



□ 陈康令



习近平总书记在决战决胜脱贫攻坚座谈会上指出“要接续推进全面脱贫与乡村振兴有效衔接”。当前，我国正处于打赢脱贫攻坚战与实施乡村振兴战略的历史交汇期，也处在建设网络强国与发展数字经济的重要机遇期，应扎实推进网络扶贫行动、加快推进数字乡村建设，夯实全面建成小康社会的信息化基础。近年来，中国的数字经济和数字治理蓬勃发展，在跨境电商、数字金融、通信设施、智能终端等领先领域为世界各国赋能，共建数字“一带一路”方兴未艾。我们也要充分认识到，我国城乡之间还存在一定的“数字鸿沟”，广大农民还未能充分享受数字红利。应更好激发数字“一带一路”的潜力和动能，保持国际合作与国内发展之间的良性互动，为脱贫攻坚助力、为乡村振兴赋能。

丰富网络扶贫内容，创新跨境电商形式，为发展乡村经济赋能

大力发展农村电子商务是网络扶贫和运用数字化信息化手段发展乡村经济的重要途径。2019年我国实现电

子商务进农村综合示范政策对所有国家级贫困县的全覆盖，淘宝村在减贫脱贫方面凸显出重要的经济社会价值。中国已成为世界最大跨境电子商务市场，但农业农村的占比还比较少。我国西部陆海新通道将实现全程通道冷链运输、农产品跨境直通车开始试点，可以有效降低农产品损耗率、减少交易成本。我国已与16个国家签署数字丝绸之路建设合作谅解备忘录、与19个国家签署双边电子商务合作谅解备忘录，通过跨境电商纽带让中国广阔乡村与全球大市场互联互通的空间十分巨大。

从出口的角度看，“一带一路”沿线国家食品工业和产业发展水平参差不齐，但各国食品进口需求普遍较大。在当前传统外贸受疫情冲击严重的情况下，应做好与网络扶贫“一村一品”产业行动工程相结合，与跨境电商综试区对接，与乡村交通、商贸、金融、邮政、供销等各类社会资源合作，把我国定制农业、创意农业、认养农业、云农场等新业态新模式下的特色农产品开展好跨境在线营销和在线交易。

从进口的角度看，跨境电商是中国消费者接触进口产品的重要渠道，“一带一路”沿线国家的食品饮料、美妆护肤、厨具、服饰、电脑办公等产品在中国热销。多家互联网企业借助中国国际进口博览会举办等契机，扩大产品进口，助推“互联网+”消费升级。随着贫困地区经济社会发展明显加快、农民群众收入明显提高，乡村居民对更好生活质量的向往越发显著。相关跨境电商企业应找准市场定位和营销推广策略，开发好农村消

服务“一带一路”建设，发挥教育体系作用，为培养数字人才赋能

《数字农业农村发展规划（2019—2025年）》指出，到2025年，全国农产品网络零售额占农产品总交易额比重增长到15%，农业数字经济占农业增加值比重从2018年的7.3%增长到15%。为了实现这些目标，不仅要大力提升农业农村数字基础设施水平，比如加大物联网、区块链、云计算、人工智能等的应用和做好大数据中心建设，还要构建起常态化、机制化的数字人才培养体系，为乡村产业数字化和治理数字化的推进提供坚实的人力资源保障。

事实上，数字经济对就业的影响并不是简单的替代或补充，而是促进传统就业方式的转型和升级。数字农业的发展并不意味着大量农村就业岗位会被机器取代，而是意味着身在乡村也可以“足不出户”地放眼全国、服务世界。例如近年来大量农村剩余劳动力和返乡创业青年积极投身农村电子商务，2017年农村网店带动的就业人数已超过2800万人。

从学校教育角度看，职业学校中农村学生占比较大，同时，目前建设数字“一带一路”的基础人才缺口也较大。在2019年教育部《中等职业学校专业目录》新增的专业中，有一类专门针对服务“一带一路”建设、发展新兴对外贸易模式、推进沿线国家

的经贸往来，包括跨境电子商务、国际货运代理、商务阿拉伯语、商务泰语等专业。《普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录》也新增了跨境电商专业。更好促进数字“一带一路”领域的职业教育、技能培训与回乡就业有机结合，既有助于落实“扶贫先扶智”的脱贫方略，也有助于解决数字乡村建设“人才振兴”的难题。

总结全面脱贫成果，分享数字防疫经验，为讲好乡村故事赋能

中国数字化企业的国际影响力与日俱增，中国数字化智库的国际作用则尚待挖掘。智库应深入乡村广泛调研，运用好网络、新媒体等传播手段，向世界分享中国减贫、发展和治理的丰富经验，用生动的事实和鲜活的数据讲好中国故事，激励广大发展中国家特别是“一带一路”沿线国家探索符合自身特色的贫困解决方案和路径，努力实现联合国2030年可持续发展议程的减贫目标。

