

2015 年第 8 期

总第 84 期

学科信息参考

A 辑

（经贸、金融、会计、管理、信息）

上海对外经贸大学图书馆

学科信息参考

2015 年第 8 期 总第 84 期

目 录



主办:

上海对外经贸大学图书馆

责任编辑: 孔凡娟

编辑:

经贸: 赵珊珊

金融: 唐永辉

工商管理、商务信息: 李谋信

制作: 艾致

出版日期:

2015 年 12 月 30 日

国 际 贸 易

21 世纪海上丝绸之路之中国与东盟贸易畅通.....1

产 业 经 济

科技价值与“互联网+”行动对创新创业的作用.....8

物 流 管 理

中国“十二五”物流业发展的十大进步.....14

鲜活农产品冷链物流中物联网采纳的影响因素.....19

技术经济与管理

专业综合改革背景下的“化工技术经济”课程改革与建设研究.....26

会 计 学

基础会计教学方法探讨.....29

金 融 学

新凯恩斯模型在硕士课程《货币金融学》中的应用.....32

企 业 管 理

多元化经营、代理冲突与公司现金持有水平.....36

互联网思雄与传统企业再造.....49

统 计 学

基于马尔科夫概率跃迁矩阵的消费者偏好分析.....	60
---------------------------	----

快 讯

国务院发布加快实施自由贸易区战略意见.....	65
-------------------------	----

互联网产业的“中国模式”吸睛.....	66
---------------------	----

供应链金融现融合趋势 三类模式均具特色.....	68
--------------------------	----

美联储耶伦：希望以审慎而渐进的方式行动，不排除未来再度宽松可能.....	70
--------------------------------------	----

郭广昌失联事件为何惊动了全中国？	71
------------------------	----

中央经济工作会议将释放什么信号？	73
------------------------	----

中国股市实现完全市场化的最后一跃.....	75
-----------------------	----

中国金融生逢其时又祭出了新重器.....	79
----------------------	----

华尔街：美国加息或引发更大市场波动低回报市场面临挑战！	82
-----------------------------------	----

中国债市泛起泡沫.....	83
---------------	----

全球市场轻松迎接美联储加息.....	85
--------------------	----

几家欢喜几家愁 美联储加息赢家、输家大盘点.....	86
----------------------------	----

油价再度大跌 商品货币新一波跳水.....	88
-----------------------	----

艺术家 VS. 科学家：世界 B2B 营销高管峰会	89
---------------------------------	----

我国 IDI 指数短板明显.....	90
--------------------	----

21 世纪海上丝绸之路之 中国与东盟贸易畅通

——基于引力模型的实证考察



1 引言

随着21 世纪海上丝绸之路建设的提出，有关这一战略推进的研究成为热议议题，围绕“五通”的探索是核心问题。其中，贸易畅通在海上丝绸之路建设中起着基础和关键性作用，是海上丝绸之路发展的起源，也是其他“四通”的重要依托。

21 世纪海上丝绸之路包括南海—太平洋通道、孟中印缅经济走廊—印度洋通道和东北亚—北极航道三个重要的联系方向。其中，以东盟为重点的南海—太平洋海上丝绸之路即太平洋通道，是我国对外贸易的重要海运通道之一，主要立足东南亚、面向东南方向的战略合作带，区位优势明显。东盟国家多数是中国的海上近邻，与中国互补优势明显，双方既是重要的贸易伙伴，也是全球对外贸易中居于前列的国家。东盟是中国第二大进口国和第三大出口目的地市场，中国则是东盟第一大进口国和出口国。中国是全球第一大出口国和第二大进口国，东盟国家中，新加坡、泰国、马来西亚、印尼、越南、菲律宾在全球进出口贸易市场份额中的比重均位于前40 名，中国—东盟贸易总额占据中国与“一带一路”沿线国家贸易总额的1/3。因此，中国—东盟贸易畅通关系在推进21 世纪海上丝绸之路和“一带一路”战略中举足轻重。在中国产业结构调整和外贸转型升级背景下，影响中国与东盟国家之间贸易畅通的因素有哪些？相互之间的贸易潜力有多大呢？

目前，专门针对海上丝绸之路贸易畅通问题展开的研究主要包括以下几方面：第一类是基于贸易便利化视角提出的战略性思考和建议，如，应提升“一带一路”沿线国家的贸易便利化和双向投资水平(李金早，2014)，推进中国—东盟自贸区升级版建设(全毅等，2014)。陈万灵等(2014)则提出了以经贸合作制度建设为支撑，构建互利共赢的海上沿线港口和城市经贸合作网络。第二类是基于贸易互补或区位优势视角进行的贸易合作领域及合作路径探讨。全毅等(2014)认为，应以海洋经济为合作重点。陈武(2014)认为，应将广西打造成“海上丝绸之路”的新门户和枢纽。第三类是基于实证检验视角的政策性建议。谭秀杰等(2015)采用引力模型分析了海上丝绸之路主要沿线国家的贸易潜力及其影响因素，表明沿线国家的贸易效率不断提高，中国对沿线国家仍有出口潜力，并从海运互联互通建设、贸易优惠政策、制度安排等方面提出了政策性建议。

但上述文献并不专门针对中国与东盟国家之间的贸易畅通问题展开研究，尤其是东盟国家的地域临近特征未得到充分体现，由于中国首都距离东盟各国首都较远，在引力模型中，距离因素的解释力度往往不充分。本文将与东盟国家直线距离最近的省会城市为参照，与东盟各国之间的距离作为贸易距离，并试图加入“海上丝绸之路”虚拟变量，结合引力模型对中国与东盟之间的贸易潜力及影响因素进行探讨，提出推进贸易畅通的政策性建议。

2 中国与东盟贸易关系现状

中国与东盟有良好的合作基础, 双方产业互补性较强, 贸易往来频繁, 中国—东盟自贸区起到了明显促进作用。如今, 中国从东盟进口产品的90% 以上实现了零关税, 主要从东盟进口大米、矿物燃料、橡胶及其制品等资源性产品, 并连续多年成为东盟第一大贸易合作伙伴。东盟主要从中国进口钢材、机电产品等加工制造品, 是中国第三大贸易伙伴。

2.1 中国与东盟相互贸易地位

中国和东盟是相互依存度较高的重要贸易伙伴, 东盟是中国第二大进口来源国和第三大出口目的地市场; 而中国同时是东盟第一大进口来源国和出口目的地市场, 是除东盟内部贸易之外的第一大贸易伙伴。

(1) 东盟在中国进出口贸易中的地位

自20 世纪90 年代中期以来, 中国对外贸易保持稳步快速增长, 进出口贸易总额从1995 年的2808 亿美元增加到2014 年的4.3 万亿美元, 增长了13 倍多。与此同时, 中国与东盟国家之间的贸易呈现出更快的增长速度, 1995 年, 东盟占中国贸易总额、出口总额和进口总额的比重分别

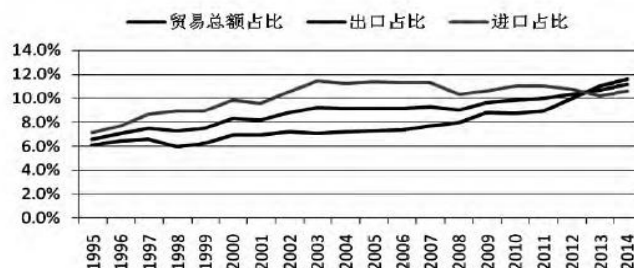


图1 东盟在中国对外贸易中的市场份额

数据来源: 中国对外贸易统计年鉴(1995~2014 年)。

为6.56%、6.07%、7.12%, 2008 年全球金融危机之后, 欧美日发达国家传统出口市场占比下降, 东盟在2009 年取代日本成为中国第三大出口目的地市场, 并在2011年超过日本, 成为中国对外贸易的第三大伙伴。与出口市场相比, 东盟的进口市场比重在2013 年之前相对更高, 2002 年, 东盟超过美国, 成为中国第三大进口来源国, 2012 年又超过日本, 成为仅次于欧盟(12.46%)的第二大进口来源国。相比较而言, 日本与中国贸易的比重则呈显著下降趋势, 上述三大贸易比重从1995 年的20% 左右下降至近/几年的10%以下, 从中国第一大贸易伙伴下降为第四大贸易伙伴, 间接体现了中国与东盟在东亚生产与贸易网络中更紧密的联系(见图1)。与20 年前的日本相比, 东盟在中国市场的占比还有相当大的潜力。

(2) 中国在东盟对外贸易中的地位

2013 年, 东盟前十大贸易伙伴依次是东盟内部其他国家、中国大陆、欧盟28 国、日本、美国、韩国、中国台湾、中国香港、澳大利亚和印度。将东盟作为一个整体考虑, 中国大陆是东盟第一大贸易伙伴, 2013 年与东盟双边贸易总额达3500 亿美元, 占东盟国家对外贸易总额的14%。同时, 中国大陆也是东盟最大的进口来源国和出口目的地市场, 分别占据东盟市场份额的16%和12%, 比第二大贸易伙伴欧盟的市场份额高出2 个百分点以上(见表1)。可见, 在与东盟对外贸易关系中, 中国大陆比欧美发达国家占据了明显的近邻优势。

表1 2013 年东盟对外贸易市场结构

贸易伙伴	贸易额(10 亿美元)			市场份额(%)		
	东盟出口额	东盟进口额	总贸易	出口占比	进口占比	总贸易占比
东盟	330.32	278.24	608.56	26.0	22.4	24.2
中国大陆	152.55	197.96	350.51	12.0	16.0	14.0
欧盟 28 国	124.43	121.79	246.23	9.8	9.8	9.8
日本	122.86	117.90	240.77	9.7	9.5	9.6
美国	114.51	92.35	206.86	9.0	7.4	8.2
韩国	52.82	82.14	134.96	4.2	6.6	5.4
中国台湾	35.47	66.22	101.69	2.8	5.3	4.0
中国香港	82.08	13.14	95.22	6.5	1.1	3.8
澳大利亚	45.53	22.53	68.06	3.6	1.8	2.7
印度	41.94	25.93	67.86	3.3	2.1	2.7
阿联酋	18.84	41.68	60.52	1.5	3.4	2.4
沙特阿拉伯	7.61	33.26	40.87	0.6	2.7	1.6
其他	142.17	147.25	289.42	11.2	11.9	11.5
总额	1271.13	1240.39	2511.52	100.0	100.0	100.0

东盟数据来源: ASEAN Statistics, <http://www.asean.org/news/item/asean-statistics>。

2.2 中国与东盟贸易商品及互补性分析

(1) 中国对东盟出口的主要商品分布

根据HS 分类标准,中国向东盟出口市场份额最大的前十大类产品依次为第16类、第15类、第11类、第6类、第17类、第20类、第5类、第7类、第18类、第13类。上述产品占中国对东盟前七大商品出口市场份额的90%以上,该占比在新加坡、印尼和越南三国更高。其中,前三大类产品占中国对东盟七大市场出口的59.03%,对越南占比高达69.41%;前六大类产品占中国对东盟七大市场出口份额的75.95%,新加坡和越南占比高于平均值,表明它们从中国进口的商品集中度相对更高(见表2)。

另外,东盟各国从中国的进口也存在市场份额差异。第16类在七个国家的占比都是最高的,分别占新加坡和泰国从中国进口商品市场份额的40.89%和36.87%,高于七大市场的平均占比。中国出口到越南的第二大类产品是第11类,占有商品市场份额的24.75%,比上述七大市场的平均占比12.72%高出近一倍,该产品在新加坡和泰国的占比相对较低,分别为4.52%和7.40%。第6类产品在泰国、印尼和菲律宾这三大市场的占比相对较高,而在其他四国的占比则低于平均值5.97%。此外,在新加坡和菲律宾,第20类和第5类占比也明显高于七大市场平均占比5.46%和

表2 2014年中国对东盟出口主要产品的市场份额

单位:%

指标名称	菲律宾	马来西亚	缅甸	泰国	新加坡	印尼	越南	七大市场
第16类 机电、音像设备及其零件、附件	26.42	30.78	28.32	36.87	40.89	32.53	31.12	33.30
第15类 贱金属及其制品	16.82	13.89	16.21	13.44	9.21	12.46	13.54	13.01
第11类 纺织原料及纺织制品	12.01	9.89	11.15	7.40	4.52	12.18	24.75	12.72
第6类 化学工业及其相关工业的产品	6.54	5.46	3.44	9.61	3.69	8.92	4.49	5.97
第17类 车辆、航空器、船舶及运输设备	4.31	4.09	10.75	4.11	10.61	3.82	3.99	5.49
第20类 杂项制品	6.23	8.68	2.27	4.21	8.13	5.25	2.06	5.46
第5类 矿产品	5.46	1.66	3.30	0.91	8.33	5.89	4.07	4.39
第7类 塑料及其制品;橡胶及其制品	4.82	4.43	3.37	4.62	2.63	4.46	2.76	3.72
第18类 光学、医疗等仪器;钟表;乐器	1.86	5.40	1.04	3.47	2.09	2.86	2.80	3.07
第13类 矿物材料制品;陶瓷品;玻璃及其制品	2.80	3.74	1.65	2.87	2.98	2.86	2.53	2.91
第2类 植物产品	1.49	2.48	2.91	3.84	0.55	2.14	3.31	2.38
第12类 鞋帽伞等;已加工的羽毛及其制品;人造花;人发制品	3.43	3.00	0.64	1.50	1.62	1.93	1.25	1.93
第4类 食品;饮料、酒及醋;烟草及其制品	2.98	1.69	1.35	1.80	0.96	2.06	0.88	1.53
第10类 木浆等;废纸;纸、纸板及其制品	1.15	1.26	0.63	1.07	1.05	0.86	0.89	1.02
第14类 珠宝、贵金属及其制品;仿首饰;硬币	0.05	0.06	12.18	0.28	0.25	0.06	0.09	0.56
第9类 木及制品;木炭;软木;编结品	1.38	0.40	0.28	0.58	0.49	0.38	0.37	0.51

数据来源:Wind 咨询,全球宏观经济数据库。

4.39%,第20类和第18类在马来西亚市场也占据了高于平均值的市场份额。值得注意的是,第14类是中国出口到缅甸的第三大类产品,占据了缅甸市场份额的12.18%,仅次于第16类和第15类的占比,在新加坡和泰国的市场份额还不足0.3%,在其他四国的占比甚至还不到0.1%(见表2)。

(2) 中国从东盟进口的主要商品分布

中国从东盟进口的前十大类产品依次为16类,第5类,第7类,第14类,第6类,第2类,第3类,第18类,第15类,第9类。上述产品占中国从东盟七大市场商品进口总额的93.66%,在菲律宾、马来西亚、缅甸,这些商品占比更高,分别为98.21%、97.82%和99.37%,在印尼和越南的占比相对较低,分别为86.53%和80.58%。其中,前三大类产品占中国从东盟进口商品总额的68.01%,菲律宾和马来西亚这两大进口来源国的占比明显偏高,分别达88.18%和83.68%,而缅甸占比却相当低,仅为13.20%,泰国、印尼和越南也低于平均占比;前六大类产品占中国进口商品市场份额的84.10%,菲律宾和缅甸占比分别高达91.86%和92.74%,印尼和越南的占比同样偏低,仅为66.40%和73.08%。与中国对东盟的出口商品分布相比,中国从东盟进口商品的市场集中度相对更高,主要商品占比更大

(见表3)。

表3 2014 年中国从东盟进口主要产品的市场份额

单位:%

指标名称	菲律宾	马来西亚	缅甸	泰国	新加坡	印尼	越南	七大市场
第16类 机电、音像设备及其零件、附件	68.57	64.67	0.16	37.60	42.72	6.35	47.09	43.20
第5类 矿产品	18.07	12.51	12.47	3.87	15.49	42.53	10.15	15.26
第7类 塑料及其制品;橡胶及其制品	1.53	6.49	0.57	23.35	14.53	5.60	4.36	9.57
第14类 珠宝、贵金属及制品;仿首饰;硬币	0.01	0.08	78.72	2.39	0.09	0.01	0.02	6.45
第6类 化学工业及其相关工业的产品	0.66	3.56	0.04	7.96	14.40	10.45	1.58	6.07
第2类 植物产品	3.02	0.25	0.77	10.63	0.03	1.47	9.88	3.55
第3类 动、植物油、脂、蜡;精制食用油脂	0.09	4.80	0.00	0.07	0.02	12.15	0.11	2.78
第18类 光学、医疗等仪器;钟表;乐器	1.94	2.15	0.07	3.18	4.98	0.71	1.45	2.35
第15类 贱金属及其制品	3.79	2.66	2.22	1.09	2.44	2.89	0.62	2.24
第9类 木及制品;木炭;软木;编结品	0.53	0.65	4.34	3.20	0.01	4.38	5.32	2.19
第11类 纺织原料及纺织制品	0.43	0.33	0.23	1.60	0.14	3.00	10.83	1.88
第10类 木浆等;废纸;纸、纸板及其制品	0.07	0.06	0.01	0.50	1.60	5.58	0.13	1.03

数据来源:Wind 咨询,全球宏观数据库。

6.35%和0.16%。中国对第5类进口市场份额最大的两个国家分别是印尼和菲律宾,是两国对中国出口的第一和第二大类产品,占中国从各国进口商品总额的42.53%和18.07%;而在泰国市场的占比仅为3.87%,该产品在其他四国的市场占比均为10%以上。第7类分别是泰国第二大类、新加坡第三大类向中国出口的产品,分别占据这两国对中国商品出口总额的23.35%和14.53%,而在缅甸和菲律宾两国的占比却仅为0.57%和1.53%。与出口一样,中国从东盟进口的第14类主要集中在缅甸,该产品占据了缅甸向中国出口商品市场份额的78.72%、泰国向中国出口市场份额的2.39%,在其余五大市场的占比都不足0.1%。中国从东盟进口的第6类的产品主要集中在泰国、印尼和泰国,分别占据了这三国向中国出口商品市场份额的14.40%、10.45%和7.96%,在缅甸、菲律宾和越南出口市场的占比都较低。中国从东盟进口的第2类则主要来源于泰国和越南,分别占这两国商品出口市场份额的10.63%和9.88%。此外,第3类和第11类分别是印尼和越南向中国出口的第二大类产品,占据这两国商品出口份额的12.15%和10.83%;第18类也占据了马来西亚和泰国比平均值更高的市场份额;印尼向中国出口第10类占据其国内商品出口市场份额的5.58%;缅甸、泰国、印尼、越南也向中国出口第9类,占据上述四大市场3%以上的比重。

上述分析表明,东盟各国差异较大,各具比较优势和特色。在与中国对外贸易中,菲律宾和马来西亚最显著的比较优势是第16类和第5类,这两类产品占据菲律宾和泰国向中国出口市场份额的86.64%和77.18%;第14类和第5类是缅甸最突出的比较优势产品,占据中国从缅甸进口商品总额的91.19%;其他四国的出口比较优势相对分散,第16类,第7类,第2类,第6类这四大类产品都是泰国对中国出口占比较高的商品,它们占据市场份额的近80%;新加坡比较优势较显著的产品是第16类,第5类,第7类,第6类,它们占新加坡向中国出口商品总额的87%以上;占印尼市场份额10%以上的有三大类产品——第5类,第6类,第3类是印尼对中国出口的最大优势产品;越南前四大优势产品为第16类,第11类,第5类,第2类产品(见表3)。

尽管中国与东盟进出口贸易中的大类产品基本相同,但与具体国家之间的贸易品和比较优势存在明显差异。比如,第一大类贸易品第16类,中国出口到东盟的最大市场是新加坡和泰国,而中国从

东盟进口的两大来源国则是菲律宾和马来西亚。中国从东盟进口的第二大类产品第 5 类却是中国向东盟出口的第七大类产品, 分别占东盟前七大市场的 15.26% 和 4.39%, 体现了东盟在矿产品方面的比较优势, 且该比较优势集中于印尼和菲律宾; 与此类似, 东盟对中国出口市场份额占比相对较高的商品还有第 7 类, 第 14 类, 第 2 类, 意味着东盟在这些商品出口中拥有相对比较优势。与此同时, 第 15 类, 第 11 类, 第 17 类, 第 20 类这几大类产品贸易中, 中国对东盟出口的市场份额比进口市场份额占比相对更高, 显示了中国在上述产品生产与贸易中的比较优势。此外, 在相互进出口贸易占比均比较高的产品中, 体现了中国与东盟国家之间产业内或产品内贸易程度较高, 意味着在东亚和全球生产网络中相对更紧密的联系。

3 模型构建与数据来源

3.1 引力模型构建

引力模型是国际贸易领域分析双边或多边贸易关系常用方法。最初的贸易引力模型可表述为:

$$\ln t_{ij} = \beta_0 + \beta_1 \ln gdp_i + \beta_2 \ln gdp_j + \beta_3 \ln d_{ij} + u_{ij} \quad (1)$$

根据 Anderson (1979)、Helpman 和 Krugman (1985)、Deardorff (1998) 对传统引力模型的拓展, 借鉴 Nilsson (2000) 和 Egger (2002)、盛斌等 (2004)、贺书锋等 (2013) 对引力模型实证检验方法的应用, 并结合本文研究的需要, 添加了与海上丝绸之路相关的解释变量, 得到中国与东盟贸易畅通的引力模型方程为:

$$\ln t_{ij} = \beta_0 + \beta_1 \ln gdp_i + \beta_2 \ln gdp_j + \beta_3 \ln d_{ij} + \beta_4 er_{ij} + \beta_5 cb + \beta_6 ld + \gamma_i S_i + u_{ij} \quad (2)$$

或者有: $\ln t_{ij} = \beta_0 + \beta_1 \ln argdp_i + \beta_2 \ln argdp_j + \beta_3 \ln pop_i + \beta_4 \ln pop_j +$

$$\beta_5 \ln d_{ij} + \beta_6 er_{ij} + \beta_7 cb + \beta_8 ld + \gamma_i S_i + u_{ij} \quad (3)$$

其中, 因变量 t_{ij} 表示中国与东盟各国之间的贸易流量, 包括进出口贸易总额 tr 、出口额 x 和进口额 m , 自变量包括经济规模、经济增长、人口总量、贸易距离等核心变量, 以及双边贸易汇率、国

表 4 自变量的描述、理论说明及数据来源

自变量	变量描述	理论说明	数据来源
gdp_i	中国的国内生产总值 (当期价格, 10 亿美元)	代表中国供给能力和需求能力, 供给能力越强, 出口潜力越大, 需求能力越强, 进口需求潜力越大, 对贸易总额促进越明显	IMF 的 WEO
gdp_j	东盟各国的国内生产总值 (当期价格, 10 亿美元)	代表东盟各国对中国产品的进口需求能力, 以及它们自身的出口供给能力, 经济规模总量越大, 潜在的进口需求和出口供给能力越强, 进出口贸易量也越大	IMF 的 WEO
$argdp_i$	中国人均国内生产总值 (美元)	代表中国经济发展水平, 中国对东盟各国的进口需求随人均收入增长而增长	IMF 的 WEO
$argdp_j$	东盟各国人均国内生产总值 (美元)	代表东盟各国的经济发展水平, 对中国进口需求随人均收入的增长而增长	IMF 的 WEO
pop_i	中国的人口总数 (人)	代表中国对外总需求, 中国从东盟各国进口需求随人口数量增加而增加	世界银行 WDI
pop_j	东盟各国的人口总数 (人)	代表东盟各国对中国的进口需求, 中国向东盟各国的出口随人口数量增加而增加	世界银行 WDI
er_{ij}	用东盟各国货币标价的人民币汇率 (贸易双边汇率)	汇率越高, 表示人民币相对升值, 中国对东盟各国的出口将减少, 从东盟各国的进口将增加, 对贸易总量的影响不确定	世界银行 WDI
d_{ij}	两国之间的绝对距离 (千米)	代表交通运输成本的高低, 距离越大, 贸易成本越高, 贸易量将降低	http://www.timeanddate.com
ld	是否为内陆国, 是取 1, 否则取 0	内陆国家对外贸易运输相对不便利, 对外贸起到一定阻碍作用	CEPII (http://www.cepii.fr/)
cb	虚拟变量, 表示是否拥有共同的边界, 是取 1, 否则取 0	当双方拥有共同边界时, 跨境贸易更方便, 有利于双方贸易量的增加	CEPII (http://www.cepii.fr/)
S_i	虚拟变量, 当两国属于同一贸易集团时取 1, 否则取 0, S_3 表示“海上丝绸之路”虚拟变量, 2014 年取 1, 之前取 0	当双方共属于同一贸易集团时, 由于优惠贸易政策而产生贸易创造和转移效应, 相应的贸易量增加	http://apec.fsi.gov.cn ; http://www.cafta.org.cn

注: 本文考察的贸易集团指中国所属的 CAFTA (中国 - 东盟自由贸易区)、APEC (亚太经合组织)、以及海上丝绸之路沿线国家, 对应的变量分别为 S_1 、 S_2 、 S_3 。

家特征、贸易安排等控制变量,自变量描述、理论说明见表4。

3.2 样本选取与数据来源

本文选取1995 ~ 2014 年中国与东盟10 国贸易总额、出口额、进口额作为因变量,利用季度面板数据进行引力模型回归分析,其结果将表明中国与东盟进出口贸易量的模拟方程。中国与东盟各国的贸易额数据来源见表4。

4 实证检验结果

4.1 中国与东盟国家贸易畅通影响因素

利用中国与东盟10 国的贸易流量及相关解释变量数据,对双边贸易畅通影响因素进行了回归分析。 $\ln tr$ 、 $\ln x$ 、 $\ln m$ 分别表示双边贸易总额、中国对东盟各国的出口总额和进口总额的对数,变量后缀 ols 和 st 分别表示混合回归模型和面板结构模型,由于个体数量较少,解释变量较多、考察时期较短,个体固定效应和时间固定效应模型均受到限制,本文选择混合回归模型和面板结构模型估计回归结果,为了考察解释变量的综合影响,这里对两种结果进行了分析。另外,由于东盟各国具体情况不同,这些国家的个体因素在不同程度上影响东盟整体与中国的贸易畅通,因此,允许模型中存在横截面异方差和同期相关,用相应的EGSL 法(cross-section SUR 或 cross-section weights)对模型进行分析,估计结果由表5 给出。

上述回归结果表明,作为海上丝绸之路重要沿线国家,中国与东盟贸易畅通的关键影响因素与国际贸易理论一致:中国与东盟国家双方的经济增长 $\ln gdp$ 或人均经济增长 $\ln argdp$ 是促进双边贸易的核心变量之一,无论是混合回归模型还是面板结构模型估计结果,都显示了贸易流量增长 $\ln tr$ ($\ln x$, $\ln m$)与 $\ln gdp$ 或 $\ln argdp$ 之间的正相关关系,且相应系数均通过显著性检验;运输距离是阻碍双边贸易流量的另一核心变量,距离变量 $\ln d_{ij}$ 与贸易流量均呈反向关系。

表5 中国与东盟国家贸易畅通引力模型回归结果

	(I)	(II)	(III)	(IV)	(V)	(VI)
VARIABLES	$\ln tr_{ols}$	$\ln x_{ols}$	$\ln m_{ols}$	$\ln tr_{st}$	$\ln x_{st}$	$\ln m_{st}$
$\ln gdp_i$	0.7569*	0.8786*		0.6270*	0.3140***	0.6001*
	(18.95)	(20.98)		(24.73)	(1.92)	(17.56)
$\ln gdp_j$	1.0686*	0.9040*		1.2090*		1.4987*
	(35.80)	(24.71)		(163.22)		(39.55)
$\ln argdp_i$						
$\ln argdp_j$			1.3402*		0.8092*	
			(13.98)		(13.44)	
$\ln pop_i$						
$\ln pop_j$			0.7495*		0.5994*	0.0565*
			(12.83)		(6.11)	(2.73)
$\ln d_{ij}$	-0.3239*	-0.5102*	-1.6628*	-0.5866*	-0.8124*	-0.6284*
	(-7.82)	(-12.81)	(-8.57)	(-25.95)	(-6.03)	(-11.44)
er_{ij}			-0.0005*	-0.0002*		-0.0004*
			(-3.99)	(-13.44)		(-14.54)
cb			0.5450*			
			(2.96)			
ld	-0.3040*	-0.6588*	-0.5862***			
	(-2.74)	(-4.93)	(-1.63)			
S_1	5.1341*	5.5940*		7.5560*		4.9328*
	(13.73)	(15.01)		(32.18)		(8.49)
S_2			1.3974*		1.0906**	
			(6.22)		(2.23)	
$ar(1)$					0.9446*	
					(57.39)	
Constant						
Observations	184	184	183	184	174	183
R-squared	0.9708	0.9704	0.8941	0.9983	0.9921	0.9898

注:*、**、*** 分别表示在 0.01、0.05、0.1 的水平下显著。

在其他控制变量中,中国与东盟国家之间双边汇率 er_{ij} 对贸易总额和进口起到一定抑制作用,方程(III)和(VI)体现人民币汇率升值对进口的抑制作用,方程(IV)体现了人民币相对升值与双边贸

易总额的负向关系,意味着中国对东盟进口的汇率弹性较高,对双边汇率变化敏感,汇率波动不利于中国—东盟贸易发展; 国家内陆虚拟变量对双边贸易起到明显阻碍作用(方程I、II、III), 并且,对出口和贸易总额的负面影响系数具有显著性,意味着沿海国家之间贸易更顺畅,在海上贸易占主导地位的情况下,中国与东盟国家之间“海上互联互通”有利于促进双边贸易的发展。

双边或多边贸易安排对中国—东盟贸易都起到了明显促进作用,在混合回归模型中,中国—东盟自贸区(S_1)明显促进了双边贸易和出口(方程I 和II), 在面板结构回归中, S_1 则对双边贸易总额和进口起到显著推动作用(方程IV 和VI); 另外,方程(III) 和(V) 也体现了亚太经合组织(APEC, S_2)对中国与东盟进口和出口的一定促进作用。意味着贸易协定或优惠贸易安排有利于促进中国与东盟各国之间贸易流量增加,因此,为了促进中国—东盟之间的贸易畅通,双方政府应该加强政策沟通和贸易平台建设,进一步降低双边贸易壁垒和贸易成本,实现双边投资贸易互利共赢。

4.2 中国与东盟各国贸易潜力估算

为了较好地对中国与东盟各国贸易潜力进行估算,本文采用可决系数较高的面板结构模型估计结果进行预测分析,即根据表5 中的IV、V、VI 估计方程得出相应的中国与东盟各国贸易总额、出口额和进口额的预测值,用实际贸易流量与预测值之比表示贸易潜力(P), P 值小于1, 意味着贸易双方尚有贸易潜力, P 值越小, 贸易拓展空间越大,反之, 贸易拓展空间越小。为了分析贸易潜力变化趋势, 本文选择了全球金融危机之前的2007 年和新近的2014年预测值分析, 结果见表6。

根据2014 年预测结果, 与中国贸易畅通拓展空间较大的国家有文莱、菲律宾和泰国, 它们的贸易总额潜力(P_{trf})、出口潜力(P_{xf})、进口潜力(P_{mf})均显著小于1, 意味着双方贸易联系有待于继续加强。缅甸、马来西亚、越南这三个国家与中国的三大贸易潜力预测值均达到1 以上, 双边贸易

表 6 中国与东盟各国贸易潜力趋势测算结果

	BRN -07	IDN -07	KHM -07	LAO -07	MMR -07	MYS -07	PHL -09	SGP -07	THA -07	VNM -07
P_{trf}	0.43	0.64	1.47	0.93	0.78	2.21	0.65	2.53	0.93	1.13
P_{xf}	0.11	1.20	1.76	0.41	0.73	1.74	0.86	1.56	0.95	0.94
P_{mf}	1.61	0.51	0.42	2.25	0.47	2.68	0.71	2.08	1.04	0.72
	BRN -14	IDN -14	KHM -14	LAO -14	MMR -14	MYS -14	PHL -14	SGP -14	THA -14	VNM -14
P_{trf}	0.92	0.44	1.40	1.92	1.48	1.31	0.48	1.13	0.60	1.45
P_{xf}	0.52	1.15	1.94	0.94	1.17	1.53	0.91	0.98	0.94	1.14
P_{mf}	0.48	0.26	0.82	5.37	2.45	1.23	0.37	0.84	0.49	1.00

易流量相对较饱和, 双方应加强互补性贸易, 降低贸易冲突。印尼、柬埔寨、老挝、新加坡四国存在部分贸易趋于饱和的现象, 在进口或出口市场仍有相当拓展空间。另外, 上述预测结果仅仅是基于历史数据的简单预测, 与老挝较高的进口潜力相比, 其他东盟国家尚有巨大的贸易拓展空间。

与2014 年相比, 中国与印尼、马来西亚、新加坡、泰国的贸易潜力在金融危机之前相对较高, 金融危机之后贸易潜力有所增强。但老挝、缅甸、越南等国在金融危机之后与中国的贸易潜力值明显增加, 意味着这些国家与中国的贸易联系得到了显著加强。随着海上丝绸之路建设和中国—东盟自贸区升级版的推进, 中国与东盟各国的贸易联系将得到进一步加强, 未来的贸易拓展空间可能更大, 双方的贸易畅通问题也需要动态评估。

5 结论与政策性建议

贸易畅通是海上丝绸之路发展的起源, 在海上丝绸之路建设中起着基础和关键性作用。依托东盟为核心的南海—太平洋通道是我国对外战略合作带, 东盟国家多数是中国的海上近邻, 推进中国—东盟贸易畅通举足轻重。

在现有文献的基础上, 本文分析了中国—东盟双边贸易现状与比较优势, 利用国际贸易引力模型考察了影响中国—东盟贸易畅通的影响因素。结果表明, 中国与东盟各国之间拥有良好的贸易合作基

础, 双方贸易依存度较高, 互补优势明显, 部分行业体现了较高程度的产品内贸易, 意味着中国和东盟在东亚生产网络中较紧密的联系。中国和东盟各国经济增长率、经济发展程度、人口总数、贸易协定、以及国家沿海特征等都在不同程度上促进了双方的贸易畅通, 尤其是经济增长和经济发展这两大核心变量的回归系数都具有显著性。同时, 贸易距离和人民币汇率升值这两个因素则对双方贸易流通形成了相应的阻力。

本文的研究结果对于促进中国—东盟及 21 世纪海上丝绸之路沿线国家贸易畅通具有重要意义。第一, 中国与东盟各国的贸易品和比较优势存在明显差异, 未来仍有较大潜力和贸易拓展空间; 第二, 现有的中国—东盟自贸区、APEC 等贸易组织在不同程度上促进了贸易增长, 双方应继续探索新的贸易合作方式及优惠政策, 进一步降低贸易壁垒、促进贸易便利化; 第三, 与海上道路联通与货币流通相结合, 推进南海次区域海上丝绸之路建设。中国与东盟国家之间应加强海洋运输合作, 确保海上航道安全畅通, 通过港口基础设施建设合作、双方口岸开放、开拓更多国际航线等方式加强双边海上道路联通, 进一步促进中国与东盟各国贸易畅通。同时, 汇率波动不利于中国—东盟贸易发展, 应加强与东盟国家之间的区域货币合作, 增强双方货币的贸易结算功能。

作者: 廖泽芳 宁凌

来源: 《经济问题》2015 年第 12 期

科技价值与“互联网+”行动 对创新创业的作用



0 引言

日前, 国务院印发了《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》(以下《指导意见》)。《指导意见》确定了“互联网+”创业创新、“互联网+”协同制造、“互联网+”智慧能源等 11 项重点行动, 明确了未来 3 年及 10 年的发展目标, 并就做好保障支撑进行了部署。

《指导意见》是推动互联网由消费领域向生产领域拓展, 加速提升产业发展水平, 增强各行业创新能力, 构筑经济社会发展新优势和新动能的重要举措。为了更好地贯彻《指导意见》, 充分发挥互联网对创业创新的支撑作用, 使“互联网+”成为我国经济社会创新发展的重要驱动力量, 需要探讨“互联网+”对创新创业的作用机理及其在实施各重点产业过程中的实现路径。为此, 本文将以“互联网+”创业创新为例, 在科技价值论视域下对上述问题进行探讨。

1 “互联网+”创新创业机理

1.1 “互联网+”内涵与实质

李克强总理在 2015 年政府工作报告中首次提出了“互联网+”行动计划。他指出, 要“制定‘互联网+’行动计划, 推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合, 促进电子商务、工

业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场”。

该计划的实质就是“互联网+ 各个传统行业”,但这并不是简单的两者相加,而是利用信息通信技术及互联网平台,使互联网与传统行业进行深度融合,创造新的发展生态,充分发挥互联网在创新创业中的作用,提升全社会的创新力和生力,形成新的以互联网为信息载体和转化系统的实体经济与虚拟经济密切结合的创新经济发展形态。

1.2 互联网与科技价值

我们可以将互联网价值与波普尔的“三个世界”理论相联系。波普尔指出:世界并不是如传统所认为的只存在物质和精神两个世界,而是存在三个在本体论上泾渭分明的次世界。其中:世界1是物理世界,也就是由物质组成的;世界2是主观意识形成的世界,这是由现实存在的人类的意识、心理、经验组成的;世界3是由客观化的意识组成的世界,即客观知识世界,包括由书籍保存的科学技术知识、文艺作品等。在当代,互联网可以视做是世界3的具体体现,其价值体现了世界3的价值。

根据劳动价值论,价值是人类抽象劳动的凝结,包括价值体、价值量、价值形式三个方面。科技价值是科技人员劳动形成的价值,互联网是科技价值的载体,同样包括价值体、价值量、价值形式三个方面。

第一个方面是互联网与科技价值体。科技价值论认为,科技劳动是人类智力劳动的体现,互联网的存在使得人类世代积累的科学技术成果形成了一个“取之不尽、用之不竭”的科学技术价值库,科技劳动凝结在互联网中的过程是科技劳动形成价值实体的具体体现。

互联网凝结的科技价值具有潜在性。在表现形式上,科技价值 W 既与物质资料转移的价值 C 不同,又与劳动所创造的价值 $V=v+m$ 不同。说 W 与 C 不同,是因为 W 在没有与物质实体结合时, W 在互联网中是以待转化信息形式存在,只能算作虚拟价值;说 W 与 V 不同,是因为在创新过程中, W 并不像 V 那样物化在劳动对象中,而是通过由潜在到现实的转化,象化在劳动对象中。“互联网+”行动在促进科学技术价值由潜在向现实转化的同时,也完成了科学技术由间接生产力到现实生产力的转化。

第二个方面是互联网与科技价值量。科技价值论认为,在市场经济条件下,由于社会必要劳动时间的存在,具有相同使用价值的商品具有同一价值。在“互联网+”的条件下,社会上同一商品的价值由三部分构成:活劳动创造的价值 V 、通过互联网转化的科技价值 W 和物化劳动转移的价值 C 。由于采用互联网的部门可以获得科技价值转化的价值 W ,从而具有更高的盈利性。

第三个方面是互联网与科技价值形式。科技价值论认为,从价值形式来看,科技价值处在不断的产生和消失过程中。在应用互联网的条件下,横向比较时,由于同样的商品具有相同的价值,而且所比较的商品价值中既包括劳动创造的价值,又包括转移的科技价值,因此,在付出活劳动不同的生产者能够生产出相同的价值时,采用互联网的部门的劳动生产率会大大增加,其价值经历了首先归互联网使用部门,而后回归社会的过程。

2 “互联网+”对创新驱动的作用

习近平总书记于2014年在亚太经合组织工商领导人峰会开幕式上提出,中国经济已经呈现出新常态,其主要特点为:速度上“从高速增长转为中高速增长”,结构上“经济结构不断优化升级”,动力上“从要素驱动、投资驱动转向创新驱动”。在2015年两会的政府工作报告中,李克强总理在谈到2015年的部署时,也开宗明义地指出,在新常态下,要素的规模驱动力减弱,经济增长将更多依靠人力资本质量和技术进步,因此必须让创新成为驱动发展新引擎。

2.1 创新发展的内涵

创新驱动的含义是多方面的。在哲学视域下,根据矛盾转化原理,创新驱动包括:科学创新驱动,其主要特征是发现创新规律性;技术创新驱动,其主要特征是对创新过程施加目的性;工程创新驱动,其主要特征是对创新过程施加集成性;产业创新驱动,其主要特征是对创新过程施加规模性;制度创新驱动,其主要特征是对创新过程施加关系性。创新驱动的核心是把创新摆在国家发展全局的核心位置,把我国科技、经济、社会的各个领域转移到创新发展的轨道上,建立创新型国家。具体体现在以下几个方面。

第一,科学是系统化、理论化的知识体系,同时又是获得这种知识体系的认识活动。科学创新驱动主要通过加强基础研究,特别是加强重大基础研究以求得创新源上的重大突破,推动基础研究成果的产业化,不断给经济发展提供新的增长动力。与创新驱动的要求相比,我国自主创新成果来源明显不足,反映科学创新驱动不足。

