

农业高质量发展促进农民农村实现共同富裕的障碍与突破方向

李冠霖 史作廷

摘要:在马克思劳动价值论基础之上,通过对劳动细化和劳动作用对象的分析能够得出以下结论:不同质的劳动创造出价值量不同的农产品价值、劳动作用对象差异形成高低不同的农产品价格是农业高质量发展促进共同富裕的动力来源。再以山东、四川、河南三个农业大省为样本进行分析,可以发现:自主科技创新能力不高,对稀缺资源、级差地租收益管理不到位,加之农业经济属地利益流失到异地,以上原因阻碍了农业大省农业高质量发展促进共同富裕的实现。为此,应开启以政府为主导的农业高质量发展新征程,大力度理顺级差地租收益分配、大力度推动农业区域性品牌发展,以行政区品牌建设为突破口,推动农业高质量发展,促进农民农村实现共同富裕。

关键词:农业高质量发展;农业生产服务;行政区品牌;共同富裕

DOI: 10.19836/j.cnki.37-1100/c.2023.03.003

随着我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段,农业经济也进入了高质量发展的新阶段。2021年8月17日,习近平总书记在中央财经委员会第十次会议上强调,要“在高质量发展中促进共同富裕”^①;2021年10月16日,习近平总书记在《求是》杂志发表重要文章《扎实推动共同富裕》指出,“现在,已经到了扎实推动共同富裕的历史阶段”^②;党的二十大报告明确提出“中国式现代化是全体人民共同富裕的现代化”^③。如何在农业高质量发展中扎实推动农民农村实现共同富裕,是新时代新征程对农业高质量发展提出的新要求。本文以马克思劳动价值论和地租理论为基础,分析农业高质量发展促进共同富裕的动力来源,并以山东、四川、河南三个农业大省为样本,利用投入产出分析法,查找农业高质量发展促进共同富裕的障碍,针对障碍提出农业高质量发展促进农民农村实现共同富裕的基本导向和突破方向。

一、农业高质量发展促进共同富裕的动力

在农业高质量发展中促进农民农村实现共同富裕,要解决的首要问题是促进共同富裕的能量从哪里来。按照中央精神,可以通过初次分配、再分配、三次分配的手段促进共同富裕,但是,城乡矛盾、工业地区与农业地区的矛盾单靠转移支付的外力援助、捐赠帮扶是难以实现的。因此,挖掘农业高质量发展的内生动能、提高农业经济增长的高能量,才是解决农业高质量发展促进农民农村实现共同富裕的关键所在和根本要求。实际上,马克思劳动价值论和地租理论为我们揭示了农业经济高质量发

作者简介:李冠霖,华南理工大学经济与金融学院研究员,经济学博士(广州 510006; liguanlin@scut.edu.cn);史作廷,国家节能中心副研究员(北京 100045; shizuoting@sina.com)。

① 《习近平主持召开中央财经委员会第十次会议》, http://www.gov.cn/xinwen/2021-08/17/content_5631780.htm, 访问日期:2022年8月30日。

② 习近平:《扎实推动共同富裕》,《求是》2021年第20期。

③ 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》,《人民日报》2022年10月26日,第1版。

展高能动力的来源。

(一)不同质的劳动创造出价值量不同的农产品价值

我国始终坚持按劳分配原则,倡导“勤劳致富”理念,这已成为主流价值观念。2021年8月17日,习近平总书记主持召开中央财经委员会第十次会议时明确提出“鼓励勤劳创新致富”^①,这标志着我国的分配制度在新时代高质量发展阶段有了重大突破,将对我国分配制度改革和完善带来深远影响。实际上,“勤劳创新致富”有着深刻的马克思劳动价值论的支撑。马克思以商品二因素理论和劳动二重性理论为基础构建的劳动价值论是政治经济学的历史性突破,但是,由于抽象劳动是“凝结在商品中无差别的一般人类劳动”,创造价值的抽象劳动被“无差别地一般化”(即同质化)了,因此无法区分抽象劳动在商品价值创造过程中的作用。通过对复杂劳动进行细化,把握劳动的异质性,才能找出劳动创造价值的高能动力源。

