

2014 年第 7 期

总第 75 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

2014 年第 7 期 总第 75 期

## 目 录



主办：  
上海对外经贸大学图书馆  
主编：  
王 群 谢丹迎  
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：  
2014 年 11 月 30 日

### 国 际 贸 易

汇率冲击向贸易品价格传递的实质、研究维度与困境.....1

### 产 业 经 济

中外文化产业政府规制比较研究.....7

### 物 流 管 理

基于丝绸之路经济带框架的新疆现代物流业发展路径.....12

### 技术经济与管理

对工农业复合循环经济的技术经济范式理论分析.....18

### 会 计 学

会计学与财务学学科定位研究.....23

### 金 融 学

金融学前沿问题研究.....31

### 企 业 管 理

雇佣关系影响知识共享行为的两种并行机制比较.....33

基于管理功能与载体的企业管理流程设计探索.....38

### 统 计 学

基于DEA模型改进的我国高技术产业技术创新绩效评价.....45

### 快 讯

中国自由贸易区大布局全面提速..... 53

“一带一路”推动能源互联互通.....54

国务院促内贸发展 物流业迎黄金发展期 .....55

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 2015 年将是中国投资者最痛苦的一年.....  | 56 |
| 地缘政治阴影下的“新丝路” .....       | 60 |
| 盘点：2014 十佳企业微信营销创新案例..... | 62 |

# 汇率冲击向贸易品价格传递的 实质、研究维度与困境



贸易品价格对汇率冲击的敏感性是汇率传递理论的研究范畴。归纳理论发展的主要脉络,最初发现货币的升贬值对调整国际贸易收支收效不明显,一价定律存在广泛偏离,与传统凯恩斯主义开放宏观经济学假设和判断相悖,引发学者对汇率传递的广泛兴趣;继而基于产业组织理论对汇率不完全传递现象提出解释;其后逐渐将汇率传递引入新开放宏观经济学框架,讨论其对物价、国际收支等宏观变量的影响。然而汇率传递的微观研究近年发展缓慢,尤其在对汇率传递异质性和不对称性来源的解释上似乎陷入理论困境。这使得理论研究成果难以被运用到对贸易不平衡的实际分析及汇率政策制定上。

## 1 微观实质和内涵

汇率传递指汇率波动导致进出口商品销售地价格变化的效应,通常用汇率传递率来测度一个百分点的汇率变化引起贸易品价格变化的百分比。具体说,当本币贬值 1% 时,进口商品本币价格上升(或出口销售地货币计价其价格下降)的百分比被称为汇率对进口本币价格或者出口外币价格的汇率传递率(胡冬梅等, 2010)。

究其实质,汇率传递理论的核心是贸易品价格粘性。现有文献通常从 Krugman(1987) 和 Dornbush(1987) 的研究开始,然而进口的本币价格和出口的外币价格具有粘性并且不随本币贬值而出现相同幅度的上升和下降实际上在传统的国际收支价格调节理论中已经被提及。更进一步, J 曲线效应为汇率传递存在时滞和非对称性提供了一个证据,因为该理论认为,一国本币贬值后,进口的本币价格上升趋势可能比出口价格的下降趋势来得快( Salvatore, 2004)。

然而在布雷顿森林体系下,贸易品价格粘性及其来源并没有受到传统开放经济学的足够重视,直到 Krugman(1987) 发现 1980 年代中早期美元实际升值中仅有 60%-65% 被“传递”到美国进口商品价格上,认为这是外国企业在美国市场上“依市定价”的结果。此后,汇率波动不能带来贸易品价格一比一及迅速变化受到广泛的学术关注,被称为“汇率不完全传递”现象。

从微观角度对汇率不完全传递的解释主要基于产业组织理论,大部分学者把汇率冲击看做外国进口商所受到的成本冲击(本币升值使得本币衡量的进口成本下降,贬值相反),进而研究厂商在不同程度的市场分割、特定市场结构、成本产出弹性、需求价格弹性等预设条件下的定价行为。Dornbush 商品价格为:

$$p_j = \alpha e w^* \quad (1)$$

其中,  $\alpha$  为成本加成,  $e w^*$  为本币表示的进口商品成本,因此汇率  $e$  的变化视为对进口商品成本的冲击。如果按照凯恩斯固定价格模型的假定,加成不变而成本固定,  $e$  的波动就完全传递到价格上。

在拓展的模型中,价格被改写为:

$$p_j = f^*(p_i / p_j, \sigma, c) e w^* \quad (2)$$

其中,成本加成由进口相对本国商品价格 $p_i/p_j$ 、进口商对行业价格的反应 $\sigma$ 和商品替代弹性 $c$ 决定。因此,厂商可以通过成本加成的变化吸收部分汇率冲击。

就汇率传递的内涵而言,汇率波动首先影响贸易品进出口价格,继而传递到最终消费品价格上(Corsetti和Deldola, 2005)。更细致地,由于非贸易品的加入、运输成本、各环节中间商的加成以及不同的市场分割程度,汇率传递对各类价格的影响并不一致(见图1)。

Bhattacharya 等(2008)的研究覆盖四种价格,即贸易品进口到岸价、进口品由最终消费者实际支付的价格、本国不可贸易品价格、混合了贸易品和非贸易品的最终消费者价格。Gopinath(2011)则区分了批发价格和零售价格对成本冲击的反应。

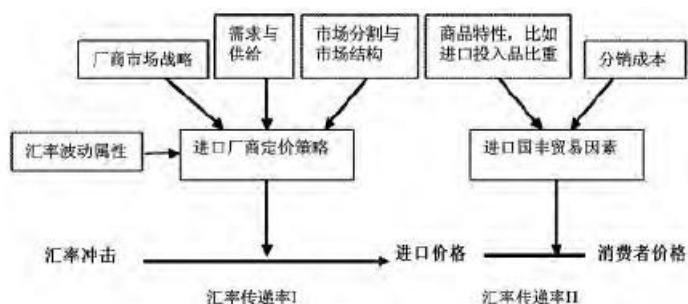


图1 汇率冲击向进口价格和最终消费价格传递的过程<sup>①</sup>

## 2 微观研究维度

对汇率不完全传递的成因,有的学者基于产业组织理论层面进行了微观解释,也有学者考虑了通货膨胀率、市场开放度等宏观因素。Marazzi 和 Sheets(2007)认为微观影响为主,宏观因素会影响汇率传递率的演变。本文从以下三个维度梳理微观研究的发展脉络。

### 2.1 基于产业组织理论的微观解释

对汇率不完全传递的微观解释大致可概括为:当市场是分割的,产品具有异质性、市场竞争不充分、交易成本中包含较多不可贸易成分,“一价定律”不存在,厂商根据不同市场的需求函数实施价格歧视。汇率波动向贸易品价格的传递反映了厂商有意识的定价策略,而这又取决于需求函数、成本函数和市场结构等多重因素,也与企业的市场战略密切相关。上述因素相互交错,同时作用于厂商,最终的传递效应取决于何种影响占主导地位(胡冬梅、潘世明, 2013)。

Marston(1990)认为如果垄断厂商具有一定的市场力量,且市场是分割的,厂商通过成本加成的变化来吸收汇率的部分波动,导致汇率不完全传递。汇率传递的程度取决于加成函数对价格的弹性,而这又是由需求决定的。Gopinath 等(2011)认为跨境贸易的市场分割程度大于本国贸易,因此进出口价格对一价定律的偏离程度更高。

消费者对进口商品的偏好、竞争格局、商品相似度、进口商品市场份额等都影响到需求函数,进而影响汇率传递。Feinberg(1989)采用寡头垄断模型,说明汇率传递率取决于进口商品和国内商品的可替代性、市场销售者的集中程度、国内生产过程中进口投入品的重要性以及进口渗透程度。进口投入品占比高的行业和进口替代性强的行业几乎是完全传递的,而资本密集、高集中度以及有着显著的进入壁垒的行业传递率较低。Yang(1997)认为商品差异度越小,价格上升易使消费者转向替代品,厂商对价格调整更加谨慎,汇率传递率越小,与Dornbusch(1987)基于Salop模型的研究结果相似。实证研究通常表明市场竞争越激烈传递率越低。但Dornbusch(1987)基于古诺模型,认为如果越少的成本加成意味着市场竞争越激烈的话,美元升值时,那些竞争越激烈的进口商品价格下降幅度就越大。

市场结构包括国内和国外市场分割程度、市场参与者的竞争格局和所研究的进口商品在当地市场所占份额等。Dornbusch(1987)研究了不同市场结构中的价格决定过程,认为外国企业的数量越多,其销售占比越大,传递率越高。Fisher(1987)的研究表明,面对美元贬值,寡头垄断市场比竞争性市场汇率传递率更高。Auer 等(2012)提出厂商提供的商品质量越高,面临的竞争对手就越

少,享有更高的加成,从而汇率传递率也越低。

从成本角度,厂商进入一个新的市场需要投入广告、建立品牌、培育分销渠道,为此进行的支出为沉没成本。Baldwin(1988)认为沉没成本使得厂商不会轻易进入和退出市场,如果厂商数量和竞争格局不发生根本性变化,行业销售价格将保持相对平稳。Dixit(1989)将外国厂商进入或者退出市场的选择视为期权,认为较大幅度的汇率波动使期权更有价值,不会被轻易执行。当美元在上下触发点之间波动,市场上外国厂商数量不变,商品美元价格也保持不变。Corsetti 和 Dedola(2005)研究了进口品国内销售过程中不可贸易成分,如运输、包装、拆分等的加入,认为不可贸易因素降低了进口消费品对汇率的敏感度。

同一市场中的厂商遵循不同的市场战略,例如对市场份额的重视程度、价格调整速度以及选择何种计价货币等。厂商对市场份额的重视程度影响其定价策略。Froot 和 Klemperer(1989)证明厂商通过权衡在汇率冲击下改变价格对市场份额投资的跨期影响,来判断是否有必要调整价格。

再看最优计价货币的选择。早期的研究通常将定价货币作为外生变量,发现汇率传递率确实明显受到定价货币的影响(Betts, Devereux, 2000)。Engel(2002)认为,如果销售合约是以生产者货币结算(PCP),短期内销售地货币价格对汇率就是完全传递;如果以销售地货币定价结算(LCP),则短期无传递。若报价中混合使用 PCP 和 LCP,为不完全传递。Gopinath 等(2010)将计价货币选择作为内生变量纳入动态定价模型,实证发现用美元定价商品的传递率显著异与非美元定价的商品。

调价速度及调整成本(如菜单成本)也影响厂商定价。如果调价速度很快,短期汇率传递率就等于长期传递率。Pollard 和 Coughlin(2004)将汇率冲击视为需求冲击,认为由于菜单成本的存在,面对需求变动厂商宁愿让产量暂时偏离最优水平,导致名义价格水平的粘性。

## 2.2 汇率波动属性和汇率预期

汇率波动本身的属性以及汇率预期会影响到厂商定价,进而导致贸易品价格在汇率波动时的不同反应。由于汇率波动的不确定性和汇率预期难以把握,该领域的研究存在深深的困扰:尽管它们构成厂商定价的重要部分,但其效应难以得到实证的验证。主要国家实行浮动汇率制,依据现有理论,大部分汇率波动的方向和幅度难以预期,远期汇率也不能用来代表预期的未来即期汇率,虽然有研究表明两者间的关系具有一定的统计有效性(Pugel, 2009)。因此,关于汇率传递的理论文献通常假设汇率波动服从随机漫步过程(Banik, Biswas, 2007)。但作为微观理论研究的一个重要维度,部分学者也尝试将汇率波动属性和预期纳入理论和实证模型。

### (1) 汇率波动属性

学者从三个方面考虑汇率波动的属性:(1)永久性变化还是暂时性波动;(2)汇率波动的幅度;(3)汇率变化持续期的长度。实证上,Froot 和 Klemperer(1989)尝试用利差和问卷数据作为汇率预期的代理变量,认为如果进口商预期美元升值为暂时性的,降价幅度较小。Gaulier 等(2008)和 Souza 等(2010)认为汇率波动幅度越大,传递率越高;持续朝同一方向波动得越久,传递率也越高。

在理论研究上,Dohner(1984)认为如果厂商判断汇率波动是暂时性的,不会改变在市场份额中的投资,导致了低的汇率传递率。Kasa(1992)用一个信号抽取过程描述厂商对短期波动还是长期趋势的判断,若判断汇率变化是永久性的,即使波幅很小,厂商也会充分调整商品价格。但他又认为,在浮动汇率制度下,汇率波动一旦发生即为永久性变化,而 Knetter(1993)却认为这只是个极端假设,之所以做出这个假设,是因为找不到更理想的方法来区分汇率变化是否为永久性的。

关于汇率波动幅度和持续时间,Baldwin(1988)将汇率波动分成小型冲击(不引起厂商进入或退出市场的)和大型冲击,厂商将汇率波幅与沉没成本相比较,决定进入或退出市场。而 Pollard 和

Coughlin(2004)认为厂商会将汇率波幅与菜单成本比较,在菜单成本较高时,出口厂商认为不值得调整发票价格。Souza 等(2010)认为如果汇率朝着同一方向波动幅度较大时,所有竞争对手都感受到了汇率波动的影响,厂商更有动力频繁地调整商品定价。

## (2) 汇率预期

Giovannini(1988)提出汇率预期影响预期利润,进而影响厂商定价。Goldfajn 和 Valdes(1999)认为如果厂商判断一国货币高估,其定价策略中会隐含货币未来可能贬值的假设。Goldfajn 和 Werlang(2000)基于发展中国家的研究表明,汇率被高估或低估程度会显著影响汇率传递率。

汇率预期被以不同的方式引入理论和实证模型。Fisher(1987)在贝叶斯纳什均衡模型中,分别假定汇率符合随机过程和厂商能完美预测汇率的变化。若汇率波动符合随机过程,假设汇率最初为 1,预期的汇率为:

$$\int e f(e) de = 1 \quad (3)$$

若厂商能完美预期到汇率将变动  $k$ , 则预期的汇率为:

$$\int e f(e) de = 1+k \quad (4)$$

其中,  $f(e)$  和  $g(e)$  分别是两种情形下汇率  $e$  的分布函数。Baldwin(1988)的模型也做了汇率能被完美预期的假设。模型将  $t+1$  期的名义汇率设为  $t$  期汇率乘以预期升(贬)值率  $k$ , 为:

$$E_{t+1} = e_t (1+k) \quad (5)$$

Feinberg 和 Kaplan(1992)分别研究了实际汇率波动以及预期汇率波动对国内生产者价格的影响,认为两种影响都存在,但影响的内在机制不同。当人们对汇率的预期和汇率实际走势相反(相同)时,两种效应会相互抵消(加强),因此汇率反向传递、不完全传递、完全传递甚至过度传递都有可能发生。研究中对  $n$  个发达国家货币构造的预期真实有效汇率 =  $\sum_{i=1}^n (1 \text{ 年远期汇率 } i \times \text{通货膨胀预期 } i) \times \text{贸易权重}$ 。

研究发现商品可替代性、行业进入壁垒和进口投入品占比影响实际汇率传递率,而预期汇率传递率主要取决于商品可替代性及预期汇率冲击的强度。国内学者胡冬梅和潘世明(2011)采用 NDF 市场远期人民币汇率作为汇率预期的代理变量,证实我国出口商根据预期本币升(贬)值幅度相应调升(降)报价,以规避汇率风险。

## 2.3 汇率传递的实证研究

近十多年微观理论研究方面缺乏有影响力的创新,国外研究更多集中于对不同经济体、不同行业汇率传递的实证检验。实证研究趋向于细分汇率向不同价格的传递率、采用多元的计量方法、数据采集上则转向高度分解的数据。大部分实证表明,相对于消费者最终支付的价格,汇率向进出口价格的传递更完全和迅速。研究汇率波动向不同价格的传递,对于测度非贸易品成本、流通渠道加价以及市场分割程度具有理论价值(Bhattacharya, 等, 2008; Gopinath, 2011)。研究方法上,最常见的传递系数估计方法是时间序列模型、VAR 模型和误差修正模型。根据定义,汇率波动向贸易品价格的传递率即为贸易品价格对汇率的弹性,所以简化的进口汇率传递率的估计方程为:

$$p_t = \gamma e_t + \varepsilon_t \quad (6)$$

其中,小写字母  $p$  和  $e$  为进口商品价格和汇率的对数,  $\gamma$  为汇率传递系数(Goldberg 和 Knetter, 1997)。该方程仅反映了汇率和价格之间的统计关系,由于缺乏控制变量,系数的估计结果并不可靠。为控制其他因素对厂商定价的影响,学者会在模型中加入其他变量,如成本(C)、竞争

者价格 (P) 和消费国人均收入 (Y) 等 (Bailliu, Fujii, 2004), 从厂商定价模型导出实证方程, 为:

$$pm_{it} = \alpha_i + \beta_1 e_{it} + \beta_2 c_{it} + \beta_3 p_{it} + \beta_4 y_{it} + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

在估计短期和长期汇率传递率时, 较常使用 VAR 模型及误差修正模型, 如 Campa 和 Minguez (2006) 的估计方程, 为:

$$\Delta \ln MP_t^j = \mu^j + \sum_{l=1}^4 a_l^j \Delta \ln E_{t-l}^j + \sum_{l=0}^4 b_l^j \Delta \ln FP_{t-l}^j + \varepsilon_t^j \quad (8)$$

其中, MP 是本币计算的进口价格指数, E 是一单位外币对应的本币数量, FP 是国外物价指数。此外, Al—Abria 和 Goodwin (2009) 采用门限整合模型估计参数, 发现用不同的模型估计结果也有所不同。

面板模型由于样本信息大, 能更好地识别不可观测的截面或时间序列因素的影响, 有助于建立复杂的行为模型, 因而逐渐被运用于汇率传递的估计。Yoshida (2010) 采用的固定效应面板模型实证方程表示为:

$$\ln P_{jkt} = \alpha_j + \alpha_k + \lambda_t + \beta \ln MC_{jt} + \gamma_j \ln S_t + \varepsilon_{jkt} \quad (9)$$

其中, P 为出口价格, MC 为边际成本, S 为名义汇率, 三个固定效应  $\alpha_j$ 、 $\alpha_k$  以及  $\lambda_t$  分别反映出口地特定因素、商品本身特定因素及时变的影响。

为了研究汇率传递商品间差异性的来源, Yang (1997) 用两阶段模型进行估计, 首先, 估计 k 行业的汇率传递系数为:

$$\Delta \ln MP_{k,t} = \alpha_{1,k} \Delta \ln EXR_t + \alpha_{2,k} \Delta \ln PP_{k,t} + \alpha_{3,k} \Delta \ln MP_{k,t-1} + \varepsilon_{k,t} \quad (10)$$

其中, 进口价格 (MP) 受名义汇率 (EXR)、国内竞争性价格 (PP) 和前期价格的滞后影响。在二阶段, 系数  $\alpha_{1,k}$  估计值由 k 行业产品差异度 (PD)、边际成本相对产出的弹性 (EMC) 和进口商品占行业比重 (MR) 进行解释, 为:

$$\alpha_{1,k} = c_0 + c_1 PD_k + c_2 EMC_k + c_3 MR_k + v_k \quad (11)$$

实证分析另一个显著进展在于数据选择。早期多使用行业加总的 PPI、有效汇率等整合数据。但整合的数据忽略了不同行业汇率传递的显著差异, 也无法分离出国家效应, 只能得出一个平均值。Menon (1996) 认为使用整合数据还会带来“整合偏差”, 分解数据的估计结果更准确。近年的研究趋势逐渐转向高度分解数据, 包括海关 HS6 位甚至 8 位编码的商品价格, 以及从零售市场逐日采集的价格数据 (Klenow, 2010)。

### 3 微观研究困境

Gaulier 等 (2008) 总结汇率传递具有时滞、非均质性和不对称性。汇率不完全传递和时滞已得到广泛的理论和实证支持, 但对于非均质、不对称性及其来源仍缺乏深入的理论探讨, 实证结果的不一致性也比较明显, 使得研究结果难以被放心地运用于政策制定。

“非对称性”主要体现在货币升值或贬值及其幅度和时间跨度对同类产品价格影响的程度不同。McKinnon 和 Ohno (1997) 研究得出美元升值对美国进口总体价格水平传递效应较大的结论。国内学者曹伟和倪克勤 (2010) 的结论相似, 即人民币升值时进口传递率较高, 汇率波幅大传递率也较高。但 Webber (2000) 采用亚洲进口数据, 却得出相反结论, 即货币贬值较升值影响更大。关于汇率波动幅度, Gaulier 等 (2008) 和 Souza 等 (2010) 的实证表明, 汇率波动幅度越大, 朝相同方向波动得越久, 传递率也越高。但 Yang (2007) 却发现大多数商品的进口价格并未随汇率波幅的不同而表现出显著差

异。可见,在汇率传递的非对称性问题上,采用不同数据及使用不同的实证方法,可能得出不一致甚至相反的结论。实证结果的不一致性反映出理论研究上的模糊不清,导致学者无论得到怎样的实证结果,仿佛都能自圆其说。

汇率传递在商品和国家层面存在异质性,具体说,就是其他情况相同,传递率因商品而异,也因出口目的地国和进口来源国而异。以行业异质性为例,前文的理论部分阐明,不同的行业由于在商品特质、需求函数、市场结构和成本函数上相异,其汇率传递率并不同,实证上也得到了广泛的支持。再以国家异质性为例,邢予青(2010)的研究发现中国出口美国即使在长期也为不完全传递,而出口日本长期接近完全传递。但这种行业、国家异质性的来源及其影响的程度仍十分模糊,研究结果也较为零散,有些结果还互相矛盾,比如,更高的进口市场份额对应着更高还是更低的传递率?同样是考虑具有一定垄断力量的厂商定价行为,Dornbusch(1987)基于古诺模型,Yang(1997)基于拓展的Dixit—Stiglitz模型得出的结论不一致。前者认为外国厂商越多,进口品的市场份额越大,美元升值时进口价格下降越多。后者却认为进口厂商市场份额越大,大企业稳定市场作用越明显,汇率传递率越低。再比如,关于进口品和国内产品的可替代性与汇率传递的关系,理论和实证研究结果也存在较大的差异。Feinberg(1989)认为替代性越强,传递率越高;而Yang(1997)却认为替代性越强,外国厂商越有动力与本地厂商保持价格一致,所以传递率越低。

更进一步地,商品层面和国家层面在汇率传递上的异质性如何影响贸易收支?如何影响汇率政策效果?除非加深汇率传递异质性的认识,并对其进行模型化和量化,否则汇率传递的研究成果只能局限于学术研究,无法推广和应用在一国贸易政策和汇率政策的制定和效果评估上。

最后,理论创新需要捕捉经济全球化的新特征。经济全球化在近20年以来有了长足发展,反映在跨国公司生产、采购的全球化,服务外包的普及及信息技术在生产和销售领域的广泛使用由此带来国际分工和跨国贸易方式的显著变化。商品的全球生产模式对汇率传递有怎样的影响?市场分割和价格歧视在新的生产方式和贸易条件下是加强还是减弱了?以中国等亚洲国家为代表的加工贸易在汇率传递上有何不同?对于实行管理浮动或者盯住汇率制的发展中国家,汇率传递有何不同?这些问题都有待理论上的创新,在更加贴近市场的理论假设下,对汇率波动向进出口商品价格的传导过程提供新的和更深入的理论分析。

## 4 结论

关于汇率传递的理论研究大多从微观层面展开,基于产业组织理论建立模型,从厂商面临的市场结构、需求、成本和其他定价决定因素出发提出汇率不完全传递的解释。在问题提出的最初十多年,理论研究取得丰硕成果,建立了较完整的微观分析框架;而近十多年则侧重于实证检验,微观理论创新较为少见。众多学者研究了不同国家(区域)、不同行业的汇率传递现象,利用多元的计量方法、使用多维数据、在汇率波动的不同时间段进行研究,得出丰富的结论,基本证实了不完全传递的广泛存在,且传递效应因行业(商品)、国家、不同的汇率制度和不同的时期而异。

本文从不完全传递的成因、汇率波动本身的属性和实证研究三个维度概括了主要的微观理论和实证进展,并指出目前在微观研究上进展趋于缓慢的原因及理论困境,即近二十年来经济全球化的新特征未能在微观理论研究上得以体现,现有研究主要仍集中在发达国家间贸易,对于发展中国家特殊的汇率和货币制度环境和交易习惯缺乏理论关注;即使在原有理论框架下,汇率传递的不对称性和商品及国家间异质性的来源也比较模糊不清,导致理论和实证结果差异大,有时甚至互相矛盾,却没能对其提出必要的理论解释。

作者: 胡冬梅

来源: 《经济问题》2014年第10期

# 中外文化产业政府规制比较研究



## 1 引言

文化产业作为新兴产业,对各国的经济正变得越来越重要。我国首次提出“文化产业”的概念是在年的十五届第五次全体会议上;十七大以来国家相继出台了一些政策促进文化产业的继续发展;十八大明确提出将文化产业作为国民经济支柱性产业,提出了“一布局、两目标”策略。这些都表明,文化产业已成为国民经济发展不可或缺的一部分,政府规制则对文化产业发展程度和发展水平有着重要的影响。由于文化产业外部性较强,非排他性和竞争性明显,还存在自然垄断性,这些特征都使文化产业迫切需要政府规制来促进其大发展、大繁荣。

## 2 文化产业与政府规制界定

### 2.1 文化产业的界定

文化产业的概念和分类,不同国家、不同组织的界定也不相同。在中国、德国、荷兰、韩国被称为文化产业,在中国台湾地区称为创意文化产业,在美国称为版权产业,在英国、澳大利亚称为创意产业,还有被称为文化工业、内容产业等。来自曼彻斯特大学的贾斯汀奥康纳对文化产业的定义是:经营象征性商品的市场活动,商品的文化价值决定着基本经济价值。它既包括传统的文化产业,如广播、电视、新媒体、出版、建筑、设计、音乐等,又包括传统艺术,如博物馆、剧院、音乐厅、画廊、视觉艺术和工艺品等。联合国教科文组织将文化产业定义为:按照工业标准,生产、再生产、储存及分配文化产品和服务的一系列活动。在 2004 年,中国国家统计局对“文化及相关产业”的定义是:为社会公众提供文化、娱乐产品及服务相关的活动以及相关的集合活动。现代文化产业可以说是一个巨大的产业集群,在满足最广泛的传播功能的大型复制技术的基础上,通过经济链条的作用和企业的激励机制,使一个原有的快速发展的中介能够促进新资源的开发并保存到一个显示整个过程的现在知识产权上。

### 2.2 政府规制界定

政府规制就是政府通过其权力制定规则,调控和限制个人和组织行为的一个过程。广义的政府规制就是政府对社会和市场的监管,可以从社会性规制和经济性规制两个方面来看。

社会性规制,主要用于外部和内部不经济的情况。外部不经济是指在交易双方的交易中,使市场会产生一种第三方或社会支付的成本。如政府必须对环境污染和自然资源掠夺性、枯竭性开采进行监管,设定进入壁垒和收费标准,减少外部不经济的发生。内部不经济是交易双方在交易过程中,双方掌握的信息不对称,一方掌握另一方所不知道的信息,由此就会导致信息不足方承担相应的非合约成本。如隐瞒场所卫生安全、假劣药品的生产和销售等都是内部不经济造成的。同时政府还要进行市场准入、信息披露等方面的监管。文化产业的社会性规制主要是从内容和质量两方面进行的。通过质量规制保证消费者购买的文化产品是合法、合规的;内容规制可避免不良的文化产品内容进行传播。

经济性规制,是指通过制定特定产业的进入壁垒、融资、定价以及信息发布等政策调整主体行为,避免竞争过度、竞争不足等现象的发生,以免造成资源配置低效、资源浪费及服务的不稳定、不公平,阻碍社会生产效率。经济性规制主要包括进入和退出监管、价格监管、质量控制、信息管制、投资管

制等内容。文化产业的经济性规制主要是从价格、进入、产权三方面进行规制的。价格规制是政府直接干预文化产业价格的制定,使文化产品的价格能够被广大群众所接收;进入规制是对文化产业的整体供给情况进行规制,以利于社会资源的充分利用;产权规制是对文化产业的产权归属和交易进行规制,保证产权明晰。

### 3 我国文化产业政府规制现状

在文化产业制度的初始阶段(20 世纪50-60年代),文化企业只有国有和集体所有两种形态,如广播业、出版业、影视业是国有的,书报零售业、租赁业、话剧团等是集体所有的,这一时期,国家出台了一些政策保护文化产业产权;在过渡阶段(20世纪末期),十一届三中全会后,文化市场逐渐形成,文化产品品种日益丰富,企业化、股份制进程加快,《著作权法》、《计算机软件保护法》、《信息网络传播权保护条例》等文化产业相关保护法依次颁布;强化阶段(21世纪至今),相关政策制度完善,文化产业快速发展。如文化产业结构政策中将文化市场分为三类:公共产品类、半公共产品类、非公共产品类,相应的文化生产单位分为政府机构、经营性非营利机构、股份有限公司三类。2001年文化部发布的《文化部关于“十五”期间文化建设的若干意见》和《文化部关于深化文化事业单位改革的若干意见》指出要转变政府职能,实行政事分开,确立文化单位的独立法人地位,经营性文化机构要逐渐转制为企业,成为独立的市场主体。2003年全国文化体制改革试点工作会议强调要调整资源配置,重点扶持,重新塑造文化市场主体。在文化产业准入政策中,国家颁布了相应的规定,如表1所示。

表 1 国家关于文化产业准入政策的相关规定

| 时间               | 政策措施                                       | 主要内容                                     |
|------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------|
| 2001 年 1 月 1 日   | 《文化产业发展第十个五年计划纲要》                          | 明确国家鼓励、限制和禁止投资的文化产业项目                    |
| 2001 年 9 月 4 日   | 《文化部关于支持和促进文化产业发展的若干意见》                    | 放宽市场准入政策                                 |
| 2004 年 10 月 10 日 | 《电影企业经营资格准入暂行规定》和《中外合资、合作广播电视节目制作经营企业管理规定》 | 提出可用社会资本成立电影制片、技术公司,可以成立合资企业、广播电影制片厂     |
| 2004 年 10 月 18 日 | 《文化部关于鼓励、支持和引导非公有制经济发展文化产业的意见》             | 进一步降低文化娱乐业、报刊业、文化旅游业及影视业的进入门槛,鼓励非公有制经济进入 |
| 2005 年 4 月 20 日  | 《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》                    | 标志着文化产业政策进入制度创新时期                        |
| 2009 年 7 月       | 《文化产业振兴规划》                                 | 文化产业制度创新的前景                              |

