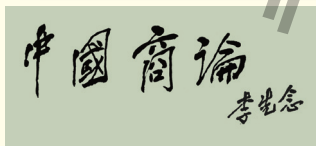


This journal was listed into the  
*Overview of Chinese Core Journals*  
of Peking University (2004, 2008 Editions).



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  
**President and 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  
Zhang Lihui Fan Xiang Zhao Yuejun Yin Junting  
Zhang Tingzhi Liu Jidong  
**Operators** Feng Genying Shao Mei

**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**

- 数字经济视角下我国国际贸易转型升级的路径研究····· 桂嘉越 001
- 双碳目标下数字赋能现代流通体系绿色化发展研究····· 王俊燕 张丹 005
- 电子商务环境下多渠道零售策略的实施及组织挑战探讨····· 王茹 009
- 乡村振兴背景下县域商业体系建设的对策研究····· 路瑶 013
- 粤港澳大湾区城市群空间经济网络关联研究····· 杨韵 017

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

- 创新联合体理论内涵及发展问题探析····· 曹胜娇 021
- 贵州省绿色金融支持乡村振兴发展的问题研究····· 兰洋 025
- 乡村振兴背景下农村电商发展机遇、困境及对策研究····· 郑福 周祚山 029

**E-commerce 电子商务**

- 多元化运营模式下跨境电商物流服务体系构建研究····· 李小君 杨汉昌 033
- RCEP 背景下广西面向东盟的跨境电子商务高质量发展路径研究····· 刘丹羽 037

**Digital Economy 数字经济**

- 数字基础设施能否提升地区对外贸易竞争力?····· 胡忆雯 陈一凡 刘子睿 041
- 数字经济对居民消费潜力的影响效应研究····· 苗慧 045

**International Trade 国际商贸**

- 地缘政治关系调整对中国向东盟直接投资的影响研究····· 陈锦艳 049
- 国际贸易与现代供应链关系研究····· 王月虹 053
- 欧亚经济联盟经济一体化发展的现状与制约因素····· 赵春晖 057
- “一带一路”背景下中国对非直接投资与农产品出口三元边际的影响研究····· 章一帆 061

**Consumer Market 消费市场**

- 网络时代事件营销策略探析····· 郭文洁 姚文 066
- 云南省茶叶出口实现“破壁”的路径研究及建议····· 和珊珊 070
- 新媒体时代“老字号”品牌活化策略研究····· 陆国红 074
- 跨境电商自建独立站的优劣势分析····· 孙芳 胡玥涛 078

数字贸易对消费者行为的影响研究..... 徐晨旸 082

“元宇宙 + 电商”背景下消费者购买意愿的影响因素分析 ..... 黄泽宇 陈玉君 086

## Logistics · Industry Chain 物流 · 产业链

物流业低碳转型研究进展的文献计量分析..... 张旭 曹芳萍 091

跨境电商企业海外市场物流模式选择研究..... 窦维珊 097

互联网背景下河北智慧物流管理模式的发展策略研究..... 杜文雅 101

## Financial Sight 金融视线

城市商业银行在资本新规背景下对小微企业融资的策略研究..... 李天航 105

青海省绿色金融与产业结构升级的灰色关联度分析..... 张新宇 109

人工智能对金融价值链的影响与发展策略研究..... 沈子杰 匡甜甜 113

资本新规对银行业务发展的影响及应对策略研究..... 罗芳 119

## Service Economy 服务经济

供应链融资缓解小微企业融资难的策略研究..... 蒋逸飞 刘东皇 123

新格局下中国企业“走出去”生存效率的影响因素分析..... 何雯菁 127

## Industrial Economy 产业经济

老龄化背景下粤港澳大湾区养老产业发展研究..... 方妙英 黄婉丽 131

利用区位熵分析产业结构合理性..... 张国锋 黄佳慧 董大朋 135

数字经济助力贵州省白酒产业高质量发展研究..... 张焯 139

浙江省文化与旅游产业融合发展态势测度与评价..... 侯洁 143

耦合协调视角下信息产业和流通产业的关系研究..... 段逢树 148

## Business Environment 营商环境

政府科技投入、环境规制对经济高质量发展的影响..... 黄桂林 李中航 152

考虑区块链技术及政府补贴的绿色供应链定价决策研究..... 周隽 王术峰 156

## Business Management 企业管理

货币政策、企业经营风险与资本结构调整..... 张毓芝 白仲林 161

专精特新企业与 ESG 表现的经济关系研究 ..... 周鑫 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

A Study on the Path of China's International Trade Transformation and Upgrading from the Perspective of Digital Economy .....	001
Research on the Green Development of Modern Circulation Systems Empowered by Digital Technologies under the Dual Carbon Goals .....	005
Discussion on the Implementation of Multi-channel Retail Strategies and Their Organizational Challenges in the context of E-commerce .....	009
Research on Countermeasures for the Construction of County-level Commercial System under the Background of Rural Revitalization .....	013
A Study on the Correlation of the Spatial Economic Network of the City Cluster of the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area .....	017

## Implementing the Spirit of the 20th National Congress

Analysis of the Theoretical Connotation and Development of Innovation Consortiums .....	021
Research on Green Finance Supporting Rural Revitalization in Guizhou Province .....	025
Research on the Development Opportunities, Difficulties and Countermeasures of Rural E-Commerce under the Background of Rural Revitalization .....	029

## E-commerce

Research on the Construction of Cross-border E-commerce Logistics Service Systems under Diversified Operation Models .....	033
A Study on the High-quality Development Path of Guangxi's Cross-border E-commerce Oriented towards ASEAN in the	



Context of RCEP..... 037

## Digital Economy

Can Digital Infrastructure Enhance Regional Competitiveness in Foreign Trade? ..... 041

Research on the Impact of Digital Economy on Resident Consumption Potential ..... 045

## International Trade

Research on the Impact of the Adjustment of Geopolitical Relations on China's Direct Investment in ASEAN ..... 049

Research on the Relationship between International Trade and Modern Supply Chain ..... 053

Current Situation and Constraints of Economic Integration Development in the Eurasian Economic Union ..... 057

Research on the Ternary Marginal Impact of China's Direct Investment in Africa and Agricultural Products Export under the Background of the Belt and Road Initiative ..... 061

## Consumer Market

Analysis of Event Marketing Strategies in the Internet Era ..... 066

Research and Suggestions on the Path to "Breaking the Wall" for Tea Export in Yunnan Province ..... 070

Research on Revitalization Strategies for Time-Honored Brands in the Era of New Media ..... 074

SWOT Analysis of Self-built Standalone Websites in Overseas E-commerce ..... 078

A Study on the Impact of Digital Trade on Consumer Behavior ..... 082

Analysis of Factors Influencing Consumers' Purchase Intention in the Background of "Metaverse + E-Commerce" ..... 086

## Logistics·Industry Chain

Bibliometric Analysis of Research Progress on Low-carbon Transformation in the Logistics Industry ..... 091

Research on Logistics Model Selection for Cross-Border E-commerce Enterprises in Overseas Markets ..... 097

Research on the Development Strategy of Intelligent Logistics Management Model in Hebei under the Background of the Internet ..... 101

## Financial Sight

A Study on the Financing Strategy of Urban Commercial Banks for Small and Micro Enterprises under the Background of New Capital Rules ..... 105

Grey Relation Analysis of Green Finance and Industrial Structure Upgrading in Qinghai Province ..... 109

Research on the Impact of Artificial Intelligence on Financial Value Chain and Development Strategies ..... 113

Research on the Impact of New Capital Regulations on Commercial Banks and Coping Strategy .....	119
---	-----

## Service Economy

Research on Supply Chain Financing Strategies to Alleviate Financing Difficulties for Small and Micro Enterprises .....	123
Analysis of the Factors Influencing the Survival Efficiency of Chinese Firms Going Global under the New Pattern .....	127

## Industrial Economy

Research on the Development of Elderly Care Industry in the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area in the Context of Population Aging .....	131
LQ-based Analysis of the Rationality of Industrial Structures .....	135
Research on Digital Economy Facilitating High-quality Development of Baijiu Industry in Guizhou Province .....	139
Measurement and Evaluation of the Integrated Development of the Cultural and Tourism Industries in Zhejiang Province .....	143
Research on the Relationship between Information and Circulation Industries from the Perspective of Coupling Coordination .....	148

## Business Environment

Impact of Government Investment in Science and Technology and Environmental Regulation on High-quality Economic Development .....	152
Research on Green Supply Chain Pricing Decision Considering Blockchain Technology and Government Subsidies .....	156

## Business Management

Monetary Policy, Business Operational Risks, and Capital Structure Adjustments .....	161
Research on the Economic Relationship between Specialized, Refined, and Innovative Enterprises and ESG Performance .....	165

# 数字经济视角下我国国际贸易转型升级的路径研究

桂嘉越

(1.广东培正学院经济学院; 2.广东培正学院数字经济研究所 广东广州 510830)

**摘要:** 数字经济以大数据技术为背景,通过不断创新应用新型技术带动自身发展从而实现经济价值提升。信息时代,经济发展需要具备物联网及人工智能等先进技术的支持,而数字经济结合国际贸易的发展在未来也会成为经济模式转型的重要手段。当前经济的创新融合中仍然存在未全面转型或不具备核心竞争力等弱点。要促进数字经济与国际贸易的协同发展,则需深入探索数字技术并科学运用其带动经济治理,以此为国际贸易完善经济链实现真正的转型升级。基于此,本文对数字经济影响国际贸易改革的具体因素进行分析,研究当前以数字经济为基础的国际贸易改革面临的关键问题,并针对性地提出通过数字经济促进国际贸易改革发展的应对方案,以供参考。

**关键词:** 数字经济; 国际贸易; 贸易转型; 大数据; 物联网; 人工智能; 数字化

**本文索引:** 桂嘉越.数字经济视角下我国国际贸易转型升级的路径研究[J].中国商论,2024(07):001-004.

**中图分类号:** F742

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-001-04

如今国际贸易通过运用大数据、互联网、人工智能等先进技术来实现全面数字化发展,使得敦煌网、阿里巴巴、DTC各类跨境电商平台不断创新交易总额。我国2021年和2022年总的电子商务交易额分别突破42.13万亿元和47.57万亿元,同比增长12.9%,2018—2022年实现10.0%的复合年均增长率。中商产业研究院预测,我国2023年的电子商务总交易额、所占市场份额、物流快件占比分别将突破50.17万亿元、55%、40%。《2022年世界贸易报告》中的数据分析,全球在2040年世界贸易总额中数字贸易将突破半数,其中仅发展中国家就将占据15%的份额。数字化贸易不断改进基础设施建设,使供应链能够逐步符合各个国家和地区的具体标准,有效提升了实际效率,使国际贸易有了质的飞跃,实现全新的发展,促进在世界范围内各类数字贸易的全球化水平全面提升。

## 1 数字经济概述

基于区块链、人工智能、云计算等全新的技术措施以及应用模式的数字技术,通过自身的持续进步带动了数字经济的良好发展。数字技术虽在时代的更替中不具备极强的创新价值,但其在企业更改生产方式、产业结构更替、拓展全新经济进步渠道方面体现了应有的价值,特别是在如今国内与国际始终变换的经济形式中,我国可将数字技术作为突破经济结构创新发展的有利手段,在国际贸易市场中时刻提升自身竞争力。众多学者在不同维度对数字经济开展了深入解读。在价值转换方面,数字经济中数据是主要的生产要素,在经济模式上是利用数字化技术转化成实际的信息价值,这与传统经济有一定的差异。

数字经济与传统经济模式相比,是一种新生的人类经济活动形态,并非如传统经济模式将生产力的提升重点放在产品端,而是利用数字技术在客户端采集各类消费市场中的外部及隐含需求,企业再根据采集的需求进行生产及提供产品供应服务。传统经济模式更重视有效配置各类资源,利用标准化生产及批量化交易实现各项成本缩减及经济规模拓展;而数字经济更注重对不同的市场结构及消费群体开展不同层面的个性化服务。数据在这种全新的经济模式中成为必要的生产条件,并带动市场随之调整制定产权及激励政策、交易标准、信用关系等方面的标准。

## 2 数字经济对国际贸易转型升级的影响

数字经济早已成为我国经济体系的重要组成部分,更是新形势下经济发展的核心力量,我国近年数字经济发展迅猛,在2016—2022年其规模及增速如图1所示。

### 2.1 推动贸易产品多样化

市场的供需在数字技术的基础上可实现短时间内的精准匹配,出口企业可快速采集市场的各类数据信息,同时还能通过更低的成本来满足实际的消费者需求,以此完成自身生产及营销结构的转型升级。此外,企业可通过应用数字技术来完成智能生产,突出的体现是加快了响应速度,企业生产经营的标准及要素也并非产品与服务,而演变成多样化的数字技术,有效打破了传统企业贸易中受时空约束的壁垒。受众群体较小的产品也可精准、高效地利用贸易流转来拓展生产规模,使国际贸易体系中具备更多的创意型、个性化产品,使我国的国际贸易具备更为完善的产品架构。

**作者简介:** 桂嘉越(1985-),女,汉族,湖南祁阳人,硕士研究生,副教授,研究方向:跨境电商。



图1 我国2016—2022年数字经济规模及增速

表1 我国数字经济发展对三大产业的渗透率

年份	增值 (万亿)	占 GDP 比重	对第一产业的渗透率 %	对第二产业的渗透率 %	对第三产业的渗透率 %
2020	39.2	32.8	6.6	17.1	32.6
2021	45.5	34.1	7.4	18.2	35.8
2022	50.2	36.4	8.2	18.6	47.6
2023	51.7	38.9	9.4	19.5	48.1

以往出口贸易企业中的实体营销凭借数字技术转移到网络开展零成本线上销售,可使企业产品脱离传统的销售模式限制。国际贸易出口企业在应用数字技术期间,可突破时空壁垒通过网络渠道将产品销往全球各个地区,使企业全面提高自身的国际影响力及市场竞争优势。

## 2.2 优化贸易成本结构

与以往的国际贸易模式相比,数字化技术能够全面促进企业对大数据、互联网等现代化技术的应用,有效使国际贸易企业降低生产经营成本并拓宽利润空间。国际贸易企业在数字技术的支持下实现转型升级,能够达到企业高效与国际合作伙伴间开展频繁的信息交互,防止因信息偏差造成相互间合作关系受到影响,还有助于企业缩减成本提升沟通效率。同时,其他贸易环节,包括合同签订、物流运输、贸易谈判等也能通过数字技术切实提高效率,从而进一步有效减少企业的经济成本。

## 2.3 推动贸易主体多元化

出口贸易的多样化发展依赖数字经济的进步环境,如今的外贸企业已逐步接受并应用数字出口贸易模式。另外,数字经济具备公平、公正、普惠特征,体量及规模各不相同的各类企业均能合理通过数字平台进行竞争,对于国际竞争市场中的中小微企业尤为有利,为其提供了更多的可能性及发展空间。

## 3 数字经济下国际贸易转型升级的困境

### 3.1 国际贸易企业核心竞争力薄弱

国内多数出口企业在数字经济背景下未正确建立自身的品牌意识。诸多国际贸易企业均通过价格优势获取国际市场份额,因多数产品未强化生产技术能力,因此无法在国际市场中具备技术竞争优势。同时,我国多数出口企业在数

字经济背景下,贸易产品还停留在生产机械制品、纺织制品等传统工业制品层面,制造过程能耗过多、污染严重。联合国的工业发展组织报告在近期曾指出,中国是国际首位纺织、机械等类密集型劳动产业商品出口大国,这标志着我国仍处于国际进出口贸易发展的初期阶段。服务及高新技术等类型的贸易出口率明显较低,不具备较强的市场竞争力。我国的国际贸易在数字经济时代若要稳固自身的市场地位,应将转型升级重心放在增强核心竞争力方面。

### 3.2 数字经济技术基础薄弱

数字经济的转型发展要不断创新,把握核心的数字技术应作为数字经济稳步进步的关键条件。我国的数字经济相较于发达国家起步较晚且数字化水平不够先进,多数基础的信息及软件系统技术仍需其他国家的援助。数字技术应持续创新基础核心技术,这也是我国进出口贸易在转型升级中亟待解决的重点问题。

### 3.3 贸易低碳发展速度缓慢

我国“双碳”目标实行后,不同领域为解决环保压力均开始探索绿色发展的途径,其中包括出口企业。数字经济视角下,贸易模式正由以往的高碳形式逐步转化为低碳模式,企业应坚持绿色发展,使我国快速达成“双碳”目标。我国改革开放时期的出口贸易是将货物贸易作为重点,以土地、矿产、森林等过度的资源消耗及廉价劳动力等为基础,以低廉的产品价格向全球展示“中国制造”,有效助力了国家发展。但后期我国逐渐减少的出生人口及提前进入人口老龄化阶段,改变了我国原有的人口结构,这也削减了以往廉价劳动力带来的产品价格优势。此外,我国以往碳排放高、能耗大、产出少的经济形式已无法推动如今及后续的经济的发展,而日益严峻的环境污染及资源消耗问题,亟须通过创新发展模式有效改善。

## 4 数字经济推动国际贸易转型升级对策

### 4.1 完善国际贸易战略体系

我国国际经济贸易为提升发展速度,必须有效开展国际贸易战略发展体系建设,从经济全球化的角度分析实际的对外贸易发展需求,促进我国出口企业根据预期的发展



走向,提升在国际进出口市场的核心竞争力,使我国国际贸易提升发展速度并创造更多的经济价值。

第一,在数字经济环境中,我国应筛选具备国际发展实力的出口贸易企业并给予一定的资金及政策支持,将其国际发展形势作为重点研究项目,按照目前进出口贸易的整体发展趋势制定相关企业的后续发展战略,使我国企业在国际贸易市场中有效地提高竞争力。

第二,为使我国国际贸易实现可持续发展,应为具备实力的企业制定发展的创新战略,促进体制机制建设,鼓励其顺应现阶段的国际贸易整体走向,更多地与国际企业间开展交流合作,为国家的创新型建设提供助力。例如,我国可规划制定高新技术产业相关的发展战略,为我国高新技术产业中有国际市场竞争潜力企业的产业完善提供政策及资金支持,使企业模式由综合经营演变为集体经营,促进产品有效优化生产结构,全面提升我国发展国际经济的能力,为中国树立鲜明的国际形象。

## 4.2 完善数字贸易商业系统

在数字经济背景下,贸易商业系统的数字技术操作系统应全面优化,因其对国际贸易技术水平产生直接影响,所以经济基础设施建设应在经济全球化的基础上,实现全面创新商家的网络、商品数据库、会员管理、金融支付、物流运输等各类系统,使服务水平实现多元化、个性化发展。

第一,商家网络系统应具备有助于开展进出口贸易的数化工具,并指导商家精准掌握用户的真实需求、产品在全球的销售现状、竞对商品的数据分析等,保障商家能够科学开展生产运营,从而简化产品的营销管控模式。会员系统可根据用户间的差异来个性化定制对应的服务。系统会通过人工智能、大数据等先进技术,结合用户文化背景、个人行为等数据开展具体分析,精准获取用户的潜在需求并合理制定对应的产品供给方案,再为用户建立系统档案,内容是根据用户的购买习惯制定提升其复购率的措施。

第二,商品数据库系统在贸易数字化发展中是一项可提升产品流通效率的基础设施建设项目。创建数字化进出口贸易平台时,商品数据库系统的实际建设质量是网络平台整体提升订单转化率及用户增强购物体验感的有效保障。

第三,金融支付在数字化进出口贸易发展的时代中作为全新的经济创新应用模式,为商家与用户双方创造了更多形式的支付方式,为中小微企业排除了融资难题的同时,还能使用户在支付过程中体验到更多的分期免息等金融服务,从而提升了用户的体验感及购买欲。

第四,智能化物流系统突破了以往仓储贸易中对物流运输的各种限制,有效促进了物流运输效率的提升。智能化物流计算系统根据跨境物流运输的分析数据可提供运输最适宜的路线。供应商通过将产品发货地址及用户收货地址

输入数字物流系统,获取最适宜的物流服务方式来切实缩减物流成本。与此同时,用户能在最短的周期收获产品,增强国际购物的体验感。

## 4.3 培育高水平人力资本

数字经济背景下,人力资源对其后续的发展趋势及重点技术的创新发展可起到重要的影响作用。所以,我国在经济发展中应致力于培育出更多的高质量人才队伍来有效应对发展期间出现的技术难题。在国际贸易市场中,人力资源是全球公认的一项关键的竞争优势力量。数字经济时代迫使国家在技术、技能、知识、素养方面对人才的需求标准不断调整。在数字经济背景下,应着力培养一批具备研究技能及创新意识的人才队伍,这也是我国在数字化经济中突破技术壁垒的关键。

第一,我国应培养更多的数字技术相关的人才并提升培养质量及频率,用以增强我国科技领域的战略水平及为数字经济创建良好的发展格局,有效提升我国数字进出口贸易的市场竞争优势,为数字经济发展正确部署,让中国在全球贸易市场抢占先机。

第二,我国多数的高校应力争顺应如今的市场发展方向,通过数字经济的视角合理为进出口贸易培养可用人才创建相关机制,并灵活调整课程设计模式,与政府、企业、贸易协会等共同建立常态化人才培养体系,结合数字化经济时代的发展特点,培养出可为国际贸易高速发展提供服务的优质、高标准、复合型人才,来增强我国在国际贸易市场中的竞争力。

第三,我国应开展以数字化技术教育为基础的国民素质教育培训,我国政府、企业、高校将自身的学习资源及信息平台用来促进相关产业向着数字化方向发展,从而满足民众数字贸易的实际需求并提高其消费能力,同时有效推进我国进出口贸易的真正数字化转型。

## 4.4 完善跨境电商标准体系

我国进出口贸易在转型期间,总体质量及发展效果会受到跨境电商操作体系的影响,我国跨境电商的国际贸易增长率从2020年至今持续保持增长势头,这足以说明其对于进出口贸易具体的重要价值,因此国家为实现进出口贸易产业的快速转型发展目标,应重点扶持跨境电商产业。

第一,我国跨境电商应全面优化信用制度。在目前我国电商服务趋向复杂化发展的环境下,跨境电商企业的信誉度在日常运营及后续发展中应通过商务信用制度来具体体现,因此必须全面完善创建商务信用制度。例如,我国在开展综合评价制度建设的过程中,应通过监管部门进行信用认证后方能实施,具体要对跨境电商企业的服务、培训、物流及其他各项平台的基础数据进行有效记录。

第二,我国跨境电商企业应寻求合适的国际运营标准

合理制定运营规则体系,同时还要对跨境电商自身工作中包含的技术规则内容加以确认。探索跨境电商产业可实施的技术规则及技术贸易执行方案,通过监管合作结合国际认证促进跨境电商企业科学建立有序的沟通方式,防止我国进出口贸易在转型升级期间过多地产生贸易矛盾纠纷。

第三,我国跨境电商产业应科学制定纠纷处理办法,对用户纠纷制定相关的售后服务及客户维权制度,并设立控制标准及相关解决措施,进一步优化全球不同地区用户的权益保护措施,同时跨境电商产业应积极设立平台监督机制,并寻求有效的电子合同样本来规范操作行为。

### 5 结语

综上所述,我国进出口贸易的转型升级需对数字技术的重要作用有正确的认识。我国进出口贸易在发展期间,若想始终保持市场竞争优势及拓展市场规模,就要掌握数字经济时代的进步节奏,在强化对人才培养效果的过程中建立数字化国际电子商务交流模式。数字经济为我国进出口贸易产业带来了前所未有的发展机遇及挑战,所以,国际贸易若要实现转型升级就必须牢牢把握如今的契机来强化数字化技术。

### 参考文献

- [1] 黄子逸.依托数字经济推动国际贸易转型升级的对策分析[J].质量与市场,2023(15): 40-42.
- [2] 王艺杰.依托数字经济推动出口贸易转型升级的对策[J].科技经济市场,2023(2): 28-30.
- [3] 韩嘉祥.数字经济推动国际贸易转型升级的策略研究[J].中小企业管理与科技,2023(2): 150-152.
- [4] 孟康平.数字经济推动国际贸易转型升级的策略分析[J].商场现代化,2022(23): 34-36.
- [5] 李成霞.数字经济助推企业转型升级的特征与机理研究[J].商场现代化,2022(11): 115-117.
- [6] 徐子涵.中国数字经济发展对出口贸易转型升级的影响研究[D].兰州: 兰州财经大学,2022.
- [7] 单双双,戴昀弟.数字经济背景下出口贸易转型发展路径与优化策略[J].商业经济研究,2022(10): 150-153.
- [8] 李勇坚.数字经济推动我国对外贸易转型升级[J].群言,2022(4): 22-26.
- [9] 李海晓.数字经济推动国际贸易转型升级的策略分析[J].商讯,2020(6): 78-79.

## A Study on the Path of China's International Trade Transformation and Upgrading from the Perspective of Digital Economy

Gui Jiayue

(1. School of Economics, Guangdong Peizheng College;

2 Institute of Digital Economy, Guangdong Peizheng College, Guangzhou, Guangdong 510830)

**Abstract:** The digital economy is based on big data technology, and it drives its own development through continuous innovation and application of new technologies, thereby realizing the enhancement of economic value. In the current information age, economic development requires the support of advanced technologies such as the Internet of Things and artificial intelligence, and the combination of digital economy and international trade development will also become an important means of economic model transformation in the future. In the current innovative integration of the economy, there are still weaknesses such as incomplete transformation or lack of core competitiveness. To promote the synergistic development of the digital economy and international trade, it is necessary to explore digital technologies thoroughly and scientifically apply their role in economic governance, thereby facilitating the comprehensive transformation and upgrade of the economic chain in international trade. Based on this, this paper analyzes the specific factors that affect international trade reform in the digital economy, studies the key issues faced by current international trade reform based on the digital economy, and proposes targeted solutions to promote the development of international trade reform through the digital economy.

