

构建全国统一大市场

张国清

构建全国统一大市场，是以习近平同志为核心的党中央从全局和战略高度作出的重大决策。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》(以下简称《决定》)，进一步部署了构建全国统一大市场的重大改革举措。我们要认真学习领会，抓好贯彻落实，加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场，为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业提供有力支撑。

一、深刻认识构建全国统一大市场的重大意义

市场是全球最稀缺的资源。拥有超大规模且极具增长潜力的市场，是我国发展的巨大优势和应对变局的坚实依托。党的十八大以来，习近平总书记多次对建设全国统一大市场作出重要指示，党的十八届三中全会、十九大和十九届五中全会均作出相应部署。2022年3月中共中央、国务院印发《关于加快建设全国统一大市场的意见》，明确了总体要求、主要目标和重点任务。党的二十大进一步强调要构建全国统一大市场。各地区各部门贯彻落实党中央、国务院决策部署，积极推进全国统一大市场建设，取得明显成效，产权保护、市场准入、公平竞争、社会信用等市场经济基础制度加快建设，加强市场设施互联互通不断加强，要素资源流动更加顺畅，商品服务市场统一迈向更高水平，一批妨碍统一大市场公平竞争突出问题得到治理，市场监管效能持续提升，市场规模效应日益显现。同时，仍面临一些领域制度规则不完善、要素市场发展相对滞后、地方保护和市场分割屡禁不止等问题，亟待通过深化改革，全面推动我国市场由大到强转变。

(一)构建全国统一大市场是构建高水平社会主义市场经济体制的内在要求。习近平总书记指出，在社会主义条件下发展市场经济，是我们党的一大创举。社会主义市场经济必须坚持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，而市场机制的有效性与其规模和统一性密切相关。只有构建全国统一大市场，实现准入畅通、规则一致、设施联通和监管协同，才能扩大市场规模容量，在更大范围内深化分工协作、促进

充分竞争、降低交易成本，提高市场配置资源的效率，为建设高标准市场体系、构建高水平社会主义市场经济体制夯实基础。

(二)构建全国统一大市场是构建新发展格局的基础支撑。习近平总书记强调，加快构建新发展格局，是立足实现第二个百年奋斗目标、统筹发展和安全作出的战略决策，是把握未来发展主动权的战略部署。构建新发展格局关键在于经济循环的畅通无阻，要求各种生产要素的组合作在生产、分配、流通、消费各环节有机衔接、循环流转。畅通国内大循环，必须构建全国统一大市场，破除地方保护和地区保护，打通制约经济循环的关键堵点，促进商品要素资源在更大范围内顺畅流动。强大国内市场的形成与发展，能保持和增强对全球要素资源的吸引力，更好联通国内国际市场，实现国内国际双循环相互促进。

(三)构建全国统一大市场是推动高质量发展的重要保障。习近平总书记强调，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。推动高质量发展，需要健全与之相适应的市场体系和制度环境。构建全国统一大市场，有利于发挥市场机制优胜劣汰功能，让更高质量的商品和服务脱颖而出；有利于发挥市场规模效应和集聚效应，提升经济运行整体效率；有利于发挥超大规模市场具有丰富应用场景和放大创新收益的优势，服务推进高水平科技自立自强、发展新质生产力。当前我国经济面临有效需求不足等突出矛盾，构建全国统一大市场有利于拓展内需空间，激发市场活力，巩固和增强经济向好态势。

二、准确把握构建全国统一大市场的基本要求

构建全国统一大市场是一项复杂的系统工程，必须坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，运用好贯穿其中的立场观点方法。特别是要把握好以下几点。

(一)必须坚持和加强党的全面领导。坚持和加强党的全面领导是改革取得成功的关键。构建全国统一大市场，既需要在完善制度规则、健全市场体系、创新监管治理等方面攻坚克难，也涉及央地之间、地方之间、政企之间关系的深刻调整，同时还面临

区域差异、城乡差异、行业差异等客观实际。必须把党的全面领导和党中央集中统一领导贯穿到统一大市场建设各方面全过程，充分发挥党总揽全局、协调各方的领导核心作用，不断提高政策统一性、规则一致性、执行协同性，确保统一大市场建设始终沿着正确方向前进、实现党中央战略意图。

(二)必须发挥好政府和市场的两只手作用。处理好政府和市场的关系，是经济体制改革的核心问题。构建全国统一大市场，需要市场和政府协同发力。要科学界定政府和市场的边界，推动有效市场和有为政府更好结合，既“放得活”又“管得住”。要坚持转变政府职能，规范政府行为，强化竞争政策的基础地位，防止不当行政干预，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。要坚持市场化法治化国际化原则，着力营造稳定公平透明可预期的营商环境，充分激发经营主体活力。