在文化产业经济规制中,产权规制、准入规制仍是最基本的内容。我国文化产权管理采用“三级代理”模式:第一级是政府主导,地方政府肩负产权代理和监管的责任;第二级是授予文化集团公司经营国有文化资产的权力;第三级是文化集团公司委托子公司负责经营。在准入规制方面,2002年颁布的《文化体制改革试点中支持文化产业发展的规定》,鼓励非公有资本进入文化艺术、博物馆、艺术教育等文化产业领域并可有控股权,在出版、娱乐、体育等节目的制作方面和电视业务方面非公有资本可入股但不能控股。文化产业社会规制是以内容规制为主要内容。我国目前文化内容规制一方面仍以《报纸管理暂行规定》、《出版管理条例》、《广播电视管理条例》等行政法规为主要依据,缺少专门法律规制;另一方面,行政规制不规范,政府既是规制政策的制定者又是执行者,不利于产业结构的调整,影响资源配置的效率,不利于市场资源配置机制有效实施。

伴随经济发展和科技进步,我国文化产业的发展经历了政府主导到政府和市场共同作用模式的转变,文化产业的制度相应经历严格规制—放松规制—再规制的历程。但文化产业政府规制仍然存在一定的问题:规制过程仍然更多采用行政手段,法律规制体系不完善,经济性规制过于严格,“条

块分割”的文化管理体制需要改革。

## 4 主要发达国家文化产业政府规制

### 4.1 美国文化产业规制

美国将文化产业称为版权产业。总所周知,美国是文化产业大国、强国,每年文化产业的增加值可占总额的12%,占世界文化市场份额近一半,提供的就业岗位多达1800万个。在美国,文化产业成为仅次于军事工业的支柱性产业。为了尽可能地发挥市场作用来发展文化产业,最大限度地追求商业利益、公共利益和政治利益,美国政府根据产业组织机构、制度体系及文化产业背景,对文化产业的发展采取了相应的控制。以具有典型性的广播电视业和电影业为代表来说明美国文化产业政府规制情况,如表2所示。

(1) 美国广播电视业规制 (如表2所示)

表 2 美国广播电视业规制

| 规制背景                                                                        | 规制机构                  | 规制阶段                                                                                                                           |                                                                       |                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                             |                       | 第一阶段                                                                                                                           | 第二阶段                                                                  | 第三阶段                                                                                   |
| 20 世纪初,稀缺的广播资源被利益集团占有,为防止私营企业的垄断、维护公众的利益,阻止不良内容的传播,保证行业的公平竞争,美国政府对广播电视业进行规制 | 设立联邦通讯委员会作为广播电视业的规制机构 | 1920s—1970s,此阶段为严格规制期,广播电视业法案明确提出广播电视业必须以服务公共利益为原则。此法案是对广播电视业内容经行规制,虽不干预节目的编排,但可撤销传播虚假信息的企业的经营许可证;美国联邦通讯委员会对有线电视实行内容和进入方面的严格规制 | 1980s,此阶段为取消规制阶段。规制机构认为广播电视资源不再具有稀缺性,应放松原来的内容和进入规制,并延长了许可证的年限和广告时段的限制 | 1990s 至今,此阶段为放松性规制阶段,规制力度介于前两个阶段之间,放松了有线电视的经营规制并延长了许可证的期限,既保护广播电视业生产者的利益,又不使消费者的利益受到损害 |

(2) 美国电影业规制 (如表3所示)

表 3 美国电影业规制

| 规制背景                                               | 规制机构和规制准则                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1920s,随着电影业的自由发展出现了犯罪、丑闻不良现象的传播,美国政府为此开始对电影业进行政府规制 | 电影业的规制同样也经历了严格规制——放松规制,甚至是取消规制这样的过程。起初,规制机构电影制作人和发行人协会出台了《电影业规制准则》,该准则规定电影在播映前必须交给规制机构审查通过才可发行,这种严格的规制持续到了1960s,1960s以后实行放松性规制,由行业自律组织——美国电影协会制定电影业自律准则和电影分级制度 |

### 4.2 英国文化产业规制

文化产业称为创意产业,在英国作为国家重点产业扶持,经过多年的发展已成为仅次于金融服务的第二大产业。最具有代表性的是广播电视业,其规制历程和规制内容如表4所示。

### 4.3 日本文化产业规制

美国实行以市场为主的文化产业的政府规制模式,英国实行市场和政府共同规制文化产业,日本则是实行以政府为主导的文化产业规制模式,最具代表性的文化产业是动漫业和出版业。日本通过文

化产业政策扶持使其成为世界最有影响力的动漫制作和输出国,动漫业已成为国家支柱性产业;出版业先是经历了严格的出版制度规制,之后为了实现出版业产业化,充分利用行业自律规制实现多元化发展。

表 4 英国广播电视业的规制

| 规制历程                                                                                             |                                                                                                       |                                                                                                           | 规制内容                           |                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 第一阶段                                                                                             | 第二阶段                                                                                                  | 第三阶段                                                                                                      | 宗旨                             | 广告规制                                                                                                 |
| 1920s—1950s, 此阶段为严格规制时期。由于电台资源的稀缺和对资金和技术的要求,英国成立了 BBC,政府为维护公共与政治利益,严格控制新企业的进入,BBC 成为广播电视业中独家垄断企业 | 1950s—1980s, 此阶段为调整期,引入竞争机制打破 BBC 独家垄断。为了满足公共利益变化的需求,英国议会组成了独立广播剧 (IBA) 管理商业电视和商业广播,形成 BBC、IBA 双垄断的格局 | 1980s 至今,此阶段为放松性规制阶段。建立公共广播与商业广播共存的双轨制格局,由 BBC 负责行政与财政监控,国家管理机构 ITC 和 RA 负责公私合营性质公司的管理,平衡公共、政治、经济三者之间利益关系 | 广播电视业的内容既要满足消费者的需求和兴趣,又要是积极向上的 | 英国对广播电视业中广告有法律文件明确规制,要求校园、庆典类的活动不得播送广告,其他节目的广告也不得在节目中间插播,广告时间上也有明确的规定,电视广告最长不得超过 12 分钟,广播广告不得超过 9 分钟 |

表 5 中外文化产业的政府规制的差异性

|        |                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 规制阶段不同 | 以广播电视业为例,从时间上来看,我国广播电视业比英美起步晚 30 年,产业结构上就没有可比性;从规制程度上看,在我国政府规制比较严格,而英美正在试图打破垄断格局形成竞争,规制的进程快于我国文化产业发展。                                                                                                                                                      |
| 规制背景不同 | 理论背景不同:国外市场经济起步早,有着完善的产业经济学、规制经济学理论体系支撑着文化产业各门类的研究,文化产业政府规制理论比较完善;我国市场经济起步晚,在基于国外规制理论的基础上提出中国文化产业政府规制的意见,没有形成适合于中国文化产业政府规制理论体系。<br>经济体制背景不同:市场经济体制是政府规制的基础。国外文化产业发展已具备相应的规模,在遵循公共利益原则的基础上随着市场经济体制的改变而不断发展;我国文化产业的政府规制经历了经济转型的过程,文化产业存在产权不断的情况,制约着我国文化产业发展。 |
| 规制机构不同 | 国外都设立了政府规制机构或者行业协会,在对文化产业进行规制时具有规制的独立性,不受任何利益集团的影响,立法机构、独立规制机构、司法机构三大文化产业规制机构构成完整的文化产业规制体系;我国的文化产业规制机构分为政府中的规制机构和企业中的规制机构两类,两者间存在交叉性,规制易被利益集团所影响,存在政企不分、政事不分、事企不分问题,容易产生规制利益的倾斜,缺少法律作为规制的依据,缺少独立的规制机构使规制具有信服力。                                             |
| 规制手段不同 | 国外的文化产业规制大多都采用法律手段,各种激励规制手段配合使用,根据各自国家的特点会实行不同的规制手段,如美国以市场为经济主导,英国则是经济性规制和社会性规制配合使用。我国的文化产业规制手段比较落后,以经济规制手段为主,进入规制、价格规制为辅,行政规制更多替代法律规制和激励规制。且行政规制手段在各行政区的标准也不同,针对性和操作性不强,文化产业政府规制的效果不佳。                                                                    |

## 5 中外文化产业政府规制比较

### 5.1 中外文化产业的政府规制的共性

文化产业的特殊性决定了各个国家对文化产业实行政府规制的必要性,虽然在规制时间和规制阶段不同,但都遵循着先严格后放松、放松经济规制、加强内容规制的路径。在文化产业发展初期,由

于文化资源有限,各国都实行严格的政府规制,避免因过度竞争造成资源的浪费;随着文化产业的发展,各国都采取放松的经济性规制,但我国的放松程度较低,国外都开始引入竞争机制鼓励民营资本进入;由于文化产业的特性决定了内容规制是不可或缺的,内容规制的程度虽有不同但都设立了相应法律、法规规制文化产业内容。

## 5.2 中外文化产业的政府规制的差异性

由于不同国家的文化产业发展水平和制度安排的不同,中外文化产业政府规制在规制阶段、规制背景、规制机构、规制手段等方面也存在差异,如表 5 所示。

# 6 中国文化产业发展的政府规制路径选择

## 6.1 建立健全文化产业法律规制体系

文化产业法制建设是一个长期的任务。随着我国文化产业的发展,对法律的需求将不断增加,这就需要建立健全文化法律规制体系,实施有效的保障以促进文化产业发展。党的十八大明确提出推进社会主义文化强国的目标,出台了多项相关的政策措施完善文化产业政策体系。建立文化产业法律规制体系,将相关的文化产业政策上升为国家法律法规,能够为文化产业的发展提供法律保障。结构科学、合理,应作为文化产业体制系统的一个重要特征,因为只有相关制度的不冲突、不矛盾、不重叠,可以使文化产业之间相互协调、有效衔接,形成结构化的、明确关系协调,科学合理的文化产业法律规制体系框架。但仅仅实行法律规制手段是不够的,由于我国是文化大国,文化在各区域存在明显的差异性,所以要以法律规制手段为主,配合行政规制,消除文化产业地方行政壁垒。

## 6.2 放松经济性规制

国内外的很多国家都对文化产业采用放松经济性规制,加强内容规制的措施,这表明随着文化产业的发展,放松经济性规制的作用越来越重要。我国虽然对文化产业经济性规制比以前放松,但仍然比发达国家严格,这与我国是成员国应该开放更多的领域自由贸易一定程度上有所冲突,但文化产业较强的外部性、非排他性、竞争性等特性决定了政府规制不能有效发挥资源配置的作用,所以应该放松经济规制,实行市场和政府双调控的模式。首先,应该根据不同行业文化产业的结构、竞争程度,阶段性地放松准入规制。对于资源稀缺、自然垄断行业的文化产业适当引入竞争机制;对于公益性较强的文化产业,政府通过一定程度的规制避免过度竞争,如可限制生产者的数量保证该产业的有序竞争。其次,实现文化市场的多元化投资,鼓励国外和民营资本进入文化产品的供给市场。最后,引入文化产业激励性机制,避免单独引入竞争机制、放松进入规制使规制效率下降等问题产生,减少规制者和被规制者之间的信息不对称,实现文化产业进入规制的改革。

## 6.3 构建政府规制体系

构建政府规制体系、调节文化产业政策不仅能够解决在文化产业规制过程中政企不分、管办不分等问题,更是促进文化产业健康发展的有力措施。第一,加快国有文化单位转企改制,培育文化市场主体,是最重要的文化体制改革也是文化体制改革成功的一个重要指标。作为艺术院团、电影和电视节目制作、出版、非时政类报刊等经营性文化单位的转企改制,要继续加快培养能够独立运作、动态和合格的市场主体。在文化进入企业机构,对资产评估的实施,加快步伐,尽快完成股份制改造;加快引进战略合作伙伴,整合优势资源,加快推进有限公司股份制改造,打造实力雄厚、核心竞争力强的电视产业集团、演艺集团;充分利用市场手段整合演艺资源,促进公共艺术融入企业,激发文艺院团的生机和活力。第二,完善国有文化资产管理体制机制。建立并完善企业文化国有资产的保护,促进文化产业的健康快速发展,落实相关责任、权利和义务的国有文化资产管理框架。(1)政府应对国有文化资产实行分类管理。根据文化事业和文化产业的性能,分离国有资产经营和非经营性资产,

形成相应的机制，理顺国有资产管理关系，所有权和使用权分离，管理和行政权力分离，形成商业实体—资产管理机构—政府“三管理”制度的实现。（2）建立能够代表政府全资拥有资产的相关文化企业对国有文化资产进行如兼并、重组、重大资产、改变物业用途的重大项目和重大问题等相关措施的落实和实施。（3）设立投资者机构承担资产的安全性、完整性的监督等责任，行使出资人的权力并制定相应企业负责人管理办法，建立文化资产的激励机制和绩效评估，检查、考核、奖励和惩罚主要负责人或文化企业的资产代表。（4）建立管理责任制度，将经营权利授予国有文化企业，承担国有资产运营、增值、保值等具体责任。

#### 6.4 完善文化管理体制

当前我国这种条块分割的文化管理体制容易使文化各分管部门之间在有利益时都争取，在需要管理时都相互推脱，地方保护特色明显，不利于一些竞争力强的企业跨地区、跨行业发展，难以发挥规模经济效应。所以，完善文化管理体制对文化产业的发展是至关重要的。首先，政府应该为发展文化产业提供了良好的外部环境，处理好与政企、政资、政事、政社之间的关系，推动文化单位成为市场主体，建立现代企业制度，促进文化事业单位生产力的发展。其次，改革行政审批制度，简政放权。由于文化产业的特殊性，政府应该转变之前的管理方式，由微观向宏观转变，减少审批项目，给文化企业更多的经营自主权，增强文化企业的活力。最后，建立新的管理体制，有关职能部门进行整合，打破条块分割的管理体制。

作者：韩平 平安

来源：《产业经济评论》2014 年第 7 期

## 基于丝绸之路经济带框架的 新疆现代物流业发展路径



### 1 引言

古“丝绸之路”实质上是基于中西商贸往来的洲际物流大通道，物流是古“丝绸之路”兴起的重要产业载体和支撑。历史上的“丝绸之路”物流很大程度上是由东西方国家和地区之间商贸往来需求促动而形成的，对当时的世界经济发展和东西方文化交流做出过重要贡献。我国西部陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆五省区曾是古“丝绸之路”东段的起点和节点区域，至今仍保留着深厚的“丝绸之路”历史文化。15-16 世纪，全球海路的开通使得世界贸易的重心从“丝绸之路”沿线转移到海路沿线国家和地区。随着时间的推移，古“丝绸之路”失去了昔日的繁华，沿线地区也由此逐渐演变为封闭落后的内陆地区。

1990 年，第二亚欧大陆桥开通，依托铁路重新打通了“丝绸之路”贸易通道，从此，火车可以从连云港开出，驶过中州大地、八百里秦川、河西走廊、天山南北，从中国出境后，跨越哈萨克草原、

俄罗斯大地和东欧平原,到达荷兰的鹿特丹港,里程达 1.097 万公里。第二亚欧大陆桥的开通,为复兴古“丝绸之路”打造了崭新的平台,长期处于封闭状态的“丝绸之路”由此获得了重新焕发生机的机会。

2011 年,重庆市牵头,创建了以中国、俄罗斯、哈萨克斯坦、德国等国铁路部门五国六方参与的渝新欧国际铁路联运大通道(以下简称“渝新欧国际大通道”)。该通道从重庆出发,经西安、兰州、乌鲁木齐,向西过北疆铁路,到达边境口岸阿拉山口,进入哈萨克斯坦,再经俄罗斯、白俄罗斯、波兰,至德国杜伊斯堡,全长 1.1 万公里。渝新欧国际大通道的开通,不仅打开了中国中西部地区向欧洲的货运通道,而且为“丝绸之路”国际联运奠定了重要的市场基础。

2013 年 9 月,习近平在哈萨克斯坦纳扎尔巴耶夫大学演讲时,提出共建“丝绸之路”经济带的战略构想,并提出从加强政策沟通、道路联通、贸易畅通、货币流通、民心相通的“五通”入手,形成跨区域大合作格局,这意味着古“丝绸之路”将获得新的历史性复兴机遇。2014 年 5 月底召开的中央第二次新疆工作座谈会指出,新疆要建设好“丝绸之路”经济带核心区。李克强总理明确提出,新疆要立足区位,以通道建设为依托,扩大对内对外开放,发展现代物流。由此,新疆以及西部各沿线省区、第二亚欧大陆桥沿线省区在“丝绸之路”经济带框架下的跨越式发展上升到国家战略层面,摆上了国家的重要议事日程。因此,新疆核心区的建设和现代物流业的发展成为需要迫切解决的理论和现实问题。未来“丝绸之路”经济带的建设将对新疆区域物流发展提出更高的要求。本论文围绕新疆区域物流的发展现状,讨论在“丝绸之路”经济带框架下加快现代物流业发展战略及路径问题。

## 2 新疆区域物流发展现状

新疆是我国西部重要的能源资源储备基地、优质棉生产基地、畜牧业基地、林果业基地和向西出口的桥头堡,其经济地理条件和产业结构决定了新疆物流产业发展的规模和特点。新疆的区域物流市场主要由能源资源物流、大宗农产品物流、城乡商贸物流和口岸通道物流等四大板块构成。

新疆管道、铁路和航空物流基本由中央企业来运作,公路物流和口岸物流由一些大型企业集团和疆内中小型物流公司承担,城市物流由一些中小型物流配送公司、邮政物流系统和一些专业市场配送系统来承担,农村物流由一些中小型物流企业和城乡个体工商户承担。新疆物流市场以运输服务和仓储服务为主,工业物流快速发展,农产品冷链物流以冷藏保鲜库的建设为重点,城乡商贸物流日益活跃,不断增长。总体上,物流市场运作基本形成了依托于中央企业、大企业集团自上而下的物流运作和地方中小企业、个体工商户自下而上的物流运作两种模式。

从区外物流的流向看,新疆向东的物流主要以资源性产品外运为主,包括石油、石油化工产品、棉花、番茄酱等。向西的物流以其他货物类如轻纺、鞋帽、日用存货、家电等为主,而且大部分产品来自国内中部和东部沿海省区,新疆基本发挥通道和转口作用。

随着西部大开发战略的深入和援疆建设的推进,新疆的交通物流设施条件不断改善,对外贸易稳步发展,产业结构逐步完善,物流市

表 1 2001~2012 年货运量规模与结构

单位:万吨

| 年份   | 总计       | 铁路   | 公路    | 民用航空 | 输油气管道 |
|------|----------|------|-------|------|-------|
| 2001 | 33589.00 | 3904 | 27751 | 2.00 | 1932  |
| 2002 | 34966.70 | 4121 | 28861 | 2.70 | 1982  |
| 2003 | 37485.20 | 4602 | 30881 | 2.20 | 2000  |
| 2004 | 38885.50 | 5083 | 31700 | 2.50 | 2100  |
| 2005 | 40600.20 | 5397 | 33000 | 3.20 | 2200  |
| 2006 | 43096.40 | 6001 | 34835 | 3.40 | 2256  |
| 2007 | 49009.62 | 7430 | 38427 | 3.62 | 3149  |
| 2008 | 57187.80 | 6120 | 44987 | 3.80 | 6077  |
| 2009 | 60162.80 | 6413 | 46787 | 3.80 | 6959  |
| 2010 | 64596.70 | 6853 | 50448 | 3.70 | 7292  |
| 2011 | 70361.90 | 6904 | 55965 | 3.90 | 7489  |
| 2012 | 78248.8  | 6933 | 61850 | 5.80 | 9460  |

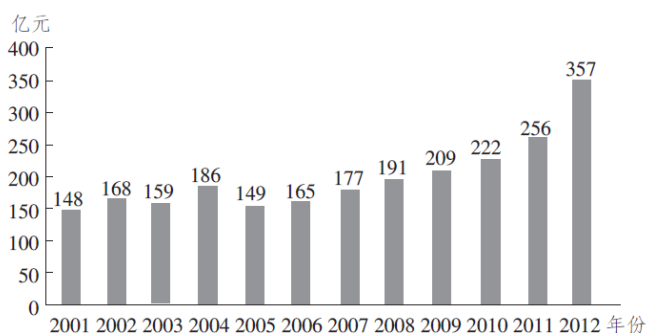


图 1 新疆物流产值规模变化图

场规模不断增大。全社会货运总量由2001年的3.3亿吨增加到2012年的7.8亿吨,年均增速约7%(参见表1)。2012年,新疆社会货运量78248万吨,其中铁路完成货运量6933万吨,公路61850万吨,民航5.8万吨,管道9460万吨,铁路、公路、航空和管道分别占到总货运量的8.8%、79.0%、0.1%和12.1%。

随着国民经济的发展,新疆交通运输、仓储和邮政业产值不断增长,综合物流服务水平显著提高。物流业产值由2001年的148亿元增长到2012年的357.9亿元(参见图1)。

从新疆区域物流发展格局来看,新疆北部地区物流业相对比较发达,如依托于首府城市乌鲁木齐以及天山北坡经济带的昌吉、石河子、克拉玛依、伊宁等城市,以及作为主要能源通道的阿拉山口口岸和霍尔果斯口岸都位于新疆北部地区。相较于北疆,南疆地区的区域物流发展相对滞后,传统商贸物流特征相对突出,交通节点城市和县域专业商贸市场构成了南疆区域物流的主流形态和基本特点。

近年来,新疆乌鲁木齐市、克拉玛依市、奎屯市、喀什市、库尔勒市等先后规划建设了一批规模较大的物流园区和物流中心,快递、百货、农资、医药等新型商贸物流业态有了快速发展,乌鲁木齐机场和喀什机场等也成为我国西部重要的国际航空枢纽。

### 3 新疆现代物流发展中存在的问题和制约因素

尽管西部大开发和援疆建设以来,新疆物流业同国民经济其他部门一样有了较大的发展,但对于国内外物流发达地区而言,无论在规模上还是技术上都处在起步阶段,需全面加快现代化区域物流体系构建的进程,不断提升区域物流综合服务能力。

#### 3.1 空间地理条件导致新疆物流成本高位运行

新疆地处我国西北边陲,东西最长达2000公里,南北最宽约为1600公里,总面积达到166万平方公里,约占全国总面积的1/6,是我国土地面积最大的省区。其地形地貌特征可以概括为“三山夹两盆”:北边是阿尔泰山,中间是天山,南边是昆仑山;天山横贯新疆中部,形成南部的塔里木盆地和北部的准噶尔盆地。作为典型的内陆干旱区,新疆有1259个大小绿洲。这些绿洲从地貌上看,具有封闭性的特点,形成了相对独立的经济小区。各经济区生产、交换、分配、消费活动大都是在各自大小不同的绿洲内部进行。从地域上看,新疆绿洲具有分散的特点,如新疆各地州市到首府乌鲁木齐的平均距离735公里,各地州到所辖县(市)平均距离155公里,县与县之间平均距离112公里,县与乡之间平均距离35公里以上。绿洲的分散性成为新疆区域物流活动重要的制约因素。由于交通运距较长,新疆生产的特色产品运到目标市场,要产生较高的物流成本,从而在市场上缺乏价格竞争力和成本优势,最终影响区域经济的快速发展,尤其是新疆远离国内中心市场,偏远的地理条件导致物流成本远远高于东部和中部省区。

#### 3.2 物流基础设施不尽完善,物流要素之间有效衔接不够

在新疆的区域物流活动中,公路运输承担了大部分货物周转量,而物流成本较低的铁路建设长期处于滞后状态。新疆与内地的交通联系主要基于兰新铁路,长期缺乏与内地的多元化铁路通道。而在疆内,近几年才得以修建从乌鲁木齐至南疆喀什市、和田市的铁路。在北疆,除了原有的阿拉山口口岸铁路通道外,近年修建了霍尔果斯口岸铁路通道。新疆南部规划的又一国际铁路通道——中吉乌铁路,尽管呼吁了较长时间,但是由于吉尔吉斯斯坦国受欧亚经济联盟的影响,该工程未能顺利启动,长期处于停滞状态。目前疆内许多地州之间的铁路均是单线进出,缺少迂回或平行分流通道,尚未构建起大城市之间以及城市与边境口岸之间网络化的铁路物流体系,运输干线数量过少、能力不足,加之布局不尽合理,使新疆铁路物流网络缺乏应有的应变能力。因此,对新疆而言,基于本区域经济发展的疆内铁路网络建设和基于通道能力的国际铁路通道建设任务仍然十分繁重,仍需较长的投资建设周期。此外,公路、铁路、民航、管道和邮政等行业基础设施之间缺乏有

效的联动机制，难以将整个物流活动流程有效地配置于社会化服务平台中，影响了物流活动的有效进行。在物流要素部门化背景下，新疆物流活动的系统运行环节未能够实现高效衔接和低成本运作，造成物流要素部门之间分布和配置不均衡，缺乏高效的协同运作机制，在一定程度上增加了社会物流运行的总体成本。

### 3.3 物流系统信息化水平较低，缺乏公共物流信息平台

由于新疆经济社会发展信息化装备能力较低，导致了物流行业系统的信息化水平不高。

#### (1) 新疆物流市场主体的信息化管理水平较低。

大部分的物流运作企业未能够实现全方位的管理信息化，导致物流业务的获得、服务和管理处在原始发展阶段。由于管理层面未能够实现全方位信息化，从而物流运作设施和设备的信息化程度也相对较低。比如，在新疆物流企业，实施货运车辆和货物远程跟踪管理技术的尚为数不多。

#### (2) 目前全疆范围内尚缺乏统一的物流信息管理公共服务平台。

这种局面削弱了政府部门对物流市场运行的研判和指导能力，更重要的是使得物流市场供求关系中缺乏权威、高效的信息沟通和管理机制。虽然在市场层面出现了一些基于特定行业部门和物流聚集区的网站等，但是发展规模较小，只能发布一些简单的供求信息，不能够实现全社会覆盖和公共管理。

### 3.4 物流产业对区域经济的推动作用尚未充分发挥出来

由于历史的、自然的和社会的等多种原因，新疆扶贫开发的形势依然十分严峻。全疆扶贫开发工作 35 个重点县（市）、3868 个贫困村以及 353 万户扶贫对象，主要集中在南疆地区。扶贫工作的一个重要突破口是通过构建畅通成熟的市场流通体系，使农牧业产品资源及时实现价值转换，逐步加速农村剩余劳动力资源向二三产业流动和转移，从而进一步改进新疆传统生产方式和居民生活方式，实现产业结构升级，拓展脱贫致富渠道。从新疆物流产业整体的发展水平看，尽管随着基础设施的改善，物流产业的规模越来越大，但是物流业在国民经济部门中尚未成为全方位拉动新疆区域经济增长新的增长点，对拉动国民经济增长的潜力尚未充分发挥出来。同时，作为新亚欧大陆桥的必经通道，新疆在中西国际贸易通道和物流通道的潜力也未能充分发挥出来，导致国际贸易和物流对新疆区域经济的促进作用相对有限。

### 3.5 尚未构建现代化物流管理体系

在全区范围内缺乏宏观层面的物流体系建设规划，难以协调地方之间物流基础设施和物流园区的投资建设问题，导致物流要素的区域化特征相对明显。这种情况下，不仅不能避免地方之间物流设施投资和规划的重复建设问题，而且无法实现物流设施资源的统一配置和协调管理。同时，地方和地方之间，区域和区域之间，在物流产业市场主体的管理方面存在这样或那样的市场分割和地方性管理政策，时常出现地方上基于自身利益设卡收费或者对物流企业乱罚款等现象。

受长期计划经济的影响，产、供、销、加工、装卸、搬运、包装、运输等各部门都各司其职，自成体系，物流被分割成多个部门管理，造成物流资源的极度分散和浪费，无法做到统一配置。目前自治区的行业管理部门中，交通运输厅、经济和信息化委员会、商务厅、民航局、邮政局和乌鲁木齐铁路局等单位，从不同渠道管理着全社会物流活动，而石油、天然气等管道运输则属中央企业的专项管理系统。对于区域物流的规划和管理而言，没有一个统一指挥和协调各方工作的管理机构和工作机制。对于物流行业的发展，自治区尚缺乏系统化的行业鼓励政策和规范化管理政策，导致行业管理的系统化、专业化和现代化水平较低。新疆的物流行业更多地呈现着自发发展特征，物流市场管理也处在原始发展状态。在新的发展背景下，新疆应在高层次设计、建立现代化的区域物流

管理体制，以适应“丝绸之路”经济带建设的发展需求。

## 4 “丝绸之路”经济带背景下加快新疆现代物流业发展的路径

### 4.1 提高区域物流信息化装备水平，打造“丝绸之路”经济带云物流平台

基于新疆远离中心市场、绿洲分散的区域地理特点以及新亚欧大陆桥物流枢纽的地位，借助“丝绸之路”经济带建设之历史性发展机遇，新疆应率先构建和发展基于云计算的现代化物流基础设施体系和管理系统，以克服地理位置劣势，降低绿洲物流分散运行的成本，依托信息化高速公路，建立起高层次、宽领域的区域物流信息共享平台，更加密切国内和国际经济联系，全面提升区域发展能力和水平。

信息化、系统化、网络化和全球化是区域物流发展现代化的基本特点，云物流技术的普遍应用提供了更多的信息处理方法，使产品流动更加容易和迅速。“云物流”是“云计算”在物流行业的应用服务，利用“云计算”强大的通信能力、运算能力和匹配能力，集成众多物流用户的需求，形成物流需求信息集成平台，实现所有信息的交换、处理、传递，整合零散的物流资源，使物流效益最大化。物流信息云平台是一种服务物流发展，为物流市场主体间信息交换、政府与市场主体间信息共享、供给者与需求者间信息交流的公共信息平台。物流公共信息云平台的构建与使用，将有效提高大数据时代物流信息的管理效率，降低物流运作成本，促进物流产业发展。新疆应依托现代化信息技术，从高层次设计和改造新疆的传统区域物流系统，提高多元基础设施系统的信息化装备能力，全面降低区域物流运行成本，全力提升外向型综合物流服务水平和新亚欧大陆桥物流通道能力，为打造开放高效的“丝绸之路”经济带云物流平台创造条件。

