

从世界工厂到世界市场

智库要做

“扶智”的先锋

□ 汪长明

签大项目多，带动出口作用明显。作为经济全球化的重要参与者、贸易自由化的有力推动者，中国已成为世界经济体系和国际贸易体系中不可或缺的一员，并日益深刻地影响着世界经济格局。

目前，中国已经从全球化的参与者、适应者逐步成长为全球化的倡导者、推动者和引领者。从历史纬度看，中国参与全球化进程主要体现为两个阶段：前一阶段从1978年至2001年(中国加入世界贸易组织)，是中国经济融入世界经济、中国市场对接世界市场的过程；后一阶段从2001年至今，是中国成为世界经济重要“增长极”、中国市场成为世界市场并影响世界市场走势的过程。如今的中国经济，已然融入世界市场经济体系，参与经济全球化的广度和深度不断提高，在世界经济体系中的地位和影响，在全球经济治理体系中的话语权，大幅提升。

经济全球化是历史大势，促成了贸易大繁荣、投资大便利、人员大流动、技术大发展。全球贸易总额占全球经济总量的比重，已从我国改革开放之初的30%上升至当前的70%。与此同时，发展失衡、治理困境、数字鸿沟、公平赤字等问题也客观存在，制约了全球化的进一步发展。中国推动的共建“一带一路”重大倡议，为提振世界经济、克服全球化负面效应、遏止全球化进程放缓，提供了全新的解决方案，标志着中国正成为促进世界经济稳定增长和全球化继续发展不可或缺的重要力量。

“一带一路”为中国成为“世界市场”提供了时代机遇

2019年是“一带一路”倡议提出六周年。六年来，“一带一路”夯基垒台，立柱架梁，从“落地开花”到“根深叶茂”，从掷地有声的“中国倡议”转变为共商、共建、共享的“世界行动”，在世界范围内深入人心，其根本理念和实施方案已得到绝大多数国家的广泛认同。截至2019年4月26日，中国已与127个国家、29个国际组织签署176份“一带一路”合作文件。六年来的成功实践证明有力证明，“一带一路”既是中国与世界两个市场互联互通、互利共赢的重要多边合作平台，也为中国成为“世界市场”提供了难得的时代机遇。

“一带一路”有利于完善世界市场机制。“一带一路”建设的核心是“五通”，即政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融

通、民心相通五大重点领域。互联互通是共建“一带一路”的主线，为完善世界经济体制注入了新内涵。加强政策沟通是“一带一路”建设的重要保障，包括发展战略对接、发展规划对接、机制与平台对接和具体项目对接四个层次。机制与平台作为实施规划的重要载体，是共建“一带一路”倡议框架下双边和多边合作规划如何开展、怎样推进、能否落实的关键环节。机制与平台对接，旨在将各国有关执行机构、法律法规有效衔接起来，在制度层面求得最大公约数，寻求共识、化解差异，构建顺畅的交流、沟通、磋商渠道和机制，并更有效地对接有关资源，及时解决规划实施和项目执行中面临的问题和困难。由于各国国情有别、文化不同、制度各异、发展阶段与发展程度千差万别，形成和推动实施发展战略与规划的机制也应因“国”而异，做差异化处理、个性化安排。

“一带一路”倡议强调经贸规则的互联互通，以共商、共建、共享为基本原则，以和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢的丝绸之路精神为指引，以打造命运共同体和利益共同体为合作目标，以灵活务实的方法兼顾各国利益，及时化解合作中出现的矛盾和分歧，“凡事商量着办”，通过贸易投资政策协调、规章制度制定和发展战略对接，促进货物贸易、服务贸易、投资与国际物流等便利化，有利于完善世界市场机制，降低交易成本，提高世界市场效率，通过拉动相关国家经济增长促进世界经济整体、稳定增长，实现世界经济再平衡和世界市场良性发展。