1. 创新性劳动创造农产品高价值。按劳动成果创造性程度的不同,可以将劳动分为创新性劳动(创造性劳动)和重复性劳动(常规性劳动)。其中,创新性劳动是指以现有的知识水平和物质条件为基础,对生产所需的投入、生产设备、生产工艺、生产流程进行改造、改革和突破,形成劳动新成果的过程,创新性劳动强调的是首创性和原创性;重复性劳动是按照以往生产所需的投入、生产设备、生产工艺、生产流程等进行的循环性劳动,重复性劳动强调的是循环性、持续性。把劳动(V)细分为创新性劳动($V_{创}$)和重复性劳动($V_{重}$)后,我们就可以清晰地认识到重复性劳动是有可能被机器替代的劳动。创新是推动人类社会发展的动力,创新性劳动作为人类对世界特有的认识能力和实践能力的体现,是不会被机器所替代的。因此,国家实施创新战略不仅符合马克思劳动价值论的要求,更是高质量发展时代的客观需要,同时也是农业高质量发展的主要动力。

2. 个性化劳动创造农产品高价值。按劳动过程标准化程度的不同,可以将劳动分为标准化劳动和非标准劳动(个性化劳动)。其中,标准化劳动是指全部或部分劳动过程可以进行标准化安排的劳动,包括生产投入、生产设备、生产工艺、生产流程等,其最大特点就是劳动过程的标准化。与之相反,非标准劳动则是指劳动过程不可以进行标准化安排的劳动。把劳动(V)细分为标准化劳动($V_{标}$)和非标准劳动($V_{非标}$)后,标准化劳动容易被机器取代的情况就能够清晰地展现出来。因此,标准化劳动吸纳就业的能力会逐渐减少,非标准劳动吸纳就业的能力会日渐增强。这不仅是农业高质量发展的劳动取向,也是农业高质量发展高能量的重要来源。

(二)劳动作用对象差异形成高低不同的农产品价格

1. 劳动推动稀缺资源形成高市值。马克思主义政治经济学提出的价值规律揭示了商品交换以价值量为基础实行等价交换的规律,交换价格受市场供求关系的影响,而供求关系的重要影响因素之一就是资源的稀缺性,虽然资源的稀缺性不能创造价值,但劳动可以将这些稀缺资源以高价格的形式转化为高收益(高市值)。例如,农产品中的原生态山货、稀缺海产品、道地药材等。资源稀缺程度越高,供求矛盾越突出,供给价格的决定权与话语权就越高,这是农业经济高能量的重要来源。

2. 劳动推动级差地租形成高收益。马克思的地租理论揭示了来自不同土地的农产品具有不同收益的客观存在。马克思认为,地租是土地所有权在经济上实现的形式。^②土地本身不会创造价值,但通过在土地上进行劳动而形成的劳动成果会因为土地的所有权而产生对剩余价值的分配。马克思把地租分为三种类型:绝对地租、级差地租(包括级差地租Ⅰ和级差地租Ⅱ)、垄断地租。绝对地租和垄断地租与土地所有权直接相关,与这两者所不同的是,以地理标志农产品为代表的高收益农产品就是在劳动的基础上由土地差异形成的级差地租,最主要和最直接的是来源于土地的地理位置、气候条

^① 《习近平主持召开中央财经委员会第十次会议》, http://www.gov.cn/xinwen/2021-08/17/content_5631780.htm, 访问日期:2022年8月30日。

^② 《资本论》第3卷,北京:人民出版社,1975年,第715页。

件、肥沃程度、微量元素含量等的不同而形成的级差地租 I。

综合来看,农产品不仅具有重复性劳动、标准化劳动创造的普通价值,也有创新性劳动、个性化劳动创造的高价值,更具有因为土地级差地租甚至垄断地租形成的高收益。实际上,世界范围内农业强国的农业都是具有高价值、高收益的优势产业。例如,以色列农业的科技创新,将创新性劳动获得的高收益展露无遗;日本精耕细作农业,将个性化劳动创造的高价值农产品在国际市场的高收益完美展现;挪威稀缺的三文鱼资源成为该国收入的重要来源;美国的加州橙、法国波尔多地区的葡萄酒等均将来自土地的级差地租 I 收益发挥得淋漓尽致。当然,在资本主义土地私有制下,农业的高价值不可能合理分配并实现共同富裕。但是,这些农业的高能量形成均符合马克思劳动价值论和地租理论支撑的高价值创造和高价格形成的机理。因此,我国的农业大省不能仅仅是产值大省,更应该是经济高能量的大省,这种经济高能量就是促进共同富裕最扎实的经济基础。

