

# 农村电商要姓农为农

乔金亮

农村电商要姓农，但上行或是下行不是判断农村电商“农”味儿的主要依据，还是要看其为“智慧农村”作了多少贡献、是否让农民生活变得更美好。“条条大道通罗马”，农村电商本应是开放式的，不应以模式过分苛求。只要能给农民带来利益，能给农民生产生活某一方面带来好处，就应该鼓励

一样的消费环境，也是发展农村电商的应有之义。

从电商企业来看，农村战略给其带来的长远商业效益无须赘言。但与城市不同，深耕农村需要时间、资金、人力和渠道等投入。因而，这方面的尝试并非总是成功的，农村电商目前的大比例亏损就是明证。可见，发展农村电商要耐得住投入、忍得住寂寞，事实上，不少电商企业也是这么做的。比如，阿里农村淘宝就承诺，布局乡村生态建设，不逐利短线回报。

对农民来说，开始涉足农村电商时常常存在误区：一种是消极认为本地没有东西可以卖，另一种是以为东西好就一定能在网上卖得好。实际上，农民懂得买才能懂得卖，下行先做到位，上行才能做得

好。毕竟，上行和下行是相辅相成的，统一于农民信息化需求的大生态。

既让工业品走进农村，又让农产品卖到城里，是农村电商发展的理想状态。不过，这种理想状态常常在农村电商发展到中高级阶段才会出现。在我国这样农村人口数量庞大的发展中大国，这样的探索没有可供参考的坐标。基于此，应鼓励农村电商根据各自需求和定位，自由选择合适自己的发展路径、盈利模式。“条条大道通罗马”，农村电商本应是开放式的，不应以模式过分苛求。只要能给农民带来利益，能给农民生产生活某一方面带来好处，就应该鼓励。

发展农村电商绝不仅仅只是为了商品买卖，而是要全民共享信息化成果，体现对城乡关系的全局考量。农村的

“空心化”近年来一直是舆论热议的话题，与“空心化”相伴而生的，是人们对“信息鸿沟”的担忧。不能让农村成为隔绝在信息时代之外的一座座孤岛，为此，农村电商正尝试用互联网和商业文明将其连接起来，引进信息、技术，注入服务、资金，吸引人才返乡创业。

无论上行还是下行，农村电商正为乡村搭建互联网时代的商业基础设施。这是一场变革，以信息技术提升乡村生产效率，促进生产要素向乡村回流。更关键的是，这种变革是以信息技术赋能农村，会增强农民在信息时代的竞争力，让农民从生产自由走向交易自由，这也是农村电商的最大社会效益。从长远看，还会带给农民精神面貌的革新以及乡村治理的升级。

# 多措并举提高居民消费率

陈莹莹

数据显示，今年一季度，最终消费支出对我国国内生产总值(GDP)增长的贡献率达77.2%；社会消费品零售总额同比增长10.0%。这意味着消费已成为我国经济增长的第一驱动力。

需要注意的是，消费对经济增长的贡献率是一个增量概念，即消费增量与当期GDP增量的比值。衡量消费对GDP的贡献还有一个重要的存量指标——最终消费率，即一个国家或地区在一定时期内最终消费支出占当年GDP的比率，由政府消费率和居民消费率两部分组成。

从纵向看，1978年我国最终消费率为62.1%；20世纪90年代初期，一度低于60%；2010年，最终消费率跌落到改革开放以来的历史低点49.1%，此后逐年回升，但增幅很小。从横向看，我国最终消费率远低于同期发达国家平均水平，与发展中国家相比也有不小差距。甚至可以说，因为最终消费率还有较大提升空间，消费对经济增长的贡献率仍将继续保持高位。

从组成最终消费率的内容来看，改革开放以来我国政府消费率一直比较稳定，最终消费率的趋势实际上由居民消费率决定。因此，能否基本确立大体稳定的、与经济总量相适应的大国消费市场，是本轮结构调整和经济转型是否成功的标志之一。这一市场的建立，主要取决于居民消费率能否每年实现稳定增长。

