

构建农产品产销新格局

乔金亮



一些品类水果早采早摘的根本原因是产销脱节，其背后是小生产、大市场的传统农业生产方式，这也凸显了推进农业供给侧结构性改革的必要性。要发力新品种培育，注重品种和熟期配套，在生产方式上做文章，还要发力全产业链条，注重“最初一公里”和“最后一公里”，在流通方式上做文章。

近日，有媒体报道个别地区出现猕猴桃提前近两个月早采早摘现象，引发业内关注。笔者认为，早采早摘现象反映了供给质量不高、产销关系不畅问题。从传统农业到现代农业，由农业大国到农业强国，构建农产品产销新格局是一道绕不过去的坎儿，目前正处在一个关键节点上。

水果是最早实现市场化的两大类产品之一。我国水果总产量连续20多年世界第一，人均占有量131公斤，比世界平均水平高34公斤，彻底解决了吃水果难的问题。不过，随着生活水平的提高，人们对水果的需求逐渐向品质生活型升级，更关注水果的多样性和营养价值。但是，水果本身易腐烂，旧动能下的水果供给与新需求下的水果流通出现了矛盾。

应当看到，绝对意义上的完熟采摘

还很难做到，有时候也没有必要。水果成熟期分为可采期和完熟期。水果采摘后大多要经过运销、贮藏才能到达消费者手里，通常都在可采期采收。一般来说，这已能够满足绝大多数消费需求。业内诟病的早采早摘，是超前于可采期的采收。此种现象每年都零星发生，原因或是担心后期价格下跌，或是为了抢占空档期。可是，不少水果风味形成的关键期在后期，过于早采对其品质的伤害是致命的。以猕猴桃为例，国际通行的成熟期指标是可溶性固形物含量占比，新西兰规定为6.2%以上。在我国，很多时候是收购商说了算，其标准是不看品质看外观。

可见，早采早摘的根本原因是产销脱节，其背后是小生产、大市场的传统农业生产方式，这也凸显了推进农业供

给侧结构性改革的必要性。总体看，我国水果产业已经处于供需平衡、略有过剩的状态。在保数量基础上，追求生产端的高品质和流通端的高效率，应该是我国水果产业供给侧改革的目标。要从数量导向转向质量导向，重点在生产的新品种和流通的新方式上做文章。

要发力新品种培育，注重品种和熟期配套，在生产方式上做文章。在中国加入世界贸易组织时，不少人曾担心美国新奇士橙会冲击国内柑橘产业。当时，我国柑橘品种同质化、熟期单一的问题突出。经过科学家这些年的努力，我国已实现了不同产区周年供应，协调了空间匹配性、时间延续性和品种替代性。在20年前，柑橘特别是脐橙类水果对主产地以外的消费者来说，还是奢侈品。如今，丑

近年来一些不法分子瞄准农村市场，利用人们对饮用水的关注，大肆推销劣质净水器。据报道，日前浙江开化县查处了多起此类事件，不少农村老年人被诱导购买净水器，但花大价钱买来的却是假冒伪劣产品，事后商家也不见了踪影。

从“康师傅”方便面、“蓝月亮”洗衣液、“粤利粤”饼干，到假化肥、假种子、假农药，再到此次被曝光的假净水器，流入农村市场的假冒伪劣产品，令人防不胜防，消费者一不留神就容易将“李鬼”认作“李逵”。如果任其泛滥，不仅容易造成“劣币驱逐良币”现象，扰乱农村市场的正常秩序，也会给消费者健康带来严重危害。

针对假冒伪劣商品流入农村问题，尽管有关部门多次开展专项整治行动，但依然难以从根本上铲除这一市场“毒瘤”。究其原因，一方面是由于农村消费者特别是老年人群体品牌认知程度较低、维权意识相对淡薄，给了不法分子可乘之机；另一方面在于基层监管力量相对薄弱，执法人员队伍建设及专业能力有所欠缺，一些位置偏远的乡镇甚至是监管盲区，长期充斥着各种“山寨货”却无人过问，也让制假、售假者有恃无恐。

把假货真正逐出农村市场，不能寄希望于商家的自律，必须依靠强有力的监管，通过加强基层监管执法队伍建设，推动农村地区商品流通各环节监管关口前移、重心下沉等，依法严惩违规违法行为，提高农村制假、售假的违法成本。此外，要畅通农村消费者维权的渠道，为消费者维权提供制度支撑，鼓励更多人在权益受到侵害时勇敢地站出来。

同时也应看到，随着农民收入不断提高，农村市场同样存在消费升级需求，如果真货不去占领市场，假货就会浑水摸鱼。因此，治理假货泛滥问题，还要在满足农村群众不断升级的消费需求上多下功夫，多措并举畅通优质商品进入农村市场的“最后一公里”，让更多农村消费者能与城市消费者一样，买到正牌、放心的商品。



