资本下乡，别打土地的主意

三农瞭望

资本下乡要摒弃急功近利思维，不打土地的主意，低头做精做好产业链，做深做透价值链。最好是“找两头、优中间”，把精力放在农业产业链的前后端和优选关键环节，把重心放在新产品新业态新技术新模式上。

眼下，工商资本下乡已成为一种时尚。互联网企业如拼多多宣布重投农业，通信企业如华为进军智慧农业，房地产企业如碧桂园发力科技农业，越来越多的工商企业投入农业各产业各环节。这既展示了农业的魅力、农村的潜力，也体现了产业融合、业态创新的发展趋势。资本下乡要摒弃急功近利思维，不打土地的主意，低头做精做好产业链，做深做透价值链，给乡村产业和农民收入带来宝贵的增量。

资本下乡给农业农村带来了资金、技术、管理、人才，其中最重要的当属资金。我国农业短板明显，例如低产田还有4亿亩，占耕地面积的22%；又如，农产品加工转化率还不高，鲜活农产品产后损耗率达20%。补上这些短板，亟需加大投资力度。此前，有机构测算，要实现乡村振兴战略规划的目标，5年间至少要投资7万亿元。而民间资本常年占第一产业固定资产投资的80%左右，是农业农村投资的主力军。民间资本中，工商资本又是重要力量。

是什么吸引工商企业巨头跨界投身向来被视为弱势产业的农业？一是政策吸引，强农惠农政策力度不断加大，乡村振兴战略全面推进，投资农业能够享受到补贴和税收优惠。二是商机所在，农业未来的增长潜力已被普遍认可，企业不断开拓蓝海，就要对农业农村提前布局。三是转型需要，城市的一些工商业项目投资风险加大，企业愿意也有能力做农业与二三产业的跨界融合，还能获得一定的配套建设用地指标。四是乡土情结，很多企业家自己原先或父辈就是农民，对农业有眷恋，如今有了实力，愿意回头搞高标准农业。

土地是农村最大的可利用资源，也是资本下乡中最容易产生问题的一环。近年来，一些资本在下乡过程中与农民发生土地纠纷，存在挤占农民利益的情况。有的资本片面追求利益，生产经营有非粮化倾向，个别甚至触碰红线，在耕地上搞非农化建设。有的资本低估了农业的自然和市场风险，经营不善而毁约跑路，农民租金没有着落，土地流转合同打了水漂。

既然资本下乡是市场行为，自然就有亏有赚。相对于其他行业，农业的弱势依然明显：一是大多靠天吃饭，二是投资周期长回报慢，三是产值和附加值不高，四是鲜活农产品价格波动剧烈。如果企业不能妥善应对这些痛点，又盲目铺摊子、上规模，就会导致力不从心。这是一些资本此前折戟农业的原因，也警示后来者要尊重农业产业规律和乡村建设规律。

资本下乡不能浮躁，不要盲目跟风搞产业扩张，而要认清形势，找到合适的方法和适合的领域。投资农业最好是“找两头、优中间”，把精力放在农业产业链的前后端和优选关键环节。比如，农业生产性服务业、农产品精深加工、现代种业、农产品冷链物流、智慧农业，这些领域门槛和附加值高，单靠普通农户办不了、办不好，恰恰是企业的用武之地。

同时，资本下乡也不要只盯着传统的种植养殖业，在土地经营面积上与传统农户争短长，而要把重心放在新产品新业态新技术新模式上。即使是搞大田种植，也可以在产品标准化和品牌化方面有自己的特点。其实，与农民争地争利，与农民同质化竞争，既没有政策空间也没有发展潜力。优秀的工商企业下乡务农，要懂得利用自己的优势，并善于带领带动农户，注重发挥农民合作社的积极性，才能创造出更大的经济价值和社会价值。

