

Issue 4 February, 2024

This journal was listed into the
Overview of Chinese Core Journals
of Peking University (2004, 2008 Editions).



This journal adheres to the correct direction of operation and the guidance of public opinions, publishes the achievements of economic theoretical research and academic innovation, to reflect the research trends, research achievements and practical experience of commercial trade theory, explore academic issues in the field of deepening circulation reforms, and improve the level of business theory research in China.

Editorial Board of China Journal of Commerce

Chairman : Fu Longcheng

Vice Chairman : Liu Jianhu Ren Xingzhou Song Ze Yu Di

Members:

Cao Lisheng Chen Liping Ding Junfa Fan Shiyu Gao Tiesheng
Guo Xinmei Han Jianhui Hong Tao Jing Suqi Kong Qingtai
Lai Yang Li Jianhua Liu Shijin Liu Wenfeng Liu Siwei
Song Zigang Wang Chengrong Wang Xianqing Xie Lijuan
Yang Qingsong Yi Shaohua Zeng Lingtong Zhang Hao

Periodicals Included in the *General Library of Online Publishing of Chinese Academic Journals*
Periodicals in the *Citation Database of Chinese Humanities and Social Sciences (AMI)*
Books and Periodicals Data Center's Copy Newspapers and Periodicals Important Reprinted
Source Journals in Renmin University of China
Catalogue of Chinese Core Journals' Trade and Economy Core Journals (2004, 2008 Editions)
Periodicals Included in *Chinese Core Journals (Selection) Database*
Periodicals Included in *Chinese Sci-tech Journals Database*
Periodicals Included in *Longyuan Database*

中國商論

CHINA JOURNAL OF COMMERCE

Sponsor China General Chamber of Commerce
Publisher China Journal of Commerce Co., Ltd.

Honorary President Yu Di
Executive Vice President and Deputy Editor-in-Chief Yang Jinlong
Vice President Hu Xudong Yin Haiqi(Part-time)
Editorial Director Li Xiaomei
Editorial Board Qiao Yiyou Zhang Na Zhou Changbao
Sun Xiufang Fan Xiang Zhao Yuejun
Yin Junting Zhang Tingzhi
Operators Feng Genying Shao Mei
Department of Training Liu Yaping Li Jing Qiao Zhenzhen
Visual Director Zhou Changbao
Tel 010-65244663

E-mail zgsl666@vip.163.com
zgsl666@163.com
Website www.cnzgs.com

Legal Advisor Beijing Guolian Law Firm Company (Domestic Affairs)
Fu Chengwu , Beijing Yingke Law Firm (Domestic Affairs)
Yang Hongjun , Norris Yang , Boughton Peterson Yang Anderson
(Overseas Affairs)

CN Serial Numbering CN 10-1337/F
ISSN ISSN 2096-0298

Advertising License Jingxi Advertising Supervision Registration No. 20170138

Post Issue Number 82-970

Domestic Subscription Retail Available in Newsstands all over China

Foreign Issuance Code SM5153

Distribution Abroad China International Book Trading Corporation (Mailbox 399, Beijing)

Publication Date On 15 and 30 Every Month

Price 29.00 RMB

Address Lian Ri International 2310, No. 18 Nanlang Jiayuan,
Chaoyang District, Beijing

Postcode 100022

Print Beijing Century Hengyu Printing Co., Ltd.

Statement: This magazine has the copyright or license of the articles, pictures, data and other materials contained in this journal. Please contact *China Journal of Commerce* for any use of this journal, such as reprinting and network communication of its content. This journal has licensed China National Knowledge Infrastructure (CNKI), Wanfang, Chongqing Weipu, Citation Database of Chinese Humanities and Social Sciences (AMI) and other institutions to digitally copy, compile, distribute and disseminate the full texts of this journal in their series of database products. Authors in this journal are responsible for themselves and their articles do not represent the views of this journal. This journal has the right to use the website, WeChat and other platforms. Authors who submit their articles to this journal are deemed to agree with the statement above of the journal. If you find quality problems of printing and binding of this journal, please contact this magazine.

Circulation Economy 流通经济

- 对外直接投资对产能过剩的影响..... 陈灿龙 刘宏楠 001
- 数字经济背景下一线城市零售品牌发展之路..... 刘兰鸽 刘子嘉 李雯琳 005
- 数字服务贸易自由化的出口促进效应研究..... 翟士尧 许光建 009
- 我国自贸试验区金融开放的制度创新效果评估..... 张青永 013
- 长三角城市群经济极化效应空间分布与自相关特征分析..... 陈庆琳 王成城 017

Implementing the Spirit of the 20th National Congress 深入学习二十大

- 数字普惠金融影响安徽城乡共同富裕的效应研究..... 季然 022
- 乡村振兴战略背景下电商产业融合发展路径研究..... 王萧杭 026

E-commerce 电子商务

- 大数据在农村电商中的精准应用研究..... 方丽珍 030
- “互联网+”背景下农产品电商发展现状、问题与对策研究..... 任欣 吴连翠 034
- 基于价值共创的农村电商直播创业模式研究..... 王晶晶 何宇 038

Digital Economy 数字经济

- 贵州省数字经济与经济增长耦合协调度的实证研究..... 王晓蕾 042
- 乡村振兴视角下数字普惠金融助力农业经济发展的对策探究..... 徐博涵 046
- 浙江省数字经济与绿色发展耦合协调关系测度及政策启示..... 江彬 丁镭 华忆迪 050

International Trade 国际商贸

- 英国脱欧对不同经济体的影响研究..... 刘禹含 056
- “一带一路”农产品跨境贸易市场准入与贸易壁垒分析..... 孙明玮 060
- RCEP 下湖南农产品对外贸易潜力测算与合作态势分析..... 陈柯璐 刘萱芝 064

Consumer Market 消费市场

- 农产品直播互动性对消费者购买意愿的影响机制研究..... 邢正远 鲁银梭 陈欣雨 070
- 基于消费者行为的购买意愿及影响因素研究..... 张琪 刘萍 074
- 新零售下新茶饮品牌的商业模式及提升路径研究..... 张欣荣 079

Logistics · Industry Chain 物流 · 产业链

- 奢侈品供应链中的信息共享与协同管理研究..... 李琳玲 084

浙江省低碳物流与区域经济耦合协调研究·····	李江珊	088
跨境电商背景下物流供应链的法律问题解决分析·····	吴佳鸿	092
中国海运物流的发展现状与优化策略研究·····	邹雨辰	096
港珠澳协同背景下跨境电商物流国际竞争力提升路径研究·····	赵亚杰 丁立强	100

Financial Sight 金融视线

中美经济政策不确定性对人民币汇率的影响研究·····	陈婷婷 张筱峰	105
金融聚集支持实体经济缓解企业融资约束的理论研究·····	代乾 何风隽	109
数字金融助推农村家庭消费升级的研究·····	孙茜	113
绿色债券市场和能源行业股票市场的风险溢出效应研究·····	章雅洁 钟意	117

Service Economy 服务经济

电网物资供应商分级管理策略及实践应用研究·····	张婧卿 倪长爽	121
CPTPP 数据本地化规制的“安全例外”规定适用研究·····	何瑶	125
营商环境优化背景下的信用法治化研究·····	邢玲	129
直播账号的商业价值及权属问题研究·····	旋柳钰	133

Business Innovation 商业创新

基于 4I 理论下品牌联名的新媒体传播实践与思考·····	第佳慧 崔佳悦 罗如轲 白雨荷 邱宇	137
我国跨境电商服务行业发展趋势研究·····	张慧	141

Industrial Economy 产业经济

“互联网+”背景下贵州非遗文创产业发展路径研究·····	黄雪雯 袁龙娟 何林洁	145
旅游业高质量发展评价指标体系构建研究·····	彭淑贞 刘桂菊 梁薇	149
黄河流域人口结构与产业结构耦合关系研究·····	王彦华	153
广西现代化产业指标体系构建与评价·····	徐绮枫 丁益 祝晶涛 关勇军	157

Helping Farmers by Circulation 流通助农

流通助农：贵州农业特色产业与乡村旅游的协同发展·····	陈晓钰	161
农村电商减贫增收效应的实证分析·····	张银银 徐耀君 吴晓彤	165

声 明

经国家新闻出版总署批准、国家市场监督管理总局，我社于2022年8月31日正式完成转企工作，转企后出版单位由“中国商贸杂志社”变更为“《中国商论》杂志社有限公司”，统一社会信用代码为91110102MABR1WK44N，经营范围不变，主营业务仍为期刊出版、发行。自2022年9月1日起，《中国商论》杂志社有限公司将启用新的印章，原“中国商贸杂志社”名称及相关的全部印章不再使用。

Circulation Economy

The Impact of Outward Foreign Direct Investment on Excess Capacity	001
The Development Path of Retail Brands in First-tier Cities under the Background of Digital Economy	005
A Study on the Export Promotion Effect of Digital Services Trade Liberalization	009
Evaluation of the Institutional Innovation Effect of Financial Openness in China's Pilot Free Trade Zones	013
An Analysis of Spatial Distribution and Autocorrelation of Economic Polarization Effect in Yangtze River Delta Urban Agglomeration	017

Implementing the Spirit of the 20th National Congress

Research on the Effect of Digital Financial Inclusion on Common Prosperity in Urban and Rural Areas of Anhui Province	022
Research on the Integration and Development Path of E-commerce Industry under the Background of Rural Revitalization Strategy	026

E-commerce

Precision Application Study of Big Data in Rural E-commerce	030
Research on the Development Status, Problems, and Countermeasures of Agricultural Products E-commerce under the Background of Internet+ Plus	034
Research on Rural E-commerce Live Streaming Entrepreneurship Model Based on Value Co-creation	038

Digital Economy

An Empirical Study on the Coupling Coordination Degree Between Digital Economy and Economic Growth in Guizhou Province	042
Exploring Strategies for Advancing Agricultural Economic Development Through Digital Financial Inclusion in the Framework of Rural Revitalization	046
Measurement and Policy Implications of the Coupling Coordination Relationship Between Digital Economy and Green Development in Zhejiang Province	050

International Trade

A Study on the Impact of Brexit on Different Economies	056
Analysis of Market Access and Trade Barriers for Cross-border Trade of Agricultural Products under the Belt and Road Initiative	060
Measurement of Hunan Agricultural Products Foreign Trade Potential and Analysis of Cooperation Situation under RCEP	064

Consumer Market

The Influence Mechanism of Live Interaction of Agricultural Products on Consumers Purchase Intention	070
Study on Purchase Intention and Influencing Factors Based on Consumer Behavior Theory	074
Research on the Business Model and Improvement Path of New Tea Beverage Brands in the New Retail Era	079

Logistics · Industry Chain

Research on Information Sharing and Collaborative Management in the Supply Chain of Luxury Brands	084
Research on Coupling Coordination of Low-carbon Logistics and Regional Economy in Zhejiang Province	088
Analysis of Legal Problem Solving of Logistics Supply Chain under the Background of Cross-border E-commerce	092
Research on the Development Status and Optimization Strategy of Maritime Logistics in China	096
Research on Cross-border E-commerce Logistics International Competitiveness Enhancement Path under the Background of Hong Kong-Zhuhai-Macao Collaboration — Based on Fuzzy Analytic Hierarchy Process	100

Financial Insight

A Study on the Impact of Economic Policy Uncertainty between China and the United States on the RMB Exchange Rate	105
---	-----

Theoretical Research on Financial Agglomeration Supporting the Real Economy to Relieve Enterprise Financing Constraints	109
Research on the Role of Digital Finance in Promoting the Upgrade of Rural Household Consumption	113
A Study on Risk Spillover Effect of Green Bond Market and Energy Sector's Stock Market	117

Service Economy

Research on the Graded Management Strategy and Practical Application of Power Grid Material Suppliers	121
Research on the Application of "Security Exception" Provisions in CPTPP Data Localization Regulations	125
Research on Credit Legalization in the Context of Optimizing the Business Environment	129
Research on the Commercial Value and Ownership of Live streaming Accounts	133

Business Innovation

New Media Communication Practices and Reflections on Brand Co-branding Based on the 4I Theory	137
Research on Development Trends of Cross-border E-commerce Service Industry in China	141

Industrial Economy

Research on the Development Path of Intangible Cultural Heritage Creative Industry in Guizhou under the Background of Internet Plus	145
Research on the Establishment of Evaluation Index System for High-quality Development of the Tourism Industry	149
Study on the Coupling Relationship Between Population Structure and Industrial Structure in the Yellow River Basin	153
Establishment and Evaluation of Guangxi Modern Industry Indicator System	157

Circulation in Assisting Agriculture

Circulation in Assisting Agriculture: Coordinated Development of Characteristic Guizhou Agricultural Industry and Rural Tourism	161
Empirical Analysis on Poverty Reduction and Income Generation Effect of E-commerce	165

对外直接投资对产能过剩的影响

——基于供给和需求双重视角的分析

陈灿龙 刘宏楠(通讯作者)

(广东海洋大学经济学院 广东湛江 524088)

摘要: 改革开放以来,我国对外开放水平不断提升,逐步形成高水平的对外开放格局,产能过剩问题也得到不断改善。本文在梳理我国产能过剩的内涵和成因基础上,基于“供给侧—需求侧”分析框架,探讨了对外直接投资缓解产能过剩的内在机制。在供给侧方面,对外投资使得边际产业转移,生产要素跨国流动,并且产生逆向技术溢出效应,从而提高产能的利用率来缓解产能过剩。在需求侧方面,对外投资产生了出口效应和国际竞争效应,从而提高产品需求来缓解产能过剩。最后,本文认为对外直接投资的蓬勃发展可以从供给侧和需求侧两方面改善我国的产能过剩现象,仅供参考。

关键词: 对外直接投资; 产能过剩; 边际产业理论; 钻石模型; 逆向技术溢出效应

本文索引: 陈灿龙,刘宏楠.对外直接投资对产能过剩的影响[J].中国商论,2024(04):001-004.

中图分类号: F832.48; F713.53

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-001-04

1 引言

改革开放以来,我国不断提升对外开放水平。《2022年度中国对外直接投资统计公报》显示,截至2022年,我国对外直接投资规模达到631.2亿美元,在全球排名第二,OFDI总量始终保持在国际前列^[1]。随着“一带一路”倡议的深入推进,我国积极主动与沿线国家进行国际产能合作,使得我国的产能过剩现象不断得到缓解。推进高水平对外开放成为党的二十大中的重要议题,在这一基本国策的指导下,我国的对外投资规模日益扩大。在扩大对外投资的过程中,要素自由流动加速、资源配置得到优化,激发了企业出口活力,为改善我国产能过剩状况提供了切实可行的有效路径。

与实践方面蓬勃发展、政策方面广泛关注相比,对外直接投资对产能过剩的理论研究相对落后。现有研究多从实证的角度出发,阐述对外直接投资对产能过剩的影响。从企业层面来看,积极开展对外投资的企业产能过剩指数能够显著降低^[2],但对外直接投资对产能利用率的影响会因企业类型不同而存在显著差异^[3]。进一步研究发现,对外直接投资能够有效促进企业产能利用率提高,且该影响具有持续效应^[4]。从行业层面来看,对外直接投资能够促进产业结构调整优化,从而实现过剩产能的转移^[5]。还有部分学者从某一地区出发,研究特定地区产能过剩的成因与测度^[6]。

对已有文献梳理发现,少有研究从理论层面对对外直接投资影响产能过剩的机理与动力展开系统论述。鉴于此,本文在充分吸收已有研究成果的基础上,厘清产能过剩的

内涵和成因,并基于小岛清的“边际产业理论”和波特的“钻石模型”理论,从“供给侧—需求侧”分析框架出发,系统剖析对外直接投资对产能过剩的影响机制。

2 产能过剩的内涵界定和成因

2.1 产能过剩内涵界定

产能过剩是指某一行业或企业饱和生产,供给水平远远超过实际需要或未充分利用资源,生产水平并未达到潜在水平的状态^[7]。在供给侧视角下,产能过剩是指在现有的技术水平上,企业或行业的生产能力长期大于实际产出而造成的生产能力闲置。在需求侧视角下,产能过剩是指企业或行业提供的产品使供需相等市场达到均衡,即不存在产能过剩的情况,当实际市场需求长期小于企业所提供的生产、服务水平时,供给大于需求,产能出现过剩^[8]。

2.2 我国产能过剩的成因

国务院发展研究中心发表的《进一步化解产能过剩的政策研究》认为,我国产能过剩是由两类原因造成的:一类是以林毅夫(2007)为代表的市场失灵论。该理论认为,由于供求信息不对称,发展中经济体的企业在供给层面会集中投资发展前景良好的行业,从而产生“潮涌现象”而导致产能过剩^[9]。另一类是“体制扭曲假说”理论。该理论认为,由于我国经济转型发展过程中的财政分权,地方政府为了实现GDP增长的晋升目标,从而对企业投资进行过度干预,并通过一系列补贴、帮扶政策吸引企业投资,企业投资行为被

基金项目: 湛江市哲学社会科学规划项目(ZJ23YB10)。

作者简介: 陈灿龙(2001-),男,汉族,广东汕头人,国际经济与贸易专业。

通讯作者: 刘宏楠(1992-),男,汉族,河南信阳人,讲师,博士,研究方向:世界经济、环境经济。

扭曲,并导致产能过剩^[10]。余东华和吕逸楠(2015)认为,财政分权和官员“晋升锦标赛”所引起的政府干预出现在光伏产业,政府补贴、土地价格扭曲和金融支持等政府干预行为引致并加剧了光伏产业产能过剩的程度^[11]。

产能过剩的成因除了上文两种主流研究视角外,还有“结构失衡假说”和“需求疲软假说”。结构失衡假说认为,结构性产能过剩是国有经济所主导的经济体系、产业结构调整滞后性、微观企业采取“窖藏”存货或生产要素的方式来提高供给的灵活性^[12]和“在位企业”为了长期保持在行业中的优势地位和利润,采取可置信威胁策略故意形成一部分产能过剩,从而构成行业进入壁垒,以阻止其他潜在企业进入^[13]、行业的生产技术水平低等因素造成的。针对“在位企业”的战略,Conrad and Veal(1991)利用德国啤酒厂的数据,发现啤酒厂为了市场份额不受竞争对手和潜在进入者的冲击而采取过剩产能战略^[14]。由此可知,企业无论是采取“窖藏”还是采取可置信威胁策略,都是为了潜在竞争对手进入市场时,有能力快速提高产量,使得竞争对手因没有利益而退出市场而故意产生的产能过剩。

“需求疲软假说”指出,消费需求不足,使得企业的实际供给长期大于市场需求,从而产生产能过剩。例如,工业品行业,当国内外市场行情突然发生变化时,使得需求量减少,但产能并未相应减少,或仍保持增长,这时产能增加、需求减少,最终产能出现相对过剩^[15]。又如,光纤光缆行业,在产业政策的扶持下,企业的盲目使得产能不断扩大,国内市场供给大于需求,又由于美欧国家的反倾销调查,国外市场需求进一步萎缩,我国的光纤光缆行业出现了严重的产能过剩问题。

3 对外直接投资与缓解产能过剩: 机制分析

产能过剩既包括供给侧资源闲置,又包括需求侧供给大于需求,且其产生是由市场失灵、政策干预、财政补贴、结构失衡、市场需求不足等因素造成的。鉴于此,本文先分析对外直接投资如何在供给侧缓解我国的产能过剩,再从需求侧出发,分析对外直接投资如何通过促进产品销售进而缓解我国的产能过剩。

3.1 供给侧层面

对外直接投资区别于出口贸易,在供给侧方面,对外投资使得边际产业转移,生产要素跨国流动,并产生逆向技术溢出效应,从而提高企业产能的利用率缓解整个行业的产能过剩。

3.1.1 促使边际产业转移

日本经济学家小岛清(1987)曾提出著名的“边际产业理论”,他把边际产业定义为,在投资国已没有比较优势,但是在被投资国仍具有比较优势的产业。第一,边际产业本身虽然不再具备竞争优势,但是仍然占据本国大量的生产要

素,使得要素难以自由流动到具有比较优势的产业,资源出现了错配。第二,通过对外直接投资的路径可以使在本国不具备比较优势的产业转移到具备比较优势的东道国,不仅有利于本国资源配置得到改善和产业得到升级,还使得本国产业结构得到调整,促进本国经济的发展,为经济发展注入活力。此外,还有助于带动东道国经济的发展,带动两国贸易来往,提高两国贸易利润收益。第三,在东道国选择上,主张向双方科学技术差距较小的发展欠发达的国家进行转移,在带动当地经济发展的同时,也将推动逆向技术的溢出效应,为本国技术革新带来动力^[16]。

3.1.2 生产要素的跨国流动

对外直接投资使资源在国际市场上自由流动,资源得到有效配置。劳动力和资本等生产要素的自由流动是改善产能过剩的重要一步。在对外开放的大背景下,资本劳动力等生产要素可以在具有不同禀赋国家进行自由流动,在全球的市场价格机制下,当边际报酬与边际产出价值相等时,就使得资源达到最大化配置。根据上文提到小岛清(1987)的边际产业扩张理论,不再具有竞争优势的边际产业通过对外直接投资,转移到具有比较优势的东道国时,其在完成自身生产要素回报率提高的同时,也释放之前占据的大量生产要素,使得国内资源重新自由流动,按照市场的价格机制,配制到高效率的产业,推动国内产业的转型升级^[17],缓解产能过剩。但事实上,企业对外直接投资产量利用率的提高效果存在差异。曹献飞和裴平(2019)通过实证分析发现,不同种类的企业产能过剩水平的易质性造成企业对外直接投资的产能治理效应出现差异。其中,对外直接投资对民营、东部地区和劳动密集型企业的产能利用率提高效应远小于国有、中西部地区和资本密集型企业。产能过剩的企业对外直接投资时,不仅转移过剩的产能,还将产业转移到一些欠发达的国家,使得资本、技术、管理经验等生产要素与当地低廉的土地租金和劳动力成本相结合,降低了企业的生产运营成本,为企业进行产品研发、技术创新,进一步改善产能过剩提供了可能性。

3.1.3 逆向技术溢出效应

数字技术的发展在促进本地区创新能力提高的同时,也提高了企业的跨区投资能力^[18],并走向国际市场。Kogut and Chang(1991)研究发现,日本对美国的对外直接投资整体上集中于研发密集型产业,更偏向通过合资的方式开展对外直接投资,因此提出了“获得东道国的逆向技术溢出已成为OFDI的重要动因”的猜想^[19]。此外,有学者认为企业对外直接投资所产生的逆向技术溢出效应具体通过两个步骤实现:第一,母国跨国子公司获取投资国先进技术;第二,国内母公司对子公司已获得的技术进行吸收转化。跨国子公司具体通过三种机制来实现先进技术的获取:(1)模仿跟随机制,在模仿、跟踪和学习的过程中获得技术;(2)平台共享

机制,利用投资国先进的研发设施、制度和科研成果;(3)人才流动机制,招纳当地高素质研发人才,进而提高自身的技术创新能力^[20]。例如,我国的华为公司在海外建立研发机构、代表处及技术服务中心,对具有不同技术优势的发展中国家开展对外直接投资,利用研发费用分摊机制携手开面向投资国市场的新技术,并抢占当地市场,在此过程中,不仅获得研发成果,还获得了收益^[21]。向发达国家进行对外直接投资时,充分发挥模仿跟随机制、平台共享机制、人才流动机制,吸收逆向溢出技术。相关数据显示,华为已连续三年成为我国申请专利最多的企业。当产能过剩企业对外直接投资时,所产生的逆向技术溢出效应会使企业从中获益,逆向技术溢出效应带来的技术进步能够从生产端提高企业的产能利用效率,使得产能过剩现象有效缓解。

3.2 需求侧层面

前文从供给侧分析产能过剩机制,重点是边际产业转移后生产要素自由流动和逆向技术溢出效应为企业、行业技术升级的赋能作用,从而提高产能利用率,缓解产能过剩。此外,对外直接投资还可以从需求侧提高产品需求,改善产能过剩,具体通过两条路径实现:出口效应和国际竞争效应。

3.2.1 出口效应

对外直接投资可以避开贸易壁垒和为消费者提供更优质的服务,从而扩大产品在国际市场的份额,使企业的出口贸易量得到提高^[22]。在对外直接投资过程中,可以根据被投资国的不同,投入不同的生产要素。在一些自然资源优越的国家,通过投入大量的资本,使得该国企业不断提高钢铁等原材料的需求,逐渐扭转产能过剩的局面,从需求端缓解我国的产能过剩现象。除此之外,对外直接投资由于直接在投资国投资建厂,有利于母国及时获取海外市场动向,从而及时调整生产方向与产品优化方向,提高产品的海外市场需求,缓解产能过剩。另外,当产能过剩企业对外直接投资后,结合当地自然禀赋优势,面向东道国生产符合当地居民的产品,使得被投资国对投资国的产品产生黏性,进一步扩大投资国对被投资国产品出口,进而从需求侧缓解被投资国的产能过剩^[23]。

3.2.2 国际竞争效应

波特“钻石模型”理论曾指出,当一个产业加入全球市场的竞争中,会带动产业内企业提高自身的竞争力,再推动整个产业的发展;认为外部的竞争性是提高一国产业竞争力不可或缺的因素,竞争能够使企业进行多维的交流,从而激励企业不断进行创新与产业升级^[24]。另外,竞争效应会辐射到本国产业,Hirschman and Sirkin(1958)认为,产业之间存在前向关联与后向关联^[25]。前向关联是指当下游企业生产效率提高、规模扩大时,上游企业的投入要素需求自然会

提高,后向关联企业生产出的产品是作为另一产业投入品的中间产品或初级产出品。当处于上游链条中的企业生产出高附加值产品时,就会对下游企业的选择提出更高的要求,会在下游企业中挑选生产效率较高的企业进行合作,能够在一定程度上促进企业的优胜劣汰,淘汰部分落后过剩产能。因此,国际竞争效应能够促进产业内和产业间企业生产效率的提高,从而推动产业间的产能得到更为合理的利用。

当产能过剩的企业对外直接投资,就是使自身处于更加激烈复杂的市场竞争中,与其竞争的不仅有被投资国的本地企业,还有来自世界各地的优质企业。在这种环境中,企业只有不断创新、提高产品工艺、推动产品的转型升级,以满足被投资国的市场需求,使得投资国在需求侧缓解了产能过剩。另外,这种竞争会辐射到国内的产业,与该产业存在前向关联的,由于下游企业的生产率提高,对上游企业的要素投入需求提高,从而提高我国产能过剩产品的需求,从需求端缓解我国的产能过剩。除此之外,当产能过剩企业进行产品升级后,同业的或与企业存在后向关联的面对竞争压力,将会提高资源配置效率、改进产品工艺、优化产品品质,再次从需求端缓解我国产能过剩。在此背景下,整个行业形成了良好的竞争氛围,培育行业内企业自主创新能力,从而提高产能利用率,再一次从供给侧缓解我国的产能过剩。

4 结语

本文探讨了对外直接投资缓解产能过剩的内在机制,在供给侧方面,本文以“边际产业转移理论”为分析框架,分析因边际产业对外直接投资而产生的生产要素的跨国流动,边际产业转移,逆向技术溢出效应,从而提高产能的利用率来缓解产能过剩。在需求侧方面,本文由产品需求入手,分析了由于对外直接投资可以从两条路径提高产品需求来缓解产能过剩,即出口效应和国际竞争效应。本文认为,对外直接投资的蓬勃发展可以从供给侧和需求侧两方面缓解产能过剩。另外需要注意的是虽然对外直接投资对缓解产能过剩起到积极作用,但仍有一些问题值得关注。首先,不同行业以对外直接投资方式来缓解产能过剩现象是否存在差异?其次,政府是否应提供一些优惠政策来帮助产能过剩企业对外直接投资?因此,对外直接投资对行业产能过剩的易质性分析和政府如何提出恰当的政策是值得深入研究的问题,也是未来进一步研究的课题。

参考文献

- [1] 廖睿灵.中国对外投资规模保持世界前列[N].人民日报海外版,2023-10-07(3).
- [2] 温湖炜.中国企业对外直接投资能缓解产能过剩吗:基于中国工业企业数据库的实证研究[J].国际贸易问题,2017(4):107-117.
- [3] 曹献飞,裴平.企业OFDI能促进中国经济高质量发展吗:基于产能

- 治理视角的实证研究[J]. 中央财经大学学报,2014(11):96-104.
- [4] 李天籽,谢沐芳. 对外直接投资与制造业企业产能利用率:影响与机制[J]. 世界经济文汇,2020(4):102-120.
- [5] 陈岩,翟瑞瑞. 对外投资、转移产能过剩与结构升级[J]. 广东社会科学,2015(1):5-16.
- [6] 李聪,齐臻,邹慧君. 结构转型背景下山东省产能过剩的测度与影响因素分析[J]. 中国商论,2021(6):115-117.
- [7] 周劲,付保宗. 产能过剩的内涵、评价体系及在我国工业领域的表现特征[J]. 经济学动态,2011(10):58-64.
- [8] 杨振. 产能过剩调控政策与治理体系研究.[M]. 北京:中国社会科学出版社,2017:10-13.
- [9] 林毅夫. 潮涌现象与发展中国家宏观经济理论的重新构建[J]. 经济研究,2007(1):126-131.
- [10] 江飞涛,耿强,吕大国,等. 地区竞争、体制扭曲与产能过剩的形成机理[J]. 中国工业经济,2012(6):44-56.
- [11] 余东华,吕逸楠. 政府不当干预与战略性新兴产业产能过剩:以中国光伏产业为例[J]. 中国工业经济,2015(10):53-68.
- [12] 孙巍,李何,王文成. 产能利用与固定资产投资关系的面板数据协整研究:基于制造业28个行业样本[J]. 经济管理,2009,31(3):38-43.
- [13] 王立国,张日旭. 财政分权背景下的产能过剩问题研究:基于钢铁行业的实证分析[J]. 财经问题研究,2010(12):30-35.
- [14] Conrad K, Veall M R. A test for strategic excess capacity[J]. *Empirical Economics*, 1991, 16(4): 433-445.
- [15] 张新海. 产能过剩的定量测度与分类治理[J]. 宏观经济管理,2010(1):50-51+54.
- [16] [日]小岛清. 对外贸易论[M]. 周宝廉,译. 天津:南开大学出版社,1987.
- [17] 白俊红,刘宇英. 对外直接投资能否改善中国的资源错配[J]. 中国工业经济,2018(1):60-78.
- [18] 刘宏楠,刘伟丽. 准确衡量数字经济的创新效应:基于数字溢出视角[J]. 技术经济与管理研究,2023(2):1-6.
- [19] Kogut B, Chang S J. Technological Capabilities and Japanese Direct Investment in the United States[J]. *Review of Economics and Statistics*, 1991(73):401-413.
- [20] 尹东东,张建清. 我国对外直接投资逆向技术溢出效应研究:基于吸收能力视角的实证分析[J]. 国际贸易问题,2016(1):109-120.
- [21] 郭飞,黄雅金. 全球价值链视角下OFDI逆向技术溢出效应的传导机制研究:以华为技术有限公司为例[J]. 管理科学,2012,25(3):61-65.
- [22] 李逢春. 对外直接投资的母国产业升级效应:来自中国省际面板的实证研究[J]. 国际贸易问题,2012(6):124-134.
- [23] 蒋冠宏,蒋殿春. 中国企业对外直接投资的“出口效应”[J]. 经济研究,2014,49(5):160-173.
- [24] 赖衍山. 对外直接投资对我国资源配置效率的影响研究[D]. 北京:北京交通大学,2019.
- [25] Hirschman A O, Sirkin G. Investment Criteria and Capital Intensity Once Again[J]. *Quarterly Journal of Economics*, 1958, 72(3): 471.

The Impact of Outward Foreign Direct Investment on Excess Capacity: An Analysis Based on Supply and Demand Perspectives

Chen Canlong, Liu Hongnan (Corresponding Author)

School of Economics, Guangdong Ocean University, Zhanjiang, Guangdong 524088

Abstract: Since introducing the reform and opening up, China has continuously improved the level of opening up to the outside world and gradually formed a high-level pattern of opening up to the outside world. The status quo of China's excess capacity has been continuously improved. This paper, on the basis of sorting out the connotation and causes of China's excess capacity, and leveraging the "supply side - demand side" analytical framework, explores the internal mechanism of outward foreign direct investment (OFDI) to alleviate excess capacity. On the supply side, OFDI leads to marginal industrial transfers, cross-border flows of production factors, and reverse technology spillover effect, thus increasing the utilization rate of production capacity and alleviating excess capacity. On the demand side, OFDI increases product demand to alleviate excess capacity through its export effect and international competition effect. Finally, this paper concludes that the vigorous development of foreign direct investment can improve China's overcapacity issue from both the supply side and the demand side, for reference only.

Keywords: Outward Foreign Direct Investment; Excess Capacity; Marginal Industrial Theory; Diamond Model; Reverse Technology Spillover Effect

数字经济背景下一线城市零售品牌发展之路

刘兰鸽 刘子嘉 李雯琳

(长安大学经济与管理学院 陕西西安 710064)

摘要: 当前,数字经济和数字技术的发展已成为驱动经济发展的重要引擎,并推动零售行业进行数字转型发展。新零售是数字技术深入发展的新结果,通过数字技术的驱动,重构了零售活动的各个环节。随着数字经济的发展,一线城市的零售品牌也展现出新趋势,数字化和技术的快速进步使消费者对品牌和产品认知及需求不断变化,也促使零售品牌不断革新以适应市场的发展变化。同时,作为经济发展的中心城市,一线城市消费者对品牌和消费环境的要求越来越高,在此背景下,一线城市零售品牌的发展越来越具有挑战性。鉴于此,本文旨在论述一线城市零售品牌的发展情况,并重点提出数字经济下一线城市零售品牌的发展之路,以期为零售业的发展提供理论参考。

关键词: 数字经济; 一线城市; 零售市场; 零售品牌; 消费经济

本文索引: 刘兰鸽,刘子嘉,李雯琳.数字经济背景下一线城市零售品牌发展之路[J].中国商论,2024(04):005-008.

中图分类号: F724.2; F062.3

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-005-04

2022年,我国的网民数量和短视频用户均超过10亿,流量红利已接近尾声,市场由增量转向存量,传统围绕流量渠道营销的打法边际效应减弱,市场风格回归以用户为核心,行业竞争从流量的争夺转向为用户提供更优质的商品和服务。各类市场参与者均在发挥优势抢占市场,直播电商用低价不断抢占用户心智,互联网大厂依托品牌和流量加强线下布局,社区团长则通过社交关系争夺“最后50米”份额;当下零售企业面对的是一个更复杂、更多变、竞争更激烈的市场。

零售市场中,品牌之间的竞争愈发激烈,如何打造零售品牌韧性增长是每个零售企业面临的问题。在当下数字技术与零售深度融合的时代,通过数字技术挖掘和创造新的机会,实现产品创新提效、供应链效率升级、营销升级推动用户持续增长、各方联动共建消费生态是最确定,也是最可行的选择。

1 数字经济背景下零售市场现状分析

1.1 零售市场实现了线上线下融合

线上线下融合极大增加了零售企业和消费者接触的触点和频率,促进零售企业用户增长,将“无处不在”的线上赋予线下门店,改变了传统零售的经营模式,也解决了传统零售营销能力不足、购物地点受限、依赖复购及运营能力不足的痛点。零售企业通过线上线下融合,优势作用非常明显。第一,通过精准营销为零售门店进行高效引流;第二,通过“线上下单一门店发货一小时送达”的模式满足消费者即时需求,提升消费体验;第三,打造线上私域,在社群不断

发布优惠信息,提高会员复购。线上线下的融合配合全局一盘货和数据化运营建立全渠道的经营模式,能有效提高营销能力和消费者黏性,提高零售企业动销。

1.2 零售市场向着全链全渠道数字化升级

企业追求效率是无止境的,数据指导产品创新,数字化供应链管理提效,人工智能助力精准营销,数字技术正和零售经营链条各个节点深度融合,推动零售向更高效的方式进化。从选品的层面而言,大数据和数字供应链融合能精准识别消费者需求,并指导产品创新。现阶段,消费者自我探寻带来个性化需求,这就要求当下的零售品牌在选品满足极致性价比的同时,还能精准匹配消费者个性化的需求。从供应链管理的层面而言,通过数字化,零售企业可以将海量的供应商统筹管理,将供应链上所有节点和流程串联,打通数据壁垒,从而更快速地响应终端需求。一是可以提高商品交付效率,增强用户消费体验;二是可以根据订单和库存的变化迅速调整商品供给,将库存最小化,从而帮助零售企业提高周转、降本增效。全链全渠道数字化转型已成为零售行业的重要趋势,通过数字化技术和智慧零售的支持,品牌能够更好地整合全渠道资源和用户数据,打破传统渠道之间的壁垒,深度了解营销效果和顾客需求,从而为品牌打造竞争优势,提高销售业绩。

2 一线城市零售品牌调研情况

2.1 上海: 联华超市

2020年起,联华超市开始融合数字化转型,门店数字

基金项目: 国家级大学生创新创业训练计划项目“乡村振兴背景下区域农产品品牌建设研究——以陕西省为例”(s202310710015)。

作者简介: 刘兰鸽(2003-),女,汉族,陕西延安人,会计学专业;

刘子嘉(2003-),女,汉族,陕西西安人,经济学类专业;

李雯琳(2004-),女,汉族,河南洛阳人,物流管理专业。

化体验、运营效率提高、线上线下、到家业务等全方位提升门店运能,立足市场。2021年的转型方向融入模块化经营聚可组合、拆可独立发展能力,整体提升各专业的专业运营及服务运能,完成社区生鲜2.0模型。截至2021年12月,联华标超共转型门店184家,转型后门店整体形象提升,精于其内美于其表,亲和时尚。2022年,联华标超转型工作重点放在生鲜经营能力的提高与数字化转型,生鲜经营向纵深方向延展,常温进口比例增强,自营项目的引进,增强门店与顾客黏合度。布局与陈列上创新,动线突出、模块化布局,搭建场景化促销区,根据功能需求及年轻审美开发新式道具,使商品展示具备新颖性、趣味性、功能性、实用性,吸引年轻消费群体,同时实现门店迭代。门店前端系统改为云架构,所有数据放在云端,保障了数据的实时性、准确性,把门店系统整合为一套,简洁高效;门店的操作全部实现手持终端,大幅提高门店执行效率,更好、更快地为消费者服务。

通过建设这样一套符合联华特点的、以线上线下消费者体验提升、工作效率提高为导向的、应用于前台门店的数字化门店系统来加速推进传统门店的数字化转型升级,为消费者创造高效无缝的购物场景与服务体验,并实现门店工作效率大幅提高,打造数据分析工具,提高合伙人做生意的能力。结合数字化门店项目,重新梳理员工的工作任务和职责,优化门店人员结构提升人效,并最终提高门店整体销售及利润。

2.2 上海: 盒马鲜生

盒马鲜生利用阿里巴巴的大数据分析能力,通过用户购物记录、地理位置等其他相关信息,实现个性化推荐和精准配送,使得盒马能够根据消费者的需求和购买习惯,提供更加精准的商品推荐和送货服务。通过这种方式,盒马成功地打破了传统超市的限制,实现了随时随地的购物体验,其新零售特质体现在两点:第一,盒马实现了线上线下一体化。盒马鲜生通过线上平台与线下门店的无缝链接,消费者可以通过手机App直接下单,并选择配送方式,也可以在门店实体店购买商品。由于线上线下的一体化,盒马能够提供更加便捷的购物方式和服务,满足消费者的不同需求。此外,盒马还实现了线上线下商品的共享和库存的共享,确保了商品的供应和销售的平稳。第二,盒马注重用户体验。盒马门店的布局和设计非常注重消费者的舒适体验。门店环境优雅,商品陈列整洁有序,为消费者提供了愉悦的购物环境。此外,盒马还提供了多元化的选品,包括生鲜食品、日用品、熟食等,满足了消费者多样化的需求。同时,盒马配备了智能支付系统和自助结账设备,提高了结账的效率和便捷性。从盒马鲜生的零售品牌特点可以看出,盒马运用了阿里巴巴的技术和资源,成功地构建了一种全新的线下零售模式。通过与线上平台的无缝链接、个性化推荐、大数据分析及舒适的门店环境,盒马为消费者提供了便捷、多元化和高品质的购物体验,这种新型零售模式有望引领零售行业的发展趋势,为其他传统零售企业提供了值得借鉴的经验。

2.3 北京: 王府井百货

2020年,王府井购物中心上线抖音直播带货,1.12—1.14三天时间GMV超130万,同年上线“魅力王府井”,实时发布商户信息;2021年,公司及旗下门店在微信私域和抖音公域直播合计2478场,观看量达1164万人次。

同时,公司数字化建设持续推进,2021年门店微商城业务中台试点上线12家,新供应链平台在32家百货门店全面上线,百货自营商品移动盘点系统上线,实现了自营商品盘点、条码管理、库存查询等业务操作的移动化、在线化,线上能力进一步提高。

截至2021年,公司共拥有会员逾1800万,在线粉丝数超2200万,持续发力会员体系建设及会员运营,针对会员进行了特定小程序开发,并开展多项会员营销活动。例如,贵阳国贸集团超级会员日、太原王府井“夜殿”会员专场等,通过持续不断的优质营销活动和流量建设,深入挖掘整合会员资源,会员销售韧性亦有不错的表现,有效提高了公司的抗冲击能力。2022年上半年,会员消费在总销售中占比达63%。

此外,公司不断打造自有IP营销活动聚客引流,积极“王府井年货节”多项主体活动,带动消费热点,积极迎合消费者需求,市场声量持续扩大。

2.4 北京: 同仁堂

“知嘛健康”作为同仁堂的新零售品牌,凭借着尖端科技和前沿思维的赋能,成功吸引了大批年轻人的关注并前来打卡。通过技术赋能服务,该品牌致力于打造一个大健康无忧生态平台,提供象、食、养、医四大解决方案,并覆盖了各种多元化的购物休闲场景。与传统的老字号不同,“知嘛健康”倡导个性化体验,以满足消费者的多样化需求。“知嘛健康”所提供的健康解决方案不仅包括传统的健康产品,还延伸至“健康+文创”“健康+社交”等业务领域。通过创新和升级,该品牌成功设计了一个全新的大健康商业模式,包括新模式、新技术、新生态、新渠道、新服务、新产品六个层面,能够满足消费者在各种不同场景下的全方位需求,并为其提供更加便捷、个性化的购物体验。

在“知嘛健康”的门店中,创新无处不在。首先,门店引入了智能导购机器人,它们能够根据顾客的需求提供专业的健康建议和产品推荐。顾客只需扫描二维码,便可以获取健康咨询和购买指导,不仅提高了服务效率,还给顾客带来了全新的购物体验。其次,在店内设置了一个社交互动区域,顾客可以与同样关注健康生活的朋友进行交流和分享,还可以参加一些健康主题的活动和讲座,了解更多健康知识。通过这种社交互动的方式,顾客不仅能够购买到健康产品,还能扩展社交圈子,并与同样热爱健康生活的人们建立更深入的联系。“知嘛健康”品牌的成功离不开同仁堂老字号的支持和资源,同仁堂凭借多年来积累的品牌信誉和专业的健康理念,为“知嘛健康”品牌提供了坚实的基础。同时,同仁堂通过不断的创新和升级,适应了时代的发展和消费者的需求,使得“知嘛健康”这个新零售品牌能够在市场

上脱颖而出。

3 数字经济背景下一线城市零售品牌发展之路

“十四五”期间,国民经济各领域将推进高质量发展,现代服务业的发展不断加快前行,其中数字化作为重要的发展规划提上了日程,与制造业、服务业、交通和能源处在同等重要的位置。数字经济时代,一线城市的零售品牌已取得长足的发展,市场竞争激烈。如何发展数字经济背景下一线城市零售品牌,抓住消费升级的机会、精准定位和深入了解市场需求,与合作伙伴共同发展,促进实体经济和数字经济的融合,并充分利用数字经济的机遇,实现零售业的高质量发展,在此基础上提出零售品牌发展之路。

3.1 发展本土品牌,推进跨境电商发展

为了推进本土品牌的发展,需要明确品牌的定位和目标。针对消费者多样化、个性化的需求,品牌应紧跟时代潮流,保持年轻的心态,不断进行创新和改革,以适应市场的变化。品牌在定位的基础上,可以通过以下几点来推进本土品牌的发展:第一,提高品牌质量和形象。本土品牌可以通过提高产品质量、加强品牌形象打造和市场推广来提高品牌的竞争力。借助科技进步和设计创新,提高产品的品质和外观设计,使其与国际知名品牌媲美甚至超越,提高产品的市场吸引力。第二,打造品牌文化和故事。为了提高品牌的影响力和认同度,本土品牌可以通过打造品牌文化和故事来吸引消费者的关注和忠诚度。品牌文化可以是本土文化的传承和创新,与消费者情感和价值观相契合,形成独特的品牌形象。第三,加强线上线下整合。随着电子商务的发展,跨境电商成为本土品牌海外扩展的重要渠道。本土品牌可以搭建自己的电子商务平台,提供便捷的购物体验 and 个性化服务,吸引海外消费者的兴趣。同时,在线下实体店和线上电商平台之间实现互动,为消费者提供全方位的购物体验和服务。第四,建立合作伙伴关系:本土品牌可以与国内外知名品牌、零售商和电商平台建立合作伙伴关系。通过合作共赢的方式提高品牌影响力和市场份额。通过与其他品牌的合作,本土品牌可以借鉴对方的经验和资源,同时扩大自己的市场渠道和触达消费者的范围。第五,推进跨境电商发展。针对本土品牌的全球化发展战略,可以通过开拓海外市场,推进跨境电商发展来实现。本土品牌可以参加国际展会、开设海外销售渠道、与海外代理商合作等方式来拓展海外市场。本土品牌在拓展海外市场的过程中,需要考虑地域差异、文化差异和消费习惯的差异,针对性地进行产品定位和营销策略,将消费者从国外消费拉回国内实体店消费,并提高一线城市商业活力,促进国际贸易的繁荣和经济的持续增长。

3.2 构建零售全渠道

数字经济背景下的零售品牌,发展重点是全渠道经营,渠道融合主要包含三种形式:一是在两类渠道中同时销售相同商品;二是线上与线下无缝衔接,客户能够线上下单、

线下取货;三是通过建立线下体验实体店,为线上进行营销导流。在渠道融合的基础上,渠道结构应随着市场变化而调整,线下门店主要分为街店、购物中心店、百货商场店等类型,近年来兴起的奥莱渠道也在商品流转、库存消化中扮演着越来越重要的角色。

3.3 打造零售智慧门店

随着商业智能、数字技术、大数据技术的飞速发展,一线城市零售业的发展速度惊人,零售业不断转型升级,零售智慧门店成为发展趋势,不仅是一线城市,零售智慧门店的发展还在扩散到二线城市和县镇,在全国范围内推动着零售业的升级。

在打造零售智慧门店的过程中,商家需要借助先进的技术手段和创新的商业模式。首先,通过物联网技术,将各类设备与云端系统连接起来,实现设备之间的智能互联,提升设备的运行效率和管理水平,商家就可以实时监控和管理门店中的各项设备,及时排除故障和异常情况,保证门店的正常运行。其次,商家可以借助大数据分析技术,对顾客行为和消费习惯进行深入研究,为其提供个性化的服务和推荐。通过分析顾客的购物记录、浏览偏好和社交网络活动,商家可以预测顾客的需求,提前调整商品的进货和上架,从而提高销售效益和顾客满意度。同时,商家可以通过数据分析来优化门店的布局 and 陈列,提高商品的曝光率和销售额。最后,商家可以通过人工智能技术,提升门店的服务水平和顾客体验。商家可以引入智能机器人或虚拟助手,帮助顾客解答问题和提供咨询,提高服务效率和质量。同时,商家可以利用人脸识别技术对顾客进行身份认证和识别,提供个性化的服务和优惠。例如,当顾客进入门店时,系统可以自动识别顾客的身份和购买记录,根据顾客的历史购买喜好,推荐相应的产品和促销信息。在打造零售智慧门店的过程中,商家需要不断改进和创新,根据市场需求和顾客反馈进行调整和优化。只有如此,才能真正实现零售智慧门店的目标,提供全方位的便利和满意,吸引更多顾客光顾,提高销售额和盈利能力。随着技术的不断发展进步和应用场景的扩大,零售智慧门店的发展潜力将无限延伸。

3.4 融合线上线下零售业态

融合线上线下零售业态的发展,不仅体现了科技手段的应用,还是为了提供更好的消费体验和满足顾客的需求。随着移动互联网的普及和技术的进步,消费者已习惯在线上进行购物,但只依靠线上购物无法满足所有消费者的需求,因此线下实体智慧门店的出现成为解决这一问题的有效途径。在融合线上线下的零售业态中,将线上的虚拟服务和线下的实体智慧门店相结合,顾客可以随时随地享受到全方位的购物体验。无论是在家中还是在外出行时,顾客都可以通过移动设备随时随地浏览商品、获取信息、下订单。当顾客到达实体店铺后,智慧门店的技术支持能够根据其购物习惯和偏好,提供个性化的推荐和服务。例如,在进入门店时,顾客的专属身份识别系统就能将其购物记录和偏

好自动与线上数据进行匹配,帮助其快速找到感兴趣的商品。此外,融合线上线下的零售业态还能通过有效的数据采集和分析,为店铺提供更准确的销售预测和供应链管理。通过分析线上线下的销售数据和顾客行为数据,店铺可以更好地了解顾客的需求和购买偏好,从而调整和优化商品的销售策略。同时,店铺可以通过物流的数据融合,实现及时配送和物流管理的优化,提高顾客的购物体验 and 便利性。

因此,融合线上线下零售业态的发展将打破线上线下的界限,提供更好的购物体验和个性化服务。通过移动互联网、大数据和人工智能等科技手段的应用,实现线上线下的无缝切换,更好地满足顾客的需求,提高店铺的销售业绩,并推动整个零售行业的发展。未来,随着技术的不断进步,融合线上线下零售业态的创新将会带来更多的发展机遇和挑战,需要各行业精英共同努力,为消费者创造更好的购物体验。

4 结语

综上所述,基于数字经济背景,通过互联网新技术和新思维对传统零售业进行线上线下的融合,包括对技术、运营、场景、商品和服务的全面重塑,一切围绕“人”展开,货的丰富优化、场的打通,提供了更好的消费体验,改变了零售商与消费者的关系,对零售商的品牌建设提出了新要求。

参考文献

[1] 薛瑶,吴继英.数字经济对零售业高质量发展影响效应的实证研究[J].经济研究导刊,2023(16):78-81.

- [2] 赵雨萌.商业基础设施赋能零售业态创新的微观机制:基于中国季度数据的实证研究[J].商业经济,2023(9):83-87.
- [3] 欧阳日辉,龚伟.促进数字经济和实体经济深度融合:机理与路径[J].北京工商大学学报(社会科学版),2023,38(4):10-22.
- [4] 陈舒.数字经济发展对零售企业融资约束的影响:基于治理优化的中介作用[J].商业经济研究,2023(13):118-121.
- [5] 胡丽君.数字经济赋能零售业高质量发展:内涵、特征与路径[J].中国商论,2023(12):48-51.
- [6] 黎传熙.数字经济赋能“新消费新业态”商业生态体系构建:以场景体验式“新零售”企业为视角[J].企业经济,2023,42(6):109-120.
- [7] 张弘,吴新慧.数字经济背景下我国批发零售业发展方式转变的实证研究[J].科学决策,2023(5):94-105.
- [8] 孔晓雅.减税政策能推动批发零售业数字化转型吗:来自A股上市公司的实证研究[J].工信财经科技,2023(2):53-67.
- [9] 肖凯,朱湘晖.数字化转型引致零售业隐性能力提升的理论机制与实证检验[J].商业经济研究,2023(8):130-133.
- [10] 王春娟.国际消费中心城市下北京零售品牌创新发展探析[J].时代经贸,2023,20(3):35-37.
- [11] 许馨元,安琪.数字经济背景下新零售企业商业模式分析:以盒马鲜生为例[J].营销界,2023(6):170-172.
- [12] 魏巍,王晓珍.零售企业数字化建设存在的问题及对策:以江苏省徐州市为例[J].商业经济研究,2023(3):187-192.
- [13] 张永,王敏艳.数字经济视角下新零售模式发展的现状、问题及路径[J].时代经贸,2022,19(12):26-30.
- [14] 邱静,冯树辉.数字经济对我国区域、城乡零售业发展的异质性影响[J].商业经济研究,2022(15):5-9.

The Development Path of Retail Brands in First-tier Cities under the Background of Digital Economy

Liu Lan'ge, Liu Zijia, Li Wenlin

(School of Economics and Management, Chang'an University, Xi'an, Shaanxi 710064)

Abstract: The development of digital economy and digital technology has become an important engine driving economic development and driving the digital transformation and development of the retail industry. New retail is a new outcome from the enhanced development of digital technology. Driven by digital technology, new retail reconstructs various aspects of retail activities. With the development of the digital economy, retail brands in first-tier cities are also showing new trends. The rapid advancement of digitization and technology is constantly reshaping consumer perceptions and demands for brands and products, prompting retail brands to constantly innovate and adapt to market developments. Meanwhile, first-tier cities, the hub of economic development, has led their consumers to have increasingly high requirements for brands and consumption environments. In this context, the development of retail brands in first-tier cities has become increasingly challenging. In view of this, the article aims to discuss the development of retail brands in first tier cities and focus on proposing the development path of retail brands in these cities under the digital economy, in order to provide theoretical guidance for the development of the retail industry.

Keywords: Digital Economy; First-tier Cities; Retail Market; Retail Brands; Consumer Economy

数字服务贸易自由化的出口促进效应研究

翟士尧 许光建

(中国计量大学经济管理学院 浙江杭州 310018)

摘要: 随着数字服务贸易在全球贸易中的重要性不断提高,国际间的贸易壁垒和各国间的政策差异对数字服务贸易发展的抑制愈发严重。本文采用双重差分方法,基于经济合作与发展组织(OECD)发布的数字服务贸易壁垒指数(DSTRI)与双边国家签订区域贸易协定(RTAs)情况,实证检验贸易自由化对数字服务出口的影响机制。结果表明:(1)贸易自由化对数字服务出口存在显著促进作用,但存在明显的行业异质性和国家异质性;(2)贸易自由化会通过降低贸易成本的机制促进数字服务出口。

关键词: 贸易自由化;数字服务贸易;区域贸易协定;数字技术与服务;智能化

本文索引: 翟士尧,许光建,数字服务贸易自由化的出口促进效应研究[J].中国商论,2024(04):009-012.

中图分类号: F752.62

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-009-04

1 引言

随着数字技术与服务的深度融合,世界服务贸易格局正发生深刻变化,在线教育、在线医疗、社交网络服务等数字服务业蓬勃发展,数字服务贸易已成为当前国际贸易发展的新趋势(江小涓等,2020)。数字服务贸易可以看作服务与数字技术的结合,是实现智能化、精准化对接的贸易。目前,各国针对数字服务贸易的发展问题态度各不相同,但是不可否认,数字技术从根本上改变了传统服务行业低效率和贸易成本高的特点,显著提高了贸易自由化的程度和生产效率,进一步降低了贸易成本,从而促进世界经济和全球贸易的发展(马盈盈,2019)。

随着数字服务贸易在全球贸易中的重要性不断提高,很多学者开始对数字服务领域进行研究。周升起、张皓羽(2021)研究发现,数字基础设施建设的发展会显著提升一国数字服务贸易国际竞争力水平。此外,数字基础设施建设的发展还会增强视听服务的增长(Hellmanzik和Schmitz,2015)。但由于各经济体间技术发展水平和基础设施建设存在差距,而数字服务贸易的某些部分会涉及一些较为敏感的信息数据,加之数字服务进口会挤占本国企业的市场份额,所以各国为了防止数据泄露、保护本国利益和安全,往往会对外部网络接入和跨境数据流动采取一定的限制措施(戴龙,2020),从客观上产生一定的壁垒效应,从而对数字服务的进出口有显著的负向影响。Ferencz(2019)综合数字基础设施建设和数字制度建设,将这种壁垒总结为数字服务贸易壁垒指数(DSTRI),并实证证明数字服务贸易壁垒会给贸易带来负面影响。

因此,各国往往选择通过签订贸易协定来促进本国的贸易自由化。从已有的研究来看,贸易协定的签署对服务贸易有着显著的正向作用,区域贸易协定(RTAs)的签订能够提高

33.18%~45.65%的双边服务贸易额(周念利,2012)。

目前的文献对数字服务贸易做了较为全面的研究,但是仍存在一定的缺陷:一是仅局限于数字服务贸易总量的分析,未深入数字服务部门和国别差异,也缺少定量的政策分析;二是很少有文章探讨贸易自由化与数字服务出口之间的内在机制。因此,本文可能存在的创新点是:第一,使用OECD发布的各国数字服务贸易壁垒指数和签订RTAs条款签订情况来构造贸易自由化的准自然实验,运用多期DID法量化分析双边国家签订RTAs对数字服务出口的直接影响,并详细讨论其异质性影响。第二,从数字服务贸易行业的贸易成本角度探讨贸易自由化对数字服务出口的内在影响机制。

2 理论与研究假说

数字服务领域的贸易自由化意味着数字服务贸易壁垒的削弱,所以本文从当前数字服务贸易的限制措施进行分析。第一,双边国家的基础设施建设决定着双方是否能够开展数字服务贸易,而跨境数据的自由流动可以降低数字服务出口企业信息流动的成本和难度,从而降低双边贸易成本,促进数字服务贸易的开展(Liu和Nath,2013)。第二,电子交易法规政策的不完善,申请电子商务授权书、许可证的繁琐程序,会提高外国企业的进入成本,从而阻碍本国数字服务贸易的发展。第三,支付安全标准的不统一与交易风险会提高企业进行贸易时的额外成本,降低贸易结算的效率。第四,本国知识产权保护相关规定的不完善与歧视性对待会损害知识产权所有者的利益,提高外国企业的隐性成本,从而阻碍数字服务贸易的进一步发展(Ferencz和Gonzales,2019)。另外,还有一些其他的限制措施,如对跨境服务要求的商业存在和对外国企业数字服务相关媒体广告宣传的限制等,会提高企业的固定成本投入。基于以上分析,本文提

作者简介: 翟士尧(1999-),男,辽宁沈阳人,硕士研究生,研究方向:数字贸易;

许光建(1990-),男,山东青岛人,讲师,博士,研究方向:数字贸易。

出以下假设:

假设1:贸易自由化会正向促进数字服务出口;

假设2:贸易自由化会通过降低贸易成本的中介效应来实现。

3 模型构建

3.1 计量模型

本文使用准自然实验的思想和多期DID法构建了以下引力模型,研究贸易自由化水平与数字服务出口的相关关系:

$$\ln EX_{ijst} = \beta_0 + \gamma Free_t + X\beta + \lambda_i + \lambda_j + \lambda_s + \lambda_t + \varepsilon_{ijst} \quad (1)$$

其中, i, j, s, t 分别表示出口国、出口目的国、行业、时间;核心被解释变量 $\ln EX$ 用双边数字服务各部门出口额的对数值来衡量;核心解释变量 $Free_t$ 表示贸易自由化水平,由OECD统计的数字服务贸易壁垒指数(DSTRI)和两国是否签订区域贸易协定(RTAs)来测算; X 表示控制变量,包括行业和国家两个维度的变量; $\lambda_i, \lambda_j, \lambda_s, \lambda_t$ 分别代表出口国、出口目的国、行业和时间层面的固定效应。

基于上述回归结果,本文在模型(1)的基础上引入机制变量 M_{ijt} ,包括贸易成本,构建了模型(2)来检验核心解释变量 $Free_t$ 对机制变量的影响程度:

$$M_{ijt} = \beta_0 + \eta Free_t + X\beta + \lambda_i + \lambda_j + \lambda_s + \lambda_t + \varepsilon_{ijt} \quad (2)$$

3.2 变量说明及数据来源

3.2.1 变量说明

(1)被解释变量($\ln EX$)。本文匹配了OECD数据库中双边数字服务贸易额与数字服务贸易壁垒指数(DSTRI),选择2014—2019年的双边贸易数据。由于数据的可得性,本文选取GDP世界排名前十个国家作为出口国,还选取47个国家作为进口国。本文根据USBEA(2018)给出的潜在可数字化服务贸易的数字服务贸易概念,和OECD数据库中的服务行业分类,挑选6个数字服务部门。

(2)核心解释变量($Free$),表示数字贸易自由化水平变量。该变量使用“OECD最新发布的数字服务贸易壁垒指数(DSTRI)×双边国家是否签订区域贸易协定(RTAs)”来构建,具体做法是通过查询2014—2019年样本中的双边国

家是否签订RTAs,以双方签订RTAs的生效年份为基准,将RTAs生效前的数值设置为协定生效年当年的DSTRI指数,并将RTAs生效后的所有年份的数值设为0,其他未生效贸易协定的双边国家数值均设置为出口目的国2019年的DSTRI指数,指数越小,代表两国之间贸易自由化水平越高,预测对数字服务出口呈正向促进效应。

(3)机制变量,贸易成本($cost$),本文借鉴Novy(2013)改进的贸易成本测度模型,并将国家层面的双边贸易成本拓展至行业层面,具体计算公式为:

$$cost_{ijst} = \left(\frac{EX_{iis} \times EX_{ijs}}{EX_{ijs} \times EX_{jis}} \right)^{\frac{1}{(2\sigma-1)}} - 1 \quad (3)$$

其中, $cost$ 代表贸易成本; EX 代表出口额; σ 表示*i*国服务品和*j*国数字服务商品的替代弹性,本文参考Novy(2013)的做法,将其设置为8。

(4)控制变量,包括行业层面控制变量和国家层面的控制变量。①行业层面:经济规模($\ln gdp$),使用一国的人均GDP来核算一国的经济规模;互联网普及率($Internet$),使用双边国家总人口中互联网使用的人口占比来表示。②国家层面:服务行业规模($serv$),使用各国服务业产值占总GDP的比例来测算;服务行业从业人数比例($serv_ratio$);双边国家间的地理距离($Indis$);两国是否有共同语言($comlang$)、两国是否具有共同边界($contig$)和两国是否存在殖民地关系($colony$)。

3.2.2 数据来源说明

本文的双边数字服务部门贸易出口额使用的是OECD-ITSS数据库2014—2019年的数据,部分国家的贸易出口数据不可获得,选择用对应年份进口国向出口国的进口额来补全。数字服务贸易壁垒指数(DSTRI)来源于OECD-DSTRI数据库;各国服务贸易出口额和世界服务贸易出口总额数据来源于UNCTAD数据库;各国之间RTAs签订情况数据来源于WTO数据库,双边各国之间的地理距离、是否有共同语言、是否有共同边界、是否有过殖民活动的数据来自CEPII数据库。其余变量均来自世界银行数据库,变量描述性统计如表1所示。

表1 部分变量描述性统计

变量	含义	观测值	均值	标准差	最小值	最大值	
被解释变量	$\ln EX$	双边数字服务贸易各部门出口额的对数	10,580	7.240	0.473	-1.609	10.31
核心解释变量	$Free$	贸易自由化	10,224		0.1183	0	0.647
行业层面控制变量	$\ln gdp$	出口目的国人均GDP	10,584	10.11	0.894	7.361	11.73
	$Internet$	两国互联网普及率	10,236	0.623	0.172	0.0751	0.946
国家层面控制变量	$Indis$	两国地理距离对数值	10,584	8.334	1.073	5.225	9.866
	$\ln icgr$	出口目的国政治风险指数对数值	10,584	4.310	0.138	3.947	4.490
	$contig$	两国是否具有共同边界	10,584	0.0816	0.274	0	1
	$colony$	两国是否存在殖民地关系	10,584	0.0612	0.240	0	1
	$comlang$	两国是否有共同语言	10,584	0.109	0.311	0	1
	$serv$	出口目的国服务行业规模	10,302	0.634	0.0936	0.328	0.905
	$serv_staff$	出口目的国服务行业从业人数比例	10,584	0.692	0.122	0.297	0.887
机制变量	$cost$	贸易成本	8,177	0.436	0.542	-1	3.268

4 实证分析

4.1 基准回归及平行趋势检验

通过平行趋势检验可以看出,签订了RTAs的国家比未签订RTAs之前,数字服务出口有着较为明显的上升,检验结果证明本模型满足平行趋势检验(见图1)。

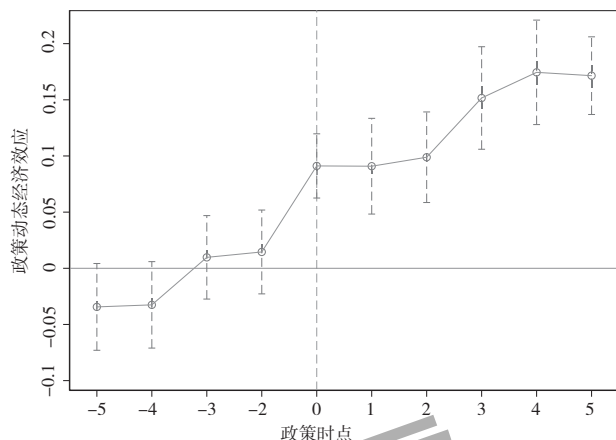


图1 平行趋势检验

表2报告了贸易自由化(Free)对双边数字服务贸易出口的基准回归结果,列(1)~(4)依次引入控制变量和固定效应,对因变量进行固定效应逐步回归。从回归结果来看,核心解释变量Free对因变量在1%水平上显著,且回归结果为稳健的正向效应。从列(4)的回归结果来看,贸易自由化水平每提升1%,数字服务出口额将增加0.17%,与假设1一致。

4.2 异质性分析

4.2.1 行业异质性分析

本文将之前划分的6大数字服务部门根据不同部门的特性,将其归为三大类,分别为金融保险类、技术服务类和生活服务类,并对其进行回归来检验数字服务自由化对不同行业的异质性效应,分别对应表3列(1)~(3)。从表3列(2)可以看出,贸易自由化水平的提升会在很大程度上促进技术服务类贸易的提高。从列(1)和列(3)可以看出,数字服务贸易壁垒对其他两类行业都会产生负向影响,虽然影响效果并不显著,但对金融保险类的影响效应最小。

4.2.2 进口国家异质性分析

为研究不同类型的国家处于相同贸易自由化政策下贸易自由化的效果是否存在异质性,本文运用三重差分(DDD)的方法,引入国家异质性指数(Dij),从服务业发展程度(serv)、发展程度(developing)和互联网发展差距(Internet)三方面构建模型(4),并进行异质性分析。

回归结果如表3所示,按照进口国发展程度和双边国家互联网发展差距进行分类的指标系数均显著为负,说明进口国发展程度和双边国家互联网发展差距越小,越会加深贸易自由化对数字服务出口的促进作用。

4.3 影响机制检验

本文使用贸易成本(cost)作为中介变量来验证贸易自由化是否会通过贸易成本对数字服务出口产生作用,检验

结果如表4所示。表4列(1)~(3)为逐步回归的结果,可知贸易成本的提高能够显著抑制数字服务出口,说明中介效应成立,本文的假设1证实成立。

表2 基准回归结果

	(1)	(2)	(3)	(4)
Free	-0.597***	-0.593***	-0.582***	-0.170***
	(-19.38)	(-10.38)	(-11.28)	(-3.16)
serv			0.058	0.119
			(0.16)	(0.34)
serv_staff			0.657	-0.247
			(1.44)	(-0.45)
lngdp				0.051
				(0.98)
lndis				-0.091***
				(-19.04)
icgr				-0.093
				(-0.38)
contig				0.138***
				(9.47)
comlang				0.044***
				(2.76)
colony				0.053***
				(3.24)
Constant	7.306***	7.306***	6.824***	7.656***
	(1,096.74)	(1,096.74)	(22.40)	(12.18)
年份	NO	NO	NO	YES
国家	NO	YES	YES	YES
行业	NO	NO	YES	YES
R ²	0.023	0.439	0.555	0.587
观测值	10,215	10,215	9,933	9,933

注:***、**、*分别表示在1%、5%及10%水平上显著;括号内为t统计值,下同。

5 结语

本文主要得出以下研究结论:(1)RTAs的签订会提升双边国家贸易自由化水平,促进数字服务出口的增长。(2)贸易自由化的影响效果是存在异质性的。从不同行业来看,贸易自由化对技术服务行业的影响效果最为显著;从进口国家异质性来看,贸易自由化对进口国发展程度和双边国家互联网发展程度不同的国家的影响效果存在显著差异。(3)贸易自由化会通过降低双边贸易成本的机制来促进数字服务出口。

根据研究结论,本文提出以下政策建议:(1)提升贸易自由化水平是数字服务贸易发展的关键,各国应加强国家间RTAs的签订,通过制定相应制度政策的方式来提升贸易自由化水平;(2)我国应积极推进与世界各国进行贸易协定的协商谈判,加强数字基础设施的建设与数字技术的创新升级,巩固数字服务贸易发展的基础,力求建立一个安全和便利实现跨境数据流通和贸易的平台。

表3 异质性检验

	行业层面			国家层面		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Free	-0.028	-0.329***	-0.154			
	(-0.38)	(-3.75)	(-1.45)			
Free × serv				-0.090		
				(-1.17)		
Free × developing					-0.193**	
					(-2.49)	
Free × Internet						-0.203***
						(-4.02)
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES	YES
年份	YES	YES	YES	YES	YES	YES
国家	YES	YES	YES	YES	YES	YES
行业	YES	YES	YES	YES	YES	YES
R ²	0.600	0.593	0.631	0.587	0.587	0.587
观测值	3,313	3,313	3,307	9,933	9,933	9,933

表4 机制效应检验

	(1)lnEX	(2)cost	(3)lnEX
Free	-0.170***	0.273***	-0.165***
	(-3.16)	(3.43)	(-2.66)
cost			-0.040***
			(-4.48)
Free × patent			
控制变量	YES	YES	YES
年份	YES	YES	YES
行业	YES	YES	YES
国家	YES	YES	YES
R ²	0.587	0.475	0.607
Observations	9,933	7,743	7,743

参考文献

[1] 戴龙. 数字经济产业与数字贸易壁垒规制: 现状、挑战及中国因应[J]. 财经问题研究 2020(8): 40-47.

- [2] 江小涓, 罗立彬, 龚华燕. 网络时代的服务全球化: 新引擎、加速度和大国竞争力(英文) [J]. Social Sciences in China, 2020, 41(4): 5-23.
- [3] 马盈盈. 服务贸易自由化与全球价值链: 参与度及分工地位[J]. 国际贸易问题, 2019(7): 113-127.
- [4] 周念利. 缔结“区域贸易安排”能否有效促进发展中经济体的服务出口[J]. 世界经济, 2012, 35(11): 88-111.
- [5] 周升起, 张皓羽. 数字服务贸易国际竞争力比较研究[J]. 重庆工商大学学报(社会科学版), 2023(3): 1-13.
- [6] Hellmanzik C, Schmitz M. Virtual proximity and audiovisual services trade[J]. European Economic Review, 2015(77): 82-101.
- [7] D. Novy. Gravity Redux: Measuring International Trade Costs with Panel Data[J]. Economic Inquiry, 2013(51): 101-121.
- [8] Ferencz J. The OECD Digital services trade restrictiveness index[R]. OECD Trade Policy Papers, 2019, No. 221, OECD Publishing, Paris.
- [9] Lirong Liu, H K Nath. Information and Communications Technology (ICT) and Trade in Emerging Market Economies[J]. Emerging Markets Finance and Trade, 2013(49): 67-87.

A Study on the Export Promotion Effect of Digital Services Trade Liberalization

Zhai Shiyao, Xu Guangjian

(College of Economics & Management, China Jiliang University, Hangzhou, Zhejiang 310018)

Abstract: As the significance of digital services trade amplifies in the global trade, the barriers to international trade and policy discrepancies among countries pose increasingly formidable challenges to the growth of digital services trade. This study uses the difference-in-differences method to empirically test the impact of trade liberalization on digital services exports by examining the Digital Services Trade Restrictiveness Index (DSTRI) published by Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) and regional trade agreements (RTAs) between bilateral countries. The results demonstrate that trade liberalization has a significant positive impact on digital services exports while there is significant industry heterogeneity and country heterogeneity. Furthermore, trade liberalization has a positive impact on digital services exports mainly by reducing trade costs.

Keywords: Trade Liberalization; Digital Services Trade; Regional Trade Agreements; Digital Technology and Services; Intelligentization

我国自贸试验区金融开放的制度创新效果评估

张青永

(中国社会科学院大学 北京 102445)

摘要: 当前,自贸试验区建设在我国经济高质量发展和加快金融开放的过程中发挥着重要作用。基于此,本文首先分析了自贸试验区金融开放的制度创新的重要意义,并介绍了指标设定与数据来源。其次,构建实证模型对我国自贸试验区金融开放的制度创新效果进行评估。最后,文章提出正确认识建设自贸试验区的真实价值、立足国际化环境,通过灵活多样的方式激发自贸试验区的内在动力,通过制度创新构建开放的健康市场生态,破解不良“光环效应”、推动贸易开放的转型升级等政策建议,以供参考。

关键词: 自贸试验区; 金融开放; 高质量发展; 制度创新; 贸易开放转型升级

本文索引: 张青永.我国自贸试验区金融开放的制度创新效果评估[J].中国商论,2024(04):013-016.

中图分类号: F207

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-013-04

1 我国自贸试验区金融开放的制度创新

“十四五”规划明确指出,要构建更深层次的多边合作关系,实现更大范围的经贸往来,打造更宽领域的双向开放新格局。我国金融开放主要从“经济快速崛起期”转变为反映“新时代中国经济发展战略要求”的“全面开放新格局时期”(周宇,2021),可谓前景无限。与此同时,国内外学者对金融开放相关问题进行了诸多探讨,结果表明金融开放通过“制度性开放”改变国内外微观生产要素的流动,提高资源配置效率与生产要素使用效率,以促进产业结构升级。在我国着力优化国内国际市场布局,完善内外贸一体化建设,驱动中国经济转换发展动能的关键时期,将目光聚焦金融开放与区域产业结构优化的内在关系与相互影响,有助于合理规划我国当前的金融开放进程,有效配置生产要素在全国范围内流动,构建国土空间开发保护新格局,打造各区域之间协同发展的网络体系,并最终实现双循环的发展格局。

在世界经济发展进程中,全球自由贸易区(Free Trade Zone, FTZ)已演变成推动各国贸易发展与要素流动的重要平台。2013年开始,我国对外开放的步伐越迈越大,先后设立了22个自贸试验区。例如,上海自贸试验区在推进资本项目可兑换、人民币跨境使用、外汇管理体制改革的金融开放等金融开放创新领域成效显著,为提升人民币国际化水平、提高金融监管的科学性及推动上海国际金融中心建设做出重要贡献。

“以开放促改革”思想是我国改革开放以来经济发展一直贯穿的“顶层设计”,自贸试验区的设立通过“制度性开放”对这一思想进行了深化升级。从政策来看,中共十九届五中全会明确指出“加快发展现代产业体系,推动经济体系优化升级”,再次重申了产业结构升级对我国当前发展阶段的重要性。从实践意义来看,自贸试验区的设立不但可以对对外开放和区域拓展有重要意义,而且对产业结构升级起到了重要的推动作用。

金融开放作为“对外开放”国策的重要内容,在促进经济高质量发展、实现“双循环”等方面起到了非常关键的作用。在“引进来”方面,金融开放可以在一定程度上降低资本管制,将国际资本吸引至东道国之内,并有效提高跨境资本流动的便利性(Chinn & Ito, 2016)。在“走出去”方面,董骥和李增刚(2019)利用空间杜宾模型研究86个国家的金融开放进程后发现,提升一个国家的金融开放水平会借助空间溢出效应改善其他国家的经济发展状况,有可能实现金融开放的“互惠效应”。此外,有学者认为,“金融开放”对一个国家经济发展产生负面影响,甚至引发金融风险。国际经验表明,一些新兴经济体国家未慎重对待资本账户开放问题,即开放速度过快,导致其出现了较为严重的金融风险(Mishkin, 2009; Hwang et al, 2021)。

当今世界正经历百年未有之大变局,虽然国民经济出现了快速发展,但产业结构不合理,仍需优化的问题较为明显。从资源配置的角度来看, Krugman(1979)、Melitz(2003)

基金项目: 本文系国家社科基金后期资助项目(22FILB034);河南省高等学校哲学社会科学创新人才支持计划(2024-CXRC-15)的资助。

作者简介: 张青永(1971-),男,河北沧州人,高级职称,博士,研究方向:金融学。

认为,自由贸易可以减少生产要素的流动障碍,使生产要素更加顺畅地流向收益较高的部门,提高资源配置效率,进而促进产业转型升级。从技术进步的角度来看,Trip(2005)认为,知识溢出效应可以积极推进地区产业升级。陈昊等(2016)实证研究发现,增加对发达国家的OFDI可以对本国产生逆向技术溢出效应。蔡海亚等(2017)认为,提高贸易开放度可以通过促进技术进步的方式来加速产业升级。从竞争效应的角度来看,周茂(2016)研究发现,贸易自由化通过提高市场活力与竞争效应推动产业结构升级。从产业集聚的角度来看,Helpman等(1985)认为,自贸试验区的设立后可以扩大产业规模,发挥规模经济作用。王胜今等(2017)指出,自贸试验区设立可以通过促进产业集聚、细化企业分工来提高生产效率。柳庆勇等(2017)认为,自贸试验区建立能够增加企业之间的交流与信息共享,进而促进产业结构高度化。

在自贸试验区的所有金融制度创新中,金融开放政策对区域经济发展的影响最大、提升效果最明显,可以通过提高区域资源要素的流动性、推动利率市场化、促进资本集聚等对自贸试验区所在城市及周边区域的经济形成辐射作用(王丽娅等,2021)。但是通过对现有文献的梳理发现,一些学者对自贸试验区金融开放的效果评估方法或特征存在一定的争议,需要本文进行实证检验。

2 模型构建

2.1 上海自贸试验区的设立对金融开放的影响

金融制度型开放有利于提升金融对外开放水平,有利于优化金融资源配置,有利于促进国内金融体制改革,有利于我国金融业更好地融入全球金融体系。Feils等(2008)认为,自贸试验区可以吸引外商直接投资,增加与国外的贸易往来,而外商直接投资和国际贸易的增加可以推动产业结构高级化。方云龙(2020)使用沪津闽粤四个自贸试验区的省级面板数据实证研究发现,自贸试验区设立是推动产业结构优化升级的核心要素,具体到不同的自贸试验区,由于金融开放的力度和步骤不同,因此存在的问题也不同。

中国(上海)自贸试验区开展了三年开放服务业(包括金融服务)向外国公司开放的试验,金融服务试验包括取消对银行业离岸服务的禁令及放宽对证券业和证券界跨境投资的监管。中外金融机构已开始在上海自贸试验区开展业务,我国政府将此视为长期努力(Sekine, 2014)。

陕西自贸试验区金融创新开放应进一步融合“一带一路”倡议形成的政策合力,统筹发展传统金融与新兴金融,引进充裕资本激发市场活力,加快本土企业上市进程,完善创新开放的市场体系;正确处理市场和政府之间的关系,通

过改革和创新推动要素在市场自由流动;发挥政府调控的主动性、前瞻性,搭建经济金融风险动态监测系统,实现信息共享;围绕政府管理、绿色发展等,多层次深化自贸试验区建设(李文乐, 2020)。随着监管意见和实施细则的逐步落地,福建自贸试验区金融开放的部分试验任务得到落实推进,并取得了一定的成果。但就已有的制度安排来看,部分开放措施已在全国范围内不同程度地推开,加之监管层面的谨慎性和福建自贸试验区基础条件的限制,金融开放制度红利并未得到充分释放。与此同时,随着国内外宏观环境的变化,境内外资金价格差扭转,国内地区间跨境资金通道的竞争日趋激烈等都是福建自贸试验区金融开放面临的新问题(俞姗, 2016)。

基于以上分析,本文实证的基本思路如下:以上海为实验组,即将设立上海自贸试验区作为准自然实验,将距离上海400公里以内的其他城市设为控制组,基准回归模型如下:

$$fo_{it} = \rho_0 + \rho \times SH_{it} + \gamma^T Control_{it} + \beta_{it} + \delta_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中, i 、 t 分别表示城市和年份。本文规定为设立上海自贸试验区的年份,在 $t \geq t_0$ 时, SH_{it} 取值为1;否则, $SH_{it} = 0$,其系数 ρ 有效评估了上海自贸试验区的设立对金融开放的影响效果。 fo_{it} 表示上海自贸试验区的金融开放度; $Control_{it}$ 代表模型中的控制变量; β_{it} 代表模型中的城市固定效应; δ_{it} 代表模型中的年份固定效应; ε_{it} 代表模型中的随机误差项。只有符合平行趋势假设,才能进行模型估计,为了控制潜在因素对平行趋势假设造成的不良影响,使估计结果更加准确,本文参考Li等(2016)的思路,对模型进行改进:

$$fo_{it} = \rho_0 + \rho \times SH_{it} + \gamma^T (Control_{it} \times P(t)) + \beta_{it} + \delta_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

其中, $P(t)$ 表示时间趋势 t 的多阶线性函数,即 t 、 t^2 。为取得更好的实证结果,本文采用更为灵活的时间趋势假定,即控制变量与时间趋势变量的1次方和2次方交乘项。

2.2 空间权重矩阵的设定

为检验模型中变量的空间效应,本文分别构建四种矩阵:第一种矩阵可以称为试验区矩阵(w_1),运用上海周边150km的空间为区间进行衡量。在研究过程中,本文将城市 i 和城市 j 相邻的值设定为1;否则,设定为0。第二种是常见的邻接权重矩阵(w_2),主要依据两个城市在地理上是否相邻进行设定。第三种矩阵可以称为地理距离权重矩阵(w_3),该矩阵中,元素 w_{ij} 表示 i 地区与 j 地区之间距离平方的倒数。第四种矩阵是经济嵌套矩阵(w_4),该矩阵中,元素的计算方法为:首先,计算出在各地GDP年均值中, i 地区

GDP年均值的占比;其次,与w3矩阵相乘。

3 实证结果与分析

在实证研究中,使用多期倍差法的前提是符合平行趋势假设。本文参考王金杰和盛玉雪(2020)的研究方法,以上海自贸试验区未设立时期(2003—2012年)作为样本,运用式(2)进行回归,结果如表1列[1]所示。由表1列[1]可知,平行趋势假设交互项的系数估计值为0.0366,不显著,即可以进行多期倍差法估计。

表1列[2][3][4]的估计结果是对式(2)的回归,系数 β 均显著,表明上海自贸试验区的设立有效提升了当地的金融开放水平。

表1 回归结果

	[1]	[2]	[3]	[4]
	平行趋势 检验	基准回归	基准回归	基准回归
SH	0.0397	0.124*	0.399**	0.378**
	[0.0336]	[0.0701]	[0.123]	[0.1435]
控制变量	YES	YES	YES	YES
控制变量 × t	YES		YES	YES
控制变量 × t ²	YES			YES
个体固定效应	YES	YES	YES	YES
时间固定效应	YES	YES	YES	YES
常数项	1.634**	1.737***	1.393***	1.308***
r ²	0.793	0.764	0.705	0.722

表1的回归结果表明,无论空间权重矩阵的类型如何,fo的系数都是显著的正数,说明金融开放政策将对上海周边区域的产业结构优化起到正向推动作用。从实践效果来看,上海自贸试验区有效促进了周边地区的经济快速发展、产业结构持续优化。

4 稳健性检验

如表2所示,本文参考盛丹和李蕾蕾(2018)的设定,通过构建虚假实验组,运用式(2)进行安慰剂检验(见表2列[1]),从反面证明上述结论成立。同时,本文考虑了潜在序列相关的两期倍差法,即以2013年设立上海自贸试验区为分界线,划分为2003—2012时期和2013—2017时期,运用模型(2)对每期各变量的均值进行估计(见表2列[2]),检验结果均支持上述结论。

5 结语

5.1 模型的主要结论

本文分析了自贸试验区对上海周边区域产业结构优化的影响机制。具体而言,本文使用2003—2017年的数据研究

发现:上海自贸试验区的设立显著提升了当地的金融开放水平,且一系列的稳健性检验均已证明。金融开放显著促进了区域产业结构优化,且社会经济特征是影响区域产业结构升级的重要因素。

表2 稳健性检验结果

	[1]	[2]
	虚假实验组	两期倍差法
SH	-0.0594	0.459***
	[0.0466]	[0.1047]
控制变量	YES	YES
控制变量 ×	YES	YES
控制变量 ×	YES	YES
个体固定效应	YES	YES
时间固定效应	YES	YES
常数项	1.291***	0.762
	[0.4342]	[2.3900]
r ²	0.708	0.981

5.2 研究启示

上海自贸试验区的金融开放政策能够对周边城市产生正向辐射作用,可能是因为在自贸试验区设立初期,上海自贸试验区作为中心区的资本边际回报率较高,资本、资源、周边城市的人才向上海自贸试验区转移,即中心城市的集聚效应在短时间内促进了上海自贸试验区的发展。但长期来看,随着上海自贸试验区的贸易发展和产业升级,其资金转移到周边地区的产业包括高资本附加值产业和价值链中游产业或高新技术产业等价值链中较高层次的产业,对周边城市的正向经济辐射效应更为明显。因此,上海自贸试验区应正确认识建设自贸试验区的真实价值,立足国际化环境,通过灵活多样的方式激发自贸试验区的内在动力,通过制度创新构建开放的健康市场生态,破解不良“光环效应”,推动贸易开放的转型升级,并为周边城市的产业结构优化带来正向辐射作用。

参考文献

- [1] Hsiao, C., et al. A Panel Data Approach for Program Evaluation: Measuring the Benefits of Political and Economic Integration of Hong Kong with Mainland China[J]. Journal of Applied Econometrics, 2012(27):33-37.
- [2] Lawanson T, Agunbiade M. Land governance and megacity projects in Lagos, Nigeria: the case of Lekki Free Trade Zone[J]. Area Development and Policy, 2018, 3(1): 114-131.
- [3] Lombardi D, Malkin A. Domestic politics and external financial

- liberalization in China: The capacity and fragility of external market pressure[J]. *Journal of Contemporary China*, 2017, 26(108): 785-800.
- [4] Naheem M A. Trade based money laundering: a primer for banking staff[J]. *International Journal of Disclosure and Governance*, 2017, 14(2): 95-117.
- [5] Puig G V, Tai S L T. China (Shanghai) pilot free trade zone investor-state dispute settlement: An uncertain experiment[J]. *The Journal of World Investment & Trade*, 2017, 18(4): 673-711.
- [6] Sekine E. Financial Impact from the Shanghai FTZ[J]. *Nomura Journal of Capital Markets*, 2014, 5(3).
- [7] 崔卫杰. 自贸试验区开辟制度型开放新路[N]. *经济参考报*, 2019-09-18(6).
- [8] 陈创练, 黄楚光, 陈创波. 资本账户开放、金融风险与外汇储备的非线性关系研究[J]. *财经研究*, 2015(8): 12-15.
- [9] 代中强. 知识产权保护提高了出口技术复杂度吗: 来自中国省际层面的经验研究[J]. *科学学研究*, 2014(12): 24-26.
- [10] 丁志国, 苏治, 杜晓宇. 溢出效应与门槛特征: 金融开放条件下国际证券市场风险对中国市场冲击机理[J]. *管理世界*, 2007(1): 15-17.
- [11] 董骥, 李增刚. 金融开放水平、经济发展与溢出效应[J]. *财经问题研究*, 2019(8): 18-21.
- [12] 高增安, 李肖萌. 自贸区设立背景下的区域创新发展及其影响路径[J]. *创新与产业*, 2019(5): 22-27.

Evaluation of the Institutional Innovation Effect of Financial Openness in China's Pilot Free Trade Zones

Zhang Qingyong

(University of Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 102445)

Abstract: Currently, the construction of free trade zones plays an irreplaceable role in the high-quality development of China's economy and the acceleration of financial openness. Based on this, the article first analyzes the significant importance of institutional innovation in financial openness in the pilot free trade zones and introduces the setting of indicators and data sources. Then, an empirical model is constructed to evaluate the effectiveness of institutional innovation in China's pilot free trade zones' financial openness. On the basis of the above, this article proposes policies and suggestions, such as a correct understanding of the true value of building pilot free trade zones based on an international environment, stimulating the internal motivation of pilot free trade zones through flexible and diverse ways, building an open and healthy market ecosystem through institutional innovation, cracking down on negative halo effect, and promoting the transformation and upgrading of trade openness.

Keywords: Pilot Free Trade Zones; Financial Openness; High-quality Development; Institutional Innovation; Trade Openness, Transformation, and Upgrading

长三角城市群经济极化效应空间分布与自相关特征分析

陈庆琳 王成城

(安徽大学管理学院 安徽合肥 230601)

摘要: 本文以2016—2020年长江三角洲城市群的26个城市为例,对长三角三省一市城市群的经济极化指数与区域经济极化效应的城市贡献度进行测算,运用空间自相关等方法对城市经济极化效应进行分析,以期对长三角区域经济的发展提供参考。研究认为:长江三角洲城市群的经济极化水平呈波折下降趋势;长三角地区经济极化贡献度处于多核心分布;经济极化贡献度具有空间正相关特征,局部自相关以H-H和L-L为主,空间分布较为集聚,并基于以上结论提出建议,以供参考。

关键词: 空间自相关; 长三角城市群; TW指数; 经济极化贡献度; 区域发展

本文索引: 陈庆琳,王成城,长三角城市群经济极化效应空间分布与自相关特征分析[J].中国商论,2024(04):017-021.

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-017-05

2018年,习近平总书记在首届中国国际进口博览会开幕式上宣布,将支持长江三角洲区域一体化发展,并上升为国家战略。近年来,长三角地区作为中国经济发展最为活跃和密集的区域,区域经济强劲活跃增长,对全国经济影响力、带动力不断提高,对全国经济贡献率持续提高。但同时,由于资源禀赋与经济基础及区位等因素的差异,长三角内部各城市间的经济发展仍然存在明显的差异和不均衡现象,即经济极化现象。参考国外最早的Esteban和Pay(1994)对该词的定义,经济极化现象在区域经济发展过程中可被解释为“中间阶层消失”或“向两极集聚”的现象,意味着经济区域内中等经济水平的城市相对较少,而经济水平较高和较低的城市则相对集中。经济极化领域的研究最早源于国外,是由Karl Gunnar Myrdal(1957)提出,认为经济极化是一种两极分化的现象,即随着市场力量的发展,发达地区通过市场竞争、创新和资源配置等机制,不断获得更多的资源和机会,进一步拉大与落后地区之间的差距。相较而言,国内对经济极化现象的研究较晚,芦惠等(2013)研究了2000—2010年中国区域经济差异和极化的演变趋势,认为东部地区的经济差异和极化现象较显著,西部地区的经济差异和极化也在不断扩大和增强,中部地区的经济差异和极化相对较小,东北地区的经济差异和极化则呈现下降趋势。孙铁山(2016)通过研究分析中国京津冀、珠三角和长三角区域经济集聚水平和空间结构特征演化,以揭示这些与地区经济增长的关系,即京津冀与珠三角地区主要围绕中心城市的经济极化推动地区经济增长,长三角地区则是多中心的经济集聚促进经济的发展。叶磊等(2014)专门对长

三角地区的经济极化现象进行分析,研究表明长三角地区经济极化的驱动力与极化水平之间存在较为明显的相互促进关系。

本文通过对长三角地区2016—2020年26个城市的经济极化指数和区域经济极化贡献度进行测算和分析,采用空间自相关等方法,运用ArcGIS、Geoda等探索性空间数据分析工具,对长江三角洲城市群经济极化度和经济极化贡献度的集聚或辐射效应进行分析,探讨城市经济极化效应的时空特征和相互关系,以为长三角地区经济发展政策的制定提供借鉴和启示,以及对类似地域或经济区域的研究提供一些参考。

1 数据与方法

1.1 数据来源

本文根据国务院2016年批准的《长江三角洲城市群发展规划》,将上海,江苏省的南京、无锡、常州、苏州、南通、盐城、扬州、镇江、泰州,浙江省的杭州、宁波、嘉兴、湖州、绍兴、金华、舟山、台州,安徽省的合肥、芜湖、马鞍山、铜陵、安庆、滁州、池州、宣城等26市作为研究对象,选取这26市的国内生产总值、进出口总额、实际利用外资和常住人口的年度数据,统计数据来源于2017—2021年《中国统计年鉴》和《省级统计年鉴》及各地市国民经济与社会发展统计公报。

1.2 研究方法

1.2.1 空间自相关

空间自相关方法运用统计学原理和地理空间理论,探究相邻区域间的地理现象或属性之间的关系,这种相关性

基金项目: 国家社科基金(17CGL023), 创客“二元型工作狂”对其创造力影响的混合效应研究。

作者简介: 陈庆琳(1998-),女,汉族,安徽安庆人,研究生,研究方向:区域经济与管理;

王成城(1982-),男,汉族,安徽淮南人,副教授,博士,研究方向:企业管理。

具有空间依赖性,也就是相似特征在空间上具有一定的聚集性,即空间自相关性。相邻的空间单元具有相似的特征或属性取值则反映了其存在正相关关系,即其在某种程度上相互影响或受到相似的影响因素;而相邻的空间单元具有不同的特征或属性取值则反映了其存在负相关关系,即其在某种程度上彼此对立或受到不同影响因素的作用;其取值不呈现任何明显的空间依赖关系时,无论空间单位之间的距离远近,这一变量都表现出空间不相关性或空间随机性。

空间自相关分析方法根据分析的尺度不同,可以分为全局空间自相关和局部空间自相关。全局莫兰指数用于检验整个研究区域中相邻地区是否相似或相异,常用的全局空间自相关统计量有Moran's I系数和Getis G系数,本文采用Moran's I系数对长三角26市进行全局空间自相关分析,判断属性值在空间上的聚集和分散情况,Moran指数I的取值一般在-1~1,Moran's I取值接近1,表明变量在空间上呈现正相关性,即高值的区域周围有高值区域,低值的区域周围也有低值区域;Moran's I取值接近-1,则表明变量在空间上呈现负相关性,即高值的区域周围有低值区域,低值区域周围有高值区域;如果Moran's I系数接近0,就表示变量在空间上呈现随机分布。局部空间自相关则是基于局部范围的空间单元,通过统计量来描述和度量局部区域内空间对象属性值的分布状态和模式,其相对全局空间自相关具有更细粒度的分析能力,能够捕捉局部范围内的空间异质性。常用的局部空间自相关统计量有Local Moran's I系数和Local Getis G系数。Local Moran's I系数用于评估局部空间自相关性,可以识别局部范围内具有显著正相关或负相关的聚集区域;Local Getis G系数则用于检测局部范围内具有统计显著的高值和低值聚集区域。本文采用莫兰散点图及G指数进行局部空间自相关检验,精确地反映出长江三角洲地区各城市经济极化效应的分布特征。

1.2.2 极化指数

现有文献对经济极化指数的测算通常采用单一指数,如利用ER、TW、KZ、WOLFSON等来衡量经济的不平等程度或极化程度。而本文从中选择了TW指数作为所使用的极化测量指标,TW指数是由崔启源和王有强于2013年结合Wolfson指数的推导得出的,可以较好地反映区域经济中的“两极分化”和“扩散增加”趋势,计算公式如下:

$$TW = \frac{\theta}{N} \sum_{i=1}^n s(i) \left| \frac{q(i) - m}{m} \right|^r \quad (1)$$

式中, θ 为反映空间极化指数敏感性的正的常数标量,本文取 $\theta=0.5$;N为长三角区域的总人口数;n是地理区域数,本文中 $n=26$;s(i)为i城市的人口数;q(i)为i城市的人均GDP;m为长三角地区人均GDP的中位数;r为(0,1)间的任一值,本文取 $r=0.5$ 。

1.2.3 区域经济极化效应的城市贡献度

为了比较不同城市在经济极化中所起到作用,识别出极化效应和发展差异,进一步理解城市间经济发展的格局和趋势,本文借鉴王成城等(2017)提出的创新极化贡献度模型,构建长三角区域经济极化中26市所发挥贡献的指标,即区域经济极化效应的城市贡献度,公式如下:

$$C = \frac{\sum_{i=1}^n N(i) \sum_{i=1}^{n+1} s(i) \left| \frac{q(i) - m}{m} \right|^r}{\sum_{i=1}^{n+1} N(i) \sum_{i=1}^n s(i) \left| \frac{q(i) - m'}{m'} \right|^r} \quad (2)$$

其中,C为区域极化效应的城市贡献度;n为地理区域数;s(i)为长三角地区i城市区域的人口数;N_(i)为i地区的人口数;m为长三角地区人均GDP的中位数;m'为不包含该城市的其他城市人均GDP的中位数;q(i)为i区域的人均GDP; θ 取值为0.5;r为敏感系数,取值为0.5。

2 长江三角洲区域经济极化演变分析

2.1 极化指数分析

对长江三角洲2016—2020年TW指数进行计算后结果如图1所示,近5年来长三角地区整体经济极化度波动不大,经济极化趋势趋于平缓,极化指数处于较低水平,数值呈现波折下降的趋势。这说明经济从过去的空间集聚趋势转变为更为分散的空间扩散趋势,表明长三角区域内经济发展水平高的地区和经济较为落后的地区之间的差距在逐步缩小。整体而言,区域经济发展向更为均衡的状态转变,这种变化可能受经济政策的调整、经济转型的推动、区域互联互通的改善和技术创新与科技进步等因素的影响。

2.2 区域经济极化效应的城市贡献度分析

本文将TW极化指数进一步分解成区域经济极化效应的城市贡献度,运用python编程软件根据式(2)测算2016—2020年长三角地区26市对全区域经济极化的贡献程度,如表1所示。

由表1可知,整个长三角地区西部就是安徽省区域处于经济极化贡献度极,东部则是上海,中间贯穿江浙的杭州、南京等城市。上海市的经济极化贡献度最高,同时上海的经济水平是最高的,很明显是区域极化贡献极,对极化效应具有促进作用。江苏省内,盐城是省内唯一经济极化贡献度高的城市,但是GDP值较低,对极化效应有抑制作用;南京、无锡、苏州经济极化贡献度较高,GDP值也较高,对极化效应有一定的促进作用;江苏省其他城市的极化贡献度都较低。浙江省内,虽然台州、金华、湖州和嘉兴的经济极化贡献度较高,但其GDP值是省内较低的,对经济极化效应具有抑制作用;杭州经济极化贡献度较高,GDP水平也高,对极化效应起到促进作用;绍兴、宁波和舟山的经济极化贡献度则较低。安徽省的合肥和芜湖经济极化贡献度都高,安徽其他城

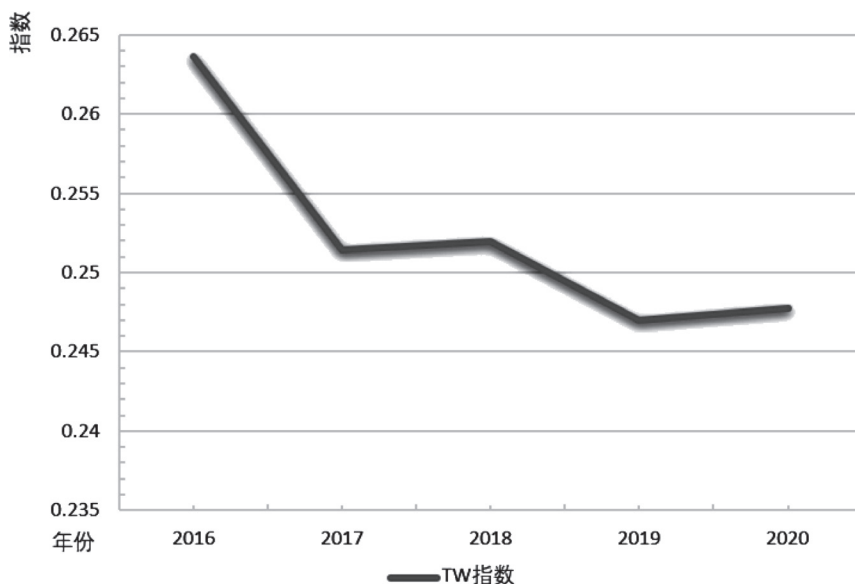


图1 2016—2020年长三角区域经济极化指数变化趋势

市都处于较高水平,安徽省相较整个长江三角洲城市群GDP来说,整体偏低,就长三角区域的极化效应来说,具有抑制作用。

3 长江三角洲区域经济极化城市贡献度的空间相关分析

3.1 全局自相关分析

本文运用Arcgis10.8将每年26市的经济极化贡献度数值分别连接到文件类型为shp的长江三角洲城市群地图的属性表中,运行ArcToolbox,打开空间统计工具选择分析模式中的空间自相关(Moran's I),得到各年份的Moran指数统计结果,如表2所示。

表1 长江三角洲城市群各市经济极化贡献度

城市	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	平均
上海	1.090	1.037	1.063	1.062	1.057	1.062
南京	1.029	0.986	1.009	1.011	1.015	1.010
常州	1.010	0.972	0.993	0.993	0.996	0.993
无锡	1.031	0.990	1.012	1.011	1.014	1.012
盐城	0.995	1.067	1.035	1.041	1.026	1.033
苏州	1.048	1.002	1.022	1.020	1.024	1.023
南通	0.996	0.958	0.979	0.979	0.985	0.979
泰州	0.992	0.956	0.976	0.976	0.978	0.976
扬州	1.005	0.967	0.988	0.987	0.989	0.987
镇江	1.008	0.969	0.988	0.987	0.989	0.988
杭州	1.023	0.981	0.998	0.996	0.992	0.998
台州	1.009	1.069	1.038	1.042	1.030	1.037
宁波	0.988	0.945	0.991	0.989	0.987	0.980
嘉兴	0.983	1.054	1.022	1.025	1.015	1.020
舟山	1.003	0.964	0.986	0.986	0.990	0.986
湖州	0.998	1.063	1.032	1.035	1.024	1.030
金华	0.986	1.060	1.030	1.033	1.026	1.027
绍兴	0.997	0.954	0.972	0.972	0.980	0.975
合肥	0.971	1.050	1.006	1.010	0.992	1.006
安庆	1.022	1.085	1.052	1.055	1.041	1.051
芜湖	0.999	1.063	1.032	1.033	1.019	1.029
马鞍山	1.007	1.066	1.034	1.036	1.023	1.033
宣城	1.015	1.075	1.043	1.046	1.034	1.043
铜陵	1.010	1.069	1.039	1.042	1.030	1.038
滁州	1.022	1.085	1.053	1.047	1.033	1.048
池州	1.013	1.073	1.041	1.044	1.031	1.041

表2 2016—2020年长江三角洲城市群各市Moran指数统计量

年份	Moran 指数	P 值	Z 值	SD	E(I)
2016	0.074	0.356	0.923	0.015	-0.040
2017	0.387	0.002	3.062	0.019	-0.040
2018	0.294	0.015	2.420	0.019	-0.040
2019	0.305	0.013	2.490	0.019	-0.040
2020	0.219	0.060	1.880	0.018	-0.040

由表2可以看出,2016—2020年,长江三角洲地区经济极化贡献度Moran指数皆为正值,且都有5%或10%的显著水平(除2016年),证明整个长三角区域各市的经济极化贡献度呈现区域一体化趋势,而不是随机分布的,具有空间正相关特征,集聚效应十分明显。

3.2 局部自相关分析

Moran散点图的结果分析在一定程度上揭示了长江三角洲城市群不同城市之间关系的类型,但尚不能解释特定城市经济极化贡献度发展对其周边城市的影响程度。四象限的散点图中,X轴是城市本身标准化后的观测值,Y轴是相邻城市与该城市之间经加权后的空间滞后值。第一象限(H-H)即高值聚集象限、第三象限(L-L)即低值聚集象限,两象限代表空间正相关;第二象限(L-H)即高值包含低值异常象限、第四象限(H-L)即低值包含高值异常象限,两象限代

表空间负相关。把合并了五年数据经济极化贡献度的均值生成的长江三角洲城市群的shp文件导入Geoda软件,在空间权重面板中,选择k-近邻权重矩阵,并设置临近地区为2,在单变量局部Moran'I选中Moran散点图等,绘制的散点图结果见表3。

表3 长江三角洲城市群经济极化贡献度Moran散点图对应城市表

象限名称	城市名称
第一象限(H-H)	安庆、池州、滁州、马鞍山、铜陵、芜湖、宣城、苏州、嘉兴
第二象限(L-H)	合肥、南京、南通、杭州、绍兴
第三象限(L-L)	常州、泰州、无锡、扬州、镇江、宁波、舟山
第四象限(H-L)	盐城、上海、湖州、金华、台州

由表3可以看出,9个城市位于第一象限,7个城市位于第四象限,也就是占总数62.6%的城市都处于空间正相关象限,验证了之前全局Moran指数为正且空间相关性较强的结果。具体来看,安庆、池州、滁州、马鞍山、铜陵、芜湖、宣城、苏州、嘉兴位于第一象限,这些城市本身经济极化贡献度较高,绝大部分城市为安徽省内经济水平较低的城市,其经济水平低于整个长三角地区的平均水平,是需要被辐射带动的区域,这些城市形成了经济极化贡献度聚集区域;合肥、南京、南通、杭州、绍兴处于第二象限,这类城市自身的经济极化贡献度并不显著,且地理位置都较分散,来自不同的省份,与周围城市形成经济贡献度的逆差;常州、泰州、无锡、扬州、镇江、宁波、舟山位于第三象限,其本身经济极化贡献度不是很高,在整个区域中处于中等水平,基本来自江苏省和浙江省,从空间分布上属于空间集聚状态;盐城、上海、湖州、金华、台州位于第四象限,这些城市自身经济极化贡献度高于周围城市,地理位置比较分散,上海属于典型本身经济水平较高且辐射着周围的城市。

4 结语

4.1 结论

(1)2016—2020年,长三角区域的经济极化水平呈波折下降趋势,表明长三角地区经济极化现象近年逐渐减缓,城市之间的经济差距整体逐渐缩小。

(2)长三角地区经济极化贡献度处于多核心分布,经济水平极值较多。从内部来看,东部以上海为中心的大城市与西部以安徽省为主要地区及江浙个别处于区域南北边缘的城市极化贡献度高,中部贡献度低的区域主要是江浙地区的大多数城市。上海作为长江三角洲城市群的经济极化核心城市,无论是经济水平还是经济极化贡献度,都是稳居第一的位置,对整个区域的经济极化效应产生显著的推进作用;西部的安徽省和南北个别江浙城市与区域中部地区分别代表低经济水平-高经济极化贡献度与中等经济水平-低经济极化贡献度的情况,主要特征为经济水平较好但不处于整个区域的领先地位(如合肥、南京、南通等),对于缓

解整体区域的经济极化效应具有重要意义,在很大程度上促进了长三角地区经济的持续增长,为长三角地区的经济稳定提供了重要动力,辐射着经济相对落后的地区,加快了较为落后地区的经济发展速度。

(3)长三角地区经济极化贡献度具有空间正相关特征,集聚效应十分明显。经济活动的空间分布呈现出由集聚到扩散的趋势,表明经济活动开始向更广泛的地区扩展。整体而言,区域经济发展逐渐趋向相对均衡状态。

(4)长三角地区经济极化贡献度局部自相关以H-H和L-L为主,空间分布较为集聚,说明经济极化贡献度分布呈小块区域性分布。小块区域与区域之间经济水平差距大,尤其是安徽省区域经济极化贡献度逐渐增强,说明近几年安徽省的经济水平与江浙沪地区还存在一定差距,也就是省与省之间、城市与城市之间的经济水平发展还具有不平衡性。

4.2 政策建议

通过对长江三角洲地区的经济极化度和经济极化贡献度的空间自相关分析可以看到,近五年来,国家长江三角洲一体化战略的实施不仅加强了区域协调发展,还促进了整个区域的经济质量高水平发展。然而,长三角地区内部区域仍存在经济的不平衡发展,地区差异明显,经济极化贡献度极较多。对此,本文提出几点政策建议:

一是统一大市场,促进区域协调发展。打破省与省之间的行政区域壁垒,建立省级统一的市场制度,尤其是对邻近却不属于同一省的城市之间,如宣城-杭州、滁州-南京,发展各个城市之间的合作机制,促进要素自由流动,实现资源的充分配置和顺畅流通,进一步发挥经济极化贡献度过渡区域城市的传递作用和江浙沪地区的扩散效应功能,共同缓解经济极化贡献度极集聚的现象。

二是根据长三角地区内城市之间的经济联系分析结果,改进基础设施建设,加强交通、能源、水资源等基础设施的建设和改善,提高区域内城市的连接性和资源流动性,促进资源要素的平衡配置,特别是加强经济落后城市的基础设施建设,提高其发展潜力和吸引力。

三是促进人才流动和人才培养。建立人才交流和引进机制,吸引高层次人才和创新人才跨省跨市工作和创业,加强与科研机构、高校等的合作,推动科研成果的应用和转移。加强职业教育和技能培训,提高劳动力素质,满足经济发展的需求。

四是协调城市间的产业布局和发展规划。各城市根据资源禀赋和地区优势发展具有自身特色的产业,鼓励长三角地区各城市形成互补性发展,避免过分依赖某一城市或某一产业,避免过度集中和不均衡发展。

参考文献

[1] Esteban J M,Ray D C.On the measurement of polariza-tion.