“一带一路”有利于发展中国家扩大世界市场份额。当今世界，经济霸权主义、贸易保护主义死灰复燃，部分发达国家为了自身利益不惜牺牲落后国家的发展，使原本经济比较落后、处于产业链下游的广大发展中国家的经济主权和发展权益受到侵蚀。中国作为发展中国家的一员，对广大发展中国家发展的迫切需求感同身受，无论双边还是多边场合都一如既往地无条件支持发展中国家探索适合本国国情、符合自身特色的发展道路，并通过多种方式增强发展中国家自主发展能力，帮助发展中国家摆脱贫困，早日走上国家发展繁荣、人民安居乐业、社会稳定有序的发展道路。“一带一路”建设的稳步推进，对发展中国家把资源优势转化为发展优势起到重要推动作用。在“一带一路”框架下，中国为广大发展中国家提供了大量无偿援助和优惠贷款，提供了不附带任何政治

条件的技术、人员和智力支持，帮助发展中国家完成经济社会发展和民生改善项目。由于经济上长期保持了较快速度的增长，以中国为代表的发展中国家发展权益得到有效保障，经济话语机制得到有力维护，在世界经济中所占比重、在世界市场的份额逐年提高。

“一带一路”基于市场规则搭建了国际公共产品供给新平台。“一带一路”倡议秉持利他属性和共赢本质，自提出以来，国际社会给予了高度关注，多数国家尤其是沿线国家予以积极响应。经过六年的建设，“一带一路”朋友圈越来越大，合作成果越来越丰硕，在国际上赢得的认可度和响应度越来越高。“一带一路”倡议致力于解决世界日益增长的对国际公共产品需求与落后供给能力之间的矛盾，根植于历史，但面向未来；源自中国，但属于世界。本质上，“一带一路”已经成为跨区域、跨国别、跨文明、跨集团的开放式国际合作计划进程，是一项各国均可参与、各方共同打造的全球公共产品尤其是基础设施类公共产品。

“世界市场”彰显中国主动开放、促进世界经济发展和决心和行动

随着经济实力的日益强大，中国正在将自身增长模式转变为更多依赖消费、更少依赖投资的消费和创新双轮驱动发展模式。在从“世界工厂”转向“世界市场”过程中，中国会为全球企业提供一个规模巨大、增长迅速的消费市场。推动消费升级，改善消费环境，激发居民消费潜力，充分发挥消费作为保持我国经济平稳增长的“压舱石”和“稳定器”，成为全面深化改革的重要方向和中国经济转型升级、实现高质量发展的重要保障。

中国消费市场的日益扩大和居民消费水平、消费品位的日益提高，导致中国的国际化消费需求与日俱增。数据显示，从2007年到2017年，中国家庭消费总额从仅为美国的13%升至34%。世界货币基金组织预测，到2026年，中国经济规模将与美国相等(以美元计算)；到2027年，中国的消费总额将达到美国的74%，中国将成为一个非常重要的市场，并将出现一个大众消费型社会。在此背景下，旨在坚定支持贸易自由化和经济全球化、主动向世界开放市场的首届中国国际进口博览会，取得了巨大成功，在全球范围内产生了广泛影响，受到国内外广泛关注和高度赞誉。中国国际进口博览会今后将形成与“一带一路”相呼应的常态化机制，就中国而言，这不仅是中国通过积极扩大进口促进贸易平衡发展的实际行动，也是满足企业发展进步和人民美好生活需要的体现，是推动中国消费型世界市场形成的重要举措；就世界而言，中国国际进口博览会和“一带一路”等平台机制，将成为我国通过满足国内消费需求、增加进口、促进世界经济和国际贸易发展、而提供的一项重要国际公共产品。

(作者系上海交通大学钱学森图书馆学术

研究部副部长)



园艺发展助推农村增绿、增收、增效

□ 邓秀新

菜损耗率在5%以下。园艺产品从田间生产到消费端的整个流通过程中依次需要经过中间商或经纪人的田间(地头)收购、产地批发、长途运输、销地批发、销地零售等多个环节，各个环节层层加价，导致流通成本高，零售价格居高不下。

生产组织化程度低。与现代园艺产业规模化经营相适应的生产主体主要有家庭农场、园艺产品农民专业合作社和园艺产品生产企业三种类型，然而，当前我国园艺生产仍然以小规模的农户生产为主，从业者年龄偏大、受教育程度不高、经营规模狭小、兼业化现象普遍。园艺技术是推动园艺发展的前提，但由于我国园艺技术推广不到位，导致很多从业人员的知识水平不够，在种植时只凭自己的经验或跟风种植，园艺种植方式往往一成不变或水平不高。园艺产品合作社规模小，实力弱，技术服务程度低，合作社的仅有几十名成员，大的也不过联系200~300家农户，“五统一”远远没有实现。具有一定规模和效益的现代园艺产品生产企业数量不多，部分企业以占有土地、套取补贴等为经营目的，没有真正地发挥龙头企业应有的作用。