### 4.2 加快园区聚集性物流发展，提高物流产业专业化水平

加快园区聚集性物流发展，提高物流产业区域物流发展园区化是现代物流发展的重要特征之一，园区化的物流能够较好地促进社会物流的专业化分工以及第三方物流的快速发展，加快物流产业的集群化发展，对提高区域物流综合服务能力具有重要意义。相当数量和规模的物流园区是货物贸易重要的中转集散地，是将城镇、交通干线连接成面的枢纽。为此，新疆应加强物流产业发展规划的研究与制定工作，大力扶持现代物流业发展，允许并引导民间资本进入物流行业，在一些重要的交通干线上建设一批大型的物流园区。新疆应在“丝绸之路”经济带商贸物流中心建设中，着力于产业物流园区、通道物流园区和口岸节点物流园区的整体发展，依托各类高新技术产业区、经济技术开发区、工业园区、大宗产品生产和流通基地、交通枢纽基地，构建多层次、差异化的嵌入式物流园区和物流中心体系，为新疆的跨越式发展和“丝绸之路”经济带国际物流发展构建网络化的物流产业功能区。尤其要在企业群体相对集中、产业具有集群特征、物流市场需求出现多样化和分散化特征的区域，优先谋划和发展具有特色的多层次物流园区，以园区带动大物流，以大物流带动大产业，为促进特色产业和地方经济发挥行业引领作用。鼓励各类开发区和园区中的各类生产、交易企业充分利用社会资源，外包物流业务。要充分利用物流园区交通枢纽的便利条件，鼓励多式联运，增强物流市场的辐射能力。要在乌鲁木齐、昌吉、石河子、克拉玛依、伊宁、库尔勒、阿克苏和喀什等重要城市以及阿拉山口、霍尔果斯等口岸区域，优先谋划和发展一大批专业化物流园区，构建结构合理、分工明确、高效运转的区域物流网络节点体系。在各类物流园区中，采取适当的财政、税收、金融、土地和人才政策，重点扶持一批本地骨干物流企业，同时吸引国内外著名物流企业到本地发展。

### 4.3 深入推进物流业对外开放，实施国际化物流战略

按照国家向西开放的战略要求、“丝绸之路”经济带建设的要求和国际能源大通道建设的需

求, 新疆应积极实施国际化物流战略, 为加速商品的国际流通提供有效的途径和保证, 促进我国国际贸易的发展。基于“丝绸之路”经济带战略目标和能源、商贸通道建设目标, 在国家相关部委的指导下, 新疆相关部门应积极、主动地开展好与“丝绸之路”经济带沿线国家物流行业部门和国际组织的多元化、多层次交流与合作, 共同探讨促进国际物流通道建设、制度建设和物流便利化等问题, 为振兴“丝绸之路”经济带国际物流做出积极的贡献。

在物流交流与合作主体层面, 无论是物流企业还是物流行业组织或物流教育、研究单位, 都需要加强国际间的交流与合作, 建立广泛的联系, 推动新亚欧大陆桥和我国西部物流的国际化进程。新疆应出台专项鼓励政策, 依托多元化的工作机制, 为疆内和国内企业与中亚、西亚、欧盟的跨国物流企业加强交流与合作, 合资共建物流基础设施项目和国际联运项目提供服务和指导。各级物流行业管理部门要以中亚、南亚和新亚欧大陆桥沿线区域物流合作为重点, 开展务实、高效的区域物流合作, 为企业“走出去”拓展国际业务创造更大的空间。发挥新疆大型物流企业与中亚、南亚合作的前期工作机制和业务渠道, 努力打造内外贸结合的商贸物流网络, 实现国际与国内商贸物流渠道的有效衔接。鼓励国内企业面向中亚、南亚和欧盟市场开拓战略, 全面引入和普及全球化供应链管理, 不断降低物流总成本或供应链成本, 参与国际化竞争。

#### 4.4 加快西部各省(区、市)区域物流联动发展, 共同打造“丝绸之路”经济带联运模式

道路联通和贸易畅通是习近平主席提出的“五通”的重要内容, 是现阶段新疆需要着力加强的两个方面。新疆要充分发挥地缘优势, 充分利用与周边国家现有的合作资源, 继续推进“内引外联、东联西出、西来东去”的向西开放战略, 架好“丝绸之路”经济带国内段和国际段的连接桥, 当好推动者, 实现高效互动、顺利运转。因此, 新疆首先要与西部各省(区、市)实现规划衔接, 互补合作, 推动“丝绸之路”经济带国内段联动发展。西部各省(区、市)均处在“丝绸之路”经济带国内段的节点区域, 但各省(区、市)参与经济带建设的优势、职能、定位又相互区别, 尤其是在产业基础及优势方面存在较大差异。为避免经济带产业发展中的重复建设, 突出产业差别化, 西部各省(区、市)应合作互补, 建立省级区域的联动协调机制, 做到合理分工、优势互补。为此, 新疆要依托自身在“丝绸之路”经济带建设中的战略定位、战略重点、优先顺序和主攻方向等, 编制发展战略, 并加强与内地各省(区、市)城市发展、基础设施建设、产业布局等专项规划的对接。为推动西部地区“丝绸之路”经济带建设中的道路联通和贸易畅通, 新疆应将乌鲁木齐机场、喀什机场和伊宁机场建设成连接“丝绸之路”经济带沿线主要城市的国际性空运中心, 并建立四通八达的西部航空物流网络。铁路建设需加快推进中吉乌铁路国内段项目建设, 积极推动中巴铁路建设项目前期工作。除了道路交通以外, 还应在网线、光缆、口岸等基础设施建设方面加大投入, 努力将新疆建设成为“丝绸之路”经济带的核心驱动区。

随着我国改革开放的不断深入和“丝绸之路”经济带建设的全面实施, 西部与中亚、欧洲的经贸往来与合作将快速发展, 渝新欧国际大通道等多种模式将会成为具有世界品牌意义的货运线路, 对我国西部发展甚至拉动欧洲经济发展都有积极意义。因此, 建议新疆北疆地区的相关大型企业和沿线地区主动出面, 与渝新欧(重庆)物流有限公司等国际联运公司合资组建“丝绸之路”国际联运公司, 在积极利用渝新欧国际大通道模式、机制的基础上, 创建新型“丝绸之路”经济带联运模式, 共同推动我国西部地区国际物流业的发展和“丝绸之路”经济带的全面振兴。

作者: 阿布都伟力·买合普拉

来源: 《中国流通经济》2014 年第 9 期

# 对工农业复合循环经济的技术经济 范式理论分析

## 技术经济及管理 1 研究背景



面临众多的经济、资源和环境挑战,我国农业和农村地区需要一种既能提高资源利用效率、又能增加经济收益的新的更合理的发展模式,也就是发展循环经济。在农业农村地区发展循环经济具体应采取哪种途径和模式?本文提出要通过工农业复合循环经济的形式,在解决当前农业农村经济发展面临的资源与环境压力的同时,实现农业升级、农村进步、农民增收,实现农业农村经济可持续发展。

自上世纪 80 年代以来,人类对农业发展的认识逐渐加深。1985 年,钱学森提出了“大农业”理论,即为了提高农业生产效率、保护生态环境和让中国农民尽快富裕起来,中国应该发展由农、林、草、沙、海五大产业组成,产供销、贸工农一体,融合科教和管理的综合性“大农业”,并由此推进信息技术革命之后的第六次产业革命即农业型产业革命的实现(钱学敏,2005)。阿尔温·托夫勒(1983)则认为,随着人类从工业经济走向知识经济、信息社会,农业将充分利用高科技成果和手段,进入产业化发展的新时期,出现全球范围的“第三次浪潮农业”。随着人们对生态环境影响的日益关注,同时期还产生了生态农业理论(Worthington, 1981),将其定义为生态上能自我维持、低输入的、经济上有生命力的、目标在于不产生大的和长远的环境、伦理和审美方面不可接受的变化的小型农业。该理论后来又得到了深入和拓展,提出结合传统农业经验和现代科学技术,通过物质、能量在农业生产系统内部的循环利用,建立优质、高产、高效的农业体系,实现经济、生态和社会效益的有机统一。

进入 21 世纪,中国学者提出了农业循环经济的概念,提出在中国“桑基鱼塘”与“鸭稻共生”等传统循环农业生产的基础上,遵循减量化、再利用和再循环原则,以节地、节水和资源再利用为主要手段,以保护环境为主要目的,实现经济、社会和环境效益协调统一(梁龙,2008)。有学者进一步提出农业的主要作用是生产生物质能源和生物质原料,在农业农村地区发展以生物质产业为主的现代农林工生物质能一体化系统,从而使农业脱离粮食和饲料生产的局限,利用低质土地及水面等种植能源等专用植物、综合利用农林废弃有机物质,从而在不与为人类提供食物的农田争土地的同时,保护与改善自然及农业生态环境,为农民增收和农村小康社会的建设提供一条新的途径(孙振钧,2004)。

从上述理论变迁可以看出,随着经济社会的发展和环境资源条件的变化,农业的功能日益深化和拓展,农业的发展目标也从单纯的经济目标向环境与资源目标延伸。由于上述理论和思路大多仅从技术的角度出发考虑,因而本文将从更加全面的视角,从制度和技术的双重角度对农业农村经济与资源环境协调发展模式进行深入的综合剖析。

## 2 技术经济范式理论与工农业复合循环经济

### 2.1 技术经济范式理论概述

“范式”(Paradigm)概念最先由托马斯·库恩提出;之后一些国外学者在技术创新与技术变革领域又引入了技术范式的概念,其中 Constant II (1973)将技术范式定义为一个公认的技术操作模式,

是被相关的技术从业者共同体所定义和接受而形成的一个常规系统,包括基本原理、实践、程序、方法、仪器操作及感知一系列技术的某种共同方法。1983 年, Perez 提出了技术经济范式概念(Perez, 1983), 1988 年弗里曼与佩雷斯(Freeman and Perez, 1988)对这一概念进一步进行了丰富和发展,认为技术经济范式变革是对整个经济行为产生重大影响的技术体系质变,从根本上转变了生产率最佳和盈利性最好的技术和管理知识。综合弗里曼等人的观点,一般认为,技术经济范式是因科技产业革命引起的技术创新对宏观和微观经济的结构和运行模式进行变革后所形成的经济格局,是相互关联的产品和工艺、技术创新、组织创新和管理创新的组合,也是技术和经济优势唯一的新组合。

技术经济范式理论认为,每个技术经济范式都有其特定的主导技术群或特定的经济技术的综合集成;当一个范式形成了新的主导技术体系和主导技术群,就说明新的技术经济范式从萌芽走向了成熟(齐建国等, 2006)。

历史上,技术经济范式的演进沿着从线性到循环的路径,经历了不同的演进阶段。第一是农业时代“资源—产品—废物排放”的单向线性发展范式。第二是工业时代单向线性发展范式。这种技术经济范式下资源能源密集型、高污染产业快速发展。工业时代单向线性发展范式在资源与环境方面的局限性,促生了工业时代以化石燃料资源为主的循环型技术经济范式。这种技术经济范式是在传统的线性技术经济范式的基础上增加了反馈机制,把传统的“资源—产品—消费—废物排放”单向线性发展范式转变为“资源—产品—消费—废物排放—再生资源”的循环利用方式。但工业时代以化石燃料资源为主的循环型技术经济范式下也仍然有其局限性。由于人口的持续增加,经济规模的继续扩大,人民生活水平上升引起消费需求的增加,资源与环境的压力仍然会加大,沿着缺乏灵活性的能源和原材料密集型大量生产的路径继续发展存在着严重的制约。未来,人类的技术经济范式仍将保持循环型的特点,石油煤炭等化石燃料资源仍将是主要的关键生产要素,但是随着化石燃料资源的日益耗竭,对化石燃料资源有一定替代作用的生物质资源对经济发展的重要性必将日益增加,将逐渐成为关键生产要素。相应地,人类必将向工业时代的化石燃料资源和生物质资源结合的循环型技术经济范式转变。在这种经济范式下,可再生、可更新的生物质资源具有大量供应的潜力,生物质资源利用的技术障碍和成本难题正在通过各国的技术创新一一克服,应用领域增加,应用潜力巨大,对社会和经济的发展具有重大的影响。

## 2.2 工农业复合循环经济的提出

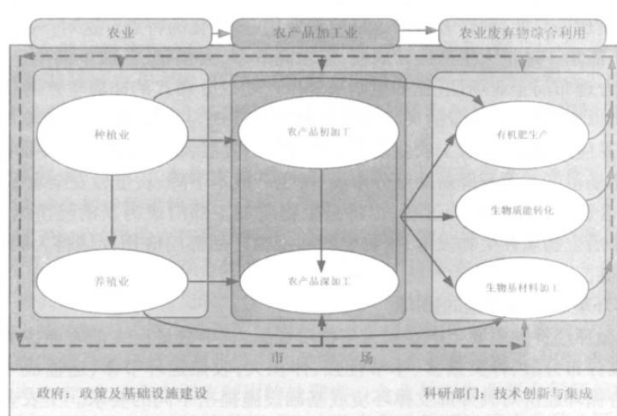


图1 工农业复合循环经济体系路线图(备注:带箭头的实、虚线表示物质流或能量流)

工农业复合循环经济指遵循“3R”原则,以“规模化、集约化、设施化、标准化、品牌化”农业为基础,将农业、农产品加工业和农业废弃物再生利用产业等产业和技术,在改善工农业复合循环经济的基础设施的基础上,通过技术创新、技术集成和制度创新,按照物质流和能量流的规律,在一定企业、产业园或一定地域范围内形成的循环经济产业模式或产业链;从而实现农业的循环化和生态化,在帮助人类持久稳定地获得高产和优质的农产品及其下游产品的同时,提高农业的资源利用效率,有效控制农业对环境的影响,更好地实现农业的经济、资源与环境三重目标(见图1)。

发展工农业复合循环经济一要以当地有特色、成规模的农业自然资源为基础,利用科学技术拓展自然资源的利用范围,提高资源利用效率。二要通过“五化”农业,充分发挥自然环境和生物的潜力,提高农业生产资料的使用效率,在提高单产、增加收益的同时,降低水资源、能源及其他资源消耗,

提高资源利用效率和资源产出率。三要以“五化”农业为基础,为农产品规模化加工和农业废弃物综合利用提供稳定的原料来源,提供收集、处理的便利条件。

按照技术经济范式理论,工农业复合循环经济是工业时代化石燃料资源和生物质资源相结合循环型技术经济范式的子模式。这是因为,工农业复合循环经济的生产部门是生物质资源主要的生产部门、加工部门和综合利用部门;生物质能和替代石化产品的生物基材料的开发利用的生物质产业是工农业复合循环经济的核心产业。在农业和农村地区发展以生物质产业为核心的工农业复合循环经济,将成为社会经济可持续发展、环境和资源健康永续的重要途径。

工农业复合循环经济的技术体系与循环经济资源消耗减量化、再利用和资源再生化的技术特征相吻合;与以生物质为关键生产要素的特征相一致,主要包含四类:一是生物质能源和生物基材料的高效环保的生产、收集、运输和预处理、加工与运用技术;二是生物基材料和生物质能源在生产全过程中的减量化、重复利用和循环利用技术;三是农业废弃物的综合利用、农业污染处理等环境无害化技术;四是工农业复合循环经济在企业、产业园和区域层面上的布局优化与技术集成等。

工农业复合循环经济的技术体系目前面临一些技术制约,还处于向成熟演进的过程中。有些资源利用技术不过关,有些则是技术上可行但成本较高、经济上不可行;另外,需要对多种技术路线根据经济成本、资源效率与环境改善的不同目标进行优化选择。其成熟演进过程主要有两个演进方向。一是以先进适用技术和常规技术为基础、以高新技术为引领的发展方向,通过技术创新改变原有的生产边界,减小技术条件对人类资源利用的制约,创造出新的产品、发现新的产品运用途径、开拓新的市场需求,提高资源利用效率和成本收益。二是向技术集成的方向发展。从主要关注生产效率,向同时关注生产效率、清洁生产、资源节约和环境友好转变;从关注单一技术纵深创新,向跨领域、跨行业综合集成创新转变(齐建国,2011)。技术集成有多种组合方式,需要依据当地的资源条件、经济实力、市场需求而选择。

### 3 工农业复合循环经济对整体经济的影响

#### 3.1 对承载部门的影响

承载部门分为原料生产部门(或关键生产要素生产部门)、产品加工部门和产品应用部门。工农业复合循环经济的主要生产部门是农业部门,具体包括种植业、养殖业、林业、渔业等产业。工农业复合循环经济的发展需要使农业部门向规模化、设施化、品牌化方面进行产业升级。主要产品加工部门是农产品加工部门和农业废弃物综合利用部门,具体包括食品和饲料加工、生物质能生产、生物基材料生产和有机肥料生产等产业。与传统的化石能源资源不同,生物质资源分布分散,根据当地自然资源条件的不同而呈现差异性,消费者需求也呈现细分化、多样化的特点。这对产品加工部门提出了更高的要求,要求不能单一地扩大生产经营规模,追求高效率、大批量、低成本的生产方式,而是要根据资源分布的特点合理布局企业场址(比如生物质能生产要以分布式的能源生产与供应方式为主),以客户需求为导向,以多品种、小批量的灵活多样化的生产模式为主流,在生产规模与多样化需求之间实现平衡。在产品应用方面,随着工农业复合循环经济的发展,将迅速增加相关资源和产品的种类及运用范围,开拓市场范围甚至开辟新的细分市场,使生产成本下降、质量和安全水平上升,产品附加值增加。工农业复合循环经济发展的过程,也将是生物质加工部门成为新的经济增长点部门的过程。很多研究认为,今后生物质在生物发电、生物燃料和生物产品部门应用领域将大幅增长,在国民经济中的占比越来越高。

#### 3.2 对外部环境或基础设施的影响

工农业复合循环经济的主要生产要素为生物质资源,其中数量巨大的农业废弃物不同于传统的化

石能源资源,其分布分散、种类繁多、季节性强、体积大,收储运环节多,运输成本高、处理力度大。因此,工农业复合循环经济对其外部支撑环境或基础设施提出不同的要求。工农业复合循环经济的基础设施主要包括原料收割、压缩、加工的设备,以及储存场所、道路、管道等交通基础设施;实质上贯穿了相关资源、废弃物和产品的供应链。设备方面,以秸秆为例,由于其体积大、密度小,因此运输前需要进行收割、打捆、压缩等工作,需要相应的打捆机、压粒机、压块机等处理设备。在设施方面,相关资源的生产和加工有季节性,需要从分散的田间运至当地的加工企业,相应地需要增加储存场所、道路或管道(如道路、沼气管道或输电线路)。随着工农业复合循环经济的发展,其养分生产要素即生物质资源利用日益增加、需求加大,即使经过压缩、批捆等预处理环节,其运输量也会超出目前的农业和能源供应链的能力,如果不能应对好,将会恶化农业道路等基础设施体系。需要未雨绸缪,大量投入新的管道、铁路和公路的基础设施建设。

### 3.3 对产业组织结构的影响

工农业复合循环经济体系下,形成的是“工农业复合循环经济联合体”。目前的“集体所有、分散经营”的家庭联产承包制的产业组织形式,对农业生产效率、资源利用和环境改善产生了制约,限制了农业生产要素和先进技术的规模利用,限制了先进科技成果和优良品种的推广应用,影响了对土地的投入,增加了农产品成本,影响了农业生产率的提高。为了克服农村家庭承包制的局限,中国农村逐渐开始以各种类型的农民专业合作社作为规模化农业的产业组织方式。但是,农业合作社的产业组织形式,对于工农业复合循环经济的发展来,还是有一定的局限性。工农业复合循环经济是跨行业(农业、农产品加工业和农业废弃物综合利用产业)、跨领域(生产、销售、技术和金融服务、政策支持)、遵循物质流和能量流流动规律的一种技术经济子模式,相应地,工农业复合循环经济联合体是跨行业、跨领域、遵循物质流和能量流流动规律的一种产业组织模式。

## 4 工农业复合循环经济联合体不同层次的表现

在微观层面上,企业出于资源效率、生产效率、成本收益和市场竞争力的考虑,发展成为联接农业原料生产、农产品加工、供应、市场服务、市场销售的产业链纵横向延伸的大型工农业复合循环型企业。在取得规模和范围经济、成本减少、提高市场竞争力、增强抵抗经济风险能力的同时,还实现了物质和能量的梯级和循环利用。这种企业往往是当地的农业龙头企业,对当地工农业复合循环经济的发展起着引领作用。

在中观层面上,形成工农业复合循环经济产业园,以当地优势农业资源为基础,以产业园为基地,通过建链补链的方式,逐步完善形成联接农业原料生产、农产品加工、农业废弃物综合利用产业,产业链纵横向延伸,企业间、产业园内与园区内外实现物质和能量梯级和循环利用。

在宏观层面上,形成区域工农业复合循环经济体系。其中,政府起支持和激励作用;企业作为工农业复合循环经济产业链节点,通过原料采购、产品生产、产品进入市场流通、废弃物回收和利用等生产活动,形成企业与企业、企业与农户、企业与市场之间的跨行业、跨领域的有机共生联系,使相关经济主体之间实现充分的纵向与横向协同,使产品生产、资源循环利用和废弃物综合利用沿着产业链上下游间途径,形成物质和能源资源的闭环或近闭环流动,实现资源的高效利用和污染物的最小排放。完整的区域工农业复合循环经济联合体由政府、科研机构、农户、企业、专业协会、金融机构等群体组成。其中,政府的作用是通过农业支持、财税政策、财政转移支付等政策扶持农业发展,增强企业对农户的带动力;鼓励企业研究开发工农业复合循环经济技术;开展农民技术和管理知识培训;建设工农业复合循环经济基础设施;促进农业废弃物回收利用体系的形成。

科研机构是创新技术的研发者和提供者,作用是改进工农业复合循环经济技术水平和成本效益、开发适合当地条件的综合集成技术体系。农户是生产主体,是最初级的农产品原料和主要农业废弃物

的供应者,农户既投入劳动力,也投入资金;农户与工农业复合循环经济联合体的关系主要通过“订单农业”、“公司+农户+基地”等协议性的合作关系形成,以此为基础参与联合体的专业化生产和社会化分工,农户按照合同要求进行标准化生产或者通过土地流转方式使土地资源集中起来进来规模生产和标准管理。

企业是区域工农业复合循环经济产业链上的关键节点。企业是原料采购者,也是产品的加工者;既是农业废弃物的产生者,也是集中回收利用的处理者。企业与工农业复合循环经济联合体的关系通过供销合同、“公司+基地+农户”协议等形成。企业自身的循环经济实践即小循环对当地是一种带动作用;而企业与其他企业的中循环、与社会的大循环,通常涉及到种植业、养殖业、农产品加工业、农业废弃物综合利用的全部或部分产业。企业自身的规模、技术水平、市场竞争力对于提升当地工农业复合循环经济的水平和循环度的作用非常显著。培育和发展龙头企业,对于区域工农业复合循环经济的发展有强大的促进作用。专业协会则开展规模化、专业化、标准化生产,统一配置农业资源,减少面源污染,实现种植、加工与市场的对接。

## 5 效益分析

在我国农业农村地区大力发展工农业复合循环经济将产生积极显著的经济、环境与社会影响。其经济效益体现为提高资源尤其是农业废弃物利用效率,改善农产品品质,增加农业产值,提高农民收入,增加农村地区的经济实力。

社会效益方面,发展工农业复合循环经济将新增或壮大相关企业,为当地提供更多的就业机会,使当地居民不需要离家而在当地进行全职或兼职劳动,生活水平得到一定的提高。发展工农业复合循环经济还能够增加农业产出、降低生产成本、改善质量品质、提升农产品价格,在一定程度上提高农民收入。

环境效益一方面体现为有机肥替代化肥、农药施用量减少、综合利用农业废弃物减少农业面源污染等;另一方面则体现为通过物质资源高效综合利用促进碳减排和增加碳汇。如果对全国 1.2 亿公顷耕地的 2%即 24 万公顷耕地,利用有机肥替代化肥,减少化肥生产过程的碳排放,并通过有机肥施用、秸秆还田和免耕措施改善土壤的碳汇性能,每年能减排二氧化碳近 4000 万吨(赵洁和王东生,2011)。每年全国农作物秸秆总量约为 7 亿吨左右,如果秸秆能源利用增加 10%,将减少二氧化碳排放 1.85 亿吨。沼气利用能够大量减少二氧化碳排放,如果在 2010 年已建设大中型沼气工程 2.26 万处(张桃林,2010)的基础上,于 2015 年末达到 4.52 万处,全部沼气总产量从 2010 年的约 130 亿立方米增加到 200 亿立方米,可替代约 1540 万吨标煤,减排二氧化碳 4035 万吨。通过发展工农业复合循环经济,对尚未进行充分利用的荒山荒地开展生物质种植、进行生物质基材料的精深加工,使生物质基部分替代石油资源基产品,可以节约石油资源。

总的来说,工农业复合循环经济是工业时代化石燃料资源和生物质资源组合的循环型技术经济模式的子模式,其发展将对整体经济产生深远的影响。促进工农业复合循环经济的发展,需要加快农业农村地区的基础设施建设,激励工农业复合循环经济的技术创新和技术集成,制定多种优惠政策培育和壮大工农业复合循环经济型企业、产业园和区域工农业复合循环经济联合体。

作者:王红 齐建国

来源:《青海社会科学》2013 年第 3 期

# 会计学 与 财务学 学科 定位 研究

## 会计学



## 1 会计学 与 财务学 本质 定位

会计学 与 财务学的本质是会计学科 与 财务学科定位的基础。一门学科的本质取决于该学科的研究对象 与 目标，无论是会计学本质还是财务学本质都是如此。同时，由于会计学 与 财务学的相关性，将会计学本质 与 财务学本质结合起来研究，更有利于会计学 与 财务学本质定位 与 学科定位。

### 1.1 会计学 本质

对于会计的本质，理论界主要有两种观点，一是认为会计是一种信息系统，即会计是向各种利益相关者提供决策所需信息的一个信息系统；二是认为会计是一种管理活动，即会计是参与或直接进行的一种管理和控制活动。会计信息系统论认为，会计的目标是提供决策有用的信息；会计管理系统论认为，会计的目标是依据会计信息进行管理和控制，以实现组织的目标。二者的分歧点在于，前者认为会计只提供决策有用信息，而利用这个信息进行的相关决策 与 管理等活动不是会计的范畴；后者则认为会计不仅要提供管理与控制所需要的信息，而且利用会计信息进行管理与控制也属于会计的范畴。笔者认为可将前者称为狭义会计观，后者称为广义会计观或大会计观。这种广义会计观的产生 与 我国当时的会计教育中的学科划分、会计理论中的会计目标确定、会计实务中的会计职责界定有关。

在我国计划经济体制下 及 改革开放初期，高等教育学科 及 专业划分中只有会计专业没有财务管理专业，在会计专业的知识结构中，将财务管理课程作为会计专业的必修课而成为会计专业知识结构的重要组成部分。因此，广义会计观占有支配地位。

会计的目标 与 会计的本质确定是紧密相关的。在会计管理活动论为主导的情况下，会计的目标显然 与 利用会计信息进行管理的目标相一致，从而使提供信息有用性目标 与 使用信息有效性目标统一。这也进一步支撑了广义会计观的形成。

在会计实务中，企业往往将财务职能 与 会计职能合二为一而设置为财务部或会计部，实际上，无论是称为财务部还是会计部，当时主要行使的都是会计核算 与 资金收支等职能。这种在学术界 与 实务界将会计 与 财务合二为一的情况下，广义会计观是完全可以理解 与 接受的。然而，随着我国经济体制改革 与 经济环境的变化，无论在高等教育学科建设上，会计理论 与 财务理论研究上，还是会计实践 与 财务管理实践中，会计 与 财务管理的目标 与 本质都有了明确的界定，因此，狭义会计观，即会计信息系统论更符合当代会计的本质。

在会计信息系统观下，会计的目标是提供有用的会计信息，因此提供有用的会计信息是会计学的本质或是会计最根本的质量特征。会计学的这一本质表明，无论是会计的决策有用观，还是受托责任观，为了保证会计信息的有用性，会计信息的相关性 与 可靠性缺一不可。所谓会计相关性是指会计所提供的信息能满足各种不同的相关决策者或信息使用者的决策信息需求；所谓会计可靠性是指会计所提供的信息能真实反映财务基本状况 与 经营成果。特别应当注意，会计学本质体现的会计信息是用货币计量的信息，而不是其他信息。用货币计量的信息将表现为价值信息、资金或资本信息。

### 1.2 财务学 本质

关于财务学的本质问题，财务理论界也有许多观点：一是“货币关系论”，该观点认为财务（或称国民经济各部门财务）是再生产过程中形成、分配 与 运用货币资金的客观存在的货币关系体系的总

和；二是“资金运动论”，该观点认为企业财务是企业再生产过程中资金运动及其所体现的经济关系，这是我国长期以来财务学的主流学派；三是“价值分配论”，该观点认为企业财务是以企业为主体的对其再生产过程进行价值分配的一种活动及其所形成的经济关系。另外还有货币收支活动论、分配关系论、价值运动论、本金投入与收益论、财权流等几种观点。上述观点都在不同程度上反映了财务的某些特性，也在不同程度上推进了财务本质理论的建设。但笔者认为，研究财务学的本质应对财务、财务活动、财务关系和财务效果的本质进行界定。财务学的本质是财务活动、财务关系和财务效果的统一，财务学是研究一个组织如何组织财务活动、协调财务关系、提高财务效率的学科。财务是与货币、资金、资本或价值相关的概念；财务活动通常反映为资金或资本的运动，如筹资、投资、营运和分配等；财务关系是指与资本筹资、投资、分配相关的各利益相关者之间的权利与责任关系；财务效率是指资本产出与投入的比率或差额，体现为资本的增值。