- Econometrics,1994(62):819-851.
- [2] Myrdal G.Economic Theory and Underdeveloped Regions[M]. London:Gerald Duckworth&Co Ltd,1957.
- [3] 芦惠,欧向军,李想,等.中国区域经济差异与极化的时空分析[J].经济地理,2013,33(6):15-21.
- [4] 孙铁山.中国三大城市群集聚空间结构演化与地区经济增长[J].经济地理,2016,36(5):63-70.
- [5] 叶磊,欧向军,张洵.长江三角洲地区经济极化的驱动力机制研究[J].地域研究与开发,2014,33(2):60-66.
- [6] 田成诗,盖美,中国地区劳动生产率的空间统计分析[J].东北财经大学学报,2004(2):87-90
- [7] 邓学龙,曹世武,王慧.区位导向性政策下广西人口与经济空间格局演变[J].地域研究与开发,2022,41(6):20-25.
- [8] 张学良.探索性空间数据分析模型研究[J].当代经济管理,2007(2):26-29.
- [9] 黄馨娟,胡宝清.广西区域经济极化时空格局研究[J].地域研究与开发,2017,36(5):17-22.
- [10] Wang Y Q, Tsui K Y. Polarization Orderings and New Classes of Polarization Indices[J]. Journal of Public Economic Theory, 2000, 2(3):349 - 363.
- [11] Foster J, M C Wolfson. Polarization and the Dee line of the Middle Class: Canada and the US [R]. Nashville: Vanderbilt University,1992.
- [12] 王成城,李红梅,韦守明.基于扎根理论的中国空间极化定量研究现状分析[J].华东经济管理,2017(5):168-175.
- [13] 姚海华.长三角城市的贸易集聚效应与上海的贸易辐射效应研究[J].华东经济管理,2012,26(11):1-6.
- [14] 陈尧.广东省区域经济极化与协调发展研究[D].广州:中共广东省委党校,2022.
- [15] 段学军,虞孝感,Josef Nipper.从极化区的功能探讨长江三角洲的扩展范围[J].地理学报,2009,64(2):211-220.
- [16] 许玲,耿加进.流通业集聚、经济空间距离与城市经济增长:基于长三角地区城市样本的实证[J].商业经济研究,2023(4):25-28.
- [17] 谢永琴,武小英,宋月姣.长江经济带对外开放度时空演化特征及影响因素[J].统计与决策,2022,38(8):123-128.
- [18] 晏王波,张晓祥,姚静,等.基于GIS的盐城市区域发展时空特征研究[J].地理空间信息,2013,11(2):104-106+110+11.

An Analysis of Spatial Distribution and Autocorrelation of Economic Polarization Effect in Yangtze River Delta Urban Agglomeration

Chen Qinglin, Wang Chengcheng

(School of Management, Anhui University, Hefei, Anhui 230601)

Abstract: Taking 26 cities in the Yangtze River Delta urban agglomeration from 2016 to 2020 as examples, this paper calculates the economic polarization index and the urban contributions to regional economic polarization effect within the urban agglomeration encompassing three provinces and one city in the Yangtze River Delta and analyzes the urban economic polarization effect by using spatial autocorrelation and other relevant methods, in an attempt to provide references for the regional economic development in the Yangtze River Delta. The conclusion is that the level of economic polarization in the Yangtze River Delta urban agglomeration shows a downward trend. The contribution degree of economic polarization in Yangtze River Delta region is in multi-core distribution. The contributions of economic polarization are distributed with multiple cores and have spatial positive correlation. The local autocorrelation is mainly reflected by H-H and L-L models, and the spatial distribution is relatively concentrated. Based on the above findings, suggestions are put forward.

Keywords: Spatial Autocorrelation; Yangtze River Delta Urban Agglomeration; TW Index; Economic Polarization Contributions

数字普惠金融影响安徽城乡共同富裕的效应研究

季然

(安徽大学经济学院 安徽合肥 230000)

摘要: 本文结合数字普惠金融与安徽省城乡共同富裕基本理论, 基于2011—2021年安徽省数字普惠金融指数及16市相关经济发展指标, 对数字普惠金融影响安徽省城乡共同富裕的效应进行检验和实证分析。结果表明: 数字普惠金融通过城乡居民收入提高和缩小城乡居民收入差距显著促进了安徽省城乡间的共同富裕, 数字基础设施建设的完善对减贫效果具有积极的促进作用, 相关部门应夯实数字普惠金融基础设施建设, 积极提高乡村居民金融素养, 早日实现安徽省城乡共同富裕。

关键词: 数字普惠金融; 安徽城乡; 共同富裕; 统筹建设; 金融发展

本文索引: 季然. 数字普惠金融影响安徽城乡共同富裕的效应研究 [J]. 中国商论, 2024(04):022-025.

中图分类号: F127; F830.6

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-022-04

1 引言

“共同富裕是社会主义的本质要求, 是中国式现代化的重要特征。”近年来, 我国整体居民收入分布两极化的格局有所优化, 但城乡居民收入差距仍存在, 且维持着较高水平。安徽省作为长三角一体化的一员, 其城乡发展不平衡问题一直备受关注。经济方面, 安徽省城市地区GDP和人均收入水平普遍高于农村地区, 在医疗、教育和养老等领域, 安徽省城乡居民之间的差距逐渐扩大, 城市居民有更好的教育资源和医疗条件、更丰富的就业机会和相对较高的薪资水平。因此, 本文对数字普惠金融支持安徽城乡共同富裕的机制进行实证分析, 有利于缓和安徽省城乡发展不平衡的矛盾, 促进安徽统筹发展。

综合发现, 虽然当前关于数字普惠金融与城乡居民收入差距的研究已相当充分, 但缺少数字普惠金融对单个省份城乡共同富裕的影响机制研究。因此, 本文基于2011—2021年安徽省16市相关经济指标, 对数字普惠金融影响安徽省城乡共同富裕的效应进行实证分析, 为实现安徽省城乡共同富裕提供政策建议。

2 数字普惠金融支持安徽城乡共同富裕的理论分析

2.1 数字普惠金融与城乡收入差距

已有研究认为, 数字普惠金融的三个子维度对城乡收入差距具有不同影响。其中, 使用深度和覆盖广度对城乡收入差距的作用效果较数字化程度更显著, 但由于城镇地区的数字化基础设施较为完善, 城镇居民整体金融素养偏高,

因此数字化程度指标在一定程度上可能加剧城乡收入不平等。此外, 数字普惠金融对城乡收入差距的作用存在区域异质性, 由于各地区金融基础设施建设和经济发展状况的不同, 数字普惠金融的服务网点数量存在区域异质性。综上, 本文提出以下假设:

假设1: 数字普惠金融有助于缩小城乡收入差距。

2.2 数字普惠金融与收入提高

已有研究表明, 数字普惠金融具有劳动分工转型和技术创新效应, 即数字普惠金融有助于推动欠发达地区的产业发展, 激发社会活力。通过为居民特别是农民提供新兴技术, 数字普惠金融能提高居民的劳动积极性和生产效率, 进而提升收入水平。此外, 数字普惠金融还能对中小企业的发展产生显著的促进作用, 通过刺激居民创业、投资与消费, 使居民消费升级, 通过乘数效应使得国民收入提高。综上, 本文提出以下假设:

假设2: 数字普惠金融有利于提升城乡居民收入水平。

2.3 数字普惠金融与城乡共同富裕

在数字普惠金融促进城乡共同富裕的研究方面, 已有研究认为, 数字普惠金融可以通过促进城乡资源优化配置和提高农村金融风险管理能力, 为城乡共同富裕提供一个稳定的金融环境。数字普惠金融可以将城市地区的资金引向农村地区, 推动城乡资源互动、实现优势互补。同时, 借助大数据等技术, 可以更精准地评估农村地区的金融风险, 提高风险管理能力, 为城乡共同富裕提供稳定的金融环境。综

基金项目: 2023年大学生创新创业训练计划国家级一般项目“数字普惠金融促进安徽城乡共同富裕的理论机制与实证分析”(202310357233)。

作者简介: 季然(2003-), 女, 汉族, 江苏盐城人, 金融专业。

上,本文提出以下假设:

假设3:数字普惠金融有利于城乡共同富裕的实现。

3 研究设计

3.1 变量说明

3.1.1 被解释变量:城乡共同富裕程度

本文借鉴刘心怡等(2022)的做法,首先用变量inc表示安徽省城乡居民的收入水平,若居民收入减少,则反映城乡居民的富裕程度下降;其次,用变量gap表示城乡居民收入的极化程度,若极化程度上升,则反映城乡共同富裕水平下降。

3.1.2 解释变量:数字普惠金融指数(DFI)

该指标由郭峰等(2020)利用蚂蚁金服的大量数据编制而成,因此能科学全面地反映安徽省数字普惠金融的发展水平。

3.1.3 主要控制变量

本文涉及的控制变量包括财政支持、对外开放、教育状况及城镇化率。具体而言,选择地方财政一般预算支出来评估各市财政支持的力度,采用对外贸易的进出口总额衡量各市的对外开放程度,选用地方在校人数衡量教育状况,选用安徽省城镇化率指标衡量城镇化。

3.1.4 调节变量与中介变量

在调节变量上,本文选取互联网宽带接入用户作为衡量数字普惠金融基础设施的典型变量。在中介变量上,本文选取年末金融机构人民币存贷余额比来衡量融资约束的中介效应。此外,本文选用各市实际GDP衡量经济增长的中介效应。变量选取如表1所示。

表1 基准回归结果

	inc		gap	
	(1)	(2)	(3)	(4)
DFI	0.739*** (5.14)	0.519*** (3.73)	-0.412* (-2.82)	-0.675*** (-1.60)
fis		-0.076*** (-1.16)		0.885 (0.82)
open		0.017*** (0.91)		-0.341*** (-1.11)
edu		-0.182 (-3.53)		0.944 (1.11)
urb		0.167** (2.601)		-0.380 (-3.01)
Cons	6.167*** (8.77)	8.058*** (10.14)	1.143** (2.17)	0.291 (0.40)
时间固定效应	控制	控制	控制	控制
区域固定效应	控制	控制	控制	控制
R ²	0.817	0.716	0.327	0.154
Obs	176	176	176	176

注:***、**、*分别表示在1%、5%、10%的水平上显著;下同。

3.2 实证模型

建立以下回归模型:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 DFI_{it} + \beta_2 X_{it} + \theta_t + \alpha_i + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中, Y_{it} 为被解释变量,表示城乡共同富裕水平,由城乡居民收入水平 inc_{it} 和城乡居民收入差距 gap_{it} 组成; DFI_{it} 为解释变量; X_{it} 为控制变量; θ_t 为时间固定效应; α_i 为区域固定效应; ε_{it} 为误差项。

4 实证分析

4.1 基准回归

在未加入控制变量且控制了时间和区域双向固定效应的情况下,inc的回归系数在1%水平上显著为正,gap的回归系数在10%水平上显著为负,如表1列(1)、列(3)所示。在加入控制变量后,inc和gap的回归系数均在1%水平上显著。由此可知,数字普惠金融既能促进安徽省城乡收入水平的提升,又能缩小安徽省城乡居民间的收入差距。研究发现,发展数字普惠金融有利于推动安徽省城乡实现共同富裕,这与上文理论分析结果一致。

4.2 稳健性检验

4.2.1 剔除极端值影响

由数据特征可知,安徽省城乡居民收入水平及居民收入差距的分布并不完全符合正态分布,因此选择winsor法处理,尽可能消除对回归结果产生的偏误,如表2列(1)、列(2)所示。inc的回归系数为0.534,数字普惠金融对安徽省城乡居民收入水平的影响在1%水平上显著为正;gap的回归系数为-0.579,说明数字普惠金融对安徽省城乡居民之间收入差距的影响在10%水平上显著为负,说明此回归具有一定的稳健性。

4.2.2 替换核心变量

本文选择经CPI处理后的安徽省城乡居民人均消费支出和安徽省城乡居民消费差距分别作为inc和gap的替代变量,如表3列(3)、列(4)。consum的相关系数在1%水平上显著为正,说明数字普惠金融的发展可以促进安徽省城乡居民消费水平的提升;cgap的相关系数在1%水平上显著为负,说明数字普惠金融的发展有助于缩小安徽省城乡居民之间的消费差距。总体而言,替换核心变量得出的回归结果与基准回归的结果基本保持一致。

4.2.3 内生性分析

考虑到可能存在遗漏变量和反向因果这两种内生性问题,本文选择工具变量法进行稳健性检验,以滞后两期的DFI作为工具变量(iv1)及以1990年各市的邮局数量乘互联网宽带接入用户数作为工具变量(iv2),结果如表3列(5)、列

表2 稳健性检验

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	inc	gap	consum	cgap	inc	gap
DFI	0.534*** (1.83)	-0.579*** (-1.00)	0.519*** (1.88)	-0.782 (-1.63)	0.532*** (0.54)	-0.078* (0.244)
fis	-0.083 (-0.97)	0.803 (0.70)	-0.076*** (0.70)	0.297 (0.68)	-0.171 (1.82)	0.058 (0.62)
edu	-0.129*** (-2.13)	0.939*** (0.91)	-0.182 (-2.19)	0.871 (2.14)	-0.059 (-0.90)	0.046 (1.24)
open	0.015*** (0.55)	-0.353 (0.96)	0.017*** (0.67)	-0.117*** (-0.85)	0.014 (0.50)	-0.011 (-0.10)
urb	0.210*** (1.62)	-0.528*** (-2.73)	0.167*** (1.20)	-4.285*** (-2.40)	-0.327 (-1.97)	-0.009 (0.10)
Cons	7.557*** (5.59)	5.684 (0.36)	3.438*** (2.49)	9.224 (1.27)		
时间固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
区域固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
Obs	174	172	176	176	176	176
R ²	0.868	0.153	0.720	0.118	0.965	0.135

(6)所示。由实证结果可知,数字普惠金融对inc和gap的回归系数分别在1%和10%的水平上显著,且两次回归均通过了“过度识别”检验和“不可识别”检验,证明工具变量的选择具有一定的合理性。

4.3 异质性检验

根据安徽省城乡共同富裕指数可知,安徽省皖北地区城市共同富裕水平为中等偏下,越靠近皖南、皖中地区,共同富裕水平越高,安徽省的城乡共同富裕水平呈现“中部

强两端较弱”的发展格局。为此,本文对数字普惠金融对安徽省实现共同富裕进行区域异质性分析,根据地理位置,安徽省各市可划分为皖南、皖中和皖北地区,结果如表3所示。

表3列(1)~(3)分别显示三地区的数字普惠金融对安徽省城乡居民收入水平inc的作用效果,三个地区DIF的回归系数均显著为正。其中,皖南地区DIF系数值为0.915,皖中地区DIF系数值为0.568,皖北地区DIF系数值为0.238。对比发现,数字普惠金融对皖南地区的作用效果最为明显,皖中

表3 区域异质性检验

	inc			gap		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	皖南	皖中	皖北	皖南	皖中	皖北
DFI	0.915** (2.34)	0.568* (1.58)	0.238** (1.12)	-6.330* (-1.28)	-3.015** (-0.30)	2.748 (0.244)
fis	-0.306*** (-2.67)	0.234*** (2.07)	-0.222 (-1.51)	-2.510*** (-1.74)	-3.694 (-1.18)	2.707 (0.62)
edu	-0.436*** (-4.93)	-0.117*** (-2.21)	-0.029 (0.27)	0.345 (0.31)	1.135 (0.77)	-0.887 (1.24)
open	-0.091 (-3.16)	0.112 (2.92)	0.003*** (0.17)	0.630 (1.73)	-1.732 (-1.64)	0.009** (-0.10)
urb	0.194*** (0.58)	-0.539*** (-1.22)	0.925*** (7.4)	-8.188*** (-1.93)	23.858 (1.96)	3.309 (0.10)
Cons	6.735*** (3.16)	5.469*** (3.03)	8.838*** (7.36)	7.404 (1.76)	11.387*** (0.23)	-8.506*** (-1.13)
时间固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
区域固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
Obs	66	44	66	66	44	66
R ²	0.883	0.990	0.609	0.736	0.804	0.442

地区次之,最后为皖北地区。表3列(4)~(6)分别显示了三个地区数字普惠金融对安徽省城乡居民收入差距gap的作用效果,可知数字普惠金融DIF的回归系数在皖南地区及皖中地区都显著为负,分别为-6.330和-3.015,而皖北地区的回归系数则不显著。比较发现,数字普惠金融在缩小安徽皖南地区的收入差距方面具有更为显著的效果。总体来看,数字普惠金融在推动安徽省城乡共同富裕方面,对皖南和皖中地区的作用更为明显,而对皖北地区的作用效果有待进一步提升,由此总结出数字普惠金融在安徽省城乡共同富裕方面具有“南强北弱”的整体促进格局。

5 结语

综上,就全省而言,安徽省数字普惠金融仍具有较大的发展潜力,数字普惠金融的发展有助于提升安徽省城乡居民的收入水平,缩小城乡收入差距,推动城乡共同富裕;数字基础设施建设的完善对减贫效果具有积极的促进作用。就地区而言,数字普惠金融的作用效果在皖南和皖中地区表现尤为显著,在皖北地区的成效有待提高,整体呈现“南强北弱”的格局。

本文根据结论提出以下建议:一是提高居民数字金融素养,尤其是在发展较为落后的乡村地区。相关部门应积极鼓励农民学习金融知识,使更多居民享受到数字红利。二是

夯实数字普惠金融基础支撑。数字普惠金融通过拓展偏远地区金融服务覆盖面、拓宽农村居民收入来源等途径,为城乡共同富裕提供有力支持。三是加强金融创新。根据群体特征设计创新性便利性和可获得性的多样金融产品和服务,扩大受众群体,提高金融服务效率。四是加强金融监管,完善相关法律法规,从根源上完善金融安全防护体系。

参考文献

- [1] 张春海,杨彩涛,于惟.普惠金融发展促进区域经济包容性增长了吗:来自全国2116个县域数据的经验分析[J].金融经济,2022(11):17-27.
- [2] 刘心怡,黄颖,黄思睿,等.数字普惠金融与共同富裕:理论机制与经验事实[J].金融经济研究,2022,37(1):135-149.
- [3] 伍卓,周付友.共同富裕背景下数字普惠金融对城乡收入差距的影响效应[J].江汉论坛,2023(5):22-29.
- [4] 彭建刚,胡月.基于分工理念的开发性普惠金融:功能定位与比较优势[J].财经理论与实践,2018,39(6):8-14.
- [5] 邹克,倪青山.普惠金融促进共同富裕:理论、测度与实证[J].金融经济研究,2021,36(5):48-62.
- [6] 李建军,李俊成.普惠金融与创业:“授人以鱼”还是“授人以渔”?[J].金融研究,2020(1):69-87.
- [7] 郭峰,王靖一,王芳,等.测度中国数字普惠金融发展:指数编制与空间特征[J].经济学(季刊),2020,19(4):1401-1418.
- [8] 汪亚楠,谭卓鸿,郑乐凯.数字普惠金融对社会保障的影响研究[J].数量经济技术经济研究,2020,37(7):92-112.

Research on the Effect of Digital Financial Inclusion on Common Prosperity in Urban and Rural Areas of Anhui Province

Ji Ran

(Economics School of Anhui University, Hefei, Anhui 230000)

Abstract: The effect of digital financial inclusion on urban and rural common prosperity in Anhui Province is tested and empirically analyzed based on the fundamental theory of digital financial inclusion and urban and rural common prosperity in Anhui Province, Anhui's digital financial inclusion indices from 2011 to 2021, and relevant economic development indicators of the province's 16 cities. It is concluded that digital financial inclusion significantly promotes the common prosperity between urban and rural areas in Anhui through the income improvement and narrowing of the income gap between urban and rural residents. The improvement of digital infrastructure construction has a positive role in promoting poverty reduction. Relevant departments should strengthen the construction of digital inclusive financial infrastructure, actively improve financial literacy among rural residents, and strive to achieve common prosperity between urban and rural areas in Anhui Province at an early date.

Keywords: Digital Financial Inclusion; Anhui Urban and Rural Areas; Common Prosperity; Coordinated Construction; Financial Development

乡村振兴战略背景下电商产业融合发展路径研究

王萧杭

(中国计量大学 浙江杭州 310018)

摘要:新形势下,农村电商产业融合意义重大,可以进一步推动农村地区产业变革、巩固乡村振兴战略成果。然而,目前我国农村电商产业融合发展面临着诸多困境。基于此,本文立足乡村振兴要义,明确了电商产业融合发展的重要意义,进而分析当前我国农村地区电商产业融合发展存在的问题,并从提高产业融合意识、重视复合型人才培养、完善物流产业发展、打造农村特色品牌等方面对农村电商产业融合发展的路径进行探究,以期为乡村振兴提供助力。

关键词:乡村振兴;农村电商;产业融合;农村产业变革;农村电子商务

本文索引:王萧杭.乡村振兴战略背景下电商产业融合发展路径研究[J].中国商论,2024(04):026-029.

中图分类号:F724.6;F304.3

文献标识码:A

文章编号:2096-0298(2024)02(b)-026-04

信息时代,农村电子商务凭借互联网与新媒体等手段,用较低的商业成本帮助广大农民实现农产品的网络宣传与销售。相较传统的商业模式,电子商务能使作为产品生产者的农民以更便利的方式获得更多的收益,有助于优化农村传统经营模式,并有效提高农村经营者在市场中的竞争力。现阶段,国家正全面推进新时代乡村振兴战略,电子商务如何有效助力乡村振兴是一个亟待探讨的问题。2023年两会期间,有不少代表委员提到农村电商在乡村产业发展中发挥的积极作用,并强调产业融合在新时期农村电商优化发展中的重要性。具体来说,所谓的电商产业融合是指电商平台通过聚焦农村地区,根据农村当地农特产品、独特风光景点、特色产业特征,将电子商务产业与当地特色产业进行融合发展,以带动该地区人民群众进行“吃、住、行、游”多产业发展,从而提升地区宣传效果,增进就业机会,推动农民收入增长,促进农村地区第一二三产业协同发展。此类建议颇具启发性,问题是:电商产业融合应遵循何种发展路径呢?如何解决电商产业融合发展过程中的不足,从而更好的助力乡村振兴?值得进一步研究。

1 农村电商产业融合的意义:推动农村产业变革,促进乡村振兴

乡村振兴的核心是产业振兴。电商产业融合能够更好地推动农村产业变革,从而实现产业振兴,这对促进乡村振兴有重要的意义。

首先,电商产业融合发展可以改善农村地区产业结构单一的局面。现阶段,我国绝大部分农村仍以农业生产为主,经济来源依靠农产品贸易,产业结构较为单一,很难应对复杂多变的国内外经济环境。电子商务的融入可以有效化解上述难题。一方面,农村电商通过宣传销售特色农产品来促进当地特色产业的发展,拓展了既有的销售渠道,有力地带动了产业发展和农民增收。另一方面,电商可以运用大

数据倒推产业转型,农民通过电商渠道可以更直观地了解市场需求,生产消费者喜欢的农产品。

其次,电商产业融合可以推动农民进行标准化、规模化、定制化的生产,进而促进乡村原有产业的转型升级。传统的农产品生产以家庭生产模式为主,且仅限于线下销售,易导致产品质量参差不齐。而当电子商务介入之后,农民可以借助电商平台在互联网上打开农产品的销路、打造自己的品牌,网络上消费者的口碑和评价又可以反过来促进农民主动思考种什么、怎么种、如何管理等问题,最终引导农民进行标准化、规模化、定制化生产。

最后,电商产业融合能催生一系列配套产业集群的发展。例如,产品的包装,既涉及包装图的设计与印刷,又离不开包装盒、包装袋的加工生产工序。在上述工序完成之后,产品还需要配送,在这一环节中,快递物流与相关的仓储、加工储藏也至关重要。不少农村地区为满足电商产业融合发展的需要,已开始建设农村电商服务点,为农民提供网络代购和农产品销售等服务。电商产业融合还会带动服务业方面的人才需求,例如美工摄影、数据分析、市场推广等人才的需求就随着电商产业融合的推进而不断提高,这又能催生人才培养行业的发展。与此同时,在电商产业融合发展的地区,势必汇集大量人流,因此能带动各类生活服务业的发展。

综上所述,重视和推动电商产业融合发展,可以全方位促进农村产业变革,使原有单一的产业优化升级,形成一个牢固的经济综合体,直接提高乡村经济抵御市场风险的能力,切实提高农村人民的生活品质,在使乡村振兴战略的成果得到巩固的同时,为乡村振兴谋求更长远的发展。

2 农村电商产业融合发展面临的困境

农村电商产业与农业、物流、信息技术等产业高度融合,助力新时期农村经济高质量发展,但在该过程中暴露出

作者简介:王萧杭(1997-),女,汉族,浙江金华人,硕士,研究方向:法学。

了一系列发展的制约性问题,如产业融合意识缺乏、政府的支持引导不足、复合型人才缺失、快递物流供给有待提升等。

2.1 产业融合意识缺乏

虽然农村电商产业融合已在一些地区进行,但是目前大部分农村地区,尤其是经济较为落后的农村地区,电商及相关产业的发展还停留在原始阶段,缺乏产业融合的意识。

首先,地方政府缺少产业融合意识。不少地方政府并未积极发挥主观能动性,对电商产业融合未能进行统筹设计,也未能充分整合当地资源,打造适宜发展电商产业的环境。笔者于2023年6月1日以“电商产业融合”为关键词在ICOURT等数据库进行全文检索,各地在政策性文件中提及“电商产业融合”的仅有20余件,且内容大多比较概括,缺少较为具体的扶持措施。事实上,电商融合发展需要较为完善的网络、交通等基础设施、公共服务体系,也需要信息流、资金流、物流方面的保证。这些方面缺少地方政府的支持是难以实现的,然而目前不少地方政府在意识上存在不足,未能对电商产业融合给予足够的支持。

其次,农村普通大众缺少产业融合意识。虽然农村电商融合在国内已陆续推广,但依然有许多农村地区居民住户仍按照传统的产业发展模式进行农业生产,仍然固守传统的思维方式及经营策略。其中的原因如下:一是不少农村地区居民的文化程度较低,且信息较为闭塞,他们对电商这一新型交易模式的引进未树立正确的认知,自然难以具备产业融合意识;二是许多农村地区的居民对农业本身功能的认识过于狭隘,使得其难以意识到电商产业融合的重要性。事实上,农业的功能不仅是生产农产品以保证食品供应,还能体现为传统文化的发展与传承,以满足人们的精神需求。例如,乡村旅游、农耕体验及乡村手工艺等就是农业依托历史文化价值与其生产功能相结合的典型例子。可以说,农产品不仅可以作为商品,还能充当一个地区特色文化的标志,将电子商务融合传统农业可以有效发挥农业在文化方面的功能。具体来说,农民可以通过电商平台在互联网上以图片、短视频等方式宣传当地的特色及传统文化,以吸引大众关注其产品及地方本身,甚至可以使其成为“网红打卡地”,以带动当地整体的产业发展。然而,不少地区的农民对农业本身功能的认识还停留在商品、食品层面,导致其难以认识到电商产业融合的重要意义,也在一定程度上制约了地方经济的可持续发展。

2.2 复合型电商人才缺失

复合型人才是农村电商产业融合发展最重要的因素。农村电商产业融合不但在产品的生产、加工等方面需要技术型人才与管理型人才,而且在电商相关的维护、营销、推广等方面需要相应的专业型人才。除此之外,同时具备上述能力的复合型人才也非常重要,这类复合型人才可以保障农村电商产业融合的顺利进行。例如,在电商产业优化升级的过程中,需要许多如宣传设计领域、信息技术领域的复合型人才为农村电商发展助力。然而,目前农村恰恰缺乏这类

人才。原因是:其一,不少农村地区地处偏远、规模较小,导致许多人才并不愿意扎根农村,即使是出生在农村,成年后在外受过高等教育的居民,也往往基于个人生活的考虑,更愿意留在大城市工作。其二,农村地区留守人员受文化水平较低,开展专业知识教学与技能培训的实施难度较大,很难在短期内培养出具有熟练操作能力的人员来满足电商发展的需求,严重抑制了农村地区电子商务的推广和应用。

2.3 快递物流体系有待提升

高效高质量的物流体系是农村电商产业融合的关键。目前物流快递业依然存在诸多不足。

首先,我国农村地区物流快递业的总体供给不足。2020年国家邮政局数据显示,邮政快递服务点已覆盖3万多个乡镇,全国目前拥有邮政快递营业网点32万个,按照14亿人计算,意味着每4500人就有一个服务网点,但这一密度依然未达到满足民众对美好生活向往的快递平权服务需求。总体供给严重不足、结构分布严重不均等原因,无法满足广大农村市场的快递平权服务需求。

其次,物流快递的专业性欠缺,难以满足农产品物流个性化的服务需求。农业产品存在分散性、季节性等特征,且不同的农产品对物流快递的要求是不一样的。例如,有些农产品的损耗率较大,其对物流快递的专业性要求较高,而当下农村地区的物流体系在专业性方面有所欠缺,缺少较为统一的规范及标准,难以保证经由电商销售至外地的农产品质量。

最后,物流的基础设施不够完善。物流快递的发展离不开一系列基础设施的建设,例如通信设施、用于运输的交通道路、物流基地、分拨中心、配送站点和冷链仓储等。而在不少农村地区,这些基础设施的建设依然存在短板,使得快递“最后一公里”的问题在农村地区尤为突出。显然,上述短板严重影响农村物流服务体系推进。

2.4 农村电商发展模式需要创新

随着社会经济发展,国人的消费观念也发生了巨大变化,但我国农村电商产业的发展模式仍较陈旧,具体体现在缺乏区域特色品牌的运营、与文旅产业等未很好实现产业融合等方面。

首先,我国农村电商对区域特色品牌的运营力度不够,使得品牌影响力不强,无法支持电商产业的持续发展。随着人们对生活品质的要求越来越高,市场上产品的竞争也越来越激烈,农村地区的产品想打开市场就必须打造独有的品牌,品牌的成功打造又会反哺电商产业的发展。当前,我国电商企业和农户已初步具备了品牌意识,但是品牌的影响力仍然有限,政府和企业在这个过程中并未重视品牌内涵的建设,对区域品牌缺乏专业化的运营,制约了电商产业的融合发展。

其次,目前我国很多农村地区的电商模式比较陈旧,难以跟上社会发展与消费观念的变革。比如,在农村电商市场中,卖农产品与旅游产品的往往各自为战,将农村电子商务

局限于普通的农产品或单线销售的文旅产品,分散的销售模式无法实现不同产业的相互促进、全面发展。

最后,有些品牌存在管理水平参差不齐、品牌标识建设混乱、假冒伪劣产品泛滥等问题,缺少必要的产品认证管理规范和行业标准,也成为阻碍农村电商产业融合发展的因素。

3 农村电商产业融合发展路径优化建议

3.1 加强政策引导,提高产业融合意识

政府应加强政策引导,帮助农村地区提高产业融合意识,以农村电商升级全面助力乡村产业振兴。

首先,政府自身应提高产业融合意识,加强对电商产业融合的统筹协调。在电商产业融合过程中,政府应发挥主观能动性,充分调动当地资源,在税收、信贷、人才等政策上提供必要的扶持,适当出台一些奖励措施,并完善农村地区电子商务发展所需的公共服务体系,提高行政服务效率,保证信息流、资金流、物流畅通。同时,明确当地特色,引导商户联合,把握生产主线,为电商产业融合发展奠定坚实的基础。

其次,政府应通过政策引导农民提高产业融合意识。具体可以从以下几点进行:其一,树立榜样,以引导广大农民加强电商产业融合。对已从事农村电商创业且取得一定成绩的农村电商予以表彰,并在政策层面支持其发挥自身优势,培育孵化新项目、新团队,以更好地发挥电商致富示范性、引领性。其二,宣传普及电商知识,提高农村地区居民对电商及农产品本身功能的认识,以强化其电商产业融合意识。对电商知识普及和创业技能培训的相关活动基于政策扶持,并鼓励定期开展相关的学习活动。

3.2 重视人才培养,建设复合型人才队伍

农村电商产业的发展,若缺乏人才队伍支撑,就容易造成新的城乡“数字鸿沟”,无法充分激活市场潜能。对于电商产业复合型人才缺乏的问题,既要考虑引进外来人才,又要重视培养本土人才,并组建一支既了解当地农业特色,又掌握电商技术的复合型人才队伍。

首先,加强政府、职业院校、企业的合作,构建多层次的电商人才培养体系。政府、学校、企业之间应加强联动协作,积极整合资源,彼此赋能,实现资源共享、信息互通,共同培养市场需要的复合型电商人才。一方面,在政府的引导下,当地高校可以立足农村实际情况,有针对性地制定人才培养方案,精准对接农村电商人才需求。另一方面,加强校企合作,使高校与涉农企业、电子商务平台等建立合作关系,以大学生电商企业项目、学科竞赛等形式为学生提供更多锻炼机会,有效促进学生知行合一,并在实践过程中引导学生树立社会责任感,利用自身专业技能积极投身农村电商产业建设。

其次,应采取多元化的人才培养手段。具体而言,可采取线上线下相结合、集中培训和分散教学相结合、理论学习和实践训练相结合的多样化培养手段。对于在校学生,既要重视课堂教学,丰富课程设置,有针对性地增设教学内容,

培养复合型人才,又需加强实践训练,以农村电商产业融合发展为需求导向,使学生在相应的实习岗位上学以致用,在此过程中推进农村电商产业融合的各类创新创业项目,做到生产、教学、研究的有机结合。引导从事电商工作的人员走上道路,使之有能力处理农村电商在实际发展过程中产生的各类问题。对于已初入门槛的电商人才,给予针对性的培训和指导,使其在电商创业的基础上进一步提升,帮助其在产品包装与宣传、店铺美工与经营等方面获得高质量发展,并融入当地特色,与农村电商产业融合发展计划深入结合。

最后,对返乡人才的电商创业项目提供各种扶持和鼓励。例如,积极出台各类优惠政策,营造利于农村电商发展的环境,加大对农村电子商务人才的支持力度,为农村地区吸引更多专业的电子商务人才。同时,应在金融、教育和医疗等社会保障方面给予相应的支持,解除农村电子商务专业人才的后顾之忧,使其扎根农村,成为促进农村电子商务发展的中坚力量。此外,政府可与大型电商企业开展合作,一方面,帮助企业发展农村市场;另一方面,给当地带来较为成熟的电商模式,传授成熟的电商经验,培养更多的农村电子商务人才。

3.3 完善物流体系,提高物流产业质量

加快发展农村物流,激活快递业末端活力,才能有效推动农村电商产业的发展,实现乡村振兴。

首先,增加物流配送点,完善县、乡、村三级物流配送体系。由于农村居住环境的特殊性,村庄住户之间距离较远,具体门牌位置不清,给快递送货造成困难。针对这个问题,可以建立以乡镇为单位的快递集散中心,合理利用土地及住房统一收发货,以最大限度地整合和利用快递资源。需注意的是,农村留守人员较多,政府与企业可以创新模式,由企业开办、农户参与,开设便利店、智能快递柜,设立固定快递收发点,既能提高留守农户收入,又可促进快递收发业务,有效解决农村快递送货难的问题。

其次,建立统一的物流服务质量标准,并加强对农产品物流的管控力度,以保证经由电商销往外地的农产品质量。应厘清各类农产品的不同特征,并针对农产品不同特征及对物流配送的特殊要求,依托“互联网+”发展专业化农产品物流服务和冷链仓储加工设施,提高农村电商运营效率。2021年11月,国务院发布的《“十四五”冷链物流发展规划》指出,夯实农产品产地冷链物流基础。在政府的主导下,农村地区可以建立物流信息平台,优化冷链物流设备调配管理,适应不同农产品冷链物流要求,减少因保鲜问题在物流运输过程中产生的损耗,以确保物流及相关产品的质量。

最后,提升农村快递末端服务水平,推动农村电商产业与物流业的融合发展。针对不同地区的农村采取不同的发展重点,在运输力较为发达的东中部农村地区,发挥市场力量、优化物流体系、增加服务网点,提升快递服务水平。在西部农村地区,充分整合运输资源,比如客运路线与物流路线

相结合,合理规划运输网络;加强当地供销社与快递物流的合作,降低农村地区物流运输成本的同时,扩大快递进村覆盖范围。在此基础上,还应健全农村物流信息共享平台,利用卫星定位与条形码等信息技术,实现农产品运输的动态监管。同时,建立物流追溯体系,对农产品的生产、加工、包装、仓储、配送各环节进行数字化管理,有效解决农村物流“最初一公里”和“最后一公里”的问题。

3.4 打造区域特色品牌,实现电商文旅融合发展

如今,个性化服务需求越来越旺盛,在此趋势下,农村应在提高本区域特色品牌影响力的基础上,打造“农产品+文旅+电商”的创新发展模式。

首先,挖掘地方特色,塑造具有当地特色的品牌IP,根据当地的历史文化,讲好产品的故事。对于农产品的营销来说,是否有一个具有地域特色的品牌至关重要,品牌传播力与消费者购买欲息息相关。农村地区要以特色农产品为突破口,结合该区域的地理标志,打造一款优质的单品,塑造一个品牌IP作为知名商标,并赋予其文化内涵,以提高该品牌的影响力。把本区域的产品都以品牌IP授权冠名,以带动区域产品的对外销售,实现网上优质优价的营销,有效促进农村电商的发展。

其次,加强与电商平台、新媒体的合作,对区域特色品牌实现专业化运营。通过新媒体加大宣传力度,完善销售渠道,在各个电商平台推广本村品牌,扩大市场份额,提高品牌影响力和知名度,为农村电商的产业发展增加助力。

再次,在打响区域品牌后,通过农产品的宣传激发消费者到原产地旅游的兴趣,带动农村旅游业的发展。消费者在区域特色品牌的相关宣传中了解区域特色,到当地享受吃住一体化的旅游服务,同时带动当地农产品的销售,利用农村电商的优势更便捷地将特色农产品寄送到家。这种“农产品+文旅+电商”的新模式就是农产品电商与文旅产业融

合发展的优质成果,是促进乡村持续振兴的重要抓手。

最后,加强品牌管理,确保产品质量,充分发挥政府的政策引导和市场监管作用,制定相关政策措施,规范农村企业和农民行为,提高农村企业品牌意识,确保产品质量安全,维护品牌的长远发展。

4 结语

综上所述,农村电商产业的繁荣势不可挡,产业融合则是进一步实施乡村振兴战略、促进农村电商产业优化升级是重要一环。立足国情,农村电商产业只有进行产业融合,发现新的经济增长点,才能不断提高农民收入,巩固乡村振兴成果。所以,要树立产业融合意识,根据时代发展培养建设复合型农村电商人才队伍,完善农村物流体系,同时因地制宜地打造区域特色品牌,促进农村电商产业与其他产业融合发展,进一步推进我国乡村振兴战略的实施。

参考文献

- [1] 赵丹玉.农村电商发展背景下农村产业融合发展研究[J].中国市场,2022(7):188-189.
- [2] 杨文君.打通农村物流“最后一公里”[J].湖南农业,2023(8):53.
- [3] 马静怡.区域协同视域下西部地区农村电商产业融合效应与优化策略[J].商业经济研究,2022(3):101-104.
- [4] 杨孟莹.乡村振兴战略背景下农村电商产业融合模式研究[J].电子商务,2020(2):31-32.
- [5] 严敏,曹玲玲.特色乡镇视域下农村电商、产业集群、区域品牌协同发展路径研究[J].现代商业,2021(21):15-17.
- [6] 盛娟,王饴嘉,冯曼丽,等.“双创”背景下农村电商人才培养的现实困境和改善方法[J].商展经济,2023(5):157-159.
- [7] 尤影.乡村振兴背景下农村电商人才培养体系构建[J].人力资源开发,2022(23):73-76.
- [8] 万振杰.乡村振兴战略下农村电商品牌化发展的问题与对策[J].湖北工业职业技术学院学报,2021,34(4):52-55.
- [9] 姚鹏军.乡村振兴战略下农村电商物流问题与对策研究[J].中国储运,2023(3):57-58.

Research on the Integration and Development Path of E-commerce Industry under the Background of Rural Revitalization Strategy

Wang Xiaohang

(China Jiliang University, Hangzhou, Zhejiang 310018)

Abstract: Under the new situation, the integration of rural e-commerce industry is of great significance, which can further promote industrial reform in rural areas and consolidate the achievements of the rural revitalization strategy. However, there are still many challenges imposed on the rural e-commerce industry integration and development. Based on this, this paper focuses on the core of rural revitalization, clarifies the importance of the e-commerce industry integration and development, analyzes the current problems in the e-commerce industry integration and development in rural areas. Based on this, this paper explores the path of the integration and development of rural e-commerce industry from enhancing the awareness of industrial integration, attaching importance to the training of compound talent, improving the development of logistics industry, and building rural characteristic brands to give impetus to rural revitalization.

Keywords: Rural Revitalization; Rural E-commerce; Industrial Integration; Rural Industrial Transformation; Rural E-commerce

大数据在农村电商中的精准应用研究

——以浙江省杭州市萧山区为例

方丽珍

(浙江育英职业技术学院 浙江杭州 310018)

摘要: 在“数商兴农”大背景下,农村电商已成为促进农村经济高质量发展、助推乡村振兴强有力的举措。浙江省杭州市萧山区作为淘宝村百强县,在大数据技术应用、农村电商发展方面极具特色,特别是在资源合理配置、生产过程监管、供应链优化、精准营销、智能化运营等方面取得显著成效,对其他地区推动大数据指引农村电商发展、进行乡村振兴具有一定的借鉴作用。但是,大数据在萧山区农村电商应用中仍面临很多挑战,如大数据准确性待完善、物流基础设施薄弱、专业人才缺乏、大数据应用待普及等。因此,本文提出政府主导大数据平台建设、构建智慧物流系统、实施人才培养计划、多主体参与大数据应用等助推大数据在农村电商精准应用的对策,以供参考。

关键词: 数商兴农; 大数据; 农村电商; 精准应用; 智慧物流

本文索引: 方丽珍. 大数据在农村电商中的精准应用研究[J]. 中国商论, 2024(04):030-033.

中图分类号: F590.7; F762

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-030-04

2022年,中央一号文件明确提出,要实施“数商兴农”工程,推进电子商务进乡村,即加快推进乡村产业的数字化转型,完善县域商业体系建设,促进乡村产业振兴,最终实现农业高质量发展和农民收益的大幅度提高。随着乡村振兴策略的不断推进,大数据技术在农村电子商务中得到广泛应用,数字化资源与乡村实体农业不断融合,有力地推动了数字乡村建设。

1 萧山区电子商务发展现状

萧山区是浙江省杭州市的经济强区,总面积931平方公里,常住人口达到211万。近年来,萧山区政府认真贯彻落实国务院和省、市有关电子商务发展的决策部署,深入实践“互联网+”重大战略,全力推进电子商务工作开展。目前,萧山区共获得了“淘宝镇、淘宝村数量排名全国百强县第六”“新增省级电子商务示范村、农村电商示范服务站总数位列全省第一”“新增数字生活新服务特色镇全省前列、全市第一”“活跃网络零售网店总数全省第三、全市第一”等多项荣誉。通过前期的调研,课题组获取了萧山区电子商务发展的相关数据,具体如表1所示。

2 大数据带给农村电商发展的新机遇

科技强农,少不了数字化平台的支撑和服务。农村电商在发展过程中,引入大数据技术、云计算技术、物联网技术和人工智能等,能够实现对各项农业资源、农业技术服务的合理配置,对产品的生产、加工、销售等环节进行有效管控,

并根据市场需求情况作出科学的生产决策,从而为农村人员提供明确的生产计划和指引。

表1 萧山区电子商务发展概况

项目	概况
乡镇(22个)	城厢街道、北干街道、蜀山街道、新塘街道、靖江街道、南阳街道、闻堰街道、宁围街道、新街街道、盈丰街道、戴村镇、瓜沥镇、进化镇、浦阳镇、河上镇、临浦镇、杰塔镇、所前镇、衙前镇、义桥镇、益农镇、党湾镇
电商园区(18个)	中国(杭州)跨境电子商务·空港园区、中国(杭州)跨境电商综合试验区萧山园区、杭州湾信息港、杭州纳腾电商产业园、杭州汇林科技创意园、北干科创园、空港智创空间、兽王电子商务产业园、北干科创园、中盟百富园区、杭州台湾城文化创意园区、萧山农业电商孵化园、靖江张瑜互联网+科创园、纳斯科科创园、中港电子商务园、中国(杭州)跨境贸易电子商务产业园·邮政园区、杭州临空经济示范区、杭州萧山区新塘跨境电子商务园
知名物流企业(9家)	顺丰、申通、中通、圆通、极兔、优速、韵达、天天快递、德邦物流等
知名电商企业	“萧山特产网”、无忧传媒、好易购、海盟控股、缙苏文化等
特产	湘湖龙井、萧山大青梅、萧山萝卜干、萧山白对虾、萧山甲鱼、萧山霉干菜、三黄鸡、莼菜罐头、萧山杨梅、萧山花边、南宋官窑等
直播电商基地(2个)	中国TOP直播电商产业园和云创直播小镇,2022年合计创造直播销售额超50亿元
淘宝镇(村)	2021年新增24个省级电子商务示范村、12个农村电商示范服务站,新增总数位列全省第一;2022年上榜淘宝村130个、淘宝镇17个,上榜数量均居杭州市第一
网络零售额	2022年达到1315.6亿元,居浙江省第四
建设“供应链魔方”	以最快的时间协助企业完成订舱、装箱、清关、装船、出运全流程,提升企业通关效率,节约企业物流时间

基金项目: 浙江育英职业技术学院重大课题(YYZDJ202201)。

作者简介: 方丽珍(1977-),女,浙江金华人,副教授,硕士,研究方向:农村电子商务。

2.1 实现资源合理配置

近年来,萧山区将信息化与农业农村全面深度融合,改变传统的农业生产方式,充分利用数字技术和高科技手段,使种田方式更新潮、更现代化。如今,萧山区田间大棚、养殖场已大变模样,涌现出全自动穴盘播种流水线、自动采收系统、无人驾驶拖拉机、插秧机+北斗作业监测终端、植保无人机等新技术。

农户正在广泛使用的“滴滴打机”App是一款无人机植保服务预约软件,种植户和机手可随时通过该平台发布农业技术服务需求和供应信息,平台则会对闲置资源随时进行最优匹配与调动,农户即可像使用打车软件一样轻松而便捷地享受到最佳服务,有效打通了植保领域的供需关系链。在此基础上,萧山区农业农村局正在加紧研发“滴滴育秧”“滴滴烘干”等特色App,未来将陆续投入农业生产中,使农业生产更智慧化。

2.2 实现生产过程监管

农特产品有质量、健康、环保、安全等方面的需求。为推动农业高质量发展,萧山区通过大数据+区块链+云计算技术,在实现产品生产过程监管和质量追根溯源方面已卓有成效。

一方面,将大数据技术融入农业生产过程中,动态化监控农产品的各个生产环节,可以实现农产品生产精细化管理,从而有效控制农产品质量。根据农业生产的地域性、季节性、多样性和周期性特点,农场管理人员需要动态监测包含地表温度、土壤湿度、土壤养分、种子发芽状态、肥料信息、农药信息、农产品生长等方面的数据,并进行科学推测和调整生产策略。

另一方面,通过建立大数据中心,对区内的农特产品可以进行土壤信息、种植信息、生产加工信息、运输信息及消费者信息的查询与追踪,真正实现全程化质量追溯,确保农特产品的质量。

2.3 实现供应链优化

近年来,萧山区为守好老百姓的“菜篮子”和“米袋子”,以农业产业全要素的“数字化”为抓手,打造了“惠农事”“蔬香萧山”等数字化平台,建立“生产—质检—调运—配送”全链条数字通路。

“蔬香萧山”是2022年萧山区农业农村局在蔬菜保供领域的一项重大创新举措,平台聚焦保产保收保通三方面,平时主要用于“菜篮子”基地的日常监测,通过其数字驾驶舱,可以查看不同“菜篮子”基地的数据。在生产环节,将土地情况和蔬菜长势等生长数据集成到数字大屏上,农场管理人员可以实时查看和动态监测数据,再根据数据走向,由农技专家提供专业的农业技术指导,从而实现基地的稳定生产。在调运和配送环节,通过平台的数字化场景,萧山区

农业农村局打通与其他部门之间的数据壁垒,无缝衔接调运配送环节与应急生产、应急采收事务,快速响应蔬菜调运配送需求,优化终端配送线路,实现蔬菜保鲜保供。未来,萧山区力争把所有“菜篮子”基地联合起来,融会贯通生产、物流、销售各环节。

2.4 实现精准营销

在大数据产业链中,数据提供商可以通过移动终端App、Web、IoT实时获取整个产业链上的信息,并进行统一处理和管理。一方面,获取消费者的属性、兴趣、习惯和行为等方面的数据,以预测消费者的倾向和偏好,并向消费者智能化推荐电商平台,快速促进交易的达成,增加农产品的销售量,实现精准营销。另一方面,企业可以利用大数据技术对所有消费者的信息进行汇总和科学分析,抓住消费者的痛点,制定针对性的营销策略,实现个性化营销活动。

2.5 实现智能化运营

农产品进入电商流通后,会产生大量的数据,萧山区大数据中心则需要对这些农产品数据进行采集、预处理、存储、挖掘与分析,进一步得出科学的数据分析结果。这些数据可以从商品受欢迎程度、不同商品受众群体特征、不同营销方案下的销售效果、不同地域顾客对相同商品的评价多维度反映许多问题。一方面,通过这些数据,萧山区农业农村局可以集中反馈每种农产品受欢迎的属性,促使农产品原产地积极改进产品质量,为消费者提供更优、更符合需求的产品,从而实现供需的有效匹配。另一方面,萧山区农业农村局可以依据大数据分析结果,合理布局与调控区产业经济农作物种类,实现产销有效对接,避免因盲目跟风生产而导致的产能过剩现象。

3 大数据在农村电商应用中存在的痛点分析

近年来,萧山区加快数字赋能农业产业,推动农业生产智能化、经营网络化、管理智慧化,实施农业“机器换人”示范工程建设。借助大数据技术,农产品资源有效整合与配置、农产品流通渠道得到重塑、中间环节成本大大降低、农产品交易周期大为缩短、农产品销售效率极大提高。但是,大数据技术在萧山区农村电商应用中还存在以下问题。

3.1 大数据准确性待完善

随着互联网技术的不断发展,大数据技术在农村电商中的应用越来越广泛,特别是在农业生产、科学种植、产品营销、仓储运输、售后服务等方面产生了重要的应用价值,但是大数据的准确性有待进一步完善。一方面,农村地区在数据采集方面的难度较大,所获取的数据准确性、时效性得不到保障,导致农业产业链大数据中的原始数据不够全面。另一方面,大数据处理技术在现阶段尚未完全成熟,还存在数据存储和处理速度、数据质量、可靠性和准确性等方面的

技术瓶颈。

3.2 物流基础设施薄弱

虽然萧山区的农村电商发展迅速,互联网普及率相对较高,区域内也有9大知名的物流企业入驻,但总体来说,物流基础设施还较为薄弱,这主要体现在两点:一是村级电商服务点普遍存在规模小、较分散、覆盖不全面的特点,加上现阶段农民整体信息化程度不高、物流服务态度不够热情友善、配送商品经常不及时,导致整个县域物流配送服务体系不健全。二是相比京东的智能化物流体系,萧山区物流体系在智能化、冷链化方面存在明显差距,由于农产品具有明显的季节性特征,且普遍要求保鲜存储和运输,不同产品的保鲜和运输要求也存在差异,这就需要物流企业全面引入智慧物流系统来实现保鲜,通过大数据技术高效利用运输设备,并对产品在物流运输的各个环节进行可视化监控与协调,确保农产品的质量最佳。

3.3 专业人才缺乏

大数据与农村电商的有效融合,离不开专业人才的支持。随着大数据在萧山区电子商务发展中的广泛应用,电商企业需要不断引入高素质的专业人才,以及加强对现有人才的培训,为农村电商的发展提供重要的人才保障。所需专业人才主要包括以下两类:一类是专业的电商人才,需要掌握专业的电商技能,能够精准找到目标客户,将农产品销售出去;另一类是大数据应用人才,需要具备扎实的大数据基础知识,掌握大数据应用技术,能够熟练操作大数据管理平台,并从中不断挖掘有效信息,予以农民生产活动科学指导。相对来说,萧山区电商人才成长速度较慢,供需矛盾越来越突出,就迫切需要由政府主管部门制定长效的人才培养机制,培养和引进电子商务方面的专业高技能人才,破解人才要素制约。

3.4 大数据应用待普及

当前,大数据技术已成为“互联网+农业”产业升级的核心驱动力,其在农村电子商务领域也发挥着越来越大的作用。但是,由于技术原因与数据来源问题,大数据在农村电商的普及应用难度非常大。一方面,很多农村电子商务企业对大数据分析技术缺乏了解,且企业内部大数据技术人才严重匮乏;另一方面,大数据的分析需要由大量的数据来支撑,而农村电商领域的数据采集和获取较为困难,导致大数据在农村电商的应用受限。

4 助推大数据在萧山区农村电商精准应用的对策

4.1 政府主导大数据平台建设

萧山区政府重视核心技术的研发,引入一批科研单位和龙头企业,积极开发大数据平台。2022年,全国首个国家新型互联网交换中心试点项目落户萧山;总投资50亿元的

中国电信杭州大数据中心项目落户三江创智小镇;探索5G基站建设“一件事”集成改革;积极探索区镇村三级一体化数字驾驶舱。

4.2 构建智慧物流系统

一方面,萧山区增加农村物流节点,并进行弹性布局,健全和完善县乡村三级物流配送系统,加快村级物流服务站的建设步伐。对人员居住地较分散的区域,增加物流配送节点;反之,则减少物流节点。另一方面,要对冷链物流体系进行优化,因为农产品大部分有时间限制,且运输的条件要求较高,所以必须对冷链物流体系进行完善。通过大数据技术对物流运输的各个环节进行可视化呈现,及时发现冷链物流运输中面临的问题,并及时调整,为消费者更好地购买生鲜农产品营造良好环境。

4.3 实施人才培养计划

萧山区持续推进数字乡村建设,有效提升“三农”数字化水平,以农业数字化平台赋能“三农”发展,大力发展农村电商经济。为此,强化区内电商与大数据人才培训引领,激活电商发展内生动力尤为紧迫。

(1)萧山区农业农村局与职业学校合作共建电子商务孵化园,依托孵化园对全区涉农中小电商企业开展定点日常孵化培育,定向培养一批吃苦耐劳、有理想抱负、立志服务农村基层的电子商务优秀人才。

(2)萧山区政府重点扶持一批电商带头人,打造当地特色文化和产品的“代言人”,并利用榜样的力量,复制成功经验。

(3)萧山区政府深入各街道、乡镇、村社,定期对广大农村干部和群众开展有针对性、多样化的电商培训服务,普及电商知识,提高“涉商”人员素质,采用线上与线下相结合的培训方式。

(4)萧山区政府引进一批大数据分析企业与人才,不定期对辖区内的电商企业人员进行大数据应用专题培训,推广数据分析技术,提升其大数据应用水平与能力。

4.4 多主体参与大数据应用

(1)萧山区政府应利用大数据平台,对大数据进行实时监控,综合分析数据、合理配置资源。由于区内的电商企业发展水平参差不齐,特别是一些规模较小的农村电商企业,抗风险能力较弱,因此,政府应对区内的电商企业进行方向性引导,借助大数据技术分析各电商平台建设的重点内容,促成各电商平台资源的整合与共享,实现资源的合理运用。同时,政府整合财政投入、社会公益资金和网上众筹等资金资源,设立电商专项扶持基金,利用大数据技术全面分析农户和农产品企业的电子商务运营情况,对符合条件的个人和企业给予专项资金资助,并数智化严格监管资金用途,确保专款专用。

(2)金融机构普惠金融数字化。贷款前,整合工商、税务、征信、司法等政府公共大数据,结合小微企业交易场景数据,精准小微企业画像、智能识别潜在风险,确保信贷资金用于“真普惠、真经营”;贷款中,依托真实的交易场景,运用大数据技术研发智能评价模型,进行精准风险评估计量,完善数字化审查审批及用信机制,实现小微企业融资在线自动化审批;贷款后,通过数字技术应用,推动贷后管理全流程自动化,推动风险预警管理智能化,自动开展组合监测和集中度预警,实现风险防控从“人防”向“智控”的转变。

(3)研发企业为数字化应用提供技术支持。萧山区重点培育和引进一批新型研发机构,以实验室为载体完成技术创新,在发挥数字化创新技术优势的同时,强化关键数据资源保护能力,提高数据安全预警和溯源能力,保障数据应用安全,助力企业迈入数字化高质量发展的快车道。如2022年6月,在萧山科技城创业谷成立湘湖实验室(农业浙江省实验室);2023年4月,北大信研院与浙江宇联信息发展有限公司共建“乡村振兴数字应用联合实验室”等。

(4)电商企业普及应用大数据技术,实现数字化。随着商业信息和数据的激增,越来越多电商企业借助大数据技术实现精准营销、个性化服务、商品个性化推荐等应用,从而提高自身的竞争优势。本文以萧山“网上产业带”为例,截至2022年12月,入驻平台的企业超1800家,累计实现线上销售额超80亿元。萧山“网上产业带”与1688等主流平台合作,打造数字化应用场景,按需进行数字化应用场景入口介入,如企业服务窗口等,为入驻企业量身定制专业化电商发展路径,主要体现为多平台合作、电商产业整合、数字营销、

订单集采、产地孵化、线上线下活动、品牌IP打造等。

(5)村级集体积极参与大数据应用。近年来,萧山区因地制宜、因村施策,以村村联办、村企联办等方式组建“强村公司”,盘活各方资源,推动村级集体经济发展。例如,群围、三围、民围等三村组建的益农镇共智富农业电商园,借助大数据技术,以农产品电商化为载体,从电商园区配套、电商运营服务、村播孵化、电商品牌打造、数字化供应链、产业配套多方面发力,辐射带动全镇农业高质量发展。

参考文献

- [1] 刘金凤.财务大数据背景下农村电商精准扶贫现状分析[J].农村经济与科技,2020(18):100-101.
- [2] 高天慧.农村电商助力闽东特色乡村振兴之路对策研究[J].农村经济与科技,2020(23):155-157.
- [3] 谢汶璉.大数据在农村电商发展中的应用研究[J].新农业,2022(12):68-69.
- [4] 吴三斌.大数据时代下农村电子商务精准营销模式研究[J].北方经贸,2022(4):47-49.
- [5] 李云.大数据背景下江苏农村电子商务发展路径研究[J].电子商务,2020(4):9-10.
- [6] 凌敏.大数据背景下长沙农村电商智慧化发展路径研究[J].人文之友,2020(21):105-106.
- [7] 程斌.新时期西部农村电商发展现状及对策:以重庆市为例[J].现代农业科技,2021(2):105-106.
- [8] 吴清萍.大数据运用视角下河北省农村电商发展的制约因素与对策[J].商业经济,2021(4):111-114.
- [9] 张祎.农产品全产业链大数据建设与农村电商的有效融合研究[J].中国新通信,2022(14):75-77.
- [10] 乔泓.农村电商大数据发展问题应对策略浅析[J].商情,2020(14):89.

Precision Application Study of Big Data in Rural E-commerce: A Case Study of Xiaoshan District, Hangzhou City, Zhejiang Province

Fang Lizhen

(Zhejiang Yuying College of Vocation Technology, Hangzhou, Zhejiang 310018)

Abstract: Against the backdrop of promoting agriculture with digital commerce, rural e-commerce has become a powerful measure to promote high-quality development of rural economy and boost rural revitalization. Xiaoshan District of Hangzhou, Zhejiang Province, as one of the top 100 counties in terms of the number of Taobao Villages, has unique characteristics in the application of big data technology and the development of rural e-commerce. The district has made significant achievements, especially in the rational allocation of resources, production process supervision, supply chain optimization, precision marketing, and intelligent operation. It has served as an example to promote big data to guide the development of rural e-commerce and rural revitalization for other regions. However, the application of big data in rural e-commerce in Xiaoshan District still faces many challenges, such as incomplete accuracy of big data, weak logistics infrastructure, lack of big data talent, and the need for popularization of big data applications. Therefore, the article proposes strategies to promote the precise application of big data in rural e-commerce, such as the construction of big data platforms by government, the establishment of smart logistics systems, the implementation of talent cultivation plans, and the participation of multiple entities in big data applications.

Keywords: Agriculture Supported by Digital Commerce; Big Data; Rural E-commerce; Accurate Application; Smart Logistics

“互联网+”背景下农产品电商发展现状、问题与对策研究

任欣 吴连翠

(浙江农林大学经济管理学院 浙江杭州 311300)

摘要: “互联网+”时代的到来推动了各行各业的变革与创新,其中对农产品电商发展同样产生了深远影响。相比传统的农产品销售,农产品电商具有省时、方便、快捷的优势,能够满足消费者多元化和个性化需求。然而,在这个过程中农产品流通时间长、损耗量大,导致销售成本提高,往往会形成消费者花费大但生产者收益低的局面。因此,本文分析在“互联网+”背景下农产品电商发展的现状及存在的问题,并从加大农产品品牌建设与宣传、加强政府对农产品的质量监管、健全农产品电子商务物流系统、注重农产品电商专业人才的培养、提升农村信息化建设水平等方面提出建议,以期推动农产品电商行业更好发展。

关键词: “互联网+”;农产品电商;消费多元化;农村经济;农产品流通

本文索引: 任欣,吴连翠.“互联网+”背景下农产品电商发展现状、问题与对策研究[J].中国商论,2024(04):034-037.

中图分类号: F724.6

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-034-04

2023年8月28日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》揭露了一个令人惊讶的数字:截至2023年6月,我国已有10.79亿网民,较2022年12月增长1109万人,网络覆盖面积达76.4%。在国家相关方针政策的大力支持下,社会各界积极参与,农产品电子商务迅速发展。

我国如果要想实现乡村产业振兴,就必须坚定不移地发展农产品电商。但从生产出农产品到送达顾客手中,所花费的流通时间长,在运输过程中又容易损耗,造成了生产者成本提高,但收益较低,消费者支出增加,但买到的农产品得不到质量保障的局面,市场上常常出现“贵买、难卖”的现象。“互联网+”模式在互联网时代已成为一种新的潮流,农产品电子商务虽然起步较晚,但缩短了农产品生产和销售的过程,具有高效化、信息化、自动化的优势,能够更好地适应市场多元化的需求,因此迅速发展。新冠疫情期间,电商网红通过在直播间卖菜、提供无接触配送等服务,极大便利了老百姓的日常生活。

农产品作为一种生活必需品,具有很大的市场潜力,吸引了诸如沱沱公社、京东生鲜等各类电商平台的加入。此外,一些超市纷纷推出了线上业务,比如开网店、直播、为消费者提供送货上门等服务,以拓宽自身的销售渠道。但随着农产品的蓬勃发展,市场投资过热、农产品品质良莠不齐等问题相继涌现,还有不少规模较小的农产品电商平台有亏损倒闭的风险。因此,本文探索我国农产品电商发展的现状和存在的问题,并提出有针对性的对策建议,对促进我国农产品的绿色可持续发展、推进乡村产业振兴具有重要意义。

作者简介: 任欣(1999-),女,汉族,山西高平人,硕士研究生,研究方向:农业经济理论与政策;

吴连翠(1980-),女,汉族,安徽宣城人,副教授,博士,研究方向:农业经济理论与政策。

1 相关概述

1.1 “互联网+”

“互联网+”是在互联网发展的基础上兴起的一种创新业态,它将传统行业与现代信息技术相融合,也可以和多种行业相配合。比如,“互联网+”教育就是指利用信息技术,通过播放课堂教学视频的方式,满足学生随时随地学习的需求,这也是目前教育界的一个主要发展方向;“互联网+”医疗不仅解决了病人排队时间长、看病难的问题,还能为患者提供线上问诊服务,方便病人就医;“互联网+”生活服务主要集中在医疗、租房、美容、餐饮等领域,最大程度地满足了人们多样化的消费需求,为顾客提供了完美的购物体验;“互联网+”零售是目前最贴近人们生活的一种方式,主要是指人们通过一部手机就可以在网络购物平台上买到自己心仪的商品,带动了物流行业、电商平台的快速发展,拓宽了顾客的消费渠道。总而言之,“互联网+”是我国经济发展到一定阶段的产物,其实质是将现代信息技术与传统工业化相结合,以网络信息技术为基础,对传统产业进行改造和升级,从而促进我国经济和社会的良性发展。

1.2 农产品电商

农产品电商一般是指利用现代信息技术,在互联网上销售各类农产品的商务活动,这种模式既可以让产自不同地区的农产品被更多人熟知,又可以满足消费者多样化的需求,在某种程度上促进了农产品行业的发展。与传统的农产品销售模式相比,新兴的农产品电商模式让信息的传播和处理更加高效,极大改变了过去农民在农贸市场直销或专业合作社代销的模式。在这种模式下,农民可以及时掌

握市场需求,从而根据市场信息生产适销对路的农产品,提高经济效益。

2 “互联网+”背景下农产品电商发展现状

2.1 农产品电商规模持续扩大

随着农产品电商的迅速发展,农产品电商的规模越来越大。《2022年中国电子商务报告》显示,我国农村地区2022年的网络零售总额为2.17万亿元,较2021年同期增加3.6%。其中,农村实物商品的零售额为1.99万亿元,较2021年同期增长4.9%;全国农产品网络零售额为5313.8亿元,较2021年同期增长9.2%,增速较2021年提高了6.4个百分点。除此之外,阿里巴巴、拼多多、京东、快手、抖音各类电商平台都在不遗余力地销售农产品,说明我国农产品电商规模越来越大,具有非常大的市场潜力。随着农产品电商规模的不断扩大,农产品电商扮演的角色越来越重,既缓解了农产品“难卖贵买”的问题,又发展了乡村经济,加快了城乡一体化进程。

2.2 农产品电商体系不断完善

“互联网+”给农产品的发展提供了全新的视角,1995年以来,我国就运用互联网来发展农产品。多年来,由之前的从零起步到现在的多个政府机构积极参与,实现规模化,农产品电商发展取得了很大进步。如今,我国已建立了由大型农业企业、主要电商平台等构成的电子商务系统,农户或农民专业合作社是根基,与此同时,政府部门的电子商务平台也在不断补充。目前,我国的农产品电商平台已不再局限于最基础的农产品销售,而是向期货交易和农产品批发等规模经营转变。根据农产品电商提供服务的种类,可以将其分成两类:一类是侧重销售农产品的商务服务系统;一类是专门提供信息服务的系统。以销售农产品为主的商务服务系统主要是满足人们的日常生活购物;专业信息服务系统主要是服务规模较大的农业合作社、农业企业,帮助其提高生产效率和经济效益,在考虑了农产品市场发展的特定需求及国家政策、财政和金融支持的基础上,农产品电商体系在我国初步建立,并蓬勃发展。

2.3 农村发展环境日益改善

“互联网+”背景下,我国农村地区的发展环境得到明显改善。《2022全国县域数字农业农村电子商务发展报告》显示,以“新农人”为代表的新型农业经营主体发展迅速,并在生产、加工、销售、物流等环节为小农户提供了优质的服务。此外,我国目前已累计创建了250个国家现代农业产业园、140个优质特色产业集群、1300多个农业产业强镇、3600多个“一村一品”示范村镇,这些举措都为农产品电商的发展奠定了良好基础,促进了乡村产业振兴。

2.4 农产品电商政策扶持力度加大

农产品电商之所以能够迅速发展,与国家对于农产品电商的高度重视及农产品电商政策的不断完善密不可分。

2020年4月,习近平总书记在陕西省商洛市柞水县小岭镇金米村考察时出席了该村举办的一场农产品电商直播活动,他指出,电子商务是具有潜力的新兴业态,是大有可为的,它不仅是老百姓销售农产品的主要渠道,还是助力乡村振兴的强劲推力。2021年,《中共中央 国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》指出,要通过加大对电商扶持资金的投入力度、设立电子商务扶贫专项资金等措施助力农产品电商行业迈上新台阶。2023年的中央一号文件明确提出,要鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式,要建设更高层次的电商基地销售农副产品,深入推进“数商兴农”战略、“互联网+”农产品出村进城工程。除此之外,政府还建设了电商园区,为农产品电商发展提供了场地和资源保障,助力农产品电商发展。

3 “互联网+”背景下农产品电商发展存在的问题

3.1 农产品品牌知名度低

提高农产品品牌度,既能提高农产品的市场竞争力,又能激发农户的生产热情。虽然我国有很多种类的农产品,但是有鲜明特色的农产品并不多,造成这一现象的主要原因是农户对农产品的品牌保护意识不强,在品牌建设方面比较滞后。在“互联网+”大环境下,一个好的品牌不仅关乎农产品市场的稳定性,还是保障农产品畅销的关键。然而,农户对品牌的认识还不够,未在品牌建设上下足功夫,这就造成了对农产品推广力度不够,农产品缺乏品牌特征,难以建立品牌形象,在某种程度上降低了农产品的销售价格,影响了农户参与电商的销售收入。

3.2 农产品质量问题突出

各种类型的农产品电商标子平台在生鲜电商的迅速发展下纷纷涌现,消费者主要倾向购买绿色、新鲜、健康的农产品,所以农产品的品质与自身的发展密切相关。虽然我国农产品网络营销模式不断创新,但农产品在质量把控上还面临着严峻的挑战,其销售终端仍处于零星分布状态。当前,大部分的农户以小规模种植为主,很难实现标准化生产,能够生产出品质相对稳定的农产品只有一些大型的农业企业。我国幅员辽阔,农业生产具有弱质性,由于受到地理位置、自然灾害诸多不可控制因素的影响,各地的农产品品质差别很大。此外,我国农产品网络交易的相关法律不完善,电商平台的市场机制不健全,使得卖方掌握了市场的主导权。在线上销售时,卖家会挑选高质量的农产品向顾客展示,在运输过程中却以次充好、调包换货,这就可能使消费者对商品的信任度下降,进而减少购买量,最终导致农产品的销路变窄。

3.3 缺乏完善的物流体系

电商的兴起极大地拓宽了农产品的销路,很多农产品已从原来的乡镇销售发展到县城销售,乃至遍布全国。但受

长期二元经济结构的影响,农村地区的基础设施不完善、交通不便,发展网络信息技术的硬件设施也不健全,特别是在中西部的偏远乡村,政府对互联网的发展未做好科学、系统的规划,制定的政策执行不到位,导致农产品在供应、流通等环节比较落后,运输状况不佳,农产品的销路受阻。另外,一套完善的物流运输系统是保证农产品长距离运输的关键,即便是在网上销售,由于物流体系不健全,农产品也很难在短期内运送到顾客手中,大大提高了农产品的破损率,降低了农户的利润,还可能招致顾客的不满情绪。

3.4 农产品电商人才短缺

“互联网+”背景下,农产品电商发展面临着电商专业人才短缺的问题,成为阻碍我国农产品电子商务进一步发展的重要因素。农产品主要集中在农村,因此建立电子商务平台,利用网络信息技术实现农产品的销售,是发展我国农产品市场的新途径。如何确保农产品在网上稳定销售,让电子商务在乡村经济中扮演重要角色,就需要农产品生产者了解一些与电子商务相关的知识,掌握互联网技术。但受城乡二元经济结构的影响,大批农村人口离开家乡,涌入城市,许多村庄只剩下一些未受过高等教育的老人,他们对新科技的认识和接纳程度比较低,不能与农产品电商销售模式的发展相适应。随着青壮年劳动力在农村所占的比例逐年降低,农村地区缺少高素质的信息科技人才,制约了我国农村经济的发展。

3.5 农村信息化水平低

随着科技的进步,农产品电子商务模式不断发展,但由于农村地区缺少必要的基础设施和设备,这一模式在推广过程中受到了很大限制,农村信息化发展制约了农产品发展。另外,在“互联网+”背景下,农业企业、个体农户只有获取到数据,才能顺利开展电商活动。然而,农村地区信息基础比较薄弱,获取资讯的成本远高于城市,这就会提高生产农产品的费用,也会带来一些不必要的额外支出。另外,国家和有关部门未充分认识到维护公共基础设施的必要性和重要性,致使基础设施遭到极大的损坏,而维护基础设施的成本又很高。

4 “互联网+”背景下农产品电商发展的对策建议

4.1 加大农产品品牌建设与宣传

“互联网+”背景下,要想赋予农产品新的生机与活力,提高农产品的市场竞争力,就必须有独具特色的农产品品牌。为了保证农产品的可持续发展,可以采取以下几种措施:第一,我国地域广阔,每一个区域都有其独特的资源,各级政府部门应因地制宜,合理地开发利用这些资源,创建具有本土特色的农产品品牌,使农产品电子商务模式的特征和优势得到最大程度地发挥,从而提高农民的收入。第二,通过多种途径对农产品进行推广,建立区域农产品品牌,提高农产品的品牌意识,这是开拓农产品市场、提高品牌影响

力的有效途径。第三,农产品品牌建设必须围绕客户需求展开,要时刻关注顾客的生活状况,学会运用大数据来分析消费者的购物习惯,从而锁定目标顾客后采取针对性的营销策略,化解供求冲突,提高农产品销量。

4.2 加强政府对农产品的质量监管

“互联网+”背景下,农产品具有良好的品质是农产品电商实现长期、可持续发展及赢得消费者青睐的前提。一方面,在市场营销中,对农产品的质量把控是非常关键的问题。因此,必须与智能物流模式有机结合,对农产品质量供应管理模式进行创新,从源头准确地控制农产品的品质和流通水平。另一方面,国家要完善农产品电商法律法规,对损害农产品质量安全、侵害消费者利益的违法行为进行严厉地处罚,同时要加强农产品质量监管,定期追踪监测农产品生产、流通等环节可能存在的安全风险,从根源上抵制假冒伪劣商品,并制定完善农产品质量监督奖惩制度,保障消费者的合法权益。

4.3 健全农产品电子商务物流系统

完善的物流体系是农产品电商发展的重要基础,在“互联网+”背景下买卖双方不需要面对面地进行交易,虽然很方便,但这意味着买方和卖方可能相距很远。怎样才能使农产品尽快送达买主手中,很大程度上取决于农产品物流体系的高效程度。另外,受交通、经济多种因素的影响,我国农村地区的物流成本高于城市,这就使得农产品销售的成本提高,农户收入下降。为了更有效地运输农产品,可以采取以下做法:第一,对物流公司实行优胜劣汰,重新整合,将有限的资源投入更高效率的公司,以最大化地发挥物流公司的优势,降低物流成本;第二,充分利用现代化信息技术,物流公司可以改善运输过程,从而节省时间和精力,提高收入,一举两得。第三,物流公司可以和农业企业达成合作,构建专业化的农产品流通物流系统,促进农产品销售。

4.4 注重农产品电商专业人才的培养

培养专业的农产品电商人才对农产品电商的发展非常重要。相对在农村生活的老年人,如今的乡村青年拥有较强的学习能力,能够更好地使用信息技术及接受新事物,且他们成长于资讯科技环境中,也更容易掌握这方面的知识和技能。但目前农村的经济、环境状况不容乐观,大多数人并不愿意从事与农业相关的工作,反倒希望走出农村,进入城镇寻求新的发展机遇。因此,有必要对乡村青年进行培养,增强农村年轻一代对农产品电商模式的理解和认知。第一,政府与农产品公司可以采取政策优惠、提供优厚的工资待遇等方式,将电子商务人才引进自己的队伍中来,从而提升从业人员的整体素养和专业水准;第二,政府及相关部门应做好这一领域的宣传工作,比如可以通过悬挂条幅、发放宣传手册、举办讲座等方式,使青年人对农产品电商的发展前景有更深入的认识,并能积极主动地参与其中;第三,农户

本身应认识到将农产品和电子商务相结合将会带来许多好处,并不断加强这方面知识和技能的学习。

4.5 提升农村信息化建设水平

目前,农村地区的信息化建设程度较低、相关的基础设施和设备也不健全,成为制约我国农产品电商进一步发展的重要因素。因此,要想进一步促进农产品电子商务的发展,就必须有针对性地制定符合当地实际情况的政策和措施。一方面,政府和有关部门应更加重视农产品电子商务,加大资金投入力度,扩大乡村通信电缆的覆盖面,让农村居民享有上网的基本条件。此外,当农户购买硬件设备时,政府可以给予一些补贴,减轻其购买设备的负担,降低其参与电商的成本,从而提高农户的生产积极性。另一方面,做好网络信息基础设施的维护工作。虽然在许多农村地区网络信息基础设施已较为健全,但农村地区的互联网使用率仍然较低。究其原因,维护工作未做好,甚至还有一些地区为了节省开支,不愿意参与信息化建设与维护工作,这显然是错误的。所以,地方政府应把眼光放得长远一些,不能局限于眼前的利益,而应顺应农产品电商发展的潮流,积极主动地投入农村信息化建设中。

5 结语

“互联网+”背景下,农产品电商的发展面临着巨大的机遇和挑战。在政策的支持下,农村的发展环境得以改善,

市场需求得以提高,农产品电商顺应了时代发展的潮流,已成为促进我国农村经济发展的重要手段。本文以“互联网+”为契机,对我国农产品电商的发展状况进行研究,既取得了成果,又存在不足。因此,政府、农产品企业、相关部门、农民等有关人员应更加重视农产品电商的发展,将其摆在核心位置,并根据实际情况制定最佳的发展策略,从而推动农产品电商行业迈上一个新台阶,促进农村经济发展。

参考文献

- [1] 石天英.“互联网+”视域下茶叶企业财务管理创新路径研究[J].福建茶叶,2023,45(9):49-51.
- [2] 应可.农产品电商发展现状及对策研究:以南通地区为例[J].互联网周刊,2023(18):32-34.
- [3] 解新华.“互联网+”环境下我国农产品电子商务模式研究[J].商业经济研究,2016(18):84-86.
- [4] 王楠,岳会媛,管福泉.互联网背景下我国农产品电商发展研究[J].中国商论,2023(8):44-46.
- [5] 陈诚,朱建平,王骏.“互联网+”环境下我国农产品电子商务模式研究[J].商场现代化,2018(18):14-15.
- [6] 蔡革.乡村振兴背景下农村电商发展存在的问题与解决对策[J].中国农业会计,2023,33(14):94-96.
- [7] 李剑芳,李鲁.“互联网+”背景下农产品电商发展的路径选择[J].新疆社科论坛,2022(5):107-112.
- [8] 魏榆帛.乡村振兴背景下贵州地区农产品电商发展研究[J].全国流通经济,2023(14):28-31.

Research on the Development Status, Problems, and Countermeasures of Agricultural Products E-commerce under the Background of Internet+ Plus

Ren Xin, Wu Liancui

(College of Economics and Management, Zhejiang A&F University, Hangzhou, Zhejiang 311300)

Abstract: The advent of the Internet Plus era has led to great changes and innovations in various industries, with significant implications for the development of agricultural product e-commerce. Compared with traditional sales methods, agricultural product e-commerce offers advantages of time-saving, convenience, and efficiency, meeting consumers' diversified and personalized demands. However, in this process, the long circulation time and large losses of agricultural products often lead to increased sales costs, resulting in a situation where consumers spend more while producers' profits are low. Therefore, this paper provides an analysis of the present situation and challenges faced by the e-commerce development of agricultural products in the Internet Plus era. Recommendations are proposed in key areas like bolstering the branding and promotion of agricultural products, enhancing government-led product quality supervision, optimizing e-commerce logistics for agricultural products, prioritizing the training of digital commerce talent for agriculture products, and advancing the development of rural information infrastructure. All of these aim to support the better growth of the agricultural products e-commerce.

Keywords: Internet Plus Era; Agricultural Products E-commerce; Diversified Consumption; Rural Economy; Circulation of Agricultural Products

基于价值共创的农村电商直播创业模式研究

王晶晶 何宇(通讯作者)

(沈阳工业大学马克思主义学院 辽宁沈阳 110023)

摘要:“三农”问题是党中央在新的历史时期关注的重点工作,而数字农村成为农业发展的一大趋势。近几年,“直播+电商”逐渐成为一种新的网络营销模式。在“精准扶贫”和“直播带货”的带动下,农村电商直播正迅速发展成为一股新的潮流,并取得了显著效果。本文分析了目前农村直播电商的发展状况,归纳其优势和不足之处,并对发展中出现的一些突出问题进行了深入分析,基于价值视角解决农村电商直播创业模式的优化问题,以期对直播电商产业健康发展提供理论依据。

关键词:农村电商直播;创业模式;价值共创;乡村脱贫;电商产业

本文索引:王晶晶,何宇.基于价值共创的农村电商直播创业模式研究[J].中国商论,2024(04):038-041.

中图分类号:F724.6;F304.3

文献标识码:A

文章编号:2096-0298(2024)02(b)-038-04

农村电商已延伸到扩大农产品销路、提高农产品销售金额的应用中,已深入了农业的每一个角落,对促进农村涉农电商的发展、满足农产品消费者的需要起到了积极作用。然而,农村电商直播在发展过程中仍存在“散、乱、弱”等问题,在此基础上,本文拟从多个角度对农村电商直播创业模式进行深入研究,集中讨论乡村电子商务的直播创业团体,从价值共创结合理论与实践出发,试着构建新的创业生态体系。本文对揭示中国乡村电商直播创业生态的结构特征、作用机制及效果具有一定的理论参考与实践价值。

1 农村电商直播发展现状

1.1 农村电商行业发展的政策支持

截至2019年,在国内2083个县市区,农产品网络零售总额为2693.1亿元,对比2018年同期上涨28.5%。由此可见,无论是农村建设,还是农产品销售,都与农村电商模式密不可分。2020—2023年,政府制定了一系列相关的政策保证农村电商的发展,具体如表1所示。这说明农村电商已受到最高的重视,且农村电商也得到了快速发展。

表1 国务院2018—2023年中国农村电商政策盘点

年限	部门	主要政策
2020年	国务院	《关于抓好“三农”领域重点工作确保如期实现全面小康的意见》
	财政部商务部	《关于疫情防控期间做好农商互联完善农产品供应链的通知》
2021年	国务院	《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》
2022年	国务院	《关于深入推进农业供给侧结构性改革》
	中共中央国务院	《激励地方模范进展电商产业园品牌推广》
	中央一号文件	《促进新型农业经营主体布局》
2023年	财政部	《关于开展电子商务进农村综合示范工作的通知》
	财政部	《加快农村电商数字化和信息化建设的政策支持》

作者简介:王晶晶(1993-),女,汉族,辽宁铁岭人,硕士,研究方向:马克思主义理论(中国近现代史基本问题研究)。

通讯作者:何宇(1980-),男,汉族,辽宁抚顺人,博士,副教授,研究方向:马克思主义理论(中国近现代史基本问题研究)。

2.2 “微生态+普通主播”模式与评价

这种模式已不是单纯地依靠自己的产品了,而是将所有的资源集中在一起。“微生态+普通主播”模式要求创业者具备较强的资源整合能力,同时对网络营销有一定的认识。在此模式中,主播团队主要负责当地特色优质资源整合工作,也可以按照顾客的要求,从全国范围内购买。在这种模式下,企业家可以不受资源的限制,采用更为灵活的直播形式,充分满足各类消费者的需求。

2.3 “微生态+红人主播”模式典型案例与评价

这一类型的典型代表人物是“巧妇9妹”,她利用网络平台销售自家水果。同时,该团队帮助村民销售滞销的水果,带领全村人一起致富。“微生态+网红”模式下,以乡村为主体的主播为主,乡村电商直播领域的网红主播一小部分是从其他领域的流量红客转变而来。其他一些乡村电商的企业家则是靠着自己的努力,获得了大量的粉丝,在各自的行业中都有着极高的专业度和影响力。总结起来,本文在表2中列出了主要的优点和缺点。

3 基于价值共创的农村电商直播创业模式问题分析

通过整合网络中关于主播的访谈资料,对阐述的问题类型进行归类,具体问题如表3所示。结合前文所述当前农村电商直播的发展问题,本文详细总结了创业受访者反映的问题。

本文从创业主播、商品、直播平台三个层面分析现阶段农村电商创业模式问题。

3.1 农村电商直播人才问题

目前的直播行业,按照主播的粉丝量、知名度和带货能

力等因素,可分成尾部、肩腰部和头部主播三个层次,具体的人才问题如下:

(1)直播能力不足,缺乏直播专业人才。目前,电商平台的主播大多是一些尾部主播,其中大部分是农民或外地返乡人员,很多农民企业家都是在未进行直播的基础上,很快地进入直播行业。然而,由于其直播技术不够好,所以在网上直播时的语言能力不够强,还不太了解客户的交流技巧和营销方式,所以直播的效果和转化率都很低。

(2)直播创意不足,内容单一。农民作为农产品的主播,由于受教育程度不高,在直播内容上没有太多创新,很难确保高质量的内容。

3.2 农村电商直播产品存在的问题

(1)产品种类单一且缺乏品牌价值。从以上所述的“商品+普通主播模式”可知,创业者比较依赖自产自销的方式,其商品很容易受到季节和天气的影响,灵活性很差,可能会发生不能及时供货或无货可售的情况。产品类型单一,不能满足顾客多样化的需求,造成了产品的细分。购买自己的种子,可以解决一些产品的不足,也可以保证自己的供货,但会让自己的品牌失去价格上的优势。对于一般的主播来说,发掘低价高质量的商品是一个非常迫切需要解决的问题。

(2)产品的标准化水平不高,很难达到规模化发展目标。生产方式、自然条件等因素都会影响产品品质,这些因素使农产品很难形成统一的质量,难以形成标准化的网络商品。

(3)物流网络不完善,工业服务机制滞后。农产品的生化特性不稳定,因此对储存和运输的需求非常高,如果处理不好,就会导致生鲜品质降低,甚至腐败。

表2 农村电商直播创业模式优缺点

创业模式	模式优点	模式缺点
“产品+普通主播”模式	创业成本少,准入条件不高,产品价格优势显著	部分产品需要大范围的推广,且推广成本非常高
“微生态+普通主播”模式	产品比较灵活,主要依靠产品资源整合开展创业	产品的合理性缺乏,且多数物流平台难以整合
“微生态+红人主播”模式	产品、物流、平台资源整合能力强;市场推广采用“抱团推广模式”	合作门槛高,且普及的难度也非常大

资料来源:笔者整合网络资料。

表3 农村电商直播创业受访者反映问题总结

问题层次	问题提取
主播	农村电商直播行业缺乏专业性主播,主播的专业程度不够
	互联网虽然已经在农村普及,但是总体使用情况不够
	直播团队与专业性团队相对较小
	直播只是简单地介绍,缺少直播文案
产品	产品单一性的农产品为主,来源也比较单一
	产品存在同质化,且产品缺乏竞争力
服务	农村地区物流供应链比较落后
	销售的农产品售后问题比较多
平台	销售的成本比较高,且需要大量的推广成本

资料来源:整合网络采访内容。

3.3 农村电商创业直播平台存在的问题

(1)在成熟的平台上,同类型的产品之间存在着激烈的竞争。由于产品的品牌知名度不高,以及流量的引入费用过高,网络产品的推广率较低。在农村,还有很多地方,除了依托网络大平台,部分地区还自建了电商平台,但并未得到很好地发展。

(2)农产品直播的发展离不开电商平台的技术支持和技术人才培养,而现在的平台缺乏相应的支持体系。由此可见,在当前的农村电商直播创业中,企业家不能打破“小农思想”的局限,其管理模式依赖“小农模式”,主要是为了满足自己的需求。

4 基于价值共创的创业生态系统构建

4.1 农村电商直播创业价值共创利益主体分析

根据前瞻产业研究院的一项报告来看,直播电商由三个主体构成:供给主体、平台主体和消费者主体。供给主体可分为商品提供者(制造商、品牌商、分销商)、内容生产者(主播/MCN);平台主体包含电商和直播。品牌方/生产商与电商平台的供应商进行对接,与MCN或主播进行对接,决定直播的内容,并将其介绍给直播平台,最后引导用户通过电商平台获得收益。图1是一个完整的直播产业链。

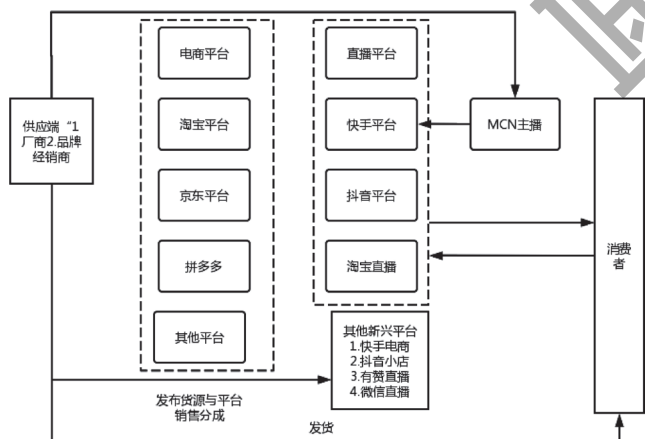


图1 直播产业链的组成形式

在农村电商直播创业中,利益相关者不仅是创造价值的人,在创造价值后,他们还是分享者。各方都能为自身带来价值,又能相互影响、相互融合,最终实现产业链整体价值的最大化。

4.2 农村电商直播创业生态系统构建

4.2.1 农村电商直播创业行业标杆借鉴

直播创业是一种全新的创业方式,在提供高质量内容的同时,也要处理好与粉丝之间的信任和联系,唯有在一定程度上与粉丝产生一定的感情,才能实现从流量到收入的转化。通信设施的完备、现代化的物流系统与科技向边远地区的渗透,是其实现大流量变现的生命线。通过对当地的农民主播进行曝光,收购当地的好货,打造一条具有地方特色

的产业链,开通专门的电商物流渠道,帮助自己和当地企业家发展。

4.2.2 农村电商直播创业生态系统构建

创业生态圈内各参与方创造的价值不尽一致,其增值空间也呈现出显著差异,企业家可通过对其进行有效配置,精准地掌控其关键环节,从而实现更高的价值。每个利益相关方都要放开自己的界限,在主播和主播之间、各利益相关者一定要做到跨界和融合,共同参与价值共创。在网络技术框架下,直播平台将消费者、主播和利益关联者的需求充分整合,以建立功能更加齐全的信息共享空间,可以从以下几点开展:

第一,在主播进行直播时,平台充当了主播和消费者的交流接口,能够利用互联网技术将主播和用户连接起来,因此主播可以利用自己创作的内容进行传播,也可以让用户在参与评论互动中进行实时地互动。与此同时,由于直播产业涉及大量的受众群体,因此在与用户的互动中,很有可能出现道德、伦理等问题。因此,平台必须建立相应的制度,设置管理者来维持和监督直播的“绿色”环境。

第二,平台制定了各种中小主播的支持政策,比如流量包引流、新人入驻优惠、标准的培训体系等,都是为了帮助创业者更好地适应平台,从而提高自己的直播能力。

第三,在乡村电商直播创业的各参与方一起创造价值的过程中,国家对乡村电商创业者给予财政上的扶持和倾斜。同时,将各方组织起来,为农村扶贫工作及助农活动提供支持,帮助其更好地销售农产品。

4.3 价值共创视角下农村电商直播优化的建议

本文提出,通过建立一个新的创业生态系统,可以很好地解决现有的创业模式所面临的问题。

4.3.1 生态体系建设主播层面的优化建议

第一,主播要自觉地学习一些专业的直播知识,努力提升自己的技术水平。通过对产品或服务的运用、对品牌的定位、对消费者进行定位,形成自己独特的个性。与此同时,主播应在直播时和观众进行更多的交流,给其带来更多的产品价值,并根据其反馈,对直播进行完善,从而达到和观众一起创造价值的目的。

第二,增加节目的趣味性,不断推陈出新,与其他主播一起制作高质量的内容,在合作的过程中产生的流量分享能让粉丝的人数更多,产生规模效应。头部主播要多与中小主播进行沟通合作,提高其流量价值。同时,头部主播可以与其他各类主播进行合作,构建一个主播矩阵,打破类型的局限,满足不同的用户需求,减少对单个主播的依赖。

第三,鼓励农民自愿进入。“红人圈”构建与之相适应的乡村电子商务动态创业人才通道,为乡村电子商务动态创业构建专业人才资源库。在经济较快的地区,可搭建电

商专业人才孵化基地,同时加强乡村创业园区建设,建立专门的农村电子商务创业学院和孵化中心。

第四,积极引导和动员返乡大学生、农民、退役军人、村官等踊跃开展线上直播创业,鼓励一些优秀的电商从业人员回乡创业。

4.3.2 生态体系建设产品层面的优化建议

(1)营销思路方面,农产品市场的竞争本质上是价值的竞争。企业应树立品牌观念,在选择产品时,应充分发掘本地优质产业、特色农产品,并与其他产品生产商开展协作,将产品的同质化转变为诸如以“赣南脐橙”“五常大米”等为代表的地方特色农产品类型的品牌,实现品牌化发展。

(2)想要使农产品标准化和规模化发展的目标顺利实现,就一定要向着规模化发展的方向前进。首先,针对农产品建立一套标准化的产销制度,从外观、包装、品级、口味及成分多个层面进行规范;其次,政府可运用补助及奖励措施,激励厂商积极配合国际品质管理及食品安全标准。

(3)要想在乡村开展直播电商,促进农产品“上行”,就必须有一个快速的物流网络。基于规模生产,创业者可与物流公司长期合作,通过规模生产或将多家企业产品集成起来运输,确保单次装运的数量可观。同时,物流企业可以依托自身完善的基建设施来构建数量庞大的农产品流通网络。

4.3.3 生态体系建设平台层面的优化建议

各大主流直播平台必须依靠自己的巨大流量,把“人、

货、场”连接起来,从长远来看,这是一种有效的解决高品质农产品供给不足和产品供不应求问题的新途径。不同的主播之间的竞争也是非常激烈的。对于那些排名靠后的小主播,平台要制定各种支持措施,比如给新主播发放补贴,对其进行直播培训,提高其曝光率,让其更快地适应新的主播。

4.3.4 生态体系建设政府层面的优化建议

本文提出了一种基于网络营销的新型乡村电商直播创业生态链,以期实现农村电商直播创业的价值共创,并提出了一种基于网络营销的新零售模式。因此必须精准把握乡村新产业和新业态的发展动向,对农村电商生态体系及农产品经营障碍进行深入研究。在当前形势下,要加强政策扶持力度来优化农村电商生态体系。各级地方政府应加强农村电商基础设施建设,深化电商在乡村的示范效应,不断优化农村流通体系和各类经营生态系统,实现电商直播创业者对以上资源的充分共享。

参考文献

- [1] 张文斌.新媒体时代农村电商直播现象分析[J].全国流通经济,2023(17):38-41.
- [2] 田津宇.农村电商直播助力乡村振兴发展初探[J].投资与创业,2022,33(19):161-163.
- [3] 李海艳,赵青柳.新冠疫情常态化背景下乡村振兴定点帮扶村电商直播发展问题及对策研究[J].商场现代化,2022(16):65-67.
- [4] 王菁婧.乡村振兴背景下农村电商直播助力产业发展策略研究[J].投资与创业,2022,33(13):32-34.

Research on Rural E-commerce Live Streaming Entrepreneurship Model Based on Value Co-creation

Wang Jingjing, He Yu(Corresponding Author)

(School of Marxism, Shenyang University of Technology, Shenyang, Liaoning 110023)

Abstract: The tasks related to agriculture, rural areas, and farmers are a key focus of the CPC Central Committee's attention in the new historical period. Promoting the development of digital technology-based rural areas has become a major trend in agricultural sector. In recent years, the integration of live streaming and e-commerce has gradually formed a new online marketing model. Driven by precise poverty alleviation and live streaming sales, rural e-commerce live streaming is rapidly developing as a new trend, and has achieved significant results. The article analyzes the current development status of rural live streaming e-commerce, summarizes its advantages and disadvantages, and conducts in-depth analysis of some prominent problems that have emerged in its development. Based on a value perspective, the article helps solve the optimization problem of rural e-commerce live streaming entrepreneurship models and aims to provide theoretical basis for promoting the healthy industrial development.

Keywords: Rural E-commerce Live Streaming; Entrepreneurial Model; value Co-creation; Poverty Alleviation in Rural Areas; E-commerce Industry

贵州省数字经济与经济增长耦合协调度的实证研究

王晓蕾

(贵州黔南经济学院 贵州黔南 558000)

摘要: 数字经济与经济增长具有相互促进作用。为研究贵州省数字经济发展与经济增长的耦合协同发展水平,本文采用2011—2021年数字经济与经济增长的相关指标数据,采用熵值法,实证研究贵州省数字经济与经济增长的耦合协调度。结果表明:2015年之前,两个系统的耦合协调等级为失调;2015年勉强协调;2016年之后,协调等级不断上升;2019—2021年一直处于优质协调水平。本文最后从建设新型数字基础设施、加速传统产业数字化转型、深化数字经济人才引培等方面提出建议,促进贵州数字经济发展创新区建设,实现经济社会高质量发展。

关键词: 耦合协调度;数字经济;熵值法;经济增长;高质量发展;数字转型

本文索引: 王晓蕾.贵州省数字经济与经济增长耦合协调度的实证研究[J].中国商论,2024(04):042-045.