**Keywords:** digital economy; international trade; trade transformation; big data; Internet of Things; artificial intelligence; digitalization



# 双碳目标下数字赋能现代流通体系绿色化发展研究

王俊燕 张丹

(湖南工商大学 湖南长沙 410000)

**摘要:** 现代流通在我国国民经济中有着基础性作用,随着国内经济的蓬勃发展,流通环节作为连接生产与消费的重要节点,也在飞速发展。然而,传统的流通体系对资源的消耗很大,不仅导致商品本身的资源浪费,对环境也造成一定污染。数字技术不断发展,渗透在各个领域,文章在阐述数字经济赋能现代流通体系绿色化发展的理论基础上,通过构建计量模型探讨双碳目标下数字经济赋能现代流通体系绿色化发展。研究发现,当前现代流通体系绿色化发展水平较低,数字化经济较为发达的地区流通业绿色发展表现出色,相对落后地区的流通业绿色发展则进展缓慢。结果显示,现代流通体系绿色化发展水平主要受数字经济、技术市场成交额、对外开放水平等影响,仅供参考。

**关键词:** 数字化;现代流通体系;绿色化发展;商贸流通业;双碳目标

**本文索引:** 王俊燕,张丹.双碳目标下数字赋能现代流通体系绿色化发展研究[J].中国商论,2024(07):005-008.

**中图分类号:** F259.23

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-005-04

## 1 文献综述

近年来,随着信息技术的飞速发展,特别是人工智能、大数据等前沿数字技术的突破,全球经济已步入数字经济时代。2018年,在全国网络安全和信息化工作大会上,习近平总书记表示“要发展数字经济,加快数字工业化,依靠信息技术的创新驱动,不断激发新产业、新模式,用新动力推动新发展”。相关数据显示,2020年中国的数字经济规模接近39.2万亿元,占GDP的38.2%,数字经济已然成为中国经济高质量发展的必不可少的助推器。2021年《国民经济和社会发展“十四五”规划纲要(2021—2025年)》和《中华人民共和国2035愿景》指出要“加快数字发展,建设数字中国”。在此历史背景及政策的引导下,为了更好地实践双碳目标下数字赋能现代流通体系,加快推进绿色流通体系的构建与发展,推动中国流通业高质量发展,商贸流通企业应抓住机会,不断巩固数字化基础设施的建设,更好地推动商贸流通企业的数字化转型。

目前,数字赋能现代流通体系绿色化发展的研究还不深入和充分,国内外关于数字经济的研究主要集中于近几年。杜玉英等(2022)研究得出,中国各省域流通体系碳排放存在较强的空间外溢效应,且经济发展、产业结构以及环境规制变量是影响流通体系碳排放的重要影响因素<sup>[1]</sup>。张玲(2023)通过空间数据模型实证检验了人力资本、科技创新对区域流通业绿色发展的影响<sup>[2]</sup>。包振山等(2022)产业结构升级是现阶段中国流通业发展的主要驱动力,且能修正技

术创新过程中的“负效应”<sup>[3]</sup>。刘传哲和任懿(2020)构建了绿色经济发展水平与对外开放度指标体系,得出对外开放度与绿色经济发展水平之间呈“N”型非线性关系的结论<sup>[4]</sup>。刘寒松(2023)构建了回归及中介效应模型实证分析数字经济对商贸流通业绿色全要素生产率的影响效应。研究结果表明,在基准回归下,数字经济显著提升了商贸流通业绿色全要素生产率且通过了内生性和稳健性检验;数字经济可通过加强技术创新促进长江经济带商贸流通业绿色全要素生产率提升<sup>[5]</sup>。薛慧芳和王国霞(2021)将对外开放与衡量绿色经济发展的GML指数相结合,评估对外开放对绿色经济发展的影响,基于全国城市整体样本数据进行实证分析发现,总体上对外开放水平的提升显著抑制了绿色经济发展<sup>[6]</sup>。综上所述,数字化赋能现代流通体系绿色化发展的研究较少,文章对其深入研究有助于推进现代流通体系数字绿色化发展。

## 2 理论分析

商贸流通体系是现代流通体系的重要组成部分,是我国扩大内需、促进消费的重要载体。数字化赋能商贸流通体系绿色化发展,即数字化赋能现代流通体系绿色化发展。商贸流通体系中最重要的是“四流”,即物流、商流、信息流、资金流。数字化商贸流通体系的绿色化发展就是推动“四流”的数字化绿色发展。数字技术的利用使得商流加速,使产销对接加快,减少贸易层级,降低了流通成本,减少了资源能源的消耗;信息化技术改善了物流条件,大大提高了物

**基金项目:** 2023年度湖南工商大学大学生创新创业训练计划项目“双碳目标下数字经济赋能现代流通体系绿色化发展的机制与路径研究”(S202310554061),课题组成员:王俊燕、董文、肖彩凤、牛嘉兴、刘志城。

**作者简介:** 王俊燕(2002-),女,汉族,山西晋中人,贸易经济专业。

流效率,缩短了流通时间,同样使资金的回流加快,循环更加顺畅。

### 2.1 数字化赋能商贸流通体系中的物流环节

商品以及要素资源的流通在商贸流通中的占比有着很大比例,数字化赋能物流环节绿色化发展,可利用数字技术完善物流服务网络大平台,加快建设物流基础设施建设设施的信息共享以及互联互通,提高物流一体化、集约化的服务能力。“十四五”现代流通体系规划中提出“鼓励商品交易市场与实体商业、电商平台加强渠道对接,减少交易层级,畅通批零渠道网络。”实现物流环节“线上+线下”高度融合,通过邮箱、网站、购物终端等多设备多渠道实现生产和消费的联结,贸易层级的减少,使得流通运输环节减少,大大减少了流通企业的成本,减少了资源能耗,推动了绿色化发展。

### 2.2 数字化赋能商贸流通体系信息流绿色化发展

物流环节是资源消耗的一个大环节,可利用数字技术对流通的商品和要素资源等进行实时检测和追踪,利用数字技术对供应链进行闭环管理,实施回收目标责任制,对商品和资源进行回收,避免和减少浪费。近些年,我国流通企业快速发展,流通联结着生产和消费,生产和消费之间的不平衡,导致流通企业在其中造成了很多的资源浪费,利用数字技术实施监控并且掌握消耗的资源,在资源过剩或者使用过后及时进行回收利用,使供应链形成闭环。

运用数字技术建立商贸流通体系的信息大平台,使商贸流通中的主体、客体、渠道等可以实施信息透明,减少商贸流通企业对于信息的搜寻成本,以及搜寻信息之后需要支付的信息成本。运用大数据将各个区域、各个产业、各个商品进行实时追踪的信息整理集合在信息平台上,降低信息成本和资源能耗,使得商贸流通体系可以更快的进行绿色化发展,以推动数字化赋能现代流通体系绿色化发展。

流通联结着生产和消费,生产和消费之间的信息不对称常常造成很大的资源浪费,这也导致流通环节消耗大量的资源和能源对过剩的产品进行流通,运用数字技术将生产端和消费端的信息集合分析,借助大数据处理、平台搭建,流通企业掌握了大量的消费需求,通过对供应链的逆向整合,增强了自身主动权并对上游环节增强了控制,形成了企业主导的供应链。在采购、库存方面等实现了创新,为企业的决策提供了数据支持,减少商品生产过剩等浪费。

### 2.3 数字化赋能商贸流通体系资金流绿色化发展

本文利用数字化建设支付结算体系以及非现金支付结构框架,打通商贸流通领域的资金堵点,使得上中下游企业之间的资金可以高效流通,使资金的回流加快,避免因为资金回流不及时而造成成本的增加和库存的处理不当。在有效防范风险的基础上,加快新兴技术在电子票据、供应链综合支付服务等方面的数字化应用。通过数字技术优化新型

消费相关的支付环境,加快资金流的高效流通,使现代流通体系加快循环,更快的回收资源,避免造成浪费。

## 3 实证研究

### 3.1 模型设定

本文利用省级面板数据,通过构建动态面板数据模型探讨双碳目标下数字经济赋能现代流通体系绿色化发展的研究,基准计量模型设定如下:

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{it} + \beta_3 D + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

式(1)中, $Y$ 代表绿色全要素生产率, $i$ 代表省份, $t$ 代表年份时间; $X_{it}$ 代表数字经济发展水平, $D$ 代表一系列可能影响绿色化发展的控制变量,包括技术市场成交额,人力资本水平,对外开放程度。 $\varepsilon_{it}$ 代表随机干扰项。

### 3.2 变量选取

(1)被解释变量:前文测算的绿色全要素生产率(tpf)为被解释变量。

(2)核心解释变量:数字经济(Digital2)。参照赵涛等(2020)的文章,利用主成分对城市数字经济水平进行测算<sup>[7]</sup>。

(3)其他控制变量:根据已有研究结果,绿色化发展水平主要受经济发展、产业结构以及环境规制变量,此外还受劳动力水平、资本利用水平等影响。本文基于地区经济水平的角度以及数据可得性,最终选择控制变量为技术市场成交额,人力资本水平,对外开放程度。其中,技术市场成交额(jishu)为登记合同成交总额中技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务类合同成交额的总和,人力资本水平(rzb)为高等学校在校学生人数占总人口数的比值。对外开放水平(open)是货物进出口金额与地区生产总值之比。

### 3.3 数据来源与说明

由于西藏地区数据缺失较为严重,本文未将其纳入测算中,其余数据均来自历年《中国统计年鉴》以及各省市《统计年鉴》。本文对各变量做描述性统计,结果如表1所示。

表1 变量的描述性统计

变量	样本观测值	最大值	最小值	均值	标准差
tpf	300	7.826	0.843	1.836	0.843
Digital2	300	0.886	0.456	0.590	0.065
jishu	300	6316.26	0.57	416.318	819.349
rzb	300	0.041	0.008	0.020	0.005
open	300	1.548	0.008	0.266	0.296

### 3.4 实证结果分析

由表2可知,数字经济(Digital2)对现代流通体系绿色化发展的影响系数为正,且在5%的显著水平下显著,即数字经济对现代流通体系绿色化发展有显著的正向影响。这说明数字经济的发展通常伴随信息技术的广泛应用,可能包

括物联网、大数据分析等技术,有助于实现资源的智能管理和提高效率。这可以促进绿色化,例如通过智能供应链管理减少物流过程中的能源浪费。同时,数字经济常常涉及在线平台,这些平台可以提供绿色产品和服务的信息,促使市场和消费者更加注重环保。

技术市场成交额(jishu)对现代流通体系绿色化发展的影响系数为正,且在1%水平下显著,即数字经济对现代流通体系绿色化发展有着显著的正向影响。高成交额可能反映了技术市场的创新活力。这些技术创新可能包括清洁能源技术、环保工艺等,推动了可降解和可回收材料的开发,减少了流通体系中产生的废弃物。生产和采用绿色产品有助于降低环境影响。对外开放水平(open)对现代流通体系绿色化发展的影响系数为正,且在10%水平下显著,即数字经济对现代流通体系绿色化发展有着显著的正向影响。对外开放可能意味着更多的技术和经验流入,推动本国流通体系向国际标准看齐,这可能包括环保标准,有助于提升整体的绿色发展水平。对外开放也可能促进国际合作,共同应对全球性环境问题。共同研发绿色技术和制定环保标准可能成为国际合作的一部分。人力资本水平(rzb)对现代流通体系绿色化发展的影响系数为正,但是未通过显著性检验,人力资本水平可能通过教育和研发对技术创新和环保意识的培养发挥作用。然而,如果其影响不显著,可能是当前的教育体系和研发投入不足够支持绿色经济的需求。

表2 基准估计结果分析

变量	OLS	Fe	Re
Digital2	6.271*** (7.33)	4.015** (2.58)	5.136*** (5.25)
jishu	0.000 (0.98)	0.001*** (6.79)	0.000** (2.25)
rzb	26.924* (1.91)	48.496 (1.57)	30.880* (1.74)
open	-0.663*** (-4.38)	0.990* (1.84)	-0.649* (-1.80)
Constant	-2.316*** (-4.05)	-2.132*** (-3.94)	-1.832*** (-2.75)

注: \*\*、\*表示在1%、5%、10%水平下显著。

由于我国区域绿色化发展的不平衡性,本文将总样本分为西部地区和中部地区,对东部地区(除港澳台和西藏)进行了分样本回归分析,结果如表3所示。从表3的估计结果可以看出,在东部地区,数字经济、技术市场成交额、对外开放水平均显著,人力资本水平不显著,与回归结果相同。在中部地区,数字经济、对外开放水平、人力资本水平均不显

著,技术市场成交额显著。在西部地区,数字经济、人力资本水平显著,技术市场成交额、对外开放水平不显著。这些结果提供了区域间数字经济发展和其他因素对绿色化转型可能产生不同影响的一些线索。数字经济、技术市场成交额和对外开放水平在这个区域显著。这表明在东部地区,这些因素对绿色化转型可能发挥着重要作用。这可能是因为东部地区通常拥有更多的经济和技术资源,也更容易获得国际合作与交流的机会,促进了数字经济和技术创新的发展,从而推动了绿色化转型。人力资本水平在这个区域中并不显著,这可能暗示着虽然东部地区有较多先进的技术和经济基础,但这并不一定意味着高水平的人力资本对于绿色化转型具有直接关联性。中部地区的结果显示技术市场成交额显著,而数字经济和对外开放水平并不显著。这表明在中部地区,技术创新和技术市场的活跃可能更为关键,推动了绿色化转型。这种情况可能是中部地区在数字经济和对外开放方面相对落后,但可能通过专注于技术市场活动来促进绿色化发展。与东部地区类似,人力资本水平也不显著,这可能意味着绿色化转型并不完全取决于这一地区的人力资本水平。在西部地区,数字经济和人力资本水平显著。这可能表明西部地区更加依赖数字技术和人力资源的发展来推动绿色化转型。这可能是因为西部地区在经济发展和对外开放方面相对滞后,但在数字经济和人力资源方面具有一定优势。不同于东部和中部地区,技术市场成交额和对外开放水平并不显著。这可能意味着该地区在技术市场交易和对外开放方面的活动对绿色化转型的影响相对较小。

总的来说,这些结果显示了不同地区在推动绿色化转型过程中所依赖的因素存在差异。在东部地区,数字经济和技术市场活跃是主要推动因素,而在中部和西部地区,其他因素(如技术市场或人力资本)可能更为重要。这种区域性的差异性有助于制定针对不同地区需求的绿色化转型策略。

表3 异质性结果分析

变量	东部	中部	西部
Digital2	6.300** (2.02)	3.746 (1.43)	3.075** (2.31)
jishu	0.001*** (4.16)	0.001* (1.96)	0.000 (1.17)
rzb	120.041 (1.43)	51.373 (1.17)	54.165** (2.24)
open	1.948* (1.95)	2.726 (1.32)	-0.240 (-0.27)
Constant	-6.282*** (-4.08)	-2.066** (-2.48)	-0.902* (-1.96)

注: \*\*、\*表示在1%、5%、10%水平下显著。



#### 4 结语

研究表明,现代流通体系的绿色化发展水平较低,数字化经济较为发达的地区流通业绿色发展表现出色,相对落后地区发展较慢。现代流通体系绿色化发展水平东部地区显著高于中部地区以及西部地区。在东部地区,数字经济和技术市场活跃是主要推动因素,而在中部和西部地区,其他因素如技术市场或人力资本可能更为重要。本文提出以下几点对策:

(1)创新绿色商业模式:商贸流通企业可以探索和创新绿色商业模式,例如开展循环经济、共享经济等业务。通过商业模式的创新,企业可以在满足消费者需求的同时,降低对环境的影响,实现经济和环境的双赢。

(2)开展绿色供应链管理:商贸流通企业应积极推行绿色供应链管理,对供应商进行环保评估,鼓励其采用环保的生产方式和包装材料。同时,企业可以通过建立绿色采购制度,引导消费者购买环保产品,从而推动整个供应链的绿色化发展。

(3)建立绿色信息与透明化平台。建立绿色信息平台,

共享环保政策、技术成果和最佳实践,促进企业间的合作与交流;应用数字技术追溯产品的碳足迹,为消费者提供产品的环境影响信息,引导其做出更环保的选择;推动绿色认证体系的建立,对符合环保标准的产品进行认证和标签,提高绿色产品的市场认可度和竞争力。

#### 参考文献

- [1] 杜玉英,李闰春.流通业低碳发展空间外溢效应及影响因素分析[J].商业经济研究,2022(15):18-21.
- [2] 张玲.人力资本、科技创新对区域流通业绿色发展的影响:基于空间溢出视角[J].商业经济研究,2023(17):13-16.
- [3] 包振山,徐振宇,谢安.技术创新、产业结构升级与流通业发展[J].统计与决策,2022,38(5):101-105.
- [4] 刘传哲,任懿.对外开放与绿色经济发展的非线性关系研究[J].工业技术经济,2020,39(4):96-104.
- [5] 刘寒松.数字经济、技术创新与商贸流通业绿色全要素生产率提升动态关系:基于长江经济带的实证分析[J].商业经济研究,2023(17):185-188.
- [6] 薛慧芳,王国霞.对外开放对绿色经济发展的影响实证分析[J].商业经济研究,2021(9):190-192.
- [7] 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.

## Research on the Green Development of Modern Circulation Systems Empowered by Digital Technologies under the Dual Carbon Goals

Wang Junyan and Zhang Dan

(Hunan University of Technology and Business, Changsha, Hunan 410000)

**Abstract:** Modern circulation plays a fundamental role in China's national economy. With the vigorous development of the domestic economy, the circulation sector, as a node connecting production and consumption, is also rapidly evolving. However, traditional circulation systems consume a significant amount of resources, leading not only to waste of goods themselves but also causing environmental pollution. With the continuous development of digital technology permeating various fields, this article explores the theoretical basis of how the digital economy empowers the green development of modern circulation systems. Through the construction of a quantitative model, it investigates the green development of modern circulation systems empowered by the digital economy under the context of dual carbon goals. The study found that the current level of green development in modern circulation systems is relatively low. Regions with well-developed digital economies exhibit better performance in the green development of circulation industries compared to regions with relatively backward digital economies, where progress is slower. The results indicate that the level of green development in modern circulation systems is mainly influenced by factors such as the digital economy, the volume of transactions in the technology market, and the degree of openness to the outside world. This article serves as a reference for further study.

**Keywords:** digitalization; modern circulation system; green development; trade and circulation; dual carbon goal

# 电子商务环境下多渠道零售策略的实施及组织挑战探讨

王茹

(北京工商大学计算机与人工智能学院 北京 102400)

**摘要:** 随着电子商务和数字经济的迅速发展,多渠道零售策略成为商家拓展市场、提升用户体验的重要手段。近年来,国内外学者在多渠道零售问题研究方面取得了丰硕成果。文章在已有研究成果基础上,通过对多渠道零售策略的系统分析,探讨其在电子商务领域的应用效果及面临的诸多挑战。文章旨在深入探讨多渠道零售策略的利弊,采用理论分析和个案研究法,列举国内外典型案例,基于最新的市场数据和商业报告,评估多渠道策略对销售、客户忠诚度和品牌形象的影响。研究发现,多渠道策略能显著提升销售业绩,但也带来了库存管理、渠道冲突和数据整合等多方面挑战。2023年是我国的“消费提振年”,文章立足坚定实施扩大内需战略的背景,就如何更加有效地通过消费提质升级带动经济持续增长提出了针对性的策略建议,并对未来的研究方向进行了展望,以期为进一步推动多渠道零售策略的发展提供有益参考。

**关键词:** 多渠道零售; 渠道协同; 古诺竞争模型; 动态规划理论; 博弈论; 零售企业; 电子商务

**本文索引:** 王茹. 电子商务环境下多渠道零售策略的实施及组织挑战探讨[J]. 中国商论, 2024(07):009-012.

中图分类号: F724.6

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-009-04

## 1 引言

### 1.1 研究背景

数字化时代,电子商务已成为全球零售业的重要组成部分。随着消费者购物习惯的变化,多渠道零售策略逐渐成为企业不可忽视的趋势。多渠道零售作为电子商务的一种重要形式,通过整合线上和线下渠道,为消费者提供更加便捷和个性化的购物体验。研究表明:多渠道零售企业和网络零售企业的全要素生产率分别为1.026和1.286,远高于纯实体零售企业的效率0.943。然而,多渠道零售在电子商务中的实践应用过程中面临着许多挑战,如渠道整合、供应链管理、消费者统一化体验等亟待解决的问题。

### 1.2 研究目的和意义

当前,多渠道零售策略在电子商务中的应用与挑战的研究总体上仍主要集中在表层的技术解决方案研究,而多渠道零售并非只是数字技术的创新和运用,更重要的是组织如何做出适应性调整,使组织结构、业务流程与数字技术完全融合。近些年来,国内外学者在多渠道零售问题研究方面取得了极为丰硕的成果,当下既有成果尚不足以大步推进多渠道零售在电子商务领域发挥更为重要的作用以支撑当下零售业的数字化转型。在此背景下,本文研究多渠道零售在电子商务中的应用及其面临的挑战,对于企业制定有效的市场策略具有重要意义。

## 2 多渠道零售的概念

多渠道零售(Multi-channel Retail)是指零售商通过多种零售形态向消费者销售商品,采取尽可能多的零售渠道类型整合,销售商品或服务以满足消费者综合体验需求的行为。

多渠道零售不仅仅是单一零售渠道的组合,它更强调各渠道之间的有机整合。通过多渠道经营促进多渠道协同配合,增强企业整体竞争力,实现顾客价值与提升企业绩效;实施扩大内需战略,通过消费提质升级带动经济持续增长才是大力发展多渠道零售的根本要义。

### 3 多渠道零售在电子商务中的应用

随着数字零售的兴起,实体商店在以电子商务为代表的新零售冲击下出现危机和衰退。传统实体在此境遇下不断开拓新版图,以行业变化倒逼自身转型以提高竞争力。

#### 3.1 多渠道零售的供应链特点

##### 3.1.1 多样化的渠道和销售模式

多渠道零售背景下,产品通过不同的销售渠道进行销售,例如线上电商平台、线下实体店和社交媒体等。每个渠道都有独特的特点和要求。线上渠道注重物流速度和可靠性,而线下渠道则强调店面陈列和销售服务。为了满足消费者多样化的需求,供应链需要根据各个渠道的特点,实现灵活的物流和库存管理。

##### 3.1.2 复杂的库存管理和配送

多渠道零售涉及多个销售渠道,需要细致管理库存并实现合理的配送。供应链需要准确掌握每个渠道的销售情况和库存水平,及时调整产品的生产和仓储计划。同时,供应链还需要合理规划和协调物流配送,以确保产品按时到达各个渠道,并满足不同渠道的配送要求(如快递、门店配送等)。

##### 3.1.3 数据整合和信息共享

多渠道零售所涉及的各个渠道都会产生大量的数据和信息。供应链需要整合和分析这些数据,以获得对市场需

作者简介: 王茹(2003-),女,汉族,河南浙川人,电子商务专业。

求、销售趋势和消费者行为的洞察。同时,供应链还需要实现各个渠道之间的信息共享和沟通,以便实时跟踪订单、库存和配送状态。这可以通过建立有效的信息系统和技术平台,以及与各个渠道的合作伙伴进行紧密合作来实现。多渠道零售的供应链特点包括销售渠道的多样性、复杂的库存管理与配送需求,以及数据整合和信息共享的挑战。供应链需要灵活应对不同渠道的需求,同时借助先进的技术和合作伙伴的支持,实现高效的物流和库存管理,以满足消费者的需求并提升企业竞争力。

### 3.2 多渠道零售的供应链管理策略

#### 3.2.1 优化供应链网络

多渠道零售下产品销售渠道具有一定的多样性,供应链需要根据不同渠道的特点和需求,优化供应链网络,包括选择合适的仓储和物流合作伙伴,建立高效的物流网络,以实现及时和准确的运输和配送。除了需要在销售预测、库存管理和订单处理方面实现协同,决策跨周期也是供应链优化的一大难点。动态规划是一种求解决策过程最优化的数学方法,它可以帮助企业在多渠道零售策略中优化供应链网络。以下是几个关键步骤:

(1)定义决策阶段和状态:在供应链网络优化问题中,决策阶段可以是时间周期(如月、季度、年等),状态可以是库存水平、需求预测、供应商的可用性等。

(2)建立状态转移方程:状态转移方程描述了在给定决策和当前状态下,系统将如何转移到下一个状态。例如,如果决策是购买更多的库存,那么下一个状态的库存水平将是当前库存加上购买的库存。

(3)确定目标函数和约束条件:目标函数通常是要最大化或最小化的指标,如总成本、服务水平等。约束条件可以包括库存容量、预算限制、供应商的供货能力等。

(4)使用动态规划算法求解:动态规划算法从最后一个决策阶段开始,逐步向前计算,找到每个阶段和状态下的最优决策,最终得到全局的最优解。

在多渠道零售策略中,动态规划可以帮助企业在面对不确定的需求和供应情况时,做出最优的库存管理、供应商选择、物流路线规划等决策,从而优化供应链网络,提升服务水平,降低总成本。同时,动态规划的结果也可以为企业的战略规划提供支持,如确定应开设哪些新的销售渠道,应选择哪些新的供应商等。同时可对已有的静态供应链网络进行拓展,进一步得到供应链网络长期均衡的规律。

#### 3.2.2 强化物流和配送能力

多渠道零售对供应链物流和配送能力提出了极高的要求,如何搭建一个灵活、高效的完整供应链系统以满足不同渠道和消费者的需求是目前亟待解决的问题。供应链需要优化运输路线和合理规划仓储点,将库存分散到靠近各个渠道的地点,以缩短物流时间和降低配送成本。同时,供应链还需要与合适的物流合作伙伴合作,以保证及时和准确的配送服务。在多渠道零售中,特别是跨渠道的配送中,供应链还需要探索新的物流模式,例如通过同城配送、门店自

提等方式让线下门店完成线上订单的“最后一公里”配送问题,以提供更灵活的配送选择。

## 4 多渠道零售策略面临的挑战

### 4.1 渠道冲突与协同

渠道冲突与协同问题是多渠道零售策略在管理和协调不同渠道和部门之间冲突以实现整体的协同效应时所面临的巨大挑战。本文结合博弈论中两个经典模型进行分析:

(1)古诺竞争模型:古诺竞争模型描述的是市场竞争者之间的互动。在多渠道零售中,这可以理解为不同销售渠道之间的竞争。例如,一个企业可能同时在实体店和在线商店销售产品,这两个渠道可能会互相竞争,争夺同一客户群体。实体经济具有各方面线下成本,线上渠道的价格通常比线下渠道更加符合消费者心理预期。这种内部竞争可能导致渠道冲突,如价格战、促销活动的冲突等。为解决这种冲突,企业需要制定明确的渠道策略,确保各个渠道的定位和目标客户群体清晰,平衡渠道间利益,避免内部竞争。

(2)斯塔科尔伯格模型:斯塔科尔伯格模型描述的是一个企业内部不同部门之间的协同和冲突。在多渠道零售中,这可以理解为不同部门如销售、市场营销、库存管理等之间的协同和冲突。例如,销售部门可能希望增加促销活动以提高销售,而库存管理部门可能因为库存压力而反对这种做法。这种冲突可能影响到企业的整体效率和客户体验。为解决这种冲突,企业需要建立有效的内部沟通机制,确保各部门的目标和活动协调一致。

#### 4.1.1 建立渠道联盟体系

线上线下渠道之间通过渠道联盟体系的建立,加强彼此间的信任度。多渠道零售的核心是渠道间的融合。这种融合不只存在于物理上,更多的是无缝对接数据和服务流程。比如,在多渠道零售模式下,不同的销售和营销渠道,如网上商城、手机APP、社交媒体、实体店等,实现了数据共享和业务流程的统一。比如,消费者可以在网上预览商品,然后在实体店试穿试用后,通过线上渠道完成付款、物流跟踪,或者在实体店挑选商品后购买。

这种整合性要求零售商在后台管理系统中要做到信息的高度同步,包括库存管理、订单处理、客户关系管理等各个环节。如此,消费者无论通过何种渠道与品牌接触,都能获得一致的资讯与体验。渠道整合性使零售商在提高顾客满意度和忠诚度的同时,可以更加有效地管理资源。