### 1.3 会计学与财务学本质及关系

会计是一个信息系统，这个信息系统一是提供会计信息的系统，会计信息是以货币表现的有关资金或资本的信息；二是提供有用的会计信息，这些有用的会计信息可用于决策、控制或明确责任；三是提供的有用会计信息必须同时具备会计相关性和可靠性，相关不可靠，或可靠不相关的会计信息，都不是有用的会计信息。财务学的本质是组织财务活动、协调财务关系、提高财务效率，而这种组织、协调和控制财务的过程正是财务决策或财务管理过程，因此，财务学的本质应是一个财务管理系统。从会计信息系统与财务管理系统本质与目标上看，它们之间有着明显的区别，作为会计信息系统，其本质和目标就是提供有用的会计信息；作为财务管理系统，其本质和目标就是要提高财务效率，实现资本增值。应当指出，财务学中财务活动、财务关系和财务效率方面的信息是依靠会计学提供的，要进行财务管理，实现财务管理系统的本质与目标，离不开会计信息系统；同时，会计学要真正成为有用的会计信息系统，其提供的资金或资本的信息，必然与财务管理所需要的信息相一致，即提供满足财务决策与控制所需要的信息。

## 2 会计学与财务学内涵及范畴定位

在明确了财务学与会计学本质的基础上，将对财务学与会计学内涵及范畴进行定位。财务学内涵及范畴与会计学内涵及范畴是相关的，因此，仍从会计学内涵与定位出发研究财务学内涵与范畴定位。

### 2.1 会计学内涵与范畴定位

会计学的本质与目标决定了会计学的发展，会计质量特征中的会计相关性决定了会计学的内涵与范畴。会计相关性体现在会计信息有用性需求方面所含内容是十分广泛的，不同的信息需求者所需求的会计信息可能是不同的，因此，明确这些需求对定位会计学的内涵与范畴十分重要。

#### (1) 会计学内涵的定位。

所谓内涵，通常是指一个概念所反映的事物的本质属性的总和，也就是概念的内容。从哲学角度看，内涵是指事物内在因素的总和。因此，会计学的内涵就是要反映会计学的本质属性和会计学的内在因素总和。会计作为提供有用会计信息的系统这一本质与目标，决定了要定位会计学的内涵，必须回答会计如何提供信息，提供何种信息，以及为谁提供信息等内在因素问题。

会计学以会计的目标、职能、对象和程序、方法为研究对象，采用一定的研究方法，构建会计理论体系，揭示会计所反映和监督经济活动的过程，促进会计工作更好地为经济生活服务。会计是以货币为计量尺度，运用一系列程序和方法，连续记录经济业务，反映和监督经济活动中价值运动过程的一项经济管理活动。会计的基本程序与方法是指会计的确认、计量、记录和报告。会计程序与方法中的确认、计量、记录和报告这四个方面是会计学的核心内容，其中，提供会计报告是会计的主要职能。

会计报告是整个会计系统的最终产品，是以浓缩的、综合的、系统的、分类的形式反映企业财务状况与经营成果的书面文件。

可见，会计作为一个信息系统，这个信息系统最终提供的会计信息主要以会计报告来反映。会计报告信息从生成的程序和方法角度看，形成了会计确认、计量、记录与报告的方法体系；会计报告信息从生成的相关性角度看，反映了经济活动的运行状况、财务状况和经营成果；会计报告信息从生成的有用性角度看，它要满足利益相关者决策、控制、评价等对会计信息的需要。

## （2）会计学范畴的定位。

关于会计学的范畴定位问题，实质上是在对会计学本质和内涵界定基础上，依据一定的标准对会计学进行科学分类的问题。会计学范畴定位对会计学科定位有着重要的影响，会计学的范畴不同，会计学科的地位也不同。然而，无论是理论界还是实践中，人们对会计学范畴的理解是不同的，有的将会计学范畴理解为会计学理论范畴，有的理解为会计学应用范畴，有的理解为会计学研究范畴，有的扩展到会计学影响范畴。进行会计学范畴定位，既要会计学内涵及外延进行科学的界定，又要对会计学范畴的分类标准进行合适的选择。解决好这两个问题是进行会计学范畴科学定位的关键。

## 2.2 财务学内涵与范畴定位

会计学的内涵与范畴为财务学内涵与范畴的定位奠定了基础，财务学的本质为财务学内涵与范畴定位指明了方向。

财务学内涵的定位。要界定财务学的内涵，首先要界定财务的内涵和财务管理的内涵。

### （1）财务的内涵。

财务学的核心词是财务。财务一词是与英语 FINANCE 相对应的。FINANCE 还被翻译为金融，有的将其翻译为财政。在研究国外对财务的一般解释时，将财务等同于 FINANCE。关于财务的定义有许多，几种有代表性的主要观点是：

财务是为支出而筹集资金和资本的过程。将投资者和储蓄者的资金提供给消费者、政府和企业。

财务研究个人、经济实体和其他组织如何在一定期间内分配资源，主要应用经济学的方法来解决分配金融资源的问题，特别强调如何在不确定性的条件下进行决策。对资产负债表的右方比较关注。

财务研究一个组织投资什么，投资多少，从哪里取得资金，如何取得资金以及资本市场如何运行。财务主要关注于价值——管理决策如何影响公司股东的财富价值以及资本市场如何将资源引导向最有价值的用途。

财务是关于资本的科学。它包括项目选择（资本预算）、投资选择和融资选择：项目选择通过资本预算考虑是否实施某些项目；投资选择考虑货币投资决策，如投资于银行、股票市场，还是其他方面；融资选择考虑单个经济主体如何为将要实施的项目筹集资金。

财务的上述定义反映了国外对财务的基本共识和两种不同的观点。基本共识是财务是关于资本的科学，财务与资本运作与管理密不可分；财务是研究个人、经济实体和其他组织资本的科学。关于财务的内涵的不同观点，一是认为财务是关于资本筹集的科学；二是认为财务是关于筹资与投资的科学。

我国对财务的解释不是从财务的内涵进行的，而往往是从财务的对象进行的。而且我国在解释财务时实际上是与财务管理相联系的，因此有些教材根本不分财务与财务管理，而是直接采用财务管理的概念。笔者关于财务的不同解释是对有明确财务定义的主要观点综述。

财务泛指财务活动与财务关系。财务活动指企业再生产过程中涉及的资金活动，表明财务的形式特征；财务关系指财务活动中企业与各方面的经济关系，揭示财务的内容本质。

财务是国民经济中各部门财务活动与财务关系的总称。其中财务活动体现的是人与自然的经济关系，而财务关系则是体现人与人之间的社会关系。

财务是企业或单位生产经营中的货币资金运动。包括货币资金筹集、货币资金使用、货币资金收回和货币资金分配。

财务是企业再生产过程中客观存在的资金运动及其所体现的经济利益关系。

财务是价值运动及其所反映的经济关系。

财务的本质是企业 and 经济部门财务，是客观存在于生产经营过程的货币关系。

财务的本质是企业为实现生产职能对生产要素和经营成果的分配。

我国关于财务定义的基本共识表现在：财务是财务活动、财务关系及其总称。关于财务定义的不同观点可归纳为：从财务范畴看，有的将财务界定为企业财务，有的将财务界定为国民经济各部门财务；从财务活动看，有的认为是货币收支活动，有的认为是资金运动，有的认为是价值运动；从财务关系看，有的认为是货币关系，有的认为是经济关系，有的认为是社会关系。

目前关于财务的定义，有的定义的是财务学，有的定义的是财务管理，如果不区分财务、财务管理和财务学，给财务一个综合的定义，那么财务可定义为：财务是关于经济实体、个人和其他组织进行资金或资本运筹的科学。如果将财务与财务学、财务管理区分开来，财务可做如下界定：财务与价值紧密相关，这种价值具体体现为资金或资本；财务表现为财务活动，即资金或资本的筹集、使用与分配；财务活动体现出财务关系，包括所有者、债权人、管理者、员工、政府等的关系。

## （2）财务管理的内涵。

管理可被看成是这样一种活动，即它发挥某个职能，以便有效地获取、分配和利用人的努力和物质资源，来实现某个目标。管理活动是发挥管理职能的活动，管理的职能包括计划、组织、指挥、协调与控制，在管理活动中，各种管理职能都发挥着不同的作用。管理的内容由管理活动的内容所决定，现代管理之父法约尔将一个企业的活动分为以下几类：“技术活动，即生产和制造；供销活动，即购买、销售和交换；财务活动，即寻找资本及最适当地利用资本；安全活动，即保护财产和人员；会计活动，即盘存、资产负债表、成本和统计；管理活动，即计划、组织、指挥、协调和控制”。在上述活动中，管理活动即是管理或管理职能，管理的内容应该是管理活动赖以存在和发挥作用的其他五种活动，包括人力资源管理、财务管理、会计管理、营销管理、生产管理。财务管理是管理的重要内容之一。

关于财务管理的内涵，国外至少有两种解释：一是将公司理财（corporate finance）定义为财务管理，那么财务管理的范围则被限定在公司的范围之内，非营利组织和金融机构等都不能被纳入到财务管理的范畴之中来。在这种观点下，西方将财务学科分为以下三个部分：金融市场学，投资学，企业理财或财务管理。二是将财务管理（financial management）作为财务学或金融学的泛称。在这种观点下，财务管理就不再是简单的微观性质的定义，而应当突破现有公司理财范围的限制，把宏观定义下的财务（金融）也作为研究对象。财务管理不仅是对存在于公司或者各种机构范围内各种财务活动进行的管理，也包括存在于机构范围之外针对特定金融产品及其衍生金融产品的管理，更包括对金融市场进行的管理。

我国财务界对“财务”和“财务管理”这两个名词存在着混杂使用的情况，同时对财务管理与公

司理财也存在混用的状况。因此,讨论财务管理的定义,有必要界定清楚财务与财务管理这两个基本概念,进而探讨两者之间的关系。目前关于财务管理有以下几种定义:产品价值的形成、实现和分配(赵玉珉,1980);组织财务活动,处理财务关系(王庆成,1981);对财务活动的管理(刘恩禄,1984);资金收支管理活动(陈毓圭,1986);对资金运动的管理(杜英斌,1988);筹集和运用资本(杨正新,1990);货币资源配置和货币关系处置(陈学荣,1991);价值管理活动(耿建新,1992);对企业资金的规划和控制(王庆成、王化成,1993);有关资金的筹集、投放和分配的管理(注册会计师考试办公室)。这些观点基本上可以归纳为五种,即财务管理是:对价值的管理;各财务职能或内容的总和;对财务活动的管理;对资金运动的管理;对财务活动和财务关系的双重管理。根据前述财务及财务管理的定义,可将财务管理定义为是对财务的管理,即通过对资金或资本运筹的管理,协调与处理各种利益相关者的关系,其最终目的是实现资金或资本的运筹效率和效果。

### (3) 财务学的内涵。

财务学是在探索资本运筹规律、追求资本运筹效率、总结资本运筹观念的过程中产生和发展起来的一门科学。或者说财务学是研究资本运筹规律与效率的一门科学。它可以更形象地通过组织安排财务活动、协调财务关系和财务效率的提高来具体表现。研究财务学的本质应对财务、财务活动、财务关系和财务效率的本质进行界定。财务学的本质是财务活动、财务关系和财务效率的统一,财务学是研究一个组织如何组织财务活动、协调财务关系、提高财务效率的学科。财务是与货币、资金、资本或价值相关的概念;财务活动通常反映为资金或资本的运动,如筹资、投资、营运和分配等;财务关系是指与资本筹资、投资、分配相关的各利益相关者之间的权利与责任关系;财务效率是指资本产出与投入的比率或差额,体现为资本的增值。财务的本质与目标决定着财务经济学与财务管理学的关系,以及财务学的范畴。

财务学的范畴是指财务学所涉及的内容。从不同的角度划分,财务学有不同的范畴分类。关于财务学范畴定位问题,如同会计学范畴定位,也涉及财务学理论范畴、财务学应用范畴,财务学影响范畴、财务学研究范畴,财务学基本范畴和财务学所属范畴等。

关于财务学的所属范畴也一直存在争议,如财务学是属于经济学范畴、管理学范畴,还是社会学范畴、数学范畴等。

关于财务学的基本范畴,同样有着不同的划分角度。如,从财务活动的内容划分,财务学范畴包括筹资学、投资学和分配学;从财务学的教学层级来划分,财务学分为财务学基础、中级财务管理学和高级财务管理学三个层次;从财务活动的地域划分,可以分为一般财务管理和跨国财务管理;从财务学的广义主体可分为宏观财务与微观财务;从财务学的狭义主体可分为所有者财务、经营者财务与财务经理财务;从财务学应用角度看其范畴,可划分为:企业财务管理、金融市场、投资管理及其他财务管理等。

关于财务学的研究范畴,如同会计学的研究范畴,涉及的面更加广泛,除了财务学的基本范畴,还涉及到与财务学属性和应用及影响相关的各个范畴,特别是财务学与其他相关学科关联的范畴都是财务学的研究范畴。

综合上述财务学范畴的内涵,结合财务学理论发展与学科及专业发展的需要,可将财务学范畴主要划分为财务学理论范畴与财务学应用范畴两大类。

## 3 会计学、财务学与相关学科的关系

明确会计学与财务学的内涵与范畴,为界定会计学与财务学之间的关系奠定了基础。而要理顺会计学与财务学的关系,首先需要理解会计学与财务学的关系,以及会计学、财务学与经济学、管理学

等相关学科的关系，为会计学科与财务学科定位奠定理论基础。

### 3.1 会计学与财务学的关系

会计学的本质与目标决定了会计学的发展，会计质量特征中的会计相关性决定了会计学的内涵与范畴。会计相关性体现在会计信息有用性需求方面所含内容是十分广泛的，不同的信息需求者所需求的会计信息可能是不同的。财务学中财务活动、财务关系和财务效率方面所需的信息是依靠会计学提供的，要进行财务管理，实现财务管理系统的本质与目标，离不开会计信息系统；同时，会计学要真正成为有用的会计信息系统，其提供的资金或资本的信息，必然要与财务管理所需要的信息相一致，即提供满足财务决策与控制所需要的信息，而且会计学中的很多基础概念也正不断从财务学借鉴，如价值、货币时间价值等。

### 3.2 会计学、财务学与经济学的关系

会计学科与财务学科的定位内涵决定了会计学及财务学的发展与其他学科紧密相关、相互作用。不仅会计学与财务学之间紧密相关，而且它们与经济学和管理学之间更有着密切的关系。对会计学与财务学内涵的界定实际上正是考虑了其他相关学科发展的需求，以下着重论述会计学、财务学与经济学的关系，以及会计学、财务学发展与经济学发展的相互促进作用。

#### （1）会计学与经济学。

经济学是研究如何用有限的资源去获取无限的人类社会需要最大满足的社会科学，其核心问题是研究资源的合理配置及效率问题。资源的配置状况与效率高低需要确认、计量、记录与报告，会计学的发展对经济学的发展起到至关重要的推动作用。经济学的基本概念与基本理论，科学地解析了资源投入与配置的效率与效果，为会计学发展指明了方向；会计学基本内涵的扩展同时为经济学的发展奠定了科学的方法论基础。因此，一方面，会计学的发展要满足经济学发展对会计信息的需求，经济学的发展影响与决定着会计学科的发展；另一方面，会计信息的提供是经济学发展的基础，因此，会计学科的发展也影响和推动着经济学科的发展。

#### （2）财务学与经济学。

财务学是在探索资本运筹规律、追求资本运筹效率、总结资本运筹观念的过程中产生和发展起来的一门科学，财务学的理论基础来源于经济学，财务学的方法论基础来源于管理学。作为经济学资源中重要的资本资源的配置、使用及效率问题，正是财务学的研究对象和核心内容。因此，一方面，经济学的理论与方法为财务学理论与方法论的确立奠定了坚实的基础，财务学中的资本结构优化、资本配置与使用效率问题等，或者说财务决策都离不开经济学理论与方法；另一方面，财务学的发展也丰富和发展了经济学理论与方法，特别是在市场经济条件下，财务学的基本问题也是经济学所面临的重要研究领域。

### 3.3 会计学、财务学与管理学的关系

“管理可被看成是这样一种活动，即它发挥某个职能，以便有效地获取、分配和利用人的努力和物质资源，来实现某个目标”。管理是一种活动，是为有效地实现某个目标的一种活动，是发挥管理职能的一种活动，管理的职能包括计划、组织、指挥、协调与控制，在管理活动中，各种管理职能都发挥着不同的作用。管理的目标是有效地获取、分配和利用资源，来实现组织目标。由于财务活动和会计活动是管理活动的重要组成部分，因此，会计学、财务学与管理学之间存在着相互依存的关系。

#### （1）会计学与管理学。

管理学要发挥管理职能、实现管理目标，离不开相关的会计信息。从管理目标看，要有效地获取、

分配和利用资源,需要对资源进行科学的计量、记录与报告;从管理职能看,要有效地进行计划、组织、指挥、协调和控制,离不开对资源的科学的计量、记录与报告。管理学内容与领域的扩展,同样与会计学紧密相关。无论是工商管理、工程管理、还是行政管理,都离不开会计;无论工商管理中的生产技术活动、营销活动、财务活动还是安全活动也都是会计确认、计量、记录和报告的内容。随着会计学科领域的扩展,如环境会计、税务会计、法务会计、人力资源会计、预算会计、基金会计、政府会计、非营利组织会计等的完善与发展,管理学从理论上和方法上都将得到更进一步的发展与完善。

## (2) 财务学与管理学。

从财务学的内涵与范畴可以明确,财务学包括财务经济学和财务管理学,公司理财、金融市场、投资学和非营利组织财务等都是财务学的重要范畴。从财务学的内涵与范畴可知,财务管理是财务学的有机组成部分。财务管理在组织财务活动、处理财务关系、保证财务目标实现过程中,都离不开管理学理论与方法的指导。管理学对财务管理理论与实践都起着重要的支撑和指导作用。

在市场经济条件下,财务管理或资本管理在管理学中占有十分重要的地位。以企业管理为例,由于现代企业目标是追求资本增值,因此,财务管理成为企业管理的中心。在以财务管理为中心的企业经营理念指导下,财务管理理论与方法的创新与完善,对完善与发展管理学理论与方法同样起着重要的作用。企业的财务治理对公司治理产生重要的影响;企业的财务组织和财务职权划分影响着企业的财务决策和控制;企业的财务预算是企业全面预算的核心并指引着企业全面管理控制工作;企业财务评价和财务激励对企业评价和管理者报酬理论的完善与发展都有着举足轻重的作用。

### 3.4 财务分析学在会计学、财务学及相关学科关系中的地位

在处理会计学、财务学与经济学、管理学及其他相关学科的关系中,财务分析占有重要地位并起着重要的作用,会计学、财务学、经济学与管理学在现实应用中具有重要的地位。财务分析是在会计信息提供者和会计信息使用者之间架起的桥梁。会计学与财务学及财务分析学的关系主要受会计学与财务学的本质影响。在将会计学本质界定为会计管理系统的情况下,会计学与财务学及财务分析学的关系在某种程度上是一种包含关系,即它们都属于大会计学的范畴。在将会计学本质界定为会计信息系统,财务学本质界定为财务管理系统或资本管理系统的情况下,会计学与财务学及财务分析学的边界是比较清晰的,但相互关联也是明显的。要发现财务分析学在会计学和财务学中的影响,必须要了解什么是财务分析学,财务分析学分析的对象是什么,财务分析学分析的目标是什么。首先,必须要了解财务分析学分析的对象是财务活动,而分析的基础来自于体现财务活动的会计信息;财务分析学分析的目标是为了将具有普遍性的会计信息进行透视与剖析,精炼与提炼,形成未来某个具体应用所需的会计信息,强化会计信息的决策有用职能与会计的相关性。财务分析学实际上是会计信息供给与会计信息需求的一个中间体。笔者针对会计学的会计信息系统本质来说明财务分析在会计学、财务学,以及其他相关学科中的重要地位。

#### (1) 财务分析学在会计学中的地位。

总的来看,会计学是财务分析学的基础以及素材的提供者,财务分析学则是会计学发挥会计决策相关性的重要介质,是实现会计信息决策支持效应的一个中间必须环节,是会计学与其他相关学科建立连接的重要媒介。具体来看,在研究会计相关性与经济学、管理学和财务学等学科的关系中,都涉及到会计学的发展如何满足相关学科发展的信息需求;其他学科发展如何有效利用会计信息的问题。一方面,毕竟会计学并不是单纯满足某一信息使用者的需求,会计所提供的信息所含内容是十分广泛的,具有一般性和普遍性,而不同的信息需求者所需求的会计信息内容存在差异,因此,会计提供的信息往往需要分析与转换而成为信息需求者的有用信息;另一方面,经济学、管理学等相关学科的复杂性也不能要求会计学者完全或直接掌握其会计信息的需求,对相关学科决策需求的分析与转换为会计信息需求,也是会计学发展所需要的。在会计学与相关学科关系的信息转换中,财务分析起着重要

的作用。财务分析就是根据相关学科或人们对会计信息的需求，将标准的会计信息分析转换为决策与管理所需要的信息；同时，财务分析又根据相关学科理论与实务所需求的信息，为会计所应该提供的信息类型提供参考。

## （2）财务分析学在财务学中的地位。

要说明财务分析学在财务学中的地位，首先需要了解财务学与财务分析学之间的关系，财务学对财务分析学是如何依赖的，以及依赖的程度。从财务分析学的分析对象看，它分析的是财务学中的财务活动，应该说，财务学与财务分析学两者在研究对象上具有非常密切的关系，一个是关注财务活动的

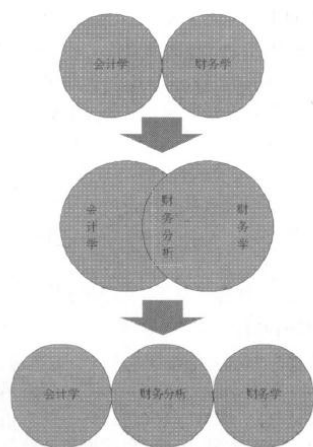


图1 会计学、财务分析与财务学的关系及演变

的具体运作，另一个则关注财务活动的分析与信息的提供。具体而言，财务学是财务分析结果的未来应用。从财务经济学视角来看，财务学需要信息来引导资源的优化配置；从财务管理学视角来看，财务学中筹资、投资、分配等各项活动的管理与控制均需要信息的支撑。财务学中财务活动、财务关系和财务效率方面的信息是依靠会计学提供的，财务学对会计信息需求具有多样性，而会计学所提供的会计信息具有一般性和广泛性，这就决定了财务学需要借助于某种信息生成或者说信息定制工具，按照各项活动和目标的要求，生成特定的信息，而这个信息生成的媒介就是财务分析。此外，由于财务分析学分析的对象是财务活动，分析的内容、原理与方法都是围绕财务活动展开和财务目标的实现，因此财务分析中的思想主要来自于财务学，如价值的分析，绩效的分析等。

## （3）财务分析在会计学、财务学中地位的演变。

通过前述分析，可以清晰发现财务分析的地位与作用，以及财务分析学与会计学、财务学之间的关系。会计学是财务分析的基础，而财务学是财务分析的应用方向。会计学与财务学各自的学科发展均离不开财务分析，而且会计学与财务学之间的交叉更离不开财务分析。财务分析是会计学与财务学之间的连接桥梁。随着财务信息在各方面被使用的广度与深度的增加，财务分析的作用也将更加重要。

会计学、财务学与财务分析学之间的关系及演变可由图 1 所示。

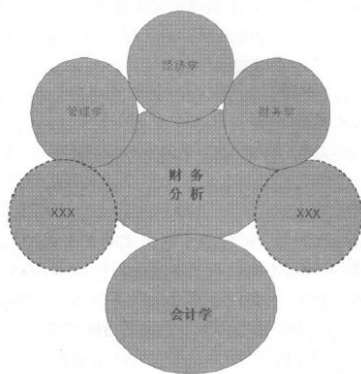


图2 会计学、财务分析与相关学科关系

## （4）会计学、财务分析与相关学科的关系。

随着相关学科理论与实务对会计信息需求的加大，财务分析在连接会计学与相关学科关系中的地位与功能将进一步扩展，如图 2 所示。

从财务分析在会计学与相关学科关系中的地位与作用看，随着会计学科地位的提升，以及相关学科对会计学信息需求范围、数量与质量要求的提高，财务分析学将在分析主体、分析对象、分析内容和学科地位上有进一步的扩展与提升。财务分析不仅要满足投资者、债权人等外部信息需求者的需要，而且要满足管理者、员工等内部信息需求者的需要；不仅要满足管理学理论与实务发展的需要，而且要满足经济学理论与实务发展的需要；财务分析不仅是一门独立的边缘性学科，而且将成为一个独立于会计学 and 财务学等的专业方向。

作者：张先治

来源：《财会通讯》2013 年第 3 期（上）

# 金融学前沿问题研究



为促进世界各地金融学研究及金融学者之间的学术交流，2012 年 6 月 15~17 日，由浙江大学金融研究院（简称：AFR）、浙江省金融研究院（简称：AFR）及科斯基金会主办的 2012 AFR 金融经济学夏季会议在浙江杭州隆重举行。来自美国波士顿大学、芝加哥大学、亚特兰大联邦储备银行和埃默里大学、南加州大学、西班牙庞培法布拉大学、日本东京大学、法国图卢兹经济学院、戴顿大学，以及中国的香港科技大学、台湾大学、浙江大学、中欧国际工商学院、中山大学、上海财经大学、复旦大学、对外经贸大学等世界各地大学的学者和 AFR 研究员代表 60 余人参加了此次高水平的学术会议。

美国波士顿大学副教授、浙江大学兼职教授、AFR 副院长苗建军主持研讨会开幕式，浙江大学社科学部主任、AFR 副理事长史晋川教授发表了热情洋溢的致辞。

史教授首先代表浙江大学社科学部、浙江大学经济学院和 AFR 对各位专家、学者的莅临表示最热烈的欢迎和最诚挚的问候！他表示此次会议既是浙江大学金融研究院成立以来召开的最高层次的金融学术会议，同时也是科斯基金“制度与发展”国际研讨会系列的重要组成部分。这次与会的嘉宾既有来自美国、日本、法国等国家的一流大学的专家，共同探讨主权债务危机和救援的动态机制、股票市场泡沫与失业等国际金融经济学的前沿问题，同时也有来自国内著名高校的青年学者，来探讨与中国有关的金融制度与发展的相关问题。这体现了 AFR 的“顶天立地”学术发展理念，就是既要有国际化的视野，积极追踪国际学术前沿，又要从国情出发，潜心研究本土化的金融问题。他觉得这次会议的召开是一个良好的开端，将极大地推动 AFR 和浙江大学金融学科学术水平的提升。史教授特别指出，芝加哥大学的科斯教授本人对这次会议也非常关心，专门发来邮件关注会议的进展。借此机会，祝愿科斯教授健康长寿，也预祝本次会议圆满成功！

美国芝加哥大学经济系主任 Harald Uhlig 作题为“The Dynamics of Sovereign Debt Crises and Bailouts”的主题演讲，他详实地分析了当前欧洲主权债务危机形势，并根据其编制的主权债务违约的动态模型阐述了现有政府救助机制所带来的影响。来自东京大学的 Kosuke Aoki 就泡沫，银行与金融稳定性提出了他的见解，他指出泡沫对实体经济的影响主要取决于谁持有这个泡沫。当银行是泡沫持有者时，泡沫不破裂将促进产出激增，而破裂将加深萧条。相反，由普通储蓄者持有泡沫的影响更加缓和。若银行享有来自政府的高度保护，他们持有泡沫资产的风险更高。宽松的金融安全网通过把在持有泡沫资产中涉及的大量风险转移给纳税人而增大了泡沫大小和脆弱性。

美国戴顿大学的陈荣钦教授在“政治关联和公司价值：新证据”方面发表了他的看法。他们建立独特的政治关联指数衡量中国公司与政府间政治关联强度。在中国，以关系为基础的经济占支配地位。该指数包含了许多公司的 CEO、董事长、经理以及其他高管与政府官员产生政治关联的途径。通过使用这一指数，他们首次提出政治关联和公司价值以及股票收益之间的非线性、驼峰形关系。确切地说，公司托宾 Q 和代表性股票收益在关联程度较低时升高，但在关联程度较高时开始下降。政治关联对公司价值的消极影响对于将总部设在政府干预很强、法律体系欠发达、广泛实行计划经济地区的公司来说比较不显著。

美国波士顿大学的 Christophe Chamley 教授就“需求创造自身的供给”发表了主题演讲。他强调：如同最近事件所证实一样，现代经济学在强行遵从萨伊定律上遇到了困境。一个具有分散市场、商品与流动资产和货币之间交易的经济，有两个均衡。在充分就业情况下，产出由供给决定。但是，

对流动性更高需求是自我实现的，并促使经济达到均衡，此时产出由需求决定：私人对其销售商品的不确定性增长产生了更高对于流动性的需求。这种情况将是一个陷阱：从消极到积极的反向转移没有政策干预将不能有效恢复充分就业。

法国图卢兹经济学院的 Christian Gollier 教授在“最优假象与信念的简化”中检验一个决策问题，即代理人可以操控其信念来使行为合理化并从预期感觉中获取更多利益。最佳信念是在这种利益和这些积极的信念将产生冒风险的无效率之间的一个最好折衷。该决策问题中，许多情况下存在一个不超过 1 加上自由度的正概率，此时最优信念是退化的。而且具有正主观概率的两种可能额外回报集中于客观概率分布的两个支撑边缘。因此，可以断言，是累积前景理论中描述的概率转换，而不是人类一个遗传特性，符合理性代理人选择能最大化其跨期福利信念的自然倾向。