技术水平相对落后，缺乏品牌建设。育种技术是园艺产业的核心技术之一，但目前我国园艺种子市场受到国外种子的冲击较大，许多园艺产业重地都对国外种子有着较高的依存性。我国园艺产品加工业发展严重滞后，园艺产品机械化水平和生产装备水平还比较低，加工能力不足。此外，设施园艺生产中的设施简陋、环境调控装备差也严重制约了园艺作物的生产。我国园艺产品每年的输出量十分可观，例如水果和花卉的出口率很高，但是这些产品大都是没有品牌的半成品，没有经过特别的加工，附加值较低，利润也较低，缺乏国际竞争力。

当前，我国园艺产业产值已超过3.5万亿元，占农业种植业总产值的60%以上，是农民增收的支柱产业之一。我国园艺产品种植面积在我国种植业总面积中名列第二，产值

名列第一，其可持续发展是保障我国国民健康的基础、带动农民增收的手段、平衡农产品进出口贸易的工具和社会进步的标志。在新时代，应进一步发挥优势、找准不足，推动实现我国园艺产业的大发展大突破。

优化区域布局，合理利用资源。因地制宜地制订全国和本地区主要产品优势区域发展规划，突出优势区域的资源特色，明确主导产业，促进要素资源向园艺产品最适产区集聚，促进产业集群，打造优势产业带。倡导果树上山下滩，不与粮、棉、油争地。在适宜区内选择集中成片的荒山、荒丘、盐碱沙滩，发展果树生产，坚决压缩非适宜区种植面积。蔬菜要进一步优化和调整蔬菜种植优势区域的主栽品种结构和产品上市期，充分发挥南方水资源丰富和冬季气候温暖的自然资源优势，积极发展南方冬春蔬菜的种植。针对北方地区光照资源丰富和水资源不足的特点，在北方地区重点发展以日光温室为代表的设施园艺；在人口密集的大中城市，适度发展郊区设施园艺；在高山高台夏季凉爽地区重点发展夏季园艺作物种植。

完善市场体系，做到流通顺畅。一是要通过公司化、规模化、品牌化经营，加强经纪人、运销户、经销商的队伍建设，制定政策鼓励流通企业和组织涉足生产领域等手段，培育园艺产品的流通主体。二是要继续发展新的产销对接模式，将产业链上下游之间简单的买卖关系变为合作联盟，使产销之间、产业链不同主体之间真正成为利益共享、风险共担的利益共同体，实现生产与市场的良性互动，提高产业抵御市场风险的能力。三是大力培育园艺产品拍卖、电子商务等新型流通业态，推动园艺产品的B2B交易，促进园艺产品流通业态的创新与发展。四是加强冷链设施建设，在园艺产品优势产区加强预冷设施建设，提高优势产区商品化处理能力；积极发展保温、冷藏运输，减少园艺产品的运输损耗；提高主销区园艺产品冷链配送能力，培育具有一定规模的专业化

冷链物流服务企业。

加强教育培训，培育新型生产主体。未来园艺产业的发展必然要走规模化经营的道路，因此培育与规模化经营相适应的园艺产业新型生产主体是园艺产业可持续发展的一个重要环节。通过落实九年义务教育，鼓励受过一定种植技术培训的年轻人前往园艺产品主产区创业，抓好乡村干部、专业合作社负责人、农技人员以及广大经纪人、种植大户的教育培训等手段提高菜农、果农的素质。通过积极引导、逐步规范农民专业合作社、合作培训合作社带头人等手段促进农民专业合作社合作经营能力的整体提升。通过各种政策措施，积极扶持园艺家庭农场的发展。在采取措施对社会资本流向园艺产业加以引导和规范的基础上，制定优惠政策鼓励社会资本流向园艺产业。

