

# 夯实农业农村发展水利基础

## ——水利部介绍农村供水保障成效

□新华社记者 魏弘毅

农村供水事关人民福祉。水利部12日举办新闻发布会,介绍农村供水保障成效。

水利部副部长祖雷鸣介绍,“十四五”以来,水利部全面推行城乡供水一体化、集中供水规模化、小型供水规范化、县域统管专业化“3+1”标准化建设和管护模式,推动出台《供水条例》,农村供水保障程度显著提升。

截至2025年底,全国农村自来水普及率达到96%、规模化供水工程覆盖农村人口比例达到71%、县域统管比例达到72%。

农村供水工程体系不断完善。截至2025年底,全国现有381.6万处农村供水工程,形成覆盖8.5亿农村人口的供水保障网络,主要依靠水窖、水柜供水的人口较“十三五”末减少79%,以规模化供水为主的农村供水工程格局加速形成。

值得关注的是,“十四五”时期,水利部推动脱贫地区累计完成水利建设投资9149亿元,其中国家乡村振兴重点帮扶县水利建设投资1455亿元。

水利部水库移民司司长谭文表示,脱贫地区新增恢复和改善灌溉面积超4600万亩,新增水土流失综合治理面积超10万平方公里。

农村供水县域统管加快推进。水利部探索形成城乡一体化管理、专业化机构统一管理、委托第三方机构管理等统管模式。通过特许经营、授权经营、购买社会服务等方式明确统管主体,确保农村供水相关服务全覆盖。

多元化投融资机制逐步建立。“十四五”期间,水利部联合相关银行出台信贷优惠政策,各地创新应用特许经营、股权合作、政府购买服务等模式,吸引经营主体参与农村供水工程建设。“十四五”期间,各地累计落实建设资金5902.8亿元,其中地方债券、银行贷款和社会资本等占比达80%。

水质保障基础持续加强。水利部联合相关部门深入开展农村供水水质提升专项行动,推动各地基本完成乡镇级饮用水水源保护区划定和标志牌设立,会同财政部安排中央水利发展资金22亿元,全面加强净化消毒设施

设备配备、水质监测与卫生监督。

应急保障能力全面提升。构建“平急两用”的农村供水应急保障体系,通过科学布局应急取水点、推进县域供水管网融合和区域联网,提升工程抗灾韧性。

水利部农村水利水司司长倪文进表示,因旱影响的临时饮水困难人口由2021年的546万人减少到2025年的59万人,地震、洪涝、滑坡等灾害中的应急农村供水也得到很好保障。

已公布的《供水条例》将于今年6月1日起施行。在原《城市供水条例》的基础上,《供水条例》将农村供水纳入其中。

水利部政策法规司司长陈大勇介绍,条例紧紧围绕保障供水安全这一核心目标,构建起保障农村供水水质、规范供水经营和服务、加强设施管理和保护等全链条保障体系,为筑牢农村居民饮用水安全防线夯实了法制基础。

春灌是保障夏粮稳产丰产的关键环节。目前全国春灌已全面展开,累计灌溉面积约3.6亿亩。

目前,全国湖库蓄水较常年同期偏多,灌溉水源相对充足,大部分地区耕地土壤墒情适宜。祖雷鸣表示,将紧盯春灌用水需求,滚动开展供水形势分析,科学调度水工程,全力保障春季灌溉用水。

面向未来,我国农村供水将有更加坚实的保障。

倪文进介绍,力争到2026年底全国农村自来水普及率、规模化供水工程覆盖农村人口比例、县域统管比例分别达到97%、73%、77%。同时将指导各地通过实施省级农村供水高质量发展规划,持续扩大城乡供水一体化、规模化供水范围,力争2030年全国农村自来水普及率达到98%。

他介绍,对于因自然地理、经济等条件限制,到2030年仍难以实现自来水覆盖的农村居民饮水安全,将因地制宜开展小型供水工程规范化建设与改造,推广适用于高寒高海拔地区及偏远牧区供水需求的技术装备,持续提升供水保障程度和水质达标率。

(新华社北京5月12日电)

国内@要闻

## 中央网信办:短视频发布必经内容标注

新华社北京5月12日电 记者12日获悉,中央网信办近日部署指导网络平台规范短视频内容标注,明确必须设置的标签种类和标签位置,将内容标注设为短视频发布必经环节,发布者必须从“必选标签”中选择一项,才能发布短视频,并对存量短视频回溯和补充标注提出要求,推动发布者对自己的内容负责,进一步压实网站平台内容审核责任。

