

构建全国统一农产品大市场的深层次思考

李铜山

摘要: 构建全国统一农产品大市场,需要从多维目标、创新路径、制约障碍、核心举措等多方面来统筹考虑。多维目标包括市场营销双拓展目标、产品物流双畅通目标、信息价格双透明目标、门槛成本双降低目标、科技产业双升级目标和合作竞争双培育目标。创新路径包括创新市场格局、创新制度建设、创新规划布局、创新资源配置和创新协同推进。制约障碍包括基础性架构还不绝对牢靠、行政垄断还未被完全打破、科学整合还不够精到、数字经济驱动力还不够充足和共富效应还未充分彰显。为此,需要采取的核心举措包括强力推进准入基础和准入制度的规则统一、市场设施和市场环境的联通统一、产销挂钩和产销对接的配合统一、要素市场和资源市场的集中统一、商品市场和服务市场的健全统一、市场运行和市场监管的公平统一以及规范竞争和规范干预的行为统一。

关键词: 全国统一农产品大市场;多维目标;创新路径;制约障碍;核心举措

中图分类号: F320 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-0751(2023)06-0050-08

2022年4月,中共中央、国务院发布的《关于加快建设全国统一大市场的意见》从宏观和政策视角为今后一个时期构建全国统一大市场提供了行动纲领^[1]。2022年10月,党的二十大报告再次强调“构建全国统一大市场”^[2]。建设全国统一大市场已成为我国今后一个时期重大的战略谋划和政策部署。作为全国统一大市场重要组成部分的全国统一农产品大市场应该怎样高质量地构建,是必须直接面对和深入思考的理论和实践问题。

一、构建全国统一农产品大市场的多维目标

一般来说,目标是某种活动预期或希望得到的结果或达到的标准。目标尽管包含主观设想和主观意识形态的浓厚成分,但也绝对不是不切实际的空

想和幻想,而是根据当时和以后发展的情势,把某种活动的预期目的科学合理地理想化,既为活动指明方向,也为维系组织发展发挥重要的核心作用。在“三新一高”^①要求下,构建全国统一农产品大市场,其目标绝对不能是单一的,而应该是多维的,具体包括市场营销双拓展目标、产品物流双畅通目标、信息价格双透明目标、门槛成本双降低目标、科技产业双升级目标、合作竞争双培育目标等。

1. 市场营销双拓展目标

市场营销双拓展目标包括市场拓展目标和营销拓展目标,这两个目标要同时实现。其中,市场拓展目标是指把全国统一农产品大市场中的产品市场扩大化的预期设想。市场拓展目标实现得好坏,主要体现在产品多不多、距离远不远、额度大不大等“偏速度”“偏数量”方面。营销拓展目标是指把全国统一农产品大市场中的产品需求扩大化的预期设想。

收稿日期:2023-01-30

基金项目: 国家社会科学基金项目“新发展阶段中国农业压舱石作用的应然体现、实然考察及强化策略研究”(21BJY023);河南省高等学校哲学社会科学基础研究重大项目“农业压舱石作用的理论诠释、实证透析与践行策略研究”(2021-JCZD-24)。

作者简介: 李铜山,男,河南工业大学经济贸易学院教授、博士生导师,粮食产业经济研究院研究员(河南郑州 450001)。

营销拓展目标实现得好坏,主要体现在产品需求旺不旺、牌子硬不硬、效益好不好等“偏效益”“偏质量”方面。

构建全国统一农产品大市场,既要讲求市场目标的拓展,也要讲求营销目标的拓展。一方面,通过将农产品的市场扩大化,放大农产品市场需求和规模,疏通农产品生产、流通、消费的各个环节,拓宽农产品市场范围、销售渠道和消费领域,持续拓展市场边界;另一方面,全面创新农产品营销手段,提高市场知名度和竞争力,开创农产品营销新发展格局,进一步打通市场效率提升、市场主体壮大、需求优化升级之间的通道,努力形成供需互促、产销并进、畅通高效的良好局面,持续推动市场高效畅通^[1]。

2. 产品物流双畅通目标

产品物流双畅通目标包括产品畅通目标和物流畅通目标,这两个目标要同时实现。其中,产品畅通目标是指把全国统一农产品大市场中的农产品毫无阻碍地销售出去的预期设想。产品畅通目标实现得好坏,主要体现在农产品销售是否协调、生产与销售是否对接、供给与需求是否一致等“卖得掉”“卖得妥”方面。物流畅通目标是指把全国统一农产品大市场中的农产品从生产地到消费地顺利通行的预期设想。物流畅通目标实现得好坏,主要体现在农产品从生产地到消费地是否规划和计划周密、是否通畅高效、是否低成本等“卖得顺”“卖得好”方面。

