

华东周刊

EAST CHINA WEEKLY

A1 观点 Opinion

总第 171 期 2023 年 9 月 18 日 星期一 主编:马晓才 执行主编:李 洁 徐青青 美编:楼燕红 战略合作: 杭商传媒 联系电话:0571-85068763



吴海平 / 摄

■ 刘 亭 / 文

在我看来,“山海共富”首先是一个“山海协作”的加强版。今年省里都在纪念习近平总书记当年在浙江组织实施“八八战略”20 周年,而“山海协作”就是其中的一个组成部分。那时候总书记强调要发挥浙江的山海资源优势,原文是讲“念好山海经”。

浙江陆域面积 10 万多平方公里,是个“七山一水二分田”的地形地貌。另外还有 26 万平方公里的海域面积。怎么样把山海资源的优势,转化为全省协调发展的胜势?总书记提出了一个很具体的抓手,那就是“山海协作”。

当然,这是一个形象的说法。这里面的“山”,是指包括海岛在内的相对欠发达的地区,特别是山区 26 县;“海”则是指相对比较发达的沿海和平原地区。“山海协作”实际上是推动省内比较发达的地区,如何与相对落后的地区携起手来,加强沟通交流、互帮互促、共同发展。

其次,它也是一个共同富裕的现实版。“山海协作”实施 20 年来,取得了丰硕的成果。今天我们再来看“山海协作”,实际上它已经和我们的一个带有终极意义的价值观联系在了一起。那就是中国式现代化,是全体人民共同富裕的现代化。

浙江目前是全国第一、也是唯一的“高质量发展建设共同富裕示范区”。现实地推进共同富裕,一大要求就是能够逐步缩小地区之间、城乡之间和不同社会群体之间的收入差距。“山海共富”通过促进农优产品的产销两旺,一头连着乡村振兴、农民致富,一头连着城市消费、拉动经济,是一个以工补农、以城带乡、区域协调、城乡共富的好载体。

“山海共富”窗口,是浙江第一个农产品流通领域的“山海协作”项目。现在农产品的流通,我的看法是“又堵又不堵”。“不堵”是指改革开放这些年来,随着市场经济和电子商务的发展,现在物流快递已经成了一个很大的产业。好比说“三通一达”、邮政快递、顺丰速运等,不少经营规模在世界上都是数得着的。我们的经济总量大、人口数量也多,因此物流一发展起来就是世界级的规模。但是,如果把这个总量细分到农产品的物流上,这时候就有可能“堵点多多”了。

这是因为,除了大宗农产品以外,那些个农特农优产品往往规模批量小、生鲜保持难,生产又是高度分散化的,最后进到深山老林和荒郊野岭里,交通运输也不太顺畅。加之经营线路、仓储冷链、综合调度、操作规程、网点人员等等一系列配套条件的不完善、不到位,结果就很难吸引大型物流企业躬身入局,最终也就表现为农产品物流服务的有效供给,其实还是不足的。

我这个“山海共富”的窗口项目,能不能在解决堵点方面发挥一定的作用呢?当然

能!其实这个窗口,就是为了让农优产品适销对路、货畅其流而构建起来的。

凡事都要问题导向,既然是这个问题的话,那就需要有针对性的来加以解决。现代集团的山海共富窗口,表面上只是一个陈列各地农优产品的展销窗口,其实他们正在把手中的工作,往前里做、往下里做、往深里做。或者换句话说,山海共富的窗口是一个坚持长期主义的平台企业。

他们持之以恒,十年甚至是二十年磨一剑,就是要顺应政府的引导和推动,他们主动参与、积极探索、顺势而为,从县、乡和村的基层做起,从新农人的培训做起,从搭建展销窗口、直播基地、信息系统和网络平台做起,把涉及消费帮扶的生产端、物流端和销售端的“三端”融为一体,共同发力,以打造一个覆盖全产业链且做到无缝对接、高效运作的新模式。

消费帮扶是一个涉及多方面、长流程的运行过程。既然上述的种种不配套,最后对农优产品的物流,造成了一个“堵”的后果,那我们就要顺藤摸瓜、按图索骥,最后下苦功夫去一个一个地补上它、健全它、完善它。

没有标准的,要编制标准,相应建立品质溯源体系。没有仓储的,要去筹建仓储。这次 8.18 的消费帮扶研讨会上宁波分享的“两地仓”经验,生生把单位物流成本削减了一半!这样的话,物流公司也就会主动找上门来了。

没有冷链的,去完善一条冷链;信息不灵光的,去参与打造一个开放式的信息平台。一头把最生鲜的、最有机、最安全的农产品相关信息收集上来,另一头又往千千万万最有购买力的消费者那里贯通下去。然后通过网络平台撮合成交,并相应提供“第三方保险”。这么一来,死水一潭的局面就激活了,内循环也就起来了。