二、农业高质量发展促进共同富裕的障碍

马克思主义政治经济学不仅能够清晰地认识农业高能动力的来源,还为如何促进共同富裕指明了方向。在农业高质量发展中促进共同富裕客观上要求解决三大问题:一是如何形成高能动力源,二是如何留住属地经济利益,三是如何合理分配农业高质量发展成果。中国是农业大国,但与美国、日本、以色列等农业强国相比,农业经济的高能量远远未能形成,既影响农业的高质量发展,也影响农民农村的共同富裕。为了查找农业高质量发展促进共同富裕的障碍,本文以我国的山东省、四川省、河南省三个农业大省为样本^①,利用投入产出表计算农业对服务业各行业的直接消耗系数,分析这三个农业大省在农业高质量发展过程中所遇到的问题。

表 1 农业大省的农业对服务业各行业直接消耗系数及我国与美国、日本的比较

	山东	四川	河南	三省平均	中国	美国	日本
服务业	1542	497	741	924	741	1484	1168
批发零售业	955	188	220	454	215	555	514
交通仓储邮政	82	123	99	101	227	280	209
住宿和餐饮	19	14	9	14	22	8	34
信息技术服务	6	13	6	8	14	28	24
金融与保险	51	63	184	99	132	267	280
房地产	0	0	0	0	0	69	2
租赁和商务服务	20	7	10	12	24	1	38
科学技术服务业	230	61	71	121	71	9	1
教育	88	5	10	34	1	8	0
卫生和社会工作	0	1	0	0	1	1	18
公共管理和社会组织	0	2	14	5	4	171	25
其他行业	91	20	118	76	30	87	23

数据来源:本表数据根据山东省 2017 年投入产出表、四川省 2017 年投入产出表、河南省 2017 年投入产出表、中国 2017 年投入产出表、美国 2014 年投入产出表、日本 2014 年投入产出表分别计算直接消耗系数并放大 10000 倍得到。我国投入产出表每五年公布一次,2017 年为目前最新数据。

(一)不同质劳动中的科技创新未能形成高能动力源

创新性劳动形成的农产品高价值主要表现在农业科技创新,从投入产出表看,农业直接消耗的科

^① 以 2020 年我国各省市自治区“农林牧渔总产值”和“第一产业增加值”两个指标排名前三的省份为样本。

技术服务主要表现为农业品种改良、优化以及种植、养殖技术的更新等。表1的数据显示,山东、四川、河南三个农业大省农业直接消耗科技服务的数量分别为230、61、71,远远高于美国(9)和日本(1)的水平。作为全国农业大省,农业科技服务需求量大情况有一定的合理性。如果农产品的改良、优化均是农业大省原创性科技成果的话,说明三个农业大省在农业科技方面成效显著。但是,以下两个问题必须引起高度关注。

1. 过度引进国外农业科技成果不利于我国农业高质量发展。目前,三个农业大省特别是山东省,在农业发展中引进了大量国外农业科技成果,花费了大量资金购进国外的种子、种苗等,引致山东农业直接消耗科技服务业的数量远远高于全国甚至高于美国和日本的水平。农业原创性科技的短板,使得山东成为国外先进农业科技成果的展示地、传播地。这实际上对山东乃至我国农业科技的发展十分不利。

2. 批量引进国外农业科研机构导致大量农业属地利益流失。应该指出的是,与国外农业科研机构合作不仅应该而且必须。但是,如果合作是以国外方为主体并控制农业科技的研究成果,而我国特别是三个农业大省只是作为农业科研成果的试验基地,那么我们仍然只是处于农业科技研发领域的低端环节,而大量高端科技成果带来的收益会流向国外。

总体看,我国农业原创性、自主性科技创新能力的不足,使得我国农业的创新性劳动形成的高价值农产品少,农业高质量发展的高动力还未形成。反而因为输入了大量国外科技成果,我国农业发展不仅受制于他国,还支付了大量农业科技服务费,这实际上是我国农业高质量发展促进共同富裕的最大障碍。