据了解,针对部分短视频内容来源不清、真假难辨、混淆视听等突出问题,今年以来,中央网信办全面部署推进规范短视频内容标注工作,1月以来,指导网站平台深入清理虚假摆拍等违规短视频52万余个,严惩违规账号6.8万余个。

中央网信办网络综合治理局负责同志介绍,此次规范短视频内容标注,明确了网站平台必须设置与短视频内容真实性紧密相关的6类“必选标签”,包括“含有虚构演绎内容”“含有AI生成内容”“含有营销信息”“内容为转载”“内容为个人观点”和“无需标注”。真实生活记录类短视频可选择“无需标注”标签,该标签不在短视频页面呈现。

同时,加强标注审核,指导网站平台对新增短视频标注情况进行巡查,对存量短视频进行分批回溯,对未标注或未正确标注的,进行补标或纠正,并对相关发布者进行教育提示警示,推动实现短视频内容应标尽标。

中央网信办网络综合治理局负责同志表示,规范短视频内容标注是一项长期工作,不仅要标注,更要“标得准”。下一步,中央网信办将加大对网站平台的指导督促和监督检查力度,对未按要求进行标注的账号和主体责任落实不力的网站平台,依法严惩并公开曝光。

## 我国将完善农业植物产地检疫规程

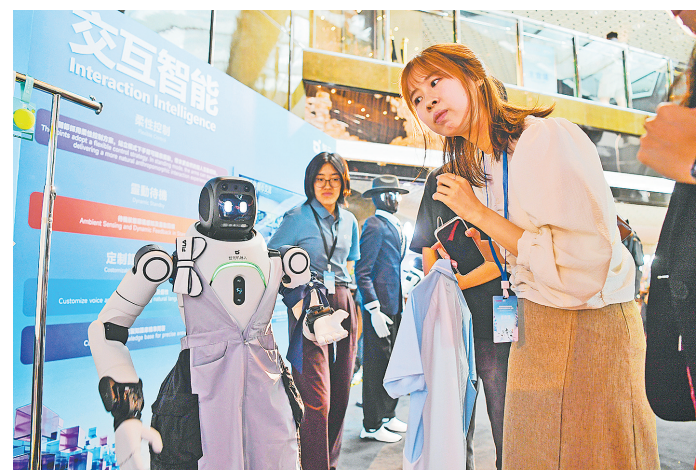
新华社北京5月12日电(记者胡璐)产地检疫是防范农业植物检疫性有害生物从种子种苗途径传播蔓延的关键手段。记者12日从全国农业技术推广服务中心了解到,我国将完善农业植物产地检疫规程,实现对种植业作物产地检疫全覆盖。

全国农业技术推广服务中心有关负责人表示,此前我国产地检疫规程按农作物种类分别制定,随着种业的快速发展,“一作物一标准”的模式已难以适应当前工作需要。近日,《农业植物产地检疫规程》(GB 47415—2026)强制性国家标准发布,对原有的小麦产地检疫规程、马铃薯薯种产地检疫规程等多项标准进行了整合,将于2027年4月1日实施。

据了解,新标准在多个方面进行了调整优化。如明确了应实施产地检疫的农业植物范围,涵盖粮食、棉花、油料、蔬菜、水果、中药材、花卉等主要类别;统一了产地检疫目标有害生物,将全国农业植物检疫性有害生物、省级补充农业植物检疫性有害生物纳入统一防控范畴;优化了产地检疫程序,细化了产地检疫操作要求。

“新标准聚焦农业植物检疫性有害生物种子种苗等繁殖材料及植物产品的传播风险,实现对种植业相关作物的全覆盖,对农业植物产地检疫工作的全链条规范,有利于进一步强化源头预防控制,优化监管服务,为保障粮食安全和农业生产安全提供有力支撑。”这位负责人说。

## 香港拓展具身智能产业 深化与内地科创协同合作



5月12日,与会者与一款智能机器人互动交流。

5月12日,首届香港具身智能产业峰会在香港举办,活动汇聚香港政、产、学、研、商界代表,共商具身智能产业发展路径,深化香港与内地科创协同合作。

新华社记者 陈锋 摄

环球@资讯

## 白俄罗斯国际医学论坛开幕



5月12日,在白俄罗斯明斯克,参观者在展会上了解医疗器械。白俄罗斯国际医学论坛于5月12日至15日在明斯克举办,吸引来自全球的200多家参展商参加。

新华社发(任科夫摄)