第二,技术是通过发明打造技术人工物的活动过程。技术创新驱动指的是通过加强应用研究,促进自主创新,使我国的自主品牌、专利和拥有核心知识产权的产品大量涌现,加快由制造大国向创造大国迈进。然而目前技术创新驱动不足,突出问题表现在技术创新产出不足,如我国60%以上大企业没有自主品牌,99%的企业没有申请过专利,只有万分之三的企业拥有核心知识产权。

第三,工程是通过造物创建“人工自然”,其本质特征是集成性。工程创新驱动就是通过大力开拓试验发展,加强集成创新,使得科技创新成果不断形成体系进而得到应用,形成现实生产力的过程。在我国创新型国家建设过程中,工程创新驱动已成为创新驱动的主战场。

第四,根据生产力决定生产关系原理,当代科技成为第一生产力后,急需打造与之相适应的科技生产关系和创新文化,从而促进科技生产力的发展。从目标上看,制度创新驱动是要创造出一个使社会成员既能分享创新发展成果,又能充分参与创新,体现自身价值的社会,从根本上解决创新动力问题。从我国创新主体情况来看,大型企业缺乏创新动力,而中小型企业缺乏创新能力。

创新驱动通过上述创新过程的衔接,体现了原始创新、集成创新、引进消化吸收再创新和协同创新的统一。其中,科技创新是原始创新,在创新方法系统中,原始创新是最根本的创新,可以开创颠覆性的变革;工程创新是集成创新,它是原始创新的发展,是对现有的产品或知识进行重组和搭配而形成新的产品或事物,形成新的功能和作用;产业创新是引进消化吸收再创新,这是一种常见的创新方法;制度创新是协同创新,协同创新打破了前面三种模式的主体壁垒,高度汇聚了创新资源和要素以及系统运作创新手段和方法,注重创建科技生产关系。

2.2 “互联网+”促进创新驱动的机理分析

“互联网+”解决了我国当前创新驱动中的一系列深层次矛盾,加速了创新驱动的进程。具体体现在:

第一,通过对科学知识进行有效延伸,解决科学创新不足问题。互联网的存在使得人类世代积累的科学技术成果得以储存,“互联网+”就是将这种科学技术价值库的价值得以释放,由虚拟价值转化为现实价值,实现社会财富由劳动创造到智慧创造的转化。

第二,通过互联网和创意产品的结合,解决技术创新不足问题。随着科学技术的高速发展和互联网的广泛普及与使用,3D打印技术等使创意转化为实物的硬件平台日趋完善,特别是两者的有机结合将创意变为行动。在互联网和创意产品的结合上,通过奇思妙想和超强的动手能力,为人们创建一个平台,使之能够在电脑桌面上设计出符合需求的技术人工物,即创意产品,为将创新理念变为创新现实开辟了新的路径,有效解决了创新驱动中技术创新不足的问题,增强了自主创新能力,极大地扩充了创新来源。

第三,通过个性化定制和小批量制造,解决工程创新不足问题。“互联网+”奉行的个性化定制和小批量制造,通过互联网、计算机和开放硬件平台的结合,使每个创客都可以是一个微型制造工厂,有效解决各项新技术和发明集成的问题,提高了工程创新效率,解决了创新驱动中工程创新不足的问题,加快了集成创新。

第四,通过激发创新动力,解决制度创新不足问题。“互联网+”模式创新能释放出创新潜力,其特点是:“准入门槛低、快速实现、鼓励个体创新”,进而对创新活动产生强大的激励作用,因此能够有效解决制度创新不足问题,特别是解决创新动力问题。

3 “互联网+”在创新驱动中的实现路径

在我国实施创新驱动发展战略的大背景下,国务院印发了《指导意见》,提出了实现“互联网+”创新创业。这表明“互联网+”已获得了政府、社会、公众的广泛认可,“互联网+”迎来了“黄金年代”。现在急需采取强有力的措施,明晰“互联网+”模式的实现路径,加快创新驱动,为“互联网+”打造出健康良好的生态系统,早日实现大众创业、万众创新的新局面。

3.1 “互联网+”行动加快科技创新实现路径

加快科技创新实现路径的第一步要发展创新创业平台,降低创新创业门槛。当今互联网的发展和开源硬件的兴起及两者的深度融合,为我国鼓励自由探索、降低创新创业门槛提供了新的实现手段和发展平台。今后要充分利用上述发展机遇,使越来越多的人参与到“互联网+”产业链中,让每个有创业愿望的人都拥有自主创业的空间,使得创新源泉除了源于社会精英和政府等方面,更多地来源于包括企业、社会、草根的自下而上的全民创新。

第二步要鼓励自由探索,即遵循自由探索和个性化的原则。创新驱动与社会进步及人的自由发展、心灵解放的实现是同步的、相互促进的。今后要努力打造鼓励自由探索的社会环境,使人的创造潜力得到充分挖掘,在中华民族复兴的“中国梦”中实现每个人的理想。

最后是鼓励技术创新和知识创新的协同。“互联网+”需要技术创新和知识创新的协同。一方面,“互联网+”应和以大学为主体的科学研究及知识创新相结合,应得到大学和科研机构基础研究及应用研究的支持。另一方面,需要“互联网+”的创意者、设计者、实施者之间的协同,以此实现知识创新主体与技术创新主体的交汇。

3.2 “互联网+”行动加快工程创新实现路径

首先,地方政府要出台有针对性的政策措施,支持、鼓励利用一些公益性场所搭建“互联网+”创新空间。其次,可以通过发展科普事业,建设“社区创新屋”,鼓励全社会开展创意和创新实践活动。再次,大力壮大硬件供应商队伍,使硬件供应商能够更方便地为创新提供所需要的原材料,如开发板、芯片等,使设计者能根据创意,简单快速地开发出产品原型,大大地减少由创意变成现实所需要耗费在原材料和寻找合作者等方面的时间。最后,要加强企业孵化器建设,通过企业孵化器来完成从小作坊到公司的身份转变,特别是为一些有潜力的项目提供技术、资金、管理方面的支持。

3.3 “互联网+”行动推进制度创新实现路径

李克强总理指出,全社会要厚植创新创业文化,让人们在创造财富的过程中,更好地实现精神追求和自身价值。

要使“互联网+”行动被普通大众所了解,加速其产业链形成,应做好以下工作。首先,媒体应加大宣传力度,让大众认识到“互联网+”行动是一个大的发展潮流,以此激活创新模因,在中国兴起一个大

众创业、草根创业的新浪潮。其次,大力开展“互联网+”创新教育,打破传统教育以考试为中心的模式,将“互联网+”的理念引入学校,为大学开展创新创业教育增添新的内容。再次,加强网络信用监管力度,坚决打击对“互联网+”成果的侵权行为,最大限度地保护“互联网+”的积极性,保护创新成果和创新收益。最后,开展创新方法论培训,加强对“互联网+”理论的指导:明确科学创新就是发现规律性,形成认识物的过程;技术创新就是施加目的性,创造技术人工物的过程;工程创新就是施加集成性,创造工程人工物的过程;产业创新就是施加普遍性,形成制造物的过程;制度创新就是发现关系性,创造关系物的过程。以此实现“互联网+”行动由“自在”向“自为”的转化。

4 “互联网+”对创业发展的推动作用

4.1 产业及其特点

创业发展实质是产业创新,探讨创业发展的内涵要从产业发展开始。从产业哲学的观点来看,人工物的一个重要特征是目的性。当个体的目的与社会的目的要求一致时,就会因为大规模地生产过程而获得一种新的普遍性形式,因而可以称之为制造物。由产业创新施加普遍性的本质出发,产业具有以下特征。

(1) 规模性

规模性是制造物形成和成熟的标志,产业的普遍性首先由产业的规模性体现出来。在产业活动中,施加规模性的方法首先是批量化,然后是可重复、定型化,而这些都离不开充分发挥机器设备的作用。

(2) 盈利性

产业化过程是把通过技术发明获得的个别的、偶然的人工物转变为普遍的、大规模的人工物(即制造物)的过程。产业化过程通过“投入”和“产出”不仅仅是获得效果,而且是获得有效益的效果,这就是产业的盈利性。

(3) 结构性

产业的结构是指各产业之间的构成和比例关系,产业化过程和产业结构调整过程往往是同步的。在产业化过程中,要有目的地调整行业,调整产业内部的结构,使人工物不断向制造物进行动态转化。

(4) 转化性

产业的转化性是指在产业化过程中,实现科学、技术、工程成果的产业化。产业的转化性同时还是某产业的产生、成长、繁荣、衰亡或产业的产生、成长、不断现代化的过程。

4.2 “互联网+”促进创业驱动的机理分析

从产业创新的角度来看,虽然互联网是当今人类最大的革命,但它不属于产业创新,只有这个革命渗透到第一、第二产业时,才会发生大规模的产业创新。其原因是:“互联网+”加快了数字世界与实体世界的结合,所带来的生产方式的变革,使得制造业的结构发生了巨大变化,完成了由创意向创业的转化,从而大大加快了创业驱动的进程。

通过“互联网+”与实体经济相结合能施加规模性。主要原因是互联网与实体经济相结合能够充分发挥信息的作用,使实体经济更加具有有序性和效率性,而且接触范围越大,效果越显著,越具有规模性。

通过“互联网+”使软硬件结合能施加结构性。结构性调整也是衡量产业创新成功的重要标志。在当前全球经济增速放缓,中国经济发展进入“新常态”情况下,通过互联网、计算机和开放的硬件平

台结合,能够有目的地调整产业内部结构,为传统制造业产业结构调整提供新的强大的动力。

发挥“互联网+各个传统行业”的功能能施加转化性。如“互联网+”行动计划可以促进传统产业变革,令现代制造业管理更加柔性化,更加精益制造:互联网+商务=电子商务,电子商务在满足个性化需求的同时创造出了规模经济效益等。

通过“互联网+”转化科技价值能施加盈利性。其原因是互联网所包含的科技价值可通过“互联网+”转化为现实价值,从而吸引更多人加入其中,特别是能够让国内大型制造企业和科技企业也更加关注“互联网+”,为其提供生产条件、项目指导和资金支持,促使业界巨头在“互联网+”空间里找到更多的盈利点,从根本上解决“互联网+”的盈利性问题。

5 “互联网+”在创业驱动中的实施路径

习近平总书记在全国“两会”谈到“新东北现象”时强调,东北等老工业基地振兴发展,不能再唱“工业一柱擎天,结构单一”的“二人转”,要做好

加减乘除。习总书记的讲话指出了“新东北现象”乃至全国经济下滑的主要原因是创业驱动不足,同时也指明了“互联网+”在创业驱动中的实施路径。

5.1 做好加法:通过“互联网+”施加规模性实施路径

在传统产业中,装备制造业一直是我国的优势,规模性一直很大,但在“互联网+”条件下,大规模制造与大规模个性化定制的矛盾越来越突出。解决这些问题的根本出路在于通过“互联网+”协同制造,积极发展智能制造和大规模个性化定制,提升网络化协同制造水平,加速制造业服务化转型,完成从产品原型到中试、形成批量产品;通过政府和公益机构支持、企业帮扶援助、个人互助互扶等多种方式,共助小微企业和创业者成长,构建创新创业发展的良好生态;以更包容的态度、更积极的政策营造宽松环境,激发人民群众的创新创业热情,鼓励各类主体充分利用互联网带来的新机遇,积极探索新平台、新形式、新应用,开拓创新创业发展新空间,施加规模性。

5.2 做好减法:通过“互联网+”施加结构性实施路径

结构性调整也是衡量产业创新成功的重要标志。通过“互联网+”大力施加结构性的主要做法是做减法淘汰落后产能,使产业优化升级。“互联网+”通过互联网、计算机和开放的硬件平台结合,打造微型制造工厂,引领制造业向着分散式和扁平式方向发展,有目的地调整产业内部结构,有效解决目前我国面临的经济结构转型升级问题;借助互联网等手段,将传统由特定企业和机构完成任务向自愿参与的所有企业和个人进行分工,最大限度利用大众力量,以更高的效率、更低的成本满足生产及生活服务需求,促进生产方式变革;通过创新组织形态,优化劳动、信息、知识、技术、管理、资本等资源的配置方式,为产业创新发展提供更多元的途径。

5.3 做好乘法:通过“互联网+”施加转化性实施路径

通过“互联网+”施加转化性主要有三种形式:学习转化、有形转化和无形转化。

通过“互联网+”施加转化性就是要让互联网与传统产业深度融合,利用信息通信技术及互联网平台,将互联网的创新成果深度融合于经济、社会各领域之中,提升全社会的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态,形成大众创造、释放众智的新局面。主要做法包括:一是支持百科、视频等开放式平台积极加快知识的推广,实现知识内容的创造、更新和汇集,引导有能力、有条件的个人和企业积极参与,形成大众智慧集聚共享新模式,促进学习转化。二是鼓励大型互联网企业通过网络平台向各类创新创业主体开放技术、开发、营销、推广等资源,鼓励各类电

子商务平台为小微企业和创业者提供支撑, 加强创新创业资源共享与合作, 促进有形转化。三是打造线上线下相结合的大众创业、万众创新载体, 鼓励各类线上虚拟众创空间发展, 为创新创业者提供跨行业、跨学科、跨地域的线上交流和资源链接服务, 促进无形转化。

5.4 做好除法: 通过“互联网+”施加盈利性实施路径

通过“互联网+”施加盈利性, 首先, 要满足客户个性化需求, 通过定制个性化产品, 加快推陈出新来突破盈利平衡点, 使产品能以最小的成本制造出来并以最小的成本传播出去。其次, 要通过互联网交易成本的节约来施加盈利性。由于有限理性和机会主义行为的存在, 市场行为是典型的伴随着高额交易费用的交易方式。在交易复杂、成本较高的情况下, “互联网+”能够替代传统的市场交易方式, 有效降低交易成本。最后, 要大力发展网络众筹, 完善国内众筹融资体系和法规, 鼓励和规范互联网金融创新, 扩大和放活小微企业融资渠道, 特别要大力推出网络众筹新的筹资模式, 通过网络众筹平台, 采用提前支付、延迟收货等融资方式拓展创业创新投融资新渠道。

6 结 语

“互联网+”行动计划是我国政府最新出台的, 利用互联网加速提升产业发展水平, 增强各行业创新能力, 构筑经济社会发展新优势和新动能的重要举措。本文运用科技价值论对“互联网+”创新创业的机理、“互联网+”对创新创业驱动的作用、对创新创业驱动的实现路径进行了阐述, 从理论上证明了“互联网+”模式对我国的创新创业发展的作用是十分巨大的。

在我国创新驱动和经济发展新常态下, “互联网+”以其独特的功能提供了创新驱动的新模式。“互联网+”通过发展创新创业平台, 降低创新创业门槛, 鼓励自由探索等方式加快科技创新驱动; 通过大力发展创客空间, 壮大硬件供应商队伍, 强化企业孵化器功能加快工程创新驱动; 通过大力培养互联网+文化、健全创新利益保护制度、大力开展创客教育等手段加快制度创新驱动, 以此解决了我国当前创新驱动中的一系列深层次矛盾, 加速了创新驱动的进程。从创业驱动的角度来看, “互联网+”加快了数字世界与实体世界结合的趋势, 带来的生产方式的变革能够使制造业的结构发生巨大的变化, 从规模性、结构性、转化性、盈利性等方面完成了从创意向创业的转化过程, 以此解决了我国当前创业驱动中的一系列深层次矛盾, 加速了创业驱动的进程, 促成第三次工业革命的到来。

作者: 郑文范, 刘明伟

来源: 《东北大学学报》2015 年第 11 期

中国“十二五”物流业发展的十大进步



2015 年是“十二五”的收官之年。五年来, 我国物流业又取得了哪些新的进步呢? 本人的结论是: 成绩显著, 问题不少, 有喜有忧。

“十二五”是我国转变经济发展方式与深化改革攻坚的五年, 经济发展进入“新常态”, “三期叠加”, 每前进一步, 都要付出艰巨的努力。但是, 我国人民在党中央的坚强领导下, 取得了举世瞩目的成绩, 在物流业方面也取得了十个方面的进步。

1 物流业被明确为国民经济基础性、战略性产业

2014 年 6 月 11 日, 李克强总理主持召开国务院常务会议, 讨论通过了《物流业发展中长期规划(2014—2020 年)》, 将物流业明确为我国“基础性、战略性产业”。物流业的基础性, 主要是从物流业对国民经济发展的贡献度而言的, 2014 年我国物流业增加值为 3.5 万亿元, 占 GDP 的 5.6%, 占服务业的 11.6%; 物流业的战略性, 主要是从物流业对国民经济发展的引领度而言的, 国民经济要发展, 物流必须先行, 要用现代物流特别是供应链管理去提升和改造传统工业、农业、流通业。提升中国供应链绩效指数关系到中国的国际竞争力。习近平总书记、李克强总理等党和国家领导人对物流园区、物流企业的考察进一步为我国物流业发展指明了方向。

2 我国成为全球最大、最具潜力的物流市场

自 2013 年起, 我国成为世界第二大经济体、第一大货物进出口国, 也是物流总量第一大国。根据美国供应链调研与咨询公司的统计分析, 2013 年中国物流市场占全球物流市场的 18.6%, 已经超过了美国 15.8% 的水平。从物流宏观统计看, 2014 年, 我国社会物流总额 2134534 亿元, 物流总费用 105944 亿元, 货运总量 4381089 万吨, 货运周转量 158398 亿吨公里。

社会物流总额是由工业物品物流总额、农产品物流总额、进口货物物流总额、单位与居民物品物流总额及再生资源物流总额构成的, 代表了我国物流市场的总需求。

社会物流总费用或者说我国物流市场的总规模, 根据国际惯例, 由运输费用、管理费用、保管费用构成。2014 年, 我国社会物流总费用为 10.59 万亿元, 其中运输费用是大头, 占 52.9%。以海运来讲, 无论是港口货物吞吐量还是集装箱吞吐量, 我国都位居世界第一。在全球前十位最大的集装箱港口中, 我国占了七个, 即上海港、深圳港、香港港、宁波—舟山港、青岛港、广州港和天津港。

3 我国物流业市场化程度进一步提高

现代物流要求整合社会资源, 实行多功能一体化运作, 而这样做需要一个前提条件, 那就是物流资源市场化, 只要有需要, 所有的企业特别是物流企业, 都可以在市场上通过等价交换取得这些资源的使用权, 从而以最合理的路线、最合理的运载工具、最合理的时间、最安全的措施来满足用户的需求。因此, 国务院印发的《物流业调整和振兴规划》明确提出, 我国物流业必须走“市场化、专业化、社会化的发展道路”, 充分发挥市场优化配置资源的作用, 打破部门间和地区间的分割和封锁, 创造公平的竞争环境, 促进物流服务的社会化和资源的市场化。

我国物流业市场化程度如何呢? 对此, 目前还没有一个比较准确的统计指标, 笔者个人估算在 90% 以上。笔者认为, 物流市场化程度的衡量标准主要有三个: 一是物流资源是否通过市场进行交易; 二是价格是否按照市场需求波动自由定价; 三是物流服务的运作主体是否为自负盈亏的法人实体。目前, 我国的实际情况是, 除了《邮政法》规定的公务文件及部分铁路、管道及航空资源外, 其他资源都已经进入了市场, 除了邮政、铁路货运、管道运输、航空货运中的重要服务项目仍由国家给出指导价外, 其他价格都已经放开, 物流服务的运作主体都已经实现了公司化, 铁路企业是最后一个与政府脱钩、走向市场的。

2014 年 9 月 24 日, 李克强总理主持召开国务院常务会议, 会议决定全面开放国内包裹快递市场, 对符合许可文件的外资企业按照核定的业务范围和经营地域发放经营许可证。同年 11 月 15 日, 李克强总理主持召开国务院常务会议, 部署加快推进价格改革, 明确放开港口集装箱装卸、铁路散货快运、铁路包裹运输价格, 放开社会资本投资控股新建铁路的货运价格, 全面放开民航国内航线

货物运输价格。到 2015 年，物流领域凡可以开放的，特别是向世界贸易组织承诺的，均已向民营和外资开放。

4 第三方物流企业集中度有所提升，功能有所强化

在全国物流市场中，物流运作方式主要可分为两类：一类是交由物流企业运行，另一类是企业自营物流。根据国家统计局第二次经济普查数据，经工商登记注册的物流公司已达 13.2 万家，再加上有些运输公司、货贷公司、快递公司已经实际转型为物流公司，全国从事第三方物流服务的企业粗略估计已超过 20 万家。对这些企业按照所有制划分，可分为公有、民营、外资、混合四大类；按照功能划分，可分为运输型、仓储型、综合服务型三大类；按照规模大小划分，可分为 1A、2A、3A、4A、5A 五大类。截至 2014 年，A 级物流企业达到 3177 家，其中 5A 级物流企业近 200 家。根据中国物流与采购联合会公布的 2014 年中国物流企业 50 强名单，居于第一位的中远公司，其年物流业务收入为 1441 亿元，居于第 50 位的公司其年物流业务收入超过 22 亿元。

“十二五”期间，涌现出了一大批领军企业，如快递企业中的“三通一达”、邮政速递、中铁快运等，城际快运中的顺丰、德邦、卡行天下、安能、天地华宇等，冷链中的荣庆、众品等，电商物流中的菜鸟网络、日日顺、京东快递、苏宁易购等，物流地产中的中储、普洛斯、宝湾等，钢铁物流中的浙江物产、天津物产、中铁股份、五矿等，汽车物流中的安吉、长久、长安、风神、一汽国际等，供应链平台中的怡亚通、创捷、一达通、卓志、嘉诚等，国际物流中的中远、中外运长舱、中海运等。有不少物流企业是在金融资本涌入过程中，通过股份收购、股权投资、重组等方式来做大做强。笔者认为，在未来的五到十年，我国物流业将出现一个新的组合。

5 政府推动仍然是我国物流业发展的强大支撑

我国古代物流很发达，但现代物流起步晚。我国政府在借鉴日本、德国、新加坡等国发展物流成功经验基础上，实施了强有力的国家推动，将物流业发展列入了“十一五”“十二五”规划，于 2009—2011 年《物流业调整和振兴规划》基础之上，又制定发布了《物流业中长期发展规划（2014—2020 年）》，明确了三个发展重点、七项主要任务、十二项重点工程、九项保障措施。“十二五”期间，还出台了一系列专项规划，对行业物流起到了明显的引领作用。各级政府也出台了行动计划，有力推动了各地物流业的发展。在物流业发展具备了一定基础之后，必须改变物流业发展方式，由政府推动为主转向主要依靠市场力量来优化配置资源。我国物流业是以市场为导向的产业，因为它是一个完全竞争性的行业，现代物流业的发展是一种市场需求，市场的力量是我国物流业发展的根本动力，是决定性因素。

6 物流基础设施总体水平有了较大提升

根据国家综合运输体系的总体规划，我国加大了五大运输方式的基础设施建设力度，年投资增长率超过 20%。截至 2014 年底，我国铁路营业里程 11.18 万千米，其中高速铁路 1.6 万千米，公路里程 446.39 万千米（其中高速公路 11.19 万千米），内河航道里程 12.63 万千米，定期航班航线里程 463.70 万千米，管道输油（气）里程 10.63 万千米。“十二五”期间，我国在交通、仓储、邮政基础设施方面投入的年增长率远远超过了国家基本建设投入的年增长率。根据国家各专业物流规划与各省市区物流规划，多元化投资的物流园、物流中心、配送中心以及冷库也加大了投入力度。根据世界银行 2014 年发布的全球供应链绩效指数排名，我国的综合排名是第 28 位，不过世界银行在物流基础设施改善方面对我国给予了积极评价，排名是第 23 位。他们认为，物流基础设施建设水平特别是综合运输体系，是供应链绩效指数的基础。

7 创新驱动成为物流业发展的新动力

我党的十八大以来,习近平总书记明确提出,我国要转变经济发展方式,实现两个翻番与新四化,必须实行创新驱动战略。党的十八届三中全会又进一步提出明确要求,把创新提到了一个新的高度上。2015年,李克强总理在政府工作报告中再次提出,要“大众创业,万众创新”。其实,社会的发展、经济的发展、文化的发展都离不开创新,从计划经济到社会主义市场经济是一种创新,从第一次产业革命到第三次产业革命是一种创新,从传统物流到供应链管理也是一种创新,创新是一个国家、一个民族、一个行业、一个企业前进的永恒动力。“十二五”是我国物流业创新的五年,无论在组织形式,还是在功能运作、物流技术、信息化、物流金融、专业分工等方面,都勇于实践,大胆探索,并取得了十分可喜的成绩。特别是“互联网+物流”、智慧物流成为目标,信息化技术大量应用,平台思维改变传统模式,园区基地平台、电商物流平台、供应链集成平台、协同采购平台、供应链金融平台风起云涌,产业联动、跨界经营、线上线下、联盟互助、转型升级层出不穷。

自1978年我国从日本引进物流概念开始,我们从引进、消化、吸收到积极探索、快速发展,取得了很大的成绩,但我国物流业大而不强,所缺少的是创新,是自主知识产权,是软实力。从“十二五”开始,我们取得了一些突破,笔者认为,这主要体现在以下几个方面:

一是理论创新。我国物流理论研究已经起步,如徐寿波的“大物流论”、何明珂的“物流系统论”、宋华的“供应链金融”、王宗喜的“军事物流”、汪鸣的“复合产业论”等。

二是模式创新。进入21世纪以来,发达国家集中力量研究并推出了供应链管理模型,包括计划、资源、制造、交付、回收五大流程,再加上一个执行,作为五大流程的支持系统。我国有不少企业根据自身特点在供应链管理模式下有所创造、有所发明,如利丰集团、青岛海尔、杭州阿里巴巴、深圳怡亚通和创捷、上海安吉、北京京东商城等。

三是企业创新。推行现代企业制度,推进职业经理人制度,实施混合经济,兼并重组上市,跨界经营,众筹合伙,平台转型。根据经济发展的需要,“十二五”期间物流企业分类评估制度进一步规范与完善。

四是技术创新。物流技术与装备是物流业的基础,关系到物流业的效率与效益。“十二五”期间,中国物流与采购联合会科技发明奖与科技进步奖数量增加,水平提高。物联网、移动互联、大数据、云计算、智慧物流得到应用。物流装备特别是自动化立体库、输送分拣设备、运输透明化等都有所创新发展,标准化水平进一步提高。

8 物流市场细分,不断涌现新亮点

“十二五”时期,随着国民经济的日益发展,产业分工越来越细,不同产业对物流服务提出了不同的个性化要求。因此,物流业形成了不同的细分行业,并进而形成了不同的物流市场。

从区域看,可分为国际物流市场与国内物流市场、城市物流市场与农村物流市场、全国物流市场与区域物流市场;从服务领域看,可分为运输物流市场、仓储物流市场与管理物流市场;从服务对象看,可分为钢铁物流市场、汽车物流市场、能源物流市场、粮食物流市场、生鲜农产品物流市场、医药物流市场等;从服务功能看,可分为冷链物流市场、城市配送物流市场、电商快递物流市场、危化品物流市场等;从物流要素看,可分为物流装备市场、物流技术市场、物流人才市场、物流金融市场、物流地产市场等。充分分工是社会进步的表现,它所带来的的是劳动生产力的提高。

“十二五”期间,特别要提出的是电商物流的发展,形成了物流新亮点。艾瑞咨询统计报告显示,

我国电子商务市场交易规模从2011年的6.4万亿元陡增到2014年的12.3万亿元，增长了近一倍，预计到2020年，将超过25万亿元。其中，我国网络零售市场交易额从2011年的0.78万亿元猛增到2014年的2.8万亿元，增长了3倍多。电子商务的发展，促使快递业超高速发展，快递业务量从2011年的23.4亿件增加到了2014年的139.6亿件，超过美国，位居世界第一。

9 我国物流业逐步迈入供应链管理新阶段

2005年，美国物流协会更名为美国供应链管理专业协会，标志着全球物流开始进入供应链管理时代。2009年，国务院发布《物流业调整和振兴规划》，一方面要求“推动物流企业与生产、商贸企业互动发展，促进供应链各环节的有机结合”；另一方面要求“向以信息技术和供应链管理为核心的现代物流业发展”。2014年，国务院发布《物流业中长期发展规划（2014—2020年）》，将推动与发展供应链管理列为十二大工程之一。2015年，国务院印发《国内贸易流通体制改革发展综合试点方案》，明确指出，创新批发与零售业的供应链管理，改造传统流通业。特别是习近平总书记在亚太经合组织会议上明确提出，打造全球价值链、全球供应链、全球产业链，我国的供应链管理已经在国家、产业、城市、企业层面展开，“一带一路”“京津冀协同发展”“长江经济带”“四大自贸区”“互联网+”“中国制造2025”等，为供应链管理发展创造了巨大空间。优秀的供应链企业不断涌现，特别是珠江三角洲与长江三角洲，已经成为推动供应链管理的主力军。

10 物流人才红利得以显现

人才是我国经济社会发展的第一资源，人才短缺一直是物流业发展的瓶颈。通过实施“中国物流人才教育工程”，截至2014年底，已有443所本科院校、954所高职高专院校、900多所中职学校开设了物流专业，在校学生超过100万人。十余年来，共培养本科生50多万人，大专生170多万人，中专生30多万人。自2003年以来，物流师系列培训超过50万人次。这为“十二五”期间物流业的发展打下了坚实的人才基础，极大地补充了物流企业中高级管理人员，人才红利得到有效释放。“十二五”期间，根据物流业发展的新要求，物流教育又有了新的创新，特别是产学研结合进一步推进，受到了广大企业的欢迎。

十大进步的取得，并不表明我国物流业发展不存在问题，任何事物都要一分为二地看。我国物流业存在的许多重大问题并没有从根本上得到解决，如物流业粗放发展，物流总费用与GDP比率过高，综合运输体系不完善，物流规划目标未落实，物流企业集中度低，法规标准滞后，物流市场不规范，区域发展不平衡，对供应链管理重要性的认识不到位，国际物流竞争力不足等，这些都影响到了物流业发展的可持续性。笔者坚信，“十三五”期间，随着物流业发展外部环境的进一步改善，物流业经过自身的转型升级，会对国民经济发展做出更大的贡献。

作者：丁俊发

来源：《中国流通经济》2015年第12期

鲜活农产品冷链物流中物联网采纳的影响因素

——拓展 TAM 模型视角下冷链相关企业的经验证据

1 引言

近年来,“甲醛白菜”、“翻新土豆”、“蓝矾韭菜”、“敌敌畏生姜”、“硫磺枸杞”等农产品质量安全事故频发,已经严重威胁到居民的身体健康和生命安全,引起各方高度关注。大多生鲜农产品质量安全事故源于产品运输过程中用于保鲜的有毒化学制剂,这在一定程度上反映出我国冷链物流发展的滞后。我国是农业生产和消费大国,目前蔬菜产量占世界总产量的比重达59%、果品和肉类产量占46%、水产品和禽蛋产量占35%,所以农产品冷链物流的需求规模很大。但是,与巨大的需求相比,我国农产品冷链物流的供给却严重不足。目前我国人均冷库容量仅为7 公斤,很多大型农产品批发市场、区域性农产品配送中心等关键物流节点的冷链设施严重匮乏。现有的铁路冷链设施大多是陈旧的、机械式的速冻车皮,现代化的保鲜冷冻冷藏车厢还比较少,冷藏运量仅占总货物运量的1%。而在公路运输中,鲜活农产品冷链运输占运输总量的比重不足20%,其余超过80%的果蔬、禽肉、水产品大多采用普通卡车运输。在西方发达国家,鲜活农产品的预冷保鲜率一般为80% - 100%,冷链运输率为80% - 90%,冷藏保温车辆占货运车辆比率为1% - 3%,而在我国相应的比率分别仅为30%、10% - 20%、0.3%,与发达国家存在较大差距。

中央一号文件连续多年提出要完善鲜活农产品冷链物流体系。但是冷链物流体系的建设并非易事,因为农产品冷链物流几乎介入了从生产到销售的全生命周期,其间涉及生产和流通过程的部门非常多,很难实现农产品从田间到餐桌的全程冷链,而冷链物流体系建设的核心恰恰在于“链”,鲜活农产品只有在流通加工、贮藏、运输、分销、零售等环节始终处于适宜的低温控制环境,才能最大限度地保证产品品质和质量安全,减少损耗。在冷链物流供给严重不足的情况下,如何确保冷链物流各环节的信息资源有效衔接,实现全程冷链,已经成为制约鲜活农产品冷链物流发展的最大瓶颈。而将物联网技术应用到鲜活农产品冷链物流过程中,则有助于突破这一瓶颈。所谓“物联网”,是指通过射频识别(RFID)装置、红外线传感器、GPS 定位系统、激光扫描器、二维码识别终端等信息感应设备,按约定协议,将各类物体与互联网连接起来,进行信息交换和通讯,以实现智能化识别、定位、跟踪、监控和管理的一种网络(卢涛、周寄中,2011)。通过物联网技术的集成运用,可以实现对鲜活农产品的位置跟踪、来源追溯,以及运输、仓储、流通加工等环节的电子化作业,特别是可以对整个物流全程进行温湿度监控,从而加强冷链物流各个环节的沟通,减少信息不对称,提高冷链效率,防止冷链中断,确保农产品质量和安全,构建良性的农产品物流生态系统。但是,物联网技术的应用需要冷链企业高额的投入,势必增加企业运营成本,而在短期内冷链物流体系规模经济效益未发挥出来之前,企业的投入产出绩效难以达到理想的状态,因而一些冷链企业对应用物联网技术往往缺乏一定的积极性。为此,究竟哪些因素影响鲜活农产品冷链物流中物联网采纳意愿,是很值得研究的问题,然而国内的相关研究较少。技术接受模型(TAM)在信息系统采纳研究领域被广泛运用,对用户采纳行为有很好的解释能力(Davis, 1989; 邓朝华等, 2009)。很多研究证实,只要对于TAM进行适当的拓展和修正,就能很好地发现和解释用户对于新技术的采纳过程,从而对用户行为进行一定的预测和解释,在各种技术环境下TAM都具有良好的稳健性和适应性(张楠等, 2007)。因此,本文引入技术

接受模型,在保留基本结构的基础上,结合鲜活农产品冷链物流的特点增加一些外部影响因素,并将物联网采纳意愿作为预测和解释冷链相关企业行为的主要指标,探寻鲜活农产品冷链物流中物联网采纳的影响因素。

2 理论分析与研究假设

2.1 感知有用性、感知易用性与物联网采纳意愿

感知有用性、感知易用性及采纳意愿是技术接受模型(TAM)的三个核心变量。感知有用性是指潜在采纳者相信使用特定新技术会增加工作效能的程度;感知易用性是指潜在采纳者相信采纳特定技术需要付出努力的程度;采纳意愿则是指个体打算完成特定行为的强度(Davis, et al, 1989)。冷链相关企业采纳物联网技术及相关系统可以实现生产、加工、物流、仓储和销售等环节和中间节点的信息共享,同时向所有冷链参与者实时传送数据,减少信息失真,实现相关农产品的可视化追溯,一旦发生质量安全问题,能明确责任;物联网的采纳还可以对鲜活农产品物流运输全过程进行温度监控,发生参数超标时,相关系统能够发出预警并进行智能调节;而且能够在相关智能系统的辅助下,以成本最小化为原则,设计冷链物流仓储或配送方案,提高冷链物流效率,并可对远程运输的冷藏车行驶轨迹进行有效监控(李洁, 2011; 刘成华、贺盛瑜, 2012)。由此可见,在鲜活农产品冷链物流中采纳物联网技术可以明显提高冷链物流效率,而冷链物流效率的提高恰恰是冷链相关企业所追求的目标,因此从理论上讲,冷链相关企业对物联网提高工作效能的感知越强,越乐于采纳物联网技术或系统。很多研究都已证实感知有用性对采纳意愿的正向影响关系(邓朝华等, 2009)。Davis 等(1989)认为,潜在采纳者不论接触的是简便易学的新技术,还是操作复杂的新技术,都需要投入大量的时间精力来消化理解,他们在认知上都要经历从需求判断、个人观感判断到价值观判断的过程来评价新技术是否易用。而当新技术易用的判断形成时,将会增加其对新技术有用性的判断,采纳意愿也会进一步增强。Igarria 等(1997)、鲁耀斌和徐红梅(2006)研究表明,感知易用性会正向影响感知有用性,同时对采纳意愿产生积极影响。物联网作为一种新兴的技术尚处于探索阶段,而且物联网建设是一项庞大和复杂的系统工程,涉及的知识和相应的技术非常广泛,加之物流企业的技术人才匮乏(牛丹等, 2013),冷链相关企业利用物联网提升冷链物流效率面临着一系列障碍。当下,冷链相关企业能否切实有效地应用物联网技术在很大程度上取决于物联网技术是否具备简单、可操作等特性,这同时也是冷链相关企业决定是否采纳物联网技术的关键影响因素。因此,提出:

假设1: 感知有用性对物联网采纳意愿存在显著的正向影响。

假设2: 感知易用性对感知有用性存在显著的正向影响。

假设3: 感知易用性对物联网采纳意愿存在显著的正向影响。

2.2 网络外部性与物联网采纳意愿

冷链物流的核心在于“链”,如果仅仅链上的一家企业引入物联网技术,无论对于该企业还是对于整条冷链物流线都没有太大的意义。因此,探究已经采用物联网技术的冷链相关企业的数量就显得尤为重要。基于此,本文引入“网络外部性”概念,对此问题加以具体分析。

根据网络外部性理论,当一种产品或技术对用户的价值随着采用相同产品(技术)或可兼容产品(技术)的用户增加而增大时,就出现了网络外部性(Kauffman, 2000)。网络外部性理论可以用来解释产品的价值与使用产品的用户数量紧密相关这一现象(Katz and Shapiro, 1985)。本文参考Wang等(2004)的观点,用感知的用户数量来代替实际用户数量,认为感知的用户数量影响感知的物联网采纳有用性,因为物联网用户数量越多,冷链物流体系越能形成基于物联网的封闭链条,从而越能带来冷链物流效率的巨大提升。除了会对新用户产生一定程度的示范效应外,物联网用户数量越多,越

能对未使用物联网的冷链相关企业造成巨大的压力，这种压力既来自于采用物联网提升效率的渴望，也来自于不使用物联网造成冷链物流链条中合作关系破裂的担忧。因此，感知到使用物联网用户数量越多，越有利于鼓励新用户学习使用物联网技术。不仅如此，新老用户对使用方法和经验交流得越多，新采纳者越会认为物联网技术不难使用，越有可能对采纳物联网持积极的态度。以往的研究也已证实，新技术的推广需要众多用户的参与，从而产生一种集体行为，几乎没有用户愿意单独使用某项技术（Song, et al, 2009）。因此，提出：

假设4：网络外部性对感知有用性存在显著的正向影响。

假设5：网络外部性对感知易用性存在显著的正向影响。

假设6：网络外部性对物联网采纳意愿存在显著的正向影响。

2.3 感知成本与物联网采纳意愿

新技术的采纳必然伴随着成本的增加，特别是对学科交叉性强、产业集成度高、应用涵盖面宽的物联网而言更是如此，而成本正是用户考虑使用或购买某产品的重要影响因素（Mathieson, et al, 2001）。因此，探究物联网使用成本对于冷链相关企业物联网采纳意愿的影响至关重要。

现有研究已经证实了使用成本与采纳意愿的负向影响关系，如：Luarn 和Lin（2005）探讨移动银行使用者采纳意愿时发现，感知财务成本对消费者采纳意愿具有显著负向影响；Deng 等（2010）在对移动服务的消费者采纳意愿探讨中也证实了Luarn 和Lin（2005）的研究结论。基于上述研究，本文将模型中的感知财务成本扩充为更具一般性的概念，即感知成本，并将其纳入本文模型。这里将感知成本定义为冷链相关企业在采纳物联网技术或系统时所支出全部成本的量化，包括技术或系统的采购成本、后续升级及维护的成本等。冷链相关企业会对物联网采纳的成本收益情况进行评价，感知成本越大，意味着相对收益越小，感知到的物联网有用性就越低，越不利于物联网的采纳。因此，提出：

假设7：感知成本对感知有用性存在显著的负向影响。

假设8：感知成本对物联网采纳意愿存在显著的负向影响。

2.4 感知兼容性与物联网采纳意愿

物联网技术是多种新技术的交融与创新，每一项技术革新，都会对与之相关联的技术产生重大影响，这些技术创新之间会形成强烈的“联系”和“互动”（卢涛、周寄中，2011）。更为重要的是，采纳物联网技术并不是简单的替换掉原有冷链物流体系中的系统平台，而是将物联网系统与原有的系统、数据、平台衔接，进行技术整合、流程重组，进而形成新的系统架构来逐步创造价值。因此，物联网的兼容性是冷链相关企业必须考虑的因素。