那么，应该从哪些方面入手，提升居民消费水平、提高居民消费率呢？

首先，要调整分配结构，增加居民可支配收入。去年，全国城乡居民可支配收入实际增长6.3%，低于GDP6.7%的增速。只有通过调整政府、企业与居民的收入分配关系，让百姓收入增长跑赢经济增长，才能让人们有更多消费能力。

其次，要加强社会保障，减少居民消费的后顾之忧。公共医疗、社会保障、基础教育和保障性住房等基本公共服务供给不足，降低了居民的消费意愿，催生了较高的储蓄动机。只有公共支出更多向城乡居民的基本养老、医疗、教育、最低生活保障等重点领域倾斜，才能帮助百姓建立起稳定的消费预期，构建起消费增长的长效机制。

再次，要促进消费结构升级，通过提升有效供给提高人们的支出意愿。只有进一步完善产品品质、市场秩序、消费渠道等，才能改变落后的市场供给、改善国内消费环境，为人们提供更多高品质、好品牌的商品，激发出更多消费潜力。

总之，要让人们能消费、敢消费、愿消费，培育人们消费的能力、减少人们消费的顾虑、增加人们消费的积极性。但也应该看到，居民是消费主体，提高居民消费率是经济结构调整、扩大内需战略中的艰巨任务，也是一项需要分配政策、财政政策、金融政策、产业政策等长期配合的系统工程。只有破除制约居民消费力释放的因素，才能打开消费拉动经济增长的新格局。



周石平  
国家工商总局企业注册局局长

## “多证合一”便利市场准入

作为今年商事制度改革的重点工作之一，“多证合一”是市场准入便利化的进一步深化。推进“多证合一”，就是要在更大范围、更深层次实现政府部门间的信息共享和业务协同，为企业开办、运行提供便利化服务。通过改革，大幅度缩短企业从筹备开办到进入市场的时间，使营业执照成为企业唯一“身份证”，统一社会信用代码成为企业唯一身份代码，实现“一照走天下”。

张弛  
北京新鼎盛资本管理有限公司董事长

## 新三板将具备独立发展能力

一边是新股发行提速、“转板”通路开启，一边是分层“升级”在即、精选层渐行渐近，众多新三板企业正面临选择。预计精选层有望在2017年中亮相，容纳约500家公司，并推行竞价交易。伴随对标全球成熟市场的精选层推出，以及公募基金、社保资金、企业年金、保险资金、银行资金等新资金陆续进入，新三板将具备独立发展能力。面对机遇企业不妨“坚守”新三板，努力打造自己的价值。

钟秉枢  
首都体育学院校长

## 足球发展应以市场为主导

我国职业足球俱乐部在1.5线城市分布最多，越发达的城市分布密度越高；俱乐部名称具有很强的地域特点，地域冠名在前，其后辅以企业标识特点的称谓，非企业化名称的只占6家；俱乐部主投资商的来源以本地域为主，但本地域球员平均仅为30%，低于国际水平。足协应与地方政府积极协调，充分协商，在财政收入、文化建设、媒体宣传支持、税收、安保、场地等各方面给予俱乐部地域化和名称非企业化以政策和资金上的倾斜，逐步过渡到以市场为主导的足球发展模式。

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 马洪超 祝伟



日前，有媒体报道，农村电商味儿不“农”，主要盯着赚农民的钱、把工业品卖给农民，但在把农产品卖到城里的时候却不甚给力，引发业内关于农村电商应聚焦农产品进城还是工业品下乡的争论。笔者以为，农村电商要姓农，但上行或是下行不是判断农村电商“农”味儿的主要依据，还是要看其为“智慧农村”做了多少贡献、是否让农民生活变得更美好。

自然，农民有把农产品快速高价卖出去的迫切性，但也有购买家电数码产品、日用品等工业品的需求，有在线购买优质低价种子、化肥等农资的需要，还有获取缴费取款、医疗教育等各类服务的期盼。因此，通过互联网满足农村消费需求，让农民平等地获得与都市人



# 发力科研诚信比辩解更有意义

曹红艳

论文造假背后存有种种隐情，但归根结底，无论是期刊审稿程序、第三方机构，还是晋升的压力，都不是最根本的原因。要减少此类事件发生，根本上还要靠推进科研诚信建设

日前，知名学术出版商施普林格·自然(Springer Nature)一次性撤销旗下杂志《肿瘤生物学》(Tumor Biology) 2012年至2016年发表的来自中国的107篇文章，这些文章涉嫌同行评议造假，多所名校和多家名医院成为重灾区，社会舆论对此事的关注持续发酵。