加大研发投入，打造园艺品牌。要进一步提高园艺产品生产的技术水平和科技贡献率；研发并推广与现有生产模式相适应的园艺产品轻量化生产技术，提高产业的物质装备水平。要进一步缩小园艺产品与国外先进产业的差距，大幅提高园艺生产的机械化水平；更加广泛地应用先进的育种技术、科学的植保和肥水管理技术、适宜的环境调控技术、合理的栽培模式，用标准化生产技术全面提高园艺产品的品质指标、质量安全水平和商品档次，杜绝重大园艺产品质量安全事件的发生，争取在2020年前实现园艺产品的监测合格率100%。推进园艺产品标准化生产体系的建设，确保园艺产品的质量安全，加大园艺产业观光休闲的发展力度，以设施园艺调控技术、农艺栽培技术发展为基础，形成以绿色景观植物为主，以蔬菜、瓜果、花卉等植物配合为辅的布局，使生态园艺产业形成绿色、优美、宜人的发展环境，从而打造园艺产品品牌，提高园艺产品的市场竞争力。

(作者系中国工程院副院长、中国科学技术协会副主席、华中农业大学园艺林学学院教授)

齐鲁策论

习近平主席在第二届“一带一路”国际合作高峰论坛开幕式主旨演讲中指出：“中国既是‘世界工厂’，也是‘世界市场’。”

“世界市场”是经济全球化时代的中国新角色

4月12日，国际货币基金组织表示，亚太地区仍将是未来全球最有活力、经济增长势头最强劲的地区，预计亚太地区在2019年和2020年对全球经济增长的贡献率超过60%，其中中国的贡献率超过30%。在世界经济一体化程度日趋紧密的今天，中国的发展越来越离不开世界；同时，世界的繁荣也越来越离不开中国。中国经济的持续增长及整体经济规模的不断扩大，既为中国经济成为世界经济“稳定之锚”注入了强劲动力，也使中国实现高质量发展、从“世界工厂”向“世界市场”转型、持续提升全球市场需求，成为现实可能。

习近平主席在演讲中指出：“中国有世界上规模最大、成长最快的中等收入群体，消费增长潜力巨大。”2018年，中国超越美国，成为全球最大的社会消费市场。目前，中国在汽车、能源、半导体、奢侈品、旅游、B2C跨境电商等诸多领域，已经成为世界第一大消费市场。中国消费市场的扩大，是中国向世界提供的重要发展机遇，尤其在贸易保护主义、单边主义、经济民族主义有所抬头，世界经济面临严重不确定性的当下，中国坚持维护开放包容的多边贸易体系，成为世界市场内化的有力保障和强劲动力。

改革开放四十余年，是中国积极参与全球化的过程，也是中国经济融入世界经济并实现二者相互作用的互动过程。从世界经济比重来看，中国国内生产总值已由改革开放之初的1.8%上升到2018年的15.2%，进出口总额由1978年的不足1%上升到2018年全球贸易总额的11.75%。中国的发展，为国际资本提供了广阔市场。2018年我国全年实际使用外资1349.7亿美元，同比增长3%（其中对“一带一路”沿线国家实际投入金额同比增长13.2%）。同时，我国对外直接投资也一直在大幅增长，成为中国企业走出去、中国经济融入世界经济的重要标志。2018年全年，我国全行业对外直接投资1298.3亿美元，同比增长4.2%。当前，我国对外投资合作主要呈现七大特点：“一带一路”投资合作稳步推进，占同期总额的一半以上；对外投资结构持续朝多元化方向发展，非理性投资继续得到有效遏制；对外投资方式不断创新，企业对外投资并购活跃，境外融资比例高；第三方市场合作稳妥有序推进，“政府引导、企业主体、市场运作、国际惯例”合作原则得到有效执行；地方企业和民营企业对外投资活跃；境外经贸合作区建设成效显著，促进我国与东道国共同发展；对外承包工程新

我国园艺产业产值已超过3.5万亿元，占农业种植业总产值的60%以上，其可持续发展是保障我国国民健康的基础、带动农民增收的手段、平衡农产品进出口贸易的工具和社会进步的标志。

