

# 在粮食问题上不能犯半点迷糊

翟长福

思辨

## 以创新释放消费潜能

王晋

深度观察

粮食连续丰收，一定程度上缓解了粮食安全压力，但十几亿人口的大国在粮食安全上始终不能松气、分心。粮食持续丰收并不表明我们彻底解决了粮食安全问题。环境资源承载过度、价格机制与市场体制不能完全适应等困难，已经到了必须改革创新的时候，而粮食持续丰收恰好为改革创新奠定了主客观基础

随着城乡居民收入不断提升、社保体系不断完善，百姓消费的意愿在增强。让人关注的是，随着“互联网+”时代的来临，创新正给消费注入新的动力，释放出消费潜能。

产品创新触发消费者新选择。在我们身边，新产品应接不暇。以可穿戴的智能健身设备为例，很多腕带或腕表能够读取心率模式、睡眠阶段、运动和卡路里燃烧等数据，并能上传后与亲友共享数据。这种新产品一经推出就赢得了不少拥趸。事实证明，把准消费者的需求，就能不断创造消费者需要的产品，就能创造消费。

商业模式创新创造消费新热点。今年以来，商务部大力支持新型商业模式发展，在支持跨境电子商务、市场采购贸易方式和外贸综合服务企业这3大商业模式创新上，采取了一系列措施。消费者在国内下单，就能买到物美价廉的国外商品，引爆了新的消费热点。

服务创新提升消费体验、赢得消费者。如今，买卖双方的信息不对称问题已被打破。今天的消费者购买的已不仅仅是商品，更是一种体验和服务。一些实体零售企业借鉴互联网思维，发力服务创新，通过更个性化的服务增强与消费者的黏性。

中国有巨大的市场潜能，这些潜能正在聚集。随着以80后、90后为主的一代年轻人逐渐成长为新的消费主体，消费者越来越愿意消费，注重生活品质，追求性价比高的优质商品。对此，企业和商家还要着力加大创新力度，不断创造出消费者想要的产品。政府管理部门更要进一步以体制机制创新来激发消费新活力，以消费环境的改善来释放新空间，以扩大有效供给满足新需求，推动消费和投资良性互动、产业升级和消费升级协同推进，创新驱动和经济转型有效对接。

最近有两件与粮食相关的大事，一是《粮食安全省长责任制考核办法》出台，这是国务院办公厅第一次以专门文件明确省级人民政府的粮食安全责任考核；另一个是部分粮食产区主要是玉米产区由于收购价下降出现玉米“卖不动”现象。两件事连在一起，透出两个信息：第一，国家对保障粮食安全和维护种粮农民利益高度重视；第二，粮食市场需要进一步理顺产销关系，逐渐摆脱“丰收的烦恼”。

认真分析、理解上述信息的准确内涵，对提高我们保障粮食安全的认识，厘清在粮食安全问题上不时浮现的迷糊观念，同时因势利导、顺势而为地推进包括粮食在内的主要农产品价补分离改革，有很强的现实性、针对性。

这些年，粮食连年丰收，尤其是2009年之后国际粮食生产也大多处于上升状态，国内粮库爆满，国内外粮价倒挂，加上今年国家调整了玉米临时收储

价格，有人就以为国内粮食过剩，可以松一口气了。的确，粮食连续丰收，一定程度上缓解了粮食安全压力，但对十几亿人口的大国，粮食再多也是“甜蜜的烦恼”，在粮食安全上始终不能松气、分心。

当前所谓过剩，并非粮食多了，有粮食结构不尽合理的因素，更主要是粮食仓容不足形成的表象。原因在于市场需求不旺导致企业开工不足，而粮价高企又制约了企业收购、加工、储存积极性；另一方面，国内粮食储备转换机制与能力还不能完全适应粮食大国需求，同时地方及农场等市场主体储备积极性没有充分发挥，多项因素叠加使粮食仓储高企。所以，国务院明确省级人民政府粮食安全责任考核，一个重要内容就是强化地方储备粮转换主动性。

在粮食问题上犯迷糊的另一种表现，是对耕地红线的认识把握不到位、不扎实。分析10多年来的耕地形势发

现，这些年保护耕地最严格，粮食形势也最好，但这些年恰恰耕地减少最突出。这表明，各地对耕地红线的认识是一回事，实践中如何把握又是另一回事。在许多地方，或多或少存在“挤占耕地无关大局”的心理，加上粮食连年丰收，更助长了“耕地说起来重要用起来方便”的心态。这种心态不解决，集约节约用地问题，防止耕地非农化、非粮化问题，就难以根本解决。

此外，由于国内外粮价倒挂，也使部分“买粮吃”的观点找到依据。没错，更好地利用国内国际两个市场、加快企业“走出去”，为保障粮食安全开拓了更宏观的视野和路径，也是粮食大国对国际粮食市场的担当。但我们不可能依赖“买粮吃”，也不能寄望“种别人的地填自己的肚子”，除了国际市场没有这么大的贸易量，还有“大国效应”，买什么什么贵，卖什么什么便宜。国际市场这几年粮价走低，与中国粮食丰收也有

