

理论在线

学术经纬

# 增加有效供给该向何处发力

北京市副市长 程红

推进供给侧结构性改革,是我国适应国际金融危机发生后综合国力竞争新形势的主动选择,是适应和引领经济发展新常态的重大创新。供给适应需求是市场经济的永恒命题。特别是我国要在2020年全面建成小康社会,这对供给的质量和结构都提出更高要求。其中,百姓的消费需求必将从注重数量到注重质量,从注重商品到注重服务,从基础性消费为主到发展型改善型消费为主转型。因此,推进供给侧结构性改革的重点之一,就是要坚持以提高质量和核心竞争力为中心,扩大高质量产品和服务供给,更好地适应升级中的消费需求。在这一过程中,要用好“两把斧”。

## 第一把斧:

### 提高产品质量 满足消费需求

我国是全球制造业第一大国,全球货物出口第一大国,我们的生产能力很强。但另一方面,国人海外消费超万亿,千里迢迢购回的不少外国货都标着“中国制造”。这一错位现象源于消费者对国内供给的不放心、不信任,背后隐藏的深层次原因则是国内供给在标准和品牌等方面的差距。所以,在供给侧结构性改革中,应进一步加强标准和品牌建设工作。

第一,切实加强标准工作,促进供给质量普遍提升。国家标准是一国统一的技术要求和标尺。尽管近年来我国标

准工作有所加强,但部分行业标准低、标准窄等还是让消费者不放心。以食品行业为例,当前,国家标准尽管已经能覆盖90%以上,但其制定实施中的不足和漏洞客观影响了我国食品供给质量的水平及消费需求的满足。因此,应将事关供给全局的标准工作作为供给侧结构性改革的基础工作,高位部署,系统推进,坚持问题导向,对于部分过时、过宽或适用范围过窄的标准,抓紧完善、填补空白,统筹部门的标准职责,以此来促进国内供给的质量和水平普遍提升,构筑放心的消费环境。

第二,大力实施品牌战略,提升供给的竞争力和吸引力。品牌是企业及产品质量、服务、文化等的综合体现。面临国际国内两个市场竞争,我国企业唯有以质量为基础、服务为支撑潜心塑造品牌,才可能赢得消费者认同,在拉回消费中释放产能红利。宏观上,品牌往往成为一国经济实力的具体体现。我国商标注册申请量持续保持高速增长,品牌意识有所提升。但从万户市场主体的商标拥有量看,我国与美国、韩国等发达国家相比还有较大差距。我国的消费需求令全球瞩目、全球羡慕。2016年,我国社会消费品零售总额已超33.2万亿元,消费已成为国民经济增长的第一驱动力。然而,消费大国、生产大国并不自然等于经济大国。这其中,自主品牌能力培育和转换是关键,自主品牌已成为我国供给侧结构性改革亟待解决的重要问题。今年5月10日首个“中国品牌日”在宣传品牌、引领消费方面起了

个好头。国家应进一步加强顶层设计和系统推进,政府、协会、企业、媒体共同努力,加强自主品牌建设,大力发展品牌经济,在供给改善中提振消费、满足需求。

## 第二把斧:

### 促进服务发展 引领社会需求

升级变化中的需求是供给改革和调整的重要方向和出路。展望需求的变化,随着人民生活水平不断提高,服务消费的比重越来越高。从北京来看,服务消费规模已经超过了商品消费,占到市场总消费的53.2%。按照发展规律,城镇化与服务发展是平行推进的一个历史过程。2016年我国城镇化率已经超过57%,到2020年我国常住人口城镇化率要达到60%左右,必将带动服务消费的大力发展。但目前,服务业特别是生活性服务业中多数行业属于劳动密集型,还存在“小散乱”等问题,单位规模偏小,组织方式松散,从业人员行为不规范,这与人民群众高品质的服务消费需求不符。我国充足的劳动力为服务业发展提供了潜在供给,但要真正让消费者选择、转化为现实供给,还需解决两个问题:

一是立足标准,提高服务的规范化水平。服务消费不同于有形产品消费,消费质量很难在消费前预知,服务业的标准和规范更为重要。但长期以来,我国的服务业发展受重视程度不够,相比制造业,服务业标准工作的总体水平更