(三)必须调动中央和地方两个积极性。构建全国统一大市场，要坚持全国一盘棋，处理好整体和局部的关系。中央层面要不断完善全国统一大市场基础制度，规范无序竞争，同时推动解决财税体制、统计核算、绩效考核等深层次矛盾，健全适应全国统一大市场建设的长效机制。各地区要找准在全国统一大市场中的定位作用和比较优势，主动服务和融入新发展格局，防止各自为政、画地为牢，避免搞封闭小市场、自我小循环。

(四)必须推进高水平对外开放。我国经济已经深度融入世界经济。全国统一大市场绝不是关起门来封闭运行的大市场，而是面向全球、充分开放的大市场。构建全国统一大市场，既要着力打通阻碍国内大循环畅通的梗阻、加快建设高标准市场体系，也要积极推动制度型开放，主动对接国际高标准经贸规则，深化相关领域改革，打造国际一流营商环境，扩大统一大市场的影响力和辐射力，更好利用国内国际两个市场、两种资源。

三、扎实落实构建全国统一大市场的重点任务

构建全国统一大市场涉及方方面面，要突出问题导向、目标导向，坚持标本兼治、长短结合、系统推进、重点突破，把有利于统一大市场建设的各

种制度规则“立起来”，把不利于统一大市场建设的各种障碍掣肘“破除掉”，在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等方面不断取得新进展新成效。要按照《决定》部署，重点抓好以下几个方面。

(一)规范不当市场竞争和市场干预行为。公平竞争是市场经济的基本原则和建设全国统一大市场的客观要求，《决定》强调要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。要加强公平竞争审查刚性约束，落实自2024年8月1日起施行的《公平竞争审查条例》，细化审查规则，统一审查标准，统筹推进“增量”新政策和“存量”政策审查，着力纠正限制企业迁移等问题，全面清理资质认定等各种显性隐性进入壁垒。要强化反垄断和反不正当竞争，在完善市场垄断和不正当竞争行为认定法律规则的同时，健全预防和制止滥用行政权力排除、限制竞争制度，稳步推进自然垄断行业改革，全面加强竞争执法司法。要规范地方招商引资法规制度，明确并严格执行财政奖补、税收返还、出让土地等方面优惠政策，推动各地招商引资从比拼优惠政策搞“政策洼地”向比拼营商环境创“改革高地”转变，防止内卷式恶性竞争。要规范招投标市场，完善招投标市场规则，及时废止所有制歧视、行业壁垒、地方保护等不合理限制，建立健全统一规范、信息共享的招投标和政府、企事业单位、国有企业采购等公共资源交易平台体系，实施项目全流程公开管理，对各类经营主体一视同仁、平等对待。

(二)强化统一的市场监管。针对监管规则不完善、执法尺度不一致、监管能力不匹配等问题，《决定》强调要提升市场监管综合监管能力和水平。要加强市场监管标准化规范化建设，明确市场监管领域基础性、通用性监管规则，强化新经济、新业态监管制度供给；完善市场监管行政处罚裁量基准，统一执法标准和程序，减少自由裁量权，促进公平公正执法；统筹监管力量和执法资源，夯实基层基础，创新监管方式，推进跨部门跨区域协同联动执法，一体推进法治监管、信用监管和智慧监管，增强监管穿透力。标准是经

济活动的技术支撑，《决定》强调要健全国家标准体系。要适应高质量发展要求，推动标准提档升级，优化标准供给结构，提升标准质量水平，提高我国标准与国际标准的一致性程度，增强我国标准的国际影响力和话语权，更好发挥标准引领作用。对涉及人民群众生命安全的重点产品，要加强强制性国家标准制定和修订，强化标准实施应用。要深化地方标准管理制度改革，规范地方标准制定管理，防止利用地方标准实施妨碍商品服务和要素资源自由流通的行为。