日本东京大学的 Noriyuki Yanagawa 教授在“资产泡沫与融资”上指出尽管融资会缓和事后泡沫破裂的不利影响，但更可能通过鼓励事前承担风险的行为导致资产泡沫。也就是说，政府融资越多地被预期准确，泡沫越容易出现。他们进一步从事前角度分析事后融资在多大程度上是有效的。并指出，扩大事后融资先会提高，后会降低事前生产效率。这表明泡沫破裂时加强安全网对事前效率会产生非单调影响。此外，他们分析了预期准确的融资对宏观动态的影响。发现预期准确的融资加速了产出激增并产生了巨大泡沫，因此破坏了经济稳定，但是这种不稳定性是由资源配置改善引起的。

中国香港科技大学的 Nengjiu Ju 教授在他的演讲论文《基于连续时间模型的反向选择下的委托组合管理》中研究了典型基金投资者和不能被投资者观测到的绝对风险规避基金经理之间的最优契约问题。最佳补偿合同和基金经理最优投资策略来自于封闭形式。作者观察到一些有趣现象。首先，最优合同包含了一笔奖励费，该奖励费按以市场为基础的基准是对称的，补充解释了当投资者和基金经理拥有对称信息时，对称奖励费最优现象，即使当信息不对称时也能证明使用对称奖励费是合理的。其次，投资者会支付更多有效基金经理更多现金，而支付效率较低基金经理以现金和基准投资组合形成。基金经理持有现金和股票与其交易表现相关。再次，股票投资时间模式，可以表现出非单调行为。一个高效经理人在股票中的投资会随着时间衰减，而效率较低经理人的交易最初会降低，然后在接近投资期限时会增加。

美国埃默里大学的 Tao Zha 教授就“住宅价格与失业”发表了他的看法。他建立了一个动态随机一般均衡模型（DSGE），量化住房价格和失业率之间的因果关系。该模型结合标准搜索和匹配框架下的住房需求和抵押品限制。初步估计结果表明，当住房价格巨大波动对失业率和空缺职位没有影响时，对匹配效率和抵押品限制的冲击，成为住房价格和劳动力市场变量之间联系的主要来源。

就“资产价格与宏观经济行为”主题，庞培法布拉大学的 Alberto Martin 教授发表了他的观点，他在演讲中提到，通过为泡沫经济建立模型，并用它来研究救市政策的效果。泡沫经济主要特点是薄弱的执法机构不允许公司向其债权人许诺以未来的利润作保证，其结果是，抵押品稀缺。为克服不足，泡沫经济利用泡沫化抵押品促使代际内和代际间的转移，影响储蓄转化为资本和泡沫。投资者情绪波动会导致泡沫化抵押品波动，从而使含有泡沫的商业周期具有复杂动态。救市政策可以通过很多种方式影响这种动态结构。预计救助计划提供了额外抵押、扩大投资和资本存量。实际救市缩减了可用于投资、契约性投资和资本存量的资金。因此，救市政策往往在正常情况下促进投资和经济增长，但在危机期间抑制了投资和经济增长；救市政策效果取决于泡沫化抵押品金额以及抵押品在金融和企业部门间的分布；可以通过设计救市政策，以最大限度地增加政策目标。

美国波士顿大学的苗建军教授在“股票市场泡沫与失业”问题上介绍一个失业率搜索模型下的内生性信贷约束模型。信贷约束产生了依靠自我实现信念所支持的多重均衡。股票市场泡沫通过一个正反馈循环机制存在。泡沫破灭收紧了信贷，使企业减少投资和雇佣。失业工人很难找到工作，导致了失业率始终居高不下。

中国香港科技大学的王鹏飞教授就“股票市场泡沫与商业周期”作了主题演讲，他使用贝叶斯方法估计股票市场泡沫和商业周期的动态随机一般均衡模型。泡沫催生了一种靠自我实现信念所支持的正反馈循环机制。文章验证了这种驱动泡沫变化的情感冲击，并且通过内生信贷约束传递到实体经济。这种冲击能够解释超过 96 % 的股市波动和约 25 % 至 45 % 的投资和产出变动，且是股票和宏观经济联动的主要驱动力。冲击分解显示情绪冲击是导致互联网泡沫和经济大萧条主要力量。

美国南加州大学的 Vincenzo Quadrini 教授就“工会，债务与就业”问题提到：作为一个战略机制，利用债务来改善企业与工人谈判地位，会导致债务和就业增长之间的正相关关系。这种关系强度随工人的议价能力提高而增加。使用企业层面数据和代表员工议价能力的行业工会指数，结果表明，债务增长和就业增加之间的关系随着工人议价能力的增强而增强。

同时还有中国数篇优秀论文在会上发表讨论。台湾大学金融系沈中华教授的“Do We Still Need Political Connections When Our Fundamentals Are Strong? The Case of the Chinese IPO Listing Market”，浙江大学薛小琳助理教授的“Executive Compensation with Endogenous Risk and Asymmetric Cost”，中欧国际关系学院芮萌教授的“Ownership Structure and Insider Trading: Evidence from China”，浙江大学张小茜副教授的“Financial Crisis, Control Rights and Investment- Cash Flow Sensitivity: The Chinese Perspective”，上海交通大学张新德助理教授的“Bond Covenant and Institutional Ownership”，上海复旦大学孙谦教授的“How Cross-listings from an Emerging Economy Affect the Host Market?”，北京对外经贸大学江萍教授的“Political Pressure or Rent Seeking? Role of Mutual Funds in the Split Share Structure Reform of China”，浙江大学王义中副教授的《公司股东性质与货币政策传导效果》，中山大学周开国教授的《交叉上市能降低信息不对称吗？——基于 AH 股的实证分析》，浙江大学朱燕建助理教授的“Float, Speculation, and Stock Prices: Evidence from the Share Structure Reform in China”。

本次研讨会中，来自世界一流大学的学者齐聚一堂，针对“金融与经济学前沿问题”专题中的主权债务危机和救援的动态机制、股票市场泡沫、房价和失业等当前金融与经济学前沿问题，分别阐述了自己的精妙见解，也就涉及公司政治关联、股权结构、控制权、货币政策等本土化的热点话题，进行了深度交流与探讨，产生了积极深远的学术影响。

作者：章华 常青

来源：《国际学术动态》2013 年第 2 期

## 雇佣关系影响知识共享行为的 两种并行机制比较



## 1 引言

雇佣关系影响员工知识共享,通常以社会交换理论来解释其中的机制。事实上,除了与组织发生互惠之外,员工还需要成长和发展的空间,只有当他们把组织当成家,对组织产生一种拥有感时,出于为组织长期利益的考虑,他们才会将自己拥有、组织需要的知识进行分享。为此,本文引入一个新的视角——组织心理所有权,用于解释社会交换之外雇佣关系影响员工知识共享的另一种作用机制。此外,相对于显性知识的共享而言,组织成员之间的隐性知识共享更难发生,可见两种不同属性知识共享行为背后的动机和机制存在差异。

本文认为,社会交换可能是导致显性知识共享的主要原因,而组织心理所有权更多地促进员工的隐性知识共享行为。

## 2 理论基础与文献回顾

### 2.1 知识共享行为

知识共享并非常规的工作职责,却是组织创新的重要来源。员工共享知识不仅为他们自己,也是为其他同事甚至整个组织实现积极的结果。知识共享行为的本质意味着行动者对组织的更高承诺和额外贡献。然而由于组织和员工处于不同的立场,在组织内部开展知识共享并非易事。具体来说,组织必须在集体层面管理知识,鼓励员工将头脑中的知识通过共享转移到组织层面;而员工却认为知识是个人所有的,知识共享会使其失去在组织中的权力、地位和价值。因此,在诸多影响知识共享行为的因素中,组织和员工之间的雇佣关系值得学者们关注。

组织内的知识分为显性知识和隐性知识。显性知识是指可以用正式的方式通过正式结构清晰阐述,并能够以特定的编码被扩散和传递的知识,更多储存于数据库、手册和文件之中。而隐性知识往往通过非正式的社交和互动过程来传递,深深根植于人们的行动、经验、想法和参与之中。隐性知识被认为是一种重要的、有价值的无形资源,它难以被模仿和获取,并被认为是获取企业竞争优势最重要的来源。相对于显性知识,组织成员更不愿意共享他们所拥有的隐性知识。一方面因为隐性知识共享不容易被衡量从而得到足够的补偿;另一方面,与他人共享隐性知识可能会使其失去潜在的竞争优势。可见,针对显性和隐性这两种不同属性的知识,员工共享行为背后的动机和作用机制也存在差异。

### 2.2 雇佣关系

组织中存在两种典型的雇佣关系:员工与作为组织代表的直系上司的关系,即上下级关系;员工与整个雇佣组织的关系,通常以感知组织支持表示[2]。在中国权威和关系导向的社会组织中,上下级关系比其他人际关系更重要。尤其在转型经济情况下,组织成员更加依赖与特殊人群的关系,尤其是他们的直系领导,因为从这些人手中可以获取有价值的资源和机会。在中国情境下形成的上下级关系有别于西方研究中的领导部属交换,它更多是指在工作和非工作时间里通过家庭拜访等社会活动取得的人际互动,更强调上司与下属之间垂直对偶的非工作交换。由于中国的上级具有更广泛的资源控制力,因此与直系上司发展良好的关系影响着员工工作、生活的方方面面。实证研究也表明,上下级关系不仅影响下属的工作态度及行为,甚至会对整个组织发挥效应。

作为另一种典型的雇佣关系,感知组织支持是指员工感知到的组织对他们所做贡献的评价和认可以及关心他们福利的程度。尽管领导通常被认为是组织的重要代表,但在员工看来,与领导和与组织的关系仍是不同的。由组织支持引起员工的责任感是建立在组织决策基础上的,员工产生的责任感是对整个组织的,并非针对某一位组织的代表者。高水平的组织支持使员工认为,他们有责任通过某些

行为来实现组织目标以最终回报组织。在经济转型时期,组织与员工雇佣关系的微妙变化使得组织在需要员工做出贡献的同时,也必须提供员工所需要的支持和关怀,以促进他们成长目标的实现。管理实践中,知识型员工对组织的情感依附相对较低,组织对其行为及贡献的认可和支

### 3 概念框架与研究命题

#### 3.1 知识共享行为的组织社会交换视角

(1) **雇佣关系和知识共享行为。**雇佣关系作为反映员工与组织之间关系模式和关系质量的重要因素,影响着员工的工作态度和行为。知识共享不仅是个体与个体之间的知识交换,更是个体与组织之间的知识转移,因此雇佣关系在知识共享过程中所发挥的重要作用不容忽视。本研究探讨员工与直系领导的关系以及员工与整个雇佣组织的关系对知识共享行为的影响效应。

西方的 LMX 理论认为,高质量领导—部属交换关系可以激发下属内化团队或领导的目标,提高员工对组织及其目标的认同,从而激发知识共享行为。在中国,领导者通常被认为是组织的“代理人”,他们可以通过执行权力产生影响,同时可以运用各种策略促进知识共享。因而处于高质量上下级关系情境下的员工将会感受到对团队成功担负着高于一般水平的责任,他们将主动承担起额外的工作职责,并增强对团队创新中的关键过程及活动的主动性和责任心。可以合理地推断,在员工与直系主管具有良好关系的情况下,更可能会开展知识共享。

感知组织支持对知识共享的重要性受到学者们的广泛认可。组织与员工之间的关系对培养员工对组织的信任、承诺等情感认知起着重要作用。组织通过发展与员工之间高质量、相互影响、相互依赖和平等互惠的雇佣关系,来强化员工对集体目标的认同,促进员工产生有利于组织的态度和行为,从而使得员工更愿意共享知识。当员工感到自己与组织的关系较好时,就会愿意分享自己的知识。由此提出命题 1: 雇佣关系对员工知识共享行为具有积极影响; 命题 1a: 上下级关系对员工知识共享行为具有积极影响; 命题 1b: 感知组织支持对员工知识共享行为具有积极影响。

(2) **组织社会交换的中介作用。**社会交换理论是研究员工—组织关系的主要框架。在过去的研究中,社会交换和互惠规范被用来解释雇佣关系和员工态度及行为之间的关系,用于描述员工积极工作行为背后的动机机制。社会交换承担着不明确的责任,当一方给予另一方帮助时,往往会产生一种对未来某种回报的期望,尽管回报发生的时间和形式尚属未知。互惠规范则指人们相互帮助是为了互惠和维持彼此之间的关系。员工倾向于在工作中维持一种长期的社会交换关系,以互惠的形式来决定在交换中感知到的平衡。良好的雇佣关系是组织提供给员工的一种福利,为了回馈这种福利,员工会主动地回报和贡献组织,知识共享就是其中一种形式。

具体来说,当员工与上级具有良好关系时,他们更愿意履行自己的角色外任务,取得更高水平的绩效以回报上级给予的好处。员工这样的回报对象不仅仅是他们的直系领导,甚至是领导所代表的整个组织,因为对组织有利的行为正是领导所期待的员工行为和回报。另一方面,知识共享的一个基本前提是,员工认为他们同组织的关系是建立在社会交换基础上的公平、互惠的关系。如果组织履行好了自己应尽的义务,给予员工充分的支持,作为一种好感回报,员工更有可能为组织的长远利益考虑从而实施额外的知识共享行为。

组织中的员工可以与他们的主管、同事,甚至整个组织发生社会交换关系。然而关于员工与组织社会交换的研究相对缺少,有些甚至以感知组织支持和信任作为代替变量。Shore 等清晰地区分了感知组织支持和社会交换这两个概念,并证实感知组织支持是经济和社会交换的前因。本文提出的组织社会交换,是指员工感知到的与整个组织之间发生的社会交换。可以推断,雇佣关系推动着员工与组织的社会交换感,从而导致更多的知识共享行为。由此提出命题 2: 组织社会交换在雇佣关系影响知

识共享行为中发挥中介作用。

### 3.2 知识共享行为的组织心理所有权视角

(1) **组织心理所有权**。心理所有权反映了一种心理状态,即人们对物质或非物质形态的客体所产生的拥有感。组织心理所有权则是组织中的个体员工把整个组织作为目标的占有感,是组织成员认为其赖以生存的组织是属于他的或他们的一种认知理念。组织成员一旦对组织产生了所有权感,他们会维持与组织的关系,从而逐渐与组织融为一体,这种融合反映了员工对组织的依恋以及维持关系的需要。

组织心理所有权的产生需要满足员工的三种基本需求:①“家”的需求。这是一种归属感的基本需要,当员工在组织中就像所有者一样时,他们的归属和社会情感需求都将得到满足;②自我效能感。对组织中有形或无形事物的拥有感可以增强员工对目标物的控制和影响,最终产生他们能够顺利执行活动或完成某项任务的信念;③自我认同。即通过与拥有物的互动向他人表达自我认同。这三种基本需求一旦得到满足,员工便会积极维护组织并完成组织中的角色期望行为。换言之,这些动机是组织心理所有权产生的根源。

近年来,组织心理所有权这一概念已经得到越来越多学者们的关注,他们认为较之组织承诺、工作满意度、工作卷入等变量,组织心理所有权对于员工工作态度和行为的预测更为有效。组织内员工知识共享行为较难发生的原因可能是,作为共享行为主体的知识型员工对自身价值有较高期望,再就业能力强,对企业具有较低的依附和归属感。传统的社会交换机制已很难发挥作用,如何通过塑造主人翁意识来留住有价值的员工并改善他们的工作表现,已成为组织管理学界的一项重要研究议题。

(2) **组织心理所有权的中介作用**。当前多数研究认为雇佣关系影响员工行为的本质在于社会交换机制,然而本文将组织心理所有权作为解释两者关系的另一种重要的作用机制。

一方面,当上下级关系较好时,员工会相信自己对领导是重要的、有价值的,这些积极的信号被下属整合到自我概念中,提高了他们的自我效能感;其次,上级作为组织的代理人,肩负着向员工传达组织目标和价值观的责任,领导者通常更倾向于以积极的方式刻画组织,使下属对组织形象形成积极的印象,一个良好的组织形象是发展员工组织心理所有权的关键;第三,在关系和圈子文化盛行的中国组织中,领导掌握着大量资源,那些与领导有高质量关系的下属会得到更多的资源和支持,从而提升员工对组织的拥有感。这三点一致说明,高质量上下级关系的直接结果就是使员工在心理上觉得与组织融为一体,从而促使他们表现出有利于组织的各种行为。

另一方面,员工感知到的组织支持也能够增强员工知识共享的自我效能,同时形成员工关心组织并帮助组织达成目标的责任感。员工感知到组织的支持和关心,可以增加他们对组织集体规范和目标的认同,产生对组织的情感承诺,进一步增强自身在组织中的归属感并做出更好的工作绩效。此外,组织支持感知较高的员工能够产生对组织的情感依附,并且愿意成为组织的成员,最终导致积极的组织绩效。也就是说,具有组织支持感知的员工会产生一种心理所有权感知。

理论和实证研究指出,组织心理所有权对组织公民行为、角色外行为、合作行为等具有积极影响。员工对组织的心理所有权感知有利于他们的知识共享行为,原因在于:①心理所有权可以激发员工的积极态度和行为,激发出员工的利他主义精神,有利于知识共享行为的发生。②知识共享行为的产生需要员工在心理和行为上与组织保持一致,个体需对组织产生所有权感,就像他们拥有组织一样,是组织的所有者。此时员工会把所在的组织看作是“家”,认同并且尽力经营好组织这个大家庭,形成一种使命感和责任感。组织心理所有权所催生的责任感能促使员工主动投入时间和精力为组织的利益尽力工作,激励员工积极维护组织。员工对组织的责任感同时激发他们做出虽然具有一定个人风险但对组织有利的行为,例如知识共享行为。③在我国文化背景下,培养员工的归属感和主人翁意识是促进

组织内部知识共享的最佳策略。由此提出命题 3：组织心理所有权在雇佣关系影响知识共享行为中发挥中介作用。

### 3.3 组织心理所有权和社会交换机制的比较

本研究认为，在解释上下级关系、感知组织支持这两种雇佣关系与员工知识共享行为之间关系时，可能存在着两种并列的中介机制。一种是社会交换理论，提倡人们通过社会互惠、合作去取得想要的资源。为了从组织获得最大化的资源，个体会尽量保持各自的利益与组织利益相同或相近；另一种解释是基于组织心理所有权的机制，它认为当一名员工对其所在组织产生较强的拥有感时，其行为是受到该员工对组织的归属和责任感激发的，而非仅仅是出于对组织的回报。此外，员工产生心理所有权的过程是一种个体层面上自我增强与提升的机制，组织并不会因此而向员工提供任何形式的外在或具体的奖励。

本文基于显性和隐性知识共享行为各自的特点，进一步认为，和显性知识共享相比，组织心理所有权可以引导更多的隐性知识共享行为。具体原因在于：①当员工具有较高的组织心理所有权感知时，与同事开展知识共享时会更多考虑组织的整体利益，他们认为通过与同事之间开展隐性知识共享能够对组织做出更大的贡献；②隐性知识共享行为的价值大，但并不容易衡量从而得到足够的补偿，因而社会交换机制发挥的作用是有限的。但隐性知识共享被认为更有益于组织知识的积累以及知识创新的可能性。由此提出命题 4a：雇佣关系—社会交换—显性知识共享的间接效应大于雇佣关系—组织心理所有权—显性知识共享；命题 4b：雇佣关系—组织心理所有权—隐性知识共享的间接效应大于雇佣关系—社会交换—隐性知识共享。

综上，本文的研究模型如图 1 所示。

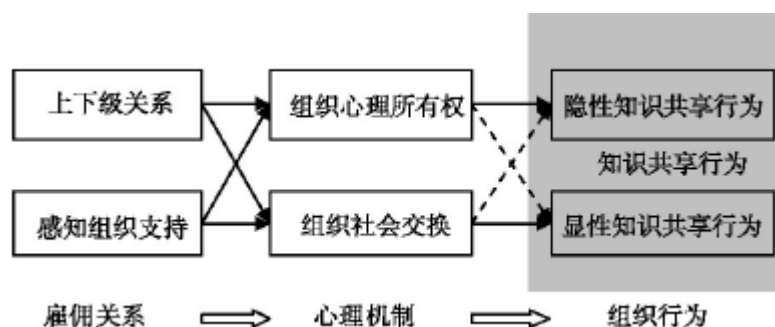


图 1 雇佣关系影响知识共享行为作用机制的理论模型

## 4 结论与讨论

本文理论模型的一个重要前提是：知识具有不同属性，不同属性的知识共享行为背后具有不同的作用机制。从社会交换机制和组织心理所有权两种并列机制解释雇佣关系与知识共享的关系有助于从心理认知角度揭示员工知识共享行为的实现过程。引入组织心理所有权视角是对社会交换理论主导地位的拓展，响应了学者们希望从更多的视角解释雇佣关系的号召。通过对社会交换机制和组织心理所有权机制中介作用的比较，试图进一步说明显性和隐性知识共享行为背后可能存在两种不同的作用机制，为长期以来理论研究中缺乏专门针对隐性知识共享行为动机的深入研究弥补不足。在实践层面上，管理者通过各种交换关系管理来强化员工与组织的心理联系，进而激励员工的主动工作行为和提升员工忠诚度。同时，组织管理者更应该帮助员工形成一个清晰、积极的组织心理所有权，以提高员工对组织的拥有感和主人翁精神，从而做出有利于组织的行为。尽管本文对雇佣关系影响员工知识共享的效应和作用机制进行了理论分析，但受研究条件和时间的限制，仅提出了理论模型和相关命题，并未

进行实证检验，这将是下一步的研究目标。

作者：黄彦婷 杨忠（南京大学商学院）

出处：《中国科技论坛》2014 年第 8 期

# 基于管理功能与载体的企业管理 流程设计探索

企业系统中存在技术、目标与价值、管理分系统等，管理系统是由管理思想、观念、制度、方法和信息等非物质功能要素综合构成的人工系统。相较自然系统，人工系统功能先于载体存在，其载体结构须服从于功能要求进行设计，遵循人工系统设计逻辑顺序“目—功能—载体”产生。管理系统功能即管理活动在组织系统发挥作用过程中表现出的性质、功效和能力。各学派对管理功能（有称“职能”）划分有所谓“三功能”、“五功能”、“七功能”之说，基本包括：计划、组织、领导、控制等。管理载体是管理功能得以实现的承载对象，主要指企业组织结构与人员。管理制度是管理功能进行职能化解析的具体细化形式，是分解执行基本业务单位的管理行为组合，其中融合了有关管理系统目的（如企业战略目标）和载体（组织结构与企业员工）等相关规定，“功能决定”是管理系统设计的根本。管理流程属于管理系统运行范畴，其设计是管理系统设计的重要阶段与组成部分，是管理系统实现管理功能的目的性与规范性的体现。

## 1 管理流程与管理制度关系

活动、活动间关系、活动承担者和活动实现方式是构建流程的基本四要素<sup>[1]</sup>，由此管理流程相应四要素为：管理活动、管理活动间关系、管理活动方式与管理活动承担者。管理流程设计是对其四要素进行科学合理构建的过程。企业在生产经营活动初期，人们基于管理主体经验，依循管理对象客观属性，逐渐形成一些广为认可的操作习惯、程序、方法等“惯例”，并在长期管理实践中被固化下来，其中有些“惯例”即是早期流程，另一些诉诸形式化文字被称为“制度”。制度规定更依托于组织结构的纵向层级，流程运行则偏重部门间的横向协作。然而早期流程与制度往往融合在一起，含混不清，构成要素缺失，或与管理制度其他部分未能有机融合，可操作性不强。

由此，科学合理地设计管理流程须基于管理功能与载体对管理流程和管理制度关系有所认识。既然企业组织结构与人员是管理载体，管理制度体现了管理功能的具体细化形式，而管理流程属于管理系统运行范畴，因此，管理流程赋予管理载体的动态性能是管理功能得以实现所不可或缺的，很多管理功能可由管理载体通过管理流程这一动态运行机制得以发挥，管理流程设计为大部分管理制度的履行实施提供了解决方案。从某种意义上说，管理流程是管理制度实施的动态表达，是实现管理功能的运行方式，是管理工程中对于管理目标实现与管理载体运作的设计技术。管理流程的构建要素与管理制度中许多规定内容紧密关联，如：管理活动指向企业各层级战略目标，体现公司基本章程与发展愿景；管理活动间关系依循具体业务处理客观顺序及各部门协作关系；管理活动承担者涉及各部门职能与相应岗位职责；管理活动方式则反映具体业务工作细则和权责配置等。

## 2 管理制度实施困境

管理制度实施可发挥计划、组织、领导、控制等功能以协调组织资源、提升整体绩效,管理制度实施并发挥效用的过程即对企业诸要素及其相互关系协调和规制的过程。然而,由于企业发展阶段不同,制度制定的人性假设各异,各企业面临的影响因素的具体情形不一且处于不停变动中,制度调节方式侧重点有别,所规制人群生存现状与性格特征也呈多面性态势,使企业管理制度显现多维度与多元化特征。多维度源于管理制度制定框架,多元化描摹管理制度规定的具体内容,二者相互糅杂嵌套。管理制度中往往按行政科层制的组织结构为各岗位界定并配置权力,组织成员通过依附于职位上法理化了的职权,形成层级分明的权力链,这些树状权力链条体系构成了组织整体的指挥系统;同时,组织中每个岗位的任职员工存在的必要性首先须通过个体责任的承担来完成所在岗位职责,组织内外部发生的关系及组织成员与组织间发生的关系都基于业务导向下的责任。为此,管理制度除却在组织结构的纵向层级维度中构建了“权力链”,亦于其横向维度下勾勒出“责任链”,权力与责任主要依循组织结构的不同维度展开,这也为制度实施预留了隐患。

伴随多维性与多元化特征,管理制度渗透至对企业系统调控和制约的各层面,管理制度体系对企业诸要素运行的调控是多层次、全方位、宽领域、持续性的,大至公司章程与经营战略,小到打印文件、办公室派车、着装规范、信报收发等。管理制度汇编难以较低维度的简约表现形式对相互糅合、混杂、交融、嵌套的制度框架与内容进行系统化表述,这样的繁复体系期待面面俱到却往往存在缺失遗漏,其实施运行效果堪忧。实地调研发现企业管理制度实施中会出现许多问题,如有些企业高管对公司发展长期愿景不十分清楚,平时陷入对公司日常琐碎管理事务的频度高;中高层管理人员没于文山会海,不能将主要精力放于公司的大政方针与部门间协调管理,甚有企业个别高管未被明确授权管理相应的业务领域;管理制度中对某些部门的职能规定存在重叠、交叉现象,甚至相互矛盾且表述不,具体实施过程中引起管理混乱、推诿和扯皮现象;各部门间配合不力,各种管理活动间的关系及先后顺序不甚明确,协同效应差,导致管理衔接出现问题;工作效率低,对企业整体经营绩效与形象造成负面影响;岗位职责不明晰、赋予相应岗位的责权不对等,各层级缺乏相应权责界定,有些公司员工对于工作任务“为何要做”、“做什么”、“采取何种方式做”以及“对谁负责”不甚清楚,且未被赋予相应权限,现实工作阻力重重,无法顺利开展,导致员工积极性不高;部分管理制度缺失或表述不清晰,计划性差,可操作性不强;人员培训不到位,激励机制不健全,考核指标未能与相应职责对应;等等。

管理制度的多维性与多元化易导致履行中的系统性紊乱。管理制度内容按职能部门的主要业务呈树状分布,分类层级越细越易忽视相互间关联信息,或有这些信息但也是遍布各细小章节,内容要么不够详细,要么互有重复且衔接点不明;管理制度汇编往往内容庞杂,不便于企业各级员工认知与把握,这样会加深部门壁垒,分割业务流程,部门易关注孤立活动和局部利益;对制度条文的解读还会引起各行为主体多意性歧解或出于部门本位主义而刻意曲解。上述因素使制度执行过程易引起部门或岗位间在具体管理过程的权力效力与责任履行中的不协调甚至冲突。管理制度实施困境归根结底是管理系统运行层面出现问题。

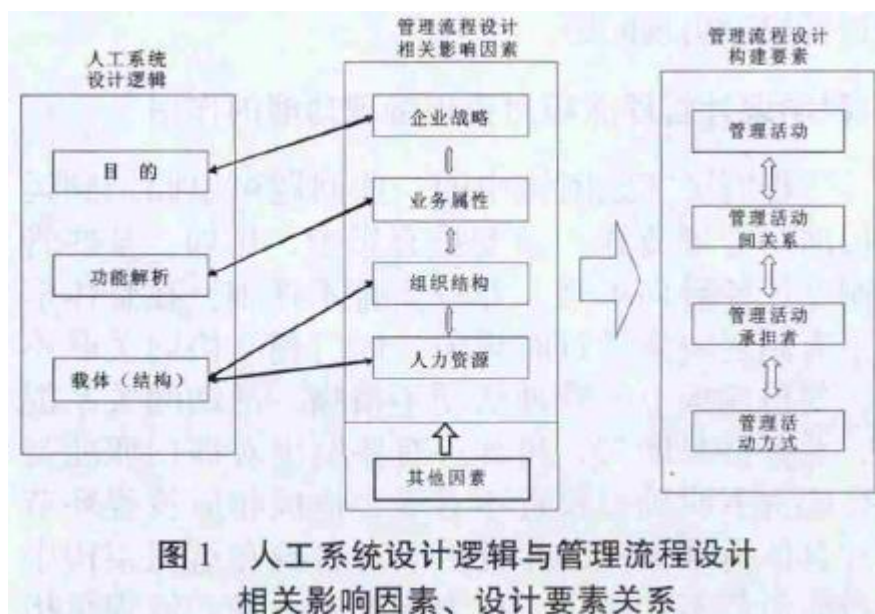
## 3 科学设计管理流程对实现管理功能的作用

管理制度实施困境中的一些问题可以归结到运行层面对管理流程要素安排有影响,比如:某些管理制度任务导向不强、业务安排不详细,在整体框架下有制度缺失或过时现象,部门相互协同关联不够,使得流程中的管理活动不清晰,活动间关系混乱,业务链易断裂;再如:有些制度对部门职能与岗位职责不明确、权责不对等,造成相应流程环节不知具体由谁负责,并且由于对自身在组织架构中所扮演角色不甚明了,权力配置不合理,流程承担者往往不能明确以何种方式采取管理活动。上述负

