

核心阅读

数据资源作为数字经济时代核心生产要素，相比能源、材料等传统生产要素，数据以独特的生产要素属性，正在对经济社会发展产生重大深刻影响。发挥好数据生产要素的创新引擎作用，加快构建以数据为关键要素的数字经济，有助于推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革，实现经济高质量发展。

党的十九届四中全会首次将数据纳入生产要素，提出了要健全数据等生产要素由市场评价贡献、按贡献决定报酬的机制。近期，中共中央、国务院发布的《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》提出要加快培育数据要素市场等任务。数据应用已经渗透到了经济社会各个领域，数据资源作为数字经济时代核心生产要素，相比能源、材料等传统生产要素，数据以独特的生产要素属性，正在对经济社会发展产生更为重大的深刻影响。加快破除制约数据应用的体制机制障碍，完善法律、政策、标准、技术等相关保障，对于全面推进“互联网+”、打造数字经济新优势具有重要意义。

数据生产要素具有三大作用

促进资源配置优化作用。数据应用大大提升了经济社会各领域资源配置能力，降低了经济社会运行损耗。以信息流带动技术流、资金流、人才流和物流，物流、资金、人才、技



发挥数据生产要素的创新引擎作用

术等领域依托网络信息系统，以网络空间数据试错验证取代物理空间实物试错，可以大大降低实体经济试错成本，促进资源优化配置，提高全生产要素效率。

促进社会精细治理作用。数据应用正在引发政府社会治理模式发生巨大变革，推动形成“数据说话、数据决策”的数字政府。财政、金融、税收、投资、消费、出口等经济调节领域数据汇聚、开发和挖掘，让政府经济调节更加深入、精准和高效，促进了经济结构调整和优化升级，为有效应对各类重大经济风险隐患提供了重要保障。商贸流通、市场价格、生产制造、安全生产等市场监管领域的数

据汇聚、开发和利用，提升了政府对市场运转的实时感知能力，让市场监管实现事前、事中和事后有效结合全链条监管。流动人口、市政管理、交通运输、应急救援等社会管理领域以及教育、医疗、养老、社区等民生服务领域数据的汇聚、开发和利用，促进政府社会管理和服务更加精准、高效和深入。

促进产业业态创新作用。数据已经成为推进产业发展的重要创新要素，基于数据的新业态发展促进了产业转型升级和经济新动能培育。基于大数据的精准营销、就近服务、网络

征信、服务质量评价等服务，大大促进了供求信息对接、市场优胜劣汰、服务质量提升。基于客户需求反馈的大数据研发设计模式，让企业研发设计更加具有针对性和导向性，大大提升了企业响应市场需求能力。生产制造大数据解决了生产数据车间流动问题，让企业生产更加柔性化，有效支撑了个性化定制、体验式制造、网络制造等新型制造业态。

制约数据作用发挥的重要问题

数据权属难以界定。目前我国还没有法律法规对个人数据、网络平台与用户交互数据、设备终端与用户交互数据等的范围、归属、使用权责做出明确界定，使得部分企业在采集和使用相关数据时，侵犯个人权益等事情时有发生。数据权属难以界定引发了大量的数据使用纠纷，特别在企业数据流通过程中，企业为了自身利益，阻碍数据的共享利用，给用户带来了极大的不便。

数据价值尚未金融化。数据价值金融化进程缓慢，使得拥有大量数据资源的数字科技企业的资产价值，未能得到有效衡量和体制认可，影响了

其与体制内相关的资产评估、资产交易、投融资、重组兼并等行为。此外，数据定价机制不健全，数据价值不能用货币有效衡量，也影响了数据的流通和交易，阻碍了数据价值的释放。

数据流通交易不畅通。经济发展、社会治理、民生服务等领域对政府数据开放开发的需求十分迫切，但是缺乏必要的制度设计和可靠的技术保障，使得大量政府数据资源沉淀在部门内部，没有及时开放出来供社会开发利用。大企业围绕打造产业生态圈向合作伙伴开放数据的方式，暴露出众多影响市场公平竞争问题。由于缺乏合规可控的社会化数据交易平台，大量拥有数据但没有能力开放数据的政府部门、公共机构和企事业单位，不敢将数据拿出来交易流通，阻碍了数据价值的全面释放。

数据治理体系尚未建立。数据治理的法律法规体系尚未完善，国家层面缺乏一部统筹促进各领域数据流通交易、开发利用和安全保障的法律法规，《网络安全法》《数据安全管理办法》等法律和部门规章，仅对利用网络开展数据收集、存储、传输、处理、使用等活动的安全保障做了约束性规定，与网络无关的数据活动缺乏相应的法律来规范。此外，受政府运