(三)完善要素市场制度和规则。要素市场是整个市场体系的基础，《决定》强调要推动生产要素畅通流动，各类资源高效配置、市场潜力充分释放。重点是要深化要素市场化改革，破除阻碍要素流动的体制机制障碍，引导资源要素向先进生产力集聚。要健全统一高效的要素市场体系，构建城乡统一的建设用地市场，在符合规划、用途管制和依法取得前提下，稳妥有序推进农村集体经营性建设用地与国有建设用地同等入市、同权同价；完善促进资本市场规范发展的基础制度，促进金融更好服务实体经济，降低实体经济融资成本；培育全国一体化技术和数据市场，推动区域或行业技术交易机构互联互通，健全数据资源产权、交易流通、跨境传输和安全等基础制度和标准规范。要完善主要由市场供求关系决定要素价格机制，把政府定价严格限定在自然垄断经营、重要公用事业等必要范围内，防止政府对价格形成不当干预。健全劳动、资本、土地、知识、技术、管理、数据等生产要素由市场评价贡献、按贡献决定报酬的机制。推进水、能源、交通等领域价格改革，综合考虑生产成本、社会可承受能力等因素，优化居民阶梯水价、电价、气价制度，完善成品油定价机制，理顺价格关系，增强价格弹性，促进资源节约和高效利用。

(四)完善流通体制。流通是经济循环的“血脉”，《决定》对此从技术支撑、规则标准、物流成本和能源管理等各方面作出部署。要加快发展万物互联、数字技术广泛应用促进万物互联趋势，推动流通基础设施数字化改造升级，大力发展流通新业态新模式，提升货物仓储、周转、装载效率，提升流

通体系敏捷化、智能化水平。要健全一体衔接的流通规则和标准，强化商贸物流、电子商务、农产品流通等重点领域标准制定和修订，推进“一单制”等适应多式联运一体化运作的规则协调和互认机制，解决物流数据不互通、单证不统一等跨区域流通障碍。要降低全社会物流成本，深化综合交通运输体系改革，优化运输结构，打通“公转铁”、内河航运、多式联运、国际物流等堵点卡点，推动社会物流总费用占国内生产总值比重持续下降。要深化能源管理体制，加快能源市场体系建设和进一步放宽市场准入门槛，根据不同行业特点逐步实行网运分开；建设全国统一电力市场，推动跨省跨区电力市场化交易，完善电力中长期、现货、辅助服务交易有机衔接机制；优化油气管网运行调度机制，促进油气高效灵活调运。

(五)加快培育完整内需体系。构建全国统一大市场，必须把超大规模市场优势和巨大内需潜力充分激发出来。《决定》从投资和消费两个方面提出了改革举措，有利于扩大有效益的投资、激发有潜能的消费。要完善促进投资体制机制，统筹用好各类政策性资金，规范实施政府和社会资本合作新机制，建立政府投资支持基础性、公益性、长远性重大项目建设长效机制，健全政府投资有效带动社会资本体制机制，充分释放放大效应；深化投资审批制度改革，持续破除民间投资活力和促进投资落地机制，形成市场主导的有效投资内生增长机制。要完善扩大消费长效机制，从增加收入、促进就业、扩大优质供给和改善消费环境等方面综合施策，促进消费持续稳定增长；对住房、汽车等部分领域存在的限制性措施，要因制宜优化调整，缺乏合理性的及时清理取消；围绕教育、医疗、养老、育幼等供需矛盾突出的领域，推动扩大普惠性非基本公共服务供给，合理增加公共消费。当前以发布新品、开设首店等为代表的首发经济成为激活消费新动能的重要形态，要因制宜积极推进，培育壮大新型消费。(转自《人民日报》)

规范测评短视频 避免误导消费者

《人民日报》记者 赵兵

随着我国短视频行业快速发展，由视频博主制作的第三方测评视频大量涌现。测评内容涉及美食、美妆、电器、酒店等多领域，几乎涵盖了人们的衣食住行等各方面。由于鲜活地展示产品的质量属性和实际体验感，第三方测评视频逐渐成为消费者获取产品信息、判断产品优劣的重要渠道。

然而，问题也随之而来。部分测评博主为了博眼球、赚流量，夸大产品功效，还有的“商测一体”“以商养测”，甚至发布虚假内容，误导乃至欺骗消费者。对此，专家和读者呼吁，提升第三方测评视频的规范性和科学性，让第三方测评视频更具权威性，为消费者在购买选择提供更有价值的参考。

测评水平参差不齐，存在误导消费者现象

前不久，四川成都市的秦女士在观看了拥有千万粉丝的某美妆测评博主的视频后，购买了一款粉底液。视频中博主在使用该产品后持妆8小时，并宣称此款粉底液不仅防水、防蹭，还具备一定的养肤效果。秦女士收到产品后发现，效果与视频宣传大相径庭。“我使用该产品后不仅没有视频所说的效果，还引起了皮肤不适，线下就医才得以好转。”秦女士说。