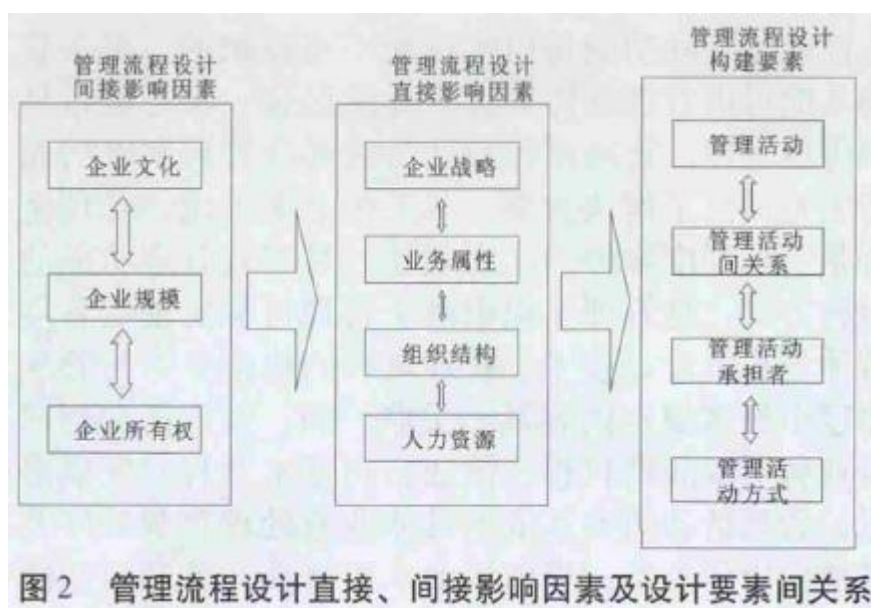
面作用使管理流程要素安排出现问题，以至管理载体不能很好地通过管理流程运行实现各项管理功能。为此，我们期待通过管理流程设计打破管理制度多维框架的藩篱，将各种制度内容有机融合，贯穿于对企业各管理主体诸多行为的调节。流程有效反映了管理制度中有关业务安排、职能职责、权责结构等方面的重要信息，通过要素整合在二维平面中将某项管理功能实现的全过程展开，而为得到同样的过程全貌，我们可能要搜寻制度汇编的各章节角落然后将其拼凑汇合，但由于管理流程自身的简约明晰、任务目标导向强而提高了我们在管理实践中对其运用的可操作性。

#### 4 管理流程设计相关影响因素

管理流程为管理制度的实施提供了解决方案，我们探索对问题求解（管理流程设计）的方法往往蕴于问题表达（管理制度对企业系统的综合作用）本身，管理流程设计各种相关因素体现了管理过程对企业管理环境与条件限制的适应。这些因素经过管理主体长期积累，尊重各种管理对象的客观属性，采纳诸多管理科学方法，在管理制度中逐步积淀下来，比如企业战略、组织结构、业务细则等本身即是构成管理制度的组成部分。各影响因素与人工系统“目的—功能—载体”的逻辑顺序紧密联系，其中：企业战略为管理流程设计明确了方向，事实上指明了管理流程设计须达到的管理目标；各种管理业务事项是职能层战略分解与价值链细化，有很多以管理制度汇编的形式表现，是管理功能的明确具体化；组织结构与人力资源方面的因素体现了管理载体的重要内容，管理流程设计即基于组织架构设置某种运行机制赋予管理载体以动态活力，在相对稳定的管理环境中实现各种管理功能、达成管理目标。而其他因素体现了企业个体差异，在设计过程中不能忽视对于不同企业的适应性问题，考虑诸因素对管理流程构建要素发生作用，对其设计过程至关重要。如图 1 所示。

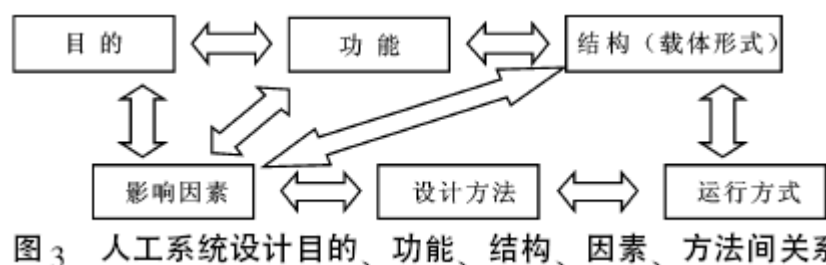


其他因素主要包括：企业文化、规模、所有权，这些因素不对管理流程设计要素产生直接影响，而是通过对别的因素间接发挥作用。可以认为，图 1 中的“其他因素”是间接因素，其余部分是直接因素。三项间接影响因素体现了各企业的本质性差别，本身并无优劣之分，我们在进行管理流程设计时关注间接因素的意义在于使设计方案更具对特定企业的适应性。如图 2 所示。



## 5 管理流程设计思路

自然系统的演化是系统与环境的相互作用通过自然选择实现的，人工系统优化设计则是人们基于对自然系统优化机制的认识对系统结构与运行方式进行设计，使其也具有一定的组织功能。设计的目的在于对系统特定功能的实现，设计的过程是基于分析、综合与创造的一系列活动，管理流程设计的目标是对管理系统功能的实现。管理流程的设计不仅要更好地表达与实现管理系统运行中的基本功能，还须渗透到企业系统各层级，建立起与各级管理分目标紧密相联的拟合体系，针对组织战略规划及各层级绩效指标以更好促进企业资源规范化、集成化运营，提升组织整体管理绩效。人工构造系统设计依循“目—功能—结构(载体形式)”的逻辑关系，综合考虑各种影响因素，采用设计方法进行。这一过程并非单纯直线顺序关系，其中蕴含不同环节的调整反馈，比如有些目标结合环境制约因素与组织掌控的资源经分析是根本无法实现的，这就需对目标进行调整；再如实现某一功能可用不同的资源要素组合实现，需进行设计分析以寻求合适的设计方案。因素分析与实现方法是获得支撑人工系统相应功能之载体运行方式的关键环节，因素分析不仅关注设计客体中的管理元素（如流程四要素），还有管理环境中的各种制约条件对管理载体通过某些运行方式实现管理功能的综合影响，实现方法须遵循设计的原则与理念并体现设计的技巧与步骤。如图3所示。



建筑是典型的人工系统设计工程，比如房屋建造中要于某处立一根柱子(目标：盖房，功能：支撑与美观)，由于各地自然条件、技术水平、风俗习惯、经济状况不尽一致(影响因素)，因此柱子的形状、材质、重量、风格等(设计元素)的制作方法(方法)，需要根据建筑学与美学等原理并结合不同资源条件使立柱在房屋的某具体部位建成，且与房屋整体架构有机融合从而发挥作用(结构安排)。需要指出，由于建筑物是静态的，所以上述设计不涉及运行设计范畴，而管理系统

是非物质要素组成的人工“软系统”，管理载体通过管理流程运行方式实现管理功能，管理流程设计应遵循人工系统设计的相应逻辑关系。如图 4 所示展示了管理流程设计的总体思路。

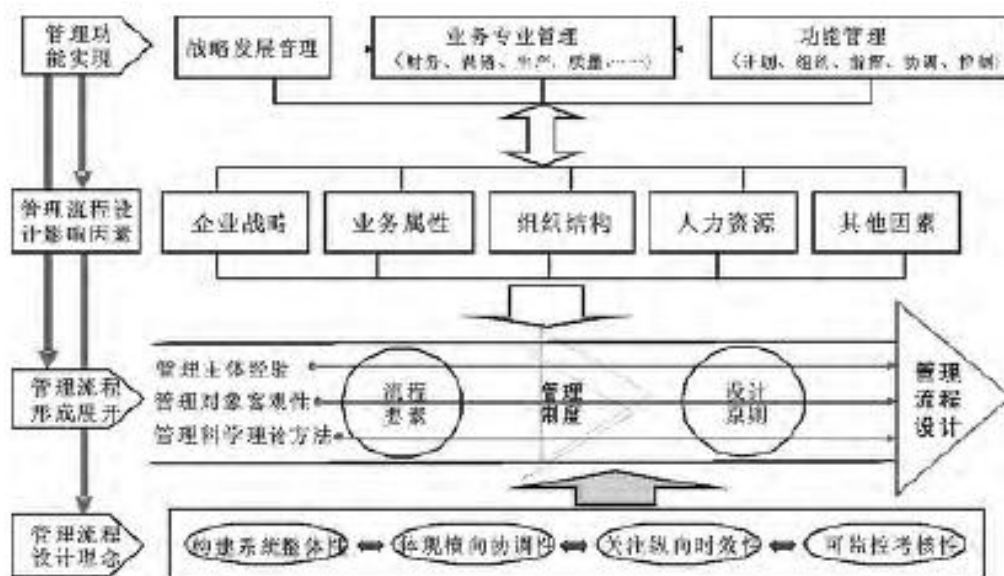


图 4 管理流程设计总体思路

关于图 4 的几点说明：(1)企业经营初期，管理流程已然为实现某些初级管理功能而萌芽。(2)管理流程形成并展开是逐步发展并循序推进的过程，其基本推动作用管理主体经验、管理对象客观性与管理科学理论与方法。管理科学理论与方法是历代管理学者对各种管理活动实践的总结、凝炼与升华，是逐步积累与发展的过程，其发挥作用的时间较前两种作用晚。(3)管理流程设计理念与管理流程特征有对应关系，体现了管理流程设计宗旨；同时各种相关因素对管理流程要素中的活动、活动的方式、活动间关系与活动承担者具有影响，并体现广义设计的原则，这些将另文阐述。(4)企业管理制度的协调规制范围涵盖着企业管理几乎所有业务领域，渗透到企业管理的不同层面，相较管理流程而言具有较高“维度”，图中用立体效果象征性表现；管理流程设计须对管理制度中规定的相应管理事务进行解析与表达；反映管理系统目的、功能、载体的各种影响因素在管理制度内容中皆有所体现。

## 6 管理流程构建要素安排

管理制度实施困境往往伴随流程要素安排不合理、管理活动不清晰、管理活动间关系混乱、相应管理环节不知由谁承担、由于管理者权责不明确或不对等导致不知在相应管理业务中扮演什么角色以及应采取何种管理方式或手段。管理流程设计即试图从管理系统运行层面解决制度实施困境，而流程设计的重点在于设计要素安排。流程构建要素在未经设计前即存在，在惯例形成阶段虽未运用科学管理理论与方法，流程显得有些粗糙和随意，但其构建要素依托管理主体经验与管理对象客观性推动形成。在科学管理阶段，我们运用设计理念，结合企业具体管理环境与条件，针对管理目标与对象，通过对流程构建要素设计安排的方法对管理业务处理行进过程进行更有效规制整合，准确地说，是对流程构建要素的再设计。管理流程体系设计的顺序依然遵循人工系统的逻辑顺序“目—功能—载体”，应首先基于管理业务需达成的目标，通过功能细化明确应完成哪些管理活动，下一步是设定活动承担者并理顺活动间关系。管理活动的上下游关系及完成时限主要通过对管理制度中的各种业务解析实现，而组织中的管控关系有赖于活动承担者在组织结构中的地位与作用，承担者在具体业务环节及组织结构中的作用与地位共同决定其业务角色，从而明确了相应的管理活动处理方式。由此，管理流程构建要素的设计顺序及相互关系如图 5 所示。当然这里所指是大致而非严格的设计先后顺序，在设

计过程中往往根据实际情形,有时需同时考虑各要素间关联性进行安排并且反复验证调整。

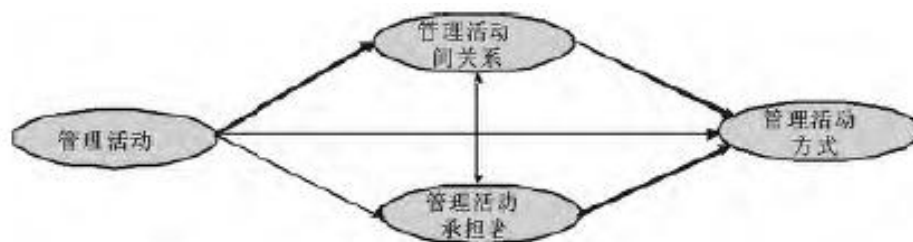


图5 管理流程构建要素设计安排顺序及其相互关系

“流程”通俗地说,就是针对某一具体管理目标、一系列业务事项在时空中的定向“流动”以及各项任务逐步完成中各环节的“进程”,因此管理流程的“走向”与“进程”以及由谁在什么业务领域具体处理一系列何种管理事务是流程构建要素设计中必须解决的问题。设计过程中各相关影响因素对流程构建要素安排的作用如图6所示。

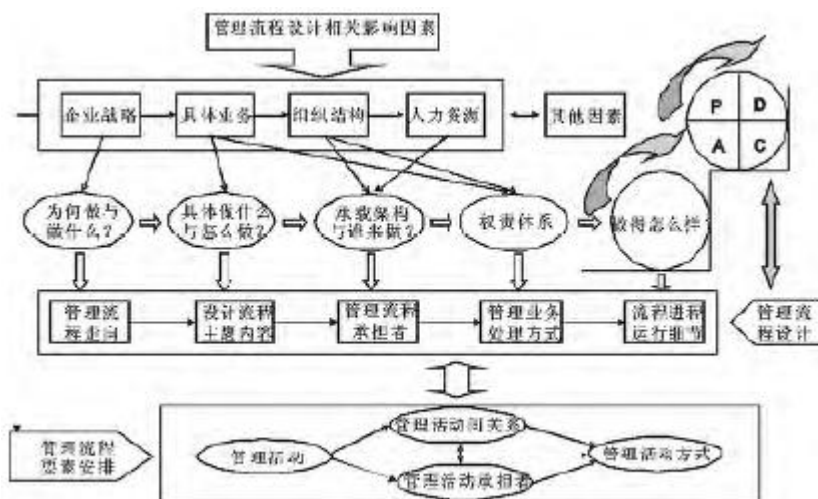


图6 设计中相关影响因素对管理流程构建要素的作用

所有流程都必须为企业战略目标实现发挥作用,管理流程也不例外。通过战略分析,企业明确战略定位,为结合自身资源占有情况设定长期愿景并推进实施,需进行职能层战略的战术分解,以建立企业整体战略目标体系。企业价值链中各种生产经营过程指向战略目标体系中各分目标,几乎每一生产经营过程都离不开计划、组织、领导、协调、控制等管理功能发挥作用。各层级战略管理目标是各级管理流程发挥管理功能的导向,由此衍生的各项管理活动是在组织系统各层面实现这些功能的具体方式,这初步解决了管理流程的活动要素“为何做”以及总体上“做什么”的问题。职能层战略战术分解带来的又一结果是企业各项生产经营活动划定了业务领域,从而将各种业务履行富集于不同处所,这为各类生产与管理相关部门的设立创造条件,各类业务处理环节必然在这些部门得以完成,并且相应部门往往在特定业务中充当主要角色;同时,不同业务领域拥有的管理对象各不相同,从业人员经历各异,因此业务领域的划分、同类或相近业务处理的部门集成为我们在设计特定管理流程过程中缩小对相应管理对象客观性与管理主体经验的关注范围提供便利。企业战略各项子因素明确了管理活动内容,指示各项管理活动方向从而初步确定了管理流程走向,然而管理目标不可能一蹴而就,“走向”与“方向”的差别在于,“走向”在明确方向的同时还需厘清各项管理活动运行的顺序和步骤。战略分解的各分目标不仅有层级性也有先后性,由此衍生的管理活动也就具有了先后顺序;同时各自业务领域中的固有技术规程、职能部门的设立也为设计管理活动间关系提供了依据。但总体而言,各战略

子因素对于流程活动间关系要素的作用尚不明显。此外,企业高层在分析制定、进而实施战略的长期过程中形成了利益博弈与权力动态均衡态势,基于战略导向与利益博弈均衡态势形成后对管理流程构建要素的影响,不同战略导向下业务领域各自权重会发生变化,对于分管领导的地位、话语权、在相应业务领域内应承担的责任及权限设置有影响,由此决定其在特定管理流程环节中以何种角色、采取何种方式承担相应指导、审阅或审批等工作。

企业日常运营业务领域主要包括:基础设施建设、采购、生产、研发、质检、营销、储运、物流、服务、投资、后勤等,这些均是企业内部价值链的主流部分,针对不同的业务领域皆有相应的管理流程进行计划、组织、指挥、激励、控制。针对细化管理目标,发挥相应管理功能,管理业务各环节工作事项将细化,工作任务与具体要求将趋于明确;管理业务的各项环节需井然有序,且为确保管理时效,很多环节有完成时限要求。业务属性范围与层面细化出的工作事项明确了流程中相应活动“具体做什么”,而其内容与细节解决了“怎么做”的问题。管理业务在目标导向下各项管理活动的先后顺序是首先形成企业组织内部责任链的基础,然后管理活动间上下游衔接使各部门与岗位得以建立起工作责任联系。上下游关系是管理活动间关系的主要方面,有很多依赖于各自业务领域管理对象的客观属性,尤其是其中固有的时空顺序,比如事故分析必然发生在故障出现后、销售计划审批在提交以前、人员聘用一般在经过面试后等。业务属性对活动承担者的影响较弱,主要表现在各部门相应业务领域倾向性,从而在不同业务中充当各自角色。业务属性提示了管理流程的主题内容,通过管理活动间上下游任务关系梳理形成偏重部门间横向协调的责任体系,进一步明确了管理流程走向。

组织结构安排不仅展现了企业各职能部门的系统性框架,而且是承载各种流程的整体骨架。组织结构安排中的管理层次即管理流程中的特定业务向上报审的层次,管理幅度显示了不同层级和部门中管理事务的分工,管理幅度大的部门往往是流程节点比较集中的部门。战略导向下各部门关系与配合带有明确目标导向,在此业务事项的细分需嵌入具有相对稳态组织结构中的各部门乃至岗位,由此组织结构因素对管理活动承担者的影响不言而喻。各部门往往有其主流业务倾向从而具备相应的主导管理职能,比如质检部门的主导职能是质量管理、财务部门的主导职能为财务核算、营销部门更多负责与营销管理相关的诸多事务,而设备部门往往对保障机器设备的平稳运行责无旁贷等,这也就影响着管理流程中相应管理活动的范围和参与方式,比如不同部门在同一管理事务当中参与的方式有的是主办、有的是协办、还有的是审批把关等,通过具体业务与组织结构的融合,组织结构因素也参与构建了企业组织的整体权力与责任体系,并与管理流程中各种管理业务职责履行的流转环节和审批权限紧密相系。组织结构对管理流程中活动间关系亦有影响,各企业往往根据自身实际状况设立部门框架,赋予职责并以此铺排权力架构。发挥类似管理职能的管理流程在不同的组织机体体内必然通过法约尔桥穿越着不同的职能部门,这些部门总体框架的设定有的是出于企业的实际情形,有的可能源自企业一把手或领导集体的偏好,前者体现了管理流程展开过程中管理对象客观性的推动作用,后者无疑出自管理主体的经验。然而上述组织结构因素对管理活动间关系的影响源于诸多管理事务嵌入组织结构,部门名称及其兼具职能不同不会从根本上改变各项管理活动的履行顺序,因此其表现的依然是管理活动间的上下游关系。管理活动间的管控关系是由主要依托于组织结构纵向维度的权力架构决定的,其在流程设计中的主要表现形态为对于某些管理事项的层层审查与审批等,由此,组织结构因素通过对构建要素的作用建立起了更为全面而细致的权责体系,主要解决了管理流程承载架构即“由谁来做”及“采取何种方式做”的问题。

人力资源是管理流程各环节的真正执行者,是流程要素中具体管理活动的最终承担者,这从根本上解决了“谁来做”的问题。员工表面看来被禁锢于流程“管道”中充当管理系统运行的零件,不同职能部门的员工处于管理流程的相应环节并时刻扮演其在企业组织体系中的各类角色,然而“人”既是管理的主体也是管理的客体,具有各自的性格、素质、业务知识、专业背景、行为倾向等特征,企业员工的知识与技能水平必须与流程相应环节的工作活动要求相匹配,作为管理主体,对员工的行为倾向如果引导正确,可为流程的顺畅运行注入活力。员工的知识与技能具有很强的可塑性,为促使企

业发展进入不断提升的轨道, 还须建立保障管理业务平稳运行的培训、监控与激励机制, 有关绩效考核的流程即是管理流程体系的重要组成部分, “做得怎么样” 始终是关乎企业长远绩效的重要问题。个人与部门的绩效是企业整体绩效的基石, 无时不在衡量企业战略实施的成效, 关乎组织的存续与发展。绩效管理方面的流程更多体现了管理的控制职能, 借助 PDCA 循环将企业的整体管理水平不断引领至更高起点。人们的知识背景、技能水平及性格行为特征等对其处理管理活动的方式具有弱影响, 管理流程的走向与进程、主题内容、业务处理方式等最终都归结至具体人员作为其承担者, 于具体运行细节中体现管理流程运行成效。

## 7 结语

管理流程设计是管理系统设计的重要阶段与组成部分, 须基于管理功能与载体的逻辑顺序, 厘清管理制度与流程关系, 针对管理制度现实中的实施困境解析管理制度蕴含的各类相关影响因素, 对管理流程构建要素作出合理安排, 方能赋予管理载体以动态活性, 从而解决管理系统运行层面的问题, 发挥管理功能, 实现管理目标。

作者: 凌峰 刘建一( 江苏大学管理学院)

来源: 《科技管理研究》2014 年第 11 期

# 基于 DEA 模型改进的我国高技术产业 技术创新绩效评价



20 世纪后期, 世界主要国家均将科技创新作为提升国家竞争力的核心战略, 各国全力抢夺新兴产业主导权, 发展高技术产业成为未来一段时期内我国的战略重心。近年来, 我国高技术产业取得了显著成绩: 企业不断涌现, 产业结构不断优化, 服务体系持续完善, 国际化水平进一步提高, 初步实现了产业化发展的良好环境。据《中国高技术产业统计年鉴》资料显示, 2011 年全国高技术产业总产值高达 88433.9 亿元, 是 2005 年的 2.57 倍; 增加值占制造业的比重, 从 2001 年的 9.5% 提高到 2007 年的 12.5%。另一方面, 在激烈的国际国内市场竞争中, 我国和发达国家的差距还很大。据目前可查的数据, 2010 年国家创新能力 WEF 排行榜中, 中国仅居第 21 名, 还远远落后于美国、日本等国家。因此, 我国在加大资源禀赋要素投入的同时, 要提高科技创新效率, 使得科技资源、人力资源要素发挥最优创新推动作用。科学评估高技术产业技术创新效率, 对于产业持续快速增长起着其重要的意义。

高技术产业历来受理论界关注, 很多学者获得了富有创见的成果。方福前、张平运用 DEA 方法, 对我国 1999—2006 年度我国高技术产业内部各行业的投入产出效率进行了评价, 并分析了效率背后的深层次原因。徐晔, 张秋燕通过 DEA—Malmquist 指数方法评估了中国高技术产业各行业资源配置效率。陈伟, 赵富洋, 林艳基于两阶段的 DEA 方法对我国 30 个省(市、自治区)的高技术产业 R & D 绩效进行了实证分析, 结果表明, 我国高技术产业 R & D 绩效存在一定的区域差异, 其中社会效

益的地区差异最大。郑珊珊、樊一阳和刘华珍运用数据包络分析方法,对我国高技术产业的 15 个具体行业在 2004—2007 年期间的技术创新资源配置效率进行了分析评价。张清辉,王建品利用 DEA 方法,从综合有效性、技术有效性和规模有效性三方面对全国 17 个行业的高技术产业自主创新效率进行了分析。杨晓东,武永祥应用非参数统计估计的数据包络分析方法,评估了东、中部地区的创新绩效水平,并得出东部地区高技术产业发展较中部迅速,资源利用效率较高,形成东西过渡型趋势发展等结论。

从现有成果来看,这些研究在不同时期从不同角度评估了我国高技术产业技术创新绩效,有些发现是很有价值的,但仍存在不足之处。截至目前,还没有学者基于 DEA 模型对高技术产业 DEA 无效行业的投入值进行改进,更没有分析改进背后的深层次原因。

本文运用 DEA 方法,对我国高技术产业技术创新效率进行了评价,创新之处在于对高技术产业投入值进行了改进,同时分析了改进背后的深层次原因,并就如何改进提出了几点建议。

## 1 DEA 方法的数学模型

我们在下面的分析中将使用的方法是数据包络方法( DEA )。 DEA 是运筹学的一个新的研究领域。它是由著名的运筹学家 A. Charnes, W. W. Cooper & E. Rhodes 于 1978 年首次提出,而后在此基础上发展成熟的。 DEA 主要使用数学规划模型来评价具有多个投入、特别是多个产出的“部门”或“单位”(称为决策单元 DMU)间的相对有效性。这种有效性也就是经济学中的“帕累托最优”。根据这种模型做出的有效性评价,实际上是比较 DMU 偏离 DEA 前沿面的程度。

在下面的模型中,“有效性”的经济含义分为两种:技术有效性和规模有效性。“技术有效”是指评价对象的知识创新与硬件环境、科研与财政管理制度、激励机制、成果转化制度等能够保证投入的科技资源充分发挥出生产潜力;而规模有效指决策单元科技投入的规模处于固定规模报酬状态,既不偏大,也不偏小。

### 1.1 $C^2R$ 模型

DEA 一般有  $C^2R$  模型、 $BC^2$  模型、ST 模型、FG 模型等综合性模型。目前最具代表性的是  $C^2R$  模型和  $BC^2$  模型, $C^2R$  模型综合考虑了评价对象的技术有效性和规模有效性,是建立在总体有效性的基础之上,而  $BC^2$  模型只评价决策单元技术效率是否最佳。

按照  $C^2R$  模型方法,效率最高的评估值为 1,其他效率评估值介于 0~1 之间。 DEA 模型可以分为输入型( Input — DEA )模型和输出型( Output—DEA )模型。前者是指在产出水平一定的情况下,使投入最小化;后者是指在投入水平既定的情况下,使产出最大化。由于创新绩效指标中投入量比产出量更容易控制,因此本文采用输入型( Input—DEA )模型。

$C^2R$  模型的基本原理如下:假设有  $n$  个 DMU,每个  $DMU_j$  都有  $m$  种类型的投入(表示对资源的消耗)  $x_j$  和  $s$  种类型的产出(资源消耗的成果)  $y_j$ 。给最初的  $C^2R$  模型引进松弛变量  $s^-$ 、 $s^+$ ,通过等价线性变换,考虑非阿基米德无穷小的概念,得到如下  $C^2R$  模型:

$$\min \theta - \varepsilon (e^T s^- + e^T s^+)$$

$$s. t. \begin{cases} \sum_{j=1}^n x_j \lambda_j + s^- = \theta x_0 \\ \sum_{j=1}^n y_j \lambda_j - s^+ = y_0 \\ \lambda_j \geq 0, j = 1, \dots, n \\ s^- \geq 0, s^+ \geq 0 \end{cases} \quad (1)$$

式中:  $\theta$  表示相对效率;  $\varepsilon > 0$ , 代表非阿基米德无穷小量;  $\lambda$  为向量参数。设问题 (1) 的最优解为  $\theta^0, s^{-0}, s^{+0}$ , 则有:

- ① 当  $\theta^0 = 1, s^{-0} = s^{+0} = 0$  时,  $DMU_{j_0}$  为 DMU 有效。
- ② 当  $\theta^0 = 1, s^{-0} \neq s^{+0} \neq 0$  时,  $DMU_{j_0}$  仅为 DMU 弱有效。
- ③ 当  $\theta^0 < 1$  时,  $DMU_{j_0}$  为 DMU 无效。

## 1.2 BC<sup>2</sup> 模型

考虑到综合效率可以分成两个部分: 纯技术效率和规模效率, 为单纯评价决策单元的技术效率是

否达到最优, 可引入限制条件:  $\sum_{j=1}^n \lambda_j = 1$ , 即允许规模收益可变, 得到如下 BC<sup>2</sup> 模型:

$$\min [\theta - \varepsilon (e^{\wedge r} s^- + e^{\wedge r} s^+)]$$

$$s. t. \begin{cases} \sum_{j=1}^n x_j \lambda_j + s^- = \theta x_0 \\ \sum_{j=1}^n y_j \lambda_j - s^+ = y_0 \\ \sum_{j=1}^n \lambda_j = 1 \\ \lambda_j \geq 0, j = 1, \dots, n, s^- \geq 0, s^+ \geq 0 \end{cases} \quad (2)$$

其中,  $\theta$  代表相对效率, 此时有  $\theta = 1$ , 则  $DMU_{j_0}$  为技术弱有效;  $\theta = 1$  且  $s^{-0} \neq s^{+0} \neq 0$ , 则  $DMU_{j_0}$  为技术有效, 则它一定位于有效生产前沿面上。

## 1.3 规模有效性

通过总效益与纯技术效益的比值, 可以求出规模效益。规模效益等于 1, 表示  $DMU_{j_0}$  处于规模报酬有效状态, 也就是固定规模报酬状态。规模效益小于 1, 表示  $DMU_{j_0}$  处于规模报酬无效状态。规模无效

包括规模收益递增和规模收益递减两种情况, 可通过规模收益指数  $k = \frac{1}{\theta} \sum_{j=1}^n \lambda_j$  来判断。当  $k < 1$

时, 表示规模收益递增, 当  $k > 1$  时, 表示规模收益递减。

## 1.4 对无效决策单元的改进

若决策单元不是 DEA 有效, 可以通过计算、求解该决策单元  $DMU_{j_0}$  对应的  $(x_0, y_0)$  在 DEA 相对

有效前沿面上的“投影”, 即根据式 (3) 做变换, 得到  $(\hat{x}_0, \hat{y}_0)$  就是无效决策的改进值, 它为改进非有效决策单元提供了一个可行性方案。我们可以根据这个“投影”给出一些非有效的原因和政策建议。

$$\begin{cases} \hat{x}_0 = \theta^0 x_0 - s^{-0} \\ \hat{y}_0 = y_0 + s^{+0} \end{cases} \quad (3)$$