#### 4.1.2 收益协同

在多渠道零售中,不同的销售渠道可以被视为博弈的参与者。每个渠道都希望通过自己的策略选择(如定价、促销等)来最大化自己的收益。然而,一个渠道的策略选择可能会影响到其他渠道的收益。例如,如果在线商店选择降低价格,可能会吸引更多的客户,就可能导致实体店的销售下降,这就形成了博弈情形,各个渠道需要在追求自身收益的同时,考虑到其他渠道的反应。为了实现渠道间的收益协同,企业需要寻找一个博弈的纳什均衡,即各个渠道都无法



通过单方面改变策略来提高自己收益的状态。在此状态下,各个渠道的策略选择既能最大化自身的收益,又能考虑到其他渠道的反应,从而实现整体的收益最大化。实现纳什均衡需要企业有明确的渠道协调策略。例如,企业可以设定统一的定价策略,避免各个渠道之间的价格竞争。或者,企业可以通过建立跨渠道的销售激励机制,鼓励各个渠道的协同工作。总的来说,从博弈论的角度来看,多渠道零售的渠道间收益协同问题是一个复杂的博弈问题,需要企业有明确的协调策略和灵活的组织结构来解决。

#### 4.2 供应链管理的挑战

在传统零售背景下,企业库存管理压力较小,专注于线上或线下销售都能结合供应链管理、企业资源规划知识对库存进行合理调节,库存需求并没有太大波动,可控性较强。在多渠道零售中,库存信息必须保持在实体商店、手机应用程序和可能的第三方市场平台之间的同步,以防止超卖或缺货;多渠道零售商需要保持与供应商和分销商的紧密合作,以保证库存信息供应链的灵活性。

#### 4.3 组织结构调整

实现高水平的多渠道零售,达到高水平内部协作效率,为客户提供无缝和高效的购物体验需要企业在不同的销售渠道之间实现协调一致的运营。作为企业内部员工,组织架构的调整是企业多渠道零售改革之路必不可少的一环。组织结构的调整需要围绕加强跨部门协作、提高组织灵活性以及创建技术和数据驱动的角色展开。

##### 4.3.1 加强跨部门协作

多渠道零售需要不同部门(如销售、市场营销、库存管理、客户服务等)之间的紧密合作。其组织结构必须调整以促进跨部门的沟通和协作,以确保一致的客户体验。为此,组织应创建跨部门团队或委员会,负责协调线上和线下渠道的策略和执行。这些团队应包括来自销售、市场营销、库存管理、客户服务等部门的代表,以确保所有渠道的策略和行动计划都是一致的。跨部门团队的建立有助于打破信息孤岛,促进知识共享,加快决策过程,并确保各渠道间的一致性和协同效应。

##### 4.3.2 提高组织架构灵活性

多渠道零售环境下,组织架构需要更加灵活,以快速响应市场变化。这可能意味着减少管理层级,实现扁平化管理,以加快决策速度和提高组织的适应性。灵活的组织架构可以极大促进员工的创新和自主性。

##### 4.3.3 组织层面技术革新

为了支持多渠道零售战略,组织需要改进新的技术解决方案,如CRM、ERP和OMS系统等。与此同时,组织需要创建新的角色或部门专注于数据分析、客户关系管理和数字营销等领域。数据分析师、CRM专家和数字营销经理等职位的设立,可以帮助企业从大量的多渠道交易数据中提取有价值的洞察,从而制定更有效的营销策略,优化库存管理和供应链运作,改善客户体验。

## 5 案例研究分析

### 5.1 案例一: REI(Recreational Equipment, Inc)

REI是美国本土知名的户外用品零售商,曾被财富杂志评为“美国100家最适合工作的公司”之一。REI采取多种销售方式来销售产品,主要以零售、在线和目录销售为主。早在建立之初,REI就很重视目录销售,REI成立10年后即1948年就首次印刷并邮寄产品目录。

REI通过其网站、移动应用和实体店提供了一个无缝集成的购物体验。无论顾客选择在何种渠道购物,REI都能提供一致的服务和产品信息,做到全渠道协同。在其官方网站,客户可以浏览超过4万页的产品信息,为查找信息提供极大方便。其中,REI的会员计划是其多渠道策略的核心,通过会员计划收集关键的顾客数据,并利用这些数据来个性化营销和提升顾客忠诚度,并在此基础上使用集成的CRM(客户关系管理)系统来跟踪顾客在不同渠道下的一系列购买、浏览或评价行为,从而针对性地提供更加个性化的服务,极大地增加了企业用户黏性。

REI的供应商来自世界各地,包括美国本土和国际市场。面对多渠道零售带来的库存问题,REI投资于先进的库存管理系统,确保线上和线下库存的同步,提高库存效率;建立数字化全渠道配送中心,提高客户体验,提高竞争力。REI的成功在于其能够有效地将不同的销售渠道整合到一起,提供一致的顾客体验,并能不断利用技术和数据来优化其多渠道零售策略。在这种多渠道零售策略下,REI近十年来营收额保持稳定增长(2020年疫情时代除外)。

### 5.2 案例二: 京东多渠道零售

放眼国内亦不乏多渠道零售的成功案例。以京东为例,从一个纯电商平台转型为一个拥有线上线下多渠道的零售商,个中策略也十分值得品鉴学习。

表1 REI近十年营收情况

年份	营收(亿美元)
2013	20.2
2014	22.2
2015	24.2
2016	25.6
2017	26.2
2018	27.8
2019	31.2
2020	27.5
2021	37.4
2022	38.5

2016年11月11日,第一家京东之家建成于长沙平和堂。京东之家是京东3C事业部的线下门店,主营京东3C类产品,主打京东线上线下同价,以线上的价格买到线下的产品,提供手机、数码、IT等电子设备的线下销售。顾客可以在店内体验产品,通过扫码在线下单,享受线上的价格和服务,真正做到全渠道协同管理。

截至2023年,京东在全国范围内拥有超过7000家线下零售店。这些线下零售店包括京东便利店、京东到家生鲜店、京东数码店、京东家电专卖店等。京东通过布局线下门

店,为消费者提供更多便利的购物体验,并充分整合线上线下的资源提供全渠道购物选择,并依靠其自建的物流系统为其多渠道零售策略提供了强有力的支持:如快速高效地处理从线上到线下的订单,提供当日达、次日达等服务;运用先进的仓储管理系统和智能预测工具,实现跨渠道库存优化,减少库存积压和缺货现象。京东线下门店的覆盖面不断扩大,目前已经覆盖了全国主要城市和地区,满足消费者的购物需求,并配合多种增值服务,如京东家电安装、京东到家等,提升了用户的购物体验,增强用户黏性。

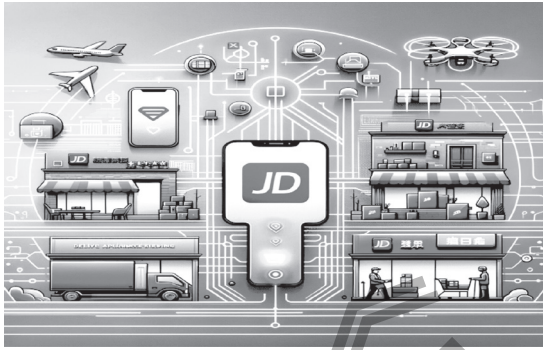


图1 京东多渠道零售概念图

不仅如此,京东还持续加大技术创新方面的投资力度,如无人仓库、无人配送车和无人机,以进一步提高物流配送的效率,实现降本增效。京东的多渠道零售策略不仅提高了顾客的购物体验和品牌影响力,还为企业带来了更广阔的市场。通过不断的技术创新和服务优化,京东在国内多渠道零售领域取得了显著成功。

## 6 结语

文章通过对多渠道零售策略的深入分析不难看出,正合理的多渠道零售策略可以为企业在提升客户体验、增加销售渠道和扩大市场覆盖范围方面带来显著益处。然而,

随着人工智能、物联网、虚拟现实等技术的不断进步和消费者行为的演变,多渠道零售策略的实施将面临更多的机遇和挑战。

在机遇方面,新技术和平台的出现将为多渠道零售策略的实施提供更多可能性。例如,社交媒体、移动支付、大数据分析等技术的飞速发展,将使企业能够更好地理解消费者需求,提供更个性化的服务;在挑战方面,消费者的需求和行为将更加多元化,同时数据安全和隐私保护也将成为企业需要重点关注的问题。随着数据泄露事件的频发,顾客对于个人信息的安全愈发关注,零售商必须遵守相关法律法规,妥善保护用户数据。

总体来说,实施多渠道零售策略是一项复杂任务,需要企业在组织结构、技术能力、数据管理等方面进行全面调整和优化。然而,只要企业能够有效地应对这些挑战,多渠道零售策略将为企业带来巨大的商业价值和竞争优势,也将在电子商务领域发挥重要作用。

## 参考文献

- [1] Nina M., Arnott D.C., Sally D. Characteristics of Marketing Channels: a Theoretical Framework[J]. *The Marketing Review*, 2005, 5(1): 45-57.
- [2] 张武康, 郭立宏. 多渠道零售研究述评与展望[J]. *中国流通经济*, 2014, 28(2): 88-96.
- [3] Lee H H., Kim J. Investigating Dimensional of Multichannel Retailer's Cross-channel Integration Practices and Effectiveness: Shopping Orientation and Loyalty Intention[J]. *Journal of Marketing Channels*, 2010, 17(4): 281-312.
- [4] 林炳坤, 吕庆华, 杨敏. 多渠道零售商线上线下协同营销策略研究[J]. *软科学*, 2016, 30(12): 135-139.
- [5] 雷蕾. 纯实体零售、网络零售、多渠道零售企业效率比较研究[J]. *北京工商大学学报(社会科学版)*, 2018, 33(1): 44-51.
- [6] 周晓阳, 吕娜, 姚锋敏, 等. 供应链网络均衡优化研究现状综述及展望[J]. *系统工程学报*, 2022, 37(3): 375-396.

# Discussion on the Implementation of Multi-channel Retail Strategies and Their Organizational Challenges in the context of E-commerce

Wang Ru

(School of Computer and Artificial Intelligence, Beijing Technology and Business University 102400)

**Abstract:** With the rapid development of e-commerce and digital economy, multi-channel retail strategies have become an important means for merchants to expand their markets and improve user experience. In recent years, scholars at home and abroad have made fruitful achievements in the research of multi-channel retail. This paper summarizes the previous research results, and discusses the application effect and many challenges faced by multi-channel retail strategies in the field of e-commerce through systematic analysis. The purpose of this paper is to deeply discuss the pros and cons of multi-channel retail strategies. It uses theoretical analysis and case study methods, cites typical cases at home and abroad, and evaluates the impact of multi-channel strategies on sales, customer loyalty and brand image based on the latest market data and business reports. The study finds that a multi-channel strategy can significantly improve sales performance, but it also brings challenges such as inventory management, channel conflicts, and data integration. The year 2023 marks the "Year of Consumption Boost" in China. Based on the background of firmly implementing the strategy of expanding domestic demand, this paper puts forward targeted strategic suggestions on how to more effectively promote sustainable economic growth through consumption quality upgrading, and envisions the future research direction.

**Keywords:** multi-channel retail; channel synergy; Gounod's competitive model; dynamic programming theory; game theory; retail enterprises; e-commerce



# 乡村振兴背景下县域商业体系建设的对策研究

## ——以山东临沂市河东区为例

路瑶

(临沂市河东区商务局 山东临沂 276000)

**摘要:** 县域商业体系建设是全面推进乡村振兴、促进城乡融合发展的重要内容。本文以山东省临沂市河东区为例,旨在研究乡村振兴背景下如何推动县域商业体系建设,推动较发达乡村经济发展。河东区有发展县域商业的优势,并取得了一些成效,特别是在商业基础设施建设、物流、电商、消费模式等方面取得较大进步,同时也存在着一些困难与短板。本文从制度建设、商业网点布局、消费市场、电商物流等方面提出对策探索,以期指导乡村经济发展及县域商业体系建设。

**关键词:** 县域商业; 乡村振兴; 商贸流通; 农村经济; 工商管理

**本文索引:** 路瑶.乡村振兴背景下县域商业体系建设的对策研究[J].中国商论,2024(07):013-016.

**中图分类号:** F127; F323

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-013-04

党的二十大报告明确提出全面推进乡村振兴,坚持农业农村优先发展,坚持城乡融合发展,畅通城乡要素流动<sup>[1]</sup>。随着乡村振兴的进一步发展,农村经济进入新的发展阶段,县域商业县乡村三级体系不断完善,给农村产业带来了繁荣的机遇,也方便了农民消费。河东区,作为临沂市主城区之一,乡村经济仍占较大比重,随着国家乡村振兴的推进,河东区县域商业已初具规模,县域发展日趋完善,但也存在一些亟待解决的困难。

### 1 加强县域商业体系建设的重要性和必要性

2021年6月,商务部等17部门出台了《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》,2023年7月,商务部等9部门联合印发了《县域商业三年行动计划(2023—2025年)》,以建立县乡村三级商业体系为目标,建立县域统筹,以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系。以完善县域商业网络设施和业态、发展物流共同配送、推动企业转型升级、丰富农村消费市场、推动农村电商高质量发展、提升优质农产品供给水平和加强农产品流通体系建设等方面作为重点任务,全力推动乡村经济发展<sup>[2]</sup>。2022年,全国各地改造县城综合商贸服务中心983个、乡镇商贸中心3941个,建设县级物流配送中心506个、乡镇快递物流站点650个。全国农村网络零售额达2.17万亿元,同比增长3.6%;农产品网络零售额5313.8亿元,同比增长9.2%;农村网商(店)达1730.3万家,同比增长6.2%<sup>[3]</sup>。与河东区一河之隔的临沂市兰山区,2023年11月获得首批全国县域商业“领跑县”,推进河东区加快发展县域商业的步伐。

建设县域商业体系是全面推进乡村振兴、推动城乡融合发展的重要内容,河东区出台了一系列推动县域商业体

系建设的扶持政策,推动提升农村现代流通经营服务水平、完善农产品流通体系建设,强化连锁经营、巩固日用品流通主导地位。加大资金支持力度,深化改革期内,每年安排扶持资金进行扶持。提出优先发展农业农村,打造乡村振兴齐鲁样板“河东样板”。计划打造长三角农产品供应基地、打造长三角休闲旅游“后花园”、打造长三角产业转移先导区,高质量建设国家农业科技园区、高品质提升农产品供给水平、高标准打造农业科技创新高地、高水平培育壮大新型农业经营主体。全面深入实施乡村建设行动,补齐乡村基础设施短板、差异化推进村庄发展、强化乡村生态保护与修复。

### 2 河东区县域发展概况

#### 2.1 河东区区位概况

河东区位于美丽的沂河东岸,1995年建区,面积509平方公里,辖6个镇街、173个行政村(社区)、327个自然村,常住人口53.1万,是中国温泉城、中国五金产业工贸城、中国脱水蔬菜加工城。(1)历史悠久、红色浸润。距今约一万六千年前的泉上屯遗址,填补了山东地区由旧石器时代向新石器时代过渡的考古空白,是新四军军部最后驻扎和华东野战军诞生的红色圣地,也是华东野战军走向胜利的起点。(2)配套完善、宜居宜业。文旅资源丰富,创建国家A级旅游景区9家,其中4A级景区2家,是山东省全域旅游示范区。医养结合蹚出新路子,依托全国四大天然甲级温泉—汤头温泉,打造各类医疗、医养机构380处、开放床位5730张,获批省级健康服务业创新发展试验区、全省医养结合示范先行区。(3)区位优势、交通便捷。临沂启阳机场作为山东省第一个民用航空机场、“港城一体化”发展示范机场,已正式获批

**作者简介:** 路瑶(1986-),女,汉族,山东临沂人,中级经济师,本科,研究方向:工商管理学,县域经济,乡村振兴。

航空口岸,同时航站楼改扩建工程启动实施,投入使用后可满足旅客吞吐量1200万人次需要。临沂火车东站坐落境内,鲁南高铁横贯东西,距临沂北站仅15公里,3条高速公路和5条国道在境内纵横交错。(4)产业兴旺、发展强劲。实施产业大强行动,全力做强五金机械、食品加工、生物医药、新能源、金融、文化旅游、商贸物流、建筑八大产业,加快建设产业强区。市场主体动能澎湃,“四上”企业达到510家,拥有奥德集团、三丰化工、欧达光伏等一大批现代工业企业。2021年,产值过亿元企业达到55家,税收过千万元企业达到61家。平台优良、开放创新。省级沂河新区正式获批,其中有7个镇街在河东区,是沂河新区的主战场、主阵地。拥有汤泉区、农高区、河东经开区3处省级园区以及1处市级临空经济区。

## 2.2 河东区县域商业体系建设工作成效

(1)健全县域商业基础设施,健全县域商业基础设施,积极升级改造乡镇商贸中心。目前,河东区已有县城综合商贸服务中心4处,分别为新城吾悦广场、九州购物中心、九州购物广场和东方城,让河东区内城乡居民不出区,就能满足绝大部分的消费需求。河东区有3个乡镇,9处乡镇商贸中心,其中汤河镇2处乡镇商贸中心,八湖镇3处乡镇商贸中心,郑旺镇4处乡镇商贸中心,乡镇商贸中心覆盖率达到100%,能够满足河东区乡镇居民使用消费和一般生活服务需求。有村级便利商店71家、行政村54个,村级商业网点覆盖率达到100%,能够满足村民就近、便利消费。2023年,县域商业体系拟支持项目中共改造升级乡镇商贸中心3处,分别为盛业超市汤河乡镇商贸中心、郑旺商贸中心和八湖商贸中心。其中,盛业超市汤河乡镇商贸中心,营业面积3700平方米,超市主要经营百货、洗化、副食、生鲜、酒水、织品服装等商品,年销售额约1800万元,超市服务辐射周边38个村庄。河东区对临沂盛业超市有限公司汤河商贸中心进行提升改造,达到增强型商贸中心标准。在开展果蔬肉蛋、食品、洗护、日用百货等生活必需品线上线下销售的同时,完善快递收发、餐饮、休闲、娱乐及农产品收购、销售功能;开展线上电商经营、配送服务,并完善停车等辅助设施。提升后形成了集“吃、购、玩”等一条龙服务的综合商贸购物中心,建有临时停车位,从业人员40余人,单品数量3万余种。开展项目建设、空调安装、冷藏、陈列、结算、食品加工、经营设备购置等内容。实际实施时间为2022年1月开工,2023年10月底实施完毕并运营。

临沂盛业超市有限公司郑旺乡镇商贸中心位于临沂市河东区郑旺镇,营业面积15934平方米,拥有员工50余人,超市主要经营百货、洗化、副食生鲜、酒水、针纺织品服装等商品,年销售额约2500万元,超市服务辐射周边30余个村庄。进行提升改造,达到提升型商贸中心标准。在开展果蔬肉蛋、食品、洗护、日用百货等生活必需品线上线下销售的

同时,完善快递收发、餐饮、休闲、娱乐及农产品收购、销售功能;开展线上电商经营、配送服务,并完善停车等辅助设施。提升后形成了集“吃、购、玩”等一条龙服务的综合商贸购物中心,建有固定停车位,从业人员55人,单品数量3万余种。开展项目建设、装修装饰空调安装、冷藏、陈列、结算、食品加工、经营设备购置等内容。实际实施时间为2022年1月开工,2023年10月实施完毕。

临沂盛业超市有限公司八湖乡镇商贸中心,营业面积4700平方米,拥有员工40余人,超市主要经营百货、洗化、副食生鲜、酒水、针纺织品服装等商品,年销售额约2000万元,超市服务辐射周边40余个村庄。对该商贸中心进行提升改造,达到增强型商贸中心标准。在开展果蔬肉蛋、食品、洗护、日用百货等生活必需品线上线下销售的同时,完善快递收发、餐饮、休闲、娱乐及农产品收购、销售功能;开展线上电商经营、配送服务,并完善停车等辅助设施。提升后形成了集“吃、购、玩”等一条龙服务的综合商贸购物中心,建有临时停车位,从业人员45人,单品数量3万余种。开展项目建设、装修装饰空调安装、冷藏、陈列、结算、食品加工、经营设备购置等内容。实际实施时间为2022年1月开工,2023年10月底实施完毕并运营。

(2)完善县乡村物流配送体系。目前,河东区有县级物流配送中心2处:九州连锁超市有限公司配送中心、盛业超市配送中心。物流配送覆盖该城区和主要乡镇村。乡村末端物流方面,目前河东区乡村快递通达率达到100%,基本实现乡乡(镇)有网点、村村有服务,提供消费品下乡、农产品进城寄递服务。全区3个乡镇快递物流服务站28处,乡镇覆盖率达到100%。物流资源整合方面,目前盛业超市配送中心对全区具备条件的乡镇、村30%以上的物流快递实现统一分拣、配送。通过自有车辆和自有商品仓储中心,实现信息、配送等资源整合,开展共同配送,实现商贸物流、电商快递、农产品上行等同类物流标准商品的统仓共配。

(3)培育县域龙头流通企业,推动县域商贸流通企业数字化连锁化转型、发展现代供应链、线上线下融合发展。积极培育县域龙头流通企业临沂盛业超市有限公司,推动企业数字化连锁化转型、发展现代供应链、线上线下融合发展等。盛业超市有限公司作为区供销社下属企业,在拓展门店体系基础上,同步发展电子商务网络,实行“实体+网络”双线运营,组建临沂河东供销电子商务公司,开发“供销e家”网站、盛业优选、供销惠家小程序等终端,入驻抖音、快手、美团、拼多多团菜等平台。侧重发展农村电商新业态新模式,拓展直播购物、微信群团购等销售业务,加快新鲜农产品上行销售。目前,累计上线商品2000多个品种,2023年各类线上渠道年营业额约突破3000万元。

(4)打造新消费新业态新场景,发展数字赋能、推动商旅文体融合。2023年1—10月,河东区实现网络零售额



54.2亿元,同比增长5%。其中,农产品网络零售额3.44亿元,同比增长59.1%。积极打造新消费新业态新场景,一是加大头部企业培育,组织企业参加省市开展直播带货选品活动20余次,其中,八间屋食品提报的煎饼选品,单场销量1.6万单;指导佳画电商、创市五金、华太电池、天同食品、鲁泰鞋业等企业申报市级电商基地、供应链基地;帮助天同食品、鲁泰鞋业、华太电池等传统企业对接直播平台,做大做强“品牌自播”。二是主动接抖音、京东、拼多多、震坤行等头部企业,联合举办抖音电商大家装临沂·河东五金城千企峰会、震坤行“千家民族品牌电商计划”等活动10余次,赋能企业发展,其中,抖音电商大家装活动,举办户外五金展会、达人现场直播以及主题峰会,发起“家装的尽头原来是临沂”话题,抖音平台播放量1.1亿次。三是推动直播基地建设,农发凤凰直播产业园已正式运营,完成1~4层打造,设立各镇街特色产品展区,区长、镇长直播间。佳画电商依托利用搬走车间打造新媒体直播中心,打造专业直播间30间。四是联合团区委、区农业农村局在汤河镇前张村海棠园开展青年电商直播培训班;会同团区委开展“青耕中国 直播助农”活动沂州海棠直播专场活动;依托创市五金直播基地开展青创大课堂培训24期,培养农村电商人才。

### 3 县域商业体系发展存在的问题和短板

#### 3.1 乡镇商贸中心层次较低

现有乡镇商贸中心大部分为“基本型”“增强型”,以商品零售为主,能够提供包括生鲜蔬菜、水果、肉蛋奶、食品、服装鞋帽、日用百货等商品零售,满足乡镇居民日常、实用型消费。但是对提供餐饮、理发、维修、洗衣、修鞋、快递收发、农产品收购等便民服务和休闲、娱乐、亲子、健身、生活服务、农业生产资料、农机农具销售等功能较少。除了临沂盛业超市有限公司的直营店有线上线下生活服务外,其他的乡镇商贸中心对线上销售运营不足,提升型商贸中心较少。

#### 3.2 缺少大型投资建设主体

河东区的乡镇商贸中心,除了临沂盛业超市有限公司的4个直营店是由区供销社下属的临沂盛业超市有限公司建设,其他投资主体都是个体户投资,投资建设主体规模较小,因乡镇人口少,消费能力有限,缺少像九州超市、东方超市这样的市级超市领头企业投资,更缺少全国零售龙头企业投资建设。连锁商贸流通企业在该区建设物流配送中心较少。河东区土地成本较周边县区偏高,配送中心建设、租赁成本较高,辖区内商贸流通企业多选择在周边县区建设配送中心,如九州集团仓储配送中心设在沂河新区,东方超市的仓储配送中心设在兰山区。

#### 3.3 农村居民消费较低,村级网点布局不足

现有商贸流通服务网络中的区级配送中心、乡镇商贸

中心建设发展基础较好,乡镇商贸中心周边兴起大量便利超市,生鲜果蔬超市以及地摊经营者,对商贸中心的运营造成冲击,分流商贸中心的人群。村级服务网点布局不足、数量不多,急需加快发展推进,形成完整的区、乡、村三级商贸流通服务网络体系,提升对居民的民生服务保障功能。

### 4 推动县域商业体系发展的对策思考

#### 4.1 健全机制,强化领导

建立党政领导、多部门统筹协调的工作推进机制。县级党委政府有关负责同志亲自抓,成立工作领导小组,细化职责分工;建立多部门统筹协调机制,集中商务、农业农村、交通运输、邮政、供销合作等部门力量,加强政策协同,推动解决重点工作。出台财政、土地、人才、税收、融资等配套措施,引导和鼓励商贸流通企业下沉乡村,积极参与县域商业体系建设,统筹推进县域商业体系建设工作事宜。

#### 4.2 完善县域商业网络体系

完善县域商业网络体系,提升农村市场供给能力。提高县城商业综合服务和辐射带动能力。将县城打造成为县域消费升级的“排头兵”。鼓励大型商贸流通企业对县城购物中心、综合商贸中心、大型连锁商超等现有商业网点改造升级,推动商旅文体业态集聚,提高综合服务能力<sup>[4]</sup>,向乡镇和村庄延伸服务,带动乡村商业发展,让县域内城乡居民不出县,就能满足绝大部分的消费需求。

#### 4.3 积极推进村级商业的规范化建设

把县域商业村级末端建设好,引导电商、快递物流、连锁门店、“万村千乡”小店等通过特许加盟、数字化、供应链赋能等方式,新建改造一批村级连锁便民商店,加强对现有村级商业网点的升级改造,特别是夫妻店、村里小卖部等,为村民提供切合农村生活消费的多样化服务,改善农村居民生活,促进农村消费水平提升。

#### 4.4 丰富农村消费市场

一是促进农村耐用消费品升级。加大家电、汽车等大宗商品促消费力度,推动家电下乡、汽车下乡等促消费活动。通过家电、汽车等大宗耐用消费品升级,促进农村消费水平提升,加快农村人均消费支出增长力度。同时,推动新能源汽车下乡,加快农村充电桩建设,特别是在国道、省道等附近,加大充电桩等基础设施投入。二是吸引城市居民下乡消费。引导乡镇加强商旅文体等功能融合。以河东区汤头街道为例,汤头街道以温泉为特色,周边围绕温泉开发了旅游、住宿等各类特色文旅行业产品。发展乡村民宿、休闲旅游、自驾车旅游等,完善生活服务配套设施。举办特色节庆活动,发展会展经济,促进特色农产品销售。三是提升农村信息消费水平。完善农村综合信息服务体系加强涉农信息资源集聚,通过多样化培训,提高农民信息化应用能力,引导

农民利用信息化手段发展生产、便利生活增收致富。

#### 4.5 优化农资供应和服务

促进农业绿色高质量发展优化县域农资供应、使用结构,健全现代农资流通网络加快乡镇为农服务中心建设,推广集约环保高效农业社会化服务,推动农资流通企业向现代农业综合服务商转型升级促进农业农村绿色发展,有效防控农业面源污染。一是优化农资产品供应和使用结构。加强化肥农药减量增效技术推广,提高绿色农资供应量和覆盖面。鼓励农资企业和基层门店从主要供应化肥等单一品种,向供应农药、种子、农膜、农机等相关农资种类拓展延伸。二是健全现代农资流通网络。鼓励有实力的农资流通龙头企业下沉销售渠道,深耕县域基层市场,扩大乡镇直供直销,拓展终端市场,巩固基层农资供应鼓励县域农资流通企业加强与县级以上农资龙头企业的对接,通过股权、业务联结,共同开展农资业务,扩大终端网络覆盖面。探索推动“智慧农资”建设,引导农资经销商创新营销模式推进线上线下融合发展,满足农业生产需要。鼓励开展跨区域横向联合和跨层级纵向整合,培育一批有核心竞争力的龙头企业。三是建设乡镇为农服务中心。支持农资龙头企业连接县域网络资源,采取升级改造或新建的方式,将原有配送中心植保合作社、农机合作社、配肥站等打造成乡镇为农服务中心,鼓励重点农资企业牵头,在粮食生产功能区、重要农产品生产保护区和特色农产品优势区<sup>[5]</sup>,改造或新建一批乡镇为农服务中心,充分发挥引领示范作用,加强信息化建设,推动小农户和现代农业有机衔接,服务农业现代化发展。

#### 4.6 促进农村电商和农村物流融合发展

打通城乡双向流通渠道将农村电商、物流、交通运输与

县域商业体系建设、促进农村消费结合起来,发挥邮政、供销基层优势,加强县域电商、快递、交通运输、商贸物流等资源整合,补齐末端物流短板<sup>[6]</sup>。促进城乡生产和消费有效对接。已建成的县级电商公共服务中心、农村电商服务站点,应明确固定资产权属和承办企业长期运营要求,充分利用现有场地和设施,加强资源整合统筹推进品牌、标准、金融、物流、培训等服务,在提升可持续运营水平上下功夫。规范农村电商快递物流发展环境。简化农村快递网点备案手续,鼓励发展农村快递末端服务。

#### 5 结语

县域商业体系的发展,是乡村振兴背景下农村发展的必经之路。因地制宜地发展县域商业体系,加快乡镇商贸中心建设、县级物流配送中心建设及推动农产品商品化处理设施项目建设,创新电商发展模式,借助乡村振兴,推动农村消费水平提高,活跃农村消费市场,进而推动社会经济发展长治久安。

#### 参考文献

- [1] 习近平.高举中国特色社会主义思想伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗:在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[R].2022.
- [2] 王珂.县域商业三年行动计划发布[N].人民日报,2023-08-15(008).
- [3] 数字经济时代县域商业发展报告(2023)[R].商务部,2023.
- [4] 张蔚莉.更大力度释放县域消费潜力[J].群众,2022(18):29-30.
- [5] 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[EB/OL].[https://www.gov.cn/zhengce/2021-02/21/content\\_5588098.htm](https://www.gov.cn/zhengce/2021-02/21/content_5588098.htm),2021-2-21.
- [6] 叶欣童.永泰农特产搭上“电商快车”[N].福州日报,2022-12-18(001).