构建全国统一农产品大市场,既要讲求产品目标的畅通,也要讲求物流目标的畅通。一方面,通过农产品销售的畅通,鼓励农产品尤其是优质农产品的生产规模扩大,疏通订单农业发展环节,实现农产品产销的持续对接,提升农产品商品率,营造可利用的营商环境;另一方面,通过农产品物流的畅通,消除农产品购销中的不利因素,拓展农产品绿色通道,完善农产品供应链,提升农产品流通效率,营造可预期的营商环境。

3. 信息价格双透明目标

信息价格双透明目标包括信息透明目标和价格透明目标,这两个目标要同时实现。其中,信息透明目标是指把全国统一农产品大市场中的农产品信息毫不保留地全部公开的预期设想。信息透明目标实现得好坏,主要体现在农产品信息公开是否周全、是否透彻、是否对等等“可获得”“可利用”方面。价格透明目标是指把全国统一农产品大市场中的农产品价格毫不保留地全部公开的预期设想。价格透明目标实现得好坏,主要体现在农产品价格公开是否及

时、是否正确、是否合理等“可参考”“可使用”方面。

构建全国统一农产品大市场,既要讲求信息目标的透明,也要讲求价格目标的透明。一方面,通过农产品信息的透明化,促进农产品市场信息的定期化发布,增强农产品市场的透明度,引导农产品生产者通过供给侧结构性改革合理安排农产品生产,帮助农产品生产者围绕消费需求做好生产经营计划,全力构建透明市场;另一方面,通过农产品价格的透明化,鞭策农产品生产者进行农产品生产的科学化预算,促进农产品交易的顺利进行,放大农产品交易量,促进农产品生产经营者共同增收,全力构建公平市场^[3]。

4. 门槛成本双降低目标

门槛成本双降低目标包括门槛降低目标和成本降低目标,这两个目标要同时实现。其中,门槛降低目标是指农产品进入全国统一农产品大市场的条条框框不断减少的预期设想。门槛降低目标实现得好坏,主要体现在农产品市场是否存在不正当竞争、是否存在垄断、是否存在体制机制障碍等“有妨碍”“有梗阻”方面。成本降低目标是指进入全国统一农产品大市场的农产品的销售成本不断降低的预期设想。成本降低目标实现得好坏,主要体现在农产品销售环节多不多、销售成本高不高、销售价格合理不合理等“有松绑”“有轻装”方面。

构建全国统一农产品大市场,既要讲求门槛目标的降低,也要讲求成本目标的降低。一方面,通过农产品市场门槛的降低,确定合理的市场准入条件,不断扩大市场准入,不断放宽市场经营范围,进一步降低农产品市场流通中的制度成本;另一方面,通过农产品市场成本的降低,拓宽市场主体,让更多投资者进入农产品流通领域,增强市场流通主体竞争力,促进农产品流通中的互联互通,进一步降低农产品市场流通中的交易成本。

5. 科技产业双升级目标

科技产业双升级目标包括科技升级目标和产业升级目标,这两个目标要同时实现。其中,科技升级目标是指全国统一农产品大市场的科技管理水平从较低级别升到较高级别、高级别的预期设想。科技升级目标实现得好坏,主要体现在科技成果是否丰硕、科技创新是否持续、科技产品是否知名等“能进步”“能升级”方面。产业升级目标是指全国统一农产品大市场指导下的产业从较低级别升到较高级别、高级别的预期设想。产业升级目标实现得好坏,主要体现在产业结构是否合理、产业价值链是否高

端、产业是否发达等“能主导”“能支撑”方面。

构建全国统一农产品大市场,既要讲求科技目标的升级,也要讲求产业目标的升级。一方面,通过科技目标的升级,不断提高农产品市场的科技管理水平,使农产品市场真正成为科技型市场;另一方面,通过产业目标的升级,提高农产品质量,改善农产品供给,实现农产品产销的有机衔接,促进农产品供求中的信息互动,实现农业发展中的转型升级。

6. 合作竞争双培育目标

合作竞争双培育目标包括合作培育目标和竞争培育目标,这两个目标要同时实现。其中,合作培育目标是指通过共同从事统一农产品大市场建设使其发育成长起来的预期设想。合作培育目标实现得好坏,主要体现在合作者是否同心、举措是否得力、成果是否共享等“能同力”“能共赢”方面。竞争培育目标是指通过互相争取胜出使全国统一农产品大市场发育成长起来的预期设想。竞争培育目标实现得好坏,主要体现在竞争者的出发点是否合理、不正当竞争行为是否存在、其他经营者的合法权益是否被损害等“能角逐”“能提升”方面。