齐金亮

构建供应链创新发展新生态

蔡 进

面对全球经济发展变化，产业链供应链安全稳定是构建新发展格局的重要基础。

短期看，在新冠肺炎疫情影响下全球订单需求下降，但这个影响是暂时的，疫情过后将有非常大的国际需求释放。长期看，疫情可能会对全球供应链有一定的结构性调整。这对中国供应链发展既是挑战也是机遇。要在供应链创新过程中，提升我国在供应链各个环节中的地位，充分发挥我国在全球供应链中的优势。同时，应继续提升我国基础产业、关键性产业的基础能力，增强产业链供应链自主可控能力，形成产业优势，在危机中寻找发展机遇。

一要通过供应链形成整个产业链的创新能力。“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位。这意味着，今后我们要通过供应链的创新能力形成新的供给，通过新的供给形成新的消费、新的需求、新的市场，最终形成新的价值。这一创新能力的形成，要有创新思维，使各项工作都基于创新来开展；要有创新机制，能在整个产业链中形成创新；要有创新能力，在技术层面、组织模式以及人才培养等方面都要有创新能力。

二要通过供应链推进现代产业体系的形成。供应链创新不是为了供应链本身，而是为了推进整个产业体系的形成。从某种意义上说，供应链是魂，任何一个产业都离不开供应链；产业链是根，推进供应链创新就是要形成现代化的产业体系；价值链是本，通过产业链形成新的价值链。企业只有通过推进供应链的创新与应用，突破产业边界与上下游的产业进行融合，才能够真正形成现代化的产业体系，进而形成更稳定的产业链。

三要形成产业链供应链的安全体系。产业链供应链安全应该有三个层面：经济层面、自然灾害层面、政治层面。应对经济层面的风险，需要有较好的管控模式；应对自然灾害层面的风险，更多地需要运用先进技术解决；应对政治层面的风险，则要求有全面的更高格局的应对模式。

四要增强产业链供应链的可持续。一个产业最大的可持续，是与自然的发展规律相协同。现阶段的可持续是绿色、低碳。企业在供应链创新过程中，不仅要通过对上游产业进行节能减排，更要从产业链的角度推进绿色、低碳发展。比如，目前我国电动车的推进主要是从充电桩、电池等汽车下游产业往上推进。其实，电力企业在其中更应有所作为，电力产业应该加强与汽车产业的融合，共同推进充电桩技术的提升，推进蓄电池的改进，推进电动车的广泛应用和发展。

五要推进供应链数字化的进程。数字化是先进的科学技术和现代的生产组织方式相融合的结果，是产业链供应链现代化的一个重要标志。供应链数字化首先要有数字，而与产业链构建有关的数据，是有价值的数据。其次，要将数字形成数字资源，即能够利用这些数字进行全产业链的数字化运营，通过数字化运营进行精准分析、科学决策，提供最优化方案。最后，要形成数据资产。在数字化运营的过程中，数据产生了价值。企业卖的不仅是产品，更是数据。要通过构建数字化供应链体现企业的创新能力，通过数字资产创造新的价值。

六要把握住产业转型、消费升级的基本方向，推进产业链供应链柔性化、敏捷化、可定制化的发展。未来，供应链还需要从管理者思维转变为服务思维，以消费者为中心，一切以消费者的需要为目标构建产业链供应链。这样的产业链供应链，一定是柔性化、敏捷化、可定制的，且与数字化的进程密切相关。

（作者系中国物流与采购联合会副会长、中物联现代供应链研究院院长。本文由《中国经济评论》杂志社供稿）

洞见

羊毛制品岂能没有羊毛

郝冬梅

日前，江苏省市场监督管理局对羽绒服、羽绒被、围巾、棉服、冲锋衣和羊绒衫等冬令用品进行监督抽查。在抽查的350批次中，有43批次被检出不合格，有的围巾吊牌号称含96%的羊毛，实际检测则是100%聚酯纤维，连一根羊毛都没有。

产品吊牌标注产品相关信息，目的在于让消费者能明明白白消费，没想到，在个别商家那里竟成了让消费者“稀里糊涂消费”的罪魁祸首。上述个别羊毛制品的实际羊毛含量，与吊牌标注的出入很大，表明有关企业见利忘义，在利益面前把消费者当成了待宰的羔羊，想怎么薅羊毛就怎么薅。