## Research on Countermeasures for the Construction of County-level Commercial System under the Background of Rural Revitalization

### — Taking Hedong District of Linyi City Shandong Province as an Example

Lu Yao

(Commerce Bureau of Hedong District, Linyi City, Shandong, 276000)

**Abstract:** The construction of the county-level commercial system is an important part of comprehensively promoting rural revitalization and urban-rural integrated development. Taking Hedong District of Linyi City in Shandong Province as an example, the paper aims to explore and study how to promote the construction of the county-level commercial system and drive the development of more advanced rural economies in the context of rural revitalization. Hedong District has the advantage of developing county-level commerce and has achieved some results, especially in the construction of commercial infrastructure, logistics, e-commerce, and consumption models. However, there are also some difficulties and shortcomings. The paper proposes countermeasures from the aspects of institutional construction, commercial network layout, consumer market, and e-commerce logistics to better guide the development of rural economy and the construction of the county-level commercial system.

**Keywords:** county-level commerce; rural revitalization; commercial circulation; rural economy; business administration



# 粤港澳大湾区城市群空间经济网络关联研究

杨韵

(顺德职业技术学院 商学院 广东佛山 528333)

**摘要:** 根据近三年的经济统计数据,本文运用社会网络分析法构建粤港澳大湾区城市群的关系网络,并分析验证经济网络下的溢出效应对经济增长的影响。研究发现,粤港澳大湾区城市群具有高密度和明显的网络化结构,呈现出“核心—半边缘—边缘”的三级圈层结构特征。凝聚子集分析结果表明,粤港澳大湾区城市群在空间组织上可以细分为4个城市子群。本文通过QAP分析发现,影响粤港澳大湾区城市群经济联系强度的因素包括城市之间的距离、要素扩散与聚集、从业人口的流动、对外贸易发展以及内需消费等,并基于实证分析提出推进粤港澳大湾区城市群协同发展的对策建议,以供参考。

**关键词:** 粤港澳大湾区城市群; 空间经济网络; 社会网络分析; QAP分析; 区域经济

**本文索引:** 杨韵.粤港澳大湾区城市群空间经济网络关联研究[J].中国商论,2024(07):017-020.

中图分类号: F124

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-017-04

## 1 前言

沿海湾区聚集了发展程度最高、竞争力最强的城市群。据世界银行统计,全球超过一半的经济总量来自湾区。粤港澳大湾区在地理位置、经济基础、产业优势等方面具备建设成为世界一流湾区的实力,截至2022年,粤港澳大湾区经济总量超13万亿人民币,仅次于东京湾区和纽约湾区经济总量位列全球第三。但是粤港澳大湾区内部发展不均衡,城市群间经济差距明显,核心城市影响力向周边城市扩散,后发优势明显。因此,本文科学分析粤港澳大湾区城市群的经济空间网络结构,考察经济网络溢出效应对城市群经济增长带来的影响,有助于了解粤港澳大湾区城市群的空间行为,强化城市间的功能联系,优化区域产业空间布局,增强城市群竞争力,可以为规划和发展粤港澳大湾区提供参考。

国内外学者对城市群空间结构特征主要从点、线、面三个视角展开,其中以“点”要素和“线”研究居多。“点”要素主要是关于城市中心性的研究。刘静玉(2006)<sup>[1]</sup>通过构建潜能模型反映中原城市群中中型城市的中心性强度。姚作林等(2017)<sup>[2]</sup>运用熵值法构建城市中心性测度指标体系,研究成渝经济区城市空间格局。

“线”主要是关于城市间经济联系强度的研究,为了测算城市间经济联系强度大小,学界普遍采用的方法是引力模型和城市流模型。引力模型反映了空间相互作用与距离密切相关,距离越近的区域间的相互作用较大,区域间经济引力模型几乎采用GDP、人口、距离等要素构建。王方方(2018)<sup>[3]</sup>引入引力贡献参数改进了传统引力模型,分析了粤港澳大湾区城市群空间经济网络。

本文采用“点”“线”相结合的方式,依据经济统计数据,运用社会网络分析法分别构建城市群关系网络,比对不同视角的城市群经济网络特征,探究粤港澳大湾区城市群经济网络下溢出效应对经济增长的影响。

## 2 基于经济联系的粤港澳大湾区城市群引力模型构建

### 2.1 研究方法

在城市之间的经济联系中,存在着一种单向性现象。这意味着在人口总数、经济规模和距离等条件相等的情况下,两个城市对彼此之间的引力贡献是不同的<sup>[4]</sup>。根据王方方等(2018)<sup>[3]</sup>的研究,本文采用了改进的引力模型来计算这种引力贡献。在改进的引力模型中,本文引入了一个新的参数,即城市*i*的GDP(国内生产总值)占两个城市GDP总值之和的比例,记为 $K_{ij}$ 。这个参数可以衡量城市*i*对整体经济联系的贡献程度。根据修正后的引力模型,可以得到修正后的引力模型计算公式如下:

$$K_{ij} = \frac{G_i}{G_i + G_j} \quad (1)$$

$$R_{ij} = K_{ij} \frac{\sqrt{P_i G_i} * \sqrt{P_j G_j}}{D_{ij}^2} \quad (2)$$

其中, $K_{ij}$ 代表城市*i*对城市*j*的城市经济贡献率参数。这个参数表示城市*i*对整体经济的贡献程度。 $G_i$ 和 $G_j$ 分别表示城市*i*和城市*j*的GDP(国内生产总值)。这些数值代表了两个城市的经济规模。 $R_{ij}$ 代表城市*i*对城市*j*的经济影响力。这个值反映了城市*i*对城市*j*经济活动的影响程度。 $P_i$ 和 $P_j$ 分别表示城市*i*和城市*j*的年末人口总数。这些数值代表了两个城市

**基金项目:** 2023 年度广东省哲学社科规划课题“粤港澳大湾区数据要素跨境流动制约因素及对策研究”(GD23SQYJ05); 2020 年度广东省哲学社科规划课题“建设粤港澳大湾区和支持深圳建设中国特色社会主义先行示范区”专项(D20SQ02)。

**作者简介:** 杨韵(1980-),女,广东佛山人,硕士,副教授,研究方向:电子商务、区域经济。

的人口规模。 $D_{ij}$ 表示两个城市之间的距离。这个值可以是实际的地理距离或其他衡量距离的指标。

## 2.2 数据来源说明

由于经济网络具有时间上的相对稳定性,本文选取2020年、2021年和2022年的截面数据,通过时间序列数据反映粤港澳大湾区近三年的经济动态变化。数据来源于《广东省统计年鉴》《香港统计年刊》和《澳门统计年刊》。本文使用百度地图查询结果获取了粤港澳大湾区城市之间的距离数据,并将这些数据代入改进引力模型进行计算,得到了近三年粤港澳大湾区城市群之间的经济联系网络矩阵。

## 3 粤港澳大湾区城市群经济网络结构分析

本文把粤港澳大湾区各个城市节点在2020—2022年的数据运用UCINET进行网络中心性分析和点度中心度分析。网络中心性分析是用来衡量各节点城市在城市群经济网络中的影响力。中心性指标(C)可以反映一个城市在整个网络中的重要程度。通过分析中心性指标,可以了解到哪些城市在经济网络中扮演着重要角色,对整个城市群的经济联系起到关键的推动作用。点度中心度分析则通过衡量每个节点城市的点出度(Out)和点入度(In)来评估其影响力。点出度衡量了一个城市主动辐射影响其他城市的程度,而点入度则衡量了一个城市被其他城市影响的程度。通过分析点度中心度,我们可以了解到哪些城市在主动影响其他城市方面表现出色,以及哪些城市在被动接受其他城市影响方面较为突出,具体分析结果见表1。

广州、佛山、深圳、香港是粤港澳大湾区城市群中的中心城市,其在经济网络中具有较高的中心度和点入点出度。这意味着四个城市与其他城市之间具有紧密联系,对整个粤港澳大湾区的控制力和影响力较强。从点出度和点入度的分析来看,各节点城市之间的联系程度逐年增长,显示出粤港澳大湾区城市间的经济联系越来越紧密,特别是广州、佛山、深圳、香港这四座城市的点出度和点入度较高,它们

是粤港澳大湾区最重要的经济外溢和影响接收城市,也是城市网络的核心区域。广州、深圳、香港的点出度大于点入度,说明这三个城市对周边城市的影响辐射力大于周边城市对其的影响,是整个城市网络的经济发动机。佛山作为位于大湾区腹地的城市,由于其良好的地理位置,其点出度排名第三,而点入度是整个大湾区城市群中最高的,其经济发展受到周边广州、深圳等发达城市的辐射带动影响。其他城市的点入度都大于点出度,表明这些城市更多地接收其他城市的经济外溢影响,而自身向其他城市输出的影响力相对较小。

## 4 城市群凝聚子群分析

本文进行凝聚子群分析,可以将城市群经济网络细分为若干个子群,这是基于城市之间的互惠性、接近性和关系密度来量化的。每个子群内部的城市之间联系紧密,可以被看作粤港澳大湾区城市群内部的“小团体”。凝聚子群分析帮助识别出城市群中形成的紧密关系网络,这些子群在经济网络中相互依赖并且紧密连接。通过子群分析可以更好地了解城市之间的合作模式和集群效应。基于城市群经济网络的凝聚子群分析并非要把城市群划分为分裂的“小团体”,而是希望利用网络凝聚性作为一个解释变量,分析各城市节点间的内部经济联系紧密程度,以便找到核心城市向周边城市经济辐射的最优路径。文章运用UCINET软件中的Concor法(迭代相关收敛法),设置最大分割深度为2,集中标准为0.2,对近三年的粤港澳大湾区城市群经济网络进行聚类分析,以揭示其内部联系的紧密程度并得出凝聚子群结构,如图1所示。

由凝聚子群分析可见,粤港澳大湾区城市在空间组织上可以细分为4个城市子群。其中,香港地区和深圳“特区+特别行政区”的组合,是粤港澳大湾区城市群的经济龙头;广州作为核心城市,佛山作为副核心城市带动周边中山、肇庆经济发展;“珠海+澳门+江门”与“惠州+东莞”城市子群

表1 粤港澳大湾区城市群网络中心性和点度中心度分析

城市	2020年			2021年			2022年		
	C	Out	In	C	Out	In	C	Out	In
广州	12.11	4008.0	1723.5	12.10	4301.1	1848.0	12.10	4416.3	1991.3
佛山	11.05	2193.7	1619.8	11.04	2381.2	1805.4	11.06	2584.6	3883.1
深圳	6.62	1743.96	3503.7	6.69	1859.1	3767.7	7.05	1996.3	1868.6
香港	5.16	1658.2	1481.8	5.23	1850.6	1606.1	5.45	1898.9	1737.8
东莞	2.71	391.5	843.3	2.73	426.3	910.9	2.84	477.3	970.8
珠海	1.18	269.04	389.19	1.22	299.4	432.6	1.29	355.8	461.6
江门	1.17	227.3	228.8	1.17	252.3	306.5	1.21	261.3	439.9
中山	1.01	190.3	385.2	0.98	203.8	415.7	0.98	218.1	335.1
澳门	0.95	124.4	327.9	0.97	131.4	338.7	0.92	106.2	335.1
惠州	0.61	53.6	193.7	0.59	56.9	208.9	0.59	55.7	215.2
肇庆	0.44	31.4	145.4	0.43	32.2	153.8	0.43	31.7	156.9
总体	10.9%	8.3%	10.9%	10.8%	8.3%	10.8%	10.6%	8.3%	10.6%

内部缺乏有效增长极,是核心城市的边缘区域。

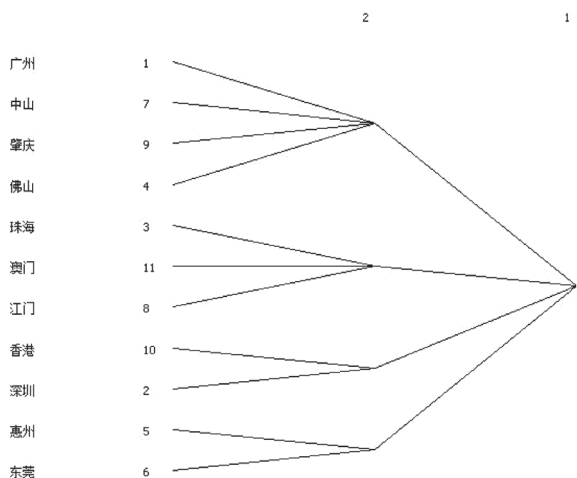


图1 粤港澳大湾区城市群经济网络凝聚子群结构

## 5 粤港澳大湾区城市群经济网络影响因素分析

### 5.1 选择影响因素并构建模型

城市群经济网络的形成和演化是在多种不同影响因素的共同作用和驱动下发生的。第一,城市间的距离是影响城市之间经济联系的一个关键因素。距离的远近直接影响着要素流动的成本,而成本的降低则促进了经济合作和资源共享,进而加强了城市之间的经济联系。换句话说,距离越近,城市之间的经济联系越紧密,因为要素的流动更加便利和高效。这意味着城市之间的距离远近会直接影响到它们之间的经济联系程度。第二,劳动力、资本、技术、信息等生产要素在城市间的流动推动了城市经济发展,也提高了城市间的经济联系强度。这种要素的流动既能够促进资源的优化配置,又能够推动技术的传播,从而推动经济的发展。因此,要素扩散与聚集作用成为影响城市经济网络的重要因素。例如,一些有特定产业优势的城市吸引了大量的资本和技术,进一步提升了城市间的经济联系。第三,劳动力资源作为一种重要的生产要素与城市群的发展密切相关。从业人口的数量和流动性带动了城市间的协同发展。大量的人口流动促进了劳动力市场的灵活性,使得人力资源得以更好地配置。同时,从业人口的增长也带动了消费需求的增加,进一步促进了城市经济的发展。第四,开放型经济贸易全球化是湾区城市群发展的重要特征。进出口贸易额是衡量湾区城市经济发展的重要指标。随着全球贸易的深入,城市间的贸易往来也日益增加。贸易活动不仅带来了经济增

长,还提高了城市的竞争力和影响力。城市间的联系强度也随之增加。第五,城市居民消费能力与城市的发展呈现相关特征。居民消费升级刺激带动了城市经济发展和城市间经济互动联系。随着居民收入的增长和消费观念的变化,人们对高品质、高附加值的产品和服务的需求也相应增加。城市间的经济联系通过满足居民的消费需求而得到进一步加强。本文选取城市间的距离(D)、城市固定资产投资额(I)、城市从业人口数量(P)、城市进出口贸易额(T)、城市零售总额(S)五类因素来构建粤港澳大湾区城市群经济引力(R)影响因子模型,具体如下:

$$R=f(D, I, P, T, S) \quad (3)$$

本文采用2022年的城市群数据,城市间的距离数据来自百度地图,其他经济数据来自广东省和香港、澳门的统计年鉴,采用差值矩阵表示。

### 5.2 影响因素的QAP分析

本文利用UCINET软件,对城市经济联系矩阵和影响因素矩阵逐一进行QAP(Quadratic Assignment Procedure)相关分析,结果如表2所示。

相关分析的结果显示,城市群经济网络受到城市间距离(D)、城市固定资产投资额(I)、城市从业人口数量(P)、城市进出口贸易额(T)、城市零售总额(S)的显著影响。在这些影响因素中,经济联系强度矩阵(R)与城市间距离(D)之间的相关系数为-0.39,表明城市间距离对经济联系强度有显著的负向影响。经济联系强度矩阵(R)与城市固定资产投资额(I)、城市从业人口数量(P)、城市进出口贸易额(T)、城市零售总额(S)之间的影响系数为正数,说明这四个因素与经济联系强度呈正向相关。这表明随着城市的固定资产投资额、从业人口数量、进出口贸易额和零售总额的增加,城市群间的经济联系也会不断增强。

### 5.3 QAP回归分析

按照QAP回归分析方法,选择5000次随机置换,上述要素进行回归分析,结果如表3所示。

根据回归分析的结果,我们发现上述五个因素(城市间距离、城市固定资产投资额、城市从业人口数量、城市进出口贸易额、城市零售总额)可以解释粤港澳大湾区城市群经济联系的52.3%。这表明这些因素是城市群经济联系网络的主要影响因素,对其形成和发展起着重要作用。

表2 粤港澳大湾区经济联系网络影响因素QAP相关分析结果

变量	相关系数	显著性	系数均值	标准差	最小值	最大值	$P \geq 0$	$p \leq 0$
D	-0.39	0.000	-0.001	0.129	-0.393	0.379	1.000	0.000
I	0.081	0.055	0.001	0.048	-0.123	0.106	0.945	0.055
P	0.080	0.078	0.000	0.049	-0.131	0.111	0.922	0.078
T	0.027	0.214	-0.001	0.048	-0.135	0.106	0.786	0.214
S	0.091	0.027	-0.000	0.048	-0.115	0.098	0.974	0.027



表3 QAP回归分析结果

变量	非标准化回归系数	标准化回归系数	显著性概率	$P \geq 0$	$P \leq 0$
截距	499.755676	0.000000			
D	-2.945279	-0.389535	0.0005	1.0000	0.0005
I	0.008364	0.163000	0.0263	0.2634	0.7371
P	0.008649	0.11437	0.0437	0.4378	0.5627
T	0.008289	0.087000	0.0945	0.0945	0.9060
S	0.019448	0.217162	0.0380	0.9625	0.0380

## 6 结语

本文利用经济统计数据构建了粤港澳大湾区城市群网络,并分析了城市群的网络特征,以验证经济溢出效应对经济增长的影响。综合以上分析结果,本文得出以下结论:

(1)粤港澳大湾区城市群呈现出层级网络结构,包括核心城市、次核心城市和边缘城市。香港、广州和深圳作为核心城市,在经济发展和国际交流中发挥着重要作用,并对周边地区产生辐射效应。次核心城市包括佛山、东莞、澳门和珠海,承担着连接核心城市和周边地区的纽带作用。边缘城市如江门、中山、惠州和肇庆,在农业、制造业和旅游业等领域也发挥着重要作用。为促进城市群的协同发展,需要加强城市群内部的梯队层级建设,合理定位城市的产业和功能,实现城市群内部空间结构的演进。

(2)根据凝聚子群分析,粤港澳大湾区城市可以划分为

四个城市子群。每个城市子群应该培育梯度增长极城市,以推动组织内部空间结构的演进,增强城市群的空间联系密度,提高整体竞争力。

(3)粤港澳大湾区城市群的整体发展水平和综合实力与城市在城市群中的影响力和联系程度密切相关。城市群的经济联系强度与城市间的距离、要素扩散与聚集、从业人口的流动、对外贸易发展以及内需消费等因素紧密相关。因此,需要加强城市群内部的合作与交流,优化资源配置,推动经济的协同发展。

## 参考文献

- [1] 刘静玉. 当代城市化背景下的中原城市群经济整合研究[D]. 郑州: 河南大学, 2006.
- [2] 姚作林. 成渝经济区城市群空间结构要素特征分析[J]. 经济地理, 2017(1): 82-89.
- [3] 王方方, 杨焕焕. 粤港澳大湾区城市群空间经济网络结构及其影响因素研究: 基于网络分析法[J]. 华南师范大学学报(社会科学版), 2018, 7(4): 110-120.
- [4] 许培源, 吴贵华. 粤港澳大湾区知识创新网络的空间演化: 兼论深圳科技创新中心地位[J]. 中国软科学, 2019(5): 68-79.
- [5] 彭芳梅. 粤港澳大湾区及周边城市经济空间联系与空间结构: 基于改进引力模型与社会网络分析的实证分析[J]. 经济地理, 2017, 37(12): 57-64.
- [6] 覃成林, 刘丽玲, 覃文昊. 粤港澳大湾区城市群发展战略思考[J]. 区域经济评论, 2017(5): 113-118.

# A Study on the Correlation of the Spatial Economic Network of the City Cluster of the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area

Yang Yun

(Business School, Shunde Polytechnic, Foshan, Guangdong 528333)

**Abstract:** Based on the economic statistics of the past three years, this paper employs the method of social network analysis to construct the relationship network of the city cluster of the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area (GBA), and analyzes and verifies the impact of spillover effects on economic growth under the economic network. The study finds that the GBA city cluster has a high density and a distinct network structure, presenting a three-tier circle structure characterized by “core—semi-periphery—periphery”. The results of cohesive subset analysis show that the GBA city cluster can be divided into four sub-clusters in terms of spatial organization. The QAP analysis reveals that the factors affecting the strength of economic ties in the GBA city cluster include the distance between cities, factor diffusion and agglomeration, the mobility of the working population, the development of foreign trade, and domestic consumption. Based on the empirical analysis, countermeasures and suggestions are proposed to promote the synergistic development of the GBA city cluster.