# AI人才需求攀升,如何打开就业新空间

□新华社记者 张晓洁 柴婷 林凡诗

财经聚焦

当前正值高校毕业生求职关键期。记者在劳动力市场看到,随着人工智能蓬勃兴起,各行业各领域对AI(人工智能)人才需求攀升。从企业到学校,从部门机构到求职者,各方积极探索加强人才供需适配,把握人工智能浪潮下的就业新机遇。

“今年我们校招岗位超九成与AI相关,其中算法类岗位需求量最大,大模型算法工程师、多模态算法工程师等首次增设成热门岗位。”百度集团相关负责人说,企业希望在算力、大模型、自动驾驶等领域继续突破,需要更多能以AI思维解决问题、推动创新的人才。

智联招聘数据显示,今年春节后一个月,人工智能行业职位数同比增长16.9%,其中机器人算法工程师岗位职位数同比增长57%,随着人工智能从感知智能向决策智能、具身智能延伸,行业对相关复合型算法人才需求加速释放。

支持24种车型共线生产,新车型导入周期缩短43%,新产品制造投资降低30%……位于广西柳州的上汽通用五菱汽车股份有限公司内,企业研发的智能岛制造体系推动生产提质增效。

“人工智能在公司的应用催生了算法开发、IGV调度、机器视觉质检等新岗位,同时带动智能网联汽车测试、运维等相关就业,我们的人才招聘转向兼具汽车工程知识与数字素养的复合型人才。”公司党委书记姚佐平说,企业转型升级过程中需要具



近期,青岛职业技术学院学生在课堂上学习人形机器人的检修与维护。

新华社记者 李紫恒 摄

工适应人机协同的新工作模式。

在山西嘉世达机器人技术有限公司,企业正围绕智能清洁机器人生产持续推进产品智能化、用户体验优化以及企业运营效率提升。

“在服务消费机器人行业,技术最终要服务用户,因此需要既懂传播、懂市场、懂用户,又能熟练运用AI工具的人才。”公司副总经理孙晓晔说,企业发展中不仅需要理工科人才,也需要文科专业人才发挥语言理解、用户洞察等方面优势,利用AI进行用户反馈分析和市场信息整理,为产品研发提供参考,还需要艺术专业人才在画面设计、视频剪辑辅助等方面借助AI提高运营内容更新频率。

人工智能加速融入千行百业,迫切需要劳动者提升技能素质,以适应产业发展需要。从一些市场数据看,人工智能技术方面招聘岗位很多,但

人才供给不足,需供比是3.5:1;机器人行业技术人才需供比是5.2:1,有大量缺口。

解决技能不匹配问题,加强教育培训是关键。

为更好适应新兴交叉学科发展和复合型人才需求,近日发布的2026年本科专业目录在“交叉学科”门类中首批列入未来机器人等11种目录内已有专业和具身智能等4种本次列入目录的新专业。

此前,教育部等五部门印发《“人工智能+教育”行动计划》,提出“推动人工智能成为高校公共基础课,按学科专业分类编写课程教材,推动全体学生掌握人工智能知识”“优化传统学科专业人才培养方案,指导高校开设人工智能交叉融合课程”等。

为加强人才与企业的适配性,学校与企业不断探索推进产教融合、校企合作。

上海交通大学获批增设具身智能本科专业,与小米机器人、穹御智能等20余家行业企业开展合作,推动课程教学、科研训练、工程实践与产业需求有机衔接;北京理工大学具身智能专业与华为共建人工智能实践教学实验室,打造集先进算力、智能开发环境、真实应用场景和工程化训练资源于一体的实践教学方案……

“我们与多所院校合作,推行‘岗位需求+技能培训+技能评价+就业服务’一体化培养模式,学员结业后可直接对接上下游企业岗位。”库卡中国人力资源总监方圣雄说。

教育应变,培训向新。温州科技职业学院应届毕业生童国强近期参与了当地组织的一期AI+OPC(一人公司)电商创业见习训练营。“从学习使用OPC智能运营系统,到练习AIGC(人工智能生成内容)短视频和短剧制作,培训不仅帮助我提升技能,也让我发现自己在就业创业方面更多的发展空间。”童国强说。