“羊毛制品一根羊毛没有”的问题，不能指望消费者自己鉴别来解决。毕竟，大多数消费者没有质量鉴定方面的专业知识和设备，总不能买个“羊绒制品”的上衣、围巾、袜子，还去专业机构作鉴定。

对此，除了生产厂家须加强自我约束、诚信经营，规范商品吊牌标注，还需要监管部门多一些主动出击。从某种意义上讲，商家诚信经营不完全是“自己约束”出来的，在很大程度上还是“监督约束”管出来的。对于“羊毛制品一根羊毛没有”欺诈消费者现象，就需要严厉打击。只有把不良商人的“毛”薅“疼”了，处罚严厉了，约束到位了，他们才不敢“薅消费者的羊毛”。

地铁禁用充电宝不宜“一刀切”

王军荣

3月26日，西安市交通运输局发布《西安市城市轨道交通乘客守则（征求意见稿）》，其中拟禁止“在车站、列车上使用移动充电物品”，引起人们的注意。

现在大部分人外出时最依赖的是手机，一旦手机没电了，许多事情就办不成了。因此，带充电宝给手机充电，成了许多人外出的“标配”。如果地铁禁止使用充电宝，显然会给不少人带来不便。

不过，出台这样的规定，自然也有一定道理。一方面，此前国内多个城市地铁均对充电宝出台过相关限制规定，如广州地铁、武汉地铁均有先例。其中，武汉市交通委曾发布规定，禁止乘客携带标称容量之和超过一定标准的充电宝乘坐轨道交通。另一方面，地铁禁用充电宝是出于安全考虑。此前在某些城市的地铁上曾发生过充电宝自燃事件，所幸未造成人员伤亡。

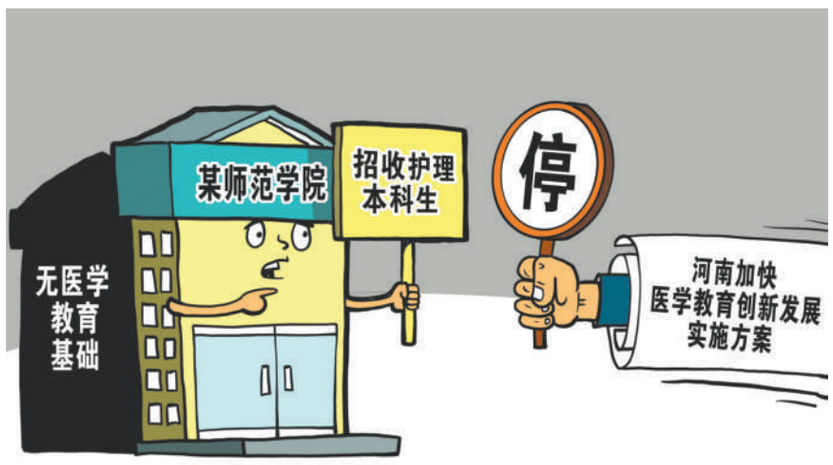
按照人们惯常的思维，充电宝自燃是小概率事件，可能不会发生在自己身上。但是，一旦在公共场合发生一次此类事件，造成的风险可能是巨大的。所以，有关地方部门出台地铁禁用充电宝规定，有一定的合理性。不过，应注意用科学依据、详细资料和有关事实向民众耐心解释，而不应一禁了之、搞“一刀切”。在规定具体执行上，应明确乘客一旦带了充电宝，是否只要不使用就可以带进地铁；地铁是否可以准备小型的密封袋，一旦安检过程中发现有乘客带了充电宝，就将充电宝装进密封袋，等其出了地铁才使用。这样的细致规定，既顾及安全，又考虑到了乘客的实际需求。

地铁禁止使用充电宝，看似小事，但也折射出“一刀切”、简单化操作很难赢得民众理解和支持，唯有将工作做实做细，做到精细化和人性化，才能让民众心服口服、易于接受和遵守，才有利于相关规定更好地落实。

