

构建高水平社会主义市场经济体制

○ 郭春丽

党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》,紧紧围绕中国式现代化部署进一步全面深化改革,明确提出“高水平社会主义市场经济体制是中国式现代化的重要保障”,凸显了构建高水平社会主义市场经济体制对推进中国式现代化的重大意义。新时代新征程,要以完善高质量经营主体、高标准市场体系、高效率市场经济基础制度和高效能治理体系为重点,深入推进构建高水平社会主义市场经济体制,为中国式现代化持续注入强劲动力,提供有力制度保障。

实现高效率资源配置高效能宏观治理

习近平总书记指出,在社会主义条件下发展市场经济,是我们党的一个伟大创举。社会主义市场经济体制是我国改革开放的伟大创造,已成为社会主义市场经济制度的重要组成部分。改革开放以来,我国通过理论创新、实践创新和制度创新,确立了社会主义市场经济体制,把社会主义制度优越性同市场经济一般规律有机结合起来。党的十八大以来,在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下,围绕使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用,全方位展开,系统性推进改革,重要领域和关键环节改革取得决定性成果,社会主义市场经济体制更加系统完备、更加成熟定型。实践充分证明,社会主义市场经济体制的建立和完善极大调动了亿万人民的积极性,极大解放和发展了社会生产力,为改革开放以来我国取得经济快速发展和社会长期稳定两大奇迹提供了制度保障。新时代新征程,必须加快构建高水平社会主义市场经济体制,为强国建设、民族复兴提供制度支撑。

构建高水平社会主义市场经济体制是进一步完善社会主义市场经济体制的必然选择,是进一步完善和发展中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化的重要方面。改革开放以来,围绕处理好政府和市场关系这个核心问题,以经济体制改革为重点,不断将社会主义市场经济体制改革引向深入。党的十一届三中全会拉开改革开放大幕,实行市场取向的改革,开启了改革开放和社会主义现代化建设新时期。党的十四大把建立社会主义市场经济体制确立为我国经济体制改革的目标,提出要使市场在社会主义国家宏观调控下对资源配置起基础性作用。党的十八届三中全会进一步围绕处理好政府和市场关系这个核心问题,把构建高水平社会主义市场经济体制摆在突出位置,强调既“放得活”又“管得住”。社会主义市场经济体制改革完善的过程,是我们党对市场经济规律认识深化和升华的过程,也是不断探索构建与生产力发展要求相适应经济体制的过程。构建高水平社会主义市场经济体制,推动生产关系同生产力尤其是新质生产力、上层建筑同经济基础相适应,能够

更好推进和拓展中国式现代化。

高水平社会主义市场经济体制具有丰富的科学内涵。构建高水平社会主义市场经济体制,核心是充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,更好发挥政府作用,使市场“无形之手”充分施展,政府“有形之手”有为善为,实现有效市场和有为政府有机统一。有效市场需要高质量经营主体、高标准市场体系、高效率市场经济基础制度支撑。在构建高水平社会主义市场经济体制中,通过打造充满活力、富有竞争力和创新力的经营主体,建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场,形成更加公平、更有活力的市场环境,实现资源配置效率最优化和效益最大化。有为政府需要进一步完善宏观调控制度体系,统筹推进财税、金融等重点领域改革,更好发挥政府在宏观调控、市场监管、公共服务、环境保护等方面的作用。通过构建高水平社会主义市场经济体制,推动市场有效运行和政府有为善为有机结合、相得益彰,彰显社会主义制度优越性,实现高效率的资源配置和高效能的宏观治理。

为推进中国式现代化提供重要保障

中国式现代化是在改革开放中不断推进的,也必将在改革开放中开辟广阔前景。适应新形势新要求,构建高水平社会主义市场经济体制,充分发挥经济体制改革牵引作用,可以为推进中国式现代化提供重要保障。