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-042-04

数字经济是一种促进公平与效率更加统一的新经济形态,不同于农业经济、工业经济,数字经济是以数据资源为关键要素的经济形态。数字经济的载体是现代信息网络,重要推动力是数字技术融合应用和全要素数字化转型。2021年,习近平总书记指出:“发展数字经济是把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择。数字经济事关国家发展大局。”新国发〔2022〕2号文件明确了贵州“数字经济发展创新区”的战略定位,针对这一战略定位,贵州出台一系列政策“礼包”,旨在立足经济自身优势,支持贵州补短板、强弱项、扬优势、拓新城,实现贵州经济社会高质量发展。

1 文献综述

诸多学者对我国数字经济发展水平的评价进行了研究。王军等(2021)、潘为华等(2021)用熵值法对数字经济的发展水平进行综合评价。通过描述性统计、泰尔指数、自然间断点分级法、莫兰指数等方法分析了时空演化特性和动态分布特征,指出数字经济能显著促进区域经济高质量发展,但各地区数字经济的发展呈现出明显的空间差异。赵涛等(2020)指出,数字经济可以通过提高创业活跃度,赋能高质量发展,并进一步用门槛模型和空间模型发现,数字经济的积极影响存在“边际效应”非线性递增及空间溢出的特点。还有学者结合研究对象的特点,通过构建指标评价体系,采用熵值法及耦合协调度模型、灰色关联分析等方法,对数字经济与实体经济、数字经济与绿色经济、数字经济与区域科技创新能力、数字经济与生态文明建设、数字经济与体育产业、数字经济与农业发展各方面的耦合协调关系进

行分析。

贵州GDP增速连续多年位居我国前列,数字经济增速连续7年位列全国第一。2023年2月,贵州省大数据发展领导小组印发《贵州省建设数字经济发展创新区2023年工作要点》,围绕“五个创新”提出32项措施,进一步推动数字经济攀高向新。因此,本文对贵州省数字经济与经济增长的耦合协调关系进行研究,对进一步促进贵州省数字经济发展与经济发展具有重要意义。

2 数字经济与经济增长协调发展的内在机理分析

2.1 数字经济对经济增长的推动作用

数字经济是指以数字技术为基础的经济发展模式,包括电子商务、移动支付、共享经济、在线教育等新兴领域。在国内国际“双循环”的新发展格局下,数字经济已成为经济发展的重要引擎。数字经济可以通过创造新的商业模式、提高生产效率、扩大市场规模等途径推动经济增长。数字技术如大数据、人工智能、区块链等,可以改善信息传递和交流,提高资源配置的效率和准确性、降低成本,从而促进经济发展。

2.2 经济增长对数字经济的促进作用

我国经济的规模优势为数字经济的发展提供了基础。供给侧结构性改革及内需驱动的消费升级,使人们的需求不断提高,市场规模不断扩大,经济的快速发展为数字经济的发展提供了广阔的市场和机遇。同时,政府对数字经济的支持和鼓励、新基建战略的实施,为数字经济的发展提供了良好的环境。

基金项目: 贵州省高校人文社会科学研究项目资助:贵州建设数字经济发展创新区战略对策建议研究(2023GZGXRW078)。

作者简介: 王晓蕾(1992-),女,汉族,山西临汾人,硕士,讲师,研究方向:互联网金融。

3 指标选取与模型构建

3.1 建立评价指标体系

数字经济和经济增长的指标体系构建对本文的分析十分重要,目前,学术界还未形成统一的数字经济衡量指标体系。鉴于此,本文借鉴王军等(2021)、赵涛等(2020)、潘为华等(2021)的研究成果,将数字经济的评价指标体系划分为数字经济载体、数字产业化、产业数字化3个子系统,并选取18个二级指标。经济增长衡量指标的选取上,借鉴秦涵祺(2021)、鲍瑜和敏伊贞(2023)的研究,从经济总量、人均财富和经济增长速率3个子系统上进行研究。

3.2 数据处理

由于各指标间的量级不一致,无法直接进行比较,因此本文采用熵值法计算各指标的权重。熵值是一种物理计量单位,熵越大,说明数据携带的信息越少,效用值越小,因而权重也越小。熵值法是结合熵值提供的信息值来确定权重的一种研究方法,由于熵值法的运用已很成熟,因此本文不再列公式解释说明。

3.3 耦合度与耦合协调度模型

3.3.1 综合指数

为了充分反映贵州省数字经济与经济增长之间的耦合协调效应,本文通过构建数字经济-经济增长耦合系统,将指标分析数据与对应的权重相乘后进行累加,分别计算两个系统的综合发展水平 V_1 、 V_2 。其中, V_1 为数字经济发展水平系统, V_2 为经济增长系统。公式为:

$$V_1 = \sum_{j=1}^n \omega_j U_{ij}^*, V_2 = \sum_{j=1}^n \omega_j U_{ij}^*$$

其中, ω_j 表示指标权重; U_{ij}^* 表示标准化处理后的数据。

3.3.2 耦合度与耦合协调度模型

耦合度代表关联效应,是两个或两个以上系统之间的相互影响,反映系统之间的相互依赖、相互制约程度,耦合度模型为:

$$C_n = n \times \left[\frac{V_1 \times V_2 \times \dots \times V_n}{(V_1 + V_2 + \dots + V_n)^n} \right]^{\frac{1}{n}}$$

本文只有数字经济和经济增长两个系统,因此耦合度模型为:

$$C_2 = 2 \times \left[\frac{V_1 \times V_2}{(V_1 + V_2)^2} \right]^{\frac{1}{2}}$$

其中, C_2 表示两个系统的耦合度,且取值范围为0~1, C_2 越靠近1,表示不同系统之间的耦合度越好;反之,则耦合关系越弱,两个系统的关联程度越低。

为了进一步反映两个系统之间的耦合协调关系,反映两个系统协调状况的好坏,本文需要构建两个系统的耦合协调度模型,因此有: $D = \sqrt{C \times T}$

$$T = \alpha U_1 + \beta U_2$$

其中, D 为系统间的耦合协调度; T 为两个系统间的综合评价指数; α 、 β 为待定系数,分别表示两个系统的权重,根据已有研究, α 、 β 都为0.5。

3.3.3 耦合协调度等级划分标准

参考现有研究,本文对数字经济和经济增长两个系统的耦合协调度进行等级划分,划分标准如表1所示。

4 数字经济与经济增长耦合发展的实证分析

4.1 数据来源

数字经济的相关指标数据主要来源于中国第三产业统计年鉴、中国统计年鉴、中国信息产业年鉴、北京大学数字金融研究中心及工业和信息化部,个别缺失数据采用线性插值法进行填补。经济增长相关指标数据来源于2022年贵州省统计年鉴。

4.2 评价指标权重

本文依据熵值法,计算两个系统相关数据的权重,计算结果如表2所示。

在数字经济的指标体系中,各项间的权重大小有着一定的差异,其中人均电信业务总量的权重最高为15.23%,数字金融数字化程度的权重最低为2.48%。在经济增长指标体系中,地区生产总值、人均地区生产总值、地区生产总值增长率的权重值分别是39.64%、38.87%、21.48%,且各项间的权重相对均匀,均在33.33%附近。

4.3 综合指数分析

依据前文的综合指数公式,计算数字经济和经济增长的综合发展水平,如表3所示。

纵向来看,贵州省数字经济发展水平在2012—2020年处于不断上升阶段,2020年综合得分最高,原因是2015年《国务院关于印发促进大数据发展行动纲要的通知》(国发201550号)文件的颁布。2016年3月1日,首个国家级大数据

表1 耦合协调度等级划分标准

耦合协调度	协调等级	耦合协调程度	耦合协调度	协调等级	耦合协调程度
(0.0~0.1)	1	极度失调	[0.5~0.6)	6	勉强协调
[0.1~0.2)	2	严重失调	[0.6~0.7)	7	初级协调
[0.2~0.3)	3	中度失调	[0.7~0.8)	8	中级协调
[0.3~0.4)	4	轻度失调	[0.8~0.9)	9	良好协调
[0.4~0.5)	5	濒临失调	[0.9~1.0)	10	优质协调

表2 贵州省数字经济与经济增长评价指标权重

耦合系统	一级指标	二级指标	权重系数
数字经济	数字经济载体	每百人拥有移动电话用户数量(户/百人)	3.60%
		互联网用户数占常住人口比重(%)	4.49%
		光缆线路密度(公里/平方公里)	4.69%
		移动电话基站密度(个/平方公里)	4.05%
		互联网宽带接入端口密度(个/平方公里)	6.38%
		人均信息传输、计算机服务和软件业固定资产投资(元/人)	7.23%
	数字产业化	人均电信业务总量(元/人)	15.23%
		快递量(万件)	7.57%
		电子信息制造业收入(万元)	7.13%
		电子信息制造业企业个数(个)	7.92%
		软件业务收入(万元)	6.28%
		信息传输、软件和信息技术服务业从业人数(万人)	3.50%
	产业数字化	企业拥有网站数(个)	4.61%
		有电子商务交易活动企业比重(%)	4.57%
		电子商务交易额(亿元)	3.74%
		数字金融覆盖广度指数	3.44%
		数字金融使用深度指数	3.09%
	数字经济数字化程度	数字金融数字化程度	2.48%
经济总量		地区生产总值(亿元)	39.64%
人均财富		人均地区生产总值(元)	38.87%
经济增速		地区生产总值增长率(%)	21.48%

综合试验区贵州综合试验区被国家发展改革委、工业和信息化部、中央网信办等部门批复同意,促使贵州开始大力发展大数据技术,促进了数字经济的发展,数字经济增加值占GDP的比重不断增加。2021年,综合得分有所回落,可能是受2020年新冠疫情的影响,国内经济下行压力进一步加大,贵州受宏观经济运行影响,数字经济的发展也受到了影响。经济增长方面,贵州省2011—2021年经济一直处在上升阶段,原因是党的十八大以后,贵州省得到了国家政策的支持,包括西部大开发战略、乡村振兴战略等,这些政策为贵

州经济发展提供了有利的政策环境。除此之外,贵州省还积极推进创新驱动发展战略,鼓励企业加强技术创新和产品创新,提高企业核心竞争力,为经济发展提供了新的动力。加上自身的资源优势,贵州省经济后发赶超,经济增速超过全国平均水平,连续多年位居全国前列,成为最具发展潜力的省份。

横向来看,2011—2016年,贵州省数字经济滞后于经济发展水平。原因是2016年之后,大数据综合试验区的建设,贵州数字经济突飞猛进,综合得分超过了经济发展水平。但2021年数字经济发展水平滞后于经济发展水平,原因是数字经济在快速发展一段时间后,面临的问题和挑战也开始凸显,因此发展速度有所放缓。

4.4 耦合协调度分析

本文依据前文耦合度与耦合协调度公式,计算贵州省数字经济和经济增长两个系统的耦合协调度,如表3所示。

耦合度C值越大,说明系统间的相互作用越大。从该值来看,贵州省数字经济与经济增长两个系统的耦合度均达到0.98以上,说明两个系统存在良好的联合发展态势。

耦合协调度D值介于0~1,该值越大,说明系统间协调程度越高。由表4可以看出,贵州省数字经济与经济增长两个系统的耦合协调度2011—2021年一直处于上升趋势。具体分析,2012—2014年,两个系统的耦合协调程度为失调;2015年是勉强协调;2016年之后,协调等级不断上升;2019—2021年一直处于优质协调水平状态。原因是2016年之后,贵州省出台多个政策文件,如《贵州省大数据标准化体系建设规划(2020—2022年)》《贵州省“十四五”数字经济人才发展规划》《贵州省建设数字经济发展创新区2023年工作要点》等,多措并举发展数字经济,使得数字经济快速发展的同时,也促进了经济的增长。

4.5 结论

综上所述,数字经济与经济增长的耦合机理是相互促进、相互依赖的关系,数字经济的发展需要经济增长的支持

表3 贵州省数字经济和经济增长耦合协调关系

年份	V_1	V_2	耦合度 C 值	耦合协调度 D 值	协调等级	耦合协调程度	滞后类型
2011	0.0213	0.2248	1.000	0.100	2	严重失调	数字经济滞后
2012	0.0593	0.2421	0.980	0.211	3	中度失调	数字经济滞后
2013	0.1312	0.3004	0.999	0.363	4	轻度失调	数字经济滞后
2014	0.1868	0.3366	0.998	0.438	5	濒临失调	数字经济滞后
2015	0.3013	0.4119	0.998	0.563	6	勉强协调	数字经济滞后
2016	0.4363	0.4775	0.994	0.666	7	初级协调	数字经济滞后
2017	0.5988	0.5722	0.993	0.781	8	中级协调	经济增长滞后
2018	0.7154	0.6480	0.994	0.858	9	良好协调	经济增长滞后
2019	0.8034	0.7110	0.995	0.914	10	优质协调	经济增长滞后
2020	0.8563	0.6965	0.989	0.922	10	优质协调	经济增长滞后
2021	0.7936	0.8661	0.999	0.976	10	优质协调	数字经济滞后

和推动,经济增长也需要数字经济的支持和促进。

5 建议

5.1 建设新型数字基础设施

构建一个具有竞争力的数字社会,先进的数字基础设施是关键。贵州省应充分利用资源优势,面向产业数字化转型发展需要,进一步加快新型基础设施建设,为数字经济的发展与经济增长筑牢根基。例如,在算力基础设施方面,进一步优化数据中心布局,推进全国一体化算力网络国家(贵州)枢纽节点建设,提升算力的服务水平和利用效率。在网络基础设施方面,推进5G独立网建设,推进5G网络共享,推进5G赋能“四化”建设等,同时推进物联网全面发展和工业互联网建设。

5.2 加速传统产业数字化转型

贵州省产业结构有鲜明的地方特色,因此在加速产业数字化转型时,应根据不同产业的结构特点、发展现状及发展目标,制定差异化的数字化转型政策。在工业数字化转型方面,应聚焦白酒、能源、先进装备等优势企业,优先探索差异化的数字转型模式,形成工业数字化转型指引。在农业现代化发展方面,需持续以数字技术赋能,发展“智慧农业”,加快构建现代化农业产业体系。在旅游业优化升级方面,应继续完善推广“一码游贵州”等旅游平台,立足自身文化特点和地理特点,打造特色品牌,吸引更多游客的同时,提升旅游服务水平。

5.3 深化数字经济人才引进

数字经济人才是贵州省数字经济发展创新区建设的关键,也是数字经济进一步发展的核心驱动力。贵州受内陆地理环境及经济条件制约,人才结构失衡,现有人才中基础型人才占比较大,创业型、领军型、掌握前沿技术的高级人才占比较小。因此,为满足数字经济产业发展需求,在人才引进方面,应优化人才引进政策,丰富人才引进渠道;在人才培养方面,应联合高校制定人才培养方案,落实人才培养标准,培养一批本土数字经济方面的人才,为数字经济的发展和高质量提供智力支持。

参考文献

- [1] 王军,朱杰,罗茜.中国数字经济发展水平及演变测度[J].数量经济技术经济研究,2021(7):26-42.
- [2] 赵涛,张智,梁上坤.数字经济、创业活跃度与高质量发展:来自中国城市的经验证据[J].管理世界,2020,36(10):65-76.
- [3] 潘为华,贺正楚,潘红玉.中国数字经济发展的时空演化和分布动态[J].中国软科学,2021(10):137-147.
- [4] 秦涵祺.中国数字经济与经济增长耦合协调度的实证研究:基于2010—2018年中国省级面板数据[D].南昌:江西财经大学,2021.
- [5] 梁帅,朱加兰.贵州省农业与数字经济耦合协调研究[J].南方论坛,2023(7):37-40.
- [6] 鲍瑜,敏伊贞.甘肃省数字经济与经济增长耦合协调度研究[J].商业经济,2023(4):24-26.
- [7] 贵州省大数据发展管理局,国家工业信息安全发展研究中心.数实融合,助力数字经济高质量发展[M].北京:社会科学文献出版社,2023:165-185.

An Empirical Study on the Coupling Coordination Degree Between Digital Economy and Economic Growth in Guizhou Province

Wang Xiaolei

(Guizhou Qiannan Economic College, Qiannan Buyei and Miao Autonomous Prefecture, Guizhou 558000)

Abstract: The digital economy and economic growth mutually stimulate each other. To study the level of coupling coordination between digital economy development and economic growth in Guizhou Province, this article uses relevant indicators of digital economy and economic growth from 2011 to 2021, and uses entropy method to empirically study the coupling coordination of digital economy and economic growth in Guizhou Province. The results indicate that before 2015, the coupling coordination level of the digital economy and economic growth was imbalanced, barely balanced in 2015, and continuously improved after 2016. From 2019 to 2021, the coordination level remained at a high-quality level. Finally, the article makes suggestions from constructing new digital infrastructure, accelerating the digital transformation of traditional industries, and deepening the introduction and training of digital economy talent to promote the growth of Guizhou's digital economy development innovation zone and achieve high-quality economic and social development.

Keywords: Coupling Coordination; Digital Economy; Entropy Method; Economic Growth; High-quality Development; Digital Transformation

乡村振兴视角下数字普惠金融助力农业经济发展的对策探究

徐博涵

(中国农业发展银行 北京 100045)

摘要: 数字普惠金融对我国乡村振兴战略实施有着重要意义,乡村振兴战略实施需要大量资金支持,但农村传统金融服务普遍存在准入门槛高、服务效率低等问题,迫切需要农村地区尽快推动金融服务升级。数字普惠金融在提高农业经营主体融资效率、促进农业经济转型、提高农业发展质量方面具有至关重要的作用。因此,针对当前农业农村现代化发展对金融服务的需求,应加强信息基础设施建设,依托大数据平台,全面构建农村数字化普惠金融体系,完善金融风险补偿机制,为乡村振兴战略的顺利实施提供有力的金融支持。

关键词: 数字普惠金融;乡村振兴;农业经济;农业经济转型;农业农村现代化;数字化

本文索引: 徐博涵.乡村振兴视角下数字普惠金融助力农业经济发展的对策探究[J].中国商论,2024(04):046-049.

中图分类号: F831.5; F320.2

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-046-04

1 引言

2022年,全国农林牧渔业总产值为15.6万亿元,其中农业产值达8.44万亿元,农业发展成就瞩目。与此同时,国内农业存在资源利用率低、人才资源流失、基础设施建设不足、污染环境较高等问题,制约了国内农业经济的可持续发展。若要破解上述问题,就必须依靠农业科技进步,积极实行“科技助农、绿色兴农”发展战略。为顺利实施这一战略,需要有效配置金融资源对该战略提供强有力的金融支持。但受限于国内传统金融机制存在缺陷和农业生产“高风险、低收益”的特点,融资难、融资贵等问题在相当一段时间内制约着“三农”发展。另外,信息技术和金融行业实践的快速发展催生了数字普惠金融这一新模式,降低了融资门槛,缓解了信息不对称、成本高等问题,加速农业农村新科技、新设备、新作物、新材料的推广应用,为推动农村走绿色农业、智慧农业发展道路提供资金保障,成为实现乡村振兴的关键突破口。

2 数字普惠金融基本内涵及特点

近年来,数字普惠金融概念较多出现在政府文件、学术论文、新闻报道之中。所谓数字普惠金融,直观地说就是数字信息技术与普惠金融结合的产物,普惠金融出现在前,且其运营实践远远走在了理论研究之前,并在实践中逐步得到了数字信息技术的加持^[1]。从普惠金融实践发展历程来看,早在美国20世纪70年代就已出现,早期形式为社区金融和尤努斯小额信贷。传统的金融服务往往体现出较强的“嫌贫爱富”,更倾向将金融服务提供给财产丰富的人群,这是主流金融学中金融排斥理论的现实体现^[2]。但很多发展中国家金融市场化实践中,研究者对主流金融学中存在问

题的反思和对金融排斥理论的扬弃,逐渐产生普惠金融的思想萌芽。虽然普惠金融在此阶段并未形成自己比较成型的概念,但推出了农业信贷补贴、金融发展等理论,为普惠金融理论体系的进一步构建奠定了基础。到2005年,普惠金融(Inclusive Finance)概念的定义由联合国在“国际小额信贷年会”上首次提出,正式形成了官方语境中的独立概念,也使其成为国内外学术界研究的热点。该概念主要服务对象是小微企业、农民、城镇低收入人群等弱势群体,具有广泛包容性,旨在以可承受的成本向上述人群配置有效、适当的金融服务,缓解全球范围内贫富差距扩大、资源错配等问题。

云计算、大数据、智能化等数字信息技术的快速发展和普及,较大削弱了信息传递的时空限制;手机、笔记本等移动终端的推广应用,提高了个人信息分享、信息接收的效率。银行、券商、私募等金融机构经过多年的实践,在金融产品的设计上逐步向低成本、低门槛、高参与性发展,推出了基金中基金(FOF)等产品。同时,抓住信息化发展趋势,依托数字信息平台开发出数字金融产品(如智能投顾等),降低了个人参与金融交易的门槛,使得金融服务的覆盖面和参与度都得到广化和深化^[3]。2004年支付宝和2013年余额宝的先后上线,开启了中国数字金融发展的序幕。此后,国内数字技术在金融服务中的广泛应用在降低金融服务成本、拓展服务群体等方面表现出色,在一定程度上缓解了传统金融业务中的金融排斥问题,让普惠金融得到以下助力:

一是金融服务的客户群体走向大众化、原子化。传统金融机构出于信贷的收益性、安全性考量,往往侧重服务大型企业、高资产高收入人群,体现出较为明显的金融排斥性,而对资金有迫切需要、处于长尾市场的资产收入相对较低

作者简介: 徐博涵(1990-),男,汉族,安徽六安人,硕士研究生,中级经济师,研究方向:数量金融。

的小微企业、农村居民在获得金融服务时存在较大的阻碍。数字信息技术在金融服务的应用和社会征信体系的构建,让金融机构可以细分市场、定位客户、精准营销,把不同额度金融资源恰到好处地配置给相应资金需求者,使长尾市场的边际成本大幅降低^[4]。

二是数字技术让金融服务提供方式降低时空和成本限制。数字普惠金融业务一般通过App移动终端、金融机构服务网页等方式提供服务,让其可以不用像传统金融机构那样需要通过实体金融网点的铺设和增派工作人员来提供服务,避免了机构铺设、人员雇佣带来的高成本,使得金融机构不用因为在经济落后地区设立网点而亏损。同时,经济落后地区的客户即使在没有储蓄网点、ATM机的情况下,也可以通过电脑、手机、平板等终端工具寻找其需要的金融资源,且不受机构作息时间的限制^[5],降低了金融机构因场地、人员和设备设置维持所需投入的成本,进而为降低交易成本带来了空间。

三是数字技术让金融风险管理能力得到提高。金融业务的风险往往来自信息不对称,普惠金融业务同样如此,因为普惠金融业务面对的大多为小微企业和低资产、低收入人群,他们本身缺少足够的抵押物、质押物,其信用和还款能力甄别的难度也较高,导致普惠金融业务的风险较高。大数据、云计算技术可以帮助商业金融机构提升对客户的信用等级、信用水平、风险识别的判断,有利于提高金融机构授信审批效率,也让原本不易获得信贷服务的小微企业和低收入群体提高了获得资金支持的概率。

然而,数字普惠金融的理论研究未能跟上其实践发展速度,就连数字普惠金融的概念也未形成权威定义,但业内还是就其内涵形成了一定的共识,如《G20数字普惠金融高级原则》所表述,数字普惠金融泛指一切利用数字金融科技实施推动普惠金融的行动,由互联网技术和金融结合演化形成^[6],普惠是目的、数字是手段,是以数字技术驱动金融实现普惠性服务的形式,它以信息化技术为普惠金融的重要动力源,有效打破传统的服务壁垒和空间成本约束,切实增强其降成本、扩服务等方面的功能^[7]。目前,国内金融行业加快了数字普惠金融发展的步伐,不断摸索符合国内实际的服务模式,虽然因相关理论框架不完善、经验积累不足等出现了模式异化、使命漂移和资源错配等问题,但随着国内从业者和研究者的努力,必然会在理论和实践层面探索出具有中国特色的普惠金融理论框架和发展模式^[8]。

3 发展数字普惠金融对乡村振兴的积极作用

3.1 优化农村金融资源及生产资料配置

普惠金融在推进乡村振兴战略中扮演着十分重要的角色。近年来,各地在乡镇区域有序推动基层金融机构网点、

村级金融服务、银行卡自助支付设备、电话支付终端等向乡村基层延伸,有效强化了金融服务在农村的深度和广度,提高了基层金融服务效率。很多县区着手运营信息技术,开发出很多“互联网+”涉农信贷产品。同时,金融机构积极扶持农村电商,进一步打通工业品下乡、农产品进城等生产生活要素流通的快捷通道。部分金融机构还对一些规模较大、发展前景较好的新型农业经营主体产业予以重点支持,促进农民、农企与合作社间强化合作关系,切实推动农业产业向规模化、现代化发展^[9]。

3.2 提升农村基础设施现代化

加强现代化的农村基础设施建设是实现农业农村现代化目标的先行前提和资本。粮食产量提高、农业科技进步、农民收入提高都需要建立完善的现代化基础设施来支持。数字普惠金融能够为建设现代化的农村基础设施注入启动力量,通过推动农村基础设施现代化建设来发挥其聚集效应和分配效应。一方面,吸引资金、人才、技术等生产要素向农村集聚,帮助农村更新生产工具,提升生产力水平,改善农村生活基础设施,吸纳更多人才返乡就业。另一方面,促进包容性增长,间接起到提高农民收入促进财富再分配的作用,拉动农村消费需求和能力,为形成促进农业发展的良性循环注入新的活力。

3.3 降低融资成本和信贷风险控制

受到数字化、信息化加持的普惠金融,可与基层政府组织合作,精准定位农村各类信贷服务对象,为“三农”客户提供具有低利率、长周期、还款灵活等特点的惠农金融绿色通道,缓解农村建设资金供需差距较大及风险难以把控等问题。另外,很多金融机构通过银政合作,在贷款数额、利率等方面对担保对象给予优惠,有的还为农村二三产业项目设置小额信贷重点帮扶,部分缓解了农村中小企业的信息不对称、融资成本高、获取信贷难等问题。

3.4 推动农业生产向数字农业转型升级

数字农业是推动农业生产向智能化、信息化转型升级的重要途径,其技术逻辑起点是通过研发各种精准的农业模型与系统,设立各种物联网传感、遥感设备和搭建农业市场信息处理平台^[10],搜集和处理海量的涉农信息,全面精准掌握可能对农业生产经营产生影响的外部变化,为农业生产者迅速做出准确的经营决策提供数据支撑^[11],做好生产经营安排。然而,国内这类市场信息处理平台目前数量较少,部分已建成平台的作用还未得到充分发挥,亟待我国在该领域加大投入力度^[12]。

4 制约农业农村金融发展的问题

4.1 农村地区金融服务成本依然较高

目前,全国大部分城市基础设施成绩卓著,但农村地区

基础设施建设依然相对滞后。截至2021年,全国行政村数量为69.1万个,自然村数量为261.7万个,农村的总数量不但多,而且分布相对分散,各村规模大小相差悬殊,单个村级单位居民对信贷需求的数额也相对较小。如果在如此数量庞大的村居中都建立金融服务网点,对任何一个金融机构来说,都是一个相当巨大的工程,也会在客观上提高金融机构帮扶其发展的服务、交易、谈判、监督等成本,降低其提供普惠金融业务的积极性。

4.2 农村经营主体不稳定、风险高

农业生产的季节性特征较为突出,容易因气象、地质、生态、生物、洪涝等自然灾害而导致农作物减产甚至绝收,进而使农业经营主体始终承担较高的自然风险,会使其收入和还款能力产生较大的不确定性。农产品价格的波动性会加大农业经营主体承受的市场风险,同样会影响其收入和还款能力的稳定性和持续性。虽然对农村推出的普惠金融会强调普惠性、帮扶性,但为了确保其提供的资金安全和金融机构自身的运营安全,金融机构在为经营主体提供信贷服务时,不可避免地考虑资金风险控制问题,上述因素导致农业经营主体收入不稳定,削弱了很多金融机构为其提供信贷服务的积极性。

4.3 农村金融基层基础设施建设不足

当前,农村金融在网点设置、人员素质、产品设计等方面依然存在不足。一是金融机构网点设置不足。虽然各地都在积极增加基层金融机构网点设置,以拓展农村金融机构覆盖面,但由于国内农村数量巨大、分布分散,网点的覆盖率依然有较大的改进空间。部分地区的金融机构甚至还因为农村经济发展较慢,撤除了部分在农村地区设置的网点。二是数字基础设施建设不足。农村地区目前的光纤开通比例、宽带用户数量不足,农民因金融知识有限而难以适应金融服务线上化、支付线上化,导致移动网络支付的覆盖率较低,限制了农村数字普惠金融的推广。三是金融人才不足。部分农村金融工作人员综合素质不高、专业素养不足、工作积极性不高,影响了农村普惠金融作用的发挥。四是数据相关各项制度有待完善。目前,在数据交易市场规范、相关产权界定、保护措施及责任划分等领域的法律法规亟待进一步规范健全,构建完善的相关法律制度体系仍有较长的路要走^[13]。

4.4 当前金融产品开发未能把准农村需求

虽然数字普惠金融产品对农业农村现代化发展有诸多优势,但因当前对数字金融产品的设计开发处于初始阶段,很多产品设计因未能把准农民需求。一是产品定位不准。部分金融机构设计推出的数字普惠金融产品虽然打着数字、普惠等噱头,但锚定的依然是那些自身资质较好、融资相对容

易的客户,偏离了要满足农民信贷数额小、降低融资门槛等需求的初衷,在很大程度上削弱了其原本要实现的效果^[14]。二是数字普惠金融产品提供不足。面向农民、农企提供的数字普惠金融产品依然较少,其面临的传统问题(融资难、融资成本高、流程繁琐等)依然未能得到有效解决。

5 政策建议与对策

5.1 大力发展农村政策性金融

实施乡村振兴战略要加强农村的电力、交通、网络等基础设施建设。但对于商业金融机构来说,为投资上述项目所能得到的回报率对其吸引力相对较小,所以具有“普惠性、帮扶性、逆周期”的政策性金融来满足上述项目的资金需要。一方面,政府应出台政策引导金融机构加大对农村基建项目投资力度,另一方面,应完善政策性金融支持体系,扶持农业产业链、农业科技等领域发展,以保障乡村振兴战略的顺利实施。

5.2 加强数字基础设施建设和人才培养

一是完善数字基础设施。加强农村信息基础设施的建设、改造和升级,特别是抓好农村地区“5G”基站的建设,探索运用“5G”技术助力数字普惠金融业务推广。二是加大数字技术人才培养和引进力度。设立优质的科研环境,完善的薪酬和晋升机制及配套设施,吸引人才在农村扎根落户。同时,与高校和科研院所等机构合作,加强对农村人才数字技术知识储备和运用能力的培养,还可以让金融专业高校师生和科研院所新入职人员到农村进行基层实习,既积累基层实践经验,能运用金融专业知识帮助农村经营主体正确、高效地运用金融资源。三是加强数字风控体系的建设。通过大数据、云计算等技术为金融机构设立实时的风控监测系统,并采取穿透式监管,实现对生产、流通过程中资金安全的全流程监管。

5.3 建设农业农村多元化普惠金融体系

构建多元化农村普惠金融体系,完善对农村经营主体的商业性金融、政策性金融等服务,为农村经营主体搭建多层次金融支持渠道^[15]。一是针对贫困及偏远的农村地区增设基层金融网点,提高农民、农企得到金融服务的便捷性和可获得性。二是优化农村普惠金融产品设计,结合农村农民的实际情况,创新设计金融产品、优化服务模式,特别是可以引入基金中基金(FOF)、管理人中管理人(MOM)等新型金融产品,发挥其散风险、稳健增值、专业服务、低参与门槛等优势,为农村居民拓宽吸引社会融资、参与金融投资的机会和渠道^[16]。三是健全优化农业政策性保险制度,引导农业经营主体主动参与政策性保险,最大限度地帮助其分散和管控各类潜在风险,为农业经营主体开展农业生产和经营活动提供基础性保障。

5.4 完善农村金融风险补偿机制

一是有关部门应在充分调研和广泛征求意见的基础上,改进农村土地经营权流转机制和产权交易规则,构建符合农业农村需求的土地经营权综合网络服务平台和产权流转交易市场体系。二是构建完善的借款人、政府、银行、信托、保险及其他金融机构多方参与的金融风险分散和补偿机制,厘清各方承担风险的比例,降低金融机构的资金风险^[17]。

6 结语

数字普惠金融是实施乡村振兴战略资金支持的重要支撑,两者深入融合,能促进农村金融机构更好地适应农业农村发展新趋势、新需求,推动农业农村生产生活方式不断转型升级。因此,我国应立足农业农村产业今后发展潜力和方向,依托金融大数据平台,持续优化农村保险体系、发展政策性普惠性金融,有效调配各种生产要素禀赋,推进乡村振兴和农业农村高质量发展。

参考文献

- [1] 焦云霞.中国数字普惠金融:发展逻辑、时空格局与区域差异[J].兰州大学学报(社会科学版),2022,50(3):52-66.
- [2] Kempson,E. and C. Whyley,1999,Kept out or Opted out? Understanding and Combating Financial Exclusion,Bristol: Policy Press.
- [3] 金梦媛.智能投顾与FOF的一体两面:访盈米财富副总裁 孟岩[J].大众理财顾问,2017(6):64-65.
- [4] 吕家进.发展数字普惠金融的实践与思考[J].清华金融评

论,2016(12):22-25.

- [5] Francis E, Blumenstock J, Robinson J. Digital Credit: A Snapshot of the Current Landscape and Open Research Questions.CEGA White Paper, 2017: 1739-1776.
- [6] 张勋,万广华,张佳佳,等.数字经济、普惠金融与包容性增长[J].经济研究,2019,54(8):71-86.
- [7] 郭峰,王靖一,王芳,等.测度中国数字普惠金融发展:指数编制与空间特征[J].经济学(季刊),2020,19(4): 1401-1418.
- [8] 潘宗英.数字普惠金融赋能乡村产业振兴的困境与应对[J].农业经济,2023(5):100-102.
- [9] 江志明,秦军胜,周廉凯.金融服务乡村产业发展的思考[J].农银学刊,2022(4):61-64.
- [10] 毛焯,王坤,唐春根,等.国内外现代化农业中物联网技术应用实践分析[J].江苏农业科学,2016,44(4):412-414.
- [11] 金建东,徐旭初.数字农业的实践逻辑、现实挑战与推进策略[J].农业现代化研究,2022,43(1):1-10.
- [12] 黄可欣.金融科技支持乡村产业兴旺的模式、困境与对策[J].农村经济与科技,2022,33(11):229-232.
- [13] 章朝晖,潘昱辰.数字普惠金融促进乡村产业高质量发展的效应分析[J].华南农业大学学报(社会科学版),2022,21(5):23-33.
- [14] 邹新阳,温涛.普惠金融、社会绩效与乡村振兴:基于30省(区、市)的面板数据[J].改革,2021(4):95-106.
- [15] 周明栋,韩英贺.普惠金融以“信”赋能乡村振兴研究:以信用体系建设示范市江苏宿迁为例[J].征信,2021,39(11):35-41.
- [16] 曾庆松,冯科.多重基金网络、信息发掘与基金中基金(FOF)绩效:基于2018—2021年FOF面板数据的实证研究[J].哈尔滨工业大学学报(社会科学版),2023,25(1):153-160.
- [17] 田军.基于乡村振兴视角的农业普惠金融发展对策探究[J].中国市场,2023(3):26-28.

Exploring Strategies for Advancing Agricultural Economic Development Through Digital Financial Inclusion in the Framework of Rural Revitalization

Xu Bohan

(Agricultural Development Bank of China, Beijing 100045)

Abstract: Digital financial inclusion is of great significance to the implementation of China's rural revitalization strategy. The implementation of the rural revitalization strategy requires substantial financial support. However, traditional financial services in rural areas often encounter issues such as high entry requirements and low service efficiency. Therefore, it is crucial for rural areas to expedite the enhancement of financial services. Digital financial inclusion plays a vital role in improving the financing efficiency of agricultural operators, promoting the transformation of the agricultural economy, and enhancing the quality of agricultural development. Given the current need for financial services in the modernization of agriculture and rural areas, there is a necessity to enhance the development of information infrastructure. This can be achieved through leveraging big data platforms to comprehensively establish a digital financial inclusion system in rural areas. Additionally, it is important to enhance the financial risk compensation mechanism to provide robust financial support for the successful implementation of the rural revitalization strategy.

Keywords: Digital Financial Inclusion; Rural Revitalization; Agricultural Economy; Agricultural Economic Transformation; Modernization of Agriculture and Rural Areas; Digitization

浙江省数字经济与绿色发展耦合协调关系测度及政策启示

江彬¹ 丁镭^{1,2} 华忆迪^{1,2}

(1:宁波职业技术学院国际商旅学院; 2:宁波市数字文旅研究基地 浙江宁波 315800)

摘要: 绿色发展与数字经济的有机融合是实现区域高质量发展的重要途径。本文以浙江省11个地级市为典型案例区,构建了包含7个子系统、37个指标的绿色发展与数字经济评价指标体系,采用改进的耦合协调度模型对2014—2020年数字经济和绿色发展系统的耦合协调关系进行关系测度,以期为区域可持续发展决策提供参考。结果发现:(1)绿色发展系统与数字经济系统综合发展水平总体都呈现上升趋势,除了杭州外,其他城市均表现数字经济发展水平滞后于绿色发展水平。(2)杭州是浙江省的绿色发展和数字经济“领头羊”,并在2019年率先进入高级协调阶段,其余10个城市仍处于初级协调阶段。未来,需注重城市间的差异性发展和重点扶持数字基础设施的投入建设。

关键词: 数字经济; 绿色发展; 指标体系; 耦合协调度模型; 绿色创新

本文索引: 江彬,丁镭,华忆迪.浙江省数字经济与绿色发展耦合协调关系测度及政策启示[J].中国商论,2024(04):050-055.

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-050-06

1 引言

当前,数字经济和绿色发展是全球范围内推动经济复苏和区域转型发展的两大支柱,我国高度重视数字经济与绿色发展双引擎对经济转型的推动作用,数字技术为中国的绿色转型发展提供了源源不断的助力。在生态文明理论、新发展理念和“双碳”战略目标的指引下,改变传统高投入、高污染、高排放的发展模式,积极构建创新、智慧、绿色的新型城市是下一阶段区域发展的重点部署和攻坚任务,离不开科技创新和信息技术的进步。随着信息技术的快速发展,以大数据、云计算、人工智能、区块链、物联网等为代表的数字技术和数字经济迅猛崛起,影响着居民生活和企业生产的方方面面,逐渐发展成为助推我国经济社会高质量发展的新动能。这意味着区域绿色发展离不开数字技术和经济的助力,也为数字技术的应用提供了载体;数字技术的发展在助推区域绿色转型的同时,也实现了自身的壮大。因此,合理评估数字经济的发展和绿色发展两个系统之间的关系和所处阶段,有助于全面认识区域的可持续发展水平,进而为新时代的高质量发展提供政策指引。

基于此,本文选择中国东部沿海数字经济和绿色转型发展最为典型的代表区域——浙江省为例,从城市尺度出发,构建了数字经济和绿色发展两个系统的综合评价指标体系,并利用修正的耦合协调度模型测度了各个城市2014—2020年的耦合协调发展水平,进而提出相应的政策启示,以期为广大经济转型发展的城市提供可持续发展的政策建议。

2 文献综述

数字经济与绿色发展的关系研究主要始于数字经济与经济高质量发展的关系测度过程中,已有研究往往将绿色发展作为城市经济高质量发展系统中的一个维度进行考虑。在具体实证研究中,主要体现为以下几点:

(1)数字经济对区域社会经济发展和影响。已有研究认为,数字经济能够对经济发展质量产生深刻影响,数字经济赋能绿色发展成为学界和社会的普遍共识。数字经济可以为绿色发展提供人才和技术等生产要素的支持,提高绿色发展的新产品产能和产出率。也有研究指出,数字经济可以通过优化产业结构、激发创新产出、提高公众的社会认知三个维度来激励城市的绿色高质量发展。然而,这些研究大多从提高经济效率、缓解市场扭曲和产业升级等视角,分析推动数字经济发展所带来的经济福利,较少从城市系统角度揭示数字经济发展的绿色福利。

(2)数字经济对绿色创新的影响机制。已有研究从资源消耗和环境变化角度探索了数字经济发展对绿色创新发展带来的潜在影响。数字经济可以实现低投入、低能耗、低成本和高效率、高产出、高附加值的产品创新和技术变革,进而实现绿色创新基础设施不断完善和绿色产品的不断更新迭代。在此过程中,数字经济促进了资源使用效率的提高和资源的优化配置,提高了生态环境的综合治理、监管能力,可以在整体层面促进人类社会经济活动和生态环境之间的协调、可持续发展。

基金项目: 2021—2022年度浙江省高校重大人文社科攻关计划青年重点项目“数字经济促进浙江省城市绿色创新的作用机制及政策支持研究”(2023QN131)。

作者简介: 江彬(1978-),男,汉族,安徽萧县人,硕士,副教授,研究方向:区域经济。

总之,数字经济和绿色发展的关系研究得到了社会和学界的共同关注。但是,已有研究较少从系统论角度定量测度和评估区域数字经济和绿色发展之间的相互作用水平与协调关系,且较少分析这种关系阶段给区域可持续发展带来的政策启示。

3 数据来源及研究方法

3.1 研究区概括

浙江省是“两山”理论的发源地。党的十八大以来,浙江省积极响应党中央,以生态文明为抓手,积极打造环境优美、经济发达、社会和谐、文化先进的美丽浙江。同时,浙江省是全国数字经济先行省份,并把数字经济作为“一号工程”来抓,将其当作推动浙江社会高质量发展的新引擎。因此,浙江省作为习近平总书记“两山”理论的发源地和数字中国思想的重要实践地,以浙江省为对象进行绿色发展与数字经济耦合协调研究具有重要意义。

3.2 指标构建

绿色发展的概念最早由联合国开发计划署(UNDP)和联合国环境署(UNEP)联合提出(UNEP, 2011)。2016年后,随着我国相继出台实施了《绿色发展指标体系》《生态文明建设考核目标体系》,绿色发展及其指标体系测度等研究吸引了诸多学者的关注。按照绿色发展体系指标来源分为两类:(1)直接采用《绿色发展指标体系》中的指标进行测评。例如,李杰等(2020)采用《绿色发展指标体系》中的7个维度、56项指标测算了我国31个省市自治区的绿色发展综合指数,并引入环境损益因子进行优化。(2)结合地区发展特色建立评价指标体系进行区域性测评。例如,刘冰和张磊(2017)则基于现有的绿色发展指标体系,构建了包括经济增长绿色化、环境承载力、政策支持力度三个维度的指标系统,量化评价了山东省及各城市的绿色发展综合水平。本文参照《绿色发展指标体系》,并结合浙江省实际发展情况,构建了涵盖绿色美好家园、绿色生产生活、绿色科技发展3个子系统、18项指标的城市绿色发展综合水平评价体系(见表1)。

数字经济指数的测度是目前数字经济研究的热点话题。不同研究机构、不同学者从不同的研究视角出发,构建了不同的数字经济发展评价指标体系,所涵盖的数据时序长度和对象内容均有显著差异。目前,数字经济指数的测度主要有两种路径:(1)指标替代法,直接采用机构发布的数字经济发展相关指数,比如一些数字平台企业或研究院发布的数字中国指数、数字经济发展指数、数字经济工业产业指数、数字经济指数、数字普惠金融指数等。此外,也有用“宽带中国”实施情况作为衡量城市数字经济发展的指标。(2)指标体系法,主要通过不同维度的子系统分解进行整理归类,通过权重测算来评价数字经济发展综合指数。如柏亮

和陈小辉(2020)从数字经济的基础发展水平、用户数字化水平、交易数字化水平、企业数字化水平、数字经济资本化水平和数字科学技术创新水平六个维度来评价数字经济综合水平。陈修颖和苗振龙(2021)从市场需求、信息应用、创新驱动、产业供给四个维度提出了数字经济增长动力指标体系。但是,以上两种路径都是通过指标体系的层级设定来进行多指标构建。本文参照已施行多年的《浙江省数字经济发展综合评价办法(试行)》,并考量了数据的可获得性、科学性和完整性,构建了包括数字基础设施、数字产业化、产业数字化、社会生活数字化4个子系统、18项指标的数字数字经济评价体系。

指标权重的确定直接影响绿色发展水平和数字经济发展水平测度的精确性。为提高测度的精确性,本文综合采用结构熵权法(W_1)、均方差决策法(W_2),并基于两种主、客观权重进行综合优化(W_3),对指标最终赋权,进而标准化的指标利用线性加权的方法获得两个系统的综合水平得分,用以最后的耦合协调度计算。

3.3 数据来源与方法

3.3.1 数据来源

本文的原始数据主要来源于2014—2020年的《浙江自然资源与环境统计年鉴》《浙江省统计年鉴》,2014—2016年《浙江省信息经济综合评价报告》,2017—2020年的《浙江省数字经济发展综合评价报告》,数据来源可靠。考虑到各项指标数据的数量级、单位量纲的差异,本文对原始数据进行极差标准化处理,正向指标采取公式(1),负向指标采取公式(2),具体计算公式如下:

$$X'_{ij} = \frac{X_{ij} - X_{i\min}}{X_{i\max} - X_{i\min}} \quad (1)$$

$$X'_{ij} = \frac{X_{i\max} - X_{ij}}{X_{i\max} - X_{i\min}} \quad (2)$$

其中, X'_{ij} 表示标准化处理后的数值; X_{ij} 表示指标的原始数值; $X_{i\max}$ 、 $X_{i\min}$ 表示指标原始数据在评价期内的最大值和最小值。

3.3.2 改进的耦合协调度模型

耦合协调度模型最初源于物理学,用以探索两个或两个以上系统之间的协调发展关系水平,现已被大量应用于社会、经济、环境、地理多个学科交叉领域。两系统耦合协调度模型传统的构建过程主要如下:

第一步,计算耦合度(C)。根据绿色发展系统的综合发展水平(GD)和数字经济系统的综合发展水平(DE),计算两系统的耦合度,计算过程如下:

$$C = \left\{ \frac{GD \times DE}{\frac{GD + DE}{2}} \right\}^{1/2} \quad (3)$$

表1 绿色发展与数字经济评价指标体系

子系统	一级指标	二级指标	单位	W ₁	W ₂	W ₃
数字经济系统	D1 数字基础设施	D11 城域网络出口宽度	Gbps	0.0596	0.0209	0.0403
		D12 固定宽带端口平均速率	Mbps	0.0720	0.0311	0.0516
		D13 每平方公里拥有移动电话基站数量	个/km ²	0.0477	0.0354	0.0416
		D14 固定互联网普及率	户/百人	0.0532	0.0416	0.0474
		D15 付费数字电视普及率(含IPTV)	户/百人	0.0534	0.0258	0.0396
	D2 数字产业化	D21 数字经济核心产业增加值占GDP的比重	%	0.0508	0.0860	0.0684
		D22 数字经济核心产业R&D经费相当于营业收入比重	%	0.0465	0.0803	0.0634
		D23 人均拥有数字经济核心产业有效发明专利数	件/万人	0.0463	0.0595	0.0529
		D24 数字经济核心产业制造业新产品产值率	%	0.0542	0.0492	0.0517
	D3 产业数字化	D25 数字经济核心产业劳动生产率	万元/人	0.0448	0.0489	0.0469
		D31 企业每百人中信息技术人员数量	人	0.0391	0.0726	0.0559
		D32 信息化投入占营业收入比例	%	0.0455	0.0775	0.0615
		D33 企业使用信息化进行购销管理普及率	%	0.0509	0.0441	0.0475
		D34 企业使用信息化进行生产制造管理普及率	%	0.0398	0.0619	0.0509
	D4 社会生活数字化	D35 企业使用信息化进行物流配送管理普及率	%	0.0589	0.0381	0.0485
		D41 人均电子商务销售额	元	0.0490	0.0534	0.0512
D42 网络零售额相当于社会消费品零售总额比例		%	0.0497	0.0729	0.0613	
D43 人均移动互联网接入流量		GB	0.0733	0.0660	0.0697	
绿色发展系统	G1 绿色美好家园	D44 高速公路入口ETC使用率	%	0.0652	0.0348	0.0500
		G11 建成区绿化覆盖率	%	0.0738	0.0452	0.0595
		G12 废水排放量	亿吨	0.0654	0.0451	0.0552
		G13 城市污水处理率	%	0.0571	0.0272	0.0421
		G14 二氧化硫平均浓度	mg/m ³	0.0496	0.0190	0.0343
		G15 二氧化氮平均浓度	mg/m ³	0.0647	0.0245	0.0446
		G16 可吸入颗粒物含量	mg/m ³	0.0513	0.0459	0.0486
		G17 城区噪声平均值	db	0.0504	0.0360	0.0432
	G2 绿色生产生活	G18 工业固体废物综合利用率	%	0.0416	0.0394	0.0405
		G21 单位GDP电耗	千瓦时/万元	0.0592	0.0638	0.0615
		G22 单位工业增加值SO ₂ 排放量	kg/万元	0.0514	0.0533	0.0523
		G23 第三产业占GDP比重	%	0.0531	0.0936	0.0733
		G24 人均日生活用水量	升	0.0536	0.0584	0.0560
	G3 绿色科技发展	G25 规模以上工业能源消费量	万吨标准煤	0.0614	0.0874	0.0744
		G31 环境污染治理投资总额	万	0.0490	0.0736	0.0613
G32 专利授权数		项	0.0475	0.0913	0.0694	
G33 研究与试验发展经费		亿	0.0527	0.0916	0.0721	
	G34 财政科技拨款	万元	0.0579	0.0487	0.0533	
	G35 高等学校学生人数	人	0.0604	0.0559	0.0582	

第二步,计算耦合协调度(D)。根据两系统得分,计算协调指数(T);再根据协调指数和耦合度(C)计算耦合协调度,计算过程如下:

$$T = \alpha GD + \beta DE \quad (4)$$

$$D = \sqrt[3]{C \times T} \quad (5)$$

其中,α是两系统的贡献度,在传统的两系统耦合协调模型构建中,一般假定α=β=0.5。为避免由于贡献度系数均等分配所带来的计算偏差,本文采用改进的系数修正模型进行测度,根据综合发展水平对两系统的贡献系数进行再分配。其分配原理为:两系统差距越大,落后系统对两系统耦合的贡献度越大;反之,落后系统的贡献度越小。因此,

两系统的贡献度可计算如下:

$$\alpha = \frac{DE}{GD + DE} \quad (6)$$

$$\beta = \frac{GD}{GD + DE} \quad (7)$$

根据耦合协调度(D)的数值和两系统综合发展水平的相对大小,判断其耦合协调所处阶段,具体标准如表2所示。

4 结果分析

4.1 绿色发展的综合发展水平变化

本文利用前述公式(4)的线性加权法算法,得到浙江省11个城市2014—2020年的绿色发展子系统(GD)的综合发

表2 绿色发展与数字经济耦合协调阶段及其判断标准

D取值	耦合协调度类型	子系统得分相对大小	协调发展等级
0<D<0.3	严重不协调期	GD-DE>0.1	严重不协调,数字经济滞后
		GD-DE ≤0.1	两系统严重不协调
		DE-GD>0.1	严重不协调,绿色发展滞后
0.3≤D<0.5	基本不协调期	GD-DE>0.1	基本不协调,数字经济滞后
		GD-DE ≤0.1	两系统基本不协调
		DE-GD>0.1	基本不协调,绿色发展滞后
0.5≤D<0.8	基本协调期	GD-DE>0.1	基本协调,数字经济滞后
		GD-DE ≤0.1	两系统基本协调
		DE-GD>0.1	基本协调,绿色发展滞后
0.8≤D≤1	高度协调期	GD-DE>0.1	高度协调,数字经济滞后
		GD-DE ≤0.1	两系统高度协调
		DE-GD>0.1	高度协调,绿色发展滞后

展水平变化,结果如表3所示。

从表3可以看出:(1)浙江省11个城市的绿色发展综合水平总体呈现增长的趋势,意味着全省在新发展理念的指引下,在绿色发展投入和环境改善方面取得的成效较为显著。(2)根据2014—2020年绿色发展水平的平均值,浙江省11个城市的绿色发展综合水平排名为:杭州>舟山>台州>丽水>温州>湖州>绍兴>金华>宁波>嘉兴>衢州。杭州的绿色发展综合表现最为突出,而宁波、嘉兴等传统制造业发达,但是在污染物排放方面带来的环境压力较大,在一定程度上制约了绿色发展综合水平。(3)从绿色发展水平总体标准差和平均值来看,城市之间的绿色发展水平差异相对较小,结合各城市发展实际和产业结构等方面的特征,未来各城市在绿色发展方面可以因地制宜,有进一步提升的发展空间。

4.2 数字经济的综合发展水平变化

同理,利用前述公式(5)的线性加权法算法,得到浙江省11个城市2014—2020年的数字经济子系统(DE)的综合发展水平变化,结果如表4所示。

由表4可以看出:(1)浙江省11个城市的数字经济发展

综合水平总体呈现增长的趋势,意味着全省在数字经济“一号工程”的指引下,产业数字化水平和应用方面取得了显著的进步和增长。(2)根据2014—2020年数字经济发展水平的平均值,浙江省11市数字经济发展水平排名为:杭州>宁波>嘉兴>金华>温州>湖州>绍兴>衢州>丽水>台州>舟山。杭州的数字经济发展综合表现最为突出,主要得益于阿里巴巴等数字电商平台,以及在数字科技领域的巨大投入和创新产出。(3)从数字经济综合水平的总体标准差来看,城市之间的数字经济水平差异有一定程度的扩大,数字经济排名前列的杭州、宁波等发达城市远高于排名较后的台州、舟山等城市。未来,各城市在数字经济发展方面需要进一步考虑城市间的数字技术溢出和区域协同发展。

比较表3和表4两个系统的综合得分情况,可以进一步发现:(1)绿色发展系统与数字经济系统综合发展水平总体都呈现上升趋势,然而数字经济发展水平地区差异相较绿色发展差异更大。同时,数字经济的总体增速远高于绿色发展的增速。这是因为在城市行政区域内,作为重点推进的一号工程,近年来的数字经济与区域GDP的关系联系更为紧密、作用更大,数字经济的发展也就更为迅速,而绿色发展

表3 浙江省11市2014—2020年绿色发展子系统的综合发展水平变化

系统	城市	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	平均值	排序
绿色发展子系统	杭州	0.4094	0.4908	0.5640	0.5208	0.5692	0.6590	0.7635	0.5681	1
	宁波	0.3143	0.3528	0.4042	0.4068	0.4835	0.5258	0.6178	0.4436	9
	温州	0.4030	0.4200	0.4062	0.4648	0.5015	0.5143	0.5321	0.4631	5
	嘉兴	0.3580	0.3679	0.4130	0.3838	0.4156	0.4439	0.4913	0.4105	10
	湖州	0.3947	0.4424	0.4712	0.4688	0.4905	0.4405	0.4829	0.4559	6
	绍兴	0.3430	0.3938	0.4431	0.4523	0.5099	0.4879	0.5451	0.4536	7
	金华	0.3496	0.3779	0.4293	0.4490	0.4729	0.5043	0.5282	0.4445	8
	衢州	0.3024	0.3142	0.3681	0.4012	0.4356	0.4730	0.4689	0.3948	11
	舟山	0.4828	0.4876	0.5320	0.5416	0.5405	0.5393	0.5549	0.5255	2
	台州	0.4367	0.4642	0.4756	0.4866	0.5288	0.5290	0.5859	0.5010	3
	丽水	0.4032	0.4415	0.4868	0.4910	0.5181	0.5394	0.5649	0.4921	4
	标准差		0.0514	0.0547	0.0561	0.0471	0.0426	0.0568	0.0777	0.0479

表4 浙江省11市2014—2020年数字经济子系统的综合发展水平变化

系统	城市	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	平均值	排序
数字经济子系统	杭州	0.3728	0.4472	0.5046	0.6229	0.6654	0.7754	0.8435	0.3728	1
	宁波	0.2027	0.2548	0.3082	0.4158	0.4139	0.5101	0.5912	0.2027	2
	温州	0.1447	0.1930	0.2360	0.3177	0.3391	0.4415	0.5152	0.1447	5
	嘉兴	0.1871	0.2486	0.2968	0.3951	0.4032	0.4815	0.5502	0.1871	3
	湖州	0.1376	0.1812	0.2215	0.3055	0.3128	0.4269	0.5405	0.1376	6
	绍兴	0.1136	0.1576	0.1900	0.2661	0.3262	0.4160	0.5222	0.1136	7
	金华	0.1638	0.2111	0.2537	0.3476	0.3838	0.4465	0.4931	0.1638	4
	衢州	0.0856	0.1212	0.1631	0.2334	0.3078	0.3886	0.4868	0.0856	8
	舟山	0.0751	0.1170	0.1634	0.2475	0.3221	0.3909	0.4611	0.0751	11
	台州	0.0766	0.1202	0.1626	0.2501	0.2734	0.3603	0.4262	0.0766	10
	丽水	0.0771	0.1221	0.1796	0.2572	0.2672	0.3093	0.3620	0.0771	9
	标准差	0.0872	0.0971	0.1011	0.1141	0.1106	0.1214	0.1223	0.0872	

受直接经济的决定作用影响相对较小。(2)除杭州外,其他城市均表现为数字经济发展水平滞后于绿色发展水平,意味着对于全省大多数城市而言,进一步加大数字基础设施建设投入力度、提升产业数字化转型水平具有重要意义。

4.3 耦合协调度

根据绿色发展水平和数字经济发展水平,本文基于修正的耦合协调度模型计算两系统的耦合协调度,得到浙江省2014—2020年两系统之间的耦合协调度,结果如图1所示。由图1可以发现:(1)杭州从2014年的绿色发展和数字经济的初级协调发展到2019年步入高级协调阶段,其耦合协调度在2020年达到最大值0.8947;(2)宁波、嘉兴、金华经过2014年的轻度拮抗阶段,在2015年步入初级协调阶段;(3)温州、湖州自2014年的轻度拮抗阶段,经过两年的发展至2016年进入初级协调阶段;(4)绍兴、衢州、台州、丽水从2014年的轻度拮抗经过3年的发展,至2017年进入初级协调阶段;(5)舟山在两系统的协调发展上起步较差,2014年仍处于重度拮抗阶段,其耦合协调度全省最低,为0.2978,经过3年的发展,至2017年改善为初级协调阶段。总体来看,在研究期内,不同城市均经历了耦合协调阶段的转型发展和升级。

城市	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
杭州	0.6244	0.6837	0.7293	0.7517	0.7821	0.8427	0.8947
宁波	0.4906	0.5404	0.5887	0.6413	0.6668	0.7195	0.7772
温州	0.4333	0.4956	0.5365	0.6088	0.6300	0.6883	0.7235
嘉兴	0.4831	0.5395	0.5837	0.6240	0.6397	0.6793	0.7199
湖州	0.4227	0.4832	0.5302	0.6014	0.6104	0.6584	0.7136
绍兴	0.3841	0.4510	0.4938	0.5689	0.6230	0.6691	0.7302
金华	0.4560	0.5097	0.5552	0.6234	0.6492	0.6876	0.7140
衢州	0.3326	0.3960	0.4566	0.5335	0.5961	0.6516	0.6911
舟山	0.2978	0.3861	0.4605	0.5615	0.6249	0.6689	0.7082
台州	0.3046	0.3928	0.4595	0.5594	0.5845	0.6488	0.6981
丽水	0.3082	0.3971	0.4826	0.5663	0.5780	0.6152	0.6562

(0, 0.3)	[0.3, 0.5)	[0.5, 0.8)	[0.8, 1]
严重不协调	基本不协调	基本协调	高度协调

图1 浙江省11市2014—2020年绿色发展与数字经济耦合协调度

进一步,从省内城市间空间差异比较可以看出:(1)2014年区域差异最为明显,杭州已进入初级协调阶段,舟山仍处于重度拮抗阶段,其余9市处于轻度拮抗阶段;

(2)2016年空间差异相对缩小,杭州、宁波、嘉兴、温州、湖州、金华6市处于初级协调阶段,绍兴、衢州、舟山、台州、丽水5市处于轻度拮抗阶段;(3)2018年空间差异最小,全省11市全部处于初级协调阶段;(4)2019年表现为杭州率先进入高级协调阶段,其余10市仍处于初级协调阶段。

4.4 政策启示

(1)持续推进数字经济的高质量发展。为了提高绿色发展与数字经济的协调性,浙江省应进一步重视数字经济的发展。除了杭州外,浙江省其他10个城市的数字经济综合发展水平均落后于绿色发展。这表明,数字经济的发展滞后制约了数字经济与绿色发展的高度融合。未来,各城市需要依托科技创新和研发等投入,进一步壮大数字经济发展规模。

(2)注重区域的差异性发展和重点扶持。各城市要结合自身产业基础和科技创新基础,有针对性地补足弱项。比如,丽水市应进一步加强数字经济与绿色发展的融合。丽水市两系统间的耦合协调度仅为0.656,在11个城市中最低,建议丽水市加大对数字基础设施的投入力度,大力发展数字经济。

5 结语

综上,本文通过综合权重、线性加权法和改进的耦合协调度模型,测得浙江省11个城市2014—2020年绿色发展和数字经济综合发展水平,进而分析了两个系统间的耦合协调关系,结果发现:

(1)浙江省的绿色发展系统与数字经济系统综合发展水平总体都呈现上升趋势,除了杭州外,其他城市均表现为数字经济发展水平滞后于绿色发展水平。

(2)不同城市均经历了耦合协调阶段的转型发展和升级,杭州是浙江省的绿色发展和数字经济“领头羊”,并在2019年率先进入高级协调阶段,其余10个城市仍处于初级协调阶段。未来,浙江省需注重城市间的差异性发展和重点

扶持数字基础设施的投入建设。

参考文献

- [1] Wang J, Wang B, Dong K, et al. How does the digital economy improve high-quality energy development? The case of China[J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2022, 184: 121960.
- [2] Yang, T., Zhou, K., & Zhang, C. Spatiotemporal patterns and influencing factors of green development efficiency in China's urban agglomerations [J]. *Sustainable Cities and Society*, 2022, 85, 104069.
- [3] Wang, Y., & He, L. Can China's carbon emissions trading scheme promote balanced green development? A consideration of efficiency and fairness [J]. *Journal of Cleaner Production*, 2022, 367, 132916.
- [4] Pan, W., Xie, T., Wang, Z., et al. Digital economy: An innovation driver for total factor productivity [J]. *Journal of Business Research*, 2022, 139, 303-311.
- [5] Li, J., Chen, L., Chen, Y., et al. Digital economy, technological innovation, and green economic efficiency—Empirical evidence from 277 cities in China [J]. *Managerial and Decision Economics*, 2022, 43(3): 616-629.
- [6] 何玉梅, 易大智, 陈颖. 成渝地区双城经济圈数字经济与经济高质量发展耦合协调度研究[J]. *科技管理研究*, 2022, 42(15): 196-203.
- [7] 韩晶, 陈曦, 冯晓虎. 数字经济赋能绿色发展的现实挑战与路径选择[J]. *改革*, 2022(9): 11-23.
- [8] 刘维林, 王艺斌. 数字经济赋能城市绿色高质量发展的效应与机制研究[J]. *南方经济*, 2022(8): 73-91.
- [9] Ma, D., Zhu, Q. Innovation in emerging economies: Research on the digital economy driving high-quality green development. *Journal of Business Research*, 2022, 145, 801-813.
- [10] 赵涛, 张智, 梁上坤. 数字经济、创业活跃度与高质量发展: 来自中国城市的经验证据[J]. *管理世界*, 2020, 36(10): 65-76.
- [11] 齐绍洲, 林岫, 崔静波. 环境权益交易市场能否诱发绿色创新: 基于我国上市公司绿色专利数据的证据[J]. *经济研究*, 2018(12): 129-143.
- [12] Ding, C., Liu, C., Zheng, C., et al. Digital economy, technological innovation and high-quality economic development: Based on spatial effect and mediation effect. *Sustainability*, 2021, 14(1): 216.
- [13] Jiang, B., Ding, L., Fang, X., et al. Driving impact and spatial effect of the digital economy development on carbon emissions in typical cities: a case study of Zhejiang, China. *Environmental Science and Pollution Research*, 2023, 1-18. <https://doi.org/10.1007/s11356-023-29855-1>
- [14] 李杰, 陈异晖, 董林, 等. 绿色发展指标体系的环境损益优化分析[J]. *生态经济*, 2020, 36(11): 209-214.
- [15] 刘冰, 张磊. 山东绿色发展水平评价及对策探析[J]. *经济问题探索*, 2017(7): 141-152.
- [16] 程文先, 钱学锋. 数字经济与中国工业绿色全要素生产率增长[J]. *经济问题探索*, 2021(8): 124-140.
- [17] 郭峰, 王靖一, 王芳, 等. 测度中国数字普惠金融发展: 指数编制与空间特征[J]. *经济学(季刊)*, 2020, 19(4): 1401-1418.
- [18] 李广昊, 周小亮. 推动数字经济发展能否改善中国的环境污染: 基于“宽带中国”战略的准自然实验[J]. *宏观经济研究*, 2021(7): 146-160.
- [19] 柏亮, 陈小辉. 数字经济如何影响工业SO₂排放: 理论解读与实证检验[J]. *东北财经大学学报*, 2020(5): 73-81.
- [20] 陈修颖, 苗振龙. 数字经济增长动力与区域收入的空间分布规律[J]. *地理学报*, 2021, 76(8): 1882-1894.
- [21] 方雪娟, 丁镭, 毋瑾超. 宁波健康城市建设与城市化发展的耦合协调关系评价: 基于健康中国视角下[J]. *中国农业资源与区划*, 2019, 40(12): 195-202.
- [22] 陆媛媛, 刘超, 曾克峰, 等. 宁夏城市化与生态环境耦合协调关系[J]. *中国沙漠*, 2016, 36(4): 1198-1206.
- [23] Hua, Yd., Hu, Km., Qiu, Ly. et al. Exploring the interaction relationship between Beautiful China-SciTech innovation using coupling coordination and predictive analysis: a case study of Zhejiang [J]. *Environment, Development and Sustainability*, 2022, 24: 12097-12130.

Measurement and Policy Implications of the Coupling Coordination Relationship Between Digital Economy and Green Development in Zhejiang Province

Jiang Bin¹, Ding Lei^{1,2}, Hua Yidi^{1,2}

(1. International Business Travel Faculty, Ningbo Polytechnic, Ningbo, Zhejiang 315800; 2. Ningbo Digital Travel Research Base, Ningbo, Zhejiang 315800)

Abstract: The organic integration of green development and digital economy is an important way to achieve high-quality regional development. Taking 11 prefecture-level cities in Zhejiang Province as typical cases, this article establishes an evaluation indicator system of green development and digital economy covering seven sub-systems and 37 indicators. The improved coupling coordination degree model is used to quantitatively analyze the coupling coordination relationship between the green development and digital economy from 2014 to 2020, in order to provide reference for regional sustainable development decision-making. The results demonstrate that: (1) the comprehensive development level of green development system and digital economy system shows an upward trend. With the exception of Hangzhou, other cities are observed that their progress in digital economy is yet to catch up with their strides in green development. (2) Hangzhou is the leader of green development and digital economy in Zhejiang Province, and took the lead in entering the superior balanced stage in 2019, while the remaining ten cities are still in the barely balanced stage. In the future, it is necessary to pay attention to differences among the development cities and focus on supporting the investment and advancement of digital infrastructure.

Keywords: Digital Economy; Green Development; Indicator System; Coupling Coordination Degree Model; Green Innovation

英国脱欧对不同经济体的影响研究

刘禹含

(外交学院 北京 102206)

摘要: 本文以英国脱欧这一重大国际事件为议题,回顾历史,展望未来,聚焦经济领域,深入研究英国脱欧在经济全球化中对不同经济体的影响。全文分为四个部分,第一部分介绍了英国脱欧对其自身经贸短期弊大于利、长期有着积极的影响;第二部分阐述了英国脱欧对欧盟国家在货币、金融、劳动力等方面产生的冲击;第三部分分析了英国脱欧对中国经济带来的阻碍和新的机遇;第四部分提出了对中英关系在金融领域、全球治理和科技领域开展多元化互惠互利合作的建议,以供参考。

关键词: 英国脱欧经济贸易; 多元经贸; 中英关系; 绿色金融; 人民币国际化

本文索引: 刘禹含.英国脱欧对不同经济体的影响研究[J].中国商论,2024(04):056-059.

中图分类号: F831

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-056-04

1 英国脱欧对其自身经贸的经济影响

从地图上来看,英国主要是由大不列颠岛、爱尔兰岛、赫布里底群岛及附近岛屿组成的岛国,相对其他欧洲国家,地理位置可谓得天独厚。

从短期来看,英国脱离欧盟的后果是弊大于利的。英国脱欧后,英欧之间的纽带会受到强烈的冲击。虽然英欧关系的可选模式增加,但彼此间的商贸伙伴关系变得更加不稳定和不确定,商贸间的兜底承诺很难再续前缘。加上全球新冠疫情、俄乌战争、巴以冲突等事件,为英国接下来单打独斗的路途增设了许多障碍。因此,虽然英国当局优化外贸策略、预测评估风险、加速制定新政,但选择任何一种模式都无法与英国未脱欧之时相比,总体上仍限制了英国与欧盟之间的自由贸易。原因有以下几点:

首先,外部环境波动的冲击。

2020年全球新冠疫情大爆发,英国国家统计局表示,4月英国国内生产总值(GDP)的降幅是英国有史以来最大的。其中,4月的下降幅度是3月的三倍多,降幅几乎是新冠疫情爆发前的10倍,整个社会经济规模比2月缩小了25%左右。由于疾病的快速传播,劳动力减少、消费能力减弱,各行各业不景气,几乎所有经济领域的产值都有所下滑。2022年2月,俄乌冲突爆发,给世界局势带来了更大的不确定性。由于以美国为首的国际制裁,俄罗斯作为欧洲依赖的主要能源供应国,收紧了流向欧洲的石油与天然气供应,欧洲出现的能源和食品危机导致英国通胀飙升。2022年1月,英国消费者物价指数(CPI)与2021年1月同比上涨5.5%,从2021年12月的4.8%上涨4.9%,12月同比涨幅更是升高到10.5%,创40年来的最高点。对于来势凶猛的通货膨胀,英国央行为了减少流通中的货币而持续加息,不断上调基准利率,希望促使人们将手中的货币存入银行,导致贷款成本不断提高,个人与企业不愿进行投融资活动,英国经济的增长受到打击。

其次,劳动力、资本等生产要素。

在劳动力方面,英国的劳动力市场总体受冲击较小。脱欧前期,由于新冠疫情的爆发,2022年1月—3月英国岗位空缺数量增至128.8万个。英国就业研究所负责人托尼·威尔逊指出:中老年群体提前退休是英国劳动力短缺的主要原因。但也受到脱欧的影响,欧盟国家间的人员自由流动受到限制,部分在英国生产生活的欧盟劳动力开始从英国撤离,由此出现用工缺口,但是并不严重。人员流动限制政策也反向推动英国在欧盟的劳动力开始回流,在一定程度上缓解了英国的岗位空缺。英国政府结合国情推出了相应的支持政策,包括增加私营部门招工、推迟女性退休年龄等,带动了英国的本土就业,就业率有所提高。

在资本方面,英国的金融市场受到一定的冲击。英国脱欧前不但拥有巨大的超额工资和超额利润,而且以伦敦金融城为核心的金融业更是提供了约200万个就业岗位,创造了英国12%的GDP。由此可见,金融行业是英国的支柱产业,金融市场的波动对英国总体的经济发展有着不可忽视的影响。英国与欧盟贸易联系紧密,欧盟是英国最大的进出口经济体,占英国总进口额的52.3%和总出口额的47.6%。2016年脱欧公投以来,英欧关系无论选择哪种模式,都无法从双边市场回到单边市场。除了英欧贸易成本的增加外,在英国脱欧期间,欧盟推出新政,声明不再给予单一市场以外的国家金融自由准入执照,因此众多国际知名金融机构譬如瑞银集团、美国银行、劳合社等出于担忧,英国原本作为欧盟成员国拥有的金融执照可能丧失,纷纷退出英国大陆,动摇了伦敦国际金融中心的地位。英镑汇率受到英国脱欧决定的影响,各方投资者对公投的不确定性造成汇率下降。而在确定脱欧后,英格兰银行前期促进英国经济复苏的举措付之东流,英镑大幅贬值,货币的不稳定性直接影响英国与欧盟或其他国家的贸易往来。加之私人投资下跌、政府大

幅减税政策,引起金融市场动荡等一系列事件,导致国际货币基金组织(IMF)在2022年发布的一期《世界经济展望报告》预测认为,2023年英国经济将收缩0.6%,较上一次的展望大幅下调0.9个百分点,成为七国集团(G7)中唯一经济萎缩的国家。

但是从长期来看,英国脱欧理论上有着积极的影响,这也是英国提出脱欧的动机。欧盟作为欧洲国家间的共同体,是欧洲国家团结一致对外的象征,也是欧洲一体化的重要成果。欧洲国家之间之所以能够做到经济上的互惠互利、互助共赢,离不开欧盟的设立。但是在世界体系中绝对公平并不存在,虽然欧盟倡导相互帮助,但欧盟中的大国承担起了更多的责任,尤其体现在金钱方面。英国脱欧之后可以将每年必须支付项目——缴纳给欧盟的巨额款项节省下来,在经济方面不用受制于欧盟内部“裙带关系”带来的大额支出,节省下大量英镑投资国内发展。同时,英国在政治方面不再受到欧盟的“政治捆绑”,无需考虑欧盟其他国家的态度,可以独立自主地为本国量身定制新战略、新政策。在人员流动的限制性上,可以为英国减轻“难民危机”带来的弊端,使得英国政府与各个企业更专注本国公民的就业,转而吸引、保留更多的人才。英国作为本身有着雄厚资本的发达国家,加之岛国的地理位置相对独立,有着很强的经济独立性,不需要过分依赖欧盟,同时可以甩开欧盟带来的经济“负担”。

首先,英国脱欧后的新战略政策。英国在脱欧公投后,迅速做出了新的战略部署——“全球英国”,力求超脱欧洲、建立面向全球的多元化经贸网络。在此战略的指导下,英国加快了重构其贸易、人才和投资版图的步伐。

在贸易伙伴方面,英国政府广泛开拓与全球各国的贸易伙伴关系,先后与美国、日本、澳大利亚、印度等国签订贸易伙伴关系协定。英美首脑6月会晤期间,共同推出面向21世纪英美经济伙伴关系的《大西洋宣言》;英国与日本签署《全面经济伙伴关系协定》(CEPA),深化了数字领域的合作,推动了英国加入CPTPP的进程。2021年6月,英国与澳大利亚之间达成自贸协议;英国与印度之间签订《增强的贸易伙伴关系协定》。2023年7月,英国正式加入《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP),印太战略得以实现。截至2022年初,英国凭借自身的资本积累和欧洲主要经济体的地位,已与70多个国家和地区达成自由贸易协定,占据英国贸易总额的64%,呈现出积极趋势。

在劳动力方面,英国出台了全新的积分制移民体系,于脱欧过渡期结束后,即2021年初生效,非欧盟公民和欧盟公民在相同条件下竞争。目前,在短缺职业名单上的工作包括土木工程师、医疗从业者、护士、心理学家和古典芭蕾舞演员及木匠、石膏匠、保育员等。脱离欧盟后,英国重新完全掌控本国的边境,新移民制度将对廉价且低技能的劳工关闭大

门,重点放在吸引全球高精尖人才,激发英国的发展潜力。

在投资与金融方面,作为英国的立国之本,英国政府对投资领域的监管相对宽松,促使其在金融领域投融资等运作十分活跃。由于脱欧后摆脱了各种贸易流程中虚文缛节的钳制,英国大量中小企业将展现更大的活力和拥有更广阔的空间,与中国、美国等世界领先经济体加强各方面合作,为英国经济增长提速。

其次,英国与欧盟的谈判。形式上脱欧易,实质上脱欧难,英国与欧盟已形成了千丝万缕的联系。英国脱欧后,欧盟缺少了一个重要成员国,英国缺少了一种政策渠道,两者互相求索、互相补充,最终很可能达成互相妥协、形成共赢的符合自由主义的贸易协定。

2 英国脱欧对欧盟国家的经济影响

第一、第二次工业革命让欧洲率先走进工业时代,但经历了20世纪的一战和二战之后,巨大的战争创伤让欧洲列强昔日风光不再,各国为了不被卷入美苏两个超级大国的冷战而加快了推进欧盟成立的步伐。欧盟于1991年12月成立,基本实现政治、经济、军事、货币的统一,在国际经济和政治多级化中扮演着重要角色。

对于欧盟来说,比利时国家银行2019年报告预测,英国脱欧后,英欧间贸易成本将明显增加。除此之外,一个人口占欧盟12.76%、经济总量占欧盟17.56%的国家的脱离,使欧盟失去了一个重要伙伴,欧洲一体化的“三驾马车”解体。无论是对成员国深化一体化的凝聚力有所损伤、对后入盟国家和弱势边缘国家对欧盟的信任有所减少,还是对欧盟中其他主力国家的努力有所动摇,都是对欧盟的一次严重挫伤。

欧盟主要面临三个问题:货币、金融、劳动力。

首先,货币问题。英国脱欧致使英镑贬值,也会将欧元拉下水。2010年,曾经深陷债务危机的欧盟最近再次因债务问题受到世界关注。欧盟官员称,到2026年底,欧盟债务规模将达到9000亿欧元。除此以外,欧盟及其成员国长久以来积压的难民接收问题也早已成为欧盟内部的疑难问题。据欧洲边境管理局数据,2022年,欧盟国家记录到的非法移民和难民数量约为33万。种种问题和矛盾,致使欧盟内部分歧增加,奠定了欧盟经济下行的基调。同时,英国的举动对其他欧洲国家继续留在欧元区决心有所动摇,欧洲货币一体化的成果受到威胁,进而辐射到欧洲一体化的总体目标进程。工银国际研究部联席主管程实称,“欧元是统一货币区高级阶段的产物,赖以存在的基础和发展壮大的根基都是欧洲货币一体化,然而英国脱欧闹剧削弱了欧元的货币基础及货币信用。”

与欧盟债务危机相伴的公共预算资金缺口问题亟待解决。脱欧前,英国作为世界第六大经济体、欧洲第二大经济

体,为欧盟提供了强有力的支持。英国在欧盟内处于仅次于德国的第二大净贡献国地位,在欧盟各项事务中的资金流出远超从欧盟获得的资金收益,而欧盟预算遵从多年度的财政框架,因此英国的退出导致欧盟每年将出现逾百亿的大额资金缺口。其中最大的开支来自资助经济相对落后的成员国,不但连累了欧盟整体经济状况,还引发欧盟大国心照不宣的不满情绪。

其次,金融问题。伦敦作为国际金融中心,英国脱欧使得欧洲金融形势愈发复杂。虽然在法律意义上英国脱欧了,但关于英欧未来关系的谈判仍扑朔迷离。为了应对可能无法在统一监管体系下继续运行脱欧前英欧双方签订的各项金融交易与合约所带来的风险,将损失降到最小化,英欧双方在金融通行证、延长金融机构过渡期、推行临时许可制度等方面开展了一系列应对无协议脱欧的重大安排。前首相鲍里斯更是在贸易谈判上采取“先美后欧”的策略,力求早日与其他大国达成贸易协议,并以此为筹码,为英国在英欧贸易谈判中争取更多利益。英国的离开,迫使欧盟共同体不得不面对更加具有挑战性的金融格局重塑。

最后,劳动力问题。先前英欧劳动力自由流通,英国脱欧后人员流动受到限制,加之英国开始实施积分移民政策,欧盟劳动力市场可能出现波动。欧盟低级别劳动力的遣返与回流可能为其劳动力市场带来不确定性,尤其是对捷克、波兰、匈牙利等抗风险能力相对较弱的东欧国家的经济带来挑战;而欧盟高级别劳动力可能因为寻求更好的发展机会与社会福利,受到英国优惠政策及待遇的吸引留在英国,导致欧盟人才流失。

3 英国脱欧对中国的经济影响

在世界经济全球化的大潮中,没有国家可以独善其身,中国经济也难免受到英国脱欧影响的波及。然而,中国作为社会主义国家,拥有着“团结一致办大事”的制度优势,加之改革开放40多年来的发展积累,英国脱欧对中国经济的冲击相对较小。

本文分析英国脱欧对中国的负面影响。英国脱欧后,将经济版图深入亚太地区,与多国签署自由贸易协定并加入CPTPP,中国作为非成员国,受到贸易壁垒的影响,导致进口和出口贸易量下降。同时,英镑贬值代表英国进口产品价格将大幅上涨,中国对英出口额可能在震荡中走低,尤其是对以英出口为主的外向型制造业企业或因此承压。

虽然英国脱欧不可避免地给中国经济发展带来阻碍,但是总体仍存在着新的机遇。中国作为一个拥有14亿人口及960万平方公里国土的世界第二大经济体,欧盟与美国有求于中国的巨大市场、蕴藏的丰富资源和精湛的制造工艺,无法真正阻止与中国的经济往来。据中国海关总署统计,截至2020年11月,欧盟对华实际投资1179.8亿美元,中国与欧

盟贸易总值为4.05万亿元,中国已成为欧盟第一大贸易伙伴。英国会以欧盟为借鉴,并随着美国对华态度的转变采取友好合作的举措。比如,英国政府邀请中国代表团参加首届人工智能安全峰会,英国政府对中国企业海康威视“有限放行”等。不仅如此,弱势英镑还为中中小企业与掌握中方稀缺技术的英方企业在谋求技术合作中减轻资金压力;中国提出的“一带一路”倡议与英国推出的“全球英国”战略具有多种利益契合点;中国推行的离岸人民币中心建设、A股国际化等开放措施,与英国作为除了中国香港外第二大人民币离岸清算中心具有互补性,双方在加强金融业合作方面有内生动力等。总而言之,中英双方的未来合作极富潜力。

4 对于中英关系的建议

中国能够获得改革开放40多年来的丰硕成就,离不开中国共产党人对经济发展重要性的深刻认识。习近平总书记曾说过:“金融是国家重要的核心竞争力,金融安全是国家安全的重要组成部分,金融制度是经济社会发展中重要的基础性制度。”党的十八大以来,从“市场起决定性作用”到供给侧结构性改革,从中央金融工作会议到党的二十大报告,从“一带一路”倡议到“亚投行”的创立,从宣布设立上海科创板到金融供给侧改革等,都是党和国家在习近平新时代中国特色社会主义思想的指导下做出的实践探索,也将为中国经济在未来保持活力、更加健康、可持续发展提供了坚强的保障。

基于中英两国各自的特点,对于中英关系建设方面,本文主要有以下三点建议:

第一,深化中英间关于金融领域的合作共赢。首先,低碳经济方面。二十国集团(G20)峰会中,以中国为首提出了“绿色金融”这一新概念,并在“一带一路”倡议中不断深化,受到了各国的赞成与支持,英国政府同样高度重视。2019年6月17日,在第十次中英经济财金对话中,中英双方重申,互相认同对方是彼此在绿色金融领域的主要合作伙伴。未来,中英双方可以扩大绿色金融合作范围,以共同制定环境风险指数及双碳经济标准等重要指标为契机,不断刷新低碳经济新纪录。其次货币方面。随着中国经济的发展及贸易伙伴的增加,人民币国际化的蓝图正在加速实现,美国妄图维持以美元为主导的国际货币体系受到冲击。基于对人民币业务往来的实际考量与历史积淀,英国政府在推动人民币国际化方面展现了相对积极的政策支持。英国脱欧前是人民币走向欧洲各国的中转站。根据SWIFT统计,2021年2月,英国作为全球第一大人民币即期外汇交易市场,其市场份额可达38.4%。随着中国金融市场的愈发开放,包括A股市场国际化、沪伦通等举措,以及日趋完善的市场化机制建设,中国资本逐步走向全球并开始占据重要

的份额。中英企业与金融机构之间的商贸往来增加,双向投融资需求提高,因此目前已经作为全球第二大离岸人民币中心的伦敦,也将进一步拓展其人民币业务规模。加之伦敦作为国际金融中心的标签,将会带动人民币业务在欧美国家的加速传播。

第二,深化中英友好合作关系,加强中英对全球的共同治理,构建和谐多元的国际体系。中国和英国作为联合国安理会的两大常任理事国,都应在国际上维护多边主义、反对单边霸权主义,并以此为指导,在气候变化议题中有关大国责任及维护世界贸易自由化、多元化、反对贸易保护主义等方面站在同一梯队、保持相似立场。共赢的合作可以使1+1>2,中英之间应加强沟通交流,担当起大国责任,在国际事务中发挥建设性作用,推进全球性合作,构建一个有利于中英双方平稳发展、积蓄力量的公平、公正和可持续发展的世界环境。

第三,深化中英间科技领域的互补互惠,共同引领世界先进科技潮流。正如上文所述,中英金融科技互补性强,存在广泛合作契合点。英国的科技优势在于创新。除了诸如工业革命等历史进程中积累的科技成果外,英国与欧美国家一道已然在科技方面互通有无,科技创新水平在国际中占据重要地位,具有完善的金融科技生态环境。中国作为新兴经济体,人口的庞大使其拥有巨大的消费市场。除此以外,中国在近十余年来的发展中,有“祝融”探火、“嫦娥”奔月、“天和”遨游星辰,以及研发人员总量稳居世界第一、高被引论文数排名世界第二、全球创新指数排名跃升至第12位诸多成绩,虽然中国科技的效率和质量不断提高,但也存

在着部分高精尖技术无法自主化的窘境。脱欧之后,中国广泛的初级科技市场与英国金融科技创新将形成互补,中国可以通过与英国的科技创新合作扩大市场开放,加速中国科技领域自主研发、自主生产的进程,为创新赋能科技产业化打造有利条件。

5 结语

英国脱欧不仅在经济上有着显著影响,还对当今国际政治格局产生深远影响。如今英国脱欧已然成为无法磨灭的历史事实,在日新月异的世界局势变化中,既是机遇也是挑战,我国应拭目以待,综合看待英国脱欧的未来走向。

参考文献

- [1] 总参谋部测绘导航局.世界地图集[M].北京:星球地图出版社,2015:1.
- [2] 英国国家统计局(ONS).CPI报告[R].英国:英国国家统计局(ONS),2022.
- [3] 丁纯,强皓凡,纪昊楠.英国正式脱欧经济影响几何[J].中国金融,2020(4):63-64.
- [4] 国际货币基金组织(IMF).世界经济展望报告[R].北京:国际货币基金组织(IMF),2022.
- [5] 比利时国家银行(NBB).2019年报告[R].比利时:比利时国家银行(NBB),2019.
- [6] 欧洲边境管理局(Frontex).数据统计报告[R].波兰:欧洲边境管理局(Frontex),2022.
- [7] 方文建,瞿元,李振龙.脱欧对英国金融业的影响及深化中英关系的建议[J].银行家,2021(9):40-46.
- [8] 环球银行金融电信协会(SWIFT).人民币追踪与人民币市场见解报告[R].比利时:环球银行金融电信协会(SWIFT),2022.
- [9] 杨舒.这十年,看科技创新力量磅礴[N].光明日报,2022-6-7(4).

A Study on the Impact of Brexit on Different Economies

Liu Yuhan

(China Foreign Affairs University, Beijing 102206)

Abstract: Taking Brexit, the major international event as the topic, this article reviews history, looks forward to the future, and focuses on the economic field to conduct in-depth research on the impact of Brexit on different economies in economic globalization. The whole article is divided into four parts. The first part introduces that Brexit has more short-term disadvantages than benefits for the UK's economy and trade, and has a positive impact in the long term; The second part elaborates on the impact of Brexit on EU countries in terms of currency, finance, and labor; The third part analyzes the obstacles and new opportunities that Brexit has brought to the Chinese economy; The fourth part makes suggestions for diversified and mutually beneficial cooperation in the fields of finance, global governance, and technology in China-UK relations.

Keywords: Brexit Economic and Trade; Multifaceted Economic and Trade; China-UK Relations; Green Finance; Renminbi Internationalization

“一带一路”农产品跨境贸易市场准入与贸易壁垒分析

孙明玮

(中国国际贸易促进委员会安丘市支会机关 山东安丘 261021)

摘要: 在全球经济和政治格局深刻调整的背景下, 本文通过共建“一带一路”平台, 促进农产品国际贸易, 市场准入与贸易壁垒是影响“一带一路”农产品跨境贸易的两个关键问题, 分析农产品“一带一路”跨境贸易的必要性与重要性、“一带一路”倡议下农产品跨境贸易的市场准入与贸易壁垒现状及影响因素, 提出提高“一带一路”农产品跨境贸易市场准入与降低贸易壁垒的策略, 包括加强国际合作、提高农产品质量、加强农产品出口企业的培训、创新农产品出口模式、建立农产品贸易争端解决机制、积极参与国际农产品标准的制定等措施, 促进农产品国际贸易。

关键词: “一带一路”; 农产品; 跨境贸易; 市场准入; 贸易壁垒

本文索引: 孙明玮. “一带一路”农产品跨境贸易市场准入与贸易壁垒分析[J]. 中国商论, 2024(04):060-063.

中图分类号: F752

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-060-04

在全球经济和政治格局深刻调整背景下, 国际投资贸易格局和多边投资贸易规则发生深刻变化, 同时全球农业发展格局深度调整, 农产品国际市场不确定性持续加强。共建“一带一路”顺应了世界经济多极全球化和社会信息化的潮流, “一带一路”倡议的提出为解决农产品国际贸易提供了新的合作平台。在国内层面, 中国政府高度重视农业发展和农产品国际贸易。近年来, 中国农业对外贸易迈上新台阶, 成为全球农产品第一大进口国、第五大出口国。在全球经济和政治格局深刻调整背景下, 通过共建“一带一路”平台, 推动全球农业发展, 促进农产品国际贸易, 以解决全球粮食安全和贫困问题。

1 农产品“一带一路”跨境贸易的必要性与重要性

1.1 农产品“一带一路”跨境贸易的必要性

首先, 农产品“一带一路”跨境贸易适应全球农业产业链的重构需求。随着全球经济一体化的加速, 农业产业链也在不断地调整和优化。“一带一路”倡议的提出, 为沿线国家提供了一个共享资源、优势互补、共同发展的平台, 有利于推动全球农业产业链的重构。其次, 农产品“一带一路”跨境贸易可缓解农业产能过剩与需求不足的矛盾。近年来, 我国农业生产能力不断提高, 但市场需求相对滞后, 导致农产品产能过剩。通过“一带一路”跨境贸易, 可以拓展国际市场, 缓解产能过剩问题。最后, 农产品“一带一路”跨境贸易是沿线国家农业发展的需求。“一带一路”沿线国家大多为发展中国家, 农业发展水平相对较低, 对农业技术和产品的需求较大, 跨境贸易可以为沿线国家提供优质的农业技术和产品, 促进其农业发展。

1.2 农产品“一带一路”跨境贸易的重要性

第一, 农产品“一带一路”跨境贸易促进农产品国际贸

易。“一带一路”跨境贸易有助于拓宽农产品出口渠道, 提高我国农产品在国际市场上的竞争力, 提高农产品出口额。第二, 推动农业技术交流与合作。通过跨境贸易, 可以加强我国与沿线国家在农业科技、种植技术、养殖技术等方面的交流与合作, 提升我国农业技术水平。第三, 优化农业产业结构。“一带一路”跨境贸易可以帮助我国农业企业了解沿线国家的市场需求, 有针对性地调整农业产业结构, 提高农产品附加值。第四, 促进区域经济一体化。通过“一带一路”跨境贸易推动沿线国家与地区经济互通, 推进区域经济一体化进程, 实现共同发展和繁荣。

2 市场准入与贸易壁垒对农产品跨境贸易的影响

市场准入和贸易壁垒对农产品跨境贸易的影响是多方面的。市场准入指的是外国农产品进入一个国家市场的难易程度, 而贸易壁垒则是为了保护国内产业而设置的障碍, 如关税、配额和非关税壁垒等。

2.1 对技术标准与认证的影响

技术性贸易壁垒可能对我国农产品出口市场产生直接的制约和影响。这些壁垒主要体现在技术标准的不同、认证和检验过程的复杂程度及所需的时间。例如, 如果目标市场的技术标准与我国不符, 农产品就可能需要经过额外的认证和检验, 从而提高出口成本。

2.2 对成本与价格的影响

由于贸易壁垒的存在, 农产品的进口成本可能上升, 导致进口国的消费者支付更高的价格。同时, 出口国的农产品可能因为市场需求减少而面临价格下跌的风险。

2.3 对市场机会的影响

虽然贸易壁垒可能会限制某些市场的准入, 但与其他市场的合作可能带来新的机会。例如, 中新自贸协定签署

作者简介: 孙明玮 (1982-), 女, 汉族, 山东潍坊人, 中级经济师, 研究生, 研究方向: 经济学、工商管理、市场体系建设及外贸进出口。

后,双边农产品贸易快速增长。

2.4 市场环境的稳定性影响

全球政治和经济环境的变化可能影响农产品的跨境贸易。例如,新冠疫情可能影响全球农业生产、物流运输和贸易秩序。

总体来说,为了应对这些挑战,国家和企业需要加强国际合作,优化技术标准和认证流程,以及寻找新的市场机会。

3 “一带一路”农产品跨境贸易市场准入

3.1 农产品跨境贸易的市场准入现状

农产品跨境贸易面临一些挑战。例如,物流运输和贸易秩序的不确定性,以及部分主粮供需关系趋紧的问题。这些问题需要我国高度警惕,并采取相应的策略和措施来应对。

总体来说,“一带一路”倡议为我国农产品跨境贸易提供了新的机遇,同时带来了一些挑战。我国需要继续深化改革,优化政策,以实现更高效、更安全、更可持续的农产品跨境贸易。

3.2 影响“一带一路”农产品跨境贸易市场准入的因素

首先,政策环境是关键因素。共建“一带一路”通过创新贸易方式、搭建贸易平台,以打通贸易堵点,激活共建国家贸易潜能,为全球贸易大环流注入新动力。此外,中国政府在积极推动农业农村合作,优化农产品贸易布局,扩大农业对外投资,并深化农业科技合作等以推进更高水平农业的对外开放。

其次,市场需求对农产品跨境贸易同样具有重要影响。例如,2022年以来,中国与“一带一路”沿线国家农产品跨境电商贸易额加速增长,显示出消费需求的持续提高。

再次,质量标准是决定农产品能否进入另一个市场的关键因素。不同的国家和地区对农产品的质量要求有着不同的要求,只有满足这些要求的农产品,才有可能进入目标市场。

最后,物流运输问题可能影响农产品的跨境贸易。能源市场和金融市场的波动可能造成生产和贸易成本的提高,进一步影响物流运输的效率和成本。

3.3 提高“一带一路”农产品跨境贸易市场准入的策略

首先,优化农产品贸易布局,扩大农业对外投资。包括深化农业科技合作,开展沿线国家间在农业科研、生产、加工、物流、仓储、销售等环节的合作交流,以提升农产品贸易便利化水平。同时,中国政府在积极推动农业农村合作,深度参与全球粮农治理,精准实施农业对外援助,以实现更高水平农业的对外开放。

其次,推进基础设施互联互通及农产品跨境物流体系建设,开辟更多贸易市场,包括加强与沿线国家或地区的政策沟通,以及降低经营成本和交易风险。

再次,提高我国农产品的国际影响力和知名度。具体策略包括依托农产品精深加工企业,融入地方特色,及时申请注册品牌标识,塑造具有地域性的“金字招牌”,全力推动

我国优质农产品开拓海外市场。此外,通过各类展会与直播平台等进行农产品对外宣传推介也是重要手段。

最后,注重质量标准和市场监管。需要充分了解并满足目标市场的农产品质量标准,以确保我国农产品的质量和安全。同时,应建立完善的市场监管机制,以保障农产品市场的正常运行和消费者权益。

4 农产品“一带一路”跨境贸易的贸易壁垒

4.1 农产品“一带一路”跨境贸易的贸易壁垒现状

“一带一路”倡议下,我国农产品的出口规模不断扩大,但同时面临着一些挑战,这些挑战主要体现在关税壁垒、非关税壁垒和技术性贸易壁垒等方面。

关税壁垒主要体现在农产品的进口税上。例如,中国对某些农产品实施了进口关税配额管理,这种政策在一定程度上保护了国内农业,但也提高了进口农产品的成本,可能影响到农产品的价格和销量。

非关税壁垒则包括各种非关税限制措施,如进口许可证制度、技术性贸易壁垒等。比如,有研究发现,技术性贸易壁垒已成为阻碍浙江省农产品出口的主要问题,这类壁垒侧重消费者关心食品安全,日本及欧美不少地区对传统农产品出口市场形成相对完善的严格的食品安全检测制度。

4.2 影响农产品跨境贸易的因素

影响农产品“一带一路”跨境贸易的贸易壁垒因素主要包括以下几点:

4.2.1 关税壁垒

各国对进口农产品征收的关税是影响农产品国际贸易的主要障碍。中国对某些农产品实施了进口关税配额管理,这种政策在保护国内农业的同时,也提高了进口农产品的成本,可能影响到农产品的价格和销量。关税壁垒对农产品“一带一路”跨境贸易的影响是多方面的。首先,关税壁垒会提高我国农产品出口的成本,导致农产品出口受阻,影响企业的经营效益。一些国家对农产品进口实行严格的质量标准、检验检疫制度等措施,给我国农产品出口带来较大的压力。然而,“一带一路”带来的国家之间的关税壁垒和非关税壁垒的减少,有助于提高几乎所有中国出口农产品生产商的价格和销量。同时,“一带一路”沿线国家受益于贸易壁垒的减少,在最佳估计情景下,农产品在全球价值链中的地位有所提高,特别是那些在全球价值链中具有比较优势的产品。

此外,为了应对关税壁垒带来的挑战,我国在积极采取措施。农业农村部计划在“十四五”时期建设500个左右农业国际贸易高质量发展基地,推动优势农产品出口,旨在提高我国农产品的国际竞争力,降低关税壁垒对农产品出口的影响。

4.2.2 非关税壁垒

非关税壁垒包括各种非关税限制措施,如进口许可证制度、技术性贸易壁垒等。技术性贸易壁垒已成为阻碍浙江

省农产品出口的主要问题,这类壁垒善于利用消费者日益关注食品安全的心理,像美国、欧盟等传统农产品出口市场已相继制定严格的食品安全检测制度。

非关税壁垒对农产品“一带一路”跨境贸易的影响主要体现在以下几点:

(1)技术性贸易壁垒:一些国家通过设定严格的质量标准、检验检疫制度等措施,限制外国农产品的进口。这些措施提高了我国农产品出口的成本和难度,影响了企业的经营效益。

(2)出口补贴:一些国家为保护本国农业,会对农产品提供出口补贴,使得本国农产品在国际市场上具有价格优势,从而影响我国农产品的出口。

(3)进口配额:一些国家通过设定进口配额,限制外国农产品的进口数量。这种措施会直接影响我国农产品的出口量。

然而,“一带一路”带来的国家之间的关税壁垒和非关税壁垒的减少,有助于提高几乎所有中国出口农产品生产商的价格和销量。同时,“一带一路”沿线国家受益于贸易壁垒的减少,在最佳估计情景下,农产品在全球价值链中的地位有所提高,特别是那些在全球价值链中具有比较优势的产品。总体来说,虽然非关税壁垒给农产品“一带一路”跨境贸易带来了一定的挑战,但通过加强国际合作、优化产业链布局、提高农产品质量与品牌等策略,我国可以有效应对这些挑战,推动农产品“一带一路”跨境贸易的发展。

4.2.3 农产品质量与安全问题

这是影响农产品出口的重要因素,如果一个国家的农产品质量不达标或存在安全隐患,那么这个国家的农产品就很难进入其他国家的市场。

农产品质量与安全对农产品“一带一路”跨境贸易的影响深远。首先,农产品质量与安全是影响农产品出口的关键因素。沿线国家对农产品的质量标准和安全要求日益严格,这对我国农产品的出口提出了更高要求,只有符合沿线国家的质量和安全的农产品,才能在国际市场上有竞争力。其次,提高农产品质量与安全是开拓新市场、提高农产品在国际市场影响力的有效途径。例如,农业农村部编制了《“十四五”全国农产品质量安全提升规划》,旨在全面提升我国农产品质量安全水平,推动优质农产品开拓海外市场。通过精深加工、品牌建设等方式,依托地方特色,打造具有地域性的“金字招牌”,可以有效提高我国农产品的国际影响力和知名度。

然而,提高农产品质量与安全需要投入大量的资源和时间,包括加强法律法规的制定和执行、提高生产经营者的诚信自律意识,加大科研投入力度,提升农业生产技术和管理水平等,这是一个长期的过程,需要政府、企业和社会的共同努力。

总体来说,农产品质量与安全对农产品“一带一路”跨境贸易的影响既直接影响农产品的出口,又影响农产品在国际市场上的竞争力和影响力。因此,我国必须高度重视农

产品质量与安全问题,采取有效措施,提升农产品的质量与安全水平。

4.2.4 文化差异

不同的国家和地区有着不同的饮食文化和消费习惯,也会影响到农产品的国际贸易。

文化差异对农产品“一带一路”跨境贸易的影响主要体现在需求、偏好和交易成本等方面。首先,由于沿线国家的文化背景、历史传统、宗教信仰等因素的差异,消费者对农产品的需求和偏好会存在显著的差异。例如,一些国家可能对某些类型的农产品有特殊的喜好或禁忌,这将直接影响这些产品的市场需求。其次,文化差异可能提高农产品的贸易成本。由于不同国家和地区在语言、法律、商业习俗等方面存在差异,可能提高企业在进行跨境贸易时的交易成本。例如,企业需要投入更多的资源来了解目标市场的文化特性,以便更好地适应市场并满足消费者的需求。

然而,文化差异对农产品贸易的影响并非全然消极。事实上,文化差异可能为企业带来新的商业机会。例如,通过对目标市场文化特性的深入理解,企业可以开发出更符合当地消费者需求的产品和服务,从而获取市场竞争优势。

总体来说,文化差异对农产品“一带一路”跨境贸易的影响是复杂而深远的。因此,企业在开展跨境贸易时,需要充分考虑文化差异的影响,采取有效的策略来应对挑战,并抓住机遇。

4.2.5 市场竞争

市场竞争的激烈程度也是影响农产品国际贸易的重要因素。如果一个国家的农产品市场竞争激烈,那么这个国家的农产品就可能面临更大的出口压力。

市场竞争对农产品“一带一路”跨境贸易的影响主要体现在供需关系、价格及产品质量等方面。首先,由于市场上的竞争加剧,企业需要不断提升自身的产品质量和服务水平,以满足消费者的需求,并保持竞争优势。其次,市场竞争可能影响农产品的价格,当市场供应超过需求时,价格可能下降;反之,如果需求超过供应,价格可能上升。

然而,“一带一路”沿线国家与中国农产品贸易的互补性较高,为我国农产品开拓海外市场提供了新的机遇。例如,我国可以通过加强与沿线国家或地区的政策沟通,推进基础设施互联互通及农产品跨境物流体系建设,降低经营成本和交易风险。同时,借助“互联网+”,如各类经贸洽谈会、专场推介会、展销会、云商博览会、直播平台等手段,进行农产品对外宣传推介,提高我国农产品的国际影响力和知名度。

4.3 降低农产品“一带一路”跨境贸易的贸易壁垒策略

通过现状与因素分析,降低农产品“一带一路”跨境贸易的贸易壁垒的策略建议如下:

(1)加强国际合作。通过与“一带一路”沿线国家进行深度合作,共同制定和实施农产品贸易政策,以降低贸易壁垒。

(2)提高农产品质量。提高我国农产品的质量标准,以

满足国际市场的需求,从而降低因质量问题导致的贸易壁垒。

(3)加强农产品出口企业的培训。通过提供专业的培训,帮助企业了解目标市场的贸易规则和要求,提高其应对贸易壁垒的能力。

(4)创新农产品出口模式。通过电商平台、跨境电商等方式,绕过传统的贸易壁垒,开拓新的出口市场。

(5)建立农产品贸易争端解决机制。当面临贸易壁垒时,我国可以通过建立有效的争端解决机制,保护农产品出口企业的合法权益。

(6)积极参与国际农产品标准的制定。通过参与国际标准的制定,可以更好地推动我国农产品的国际化进程,降低贸易壁垒。

5 结语

市场准入是农产品进入目标市场的门槛,对于农产品出口企业来说,市场准入的高低直接影响到企业的出口规模和利润。在“一带一路”沿线国家,由于各国经济发展水平、政治体制、文化传统等方面存在差异,市场准入的难易程度也各不相同,一些国家对农产品进口实行严格的质量标准、检验检疫制度等措施,给我国农产品出口带来了较大的压力。

贸易壁垒是指为保护国内产业和市场,限制外国商品进口的各种措施。在农产品贸易中,贸易壁垒主要表现为关税壁垒、配额限制、技术壁垒等,不仅提高了我国农产品出口的成本,还可能导致农产品出口受阻,影响企业的经营效益。

通过政府间的对话与合作,推动“一带一路”沿线国家

降低市场准入门槛、减少贸易壁垒,为我国农产品出口创造有利条件。同时,积极参与国际农业标准的制定和完善,提高我国农产品的国际竞争力。加大科技创新力度,提高农产品的质量和安全性,打造具有国际竞争力的农产品品牌,通过品牌效应,提高我国农产品在国际市场上的认可度和市场份额。在保持传统市场的同时,积极开拓新兴市场,降低对单一市场的依赖,通过多元化的市场布局,降低贸易风险,提高农产品出口的稳定性。加强与“一带一路”沿线国家的农业产业链合作,实现资源共享、优势互补,提高产业链的整体竞争力。同时,推动农业产业结构调整,发展特色优势产业,提高农产品附加值。通过参加国际农业展览、论坛等活动,加强与“一带一路”沿线国家的农业技术交流与合作,引进先进的农业技术和管理经验,提高我国农业的国际地位。

参考文献

- [1] 郑伟.“一带一路”倡议下农产品跨境电商与跨境物流的发展[J].科技经济市场,2022(2):146-148.
- [2] 李义伦.“一带一路”建设背景下的农产品国际贸易风险及防控分析[J].全国流通经济,2021(28):21-23.
- [3] 吴志刚,张爽.“一带一路”倡议背景下我国农产品跨境电商策略研究[J].商业经济,2021(7):79-81.
- [4] 贺世红.“一带一路”、对外贸易与跨境(国)供应链研究:以中国与东盟农产品贸易为例[J].南宁师范大学学报(自然科学版),2020,37(2):92-98.
- [5] 祝艳.“一带一路”背景下我国农产品跨境贸易模式探究[J].新西部,2020(8):56+136.
- [6] 叶柳岑.“一带一路”倡议对我国农产品国际贸易的影响及措施[J].中国商论,2019(9):91-92.