为薄弱。据初步统计,日益丰富发展的生活性服务业,国家标准较少,各种形式、层次的标准和规范加起来数量也不多,其中,不少是在“十二五”之前发布实施的,严重滞后于行业的快速发展,急需更新修订。未来应着眼小康社会服务消费的需要,系统进行服务业行业的标准制订、修订,以标准提升行业规范水平,为潜力巨大的服务消费营造规范放心的环境;服务业企业则要加强标准贯彻和员工培训,注重岗位技能培训,提高服务供给的一致性,在提高服务质量中赢得市场、满足需求。

二是发展现代模式,提高组织化、品牌化程度。要充分利用连锁经营、电子商务等新型方式,提升服务业的组织化程度。利用品牌、服务、价格、采购等统一的连锁机制,提高供给的内在约束和规范化程度,让百姓更放心、更安心地消费。同时,将新技术与传统服务业有效结合,积极发展资本、技术密集型生活性服务业,通过转型升级培育新兴服务业态,让需求能更便捷、更经济地得到满足。

总之,我们要紧紧围绕全面建成小康社会的要求,大力推进供给侧结构性改革。政府要尊重和探索市场经济规律,以问题为导向不断优化管理和服

# 发展农村新产业新业态的四个抓手

王肖芳

近年来,我国农村新产业新业态蓬勃发展,家庭农场、农民专业合作社、农业企业等各类新型经营主体不断涌现,农产品精深加工、休闲农业、乡村旅游、农村电商等新兴产业快速增长;许多工商企业到农村投资兴业,大批农民、退役军人、大学生等“城归”群体返乡下乡创业创新,为农业增效、农民增收、农村繁荣发展,注入前所未有的新动能。如何因势利导,强化政策统筹协调,加大政策支持力度,像当年抓乡镇企业一样抓农村新产业新业态发展,使之成为今后“三农”工作的新载体、新抓手、新亮点?亟待深入探讨。

我国农业在经历了10多年的稳定增长后,面临不少矛盾和问题。比较突出的是,新增外出农民工数量明显减少,自2010年已连续6年增长下降,2016年新增外出农民工数量为50万人,增长率仅0.3%,这对农民增收带来不利影响。同时,农产品供求已从总量不足转变为结构性矛盾,一些产品供过于求,一些产品供不应求的现象并存;增加产量与提升品质、成本攀升与价格低迷、库存高企与销售不畅、小生产与大市场、国内外价格倒挂等矛盾有待破解。这些问题,供给和需求两侧都存在,但矛盾的主要方面在供给侧,并且主要是结构性、体制性的问题。为此,着力推进农业供给侧结构性改革,特别是通过发展壮大农村新产业新业态来提高农业供给质量,满足人民群众对优质农产品的需求、对农业观光休闲等服务性需求、对良好生态的绿色化需求,就显得格外重要。

发展壮大农村新产业新业态,是推进农业供给侧结构性改革的重大举措。今年中央一号文件已就此在用地、融资、人才、基础设施等方面作出一系列政策安排,这需要加紧落实落地。同时,应重点抓好以下四方面工作。

## 延伸农业产业链

改善农业供给,提高农业整体效益,要高度重视发展农产品加工和流通,加快延伸产业链、健全价值链。积极引导加工企业向主产区、优势产区、产业园区集中,在优势农产品产地打造食品加工产业集群;鼓励食品企业设立研发机构,围绕“原字号”开发市场适销对路的新产品;实施主食加工工业提升行动,推进传统主食工业化、规模化生产,大力发展方便食品、休闲食品、速冻食品、马铃薯主食产品;大力推广“生产基地+中央厨房+餐饮门店”“生产基地+加工企业+商超销售”等产销模式,打通农业产业链条。加大政策性金融优惠力度,支持一批产业链条健全、功能拓展充分、业态比较新颖并在经济规模、科技含量和社会影响力方面具有引领优势的领军型企业和农民专业合作社,促进农村产业融合发展总体水平明显提升。