“今年我们将会同有关部门开展人工智能技术技能提升行动,加强人工智能通识教育,不断提升劳动者数字素养和人工智能应用能力。广大劳动者可以到技工教育网等线上平台免费学习相关课程。”人力资源社会保障部职业技能建设司司长崔耀涛说。

华南师范大学副校长王春超认为,从普通高等教育改革到产教融合深化,再到职业院校转型发展、基础教育改革、终身教育体系构建等,系列探索有利于构建具有前瞻性的人才培养体系,更好匹配人工智能背景下的市场需求。

(新华社北京5月12日电)

# 打通“聊天”到“下单”链路 电商平台加速布局AI消费新场景

新华社北京5月12日电 想买双脚感软一点的越野跑鞋,与AI对话,输入喜好,即可完成电商平台上的商品挑选、对比及下单购买……5月11日,千问与淘宝全面打通,开启AI购物全新体验。“对话即购物”这个业界畅想多年的场景,正加速从概念走进现实。

记者从海天集团获悉,与淘宝打通后,千问能基于淘宝40亿商品库及超20年积累的实时购物场景数据,准确理解用户聊天中的消费意图,精准推荐商品,完成商品挑选、对比并下单购买。在实际应用中,这一能力主要解决三类消费决策痛点:用户筛选条件复杂时,AI可在单次对话中完成多条件交叉筛选;用户仅有模糊记忆时,AI可基于碎片化信息进行推理匹配;针对场景化需求,AI可直接输出组合式商品推荐方案。

此前,千问已陆续接入淘宝闪购、飞猪、高德、支付宝等阿里生态内的消费服务能力。此次和淘宝全面打通,

进一步补齐了千问在消费场景中的关键一环,也为AI成为下一代超级入口打开了更大想象空间。

去年以来,电商平台与AI的融合逐渐从概念走向规模化落地。2025年的“双十一”成为这场变革的重要试验场,电商平台纷纷瞄准契机,积极布局AI解决方案。

字节跳动旗下豆包接入抖音电商,推出“帮你选”功能,实现从智能问答到一键购物的闭环;美团上线“问小团”AI搜索助手,内置于App顶部搜索框;百度、腾讯等也在探索将大模型能力与自有生态打通。

应用领域也在进一步拓宽。在医药健康领域,京东近期宣布,未来十年京东大药房将持续借力AI,扶持超过100个销售规模十亿级的品牌、培育1000个销售额破亿的单品;京东还对外发布了AI智慧家装备“京东家装”,以AI及超级供应链能力驱动家装行业智能化升级,目前已发布多款AI深度赋能新品,覆盖智能卫浴、照

明等多个场景。

不仅国内企业在加紧布局,国际电商平台也在跟进。有消息显示,Amazon(亚马逊)近期正在测试一种新的AI搜索整合方式,让人工智能直接进入网站主搜索栏,而不再局限于独立的AI助手入口。

业界普遍看好AI在购物场景中的应用前景。商务部研究院副研究员洪勇接受《经济参考报》记者采访时表示,当前AI购物正在从“功能叠加”进入“场景重构”阶段。过去,电商平台更多将AI应用于客服、推荐、搜索优化等单点功能。现在,平台和大模型企业开始推动AI贯穿“发现需求—商品决策—交易履约—售后服务”全链路。这意味着AI正从辅助工具转向消费入口。

值得买科技集团CTO王云峰此前也对记者表示,从平台观察来看,AI助力消费决策正在从尝试阶段进入普及阶段。预计未来两三年内,用户只需明确表达购物需求,AI

agent便能自动完成商品筛选、比价、甚至下单支付的全过程,这将标志着智能消费时代的全面到来。

全球视角来看,麦肯锡分析,生成式AI将产生2.6万亿至4.4万亿美元的价值,产生价值最大的行业为高科技、零售及银行业。其中,在零售和消费品行业,生成式AI将改变游戏规则,创造4000亿至6600亿美元的价值。

不过,洪勇表示,目前整个行业仍处于“早期规模化落地”阶段。虽然AI购物助手在优惠计算、穿搭推荐、旅行规划等场景中体验提升明显,已具备一定实用性,但AI对复杂消费需求的理解、跨平台协同、商品真实性识别、售后责任界定等问题仍需完善。

洪勇认为,未来AI在消费领域的发展有三个方向值得重点关注:从“推荐商品”走向“管理生活”;从“线上消费”走向“线上线下融合消费”;从“数字助手”走向“具身服务”。