为实现新阶段目标任务提供重要保障。党的二十大报告提出到2035年我国发展的总体目标,提出到本世纪中叶把我国建设成为综合国力和国际影响力领先的社会主义现代化强国的目标。在人口年龄结构、资源要素供给发生深刻变化的大背景下,提高经济发展效率和全要素生产率,是经济持续稳定健康发展的动力。构建高水平社会主义市场经济体制,通过深化国资国企改革、促进非公有制经济发展、构建全国统一大市场、完善市场经济基础制度,加快形成产权有效激励、要素自由流动、价格反应灵活、竞争公平有序、企业优胜劣汰的体制机制,既可以激发经营主体的活力和创新能力,也可以促进劳动、资本、土地、技术等生产要素自由流动,大幅提升全要素生产率,推动潜在增长率保持在合理水平,夯实全面建成社会主义现代化强国的经济基础。

为完整、准确、全面贯彻新发展理念提供重要保障。高质量发展是体现新发展理念的发展,是创新成为第一动力、协调成为内生特点、绿色成为普遍形态、开放成为必由之路、共享成为根本目的的发展。完整、准确、全面贯彻新发展理念是实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续、更为安全发展的必由之路。在贯彻落实新发展理念中,一些地方还存在不少问题和薄弱环节

,影响经济发展质量和效益持续提升。构建高水平社会主义市场经济体制,加快健全宏观经济治理体系,围绕实施国家发展规划、重大战略促进财政、货币、产业、价格、就业等政策协同发力,优化各类增量资源配置和存量结构调整,推动形成科学的宏观调控和有效的政府治理,激励各类经营主体凝心聚力搞创新、脚踏实地搞实业,不断塑造发展新动能新优势。

为构建新发展格局提供重要保障。加快构建新发展格局是重塑我国国际合作和竞争新优势的战略抉择。大国经济的优势就是内部可循环。国内循环越顺畅,越能形成对全球资源要素的引力场。当前我国还存在着妨碍统一市场形成和公平竞争的一些规定和做法。构建高水平社会主义市场经济体制,实现准入畅通、规则一致、设施联通和监管协同,破除地方保护和市场分割,促进商品资源要素在生产、分配、流通、消费各环节有机衔接,在更大范围内顺畅流动、优化配置,有利于畅通经济循环。强大国内市场的形成与发展,能保持和增强对全球资源要素的吸引力,更好联通国内国际两个市场、两种资源,实现国内国际双循环相互促进。

为推动高质量发展提供重要保障。高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。当前我国发展不平衡不充分问题较为突出,市场体系仍不健全,市场发展还不充分,政府和市场的关系尚未完全理顺,影响发展质量变革、效率变革、动力变革。构建高水平社会主义市场经济体制,破除资源要素有效配置的体制机制障碍,完善归属清晰、权责明确、保护严格、流转顺畅的现代产权制度,实施开放透明的市场准入制度、公平竞争制度、社会信用制度,健全推动高质量发展激励约束机制,让更高质量的商品和服务脱颖而出,让更多优质资源要素向先进生产力和优势主体集聚,让更多新技术新业态新模式推广应用,不断培育壮大新动能新优势,为推动经济实现质的有效提升和量的合理增长提供动力来源。

统筹各项战略任务畅通国民经济循环

以处理好政府和市场关系为核心,以经济体制改革为牵引,以激发经营主体活力、构建全国统一大市场、完善市场经济基础制度、健全宏观经济治理体系为重点,加快构建高水平社会主义市场经济体制,推动经营主体竞争更加公平、市场体系更加统一、市场制度更加高效、政府治理更加协同。

一是坚持和落实“两个毫不动摇”。毫不动摇巩固和发展公有制经济,毫不动摇鼓励、支持、引导非公有制经济发展,促进各种所有制经济优势互补、共同发展,持续激发经营主体活力。深化国资国企改革,进一步加强和改进国有经济管理的顶层制度设计,推进国有经济布局优化和