物联网的兼容性主要是指物联网技术和冷链相关企业的业务流程、IT 基础设施、分销渠道、企业文化和价值体系的兼容程度（颜波等，2013）。一般地，如果感知到新技术具有较好的兼容性，那么企业可以预期该技术能带来更大的效用，操作起来也较为容易，从而更愿意采纳该技术。具体而言，如果冷链相关企业认为物联网技术能与自身现有的业务

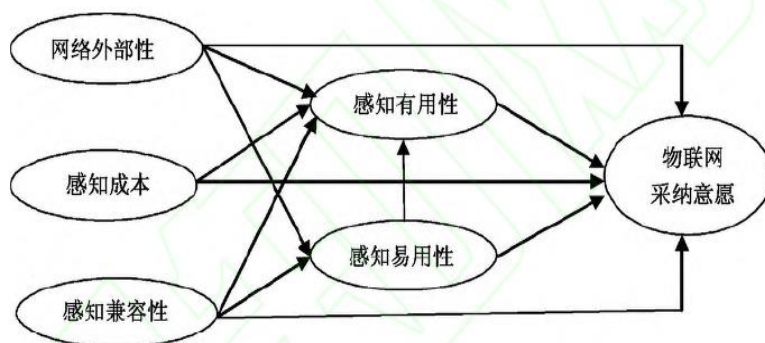


图1 概念模型

流程、员工经验、软件系统、硬件设备等很好融合,则企业能够充分发挥现有的优势以更低的重置成本引入物联网技术,从而降低物联网采纳的难度系数,而且也能够更有效地将物联网应用于冷链物流体系进而提升物流效率,冷链相关企业的采纳意愿也随之大大增强。已有研究初步表明,物联网与现有软件、硬件设置的兼容性正向影响物联网感知有用性和易用性,同时正向影响物联网用户的采纳意愿(吴标兵,2012)。因此,提出:

假设9:感知兼容性对感知有用性存在显著的正向影响。

假设10:感知兼容性对感知易用性存在显著的正向影响。

假设11:感知兼容性对物联网采纳意愿存在显著的正向影响。

本文的概念模型如图1所示。

3 研究设计与数据采集

3.1 测量量表设计

为了保证实证调查的有效性,在实施问卷调查之前,笔者对中铁铁龙集装箱物流股份有限公司、大连獐子岛渔业集团股份有限公司、大连世达集团(农副产品物流中心)、大连毅都集团有限公司等6家冷链相关企业进行了深度访谈,被访对象主要为中高层管理者及冷链物流相关负责人。访谈主要目的是初步了解企业管理者对冷链物流以及冷链物流中采纳物联网技术或系统的认识,了解鲜活农产品冷链物流的发展现状及主要困境,探索冷链物流中物联网采纳的影响因素。在深度访谈过程中,主持人对访谈内容进行了现场录音,随后整理成定性的文字报告,这为测量量表的开发及实证调查操作提供了有价值的指导性意见。

本文结合定性研究报告以及前期的理论分析、文献综述,设计出初始调查问卷,包括网络外部性、感知成本、感知兼容性、感知有用性、感知易用性、物联网采纳意愿6个变量29个题项。初始测量量表的设计参考了相关领域的成熟量表,具体而言,网络外部性参考Wang等(2008),感知成本来自Deng等(2010),感知兼容性参考颜波等(2013),感知有用性、感知易用性、物联网采纳意愿参考Davis(1989)。由于本文研究背景与以往研究存在很大的差异,我们对量表的问项进行了相应的修订,以使之符合鲜活农产品冷链物流运输过程中物联网采纳的研究背景,并根据深入访谈的内容对量表进行了修正和补充。所有测量题项均采用Likter7点量表,从完全不同意到完全同意分别给予1分到7分。随后我们邀请28位冷链相关企业的管理人员开展预测试。预测试采用“分项对总项(Item-to-total)相关系数”的方法考察量表的构念效度。依据“分项对总项(Item-to-total)相关系数”应满足大于0.35的标准,删除了相关系数低于

表1 量表测项设计

结构变量	测项内容
网络外部性	感到采纳物联网技术的冷链相关企业数量巨大 感到采纳物联网的同类企业数量在不断增加 感到供应链上越来越多的企业采纳了物联网技术
感知成本	采纳物联网技术需要企业增加大量的一次性成本 采纳物联网技术需要企业增加大量的后续成本 采纳物联网技术需要企业增加升级、运行、维护成本 与获得的收益相比,采纳物联网技术的成本支出过大
感知兼容性	物联网技术采纳能与企业原有业务流程融合 物联网技术采纳能与供应链节点企业的信息系统兼容 物联网系统与供应链各节点企业员工的工作经验一致
感知有用性	采纳物联网技术能够提高冷链物流运作效率 采纳物联网技术能够防止冷链中断 采纳物联网技术能够使供应链信息透明,可视化程度增大 采纳物联网技术能够提高企业绩效
感知易用性	在冷链物流中采纳物联网技术是比较容易的 物联网技术的使用不需要太多的经验 物联网技术的操作比较简单
采纳意愿	企业将在1年之内试用物联网技术 企业将在1年之内采纳物联网技术 企业会向同类企业推荐采纳物联网技术 企业会倡导在冷链物流全程普及物联网技术

0.35 的 8 个题项,最后保留了原量表中的 21 个题项,这些题项能较好地反映各自维度的内容,至此形成正式调查问卷。表 1 描述了量表的测量题项。

3.2 样本与数据采集

大规模调研以辽宁、河北、北京、上海等地 52 家冷链相关企业为对象展开,包括冷链物流企业 26 家,流通加工企业 11 家,农产品批发市场 6 家,农产品仓储物流中心 9 家。为保证可靠性和可操作性,具体填写问卷的人员要求对冷链物流、物联网技术、信息技术等具有一定的了解,所以调查对象被限定在这些企业的中高层管理人员、冷链物流负责人及相关技术人员。因本调查的专业性,被调查对象可能对问卷的部分题项存在疑惑,且问卷的填写也可能掺杂了较多的个人感受,因此所有问卷调查均采取实地面访的形式,由博士生和硕士生组成的专业调查队伍受训后亲赴企业开展实地调查,在调查过程中,调查人员积极与被调查对象进行沟通,以保证结果的真实性、可靠性。调研共发放问卷 280 份,有效回收率 85%,将部分内容填写不完整或者明显有误的问卷剔除,最终得到有效问卷 216 份。问卷填写对象中,高层管理人员比重为 19.5%,中层管理人员比重为 35%,专业冷链物流负责人及相关技术人员比重为 45.5%。

表 2 潜变量的 Cronbach's α 系数、AVE 值和组合信度

变量名称	Cronbach's α 值	AVE 值	组合信度
网络外部性	0.822	0.585	0.875
感知成本	0.891	0.820	0.932
感知兼容性	0.898	0.712	0.925
感知有用性	0.763	0.516	0.841
感知易用性	0.881	0.677	0.913
物联网采纳意愿	0.751	0.654	0.849

4 实证检验与结果分析

4.1 信度与效度检验

信度检验包括内部一致性信度和组合信度。如表 2 所示,所有潜变量的 Cronbach's α 值均大于 0.75,表明每个潜变量的内部一致性都很高。同时采用组合信度 (CR) 进行检验,发现所有潜变量的 CR 都处于 0.841 - 0.932 之间,都超过了 0.70 的最低临界水平,这表明本文所建构的测量模型达到了信度要求。

表 3 潜变量的 AVE 平方根与相关系数

	网络外部性	感知成本	感知兼容性	感知有用性	感知易用性	物联网采纳意愿
网络外部性	0.765					
感知成本	0.608	0.906				
感知兼容性	0.491	0.611	0.843			
感知有用性	0.494	0.443	0.559	0.718		
感知易用性	0.599	0.385	0.446	0.538	0.823	
物联网采纳意愿	0.604	0.502	0.572	0.448	0.582	0.809

随后,使用平均提炼方差 (AVE) 来考察模型的收敛效度和判别效度。结果发现,各个潜变量的 AVE 均大于 0.5 的门槛值,说明本模型具有较高水平的收敛效度。判别效度的检验可以比较因子

本身 AVE 的算术

平方根是否大于

该因子与其他因

子的相关系数,

从表 3 可见,研

究模型的构念之

间具有良好的判

别效度。

4.2 结构模

型结果

进一步,本文

借助 Smart PLS 2.

表 4 路径系数检验

路径	系数	T 值	结论
假设 1: 感知有用性 → 物联网采纳意愿	0.025	0.287	未得到支持
假设 2: 感知易用性 → 感知有用性	0.346	3.385	得到支持
假设 3: 感知易用性 → 物联网采纳意愿	0.282	4.841	得到支持
假设 4: 网络外部性 → 感知有用性	0.279	3.468	得到支持
假设 5: 网络外部性 → 感知易用性	0.536	6.742	得到支持
假设 6: 网络外部性 → 物联网采纳意愿	0.408	4.793	得到支持
假设 7: 感知成本 → 感知有用性	-0.028	0.449	未得到支持
假设 8: 感知成本 → 物联网采纳意愿	-0.083	0.885	未得到支持
假设 9: 感知兼容性 → 感知有用性	0.042	0.472	未得到支持
假设 10: 感知兼容性 → 感知易用性	0.406	6.098	得到支持
假设 11: 感知兼容性 → 物联网采纳意愿	0.233	3.208	得到支持

注: 表示 $p < 0.001$, 表示 $p < 0.01$, 表示 $p < 0.05$ 。

0 M3讨论各个变量之间的因果关系, 研究发现(见表4): 感知易用性、网络外部性、感知兼容性是鲜活农产品冷链物流中物联网采纳最重要的三个影响因素, 其中, 网络外部性与感知兼容性不仅对于物联网采纳意愿具有直接的正向影响, 还会通过感知易用性产生间接影响。而且感知易用性、网络外部性也在感知有用性改善过程中发挥着重要作用。即, 假设2、假设3、假设4、假设5、假设6、假设10、假设11 获得本研究样本数据的支持。

5 结论与建议

5.1 结论与讨论

本文从理论上梳理了感知有用性、感知易用性、网络外部性、感知成本、感知兼容性与鲜活农产品冷链物流中物联网采纳意愿之间的影响关系, 并采用问卷调查和PLS 建模方法对上述关系进行验证。研究结论及其分析如下:

首先, 感知易用性对感知有用性和物联网采纳意愿均具有显著的正向影响, 而感知有用性对物联网采纳意愿无显著影响。虽然物联网的重要性已经得到学术界与企业界的一致认同(Giusto, et al, 2010; 卢涛、周寄中, 2011), 物联网应用于冷链物流所孕育的广阔前景也开始受到重视(李洁, 2011; 刘成华、贺盛瑜, 2012; 牛丹等, 2013), 但是感知有用性并没有表现出对物联网采纳意愿的积极影响, 原因可能在于, 物联网在实际应用过程中存在巨大障碍: 一是鲜活农产品冷链物流链条中的一些关键节点如鲜活农产品产地及零售终端存在组织化程度低、分散经营配送等缺陷, 物联网的采纳难以实现规模经济效益; 二是物联网技术在鲜活农产品冷链物流中的应用很不成熟, 存在着技术标准不统一、操作复杂性高、相关专业人才匮乏等问题, 严重制约了物联网的作用发挥, 这也解释了为何感知有用性对物联网采纳意愿的影响不显著, 而感知易用性的影响效应较为显著; 三是缺乏必要的政府补贴, 物联网采纳成本转嫁到产品成本而导致的高价格并没有得到市场的认可, 物联网并未真正提升企业绩效。

其次, 网络外部性对感知有用性、感知易用性与物联网采纳意愿均具有显著的正向影响。物联网作为贯穿整条冷链物流体系的信息系统、监控系统、追溯系统, 只有形成从田间到餐桌的完整闭环才能真正提升整条冷链物流体系的效率。然而, 目前物联网在冷链物流领域的应用尚处于导入期, 应用物联网的冷链相关企业数量并不太多, 很难形成真正的闭环系统。而且, 物联网的很大功能在于优化鲜活农产品的配送路径, 这对于有效降低重复配送、货车空驶从而提升冷链物流效率具有巨大的推动作用, 而这一功能的实现需要企业内部的协调与企业之间的协作, 但是由于企业内部的物联网普及进度缓慢以及同质企业物联网推广速度迟缓, 使得物联网的应用仍受到很大抑制。

再次, 感知成本对感知有用性与物联网采纳意愿不存在显著影响。这与以往关于新技术采纳的研究结论不一致(Luarn and Lin, 2005; Deng, et al, 2010; 刘子龙, 2012), 产生这种偏差的原因在于, 以往研究的新技术如移动银行、3G 技术等, 应用主体主要是消费者个体, 且新技术相对简单、便于操作, 技术市场透明度高, 应用新技术的过程并不复杂, 使用得失比较容易衡量。而物联网在鲜活农产品冷链物流中的应用尚处于初级阶段, 缺乏一套行之有效的标准范式, 不同企业采纳的物联网技术、相关设备、要求的标准、发展的进度等存在很大差异, 使用得失不易衡量, 问卷调研所得数据存在很大程度的离散性。目前, 冷链相关企业在采购物联网设备时, 面临着物联网市场的混乱局面, 硬件设备与软件系统价格不透明、标准不统一、质量不一致, 导致不同企业采纳物联网的成本差异较大, 严重阻碍了物联网在冷链相关企业中的普及。而且大多数冷链相关企业对于物联网的使用带有明显的探索性质和试验性质, 并没有大范围展开, 关于物联网未来的推广方案在公司内部也没有达成一致意见, 因而冷链相关企业很难对于物联网的采纳成本进行有效的评估。同时, 也正因为处于初级阶段, 物联网对于冷链物流效率的提升效应短期内无法显现, 相关的评估体系还没有建立起来, 冷链相

关企业很难对物联网采纳后的收益增加情况进行有效评估。不同于实际的财务成本，感知成本往往是企业对于成本收益情况对比之后的一种主观判断，受限于物联网采纳的边际成本、边际收益等情况存在高度的不确定性，冷链相关企业很难将感知成本与感知有用性、物联网采纳意愿联系在一起。

最后，感知兼容性对感知易用性与物联网采纳意愿均具有显著的正向影响，而对感知有用性的影响效应却不显著。物联网嵌入鲜活农产品冷链物流体系不仅仅是一种简单的新技术采用，也意味着整条物流体系的重构。基于物联网的鲜活农产品冷链物流系统依靠强大的信息流引导商流、物流、资金流的快速流转，突破了传统的商流、物流、信息流、资金流共同支撑、联动发展的“四流融合”发展趋势，强调企业内部的协调运作、节点之间的协作配合、运输过程的协同控制，因此，感知兼容性的重要性不言而喻。但是目前大多数冷链相关企业采用物联网的时间不长，相关的标准体系还没有建立起来，物联网与现有的冷链物流运作体系正处于磨合阶段，衔接度不高，物联网的有用性受到很大抑制。不仅如此，较高的兼容性可能使得操作更便捷，极大地方便了物联网在冷链物流中的推广使用，但是物联网提升冷链物流效率的关键并不在于能否兼容现有的流程，而是取决于再造后的全新流程能否实现更优的效率，这就是为什么感知兼容性对感知有用性并没有表现出明显的促进作用，而对感知易用性的促进作用较为显著。

5.2 政策建议

首先，降低物联网技术的应用门槛。较高的应用门槛将严重制约冷链相关企业的采纳意愿，政府一方面应该联合高校、科研院所、物联网企业、冷链相关企业共同推动物联网设备的标准化、简捷化、集成化、开放化、智能化、自动化，直接降低物联网技术的应用门槛；另一方面，还应积极鼓励校企合作，联合培养具备物联网知识的专业物流人才，同时不断加强对现有员工的物联网技术再培训，间接降低物联网技术的应用门槛。

其次，加强物联网应用的财税激励。使用物联网的冷链相关企业数量越多，物联网的有用性、易用性、采纳意愿才会越强。因此，政府应该以补贴、低息、贴息、放宽还贷期限、放宽抵押条件、支持外资介入等财税优惠措施，鼓励更多的冷链相关企业积极采纳物联网技术，为鲜活农产品冷链物联网建设奠定基本的规模基础。

再者，强化物联网技术的应用标准。物联网技术的兼容性越强，越有利于冷链相关企业采纳物联网。因此，政府应该加快建立健全物联网技术的应用标准：一方面，基于大多数冷链相关企业的业务流程、员工经验、软件系统、硬件设备制定物联网技术的应用标准体系，确保物联网技术能够与冷链相关企业现有的业务流程实现有效融合；另一方面，强制冷链相关企业采用标准化的冷链物流技术，实现冷链物流节点企业的协同合作与有效衔接。

最后，政府还应不断提高流通主体的组织化程度，为采用冷链物联网配送的鲜活农产品提供质量认证以及必要的价格补贴，建立基于物联网的冷链物流效率评估体系等等，切实提升冷链相关企业自身的应用能力、消费者对冷链物联网所配送产品的认可程度，以及冷链相关企业对物流效率提升的认知程度，实现“供给推动”与“需求拉动”并举，破除鲜活农产品冷链物联网建设过程中的其他障碍。

作者：汪旭晖 张其林

来源：《财贸研究》2015 年第 6 期

专业综合改革背景下的“化工技术经济” 课程改革与建设研究

技术经济及管理



为了贯彻落实《教育部 财政部关于“十二五”期间实施“高等学校本科教学质量与教学改革工程”的意见》、教育部高教司《关于启动实施“本科教学工程”“专业综合改革试点”项目工作的通知》(教高司函[2011]226 号)和湖南省教育厅《关于启动实施湖南省普通高校“十二五”专业综合改革试点项目的通知》(湘教通[2012]112 号)精神,引导高校主动适应国家战略和地方经济社会发展需求,加强专业内涵建设,创新人才培养体制机制,着力打造专业办学特色,大力提升人才培养水平。湖南科技大学化学工程与工艺专业通过认真组织申报,经过教育厅专家评审,已成为湖南省普通高校“十二五”专业综合改革 78 个试点项目之一(湘教通[2012]266 号)。

基于卓越工程师教育培养的需要,加强课程改革与教学资源建设,提高人才培养质量是化学工程与工艺专业综合改革试点项目的重要研究内容之一。因此,与企业密切相关的校企联合课程“化工技术经济”改革与建设既是必须也是必然的。在调研和查阅文献资料[1-8]的基础上,对“化工技术经济”课程改革与建设做了一些研究工作。

1 “化工技术经济”课程改革与建设存在的主要问题

“化工技术经济”是化工类专业开设的一门技术经济学课程,它以理论经济学为基本原理,研究化工技术领域的经济问题 and 经济规律以及技术进步与经济增长之间的相互关系,探索资源最佳配置,寻找技术与经济的最优化结合,达到化工行业可持续发展为最高目标。是一门起源于工作实践、服务于实际工作、实用性很强的课程。长期以来,传统本科教育过分强调专业化、科学化,忽视工程本身的内涵教育即工程意识、质量意识、系统意识、成本意识、环保意识和创新意识等方面的教育。因此,专业综合改革背景下,基于卓越化工工程师教育培养的“化工技术经济”课程改革与建设面临诸多问题。

1.1 教学模式创新问题。

卓越化工工程师教育培养实行校企合作的“3+1”联合培养模式(学生在校内学习 3 年,在企业学习 1 年),与企业密切相关的“化工技术经济”是校企联合专业核心课程。要想通过该课程教学使学生使用经济的眼光思考化工企业的技术问题,培养有经济视野的卓越化工工程师,必须创新教学模式。

1.2 教学内容更新问题。

化工行业范围广,包括精细化工、能源化工、生物化工、煤化工、石油化工等等,行业规定与政策法规更新快,安全生产标准化建设要求高。而且“化工技术经济”涉及经济学、管理学、化学工程和安全工程等诸多学科知识。因此,现有教学内容已不能满足卓越化工工程师教育培养的个性化和多样化需求。

1.3 教材编写协同问题。

由于教学模式的创新和教学内容的更新, 现有教材已不适应卓越化工工程师教育培养要求。因此, 如何协同兄弟院校、联合培养企业编写适应化工行业发展需要, 反映行业最新规定与政策法规和安全生产标准化建设, 适合卓越化工工程师教育培养的教材将是一个新的问题。

1.4 师资队伍建设问题。

“化工技术经济”课程教学对师资要求高, 不仅要求教师通晓化工生产工艺、化工生产管理、企业经济管理、工程经济管理以及财会、税法等相关学科知识, 而且要求教师有较强的实践经验, 熟悉最新的行业规定与政策法规。因此, 现有师资队伍已不能满足人才培养的要求。

1.5 教考方法改革问题。

首先, “化工技术经济”课程涉及经济学、管理学基础知识, 而且没有实践教学环节, 对工科学生来说, 这也许很枯燥。其次, 刻板的常规考试(通常为闭卷考试)使学生易落于死记硬背的怪圈, 不利于学生分析能力、决策能力和综合素质的培养。因此, 目前的教考方式方法已不适合考核课程教学效果。

2 “化工技术经济”课程改革与建设目标

湖南科技大学化学工程与工艺专业是国家管理专业和原煤炭部的品牌专业, 亦是教育部卓越工程师培养计划本科专业(教高[2012]7 号文件)。同时也是节能环保(绿色化工)、生物(生物化工)、新源(清洁能源技术)等战略性新兴产业相关专业, 以及与地矿(煤化工)、石油(石油化工)等行业相关专业。

以上分析可知, 专业综合改革背景下的“化工技术经济”课程改革与建设是卓越化工工程师教育培养的迫切需要, 是具有重要意义的。

“化工技术经济”课程改革与建设目标是: 瞄准专业发展前沿, 面向经济社会发展需求, 借鉴国内外课程改革成果, 充分利用现代信息技术, 按照卓越化工工程师人才培养方案, 创新教学模式, 更新教学内容, 自主编写教材, 建设师资队伍, 改革教考方式方法, 使之成为培养有经济视野的卓越化工工程师的校企联合专业核心课程。

3 “化工技术经济”课程改革与建设思路

3.1 创新教学模式

卓越化工工程师的培养, 需要树立“大工程”教育理念, 确立“崇尚实践, 回归工程”的人才培养新观念。实行校企合作的“3+1”联合培养模式, 即学生 3 年在校内学习, 1 年在企业培养。校企联合专业核心课程“化工技术经济”旨在通过该课程教学, 使学生使用经济的眼光思考化工企业的技术问题, 并作为未来的卓越工程师, 能够将化工技术与经济有机地结合和统一, 使企业取得最佳经济效益。因此, 该课程理论部分主要有校内教师讲授, 而工程应用部分则将主要由企业兼职教师承担。所以需要通过“共建基地”、“科技联合攻关”、“双向兼职”等多种方式开展产学研合作, 通过“双师制”、“校内外老师双向互动式交流”等方式开展联合培养, 创新教学模式。

3.2 更新教学内容

由于“化工技术经济”课程涉及经济、管理、化工和安全等诸多学科知识, 且化工行业范围广, 行业规定与政策法规更新快, 安全生产标准化建设要求高。因此, 必须不断更新教学内容。

(1) 优先设置经济、管理、安全等学科的基本理论和基础知识的教学内容, 并注重基础知识和基

本理论的系统化。同时,面向学科发展前沿,不断完善教学体系,增加新知识新理论的教学,增强教学内容的广度和深度,为卓越化工工程师培养打下扎实的基础。

(2)以“大化工”过程工程和产品工程的科学技术与工程应用为核心,以经济学、管理学和安全工程的理论和方法做指导,着重培养学生的基本技能、创新意识、经济分析及工程管理能力。

(3)强化课程教学、实践与应用教学两大基本体系的相互交叉、融合,彰显基础科学、工程科学和工程实践之间的相互联系和相互促进,提高学生工程意识、工程应用和工程创新能力。

(4)增加行业最新规定与政策法规以及企业安全生产标准化建设等学习内容,培养学生的安全、环保和质量与服务意识,以及社会责任感。

3.3 自主编写教材

高质量的教材是培养高素质人才的重要基础。教材的编写需要以专业综合改革精神为指导,卓越化工工程师教育培养为目标,力求新教材从认识规律出发,阐述本门课程的基本理论与应用及其现代进展,做到新体系、宽基础、强实践、重创新、易自学、引思考。因此,需要协同兄弟院校、联合培养企业编写适应化工行业发展需要,反映行业最新规定与政策法规和安全生产标准化建设,适合卓越化工工程师教育培养的教材。

新教材应主要包括以下几个部分:①化工技术经济的基本理论和基础知识;②化工企业管理的基本理论和基础知识;③化工生产装置经济成本分析;④拟建项目技术经济分析;⑤企业安全生产标准化建设。这样,不仅可以夯实学生技术经济和企业管理的理论基础,而且可以培养学生的经济分析、工程管理和持续创新能力。

3.4 改进和加强师资队伍建设

“化工技术经济”采用校企联合培养的教学模式,对师资队伍要求高,不仅要求任课教师通晓化工生产工艺、化工生产管理、企业经济管理、工程经济管理以及财会、税法等相关学科知识,而且要求教师有较强的实践经验,熟悉最新的行业规定与政策法规,任课教师应是优秀的“双师型”教师。

建立一支高水平的“双师型”师资队伍是“化工技术经济”课程改革和建设的关键。通过国内外进修、企业脱产培训和挂职锻炼、重要(或重大)工程项目设计与研究等方式,加大师资队伍建设,提高师资队伍工程素质;或积极聘请联合培养企业 and 专业相关企业的专家来校兼职授课。围绕该课程,以优秀教师为带头人,青年教师和企业兼职教师为骨干,产学研为平台,建设具有先进的教学理念、明确的教学改革目标、切实可行的实施方案,热爱本科教学、改革意识强、工程素质高、结构合理、教学质量高的“双师型”教学团队,实现学校、企业、学生三赢。

3.5 改革教考方式方法

“化工技术经济”课程知识面广,实践性强,且无实践教学环节,目前的教考方式方法已不适合考核课程教学效果,必须全面改革。

(1)积极探索启发式、探究式、讨论式、参与式教学,充分调动学生学习积极性,激励学生自主学习,提高教学效果,引导学生创新思维。通过增强学生对课程教学设计的知情权;探索“从实例引出问题,从问题引出概念,由概念引出方法,用方法解决问题”的启发式、研究式的教授方法;采用类比联想法,实现知识的系统化与创新,改变传统教学方式,增强形象性与生动性。

(2)注重案例教学法的应用。由于该课程所涉及的都是化工生产装置的生产经营或者是新项目的可行性研究,单纯的理论讲解效果不佳,进行案例教学会更具体生动。将一个新项目的可行性研究或一个化工生产装置的年度生产经营状况做成一个个典型的案例,使同学们在进行案例分析的过程中掌

握知识、提高技能。

(3) 校企联合教学。该课程为实践应用型课程, 因此, 在组织实施教学过程中, 应以实践应用为主, 将理论知识融入到实践应用中去, 聘请企业高层生产经营管理人员进课堂, 让他们结合自己的工作进行教学, 用亲身经历和真实的案例进行经济技术分析, 会起到事半功倍的效果。

(4) 课程考核是教学的最后一个环节, 应充分发挥出课程考核对课程知识掌握的促进作用, 达到预期的教学目的和效果。对于“化工技术经济”, 要改革现有的考试(尤其是闭卷考试)考核方式, 使用效果更好的“小论文+答辩”和“大作业+答辩”等考核方式。这两种方式具有一定的开放性, 有利于培养和提高学生的自主学习能力与工程实践创新能力。

4 结束语

化工技术经济是化工类学生的一门必修课程。“化工技术经济”课程改革与建设主要从创新教学模式, 更新教学内容, 自主编写教材, 建设师资队伍, 改革教考方式方法等方面入手, 着重夯实学生技术经济与企业管理的基本理论和基础知识, 培养学生的经济分析能力、工程管理能力、持续创新能力和安全环保意识。使之成为培养有经济视野的卓越化工工程师的校企联合专业核心课程。专业综合改革背景下的“化工技术经济”课程改革与建设是卓越化工工程师教育培养的迫切需要, 是具有重要意义的。

作者: 申少华 黄念东

来源: 《广东化工》2014 年第 8 期

基础会计教学方法探讨

会计学



1 基础会计的基础知识

首先, 会计工作的开始: 填制会计凭证, 是会计核算体系中的基本环节。其次, 登记会计账簿的依据: 真实、完整和合法的会计凭证, 是为保证会计账簿所提供信息的真实性, 需要定期或不定期地对企业的财产进行清查。然后, 进一步的将会计账簿做成会计报表。

掌握会计理论知识后, 接下来开始按照会计账务处理流程的顺序逐步学习原始凭证、记账凭证、会计账簿, 财产清查和编制会计报表, 这些资料很多与图表有关系, 讲解时, 如果只按采取黑板粉笔传统常规教学方法, 就课本内容来说要求老师课上表达的板书太多, 传统的粉笔教学不能够满足要求, 在利用计算机软件进行课件编辑后, 效果就会显现出来, 所以这一阶段, 以多媒体教学为主, 常规教育为辅。

1.1 从原始凭证到填制记账凭证。

原始凭证是编制记账凭证的依据, 形式有如收据、发货票、借款单、车票、收料单等。记账凭证需要根据审核无误的原始凭证进行填制。这一过程需要学习第一章会计对象要素具体分类的项目; 第

第二章会计科目和会计账户的内容；第三章复式记账、借贷记账法学习的相关内容；第四章借贷记账法的运用是对前三章内容深刻领会的过程。

1.2 根据审核无误的记账凭证或原始凭证登记会计账簿。

每张会计凭证有其局限性因此需将分散在会计凭证中的大量核算资料加以整理，得到最好的结果。

1.3 为了保证其准确性可靠性根据会计账簿记录定期或不定期地与财产物资进行检查，面对错误及时纠正。

1.4 为充分利用会计信息会计账簿记录定期编制会计报表。从而更好地为其服务。

2 基础会计的教学示例

2.1 基础会计的理论。

把握基础会计教学中理论与实际工作方法，实际不完全同于理论，会计的学习和教学做到理论联系实际，将理论很好地应用到实际工作中去。下面给出一个案例，以便大家更好地明白。

2.2 基础会计的示例。

在我们日常生活中，以从银行提取现金一万元现金，这笔经济业务为例，详细阐述基础会计的相关理论。

(1) 原始凭证的不同：实际工作中，此笔业务的原始凭证为现金支票的存根。教学中采用的手段是用语言文字表述：原始凭证现金支票的内容，即从银行提取现金一万元。

(2) 记账凭证的不同：实际工作中这笔经济业务需通过填制付款凭证来记录；教学中采用的手段是用会计分录替代记账凭证，借出库存现金一万，贷出银行存款一万。

(3) 会计账簿的不同：实际工作中需要登记现金日记账和银行存款日记账等账簿，下面以现金日记账为例说明；教学中采用的手段是用“T”型账。

3 基础会计的教学方法

基础会计学是会计专业学生的专业基础课，也是以后学习专业课的基础，所以在教学中对这门课应较为重视，由于这门课理论性较强，知识点较为零散，而且偏向于实践，这些都导致学生在学习过程中会遇到各种各样的困难。如何帮助学习较好的掌握这门课的主要内容，是我们教师在教学过程中应该思考的问题。经过多年的教学，以及总结了前辈老师的教学经验，在提高学生的学习兴趣，如何有效地让学生掌握相关知识和技能呢？特给出几种建议。

3.1 生活入手。

俗话说生活是最好的老师，老师引导学生应该从身边小事出发，与学生密切话题来讲。生活是我们在教学和学习中最忠实的老师，他教会给我的是最朴实的道理和最绵长的回忆。在教学过程中，注意引用生活中的点点滴滴，合理的把这些生活点滴放到教学过程中，并在教学内容上结合到在生活中的应用，能够更好的在学生的心目中，树立学以致用思想观念。这也是丰富课堂内容较好的方式方法。

3.2 授课灵活，化抽象为具体。

理论知识总是避免不了抽象，但是在教学过程中，老师不能简单的把抽象的概念直述一边，这样学生在课堂上根本就没有办法理解那些较生涩的理论知识。如果把理论知识在课堂上灵活的讲授，把抽象的理论较具体的呈现在学生的面前。这是我们在教学过程中应着重思考的问题，在实际工作中应多想有经验的老教师、老专家请教理论知识的具体化问题，只有在实践过程中逐步的提高自身对理论知识的认识和实践工作的理解，才能较好的把抽象的理论具体的讲授给学生，已达到传道的目的。

3.3 趣味教学。

课本的内容往往难以理解，这时，教师如果念课本，学生上课就会跑神。枯燥的课堂教学往往难以引起学生的学习兴趣，而兴趣是在教学过程最应该为老师所掌握的教学倾向。如何能提高学生的兴趣是每个教师应该去着重思考的问题，就基础会计教学来说，老师应该在掌握了基础会计的内在知识的情况下，注意优化自己的教学语言，可以使用一些较为风趣、幽默的语言生动的把较为枯燥的专业知识叙讲出来。这样可以大幅度的提高学生在课堂上的学习兴趣，也能够较深刻的理解生涩的理论知识。

3.4 总结规律，灵活致用。

基础会计学虽然在内容上较为繁杂，但也不是没有规律可寻，在逐步细致分析的后，可以从较为容易确定的账户开始，然后进行会计分录编制，这种方法在实践过程中比较容易能让学生以最快的速度接受。经过分录编辑的教学后，应该让学生学会使用已有的模板，以此来提高编制分录的速度。这是因为在基础会计的学习中，能够遇到各种各样的经济业务，但由于不少经济业务所引起的资金变化、所运用的账户及其对应关系是固定的，由此我们可以较固定的编制会计分录格式。在教学过程中让学生掌握这种固定的模板格式可以大大提高速度。

3.5 和谐的师生关系尤为重要。

在教学过程中，应注意和学生的关系。教学时能够积极的和学生探讨问题，不能以老师的身份过多的干预学生的自我思维方式，而是应该引导学生逐步的去理解所学的知识。在课堂下应和学生做朋友，这时学生会信任你拥护你，会成为学生学习的动力。

3.6 走出课堂，不断实践。

课本上的东西不容易掌握，这时就需要我们走出去，在实践中学习。这样我们会形成深刻印象，达到事半功倍的效果，也可以从中获得快乐，对学生的学习和成长都有重要意义。

总之，在基础会计教学的过程中，应深入的了解基础会计的知识体系以及和实例的结合，在课堂上能够结合实例充分的讲解基础会计的相关知识。在丰富课堂内容的同时，也能够较通俗的把较理论的知识系统的灌输到学生的大脑里。和谐的处理老师和学生的关系也能够从一定方面提高教学的质量。在基础会计的教学中能够改变旧思路，才能真正较好基础会计这门课。

作者：何小妹

来源：《财政金融》2014 年第 11 期

新凯恩斯模型

在硕士课程《货币金融学》中的应用



1 为什么要在硕士课程《货币金融学》中讲授新凯恩斯模型

新凯恩斯模型采用粘性价格假设和动态随机一般均衡框架 (DSGE), 研究外生冲击对经济波动的影响。在过去的十几年中, 新凯恩斯模型取得了一系列的理论进展。Bernanke et al. (1999)、Chari et al. (2000)、Erceg et al. (2000)、Christiano et al. (2005) 和 Galí (2008) 等在粘性价格假设的基础上引入了金融加速器机制、粘性工资假设和通货膨胀惯性等因素, 使得新凯恩斯模型的理论框架日趋完善。Woodford (2003) 提出了通过将代表性家庭的效用函数在稳态附近二阶泰勒展开来计算福利损失的方法, 为货币政策的评价提供了理论基础。对数线性化和求解线性理性预期模型的方法以及 dynare 软件的开发为新凯恩斯模型的研究提供了更多的工具支持。Smets & Wouters (2003, 2005, 2007) 发现, 新凯恩斯模型能够较好的描述美国 and 欧元区的商业周期特征。上面几个方面的进展使得新凯恩斯模型成为货币政策分析的主流分析框架, 不论在学术研究还是在中央银行的货币政策决策中都被广泛使用。比如, 美联储和欧洲央行都建立了大型新凯恩斯模型进行货币政策模拟和预测, 为货币政策决策提供更加坚实的理论支持, 详见 Erceg et al. (2006)、Edge et al. (2007) 和 Christoffel et al. (2008) 等。

然而, 当新凯恩斯模型已经成为经济学界的货币理论研究和中央银行的货币政策决策的主流分析框架的时候, 目前各层次的《货币金融学》课程依然将 IS-LM 模型作为政策分析的基本分析工具, 教学与研究、教学与实践都严重脱节。ISLM 模型由希克斯 (John Richard Hicks) 和汉森 (Alvin Hansen) 在凯恩斯宏观经济理论基础上提出, 反映产品市场和货币市场同时均衡条件下产出和利率之间的关系。传统的 IS-LM 模型和目前主流的新凯恩斯模型都建立在凯恩斯学派经济思想的基础上, 都采用了一般均衡的分析框架。然而, 相对于 IS-LM 模型, 新凯恩斯模型具有如下的优势:

(1) 新凯恩斯模型从家庭和厂商的决策出发, 推导出 IS 曲线、货币需求曲线和菲利普斯曲线等重要方程, 具备更好的微观基础, 从中可以清楚的了解经济环境、家庭和厂商的禀赋和偏好等因素对这些重要方程的影响, 而在 IS-LM 模型中上述方程都是先验的 (ad hoc)。

(2) 采用在稳态附近对数线性化和冲击-响应分析的方法, 新凯恩斯模型可以研究外生冲击对经济的动态影响, 更好地进行分析货币政策的动态效果。而 IS-LM 模型本质上是一个静态模型, 只能进行比较静态分析, 很难分析外生冲击如何将经济从一个均衡推动到另一个均衡。

可见, 新凯恩斯模型和 IS-LM 模型是一脉相承的, 新凯恩斯模型是 IS-LM 模型的完善和发展。虽然相对于 IS-LM 模型, 采用动态随机一般均衡框架 (DSGE) 的新凯恩斯模型难度较大, 无法应用于本科层次的《货币金融学》课程。但是, 硕士研究生在学习了《高级宏观经济学》、《高级微观经济学》和《高级计量经济学》的基础上, 完全可以理解和掌握新凯恩斯模型的基本框架和方法。在硕士课程《货币金融学》中讲授新凯恩斯模型可以使学生更加深入的理解和掌握《货币金融学》中的 IS 曲线、货币需求曲线和菲利普斯曲线等经典理论和货币政策分析的方法, 并为进一步的学习和研究打下坚实的理论基础。

2 新凯恩斯模型及其在硕士课程《货币金融学》中的应用

本节将通过一个基准的新凯恩斯模型来阐述《货币金融学》中的 I S 曲线、货币需求曲线和菲利普斯曲线等经典理论以及货币政策分析的方法。

2.1 一个基准的新凯恩斯模型

假设经济由一个代表性家庭、一个完全竞争的最终商品厂商、连续统 $(0, 1)$ 上的垄断竞争中间商品厂商和中央银行组成。在每一期, 代表性家庭理性选择消费水平、劳动供给和货币余额; 中间商品厂商向代表性家庭雇佣劳动来生产中间商品, 然后以垄断竞争的价格向最终商品厂商出售中间商品; 最终商品厂商以中间商品作为投入生产最终商品, 并以完全竞争的价格出售给家庭。

(1) 家庭

采用 M I U (m o n e y i n u t i l i t y) 的方式在模型中引入货币, 代表性家庭理性选择消费水平、劳动供给和货币余额, 使终身效用最大化:

$$\max E_0 \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t U_t = \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t \left(\frac{C_t^{1-\sigma}}{1-\sigma} + \frac{m_t^{1-\nu}}{1-\nu} - \frac{N_t^{1+\phi}}{1+\phi} \right)$$

其中, C_t 为家庭的消费水平; N_t 为家庭的劳动供给; $m_t = M_t / P_t$ 为真实货币余额, P_t 为价格水平, M_t 为名义货币余额; β 为折现因子, σ 为相对风险厌恶系数, ν 为劳动 N_t 的真实工资弹性的倒数。

代表性家庭面临的预算约束为:

$$N_t W_t + \frac{I_{t-1} b_{t-1}}{\prod_t} + \frac{m_{t-1}}{\prod_t} = C_t + b_t + m_t$$

其中, W_t 为真实工资; b_t 为单期名义无风险债券的真实购买数量; I_t 为债券的名义利率; $\prod_t = P_t / P_{t-1}$ 。

(2) 厂商

生产部门由一个完全竞争的最终商品厂商和连续统 $(0, 1)$ 上的垄断竞争中间商品厂商组成。最终商品厂商向第 i 个中间商品厂商购买 Y_{it} 单位的中间商品, 并采用 CES 生产函数生产最终商品 Y_t 。最终商品厂商在最终商品的价格 P_t 和中间商品的价格 P_{it} 给定的条件下, 选择最优需求 Y_{it} 实现利润最大化。求解利润最大化问题可得, 第 i 个中间商品厂商面临一条向下倾斜的需求曲线 $Y_{it} = (P_{it}/P_t)^{-\varepsilon} Y_t$ (其中 ε 为中间商品之间的替代弹性)。