4月28日，习近平主席在2019年中国北京世界园艺博览会开幕式重要讲话中指出：“北京世界园艺博览会园区，同大自然的湖光山色交相辉映。我希望，这片园区所阐释的绿色发展理念能传至世界各个角落。”近年来，园艺产业作为促进农业增效、农民增收、农村增绿的重要手段，在科技的驱动和市场的拉动下，取得了显著成效，呈现生产规模稳定扩大、供给种类日益丰富、产品质量稳步提高、增收地位更加突出等特点，是绿色发展理念的直接体现。同时，我国园艺产业的可持续发展还面临许多问题和挑战。

生产布局不尽合理。我国园艺产业布局正逐步优化，但仍然存在着生产集中度较高、大中城市供给保障能力下降等问题。随着工业化和城镇化建设步伐加快，我国大多数城市近郊地区的园艺作物生产基地迅速消失，中心城区市场所销售的园艺作物大量依靠外调和农区供应，加剧了园艺作物价格波动的风险。北方设施园艺作物在发展中不可避免地在上市时间和品种上与南方出现了部分交叉，导致南北园艺作物之间呈现出竞争的新态势；同时南方园艺作物各产区间未能形成合理分工，产业结构趋同。

市场化不足，流通成本高。园艺产业既是高度市场化的产业，又是关乎国计民生的产业。目前，在园艺产业发展中尊重市场和遵循市场规律不够，政府直接行政干预较多，利用政策引导不足，往往导致市场供求关系扭曲，加剧价格波动。我国蔬菜流通损耗率高达20%~30%，而目前美国、澳大利亚等发达国家由于普遍采用现代冷链物流，蔬

各级智库作为“思想库、人才库、项目库”，与“扶智”工作有着天然的内在联系，能够以自身智力优势为精准扶贫提供更多内生动力。

□ 谢华育

习近平总书记在解决“两不愁三保障”突出问题座谈会上指出：“要加强扶贫同扶志扶智相结合，让脱贫具有可持续的内生动力。”近年来，在党中央的领导下，各类智库以自身智力优势参与到扶贫工作中，取得了显著成效。智库与贫困地区结对帮扶工作的开展有利于各类先进的科技和社会文化知识向贫困地区输入，智库多层次扶贫决策咨询体系为精准扶贫提供了研究支撑，智库对地方政府精准扶贫工作推进和执行情况的评估也保证了精准扶贫政策得以有效执行。

当前，各级智库推动精准扶贫工作的巨大潜力，仍有待进一步挖掘。

地方智库和社会智库对精准扶贫的作用尚未充分发挥。中央级智库，包括国家党政智库和在京的高校智库在精准扶贫的政策研究以及对精准扶贫政策的制定上具有较强的优势和影响力。据统计，全国排名前列的智库多为中央级国家党政智库，地方智库的占比较少。从地域分布上看，排名靠前的地方智库大多位于中国南方省区。同时，社会智库和企业智库的排名往往较靠后，从一个侧面反映了社会智库与企业智库尚没有积极参与到精准扶贫工作中来。究其原因，一方面，社会智库很难获得相关的研究数据信息，另一方面，社会智库也往往缺乏渠道深入贫困地区进行调研。这也使得中国各级政府向社会智库购买决策咨询服务的情况相对较少。社会智库一般会依托或者联合较有影响力的高校智库和党政智库进行研究，利用自身体制机制的灵活性，开展较为深入的研究。企业智库对精准扶贫工作的参与更少，这是由于中国企业智库发展起步较晚，且多从事经济和产业议题研究，加之自身资金压力，较难开展更具公益性的扶贫研究。这也使得企业智库拥有的经济和产业资源较难与精准扶贫工作对接。