结构调整,推动国资国企做强做优做大,增强核心功能,提升核心竞争力。聚焦为非公有制经济发展提供更多机会,制定民营经济促进法,持续优化民营经济发展的法治环境、政策环境、市场环境,确保各种所有制经济依法平等使用生产要素、公平参与市场竞争、同等受到法律保护。同时,完善中国特色现代企业制度,弘扬企业家精神,推动形成一批世界一流企业。

二是构建全国统一大市场。推出全国统一大市场建设指引,推动市场基础制度规则统一、市场监管公平统一、市场设施高标准联通,加强公平竞争审查刚性约束,清理和废除妨碍全国统一市场和公平竞争的各种规定和做法,破除地方保护和市场分割。持续推动要素市场化配置改革,破除阻碍要素自由流动的体制机制障碍,健全要素市场体系,推进要素市场制度建设,实现要素价格市场决定、流动自主有序、配置高效公平。健全一体衔接的流通规则和标准,深化能源管理体制改

革,建设全国统一电力市场。加快培育完整内需体系,形成市场主导的有效投资内生增长机制,完善扩大消费长效机制,扩大有效益的投资、激发有潜能的消费,把超大规模市场优势和巨大内需潜力充分激发出来。

三是完善市场经济基础制度。完善产权制度,加强产权和知识产权保护,依法平等长久保护各种所有制经济产权,让各类经营主体有更多的安全感、归属感,激发全社会

的创新活力和动力。完善市场准入制度,出台相关意见,发布新版市场准入负面清单,优化新业态新领域市场准入环境,同时健全企业破产机制,探索建立个人破产制度,完善企业退出制度,更好营造公平竞争的市场环境。健全社会信用体系和监管制度,更好营造公平诚信的市场环境。

四是健全宏观经济治理体系。完善国家战略规划体系和政策统筹协调机制,健全国家经济社会发展规划制度体系。加强宏观政策协调配合,将经济政策和非经济性政策都纳入宏观政策取向一致性评估,健全预期管理机制,促进财政、货币、产业、价格、就业等政策协同发力,避免“合成谬误”和“分解谬误”。深化财税体制改革,加强财政资源和预算统筹,优化税制结构,建立权责清晰、财力协调、区域均衡的中央和地方财政关系。深化金融体制改革,畅通货币政策传导机制,完善金融机构定位和治理,健全投资和融资相协调的资本市场功能,加强和完善现代金融监管体系。立足实际、聚焦重点,加快建立与高质量发展相适应的统计制度和体系。完善实施区域协调发展战略机制,推动既定区域重大战略部署发挥各自优势功能,构建优势互补的区域经济布局 and 国土空间体系。

(原载《经济日报》2024年9月10日第10版)



建构中国自主的管理哲学知识体系

中国要真正走向世界,实现从“制造大国”向“制造强国”、从“中国制造”向“中国创造”的转变,需要立足中国实践全面深化管理体制改革创新,建构中国自主的管理哲学知识体系。其一,在企业与自然之间,要避免单纯追求经济效益和利润最大化而牺牲自然环境,做到物质资源利用的最大化、废弃物排放的最小化、适应市场需求的产品绿色化。其二,在组织与员工之间,必须认识到,人并不是工具和成本要素,而是最重要的资产,是企业的战略性资产、创新之源;应当将个人的发展纳入组织的目标体系,树立组织与个人共同发展的意识,从而实现个体与组织的共同成长。其三,在企业与顾客之间创造一个良好、长远的关系,强调“以客户为导向”,满足消费者需要,维护消费者利益。其四,在组织与社会之间,企业不应仅仅是创造利润和实现预期的经营目标,还应在自己经济实力许可的范围内,自觉、积极地参与社会公共事务,积极承担社会责任等。总之,如果“可持续”是一个社会不断前进的理想状态,那么就必须使企业的发展与自然生态的维护、员工的个人成长、社会公正的推动等价值目标紧密相连。