范若滢
中国银行国际金融研究所研究员

完善战略性新兴产业融资方式

战略性新兴产业在融资过程中面临较多制约。一是大量科创型企业具有不确定性、高风险性，且“轻资产”特征明显，缺乏可获取银行贷款的抵押资产。二是战略性新兴产业前期研发技术性强、周期长，增加了投资方判断其前景的难度。相对来说银行信贷融资成本更低，更适合发展到一定规模的企业。股权融资具有不用偿还本金、回报率要求高的特点，更适合初创企业的融资需要。总之，战略性新兴产业融资方式仍需进一步完善。金融机构要探索服务战略性新兴产业的新模式，创新相关金融产品，加大投贷联动，为战略性新兴产业提供全周期金融支持。

李俊
商务部研究院服务贸易研究所所长

旅游业亟待实现高质量发展

人们对旅游休闲的需求迅猛增长，旅游业迅速发展，旅游基础设施不断完善，旅游产品和业态不断升级。但是，旅游行业监管治理水平却跟不上行业的快速发展，导致部分地区旅游市场秩序混乱，欺客宰客等现象时有发生，旅游品质和体验感与游客期待的差距仍然很大，从长远看这不利于旅游行业的持续发展。旅游行业经过多年高速增长后，现在进入了亟须高质量发展的新阶段。各地要倍加珍惜本地的旅游品牌，深入推进旅游行业供给侧结构性改革，不断拓展丰富和升级旅游产品，想方设法把游客留住，扩大消费。通过旅游发展，带动本地其他产业共同发展，形成本地综合旅游产业新优势。

关博
中国宏观经济研究院社会所副研究员

不断完善促进就业政策体系

在各地就业政策支持下，将引导更多高知识、高学历、高技能劳动者寻找人才价值“高地”和个人发展空间。同时，区域均衡化战略也将推动改变人才向部分发达地区“超载”集聚的格局。人才配置结构的优化为部分中西部省份和老工业基地提供了二次赶超的机遇。要随时关注新形势新变化，研究分析新问题，完善促进就业政策体系。在就业总量指标完成情况快于预期的情况下，应把工作重点更多地向提高就业质量倾斜，综合运用产业、投资等多种政策工具，在结构调整和扩大开放中，创造更多高质量就业岗位，完善工资分配、社会保障等基本制度。

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

本版编辑 马洪超 祝伟

严禁机票默认搭售潜规则

胡建兵

民航局近期公布的《公共航空运输旅客服务管理规定（征求意见稿）》明确规定，禁止机票默认搭售，因承运人原因导致航班取消、延误，或旅客因伤病要求客票改期或因死亡要求退票，不得收取变更费用和票价差额。

所谓“搭售”，是指经营者在销售商品时，没有按照购买者的意愿捆绑搭售商品或者附加其他不合理条件的行为。长期以来，捆绑搭售成了一些商家的潜规则。很多在网上购买过机票的人都有过这样的经历，原本只是订机票，却被默认搭售了多种保险、旅馆券等。

之所以出现捆绑搭售情况，说到底还是企业为了追求利润。捆绑搭售现象

与机票代理的佣金模式是分不开的。一般来说，一张机票的返点收入为5%左右，这也助长了商家的逐利动机。

实际上，电子商务法已经对在线机票销售中常见的附加产品搭售予以限制，规定不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。搭售现象屡禁不止，除了一些商家为了追求利润外，也反映出监管手段或者力度不足，使得很多商家铤而走险。因此，有关部门除了出台严禁“默认搭售”的有关规定外，更重要的是加强监管，发现问题要及时从严、从重查处，提高不合理“搭售”行为的违法成本，从而最大限度地维护消费者权益。

之所以出现捆绑搭售情况，说到底还是企业为了追求利润。捆绑搭售现象

如今，方便、快捷的“碎片化消费”已在人们的日常消费中占据一席之地。不少商家抓住机遇，让人们在打发“碎片化时间”时有事可做。比如，娃娃机、迷你KTV、VR体验游戏、自助式按摩椅等，正雨后春笋般出现在商场、影院里。

“碎片化消费”项目虽不是消费必需品，但符合消费者特别是年轻群体个性化、多元化的消费需求。一般说来，“碎片化消费”项目具有无人经营、设置灵活、方便快捷等特点，但同时也考验着商家的管理智慧与服务理念。对于商家来说，不能因为大多数“碎片化消费”人群只是在打发空闲时间时偶尔尝试这些消费项目，就可以在产品质量和服务品质上打折扣。“碎片化消费”项目同样需要注重产品和服务质量。

“碎片化消费”服务不能打折扣

付彪

以机场、影院等公共场所投放的共享按摩椅为例，按摩椅是一种运动器械，它通过机械挤压、冲击、顶压来模仿人手按摩。但这并非适合所有人群，其在使用过程中需要注意什么，经营者应有明显的提示。同时，共享座椅的维护、卫生与安全问题也需要加以考量。另外，不少按摩椅没有设置暂停按钮，只要开启使用就无法停下来，如发生意外，使用者很难做出紧急处理，只能等待救援。这也影响了人们的消费体验。