关，如果不能把饭碗端在自己手上，没有哪个市场会让我们吃“倒挂粮”。

粮食持续丰收并不表明我们彻底解决了粮食安全问题。环境资源承载过度、价格机制与市场体制不能完全适应等困难，已经到了必须改革创新的时候，而粮食持续丰收恰好为改革创新奠定了主客观基础。在耕地利用上，粮食短缺时难以施行的土地休耕等方式就有了适时推进的条件；在粮食价格与保护农民利益上，通过棉花大豆目标价格试点，逐步探索一条符合市场规律、保护农民利益的价格机制已经破冰；在种植业结构上，通过市场引导与政府指导，使粮食与其他农作物比例更加均衡合理。

必须记住，这种改革与改变，任何时候都是为了更好地端牢中国人的饭碗，使粮食生产、农民利益与农业可持续发展更为科学、协调、高效，在这点上是不能犯任何迷糊的。

## “厕所革命”重在模式创新

刘成

11月20日，“世界厕所日”的第二天，山东省旅游局在青岛市崂山区举办了一个“旅游厕所革命”的现场会，推广崂山风景区“厕所革命”的做法。

星级酒店的标准、洁净温馨的环境、精细的设计、专业的管理……崂山风景区实施“革命”之后的厕所，给人留下深刻的印象。而能做到这一点，关键在于模式创新。

资金缺乏、建设粗放、管理不善，这曾是很多景区乃至社会公共厕所普遍存在的问题。过去那种由政府出资建设并负责管理的模式，在实践中很难解决这些难题。崂山的“厕所革命”则是采用“PPP”模式，企业投资建设并管理，政府分期回购并实施监督。这种“政府的归政府，市场的归市场”的模式，把这些难题都解决了。

新模式让公共厕所首次实现了产业化。产业化讲求的是投资回报，是有生命力的模式。虽然政府回购会把建设资金返还，但管理费用如何回收？又怎样实现一定的利润？与崂山风景区合作的光大集团的做法是，在厕所内外做视频广告、外墙广告、物品零售、有偿公厕服务等市场化经营。要实现这样的经营，一个甚或几十个厕所，都难以奏效，但如果在全国形成数千个乃至数万个厕所网络，便会成为一个重要的经营载体。正是基于这样的产业构想，光大集团才敢于投资。从这个角度讲，也只有实力雄厚的大企业，才有可能走通这样的“厕所产业”路径。

新模式可以使厕所建设和管理更加专业化。政府出资建设并管理的模式

下，厕所可以建得很豪华，却难以做到专业化。而企业要经营成千上万个厕所、实现产业化，则必须研究专业化。事实也是如此，光大集团就提出了厕所建设的“五新元素”：新理念、新工艺、新材料、新技术、新设备；管理的“五化标准”：生态化、无味化、智能化、标准化、效能化。譬如，室内从采光、采暖、通风、照明等方面细化设计，做到舒适而温馨；厕水利用MBR膜处理系统将排水经过处理后回用冲厕，实现废水零排放、全回用；采用高效能的新风系统，使降温和通风效果显著等等。这种专业化的水准，让人耳目一新。

新模式有利于营造全新的厕所文化。中国社会过去普遍存在着轻视厕所、鄙视厕所的文化。国内旅游厕所脏乱差，成为公共服务体系最薄弱环节，也与此有很大关系。而要实现产业化运营，厕所干净、无异味该是“标配”，更需要上档次、温馨，只有这样，各种经营活动才会展开，商家才愿意在这里投放广告。基于这样的逻辑，投资者会不遗余力地打造全新的厕所文化，以让其“厕所产业”形成正循环。

崂山“厕所革命”具有较强的推广意义。今年全国旅游工作会议提出启动为期三年的“旅游厕所革命”，并把“吃、喝、住、行、游、购、娱”列为新的旅游七要素，首次把“厕所”列为旅游要素的重要单元体，足见对“厕所革命”的重视。但要把“厕所革命”真正落到实处，还需要有更多像崂山这样符合市场规律的模式创新。



程硕作(新华社发)

### 老有所养

日前，国务院办公厅转发《关于推进医疗卫生与养老服务相结合的指导意见》，全面部署进一步推进医疗卫生与养老服务相结合，提出到2020年，所有医疗机构开设为老年人提供挂号、就医等便利服务的绿色通道，所有养老机构能够以不同形式为入住老年人提供医疗卫生服务。随着我国老龄化社会的加速到来，如何让老年人实现老有所养、安享晚年已经成为一个重要课题。现阶段，“医养结合”面临的困难还比较多，有关部门在努力破除制度瓶颈的同时，还应强化监督，严格准入资质和标准，真正打通健康养老的“最后一公里”。(时锋)



