

# 土地规划调整并非为任性扩张松绑

乔金亮

实施建设用地总量控制和减量化管理，严格控制特大城市用地规模，是新型城镇化发展战略的组成部分。保障新型城镇化用地需求，就要合理统筹生产、生活、生态等

日前，国土资源部公布了《全国土地利用总体规划纲要调整方案》，调减了北京、天津、上海等大城市的耕地保有量要求。有媒体说，此举将给“特大型城市增加建设用地供给提供了想象”；还有人解读说，大城市就应该持续减少耕地。笔者认为，对部分大城市耕地保有量要求的调减，和城市建设用地指标的增加与否，没有必然关系。大城市应当也必须维持一定的耕地保有量，同时要遏制其建设用地扩张的冲动。这是我国实行的最严格的耕地保护制度和最严格的节约用地制度的内在要求。

市周边还有不少优质耕地未划为永久基本农田，一些地方存在划远不划近、划劣不划优的现象。对此，中央一直强调耕地红线的重要性，要求不能随意占用耕地尤其是永久基本农田。在土地利用总体规划中，耕地保护指标是一项约束性指标。坚守18亿亩耕地红线，没有讨价还价的余地。当面对外地蔬菜调运困难、本地菜价暴涨的尴尬处境时，人们才真正意识到都市农业存在的必要性。近年来，随着粮食安全省长责任制的建立，越来越多的大城市意识到，不能因为大市场、大流通而忽视本地农业生产，不能因为比较效益低而放弃农地农作。

的来源。某地块是种粮还是建房？答案就在《土地管理法》中。法律规定，“国家实行土地用途管制制度”。我国是人均耕地稀缺的国家，土地制度再怎么改，也不可能随便让耕地变成建设用地。而工业化城镇化的推进，必然要占一部分农村土地。在此情况下，各类用地主体首先要遵循土地规划和用途管制。

新型城镇化是追求质量的城镇化，是以人为本的城镇化。因此，保障新型城镇化用地需求，就要合理统筹生产、生活、生态等各行各业用地，优先保障进城人员住房、教育、医疗等民生项目的发展用地。新增建设用地规模要与农业转移人口落户数量挂钩，以人定地、地随人走，促进土地城镇化与人口城镇化相协调。在对建设用地进行调整时，要以资源环境承载力为基础，坚持保护优先，建设用地安排要避免让优质耕地林地。

## 行业

# 自行车行业转型升级空间大

杨开新

近日，李克强总理在天津考察工作时来到一家知名自行车企业的体验店。他表示，愿为中国自行车做广告，更愿为“中国制造”智能升级“站台”。作为较早得到普及的工业产品，自行车在社会生活中曾发挥过不可替代的作用。不过，在过去很长一段时间，自行车行业却遭遇尴尬，居家“三大件”之一的辉煌早已远去，代步工具的功能也逐步被汽车和电动自行车所取代。“英雄”失去用武之地，如果裹足不前、不去主动适应新环境，行业存在的必要性就有可能被打上问号。

但随着生活方式和消费理念的变革，自行车骑行低碳、健康环保的产品特质已成为行业转型升级的希望所在。思路一变天地宽，中国自行车行业紧紧抓住建设生态文明、推进新型城镇化和促进消费品升级等契机，重塑自身形象，并通过宣传骑行文化等方式厚植行业发展后劲。

如今，模仿型排浪式消费阶段基本结束，个性化、多样化消费渐成主流，保证产品质量安全、通过创新供给激活需求的重要性正显著上升。中国人口多、市场大，决定了像自行车这样的行业既有巨大的增长压力，也有广阔的发展空间。

要让更多的“中国制造”迈上新高度、踏上新征程，需要更多人为其加油鼓劲、站台助威。当然，最根本的还是要靠行业苦练内功，大力弘扬企业家精神和工匠精神，在品质上继续提升，在品种上做深做细，在品牌上不断升级，推动产品结构加快向更优形态演进。唯有如此，方能收获灿烂明天。

## 深度观察

日前，国土资源部公布了《全国土地利用总体规划纲要调整方案》，调减了北京、天津、上海等大城市的耕地保有量要求。有媒体说，此举将给“特大型城市增加建设用地供给提供了想象”；还有人解读说，大城市就应该持续减少耕地。笔者认为，对部分大城市耕地保有量要求的调减，和城市建设用地指标的增加与否，没有必然关系。大城市应当也必须维持一定的耕地保有量，同时要遏制其建设用地扩张的冲动。这是我国实行的最严格的耕地保护制度和最严格的节约用地制度的内在要求。