我国学者论文被大规模撤销，已经不是第一次发生。从2015年3月份到10月份半年间，就已有近百篇由我国学者撰写的论文被国际科技期刊宣布撤销。这次被撤的论文是2015年撤稿事件的延续，是出版方利用2015年撤稿事件掌握的虚假信息同行评审信息反查发现的“问题论文”。

大规模“问题论文”的出现，特别是在同行评议上造假，与以此谋利的“第三方”机构有关。根据中国科协、国家自然科学基金委员会、被撤论文作者单位的调查，确实存在着代写、代投、伪造同行评审的国际论文“一条龙”服务灰色产业链。期刊与“第三方”机构合谋牟利情形时有发生。就此，中国科协专门发布《在国际学术期刊发表论文的“五不”行为守则》，提出不由“第三方”代写论文、不由“第三方”代投论文、不由“第三方”对论文内容作修改、不提供虚假同行评审人信息、不违反论文署名规范，并同时希望出版方完善内控机制，加强对期刊的管理。警惕以经济利益为目的、与“第三方”机构有勾结的“掠夺性期刊”。

反思论文涉嫌造假被撤事件，更有人指出，我国“唯论文论”的科研人员评价体系应该负有责任。将在国际学术期刊上发表论文的数量和质量作为评估人才的关键指标，是国际通行的规则。但在一些领域“一刀切”以论文发表作评估，确实有些过犹不及。近年来中国大规模撤稿的事件，几乎全都集中在医学等应用型学科领域。对应用型人才的评价和升职标准过多强调论文、假论文、假中介、假杂志的一条龙利益链应运而生，社会舆论对论文考核受害者甚至还会生出几分同情。

论文造假背后存有种种隐情，但归根结底，无论是期刊审稿程序、第三方机构，还是晋升的压力，都不是最根本的原因。要减少此类事件发生，根本上还要靠推进科研诚信建设。学术规范和最基本的科研诚信规范是科研人员必须恪守的伦理底线。科研管理层面的不合理标准、学术期刊的疏于审核，固然在客观上是诱发或纵容一些学术不端行为的外在因素，但它不应该是科研人员学术不端的理由，更不应是管理部门减轻处罚的借口。

这次论文被撤稿事件再次发出警示，解决学术不端问题，维护科研诚信，到了需要出手的关键时刻。相关部门应该站在提升中国创新品质，为历史和世界负责的高度，对此事件所揭示的严重问题有清醒客观的认识，出台具有切实约束力的科研诚信规则，并在创新战略层面将科研诚信建设纳入整体布局。同时，实事求是、与时俱进地创新人才评价机制，从根本上铲除相关学术造假的土壤。

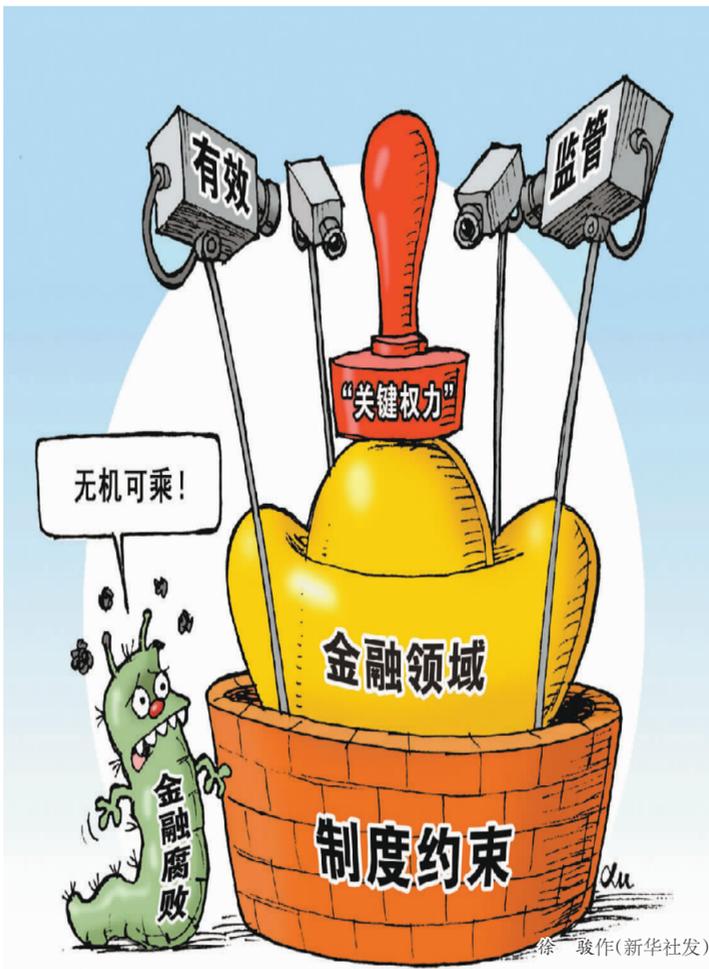
在会展场馆、组展商实力和展会项目三大指标上全面领跑，使德国得以称雄全球会展业。德国企业“近水楼台先得月”，大量中小企业能从家门口举办的国际高品质展会中获益匪浅，“德国制造”和“优质展会”的相得益彰，助推了德国经济的发展