Analysis of Market Access and Trade Barriers for Cross-border Trade of Agricultural Products under the Belt and Road Initiative

Sun Mingwei

(China Council for the Promotion of International Trade Anqiu City Branch Office,
Anqiu, Shandong 261021)

Abstract: In the context of the profound adjustment of the global economic and political pattern, the international trade of agricultural products is promoted through the joint efforts for the development of the Belt and Road Initiative platform. Market access and trade barriers are two key issues affecting the cross-border trade of agricultural products under the Belt and Road Initiative. This study aims to analyze the need and importance of cross-border trade of agricultural products in countries along the Belt and Road, and current situation of market access and trade barriers in cross-border trade of agricultural products, as well as influencing factors. By putting forward strategies to improve market access and reduce trade barriers in cross-border trade of agricultural products under the Belt and Road Initiative such as strengthening international cooperation, improving the quality of agricultural products, strengthening the training for agricultural export enterprises, innovating agricultural export models, establishing agricultural trade dispute settlement mechanisms, and actively participating in the formulation of international standards for agricultural products, the study intends to promote international trade for agricultural products.

Keywords: The Belt and Road Initiative; Agricultural Products; Cross-border Trade; Market Access; Trade Barrier

RCEP下湖南农产品对外贸易潜力测算与合作态势分析

陈柯璐 刘萱芝(通讯作者)

(湖南农业大学商学院 湖南长沙 410128)

摘要: 本文运用时变随机前沿引力模型和影响力指数测算原理,计算出口贸易效率和农产品出口贸易竞争力指数两项指标,借鉴波士顿矩阵分析法判断湖南出口RCEP各国农产品的贸易合作态势。研究显示:湖南果蔬类产品贸易竞争力在RCEP各国中最强,且各国别市场的湖南各类农产品竞争力差异较大,互补性不强;湖南果蔬类和食品加工类产品的出口市场贸易空间巨大,且不同出口国别市场的贸易效率持续提升;RCEP各国居于湖南农产品出口贸易的不同战略位势,形成了差异化的贸易合作态势。

关键词: RCEP; 湖南农产品; 贸易合作; 贸易效率; 时变随机前沿引力模型

本文索引: 陈柯璐,刘萱芝.RCEP下湖南农产品对外贸易潜力测算与合作态势分析[J].中国商论,2024(04):064-069.

中图分类号: F742; F762

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)2(b)-064-06

推动中国各地区在RCEP区域内的农产品贸易是我国贯彻落实国内国际双循环新发展格局的重要举措。为把握RCEP机遇,助力高质量发展,2022年政府各部门联合印发相关指导意见;党的二十大再次强调推进高水平对外开放是增强国内循环动力,提升国际循环质量的必然要求。湖南作为农业大省,农产品出口地位处于相对弱势,RCEP生效实施对其农产品贸易提出新要求。因此,本文研究湖南与RCEP各国农产品贸易高效合作态势意义重大。

RCEP的相关研究随RCEP进程推进,涉及其前景预测、动因挑战、经济影响等方面^[1-6],研究结果均显示RCEP生效将激发成员国经济活力,促进多边经济合作。但当前涉及RCEP贸易态势的研究较少,学术界对中国与RCEP成员国的贸易经济效应分析,主要集中于三方面:一是贸易影响的经济模拟分析。如薛坤等(2017)^[7]在GTAP模型下模拟不同关税水平对农产品贸易的影响,显示关税水平的削减有助于农产品贸易发展。二是贸易关系分析。如林清泉等(2021)^[8]通过测算贸易指数,发现中国与RCEP成员国间有较强的贸易互补性、较弱的贸易竞争性,但互补性逐渐减弱。三是分析出口贸易效率及其影响因素。如杜晓燕(2021)^[9]利用扩展引力模型分析显示中国与RCEP农产品潜力大,合作空间广。陈雨生等(2021)^[10]引入贸易非效率模型,认为班轮运输水平、自由贸易协定等影响中国农产品出口效率。

综上所述,近年国内对RCEP农产品贸易领域的研究多

从国家层面分析RCEP框架下对成员国贸易关系、效率及经济影响的模拟分析。鲜有文献基于区域异质性考虑进一步研究出口贸易合作态势。因此,本文从省际层面出发,应用时变随机前沿引力模型和贸易的显示性比较优势与互补指数,兼顾贸易可拓展空间和竞争力指数,通过借鉴波士顿矩阵分析法,构建湖南出口RCEP各国农产品的战略位势,以分析其在RCEP区域内农产品贸易合作态势。

1 贸易竞争指数的测算

1.1 贸易竞争指数设计

1.1.1 以显示性比较优势指数测算农产品出口竞争力(RCA)

显示性比较优势指数通过比较一国产业或产品在出口中所占的份额与其在世界贸易中所占的份额,进而评估一国的出口竞争力。具体公式如下:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / X_{ii}}{X_{wj} / X_{wi}} \quad (1)$$

其中, X_{ij} 和 X_{ii} 分别为*i*国*j*类产品出口额和*i*国总出口额, X_{wj} 和 X_{wi} 分别为世界*j*类产品出口额和世界总出口额。农产品出口竞争力划分标准为 $RCA \geq 2.5$,极具竞争优势; $RCA \in [1.25, 2.5)$,具备较强竞争优势。

1.1.2 贸易互补性指数测算农产品出口结构(TCI)

贸易互补性指数通过衡量一国进口产品的结构与另一国出口产品结构间的对应关系,反映两国间进行某种产品

基金项目: 湖南省教育厅科学研究项目“农产品流通基础设施与减贫:机理、效应和路径”(22C0087);长沙市哲学社会科学规划课题“农产品流通基础设施的减贫效应及优化路径研究”(2023CSSKKT122)。

作者简介: 陈柯璐(2001-),女,浙江台州人,国际经济与贸易专业。

通讯作者: 刘萱芝(1988-),女,湖南岳阳人,博士,讲师,研究方向:农产品贸易。

贸易的匹配程度。公式表示为：

$$TCI_{ij}^a = \sum_b \theta^b \times RXS_i^b \times RMS_j^b \quad (2)$$

其中， $RXS_i^b = \frac{X_{iw}^b}{X_{ww}^a} / \frac{X_{iw}^b}{X_{ww}^a}$ ， $RMS_j^b = \frac{M_{jw}^b}{M_{jw}^a} / \frac{M_{jw}^b}{M_{jw}^a}$ 分别表示

b商品在i、j国a部门与两国在世界a部门的出口、进口份额之比； θ^b 表示b商品在世界a部门的份额。 $TCI > 1$ ，两国该类农产品贸易互补性强，贸易合作空间广阔； $0 < TCI \leq 1$ ，存在一定的互补性； $TCI < 0$ ，贸易合作空间小。

1.2 湖南出口RCEP成员国农产品的贸易竞争指数测度结果与分析

根据RCA指数及TCI指数计算方法，测度湖南出口RCEP成员国整体及细分农产品显示性比较优势及贸易互补性(RCA、TCI数据分别根据中国海关总署、UN Comtrade 统计数据库计算整理)，结果呈现以下几个特点：

一是从综合水平来看，除老挝等少数东盟国家及新加坡、韩国外，湖南出口RCEP其他国家细分农产品具有中等以上竞争优势。(1)从整体农产品RCA指数来看，湖南出口老挝、柬埔寨、韩国、新加坡的RCA指数均低于1.25，竞争优势较弱；出口日本等其他RCEP国家的RCA指数均大于2.5，竞争优势较大，其中，出口新西兰竞争力最强，其次是越南、菲律宾、印度尼西亚、日本、澳大利亚。(2)从整体农产品TCI指数来看，湖南与越南的贸易互补性大于1，具相对较大的合作空间，同其余各国的贸易互补性大于0.5，居于中等。

二是从不同细分农产品的外部市场来看，湖南出口RCEP各国的竞争优势差异较大。(1)从RCA指数来看，动物类产品上，湖南RCA小于0.8，具比较劣势，其出口马来西亚等国的RCA均大于1.25，具有相对竞争优势；在果蔬类产品上，湖南以及其出口澳大利亚等国比较优势显著，最大RCA达67.8；在食品加工类产品上，湖南出口的RCEP国家中显示出极强比较优势的国家最多。(2)从TCI指数来看，湖南出口RCEP各国不同细分部门的差异较大。动物与果蔬类市场上，除了2020—2021年新冠疫情爆发外，湖南出口此类产品互补性基本逐年上升，特别是在动物类市场上，新冠疫情前，湖南出口各成员国的TCI指数呈倍数增长；与此相反，食品加工类市场上，湖南出口RCEP的TCI指数逐年下降。

三是从一国内部的不同细分市场来看，除老挝、新加坡外，湖南竞争优势农产品随出口国别而变。(1)从RCA指数看，果蔬类产品在新西兰市场上具中等以上的相对竞争优势；动物类产品在马来西亚、缅甸市场上竞争优势更显著；食品加工类产品在日本等市场上竞争优势极强。(2)从TCI指数来看，湖南出口RCEP各国的果蔬类产品互补性相对显著。

综上所述，湖南出口RCEP各国总体及细分农产品竞争

优势差距明显，但绝大多数国家具有其相对优势农产品，各国与湖南果蔬类产品出口市场的互补性较强，可见RCEP为湖南农产品对外贸易提供了较大发展机遇。

2 贸易引力与非效率的实证研究

2.1 模型构建及数据来源

引力模型是测定贸易效率的惯常方法。本文借用Armstrong改进的随机前沿引力模型，将相对固定的自然因素经济规模等，用于估计贸易潜力；将关税水平等人为不确定因素纳入贸易阻力项，可同时衡量前沿产出水平与识别影响因素。模型设定如下：

$$\ln Y_{ijt} = \beta_0 + \beta_1 \ln GDP_{it} + \beta_2 \ln GDP_{jt} + \beta_3 \ln POP_{it} + \beta_4 \ln POP_{jt} + \beta_5 \ln D_{ij} + \beta_6 B_{ij} + \beta_7 L_{ij} + V_{ijt} - U_{ijt} \geq 0 \quad (3)$$

其中， Y_{ijt} 表示t时期湖南对RCEP各国的农产品出口额； GDP_{it} 、 GDP_{jt} 分别表示t时期湖南与RCEP各国的实际GDP，以衡量经济规模； POP_{it} 、 POP_{jt} 分别表示t时期贸易各方的人口，代表市场规模； D_{ij} 表示距离，替代运输成本； B_{ij} 、 L_{ij} 分别表示湖南与各国是否存在共同边界和语言。

当 $U_{ijt} = 0$ 时，模型如下：

$$Y_{ijt}^* = f(x_{ijt}; \beta) \exp(V_{ijt}) \quad (4)$$

$$TE_{ijt} = Y_{ijt} / Y_{ijt}^* = \exp(-U_{ijt}), TE_{ijt} \in (0, 1) \quad (5)$$

其中， Y_{ijt}^* 表示贸易潜力，此处指主观贸易阻力不存在时的贸易水平。 TE_{ijt} 表示贸易效率，是实际贸易量与贸易潜力的比值。由式(3)可知，已知贸易效率可计算贸易可拓展空间：当 $U_{ijt} = 0$ 时， $TE_{ijt} = 1$ ，不存在贸易可拓展空间；当 $U_{ijt} > 0$ 时， $TE_{ijt} < 1$ ，实际贸易量未达到最大贸易水平，存在贸易可拓展空间。

为进一步研究影响湖南出口RCEP各国的农产品效率的因素，本文借鉴Battese和Coelli的一步法构建贸易非效率模型，表达式如下：

$$\mu_{ijt} = \delta_0 + \delta_1 FTA_{ijt} + \delta_2 TAF_{it} + \delta_3 TTI_{it} + \delta_4 SHP_{it} + \delta_5 INF_{it} + \delta_6 MON_{it} + \delta_7 FIN_{it} + \delta_8 TRA_{it} + \omega_{ijt} \quad (6)$$

其中， U_{ijt} 表示t时期j国从i国进口的贸易非效率量，主要考察8个变量：

(1)自由贸易协定。自由贸易协定(FTA_{ijt})表示t时期i、j两国自贸协定签署情况，反映区域一体化水平。(2)关税水平及贸易便利化程度。关税水平(TAF_{it})反映一国的关税壁垒，用进口国t时期某类产品的加权平均关税表示；进口程序效率(TTI_{it})反映一国通关效率，用进口品的清关手续效率表示。

(3)运输及贸易基础设施。班轮运输相关指数(SHP_{it})反映一国与全球海运系统的联通程度;贸易和运输相关基础设施(INF_{it})反映一国贸易和运输相关基础设施质量,指数越高,海运越发达。(4)货币、金融及贸易自由度。货币(MON_{it})、金融(FIN_{it})及贸易(TRA_{it})自由度分别评估价格、金融与贸易自由化水平,评分越高,贸易越发达。

本文以2017—2022年湖南与RCEP14国相互间的数据为样本。随机前沿引力模型中,出口数据源于中国海关总署;GDP和POP源于世界银行(WDI)数据库,为减少通货膨胀的影响,GDP以2015年美元计价;D、B、L数据均来自CEPII数据库。贸易非效率模型中,TAF数据来自全球贸易数据库(WITS);TTI、INF数据来自世界银行(WDI)数据库;SHP数据来自UNCTAD;MON、FIN、TRA数据来自美国传统基金会;FTA为虚拟变量,签订FTA取1,否则为0,数据源于中国商务部官网。

2.2 湖南出口RCEP成员国农产品贸易效率的实证分析

随机前沿引力模型对函数形式的设定要求严格,因此本文采取似然比检验法,依次设定五项模型适用性检验,并综合考虑模型稳健性,最终选用C-D函数形式的时变随机前沿引力模型,回归结果如表1所示。整体上,大部分回归结果较为显著且符合理论预期。

首先,在提高贸易引力的自主可控变量中,除食品加工类产品外,省内市场需求对湖南出口影响最积极。这表明湖

南省内市场需求扩大有助于大力推动农产品出口。

其次,上述自然因素中,距离变量的系数均为负,间接说明运输成本增加,削弱了出口农产品价格竞争力。但果蔬类和整体农产品市场受距离制约不显著,动物类、食品加工类产品出口受其影响明显。这可能是因为湖南果蔬类产品出口以相邻的东南亚国家为主,运输成本的阻力较小;而最具出口活力的鲜活动物类及食品加工类产品因远距离运输成本昂贵,出口受限明显。

最后,在影响贸易效率的变量中,自贸协定的签署未降低各类农产品贸易的非效率,与预期有所差异,可能因RCEP生效伊始,各项规则尚未落实;关税水平及贸易便利化程度促进了湖南食品加工类和农产品总出口非效率的降低;运输及贸易基础设施未通过显著性检验。一方面,湖南与RCEP各国在动物类产品上以进口为主,故RCEP国家与全球航运网络的联通水平及贸易基础设施完善程度对湖南出口该类产品的影响较小。另一方面,湖南果蔬类和食品加工类产品的出口市场以东盟等邻国为主,故与全球航运系统的牵涉面窄,对贸易效率影响不显著;货币、金融及贸易自由化综合指标,随RCEP生效产生的贸易转移和创造效应,显著降低了总体农产品贸易的非效率。在细分市场上,湖南优势出口农产品以安化黑茶等果蔬类为主,故其出口效率受各国货币自由度影响显著。除动物类产品外,金融自由度的提高显著改善湖南各类农产品出口效率。

表1 时变随机前沿引力模型估计结果

变量	动物类产品		果蔬类产品		食品加工类产品		农产品	
	系数	t 值	系数	t 值	系数	t 值	系数	t 值
cons	-1278.70	-1252.45	-1328.19	-1334.37	-249.49	-0.56	-920.27	-843.25
$\ln GDP_{it}$	0.44**	2.17	-0.27**	-2.00	0.60***	5.66	0.21***	3.56
$\ln GDP_{jt}$	8.96***	15.65	14.58***	28.89	-0.34	-0.07	8.57***	7.24
$\ln POP_{it}$	0.67***	2.89	0.81***	6.99	0.89***	6.79	0.53***	10.54
$\ln POP_{jt}$	290.67***	198.91	289.35***	316.33	61.11	0.62	203.22***	103.50
$\ln D_{ij}$	-1.82***	-3.04	-0.39	-1.59	-0.60***	-2.64	-0.19	-1.16
L_{ij}	32.68***	2.69	1.73***	6.46	3.80***	3.64	1.16***	6.61
FTA_{ijt}	2.28***	3.35	-0.71*	-1.64	1.69**	2.43	1.12***	3.52
TAF_{it}	-0.41	-1.02	0.25	0.87	-0.53*	-1.69	-0.31***	-2.86
TTI_{it}	1.31	0.64	-0.35	-0.49	-0.59**	-1.97	1.48**	2.30
SHP_{it}	0.61	1.59	-0.34	-1.04	-0.26	-0.84	-0.22	-1.33
INF_{it}	-0.72	-0.45	-0.82	-0.95	3.08	1.06	0.09	0.10
MON_{it}	1.70	0.60	1.88***	2.78	-0.85	-0.70	6.87***	6.62
FIN_{it}	4.46***	3.23	-1.81***	-4.21	-2.71***	-4.64	-1.38***	-4.56
TRA_{it}	-9.62***	-3.10	0.21	0.26	4.53***	3.19	-5.44***	-6.88
σ^2	2.31***	3.53	5.81***	7.35	5.25	0.91	3.87***	8.88
γ	0.09	0.32	1.00***	251.30	0.86***	5.12	1.00***	302.21
LOG 似然值	-128.56		-122.83		-104.76		-94.77	
LR 检验	11.12		34.58		23.86		24.74	

注:***、**、* 分别表示在 1%、5%、10% 显著性水平上显著。

2.3 湖南出口RCEP成员国农产品的贸易潜力研究

为探究湖南出口RCEP各国各类农产品的贸易合作市场、产品态势,本文进一步计算贸易潜力,分析各类农产品贸易的可拓展空间。

横向对比各细分市场 and 纵向对比各时期的贸易趋势,贸易潜力和可拓展空间呈现两大特点:

一是各细分农产品市场的贸易可拓展空间差距较大。就近年来看,多数RCEP国动物类产品贸易可拓展空间超过0.9,可拓展空间巨大;相比之下,果蔬和食品加工类可拓展空间多低于0.5,贸易效率较高。

二是各时期各出口国别市场的可拓展空间较大。随区域一体化加速,湖南出口RCEP各国农产品潜力持续增长,特别对日、韩等贸易潜力近倍数上升。而受地缘政治、全球贸易保护主义抬头等不稳定因素影响,可拓展空间也同步上升,特别是动物类产品市场,日、韩的贸易可拓展空间达97%、99%,故亟待促成实质性的中日韩贸易谈判,释放贸易潜力。

3 贸易合作态势分析

本文运用随机前沿引力模型计算贸易拓展空间和借鉴卡兹的影响力指数计算原理测算贸易竞争指数代表农产品出口结构与竞争力,得到两项指标(TS和TCCI)(见表2),再借鉴波士顿矩阵法评价湖南在RCEP区域内的农产品贸易合作态势(见图1)。

如表2所示,整体农产品市场上,湖南出口澳大利亚、越南、印度尼西亚的综合竞争力最强;细分农产品市场上,湖南出口RCEP各国的综合竞争力差异较大。

为明晰在湖南出口RCEP各国农产品的潜力阈值内,湖

南在各国农产品贸易中的相对竞争地位,进而为湖南出口RCEP各国构建差异化农产品合作关系奠定基础,本文通过波士顿矩阵分析法,评价湖南出口RCEP各国的合作态势。

首先,确定二维坐标取值范围含义。(1)以贸易竞争指数($TCCI_{ij}$)为纵轴,按照湖南出口RCEP各国在各类农产品上的相对竞争强度,取 $TCCI_{ij}$ 均值的平均数为标准,将其划分为强、弱两级。(2)以贸易可拓展空间指标(TS_{ij})为横轴,同理,将 TS_{ij} 划分为大、小两级。其次,据农产品 $TCCI_{ij}$ 与 TS_{ij} 分界点划分四个合作态势区间。如图1所示,分别得到联盟、互补、竞争型合作态势。

从总体农产品市场分析,湖南对缅甸等国的出口流量接近饱和,其中,其出口新西兰等国的竞争力在平均水平甚至以下,说明湖南整体农产品在上述国家市场上竞争激烈,“竞争型”特征显著;对澳大利亚、印度尼西亚、马来西亚的出口可拓展空间相对饱和且竞争力相对强劲,仍呈“竞争型”关系;在越南、泰国、菲律宾市场上的湖南农产品综合竞争力高于平均水平且可拓展空间较大,出口前景光明,应发展“联盟型”合作。

从农产品细分市场分析,动物类产品市场上,湖南对印度尼西亚、马来西亚、泰国、新西兰、日本以及韩国、新加坡的出口可拓展空间几近饱和,呈“竞争型”态势;其在缅甸、越南市场上的竞争力较强,出口存在较大可拓展空间,处于“联盟型”合作区域。果蔬类产品市场上,其对老挝、缅甸的出口效率较高,为“竞争型”出口;对柬埔寨等的出口可拓展空间巨大且竞争力较强,应发展“联盟型”贸易关系;湖南虽在菲律宾市场的竞争力微弱,但可拓展空间较大且互补性较强,呈“互补型”贸易态势。食品加工类产品市场上,

表2 湖南与RCEP成员国各细分农产品贸易合作竞争性关系分析结果

	农产品		动物类产品		果蔬类产品		食品加工类产品	
	贸易竞争指数	可拓展空间	贸易竞争指数	可拓展空间	贸易竞争指数	可拓展空间	贸易竞争指数	可拓展空间
湖南	1.29	/	0.57	/	0.79	/	0.57	/
日本	0.71	0.64	0.43	0.97	0.21	0.05	0.71	0.06
澳大利亚	1.5	0.97	0	/	0.79	0.03	0.71	0.05
新西兰	1	0.98	0.5	0.99	0.93	0.04	0.57	0.07
越南	1.79	0.63	0.5	0.74	0.93	0.13	0.86	0.35
老挝	0	0.99	0	0.07	0.29	0.77	0	/
柬埔寨	0.07	0.72	0	0.73	0.5	0.4	0.07	0.62
马来西亚	1.43	0.91	0.79	0.97	0.64	0.08	0.29	0.73
菲律宾	1	0.61	0.43	/	0	0.09	0.93	0.51
泰国	1.43	0.54	0.71	0.95	0.71	0.1	0.36	0.09
韩国	0	0.94	0	0.99	0	0.07	0.43	0.04
缅甸	0.93	0.98	0.86	0.06	0.5	0.85	0	/
印度尼西亚	1.79	0.88	0.93	0.95	0.43	0.08	0.79	0.41
新加坡	0	0.97	0	0.99	0	0.03	0.21	0.4

注:据TS与RCA、TCI指数整理所得。

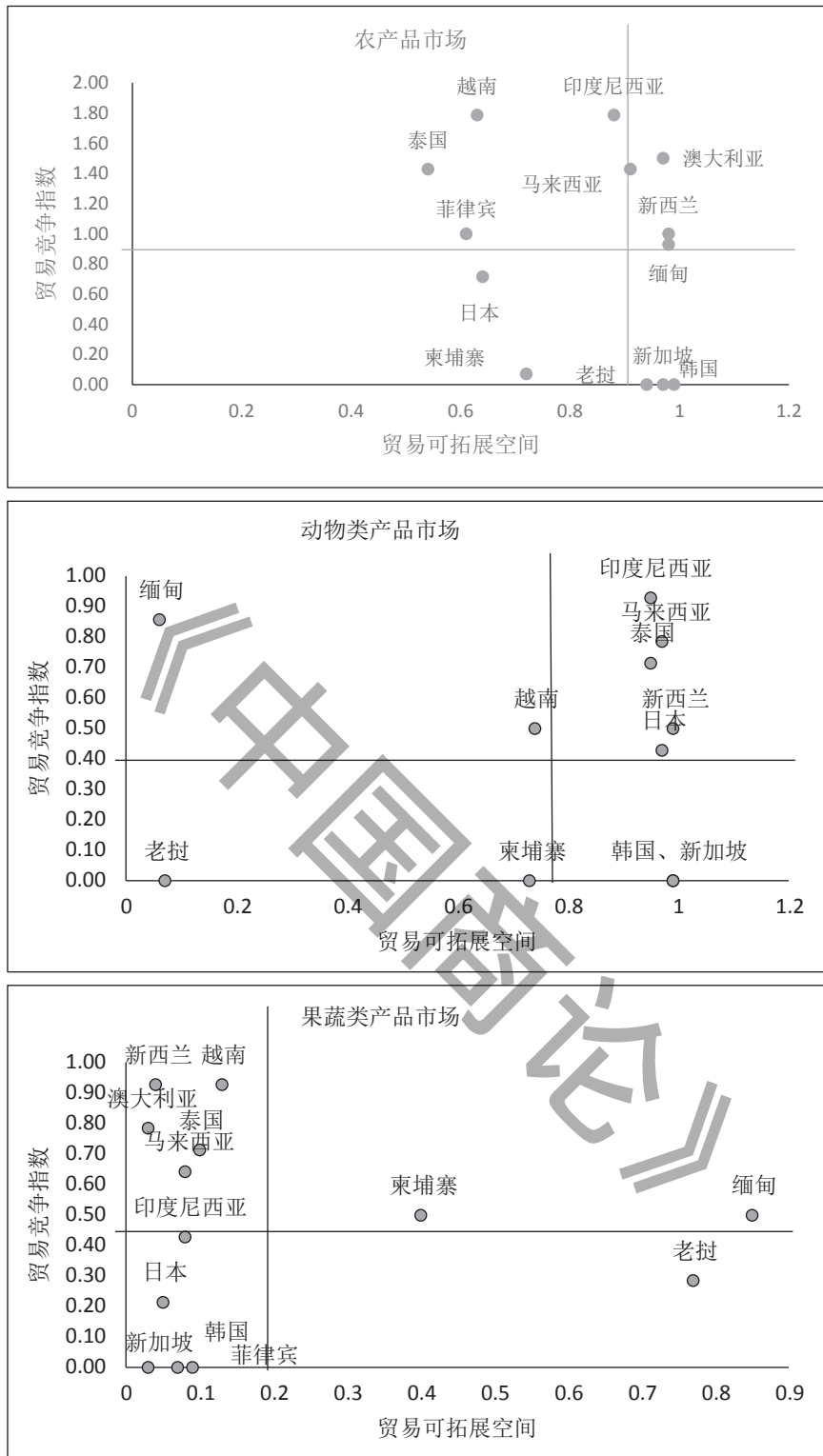


图1 湖南在RCEP成员国农产品及部分细分产品市场的贸易态势

处于“竞争型”贸易区域的有马来西亚、菲律宾、柬埔寨；相对而言，越南等的“联盟型”贸易态势更为突出。

此外，由贸易竞争力指数与可拓展空间两项指标得到的贸易合作态势必然会随各国内部经济利益的变化而调整。其一，处于互补区和联盟区的国家，随可拓展空间的释放，可能会进入竞争区。其二，伴随RCEP的深入实施，湖南出口RCEP各国的关税水平降低、各国进口程序简化，贸易

便利化程度加深，助力湖南农产品出口突破瓶颈，为互补区国家向联盟区、竞争区国家过渡提供契机。

4 结语

本文运用时变随机前沿引力模型计算贸易效率，据此测定贸易可拓展空间，通过测算显示性比较优势指数和互补性指数得到贸易竞争力指数，在贸易可拓展空间和贸易竞争度两项指标基础上，借鉴波士顿矩阵分析湖南出口

RCEP各国农产品的贸易合作态势,得到以下结论:

第一,从时变随机前沿引力模型估计结果来看,湖南经济发展有助于提升农产品出口水平,但影响程度将随进口需求升级而下降;贸易双方的运输成本等阻力随距离的扩大而提高。另外,贸易非效率模型显示,我国仍需积极推进FTA谈判,海关程序简化、关税壁垒降低能较大程度便利湖南食品加工类产品出口。第二,从出口可拓展空间及合作态势判定结果来看,湖南对RCEP各国的农产品出口形成了差异化合作态势,且越南等国别市场及果蔬、食品加工类产品市场仍有广阔的可贸易空间,通过维系、深化双方农产品贸易联盟、互补合作,推动贸易态势升级。

综上,本文有如下政策启示:第一,加快RCEP区域内的规则对接,实现区域间农产品贸易的良性互动。一方面,加快推进我国与RCEP各国FTA谈判进程,特别是完善与日本、韩国在开放与互惠程度等方面的争端解决机制,充分发挥贸易转移与创造效应;另一方面,抓住跨境电商、贸易便利化等条款机遇,发展跨境电商平台,突破RCEP低农业开放度瓶颈,畅通成员国各类农产品贸易。第二,充分利用互补关系和转型战略,提高农业资源整合能力。一方面,寻求农业产业化效率提升,平衡好对互补型、联盟型国家农业产业投资与技术开发力度,稳步推进区域内价值链深度融合,通过发挥相关和支撑产业的联动作用,实现物流、金融等薄弱环节的突破。另一方面,培育农产品竞争异质性优势,协

调好竞争型市场的战略性竞合关系,实现贸易合作效益最大化。

参考文献

- [1] 王金强.TPP对RCEP:亚太地区合作背后的政治博弈[J].亚太经济,2013(3):15-20.
- [2] 陈淑梅,全毅.TPP,RCEP谈判与亚太经济一体化进程[J].亚太经济,2013(2):3-9.
- [3] 郑学党,庄芮.RCEP的动因、内容、挑战及中国对策[J].东南亚研究,2014(1):33-38.
- [4] 张彬,张菲.RCEP的进展、障碍及中国的策略选择[J].南开学报(哲学社会科学版),2016(6):122-130.
- [5] 汤婧.区域全面经济伙伴关系:整合困境及其对中国经济福利与产业的影响分析[J].财贸经济,2014(8):85-93.
- [6] 刘宇,吕郢康,刘莹.时间成本视角下RCEP对中国的经济影响:基于GTAP模型的测算[J].系统工程理论与实践,2017,37(11):2777-2790.
- [7] 薛坤,张吉国.RCEP对中国农产品贸易的影响研究:从关税削减的角度[J].世界农业,2017(4):137-143.
- [8] 林清泉,郑义,余建辉.中国与RCEP其他成员国农产品贸易的竞争性互补性研究[J].亚太经济,2021(1):75-81+151.
- [9] 杜晓燕.中国对RCEP国家农产品出口贸易潜力的实证研究[J].江西社会科学,2021,41(8):50-59+254-255.
- [10] 陈雨生,王艳梅.中国与RCEP成员国农产品贸易结构、效率及影响因素研究:基于细分产品的实证分析[J].世界农业,2021(12):72-83+106+128.

Measurement of Hunan Agricultural Products Foreign Trade Potential and Analysis of Cooperation Situation under RCEP

Chen Kelu, Liu Xuanzhi (Corresponding Author)

(Business School, Hunan Agricultural University, Changsha, Hunan 410128)

Abstract: The paper uses the time-varying stochastic frontier gravity model and the principle of influence index measurement to calculate two indicators: export trade efficiency and agricultural export trade competitiveness index. The paper draws on the Boston Matrix to project the trade cooperation situation of Hunan's agricultural products exported to RCEP countries. The findings show that the trade competitiveness of Hunan's fruits and vegetables is the strongest among the RCEP countries. The competitiveness of Hunan's various agricultural products in the market of different countries varies greatly while the complementarity is not strong. Hunan's fruits and vegetables and food processing products have great potential for trade in the export market. The trade efficiency of the market in different exporting countries continues to improve. The RCEP countries are in the different strategic positions of Hunan's agricultural products export trade and have formed a differentiated trade cooperation situation.

Keywords: RCEP; Hunan Agricultural Products; Trade Cooperation; Trade Efficiency; Time-varying Stochastic Frontier Gravity Model

农产品直播互动性对消费者购买意愿的影响机制研究

邢正远 鲁银梭 陈欣雨

(浙江农林大学 浙江杭州 310000)

摘要: 电商直播的迅猛发展使越来越多的平台、商家和用户参与到电商直播各环节, 品类大多集中于美妆、服饰等。鲜少有人关注农产品, 在农产品领域因其非标品、保质期、新鲜度等特殊性质对农产品直播提出一定挑战, 因此, 在直播时代探索农产品的直播营销具有重要意义。本文基于S-O-R理论, 构建了直播互动性—社会临场感—消费者购买意愿的模型, 实证研究显示: 专业性、可视性等内容互动、响应性、趣味性等服务互动正向影响消费者行为意向, 并通过社会临场感影响消费者购买意愿。互动性通过社会临场感的完全中介作用影响消费者购买意愿。基于此, 平台及主播应从提升信息传播质量、打造体验至上的服务等方面, 增强社会临场感, 提高消费者的购买意愿。

关键词: 农产品; 电商直播; 直播互动性; 社会临场感; 消费者购买意愿

本文索引: 邢正远, 鲁银梭, 陈欣雨. 农产品直播互动性对消费者购买意愿的影响机制研究[J]. 中国商论, 2024(04):070-073.

中图分类号: F724.6

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-070-04

一直以来, 党中央、国务院都高度重视农村电商发展。2021年中央一号文件指出要深入推进电子商务进农村; 2022年中央一号文件提出实施“数商兴农”工程, 加强农副产品直播带货行业的健康发展。农村部出台的《关于加快农业全产业链培育发展的指导意见》中提出要“发展直播带货、直供直销等新业态”等新要求。中国互联网信息中心发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至2023年6月, 我国网络直播用户规模达7.65亿人, 其中电商直播用户规模为5.26亿人, 网络购物作为数字经济的重要业态, 在助力消费增长中持续发挥积极作用。2022年直播数量场次超过了12000万, 直播电商市场规模达到34879亿元。直播助力农产品销售, 农户及商家通过短视频、直播等方式来宣传和推介优质农产品, 为农产品拓宽了销路。

因此, 本文研究农产品直播互动性对社会临场感的影响机制, 并进一步阐释对消费者购买意愿的作用机制, 有助于优化消费者体验, 吸引其转化为购买行为。

1 相关研究文献评述

1.1 互动性

互动性的概念可追溯到20世纪40年代, 媒介的出现使事物之间产生了联系, 为了对这种关系进行研究, 人们提出了互动的概念。随着信息技术的发展, 互动性成为在线平台和社交媒体中的重要方面。现有研究中学者对互动性的定义主要有三个角度: (1) 功能性角度, 强调媒体功能。(2) 过程性角度, 强调当事人之间发生的交换过程。(3) 感知性角度, 重点在于用户如何感知。本文根据研究角度的不同, 对

互动性的维度划分为: 二维将互动分为信息互动和人际互动。郭国庆等(2012)把互动性分为控制性和交互性^[1]; 熊晓元(2014)把互动性划分为三维: 内容互动, 包括有用性和丰富性; 功能互动, 包括响应性和便利性; 服务互动, 包括参与性和互助性^[2]。杨阳等(2009)将虚拟社区中网络消费者特点分为四维: 互动频率、互动程度、互动成员的情感力量和互动的互惠性^[3]。

学者们普遍认为, 互动性与购买意愿两者间成正相关关系, 互动性越强, 消费者购买意愿越强; 消费者对互动性的评价越高, 购买意愿的提升就越明显。其中, 部分学者研究互动性影响购买意愿的中间变量, 如心流体验、感知价值等, 但其他潜在的中介变量还有待分析, 因此本文将社会临场感引入中介变量, 探讨互动性与消费者购买意愿间的关系, 与现有文献互为补充。

1.2 社会临场感

社会临场感的概念由Short Williams和Christic等提出, 广泛应用于传播的技术研究中。社会临场感也称为社会存在, 指个人被他人看作真实的人的程度及与他人联系的感知程度^[4]。目前, 社会临场感多维度的测量还未形成普遍标准, 大多采用社会临场感指标(SPI)、社会临场感问卷(SPS)和社会临场感与隐私问卷(SPPQ)^[4]。有学者从理论分析出发, 如Biocca将社会临场感概括为共在感、心理卷入和行为契合度三维^[5]; Tu(2000)在研究中利用图解的方式, 将其划分为交互性、社会场景和在线沟通三维^[6]; Shen和Khalifa(2007)也证实了在线社区场景中社会临场感具有意识、

基金项目: 浙江农林大学学生科研训练项目(S202210341179)。

作者简介: 邢正远(2001-), 女, 汉族, 山西太原人, 工商管理专业。

认知和情感三方面的特征^[7]。从现有文献看,社会临场感在直播中对消费者购买意愿起直接或间接影响,多数学者研究社会临场感对消费者态度的正面影响,本文关注其对消费者购买意愿的影响机制,具有一定的实践意义。

综上所述,本文在界定社会临场感维度时,基于农产品直播营销特点将其划分为真实感和沉浸感两个维度。其中:真实感主要来源于产品信息及原产地,通过实时直播呈现出产品完整、真实的形象;沉浸感指通过媒介使人产生身临其境的感觉,调动现实沟通所运用到的感官从而使参与者沉浸其中。

2 互动性对消费者购买意愿影响机制的理论分析与研究假设

认知学习理论的 S(刺激)-O(机体)-R(反应)模型被广泛应用于衡量环境因素刺激对个体行为及态度的影响研究。消费者在直播中的社会临场感主要表现为认知感知与情感感知,两者对其购买意愿有直接影响。本文结合刘洋等(2020)^[8]和龚艳萍等(2023)^[9]相关研究,选取专业性、可视性作为内容互动的两个因素,响应性、趣味性作为服务互动的两个因素,共同构成外部刺激变量;选取真实感、沉浸感作为社会临场感的两个维度影响机体内部状态;在直播内容互动和服务互动的共同作用下,真实感和沉浸感使消费者内部状态发生改变,从而产生购买意愿的反应。本文以SOR为基础,构建了互动性—社会临场感—消费者购买意愿的模型。

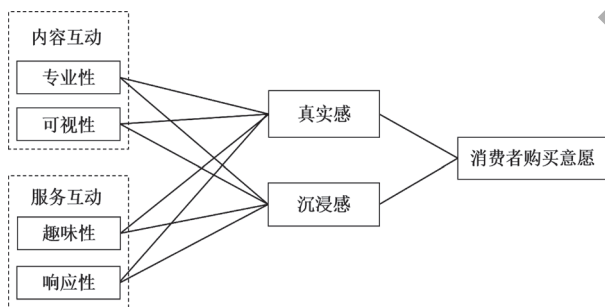


图1 研究模型

专业性指个人具有某领域的知识和经验,并借此为他人提供相关信息,传播者也正因专业性影响到接受者。专业性令主播发布的信息更具可信度,消费者获取更多产品知识的同时更易采纳主播意见,减少购买决策风险。可视性指直播作为实时媒介,以不同形式将信息传达至消费者,达成最大限度的目的。这主要体现在场景布置、产品信息及原产地的可视化。有研究证实视觉吸引力能显著提升即时满足,进而影响冲动性购买。趣味性指特定活动中所感受到的愉悦感,强调体验过程中产生的快乐。直播中主播的形象表达、弹幕的有趣程度、平台的娱乐性活动会增加直播趣味性,激发消费者愉悦感知,进入沉浸状态,从而产生购买意愿。响应性是指反馈信息与接收者发送信息的关联程度^[10]。这主要表现为主播或其他观众对弹幕的回应程度,信息是

否匹配等,通过影响认知和心理感受,进一步影响购买意愿。

直播营销指通过主播和平台让观众沉浸其中,产生了在线下实体店的虚拟购物感。谢莹等(2019)基于文献梳理和理论分析研究了直播营销中社会临场感对消费者行为的影响,突出了社会临场感对于直播营销的潜在价值^[11]。此外,众多研究表明社会临场感对消费者购买意愿有着直接影响。通过以上分析,本文提出以下假设:

H1:专业性、可视性、响应性、趣味性显著正向影响消费者购买意愿;

H2:社会临场感真实感、沉浸感正向影响消费者购买意愿;

H3:互动性多维因素通过社会临场感的真实感、沉浸感影响消费者购买意愿。

3 互动性对消费者购买意愿影响机制的实证分析

3.1 变量测量与问卷设计

问卷采用李克特五级量表进行测量,1-5代表由非常不同意到非常同意。其中结合龚艳萍(2023)变量测量,设计13个题项测量互动性;综合吕洪兵等(2013)研究,设计10个题项测量社会临场感;参考研究中常用的行为意向表,并结合本研究对于农产品的特定直播场景,设计5个题项测量消费者行为意向。

3.2 数据收集与样本统计

问卷主要覆盖大学生、个体户、事业单位从业人群等,最大程度上涉及观看农产品直播的人群。利用亲朋等分层次多方面地发放问卷,最终收回272份。剔除不合格问卷后,共收集有效问卷213份,占回收总数的78.30%。总体上,样本具有一定的代表性。

表1 样本描述性统计

样本特征	统计标准	人数	占比
性别	男	73	34.27%
	女	140	65.73%
年龄	≤ 16	1	0.47%
	17 ~ 25	136	63.85%
	26 ~ 35	32	15.02%
	36 ~ 45	17	7.98%
	≥ 46	27	12.68%
月均消费水平	≤ 1000	18	8.45%
	1001 ~ 2000	106	49.77%
	2001 ~ 3000	63	29.58%
	3001 ~ 4000	17	7.98%
	≥ 4000	9	4.23%

3.3 信度、效度分析

(1)信度分析:本文运用SPSS23.0计算,结果显示:互动性中专业性、可视性、响应性、趣味性各维Cronbach's α 值均大于0.8;社会临场感各维Cronbach's α 值均大于0.9,

消费者购买意愿的Cronbach's α 值为0.891,表明各变量内部一致性较好。(2)效度分析:收敛效度方面,本文使用AMOS24.0进行因子分析,结果显示:互动性各维度、社会临场感各维度以及消费者购买意愿所对应的因子荷载均大于0.7,各潜变量AVE 值均大于0.6,且组合信度CR值均大于0.8,量表具有良好的收敛效度;判别效度方面,如表2所示,互动性、社会临场感及消费者购买意愿之间均具有显著的相关性($P<0.01$),另外相关性系数绝对值均小于0.5,且均小于所对应AVE的平方根,说明各潜变量间具有一定的相关性,且彼此间又具有一定的区分度,量表的区分效度理想。

3.4 回归结果分析

为了检验假设是否成立,本文对变量关系进行了路径检验,结果如表3所示。鉴于性别、年龄、月均消费水平等可能影响消费者的行为意向,本文将其作为关键控制变量纳入模型,确保模型更具说服力。结果显示:专业性、可视性、响应性、趣味性对消费者购买意愿均有显著正向影响,这表明直播互动性可以增强直播效应,有效拉近与消费者距离,促进其购买意愿提升。因此,研究假设1得到验证。

社会临场感中真实感、沉浸感对消费者购买意愿均有显著的正向影响,消费者在购买过程中对真实感和沉浸感的体验是推动其购买的重要因素。因此,研究假设2得到验证。

3.5 机制效应检验

借鉴现有研究通过三个步骤,检验社会临场感在互动

性多维因素与消费者购买意愿之间的传导作用,回归结果如表4所示。

表3 回归分析检验结果

假设内容	标准化系数	t 值	检验结果
专业性→消费者购买意愿	0.354	4.472	支持
可视性→消费者购买意愿	0.226	2.308	支持
趣味性→消费者购买意愿	0.262	2.988	支持
响应性→消费者购买意愿	0.381	5.502	支持
真实感→消费者购买意愿	0.536	7.632	支持
沉浸感→消费者购买意愿	0.512	7.421	支持

第一步,以专业性、可视性、响应性、趣味性为自变量、消费者购买意愿为因变量进行回归分析。结果显示:互动性四因素对消费者购买意愿均有显著的正向影响。第二步,以专业性、可视性、响应性、趣味性为自变量,真实感和沉浸感为因变量进行回归分析。结果显示:互动性四因素均对真实感和沉浸感有显著正向影响。第三步,将真实感、沉浸感引入专业性、可视性、响应性、趣味性对消费者购买意愿的回归方程中。(1)与第一步相比,真实感的回归系数显著,表明互动性四因素通过真实感影响消费者的购买意愿。(2)与第一步相比,沉浸感的回归系数显著,表明互动性四因素通过沉浸感影响消费者的行为意向。基于以上分析,假设3成立。

4 结语

目前,直播购物已成为人们日常生活的一部分,对于平台和商家,提高产品和服务质量是首要目的。本文从社会临

表2 判别效度检验

	专业性	可视性	趣味性	响应性	真实感	沉浸感	消费者购买意愿
专业性	0.534						
可视性	0.486**	0.524					
趣味性	0.384**	0.452**	0.508				
响应性	0.412**	0.571**	0.499**	0.527			
真实感	0.389**	0.399**	0.497**	0.496**	0.537		
沉浸感	0.359**	0.388**	0.376**	0.429**	0.474**	0.525	
消费者购买意愿	0.423**	0.452**	0.475**	0.456**	0.467**	0.438**	0.543
AVE 平方根	0.735	0.732	0.712	0.725	0.732	0.724	0.738

表4 社会临场感的传导作用分析

	第一步	第二步		第三步	
	消费者购买意愿	真实感	沉浸感	消费者购买意愿	消费者购买意愿
自变量					
专业性	0.354***	0.281***	0.323***	0.265***	0.215***
可视性	0.216***	0.223***	0.268***	0.217***	0.234***
趣味性	0.262***	0.069***	0.179***	0.153***	0.141***
响应性	0.266***	0.245***	0.231***	0.225***	0.214***
中介变量					
真实感				0.381***	
沉浸感					0.512***
R ²	0.518	0.551	0.605	0.579	0.588
F	55.852***	50.797***	63.292***	47.117***	36.366***

场感的真实感和沉浸感两维度着手,研究互动性各维度对消费者购买意愿的作用机制,对农产品类直播平台及主播提出以下建议:

4.1 内容为王,提升信息传播的质量

直播平台应对直播间设计精心策划并改进,将场景多元化,如延伸至商品生产地等,通过现场采摘等方式,让消费者场景代入,增强消费者对商品体验的真实感与沉浸感;主播在介绍产品时,应结合自身使用体验,从分享的角度介绍产品,不仅提高产品可信度,还使消费者更好地代入产品使用情景。同时,主播应提升专业素养,明确产品的关键信息,清楚介绍产品的逻辑,带动消费者情绪,进而提升消费者在直播购物中的满意度,增加购买意愿。

4.2 加强互动,打造体验至上的氛围

主播在互动过程中要具有趣味性,通过直播抽奖、截屏送福利、红包雨等方式,提高消费者的参与度,打造轻松愉悦的购物氛围。直播平台可以设置动态表情并增添3D效果,增添弹幕趣味性。同时,应及时关注消费者提出的问题,并迅速给予反馈。注重消费者语气所隐含的情绪变化,对产品不同方面的重视程度,对重复性强的问题优先回复,尽力满足消费者“个性化”需求,也可以通过增添助播的方式来给予答复,打造消费者满意的购物氛围,进而提升购买意愿。

参考文献

- [1] 郭国庆,李光明. 购物网站交互性对消费者体验价值和满意度的影响[J]. 中国流通经济, 2012,26(2):112-118.
[2] 熊晓元. 基于互动和感知理论的网络重购行为研究[D]. 成都:

西南交通大学,2014.

- [3] 杨阳,刘振宇,夏小雪. 浅析虚拟社区人际互动对网络消费行为的影响[J]. 大众商务(投资版),2009(2):72-73.
[4] 谢莹,高鹏,李纯青. 直播社会临场感研究:量表编制和效度检验[J]. 南开管理评论, 2021,24(3):28-36,71.
[5] Biocca F. Inserting the Presence of Mind into a Philosophy of Presence: AResponse to Sheridan and Mantovani and Riva[J]. Presence: Teleoperatorsand Virtual Environments, 2001,10(5): 546-556.
[6] Tu C H. On-line learning migration: from social learning theory to socialpresence theory in a CMC environment[J]. Jurnal of Network & ComputerApplications,2000,23(1):27-37.
[7] Shen K N,Khalifa M. Exploring multi-dimensional conceptualization ofsocial presence in the context of online communities[C]// InternationalConference on Human-Computer Interaction: Applications and ServicesSpringer-Verlag,2007:722-748.
[8] 刘洋,李琪,殷猛. 网络直播购物特征对消费者购买行为影响研究[J]. 软科学, 2020,34(6):108-114.
[9] 龚艳萍,谭宇轩,龚钜塘,等. 直播营销中主播类型及其社会临场感效应研究:基于模糊集的定性比较分析[J]. 南开管理评论,2023,26(2):199-209.
[10] Chang Y P, Dong X B. Research on the impact of consumer interaction behaviour on purchase intention in an SNS environment: evidence from China[J]. InformationDevelopment,2016,32(3): 496-508.
[11] 谢莹,李纯青,高鹏,等. 直播营销中社会临场感对线上从众消费的影响及作用机理研究:行为与神经生理视角[J]. 心理科学进展,2019,27(6):990-1004.
[12] 吕洪兵,郭辰,张玲梅,等. B2C网店社会临场感与粘性倾向关系实证研究[C]. //第6届“管理学在中国”学术研讨会论文集. 2013:1-6.

The Influence Mechanism of Live Interaction of Agricultural Products on Consumers Purchase Intention

Xing Zhengyuan, Lu Yinsuo, Chen Xinyu

(Zhejiang A&F University, Hangzhou, Zhejiang 310000)

Abstract: The rapid development of e-commerce live streaming has led to an increasing number of platforms, merchants, and users participating in various aspects of e-commerce live streaming, with most categories focusing on beauty, clothing, and other consumer goods. There is little attention paid to agricultural products. The unique characteristics of agricultural products, such as non-standardization, shelf life, and freshness, pose certain challenges to live streaming marketing of agricultural products. Therefore, exploring live streaming marketing of agricultural products in the era of live streaming is of great significance. Based on the S-O-R theory, this paper establishes a model integrating live interactivity, social presence, and consumer purchase intention. Empirical research shows that professional and visible content interaction and service interaction that makes efficient responses and raises people's interest positively affect consumer behavior intention, and influence consumer purchase intention through social presence. Interactivity influences consumer purchase intention through the complete mediating effect of social presence. Based on the research conclusions, platforms and live streamers should enhance the social presence and increase consumer purchase intention by improving the quality of information dissemination and creating experience-oriented services.

Keywords: Agricultural Products; E-commerce Live Broadcasting; Interactivity; Social Presence; Consumer Purchase Intention

基于消费者行为的购买意愿及影响因素研究

——以牡丹籽油为例

张琪 刘萍(通讯作者)

(北京林业大学经济管理学院 北京 100083)

摘要: 文章在消费者行为理论的基础上,结合牡丹籽油的消费特点,从消费者自身内在因素(消费者个体特征、认知及信任度、动机导向)和外环境因素(产品及市场)两个方面构建消费者购买意愿二元Logit模型,对消费者购买牡丹籽油的影响因素进行实证分析。结果显示:消费者收入水平、对牡丹籽油的价值认知、对营养功效的信任度、尝试新产品的意愿、对象身份地位的重视、对身体健康的重视及宣传等影响因素正向影响牡丹籽油购买意愿;而消费者性别和牡丹籽油价格则负向影响牡丹籽油购买意愿。

关键词: 消费者;牡丹籽油;消费者购买意愿;Logit模型;消费市场

本文索引: 张琪 刘萍.基于消费者行为的购买意愿及影响因素研究[J].中国商论,2024(04):074-078.

中图分类号: F063.2

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-074-05

1 引言

我国消费市场正在快速升级,消费者需求多样化趋势明显,食用油市场也是如此,常见的食用油已难以满足特定消费者对营养、健康的需求,茶油等高端食用油开始受到消费者的青睐,高端食用油市场逐渐扩大^[1]。2011年,牡丹籽油被列为新资源食品,并趁市场食用油升级的趋势,逐渐打入消费市场,牡丹籽油是油用牡丹籽经提取精炼制成,富含不饱和脂肪酸、丹皮酚、植物甾醇等多种有益成分^[2]。牡丹籽油具备的高品质、高营养、高价值的特性符合新时期食用油消费升级需求,具有广阔的市场前景^[3]。

但是,目前从消费者的角度入手,对处于市场导入期的牡丹籽油产品在市场推广方面的探索仍然较少,更多研究主要关注牡丹籽油的营养价值和产业发展。就实践情况来看,牡丹籽油在消费市场上的表现不容乐观,笔者前期前往山东菏泽牡丹主产区开展调研,结果显示,牡丹籽油的生产与销售及产量与价格之间均存在较大矛盾,一方面,油用牡丹种植户不能完全掌握牡丹籽油产品的销售情况及销售渠道,限制了农户实现增产增收;另一方面,油用牡丹企业缺乏对于油用牡丹品种、产量及品质的有效掌握,牡丹籽油市场价格较高且波动较大。此外,种植农户和企业均缺乏对“消费者”消费偏好的了解及其购买意愿影响因素的认知,这制约了牡丹籽油产品及相关产业的进一步发展。为此,本文通过对消费者关于牡丹籽油购买意愿进行调查,对其影响因素进行实证分析,有助于深入理解与把握牡丹籽油消费者购买行为,为种植户和营销、加工企业调整生产、明确目标市

场及产品改进提供进一步的决策参考,以提高和满足消费者对牡丹籽油的购买意愿,促进油用牡丹产业发展。

2 理论基础

1969年,Howard和Sheth提出“购买者行为理论”,从营销学的角度为消费者行为研究开创了先河。此后,诸多学者不断丰富和完善消费者行为理论,消费者行为被广泛接受的定义是指在既定的收入和认知水平下,消费者如何购买商品组合以尽可能达到最高的满意度,这就是实现消费者效用最大化^[4]。马歇尔、巴甫洛夫、维布雷宁和尼科西亚在目前有关消费者购买行为的研究中影响最为深远。其中,马歇尔受到亚当·斯密“自我利益”动机和“经济人”理论的影响,他认为消费者是理性的,影响消费者做出购买决策的主要因素是理性判断;巴甫洛夫认为外部环境的刺激是激发人们产生购买欲望的起因,心理强化过程又会使人们产生购买反应;维布雷宁指出,影响消费意愿和行为的主要原因是消费者所处的社会文化环境,消费者的价值观和审美会被周围的群体、阶层的行为规范所影响,从而进一步影响其购买决策;尼科西亚模式重点研究消费者的四个购买阶段,首先是初始阶段,商家通过各种方式向消费者传递商品信息,消费者接受到信息之后会根据自己的经历和感受,形成对商品的认知;其次是购买欲望形成阶段,消费者基于对产品的了解,在充分考虑自身情况的条件下对产品进行评价,从而形成欲望;再次消费者会根据欲望确定是否购买产品;最后是购后评价,消费者会根据使用情况,对商品进行评价,该评价会影响其未来的购买决策。

作者简介: 张琪(1998-),女,汉族,河南信阳人,硕士研究生,研究方向:企业管理,林业经济管理。

通讯作者: 刘萍(1973-),女,汉族,吉林德惠人,副教授,博士,研究方向:企业管理,林业经济管理。

诸多文献对消费者购买行为进行研究,大部分研究指出消费者的购买行为会受到多种因素的影响,其作用过程非常复杂。余红红等(2019)通过Logistic 回归模型分析昆明市消费者购买核桃产品的意愿及影响因素,明确消费者特征、内部因素、外部因素是影响消费者购买产品的重要因素^[5]。黄培锋等(2016)以茶油为例,对消费者购买小品种食用油的影响因素进行实证分析,得出食用油品质口味、对健康重视度、对茶油营养价值认知和信任度等对于消费者的购买意愿也具有显著影响^[6]。

3 影响因素选取

3.1 个人特征

个人特征因素是营销消费意愿的主要因素^[7-8]。女性是家庭中做出购买决策的主要人群,相比男性,女性会更加关注家庭需要、营养、健康等因素,因此,女性应该更有可能购买具有高营养价值的牡丹籽油^[9];受教育程度的差异能够影响消费者对信息的接收,牡丹籽油属于新兴资源产品,学历越高的消费者越能够整合有关信息,进一步了解牡丹籽油;牡丹籽油品质好、定价高,主要消费群体的收入处于中等偏上的水平,因此可以假设收入与牡丹籽油的购买意愿呈正相关关系;牡丹籽油含有大量对人体健康有利的微量元素,这正是目前社会上为老人、青少年和儿童购买食品时所需要重点考虑的因素之一,因此可以假设家中有老人、青少年和儿童的消费者会更愿意购买牡丹籽油。

- H₁: 性别负向影响牡丹籽油购买意愿;
- H₂: 学历正向影响牡丹籽油购买意愿;
- H₃: 收入正向影响牡丹籽油购买意愿;
- H₄: 家庭结构正向影响牡丹籽油购买意愿。

3.2 心理因素

影响消费者购买行为的心理因素包括动机、感知、学习、信念与态度等^[10]。结合牡丹籽油的消费特点,本文从消费者购买牡丹籽油动机和对其认知信任两个角度分析心理因素。动机是“从内引发个体产生某种欲望和行动的

因”^[11]。一般而言,牡丹籽油的消费动机包括对新产品的好奇和对健康的需求,进而产生购买的意愿。此外,与高价值相对应的高价格使得牡丹籽油成为礼品,消费者出于送礼的动机,从而产生购买意愿。基于此,本文提出以下假设:

- H₅: 尝试新产品的意愿正向影响牡丹籽油购买意愿;
- H₆: 健康动机正向影响牡丹籽油购买意愿;
- H₇: 身份象征动机正向影响牡丹籽油购买意愿;
- H₈: 送礼动机正向影响牡丹籽油购买意愿。

认知是消费者态度的基础,牡丹籽油含有许多人体必需的微量元素,因此,可以做出假设,一般情况下,消费者越了解牡丹籽油的价值,就越有可能做出购买决策^[12]。通常,信任是消费者购买行为的基础,消费者对商品的信任度越高,购买该产品的意愿就越强。因此,消费者越信任牡丹籽油的营养功效和性价比,就越有可能做出购买决策。

- H₉: 价值认知正向影响牡丹籽油购买意愿;
- H₁₀: 食用方法认知正向影响牡丹籽油购买意愿;
- H₁₁: 功效信任正向影响牡丹籽油购买意愿;
- H₁₂: 性价比信任正向影响牡丹籽油购买意愿。

3.3 外部环境影响因素

作为食品的牡丹籽油的口味会影响消费者购买意愿;在消费市场上,销售价格、宣传推广等因素都会影响到消费者的购买意愿。

- H₁₃: 口味正向影响牡丹籽油购买意愿;
- H₁₄: 销售价格正向影响牡丹籽油购买意愿;
- H₁₅: 宣传推广正向影响牡丹籽油购买意愿。

4 研究设计

4.1 样本选取与数据来源

本文采用问卷调查方法,问卷分为个人特征部分和对牡丹籽油认知部分。考虑到牡丹籽油的销售价格高,目标消费者应该为大型和中型城市中的收入偏高人群,因此本文选取北京和武汉作为调研区域,调查对象为大型商超购物的消费者。调研时间为2022年2—5月,共发放问卷1200份,回收问

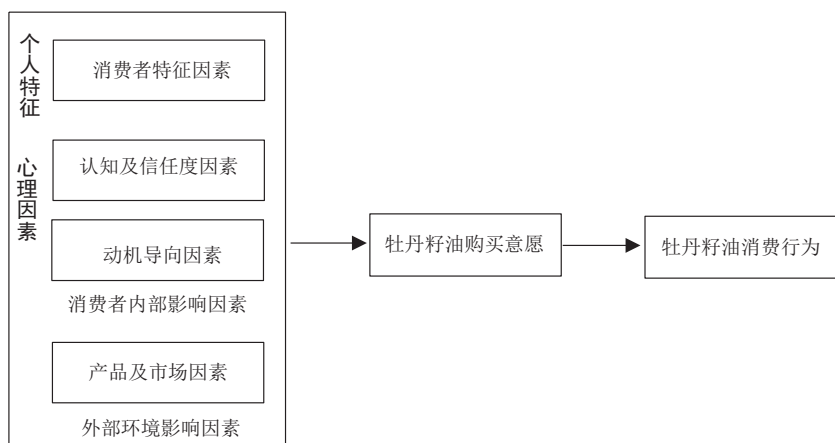


图1 牡丹籽油购买意愿及影响因素结构

卷1143份,有效问卷986份,有效率达到82.2%。本文选取有效问卷中,有过牡丹籽油产品购买行为的消费者,共164份,本文将对这164份问卷进行研究。

4.2 模型设计

基于上述消费者对牡丹籽油购买意愿影响因素的选择假设,构建消费者对牡丹籽油购买意愿的计量模型(式1),以验证各影响因素的重要程度和显著性。所涉及的解释变量均为定性变量,被解释变量“是否愿意购买”是定类数据且属于二值选择变量,因而适用于二元Logit模型作为基准模型进行分析,构建模型:

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_i X_i (i=1, \dots, 15) \quad (1)$$

其中,p为消费者购买牡丹籽油的概率,1-p为不购买牡丹籽油的概率, X_i 为解释变量, β_0 为截距, β_i 为偏回归系数。

4.3 变量选取

本文在相关文献的基础上,选取消费者特征、认知及信任度、动机因素和产品及市场因素四大类,共15个自变量,采用李克特五级量表计量。因变量为消费者的购买意愿,0为“无购买意愿”,1代表“有购买意愿”(表1)。

5 实证结果及分析

5.1 描述性统计

本次调研结果的描述性统计分析如表2所示。

5.2 信效度分析

消费者特征因素、认知及信任度因素、动机导向因素、产品和市场因素的Cronbach's α 系数均处于0.7~0.8,问卷

总体Cronbach's α 系数为0.711,均大于0.7(表3),因此整个量表信度相当好,说明其信度较好。

表2 描述性统计结果

变量	均值	标准差	变量	均值	标准差
X1	0.40	0.484	X9	4.39	0.660
X2	3.20	0.432	X10	3.90	0.486
X3	3.85	0.862	X11	4.42	0.636
X4	0.73	0.638	X12	4.41	0.699
X5	2.99	1.146	X13	4.16	0.366
X6	2.62	0.746	X14	4.34	0.474
X7	4.29	0.562	X15	4.21	0.411
X8	3.51	0.612			

表3 各维度可靠性统计量

公共因子	可测变量数	Cronbach's α
消费者特征因素	4	0.798
认知及信任度因素	4	0.718
动机导向因素	4	0.849
产品和市场因素	3	0.750
整体	15	0.711

本文在已有文献的成熟量表基础上,邀请本领域学者、国家林草局工作人员、消费者和农户对问卷进行修改和完善,使变量符合测量目的和要求,因此具有较好的内容效度。此外,对变量数据进行KMO和Bartlett检验(表4),KMO检验值>0.7,P值<0.05,拒绝 Bartlett 球度检验的零假设,可以认为量表效度结构较好。

5.3 模型回归结果

Logit模型计量结果表明,性别(X1)、价格(X14)的系数为负值,OR值<1,说明性别、价格对消费者对牡丹籽油的购

表1 样本变量定义

变量	赋值及含义
消费者特征因素	
性别 (X1)	女=0; 男=1
受教育程度 (X2)	初中及以下=1; 中专或高中=2; 大专或本科=3; 硕士及以上=4
收入水平 (X3)	低于5000=1; 5000~7999=2; 8000~14999=3; 15000~24999=4; 25000及以上=5
家庭结构 (X4)	没有老人或小孩=0; 有老人或小孩=1
认知及信任度因素	
价值认知 (X5)	不了解=1; 仅了解1种=2; 了解2种=3; 了解3种=4; 了解4种及以上=5
食用方法认知 (X6)	不了解=1; 仅了解1种=2; 了解2种=3; 了解3种=4; 了解4种及以上=5
功效信任度 (X7)	完全不相信=1; 比较不相信=2; 一般=3; 比较相信=4; 完全相信=5
性价比信任度 (X8)	非常低=1; 比较低=2; 一般=3; 比较高=4; 非常高=5
动机导向因素	
尝试新品种 (X9)	非常不愿意=1; 比较不愿意=2; 一般=3; 比较愿意=4; 非常愿意=5
健康 (X10)	非常不重视=1; 不重视=2; 一般重视=3; 重视=4; 非常重视=5
身份地位 (X11)	非常不重视=1; 不重视=2; 一般重视=3; 重视=4; 非常重视=5
送礼 (X12)	非常不愿意=1; 比较不愿意=2; 一般=3; 比较愿意=4; 非常愿意=5
产品及市场因素	
口味 (X13)	非常不重视=1; 不重视=2; 一般重视=3; 重视=4; 非常重视=5
价格 (X14)	非常不重视=1; 不重视=2; 一般重视=3; 重视=4; 非常重视=5
宣传 (X15)	非常不认可=1; 比较不认可=2; 一般=3; 比较认可=4; 非常认可=5

买意愿有消极影响,女性消费者比男性消费者更愿意购买牡丹籽油,价格降低会提高消费者对牡丹籽油的购买意愿。这两个因素的P值<0.01,这表明性别和价格在1%的水平下显著。

表4 KMO和Bartlett检验

取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量		0.731
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	1164.295
	df	171
	Sig.	0.000

收入水平(X3)、价值认知(X5)、营养功效的信任(X7)、尝试新产品的意愿(X9)、对健康的重视度(X10)、身份地位(X11)、宣传(X15)的系数为正值,OR值>1,说明这些因素与消费者对牡丹籽油的购买意愿有积极影响。收入水平、身份地位的P值<0.01,尝试新产品的意愿、对健康的重视度、宣传的P值<0.05,价值认知、营养功效的信任的P值<0.1,这三组因素的显著性可以从高到低排序。

表5 方程中的变量估计值及检验表

	系数	标准误	Wals	P 值	OR
X1	-2.825	0.733	14.869	0.000***	0.059
X2	0.930	0.625	2.213	0.137	2.534
X3	1.547	0.445	12.071	0.001***	4.697
X4	0.259	0.417	0.384	0.535	1.295
X5	0.822	0.481	2.925	0.087*	2.276
X6	-0.309	0.396	0.611	0.434	0.734
X7	0.026	0.485	2.703	0.095*	1.027
X8	-0.155	0.420	0.136	0.712	0.856
X9	0.947	0.478	3.920	0.048**	2.577
X10	1.745	0.832	4.126	0.037**	5.725
X11	1.586	0.472	11.303	0.001***	4.885
X12	0.324	0.488	0.440	0.507	1.382
X13	-0.871	0.892	0.954	0.329	0.419
X14	-1.185	0.622	8.157	0.009***	0.306
X15	1.527	0.705	4.693	0.030**	4.605
常数	-8.146	5.295	5.366	0.025**	0.000

注:***、**、* 分别代表统计检验在1%、5%、10%水平上显著。

5.4 计量结果分析

根据式(1)和表3的回归结果,本文建立牡丹籽油购买意愿的二元Logistic回归方程:

$$\ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = -8.146 - 2.825X1 + 1.547X3 + 0.822X5 + 0.126X7 + 0.947X9 + 1.745X10 + 1.586X11 - 1.185X14 + 1.527X15 \quad (2)$$

由式(2)可知,影响牡丹籽油购买意愿的主要因素有性别、收入水平(个体特征因素),价值认知度、营养功效信任度(认知及信任度因素),尝试新品种的意愿、对健康的重视度、象征身份地位(动机导向因素),价格和推介宣传(产品及市场因素)。结果支持假设H1、H3、H5、H7、H9、H10、H11、

H14、H15。

6 结论与建议

6.1 主要结论

文章从消费者自身内在因素(消费者个体特征、认知及信任度、动机导向)和外在环境因素(产品及市场)两个方面对影响牡丹籽油购买意愿的多个因素进行Logit模型的建模分析。通过计量结果分析,本文得出结论:

(1)女性为家庭日用品的主要购买者,较男性购买牡丹籽油的意愿更加强烈;

(2)牡丹籽油价格偏高,这使得消费者收入和牡丹籽油的销售价格显著影响消费者的购买决策;

(3)消费者对牡丹籽油的认知和信任、对自身健康的重视度越高,越有可能购买牡丹籽油;宣传是帮助消费者建立对产品价值认知、建立产品信任的重要途径,因此,加大宣传力度能够促使消费者做出购买牡丹籽油的决策;

(4)喜欢尝试新产品的消费者购买牡丹籽油的可能性更高;

(5)彰显身份地位,有送礼需求的消费者更有可能购买牡丹籽油。

6.2 建议

为促进牡丹籽油产业的发展,更好地打入消费者市场,必须创新市场营销模式,制定全新的营销策略。具体而言,要加大宣传力度,增加消费者对牡丹籽油的产品认知;通过多种手段,降低产品的生产成本,制定合理的价格;进行产品创新,增加牡丹籽油产品种类;打造高端定位,提高身份象征。

首先,创新宣传渠道,使用新媒体平台加强对牡丹籽油的宣传力度,重点普及健康好油的定位,提高产品认知度。牡丹籽油厂商要搭建新媒体营销矩阵,根据不同新媒体平台的特点,结合图文、视频形式在百家号、抖音、知乎等社区平台输出牡丹籽油相关内容,向居民科普牡丹籽油有利于人体健康的功效、极高的营养价值,重点对牡丹籽油的各项产品价值和知识进行细致讲解,吸引消费者的关注,提升消费者对牡丹籽油产品的价值认知和产品认知。在深耕公域流量的同时,品牌方也要关注私域流量的建设和运营,私域流量具有实时在线、可免费触达、可多次成交的优点,品牌方可以通过私域流量与用户建立强关系的信任价值^[14]。牡丹籽油产品的品牌方可以通过电商平台、社区平台、知识平台等新媒体渠道,为私域流量引流,通过精心运营私域流量,潜移默化地向消费者宣传牡丹籽油的价值,增加消费者对产品的认知。

其次,调整价格策略,通过多种方式降低生产成本以降低价格。从回归结果看,价格是影响消费者购买牡丹籽油的主要因素,要想促进牡丹籽油产业的发展,必须制定合理的

价格。首先,要改变个体农户种植模式,进行集中化种植。企业可以统一承包土地,进行规模化种植,这样可以节约资源,进而降低生产成本。同时,发展现代化、大规模种植技术,提高农业生产的效率。技术水平的提高能够实现规模化生产和集约化生产的合一,极大地降低种植、收割的人力成本,减少农药、种子等资源的浪费。发展电子商务,打通流通渠道。在传统的渠道模式下,牡丹籽油从成功生产出来,再到消费者的菜篮子中,需要经过多级经销商和多次运输,电子商务能够去除中间环节,直接送达消费者手中。这些措施可以通过降低牡丹籽油的生产和流通成本,降低其市场价格。

其次,积极进行产品创新,增加产品品类。当前,牡丹籽油相关产品主要包括食品、护肤品和日用品三大类,每个品类中的代表单品都有限,这限制了消费者进一步了解和试用产品,亟须产品创新。一是创新产品线,打造牡丹文创产品。牡丹素有“唯有牡丹真国色,花开时节动京城”的美誉,具有良好的象征价值,因此,发展牡丹文创产品具有良好的文化基础。二是创新产品品类,据了解,油用牡丹的可利用价值非常高,花瓣、花籽、根茎等都具备巨大的商业化潜力,但是受限于当前的技术水平,产品品类十分有限,企业要在大数据的支持下,积极开展技术创新,充分利用油用牡丹,创造更多产品品类。

最后,产品模式重塑,打造中高端产品线。彰显身份地位是消费者购买牡丹籽油的一个重要动机,这说明牡丹籽油相关产品的精品化路线在消费市场上是有发展潜力的,因此,品牌方应该重视高端市场,积极培育高端产品。一是进行严格的质量把关,完善产品的生产体系和监督体系,做好从原材料种植到牡丹籽油生产出厂的整个生产加工过程的质量把关,保证产品质量数一数二,提高产品力,用高质量产品打动消费者。二是走定制化路线,牡丹籽油厂商应采取定制化生产策略,强调定制产品的特殊性,满足中高收入

者的个性化需要。三是要进行服务创新,为中高端产品线提供高质量、高效的配套服务体验。

参考文献

- [1] 卢素兰,刘伟平.消费者特征与小品种食用油购买行为的实证研究:以茶油为例[J].林业经济问题,2016,36(4):361-368.
- [2] DENG R X, GAO J Y, YI J P, et al. Could peony seeds oil become a high-quality edible vegetable oil? The nutritional and phytochemistry profiles, extraction, health benefits safety and value-added-products[J].Food Research international, 2022,156:111200.
- [3] 刘萍,薛寒.我国油用牡丹产业发展的机遇挑战及对策研究[J].林业经济,2014(7):96-108.
- [4] 刘瑞峰.消费者特征与特色农产品购买行为的实证分析:基于北京、郑州和上海城市居民调查数据[J].中国农村经济,2014(5):51-61.
- [5] 余红红,李娅.消费者对核桃产品的需求意愿及影响因素分析:基于云南省昆明市 1115 份消费者调查数据[J].林业经济,2019(10):62-69.
- [6] 黄培锋,卢素兰.消费者茶油购买意愿与实际选择偏差及其影响因素研究[J].林业经济问题,2017(6):40-45.
- [7] 孟琪,胡月英.蚌埠市品牌商品消费意愿影响因素分析:以品牌鸡蛋为例[J].中国商论,2022(6):50-52.
- [8] 张海英.绿色农产品持续消费意愿的影响因素实证分析:以广州市为例[J].中国商贸,2010(14):232-233.
- [9] 戴化勇,陈金波.中国城镇居民蔬菜消费行为研究:基于人口统计特征视角[J].农业技术经济,2016(12):23-31.
- [10] 左洪亮.对影响消费者购买行为的心理因素的研究[J].商业研究,2005(10):98-100.
- [11] W.A Woods. Consumer Behaviour [M].North Holland,1981.
- [12] 凌文豪,郝一潼.老年人的养老责任认知对养老服务购买意愿的影响:基于CLASS2018的实证分析[J].社会保障研究,2023(4):14-24.
- [13] 李小妹,贾晓哲,王海燕.消费者感知风险与信任对共享单车使用意愿的影响研究[J].中国商论,2017(32):61-63.
- [14] 郭全中,李祖岳.企业营销数字化转型初探:一个基于私域流量运营的视角[J].新闻爱好者,2023(1):19-23.

Study on Purchase Intention and Influencing Factors Based on Consumer Behavior Theories: A Case Study of Peony Seed Oil

Zhang Qi Liu Ping(Corresponding Author)

(School of Economics & Management, Beijing Forestry University, Beijing 100083)

Abstract: Based on the consumer behavior theory and the consumption characteristics of peony seed oil, the article establishes a binary Logit model of consumer purchase intention from two aspects: the consumer's internal factors (consumer individual characteristics, cognition and trust, motivation orientation) and external environmental factors (products and markets). The model is used to empirically analyze the influencing factors of consumers purchasing peony seed oil. The results show that consumers' income, the value cognition of peony seed oil, the trust in nutrition function, the willingness to try new products, the status symbol, the concern about their own health, and the promotion of these influencing factors have significant positive impacts on the purchase of peony seed oil. However, gender and price have significant negative impacts.

Keywords: Consumer; Peony Seed Oil; Consumer Purchase Intention; Logit Model, Consumer Market

新零售下新茶饮品牌的商业模式及提升路径研究

张欣荣

(北京林业大学经济管理学院 北京 100083)

摘要: 伴随互联网不断发展和消费升级的新趋势,新零售已成为市场主流,新茶饮也逐渐加入新零售舞台。茶颜悦色、喜茶、霸王茶姬及奈雪的茶等作为新式茶饮的翘楚品牌,其先进完善的商业模式值得新生品牌借鉴学习。本文基于商业模式画布理论,对以上新茶饮品牌的商业模式九要素进行逐一分析,进一步总结其商业模式中可借鉴的成功经验,为新茶饮以及饮品行业的健康发展提供理论借鉴,并探索其未来的提升路径,以期实现品牌及行业的可持续性发展。

关键词: 新式茶饮; 商业模式; 营销渠道; 客户关系; 茶饮品牌

本文索引: 张欣荣.新零售下新茶饮品牌的商业模式及提升路径研究[J].中国商论,2024(04):079-083.

中图分类号: F063.2

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-079-05

1 引言

新零售是一种融合线上线下为一体的商业运营模式,通过数据、技术和场景来打破销售壁垒,在此背景下,网红经济势必产生,它依靠社交网络走红,然后将走红后所带来的商业价值进行线下变现,已然成为目前很多品牌的常态。

茶叶是中国人民的民族饮品和文化遗产,在中国的历史文化中占有重要地位。从古至今,饮茶方式也在不断发生变化,从远古时期的药用、食用发展到唐宋时期的煎茶、抹茶到近现代的清饮、袋泡、奶茶等(李兰英等,2022)^[1]。随着经济与社会的发展,人民生活水平的提升,人们对茶饮的品质与种类有了更多追求,“新式茶饮”作为传统茶产业的延伸应运而生。据统计,截至2022年,新式茶饮行业市场规模超过2900亿元,同比增长5.1%,全国已有茶饮门店45万家,也昭示着新式茶饮市场竞争十分激烈。

茶颜悦色与霸王茶姬作为新茶饮国风派代表,将茶饮品牌与中华传统文化实现了完美融合;喜茶与奈雪的茶则是作为新茶饮中快时尚、年轻、高端派代表,不断实现原料及品类的创新升级。作为新茶饮的头部品牌,其各自的商业模式也有各自的亮点与不足,本文基于商业模式画布理论模型对以上品牌商业模式进行分析,进一步总结成功经验与现存问题,取长补短,以期实现品牌及行业的可持续发展。

2 商业模式画布模型理论回顾

2.1 商业模式画布模型理论由来

画布模型理论作为一种分析工具,在商业模式领域有着广泛应用。2008年,著名商业模式创新作家、商业顾问亚历山大·奥斯特瓦德和瑞士学者伊夫皮尼厄提出了九要素

的商业模式画布(Business Model Canvas)概念(张永庆等,2023)^[2],以九宫格的形式展示了商业模式的思想(见表1)。根据九要素的内在逻辑关联,商业模式画布可分为四个方面。第一为客户界面,其中包含进行客户细分、建立客户关系和开拓客户渠道;第二为提出产品或服务的价值主张;第三为基础架构管理,包括厘清核心要素、开展关键业务和与重要伙伴建立合作关系;第四为财务界面,包括调整成本结构和确定收入来源。

表1 商业模式画布模型

重要伙伴 Key Partners	关键业务 Key Activities	价值主张 Value Proposition	客户关系 Customer Relationships	客户细分 Customer Segments
	核心要素 Key Resources		客户渠道 Customer Channels	
成本结构 Cost Structure			收入来源 Revenue Streams	

2.2 商业模式画布模型理论应用

商业模式画布模型较好地阐明了企业要如何创造价值、传递价值及获取价值的基本原理(曾鸣等,2022)^[3],因此其逐渐成为一种用来描述商业模式、可视化商业模式、评估商业模式以及改变商业模式的通用语言。目前在国内外的应用十分广泛,肖超等(2021)^[4]运用商业模式画布评估了出版社古籍数字出版商业模式,从中找到破局关键,完善我国出版社古籍数字化机制。周攀(2020)^[5]基于商业画布对文旅企业华侨城A进行分析与评估,并结合企业的盈利、运营及偿债等指标对其企业发展提出相关对策。除此之外,商业模式画布还被有关学者运用到农产品(辛永澄等,2023)^[6]、医疗行业(孙洪涛,2023)^[7]及交通运输(林森,2022)^[8]等领域。

作者简介: 张欣荣(1998-),女,汉族,天津人,硕士研究生,研究方向:企业管理。

3 新茶饮品牌商业模式分析

3.1 新茶饮品牌介绍

本文选取新式茶饮中新中式风格与高端时尚风格两个赛道的头部品牌进行分析,所选品牌如表1所示。茶颜悦色与霸王茶姬作为新中式茶饮的代表,将茶饮与中华传统文化进行了巧妙结合,从LOGO、名称、包装等方面得以体现。喜茶与奈雪的茶作为高端、时尚、年轻的代表,拥有丰富的品类、新鲜的原料及更多的消费者群体。本文以此四个品牌来探索新式茶饮行业的发展现状,总结发展经验,突破发展困境具有一定的代表意义。

3.2 商业模式分析

3.2.1 价值主张

价值主张是企业通过产品和服务所能为消费者提供的价值。新式茶饮的价值主张有二,一是具备前瞻的行业定位。新式茶饮有两个方面的解释,一方面为茶的年轻化,另一方面为奶茶的升级版,无论哪种定位都正中当代年轻人的消费痛点,它代表着一种健康、精致的生活方式。消费者不必因为茶文化的繁琐深沉而对茶饮望而却步,也不必因为担心奶茶对健康的潜在危害而控制自己的口腹之欲。二是茶颜悦色与霸王茶姬等新国风品牌抢占了中国风饮品的市场空白,依托文化母体的神奇力量,如年轻人越来越追逐一种精神上的文化认同感,这些品牌以中华传统文化为原型,让传统文化有了具象化表达的载体,成为年轻消费者追逐的对象,在竞争激烈的茶饮市场中脱颖而出。

3.2.2 客户细分

茶颜悦色与另外三种品牌在客户细分层面具有共通及差异之处,差异之处在于地域性销售模式,在成立后的七年间从未在湖南长沙以外的城市开设分店,在本土扎根生长,专心赚取本土消费者的口碑,也有部分外省消费人群,主要包括一些旅游商务人士和前来旅行拍照打卡的消费者,茶颜提供了一些手信茶礼和文创产品等,让慕名而来追求体验感的消费人群尽兴而归;共通之处在于它们的目标客户大部分为Z世代人群,Z世代消费者一方面寻求味蕾的刺激,奶盖系列、忌廉系列、芝士系列都能够给人带来丰富的层次感,另一方面更加注重健康养生,新式茶饮采用的都是有机茶叶和健康的原材料,因此代表着一种健康的生活方

式,鲜活有趣的设计与宣传让追求时尚个性的年轻人更容易为之买单。

3.2.3 客户渠道

客户渠道是指店家同目标客户人群达成沟通并建立联系,然后以此向对方传递价值主张的渠道。四种品牌目前均采用线上线下双渠道模式,线下有可点单的标准店,也有不同风格不同主题的概念店,如茶颜悦色的西厢记店、奈雪的柯南联名店、喜茶的喜茶园店及霸王茶姬的盗墓笔记店,不仅售卖现制茶饮,还推出多款茶叶、文创等零售产品。新茶饮品牌,一直有标准店+主题店的布局策略,其中标准店负责门店密度,而主题店能让消费者在体验中感受品牌理念和文化,对消费者进行更全面的认知渗透。线上有可供点单的小程序和外卖平台,喜茶还拥有自己的喜茶GO官方APP,在线上可以通过风格多样的图文感受到浓郁鲜明的品牌特色。除此之外,新茶饮品牌还开设线上天猫旗舰店,消费者可以购买到奶茶同款茶底、零嘴和手工DIY茶饮材料等产品,以此满足广大消费者的需求。

3.2.4 客户关系

客户关系是指企业为达到其经营目标,主动与客户互动以改善客户体验,进而与客户建立起的某种联系。当今时代新式茶饮市场的成功不仅在于其特色的产品,高黏性的社交互动更是维系商家与消费者良性关系的纽带。这主要体现在如下几方面:

(1)会员权益及优惠券。新式茶饮大多采用免费会员注册制度,加入会员后可以领取相应的会员权益,茶颜悦色中有生日免费权益、日常折扣权益、专属周边多件价及积点兑换权益,除此之外还有如小药箱和免费借伞等的会员暖心服务,以优惠和暖心的举措提升了消费者黏性。喜茶的五等级会员体系中也可根据会员等级,提供外卖特权、生日特权、拼单特权、到店特权等诸多福利,更加贴近用户的日常消费习惯。

(2)消费者互动。茶颜悦色十分注重与消费者的互动交流,在订单小票上会写“首先谢天谢地谢自己,活着真好”“等我们有钱了就去告他们”等十分鲜活的话语,一如一个古代茶馆里的店小二与顾客闲聊。还会在微博超话里一边昭告着重要的通知,一边又和大家分享最近的天空真美,更像是消费者身边的一位好友。除此之外,茶颜悦色对于点

表1 新式茶饮品牌比较

	茶颜悦色	霸王茶姬	喜茶	奈雪的茶
成立时间	2013年12月	2017年6月	2012年5月	2015年11月
覆盖城市	12个	254个	303个	109个
经营模式	直营	直营+加盟	直营+加盟	直营+加盟
门店数量	603家	3092家	3417家	1463家
爆款饮品	幽兰拿铁	伯牙绝弦	多肉葡萄	霸气芝士系列
平均单价	17元	19元	29元	32元

单质疑和黄牛也是直面问题并能够迅速解决,这份真诚和直面错误的勇气也为这个品牌增添了许多好感度。

3.2.5 核心要素

核心要素是让企业商业模式得以有效运转的必需因素(彭馨雨等,2022)^[9],新式茶饮能够突破传统茶饮的桎梏,与其创新的企业理念、庞大的资金与团队、有力的政府支持有着密不可分的关系。

(1)企业理念。新式茶饮是顺应潮流而生的时代产物,当今日益富足的精神生活也让年轻消费者更加追求新鲜感与时尚感,喜茶及奈雪的茶等高端产品线以新鲜与卓越品质作为自己的文化理念,恰好满足消费者需求。另一边茶颜悦色与霸王茶姬依托4700年的东方茶文化和蓄势待发的新中式而生,其对文字的驾驭能力,包装及外宣中对视觉的把控,无一不将消费者拉入一场古代幻境,在消费升级下“体验经济”崛起的风口,每一杯饮品都被赋予了人格和情感。

(2)资金与团队。如今新式茶饮的头部品牌都获得了或多或少的资本支持,如茶颜悦色于2018年获得天图资本的天使轮融资,2019年更名为湖南茶悦餐饮管理有限公司,同年迎来A轮融资,获得了源码资本、元生资本、顺为资本的支持,2021年更名为湖南茶悦文化产业发展集团有限公司,同年又获得五源资本融资,除创始团队以外,几乎都是财务投资方,拥有了强大的资金优势;2021年,奈雪的茶已正式在港交所挂牌上市;喜茶也计划于2024年赴港上市,目标估值为1500亿港元,以上品牌的成功都有着强大的资金支持。在团队方面,新式茶饮品牌具有超前的运营理念和专业的运营团队,都是品牌发展路上的东风。

(3)政府支持。茶颜悦色的存在虽带动了湖南省的旅游经济,但笔者认为茶颜悦色与长沙,并不是单方面的付出,而是双向的奔赴,长沙这个具备十足的人文气息的美食之都,同样也为茶颜悦色的孵育和成长奠基了浓厚的历史基础,作为湖南省政府支持品牌,茶颜悦色与这个城市实现了合作共赢。

3.2.6 关键业务

关键业务是企业采用的核心行为来实现商业模式的运作,新式茶饮市场的关键业务有以下几个方面:

(1)在售产品。新式茶饮的在售产品分为三类,一是现制新鲜茶饮,是品牌最核心的产品;二是便携的茶包和零食,例如茶颜悦色有还原门店的自摇沫泡奶茶、小莲罐系列,喜茶有便携冻干水果和酸奶块,无论是设计包装,还是口感味道,都让消费者可以不出远门享受品牌文化;三是文创产品,例如茶颜悦色的日记本及雨伞等日用品,喜茶与景德镇中国陶瓷博物馆联手推出的“我佛持杯”、冰箱贴等周边,不高的价格却能进行自己的文化输出,让携带品牌基因的文创产品遍布城市的每一个角落。

(2)主题概念店。新式茶饮品牌大多有自身打造的主题

概念店,通过营造一些固定概念文化的店面氛围来吸引客户,但喜茶与茶颜悦色的概念店相较另外两个品牌来说独具一格,例如茶颜的楼兰概念店,内部的装潢能够令消费者有一秒穿越至塞北楼兰古国的感受。太平粮仓的概念店坐拥两套楼房庭院,融合了粮仓与园林的景观。喜茶的喜茶园用茶山、茶田、茶座构建了一个带着茶香的艺术空间,将茶饮与建筑实现了完美的融合,在享受茶饮的同时还能有文化输入,让手中的这杯饮品更有温度与重量。另两种品牌多是采用一些联名方式,放置联名形象的背景板来添加主题氛围,较身临其境而言还是稍显逊色。

(3)经营模式。直营模式是指公司总部主管经营、投资及各分公司,其管理严格、控制力强,易实现服务标准化。加盟模式是公司在各地区寻找加盟商,业务经营和企业盈亏交给加盟商全权代理,总部从中收取加盟费。相比其他茶饮品牌的直营+加盟模式,茶颜悦色依旧坚持其直营模式,一方面会使线下门店发展得较为缓慢,另一方面又能稳扎稳打的经营好每一个门店,管理上更为细致,制作流程上更为标准,维护好茶颜悦色的品牌口碑。

(4)供应链管理。随着茶饮市场逐渐饱和,茶饮品牌纷纷亲自下场布局供应链。日前,茶颜悦色研发及生产基地一期项目开工仪式在湖南望城经开区举行,项目预计总投资5.2亿元,规划用地面积超100亩,预计2025年试投产,全面达产后产能将覆盖5000+家门店的核心技术原物料供应。对于新式茶饮来说,竞争环节是全链条的,要想实现规模性的成长就需要沉淀下来构建标准化的供应链体系,优化产品品质和运营效率。茶颜悦色抢占原料市场,自建供应链体系,让茶颜的核心原物料关键加工技术牢固的掌握在自己手中,并为基于原物料的研发创新提供平台,提高企业抗风险能力和技术壁垒。

3.2.7 重要伙伴

企业无法在市场中实现独立存在,总有些业务需要外包,或是一些资源要从外部获得,其重要合作伙伴可分为以下四类:一是原材料供应商。新式茶饮的茶底无非绿茶、红茶和乌龙茶,从乌龙茶基底茶来看,产于福建的武夷山岩茶、安溪铁观音,产于台湾的高山乌龙茶(金萱乌龙)都分外热门;从红茶基底茶来看,新茶饮基底茶的选择倾向于斯里兰卡、印度阿萨姆等产区,当然其他产区也有涉猎,譬如奈雪的茶“金色山脉”、喜茶的“嫣红”来自福建等;从绿茶基底茶来看,福建、四川、贵州、广西等地皆有分布,范围更加宽泛;二是设计和包装团队。茶颜悦色的杯体包装极具美感,创始人花费上百万买下宫廷画师郎世宁等名家的名画版权,使消费者得以见到《韩熙载夜宴图》及《富春山居图》等传世名画,除此之外,在文创、概念店等地的设计也兼顾美感与意境。在当下年轻人收集杯套、纸袋潮文化的浪潮下,喜茶与藤原浩的联名为消费者带来了全新的黑色灵感

风味,充满了街头潮酷风格,同时也掀起了茶饮界内外的一股黑色风潮;三是数字化线上运营。例如线上小程序的开发与维护,旗舰店的运营人员等;四是与茶饮品牌进行联名的跨界行业,例如喜茶与FENDI、奈雪与范特西等,以实现双方的互惠共赢为基础,进行深度的合作。

3.2.8 收入来源

新式茶饮的收入来源主要包括线上线下的销售收入、商业合作及融资收入等。线上线下销售收入包含门店收入和文创周边收入;随着新式茶饮品牌知名度的上升,商业合作也是其收入来源之一,例如茶颜悦色和三顿半联手卖咖啡及茶饮、和御泥坊品牌联名跨界合作产品设计、和喜茶的“喜笑颜开”CP、与民族舞剧《红楼梦》推出了沉浸式感受国风文化的限时“红楼梦主题店”和联名限定的主题杯套等。

3.2.9 成本结构

新式茶饮的成本结构分为基础设施建设成本、采购与生产成本、运营与管理成本、物流成本及人力成本。基础设施建设成本主要包括门店的选址、租金、装修和固定设备投入成本;采购与生产成本包含如茶叶、奶油及水果等茶饮原材料以及如奶茶杯、吸管等辅助材料的直接采购成本;运营与管理成本包含线上平台的开发、建设和运营维护成本、宣传营销成本及书画等艺术品的版权购买成本;物流成本为小程序中的外卖配送及旗舰店的快递配送等成本;人力成本为线上线下的所有人员开支如岗前培训、工资、补贴等。

4 新茶饮品牌商业模式的经验与启示

4.1 品牌定位明确

面对竞争日益激烈的茶饮大盘,新式茶饮佼佼者的品牌定位十分明确。茶颜悦色以鲜明的中国风及传统文化为品牌内核,长期坚持对于中国传统文化价值的输出,在当下茶饮同质化极其严重的大背景下,依旧是自带中国风属性但不刻意迎合市场需求的茶饮品牌;霸王茶姬借力戏曲、聚焦戏曲,传承并创新中华茶文化、传统文化,主张“霸王茶姬,就是有戏”;喜茶以高品质、真茶、新鲜为自身产品的亮点卖点,在原材料方面也力求真品质,注重对茶叶品质、新鲜水果、无添加剂和可持续性的选择;奈雪的茶也坚定自身茶饮+软欧包双驱动的产品模式,两种品类相得益彰。

4.2 营销渠道多元

“互联网+”时代,停留在单一场景的销售模式已然会被淘汰,电子商务引领着商业模式的创新,新式茶饮均对客户渠道进行了多元化延伸,拓宽服务半径,线下开设主题概念店,与消费者更进一步的进行彼此的价值交换,开展跨界营销,增加品牌势能,持续提高品牌影响力。在线上与天猫、美团等各大电商平台合作,充分布局线上电商零售市场,拓展顾客的消费场景,还利用微信、微博等社交平台进行引流宣传,提升品牌知名度与消费者的认可度。

4.3 客户关系紧密

消费者与品牌是基于价值而连接的关系,是品牌最珍贵的资本,新式茶饮品牌依靠技术赋能,有很多能够增加消费者黏性的方式。茶颜悦色对待消费者像是对待一位远方而来的朋友,能在小票上调侃自己,也能在微博上和网友分享美好的晚霞,还在公众号自放差评,每月定期公布《食品安全自查报告》,对未能达标的门店直接通报检查结果并承诺:“只要您觉得口味有异,请果断行使一杯鲜茶的永久求偿权”,这份坦率牢牢的抓住了每一位消费者的心,从而提升消费者的留存率和转化率。

5 新茶饮品牌商业模式的问题与对策

5.1 新茶饮品牌目前存在的问题

5.1.1 直营与加盟的经营模式失衡

目前,新式茶饮品牌的经营模式大多是加盟,喜茶与奈雪的茶的前期经营模式为直营,后续为了扩大一定的市场规模,从而开放了加盟,变成了直营+加盟的模式,仅有茶颜悦色目前仍旧坚持直营模式。一方面直营模式的发展速度较为缓慢,例如茶颜悦色的线下门店都集中于长沙市,即使走出舒适区,也只在省内城市蔓延,近期才在省外开设门店。虽然扎根长沙的饥饿营销战略将品牌本身和长沙都投放到聚光灯下,但这种保守战略还存在一定发展上限,茶颜在长沙市场已然过剩,门店饱和使客流被稀释,在收入下降的背景下,高昂的刚性成本无法压缩,茶颜自身要承担较大的成本和费用压力,这使其扩张速度缓慢,发展受限;另一方面加盟模式也令线下门店良莠不齐,难以统一用料、制作及服务标准,无形间将降低品牌的口碑,因此直营模式与加盟模式之间的平衡问题是如今新茶饮品牌发展的一大难点。

5.1.2 品类与品质的关注重点失衡

目前,新式茶饮市场存在两类较为极端的案例,一类是过于关注品类的创新,一味地创新茶饮款式,而不注重产品的品质,由于新茶饮行业的准入门槛低,且受限于产品技术壁垒缺乏,仍有品牌靠广告打造知名度,用噱头来吸引消费者中的先行者,另一类是只关注品质的提升,而忽略了品类的创新,所售品类过于稀少,使得在消费者中失去了新鲜度。如茶颜相较喜茶、奈雪的茶等茶饮品牌,目前只拥有七个品类,且其中豆蔻果缤纷篇也仅限一种饮品,在如今迭代速度如此之快的茶饮界,这种上新频率的确有些落后,特别是茶颜销售地区有限,这对于长期消费该品牌的消费者来说缺乏新鲜感与惊喜感,一部分爱尝试新鲜品类的消费者可能会转投别家,不利于维持品牌的消费者黏性。

5.2 新茶饮品牌的提升路径探索

5.2.1 平衡经营模式,优化供应链布局

喜茶及奈雪的茶等直营+加盟模式,需要格外关注加盟

店的质量与形象,为经营人员进行统一的培训与管理,并时常加以督导和监管。对于茶颜悦色等直营模式品牌,一方面要从本地门店入手,通过合理规划选址关掉一些商圈重复的门店,改善网点过剩状态,减少自身固定成本投入。另一方面要大力培养能够进行区域管理的专业人才,完善员工招聘培训制度,维持产品标准化管理制度,为茶颜悦色走出长沙、走向更大市场做准备。无论直营还是加盟模式,都要加强自身供应链管理,构建标准化的供应链和产品制作体系,优化提升产品品质和运营效率。例如蜜雪冰城智能生产加工和出口基地及亚洲总部项目于6月正式开园,集智能制造、绿色产品深加工、进出口贸易及结算、配送、研发、管理、结算中心于一体,帮助其实现了快速发展。

5.2.2 提升产品品质,促进产品创新

无论市场如何变化,经典的产品永远拥有属于自己的一席之地,因此要提升自身现有品类的产品品质,建立科学的质量控制体系,对每一份原材料进行严格的监管,增加消费者对于品牌的信任度;零售业的核心业务在于产品,产品的持续创新能力是每一个品牌能力的考量(黄嘉陶,2022)^[10],新式茶饮想要具有持续性的热度和消费者支持,就要围绕产品进行原料创新、工艺创新及组合创新,还可成

立新品研发小组,收集消费者的口味偏向,进行进一步的尝试与产品迭代,以此实现品牌成长。

参考文献

- [1] 李兰英,张翔,尧渝,等.新式茶饮产业现状调查与发展对策[J].四川农业科技,2022(10):67-70.
- [2] 张永庆,闫晨晨.盒马鲜生商业模式研究:基于商业画布视角[J].经营与管理,2023(9):1-9.
- [3] 曾鸣,程慧慧,张忠良.数字经济下服务商业模式的构建:基于商业模式画布[J].信息与管理研究,2022,7(Z1):56-68.
- [4] 肖起,高兆强.出版社古籍数字出版商业模式研究:基于商业模式画布理论[J].科技与出版,2021(11):74-84.
- [5] 周攀.从财务角度透视文旅行业商业模式发展:以华侨城为例[J].财会月刊,2020(S1):132-135.
- [6] 辛永澄,李明翰.基于商业画布的百果园实业股份有限公司运营模式分析[J].经营与管理,2023(9):1-11.
- [7] 孙洪涛.基于商业模式画布视角的互联网医院商业模式创新研究[J].中国管理信息化,2023,26(13):161-164.
- [8] 林森.商业模式画布在高速公路商业模式创新中的应用研究[J].交通财会,2022(6):72-76.
- [9] 彭馨雨,张学知.基于商业画布的芒果TV商业模式创新研究[J].新闻传播,2022(11):13-16.
- [10] 黄嘉陶.喜茶的商业模式分析:基于价值论视角[J].中国市场,2022(23):118-120.

Research on the Business Model and Improvement Path of New Tea Beverage Brands in the New Retail Era

Zhang Xinlun

(School of Economics & Management, Beijing Forestry University, Beijing 100083)

Abstract: With the continuous development of the internet and the trend of consumption upgrading, new retail is occupying the market, and the new tea industry is gradually stepping into the stage of new retail. As the leading players in the new tea industry, the Alley Tea, Hey Tea, CHAGEE, and Naixue offer lessons for new brands to learn from due to their advanced and complete business models. Based on the Business Model Canvas, this paper analyzes the nine elements of the business model of the above new tea brands one by one, and further summarizes the successful experience that can be used for reference in their business models. This paper aims to support the healthy development of the tea and beverage industry and explore its future improvement path to achieve sustainable development of the brand and the industry.

Keywords: New Tea Drinks; Business Models; Marketing Channels; Customer Relations; New Tea Brands

奢侈品供应链中的信息共享与协同管理研究

李琳玲

(军健君泽(上海)实业有限公司 上海 201108)

摘要: 随着社会经济的发展,人们对于生活品质的追求日渐提高,对奢侈品的需求量也逐渐提升,有效的信息共享和协同管理对于提高奢侈品供应链的效率、降低生产经营成本、改善客户满意度和增强奢侈品供应链的整体市场竞争力至关重要。然而,奢侈品供应链信息共享和协同管理仍存在一定的问题。因此,本文通过深入分析奢侈品供应链的问题和不足,并提出切实可行的解决方案,可以有效提高奢侈品供应链的效率,从而实现奢侈品供应链的持续发展。

关键词: 奢侈品; 供应链; 信息共享; 协同管理; 客户满意度

本文索引: 李琳玲. 奢侈品供应链中的信息共享与协同管理研究[J]. 中国商论, 2024(04):084-087.