**Keywords:** GBA city cluster; spatial economic network; social network analysis; QAP analysis; regional economy

# 创新联合体理论内涵及发展问题探析

曹胜娇

(西北政法大学经济学院 西安 710122)

**摘要:** 基于我国国情特色的创新联合体理论内涵解读和现有相关研究, 本文结合近年来我国创新联合体实践中的普遍典型问题, 探析其长效运行机制, 并从运营组织架构完善、市场化运营能力提升、升级路径以及长效发展资金投入等方面, 提出了创新联合体持续发展的理论思考和建议, 以期为领军企业牵头创新联合体发展提供借鉴。

**关键词:** 创新联合体; 科技领军企业; 市场化运营能力; 长效发展; 高质量发展; 创业创新

**本文索引:** 曹胜娇. 创新联合体理论内涵及发展问题探析[J]. 中国商论, 2024(07):021-024.

**中图分类号:** F124.3

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-021-024

党的二十大强调我国推进高质量发展存在许多卡点瓶颈, 科技创新能力较弱。面向国家高质量发展需求, 《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》指出: “支持企业牵头组建创新联合体, 承担国家重大科技项目”。科技领军企业牵头组建创新联合体已成为新时期我国的重大创新举措和近年来各地的一项重点工作, 陕西、浙江和广西三省则较早出台政策文件, 积极落实中央部署。目前, 我国的创新联合体建设还在探索之中, 领军企业如何牵头建设创新联合体, 暂未形成可广泛推广的成熟模式。本文在以往理论研究的基础上, 针对现有实践中存在的典型问题, 对建设创新联合体进行理论探索, 以期创新联合体建设提供借鉴。

## 1 理论内涵演进: 研究联合体到创新联合体

### 1.1 研究联合体

研究联合体(Research Joint Ventures, RJVs), 是由多家企业在R&D阶段共同投资研发, 在产品生产和市场开发阶段进行竞争的一种组织形式, 是为反垄断法所推崇的一种合作创新组织形式。1976年, 日本5家半导体企业成立VLSI项目RJVs, 标志着一个重要的里程碑。20世纪80年代末, Aspremont等(1988)<sup>[1]</sup>最早用博弈论对研究联合体中的合作创新进行了均衡分析, 自此研究联合体开始引起理论界关注。之后国外学者普遍认为, 研究联合体是一个以研发为目的, 由至少两个以上企业联合控制的实体。Roberto等(2010)<sup>[2]</sup>通过欧洲研究联合体数据库进行实证分析发现, 企业的创新能力、市场份额、行业地位、技术优势和过往参与度都能积极地促进这一组织的建立, 而较弱的专利保护能力将导致这一组织的消亡。

我国学者自21世纪开始引入研究联合体概念, 形成

了一些较有代表性的观点。在理论概念方面, 王怡和武博(2011)<sup>[3]</sup>将研究联合体定义为一种新的经济形态, 它是在市场技术需求的传导机制下, 由多方企业通过股权投资的方式共同构建, 用来联合突破共性技术围城的研究型经济实体。在组织安排方面, 马宗国(2019)<sup>[4]</sup>认为, 研究联合体应通过所有权安排组建, 成员企业间共享创新资源, 并通过契约共享合作创新成果。我国学者研究联合体的基本特点为: (1) 多家企业在研发阶段以股权投资建立研发组织, 成果收益阶段以契约购买, 在生产和市场开发阶段进行竞争; (2) 相比“官产学研联盟”等合作研发形式, 研究联合体中企业主导研发活动, 官、学、研为参与和补充力量; (3) 具有产业根植性, 研究联合体应通过根植产业, 驱动企业、产业和区域创新生态升级。

### 1.2 创新联合体理论内涵

面对全球新技术变革, 出于突破关键核心共性技术和“卡脖子”技术的迫切需要, 我国理论界和实务界在反思传统产业创新联盟和研究联合体的基础上, 提出了极具中国国情特色的创新联合体概念, 并随之对其理论内涵进行了积极探索。一般认为, 创新联合体是由一家或几家行业领军企业, 整合高等院校和科研院所的科技创新资源, 在研发阶段共同出资或建立实体机构、或成立合作研发实体平台, 在研发成果收益阶段通过合同或其他约定方式购买或共享, 在生产和市场开发阶段进行竞争的一种组织形式。从理论角度来看, 创新联合体与传统的战略联盟、产学研合作以及其他类型的联盟存在本质的区别, 它以股份分红、收益共享为特征, 构建互利共赢的合作机制, 是一种实体组织或有股权关联的新联盟。

近年来, 学者在积极探索创新联合体的理论内涵时, 突

**基金项目:** 陕西省软科学基金项目“科技领军企业牵头组建创新联合体发展模式及政策研究”(2023-CX-RKX-188)。

**作者简介:** 曹胜娇(1999-), 女, 汉族, 陕西宝鸡人, 硕士研究生, 研究方向: 企业战略与公司金融。

出强调中国国情特点。习近平总书记于2021年在两院院士大会、中国科协第十次全国代表大会上指出,创新联合体是以龙头企业为首、高校及科研机构等多方协力的创新组织形态,要求加快构建创新联合体,发挥企业出题者作用,发展高效强大的共性技术供给体系,提高科技成果转移转化成效。王巍和陈劲等(2022)<sup>[6]</sup>认为,创新联合体是以承担符合国家需求的研发任务为主导,龙头企业牵头、高校院所支撑、政府产业政策引领、大中小企业广泛参与,通过与基础研究、应用研究与产业化研究的深度融合,打通创新链各环节,实现产业链与创新链的精准对接。尹西明等(2022)<sup>[7]</sup>提出了高能级创新联合体的概念,指出在运行机制和创新模式上,要置于国家创新体系中,转变为“有为政府”和“有效市场”双重驱动的有组织科研,破解国家和产业面临的重大科技与安全瓶颈。

总体而言,创新联合体理论内涵的突出特点是:以国家和市场重大需求为核心导向,以卡脖子技术、前沿技术、颠覆性技术等创新突破为目标,以政府产业政策为引领,以企业为创新主体,各参与方互利共赢,构建起高效强大的关键共性技术供给体系,带动产业链和创新链深度融合发展。

## 2 创新联合体运行相关研究

### 2.1 运行稳定性研究

一是在组织持续性和运转效率方面,组织成员间的信息不对等、交易成本、道德风险和逆向选择的影响<sup>[8-9]</sup>。二是在均衡结构存在性方面,孙利辉等(2007)<sup>[10]</sup>的研究表明联合体可以形成一种稳定的博弈结构,其中包括博弈的核、支付函数以及博弈的弱分离,证明即使在博弈弱分离的情况下,联合体也能够保持其均衡状态。三是合作机制方面,马宗国等(2019)<sup>[4]</sup>提出要构建信任机制、协调整合机制、激励机制、风险控制机制和利益分配机制等。四是组织运营模式方面,郭菊娥等(2018)<sup>[11]</sup>认为核心企业可以通过分布式、集群式、平台式等架构系统,集成多模态构建创新联合体的运营管理模式。

### 2.2 激励机制研究

激励机制文献主要从政府和企业两个层面展开研究。政府层面,主要研究政府补贴的激励影响,例如Pastor和Sandonis(2002)<sup>[8]</sup>提出专利补贴有助于组织成员专有技术的披露,而成本补贴挫败了成员共享专有技术的积极性。Marin和Siotis(2008)<sup>[12]</sup>验证了欧盟的Eureka资助在成员参与、劳动生产率和边际成本等方面的积极作用,认为市场拉动和“自下而上”的研发资助政策更为有效。在企业层面,周岩等(2021)<sup>[13]</sup>结合Cournot模型与Stackelberg模型,证明了技术溢出、协同决策是创新联合体良性发展的主要激励形式。董云昭和张红兵(2024)<sup>[14]</sup>运用系统动力学方法,验证了知识转移能够刺激创新联合体成员之间的知识量增加。

### 2.3 联合体建设升级路径研究

在理论上,闫帅和武博(2015)<sup>[15]</sup>分析了通过价值链、知识链、物联网驱动联合体升级的3条协同路径。马宗国和尹圆圆(2017)<sup>[16]</sup>从技术、协同和地域三个层面,探讨了从契约式合作的跟随创新、团队式合作的集成创新到战略式合作的原始创新的联合体升级路径。曹纯斌和赵琦(2022)<sup>[17]</sup>认为创新联合体建设路径有以下三类重要模式:一是地市自建省级支持,企业领建多方共建;二是省市联动多方共建,分层推进,持续提升;三是省级牵头,地市参建,企业领建和高校支撑。这一观点在各地区的创新联合体实践中得到了不同程度的体现。

### 2.4 我国领军企业牵头创新联合体的实践探索研究

例如,吴晓波等(2021)<sup>[5]</sup>以我国后发半导体企业——芯恩集成电路有限公司为研究对象,探索总结了其协同整合产业上中下游企业,以合资公司形式构建创新联合体的经验。朱国军等(2022)<sup>[18]</sup>结合华为智能汽车业务案例,凝练出创新联合体如何通过“智能制造核心企业—传统龙头集群企业—超级消费者”的交互赋能,实现产品功能、生产制造及商业模式颠覆式创新的过程机理。王巍和陈劲等(2022)<sup>[6]</sup>以中国西部科技创新港和西安交通大学为研究对象,基于整合式创新理论视角,提炼了高水平研究型大学驱动创新联合体建设的基本框架和发展模式。这些研究为我国创新联合体的构建和升级路径提供了实践经验借鉴。

综上所述,已有研究主要基于规范分析、模型推导以及案例研究等方法,对创新联合体的内涵特征、运行机制、建设路径等进行了有益探索。但总体上,现有研究理论探索居多,对我国创新联合体长效运作机制的实践探索相对不足。

## 3 当前我国创新联合体运行中的典型问题

一是协议组建模式下的成员关系松散。从目前国内政策实践来看,各省创新联合体组建门槛条件普遍较共性技术研发平台低,主要以框架协议约定而非股权投资组建,并未强制规定以技术或者资金入股构建法人实体。各参与方往往目标不一致、利益不趋同、合作松散问题突出,难以在国家重大市场需求牵引下发挥关键共性技术联合攻关的协同效应。

二是重大科技项目牵引下的市场动力不足。“十四五”提出,支持企业牵头组建创新联合体承担国家重大科技项目,各省在此指引下的政策实践,基本上以省级重大科技项目为牵引,由行业领军企业牵头成员单位组建创新联合体,在实践中,多以联合争取省级优质课题和获得专项资金支持为导向。虽然联合体承接关键共性技术研发项目兼顾了国家和地方的重大需求,但并非出于重大市场需求的内在牵引,企业“出题者”作用实际上未能显现和有效发挥,创新联合体运营更是缺乏基于市场机制的收益共享分配。



三是领军企业市场牵引力有待提高。目前主要以政府重大科技专项牵引创新联合体组建运营的模式下,各省区的领军企业大多为大型国有企事业单位,这些企业单位往往拥有自身资源资金优势,存在较大的产业链创新链的路径依赖,缺乏整合创新联合体资源进行重大创新的市场紧迫感。尤其在中西部市场经济欠发达地区,相对缺乏具有国际化视野、市场能力强的高水平领军企业,领军企业对未来产业新科技前沿和重大市场需求机会的研判能力相对不足。此外,部分创新联合体的创新主体是高校和科研机构,也导致牵头企业话语权不足,市场牵头和主导作用难以发挥。

四是科技专项支持下的持续发展资金投入乏力。目前,各省普遍设立了创新联合体的建设周期,例如陕西省的创新联合体建设周期为3年。然而,创新联合体面向的国家和市场重大需求的关键共性技术攻关项目,短期内市场收益难以实现,需要长效资金支持。目前,各省创新联合体的研发资金来源,大多来自申请政府重大科技专项,或者需要有实力有意愿的领军企业从其他业务收入或利润中抽转。虽然各省普遍鼓励创新联合体向社会资本融资,但社会资本对出于政府重大专项引导,而非出于重大市场需求的创新组织活动难以产生兴趣。因此,创新联合体往往缺乏可持续的经费投入保障,可以预计当所在省份的政策建设期满后,将极易出现后续经费难以为继的情况。

五是缺乏有效的省市联动共建机制。当前,各省在省市联动共建工作机制方面,主要体现在:一方面省级出台指引政策文件进行顶层设计,地市跟进细化本地市联合体组建政策文件,并完成行政审批、资源保障等协助支持工作;另一方面,认定的省级创新联合会会被牵头单位所在地市自动列入市级创新联合体,例如西安市会自动认定位于本市的省级创新联合体为市级创新联合体。除此之外,各省普遍缺乏更多有效的省市联动工作机制。

#### 4 创新联合体长效发展的理论思考和建议

基于创新联合体理论研究的关注问题,以及当前组建运行中的实践问题,本文提出以下关于我国创新联合体持续长效发展的理论思考和建议。

##### 4.1 完善运营组织架构

针对当前普遍呈现的协议组建运营和成员关系松散现状,在强化政府引导、坚持领军企业牵头运营的前提下,要以联合体理事会、专家委员会、办公室等机构为核心,建立完善的组织架构。这主要包括:完善作为决策机构的创新联合体理事会,成员构成应包括政府、成员企业、高校和科研院所等方面的代表,主要负责制定联合体章程和发展规划,内部机构设立,审议批准重大项目等;设立由行业知名专家组成的专家委员会,为创新联合体重大事项决策提供专业咨询,审议、指导和监督联合体的其他科学技术活动;办公

室负责创新联合体的日常管理工作。在此基础上,研究建立综合运营平台、联合研发平台、成果转化平台和公共服务平台等协同机制,推动创新联合体成员之间的紧密协同发展。

##### 4.2 提高市场化运营能力

一是坚持有为政府与有效市场相结合。创新联合体具有我国国情的典型特色,即需要地方政府结合当地产业特色做好前期规划和引导,在宏观层面科学调控,通过制定政策和提供专项资金精准扶持,更要在微观层面探索符合市场规律的运行机制。二是注重通过市场牵引培育重大攻关项目。应在现有的政府重大科技专项牵引为主的创新联合体协议组建和自上而下形成项目研究课题的基础上,积极鼓励和扶持创新联合体以国家和市场重大需求为牵引,在内部打造自下而上的市场化项目形成机制。三是要强化领军企业的市场牵引能力。扩大领军企业的国际化视野,提升领军企业对产业新科技前沿和重大市场需求的研判能力,进而促进创新联合体在市场牵引下,自设攻关课题和培育重大项目的的能力。四是支持领军企业设立联合体重大科技攻关平台和总部研究机构,增强领军企业的市场牵引协同能力。五是采取多种控制方式强化市场风险管控。通过规范的制度、准则和程序等正式控制措施,设定项目运营的阶段成果和具体效益标准,对创新联合体的行为结果进行监控,并通过强化创新联合体共享价值观、联合体文化等非正式控制方式,降低成员单位的机会主义和败德行为。

##### 4.3 推动协议共建向股权法人实体升级

在国内现有普遍的创新联合体协议组建模式基础上,积极探索创新联合体的升级路径,增强创新联合体凝聚力。从理论探索和实践表现来看,可以考虑三种主要的升级路径。一是股权演进升级路径,积极推动协议共建联合体向股权投资联合体升级。各联合体成员单位可在现有协议共建基础上,磨合协同创新和共享共建路径,待发展成熟后,再以资金入股、技术入股等方式进化为实体性法人组织或共性技术研发平台。二是省市联动多方共建路径,以牵头企业领建、省市多级联动、社会资本参与的多方共建方式,合力推动创新联合体由协议共建向股权性实体机构升级。三是基于价值链、知识链、物联网驱动联合体升级,进而推进区域创新生态系统的打造和升级。在持续性协同效应下,价值的流转与增值、知识的共享与扩散、信息的流通与交换,既帮助创新联合体完成研发创新,也带动区域产业链的战略性转型升级。

##### 4.4 构建长效资金投入机制

构建来源多元化、运营市场化的长效资金投入机制。一方面,政府应在现有以重大专项财政拨款等方式提供创新联合体主要运营资金的基础上,积极推进建立重大项目“前置资金支持制度”,通过设立科技创新基金、提供贷款担

保等方式,为创新联合体“自下而上”地依据国家和市场重大需求,自主研判与论证攻关项目提供前置经费,解决其因自发设立项目试错成本高而经费缺乏的困境。另一方面,积极探索以股权投资、风险投资等方式,推动完善市场化的长效资金投入模式,重点应在现有协议组建的基础上,吸引社会资本参与创新联合体的组建,打通创新联合体运营的市场化融资渠道。此外,还应在政府指引和创新联合体理事会的具体领导下,建立科学、规范、透明的资金运用管理和监督机制,确保资金的合理和有效使用。

### 参考文献

- [1] Aspremont, Jacquemin. Cooperative and Non-cooperative R&D in a Duopoly with Spillovers[J]. American Economic Review, 1988,78(5):1-12.
- [2] Roberto H N, Pedro L, Mar N, Siotis G. An empirical evaluation of the determinants of research joint venture formation[J]. Journal of Industrial Economics, 2010,51(1):134-152.
- [3] 王怡,武博.研究联合体的概念界定与优势分析[J].科技进步与对策,2011,28(7):20-25.
- [4] 马宗国,丁晨辉.国家自主创新示范区创新生态系统的构建与评价:基于研究联合体视角[J].经济体制改革,2019(6):60-67.
- [5] 吴晓波,张馨月,沈华杰.商业模式创新视角下我国半导体产业“突围”之路[J].管理世界,2021,37(3):123-136+9.
- [6] 王巍,陈劲,尹西明,等.高水平研究型大学驱动创新联合体建设的探索:以中国西部科技创新港为例[J].科学学与科学技术管理,2022,43(4):21-39.
- [7] 尹西明,陈泰伦,陈劲,等.面向科技自立自强的高能级创新联合体建设[J].陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2022,51(2): 51-60.
- [8] Pastor M, Sandonis J. Research joint ventures versus cross-licensing agreements: An agency approach[J]. International Journal of Industrial Organization, 2002,20(2):89-97.
- [9] 白京羽,刘中全,王颖婕.基于博弈论的创新联合体动力机制研究[J].科研管理, 2020,41(10):105-113.
- [10] 孙利辉,徐寅峰,王军.研究联合体形成博弈及均衡结构的存在性研究[J].系统工程理论与实践,2007(3):78-81.
- [11] 郭菊娥,王梦迪,冷奥琳.企业布局搭建创新联合体重塑创新生态的机理与路径研究[J].西安交通大学学报(社会科学版),2022,42(1): 76-84.
- [12] Marin P L, Siotis G. Public policies towards research joint ventures: Institutional design and participants' characteristic[J]. Research Policy, 2008,37:1057-1065.
- [13] 周岩,赵希男,冯超.基于横纵技术溢出的创新联合体合作研发博弈分析[J].科技管理研究, 2021(17):57-68.
- [14] 董云昭,张红兵.创新联合体知识转移情境因素研究:数字技术应用视角[J].科技进步与对策, 2024(2):1-12.
- [15] 闫帅,武博.研究联合体研发创新驱动产业结构发展演化研究[J].科技进步与对策,2015,32(15):53-58.
- [16] 马宗国,尹圆圆.基于研究联合体的开放式创新生态系统的构建[J].科学管理研究,2017,35(6):20-23.
- [17] 曹纯斌,赵琦.创新联合体组建路径与推进模式探析[J].科技中国,2022,27(3):26-29.
- [18] 朱国军,王修齐,张宏远.智能制造核心企业如何牵头组建创新联合体:来自华为智能汽车业务的探索性案例研究[J].科技进步与对策,2022,39(19):12-19.

## Analysis of the Theoretical Connotation and Development of Innovation Consortia

Cao Shengjiao

(School of Economics, Northwest University of Political Science and Law, Xi'an 710122)

**Abstract:** On the basis of interpreting the theoretical connotation of innovation consortia in the context of China's national conditions and building upon existing relevant research, this paper explores the long-term operation mechanism of China's innovation consortia based on the common typical problems in their practices in recent years, and proposes theoretical reflections and suggestions for the sustainable development of innovation consortia from aspects such as the improvement of the operational organizational structure, enhancement of the market operation ability, path upgrading, and fund investment for sustained development, aiming to provide reference for leading enterprises to spearhead the development of innovation consortia.

**Keywords:** innovation consortia; leading technology enterprises; market operation ability; long-term development; high-quality development; entrepreneurship and innovation

# 贵州省绿色金融支持乡村振兴发展的问题研究

兰洋

(茅台学院 贵州遵义564500)

**摘要:** 党的二十大报告明确指出,“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。”再次阐明了习近平总书记提出的“民族要复兴,乡村必振兴”的深刻意义和内在逻辑。绿色金融是助力乡村产业振兴,实现“绿色发展、循环发展、低碳发展”目标的助推器。金融政策与乡村振兴战略存在目标上的趋同性,而农村电商作为乡村产业发展的新模式与新载体,已经逐步成为乡村振兴的重要助力,与乡村振兴具有多维度的耦合效应。文章在探析贵州省绿色金融支持乡村振兴发展的基础上,重点提出农村电子商务发展的金融支持策略,面对农村电商发展过程中遇到的问题,应深刻认识到其深入发展是一场持久战,实现乡村振兴的美好愿景需要政府、社会、企业等多方协同努力,共同推进。

**关键词:** 绿色金融;乡村振兴;农村电商;绿色低碳;产业振兴;农村现代化;乡村经济

**本文索引:** 兰洋.贵州省绿色金融支持乡村振兴发展的问题研究[J].中国商论,2024(07):025-028.

**中图分类号:** F323

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-025-04

党的二十大报告指出,“加快建设农业强国,扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。”乡村振兴要充分发挥绿色金融的支撑作用,通过探索创新发展理念、健全完善政策机制、丰富绿色金融产品等,推动农业农村现代化发展。

乡村振兴需要新兴农业,绿色金融为其开辟新的融资途径,不断推动农村经济向集约型产业转变,可以最大化地满足绿色经济的发展需要。发展农村电商是实施乡村振兴战略的重要内容,发挥绿色金融的支持作用,开拓多元化的融资渠道,可为农村电商的发展提供资金支持。农村电商的发展不仅可以促进消费升级,还能带动农村经济的增长,最终实现乡村振兴战略。

## 1 绿色金融支持乡村振兴现状及创新策略

目前,在绿色金融支持乡村振兴过程中还存在一些问题。一是缺乏新理念新思路。城镇化成为现有金融机构资金支持重点的同时,却忽视了农村经济的发展。金融产业发展难、风险高、收益低、农村发展环境不成熟等问题成为制约乡村振兴的绊脚石,阻碍金融机构发挥支撑作用。一些金融机构对在农村发展绿色金融重视不够,对乡村振兴重宏观指导,轻微观操作,致使部分乡村绿色项目发展困难。二是制度欠细化完善。在推进乡村振兴战略的过程中,有些地方以宏观政策和相关实施意见为主,未制定配套的绿色金融支持细则,在具体实施过程中针对性不强。三是绿色金融产品种类单一。绿色金融产品品种以绿色信贷为主,乡村振兴可供选择的金融产品种类较为单一,加之已有的绿色金融产品同质化较为严重,缺乏科学的管理机制,无法形成协同

效应,难以从根本上满足乡村经济的发展。针对这些问题,我国应强化问题导向,增强绿色金融服务能力,为推进乡村振兴注入金融“活水”。

(1)探索创新发展理念。乡村振兴为金融机构开辟了一条新的发展路径。新形势下,金融机构和农村经济主体要转变发展理念,紧抓乡村振兴的机遇,以绿色金融为落脚点,为乡村振兴的发展提供资金支持。金融机构是绿色金融的承担者,要不断推进绿色金融在乡村振兴中发挥作用。同时,政府要协调好金融机构与乡村振兴两者之间的关系,引导金融机构以绿色发展为方向,兼顾宏观调控与微观践行两个层面,在乡村振兴中助推绿色金融项目的顺利开展。

(2)健全完善政策机制。一是在分析贵州省实际情况的基础上,明确乡村振兴的服务范围,探究符合本地区实际的绿色金融政策,更好地满足乡村振兴的发展需要。二是充分发挥政府在乡村振兴的主导作用。地方政府要以绿色发展为导向,进一步发挥财政政策的宏观调控作用,引导财政资金积极为绿色金融支持乡村振兴提供补偿和保障,特别是在财政贴息、税收减免及投资补贴等方面,有效发挥财政和税收的作用,引导更多的社会资本投身到乡村振兴的绿色发展中,为提供绿色金融服务的金融机构分散风险,调动其服务的积极性。三是促进数字化转型。借数字经济的东风,有效利用云计算、物联网与人工智能等先进技术,构建新型化智慧化的农村金融服务信息平台,实现农村经济与生态文明等方面的信息整合与共享,提升农村绿色发展水平。

(3)丰富绿色金融产品。乡村振兴离不开大量资金的支持,绿色金融的发展可以拓展融资渠道。现有的绿色金融产

**基金项目:** 贵州省教育厅高校人文社科项目“加强贵州金融风险处置机制和应急能力建设研究”(2023GZGXRW156)。

**作者简介:** 兰洋(1990-),女,汉族,贵州遵义人,副教授,硕士研究生,研究方向:金融风险。



品较为单一,绿色信贷等传统的绿色金融产品已不能更好地满足乡村振兴的需要。金融机构不仅要从事乡村经济发展的实际出发,不断创新和打造符合贵州省农村实际发展的绿色金融产品和工具,最大化地满足农村绿色发展的需要,还要从融资成本出发,推出低成本的融资产品,以解决“融资难、融资贵”的问题。政府应加大对绿色资金使用的监管,确保每笔资金真正落到实处。

### 2 优化绿色金融服务,助力乡村产业振兴

近年来,贵州加大了绿色金融的创新服务举措,显著推动了农村产业的“绿色发展、循环发展、低碳发展”。例如,2021年9月,贵州省绿色金融发展创新领导小组出台《关于积极发展绿色金融推动绿色高质量发展的实施意见》,重点从机构建设、试点升级扩容、绿色经济金融融合协同、财政扶持、金融监管支持、对外合作等方面明确了22条工作措施;2023年《贵州省绿色金融改革创新专项工作方案》明确“十四五”期间绿色金融改革创新的工作目标和重点任务,在加快完善全省绿色金融机构体系、大力创新绿色金融产品和服务、开展省级绿色金融创新发展试点县建设、加强碳减排行业绿色金融支持、大力发展碳汇项目及碳汇交易、加强绿色金融项目库建设、积极探索绿色金融服务绿色发展新模式等方面提出了目标和措施。

经过近年来的试点探索,贵州绿色金融支持乡村产业振兴已取得了一定成效,积累了不少成功经验,但仍然存在着一些亟待解决的问题:一是绿色金融制度体系不健全,绿色金融项目的准入标准尚未覆盖农村绿色产业的全部类别,尤其是新兴绿色产业和地方特色产业的准入标准尚未建立,导致金融机构在制定绿色金融制度时标准不一;二是绿色金融基础设施建设不完善,专业化的绿色金融机构较少,绿色授信管理机制不健全,现代技术手段的运用普及度较低;三是农村绿色金融产品种类较少,符合本地产业特色的绿色金融产品更加不足,不利于农业产业绿色融合发展。因此,政府部门和金融机构需要在前一阶段实践探索的基础上,进一步加强协同合作,积极寻求绿色金融支持乡村产业振兴的“良方”,共同推进贵州省乡村产业振兴。

### 3 乡村振兴背景下农村电商发展现状

乡村振兴战略是党的十九大提出的一项重大决策部署,旨在推动农业农村现代化,实现城乡区域协调发展,增强农民福祉和幸福感。电子商务作为数字经济的重要组成部分,能够有效解决农产品销售难、农民增收难、农村就业难等问题。

农村电商是指利用互联网技术和平台,实现农村商品和服务的在线交易和配送的商业活动,包括农村居民通过网络购买城市商品和服务,以及农村生产者通过网络销售农产品和服务。

2021年10月,商务部等六部门联合印发了《电子商务

“十四五”发展规划》,明确提出要“与一二三产业加速融合,全面促进产业链供应链数字化改造,成为助力传统产业转型升级和乡村振兴的重要力量”,并提出培育农业农村产业新业态、推动农村电商与数字乡村衔接、培育县域电子商务服务,以不断带动下沉市场提质扩容。

乡村振兴背景下,农村电商发展中存在的问题:第一,缺乏电商人才和技术支持。在农村地区,很多农民缺乏电商运营和管理经验,无法熟练操作和管理电商平台。同时,农村地区的网络环境相对较差,缺乏高速、稳定的网络连接,影响了电商的发展。第二,农产品供应链短板。农村地区的农产品供应链相对薄弱,农民缺乏规范的包装和品牌建设。同时,物流配送也存在问题,配送时间长、效率低,影响了商品的送达和销售。第三,农村电商信用问题。在农村地区,消费者对于网购的信任度相对较低,存在虚假宣传、质量问题和售后服务不到位等问题,影响了消费者的购买欲望。

### 4 农村电子商务发展的金融支持策略

#### 4.1 加快品牌培育建设

加快品牌培育建设可从以下五方面着手:第一,建立专门的农村电子商务品牌培育基金,用于支持农村电商企业的品牌建设。这个基金可以由政府、企业和金融机构共同出资设立,用于提供品牌设计、市场推广、产品研发等方面的资金支持,帮助农村电商企业提升品牌知名度和竞争力。第二,设立专门的农村电子商务创业支持贷款,用于支持农村青年创业者开展电商业务。这个贷款应该有较低的利率和较长的还款期限,同时还可以提供创业指导和培训服务,帮助创业者更好地开展电商业务并建立自己的品牌。第三,加强农村电商企业与金融机构的合作,提供更加便利的融资渠道。政府可以建立农村电商企业与金融机构的联盟或合作平台,通过共享资源和信息,为农村电商企业提供更加便捷和灵活的融资服务,帮助其加快品牌建设和发展壮大。第四,建立农村电商企业的信用评价机制,为信用较好的企业提供更加优惠的金融支持。政府可以运用大数据技术和信用评估模型,对农村电商企业进行信用评估,根据评估结果确定其融资额度和利率,并提供相应的金融支持政策。第五,加强政府对农村电商品牌建设的政策扶持。政府可以通过减免税收、提供土地资源等措施来支持农村电商企业的品牌建设,同时也可以加大对专业品牌培训、展会和推广活动的支持力度,帮助农村电商企业提升品牌影响力和市场竞争力。