构建全国统一农产品大市场,既要讲求合作目标的培育,也要讲求竞争目标的培育。一方面,通过合作目标的培育,推进农产品大市场信息共享,促进农产品大市场协同发展,不断提高农产品大市场的共同开发水平,使构建全国统一农产品大市场真正成为统一行动;另一方面,通过竞争目标的培育,提高市场竞争者提供质优价廉农产品的积极性,改变农产品市场中经常出现的“逆淘汰”现象,推进农产品供给侧结构性改革,带动农产品优产、优购、优储、优加、优销“五优联动”,尽快形成农业高质量发展格局,培育我国农产品参与国内外市场竞争的新优势。

二、构建全国统一农产品大市场的创新路径

构建全国统一农产品大市场,也要遵守科学合理的创新路径。创新路径是在构建全国统一农产品大市场进程中要开创新的必须走的道路,只有确保路径正确、不发生偏差,才能保障构建全国统一农产品大市场活动在正确的轨道上持续前进。归纳起来,构建全国统一农产品大市场的创新路径,应该包括创新市场格局、创新制度建设、创新规划布局、创新资源配置和创新协同推进。

1. 创新市场格局

按照“构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”的重要战略部署,立足我国超大规模内需优势,重视国内大循环、国内大市场,畅通国内外市场大循环^[4]。创造高质量农产品供给,引领国内外庞大的市场需求,使农产品及农资在生产、加工、流通、消费等所有环节无阻碍地通行或顺利地通过,提高全国统一农产品大市场的运行效率,逐步巩固和扩展农产品市场资源优势,促进以国内消费为抓手的国内大市场的良性循环,逐步建成超大规模的全国统一农产品大市场 and 特色需求鲜明的国外出口市场,使高效运转的“内循环”和稳定拓展的“外循环”相互影响、相互融合、相互促进、相辅相成,在进一步挖掘内需潜力的同时不断开拓国际市场。

2. 创新制度建设

按照立破并举、用好“两只手”的思路,从制度建设入手,明确阶段性目标和最终目标的具体要求,一步一个台阶地推进全国统一农产品大市场建设。正确处理全国统一农产品大市场建设中“立”与“破”的关系。“立”的关键在于用好市场“这只看不见的利己之手”,树立“大市场”理念,通过精准的建章立制,提出成套的制度设计,打出政策“组合拳”,不断完善市场设施等“硬件”基础,尽快弥补市场规则等“软件”短板,提升市场规则的一致性,优化农产品要素市场化配置,形成农产品畅通的体制机制^[5]。“破”的关键在于用好政府“这只看得见的利民之手”,坚持问题导向,全力解决市场割据和地方“画地为牢”等梗阻问题,拆除多重有形或无形的“篱笆”和“围墙”,全面清理有碍市场统一的地方法规,彻底破除阻碍农产品贸易自由的体制障碍,变封闭的小市场、地方的小循环为开放的大市场、全国的大循环。

3. 创新规划布局

按照有形市场与无形市场、线下市场与线上市场、现货市场与期货市场并举的构想,统筹谋划全国统一农产品大市场建设,精心架构全国统一农产品大市场体系。统筹谋划方面,要因地制宜,扬长避短,充分发挥各地区产业分工、市场布局对提高农业生产效率、农产品商品率的引导功能,着力打造统一、开放、竞争、有序的市场体系;精心架构方面,要坚持突出区域特色与均衡区域布局相结合,全面考虑市场构成的三要素,即可供交换的农产品及其场地或网络、提供农产品的卖方和有农产品需求的买

方,系统激活决定市场规模和容量的三要素(人口、购买力和购买欲望),使全国统一农产品大市场的参与者都能成为积极因素,主动地有所作为和有大作为,尤其要解决掉“农产品生产者是小农户、农产品运输好像有漫长的距离、农产品销售好像迷失在茫茫无际的大海洋、农产品消费要求之高越来越难以企及”等现实问题。

