

加快建设深远海“蓝色粮仓”

——农业农村部有关负责人就关于加快推进深远海养殖发展的意见答记者问

■ 新华社记者 陈冬书

农业农村部等八部门近期印发关于加快推进深远海养殖发展的意见。我国深远海养殖现状如何? 下一步将采取哪些措施推动深远海养殖高质量发展, 增加优质水产品供给? 农业农村部渔业渔政管理局有关负责人日前就有关情况回答了记者提问。

深远海养殖占海水鱼类产量超两成

问: 我国为何要加快深远海养殖发展?

答: 发展深远海养殖有利于增加优质水产品供给。近年来我国居民对海水产品的需求不断增加, 在陆域与近海养殖空间趋紧的情况下, 水产养殖发展的潜力主要在深远海。

同时, 发展深远海养殖有利于加快海水养殖现代化升级, 有利于保护海洋生态环境。与传统养殖方式相比, 深远海养殖设施装备更先进、养殖技术更领先, 还能带动水产育种、预制菜加工等产业。深远海养殖布设海域水质更优、流速更快、海域生态容量更大, 鱼类在天然的环境里生长, 发病少、用药少。养殖的废弃物能得到妥善处理, 对环境的影响比较小。

党中央、国务院高度重视深远海养殖发展。党的二十大报告中指出, 树立大食物观, 发展设施农业, 构建多元化食物供给体系。2023年中央一号文件提出, 发展深水网箱、养殖工船等深远海养殖。

问: 我国深远海养殖现状如何?

答: 20世纪90年代我国开始引进并推广应用重力式网箱, 目前已成为深远海养殖最主要的养殖模式。“十三五”以来沿海地区涌现出一批先进适用的桁架类网箱和养殖工船, 深远海养殖加速推进。

2022年全国深远海养殖产量39.3万吨, 占海水鱼类养殖产量的两成以上。沿海各地培育出大黄鱼“甬岱1号”“富发1号”和金鲳“晨海1号”等适合深远海养殖的新品种, 大西洋鲑、许氏平鲷、军曹鱼等新品种选育加快推进。

从装备水平来看, 重力式网箱已能到20米水深海域养殖, 广东“德海1号”桁架类网箱已经过17级台风的检验, 山东“国信1号”养殖工船可游弋养殖, 首创“船舱舱养”养殖技术。

强化科技引领、生态为基

问: 意见部署了哪些措施? 有什么特点?

答: 意见提出了10条政策措施, 围

绕总体要求、空间布局、全产业链发展、生态环保、科技创新、检验检疫、安全生产、监管协作、政策支持、组织领导等方面作出全面部署。主要有以下六方面特点:

规划先行, 优化空间布局。深远海养殖发展要符合生产力发展阶段, 要符合国土空间规划和养殖水域滩涂规划要求, 依法办理不动产权证书和水域滩涂养殖证。

效益为先, 推动全产业链发展。要延伸产业链, 完善加工流通体系, 加强品牌建设, 实现优质优价。建立联农带农益农机制。

生态为基, 规范生产行为。推行生态健康养殖, 科学确定养殖模式、品种和密度, 推广绿色生态防病技术, 规范使用投入品, 健全质量安全管控制度。

科技引领, 推进创新发展。加大对抗风浪养殖装备、高强度防附着网衣、智能管控设备、安全环保设备的研发。选育一批适宜深远海养殖的新品种。

安全为要, 强化安全生产监管。规定养殖工船要经船检机构检验合格, 按照养殖渔船进行登记。压实生产经营主体责任, 建立安全管理制度, 妥善开展应急处置。

分类推进, 推广典型模式。从经济性和技术配套成熟度等方面考虑, 我国深远海养殖以重力式网箱为主, 适度发展桁架类网箱、有序发展养殖工船。

确保政策、资金等要素保障

问: 如何落实意见相关任务要求?