## 2 实证研究

### 2.1 评价指标体系及数据

(1) 评价指标体系设计。本文 DEA 模型所选取的 17 个决策单元 (DMU) 均来自《中国高技术统计年鉴》中的五大类高技术产业 (医学制造业, 航空航天器制造业, 电子及通信设备, 电子计算机及办公软件, 医疗设备及仪器仪表)。为了突出重点, 研究需要, 本文将其二级产业作为决策单元。

高技术产业投入与其他产业一样, 投入主要是高技术产业人员人力投入和研究经费投入, 所以我们把指标具体划分为 R & D 全时人员当量  $x_1$ , R & D 经费内部支出  $x_2$ , 企业资金  $x_3$ , 政府资金  $x_4$ 。与一般产业不同的是, 高技术产业的产出除了工业总产值外, 还应包括创新收入, 后者表现在新产品的生产和专利的发明上, 因此, 我们设定高技术产业的产出指标为新产品产值  $y_1$  (直接产出) 和专利申请数  $y_2$  (间接产出)。

(2) 数据来源及说明。本研究的各指标均来源于相关年份的《中国高技术统计年鉴》。由于高技术产业的投入和产出存在着时间的滞后性, 一般为 1~2 年, 故本文 2011 年的产出选用 2009 年的投入为基准。根据前面所确定的指标体系, 利用  $C^2R$  和  $BC^2$  模型, 计量分析了 17 个行业的数据, 以便对我国高技术产业的创新绩效做出评价。

(3) 投入产出的相关性分析。通过 SPSS 19.0 分析投入产出的相关关系, 见表 1。由表 1 我们可以看出 R & D 活动人员折合全时当量投入、科技活动中的内部经费支出、科技活动经费筹集额中的企业资金与新产品产值、专利申请数等两项产出相关性全部大于 0.8; 而科技活动经费筹集额中的政府投入与产出相关性不大, 与新产品产值相关性为 0.301, 与专利申请数仅为 0.279。因此, 我们可以通过加强投入要素的管理, 来提升高技术产业产出水平。

表 1 投入与产出之间的相关系数表

| 指标 | X1    | X2    | X3    | X4    |
|----|-------|-------|-------|-------|
| Y1 | 0.804 | 0.809 | 0.301 | 0.863 |
| Y2 | 0.841 | 0.821 | 0.279 | 0.885 |

### 2.2 实证结果及分析

我们运用 DEAP 2.1 软件对我国高技术产业 2009—2011 年的投入—产出有效性进行计量评价, 结果见表 2。

表 2 各行业效率评价指数值 (2009—2011 年)

| DMU         | C <sub>2</sub> R 值<br>总效率 | BC <sub>2</sub> 值<br>纯技术效率 | 规模效率  | 规模收益<br>变化 |
|-------------|---------------------------|----------------------------|-------|------------|
| 化学药品制造      | 0.301                     | 0.315                      | 0.955 | drs        |
| 中成药制造       | 0.394                     | 0.415                      | 0.949 | irs        |
| 生物、生化制品的制造  | 0.300                     | 0.425                      | 0.707 | irs        |
| 飞机制造及修理     | 0.275                     | 0.317                      | 0.868 | irs        |
| 航天器制造       | 0.190                     | 1.000                      | 0.190 | irs        |
| 通信设备制造      | 0.447                     | 1.000                      | 0.447 | drs        |
| 雷达及配套设备制造   | 0.223                     | 0.653                      | 0.357 | irs        |
| 广播电视设备制造    | 1.000                     | 1.000                      | 1.000 |            |
| 电子器件制造      | 0.523                     | 1.000                      | 0.523 | drs        |
| 电子元件制造      | 0.575                     | 1.000                      | 0.575 | drs        |
| 家用视听设备制造    | 0.729                     | 0.734                      | 0.994 | irs        |
| 其他电子设备制造    | 0.485                     | 0.535                      | 0.906 | irs        |
| 电子计算机整机制造   | 0.889                     | 1.000                      | 0.889 | drs        |
| 电子计算机外部设备制造 | 1.000                     | 1.000                      | 1.000 |            |
| 办公设备制造      | 0.641                     | 1.000                      | 0.641 | irs        |
| 医疗设备及器械制造   | 0.405                     | 0.444                      | 0.913 | irs        |
| 仪器仪表制造      | 0.462                     | 1.000                      | 0.462 | drs        |

注：irs 为规模效率递增；\_ 为规模收益不变；drs 为规模效率递减

(1) 综合技术有效性分析。由表 2 我们可以做出如下分析：17 个行业在 2011 年的相对总体技术创新效率为 1 的行业有 2 个，仅占总数的 11.76%，分别是广播电视设备制造业和电子计算机外部设备制造业。

一方面，我国广播电视设备制造业增加科技投入，更新设备水平，狠抓新产品的研究和推广，依靠技术优势夺取相应的市场份额。数据显示，我国广播电视设备制造行业 2011 年实现销售收入 95.73 亿元，利润 39.51 亿元，同比增长 34.93%，此外，年收入 2000 万元以上的企业有 321 家，从业人员超过了 11 万。国家“三网融合”的政策和“村村通”工程的实施，以及企业内部强化自主研发，使其进入了一个高速发展的通道，提升了行业投入产出效率。

在研究的数据样本中，电子计算机外部设备制造业实现了快速和良性的发展。在我国信息化工作和战略决策的推动下，计算机应用已深入到各个领域，而作为计算机系统的重要组成部分——计算机外部设备也引起了广泛的重视。如今的电脑用户已经不再局限于当初的简单计算和软件操作，开始追求更舒适的影音娱乐和游戏体验、更好的操作享受以及数码方面。也因此更加关注鼠标、键盘、LCD 显示器、数字摄像机和光盘刻录机等一些外部设备的性能指标，提升了专业化制造水平，从而带来了行业投入产出效率相对领先的结果。

以上 2 个行业可以判断为 2011 年度高技术产业技术创新效率相对领先者。

与上述情况相反，我国化学药品制造行业由于自主研发不足，创新能力低下，缺乏自主知识产权等缺陷，加上国外跨国公司的冲击，市场上创新类药物很少，化学药品制剂仿制品增多，企业之间引发同质化竞争且企业规模较小，导致了行业投入产出相对低效率。

在我们研究的这段时间里, 尽管我国飞机制造及修理业已经在着手公司制改革, 但由于中国在该领域起步比较晚, 缺乏成熟的研发体系, 并且囿于传统的计划体制, 供应链管理比较薄弱, 以及无法建立起全球化的供应体系等问题, 带来了行业投入产出效率低下。

我国雷达及配套设备制造业主要有民用气象雷达市场和军用雷达市场。该行业由于冷战后市场紧缩以及其他传感器(例如红外、光电系统、全球定位系统)的崛起, 同时具有较强的计划经济色彩, 管理体制变革不到位, 市场化发育不足, 进而表现出行业的投入产出效率落后于先进行业水平。

(2) 技术有效性分析。利用表 2 中  $BC^2$  模型的数据还可以对高技术产业进行纯技术有效性分析。纯技术效率为 1 的行业除了上面提到的 2 家行业外, 还有航天器制造业、通信设备制造业、电子器件制造业、电子元件制造业、电子计算机整机制造业和仪器仪表制造业。这 7 个行业创新技术有效, 说明了技术创新中投入的资源使用是最优效的。其余 10 个行业, 则处于非技术有效的状态, 需加快技术进步, 在引进国外先进设备的同时, 加强自主创新, 加快技术更新速度, 从而提高其技术效率。

(3) 规模有效性分析。规模效率最优的行业是整体创新效率 DEA 有效的那 2 个行业, 它们处于固定规模报酬状态, 应保持现有的投入规模。中成药制造业、生物生化制品制造业、飞机制造及修理业、航天器制造业、雷达及配套设备制造业、家用视听设备制造业、其他电子设备制造业、办公设备制造业和医疗设备及器械制造业处于规模效益递增阶段, 表明这些高技术产业规模较小, 无法充分发挥规模经济的作用。其中尤以航天器制造业和办公设备制造业最为明显, 因为, 它们已经处于技术效率最优状态, 可知, 是由于生产规模制约了其创新效率的提高。因此, 这些高技术产业需加大自主创新投入, 实现规模经济。另外, 化学药品制造业、通信药品制造业、电子器件制造业、电子元件制造业、电子计算机整机制造业和仪器仪表制造业 6 个行业处于规模收益递减阶段。因此, 在投入组合和经营管理上还需作进一步调整。

表 3 非 DEA 有效的高技术产业 15 个行业的改进值

| DMU        | X1 (人年) |        | X2 (万元)   |         | X3 (万元) |        | X4 (万元)   |         |
|------------|---------|--------|-----------|---------|---------|--------|-----------|---------|
|            | 改进值     | 投影值    | 改进值       | 投影值     | 改进值     | 投影值    | 改进值       | 投影值     |
| 化学药品制造     | 30 018  | 9 227  | 544 175   | 227 452 | 34 256  | 4 691  | 499 684   | 214 972 |
| 中成药制造      | 10 334  | 5 130  | 166 434   | 102 512 | 19 443  | 3 337  | 148 147   | 96 412  |
| 生物、生化制品的制造 | 7 106   | 2 363  | 131 247   | 51 966  | 13 159  | 1 392  | 114 114   | 48 990  |
| 飞机制造及修理    | 16 701  | 4 055  | 432 506   | 88 329  | 208 198 | 2 416  | 219 370   | 83 252  |
| 航天器制造      | 1 982   | 446    | 131 120   | 8 102   | 95 442  | 314    | 32 406    | 7 601   |
| 通信设备制造     | 51 191  | 41 404 | 1 626 599 | 870 949 | 50 599  | 25 605 | 1 563 360 | 820 189 |
| 雷达及配套设备制造  | 3 242   | 794    | 59 668    | 17 368  | 6 087   | 471    | 53 889    | 16 371  |
| 电子器件制造     | 18 589  | 20 345 | 414 809   | 402 249 | 38 264  | 13 364 | 372 859   | 378 207 |
| 电子元件制造     | 23 070  | 18 893 | 350 697   | 444 903 | 7 570   | 10 238 | 310 627   | 420 079 |
| 家用视听设备制造   | 4 430   | 11 934 | 270 262   | 343 086 | 35 438  | 4 578  | 225 803   | 325 233 |
| 其他电子设备制造   | 7 119   | 4 069  | 78 556    | 67 863  | 8 706   | 3 056  | 67 466    | 63 495  |
| 电子计算机整机制造  | 3 078   | 14 334 | 47 848    | 382 123 | 8832    | 6 410  | 2 422     | 361 729 |
| 办公设备制造     | 1 251   | 1 203  | 17 330    | 30 987  | 319     | 571    | 16 680    | 29 314  |
| 医疗设备及器械制造  | 5 466   | 3 727  | 153 417   | 54 108  | 5 291   | 3 044  | 144 246   | 50 389  |
| 仪器仪表制造     | 20 841  | 16 702 | 359 107   | 286 949 | 28 375  | 12 289 | 312 736   | 268 726 |

(4) DEA 无效行业投入产出值的改进。针对高技术产业 15 个 DEA 无效的行业, 我们进行了决策单元的投影分析, 即通过缩小其投入值来改进它的相对有效性, 以期找到它们 DEA 无效的原因所在。由表 3 可以对 DEA 非有效行业的投入投影进行分析。

化学制品制造业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 30 018 人年, 投影值为 9227 人年; R & D 经费内部支出过剩了 544 175 万元, 投影值为 226 452 万元; 此外, 政府投入过剩了 34256 万元, 投影值为 4 691 万元; 企业投入过剩了 499 684 万元, 投影值为 214 972 万元。

中成药制造业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 10 334 人年, 投影值为 5 130 人年; R & D 经费内部支出过剩了 166 434 万元, 投影值为 102 512 万元; 此外, 政府投入过剩

了 19 443 万元, 投影值为 3 337 万元; 企业投入过剩了 148147 万元, 投影值为 96 412 万元。

生物、生化制品制造业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 7 106 人年, 投影值为 2 363 人年; R & D 经费内部支出过剩了 131 247 万元, 投影值为 51 966 万元; 此外, 政府投入过剩了 13 159 万元, 投影值为 1 392 万元; 企业投入过剩了 114 114 万元, 投影值为 48 990 万元。

飞机制造及修理业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 16 701 人年, 投影值为 4 055 人年; R & D 经费内部支出过剩了 432 506 万元, 投影值为 88 329 万元; 此外, 政府投入过剩了 208 198 万元, 投影值为 2 416 万元; 企业投入过剩了 219 370 万元, 投影值为 83 252 万元。

航天器制造业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 1 982 人年, 投影值为 446 人年; R & D 经费内部支出过剩了 131 120 万元, 投影值为 8 102 万元; 此外, 政府投入过剩了 95 442 万元, 投影值为 314 万元; 企业投入过剩了 32 406 万元, 投影值为 7 601 万元。

通信设备制造业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 51 191 人年, 投影值为 41404 人年; R & D 经费内部支出过剩了 1 626 599 万元, 投影值为 870 949 万元; 此外, 政府投入过剩了 50 599 万元, 投影值为 25 605 万元; 企业投入过剩了 1 563 360 万元, 投影值为 820 189 万元。

雷达及配套设备制造业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 3 242 人年, 投影值为 794 人年; R & D 经费内部支出过剩了 59 668 万元, 投影值为 17 368 万元; 此外, 政府投入过剩了 6 087 万元, 投影值为 471 万元; 企业投入过剩了 53889 万元, 投影值为 1 6371 万元。

电子器件制造业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 18 589 人年, 投影值为 20345 人年; R & D 经费内部支出过剩了 414 809 万元, 投影值为 402 249 万元; 此外, 政府投入过剩了 38264 万元, 投影值为 13 364 万元; 企业投入过剩了 372 859 万元, 投影值为 378 207 万元。

电子元件制造业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 23 070 人年, 投影值为 18893 人年; R & D 经费内部支出过剩了 350 697 万元, 投影值为 444 903 万元; 此外, 政府投入过剩了 7570 万元, 投影值为 10 238 万元; 企业投入过剩了 310 627 万元, 投影值为 420 079 万元。

家用视听设备制造业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 4 430 人年, 投影值为 11 934 人年; R & D 经费内部支出过剩了 270 262 万元, 投影值为 343 086 万元; 此外, 政府投入过剩了 35 438 万元, 投影值为 4 578 万元; 企业投入过剩了 225 803 万元, 投影值为 325 233 万元。

其他电子设备制造业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 7 119 人年, 投影值为 4 069 人年; R & D 经费内部支出过剩了 78 556 万元, 投影值为 67 863 万元; 此外, 政府投入过剩了 8 706 万元, 投影值为 3 056 万元; 企业投入过剩了 67 466 万元, 投影值为 63 495 万元。

电子计算机整机制造业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 3 078 人年, 投影值为 14 334 人年; R & D 经费内部支出过剩了 47 848 万元, 投影值为 382 123 万元; 此外, 政府投入过剩了 8 832 万元, 投影值为 6 410 万元; 企业投入过剩了 2 422 万元, 投影值为 361 729 万元。

办公设备制造业具体情况分析: 科技活动人员折合全时人员当量过剩了 1 251 人年, 投影值为 1203 人年; R & D 经费内部支出过剩了 17 330 万元, 投影值为 30 987 万元; 此外, 政府投入过剩了 319 万元, 投影值为 571 万元; 企业投入过剩了 16 680 万元, 投影值为 29 314 万元。

医疗设备及器械制造业具体情况分析：科技活动人员折合全时人员当量过剩了 5 466 人年，投影值为 3 727 人年；R &D 经费内部支出过剩了 153 417 万元，投影值为 54 108 万元；此外，政府投入过剩了 5 291 万元，投影值为 3 044 万元；企业投入过剩了 144 246 万元，投影值为 50 389 万元。

仪器仪表制造业具体情况分析：科技活动人员折合全时人员当量过剩了 20 841 人年，投影值为 16702 人年；R &D 经费内部支出过剩了 359 107 万元，投影值为 286 949 万元；此外，政府投入过剩了 28375 万元，投影值为 12 289 万元；企业投入过剩了 312 736 万元，投影值为 268 726 万元。

通过以上分析，我们可以直观地了解到我国高技术产业大部分行业投入过剩，很多的资源都被白白浪费掉了。追其原因，有以下几点：

首先，成果转化率低。我国科技成果转化的中介服务体系相对薄弱，科技开发与科技成果转化相脱节。虽然高等院校和科研机构为数不少，但有能力的中介机构还比较缺乏，大量企业不知道到何处去获取科技成果；此外，不少科研成果也由于找不到合适的扩散渠道，只能自己小规模地转化，从而不能充分发挥先进技术成果的社会效应。

其次，技术创新机制不健全。中国在技术引进方面，缺乏统一管理，不重视对引进技术的吸收和转化，明明有些技术在国内已有成熟的示例，有些企业却还要重复引进，从而浪费了资金；引进国外技术大部分都集中在衰退技术和成熟技术，而开发和成长期技术则比较少，无法从长远角度带动行业技术进步。

最后，产业集群度低。大量研究表明，集群是发展高技术产业的有效模式，可以有效地促进企业间的合作与信息交流，从而降低交易成本。我国目前大量兴建的高技术产业园区却存在着众多的互不关联的企业，缺少有效的专业化分工和合作，更没有技术和生产上的联系，这也大大增加了企业的研发成本和费用。

### 3 结论

高技术产业作为推动经济增长的重要组成部分，其发展状态、竞争力高低、资源配置效率一直是大家广为关注的问题。由上面的计量结果和分析，我们可以得到如下结论和启示：

高技术产业作为推动经济增长的重要组成部分，其发展状态、竞争力高低、资源配置效率一直是大家广为关注的问题。由上面的计量结果和分析，我们可以得到如下结论和启示：

第一，R &D 中人力和资金的投入产出相关性分析告诉我们，要使得高新技术产业竞争力得到全面提升，企业创新能力能够不断加强，实现高技术产业化的“十二五”总体目标，必须拓宽资金来源。R &D 经费投入强度(x2) 在提高产出效率中非常重要，其中，企业自有资金投入(x4) 起着很大的作用，而仅仅依靠政府资金的投入(x3) 产出效率普遍不好。这就提醒我们在实现高技术产业化的过程中，应该优化创新资源结构，采用 R &D 投入主体多元化的模式，从而促进高技术产业快速、健康、协调发展。

第二，通过对我国高技术产业投入过剩产出不足效率分析，告诉我们要加强自主创新和原始创新，促进技术升级，提高产出效率；加快市场化步伐，坚持以企业为技术创新的主体。从作为行业领先者的广播电视设备制造业和电子计算机外部设备制造业的发展历程，我们可以了解到，通过科技产业化，实现全行业到全社会的进步，一定要积极推动行业关键共性技术和核心装备，完善行业产业化环境建设，加大鼓励和支持创新创业活动。

第三，DEA 无效行业投入产出值改进分析告诉我们，要继续深化教育体制改革和科研体制改革，

建立起切实解决教育、科研、经济相互脱节问题的新体制。产学研一体化应以科技成果的转化和科技合作为结合点,以充分发挥地方、学校、企业各自的优势,最大限度地调动各方的积极性,满足各自的需要,使得他们在互惠、互利、互补的情况下进入一个良性循环。其次,我们要正确处理技术引进自主创新的关系,需要在引进国外先进技术的同时,自主开发战略性技术,提高产业的国际竞争力。最后,在高技术产业园区的建设中对于进入园区的企业要有明确的界定和限制,致力于加强企业间基于价值链的相互联系和分工合作,改变目前企业封闭的文化和传统。

作者: 钱文瑜, 陈新国(太原理工大学经济管理学院)

来源:《科技管理研究》2014 年第 8 期

## 中国自由贸易区大布局全面提速



中国的自由贸易区布局与实施正全面提速。记者从商务部获悉,根据计划,中韩自贸区将于今年年内完成全部谈判,争取明年尽早签署协定。如果一切顺利,协定将有望在明年下半年生效实施。11月17日,中国国家主席习近平与澳大利亚总理阿博特在澳大利亚首都堪培拉举行会谈,双方共同确认实质性结束中澳自由贸易协定谈判。多位业内专家在接受记者采访时表示,近日连续敲定的自贸区谈判不仅有望倒逼中日韩自贸区谈判进程加速,更增加中国在亚太自贸区整合中的谈判筹码。

据了解,中韩自贸区是我国迄今为止涉及贸易额最大、综合水平最高的自贸区。中韩两国作为双边贸易额超过 2740 亿的世界第 2 和第 14 大经济体,“税目 90%、贸易额 85%”是相当高的货物贸易自由化水平。在自贸区谈判中,首次涉及以准入前国民待遇和负面清单模式开展服务贸易和投资谈判,这将在协定生效后两年内启动。另外,中韩还首次在自贸区谈判中涉及电子商务和地方合作内容,首次设立金融服务、电信服务单独章节等。

商务部部长助理王受文 17 日表示,中韩自贸区基本实现了利益大体平衡。在货物贸易领域,经过最长 20 年过渡期后,中方零关税产品将达到“税目 91%、进口额 85%”;韩方由于最惠国税率已经为零的产品多于中方,最终零关税产品将达到“税目 92%、进口额 91%”。在服务贸易领域,双方承诺将对投资者和跨国公司内部往来人员给予两年期的就业和居留许可,并给予商务访客一年期多次往返签证。根据计划,下一步双方将就少数技术性问题进行工作层磋商,年内完成全部谈判。

17 日,中国国家主席习近平与澳大利亚总理阿博特在澳大利亚首都堪培拉举行会谈,双方共同确认实质性结束中澳自由贸易协定谈判。会晤后,在两国领导人见证下,中国商务部部长高虎城和澳大利亚贸易与投资部长安德鲁·罗布,分别代表两国政府签署了实质性结束中澳自由贸易协定谈判的意向声明。

据悉,中澳自由贸易协定谈判于 2005 年 4 月启动,是继中韩自贸协定后,我国与亚太地区重要经济体结束的另一个全面、高水平的自由贸易协定谈判。根据谈判结果,在开放水平方面,澳大利亚对中国所有产品关税最终均降为零,中国对澳大利亚绝大多数产品关税最终降为零;服务领域,彼此向对方作出涵盖众多部门、高质量的开放承诺。投资领域,双方在协定生效日起相互给予最惠

国待遇，同时大幅降低企业投资审查门槛，增加企业投资的市场准入机会、可预见性和透明度。协定范围涵盖货物贸易、服务贸易、投资和规则共 10 多个领域，包含了电子商务、政府采购等“21 世纪经贸议题”。中澳自贸协定谈判实现了全面、高质量和利益平衡的目标，协定的签署将实现两国经济优势互补和互利双赢，促进双边经贸关系深入发展。

多位专家在接受记者采访时表示，中韩自贸区谈判结束和中澳自贸区谈判结束连续公布，意味着中国正在积极落实“以周边为基础，加快实施自贸区战略”的重要部署。

商务部研究院国际市场研究部副主任白明在接受记者采访时表示，以前在中日韩自贸区谈判上，日本一直积极性都不高。鉴于从强势产业上，日韩两国有很强的相似性，现在中国和韩国能就自由贸易协定达成一致，对日本也形成一定冲击，对中日韩自贸区谈判进程会起到倒逼作用。

中国 WTO 研究会常务理事何伟文也告诉记者，中日韩作为东亚地区的三个大国，GDP 总量已达到 15 万亿美元，占全球 GDP 的 20%，占东亚 GDP 的 90%，已超过欧盟，但三国之间的贸易量只占三国对外贸易总量的不足 20%。实际上最早在推进中日韩自贸区谈判时，韩方就一直希望中韩能够先走一步，而后进一步推进三边谈判。如果中日韩三边真的能够完成自由贸易协定的签订，会诞生占全球 GDP20% 的巨大贸易圈。

白明还表示，从加入曼谷协定到规划一带一路，再到筹备中澳自贸区，中国近年来在商务方面加大了开放力度，中韩自贸区的签订将是画龙点睛的一笔，为中国进一步推进亚太自贸区谈判增加了筹码。何伟文说，亚太自贸区不是凭空划定的，它的实质就是整合现有的各个自贸区。因此，如果现在中韩自贸区的基础打得好，未来亚太自贸区的整合就会更顺利一些。

来源：经济参考报（2014-11-18）

## “一带一路”推动能源互联互通

11 月 11 日，《APEC 互联互通蓝图》作为领导人会议宣言的重要内容正式发布。中国希望借助“一带一路”规划，推动与亚太周边国家互联互通，实现经贸、社会、文化合作。“加强全方位基础设施和互联互通建设”也是本次 APEC 峰会的主要议题之一。推动能源互联互通、加强能源基础设施建设、维护能源市场安全稳定可持续是亚太地区及世界各国共同的命题。

中国国家电网公司董事、总经理舒印彪在本次 APEC 峰会期间对本报记者表示：“当前，世界正在发生一场深刻的能源革命，以新能源和信息技术为特征的第三次工业革命正在孕育发展。中国也将大力推动能源生产和消费领域的革命。在这样一个大背景下，讨论加强各国电力基础设施的互联互通具有重要意义。”

“习近平主席提出了‘一带一路’的战略构想，使得中国与周边国家实现电力基础设施互联互通成为现实选择。”舒印彪表示。

据了解，目前，中国与周边国家已建成 18 条跨国输电通道（东南亚 8 条，中亚吉尔吉斯斯坦 2 条，东北亚俄罗斯 3 条、蒙古 5 条）。这些互联互通工程在促进各国能源资源开发互补、加强区域间经济合作、推动本国经济发展、解决无电地区人口用电、改善当地民生等方面发挥了重要作用。

舒印彪介绍道，中国与周边国家扩大电网互联互通规模具有巨大潜力。中国巨大的电力需求为相关国家提供了巨大的电力市场。

中国周边国家一次能源资源丰富，与中国互补性强，具有很好的开发价值，电网互联互通潜力大。其中，俄罗斯和蒙古风电资源的开发潜力巨大；中亚五国日照时间长，太阳能资源具有很高的开发价值。而大规模可再生能源只有实现电网互联互通、融入大电网才能得以开发利用。

据了解，从电力发展的技术规律看，互联互通是大电网的发展趋势。目前，北美、欧洲和独联体国家都已经建成跨区域互联互通电网，各国通过电网互联，促进了电力工业技术进步，实现了巨大的经济、社会和环境效益。

舒印彪表示，中国与周边国家实现联网有 3 个重点：一是丝绸之路经济带输电走廊，建设从中国新疆到中亚五国的输电通道；二是俄罗斯和蒙古向中国输电通道；三是与南部邻国联网通道。例如，哈萨克斯坦拥有丰富的风、太阳能等新能源，俄罗斯、蒙古拥有优质的煤炭及风力资源，通过电网互联，促进当地的能源基地开发，提升当地基础设施及产业，向中国送电，实现互利共赢。目前，各项目正在积极开展研究。

舒印彪说：“习近平主席提出的‘一带一路’伟大战略构想，具有重大而深远的现实意义，是相关国家搭上中国经济发展快车道的现实平台，给各国带来巨大利益，得到各国积极响应，将开启一轮更广、更深、更紧密的区域合作，给相关国家带来新的发展机遇。”

舒印彪认为，实现电网互联互通已有良好的政治基础。成员国各方应携起手来，加强协同协作，建立工作机制，制定发展规划，分阶段实施包括电网在内的基础设施互联互通，将“一带一路”战略构想落到实处。

来源：中国贸易新闻网（2014-11-12）

## 国务院促内贸发展 物流业迎黄金发展期

刚刚过去的“双十一”再次为电商行业带来“爆量”，单天猫就实现了近 600 亿元的销量。在电商行业发展迅猛的当天，物流行业也迎来黄金发展期，在双十一期间，全国快件总量就达 5 亿件，由此便可窥见物流业的市场空间。然而，当前我国商贸物流发展总体滞后，已成为电子商务发展瓶颈，因此，发展高效的物流配送体系已变得十分迫切，政府层面也正加紧制定扶持政策，为物流业的发展创造条件。

### 双十一电商“爆量” 物流成关键因素

双十一“海淘”与“爆量”给跨境物流与电商仓储带来机遇。今年双十一的两大特点是：各大电商将“海淘”也纳入促销行列，而且无论销量还是发货量又将创新高实现“爆量”，阿里实现近 600 亿元销量，双十一期间全国快件总量将达 5 亿件。这两个特点也预示将利好与海淘相关的跨境物流与解决电商物流的核心的电商仓储领域。伴随着阳光海淘的发展，跨境物流，尤其是进口跨境物流将迎

来“黄金时代”2015 年总产值预计为 250 亿元。电商仓储向来是电商物流的核心，目前国内仓储设施普遍落后，仓储用地租金高企的背景下，自动化立体仓储的需求将日益旺盛，未来几年将有 19% 的增长，预计 2015 年市场规模达 113 亿元。

业内人士指出，物流与落地布局，是全渠道比拼的一个制高点。除了具有吸引力的独特商品之外，未来不论是线上还是线下零售商的比拼高点，将是物流以及落地点的布局。阿里天猫此次的成功，不仅在于大力引入跨境商品、极大的增强了商品内容的丰富度，还在与其长期的菜鸟网等国内物流布局以及跨境电商境内外的物流处理中心与干线的建设，因此，物流业的发展将起到关键的作用。

## 国务院印发指导意见推动物流加速发展

除了电商的促进作用之外，管理层也日渐重视物流业的发展。国务院办公厅 11 月 16 日印发《关于促进内贸流通健康发展的若干意见》，分 5 个部分合计 14 条。意见明确了加快发展内贸流通的政策措施，将从推进现代流通方式发展，加强流通基础设施建设，深化流通领域改革创新，改善营商环境等四个大方面推动内贸流通发展。意见指出，将减少行政审批，减轻企业税费负担。最大限度取消和下放涉及内贸流通领域审批、备案等行政事项，实行涉企收费目录清单管理。

商务部副部长房爱卿在全国商贸物流工作会上说，当前我国商贸物流发展总体滞后，不适应电子商务迅速发展的需求，甚至成为制约瓶颈。因此建立符合电子商务和信息化时代消费需求的高效物流配送体系，已变得十分迫切，特别是物流的网络布局，网仓的分拣、集散功能和最后一公里的配送能力成为电子商务发展成败的关键。