总体看，此次调整将全国耕地保有量要求从18.05亿亩增加到18.65亿亩，各省市有不同幅度调整，主要农区的保有量要求有所增加。现行土地总体规划是以2005年的土地利用情况为基数的，要求的目标时间是2020年。11年过去了，情

## 思辨

# 供销综合改革可借力“互联网+”

王茜

在“互联网+”与各个行业深度融合的当下，将供销合作社的优势与互联网平台结合，有助于用现代互联网技术驱动传统供销体系改革迈向深入，从而激活农村经济，降低交易成本

《关于深化供销合作社综合改革的决定》出台后，各地正在抓紧落实。在这个过程中，既要调整不适应市场、不适应时代的体制、机制和工作方式，更要注重保留并发挥好供销社的优势。

众所周知，供销合作社的“根”在农村，它可以根据农民的需求有针对性地提供生产生活服务。供销社的优势在于供销并举、双向流通、综合经营，既能把日用消费品、农业生产资料供应下去，又能把农副产品、再生资源收购上来，供销合作社不仅是供给端，还是需求端、销售端。在“互联网+”与各个行业深度融合的当下，将供销合作社的优势与互联网平台结合，有助于用现代互联网技术驱动传统供销体系改革迈向深入。

在笔者看来，要想构建农村电商生态体系，各级供销社应明确职能，互为支撑。具体来说，全国供销电商平台的职责是为全国系统提供集交易、金融、信息、质量、人才、技术在内的全方位服务，并制定系统整体的运营管理制度和各类标准；省级供销社是全国平台商品组织、服务引入、区域物流的重要节点，是区域相关商品准入原则、质量标准的制定者和监管者；县级供销社是电子商务生态圈的基础，有助于挖掘县域特色商品，组织货源，大力培育和发展电子商务企业。

概括地说，就是全国平台做服务、省级平台做内容、县级平台做生意，从而构建完整的运营生态体系，具体可以从以下几个方向切入。

首先，组建混合制县域电子商务运营公司，吸引地方民营企业入股，实现“国有+民营”的混合所有制结构。通过整合县域大量基层网点，在本地构建县域“自营+平台”的电商小生态平台，形成“跨区B2B+本地B2C”销售模式，开展各项运营服务。其次，打造O2O实体店，打通电商服务的最后一公里，增加本地平台的用户黏性。再次，充分利用本地资源，打造由一个县域仓储物流中心和多个村镇配送站组成的县域物流配送网络，基本实现县内“当日达”、县外“次日达”的快速配送体系。最后，建立县级电子商务协会，重新架构县域各个领域商业业态，充分利用地方特色开展跨境电商落地业务，发展县域电商产业园区。

从战略角度上，借力“互联网+”，还将形成全国性的涉农商品流、资金流、数据流，用大数据支撑政府决策、指导科学生产、降低交易成本、调配区域物资、实现规模化和差异化发展，真正做到“全国一盘棋”的协调发展、综合发展。

（作者系全国政协委员、北京时代远景信息技术研究院院长）



翟桂溪作(新华社发)

## 重拳打击

针对消费者对银行收费反映较为强烈的几大问题，国家发改委官方网站近日公布《商业银行收费行为执法指南》，明确认定商业银行多种收费行为违规，其中包括对明令取消的收费项目继续收费的、在价目表外自立收费项目的等等。银行收费乱象是沉疴痼疾，群众意见很大，虽然近年来监管部门多次重拳整治，但效果仍不尽如人意。看来，要根治银行收费乱象，还要继续出重拳、下猛药。（时锋）

## 众声

吴晓灵

全国人大财经委副主任委员

## 要通过结构性改革促经济增长

当前，全球多国都面临资金流动性充足但经济增长不足的问题。面对这样的情况，不能希望只靠货币政策解决所有问题，更重要的是要对经济进行结构性改革，解决和改善消费需求不足和企业发展动力不足的问题。金融危机发生之后，各家金融机构特别是商业银行失去了信贷投放的动力和能力。动力不足是因为实体经济信贷的需求下降；能力不足是因为银行有大量的坏账，没有能力发放贷款。只有通过结构性改革使消费者有消费的能力、企业有比较好的投资环境，才能有投资的动力。