因为市场是垄断竞争的, 所以不同中间商品厂商的产品具有差异化特征, 从而厂商具有定价的权力。新凯恩斯模型假设经济中存在价格刚性, 即在每一期只有部分厂商可以重新定价。假设在每一期厂商重新定价的概率为 $1-\theta$, 其中 θ 为价格粘性指数, θ 越大则价格粘性越强。因为所有厂商具有相同的生产技术, 面临相同的需求函数, 所以在重新定价时会选择相同的最优价格。中间商品生产厂商通过求解如下的优化问题来重新定价:

其中 w 为真实边际成本。

(3) 货币政策

采用泰勒规则描述货币政策：

其中： π_t 和 y_t 分别表示通货膨胀和产出缺口的预期； u_t 表示货币政策冲击，服从如下的 AR(1) 过程，其中。

因为国内对于价格型货币政策规则还是数量型货币政策规则更适合描述我国的货币政策还存在争议，所以还可以考虑了如下的数量型货币政策。假设中央银行采用控制名义货币增长率的方式执行货币政策，其中， μ_t 则。在稳态附近对数线性化后得到：

这里表示货币政策冲击，服从 AR(1) 过程，其中。

2.2 利用新凯恩斯模型讲授《货币金融学》中的经典理论和货币政策分析的方法

(1) IS 曲线

IS 曲线反映在产品市场出清条件下产出和利率之间的关系。IS-LM 模型假设消费是收入的(线性)增函数、投资和净出口是利率的(线性)减函数并通过市场出清条件得到 IS 曲线。然而，因为 IS-LM 模型是一个先验模型，所以无法回答收入如何影响消费，除了收入还有哪些因素影响消费；利率如何影响投资和净出口，除了利率之外还有哪些因素影响投资和净出口等问题。

新凯恩斯模型可以从家庭的最优消费决策出发推导出 IS 曲线。根据家庭的最优消费决策可得：

在稳态附近对数线性化并利用产品市场出清条件可以得到如下的 IS 曲线：

与传统的 IS 曲线相同的是，式(3)所示的 IS 曲线也是利率的减函数，利率上升则产出下降，利率下降则产出上升。与传统的 IS 曲线不同的是，式(3)所示的 IS 曲线引入了预期的作用，对未来产出的预期会影响当期产出——对未来的景气预期会使家庭增加当期消费，会使企业增加当期投资，从而使当期产出增加。正因如此，式(3)所示的 IS 曲线被称为动态 IS 曲线。

(2) 货币需求函数

IS-LM 模型从凯恩斯的流动性偏好货币需求理论出发，认为对真实货币的需求是收入的增函数，是利率的减函数，并假设货币供给由中央银行外生给定，从而通过货币市场出清条件可以得

到 LM 曲线。LM 曲线反映在货币市场出清条件下产出和利率之间的关系。

新凯恩斯模型可以从家庭的最优货币持有决策出发推导出货币需求曲线。根据家庭的最优货币持有决策可得：

结合最优消费决策并在稳态附近对数线性化后可得如下的货币需求函数：

其中。根据式(4)，货币需求依然是收入的增函数，是利率的减函数。但是与 IS-LM 模型中的 LM 曲线相比，通过式(4)所示的货币需求函数可以分析家庭的偏好对货币需求的影响。

相比于 IS-LM 模型，采用新凯恩斯模型描述货币市场出清具有如下优势：首先，如果货币供给不是由央行外生决定的，则 IS-LM 模型失效。但是，在现实经济中货币供给并非完全外生的，这也是以美联储代表的中央银行放弃货币供应量转而将基准利率作为货币政策中介目标的主要原因。其次，在新凯恩斯模型的分析框架下，可以根据现实经济的情况灵活的采用式(1)所示的价格

型货币政策规则或者式(2)所示的数量型货币政策规则描述货币政策，但是 IS-LM 模型只能采用数量型货币政策规则。

(3) 菲利普斯曲线

菲利普斯(A. W. Phillips)在 1958 年根据英国的数据得到了描述货币工资变化率和失业率之间关系的菲利普斯曲线。萨缪尔森(P. A. Samuelson)和索洛(R. M. Solow)在 1960 年将之用于描述通货膨胀率与失业率之间的关系。弗里德曼(M. Friedman)和菲尔普斯(E. S. Phelps)则强调预期的作用,提出了附加预期菲利普斯曲线和长期菲利普斯曲线垂直的结论。然而,上述这些研究得到的菲利普斯曲线都是先验的,缺乏微观基础。

新凯恩斯模型可以从厂商的最优定价决策出发推导出菲利普斯曲线。求解厂商的最优定价决策并将一阶条件在稳态附件对数线性化,可以得到新凯恩斯菲利普斯曲线:

其中。与传统的菲利普斯曲线相比,新凯恩斯菲利普斯曲线具有如下的优势:首先,决定通货膨胀的关键变量是真实边际成本,而非失业率或者产出缺口,只有在某些假设条件下才可以用失业率和产出缺口代替新凯恩斯菲利普斯曲线中的真实边际成本。其次,通货膨胀预期对于当期的通货膨胀影响很大,虽然适应性预期理论和理性预期理论都强调预期的作用,但是新凯恩斯菲利普斯曲线描述了通货膨胀预期如何影响当期的通货膨胀。第三,在长期价格可以灵活调整,价格粘性指数趋于零从而趋于无穷大,得到垂直的长期菲利普斯曲线。第四,理性预期学派认为,如果家庭和厂商具有理性预期,则短期菲利普斯曲线也是垂直的,即短期内产出和通货膨胀也不存在权衡关系,意料之中的货币政策对产出无效。但是,新凯恩斯菲利普斯曲线表明,即使在理性预期假设下,货币政策依然可以通过影响边际成本来同时影响产出和通货膨胀。

(4) 货币政策分析

新凯恩斯模型采用在稳态附近对数线性化和冲击-响应分析的方法,研究外生冲击对经济的影响,分析外生冲击如何将经济从一个均衡推动到另一个均衡。研究者只需要求解新凯恩斯模型的均衡性条件并将其在稳态附近对数线性化,利用 dynare 软件就可以进行参数估计和货币政策分析。采用 Galí (2008) 中给出的参数校准,本文分别给出了存在价格粘性(即厂商不能灵活的调整价格)和没有价格粘性(即厂商可以灵活的调整价格)两种条件下增加货币供应量这种宽松的货币政策对经济的影响(如图 1 所示)。在图 1 中,圆形数据标记表示没有价格粘性,方形数据标记表示存在价格粘性。

由图 1 所示的冲击-响应分析可知,在存在价格粘性的条件下,货币政策是非中性的,中央银行增加货币供应量会导致真实利率下降,真实产出、通货膨胀和就业上升;而在没有价格粘性的条件下,货币政策是中性的,中央银行增加货币供应量导致通货膨胀大幅上升,但是对真实利率、真实产出和就业没有影响。因为本文是在理性预期的条件下进行的货币政策分析,所以图 1 的结果表明,新凯恩斯理论推翻了理性预期学派的政策无关命题,即使预期是理性的,只要存在名义刚性,货币政策依然能够影响真实产出。

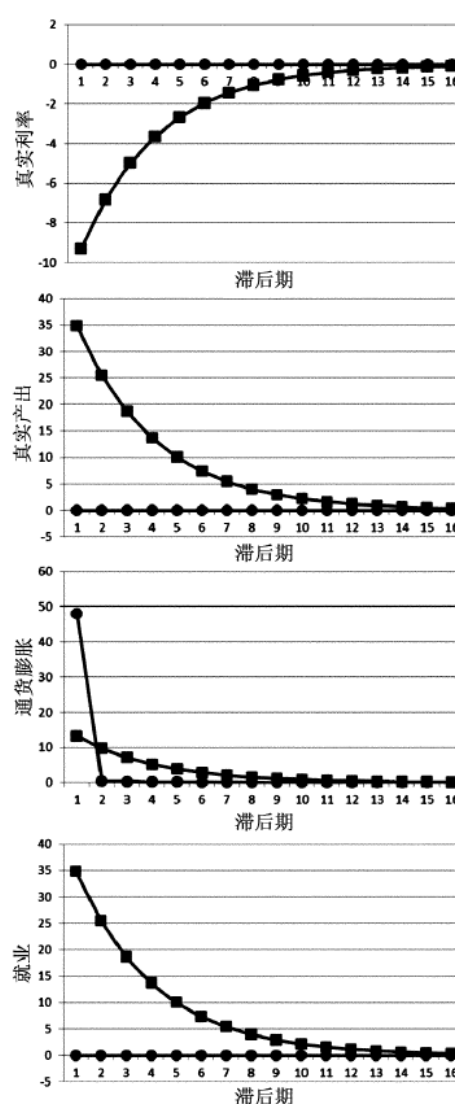


图 1 宽松货币政策的效果

3 结语

本文建立了一个基准的新凯恩斯模型,分析了如何通过新凯恩斯模型阐述《货币金融学》中 IS

曲线、货币需求曲线和菲利普斯曲线等经典理论,介绍了如何运用新凯恩斯模型分析货币政策的效果。通过上文的分析可以发现,硕士研究生在学习了《高级宏观经济学》、《高级微观经济学》和《高级计量经济学》的基础上,完全可以理解和掌握新凯恩模型的基本框架和方法;而通过新凯恩斯模型,硕士研究生可以更好的理解和掌握 IS 曲线、货币需求曲线和菲利普斯曲线等经典理论,可以进行更加深入的货币政策分析。在硕士课程《货币金融学》中讲授新凯恩斯模型,不仅可以为学生进一步的学习和研究打下坚实的理论基础,也可以推动学生的职业发展和理论与实践的紧密衔接。

作者: 侯成琪 王频

来源:《武汉船舶技术学院学报》2014 年第 4 期

多元化经营、代理冲突与公司现金持有水平

1 引言



现实中资本市场的不完善,使得现金持有成为公司重要的财务决策之一。一方面,持有较少现金可能会使企业陷入各种风险与财务困境(Opler et al., 1999);另一方面,持有较多现金又会使企业丧失投资收益,增加管理层滥用现金的风险(Pinkowitz et al., 2006),尤其是在我国经济体制转型、公司治理水平较低的情况下,这种损失或风险可能更大(Kraus and Litzenberger, 1973; Campello et al., 2004)。基于此,学术界从现金持有的动机和后果两大路径展开研究:针对前者,学者们提出现金持有动机的权衡理论(Fresard, 2010)、融资优序理论(Campello et al., 2007);针对后者,学者们侧重于对高现金持有所带来的代理冲突进行研究(Stulz et al., 2009)。现有研究大多隐含着一个假定,即行业内所有企业具有专业化经营的同质性,依靠公司积累或外部融资维持现金持有水平。但现实中,上市公司往往会涉足多个行业。统计数据显示,2006 年美国上市公司中有近 37.91% 的公司实施了多元化经营,单个上市公司平均涉足 1.426 个行业(Duchin, 2010);同期,我国实施多元化经营的上市公司占到 62.43%,单个上市公司平均涉足 2.156 个行业(李捷瑜和江舒韵, 2009)。

对于多元化经营是如何影响公司现金持有量这一问题,目前的研究主要集中在两个方面。一是多元化公司经营优势对现金持有的影响。Irvine (2009)认为,多元化公司与专业化公司相比具有内部融资优势,多元化公司可以通过构建内部资本市场获取资金。苏冬蔚(2005)基于我国上市公司数据的研究也证实,多元化公司拥有有效的内部资本市场。多元化经营可能带来规模经济效应,提高资源使用效率,从而降低现金持有水平(Campa and Kedia, 2002)。基于该观点的实证研究结果表明,上市公司的多元化经营程度与现金持有负相关(Subramaniam et al., 2011; Tong, 2011; 杨兴全等, 2012; 王福胜等, 2012)。二是多元化经营下代理成本对现金持有的影响。Shin 和 Stulz (1990)、Scharfstein (2001)认为,多元化公司内部存在的代理冲突和内部信息不对称,使得具有信息优势的各部门经理为了获得更多资源、提高其在企业中的地位,过多地持有现金,扭曲了企业总部的资源再配置。

本文将多元化经营理论与现金持有理论有机契合,剖析了多元化经营公司内部资本市场的存在对

现金持有动机的影响。本文的贡献在于：首先，将多元化经营模式纳入现金持有的权衡理论中，将公司现金持有的边际成本与边际收益进行对比分析，验证了多元化经营与现金持有的负相关关系，该结论与 Irvine（2009）对美国公司的实证检验结果一致，从现金形成的源头上更好地解释了现金持有问题，拓展了关于公司现金持有动机的研究思路；其次，利用 2010-2014 年我国上市公司的多元化经营数据，结合经济转型过程中部分公司在多元化经营扩张中存在的治理水平低、信息不对称严重的现实背景，得出多元化公司代理冲突越严重，现金持有水平越高的实证结论，而且这种状况在大股东绝对控股的样本中尤其严重，股东与股东之间、股东与经理层之间利益纠纷造成的双重代理冲突增强了公司现金持有的代理动机。该结果也进一步指明了多元化公司内部资本市场有效性降低的机理和具体路径，为公司管理层充分理解现金持有问题、做出科学的现金持有决策提供了借鉴和参考，也为监管部门有效约束上市公司的行为提供了政策参考。

2 理论分析与研究假设

2.1 多元化经营与现金持有的理论分析

有关公司最优现金持有的研究，最早是由 Krause 在 1973 年提出的权衡理论。他认为，以股东利益最大化为原则，现金最优持有量是持有现金的边际成本与边际收益权衡的结果。持有现金的成本主要包括代理成本和短缺成本，持有现金的收益则包括降低公司陷入财务困境的概率、节约筹集资金的交易成本以及把握公司面临融资约束时的投资机会，即现金持有的交易动机和预防动机。Opler et al.（1999）基于静态权衡分析框架研究发现，公司是通过比较现金持有成本和收益确定目标现金持有量。Myers et al.（1984）基于信息不对称下公司筹集外部资金需要付出高昂成本的情况，认为公司更偏好内部融资，现金是留存收益与投资需求之间的缓冲物，融资约束公司更偏好持有较多现金。此外，从现金持有的公司治理层面来看，Jensen et al.（1986）认为，当管理层手中持有大量可处置的自由现金流时，其会进行过度投资，以牺牲股东利益或消费更多的额外津贴来为自己牟利。多元化经营公司的内部资本市场具有众多的内部化优势，可以降低外部融资的约束，但复杂庞大的机构也容易导致代理冲突，从而使资源配置低效。因此，本文欲将现金持有的相关理论和公司多元化经营模式整合到统一的框架内进行分析。

首先，企业多元化经营涉及的行业多数不完全相关，而不同行业在同一时间面临的成长机会各异，多元化企业内部不同的分部或子公司面临的投资机会和现金流也就不完全相关（Shleifer and Vishny, 1992; Lensink et al., 2010），现金持有充裕且成长机会较少的部门可以将现金转入现金持有不足且成长机会较多的部门。多元化经营的企业通过将各部门或子公司的现金流进行整合和再分配，可以有效解决企业投资不足的问题，更好地利用净现值为正的投资机会，从而提高企业的价值。因此，多元化经营的企业可以利用内部资本市场进行有效运作，因而只需持有较少的交易性现金。

其次，多元化经营的企业通过出售非核心部门资产缓解了融资约束。根据融资优序理论，企业融资会遵循内部融资、债务融资和权益融资的顺序。多元化企业凭借内源融资的优势，可以进一步降低现金持有的边际收益，并且可以通过外部融资缓解融资约束。根据大数定律，如果企业的内部投资机会不完全相关，则企业涉及的行业越多，其对投资资本需求量的估计就越准确（Gertner et al., 1994; Stein, 1995）。从银行的角度出发，当信息不对称时，银行向多元化企业借款比向独立企业借款更有利。所以，多元化经营企业比专业化经营企业更容易从市场上融得资金。图 1、2 给出了一个公司最佳现金持有水平的决定因素，其中，图 1 向下倾斜的曲线代表持有流动性资产的边际收益曲线，水平直线是持有流动性资产的边际成本曲线。Opler et al.（1999）认为，持有现金的成本主要来自于固定的闲置成本，最佳现金持有量是这两条曲线的交点。如前所述，多元化公司的内部资本市场能够缓解融资约束，多元化公司持有现金的边际收益小于专业化公司。因此，多元化公司的边际收益曲线应该比专业化公司偏左，也就是说，前者比后者持有流动性资产的最佳水平要低。内部资本市场作为

不完善外部资本市场的补充，其可以通过多种方式缓解企业的融资约束（Lamont，1997）。

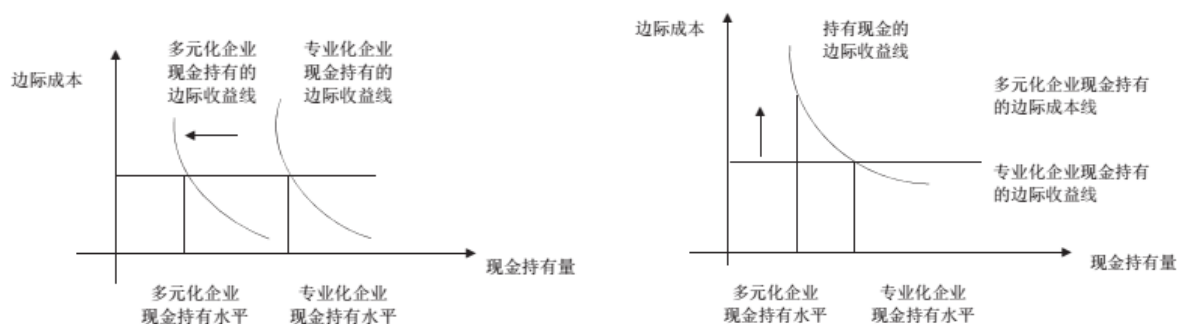


图1 基于静态均衡理论的多元化经营对现金持有影响机理(一) 图2 基于静态均衡理论的多元化经营对现金持有影响机理(二)

尽管多元化经营为公司提供了许多便利，但有学者发现，多元化公司内部存在严重的经理层代理问题。Scharfstein 和 Stein (2001) 认为，多元化经营公司的 CEO 负责分配资源及雇佣部门经理，由于其不是最终投资者，不能完全代表股东利益，且 CEO 和部门经理的私人利益源于其职权范围内的资产，所以，外部投资者、CEO 及部门经理之间的目标函数是不一致的，部门经理在本部门中追求利益最大化，CEO 则从各部门中追求利益最大化。Rajanet 等 (2000) 认为，多元化公司的部门经理会争取获得公司的资源，这就存在潜在的过度投资可能或者无谓的损失。因此，多元化公司与代理成本有关的现金和流动性资产的边际成本就要比专业化公司高。为了缓解代理问题，多元化公司要比专业化公司的现金持有量更少。这样，较之专业化公司，影响现金持有成本的经理层代理成本对于多元化公司来说就会更高，多元化公司预期的现金持有边际成本线就会进一步提高（如图2所示）。若保持边际收益曲线不变，边际成本线向上移动会引起两条线的交点向左移动，则可以进一步预期多元化公司的现金持有水平更低。

综上所述，多元化经营通过对现金持有的边际收益和边际成本发生作用，影响公司的最优现金持有水平。由此，本文提出如下假设：

H1：与专业化公司相比，多元化经营公司的现金持有量偏低。

2.2 双重代理冲突、多元化经营与现金持有水平分析

多元化公司的多部门结构及内部资本市场，为部门经理的“寻租”带来了机会。近年来的研究表明，在新兴市场经济国家，公司集团的内部资本市场正在演变为控股股东侵占中小股东利益的平台（Chu et al., 2014）。公司内部的层级结构使得控制权与现金流权相分离，控股股东可以以较低的成本控制公司的决策权，特别是利用交叉持股、金字塔式持股等两权分离方式来侵占中小股东的利益（Khanna, 2000）。相对于经理层与股东之间的第一类代理冲突，多元化公司还存在股东内部的第二类代理冲突（汪昌云，2010）。刘星等（2010）比较了国有公司集团和民营公司集团，发现国有大股东的支持行为加剧了上市公司的投资过度问题，同时也缓解了地方公司集团的投资问题，而民营公司的大股东掏空行为加剧了其投资不足问题，其内部资本市场异化为利益输送的渠道。集团公司成员企业的现金持有量要高于独立企业，并且在代理问题严重时，代理动机所导致的现金增持程度高于预防动机减弱所导致的现金减持程度，现金持有量就会增加（刘星等，2014）。因此，多元化经营公司在缓解融资约束的同时，也可能加剧代理冲突，且两者对现金持有量的影响方向相反。要判断具体的影响效果，需要进一步比较公司治理水平差异下多元化公司与现金持有的关系。本文借鉴刘星等（2010）的方法，以第一大股东持股比例作为内部治理环境的分类标准，对现金持有的预防交易动机和代理动机进行对比，并分析最优的现金持有水平。

第一大股东的治理作用具有复杂性,其肩负着第一类代理冲突中的监督人以及第二类代理冲突中责任人的双重角色。一方面,大股东的存在有助于解决经理人的“搭便车”问题。Shleifer 和 Vishny (1992) 的研究表明,第一大股东持股比例提高可以充分发挥监督治理效应,抑制管理层的机会主义倾向,降低经理层的代理冲突。另一方面,如果第一大股东的控制权与现金流权相分离,其就可能采取“隧道行为”挪用公司资源,以谋取自身利益 (La Porta et al, 1999; Claessens et al, 2002)。因此,当大股东持股比例较低,即股权相对分散时,所有层的代理冲突几乎不存在,代理冲突主要集中在股东与总经理以及总经理与部门经理之间。复杂的组织结构使得外部监督难度增大,总经理可能会投资于有利于自己利益的项目,而部门经理可能诱使总经理将资源分配给经营差的部门,代理动机增强会使现金持有的边际成本增加,这也会导致多元化企业内部资本市场运作失效,使现金持有的边际收益增加。由于边际收益与边际成本的增加对现金持有的作用力量相反,本文提出如下研究假设:

H2a: 当股权相对分散时,经理层的代理冲突使得多元化程度对现金持有水平的负向作用减弱。

H2b: 当股权相对分散时,经理层的代理冲突使得多元化程度对现金持有水平的负向作用增强。

当大股东的持股比例较高时,企业就会出现相对控股。随着大股东持股比例的提高,大股东逐渐起了监督人的作用,大股东的存在有效约束了经理层的机会主义行为,提高了内部资本市场的运行效率。假定现金持有的边际收益不变,由于大股东的监督会使持有现金的边际成本增加,本文提出第三个研究假设:

H3: 当大股东相对控股时,经理层的代理冲突减少,多元化程度与现金持有呈负相关关系。

当大股东不断增加持股比例达到绝对控股时,控股股东与中小股东之间的代理冲突较为尖锐,同时,内部资本市场也异化为控股股东侵占中小股东利益的平台。公司治理水平的降低加剧了经理层代理问题,多元化公司的组织结构优势不复存在,代理动机下的现金持有量可能高于专业化公司。多元化公司减少代理成本动机下的减持现金收益可能会高于融资预防动机下的增持现金收益,这也说明多元化公司边际成本的提高可能会高于边际收益的提高。由于边际收益的减少与边际成本的增加对现金持有的作用力量相反,本文提出第四个研究假设:

H4a: 当大股东绝对控股时,双重代理冲突使得多元化程度与现金持有呈现正向关系。

H4b: 当大股东绝对控股时,双重代理冲突使得多元化程度与现金持有呈现负向关系。

3 数据与研究设计

3.1 数据来源

本文选取 2008 年之前在沪深两市上市的 A 股公司作为研究样本,以 2010 年至 2014 年四个年度为研究区间,剔除了金融类和公共事业类公司、被 ST 和 PT 的财务状况异常公司、同时发行 B 股和 H 股的公司,最终得到 1256 家样本公司、4768 个观测样本。数据来自于 Wind 数据库,其中,多元化程度指标通过手工整理巨潮资讯网披露的上交所和深交所统计年鉴得到。多元化与专业化公司的分类参考了袁淳 (2010)、陈信元 (2007)、苏东蔚 (2005) 的方法,即依据上市公司年报中披露的经营信息,同时以证监会 2002 年发布的《上市公司行业分类指引 (修订版)》为标准进行划分,当上市公司涉及的行业大类代码大于一个,且行业主营业务收入占总主营业务收入的 10% 以上时,其被界定为多元化公司,否则为专业化公司。

3.2 变量定义

(1) 被解释变量

对于现金持有量, 现有文献主要有三种定义方式: (1) 现金及现金等价物与总资产的比值; (2) 现金及现金等价物与扣除现金后的总资产的比值; (3) 货币资金与短期投资之和与总资产的比值 (连玉君, 2008)。从会计的角度来讲, 前两种方式定义的现金持有量更具流动性, 因为货币资金和短期投资的定义比现金及现金等价物要宽泛, 变现能力也较低。为了保证本文结论的稳健性, 我们在文章的主体部分采用第一种定义方式, 在稳健性检验部分采用第三种定义方式。

(2) 解释变量

在多元化程度的度量上, 早期的研究强调以企业运营的生产领域数目增加作为多元化的度量。Gort (1962) 强调了产品的异质性, 将满足不同市场、跨产业的不同产品或服务作为多元化的定义。康荣平等 (1999) 认为, 企业不仅要在多个行业内从事生产经营活动, 还要向不同的市场提供不同的产品。尹义省 (1998) 认为, 多元化有静态和动态两种含义, 而后者是指企业进入新的行业的行为, 它是一种成长方式。本文采用了尹义省的定义方式, 即多元化是指企业的产品或服务跨一个以上行业的经营方式或成长方式, 并采用三个指标综合衡量多元化程度。①行业数目 (N), 即占主营业务收入 10% 以上的行业数目。本文的行业分类采用了中国证监会行业分类标准, 且精确到行业大类代码。②收入 Herfindahl 指数 (HHI): $HHI = \sum p_i^2$ 。其中, p_i 为行业收入占总收入的比重。公司的多元化程度越高, HHI 越低, 而专业化经营公司的 HHI 为 1。③多元化经营哑变量 (Div_dum)。当公司涉及的行业收入占主营业务收入 10% 以上的个数大于或等于两个时, Div_dum 取 1, 否则为 0。我国大多数上市公司都具有“一业为主, 多业为辅”的特点, 若只用行业数目进行衡量会高估其多元化程度, 而采用 HHI 指数可以防止计算偏差。

多元化公司的代理冲突可以从经理层代理冲突和股东代理冲突两个方面进行衡量。①经理层代理冲突。已有文献多采用管理层持股比例、前三名高管薪酬额、CEO 两职合一以及管理费用率来衡量管理层的代理问题, 本文借鉴李金洁 (2011) 的方法, 采用管理费用率 (MG) 衡量管理层的代理问题, 并采用管理层持股比例进行稳健性检验。②股东代理冲突。已有文献采用股权集中度、两权分离度、独立董事比例及监事会规模等衡量公司的内部治理水平, 本文借鉴 Dittmar 等 (2007)、Pinkowitz 等 (2006) 的分组检验法, 利用第一大股东持股比例衡量股东代理冲突的大小。

(3) 控制变量

参考 Opler (1999) 等关于现金持有的研究文献, 本文选取了七个控制变量。①公司规模。由于存在规模经济, 大规模公司的外部融资成本要低于小规模公司。大规模公司通常采用多元化经济战略, 通过运作内部资本市场获取现金流量, 其陷入财务困境的可能性较低, 而小规模公司陷入财务困境被清算的可能性较高。因此, 公司规模应与现金持有量负相关。②成长机会。公司面临

表 1 变量定义及说明

变量类型	变量名称	符号	备注
被解释变量	现金持有量	Cash	现金及现金等价物/总资产
	行业数目	Num	占主营业务收入 10% 以上的行业数目
解释变量	收入 HHI 指数	HHI	公司所涉行业收入占公司主营业务收入的比重
	多元化哑变量	Divers_dum	当公司所涉及的行业大于或等于两个时, diversdummy 取 1, 否则为 0
	管理费用率	MG	管理费用/主营业务收入
	公司规模	Size	公司总资产的对数
控制变量	成长机会	Tobinq	公司市场价值/账面价值
	杠杆率	Lev	总负债/总资产
	现金流波动率	Cash_var	现金流三年内的标准差/总资产的平均值
	净营运资本	NWC	(流动资产-流动负债-现金及现金等价物)/总资产
	支付股利哑变量	Div_dum	公司当年支付现金股利取值为 1, 否则为 0
	现金流	Cash_flow	经营活动现金流净额/总资产

的成长机会越多,其持有的现金应该越多,特别是拥有好的投资机会的公司更要保持高水平的现金,以防止财务困境的产生。本文采用托宾 q 值衡量成长机会。③杠杆率。在权衡理论中,杠杆率与现金持有量的关系不是很明晰。一方面,高杠杆公司为了降低财务困境产生的可能性,一般会持有较多的现金;另一方面,高杠杆公司的举债能力较强,现金持有量较低。④现金流波动率。对于现金流波动率的衡量,本文采用了上市公司三年的现金流量标准差与平均总资产比值的自然对数。⑤净营运资本。本文采用流动资产扣除流动负债、现金及现金等价物后与总资产的比值衡量净营运资本,由于现金以外的流动资产可以以较低的成本变现,公司可以将流动资产作为现金的等价物,所以净营运资本较多的公司现金持有量水平较低。⑥现金流。现金流量是公司现金持有量的来源,公司的现金流量越大,其面临财务困境和放弃优质投资机会的可能性就越小。实证研究表明,现金流量与现金持有量负相关。⑦支付股利哑变量。现金持有量水平与股利支付的关系也不明晰,一方面,支付股利的公司可以通过减少股利积累现金,故需持有较少的现金;另一方面,公司为避免支付股利时出现资金短缺,又需要持有较多的现金。

3.3 描述性统计

表2是 2010-2014 年各行业上市公司现金持有量水平的描述性统计结果,其是按照证监会行业大类代码划分,且只计算观察值大于50的行业。其中,A组是现金持有量高的前十大行业,B组是现金持有量低的后十大行业。在样本所涉及的行业中,房地产业的现金持有量均值最大(61.45%),其后是软件和信息技术服务业(27.47%)、零售业(21.52%),这些公司的成长机会多,自身业绩水平高。现金持有均值最小的行业为黑色金属冶炼和压延加工业(8.16%),电力、热力生产和供应业稍高(9.67%),此类行业的市场化水平较低,有一定的行业特殊性。

表3报告了主要变量的描述性统计结果。由全样本描述性统计可知,现金持有量水平在17.9%与15.1%之间,专业化公司的现金持有量均值为17.9%,多元化公司的现金持有量均值为15.1%,且在5%的水平下显著。因此,多元化公司内部资本市场的活跃程度高于专业化公司,融资约束程度较低。多元化公司的多元化程度衡量指标HHI的均值为0.497,公司所涉行业的数目均值为3,说明2010-2014年公司的多元化程度有所提高。样本中,涉足房地产行业的多元化公司占到多元化公司的51.28%。同时,除了现金流标准差没有显著差异外,其他控制变量均有显著差异。需要注意的是,多元化公司的资产负债率显著高于专业化公司,这可能是因为代理问题引致内部资本市场资源配置的低效。从理论上讲,当公司内部资本市场活跃时,公司对外源融资的依存度就会降低。此外,专业化公司和多元化公司的大股东持股比

表 2 分行业描述性统计

证监会行业代码	行业描述	N	Media	Mean	Std.
A组:前十大行业					
70	房地产业	483	0.113	0.615	10.593
65	软件和信息技术服务业	135	0.253	0.275	0.156
52	零售业	240	0.186	0.215	0.149
15	酒、饮料和精制茶制造业	115	0.153	0.203	0.152
37	铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	85	0.169	0.2	0.122
39	计算机、通信和其他电子设备制造业	449	0.165	0.19	0.124
9	有色金属矿采选业	90	0.138	0.185	0.147
51	批发业	190	0.132	0.172	0.139
48	土木工程建筑业	119	0.129	0.162	0.133
B组:后十大行业					
14	食品制造业	55	0.119	0.125	0.081
17	纺织业	119	0.102	0.124	0.091
25	石油加工、炼焦和核燃料加工业	65	0.083	0.123	0.137
30	非金属矿物制品业	180	0.088	0.117	0.104
28	化学纤维制造业	75	0.097	0.114	0.081
22	造纸和纸制品业	70	0.077	0.111	0.1
55	水上运输业	65	0.085	0.108	0.095
27	医药制造业	370	0.071	0.104	0.078
44	电力、热力生产和供应业	215	0.067	0.097	0.105
31	黑色金属冶炼和压延加工业	125	0.065	0.082	0.063

例均值分别为36%和29.3%，说明我国上市公司一股独大的现象严重，且专业化公司的均值显著高于多元化公司。为了探寻代理冲突对现金持有量的影响，我们以第一大股东持股比例为分类标准，再次对主要变量进行了描述性统计以及均值检验，结果如表3所示。

以第一大股东持股比例为分类标准，大股东持股比例小于30%的为股权分散组，大股东持股比例大于30%、小于 50%的为相对控股组，大股东持股比例大于 50%的为绝对控股组。表4的结果显示，按照股权集中度分组后，公司现金持有水平呈现出先减少后增加的 U 型趋势。当股权较为分散时，专业化公司和多元化公司的现金持有量较高，因为这两类公司的经理层代理冲突严重，股权分散使得股东监督成本过高，监督动力不足，伴随经理层的寻租行为，现金持有量就会增加。随着大股东持股比例的增加，专业化公司与多元化公司的现金持有量均显著减少，其原因可能是大股东的监督有效约束了管理者的机会主义行为，多元化公司的内部资本市场运行效率也会提高。当大股东达到绝对控股时，样本公司的现金持有量又有所增加，其原因可能是大股东的掏空行为损害了公司发展，内部资本市场的效率不断降低。需要注意的是，此时多元化公司的现金持有量会高于专业化公司。此外，大部分控制变量的均值均为差异显著。以上结果初步证实了本文的假设，但由于描述性统计没有考虑变量间的相互关系，需要采用面板数据多元回归分析进行进一步的验证。

表 3 多元化公司与专业化公司的描述性统计

变量名	专业化公司		多元化公司		T-Stat
	mean	median	mean	median	
Cash	0.179	0.148	0.151	0.129	13.912
Size	22.071	21.962	21.913	21.998	7.502
Tobinq	1.675	1.185	1.701	1.122	-0.782
Lev	0.519	0.522	0.535	0.564	-4.154
Cashflow	0.039	0.040	0.023	0.027	8.570
NWC	-0.014	-0.003	-0.003	0.016	-2.708
Varcash	0.062	0.049	0.067	0.058	1.748
Divdum	0.649	1.000	0.575	1.000	9.193
HHI	1.000	1.000	0.510	0.497	29.207
Num	1.000	1.000	2.890	3.000	38.746
Owncon1	0.360	0.338	0.293	0.251	24.810
MG	0.108	0.069	0.110	0.079	0.169

表 4 按大股东持股比例分组后的描述性统计

变量名	股权分散组			相对控股组			绝对控股组		
	0≤Owncon1<30%			30%≤Owncon1<50%			Owncon1≥50%		
	专业化	多元化	T-stat	专业化	多元化	T-stat	专业化	多元化	T-stat
Cash	0.19	0.16	10.78	0.17	0.13	15.08	0.17	0.18	-3.57
Size	21.69	21.56	4.02	22.09	22.55	-14.97	22.81	22.47	6.92
Tobinq	2.03	2.05	-0.38	1.51	1.05	12.78	1.27	1.16	2.51
Lev	0.51	0.51	0.26	0.51	0.57	-10.03	0.54	0.60	-7.64
Cashflow	0.03	0.02	2.91	0.04	0.03	2.91	0.05	0.01	13.29
NWC	-0.03	0.00	-4.05	0.00	-0.01	2.95	-0.02	-0.01	-1.19
Firmsigma	0.06	0.07	-3.13	0.06	0.06	-0.19	0.07	0.08	-6.44
Divdum	0.57	0.48	7.09	0.68	0.74	-4.75	0.75	0.73	0.83
HHI	1.00	0.51	-21.45	1.00	0.54	-18.60	1.00	0.46	-11.41
Num	1.00	2.90	31.28	1.00	2.94	17.50	1.00	2.70	19.97
MG	0.10	0.11	0.17	0.08	0.09	3.54	0.11	0.12	5.12

4 实证结果

4.1 多元化经营与现金持有的实证结果

我们首先要判断应该采用个体固定效应，还是个体随机效应的面板GLS方法估计回归方程。

Hausman 检验证实,应该采用随机效应模型。本文对主要变量进行了相关系数检验,多元化经营哑变量、多元化HHI 指数和多元化涉及行业个数三个变量之间的相关性较高,在5%的显著性水平下三个变量之间的相关系数较大,说明三个变量的替代性很强。其他变量的相关系数不大,表明变量间共线性的可能性较低。表5报告了2010-2014年多元化程度对现金持有量影响的实证分析结果。四个模型的 R^2 显示,模型的解释度是可以接受的。随着多元化经营变量的加入,控制变量的系数和显著性没有发生较大的变化,且 t 统计量的绝对值有所增加,表明加入多元化经营程度指标后模型的效果更理想。

模型(2)的回归结果显示,多元化经营虚拟变量对应的系数为-0.021,与现金持有在 5%的水平下显著,说明多元化程度对现金持有量具有显著的负向影响,这与假设 H1 相吻合。在模型(3)中,衡量多元化的变量是公司所涉行业的个数,其对应的系数为-0.009,即在其他条件相同的情况下,上市公司由专业化转化为多元化后,其现金持有量水平降低了0.90%,专业化公司与多元化公司的现金持有量均值差值为2.8%,说明其中有 0.90%是由公司所涉行业的个数造成的。多元化公司所涉行业个数对现金持有的负向影响不显著,说明这种相关关系具有不稳定性,其原因可能是我国大部分多元化公司具有“一业为主”的特点,单纯用个数来衡量,结果会偏大。模型(4)的结果可以对模型(3)出现的问题做出解释。HHI 是衡量多元化程度的重要指标,HHI 指标可以平衡模型(3)对多元化的衡量结果偏大的问题。HHI指数越小,公司的多元化程度越高,其相关系数为-0.006,且在 5%的水平下与现金持有负相关。

模型(1)的控制变量与现金持有水平在1%的水平下显著相关,说明选择这些控制变量具有必要性和恰当性。公司规模与现金持有在 1%的水平下显著正相关,说明公司规模越大,组织结构越复杂,出现代理问题的可能性就越大,内部资本市场效率低的可能性也越大,因而公司持有现金的边际收益增加,即应该持有较多的现金。公司成长机会对应的系数为0.009,且在1%的水平下显著,说明公司的成长机会越多,现金持有量越大。当公司拥有好的投资项目时,需要持有较高水平的现金,以防止财务困境的发生。杠杆率与现金持有在1%的水平下显著负相关,说明公司的负债率越高,举债能力越强,持有的现金就越少。现金流与现金持有量负相关,但不具有显著性。净营运资本与现金持有量在1%的水平下显著负相关,由于公司的流动资产可以以较低的成本变现,故可视其为现金等价物,流动资产越多,公司的现金持有量就越少。支付股利虚拟变量对应的系数为0.013,其与现金持有量在 1%的水平下显著正相关,说明公司为了避免支付股利时出现资金短缺可能持有较多的现金,这与 Fresard 的研究结果一致。现金流波动性的系数是 0.475,与现金持有量在 1%的水平下显著正相关,说明现金流的不确定性越大,公司为了避免财务危机而持有

表 5 总样本回归结果

	1	2	3	4
Size	0.009*** (3.700)	0.009*** (3.630)	0.009*** (3.660)	0.009*** (3.690)
Tobinq	0.009*** (9.530)	0.009*** (9.490)	0.009*** (9.500)	0.009*** (9.520)
Lev	-0.315*** (-28.490)	-0.315*** (-28.420)	-0.315*** (-28.400)	-0.315*** (-28.460)
Cashflow	-0.012 (-1.070)	-0.012 (-1.100)	-0.012 (-1.090)	-0.012 (-1.070)
NWC	-0.204*** (-20.020)	-0.204*** (-19.970)	-0.204*** (-19.950)	-0.204*** (-20.000)
Divdum	0.013*** (4.260)	0.013*** (4.240)	0.013*** (4.250)	0.013*** (4.260)
Firmsigma	0.475*** (8.990)	0.477*** (9.030)	0.477*** (9.040)	0.476*** (9.000)
Divers_dum		-0.021** (-2.040)		
Num			-0.009 (-1.960)	
HHI				-0.006** (2.100)
_cons	0.096 (1.880)	0.101* (1.980)	0.107* (2.090)	0.091 (1.720)
N	3768	3768	3768	3768
R ²	22.95%	23.19%	23.14%	23.19%

注:回归结果均为采用面板异方差稳健标准误进行异方差修正的稳健性结果;括号内为 t 值,***、**、* 分别表示在 1%、5%、10%的水平下显著,下同。

现金短缺可能持有较多的现金,这与 Fresard 的研究结果一致。现金流波动性的系数是 0.475,与现金持有量在 1%的水平下显著正相关,说明现金流的不确定性越大,公司为了避免财务危机而持有