#### 4.2 推进电商平台扬长补短发展

随着农村电子商务的蓬勃发展,电商平台在农村经济发展中扮演着重要角色。然而,目前农村电商平台仍存在一些短板和挑战,需要相应的金融支持策略来扬长补短。首先,电商平台应加强对农产品的质量控制和溯源体系的建设。通过与农业部门和质检部门合作,建立起完善的质量检

测和溯源平台,为农产品提供可靠的质量认证,增加消费者对农产品的信任度。金融机构可以提供低息贷款和风险补偿等金融支持,帮助电商平台完成质量控制体系的建设。其次,电商平台可以加强营销策略,提升农产品的知名度和美誉度。金融机构可以提供专门的市场营销咨询服务,帮助电商平台制定有效的品牌推广策略。同时,金融机构还可以为农产品建立保险保障体系,降低农产品质量问题和市场波动带来的风险,促进电商平台在品牌建设上的长足发展。重要的是,电商平台应注重用户体验和全球资源整合。金融机构可以为电商平台提供技术咨询和培训,提升平台的用户体验和技术水平。另外,金融机构可以通过资本运作和资源整合,帮助电商平台与国内外优质农产品供应商、物流公司和市场渠道进行合作,实现全球资源的整合和优化配置。如此,电商平台可以提供更多样、更高品质的农产品,满足消费者多样化的需求,提升农产品的附加值和市场竞争力。最后,电商平台在金融支持方面还需要加强风险管理和储备基金建设。金融机构可以提供风险评估和风控管控的专业服务,帮助电商平台规避运营风险。同时,金融机构还可以设立农村电商发展基金,用于补贴电商平台在农村地区的运营成本,并提供创业贷款和信用担保等金融支持,促进农村电商平台的可持续发展。

### 4.3 多渠道满足资金需求

首先,建立农村电商专门的金融服务平台,以便农村电商企业能够轻松地获取资金支持。这个平台可以与传统金融机构合作,提供融资渠道,并且专注于满足农村电商企业的资金需求。同时,借助互联网技术,这个平台可以提供便捷的申请流程和快速审批,以加快资金的到账速度。其次,建立农村电商风险投资基金,由政府和企业联合投资,为农村电商企业提供风险投资。这些基金可以专门用于支持农村电商企业的项目发展、技术创新和市场扩张等方面。同时,基金可以提供专业的管理经验和资源,帮助企业进行战略规划和市场营销。此外,可以加强与互联网金融机构的合作,以便提供更加多样化的金融产品和服务。互联网金融机构可以通过大数据分析和风控技术,为农村电商企业提供个性化的金融解决方案。例如,可以开设专门的农村电商企业贷款产品,提供灵活的还款方式和较低的利率,以满足企业不同阶段的资金需求。最后,鼓励农村电商企业发展自有金融服务平台,以减少对传统金融机构的依赖。这些平台可以提供电商平台资金结算、小额贷款和信用评估等服务,帮助企业解决资金周转和风险管理问题。这些策略的实施将为农村电商的发展提供强有力的金融支持,促进农村经济的蓬勃发展。

### 4.4 自主搭建电商平台

通过自主搭建电商平台,农村企业可以直接面向消费者销售产品,降低中间环节,提高营销效率和利润空间。首

先,政府可以设立专项资金,支持农村企业自主搭建电商平台。这些资金可以用于购买服务器、建设网站、开发电商平台软件等费用。农村企业可以通过向政府申请资金来获得金融支持,用于平台建设的各个环节。其次,金融机构可以提供贷款和担保服务,支持农村企业自主搭建电商平台。农村企业可以通过向金融机构申请贷款来筹措建设资金,同时金融机构可以提供担保服务,为农村企业提供更多的融资渠道和信用支持。此外,金融机构可以提供金融产品,满足农村企业自主搭建电商平台的各种需求。例如,可以推出专门针对电商平台的融资产品,利用平台的流量和销售额作为还款保证,帮助农村企业解决资金需求问题。再次,政府和金融机构可以联合推出培训计划,提升农村企业自主搭建电商平台的技术和管理水平。通过提供培训和指导,帮助农村企业更好地运营和管理电商平台,提高平台的竞争力和盈利能力。最后,政府和金融机构可以建立电商平台的监管和评估机制,确保农村企业自主搭建的电商平台的合规性和可持续性。例如,可以建立电商平台的评估标准,对自主搭建的平台进行评估和监管,确保平台的安全性和消费者权益。

### 4.5 打通农村电商资金链条

一方面,金融机构应积极参与农村电商的金融服务,应提供低息贷款或贷款担保,帮助农村电商解决资金周转问题。此外,金融机构还可以与电商平台合作,提供金融产品,例如农村电商承运人员的融资租赁服务,以满足他们购买运输工具和设备的需要。鼓励大型企业、投资基金和天使投资者等参与农村电商项目,提供风险投资、股权投资等融资方式。政府可以和相关部门合作,设立专门的农村电商发展基金,引导社会资本投入农村电商领域。另外,金融机构可以与电商平台建立合作关系,为电商平台提供流动资金管理和支付结算服务,简化农村电商的资金流程。同时,金融机构还可以为电商平台提供风险管理及其他金融服务,帮助其提高经营效率和降低运营成本。另一方面,还需要加强农村电商从业人员的金融教育和培训。通过开展培训班、讲座等形式,提高农村电商从业人员对金融知识的了解和运用能力,帮助其更好地把握资金运作规律和金融政策的变化,从而有效地利用金融工具和服务,打通农村电商资金链,进一步推动农村电商的发展,促进农民增收和农村经济的繁荣发展。

### 4.6 短视频创造性入局,内容消费驱动电商惠农

短视频行业近年发展迅猛,已成为年轻人和农村消费者的主要娱乐和信息获取方式。为了促进农村电子商务的发展,本文认为可以通过以下金融支持策略来推动短视频产业与电商的结合。首先,可以设立针对农村短视频创作者的奖励基金。通过设立奖励基金,鼓励农村短视频创作者以电商为主题创作内容。这种奖励机制可以通过评选优秀作



品,并给予奖金或其他奖励形式来实施。如此,农村短视频创作者会更加积极地进行相关创作,推动农村电子商务的发展。其次,可以建立农村短视频创作扶持基地,为农村短视频创作者提供场地、设备和技术支持等资源,帮助其提高创作水平和影响力。同时,基地可以与电商平台合作,促进创作者的作品被有效推广并实现商业化变现。如此,农村短视频创作者可以更好地发挥其作用,推动农村电商的发展。另外,可以设立农村短视频创意基金。这种基金可以资助农村青年创作者进行短视频创作,并给其提供一定的创作费用和营销支持。通过这种方式,农村创作者可以更加专注于创作与制作,提高作品的质量和影响力。同时,这种基金也可以与电商企业进行合作,推动农村电商的销售和推广。最后,加强农村电商与短视频平台的合作。通过与短视频平台合作,农村电商可以通过短视频创作者的影响力和传播力,达到更广泛的宣传和推广效果。短视频平台可以为农村电商提供更多的曝光机会和资源支持,帮助其更好地推广产品和服务。这种合作有助于农村电商与短视频行业的双赢发展。

### 5 结语

新发展阶段,我国“三农”工作的重心转向全面推进乡村振兴,以农村电商的活跃应用为先导,以电子商务为抓手全面带动数字乡村发展,全方位推动了乡村产业振兴、组织振兴、文化振兴、人才振兴。当前,我国正在有序推进国内统一大市场、国内国际双循环新发展格局的建设,将进一步为农村电商高质量发展提供动力。

### 参考文献

[1] 曹丁凡. 乡村振兴战略下农产品电商平台与农村物流业的协同

发展路径研究[J]. 中国商论, 2023(24): 119-122.

- [2] 李颖,曾丽雯,赵菲,等. 农产品直播电商刺激消费者购买意愿的影响机制研究[J]. 商展经济, 2024(2): 24-27.
- [3] 于卫国. 数字普惠金融助力乡村振兴的创新模式及对策建议[J]. 商展经济, 2023(22): 83-86.
- [4] 陈海涛. “短视频+直播”的农村电商创业优势、困境与对策分析[J]. 商展经济, 2024(1): 63-66.
- [5] 刘红钰,李凯伦,刘璐. “双碳”目标下数字金融赋能乡村绿色产业发展的创新路径研究:以河北省邯郸市为例[J]. 商展经济, 2024(2): 46-49.
- [6] 马斌. 甘肃省乡村振兴与金融支持现状分析[J]. 智慧农业导刊, 2024, 4(3): 22-25.
- [7] 张士杰,李嘉欣. 数字普惠金融助力乡村振兴的空间溢出效应研究:基于安徽省的实证分析[J]. 贵州民族大学学报(哲学社会科学版), 2024(1): 60-75.
- [8] 洪远星,叶盛宇,鲍博. “双碳”目标下安徽省绿色低碳金融赋能乡村振兴研究[J]. 中国集体经济, 2024(2): 25-28.
- [9] 常颖. 农村中小金融机构服务乡村振兴战略的发展路径[J]. 农业经济, 2024(1): 121-124.
- [10] 胡鑫. 乡村振兴视角下农村电子商务发展的金融支持策略研究[J]. 商场现代化, 2024(1): 45-47.
- [11] 朱睿博,孙春林. 新型农村集体经济创新发展与金融支持:实践案例、问题及建议[J]. 西南金融, 2023(12): 54-66.
- [12] 柳晓明,胡冰倩. 双循环新格局下农村普惠金融协同发展的运行机制研究[J]. 农业与技术, 2023, 43(24): 154-157.
- [13] 肖宇,李博文. 我国乡村振兴基金运行机制、实践探索与政策建议[J]. 农村金融研究, 2023(12): 45-54.
- [14] 苏喜玲. 乡村振兴背景下贵州乡村特色产业发展探究:以贵州省黔南州P镇为例[J]. 农业技术与装备, 2023(12): 68-70.
- [15] 谢婷婷,冯梅菊. 绿色金融赋能乡村振兴路径研究:兼论农业生态效率的中介效应[J]. 价格理论与实践, 2024(1): 1-5.

## Research on Green Finance Supporting Rural Revitalization in Guizhou Province

Lan Yang

(Moutai Institute, Zunyi, Guizhou 564500)

**Abstract:** The report of the 20th National Congress of the Communist Party of China clearly states, "The most arduous and challenging task in building a socialist modern country remains in the rural areas." This further confirms the profound significance and inherent logic of General Secretary Xi Jinping's proposal that "the nation must be rejuvenated, and rural areas must be revitalized." Green finance is a booster for promoting the revitalization of rural industries and achieving the goals of "green development, circular development, and low-carbon development". There is a convergence of goals between financial policies and rural revitalization strategies, and rural e-commerce, as a new model and carrier of rural industrial development, has gradually become an important support for rural revitalization, with multi-dimensional coupling effects with rural revitalization. The article focuses on proposing financial support strategies for rural e-commerce development, based on analyzing the role of green finance in promoting rural revitalization in Guizhou Province. In the face of challenges encountered during the development of rural e-commerce, it is emphasized that realizing the vision of rural revitalization is a long-term endeavor. It requires coordinated efforts from the government, society, enterprises, and other stakeholders to advance together.

**Keywords:** green finance; rural revitalization; rural e-commerce; green and low-carbon; industrial revitalization; rural modernization; rural economy



# 乡村振兴背景下农村电商发展机遇、困境及对策研究

郑福 周祚山(通讯作者)

(广西师范大学 广西桂林 541004)

**摘要:** 随着互联网、物联网等技术的快速发展,农村电子商务也得到了快速发展,农村电商有效带动了乡村产业的振兴。农村电商在诸多扶持政策出台和基础设施日益完善的背景下,迎来了更多的发展机遇,但仍面临一些挑战,如农村电商物流智能化设施和服务水平有待提高、专业人才不足且培训效果不佳、农产品知名度较低与品牌效应不强、营销推广效果欠佳以及电商产业筹资困难与资金来源单一等,导致农村电商的发展受到了一定的制约。基于此,本文提出了相应的解决对策,包括建设农村物流智能化设施,提升物流服务水平、引进专业电商人才并发展新农人、提高农产品知名度并打造个性农产品品牌、运用新技术创新农产品营销模式以及区块链赋能农村电商产业多元化筹资融资等,以供参考。

**关键词:** 乡村振兴;农村电商;农产品流通;电商物流;区块链;农村电子商务;农产品营销模式

**本文索引:** 郑福,周祚山.乡村振兴背景下农村电商发展机遇、困境及对策研究[J].中国商论,2024(07):029-032.

中图分类号: F323

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-029-04

## 1 引言

党的二十大报告提出,全面推进乡村振兴。我国作为一个农业大国,国家历来重视农村、农业、农民的发展问题,农村电商作为解决“三农”问题的有效策略,在推动农村经济发展过程中发挥着不可替代的作用。农村电商在助农增收、助力农村经济增长中有着重要作用。在全面推进乡村振兴的背景下,农村电商的发展迎来了更多的发展机遇,农村电商发展稳步向前,但还存在一定的困境问题,如农村电商物流的智能化设施和服务水平有待提高、农村电商专业人才不足且培训效果不佳、农产品知名度较低与品牌效应不强、农村电商营销推广效果欠佳以及农村电商产业筹资困难与资金来源单一等,这些成为农村电商进一步发展的难题,本文将对农村电商发展的困境进行研究,并提出相应的解决对策。

## 2 乡村振兴背景下农村电商的发展机遇

随着互联网技术的发展,在全面推进乡村振兴的背景下,农村电子商务迎来更多的发展机会,基础设施日益完善、政策支持、信息化智能化新技术发展等机遇将促进农村电子商务发展新进程。

### 2.1 农村电商基础设施日益完善

从国家统计局数据看到:2022年我国农产品电商超额完成《2022年数字乡村发展工作要点》的目标,特别是超过“农产品电商网络零售额突破4300亿元”的目标,达到

5313.8亿元。第51次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2022年12月,我国农村地区互联网普及率为61.9%,较2021年12月提升4.3个百分点,农村网民规模达3.08亿,较2021年12月增长2371万<sup>[1]</sup>。数据表明,农村网络基础设施建设取得了巨大进展,我国农村地区互联网普及率在不断增加,这将助推农村电商的发展。另一方面,随着“四好农村路”迈向高质量发展,我国农村公路建设取得扎实成效。近十年来,全国共新建改建农村公路约253万公里,解决了1040个乡镇、10.5万个建制村通硬化路难题,实现了具备条件的乡镇和建制村全部通硬化路,而截至2022年全国农村公路总里程已达453万公里,等级公路比例达96%<sup>[2]</sup>。与此同时,随着农村电商的迅速发展,乡镇快递网点在全国范围内的覆盖率已经超过98%。2022年,快递业务量完成1105.8亿件,同比增长2.1%,业务量连续9年位居世界第一,并且业务收入完成1.06万亿元,同比增长2.3%,行业最高日处理能力超7亿件,年人均快件量近80件<sup>[3]</sup>。互联网普及将带给农村更多机遇,也给农村电商带来更多发展机遇。

### 2.2 政策助力农村电商发展

2021年,商务部、中央网信办和发展改革委印发了《“十四五”电子商务发展规划》。文件指出,要将电子商务与一二三产业加速融合,全面促进产业链供应链数字化改造,成为助力传统产业转型升级和乡村振兴的重要力量<sup>[4]</sup>。2022年中央一号文件指出,实施“数商兴农”工程,推进电子商务进乡村<sup>[5]</sup>。2023年,中央一号文件明确提出要深入实

**基金项目:** 2023年度国家级大学生创新创业训练计划项目资助“基于在线评论的余庆苦丁茶消费者偏好分析与营销对策”(202310602084)。

**作者简介:** 郑福(2002-),男,汉族,广西钦州人,电子商务专业。

**通讯作者:** 周祚山(1978-),男,汉族,湖北赤壁人,工程师,硕士,研究方向:农村电商、移动视觉搜索。

施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程,鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式,建设农产品直播电商基地<sup>[6]</sup>。“数商兴农”“互联网+农产品”等举措、工程将促进农村电商的新发展。

### 2.3 信息化、智能化新技术促进农村电商发展

过去10年,以大数据、云计算、人工智能等为代表的新一轮信息技术迅猛发展,数字经济正以前所未有的深度和广度参与社会生产生活,数据生产力得到显著发展<sup>[7]</sup>。大数据、人工智能等新技术必将赋能农村农业、电商、物流等各方面稳步发展,助力乡村振兴发展。大数据技术在各行各业得到广泛运用,就电商领域而言,大数据为商家提供可视化的销售数据、客户评论数据等,商家能够利用商务智能数据分析实现精准营销。AI在电商平台上线,AI能够生成营销文字、海报、短视频,也可24小时为客户提供售前、售中、售后等服务,更可以进行虚拟人直播,为卖家降本增效。在新技术迅猛发展下,大数据、人工智能等信息化智能化技术将赋能农村电商新发展。

## 3 乡村振兴背景下农村电商发展面临的困境

伴随数字乡村工程的深入实施,农村电商得到了快速发展,但农村电商物流的智能化设施和服务水平有待提高、农村电商专业人才不足且培训效果不佳、农产品知名度较低与品牌效应不强、农村电商营销推广效果欠佳以及农村电商产业筹资困难与资金来源单一等问题较为突出,农村电商的发展受到了阻碍。

### 3.1 农村电商物流的智能化设施和服务水平有待提高

电子商务的快速发展与物流息息相关。如今,农村电商发展非常迅速,与之配套的智能化物流设施相对不完善,缺乏优质的农村电商物流服务。农产品保鲜周期短、易变质、易损坏的特点是对物流的更高要求,这就要求物流的运行体系一定要高质量、高规范。

在智能化物流设施方面,城乡差距存在,与城市的智能化物流设施相比,农村物流的智能化设施相对滞后,且在农村人员分散程度比城市的大,物流配送难度更大,这也影响了有效解决物流“最后一公里”的问题。农村物流设施存在一定的不完善,主要表现在:(1)智能化物流网点建设相对滞后且分散,智能化物流网点数量少,且以乡镇居多,村内物流网点成本高、数量更少;(2)农村物流的信息化程度不高,在农村网点能够使用自动化物流运作设备较少,需要投入的费用较高;(3)农村电商以销售水果、蔬菜等农产品为主,农村物流冷链仓储技术不足<sup>[8]</sup>,缺乏一系列冷链规范保护,难以保障农产品安全送达客户手中。目前,农村能够参与物流智能化运作的专业人才较少。农村物流的配送效率和服务质量相对较低,农村物流的售后服务较弱,且物流的信息化服务较少,信息不透明。

### 3.2 农村电商专业人才不足,培训效果不佳

近年来,我国城乡差距逐渐缩小,人民生活水平不断提升。但农村电商发展仍存在一定短板,相比城市,更加缺乏适应新技术背景下的电子商务专业人才。产业不能脱离人才去发展,科技的进步也在于人才,同样需要专业的人才来进一步发展农村电商。农村电商的起步相比城市较晚,相关的信息化、智能化平台的运用水平不够成熟,缺乏专业人员的指导。另外,农村百姓喜欢去赶集,完成线下实体交易,更喜欢“钱货两清”的面对面交易,不愿接触新事物。农村电商缺乏复合型电子商务人才、网络营销人才,能够使用大数据技术、人工智能等新技术的专业人才较少,在高校培养的电子商务人才,大部分留在城市发展。最后,农村组织的电子商务培训大部分只讲理论,开展实战的培训比较少,师资力量也比较薄弱,培训效果不佳。

### 3.3 农产品知名度较低,品牌效应不强

农村农产品基本具有地理标志产品或者是区域公用品牌,但大部分农产品品牌化建设不够完善,农产品知名度较低,没有形成独特的品牌,且农产品线下生产线上销售没有形成品牌效应。农产品没有产业化、集群化的生产销售,采取传统的生产经营模式,非精细化加工道路,农产品深加工层次低,产品附加值低<sup>[9]</sup>,只靠农产品“物美价廉、绿色健康”的优势难以吸引线上消费者,无法达成销售。网售的农产品因品牌效应低,而产品认可度不足,未能激起城镇消费者的消费需求。故增加农产品附加值并提高农副产品的知名度,强化地标农产品的品牌效应是农村电商发展需要解决的重要问题。

### 3.4 农村电商营销推广效果欠佳

农村电商企业在拓展市场推广方面,大部分选择靠电视媒体推广、广告营销、购物平台的营销以及传统的直播带货等,没有采取创新形式的农产品营销推广模式,导致在打开农产品市场的道路上受到了阻碍。农村农产品种类丰富,很多农村企业、农户迫切需要新的销售渠道,而受技术的影响,能够真正打开线上销售农产品渠道的企业少之又少。农产品的优势是物美价廉、绿色健康,农村电商企业要充分挖掘农产品的特性,借助电商平台推广销售农产品,充分发挥农产品的优势、特点。农村电商营销推广效果欠佳,主要表现在:(1)打不开线上的销售市场。农产品附加值低,需要加强产品的品牌化建设和知名度,农产品的种植模式单一,大部分只满足于自产自销,或者是销售给中间商;(2)农村电商企业在营销方面仅靠平台的广告推广难以达成交易,同时转化率和复购率比较低,不具有可持续性;(3)在电商平台销售农产品时,宣传推广的目标群体较广泛,缺乏一定的针对性,未能有效运用精准营销策略,并且在推广成本增加的同时,未能达到预期效果。



### 3.5 农村电商产业筹资困难,资金来源单一

农村电商产业发展需要强有力的资金保障,而资金来源单一将会限制农村电商产业的长期发展进程<sup>[10]</sup>。资金筹集困难主要原因是:由于资金不充足,平台的电商活动很难真正让农民参与进来,而平台企业鉴于农民的资质和信用情况不明确,很难投入资金与农民合作发展,进而实现互利共赢,而政府主动为农民和平台引入资金的实际措施较少,不能真正为有能力的农民提供一定的补贴或税收优惠支持,因此,平台企业也很难真正地将资金引入。同时,农村电商基础设施建设,特别是农村电商服务站点、互联网技术和农产品仓储保鲜冷链物流设施项目,由于资金流入不充分,还有待完善。农村电商的筹资、融资困难,原因主要表现为两方面:一方面,农村产业的发展因各种因素影响,风险和不确定性会更多,没有一定的授信单位,将难以让社会资金投入;另一方面,农村电商产业发展未完全成熟,难以与城镇资金接触,缺乏投资机遇,农村企业、个人很难通过自我宣传推广让第三投资方愿意投资,同时农村企业很难寻找到可靠的投资机会。

## 4 乡村振兴背景下农村电商的发展对策

### 4.1 建设农村物流智能化设施,提升物流服务水平

农村电商要加速发展,必须与农村物流协同发展,要持续加强智能化物流基础设施建设,改善物流服务水平,让农村物流跟得上、赶得上智能化物流。第一,要加强在农村物流基础设施、智能化设施的投资,加快完善物流的基础设施、智能化设施,多方面的资金投入物流体系包括运输、搬运、装卸等全工程,在配送方面可以引入人工智能配送,增加配送的效率;第二,要建立农村物流信息数据库,运用互联网、云计算等技术到物流管理之中,大数据的运用能够节约里程、节约成本,减少配送的时间,同时将物流信息能够在农村电商区域进行共享,达到互利共赢的局面;第三,要吸引专业的物流人才投入农村物流中,人才是发展的重要动力,建立专业的物流运作团队,让农村物流配送更加高效、规范;第四,政府要积极推出新政策,支持农村物流的切实发展,进而协同农村电商的发展,带动农民增收。因此,农村电商进一步发展,离不开信息化、智能化的农村物流以及优质的物流服务水平。

### 4.2 引进专业电商人才,发展电商新农人

乡村振兴战略背景下,要深入实施数商兴农、互联网+农产品等工程,而引进专业的电商人才,同时发展农户成为电商新农人,将持续推动农村电商的发展。引进专业电商人才,发展电商新农人,具体举措如下:首先,政府要加强与知名电子商务平台合作,同时推出优惠政策吸引人才在当地就业,知名电子商务平台有着成熟的电子商务经营模式,更

有一系列有效的商品营销推广方式,还能够提供专业的团队为农户提供专业的培训;其次,要深入产教融合、校企合作,引进高水平电子商务人才,包括当地高校、高职、中职等的电子商务人才,同时给愿意留下来发展的人才提供适宜的发展机会;最后,创新电子商务人才培养体制,发展农村村民成为电子商务新农人,“政府+电商平台+学校”三方合作为农户提供专业设备设施以及优质培训,特别是要培训关于农村电商平台AI功能的使用知识、步骤,也要让培训更加简洁易懂,多操作,少讲理论,理论联系实际,让更多人运用AI来参与到农村电商。

### 4.3 提高农产品品牌知名度,打造个性农产品品牌

对部分中西部地区来说,区域农产品生产分散,没有集群化,产品未能凸显独特的竞争优势。因此,通过拓宽农产品的销售渠道,提高农产品的知名度,持续打造个性农产品品牌,才能有效赢得线上的消费市场,进而促进农村电商的发展,为农民降本增效,促进乡村产业振兴。打造有品牌效应的农产品,将提高农产品线上的市场占有率。一方面,农产品本身的质量要保证,农产品要发挥自身“绿色”的核心竞争力,农产品规模化、产业化绿色生产,同时将生态生产、加工、包装等过程运用元宇宙等技术展现在消费者面前,提高产品的知名度和认可度;另一方面,农村企业要注重打造农产品品牌,注重精细化加工,提高农产品的附加值,长期打造同一款农产品,让产品深得消费者的喜爱,同时要完善网销产品之后的售后服务,让客户体验到优质的服务,并充分发挥品牌的口碑效应,在提高客户复购率的同时,也能带来裂变效果,吸引更多消费者进行购买该品牌的农产品。

### 4.4 运用新技术,创新农产品营销模式

互联网、大数据、云计算、人工智能等新技术迅速发展,将有效帮助农村电商快速发展,进而助力乡村振兴。传统的营销模式(如电视的广告等)难以赢得线上的消费市场,创新农村电商在线上销售农产品的营销模式,将开拓更多线上农产品市场。第一,要引入虚拟人直播、无人式直播技术开展直播带货农产品的模式进行线上销售农产品,另外也需培养农村主播,进而凭借主播的大量粉丝和流量推销农产品,为农村企业、农户带来利润,同时能够为当地农产品拓宽市场,提高产品的知名度,也能增强品牌建设;第二,在电子商务平台上销售农产品,要利用好人工智能、大数据等技术进行精准营销,推广农副产品,例如可以在电商平台上运用智能客服功能服务好各时段的客户,同时也可运用AI与大数据相结合的方式,对销售数据、用户评论等数据进行分析,达成精准营销;第三,采取私域式运营销售农产品,农产品经营主体要通过活动营销、内容营销、社群营销等推广农产品获取线上的私域流量,进而运用微信朋友圈、微信公众号、微信小程序等实现流量的变现,同时要形成一整套私



域式运营的闭环和规范化,提高交易的成功率以及农产品的复购率。综上所述,直播带货、精准营销以及私域运营都将使用互联网、大数据、人工智能等新技术进行营销推广,创新农产品的线上营销模式,进而促进农村电商的发展。

### 4.5 区块链赋能农村电商产业,多元化筹资、融资

区块链赋能农村电商产业,多元化筹资、融资,同时建立“政府投入、企业主导、农民敢做”的融资协同模式。政府投入既有政策支持也有资金支持,主要体现在积极投入资金建设农村地区的农村电商基础设施、融资三方主体协同系统。在区块链的去中心化、数据不可篡改之下<sup>[11]</sup>,运用区块链的智能合约,打造政府引导外资及内资资金投入,政府、企业、农民三方融资合作有效确保合同的有效性和可担保性,为企业的主导、农民的敢做奠定坚实基础,不仅降低了平台的投资风险,还让更多农民愿意融资进来。资金流量流转带来的收益,必将为农民增收、企业扩大发展带来巨大转变,助力乡村振兴。在融资协同模式下,没有一方主体是单一的,这也让各主体更加深入尽心尽力、真实协同合作,资金的不断流转和持续为产业规模化发展提供了动力。充分利用好区块链技术,增加信任,吸引更多企业投资到乡村中,为农村的发展提供更多有效的资金支持。

### 5 结语

综上所述,农村电商在促进农业产业发展、优化农产品市场资源配置、助农增收、拓宽农产品销售渠道、缩小地域经济不平衡等方面有着重要作用。农村电商产业要进一步

发展必须完善好农村物流智能化设施并提升物流服务水平,必须引进电商专业人才并发展新农人,也要提高农产品知名度且打造独特品牌,要运用创新的农产品营销模式以及区块链赋能农村电商产业多元化筹资融资。农村电商的发展带动乡村产业振兴,进而助力乡村振兴。

### 参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心.第51次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].cnmic.net.cn/NMediaFile/2023/0807/MAIN169137187130308PEDV637M.pdf,2023-08-16.
- [2] 韩鑫.“四好农村路”铺就发展快车道[N].人民日报,2023-04-20(007).
- [3] 李心萍.快递服务覆盖全国95%建制村[N].人民日报,2023-01-18(010).
- [4] 商务部中央网信办发展改革委关于印发《“十四五”电子商务发展规划》的通知[J].中国对外经济贸易文告,2021(80):3-15.
- [5] 中共中央国务院关于做好二〇二二年全面推进乡村振兴重点工作的意见[N].人民日报,2022-02-23(001).
- [6] 中共中央国务院关于做好二〇二三年全面推进乡村振兴重点工作的意见[N].人民日报,2023-02-14(001).
- [7] 加快构建中国特色数据基础制度体系促进全体人民共享数字经济红利[J].宏观经济管理,2023(3):13-15+34.
- [8] 杨维新,郑秀.乡村振兴背景下农村物流所面临的问题与对策研究[J].物流科技,2023,46(4):1-4.
- [9] 裴雅伦,李良涛.产业融合下永年现代农业精品园区发展研究[J].农业技术与装备,2022(9):107-110.
- [10] 王辉,张国卿.乡村振兴背景下农村电商发展的困境选择[J].农业经济,2022(3):130-132.
- [11] 卢奇,吴浩,王晶.基于区块链的农产品供应链优化对策研究[J].商业经济研究,2022(3):141-144.