中图分类号: F259.22; F208

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-084-04

奢侈品供应链具有复杂性和高度定制化的特点。奢侈品供应链涉及的各种参与者包括设计师、制造商、供应商、零售商和顾客等。有效的信息共享和协同管理对于提高奢侈品供应链的效率、降低生产经营成本、改善客户满意度和增强奢侈品供应链的整体市场竞争力至关重要。由此可见,有关奢侈品供应链中的信息共享与协同管理的研究具有举足轻重、不可替代的价值和意义。

1 核心概念界定

1.1 奢侈品供应链信息共享的内涵

奢侈品供应链信息共享是指在奢侈品行业中各个供应链参与方之间共享相关信息的商业实践和合作机制^[1]。奢侈品供应链信息共享内容主要包括相关奢侈品产品信息、供应商信息、订单和库存信息、营销和销售信息以及风险和合规信息。通过共享这些信息,奢侈品供应链参与方可以实现更好地协作,进而提高供应链的效率、灵活性和可持续性,满足消费者对奢侈品的需求^[2]。

1.2 奢侈品供应链协同管理的内涵

奢侈品供应链协同管理是指通过奢侈品行业中各个供应链参与方之间的合作和协调,提高供应链的效率、灵活性和可持续性,实现供应链的高效运作的一种管理方法和实践^[3]。通过奢侈品供应链协同管理,奢侈品行业中各个供应链参与方可以实现工作流程的优化、生产资源的合理配置、生产成本的降低和服务质量的提高,进而提升整个奢侈品供应链的市场竞争力和市场地位,满足消费者对奢侈品的要求和期望^[4]。

2 奢侈品供应链中的信息共享与协同管理的问题与不足

2.1 信息共享与协同管理的成本分担

奢侈品供应链信息共享和协同管理涉及成本和风险分

担的问题。信息共享和协同管理需要奢侈品行业中各个供应链参与方进行时间、人力和技术等方面的成本资源投入,例如:需要建立和维护信息技术系统,并培训员工使用此系统。这些成本资源投入可能对奢侈品行业中各个供应链参与方产生经济压力,并可能限制中小规模奢侈品企业参与共享和协同管理的能力^[5]。

2.2 信息共享与协同管理的质量

在信息的准确性和完整性方面,奢侈品行业中各个供应链参与方共享的信息可能存在错误、遗漏或不准确,供应链中的各方可能会做出基于错误信息的决策,进而造成信息共享以及协同管理效率下降或错误的资源分配;在信息透明度方面,开展信息共享与协同管理是保证信息透明度,促进供应链中的各方全面了解供应链中相关信息的重要因素。奢侈品供应链在开展信息共享与协同管理时出现透明度问题将会降低供应链的效率和可视性^[6];在信息一致性方面,奢侈品供应链通常涉及多个组织、体系和数据库之间的数据交换和共享,容易出现数据在不同组织、体系和数据库之间不一致或不同步的问题,这可能导致奢侈品供应链各方之间出现一定的误解和不一致的决策,进而影响到奢侈品供应链信息共享和协同管理的质量和有效性。

2.3 信息共享与协同管理过程

奢侈品供应链信息共享与协同管理过程中存在的问题主要表现为沟通和协作的问题。语言障碍、文化差异、沟通渠道不畅等因素都可能是导致奢侈品供应链信息共享与协同管理过程中沟通和协作不佳的原因,进而导致信息共享的质量下降,影响协同管理的效果。

作者简介: 李琳玲 (1975-), 女, 汉族, 浙江余杭人, 硕士, 研究方向: 奢侈品物流供应链管理。

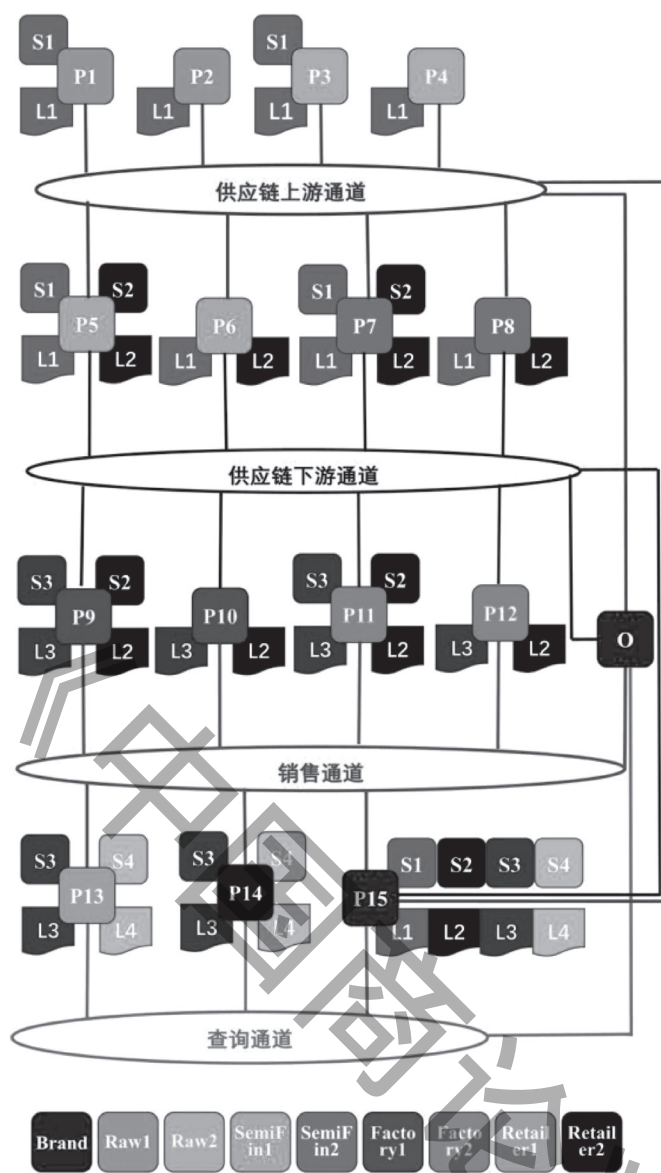


图1 奢侈品供应链的组成

资料来源：杜庆宇．基于区块链的奢侈品供应链平台的设计与实现[D]．曲阜师范大学，2020．DOI:10.27267/d.cnki.gqfsu.2020.001442.

3 奢侈品供应链中的信息共享与协同管理问题产生的原因

3.1 支持不足

奢侈品供应链信息共享与协同管理产生问题的原因之一是支持不足。首先，在技术支持方面，奢侈品信息共享和协同管理通常需要依赖先进的技术工具和系统，例如供应链管理软件、数据分析工具等。在开展奢侈品供应链信息共享与协同管理的过程中，缺少先进的技术工具和系统的支持，或者缺少相应的人才有效地实施先进的技术工具和系统，将会对奢侈品供应链信息共享与协同管理的成本和风险承担、质量以及过程产生限制作用；其次，在人才资源支持方面，开展信息共享和协同管理需要专门的团队来进行数据收集、数据分析、数据挖掘以及数据协调等工作，而如今奢侈品供应链中的企业可能没有足够的人力资源来支持

这些活动，无法为奢侈品供应链信息共享与协同管理提供充分的人才资源支持和保障；最后，在标准和准则支持方面，奢侈品供应链中的各方关于数据格式、共享频率、决策流程等没有共同的理解和约定，这些差异可能导致信息共享的混乱和冲突，导致信息的不一致、不准确、不及时，进而影响奢侈品供应链信息共享与协同管理的开展和实施。

3.2 合作关系弱

合作关系弱是造成奢侈品供应链信息共享与协同管理问题的一个重要原因。奢侈品供应链相关参与方之间合作关系弱是多方面的原因共同导致的。首先，在新经济发展形势下，奢侈品行业的市场竞争越来越激烈，形成竞争性市场文化，企业与企业之间往往存在竞争关系。市场的竞争性文化以及企业之间的竞争关系可能导致奢侈品供应链中的企业缺乏相互之间的信任，不愿意透露关键信息，担心市场竞

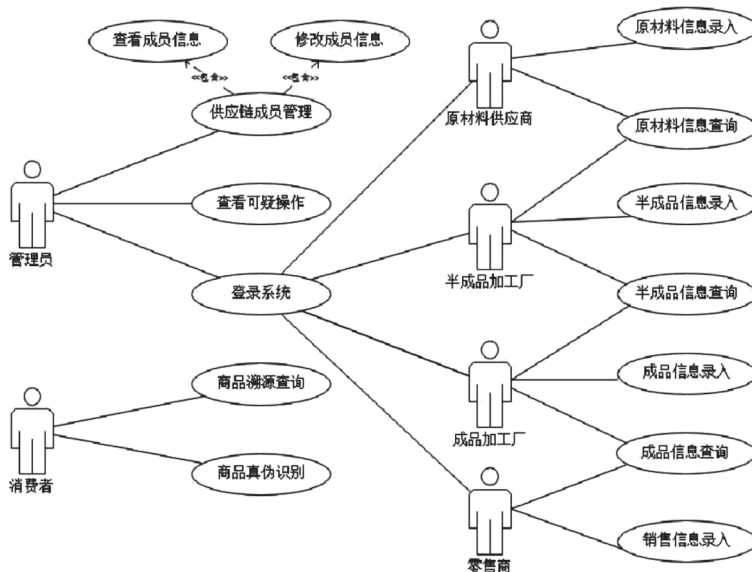


图2 奢侈品供应链管理系统用户分析

资料来源：杜庆宇. 基于区块链的奢侈品供应链平台的设计与实现[D]. 曲阜师范大学, 2020. DOI:10.27267/d.cnki.gqfsu.2020.001442.

争对手获取竞争优势。因此，奢侈品行业的企业合作关系受到抑制，合作关系弱化对于奢侈品供应链信息共享和协同管理会造成不良影响。另外，奢侈品供应链中的企业合作关系弱的原因还有可能是信息的不对称，即某些企业拥有更多的信息和洞察力，而其他企业缺乏相同的信息。奢侈品供应链中的企业之间信息不对称可能导致信息共享不均衡，并削弱合作关系的发展。

4 奢侈品供应链中的信息共享与协同管理的优化策略

4.1 化解奢侈品供应链信息共享与协同管理的成本分担问题

为解决信息共享和协同管理的成本分担问题，奢侈品供应链中的各方应该建立互信关系，加强合作伙伴间的沟通和协作，共同解决问题和风险，并共享成本。加强奢侈品供应链中各方的互信能够使奢侈品供应链中的信息共享和协同管理成本得到控制，从而提高奢侈品供应链的效率和可持续性。

4.2 提升奢侈品供应链信息共享与协同管理的质量

首先，从信息的准确性方面来说，在开展奢侈品供应链信息共享与协同管理时可以充分发挥信息技术工具和系统的作用和功能，以提升信息的准确性。例如，使用供应链管理软件，跟踪物流和库存数据，实现快速、准确的信息共享。其次，在数据的一致性方面，可以制定和采用标准化的数据格式、流程和指南，确保各个环节之间的数据互操作性，同时实现有效避免信息不一致和误解，提高供应链的协同管理效率和质量。除此之外，在信息的透明度方面，为了提升奢侈品供应链信息共享与协同管理中信息的透明度，可以创建一个供应链各方共享信息的平台，如共享数据仓库、在线门户或供应链协作工具等，提供实时和准确的信息流通，

实现增强信息透明度的同时，保障信息的准确性和即时性。

4.3 加强奢侈品供应链信息共享与协同管理过程中的沟通与协作

在开展奢侈品供应链信息共享与协同管理过程中，加强沟通与协作能够有助于提高奢侈品供应链的效率、减少奢侈品供应链相关方的误解、增强奢侈品供应链的团队合作。首先需要建立明确的沟通渠道，如会议、电子邮件和即时通信工具等确保各供应链环节之间及时、准确地分享信息，实现奢侈品供应链相关方之间的信息沟通畅通无阻；其次应当定期召开供应链协调会议，设定明确的议程，以便奢侈品供应链各方就关键问题进行沟通和协商，确保所有利益相关方有机会表达意见并解决问题，优化沟通渠道的同时加强奢侈品供应链各方之间的交流；最后，还应该积极鼓励奢侈品供应链各方之间进行合作和共享，通过建立信任和开放的沟通氛围，创建共享目标和奖励机制，激励供应链各方积极参与协同管理，共同解决奢侈品供应链信息共享与协同管理过程中的问题，实现奢侈品供应链信息共享与协同管理的追求和目标^[7]。

总的来说，通过建立明确的沟通渠道、定期召开供应链协调会议以及积极鼓励奢侈品供应链各方之间进行合作和共享等策略，奢侈品供应链中的信息共享与协同管理过程中的沟通与协作将得到加强，促进信息的准确传递，加快决策和问题解决，提高奢侈品供应链的效率和质量。

4.4 强化对于奢侈品供应链信息共享与协同管理的支持力度

强化对于奢侈品供应链信息共享与协同管理的支持力度有助于提升奢侈品供应链信息共享与协同管理的质量和效率。首先，在技术支持层面，可以提供相应的技术支持和

培训,确保供应链中的企业具备掌握信息共享和协同管理所需的技能和知识人才,为奢侈品供应链信息共享与协同管理提供技术和知识保障;其次,在资源支持方面,需要鼓励奢侈品供应链各方积极与合作伙伴共同投资建立共享平台和系统,确保资源投入得到一定的支持和援助;最后,在文化支持层面,需要引导奢侈品供应链相关方建立合作型文化和组织结构,奢侈品供应链相关方之间通过沟通、合作和互信来促进信息共享和协同管理。总之,通过加强支持,奢侈品供应链能够更好地实现信息共享和协同管理,提高奢侈品供应链信息共享与协同管理的效率和响应能力^[8]。

4.5 增强奢侈品供应链相关方的合作关系

增强奢侈品供应链相关方的合作关系有助于提升奢侈品供应链信息共享与协同管理的质量和有效性。为了提升奢侈品供应链相关方的合作关系,首先应保障供应链中的各个参与方共同确定目标,并明确各方在协同管理和信息共享方面的利益,共同的目标和利益追求有助于加强奢侈品供应链相关方的合作关系,促进信息共享和协同管理的发展;其次,还应增强奢侈品供应链相关方之间的信任和透明度,在奢侈品供应链相关方之间分享成功案例、共享数据和信息,以及建立开放、诚实的沟通渠道,都是建立信任和透明度、提升奢侈品供应链相关方合作关系的关键步骤。总之,通过保障供应链中的各个参与方共同确定目标以及增强奢侈品供应链相关方之间的信任和透明度有助于加强奢侈品供应链相关方之间的合作关系,可以实现奢侈品供应链更好的信息共享和协同管理,从而提高奢侈品供应链的整体效率和业务绩效。

5 结语

近几年,随着国际贸易格局变化,国际供应链重新布局与调整,尤其是高关税的奢侈品,对该行业供应链行业,以

及相关公司的海外市场拓展既是挑战又是机遇,随着这一领域的日趋成熟,也将对其他场景与领域的应用带来宝贵的启示。以笔者公司为例,近年来已有意识地与诸多拓展了诸多领域的应用,并通过与客户及同行的交流互动,深刻感受到市场的巨大潜力与需要。

化解奢侈品供应链信息共享与协同管理的成本和风险分担问题、提升奢侈品供应链信息共享与协同管理的质量、加强奢侈品供应链信息共享与协同管理过程中的沟通与协作、强化对于奢侈品供应链信息共享与协同管理的支持力度以及增强奢侈品供应链相关方的合作关系,毫无疑问是推动奢侈品供应链信息共享与协同管理发展的重要策略。通过深入分析奢侈品供应链的问题和不足,并提出切实可行的解决方案,可以有效提高奢侈品供应链的效率、客户满意度和品牌形象,从而实现奢侈品供应链的持续发展。

参考文献

- [1] 薛梅.基于区块链技术的奢侈品供应链协调问题研究[J].辽宁工业大学学报(自然科学版),2022,42(5):344-350.
- [2] 杨盼盼.考虑炫耀性消费行为的奢侈品供应链信息共享决策研究[D].上海:东华大学,2021.
- [3] 张慧梁.友阿战略并购欧派亿奢汇的案例研究[D].长沙:湖南大学,2021.
- [4] 杜庆宇.基于区块链的奢侈品供应链平台的设计与实现[D].曲阜:曲阜师范大学,2020.
- [5] 邓凌寒.贵州白酒企业供应链协同管理研究[D].重庆:重庆交通大学,2022.
- [6] 史雅琪.基于供应链协同的YC公司库存管理策略改进研究[D].西安:西安理工大学,2022.
- [7] 司鹏.E公司供应链计划协同管理的改进研究[D].大连:大连理工大学,2021.
- [8] 李杰.区块链在供应链信息协同管理中的应用研究[D].杭州:浙江理工大学,2020.

Research on Information Sharing and Collaborative Management in the Supply Chain of Luxury Brands

Li Linling

(Junjian Junze (Shanghai) Industrial Co., Ltd., Shanghai 201108)

Abstract: With the development of society and economy, people's pursuit of better quality of life, the demand for luxury goods gradually increased. Therefore, effective information sharing and collaborative management play a vital role in improving the efficiency of luxury goods' supply chain, reducing production and operation costs, improving customer satisfaction, and enhancing the overall market competitiveness of luxury goods' supply chain. However, there are still some problems in information sharing and collaborative management of the supply chain of luxury goods. Therefore, this paper seeks to improve the efficiency of luxury goods' supply chain and achieve the sustainable development of these products through in-depth analysis of the problems and deficiencies of the luxury goods' supply chain and proposing practical solutions.

Keyword: Luxury Goods; Supply Chain; Information Sharing; Collaborative Management; Customer Satisfaction

浙江省低碳物流与区域经济耦合协调研究

李江珊

(浙江万里学院 浙江宁波 315000)

摘要: 低碳物流与区域经济的协调发展对于“双碳”目标的实现和经济的高质量发展具有重要推动力。本文通过构建低碳物流与区域经济综合评价指标体系,运用浙江省2010—2019年的相关数据对低碳物流与区域经济的耦合协调进行实证分析。研究表明:浙江省低碳物流与区域经济综合发展水平逐年上升,低碳物流发展相对滞后;两者的耦合协调度从最初的轻度失调逐渐趋向良好协调。针对结论,本文提出完善低碳物流政策,加强政府监督力度;发挥区域经济优势,加大低碳物流创新投入的相关政策建议,以供参考。

关键词: 低碳物流; 区域经济; 熵值法; 耦合协调度; 区域物流

本文索引: 李江珊.浙江省低碳物流与区域经济耦合协调研究[J].中国商论,2024(04):088-091.

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-088-04

1 引言

物流业作为新型的复合服务型产业,在我国经济社会发展中扮演着重要角色,然而,它也是高能耗和高碳排放产业之一。近年来,物流产业规模持续扩大,对生态环境造成了严重危害。在“双碳”背景下,为应对环境污染严重、全球气候变暖等挑战,物流业亟须加速向低碳化转型。随着低碳物流的不断推进,能促进技术升级和创新,提高资源利用率,加强产业间的联动,进而推动区域经济发展。与此同时,良好的区域经济发展会刺激物流需求,进一步增加资金、技术等投入,从而加快物流业向低碳化转型。由此可见,低碳物流与区域经济之间存在相互促进、协调发展的关系,研究两者之间的耦合协调发展水平,对于指导区域未来经济高质量发展和物流低碳化转型具有重要的现实意义。

目前,国内外已有不少关于区域物流与区域经济协调关系的研究。早期,以定性研究为主^[1-3],随着区域物流与区域经济之间相互促进的关系不断被提出,学者开始注重定量研究^[4-7]。近几年,低碳背景下区域物流与区域经济两者关系如何成为新的研究方向。多数学者研究地区聚焦于长江经济带,刘聪等(2023)^[8]采用固定效应模型分析长江三角洲地区低碳物流与区域经济的关系,研究结果表明低碳物流能促进区域经济发展。徐超毅等(2023)^[9]运用耦合协调度模型分析长江经济带绿色物流与绿色经济协调发展水平,结果显示耦合协调均值总体呈现上升趋势,存在“东高西低”“北高南低”的空间分异特征。此外,郭子雪等(2022)^[10]基于低碳化发展背景,对京津冀地区的物流产业与区域经济进行耦合协调分析,结果表明其处于中级耦合协调水平。杨扬和李燕(2023)^[11]利用耦合协调度模型测算云南省低碳

物流和区域经济发展水平,结果表明,云南省的耦合协调度呈上升趋势,目前两系统处于初级协调发展阶。

综合来看,有关区域物流与区域经济耦合协调发展的研究成果渐趋丰富,但将其与低碳背景相结合的研究较少,已有研究尺度多聚焦长江经济带等宏观尺度,对单个省市的研究存在较大的补充空间。浙江省是我国物流大省之一,又是新时代的“重要窗口”,肩负着“生态文明建设要先行示范”的重大使命,其低碳物流与区域经济的协调发展不仅关乎“双碳”目标的推进,还涉及新发展格局的构建。基于此,本文在结合以往研究的基础上,构建浙江省低碳物流与区域经济的指标体系,采用耦合协调度模型探究2010—2019年浙江省两个系统的耦合协调关系,以期进一步推进浙江省低碳物流进程,促进低碳物流与区域经济的良性互动,从而为建立两者之间互利共赢的协调发展机制提供一定的参考依据。

2 研究设计

2.1 指标体系构建

通过梳理低碳物流和区域经济的相关研究^[12-15],本文结合浙江省实际发展情况,并遵循科学性、系统性和数据可得性原则,构建低碳物流与区域经济评价指标体系。其中,低碳物流系统从基础设施、产业规模、生态水平三个维度选取12个指标。区域经济系统从经济规模、经济结构、发展水平三个维度选取11个指标,如表1所示。

2.2 数据来源

本文以2010—2019年浙江省的相关数据为研究样本。2020—2022年浙江省经济和物流业的发展受新冠疫情影响

作者简介: 李江珊(1998-),女,汉族,湖南湘潭人,硕士研究生,研究方向:低碳物流。

响,导致指标结构和占比扭曲,与疫情前相比区别较大,因此研究样本未包括近三年的数据。目前,研究2010—2019年低碳物流与区域经济的耦合协调关系对浙江省未来的发展更具参考价值。数据主要来源于《浙江省统计年鉴》《中国核算数据库》。由于目前的统计资料中尚未有“物流业”相关数据,因此参考相关研究成果^[16],本文选取交通运输、仓储和邮政业的数据代表物流业。另外,物流业碳排放强度指标使用物流业碳排放总量与物流业生产总值比值表示,当物流碳排放强度指标越高,代表生态水平越低。

2.3 研究方法

2.3.1 熵值法

熵值法根据观测值来确定各指标的权重,能够有效避免人为因素对权重的主观影响,具有客观性和准确性的特点。具体计算过程如下:

构建数据矩阵。根据23个低碳物流与区域经济评价指标10年的数值,构建两个评价指标矩阵。

数据无量纲化处理:

$$\text{正向指标: } X'_{ij} = \frac{x_{ij} - \min(x_{ij})}{\max(x_{ij}) - \min(x_{ij})} + 0.0001 \quad (1)$$

$$\text{负向指标: } X'_{ij} = \frac{\max(x_{ij}) - x_{ij}}{\max(x_{ij}) - \min(x_{ij})} + 0.0001 \quad (2)$$

计算各指标比重:

$$P_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum_{i=1}^m x_{ij}} \quad (j=1,2,\dots,n) \quad (3)$$

计算各指标的信息熵:

$$e_j = -k \sum_{i=1}^m P_{ij} \ln(P_{ij}), \text{ 令 } k = \frac{1}{\ln m}, \text{ 则 } 0 \leq e \leq 1 \quad (4)$$

确定各指标的权重:

$$W_j = \frac{1 - e_j}{\sum_{j=1}^n g_j} \quad (5)$$

计算综合指数:

$$U_i = \sum_{j=1}^n W_j \times X'_{ij} \quad (6)$$

2.3.2 耦合协调度模型

本文运用耦合协调度模型以衡量低碳物流与区域经济之间的交互关系。其中,耦合度用来反系统之间彼此影响的程度,耦合协调度反映系统间相互协调、相互促进的程度。其公式如下:

$$C = \frac{2\sqrt{U_1 U_2}}{U_1 + U_2} \quad (7)$$

$$T = \alpha U_1 + \beta U_2 \quad (8)$$

$$D = \sqrt{CT} \quad (9)$$

式中, U_1 和 U_2 分别代表低碳物流和区域经济系统综合指数, C 为耦合度, D 为耦合协调度, 两者取值范围为 $[0, 1]$; T

表1 低碳物流于区域经济评价指标体系及权重

系统层	准则层	指标层	单位	属性	权重
低碳物流	基础设施	邮电业务量 X_1	亿元	+	0.1533
		民用载货汽车拥有量 X_2	辆	+	0.0613
		邮政线路总长度 X_3	公里	+	0.0848
		物流业占全省 GDP 比重 X_4	%	+	0.0734
	产业规模	物流业固定资产投资 X_5	亿元	+	0.1094
		物流业从业人员占全省总人口比重 X_6	%	+	0.0316
		货运量 X_7	万吨	+	0.0924
		货物周转量 X_8	亿吨公里	+	0.0466
	生态水平	物流业生产总值 X_9	亿元	+	0.0668
		物流业碳排放总量 X_{10}	百万吨	-	0.0820
		物流业碳排放强度 X_{11}	百万吨/亿元	-	0.1048
		森林覆盖率 X_{12}	%	+	0.0935
区域经济	经济规模	地区生产总值 Y_1	亿元	+	0.0941
		进出口贸易总额 Y_2	万美元	+	0.0675
		固定资产投资额 Y_3	亿元	+	0.0876
		社会消费品零售总额 Y_4	亿元	+	0.0913
		工业总产值 Y_5	亿元	+	0.0813
	经济结构	第二产业占 GDP 比重 Y_6	%	+	0.0807
		第三产业占 GDP 比重 Y_7	%	+	0.1075
		物流业固定资产投资占全社会固定资产投资比重 Y_8	%	+	0.1278
	发展水平	城镇化率 Y_9	%	+	0.0997
		城镇常住居民人均可支配收入 Y_{10}	元	+	0.0917
		科技投入占 GDP 比重 Y_{11}	%	+	0.0708

为两系统的综合协调指数; α 、 β 为相应权重,且 $\alpha + \beta = 1$, 结合实际情况,本文设定低碳物流与区域经济同等重要,故均取0.5。借鉴已有研究^[17],本文对耦合度及耦合协调度进行划分,如表2所示。

表2 耦合度与耦合协调度等级划分

耦合度等级划分		协调度等级划分			
C=0	无关联且无序	[0,0.1]	极度失调	(0.5,0.6]	勉强协调
(0,0.3]	低水平耦合	(0.1,0.2]	严重失调	(0.6,0.7]	初级协调
(0.3,0.5]	拮抗耦合	(0.2,0.3]	中度失调	(0.7,0.8]	中级协调
(0.5,0.8]	磨合	(0.3,0.4]	轻度失调	(0.8,0.9]	良好协调
(0.8,1]	高水平耦合	(0.4,0.5]	濒临失调	(0.9,1]	优质协调

3 实证分析

3.1 低碳物流与区域经济综合发展水平分析

根据熵值法计算各项指标权重值,如表1所示。在此基础上,依据公式(5)、公式(6)计算得到浙江省低碳物流与区域经济的综合指数及相对发展度,如表3所示。

表3 2010—2019年浙江省低碳物流与区域经济耦合水平指标

年份	U_1	U_2	C	T	D	协调等级
2010	0.1555	0.1394	0.9985	0.1475	0.3837	轻度失调
2011	0.1952	0.1957	1.0000	0.1955	0.4421	濒临失调
2012	0.2401	0.2643	0.9989	0.2522	0.5019	勉强协调
2013	0.3034	0.3153	0.9998	0.3093	0.5561	勉强协调
2014	0.3334	0.3923	0.9967	0.3628	0.6013	初级协调
2015	0.3419	0.4964	0.9829	0.4192	0.6418	初级协调
2016	0.3946	0.5646	0.9842	0.4796	0.6870	初级协调
2017	0.4697	0.6772	0.9835	0.5735	0.7510	中级协调
2018	0.5940	0.8146	0.9877	0.7043	0.8340	良好协调
2019	0.7134	0.9194	0.9920	0.8164	0.8999	良好协调

根据表3可以看出,浙江省低碳物流发展水平呈现稳步上升趋势。低碳物流指数由2010年的0.1555上升至2019年的0.7134,表明浙江省物流业低碳转型工作取得了显著成效。这与政府和企业的重视密不可分。政府层面,从“十二五”期间全面启动绿色交通运输示范省创建,到“十三五”期间不断完善低碳交通体系,使得浙江省交通运输领域低碳化发展取得明显成效。企业层面,近年来浙江省涌现出众多新型物流企业,如“四通一达”、传化智联、菜鸟网络等,都积极探索健康、可持续和高质量的绿色物流发展路径,加速了物流业向低碳化发展。

浙江省区域经济发展水平呈现持续上升趋势。区域经济的综合指数由2010年的0.1394上升至2019年的0.9194,其发展相较于低碳物流发展来说更快速。近年来,浙江省经济的快速发展依赖于独特的地理位置和政策优势。2013年“一带一路”倡议的实施和2017年浙江自由贸易试验区的建成,不仅促进了进出口贸易的发展,还拓展了新型贸易投资方

式。此外,浙江省注重创新驱动发展,并逐渐实现了产业结构的多元化,促进了经济的全面、协调和可持续发展。

3.2 低碳物流与区域经济耦合协调度分析

由表3和图1可知,2010—2019年浙江省低碳物流与区域经济之间的耦合度始终在0.9~1,处于高水平耦合阶段,表明两者之间具有较强的关联带动作用,保持较强的相互约束、相互协同的关系。在此期间内,两者之间的综合协调指数由最初的较低水平稳步上升,说明两个系统间的协同效应逐步增强。

2010—2019年,浙江省低碳物流与区域经济的耦合协调度呈持续上升趋势,由轻度失调状态逐渐向良好协调状态转变。具体分析来看,2010—2011年两者处于失调阶段,根本原因在于初期低碳物流与区域经济发展水平相对较低,相互制约,未达成良好的协调状态。此后,2012—2016年由勉强协调状态过渡到初级协调状态,这与低碳物流和区域经济发展水平提高有关。一方面,浙江省较高的低碳物流发展水平实现了资源的整合优化,有效降低了经济运行成本,同时带动了上下游产业发展,促进了区域间的经济互动。另一方面,浙江省经济的高速发展不仅促使物流活动更加频繁,增加区域物流需求,促进物流产业规模发展,还提供了必要的资金、技术及人才支持,促使物流业低碳转型。2017—2019年由中级协调状态迅速步入良好协调状态,可见低碳物流与区域经济之间相互促进作用越来越强。这得益于浙江省注重经济高质量发展,智能化系统和物联网技术的出现加速了物流业低碳发展。总之,研究期内浙江省低碳物流与区域经济联系逐渐加强,耦合协调水平不断得到优化,趋于向好发展。

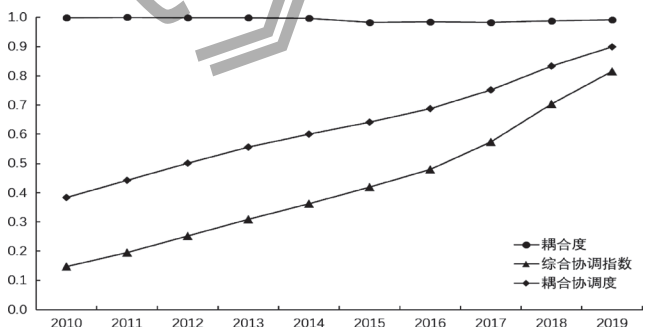


图1 2010—2019年浙江省低碳物流与区域经济的耦合度、综合协调指数及耦合协调度变化

4 结语

本文以浙江省为研究对象,构建2010—2019年浙江省低碳物流-区域经济耦合协调模型,分析耦合协调状况。得到以下结论:(1)低碳物流与区域经济的综合指数均逐年上升,低碳物流发展相对滞后。(2)研究期内,低碳物流与区域经济长期处于高水平耦合阶段;耦合协调度从最初的轻度失调逐渐趋向良好协调,逐年稳步提高。

为进一步促进两个系统之间的协调稳步发展,本文提出以下建议:

(1)完善低碳物流政策,加强政府监督力度。持续优化顶层设计,打造有利于低碳物流发展的政策环境,推动物流业低碳转型,进一步提高低碳物流与区域经济的协调发展程度。一方面,加强营商环境建立与优化的制度保障,统一市场准入制度,规范技术标准。另一方面,加快落实对物流企业碳排放的评估和检测,定期监测物流企业的碳排放和能源消耗情况。

(2)发挥区域经济优势,加大低碳物流创新投入。研究结果表明,浙江省区域经济发展较快,为了促进低碳物流与区域经济的协调发展,应加大创新投入、加强创新力度,为物流业注入新动力,加快物流业的绿色低碳转型。具体而言,上下游企业应该加强科研协同合作。同时,应将前瞻技术有机地融入实际场景,以促进物流产业链向绿色化、智能化和信息化方向快速发展,助力全流程提质增效和低碳减排。

参考文献

- [1] 张文杰.区域经济发展与现代物流[J].中国流通经济,2002(1):13-15.
- [2] 张群,程肖冰.现代物流与区域经济发展[J].统计与决策,2005(23):97-98.
- [3] 李中秋.区域物流与区域经济发展的关系研究[J].中国商贸,2011(32):154-155.
- [4] 张建升,胡秀忠.区域物流与区域经济的耦合协调度研究[J].铁道运输与经济,2012,34(1):50-55.
- [5] 郭湖斌,齐源.长三角区域物流与区域经济协同发展水平及空间协同特征研究[J].经济问题探索,2018(11):77-85.

- [6] 梁雯,陈广强,柴亚丽,等.皖江城市带区域经济与区域物流耦合协调度研究[J].华东经济管理,2018,32(4):78-86.
- [7] 伍宁杰,官翠铃,邱映贵.长江中游城市群物流产业与经济发展耦合协调性研究[J].中南财经政法大学学报,2019(4):89-99.
- [8] 刘聪,李珍珍.长三角低碳物流对区域经济发展的影响分析[J].华东经济管理,2023,37(1):33-40.
- [9] 徐超毅,李兰.长江经济带绿色物流与绿色经济协调发展研究[J].华东经济管理,2023,37(7):31-39.
- [10] 郭子雪,曹秀萌.低碳视角下物流产业与区域经济耦合协调发展:以京津冀为例[J].河北农业大学学报(社会科学版),2022,24(2):16-24.
- [11] 杨扬,李燕.低碳物流与区域经济耦合协调研究:以云南省为例[J].生态经济,2023,39(6):86-92+142.
- [12] WANG YIJIAO. Driving Factors and Spatial Temporal Heterogeneity of Low-Carbon Coupling Coordination between the Logistics Industry and Manufacturing Industry[J]. Sustainability, 2022,14(21):14134.
- [13] WANG YIFAN, YU ZHONGFU, HOU YAMIN. The Effects of Environmental Regulation and Low-Carbon Logistics Capacity on the Level of New Urbanization in Six Central Provinces of China[J]. Sustainability,2022,14(19):12686
- [14] 马海强,黄嘉睿,黄佳慧,等.区域经济与碳环境治理的时空耦合协调发展研究[J].统计与决策,2023,39(14):114-118.
- [15] 郭湖斌,邓智团.长江经济带区域物流与区域经济耦合协调发展研究[J].当代经济管理,2019,41(5):41-48.
- [16] 刘渝,李莱.中国各省物流业碳排放的脱钩及影响因素研究[J].环境科学与技术,2018,41(5):177-181.
- [17] 陈春明,陈佳馨,谷君.我国制造业与物流业联动发展的演化研究[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2020(2):73-81.

Research on Coupling Coordination of Low-carbon Logistics and Regional Economy in Zhejiang Province

LI Jiangshan

(Zhejiang Wanli University, Ningbo, Zhejiang 315000)

Abstract: The coordinated development of low-carbon logistics and regional economy is an important driving force for achieving “dual carbon” goals and facilitating high-caliber economic growth. The article empirically analyzes the coupling coordination between low-carbon logistics and the regional economy by forming a comprehensive evaluation index system, using pertinent data from Zhejiang Province spanning the years 2010 to 2019. The research reveals that the holistic development level of low-carbon logistics and the regional economy in Zhejiang Province demonstrates consistent annual growth, with low-carbon logistics boasting a relatively smaller growth rate. The degree of coupling coordination between them has progressively transitioned from an initial state of mild imbalance to a trend of robust coordination. Based on the conclusion, it is proposed to enhance low-carbon logistics policies, strengthen governmental oversight, and leverage regional economic advantages, and increase investment in low-carbon logistics innovation.

Keywords: Low-carbon Logistics; Regional Economy; Entropy Method; Coupling Coordination Degree; Regional Logistics

跨境电商背景下物流供应链的法律问题解决分析

吴佳鸿

(沈阳师范大学 辽宁沈阳 110000)

摘要: 跨境电商的兴起促进了商品流通、贸易繁荣和经济社会发展。随着时代的发展,电商的形式与渠道越来越多样化,跨境电商也得到了迅速发展和繁荣。然而,跨境电商物流供应链面临着诸多法律风险。这些风险的存在不仅影响了物流供应链的发展效益,也会影响跨境电商产业的健康发展。基于此,文章首先介绍了跨境电商背景下物流链常见的法律问题类型,其次分析了跨境电商背景下物流链法律问题产生的原因,最后通过研究对跨境电商背景下物流链法律问题提出了相应的解决对策,以供参考。

关键词: 跨境电商; 物流链法律问题; 商品流通; 物流; 供应链

本文索引: 吴佳鸿.跨境电商背景下物流供应链的法律问题解决分析[J].中国商论,2024(04):092-095.

中图分类号: F259.22

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-092-04

跨境电商物流供应链中的法律风险是跨境电商发展的主要挑战之一。这些法律风险贯穿了商品生产、仓储、运输到最终交付给消费者的全过程,需要配合并符合不同国家与地区的法律体系和相关规范,不仅面临着巨大的考验与挑战,同时也对跨境电商物流供应链管理提出了更高要求。

文章通过对相关文献进行分析,梳理相关研究成果和资料,深入了解跨境电商物流供应链中法律风险的现状、特点和趋势,并结合相关案例,探讨跨境电商物流供应链中的基本流程和法律风险点,分析跨境电商物流供应链中法律风险产生的原因和影响。通过进一步强调跨境电商物流企业管理和运营监管的必要性和重要性,制定针对性的运营管理机制以规避法律风险,加强过程的监管以及与各方的沟通与交流来更好地促进跨境电商物流的健康发展。最后总结一些相关案例的管理经验和运营策略,为本文的研究提供实践支撑。

1 跨境电商背景下物流链常见的法律问题类型

1.1 海关合规问题

基于跨境电商的跨区域交易特点,虽然消费者可以利用网络来在线下单,但货物的运输却需要实实在在的物流支持,从生产基地到港口,从港口到码头,从码头到仓库,再配送至消费者手中,其中需要跨越多个区域,经历多个过程,需要根据不同区域的规定来完成相关的手续,而海关环节就是跨境电商物流链中的重要一环。在这个环节中会涉及相关手续的提交,比如报关资料,以此来接受海关的监管,同时会产生不同形式的法律问题。

首先,报关信息不准确,不完整而引发的法律问题^[1]。按照相关规定,物流企业必须按规定提供海关准确的货物信息和价值,以便海关进行税收计算和监管。当报关信息有误

时,不仅会影响货物的按时运输,还面临着货物被扣留或没收的风险。

其次,违规报关而引发的法律风险。物流商或电商在报关时,必须遵守相关法律法规和海关要求,如禁止进口的商品、限制进口的商品等。如果违规报关,可能导致货物被扣留、没收或面临罚款。一些物流企业往往会出于短期利益的考虑,将一些禁止进口的商品以虚假信息的形式来报关,一经发现,不仅可能导致货物被没收,还会面临罚款或刑事责任。

最后,不配合海关监管而引发的法律风险。海关不仅要核实相关的商品品牌、产地、数量、价值等重要信息,还要对商品的安全性进行监管,例如提供相关的许可文件、检验检疫材料等。如果事先不了解海关监管的要求与内容,并按要求提供,就面临着货物扣留没收的风险,尤其是一些进口食品,有着十分严格的食品检验检疫要求,在这个环节如未能及时、合规地提升资料,就会引发合规风险。

1.2 知识产权侵权问题

在跨境电商领域中,物流链作为商品的承运人、仓储人、配送人,在这个过程中,不仅仅肩负着运输作用,同时也有保管与保护义务。在承运商品的过程中,有责任对商品的来源的合法性,合理性进行识别与审查。所以,跨境电商物流链还面临着一定的知识产权侵权风险问题。

例如:在商品的物流链环节中,物流企业未能采取合理有效的措施,对所负责运输的商品包装、标签、商标、防伪码等进行识别,没有尽到应尽的审查义务,导致侵权的商品被流通,那么就会面临着知识产权权利人的起诉,不仅可能产生经济赔偿,还会产生法律纠纷。

又如:当知识产权权利人发现其商品在物流链中出现

作者简介: 吴佳鸿(2002-),女,满族,辽宁沈阳人,法学专业。

侵权行为时,可以通过起诉物流商来维护自己的权益。知识产权权利人可以要求物流商承担侵权商品的赔偿责任,并可能要求停止侵权行为。起诉物流商的目的是追究其对侵权商品的配送或储存行为的责任,并通过法律手段维护自己的知识产权。

再如:物流商未能识别侵权商品导致知识产权权利人起诉时,可能会被要求承担赔偿责任^[2]。赔偿责任通常包括侵权商品造成的经济损失,如商品销售额的赔偿、知识产权权利人为制止侵权行为所支出的费用等。具体赔偿金额将根据侵权商品的数量、销售额、侵权行为的恶意程度等因素来确定。

1.3 货物损坏丢失问题

互联网加速了世界的沟通与贸易的往来,跨境电商的兴起使购买全球好货不再受时间的限制,而物流链的强力支持而使得货物的运输不再受空间的局限。不同的商品在不同的区域进行装载、运输、周转、储存、配送的过程中,必然会因各种因素,例如环境因素、人为因素、管理因素的影响而导致货物出现损坏,甚至是丢失问题,这些问题将会导致物流企业面临相关的法律风险。

首先,在货物的装卸、运输过程中,由于管理疏忽而导致的货物少装、漏装,没有对货物清单信息进行仔细核对,或是在中途没有加强保管管理,导致货物被偷窃,以至于到达目的地时与装运数量不符合,由此产生相关的经济赔偿责任与法律风险。

其次,人为的操作不当而导致货物被损坏,例如在叉运货物时,相关设备的性能未能满足操作的要求。或是操作人员的岗位技能不足,过程疏忽,而导致货物在过程中被损坏,进而影响了货物的品质。例如一些生鲜商品,一旦装卸过程操作不当,导致被磕碰、压坏或摔坏,就会严重影响商品的品质,进而引发合同纠纷,产生赔付风险。

最后,保护措施的不到位,而导致相关商品货物在物流运输过程中遭受损坏。例如:在运输途中,货物可能受到恶劣天气、道路颠簸等因素的影响,造成货物的损坏^[3]。一些特殊商品,如易碎的玻璃、瓷器等,没有根据货物的特点来采取针对性的保护措施,以至在运输途中发生碰撞,造成损坏,那么物流公司可能需要赔偿货物的价值或修复受损的商品。

1.4 数据信息安全问题

跨境电商物流链的上下游十分复杂,时间线相对较长,在这个过程中,不仅货物需要在多地周转、运输,还面临着数据信息安全管理问题,尤其是大量的商业数据,以及个人隐私信息,支付信息,以及商品销售信息等,在这个过程中,如果没能进行妥善的保护与管理,就可能导致数据信息被泄露、被滥用,物流企业将会面临着信用风险与合作危机。

比如:如果对数据信息安全管理不当,就会遭受数据泄露问题,一些未经授权的第三方可能获取到用户和商家的敏感数据,以及内部人员的思想信念不强都有可能重要的数据被泄露,当追溯源头时,就会追究物流企业的相关责任,导致风险发生^[4]。

又如:一些物流企业缺乏强烈的法律意识,或是受到利益的驱使而滥用用户或是商家的数据,以不正当的方式,将这些重要的信息或是数据出售给广告商、用于不当营销目的或与竞争对手共享数据等行为,如果用户发现其个人信息被泄露或滥用,不仅可能会对物流商失去信任,拒绝与其继续合作,或是使用其服务,还会引发不同程度的法律风险,这将会严重影响物流企业的生存与发展。

1.5 跨境支付风险问题

基于跨境电商运营的特殊性,物流链作为其中一环,在支付交易上也体现了多样性特点。无论是支付方式,比如买家支付或是卖家支付,还是结算依据,比如结算币种的选择上都存在一定的风险。

首先,面临资金风险。如果支付平台或物流商存在安全漏洞或操作不当,可能导致买家付款后资金被黑客攻击、盗取或冒用。这样的情况下,买家可能无法获得所购买的商品,而卖家也无法收到款项。

其次,面临纠纷风险。支付平台或物流商的操作不当可能导致支付信息出错或丢失,从而导致买家和卖家之间的纠纷^[5]。例如,如果支付平台将买家的款项支付给了错误的卖家,买家可能会要求退款,而卖家则可能会因为收不到款项而拒绝退款。

最后,面临结算风险。在跨境电商物流链中,支付平台和物流商之间的结算非常重要。如果支付平台或物流商的结算机制存在问题,可能会导致卖家无法按时收到款项,进而影响其运营和发展。

2 跨境电商背景下物流链法律问题产生的原因

2.1 受跨境电商本质复杂性的影响

由于跨境电商交易所涉及区域的广泛性,以及物流链条的复杂性,涉及主体的多元化,不同的平台、卖家、主体牵涉其中。在做好相关的规范与管理显然是一个系统性的工程,在这过程中所出现的不同形式、不同程度的法律问题,例如货物破损问题、物流延误问题、支付风险问题,责任界定问题等,其本质还是受跨境电商本质的复杂性影响,很难利用一套方法与制度来对全过程进行管理、追溯与约束,以至于出现法律风险问题。

2.2 受国际贸易法律差异性的影响

跨境电商的兴起,让人们实现了足不出户精选全球好货的需求。而在商品的交易过程中,物流充当十分重要的角色,在货物辗转不同的国家与区域时,必然会受到当地法律的约束与监管。而全球的法律标准并不是统一的,每个国

家,以及地区都会根据其自身的实际情况,以及发展目标来制定相应的法律规定^[6]。比如,涉及物流链的民法典合同编、消费者权益保护法、知识产权法等。跨境电商涉及多个国家或地区之间的交易,法律差异容易导致法律问题的产生。如:不同国家对知识产权保护的规定存在差异,当对这些规定未充分了解的前提下,进行物流合作,就有可能导致合法性和责任界定问题。

2.3 受跨境物流监管体系的影响

跨境物流链的服务内容不仅仅局限于运输、仓储、配送。在这个过程中,需要接受不同国家、地域的检查、约束与监管。比如,配合海关、税务、质检部门来完成相关的操作,资料提交,检查配合等。但不同国家的监管制度不完全一致,存在差异。这种监管不完善容易导致物流链中出现违规行为,例如偷逃关税、走私违禁品等,进而引发法律问题。如:某跨境电商平台上售卖的商品存在虚假申报行为,违反了目的国的海关监管规定,导致物流环节中的商品被扣留或罚款。

3 跨境电商背景下物流链法律问题的解决策略

针对跨境电商物流链所面临的不同法律问题,以及问题背后的原因,在具体的应对措施上,就需要本着因地制宜,实事求是的原则来制定针对性的应对措施,从而更好地应对法律问题,降低法律问题而引发的风险。

3.1 根据海关要求,合规操作

结合跨境电商物流链所面临的法律问题类型来看,根据海关要求来进行合规操作是至关重要的。在具体的实施过程中,可以从以下几个方面更好地降低法律风险。

首先,要深入研究目标市场的海关法规。物流企业可以通过与当地海关机构的沟通或咨询专业机构,及时了解目标市场的海关法规并关注政策变化,可以帮助企业作出相应调整,避免因不合规而产生问题,如关税税率、进口许可证要求、商品分类标准等^[7]。

其次,建立合规的流程与制度。这样确保员工在执行进出口操作过程中能够有效遵守相关法规。在流程与制度的制定上要包括对报关流程、文件管理制度、内部培训等进行明确,发挥制度的指导性作用。

再次,要根据货物承运要求,与供应商建立合规合作关系,并确保供应商提供的商品符合目标市场的要求。对于存在海关限制的商品,企业应与供应商一起研究解决方案,确保合规性。

最后,要根据承运货物的特点,提前准备相关的文件与凭证,包括对出口发票、装箱单、产地证明、进口许可证等进行清点检查,避免因缺少必要文件而产生违规行为。

3.2 根据法律要求,合法操作

在跨境电商物流企业的运营过程中,所合作的对象,承运的任务形式并不是单一的,而是多种多样的。也正是由于

这些多样性,复杂性,在不同的流程与环节中,由于不合规的操作而违反相关法律规定,进而引发风险。所以,要根据法律要求,合同特点来进行合法操作。

首先,要遵守海关法和相关海关规定。在进出口商品时,企业应按照海关的规定进行报关和申报手续,确保商品的合法进出口。此外,还需要遵守海关对于禁止进出口的商品的规定,避免违反相关法律法规。

其次,要遵守相关国家的进出口管理法规。在商品进出口过程中,物流企业要了解并遵守相关法规,如商品的分类、税率等规定,确保合规操作^[8]。同时,企业需要履行相关的手续和报告要求,如进出口许可证、报关单等,确保符合国家的进出口管理要求。

最后,要落实知识产权保护规定。物流企业要高度重视知识产权保护,避免侵犯他人的知识产权。在具体的运营中进行合法的产品采购和销售,确保所销售的产品没有侵犯他人的知识产权。同时,要加强对于知识产权的保护意识,避免自身知识产权被他人侵犯。

3.3 加强内部管理,优化细节

跨境物流链法律问题,很大一部分原因是内部管理不当而导致细节上的监督、审查、落实不到位而导致的。所以,要根据跨境物流企业的发展目标,不断优化并加强内部管理来更好地识别过程中的法律问题与潜在风险。

首先,物流企业要建立健全的内部管理制度,包括制定相关操作规范和流程,确保员工了解并遵守相关法律法规。同时,企业应加强对员工的培训和教育,增强员工的合规意识^[9]。

其次,物流企业应积极与专业机构合作。如寻求与跨境电商服务机构或法律咨询机构合作,获取相关法律法规的指导和咨询。这些机构可以帮助企业了解最新的法规要求,并提供相应的合规解决方案。

最后,企业内部要进行定期审核与自查。通过自查自纠,确保自身操作符合相关法律法规的要求。在发现问题时,及时进行整改,避免违反法律法规。

3.4 加强合同保障,规避风险

跨境电商企业与物流服务商之间的合同是保障双方权益的重要法律工具。这份合同应明确规定双方的权利和义务,确保物流服务的安全、准时等方面。

首先,合同应明确规定物流服务的具体内容和标准。例如,合同可以规定物流服务商应提供的运输方式、运输时间、包装要求、货物追踪等服务细则。这样可以确保物流服务商按照约定的标准提供服务,保障跨境电商企业的利益。

其次,合同还应明确规定双方的责任和风险分担。例如,合同可以规定双方在货物损坏、丢失或延误时的责任和赔偿方式。这样可以避免争议的发生,保障跨境电商企业的权益。

最后,合同应规定合同解除、终止和争议解决的方式。

例如,合同可以规定双方当事人应提前通知对方的解除合同的条件和程序。合同可以规定争议解决方式,例如选择仲裁或诉讼等方式解决纠纷。

3.5 加强技术升级,强化安全

信息数据被泄漏、滥用问题一直是跨境电商物流链法律风险的重要影响因素,要从根本上解决这个问题,除了从制度体系以及实践操作上不断细化并强化外,还要通过技术升级,来保持数据信息的本质安全,具体可以从以下几个方面着手。

首先,要利用数据加密和安全传输等手段确保数据在传输过程中的安全性^[10],包括采用安全传输协议,如HTTPS等,确保数据在传输过程中不被窃取或篡改,以及对不同角色的用户进行身份验证和权限管理,确保只有授权人员可以访问和操作相关数据。

其次,要做好数据信息的备份工作。对重要数据进行定期备份,以防止数据丢失或损坏。备份数据应存储在安全可靠的地方,防止被未经授权的人员获取。同时实施数据隐私保护,对用户的个人信息进行保护,明确告知用户数据的收集和使用目的,并获得用户的明确同意。

最后,要建立安全审计和监控机制,对系统进行实时监控和记录,及时发现异常行为和安全漏洞,并采取相应的措施进行应对,定期进行安全合规性评估和风险评估,发现和解决潜在的安全风险和合规问题,确保物流链在法律和规范要求下运行。

4 结语

综上所述,信息化时代的典型性特征在于商业发展的多元化,这种多元化不仅体现在产品形式上,还体现上商业渠道与模式上。显而易见,电子商务已成为新时代背景下,相对主流的经营的贸易方式。作为跨境电商中的核心环节,

物流链中的法律问题类型多种多样,其产生的原因各不相同,但无一例外地对物流企业,以及相关的电商企业主体产生不良影响,而其危害程度取决于具体情况和处理方式。因此,为了降低法律风险,促进跨境电商物流链的健康发展,相关的物流链主体和电商企业应加强合规意识,根据地域特点以及相关规程,来积极完善相关制度和流程,并与专业法律机构进行深度合作,就具体的法律问题、风险展开分析,根据海关要求,合规操作;根据法律要求,合法操作;加强内部管理,优化细节;加强合同保障,规避风险;加强技术升级,强化安全,更好地保障跨境电商物流链的健康持续发展。

参考文献

- [1] 陈长昭. 跨境电商背景下第三方物流法律问题研究[J]. 物流科技,2023,46(16):34-37.
- [2] 周君卓. 跨境电商物流的法律风险及治理路径[J]. 物流科技,2023,46(12):38-40.
- [3] 莫海鹏,陈玉婷. 基于第三方物流国际法的海南农产品跨境电商发展研究[J]. 物流科技,2022,45(18):98-101.
- [4] 刘娅倩. 跨境电商物流服务安全管理问题及对策研究:评《跨境电商背景下物流风险管理研究》[J]. 中国安全科学学报,2022,32(6):216.
- [5] 曲鸣宇. 我国跨境电商防范出口风险的对策[J]. 河北企业,2022(5):57-59.
- [6] 王若一. 跨境电商中的第三方物流法律问题研究[J]. 商展经济,2022(2):53-55.
- [7] 李隽波,陈铭达,覃春莲. 我国跨境电商发展水平评价研究:基于模糊网络分析法的分析[J]. 价格理论与实践,2020(11):157-160.
- [8] 孙如玉. “互联网+”背景下跨境电商物流现状及发展策略[J]. 中国物流与采购,2020(20):44.
- [9] 张静. 自由贸易港(区)跨境电商平台对接的法律保障[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版),2020,17(9):74-76.
- [10] 尤霖. “一带一路”背景下跨境物流法制发展策略研究[J]. 物流工程与管理,2020,42(4):18-20.

Analysis of Legal Problem Solving of Logistics Supply Chain under the Background of Cross-border E-commerce

Wu Jiahong

(Shenyang Normal University, Shenyang, Liaoning 110000)

Abstract: The rise of cross-border e-commerce has promoted the circulation of goods, trade prosperity, and economic and social development. With the development of the times, the forms and channels of e-commerce are becoming more diversified, and cross-border e-commerce has also developed and prospered rapidly. However, the cross-border e-commerce logistics supply chain is faced with many legal risks. The existence of these risks not only affect the development benefits of the logistics supply chain but also hinder the healthy development of the cross-border e-commerce industry. Therefore, this article first introduces the common types of legal problems in the logistics chain in the background of cross-border e-commerce and then analyzes the causes of the legal problems of the logistics chain in the background of cross-border e-commerce. The aim is to put forward corresponding solutions to the legal problems of the logistics chain in the background of cross-border e-commerce through research.

Keywords: Cross-border E-commerce; Legal Problems in Logistics Chain; Circulation of Goods ; Logistics; Supply Chain

中国海运物流的发展现状与优化策略研究

——基于进口肉类产品的思考

邹雨辰

(中粮肉食投资有限公司 北京 100022)

摘要: 随着我国经济的不断发展,我国与各个国家之间的贸易往来越来越频繁,进出口货物数量呈持续增长趋势,带动了我国海运物流行业的迅速发展,为我国海运及其相关产业的发展壮大提供了必要基础。近年来,我国作为全球主要的肉类消费国和进口国,肉类进口量逐年上升,肉类产品多采用海运冷链集装箱运输,在海运过程中需要对船程、时效、通关港口选择等有较高要求,因此在海运行业大力发展的今天,本文从肉类进口的角度针对我国海运物流的发展现状、存在问题展开分析,并提出具体的优化策略,以此为我国海运物流的发展提供新思路。

关键词: 海运物流; 肉类进口; 物流产业; 货物运输; 港口通关

本文索引: 邹雨辰.中国海运物流的发展现状与优化策略研究[J].中国商论,2024(04):096-099.

中图分类号: F259.23

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-096-04

新背景下,物流产业的发展有了很大进步,在国家战略性新兴产业中获得一席之地,作为物流产业的重要组成部分,海运物流受到社会各界的广泛关注,特别是在肉类进口中,海运物流的优势比较显著,不但运量大、运费低,而且可以灵活选择不同航线,所以备受国际货运贸易的青睐。我国海岸线覆盖面有18000km,作为全球最大海运货主国与第三大海运运力国,中国拥有世界上最繁忙的港口包括上海、宁波、深圳、广州等^[1]。这些港口在全球货运中占有重要地位,已成为国际贸易的关键枢纽。海关统计显示,2022年我国货物贸易进出口总值42.07万亿元人民币,比2021年增长7.7%。进出口总值的不断增长为海运物流的发展提供了必要条件。本文结合肉类进口,从我国海运物流的发展现状、存在问题进行研究。

1 中国海运物流的发展现状

1.1 各口岸货运现状分析

中国海运物流是世界上最大、最繁忙的海运物流网络之一,在全球供应链中扮演着重要角色。依据我国当下的海运发展情况分析,海运行业发展稳中向好,首先,我国港口数量及船只的数量等都在稳步增加,其次,海洋运输总量逐步增大,最后,我国海运物流的头部企业如中国远洋海运集团有限公司起到了示范作用,使得我国海运物流发展在稳步发展的同时,蕴藏着巨大的发展潜力。在巨大的发展潜力下也暗含着区域发展不平衡问题,从参与海运的区块方面来讲,长三角地区、珠三角地区的货运吞吐量占有绝对优势,其他地区显示出不足。上海港2022年吞吐量4730万标准箱,宁波舟山港3335万标准箱,深圳港3004万标准箱,广州港2486万标准箱,天津港2102万标准箱,厦门港1243万标准箱。

以进口肉类为例,分析不平衡原因如下:(1)受航线及受众客户影响,对于进口肉类产品而言,对产品的时效性有严格要求,航线选择及船程时间为重要考虑因素。直航船是优先选择,直航船通常采用最短的航线,节省了航程的时间。这对于快速交付货物和减少货物在中途滞留时间非常重要。深圳盐田港和上海均为深水港,且远洋航线多有直航船可直接抵达,因此在港口上为优先选择。其次,因进口肉类市场多贴近长三角及珠三角市场,交货地点多在港口周边,因此上海和深圳为港口的优势较为突出。(2)受港口的基础设施影响,进口肉类需全程冷链运输、保存,因此对集装箱制冷,库存条件都有较高要求。各口岸的冷插个数及配套的冷库,是重要参考依据。上海港口冷插数量约22000个远高于其他口岸,天津港口9000个,深圳盐田口岸4000个,广州南沙口岸1840个;在冷库配套设施上,上海港拥有目前最大规模的冷库设施,包括冷冻库和冰鲜库,有利于通关后货物的存放及销售。(3)受通关时效性及成本影响,各口岸的通关环境涉及通关时间和通关成本,在肉类进口环节中需要进行综合考量。上海、天津、深圳盐田港作为肉类进口的主要港口,通关环境成熟,无论从政策执行、通关时效性上都有较强优势。关于通关成本方面,集装箱制冷堆存费用,以40RH计算,上海港口1~4天免费,5~7天216元/天,8~10天240元/天,超过10天,340元/天,费用低于其他口岸,天津自货物到港后开始1~7天为290元/天,8天及以上为310元/天。综上,如进口肉类产品多向长三角和珠三角地区聚拢,造成其他地区发展不平衡。当形成区域发展不平衡后,海运物流业的拓展无法畅通无阻地实施。

1.2 行业发展趋势分析

新背景下,经济全球化程度持续提升,互联网逐步转变

为“物联网”，选择步入国际领域的企业不断增多，海运物流的作用更加显著，但经济全球化也使该领域陷入发展困境^[2]。现阶段，我国海运物流发展的特征体现在以下几点：(1)海运企业之间的竞争如火如荼，面对目前的发展情况，集约化企业会占据明显优势，被吞并的企业不在少数，合作方式、发展模式产生一定变化，企业规模需要做出调整，以更加高效方式完成运输，成为国际海洋运输市场中的一部分。(2)当全球化程度日益深入时，社会各界对海运的要求更加严格，海运物流也要做出调整，充分考虑到客户的多元化需求，有针对性地提供服务，尽可能提升客户满意度，为自身增加市场份额打下基础。(3)目前，绿色物流在社会各界备受瞩目，传统物流的弊端越来越明显，绿色物流是一种可持续发展的物流模式，旨在减少对环境的负面影响并降低碳排放。它强调在货物运输和供应链管理过程中采取环保措施，减少资源浪费、能源消耗和污染。如监测和记录海运物流活动的碳排放，找到改进方法并确保达到环保目标。(4)自从电子商务迎来发展的黄金时期后，电子物流随之出现，逐渐应用在现代运输领域，主要是通过信息技术和电子商务平台来支持和优化供应链管理和货物运输的过程。电子物流涵盖了各项电子化的活动，如运输配送、供应链可视化等，从而更高效地处理和交付产品和服务。(5)国际上的大规模物流运输公司都顺应新时代的发展热潮，引进了高科技的无人装卸设备、运输设备等，从而使海运物流行业的发展更加智能化、安全化。

2 中国海运物流发展存在的问题

2.1 海运物流运力相对不足

我国海运运输公司运力规模在全球范围内位居前列，但与国际主要竞争者还存在差距。如表1所示，截至2023年9月，COSCO运力约297.7万标准箱，占全球整体运力的10.8%，运力与排名第一的MSC公司的530.2万标准箱相差将近一倍。

表1 2023年全球5大集装箱班轮运输公司排名

排名	船公司	运力 (TEUs)	占整体运力比
1	MSC	5,302,014	18.9%
2	马士基	4,152,144	15.3%
3	CMACGM	3,507,102	12.9%
4	COSCO	2,977,173	10.8%
5	HapagLloyd	1,888,780	6.8%

数据来源：2023年9月 Alphaliner' sdata。

以肉类海运集装箱进口为例，海运物流运输多以外资船公司为主。在肉类出口市场较大的新西兰、澳大利亚及阿根廷市场，马士基、MSC及达飞旗下的ANL船公司占有绝对优势。综合来看，马士基船公司布局全球航线，在其优势航线上如欧洲、澳新、南美航线等货运量占比较大。MSC船公司拥有广泛的航线运输网络，虽在新西兰、阿根廷和欧洲等出口肉类大国航线未及马士基货运量，但在北美航线、俄

罗斯航线有较强优势。COSCO船公司在货运量和航线广泛程度均不及前两个船公司。

2.2 海运物流运力结构不合理

从船舶数量上来看，我国船舶数量多且逐年增长，但结构存在明显不足，干货船数量多占比较大，巨型油轮和集装箱船数量较少^[3]。在本就数量较少的集装箱船中，自有船只数量仅为181艘。如表2所示，全球5大集装箱运输班轮运输公司船舶数量上，MSC船公司共有782艘船，自有船478艘，占50%以上，而我国集装箱船只数量最多的COSCO公司，总船只数量474艘，自有船占比只有38.1%，自有船只数量少会造成租船订船困难，调配灵活性差，交货时间不稳定等问题，极大削弱了我国在国际海运贸易中的竞争力。

表2 2023年全球5大集装箱班轮运输公司船舶数量

排名	船公司	总计船数量 (艘)	自有船数量 (艘)	租用船数量 (艘)
1	MSC	782	478	304
2	马士基	687	336	351
3	CMACGM	628	243	385
4	COSCO	474	181	293
5	HapagLloyd	258	122	136

数据来源：2023年9月 Alphaliner' sdata。

2.3 海运物流服务功能单一

现阶段，我国很多海运物流企业的发展理念不够先进，对运输物流服务的重视程度不足，没有全方位了解客户的实际需求，采用的运输物流服务不够多元化，这与客户的需求产生偏差^[4]。同时，海运物流企业未注重服务模式、服务功能的调整，忽略了集成物流服务在市場中的较高地位，没有使自身服务朝着这方面发展，导致自身的物流服务质量较差，难以增强自身竞争能力。

2.4 区域发展差异

东部沿海地区是我国海运发展较好的区域，例如长三角、珠三角、环渤海地区等。在这些沿海地区的作用下，为地区经济的发展开辟了新路径，而沿海的西南地区始终面临着海运发展艰难的问题，所以无法带动内地运输领域进一步发展。

2.5 受政策影响大

近年来，随着各国贸易摩擦不断升级、新冠疫情席卷全球、俄乌战争爆发、海运物流受到冲击，全球各大国家都在扩张自己在供应链中的参与度，我国生产大国和出口大国的地位也在逐渐被削弱，海运物流随时面临着供应链中断、成本上升等挑战。

3 中国海运物流的优化策略

3.1 加强运力提升

提高现有船只的使用效率，采用先进的信息化技术，打

造智慧船舶,从物联网、大数据、云计算等多个领域建立船舶信息系统、航行系统和船岸信息一体化等,最大程度地提高船舶的利用率,优化货物装载和卸载,航线和港口选择等^[5]。增加自有船舶的数量和种类,通过购买新船舶或扩大现有船队来扩大运力,此外,定期监测运力结构的表现,根据市场情况和业务需求对现有运力结构及数量进行评估和调整。通过增加运力,不断优化海运运输结构,从而增强在国际海运物流运输中的影响力。

3.2 关注海运物流数字化转型进展

首先,海运物流领域的发展模式有了新突破,逐渐将数字化应用在具体工作中,在海关文件方面,实现了电子文件替换纸质文件的目标,转变了以往纸质化的局面,不仅大大提高了工作效率,还使纸张用量有所减少;人工智能对此作用显著,通过构建“感、传、智、用”的航运体系后,航运业生态链充分彰显自身价值,准确的实时化数据通过可视化系统展现出来,为传统海运的转型升级提供了新支持^[6]。马士基航运和中远海控推出的TWILL和SYNCONHUB平台,均为全球数字化物流管理平台,其中电子提单系统是数字化物流领域的一项重要创新,该系统允许货物提单的电子创建、签发、传输和存储,取代了传统的纸质提单,使签发准确无误,提单跟踪可视高效、减少了因纸质单据流转延误的时间,同时也为今后全球标准的统一提供了条件。

其次,海运物流领域需认识到物流供应链的重要性,及时进行构建,提供更加全面的服务。集装箱航运企业需以现代化视角看待海上运输业务,加大对此类业务的拓展力度,使其与陆地运输相结合,并与陆上仓储、代理产生联系,形成更加系统、全面的物流生态闭环,在运输环节考虑到货物种类、要求,针对全球卡车、火车、飞机和船舶运输进行合理搭配,促使运输成本有所减少。

最后,海运物流领域需构建RFID集装箱电子信息平台。国际海运具有专业、复杂的特征,利用集装箱完成运输的货物占比极高,即90%。因此,不仅要使用统一的集装箱,还需将RFID等技术利用起来,从而保障集装箱运输的先进性^[7]。对于RFID技术,作用原理与电感、电磁感应密切相关,按照要求对物体信息展开采集,即使是强风、暴雨等天气此种技术的应用也不会出现问题。

3.3 完善业务布局

在全球市场方面,近年来,海运物流受到疫情、国际关系及贸易政策等诸多因素影响,在发展中遇到阻碍,扩宽新的海运物流渠道逐步显示出重要性和迫切性,我国近几年着重发展的物流运输新渠道起到了很大的战略保障作用。数据显示,截至2022年,我国与“一带一路”沿线国家货物贸易额达13.8万亿元,同比增长19.4%,高于整体增速11.7个百分点,2022年与RECP其他成员国进出口额达12.95万

亿元,同比增长7.5%。疫情期间,我国与细亚安贸易量创历史新高,贸易额超过5000亿美元。多方面贸易协定的签订,促进了我国海运及陆运新通道的发展,中国西部陆海新渠道海铁班列数量增加了47%^[8]。虽处在复杂的国际形势和贸易摩擦中,我国对传统贸易伙伴美国和欧洲之间的贸易量下降,造成与之海运量下降,但其他国别及贸易区域多通道多方式的物流运输为我国海运物流抵御中断风险、完善布局提供了保障。

在国内港口方面,我国各个港口的业务区别较小。因此,为了加快海运物流的发展步伐,需将港口之间的协调工作落实,防止恶性竞争频繁出现,并充分考虑到各港口资源,对此展开科学化整合^[9]。在此过程中,我国应主要做到以下几点:首先,统一管理港口城市,整理出可靠、重要的资源,依据实际情况做到全面整合,确保相关联的港口都可以将资源应用在具体工作中。例如,对于大规模的运输业务,小港口无法完成,但大型港口却没有机会。对于此问题,应及时调整各港口船只的运行,保障船只的协调性,防止船只资源的使用受到影响。其次,指导港口业务朝着多元化的方向发展。各港口业务的相似程度较高,导致很多小型港口的发展空间较小,因此推动港口业务多元化十分必要,鼓励规模大小各异的港口实施与实际情况相符的业务,秉持着差异化的理念开展业务活动,确保我国海运物流水平越来越高。最后,该领域需注重海运物流横向一体化发展。从海运物流的角度来看,部分企业将远洋运输作为重中之重,部分企业比较注重公路运输。因此,海运物流企业需加强对核心业务的分析,使全部资源都融入该业务中,尽可能提升资源的利用率。如果某些业务属于非核心业务,海运物流企业可以不由自身完成,而是进行外包,遵循强强联合的基本原则,使供应链的市场竞争水平迈上新台阶。

3.4 完善海运物流的服务体系

我国海运物流行业在今后的发展中,应高度重视海运物流服务体系,并及时构建优化该体系。首先促进海运物流的信息化发展。如构建订单跟踪系统,及时识别订单编码是否正确,对订单目前物流所处位置产生明确认知,客户想要知晓物流信息,通过该系统即可实现。在信息化建设盛行的现代社会,各港口之间的往来更加频繁,信息化建设能够强化各部门的沟通。其次,积极借鉴西方发达国家在海运物流方面使用的先进技术和成功经验,在立足我国海运物流发展现状的基础上适当采用,关注航线的更新和优化,重点优势航线的保持,新航线的开发,不断提高船期准确度,保证货物可以按时交货,以客户需求为切入点,扩展服务项目及流程,如增加单据审核、进出口报关、门对门送货服务等。最后,树立品牌效应。站在大型港口的立场上分析,要想树立品牌效应,不仅要提供优质、高效的服务,还要摒弃滞后的

经营理念,保障经营的现代化及个性化,分析业务流程的疏漏之处,及时完善该流程,树立较强的运输风险控制意识,制定行之有效的控制风险方案。

3.5 增强对外合作

新形势下,我国应将更多注意力集中在大规模的海运企业中,考虑到我国海运物流情况进行引导,鼓励大规模企业成为国际竞争的参与者,将控股手段利用起来,使其在全球范围内的市场份额有所提升,注重和西方发达国家相关企业的交流合作,积极学习这些企业在物流运输行业的先进经验,将这些经验融入自身发展中。同时,该领域还要加强相关项目的引进,构建全球海运联动体^[10]。

影响国际贸易运输的因素偏多,其中一项关键性因素为运输方式,倘若运输方式单一,那么不仅无法满足客户需求,还会导致物流成本越来越高。所以,需采用水路、公路、铁路联合运输的方式,将三者的优势展现,注重物流过程的衔接。在公铁海联合运输环节,需构建健全的联合运输协调机制,以电子数据交换平台为载体,防止三方的关系产生冲突。

3.6 推动绿色海运物流发展

鼓励海运船公司采用清洁能源,如液化天然气(LNG)或氢燃料电池,以减少船舶的碳排放。加强绿色港口设施建设,港口可以采用清洁能源设备、绿色码头设施、自动化和智能物流技术,以提高运输和货物处理的效率,减少能源消耗。推动绿色海运物流发展是为了减少物流活动对环境的不良影响,并促进可持续的海运物流发展。

4 结语

综上所述,海运物流对我国经济发展有着关键性影响,

基于对进口肉类产品的思考,发现当前我国在中国海运物流发展过程中还存在一些问题,如运力不足、运力结构不合理、物流服务功能单一、区域发展差异以及政策影响大等,对此还应加强运力提升、开展物流数字化转型、完善业务布局以及服务体系、增强对外合作、发展绿色海运物流,通过这些措施来改善我国在海运物流存在的不足,促进海运物流长足发展,为肉类进口提供便利,为我国经济发展做出贡献。

参考文献

- [1] 范松江.我国海运物流发展现状探析[J].船舶物资与市场,2019(6):91-92.
- [2] 胡天勇.我国海运物流发展现状及对策研究[J].中国物流与采购,2019(11):53-54.
- [3] 何树钦,董霏.海运物流发展现状及路径分析[J].珠江水运,2021(23):20-21.
- [4] 姚瑶.我国海运物流的发展现状及策略分析[J].运输经理世界,2021(21):89-91.
- [5] 崔晓楠.精准实施智慧航运协同发展智慧物流[J].中国远洋海运,2018(6):24-25.
- [6] 耿彬.中国海运物流的发展现状与优化策略研究[J].中国物流与采购,2023(9):108-109.
- [7] 王焕毅.浅析海运物流的发展现状与策略[J].山东国资,2020(4):92-93.
- [8] 郭兆阳.新形势下我国发展国际海运物流供应链面临的机遇及挑战[J].珠江水运,2022(4):71-73.
- [9] 刘晏君.我国海运物流发展现状及对策研究[J].现代交际,2020(21):35-36.
- [10] 郭兆阳,曹宇,金明.主要国家发展国际海运物流供应链的经验及启示[J].珠江水运,2020(22):43-44.

Research on the Development Status and Optimization Strategy of Maritime Logistics in China: Insights Based on Imported Meat Products

Zou Yuchen

(COFCO Meat Investment Co., Ltd., Beijing 100022)

Abstract: With China's continuous economic development, the trade between China and other countries is increasingly frequent and the number of imported and exported goods shows a continuous growth trend, driving the rapid development of China's maritime logistics industry and providing the necessary foundation for the advancement of China's maritime transport and corresponding industries. In recent years, China, as the world's major meat consumer and importer, has witnessed an increase in meat imports. Meat products are mainly transported by cold chain containers in ocean shipments and the process has higher requirements on shipping time, efficiency, and customs clearance port selection. Thus, this paper, considering the vigorous development of the shipping industry, analyzes the development status and existing problems of China's maritime logistics from the perspective of meat imports and puts forward specific optimization strategies to provide new ideas for the development of China's maritime logistics.

Keywords: Maritime Logistics; Meat Imports; Logistics Industry; Freight Transport; Customs Clearance

港珠澳协同背景下跨境电商物流国际竞争力提升路径研究

——基于模糊层次分析法

赵亚杰¹ 丁立强²

(1.广东科学技术职业学院 广东珠海 519090; 2.澳门全朋友有限公司 中国澳门 999078)

摘要: 跨境电子商务对比传统贸易方式有利于优化资源配置以及推动我国经济增长方式实现全面转变。港珠澳协同背景下, 跨境电子商务在对外贸易中的比重连年保持攀升态势, 是非常重要的对外贸易增长点, 而跨境电商又是以物流作为支撑。由此, 本文围绕港珠澳协同背景下跨境电商物流国际竞争力提升路径展开深入研究具有积极意义。

关键词: 港珠澳协同; 跨境电商物流; 国际竞争力; 模糊层次分析; 跨境电子商务

本文索引: 赵亚杰, 丁立强. 港珠澳协同背景下跨境电商物流国际竞争力提升路径研究[J]. 中国商论, 2024(04):100-104.

中图分类号: F259.23

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-100-05

进入21世纪后, 信息技术水平持续提升, 电子商务也得到了蓬勃发展, 越来越多的人对其认可, 立足于中国国情, 加快推动跨境电子商务有助于进一步提升中国对外贸易水平, 增加经济收入。目前, 我国已进入发展的全新阶段, 随着国内开放水平进一步提升以及经济全球化浪潮的推动, 跨境电子商务在国际贸易中扮演的角色愈加重要, 是支撑经济增长的重要部分。相较于内陆地区, 港珠澳地区跨境电子商务具有天然优势, 跨境电商极大促进了经济增长。跨境电商交易和多个环节相关, 包括物流、商流、资金流等, 特别是物流关系, 很大程度上影响交易结果。总体而言, 对外贸易以及跨境电商发展均离不开物流。如今, 资源要素成本上涨, 在港珠澳协同背景下, 跨境电商物流企业如果想长足发展, 就必须结合自身实际找到新的战略突破口, 增强行业竞争优势, 采取相应的措施, 对物流环节中出现的积极处理。在此背景下, 本文采取了模糊层次分析法, 旨在对跨境电商物流国际竞争力的优化途径进行全面的探讨和阐述, 在此基础上助力跨境物流, 其质量和效率均获得大幅改善。

1 研究现状

通过整理相关文献资料发现, 国内外研究人员围绕跨境电子商务展开的研究已经形成大量成果, 其中, 研究和分析跨境物流对跨境电子商务发展的推动作用相对最多。姚宇(2015)认为, 跨境电商的兴起和发展均以物流业为基础支撑, 跨境电商的所有交易必须通过物流业才能实现, 商品以及服务在世界范围内进行重新配置。沈丹阳等(2015)指出, 跨境电商发展水平在很大程度上取决于物流环境的好坏, 只有具备良好物流环境, 跨境电商发展才具有可持续

性, 获得客户的认可。李向阳(2014)认为, 发展跨境电子商务的过程中必须考虑资金流以及物流等相关环节, 必须在全球进行科学布局, 建立健全跨境物流网络, 确保跨境电子商务发展取得实际成果。刘敏(2020)认为, 当前我国跨境电商物流发展中存在的问题主要是物流成本较高, 时间过长, 商品退换难以实现等。Mian(2021)认为, 电子商务推销特征是件量小、频率高、退换率高, 针对单个消费者, 企业必须以顾客要求为根本, 更好地改善服务制度和模式, 经过电子商务信息平台实现物流服务以人为本的特征。所以, 本文对跨境电子商务物流服务进行评估和分析有助于明确问题, 针对性地提出解决问题方案和路径, 推动跨境电子商务持续发展。

国内外研究人员围绕跨境电商物流业国际竞争力的研究和分析数量整体上比较少。根据已有研究, 跨境服务的国际竞争力和跨境电子支付的国际竞争力是主要的研究焦点。物流业国际竞争力的研究成果, 目前已经形成了一些有价值的成果, 闵婕(2021)认为, 跨境电商物流服务时效性是其重要特征之一, 顾客普遍期望在24小时或更短时间内享受到最好的物流服务, 所以保障时效性是提高自身竞争力的重要途径。谢泗薪、侯蒙(2015)认为, 比较优势和核心竞争力是物流业国际竞争力中的重要组成部分, 要想增强物流企业的竞争优势就应该不断创新物流方式。李莉等(2011)构建了基于物联网的我国物流业国际竞争力生成模型, 在分析后提出, 政策、市场规模以及科技成果等因素可以在不同程度上影响物流业国际竞争力, 与发达地区相比, 中国物流产业的整体发展水平仍存在较大差距, 政府要加大对物流产业发展的扶持力度, 以提高物流信息产业发展水平。萧

基金项目: 2023年度珠海市哲学社会科学规划项目“珠澳协同背景下跨境电商物流发展模式研究”(2023YBB023); 2022年度广东省普通高校青年创新人才项目“基于区块链与物联网技术的横琴粤澳深度合作区供应链金融模式创新研究”(2022WQNCX143)。

作者简介: 赵亚杰(1982-), 男, 广东珠海人, 硕士研究生, 讲师, 研究方向: 跨境电商供应链管理、国际贸易。

裕中(2021)将跨境电商选定为研究对象,深入剖析了影响其物流显性服务质效的原因,通过调研“一带一路”沿线国家的跨境电商交易微观样本发现,不仅跨境电商平台运作的灵活性、跨境电商平台运营的成本经济性以及支持技术与专业人才的供给性三个维度的内部因素会对跨境电商物流显性服务质效产生显著影响;基于外部因素层面展开研究,发现基础设施是否完善、通关制度是否匹配、国际和国内物流系统是否对称也会对跨境电商物流显性服务质效产生显著影响。围绕跨境电商国际竞争力方面形成的研究成果,赵东升(2015)借助层次分析软件明确跨境电子支付服务国际竞争力评价体系中的所有指标及每个指标的占比,结论显示,支付结算机构要想切实增强跨境电子支付国际竞争力,就应该完善交易风险防范机制。

2 港珠澳地区跨境电商物流发展现状

2.1 跨境电商物流发展概况

国内电子商务在2008年后进入迅速发展阶段,电商企业已经把自身业务布局到海外市场,在此背景下,形成了跨境电商的雏形。跨境电子商务的核心概念在于,交易双方来自不同国家,所有交易活动均在电子商务平台上进行,并依赖发达的跨境物流来完成整个交易流程。通过调研全球化智库(CCG)发布《B2C跨境电商平台“出海”研究报告》发现,Paypal公司统计,以B2C交易模式为例,跨境电商平台主要位于我国和美国,在我国完成的全球跨境电商交易占比约26%,居于全球首位。海关总署数据显示,2022年中国跨境电商市场规模达15.7万亿元,较2021年的14.2万亿元同比增长10.56%,且近几年一直保持高速增长速度。相关市场分析估计,超过50%的外贸额在2035年将由跨境电商实现。广东地区作为港珠澳大湾区的组成部分,21个地市均已成功获批跨境电商综合试验区,实现了综合试验区的全省覆盖,数量位居全国第一。这一成就标志着广东省在跨境电商领域取得了显著进展,形成了相当规模的交易规模。据广东省商务厅统计数据,2015年时跨境电商进出口规模为148亿元,但到2022年时已经增长为6454亿元,其规模在7年之间翻了近43倍,年均增速高达72%。这一规模在全国总量中占据31%的份额,进一步巩固了广东省在全国跨境电商领域的领先地位。从全国范围内来看,珠三角地区超过七成的跨境电商出口商品运送到海外客户手中。在整个对外贸易中,跨境电子商务发挥的作用最为关键。如今,港珠澳地区跨境电子商务在政策的带动下发展迅猛,加速了跨境物流发展。但是与跨境电子商务相比,其发展水平仍相对较低。在跨境电子商务蓬勃发展的时代环境下,跨境物流发展方面存在的问题日益凸显,一定程度上阻碍了跨境电子商务的发展。相较国外发达地区跨境物流发展情况,我国还存在许多需要学习的地方。信息化程度、跨境物流时效不高以及成本控制等问题,是我国跨境物流发展亟待解决的问题。顺丰速递、邮政作为我国龙头物流企业,均已开通跨境物流快递项目,然而和发达地区相比,在配送效率及信息采集方面依然

存在很大距离。跨境电商物流要想提升国际竞争力就必须增强自身竞争优势,扩大服务覆盖范围,改善物流效率等。

2.2 跨境电商物流主要模式

专线物流在跨境电子商务中非常普遍,是获得广泛认可的运输方式之一。专线物流在运营过程中以包舱方式为主,按照客户地址把产品送到指定国家,继而经该国物流公司完成最终配送。客观而言,专线物流优势非常明显,有助于减少运输成本,将大批量产品集中运送到指定国家,提高运输效率。专线物流时效性相对较高,丢包率在国际快递当中相对较低,然而,其劣势也非常明显,即揽收范围有限,覆盖客户范围不大。国际快递,以中外运敦豪(DHL)、联邦快递(FEDEX)等为标杆。在开展跨境物流过程中,国际快递发挥各自优势,如一项业务以中国作为始发地,美洲线路、日本线路是联邦快递的优势,中外运敦豪的优势是日本以及澳洲等地区。国际快递可实现全程跟踪,运送时效高,丢包率低,然而,客户需要时刻关注资费变化,其跨境物流费用通常较高,以空运为主,严格限制货物种类。遇到质量问题时,产品将在最短时间内退回到始发地,跨境物流的时间成本以及金钱成本就被提高。在全球化的推动下,国际快递迅速发展,但跨境电子商务占得市场份额并不多,仅补充邮政业务市场。目前,国际物流行业竞争程度非常白热化,我国的物流企业韵达、顺丰等相继布局海外市场,已形成具有优势的跨境物流路线。国内快递公司虽然费用并不高,但在经验方面非常欠缺,服务覆盖范围不大,应尽快提升其服务水平。

邮政小包是我国跨境电子商务出口中最重要的途径,其建立了相对完善的物流网络,能将包裹寄送到全球多个城市,服务大量客户。中国邮政EMS是国有企业,享受税收政策优势,能够获得相关税收补贴。与其他国际快递公司相比,其价格更加亲民,这得益于国有企业身份和税收政策支持。因此,邮政EMS在价格方面具有相对较低的优势,为客户提供实惠的快递服务。但是,邮政小包也存有劣势,主要体现在重量和体积限制,物流时效较低,有非常大的丢包率。通常情况下,邮政小包进行跨境业务时,需要一个月才能送达到用户手中。当邮政小包以非挂号形式寄送给用户时,一旦通关后,交易主体将无法查询到包裹的任何信息,因此一旦发生丢包问题,将难以解决。邮政小包如果通过挂号形式寄送给用户,需支付更高费用,进而导致物流成本增加。

3 跨境电商物流业国际竞争力内涵

迈克尔·波特竞争优势理论是产业国际竞争力研究开展的基础,该理论的核心在于深入探究国家产业国际竞争力的根本来源。同时,它独树一帜地提出了“钻石模型”,并坚定地认为,一个国家产业竞争力的充分必要条件是具备竞争优势。在本研究中,以该理论及其模型为依据,准确把握港珠澳地区跨境电商物流特点,全面分析影响跨境电商物流业国际竞争力的因素,包括制度与政策、资源禀赋条件以及信息技术水平等方面,以探究其生成机制和提升路径。

3.1 信息技术水平

在发展过程中,跨境电商物流业要关注和应用最新技术,在此基础上,提高自身竞争优势。跨境电商物流业需要关注物流技术和相关的信息技术,增强自身创新能力。相较于传统企业而言,跨境电商企业要通过一定的网络信息技术完成最终交易,所以,推广和应用相关的信息技术非常重要,需不断提升信息技术水平。

3.2 物流服务质量

跨境物流业的竞争力在很大程度上取决于物流服务质量,若物流服务质量未改善,则竞争力就得不到提升。目前,跨境电商整体规模持续扩大,物流服务要求越来越严格,为了抢占更多市场份额,物流服务要提供运输、仓储等服务以及向用户提供增值服务,如订单处理及在线沟通等。

3.3 资源禀赋条件

在比较优势方面,资源禀赋优势是不可或缺的因素,只有通过这种优势,才能最终形成比较优势。比较优势是指一个国家在相关产品或服务上相对其他国家的优势。港珠澳地区的跨境电商物流行业拥有优越的资源禀赋条件,从而具备明显的比较优势。和其他行业不同,物流行业地域性非常明显,相较我国内陆地区,港珠澳地区的地理位置四通八达,具有漫长海岸线。

3.4 经济发展水平

跨境电商物流的竞争力在很大程度上受到地区经济发展水平的影响,因此,经济发展水平较高的地区往往拥有更强的跨境电商物流竞争力。在国内,港珠澳地区经济发展水平一直以来处于领先地位,有利于推动跨境电商物流业的发展。随着国家政策的支持力度的加大,港珠澳地区的集群优势愈加明显。另外,该地区已形成非常完善的产业体系,达到很强的经济互补性。据《中国统计年鉴》公布数据,2022年末,澳门实现地区生产总值1773亿澳门元,约1470亿元人民币,广东珠三角经济总量更是高达10.47万亿元人民币。

3.5 相关产业发展水平

不同产业总是存在着各种各样的关联,并共同构成完整的经济体系。事实上,任何产业的发展都离不开相关产业的发展的支撑。我国最早发展电子商务的地区就包括港珠澳地区,该地区已经积累了许多电子商务产业优势。整体而言,港珠澳地区已搭建稳定的网络支付平台。

3.6 制度与政策

在影响产业竞争力的因素中,制度与政策因素属于外部因素之一,但在很大程度上影响产业竞争力水平。跨境物流企业及跨境电商企业所遇到的大部分问题的根本解决方法是政府的支持,换句话说,必须以制度与政策作为保障。港珠澳地区是我国的重要发展区域,党中央和国务院给予高度重视,许多政策和制度在这里先行先试,如支持各地区建设跨境电子商务园区政策、允许进境货物先行进入保税区政策等。

4 跨境电商物流业国际竞争力评价指标体系

严格遵循评价指标体系建构方面的基本准则,以港珠澳地区跨境电商物流国际竞争力的内涵为重要参考,针对跨境电商物流业国际竞争力构建合理、科学的指标评价体系,具体内容如下:(1)信息技术水平:包括智能分拣技术、大数据处理技术等在内的影响港珠澳地区跨境电商物流业国际竞争力的因素。(2)服务水平:港珠澳地区的跨境电商物流业在提升国际竞争力时,需要全面考虑和完善内部因素,重点提高核心环节的工作效率,如处理订单的效率,信息沟通效率等。(3)资源禀赋条件:如港珠澳地区地缘条件、相关工作人员的专业技能与综合素质以及价格等一系列优势指标,这些指标均对当地跨境电商物流的发展产生了重要影响。(4)经济发展程度:经济发展水平、对外贸易发展程度作为关键的外部因素对该地区跨境电商物流国际竞争力产生了重要影响。(5)相关产业发展程度:物流行业与跨境电商产业的发展作为核心外部因素,对该地区跨境电商物流国际竞争力产生了显著的影响。(6)制度与政策:通过进一步分析发现,物流产业领域的政策、关于检验检疫层面的政策以及跨境电商的政策均会对该地区跨境电商物流国际竞争力产生重要影响。

5 港珠澳地区跨境电商物流业国际竞争力综合评价

本文基于所建立的竞争力评价指标体系,通过层次分析法对各项指标的权重进行计算。另外,与定性指标体系评价工作保持良好的契合度,本文还引入了模糊层次分析法,以此对港珠澳地区跨境电商物流业国家竞争力展开全面研究,进而对相应的得分进行计算。

5.1 层次分析法确定评价指标权重

层次分析法作为一种综合性分析方法,表现为定性和定量结合,其原理是对不同层次的指标进行两两对比,在此基础上建立判断矩阵,并计算评价指标权重,此为计算指标权重最常使用的方法。具体步骤如下:

第一步,建立比较判断矩阵,主要是针对上一目标层,计算本层中与之相关因素间的相对重要性。分析对比指标在总目标中的贡献度并做出判断,来建构比较判断举证。本文使用萨蒂标度法,即1-9标度法如表1所示。

表1 各因素相对重要性的描述

标度	含义(比较i和j)
1	因素i与j同等重要
3	因素i比j略微重要
5	因素i比j较为重要
7	因素i比j非常重要
9	因素i比j绝对重要
2,4,6,8	为以上两相邻判断的中值
倒数	因素i与j比较的判断值为 a_{ij} ,则因素j与i比较的判断值是 a_{ij} 的倒数

在按照1-9标度方法进行量化后,构造比较判断矩阵。本文结合十位专家在调查问卷中对于六个指标重要性的评判结果,对指标进行两两比较得出重要性数值,确定了各因素的比较判断矩阵如表2所示。

表2 跨境电商物流业国际竞争力评价指标比较判断矩阵

港澳跨境电子商务物流业国际竞争力	跨境电商物流信息技术水平	跨境电商物流服务水平	跨境电商物流资源禀赋条件	港澳经济发展水平	相关产业发展水平	制度与政策
跨境电商物流信息技术水平	1	1/3	1	3	3	3
跨境电商物流服务水平	3	1	3	5	3	5
跨境电商物流资源禀赋条件	1	1/3	1	3	3	5
经济发展水平	1/3	1/5	1/3	1	1/3	1
相关产业发展水平	1/3	1/3	1/3	3	1	1
制度与政策	1/3	1/5	1/5	1	1	1

第二步,分析求解判断矩阵的特征向量,本文在研究过程中的归一化处理中引入了方根法来求解特征向量,得出权重数据,并按照权重大小将指标进行排序,计算结果如表3所示。

表3 港澳地区跨境电商物流业国际竞争力评价指标权重

指标权重	权重 W	指标排序
跨境电商物流信息技术水平	0.190	3
跨境电商物流服务水平	0.390	1
跨境电商物流资源禀赋条件	0.207	2
经济发展水平	0.058	6
相关产业发展水平	0.091	4
制度与政策	0.064	5

第三步,对判断矩阵进行一致性检验,通过随机一致性比例CR对矩阵的一致性进行分析以及判断。

该判断矩阵中 $n=6$,最大特征根 $\lambda_{\max}=6.273$ 。根据公式 $CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1}$,可得 $CI=0.055$;查表得 $RI=1.26$;根据公式 $CR = \frac{CI}{RI}$,得出 $CR=0.043 < 0.1$,由此确定一致性检验通过。

5.2 采用模糊评价法对港澳地区跨境电商物流国际竞争力进行综合评价

基于层次分析法继续引入了模糊评价法,其通过综合考虑事物内部关系的复杂性,有效处理了定性指标中难以量化的难题。本文对港澳地区跨境电商物流的国际竞争力进行了深入、全面的研究,并采用了模糊层次分析法进行评估。具体步骤如下:

第一,对评价因素集进行明确,即 $C=($ 跨境电商物流信息技术水平、跨境电商物流服务水平、跨境电商物流资源禀赋条件、经济发展水平、相关产业发展水平、制度与政策)。

第二,对评价集进行明确,即 $Y=($ 优秀、良好、中等、较差、差、很差)。

第三,对权重向集进行明确,即 $A=(0.190、0.390、0.207、0.058、0.091、0.064)$ 。

第四,建立模糊评价矩阵,该矩阵在本文中由 R 进行表示, R 通过专家投票法获得。

$$R = \begin{pmatrix} 0 & 0.3 & 0.5 & 0.2 & 0 & 0 \\ 0 & 0.2 & 0.6 & 0.2 & 0 & 0 \\ 0 & 0.6 & 0.2 & 0.2 & 0 & 0 \\ 0.2 & 0.5 & 0.2 & 0.1 & 0 & 0 \\ 0 & 0.5 & 0.4 & 0.1 & 0 & 0 \\ 0.1 & 0.6 & 0.2 & 0.1 & 0 & 0 \end{pmatrix}$$

第五,对评价方案的综合评定向量进行分析求解,本文利用 S 进行表示,并且还对其进行了归一化处理。

$$S = RA = \begin{pmatrix} 0 & 0.3 & 0.5 & 0.2 & 0 & 0 \\ 0 & 0.2 & 0.6 & 0.2 & 0 & 0 \\ 0 & 0.6 & 0.2 & 0.2 & 0 & 0 \\ 0.2 & 0.5 & 0.2 & 0.1 & 0 & 0 \\ 0 & 0.5 & 0.4 & 0.1 & 0 & 0 \\ 0.1 & 0.6 & 0.2 & 0.1 & 0 & 0 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} 0.190 & 0.390 & 0.207 \\ 0.058 & 0.091 & 0.064 \end{pmatrix}$$

$$= (0.018 \ 0.3721 \ 0.4312 \ 0.1787 \ 0 \ 0)$$

第六,对综合评价得分展开分析并求解。本文按照最大隶属度原则,对港澳地区跨境物流业国际竞争力进行模糊评价 $\max(0.018 \ 0.3721 \ 0.4312 \ 0.1787 \ 0 \ 0)=0.4312$ 。由此表明,有43.12%的评价者表示港澳地区跨境电商物流业国际竞争力为中等水平。在加权平均法的基础上,参考相关专家的评分标准,将评价集 $Y=($ 优秀、良好、中等、较差、差、很差)的分值定为(1.0 0.8 0.7 0.5 0.3 0.1),则可以计算出综合评价得分:(0.018 0.3721 0.4312 0.1787 0 0)(1.0 0.8 0.7 0.5 0.3 0.1)=0.70687。综合评价分虽超过“中等”水平分值,但距离“良好”水平分值较远,基于定性分析以及定量分析可以得知,对于港澳地区跨境电商物流业国际竞争力而言,综合考评结论为中等水平。

6 港澳地区跨境电商物流国际竞争力提升路径

在充分考虑专家评估后,本文运用模糊层次分析法,对港澳地区跨境电商物流国际竞争力展开定量与定性分析,从而发现其国际竞争力表现一般,在全球范围内,处于中等水平。近年来,在快速发展过程中,虽获得了一些发展成果,但依然存在不足,需要进一步提高竞争力。对指标权重排序后,在所有指标中,前三指标影响权重较高,基于上述情况,本文深入探讨了提升港澳地区跨境电商物流国际竞争力的关键途径。

6.1 跨境电商物流服务水平仍需进一步优化

根据深入、全面的模糊评价矩阵 R 分析,我们发现物流服务水平是影响跨境电商物流业国际竞争力的最重要指标。在所有受访专家中,有60%认为港澳地区的跨境电商物流服务处于中等水平,并一致主张应尽快提升其服务水平。因此,提高港澳地区跨境电商物流服务水平对于增强其国际竞争力至关重要。(1)应不断提升跨境电商仓储物流的技术水平,采取有效的措施对物流流程进行优化,以提高整体运作效率。在开展跨境物流服务过程中,物流服务商应

该积极和第三方达成合作关系,缩短物流时间,在更短的时间内完成运输、仓储、海外配送。提高客户满意度,改善客户服务体验。(2)港珠澳地区必须积极利用海外仓,为市场提供一流的跨境电商物流服务。(3)建立健全信息管理体系,推出更加严格的物流服务标准,从而满足跨境电商用户的个性化需求。(4)跨境电商企业应该积极布局海外市场,主动和国际物流企业合作,打通物流线路,整合仓储资源,减少物流成本。

6.2 跨境电商物流资源禀赋条件有待提升

除了物流服务水平外,跨境电商物流资源禀赋条件也会在很大程度上影响跨境电商物流业国际竞争力。在政策扶持下,港珠澳地区经过多年的基础建设,已形成非常完善的物流运输网络,但与一些一线城市相比仍存在提升空间,需持续加强跨境物流的航空运输能力。相比一些发达国家和一线城市的服务价格,港珠澳地区还有一定的提升空间。如今,我国人力资源成本优势较弱,需要重新审视并调整策略,应立足地区实际情况,通过宏观经济的推动和微观资源的整合,努力提升跨境电商物流水平。这不仅有助于提高物流效率、降低成本,还能进一步增强港珠澳地区的国际竞争力。

6.3 跨境电商物流信息技术水平的提升刻不容缓

从跨境电商物流业国际竞争力的影响因素来看,物流信息技术占据着不容忽视的地位,其影响权重位列第三。通过对模糊评价矩阵R的详尽分析发现,港珠澳地区的跨境电商物流信息技术目前处于中等水平,仍具有提升空间。为提高物流效率并优化消费者体验,我们建议深入调研用户的真实需求,以此为依据搭建相应的智能数据库。该数据库可以自行确定发货日期和商品数量,并对商品位置进行精准定位,进而提高配送效率。同时,应用大数据智能分仓技术可以有效解决海外仓库积压问题,降低物流成本,显著提升消费者购物体验。总之,通过这些策略和技术应用,将有效

提升跨境电商物流业的国际竞争力,推动行业的持续发展。

7 结语

如今,跨境电商已被众多电商企业视为促进销售增长、扩大市场份额及增强竞争优势的关键手段,物流环节作为跨境电商产业链的核心环节,其作用至关重要。在港珠澳协同背景下,企业应抓住发展机遇,针对跨境电商物流现存的不足与漏洞进行完善,进一步提升跨境电商物流国际竞争力,为我国外贸行业以及整体经济的稳定健康发展注入新动力。

参考文献

- [1] 姚宇.基于产业融合视角的跨境电商与物流产业链融合发展研究[J].价格月刊,2015(12):76-81.
- [2] 沈丹阳,黄金利,何仕奇.我国跨境电商物流模式研究[J].价格月刊,2015(8):39-42.
- [3] 李向阳.促进跨境电子商务物流发展的路径[J].中国流通经济,2014(10):107-112.
- [4] 刘敏.浅析跨境电商物流的发展[J].技术与市场,2020,27(2):51-52.
- [5] 闵捷.“双循环”背景下跨境电子商务发展研究[J].中小企业管理与科技,2021(23):132-133.
- [6] 谢泗薪,侯蒙.“一带一路”战略架构下基于国际竞争力的物流发展模式创新[J].中国流通经济,2015,29(8):33-39.
- [7] 李莉,张子晗,苑德江.基于物联网的我国物流业国际竞争力生成模型构建研究[J].物流技术,2011,30(11):1-5,23.
- [8] 萧裕中.跨境电商物流显性服务质效的影响因素实证研究[J].商业经济研究,2021(16):108-111.
- [9] 赵东升.我国跨境电子支付服务发展研究:国际竞争力视角[D].北京:北京信息科技大学,2015.
- [10] 郭建芳,刘颖.杭州提升跨境电商物流业国际竞争力的路径研究:基于模糊层次分析法[J].2017(12):005-007.
- [11] CCG.B2C跨境电商平台“出海”研究报告[EB/OL].2021.
<http://www.ccg.org.cn/archives/63453>.
- [12] Mian Fu,Dan Dan Wang.Evaluation of crowdsourcing logistics service quality based on entropy weight method and analytic hierarchy process[J].E3S Web of Conferences,2021,257:02082.

Research on Cross-border E-commerce Logistics International Competitiveness Enhancement Path under the Background of Hong Kong-Zhuhai-Macao Collaboration: Based on Fuzzy Analytic Hierarchy Process

Zhao Yajie¹, Ding Liqiang²

(1. Guangdong Polytechnic of Science and Technology, Zhuhai, Guangdong 519090;

2. Macao Friend to Friends Co., Ltd., Macao SAR 999078)

Abstract: Cross-border e-commerce is conducive to optimizing the allocation of resources and promoting China's economic growth mode to achieve a comprehensive transformation. The share of cross-border e-commerce in foreign trade has witnessed a sustained increase over the years in the context of Hong Kong-Zhuhai-Macao collaboration. Cross-border e-commerce is a very important growth point of foreign trade and is supported by logistics. Therefore, it is of great significance to conduct in-depth research on the ways to enhance the international competitiveness of cross-border e-commerce logistics under the background of Hong Kong-Zhuhai-Macao collaboration.

Keywords: Hong Kong-Zhuhai-Macao Collaboration, Cross-border E-commerce Logistics, International Competitiveness, Fuzzy Analytic Hierarchy Process; Cross-border E-commerce

中美经济政策不确定性对人民币汇率的影响研究

陈婷婷 张筱峰

(长沙理工大学经济与管理学院 湖南长沙 410076)

摘要: 随着人民币汇改以及国际化的推进,本文探讨中美经济政策不确定性对人民币汇率的波动影响。本文选取2005年8月至2023年6月的中美EPU指数与人民币汇率数据,基于时变视角的VAR模型,实证分析人民币汇率与中美EPU的影响。结果表明:第一,金融风险、新冠疫情等突发事件时,美国EPU对人民币汇率的波动幅度骤升;第二,中国EPU对人民币汇率波动呈现短期显著、长期同步现象;第三,汇改后中美EPU对人民币汇率的影响强度更大。结合当前经济环境看,本文认为降低美国经济政策不确定性对外汇市场和经济稳定的冲击尤为重要。

关键词: 政策不确定性;人民币汇率;汇改;EPU;VAR;金融市场

本文索引: 陈婷婷,张筱峰.中美经济政策不确定性对人民币汇率的影响研究[J].中国商论,2024(04):105-108.