4. 创新资源配置

按照打造有效市场、当好有为政府的要求,处理好有效市场与有为政府之间的关系。坚持市场化、竞争化、法治化原则,充分发挥市场在全国统一农产品大市场建设中的决定性作用,正确运用全国统一农产品大市场在统一联系、信息引导、市场调节、收入分配、优胜劣汰等多方面的功能,尽快形成全国统一农产品大市场的超大规模优势。同时,更好地发挥政府在全国统一农产品大市场建设中纠正传统市场固有缺陷、克服市场失灵负面影响、切实引导市场准入和市场退出、创造良好竞争环境等必不可少的多重作用,激励农产品需求能够更好地引领和优化农产品供给,助力农产品供给更好地服务和扩大农产品需求^[6],在全国统一农产品大市场建设中使各种资源进一步集聚,使农产品市场增长进一步显现,使农产品产销对接更加顺畅,使农产品市场分工更加优化,使农产品市场更加活跃,使农产品市场竞争更加规范且透明,实现全国统一农产品大市场的有序发展和有序竞争。

5. 创新协同推进

按照系统要协同、推进要稳妥的原则,协调全国统一农产品大市场的系统建设,推进全国统一农产品大市场的有序扩大。在协同和协调方面,要推进现代流通网络、信息互换渠道、农产品交易平台的持续优化升级,达到全国统一农产品大市场基础设施的高标准联通,实现政策统一、规则一致、执行协同和步调协调,切实把握市场规模、市场结构和市场组织的建设步骤,科学掌控市场空间、市场环境和市场机制的建设进度,坚持放管结合和放管并重。同时,要通过健全与全国统一农产品大市场相关的土地市场、劳动力市场、资本市场、技术市场和数据市场等,打造统一的资源要素市场^[7],通过完善质量管理体系、市场标准体系和市场服务体系,推进农产品市场实现高水平统一,注重提升市场畅通能力和市场监管效能,确保在开放的环境中,维护和增强全国统一农产品大市场的公益性和稳定性,有序扩大全国统一农产品大市场的影响力、吸引力和辐射力。

三、构建全国统一农产品大市场的制约障碍

构建全国统一农产品大市场的道路,绝对不会是平平坦坦、一帆风顺的。因为无论是从主观上看,还是从客观上看,都存在一些制约障碍。

1. 基础性架构还不绝对牢靠

构建全国统一农产品大市场的“四梁八柱”还不完善、不牢固,有碍于全国统一农产品大市场的高质量发展。

从市场规模看,由于分散、分割、供求不平衡、流通不顺畅等原因,农产品市场还显得有些“虚大”,尚未真正做到“大而强”。从市场结构看,由于农产品供求主体不完全平等、市场格局多变、市场集中度偏低等原因,还显得有些不尽合理,没有良好的价格形成方式。从市场功能看,由于市场机制还没有被充分运用等原因,农产品市场仅表现出了交换、反馈、调节等基本功能,尚未全面发挥统一联系、信息引导、收入分配、优胜劣汰等应有功能。

2. 行政垄断还未被完全打破

政府垄断及政府授予垄断还在很大程度上存在,没有被完全打破,有碍于全国统一农产品大市场的开放发展。

从行政垄断的表象看,其仍在妨碍农产品市场内各参与主体的自由选择和自由竞争,仍会对特定农产品商品进行保护,仍会对农产品市场主体进行限制;仍在导致农产品市场的无序竞争乃至过度竞争,仍会干扰到正常的农产品市场秩序,仍可能会破坏农产品市场的正常运行。从行政垄断的产生根源来看,一方面,行政发包制是影响全国统一农产品大市场开放发展的重要原因。在行政发包制下,地方政府之间并不是完全利益一致的“整体”,纵向的上下级之间、横向的同级之间都可能存在利益上的冲突^[8]。另一方面,《中华人民共和国反垄断法》还不够完善,没有对行政垄断进行明确而严格的规范性约束,法治的权威性和可操作性均不够强,也影响了全国统一农产品大市场的开放发展。

3. 科学整合还不够精到

农产品市场还没有得到科学化的整顿、协调和重新组合,从空间、营销、产品等多个方面看,对农产品市场的整合还不到位,有碍于全国统一农产品大市场的协调发展。

从空间整合看,农产品市场既没有形成长期的、

稳定的紧密型联系,也没有体现出农产品商品价格的反映敏感性和传递及时性,长期均衡关系比较脆弱,很容易被打破。从营销整合看,无论是零售市场之间、批发市场之间还是零售市场与批发市场之间的整合均不到位,营销价格变化对农产品商品生产的影响比较滞后,调节功能发挥欠佳。从产品整合看,初级农产品和农产品加工制成品之间的比价还不能科学、合理地得到反映,两种商品尚无法形成相互协调的价格关系,利益一致化机制不健全。