(二)同质劳动作用对象的差异性未能形成高动力源

除了创新性劳动、个性化劳动可以成为农业高质量发展的高动力源外,同质劳动作用于不同的对象也可以形成高动力源,这种高动力源主要表现在优势农业的稀缺性和来源于土地的级差地租高收益。例如有机农产品、珍稀农产品、地理标志农产品等,而这种稀缺性与级差地租高收益的形成与农产品的质量建设和品牌建设密切相关。表1的数据显示,山东、四川、河南三个农业大省的农业直接消耗租赁和商务服务的数量(20、7、10)均低于全国(24)和日本(38)的水平,由于商务服务与农产品宣传推广、检验检测、产品认证等服务紧密相连,这实际上反映了农业大省乃至我国农业在农产品质量建设和品牌建设方面的不足。

1. 质量标准建设不到位难以保障稀缺资源和级差地租形成高价值。目前,我国农产品结构性供需矛盾开始凸显,随着收入水平的提高、恩格尔系数的下降,居民对珍稀农产品、有机农产品、地理标志农产品等优质农产品的需求量显著提升,而我国三个农业大省的产品结构仍然以数量作为主攻方向。在农业过度市场化的背景下,农企无序竞争、恶性竞争,农产品质量难以得到保证。应该强调的是,共同富裕背景下消费的产品不能是假冒伪劣产品,假冒伪劣产品支撑不了富裕生活。也就是说,假冒伪劣产品与共同富裕发展理念是背道而驰的。在高质量发展阶段,农产品质量就是农业高质量发展的生命线,农产品品质特别是珍稀农产品、有机农产品、地理标志农产品的品质得不到保证,消费者就会按照“劣币驱逐良币”规律,统一按照劣质农产品来对待并进行交易,因此不可能形成高动力源。目前,我国农产品质量标准体系建设仍然较为薄弱,农产品标准基本上是执行和参照国外标准或国际标准,农产品的“中国标准”和“地方标准”体系亟待建立和完善。我国如果没有自身的农产品标准,就没有检验检测和产品认证的资格和权利,直接影响农业在国际上的话语权和主导权。更为严重的是,由于农产品标准建设是品牌建设的基础和底线,我国农产品质量标准体系建立不起来,农业品牌打造就无章可循,直接影响我国品牌农业的发展。

2. 区域品牌建设不到位难以推动稀缺资源和级差地租形成高收益。从农产品结构看,目前我国的农产品仍以“大路货”为主体,特色货、品牌货不多,农产品的高收益自然难以形成。更严重的问题是,从品牌价值看,我国农产品有许多品牌,名声有了但价格并没有上去。例如,我国品牌农产品“五

常大米”与日本大米相比、“福山大樱桃”与智利樱桃相比、“莱阳梨”与日本秋月梨相比,尽管产品品质可以相媲美,但价格却存在较大差距,品牌农产品难以形成高收益。由于目前我国农业具有个体性、小微性、分散性等特点,农产品生产户在市场经济背景下没有话语权和主导权,仅依赖农民、农企自身的信用,单靠直播、微商、小视频等渠道进行宣传推广,农产品品牌、农业企业品牌建设的难度无疑相当于“上青天”。尽管近年来我国在农业区域品牌建设方面取得一定成效,但是,建设责任主体不明确、价值产权不清晰、管理职责不到位等问题直接影响了农产品区域品牌的建设和发展。例如,作为区域品牌重要组成部分的地理标志农产品建设,由于其稀缺性和级差地租的客观性,本应该成为农业高质量发展的高动力源,但假冒伪劣地理标志农产品的问题屡禁不绝,而且地方财政也不能从地理标志农产品中获得相应的收益,使得这一高动力源不能有效转化为地方农业经济的高收益。

(三)农业大省农业产业链条属地经济利益流失到异地

由于2006年我国取消了农业税,即农业生产环节的税收没有了,农业增加值实际上是无税收贡献的“虚拟”增加值。但从全产业链看,农产品的深加工环节、服务环节均可以产生税收,只不过是农产品加工环节、服务环节会与生产地产生分离。山东、四川、河南三个农业大省的农业生产服务短缺,不仅难以支撑农业的高质量发展,还导致属地农业税收利益的流失。