中图分类号: F821.0

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-105-04

1 引言

进入21世纪以来,各国间联系越发紧密,任一国家发生重大事件都会短时间波及全世界,使之陷入不确定性带来的风险之中。为应对突发事件对国内的冲击,各国都希望通过调整政策来化解危机,恢复经济。因此,全球经济政策不确定性(EPU)指数居高不下,其中美国作为世界第一大经济体,对我国外部不确定性风险的影响较大,美国EPU指数截至2023年增长220.31%。一直以来,中国受到“8.11”汇改、2008年金融危机以及中美贸易摩擦、美国大选和全球新冠疫情的影响,中国的EPU指数也大幅上涨。

同时,外部市场的不确定性会引起汇率变化,而汇率对经济稳定发展十分重要。2005年汇改以来,人民币汇率出现“外升内贬”的趋势,且汇率弹性增强。2016年起,面临美国加息以及“黑天鹅”事件的侵袭,国内外金融市场受到影响,人民币开始贬值。2018年中美贸易摩擦以来,美国EPU指数不断上升,人民币汇率也处于波动状态。2020年新冠疫情爆发持续加剧着人民币的变动。2022年美国大选引发了美国国内财政、贸易纠纷,也会对汇率产生影响。

基于目前国际经济环境,本文探究中美经济政策不确定性与人民币汇率的相关关系,建立VAR模型,得出时变视角下的中美EPU对汇率的动态影响,有助于及时辨别,并减少国内外金融风险的冲击,保持经济稳定增长。

2 文献综述

在国外EPU对汇率的影响研究中,早在1976年,Dornbusch(1976)^[1]以货币供应量为代理变量,提出了汇率

超调理论,启发了后来的众多学者。Tillmann(2016)^[2]研究发现,美国量化宽松这种非常规货币政策对新兴市场的汇率波动有较大的溢出效应。Kido(2018)^[3]运用FAVAR模型进一步研究发现,随着美国经济政策不确定性的上升,货币会贬值,而美元、日元、人民币会升值,体现避险功能。Bartsch等(2019)^[4]通过研究英国EPU对当期、下一期的英镑和美元的影响,发现EPU对两者皆影响显著。Abid(2020)^[5]利用ARDL模型分析得出EPU在解释短期和长期汇率变动中起着关键作用,加入EPU冲击后提高了宏观经济汇率模型的预测能力。Al-Yahyaee等(2020)^[6]研究发现,EPU与实际有效汇率呈现相反关系,EPU对汇率的影响较汇率收益更显著。Park等(2022)^[7]基于EGARCH模型,得出了结果,即亚洲的10个国家的汇率都受到了美国货币政策不确定性的重大影响,不确定的美国货币政策极大增加了一些小型开放经济体的汇率波动性,特别是高度依赖贸易的国家。

在国内研究中,朱孟楠和闫帅(2015)^[8]通过检验经济政策不确定性指数与人民币汇率的关系,得出EPU对汇率有溢出效应的结论。钱晓霞(2018)^[9]研究发现,人民币汇率波动会在出现外部经济冲击的情况下增强。刘强和陶士贵(2021)^[10]在对经济政策不确定指数对中国汇率的影响研究中,得出结论EPU对人民币汇率有显著影响。王盼盼(2021)^[11]采用GARCH模型,分析了2010—2019年中美贸易摩擦背景下,美国采取的政策对人民币收益率的影响,得出结论:增加美国EPU使得人民币汇率升值。严佳佳等(2022)^[12]通过对美国EPU与人民币汇率的研究,证实了美国EPU对人民币汇

作者简介: 陈婷婷(1999-),女,汉族,重庆人,硕士研究生,研究方向:金融学;

张筱峰(1964-),男,汉族,湖南新化人,中国人民大学经济学硕士,教授,研究方向:金融理论与政策,商业银行经营管理,宏观经济,教育财政。

率的影响,或升值或贬值,并且会使人民币处于不稳定状态。

综上,目前研究存在两点不足:(1)研究对象大多是发达国家货币与政策的关系,仅有少数与人民币有关;(2)模型进步,采用时变视角解释EPU与人民币汇率的联动关系。由此,将中美两国的经济政策不确定性指数作为横向对比指标,并研究其与汇率间的影响关系,这对完善金融市场风险管理、经济稳定提供有益启示。

3 实证分析

3.1 模型设定与数据检验

本文构建VAR模型,运用Nakajima(2011)^[13]经验,探究经济政策不确定性对人民币汇率的影响。

定义一个结构VAR模型:

$$Ay_t = F_1y_{t-1} + \dots + F_s y_{t-s} + \mu_t, t = s+1, \dots, n$$

μ_t 是 $m \times 1$ 维结构性冲击, $\mu_t \sim N(0, \Sigma)$, 假定A为下

三角矩阵,改写原式:

$$y_t = B_1 y_{t-1} + \dots + B_s y_{t-s} + A^{-1} \sum \varepsilon_t, \varepsilon_t \sim N(0, I_m)$$

$B_i = A^{-1} F_i, i = 1, \dots, s$, B_i 元素为 $m^2 \times 1$ 维列向量 β , 且

$X_t = I_k \otimes (y'_{t-1}, \dots, y'_{t-m})$, \otimes 为克罗内克积, 则 $y_t = X_t \beta + A^{-1} \sum \varepsilon_t$

令 $a_t = (a_{21,t}, a_{31,t}, \dots, a_{m,m-1,t})'$, a_t 是 A_t 的堆叠向量。

令 $h_t = (h_{1,t}, \dots, h_{m,t})'$, $h_{jt} = \log \sigma_{jt}^2, j = 1, \dots, k, t = s+1, \dots, n$ 。

$$\beta_{t+1} = \beta_t + \mu_{\beta t} \quad \alpha_{t+1} = \alpha_t + \mu_{\alpha t} \quad h_{t+1} = h_t + \mu_{h t}$$

$$\begin{pmatrix} \varepsilon_t \\ \mu_{\beta t} \\ \mu_{\alpha t} \\ \mu_{h t} \end{pmatrix} \sim N \left(0, \begin{pmatrix} I & 0 & \dots & 0 \\ 0 & \Sigma \beta & \ddots & \vdots \\ \vdots & \ddots & \Sigma \alpha & 0 \\ 0 & \dots & 0 & \Sigma h \end{pmatrix} \right)$$

其中, $t = s+1, \dots, n, \beta_{s+1} \sim N(\mu_{\beta_0}, \Sigma_{\beta_0}), \alpha_{s+1} \sim N(\mu_{\alpha_0}, \Sigma_{\alpha_0}),$

$h_{s+1} \sim (\mu_{h_0}, \Sigma_{h_0})$ 。

3.2 变量选取与数据检验

本文为探究中美EPU对人民币汇率的影响,以及中美贸易摩擦影响到人民币汇率变动和经济稳定,所以选取2005年8月至2023年6月中美EPU指数和人民币的月度数据进行实证研究。

将数据进行平稳性检验,检验结果显示 $p=0.0000$, P 值小于0.05.说明数据平稳,能够用VAR模型进行实证分析,并根据准则,最优滞后期选择3期。

表1 单位根平稳性检验

	t-Statistic	Prob.*
x1_sab	-4.399835	0.0004
x2_sab	-15.59097	0.0000
x3_sab	-8.600067	0.0000

本文基于贝叶斯推断的MCMC方法对VAR模型数据进行估计,进行10000次抽样,由表3所示,所有参数的后验均值为95%置信区间内,可见参数估计结果好。无效因子中 $sh1=157.67$ 大于100,其他无效因子均小于100。这说明结果相对有效,MCMC估计表现出良好的收敛特征和稳健性。

表2 MCMC抽样表

	Mean	95%L	95%U	Inef.
sb1	0.0227	0.0183	0.0283	7.41
sb2	0.0214	0.0175	0.0262	13.04
sa1	0.0808	0.0407	0.1552	70.97
sa2	0.2713	0.0276	2.3212	91.29
sh1	0.3900	0.2560	0.5724	157.67
sh2	0.2839	0.1521	0.4380	84.44

3.3 VAR模型分析

VAR模型脉冲响应图有两种,时段型脉冲响应和时点型脉冲响应图。图1表示不同时段中美EPU对人民币汇率进行正向冲击,随机选取4、8、12期的冲击滞后期。图2是时点型脉冲响应图,选择第121、156、174个时点,分别指2015年8月汇改,2018年7月中美贸易摩擦,2020年1月新冠疫情。

从总体来说,滞后4期、8期、12期的脉冲响应图的波动趋势较为同步。美国EPU对人民币汇率的波动影响,在2015年汇改前波动幅度较小,上下波动但趋于平稳。汇改后,经历2018年中美贸易摩擦,美国EPU与人民币汇率的同步关系呈现“负相关”,美国EPU上升在一定程度上导致人民币汇率下降。2020年新冠疫情爆发后,由于全球美元流动性紧张,美国EPU对人民币汇率出现负向同步关系,最终这一反向趋势直到2023年才逐渐缓和。从近20年来看,中国EPU对人民币汇率的波动影响绝大部分时间段为浮动且稳定的正向趋势。2018年中美贸易摩擦后,中国政府积极采用经济政策稳定经济增长,因此中国EPU指数不断上升。中国EPU增长也会引起人民币汇率呈现正向变动,中国EPU波动剧烈将导致人民币汇率波动变大。

整体来说,面对中美EPU的滞后冲击,不同时期人民币汇率对中美EPU的响应并不一致。相对长期冲击而言,中美

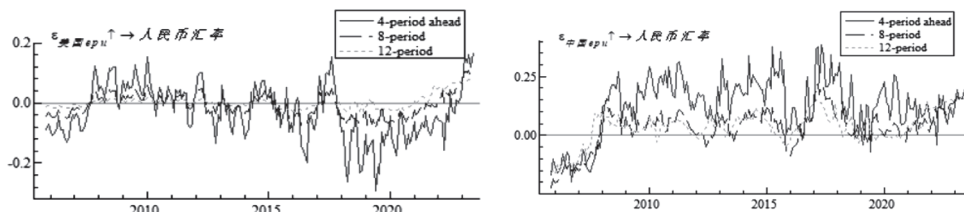


图1 时段脉冲响应图

EPU对于短期人民币汇率冲击的反映更加剧烈。此外,人民币“8.11”汇率机制改革以来,中美EPU冲击对于人民币汇率的作用更大,显示出更为强烈的向上或向下波动,即外部冲击使中美EPU对人民币汇率的影响发生突变。

总之,面对中美EPU的滞后冲击,人民币汇率响应有所不同,因此,中美EPU对人民币汇率影响在不同时点也并不相同,如图2所示。

(1)三个不同时间点正向冲击下,美国EPU对人民币汇率脉冲响应表现不同。2015年汇改和2020年新冠疫情两个时点皆表现为负向响应,其中2015年8月这一时点的不确定性冲击响应最强,新冠疫情的响应强度次之。而后两个时点快速上下波动,随着时间推移,最后在第12期接近于0。2018年中美贸易摩擦时点表现为正向响应,时间短并快速同步于其他两个时点,表明美国EPU对人民币汇率的影响更加强烈。(2)2015年汇改、2018年中美贸易摩擦、2020年新冠疫情对人民币汇率的冲击形成了正向影响,变现为中国EPU对人民币汇率冲击结果基本一致。三个时点在第2期的时候转为反方向冲击,又在第3期转为正向,出现较小波动直到8期趋近于0。整体来说,中美EPU均在一定程度上影响人民币汇率的波动趋势,政府应该加大对EPU的关注,减轻EPU对我国宏观经济的冲击。

整体来说,2015年汇改即人民币汇率制度调整为中间报价机制起,人民币汇率与EPU之间的联动就有所不同。汇率制度改革后,人民币汇率对中美EPU的溢出效应增强。这说明汇率制度改革以来,人民币汇率对中美EPU变动敏感性得到了加强,人民币汇率在经济政策中的作用也不断提高。由此,“8.11”汇改使得中美EPU对人民币汇率的影响更为平滑,市场化倾向更明显,而中美经济政策不确定性对人民币汇率的溢出程度将受到外部经济危机影响。

4 结语

本文利用VAR模型,选择中美EPU与人民币汇率的月度数据,研究人民币汇率与中美EPU的波动关系,并对中美EPU对人民币汇率的影响进行探索,结论如下:

首先,美国EPU对人民币汇率的影响十分显著,且大部分分为反方向影响,总体来说美国EPU的冲击会引发人民币贬值压力。在面临国家金融风险、新冠疫情等重大影响事件时,美国EPU与人民币汇率关系会出现大幅变动。其次,人民币汇率对中国EPU的冲击响应为正向影响,汇率面对

中国EPU的波动影响呈现短期显著、长期同步现象。整体而言,两者具有显著的联动关系。最后,2015年汇改后,美国EPU对人民币汇率影响的波动方向改变,波动程度更显著。中国EPU和汇率之间的联动性较汇改前增强,表明汇改后人民币汇率机制更市场化。

因此,本文的结果对于宏观经济管理政策的制定具有一定的借鉴价值:

第一,加强对美国等重要国家EPU的监测。当今世界各国联系日益紧密,不仅国内经济政策不确定性会影响一国经济发展的稳定性和持续性,世界其他国家尤其是发达国家的政策波动也会带来“溢出效应”,对我国经济进一步造成不可预知的扰动。这就需要我国一方面从全球宏观视角出发,及时关注国际突发事件和政策调整的潜在风险,增强审慎制定经济政策的能力。因此,货币当局需要将国家经济政策不确定性纳入中国系统性金融风险监控体系中,建立关于EPU的长效评估预警机制,并及时发布预警信息。加强对短期跨境资本流动的监测与管理,增强对资本流动的控制能力,避免由外部EPU冲击所引发的短期跨境资本大量快速流入和突然逆转对人民币汇率的影响。

第二,金融市场改革持续推进。面对国际经济政策不确定的状况,需要将EPU对人民币汇率的影响放在重要位置,进一步提高人民币汇率弹性,弱化市场对中央银行实施汇率干预的预期,使汇率形成机制透明化,发出明确的双向波动信号。加强多层次资本市场体系建设,稳步推进金融领域对外开放。通过灵活的汇率机制应对外部冲击。通过完善金融市场提高市场本身吸收外部冲击的能力,减少EPU对人民币汇率的影响,维持经济稳定。

参考文献

- [1] Dornbusch R, Branson W H, Whitman M, et al. Exchange Rate Economics: Where Do We Stand? [J]. Brookings Papers on Economic Activity, 1980(1):143-205
- [2] Tillmann, P., Unconventional monetary policy and the spillovers to emerging markets. Journal of International Money and Finance, 2016, 66: 136-156.
- [3] Kido, Y., The transmission of US economic policy uncertainty shocks to Asian and global financial markets. The North American Journal of Economics and Finance, 2018, 46(11): 222-231.
- [4] Bartsch Z. Economic policy uncertainty and dollar-pound exchange rate return volatility [J]. Journal of International Money and Finance, 2019, 98(C): 129-143.

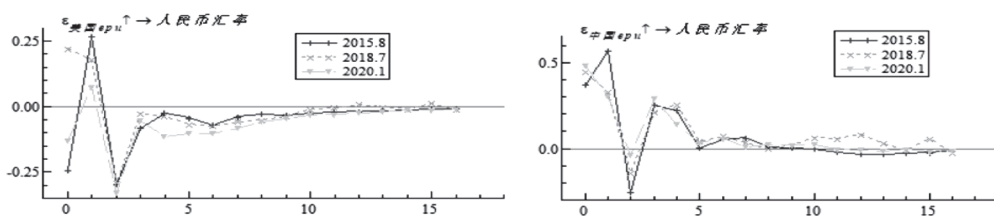


图2 时点脉冲响应图

- [5] Abid A. Economic Policy Uncertainty and Exchange Rates in Emerging Markets: Short and Long Runs Evidence[J]. Finance Research Letters, 2019, 37:101378.
- [6] Al-Yahyaee H K, Shahzad H J S, Mensi W. Tail dependence structures between economic policy uncertainty and foreign exchange markets: Nonparametric quantiles methods[J]. International Economics, 2020, 161(C):66-82.
- [7] Park D, Qureshi I, Tian S, et al. Impact of US monetary policy uncertainty on Asian exchange rates [J]. Economic Change and Restructuring, 2022, 55(1): 73-82.
- [8] 朱孟楠, 闫帅. 经济政策不确定性与人民币汇率的动态溢出效应[J]. 国际贸易问题, 2015(10):111-119. DOI:10.13510/j.cnki.jit.2015.10.011.
- [9] 钱晓霞. 外部冲击、人民币汇率波动和短期跨境资本流动: 基于MS-VAR模型[J]. 金融发展研究, 2018(1):15-23.
- [10] 刘强, 陶士贵. 经济政策不确定性对人民币汇率的影响研究: 基于面板分位数模型的实证分析[J]. 华东经济管理, 2021, 35(2):87-96.
- [11] 王盼盼. 中美贸易摩擦、美国经济政策不确定性与人民币汇率波动[J]. 世界经济研究, 2021(7):75-92+136-137.
- [12] 严佳佳, 曾紫怡, 张晨燕. 应对美国经济政策不确定性的对策研究[J]. 财政科学, 2022(4):129-143.
- [13] Nakajima J. Time-Varying Parameter VAR Model with Stochastic Volatility: An Overview of Methodology and Empirical Applications[J]. Jouchi Nakajima, 2011, 29:107-142.

A Study on the Impact of Economic Policy Uncertainty between China and the United States on the RMB Exchange Rate

Chen Tingting, Zhang Xiaofeng

(School of Economics & Management, Changsha University of Science and Technology, Changsha, Hunan 410076)

Abstract: With the advancement of RMB exchange rate reform and internationalization, this study aims to explore the impact of economic policy uncertainty between China and the United States on the fluctuation of RMB exchange rate. Using the China-US Economic Policy Uncertainty (EPU) indices and RMB exchange rate data from August 2005 to June 2023, this study empirically analyzes the impact of RMB exchange rate and China-US EPU based on a time-varying VAR model. The results are as follows. First, the fluctuation range of the US EPU index against the RMB exchange rate soared when financial risks, COVID-19 pandemic, and other events occurred. Second, China's EPU index exhibits a significant short-term influence on the RMB exchange rate while the long-term impact reveals synchronous fluctuations in the RMB exchange rate. Third, after the exchange rate reform, the impact of the China-US EPU indices on the RMB exchange rate is stronger. Considering the current economic environment, it is particularly important to reduce the impact of the US EPU on the foreign exchange market and economic stability.

Keywords: Policy Uncertainty; RMB Exchange Rate; Exchange Rate Reform; EPU; VAR; Financial Markets

金融聚集支持实体经济缓解企业融资约束的理论研究

代乾 何凤隽(通讯作者)

(宁夏大学 宁夏银川 750021)

摘要: 金融体系的重要功能之一就是满足实体经济的资金需求,金融还会反作用于实体经济,推动实体经济前进。因此如何最大程度地满足资金供求双方的需求并最终加快实体经济稳步提升一直是金融领域从业人员需要认真研究的问题。金融聚集可以提升金融功能,金融集聚效应通过外部规模效益、网络效益、创新效益、加速技术进步效益、自我强化效益优化了金融解决信息不对称、风险管理、公司治理以及资源配置等功能,从而缓解企业融资约束。

关键词: 金融聚集; 金融功能; 实体经济; 融资约束; 创新效益

本文索引: 代乾,何凤隽.金融聚集支持实体经济缓解企业融资约束的理论研究[J].中国商论,2024(04):109-112.

中图分类号: F832.5

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-109-04

1 研究背景及意义

改革开放以来,中国经济高速增长。这一阶段充分发挥了中国自身的优势,积极吸引国际产业转移。然而,随着国际金融危机的爆发,中国经济迈入高质量发展阶段。同时,国际政治经济格局变化,尤其是贸易争端等问题的出现,也改变了外部环境。2018年,中央政治局对外部环境做出了明确评估。当前,中国经济保持相对稳定,但面临新挑战。因此,中央政治局提出六个“稳”的目标,包括稳定就业、金融、外贸、外资、投资和预期。这六个目标强调了稳定对中国经济发展的重要性,也是实现高质量发展、经济结构调整和产业升级的关键,特别是稳定就业至关重要。企业在国民经济中扮演核心角色,不仅提供就业机会,也是政府税收的主要来源。只有企业稳健运营、盈利良好,政府才能实现就业和收入增长目标。然而,尽管货币供应快速增长,金融资产不断扩大,实体经济仍面临融资难问题。这主要是因为资金在金融体系内未能有效流通,或被用于套利而非实体经济,导致融资成本上升。此外,有时过多资金流向房地产,而未充分投入制造业等实体经济领域,导致资源分配不合理。

金融的一个关键功能是满足实体经济的资金需求,并且金融领域对实体经济的发展有着深远影响。如何更好地为企业提供高效、及时的金融服务,满足其资金需求,对于企业的健康成长至关重要。习近平总书记在2017年全国金融工作会议上明确强调,金融是国家的核心竞争力,应该以服务实体经济为出发点和落脚点,全面提升金融服务效率和水平,更好地配置金融资源,以满足人民群众和实体经济多样化的金融需求。金融作为实体经济的支持和重要组成

部分,其主要任务是回归本源,为实体经济提供服务和支撑。这不仅是金融的核心宗旨,还是预防金融风险的根本之策。未来,金融工作的一个关键任务是引导金融行业与经济社会发展协调发展,通过促进融资的便利化、降低实体经济的成本、提高资源配置的效率等措施,推动整体经济的可持续发展。

金融集聚的概念最早由Kindleberger(1973)提出,其认为金融中心的集聚效应主要体现在支付效率和金融资源配置效率的提升上。随着金融资源集聚效应的逐渐增强,学界对金融聚集与经济发展之间关系的关注度越来越高,其研究内容从金融聚集对经济增长有正向促进作用(郭永等,2022),延伸至其作用机制是通过提升创新水平(张天舒等,2022)和帮助企业提升资金周转频次、节省资金周转成本(陈文锋和平瑛,2008;成学真和岳松毅,2017)从而正向影响区域经济增长。企业作为经济的重要组成部分,学界进一步开始对金融聚集对微观主体的影响进行研究,发现金融聚集对企业成长也有促进作用,其中创新水平的提升是一个重要途径(张玄等,2016)。融资约束是影响企业发展的重要因素,是社会各界一直关注和关心的重要议题,如何缓解企业融资约束从而更好发挥金融支持实体经济是此次研究的目的。

2 文献综述

金融在经济体系中扮演着多重重要角色,包括但不限于优化资源配置、减轻信息不对称、提高公司治理效能以及有效管理风险等功能。金融不仅为企业提供了外部融资的途径,还向投资者提供了决策所需的信息,从而有助于企业

基金项目: 宁夏哲学社会科学规划项目“金融发展影响西部地区民营企业成长的路径和机制研究”(23NXCYJ01)。

作者简介: 代乾(1987-),男,宁夏青铜峡人,讲师,博士研究生,研究方向:公司金融。

通讯作者: 何凤隽(1964-),男,宁夏中卫人,教授,博士生导师,博士,研究方向:金融发展理论与区域金融发展。

更容易地获得外部资金(Demirgüç-Kunt, A 和 Maksimovic, V, 1998)。金融发展通过减少信息不对称和契约不完备所导致的资本市场不完善问题,从而减轻了企业的融资限制,特别是对于小型企业而言,随着国家金融体系的不断发展,它们所面临的融资限制也在逐渐减轻(Love, 2001)。此外,金融发展还具备有效监督内部资源使用,防止资源滥用,从而减少企业扩张所需的成本,推动企业实现合理规模的扩张(Beck, T, Demirguc-Kunt, A 和 Maksimovic, V, 2003)。综上所述,金融领域的发展不仅增强了金融功能的发挥,还有助于减轻企业的融资约束问题,这一观点得到了众多研究的坚实支持。

当涉及国内研究领域时,一些研究的结果强调了金融发展在减轻企业融资约束方面的积极作用。李斌和江伟(2006)的研究认为,金融发展水平较高的地区有助于减轻企业的融资约束,尤其是对那些依赖外部融资的企业而言,金融发展的提升有助于促进企业的成长。Ghosh(2006)的研究通过印度的数据得出结论,金融自由化可以在很大程度上减轻融资约束问题,而这一减轻效果对于小型企业尤为显著。唐建新和陈冬(2009)的研究使用中小企业板的数据,也发现金融发展对减轻融资约束问题有显著作用,特别是市场化的信贷分配和外资引入对于减轻效果具有支持作用。饶华春(2009)的研究也得出了相似的结论,指出金融发展有助于降低企业的融资约束水平,尤其是民营上市公司获得了更为显著的减轻效果,其中金融中介的发展对于减轻企业融资约束问题的作用超过了股票市场的发展。这些研究的结果突显了金融发展在减轻企业融资约束问题方面的积极影响,特别是在金融自由化、市场化信贷分配、外资引入以及金融中介发展等方面取得的进展。这些因素有助于提高企业获得外部融资的便捷性,降低融资成本,进而促进企业的成长和发展。需要强调的是,金融发展对于融资约束问题的减轻程度可能因国家、地区、金融体系特点以及不同类型的企业而异。因此,在制定政策和实践中,需要综合考虑各种因素,以更好地促进金融发展与企业成长之间的关系。

此外,金融产业的集聚在经济领域也发挥着极其重要的作用。金融集聚效应不仅可以提高市场流动性、降低融资成本和投资风险,有助于信息的共享和交流。金融中介机构的集聚有助于降低信息获取成本,提高资源的配置效率。金融产业的集聚还有助于风险管理和公司治理,通过提供更多的金融工具和服务,帮助企业更好地管理风险。金融集聚有助于知识技术的外溢效应,促进经验共享和技术创新。因此,金融产业的集聚对于经济增长和发展具有积极作用。这

种集聚效应可以促使金融机构更紧密合作,提高了金融市场的效率,从而推动了经济的增长。

综上所述,金融领域的发展和金融产业的集聚对于提高企业的融资能力、降低融资成本、促进经济增长以及优化资源配置等方面发挥着至关重要的作用。这些研究结果凸显了金融在现代经济中的核心地位,以及金融发展对于经济增长和发展的积极影响。

3 金融聚集缓解融资约束的理论机制分析

企业融资是指企业在法律规定的框架内,根据自身的资金需求,通过特定方式和渠道,从不同的资金来源获得所需的资本的过程。一般而言,企业融资可以分为内部融资和外部融资两种主要形式。(1)内部融资:内部融资是指企业利用自身内部资源来满足资金需求。这包括使用自有资金,将经营活动的盈利积累为资金,以及内部员工的投资。内部融资通常不需要涉及外部金融市场或机构,企业可以自主地使用内部资源来支持业务扩展和投资计划。(2)外部融资:外部融资涉及企业从外部融资渠道获取资金,以满足其资本需求。这种方式包括通过银行或其他金融机构获得贷款或信贷资金,或者通过股票市场发行股票或债券市场发行债券等方式筹集资金。外部融资通常需要遵守相关法规和市场规定,同时还受到市场条件和资金成本的影响。融资约束是一个关键概念,它指的是外部金融市场的不完善,导致企业在融资过程中面临较高的融资成本,从而使企业难以达到最优的投资水平。融资约束通常表现为企业需要付出更高的融资成本,或者由于无法获得足够的融资而限制了其投资计划的实施。这种情况可能源于市场信息不对称、金融机构限制、公司内部与外部融资成本之间的差异等因素。因此,解决融资约束问题通常需要改善外部金融市场的完善度,减少融资成本,以便企业更容易地获取所需的资本,从而支持其发展和增长计划。这对于企业的健康成长和经济发展具有重要意义。

传统的融资约束理论主要侧重于信息不对称、代理问题和交易成本等因素,这些因素被认为是导致融资约束的主要原因。这一理论在金融领域广泛应用和研究。根据著名的Modigliani-Miller(MM)理论,在完全资本市场下,公司的投资决策和资本结构是无关系的。这意味着企业的内部融资和外部融资成本可以相互替代,它们之间没有实质性的差异。在理想的市场环境下,企业可以根据其投资项目的需求选择最适合的融资方式,无论是通过内部融资还是外部融资。然而,现实世界中存在外部资本市场的不完善、信息不对称和交易成本等问题。这些因素导致企业内部融资和外部融资之间存在着实质性的成本差异,从而形成了融资约

束。(1)信息不对称:当企业和投资者之间存在信息不对称时,投资者无法充分了解企业的内部情况,这可能引发逆向选择和道德风险问题。为了弥补这种不对称,投资者可能要求更高的回报率,从而使外部融资成本升高,相比之下,内部融资的成本较低。(2)代理问题:代理问题涉及公司内部管理层(代理人)和股东(委托人)之间的利益冲突。管理层可能采取行为,以谋求个人利益,而不一定符合股东的最佳利益。这种代理问题可能导致外部投资者对公司的不信任,从而要求更高的回报率,提高了外部融资的成本。(3)交易成本:即使在信息不对称和代理问题的情况下,企业通过外部金融市场融资仍然需要面对各种谈判、签约和监督等交易费用。这些高昂的交易费用也会增加外部融资的成本,使得企业可能会放弃本应具有正净现值(NPV)的投资项目。因此,融资约束是一个复杂的现象,受多个因素的影响,这些因素共同导致外部融资成本高于内部融资成本,从而使企业在融资决策方面面临一定的限制和挑战。要解决融资约束问题,企业和政府可以采取一系列措施,包括改善信息披露、加强公司治理、降低交易成本等,以促进更有效的融资和投资。

融资约束可被视为外部金融市场不完善所导致的情况,这会使企业在内部融资和外部融资之间面临成本差异。在存在融资约束的情况下,为了满足企业的投资需求,必须确保有足够的盈利水平或预期盈利。市场的不完善性导致企业在争取外部融资时可能面临较高的融资成本,从而限制了企业实现最佳投资水平的能力。例如,如果一家公司面临严重的流动性问题,那么从银行、证券市场等外部渠道筹集资金可能会非常具有挑战性。由于缺乏足够的资金,即使存在良好的投资机会,公司也可能被迫放弃这些机会。融资约束反映了企业在获取外部资金方面所面临的挑战,这些挑战可能包括高融资成本、有限的融资渠道以及市场不完善等因素。为了克服这些限制,企业可能需要采取一系列策略,包括改善内部财务管理、积累内部资金、寻求多元化的融资渠道以及与金融机构建立合作关系,以更好地满足其资本需求和投资计划。

企业融资中,信息不对称对多个方面产生了深远影响,其中包括投资者与企业投资项目之间的信息不对称、不对称的选择行为,以及与企业能力相关的信息不对称。这些不对称信息可能导致银行采取不同的信贷策略。通常情况下,信息不对称主要存在于商业银行与大型企业以及中小企业之间,这可能引发逆向选择和道德风险问题,进而制约了信贷分配。此外,中小企业通常具有集中的所有权和控制权,相对较少受到职业经理人的监管,因此可能面临更高的

道德风险,使得银行更倾向于选择大型企业,而对中小企业保持保留态度。商业信用是企业正常经营和商品交易中常见的信贷方式,也是企业最主要的短期资金来源之一。在信息不对称存在的情况下,企业通常会借助商业信用来缓解融资约束,因为获得银行信贷较为困难,特别是在金融市场相对不发达的发展中国家,商业信用可以作为一种有效的替代机制,帮助企业应对融资约束。政治关联可以通过信息效应和资源效应来协助企业缓解融资约束。通常情况,政治关联企业更有可能是运营效率较高的优质企业,因此更容易获得银行贷款并进入资本市场。此外,政治关联还可能为企业提供各种政策优惠,使其能够以较低成本获取资源,进而提高未来的总收益和市值,降低资金供应方面的风险。除了政治关联外,企业还有强烈的动机与金融相关部门建立关联。这些关联可以通过多种方式来减轻融资约束,包括减少信息不对称、影响金融部门的决策,以及提高企业的金融技术能力。因此,信息效应、资源效应和管理效应都可能在这种情况下发挥作用。企业融资约束是一个复杂的问题,受到多种因素的影响。了解信息不对称、政治关联以及与金融相关部门的关联对于企业应对融资挑战具有重要意义,这有助于企业更好地应对融资限制所带来的挑战。

4 结语

金融集聚是一个时空动态的过程,通过协调、配置和整合金融资源与地域条件,促进金融产业在一定地域范围内的集中发展,形成了金融地域密集系统。在这个过程中,金融集聚效应产生了多重积极影响,对经济增长起到了关键作用。第一,金融机构的集聚通过协同合作提高了生产效率。在集聚区域内,金融机构更容易建立协作关系,共同提供金融服务,降低了生产成本,提高了效率。第二,金融机构的集聚拉近了与客户的关系,使市场信息更加透明。这有助于节约市场营销成本,同时也使客户更容易获取所需的金融信息和服务。第三,金融机构的集聚促进了技术的开发和传播,形成了技术扩散效应。在集聚区域内,不同金融机构之间的技术创新更容易进行复制和应用,推动了技术的传播和应用。第四,金融机构之间在集聚区域内相互学习管理思想和方法,提高了管理效率。这种经验共享有助于不断改进金融业务的管理方式,提高了运营效率。第五,金融机构之间的竞争降低了融资成本。在竞争激烈的市场环境中,金融机构不得不提供更有吸引力的融资条件,从而降低了企业的融资成本。此外,金融集聚区域内的金融企业能够更接近顾客,及时了解市场需求变化,从而更好地满足客户的金融需求,促进金融产品的创新。第三,金融集聚区域拥有丰富的金融人才和技术信息,具备创新的区域环境。这有利于

吸引更多的金融企业进入集聚区域,进一步增强了集聚效应。综合来看,金融集聚不仅提高了金融产业的效率和竞争力,还对经济增长产生了积极的推动作用。这种集聚效应有助于降低成本、提高创新、促进资源配置效率,从而推动地区经济的繁荣和增长。

参考文献

- [1] Demirgüç-Kunt A, Maksimovic V. Law, Finance, and Firm Growth[J]. *Journal of Finance*, 1998, 53(6):2107-2137.
- [2] Beck T, Demirgüç-Kunt A, Maksimovic V. Financial and Legal Institutions and Firm Size[J]. Social Science Electronic Publishing, 2003.
- [3] 李斌, 江伟. 金融发展、融资约束与企业成长[J]. *南开经济研究*, 2006(3):68-78.
- [4] 唐建新, 陈冬. 金融发展与融资约束:来自中小企业板的证据[J]. *财贸经济*, 2009(5):5-11.
- [5] Porteous D J. The geography of finance: Spatial dimensions of intermediary behaviour[J]. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 1995, 88(5):501-502.
- [6] Thrift N, Leyshon A. A phantom state? The de-traditionalization of money, the international financial system and international financial centres[J]. *Political Geography*, 1994, 13(4):299-327.
- [7] Martin P, Ottaviano G I P. Growing locations: Industry location in a model of endogenous growth[J]. *European Economic Review*, 1996, 43(2):281-302.
- [8] Bossone B, Mahajan S, Zahir F. Financial Infrastructure, Group Interests, and Capital Accumulation: Theory, Evidence, and Policy[J]. *Imf Working Papers*, 2003, 3(24):105-114.
- [9] Clark G L, Bauer R, Wojcik D. Economic Geography and European Finance[J]. Social Science Electronic Publishing, 2004.
- [10] Feldman M P, Audretsch D B. Location, location, location: The geography of innovation and knowledge spillovers[J]. Discussion Papers Various Research Units, 1996.
- [11] 潘英丽. 论金融中心形成的微观基础:金融机构的空间聚集[J]. *上海财经大学学报*, 2003(1):50-57.
- [12] 黄解宇, 杨再斌. 金融集聚论[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2006.
- [13] 刘军, 黄解宇, 曹利军. 金融集聚影响实体经济机制研究[J]. *管理世界*, 2007(4):152-153.
- [14] 刘红, 叶耀明. 交易费用视角下的金融集聚效应[J]. *金融理论与实践*, 2007(12):11-13.
- [15] 杨志群. 金融集聚、金融发展对企业技术创新的影响研究[D]. 天津:南开大学, 2013.
- [16] Kindleberger C P. The formation of financial centers: a study in comparative economic history[J]. Working Papers, 1973, 5(4):3395-3397.
- [17] 郭永, 巫瑞, 梁中颖. 金融集聚对区域经济发展的影响研究:以中原城市群为例[J]. *金融理论与实践*, 2022(9):33-43.
- [18] 张天舒, 唐一鸣, 马靖淳. 金融集聚对实体经济发展的影响机制分析:基于长三角和珠三角城市群的实证研究[J]. *东北师大学报(自然科学版)*, 2022, 54(4):144-154.
- [19] 陈文锋, 平瑛. 上海金融产业集聚与经济增长的关系[J]. *统计与决策*, 2008(10):93-95.
- [20] 成学真, 岳松毅. 西北五省区金融集聚与区域经济增长的耦合匹配研究[J]. *兰州学刊*, 2017(1):199-208.
- [21] 张玄, 冉光和, 郑强. 金融集聚、研发投入与民营企业成长:基于制造业上市民营企业数据[J]. *预测*, 2016, 35(1):49-54.

Theoretical Research on Financial Agglomeration Supporting the Real Economy to Relieve Enterprise Financing Constraints

Dai Qian, He Fengjun (Corresponding Author)

(Ningxia University, Yinchuan, Ningxia Hui Autonomous Region 750021)

Abstract: One of the key functions of financial system is to meet the funding needs of the real economy, and finance can also influence the real economy and promote its progress. Therefore, meeting the needs of both supply and demand of funds to the greatest extent and ultimately accelerating the steady improvement of the real economy has always posed a challenge that financial professionals must carefully handle. Financial agglomeration can enhance financial functions. The financial agglomeration effect alleviates corporate financing constraints by coping with information asymmetry and optimizing functions such as risk management, corporate governance, and resource allocation through external scale benefits, network benefits, innovation benefits, accelerated technological progress benefits, and self-improvement benefits.

Keywords: Financial Aggregation; Finance Functions; Real Economy; Financing Constraints; Benefits of Innovation

数字金融助推农村家庭消费升级的研究

孙茜

(湖南农业大学经济学院 湖南长沙 410128)

摘要: 本文通过研究数字金融使用对农村家庭消费升级的影响机制,发现数字金融通过提升消费水平与质量、优化消费结构与方式及缓解流动性约束作用于农村家庭消费升级,并发现农户数字金融素养较低、金融机构数字金融产品创新程度不够、农村消费市场需求不足、农村金融基础设施建设相对滞后和消费者面临权益安全问题等困境,最后文章提出重视农村家庭经济行为,创新金融机构数字金融产品,持续扩大农村消费市场规模,建立健全农村消费政策体系和基础设施及提升农村数字金融机构的抗风险能力等政策建议,优化农村家庭消费结构和消费方式,稳步促进农村家庭消费升级,提高农村家庭金融福祉,以期助推共同富裕,实现乡村振兴的战略目标。

关键词: 数字金融;农村家庭;消费升级;乡村振兴;消费结构

本文索引: 孙茜.数字金融助推农村家庭消费升级的研究[J].中国商论,2024(04):113-116.

中图分类号: F831.0

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-113-04

1 引言与文献回顾

近年来,中国数字金融高速发展,数字金融也深入我国广大农村地区,惠及了广大农村家庭,农村家庭大量使用数字金融服务,对我国农村经济高质量发展产生了深厚的影响。2022年,人民网提出“数字金融作为金融创新与科技创新叠加融合形成的一种高级金融形态,具有数字与金融的双重属性,在稳定经济大盘中发挥着举足轻重的作用。”党的二十大报告提出,全面建设社会主义现代化国家,最艰巨最繁重的任务仍然在农村,数字金融可以促进资金均衡配置,为经济协调发展提供保障。

随着经济结构的优化调整,我国消费已从模仿型排浪式阶段转向个性化、多样化阶段,消费逐渐成为经济高质量发展的“第一大引擎”。报告显示,2023年上半年,我国社会消费品零售总额同比增长8.2%,达到227588亿元,最终消费支出对经济增长的贡献率更是达到77.2%,对经济增长的贡献率不容小觑。国务院办公厅提出,加快构建新发展格局,着力推动高质量发展,要把恢复和扩大消费摆在优先位置,畅通经济循环,释放消费潜力,更好地满足人民群众对高品质生活的需要。

习近平总书记强调:“没有农业现代化,没有农村繁荣富强,没有农民安居乐业,国家现代化是不完整、不全面、不牢固的。”《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业现代化的意见》提出发展农村数字普惠金融,并明确了相应目标和任务,通过发展普惠金融,能够提高金融为农户服务能力和水平,充分满足种养大户、农场主等新型农业经营

主体的消费升级需要。数字金融是经济发展的大趋势,数字金融使用的推广促进农村家庭消费升级也是我国农村经济高质量发展的重点。在数字化浪潮中,农村居民显然比城镇居民居民适应强度更弱,产生了不了解数字金融、不会运用数字金融服务等问题,加之农村家庭消费结构不合理、消费需求尚未得到充分释放,不利于农村家庭消费的升级,故数字金融使用和农村家庭消费升级的机制作用和内在联系值得进一步探讨。许兰壮等(2023)研究表明,数字金融对农户消费水平与边际消费倾向存在显著的正向影响,其影响主要通过边际消费倾向实现,具有持续性与平稳性^[1]。唐勇等(2021)认为数字金融对中西部欠发达地区农村居民消费升级的促进作用更强^[2]。刘琳和徐衡(2022)认为在互联网普及率以及金融素养更高的地区,数字普惠金融对消费升级的赋能效果更明显^[3]。在不同群体的差异化影响研究方面,董翀(2023)认为数字金融使用对青年农户的家庭消费支出、消费结构和消费倾向都有显著影响,而对中老年农户的影响有限,仅对家庭消费支出和发展性消费占比有显著影响^[4]。孙锐等(2023)研究表明数字普惠金融可以通过促进消费升级来抑制农户家庭贫困脆弱性^[5]。

综上所述,当前国内外学者关注到数字金融对居民家庭消费模式、消费结构等方面的影响,认为数字金融使用能够在一定程度上促进农户消费且大多集中在数字普惠金融、互联网金融对农户消费的影响方面,但较少关注农村家庭消费升级以及数字金融使用对农村家庭消费升级的影响机理。为此,本文剖析数字金融对农村家庭消费升级的影响

基金项目: 湖南农业大学大学生科创项目“数字金融使用对农村家庭消费升级的影响研究”(XCX2023124)。

作者简介: 孙茜(2003-),女,江苏镇江人,数字金融专业。

机理,以期不断合理优化农村家庭消费结构和消费方式,促进农村家庭消费升级,提高农村家庭福祉,推动经济高质量发展,实现乡村振兴战略和共同富裕的目标。

2 数字金融助推农村家庭消费升级的影响机理

2.1 强化农户数字金融合理使用提升消费水平

2.1.1 推动网上消费,降低消费成本

在如今数字化和社会化分工细化大趋势的推动下,消费者因其需求的个性化和差异性,往往会主动选择“互联网+消费金融”的新模式。与传统的实体线下消费模式相比,电子商务市场的优势在于将“商圈”建立在互联网平台上,通过将商品和服务聚合从而为消费者解决信息不对称的问题,降低搜索成本,并提供价格优势。目前,多元主体参与、多种服务模式共存的格局已经逐渐在农村家庭消费市场形成。然而,在受众群体、使用场景和企业创意等方面,仍然存在着不足之处和供需错配问题。促进农民对数字金融的应用,能够更好地激发农村家庭消费,提升消费能力,从而更大幅度地参与互联网消费,降低消费成本。

2.1.2 拓宽服务种类,提升消费质量

农户使用数字金融服务种类包括数字支付、数字理财、数字信贷等。随着金融产品的不断创新,多元化的支付手段进入了百姓的视野和生活中,它们在农村家庭中快速普及和传播,有助于提高农村经济交易活跃度,大大提升了消费者的消费频率和效率;在我国,多样化的理财产品提供了数字金融使用的更多选择,也丰富了农村家庭的投资理财方式,提高了农户使用投资理财金融服务的可得性,使农户通过移动终端就可以轻松获得各种理财金融服务,有助于扩大农户的收入来源,从而提升家庭消费质量。

2.1.3 扩大消费需求,提高消费层次

随着农村居民收入水平的不断提升,农村消费市场规模逐年扩大,目前我国农村消费市场面临着资金端与商品供给端产品双不足的现状。我国拥有约5亿农村常住人口,是消费金融市场的基础底座。互联网广泛普及以及电子商务快速发展带动了农村消费业态模式的创新,数字金融新模式赋予农村消费发展新活力。农户的消费行为在很大程度上受到消费环境的影响,数字金融市场营造了良好的消费环境,从而有利于减少农户的消费风险、降低消费恐惧,使人们放心消费,从而扩大消费需求,提高消费层次。

2.2 调整消费类型占比优化消费结构

消费结构升级是社会发展阶段变化和经济高质量增长的重要前提,研究表明,当农户收入达到一个水平线后,超过部分的数字金融使用对农村家庭发展型消费的影响较大,我国农村家庭消费结构正经历从生存型消费向发展型和享受型转变,意味着数字金融对于优化消费结构起到显著性作用。近年来,我国农村居民生存型消费占比与发展享

受型占比变动幅度不大,其中,前者呈缓慢下降趋势,后者上升速度较为缓慢,而在新冠疫情期间两种占比的变化趋势发生了反向扭转,生存型消费占比上升,发展享受型消费下降,都使得农村居民对生存型消费的需求增加,抑制了农村居民进行发展享受型消费,而发展享受型消费占总消费的比重是衡量农村家庭消费升级的关键。生存型消费是人们本能的消费需求,其比重下降是生活水平提高的明显标志;发展型消费是人们为了更好地发展而进行的消费,以教育和健康为典型,其比重上升体现着消费结构的优化和社会进步。从总体趋势来看,农户发展享受型消费占比的增长与生存型消费占比的下降能够促进农村家庭消费结构的优化。

2.3 缓解流动性约束激发消费潜力

数字金融能够缓解农户的信贷约束和流动性约束,有效降低其对消费的抑制作用,从而促进农村家庭消费。流动性约束不仅限制了家庭消费支出结构的升级、削弱了居民跨期配置资产的能力,更抑制了家庭消费总量。大数据征信管理系统的建立及众筹和在线借贷等网络融资模式的兴起,惠及了更多金融体系未能覆盖到的群体,农村家庭融资约束在一定程度上得到了缓解,扩大了创业启动资金的来源,即使预期收入有所下降,农村消费者也可以利用消费信用来缓解当期问题,从而避免了消费的锐减。同时,资金供给方高效利用大数据分析有助于提高其风险管理的能力,有利于贷款资金的回收,提高了放贷的可能性,线上贷款审批等便捷业务处理方式,降低了农户获得资金的成本,有力地增强了农村家庭现期的消费能力,促进了超前消费,进一步挖掘了农村家庭的消费潜力^[6]。

3 数字金融助推农村家庭消费升级中遇到的困境

3.1 农户数字金融素养较低

随着数字技术逐渐融入农业和农村生活的方方面面,数字乡村的发展也在稳步推进。一些农村地区已经基本配备了数字设备,率先进入数字乡村时代,享受数字技术发展带来的成果。与此同时,我国广大农村地区仍存在信息基础设施薄弱、农村居民数字技术接触率低、数字素养有限等问题。(1)对数字金融服务的认识方面,大多数农户仍只接触到支付结算层面,对于融资筹资和投资保险等方面的知识较为薄弱,不能独立使用相关数字服务。(2)对于数字金融相关风险的了解方面,农村居民的隐私意识有待提高,不能辨别多样化的数字金融机构及相关服务,形成了一定的隐患。(3)缺乏及时补救的能力,面临经济问题时,农户无法选择自身利益最大化的金融使用方式,对于金融决策的信心不足,往往导致更大的损失。中国社会科学院信息化研究中心2021年发布的《乡村振兴战略背景下中国乡村数字素养调查分析报告》显示,农村居民数字素养比城市居民低37.5%,城乡之间依然存在明显的信息逆差和“数字鸿沟”,

农户数字金融素养较低,会影响数字金融服务的合理使用,进而抑制农村家庭消费升级。

3.2 金融机构数字金融产品创新程度不够

虽然金融机构提供的数字金融产品种类越来越多,但面向农民的数字金融产品种类相对较少、门槛较高。农村金融机构提供的服务主要是针对农民的生产性需求,如“三农”服务、生产贷款等,对消费者的需求关注相对较少。首先,金融支持范围相对较窄,主要银行在农村建立的网点有限,走遍好几个村子可能只有一家银行,这大大缩小了金融支持的范围,限制了新型数字金融产品的引入。其次,国家对农民的补贴和农资的消费需求均为长期稳定的来源,由于缺乏有效的激励机制和相关政策,金融机构研发创新型数字金融产品的意愿不强,对于农业补贴和农业生产经营资金的数字金融产品研发不足,农户无法利用数字金融产品合理消费,继而影响消费升级。

3.3 农村消费市场需求不足

近年来,我国农村家庭的消费虽然持续增长,但制约消费需求和潜力释放的因素仍然存在。农民消费水平和生活质量不断提高,但城乡居民的消费差距却居高不下,中间环节繁多复杂,农村的物流消费体系整体落后于城市,导致城市中物美价廉的产品无法流通至农村市场,而城市的“绿色通道”也难以接收到高质量的农产品,形成了恶性循环。当前,农村消费者也已经有了进阶性的功能需求,随着互联网金融的普及,消费者更多地追求多元化现代化的消费商品,对生活品质的要求逐增,但农村市场却无法同步迭代,仍然停留在基础功能层面。2023年公布的国民经济和社会发展统计公报数据显示:我国农村居民年人均可支配收入为20133元,同比增长6.3%,扣除价格因素后实际增长4.2%;农村居民人均可支配收入中位数为17734元,增长4.9%,人均消费支出和收入的实际增速差距较大,有很高的提升空间。

3.4 农村金融基础设施建设相对滞后

提升农业农村基础设施水平,对于全面推进乡村振兴意义重大。长期以来,投资周期长、投入大、回报率低的特点让我国农业和农村基础设施建设停滞不前。就支付体系而言,农村缺乏现代化的支付清算机构,支付渠道狭窄,无法覆盖县、乡、村,服务无法到位;就金融监管而言,农村监管制度定位不明确、缺乏完善的法律体系,农民自由借贷和融资的自由受到了限制,资金大量外流。现阶段,虽然农村网络基础设施已接近全覆盖,但是农村地区信用数据和信用体系还不完善,中间环节繁琐,金融服务的普惠性受到了阻碍;农村金融与产业供应链的数字基础较差,不能有效联动;农村中小金融机构的数字化转型仍待推动,农村金融体系不健全,法律基础薄弱,不利于农村家庭消费升级的实现。

3.5 农村家庭消费者面临权益安全问题

互联网贷款纠纷及违规问题等涉及的主要群体均为农村居民消费者,相较城镇居民的自我保护意识薄弱,对于维权的方式也知之甚少。由于合作金融法律制度与现实发展的滞后性、内生性的合作金融形式缺乏规范性等问题,以农村资金互助社为代表的新型农村合作金融在实践中不具备普遍覆盖性和发展持续性。在我国农村家庭消费者权益保护中,不规范管理消费信贷资金用途流向、不谨慎管理委托催收合作机构、夸大误导营销宣传、虚增费用或隐性收费,收取较高的违约罚息和滞纳金,金融机构以各种服务费、评估费、手续费代替利息等行为,都造成了消费者权益受损,反映出农村司法环境有待优化、消费保护制度建设不完善等问题。同时,农村金融消费者风险承受能力弱,损失程度高,这就意味着其大多处于数字消费金融市场的边缘,针对其体制机制保障较缺乏,相关权益安全问题亟待解决。

4 政策建议

4.1 重视农村家庭经济行为

农村家庭经济行为需要得到各方重视,政府首先要起到带头作用。政府必须大力普及和宣传相关金融知识,以新形式、新方案走进农户,如增加金融知识普及活动的趣味性、利用有奖问答、短视频等方式宣传都可以起到很好的效果。有关部门应建立创业信息平台、共享创业建议,该平台不仅应共享创业建议、多领域的创业信息来源和创业风险规避方法,还应实现网上查询和综合信用信息的公开,设置网上客服,投送农户喜闻乐见的数字金融知识。此外,政府可以加强与金融机构的合作,共建金融实践模拟平台,让农民模拟网上金融市场,通过模拟平台,农民可以模拟网上金融市场活动,有效提高农民的金融技能。

4.2 创新金融机构数字金融产品

政府部门应加快农村信用体系建设,同时积极开展金融服务网点建设,进一步改善农村地区的金融服务环境,为促进农村家庭金融服务打下良好的基础。农村数字金融机构要加强数据要素应用,推动金融机构利用数字技术,以强化自身农村金融服务能力,并通过数字技术做好贷前、贷中、贷后全流程质量管理工作。同时,可以结合地域性农村金融市场环境有针对性地完成数据要素及农村人口信用信息平台搭建工作,不断提升农村金融数据化水平,并实现流程的标准化。让大型金融机构发挥主导作用,全程推动农村金融机构数字化转型,通过输出、技术加速、与产业合作等方式,为实力较弱的大小机构提供能力支持。探索“农业大数据+金融”的支农方式,为各类新型农业经营主体开发差异化、个性化的数字金融产品,以利用优质资源支持农村数字经济发展。

4.3 持续扩大农村消费市场规模

中国巨大的消费市场是经济高质量发展的重要内生动力,重视农村消费市场、释放农村消费需求是扩大内需的必要措施,也是全面推进乡村振兴的重要举措,农村消费市场规模与农户收入息息相关。因此,要聚焦低收入农村居民群体增收问题,农村消费金融机构可以充分发挥科技优势,改善农村消费环境,为乡镇输出个性化科技服务。一方面,为了有效增加农民收入,必须拓宽农民的收入来源,积极发展农村经济,推动大宗消费品进入农村家庭,完善农村社会保障制度,提升农村居民的收入水平。另一方面,消费金融机构还要进一步挖掘和培养农村人才,提高农村居民就业待遇,助力人才返乡就业,推广助农产品,切实增加多期消费,持续扩大农村消费市场规模。

4.4 建立健全农村消费政策体系和基础设施

作为一种新的金融创新形式,数字消费金融应尊重“双峰监管”的逻辑基础,协调好农产品的销售与劳动力的流动渠道,使农民这两大主要收入来源保持稳定。首先,要加快完善农村流通设施,把县域作为统筹农村商业发展的重要切入点,强化县城综合商业服务能力,推动县乡村商业联动。其次,提升供给优质商品和服务的能力,合理扩大农村人均商业面积,引导大型电商企业开发针对性的消费品,加强规划研究,让消费者可以更加便利地购买商品,提高消费意愿。最后,要保障农村家庭消费者权益,提升执法水平,定期开展农村假冒伪劣商品整治活动,保证全过程的公开透明,增强农民自身消费维权意识,保障自身合法权益。

4.5 提升农村数字金融机构的抗风险能力

农村数字金融机构风险面广,必须重视其已发生和潜在的风险,以更好地维护地区金融稳定。就数字技术而言,农村数字金融机构要利用数字技术降低信息搜索成本,强化自身农村金融服务能力,推动金融机构数字化转型,并通过数字技术做好贷前、贷中、贷后全流程质量管理工作,优化信贷流程。就防风险制度而言,应加强制定农村大小型金融企业监管制度,重视信用风险和金融秩序,对特定产业领域制定重点管理制度,坚决反对农村金融和商业之间的垄断闭环。同时,应强化政府和金融机构之间的合作,减少地区金融机构之间信息孤岛的现象,充分利用好数字技术统筹优势,营造有利于金融科技人才集聚的外部环境,为农村金融机构数字化转型提供人才保障。

参考文献

- [1] 许兰壮,张乐柱,伍茜蓉.数字金融释放了农村家庭消费潜力吗:基于边际消费倾向视角的机制分析[J].农业技术经济,2023(3):37-52.
- [2] 唐勇,吕太升,侯敬媛.数字普惠金融与农村居民消费升级[J].武汉金融,2021(7):18-26.
- [3] 刘琳,徐衡.移动支付视角下数字普惠金融与城乡消费升级:基于省级面板的实证[J].商业经济研究,2022(14):68-71.
- [4] 董静.数字金融使用与农户消费升级[J].农村金融研究,2023(3):26-35.
- [5] 孙锐,张林,蔡承智.“灵丹妙药”还是“雪上加霜”?数字普惠金融对农户家庭贫困脆弱性的影响研究[J].新疆农垦经济,2023(3):1-17.
- [6] 王琳.数字金融参与对农户收入的影响研究[D].杨凌:西北农林科技大学,2022.

Research on the Role of Digital Finance in Promoting the Upgrade of Rural Household Consumption

Sun Xi

(Economic College, Hunan Agricultural University, Changsha, Hunan 410128)

Abstract: By studying the influence mechanism of the use of digital finance on rural household consumption upgrade, this paper finds that digital finance plays a role in rural household consumption upgrade by improving consumption level and quality, optimizing consumption structure and mode, and easing liquidity constraints. In this paper, it is found that farmers' digital financial literacy is relatively low and financial institutions' digital financial products are not innovative enough. Consumer market demand is insufficient in rural areas while rural financial infrastructure construction is relatively lagging behind. Moreover, consumers are faced with rights and interests security problems. Finally, this paper calls for attaching importance to rural family economic behavior, innovating digital financial products of financial institutions, and continuously expanding the scale of rural consumer market. It is vital to establish and improve the rural consumption policy system and infrastructure and enhance the anti-risk ability of rural digital financial institutions. It is also essential to optimize the consumption structure and consumption patterns of rural families, steadily promote the consumption upgrade of rural families, and improve the financial well-being of rural families, with a view to boosting common prosperity and realizing the strategic goal of rural revitalization.

Keywords: Digital Finance; Rural Families; Consumption Upgrade; Rural Revitalization; Consumption Structure

绿色债券市场和能源行业股票市场的风险溢出效应研究

章雅洁(通讯作者) 钟意

(中国计量大学经济与管理学院 浙江杭州 310000)

摘要: 本文使用四种多元GARCH模型分析中国绿色债券市场与传统能源行业股票市场之间的动态条件相关和波动性溢出效应。实证结果表明, DCC-GARCH模型拟合样本数据最好, 并且能够利用该模型构建套期保值比率和最优投资组合权重。此外, 在绿色债券和传统能源产业的股市之间, 有着显著的动态关系, 并且呈现较为明显地双向波动性溢出效应。最后, 本文利用DCC模型中的条件波动率来估计套期保值比率, 为投资者在绿色债券市场和传统能源股票市场上投资提出套期保值建议, 以规避投资风险。

关键词: 绿色债券; 传统能源; 多元GARCH模型; 波动性溢出效应; 绿色金融

本文索引: 章雅洁, 钟意. 绿色债券市场和能源行业股票市场的风险溢出效应研究[J]. 中国商论, 2024(04):117-120.

中图分类号: F832.4

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-117-04

1 引言

2020年习近平主席宣布“双碳”目标, 中国将努力在2030年实现碳达峰, 并争取在2060年实现碳中和。随着“双碳”目标的实现, 绿色金融的发展必将加大力度, 投入绿色领域的资金也必将增加。尽管起步较晚, 但中国已迅速成为全球最大的绿色债券市场之一。目前, 全国各地特别是高耗能 and 资源消耗较大的省份纷纷推出绿色债券, 通过政策引导和制度安排, 降低绿色债券的融资成本, 助力企业实现绿色转型。绿色债券市场在推动社会资本向环保项目流动、推动整个社会向绿色转型发展方面发挥着重要作用。

因此, 本文对绿色债券市场和传统能源行业间的联动性展开研究, 提出针对市场风险防范、资产配置的具体建议, 能使投资者有效识别绿色债券市场风险以及制定合适的能源产品风险防范策略, 填补文献空白, 具有理论和实践意义。

2 文献综述

近年来, 绿色债券引起了学术界的广泛关注(马骏, 2015)。作为一种新的全球化金融工具, 绿色债券有望在与中国传统市场融合的过程中实现多元化, 开发出许多创新的金融产品, 但融合过程中可能会积累风险, 从而引发风险溢出(高阳, 2020)。投资者积极参与这一新兴市场, 不仅提高了资金的流动性, 还加剧了金融市场之间的风险溢出效应。了解绿色债券与其他金融市场之间的传导机制对于评估绿色债券在对冲和管理投资组合风险中的潜在作用至关重要(Reboredo, 2018)。

孟浩(2021)研究发现, 新冠疫情导致金融系统内各子市场之间的风险溢出效应都明显增强。从金融市场的构成来看, 债券和股票作为股票市场的两个主要金融工具是密切相关的。国内外许多学者研究了绿色债券市场与股票市场的关系。韩颖薇等(2021)研究发现绿色债券回报率与股票回报率的相关性较弱。Tang和Zhang(2020)认为, 绿色债券的发行对股市指数产生了积极影响。绿色市场的一些个别资产与美国部门股票市场的回报有关, 波动率连接甚至比回报连接更常见。Park(2020)认为绿色债券和股票具有波动性溢出效应。Reboredo(2020)研究发现绿色债券市场与股票市场同步联系微弱。股票市场的大幅价格波动对绿色债券价格的影响可以忽略不计。同样, Nguyen等(2020)发现绿色债券与股票的相关性较低且呈负相关。绿色债券与股票市场之间的相关性随着滞后的延长而减弱。高扬(2020)绿色债券市场与股票市场间的风险溢出效应微弱, 绿色债券市场的对外溢出效应强于其接收到的来自其他市场的溢出效应。周婉玲(2022)研究发现绿色债市波动对股市仅有短期影响, 股市对绿色债市的冲击影响更大。

尽管关于绿色债券的文献越来越多, 但是中国学者与外国学者相比对绿色债券的研究不够多样化, 绿色债券与传统能源股票间的关系在很大程度上尚未得到探索。此外, 文献对绿色债券对能源部门的最佳对冲能力问题保持相对沉默。因此, 了解支持环境友好活动的绿色债务融资如何影响能源股票部门, 其与投资组合多样化的相关性, 以及对环保投资者和政策制定者的影响, 将为文献带来新的见解。

基金项目: 本文获得国家自然科学基金面上项目“逆向交叉上市与海外主动退市的理论与实证研究”(71473235); 中国博士后科学基金“金融稳定目标下的货币政策有效性研究”(2016M600132)的资助。

通讯作者: 章雅洁(1998-), 女, 汉族, 浙江湖州人, 硕士研究生, 研究方向: 绿色金融。

3 模型构建

研究两个金融市场之间的波动溢出效应,大多数学者使用GARCH类模型和Copula模型等计量方法。本文主要针对绿色债券市场与传统能源市场间的两两溢出效应研究,其中传统能源市场分别选取电力、煤炭、石油三项具有代表性的市场进行分析。基于对GARCH模型的评估,单一变量不能反映不同市场之间的协同效应,本文引入了向量自回归模型(VAR),同时以BEKK-GARCH模型为基准,引入四个多元GARCH模型(BEKK、对角、常数条件相关和动态条件相关)来进行实证分析。

BEKK模型设定如下:

$$H_t = C'C + A'\varepsilon_{t-1}A + B'H_{t-1}B \quad (1)$$

式中, H_t 表示条件协方差矩阵, C 是上三角函数矩阵,矩阵 A 为短期ARCH效应,矩阵 B 为长期GARCH效应,分别反映的是滞后一期收益率或波动率对当期的影响。矩阵角标1,2,3,4分别代表绿色债券、煤炭、电力、石油四大市场。

Engle(2002)提出的DCC-GARCH模型可以用来分析不同序列间的波动是否相关,即进行各序列间的动态相关分析,并计算出动态相关系数。模型如下:

$$H_t = D_t R_t D_t \quad (2)$$

式(2)中, H_t 为条件协方差矩阵, R_t 为动态条件系数相关矩阵, D_t 为随时间变动的对角线矩阵,可由单变量ARMA-GARCH模型估计得出。

DCC模型运用两步法,第一步先估计GARCH参数,第二步估计相关系数。其中 R_t 是随时间变化而变化的量, R_t 定义如下:

$$R_t = \text{diag}(q_{11t}^{-1/2}, \dots, q_{44t}^{-1/2}) Q_t \text{diag}(q_{11t}^{-1/2}, \dots, q_{44t}^{-1/2}) \quad (3)$$

$$Q_t = (1 - A - B)\bar{Q} + A\varepsilon_{t-1}\varepsilon'_{t-1} + BQ_{t-1} \quad (4)$$

\bar{Q} 是标准残差的无条件协方差矩阵, Q_t 是相关系数矩阵。矩阵 h 是由VARMA-GARCH模型产生的方差。参数 A 和 B 之和小于1,且 A 和 B 不能是负数。两个参数之和越大,代表模型的动态相关性越明显。当 $A=B=0$ 时,模型变为CCC模型。

4 实证分析

4.1 来源与变量选取

我国绿色债券市场包括中债—中国绿色债券指数(GB)、中债—中国绿色债券精选指数(GBSI)、中债—中国气候相关债券指数(CABI)和中债—兴业绿色债券指数(CIB)四种指数。由于中债—中国绿色债券指数(GB)在文献中被学者广泛运用,所以本文选用中债—中国绿色债券指数(GB)来代表中国绿色债券市场。传统能源主要包括煤炭、石油、电力、天然气等,由于数据的可获得性,本文选取中国电力(EP)、煤炭(COAL)、石油(OIL)三个行业股票价格指数代表中国传统能源股票市场。本文的所有数据都来自Wind数

据库。所有的价格数据都是每日收盘价,涵盖了2016年1月3日至2022年10月31日期间,共包括1659个观测值。

本文主要采取将收益率进行对数差分的处理方式,来衡量绿色债券市场与传统能源股票市场间的波动程度,即通过以下公式获得连续复合日收益率:

$$R_{i,t} = 100 * \ln(P_{i,t} / P_{i,t-1}) \quad i = 1, 2, 3, 4$$

其中, $R_{i,t}$ 指 i 市场在第 t 天的市场收益率, $P_{i,t}$ 指 i 市场在第 t 天的市场价格。当 $i=1$ 时,代表的是绿色债券市场的收益率,当 $i=2,3,4$ 时,分别代表煤炭股票市场、电力股票市场、石油股票市场的收益率。所有数据分析皆使用该收益率数值。

4.2 描述性统计

表1显示了收益率的描述性统计数据。四个金融市场的收益率均值均接近于0,对于每个市场,标准差均大于平均值;股票市场的标准差最高,绿色债券市场的标准差最小,并且绿色债券市场标准差远小于其他三个股票市场。四个股票市场波动幅度较小,但四个股票市场波动幅度均大于0,说明股票市场收益率呈现出一种偏于左侧的趋势,整体表现为“尖峰厚尾”。Jarque-Bera检验结果表明四个市场的收益率并不是正态分布的。对ADF单位根的检验结果表明,各变量的时间序列都是稳定的,符合进一步的分析要求。

表1 收益率描述性统计

	GB	COAL	ELEC	OIL
最小值	-0.820	-8.883	-7.844	-8.173
最大值	0.803	9.068	6.703	5.632
平均值	0.004	0.045	0.002	-0.005
中值	0.006	0.042	0.031	0.010
标准差	0.095	2.035	1.182	1.377
偏度	-0.494	-0.242	-0.585	-0.436
峰度	17.553	2.154	6.111	4.078
Jarque-Bera	21353.934	336.707	2674.715	1201.852
ADF 检验	-31.451	-52.136	-46.157	-39.150
观测值	1659	1659	1659	1659

4.3 动态条件相关

DCC模型的动态条件相关性如图2所示。动态条件相关与恒定条件相关有很大的不同,动态条件相关的波动幅度在整个样本区间内有很大的变化,这表明了计算动态条件相关的重要性。根据图2可以看出,绿色债券市场和煤炭、电力、原油市场的动态条件相关系数有相似的波动模式,相关性波动都较大。

绿色债券与煤炭的动态条件相关系数在2016—2019年

在正负0.2区间内上下波动,在2020年2月达到最低值-0.5,随后相关性逐渐波动上升但一直在0以下。绿色债券与电力的相关性在2017年一整年为正相关,在2018—2021年初为负相关,其中在2020年2月达到最低值-0.5,随后波动上升。绿色债券与原油的相关性在2020年2月达到最低值-0.5,其余时间基本围绕0上下波动。

2020年由于新冠疫情爆发,2月股市开盘暴跌,影响了能源股票市场。同时由于疫情防控需要,工厂停工,交货延迟,期货市场走势多变,也影响了绿色债券期货价格。这导致绿色债券与煤炭、电力及原油的动态条件相关系数在2020年2月都下跌到最低值。

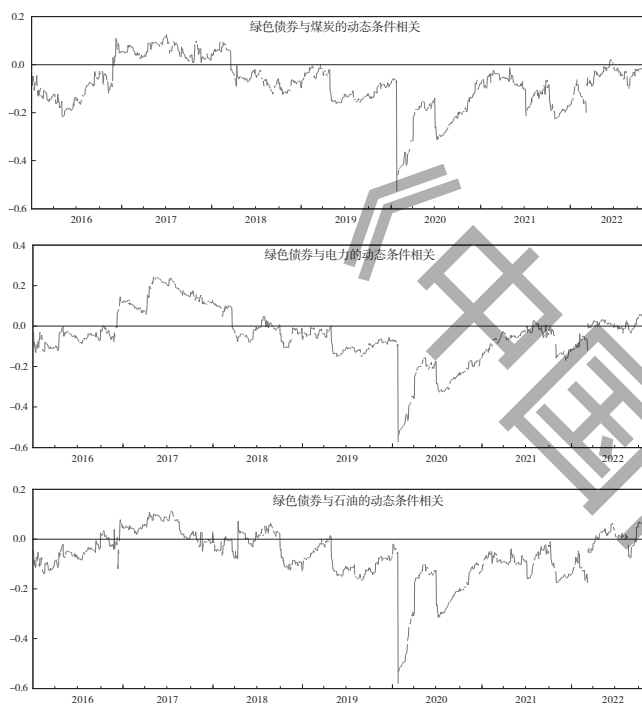


图1 DCC模型的动态条件相关图

4.4 动态套期保值模型

对条件波动率的估计可以用来构建套期保值比率。资产*i*和资产*j*之间的套期保值比率为： $\beta_{jt} = h_{jt} / h_{it}$

由图3可以看出,各金融市场的最优套期保值率具有明显的时变特征。比如,绿色债券对其他三个能源市场的套期保值率,在2020年初,最优套期保值比率达到最低值,随后又波动上升。绿色债券对煤炭、电力及原油的套期保值率在样本期开始时达到最大值,而三个能源市场对绿色债券的套期保值率在2021年4月之后才达到最大值。所有套期保值率在2020年初达到最低值。

由表2可以看出,绿色债券与其他三类资产的套期保值比率平均值约等于0。正如前面的动态条件相关分析所预期的,如果投资金额较小时利用其余三个能源股票市场的空头头寸对冲绿色债券市场的风险几乎无用处。但由于套期保值率都为负值,所以对传统能源股票煤炭、电力及石油进

行套期保值时要对绿色债券进行反向操作,例如投资者在市场上买入煤炭现货,就需要在市场内卖出绿色债券期货,从而对冲风险。

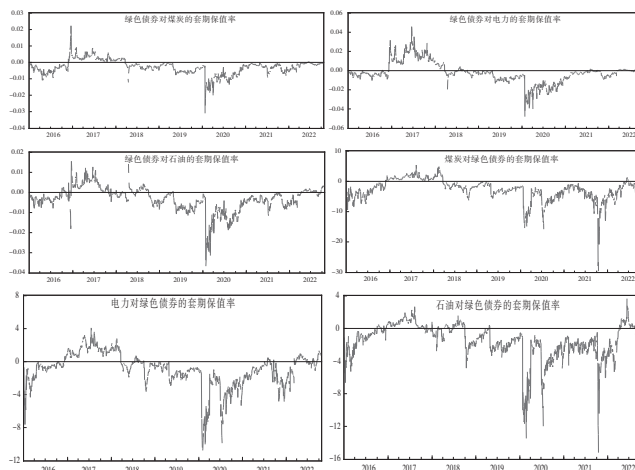


图2 DCC模型的动态套期保值率

表2 套期保值比率统计表

	均值	标准差	最小值	最大值
GB/COAL	-0.003	0.004	-0.031	0.022
GB/ELEC	-0.013	0.449	-18.310	0.046
GB/OIL	-0.003	0.006	-0.037	0.020
COAL/GB	-2.711	3.584	-39.665	5.403
COAL/ELEC	1.725	27.627	0.331	1125.607
COAL/OIL	1.017	0.165	0.410	1.513
ELEC/GB	-0.950	2.064	-10.780	4.078
ELEC/COAL	0.317	0.093	0.0003	0.774
ELEC/OIL	0.486	0.117	0.0005	0.962
OIL/GB	-1.483	2.196	-15.216	3.649
OIL/COAL	0.473	0.092	0.238	0.966
OIL/ELEC	1.161	16.850	0.272	686.615
ELEC/OIL	0.753	0.150	0.026	1.00

5 结语

本文采用多变量GARCH模型来模拟中国绿色债券市场和传统能源股市之间的动态条件相关性和波动溢出效应。研究发现,DCC-GARCH模型拟合数据最好,并利用该模型构建套期保值比率和最优投资组合权重。综上所述,研究表明,绿色债券市场与传统能源股票市场之间的动态条件相关较好,在2020年初由于新冠疫情爆发两者之间的动态条件相关达到最低值,随后波动上升。传统能源股票市场对绿色债券市场存在强烈波动溢出效应,此效应远大于绿色债券市场对传统能源股市的波动溢出。这一现象表明,我国的绿色债券市场总体上处于平稳的发展状态,并未出现

系统性风险。

上述实证结果对维护中国金融市场稳定、抑制金融风险具有重要的启示作用。随着绿色债券在中国的兴起,该行业投资额不断增长,本文研究有助于我们更好地理解绿色债券及其他金融市场中的风险外溢效应。一方面可以为绿色金融工具互相连接可能性提供参考,提高投资者对四个市场变动的敏感性,更加慎重组合和理性选择投资产品。另外,本文还将对绿色债券、煤炭、电力、原油等市场的风险传递机制进行深入的研究,这将帮助有关部门提升风险识别水平,防范金融风险传播。

参考文献

- [1] 马骏. 论构建中国绿色金融体系[J]. 金融论坛,2015(5):18-27.
- [2] 高扬,李春雨. 中国绿色债券市场与金融市场间的风险溢出效应研究[J]. 金融论坛,2021(1):59-69.
- [3] 韩颖薇,高奥蕾,李松阳,等. 我国绿色债券市场与其他金融市场的相关性分析[J]. 债券,2021(5):29-34.
- [4] 周婉玲.绿色债券发行与股票市场联动关系研究:基于VEC-BEKK-GARCH模型的实证分析[J].上海立信会计金融学院学报,2022(1):3-15.
- [5] 韩国文,张溢洲. 协同波动、分散化收益与价格溢出效应:基于Copula的绿色债券市场研究[J]. 海南金融,2021(4):3-16.
- [6] 王昊.绿色债券、绿色股票与其他主要资产联动性研究[J].北方经贸,2022(3):103-106.
- [7] D.Y. Tang, Y. Zhang. Do shareholders benefit from green bonds? Journal of Corporate Finance, 61 (2020), Article 101427.
- [8] Nguyen, T.T.H., Naeem, M.A., Balli, F., Balli, H.O., Vo, X.V. Time-frequency comovement among green bonds, stocks, commodities, clean energy, and conventional bonds [J]. Finan. Res. Lett, 2020:101739.
- [9] Park, D., Park, J., & Ryu, D. Volatility spillovers between equity and green bond markets. Sustainability, 2020,12(9): 3722 - 3734.
- [10] Pham, L. Is it risky to go green? A volatility analysis of the green bond market.[J]. Sustain. Finan. Invest, 2016(4): 263 - 291.
- [11] Reboredo J.C., Ugolinib A., and Aiubeb F.A.L. Network connectedness of green bonds and asset classes[J]. Energy Economics,2020(86):104629.

A Study on Risk Spillover Effect of Green Bond Market and Energy Sector's Stock Market

Zhang Yajie (Corresponding Author), Zhong Yi

(College of Economics & Management, China Jiliang University, Hangzhou, Zhejiang 310000)

Abstract: This paper uses four multivariate GARCH models to analyze the dynamic conditional correlation and volatility spillover effect between the Chinese green bond market and the traditional energy industry's stock market. The empirical results show that the DCC-GARCH model fits the sample data best and can be used to establish hedge ratios and optimal portfolio weights. This paper finds that there is a significant dynamic conditional correlation between the green bond market and the traditional energy industry's stock market, and a prominent two-sided volatility spillover effect. In addition, this paper uses the conditional volatility in the DCC model to estimate the dynamic hedge ratio and make hedge ratio suggestions for investors' investment in the green bond market and the traditional energy industry's stock market to avoid investment risks.

Keywords: Green Bonds; Traditional Energy; Multivariate GARCH Model; Volatility Spillover Effect; Green Finance

电网物资供应商分级管理策略及实践应用研究

张婧卿 倪长爽

(国网物资有限公司 北京 100032)

摘要: 随着现代化社会的快速发展以及经济的突飞猛进,电力供应对广大群众的生活有着直接影响,因此加强对电网物资供应商分级管理至关重要。本文首先论述了加强电网物资供应商分级管理的重要性,然后分析了电网物资供应商分级管理的重要步骤,最后多维度提出了加强电网物资供应商分级管理的对策,旨在提升电网物资供应商分级管理的整体质量,以期为电网物资的供应保驾护航,助力我国电网行业的健康可持续发展。

关键词: 电网物资; 供应商; 风险应对; 分级管理; 电力供应

本文索引: 张婧卿,倪长爽,电网物资供应商分级管理策略及实践应用研究[J].中国商论,2024(04):121-124.

中图分类号: F259.23

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-121-04

在现代社会中,电网已成为人们日常生活和社会发展不可或缺的基础设施,而电网物资供应商的管理对于确保电力供应质量和安全性具有重要意义。为了有效管理电网物资供应商,实现资源的合理配置和风险的控制,分级管理策略势在必行。

在实践中,电网公司广泛采用供应商评估、合同管理、备品备件库存管理等方法来实施分级管理策略。通过评估供应商的能力和信誉,将其分为核心供应商、常规供应商等等级。核心供应商具有长期稳定的合作关系,常规供应商则承担一次性短期合作任务。每个等级的供应商都有相应的责任和待遇,保证了供应链的可持续发展。

分级管理策略的实践应用不仅促进了电网物资供应商与电网公司之间的合作关系,也提升了供应商的管理水平和服务质量。通过与核心供应商的深度合作,电网公司能够分享供应商的专业知识和技术经验,提高效益和创新能力。同时,分级管理策略还能有效应对市场变化和风险,确保电网物资可靠、稳定供应。

1 加强电网物资供应商分级管理的重要性

1.1 保障电力供应的稳定性

电网物资是电力供应链中的重要组成部分,供应商的能力和信誉直接关系到电力供应的质量和可靠性。通过对供应商进行分级管理,可以确保核心供应商及时提供稳定的供应能力和技术支持,以应对电力需求的变化和突发状况的处理,从而保障电力供应的稳定性。

1.2 降低采购和运营成本

通过分级管理,可以根据供应商的能力和服务水平确定合理的采购价格和条件,降低电网物资采购成本。同时,在与供应商建立稳定的长期合作关系后,供应商会更好地

理解电网项目需求并提供更好的售后服务,降低电网运营成本。

1.3 优化供应链的管理和流程

分级管理策略可以帮助电网公司有效管理供应链中的各个环节。合理划分供应商等级,可以提高物资的采购效率、库存管理和配送流程,降低采购成本,减少供应链的风险,并使整个供应链更加协调和高效。

1.4 促进供应商的发展和合作

分级管理不仅是一种对供应商的评估和分类,更是一种激励机制和合作方式。对核心供应商的长期战略合作可以促进供应商的业务发展,提升其技术和管理水平,从而更好地满足电网公司的需求。同时,动态的分级管理策略也为新的供应商提供了机会,促进了行业内的竞争和创新。

1.5 提高风险应对能力

分级管理策略可以帮助电网公司识别潜在供应链风险,并采取相应的风险控制措施。通过与核心供应商建立长期稳定的合作关系,电网公司可以共享风险和危机应对经验,提高自身的抗风险能力,确保在突发情况下的供电安全性^[1]。

1.6 促进供应商的技术创新和能力建设

分级管理,可以鼓励供应商进行技术创新和能力建设,提升其技术实力和竞争力,满足电网建设的新需求,这有助于推动整个行业的技术进步和创新能力的提升。

1.7 强化市场监管和合规要求

分级管理可以对供应商进行有效的监督和管理,确保其合规经营。合规经营是保证供应商提供符合国家标准和要求的物资的重要前提,有助于维护电网建设的安全和可靠性。

作者简介: 张婧卿(1987-),女,汉族,福建三明人,硕士研究生,中级经济师,研究方向:工商管理、供应商管理;

倪长爽(1979-),女,汉族,吉林榆树人,本科,中级经济师,研究方向:工商管理、供应商关系管理。

2 电网物资供应商分级管理应坚持的原则

2.1 优先选择国内供应商

在当前全球供应链风险加剧的背景下,电网行业应优先考虑国内供应商。这有利于保障电网物资供应,需求引领推动国内电网物资行业供应商高质量发展,减少关键技术被“卡脖子”风险。

2.2 严守合规经营原则

供应商必须遵守中国法律法规和相应的标准,保证产品和服务的质量、安全和可靠性。合规经营是确保供应商能够长期稳定提供符合要求的物资的重要基础。

2.3 强调供应商的技术实力和创新能力

电网建设由于技术含量较高,因此供应商的技术实力和创新能力是评价标准之一。强调这一点可以确保供应商能够提供先进的物资和技术支持,满足电网建设的需求。

2.4 注重供应链管理与配套能力

电网物资供应商应具备健全的供应链管理体系和良好的配套能力,能够及时交付物资,并提供售后服务和技术支持。

2.5 打造稳定长期的合作关系

与供应商建立稳定长期的合作关系是电网物资分级管理的一个重要原则。稳定的合作关系有助于供需双方建立起有效的沟通机制,以确保供应链的稳定性和可靠性。

3 电网物资供应商分级管理的步骤

3.1 确定待分级对象

在电网物资供应商分级管理中,确定待分级对象是一个重要的步骤,需要关注以下几点:(1)物资类别:电网企业采购物资种类繁多,不同种类物资对电网建设、运营的重要程度不同,与之对应的供应商分级管理策略也不同。(2)供应商生命周期:可将供应商分为活跃期供应商和不活跃期供应商,日常重点针对活跃期供应商开展管理,将不活跃期供应商作为后备资源,以减少管理资源投入。科学合理的选择分级对象,可以更好地进行分级管理和资源优化。

3.2 建立分级评价指标体系

建立电网物资供应商分级评价指标体系需要考虑以下几点:(1)质量与技术能力:包括供应商的产品质量、技术水平和创新能力。评估供应商所提供物资的品质控制水平,以及其在技术研发和创新方面的能力。(2)交货准时性与可靠性:考察供应商是否能够按时交货,并能够保证供应链的稳定性和可靠性。评估供应商的交货准时率、配送能力、生产计划执行能力和产能规模。(3)服务质量与售后支持:包括供应商的客户满意度、服务响应速度和问题解决能力。评估供应商在售前咨询、售后服务和问题反馈处理等方面的表现。(4)资金实力与财务稳定性:考察供应商的资金实力和财务状况,以确保供应商具备良好的偿债能力和财务稳定

性。(5)合规与合同履约能力:考察供应商是否符合相关法律法规和行业准则,并能够按照合同要求履约。评估供应商在合同管理、合规性和风险识别方面的表现。(6)品牌声誉与合作历史:评估供应商的品牌声誉和信誉度,考察其与电网公司的合作历史和过去业绩。了解供应商在行业内的口碑和信任度,以及与其他客户合作的情况^[2]。

3.3 选择供应商分级理论工具

在选择电网供应商分级的理论工具时,可以考虑以下几个要素:首先,目标和需求:明确电网供应商分级的目标和需求。不同的目标可能需要使用不同的理论工具来满足。例如,如果重点是风险管理和供应链可靠性,则适合使用ABC分析法、Kraljic矩阵法或四象限模型;如果目标是成本控制和效益最大化,则成本-效益分析法可能更适用。其次,数据可获得性和收集难度:评估所需的数据来源和收集难度。某些理论工具可能需要大量的数据支持,而有些工具可能更注重主观判断和专家意见。选择一个能够获得和处理相关数据的工具是关键。再次,可操作性和实施复杂度:考虑理论工具的可操作性和实施复杂度。不同的工具可能需要不同的数据处理和计算方法,以及专业知识和技能。选择一个适合电网公司能够有效实施的工具很重要。最后,实践经验证明:研究已经应用并验证过的理论工具,在实践中被证明行之有效的工具更值得考虑。可以参考相关行业、学术研究和专业机构的实践经验和指导意见。

3.4 对供应商进行综合评价

对电网物资供应商进行综合评价是将供应商的资质能力、产品质量、履约评价等各方面表现情况转化为可量化的数据,是进行分级管理的重要前提,具体可以从以下几个方面进行:(1)建立完善的供应商绩效评价体系:针对供应商在生产制造、安装调试、运行维护各阶段的产品质量、履约服务等方面表现进行评价。评价标准设置要考虑供应商的供货量、物资类别、评价周期,确保评价的针对性和有效性。(2)实行供应商考核制度:建立供应商考核制度,定期对供应商产品质量及不诚信问题进行考核,提高供应商的责任意识和服务质量。考核结果可以作为供应商分级管理的重要依据,对供应商进行分类和优化调整。(3)进行现场审核和品质检验:定期进行供应商现场审核,掌握供应商的生产能力、生产环境、品质控制、产能和业绩等信息,确保供应商符合相关要求。此外,还要进行物资的品质检验,确保所采购的物资符合标准和要求。

3.5 对供应商进行分级

对供应商进行分级可以从以下几点进行:(1)确定评价指标:根据电网公司的需求和目标,确定用于评估供应商的关键指标。这些指标可以包括质量水平、交货准时性、技术能力、客户满意度、合规性等。(2)为每个评价指标分配权重:根据各个评价指标的重要性,为其分配相应的权重。权重的确定可以基于电网公司的战略目标、采购优先级和风

险管理需求等因素进行决策。(3)收集供应商数据:收集与评价指标相关的供应商数据。数据来源可以包括供应商自行提供的信息、历史交易记录、质量检验报告、客户反馈等。(4)进行评价与打分:根据收集到的数据,对每个供应商在各个评价指标上进行评估,并给予相应的分数。可以采用定性评估或定量评估的方法,根据实际情况来确定评分方式。(5)计算综合得分:根据各个评价指标的权重,将各个指标的得分进行加权计算,得出供应商的综合得分。这些综合得分可以用于供应商的排名或分类。(6)设定分级标准:根据综合得分的范围和电网公司的需要,制定供应商分级标准。可以根据综合得分的高低将供应商划分为不同等级,如A、B、C等级。(7)定期审查与更新:定期审查供应商分级方案,对评价指标、权重和分级标准进行审查和更新。这有助于及时调整供应链管理策略,并充分利用优秀供应商的优势^[3]。

3.6 分级结果论证

对电网物资供应商进行分级管理是新时期电网加强物资管理的重要举措,需要对其分级结果进行论证以保障分级管理的有效性。对分级结果的论证可以从以下几点开展:首先,数据收集和分析:收集各供应商的相关数据,包括技术实力、产品质量、交货能力、售后服务等指标数据。通过对数据的分析和比较,可以客观评估供应商的综合能力,并确定分级结果。其次,实地考察和现场验证:对于评级结果存在争议或不确定的供应商,可以进行实地考察和现场验证。访问供应商的生产工厂、仓库和运营设施,与供应商的管理团队进行面谈,以确保其实际情况与评级结果相符。再次,跟踪监测和案例分析:与供应商建立合作关系后,需要定期跟踪监测其在电网项目中的表现。通过案例分析和绩效评价,验证供应商分级结果的准确性,并及时调整和优化供应商的分级。最后,引入第三方机构评估:引入独立的第三方机构进行评估,可以增加分级结果的客观性和权威性。第三方机构可以通过专业的能力和经验,对供应商进行评估和论证,提供权威性的意见和建议,有效提高评级结果的可信度。

4 加强电网物资供应商分级管理的对策

4.1 A级供应商

电网物资的A级供应商,可以采取以下管理对策来保持和提升其高水平的供应商绩效:(1)建立长期合作伙伴关系:与A级供应商建立长期稳定的合作伙伴关系,建立信任和互利共赢的合作基础。这有助于稳定供应链、降低交易成本,并为双方提供更好的发展和增长空间。(2)加强供应商评估和监督:针对A级供应商,加强供应商评估和监督的力度。定期对其进行评估,关注其质量控制体系、交货准时性、技术能力等方面的表现。确保供应商持续符合A级供应商标准。(3)定制化采购解决方案:与A级供应商合作,共同制定定制化的采购解决方案,满足电网公司特定的需求。能够与A级供应商紧密配合,确保物资的质量、交货时间和供应链的稳定性。(4)提供支持和资源共享:与A级供应商建立良

好的沟通渠道,为其提供支持和资源共享。例如,分享市场信息、技术趋势和业务机会,帮助供应商提升其技术能力和竞争力。(5)持续优化合作流程:与A级供应商持续优化供应链合作流程,以提高效率、降低成本、减少风险等。通过共同参与合作流程的改进和创新,实现更高的效益和协同效应。(6)建立互惠共赢的奖惩机制:建立奖惩机制,鼓励和激励A级供应商持续提高绩效,并约束其不达标行为。奖励符合要求的供应商,同时对未能满足要求的供应商采取适当的纠正措施。(7)组建技术创新联盟:选取技术导向的供应商,组建技术创新联盟,关注关键物资的共同研发,以便从研发阶段开始,进一步把控物资的质量标准和生产成本。

4.2 B级供应商

(1)与供应商沟通和合作:建立良好的沟通渠道,与B级供应商保持密切合作。加强双方之间的信息交流,了解供应商的需求和挑战,共同解决问题,寻求合作机会。(2)进行供应商能力提升培训:为B级供应商提供相关培训和支持,提升其质量控制、交货准时性、技术能力等方面的水平。通过培训和知识共享,提高供应商的绩效和供应能力。(3)推动改进和创新:鼓励B级供应商进行改进和创新,提高其产品或服务的竞争力。提供技术支持、市场洞察以及合作伙伴的反馈,帮助供应商进行产品设计和技术更新。同时,设置目标和要求:明确B级供应商需要达到的目标和要求,并与其进行共同约定。制定可衡量的目标指标,如质量指标、交货准时率等,并定期评估和对比供应商的绩效。(4)定期评估和监督:定期对B级供应商进行评估和监督,检查其符合相关标准和要求的程度。通过质量抽样检验、交货准时记录、客户满意度调查等方式,了解供应商在重要指标上的表现。(5)定期供应链评估和优化:定期对供应链管理进行评估和优化,识别潜在风险和问题,探索改进和升级的机会。与供应商共同参与供应链的优化活动,提高整体供应链的效率和稳定性^[4]。

4.3 C级供应商

电网物资的C级供应商,可以采取以下管理对策:(1)审查和评估:对C级供应商进行定期审查和评估,了解其在质量、交货准时性、服务等方面的表现。通过考察过去的交易记录、质量检验报告和客户反馈等信息,评估供应商的绩效水平。(2)风险管理:对C级供应商可能带来的风险进行有效管理。制定风险应对计划,建立备选供应商的库存或替代供应渠道,以应对潜在的供应中断或不稳定性。(3)寻求替代供应商:与C级供应商保持灵活,并积极寻找其他潜在的供应商替代方案。寻找具备更好绩效和可靠性的替代供应商,并与其进行合作。这有助于降低对C级供应商的依赖性,保障物资供应的稳定性。(4)建立合理的合作条件:与C级供应商重新协商并确立合理的合作条件。例如,明确交货期要求、质量标准、售后服务等方面的具体要求和约束。确保供应商清楚了解期望和合规要求。(5)审查和改进供应链流程:审查与C级供应商相关的供应链流程,找出存在的瓶颈

和问题,并进行改进。寻找提高效率、降低成本和缩短交货周期的机会。(6)建立监控机制:建立有效的监控机制,定期跟踪C级供应商的绩效和表现。确保及时发现问题,并采取适当的纠正措施,以保持供应链的稳定和可靠性^[5]。

4.4 D级供应商

(1)评估风险:对D级供应商进行全面的评估和风险分析,了解其可能存在的质量、交货准时性、可靠性等方面的风险。考虑采购风险,并为潜在的问题做好预案。(2)限制合作范围:限制与D级供应商的合作范围,仅在没有更好选择的情况下或非关键物资供应时使用他们的产品或服务。尽量减少对D级供应商的依赖,以降低潜在的风险。(3)放宽要求:对D级供应商可能需要放宽一些要求,如交货期限、订单数量等。这可以为他们提供更多的机会来满足需求,并减少关于供应的潜在问题^[6]。(4)审查和监控:定期审查和监控D级供应商的质量水平、交货准时性和服务水平。通过实施抽样检验、定期质量评估和客户反馈调查等手段,对其绩效进行监控。(5)探索合作改进:与D级供应商合作,共同探索改进的机会和解决问题的方法,提供技术培训、指导和反馈,帮助其提高自身能力和绩效。(6)考虑终止合作:如果D级供应商无法满足要求,交货不可靠或质量无法保证,电网公司可能需要考虑终止合作,寻找更可靠和稳定的供应商^[7]。

5 结语

在电网建设和运营中,选择合适的供应商是确保物资供应稳定和质量可靠的关键因素。为了更科学地管理供应商,并确保电网物资的优质供应,电网公司采取了供应商分级管理策略并进行实践应用。

首先,在供应商分级管理策略中,电网公司根据关键指标和权重,将供应商分为不同等级,如A级、B级、C级和D级。这有助于明确各个供应商的能力和表现水平,建立起合理的期望和目标要求。对于A级供应商,电网公司与其建立

长期合作伙伴关系,加强评估和监督,并提供支持和资源共享。在B级供应商方面,电网公司致力于与其沟通合作,并提供培训和改进机会,以提升绩效和合作效果。对于C级和D级供应商,电网公司在风险管理、限制合作范围和寻找替代方案等方面,注重管理和改进,以确保供应链的稳定性和可靠性。

在未来的发展中,电网公司将继续加强对供应商分级管理策略的深入研究和实践探索,进一步优化供应链管理,不断提升供应商的能力和合作效果,为推动电网改革与升级发挥积极的推动作用。同时,也希望供应商能够与电网公司同心协力,共同发展和进步,为电网行业的可持续发展贡献力量。

参考文献

- [1] 陈金玉,曾雪芳.电网物资供应商分级管理策略及应用研究[J]. 电力与电工,2013,33(4):77-79.
- [2] 刘明基.电网物资供应链数字化管理探索[J].中国电力企业管理,2022(24):46-47.
- [3] 陈琳.集中采购管理模式下J公司物资采购计划管理研究[D].昆明:云南大学,2022:23-26.
- [4] 侯宇硕,张国英,王倩,等.基于智慧供应链的电网物资供应管理体系研究:以北京2022年冬奥会配套电网物资供应管理实践为例[J].供应链管理,2021,2(8):51-57.
- [5] 杨砚砚,王延海.电网物资供应链评价指标体系研究[J].供应链管理,2020,1(7):88-94.
- [6] Zhou D, Peng X, Yingmin H, et al. Optimization method of power grid material warehousing and allocation based on multi-level storage system and reinforcement learning[J]. Computers and Electrical Engineering, 2023, 109.
- [7] Technology - Materials Research; Data from Changsha University of Science and Technology Advance Knowledge in Materials Research (The effects of Cl⁻ and direct stray current on soil corrosion of three grounding grid materials)[J]. Chemicals & Chemistry, 2020.

Research on the Graded Management Strategy and Practical Application of Power Grid Material Suppliers

Zhang Jingqing, Ni Changshuang
(State Grid Materials Co., Ltd., Beijing 100032)

Abstract: With the rapid development of modern society and economic progress, the power supply has a direct impact on the lives of the general public. Therefore, it is crucial to strengthen the graded management of power grid material suppliers. This article first discusses the importance of strengthening the graded management of power grid material suppliers and then analyzes the vital steps of graded management of power grid material suppliers. Multi-dimensional measures are proposed to enhance the graded management of power grid material suppliers, aiming to improve the overall quality of power grid material supplier graded management, ensure the supply of power grid materials, and assist in the healthy and sustainable development of China's power grid.

Keywords: Power Grid Materials; Suppliers; Risk Responses; Graded Management; Power Supply

CPTPP数据本地化规制的“安全例外”规定适用研究

何瑶

(山东科技大学 山东青岛 266590)

摘要: 中国申请加入的《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)主张对数据本地化进行限制以保证跨境数据的自由流通,而中国目前施行数据本地化政策以保护数据安全,这意味着中国加入CPTPP面临着一系列挑战。CPTPP安全例外条款能够为网络安全措施提供依据,但缔约国对“基本安全利益”的高度自裁权也使得条款的援引可能产生负面影响。基于此,中国应审慎适用安全例外条款,不断推动国内法与CPTPP对接,以协调好数字贸易自由化与国家安全之间的关系。

关键词: CPTPP; 数据本地化; 安全例外; 跨境数据流动; 数字贸易

本文索引: 何瑶.CPTPP数据本地化规制的“安全例外”规定适用研究[J].中国商论,2024(04):125-128.

