

聚焦·中央一号文件

中央一号文件部署“提升农业科技创新效能”

■本报记者 韩 昱

随着现代信息技术、生物技术等科学技术的创新应用,农业新质生产力的发展前景愈发广阔。2月3日,《中共中央 国务院关于锚定农业农村现代化 扎实推进乡村全面振兴的意见》(以下简称“中央一号文件”)发布,重点围绕发展农业新质生产力进行了部署。

具体来看,中央一号文件提出,“提升农业科技创新效能”,并明确“因地制宜发展农业新质生产力,促进人工智能与农业发展相结合,拓展无人机、物联网、机器人等应用场景,加快农业生物制造关键技术创新”。

“中央一号文件明确‘因地制宜

发展农业新质生产力’,释放出鲜明信号——新质生产力已成为农业现代化的核心路径。”中国商业经济学会副会长宋向清在接受《证券日报》记者采访时表示。

“要聚焦推动科技创新和产业升级深度融合,因地制宜发展农业新质生产力,提升农业科技创新效能,加快建设农业强国步伐。”中国银河证券首席宏观分析师张迪称。

从数据来看,科技创新对农业现代化的支撑作用正稳步增强。农业农村部数据表示,2025年,我国新建和改造提升高标准农田7568万亩,截至去年底全国累计建成高标准农田超过10亿亩。此外,我国农业科技进步贡献率在2025年超

过了64%。同时,2025年我国农作物耕种收综合机械化率达到76.7%,截至去年底农用无人机保有量超过30万架,年作业面积突破4.6亿亩。

“当前我国农业科技成果已实现从‘量的积累’到‘质的跃升’。”南开大学金融学教授田利辉在接受《证券日报》记者采访时表示,去年,全国农业科技进步贡献率超过64%、超10亿亩高标准农田夯实了农业根基,30万架农用无人机年作业4.6亿亩,这些数据彰显出科技创新对农业的赋能。

“比如,我国已成为农用无人机保有量第一大国,全球约有50万台农用无人机,我国就超过了30万台。现在的无人机就像过去的镰

刀、锄头一样,成为一些农民必不可少的‘新农具’,从植保作业、播种施肥、农田监测到农用物资和产品运输,应用场景不断丰富拓展。”中央财经委员会办公室副主任、中央农村工作领导小组办公室副主任祝卫东在2月4日国新办举行的发布会上举例称,“再比如,人工智能在农业育种、现代种养等领域落地应用,从靠经验种地,到靠数据经营、靠算法增效,加快赋能农业数智化转型。要抓住这一轮科技革命机遇,促进人工智能与农业发展相结合,拓展无人机、物联网、机器人等应用场景,让更多新质生产力成为现代农业发展的‘新引擎’。”

田利辉表示,展望未来,各地发

展农业新质生产力关键在于“精准滴灌”与“系统集成”。一要聚焦生物育种、智能农机等环节强化攻关;二要推动人工智能、物联网与耕种管收全链条融合;三要夯实数字乡村底座,培育“懂科技、爱农业”的新农人队伍。核心是以需求为导向打通实验室至田间地头的转化通道,让农业新质生产力真正扎根乡土、惠及农民,实现科技赋能与乡土智慧的同频共振。

宋向清表示,各地发展农业新质生产力可以聚焦三方面:立足区域特点推进技术场景化应用,针对性推广智能装备与物联网技术;建设县域农业数字基础设施,打通数据壁垒;依托产学研协同加快成果转化等。

A股多板块公司深耕农业农村现代化

■本报记者 何文英

2月3日,《中共中央 国务院关于锚定农业农村现代化 扎实推进乡村全面振兴的意见》(以下简称“中央一号文件”)正式发布。作为“十五五”开局之年的重要政策指引,中央一号文件锚定农业农村现代化总目标,围绕严守耕地红线、强化种业振兴、发展富民产业等核心任务作出全面部署。

中国农业风险管理研究会常务理事孙文华在接受《证券日报》记者采访时表示,“中央一号文件锚定农业农村现代化,对A股农业农村相关的多个板块构成利好。例如,中央一号文件提出‘因地制宜推进宜

居宜业和美乡村建设’,也利好于业务与乡村振兴区域开发、运营相关的上市公司。”