## 大力发展乡村旅游

在这一过程中,要充分发挥乡村各类物质与非物质资源富集的独特优势,利用“旅游+”“生态+”等模式,推进农业、林业与旅游、教育、文化、康养等产业深度融合;不断丰富乡村旅游业态和产品,打造各类主题乡村旅游目的地和精品线路,发展富有乡村特色的民宿和养生养老基地;鼓励农村集体经济组织创办乡村旅游合作社,或与社会资本联办乡村旅游企业,多渠道筹集建设资金,大力改善涉及休闲农业、乡村旅游、森林康养等方面的公共服务设施条件;围绕有基础、有特色、有潜力的产业,建设一批产业文化旅游三位一体、生产生活生态同步改善、一二三深度融合的特色村镇。目前,乡村旅游发展很快,但道路、停车、安全、环保等设施明显不足,隐患不小。有些地方在社会资本进入后,民宿建得越来越像宾馆、农家乐办得越来越像饭店,背离了游客体验农情乡趣的本意。不少地方发展特色农产品,离不开草莓、猕猴桃、葡萄、核桃和大枣,盛果期之后缺乏市场。针对这种情况,有关方面应加强对市场的调研、分析和预测,加强规划、制定规划、补齐短板、主动引导、搞好服务,促进乡村旅游健康发展。

## 推进农村电商发展

以互联网为核心的信息技术发展催生了一批新产业、新业态、新模式。以淘宝村为代表的农村电商,蕴藏着强大的生机和活力。应充分利用各种有利条件,促进新型农业经营主体、加工流通企业与电商企业全面对接融合,推动线上线下互动发展;加快建立健全适应农产品电商发展的标准体系,支持农产品电商平台和乡村电商服务站的建设和运营;推动商贸、供销、邮政、电商互联互通,加强从村庄到乡镇的物流体系建设,实施快递下乡工程;鼓励地方规范发展电商产业园,聚集品牌推广、物流集散、人才培养、技术支持、质量安全管理等服务;完善全国农产品流通骨干网络、农产品产地预冷等冷链物流基础设施网络,以及鲜活农产品直供直销体系,推进“互联网+”现代农业行动。

## 发展现代农业“三园”

当前和今后一个时期,要大力发展现代农业“产业园”“科技园”“创业园”。“产业园”重在聚集现代生产要素,发挥科技集成、产业融合、创业平台、核心辐射等功能作用,促进农业生产、加工、物流、研发、示范、服务等相互融合,形成现代农业生产集聚区。“科技园”主要突出科技创新、研发应用、试验示范、科技服务和培训等功能,建设农业科技成果转化中心、科技人员创业平台、农业技术推广样板、高新技术产业孵化基地,打造现代农业创新高地。“创业园”主要为各类人才在农村创业创新提供政策扶持和服务。“三园”是农村承载资金、科技、人才、项目的重要平台,是在农村实施创业创新的重要基地。要努力把“三园”建设好,使其在引领现代农业建设、培育农村新动能中发挥“加速器”作用。(作者单位:河南财政金融学院)

本版编辑 欧阳优  
邮箱 jrbllb@sina.com

热点聚焦

# 如何改善中国物流绩效

## ——“关注中国物流业”(下)

魏际刚

【核心看点】在经济新常态下,物流对供给侧结构性改革发挥着双重作用,是实现低端供需平衡向高端供需平衡有序转变的重要力量。虽然随着物流行业升级、电商迅速成长,近年来我国物流质量和效率逐步提升,但总的看,中国物流大而不强、成本高、质量效益不佳的粗放特征明显,物流绩效尚待提升。未来,如何找准问题的关键,改善中国物流绩效?当前和今后一个时期,要在创新体制机制、推广应用先进技术和手段、完善落实物流管理支持政策上下功夫,构筑起面向未来的物流和供应链服务体系。

“十三五”及未来更长时期,我国的工业化、信息化、城镇化、绿色化、农业现代化进程将深入推进,物流业发展的需求、技术供给、制度、资源环境约束以及国际环境等条件会发生重大变化。工业化全方位、立体式推进,驱动以往单一方式各自发展的物流业态向各类资源链接、联合、联动、共利、共赢、共享的综合物流和一体化物流转变;新科技革命推动着中国从消费者互联网大国向产业互联网大国迈进,“互联网+”形态下的物流方式将会迎来重大变革,电子商务物流、协同物流、共享物流、数字物流、智

