,不仅关乎粮食安全,更是提升产业价值、促进乡村全面振兴的重要引擎。我国已建立起门类齐全的粮食加工体系,全国粮食产业总产值稳定在4万亿元以上,但加工产能结构性失衡问题依然突出,制约了粮食产业整体可持续发展。

从目前来看,粮食加工产能结构性失衡,主要表现为初加工产能过剩与精深加工产能不足并存。一方面,初加工产能相对过剩,效益低下。除了个别头部企业开工率较高外,大量中小型加工企业开工率严重不足,长期处于低效运行状态。另一方面,精深加工产能与高附加值产品供给不足。大米加工以普通米为主,富硒米、留胚米等特色产品凤毛麟角,稻米油、米蛋白等高附加值产品开发滞后;面粉加工以通用粉为主,专用粉占比偏低。更可惜的是,米糠、麸皮、豆粕、稻壳等副产物综合利用不足。这种结构性失衡,不仅造成产能闲置和资源浪费,还影响粮食产业向中高端发展。为此,必须系统谋划,加快构建布局合理、附加值高、技术先进的现代粮食产业体系,向精深加工要效益,向副产物要增长,向科技要动能,真正把粮食资源优势转化为经济发展优势。

强化规划引领,持续优化产业布局。过去一段时间,部分地方为追求GDP增长,盲目上马粮食加工项目,缺乏统筹规划和市场评估,造成大量低水平重复建设。今后国家应加强规划引领,制定全国粮食加工产业地图,引导新增产能与存量整合向主产区、物流节点和产业集群集中,加快实现企业由小到大、加工层次由初到精、加工业态由少到多、加工布局由散到聚的

转变。统筹推进产地初加工、精深加工和副产物综合利用协同发展,让加工增值效益更多留在县域、惠及农民。建立产能退出长效机制,依法依规淘汰落后产能。不过,要避免简单化的“一刀切”,形成明确稳定的政策预期,实现落后产能平稳有序退出与产业结构优化升级。

不断延伸产业链条,拓展产业发展空间。粮食可以食用、饲用,还可以做工业原料。当前,加工产能仍高度集中在普通米、标准粉、玉米淀粉等低值产品上,企业利润微薄,同质化竞争激烈。同时,推动加工副产物梯次开发与全值利用,真正实现“吃干榨净”。通过产业链延伸与副产物高值化利用,让粮食产业打破低端竞争局面,走出一条经济效益与生态效益共赢的高质量发展新路。

持续推进科技创新,锻造粮食产业筋骨。粮食精深加工融合了现代生物技术、营养科学、工程与信息技术,是典型的技术密集型产业。目前行业普遍面临研发投入不足、产学研用衔接不畅、成果转化率低等问题,制约了产业转型升级的步伐。应深入实施科技创新驱动发展战略,着力提升关键装备的自主研发与国产化水平,加大生物、工程、环保、信息等技术集成应用力度,推动新型非热加工、新型杀菌、高效分离、节能干燥、清洁生产等技术升级。重点围绕副产物高值化利用,开发新能源、新材料、新产品,实现全链条增值。

破解粮食加工产能结构性失衡,非一日之功。有关部门应各司其职,密切配合,形成合力,加快补齐粮食精深加工短板,让每一粒粮食物尽其用、物超所值,为保障粮食安全和推进乡村全面振兴筑牢产业根基。

悉心呵护街边小店

□万建民

在日前召开的上海市第十六届人民代表大会第四次会议上,人们惊喜地发现,集市、夜市、外摆等“烟火气”十足的关键词出现在了当地政府工作报告中。该报告明确提出,支持集市夜市发展,优化外摆设置,城市烟火气进一步提升。这一接地气的表述引起了热议,不少代表进一步建议,提升城市烟火气,不仅要打造集市夜市,也要守护好自发产生的各种街边小店。

大城市还需要发展“小店经济”吗?答案不言而喻。街边小店是城市商业系统不可或缺的毛细血管。人们需要时尚潮流的首店首发,需要人潮拥挤的购物中心,需要标准统一的连锁超市,也需要便利温馨的街边小店。商业需要培育多元业态、营造丰富场景,才能最大限度激发消费活力,满足不同消费者多元需求。

街边小店还是承载城市特色文化、社区邻里温情的重要空间。一座城市的烟火气,藏在社区周边的小商铺里,藏在胡同街巷的市井喧嚣中。守护好城市的烟火气,需要守护好这些街边小店。

大城市如何才能守护好街边小店?

首先,管理者要树立正确政绩观。有的地方习惯于大拆大建规划崭新的商业街,有的地方过度追

求整齐划一,在整治城市面貌时“一刀切”关闭临街门面,有的地方费尽心思跟风打造各种创意集市,宁愿热热闹闹一阵风,也不愿意给予街边小店支持。究其根本,都是要“显绩”不要“潜绩”的错误政绩观在作祟。只有真正以人民为中心,才能看到群众的真实需求,守护好与群众日常生活息息相关的街边小店。

其次,要主动服务优化营商环境。街边小店抗风险能力较弱,需要相关部门悉心呵护。小店虽小,却同样要面对多个部门、不同层级的管理检查,增加了小店经营者的隐性成本。规范管理是必须的,但要尽量减少对正常经营活动的打扰,要像服务“首店经济”那样主动服务好街边小店。

最后,要因地制宜精细治理。我国城市发展正从大规模增量扩张阶段转向以存量提质增效为主的阶段。大城市守护好街边小店,正是存量提质增效的具体体现,这就要求城市管理者必须提高因地制宜精细治理的水平。如何为小店经营者提供精准灵活的支持?这些都需要相关部门积极探索。

一座繁荣的城市,既要有高大上的经济形态,也要给小店经济更大空间,不同类型各美其美,不同人群各取所需,这也是建设人民城市的题中之义。

(本版稿件仅代表作者个人观点)

征稿启事:

本版关注的是乳业界的热点话题,常有业内知名专家、学者参与话题的讨论。如果您有见解独到,论点鲜明,论据充足的稿件,欢迎您投稿。稿件请以电子版的形式发送。
邮箱:rysb2007@163.com