

打通产业界限 融产销为一体

农业现代化根本路径是发展“第六产业”

■ 本报记者 范丽敏

路具有重要的借鉴意义。

国家发改委近日召开新闻发布会,解读《国务院办公厅关于推进农村一二三产业融合发展的指导意见》(以下简称《意见》)。

“推进农村一二三产业融合发展是立足于农业农村,通过加快农业结构调整、促进农业产业链延伸、开发农业多种功能、大力发展农业新业态等方式,加快建立现代农业的产业体系。”发改委农村经济司司长吴晓说。

从国际经验来看,日韩等国家为提高农民收入和农业竞争力,都从完善农业产业链和供应链、发展“第六产业”等方面着手。“所谓‘第六产业’,实际上就是一二三产业的融合,‘1+2+3’=6,‘1×2×3’=6。”吴晓说,这些国家推进农村融合发展的经验,对于中国探索特色农业现代化道

路具有重要的借鉴意义。在北京福来品牌营销顾问有限公司董事长姜向鹏看来,“第六产业”即是把农业变成综合产业,把产销融为一体,提高流通效率,实现产品增值,从整体上提高农业经济效益。姜向鹏说:“《意见》首次提出‘推进农村一二三产业融合发展’,揭示出实现农业现代化的根本路径和方向是转变生产组织方式,从产品经营走向产业化,最后把农业由第一产业变为‘第六产业’。”

吴晓认为,发展“第六产业”、推进一二三产业融合的重点,是打破产业的界限,形成农业和二三产业交叉融合的现代产业;推进产业融合发展的核心,是完善惠农、富农的利益联结机制,让农民真正分享产

业链延伸、产业功能拓展带来的好处,也就是促进农民增收;推进产业融合发展的根本路径,是把新技术、新业态和新的模式引入农业领域,用现代理念来引导农业发展,用现代技术改造农业生产方式,从而提高农业竞争力;推进产业融合发展的关键,是充分发挥市场配置资源的决定性作用,以市场为导向,调动各类市场主体的积极性。

“当前,中国经济发展进入新常态,农业发展进入新阶段。”国家发改委秘书长李朴民表示,随着农业生产成本持续上升,资源环境约束力增强,国际农产品市场影响加深,依靠拼资源、拼投入的粗放式农业发展道路已难以为继,迫切需要加快转变农业发展方式,推进农村产业融合

发展,构建现代农业产业体系,促进农业增效、农民增收和农村繁荣,为国民经济持续健康发展和全面建成小康社会提供重要支撑。

李朴民透露,下一步,发改委将从推进产城融合、继续发挥专项建设基金带动作用、启动实施“百县千乡万村”试点示范工程、设立农村产业融合发展投资基金等方面推进农村一二三产业融合发展。

需要指出的是,《意见》还提出加大财税支持力度,即支持地方扩大农产品加工企业进项税额核定扣除试点行业范围,完善农产品初加工所得税优惠目录;落实小微企业税收扶持政策,以及积极支持“互联网+现代农业”等新型业态和商业模式发展。

◆ 市场动态

粮价改革要市场定价 不能让农民太吃亏

中央农村工作领导小组副组长、办公室主任陈锡文1月10日在北京表示,当前的粮食问题带给人很多困惑,一方面国内产量不断增加,另一方面进口量也在持续增长。从价格的角度来看,国内的粮食价格明显高于国际市场价格。

“我们的问题在于生产结构不适应需求

结构,增产的不是需求的。”陈锡文认为,下一步当然要大刀阔斧进行粮食定价机制、补贴方式和收储制度等等一系列的改革。

“目前改革基本的共识已经形成,基本方向就是市场定价,价格和补贴分离,价格要由市场来决定,价格不再承担补贴农民的义务。”陈锡文说。

陈锡文认为,总体来看,这一轮的改革至少要实现四个重要目标:一是必须“挡住进口”,这并不是说拒绝进口,而是要国内的市场价格回归到市场需求的水平,能“顶住”进口;二是要不增加新的库存;三是要搞活市场,实现多元化主体、多渠道流通;四是不能让农民太吃亏。