智库服务功能有待进一步拓展。通过中国特色新型智库的建设和创新，在精准扶贫过程中，中国智库已经展现出诸多符合国家治理体系和治理能力现代化要求的功能特征。但是依然有许多领域有待完善。首先，中国智库对于贫困人口的政策宣讲力度不足。从某种角度看，智库应该通过积极宣传，引导贫困人口了解中国精准扶贫的精神与方向，树立真脱贫的志向，不仅仅是通过介绍政策帮助贫困人口满足眼前的利益需要，还要通过政策宣讲帮助贫困人口实现“真脱贫”。然而这恰恰是中国智库参与精准扶贫工作所欠缺的。其次，智库对贫困地区以外的政策宣讲缺乏。这种局面的形成，需要让贫困地区以外的单位和个人了解中国“精准扶贫”战略，这既依赖于媒体的宣传，也需要通过智库宣讲，使精准扶贫深入人心。在这一方面，中国智库及智库研究者的工作相对缺乏。最后，智库平台功能作用尚不完善。智库的平台功能不可以简单地理解为智库与公共政策制定的相关方政府、社会、专家发生单向关系，而是应该拉近这三者之间的距离。在这点上，目前中国智库采取的创新并不多。一些发展中国家智库通过演讲、研讨会、圆桌会议等形式，使贫困人口和政府官员坐在一起，加强他们之间的相互了解，既有利于反贫困公共政策的制定，也有利于贫困人口了解政策。这些做法值得我们学习借鉴。

智库研究成果的政策转化率不足。目前，精准扶贫已经成为中国学术界和智库研究的热点领域。许多研究者也就精准扶贫问题进行了深入的调研，但是相关研究依然更多地向理论化方向推进，较少转化为有助于公共政策制定的智库成果。一方面，许多研究者来自高校，不熟悉中国行政机构公共政策制定流程和方式，难以较有针对性地根据各个行政部门的职责权限，提出具有操作性的政策建议。另一方面，一些智库缺乏向政府机构报送智库成果的渠道，无法将调查研究中了解的扶贫动态和政策建议及时向政府决策层传递。

党的十九大报告明确提出，要坚决打赢脱贫攻坚战，坚持大扶贫格局，注重扶贫同扶志、扶智相结合，做到脱真贫、真脱贫。各级智库作为“思想库、人才库、项目库”，与“扶智”工作有着天然的内在联系，有能力和义务在精准扶贫中发挥更大的积极作用。

进一步激发地方智库和社会智库的积极性。地方性智库了解当地贫困情况，在扶贫问题研究上有着深厚的积累。各级政府应重视地方性智库在地方性扶贫政策研究中的成果，为地方性智库开展精准扶贫研究提供适当的资金支持，与扶贫工作有关的各级政府部门应开放扶贫信息资源。企业智库和社会智库在精准扶贫中可以发挥巨大作用。推动社会智库参与精准扶贫实践，促进社会智库和党政智库、高校智库进行合作研究，鼓励社会智库积极宣传精准扶贫工作，进而引领全社会参与精准扶贫。对于企业智库，特别是一些大型集团公司，可以依托自身的研究部门或下属企业智库开展相关研究，提升产业扶贫研究，探索精准扶贫新模式。

智库探索智库功能创新。智库应更多地参与精准扶贫的政策宣传工作，使农村贫困群体了解政策、用好政策。应该倡导智库走村入户，对贫困户进行长期跟踪，了解贫困户信息，为深入研究做准备。同时结合贫困户实际情况，有针对性地向贫困户宣讲政策。智库还可以通过研讨会、圆桌会议，邀请政府和贫困户代表就扶贫问题进行座谈，加强与政府与社会联系。智库应向社会和学术界积极推介自身研究成果，促进精准扶贫研究的交流。智库还应完善自身服务功能，不仅从事精准扶贫的前期预研究，还应加强对政策的跟踪，了解社会对政策的反馈信息，研究进一步完善精准扶贫的对策建议。智库应该积极发挥自身社会资源丰富的优势，动员企业和个人参与到精准扶贫工作中，使社会扶贫资源向贫困人群精准投放。

加强智库研究成果的政策转化率。不同智库可以通过智库联盟，共同进行精准扶贫研究。智库联盟可以选择优秀智库研究成果，通过各类报送渠道向政府报送。政府应积极向各类智库传递有关精准扶贫的政策研究需求，为智库调研提供便利，促进政府需求和智库供给相对接。政府还要积极促成智库研究人员在与精准扶贫相关的政府部门挂职，推动智库科研人员了解政府决策的流程和方式，促进智库研究贴近政府需求。智库之间可以通过召开论坛、建立访问学者制度、推动共同研究和人员交流等方式，推动智库成果质量不断提高，为扶贫工作提供更优秀的智力支持。

(作者单位：上海社会科学院经济研究所)