4. 数字经济驱动力还不够充足

数字市场、市场数字化两方面的推动和带动能力尚不充足,农产品市场流通尚未进入数字经济时代,有碍于全国统一农产品大市场的数字化发展。

从数字市场看,数字技术还没有突破时间、空间和信息的限制,尚不能进一步提升农产品市场运行效率,尚不能通过数字经济与传统市场的深度融合重塑农产品市场经济,尚不能实现持续的供需平衡和畅通循环。从市场数字化看,地区间的农产品市场还存在分割明显的数字鸿沟,数字化价格管理还相当滞后,数字化流通体系还没有建构起来。

5. 共富效应还未充分彰显

通过农产品市场实现共同富裕的动力和成效尚不显著,各参与方步入农产品市场的主动性和积极性参差不齐,有碍于全国统一农产品大市场的高预期发展。

从实现共同富裕的动力看,统一农产品大市场的基础设施尚不完备,科技创新步伐尚需加快,治理体系和治理能力尚未实现现代化,高质量发展动力不够强劲。从实现共同富裕的成效看,统一农产品大市场的新生产格局尚未全新型构,新分配格局尚未精心打造,新流通格局尚未科学形成,新消费格局尚未成功奠定,创新发展成效尚不明显。

四、构建全国统一农产品大市场的核心举措

全国统一农产品大市场的核心要义在于“统一”。“统一”的基本含义是一致的、整体的、单一的,而不是分歧的、分裂的、繁多的。基于此,构建全国统一农产品大市场,就要强力推进准入基础和准入制度的规则统一、市场设施和市场环境的联通统一、产销挂钩和产销对接的配合统一、要素市场和资源市场的集中统一、商品市场和服务市场的健全统一、市场运行和市场监管的公平统一以及规范竞争

和规范干预的行为统一。

1. 强力推进准入基础和准入制度的规则统一

一方面,强力推进全国农产品大市场准入基础的规则统一。强力推进产权保护制度的规则统一,健全依法平等保护农产品大市场中各种形式所有制经济权益的制度体系;强力推进公平竞争制度的规则统一,完善农产品大市场的公平竞争制度和政策实施绩效考核制度;强力推进公共信息目录和信用信息标准的规则统一,健全农产品大市场的信息共享机制和新型监管机制;强力推进社会信用制度的规则统一,健全农产品大市场的守信激励机制、失信惩戒机制、信用修复机制和信用立法机制。

另一方面,强力推进全国农产品大市场准入制度的规则统一。强力推进“全国一盘棋”管理的规则统一,保障农产品大市场准入中负面清单制度的明晰性、严厉性和权威性;强力推进指标体系的规则统一,完善农产品大市场的准入效能评估办法;强力推进注册标准的规则统一,完善农产品大市场的经营范围登记办法;强力推进评价程序和管理办法的规则统一,提高农产品大市场的互通互认互用效力。

全国农产品大市场的准入基础与准入制度是珠联璧合、互相成就的关系。全国农产品大市场的准入基础,既是奠定准入制度的基石,又是推动市场发展的依托;全国农产品大市场的准入制度,既是准入基础的反映,又是准入基础的延续。只有做到准入基础、准入制度的耦合协调,才能让产权保护、市场准入、公平竞争和社会信用“四个统一”的基本制度成为全国农产品大市场健康运行的根本准则,有效引导农产品购销行业自律,促进农产品市场中的贸易和服务升级,营造良好而宽松的农产品市场环境,推动全国统一农产品大市场的建设。

2. 强力推进市场设施和市场环境的联通统一

一方面,强力推进全国农产品市场设施的联通统一。强力推进现代流通网络的联通统一,优化农产品大市场基础设施布局,加快农产品大市场数字化建设,推动农产品大市场线上线下融合,形成更多农产品市场新平台、新业态;强力推进信息交互渠道的联通统一,统一农产品大市场信息发布,实现农产品交易市场联通,推动农产品大市场信息互通共享;强力推进交易平台优化升级的联通统一,深化农产品大市场平台的整合共享,加快推进农产品交易的全流程电子化,积极破除农产品市场交易中的区域壁垒。

另一方面,强力推进全国农产品市场环境的联

通统一。强力推进政策环境的联通统一,使农产品大市场建设的各项方针政策日益明晰;强力推进法律环境的联通统一,使农产品大市场中的所有企业必须遵守的各项法律法规日益明细;强力推进经济环境的联通统一,使农产品大市场中的所有企业面临的经济条件日益透明;强力推进技术环境的联通统一,使农产品大市场中使用的电子信息技术日益发达。