火车票票面广告首次公开招商 “广告票”可达22亿张

“松花湖”号、“好想你”号……继火车列车被“冠名”之后,全国铁路在广告推广上又有新动作。

去年11月和12月,中国铁路建设投资公司(以下简称中国铁投)先后发布两次招商公告。

第一次就南宁、昆明和乌鲁木齐铁路局发售的铁路客票票面广告面向社会进

行公开招商,第二次参与铁路客票票面广告公开招商的部门进一步增加,全国所有的铁路局,除兰州铁路局外,都有参与。两次共涉及铁路局17个。

广告招商,其发行量和影响力都是广告主看中的资源,这次铁路也在这方面做足了宣传。招商公告中称,随着我国铁路建设和开通运营线路的不断增多,

铁路旅客列车已成为广大人民群众出行的重要交通工具。铁路客票票面广告媒介具有受众规模庞大、传播范围广泛、到达效率高、性价比高、发布数量真实可靠等众多优点。

火车票的发售数量也相当可观,初步计算,17个铁路局的客票总数量超过了22亿张。

唯品会涉售假茅台 回避产品质量问题

近日,唯品会售假茅台事件引发关注。去年12月8日,唯品会推出“知名白酒特惠专场”促销活动,市价850元一瓶的53度飞天茅台,只卖580元。很快,所有产品销售一空。但后来有消费者到专卖店鉴定发现,买到的是假货。

面对消费者投诉,唯品会后来提出,

无论后续回收的产品鉴定结果如何,对本次购买商品的903位消费者都进行先行垫付商品价值10倍的补偿。通过在一些维权QQ群和微信群的调查和了解,确实有不少消费者已经拿到了赔偿。

然而,针对唯品会提出的解决方案,

中消协方面最新发布了致唯品会的劝谕函,认为唯品会虽然承认所售的是假茅台,但“回避产品的质量,强调‘无毒无害’,没有解除消费者对此问题的担心”,因此,进一步要求唯品会“全面客观公正检测,并公示结果”。(本报综合报道)



『全面二孩』政策将成拉动消费新引擎

■ 金刻羽

2015年10月,中国宣布将实行“全面二孩”政策。“全面二孩”政策不但影响深远,而且将比独生子女政策对社会产生更加积极的作用。

中国目前的储蓄率非常高,导致其他国家经常把全球经济失衡和利率下跌怪罪到中国头上。而且如此高的储蓄率也不利于中国经济从出口驱动向国内消费和服务驱动转型。“全面二孩”政策可能对推动经济转型起到不可或缺的作用,而且这一进程将比大多数观察家预期的快得多。

截至目前,经济学家主要关注的是中国人口结构即将迎来的改变。受到独生子女政策影响,中国20岁以下的人口比例已经从1970年的51%下降到2010年的27%;而同期内,60岁以上的人口比例却从7%上升到了14%。结果,年龄中位数从20岁升至35岁。

随着退休人口的数量超过劳动人口,当下的年轻一代将会承受更大的压力。确定无疑的是,今后每个“80后”独生子女平均将赡养两位老人。

而“全面二孩”政策推出后出生的一代人到了中年后,他们平均每人只需赡养一位老人,这将大大缓解其经济压力。当然,这是几十年以后的事情。我们可以发现两者在消费变化上的量级差距。(当然,双胞胎的父母无法长期平均分配消费支出,或许说明这种比较并不完全贴切。)

在储蓄方面,2009年,有两个孩子的城市家庭平均将12.8%的收入存入银行,而只有一个孩子的家庭储蓄率高达21.3%。相等收入水平的两类家庭在储蓄率上均有巨大差距。

这种由养育孩子引发的消费增长将尤其影响某些行业。孩子数量的增加将推动儿童图书、玩具、童车等行业的股价上涨。随着这一代孩子长大,对住房、人寿保险和药品的需求也将大大增加。

但最大的区别在于教育投入。根据2009年一项对中国城市家庭的调查,独生子女家庭将10.6%的收入用于子女教育,而双胞胎家庭则需花费17.3%。随着“二孩家庭”不断增加,教育消费将使中国的储蓄率降低7至10个百分点,即从今天的30%下降到10年后的22%。

但需要注意的是,更多的孩子也意味着每个孩子身上的人均教育投入是下降的,这不利于人力资本的形成。年满15岁后,平均每个双胞胎子女比独生子女从家庭获得的支持较少,这也造成了教育成果上的差距。前者比后者进入职业教育学院的可能性要高40%。

即使如此,中国仍亟需转向“全面二孩”政策,这不只是为了实现调整人口结构这个长期目标。当然,“陷阱”是存在的,过渡是艰难的。但这项政策将有利于中国经济实现更加稳定的长期增长。