中图分类号: F742

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-125-04

近年来,各国注意到跨境数据流动带来的重大经济利益,随之数字贸易规则成为各国争取话语权和提升国际地位的关键领域。CPTPP,其前身是《跨太平洋伙伴关系协定》(TPP),TPP首次将电子商务纳入谈判议题,要求成员国高标准地实施协约内容,开放互联网自由。美国退出TPP后,日本继续推动条约谈判,最终11个缔约方签署了《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)。CPTPP第14章明确规定了禁止数据本地化以及推动跨境数据自由流动的规则,其高标准数据跨境流动规则的形成是美国等发达经济体在谈判中强势推崇数据跨境自由流动政策的必然结果。然而,由于网络数据事关一个国家非传统的安全,各国在追求数字贸易自由发展的同时,会在一定情况下采取数据本地化措施。数据本地化措施是指一国要求产生或者收集于该国的数据存储于境内,并对数据跨境流动进行限制或禁止^[1]。以德国为例,其通过建立国内安全路径来避免国内数据被国外监控。我国基于国情考量,也以立法方式规定了个人信息及重要信息需要境内储存的原则。在国际经贸规则中,我国申请加入的CPTPP规定了安全例外条款作为兜底条款,承认缔约国在基本安全利益受到威胁时可以采取一定的数据本地化措施,当前对此条款有必要进行进一步研究分析。

1 CPTPP数据本地化规制的安全例外条款内容分析

1.1 安全例外规定的保护范围包括网络与数据安全

在GATT背景下,专家组在WTO俄罗斯过境运输措施案中指出,“基本安全利益”指的是与国家基本职能相关的利益,即“保护其领土和人口免受外部威胁,维护内部法律和公共利益”,虽然成员不能随意将问题上升为“基本安全利益”,但如果情况涉及国家基本安全,就不必拘泥于传统

对基本安全利益的解释。数字时代,互联网是国家领土在网络空间的延伸,数据泄露所造成的经济损失和隐私权侵犯有可能上升为对整个国家的威胁,因此“基本安全”的范围应包含网络与数据安全,只有这样才能满足安全贸易的需要。

根据CPTPP第29.2条安全例外(Security Exceptions),本协定中任何条款不得解释为:要求一缔约方提供或允许获得其确定如披露则违背其基本安全利益的任何信息;或阻止一缔约方采取其认为对履行维护或恢复国际和平或安全义务或保护其自身基本安全利益所必需的措施。该条款对“基本安全利益”(essential security interests)没有明确进行明确内容限定,从文义解释上来看,基本(essential)是指“必要的、不可或缺的”,也就是说,基本安全利益有别于一般的国家安全利益,指的是对缔约国安全产生重要影响的利益,比如防止对公民安全的侵害以及对国内秩序的破坏等,而不包括单纯的经济利益和商业利益等。随着国际数字贸易活动的开展,数据安全对国家安全产生重大影响,国家基本安全问题的范围不再局限于传统的对领土的保护与战争,而扩大到网络、数据等非传统安全领域^[2]。最新出台的自由贸易协定都提出保护数据安全,CPTPP作为21世纪代表性的新型自由贸易协定,其规定的“基本安全利益”涵盖国家核心数据所涉及的网络与数据安全利益^[3]。

1.2 “基本安全利益”的自裁权不排除第三方客观审查

关于“基本安全利益”,CPTPP第29.2条的安全例外条款运用“其确定”与“其认为”的措辞,给予缔约国一定程度的自裁权。CPTPP中缔约方的自裁权较传统国家安全例外规定有所扩张,与GATT(1994)21条相比,CPTPP不再采用《联合国宪章》标准,而是采用了必要性标准。CPTPP第

作者简介: 何瑶(1999-),女,汉族,山东青岛人,硕士研究生,研究方向:国际经济法。

14.11条和14.13条分别规定通过电子方式跨境传输信息的和计算机设施位置的特别例外规定,但以上特别例外规定没有类似“缔约方认为”的措辞,没有体现出缔约国的自裁权。如果缔约方要援引条款以保护国家安全利益,就只能援引第29章中的安全例外条款。

然而,“基本安全利益”的自裁权不排除第三方客观审查。对此可以比较CPTPP与RCEP,RCEP意在保证各缔约国的监管自主权,并实现规则本身强制性与灵活性之间的平衡,CPTPP旨在推动数字贸易的高度自由化发展。RCEP指出缔约方可以保护“包括通讯、电力和水利基础设施在内的关键的公共基础设施”为由提出安全例外,并且明确规定了缔约方不能对此措施提出异议,不得将电子商务活动中产生争端交由第三方裁判解决,这样的规定给予了缔约国几乎绝对的自裁权。虽然CPTPP尊重各缔约国拥有充分的自裁权,推动了各缔约方签订协定,但是并未像RCEP一样将电子商务排除在争端解决之下,缔约方可能会对限制措施提出异议。因此,CPTPP缔约国在维护基本安全利益所采取的限制数据跨境流动措施上将面临第三方争端解决机制的审查,只是审查效果如何还有待观察。

1.3 限制措施的必要性由缔约国自行判断

CPTPP第29.2条(b)项中对限制措施的规定使用“必需”(necessary)一词,有学者提出该条赋予缔约方更大程度的确定维护自身基本安全利益的自我裁判权,而且对保护基本安全利益所必需的措施没有做任何限制性的规定^[4]。缔约国对缔约国因安全例外而采取的数据本地化措施不应包括在经贸条约的争端解决条款的范围内,也就是不受第三方客观审判。CPTPP中涉及对数据本地化措施限制的规定主要是第14.11条和14.13条,这两条本身的特别例外都规定为实现公共政策目标实现的限制措施,要满足“构成任意或不合理歧视或对贸易构成变相限制”以及“不对计算设施的使用或位置施加超出实现目标所需限度”的限制要求。CPTPP安全例外条款单独规定在29章,不同于电子商务章的特别例外,并没有对限制措施规定非歧视和限度要求,说明CPTPP安全例外条款在限制措施上排除了审查程序,该符合维护“基本安全利益”要求的本地化措施是否“必需”,是否适度仅由采取措施的缔约国自行裁判。由此可见,未来中国如果要签订CPTPP,国家安全例外的条款设计上对限制措施的形式、内容等没有具体限制要求,这似乎符合我国对国家安全的风险保障需求。随着国家安全例外援引的扩大化的趋势,争端双方关键的冲突在于相关国际裁判机构的管辖权。

2 CPTPP数据本地化规制的安全例外规定的两面性审视

2.1 安全例外条款为缔约国数据流动提供国家安全抗辩

CPTPP安全例外条款赋予缔约国高度的自裁权,为缔

约国接受高度自由的数据条款提供了安全保障。当今数字贸易规则分歧主要存在于美国与欧盟,美国主张自由化的数字贸易规则以巩固其国际贸易地位,欧盟倾向有条件的数字贸易自由化规则,这种分歧背后体现的是立法理念与互联网技术的差异。现今国际上没有统一的数据流动监管规则体系,各国只能先通过签订自由贸易协定来规范和指导国家间数据的储存和流动。CPTPP安全例外条款涉及的“基本安全利益”包含影响国家安全的网络与数据安全利益,且缔约国有充分自裁权决定采取措施是否符合安全例外,只要国家认为其基本安全受到威胁即可采取必要措施。长期以来,美国试图在其经贸条约里纳入一条保护其“基本安全利益”的条款,实际上美国的条约伙伴也在积极利用此条款维护自己的安全利益。随着时代发展,CPTPP安全利益条款的进步使其所保护的范畴扩大至更多新型的安全领域,CPTPP规则将裁判权力授予了缔约国,能包含更广泛包容的“基本安全利益”,为缔约国援引条款进行抗辩提供了机会。我国作为新兴发展中国家,目前的经济实力和信息技术与发达国家存在一定差异,在数字贸易规则的引导能力和影响范围上还不如欧美国家,需要安全例外保障在特定情况下顺利采取数据本地化措施。当前,我国积极申请加入CPTPP,该条款将为我国今后采取数据限制措施以保护国家安全提供依据。

2.2 安全例外条款的高度自裁性规定存在负面影响

2.2.1 模糊性规定增加条款的滥用风险

CPTPP的安全例外条款沿袭GATT第21条,但删除了涉及各国认为可能有违本国基本安全利益的信息披露、裂变材料、武器或军用设备的贸易、战时或国际关系紧急情况下的措施活动规定和与《联合国宪章》相关的桥段,仅仅规定涉及“基本安全利益”这一模糊性条件,这一改动加强了缔约方的自由裁量权,但也增加了其被滥用的风险,因为缺乏与《联合国宪章》相联系的“桥梁”意味着各方不再受其约束^[5]。在GATT背景下,成员在例外条款的自裁权就受到关注,如果没有得到有效的限制,以安全例外为由采取的措施就可能构成对成员国之间任意或不合理的歧视。在数字贸易时代,数据本地化措施是一把双刃剑,其固然是保护一国数据安全乃至主权安全的有力监管措施,但也可能导致限制数字贸易的发展的副作用,极易引发国际贸易冲突^[6]。

近些年,由于我国在贸易与投资上已经具备一定优势,我国的数字信息产品和企业被西方国家视为重要的安全威胁,一些国家基于维护国家安全的理由限制跨境数据流动。例如,西方国家以国家安全为理由频繁地对华为采取贸易限制措施,声称华为通过恶意硬件或软件的植入已经和中国政府分享了其所涉外国电信系统的广泛信息。这些国家采取的单边限制措施与其基本安全利益之间很难建立合理

联系,其本质是想利用贸易手段达到国家的政治和军事目的。CPTPP由发达国家主导,一方面,安全例外条款的规则本身存在不足,使得缔约国对“基本安全利益”可作较为宽泛的解释和适用,导致条款滥用的可能。另一方面,权威第三方争端解决机制的缺失会纵容条款的滥用,使国际贸易矛盾进一步激化。

2.2.2 不同国家在实现安全抗辩上存在差异

每个国家的历史背景、社会文化、经济发展水平等方面存在不同,因此在援引例外条款进行国家安全抗辩时,由于不同国家对数据监管的理念存在差异,对数据保护的侧重不同,就会造成对援引条款理解的差异。发达国家为占据数据跨境流动规则的主导权,维护自身的数字贸易优势地位,必然将在未来的数据规则谈判中坚持对数据本地化的规制,此类条款在一定程度上针对的是侧重数据保护的新兴发展中国家,特别是中国,这将对广大发展中国家数据安全乃至国家主权构成严峻的挑战。

CPTPP安全例外条款的高度自裁性使缔约国在引用时面对较小的阻碍,但国家是否能真的实现国家抗辩存在差异。目前,国际社会有安全例外条款的判例很少,并未形成对“基本安全利益”权威统一的标准,随着数字经济的发展,基本安全利益的范围也发生了改变,这使得例外条款的引用更加不明确。发达国家基于国际军事与经济地位的优势,往往更容易实现国家抗辩,而发展中国家基于保护数据安全的需要引用安全例外,却可能面临着阻碍跨境数据流动和限制国际数字贸易的质疑,能够成功援引该条款达到抗辩成果的概率也比较小,导致在援引安全例外条款时会很谨慎。因此,虽然CPTPP安全例外条款为缔约国的数据本地化措施提供了条约依据,但各国实现国家抗辩上存在的差异可能导致国家之间的紧张关系,使国际秩序更加支离破碎。

3 中国数据本地化政策下对CPTPP安全例外规定的审慎适用

3.1 善意解释和援引CPTPP国家安全例外条款

为了给数据本地化措施寻找合法性依据,“基本安全利益”例外规定是更加方便的选择。作为缔约方,仅需证明其限制措施是为了维护国家基本安全利益,不需证明限制措施的非歧视性和必要性。但是,我国对基本安全例外的需求有限,中国需要借助最新的贸易协定使他国数据向国内流动,也需要限制他国滥用基本安全例外。从国家利益角度来看,不能动辄援引安全例外条款,应对该条款谨慎解释和援引,尽量限缩基本安全例外的适用范围^[7]。

CPTPP安全例外规则承袭WTO传统规则,因此在适用时也要在WTO框架下进行考量。在发生争端时缔约国要遵循WTO善意原则,对例外条款的援引应保持克制的立场,

不宜出于经济和商业目的而不适当地泛化对网络和数据安全环境下“基本安全利益”的解释,不得为了逃避条约义务适用安全例外。否则,安全例外条款的存在将有名无实,在面临真正威胁我国基本安全利益的情况时发挥不了其应有作用。我国应推动数据跨境流动措施中的“基本安全利益”向更为精准的方向解释与适用,只有这样才能减少安全例外条款的滥用,避免对数字贸易自由化发展产生不必要的限制。对条约的审慎解释和运用有利于推动中国顺应世界贸易的自由化趋势,也能使中国更好地保护自身利益^[8]。

3.2 分类采取适当的维护基本安全利益的数据流动限制措施

为保护基本安全利益,在援引CPTPP安全例外时也要注意采取限制措施的“度”,即采取限制措施与实现保护基本安全利益的目标的比例要适当,避免对其他国家乃至国际贸易自由化的整体利益造成重大影响。就实施数据本地化措施而言,国家应重视权利与义务的平衡,重视推动贸易自由化发展的宗旨与义务,使措施不超过必需的限度。事实上,数据本地化不一定限制数据流动,限制数据流动的措施也未必是数据本地化措施。合理的数据本地化措施能有效保护国家网络与数据空间的安全,且不会对数字贸易造成严重的阻碍。

CPTPP意识到数据本地化措施可能产生的限制市场准入效果,在准入前的义务方面要求缔约方不得采取数据本地化措施。我国目前立法上对数据本地化措施的分类比较单一,且往往采取严格的标准限制数据出境,严格的数据本地化措施会导致国内法无法融入国际贸易体系。数据本地化措施实际上不都是严格限制流动的,我国可以不断增加不同的数据本地化措施,对分类的不同数据对应不同程度的数据本地化措施。在面对需要保护“基本安全利益”的情况下,可以根据具体情况采取严格的限制数据本地化的措施、一定程度允许数据流动的数据本地化的措施、不限制数据流动的本地化措施等。我国应主动承担推动全球数字贸易自由发展的责任,这将有利于我国融入国际数字经济体系,推动数据跨境流动规则的长远发展。

3.3 明确CPTPP安全例外条款与其他例外规则的适用顺序

CPTPP安全例外条款的适用条件较一般例外、电子商务章下特别例外的要求而言给予缔约国的自裁性更高,然而CPTPP数字贸易规则并未明确三者之间的适用顺序,规则上的缺失可能会造成缔约国适用例外条款的争议。在缔约国意图采取数据本地化措施时,由于安全例外条款对缔约国来说似乎更加容易引用,很可能导致国家绕开特别例外而直接援引安全例外,安全例外如果被习惯性援引,很可能导致后来其他国家援引时完全不受限制,这无疑是不符合条文设置初衷的。

在未来加入CPTPP的谈判过程中,中国可以与缔约国

在谈判中对CPTPP例外规则的类型、适用顺序及中国实践例外规则的适用条件进行更明确的规范和探讨,从而达成较为统一和科学的标准。可以约定或设置指引性条款,建议缔约方先以电子商务章的特别例外为准,特定例外适用失败,则一般例外的适用也非常困难^[9]。如果无法通过援引特别例外保护本国基本安全利益,存在援引安全例外条款的必要性,再考虑援引第29章中的安全例外条款,这样能尽可能地减少安全例外被滥用的可能,保障贸易协定真正发挥推动数字贸易发展的作用。

4 结语

网络与数据安全已成为影响国际经贸规则中“国家安全”条款未来发展的重要因素,在贸易协定中设置安全例外规定,允许特殊情况下采取数据本地化措施保护国家基本安全利益是必不可少的。CPTPP作为“21世纪新规则”之一,其跨境数据流动理念与条文指引着未来数字贸易规则的发展趋势。在中国侧重数据保护的现阶段,有必要对CPTPP安全例外结合现实进一步研究,明确其具体含义及适用中相关问题,不断完善国内跨境数据流动规则,并运用国际法和国际争端解决机制维护自身合法权益。总之,中国

在参与全球数据治理的过程中,应坚守维护国家安全的红线,逐步推动数据跨境自由流动,合理平衡经济发展与国家安全利益之间的关系,推动国际数据规则未来更好地发展。

参考文献

- [1] 陈咏梅,张姣.跨境数据流动国际规制新发展:困境与前路[J].上海对外经贸大学学报,2017,24(6):37-52.
- [2] 黄世席.CPTPP中的数据本地化规制与安全例外抗辩[J].国际贸易,2022,491(11):81-87+95.
- [3] 徐程锦.中国跨境数据流动规制体系的CPTPP合规性研究[J].国际经贸探索,2023,39(2):69-87.
- [4] 黄世席.美国经贸条约中的国家安全例外条款:文本发展、评析与应对[J].当代法学,2023,37(4):29-44.
- [5] 谭观福.数字贸易规制的免责例外[J].河北法学,2021,39(6):102-120.
- [6] 张明.数据本地化措施援引安全例外的解释论[J].北方法学,2022,16(5):146-160.
- [7] 赵海乐.论我国数据本地化措施与FTA缔约的协调[J].国际经济法论,2022(2):29-40.
- [8] 张明.面向CPTPP的数据跨境流动:规则比较与中国因应[J].情报杂志,2022,41(11):144-150.
- [9] 马光.FTA数据跨境流动规制的三种例外选择适用[J].政法论坛,2021,39(5):14-24.

Research on the Application of "Security Exception" Provisions in CPTPP Data Localization Regulations

He Yao

(Shandong University of Science and Technology, Qingdao, Shandong 266590)

Abstract: China's application to join the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) presents challenges due to the current policies related to data localization in China to ensure the data security. CPTPP emphasizes the importance of facilitating free flow of cross-border data through restrictions on data localization. The CPTPP's security exceptions can provide a basis for cybersecurity measures, but the high degree of discretion that States Parties have over their essential security interests also makes invoking the provisions potentially negative. To address this issue, China should apply the security exception clause prudently and continuously promote the coordination between domestic laws and the CPTPP regulations, so as to reconcile the relationship between digital trade liberalization and national security.

Keywords: CPTPP; Data Localization; Security Exceptions; Cross-border Data Flows; Digital Trade

营商环境优化背景下的信用法治化研究

邢玲

(山东政法学院 山东济南 255014)

摘要: 信用法治化是高水平的社会主义市场经济体制、国家法治化建设的必然要求,是优化营商环境的基础和重要组成部分。当前,各地都面临营商环境和社会信用体系建设的机遇和重大挑战。在市场和政府的双重推动下,我国应实现顶层设计从政策化向法治化的过渡,强化政务诚信、商务诚信,防范信用泛化,加强信用主体权益保护,完善以信用为核心的新型监管机制,强化信用服务机构的培育机制,加强信用环境塑造。完善社会信用法治体系,优化营商环境,实现经济社会的高质量发展。

关键词: 营商环境优化;高水平市场经济;信用法治化;信用服务;权益保护

本文索引: 邢玲.营商环境优化背景下的信用法治化研究[J].中国商论,2024(04):129-132.

中图分类号: F123.15

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-129-04

社会信用法治化,是指通过对信用信息的合法规制和应用以实现社会信用治理的模式。目前,国家层面正在积极制定《社会信用法》,各地也已经颁布实施了一系列信用立法,我国的信用体系建设已经初步进入法治化进程。

当前,我国的营商环境不断优化,但与世界一流的营商环境水平仍然存在一定差距,困扰市场主体的商业欺诈、不诚信等现象仍未得到根本遏制,亟须通过法治化手段予以解决。因此,全面推进信用的法治化建设,继续优化营商环境,才能促进经济社会高质量发展目标的实现。

1 信用法治化与促进营商环境优化的逻辑分析

1.1 构建高水平的社会主义市场经济体制亟须信用法治化

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》提出,要持续优化市场化、法治化、国际化营商环境。市场化、法治化、国际化是评价营商环境的三个重要角度。从法治化的角度观测,营商环境表现为产权保护、涉企收费、行政执法、公正司法、信用法治^[1]。信用法治化是营商环境法治化的重要组成部分,主要包括信用法治在营商环境下具体体现及特定内容,即信用立法、信用执法、信用司法以及信用守法。信用法治化在市场经济中扮演着重要角色,有助于维护市场秩序和促进经济的高质量发展。作为信用法治化重要组成部分的信用评价体系,为市场提供了重要的信用信息,提升了交易主体信用信息的透明度,降低了交易成本,有利于缔造诚实守信的市场环境。同时,信用法治化通过信用惩戒的方式,保护市场公平竞争,防范经济领域的不当行为。最后,健全信用法治化体系,强化政务诚信和商务诚信,有利于营商环境的优

化。一流的营商环境呼唤信用体系法治化作为其重要支撑。

1.2 国家法治化建设必然要求信用法治化

法治化建设是现代社会治理的基础和必然要求,而信用法治化是国家法治化建设的重要组成部分。2014年以来国家提出加强信用体系建设,打造新型信用监管机制,坚持“放管服”改革,优化营商环境。创造和深化了信用体系建设在营商环境优化中的重要作用和应用,我国的信用体系建设进入了快速发展阶段。2022年《关于推进社会信用体系建设高质量发展促进形成新发展格局的意见》中指出,进一步发挥信用对提高资源配置效率、降低制度性交易成本的重要作用。信用法治化就是通过法治途径为信用建设提供制度保障,确保信用体系建设有法可依、有法必依、执法必严、违法必究^[2]。社会信用体系法治化建设是国家治理能力、治理水平的重要体现,是依法治国的重要组成部分,是推进国家治理体系的必然要求。

1.3 信用法治化是营造法治化、国际化营商环境的基础

信用法治化是优质营商环境的应有之义,是营商环境进一步优化的基础和重要组成部分。营商环境是指企业等市场主体在市场经济活动中所涉及的体制机制性因素和条件(《优化营商环境条例》第二条)。构建法治化营商环境是全面依法治国新理念、新思想、新战略在市场领域改革和法治政府构建方面的重大举措。市场经济是法治的经济,也是信用的经济,与信用相关的法则渗透了我国整个调整市场经济活动法律规范^[3]。营造法治化的营商环境,发挥好法治对营商环境的保障作用。诚信是一种重要的社会资本,有助于提高资源配置效率和降低社会风险,可以降低交易成本,

基金项目: 济南市哲学社会科学课题“济南市打造一流营商环境研究——以信用法治化为切入点”(JNSK22C99)的阶段性成果。

作者简介: 邢玲(1981-),女,汉族,山东淄博人,讲师,硕士研究生,研究方向:民商法学。

最终有助于促进创新,以此改善营商环境。此外,信用体系还有助于降低信息不对称的问题,弱化委托—代理关系中所“道德困境”和“逆向选择”的问题,进而不断弱化融资约束,最终推动良好营商环境的形成^[4]。社会信用体系法治化是社会主义市场经济的重要制度保障之一,加快社会信用体系法治化建设,坚持立法、执法、司法、守法的全面法治化,为市场主体打造公平、透明、可预期的市场环境,是优化营商环境、促进经济社会高质量发展的重大战略工程。

2 加强信用法治化建设的原因分析

当前,我国经济进入高质量发展阶段,对信用体系的发展和营商环境的发展也提出了更高要求,良好的信用体系和优良的营商环境是经济平稳运行的重要基础。随着公共信用平台的建设,信用监管模式已成为提升治理能力和治理体系的重要支撑,信息技术的发展也为信用体系建设提供了技术支持,同时经济全球化对治理模式和治理机制与全球的接轨提出了更高要求。但是在各地的信用法治化建设中,仍存在推进和优化的必要。

2.1 社会信用体系法治化程度欠成熟

作为社会信用体系的基础和重要组成部分——信用立法体系,在社会信用体系的运行中起到了重要的基础和保障作用,“有法可依”确保了社会信用系统的合法性和统一性。各地在信用体系化建设中,制定实施了大量的法规和规范性文件,解决了信用立法的地方性实践问题,但是国家层面的信用立法一直未能出台,加之以规范性文件存在的信用规定,缺乏法律约束力,在权利义务设定方面和责任承担及追究方面都欠缺法律约束力。在信用信息的界定标准、信用主体权益保护、信用奖惩措施、信用修复制度上,各地立法也不尽相同。信用体系建设与当前的经济发展缺乏同步性、相当性,信用体系的建设水平难以满足经济高质量发展的要求。同时,由于信用立法上位法的缺乏,阻碍了信用信息在全国范围的共享和应用,数据碎片化现象严重。

2.2 社会信用主体权益保护有所欠缺

社会信用主体权益保护,就公法、私法两个维度来看,均存在实体和程序两方面的要求。就公法层面而言,掌握信用信息的公权部门应当承担保密义务,在查询和信息的运用上应当符合关联原则和比例原则。就私法层面而言,实体上就信用信息归集、采集的内容,不得侵犯信息主体的实体权利;在程序上信用信息归集、采集和运用的程序应当严格依法进行。信息主体的记录消除权、异议权、修复权、行政复议及诉讼权得到合法保障^[5]。在当前立法中,由于法律、行政法规、地方性法规,甚至政府规章都可以确定信息归集的范围、失信行为类型,从而容易导致信用设置的泛化。另外,设置失信惩戒的规范性文件中,由于缺乏统一的标准,部分“黑名单”设置也存在范围扩大化等问题。在重点行业和领域以及针对重点目标,实行的动态信用信息归集,形成的

全面动态信息记录也对信用主体的权益保护提出了更高要求。

2.3 政务诚信建设亟待加强

政务诚信体现的是政府的信用和责任,是整个社会诚信建设的关键和重要基础。英国学者培根曾经说过,“一次政务失信比多次社会失信后果严重得多,因为这些社会失信不过弄脏了水流,而政务失信则把水源污染了。”政务诚信代表着政府的公信力,在信用体系建设中起到表率 and 带头作用。一个社会营商环境的好坏,政务诚信起到关键性作用。政务诚信建设于提升市场交易水平、在激发企业投资热情和信心、推动亲、清统一的政商关系,优化营商环境等方面具有重要意义。反之,如果政务诚信缺失,就会导致政府失信于民,产生政府信用危机,严重影响社会发展和良好营商环境的形成。当前在政务诚信建设中,政策缺乏稳定性朝令夕改、某些官员权力寻租、数据弄虚作假、政企合同违反承诺不履行、有法不依等问题时有发生。尽管各地出台了政务诚信的相关文件,但总体看来,政府失信信息的获取途径略显狭窄;政府失信的惩戒机制也缺乏系统性规定;重点领域、重点行业的政务失信监督和治理机制仍需强化。

2.4 商务信用体系建设仍有较大提升空间

随着市场经济发展的深入,商务信用体系建设和营商环境优化面临更大挑战。尽管越来越多的企业更加重视诚信经营,但市场上仍然存在失信收益高成本低、失信收益高于失信成本,守信成本高收益低、守信成本高于守信收益;维权成本高收益低、维权成本高于维权收益的问题^[6]。商业欺诈行为、商业贿赂行为等行为时有发生。企业的失信往往连带着诱发政务失信行为,导致公务员贪腐等行为高发,进一步恶化了政商关系,对营商环境带来极大不良影响^[7]。

2.5 信用奖惩的适用有待优化

大数据时代信用奖惩制度成为社会治理的一项重要措施,信用奖惩也必须在法治化的范围内运行和实施。各地立法中在信用激励和信用惩戒制度设置上,大多依据行政命令设置惩戒制度,存在违背法律授权范围、与上位法相抵触、过罚不当、惩戒范围随意化扩大化以及执法不统一等问题。同时,存在“重惩戒、轻激励”的特点,信用激励措施落实不到位,信用惩戒措施又过于泛化。一方面要打击失信行为,营造不敢失信、不能失信的局面和氛围。另一方面,信用惩戒也不是越多越好,知信守信,守信践诺是我国信用建设的目标,失信惩戒只是信用建设的手段。

2.6 欠缺成熟的信用服务机构

在社会信用体系建设中,信用服务机构扮演着重要角色。信用服务机构不但作为营利性的商事主体,而且是社会信用体系的重要参与者和建设者。信用服务机构在为市场提供信用商品、协助政府对企业的监管等方面发挥着重要作用。当前,我国的信用服务机构数量较少,某些信用服务

机构自身的信用也不过硬。由于市场需求不足,信用服务机构为争抢业务往往更倾向于按照客户的需求提供信用报告,严重偏离专业、中立、客观的基本业务操守,导致目前国内部分信用服务机构信用不高,也阻碍了其规模化发展。在地方的立法规制上,如2020年《山东省社会信用条例》、2022年《济南市社会信用管理办法》中都涉及“信用服务行业规范和发展”的规定,但规定略显简略,对信用服务机构的法律责任,如出具信用评级产品导致的违约和侵权责任问题,未予以明确规定。信用市场的培育在目前的立法体系中过于单薄,无法满足信用法治化建设中对政府、市场、社会多元化参与的制度需求。

2.7 企业对社会信用制度的认同有所欠缺

目前尽管信用建设如火如荼,但是不诚信的经营行为尚未得到有效遏制,诚信环境尚未有效形成,国内的社会信用治理和我国的国际信用形象仍旧存在较大进步空间。通过调研,笔者发现目前社会层面上对“社会信用”的认知度仍存在以下问题:(1)不清楚社会信用的基本内涵和外延范围,理解认知上未能达成有效共识;(2)对黑名单的界定有模糊认识,有泛化倾向;(3)对信用修复机制不了解或者了解程度较低。整体来看,社会信用建设缺乏社会层面的认知、关注和配合。以政府为主导的信用建设模式,缺乏自生建构模式的内驱力,信用体系建设的社会共识尚未真正达成。部分企业守法意识淡薄,违反经营及失信行为大量存在,严重影响了社会信用体系建设。从整体而言,信用体系建设的社会共识尚未真正达成,信用建设宣传工作的深度和广度亟须进一步拓展。

3 完善信用法治化建设的建议

3.1 顶层设计实现从信用政策化向信用法治化的过渡

我国应优化信用体系建设的顶层设计,加快国家层面的信用立法,实现信用建设由政策化向法治化的转变,通过对地方立法的整合优化,确定国家层面的社会信用立法,同时也为各地的信用法治化建设提供上位法依据。除了专门的信用立法外,信用法律制度也涉及民商事领域及行政法等多个法律部门。相关的法律应强化信用制度设计,与专门的信用立法实现呼应,从而实现完整的信用立法体系。地方的信用体系立法应该在国家层面的立法下,在地方立法的权限范围内,进行立、改、废的及时调整,确保与上位法一致。在贯彻《优化营商环境条例》的指导下,坚持目标导向、问题导向、市场主体导向,形成特色鲜明的地方特色立法。

3.2 强化政务诚信,营造高效的政务生态系统

营商环境法治化的关键是全面建设法治政府,信用政府是信用体系建设的根本。政府要依法行政,强化其诚信履约机制,为全社会的诚信做表率。少数政府的失信行为,对营商环境的破坏力是极大的,不但会降低政府的公信力,败坏政府形象,还会影响企业家在本地经营投资的热情和信

心,严重影响营商环境。营商环境越好的地方,政务诚信通常也会更高。加强政务诚信建设,有利于弱化因信息不对称所带来的公众对政府的不信任感,有利于提升政府的决策水平,也有利于国家治理水平的提升。

加强政务诚信建设,应该从以下几点进行优化:第一,加强政务诚信建设立法工作。按照《社会信用体系建设规划纲要(2014—2020年)》的要求,加强顶层设计,提高立法层次。加快推进政务诚信建设立法工作,尽快研究出台政务诚信和公务员诚信管理相关法律、法规及规范性文件,将政务诚信工作纳入法制化轨道。第二,强化政务信息的公开。政务信息因其公共财产的属性,通常情况下均应公开,有重大事由不予公开的除外。建立健全政务信息的公开机制,加强政务信息公开的规范化和标准化,畅通渠道,推进政务信息公开的广度和深度。第三,规范政府失信信息的归集和认定制度。除了正常的司法文书、行政处罚文书之外,还应畅通和拓展政府失信的投诉机制,例如通过网络举报或者其他方式。通过合法流程进行认定相关信息是否属于失信信息,如果属于则将此信息进行归集和公示,并由失信主体进行整改,上级主管机关跟踪整改情况,履行信用修复手续。第四,政府要依法行政,强化其诚信履约机制,尤其是在重大领域、重点行业更应遵守法律法规,坚持依法行政,为全社会的诚信做表率。第五,构建政务诚信监督体系。完善政务诚信承诺制度,政府各部门要建立政务诚信承诺制度,严格落实政务信用承诺。建立政务诚信常态化、动态化监督治理体系。政务诚信的监督机制包括约束、考核、评价和信用奖惩机制。对存在失信行为的政府机关进行法律法规范围内的惩戒和治理,有利于形成多方的约束机制,对失信高发领域尤其要特别关注。完善政务诚信考核的指标体系,建设政务失信黑名单制度,深化政务诚信考核结果的创新应用,健全政府失信惩戒及责任追究制度。

3.3 强化商务信用体系建设

优化营商环境,实现经济高质量发展的目标,要求必须营造公平竞争的市场环境,打造高水平的营商环境和商务信用体系,对构建完善高效的市场体系,缔造公平竞争的市场环境,促进经济的良性运行具有重要意义。第一,强化高标准的商务信用建设。在当前国家企业信息信用公示平台的基础上,完善商务信用信息的认定、归集的标准化和规范化,建立商务领域全覆盖的信用记录;完善信用评价机制,统一评价标准;重视第三方信用服务机构的培育,形成政府与商业评级机构协同发展的局面。第二,积极发展信用经济。创新“信用+”的经济模式,鼓励企业扩展信用应用场景;在高质量的信用建设基础下,减少信息不对称,鼓励信用融资,解决中小企业融资难、融资贵的困境。强化重点领域、重点行业的商务信用体系法治化建设,降低交易成本,优化资源配置,为广大中小企业的融资难问题提供解决的新思路,继而为经济创新发展提供新的动力抓手。第三,完

善企业内部信用管理制度。企业应该建立及完善内部信用管理机制,制定信用管理规章,建立信用管理组织机构,识别和评估交易风险,控制处理风险,确保应收账款的收回,提高企业的信用意识和信用管理水平^[8]。在当前的商务诚信体系建设中,企业内部信用管理是一个亟待加强的薄弱环节。第四,完善高效的商务信用管理机制。加大信用信息的共享力度,借助信息化、智能化实现信用信息归集、监管对经济活动各环节的渗透化,提高市场运行的质量和商务诚信的水平,实现经济的高质量发展。同时推定行业协会的自律规范和行业公约的建设工作,实施行会自主管理和政府监管相结合的新型治理模式。另外,在世界银行《营商环境评估体系》(BEE)“获取金融服务之获得金融”指标中,在监管质量方面新增了“获得贷款的便利性、信用信息共享的及时性”等评价维度。以上四方面的完善建议对该项指标的实现具有积极意义。

3.4 防范信用泛化, 加强信用主体权益保护

信用法治化建设应明确信用的边界,基于信用的基本内涵加以法定化,防止信用泛化导致的信用主体合法权益受损等问题。首先,就失信惩戒立法而言,其适用范围、适用情形的规定,应符合合法、关联、比例原则,做到过罚相当。“一处失信,处处受限”的提法尽管强调了失信惩戒的严厉性,但是也易导致信用惩戒的泛化抬头。其次,增强信用奖惩的透明度。一定程度上可以约束政府信用监管依法进行,强化信用激励,并且防范信用责任的扩大化。最后,完善信用修复立法。增强信用修复的可诉性,明确信用修复的诉讼救济途径,对符合修复条件又不予以修复的信用修复机构的责任承担进行明确规定。

3.5 加强信用环境塑造

社会信用体系法治化离不开诚实守信的社会风气,信用环境的塑造是信用法治化的基础要素。信用法治化建设也可以促进民众和企业的诚信价值观和道德意识的建设,

营造良好的信用氛围。应大力加强诚信教育,培养民众和企业的诚信意识,提升其对信用制度的认知度和认同感。同时通过政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信体系的建设,成熟的信用机构的培育,公布典型信用奖惩案例,加大信用制度宣传、教育和示范效应,提升全社会对信用法治的信仰。创新信用应用场景,提高经营者对信用体系建设的参与程度,促进法治化社会信用氛围的形成。

4 结语

当前国内、国际形势错综复杂,优化营商环境,促进经济社会的高质量发展已经成为当务之急。社会信用法治化体系建设是一项长期性、系统性工程,信用制度是市场经济体系的重要基础。只有明确信用法治化对营商环境进一步优化的重要意义,继续完善社会信用法治体系,推动信用体系建设进入法治化、规范化和高水平的运行新阶段,降低经济社会的运行成本,继续优化营商环境,方能实现经济社会的高质量发展。

参考文献

- [1] 谢红星. 营商环境法治化评价的中国思路与体系[J]. 湖北社会科学, 2019(3):138-147.
- [2] 刘瑛, 陈柳西. 构建信用法治体系破解诚信缺失难题[J]. 中国信用, 2020(11):111-117.
- [3] 黎四奇. 对我国信用制度法治化关键问题分析与建议[J]. 河北法学, 2006(5):55-59.
- [4] 马珍妙, 赵勇. 诚信体系构建对营商环境影响的实证分析[J]. 宁夏社会科学, 2023(3):123-125.
- [5] 罗培新. 社会信用法原理. 规则. 案例[M]. 北京: 北京大学出版社, 2018:129.
- [6] 刘俊海. 信用责任: 正在生长中的第四大法律责任[J]. 法学论坛, 2019(6):6.
- [7] 刘俊海. 营商环境法治化的关键[J]. 中国流通经济, 2019(8):3.
- [8] 刘瑛. 企业信用法律规制研究[M]. 北京: 中国政法大学出版社, 2011:211-213.

Research on Credit Legalization in the Context of Optimizing the Business Environment

Xing Ling

(Shandong University of Political Science and Law, Jinan, Shandong, 255014)

Abstract: Credit legalization is an inevitable requirement for the development of high-level socialist market economy and the rule of law in our country. It is a crucial component and foundation for optimizing the business environment. Currently, various regions see opportunities and significant challenges in the advancement of the business environment and social credit system. With the dual promotion of the market and government, it is necessary to transition from policy-oriented top-level design to legalization, strengthen government and business integrity, prevent credit generalization, and enhance the protection of the rights and interests of credit entities. It is crucial to improve new regulatory mechanisms centered around credit, foster the development of credit service agencies, and enhance credit environment shaping. According to the research, the social credit legal system should be improved and the business environment should be optimized to achieve high-quality economic and social development.

Keywords: Optimization of Business Environment; Credit; Legalization; Credit Services; Rights Protection

直播账号的商业价值及权属问题研究

旋柳钰

(江苏大学京江学院 江苏镇江 212028)

摘要:直播账号具备商业价值,因此账号的权属问题成为不同主体之间争夺的焦点。目前,直播账号所有权主要归属于主播、MCN机构或者平台。MCN机构与主播之间的合同约定、直播账号的关联程度和人身属性、商业价值以及兼顾公平成为权属确认的重要因素。基于此,本文认为强化直播账号的可控性,直播主播专属元素打造,以及平台自治监管等有利于企业或个人确定直播账号权属。

关键词:直播账号;账号权属;商业价值;人身属性;公平与价值

本文索引:旋柳钰.直播账号的商业价值及权属问题研究[J].中国商论,2024(04):133-136.

中图分类号: F273

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-133-04

近年来,网络内容行业经历了内容周期的变革,直播对消费者用户、品牌商和社会的价值日益凸显,直播产业链逐渐完善。2023年上半年,主流平台累计直播场次数量超1.1亿场次,主播人数超270万^[1]。数据显示,2022年中国MCN机构数量超4万家,2025年预计将超6万家^[2]。在网络平台开设的账号是MCN机构和内容创作主播的核心资产,由于账号背后涉及的商业利益巨大,实践中涉及账号归属的争议案件越来越多。虽有不少学者围绕直播相关的营销模式进行研究,但针对直播账号的权属问题研究甚少,账号权属问题并没有得到广泛的关注和深入探讨。因此,本文对直播账号的商业属性及权属问题进行讨论,以期为企业或个人确定直播账号权属提供参考。

1 直播账号的商业价值及属性界定

在网络未普及之时,学界对财产的概念还停留在实物上。直到如今,我国《民法典》第127条^[3]依旧沿袭原《民法总则》的相关规定,采用了网络虚拟财产法律定性模糊化的处理方式,对于直播账号的属性尚无定论,但法律肯定了账号为财产的商业价值属性。平台用户可以通过直播账号互动、交友、娱乐及消费,广泛的网络活动使得账号获得极大的社交价值,尤其拥有大量粉丝的账号归属,对MCN机构和内容创作者而言至关重要。MCN机构和主播正是通过锁定具备高社交价值的直播账号,经过前期的运营成本投入后,通过定向推送来获得目标消费群体,使得账号具备更高的粉丝用户价值和账号收益价值。一个用于交易的直播账号,其本身就具备商业价值。比如迅速崛起的“直播带货”账号,就是一个可以带来收益的账号,“直播主播——电商

销售”就是其稳定的收益链条。

要确定直播账号权属,首先要肯定账号的商业价值,这直接关系到有无必要去平衡内容创作主播与MCN机构的权益保护和数据共享问题。目前,学界关于直播账号的属性定性主要有以下四种观点:第一,物权说。物权说即所有权说,其认为随着网络数据的发展,无形“物”纳入了法律的“物”的范围。杨立新(2017)^[4]认为,民法肯定了网络虚拟财产的物权客体性质。直播账号虚拟财产是一种电磁记录,被投入人力、物力、时间和财务成本,该虚拟财产具有经济价值,属于物权。第二,债权说。债权说认为内容创作主播与平台基于合同关系而获得账号,网络虚拟财产是网络平台服务提供者与内容创作者通过协议建立的合同关系,本质是债权权利。王雷(2017)^[5]认为,相较于物权说,债权说的解释成本更低。这种合同关系中,网络平台服务提供者为用户提供直播等网络功能,内容创作主播通过网络平台服务提供者的服务获得经济价值或者利益。第三,知识产权说。该学说认为直播账号是内容创作主播的智力成果,是通过智力劳动创造出来的具有经济价值的财产。余俊生(2011)^[6]直接否认了该学说的观点,原因在于直播账号与知识产权存在很多差异,平台账号并不符合知识产权所特有的时间性、地域性等特点,知识产权说难以支撑平台账号的属性定性问题,此种观点逐步被边缘化。第四,新型财产权利说。该学说是从前三种观点基础上分析得出的结论。该学说认为平台账号是新时代网络全面普及而产生的产物,应当倾向于突破传统的物债二分体系。孙山(2019)^[7]认为,网络虚拟财产应当进行单独的立法保护。首先,物权属于绝对权、处分

作者简介:旋柳钰(1996-),女,汉族,广东惠州人,硕士研究生,研究方向:媒介文化与互联网产业法律法规。

权,而账号的权利人要受到平台或合同的限制,不具有永久排他性。谢潇(2022)^[8]提出,网络虚拟财产只能类推适用物权部分规则。其次,债权说仅凭借两者之间的服务关系,就认定账号属债权似乎不够严谨。最后,账号使用并没有时间限制,也不符合知识产权法的时间保护要求。基于此,在对直播账号进行属性界定时,应将其确立为一种新型财产权利,既非物权,也非债权。

2 直播账号的权属确认

直播作为融入了思想、行为、语言的网络生活方式,直播账号问题相对复杂,司法实践中对账号相关权益的归属以及相关合同条款效力等问题虽然没有形成统一的裁判标准,但大多都肯定了直播账号的财产属性和商业价值。

2.1 直播账号归属主播

主播作为直播发展核心推动者,网络主播职业已被国家明确认可。主播从失控管理到如今的正面规范,直播行业处于稳定的自我调整阶段。高流量的自媒体账号,成为主播不可转让的财产。在(2020)苏05民终9441号一案^[9]中,根据合同约定直播平台个人账号在合同期内归MCN机构所有,而主播本人以其个人身份注册的账号注册于双方合作关系成立之前,且仅约定在合同履行期间由MCN机构进行运营管理。因此,该账号系主播个人财产,在合同解除后直播平台个人账号应归主播个人所有。又如在(2018)苏1322民初15861号一案^[10]中,法院驳回MCN机构要求主播交付直播账号密码的诉讼请求。涉案主播与MCN机构约定直播账号权属归MCN机构所有,但是案涉的直播账号系以主播名义申请开通,具有显著的人身属性特征,不宜认定直播账号为MCN机构所有。

2.2 直播账号归属MCN机构

MCN机构在网红经济中诞生,助力网红线上引流,旨在为主播提高内容供给能力,把线上的流量转化为实体消费。在(2018)粤01民终10473号一案^[11]中,根据主播与MCN机构的合作协议,所涉媒体账号权属于归MCN机构。MCN机构根据主播的自身定位、外型设计等特点,申请了“cheeseY芝柚”的品牌商标,专门使用CheeseYstudio芝柚定制店铺并投入巨额的资金进行品牌推广。MCN机构作为品牌商品的所有权人,其投入的宣传费用实际使得该账号获取了巨大的商业品牌价值,弱化了主播账号的人身依附性,在此情况下,直播平台账号所有权理应归属于MCN机构。又如在(2020)粤01民终19618号一案^[12]中,主播梨子与MCN机构双方签署《证明》,约定该账号所属权归MCN所有,同时约定主播不得以自己的名义(或虽非以自己的名义但受

益的)同时其他同类型包括但不限于短视频平台进行任何形式的视频服务等一切活动。该意思表示明确真实,对双方均有约束力。

2.3 直播账号归属平台

与上述两种情况不同,账号所有权归属于平台。借助平台,降低了企业或者个人的营销成本。选择合适的平台注册账号,直接影响了主播账号的用户黏性。为了便利用户管理,“抖音”“淘宝”“快手”“小红书”“微博”和“哔哩哔哩”等平台的用户服务协议一般约定与账号有关的所有权、知识产权等均归平台享有,账号使用者享有使用权。在(2021)豫1402民初10591号一案^[13]中,法院认为账号所有权协议违反了网络平台对外公示的相关规定,确认该协议无效。又如在(2020)粤06民终8604号一案^[14]中,法院明确确认了平台注册的账号平台公司所有,用户注册者仅有使用权,且仅能由用户注册者主动申请注销上述账号或因用户注册者违反其与平台之间的约定,由平台注销上述账号。

3 结论与建议

伴随直播经济越来越为人们所熟知,直播账号的财产属性也逐渐被广泛承认,人们对于网络虚拟财产的归属确认越发强烈。迄今为止,直播账号就法律而言依然是一种新生事物,实践中倾向把“人身属性”“初始注册人”“协议约定”“平台规定”等作为综合考量因素。

3.1 直播账号可控性强化

从上述案例分析可看出,认定账号权属归内容主播所有的重要条件之一是账号注册人为主播本人。越来越多的MCN机构逐渐意识到,注册人与使用人分离的情形下,可能造成账号冻结、内容清空等不必要损失。为了发挥主播的创造性,MCN机构对主播进行人本管理,赋予主播较大的自由。但是,直播主播与MCN机构的利益始终处于对立统一关系,主播的自由度越高,主播就越有可能自立门户,MCN机构承担的风险就越大。企业自播直播带货可将流量牢牢掌握,以抖音为例,品牌自播GMV环比高达83%,具体情况如图1所示。建议按实际使用主体注册并绑定实名认证人,尤其在MCN机构为内容创作主导的账号中,应尽量避免主播对账号申请实名认证,而应使用MCN机构自有账号,或者要求主播账号名称显示MCN机构,注重直播账号与MCN机构的品牌联动,让大众熟知该账号权属。MCN机构严格把控平台账号的运营发布,加强内容审核,以掌握账号的控制权。

3.2 平台账号的人身属性考量

在合作协议中,MCN机构往往约定账号归属机构,主

播需要配合变更账号信息。但是,法院已经开始考量账号的价值属性和人身属性,考虑平台账号的注册人、账号的关联度、账号的实际使用人以及账号的商业价值发挥主体。如图2所示,达人主播直播销售的转化率明显要高于企业自播销售。因此,出于平台的实名政策需要,加上主播在直播视频的内容输出和价值输出过程中,账号与主播个人具有高相互依存度,虽然合同中会约定账号归属于MCN机构,最终也存在判决账号归属于主播本人的可能。数字经济时代,不能低估直播平台用户把直播作为文化获取渠道和消费渠道的能力。肖开红等(2023)^[16]认为,当主播个人形象与品牌特性高度契合时会提高消费认同感。网络直播带来的是新的工作文化环境和自我认知方式,评价主播商业价值的重要因素之一是流量,主播也被更多地要求利用个人特点去说明其对MCN机构有极高的商业价值。因此,主播在直播过程中,要明确自身定位,形成个人风格,与直播受众建立信任,树立高辨识度的个人形象,达到主播即流量的价值效果。

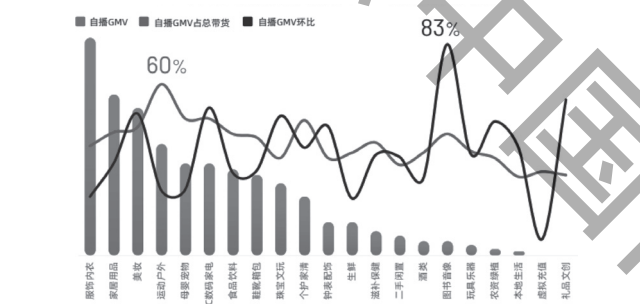


图1 2023年上半年各品类直播号GMV与带货表现环比^[15]

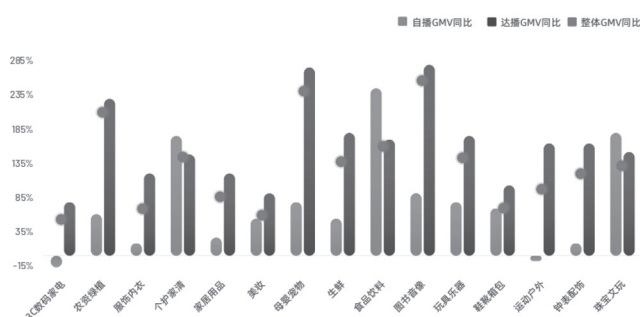


图2 2023年上半年直播号与达播号带货视频GMV同比^[15]

3.3 公平性与商业价值考虑

出于公平与商业价值考虑,有的法院认为平台账号所有权应归属于平台。平台通过广泛的内容和快节奏的传播方式,定向推送视频和广告信息,有目标地推动着高黏性用户的增长。MCN机构正是通过这样的定向推送,锁定目标群体,从而孵化主播以及意见领袖。对于账号的投入成本以及获取的账号收益,直观地体现了MCN机构与账号的关联程度。MCN机构每一项业务板块都不会被法院孤立的看待,针对MCN机构的经营范围和业务投资以及账号关联程度

的异同,出于建设成本和运营成本的考虑,法院秉承良善、理性和公平的价值精神,确认主播与MCN机构仅享有直播账号的使用权利的同时,也会确认MCN机构在账号的孵化投入上得到相应的反馈。此外,平台可设置MCN机构名单,MCN机构可将签约主播的平台账号加入机构名单中,一旦发生违约,平台可以通过机构名单来关闭或者限制主播直播账号的部分功能,而不是一味地实施封禁账号行为^[17],从而实现内部监管目的,维护数字经济交易的公平秩序。

从大众媒体到社交网络媒体的转变,直播产业成为网络经济中增长最为迅速的一部分。直播间赋予了人们更多直观的表达和收益机会,受众在直播间享受着娱乐、消费和知识内容,直播账号的商业价值越来越高。虽然我国关于直播账号权属的规定尚不完善,针对账号所具备的商业价值测算各不相同,但随着社交网络经济的持续发展,直播账号所具备的商业价值和属性会越来越清晰。MCN机构、平台、主播长期走在网红经济创新的最前沿,不论是MCN机构、平台还是主播,甚至是更大的网络社区中的成员,将被超越地域空间的约束。

参考文献

- [1] 中华人民共和国商务部官网.商务部电子商务司负责人介绍2023年上半年网络零售市场发展情况[EB/OL]. (2023-07-20)[2023-07-23]. <http://www.mofcom.gov.cn/article/xwfb/xwsjfr/202307/20230703422646.shtml>.
- [2] 艾媒咨询微信公众号.2022-2023年中国MCN行业发展研究报告[EB/OL]. (2023-03-01)[2023-07-25]. https://mp.weixin.qq.com/s/HIUoRUJ6o7LeO_W7czHCEA.
- [3] 中国政府网.中华人民共和国民法典[A/OL].(2020-06-01)[2023-02-02]. https://www.gov.cn/xinwen/2020-06/01/content_5516649.htm.
- [4] 杨立新.民法总则规定网络虚拟财产的含义及重要价值[J].东方法学, 2017(3):64-72.
- [5] 王雷.网络虚拟财产权债权说之坚持:兼论网络虚拟财产在我国民法典中的体系位置[J].江汉论坛, 2017(1):121-129.
- [6] 余俊生.论网络虚拟财产权的权利属性[J].首都师范大学学报(社会科学版), 2011(3):135-143.
- [7] 孙山.网络虚拟财产权单独立法保护的可行性初探[J].河北法学, 2019, 37(8):2-18.
- [8] 谢潇.网络虚拟财产的物债利益属性及其保护规则构造[J].南京社会科学, 2022(9):89-99+119.
- [9] 中国裁判文书网.苏州工业园区文弘影音工作室与冷雪儿合同纠纷二审民事判决书[EB/OL]. (2020-12-16)[2022-12-01]. <https://wenshu.court.gov.cn/website/wenshu/181107ANFZ0BXSK4/index.html?docId=uAs45pMi7XX+dMnoqOKBt5onqyrLYAMiSnpfAGmuOt3OGDjhgikTvUKq3u+IEo4JEf18+XjW0p4a17W9stuKO/sooTHbZW06zm4EqFo5gcEY0uI9cDGIACsCbGZl6cD>.
- [10] 中国裁判文书网.沭阳构美信息技术有限公司与李倩

- 演出合同纠纷一审民事判决书[EB/OL]. (2020-05-21)[2022-12-05]. <https://wenshu.court.gov.cn/website/wenshu/181107ANFZ0BXSK4/index.html?docId=ZWUIqLwQkQyrn6AAhmdpsIIHgn05ZkInG0g2XlJ1VdC1lVo2MbDsF/UKq3u+IEo4JEf18+XjW0p4a17W9stuKO/sooTHbZW06zm4EqFo5geA2GfjnO1EbNXJ3V0IRHTm>.
- [11] 中国裁判文书网.广州狮之谦服装有限公司、杨一枝合同纠纷二审民事判决书[EB/OL]. (2018-08-22)[2022-12-11]. <https://wenshu.court.gov.cn/website/wenshu/181107ANFZ0BXSK4/index.html?docId=+kS01PPtoq6OGuLzaRs+M0vSUTpatojOMeYIt+iAI9urC4o8JZGMf/UKq3u+IEo4JEf18+XjW0p4a17W9stuKO/sooTHbZW06zm4EqFo5gfOSK990EOoP76Me02ttYuI>.
- [12] 中国裁判文书网.许兴华、梨子与李予文化传媒(广州)有限公司合同纠纷二审民事判决书[EB/OL]. (2020-11-03)[2023-02-10]. <https://wenshu.court.gov.cn/website/wenshu/181107ANFZ0BXSK4/index.html?docId=pl5PTLOzdgk8IGf0Hc55dknboq3CJH3sY4mPWsZmRPGtwaX7pIv+MPUKq3u+IEo4JEf18+XjW0p4a17W9stuKO/sooTHbZW06zm4EqFo5gd8r040iPchdOcvR+eaw+vw>.
- [13] 中国裁判文书网.商丘熙腾文化传媒有限公司、宋振楠
联合合同纠纷民事一审民事判决书[EB/OL]. (2022-04-24)[2023-02-15]. <https://wenshu.court.gov.cn/website/wenshu/181107ANFZ0BXSK4/index.html?docId=Np7NlKPz4l36hai6YQo6GJjtx02J8DbLCiitePrumOSOjogtt8Wfv/UKq3u+IEo4JEf18+XjW0p4a17W9stuKO/sooTHbZW06zm4EqFo5ge8CTqyWucKVvKpLuA6s+sR>.
- [14] 中国裁判文书网.廖慧敏、佛山创艺文化传媒有限公司与合同纠纷一案民事二审判决书[EB/OL]. (2021-01-04)[2023-02-19]. <https://wenshu.court.gov.cn/website/wenshu/181107ANFZ0BXSK4/index.html?docId=AOerA/kqNAOuFr/vNUsHHRGps3osdYM40N2AZy+6cDHzYBhuUEXVXfUKq3u+IEo4JEf18+XjW0p4a17W9stuKO/sooTHbZW06zm4EqFo5gcSM7juHcpT011pbDwaZUSV>.
- [15] 飞瓜数据微信公众号.2023上半年短视频直播与电商生态报告[EB/OL]. (2023-07-26)[2023-07-28]. https://mp.weixin.qq.com/s/usDd_inSPRflgvX6rt4beg.
- [16] 肖开红,任梦洁,雷兵,等.直播间新锐品牌消费者认同形成机制研究[J].管理学报, 2023, 36(2):131-149.
- [17] 周伟华,李让.社交平台封禁账号行为的法理分析与规制完善[J].广西社会科学, 2023(11):109-116.

Research on the Commercial Value and Ownership of Live streaming Accounts

Xuan Liuyu

(Jingjiang College, Jiangsu University, Zhenjiang, Jiangsu 212028)

Abstract: Due to the commercial value of live streaming accounts, the ownership of accounts has become the focus of contention between different entities. At present, the ownership of live streaming accounts mainly belongs to live streamers, Multi-Channel Networks (MCNs) or platforms. The contract agreement between MCNs and live streamers, the correlation degree and personal attributes of live streaming accounts, and commercial value with due consideration to fairness have become important elements for ownership confirmation. For this reason, the article believes that strengthening the controllability of live streaming accounts, creating exclusive elements for live streamers, and implementing platform self-regulation are conducive to determining the ownership of live streaming accounts for enterprises or individuals.

Keywords: Live Streaming Accounts; Ownership of Accounts; Commercial Value; Personal Attributes; Fairness and Value

基于4I理论下品牌联名的新媒体传播实践与思考

第佳慧 崔佳悦 罗如轲 白雨荷 邱宇

(南京工程学院 江苏南京 211167)

摘要: 随着新媒体的迅速发展,品牌间的竞争愈加激烈,不断有品牌选择联名的策略和路径。如何将品牌联名做好,使营销传播达到1+1>2的效果成为品牌联名的关注点。相较传统的营销理论,4I理论能够更好地应用于新媒体时代。文章通过查阅国内外资料、了解现有研究状况,结合4I理论研究五个品牌联名典型案例在微信、抖音等平台的传播特征,分析品牌联名新媒体传播效果的影响因素,从而做出思考并得到一些启示,展望品牌联名新媒体传播的未来发展。本研究旨在通过可靠的数据分析,提炼总结品牌联名新媒体传播特性,最终帮助处于新媒体时代的企业品牌联名在传播效果上做出突破,进而推动品牌营销活动。

关键词: 4I理论; 品牌联名; 新媒体显著性; 品牌竞争; 营销模式; 传播效果

本文索引: 第佳慧,崔佳悦,罗如轲,等.基于4I理论下品牌联名的新媒体传播实践与思考[J].中国商论,2024(04):137-140.

中图分类号: F276.44

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-137-04

1 引言

随着网络媒体的快速发展、经济全球化的加快,人们进入了信息大爆炸时代。消费者的消费观念日益多元化,许多品牌开始与其他品牌进行联名合作。传统的营销理论,已经很难适应新媒体的传播。20世纪90年代,美国营销学教授唐·舒尔茨针对网络时代的信息传播提出了“4I”理论。“4I”理论更加适用于网络时代的营销环境且为营销人做了最好的指引。“4I”理论包括四个要素:“Interesting”“Interests”“Interaction”“Individuality”,即趣味原则、利益原则、互动原则和个性化原则。

基于中国企业品牌联名的现状,本文通过分析基于4I理论下的品牌联名新媒体传播中的影响因素并结合相关的传播案例,总结品牌联名在新媒体传播中的一般规律及传播特性,推导出品牌联名新媒体传播的影响机制,为品牌联名新媒体传播的发展方向提供新的传播策略。通过研究,读者一方面可以了解4I营销理论下品牌联名合作的特征及品牌联名在主流新媒体微博、微信、抖音等平台中的传播,另一方面可以为企业品牌联名营销的传播推广提供参考价值,帮助品牌进行革新和品牌定位,转化品牌形象^[1],提升品牌关注度及自身价值。品牌联合作为有效的品牌战略有助于企业品牌实现突破和创新。

2 基于4I理论的品牌联名新媒体传播案例的实践

2.1 奥利奥×周杰伦

奥利奥身为最会玩的饼干,可谓当之无愧的营销高手,

总能带给人们意想不到的创意。奥利奥携手品牌大使周杰伦,有节奏地为消费者们开启一场回忆之旅,诉说品牌精神。

从趣味性传播来看,奥利奥采用多种趣味性的产品呈现形式。“边吃边唱”的歌词装奥利奥,可以听歌的周杰伦限量版黑金音乐盒;用5万块奥利奥饼干拼出的一场“无与伦比”的地铁艺术展,以及线上版的“无与伦比”演唱会回忆杀广告等。奥利奥具有独特的产品创意,携手周杰伦推出《笑傲天下》水墨国风大片,以极致的中国风惊艳亮相。此外,奥利奥还从产品创意视频、线下艺术展体验、数字艺术等维度为用户打造全方位的国风视听盛宴。

从互动性传播来看,奥利奥采用线上线下营销玩法,为消费者带来全新体验。奥利奥×周杰伦无与伦比地铁艺术展,用5W块饼干拼出青春回忆,配合KOL打卡传播,有效运营TA人群,吸引海量UGC打卡。#周杰伦 上海地铁站#自然流量登上微博实时热点榜,一小时内,凭借上传最多打卡照,成功挑战吉尼斯世界纪录。此外,奥利奥推出了“定制版”包装,消费者可以利用品牌提供的108种创意贴纸,发挥想象,用自己的照片和贴纸进行“加工”,定制一个人专属的奥利奥包装。此玩法甚至吸引了刘雯、倪妮等众多明星的参与。

除此以外,奥利奥高效利用新媒体平台,吸引顾客主动参与到互动中来。社交平台上,达人矩阵种草和趣味直播双向拉动消费人群,并通过字节千川的投放高效引流抖音小店促成转化。

作者简介: 第佳慧 (2003-),女,汉族,江苏扬州人,会计学专业;

崔佳悦 (2004-),女,汉族,江苏连云港人,会计学专业;

罗如轲 (2003-),女,壮族,广西南宁人,市场营销专业;

白雨荷 (2004-),女,汉族,山西太原人,市场营销专业;

邱宇 (2004-),男,汉族,江苏连云港人,市场营销专业。

从个性化传播来看,奥利奥利用大数据等技术对消费者进行画像,以产品多样化来满足顾客个性化需求。在营销数字化的赋能下,奥利奥完成公域到私域的用户转化,深入洞察消费者的画像。借助天猫平台大数据分析,确定了更加细分垂直的核心受众——精致妈妈与新锐白领。在大数据的助力下,奥利奥将泛圈层受众精准缩圈到中坚力量人群。知道用户在哪,选择玩在一起的代言人就更有方向。

从利益性传播来看,奥利奥以情怀触动人心,给消费者带来情感共鸣,其旨在以玩心之名,开启用户们的青春回忆:一张极具青春回忆的印象海报展现在人们眼前,其细节之处引起不少网友的共鸣热潮。奥利奥践行社会责任,树立品牌形象,赢得消费者好评。在线下打造的“无与伦比”炫酷地铁展中值得一提的是,奥利奥秉承着环保低碳理念,此次十分注重材料的使用,在线下展览中使用的饼干均为超过保质期的回收产品,切实履行品牌的社会责任。

2.2 喜茶x茶颜悦色

从趣味性传播来看,喜茶和茶颜悦色将自身LOGO做成漫画。在漫画中,茶颜与阿喜协同畅玩长沙岳麓山,吃喜茶面包,喝茶颜悦色奶茶,最后还互相教对方说方言。两个品牌的可爱互动,十分吸引消费者的视线。

从互动性传播来看,喜茶和茶颜悦色是私域流量的代表,并且利用数据对用户进行洞察,反哺新品研发和营销策略调整。“喜茶和茶颜悦色联名”微博话题阅读量近5000万,两个品牌甚至建立了超话话题“恰杯茶不”,阅读量高达7000万。除此以外,双方还将这次的合作过程拍成vlog发布在B站上,视频都获得了较好的播放量。

从个性化传播来看,喜茶和茶颜悦色针对消费者的爱好,利用当下年轻人喜欢的潮流元素,抓住年轻人的消费心理,采用简单的logo设计使得消费者一眼就能认出。喜茶与茶颜悦色发布联名礼盒,有喜茶版本和茶颜版本,里面有联名双层玻璃杯、徽章、胸针、明信片和水桶礼盒。无论是什么,都让消费者感受到一种精致感和价值感。两个版本的联名产品各300份,官方店铺线上准时开售,不到几分钟就被抢购一空。

从利益性传播来看,在这个年轻人爱嗑CP的时代,喜茶与茶颜悦色再次精准洞察市场,破壁组成“喜悦”CP,俘获了众多年轻人的心。

2.3 故宫x须尽欢

从趣味性传播来看,故宫和须尽欢联名特别版冰淇淋在产品设计上添加了一些典型的故宫元素。包装上的太和殿金碧辉煌,“故宫联名特别版”logo采用金边来勾勒,包装背面附有文物故事的解释,在好吃好玩的同时又做到了科普。且文化的深度交融不止于包装,这款须尽欢冰淇淋的灵感来自古人纳凉解暑用的“团扇”,推出了3D立体团扇鲜牛奶系列冰淇淋。享用完冰淇淋后还会惊喜地发现棒签上随机印刻着的经典诗词诸如“春风得意马蹄疾”“人面桃花相映红”“忙趁东风放纸鸢”……无不彰显了传统东方之美,欣

赏传统雅韵,颇有趣味。

从互动性传播来看,为了吸引顾客,须尽欢官方在各大新媒体平台推出了各种免费好礼、抽奖等活动,让广大群众参与活动,也发布了相关话题,在每个新媒体平台账号尤其像抖音、B站这样短视频平台上都会有专人在后台进行日常化运营,做到对评论区的精选评论予以回复,抖音上关于话题#须尽欢故宫联名特别版冰淇淋有高达1008.3w次播放量,其他平台相关推广文章的点赞与评论也数量可观。须尽欢品牌旗舰店在抖音平台以直播的形式与用户互动的同时推广联名款冰淇淋。须尽欢故宫联名特别版冰淇淋通过以上的互动方式,一方面可以发掘消费者对产品的评论意见,进而对产品进行改进;另一方面可以使该冰淇淋和用户之间形成一种长期可靠、互相依赖的良性关系。

从个性化传播来看,企业按照不同个体差异化需求对市场进行细分,推动宣传片各种版本的涌现,满足用户需求个性化。须尽欢故宫联名特色版冰淇淋主要目标人群为年轻一代,针对年轻人对互联网有着较高的关注度,须尽欢在各大互联网新媒体平台发布了产品的创意广告,开展一系列特色活动,激发目标人群对新产品的尝鲜欲望,刺激消费。在“万物皆可联名”的时代,通过跨界联名,提高品牌知名度和产品竞争力,两者的目标群体具有一定的一致性,能够在一定程度上实现消费客群“共享”,同时,博物院与冰淇淋的跨界联名为消费者带来“新奇感”,从而激发品牌新活力,打开产品话题度^[2]。

从利益性传播来看,须尽欢故宫联名特别版冰淇淋满足了消费者的物质利益和精神利益。在物质上,须尽欢采用健康营养的配料,极力打造高品质产品。两款口味采用足量纯正鲜牛奶,桂花清新、奶香浓郁,诠释“中国风”的味道,与一般市面上冰淇淋相比食材更优,口感绵密,迎合了大众的消费需求;在精神上,国潮风是近年流行的一种消费风尚,产品韵味十足,所展现的中华文化自信与年轻一代的真实情感需求相碰撞,激发情感共鸣,形成强大品牌魅力。

2.4 名创优品x皮克斯

从趣味性传播来看,名创优品与皮克斯的联名利用可爱和有趣的形象,如《玩具总动员》中的巴斯光年和伍迪等,来吸引用户的注意力和兴趣。利用皮克斯电影的知名度和广泛的受众群体,名创优品可以创造一些新颖的营销和宣传活动,如电影主题的促销活动、皮克斯形象的展览等,吸引用户的关注和参与。

从互动性传播来看,名创优品通过与皮克斯的合作,创造了一些趣味十足的产品互动,如交互式游戏、趣味竞赛等,让用户感到新奇和愉悦。

从个性化传播来看,名创优品通过构筑个性化的交互语境,打造了一家集萌趣、潮流、互动于一体的三眼仔产品主题店。这里布置了一整面三眼仔公仔墙,还有由三眼仔公仔构成的迷阵空间,极具趣味,三眼仔产品主题店便成为大众公认不错的出片点。各平台的KOL纷纷前来打卡拍照,并

在社交平台上晒出自己购买的三眼仔产品。而后,打卡三眼仔主题店便在各社交平台流行起来。

从利益性传播来看,名创优品推出让消费者成为主题店的“云店长”并可参与创建的活动,极大程度上给年轻消费者带来了愉悦感,也维护了消费者自身消费利益与权益,满足自身的需求。

2.5 卡姿兰x敦煌博物馆

从趣味性传播来看,卡姿兰深入游戏和二次元圈层,深耕年轻人群,与梦幻西游和头部美妆共同打造了梦幻敦煌定制版,并且在游戏内深度植入,推出三界新妆——舞天姬敦煌妆容。卡姿兰重新发掘并在整个活动中贯穿使用“洞窟”这个视觉符号。每位消费者在使用敦煌颜色上妆时,都好似在创造新的敦煌艺术。敦煌美妆镜是品牌年轻化的体现,不仅体现了敦煌联名特色,还展现了锻造与壁画交相辉映的风采。

从互动性传播来看,卡姿兰玩转电商打造国潮美妆形象,邀请代言人佟丽娅直播,吸引站内外关注,带来沉浸式消费体验,直接引流双11“预售选品盛典”;卡姿兰与人民日报合作拍摄大漠与壁画宣传片,于2021年5月13日在微博对非遗联名进行预热,受到了消费者的广泛好评,转发量、点赞量、评论量数据都很高;卡姿兰在抖音、小红书、快手等自媒体平台邀请素人博主进行试用、宣传、推广,借助博主的人气对产品进行宣传,点赞量与评论量可观。利用粉丝红利,再加上博主进行抽奖等福利方式,获得路人好感,为产品积攒人气;在bilibili等年轻消费群体常驻的网站、APP发布使用敦煌联名的彩妆教学,吸引消费者购买。

从个性化传播来看,敦煌联名雾吻唇膏系列推出两个联名色号,唇釉则多达五个色号,眼影盘推出6种组合,粉底液也有多种肤色供消费者挑选,多样化、精致的定位受到消费者喜爱。

从利益性传播来看,“视觉营销 颜值为王 建立品牌高端时尚感”,卡姿兰发布高颜值宣传视频,在视频中,品牌代言人佟丽娅上妆联名产品,用曼妙舞姿展现敦煌风情。与此同时,卡姿兰推出敦煌联名系列彩妆的高颜值跨界礼盒,线下氛围包店抢占门店视觉C位,不仅满足了消费者的视觉享受,还兼顾消费者的送礼等社交需求,受到消费者的欢迎。

3 案例思考与启示

3.1 对品牌联名传播的思考

基于Z时代消费者的新特征和新需求,以“交换”为内核的品牌联名开始成为品牌营销的热门手段。众品牌对联名营销的追逐热捧,使当今逐渐演变为一个“万物皆可联名”的时代。但是品牌联名是一把双刃剑,能实现“1+1>2”的同时也可能会“1+1<2”。在联名产品泛滥的当下,许多品牌为联名而联名,但所产出的联名产品缺乏创新、质量缺乏保障,只是借联名的噱头吸引消费者目光,甚至借机抬高产品售价,导致最终反馈平平,拖累品牌本身。因此,品牌之间的联名如果不能交出让消费者满意的答卷就可能损害消费

者心目中的品牌印象。品牌联名的真正落点,应该是具有深度内容、新颖独特、能够引起消费者共识的产品,建立起品牌与消费者的心智桥梁,强化品牌形象,综合提高品牌的产品力和影响力。但这并不是短时间就能形成的,可能需要品牌间进行更多的投入、花费更多的时间,思考联名活动的深度内涵,打造有内容、有创意的联名产品。未来,品牌联名可能会变成一场长线作战,长线的品牌联名不但能使品牌利润增加、粉丝数量增长等,而且能够直观体现品牌价值,提高品牌形象、品牌文化等品牌的潜在价值,为品牌持续发展借力续航。

3.2 对新媒体传播的思考

随着新媒体技术的不断发展和普及,越来越多的品牌和企业采用新媒体营销传播方式,新媒体更好地打破了媒介之间的壁垒,消融了各个参与者之间的边界。同时,新媒体具有以下特点:具有个性化、表现形式丰富、消费者可选择性高、信息发布与传播及时。与传统媒体时代相比,新媒体时代中,传播力的影响因素主要为内容为王、融合为重、用户至上等中观和微观的因素,而非原本的宏观因素。首先,经营好内容,是新媒体传播最基本的保障;其次,新媒体时代,不仅要提供高品质内容服务,还要站在受众的角度,寻找恰当的、适宜相应内容传播的平台和终端;最后,新媒体时代,用户的主体意识被充分激活,用户掌握了选择权和传播权,新媒体尊重用户的知情权。品牌联名通过新媒体进行营销传播,可以更顺应新媒体时代的发展大趋势,让产品信息通过更多的平台达到受众,企业也可以通过采取各种举措来提高传播力。

3.3 对4I理论思考

随着新媒体的广泛发展,传统的营销理论已难以适应信息碎片化的时代,而4I理论能更好地迎合新媒体将受众作为中心的传播营销模式^[3]。4I理论可以帮助企业精准把握品牌定位,倾听消费者的心声,在基于双方利益共同点的立场下,通过互动式营销,满足消费者心理需求,将新媒体营销的功能发挥到极致。随着大数据时代的到来,许多网络广告平台针对消费者差异化需求,细分消费群体,并且对不同的群体设计各式各样的营销方案。个性化的营销方式让消费者产生“焦点关注”的满足感,使其更容易产生购买行动^[4]。4I营销理论以网络整合营销理论为中心,帮助企业营销渠道多样化,大大创新传统营销模式,有效降低营销成本,促进企业经济效益和社会效益双赢。

3.4 研究展望

近年来,越来越多的品牌采取联名策略,基于4I理论来实现品牌价值的提升,以及品牌口碑的良好传播。这对于许多的行业和领域来说,不失为一种相对不错的营销策略。

基于4I理论为准则的综合营销,研究企业的新媒体营销策略,既丰富了4I理论的应用场景,也对新媒体营销的理论研究有一定的补充,同时为其他行业的新媒体营销提供一些借鉴经验,不仅为其带来了新的营销理念,同时也带来

了新的发展机会,让传统企业在未来市场中的竞争力得到明显提升,给传统行业的健康发展带来一定的现实意义。本文针对营销过程中的传播环节进行具体分析,侧重于新媒体传播效果以及对品牌的影响分析。本课题在研究品牌产品本身特点的情况下,结合不同的联名方式、融合新媒体营销和品牌管理的双重理念,创造出新产品或是新服务^[5]。

3.4.1 经济效益

4I理论的指导,让消费者更好地看待网络营销,打开了经济市场。品牌合作克服了企业进行多样化经营的局限性,突破能力与资源的限制,提高了经济效益。企业进入新市场后,能够扩大企业品牌的认知范围。企业在进行品牌联名营销时,要努力克服其负面效应,发挥积极效应^[6]。在消费需求多样化的新时代,品牌营销必须做出相应的改进。品牌联名营销策略不仅能够提升自身品牌的价值,还能扩大品牌在不同领域的影响力。

3.4.2 社会效益

基于4I理论的指导,品牌联名新媒体营销在社会具有一定的效益,通过对本课题研究,联名品牌可以借助对方品牌的知名度,制造营销话题来吸引流量和眼球,借此提高品牌知名度,巩固品牌形象,扩大市场份额。消费者自身的消费体验不断完善,消费能力有所提高,消费商品也多元化、差异化、富有创意性,消费环境和氛围更是在互联网和新媒体技术等运营下都有所改善,一定程度上促进了社会生产力的发展。与此同时,对于企业、厂商来说,在品牌联名营销新媒体营销的作用下,商品不但能够在市场上得到广泛的

流通,而且可以根据消费者的不同需求、消费理念来进行设计创造,提高品牌与品牌、企业与企业之间的声誉。

4 结语

随着新媒体的不断发展,品牌联名深受大众欢迎,本研究通过了解国内外现状、界定相关概念并分析五个经典案例,研究基于4I理论的品牌联名新媒体传播的实践并加以思考。

案例分别基于趣味性、互动性、个性化、利益性对品牌联名新媒体营销传播的各影响因素进行数据分析,得到抖音、微信等平台的传播力影响因素数据统计,数据真实可信,总结出品牌联名在新媒体传播中的一般规律及传播特性,能够为品牌联名新媒体传播提供一定的参考价值、具有一定的借鉴意义。

参考文献

- [1] 王晶晶. 品牌联名新媒体传播推广策略研究[D].北京:北京服装学院,2020.
- [2] 孙梦雨,赵雅琪.基于4I理论的国产美妆花西子营销策略分析[J].中国商论,2023(1):66-68.
- [3] 邓行.从4I理论看网络的传播营销策略[J].传播与版权,2020(6):135-136+142.
- [4] 赵紫芸.新媒体时代品牌联名营销经验探讨:以野兽派联名系列为例[J].四川省干部函授学院学报,2021(3):67-70+58.
- [5] 褚萍.品牌联名营销策略研究[J].现代营销(经营版),2021(11):52-54.
- [6] 宁昌会.品牌联合的前置因素和溢出效应分析[J].财贸经济,2006(8):87-89.

New Media Communication Practices and Reflections on Brand Co-branding Based on the 4I Theory

Di Jiahui, Cui Jiayue, Luo Ruke, Bai Yuhe, Qiu Yu
(Nanjing Institute of Technology, Nanjing, Jiangsu 211167)

Abstract: With the rapid development of new media, the competition among brands is becoming increasingly fierce, and more brands choose to seek for co-branding strategies and pathways. The way to reach good cooperation and leverage co-branding partnerships has become the focus of brand co-branding. Compared with traditional marketing theories, 4Is marketing theory can be better applied to the new media era. By referring to domestic and foreign information and the existing research status, and combining with the 4Is marketing theory, this paper studies the communication characteristics of typical cases from five co-branding partnerships on WeChat, Douyin, and other platforms and analyzes the influencing factors of the new media communication effect of co-branding practice, so as to make some conclusions and get some insights, and look forward to the future of co-branding in new media communication. This paper aims to extract and summarize the communication characteristics of new media in co-branding through reliable data analysis, and finally help enterprises in the new media era make breakthroughs in the communication effect of co-branding and promote brand marketing activities.

Keywords: 4Is Marketing Theory; Co-branding; New Media Salience; Brand Competition; Marketing Models; Communication Effects

我国跨境电商服务行业发展趋势研究

张慧

(河南工业贸易职业学院 河南郑州 451191)

摘要:近年来,跨境电商服务行业受到了广泛关注。新时期,企业成本结构发生了较大变化、行业合规化趋势愈演愈烈,供需关系也发生了深刻变革。跨境服务商通过跨地区、多平台的形式不断拓宽业务范围,提升服务价值内涵,巩固自身竞争地位。此外,当前TikTok平台的流行和语言障碍的破除为跨境服务商提供了新的发展机遇。相关服务商依托专业资源为跨境卖家创造和传递价值,探索跨境电商共赢模式。同时,服务商还通过创新的技术和服务,为卖家提供更高效、更便捷的服务,帮助卖家降低成本、提高效率。综上,服务商在跨境电子商务领域中扮演着越来越重要的角色,为卖家提供了更多的机会和更好的服务。

关键词:跨境电商;电商平台;流通体系;中国品牌;合规化;国际贸易;跨境物流

本文索引:张慧.我国跨境电商服务行业发展趋势研究[J].中国商论,2024(04):141-144.

中图分类号: F724.6; F719

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-141-04

跨境电商服务行业是指通过互联网平台,实现国际贸易的一种模式。近年来,随着我国电子商务的快速发展,跨境电商服务行业得到了迅猛发展。企业和个人开始涉足跨境电商领域,推动了行业的不断创新和发展。

1 跨境电商的类型

从交易主体角度来看,跨境电商可以分成B2C跨境电商、B2B跨境电商以及C2C跨境电商等主要类型。

B2B跨境电商,即Business-to-Business,是企业之间通过互联网进行大宗商品贸易的商业模式。在这种模式下,交易双方通常来自不同国家的企事业单位,通过跨境电商平台进行产品展示、信息交流、贸易磋商、合同签订以及支付结算等商务活动。B2B跨境电商的交易规模通常较大,涉及的商品种类也较为丰富,主要包括原材料、半成品、成品等。这种模式由于其单次交易规模较大,因此通常需要采取在线下完成交易的方式,即通过跨境物流将商品送达买方手中。

B2C跨境电商,即Business-to-Consumer,是企业直接向消费者销售商品的商业模式。在这种模式下,交易双方通常来自不同国家的企事业单位和消费者,企业通过跨境电商平台向消费者展示产品信息、接受订单、提供支付结算以及完成商品配送等一条龙服务。B2C跨境电商的交易规模通常较小,涉及的商品种类也较为单一,主要包括生活日用品、美容护肤、数码电器、食品饮料等。这种模式的单次交易规模较小,因此通常可以通过跨境物流将商品送达买方手中,从而直接在线上完成整个交易过程。

除上述两种主要类型外,跨境电商还有其他一些细分类型,例如C2C跨境电商,即Consumer-to-Consumer,以及

B2B2C跨境电商,即Business-to-Business-to-Consumer等。这些细分类型的交易主体和商业模式各不相同,但都是在互联网技术的支持下,通过跨境物流完成的贸易活动。

跨境电商业务流程涉及多个环节和多个方面。为了确保跨境电商的顺利运营和发展壮大,需要买卖双方、跨境电商平台以及相关服务商共同努力,提供更加优质的产品和服务,优化用户体验,降低成本和风险。

2 跨境电商发展的宏观推动力

跨境电商发展的宏观因素主要表现在以下三点。

2.1 中国品牌崛起的时代机遇

中国进入WTO后,通过贸易全球化中国企业走向世界。早期中国企业发挥劳动力人口优势,通过接收境外订单,以低成本的生产,经过高水平工人的劳作,产出高品质产品,因此我国的出口商品以高性价比在国际市场形成巨大优势。同时,通过引进—消化—吸收的技术升级路径,企业技术得到质的飞跃,为保证出口商品质量提供坚实基础。这种技术保障不仅为我国企业提供了更加可靠的生产手段,还为我国商品的品质和生产效率提供了坚实保障,进一步提升了我国商品的国际竞争力。这一时期被称为工程师红利期,期间开始出现电商平台卖家,通过各种渠道引流吸引消费者购买高性价比中国商品。后来,随着消费者的逐渐成熟和设计师水平的显著提升,进入设计师红利期。成熟消费者的比重显著提升,商品的关注点逐渐转移到价值认同、个性化的创意及满足消费者的个性化需求,一批具有浓厚中国文化特色的品牌赢得良好的市场口碑,并成功进军国

作者简介:张慧(1979-),女,河南焦作人,教授,高级经济师,研究方向:职业教育、物流与供应链管理。

际市场。同时,海外消费者出于对中国文化的喜爱,对极具中国风的中国品牌认可度不断提升。自2018年中国品牌认知度一直上升,从14.9%增至2021年19.8%;中国品牌的购买意向也由2018年的8%增至2021年的9.4%。

2.2 政策发展完善与“十四五”时期的机遇

跨境电商的良性发展离不开政策和规范的建立,特别是开放程度的规定。我国跨境电商有近20年的发展历程,相关政策的演进大致经历了三个阶段:萌芽期—发展期—爆发期。2004—2007年是电商行业发展的政策萌芽期,电商行业的相关政策开始制订,这一阶段侧重于规范行业乱象;2008—2012年是发展期,电商领域的运行规则和监管、支付结算等具体措施出台,并通过试点,引导行业健康发展;2013年至今政策主要集中在出口与关税等领域,旨在推动电商出海。疫情期间,国际贸易往来受到极大限制,跨境电商乘势发力,成为推动外贸转型升级、打造新经济增长点的重要突破口。

“十四五”将成为跨境电商重要的战略发展机遇期,相关支持政策密集出台。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》于2021年3月发布;2021年6月发布的《“十四五”商务发展规划》中明确提出支持跨境电商与海外仓的发展;7月《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态模式的意见》中提出在全国适用跨境电商B2B直接出口、海外仓监管模式等便利政策;9月敦促国企参与的《国企电子商务创新发展行动》发布;2022年1月发布的《“十四五”现代流通体系建设规划》中明确提出“发展外贸新业态,促进跨境贸易多元化发展,鼓励跨境电商平台完善功能,引导企业优化海外仓布局,提高商品跨境流通效率”的发展目标。新时期的系列政策为跨境电商的高质量发展保驾护航。

2.3 综合试验区不断扩增

在推动外贸转型升级和打造经济新的增长点中,跨境电商电子商务综合试验区作用凸显。至2022年初,我国已在全国30个省区市的132个地区设立了跨境电商综合试验区,“陆海内外联动、东西双向互济”的格局已形成。2022年初,鄂尔多斯等27个城市和地区被国务院批复同意设立跨境电子商务综合试验区,进一步推动了跨境电商的发展。

自2015年在杭州第一次设立跨境电子商务综合试验区以来,国家又分5批设置了105个综合试验区,这些试验区先后设置在天津、上海、苏州、洛阳、南宁,长沙、芜湖,湛江、绵阳,营口等城市和地区,为当地经济发展注入了新的活力。新增的跨境电商综试区基本集中在中部、西部城市 and 地区,为这些地区的经济发展带来了新的机遇和挑战。随着跨境电商综试区的不断扩增,跨境电商的发展模式逐渐多元化、复杂化,推动着中国跨境电子商务的快速发展和创新。

3 跨境电商发展的中微观驱动

除了以上三个宏观因素,还有一些中观和微观因素也在推动跨境电商的发展。

3.1 中观层面驱动

在中观层面,首先是中国电商平台的国际化趋势。近年来,中国的电商平台如阿里巴巴、京东、拼多多等也在不断拓展国际业务,为跨境电商的发展提供了重要支持。例如,阿里巴巴通过收购和合作等方式,在多个国家和地区拥有了自己的跨境电商平台,为卖家提供了更广阔的市场和机会。京东则在多个国家开设了海外分部,为卖家提供了更全面的物流和售后服务。拼多多通过与多个国家的品牌和供应商合作,打造了多个国际品牌和供应链,为消费者提供了更加多元化的商品选择。

其次,品牌出海和第三方卖家崛起成为跨境电商的亮点。随着中国品牌的崛起和国际化程度的提高,越来越多的中国品牌受到海外市场的青睐,通过跨境电商平台将产品销售到全球市场已非常容易。同时,通用的跨境电商平台上第三方卖家也在崛起。这些卖家通过与品牌合作,或者从供应商处采购优质商品,在平台上销售,为消费者提供了更多元化的商品选择和更优质的服务体验。

3.2 微观层面驱动

在微观层面,消费者行为和心理的改变也推动了跨境电商的发展。随着年龄、收入水平、受教育程度等方面的变化,消费者对于商品的需求和购买行为也在不断改变。年轻消费者更加注重品质、个性和创意,对于传统商品的购买意愿减弱,而对于具有创新设计和高品质的产品更为青睐。这种消费趋势的变化,为跨境电商的发展提供了更多的机会和空间。

综合以上因素,跨境电商行业未来几年将继续保持高速发展。艾瑞咨询的数据显示,2021年中国跨境电商市场规模已经超过12万亿元人民币,预计到2025年将达到18万亿元人民币。同时,政策支持和综合试验区的建设也将继续推动跨境电商的发展,为中国品牌和经济的发展带来更多机遇和挑战。

4 近期跨境电商面临的挑战

4.1 电商平台结构集中

随着电商行业的发展,大型电商平台如Amazon、阿里巴巴等逐渐成为市场的主导,这导致中小型电商平台在竞争中处于劣势。大型电商平台具有更多的流量和资源,能够吸引更多的卖家和消费者,从而进一步巩固其市场地位。这种结构集中化的趋势使中小型电商平台在获取流量和资源方面面临更大的困难,进而影响到跨境电商业务的发展。当前,全球最大的外贸交易平台依旧是Amazon,它在世界发

达国家和地区拥有庞大的消费者群体。根据Statista2020年的数据,亚马逊在跨境电商领域的份额占比达到26%,其次是阿里巴巴的速卖通(AliExpress),占比19%,以及eBay占比11%。市场份额越大的平台越容易收集和掌握双边市场数据,因此更容易定向投放广告,从而形成马太效应。

4.2 物流成本的上涨

新冠疫情对国际贸易造成严重影响。2020年开始,海运费用的上涨给跨境贸易商品的物流成本带来了巨大压力。例如,苏伊士运河阻塞事件以及美国港口卡车司机罢工事件均对欧洲运输路线和一些美东路线的运输造成了严重损失,船运公司随即哄抬价格,将欧线运价推高至峰值时期的18000美元,美线价格则达到前所未有的22000美元,导致跨境电商卖家的物流成本快速上涨,直至高峰。随着全球物流费用的上涨,跨境电商的物流成本也呈现不断上升的趋势。物流成本的不断增加给卖家带来了极大压力,不仅增加了其运营成本,还可能影响到利润空间。此外,跨境电商的物流周期相对较长,这使得卖家的交货时间受到限制。一旦物流周期过长或者出现延误,就可能导致买家的不满和退货,从而给卖家带来损失。

4.3 合规化趋势的影响

随着疫情的持续影响以及国际贸易矛盾的日益加剧,规则约束越来越严格,特别是平台层面、知识产权层面和国际贸易层面规则越来越有针对性。这些合规化趋势导致许多依靠“模糊”策略盈利的跨境电商企业丧失盈利途径,甚至包括一些业内排名靠前的知名企业。合规化对于市场的良性发展起着重要的推动作用。随着全球贸易环境的不断变化和监管政策的不断加强,跨境电商必须更加注重合规化运营。合规化运营不仅涉及税收、知识产权保护等问题,还涉及数据安全和隐私保护等问题。如果跨境电商不能更好地应对这些合规化挑战,就可能面临法律风险和罚款等损失。因此,学习掌握并理解相关的合规政策,建设良性跨境电商生态和运行规则已成当务之急。

5 跨境电商服务行业的发展趋势

5.1 行业规模与增长

跨境电商服务行业的规模不断扩大,增长速度持续加快。根据相关数据,2021年中国跨境电商市场规模已超过12万亿元人民币,预计到2025年将达到18万亿元。这表明跨境电商服务行业的市场规模将持续扩大,增长潜力巨大。一方面,越来越多的中国品牌开始走出国门,通过跨境电商平台将产品销售到全球市场。另一方面,跨境电商服务行业也开始向更多国家和地区拓展,为当地企业提供服务。

5.2 TikTok成为新兴营销平台

伴随电子商务快速发展,电商卖家不满足于依附现

有平台,不断开发出属于自己的APP。但是一个APP获取流量的难度太大,于是卖家逐渐转战新兴的媒体平台,如TikTok(抖音),现在以短视频+直播的TikTok成为跨境品牌的必争之地。前期通过短视频吸引流量,成为网红IP后开始变现,这种模式已经非常成熟。随着TikTok的火爆,大量跨境卖家开始抢占先机,然而他们通常无法通过自身资源和精力形成良性商业闭环,这时就需要大量能提供有效服务的专业服务商。随着TikTok的跨境电商变现路径逐渐成熟,给卖家和服务商带来可观的收益,提供培训等增值服务也越来越多,以帮助第二批入局者尽快掌握规则。

5.3 小语种市场成为新的“掘金之地”

由于英语的国际优势,欧美的高价市场成为我国跨境电商的理想目的地。但是近年来,欧美电商市场已趋饱和,且由于其他原因,对中国的贸易政策性合规要求加剧。随着语言技术的普及,原来的小语种地区由于语言障碍不变贸易的劣势已不在,这些地区成为中国跨境电商的蓝海。

5.4 消费者行为变化

消费者行为和心里的改变对跨境电商服务行业产生重要影响。疫情后的新常态极大颠覆了全球消费者的消费行为及消费心理,也对全球零售格局带来了深远影响。消费者更加注重商品的品质、价格、售后服务等方面,跨境电商企业需要不断提升自身的产品质量和服务水平,以满足消费者的需求。消费者对品质、个性和创意的追求,使其更倾向于购买具有创新和高品质的产品。同时,消费者对购物体验的追求也推动了跨境电商服务行业不断创新和提升服务质量。此外,随着社交媒体的普及,消费者在购买前会通过社交媒体了解产品信息和用户评价,这对跨境电商企业的营销策略提出了新的要求。跨境电商企业需要加强社交媒体营销,提高品牌知名度和美誉度。

5.5 技术驱动的创新

技术驱动的创新是跨境电商服务行业的重要趋势。随着人工智能、大数据、云计算等技术的广泛应用,跨境电商服务行业的改进主要表现在用户体验、成本控制、运营效率等方面。例如,通过应用人工智能和机器学习技术,电商平台可以更好地分析用户需求和行为,为卖家提供更精准的推广和营销策略。此外,智能驱动成为跨境电商AI技术的重要方向之一,这类AI技术可以更好地把握消费者需求、协助商家提高运营效率和改善用户体验。

另外,直接连接消费者(DTC)品牌、供应链能力、产品创新、线上线下融合等也成为产业供应链关注的重点。

5.6 合规化与政策支持

跨境电商服务行业合规化是当前全球跨境电商发展的必然趋势。当前,跨境电商出口的合规性已经进入了新的阶

段,不再只是简单地遵守政策规定,而是需要在经营的整个过程中,具有合规意识,特别是在品牌、环保、安全、纳税等方面具有合规理念。整个供应链的合规将带动整个产业链的规范化发展,从而促进优质国货的出口,有助于提升我国在全球竞争中的地位。跨境电商企业需要了解目标市场的法律法规和标准,建立健全的内部管理制度和风险控制体系,确保产品质量和售后服务等方面符合目标市场的要求。此外,税务合规也是跨境电商企业必须关注的问题之一。通过专业化的运作,提高跨境电商在政策,特别是税收政策领域的合规性。

5.7 供应链和物流体系的优化

跨境电商服务行业的供应链和物流体系是影响其效率和成本的关键因素。伴随技术发展,市场竞争的白热化,促进众多的跨境电商服务平台优化自身的供应链物流和供应链体系。通过与优质供应商建立战略合作关系、采用智能物流技术等方式,提高供应链的透明度和物流效率,以提升用户体验和降低成本。

总之,中国跨境电商行业的发展前景广阔,同时面临着诸多挑战和风险。跨境电商从业者需要加强自身能力建设和服务水平提升,积极探索新的商业模式和营销策略,同时需要遵守当地法律法规和 market 规则,注重商品品质和服务质量提升;加强与品牌和供应商的合作与沟通;注重知识产

权保护和合规经营等方面的工作。只有这样,才能更好地把握时代机遇和市场变化趋势,实现自身发展和产业升级的双赢局面。

参考文献

- [1] 祝艳丽.浅析我国跨境电商存在的问题及对策[J].现代职业教育,2016(34):24-27.
- [2] 黄忆静.跨境电商新卖家选品策略研究[J].商讯,2019(17):15-19.
- [3] 王娜.传统外贸向跨境电商转型的路径研究[J].经贸实践,2018(2):45-47.
- [4] 杨璐源.文化差异对东南亚跨境电商的影响研究[J].中国集体经济,2021(18):33-36.
- [5] 刘莎.我国跨境电商现状及对策研究[J].经贸实践,2018(19):21-23.
- [6] 唐勇.试析跨境电商交易发展现状及管理政策:以成都跨境电商发展为例[J].环渤海经济瞭望,2018(6):38-41.
- [7] 周心怡.我国跨境电商发展的研究[J].全国流通经济,2018(24):32-34.
- [8] 王羽丹.试论跨境电商现状分析及趋势[J].中外企业家,2019(13):25-29.
- [9] 周晔.我国跨境进口电商发展的SWOT分析与研究[J].现代商业,2016(26):18-21.
- [10] 王会欣.中小外贸企业在跨境电商背景下的转型升级研究[J].现代营销(经营版),2020(8):16-19.
- [11] 中国跨境电商服务行业趋势报告[R].艾瑞咨询系列研究报告,2022-06-30.

Research on Development Trends of Cross-border E-commerce Service Industry in China

Zhang Hui

(Henan Industry and Trade Vocational College, Zhengzhou, Henan 451191)

Abstract: In recent years, the cross-border e-commerce service industry has received widespread attention. With changes in enterprise cost structures and trends toward compliance with industry regulations, the supply-demand relationship in the industry has undergone profound changes. Cross-border service providers continue to expand their service scope through cross-regional and cross-platform models and enhance their service value to consolidate their competitive position. Additionally, the emergence of platforms such as TikTok and elimination of language barriers provide cross-border service providers with new opportunities for development. Service providers utilize their professional resources to create and deliver value for cross-border sellers, actively exploring a future path toward cooperation and mutually beneficial outcomes. At the same time, service providers also adopt innovative technologies and services to provide sellers with more efficient and convenient services, helping them reduce costs and increase efficiency. In conclusion, service providers are playing an increasingly important role in the cross-border e-commerce by providing sellers with more opportunities and better services.

Keywords: Cross-border E-commerce; E-commerce Platforms; Circulation System; Chinese Brands; Compliance; International Trade; Cross-border Logistics

“互联网+”背景下贵州非遗文创产业发展路径研究

黄雪雯 袁龙娟 何林洁

(黔南民族师范学院 贵州都匀 558000)

摘要: 非物质文化遗产是人类历史长河和在人们日常生活中凝聚而成的文化精粹,非遗文化的艺术价值、工艺价值、文化价值以及商业价值等都将在文创设计时焕发新机,而形成产业将会激发出最大的发展潜能。目前,随着信息技术和互联网的飞速发展,贵州非遗的保护、传承以及发展迎来了新契机,而非遗文创产业是对其传承与保护的重要途径,也是推动经济增长的有效方式。本文在“互联网+”背景下分析贵州非遗基本现状及存在的问题,并为贵州非遗文创产业提出发展路径建议,以期促进贵州非遗产业的可持续发展,进而助力贵州经济发展。

关键词: “互联网+”; 贵州非遗; 文创产业; 文化产业发展; 旅游资源

本文索引: 黄雪雯,袁龙娟,何林洁.“互联网+”背景下贵州非遗文创产业发展路径研究[J].中国商论,2024(04):145-148.

中图分类号: F592.7

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-145-04

2022年,国务院公开发布《国务院关于支持贵州在新时代西部大开发上闯新路的意见》,意见明确提出:“加强民族传统手工艺保护与传承,打造民族文化创意产品和旅游商品品牌。加快优秀文化和旅游资源的数字化转化和开发,推动景区、博物馆等发展线上数字化体验产品,培育一批具有广泛影响力的数字文化和旅游品牌”^[1]。中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》也明确表明:“非物质文化遗产是中华优秀传统文化的重要组成部分,是中华文明绵延传承的生动见证,是连结民族情感、维系国家统一的重要基础”^[2]。贵州作为少数民族聚集区,拥有丰富的非遗文化资源,随着“互联网+”模式的不断普及、融合与发展,为贵州非遗文创产业的发展提供了新思路。然而,贵州非遗文创产业发展起步晚以及地缘条件等影响,贵州非遗文创产业的发展潜力受到限制。因此,如何在“互联网+”背景下探索贵州非遗文创产业发展的合理路径,对于促进贵州经济发展意义重大。

1 贵州非遗文创产业发展概况

近年来,随着信息化时代的来临,互联网的作用愈加凸显,因此逐渐涌现出“非遗+”的发展模式,尤其是“互联网+”中加号的无限可能性,更进一步激励了人们对这种模式的研究,它在强调运用互联网技术和思维的基础上,鼓励跨界合作发展。同时,国家对非遗文化的重视,更是催生出“互联网+非遗文创”模式的出现,正是这样,传统的设计生产模式和营销策划模式被打破,销售渠道变得更加多样,并且为非遗文化构建了可持续发展道路。

1.1 基本情况

贵州拥有丰富的民族文化资源,非遗文化资源分布于贵州省内9个市(州)内,据统计,68%的国家级非物质文化遗产代表性项目名录在黔南、黔东南、黔西南三个自治州,其中黔东南州所占的比重高达49.2%,数量最多。同时,贵州不但文化资源种类多样,而且许多的文化资源发展成为国家级、省级非物质文化遗产,如表1所示。

表1 贵州省部分非遗资源汇总表

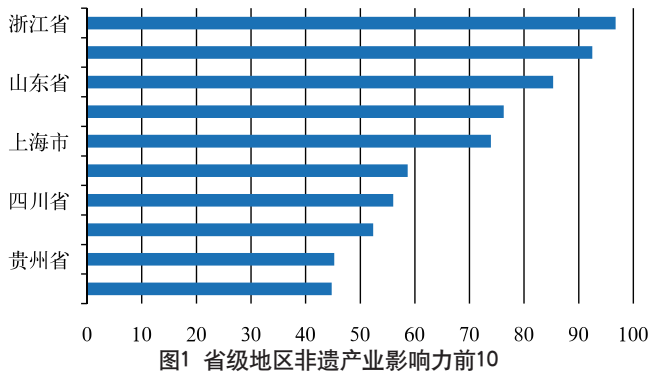
类别	名称	数量
非遗项目	国家级非遗项目	99项(159处)
	省级非遗名录	628项(1025处)
	市、州级名录	1000多项
	县级名录	4000多项
传统村落、特色村寨	中国传统村落保护名录	724个
	中国少数民族特色村寨名录	312个
非遗传承人	国家级非遗代表性传承人	96名
	县级非遗项目代表性传承人	402名
	市、州级非遗代表性传承人	1300多人
	县级非遗项目代表性传承人	6800多人
示范基地	国家级非遗生产性保护示范基地	3个
	省级非遗生产性保护示范基地	57个

数据来源:贵州省人民政府。

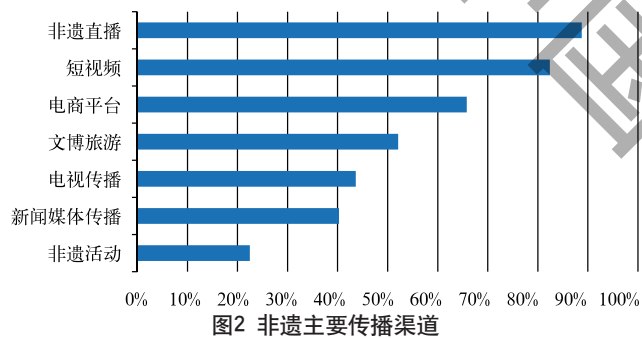
基金项目: 贵州省高校人文社会科学研究项目资助(2023GZGXRW117)。

作者简介: 黄雪雯(1990-),女,土家族,贵州都匀人,讲师,硕士研究生,研究方向:旅游景观、文创设计。

通过《2022年非物质文化遗产消费创新报告》(简称《报告》)中对全国31个省(自治区、直辖市)非遗产业影响力的统计,贵州省的产业影响力达到了前10,如图1所示。



图片来源:《2022年非物质文化遗产消费创新报告》。同时,通过《2022年非物质文化遗产消费创新报告》(简称《报告》)可知直播是非遗传播最主要的渠道,正是通过直播和短视频等传播渠道,各种文化纷纷出圈。比如正是由于短视频的流行使“小时迁”扮演者走红于网络,引发了人们对潮汕英歌的关注。



图片来源:《2022年非物质文化遗产消费创新报告》。随着贵州非遗产业影响力的逐渐提高,贵州省政府更加重视非遗产业的发展,同时为了贵州非遗的保护和发展奠定坚实的基础也出台了許多相关政策,如表2所示。

表2 贵州省部分非遗文化相关政策整理表

时间	政策
2022年	《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的实施意见》 《关于持续推动非遗工坊建设助力乡村振兴的通知》
2021年	《贵州省“十四五”非物质文化遗产保护规划》
2020年	《贵州省文化产业创新发展工程专项行动方案》
2017年	《贵州传统工艺振兴计划》
2014年	《贵州省非物质文化遗产保护发展规划(2014—2020年)》
2012年	《贵州省非物质文化遗产保护条例》
2002年	《贵州省民族民间文化保护条例》

数据来源:笔者自理。

总之,贵州正依托丰富多彩的非遗资源助力发展,随着

贵州非遗产业影响力的逐渐提高,贵州省的非遗文创产业取得更大发展。

1.2 发展现状

随着生产力的发展、市场化进程的推进以及互联网的广泛使用,有关非遗保护、传承和发展不断得到人们的关注,因为其所具备的文化价值、市场价值、产业价值等蕴藏着巨大的发展潜力。尽管贵州拥有丰富的非遗资源,但贵州非遗文创产业起步较晚,因此贵州非遗文创产业还存在内涵不足、缺乏创新、传承困难、市场混乱等问题。

1.2.1 内涵不足,缺乏品牌意识

首先,贵州当下的文创设计对非遗文化元素基本是直接转化,其不仅仅是符号元素的提炼与转化问题,更是没有进行深入的文化挖掘与思考,导致目前市场上销售的贵州非遗相关的非遗文创产品是忽视民族文化内涵的最为表象的,也只是将民族文化元素作为素材来拼凑堆积出来的千篇一律的作品。比如,水族马尾绣相关的文创产品,都只是将相关的非遗文化元素符号原封不动的移动到不同载体上。其次,贵州非遗文创产业多为家庭小作坊式,常忙于为其他企业或个人代工,缺少专业营销知识和对品牌的认知,加上缺少信息时代的思维,难以促进贵州非遗文化产业品牌的构建。比如,花西子推出的“苗族印象”系列美妆产品,就是在深入挖掘民族文化的基础上充分将非遗传统工艺与知名时尚彩妆进行了融合。

1.2.2 缺乏创新,附加值低

首先,类型单一。贵州的非遗文创产品以手机壳、杯子、明信片、T恤、帽子等日常物品为主,虽然有民族特色,但产品类型出现模式化现象;其次,过于传统。文创产品过于贵州传统的非遗产品非常精美,但是大部分已经不符合现代审美;最后,互动感差。贵州的非遗项目基本以线下体验为主,不能满足现代消费者线上体验甚至是参观的需求。比如,高陵就在2023年推出了采用VR模拟场景技术的非物质文化遗产数字展厅,不仅活化了非遗文化,还拓展了非遗文化传播的途径。

1.2.3 宣传渠道单一,传承困难

非遗传承与传播是活态和动态的,传统非遗文化的传承与传播途径主要以人为载体,但随着信息化时代的发展,传统的传承与传播途径已经无法顺应时代的发展。贵州的非遗文化资源虽然丰富,但是很少被广泛认知,加之年轻人对传统非遗的印象仍然停留在制作周期长、繁琐、经济效益低等,导致其对传统非遗工艺传承与传播的责任感不足,造成非遗传承断层和技艺流失,进而使贵州非遗逐渐走向衰落和失传。互联网直播、短视频的兴起,越来越多的非遗重新被大众关注,非遗也越来越年轻化。但是,贵州非遗相关的企业并没有很好的抓住“互联网+”的发展机遇,造成了

知名度和影响力不足的现象。比如,水族马尾绣国家级传承人的公司,非遗产品的传播方式还是依靠研学、旅游、展览以及朋友圈等传统途径,没有充分发挥出直播、短视频的现代传播方式的优势。

1.2.4 产业规模小,产业链不完整

首先,贵州非遗文创产业发展不均衡。贵州的非遗企业一般分布在各个村落,并且生产方式是粗放式和零散式的,大多数的非遗作坊或公司只是作为一个独立体进行发展,因此抵御市场风险的能力较低;其次,贵州的非遗文创产业不完善,不但存在着市场标准不同意、缺乏专业的设计人才等问题,而且产品销售渠道十分单一,仍然以线下销售旅游纪念品为主。比如,水族马尾绣国家级传承人韦桃花和宋水仙的公司,作为较有影响力的两家销售马尾绣文创产品的公司,其销售渠道仍然以线下为主,在淘宝和小红书等平台上竟然没有该品牌的商铺。

除了以上问题外,贵州文创产业的发展还存在着制作水平参差不齐、功能局限、知识产权意识淡薄、消费者认同感低等问题。这些问题反映了贵州非遗文创产业在发展过程中存在困难与挑战,同时是贵州非遗产业结构升级的历史性机遇。

2 “互联网+”背景下贵州非遗文创产业发展路径建议

新时期下,贵州非遗文创产业要实现跨越式发展,就必须顺应“互联网+非遗文创”模式的发展潮流,致力于打造高质量、高效益的非遗产业,坚持非遗产品面向大众与面向市场的发展理念,为贵州文创产业和经济发展助力。

2.1 深化内涵,树立品牌意识

贵州进行非遗文创过程是要深入挖掘符号元素的文化内涵,既不能照搬照套、强硬嫁接,也不能完全丢失非遗的文化特色。因此,在创作过程中要注重比例、取舍、融合之间的关系;要坚持在传承的基础上进行创作,提炼与转化具有典型性、艺术性的精彩部分,去粗取精,将非遗人民的智慧充分展现出来;要立足民族的区域属性、文化属性,将民族的文化特色、民俗文化等特点进行转化和升华。例如,贵州水族的马尾绣作为国家级传统美术类,无论是丰富图案所表现出来的意趣美,还是刺绣作品呈现出来的浮雕质感,都是文创产品设计师设计时的重要灵感来源。同时,打造知名品牌。非遗文创产品最终的可持续生存之道是建立品牌,因此,应融合政府、企业、媒体、消费者等多元力量,发挥各个主体的长处,在体现贵州非遗文化特色、深挖民族非遗概念,助推贵州非遗文创产品品牌的塑造。

2.2 不断创新,提高产品附加值

大数据时代,在充分了解当今市场信息传播特征和消费者的消费行为特征的基础上进行文创产品设计,准确针对消费者设计出适宜的文化产品。目前,贵州的非遗企业和

作坊生产出来的文创产品类型较为单一且同质化严重,因此,将民族文化符号元素与现代时尚审美方式进行融合势在必行,在保留原有特色的基础上,增加产品的趣味性、时尚性和实用性。贵州传统的非遗产品虽然有非遗特色,但实用性远远不够,导致不能吸引消费者。同时,设计出的产品要符合消费者的审美需求,比如水族马尾绣传统的配色极其喜爱采用红色和绿色等明亮的颜色,但是这种配色已不符合当代人的审美,因此在进行文创产品设计师时,大多设计师更愿意使用蓝色和粉色设计出简约清新的产品。除此之外,博物馆、美术馆等公共空间作为传统展示非遗文创产品的展示场所,无论是场馆的氛围还是陈列形式不但让人们觉得单调乏味,而且会让受众产生距离感。因此,非遗文创产品作为一种不拘一格的创新艺术形式,更需要打破时间与空间的限制,比如故宫博物院打造的全景故宫和数字多宝阁。全景故宫通过VR全景技术,以地理位置为线索,利用三维空间整体上展示故宫全貌,让游览者就算是线上也有一种身临其境的感觉;数字多宝阁则利用高精度的三维数据展示文物的细节和全貌,为游览者提供线上零距离360度触摸文物并为之互动的机会。

2.3 拓展宣传渠道,提高影响力

贵州非遗文创产品兼具民族性与现代性,但目前贵州非遗文创产品的品牌策划宣传方面基本还保留传统的方式,不但与当代人的生活需求与审美需求相差甚远,而且很难达到理想的宣发效果。在互联网发展日新月异的今天,重新布局对非遗文创产品的品牌推广宣传势在必行,充分整合线上线下丰富多样的信息传播模式,构建信息化时代的品牌宣传策略,综合运用各种传播渠道,使不同类型的人群了解贵州非遗文化,将贵州非遗文创产品深度嵌入人们日常生活的方方面面,而充分运用各种传播渠道是达到这种目的最好的途径。比如,借助微博、微信公众号、小红书、抖音、快手、哔哩哔哩等网络平台诠释贵州非遗文化的故事,同时应依托当地政府、博物馆、非遗协会、官方媒体、报纸等官方平台,开拓多维宣传渠道,提高传播广度,增强贵州非遗文化产业的覆盖范围。比如,近年来,“国潮”的风靡使得故宫系列文创火遍全网,故宫文创的成功不仅仅是抓住了时代的机遇,更在于充分利用了各种宣传媒介。

2.4 多元产业融合,促进非遗产业新业态

目前,贵州的非遗文创产业虽然有着巨大的发展潜力,但是产业链的不完整极大阻碍了贵州非遗文创产业的发展。因此,在互联网背景下,贵州的非遗文创产业要打破单一的发展模式,选择多元、契合度高的行业融合发展。首先,与服务业相结合。由于贵州民族特色的加持,非遗民宿、非遗研学以及特定的非遗旅游路线非常受欢迎,尤其是非遗研学可以走进高校,吸引年轻人加入非遗文化的传承和发

展的队伍之中,充分发挥其运用现代信息技术的能力,促进贵州非遗年轻化和数字化。《报告》显示,淘宝非遗电商中有四成是90后,并且90后和00后正在成为非遗商品消费主力;其次,与工业相结合。打造具有民族特色的文化产业园区,各类非遗联动发展,助力贵州非遗产业新业态发展;最后,与电商平台相结合。贵州非遗应充分利用淘宝、天猫以及抖音等销售平台,为贵州非遗产品拓宽销售渠道,进而提高其市场竞争力。《报告》显示,2022年,淘宝平台非遗店铺数较2020年增长9.5%;非遗交易额增长11.6%,并且非遗商品消费者规模已达到亿级。比如,淘宝和天猫为德化陶瓷产业带、景德镇陶瓷产业带等非遗产业带完成了极高的成交额,如图3所示。

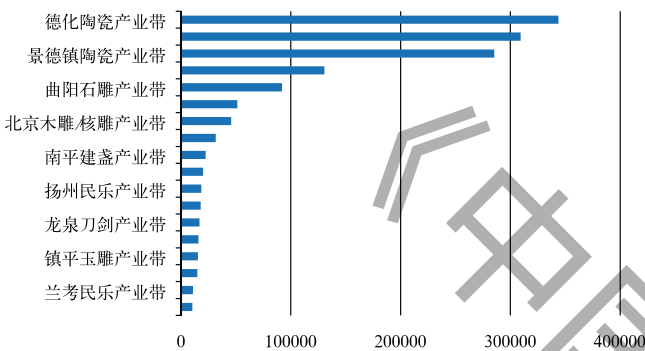


图3 淘宝天猫上18个非遗产业带成交额
图片来源:《2022年非物质文化遗产消费创新报告》。

3 结语

近年来,非遗的传承和保护成为社会关注的热点,开发设计非遗文创产品成为活化非遗文化的有效途径,在“互联网+”背景下研究贵州非遗文创产业的发展路径是一种新思路,也是一种新方法。通过互联网技术促进贵州非遗产业与其他产业融合发展,不但能够实现文创产品升级、平台运营、品牌塑造和流量导入,而且能够为贵州非遗产业构建一个集设计、加工、品牌塑造、营销推广于一体的系统性平台,推动贵州非遗文创产业的发展,提高贵州非遗文创产业的核心竞争力和市场占有率,促进贵州非遗产业的可持续发展,进而助力贵州经济发展。

参考文献

- [1] 国务院印发的《关于支持贵州在新时代西部大开发上闯新路的意见》[N]. 中国政府网,2022-01-26(2).
- [2] 国务院印发的《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》[N]. 中国政府网,2021-08-12.
- [3] 李佳俐.非物质文化遗产文化创意产品设计路径分析[J]. 大众文艺,2023(11):49-51.
- [4] 陈舒,刘黎.乡村振兴视域下贵州非遗文创发展路径研究[J]. 天工,2022(24):57-59.
- [5] 辛路娟.互联网+视域下非遗文创产品设计策略研究[J]. 天工,2022(21):24-26.
- [6] 郭智勇.“互联网+”背景下山东非遗文创产品开发设计研究[J]. 美术教育研究,2020(14):114-115.