从三个维度推进城乡融合发展

规划为基,绘就城乡融合“同心圆”。科学规划是城乡融合发展的核心龙头,要坚持系统思维,加强城乡总体规划的统筹协调。在新时代背景下,我们要摒弃传统观念的束缚,坚决破除城乡二元分割的规划模式,从全域角度进行统筹布局,使城乡在功能定位、产业发展、基础设施等方面相互衔接、协调互补。首先,要将城乡视为一个相互联系、相互依存的有机整体,进行科学合理的规划,以此实现城乡功能的互补与协同发展;其次,要充分考虑新型工业化、新型城镇化和乡村全面振兴的需求,在规划过程中,以科学统筹的方法为手段,进行系统合理的布局,持续推动三者有效衔接和相互促进,形成联动发展的良好格局。

建设为本,打造城乡融合“新引擎”。基础设施建设是实现城乡融合的重要支撑,要坚持协调性思维,高质量推进城乡基础设施建设。长期以来,我国农村与城市在基础设施建设上存在着显著差距,导致城乡之间的要素流动存在诸多障碍,制约了农村发展。要打破这种局面,一方面要健全推进新型城镇化体制机制,为农村人口向城市转移提供更加顺畅的通道;另一方面,通过完善农村的基础建设,吸引城市更多的资本、技术、人才等优质要素向农村回流。此外,还要通过制度建设更好地为城乡融合发展服务。

治理为要,筑牢城乡融合“稳定器”。有效治理是城乡融合发展的基础保障,要坚持创新性思维,高效推动城乡治理融合的现代化新格局。我们要及时总结各地实践经验,做好转化推广工作,努力形成更多创新城乡治理的制度化成果。

抓住关键推动制造业绿色化

前不久印发的《关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》明确提出,“推进产业数字化智能化同绿色化的深度融合”,旨在形成节约资源和保护环境的空间格局、产业结构、生产方式、生活方式。作为壮大与夯实实体经济根基的关键要素,制造业的作用毋庸置疑。如何实现制造业从传统高污染、高能耗,向数字化、智能化、绿色低碳方向迈进,值得分析。

一方面,鼓励和支持制造业绿色低碳技术的研发和应用,加强对企业绿色低碳技术研发创新的知识产权保护力度,完善产业数字化智能化与绿色化融合发展的法律制度和政策支持体系,形成导向鲜明的指引支持规范体系。鼓励支持先进制造业,对传统制造业进行数字化、网络化、智能化改造,发展和完善绿色供应链。

另一方面,加大财税支持力度,通过财政补贴、设立政府投资引导基金等方式,增强企业绿色技术研发和应用力度,实施产业发展的绿色化、低碳化改造提升。完善税收优惠激励措施,对制造业数字化智能化改造升级提供税收优惠,发挥绿色信贷引领作用,对能源革命、产业升级、生态保护等领域的重大项目提供绿色信贷,解决好绿色转型的融资问题。

破解乡村旅游“成长烦恼”

认清供给端能提供什么。资源禀赋和历史文化是乡村发展旅游的根基,要围绕这个根基,拓展旅游类型,提升旅游价值。一些特色民族村寨可将闲置老屋盘活,用于修建村史馆、博物馆等,开发古寨观光、民俗体验、研学教育等项目,让乡亲们吃上旅游饭。如今,不少乡村博物馆保存了当地老物件,讲述儿时的记忆,吸引老老少小前往感受 and 体验。

搞清需求端获得什么。旅游是获取情绪价值的重要方式,搞清楚目标游客想要什么,才能在立足自身实际的基础上下功夫,让“头回客”变“回头客”。比如,一些地方围绕取材自当地的经典文学作品,以文学爱好者为目标客户,打造“文学里的村庄”IP,成为文人雅客的常去之地。又如,乡村旅游与体育、艺术、教育等跨界合作,也是对需求端的精准把握。