答: 意见对落实各项举措的保障举措作出明确规定:

一是加强工作推动。各地区、各有关部门要切实加强组织领导, 发挥好协作机制作用, 形成监管合力, 制定实施支持、保障和规范深远海养殖发展的具体政策, 抓好项目引进、培育、产业配套和基础设施建设等工作。

二是加大投入保障。中央财政通过现有渠道对深远海养殖发展给予支持。鼓励地方政府在育种、疫病防控、饲料兽药研制、装备建造、产业链培育等方面增加投入, 对深远海养殖商业贷款给予贴息, 完善深远海养殖保险。

三是做好总结推广。支持符合条件的地区创建深远海养殖类型的国家级水产健康养殖和生态养殖示范区, 以示范区为载体促进产业集聚、产业链构建、基础设施和公共服务体系建设。

海关总署出台15条重点举措支持西部陆海新通道建设

新华社电 西部陆海新通道建设再迎新利好。海关总署近日围绕畅通物流、助力开放、培育产业、优化环境4个方面发布15条重点举措, 更好支持西部陆海新通道建设。

海关总署综合业务司司长吴海平介绍说, 此次出台的15条举措将促进通道跨境物流畅通列为“重头戏”, 具体有提升西部陆海新通道多式联运通关便利化水平, 助力国际铁路联运扩容增量, 打造西部陆海新通道物流联动平台, 促进西部陆海新通道与中欧班列、长江黄金水道衔接互通等措施。

为了打造西部内陆开放高地, 15条举措提出继续支持确有需求且符合条件的地区申报综合保税区, 保税物流中心, 进一步推动通道沿线物流节点城市开放平台能级提升, 推动通道沿线自贸试验区协同联动, 支持自贸试验区海关监管创新制度复制推广等。

“围绕支持新通道沿线经贸产业发展, 我们有针对性地提出了两大方面的措施。”吴海平说, 一是在促进与东盟产业合作方面, 有落实《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)关于符合规定的易腐货物6小时通关要求, 保障肉类、水果、生鲜等商品快速验放; 帮扶指导重点行业、企业充分利用协定规则惠享等。二是在帮助企业拓展市场方面, 加强西部陆海新通道沿线进出口情况监测分析, 编制中国—东盟贸易指数, 进一步做好技术性贸易措施咨询服务等。

此外, 15条还在优化通道发展建设环境方面提出多条措施。对外, 主要是加强与东盟国家海关检验检疫合作, 优化外部环境; 对内, 主要是强化新通道沿线海关之间协同配合, 形成支持合力。具体包括: 深化“单一窗口”西部陆海新通道平台、“一带一路”信息共享交换平台建设; 加强与东盟国家海关检验检疫合作, 扩大与东盟国家检验检疫证书联网核查等。

西部陆海新通道北接丝绸之路经济带, 南连21世纪海上丝绸之路, 协同衔接长江经济带, 对于促进西部地区高水平开放、高质量发展具有重要意义。吴海平说, 下一步, 海关总署将指导通道沿线海关抓好15条重点举措的落实落地, 建立健全与企业的常态化沟通交流机制, 深入企业和基层送政策、听意见、出实招, 切实释放政策红利, 为加快建设西部陆海新通道贡献海关力量。

邹多为

行业资讯

国家综合货运枢纽补链强链部省工作协调机制正式建立

本报讯 从交通运输部获悉, 交通运输部办公厅、财政部办公厅近日联合印发通知, 正式建立国家综合货运枢纽补链强链部省工作协调机制。

据交通运输部有关负责人介绍, 协调机制主要职责包括三点: 一是指导推进国家综合货运枢纽补链强链工作组织实施。二是组织开展国家综合货运枢纽补链强链工作评估、典型经验推广。三是在用地、线路、时刻表、运力调度、国际邮件通关权、资金等方面加强资源统筹利用; 在规划、方案、项目、绩效管理等方面加强工作指导; 对跨省域实施的重点事项进行协调推动。

据了解, 2022年, 交通运输部、财政部联合启动国家综合货运枢纽补链强链工作, 通过竞争性评审方式确定了天津、石家庄、宁波、金华、厦门、福州、泉州、济南、临沂、郑州、武汉、广州、重庆、成都、昆明首批15个支持城市, 安排中央资金支持综合货运枢纽及集疏运体系建设, 提升综合运输效率, 服务供应链产业链安全稳定。

叶昊鸣 王聿昊

三部门: 实现绿证对可再生能源电力的全覆盖

本报讯 国家发展改革委、财政部、国家能源局近日联合发布的通知提出, 进一步健全完善可再生能源绿色电力证书(绿证)制度, 明确绿证适用范围, 规范绿证核发, 健全绿证交易, 扩大绿证消费, 完善绿证应用, 实现绿证对可再生能源电力的全覆盖。