的现金量也越大。综上所述,模型(1)、(2)、(3)、(4)的实证结果支持了假设 H1。

4.2 代理冲突下多元化经营与现金持有量的实证结果

根据全样本按股权集中度分组后现金持有量的差异性统计结果,本文将样本分为股权分散组、相对控股组和绝对控股组三个子样本,并纳入管理费用作为解释变量,以衡量不同治理水平下代理冲突对现金持有的影响。描述性统计结果显示,多元化程度越高,股权分散的多元化公司现金持有量也越高。与表5相比,表6多元化程度变量前系数的绝对值变小,说明股权分散时,多元化程度对现金持有的负向作用更弱。模型(5)引入了管理费用率作为解释变量,并考虑其与多元化程度的交叉项,回归结果显示,管理费用与现金持有在 1%的水平下显著正相关,说明管理层的代理问题提高了现金持有水平。模型(6)、(7)、(8)显示,管理费用率和多元化程度的交叉项(Mg*Div、Mg*Num 和Mg*HHI)均与现金持有在0.01 的水平下显著正相关,说明管理费用叠加作用下的多元化水平与现金持有具有显著的正向关系,即在股权集中度较低时,外部股东的监督较弱,多元化经营加剧了管理层的寻租行为。随着管理层代理问题的加重,管理费用增加,多元化公司的现金持有量增加,假设2a 得到了支持。

表 6 股权分散组的回归结果

	1	2	3	4	5	6	7	8
Size	0.016*** (-4.060)	0.016*** (-4.010)	0.016*** (-4.060)	0.016*** (-4.060)	0.017*** (-4.190)	0.016*** (-4.040)	0.017*** (-4.200)	0.017*** (-4.190)
Tobinq	0.009*** (-7.210)	0.009*** (-7.180)	0.009*** (-7.180)	0.009*** (-7.230)	0.009*** (-7.100)	0.009*** (-7.210)	0.009*** (-7.090)	0.009*** (-7.100)
Lev	-0.353*** (-21.310)	-0.352*** (-21.230)	-0.353*** (-21.210)	-0.353*** (-21.280)	-0.351*** (-21.240)	-0.353*** (-21.310)	-0.351*** (-21.250)	-0.351*** (-21.250)
Cashflow	-0.062*** (-4.590)	-0.062*** (-4.600)	-0.062*** (-4.590)	-0.062*** (-4.580)	-0.046** (-3.210)	-0.061*** (-4.570)	-0.046** (-3.250)	-0.046** (-3.200)
NWC	-0.231*** (-15.180)	-0.229*** (-15.090)	-0.231*** (-15.180)	-0.231*** (-15.150)	-0.230*** (-15.170)	-0.231*** (-15.180)	-0.230*** (-15.180)	-0.230*** (-15.170)
Divdum	0.018*** (-3.710)	0.018*** (-3.670)	0.018*** (-3.710)	0.018*** (-3.710)	0.018*** (-3.800)	0.018*** (-3.710)	0.018*** (-3.800)	0.018*** (-3.790)
Varcash	0.470*** (-6.550)	0.472*** (-6.600)	0.473*** (-6.550)	0.471*** (-6.560)	0.463*** (-6.460)	0.473*** (-6.590)	0.462*** (-6.450)	0.463*** (-6.460)
Divers_dum		-0.018* (-2.140)						
Num			-0.009 (-1.440)					
HHI				-0.060 (-2.760)				
Mg					0.008** (-3.220)			
Mg*Div						0.033 (-0.820)		
Mg*Num							0.008** (-3.180)	
Mg*hhi								0.008** (-3.220)
_cons	-0.041 (-0.490)	-0.034 (-0.410)	-0.041 (-0.490)	-0.047 (-0.540)	-0.054 (-0.640)	-0.039 (-0.460)	-0.054 (-0.650)	-0.053 (-0.640)
N	1625	1625	1625	1625	1625	1625	1625	1625
R ²	30.38%	30.37%	30.37%	30.31%	23.32%	23.17%	23.27%	23.34%

表7模型(2)的回归结果显示,多元化经营的虚拟变量对现金持有不显著,其对应的系数为-0.029。模型(3)的回归结果同样不显著,行业数目对应的系数为-0.013 6。在描述性统计中,专业化公司与多元化公司的现金持有量差值为 3%,说明有1.36%是由所涉行业个数造成的。在模型(4)中,HHI的相关系数为-0.032 6,且在 10%的水平下与现金持有量负相关。因此,在大股东相对控股组,多元化经营公司的现金持有量显著低于专业化经营公司,且多元化程度越高,多元化公司的现金持有量越低。与表5 相比,多元化程度变量前系数的绝对值变大,说明在大股东相对控股时,多元化程度对现金持有的负向作用增强了。

加入公司管理费用率与多元化程度的交叉项后对模型进行回归,模型(5)显示,管理费用与现金持有在1%的水平下显著正相关。交叉项的结果显示,管理费用率和多元化经营的交叉项 $Mg*Div$ 与现金持有在 10%的水平下显著负相关,而管理费用率和HHI 的交叉项 $Mg*HHI$ 与现金持有在 5%的水平下显著正相关,管理费用率与多元化公司所涉行业个数的交叉项 $Mg*Num$ 结果不显著,但符号为正,说明管理层的代理成本使多元化程度对现金持有水平的负向作用有所减弱。综上所述,在相对控股组中,大股东的监管程度提高,多元化程度与现金持有呈负相关关系,但考虑到管理层的代理成本,这种负向关系在弱化,假设 H3得到了部分验证。

表 7 相对控股组的回归结果

	1	2	3	4	5	6	7	8
	cash	cash	cash	cash	cash	cash	cash	cash
Size	0.005 (-1.240)	0.005 (-1.330)	0.005 (-1.350)	0.005 (-1.370)	0.006 (-1.630)	0.005 (-1.230)	0.005 (-1.340)	0.006 (-1.680)
Tobinq	0.012*** (-4.70)	0.012*** (-4.68)	0.012*** (-4.67)	0.012*** (-4.66)	0.012*** (-4.89)	0.012*** (-4.67)	0.012*** (-4.76)	0.012*** (-4.92)
Lev	-0.262*** (-11.980)	-0.262*** (-11.980)	-0.263*** (-12.000)	-0.263*** (-11.980)	-0.253*** (-11.490)	-0.262*** (-12.000)	-0.260*** (-11.800)	-0.252*** (-11.450)
Cashflow	0.134*** (-5.290)	0.134*** (-5.270)	0.134*** (-5.280)	0.134*** (-5.280)	0.142*** (-5.590)	0.133*** (-5.270)	0.137*** (-5.380)	0.143*** (-5.630)
NWC	-0.179*** (-10.260)	-0.179*** (-10.260)	-0.179*** (-10.250)	-0.179*** (-10.260)	-0.176*** (-10.100)	-0.179*** (-10.270)	-0.178*** (-10.210)	-0.175*** (-10.090)
Divdum	0.016*** (-3.700)	0.016*** (-3.720)	0.016*** (-3.730)	0.016*** (-3.760)	0.007 (-1.680)	0.007 (-1.540)	0.007 (-1.550)	0.007 (-1.700)
Varcash	0.351*** (-3.940)	0.355*** (-3.990)	0.359*** (-4.040)	0.360*** (-4.140)	0.364*** (-4.090)	0.346*** (-3.890)	0.357*** (-4.000)	0.364*** (-4.090)
Divers_dum		-0.029 (-1.570)						
Num			-0.014 (-1.550)					
HHI				-0.033* (-2.980)				
Mg					0.142** (-2.870)			
Mg*Div						-0.275* (-1.960)		
Mg*Num							0.042 (-1.140)	
Mg*HHI								0.160** (-3.230)
_cons	0.148 (-1.720)	0.141 (-1.630)	0.152 (-1.760)	0.166 (-1.730)	0.094 (-1.080)	0.150 (-1.740)	0.132 (-1.510)	0.088 (-1.000)
N	1399	1399	1399	1399	1399	1399	1399	1399
R ²	26.53%	26.88%	26.90%	26.69%	27.02%	27.07%	26.48%	27.27%

表8 报告了绝对控股组的回归结果。模型（2）的回归结果显示，多元化经营虚拟变量与现金持有在10%的水平下显著，其对应的系数为 0.032，说明多元化变量对现金持有量具有正向影响，即在大股东绝对控股的情况下，多元化程度越高，公司的现金持有量越大。模型（3）的回归结果不显著，所涉行业数目对应的系数为 0.009。在描述性统计中，专业化公司与多元化公司现金持有量的差值为 1%，说明其中有 0.902%是由所涉行业个数造成的。在模型（4）中，HHI 的相关系数为 0.071，且在 5%的水平下与现金持有量正相关。综合模型（2）、（3）、（4）可知，在大股东绝对控股组，多元化经营公司的现金持有量显著高于专业化经营公司，多元化程度越高，多元化经营公司的现金持有量越大。与表 5相比，多元化程度变量前的系数绝对值变大，说明当大股东绝对控股时，多元化程度对现金持有的正向作用增强了。加入公司管理层的代理成本及其与多元化程度的交叉项后对模型进行回归，模型（5）中管理费用率和多元化程度指标的交叉项（Mg*Div、Mg*Num、Mg*HHI）均与现金持有在 1%的水平下显著正相关，说明代理冲突较大时，多元化程度与现金持有水平具有显著的正向关系，即代理冲突提高了公司的现金持有水平，假设 4a 得到了支持。

表 8 绝对控股组的回归结果

	1	2	3	4	5	6	7	8
Size	0.0037 (-0.740)	0.0040 (-0.800)	0.0044 (-0.890)	0.0048 (-0.960)	0.0021 (-0.420)	0.003 (-0.710)	0.003 (-0.490)	0.002 (-0.430)
Tobinq	0.009** (-2.630)	0.009** (-2.650)	0.009** (-2.640)	0.009** (-2.690)	0.009** (-2.740)	0.009** (-2.610)	0.009** (-2.690)	0.009** (-2.760)
Lev	-0.223*** (-7.510)	-0.224*** (-7.540)	-0.226*** (-7.650)	-0.228*** (-7.720)	-0.230*** (-7.680)	-0.223*** (-7.520)	-0.228*** (-7.650)	-0.230*** (-7.680)
Cashflow	0.160*** (-5.390)	0.161*** (-5.420)	0.162*** (-5.470)	0.161*** (-5.450)	0.154*** (-5.190)	0.159*** (-5.360)	0.155*** (-5.220)	0.154*** (-5.190)
NWC	-0.125*** (-5.250)	-0.125*** (-5.250)	-0.125*** (-5.250)	-0.126*** (-5.310)	-0.128*** (-5.360)	-0.125*** (-5.250)	-0.127*** (-5.320)	-0.128*** (-5.380)
Divdum	0.013*** (-4.760)	0.013*** (-4.700)	0.013*** (-4.780)	0.013*** (-5.570)	0.003 (-0.560)	0.004 (-0.620)	0.004 (-0.610)	0.004 (-0.550)
Varcash	0.547*** (-4.920)	0.544*** (-4.890)	0.544*** (-4.870)	0.547*** (-4.900)	0.523*** (-4.650)	0.547*** (-4.920)	0.530*** (-4.740)	0.522*** (-4.640)
Divers_dum		0.032* (-2.050)						
Num			0.009 (-0.490)					
HHI				0.071* (-1.980)				
Mg					0.192* (2.140)			
Mg*Div						0.185 (0.740)		
Mg*Num							0.132*** (2.000)	
Mg*HHI								0.200*** (-2.200)
_cons	0.144	0.137	0.123	0.194	0.197	0.148	0.185	0.197
	-1.250	-1.190	-1.050	-1.610	-1.670	-1.280	-1.580	-1.670
N	744	744	744	744	744	744	744	744
R ²	26.53%	26.88%	26.90%	26.89%	18.47%	19.12%	21.30%	20.82%

4.3 稳健性检验

(1) 分行业稳健性检验。由分行业描述性统计可知，行业之间的现金持有量存在差异，A 组前十

大行业的现金持有量是 B 组后十大行业的两倍。为了进一步确定多元化程度对公司现金持有量的影响, 本文选取总样本中的房地产业上市公司作为稳健性检验的子样本。(1) 房地产业的现金持有量位列第一, 考察该行业多元化经营模式对公司现金持有的影响更具代表性。(2) 房地产业能够在一定程度上反映国民经济的运行状况。

表9 报告了房地产业 2010-2014 年公司多元化程度对现金持有量影响的实证分析结果。模型(2)的结果显示, 多元化经营虚拟变量的系数为-0.013, 与现金持有在 5%的水平下显著, 说明多元化程度对现金持有量具有显著的负向影响, 这与假设 H1 相吻合。在模型(3)中, 衡量多元化的变量是公司所涉行业个数, 其对应的系数为-0.021, 但不显著。在模型(4)中, HHI 指数越小, 公司的多元化程度越高, 其相关系数为-0.011, 且在 10%的水平下与现金持有负相关。综上所述, 公司的多元化程度越高, 其现金持有量越少。

我们以绝对控股组为例, 就代理冲突下多元

表 9 房地产业的回归结果

	1	2	3	4
Size	0.016*** (4.800)	0.015*** (4.670)	0.016*** (4.720)	0.016*** (4.780)
Tobinq	0.009*** (6.140)	0.009*** (6.130)	0.009*** (6.150)	0.009*** (6.170)
Lev	-0.400*** (-23.070)	-0.399*** (-23.050)	-0.398*** (-22.970)	-0.398*** (-22.980)
Cashflow	-0.057*** (-4.360)	-0.057*** (-4.360)	-0.057*** (-4.350)	-0.057*** (-4.340)
NWC	-0.249*** (-15.350)	-0.247*** (-15.290)	-0.247*** (-15.230)	-0.247*** (-15.260)
Divdum	0.014*** (3.310)	0.014** (3.230)	0.014** (3.250)	0.014*** (3.310)
Firmsigma	0.518*** (6.950)	0.520*** (7.000)	0.519*** (6.990)	0.518*** (6.990)
Divers_dum		-0.013* (-2.390)		
Num			-0.022 (-2.090)	
HHI				-0.011* (2.120)
_cons	-0.024 (-0.340)	-0.013 (-0.190)	0.004 (0.060)	-0.063 (-0.840)
N	1722	1722	1722	1722
R ²	28.67%	29.22%	29.14%	29.12%

表 10 房地产业绝对控股组的回归结果

	1	2	3	4	5	6	7	8
Size	0.012* (-2.370)	0.011* (-2.230)	0.011* (-2.270)	0.0112* (-2.340)	0.018*** (-5.470)	0.013** (-2.740)	0.014** (-2.890)	0.014** (-2.880)
Tobinq	0.005** (-2.940)	0.005** (-2.940)	0.005** (-2.970)	0.005** (-2.980)	0.008*** (-6.010)	0.006*** (-3.510)	0.006** (-3.130)	0.006** (-3.130)
Lev	-0.430*** (-17.710)	-0.429*** (-17.710)	-0.428*** (-17.660)	-0.427*** (-17.600)	-0.374*** (-22.170)	-0.379*** (-15.800)	-0.380*** (-15.980)	-0.380*** (-15.980)
Cashflow	-0.095*** (-6.240)	-0.095*** (-6.230)	-0.095*** (-6.230)	-0.095*** (-6.210)	-0.040** (-2.850)	-0.102*** (-6.880)	-0.076*** (-4.670)	-0.076*** (-4.660)
NWC	-0.279*** (-12.280)	-0.278*** (-12.240)	-0.277*** (-12.190)	-0.277*** (-12.170)	-0.215*** (-13.420)	-0.220*** (-9.600)	-0.223*** (-9.810)	-0.223*** (-9.810)
Divdum	0.022** (-3.270)	0.021** (-3.170)	0.021** (-3.180)	0.022** (-3.250)	0.015*** (-3.570)	0.021** (-3.180)	0.021** (-3.210)	0.021** (-3.210)
Varcash	0.727*** (-7.680)	0.723*** (-7.660)	0.724*** (-7.670)	0.724*** (-7.690)	0.549*** (-7.460)	0.736*** (-7.880)	0.728*** (-7.810)	0.728*** (-7.810)
Divers_dum		-0.037* (-1.970)						
Num			-0.010* (-2.010)					
HHI				-0.033 (-2.10)				
Mg					0.013*** (-4.490)			
Mg*Div						0.132 (-0.680)		
Mg*Num							0.013*** (-3.820)	
Mg*HHI								0.013*** (-3.830)
_cons	0.073 (-0.680)	0.089 (-0.840)	0.107 (-0.990)	0.044 (-0.400)	-0.087 (-1.210)	0.012 (-0.110)	-0.003 (-0.030)	-0.002 (-0.020)
N	826	826	826	826	826	826	826	826
R ²	29.83%	30.21%	30.27%	30.19%	27.62%	28.94%	29.13%	29.14%

化对现金持有量的影响进行稳健性检验。表10 为实证结果, 其与总样本的实证结果类似。模型(7)、(8)显示, 管理费用率和多元化程度的交叉项 $Mg*Num$ 、 $Mg*HHI$ 均与现金持有在 1%的水平下显著正相关, 说明管理费用作用下的多元化水平与现金持有水平有显著的正向关系, 即随着代理问题的加重, 管理费用上升, 多元化公司的现金持有量增加, 多元化与现金持有的负向作用将减弱。

(2) 一阶差分广义矩估计 (GMM) 检验。多元化的经营结构与公司现金持有水平可能存在一定的内生性, 即公司的现金持有水平也可能影响多元化战略。为了消除这两者之间的内生性影响, 本文采用一阶差分的广义矩估计 (GMM) 动态面板方法对两者的关系做了进一步的回归分析。GMM 估计是一个稳健估计量, 它不要求扰动项的准确分布信息, 允许随机误差项存在异方差和序列相关, 也能消除变量间的内生性。回归结果如表11 所示, 其中, 多元化哑变量的符号变为正, 公司所涉行业个数和 HHI 指数均为负, 整体来看, 指标关系变化不大, 符合理论分析假设。

(3) 变量替换的稳健性检验。本文在计算现金持有水平时, 采用了现金及现金等价物与总资产的比值, 为了保持结论的稳健性, 现将其替换为货币资金和短期投资与总资产的比值, 即现金持有的定义方式更加宽泛。同时, 代理问题变量也被替换, 即以管理层持股比例指标作为管理层代理问题的变量。杨兴权的实证结果表明, 当管理层持股比例较高时, 管理层与股东的利益趋于一致, 也有动机阻止大股东对小股东的利益侵占。这一回归结果与本文的结论大致相同。

5 研究结论

本文的实证研究表明, 多元化程度与公司现金持有量呈显著的负向关系。此结果符合现金持有权衡理论的分析, 即公司通过比较现金持有成本与收益确定目标持有量。由于多元化公司内部的投资机会与现金流不完全相关, 公司可以通过内部资本市场的有效运作, 将现金流进行整合和再分配, 因而减少了基于交易性动机的现金持有。但是, 多元化公司复杂的结构存在严重的代理冲突, 这使得内部资本市场无法有效运行。因此, 本文对样本进行了进一步的分类检验, 发现由于代理冲突的影响, 多元化程度与现金持有量的负向关系会减弱。具体表现在: 当股权较为分散时, 管理层代理问题较为严重, 基于代理动机的现金增持使得多元化结构对现金持有水平的优化作用在减弱; 当大股东绝对控股时, 多元化公司的内部资本市场异化为控股股东侵占中小股东利益的平台, 公司的治理水平下降, 多元化经营中的现金持有边际收益在增加。这一实证结果表明, 严重的代理冲突使得多元化程度与现金持有水平呈现显著的正向关系。

上述研究结论丰富了多元化经营理论及委托代理理论的相关研究成果, 同时也带来了如下政策启示: (1) 从公司的角度来看, 多元化公司应充分利用多元化经营的优势, 优化内部资源配置, 在提高

表 11 多元化程度与现金持有之间的
GMM 动态面板回归结果

	1	2	3
L.cash	0.693** (-2.820)	0.611** (-3.010)	0.693** (-2.820)
Size	0.028 (-0.640)	0.025 (-0.570)	0.028 (-0.640)
Tobinq	0.010 (-0.340)	0.007 (-0.240)	0.010 (-0.340)
Lev	-0.469*** (-3.860)	-0.471*** (-3.880)	-0.469*** (-3.860)
Cashflow	0.003 (-0.020)	0.009 (-0.050)	0.003 (-0.020)
NWC	-0.368** (-2.700)	-0.360** (-2.650)	-0.368** (-2.700)
Divdum	0.009 (-1.180)	0.009 (-1.140)	0.009 (-1.180)
Diversdummy	-1.286 (-0.580)		
Diversity		-0.013 (-0.220)	
Num			-4.348 (-0.580)
_cons	-0.447 (-0.430)	-0.243 (-0.240)	4.589 (-0.540)
N	2512	2512	2512

现金持有边际收益的同时,降低边际成本,提高资金使用效率;(2)从投资者的角度来看,应充分考虑公司的现金持有水平,不仅要关注公司的财务状况和治理水平,更要关注公司多元化方面的经营行为,投资时要谨慎区分现金持有的内在动机,判断公司正常的现金持有需求;(3)多元化公司在股权结构不合理、治理水平较低时,应持有较少的现金来应对较高的代理成本,当大股东达到相对控股时,出于对内部资本市场有效性的考虑,多元化公司同样应持有较少的现金,以避免现金持有成本的升高。除此之外,要解决多元化公司的代理问题,应该从提高公司的治理水平入手,强化核心高管的控制决策权,完善管理层薪酬激励等内部治理机制,同时要提高董事会的外部监督治理效能,改变公司“一股独大”的不合理局面,通过优化股权结构增强股权制衡力量。

本文仅使用第一大股东持股比例与管理费用两个指标衡量代理冲突,其虽具有一定的代表性,但由于多元化公司自身的结构具有复杂性,使用更多的指标进行多维度衡量更加合理。同时,由于我国大多数多元化公司是由国有企业构成,其治理模式及经营方式存在一定的特殊性,因此,在今后的研究中,应进一步通过案例调研、企业实地考察等方式,深入了解不同性质企业的多元化经营特点,从公司治理模式对经营绩效的影响机制出发,探讨企业最优的现金持有策略及其经济后果。

作者:南晓莉^{1,2} 杨智伟² (1. 大连理工大学管理与经济学部; 2. 中国大连高级经理学院)

来源:《山西财经大学学报》2016年第1期

互联网思雄与传统企业再造

现代通讯技术与PC等的结合形成了传统互联网,现代通讯技术与手机等的结合形成了移动互联网。现在,用户占据手机端移动互联网的时间已大大超过了占据PC端传统互联网的时间。自此,人类社会进入了移动互联网时代。(移动)互联网就像阳光、空气和水一样,已经渗透到社会生活的方方面面,其威力无所不在,无时不在,无坚不摧。在互联网时代,一切都将重新塑造。就商业变化而言,互联网改变了交易场所。现在,产品供给方和需求方可以跨越空间约束,自由进入电子商务网站等虚拟场所,实现商品线上交易。互联网拓展了交易时间。过去产品供给方有固定的营业时间,超过这个时间范围,即使需求方有购买需求,商家也会闭门打烊。现在供需双方在电子商务网站,可实现24小时不间断的网络交易。互联网丰富了交易品类。现在,网络空间不仅交易畅销产品、大众产品,而且交易在实体空间里大量存在的所谓滞销产品、小众产品。互联网加快了交易速度。消费者通过手机、电脑等智能终端接入互联网,进入网络购物平台,根据商品历史交易信息和消费者的评价选择商品减少了信息不对称性加快了供需双方的交易速度。互联网减少了中间环节。现在去中介化、去渠道化,点对点、端到端,直通直达,即内去隔热墙、外去中间商,产品从研发、制造到营销、营运各个区段时间大大缩短。

总之这个时代一切都变快了。以手机行业为例,模拟时代,摩托罗拉成为全球手机霸主,但是,2011年谷歌收购摩托罗拉(手机业务);数码时代,诺基亚成为全球手机霸主,但是,2013年,微软收购诺基亚(手机业务);互联网时代,苹果成为全球手机霸主,但是这一地位正在发生动摇。用百度公司李彦宏的话说“互联网变化太快了,打个盹就落后了”。过去,一个企业消亡,最终是被竞争对手打败;现在,一个企业消亡首先是被这个时代淘汰。也就是说你的对手不是同行而是时代,这就是互联网时代的商业法则。因此,一个企业要想成功,首要的是“跟上时代、在时代里”。正如海尔

集团公司首席执行官张瑞敏所说“没有成功的企业，只有时代的企业”，所有企业必须跟上时代步伐才能生存。

1 时局：互联网时代

1.1 互联网对商业企业的影响

2012年12月12日，阿里巴巴集团董事局主席兼首席执行官马云和大连万达集团股份有限公司董事长王健林，在2012 CCTV中国经济年度人物大奖评选颁奖盛典上约定：到2022年，如果电商零售业在中国整个零售市场份额中占50%，王健林给马云1亿元否则，马云给王健林1亿元。此即所谓的“1亿赌局”。电商零售业和传统零售业，同一种生意两种商业模式，隐藏着两种商业逻辑。电商零售业，采用互联网思维，轻资产模式经营，实行网络交易，销售成本低，产品价格低，发展势头不可阻挡。传统零售业采用传统商业思维，重资产模式经营，实行现场交易，销售成本高，产品价格高，竞争力在不断下降。2012-2013年，国内实体零售商铺遭遇关闭浪潮。例如，2012年，安踏、李宁、匹克等本土六大运动品牌关店数量超3000家。2013年，李宁、安踏等五家知名运动品牌关店数量逾2200家。

1.2 互联网对工业企业的影响

2013年12月12日，格力电器董事长兼总裁董明珠与小米公司董事长兼首席执行官雷军，在2013 CCTV中国经济年度人物大奖评选颁奖盛典上打赌：5年之后，如果小米公司的营业额超过格力电器，董明珠给雷军10亿元，否则，雷军给董明珠10亿元。此即所谓的“10亿赌局”。小米公司和格力电器都致力于制造业，相似的生意，不同的商业模式，背后隐含着不同的商业思维。格力电器是实体企业，小米公司是虚拟企业。格力电器全产业链发展，小米公司只做手机产业链上的一两个环节。格力电器重资产经营，9家工厂，7万人以上的制造员工，3万家以上的专卖店；小米公司轻资产经营，零工厂，零制造员工，零专卖店。格力电器经过年经营，年销售额达1007亿元；小米公司经过3年经营，年销售额达300亿元。

作为“互联网思维”企业的典型小米公司具有如下特点：①将其核心业务全部放在产品研发和用户沟通上，公司有1600人的研发队伍，2500人7×24小时的客户服务，产品研发围绕用户需求，把用户做成粉丝，让用户主导产品创意设计、品牌推广。②没有工厂，其部件生产和组装选择全世界范围内质量最好、成本最低的工厂合作，因而产品质高、价低。③没有实体店铺，采用互联网的电商直销模式，没有渠道成本，运营效率极高。

1.3 互联网对金融企业的影响

2013年6月13日，阿里巴巴旗下支付宝公司联合天弘基金公司创立余额宝。1年以后，余额宝管理规模超过500亿元，用户人数超过1亿人并带动百度百赚、网易现金宝、微信理财通等互联网余额理财产品快速发展，形成金融领域壮观的“宝宝”兵团。余额宝理财基金的出现，导致海量银行散户把零散资金转入基金账户，尽管这些资金还在银行账户上运作，但是银行要付给原本属于自己海量散户的新代理人——“余额宝们”更高的资金使用成本，这大大压缩了银行的利润空间。

互联网金融（余额宝们）与传统银行具有相似的金融理财业务类型，但是二者运营思维不同，运营模式不同，用户定位不同，用户体验不同，用户收益不同导致发展前景不同。传统银行理财业务主要针对资金雄厚的大用户，用户体验是“高大上”；互联网金融定位于普通小散用户，用户体验是操作简单。传统银行为小散用户提供银行规制利率，用户收益率低；互联网金融为小散用户提供银行间协议存款的市场利率用户收益率高。传统银行理财需要在柜台办理操作复杂用户投入时间成本高，银行投入人工成本高互联网金融使用手机、平板电脑随时随地办理操作简单，用户投入时间成本低，银行投入人工成本低。这里，互联网金融跨界“打劫”，动了传统银行的“奶酪”。也就是说，“墙外的人

干了墙内的事，威胁到了墙内”这引起了银行业主管部门和大型银行的高度关注。

互联网不仅给商业企业、工业企业和金融企业带来巨大的影响，而且对医疗企业、电影娱乐企业、高等院校和政府机构也带来了深刻的影响。然而，互联网时代，经济社会发生众多改变的背后，都是互联网思维对传统经济活动、社会活动影响的结果。

2 变局：互联网思维

互联网思维，虽然在学术界尚没有明确的定义，但在实业界存在两种理论：一是工具论。互联网是指人们日常生活工作的“基础设施”，是开始每一天工作、学习和生活的前提条件。就像所有企业都要接通电源一样，今天所有企业都必须连接互联网。这里，互联网是被当做“器”来看待的。广义之器包括大数据、云计算、智能终端（可穿戴式设备）等。现在的工作、学习和生活都是基于互联网的架构和环境。广义地讲，“每个企业都有一朵云，每个人也都有一朵云”。二是现象论。例如雷军把互联网思维概括为“雷七诀”，马化腾提出了互联网思维的“马七条”赵大伟、陈光锋整合了互联网思维的有关论述，分别提出互联网的9大和12大核心思维，这是互联网思维现象论的系统化总结。详见表1。

表 1 “互联网思维”现象论的有关概括

提出者	企业	有关内容	资料来源
1.雷军	小米公司	“雷七诀”： 专注、极致、口碑、快	陈光锋：《互联网思维：商业颠覆与重构》（前言），北京：机械工业出版社，2014年1月
2.马化腾	腾讯公司	“马七条”： 连接一切、互联网+传统行业=创新、开放式协作、消费者参与决策、数据成为资源、顺应潮流的勇气、连接一切的风险	2013年马化腾在腾讯公司15周年“WE大会”上发表的对未来互联网的7个反思
3.赵大伟	和君集团	9大思维： 用户思维、简约思维、极致思维 迭代思维、流量思维、社会化思维 大数据思维、平台思维、跨界思维	赵大伟：《互联网思维——独孤九剑》，北京：机械工业出版社，2014年4月
4.陈光锋	武汉经天纬地人和信息技术有限公司	12大思维： 标签思维、简约思维、No.1思维 产品思维、痛点思维、尖叫点思维 屌丝思维、粉丝思维、爆点思维 迭代思维、流量思维、整合思维	陈光锋：《互联网思维：商业颠覆与重构》，北京：机械工业出版社，2014年1月

这里，综合以上认识，本文提出：互联网实质上是一种思维方式、一种生活方式，它是一种哲学，哲学是关于世界观的学问。互联网思维是一种哲学论，即对整个商业世界的看法产生了一种全新的认识，具体包括互联网精神、互联网理念和互联网经济三个方面。

2.1 互联网精神

（1）开放。开放就是“互联互通”。就企业而言，不仅需要拆除企业内部之间的墙，更要拆除企业与外部之间的墙，面向社会、面向全球，充分利用外部资源，实现企业从有边界发展到无边界发展的突破。概括而言，过去，就企业做企业，重心在内部；现在，跳出企业做企业，重心在外部。因此，互联网的实质就是拆墙、打通。

（2）平等。平等就是“去中心化、去权威化、去等级化”。就企业内部服务关系而言，高层为中

层服务, 中层为基层服务, 基层为用户服务。就企业和企业之间的关系而言, 由竞争走向合争, 再到共建商业生态。就企业和员工的关系而言, 员工由被管理者转向自管理者, 再进一步转向自创业者。就企业和用户之间的关系而言, 用户由产品购买者转向产品制造者、产品定价者和产品传播者, 再进一步转向产品创意者。

(3) 协作。协作就是实现从“公司时代”到“社会时代”的转变, 从“公司生产”转向“社会生产”。“公司生产”: 面向内部, 经营短板、经营劣势, 打缺点、打多点, 这样成本极高效益极低, 此即所谓的“木桶理论”。社会生产: 面向外部, 经营长板、经营优势, 打优点、打一点, 你做一段, 我做一段, 然后大家集成, 这样成本极低效益极高, 此即所谓的“新木桶理论”。换句话说, 在优势领域集中资源突破, 在非优势领域选择外部合作, 以此博采众长、精英组合, 资源共享、互通有无。

(4) 共享。共享包括分享、免费、普惠。在互联网背景下, 产品生产几乎近于零的边际成本, 使得分享成为可能; 大量使用“虚拟资源”, 无需缴纳任何费用, 使得免费成为可能。在分享和免费的基础上, 普惠成为互联网精神的又一重要内容。共享, 从参与者的关系上可以分为: ①个人价值共享, 指个人系统的开放, 开放的范围小到朋友圈, 大到整个社会网络, 比如微信朋友圈转发信息的共享、粉丝群中产品使用体验的共享。②价值组织内部共享, 指共享范围限定于特定组织, 比如企业内部的研发信息共享、制造经验共享等。③价值组织外部共享, 指组织针对社会的共享, 共享范围为全世界的使用者, 比如开源软件Linux世界范围内使用者的共享, 公共知识数字化条件下的社会共享。

2.2 互联网理念

(1) 虚拟实体打通。也就是说, 不仅实体空间和虚拟空间各自内部互联互通, 而且实体空间和虚拟空间相互之间互联互通。过去, 企业实体产品之间、实体经营之间相互连通。现在, 借助网络技术, 不仅可以实现虚拟产品之间、虚拟经营之间连通, 而且虚实连通。具体包括: ①产品经营创造价值与资本经营创造价值打通。②有形资产创造价值与无形资产创造价值打通。③企业内部创造价值与企业外部创造价值打通。④线上创造价值与线下创造价值打通。这里, 企业在公司网站或者电子商务网站通过线上展示和推广, 用户进入购物网站根据自身需求进行信息浏览、购买决策、下单购买和线上支付, 然后进行线下取货使用或进入实体店铺开始服务体验, 实现了产品服务线上与线下的一体化, 即O2O。这里, 虚中有实, 实中有虚; 虚实结合, 融为一体。

(2) 时空约束打破。现在, 移动互联网使用户使用终端移动化, 互联网来源信息的数字化要求信息快而且准, 形成信息的即时化, 人们之间时空约束打破彼此联系不再受限。具体包括: ①用户之间交流的时空约束打破。用户之间通过自发组织的网络社区、即时通讯工具、电子邮件和电子商务平台等多个网络交流空间进行交流, 能够及时把自己的疑问发布以得到不同地区的用户回复与解答, 或者主动分享产品设计、研发和使用的经验, 甚至为别人解决疑难问题, 而且用户之间可以通过团购、建立网络组织等方式实行用户结盟, 提高个人在市场谈判中的议价能力。②个人企业交互的时空约束打破。个人作为企业用户, 可随时随地进行线上选择、购买、支付和商品评价, 或直接消费, 比如观看别人制作的网络新闻、图片视频和音乐演奏等。个人作为企业合作方, 可随地线上的交易获得企业的分包订单, 在线上线下同时开展生产, 能够让合作方了解自己的进度和质量。个人作为企业员工, 可以通过网络移动办公系统实现在公司外部办公, 进入公司内部交流平台随时随地交流。③企业所在的供应链时空约束打破。用户碎片化的消费和网络化的选择产生海量的消费者信息数据, 销售订单通过企业网络信息平台的传输, 让企业供应能同步跟上用户的需求节拍, 员工通过移动平台能够了解订单信息和零件物流供应信息, 实现接单生产, 把订单信息传给上游零件供应商。供应链信息平台化能够让不同地域的企业之间实现产品订单信息互动, 让模块供应商即时生产, 即时发货, 与系统集成商一起缩短产品周转时间。总之, 互联网消灭了距离, 包括时间距离、物理距离。例如, O2O消灭了线上和线下之间的距离, C2B消灭了用户和企业之间的距离, P2P消灭了用户和用户之间的距离。其特点是无线连接, 连接一切; 永远在线, 随时互动; 极高速度, 极低成本。

(3) 一切都极致化。过去, 以企业为中心开展经营活动, 企业研制、生产什么, 就会销售什么, 追求单一产品的大规模生产, 企业之间产品是同质化的。后来, 同质化产品竞争过于激烈, 企业开始追求产品的异质化。现在以用户为中心开展经营活动, 用户需要什么, 就研制、生产什么, 而且需要把产品异质化做到极致, 追求极致。①产品极致化需要提升产品设计理念。过去, “产品只是产品”, 购买产品仅仅关注产品的使用价值、物理价值现在, “产品不是产品”, 因此赋予产品观念价值、情感价值最终, “产品还是产品”, 它是使用价值和观念价值的统一体、物理价值和情感价值的统一体。②产品极致化需要提升产品营销理念。过去, 企业投入大量资金做广告助推产品销售上升, 停止广告投放销售额就下降。现在企业打造极致产品, 让产品本身“说话”, 即: 让产品本身成为媒体”, 产品本身成为“广告”, 加之定向推送、精准推送, 由此导致消费者的口碑营销、“病毒”营销, 产品销量持续提升。比较而言, 品牌, 企业打造, 一切以企业为中心, 用户被动接受; 口碑, 粉丝打造, 一切以用户为中心, 用户主动传播。③产品极致化需要提升产品消费理念。过去消费者因为需要所以购买; 现在, 消费者因为喜欢所以购买。因此, 产品要让消费者感受到惊喜、体验到震撼, 为此必须把“痛点”做到极致。针对“痛点”, 或者进行巨创新, 或者进行微创新。

(4) 一切都模块化。模块化是极致化分工与极致化合作的结果。①模块化来自产品供应链的分工组合。从原子型结构企业到网络型结构企业转变的基础是产品分工, 产品分工首先是把产品拆分成部件然后把部件拆分成区段、环节, 分要分到极致, 直到出现分无可分, 然后进行归类、组合; 合要合到极致, 围绕不同环节、区段、部件组合成系统模块, 再把模块归类为通用模块、专用模块, 进而制定模块的界面联系规则和系统集成规则, 最终组装成为产品。这里产品采取模块化研发生产方式, 以适应市场需求的动态化和个性化。②模块化来自企业经营环节分工组合。产品分工组合不仅沿着产品分类, 还要在产品供应链的各个区段上进行, 即每一研发、制造、营销、营运区段都要进行再分工, 分工分到极致, 各个区段四分五裂, 成为自主经营的企业实体, 这些区段完全暴露在社会之中, 在世界化、网络化的商业体系中进行优化配置, 追求产品成本最低和企业利润最大。然后在全社会范围内对研发、制造、营销、营运等区段进行大规模的协同整合, 整合产生效益。这里模块化实质上是分工产生效益和整合产生效益融为一体基本原理参见表2。

表 2 产品 A 的生产方式

公司类型	公式表述	市场结构	市场地位
原子型结构	$A = (1A, 2A, 3A \cdots NA)$ $1A, 2A, 3A \cdots NA$	前几家赢, 末尾淘汰 高度竞争	显形冠军 只有某一家企业是最好的
网络型结构	(1) $A = A_1 + A_2 + A_3 + \cdots + A_n$ $A_1, A_2, A_3 \cdots A_n$ (2) $A_i = (1A_1, 2A_1, 3A_1 \cdots nA_1)$ $1A_1, 2A_1, 3A_1 \cdots nA_1$ 同理, $A_2, A_3 \cdots A_n$	专注极致, 优势集成 高度合作 高度竞争 只有第一, 没有第二	隐形冠军 每一个模块都是最好的

注: A 代表某一产品; N 代表某一产品的生产厂家个数; A_n 代表某一产品中的某一模块; n 代表某一产品的模块分解个数。

(5) 个人帝国主义。经济发展阶段不同个人和组织的地位也不相同。过去, 价值创造的主体是政府, 动用一切力量开拓资源和市场的主体即政府, 处于政府帝国主义时代。后来企业拥有自己的核心能力, 经营机构超越国界, 研发、制造、营销、营运遍布全球, 大型企业年营业收入超过一些国家的国内生产总值, 社会进入企业帝国主义时代。现在, 移动互联网时代, 个人是一个具有能力、知识、思想和资源的集合系统, 个人与企业具有平等的市场地位、具有功能相当的工具和自由环境, 个人自由、个人力量和个人价值被无限放大, 社会进入个人帝国主义时代。①人人都是自企业。个人可以和企业一样具备整合全球资源的能力: 个人全球研发、个人全球生产、个人全球采购和个人全球销售。②人人都是自媒体。个人可以在线出版电子图书和研究资料, 个人可以在网络上发布新闻, 个人可以对新闻事件进行转载和传播, 个人可以对事件进行点评, 个人实现了言论与新闻出版自由的权力。③人人都是自结社。个人可以建立生活社区、网络技术社区, 建立网上虚拟组织, 实现线上召集线下行

动。④人人都是自金融。个人具备国家的部分金融职能，通过发行虚拟货币（比特币、论坛币、游戏币等），进行现实货币与虚拟货币单向或双向兑换，建立虚拟的货币、债权、股权等金融交易市场，实现金融管理职能。

