

拓展数字农业增值增效空间

【核心提示】我国农业现代化进程明显加快,但也面临着资源、环境与市场的多重约束,保障粮食安全、食品安全、生态安全的压力依然存在。而推进数字技术在农业中的应用,是解决这些问题的一大抓手。

□郭珍

数据是一种可以反复使用、创造更多价值的生产要素,对增加产出、提高生产效率的乘数效应日益显现。不久前中国信息通信研究院发布的《全球数字经济白皮书(2023年)》显示,2016年至2022年,中国数字经济持续快速增长,规模增加4.1万亿美元,年均复合增长14.2%。数字经济发展速度之快、辐射范围之广、影响程度之深前所未有,正推动生产方式、生活方式和治理方式发生深刻变革,成为稳增长、促转型的重要引擎。比如,数字经济对农业加速向智能化、绿色化、融合化的转型升级,就是当前很重要的一个着力点。

一段时间以来,我国农业现代化进程明显加快,但也面临着资源、环境与市场的多重约束,保障粮食安全、食品安全、生态安全的压力依然存在。而推进数字技术在农业中

的应用,是解决这些问题的一大抓手。

利用数字技术提升农业生产环节数字化水平,发展智慧农业,可以显著降低物化投入、提高全要素生产率、增强绿色优质农产品供给能力,实现增产又增效。例如,利用卫星遥感、航空遥感、地面物联网等手段,动态高精度监测动植物环境(土壤、水、大气)、生命信息(生长、发育、营养、病变、胁迫)等,进而通过信息采集点感知数据,集成农业生产管理知识模型,可以实现科学施肥、精准饲喂、节水灌溉、病虫害预警防治等生产过程的精准管理,有助于缓解资源环境压力、推动农业可持续发展。

提升农业流通、消费、服务等环节数字化水平,同样可以拓展农业增值增效空间。综合利用物联网等现代信息技术,开展农产品质量安全追溯,实现物流、配送、仓储高效管理,构建新型农产品流通格局,能

有效减少交易环节,提高交易效率。发展众筹农业、定制农业等基于互联网的新业态,创新发展共享农业、云农场等网络经营模式,可以最大程度地拓展农业多种功能。提供一系列面向小农户的数字农业社会化服务,则可以将现代生产要素导入小农户,提升小农户的科技水平和生产效率,助力小农户搭上现代农业快车。可以说,推动物联网、大数据、人工智能、区块链等新一代信息技术与农业生产经营深度融合,以数字化赋能农业产业链、供应链、价值链,数据对农业发展的作用将产生叠加效应。

还应注意,数据的体量和质量决定着数据为农业创造价值的潜力。良好的数字农业基础设施是数据收集、交换、存储、处理和传播的先决条件,也决定着获得数据的及时性、准确性和分辨率。因此,应提升数字农业基础设施建设水平,为供给农业高质量数据要素奠

定坚实基础。要加快推动高速泛在、天地一体、云网融合、智能敏捷、绿色低碳、安全可控的智能化综合性数字农业基础设施建设;提高物联网在农业生产领域的覆盖水平,增强固移融合、宽窄结合的物联网接入能力;提升乡村地区网络基础设施建设水平,推动传统农业基础设施和生产装备智能化改造。

同时,应加快数字农业标准体系建设,避免形成“数据孤岛”。即使采集了海量的农业数据资源,如果不能将不同类型的数据集成起来,形成完整连贯的数据链,数据的价值潜力也难以被充分释放。在农业数字化转型过程中,由于缺乏应用场景建设统一标准,相同应用场景建设内容不一,设备、软件接口标准不一,各数据之间融合协同的标准不统一,导致数据全面集成较为困难,形成了“数据孤岛”,这极大地限制了数据要素价值的

挖掘利用。应建立数据标准、数据接入与服务、软硬件接口等数字农业标准规范,将更多的数据、运算力、技术汇集在一起,从而最大程度地发挥数字经济在助推农业现代化上的潜力。

此外,农业数字化转型是一个系统工程,涉及不同业务领域,但兼具业务能力、全局观、数字化理念和IT技能的综合性数字人才较稀缺,难以满足农业数字化转型的需求。应协同发挥科研机构、高校、企业等各方作用,培养造就一批数字农业领域科技领军人才、工程师和高水平管理团队,为农业数字化转型提供数字人才支撑。应加强数字农业业务培训,普及数字农业相关知识,提高农业生产经营主体数字思维、数字认知、数字技能,加快数字农业技术在农业全产业链上的应用和普及,从而大力提升数字化生产能力。

观察与思考

各抒己见

乡村民宿高质量发展要走好“三步棋”