理清服务端应提升什么。乡村旅游的蓬勃发展和,对配套设施提出更高要求。想要在遍地开花的乡村旅游中突出重围,县乡政府和村支两委就要重视培育优质产业、培养乡村文旅人才、用好各类资源、优化营商环境,以一流的软环境持续吸引客源。比如,贵州“村超”持续火爆,除了有民族文化的加持外,也离不开当地政府培育直播带货、短视频制作等新农人,营造“来者皆是客”的待客环境,下好“先手棋”。(本报综合)

深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

传递地域文化 促进乡村振兴

○ 谷佳儒 余杰

党的二十大报告强调“加快建设农业强国,扎实推进乡村振兴”。全面推进乡村振兴,是新时代“三农”工作的总抓手。农副产品作为乡村产业振兴的重要支柱,是承载乡村文化、习俗、环境等的结合体,更是地域文化不可或缺的一部分,是中国人数千年来对乡土乡景、乡土乡情的文人寄托和情感寄予,于故土人來說具有最质朴和传统的意义。咸宁悠久的历史、优美的自然山水和形式多样的文化资源,使其拥有丰富的农副产品和地域文化底色。随着乡村振兴战略的持续推动,文化和旅游部等六部门联合印发《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》(以下简称《意见》),《意见》明确了创意设计、美术产业、手工艺、数字文化等8个文化产业赋能乡村振兴重点领域。于农副产品而言,通过创意设计农副产品包装,不仅能增强产品的市场竞争力,推动乡村产业的发展,更能提升农村经济发展活力,培育乡村发展新动能;通过创意和审美的包装设计不仅能吸引消费者,引起良好的视觉冲击,更能让异国他乡的人产生情感共鸣;通过恰当的创意设计赋予包装文化内涵,不仅能增加产品的附加值,更对地域文化传播具有积极作用,成为文化交流与传播的媒介。

纵观国内外关于农副产品包装设计案例,日本将传统服饰、民族文化、山水文化等相结合,形成极具日本特色的农副产品,而注重实用性和科学性的欧美国家则根据地理位置和气候的不同,设计出各具特色的包装外观,如芬兰的苹果啤酒具有浓厚的北欧风格,德国啤酒则是品质感、极致轻奢风格;美国的黄油包装采用印第安图腾和原产地自然风光相结合的方式,巧妙地传达出农副产品原产地和地域文化渊源。国内而言,获得了德国红点

奖的台湾休闲小吃“蚵仔寮”,通过渔民出海捕鱼必备的鱼篓作为产品的包装,极具地域特色,易从视觉上引起消费者的共鸣和感官需求。尽管咸宁市部分农副产品在设计上具有一定的特色,如砖茶的设计,通过古朴的包装和嵌入其中的文字,给人一种历史的厚重感和岁月感。然对比国内外知名农产品的包装设计,咸宁市农副产品存在包装设计简陋,创新缺乏,地域文化元素运用不足等情况。

咸宁地处湘鄂赣三省交界处,幕阜山脉与江汉平原的过渡地带,区域内岭谷平原相间、山丘盆地参差、沿江滨湖交接,复杂多样的地理风貌造就了“十里不同风,百里不同俗”的民风民俗,荆楚、湖湘、吴越文化在这里交汇、融合、升华,逐渐形成了丰富多样的咸宁地域文化。吴头楚尾的文化兼容性,山与水的文化务实性基因深入咸宁地域文化的骨髓,激励咸宁人民立足现实,开拓进取,锐意创新。历史的积淀、文化的兼容和务实性造就了咸宁的文化类型多样,古遗址文化、古民居文化、山水文化、名人文化、红色文化、方言文化和非物质文化遗产交织,绘制了一幅极具生命力的地域文化。勤劳朴实的咸宁人创造了各具地域特色的农副产品,在乡村产业振兴视域下,如何让农副产品成为广大人民群众群众致富奔小康的帮手,如何让产品给人强烈的视觉冲击和情感共鸣,产品的包装设计具有举足轻重的作用。随着国际交流的深入,国外商品的设计风格给国内产品包装设计带来冲击,盲目从众的包装设计导致许多农副产品忽略了本身蕴含的传统文化因素,部分产品包装简陋、抽象,缺少对消费者的视觉冲击,要想在繁杂的市场竞争环境中立足,农副产品的包装设计转型势在必行。乡村振兴,设计助力农应