中央一号文件提出“加强耕地保护和质量提升”,明确“分区分类高质量推进高标准农田建设,实施新一轮黑土地保护工程,扎实推进盐碱地综合利用和酸化耕地治理”。

永清环保董事长刘正军对《证券日报》记者表示,“公司长期深耕耕地治理赛道,依托多年技术积累与项目经验,已构建起覆盖耕地修复治理与效果评估、高标准农田质量监测与评价、全国土壤三普调查等领域的专业服务体系。中央一号文件再次强调耕地保护的重要性,为行业发展注入强心剂。公司将持

续发挥技术优势,积极参与耕地保护与质量提升工程,通过土壤改良、污染溯源整治等核心技术应用,为提升耕地质量与可持续利用能力提供坚实支撑,筑牢国家粮食安全根基。”

中央一号文件明确提出“推进新一轮黑土地保护工程,扎实推进盐碱地综合利用和酸化耕地治理”。

据了解,作为种业领军企业,隆平高科正通过“资本赋能+技术创新”双轮驱动,加速实现种源自主可控。隆平高科副总裁胡博对《证券日报》记者表示,“去年,公司完成向中信农业12亿元定向增发,成为种业资本领域审批最快的标杆案例;核心子公司联创种业引入中信金融

资产等5家国有战略投资者10亿元增资。耐心资本的助力,正持续推动公司在育种研发与产业整合上发力,增强经营韧性,提升企业竞争力,并进一步夯实服务国家粮食安全战略和种业振兴行动的基石。”

中联重科正以高端智能农机装备和智慧农业解决方案赋能乡村全面振兴。中联重科董秘陶兆波对《证券日报》记者表示,“公司打造了覆盖耕、种、收、烘全环节的农机矩阵,依托北斗导航自动驾驶、精准施肥灌溉等技术,大幅提升农业作业效率、降低农户劳动强度。未来公司将持续推进智能农机与智慧农业一体化发展。一方面聚力‘机械强农’,打造高端、智能、绿色农机产品

体系,另一方面推进‘数农融合’,数字化赋能打造智慧农业。持续以科技创新筑牢乡村振兴产业根基。”

作为国内数字水利与智慧农业领域的领军企业,大禹节水依托大禹慧图科技,着力打造“模型一平台一场景”AI应用体系,在农业领域实现精准水肥调控、病虫害预警,节水增产效果显著。

孙文华表示,农业农村现代化、乡村振兴有赖于上市公司为代表的市场主体积极整合资源、推进成果转化。同时,企业应聚焦技术创新,研发智能农业装备、突破性品种等核心产品,同时通过“公司+农户”、产业链融合等模式,提升产业效率,带动农民增收。

期货业多措并举加强农产品期货市场建设

■本报记者 王 宁

农产品期货市场不仅是企业和农民管理价格风险的“避风港”,也是引导农业生产、促进产业升级的“信号灯”,同时还是提升我国农业国际话语权的重要工具。

2月3日,《中共中央 国务院关于锚定农业农村现代化 扎实推进乡村全面振兴的意见》(以下简称“中央一号文件”)正式发布。中央一号文件提出,“加强农产品期货市场建设”。多位受访专家对《证券日报》记者表示,接下来,期货市场将贯彻落实中央一号文件精神,从完善品种与制度体系、深化支农服务模式创新等方面,配合好国家战略发展需要。

品种增至44个

近年来,我国农产品期货市场持续深化改革、扩容提质,逐步构建

起契合农业产业发展需求的服务体系。中粮期货有限公司党委书记李德罡对《证券日报》记者表示,当前,我国农产品期货市场发展成效显著,品种体系持续完善,覆盖范围稳步拓宽。自“十四五”开局至今,我国上市商品期货期权品种从88个增加至165个,其中农产品品种从27个增加至44个,形成了覆盖主要农产品产业链的衍生品工具体系,提升了与现货市场的适配度。

与此同时,市场功能有效发挥,为农户种植决策、涉农企业经营安排提供有效风险管理工具。目前,多数大中型涉农企业能够采用“期货价格+升贴水”定价模式,期货价格已成为农产品现货贸易的核心定价基准,产业客户参与度持续提升。

作为以农产品期货起家的大连商品交易所(以下简称“大商所”),始终坚持以服务“三农”为使命,深耕产业发展。大商所相关业务负责人表

示,大商所将坚守功能定位特色,围绕延链、强链、补链,在农业等产业链持续拓展品种布局,丰富期权产品,完善实体企业风险管理工具箱。“豆粕、玉米系列期权合约已于今年2月份挂牌上市,作为国内农产品期权市场的重要创新,系列期权合约的推出更有利于匹配企业连续月份的风险管理需求,提高企业资金使用效率,助力企业稳定生产经营。”该负责人表示。