勾建山作（新华社发）

“虚火”不是真火

媒体调查发现，当前新能源汽车行业中，“产品指标注水还甩锅客户”“企业还没卖一辆车市值就几千亿”等问题逐渐凸显，“虚假宣传”“虚火过旺”已成为制约行业进一步健康发展的隐忧。应认识到，核心技术“吹”不出来，行业“虚火”不是真火，新能源车行业要实现长足发展就要“挤泡沫”“降虚火”，多层次、多方面地提升经营、治理效能。监管部门也应对这一现象保持高度警惕，引导和规范行业平稳健康发展。（时 锋）



朱慧卿作（新华社发）

日前，河南省人民政府办公厅出台《河南省加快医学教育创新发展实施方案》，规定无相关医学类专业基础的非医学院校不得设置医药卫生类专业，为随意设置护理、临床等人命关天的医药卫生类专业划上“休止符”。学校办学应本着对学生和专业负责的态度，如果没有足够的师资却硬要招生，不仅难以教出优秀学生，学校声誉也会受到影响，甚至会令人产生名为办学、实则圈钱的疑惑。（时 锋）

清明出游热 各方早应对

张 雪

清明假期的出游人次有望恢复至2019年同期水平，旅游业都期盼着借此推进行业复苏进程。不过，在疫情防控常态化的形势下，短时间内释放的巨大需求又对旅游业的方方面面形成不小压力，有关方面应提早积极应对。

春光正好，花开正盛。再过几天就将迎来清明小长假，不少人打算在假日里出去走走，感受一下大美春光。

有专家作出预测，清明假期的出游人次有望恢复至2019年同期水平，预计将达到1亿人次。各大在线旅游企业的机票、酒店、租车、门票、跟团游等产品预订情况佐证了专家的乐观判断。

这当然令人欣喜，毕竟旅游业上下都期盼着，在春风的吹拂下，行业迸发出昂扬生机。不过，在疫情防控常态化的形势下，短时间内释放的巨大需求又对旅游业的方方面面形成不小压力。

首先，出游高峰时，疫情防控工作容不得半点大意。眼下，国内疫情防控形势好转，为人员流动开启了绿灯，也极大地增强了人们的出游信心和热情。同时，各地要认识到，目前全球仍处在新冠病毒大流行阶段，境外输入风险依然存在，还要继续绷紧防范疫情传播这根弦。各地要按照疫情防控指挥机构统一部署，科学精准做好疫情防控工作，景区要合理设置游客接待上限，继续推进门票预约制度，旅行社和在线旅游企业要严格落实疫情防控要求，酒店客房日用品等做到“一客一换一消毒”，公众自觉戴口罩、少接触、常消毒，养成“一米线”好习惯，对自己健康负责，也是对他人负责。

其次，旅游市场应提高管理和服务水平。旅行过程涉及吃、住、行、游方方面面，出游高峰时，让游客保有良好的旅行体验并不容易，这需要各方共同努力。清明假期到来之前，应对出游高峰的必要准备工作已经有条不紊地展开：文旅部门印发通知，对做好春季文化和旅游假日市场工作作出部署；铁路方面在旅游热门方向采取增开动车、动车重联等方式，尽力满足游客增长的出行需求；交通部门提前发布道路交通提示，提醒人们合理选择出行时间、线路、方式，避开高峰时段、警惕危险路段；市场监管部门对“不合理低价游”、旅游景区哄抬物价等违法违规行为进行精准打击……这些政策举措虽不足以解决所有问题，但能在一定程度上提升游客出行的便利度和满意度。

再次，应让游客们在出游高峰时有更丰富的选择。需要在供给上多想办法，洞悉市场变化，开发一批适应游客需求的旅游线路、旅游目的地、旅游演艺、沉浸式体验项目等；适当延长博物馆等群众喜爱的文化旅游场馆的开放时间，创新更多夜间旅游项目，方便游客错峰出游。

最后，广大游客应注意文明出行。近一段时间，一些不文明旅游行为有所抬头，比如出现了“长城刻字”的情况。清明假日期间，游客应坚守文明底线，除了要戴好口罩、坚持“一米线”距离，还应注意不攀折花木、不乱写乱画等旅游细节，切实把文明装进行囊里、落实到具体行动中。

本版编辑 马洪超 原 洋 邮箱 mzjjgc@163.com