1. 属地农产品销售渠道被外地主导和控制。表1的数据显示,山东农业直接消耗批发零售业的数量(955)远远高于全国(215)、美国(555)和日本(514)。作为中国农业大省,农产品流通服务发达是合理的,但是,山东这个消耗量是畸高的,畸高产生的原因估计有两个:一是粗放型的田间农产品交易市场过度发展。当然对于农民来说,农产品方便收购是最大的好处。2006年我国取消了农业税,因此客商直接向农民收购农产品时,地方财政是没有任何税收可言的,更为严重的是,收购商尤其是外地客商直接到田间收购农产品,农产品通过物流就流到了异地,导致后续的检验检测、产品认证、金融服务、商务服务等农业生产服务在产地失去了发展空间,属地经济利益也随之流失。二是异地电商平台直接渗透到各地农村。例如,淘宝网是在山东农村渗透得最深、最广的外地电商平台,本属于山东的经济利益通过这些电商平台流失到了外地。山东、四川、河南三个农业大省,在电商急剧发展的时代没有形成本地大型电商平台,在近十年的经济竞争中处于下风,而且还在不断地给电商发达地区输送“经济利益”。

2. 农业生产服务短缺导致属地经济利益流失到异地。从全产业链看,除了高能量的科技服务外,农业的发展离不开销售、物流、信息、金融、商务等支撑性生产服务的发展。表1的数据显示,山东、四川、河南三个农业大省除了山东销售服务畸高外,四川、河南两省的农产品销售服务以及三个农业大省的农业物流、信息服务、金融服务等均存在明显的短缺问题,直接导致属地经济利益流失到异地。

一是农业销售服务不足。除山东外,四川、河南农业直接消耗批发零售业数量分别为188、220,其中,河南与全国的平均水平相当,而四川明显低于全国的平均水平。这实际上反映了这两个农业大省农产品销售服务发展不到位的问题。更明显的是,四川、河南乃至全中国农业直接消耗批发零售业的数量均远低于美国和日本。由于农业直接消耗批发零售业的数量主要表现在对农产品销售服务的发展情况上,农业销售服务的不足直接体现了农产品“卖难”的问题。

二是农业物流服务不足。山东、四川、河南三个农业大省的农业直接消耗交通运输邮政数量(82、123、99)以及三省平均值(101),均低于全国(227)、美国(280)和日本(209)。这一数量主要表现为农业发展对农资、农产品的物流服务使用量,三个农业大省直接消耗量偏低的情况意味着三省本地的农业物流服务发展不足。背后的原因估计与外地电商平台大量渗透到这三个省份有密切关系,由于这些电商平台后面跟随着大量的物流服务,例如,淘宝、京东等电商平台交易后直接用其物流服务体系,而这些物流服务体系的总部均不注册在山东、四川、河南当地,最多就是服务网点进驻而已,致使大量的农业生产物流服务环节的经济利益被物流总部的注册地拿走。

三是农业信息服务不足。山东、四川、河南三个农业大省的农业直接消耗信息技术服务数量(6、

13、6)均低于全国(14)、美国(28)和日本(24)。该数量主要表现为农业发展对信息管理、溯源技术、远程控制等信息技术服务的使用量,由于信息化与农业现代化密切相关,三个农业大省直接消耗量偏低的情况意味着农业大省的农业信息现代化水平不高。事实上,农业大省的农业信息技术服务不高的原因与农业溯源技术运用不多有关,但是,如果农产品的价格上不去,农业溯源服务的应用反而增加了农业的投资成本。

四是农业金融服务不足。在山东、四川、河南三个农业大省的农业直接消耗金融服务数量(51、63、184)方面,山东、四川均低于全国(132)平均水平,三个农业大省和全国的农业直接消耗金融服务数量均远低于美国(267)和日本(280),农业金融成为三个农业大省乃至全国农业发展的巨大软肋。

综上,从共同富裕角度看,三个农业大省农业生产服务的缺失,使得本属于当地的税收流失到外地了,更为严重的是,农业生产服务环节税收的流失,不仅使得本属于当地的利益流失,还增加了异地的税收收益,加上农业生产环节没有税收贡献,因此对于这三个农业大省来说,发展农业就是“养活了自己、养肥了别人”,这是我国农业大省最大的尴尬。

三、农业高质量发展促进共同富裕的对策

农业高质量发展促进农民农村实现共同富裕的要求,实际上要解决两大问题:一是如何推动农业高质量发展,形成共同富裕的高能量;二是如何合理分配农业高质量发展的高能量,促进共同富裕。形象地说,推动农业高质量发展并能够促进农民农村实现共同富裕的策略就是“两手抓”:一手抓高能量积累,即把“蛋糕”做得更大、做得更好;另一手抓高能量合理分配,即要分好这个“大蛋糕、好蛋糕”。