通知明确, 绿证是我国可再生能源电量环境属性的唯一证明, 是认定可再生能源电力生产、消费的唯一凭证。绿证作为可再生能源电力消费凭证, 用于可再生能源电力消费量核算、可再生能源电力消费认证等。

在规范绿证核发方面, 通知提出, 对全国风电(含分散式风电和海上风电)、太阳能发电(含分布式光伏发电和光热发电)、常规水电、生物质发电、地热能发电、海洋能发电等已建档立卡的可再生能源发电项目所生产的全部电量核发绿证, 实现绿证核发全覆盖。对存量常规水电项目, 暂不核发可交易绿证, 相应的绿证随电量直接无偿划转。对今年1月1日(含)以后新投产的完全市场化常规水电项目, 核发可交易绿证。

通知要求, 推动中央企业、地方国有企业、机关和事业单位发挥先行带头作用, 稳步提升绿证消费比例。强化高耗能企业绿证消费责任, 按要求提升绿证消费水平。

陈炜伟 周圆 戴小河

维护市场价格秩序稳定 市场监管总局提醒经营者“七不得”

本报讯 为保障洪涝地区重要民生商品和服务市场价格基本稳定, 制止哄抬价格等价格违法行为, 市场监管总局近日发布关于汛期维护市场价格秩序稳定的公告, 对相关经营者提出“七不得”提醒告诫。

一是不得捏造散布涨价信息。不得捏造散布货源紧张或者市场需求激增的信息。不得捏造散布其他经营者已经或者准备提价的信息。不得散布信息, 诱导其他经营者提高价格。

二是不得囤积居奇。不得无正当理由, 超出正常的存储数量或者存储周期, 大量囤积市场供应紧张、价格发生较大波动的重要民生物资。

三是不得推动价格过快过高上涨。不得强制搭售商品, 变相大幅度提高价格。不得在成本未明显增加时大幅度提高价格, 或者成本虽有增加但价格上涨幅度明显高于成本增长幅度。

四是不得串通涨价。不得相互串通, 操纵市场价格, 损害其他经营者或消费者的合法权益。

五是不得违反明码标价规定。标价要做到真实准确、货签对位、标识醒目, 价格变动要及时调整。不得在标价之外加价出售商品或者提供服务, 不得收取任何未予标明的费用。

六是不得价格欺诈。经营者不得利用虚假的或者使人误解的价格手段, 诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易。不得虚假标价、虚假折价、虚假减价、低价诱骗高价结算、无正当理由不履行价格承诺。

七是不得违反法律法规规定, 利用价格手段侵犯消费者和其他经营者合法权益, 扰乱市场价格秩序。

赵文君

光伏发电 坡顶“生金”

近年来, 江西省瑞昌市坚持绿色发展, 最大发挥自然资源效应, 探索利用荒山荒坡发展光伏发电产业, 带动农民增收, 助力乡村振兴。图为瑞昌市境内山坡上的光伏电站, 整齐划一的蓝色太阳能光伏板在阳光下熠熠生辉, 场面壮观。

中新社供图



自媒体时代汽车垂直媒体应筑牢话语权

■ 毛逸

近年来, 随着移动互联网时代的飞速发展, 传统中心化传播模式被解构和重塑, 人人都是传播者, 媒体话语权发生剧烈变革, 自媒体时代来临。依托于抖音、快手、B站等平台发展的自媒体对汽车垂直媒体造成猛烈冲击。因此, 汽车垂直媒体应该推动编辑转型、促进内容创新、提升用户体验、拓展盈利模式、着眼海外市场, 在自媒体时代重新筑牢话语权, 迎来发展新局面。

话语权此消彼长, 汽车垂直媒体弱势显现

出境主持人缺乏个性。汽车垂直媒体的编辑往往是文字记者出身, 具有较高的新闻素养, 在生产汽车内容时尤为看重信息的准确性以及评判标准的公正性, 在统一的量化评测标准下, 不同车型的配置数据及评测结果一目了然, 这类汽车信息对于用户来说往往工具属性远大于娱乐消费属性, 这种“车型库”为以前汽车垂直媒体的崛起奠定了基础。但是在新媒体时代, 文字编辑作为视频节目的出境主持人往往还严守这些评判标准和流程, 就显得过于死板, 缺乏个性。更多用户将时间花在消费汽车内容上不仅是因为强烈的买车换车需求, 更多的是将其作为一种娱乐内容进行消