此外,大商所还将深耕“保险+期货”业务。一方面,将继续坚持标准化体系建设,提升“保险+期货”模式推广应用的可持续性;另一方面,将持续推进基于期货市场的“银期保”种收模式,为种植主体提供从种到收的全流程保障。

“中央一号文件为农产品期货市场建设进一步指明了方向。未来期货市场应紧扣‘十五五’农业农村现代化发展目标,多维度协同发力,推动农产品期货市场高质量发展

提供全流程保障

上述大商所相关业务负责人表

发展。”李德罡表示,一是完善品种与制度体系。加快特色农产品期货、期权上市节奏,填补细分领域风险管理空白,完善农产品衍生品工具链条;优化现有合约规则与交割布局,推进工具创新,贴合产业实际降低参与门槛,满足各类主体差异化风险管理需求,助力初级产品保供稳价。二是深化金融支农模式创新。持续迭代升级“保险+期货”“银期保”模式,扩大服务区域与品种覆盖范围。三是提升国际定价与战略融合能力。稳步拓宽境外主体参与渠道,形成反映中国市场供需、兼顾全球因素的价格体系,完善跨境交易配套服务,健全跨市场跨境风险防控机制,丰富农业风险防控工具箱,守住市场安全底线。同时,进一步提升国内期货交易所农产品期货价格在全球农产品定价中的作用,积极将农产品期货市场建设融入全国统一大市场战略部署。

发挥中小企业集群效应 培育各具特色县域经济

■本报记者 朱宝琛
见习记者 何成浩

2月3日,《中共中央 国务院关于锚定农业农村现代化 扎实推进乡村全面振兴的意见》(以下简称“中央一号文件”)正式发布。中央一号文件提出,“发展各具特色的县域经济,培育中小企业特色产业集群,推动兴业、强县、富民一体发展”。

业界普遍认为,这意味着中小企业特色产业集群已成为支撑县域经济高质量发展的核

心抓手。

工业和信息化部数据显示,2024年,300个国家级中小企业特色产业集群共创造产值8.7万亿元,近三年产值年均增速达到了13%,在培育优质中小企业、带动县域经济发展、加快构建现代化产业体系等方面发挥了重要作用。

大连民族大学国际商学院教授张巨勇在接受《证券日报》记者采访时表示,培育中小企业特色产业集群,可以破解县域产业“小、散、弱”的结构性问题。不过,在实际推进过程中,对地方统筹能力和长期投入提出了更高要求。通过集群化将分散企业拧成

一股绳,不仅能实现降本增效与创新协同,更能显著增强企业抗风险能力。

在推动集群化的同时,“发展各具特色的县域经济”也是政策关注的重点之一。近年来,部分热门赛道成了一批县域招商引资的重要方向,也导致个别地区间存在产业同质化竞争。对此,张巨勇称,可从三方面入手:一是精准定位,深挖本地独特资源,发展独特的产业;二是纵向深耕,推动产业链从初级加工向研发、品牌营销等高端环节延伸;三是顶层设计,建议由市级层面进行统筹规划,让相邻县域在产业链上形成互补分工。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对《证券日报》记者表示,完善的特色产业集群体系,本质上是在县域内部把生产、加工、流通和消费有效串联起来。集群化发展能把产品从“卖原料”升级为“卖标准、卖品质、卖品牌”,减少产业外溢带来的“利润损耗”,使更多增值环节留在县域内部,形成良性“微循环”。

对于推动兴业、强县、富民一体发展,张巨勇建议,一方面,通过集群创造工厂、电商等多元化就业岗位,实现就业吸附;另一方面,积极推广“企业+合作社+农户”模式,实现利益联结,让农民共享收益,真正实现强县富民。

互联网大厂打响AI应用入口流量争夺战

■本报记者 李 冰

临近春节,互联网大厂的抢红包活动陆续开启,各种玩法花样翻新。

整体而言,今年春节期间的抢红包活动仍由互联网大厂主导,但与往年不同,今年红包玩法已与其各自的AI产品、AI应用深度融合。受访者普遍认为,今年抢红包活动的背后,是互联网大厂对AI应用入口流量的激烈争夺,这折射出互联网行业的竞争,正从传统流量争夺,转向技术应用与生态培育的比拼。