(一)推动农业高质量发展促进共同富裕基本导向

在农产品供小于求的物质匮乏阶段,做出“大蛋糕”的量变过程可以通过激发全体农民的积极性、提高农业劳动生产效率实现;但在供大于求的背景下,农户和农企作为经济人,按照哈佛学派的SCP范式,其企业行为容易导致形成垄断和产生不正当竞争行为,反而阻碍了生产效率的提高。因此,无论是垄断还是不正当竞争行为,都不可能做出“好蛋糕”并合理分配“好蛋糕”。由此,要推动农业高质量发展,促进农民农村实现共同富裕,理应在巩固提高农业生产效率的同时,更多地关注公平问题。而公平性问题单靠市场、企业、农户自行的博弈是不可能得到解决的,因此必须引入政府“有形之手”来正确处理好效率与公平的关系。

1. 开启政府主导农业高质量发展新征程。改革开放之初,我国的农业农村改革是从“包产到户”的“联产承包责任制”开始的,以个体农户为单位的生产经营模式尽管可以调动农民生产的积极性,但在以大工业、大平台主导的现代市场竞争背景下,以个体农户、农业小企业为主体的农业难以与下游的渠道商、销售商形成叫价能力,而且在农产品供大于求的背景下,过度市场化的农业根本无法形成竞争力。因此,要实现农业的高质量发展首先要转变目前农业过度分散的生产力量,形成合力才能具有竞争力。实际上,农业高质量发展要解决的一个关键问题就是如何处理农业高质量发展中政府与市场的关系。如何既能调动地方政府在农业高质量发展中的积极性,又能充分发挥有效市场的调节作用,是新时代新征程农业高质量发展面临的重大课题。习近平总书记曾指出,“既要‘有效的市场’,也要‘有为的政府’”^①,实际上为农业高质量发展促进共同富裕提供了行动指南。从三个农业大省甚至包括农业农村部发布的全国乡村产业高质量发展“十大典型”^②来看,龙头企业是农业高质量发展

^① 《习近平:既要“有效的市场”,也要“有为的政府”》, <http://cpc.people.com.cn/xuexi/n1/2017/0619/c385474-29347581.html>, 访问日期:2022年8月30日。

^② 具体见中华人民共和国农业农村部网站2021年3月2日发布的《全国乡村产业高质量发展“十大典型”》, http://www.moa.gov.cn/xw/bmdt/202103/t20210302_6362614.htm, 访问日期:2022年8月25日。

的主导性力量,“有为政府”的积极作用还没有得到有效的发挥和展现。在土地公有制背景下,在追求共同富裕过程中,由地方政府主导农业高质量发展,不仅是土地公有制的客观要求,更是中国共产党领导下各地政府守土有责、守土担责、守土尽责的政治担当。

2. 大力度理顺级差地租收益分配。在物质匮乏年代,由不同土地产生的级差地租Ⅰ收益的矛盾几乎可以忽略不计,因为“量”是计划经济解决的首要问题,“质”是次要问题,甚至不是问题。进入经济高质量发展阶段,人们对产品品质的追求成为高质量发展需求导向的动力源泉。随着各地名优特产特别是地理标志产品在市场的高市值日益突显,土地的差异性会引起土地产出物在数量上和品质上的不同而带来的高附加值,并由此成为新时代因土地级差地租Ⅰ收益分配不合理引发诸多矛盾。在我国实行土地公有制、追求共同富裕的大背景下,只有属地人民政府才能代表该区域品牌产品获取级差地租Ⅰ的收益权和分配权。在农业高质量发展过程中,通过引入政府力量,引导和规范地方名优特产生产,理顺级差地租Ⅰ收益在国家与地方财政、地方生产企业和地方老百姓之间的分配关系,不仅是农业高质量发展的要求,更是新时代中国特色社会主义建设必须解决的重大理论和实践问题。