Research on the Development Path of Intangible Cultural Heritage Creative Industry in Guizhou under the Background of Internet Plus

Huang Xuewen, Yuan Longjuan, He Linjie

(Qiannan Normal University for Nationalities, Duyun, Guizhou 558000)

Abstract: Intangible cultural heritage represents the profound cultural essence accumulated throughout human history and daily life. The artistic, technological, cultural, and commercial value of intangible cultural heritage items will reflect their vitality and be leveraged through the establishment of an industry that holds immense potential for development. With the rapid advancement of information technology and the internet, there are new opportunities to protect, inherit, and develop intangible cultural heritage in Guizhou Province. The intangible cultural -heritage creative industry serves as a crucial means to preserve these intangible cultural heritage items and also an effective driving force for economic growth. This article analyzes the current status and existing problems of Guizhou's intangible cultural heritage under the backdrop of "Internet Plus" and proposes development path suggestions for the cultural and creative industry of Guizhou's intangible cultural heritage, aiming to promote the sustainable development of Guizhou's intangible cultural heritage industry and contribute to its economic development.

Keywords: Internet Plus; Guizhou Intangible Cultural Heritage; Cultural and Creative Industry; Development of Culture Industry; Tourism Resources

旅游业高质量发展评价指标体系构建研究

彭淑贞 刘桂菊 梁薇

(泰山学院旅游学院 山东泰安 271021)

摘要: 旅游业高质量发展是国家战略实施的重要抓手,是全面实现中国式现代化的助推器。本文通过梳理旅游业高质量发展的最新研究进展,结合我国国情,在充分理解旅游业高质量发展的基础上,设计和构建包括效益、结构、环境三个一级指标,经济增长稳定性等六个二级指标,旅游经济增长率等十五个三级指标的旅游业高质量发展综合指标体系,运用专家打分法和层次分析法确定各级指标权重。最后,本文提出了旅游业高质量发展的建议:(1)从提高旅游全要素生产率,增强旅游经济高质量运行效率;(2)合理优化旅游产业结构,加快建设现代化旅游产业体系;(3)改善旅游公共服务环境质量,提高游客满意度等,仅供参考。

关键词: 旅游业;高质量发展;中国式现代化;层次分析法;质量强国;旅游经济

本文索引: 彭淑贞,刘桂菊,梁薇.旅游业高质量发展评价指标体系构建研究[J].中国商论,2024(04):149-152.

中图分类号: F592.7

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-149-04

1 引言

质量强国与高质量发展已成为当前中国经济社会发展的时代主题。中央高度重视“高质量发展”,习近平同志在党的十九大报告中19次提到“质量”,并于2020年3月29日至4月1日在浙江考察时提出旅游发展要严守四个“不能”。高质量发展正式引入旅游业,旅游业高质量发展成为当前及未来很长一段时间旅游业发展的主题。2022年党的二十大报告提出:“以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。”旅游作为现代生活方式的重要体现,作为现代服务业的重要组成部分,助力推动“中国式现代化”。随着大众旅游时代的到来以及中国跨越“中等收入水平陷阱”,旅游成为人们对美好生活追求的重要体现。以国内大循环为主体、国内国际双循环新发展格局以及2022年12月14日《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》的出台更是凸显旅游业高质量发展的重要地位。旅游业高质量发展既是中国式现代化在旅游领域的具体体现,也是推进中国式现代化的重要基础和有力支撑。鉴于此,文章结合当前我国旅游业发展阶段和发展特点,系统探究要素结构、环境质量对旅游业高质量发展的作用机制,设计出科学性的旅游业高质量发展指标体系,这不仅是我国旅游业高质量发展的迫切需求,还为完善我国旅游业高质量发展政策提供科学依据。

2 研究综述

旅游业高质量发展内涵方面,刘英基等(2020)主要从

经济效率、产业结构、环境质量三个维度进行了阐释^[1];陈弘志等(2021)从新发展理念出发认为旅游业高质量发展是一个从数量经济向质量经济转变的过程,实现渐进式发展^[2];杨秀平等(2023)从发展潜力、资源状况、创新驱动、经济发展、生态环境状况、基础设施建设和服务水平七个维度进行界定^[3];王兆峰等(2023)认为中国式现代化视域下,应从高品质大众旅游需求、共同富裕、文旅融合、人与自然和谐共生、和平发展等方面把握旅游业高质量发展^[4]。旅游业高质量发展评价方面,王松茂等(2020)从旅游资源转换效率视角,运用数据包络分析法研究“一带一路”主要省份的旅游经济增长质量^[5];孙晓等(2021)、许艺芳等(2023)从5个发展维度,各自选取不同的指标体系,分别运用核密度估计、空间自相关、分位数回归、熵权法、泰尔指数等方法研究中国旅游经济发展质量的时空差异^[6-7];左鑫和唐业喜等(2021)在新发展理念基础上增加了“有效”维度,并以张家界为例运用改进CRITIC赋权法和TOPSIS模型对指标赋权^[8]。旅游业高质量发展提升途径方面,黄萍(2018)从新时代背景下文旅融合角度提出创新思路^[9];吕臣等(2022)提出了数字文旅融合思路、数字文旅体系创设、文旅资源数字化转型、数字文旅产品体系健全等数字文旅融合助力乡村振兴实现高质量发展实现路径^[10];王洋和郭舒(2020)构建了“政府引导-企业创新-农民学习-技术支撑”的数字经济助推乡村旅游高质量发展的路径^[11];魏敏和魏海湘(2022)认为通过提高旅游经济韧性实现旅游经济高质量发展^[12]。

基金项目: 山东省社科规划研究专项“要素结构、制度环境与旅游经济高质量发展路径创新研究”(20CCXJ28)。

作者简介: 彭淑贞(1974-),男,山东泰安人,教授,博士研究生,研究方向:旅游环境监测与可持续发展;

刘桂菊(1979-),女,山东泰安人,副教授,硕士研究生,研究方向:旅游经济;

梁薇(1981-),女,山东淄博人,讲师,博士研究生,研究方向:旅游企业与产业创新发展。

学者们大量而广泛的理论研究与实践探索对推动我国旅游业高质量发展大有裨益。目前研究多集中于资源禀赋、产业融合和五大新发展理念视角,对旅游业高质量发展的影响因素涉及较多,鲜少从经济效益、产业结构和环境质量有机统一的高度对旅游业高质量发展进行系统分析。因此,本文借鉴已有研究成果,基于新经济增长理论、利益相关者理论、生态经济学、社会发展学等^[13],寻找旅游业高质量发展的基础理论,界定旅游业高质量发展的概念和内涵,围绕效益、结构及环境3个维度,运用AHP法,构建新时代旅游业高质量发展的指标评价体系,确定各层级指标权重,有效助力与指导旅游业高质量发展实践。

3 旅游业高质量发展评价指标体系

3.1 指标体系构建

新时代背景下,高质量发展已成为衡量经济发展优劣的重要指标。借鉴已有研究成果,本文认为旅游业高质量发展表现在多个方面,是质与量、速度和效益、规模与结构的统一,即包括旅游经济效益提升、旅游产业结构优化与消费升级、旅游环境质量提升。其中,旅游业高质量发展关键在于旅游经济效益的提升,动力在于旅游产业结构优化与消费升级,促进旅游经济集约化发展,旅游经济环境提升助力旅游业稳定性与可持续性的高质量发展。因此,实现效益提升、结构优化与环境协调是推动旅游业高质量发展的核心内容和重要途径。为此,笔者依据新经济增长理论、可持续发展理论及生态环境相关理论等,按照合理性、科学性、全面性、可行性等原则,设计与构建包括效益、结构、环境3个一级指标、6个二级指标、15个三级指标在内的旅游业高质量发展评价指标体系,如表1所示。

(1)效益指标。作为旅游业高质量发展衡量的重要指标,旅游经济效益反映旅游经济活动中投入产出比。投入产出比值越小,表明旅游经济高质量发展效果越好。促进旅游经济由外延式数量扩张向内涵式质量提升,是旅游业高质量发展的重要保障,主要涉及旅游经济增长稳定性与增长效率两个指标。具体包括旅游经济增长率、旅游经济增长变动率、旅游全要素生产率、旅游劳动产出率和旅游资本产出率五个三级指标。

(2)结构指标。旅游产业结构优化升级,是转变旅游业发展方式、实现高质量发展的重要动力和途径,主要涉及产业结构合理化与产业高度化两个指标。具体包括非基本旅游收入占旅游总收入比重、星级饭店个数合理化程度、旅游产值占GDP比重、住宿与餐饮业比重、旅游收入占第三产业比重五个三级指标。

(3)环境指标。环境质量反映了旅游目的地管理水平与旅游资源合理开发和有效利用的程度,是旅游业高质量发展的基础和条件,对提高旅游业高质量发展的可持续性和

稳定性具有重要作用。当前,我国旅游业已发展到“大众旅游”阶段,公众对旅游公共服务的需求日益强烈,因此环境质量指标除了选取生态环境质量指标外,又加入了旅游公共服务质量指标。具体包括游客满意度、旅游安全服务质量、旅游信息化服务质量、旅游资源禀赋、绿化覆盖率五个三级指标。

表1 旅游业高质量发展评价指标体系及权重

总体目标	系统层	要素层	具体指标
旅游业高质量发展 T	效益 A ₁ (0.4859)	旅游经济增长稳定性 A ₁₁ (0.1914)	旅游经济增长率 A ₁₁₁ (0.1213)
			旅游经济增长变动率 A ₁₁₂ (0.0701)
		旅游经济增长效率 A ₁₂ (0.2945)	旅游全要素生产率 A ₁₂₁ (0.1841)
			旅游劳动生产率 A ₁₂₂ (0.0702)
			旅游资本产出率 A ₁₂₃ (0.0402)
		结构 A ₂ (0.3128)	产业结构合理化 A ₂₁ (0.1768)
	星级饭店个数合理化程度 A ₂₁₂ (0.0589)		
	产业结构高度化 A ₂₂ (0.1360)		旅游业产值占 GDP 比重 A ₂₂₁ (0.0836)
			住宿与餐饮业比重 A ₂₂₂ (0.0365)
			旅游收入占第三产业比重 A ₂₂₃ (0.0159)
	环境 A ₃ (0.2013)		旅游公共服务质量 A ₃₁ (0.1259)
		旅游安全服务质量 A ₃₁₂ (0.0370)	
		旅游生态环境质量 A ₃₂ (0.0754)	旅游信息化服务质量 A ₃₁₃ (0.0181)
			旅游资源禀赋 A ₃₂₁ (0.0603)
			绿化覆盖率 A ₃₂₂ (0.0151)

3.2 评价指标体系权重计算

20世纪70年代初,美国运筹学家匹茨堡大学教授萨蒂提出层次分析法,是一种层次权重决策分析方法。随后,层次分析法被广泛应用于各研究领域,定性定量结合,将研究总目标分解为若干个分目标,分解为多指标若干层次,把每一层次各因素相对上层因素重要性展开两两比较,并进行赋值,计算出该因素指标权重。根据旅游业高质量发展评价指标体系,构造评价指标体系中各指标间相互联系的层次结构。课题组根据相关理论研究梳理了相关影响因素,构建了旅游业高质量发展评价指标体系,具体分为4层:第一层次因素集 $T=\{A_1, A_2, A_3\}=\{\text{经济效益, 产业结构, 环境质量}\}$;第二层次因素集分别为 $A_1=\{A_{11}, A_{12}\}$, $A_2=\{A_{21}, A_{22}\}$, $A_3=\{A_{31}, A_{32}\}$;第三层次因素集分别为 $A_{11}=\{A_{111}, A_{112}\}$, $A_{12}=\{A_{121}, A_{122}, A_{123}\}$, $A_{21}=\{A_{211}, A_{212}\}$, $A_{22}=\{A_{221}, A_{222}, A_{223}\}$, $A_{31}=\{A_{311}, A_{312}, A_{313}\}$, $A_{32}=\{A_{321}, A_{322}\}$ 。

针对上一层次某元素,评定该层次中各有关元素相对重要性,构成判断矩阵P。对于判断矩阵P,计算满足 $PW=\lambda_{\max}W$ 的特征根和特征向量,通过一致性指标与随机一致性比例对判断矩阵展开一致性检验,检验计算结果的合

理性。其中 $CI=(\lambda_{\max}-n)/(n-1)$, $CR=CI/RI$ 。

根据设计的旅游业高质量发展评价指标体系,基于相关专家咨询基础上,构造10个判断矩阵,对10个判断矩阵依次进行层次单排序、层次总排序与一致性检验,确定该层各指标对于上层指标的相对权重。计算过程与结果见表2至表11。

表2 T-A判断矩阵及层次排序

T	A ₁	A ₂	A ₃	W
A ₁	1.0	1.50	2.50	0.4859
A ₂	0.67	1.00	1.50	0.3128
A ₃	0.40	0.67	1.0	0.2013

$\lambda_{\max}=3.0012$ $CI=0.0006$ $RI=0.58$ $CR=0.0010<0.1$

表3 A₁-A_{1j}判断矩阵及层次单排序

A ₁	A ₁₁	A ₁₂	W
A ₁₁	1.00	0.65	0.3939
A ₁₂	1.54	1.00	0.6061

$\lambda_{\max}=2.000$ $CI=0$ $RI=0$ $CR=0.0000<0.1$

表4 A₂-A_{2j}判断矩阵及层次单排序

A ₂	A ₂₁	A ₂₂	W
A ₂₁	1.00	1.30	0.5652
A ₂₂	0.77	1.00	0.4348

$\lambda_{\max}=2.000$ $CI=0$ $RI=0$ $CR=0.0000<0.1$

表5 A₃-A_{3j}判断矩阵及层次单排序

A ₃	A ₃₁	A ₃₂	W
A ₃₁	1.00	1.67	0.6255
A ₃₂	0.60	1.00	0.3745

$\lambda_{\max}=2.000$ $CI=0$ $RI=0$ $CR=0.0000<0.1$

为评价该层次总排序计算结果一致性,本课题组展开一致性检验。计算公式如下:

$$CR = \frac{\sum_{i=1}^3 W_i CI_i}{\sum_{i=1}^3 W_i RI_i} = \frac{0.4859 \times 0 + 0.3128 \times 0 + 0.2013 \times 0}{0.4859 \times 0 + 0.3128 \times 0 + 0.2013 \times 0} = 0$$

显然, $CR<0.10$, 层次总排序经过一致性检验。

表6 A₁₁-A_{11j}判断矩阵及层次单排序

A ₁₁	A ₁₁₁	A ₁₁₂	W
A ₁₁₁	1.00	1.73	0.6337
A ₁₁₂	0.58	1.00	0.3663

$\lambda_{\max}=2.000$ $CI=0$ $RI=0$ $CR=0.0000<0.1$

表7 A₁₂-A_{12j}判断矩阵及层次单排序

A ₁₂	A ₁₂₁	A ₁₂₂	A ₁₂₃	W
A ₁₂₁	1.00	3.00	4.00	0.6250
A ₁₂₂	0.33	1.00	2.00	0.2385
A ₁₂₃	0.25	0.5	1.00	0.1365

$\lambda_{\max}=3.0183$ $CI=0.0092$ $RI=0.58$ $CR=0.0158<0.1$

表8 A₂₁-A_{21j}判断矩阵及层次单排序

A ₂₁	A ₂₁₁	A ₂₁₂	W
A ₂₁₁	1.00	2.00	0.6667
A ₂₁₂	0.50	1.00	0.3333

$\lambda_{\max}=2.000$ $CI=0$ $RI=0$ $CR=0.0000<0.1$

表9 A₂₂-A_{22j}判断矩阵及层次单排序

A ₂₂	A ₂₂₁	A ₂₂₂	A ₂₂₃	W
A ₂₂₁	1.00	3.00	4.00	0.6144
A ₂₂₂	0.33	1.00	3.00	0.2684
A ₂₂₃	0.25	0.33	1.00	0.1172

$\lambda_{\max}=3.0735$ $CI=0.0368$ $RI=0.58$ $CR=0.0634<0.1$

层次总排序从上到下逐层展开。隶属于总目标T3个一级指标A₁、A₂、A₃对T排序数值向量为 $W_T=\{W_{T1}, W_{T2}, W_{T3}\}^T$, 隶属于指标A₁的2个指标A₁₁、A₁₂对A₁的层次单排序向量为 $W_{A1}=\{W_{A11}, W_{A12}\}^T$, 那么二级指标A₁₁、A₁₂相对于总目标T的权重向量为 $W_{TA1}=\{W_{TA1} \times W_{A11}, W_{TA1} \times W_{A12}\}^T$ 。按照上述方法,分别计算出各二级指标、三级指标相对于总目标权重。

表10 A₃₁-A_{31j}判断矩阵及层次单排序

A ₃₁	A ₃₁₁	A ₃₁₂	A ₃₁₃	W
A ₃₁₁	1.00	1.87	4.00	0.5622
A ₃₁₂	0.53	1.00	2.00	0.2940
A ₃₁₃	0.25	0.50	1.00	0.1437

$\lambda_{\max}=3.0005$ $CI=0.0003$ $RI=0.58$ $CR=0.0004<0.1$

表11 A₃₂-A_{32j}判断矩阵及层次单排序

A ₃₂	A ₃₂₁	A ₃₂₂	W
A ₃₂₁	1.00	4.00	0.8000
A ₃₂₂	0.25	1.00	0.2000

$\lambda_{\max}=2.000$ $CI=0$ $RI=0$ $CR=0.0000<0.1$

4 结语

本文通过梳理旅游高质量发展最新研究进展,设计出包括效益、结构、环境三个一级指标、六个二级指标、十五个三级指标的旅游业高质量发展综合评价体系。借助专家打分法与AHP法,确定各指标权重。通过对旅游业高质量发展评价指标体系中各指标权重比较发现:一级指标权重大小依次为经济效率指标(0.4859)、产业结构指标(0.3128)、环境质量指标(0.2013);二级指标中权重处于前三位的依次是旅游经济增长效率(0.2945)、旅游经济增长稳定性(0.1914)、产业结构合理化(0.1768);三级指标中权重处于前五位的依次为旅游全要素生产率(0.1841)、旅游经济增长率(0.1213)、非基本旅游收入占旅游总收入比重(0.1179)、旅游业产值占GDP比重(0.0836)、游客满意度(0.0708)。

本文根据构建的旅游业高质量发展评价指标体系、权重的确定等提出以下政策建议:

(1)提高旅游全要素生产率,增强旅游经济高质量运行效率

旅游业高质量发展根本在于提升提高旅游全要素生产率,是新时代旅游业向效益型、质量型发展的关键。如果要进一步提高旅游产业全要素生产率,一方面,旅游企业要提高规模化经营,把企业做优做强,注重提高技术和能力在旅游业活动中的投入比例,多元渠道引进资本,特别是民间资本的进入,加快文旅融合、智慧旅游等多元型、综合性高级经营管理人才的引育。另一方面,全要素生产率的提高不仅是一个技术进步带来的效率,还是企业组织和体制环境带来的制度效率。因此,旅游目的地需要完善旅游业发展的体制机制,为旅游企业发展、大众创新创业等旅游活动的充分有效开展提供政策支持和制度保障,制定合理的激励措施和配套服务,鼓励旅游服务、旅游营销、业界融合等方面的

创新,以制度创新为基础全面提升旅游经济活动的全要素生产率。

(2)合理优化旅游产业结构,加快建设现代化旅游产业体系

伴随新冠疫情的冲击,旅游消费的方式和特点出现了新的变化,如何优化旅游产业结构,解决旅游市场供需错配,是我国旅游业高质量发展面临的关键问题。一方面,旅游企业要把提供优质旅游产品和服务放在首要位置。立足本地旅游资源禀赋,准确把握旅游者品质化消费潮流,把时尚的创意理念、文化内涵、健康理念、科技理念融入旅游产品中,开发更具品质、更具特色的旅游产品。加强旅游市场调研,深入挖掘并准确把握旅游需求发展趋势,充分考虑不同旅游者群体特征和旅游偏好等因素,为旅游者提供更加多元化、个性化的选择。另一方面,顺应旅游融合发展趋势,丰富旅游业态。强化文旅融合,深入挖掘旅游资源的独特文化价值,有效拓展旅游资源的表现力和影响力,开发更多内容健康、特色鲜明、体验性强的旅游产品。在发展传统旅游业的基础上,持续推进旅游与体育、科技、教育、商业、交通、工业、农业中医药等领域在更广范围、更深层次、更高水平上实现深度融合,不断拓宽旅游产业边界,丰富旅游新业态,进一步满足旅游者的多样化需求。

(3)改善旅游公共服务环境质量,提高游客满意度

旅游业属于第三产业,服务是旅游产品的核心内容。目前,我国旅游发展进入大众旅游阶段,旅游公共服务需求持续增长,旅游公共服务体系完善化、便捷化与高效化已经成为新时代的必然选择,也是提升游客体验满意度的关键。随着科学技术的进步与发展,在信息化的浪潮下,旅游业展现出了新的生机和活力,在此环境下旅游目的地应持续推进旅游信息化和智慧旅游建设,为游客提供更加人性化、智能

化的全方位服务。面对当前国内国际众多不稳定性因素、不确定性因素的增加,如何为游客提供安全稳定的旅游环境成为旅游目的地旅游公共服务环境质量建设的重点。因此,旅游目的地需加强安全防范、完善应急处理流程,构建包括安全信息、安全法制、安全预警监控、应急处置和安全保险在内的旅游安全体系建设,保障旅游者的旅游活动安全有序进行。

参考文献

- [1] 刘英基,韩元军.要素结构变动、制度环境与旅游经济高质量发展[J].旅游学刊,2020,35(3):28-38.
- [2] 陈弘志,王文烂,陈孝鑫.福建旅游经济高质量发展评价及阻碍因素研究[J].信阳农林学院学报,2021,31(4):34-39.
- [3] 杨秀平,李秋辰,王睿.高质量发展下黄河流域旅游产业结构优化研究[J].生态经济,2023,39(4):129-138.
- [4] 王兆峰,王金伟,王梓瑛,等.中国式现代化视域下旅游业高质量发展:理论内涵与科学议题[J].旅游导刊,2023,7(1):1-18.
- [5] 王松茂,褚玉静,郭安禧,等.“一带一路”沿线重点省份旅游经济高质量发展研究:基于旅游资源转换效率的测度[J].地理科学,2020,40(9):1505-1512.
- [6] 孙晓,刘力钢,陈金.中国旅游经济高质量发展的测度[J].统计与决策,2021,37(17):126-130.
- [7] 许艺芳,王松茂.中国旅游经济高质量发展时空特征及影响因素研究[J].统计与决策,2023,39(2):88-92.
- [8] 左鑫,唐业喜,袁媛,等.张家界旅游经济高质量发展评价及阻碍因素研究[J].统计与管理,2021,36(6):110-115.
- [9] 黄萍.以文化和旅游产业的深度融合推动新时代经济高质量发展[J].四川省干部函授学院学报,2018(3):1-5.
- [10] 吕臣,王慧,李乐军,等.数字文旅融合助力乡村振兴实现逻辑、路径与对策[J].商业经济研究,2022(23):137-140.
- [11] 王洋,郭舒.数字经济助推乡村旅游高质量发展的路径研究[J].辽宁经济职业技术学院,辽宁经济管理干部学院学报,2020(2):7-9.
- [12] 魏敏,魏海湘,黄海玉.疫情下旅游经济韧性与高质量发展[J].旅游学刊,2022,37(9):5-7.
- [13] 吕臣.我国对外大型公共投资项目社会责任风险防范与预警机制研究[M].北京:经济科学出版社,2022.

Research on the Establishment of Evaluation Index System for High-quality Development of the Tourism Industry

Peng Shuzhen, Liu Guiju, Liang Wei

(School of Tourism, Taishan University, Tai'an, Shandong 271021)

Abstract: The high-quality development of the tourism industry is an important part of the national strategy and a booster for the Chinese path to modernization. By drawing on the latest research results and the national conditions, this study designs a high-quality development indicator system for the tourism industry on the basis of fully understanding the core of high-quality development in the industry. This indicator system consists of three first-level indicators, namely benefit, structure, and environment, six second-level indicators that cover economic stability, and 15 third-level indicators that include elements such as tourism economic growth rate. The study uses expert scoring and hierarchical analysis to determine the index weight. Finally, the proposal of high-quality development of the tourism industry is proposed as follows. First, to enhance the high-quality operational efficiency of the tourism economy, it is vital to improve the total factor productivity of tourism. Second, it is essential to optimize the tourism industry structure and accelerate the development of a modern tourism industry system. Third, the quality of tourism public service environment should be improved and tourist satisfaction should be further boosted.

Keywords: Tourism Industry; High-quality Development; Chinese Path to Modernization; Hierarchical Analysis; Country Strong on Quality; Tourism Economy

黄河流域人口结构与产业结构耦合关系研究

王彦华

(西安财经大学 经济学院 陕西西安 710100)

摘要: 文章以黄河流域九省区为研究对象,构建了人口结构与产业结构综合评价指标体系,并运用综合指数分析模型,计算黄河流域2007—2022年人口结构与产业结构综合评价指数,借助耦合协调模型,测算黄河流域人口结构和产业结构耦合协调程度。结果表明,黄河流域人口和产业发展关系呈现由“人口滞后”向“产业滞后”发展的趋势,耦合协调度总体不高且流域间差异较大。因此,本文认为黄河流域要进行分区统筹管理,以期实现人口结构与产业结构相协调的高质量发展。

关键词: 黄河流域九省区; 人口结构; 产业结构; 综合评价指数; 耦合协调分析

本文索引: 王彦华.黄河流域人口结构与产业结构耦合关系研究[J].中国商论,2024(04):153-156.

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-153-04

人口结构与产业结构的协调发展,是实现区域高质量发展的重要支撑^[1]。近年来,许多学者围绕人口结构与产业结构互动机制做了很多研究,主要集中在以下两点:(1)人口结构对产业结构的影响。人口城镇化促进人口向第二、三产业转移,起到提升产业层次、优化产业结构的作用^[2]。劳动力年龄结构对产业结构调整起到正向促进作用^[3]。人力资本的发展决定了产业发展的方向、程度和效果^[4]。(2)产业结构对人口结构的影响。随着工业化水平的提升,人口由农村转移至城市;随着工业化水平进一步提升,人口开始向郊区转移;工业化后期,随着第三产业的发展和完善,人口又开始向城市集聚。(3)产业结构层次会影响人口文化结构。产业结构不断升级,对人口的受教育程度、综合素质水平要求也越来越高,进而影响人力资本水平^[5]。

以上研究表明,人口结构与产业结构之间存在相互依赖关系,然而对于黄河流域人口结构与产业结构之间耦合协调关系的研究甚少。因此,本文以黄河流经的九省区为研究对象,选取人口结构与产业结构的相关指标,测算其2007—2022年人口结构与产业结构之间的耦合协调程度。

1 黄河流域人口结构与产业结构耦合协调模型构建

本文以黄河流域九省区为研究对象,构建人口结构与产业结构综合评价指标体系,见表1。利用综合指数评价模型,测度黄河流域2007—2022年人口结构与产业结构综合评价指数,并运用耦合协调模型,分析黄河流域2007—2022年耦合协调的时序变化特征,研究两大系统的耦合协调关系。

1.1 研究方法

1.1.1 熵值法确定指标权重

文章采用熵值法对各指标进行赋权,运用Stata17计算,结果见表1。

1.1.2 综合水平指数计算

$$U_1(U_2) = \sum_{i=1}^n Y_i \omega_i \quad (1)$$

$$T = \alpha U_1 + \beta U_2 \quad (2)$$

其中, U_1 和 U_2 为人口结构和产业综合水平指标, ω_i 为第 i 项指标权重, T 为综合水平指数, α 与 β 均等赋权,均为0.5。

1.1.3 耦合协调度计算

$$C = 2 \times \sqrt{\frac{U_1 \times U_2}{(U_1 + U_2)^2}} \quad (3)$$

$$D = \sqrt{C \times T} \quad (4)$$

C 表示人口结构与产业结构的耦合度, D 表示耦合协调度,反映人口结构与产业结构相互促进的作用程度大小。

1.2 指标体系构建

文章选取人口系统中空间结构、年龄结构、教育结构,产业系统中一二三产业的产值结构与一二三产业的就业结构来构建黄河流域人口结构与产业结构耦合协调的综合评价指标体系。文中所用数据来源于2007—2022年《中国统计年鉴》、黄河流域九省区统计年鉴、《中国人口与就业统计年鉴》等。

2 黄河流域人口结构与产业结构综合指数分析

黄河流域2007—2022年人口与产业综合指数呈现波动式发展态势,由于人口和产业发展程度不同,黄河流域人口

作者简介: 王彦华(1999-),女,汉族,甘肃白银人,硕士研究生,研究方向:区域经济协调发展。

表1 黄河流域人口结构与产业结构综合评价指标

系统	层次	指标	指标类型	权重
人口	人口空间结构	城镇人口占总人口比重	+	0.152
		14-65 岁人口占总人口比重	-	0.133
	人口年龄结构	0-14 岁人口占总人口比重	-	0.133
		65 岁以上人口占总人口比重	-	0.153
		人口总抚养比	-	0.126
	人口教育结构	大专及以上学历人口占比	+	0.285
产业	产值结构	第一产业占 GDP 比重	-	0.181
		第二产业占 GDP 比重	+	0.116
		第三产业占 GDP 比重	+	0.233
	就业结构	第一产业就业人数占比	-	0.110
		第二产业就业人数占比	+	0.229
		第三产业就业人数占比	+	0.132

和产业发展关系呈现由“人口滞后”向“产业滞后”发展的趋势,而且人口滞后于产业的程度呈现先下降后上升再下降的趋势,由2007年的0.025下降至2010年的0.001,2011年滞后程度最高为0.126,最后又下降至2017年的0.001;产业滞后于人口的程度逐年降低,由2019年的0.033降至2022年的0.004,这说明黄河流域整体人口发展有所提升,两者开始保持相互促进、协调发展的态势。

人口结构发展指数空间演化格局。从流域层面来看,黄河流域上中下游的人口发展指数呈现“上游超越,中游领先,下游落后”的演变格局。2007—2011年,人口发展指数呈现中游>下游>上游的格局,2011—2022年,上游人口发展指数超过下游地区,呈现中游>上游>下游的格局。从省域层面来看,人口发展指数最高的省份为内蒙古自治区、宁夏回族自治区和山西省,人口发展指数最低的省份为河南省、甘肃省、四川省。除河南省和山东省以外,其他省份均保持着不同增速的增长。河南省的人口综合指数从2007年的0.321下降至2022年的0.101,山东省人口综合指数从2007年的0.580下降至2022年的0.345。河南省作为中国的人口大省,2022年的人口城镇化率仅为57.07%,远低于同期全国平均人口城镇化率65.22%的水平。从人口结构来看,河南

省和山东省的0~14岁人口以及65岁以上人口呈逐年上升趋势,总抚养比居于黄河流域的前两位,因此,人口城镇化率低,适龄劳动力人口占比下降是导致河南省和山东省人口综合发展水平较低的主要原因。

产业结构发展指数空间演化格局。从流域层面看,黄河流域产业发展指数呈现“上游稳步发展、中游波动发展、下游跨越式发展”的特征。2007—2014年,产业发展呈现中游>下游>上游的格局;2014—2022年,下游地区产业发展水平稳步提升并超越了中游地区产业发展水平,产业发展指数呈现下游>中游>下游的格局,这主要与东部沿海地区优先发展的区域发展战略有关。从省域层面看,产业发展指数最高的省份为山东省、山西省和宁夏回族自治区,产业发展指数最低的省份为甘肃省、内蒙古自治区。从发展速度来看,青海、四川、甘肃、宁夏由于本身产业结构基础不同,基本保持着增长态势,内蒙古、陕西和山西省呈现明显下降趋势,其中内蒙古自治区的下降趋势最为明显,内蒙古经济发展中第一产业产值是黄河流域第一产业产值占比最高的省份,而陕西和山西第二产业产值所占比重较高,导致第三产业对经济发展的贡献不足。综上,这就是内蒙古、山西和陕西产业发展呈下降趋势的主要原因。山东省和河南省的第

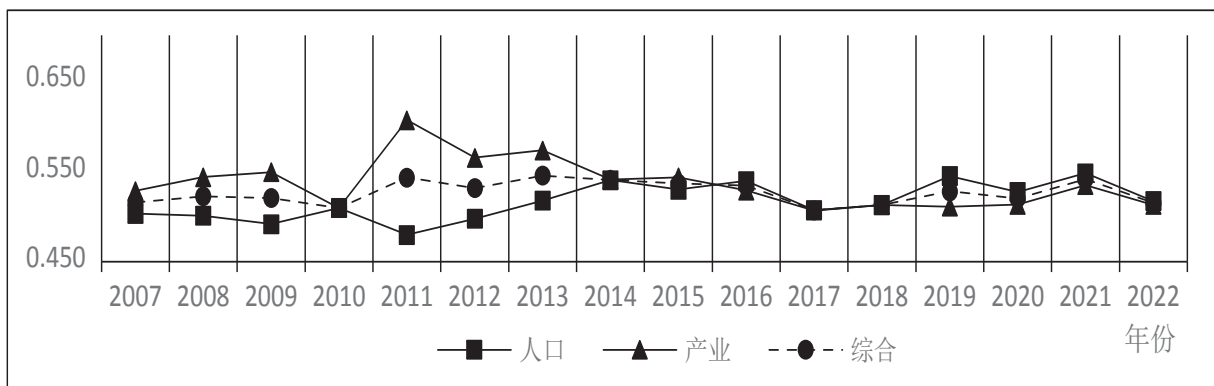


图1 黄河流域人口与产业综合指数变化

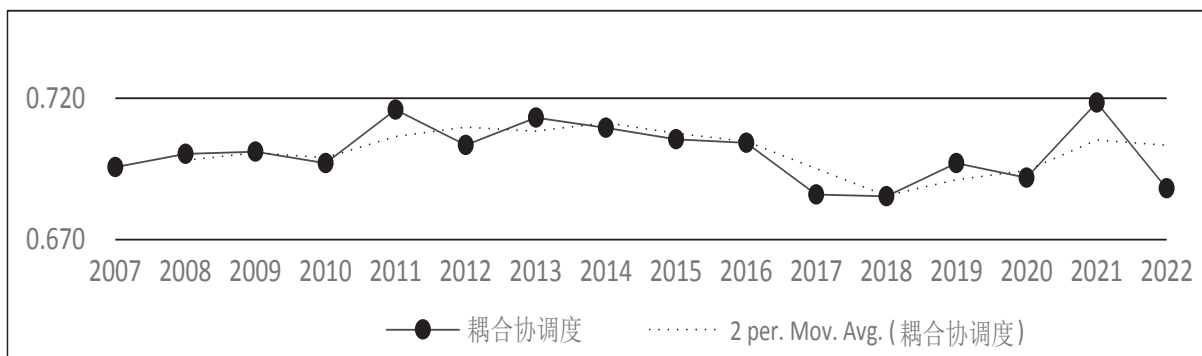


图2 黄河流域人口与产业耦合协调度

一产业产值占比最小,第三产业产值占比最高,拥有较为合理的产业结构发展模式,因此产业发展指数呈现稳步上升趋势。

3 黄河流域人口结构与产业结构耦合协调度测算

本文在分析黄河流域人口结构与产业结构发展指数的空间演化格局基础上,运用耦合协调模型,计算出黄河流域人口与产业发展之间的耦合协调度,并从时序演变特征出发研究黄河流域人口结构与产业结构耦合协调关系。

从表1可以看出,黄河流域人口与产业的耦合协调度呈现先上升后下降再上升的趋势,实现了由初级协调到中级协调后又回到初级协调到中级协调的转变。2007—2013年,黄河流域人口与产业耦合协调度呈现上升趋势,实现了由初级协调向中级协调的转变。近年来,黄河流域整体城镇化率水平、大专及以上学历文化程度人口占比呈现持续性上涨态势,第一产业占比由原来的13.41%下降至2011年的10.24%,第二产业产值占比由2007年的48.61%上升至54.35%,第一产业就业人口由51%下降至第三产业的43.85%,第二产业人口由20.45%上升至25.73%,第三产业就业人口占比由28.75%上升至30.42%。因此,我国人口城镇化水平的不断提升、适龄人口劳动力的增加以及人口文化素质的提高,使得人口发展水平不断提升,再加之第二三产业产值的增加以及就业人口向第二三产业间转移,使得黄河流域产业结构更加合理,人口与产业趋于协调发展。

2014—2018年,黄河流域人口与产业耦合协调度呈现下降趋势。这一时期黄河流域城镇化率增幅较大,从2014年的48.25%增长至2018年的53.56%,适龄劳动力占比发展较为稳定,人口文化素质也在保持着较低水平的增长。从产业结构来看,第一产业产值占比由10.13%下降至9.17%,第二产业产值由53.28%下降至44.41%,第三产业产值占比由36.59%上升至46.32%。同时,第一产业和第二产业就业人员有所下降,第三产业就业人员占比有所提升,但变化不太明显。这一阶段正处于产业转型升级阶段,由于人口整体文

化素质较低,缺乏高新技术创新,正处于摸索产业转型升级时期,导致人口与产业耦合协调度较低。

2019—2022年,黄河流域人口与产业耦合协调度呈现上升趋势。这一时期,人口城镇化率由55.01%上升至60.57%,老龄化问题严重导致适龄劳动力人口占比下降,65岁人口占比由9.15%上升至11.17%,第一产业和第二产业的产值均有所下降,但第三产业产值占比出现大幅度提升,由48.08%上升至51.97%,同时,第三产业就业人口比重也出现大幅度提升,从39.52%上升至46.65%。这一时期,黄河流域正在经历产业结构升级与转化,老龄化人口占比的上升促进了黄河流域整体服务业的发展,人口结构合理化和产业结构升级使得该时期内人口与产业的耦合协调度保持持续增长状态。

4 主要结论与对策建议

上游地区要严格按照主体功能区划分,协调好人口发展与产业发展之间的关系。从上游地区人口结构与产业结构综合指数来看,两者均处于较低发展水平。从上游地区人口结构与产业结构耦合协调关系来看,上游地区大部分省份处于磨合型和拮抗型耦合协调状态,耦合协调程度不高,说明上游地区整体发展水平低且人口结构与产业结构之间呈现发展不协调趋势。由于经济发展水平较低,人口外流严重,产业结构落后,居于产业链低端。因此,上游地区要严格按照主体功能区要求,找好自己的发展定位,培养特色产业,提升人口综合素质。

中游地区要加快产业结构的转型升级。从中游地区人口结构与产业结构空间演化格局来看,人口综合指数高于上游和下游地区,产业综合指数介于上游地区和下游地区之间,但呈现逐年下降趋势。因此,中游地区首要任务是培育本土优势产业,淘汰传统落后产业,发展新型清洁能源产业,促进产业结构转型升级。

下游地区要在产业结构升级的同时带动人口结构优化。从下游地区人口结构与产业结构综合指数来看,下游地

区人口综合指数低于上中游地区,而产业综合指数高于上中游地区。人口城镇化率低以及适龄劳动力人口占比较低是导致下游地区人口综合指数较低的主要原因,因此下游地区要根据本地区人口年龄结构特点,将消费市场适当向老年市场转移,加大医疗卫生、旅游、社会养老等基础设施的完善与改进,在满足现有人口消费需求的前提下,增加外来人口的吸引力,并通过扩大需求拉动经济增长,推动产业结构升级,进而实现人口结构的协调优化。

参考文献

- [1] 赵建吉,王艳华,张洁,等.中部地区人口结构与产业结构的时空耦合[J].经济地理,2019,39(12):129-137.
- [2] 周敏,丁春杰,高文.新型城镇化对产业结构调整的影响效应研究[J].生态经济,2019,35(2):101-108.
- [3] 任栋,李新运.劳动力年龄结构与产业转型升级:基于省际面板数据的检验[J].人口与经济,2014(5):95-103.
- [4] 靳卫东.人力资本与产业结构转化的动态匹配效应:就业、增长和收入分配问题的评述[J].经济评论,2010(6):137-142.
- [5] 方大春,张凡.人口结构与产业结构耦合协调关系研究[J].当代经济管理,2016,38(9):54-60.
- [6] 张斯琴,白紫焯.人口流动背景下黄河流域碳减排路径研究[J/OL].科学与管理:1-14[2023-09-22].<http://kns.cnki.net/kcms/detail/37.1020.G3.20230913.1559.006.html>
- [7] 钟妮栖,夏瑞,张慧,等.黄河流域城市群水资源利用与经济发展脱钩关系研究[J].环境科学研究,2023(9):1-16.
- [8] 吴定玉,唐聃,张治觉.“二孩政策”对中国人口结构与产业结构耦合协调度影响[J].经济地理,2020,40(10):32-40.
- [9] 任保平,豆渊博.碳中和目标下黄河流域产业结构调整制约因素及其路径[J].内蒙古社会科学,2022,43(1):121-127+2.
- [10] 范洪敏,穆怀忠.中国人口结构与产业结构耦合分析[J].经济地理,2015,35(12):11-17.
- [11] 李琳.黄河流域生态环境保护与经济高质量协调发展研究[J].现代工业经济和信息化,2023,13(8):4-6.

Study on the Coupling Relationship Between Population Structure and Industrial Structure in the Yellow River Basin

Wang Yanhua

(School of Economics, Xi'an University of Finance and Economics, Xi'an, Shaanxi 710100)

Abstract: This paper takes nine provinces and regions of the Yellow River basin as the research object, establishes a comprehensive evaluation index system of population and industrial structures, and uses the comprehensive index analysis model to measure the comprehensive evaluation index of population and industrial structures in the Yellow River basin from 2007 to 2022 and study the coupling coordination relationship of population structure and industrial structure in the Yellow River basin by means of coupling coordination model. The findings reflect that the relationship between population and industry in the Yellow River basin sees a shift from the lag on the population to industry. The overall coupling coordination degree is relatively low and there are significant differences among regions. Therefore, this article suggests that the Yellow River basin should be divided and managed in a coordinated manner in order to achieve high-quality development between population structure and industrial structure.

Keywords: Nine Provinces and Regions in the Yellow River Basin; Population Structure; Industry Structure; Comprehensive Evaluation Index; Coupling Coordination Analysis

广西现代化产业指标体系构建与评价

徐绮枫¹ 丁益¹ 祝晶涛² 关勇军¹(通讯作者)

(1.广西科技大学 广西柳州 545006; 2.湖南工程学院管理学院 湖南湘潭 411104)

摘要: 本文运用文献研究法针对我国现代化产业体系特点筛选出较为全面的评价指标体系,并运用数据包络分析法,从全面的评价指标体系中筛选出关键的两个投入指标与三个产出指标对我国产业现代化效率进行测度,分析效率的变化趋势及区域差异,针对广西区内发展现状进行合理分析并提出建议。结果发现,广西区内整体纯技术效率较高,即科技资源并未发生浪费且流向了产能较高的高新技术企业,促进了广西区内产业现代化进程。广西区内规模效率很低,即现代化产业规模存在问题,需要进行规模调整实现促进产业现代化进程。最后,本文根据分析结果提出相关政策建议,以期为推动广西产业现代化进程,提高科技创新资源利用效率提供理论参考。

关键词: 现代化产业指标; 产业现代化评价; 科技资源配置; 数据包络分析; 科技创新

本文索引: 徐绮枫,丁益,祝晶涛,等.广西现代化产业指标体系构建与评价[J].中国商论,2024(04):157-160.

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-157-04

1 文献综述

学者们在研究单个产业体系的基础上,开始研究国民经济现代产业体系的内涵、建设内容和优化路径。现代产业体系的内涵研究,有“系统论”,如陈建军(2008)认为现代产业体系是工、农、服务业三者融合协调发展的系统,朱鹏华认为产业新体系是一个连接现实和未来动态发展的开放系统;“过程论”,刘明宇、芮明杰、赵轶、司林杰、贺俊、吕铁等认为现代产业体系是相对的、动态的,是经济发展到一定阶段的产业运行状态;“转变论”,姚星、倪畅认为现代产业体系是农业重点向农产品深加工转变、制造业。重点向绿色化转变、服务业重点向生产性服务业转变的产业体系。

党的二十大报告提出,加快构建新发展格局,着力推动高质量发展,建设现代化产业体系。党的十七大报告提出“发展现代产业体系”,党的十八大报告提出“着力构建现代产业发展新体系”,党的十九大报告提出“着力加快建设实体经济、科技创新、现代金融、人力资源协同发展的产业体系”。因此,构建现代化产业体系在新发展格局下尤为重要。

2 构建现代化产业体系的评价指标

根据以往研究,本文结合广西地区现实发展情况,从实体经济发展水平、科技创新水平、现代金融水平与人力资源情况四个方面遴选评价指标。指标全面遵循科学性、可获得性、全面性等原则,结合现代化产业体系的发展特点和当下区域现代化产业体系的发展差距,最后遴选出以下指标体

系如表1所示。

3 广西现代化产业评价模型构建

由现代化产业指标体系构建可知,现代化产业体系主要围绕实体经济、科技创新、现代金融、人力资源四个维度构建评价现代化产业体系建设,那么广西产业现代化程度如何?现代化产业体系构建的过程是否存在一定问题?需要定量测度后才能开始分析,因此本文根据指标的科学性、可获得性与代表性原则从38个三级指标中遴选出两个投入指标与三个产出指标运用数据包络分析的方法进行效率测算,欲从科技资源配置效率的角度掌握广西近几年产业现代化进程。

3.1 分析方法简述

数据包络分析法是一种针对多类型数据的综合分析方法,适用于多类型投入与多类型产出同在一个决策部门的效率评价方法。用于衡量多个输入与多个输出的决策单元是否存在冗余的十分优秀的评价方法。其最早提出者美国运筹学家A.Charnes和W.W.Cooper将数据包络分析应用于研究经济生产边界。其根本原理是将同类型决策单元的输入单元或输出单元保持恒定不变,并运用线性规划的方法确定出一个相对有效的生产前沿面,通过衡量每个决策单元与该生产前沿面的偏离程度来对效率进行判断。

3.1.1 DEA评价中的B2C模型

数据包络分析中的C2R模型只能计算出综合效率,却

作者简介: 徐绮枫(1998-),女,汉族,湖南湘潭人,硕士研究生,研究方向:区域创新管理;

丁益(1999-),男,汉族,安徽安庆人,硕士研究生,研究方向:区域创新管理;

祝晶涛(2000-),女,汉族,湖北襄阳人,硕士研究生,研究方向:企业管理。

通讯作者: 关勇军(1979-),男,汉族,河南安阳人,博士,教授,研究方向:区域科技创新。

表1 现代化产业体系的评价指标

一级指标	二级指标	三级指标	衡量标准	
实体经济	产业基础高级化	生产能力	工业增长值增长率	
		发展环境	市场化指数	
		结构优化	第二、三产业增加值	
		基础设施	人均拥有城市道路面积	
		改造升级	固定资产折旧额	
		外贸开放度	进出口总额	
		外资开放度	外商直接投资	
		农业现代化	第一产业增加值	
		工业现代化	第二产业增加值	
	产业链现代化	服务业现代化	第三产业增加值	
		互联网发展	互联网接入端口数	
		信息技术	软件业务收入	
		绿色集约	工业污染治理完成投资	
		科研活动	R&D 经费	
	创新环境	创新主体	高新技术企业数量	
创新自主性		中介组织发育度		
科技创新	研发投入	研发经费投入	R&D 经费	
		研发人员投入	R&D 人员数	
		专利申请	发明专利申请受理数	
	创新产出	专利授权	国内三种专利授权数	
		成果转化	技术市场成交额	
		金融资产产出水平	金融业增加值	
		金融资产管理水平	金融机构总资产	
	规模质量	上市公司平均市值	股票总市值	
		债券平均规模	债券存量	
现代金融	运行效率	银行资金使用效率	贷款余额	
		股票资本转化率	股票筹资额	
		债券资本转化率	信用债发行金额	
		保险资本转化率	保险赔款给付支出	
		学校培养规模	高等学校在校生数	
	人才储备	劳动力人口	15-64 岁人口占比	
		教育状况	6 岁以上人口平均受教育年限	
	人力资源	人才培养	教育投入	教育经费
			医疗投入	医疗支出
医疗卫生			每千人口拥有卫生技术人员数	
社会保障		社会福利	养老保险参保率	
		文化设施	图书馆藏书量	

无法获得决策单元综合效率无效的原因所在。为此本研究采用B2C模型。

$$\begin{cases} \min[\theta - \varepsilon(e^T S^- + e^T S^+)] = V_D \\ \sum_{j=1}^n x_j \lambda_j + S^- = \theta X_0 \\ \sum_{j=1}^n Y_j \lambda_j - S^+ = Y_0 \\ \sum_{j=1}^n \lambda_j = 1 \end{cases}$$

上述公式中：

$$S^- > 0, S^+ > 0, \hat{e}^T = (1, \dots, 1) \in R_s, \lambda_j \geq 1, j = 1, 2, 3, \dots, n$$

B2C模型中同样以生产前沿面为参考标准,但是B2C模型的数据包络面相比C2R模型更加贴紧。B2C模型具有阐述决策单元综合效率不足原因的能力,即将综合效率拆解为纯技术效率和规模效率,而规模效率可以分析企业在生产经营过程中规模变动引起的资源配置B2C模型中包含的信息量更大,更适合做效率评价。

3.1.2 DEA评价中的Malmquist指数

1953年,Malmquist指数由瑞典著名统计学家马奎斯提出,马奎斯基于面板数据,将静态的DEA评价方式升级为动态分析方法,让综合效率提供的信息含量更大,利于效率评价分析。随后著名运筹学家Fare于1994年对Malmquist指数进行改进,将Malmquist指数分解为纯技术效率(PECH)与规模效率(SECH)。用(xs, ys)和(xt, yt)分别表示时期s和时期t的投入产出向量,用D0(s)(xs, ys)和D0(s)(xt, yt)表示以技术为参照的,时期s和时期t的投入产出向量的产出距离函数。s时期基于技术产出角度的Malmquist指数为:

$$M_0^s(X_t, Y_t, X_s, Y_s) = \frac{D_0^s(X_t, Y_t)}{D_0^s(X_s, Y_s)}$$

从t到t+1时期,质量全要素生产增长的Malmquist指数为:

$$M_0'(X_{t+1}, Y_{t+1}, X_t, Y_t) = \frac{d_0'(X_{t+1}, Y_{t+1})}{D_0^s(X_t, Y_t)}$$

由于Malmquist指数可以分解为不变规模报酬假定下的综合变化指数(EC)和技术进步指数(TP)的乘积,该分解步骤如下:

$$\begin{aligned} M_0'(X_{t+1}, Y_{t+1}, X_t, Y_t) &= \left[\frac{d_0'(X_{t+1}, Y_{t+1})}{d_0^t(X_t, Y_t)} \times \frac{d_0^{t+1}(X_{t+1}, Y_{t+1})}{d_0^{t+1}(X_t, Y_t)} \right]^{\frac{1}{2}} \\ &= EC \times TP \end{aligned}$$

3.2 广西现代化产业评价的指标遴选

由于数据的科学性、可获性与代表性原则,本文首先运用DEA模型中的B2C模型对广西2018—2022年在全国30个省份和直辖市的排名进行测算,科技资源配置效率评价结果是否具有客观性、精准性、真实性,很大一部分取决于参与本次科技资源配置的评价指标体系是否具有科学性和关联性。单个指标之间不应该存在明显的关联性,因此参与评价的指标体系个体之间应该立足于各个不同层面。由于决策单元的个数应该是投入产出总个数的两倍以上,本文DMU个数为30个(西藏部分数据缺失),投入指标为两个,产出指标为三个。综合评判了数据的可获性、关联性、科学性和客观性,本次评价的投入指标:X1:R&D经费(亿元),X2:R&D人员全时当量(人)。本次评价的产出指标为:Y1:全区专利申请数(件),Y2:第三产业增加值(亿元),Y3:全区新产

品销售收入(万元)。本文数据来源于2016—2020年中国统计年鉴和中国科技统计年鉴中相关数据,对广西现代化产业投入产出效率进行分析。

3.3 广西现代化产业评价

本文选取全国其他30个省份2018—2022年上述指标相关数据,运用DEA模型分析各省份现代化产业的投入产出比例。科技资源配置效率测度结果如表2所示。

表2 2018—2022年各省DMU均值

	综合效率变化指数	技术进步指数	纯技术效率指数	规模效率指数	全要素生产变动
北京	0.945	1.081	1	0.945	1.021
天津	1.026	1.042	1.076	0.953	1.069
河北	1.078	1.038	1.122	0.96	1.118
山西	1.037	1.028	1.055	0.983	1.067
内蒙古	1.039	1.09	1.085	0.958	1.133
辽宁	0.903	0.075	0.951	0.95	0.971
吉林	0.983	1.012	0.983	1	0.995
黑龙江	1.015	1.023	1	1.015	1.039
上海	0.973	1.083	1.048	0.929	1.054
江苏	1.008	1.008	1	1.008	1.016
浙江	0.993	0.956	0.994	0.999	0.949
安徽	0.948	1.003	0.974	0.974	0.951
福建	0.969	1	0.994	0.975	0.969
江西	0.992	0.979	0.991	1.001	0.97
山东	1.029	1.032	1.097	0.938	1.062
河南	1.107	0.996	1.026	1.08	1.103
湖北	0.946	1.068	0.977	0.968	1.011
湖南	0.912	1.068	0.97	0.939	0.974
广东	1	0.988	1	1	0.988
广西	0.968	0.959	1	0.968	1.039
海南	1.035	1.065	1	1.035	1.102
重庆	0.951	1.011	0.958	0.993	0.962
四川	0.895	1.048	0.971	0.922	0.938
贵州	0.964	0.972	1	0.964	0.937
云南	0.937	1.009	0.947	0.989	0.945
陕西	0.949	1.064	1	0.949	1.01
甘肃	0.987	1.033	1.006	0.981	1.02
青海	1.042	1.027	1	1.042	1.07
宁夏	0.949	1.055	0.953	0.996	1.001
新疆	0.993	1.052	1	0.993	1.044

由表2可知,全国有17个省份体现产业现代化程度的全要素生产变动大于1,而全要素生产变动最快的五个省份分别为内蒙古、河北、河南、海南和广西。河南省虽经济总量较大,但其地级市贫富差距相当大,地区生产总值第一的郑州与第二名洛阳呈现出断崖式跳水的态势,并不是典型的经济强省。剩余四个省份都为欠发达省份,体现在其生产总值较低,科技投入、发展观念等软投入水平较差,但欠发达地区存在比较优势,更容易实现“后发优势”,由于欠发达地区相比发达地区存在更为丰富的原始资源和更为低价的劳

动力,为其实现“蛙跳工程”提供了有力保障。正因如此,此次四个欠发达省份纯技术效率和全要素生产变动皆大于1,其具有的“后发优势”会导致自身技术进步和科技改良给欠发达地区带来的收益较为明显,即提高少量的科技资源便可以迅速激活现代化产业的爬坡动力。广西作为欠发达地区,新型服务业与高新技术企业基础较少,其主要经济基础仍是依赖传统制造业与传统服务业,其自身并没有过多的现代化产业体系的基础,因此在发展现代化产业过程中必定面临瓶颈问题,即科技创新能力难以支撑其顺利实现新旧动能转换,老旧产业升级路途较为困难。

4 结论与政策

4.1 服务贸易产业带动传统制造业转型升级

北部湾经济区在产业现代化初期,就以南宁为核心打造“南宁+沿海”城市主群体,一核多极模型就此展开。“一核”指以南宁为北部湾经济区的核心城市,南宁(投入并不是全是工业,而有相当大一部分投入第三产业,以期逐步扩大以现代化服务业为主体的产业体系)第三产业较为发达,其生产总值占比在2020年达到65.75%,是较为明显的知识密集型服务业集聚城市,也是广西区内产业现代化进程最明显的城市。反观南宁现状,南宁以知识密集型服务业为主体,但其制造业基础较为薄弱,第二产业产值占比生产总值为22.94%。因此南宁应打通知识密集型服务业集聚促进制造业转型升级这条道路,实现南宁传统制造业与知识密集型服务业价值整合,由知识密集型服务业价值贡献,结构性的嵌入制造业价值链中,提供高智力附加值的中间产品或服务。

4.2 减少对现代化产业的规模挤兑

百色、河池与崇左地区是广西的资源富集区,其拥有特殊的资源要素禀赋与产业基础,拥有原材料开发与开采企业,例如广西南南铝加工有限公司、南南铝股份有限公司、广西华锡集团有限公司等龙头企业,其生产重心为铅、锌、锡、锑、铟等原材料的开采以及加工,而加工的二级产品则供应新能源、航天技术、计算机、军事工业制造等高技术制造业。同时,桂西资源富集区应注意发展资源密集型和高能耗工业对其他工业的挤占效应,其原因是该类企业在固定资产投资与厂房建设和机器购买方面都需要大量投入,而这些投入又会对桂西资源富集区的其他产业产生挤占效应,造成其他产业资金流通不顺畅。资源密集型产业与高能耗产业中的资金难以在短时间内产生较好的经济效益,资金流动性不高,投入的资金需要较长时间的转化。快速变化的市场又使得这些资金回笼的可能性发生变化,资金被单独套定在这类企业上,影响其他产业的发展。这也是桂西资源富集区内的百色与河池规模报酬递减的原因,当资源密集型产业对其他工业产业造成挤占效应时,其规模自然会

呈递减态势。

参考文献

- [1] 简新华,李雪. 新编产业经济学[M]. 北京:高等教育出版社,2008.
- [2] 刘志彪,张杰. 从融入全球价值链到构建国家价值链:中国产业升级的战略思考[M]. 北京:社会科学文献出版社,2009.
- [3] 蔡昉. 防止产业结构“逆库兹涅茨化”[N]. 第一财经日报, 2014-12-31.
- [4] 蔡玉蓉,汪慧玲. 产业结构升级对区域生态效率影响的实证[J]. 统计与决策,2020(1):110-113.
- [5] 曹曼,叶文虎. 产业体系划分的理论探讨[J]. 经济学动态,2004 (6): 20-23.
- [6] 陈国伟. 非独立经济体现代产业体系的基本框架:兼论山西现代产业体系的构建[J]. 经济问题,2020(7):116-122.
- [7] 陈建军. 关于打造现代产业体系的思考:以杭州为例[J]. 浙江经济,2008(13):43-45.
- [8] 陈诗一,陈登科. 雾霾污染、政府治理与经济高质量发展[J]. 经济研究,2018,53(2):20-34.
- [9] 陈元. 建立现代金融体系促进高新技术产业发展[J]. 中国投资,2001(6):9-11.
- [10] 成捧,毛阳海. 西藏现代产业体系现状评价及路径选择[J]. 西部皮革,2020,42(2):86-110.
- [11] 迟福林. 以高质量发展为核心目标建设现代化经济体系[J]. 行政管理改革,2017(12):4-13.
- [12] 邓子纲,贺培育. 论习近平高质量发展观的三个维度[J]. 湖湘论坛,2019,32(1):13-23.
- [13] 付保宗,盛朝迅,徐建伟,等. 加快建设实体经济、科技创新、现代金融、人力资源协同发展的产业体系研究[J]. 宏观经济研究,2019(4):41-97.
- [14] 千春晖,郑若谷,余典范. 中国产业结构变迁对经济增长和波动的影响[J]. 经济研究,2015(5):4-16.
- [15] 高煜. 黄河流域高质量发展中现代产业体系构建研究[J]. 人文杂志,2020(1):13-17.
- [16] 郭凤芝,王朝科. 产业分类方法重构:基于生态文明建设的视角[J]. 人力资源管理,2016(11):265-266.
- [17] 郭克莎. 所有制结构变动与工业增长质量[J]. 管理世界,1998 (1):133-146.
- [18] 郭威,杨建,曾新欣. 推动实体经济高质量发展的科学指南:学习习近平总书记关于实体经济高质量发展的重要论述[J]. 毛泽东邓小平理论研究,2020(4):16-25.
- [19] 郭诣遂,于鸣燕. 江苏现代产业体系评价模式及构建路径研究[J]. 中国经贸导刊(中),2020(12):47-49.

Establishment and Evaluation of Guangxi Modern Industry Indicator System

Xu Qifeng¹, Ding Yi¹, Zhu Jingtao², Guan Yongjun(Corresponding Author)¹

(1. Guangxi University of Science and Technology, Liuzhou, Guangxi 545006;

2. School of Management, Hunan Institute of Engineering, Xiangtan, Hunan 411104)

Abstract: A comprehensive evaluation index system is selected based on the characteristics of China's modern industrial system using literature research method. By using the data envelopment analysis, this study selects two key input indicators and three output indicators from a comprehensive evaluation index system to measure the efficiency of China's industrial modernization. The trend of efficiency changes and regional differences are analyzed. Reasonable analysis is conducted based on the current development situation in Guangxi and suggestions are given in this study. The findings reflect that the overall pure technological efficiency in Guangxi is relatively high, indicating that scientific and technological resources are well used and flow to high-tech enterprises with higher production capacity, promoting the modernization process of industries in Guangxi. However, the scale efficiency in Guangxi is not high enough. It means that there are problems with the scale of modern industries and scale adjustment is needed to promote the process of industrial modernization. Finally, this study, based on the analysis results, makes relevant policy recommendations to provide theoretical reference for promoting the modernization process of Guangxi's industry and improving the efficiency of scientific and technological innovation resource utilization.

Keywords: Indicators of Modern Industries; Evaluation of Industrial Modernization; Allocation of Scientific and Technological Resources; Data Envelopment Analysis; Technology-driven Innovation

流通助农：贵州农业特色产业与乡村旅游的协同发展

陈晓钰

(茅台学院 贵州遵义 564507)

摘要：贵州作为中国的多民族交汇之地，蕴藏着丰富的农业资源和深厚的乡村旅游潜力。贵州独特的农业特色与乡村文化及农业与乡村旅游的融合发展正面临一系列机遇和挑战，有效的融合策略将为地方经济注入活力，同时也促进了文化的传承与保护。随着多元化策略的实施，贵州有望在农旅融合领域实现持续创新，为游客提供更为独特且富有深意的体验。

关键词：贵州农业；农业资源；乡村旅游；融合策略；文化传承；协同发展

本文索引：陈晓钰. 流通助农：贵州农业特色产业与乡村旅游的协同发展 [J]. 中国商论, 2024(04):161-164.

中图分类号：F592.7; F207

文献标识码：A

文章编号：2096-0298(2024)02(b)-161-04

贵州省坐落在中国的西南部，是一个多民族、多文化的交汇地带。这里的农业资源与乡村风貌吸引着越来越多的目光。随着现代经济的发展，如何更好地结合这两大资源，创造经济与文化的双重价值，成为一个值得深入思考的话题。

1 贵州农业特色产业概览

1.1 贵州的农业资源与优势

贵州省位于云贵高原东斜坡，拥有乌蒙山、苗岭、大娄山和武陵山等主要山脉，形成了高原的基本骨架。贵州属于亚热带温湿季风气候区。这里的降雨量丰富，并且在秋收作物生长期(4—9月)有大量的阳光照射，为农作物提供了极佳的生长条件。贵州的生物资源种类丰富，植被十分茂盛。它是我国四大道地中药材产区之一，这为其带来了巨大的经济和文化价值。数据显示，贵州的粮食种植面积已经达到4181.57万亩，其产量为1094.86万吨，单产261.8公斤/亩。其中，如水稻、玉米、高粱等作物的高产示范均已打破历史纪录。

表1 2021年贵州农业与环境资源数据概览

数据类型	数据
平均海拔	约1100米
粮食种植面积	4181.57万亩
粮食产量	1094.86万吨
粮食单产	261.8公斤/亩
已建立的绿色防控与统防统治融合技术示范基地数量	589个
主要农作物的绿色防控覆盖率	35.37%

数据来源：人民网 (https://baijiahao.baidu.com/s?id=1722458429267818401&wfr=spider&for=pc)。

贵州得益于独特的地理、气候和文化背景，为农业生产提供了无与伦比的优势，使其农产品在市场上拥有独特的

竞争力。

1.2 农业产业链的流通现状

贵州省作为中国的一片绿色宝地，农业产出丰富多样，但与这些多样性相比，流通体系的完善程度并不完全匹配。流通是连接农民和市场、产地和消费地的重要纽带，近年来，贵州的农业产业链流通正在经历一系列的变革与挑战。

目前，许多农户仍依赖于传统的销售方式，如通过中间商或者在当地的农贸市场直接销售。这种模式往往导致农户缺乏议价权，在市场上的收益受到限制。与此同时，由于缺乏统一的标准化和品质管理，部分农产品的质量和安全问题时常引发消费者的担忧。然而，随着现代物流和电商平台的发展，贵州的农业流通体系正逐步转型。例如，一些电商平台已经与贵州的农户合作，直接从源头采购，为农户提供更公平的价格，同时为消费者提供了质量更加有保障的农产品。政府也推出了一系列政策，鼓励农民参与合作社，提高农产品的标准化和品质管理水平，增强其在市场中的竞争力。贵州的农业产业链流通尽管取得了一些进展，但仍面临着许多挑战，如流通效率低下、农户的信息不对称等。为了更好地连接农户与市场，还需政府、企业和农户三方的共同努力，进一步推动流通体系的现代化、标准化和智能化，确保贵州的绿色宝藏能够流通到更广阔的市场，惠及更多的消费者^[1]。

1.3 贵州农业的科技与创新应用

贵州对农业数字化和信息化给予了足够的重视。通过引入现代化的物联网技术，如智能传感器和无人机，农户能够更准确地监测土壤湿度、温度、养分等关键指标，确保农作物在最佳的条件下生长。这不但大大提高了农作物的产

基金项目：贵州省高校人文社会科学研究项目资助“贵州农业特色产业和乡村旅游融合发展策略研究”(2023GZGXRW161)。

作者简介：陈晓钰(1982-)，男，汉族，河南南阳人，讲师，博士，研究方向：乡村旅游体验、酒店管理及市场营销。

量和品质,而且降低了因不必要的灌溉和施肥而造成的资源浪费和环境污染。农业科技与创新应用方成果不仅推动了贵州农业的现代化和高效化,也为贵州的农业创新与科技应用提供了有力支撑,预示着贵州农业在未来将有更加光明的发展前景。

1.4 贵州农产品流通现代化发展现状

农产品流通是市场分工与专业化的结果,农产品流通现代化是实现农业现代化的关键。贵州省农产品市场在流通体制改革的有力推动下,用需求牵引供给,产量大幅提高,生产逐渐向规模化、标准化、绿色化转变。贵州采取“外引内转”的方式积极培育农产品流通主体,特别是创新推进国有平台公司转型农产品流通业务,极大推动了贵州省农产品流通主体的发展。

2 贵州乡村旅游现状

2.1 乡村旅游资源概述

贵州被誉为中国的“山水田园”,具有丰富的乡村旅游资源。这其中包括壮丽的自然风光、深厚的民族文化和历史悠久的古村落,为游客提供了一个多维度、多层次的旅游体验。

从自然景观来看,贵州的高原、河流、瀑布和喀斯特地貌构成了一幅美丽的山水画。比如著名的荔波小七孔、黄果树瀑布和梵净山等,它们各自具有独特的自然魅力,吸引了大量的国内外游客。而且,贵州因特殊地理位置和气候条件,这里的植被覆盖率非常高,是一个真正的天然氧吧,为城市居民提供了一个远离喧嚣、亲近自然的好去处。贵州是一个多民族的省份,这里住着苗、侗、仡佬等多个民族。每个民族都有自己独特的文化、习俗和节日。例如,苗族的苗年、侗族的大歌节和仡佬族的芦笙节等,都为游客提供了深入了解当地民族文化的机会。各民族的传统手工艺、建筑和服饰也是乡村旅游的一大亮点。贵州还有众多保存完好的古村落。这些古村落如同时光的胶囊,保存了古老的建筑、传统的生活方式和世代相传的手工艺。游客在这里,不仅可以欣赏到古老的建筑风格,还可以体验到原汁原味的乡村生活^[2]。

贵州乡村旅游资源丰富多样,无论是自然风光、民族文化还是古村落,都为游客提供了一个深入了解贵州、体验当地生活的窗口。

2.2 旅游业与当地经济的互动

贵州省在乡村旅游资源方面的天然优势不仅为游客带来了难忘的体验,还对当地的经济产生了深远影响。旅游业与当地经济的紧密互动,不仅推动了贵州的经济增长,还在一定程度上改变了当地人的生活方式和经济结构。

旅游业的兴起带来了大量的直接收入。从门票费、导游

费、住宿费到餐饮,每一个环节都为当地经济注入了新的活力。许多曾经偏远的乡村,因其独特的旅游价值,逐渐被开发和推广,吸引了大量的游客,从而促进了当地经济的繁荣发展。旅游业的发展刺激了相关产业的兴起。以农特产品为例,许多游客在游览贵州的乡村时,被当地的特色食品、手工艺品所吸引,从而带动了这些产业的发展。为了满足游客的各种需求,当地也出现了许多与旅游业相关的服务业,如交通、住宿、餐饮等^[3]。然而,旅游业与当地经济的互动也带来了一些挑战。部分地区可能会面临“过度旅游”的问题,导致自然环境和文化资源的破坏。同时,过度依赖旅游业的收入,可能会使当地经济面临单一化的风险。

表2 2021年贵州旅游业与当地经济关键数据

数据类型	数据
贵州省国内游客接待人次	3亿余人次
贵州省总游客接待人次	1.3亿余人次
贵州省接待客床位	2.15万床
贵州省接待游客总收入	890亿元
贵州省接待游客外出就餐次数	5.9亿次
贵州省接待游客住宿收入	370亿元
贵州省接待游客游览景点收入	320亿元

数据来源:贵州云上旅游网(<http://www.reyouwang.com/luyouzixun/94653.html>)。

旅游业与当地经济的互动为贵州带来了积极的变化。随着贵州乡村旅游的不断发展,如何平衡旅游发展与环境保护,如何更好地利用旅游资源带动当地经济,都将是未来发展的重要课题。

2.3 乡村旅游的文化与社区参与

乡村旅游近年来在贵州省迅速兴起,其背后的成功与当地丰富的文化资源和社区的积极参与密不可分。乡村旅游不仅仅是让游客欣赏美景,更重要的是,它为游客提供了一种与当地文化、习俗和生活方式深度互动的机会。

贵州省拥有多个少数民族,每一个民族都有着独特的语言、服饰、音乐、舞蹈和传统节日。如黔东南的苗族,其银饰、蜡染、鼓楼和风雨桥成为游客们眼中的“贵州名片”。这些文化元素为乡村旅游提供了丰富的内容。一些家庭将自己的住所改造成了“农家乐”,提供住宿、餐饮和娱乐服务。而一些手艺人,则开设了工作坊,向游客传授传统工艺,如蜡染、编织和陶艺。这种方式不仅为村民提供了稳定的经济来源,更使他们成为乡村旅游的主体和受益者。乡村旅游的发展,更促进了当地文化的保护与传承。随着旅游的兴盛,许多传统文化和手工艺得到了重新关注和重视。村民们开始意识到,他们手中的这些传统,不仅是他们的骄傲,更是“致富宝”^[4]。

乡村旅游的成功,得益于贵州深厚的文化底蕴和社区的广泛参与。这种融合了文化和社区的旅游模式,为游客提供了独特而深入的体验,同时也为当地社区带来了持续的

经济利益和文化的复兴。

3 农业与乡村旅游的协同机会

3.1 农业产品在乡村旅游中的应用

乡村旅游与农业的融合为贵州开启了一条充满活力与潜力的发展之路。农业产品与乡村旅游相结合,不仅能为游客提供了更为丰富与深入的体验,还能为当地农户带来新的收益来源和市场机会。

农业体验已成为乡村旅游的重要组成部分。许多旅游区或景点都开始引入农业体验项目,如亲手参与稻田的耕种、采摘时令的果蔬或与农户一同制作传统农产品。例如,在贵州的某些苗寨,游客可以亲手参与制作苗族特色的酸汤或紫米酒,这不仅让游客感受到农业劳作的乐趣,还增加了其对当地文化与习俗的了解。农业与乡村旅游的结合带动了其他相关产业的发展。例如,农业体验活动的增加促使农具、农作服和其他相关商品的销售增长。与此同时,传统的农业技艺,如手工织布、染色等,也因乡村旅游的推广而得到了新的生命^[5]。

农业产品在乡村旅游中的应用为贵州带来了丰富的经济与文化收益。它不仅为游客提供了更加深入与丰富的体验,还为当地农户打开了新的市场与机会。未来,随着消费者对乡村旅游体验的需求日益增长,农业与乡村旅游的融合将会发挥出更大的潜力和价值。

3.2 推动双方融合的流通策略

贵州的农业与乡村旅游之间存在一种天然的互补性,但要完全发挥这种互补性潜力,必须采纳一系列的流通策略来加强两者之间的连接。

创建联合品牌是一个关键策略。贵州的农业产品因其独特的地理和气候条件而享有良好的声誉。同样地,乡村旅游也因其独特的文化和风景而受到游客的青睐。通过联合品牌策略,我们可以在市场上更有效地推广这两大特色。例如,“贵州山水与农家乐”系列活动的推出,让游客在品味特色农产品的同时,也能深入体验乡村的风土人情。建立线上与线下销售渠道对于农产品和旅游服务都非常关键,可以考虑与大型电商平台合作,推出特色农产品和乡村旅游的套餐服务。线下方面,可以与旅行社和其他旅游服务提供者合作,为游客提供从田间到餐桌的全程体验。开展联合宣传和市场推广活动也是促进两者融合的有效途径。例如,可以组织“农业与乡村旅游节”,在此期间,推出各种与农业和旅游相关的活动,如特色农产品品鉴、农事体验、乡村文化巡游等,以吸引游客和消费者^[6]。

通过上述流通策略,不仅可以加强贵州农业与乡村旅游之间的联系,还可以进一步推动两者之间的协同发展,为当地带来更大的经济效益和社会价值。

3.3 乡村旅游的环境与可持续性

乡村旅游在推动地方经济发展的同时,对其自然环境与文化环境带来了挑战。贵州,作为一个生态与文化资源丰富的省份,如何在发展乡村旅游的过程中确保环境和文化的可持续性,是其面临的一个重要议题。

环境的可持续性乡村旅游成功的基石。贵州拥有大量的天然景观,如黄果树瀑布、荔波小七孔、苗寨的梯田等。这些自然资源一旦遭受破坏,将很难恢复。因此,游客的接待量、交通方式、活动内容等都需要进行精细化管理。例如,对于一些生态敏感区域,可以设置访问限制,或采用预约制度,确保每日的游客量在可接受的范围内。文化的可持续性同样至关重要。随着乡村旅游的发展,某些传统乡村为了吸引游客,可能过度商业化,失去了原有的文化特色。为了防止这种情况,贵州应当加强对当地文化的保护和推广。例如,可以通过开设文化体验工坊、组织传统节日庆典等方式,使游客真正接触到当地的文化,而不仅仅是其表面形式。乡村社区的参与是确保旅游可持续性的关键。村民是乡村旅游的主体,他们对当地的环境和文化有着深厚的感情。只有让村民参与到旅游的规划、管理和受益中,才能确保旅游的长期可持续性。例如,通过建立合作社、鼓励家庭旅馆、提供培训等方式,增强村民的参与感和受益感。政府和企业也应承担起责任,推动乡村旅游的可持续发展。可以考虑建立绿色旅游认证制度,鼓励乡村旅游地采用环保、节能的措施;或是提供资金支持,帮助乡村改善基础设施,如污水处理、垃圾分类等。

乡村旅游的可持续性需要多方共同努力,既要注重环境的保护,也要确保文化的传承,更需要乡村社区的广泛参与。只有这样,乡村旅游才能长期为当地带来经济、文化和环境的三重益处。

4 实施策略与未来展望

4.1 政策与机制建议

在贵州农业与乡村旅游协同发展的大背景下,有效的政策与机制是推进双方融合的重要手段。政策层面,建议政府提供一系列的税收减免、贷款优惠和补助政策,特别针对那些在农业与旅游之间架起桥梁的创新项目。例如,对于那些将农业体验与乡村旅游结合的项目,可以给予其一定的财政扶持。政府建立农旅融合的专门机构,该机构的任务是对各类农旅项目进行策划、推广、培训和质量监控,以确保项目的质量与效益。政府加强对农旅融合的宣传与推广,让更多的游客和市民了解到这种新的旅游形态,从而吸引其前来体验,进一步推动农旅融合项目的发展与壮大^[7]。

4.2 未来展望

面对全球化的背景及消费者对于深度体验的趋势增

长,贵州的农业与乡村旅游融合发展显现出广阔的前景。体验式农旅融合将逐渐成为主流,不仅仅满足于走马观花的游览,游客会更加期待参与农耕、制作农特产品,甚至与当地农户共同生活的深度体验。这将为当地农户创造更多的增值机会,也会让旅游变得更加有意义。随着技术的发展,数字化与智慧旅游将与农旅融合更加紧密。通过AR、VR等技术,游客可以更加直观地了解农业生产过程、农产品来源等信息。同时,利用大数据、云计算等技术,可以为游客提供更加个性化、智能化的服务。在发展农旅项目的同时,必须确保当地的生态环境得到保护,传统文化得到传承。这不仅是对未来的负责,也是对旅游品质的保证。

贵州的农旅融合发展潜力巨大。在把握未来趋势的同时,需要不断创新、开放合作,努力为游客提供更加丰富、深入的旅游体验,也为当地农户带来更多福祉。

5 结语

贵州作为中国的多民族省份,拥有丰富的农业资源和深厚的乡村文化底蕴。在经济高速发展的今天,如何结合当地特色,推动农业与乡村旅游的融合发展,不仅是实现经济转型、促进地方经济发展的需要,还是对当地文化和传统的传承与保护。

本文针对贵州的农业与乡村旅游的现状,从农业特色

产业概览、乡村旅游现状,到两者的协同机会和融合策略,进行了初步的探讨与分析。贵州在农旅融合上有巨大潜力和机遇,也存在挑战和困难。乡村旅游不仅仅是一个休闲方式,更是一个了解和体验乡村文化、生活,以及农业生产的方式。只有消费者和游客真正认可和欣赏这种体验,农旅融合才能真正走入人心,取得长远发展。本研究能为贵州的农旅融合发展提供一些参考和启示,期望在未来,贵州的农业和乡村旅游能够持续繁荣发展,为当地经济注入持续的动力,为游客提供更多的美好体验。

参考文献

- [1] 罗清泉. 贵州平塘县乡村旅游高质量发展策略探究[J]. 广东蚕业,2023,57(7):129-131.
- [2] 向淳. 特色打开市场 质优铸就品牌[N]. 贵州日报,2023-06-01(006).
- [3] 陆恩铭. 乡村振兴战略下贵州省体旅融合发展研究[D]. 武汉:武汉体育学院,2023.
- [4] 周定勇. 贵州农业特色优势产业发展建议[J]. 农业开发与装备,2023(4):55-56.
- [5] 陈永琴. 贵州文旅产业与特色农业产业高质量融合发展研究[J]. 旅游与摄影,2021(21):52-53.
- [6] 杨宇. 贵州农业发展策略探究[J]. 广东蚕业,2021,55(8):145-146.
- [7] 熊肖雷. 贵州特色农业产业绿色发展的路径选择研究[J]. 产业与科技论坛,2021,20(5):21-25.

Circulation in Assisting Agriculture: Coordinated Development of Characteristic Guizhou Agricultural Industry and Rural Tourism

Chen Xiaoyu

(Moutai Institute, Zunyi, Guizhou 564507)

Abstract: Guizhou, a province where many ethnic groups reside in harmony in China, has rich agricultural resources and profound rural tourism potential. The integrated development, featuring Guizhou's unique agricultural features, rural culture, agriculture, and rural tourism, is facing a series of opportunities and challenges. Effective integration strategies will inject vitality into the local economy while promoting cultural inheritance and preservation. With the implementation of the diversified strategies, Guizhou is expected to achieve continuous innovation in the field of the integration of agriculture and tourism, and provide tourists with more unique and meaningful journeys.

Keywords: Guizhou's Agriculture; Agricultural Resources; Rural Tourism; Integration Strategies; Cultural Inheritance; Coordinated Development

农村电商减贫增收效应的实证分析

——以河北河南两省的淘宝村为例

张银银 徐耀君 吴晓彤

(仲恺农业工程学院经贸学院 广东广州 510225)

摘要: 农村电商是新兴的扶贫减贫方式,实施电商精准扶贫战略,有助于增加贫困家庭的收入。但其增收效果仍有待研究。本文基于2009—2019年河北、河南两省淘宝村的面板数据,采用双重差分法分析淘宝村扶贫增收作用。研究发现,河北河南两省的淘宝村可以使当地农民的人均收入增加约6.27%,此结论在进行一系列检验后仍然成立。因此,基层政府应持续推进淘宝村建设,完善农村电商人才培养体系,优化淘宝村助农增收的作用机制。

关键词: 电商扶贫; 扶贫增收效应; 多期双重差分法; 国家级贫困县; 淘宝村

本文索引: 张银银,徐耀君,吴晓彤.农村电商减贫增收效应的实证分析[J].中国商论,2024(04):165-168.

中图分类号: F252

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)02(b)-165-04

1 引言

打赢脱贫攻坚战是实现全面建成小康社会的关键,2021年中央一号文件指出“农业农村优先发展,全面推进乡村振兴”的指导思想,这对激活乡村活力、持续拓展脱贫减贫成果有着重要理论意义。农村电商作为实施精准脱贫的重要举措,已成为助推“三农”高质量发展、助力乡村振兴的强劲动力。阿里巴巴扶贫项目——淘宝村,凭借初始资金需求少、准入门槛低等优势,成为农民参与电商活动的主阵地。阿里研究院报告显示,2020年原国家级贫困县(简称“国贫县”)形成了119个淘宝村,其中有80个位于河北河南两省的国贫县之中。淘宝村减贫项目可否显著持续促进淘宝村农户增收?增收效应如何?本文基于河北河南两省的原国贫县淘宝村数据,测算淘宝村减贫增收效应是否显著,试图为探索减贫增收、防止再度返贫提供依据。

目前,学界对电商减贫路径的研究主要集中于电商减贫模式、电商减贫实践中存在的问题与解决对策、电商减贫的减贫增收效应分析。在电商减贫模式方面,李坤洋等(2018)^[1]研究发现,电商扶贫模式取得成功的共同原因在于地方政府的合理规划与贫困农户的积极参与。颜强等(2018)^[2]提出构建多主体多产业农村电商减贫模式。在电商减贫问题与对策研究方面,李辉婕等(2018)^[3]、王鹤霏(2018)^[4]认为,实体产业基础牢固是我国电商减贫发展壮大的前提。

在电商减贫增收效应研究方面,一些学者认为电商减贫具有显著增收减贫效果^[5-8]。熊雪等(2022)^[9]的研究表明

参与电商能使农民家庭总收入平均提高22.24%。唐红涛等(2018)^[10]研究发现电子商务的减贫效应主要由财政投入以及人力资本形成。唐跃桓等(2020)^[11]研究发现发展电子商务能使当地农民的人均收入增加3%。还有一些学者对电商减贫带来的增收效果持怀疑态度。Tadesse G等(2015)^[12]认为无法找到足够的证据证明电子商务提高农民的信息质量,进一步提高农民的收入。王瑜(2019)^[13]的研究结果显示,贫困户的预期经济获得感明显低于其实际经济获得感。

综上所述,学界在电商减贫及减贫增收效应等方面已进行了丰富研究,电商减贫模式成功与否在很大程度上取决于当地政府与群众能否密切配合。在减贫增收效应的研究方面,学界对电商采纳能否促进农户收入增长仍未达成一致意见。从区域层面来看,现有研究主要关注电商发展优势较强的东部沿海省市,针对原国贫县农村电商的研究较少。本文以阿里巴巴淘宝村为研究对象,探究淘宝村的出现与农民收入变动的关系。

2 淘宝村减贫作用机理

淘宝村助农减贫体现在增加贫困农户收入、节约开支以及赋能减贫方面。增收体现在直接收入以及就业创业机会的增加、形成规模化产业链促进多种产业融合。节约开支体现在生产成本与交易费用的降低、生活消费支出的降低。赋能减贫体现在淘宝大学提供电商运营职业技能培训解决就业创业问题,拓宽产品销售渠道,让贫困县农户得到精神与物质双面满足。

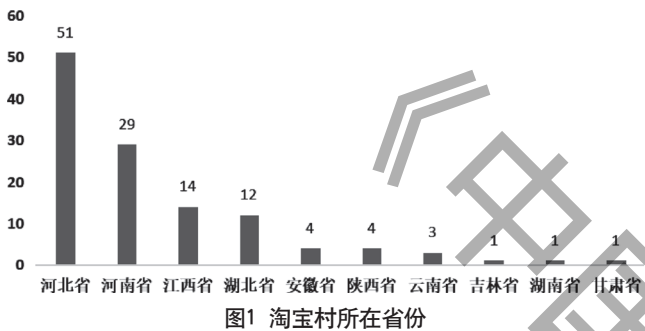
基金项目: 广东省哲学社会科学规划项目“生计不确定性对传统农户向新型农业经营主体转型的影响研究”(编号:GD23XYJ96);广东省普通高校人文社科重点研究基地“粤港澳农产品物流创新研究基地”(编号:2022WZJD001)。

作者简介: 张银银(1984-),女,汉族,湖北宜昌人,讲师,博士,硕士研究生导师,研究方向:乡村振兴与收入分配。

3 电商助农减贫及淘宝村现状分析

河北、河南两省分别于2014年和2018年开始实施《电商扶贫3年行动计划》，电商减贫工作取得良好成绩，主要采取了以下措施：第一，充分发挥电商企业的积极性。以市场化为目标有序推进电商减贫，共享电商减贫发展成果。第二，积极开发淘宝村优势农产品，塑造独特品牌，助力产销对接。第三，着力培养电商人才，注重专业人才的孵化。通过农村电商培训，培育电商减贫带头人。

阿里研究院提供的淘宝村界定条件是^[16]：全村电商年交易额达到1000万，并且村内交易活跃的网店数超过当地户数的10%。2020年时共有119个淘宝村位于41个国贫县中，如图1所示，河北河南两省所拥有的国贫县淘宝村数远高于其他省份，分别排在第一、第二位。



4 模型选取与变量解释

4.1 模型设定

本文采用多期双重差分法(DID)评估淘宝村对农民增收的影响效应，参考《国家扶贫开发832个贫困县名单》以及阿里研究院2014—2018年淘宝村名单，选取2014—2015年入选淘宝村且淘宝村数较多的河北及河南省的原国贫县为分析样本，设置处理组(出现淘宝村的国贫县)与控制组(未出现淘宝村的国贫县)检验农村居民收入状况是否存在显著差异，借鉴Beck等(2018)^[17]的做法，建立如下回归模型：

$$\ln income_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 DID_{it} + \beta X_{it} + \gamma_i + \gamma_t + \mu_{it} \quad (1)$$

模型中，i代表国贫县，t代表年份。 $\ln income_{it}$ 是被解释变量，表示贫困县i在t年的居民收入，为避免多重共线性，取对数值进行衡量。 DID_{it} 是由虚拟变量 T_i 与 P_{it} 相乘构成的核心解释变量，即 $DID_{it} = T_i \times P_{it}$ 。其中， T_i 为贫困县i内是否出现淘宝村的虚拟变量，如果在2014—2019年贫困县i内出现淘宝村，则 $T_i = 1$ ，否则 $T_i = 0$ ； P_{it} 为虚拟变量，表示贫困县i在t年后出现淘宝村，若贫困县i在t年出现淘宝村，则从t年到2019年 P_{it} 均为1，否则 $P_{it} = 0$ 。 X_{it} 是与淘宝村和农村居民人均收入相关的控制变量。 γ_i 为贫困县固定效应， γ_t 为年份固定效应， μ_{it} 为误差项。

4.2 变量选择与描述性统计

(1)被解释变量。2009—2019年，河北河南两省各贫困

县统计口径有一定调整：农村居民人均收入在2013年及以前用“农村居民人均纯收入”统计，2013年以后使用“农村居民人均可支配收入”统计。

(2)控制变量。本文选择如下7个控制变量^[16]：以地区人均生产总值对数值($\ln gdp$)评估贫困县的经济发展程度，以第二产业增加值与地区生产总值之比(ind)评估贫困县的产业结构，以居民储蓄存款余额与地区生产总值之比($save$)评估贫困县储蓄率，以年末金融机构贷款余额与地区生产总值之比($loan$)评估贫困县融资能力，以财政收入与地区生产总值之比(rev)和财政支出占地区生产总值之比(gov)评估贫困县财政收支情况，以中小学在校生人数占户籍人口比重(edu)评估贫困县人力资本水平。

表1 变量的描述性统计

变量名	平均值	标准差	最小值	最大值
DID	0.039	0.194	0.000	1.000
lnincome	8.792	0.436	7.565	10.390
lngdp	13.776	0.623	11.913	15.225
industry	0.422	0.108	0.093	0.778
edu	0.120	0.045	0.010	0.251
save	0.824	0.419	0.000	2.667
loan	0.525	0.343	0.000	3.553
rev	0.046	0.049	0.011	1.171
gov	0.222	0.096	0.084	1.120

5 结果与分析

5.1 双重差分模型结果分析

从表2可以看出，模型(1)是在未考虑固定效应及控制变量的情况下，淘宝村的发展对收入增长产生显著影响；模型(2)与模型(3)是在考虑县市固定效应、年份固定效应以及控制变量影响的情况下，对淘宝村增收效果进行测算。模型(2)(3)的DID系数逐渐减小，但依然在1%的置信水平上显著。模型(3)数据处理发现，在国贫县内出现淘宝村前后，处理组的农村居民人均收入平均增加2.28倍，这表明国贫县内淘宝村出现的变化可解释农村居民收入增长的2.75%(6.27/228)。因此，淘宝村的减贫增收效应在统计和经济意义上均是可观的。

5.2 平行趋势检验分析

本文运用多期双重差分法进行实证分析应满足：在淘宝村出现前，处理组和控制组的人均收入变化趋势相同，未存在显著差异。本文参考相关文章^[11]，以公式(1)为基础构建下列回归模型，以检验样本是否满足平行趋势条件：

$$\ln income_{it} = \alpha_0 + \sum_{j=2}^4 pre_j + \sum_{j=2}^4 post_j + \beta X_{it} + \beta_i + \gamma_t + \mu_{it} \quad (2)$$

其中， pre_j 是一个虚拟变量，当某一贫困县内在j年之后出现淘宝村，则 pre_j 为1，否则为0； $post_j$ 显示了国贫县内

出现淘宝村以前第j年,处理组相对控制组农村居民人均收入的增长变化趋势。以国贫县内出现淘宝村的前一年为参考,如果pre_4—pre_2系数为不显著,则样本数据满足平行趋势条件。post_J同样是一个虚拟变量,当某一贫困县在j年之后出现淘宝村,则post_J取1,否则为0;post_J显示了国贫县内出现淘宝村后的第j年,处理组相对于控制组农村居民人均收入的增长变化趋势。

表2 基准回归结果

变量名	(1)	(2)	(3)
DID	0.448*** (0.0748)	0.656*** (0.0616)	0.0627*** (0.0215)
lngdp			0.813*** (0.0322)
industry			-0.392*** (0.132)
edu			0.0323 (0.281)
save			0.192*** (0.0418)
loan			-0.0280 (0.0203)
rev			1.918** (0.811)
gov			1.516** (0.266)
常数项	8.775*** (0.0148)	8.630*** (0.0254)	-2.738*** (0.422)
县市固定效应	否	是	是
年份固定效应	否	是	是
样本量	867	867	867
Adj_R ²	0.040	0.527	0.971

注: *、**、***分别表示在10%、5%、1%水平上显著;括号内数字是t值;下同。

从图2可以看出,在国贫县内出现淘宝村以前,处理组和控制组的居民人均收入的变化趋势基本相同,体现为pre_4—pre_2的90%的置信区间内包含0值,说明回归系数不显著,数据满足平行趋势条件;current—post3的估计系数显著为正,置信区间远离0值,表明原贫困县内出现淘宝村

的增收减贫效应显著。

5.3 稳健性检验分析——排除其他政策影响

农村居民收入呈现显著增长可能的同时受到其他国家导向政策的影响,导致估算结果偏差。本文以排除“电商综合示范县”政策的影响为例,剔除样本中入选2018年电商示范县的原国贫县,重新代入公式(1)回归。如表3所示,国贫县淘宝村DID系数在99%的置信区间上仍然显著。这表明公式(1)估计结果并未由于少数电商发达县而造成偏差,淘宝村的出现显著提高了农户收入。

表3 剔除政策影响后基准回归结果

变量名	(1)	(2)	(3)
DID	0.728*** (0.0573)	0.627*** (0.0524)	0.134*** (0.0479)
控制变量	否	否	是
县市固定效应	否	是	是
年份固定效应	否	是	是
样本量	713	713	713
Adj_R ²	0.981	0.605	0.824

6 结语

综上分析,河北和河南省淘宝村的出现能使当地农民收入增长约6.27%。因此,本文提出以下建议:第一,持续推进淘宝村建设。原贫困县基层政府要切实加强对淘宝村的监督、检查和指导,因地制宜精准施策,及时予以资金技术支持。由表2可知,工业化程度对贫困县农民增收影响显著为负,因而要大力发展现代农业,开发探索适合网络销售的本地特色产品,积极培育扶持优质网销产品。第二,完善农村电商人才培养体系。由回归结果可知,淘宝村人力资本水平对农民减贫增收作用不显著,应着力提升人力资本水平,针对不同主体分层次开展形式多样的电商培训,巩固脱贫攻坚成果。第三,优化淘宝村助农增收作用机制。实证结果显示,储蓄率、财政收支对淘宝村的农民增收影响显著为正,政府应优化财政收支结构,提升贫困县公共服务水平。

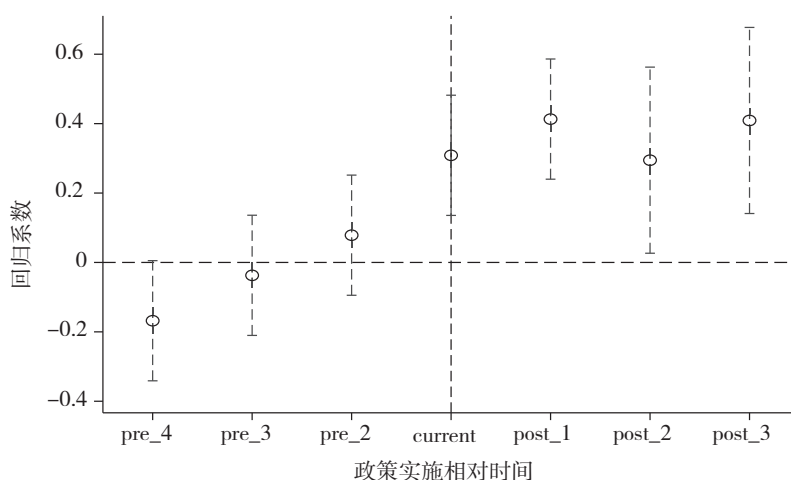


图2 平行趋势检验

与此同时,应激励将居民和企业储蓄转化为有效投资,充分发挥政府和金融机构合力,提振投资信心,促进淘宝村经济的持续发展。

参考文献

- [1] 李坤洋,刘日恬.我国农村电商扶贫模式的比较研究[J].农村经济与科技,2018,29(14):151-154.
- [2] 颜强,王国丽,陈加友.农产品电商精准扶贫的路径与对策:以贵州贫困农村为例[J].农村经济,2018(2):45-51.
- [3] 李辉婕,胡侦,肖萍,等.政府主导下的农村地区产业扶贫实践与路径优化:基于江西省N村产业扶贫现状的考察[J].农林经济管理学报,2018,17(2):235-244.
- [4] 王鹤霏.农村电商扶贫发展存在的主要问题及对策研究[J].经济纵横,2018(5):102-106.
- [5] 宋岩,徐佩.农村电商发展的减贫增收效应研究:以山东曹县大集镇25个“淘宝村”为例[J].山东农业大学学报(社会科学版),2021,23(4):31-39+183.
- [6] 姜美善,梁泰源.传统金融与数字普惠金融的减贫增收效应:差异性与互补性[J].广东财经大学学报,2023,38(5):57-74.
- [7] BARRTO M G,BURGA P R. The effect of internet and cell phones on employment and agricultural production in rural villages in Peru [R].2014
- [8] 曾亿武,郭红东,金松青.电子商务有益于农民增收吗:来自江苏沭阳的证据[J].中国农村经济,2018(2):49-64.
- [9] 熊雪,聂凤英.脱贫地区农户融入电商价值链的增收机制与效应分析:以云南、贵州、陕西和甘肃为例的实证研究[J].西南大学学报(社会科学版),2022,48(2):95-106.
- [10] 唐红涛,郭凯歌,张俊英.电子商务与农村扶贫效率:基于财政投入、人力资本的中介效应研究[J].经济地理,2018,38(11):50-58.
- [11] 唐跃桓,杨其静,李秋芸,等.电子商务发展与农民增收:基于电子商务进农村综合示范政策的考察[J].中国农村经济,2020(6):75-94.
- [12] TADESA G. Mobile phones and farmers marketing decisions in Ethiopia [J]. World development,2015SE G, BAHIGW,68(1):296-307.
- [13] 王瑜.电商参与提升农户经济获得感了吗:贫困户与非贫困户的差异[J].中国农村经济,2019(7):37-50.
- [14] 骆华,周文良.精准扶贫背景下普惠金融的减贫增收效应与机制分析:基于粤东西北地区12市的实证研究[J].云南农业大学学报(社会科学),2022,16(3):36-42.
- [15] 韦金梅,石建斌.阿里、京东和苏宁三大电商平台的扶贫比较研究[J].农村经济与科技,2020,31(14):188-190.
- [16] 罗震东,王金杰,左臣明,等.1%的改变:2020中国淘宝村研究报告[R].阿里研究院,2020.
- [17] 聂凤英,熊雪.“涉农电商”减贫机制分析[J].南京农业大学学报(社会科学版),2018,18(4):63-71+158.
- [18] THORSTEN BECK,ROSS LEVINE,ALEXEY LEVKOV. Big Bad Banks? The Winners and Losers from Bank Deregulation in the United States[J]. The Journal of Finance,2010,65(5):1637-1667.
- [19] 刘玮琳,何光喜,刘冬梅.贫困地区淘宝村的增收效应:基于2005—2018年四省份县域数据的实证研究[J].中国科技论坛,2021(9):116-125.

Empirical Analysis on Poverty Reduction and Income Generation Effect of E-commerce: A Case Study on Taobao Villages in Hebei and Henan province

Zhang Yinyin, Xu Yaojun, Wu Xiaotong

(Zhongkai University of Agriculture and Engineering, College of Economy and Trade, Guangzhou, Guangdong 510225)

Abstract: Rural e-commerce is an emerging poverty alleviation method, implementing precise e-commerce poverty alleviation strategies can help increase the income of impoverished families. Based on panel data of Taobao Villages in Hebei and Henan Provinces from 2009 to 2019, this paper uses the difference in differences method to analyze the role of Taobao Villages in poverty alleviation and income generation. It is found that Taobao Villages in the two provinces can increase the per capita income of local farmers by about 6.27%. The figure is still valid after a series of tests. Therefore, local governments should continue to promote the development of Taobao Villages, improve the training system for rural e-commerce talent, and optimize the mechanism of Taobao Villages in helping farmers to increase their income.

Keywords: E-commerce for Poverty Alleviation; Poverty Alleviation and Income Increase Effect; Multi-period Difference in Differences Method; National-level Poverty-stricken Counties; Taobao Villages