(作者系伦敦政治经济学院终身助理教授)

海外订单多 企业生产忙

元旦过后,受国际市场回暖影响,河南省商丘市夏邑县羊毛衫生产企业出口海外的羊毛衫订单猛增,工人们加班加点赶制产品,满足出口市场的需求。

中新社 苗育才 摄

“二次元”舞出千亿美元市场 各路资本“等风来”

■ 黄丽 吴林静

“二次元”一度被视为是“亚文化”,徘徊在主流文化之外。腾讯集团副总裁、腾讯影业CEO程武曾在稍早之前的一次演讲中,解释了“二次元经济”这个行业新概念。现在,“二次元”世界正扑面而来。动画电影《大圣归来》成为票房黑马,《十万个冷笑话》出乎意料地成为银幕宠儿。正是看好其前景,资本市场才动作频频,大量投资不断涌入。

“二次元”,是以动画(Animation)、漫画(Comic)和电子游戏(Game)为主要切点的ACG爱好者群体,目前也泛指动画、漫画、游戏、小说、虚拟偶像以及其衍生产品等。与之对立的是“三次元世界”,也就是现实世界。

资本涌入“二次元”

不论接不接受,当宅、腐、燃、萌等一系列二次元新词充斥耳边时,亚文化造成的影响已经不能令人视若无睹了。

随着互联网行业两大标杆企业阿里和腾讯在去年下半年纷纷入股国内最大的“二次元”社区A站(AcFun)、B站(Bilibili),有观

点认为,2015年也算得上是“二次元的资本元年”。

毋庸置疑,这是一个“二次元”潮起的时代。去年8月,A站获合一集团5000万美元A轮融资,腾讯在去年11月领投B站C轮融资,而阿里收购合一集团后,也间接入股了A站。

对于互联网巨头纷纷布局“二次元”领域,有科技媒体曾报道称,A站、B站价值已接近优酷土豆十分之一,阿里、腾讯也将移动端内容人口之争引向“二次元”。

阿里与腾讯在亚文化社区的决对只是冰山一角,随着“90后”、“00后”用户心智和消费能力的成熟,资本对“二次元”内容社区的争夺才刚刚开始。

“泛二次元”覆盖近3亿人

事实上,在两三年前,“二次元”文化还只是小众而边缘的亚文化。

去年以来,国产动漫突然涌现出多部优秀作品。年初,原创国产动画电影《十万个冷笑话》出乎意料地成为银幕宠儿,成为“中

国电影史上第一部票房过亿的非低龄国产动画电影”;半年之后的暑期档,《大圣归来》拿下10亿元票房,让人直呼“国产动漫的春天来了”。

一剂剂的“强心针”,让“三次元”市场的生意人开始打起了“二次元”的主意。资本开始大量涌入,试图再造数个《十万个冷笑话》、《大圣归来》。一个新的投资风口到来了。

让各路资本兴奋的是,这个逐渐走向主流的产业在用户基数、付费习惯和市场份额上交出的完美答卷。

去年11月下旬,B站副总裁陈汉泽给出一串数据:“中国目前有2.6亿的‘二次元’用户,其中近97.3%是‘90后’到‘00后’。”对比艾瑞咨询提供的数据,2013年我国“泛二次元”用户只有8900万人,增速之高可见一斑。

艾瑞咨询分析师黄燕华表示,伴随“90后”逐渐成为社会主流人群,“二次元”将受到更多关注。

全产业链仍未打通

现在,有人提出“二次元”已身处爆发前

夜。不过,想让千亿美元的市场变为现实,“二次元”产业的健康发展还有很长的路要走。

“目前‘二次元’社区中,游戏是收入的大头,其次是活动和页面广告收入等。”黄燕华表示,社区还大多处于提供服务阶段,没有清晰的盈利模式,大部分都是亏钱的。

对比美国、日本成熟的产业链,国内的“二次元”产业变现方式相对单一,且不成体系。黄燕华说,从作者到开发商到周边,要形成闭环,但国内这个链条还不完整,“想要达到国外产业链的完善程度也很难,国内的模仿、盗版问题比较严重。”