3. 大力推动农业区域性品牌发展。质量建设是高质量发展的基础和底线,品牌建设是高质量发展的标杆和榜样,因此,紧紧扭住高质量发展基本要义,以质量品牌建设为引领,是推动农业高质量发展促进农民农村共同富裕的基本取向。习近平总书记高度重视中国品牌建设,明确要求“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”^①,这“三个转变”实际上为办好区域品牌建设、促进农业高质量发展指明了方向。农业高质量发展与土地密切相关、与千万老百姓紧密相连。消灭土地私有制为实现共同富裕奠定了坚实的土地制度基础,但土地使用权过度分散的情况导致个体式、小微式、分散式、小规模的企业无法与农产品下游渠道商叫价,作为基础性产业的农业实际上成为了弱势产业,即使是品牌农产品也难以实现高收益,品牌农企也难以实现高利润。当今世界,经济竞争已经从产品竞争、企业竞争转向产业竞争、区域竞争乃至国家竞争。品牌建设也从产品品牌、企业品牌转向产业品牌、区域品牌乃至国家品牌的建设。在共同富裕要求的大背景下,单靠产品品牌、企业品牌建设不能全面有效地支撑区域经济高质量发展,通过区域性品牌打造才有可能实现。

(二)推动农业高质量发展促进共同富裕的突破方向

在农业高质量发展中促进农民农村实现共同富裕牵涉面广、涉及问题多而复杂,必须找到推动农业高质量发展促进共同富裕的突破方向。突破方向的选择必须满足三大基本条件——政府的能动性、资源的统筹性、分配的合理性。品牌建设是高质量发展的标杆和榜样,品牌建设涉及产品品牌、企业品牌、产业品牌和区域品牌乃至国家品牌。其中,产品品牌和企业品牌是微观行为,政府无须越俎代庖,只有产业品牌和区域品牌政府可以推动建设,实际上产业品牌和区域品牌是“同一枚硬币的两面”,政府只要从一个面切入即可。但是,因为品牌权益归属不清,区域品牌建设陷入地方财政没有收益、假冒伪劣产品屡禁不绝的两难困境,为此笔者认为,行政区品牌建设是在农业高质量发展中促进农民农村实现共同富裕的突破口。行政区品牌是以行政区优质产品为依托,以行政区命名的品牌,是一个地方优势产业乃至经济高质量发展成效的形象代表和集中体现,是横向不交叉、不重叠,纵向有层级、可兼容的品牌体系。作为区域品牌的重要组成部分,与其他区域品牌相比,行政区品牌更具品牌地域边界清晰、产品品质层次分明、品牌权益归属清楚、品牌管理职责明确的特点。更为重要的是,品牌建设作为高端服务环节,行政区品牌建设具备了作为突破口的三个条件。

1. 行政区品牌建设是土地公有制农业高质量发展的必然选择。在土地公有制背景下,由于以地理标志品牌、区域公用品牌、集体商标、证明商标等为代表的区域性品牌难以解决区域品牌建设主体不明、保护责任不清、区域品牌高价值分配不合理的问题,必须跳出现有区域品牌建设的路径,寻找能

^① 《为高质量发展贡献品牌力量》, http://www.news.cn/2021-12/01/c_1128118016.htm, 访问日期:2022年8月28日。

在公有制背景下,更好地统筹国家、地方、属地企业、属地老百姓之间利益关系的实现路径。由此,行政区品牌建设成为土地公有制背景下农业高质量发展促进共同富裕的必然选择。行政区品牌建设要在坚持和完善社会主义基本经济制度基础上,充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,更好地发挥各地、各级人民政府的主导推动作用,通过政府搭台、市场方式实现“优质优价”,从而使之成为农业高质量发展最佳着眼点和着力点。

2. 行政区品牌建设是弥补农业生产服务短板的必由之路。三个农业大省农业生产服务发展的短板和软肋,是导致农业大省经济能量流失到外地的根本原因。因此,尽快完善农业高质量发展的产业链条,特别是补足服务环节短板、缺项、弱项,是农业大省乃至全国农业高质量发展的重中之重。与农业、工业不同的是,服务领域具有中心化、网络化相辅相成的发展特点,如果农业大省的农业生产服务领域发展滞后,那么属地的农业经济利益就会大量流失到外地。只有先控制好农产品资源,才有可能控制住相应的服务环节。可以先成立集行政区品牌优质产品展示、体验、销售等功能于一体的线上与线下互动的“优品城(馆)”,然后采取“统一采购、服务集中、政府背书、溯源直供”的“统购直销”模式经销行政区品牌产品,这样可以有效解决农业大省服务环节缺失的短板,也能够有效保护本属于农业大省的经济利益。