全国农产品大市场的市场设施和市场环境是表和里、外和内的关系。全国农产品大市场的市场设施,既是外在的硬件环境,也是市场环境的核心组成部分;全国农产品大市场的市场环境,既是内在的软件环境,也是市场设施发展的基础。只有做到市场设施、市场环境的耦合协调,才能优化农产品大市场的要素使用途径,降低农产品大市场使用成本和交易成本,保证农产品大市场的要素机会平等,增加农产品大市场的产品多样性和消费可及性,提升农产品大市场的使用效率和流通效率,增强农产品市场的经济活力。

3. 强力推进产销挂钩和产销对接的配合统一

一方面,强力推进全国农产品产销挂钩的配合统一。强力推进农产品市场协调衔接的配合统一,使各种农产品的供给量和需求量基本平衡;强力推进农产品市场信息采集的配合统一,使各种农产品“哪里有产、哪里可销”清晰可见;强力推进农产品市场产销指导的配合统一,适度控制各种农产品的种养面积;强力推进农产品市场销售风险监测预警的配合统一,完善各种农产品产销信息服务;强力推进农产品市场调控目标设计的配合统一,探索形成各种农产品产销均衡的价格调控机制;强力推进农产品订单发展的配合统一,彰显各种农产品未产先销的魅力。

另一方面,强力推进全国农产品产销对接的配合统一。强力推进农产品市场对接平台的配合统一,畅通农产品产销对接的多种渠道;强力推进农产品市场农商互联的配合统一,增强农产品产销对接的韧性;强力推进农产品市场流通网络的配合统一,打牢农产品产销对接的根基;强力推进农产品电商业态的配合统一,提高农产品产销对接的精准度;强力推进农产品市场产销监测的配合统一,加强对农产品产销对接的引导;强力推进农产品市场调节的配合统一,加大对农产品产销对接的扶持力度;强力推进农产品产销规划的配合统一,优化农产品产销对接的环境。

全国农产品大市场的产销挂钩和产销对接是手段和目的、过程和结果的关系。全国农产品大市场的产销挂钩,既是解决好农产品销售问题的重要手段,也是实现产销对接的前提;全国农产品大市场的产销对接,既是解决好农产品销售问题的根本目的,也是实行产销挂钩的起点。只有做到产销挂钩、产销对接的耦合协调,才能拓宽农产品市场营销渠道,加快各种农产品“走出去”“销售掉”的进程,提高农产品产销平衡水平,完善由多元化主体、畅通化渠道、高效化机制、规范化秩序构成的全国农产品大市场产销体系。

4. 强力推进要素市场和资源市场的集中统一

一方面,强力推进全国农产品要素市场的集中统一。强力推进土地市场的集中统一,保障农产品大市场建设用地需要和科学布局;强力推进劳动力市场的集中统一,促进农产品大市场建设中劳动力、人才的跨区域顺畅流动;强力推进资本市场的集中统一,加强农产品大市场建设中的资本准入管理;强力推进技术市场的集中统一,促成农产品大市场建设中技术交易的互联互通;强力推进数据市场的集中统一,实现农产品大市场建设中数据资源的共同开发和共同利用;强力推进生态环境市场的集中统一,保障农产品大市场建设中的绿色底色更亮丽。

另一方面,强力推进全国农产品资源市场的集中统一。充分运用农产品资源在市场上所处的地理位置及其空间特征,强力推进农产品大市场中资源分布的集中统一;充分运用农产品供应商对市场的供给能力及其保障程度,强力推进农产品大市场中供应商的集中统一;充分运用农产品品种在市场上所占的份额及其数量优势,强力推进农产品大市场中品种的集中统一;充分运用农产品质量在市场上的声誉及其拓展空间,强力推进农产品大市场中质量的集中统一;充分运用农产品价格对种养生产和市场供给的调节作用及指示作用,强力推进农产品大市场中价格发布的集中统一;充分运用农产品运销对产销对接的调节作用及增值效应,强力推进农产品大市场中交通运输的集中统一。

全国农产品大市场的要素市场和资源市场是密不可分、互有彼此的关系。全国农产品大市场的要素市场,既是各种要素合理配置的抓手,也是资源市场的劳动价值表现;全国农产品大市场的资源市场,既是各种资源合理配置的集成,也是要素市场的客观存在。只有通过完善《中华人民共和国反垄断法》,做到要素市场、资源市场的耦合协调,才能确