面对新冠肺炎疫情，中国充分展现了大国担当和经济韧性，数字治理和数字经济在国内疫情防控和复工复产过程中发挥了十分积极有效的作用，数字乡村与智慧城市的保障作用“并驾齐驱”。各类小程序等，展现出社会力量参与数字化农村地区疫情防控的独特智慧，将给“一带一路”沿线国家的持续抗疫带去更多中国智慧。

习近平总书记4月20日在陕西省金米村村民的直播平台前指出，“电商，在农副产品的推销方面是非常重要的，是大有可为的”。今年的政府工作报告中也强调，“电商网购、在线服务等新业态在抗疫中发挥了重要作用，要继续出台支持政策，全面推进‘互联网+’，打造数字经济新优势”。数字信息时代人们生活方式发生了改变，在新冠肺炎疫情期间，以“宅经济”为代表的新型消费模式快速发展，许多领导干部走入直播间，直播助销，开启“带货模式”，成为常态化疫情防控中推动地方经济发展、决战脱贫攻坚的应对措施。为此，应探索建立电商直播长效机制，努力推动地方经济发展。

带动产品销量。网络直播购物这一新型销售模式，作为泛传播化的形式，其本身就具有较强的即时性、互动性等特点。网络直播购物通过网络社交平台提升网络主播与受众的交流互动，加强了产品的品牌性。依赖于对主播的产品信任能短期内增强产品的知名度，带动产品销量大幅提升。尤其在助农方面，能够快速带动受众对农产品产生产品认同和情感认同，将“地上经济”迅速转变为“线上经济”。

提升当地形象。网络直播购物为各地特色农产品打开了销路，打通了产品销售的“最后一公里”。在促进产品销售拉动消费的同时，也展示了地方特色，增强了地方形象的宣传，拉近了与民众的距离。

促进政府作风转变。“干部直播带货”既是互联网思维的创新之举，也是政府机构转变工作作风的具体体现。很多领导干部主政一方，对当地的历史文化、旅游交通等都了解得比较全面，在直播中能够很快将特色产品、特色旅游及时快速地传达给受众，提升受众好感度。同时，领导干部要多沾“烟火气”，多到田间地头、街头巷尾走一走，熟知本地农产品优势特点；还要多些“肝胆气”，敢于触网懂网，掌握直播带货规律和熟悉“网言网语”。在屏幕外下足一番功夫，直播带货才能有底气，为民服务才能得人气。

推动产业提质。网络直播购物是当地接入新经济发展的机会窗口，给当地在疫情期间抢抓机遇打开了一扇大门，这就要求严把产品质量关口，强化产品品牌意识，提高产业的核心竞争力，让网络直播购物的后劲更足。

直播带货是领导干部主动担当、情系于民，落实统筹推进疫情防控和复工复产要求的体现。

服务型政府的助推器。对于领导干部而言，直播带货是跟上“网络强国”发展趋势的需要，也是推动以公众需求为导向的服务型政府建设，对领导干部的治理能力和服务水平是一次全面提升。对于网友来说，这种线上互动形式“亲切感”“新鲜感”十足，直播干部一改往日严肃形象，卖力热情地推销农产品，拉进了干群关系。

政府公信力的助推器。地方干部走进直播间，不管是现场试吃推介，还是展示才艺吸引流量，目的就是解农产品滞销之困，帮助企业渡过疫情难关，带动农民增收致富。而消费者之所以愿意为干部直播推销的农产品“买单”，除了满足自身的实际需求外，更多的也是对领导干部身份的信任，以及对政府公信力的认可和肯定。

政府群众路线的助推器。“干部直播带货”是走好互联网群众路线的生动实践，领导干部要坚持以人民为中心的发展思想，放下“架子”、做好“样子”，切忌形式主义、夸大其词，以实事求是的态度为农产品代言，以接地气的方式为群众服务。

今年是全面建成小康社会的收官之年，领导干部主动担任“最强推销员”来化解产品滞销之困，但其综合效应显然不应止于“带货”，如何构建长效机制，让更多农民搭上“网络直播购物”快车，享受到数字经济带

干部「直播带货」要鼓励须规范

□ 林立

来的实实在在收益，需要做好以下三方面工作。

规范准入机制。要加快出台干部直播行业相关管理制度，做好有章可循、有法可依。明确对直播销售产品进行质量评估，细化商家售后服务标准，避免出现“翻车”事故。规范干部直播准入标准，原则上只能在出现自然灾害、疫情等不可抗力的重大事故影响下直播销售，且需事前向组织报备。要加大对直播平台审查监管力度，完善“网红带货”诚信评价机制，对农产品筛选不严、夸大和虚假宣传的，列入黑名单，净化直播行业空间。

注重人才培养。“干部直播带货”系应急之举而非长效之策，不能因直播带货而耽误主责主业。授人以鱼不如授人以渔，带“货”更要带“人”，要培育爱农业、懂技术、知村情的农村直播“网红”队伍，鼓励广大农民积极参与，着重从本土年轻人、毕业大学生、退役军人中选拔，提供网络直播技能培训，让手机成为新农具，直播成为新农活，将直播带货做得更专业、更务实、更惠民。