3. 行政区品牌建设是农业高质量发展促进共同富裕的关键环节。长期以来,我国一直把农业当作基础性产业来发展,但这个基础性产业实际上是一个弱势产业。目前,我国农业的个体性、分散性使得农业与先进制造业和现代服务业相比,根本没有竞争力,并形成了所谓的工农产品价格剪刀差。马克思的平均利润理论表明,如果市场是开放的,而且生产要素可以自由流动的话,各行业会通过资本的流动形成平均利润。也就是说,农业也可以具备与工业和服务业一样的利润率而不至于成为弱势产业需要工业或服务业来“反哺”。实际上,国外许多发达国家的农业都是竞争力非常强的产业,如美国、以色列、日本等国。而我国农村地区虽然具有优质、稀缺的农产品资源,但却未形成规模大、竞争力强的农业,即使是在我国的三个农业大省,情况也没有多大的改善。另外,农业能否形成高能量,关键在于如何建立能与工业产品、服务产品相均衡的产品价格的比价体系。但是,由于农业的弱势,无法形成与下游工业产品、服务产品相抗衡的价格主导权和叫价权。只有地方人民政府主导地方优势农业的培育发展,构建优质农产品体系,形成合力并主导优质农产品价格的制定,才有可能建立工、农、服产品价格的联动机制和比价关系,从而构建农业高质量发展从而实现共同富裕的长效机制。

Barriers and Potential Breakthroughs in the Promotion of Farmers' Common Prosperity in Rural Areas by High-quality Agricultural Development

Li Guanlin¹ Shi Zuoting²

(1. School of Economics and Finance, South China University of Technology, Guangzhou 510006, P.R.China;

2. National Energy Conservation Center (NECC), Beijing 100045, P.R.China)

Abstract: Based on Marx's labor theory of value, this paper aims to find the high-energy power source of high-quality agricultural development through the analysis of labor refinement and labor objects. Based on Marx's labor theory of value, labor with different qualities produces different value of agricultural commodities, among which innovative labor and personalized labor can produce high value of agricultural commodities; According to Marx's theory of rent and in combination with the law of value, it is believed that the difference in the objects of labor form differentiates

agricultural commodity prices. Among them, labor drives scarce resources to form high market value, and labor drives differential land rent to form high income. Therefore, labor with different qualities creates different value of agricultural commodities and the difference of labor objects contributes to different agricultural commodity prices. Those are the source of powerful driving force for high-quality agricultural development and common prosperity. We believe that for stepping towards common prosperity, three major questions should be answered in high-quality agricultural development: first, how to form such source of powerful driving force; second, how to retain territorial economic interests; third, how to be reasonable in the distribution of the achievement of high-quality agricultural development. Taking Shandong, Sichuan and Henan Province as examples, this paper uses the input-output table to compare the direct consumption coefficient of agriculture to various sectors of the service industry in these three major agricultural provinces and compares them with the averages of China, the United States, and Japan. It is believed that the low capacity of independent scientific and technological innovation, the lack of management of scarce resources and graded land rent revenue, coupled with the loss of agricultural economic territorial interests to other places hinder the acquisition of high-quality agricultural development energy in large agricultural provinces, and they are not conducive to the coordinated development of regional economy and the realization of common prosperity. Therefore the basic directions are to start a new journey of government-led high-quality agricultural development, to make great efforts in rationalizing the distribution of graded land rent revenue, and to vigorously promote the development of regional agricultural brands are proposed. The article argues that the choice of breakthrough direction must meet three basic conditions: the initiative of the government, the integration of resources, and the rationality of distribution. And the characteristics of the administrative district brands, such as clear geographical boundaries, clear hierarchy of product quality, clear attribution of brand rights and interests, and clear brand management responsibilities as the three basic conditions for a breakthrough. It is also believed that the construction of administrative district brand is inevitable for the high-quality development of public ownership of land agriculture, it is the only way to make up for the shortage of agricultural production services, and it is the key link in stepping towards common prosperity with the high-quality development of agriculture. Therefore, this paper concludes that the construction of administrative district brand is a breakthrough to promote the high-quality development of agriculture and the realization of common prosperity for farmers and rural areas.

Keywords: High-quality agriculture development; Agricultural production services; Administrative district brand; Common prosperity

[责任编辑:陆 影]