宁吉喆  
国家发展改革委副主任

### 改革科技创新的体制机制

我国经济正处于关键转型期，保持经济发展的生产要素和条件都在发生变化，相对低廉的劳动力成本、土地成本与越南、印度等国家相比，已经越来越不具备竞争优势。国内工业体系虽然相对健全，但在科学技术上，发达国家占优势的基本格局并未改变。要以创新驱动经济转型升级，提高效率需要创新，这就要提高科技人员和企业的积极性，改变一些体制机制。

高培勇  
中国社会科学院学部委员、财经战略研究院院长

### 凝聚共识是税制改革关键

本轮税制改革迄今为止，纳入直接税改革视野中的房产税、个人所得税，均未能依照原定时间表推进到位。不少人将其归结于既得利益格局的障碍，但更直接的原因在于，在涉及类如开征房产税和实行个人所得税综合制等直接税建设的问题上，包括学术界和实践层在内，认识并不那么一致。当下最紧迫的一项任务，就是瞄准建立现代税收制度大方向，进行充分而深入的理论探索，要在一些重大问题上尽快形成共识，以此为基础，在全社会范围内形成推进改革的强大合力。

曹湘泉  
中国人民大学中国就业研究所所长

### 推动实现更高质量的就业

近几年我国就业形势不错，但国内就业竞争指数一直在下降。首先，我国适龄劳动人口出现了下降。其次，劳动力市场已发生复杂的变化，劳动力供给结构跟需求结构不相适应。例如，今年岗位需求最旺的是互联网和金融，房地产在下降，但现在的高校以及培训机构跟不上需求结构的变化。今后推动更高质量的就业，一方面要进行产业结构调整，另一方面高校要进一步深化改革，提高人才培养质量，把就业结构、就业质量等问题放到更重要的方面去研究。

(本报记者王琳整理)

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至:mzjjgc@163.com。

本版编辑 牛瑾 祝伟

## 应对海淘潮，国货当自强

蒋欣怡

来势凶猛的海淘潮的确吸引了一部分国人的购买力，短期内挤压了国货销售的空间，但由此便认定国货市场份额只会单向地被吞噬，则大可不必。海淘商品的出现，营造了更浓厚的市场竞争氛围，加速了国货市场的优胜劣汰，客观上有利于培育新消费习惯，也加快了国货厂家“走出去”的步伐

2015年的海淘潮到底有多汹涌？人们可从两组数据中窥一斑。一是，今年“双11”开场仅1分45秒，天猫国际成交额就超过了该平台去年“双11”全天；还有就是，当前我国已有35%的消费者通过海淘方式购买商品，而去年这一比例只有26%。

为何这么多中国人加入海淘潮？价格往往被视为第一因素。但从今年大部分海淘商品的分析来看，除了价格，品牌、品质都是吸引消费者的重要因素。随着消费者消费能力和消费需求的提升，价格已不再是海淘的主因了。不少海淘客就表示：“没有品牌，再便宜的海淘货也不要。”

当前，海淘已逐渐由只购买高端奢侈品扩散到生活必需品，由品牌消费演变成品质消费。面对这一现实，很多人不禁为国货捏了一把汗。

不可否认，来势凶猛的海淘潮的确吸引了一部分国人的购买力，短期内挤压了国货销售的空间，但由此便认定国

货市场份额只会单向地被吞噬，则大可不必。要看到，海淘潮带给国货的，除了“危”更有“机”。

首先，海淘商品的出现，营造了更浓厚的市场竞争氛围，加速了国货市场的优胜劣汰。在赢得消费者认可的过程中，海淘而来的洋货无疑是国货的优质竞争对手。一方面，经过市场近身肉搏，必然会有一批低劣的商品被淘汰出局，这对净化市场环境、升级消费水平而言，显然是件好事。另一方面，经过市场洗礼，一大批秉承工匠精神、潜心铸造品牌、珍视产品品质的国货将会竞争中加速脱颖而出，占据更多市场份额，凝聚更大消费信心。

其次，海淘商品客观上有利于培育新消费习惯，做大消费蛋糕。海淘而来的洋货，集纳的一些新功能、新技术，起到了培育全新消费习惯的作用，激发了消费者对国内同类产品的购买力。拿前一段时间沸沸扬扬的海外抢购智能马桶盖为例，虽然国内马桶厂家此前都知

道智能马桶盖是发展趋势，但出于对当时国人消费意识的考虑，一直未开发这一消费领域。事实却是，海外抢购让更多的消费者了解、接受了马桶的智能化，也让早就具备这一生产技术的国内企业迎来了一大波商机和订单。类似这样的案例，在手机、家电等行业并不鲜见。

最后，海淘加快了国货厂家“走出去”的步伐。海淘的加速来袭，在不经意间扩大了国货厂家的见识与视野：你可来，我亦可往。出口型跨境电商的飞速发展，就是这一平台的佐证。2014年，我国跨境电商平台超过5000家，跨境电商贸易中出口比例更是高达86.7%。在全球市场这个更大的舞台上，国货在海淘的驱动下更快地走出去，迎来了更广阔的天空。相信，在海淘和跨境电商的推动下，国内外消费者在不久的将来就能享受到品牌更响、品质更佳、功能更全的“中国制造”。