定农产品的市场类型,积极发展紧缺型市场和竞争型市场,控制发展富余型市场,防范出现垄断型市场;才能确定农产品的市场性质,积极发展成长型市场,控制发展维持型市场,防范出现没落型市场;才能确定农产品的市场供给水平,积极发展绿色安全的农产品生产者,科学选择质优价廉的农产品供应商,严厉打击非绿色安全生产行为和假冒伪劣销售行为。

5. 强力推进商品市场和服务市场的健全统一

一方面,强力推进全国农产品商品市场的健全统一。强力推进农产品质量分级制度的健全统一,促进农产品品质的持续提升;强力推进农产品产业链、供应链的健全统一,促进农业生产“三品一标”和农产品“三品一标”发展;强力推进农产品检测的健全统一,促进农产品实现跨行业、跨区域认证;强力推进农产品国际质量标准的健全统一,促进内外贸农产品的“同线”和“同标”。

另一方面,强力推进全国农产品服务市场的健全统一。强力推进农产品消费环境的健全统一,强化农产品消费者的合法权益保护;强力推进瑕疵产品召回制度的健全统一,强化跨国跨区农产品消费者的便捷售后服务;强力推进农产品异地店退货换货制度的健全统一,强化农产品消费者的售后服务体验;强力推进农产品消费者举报渠道的健全统一,优化农产品消费纠纷的解决反馈机制;强力推进农产品投诉信息的健全统一,优化农产品消费纠纷的源头治理机制。

全国农产品大市场的商品市场和服务市场是相辅相成、相得益彰的关系。全国农产品大市场的商品市场,既是丰富农产品大市场的源泉,也是服务市场的用武地;全国农产品大市场的服务市场,既是盘活农产品大市场的纽带,也是商品市场的好帮手。只有做到商品市场、服务市场的耦合协调,才能使农产品供应日益丰富,使农产品供给结构日益合理,使农产品市场规模日益扩大,使农产品市场卖点日益涌现,使农产品市场调控日益增强,使农产品市场运行质量日益提高,使农产品市场流通日益顺畅,使农产品市场新兴业态日益勃发,使农产品大市场发育日益成熟。

6. 强力推进市场运行和市场监管的公平统一

一方面,强力推进全国农产品市场运行的公平统一。强力推进农产品市场规模发育的公平统一,以满足各类农产品的区域销售和产销容量的需要;强力推进农产品市场结构发育的公平统一,以满足

各类农产品自由竞争和价格形成方式的需要;强力推进农产品市场功能发育的公平统一,以满足各类农产品统一联系、信息引导、市场调节和收入分配的需要;强力推进农产品市场流通力发育的公平统一,以满足各类农产品从生产领域转向消费领域且价格相对稳定的需要;强力推进农产品市场信息通畅力发育的公平统一,以满足各类农产品参与市场竞争、发掘经营机会和提高综合效益的需要;强力推进农产品市场法规约束力发育的公平统一,以满足各类农产品维护公平竞争、提高配置效率和保护合法权益的需要。

另一方面,强力推进全国农产品市场监管的公平统一。强力推进市场监管规则的公平统一,以增强农产品市场监管政策的一致性和制度的稳定性;强力推进风险监测督查的公平统一,以督促农产品生产经营者夯实质量安全责任;强力推进市场监管执法的公平统一,以提升农产品市场的公正执法效能;强力推进跨政区联动执法的公平统一,以创新农产品市场的联合监管模式;强力推进市场监管行为的公平统一,以保证农产品市场的公平公正执法。

全国农产品大市场的市场运行和市场监管是行为和监督的关系。全国农产品大市场的市场运行,既是各类农产品销售和变现的桥梁,也是市场监管的靶向标;全国农产品大市场的市场监管,既是各类农产品质量和价格的保障,也是市场运行的方向舵。只有做到市场运行、市场监管的耦合协调,才能夯实农产品大市场的良好运行基础,完善农产品大市场的合理运行体制,创新农产品大市场的科学壮大思路,丰富农产品大市场的有效监管工具,健全农产品大市场的长效循环机制,增强农产品大市场的高质量发展能力。

7. 强力推进规范竞争和规范干预的行为统一

一方面,强力推进全国农产品大市场规范竞争的行为统一。强力推进反垄断的行为统一,健全农产品生产经营者分类分级审查制度;强力推进平台企业购销的行为统一,防止利用农产品数据、技术手段等开展不正当竞争;强力推进不正当竞争依法查处的行为统一,加强农产品全链条竞争的监管执法;强力推进平台经济领域规制的行为统一,整治网络黑灰农产品产业链条;强力推进跨部门、跨区域执法信息共享的行为统一,提高农产品市场执法的权威性和协调性;强力推进跨区域联合执法的行为统一,畅通农产品市场案件的会商和裁量渠道。