黄燕华认为,资本的进入确实能带来一些改变,但这种改变并不能立刻见效,需要时间,很用心地培养。他认为,“除了用户属性外,作品内容以及行业人才匮乏都是制约因素。内容需要长时间的精心制作,并培养用户群;同时,这个行业极度缺乏人才,懂‘二次元’的人不一定懂商业、技术;懂技术的不一定懂‘二次元’群体。所以我认为,未来1至5年,是搭建生态闭环的过程;5至10年,企业开始建立完整的盈利模式。”

◆ 贸易视野

人民币兑美元汇率 或维持在6.6左右

本报讯 渣打银行中国财富管理总部总经理梁大伟在《2016年全球市场展望》策略会上指出,预计今年人民币兑美元汇率的平均水平将维持在6.6左右,但是波动性会增加。

近期人民币汇率出现较大震荡,2016年的首周更是出现超预期贬值。1月8日,人民币兑美元中间价报6.5636元,而2015年12月31日央行发布的人民币兑美元中间价还报6.4936元,5天累计跌了700个基点。

不同金融机构对人民币汇率的预计也罕见地出现了较大分歧,一些专业机构激进地认为人民币兑美元的波动范围可能更宽。

“专业机构的显著分歧意味着今年人民币的波动性会加大。我们建议个人投资者,尤其是高净值投资者需考虑全球资产配置,把一部分资产分散到海外,不要太多集中在单一资本市场或单一货币里面。”梁大伟强调。(闫雨昕)

巴西2015年通胀率10.67% 创13年来新高

本报讯 巴西地理统计局公布的最新数据显示,巴西2015年通胀率为10.67%,大大高于2014年的6.41%,是政府通胀管理目标4.5%的两倍多,创13年来最高纪录。

数据显,2015年12月,巴西通胀率为0.96%,虽低于11月的通胀率1.01%,但高于2014年同期的通胀率0.78%。2015年全年通胀率达10.67%,为2002年出现高通胀率12.53%以来新高。

巴西央行最新一期对100名金融市场分析师汇总的报告称,巴西2015年通胀率将达10.72%,与此次巴西官方公布的10.67%通胀率不相上下。分析师还预测巴西2016年通胀率为6.87%。这表明当前巴西通货膨胀仍居高不下,巴西“高通胀、负增长”的经济格局一时难以改变。(莫成雄)

◆ 海外传真

印度塑胶产业快速成长

印度塑胶产业极具潜力,年均增长率为GDP的两倍。未来几年,预计印度GDP增长率将达7.5%,即塑胶市场将有15%的增长。

支持印度塑胶市场增长的主要动力,包括人口红利、都市化、快速增加的薪资水平、印度制造计划等。

目前,印度每人每年塑胶消耗量为9.7公斤,相比于欧盟每人每年使用65公斤,仍有较大增长空间。

由于印度幅员辽阔,各个地区农业都有各自特色和问题,有些问题可通过塑胶栽培技术加以解决。如喜马拉雅地区经常下暴雨,带来严重的土壤侵蚀问题,而利用塑胶栽培技术可大幅改善这种情况。

目前,全印度塑胶产业有超过3万家加工厂,2000家出口商,雇佣总人数达40万人,主要生产的产品包括塑胶原料、挤出成型品、聚酯膜、塑胶板、成型/软行李物品、书写工具、塑胶编织袋与包装袋、PVC皮革和塑料布、包装材料、消费品、卫浴配件、电器配件、实验室/医疗外科用品及旅游用品等。

英国厨房卫浴市场稳步增长

受营建市场影响,英国五金市场近年来呈增长趋势,尤其是厨房卫浴市场增幅较大。

根据一家市场调查研究机构统计,从2013年至2014年,英国水龙头和阀门的销售额达12亿英镑,同比增长2.3%。该产业最集中的地区在英格兰西北部,约占15%,其次为约克郡和西南部,分别占12.5%。该机构预测,随着内需增加,2015年至2016年,该产业销售额将增长至16亿英镑,进口金额也将相应增加。

英国卫浴制造商协会最新调查发现,近年来,英国卫浴产业持续增长,市场需求重点为时尚创新、绿色环保产品。如广受市场欢迎的水龙头是精美、环保、安装简单的,尤其是具备按下就停功能的水龙头,可以利用触觉和声音让使用者轻松控制水量。另外,还有一些产品使用LED灯显示水温,并且可以记录使用者喜欢的水量和温度等。

(本栏目稿件由合作媒体《经贸透视双周刊》提供)