□石路

民宿,是乡村旅游的一张绚丽名片,也是乡村振兴的一个重要抓手。多年来,随着“绿水青山就是金山银山”的生态理念不断深入,“三农”各项建设事业蒸蒸日上,乡村旅游业发展速度得到几何级增长,更多人为农村取得的新面貌而骄傲,更多人为乡村诗画般的风光所倾倒。许多城市居民,在闲暇之余,纷纷按下“郊游键”;特别是在节假日之际,广大市民更是游兴甚浓,相约逛村镇,结伴踏郊野。作为“农家乐”升级版的“民宿”,就在此“无限风光”中走向“多点开花”、走向“姹紫嫣红”。

然而,在经历了一段“艳阳而辉煌”时期后,一些问题也随之暴露;尤其是在民宿如何适应新时代可持续发展这个问题上,有的村镇已临“壮大”之“瓶颈”,有的民宿业主已遇发展之“困惑”。就此不甘心,拓展又难着手。笔者以为,当前要进一步推动农村民宿业发展,走好乡村民宿高质量发展新路,就要下好集团化经营、品牌化打造、内涵式发展“三步棋”。

首先,不再一味“单打独斗”,“抱团”上规模。许多民宿业主,当初起步就是以个人、家庭为单元,利用宅基上的自有住宅,经过一番“细想构思”便

“欣然上马”。在不断利好政策和有利形势支撑下,这种家庭式的民宿经营得到了较快发展,人气、财气随之爆棚,效益也日渐提高。然而,随着时间推移,部分民宿却面临“人多住不下,放弃又可惜”之状况,更有市民提出“内容单一、项目乏力”之意见,这为民宿后续推高生意带来了不小的障碍。再投入,一没地儿,二怕“真金白银”投下去赚回不了本;不投入,规模小,项目难以更张翻新,真可谓左右为难,“做”与“不做”皆不是。因此,民宿未来走集团化、集群式、连锁式发展是必由之路,它不仅组合上规模,而且也能极大丰富市民体验、游玩样式,打通“梗阻”,迎来坦途。

其次,亮出“名片”塑造品牌,打造“金钥匙”。虽说,现在不少农村地区民宿有这样那样眼花缭乱、诗意化的好听名字,有的也具有一定知名度,但真正能形成亮丽“名片”、在市场叫得响的品牌却少之又少,这与乡村各家各户、各自为政有关。这既不利迎合市场需求,又难以做大做强。品牌既是理念,又是文化,更是一项极具魅力价值的无形资产。一个地区的产业,若缺少规范、无序地“野蛮生长”,其带来的后果势必是“互相倾轧”“得不偿失”,不仅不能指望预期,而且还有



可能毁掉一个原本大有希望的“供应链”和“经济增长极”。由此,我们要高度重视民宿品牌问题,让蕴含企业名称、产品、商标、服务、经营思想和其它有别于竞争对手的标识、广告等成为一个乡镇抑或一个村的民宿旅游标志,真正把民宿打造成为一把开启郊野广阔旅游市场的“金钥匙”。

再次,多在“融”字上做文章,创设“趣场景”。民宿业之所以能在乡村旅游中崭露头角,除了其具有新鲜样式外,还主要得益于乡村自身诸多有别于城市的地方,如自然风光、森林野趣、田头作业、农家生活、村落民居、非遗文化、传统民俗、乡间美食等等。可是,这些“有别于”,对于各地游客、尤其是广大市民来说,新鲜度假以

时日也会“磨破”的。“喜新厌旧”是常态。那就需要我们打开思路,在“融”字上多做文章。精心创意、巧设载体,推动“民宿+”“+民宿”融合式发展,促进民宿与农业、文旅、康养、游学及各种品鉴、体验活动有机结合起来,增进内涵,增强趣味、能回味、富意味的场景,滋生民宿引力,扩展民宿张力,使民宿有诸种、多样聊不完的“土味情话”、看不够的“田头景致”,使民宿又好又快走上高质量发展新路。

有理由相信,随着国家乡村振兴战略的强有力实施,民宿业的发展在各项政策、举措和规划引领下,一定会乘势而上,跃上人们希冀又充满无限活力的新台阶。

发展农业切莫陷入“无效内卷”

□方壮

香印青提的售价,一度高达上百元一斤。但近年来,其价格呈断崖式下跌,每斤价格集中在10元到30元之间,与其他品种的葡萄相差无几。

国产香印青提“泯然众人”,与传统农业“重生产、轻市场”的发展模式息息相关。香印青提出圈后,云南、四川、浙江、湖南等多省纷纷引进,近5年种植面积增长211.79%。另一方面,许多跟风种植的农户缺乏香印青提的管护经验,还有些没种过葡萄,甚至没种过地的人,也被其利润吸引而加入种植大军,导致市面上香印青提的品质良莠不齐。最终造成消费者花大价钱去买进口优质水果、农民辛苦改种却卖不出价格的双输局面。

要破解产区与产区之间的“无效内卷”,政府应该主动作为,帮助果农规划种植,避免盲目扩种;派遣行业专家下乡指导生产,提高农产品质量;制定行业标准,给不同品质的水果分级,牵头打造区域性水果品牌;还可以在产业链延伸、冷链物流建设等方面发力,助推农产品产业升级。