生活中，有秦女士这般遭遇的消费者不在少数。目前网络上传播广泛的第三方测评视频，绝大部分都是博主个人通过自身测评或引用对比专业检测结果、分析调研数据，对商品的质量、功能、设计、成分、性价比等方面进行比较。虽然相较于权威机构，其主观性较强，但对消费者影响却不可小视，数据显示，近八成消费者在购买商品前会观看第三方测评视频。

然而，在测评视频中，部分博主专业测评水平不足，还将个人喜好加入评价中。这种测评内容往往无法为消费者提供准确客观的产品信息。还有

读者反映，一些测评视频采取“偷梁换柱”的方式，对消费者进行误导。湖南长沙市网友张先生反映，自己根据某短视频平台测评博主的推荐订了一家酒店，但他入住后发现房间设施陈旧，与视频描述严重不符。当张先生尝试与酒店交涉更换视频中的房型时，工作人员告诉他，“该房型是专门用于拍摄视频的特殊房型，视频中的布置也都被撤换了。”

“这个测评视频在网络平台上有十几万的点赞量和评论量，应该有不少消费者像我一样慕名而来。”张先生不满地表示，“但这个房型却不能预定和消费，这不就是骗人吗？”还有的测评视频采取“踩多褒一”套路，看似公正的多产品对比测评，实则是对某一产品进行营销。

北京的朱先生购买汽车前，关注了几名汽车测评博主。“有的博主为了凸显某品牌车辆的优越性，拿多辆车型共同测试，这些对比车型虽然是同等价位，但都是即将换新的老款车型。而且测评视频对其他车型优缺点说得很明确，但对其力推的品牌车型缺点一句话带过，主要说优点。”朱先生表示，他看了某视频博主的测评而购买了其主推的一款车型，但是买后发现“优点没说错，缺点却没提，感觉自己被误导了。”

凡此种种，一些消费者购买商品前视为客观决策参考的第三方测试，原来是某些产品的宣传广告或博主主的流量产品，令不少消费者发出了“看测评视频还不如不看”的感叹。

实际上，第三方测评视频不仅影响消费者，也会对企业和市场环境造成影响。“有些测评视频以不负责任的态度误导消费者甚至有意诋毁一些产品或企业，不仅会增加消费者的决策成本和购买风险，也会对企业品牌信誉产生不良影响，破坏公平竞争的

商业环境。”中国人民大学商学院副教授庞隽说。

公正性、客观性、科学性不足，导致测评视频权威性不高

当前，网络上第三方测评视频账号众多，测评方法和标准可谓五花八门，测评能力不足、测评方法不科学、测评立场不客观等因素影响了测评结果的可信度。

“分析可见，第三方测评有失公允的原因是多方面的，有的是因为缺乏客观标准。比如，一款护肤品是否好用，除了产品本身的因素，还有使用者的肤质、使用的时间和频率等都会影响测评结果。”庞隽认为，这些测评博主可能主观上并非故意，而是因为缺乏统一的测评标准，而导致测评缺乏权威性。

与此同时，测评方法不科学也会令测评降低可信度。一些测评博主缺乏专业知识或技能，导致测评结果失真。宁夏银川市读者张先生说：“有些测评视频可能忽视了产品的某些重要特性，或者对产品的使用方法存在误解，从而得出了错误的结论，误导消费者。”

“由于门槛较低，很多不具备资质和能力的人员或团队也进入第三方测评领域。如果这些测评账号本身不具备专业能力，测评的客观公正也就无从谈起。”武汉大学新闻与传播学院副教授李小曼说。

还有一些测评博主在视频中夸大某一产品的优点、隐瞒缺陷，甚至恶意诋毁其他产品，实则是披着测评外衣的商业性广告。中国消费者协会发布的一则典型案例显示，一名测评博主作品以打假为主，采用主观使用体验的测评方法，对比产品功效是否和宣传效果一致。在对料理机、地板清洁液、语音声控灯等产品的测评中，对测试结果表现较好的商品直接设置了电

商平台跳转链接，明显属于广告行为。

另有一些测评视频采用虚假测评或恶意剪辑的方式，以耸人听闻的标题或结论赚取流量。李小曼认为：“目前许多网络平台都以流量为取向，在这种逻辑之下，第三方测评会因过度商业化而失真，虚假剪辑、恶意诋毁等问题难以避免。”