品质溯源要溯上去,生产标准就要建立起来;作为消费帮扶产品的标识,也是要打上去的。标识要以标准为基础,省里的对口办正在抓这件事。这样一来,所谓高度分散的“小生产”,就对接和纳入到那个宏大叙事的“大市场”中去了。这是一个具有历史意义的飞跃!但天下的事,都是人干出来的,所谓“事在人为”。要搞好这种基于标准的标识认证,就要开展相应的新农人的教育和培训。尽管四、五十岁了、甚至是人们调侃的“3860 部队”,但原来就在家门口、在路边摊叫卖,和现在按达标生产、高效物流、诚信展示这么一个全链条的体系和模式去对接的时候,这里就要做出很多相应的改变和改革。省里力推的“两进两回(科技、资金“两进”和青年、乡贤“两回”乡村)”行动计划,就是一个不错的选择。

窗口不但得组织直播,扩大宣传,关键还要搭建“三端交融”的信息系统和平台。不但要在信息平台上生动展示,关键还要让供

需双方顺心地撮合成交;不但要撮合成交,还要通过信用保障保险机制让产销双方安心地扩大交易。再加之下线实体市场的对照互鉴,所有参与各方都有望做到最大限度的放心。上述这一系列的配套完善,现在都在山海共富窗口统一谋划、逐个落实的业务推进之中。相信当这一体系构建完成、落地生根、有效运作的时候,我们前面担心的“堵点”,将会因为他们的攻坚克难、补上短板而不再突出,最终或将不复存在。

据我所知,我省这个窗口,虽然也有一定的物流能力,但是从他们做“三端发力、全链条消费帮扶新模式”的角度来说,他们会更多地延请现已成规模、成气候的大中型物流公司来参与,而不是所谓的“包打天下”。合作共赢嘛!社会化的大生产,就讲究个资源和要素的优化配置。谁有长处,谁就尽量发挥。如果是独立的物流公司得不到农产品承运的信息,那我就来帮助您对接好,然后您直接去拉货就是了。您挣您的运输钱,我挣我的服务费。这样一种各司其职、各尽其责;各展所长、各得其所的统一大市场愿景,正是我们建设高水平市场体系、发展现代市场经济的理想状态。

直播现在窗口起码有 100 多台了,当然还在发展之中。确实有好的产品,应该说搞直播不成问题。现在的年轻人,不要说是专门学传媒的,只要对产品用心了解,才艺了得,能对着镜头不打怵,伶牙俐齿,那就完全可以做好直播。直播是一个促销的利器,但窗口从销售这一端要全力做好的工作还有很多,我想到的起码有以下几个环节:

首先是信息畅达。亿万农民在生产端提供农产品,亿万的消费者在销售端等着买到农产品,这里面的关键,是一个纷繁的、海量的信息如何实现有效的对接。一是信息是不是足够充分,二是对接是不是足够快速。马云为什么提倡“新零售”?“新”就“新”在它线上线下一体化了。线上的信息流,有序引导着线下的实物流,不再是“瞎子摸鱼——撞大运”了。当然,线上的农优产品信息不知是否靠谱,那我还可以逛逛实体店。真刀真枪地品尝过以后,他就会成为“好货出山”“有粘性”的客户、死忠粉。

其次是信用保障。现在我们都担心农产品的安全。这个店家、这个农户、这个产品,到底是不是货真价实、童叟无欺?假冒伪劣是目前市场上的一个大问题,也可以说是最大的一个问题。大家对网购也多有诟病,对此我个人倒认为,只要政府监管和网购平台能很好协同配合,网购反而是可以比较有效地打假的。因为网络是有记忆的,根据网络留痕查处假货和制假者,不但人赃俱获,而且铁证如山。但是现在政府的市场监管部门,和网络平台的运行管理部门,在配合上或许还不能真正做到“同频共振”、携手同行。

作为网购平台来说,我只能提供相关信息和线索,但我不是执法者。市场监管部门执法,平台必须无条件配合,要什么数据就得给什么数据。两者之间的联动要能健全一个章法,且能得到高效的执行。消费者可以监督,但要“打假”有点难,成本也太高,况且也不是他们的职权和义务。市场监管要善待平台经济,更要善用数智手段。只靠几个戴袖标的执法人员,到实体店或专业市场去巡视,那恐怕还是远远不够的,更何况网购在社零数据中所占的比重越来越大了。

再次是保险机制。商品交易过程当中发生争议怎么解决?阿里的经验就是搞个支付宝,通过支付宝来提供第三方的保险。之前发改和农业部门曾积极探索农业保险,这件事还要做细做实。政府部门、保险机构,还有平台企业,合在一起提供一个农产品的保险机制,那太好了。付那么一点有限的保险费,最后能够保证成交的农产品货真价实,出了问题可以得到补偿,对产供销多方都有利,又何乐而不为?