费, 所以工具属性为主的内容不再受到用户的青睐。

节目鲜有创新。纵观汽车垂直媒体的栏目, 试车类的节目形式一脉相承: 编辑出镜对汽车的外观、内饰、配置、动力、价格进行分段解说, 结构化的节目形式让用户很容易预判到节目内容, 模式化和趣味性此消彼长带来的是工具性的进一步突出和固化。汽车垂直媒体也不乏对新内容的创新探索, 但大部分节目还是没能脱离“八股文式”的评测内容结构, 例如多车横评类节目, 最多是在车型数量和评测场地、项目上做一些优化, 内容结构和形式依然是“新瓶装旧酒”。

用户互动不足。短视频平台和社交媒体平台的内容更加多元, 受众更加年轻, 因此用户本身就更倾向于在这些平台进行思想输出, 甚至与他人互动的时间可以超过视频本身的物理时长。反观垂直媒体, 用户兴趣面窄、体量小、社交属性低而工具属性高, 用户交流意愿低。此外, 社交媒体平台的用户激励更好, 如微博和B站都有全站统一的等级体系, 点赞、评论等行为都可以增加经验值。该机制抓住了人性中的优越感, 人为制造的“资深感”让用户感觉自己高人一等, 而为了达到更高的等级, 用户会自发地去进行更多的互动、贡献更长的在线时间, 甚至发布更多的内容, 形成一个良性

的闭环。

打铁还需自身硬, 重筑汽车垂直媒体话语权

内容创作者应努力实现由文字编辑向新媒体编辑的转型。自媒体平台的发展和拍摄剪辑技术的逐渐简化, 使得媒体话语权被下放到了每一个个体身上, 所有人都是自媒体世界中的一员。与此同时, 以ChatGPT为先行者的AI技术也是日新月异, 在这种形势下如果汽车内容的创作者还仅仅满足于文字编辑工作, 那就无法跟上时代发展的步伐, 工作内容甚至将会逐渐被AI所替代。作为创作者, 甚至要尝试借助AI的力量将自己从重复性的文字劳动中解放出来, 跳出舒适圈, 向新媒体编辑进行转型。

提升社群氛围, 促进内容生产去中心化。目前各平台的汽车内容大都是由汽车类关键意见领袖进行提供, 而用户的言论却被限制在论坛和评论区内。以网红形象出现意见领袖为汽车品牌背书常常左右用户的消费选择。他们大都有汽车专业教育背景, 但是这并不能保证他们完全摆脱专业知识、个体利益、个体偏见对价值判断的影响, 进而造成传播的偏差。想要真正提高内容的丰富度, 就必须要将内容制作发表权归还给用户。自媒体让公众具备了更多的自我表达的能力, 汽车平台也应跟

上时代的步伐, 重视用户的创作欲望, 维护起和谐的平台生态, 构建良好社群氛围, 推动平台内容生产的去中心化。

发展新盈利模式, 摆脱内容限制。在传播实践中, 媒介自由常会受到现实理性的牵制。基于汽车门户网站的盈利模式, 平台与各主机厂之间常有合作条款, 当关于某一车型的内容出现较为明显的负面评价时, 合作方便会介入, 对内容进行调整, 抑或是下架该文章或视频。如此, 用户将无法获得最为真实可靠的车型信息, 一方面损害了用户的知情权, 另一方面削弱了平台的口碑。汽车媒体平台只有探索出新型、复合型盈利模式, 才能摆脱内容创作方面的限制, 为用户提供真实可靠的信息, 从而兼顾媒体利益、受众利益和公共利益。

抓住战略机遇, 着眼海外市场。服装、家具、家电是我国过去的主要外贸产品, 被称作“老三样”。如今电动载人汽车、锂离子电池、太阳能电池成为外贸“新三样”, 拉动出口增长的同时, 背后折射的是我国的产业结构升级和部分技术在国际上的弯道超车。汽车门户网站应抓住机遇, 提升战略视野, 充分利用我国短视频领域的先发优势, 将优质内容传播到海外视频平台, 形成内容矩阵, 协助我国掌握新能源汽车话语权, 从而推动我国新能源汽车进一步“走出去”。