作模式以及治理手段限制，目前国家层面缺乏有效的手段，对经济社会发展各领域数据的开发利用和流通交易等活动实现全面监管，个人数据滥用和违法交易等活动十分猖獗。

推动数据生产要素作用发挥的对策建议

加快推进数据确权。加快数据立法进程，明确数据所有权、使用权、处理权、控制权、收益权等各种权利的种类和属性，明确各种数据权拥有者的相关权责，尤其要加快明确涉及个人隐私、商业秘密和国家安全等数据，在大数据营销、企业数据共享、数据跨境流动、政府社会治理、公共服务、公共安全应用等特定使用场景下的权利使用约束。

加快推进数据资产化。建立数据定价标准，确保数据交易具有法定的定价依据。建立数据资产评估机制、数据资产会计入账等制度，确保企业数据在企业资产中得到其应有的价值体现。建立数据资产抵押担保机制，发展数据贷等金融信贷服务，为数字企业创新发展提供更加有针对性的金融服务保障。建立数据资产交易制度，积极鼓励数据资产流通交易，完

善相关制度保障，促进数据资产的优化配置。

促进数据流通交易。建立促进数据流通交易的业务规则体系，明确涉及个人信息、商业秘密和国家安全等不同属性数据的流通交易和使用的范围、对象、方式等，确保数据平稳有序流动。加快推动政府数据共享开放和社会化开发利用，建立促进政务数据流通的技术服务体系，增强数据访问、数据脱敏、数据清洗、数据溯源等保障能力，加强电子认证、访问控制、角色管理、安全审计、数据加密等安全技术应用，确保数据交易可管可控。

构建数据监管治理体系。完善数据监管治理法律法规等制度保障，全面考虑政务数据、个人数据和企业数据，兼顾线上数据和线下数据，统筹考虑数据开发利用、流通交易、安全保障、资产化等因素，加快推进数据立法。完善数据监管治理标准程序规范，明确数据所有者、处理者、数据控制者等相关方的权责，以及相关数据行为准则。构建数据监管治理平台技术支撑体系，建立数据流动态势感知、安全预警、应急处置等平台，提高数字化、网络化、智能化监管水平。

深化大数据开发利用。推动大数据和经济发展深度融合，深化大数据在生产制造、物流运输、经营销售等领域深度应用，促进产业业态创新。推动大数据和社会治理深度融合，深化大数据在城市管理、市场监管、安全生产、治安防控、应急救援等领域深度应用，推动管理模式创新，提高精细管理能力。推动大数据和民生服务深度融合，深化大数据在医疗、教育、养老、旅游、交通、文化等民生服务领域的应用，促进民生服务资源优化配置。

数据资源是数字经济时代基础性和战略性资源，是数字经济发展的关键要素。发挥好数据生产要素的创新引擎作用，加快构建以数据为关键要素的数字经济，有助于推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革，实现经济高质量发展。



数字乡村助力脱贫攻坚

□刘彦幸 撰

数字经济加速发展，新一代信息技术创新空前活跃，不断催生新模式新业态，为数字乡村发展创造了前所未有的机遇。在这一背景下，形成的由党委领导、政府推动、电商搭台、农民受益的新型农村社交电商模式迅速发展，开辟了一条助力农民增收、农业增效、精准脱贫可持续发展的新路子，借助数字乡村建设推动乡村振兴提速，助力脱贫攻坚。

以“新基建”为牵引，推动乡村电商发展，实施智慧赋能。电商是新型经济体，更是农村经济转型的重要成果。电商赋能乡村，要以“新基建”为牵引，遵循“市场主导、政府引导”的准则，加快数字乡村的信息基础设施建设，大幅提升乡村互联网设施的联通水平，完善乡村信息终端和服务供给。通过提速乡村交通基础设施的联网升级，让看得见的交通网络与看不见的信息网络联手，形成上下联动、广泛覆盖、及时准确的物流信息网络，打通物流服务“最先和最后一公里”。利用大数据打造大数据销售网络平台，通过大数据精准计算，将市场需求精准化，实现乡村电商的有效供给。给予乡村资源的赋能，催生农产品销售的乘法效应，最大限度扩大农产品销售渠道，实现城市消费反哺农

村，助力农民增收致富。

创品牌、建体系，实施产业赋能。实施产业赋能，需要我们深入实施质量兴农战略，发展现代高效农业，加快由增产导向转向提质导向，推动标准化、绿色化、优质化、特色化发展，培育更多的品牌农产品。深入挖掘、认真梳理辖区内和外地区域联盟中品质优良、特色鲜明适宜网上销售的农产品建立资源库。对资源库产品进行重点开发、精深加工，提高农产品附加值。并注重加大对品牌战略定位、品牌文化、品牌故事、品牌形象等区域公共品牌策划，统筹品牌运营管理。加强与大型电子商务平台的合作，确保产品持续销售。严格运营管理监督，制定出台运营制度规范，重点明确产品定价办法、质量保障措施等，形成一套科学完善的运行体系。明确运营公司在执行、监督等方面的职责权限。