最后是社会监督。正面的,可以通过媒体进行报道,加以鼓励;反面的,媒体的曝光和鞭挞也很重要。尽管媒体是“无冕之王”,但政府的市场监管部门更重要。有法可依、有法必依,违法必究,执法必严,在这么一个法治的环境下,无论是生产者、流通者还是消费者,无论是政府、市场还是商家,大家都按法治的思维去行事,这最后的销售环节就会放心大胆地成交。

只要把前面相关的这几个环节完善起来了以后,销售应该是不成问题的。市面不领我有信息畅达,撮合成交我有信用保障,规避风险我有保险机制,发生争端我有社会监督特别是政府监管。其中政府监管和网络平台的协同配合特别重要。法院如果要判决一个案子,那是要讲证据的,是要举证证真的。把事实搞准了,然后才能根据法条定罪量刑。网购的大量证据都在网络平台,监管部门要能够有效利用,互相之间要有一个具有法定效力的“契约”,把责任和权利厘定清楚,然后按照权责统一的原则去切实加以落地。销售重在体验,本来我们是农优产品,是“好货出山”,可最后拿到消费者手里却惹一肚子气,还多有不放心,这就白忙活了。要按问题导向的原则,是什么问题就解决什么问题,“好的消费体验”才是硬道理。

山海共富某种意义上,也是山海协作和共同富裕的融合版。从浙江的辨识度来看,主要是有效市场和有为政府的有机结合。山海协作最初起步,主要是政府在那里推动。上级政府一旦发现地区之间发展和贫富的落差较大,那就要想方设法缩小差距,希望实现比较协调或均衡的发展。这当然是很有必要的,因此让“山海”两方面携起手来:你有能耐,你有本钱,你就去帮一把弱勢方。这件事一开始的第一推动力,显然要靠党委和

政府、各级组织,但是执行下来的情况,后来发现光是依靠政府,效果还不够理想,尤其突出的是不可持续。中央说得很清楚,市场才是配置资源的最佳手段,要起“决定性”的作用。那政府的作用体现在哪里呢?就是在遵从市场对资源配置起“决定性作用”的前提下,或者基础之上,去为这些市场配置资源的作用发挥,去创造一个比较好的政策环境。这,才算是“更好发挥政府作用”。

所以,从浙江的山海共富窗口和平台就可以看出来,政府和对口办在前面讲东西部协作、推消费帮扶。但具体如何去做,还是要用好市场的力量,带上企业,带上农户。怎么带?首先把平台企业给带起来。

现代集团从做市场起家,已经 35 年了,这本来就是他的强项;老总是第一代的风云浙商,当时是最年轻的一位,至今屹立不倒。这么多年走下来,证明这些浙商不但是市场经济的弄潮儿,水性很好、有一套本事之外,确实也是有情怀的,是跟党和国家的重大战略合拍的。他们这些年在成长发展的历程中,对自己的要求就是“两个健康”,民营经济健康发展,民营企业健康成长。

我觉得党和政府要更好地发挥领导作用,最高的境界就是“引而不发,跃如也”。方向指明、愿景描绘、道理讲明白了以后,把那些有情怀的、有格局的、与落后地区的发展有共情力的企业家召唤起来,组织起来,引领他们去投身山海协作、山海共富的事业。领导和官员才多少人?发展经济、改善民生,说到底还是要靠千千万万的市场主体,尤其是企业家。

当然,现在的企业在新的技术和市场条件下,也在分化和改组之中。在激烈的市场竞争当中,有两类企业是比较合适的:一是应对能力比较强,人才积累比较厚实,企业家格局也比较大,他慢慢地做下来,就会发展成为平台型企业。然后是一众中小微企业,能力和格局有限,但专注于比较单一的产品、细小的环节,他慢慢地做下来,也就会发展成为专精特新企业。在那些细分的领域里,他就是有“两把刷子”的,是个隐形冠军。平台企业和专精特新企业有机融合在一起,可望形成一个良性互动的生态圈。平台企业多提供一些综合性的、或者叫公益性和半公益性的服务,专精特新企业把自己小产品和单一环节做到精益求精,很有竞争力,这样一种企业的组织化结构,对区域经济的健康发展,无疑是个福音。

在这种新背景下,那种当不了鸡头、又不愿当凤尾的企业,那些不上不下的“半吊子”企业,日子就会比较难过,前景也好不到哪里去。特别是在总体经济增长下行的态势下,往往只能不断下滑,甚至关门大吉了。商场如战场,航母从来不是孤军作战,而是一个包括驱逐舰、扫雷艇、潜艇,补给舰等一大

▶▶▶【紧转 A3】