深度绑定AI成主流

截至目前,互联网大厂整体红包总额逼近50亿元,且均与各自AI应用深度绑定。

2月1日,腾讯旗下AI助手元宝率先启动新春活动,其计划在App内发放总额10亿元的现金红包。该活动一经上线便吸引了众多用户参与,上线当天就有超过10张万元小卡卡被用户“翻牌”。据悉,活动从2月1日持续到2月17日,包含“主会场抽红包”和“祝福语红包”两大核心玩法。值得关注的是,这是腾讯自2015年春晚投入5亿元红包后,再度在春节期间大规模“撒钱”,此举也引发全网对“AI+社交”模式的广泛关注。此前,1月26日,腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾在内部员工大会上表示,希望通过此次活动,重现11年前微信红包风靡全网的场景。

同时,支付宝“集五福”活动于2月3日0点正式上线。今年在传统“五福”基础上新增“健康福”,作为马年春节集福活动的隐藏款,由其健康AI应用“蚂蚁阿福”专属发放。记者实测发现,今年支付宝“集五福”在往年AI扫“福”的基础上,进一步拓展了获取福卡的渠道,包括线下用支付宝“碰一下”支付、取快递、骑车、充电等场景均可获得福卡。

据悉,2026年支付宝集福活动共推出19套主题福卡,用户可任选6套主题福卡参与收集,每集齐一套即可锁定1.68元红包,所有IP集福红包将统一在除夕夜22:18开奖。资料显示,支付宝集福活动自2016年推出以来,累计参与人数已超10亿。

支付宝集福项目负责人对《证券日报》记者表示,集福活动始终在用技术诠释传统,已成为陪伴数亿用户的“数字新年俗”,承载并守护着人们对美好生活的期待和朴素情感。

此外,阿里旗下个人AI助手千问官宣推出30亿元“春节请客计划”,并独家冠名了东方、浙江、江苏、河南四大卫视春晚;百度则从1月26日至3月12日,在百度App搜索“春节红包”,用户即可有机会瓜分5亿元红包;抖音也同步开启集祥马卡活动,用户集齐卡片可参与瓜分3亿元奖金。

中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏对《证券日报》记者表示,“今年春节期间,互联网大厂红包活动的特征已发生根本性改变,从往年的支付场景之争,转向各自旗下AI应用入口的卡位之战。春节期间消费频次高、社交场景多元,互联网大厂借此以现金激励方式推动用户养成使用AI习惯,进而争抢AI应用第一入口。”

苏商银行研究院高级研究员杜娟对《证券日报》记者表示,互联网大厂的红包活动更多地与其AI应用的下载与使用相关联。这也为用户获得红包的过程增添一些趣味,如用AI制作主题春节海报、用AI生成同款视频等。

提升AI应用活跃度

综合来看,2026年互联网大厂如期“打响”的春节红包营销战,正呈现出诸多新变化。对此,多位业内专家从不同角度解读了这一行业新趋势。

南开大学金融学教授田利辉表示,今年春节红包营销最鲜明的特征集中体现在三个方面:一是载体AI化,红包发放与互动的主场景从传统支付工具或社交平台,全面迁移至各自的AI应用,通过红包互动培育用户与AI的交互习惯;二是内涵场景化,以支付宝在传统五福中新增“健康福”为例,将其金融服务与健康场景深度融合,进一步拓展自身AI生态边界;三是目标长期化,互联网大厂的红包投入正从流量拉新到生态培育转变。

娄飞鹏则从营销逻辑转变的角度分析称,从商业实践来看,通过AI助手发放红包实现了“咨询—决策—支付”的一站式转化;从支付场景升级来看,各类红包活动将AI服务与真实消费场景深度绑定,进而构建“AI即服务”的新支付入口,重塑用户与平台的交互范式。从用户层面来看,用户抢红包从单纯的“领福利”,转化为对AI能力的认知、体验与接纳,最终形成技术研发与市场反馈双向推动的良性闭环。

杜娟表示,从今年春节的红包活动变化,能看出互联网大厂未来在AI应用的布局趋势:其一,策略重心转移,红包活动从以往以移动支付场景为核心的“全民撒钱”模式,转向以AI应用推广为核心的产品触达与用户教育,为AI应用普及“破冰”;其二,功能定位升级,AI时代下,AI助手将成为信息分发、产品筛选的核心归口,也是各类服务触达客户的第一关;互联网大厂角逐AI入口之争已然开启;其三,提升AI应用活跃度,为后续AI生态布局筑牢基础。