## Research on the Development Opportunities, Difficulties and Countermeasures of Rural E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Zheng Fu and Zhou Zuoshan (Corresponding Author)  
(Guangxi Normal University, Guilin, Guangxi 541004)

**Abstract:** With the rapid advancement of the Internet, the Internet of Things and other technologies, rural e-commerce has developed rapidly, effectively driving the revitalization of rural industries. Rural e-commerce has encountered numerous development opportunities amid the backdrop of supportive policies and improving infrastructure. However, it still faces challenges such as the need to enhance the intelligence and service level of rural e-commerce logistics facilities, insufficient professional talents with ineffective training outcomes, low recognition and weak branding of agricultural products, inadequate marketing and promotional effectiveness, as well as difficulties in financing and reliance on a single source of funds in the e-commerce industry. Consequently, the development of rural e-commerce is somewhat constrained. To address these issues, this paper proposes corresponding countermeasures, including the construction of intelligent rural logistics facilities to enhance service levels, the introduction of professional e-commerce talents and the cultivation of new agricultural entrepreneurs, the enhancement of the recognition and branding of agricultural products, the innovation of marketing models for agricultural products using new technologies, and the utilization of blockchain to diversify financing and funding sources for rural e-commerce industries, provided for reference.

**Keywords:** rural revitalization; rural e-commerce; circulation of agricultural products; e-commerce logistics; blockchain; marketing model of agricultural products

# 多元化运营模式下跨境电商物流服务体系构建研究

李小君 杨汉昌

(江西洪州职业学院 江西丰城 331100)

**摘要:**近年来,随着跨境电商的蓬勃发展,跨境电商物流服务体系的建设日益受到关注。文章对跨境电商物流服务体系多元化运营模式进行了综述,阐明了多元化运营模式下跨境电商物流服务体系的构建要素,分析了多元化运营模式下跨境电商物流所面临的诸多问题,包括服务质量问题、成本控制问题和环境影响问题等,并提出了跨境电商物流服务体系构建的路径建议,包括加强跨境电商物流服务平台建设、优化跨境物流配送网络、推进物流系统信息化与智能化和建立跨境电商物流规范与标准等,以期跨境电商物流的发展提供一定参考借鉴。

**关键词:**跨境电商物流;多元化运营模式;服务体系;成本控制;平台建设

**本文索引:**李小君,杨汉昌.多元化运营模式下跨境电商物流服务体系构建研究[J].中国商论,2024(07):033-036.

**中图分类号:** F742

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-033-04

随着全球经济一体化的进展和互联网技术的快速发展,跨境电商在全球范围内呈现蓬勃发展的态势。跨境电商的快速发展为国际贸易带来了新的机遇和挑战,而物流服务作为跨境电商的重要组成部分,在促进国际贸易增长和满足消费者需求方面发挥着重要作用。然而,由于不同国家之间的法律法规差异、文化习惯差异以及物流配送的复杂性等因素,跨境电商物流服务面临着很多瓶颈和挑战。因此,在多元化运营模式下构建跨境电商物流服务体系的研究具有重要的理论意义和实践价值。

## 1 跨境电商物流服务体系的多元化运营模式概述

### 1.1 跨境电商物流服务体系的定义

跨境电商物流服务体系是指在跨境电商活动中,为了满足商品从供应商国家/地区到消费者国家/地区的国际物流需求而建立起来的一系列物流服务和运作机制。它包括国内物流环节和国际物流环节,涵盖了从商品采购、仓储、包装、运输、报关、清关到配送等环节。跨境电商物流服务体系的建立和完善,对于跨境电商企业来说具有重要意义。它可以帮助企业实现高效的物流运作,提供及时和安全的商品交付,提升客户满意度,推动企业的国际化发展。同时,它也能在国际贸易的便利化和效率化做出贡献,促进全球经济的融合和繁荣。

### 1.2 跨境电商物流服务体系的多元化运营模式

跨境电商物流服务体系的多元化运营模式是指在跨境电商物流服务中采取不同的运营模式来满足消费者的需求。以下是几种常见的模式:

(1)直营模式。直营模式是指跨境电商企业自行建立物流运营体系,并直接承担商品的仓储、分拣、包装和配送等

环节。这种模式通常适用于规模较大的企业,拥有足够的资金和资源来建立自己的物流网络。直营模式可以提供更高的物流控制权和运营效率,适应个性化服务和快速响应的需求。

(2)代购模式。代购模式是指跨境电商企业通过合作伙伴或代购平台在国外采购商品,并负责商品的运输、报关和配送等环节,涉及与供应商和物流服务提供商的协商,需要建立信任和稳定的合作关系。代购模式可以减少企业的资金投入和风险,适用于初创企业和资源有限的企业。

(3)保税仓模式。保税仓模式是指将跨境电商商品先进口到保税仓库存储,根据订单进行分拣、包装和配送。这种模式可以有效减少商品流通环节和相关税费,并加快订单处理和物流速度。由于涉及海关的监管和管理,企业需要具备相关的资质和能力。

(4)自建物流模式。自建物流模式是指跨境电商企业自行建设和管理物流网络,包括采购、仓储、运输、配送和售后等环节。企业需要投资大量的资金和资源来建立全球物流网络,提供全程的物流服务。自建物流模式可以实现更高的物流控制和效率,提供质量和服务的保障。

(5)第三方物流模式。第三方物流模式是指跨境电商企业将物流环节外包给专业的物流服务提供商进行处理。第三方物流公司负责商品的采购、仓储、配送和售后等环节,提供完整的物流服务。企业可以根据需求选择合适的物流服务商,并根据业务规模进行灵活调整。这种模式相对灵活,能帮助企业降低成本和风险。

## 2 多元化运营模式下跨境电商物流服务体系的构建要素

### 2.1 物流基础设施建设

物流基础设施是指支撑物流流程和运作的各种设施和

**作者简介:**李小君(1986-),女,汉族,江西丰城人,讲师,硕士研究生,研究方向:物流管理、跨境电商;

杨汉昌(1985-),男,汉族,江西丰城人,助教,本科,研究方向:工商管理。



设备,包括交通运输网络、仓储设施、信息系统等。交通运输网络是跨境电商物流服务体系中不可或缺的一部分。它包括陆路、水路、航空等运输通道,为货物的运输提供便利。在跨境电商物流中,跨境物流运输需要与国内物流运输有机结合,因此,跨境电商物流服务体系的构建需要建设完善的国内和国际物流运输网络,以便实现货物的快速、安全、高效运输。其次,仓储设施是跨境电商物流服务体系中的重要的一环。仓储设施要满足跨境电商物流的需求,包括货物的储存、分拣、装卸等功能。在跨境电商物流中,由于物流链条较长,仓储设施的状况将直接影响到物流效率和服务质量。因此,建设适应跨境电商物流需求的现代化仓储设施,提升仓储管理水平,是构建跨境电商物流服务体系的重要环节。

## 2.2 物流信息系统建设

物流信息系统是通过信息技术手段,对物流过程中的各个环节进行数据采集、处理和传输,以实现物流信息的实时监控、追踪和分析。跨境电商物流服务体系的构建需要建设一个强大的中央信息管理平台。这个平台能够集成各种物流信息系统,包括订单管理、仓储管理、运输管理等,实现全局的物流信息流的管理和控制。通过中央信息管理平台,可以实现分类管理和综合运营,提高物流运作的效率和准确性。其次,需要建设一个完善的物流跟踪系统,实现物流信息的自动化采集和实时传输,提供货物在物流链条上的实时位置和状态信息。通过这个可以准确了解货物的运输进程,及时掌握异常情况,并做出相应调整和处理。

## 2.3 物流人才的培养与管理

物流人才的培养对于跨境电商物流服务体系的顺利运行和发展至关重要。物流人才的培养是构建跨境电商物流服务体系的基础。跨境电商物流服务的特点是复杂多样的,需要具备一定的专业知识和技能。因此,培养具备跨境电商物流专业知识和技能的人才必不可少。培养物流人才应注重理论与实践相结合,通过开设相关专业课程、实习实训等方式,提高学生的实际操作能力和解决问题的能力。其次,物流人才的管理是构建跨境电商物流服务体系保障。物流人才的管理包括招聘、培训、激励和绩效评估等方面。在招聘方面,应根据跨境电商物流服务的需求,招聘具备相关专业知识和经验的人才。在培训方面,应定期组织培训,提高物流人才的专业素质和综合能力。在激励方面,应建立激励机制,激发物流人才的积极性和创造性。在绩效评估方面,应建立科学的评估体系,对物流人才的工作进行评估和奖惩,提高工作效率和质量。

## 2.4 物流服务质量控制

物流服务质量是客户满意度和企业竞争力的重要指标,对于构建一个高效、可靠的跨境电商物流服务体系至关重要。(1)建立完善的质量管理体系,通过制定质量管理程序和流程,明确各个环节和岗位的职责和要求,确保物流服务的标准化和规范化执行。(2)建立质量监控机制,对物流服务进行定期的质量评估和监测,及时发现和解决问题。

(3)加强物流信息化建设。跨境电商物流服务需要通过信息化平台进行订单处理、运输追踪、签收确认等环节,以提高服务的可视化和可追溯性。充分利用物流管理系统、电子数据交换等技术手段,实现物流信息的快速传递和精确管理,提高物流服务的效率和准确性。(4)注重客户反馈和满意度管理。跨境电商物流服务的终端是最终客户,要及时了解客户的需求和意见,通过定期调研、投诉处理和满意度评估等方式,收集和分析客户反馈,及时调整和改善服务,提升客户满意度。

## 3 多元化运营模式下跨境电商物流服务体系的问题分析

### 3.1 服务质量问题

跨境电商物流服务体系的服务时效是一个重要的服务质量问题。跨境电商具有特殊性,物流环节中的各种因素可能导致快递时效的延迟。由于距离的限制和交通条件的不同,跨境物流需要较长的运输时间,特别是在跨国运输过程中需要处理不同国家的海关手续和进出口管制等问题,这会导致快递时效的延迟。物流运输中的天气和运输工具的故障等不可控因素也可能导致快递时效的延迟。此外,物流服务供应商的运营能力和配送网络的覆盖范围也会直接影响快递的时效。如果供应商无法及时处理订单并提供快速的交付服务,将会导致快递时效的延迟。在跨境电商物流服务体系中,包裹的安全问题也是客户最关心的问题。物流链路中的多个环节涉及不同的国家和地区,包裹可能会遭受损坏或丢失。不同国家和地区的物流操作员在处理包裹时,可能会发生操作不当或人为疏忽。包裹在海关查验和清关过程中也可能受到损坏。海关查验和清关过程中可能会导致包裹被打开、破坏或丢失。此外,包裹在最后一程的配送过程中也存在被盗窃或错交的风险,特别是在一些地区的安全性较低或物流服务供应链较不完善的情况下,包裹安全性的问题会更加突出。

### 3.2 成本控制问题

跨境电商物流服务体系的成本控制问题是重要的议题。由于跨境物流涉及不同国家和地区的运输和配送,运输成本会因为距离、交通工具、燃油价格等因素而有所不同。物流服务供应链中的仓储和分拣等环节也需要投入一定的人力和设备资源,这也将增加运营成本。此外,物流服务供应商还需要投入一定的资金和精力来建立和维护全球物流网络。在跨境电商物流服务体系中,边境通关成本问题是一个重要的成本控制问题。由于涉及国际贸易和各国的海关法规,物流服务供应商在跨境运输过程中需要处理复杂的海关手续和进出口管制等问题,这将导致边境通关成本的增加。物流服务供应商需要投入一定的人力资源来处理海关文件和手续,而且海关查验和清关过程中可能需要支付额外的费用,如关税、进口税、增值税等,这将增加物流运营成本负担。此外,由于不同国家的海关要求和操作方式的不同,物流服务供应商还需要投入一定的时间和精力来熟悉和遵守海关法规,这也需要付出成本。



### 3.3 环境影响问题

跨境电商物流服务体系的环境影响之一是能源消耗问题。物流运营过程中所需要的能源主要来自化石燃料,大规模的能源消耗会导致产生大量的二氧化碳和其他温室气体的排放,进而对气候变化和环境健康造成不良。跨境物流通常需要长途运输,特别是航空运输等高能耗的方式,这将导致更多能源的消耗。其次,跨境物流需要依靠大型的仓储设施来管理和分拣货物,这也需要大量的能源支持。此外,物流过程中的一些附加环节,如运输车辆的维护和加油等,也会对能源消耗产生影响。在跨境电商物流服务体系中,碳排放是一个重要的环境影响问题。物流运输过程中燃烧化石燃料产生的二氧化碳是主要的温室气体之一,对气候变化产生负面影响。物流过程中的其他环节,如仓储和分拣等环节,也会产生一定数量的二氧化碳排放。在提供物流服务时,企业需要寻求可持续的能源和运输方式,减少能源消耗和碳排放,以降低对环境的不良影响。

## 4 多元化运营模式下跨境电商物流服务体系构建的路径研究

### 4.1 加强跨境电商物流服务平台建设

(1)建立综合信息平台。在多元化运营模式下,加强跨境电商物流服务平台建设是完善服务体系、提高效率的关键环节。为了实现这一目标,建立一个综合信息平台至关重要。该平台可以整合跨境电商物流服务中各个环节的信息,包括商品信息、订单信息、仓储信息、运输信息等。同时,还可以接入海关、物流公司、第三方服务商等合作伙伴,以实现信息共享和协同操作。它可以提供准确和实时的信息,帮助企业了解商品的流向、货物的状态和物流进程的情况,提高物流服务的可视化和可追溯性。它可以提供数据分析和预测功能,帮助企业进行市场需求分析、库存管理和物流运营优化,提高运输效率和服务质量。最后,它可以促进各个环节的信息对接和互联互通,提高物流服务的整体协同和效率。

(2)提供物流供应链服务。在多元化运营模式下,跨境电商物流服务平台应提供丰富的物流供应链服务。这不仅包括在物流运输方面提供服务,还应扩展至供应链的其他环节,如仓储、订单处理、海关通关等。通过提供一体化的物流供应链服务,可以提高跨境电商物流服务的整体效率和质量。物流供应链服务的核心是提供灵活、高效的运输和配送服务。物流平台可以与各大物流公司合作,提供优质的运输服务,包括航空、海运、快递等多种运输方式,并提供多种运输时间和成本的选择。物流平台还可以建立和管理一系列的仓储基地,以满足不同地区的仓储需求。同时,还可以提供订单处理、配货、质检等一系列仓储服务,加快货物的流转和配送速度。此外,物流供应链服务还需要与海关部门进行紧密协作,确保跨境电商的商品能够快速通关。物流平台可以与海关部门建立数据共享和协同操作机制,提供更高效的海关通关服务,减少商品的等待时间和通关成本。

### 4.2 优化跨境物流配送网络

(1)设立跨境物流枢纽节点。优化跨境物流配送网络是实现高效物流服务的关键环节。为了实现这一目标,设立跨境物流枢纽节点是必要的。首先,跨境物流枢纽节点是连接国内和国际物流网络的关键,可以实现物流运输的集中、快速和高效。设立跨境物流枢纽节点可以提高物流的集中度和规模优势。通过设立枢纽节点,可以集中各种物流资源,包括仓储、配送、运输等,形成规模经济效应,提高物流服务的效率和质量。其次,跨境物流枢纽节点可以实现物流运输的快速和高效。在枢纽节点设立专业的物流设施和设备,以及优化的物流流程和操作,可以减少中转次数和距离,缩短物流运输的时间和成本。最后,跨境物流枢纽节点可以提供完善的物流配套服务。除了仓储和运输外,枢纽节点还可以提供一系列的增值服务,如包装、标识、质检等,提高物流服务的附加值和客户满意度。

(2)加强跨境物流运输体系建设。跨境物流运输体系包括物流网络、运输工具和运输服务等多个方面。加强跨境物流运输体系建设可以优化物流配送网络,提高物流运输的效率和可靠性。首先,可以建立完善的物流网络。跨境物流运输体系应考虑国际物流网络、国内物流网络和区域物流网络的互联互通。通过建立多模式的物流网络,如海陆联运、公铁联运等,可以实现物流运输的多样化和灵活性。同时,还可以提高物流运输的覆盖范围和可达性,满足不同地区和消费者的物流需求。其次,可以引进先进的运输工具和技术。跨境物流运输体系应考虑引进新的运输工具,如航空运输、高速公路、智能物流设备等,以提高物流运输的速度和安全性。同时,还可以引进先进的物流技术和信息系统,如物流追踪系统、智能仓储系统等,提高物流服务的可视化和可追溯性。最后,可以提供多样化的运输服务。跨境物流运输体系应提供多种运输方式和服务,如快递、陆运、空运等,满足不同货物和客户的需求。同时,还可以提供一系列的增值服务,如报关、保险、仓储服务等,提高物流服务的附加值和客户满意度。

### 4.3 推进物流系统信息化与智能化

(1)应用物联网技术提升物流效能。跨境电商物流服务体系的建设需要推进物流系统的信息化与智能化,应用物联网技术是实现这一目标的重要手段。物联网技术通过将物理设备与互联网连接,实现设备之间的信息交换和协同工作,可以提升物流效能,提高物流服务的响应速度和准确度。应用物联网技术可以实现物流设备和物流系统的互联互通。通过将物流设备与智能传感器连接,可以实时监测物流设备的状态和运行情况,提供实时的物流数据。例如,利用传感器监测货物的温度、湿度、位置等信息,可以实时掌握货物的运输情况,并及时采取相应的措施。同时,物联网技术还可以实现设备之间的协同工作,提升物流设备的自动化水平,减少人为因素的干预。其次,应用物联网技术可以优化物流运输的路线和配送计划。通过收集和分析大量

的物流数据,如交通流量、货物需求、配送距离等,可以确定最佳的物流路线和配送计划。

(2)推动物流信息化系统建设。物流信息化系统可以实现物流信息的集中管理和快速处理,提高物流服务的效率和可靠性。首先,建设物流信息化系统需要统一标准和规范。物流信息化系统涉及多个环节和多个参与方,如订单管理、库存管理、配送管理等,各个环节和参与方之间的信息交换和协同工作需要统一标准和规范的支持。通过制定统一的数据格式和接口,可以实现不同系统之间的无缝对接和信息流畅的传递。其次,建设物流信息化系统需要投入适当的信息技术资源。物流信息化系统需要建立适当的硬件设施和软件平台,如服务器、数据库、软件系统等,以支持物流信息的存储、处理和呈现。同时,还需要培养专业的信息技术人才,特别是具备物流业务和信息技术知识的人才。

#### 4.4 建立跨境电商物流服务规范与标准

(1)制定服务质量标准与评估机制。制定跨境电商物流服务的标准,包括交货准时率、服务响应速度、服务态度、货物完整度等指标,以明确物流服务的要求和期望。同时,建立相应的评估机制,对物流服务进行定期评估和监督,以确保服务质量的稳定和持续提升。

(2)加强货物追踪和信息共享。建立跨境电商物流服务的货物追踪系统,实现货物的全程可追踪。同时,加强物流信息的共享,包括订单信息、发货信息、运输信息等,在物流

过程中实现各个环节的信息交互和共享,提高物流运作的透明度和可视性。

(3)建立物流服务投诉处理机制。建立跨境电商物流服务的投诉处理机制,及时收集、处理和反馈消费者的投诉信息,采取有效的措施解决问题,提高物流服务的反应速度和服务质量。

## 5 结语

综上所述,跨境电商物流服务在多元化运营模式下构建是一个复杂而重要的课题。本文通过对多元化运营模式下跨境电商物流服务体系构建的研究,提出了一些解决方案和措施,并对未来的研究进行了展望,能够为跨境电商物流服务体系的发展提供一定的借鉴和参考,促进跨境电商物流体系的持续改进和优化。

## 参考文献

- [1] 郑海葵,田佳琪.跨境电商第三方物流模式的战略研究[J].经济师,2023(6):113-114+117.
- [2] 黄美.智慧物流背景下农产品跨境电商物流网络优化研究[J].物流科技,2023,46(2):72-75.
- [3] 张翔.基于多元化运营模式的跨境电商物流服务体系构建研究[J].中国市场,2022(20):173-175.
- [4] 彭静.我国跨境电商物流模式存在的问题与对策[J].中国储运,2022(7):197-198.
- [5] 陈迎雪.多元化运营模式下跨境电商物流服务体系构建[J].科技经济市场,2021(12):158-160.

# Research on the Construction of Cross-border E-commerce Logistics Service Systems under Diversified Operation Models

Li Xiaojun and Yang Hanchang

(Jiangxi Hongzhou Vocational College, Fengcheng, Jiangxi 331100)

**Abstract:** In recent years, with the booming development of cross-border e-commerce, the construction of cross-border e-commerce logistics service systems has received increasing attention. The paper provides an overview of the diversified operation models of cross-border e-commerce logistics service systems, clarifies the construction elements of cross-border e-commerce logistics service systems under diversified operation models, analyzes the various problems faced by cross-border e-commerce logistics under diversified operation models, including service quality, cost control, and environmental impact, and proposes path suggestions for the construction of cross-border e-commerce logistics service systems, including strengthening the construction of cross-border e-commerce logistics service platforms, optimizing cross-border logistics distribution networks, promoting the informatization and intelligence of logistics systems, and establishing norms and standards for cross-border e-commerce logistics services, aiming to provide some reference for the development of cross-border e-commerce logistics services.