此外，还有：①去中心化，即人人成为中心，只要自己的言行能够吸引别人的注意力；②去权威化，每个人的权威性来自自己的粉丝多少，来自网络中认同的多少即网络的认可程度③去等级化，人人都是中心，即人与人之间从生而平等达到现实平等，从垂直关系达到水平关系。互联网时代，释放了个人的潜力，人人都是领导。总结海尔集团公司做法，具体如下①把员工做成公司。每一个人都是一个小微企业，名为SBU、MMC。②把员工做成经理。人人成为设计经理，人人成为销售经理，人人成为制造线长。③把员工做成总裁。消灭中层让每一个员工成为CEO，名为平台主、接口人。④把员工做成老板亦即“创客运动”：“企业即人，人即企业”，每个员工都是一个创客”。只要拥有创意，只要找到用户，员工可以自己出来创业，创办公司。一是召开创客大会。让社会上的风险投资进来进行风险评估，判断该项目的可行性。二是资源的社会化。研发资源、制造资源、销售资源在社会上都有，只要拥有用户，这些资源都会为你所用。三是用户直接考核。所有员工都变成网络上的一个节点，这个节点要链接到市场上的用户，谁链接的用户多谁就可以获得更多的报酬。即“我的用户我创造，我的超值我分享”。

（6）利用大众力量。过去，信息和资源掌握在少数人手里，他们不是专家就是领导，企业专注于发挥专家和领导的力量，他们人数较少，企业是发挥小众力量。现在信息和资源掌握在大多数人手里，他们可能是专家、可能是业余爱好者，企业发挥普通员工力量能够聚沙成塔、滴水成海，企业是利用大众力量。①利用大众力量，拓展资源范围。过去，发挥专家力量、专有知识和稀缺资源的作用，给少数专家高报酬，给专有知识、稀缺资源制定高价格，企业往往是高成本、低收益。现在发挥大众力量、普惠知识和充裕资源，普惠知识、充裕资源使用免费，大众力量低报酬甚至零报酬，企业往往是低成本、高收益。②利用大众力量实现自我激励。过去人们工作劳动强度高、劳动时间长、知识技能含量低、个人收入低，工作为报酬为利益，业务增长靠外在激励，科学管理理论指导企业生产。现在，人们工作劳动强度低、劳动时间短、知识技能含量高、个人收入高，工作为爱好为兴趣，业务发展靠个人创新，自组织理论指导企业经营。③利用大众力量，实现开放经营。过去，企业封闭式研发，封闭式制造封闭式营销，封闭式营运，产品全价值链都在企业内部，眼睛向内，资源主要补短板，企业重资产经营，运营低效率、规模低增长、资产低收益；现在企业开放式研发利用全球研发资源，开放式制造利用全球制造资源，病毒式营销利用大众传播、利用海量粉丝，企业价值链中的某一个或几个环节在内部，其他环节采取虚拟经营方式，“不求所有但求所用”，眼睛向外，资源主要做长板，企业轻资产经营，运营高效率、规模高增长、资产高收益。

（7）通过免费赚钱。过去，要免费就不能赚钱要赚钱就不能免费，免费与赚钱之间的关系是对立的；现在既免费又赚钱，通过免费赚钱，免费与赚钱之间的关系是统一的。也就是说互联网时代的基本商业模式就是免费，免费成为常态。那么，到哪里去赚钱呢？或者通过和用户建立情感链接、产生更多的需求来赚钱；或者通过和用户的交互产生数据，用数据来赚钱。不仅如此网络时代的实物商品以软件化、数字化形式展现，因此软件就是商品，数字就是产品。数字化产品生产的固定投入成本高，但是边际成本低，即产品初次生产成本高、再次生产成本低甚至几乎为零，因为产品再次生产只需要在电脑上复制和粘贴，所需成本几乎为零。可见，商品免费是符合互联网经济的基本规律的。而且，当商品价格等于零时，用户选择心理成本消失，导致消费心态发生转变，产品消费变得非理性，企业看似放弃了部分收入，实际上带来的是更多的尝试者和参与者，免费模式开创了蓝海市场、蓝海用户。概括而言，通过免费赚钱在现实中存在以下几种模式：一是“交叉补贴”的模式，即通过免费赠送一种商品服务，捆绑销售另一种商品服务。包括：常规产品免费，升级产品收费；单个产品免费，关联产品收费；硬件产品免费，软件服务收费；社交服务免费，游戏娱乐收费；搜索服务免费，广告客户收费；等等。二是“三方市场”的模式，即针对产品生产者和使用者之外的第三方收费。例如，

任何人登录互联网门户网站免费浏览信息，页面中的广告就是为你浏览信息付费，即“羊毛出在猪身上”。三是“版本划分”的模式。包括：产品初级功能免费，产品升级功能收费；基础服务免费，增值服务收费；前期服务免费，后期服务收费；前端产品免费，后端服务收费；个人用户免费，企业用户收费；等等。四是“数据服务”的模式。这里，数据服务在实体世界中是价值链上利润最高的领域，而阿里巴巴则掌握着数以万计经济运行的核心数据，成千上万企业的经营情况，几亿个人的消费行为这块利润来源可谓无限之大。

(8) 用户本位主义。在不同的经济发展阶段，市场参与主体的功能和角色不同。计划经济时代，政府居于经济运行的核心地位，企业生产经营受政府指令性计划主导，政府是创造财富主体，形成“政府本位主义”。在计划经济向市场经济转型过程中，企业开始居于市场经济运行的主体地位，用户被动地接受企业的产品，企业成为创造财富主体，形成“企业本位主义”。今后乃至未来进入个人帝国主义时代，个人成为创造财富主体，形成“用户本位主义”。同时，经营发展模式从以企业为中心转向以用户为中心，由B2C转向C2B。用户本位主义从企业经营层面讲，设计来自用户，标准来自用户；生产来自用户，内容来自用户；推广来自用户，销售来自用户；体验来自用户，评价来自用户。因此互联网时代需要重塑企业与用户的关系，要让用户从参与企业生产到融入企业生产，从融入企业生产到主导企业生产，让用户从产品的使用者变成产品的创造者。不仅如此，用户本位主义，还要把企业与用户融为一体，把用户培养成企业粉丝，让用户对企业从满意度提升到美誉度再进一步提升到忠诚度，形成持续购买、终身购买。企业不仅要把用户发展成为普通粉丝，还要发展成为活跃粉丝、核心粉丝，让粉丝用户自动对外宣传产品、评价产品和销售产品，形成产品的良好口碑，实现更多潜在用户关注和购买，进而滚动发展。

2.3 互联网经济

(1) 交易技术层面：长尾理论。互联网时代，天下没有难做的生意。互联网工具，使得实体与实体打通，虚拟与虚拟打通，虚拟与实体打通。在此背景下，互联网降低了生产者和消费者的搜寻成本、产品供需双方的匹配成本和信任成本，进而降低了生产者和消费者的交易成本，使得交易零时间、零距离和零成本进行。过去受时间限制和空间阻隔，实体空间市场具有有限的覆盖范围和营业时间，在市场上20%的产品是畅销产品，80%的产品是滞销产品。这20%的头部产品创造了80%的利润，80%的长尾产品创造了20%的利润，属于典型的“二八”定律。现在，虚拟空间市场中商品新增展示成本、检索成本接近为零，冷门商品和热门商品搜索交易的成本相同。原本20%的头部产品、畅销产品、热门产品和大众产品，因为消费者规模增加而销售规模急剧扩大，头部产品购买成本和购买价格更低。与此同时，原本80%的长尾产品、滞销产品、冷门产品、小众产品在虚拟空间里因为消费者数量无限扩大而具备生产规模效应。这里，长尾产品、长尾用户、长尾市场、长尾经济得以盛行。

过去，企业生产头部产品，产品同质化，消费者选择范围小，需求受到压抑，企业处于激烈竞争的红海区域，经营效益差，经营风险大。现在，企业生产长尾产品，产品极致化，消费者倾向于选择符合自己个性的小众商品，海量的消费者使小众产品的生产者实现规模经济，企业处于发展广阔的蓝海企业精准营销、定向推送、产品点对点、端到端的流动，实现了消费者和生产者的双赢、全赢、多赢、共赢。

(2) 交易结构层面：市场均衡理论。互联网经济，市场均衡理论从理想变成现实。过去，生产者之间通过联盟合作等方式，容易团结起来，合作低成本，企业高收益，具备了组织的力量。相反，消费者之间联系组织成本高、相对收益低，难以团结起来。在市场交易中，消费者与生产者之间的谈判，其形式是个体对团体、散户对组织，交易双方地位不平等、势力不对等，经济学中的市场交易均衡只是存在于理想世界之中。现在，生产者之间的团结成本更低，而消费者则通过网络虚拟组织实现零时间、零距离和零成本团结起来。网络把无数的个体团结成一个个团体，把无数的散客集成组织，由一盘散沙到聚沙成塔，“团结就是力量”，这增强了消费者的议价能力，实现了无组织的组织力量。

在市场交易中,消费者与生产者双方的谈判由过去的个体对组织,变成了团体对团体、组织对组织之间的议价,交易双方地位平等、势力对等,市场均衡理论在现实交易中普遍应用。

互联网经济,使得市场交易双方具有规模经济效应和范围经济效应。过去,生产者生产畅销产品、头部产品,市场交易中的供给方存在规模经济。现在,头部产品和尾部产品都是畅销产品,不仅生产者更容易实现规模经济效应,而且消费者团结起来成为无组织的组织,消费者实现消费规模经济,使得交易成本降低,导致供给方生产成本降低和产品价格进一步的降低,这又加强了需求方规模经济效应进而形成消费者一生产者之间的良性循环,产生正反馈效应,进一步使供需双方成本降低,效益提高。过去,供给方根据自身技术关联性,通过生产不同产品实现生产者的范围经济。现在,需求方在同一购物平台选择多种品类商品下单交易,不仅享受商品价格折扣,还能享受免费物流精准配送,形成了需求方的范围经济,这对供给方的范围经济具有正反馈效应,从而实现了供需双方甚至交易关联方的双赢、全赢、多赢、共赢。这样,互联网经济改变了市场交易双方力量的对比,出现了新的势力格局。消费者之间团体化、生产者之间组织化,实现了交易双方的地位平等,解决了市场势力不对称、不均衡和不平等问题,交易双方都实现了规模经济和范围经济,创造了市场交易的新格局:由供给创造需求,到需求引导供给;由生产主导消费,到消费主导生产。

(3) 交易绩效层面:消费者主权论。在互联网经济的市场交易中,消费者在交易谈判中的力量开始超过生产者并获得支配地位,进而大大提升了消费者在企业生产经营中的作用,形成消费者主权论。消费者主权论主要体现在消费者对产品服务具有定价权、选择权、评价权,对产品设计生产具有参与权、主导权、引领权,最终形成消费者在产品全价值链活动中的话语权。①消费者消费生产的一体化。过去,消费者与产品设计、生产、销售和评价完全分离或部分分离。现在,消费者与产品设计、生产、销售和评价部分合一或完全合一。在此过程中,企业外部资源实现了内部化,企业价值得到外部认可,实现了外部用户控制和决定内部经营。②消费者营销行为的媒体化。互联网时代,人人都是自媒体,企业营销成本最低、效果最好的方式是“病毒式”传播,让消费者对自己商品服务自我推广、自我销售、自我服务和自我评价。③消费者交易行为的团体化。消费者通过团购、余额宝等方式在交易中团结起来,从生产者和销售者那里分享部分权力和利益,使生产者和消费者之间的权责对等、利益共享。④消费者市场地位的中心化。消费者中心化是指生产者的一切经营活动围绕消费者展,一切价值创造围绕消费者进行,消费者中心化的过程实质上也是生产者“去中心化”的过程,它是一场进化、一场回归,回归到“以人为本”的商业本质,即消费者实现了“多快好省”:服务更多,速度更快,质量更好,价格更省。

不仅如此,消费者主权论还使得社会利益增加,实现了生产者和消费者的帕累托改进。过去消费者不参与企业生产经营,消费者与生产者达到市场交易均衡,产生传统的市场均衡点A。现在,消费者参与企业生产经营,降低了商品生产成本,进而降低商品供给价格,使供给曲线向右平移。同时,消费者在同等价格下获得产品质量和满足感更高,即消费者效用变大,使得消费者的需求曲线向右平移。在此基础上,实现市场出清。在新的市场均衡点B上,市场均衡价格更低、产品供给数量更大。新旧市场均衡点相比较,消费者剩余增加,生产者剩余也增加,因此,实现了交易双方社会绩效的帕累托改进,基本原理见图1。

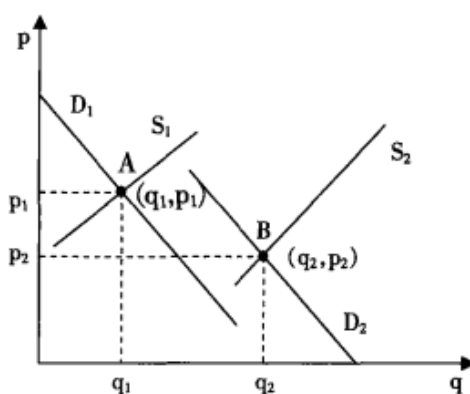


图1 生产者和消费者的帕累托改进示意

3 格局:智慧型组织

互联网改变的是人与人、人与组织、组织与组织之间的关系，这必然要求企业进行一场结构性大革命，即用互联网思维重新架构企业的运营模式，以此打造“智慧型组织”，旨在自学习、自适应、自协调、自进化，实现柔性、弹性、轻型发展，与外部不稳定性、未来不确定性、环境高复杂性动态匹配和整合创新。

3.1 网络化生态

过去，企业凭借母子公司体制，采取“大而全”、“小而全”的发展模式；今后，企业依托价值网络体系，采取“小而专”、“小而精”的发展模式。所谓网络化生态，就是要对所有企业实行重构，把市场中的契约关系引入企业内的产权关系，使产权关系和契约关系融为一体，以此打造价值网络体系，然后明确各个企业在价值网络体系中的定位，据此确定企业发展模式。

一般而言，在价值网络体系中可有三类企业：模块供应商、系统集成商、规则设计商。模块供应商实施分工；系统集成商、规则设计商负责整合，不同的是前者负责实体整合，后者负责虚拟整合。在模块供应商层面，市场高度竞争，每一个模块供应商只有凭借自身核心能力才能“入围”系统集成商；在系统集成商、规则设计商层面，每一行业3—5家或1—2家，属于垄断竞争市场或者寡头垄断市场。也就是说，在价值网络体系中，下层高度竞争，上层高度垄断。这里，竞争和垄断融为一体。这样一来，企业之间的关系从同质化竞争转向异质化合作。

模块供应商，作为节点企业不是做大企业规模而是做强企业核心能力，然后凭借核心能力融入网主企业之中；系统集成商、规则设计商作为网主企业，不是制造产品而是打造平台，有了好的平台，可以吸纳越来越多的节点企业融入其中。这样一来，在价值网络体系中的每一企业，其组织形态都是“四小四大”：小规模大网络、小实体大虚拟、小脑袋大身子、小核心大外围，由此破解“企业成长悖论”：所有企业都向“做强做大”方向发展，但是大到一定规模以后，丧失活力，产生“大企业病”。这里，价值网络体系一方面在实体层面上“把大企业做小”，另一方面在虚拟层面上“把小企业做大”，即把“做大”和“做小”有机统一。价值网络体系，又可称为“独立联合体”、“商业生态圈”。例如，阿里巴巴不是在与某家公司竞争，而是与千千万万的企业在合作。从一开始，它就赢了。因为它打造的是一个“商业生态圈”。这里阿里巴巴通过抓住关键点“四两拨千斤”，利用互联网，利用大数据，将无数中小企业、无数个人变成一个紧密的整体，缔造出一个企业帝国。企业在其中优胜劣汰，生生死死，但是，只要这个“商业生态圈”在扩大，它就有充足的“食物源”，而阿里巴巴则处在这个食物链的最顶层，即网主企业位置。

3.2 全球化整合

过去，企业经营采用封闭式思维，就企业做企业，重心在内部。现在，企业经营采用开放式思维，跳出企业做企业，重心在外部。究其原因，更多资源来自外部，更低成本来自外部，更大利润来自外部。在操作层面上，互联网思维就是要求企业运用创新精神整合全球范围内的思想资源、资金资源和业务资源，实行思想全球众智、资金全球众筹、业务全球众包。

思想全球众智，是指企业把研发、制造、营销、营运等区段的大量技术性与管理性难题放在网络平台（如美国“创新中心网站”）上委托给众多的知识型个人或开源的个体生产者，让全世界在不同地域和不同时区的人们与企业的员工共同提供解决方案。据莱克汉尼对美国“创新中心”网站的资料研究后发现，波音、杜邦、宝洁等世界500强企业，将内部研发人员解决不了的科学、技术难题放在“创新中心”的网页上，这样可吸引全世界的顶尖智力资源来解决某一企业面临的科学、技术难题。在成功解决问题的科学家中，有75%的人已经知道了问题的答案。也就是说世界500强企业研发人员历时数年解决不了的问题，只要在“创新中心”上找到“问题解决专家”，就可迎刃而解。鉴于解决问题低成本、高效率的考虑，宝洁公司要求下属的每一个部门，其一半的业务或服务创新要来自外部而不是内部。

资金全球众筹,是指项目发起者通过互联网和社会性服务网络的传播特性,发动众人力量,集中大家的资金为某项活动或某个项目或创办企业提供必要的资金融通的一种方式,其主要特点是“众付+预付”,中间跳过银行等金融机构渠道。例如,在生产前购买、在服务前购买,企业经营可实现从零库存到负库存的飞跃。再如对会员制的改造,即会员预存资金,由此产生大量的现金流;其中50%用来应对日常支付,50%作为准入股资金,依此可以分红;分红收入直接充入消费金额,这又进一步扩大了消费支出。如果中止,可以全额退款。可见,资金众筹这一新型融资方式不仅开创了个人和中小企业的金融蓝海,更为重要的是提高了融资效率,降低了融资成本。

业务全球众包,是指企业把主要精力集中在其核心能力建设上,把其他可以通过全球市场协作的工作包放在网络平台上,采取不定向委托方式分包出去,无论是企业或者个人,谁能满足企业的项目要求,谁就能够获得该项目合同,实现个人价值。业务众包,调动了分散在世界各地的闲置生产经营能力,把企业内部非核心业务外部化,节约了生产经营成本。这里,不仅非核心业务完全外包,核心业务也可以部分外包。

3.3 平台化运作

把企业做成平台。平台是快速配置资源的架构。即企业通过整合全球资源来完成自己的目标,这实际上是一个商业生态系统。例如,海尔每个员工都在创业,这就好比是一棵树,很多很多树就变成了森林。这个森林里面可能今天有生的,明天有死的。但是总体上看,这个森林是生生不息的。这里,海尔过去就是管控,现在变成一个平台,即把企业打造成一个供更多合作伙伴自由创业、供更多用户自由分享的开放平台。与此同时,企业实现了由单生命体向多生命体的转型。

把产品做成平台,就是贯彻广义的产品经营理念,把“产品只是产品”转换成“产品不是产品”。“产品只是产品”是指产品的初始功能不变,“产品不是产品”是指围绕产品初始功能边界进行开放,把更多的功能纳入到这个产品中来,围绕产品核心功能进行体系化扩展,产品围绕用户需求不断进行升级,使产品成为更多功能的平台载体。比如,手机产品从单一的通讯工具变成了智能终端,可以手机购物、手机支付、手机理财、手机学习、手机值机……一部智能手机就可以满足一个人从生到死的全部需求。

把员工做成平台,指要充分发掘现代知识型员工的潜力,围绕激活员工潜能,为公司创造效益。不少知识型企业(谷歌等软件企业、3M的研发中心)在工作时间内,让员工每周有一天或半天的自由时间用来完成自己想做的工作,于是众多的新产品发明和新技术应用在这个时间内产生,为企业带来了丰厚的利润。再如海尔集团公司把员工视做“资源集成商”,为内部接入外部一流的资源,即通过员工实现了内部资源和外部资源的打通、集成。

把用户做成平台,指要充分挖掘用户需求,为用户定制系统化的生活、工作和交往的解决方案。企业要整理用户信息,分析用户真实需求,通过大数据管理在不同的阶段实现精准营销。比如汽车4S销售店,当车主购车之后可以进行车辆保险、车辆保养、车辆装饰等,围绕车主进行营销。

3.4 员工化用户

员工化用户,指把用户做成“准员工”,他们不是在册员工,而是在线员工,属于为企业服务的“社会资源”。这里,可有下列三种情形:①把用户做成低报酬员工。企业把自己不具有技术优势、成本优势的环节放在全社会、全世界范围内进行业务众包。外部最出色的研发专家成为企业不在编研发员工,外部最出色的工程师成为企业不在编制造员工,外部最出色的营销专家成为企业不在编营销员工,外部最出色的营运专家成为企业不在编物流员工,外部最出色的咨询师成为企业不在编管理人员。这样企业不仅实现研发、制造、营销、营运等区段的优质高效,而且为外部员工付出的成本都是全球范围内最低的,他们成为企业的低报酬员工。②把用户做成零报酬员工。过去企业出设备、出人

工为用户服务。现在,企业出设备,让用户自我服务。过去,银行的散户业务和零售业务,比如存取款、小额转账和缴纳水电费等,都是用户来到银行排队等待,然后到银行柜台让银行业务人员帮助办理,银行成本高、效率低。现在,银行在机场、车站、商场、大型企业总部等人流较多的地方设立 ATM (自助柜员机),让用户实行 24 小时自助服务,银行不仅扩大营业时间而且节约人工成本。同样,饭店和餐馆推出自助火锅服务,航空公司在机场设立旅客自助值机办理登机手续,都是企业“把用户做成零报酬员工”思维方式的物化。③把用户做成负报酬员工。把用户做成零报酬员工,企业需要投资大量自助设备,还会受到用户服务地点限制。现在,企业只是投资建立服务网络,比如银行用户网络服务系统、麦当劳网上点餐系统、航空公司网上值机系统用户则可以直接登录企业网站或者下载手机相应的应用软件用户端,从而使得用户随时随地自带设备、自我生产、自我消费、自我服务,而且企业服务不受时间、地域限制。这里用户不仅自我服务而且自带设备,即由用户自掏腰包为企业进行了设备购置,从而成为企业的负报酬员工。

3.5 无边界发展

企业无边界发展,是指企业借助互联网技术和利用互联网思维,实现从破界、跨界到无边界的突破,具体体现在经营、管理和操作三个层面。①经营层面的无边界发展,一是产品无边界,指超越产品原有功能边界,贯彻“产品只是产品产品不是产品,产品还是产品”的经营理念,实现产品从单一功能向产品平台的转变。二是时间无边界,指产品的研发、制造、营销、营运从有限时间到无限时间的全球运行;三是空间无边界,指产品的研发、制造、营销、营运从有限空间到无限空间的全时运行;四是运作无边界,指企业通过“跨界竞争”、“逆袭”方式进入非相关领域,例如阿里巴巴进入金融领域小米进入电视领域。②管理层面的无边界发展,一是打破企业内部的垂直边界促使企业员工围绕实现企业使命、愿景、宗旨、目标这个中心,建立扁平化管理平台,让员工实现自组织式管理。二是打破企业内部的水平边界就是通过企业流程再造,破除个人和部门的小利益,服从企业和市场的大利益。三是打破企业之间的边界,就是实现企业间供应链上物流、信息流和资金流的无缝对接,从竞争关系的己赢变成竞合关系的共赢。③操作层面的无边界发展,指在研发、制造、销售和物流环节实现虚拟运作,最大限度地整合社会资源。虚拟研发,全世界为我研发;虚拟制造,全世界为我制造;虚拟销售全世界为我销售;虚拟物流,全世界为我服务。用海尔集团公司的话说,“世界就是我们的资源部”;用蒙牛集团公司的话说,这叫“社会办企业”:奶牛,全社会为我养牛;奶源,全社会为我供奶;加工,全社会为我加工销售,全社会为我销售;后勤,全社会为我服务。

3.6 自组织管理

实践表明,现代企业管理越来越向“去管理化”发展。①管理的最高境界是零管理。管理越少越好,最好是不管理;解决问题层次越低,说明管理水平越高。也就是说,大量问题都在中层甚至基层解决掉了,高层可以“无为而治”。②零管理的实质是自组织管理。即企业中的每一员工、部门和环节实行“自我导向、自我激励、自我约束、自我发展”。以海尔集团公司为例,每个员工“各安其位、各尽其能、各司其职、各负其责”。③自组织管理的前提是要有体系。体系的特点是自驱动性、自增长性、自优化性、自循环性。价值网络体系就是“自组织管理”的载体。从整体看,所有成员都是一个利益共同体;从个体看,每一成员都是一个自主经营体口。成员之间,基于模块化运行的架构,既高度分工又高度合作,既“自转”又“他转”。

作者:李海舰¹ 田跃新¹ 李文杰² (1. 中国社会科学院工业经济研究所, 2. 英国威尔士班戈大学商学院)

来源:《中国工业经济》2015年第10期

基于马尔科夫概率跃迁矩阵 的消费者偏好分析



马尔科夫跃迁矩阵用来分析消费者行为由一种状态转移成另一种状态的可能,以预测消费者行为未来走向。Heiko. B (2000) 等首次将马尔可夫矩阵应用到消费者偏好研究中,通过统计模型假设,建立非齐次矩阵,从对几种快速消费品进行排名,对未来的市场发展情况进行了预测。宋波等 (2013) 通过马尔可夫跃迁矩阵对某种产品市场的战略联盟进行了分析。余典范 (2013) 用灰色马尔可夫状态链对某产品多数品牌市场占有率进行了预测。肖谦等 (2014) 通过对马尔可夫状态转移的估算,对我国物流市场转移趋势进行了分析。

本文采用了概率矩阵模型分析消费者偏好,避免了传统线性分析法无法保证跃迁结果的总为非负的弊端,同时,降低了状态跃迁概率计算的繁琐性,通过多次迭代使得模型结果具有稳定性。主要过程是通过抽样调查数据,建立消费者行为内部转移的初始矩阵;然后对偏好的初始矩阵和状态跃迁矩阵进行迭代,将其转化为状态概率跃迁矩阵,并通过PPMCC法对该矩阵的稳定性进行检验。

1 模型的建立

1.1 建立消费者偏好的矩阵模型

假设市场共存在 n 种消费者偏好,其不同时期偏好变化的跃迁如表1所示。表中 P_{ij} 表示对同一产品第 i 型消费偏好由状态1跃迁至状态2时的 j 型消费偏好; A_i 表示消费者时期1对某产品类型的消费量总和, B_i 表示消费者在时期2对某产品类型的消费量总和。其中矩阵 P_{ij} 存在未知量,即表1中隐性数值; A_i 、 B_i 的数据可以通过分层抽样统计获得,即表1中虚点数值。表1可以表示成消费者偏好矩阵 P 。

表 1 不同时期消费者偏好矩阵

偏好	类型 1	类型 2	...	类型 n	消费量总和
类型 1	P_{11}	P_{12}	...	P_{1n}	A_1
类型 2	P_{21}	P_{22}	...	P_{2n}	A_2
...	...	...	...	...	...
类型 i	i	P_{n2}	...	i	A_n
消费量总和	B_1	B_2	...	B_n	1

注:横行为时期 1 的数据,纵行为时期 2 的数据

$$P = \begin{bmatrix} P_{11} & P_{12} & \cdots & P_{1n} \\ P_{21} & P_{22} & \cdots & P_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ P_{n1} & P_{n2} & \cdots & P_{nn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

$$\begin{aligned}
 & \text{其中, } 0 \leq P_{ij} \leq 1; 1 \leq i \leq n, 1 \leq j \leq n. \\
 & A_i = \sum_{j=1}^n P_{ij}, \sum_{i=1}^n A_i = 1, (1 \leq i \leq n); \\
 & B_j = \sum_{i=1}^n P_{ij}, \sum_{j=1}^n B_j = 1, (1 \leq j \leq n); \\
 & \lambda_1 = [A_1 \quad A_2 \quad \cdots \quad A_n], \lambda_2 = [B_1 \quad B_2 \\
 & \cdots \quad B_n] \quad (2)
 \end{aligned}$$

式 2 中, λ_1 表示时期 1 某产品所有偏好类型的消费量; λ_2 表示时期 2 某产品所有偏好类型的消费量。

1.2 建立初始矩阵

在消费者偏好方面, 一般认为消费者由习惯型和和多变型两部分组成, 由于这两种消费者的心理因素等原因, 导致他们选择产品的偏好不一致。为了构建能反映出消费者对某产品偏好的状态跃迁矩阵, 本文假设习惯型为稳定跃迁消费者, 多变型为不稳定跃迁消费者, 并对这两种消费者群进行抽样统计。

对于稳定跃迁消费者, 统计在长期内对某产品不同型号的购买数量 x , 得到该类型消费者在时期 2 内的偏好情况, 如表 2 所示。

表 2 习惯型消费者的偏好

类型 1	类型 2	...	类型 n
x_1	x_2	...	x_n

表 2 可化成反映习惯型消费者消费偏好的矩阵 P_x 的形式, 如式 (3):

$$P_x = \begin{bmatrix} \frac{x_1}{x} & 0 & \cdots & 0 \\ 0 & \frac{x_2}{x} & \cdots & 0 \\ \cdots & \cdots & \cdots & 0 \\ 0 & 0 & \cdots & \frac{x_n}{x} \end{bmatrix}, x = \sum_{i=1}^n x_i \quad (3)$$

对于不稳定跃迁消费者, 统计其在时期 1 内某产品不同型号的购买数量 y , 再通过矩阵跃迁得到其在时期 2 内购买的数量, 如表 3 所示。其中 y_{ij} 表示在时期 1 内型消费偏好跃迁为 j 型的数量。

表 3 多变型消费者的偏好跃迁

偏好类型	类型 1	类型 2	...	类型 n
类型 1	y_{11}	y_{12}	...	y_{1n}
类型 2	y_{21}	y_{22}	...	y_{2n}
...	...	...	...	...
类型 n	y_{n1}	y_{n2}	...	y_{nn}

表3的矩阵表达式, (4):

$$P = \begin{bmatrix} P_{y11} & P_{y12} & \cdots & P_{y1n} \\ P_{y21} & P_{y22} & \cdots & P_{y2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ P_{ym1} & P_{ym2} & \cdots & P_{ymn} \end{bmatrix} \quad (4)$$

再结合稳定跃迁和不稳定跃迁的综合作用, 得出消费者偏好跃迁的初始矩阵, 见式 (5):

$$P_{(k+1)} = \begin{bmatrix} P_{k11} & P_{k12} & \cdots & P_{k1n} \\ P_{k21} & P_{k22} & \cdots & P_{k2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ P_{kn1} & P_{kn2} & \cdots & P_{kn n} \end{bmatrix} = \alpha P_x + \beta P_y \quad (5)$$

其中: $\alpha + \beta = 1$; 分别指习惯性和多变型消费者对消费偏好影响的权重, 其值由产品市场的不同特征而定。

1.3 跃迁矩阵“隐性→显性”转化

P_{ij} 代表的是消费偏好跃迁矩阵(式1)提高中的隐性数值, 而状态初始矩阵(式5) P_k , 反映了式1矩阵中隐性数值的内部跃迁。但初始矩阵的缺陷在于, 单纯的抽样统计可能导致 $A_i \neq A_{ki}$, $B_j \neq B_{kj}$ 得到的最终结果误差较大。为了减少初始矩阵的误差, 可结合初始矩阵 P_k 和状态转移概率矩阵 P , 对 P_k 逐步迭代求解, 转化后的矩阵第 i 行之和等于 A_i , 第 j 列之和等于 B_j , 该跃迁矩阵的结果更加准确。

第一步, 对矩阵 P_k 进行行变换后转化成式 (6)

$$P_{(k+1)} = \begin{bmatrix} P_{(k+1)11} & P_{(k+1)12} & \cdots & P_{(k+1)1n} \\ P_{(k+1)21} & P_{(k+1)22} & \cdots & P_{(k+1)2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ P_{(k+1)n1} & P_{(k+1)n2} & \cdots & P_{(k+1)nn} \end{bmatrix} \quad (6)$$

$$P_{(k+n)} = \begin{bmatrix} P_{(k+1)11} & P_{(k+1)12} & \cdots & P_{(k+n-1)1(n-1)} & P_{(k+n)1n} \\ P_{(k+1)21} & P_{(k+1)22} & \cdots & P_{(k+n-1)2(n-1)} & P_{(k+n)2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ P_{(k+1)n1} & P_{(k+1)n2} & \cdots & P_{(k+n-1)n(n-1)} & P_{(k+n)nn} \end{bmatrix}$$

$$P_{(k+n-1)i(n-1)} = P_{(k+n-2)i(n-1)} + \frac{P_{(k+n-2)i(n-1)} (B_{(n-1)} - B_{(k+n-2)(n-1)})}{B_{(k+n-2)(n-1)}}$$

$$P_{(k+n)in} = P_{(k+n-1)in} + \frac{P_{(k+n-1)in} (P_{(k+n-1)i(n-1)} - P_{(k+n)i(n-1)})}{\sum_{j=1}^n P_{(k+n)ij}} \quad (7)$$

计算所得式即为式 (1) 的解。

1.4 概率跃迁矩阵的求法

$$F = \begin{bmatrix} f_{11} & f_{12} & \cdots & f_{1(n-1)} & f_{1n} \\ f_{21} & f_{22} & \cdots & f_{2(n-1)} & f_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ f_{n1} & f_{n2} & \cdots & f_{n(n-1)} & f_{nn} \end{bmatrix} \quad (8)$$

由式 (2) 和式 (8) 可知, 时期 t 的消费者偏好 S_t 为: $S_t = \lambda^{-1} F^t$ (9)

2 PPMCC 法验证“显性”状态跃迁矩阵的稳定性

采用PPMCC (Pearson相关系数法) 对求解得到的状态跃迁矩阵 $P_{(k+n)}$ 的稳定性进行检验。如果跃迁矩阵 $P_{(k+n)}$ 与初始矩阵 $P_{(k+1)}$ 的线性相关系数 $0.8 < r < 1$, 表示两矩阵的相关性高, 则矩阵 $P_{(k+n)}$ 稳定。其计算方法如下:

$$S_{(k+1)i} = \frac{1}{n-1} \sum_{j=1}^n (P_{(k+1)ij} - \overline{P_{(k+1)i}})^2$$

$$S_{(k+n)i} = \frac{1}{n-1} \sum_{j=1}^n (P_{(k+n)ij} - \overline{P_{(k+n)i}})^2$$

$$S_{(k+1)(k+n)i} = \frac{1}{n-1} \sum_{j=1}^n (P_{(k+1)ij} - \overline{P_{(k+1)i}})(P_{(k+n)ij} - \overline{P_{(k+n)i}})$$

则 $P_{(k+n)}$ 和 $P_{(k+1)}$ 的Pearson相关系数为:

$$r_i = \frac{S_{(k+1)(k+n)i}}{\sqrt{S_{(k+1)i}} \sqrt{S_{(k+n)i}}}, |r_i| \leq 1 \quad (10)$$

其中 $P_{(k+1)ij} = \frac{P_{kij} A_j}{A_{(k+1)j}}$, $A_{(k+1)j} = \sum_{i=1}^n P_{(k+1)ij}$; $A_{(k+1)i} = A_i$ 。

第二步, 对矩阵 $P_{(k+1)}$ (式6) 迭代至第 n 列变换, 得式 (7):

若 $0.9 < r < 1$, 为极强相关关系; $0.8 < r < 0.9$, 为强相关关系; $-1 \leq r \leq 0.8$ 为弱相关关系。

3 实例展示

通过对某产品 (汽车) 在国内市场的消费偏好抽样调查, 其2013年和2014年的数据如表 (4)。

表 4 2013 年、2014 年国内汽车市场消费偏好比例分布

年度	奢侈优先	品牌优先	技术优先	经济优先
2013	23.17%	29.69%	10.94%	36.20%
2014	28.01%	30.18%	12.57%	29.24%

首先, 对2013年购买汽车的习惯型 (稳定跃迁) 消费者购买汽车的偏好进行调查, 选取有效样本 372 个; 对多变型 (不稳定跃迁) 消费者调查, 同样选取有效样本 372 个, 可以得到以下分布结果 (见表4、表5)。

表 5 习惯型消费者偏好分布

奢侈优先	品牌优先	技术优先	经济优先
86	70	40	177

表 6 多变型消费者偏好分布

优先选择	奢侈优先	品牌优先	技术优先	经济优先	总计
经济优先	54	7	5	12	78
品牌优先	8	36	6	9	59
技术优先	3	5	22	6	36
奢侈优先	8	6	5	35	54

注：横行为 13 年数据，纵行为 14 年数据

对上表列矩阵进行迭代求解可得：

$$P_{(k+n)} = \begin{bmatrix} 0.24751 & 0.01832 & 0.01245 & 0.06619 \\ 0.01815 & 0.17231 & 0.02116 & 0.04028 \\ 0.00272 & 0.00529 & 0.09012 & 0.01761 \\ 0.01537 & 0.00972 & 0.00743 & 0.25301 \end{bmatrix}$$

$$\text{根据式 (10), } r_i = \frac{S_{(k+1)(k+n)i}}{\sqrt{S_{(k+1)i}} \sqrt{S_{(k+n)i}}}, \quad |r_i| \leq 1$$

可得： P_k 和 $P_{(k+n)}$ 的 Pearson 相关系数为： $r_1=0.9582$, $r_2=0.9282$, $r_3=0.9359$, $r_4=0.9947$ ，以上数据表明，矩阵迭代过程较稳定。

按照式 (9)，再把 $P_{(k+n)}$ 转化成概率跃迁矩阵：

$$F = \begin{bmatrix} 0.71318 & 0.05249 & 0.03487 & 0.18735 \\ 0.07476 & 0.67285 & 0.08629 & 0.16732 \\ 0.02326 & 0.04521 & 0.77538 & 0.15232 \\ 0.04245 & 0.03349 & 0.02762 & 0.87252 \end{bmatrix}$$

根据式 (11) $S_t = \lambda^2 F^t$ ，取 $t=1, 2, 3, 4$ ，即可预测 2015—2018 年汽车消费偏好比例：

表 7 2015—2018 年汽车消费者偏好比例预测

年度	奢侈优先	品牌优先	技术优先	经济优先
2015	24.51%	16.48%	14.02%	44.99%
2016	23.19%	17.32%	15.51%	43.98%
2017	23.08%	17.87%	15.59%	43.46%
2018	21.67%	17.93%	15.64%	44.76%

4 结论

马尔科夫概率跃迁矩阵和传统的跃迁矩阵相比，能通过对数据的多步迭代，得到更为稳定的预测结果。本文从 2013—2014 年产品（汽车）消费者偏好入手，先抽样统计获得样本数据和初始矩阵；再

通过迭代求解得到了概率跃迁矩阵；接着采用 PPMCC 法对迭代后的矩阵进行稳定性检验；最后对 2015 年—2018 年产品（汽车）的消费者偏好比例进行预测。结果表明未来四年内，消费者对汽车奢侈优先的偏好逐年下降，而品牌、技术和经济优先的偏好逐年上升，其中经济优先偏好比例上升的最大。

从以上推导和预测可得出以下启示：（1）传统经济学中关于消费者购买长期消费品存在临界点的假设和中国的现状不符。在经济总量处于长期增长的情况下，消费者对长期消费品消费的临界点上也会不断上升，极限会不断延长；（2）生产厂商在制造长期消费品时不仅应该考虑产品的价格和实用性，还要考虑满足如消费者攀比效应的增长带来的差异化需求；（3）长期消费品消费需求波动较大，具有较强的不稳定性。因此，为了避免长期消费品消费的随机性带来的市场冲击，需要政府采取公共政策对消费者进行引导，在整个市场范围内对长期消费品形成示范效应。

作者：姚 韬（北京科技大学东凌经济管理学院）

来源：《安徽师范大学学报（人文社会科学版）》2015 年第 6 期

国务院发布加快实施自由贸易区战略意见



国务院发布关于加快实施自由贸易区战略的若干意见。意见提出，为加快实施自由贸易区战略，各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构需进一步优化自由贸易区建设布局，加快建设高水平自由贸易区。

根据意见，加快实施自由贸易区战略的基本原则是：扩大开放，深化改革；全面参与，重点突破；互利共赢，共同发展；科学评估，防控风险。

所谓“全面参与，重点突破”是指，全方位参与自由贸易区等各种区域贸易安排合作，重点加快与周边、“一带一路”沿线以及产能合作重点国家、地区和区域经济集团商建自由贸易区。