总之，“碎片化消费”项目不能单纯地追求“吸睛”与“淘金”，却忽视了产品质量与服务品质，甚至沦为“一次性消费”。商家应提供更优质、专业、贴心的产品和服务，确保消费者快捷、方便与安全使用，如此才能真正抓住商机。



如此安排

学机电工程的却被安排去卖饮料，送一名学生去企业“实习”能拿上千元“管理费”……实习本是职业学校技能人才培养的重要一环，但有媒体调查发现，部分职校随意安排与专业不相关、不相近的实习岗位，还有的职校把学生当成廉价劳动力。治理这些乱象，教育主管部门应加强监督检查，规范职业学校学生实习工作，避免暗箱操作。更重要的是，要斩断职校实习背后的利益链条，防止“校企合作”成为“校企交易”，让学生实习回归教学初衷。

(时锋)

油气管网运营机制改革需久久为功

刘满平

随着《石油天然气管网运营机制改革实施意见》正式印发，我国油气管网改革正式进入实操执行阶段，国家油气管网公司应运而生。事实上，业内对于油气管网推行“网销分离”改革的讨论已有多年，笔者认为应客观理性看待未来将成立的国家油气管网公司。

从国际上看，油气管网运行模式有三种。一是以俄罗斯为代表的上中下游业务一体化经营模式；二是以欧盟为代表的上游气源市场和下游终端销售市场多家主体自由竞争，中游输配管网保持自然垄断，实施第三方气源无歧视公平接入的“X+1+X”运营模式；三是以美国为代表的上中下游完全自由化运营模式。各国运营模式的选择均与其管网发展历史、发展阶段、产业规模、竞争特点相适应，均以最有利于发展和国家利益为目的。

从我国实际看，在与油气行业特点类似的电力、电信、铁路三大行业中，既有网销一体、“全国一张网”的电网运营模式，也有仅提供运输服务的铁道网络运营模式，还有从事通信、铁塔等基础设施建设、维护和运营服务的“中国铁塔”模式。可见，我国油气管网改革选择“X+1+X”运营模式，成立国家油气管网

公司是有章可循、有经验可借鉴的，是在现行政策条件与监管能力下，短时间内破解困扰天然气行业发展的短板，推动实现“网销分离”最具操作性的选择。

改革要针对问题而动，同时还要抓住主要矛盾。我国天然气行业在取得巨大成就的同时，也积累了一些问题，其中突出的几个问题是：市场化程度不够高，市场主体不够多；基础设施不足；管网不能公平无歧视开放；管网互联互通存在障碍；管输费率水平偏高等。成立国家油气管网公司，能够使国内油气供应主体更加多元，加快管网投资建设步伐，促进管网互联互通，进而提高基础设施运行效率，降低终端用户用气成本。但也需要看到，行业多年积累下来的问题和矛盾并不止这些，成立国家油气管网公司的主要目的是促进竞争、提高效率，不能期望其立即解决行业内所有问题。

对石油央企来说，管网被剥离以后，其上中下游一体化经营模式将被打破，仅余上游生产、下游销售与终端两大业务单元，原来凭借管网自然垄断所带来的竞争优势将丧失，在市场上的话语权也将削弱。此外，管网建设和运营业务是现有石油央企收益稳定、风险较小的

业务，成立国家油气管网公司或将给石油央企带来一定经营压力。不过，对整个油气市场来说，有利于增加油气市场主体，促进油气生产和供应企业公平竞争，使供需两侧公平对话，并改进对垄断环节的监管，优化油气市场结构。可以说，成立国家油气管网公司，或将重塑整个油气市场体系。

改革历来无坦途，油气管网运营机制改革也需要久久为功。尤其是成立国家油气管网公司，事关不同主体的重大利益调整，涉及面广，影响大。因此，既要打破原有利益格局，也要注意利益平衡，考虑现有石油企业的诉求，做到现有石油企业与其他企业合作共赢。此外，随着市场形势的变化，国家油气管网公司正式运行后还会面临其他一些可知或未知的问题及风险，如管网建设压力，天然气产运储销协调，保供责任划分，管网公司垄断行为监管，进口气价倒挂乃至如何保持现有石油央企的国际竞争力等问题，这些都需要通过不断地改革和创新加以解决，最终通过进一步深化改革推动发展。

(作者系国家发展改革委价格监测中心高级经济师)

成立国家油气管网公司是在现行政策条件与监管能力下，短时间内破解困扰天然气行业发展的短板，推动实现“网销分离”最具操作性的选择。油气管网运营机制改革需要久久为功，既要打破原有利益格局，也要注意利益平衡，考虑现有石油企业的诉求。

从我国实际看，在与油气行业特点类似的电力、电信、铁路三大行业中，既有网销一体、“全国一张网”的电网运营模式，也有仅提供运输服务的铁道网络运营模式，还有从事通信、铁塔等基础设施建设、维护和运营服务的“中国铁塔”模式。可见，我国油气管网改革选择“X+1+X”运营模式，成立国家油气管网

