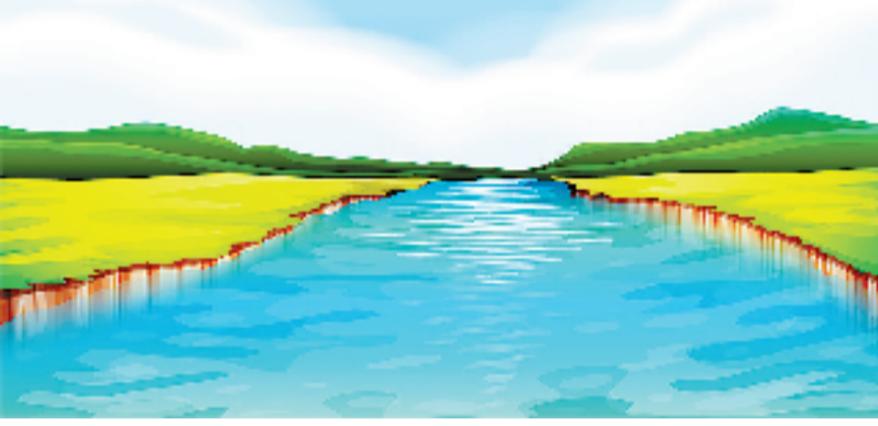


这一特殊“户口本”有哪些看点？

聚焦自然资源首次确权登记

新华社 王立彬

十年磨一剑。海南热带雨林国家公园等3个重要生态空间终于有了“户口本”，我国自然资源资产长期面临的所有权人不到位、所有权边界模糊、权益不落实等问题开始破题。这一特殊的“户口本”有哪些看点呢？



是家庭成员。

要了解这些家庭成员，就需要摸家底、建档档案，明晰产权主体，划清权属界线，通过通告、地籍调查、审核、公告、登簿等5个环节，完成自然资源确权登记，从而给自然资源“上户口”。

自然大家庭如何“上户口”

如果把大自然看作一个大家庭，那么水流、森林、山岭、草原、荒地、滩涂、海域、无居民海岛以及探明储量的矿产资源等都

自然资源的“户口本”内容主要包括3个方面：一是自然状况，包括自然资源的坐落、空间范围、面积、类型、数量、质量等；二是权属状况，主要是国家自然资源所有权，包括所有权主体、所有者职责履行主体、所有者职责代理履行主体以及行使方式等；三是其他相关事项，主要包括登记范围内的不动产权利情况和公共管制信息等，通过关联的方式予以体现。

有了“户口本”，也有“户主”。经国务院授权，3个重点区域全民所有自然资源资产所有者职责履行主体为自然资源部，受自然资源部委托，全民所有自然资源资产的所有者职责代理履行主体为所在地省级人民政府。“谁所有”“由谁管”，老大难问题将迎刃而解。

这本特殊的“户口本”有啥用

良好生态环境是最普惠的民生福祉。生态环境没有替代品，用之不觉、失之难存。我国生态环境保护中存在的一些突出问题，一定程度上与体制不健全有关，原因之一是全民所有自然资源资产的所有权人不到位，所有权人权益不落实。

自然资源产权主体缺位、所有权边界模糊，产权不清、权责不明，保护就会落空，导致自然资源利用过程中的“公地悲剧”和“破窗效应”。

产权清晰、权责明确，保护才不会落空。通过给自然资源“上户口”，清晰界定

登记单元内各类自然资源产权主体，划清全民所有和集体所有之间的边界，全民所有、不同层级政府行使所有权的边界，不同集体所有者的边界，不同类型自然资源之间的边界等4个边界，为自然资源有效监管、严格保护和所有者权益行使提供产权依据。

未来“户口本”还有哪些看点

我国幅员辽阔，自然环境多样，自然资源总量庞大，种类丰富，可谓地大物博、生物多样，要摸清这份自然资源产权“家底”并非易事。

下一步，我国将进一步完善自然资源确权登记规程和技术标准，有序开展东北虎豹等国家公园、国际重要湿地、国家重点林区等自然资源确权登记公告登簿，深化登记成果应用研究，推动健全自然资源资产产权制度，促进绿色低碳发展，维护资源资产权益，服务生态文明建设。