构建农产品全产业链。要立足本地资源优势，打造具有地域特色的农业全产业链，依托5G、区块链、人工智能、大数据等新兴科技手段，建立农产品质量安全追溯体系，提升市场竞争力。要落实好“互联网+”农产品出村工程，创新农村物流服务体系，加大电商与农户、农企等产销对接，拓展农产品加工、包装、仓储等设施建设，加大与冷链物流企业合作，促进优质农产品卖出优价，带动农民增收致富，切实提升政府推动农民增收、农业增效的治理能力和水平。



数字文旅引领产业化发展新方向

□ 车德志

习近平总书记在云冈石窟考察时强调，“让旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程”。随着数字经济的快速发展，尤其是5G技术、人工智能、物联网等新型信息技术的发展，数字化产业已经成为经济发展新动能。“绿水青山就是金山银山”理念为文化旅游产业发展提供了指引，有助于推动数字技术与文旅产业融合创新发展。

数字化是文化旅游产业发展的必然方向。当今世界已经进入万物互联的时代，数字技术给各产业带来的影响是广泛而深远的，正是由于数字技术的应用与发展，推动了文旅产业的产生与发展，也让大规模的文旅消费成为可能。值得一提的是，随着产业数字化转型的深入，文化旅游产业将爆发更广泛范围、更深层次、更高水平的融合，同时将进一步促进文旅产业发展模式的变革和新业态的产生。丰富多元的数字技术与应用，位置大数据、人工智能、旅游管理平台等数字技术和内容应用，将数字经济与旅游大数据相结合，全面实现互联+AI协

作。为更好地融合全域旅游资源，全面提升智慧化服务和管理水平，以大数据智慧化驱动产业实现再升级。

数字化是文化旅游产业应对突发应急事件的重要手段。新冠肺炎疫情的暴发对国家、产业以及个人都带来了巨大影响，传统产业受到冲击，线下经济遭到打击。新型消费模式却展现出蓬勃的生机，远程办公、在线教育等异军突起，产业的数字化转型成为了一种必需，各行各业都在加快数字化转型，文旅产业数字化转型也迫在眉睫，同时，文旅产业的数字化转型也成为规避突发应急事件带来的不良影响的有効手段和措施。

数字化是推动文旅产业发展业态变革的重要抓手。在新技术革命的推动下，必然会推动发展模式的变革，新发展模式的变革也将创造新的价值和经济利益，基于上述目的，随着数字技术在文旅产业中的不断渗透和深入应用，必然会带来产业组织结构的调整，最终会带来文旅产业发展模式的变革和新业态的发展，形成新的发展动能。随着文旅产业数字化转型不断深入，传统文化将赋予新的活力，

将不断创造新的产业资源，催生出新的文旅业态，形成具有数字化特点的新的产业链，开拓出文旅产业发展新空间。

正是由于数字技术的发展和运用，才催生出文旅产业的新发展。要发展好数字文旅的引领作用，也要进一步提升文旅产品的质量和服

务，形成良性循环。推动文旅产业的创新应从四个方面着手。

进一步加强数字技术在文旅产业中的应用。加快数字技术在文旅产业的应用，逐步摸索出在线旅游、数字文创的新型文旅产业模式，使线下消费成功转型为线上消费，尤其是新冠肺炎疫情期间，更是通过云直播、云看展等模式，成功引导文旅产业完成线上产业转型。现在更要抓住我国新基建发展机遇，特别是5G技术的应用，积极发展VR、AR等技术，推动文旅产业供给侧结构性改革，发展新型业态，满足新的消费需求，释放更大消费潜力。积极引导文旅企业发展数字化产品的研发，不断提高自主创新能

力，进一步研发受用户喜爱的数字文创产品，推动形成数字文旅产业的新链条，为数字文旅融合发展注入新动能。

加强数字人才的培养。人才是推动事物发展的原动力，在文旅产业中

应加强数字化人才的培养，加强高校专业化人才的数字化转型，增加相关数字技术的课程，在高校中形成从试点到实践再到应用的良性闭环。加强从业人员的数字化培训、提升从业者的数字化素质。通过出台相关政策吸引优秀数字化人才投身文旅产业，发展文旅产业，讲好中国故事。

使文旅产业更好地服务于用户。文旅产业要提高服务于民的产业意识，进一步加强数字技术在文旅产业的渗透能力。要不断完善文旅产业公共服务的体制机制，加强文旅产业公共服务的顶层设计。探索建设和改造一批文旅服务设施，为用户提供更好的、更丰富的文旅产品和服务，更好发挥文旅管理部门的后台服务功能。

增强文化自信，讲好中国故事。积极打造民族文旅品牌，研发具有中国特色文化产品，使“旧事物”焕发“新风采”，加强国际交流，倡导发展文化产业“一带一路”，使具有中国特色的文化产品在数字技术的赋能下，实现全球化的“云旅游”，借助5G、大数据、算法推送等新型信息技术实现文化产品的对外输出，挖掘新经济潜能，增强文化自信，讲好中国故事。