从原生态和地域文化因素融入等方面入手。

第一,简约适用性

包装的本身就是力图给消费者展示农副产品的价值、功能和适用范围等,让其充满视觉冲击和诱惑力,既要考虑消费群体的差异性,更要考虑消费群体的适用性,从单纯地满足大众的物质需求进而转向精神需求、社交需求及节日需求等,农副产品包装不仅要给予主题“唯美打扮”,更要考虑包装盒内产品能抢夺市场的眼球,精致而时尚,价廉物美。如赤壁青砖茶的设计,古朴简约的外包装加上内壁青砖茶的设计,古朴简约的视觉冲击,消费者购买的不仅仅是茶,更是传统文化的赓续。因此,农副产品的包装设计要通过各种元素的巧妙组合,简约而不简单的设计来传递农副产品的价值,让消费者在视觉、触觉上产生吸引力。

第二,土味原生态

随着城镇化的加快,越来越多的人们开始返璞归真,走进户外,亲近自然,原生态成为现下人们追求的一种时尚。因此,农副产品包装设计要保留农副产品特有的土味属性,不能为了市场刻意追求华丽,应从绿色环保,原生态入手,借助产品的土味和原生态进行恰如其分的组合,让消费者通过外包装去感受地域原生态农副产品属性的,既要考虑商品本身的形象,也要结合产品形象去做原生态包装,通过在产品包装里加入一些艺术性的趣味元素,让消费者有参与感,消费时有趣味的互动,这样才能加深对产品的影响,利于二次传播,且符合农副产品本身形象,不失去其土味和原生态元素,给消费者一种亲近感。咸宁通山“渔趣乐园”IP形象设计,通过咸宁卡通元素的艺术设计,给消费者一种萌萌可爱的感觉,大大提高了受众人群的接受度,同时“小鱼”IP

形象所与生俱来的内涵、文化、特色一方面突出其特质,另一方面其蓝色为主的配色,侧面反映出当地原生态的优美自然环境,易激发消费者的消费欲望。

第三,地域文化因素融入

咸宁地域文化作为中华文化中的一部分,其影响了一代又一代人,遵循传统地域文化的同时,将其中的地域文化元素结合现代新的设计理念和审美观念,对农副产品包装进行再设计,使农副产品不仅仅具有产品本身的价值,更具有历史的厚重感和文化的沉淀感。如瑶民酒坊包装设计,瓶柄提取中华第一龙造型元素,瓶口提取中华古瑶第一村内冲瑶族景区标志性建筑铜鼓牛角凤凰花纹元素,酒坊文化提取瑶族传统服饰,力求对瑶族的文化传承和融入。将古瑶村文化元素融入其中,并使得商品不仅具有观赏性,更向外界传递出咸宁地域文化的多样性,让产品成为地域文化传播的重要媒介,复古的设计,地域文化元素的融入,于农副产品营销和品牌塑造,弘扬地域文化具有积极的作用。

随着文明程度的提高,信息交流的频繁,消费者对包装的外形、文化和内涵愈来愈重视,咸宁农副产品的包装设计,不仅要注重产品质量本身,更要以咸宁地域文化为着力点,结合新的设计理念、设计元素和设计风格等,通过元素的提炼、转换、改造、提取和再设计、再包装,树立鲜明的产品文化和品牌知名度,从而在激烈的市场竞争中获得一席之地。

(作者系湖北省大学生创新创业训练项目“基于乡村振兴背景下咸宁农产品包装及宣传研究”负责人:谷佳儒,课题号:S202110927075X;湖北科技学院党建研究课题:文化艺术促党建赋能乡村振兴研究,负责人:余杰,课题号:2022-DJ-17)