另一方面,强力推进全国农产品大市场规范干

预的行为统一。强力推进地方保护壁垒破除的行为统一,力戒低水平农产品市场的重复建设、同类农产品的过度同质性竞争、农产品产地的“小而全”自我小循环及“内循环”名义上的地区封锁;强力推进妨碍市场统一和竞争公平政策废除的行为统一,戒除农产品市场的地方保护、区域分割和指定交易;强力推进保障平等准入和退出的行为统一,放宽农产品购销企业的异地登记、跨区经营、迁移设置条件及要素资源的自由流动条件;强力推进激励约束机制完善的行为统一,尽快出台农产品大市场建设指南和奖励标准;强力推进区域协作推动的行为统一,优先开展跨行政区域的联动农产品市场的建设工作;强力推进工作合力形成的行为统一,健全农产品大市场建设的多部门协调机制。

全国农产品大市场的规范竞争和规范干预是正强化激励和负约束激励的关系。全国农产品大市场的规范竞争,既是激发农产品市场各种主体活力的起跑线,也是规范干预的目标取向;全国农产品大市场的规范干预,既是管束农产品市场中各种不法行为的硬措施,也是规范竞争的必然选择。只有做到规范竞争、规范干预的耦合协调,才能运用好市场和政府两种手段,解决好责任主体执行力度不足的问题^[9],营造公平透明稳定的农产品市场经营环境,落实简化农产品市场管理的理念,促进农产品市场

公平竞争,提高农产品市场建设质量,杜绝农产品市场不正当竞争行为。

注释

①“三新一高”是以习近平同志为核心的党中央洞察世情国情党情,着眼实现中华民族伟大复兴提出的重大战略思想、作出的重大战略部署,具体是指新发展阶段、新发展理念、新发展格局、高质量发展。

参考文献

- [1] 中共中央国务院关于加快建设全国统一大市场的意见[N].人民日报,2022-04-11(1).
- [2] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗:在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N].人民日报,2022-10-26(1).
- [3] 陈文武.农产品品牌建设有关问题的探讨[J].武汉商业服务学院学报,2012(3):14-16.
- [4] 张原.中国对外投资的特征、挑战与“双循环”发展战略应对[J].当代经济管理,2021(7):44-54.
- [5] 李丹,夏岩磊.乡村振兴视域下我国农产品出口竞争力提升问题研究[J].山东农业大学学报(社会科学版),2019(3):65-71.
- [6] 张磊磊,马建军.推进农业供给侧结构性改革要领[J].实事求是,2017(3):46-52.
- [7] 李孝坤.重庆市城乡二元经济结构转换研究[J].经济地理,2007(3):413-417.
- [8] 刘永红,唐洋.全国统一大市场建设背景下破解行政垄断的法治之道[J].长白学刊,2023(1):78-87.
- [9] 李铜山,董立星.农业产业准入负面清单制定与实施:现状、障碍及对策[J].中州学刊,2022(5):35-42.

Deep Thinking on Building a National Unified Market of Agricultural Products

Li Tongshan

Abstract: Building a national unified market of agricultural products requires comprehensive consideration from multiple aspects such as multidimensional goals, innovative paths, constraints and barriers, and core measures. Multidimensional goals include dual expansion goals in marketing, dual smooth flow goals in product logistics, dual transparency goals in information prices, dual reduction goals in threshold costs, dual upgrading goals in the technology industry, and dual cultivation goals in cooperation and competition. The innovation path includes innovative market structure, innovative institutional construction, innovative planning and layout, innovative resource allocation, and collaborative promotion of innovation. Constraints and barriers include that infrastructure is not absolutely solid, that administrative monopolies are not completely broken through, that scientific integration is imprecise, that driving force of the digital economy is not sufficient, and that co-prosperity effects are not fully displayed. To this end, the core measures include vigorously promoting the unification of access foundation and access system rules, the integration and unification of market facilities and market environment, the coordination and unification of production and sales linkage and integration, the concentration and unification of factor markets and resource markets, the sound and unified commodity and service markets, the fair and unified market operation and market supervision, and the standardization of competition and intervention behavior.

Key words: national unified market of agricultural products; multidimensional objectives; innovation paths; constraints and barriers; core measures

责任编辑:澍文