更有甚者，部分“商测一体”的商家，以不正当竞争手段故意抹黑同行企业其他品牌，给其他企业信誉造成严重不良影响。在江苏苏州互联网法院审理的一则案件中，一名测评博主于2023年5月至8月发布了一系列针对某品牌乳胶床垫、乳胶枕等产品的评价视频。在其视频中对该品牌用“卖垃圾，给消费者带来垃圾”等语句进行描述。后经调查，该测评账号运营者为另一家床垫公司。最终，法院判决该测评账号公开赔礼道歉并赔偿对方经济损失。

片面追求流量或以打压对手为目标，第三方测评很难做到公平公正。2023年3月，中国消费者协会在对12个互联网平台共计350家第三方测评账号进行调查后发现：93.1%的第三方测评涉嫌存在测评标准类问题；55.7%的第三方测评涉嫌存在“商测一体”“以商养测”等问题；37.2%的消费者反映通过观看第三方测评视频所购买的商品出现过质量问题；35.7%的第三方测评存在涉嫌虚假测评类问题。

“目前国内的第三方测评看似在数量上已经形成了一定的规模，但真正客观公正的少之又少。即使是一些头部测评机构，也因商业模式而受到诟病。如果不加以引导，这个行业很难良性发展，最终可能沦为一种网红营销形式而已。”庞隽说。

加强管理与规范，让第三方测评更正透明

从中消协的调查报告来看，目前

我国第三方测评市场处于发展前期阶段，准入门槛低，市场参与主体呈现零散特征，具备法人背景的账号仅占比23.4%。那么，如何对大量零散个人账户加以规范和引导？

实际上，真正独立、专业的第三方测评不仅能帮助消费者提高决策质量，还能够向企业及及时反馈消费者的使用体验，为他们改进产品提供决策依据。测评视频通过互联网传播，也能够让好的产品获得更高的关注度，有利于塑造良好的市场环境。因此，如何对其进行引导和规范，促进其有效为消费者服务、为企业服务，维护消费者权益，提升企业产品质量，是消费者的诉求，也是维护良好商业环境的需要。

河南漯河市读者张玉胜建议制定科学、统一的测评标准，让第三方测评有章可循，避免测评账号出现各定各调的“乱弹琴”状态。

实际上，已经有地方做出尝试。今年3月12日，江苏省消保委发布《第三方测评工作指南》团体标准，明确商品类和服务类的测评程序，测评方法应以标准方法为优选，即科学合理选择国际、国家、地方等已经发布的标准化文件中的规范、指标或方法。

还有读者呼吁，第三方测评人员必须提升自身能力和素质。“测评人员必须秉持客观公正的立场，避免与被测评企业有任何直接或间接的利益关联。测评团队应具备相关领域的专业知识和技能，深入了解产品特性，确保测评结果的专业性和准确性。测评视频还应当公开测评的标准、方法、过程及数据来源，让消费者和公众能够清晰地了解到测评是如何进行的，提升可信度。”内蒙古阿尔山市读者王琪说。

庞隽认为：“第三方测评需要平衡

好独立性与盈利性的关系。第三方测评必须解决商业模式的问题，即如何在与企业或消费者发生商业利益关系的前提下实现盈利。解决了这个问题，第三方测评就有了保持真实、科学和公正的底气。”

网络平台也应当承担起应有的责任，不能只求“流量为王”。“短视频平台需要加强审核与监管。比如，要求第三方测评账号提供资质证明，要求披露测评标准选取依据、与所测评产品相关企业无利益关系的承诺等，同时开辟消费者投诉举报通道，并在取证后对违规账号实施禁言、关闭等惩罚措施。”庞隽说。

“因为目前的准入门槛较低，应当采取一定措施把官方权威测评和民间自发测评区别开来。”李小曼提出，通过“标签化”的设置，对短视频平台测评视频进行分类，如分为“第三方测评”“权威机构测评”“企业官网测评”等类别，让消费者可以对照测评短视频作者的背景做到心中有数。

专家还建议，有关部门应当出台行业性的法律法规，提高行业准入门槛，制定行业标准，让第三方测评机构或个人有法可依；同时督促短视频平台落实职责，严格执行相关法律法规，加强对测评类视频的审核管理。

此外，消费者也应主动提升对于第三方测评视频的辨别能力。“消费者不要单纯依赖一个测评结果，应充分对比不同的测评信息，以获得更全面的视角。同样，注意查看其他消费者的反馈和评价，特别是长期积累的用户口碑，帮助自己判断测评机构的可信度。还要留意测评者是否已声明与产品制造商之间的商业合作或赞助关系，这些都可能会影响测评的客观性。”李小曼说。

《小曼说 参与采写 转自《人民日报》》