自由贸易区战略的目标任务为：近期，加快正在进行的自由贸易区谈判进程，在条件具备的情况下逐步提升已有自由贸易区的自由化水平，积极推动与我国周边大部分国家和地区建立自由贸易区，使我国与自由贸易伙伴的贸易额占我国对外贸易总额的比重达到或超过多数发达国家和新兴经济体水平；中长期，形成包括邻近国家和地区、涵盖“一带一路”沿线国家以及辐射五大洲重要国家的全球自由贸易区网络，使我国大部分对外贸易、双向投资实现自由化和便利化。

围绕进一步优化自由贸易区建设布局，意见提出：加快构建周边自由贸易区，力争与所有毗邻国家和地区建立自由贸易区；积极推进“一带一路”沿线自由贸易区，结合周边自由贸易区建设和推进国际产能合作，积极同“一带一路”沿线国家商建自由贸易区，形成“一带一路”大市场，将“一带一路”打造成畅通之路、商贸之路、开放之路；逐步形成全球自由贸易区网络。争取同大部分新兴经济体、发展中大国、主要区域经济集团和部分发达国家建立自由贸易区，构建金砖国家大市场、新兴经济体大市场和发展中国家大市场等。

围绕加快建设高水平自由贸易区，意见提出了如下举措：要提高货物贸易开放水平；要扩大服务业对外开放；放宽投资准入；推进规则谈判，提升贸易便利化水平，推动自然人移动便利化等。

其中在扩大服务业对外开放方面,意见提出,要推进金融、教育、文化、医疗等服务业领域有序开放,放开育幼养老、建筑设计、会计审计、商贸物流、电子商务等服务业领域外资准入限制。

在放宽投资准入方面,意见提出,要在自由贸易区内积极稳妥推进人民币资本项目可兑换的各项试点,便利境内外主体跨境投融资。加强与自由贸易伙伴货币合作,促进贸易投资便利化。

在推进规则谈判方面,意见提出,要结合全面深化改革和全面依法治国的要求,对符合我国社会主义市场经济体制建设和经济社会稳定发展需要的规则议题,在自由贸易区谈判中积极参与。参照国际通行规则及其发展趋势,结合我国发展水平和治理能力,加快推进知识产权保护、环境保护、电子商务、竞争政策、政府采购等新议题谈判。

值得注意的是,意见还提出要配合我国“走出去”战略的实施,通过自由贸易区建设推动自然人移动便利化,为我国境外投资企业的人员出入境提供更多便利条件。

围绕保障体系建设,意见指出,要继续深化自由贸易试验区试点。意见表示,上海等自由贸易试验区是我国主动适应经济发展新趋势和国际经贸规则新变化、以开放促改革促发展的试验田。可把对外自由贸易区谈判中具有共性的难点、焦点问题,在上海等自由贸易试验区内先行先试,通过在局部地区进行压力测试,积累防控和化解风险的经验,探索最佳开放模式,为对外谈判提供实践依据。

来源: 中国证券网 (2015-12-17)

互联网产业的“中国模式”吸睛

12月16日上午10点30分,全世界的目光都集聚于此,这块古老神奇而又美丽非凡的土地,具有1300年建镇史的江南水乡古镇——乌镇。第二届世界互联网大会在此开幕,由中国国家互联网信息办公室和浙江省人民政府联合主办,国家主席习近平出席开幕式并发表主旨演讲。

此次大会以“互联网之光”为主题,主要展示了中国互联网的发展和取得的成就,展示中国对世界互联网发展的积极贡献,展示全球互联网的产品和应用,以及最新技术,分别设有发展理念区、“互联网+”主题展区、创新展区和专场发布区四大功能区,来自亚太、拉美、欧美等国家和地区的258家企业参加了展览。

据数据显示,截至2015年7月,中国网站总数达413.7万余个,域名总数超过2230个,.CN域名数量约1225万个,在全球国家顶级域名中排名第二。已经建成全球最大的第四代移动通信(4G)网络,4G用户突破2.5亿。中国网民数量达6.68亿,规模全球第一,中国已经成为互联网大国。

中国互联网时代爆发

自从今年国务院总理李克强在作政府工作报告时,提到“互联网+”之后,互联网热潮再次被掀起。在当今互联网时代,互联网可以通过技术从根本上改变当前的全球贸易格局。现在的全球贸易格局已经让大企业从中获利,但是中小企业的发展还在继续。互联网时代有了全新的发展机遇。“互联网+”“一带一路”“双创”“万物互联”“网络强国战略”实施行动计划,发展分享经济,实施国家大数据战略等,在宏伟蓝图的引领下,一个全民共促网络发展、共沐网络繁荣、共享网络成果的互联

网时代正在到来。其主要是利用新技术激发企业的活力、开放相应的市场，这是对改革开放思想的继承和发扬，一定会给市场和企业带来更多的新机遇。

然而，人们对互联网的认识程度还只是局限于那些简易，轻便，快捷的操作，相对稍微深度些的互联网探索还是处于初级阶段，互联网是人类社会有史以来第一个世界性的图书馆和第一个全球性论坛。在互联网上你可以翻阅所有你想阅读的书籍，可以看到世界第一时间发生的任何事情、任何人，无论来自世界的任何地方，在任何时候，都可以浏览，互联网是一个永远敞开的世界。

在不久前结束的十八届五中全会上，“十三五”规划建议中，写入了互联网建设未来五年的构想。中国互联网发展基金会挂牌成立、第八届中美互联网发展论坛、第六届中英互联网圆桌会议成功举行。

当今互联网时代，群众的线上体验已经逐渐日益完善，超高速的网络、万物互联、移动互联、大数据、海淘、人工智能等日新月异的信息科技不断推动互联网深度融入社会治理、经济发展、文化繁荣、科技创新，互联网正成为中国经济增长的新篇章。

与此同时，秉承开放、合作、共享、参与的中国互联网也将从全球互联网发展的受益者变成全球互联网发展的贡献者和引领者。互联网时代的发展呈现爆发趋势。

某上市互联网科技有限公司崔山（化名）在接受《中国产经新闻》记者采访时说道，“中国发展模式下的互联网产业举世瞩目。其中来自政府、私企、学术界和群众机构懂得互联网、爱互联网、做互联网的人们，才是正在推动着中国互联网发展和进步的一些群体。网络空间是人类共同的活动空间，网络空间的前途命运应由世界各国共同掌握。各国应该加强沟通、扩大共识、深化合作，共同构建网络空间命运共同体。

互联网正在对人类社会的文明悄悄地起着越来越大的作用。纵观世界文明的发展史，人类先后经历了农业革命、工业革命、信息革命。每一次的产业技术革命，都给人类的生产生活带来深刻的影响。引领了社会生产新变革，创造了人类生活的新空间，拓展了国家治理的新领域，极大地提高了人类的认知水平，认识世界、改造世界的能力得到了极大提高。也许会像爱迪生发明的电动机等导致了一场工业革命一样，互联网将会极大地促进人类社会的进步和发展。

万物互联 分享经济

在互联网时代下，人们似乎慢慢发现，生活中的每一个角落都融合在“天网”之中。在以前，许多我们无法想象的生活用品正在逐渐智能化，各种穿戴设备、智能水杯、扫地机器人、智能家居甚至连做饭用的炒菜锅和电饭煲都逐渐智能化，希望与消费者实现互动，世界正在进入万物互联的时代。

中国互联网信息中心主任李晓东曾表示，我国互联网从无到有，目前已成为互联网用户和产业大国。中国拥有全球规模最大的宽带网络，行业整体技术创新能力不断增强，未来，超高速网络、万物互联等信息技术必将推动并巩固互联网成为经济增长的新引擎，推动互联网深度融入社会治理、经济发展等。

他表示，互联网产业的“中国模式”举世瞩目，一大批懂互联网、爱互联网、做互联网的人才正推动着中国互联网发展和进步。在今后，我国互联网的国际话语权将进一步提高，秉承开放、合作、共享、参与互联网文化的中国互联网，将从全球互联网发展的受益者变成贡献者和引领者。

“万物互联正在崭露头角，移动互联网整合了社会上的闲置资源，并且渗透到各行各业之中，各种数据的合理化使用让那些闲置资源可以得到有效再利用。”石家庄科学技术研究院高级研究员胡伟在接受《中国产经新闻》记者采访时表示，未来是互联网时代，它的快速发展将推动传统行业的转型，创造新的行业生存模式，更多的人会选择共享经济。

他给记者举例，在滴滴打车没有出现之前，公交车可能是无车一族最经济的选择之一，但拥堵的交通依旧使得上班一族疲于奔命。打车软件的出现不但降低了出租车的空驶率，还利用社会上闲置资源将私家车主与想要搭顺风车的人连在一起，既可以提高舒适度，还增加了私家车资源利用率。

类似的还有垂直电商，越来越多的人购买过东西后会选择将使用过的感受以及购买心得拿出来分享。而有心的电商们将这些意见统一后进行改进，使得自己更加符合用户的需求，这样做不但用户的体验度提高，还增加了购买转换率，使得垂直电商们可以更加专注和专业。

神州专车董事长陆正耀表示，未来互联网将更多地成为一种工具，用于改进用户体验和提高效率，效率的提高有利于降低企业的成本。任何企业竞争最后都会落到这两点上——用户体验和成本结构，互联网公司也不例外。坚持做最好的用户体验和最优的成本结构，才是正确的商业逻辑。

虽然万物互联已经基本上是以后社会的发展方向，但我们仍旧要看到，任何事情都有两面性，在互联网发展的道路上，我们仍旧要踏实走好每一步，不宜操之过急。

互联网时代下的隐忧

互联网的高速发展给我们的生活带来了便捷性，但随之而来的问题也值得我们警醒并加以约束。

万物互联下，人们的生活习惯都会如实地反映给企业，企业会通过数据分析出来的结果来进行有针对性的营销策略，这一切都更有利于企业的发展。但如果这些数据没有得到妥善处理，被不法分子非法取得，则可能给用户带来不小得麻烦。

北京尚德律师事务所律师黄一凡给记者举例，不法分子可以通过互联网轻易购买人皮面具进行犯罪，而这在以前是很难实现的。还有一些利用网络终端进行诈骗，通过购物网站贩卖赝品以及通过互联网窃取他人私密信息等各种形式的互联网案件。

“通过高科技手段犯罪现在已经越来越常见，互联网以及大数据的高速发展带来的问题正在慢慢地浮出水面。”黄一凡在接受《中国产经新闻》记者采访时表示，国家已经注意到这些问题，制定了相应的法律法规来约束人们的互联网行动。

但事情总不是一成不变的，互联网融入了各行各业的同时也给他们留下了诸如侵权、安全、隐私泄露等难题去一一破解。大数据时代，人们的一切行为都暴露在“第三只眼”的监测之下，并留下一条永远存在的数据足迹。个人行为产生的种种数据，其所有权、知情权、采集权、保存权、使用权以及隐私权等，很容易被滥用。科学技术本身是中性的，考验的是使用者的内心，国家只需要做好相应的规章制度建设即可。

来源：《中国产经新闻报》（2015 -12 -17）

供应链金融现融合趋势 三类模式各具特色

所谓供应链金融，是指在对供应链内部的交易结构进行分析的基础上，运用自偿性贸易融资的信贷模型，并引入核心企业、物流监管公司及资金流导引工具等新的风险控制变量，对供应链的不同节点提供封闭的授信支持及其他结算、理财等综合金融服务。

目前, 银行、P2P 和电商越来越多地关注并涉足这一领域, 并且依靠雄厚的资金实力、灵活的放款方式以及大数据资源等优势, 开始各领风骚。

在供应链金融领域, 未来是某一方赢家通吃还是三者互相融合, 且让我们拭目以待。

银行、电商、网贷平台争相布局供应链金融, 三者之间也逐渐呈现出你中有我、我中有你的融合趋势。目前供应链金融类型不仅局限于传统的银企合作触网模式, 还包括电商自建 P2P、电商与 P2P 合作等, 三类模式各具特色。

多位业内人士分析指出, 银企合作触网的优势在于, 此供应链模式下链条企业所承担的资金成本较低, 但准入门槛较高; 电商自建 P2P 和“电商+P2P”, 则可通过电商频繁的商品交易和数据流的积累而形成大数据库, 并在此基础上进行充分的信用分析, 但易积累风险。

三类供应链金融模式显现

业内人士发现, 供应链金融主要有三种融合类型: 一, 传统的供应链金融模式, 即银企合作触网, 如中信银行+海尔, 交行+生意宝等; 二, 拥有完整供应链企业资源的传统电商自建 P2P, 为供应链上下游企业提供金融服务, 如京东、阿里巴巴等; 三, “电商+P2P” 模式, P2P 平台通过合作、收购的方式对借贷的资源进行整合, 为有融资需求的中小企业和个人服务, 如网信第一 P2P、工商贷、甬商贷和积木盒子等。

“银企合作模式的资金来源于银行, 电商企业承担的风险较小; 电商自建 P2P 则对电商本身规模、团队、风控等要求较高; 电商与 P2P 合作模式有利于双方资源共享形成抱团。因为三者(银行、电商、P2P)的经验不同, 各自在风控、需求、运作上各自占有一定的优势。目前而言, 涉足供应链金融的企业数量很多, 但是大多发展平平。” 中国电子商务研究中心互联网金融部助理分析师钱海利表示。

相关人士则分析指出, 银企合作触网模式的优势在于, 此供应链模式下链条企业所承担的资金成本较低, 能够提供的金融产品和服务多样化, 风控能力强。但劣势是银行设定融资企业准入门槛较高, 审批周期较长影响资金到位效率。电商自建 P2P 的主要优势在于, 电商既有的线上营销流量导入, 能够迅速满足企业资金需求且资金成本较低。但传统电商的产业链客户基础较为薄弱, 如果风控团队专业程度欠佳或风险管理独立性不强, 就很容易积累风险。电商与外部 P2P 机构合作的优势在于彼此互补且资金与资产端的有效风险隔离。劣势则在于, 合作双方对于彼此所承担的风险及获取收益的博弈, 可能导致双方产生摩擦, 影响业务长期持续开展。

电商融合 P2P 会是一个趋势

银企合作触网可称之为传统金融的互联网延伸, 其更多是开展授信、融资、资金存管等金融服务, 通过互联网提高效率, 获取优质的授信客户, 基本不涉及理财端, 信用分析也基本上是传统银行使用的风控审核方法。而电商自建 P2P 和“电商+P2P”, 则既可以通过电商的流量获取更多的理财资金, 降低客户资源获取成本。同时, 通过对电商依托商品交易和数据流积累形成的大数据库加以充分的信用分析, 可以开展纯线上的互联网数据征信。整体来看, 电商自建 P2P 和“电商+P2P”, 或者电商入股现有成熟 P2P, 未来更具有想象空间。

目前, 全国企业的应收账款规模在 20 万亿以上。假如用这些应收账款当作银行贷款的潜在抵押品加以充分利用, 可以预见未来我国供应链金融发展市场潜力巨大, 到 2020 年, 我国供应链金融的市场规模可达 14.98 万亿元左右。

在可以预见的将来, 一旦 P2P 行业的监管政策确定, 电商自建 P2P 和“电商+P2P” 将成为供应链

金融的主流，考虑到征信市场的不完善和借款项目的地域性、行业性，银企合作同样不可小觑，将呈现相互竞争和融合的趋势。当然，从目前的发展来看，电商具备获取全金融牌照的动力和需求，但是并不排除电商与银行合作。各种模式的目的都是为了解决供应链上企业的融资需求，民间资金的引入能使得供应链上企业在银行收紧银根时仍有稳定的资金来源。

在未来利率市场化及互联网金融冲击的影响下，传统电商与专业 P2P 公司合作拓展产业链客户更具有市场竞争性，能有效满足市场大部分产业链客户的各类合作需求。

来源：中国大物流网（2015-12-13）

美联储耶伦：希望以审慎而渐进的方式 行动，不排除未来再度宽松可能

“美联储行动标志着超宽松时期的结束，”美联储主席耶伦在 12 月 FOMC 会后的新闻发布会上表示。在该次会议上，FOMC 宣布加息 25 个基点，抬升联邦基金利率目标区间至 0.25-0.5%。

不过，美联储尚未就资产负债表做出进一步决定，耶伦表示，正研究长期性的资产负债表框架，希望最终运作规模小得多的资产负债表。本次会议后，美联储仍然会对到期债券回笼的资金进行再投资。

谈及未来的加息路径，耶伦表示，FOMC 认为温和地加息是适宜之举，利率正常化之路将会是循序渐进的。“我们希望以审慎而循序渐进的方式行动。”对于“自然利率”，她表示这并不是政策目标，但它是一个有用的标杆。

本次会议公布的点阵图显示美联储预期 2016 年底利率可能达到 1.375%，这意味着按 25 基点/次的加息速度，美联储明年可能加息四次。不过，耶伦在新闻发布会上表示，“如果经济令人失望，我们将更加宽松。”

FOMC 还下调了对 PCE 的预期，耶伦解释称“主要原因是美元走强”。但她同时强调，随着诸多一次性因素消退，通胀率应当升向 2%。

对于市场关心的薪资增长问题，她表示，“我们可能正见到薪资更加迅猛地增长。”

华尔街见闻实时新闻摘录耶伦本次新闻发布会要点如下：

我对美国经济基本面和美国家庭的健康状况都有信心。美国制造业和能源行业都面临压力。美国经济在任何年头面临冲击的可能性非常大。我们可以研究负利率。并不认为任何事意味着会给美国带来负面后果。希望最终运作规模小得多的资产负债表。美联储正研究长期性的资产负债表框架。FOMC 尚未就资产负债表做出进一步决定。不要指望美联储会非常迅速地停止再投资。高收益率债券的溢价自 2014 年就在扩大。金融系统的弹性较危机前更佳。各国央行过去推迟政策紧缩太久，及早并循序渐进地加息是审慎之举。我们已经仔细地权衡过政策逆转的风险。将调整政策来支持达到目标。美联储决策体现出我们对美国经济的信心，美国经济处于可持续改善的轨道之上。更长周期的融资成本不

可能循序地调整。利率水平非常低，我们已经迈出非常小的一步。美联储监督银行利率风险已经有一段时间。当被问及来自高收益率债风险时，耶伦表示已经提议对共同基金的流动性错配进行改革。Third Avenue Fund 不是一般的基金，理解美国证券交易委员会对它的强硬。并不希望针对那些一次性地影响物价的因素做出回应。我们关注利空通胀率的统计范畴。CPI 中值一直都在某种程度上较 PCE 更加稳定。美国经济带来上行风险。美国消费者财务状况更加健康。人口结构表明，住房市场投资将大幅上扬。循序渐进并不意味着机械地而行动，均匀地行动。强烈质疑 FOMC 是否会匀速地加息。FOMC 下调 PCE 预期的主要原因是美元走强。个人预期是，核心通胀率将会回升。并不认为用新方法衡量通胀率。新兴市场比 20 世纪 90 年代更加强劲。美联储已经仔细避免不必要的溢出效应。我们可能正见到薪资更加迅猛地增长。我还难说薪资增幅是否处于强劲趋势。凌晨 4 点之前：美联储行动标志着超宽松时期的结束。劳动力市场仍然存在进一步改善的空间。美联储行动表明经济取得可观的进展。FOMC 认为温和地加息是适宜之举。利率正常化之路将会是循序渐进的。就业市场显然出现进一步改善，5% 的失业率接近更长周期的中值水平，薪资涨幅仍然需要持续的回暖。净出口一直受到美元和海外增速的限制。美国新屋营建活动仍然偏低。商业投资已经出现坚固的增长。随着循序渐进地调整利率政策，美国经济料将出现温和增长。来自海外的风险从今年夏季开始降低。对增速的预期巩固对通胀率的信心。随着诸多一次性因素消退，通胀率应当升向 2%。通胀率的信心取决于对通胀预期的控制。长期通胀预期整体上保持稳定。美元升值还打压通胀率。通胀率疲软在很大程度上归咎于诸多一次性因素劳动力闲置问题的消退应当支持通胀率。太长时间地推迟加息会造成紧缩行动显得生硬的风险。政策立场仍然宽松。中性联邦基金利率低于历史性标准。当前的中性名义利率偏低，中性利率应当随着时间的推移而走高。虽然美联储利率偏低，但美国最近数年的增速温和。FOMC 利率预期表明，部分货币政策会议参与者下调了对利率路径的预期。加息幅度与经济数据挂钩。庞大的资产负债表将帮助维持宽松的货币政策。我们已经暂停了逆回购交易的总体上限。美联储将密切留意市场，可能会调整政策工具。我们决定行动，因为诸多条件令人满意。美联储为加息而制定的诸多条件令人满意。全球经济风险仍然存在，但美国经济强劲。我们希望以审慎而循序渐进的方式行动。政策行动的效果具有滞后性，将循序渐进地采取行动；审慎地观察利率对金融条件的影响。美联储只加息了 25 个基点。中性利率并非政策目标，而是一个有用的基准。我仍然认为，美国经济仍然存在闲置问题。失业率进一步下降将让闲置问题得到消除。认为高于趋势的增长水平将有助于实现物价目标。零利率意味着对负面冲击的回应空间更少。如果没有降低宽松力度，经济可能会脱靶。FOMC 整体上承诺将实现 2% 的通胀率目标。对通胀率保持合理的信心是一种预期。承诺不会允许通胀率持续低低于 2%。我们在通胀率上存在显著的缺口。在通胀率如何经受加息考验上没有简单的“配方”。油价进一步下跌一直都让我惊讶不已。原油价格所需要的就是趋于稳定。我仍然认为通胀率预期仍然牢牢受控。如果通胀率预期上行或下移，都将是一个忧虑。我们需要非常密切地关注通胀率。如果经济令人失望，我们将更加宽松。油价需要保持稳定，从而降低对通胀率的影响。“自然利率”并不是政策目标，但它是一个有用的标杆。

作者：林建建

来源：华尔街见闻网（2015-12-17）

郭广昌失联事件为何惊动了全中国？

中国资本市场正面临着新一轮的洗牌动作，其将会对未来资本市场的发展进程构成不可估量的影

响。

一则重磅消息疯传朋友圈，而后陆续受到各方媒体的深入追踪报道。具体而言，即有“中国巴菲特”之称，且担任上海复星集团董事长的郭广昌确认失联。

与此同时，就目前而言，虽然尚不清楚郭广昌失联的具体原因，但已有官方消息称，郭广昌现正协助相关司法机关的调查，并可以适当方式参与复星集团重大事项之决策。

与此同时，就在近日，复星董事长郭广昌还现身于复星集团的年度工作会议，并在现场演讲。由此一来，实际上也减缓了市场的忧虑情绪。但是，时至今日，对于郭广昌的协助调查事件是否告一段落，官方仍未有正式的回复。

从坊间传闻来看，针对郭广昌失联事件，或与泽熙控制人徐翔等人有着或多或少的关系。但是，这一切，依旧处于各方的猜测之中，而期间公司亦没有发布更加具体的解释公告。

其实，就在不久之前，泽熙控制人徐翔被查，也一度引起了中国证券市场的巨大震动。如今，随着郭广昌失联事件的发生，则其背后隐藏的风波也就显得更为神秘了。

事实上，回顾郭广昌与徐翔二人的发迹史，实际上也存在了不少相似的地方。

其中，以徐翔为例，他早于 17 岁进入股市，并在短时间内成为“宁波涨停板敢死队”的总舵主，而后再担任上海泽熙投资的总经理，这一过程也用了不到 20 年的时间。在其被查之前，作为上海泽熙控制人的他，已经成为中国证券市场中颇具影响力的重量级人物。

与之相比，素有“中国巴菲特”之称的郭广昌，自其 25 岁用借来的 3.8 万元注册资本创立复星以来，仅仅用了六年的时间，就实现了几何式级别的财富增长，而这一惊人的发迹史也是让人感到了震惊！或许，我们可以把他们俩称作为“神一般”的人物！

显然，无论是中国证券市场的重量级人物徐翔，还是一个横跨多个领域的资本运作高手郭广昌，他们的先后“出事”，不仅惊动了全国，而且还对相关领域的冲击力也是不可小觑的。

其中，以前期徐翔被查事件为例，在徐翔被查的次一个交易日内，徐翔概念股均出现了全线下挫的走势，而受此影响，一些前期炒作惊人的妖股、神股也纷纷受压，短期内相关股票的市值也出现了迅速地下滑。

至于本次郭广昌的失联事件，虽然到目前仍未有更加具体的失联原因，但是在此传闻曝光之后，却对复星系的上市公司构成了沉重的冲击。

其中，为回避股价的波动风险，近期复星系直接控股的 5 家 A 股上市公司，均以“申请对相关事项进行核查”的理由宣布停牌。

但是，在上述公司先后复牌之后，股价却出现了不同程度的下跌。至于那些尚未停牌的复星系股票，其相应的股价却出现了显著地受压，由此给相关的机构及投资者带来较大的持股市值缩水风险。

引人关注的是，在今年 6、7 月间，A 股市场爆发了非理性下跌的股灾风波。期间，股市以急速的速度下行，并在不到一个月的时间内蒸发了 20 余万亿的股票市值。

对于多数机构与投资者来说，也几乎在此次股灾风波中遭遇到深度套牢。更有甚者，因采用了部分高杠杆资金工具，而导致了自身财富的全部蒸发，甚至完全改变了整个家庭的命运。

但是，在此次股灾风波爆发的前几个月内，无论是“私募一哥”徐翔，还是有着“中国巴菲特”之称的郭广昌，都似乎开始采取着一些“逃顶”的策略。

其中，以徐翔为例，经历了一轮股灾风波之后，徐翔的基金产品净值不但没有出现下滑，而且还在随后的时间内，把净值做到了新高位置。

由此一来，徐翔精准的“逃顶”“抄底”也逐步引起了各方的关注。

至于郭广昌，更是凭借其高超的资本运作手法多次“逃顶”与“抄底”，进而逐步演变为资本市场中的“不死鸟”。

就在今年 5 月的复星国际年度股东大会上，复星国际首席执行官梁信军表示：“从 4 月份以来的牛市，我们几乎保持每周卖出去将近 20 亿人民币左右的 A 股股票，我们存仓的 A 股还有 270 亿左右，我们也不知道什么时候是顶点，但是我们保持均匀的速度考虑。”

如今，回忆当时梁信军的这一番话，实际上也意味着复星的“逃顶”策略似乎又一次灵验了！

实际上，针对郭广昌的传闻，已在最近几年常有传播。但是，回顾前几次的传闻风波，几乎都是得到公司或郭广昌本人的公开澄清。

时至今日，郭广昌经历了短暂性的“失联”之后，又再次现身于企业年会之中，且其一直处于协助调查的身份。

由此可见，在郭广昌短暂性“失联”之后，这一失联风波的冲击力也有望得到逐渐地减退，而这一事件对相关股票的影响也有望逐渐减缓。

不可否认，无论是私募一哥徐翔被查，还是素有“中国巴菲特”之称的郭广昌短暂性失联，这一系列的事件也深刻影响着中国资本市场的发展之路。

但是，从另一种角度去思考，或从某种程度上反映出中国资本市场正面临着新一轮的洗牌动作，其将会对未来资本市场的发展进程构成不可估量的影响。

作者：郭施亮

来源：商业见地网(2015-12-16)

中央经济工作会议将释放什么信号？

预计稳中求进的定调不会变，但实际上更强调供给侧改革。一切信号都指向一个方向。

事件：12 月 14 日中共中央政治局召开会议，分析研究 2016 年经济工作，研究部署城市工作。

点评：

1、政治局会议和中央经济工作会议时间都有所延后，预计最快本周、最迟下周一将召开中央经济工作会议。一般作为前哨战的政治局会议和中央经济工作会议相差一周左右，但经常会有变动。

最短的时候只相差 3 天，比如 2011 年政治局会议在 9 日，中央经济工作会议在 12-14 日，最长的时候相差 11 天，比如 2012 年政治局会议在 12 月 4 日，中央经济工作会议在 12 月 15-16 日。

今年政治局会议推迟到 12 月 14 号，是历年来最晚的一次，预计中央经济工作会议不会再间隔太

久，最快本周三，最迟下周一召开，会期应该还是三天，也有可能在周末召开(2012 年就是周末开的)。

2、预计稳中求进的定调不会变，但实际上更强调供给侧改革。在回顾总结部分，今年的表述比去年更为乐观，淡化了经济下行的压力和风险，而是强调“稳中有好”，“完成了今年主要目标任务”。

传统的五个兼顾也变成了四个兼顾：“稳增长、调结构、惠民生、防风险”，结构性改革作为重点被单独强调。

一切信号都指向一个方向：明年的需求管理将成为配角，而供给侧改革将成为主角，因为只有供给侧改革才能“提高供给体系质量和效率”“提高投资有效性”，单纯的需求管理可能只会增加无效投资。

供给侧改革的核心有三点：一是去库存。房地产重回中央经济工作会议(去年没提)已成定局，表述也没有悬念，一定是“化解房地产库存”。

和之前的中央财经领导小组会议相比，这次会议提出了更具体的措施“推进以满足新市民为出发点的住房制度改革”，过去的住房保障主要靠扩大供给，以后可能更多的靠扩大需求，通过货币化补贴、建立国家住房银行等方式降低老百姓的住房融资成本。

二是去产能。中央经济工作会议历史上可能第一次明确提出“兼并重组、破产清算，实现市场出清”，这意味着在连续几年扩张需求不奏效的情况下，中央已经把去产能放到了更重要的位置，但考虑到就业压力，未来仍是兼并重组为主，破产清算为辅。

三是国企、财税、金融、社保等重大改革，这是三中全会以来一直在说的，但这次特别强调了社保值得关注，这是我们后面要说的城市工作的一部分。

3、预计“积极财政+稳健货币”的政策组合不会变，但实际上更强调财政政策，货币政策以对冲为主。积极财政和稳健货币的搭配已经延续了五年，预计今年表述还不会变，但内涵会有所变化。

一方面，积极的财政将真正积极起来，今年财政收入持续被动下滑，明年压力将更大，财政赤字率扩大已成定局，预计至少会扩大到 2.5%；另一方面，稳健的货币可能会更加稳健，以对冲为主。

随着通胀回升、存款基准利率降至 1.5% 的新低以及利率市场化的完成，降息的空间将明显收窄，降息次数将明显减少。

而在美联储加息、人民币汇率波动加剧、外汇占款继续大幅下滑的背景下，降准的次数不会少于今年。短期看，汇率贬值压力释放，11 月外汇占款创下 3158 亿的历史第二大降幅，降准的窗口再度打开。

4、以后不只要关注中央农村工作会议，还要关注中央城市工作会议。中国的城镇化率已达到 55%，中央提出“更加重视做好城市工作”，以后可能每年都召开一次中央城市工作会议(这可能也是今年中央经济工作会议推迟的重要原因)。

城市工作里面有两点值得市场关注。第一，提高户籍城镇化率，也就是农民工市民化。

过去的城镇化是要“地”(建设用地指标)、要“钱”(财政转移支付)，但忽视了“人”，以后要平衡，十三五规划里已经提了解决办法，就是把建设用地指标和财政转移支付额度和落户人数挂钩。这将通过完善社保体系增加城市人口的养老、健康、医疗等有效需求，拓展相关服务业的市场空间。

第二，加强市政基础设施建设。地下管廊才刚刚开头，还有很多市政基础设施亟待更新和完善，尤其是在城镇人口持续增加之后。

在这方面，政府能做的就是改善投融资体制，可以预见的措施包括：扩大专项金融债的发行规模，调低固定资产投资项目资本金比例，加速折旧，加快推广 PPP 模式等。

作者：管清友

来源：商业见地网（2015-12-17）

中国股市实现完全市场化的最后一跃

商业见地网专栏作家陈季冰：注册制改革将带来市场估值体系的重构。短期内由于供给增加，当前股市的高溢价价格有望打破。

今年 6、7 月间的股灾爆发以后，尤其是政府慌乱地祭出一系列带有浓厚行政色彩的“救市”举措以后，许多改革派人士十分担忧，中国资本市场乃至整个金融行业的市场化改革将会因此受到重大拖累，其既定的总体进程即便不出现方向性的逆转，也难免大大延迟。

不过，其后陆续发生的一些事情——其中最典型的是新一轮人民币汇率改革以及人民币为加入 SDR 而作出的巨大努力——让人们渐渐恢复了对政府推动金融改革的信心，而 12 月 9 日召开的国务院常务会议通过的《关于授权国务院在实施股票发行注册制改革中调整适用〈中华人民共和国证券法〉有关规定的决定（草案）》则彻底打消的改革派人士的顾虑。

按照这个“草案”，全国人大常委会审议通过授权决定后，国务院将根据授权，对拟在上海证券交易所、深圳证券交易所上市交易的股票的公开发售，调整适用《中华人民共和国证券法》关于股票公开发售核准制度的有关规定，对具体事项作出相关制度安排。

证监会将根据国务院确定的制度安排，制定《股票公开发行注册管理办法》等相关部门规章和规范性文件，对注册条件、注册机关、注册程序、审核要求、信息披露、中介机构职责以及相应的事中事后监督管理等作出全面具体的规定，向社会公开征求意见后公布实施。

由于此次授权的有效期限是两年，因此，这等于等一次明确了新股发行（IPO）注册制改革的时间表。说得更直截了当一点，这一改革将在未来两年内完成。IPO 注册制将给中国股市带来根本性的变化，从某种程度上看，它也是中国股市实现完全市场化的最后一跃。

中国现行的新股上市管理体制，无论是叫“审批制”还是“核准制”，本质上都是政府权力直接介入市场微观允许的计划经济产物。

它的最基本的特征是，由政府部门根据自己的意愿决定哪些公司可以上市融资。这种思维基于这样的计划经济思维：政府比市场更有能力判断哪些是好公司？哪些是坏公司？哪些股票有潜力？哪些股票有风险？……

当然，拥有将近 40 年渐进市场化改革经验的当代中国人恐怕已经很少会信奉这样一套政治经济学理论了。

但这套制度却从 25 年前股票重启之初一直延续到今天，严重地束缚了资本市场的进一步发展，也滋生了越来越多的问题，其中最触目惊心的便是监管官员利用手中的审批权进行寻租的贪腐犯罪。

而所谓注册制，则是基于自由市场经济理念的另一种制度，也是国际上普遍通行的制度。它的基本特征是企业上市自由化，政府审批从这一环节中完全退出。

如果有读者不太能够理解审批制（或名义上的“核准制”）和注册制以及二者之间的区别的话，我可以在这里举一个简单的例子——

如果你想开一家非经营特殊行业的普通公司，例如开个餐馆或纺织厂，你当然需要到所在地区的工商部门去办理公司注册的手续。

不过，根据中国现行的工商登记管理法规，工商局或工商所的权限仅仅在于审核你所递交的申报材料——法人代表身份、经营场所、注册资金、卫生排污环保资质等等……——的真实性，只要它所要求的所有申报材料你都齐全，而且核验下来并无虚假，那么工商局就必须为你办理营业执照。

但在有些国家，例如以前的印度，同样是开一家餐馆，同样到工商部门办理工商企业成立业务，它的工商管理部門却被授予权限判断你这家餐馆是否符合食客的需要？应该开川菜馆还是湘菜馆？应该有 10 桌还是 20 桌的容量？也没有发展潜力或倒闭风险？……

如果你的想法不符合工商管理部門官员对于本地区餐饮业发展的整体规划，那么，他们就不会批准你开办这家餐馆。

放到股票市场里，前者就是中国未来两年内将要实现的注册制，后者就是中国目前正在实现的审批制。

两者之间的最大区别在于，后者实行的是事前的准入管理，试图通过设置很高的进入门槛（同时意味将大部分其他市场参与者排除在外）来起到规范市场的作用，是一种静态的管理；

前者采取的是事中以及事后的及时的动态管理，它事先只公布一个队所市场参与者普遍适用的一视同仁的基本门槛要求，例如公司固定资产、营业规模、连续两年利润规模等等，只要符合这一事先宣布的要求，任何企业都可以根据自己的需要到上海和深圳证交所注册上市，无需证监会批准。

由此可以看出，注册制改革以后的资本市场将会发生怎样翻天覆地的深刻变化！在我看来，它也是根植中国资本市场最为人诟病的“政策市”顽症的治本之策。

中国股市是一个“政策市”，这似乎是多年来社会各界已经达成的一个牢固共识。而中国股市中的诸多乱象，例如暗箱操作、股价奇高、投机盛行、无法退市……等等，可以说根源都在此。

自从令人尊敬的经济学家吴敬琏先生在 10 多年前愤怒地将中国股市指斥为“赌场”以后，关于股市的“赌场论”也迅速成为主张市场规范的人士的强烈共识。

吴敬琏当时还加了一句，大意是：如果说赌场的规则还是公平的话，中国股市就是一个对手能够将你手里的牌一览无余的黑赌场！

但这话究竟如何理解呢？我认为，我们应当将关于中国股市的“赌场论”与“政策市”结合起来看，因为这两个标签是密不可分地交织在一起的。

中国股市从创立之初起就不是一个正常的“市场”——即让金融资源得到合理配置的开放平台。相反，这是一个有意识对资源配置进行扭曲，以实现让无效率或低效率的国有企业能够以低成本或无成本源源不断攫取社会资金的目的。

为此，中国股市创建之初便作出了一系列有别于国际通行的一般市场规则的特殊制度设计，其核心包括两个内容：

第一，新股上市（IPO）政府审批制度；第二，股权分置制度。前者是为了确保唯有政府认可的国有企业——而不是优质企业——才有资格上市融资，后者是为了确保即便国有股份所占的比例再小也依然能够保持对企业的绝对控制，从而使之能够无节制地圈钱而又不担心失去对企业的控制地位。

也就是说，中国股市是为国有企业输送低成本社会资本的工具或通道，我认为这就是所谓“政策市”和“赌场”的制度源头。从这个意义上说，中国股市在娘胎里就带着强烈的“原罪”。

然而，只要存在市场博弈，它就会按照自己的逻辑、而不是按照制度设计者的期望展开。

从 25 年来一轮又一轮的暴涨暴跌以及国有企业的现状，我们已经看到，上述所有制度设计几乎都没有实现制度设计者们的初衷——为国有企业解困服务。

这是因为，企业的竞争力和成败归根结底取决于合理的产权制度、市场制度、激励机制以及所谓“企业家精神”，而非资本的堆砌。

以前有这么一句话来形容国有企业：“吃光了财政吃银行，吃光了银行吃股市……”最终，它们中的绝大部分也没有如资本市场制度设计者想像的那样通过输血而起死回生。

但这种制度设计却对中国股市本身的博弈行为造成了根深蒂固的扭曲，这体现在诸多方面，其中包括：企业不关心业绩、甚至不关心股价，只知制造概念圈钱；投资者行为短期化和投机化，鲜有长期价值投资者。反应在市场上，业绩造假、暗箱操作充斥，股票不能退市，价格暴涨暴跌，政府眼里的所谓大盘蓝筹乏人问津……

应当说，这些既不是一个正常的市场的正常特征，也不是政府希望看到的。但遗憾的是，这就是博弈的逻辑。

中国股民并不是傻瓜，他们也看得出来中国股市的本质，但天下熙熙，天下攘攘，凡有利益存在的地方，就会有人前赴后继，甚至不惜承受与收益极度不对称的高风险。

我们可以比较清晰地总结一下中国股市“政策市”和“赌场论”的本质。

在正常的市场里，市场参与主体的博弈对象是其他市场主体以及市场中无时无刻不存在的不确定性。政府作为规则守护者（或曰“守夜人”），其行为是稳定、可预期的，起到的是降低这种不确定风险的作用。

但在中国股市，股民的博弈对象除了其他投资者和市场不确定性之外，还有政府的政策本身。

而且后者是更为根本的博弈对象，相对而言，前两者的重要性倒反而低得多，因为造成市场波动的主要力量是政府的政策，而不是其他市场参与主体（比如上市公司）的行为。

但不管怎么说，20 多年来，有许多人的确凭着政策赋予的特权或自身的胆略、智慧和运气在这样火中取栗的游戏中一夜暴富，但更多的投资者收获的是惨痛的失败。我以为，这也就是吴敬琏先生所说的中国股市是一个不公正的“赌场”的本意。

从很大程度上说，中国股市就是中国特色的市场经济的一个缩影。由于政府本身怀有巨大的利益，而不是一个中立的监管者，它经常直接介入到微观市场领域的博弈中。

加之中国缺乏良好的法治环境，政府的这种参与总是充满长官意志和随意性。所以有人说，在中国，要成为一个好的企业家，首先要成为一个好的政治家。

对中国企业家来说，对企业的外部市场和内部管理的关注反倒是第二位的，这不正是“政策市”的放大吗？

但在另一方面，我们也应该认识到，这是所有转型经济体都必定会经历的痛苦过程，中国的市场经济本来就不是在一张白纸上规划出来的。

就拿股市来说，过去 10 多年来的体制改革和制度建设已经取得了许多令人欣慰的成效。

至少放在今天，上世纪 90 年代那种明目张胆的业绩造假和老鼠仓行为已经大大减少，越来越多民营企业也获得了在股市融资的机会。

我个人还坚定地认为，10 年前的那一轮沪指直冲 6000 点的行情，其本身的最大驱动力便是股权分置改革。而启动本轮行情的根本动力，则来自市场对 IPO 注册制改革的憧憬。