业内认为，加快内贸流通发展，将在引导生产、扩大消费、吸纳就业和改善民生上起到促进作用，将进一步拉动经济增长。具体行业看，意见提出支持流通企业做大做强，形成若干具有国际竞争力的大型零售商、批发商、物流服务商，目前物流商贸行业中龙头企业有望获得政策扶持。

来源：投资快报（2014-11-18）

# 2015 年将是中国投资者最痛苦的一年

作为一个拥有 14 亿人口的世界第二大经济体，中国经济无疑称得上是个“大国经济”。从经济学意义上讲，一个“大国经济”所发生的变化会对世界上的其他经济体产生不可忽视的影响。这在过去十多年中已经反映的很清楚。

当时有句话说：“中国买什么什么贵，中国卖什么什么便宜”。这正是“大国经济”的真实写照。

如今，中国经济正面临转型期。转型之后，中国买卖的东西、输入输出的产业势必有所变化。而这些变化势必对全球经济格局产生深远影响。

随着劳动力成本的进一步上升，中国在劳动密集型制造业的产业外移将不可避免。一些条件具备的发展中国家和地区（如东盟、印度等）很可能承接来自中国的产业转移，成为下一个“世界工厂”，并带动当地经济进入一个长达十年甚至更长的上升期。

目前，中国已步入中等偏高收入国家，在全球收入水平的排名相比二十年前大幅提高。

1990 年，全世界比中国贫穷的经济体只有 20 个（以人均 GDP 衡量）；而到去年，这一数字已经超过 110 个。这意味着，如今世界上已有 110 多个经济体比中国更具劳动力成本优势。

如果中国经济继续保持 7% 以上的年均实际增长率，中国的人均 GDP 估计在 2 年内就会超过 8000 美元，5 年内则会超过 10000 美元，届时中国在劳动力成本上的优势就会变为明显的劣势。

劳动力成本的劣势会在很大程度上抵消了中国在基础设施、劳动力素质、产业链与供应链配套、国内市场潜力等方面的优势。在这种情况下，劳动密集型制造业从中国向更低收入的发展中国家转移就变得水到渠成。这从近年来一些跨国公司全球生产基地布局的变化中可窥一斑。

随着劳动密集型制造业的外迁，中国国内企业必须面对转型升级的挑战，通过向价值链的中高端转移，来寻找新的核心竞争力。而中高端制造业一直是欧、美、日、韩、台等发达经济体的天下。中国企业在这些领域的崛起势必会对这些经济体的企业产生冲击。

有人担忧，中国企业在中高端制造业方面的创新能力不足，在研发方面的投入和知识产权方面的积累也相当有限，因此很难在短时间内赶超发达经济体的企业。

现在所有传统企业都有非常严重的危机感，不知道在互联网时代如何转型？未来之路如何走？利润好的企业发愁，利润不好的企业更发愁。企业最大的危机，不是当下的利润多寡，而是对未来能否清晰把握。

## 1 传统营销的势没有了

过去一个品牌想进入成都市场很简单，去大商场做做宣传基本就可以了，拿下春熙路、盐市口等主流商圈，把点全部布好，基本上生意就做得七八成熟了。

现在却不行了，因为城市在开发，消费者在外迁，最根本的原因在于城市在扩容，原来的一环现在成了市中心，三环变成了二环，楼盘聚集区变成了消费聚集区，变成了厂家的商圈。

以上海为例，目前大大小小的商圈有两百多个，基本上都成规模了。在未来，有限的大商圈变成无限的小商圈，甚至分散成微商圈。

不管在哪个行业，传统营销都找不到“势”了，主要表现在资本市场上。如果你的企业商业模式还是老一套，生产、加工、产品、招商、广告，这一套路早已经成为传统企业尤其是大企业的行活，闭着眼睛都会干。大家突然产生了疲劳感，发现兴奋不起来。无论怎样的成功学培训，也难以激发团队的斗志，这就是最大的问题，这就是传统行业的穷途征兆。

任何事物，不怕小，就怕没有势。小米雷军说，站对了风口，母猪都能飞上天，风口就是势，没有这个势，企业就是一潭死水，是非常可怕的。如何找回如火如荼的发展之势，是所有传统企业老板最大的命题。

## 2 不转型等死，转型怕转死

经过三十多年的改革开放，中国的企业竞争力从弱到强，从小到大，支撑中国成为了全球第二大经济实体。这期间崛起了诸如华为、美的、海尔等一大批中国企业，在全球范围内树立起了“中国制造”的效应，使我国成为世界最重要的制造基地和消费市场。

随着人民生活水平的提升，劳动力成本的上涨成为必然，国际社会的贸易分工出现新的竞争势态，

国与国的经济竞争，本质上是企业核心竞争力的竞争。

在取得重大成果的之后的中国企业，不可避免面临着如何在新形势下实现新的突破和飞跃，在世界经济结构中和产业价值链中重新寻找定位。发展的方向，也告诉企业未来一个重要战略机遇期的到来。

转型，这两个字的确关乎企业生死。尤其是大企业，年销售额过 10 个亿的企业，靠的就是传统的渠道和团队，转型谈何容易。转的动吗？很难。诺基亚的企业文化、管理规范、专利创新都是全球顶尖的，但为什么消失？答案很简单，诺基亚和成就他的时代一起被消失了。

对于企业，转型有两种。第一种，被迫转型，当问题集中到不能解决的时候，倒逼企业转型，这种转型成本是很大的，也是很痛苦的，但不手术必须死亡。第二种转型，是预见式转型，是企业领导人的战略洞察能力超强，这种企业家是稀缺的，比如 IBM 当年把 PC 业务卖给联想，就是在 PC 机快不值钱的时候提前卖了个高价，IBM 提前完成转型，非常成功。但这种企业家在全世界也是凤毛麟角。

人，往往不愿意割舍过去的成功与光荣，恋旧情节是人之常情，但商业不能恋旧，李嘉诚警告自己的儿子绝对不能喜欢上任何一个行业或业务。往往动感情的时候，就是失败的开始。

### 3 传统企业的高管年龄大了

中国传统企业老板平均年龄在 40 岁以上，高管年龄在 35 岁以上，这些人在传统营销领域经验丰富，但随之而来的问题是对互联网不精通。企业改革的最大障碍就在这两个人身上，底层员工都是年轻人，不存在问题。

40 岁以上的，在传统企业打工的高管，未来 3 年有可能面临着失业的风险，而且是大概率事件。一个企业，或者一个人，往往因为什么成功，就往往因为什么失败。让老板换掉一批高管，然后引进一批年轻人，这种风险谁能扛住？咨询公司不能，企业自己更是发抖。所以，这就是企业转型的矛盾和痛苦。

对于新崛起的互联网企业，他们没有历史包袱，他们可以轻装上阵，而传统企业不能，他们的肩上扛着全国数百家渠道经销商，怎么办？这是最痛苦的地方。

### 4 传统企业家对网络营销心理没底

对互联网这玩意儿，传统企业家是拿不准的，尤其很多老板手机上都没有微信或者微博，他们对这东西感觉不到成就感。与新事物中间隔着一道墙。

其实传统企业家感觉没错，目前为止，互联网电子商务还没有诞生过 100 亿的实体群体，只有零星几个新公司做到了，比如雷军的小米手机。天猫和淘宝上的企业以个体户为主。如果让鲁花这种百亿级别的企业搞转型，必须告诉他百亿级别的互联网操作模式，否则小打小闹的网络营销激发不起他们的兴趣。

雷军和董明珠的 10 亿赌注，背后是新旧思维的碰撞。雷军的模式，是粉丝经济模式；格力的模式，是传统产业链模式。究竟谁输谁赢，我看没有答案。格力积累了巨量财富，光纳税就 100 亿，如果想转型，那是太轻松了，毕竟格力手里握着遍布全国的售后服务系统，这个是互联网解决不了的。所以，雷军可以卖不需要服务的手机，但卖需要售后服务的空调就有点难了。

很多企业家，他们普遍对网络营销心理没底，企业家对不确定的东西是不敢投入的，风险是他们的第一考量。所以，企业家到底如何才能做到对互联网心理有底，办法只有一个，自己下水玩玩互联

网，掏点钱当学费。

## 5 错把网络当销售渠道之一

很多传统企业高管谈互联网，他们很大一部分人把互联网当作一个渠道。比如我曾经服务过的公牛插座，4 年时间从 3 个亿做到 30 多个亿，走的就是传统分销路线。安全吗？一点都不安全，虽然我们给创意的“安全插座概念”在传统市场很管用，但今天的时代已经让公牛很危险了。比如，雷军如果发现小插座的高利润，搞出一个设计更漂亮，以出厂价作为零售价，那公牛的经销渠道会哀鸿遍野。这就是说，互联网是一个销售渠道，但互联网思维是一种新商业模式。

就像马云说的，传统企业对互联网模式往往先是看不见，然后看不起，最后来不及。很多传统企业正在这么做，未来的确非常凶险啊。

## 6 传统营销思维根深蒂固

面对未来，我想奉劝所有传统企业人：不要用已知否定未知。比如传统营销，产品需要广告语，需要提炼独特销售主张，这些都已经形成思维定势，尤其平面设计理论更是行活。但我们发现，广告语在推销产品的力量越来越差，你能想起来小米手机的广告语是啥吗？你能回忆起苹果手机的广告语是什么吗？但这两个品牌都大成了。

仍然有很多传统企业用传统思维做互联网营销，这是一件很可怕的事情。比如马应龙做的一个视频广告《屁股欢乐颂》，放在互联网上，以为是网络营销，其实传统的不能再传统，创意感非常弱，典型的传统思维创意方式。其实，不一定非要在互联网上卖，而是要用互联网思维方式卖！什么是互联网思维方式，就是与目标人群打成一片的思维方式，就是 C2B，最后形成粉丝经济，建立起企业自己的粉丝帝国。

## 7 产品越来越不好卖了

大家上网查查，三只松鼠休闲食品卖的很火，包装设计的动漫化，销售语言的动漫化，充满了互联网时代的创新精神。其实里面的坚果和大街上卖的没啥区别。那消费者为什么趋之若鹜？因为今天的年轻一代买的不是产品，买的是一种精神或者乐趣。传统食品越来越不好卖，尤其很多传统历史悠久的食品企业，仍然在搞什么文化包装，这种做法是把企业往绝路上推。中国及中国企业再也不要贩卖过去的传统文化了，可以作为品牌故事背景，绝对不能作为第一诉求。

白酒是传统文化的典型贩卖者，结果怎么样？白酒股票皆被市场腰斩，不是因为限酒令，而是传统文化的贩卖之路走到头了。江小白，搞出了时尚白酒概念，与传统文化切割，只针对年轻人说话，卖了几个亿，让传统白酒直呼看不懂。

未来一定拼的是创意文化，而不是传统文化。产品必须充满人情味，而不是自我的夸张与包装。产品必须成为消费者肚子里的蛔虫，才能成功。

## 8 五年战略规划失去意义

凡客陈年说了一句话，我永远不知道明天互联网会发生什么。他说对了，互联网时代做 3-5 年战略规划，是没有任何实际意义的，是自己骗自己的。

今天你看到阿里巴巴很火，明年后年不一定，说不准就被微信替代了。腾讯曾经搞过类似阿里巴

巴的电商，但失败了，今天的微信却成功了。所以，企业再互联网日新月异的变化下，只能制定有效的 1 年战略，策略战术变化以周为单位，这样才能保证企业的与时俱进。因此，互联网时代，企业会越来越累，因为越来越快，传统企业时代的舒服日子一去不复返了。

所以，建议传统企业家，未来出路有两条，第一出路，赶紧卖掉企业，就像 IBM 提前卖 PC 机一样，现在卖还能卖上价，再过 3 年就卖不出去了，然后把钱投给年轻人，做他们的股东；第二出路，自己冒险转型，向褚时健学习，80 岁也可以搞互联网，当然前提是有好产品。

## 9 搞不懂商业模式创意

因为互联网世界是平的，没有区域市场之分。传统时代，还可以做区域品牌老大，互联网上没有这个机会。所以，一个商业模式只能存活一个企业，这就是为什么腾讯模仿阿里巴巴失败的原因，反过来阿里巴巴模仿微信搞来往，我也不看好。

能否直接面对消费者搞出新商业模式，是对所有传统企业转型的考验。未来是直销时代，渠道必然消亡。三种直销模式会畅行天下，互联网直销、人联网直销、社区连锁直销。离开这三种直销模式，传统企业没有其他出路。

大分销的时代未来不存在了，因为渠道的存在是因为过去物流、信息不发达造成的，今天渠道的价值没有了。消费者不会为渠道成本买单，消费者需要出厂价购买，这就是阿里巴巴存在的价值。

所以，传统企业必须好好思考，你的产品如何能直接到达喜欢你的消费者手中，而且让他们爱不释手和广为传播。

作者：赵筱赞

来源：BWCHINESE 中文网（2014-11-3）

# 地缘政治阴影下的“新丝路”

今年 3 月，在莱茵河畔的德国港口城市杜伊斯堡，中国国家主席习近平在三声锣响中迎接一趟货运列车到站。他发表讲话，呼吁德国和中国共同建设一条连接两国经济的“新丝绸之路”。

习近平此举意在邀请德国参与一个战略性的重点项目。自 2013 年上台以来，习近平多次在出访中阐述在中国和欧洲之间建设一条新丝绸之路的构想。上月访问斯里兰卡并出席一个投资额 15 亿美元的港口项目开工仪式时，他倡议建设“21 世纪海上丝绸之路”。

习近平提出这些雄伟构想的一个动机在于，他希望通过加强中国内地、特别是西部地区与欧洲的联系。假如这些倡议成真，那或许将相当于自中国 20 年前开始成为国际贸易的重要参与者以来，全球贸易路线的一次最大洗牌。

然而，那趟驶往杜伊斯堡的列车也是一个绝佳的例子，显示地缘政治正在如何给全球化投下阴影。“渝新欧”铁路总长 1.1 万公里，起点为中国西部城市重庆，中间有一段经过附近的俄罗斯，这段线路由德国铁路公司 (Deutsche Bahn) 和俄罗斯铁路公司 (Russian Railways) 的合资公司——跨欧亚物流公司 (Trans-Eurasia Logistics) 控制。在俄罗斯与欧盟 (EU) 贸易关系因为乌克兰冲突而日益紧张

之际，这使得该铁路成为全球供应链中一条脆弱的运输线路。

“渝新欧”铁路日益受到惠普 (HP) 等西方科技公司、宝马 (BMW) 和梅赛德斯-奔驰 (Mercedes-Benz) 等德国汽车制造商的欢迎，这些公司认为通过该铁路在中国和欧洲之间运输高价值的商品比传统海运更高效。惠普表示，该公司在重庆附近生产的商品，近三分之二通过铁路运往欧洲。9 月，首趟运载德国制造的汽车整车的列车抵达了中国。

各段铁路的运营商和使用这一运输线路的企业表示，还未有迹象显示乌克兰冲突对这一线路的运输产生了任何影响。德国铁路公司旗下的货运企业德铁信可 (DB Schenker Rail) 坚称：“没有发生过延误现象。”然而企业界意识到，这条线路的未来不仅依赖于习近平的重商主义雄心，也同样倚赖于俄罗斯总统弗拉基米尔·普京 (Vladimir Putin) 的善意，为此惠普等企业也在准备应急方案。

惠普欧盟物流负责人罗纳德·克莱吉维特 (Ronald Kleijwegt) 认为，这条线路运输中断的可能性，跟苏伊士运河因中东动乱关闭的可能性差不多大。“如今，风险总是存在的，我们始终有 B 计划。”

中国与欧盟贸易的主要运输渠道仍然是海运。每周有四、五趟列车从中国抵达杜伊斯堡，每趟列车装载 40 至 50 个 40 尺集装箱，而这样大小的集装箱现代货船每艘能装数千个。

但欧洲和中国之间的铁路运输量呈快速增长趋势，其规模已不容小觑。德铁信可表示，过去两年中，其运营的列车在欧洲和中国之间运送的货物相当于 4 万个 20 尺集装箱，而德铁信可的这项业务是 2011 年才推出的。

这条线路之所以有吸引力，原因很简单：它提供的服务在一些企业看来是一种高效得多的全球化方式。克莱吉维特表示，将惠普的产品从中国运到杜伊斯堡对门的运输时间平均为 22 天，是海运时间的一半，而费用只比后者高出 20% 至 25%。通过铁路，惠普能够更直接地控制运输计划，而在海运中，变幻莫测的航运计划有时可能会让大企业也奈何不得，这使得铁路运输比海运更可靠。

惠普目前计划更多地使用这条陆上运输线路。但这完全取决于俄罗斯与欧洲边境是否仍然允许贸易商品通行，以及普京自己的打算，其中或许包括一些长期考量。就目前而言，克里姆林宫希望让中国跟自己站在一条线上。然而，“丝绸之路研究项目” (Silk Road Studies Programme) 负责人尼克拉斯·斯万斯特伦 (Niklas Swanström) 表示，从根本上来说，中国和俄罗斯在中亚存在战略竞争关系。丝绸之路研究项目是约翰斯-霍普金斯大学 (Johns Hopkins University) 高级国际研究学院 (School for Advanced International Studies) 与瑞典的安全与发展政策研究所 (Institute for Security and Development Policy) 合作的课题。

斯万斯特伦指出，关于中国至欧洲的铁路路线安排，中俄两国政府各有不同的计划。从长期而言，习近平提议的丝绸之路将绕过俄罗斯，而不会经过俄罗斯。与此同时，俄罗斯则在推动现有的跨西伯利亚铁路线成为中国至欧洲的主要铁路干线。

在斯万斯特伦看来，风险在于，俄罗斯可能会把铁路线当作一个它可以开放或关闭的战略工具，就像它对通往欧洲的天然气管道那样。

他指出，从长期来看，如果俄罗斯采取这样的举动，对莫斯科方面造成的风险可能比对欧洲各国政府、乃至中国造成的风险更大，这对欧洲或许是好事。斯万斯特伦表示：“长期来说，除了自然资源，俄罗斯没有多少东西能够提供给中国。”而欧盟是中国最大的出口市场。

在杜伊斯堡，通往中国的列车眼下仍在不断出发和到达。但那里的官员知道，地缘政治投下的阴影可能会加重。“如果未来的情况一直像现在这样顺利，我倒会觉得惊讶了。”杜伊斯堡港口发言人朱利安·博克尔 (Julian Böcker) 说，“我们不知道以后会怎样。”

作者：肖恩·唐南

来源：英国《金融时报》(2014-10-28)

## 盘点：2014 十佳企业微信营销创新案例

2014 “微信营销”迎来了第三个年头，而微信的营销环境也变得越发清晰，从区分企业公众帐号为订阅号和服务号开始，微信的每一次升级都牵动着上亿个公号的心。这一年大事件有很多，冬奥会、世界杯、APEC 等等，于是微信营销遍地开花，仿佛所有人都在热衷于这一事业空前疯狂。然而就在媒体环境逐渐被看好，新晋公号以每天数千个增长的情况下，腾讯对于微信生态环境发展的态度却在摇摆不定，让众人模棱两可。

故而将企业微信营销比作一次又一次的买彩票也实属恰当，结果要么失落要么得意，但过程往往充满魔幻色彩，无论是久经沙场数年的营销老手，还是带着新奇 idea 投入热潮的有志青年，没人能确定下一个营销成功与否，也无人能给予一个特定的玩法。所以，2014 年微信营销依然在摸索中前进。由于微信营销玩法过于细分，这里小编简单总结出以下的十个大胆、创新的企业营销案例与大家一起分享一下。

### 案例一：招商银行

关键词：全客群综合服务平台

要说微信营销的老手，招行绝对是元老级别，有数据统计，截至 2014 年 3 月底，招行微客服用户量超过 1000 万，其中微信好友量超过 800 万，并且目前仍以每日 1 万至 2 万人的增长速度让其遥遥领先于 300 万家企业公众账号中任何一家的粉丝量，成为粉丝最多的企业官方微信公众账号。2014 年招行在配合阶段性营销同时发展为一个固定的全客群综合服务平台，从微信第三方入手提高用户体验。



招商银行的微信平台是一个闭环的呼叫中心系统，简单的问题就由微信机器人做自动应答，对于一些稍微复杂的问题，引导客户到招商银行的手机应用掌上生活或者手机银行办理，再复杂一点的问题，如需协商还款、查询一些疑问交易、转人工，都可以通过微信直接连到网络人工系统，由人工提供服务。毋庸置疑，微信服务丰富了银行与客户沟通的渠道。

### 案例二：头条新闻

关键词：实时推送



2014 年，各家媒体都在被逼转型，“头条新闻”的火爆掘起也是偶然中的必然。作为新媒体，微信当然也有其媒体传达的特性，虽然马化腾一向在弱化其媒体特点。但作为微信推广特殊事例的头条新闻，最大的卖点是信息的即时推送，头条新闻在每天下午六点左右，按时推送一天最重大新闻，订阅用户可以通过微信直接知道近来发生的大事新鲜事，不需要在海量的信息中“淘宝”。

守时推送的时间挑选在下班时间，完结一天的作业，在回家的路上看看当天的新闻也不失为一种调剂，既可以知道当下的大事又可以排解路途的无聊。

### 案例三：华为荣耀 3X

**关键词：**30 万人微信抢购

华为通过微信做的荣耀 3X 的预约活动也称得上是微信营销的经典案例。首先，活动前华为通过微信内容推送和微博进行宣传预热，并联合易迅将活动信息大量曝光；活动前期，华为荣耀、华为商城、花粉俱乐部等官方微博都对此次活动进行大量曝光并用图解的方式说明了具体操作流程，易迅也尝试在微信上做出精选商品的经典案例，当时的微信正想着怎么让更多的用户绑定银行卡，就这样一拍三和达成合作，本次活动得到大范围的持续曝光，粉丝们蠢蠢欲动准备准备开抢。其次，预约界面加入奖品驱动，即预约用户关注华为荣耀公众账号后可参与抽奖活动，开放预约时用微信支付 1 分钱即可完成预约。最后，付款的灵活便利，预约成功后进入原预约页面即可购买，支付方式也支持微信支付和货到付款。据了解，此次活动华为荣耀 3X 的总预量达到约 30 万。



### 案例四：万达影院

**关键词：**快捷购票实现多功能自助服务

微信作用于传统的服务业便捷价值逐步提升，这在以万达为首的餐饮娱乐行业最为显著。首先万达影城对微信的开发方面，万达影院最值得一提的是其便捷的票务服务，关注了万达影院微信公众号后可以简单的实现在线预订、在线选座、查询热映影片、待上映影片等信息、评价分享等，足不出户便可轻松预订。另外，影院微信会不定期针对会员做一些活动，增强粉丝粘性。虽说其微信开发上的体验没有自身 APP 的好用，但是作为会员管理、活动营销以及简单地在线订票选择已经基本够用。其次，对于二维码的推广，万达影院也是有自己的一套做法，一是通过出票的票面上印上二维码，使得凡是看电影的都可以随机扫其二维码，配合其强大的服务体系，能很好的抓住粉丝。同时，万达也会为了吸引粉丝开展一些活动，例如关注微信可一分钱看电影(限场次)、送可乐爆米花等，对于影院而言，闲时会有很多空位，不如索性拿来回馈一下粉丝，这种回馈带来了非常可观的效果，现万达影城微信渠道日均出票 8000 余张，近 30 万人抢购。

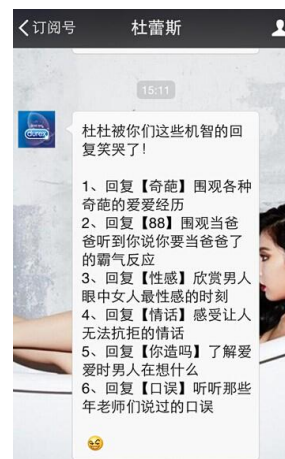


### 案例五：杜蕾斯

**关键词：**活动推广系列主题

2013 年杜蕾斯微信平台做的已然是出类拔萃，2014 年他们在坚持以往语言风格幽默的同时，加大活动推广力度，形成系列主题。小杜杜平日里一直扮演“两性安全专家”的角色，可以回答粉丝们

提出各式各样关于两性的问题，而粉丝也经常被杜杜的诙谐所逗笑或者被他的恶搞弄的哭笑不得。其实对于商家来说，这些都是



与顾客培育品牌感情的方式。杜蕾斯同时也在微信平台推出“私密健身房”、“热门游戏”、“视频精选”、“杜杜电台”等系列娱乐活动。

另外，杜蕾斯微信中还有一个特色信息，就是每周都会收集本周经典的互动对话，整理成一个特色栏目“一周问答集锦”，每期栏目会集合 10 名左右的粉丝关于两性话题咨询的互动信息，发布出来。“一周问答集锦”因为两性问题的搞笑和尴尬，和杜杜风趣又坏坏的回复，成为一系列休闲消遣的资讯，让粉丝们非常期待。社杜还时不时与粉丝做有奖问答的互动，围绕一些有意思的主题，吸引粉丝参加，还赠送奖品鼓励。这一系列活动都非常能够满足粉丝的心理需求，也非常能够牢牢把握住粉丝的心。

### 案例六：小米

关键词：微信抢购

新媒体推广如何会少了小米的身影？“9：100 万”的粉丝管理方式依然延续到现在。无论是去年底小米 3 的微信营销，还是今年小米 4、路由器 mini 的定时开抢活动，这 9 位工作人员一直默默的战斗在后台，其实小米自己开发的微信后台可以主动抓取关键字回复，但小米微信的客服人员仍会进行一对一的回复，小米也是通过这样的办法大大提升了用户的品牌忠诚度。相较于在微信上开个店铺，对小米这样的品牌微信用户来说，做客服显然比卖掉一两部手机更让人期待。当然，除了提升用户的忠诚度，微信做客服也给小米带来了实实在在的好处，据统计每到开抢日便有近万台小米手机从微信平台被一抢而空。黎万强表示，微信使得小米的推广、CRM 开端下降，昔日小米做活动一般会群发短信，100 万条短信发出去，便是 4 万块钱的本钱，微信做客服的效果可见一斑。



### 案例七：罗辑思维

关键词：卖月饼

今年的中秋节微信公号“罗辑思维”下单但不付钱，需要通过微信分享给成付款。随后又增加了“送礼”的玩。享到微信后其他人输入个人地址来领饼。在月饼下单购买的过程中，都会完成留言的机会。例如多人代付成功言“调侃”求月饼的人。“拼手气送礼”的玩法因为有随机概率，很多人可能会领不到月饼，这个时候他们也可以留下自己的吐槽。



维”卖月饼火了。具体玩法如下，用户朋友们，然后个人或聚集大家来帮他完法，用户自己下订单后完成支付，再分月饼，把线下送月饼变成线上转发月出现一个个性化定制、由用户自己填写之后，付款人可以定制自己的昵称和留

在罗辑思维微信商城 13 天的预售期内，共有 11,458 盒月饼是在罗辑思维微信商城中通过企业定制模式销售出去的。因为在微信上完成企业定制的流程是首先需要个人预付一部分定金，确认后再通过线下对接、银行转账等方式完成总体支付，所以超出常规买卖的方式往往也会让营销一发冲天。



### 案例八：澳贝婴幼儿玩具

关键词：砸金蛋游戏

2014 年游戏俨然成为企业微信营销中最受欢迎的一部分，尤其是对于刚刚上线的企业来说尤为受用。以澳贝婴幼儿玩具为例的企业就在线上初期采用趣味游戏来吸引粉丝关注，一个月内就吸引了近 7.8 万人次参与活动。首先粉丝可在“澳贝婴幼儿玩具”微信账号中直接进入如砸金蛋活动页面，一旦抽奖中奖便可领取现金券好礼→跳转至微店购买页面→付款使用优惠礼券。而游戏中的未中奖用户，按照指引分享到朋友圈或分享给好友，即可再多一次抽奖机会。活动中品牌传播贯穿游戏始终，而产品信息软性植入则更多的提上了曝光空间，对于一个全新上线的公号来说，也是简单粗暴有效的一种方式。

### 案例九：王老吉

**关键词：**扫码点亮 13 天 190 万

国庆前夕，国内知名凉茶品牌王老吉提前发力，利用和微信联合推出条形码扫描的新模式，以产品罐身为媒介，以条形码为纽带，用点亮广州塔赢《亲爱的》电影票这样深具土豪气质且萌哒哒、爱满满的互动活动，消费者可以通过扫一扫王老吉罐身条形码连接到微信的商品主页，找到免费观影的栏目，即可进入活动页面。这一活动瞬间就点燃了网友们转发分享狂摇不断的热情。而王老吉依托和微信联合推出的扫条形码新技术，以印刷在罐身的条形码作为媒介，以数以万计的王老吉罐子为桥梁，最大范围的连通了消费者，这在保证活动的参与人数的同时，也有效挖掘了王老吉的潜在消费者，可谓是一举两得。据了解，王老吉在发起活动时预计会有 100 万人参加，而今活动尚未结束已有超过 190 万人参加，这远远超出了既定目标。



### 案例十：天虹

**关键词：**零售微信逛街

用过微信“打飞机”聊天，有没有用过微信逛街？天虹的微信商城系统微信率先实现，而且还是微信支付第一开通者。便捷的自助服务满足了粉丝对于品牌检索和优惠查询的需求，关注天虹微信、点击购物搜索某类品牌，屏幕中瞬间给顾客展示商场内品牌，随即打开一个品牌链接，该品牌的优惠活动，折扣数量，单品售价范围就展示出来，给客户很好的体验感，你不需要走到门店就能知道优惠活动，省得一个个去逛，省力省时间。最后，便捷的支付模式，你可以直接通过微信购买商品或礼品卡，或者看好了去门店买，可以选择在线支付，也可以选择货到付款。



天虹商场试水微信开启零售 O2O 模式，其微信平台通过腾讯微生活，实现了个性化信息订阅、会员系统无缝对接，一对一互动等。当其与微信合作消息传出后，天虹的股价连续三日累计上涨近三成，天虹参与微信平台，提升了品牌知名度，吸引客群，给天虹带来了持续的关注和购物转化，客户粘性得到极大程度的提升。目前，天虹微信已有数千商品在微信销售，拥有 40 多万粉丝，每天在微信上接待顾客 8000 人次！

来源：广告主（2014-11-19）