未来，随着大数据、无人机、遥感、实景三维等信息技术广泛运用，“三维登记”模式不仅让自然资源“平面户口本”变成“立体户口本”，而且以三维模式构建的“一张图”管理平台，将自然资源管理从平面变为立体，实现场景管理。

未来，这份“户口本”还有更大的想象空间，“空天地”一体化，资源资产资本三位一体，更好地服务于人与自然和谐共生的中国式现代化。

五大举措重投“数字农业”

“农云行动”为农业产业带助力

通讯员 李康 本报记者 唐佳路

农业需要产业化，需要有知识有眼光的新农人，同时也离不开一条可以让农产品出村进城的高速通路。拼多多起家于农业，通过“农地云拼”打造全新农产品供应链，成为国内最大农产品上行平台。为进一步服务乡村振兴，响应“数商兴农”号召，拼多多于近日宣布启动“农云行动”，集中投入优势资源，推动全国100个农产带更快“拼上云端”，打造更具韧性和竞争力的数字化农产带。

五大举措重投“数字农业”

今年云南的蓝莓，个大，甜，品质好过国外绝大部分产区，但产量估计比去年要翻倍，怎么帮助当地果农顺顺利利卖出去，是个很大的挑战。2月17日到18日，昆明本地一批早在2016年前后就开始在拼多多上卖水果的新农人及长期只做供应链的线下商家，跟拼多多“农云行动”专项小组一起，筹划2023年如何把云南的蓝莓、苹果枣、沃柑、人参果、鲜花等当地农特产“卖爆”。

这是拼多多“农云行动”调研第一站。云南地形复杂多变，农产品品种多，但种植规模往往不大，长期以来的痛点是物流成本较高，本地既懂电商又懂农业的复合型年轻新农人严重缺乏，很大部分农产品的销售半径局限在省内或周边区域，线下流通不仅环节多损耗大，更难以获得全国市场的增量收益。

近些年，情况正在发生显著变化。拼多多因时创新“农地云拼”，通过从时间

空间两个维度归集分散的订单，为云南的农产品破圈出省创造了便利的通道。2016年、2017年，云南的雪莲果、人参果等小众水果，就是通过拼多多最先卖爆，一举成为网红水果。

“我们有信心助力蓝莓成为‘新网红’”，拼多多“农云行动”负责人介绍，针对云南蓝莓、沃柑这样的规模化农产带，平台将分两步来做这件事。其一，帮助已经起步且具备良好供应链的商家，完成“从1到100”的跳跃；其二，千方百计鼓励和培训农产带的年轻新农人上平台开店，完成“从0到1”的起步。

助力农产带解决三大痛点

在山西运城，一位拼多多新农人仅用大半年就帮农民卖出价值1.5亿元的水果，并带动了一批年轻人把农产品搬上平台。“今年我们会创新‘拼’形式，继续扩大



▲兔年春节早，广西武鸣沃柑与沙糖桔货架期较多重叠，推迟了热销期。如何把这季沃柑卖好，成为当地果农、新农人和拼多多等一起操心的大事。图为武鸣沃柑丰收后，新农人用机器自动清洗分级。



▲云南蓝莓今年大丰产，当地新农人准备开拓新的销售渠道，借助拼多多等电商平台把高品质的蓝莓卖好。图为云南建水的果农在大棚里采摘蓝莓。

潜力大，就不需要跟其他商家“卷价格”。

“拼多多要助力农产带解决的还有一个难题，就是鼓励商家在品质的基础上，尽快形成自己的品牌。”该负责人介绍，通过“农云行动”，秒杀和百亿补贴的“多人团”补贴额度还将持续加大，让农产带品牌直接呈现在9亿消费者面前，获得全国知名度和品牌影响力。

“这两周，我们已到全国调研了多个农业大省的农产区，切身感受到，2023年大家都蓄了一股劲。我们将更敏锐地把握今年农产品产‘消’新形势，通过‘农云行动’，让更多农产区跑出植根本地的领头羊，带来整个产业链的数字化发展，跑出更多全国性的农业品牌”，拼多多“农云行动”负责人表示。