不然的话，我们便很难回答这样一个老生常谈的质疑：为什么在全球经济复苏乏力、国内宏观经济显著下行的大背景和上市公司业绩并无明显提升的市场环境下，会突然爆发一轮大牛市？

可以这么说，一旦撤除了股权分置（这一改革已经于 2005 年完成，它也是造成上一波大牛市的主因）和 IPO 审批制两大制度性障碍，以中国经济所具有的庞大体量和快速增长势头，中国股市的前景将是不可限量的。

假以时日，股市作为国民经济的“晴雨表”的功能就会日渐凸显。而本轮牛市行情则是对这一美好预期的提前消化，行情的未来命运则取决于 IPO 注册制改革的进展，这与中国经济的未来与体制改革的关系如出一辙。

因此，长期来看，注册制是资本市场长期健康发展的制度基石。如前文所述，它有利于通过降低企业上市门槛、上市成本并提高市场效率，取消股票发行的持续盈利条件，为那些现阶段无法盈利但却拥有较高成长性的企业创造公平的融资环境。

换言之，即将资本市场还原为金融资源市场化配置的最有效平台，而非国有企业的输血通道。

短期来看，注册制改革将带来市场估值体系的重构。按照一些市场人士的看法，短期内由于供给增加，当前股市的高溢价价格有望打破。

另外，由于上市本身不再有高不可攀的门槛，壳资源将变得一钱不值，因而过去难比登天的退市将会成为家常便饭，而通过“借壳上市”、“资产重组”等手段让灰姑娘一夜之间变成公主的机会也将不复存在。

此外，今后申购新股也不会再是一件没有风险的碰运气买卖，相反，上市即亏的新股也是大有可能……

当然，从制度演化的层面看，注册制改革将要带来的最为根本的变化将会体现在两个方面：

一是政府监管模式的根本性改变。由于不再有上市前的审批，任何企业都有可能自由上市，这样一来，有人便担心会出现大量违规欺诈行为。如果监管机构的传统管理思维和模式不随之改变，那么这种担心很可能不无道理。

因此，未来不再手握审批大权的证券监管部门需要将更多力气放在市场运行过程中的常态化监督管理上，特别是强化上市公司的公开信息披露及市场交易过程中的合规监管。这对于监管部门的能力及其自身的转型，将是一个巨大考验的。

二是券商、投行以及审计、会计、法律等市场中介机构的运行模式也将有巨大的变化。由于政府不再对 IPO 进行审批，因此，对新上市公司的潜力、风险、估价以及纠纷之后的维权等所有问题的鉴别实际上都落在了这些不同性质中介机构身上。

以前，如果出了什么问题，股民首先会找到政府，今后政府卸掉的大部门这方面的包袱将由它们背起。因此我预计，在注册制起步最初的几年里，牵涉到中介机构的法律纠纷进而集体诉讼将会大幅增加。

放到更大的视野里去展望，上述两方面不仅将对中国股市产生深远影响，还将对中国整个的市场秩序的改善以及法治化程度的提高起到巨大的促进作用。

作者：陈季冰

来源：商业见地网（2015-12-17）

中国金融生逢其时又祭出了新重器

中国当前正在摆脱美元，这个看起来一个“疯狂”的想法，现在正在决策层的布局中一步步接近现实。

国际油价近日再次崩塌式下跌，全球经济笼罩在新一轮不确定性之中。国际油价繁荣周期结束已是不争的事实，纽约商品交易所轻质原油期货价格由 2011 年高点的每桶 130 美元，下跌至目前的每桶 37 美元左右，跌幅高达 70%，创七年来新低。

有分析人士预计，国际油价在 2025 年或之前会有很大可能跌破 20 美元一桶，而且将一跌不复返。

中国国际经济交流中心副研究员张莱楠认为，原油价格下跌对世界经济将产生较大影响：首先是对世界经济有正向拉动作用。据世界银行测算，油价每下跌 30%，将拉动全球经济增长 0.5%；

其次是对石油出口国造成较大冲击，原油价格每下降 10%，石油出口国 GDP 增速将大幅回落 0.8-2.5 个百分点，同时还导致财政收入下降、货币贬值、资本外流；

再有是拉低 CPI 涨幅，加大部分经济体通货紧缩风险。据分析，油价每下降 30%，全球 CPI 将回落 0.4-0.9 个百分点。

张莱楠指出，油价暴跌直接导致石油美元财富的洗劫。因此，即便没有新的能源替代以及全球石油需求萎缩，国际石油价格定价权也早已转移。早在上世纪 80 年代及本世纪初，由于“石油-美元”的贸易结算机制，能源所有权与定价权相分离，石油供给者不能成为定价者。

石油与美元挂钩的机制，也使美国拥有强大的石油定价能力，而且“石油-美元”回流机制，更让美国获得了巨大的资本利得，赚得盆满钵满。

据相关统计，当前国际市场流通的石油美元达 1.4 至 1.8 万亿美元之巨。而这些“石油美元”又以回流方式变成美国的股票、国债等证券资产，填补美国的贸易与财政赤字，使美国长期保持经常项目逆差和资本项目下顺差的平衡。

多年来，欧佩克巨额石油美元与东亚国家出口型经济形成的大量商品美元一起，构成了“美元-石油美元-商品美元”这样一个稳固的资本流动封闭环，支撑了美国金融资本主义的超常发展。

张莱楠称，石油美元大幅缩水，极大地改变了国际资本格局。据国际金融协会的报告，随着国际

油价暴跌和石油美元大幅缩水，新兴市场能源出口国去年在全球市场的净撤资额高达 80 亿美元，这是 18 年来首次净撤资。

石油美元循环的减弱，意味着对新兴经济体的大幅撤资，受影响国家的财政收入及 GDP 增长都将受挫。

近期，美元从 12 月 3 日的暴跌之后一直徘徊在 97 关口，摇摇欲坠。

沙特阿拉伯为了挽救本国经济，从全球其它市场已经撤走了 700 亿美元，刚刚过去的三季度，海湾国家又已经从全球其它市场撤资了 190 亿美元，这还仅仅统计的是海湾国家政府主权基金数据，要是加上公司、个人数据，恐怕更惊人。

最新的一个消息，沙特阿拉伯正在考虑将本国货币与美元脱钩，如果这件事发生，那么一只大黑天鹅将飞出，这将使得新兴市场很多国家的货币将暴跌，这标志着过去富得流油的国家货币已经撑不住了，到时候全球金融市场又是一片大动荡！

而就在这个关口，中国又祭出了自己的新重器：2015 年 12 月 11 日，中国外汇交易中心发布包括 13 种货币的 CFETS 人民币汇率指数，其中美元在一篮子货币中的权重为 26.4%，欧元占比为 21.4%，日元为 14.7%。

样本货币取价是当日人民币外汇汇率中间价和交易参考价。这个指数的目的，就是要有个独立的人民币汇率评价体系，将目光的焦点从人民币对美元双边汇率上移开，取而代之的是衡量人民币对若干贸易伙伴国货币的比价水平。

上周人民币出现了连续的“阶梯式”下行，每天收盘价都接近当天中间价上方 100 点左右。全周人民币创下汇改“8·11”汇改以来最大周跌幅似乎佐证了央行正“默许人民币贬值”。

很长一段时间以来，人民币盯住美元，造成被动升值，这对中国出口贸易形成了较大的汇率压力。而出口贸易作为传统意义上拉动经济增长的三驾马车之一，其兴衰又在一定程度上掣肘了包括汇率政策在内的央行货币政策独立性。

长期以来，市场在观察人民币汇率水平时，主要是盯对美元的双边汇率。该评论员文章称，但由于汇率浮动旨在调节多个贸易伙伴的贸易和投资，因此，仅观察人民币对美元双边汇率并不能全面反映贸易品的国际比价。

“也就是说，人民币汇率不应仅以美元为参考，也要参考一篮子货币。”央行刊登的评论员文章指出，汇率指数作为一种加权平均汇率，主要用来综合计算一国货币对一篮子外国货币加权平均汇率的变动，能够更加全面地反映一国货币的价值变化。

兴业银行首席经济学家鲁政委对此评论说，这是一个与美元“脱钩”的宣言，意味着未来对美元会更富有弹性，人民币汇率会更加市场化。同时也意味着未来会更关注有效汇率，而有效汇率的确对经济影响将更大。

“如果继续单一盯住美元，会更强化人民币贬值预期。”中金所高级宏观经济研究员赵庆明表示，外汇交易中心提出的 CFETS 人民币汇率指数，主要目的在于引导市场对汇率的预期。

中国货币网特约评论员指出，汇率指数作为一种加权平均汇率，能够更加全面地反映一个货币的价值变化。

今年初至 12 月 11 日，CFETS 和参考 BIS 篮子货币的人民币汇率指数分别小幅上涨 1.45% 和 2.28%，参考 SDR 篮子货币的人民币汇率指数小幅贬值 0.48%，不同指数表现的细微差异反映了各指数权重的

不同。总体来看，今年以来这几个指数都显示人民币对一篮子货币币值基本稳定。

赵庆明认为，避免市场形成对人民币一致贬值预期非常重要，否则或将导致更为严重的资本外流以及外汇占款下降。

央行数据显示，11 月央行口径末人民币外汇占款下降 3158 亿元，至 25.56 万亿元人民币，仅次于 8 月 3183.51 亿元的降幅，创下历史第二大降幅。

北京青年报评论员樊大彧也认为，人民币如果一直盯住美元，必然会削弱自身独立性，降低投资者持有人民币资产的意愿，不利于其国际储备货币地位的形成。

此次中国官方首度发布人民币汇率指数，对推动社会转变观察人民币汇率的视角有重要意义，也将有助于更为独立的人民币汇率市场新逻辑的建立。

人民币汇率指数的推出，有利于打掉当前弥漫在国内的美元崇拜情结。这个情结，是人民币国际化的致命陷阱，也是当下中国经济最大的危险所在。

周小川曾提出，“十三五”期末，人民币将成为一种国际性货币。

相信此体系早在人民币纳入 SDR 篮子前中共高层就已开始布局，之后，中国“拼尽全力”进入篮子后，就开始走上了贬值之旅。

华尔街一家对冲基金分析人士表示，人民币未来将有几种可能。最极端的情况是将人民币的有效汇率降到平均水平，这意味着人民币回到 2005 年 3 月以前的水平 (8.3)；第二种是回归到 2014 年底，意味着人民币从 6.4452 的水平贬值 1.94% 到 6.6；两年回归则需要降为 7 左右；三年也不过 7.4。

彭博终端上的汇总数据显示，截至 12 月 14 日，综合 40 家机构的预测中位数，料人民币兑美元在 2016 年底贬至 6.58。

财经评论人士一墨撰文称，人民币要市场化，不可能只对应美元。也意味着盯住美元的汇率政策发生根本性变化，意味着人民币有了自由兑换的比价，意味着中国有了在经济结构转型中的外汇价格锚定之物。这一变化对于中国至关重要。

中国将允许人民币根据经济情况波动，根据各主要贸易地区进行波动，而不会绑死在美元这一棵树上，以避免美元波动对中国经济产生巨大的不可逆的影响。

既然中国是发展中国家，并且出口仍然还有很长一段时间主导着中国的制造业，屡屡与消费大国与金融大国美国绑定在一起，是不可思议的，相信也是决策层不愿意持续下去的局面。因此，在全球经济下行期间，再指望人民币再大幅上行是不现实的。

就在 12 月 14 日，中国央行数据公布，11 月央行口径末人民币外汇占款下降 3158 亿元，至 25.56 万亿元人民币，创下历史第二大降幅，而第一降幅来自于“8·11”的汇改后再次引发部分舆论的担忧。

一墨认为，塞翁失马焉知非福，一个国际化的货币，是不需要美元来背书的。守着一堆美元储备，去和美元竞争，顶多算权宜之计，若搞成永世基业，那就得不偿失了。

以史为鉴，日本当年用美元在全球收购，并言明要与美元争天下，它不知道的是，用美元与美元竞争，做得越成功，就是越失败。

因为，这归根结底都是美元的成功，而不是日本的成功。清算日一旦到来，一切都打回原形。日本失去 20 年，其实早已注定，因为它摆脱不了美元，所以未来依然暗淡。

香港财政司司长曾俊华此前指出：“长远而言，美元独大的状况是不健康的，新兴经济体货币在

国际金融体系中应扮演更重要的角色，以配合他们经济实力的增长。”

中国当前正在摆脱美元，这个看起来一个“疯狂”的想法，现在正在决策层的布局中一步步接近现实。

作者：金子厚

来源：商业见地网(2015-12-17)

华尔街：美国加息或引发更大市场波动 低回报市场面临挑战！

美联储 12 月会议宣布加息 25 个基点。经济学家们认为美联储对美国经济表现得颇为乐观，不过仍担忧通胀，因此强调加息将是渐进的。一些经济学家预计加息不会对经济有伤害。也有人指出，利率散点图显示明年加息四次，这显得有些“鹰派”。

美联储官员们对利率预测的散点图显示，美联储预期 2016 年底利率可能达到 1.375%，这意味着按每次 25 个基点的速度加息，美联储明年可能加息四次。部分分析师认为美联储本次决议显得“鹰派”。

华尔街见闻网站整理了经济学家们对本次 FOMC 会议的点评。

瑞银美国副首席经济学家 Drew Matus:

美联储首次加息后，目前市场关注三个问题：一是利率是否能维持在美联储设定的联邦基金利率区间内；二是未来美联储将以什么速度继续加息；三是对于庞大的资产负债表，美联储将如何处理。

美联储在声明中称经济中的风险是平衡的，不再用以前的“接近于平衡”来表述；预计通胀回升到 2%，而非像以前那样描述为“通胀朝着 2% 前进”。这些文字上的变化，都体现了美联储信心的增强。不过美联储重申，未来加息路径是缓慢的。

贝莱德固定收益首席投资官 Rick Rieder:

美联储十年来首次加息，具有重大意义，不过加息对经济的实际影响较小。

由于主要央行在货币政策上存在偏差，新兴市场增长缓慢，外加全球流动性问题，未来市场的波动性可能会更大，这给当前低回报市场更大的挑战。

Economist Intelligence Unit 公司经济学家 Joseph Lake:

市场对于加息的炒作已经过度，加息不会对美国经济有过大影响。货币政策仍然是宽松的。预计未来如果经济没有什么大问题、金融市场没有剧动，那么将令市场信心有所恢复。

花旗:

国债业务部门注意到，资金流向短期国债，尤其是两年期国债，该品种收益率因此突破 1%，没

怎么看到资金流向长期国债。

高盛：

加息 25 个基点符合预期，公开声明暗示未来将进一步加息，但表达了对通胀的谨慎立场。经济预测总结显示联邦基金利率中值在 2016 年底之前将维持不变，2017 年-2018 年的预期中值将小幅走低。

德意志银行美国首席经济学家 Joe LaVorgna：

从利率预期上来看，2017 和 2018 年的散点图中位值小幅下滑，更长期的中性利率维持在 3.5% 不变。美联储还表示，在货币政策恢复正常化之前，将继续把到期资金再投资。这意味着，再投资将至少持续到明年全年。

从 FOMC 声明看，美联储对美国经济表示乐观，与 10 月会议类似。不过，通胀仍然是令美联储担忧的地方。

巴克莱银行经济学家 Michel Gapen：

美联储 12 月会议的决策符合预期，市场将关注未来货币政策可能的紧缩速度、经济数据预期、以及美联储与公众沟通的整体格调。

“债王”格罗斯表示：

2% 是美联储利率的上限，需要 2~3 年的时间，联邦基金利率才能达到这一水平。此前，格罗斯一直呼吁美联储应尽早加息。

荷兰合作银行经济学家 Rob Carnell 表示：

美联储维持 2016 年的利率路径预期不变，从散点图上看，2016 年可能有四次加息，这很难让本次决议显得“相当鸽派”。

布朗兄弟哈里曼的首席策略师 Marc Chandler 表示：

美联储本次属于“鹰派加息”，因为点阵图显示 2016 年会加息四次。12 月 FOMC 声明中，所有委员都投了赞成票，没有委员认为不该加息了，这表明美联储决定非常果断，之前有三位委员认为不该加息。

作者：张舒

来源：华尔街见闻网（2015-12-17）

中国债市泛起泡沫

人们倾向于认为，中国市场的投资者或许已从今夏股市的大回调中吸取了一些教训。有些人是吸取了教训，但更多人似乎并没有。

中国股市已较 8 月低点上涨了 17.7%。负责任的基金经理——比如华夏基金管理公司 (China Asset

Management Co) 的经理们——建议客户关注稳健的蓝筹股以及分红大方的公司，避开极具投机性的操作和价格高涨的成长股。这让人产生了未来几个月股市会更加稳定的希望。但是，在很多传统行业，公司盈利继续恶化。

瑞信(Credit Suisse)指出，2009 年前上市的近 1400 家 A 股企业的第三季度业绩显示，非金融行业盈利较去年同期大减 37%，为 2010 年以来最差的季度业绩。这表明，如果说之前的大跌过了头，那么后来的反弹或许也过头了。

与此同时，投机“大篷车”已紧接着开到了公司债市场。投资者再度为以下想法感到心安：政府和监管机构为他们提供了堪比“铁饭碗”的保障。近来，北京方面放宽了公司债发行规则，许多人认为此举意在抵消股票市场的资金紧张局面。另一方面，对于银行不愿向因经济放缓而现金流减少的客户放贷，债券市场可以起到弥补作用。

于是投资者也就认为，债务资本市场出现任何泡沫都有政府的支持。不过，今年春天官方对股市大涨的背书——意在帮助那些负债过高的企业把债务转化为股权——是以失败收场的。

所以，当中国看来将要启动自己的量化宽松、中国央行更加猛烈地降息时，中国投资者也就跟世界其他接近零利率的地区的投资者一样，被迫逐收益率的心理所驱使。2015 年，中国央行降息 5 次，其中 3 次发生在 6 月股市开始掉头向下之后。

过去，资金紧张的公司会到境外举债，因为境外利率的吸引力要大得多。如今，香港债券收益率大约为 10%，内地则为 4%。其他混合工具的情况也相似。华夏基金表示，6 个月前，国内银行优先股的股息率为 7%，现在已降到了 4.5%。

此外，正如其他领域一样，杠杆的使用在增加。分析师表示，银行会允许上海客户将他们投入市场的资金进行 4 至 5 倍比例的配资。

债券发行量大幅增加。中信证券(Citic Securities)旗下的中信里昂证券(CLSA)表示，第三季度，公司债发行规模接近 9000 亿元人民币，比去年同期大增了 56%。现金流枯竭的房地产开发商是最积极利用当前有利市场气氛的企业群体之一。瑞信计算结果显示，7 月中旬至 10 月中旬，48 家房地产商在债市进行了融资。其中部分资金将用于为既有债务再融资。不过，他们所发债券的收益率要低于一些准政府机构发行的债券。

这些新形势有积极的一面。随着收益率降低，许多过度负债的企业将可减轻财务负担，现金流和盈利有望改善。本来可能已经倒下的公司——尤其是在房地产市场——将暂时缓解危情。摩根大通(JPMorgan)最近建议客户，高收益债券发行主体的估值已超出其基本面，不妨开始获利卖出。中国开发商垃圾债今年总回报上升了 10%。

这一次，天真的投资者会不会又落得像今年夏季在股市里那样惨，现在尚不清楚。“每个人都信博傻理论，”北京一家大型资产管理公司的负责人说，“每个人都认为，自己将是赶在午夜之前最后逃出的那个人。”有这种想法也不只是中国投资者。

作者：桑晓霓

来源：英国《金融时报》(2015-12-18)

全球市场轻松迎接美联储加息

全球市场轻松迎接美国零利率政策时代的结束，国际股市普遍上扬，平息了有关投资者面对利率上升前景将会退缩的忧虑。

周三美国上调利率（这是近 10 年来首次加息）后，美元相对于多数主要货币大幅攀升，压低了大宗商品价格，并拖累了标普 500 (S&P 500)；这个美国基准股指失去了周三的一部分涨幅，收盘下跌 1.1%。

然而，国际市场欢迎美联储 (Fed) 行动带来的清晰度。此前多年投资者一直担忧，美国货币政策紧缩周期若管理不善，可能对全球金融体系构成威胁。

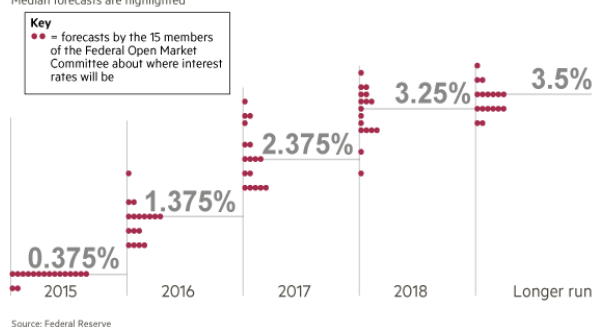
基金经理们表示，积极的初步反应表明，美联储主席珍妮特·耶伦 (Janet Yellen) 和她的同事们成功地完成了曾被广泛争论的“加息起步”，而没有引发曾经伴随量化宽松政策结束的那种动荡。

“我实在看不出他们有什么把握不当的地方，”摩根大通 (JPMorgan) 资产管理部门首席投资官罗伯特·米歇尔 (Robert Michele) 表示。“这让人松了一口气。”

欧洲股指 Eurofirst 300 连续第三天攀升，德国 DAX 指数强劲上涨，同时中国和日本的主要股指也出现上扬。近年承受巨大压力的发展中世界的股市纷纷强劲反弹，尽管美元走高。富时新兴指数 (FTSE Emerging index) 攀升 1.2%，这是一个月以来最大单日涨幅。

Federal Reserve interest rate predictions Dec 2015

Median forecasts are highlighted



债券市场也对美联储的决定作出平静反应，多数主要国家的借款成本下降。美国 10 年期国债收益率在周三微幅上升后，周四跌 5 个基点，至 2.25%。德国、英国和法国 10 年期国债的收益率分别大幅下跌至 0.6%、1.86% 和 0.94%。衡量债券市场恐慌程度的 Move 指数也显著下降。

“市场很满意，”安盛罗森堡 (Axa Rosenberg) 首席执行官杰里米·巴斯金 (Jeremy Baskin) 表示。“这是美联储预报得最好、最久的政策行动之一，他们终于采取行动让大家都松了一口气。”

交易员们将“联邦基金利率”——美国央行的主要目标——推高至周三宣布的 0.25% 至 0.5% 的新利率区间内，化解了有关货币市场不会立即对加息做出反应的担忧。

然而，市场和美国央行本身暗示的 2016 年利率路径仍存在鲜明差异，这预示着未来一年仍有可能出现金融动荡。美联储周三发表的声明具有强烈的鸽派语气，让投资者感到安慰，但与此同时，美联储仍预期在 2016 年进一步加息四次，而市场只预期加息两次。

作者：罗宾·威格尔斯沃思 乔·伦尼森

来源：英国《金融时报》(2015-12-18)

几家欢喜几家愁 美联储加息赢家、输家大盘点

北京时间本周四（17 日）凌晨，美联储一如预期宣布从当地时间 12 月 17 日开始将联邦基金利率提高 0.25 个百分点，新的联邦基金目标利率将维持在 0.25%至 0.50%的区间。

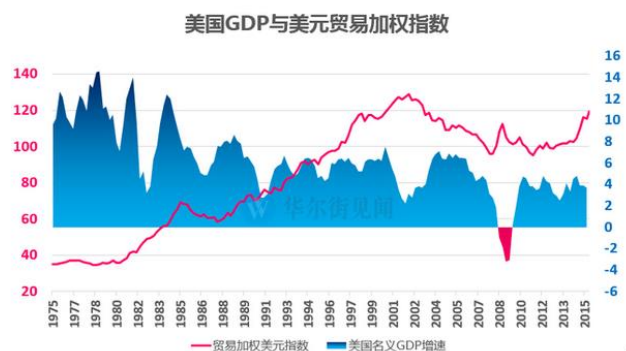
美联储加息之后，几家欢喜几家愁。美国长期国债和美元是赢家，储户和银行不输不赢。而中国和巴西等新兴市场国家是美联储加息的输家。相比之下，当年 QE 最大的受益者是中产阶级和股市投资者。而借款方和富裕退休阶层、贫穷年轻家庭是 QE 政策的输家。

1 加息赢家：美元

对冲基金 SLJ Macro Partners LLP 联合创始人、前摩根士丹利(Morgan Stanley)外汇策略师 Stephen Jen 表示，无论美联储是否加息，美元都将是赢家。

Jen 以前提出了所谓的“美元微笑”（“dollar smile”）理论。根据这一理论，在美国经济强劲增长或陷入深度衰退时，美元都将上涨。

如下图所示，并非美国经济差美元就会走弱，也并非美国经济好美元就会走强，美元的走势与当时的国际大环境有关。



2 赢家：长期美国国债和公司债

摩根大通资产管理公司全球养老金解决方案负责人 Anthony Gould 向彭博表示，企业养老金管理机构正等着利率上升后去买入债券，因为随着收益率上升，他们的收入将更快达到满足养老金支付需求的水平。

摩根大通的策略师认为，养老金计划和退休基金明年应会购买 680 亿美元固定收益资产，再加上其他机构将会购买的 1.1 万亿美元，明年对债券的需求可能会比供应高出 1,000 亿美元。

3 不输不赢：储户

储蓄账户和定期存款利率可能上升，消费者存在银行的资金可能产生更多利息。

而 Kroll Bond Rating Agency 高级董事总经理 Christopher Whalen 向彭博表示，过去七年“巨额财富从储户转移到债务人手中”的情况可能还会继续下去。根据 Crane Data，作为退休人士等群体在固定收益方面的长期避难所，货币市场基金的回报率已从 2007 年 10 月金融危机前的 4.79%下降至接近于零。储户可能成为最后一个从加息中受益的人。

4 不输不赢：银行

在美联储创纪录的低利率下，银行业收取贷款利息和获取其他投资收益的能力受到限制。于是贷款息差直线下滑，收入增长陷于停滞，整体利润受到影响。现在银行将可以提高收费。

不过，如果存款利率上升速度高于贷款利率，那么加息也可能对银行收益产生负面影响。而且，鉴于银行的业务组合各不相同，利率上升对他们的影响也不会完全一样，对于哪些银行会成为最大的赢家，分析师也只能是猜测。

“理论上说，加息对银行有利，但历史却提出了一些关键问题，” Sanford C. Bernstein & Co. 分析师 John McDonald 表示。在 2015 年以及之后的大部分时间，加息的时机和对银行业的影响“可能仍将是一个引起热烈争议的主要话题”。

美国的金融大盘股两日内上涨超过 5%。美国金融行业股票在过去一个月共吸引了超过 17 亿美元资金，仅此于能源行业排名第二。

5 加息输家：中国和巴西

巴西利率上升会让雷亚尔走软，推动巴西目前高达 10.5% 且不断上升的通胀率继续走高。

至于中国，“债务上升的速度仍然是经济增速的两倍，” 摩根士丹利投资管理公司新兴市场股票负责人 Ruchir Sharma 表示。“这不是一种可持续的模式。”

相比之下，当年 QE 最大的受益者是中产阶级和股市投资者。

6 QE 赢家：中产阶级

Matthias Doepke、Veronika Selezneva 和 Martin Schneider 的研究认为，中产阶级基本都有贷款。作为借贷方，低利率显然意味着他们的偿债成本降低。并且，在美联储政策的推动下，通胀势必将回升。举个例子来看，如果某人以固定的贷款利率购买了一套房子。随着通胀的走高，升值是必然的趋势，而贷款规模却不会因此增加。

7 QE 赢家：股市投资者

股市投资者在这几年的收益也无需赘述。和 2008 年首轮 QE 相比，美股已经翻倍。Bloomberg Intelligence 首席美国经济学家 Carl Riccadonna 向彭博新闻社表示，通常而言，收入越高的阶层，在金融市场，尤其是股市的配置就越高，收益也越大。

经济政策研究所的研究和政策主管 Josh Bivens 研究则指出，工薪阶层也是 QE 的受益者。“如果没有 QE，在就业恢复到充分水平、经济复苏之前，薪资是不可能增长的。”

8 QE 输家：借贷方和富裕退休阶层、贫穷年轻家庭

相对的，借贷方、富裕的退休阶层和贫穷的年轻家庭则是 QE 的“受害者”。利率走低令借贷方收益降低。而对于富裕的退休阶层而言，由于他们的资产大多是放在银行中享受固定收益，因此 QE 也让他们的投资回报降低。

作者：朱轶天

来源：华尔街见闻网（2015-12-17）

油价再度大跌 商品货币新一波跳水

美联储实施十年来首次加息次日，原油价格再次下探 2009 年 2 月以来最低点，大宗商品出口国的货币也跟随下跌。

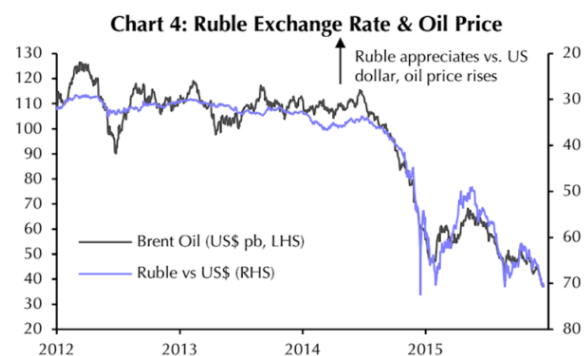
WTI 原油 16 年 1 月合约周四收盘再度下挫 1.9%，至 34.8 美元/桶，距离本周周一创下的近七年低位 34.53 美元仅一步之遥。

与油价遥相呼应的是大宗商品出口国的货币。原油作为加拿大第二大出口商品，油价下跌将直接导致市场对加元需求减少，加元周四跌 1% 刷新十一年新低，今年该货币已经跌了 17%；全球最大能源出口国俄罗斯的货币——卢布对美元周四重挫 1.1% 至至少 1993 年来最低；大宗商品出口国货币——澳元和纽元周四也跌超 1%。

周四凌晨美联储公布了偏鹰派的决议之后，美元再度受到市场青睐，当日良好的美国数据更是给美元的升势锦上添花。原油价格除了美元走强的打压，美国原油库存增加依然施压市场，同时目前全球原油供应过剩的前景没有改观。

彭博援引德意志银行外汇策略总监 Sebastien Galy 称，“部分货币例如加元已经调整了很多，但是纽元还有很大的下跌空间，澳元的跌势也还没有结束，因澳元走势紧跟亚太区域的经济情况。

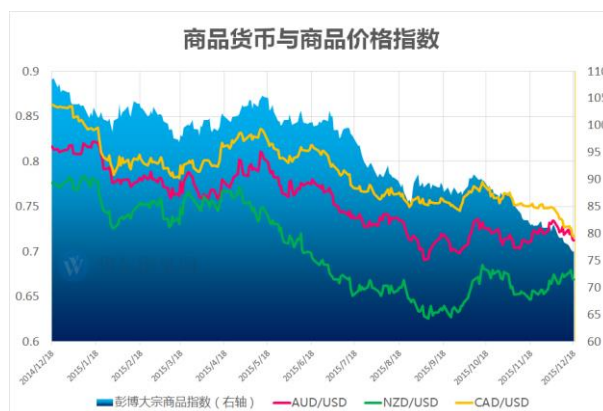
Galy 还表示，目前原油价格已经跌破了加拿大的生产边际成本，油价下跌也引起了加拿大经济一系列连锁反应。



一水平。

美联储昨日在加息 25 基点同时，暗示明年还将有四次升息，这一步骤超过了不少市场人士的预期。此前市场普遍认为美联储在加息同时会降低对未来利率路径水平的预期。美联储官员一致支持耶伦升息也传递出强硬立场。决议公布后美元指数震荡走高，周五升至 99 关口上方。

不过也有分析师认为不应过度解读美联储的决议中鹰派的部分。



对于跌至有记录以来最低价位的俄罗斯卢布，Capital Economics 经济学家 Liza Ermolenko 表示，俄罗斯不管是经济复苏前景还是政治风险，都令人担忧，面对持续的资本流出，卢布下行压力不减。

汇丰外汇策略师 Daragh Maher 表示，随着油价再度暴跌，本来预计美元对加元明年季度末升至 1.4 水平，但短期有可能一两天内就到达这一水平。

德国商业银行的外汇策略师 Thulan Nguyen 称,“美元上涨的主要原因是,许多投资者原本预期美联储的声明语气会更偏温和,但美联储似乎并未放缓加息速度。对于过度解读声明中的强硬政策倾向,我秉持谨慎态度,尤其对汇率而言,真正相关的是,除了油价下跌以外,美元升值正在抑制通胀。”。

Nguyen 表示,“这意味着,美联储官员认为美元不会大幅升值。这就证实了我认为美元不会强劲上涨的看法,因为如果会有大幅上涨,美联储肯定会延迟升息应对。”

作者: 江金泽

来源: 华尔街见闻网(2015-12-18)

艺术家 VS. 科学家

世界 B2B 营销高管峰会

趋势网记者获悉,从 2012 年至 2015 年,跨盈世界 B2B 营销高管峰会已经成功举办四届,总计吸引了超过 400 位 B2B 营销重磅嘉宾,1000 位 B2B 营销同行。2016 届峰会将会围绕摩登营销的核心变量- 市场成熟度展开会议内容,涵盖市场定位、客户参与度、销售转化、市场分析、以及营销技术的五个维度。

敏于微,言于行;行至善,营销成。新型营销“魔”式变革营销落俗观念,在传承历届活动的精髓内容之外,今年创新的从营销方式,目的以及功能重新定义 B2B 营销价值。十二场专题涵盖:科学营销、艺术营销、业务支持、营销成熟度、创新营销、营销联盟、营销自动化、市场传播与公共关系、营销组合、CMO 研究以及 CMO 议程。超过 400 位世界 500 强企业营销高管、105 位重量级演讲嘉宾、12 场研讨会强力分享,如此重要的学习交流机会,让你拥抱摩登市场营销新趋势,助你突破营销瓶颈,步入 B2B 营销者摩登时代。

活动主题: B2B 摩登营销, 艺术家 VS. 科学家

活动内容: 400+位资深 B2B 营销人; 105+位专业演讲嘉宾; 95+个平行环节; 50+个 B2B 行业; 10+个主题演讲(第一天); 6 大专题同时进行(第 2、3 天)

会议名称: 2016 世界 B2B 营销高管峰会

会议时间: 2016-01-20~22 日

会议地点: 上海

报名地址: www.huodongjia.com

-分会场 A 艺术营销

-分会场 B 业务支持

-分会场 C 传统营销

- 分会场 D 营销挑战
- 分会场 E 市场传播与公共关系
- 分会场 FCMO 研究
- 分会场 G 科学营销
- 分会场 H 营销成熟度
- 分会场 I 创新营销
- 分会场 J 营销自动化
- 分会场 K 营销组合

来源：趋势网(2015-12-22)

我国 IDI 指数短板明显

日前，国际电信联盟（ITU）发布《衡量信息社会报告（2015）》（以下简称《报告》），反映 2014 年全球 167 个国家和地区信息通信技术（ICT）发展情况，对各国家和地区 ICT 发展指数（简称 IDI 指数）进行排名。根据最新报告，IDI 指数排名前十的国家和地区是韩国、丹麦、冰岛、英国、瑞典、卢森堡、瑞士、荷兰、中国香港、挪威。我国 IDI 排名第 82 位，比上年排名上升 4 个名次。我国最新 IDI 指数值为 5.05，略高于全球平均水平（5.03），显著高于亚洲国家平均水平（4.70）和发展中国家平均水平（4.12）。

IDI 指数是衡量各国家和地区 ICT 发展水平的综合评价指标，从 ICT 接入、ICT 使用以及 ICT 技能三个维度，选取 11 个分项指标加权计算得出。其中，ICT 接入包括固定电话普及率、移动电话普及率、人均国际出口带宽、电脑家庭普及率、互联网家庭普及率共 5 个指标；ICT 使用包括网民普及率、固定宽带人口普及率、移动宽带人口普及率共 3 个指标；ICT 技能包括成人识字率、中等教育毛入学率、高等教育毛入学率共 3 个指标。

我国 IDI 指数短板明显

从 IDI 指标构成来看，我国存在三个短板指标：移动电话普及率、人均国际出口带宽、高等教育毛入学率。一是移动电话普及率排名较低。2015 年该指标排名为 112 位，低于我国综合排名 30 位。农村移动电话普及水平低是影响这一指标的主要因素。二是人均国际出口带宽排名过低。2015 年该指标排名 138 位，低于我国综合排名 56 位。三是高等教育毛入学率排名偏低。2015 年该指标排名为 91 位，低于我国综合排名 9 位。与 ICT 接入指标相比，该指标综合权重较高，对我国 IDI 指数影响较大。

部分指标排名下滑

相比上年,我国今年 11 个指标中有 5 项出现了排名下降,综合考虑排名下降情况及权重因素,按照影响程度从高到低分别为:固定宽带人口普及率(下降 8 名,影响程度 45%)、人均国际出口带宽(下降 5 名,影响程度 30%)、中等教育毛入学率(下降 3 名,影响程度 11.8%)、固定电话普及率(下降 3 名,影响程度 10.2%)、电脑家庭普及率(下降 1 名,影响程度 3%)。

ICT 技能指标增长缓慢

IDI 指数中 ICT 技能部分的 3 个指标,成人识字率、中学教育毛入学率、高等教育毛入学率 2015 年我国排名均未提升。由于 ICT 技能部分权重较大,我国平均知识水平偏低的现状,成为了影响我国 IDI 排名的重要因素。根据《第 36 次中国互联网络发展状况统计报告》,我国非网民不上网的原因主要是不懂电脑、网络,比例为 61.3%,互联网知识与应用技能的缺乏是造成网民与非网民之间互联网使用鸿沟的重要原因。

此外,在 IDI 指数数据采集过程中,各国报送的某些数据与 ITU 规定的统计口径有较大差异。

同时,IDI 指标体系存在一定局限性。由于没有包含宽带速率、资费、互联网应用等方面的指标,IDI 指数无法准确反应 ICT 发展质量及互联网行业发展情况。一是指标构成有失全面性,不能准确反映 ICT 产业发展状况。二是部分指标本身并非中立指标,作为统一评价标准有失合理性。三是指标间存在高度相关。

移动指标排名提升

我国移动宽带普及率上升 16 个名次,移动电话普及率上升 8 个名次,对 IDI 指数排名上升贡献最大。我国 3G、4G 商用起步虽晚,但发展速度快,未来提升空间大,移动宽带指标对我国 I 鄞 DI 指数提升的贡献将不断显现。

综合来看,IDI 指数的 11 个指标中 7 个是普及率指标,而普及率指标与经济发展水平具有较强的相关性。根据 2015 年 7 月份世界银行发布的全球人均国民总收入(GNI)最新排名,按照美元换算和购买力评价排名,我国分别排在第 101 和 105 位。比较而言,我国 I 鄞 DI 排名基本与之相适应,且适度超前于经济发展水平。随着全球新一轮科技革命集中迸发,我国 ICT 行业发展及融合应用存在巨大发展潜力与增长空间。在现有基础上,合理提前规划布局,完善工作机制,加快信息基础设施演进升级,推进信息化应用融合渗透,提升我国 ICT 发展水平和 IDI 指数,对于重塑经济结构、转换产业竞争主赛场具有战略意义。

提升我国 IDI 指数的对策建议

当前,IDI 指数受到各经济体广泛关注。一方面,IDI 指数能够反映各经济体 ICT 发展水平,指导和促进信息基础设施建设、ICT 产品和服务应用普及、ICT 使用技能提升等。另一方面,随着 ICT 技术不断发展与深度融合渗透,IDI 指数影响力已经大大超出行业范畴,并对稳增长、调结构、促改革、防风险、惠民生具有非常重要的意义,并将成为未来我国供给侧管理改革的重要参照指标。

建议之一,强化信息基础设施建设,推动 ICT 技术应用普及。首先是实施网络强国战略,加快构建高速、移动、安全的新一代信息基础设施。其次是完善农村及偏远地区宽带电信普遍服务补偿机制,缩小城乡数字鸿沟。再次是加强 ICT 应用引导,促进信息通信技术在各领域的推广和应用,通过应用带动普及水平提升。

建议之二,完善工作机制,推动 IDI 指数体系优化。一是加强指数研究与国际沟通,广泛调动各方参与热情。二是继续与 ITU 指标组加强沟通交流,建议 ITU 对建立数据核实反馈机制。三是积极鼓励我国通信基础运营企业及互联网企业加大参与力度,推动其加入 IDI 指数指标体系研究,同时利用

参会契机寻找市场机会，扩大企业影响。四是联合与我国有共同诉求的国家和地区，推动 IDI 指数体系进一步优化完善。

科技有限公司 CEO 戴其其说：“也能够一定程度上让更多的国人接受和使用纯电动汽车。”

来源：中国产业信息网(2015-12-18)