建平台、搞培训，实施文化赋能。习近平总书记强调，乡村振兴，既要塑形，也要铸魂。实施文化赋能，大力发挥文化引领作用，打造提高乡村社会文明程度的综合传播平台，积极运用社交平台，传播党的声音，发布电商新信息，引领农民将“绿水青山”变为“金山银山”。还要积极利用网络直播，发挥网红经济效

益，挖掘下沉市场的潜力，将小产品做成大产业。优化提升市、镇（街区）、村（社区）三级综合电商运营平台建设，及时完善农村电商大数据库，将农村电商站点布局、物流配送、特色品牌、优质产品、旅游资源等信息纳入大数据管理，对农村人口、资源、产业、产量等一系列数据进行摸底录入，并做好分析应用，帮助企业、合作社、农户无缝对接市场信息，实现精准生产、精准销售。定期开展电商培训，加大对电商从业者的业务指导力度，加强农村电商技能和创业政策知识等相关培训，积极营造农村电商发展氛围。

利用好移动社交平台，实现精准脱贫，实施组织赋能。实施组织赋能，健全完善组织领导体系，突出党组织引领作用，学习政策、研究对策、组织实施。抓好党员示范带动，党员干部带头，利用移动社交平台，采取“一帮一”“一帮多”等形式建立移动网络帮扶关爱小组，及时有效解决百姓诉求，实现基层老百姓民意的充分表达，提高村级治理的服务效率。



媒体的社会责任，就是强调传媒的信息传播活动要符合社会的核心利益，满足社会公众的需要。在突发公共卫生事件面前，新媒体要敢于担当作为，承担起社会责任，及时、全面、客观地向社会公众传递信息。这需要从以下几个方面下更大的功夫。

倡导社会理性，凝聚社会共识。新媒体在社会治理机制中发挥着联系、沟通、促进、激活整个社会治理系统的重要使命。马克思在《资本论》中指出，在资本主义社会，社会的理智总是事后起作用，因此可能并且必须会不断发生巨大的紊乱。这里的理智如果结合现代社会的现实，应当不仅仅指向人的认知水平，更是一种经济社会的调控方式，是社会通过共识形成的国家治理方式。传媒心理学显示，受众具有一定的信息选择矛盾性，例如，接受问询或调查时常常受价值观、道德观等社会倾向的影响而体现出选择理性，但在实际中却更易受欲望支配忽视自身的真实需要；在接受信息传播时，也往往选择省时省力就可以获得信息的媒介，导致传媒迎合受众的现象越来越普遍。在突发公共卫生事件中，社会的普遍理性更有利于危机应对和解决。因此，新传媒应当关注公众关心的公共领域的话题，对公众关心的典型人群、典型事件和典型细节予以深入报道，并赋予其一定的判断和意义。引导受众全面、客观地认识和思考，倡导积极的社会观念、良好的社会秩序和健康的社会风尚，着力培养受众的媒介素养、公民素质，以推动全民共建社会规范体系和良好的公共危机应对与治理体系。

彰显人文关怀，培育社会情感。在新媒体时代，信息传播的核心要素

是人，新媒体服务和影响社会是通过影响人来实现的。个人的认知、行为受到情感驱动，人的社会情感也是社会互动、社会联结的重要媒介。道德感、理智感等高尚的社会情感和稳定平静的社会情绪是社会发展进步的重要资源，更是应对公共卫生事件时的重要因素。在突发公共卫生事件时，新媒体对个体的关注以及对不同群体的关注，都利于信息的传递和情感的沟通，增强受众之间的情感认同。新媒体除及时发布重要公共信息之外，还应努力缓解民众的情感隔离，打通情感沟通的渠道，提供意见交流的平台，促进社会不同人群的交流，通过信息传播有效地培育民众的群体情感和民族情感，增进责任感、荣誉感和正义感。

引导受众需求，传递主导价值。在海量的信息面前，受众选择信息的动机、接触媒介的方式、媒介交往的习惯、对信息认知的过程，都具有自主性，受众主要是根据自身需求而主动选择信息。新媒体应在关注受众的信息需求的同时也要引导受众的需要与社会行为。在突发公共卫生事件时，新媒体更应当全面地分析受众的信息需要，正确引导受众的信息需要。在公共卫生事件信息传播中，新媒体要将社会主义核心价值观中蕴含的人文内涵、科学精神和现代意识融入作品中，使社会主义核心价值观内化于人们的精神追求，外化于人们的自觉行动。



应对突发公共卫生事件
新媒体有大作为

□尹辉