蔡鹤皋

中国工程院院士

## 人工智能产业需政府和市场同发力

要想满足人工智能市场的需求，就要以企业为主体，就要更好地使产学研相结合。政府不应仅在资金上给予支持，在产业生产能力发展中还要有规划，进而起到引导作用。以机器人为例，目前我国在核心机器本体、减速器、伺服机等领域的自主化程度仍较落后。未来，不仅需要软件系统层面实现快速突破，还要解决硬件制造环节的缺失。具体来说，突破点将在智能无人设备方面。同时，人脑科学研究、情绪感知等强人工智能有望在未来十年迎来突破。

倪鹏飞

中国社科院财经战略研究院院长助理

## 房地产市场正趋向“软着陆”

本轮房地产调控政策出台总体稳妥，从而使市场和投资从缓慢到快速回升，去库存成效明显。中间政策调整的时机、力度总体把握比较得当，个别城市的过热现象得到控制，正在趋向“软着陆”，但仍有需要改进的空间。当前，房地产市场还有一些问题值得关注。比如，空间错配持续加剧，住房结构性过剩与结构性短缺并存；潜在供给大幅增加，代表未来供给水平的住房新开工面积同比增速持续快速增长；房企面临信贷违约风险，企业资金来源紧张失当交替频繁；未来经济下行压力依然较大，房地产投资后劲不足等等。

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

# 方便面销量下降折射国内消费升级

刘瑾

中国消费者已经走过了唯“低价是从”的阶段，对品质、个性化商品与服务的需求正在迅速增加。应对消费升级带来的改变，如何提供高质量产品、专业化服务以及人性化的体验，是企业实现转型升级最该探索的问题

日前，贝恩公司与凯度消费者指数发布的《中国购物者报告》显示，2015年中国快速消费品市场的销售额增速同比增长3.5%，为近5年来最低，其中啤酒销售下降了3.6%，方便面销售更是大幅下降12.5%。这则消息一出，引起人们广泛议论。

作为国内大众消费者多年“心头好”，方便面和啤酒已持续增长多年，这两种商品一个是“春运必备神器”，一个是“夏天撸串神器”，为什么在2015年不红了？报告称，中国劳动力人口数量于2012年见顶后下滑，低收入退休人员数量上升，是快消费品消费下滑的一个重要原因。此外，制造业向更低成本的国家转移，也是一大原因。

细想下，这个观点不够全面。仅仅两样消费品下降，难以印证是受人口下降和蓝领工人减少的影响。何况，尽管整体疲软，某些类别的快消费品仍有显著增长，揭示了中国的快消费品和其他消费品行业正以两种截然不同的速度发展。比如，化妆

品销售大涨15.5%，护肤品也增长13.2%。人们喜欢吃方便面，绝大多数人是因为其便宜、方便。不过，随着人们健康理念的升级，方便而人们在人们心中的“没营养”“不健康”的印象也逐渐被放大。现在电商外卖快速崛起，APP下单立等可取美食，选择多、味道好，这在一定程度上也攻占了方便面的市场。而啤酒也由于容易引起尿酸高、“啤酒肚”等问题被不少人放弃。放眼望去，2015年包装食品整体销量呈现一个持续下滑的趋势，糕点、糖果和冰淇淋的销量跌幅全都超过11%。

快消行业产品的增速放缓或下滑，反映了中国人消费观念的升级、主力购买人群的迭代。来自AC尼尔森的一项调查报告的数据则显示，有四分之三的中国受访者表示愿意支付更高的价格购买被认为“健康”的食品。

从消费变化来看，与健康相关的产品也是越来越受青睐。酸奶销售额2015年增长了20.6%，净水器销售额从2011年至2015年增长更是超过50%。空气净

化器2015年零售量为352万台，同比增长超过8%；零售额将近75亿元，同比增长10%。有消费能力的消费者开始将消费重心转移至非快消品类。与健康、生活品质、旅游和娱乐消遣等相关的行业，2015年增速都达到了两位数。人们不再仅仅满足于吃饱穿暖，也不再仅仅追求物质方面的享受，而是更为追求精神方面的满足。

消费者需求的提升将成为新的发展机会。麦肯锡《2016年消费者心理调查报告》显示，诸多的数据都表明，中国消费者已经走过了唯“低价是从”的阶段，对品质、个性化商品与服务的需求正在迅速增加。同时，国内企业应该看到，许多国人爱出境消费，如跨境医疗、出境旅游、出国购物、出国美容等，其实都反映了我国相应领域的短板与不足。应对消费升级带来的改变，如何提供高质量产品、专业化服务以及人性化的体验，是企业实现转型升级最该探索的问题。