4月份最后一周，来自全球70个国家和地区的6500家参展商齐聚德国汉诺威，在这一全球规模最大的工业展上，集中展示了数百项“工业4.0”应用。汉诺威工博会可谓全球工业展会的风向标，今年吸引的参展商数量比去年多出近两成，以其独特的魅力和实力，折射出德国在全球会展业的地位。

作为会展的聚集地，德国无疑是国际性展会方面的全球领导者，体现在衡量会展综合实力的几大核心指标上。

先看会展硬件，即场馆设施。作为传统会展强国，德国拥有完备的会展基础设施和优秀的会展市场总体。统计显示，德国目前拥有室内展览总面积137.6万平方米，世界排名第一。在当今全球十大顶级场馆中，有4家位于德国。其中，世界上规模最大的汉诺威博览中心室内展览面积超过46万平方米；在全球55个超大型场馆中，德国独占11席，场馆面积之和占到总量的26%。可见，无论场馆数量还是展能规模，德国均属当之无愧的世界第一。过硬的基础设施，



## 重点监督

证监会近日对前发审委员冯小树违法买卖股票罚没4.99亿元，采取终身证券市场禁入措施，受到各方关注。冯小树监守自盗、知法犯法，说明严防金融腐败必须管住“关键权力”，特别要强化对重要权力部门、关键环节和敏感岗位的监督制约。为此，一方面要用制度的卡尺对权力加以约束，筑起权力“防火墙”，拔除监守自盗、内外勾结的“病根”；另一方面，要加大问责力度，强化机构问责、监管问责和对监管者问责，这样才能避免出现更多的“冯小树”。

(时锋)

# “优质展会”与“德国制造”相得益彰

徐惠喜

为德国确定国际会展业龙头地位夯实了基础。再看组展商。会展能否成功举办，离不开组展商在全球范围内的组织协调。德国拥有一批在世界范围内响当当的“大腕级”组展商。比如，杜塞尔多夫展览公司、法兰克福展览公司、汉诺威展览公司等，在业界家喻户晓，拥有一呼百应的号召力。有关机构根据公司规模现状、组展数量和面积以及品牌知名度等指标对全球组展商的排名显示，全球组展商十强中，德国有5席，占了一半。此外，德国展览业协会这一行业协会更是收集了全球5000多个展会的相关资料，能够提供约5000家组展商、会展服务提供商、相关政府机构和行业组织以及境外公司的相关展会数据，可随时为相关展览提供技术支持。组展商的实力，为德国成为会展业强国提供了坚实保障。

最后看会展影响力。有众多大面积展馆和高水平运营的组展商作支撑，德国主办的展会自然技高一筹。世界

上位居领先地位的各类展会，有近三分之二在德国境内举办，且多数都是行业发展的风向标，引得各国企业争相出席。在最近出炉的2015年世界百强展商榜单中，入围的德国展商多达50个，展出面积超过1040万平方米，占全球百强展商展出总面积的53%，可谓占据压倒性优势。