## 全面改善物流绩效意义重大

能物流、平台型物流、快递、配送、仓配、末端物流将会快速发展。市场体制完善与政府职能转变,市场将在更广领域配置物流资源。市场充分竞争会推动物流产业组织调整,提高产业集中度;人力成本上涨,土地、资源环境、安全约束加强,要求加快发展绿色物流;全面建成小康社会要求加快发展服务于民、方便于民、受益于民的普惠

物流;中国推动东东西方互动的全球化,全球物流和供应链服务体系将提上议事日程。

中国物流业正处在这种深刻变革的进程中。30多年的发展,中国已成为有全球影响力的物流大国,国内物流市场规模、铁路、公路货运量与货物周转量、港口吞吐量、集装箱吞吐量、快递量均居世界第一。中国物流规模虽大,但绩效并不理想。大而

不强、成本高、质量效益不佳的粗放特征明显,中高端、体系化、集约式、供应链服务等严重不足,传统运作模式难以为继,物流业需要提升的空间较大。

全面改善物流绩效,推动物流业朝着安全、高效、便利、自动化、信息化、数字化、网络化、智能化、精细化、绿色化、全球化等方向发展,对于促进国民经济运行效率和竞争力的提高、推动经济结构调整和发展方式的转型、扩大内需和市场繁荣、推进国际化、保障民生等,都具有重大而深远的意义。

## 推动物流降本增效的七大战略

当前和今后一个时期,中国物流业需要实施“七大战略”:

网络化战略。根据经济社会发展要求,完善和优化物流基础设施网络、组织网络、运营网络和信息网络,构筑统筹国际国内、东中西、沿海和内地、城市与农村、省市县乡、社会化与自营的不同层级、不同功能、有效衔接的现代物流服务体系。

精细化战略。满足不断分层化、分散化和细化的市场,紧扣用户体验、产业升级和消费升级需求,实施物流服务精准定

位、精细服务、精细管理、精益求精。

智能化战略。把握新科技革命和新产业革命的重大机遇,抢占物流业未来发展的制高点。应用信息化、数字化、智能化技术,实现物流资源的连接和安全、高效、灵敏、实时、可控、人性的智能物流服务。

联动战略。着眼于物流业服务生产、流通和消费的内在要求,加强物流资源和供应链整合,提升物流服务和供应链管理能

## 提升物流绩效的三大任务

环节及物流资源的信息,所有信息通过云计算平台,进行高效综合、数据挖掘、信息处理,优化物流资源配置和运行控制。国家物流系统的组织运营调度网络由各类物流企业、辅助企业及利益相关主体有机构成,实施优化后的物流服务。强大、智能、绿色的国家物流系统将彻底打破“孤岛”效应,实现互联互通和社会协同,提供“适时、适地、适人、适物、适性”的物流服务,降低社会物流成本,为客户创造价值,为企业创造盈利能力,为社会节约资源。

二是打造中国连接世界的全球物流

体系。紧紧围绕着中国全球化战略和全球生产、流通、贸易网络,以“一带一路”建设为突破口,逐步建设起一个“连接世界各大洲各大洋、通达主要目标市场”的全球物流体系。全球物流体系由“四梁八柱”构成,“八柱”,即中国的国际铁路运输网络、国际公路运输网络、国际航空货运网络、国际海运网络、国际管道网络、国际快递网络、国际仓储网络和国际配送网络;“四梁”,即全球物流信息系统、全球物流标准体系、全球物流政策体系和全球物流运营体系。“四梁八柱”服务于中国的全球生

全面改善物流绩效是一项复杂的系统工程,重点需实施好三大重要任务:

一是构建强大、智能、绿色的国家物流系统。国家物流系统是从国家总体、长远和可持续发展角度出发,按照物流活动各环节之间的内在联系和逻辑,合理布局和配置物流资源,形成涵盖交通运输、仓储、包装、装卸搬运、流通加工、配送、邮政、快递、货运代理、信息等在在的跨行业、跨地区、多层次的综合物流系统。

国家物流系统由物流基础设施网络、物流信息网络和物流组织运营调度网络组成。物流基础设施网络由干线网络、支线网络、仓配网络和末端网络等有机衔接而成,将各自分散和未曾连接的物流资源联系起来。国家物流系统的信息网络收集处理各物流活动主体、各