**Keywords:** cross-border e-commerce logistics; diversified operation models; service systems; cost control; construction of logistics platforms

# RCEP背景下广西面向东盟的跨境电子商务高质量发展路径研究

刘丹羽

(广西外国语学院 广西南宁 530222)

**摘要:** 广西是对接中国和东盟的“桥头堡”，同时东盟国家也是广西开展跨境电子商务的最重要贸易对象，RCEP背景下，东盟的跨境电子商务市场潜力愈发巨大。基于此，广西的跨境电子商务在新的营商环境中需进一步优化和完善，以实现高质量发展。当前，广西面向东盟的跨境电子商务存在部分RCEP成员电商普及程度较低，区域内跨境电子商务平台交易规则参差不齐、物流体系不完善、交易支付体系未对接、复合型人才短缺等问题。因此，本文建议从加强区域内深度合作、整合成熟电商平台资源、优化物流网络体系、完善交易支付体系、培养新型跨境电子商务人才及政策保障支持等方面促进广西面向东盟的跨境电子商务的高质量发展。

**关键词:** RCEP; 广西; 东盟; 跨境电子商务; 国际贸易; 高质量发展; 区域合作

**本文索引:** 刘丹羽.RCEP背景下广西面向东盟的跨境电子商务高质量发展路径研究[J].中国商论,2024(07):037-040.

**中图分类号:** F742

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-037-04

2022年1月1日,《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)生效实施,标志着全球最大、人口数量最多、成员结构最多元、发展潜力最大的东亚自贸区正式启航。RCEP共包括20个章节,涵盖货物、服务、投资等市场准入承诺,是一份全面、现代、高质量、互惠的自贸协定,为我国产业的发展提供了新机遇。其中,RCEP的第十二章涵盖了丰富的促进电子商务使用和合作等相关内容,为各成员加强电子商务领域合作提供了制度保障,将大大促进区域内电子商务的发展。

广西作为对接中国和东盟的“桥头堡”,拥有得天独厚的区位优势。因此,东盟国家自然是广西开展跨境电子商务最主要也最重要的贸易对象。从2015年开始,广西每年举办中国—东盟电子商务论坛,广西的跨境电子商务发展环境不断优化。新冠疫情后获客渠道与交易磋商渠道发生变化,更加速了跨境电子商务的发展。在RCEP背景下,东盟的跨境电子商务市场潜力愈发巨大。因此,跨境电子商务需要针对新的营商环境进一步优化和完善,以实现其高质量发展。

## 1 广西跨境电子商务发展现状

### 1.1 跨境电子商务贸易规模逐年攀升

随着互联网技术在全球消费市场的广泛应用以及政府政策的大力推动,广西跨境电子商务发展迅速,成为广西对外贸易发展的新趋势。随着“一带一路”倡议实施的深入和RCEP的签署,广西跨境电子商务贸易市场不断扩大,跨境

电子商务未来发展动力强劲。近年来,广西的跨境电子商务进出口交易总额在广西进出口总额中的占比越来越大,增长势头较猛。广西壮族自治区人民政府及相关官方机构公布的数据显示,南宁跨境电子商务综试区连续三年进出口额同比增长198%、259%、77.4%,高于全国增速166、244、67个百分点。2023年上半年,南宁综试区实现跨境电子商务进出口额达67.58亿,占自治区比重超80%。

### 1.2 跨境电子商务基础设施建设逐步完善

为了升级跨境电子商务服务能力,广西以“一带一路”和“国际陆海贸易新通道”为工作重心,加大了信息化技术应用和物流基础设施的建设,并在通关方面加强改革力度。2018年7月,广西南宁市获批设立跨境电子商务综合试验区。同年12月15日,中国(南宁)跨境电子商务综合试验区(以下简称“南宁跨境电子商务综试区”)正式开业运营。2020年5月,崇左也获批设立跨境电子商务综合试验区。2022年,柳州、贺州获批设立跨境电子商务综试区,广西再添两个国家级试验区。近年来,南宁跨境电子商务综试区和崇左跨境电子商务综试区的进出口业务量节节上升,并先后实现各种业态模式落地,崇左跨境电子商务综试区更是成为广西跨境电子商务业务种类最齐全的区域。跨境电子商务综试区充分利用区位优势和政策优势,与海关、税务、外汇等职能部门进行高水平协作,共同积极推动通关一体化改革和

**基金项目:** 2022年度广西社科界智库自选课题“RCEP框架下促进广西产业高质量发展的跨境电子商务服务研究”(Zkzxkt202252);

广西高校中青年教師科研基础能力提升项目“语言因素对广西—东盟跨境电子商务贸易的影响”(2021KY1777)。

**作者简介:** 刘丹羽(1987-),女,汉族,广东佛山人,副教授,硕士,研究方向:中国—东盟经贸合作,跨境电子商务。



监管模式改革,跨境电子商务货物通关效率进一步提高,通关成本进一步下降,极大地推动了广西跨境电子商务产业的良性发展。

### 1.3 与东盟跨境电子商务合作日益密切

近年来,为了加快中国—东盟跨境电子商务发展,吸引跨境电子商务企业落户广西,广西发挥区位、物流、小语种人才等优势,大力实施“电商广西、电商东盟”工程,积极打造中国—东盟跨境电子商务基地,培育面向东盟的跨境电子商务物流体系,设立面向东盟的电子商务总部等系列措施,推动跨境电子商务进出口贸易快速增长。随着跨境电子商务企业不断壮大,广西已初步成为中国—东盟跨境电子商务交易的主渠道。广西沿边跨境电子商务凭祥、东兴等边境城市探索“互市贸易+跨境电子商务”新模式,建设线上边民互市综合管理信息平台 and 线下跨境电子商务监管中心,推动边境产业转型升级,促进了当地电商发展。广西计划在南宁、崇左、钦州等地建立中国东盟跨境电子商务大通道,建设东盟海外仓、中国东盟跨境电子商务孵化基地和产业园区,创建中国东盟数字贸易中心。此外,还将建设中国东盟跨境电子商务直播基地,开展东南亚水果生鲜等直播业务,满足国内电商企业需求。

## 2 RCEP背景下广西面向东盟的跨境电子商务发展存在的问题

### 2.1 部分RCEP成员国电商普及程度较低

互联网是跨境电子商务发展赖以生存的根基,其建设水平对于跨境电子商务的发展和升级尤为重要。但是,RCEP各成员国的网络连接以及网络覆盖面存在着极大的差距。因此,区域内跨境电子商务的发展受到了极大约束。泰国、越南、马来西亚、新加坡这四个东盟国家的网络建设在东盟国家中相对领先,尤其是新加坡,其宽带速度全球排名第一,整体网络建设水平非常完善;但像老挝、缅甸、菲律宾、文莱这些国家的网络建设则相对落后,这就使得面向东盟发展跨境电子商务的速度较慢。此外,东盟国家消费者的消费理念深受当地的悠久历史、多元风俗和宗教信仰影响,消费者的需求和习惯存在很大差异,部分东盟成员国对跨境电子商务存在偏见与不信任,也在一定程度上制约了跨境电子商务的普及。

### 2.2 区域内跨境电子商务平台交易规则参差不齐

由于跨境电子商务平台的重要作用,其发展创新也备受重视,各种各样的跨境电子商务平台应运而生,目前主要分为第三方平台、独立站和混合型三种。不同类型的平台因其侧重点不同,因而各自的交易规则也不尽相同。广西产业想要借助跨境电子商务平台进行业务拓展,还需要了解每个平台的具体规则。部分东盟成员国家的本土平台如印尼

出于对本土贸易的保护,准入门槛高,入驻难度较大。加之平台交易整体比较容易受到各国营商政策的影响,任何跨境交易国的政策变化都有可能平台在规则的制定上作出调整。平台政策的变动一方面导致众多出口商品的实际价格有所提高,另一方面形成了新的进入壁垒,阻碍广西企业的入驻速度。

### 2.3 区域内跨境电子商务物流体系不完善

虽然广西现已基本形成了海陆空国际物流运输网络,与一些国家实现了国际多式联运,但区域内跨境电子商务物流体系尚未完善。较多东盟国家仍缺乏直接的陆路和空运物流渠道,因此,物流转运的服务体系没有构建起来,不同的跨境运输方式也就得不到有机衔接。部分东盟成员国岛屿众多,港口货物处理能力有限,缺乏高效的仓储系统,包裹追踪能力不足。加上岛屿地理环境相当复杂,最后一公里交付仍然是物流亟须解决的难题。此外,除越南外,广西的邮政包裹运输到东盟各国基本上是在广东转运,相对广东直接交货而言,广西出口货物成本较高,及时性较低。由于文化因素,部分成员国偏好的货到付款方式存在履约风险,并且在交通欠发达地区履约成本相对更高,因此物流费用的成本也较高。

### 2.4 区域内跨境电子商务交易支付体系未对接

从货币批发交易市场来看,尽管我国建立了人民币跨境支付系统(CIPS),但目前仍以环球同业银行金融电讯协会(SWIFT系统)为主导。CIPS系统与SWIFT系统相比,各方面差距仍非常悬殊。从覆盖面来看,SWIFT目前参与国家有200多个,合作金融机构超过11000个;CIPS目前参与机构为1307家,覆盖全球104个国家。从业务类别来看,SWIFT系统兼容多种货币之间的交换通信业务,CIPS仅支持人民币跨境清算交易等业务,两个系统在业务上无法替代。从交易体量来看,虽然CIPS近年来发展势头良好,每天CIPS经手跨境交易额约500亿美元,但与SWIFT每天经手的4000亿美元交易额相比仍难以相提并论。在短期内,RCEP区域内交易无法独立依靠CIPS系统,交易货币仍然难以完全摆脱美元主导。从货币零售交易市场来看,安全性及便捷性的支付系统是跨境电子商务经营者最重要的考虑因素。RCEP区域内各国内部主流的虚拟支付平台各不相同,同时也将面临与更多国外虚拟跨境支付平台的竞争。

### 2.5 区域内跨境电子商务复合型人才短缺

跨境电子商务产业的发展,离不开具有国际贸易知识、外语沟通能力、跨境电子商务操作技能的综合性人才储备。但由于2019年教育部才将跨境电子商务专业新增为本科专业,当前全国开设跨境电子商务专业的本科高校仅有49所,而广西开设跨境电子商务专业的本科高校仅有4所,最早一批专业对口的本科人才将于2023年毕业,目前从事跨境电

子商务专业的本科人才主要是国际经济与贸易专业、电子商务专业、商务英语专业、管理类专业等,专业针对性较低。如今,跨境电子商务产业发展迅猛,从业者不仅要不断更新自己知识储备和专业技能,还要掌握当地语种以便深耕当地市场,但目前这类人才比较短缺。

### 3 RCEP背景下广西面向东盟的跨境电子商务高质量发展的新思路

#### 3.1 加强区域内各国跨境电子商务深度合作

网络是跨境电子商务普及的基础,应加大区域内的网络基础建设,大力发展数字贸易。在此基础上,充分地利用各种技术手段,如在线支付、大数据、第五代移动通信技术(5G)等,推动区域内跨境电子商务交易平台的升级,不断提升区域跨境电子商务的便利化程度。同时,根据 RCEP 相关条款,进一步简化通关流程、缩减通关时间。随着“秒通关”线上平台应用范围的不断扩大,“单一窗口”平台服务能力也会持续提升,“单一窗口”与RCEP成员国之间的互联互通将进一步加强。此外,对跨境电子商务 B2B 交易也要提供足够的服务支撑,优先安排查验跨境电子商务B2B 出口货物,简化申报要素及程序,优化通关服务,在稳定提升B2C出口业务的通知进一步扩大对RCEP地区的跨境电子商务 B2B 出口业务。

#### 3.2 整合跨境电子商务成熟平台资源,鼓励建设独立站

从区域内电商的竞争格局来看,国际上较为知名的电商如亚马逊、eBay、速卖通等的市场占有率都较低,区域内的电商平台仍以本土平台为主。因此,应优先选择流量较高的成熟电商平台,制定本土化运营的可行性策略,通过与本地商家合作的方式抢占东南亚市场。同时,独立站模式具有突出自有品牌和提高客户认知、降低运营成本等优势,更接近消费者,更关注消费行为的研究,对消费者数据和体验端有更大的掌控力。广西企业可采取“平台店铺+独立站”的模式,根据业务发展不同时期的情况调整自己的平台运营重心。这样既可以将自己的品牌打响并扩大影响力,又可以确保平台店铺海外仓的备货,保证物流时效,降低客户退货退款的风险。

#### 3.3 优化跨境电子商务物流网络体系建设及智能化管理

广西需不断完善跨境电子商务综合物流体系,以保障跨境电子商务的持续、健康发展。首先,发挥毗邻东盟的优势,紧抓RCEP生效契机,加强双边、多边企业建设面向东盟的海运、陆运、空运、铁路运输等跨境物流专线,建设“海陆空三位一点”的中国—东盟跨境电子商务物流网络,探索国际物流大通道建设,加强物流枢纽与物流通道的有机连接。广西各部门间应共享物流信息资源,不断扩大跨境物流信息化的覆盖范围,建立起完善的物流信息交流交换机制。

同时,加强广西与东盟成员国物流企业的交流合作,建立双方跨境电子商务、国际快件、国际邮件渠道物流等数据交换共享渠道,实现数据实时共享,提升区域内物流系统的网络化、信息化和智能化程度。

#### 3.4 完善跨境电子商务交易支付及监管体系

CIPS是国家专门针对人民币跨境支付建立的系统,国家层面应大力推广人民币跨境支付体系(CIPS)的应用,使人民币在国际上得到更大认可。首先,广西可推行信用保险业务在广西的跨境电子商务零售业的运用,为符合要求的跨境电子商务零售业企业投保金融保险,提供信誉上的支持。其次,通过信贷业务支持,一方面,有效帮助跨境电子商务企业自身发展;另一方面,在监管上有效监控资金流动,避免资金流动到境外非法产业。最后,广西金融部门还应主动与国内互联网巨头取经,探讨共同参与东南亚市场电子支付业务市场的可能性,大力支持吸引和建设电子支付产业。

#### 3.5 培养新型跨境电子商务人才

广西应利用好作为衔接东盟重要门户的区位优势,在跨境电子商务人才培养上,以服务面向东盟的广西企业为出发点,以职业能力为导向,在人才培养方案和课程设置上,开设东盟电商市场分析、东盟电商平台规则解读、东盟电商平台实操等课程,让学生在学习过程中逐渐加深对东盟国家的文化以及消费习惯的了解,帮助广西企业更好地开拓东盟市场。除了掌握专业知识、熟悉平台操作外,掌握当地语言对提供产品的确切描述、与当地消费者的售前售后沟通也非常重要。因此,“专业+东盟小语种”跨境电子商务人才更能助力广西企业深耕东南亚市场。

### 4 RCEP背景下广西面向东盟的跨境电子商务高质量发展的政策保障建议

#### 4.1 增强产业和贸易政策支持

借鉴中国(杭州)跨境电子商务综合试验区建设“六大体系”“两个平台”的经验和做法,依托中国(南宁)跨境电子商务综合试验区和中国(崇左)跨境电子商务综合试验区,重点推荐跨境电子商务B2B出口业务,鼓励跨境电子商务B2C出口业务。在跨境电子商务综合试验区注册、纳税,注册地址在综保区,具有独立法人资格的企业,可享受相应补贴和奖励。重点支持帮助本地重点跨境电子商务企业,尤其是跨境电子商务平台企业和上下游产业链配套复工复产,统筹解决供货商复工复产、国内仓储物流、国际物流等上下游关键环节和供应链畅通。同时,加强对中央、自治区、市和本地出台各类稳企业稳经济稳发展的政策的学习和宣贯,加大对企业申请政策支持的指导和服务。

#### 4.2 增强财政和金融政策支持

银行等金融机构要加大对跨境电子商务企业的资金保



障力度,降低企业融资成本,简化业务审批程序。各级政府也要加快对涉企资金的拨付进度,以确保跨境电子商务企业能及时收到相关资金。鼓励扩大出口信用保险保单融资规模,积极做好跨境电子商务企业保险赔付工作,进一步压缩定损与核赔时间。鼓励创新符合广西跨境电子商务企业特点的出口信用保险产品和模式,加大对产品出运前订单被取消的风险保障力度。对通过地方统保平台投保的企业给予保费补助,不断扩大出口信用保险覆盖面。积极支持跨境电子商务企业用足用好国家出台的扶持政策,尤其是减税降费、减免缓交企业税收、降低企业用电用水用气成本、减免企业房屋租金、加大信贷纾困力度、减免企业贷款利息等普惠政策。加强与各责任单位的沟通与衔接,结合各地实际,提出跨境电子商务企业享受相关扶持政策的具体落实办法与操办程序。

#### 4.3 增强人才培养引进政策支持

加大跨境电子商务人才培养力度,搭建学习交流平台。政府资助培训资金,统筹用失业保险基金和就业专项资金开展社会化专项培训、用地方教育附加专项资金支持跨境电子商务企业开展员工培训。在培训模式上,可以实行“远程+现场”“线上+线下”相结合,充分利用模拟仿真系统,使员工在实训中掌握实操能力。制定推行跨境电子商务人才引进制度的实施方案,由企业管理、评定聘用跨境电子商务人才。采取政策引导与资金资助相结合,以荣誉嘉奖、奖金、岗位津贴等方式对选拔评定的跨境电子商务人才给予激励。鼓励企业构建跨境电子商务人才职级序列与成长路径,强化技能要素参与分配,形成新型岗位职级序列、对

应的薪酬标准及职业晋升发展管理体系。政府提供补助金,牵头建立跨境电子商务专家团队,与高校、企业合作培养跨境电子商务人才。企业与学生、高校签订跨境电子商务人才定向培养协议,为优秀定向培养生提供相应岗位及就业补助。将跨境电子商务平台运营、信息技术产品开发、供应链管理、海外媒体投放等跨境电子商务人才纳入人才政策支持范围。此外,在跨境电子商务综合试验区构建跨境电子商务人才高地,建立跨境电子商务人才或成熟企业引进培育奖励制度,对成功引进人才的企业给予一定数额奖励。增强公共服务对跨境电子商务高层次人才的覆盖能力。

#### 5 结语

跨境电子商务由于便利性和普及性,在我国对外贸易中的地位愈加重要,并成为“外循环”的重要引擎和对外贸易的重要支柱。RCEP生效后,带来的利好为广西与东盟国家的贸易提供了催化剂,广西有望进一步利用区位优势带动区内产业。在政府、企业、高校三方联动的支持下,广西面向东盟的跨境电子商务必然能实现高质量发展。

#### 参考文献

- [1] 兰青叶,蔡德仿,谢德富. 面向东盟的广西高职院校跨境电子商务创新创业型人才培养模式研究[J]. 广西教育, 2020(31):3.
- [2] 李奇璘,姚莉. RCEP背景下中国—东盟服务贸易高质量发展的新机遇和新挑战[J]. 国际贸易, 2022(2):89-96.
- [3] 韦小蕾. “互联网+流通”背景下广西跨境电子商务物流体系构建及优化[J]. 经济论坛, 2019(11):111-116.
- [4] 吴勇. RCEP背景下中国—东盟跨境电子商务发展路径[J]. 河北企业, 2022(1):41-13.
- [5] 郑颖瑜. RCEP背景下中国—东盟跨境电子商务创新发展路径探析[J]. 对外经贸, 2022(1):55-59.

## A Study on the High-quality Development Path of Guangxi's Cross-border E-commerce Oriented towards ASEAN in the Context of RCEP

Liu Danyu

(Guangxi University of Foreign Languages, Nanning, Guangxi 530222)

**Abstract:** Guangxi serves as a bridgehead connecting China and ASEAN, and naturally, ASEAN countries are significant trading partners for Guangxi in cross-border e-commerce. Against the backdrop of the RCEP, the potential of ASEAN's cross-border e-commerce market is growing even larger. Based on this, Guangxi's cross-border e-commerce needs further optimization and improvement in the new business environment to achieve high-quality development. At present, there are some problems in cross-border e-commerce between Guangxi and ASEAN countries, such as the low popularity of e-commerce in some RCEP member countries, inconsistent trading rules of cross-border e-commerce platforms, imperfect logistics system, unaligned transaction payment system and shortage of compound talents in the region. Therefore, the article suggests that measures should be taken to promote the high-quality development of cross-border e-commerce between Guangxi and ASEAN countries, such as strengthening in-depth cooperation within the region, integrating resources from mature e-commerce platforms, optimizing the logistics network system, refining the transaction payment system, cultivating new-type cross-border e-commerce talents and providing policy support.

**Keywords:** RCEP; Guangxi; ASEAN; cross-border e-commerce; international trade; high-quality development; regional cooperation



# 数字基础设施能否提升地区对外贸易竞争力？

## ——基于“宽带中国”战略的准自然实验

胡忆雯 陈一凡 刘子睿

(河北经贸大学 河北石家庄 050061)

**摘要:** 本文基于中国1990—2021年293个城市的面板数据,构建渐进双重差分模型,评估数字基础设施对我国试点城市对外贸易竞争力的影响。研究发现,建设数字基础设施能显著促进试点城市对外贸易竞争力的提高,且“宽带中国”战略对中部试点城市对外贸易竞争力增长有更加显著性的促进作用,第三产业主导的试点城市比第二产业主导的城市对外贸易竞争力增长效果更明显。本文的研究结论有利于完善我国数字基础设施,促进进出口贸易高质量发展。

**关键词:** 数字基础设施; 对外贸易竞争力; 宽带中国; 渐进双重差分

**本文索引:** 胡忆雯,陈一凡,刘子睿.数字基础设施能否提升地区对外贸易竞争力? [J].中国商论,2024(07):041-044.

**中图分类号:** F127

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-041-04

改革开放以来,中国对外贸易总量大幅增长,成为全球最大贸易国。但随着逆全球化、贸易保护主义等因素出现,我国对外贸易发展面临巨大挑战。同时,数字经济也在快速发展并对我国经济社会产生了一系列重要影响。北京作为实行“宽带中国”的第一批试点城市,2020年数字经济进口总额为11484万亿美元,同比增长2.3%,占全市GDP比重的39.8%。数字基础设施建设和数字技术革命加速演进,使中国经济逐步迈入数据要素驱动、万物互联互通的数字经济新阶段。

在此背景下,数字经济对国际贸易的影响及数字经济如何提升地区对外贸易竞争力越来越成为社会共同关注的问题。国内外学者已从数字金融、数字产业等方面研究了数字经济对国际贸易的影响,但尚未有研究探讨数字基础设施与地区对外贸易竞争力的关系。本文将对此进行研究,有利于完善我国数字基础设施,推动数字化转型,促进可持续发展,以提升我国对外贸易竞争力并适应全球化数字经济时代的挑战。

## 1 文献综述与理论机制

### 1.1 文献综述

(1)对外竞争力综合分析。陈青(2018)发现把精准扶贫与边境贸易有机结合,外贸竞争力将会较大地提升。郭向向(2019)从调整产业结构及增加生产要素供给分析,繁荣实体经济是减少国际贸易波动不良影响的必然选择。张琦(2020)从服务贸易方面分析,着力促进服务业发展、提高服务贸易

国际竞争力,是我国培育国际竞争新优势的关键环节。

(2)基础设施的建设评估。徐建明(2019)表明,在大数据和人工智能时代,数字建设更有利于城市转型。郑尚京(2019)从教育方向出发,发现更有利于教育资源建设,建立数字化教育资源服务平台。李桂馨(2022)从乡村数字基础设施建设分析,得出促进产业结构升级可以促进农村居民消费扩容提质。马茜(2022)发现数字基础设施对城市高质量发展水平与效率提升具有显著作用。

综上所述,目前数字基础设施和经济贸易发展的成果较为丰富,但存在一些问题:(1)由于指标体系设定的主观性,研究作用关系上无法避免数字基础设施与对外贸易的内生性矛盾。(2)现有研究相对集中于宏观层面,对于建设数字基础设施对试点城市的作用与机制有待补充。

### 1.2 理论机制

数字基础设施打破了传统贸易的地域限制和时间限制,有效降低了信息搜寻、货物运输及贸易成本,使贸易伙伴更加多元化、广泛化(裴长洪等,2018)。数字基础设施催生了更快捷、便利的贸易服务,可以提升外贸企业的贸易便利化水平,加快货物的流通速度,进而促进对外贸易增长(高振娟和王智新,2022)。数字基础设施建设增强网络传输与接入能力,扩大宽带网络覆盖范围,提升企业核心竞争力,推动企业在数字贸易时代的高速发展(王林等,2021)。

东部地区拥有丰富的产业基础和数字基础设施,容易吸引外资、扩大对外贸易,而中西部经济发展水平相对较低,西部地区的数字基础设施较落后。第二产业以工业制造

**作者简介:** 胡忆雯(2003-),女,汉族,河北保定人,统计学专业;

陈一凡(2002-),女,汉族,河北定州人,数学与应用数学专业;

刘子睿(2001-),女,汉族,河北保定人,国际经济与贸易专业。

业为主,生产模式相对固化,难以适应快速变化的数字经济环境,转型难度大。

综上,本文提出以下假设:

假设1:数字基础设施可以促进我国试点城市对外贸易竞争力增长;

假设2:相较中西部试点城市,数字基础设施建设对东部城市对外贸易竞争力的促进作用更加明显;

假设3:相较第二产业主导的试点城市,数字基础设施建设对第三产业主导的城市对外贸易竞争力的促进作用更加明显。

## 2 研究设计

### 2.1 模型设定

“宽带中国”试验区作为一个良好的准自然试验环境,可以客观的衡量数字基础设施建设水平。本文构建实验组 and 对照组,考虑到“宽带中国”试验区政策时点不是单一年份,采用渐进双重差分方法,具体设定模型如式(1)所示:

$$compet_{it} = c_0 + \beta_1 Did_{it} + \sum_{k=2}^n \beta_k Controls_{kit} + u_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中, $i$ 为第 $i$ 个城市, $t$ 为第 $t$ 年, $c_0$ 为常数项, $\beta_1$ 为核心解释变量回归系数, $\beta_2 - \beta_n$ 为控制变量经济水平、产业发展水平、企业规模、金融发展水平、商业规模的回归系数, $u_i$ 为地区个体效应, $\lambda_t$ 为研究的年份时间效应, $\varepsilon_{it}$ 为残差项。

### 2.2 变量选取

(1)被解释变量。在对外贸易竞争力度量指标选取上,本文选择TC指数(compet)进行衡量。

(2)核心解释变量。“宽带中国”战略(Broadband Strategy)。本文将“宽带中国”战略政策作为一项准自然实验,以城市类型虚拟变量与政策实施时间虚拟变量的交互项(Group × Post)表征“宽带中国”战略的政策处理效应。

(3)控制变量。本文采用人均地区生产总值(pgdp)衡量经济水平;第三产业增加值指数(struc)衡量产业发展水平;规模以上工业企业数(size)衡量企业规模;金融机构存贷款余额与GDP的比值(finance)衡量金融发展水平;社会消费品零售总额(comm)衡量商业规模。

### 2.3 数据来源与处理

本文选取我国293个省级下地级市1990—2021年相关指标面板数据,数据来源于《中国统计年鉴》《中国城市统计年鉴》等。其中一些地区的相关指标有缺失,本文采用线性插补法对其补充,对于缺失较为严重且无法插补的指标,则进行剔除。

## 3 实证分析

### 3.1 基准回归结果

本文运用双重差分模型对模型(1)进行回归,结果如表

1所示,回归1和2的Did回归系数为0.0304、0.0296,均在5%置信水平下显著为正,即在同等情况下,数字基础设施对试点城市对外贸易竞争力有显著的带动效应,与理论假设1一致。

由回归2可知,“宽带中国”试点会导致所在城市的TC指数平均增长3%;在控制变量中,经济水平回归系数为0.027,在5%置信水平下显著;企业规模、商业规模的回归系数分别为0.027、0.038,在1%置信水平下显著;产业发展水平和金融发展水平的回归系数不被认为是显著的,对试点城市贸易竞争力提升影响较小。上述结果表明,即使对渐进双重差分模型的约束不同,数字基础设施对中国各地贸易竞争力的作用方向也基本一致,即带动了试点城市的贸易竞争力提升。

表1 基准回归结果

	回归 1	回归 2
Did	0.0304**[0.014]	0.0296**[0.015]
pgdp		0.0273**[0.011]
struc		0.0002[0.001]
size		0.0267***[0.007]
finance		0.0007[0.001]
comm		0.0379***[0.009]
_cons	-8.3730***[0.750]	-2.5855[3.881]
r2_within	0.0349	0.0405
N	9600	9600

注:括号内为标准误;\*p<0.1,\*\*p<0.05,\*\*\*p<0.01;下同。

### 3.2 稳健性检验

#### 3.2.1 平行趋势检验

本文通过构造政策实施前的政策动态效应进行回归,如图1所示,政策实施前4年至前1年,交互项系数基本接近于0且不显著;政策实施当年回归系数显著为正。这说明政策实施前,试点城市和非试点城市的对外贸易竞争力呈相似趋势变化,符合同质性假设。

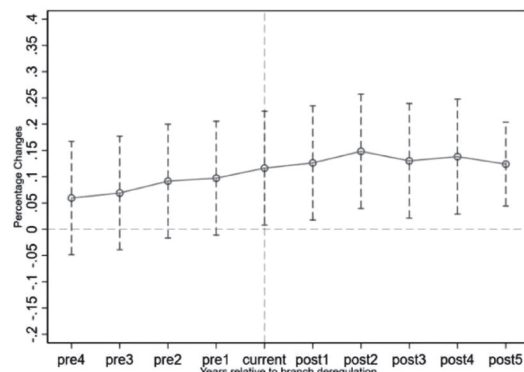


图1 平行趋势检验结果

#### 3.2.2 安慰剂检验

本文为验证试点城市对外贸易竞争力增长差异是否由其他原因造成,将试点、非试点城市及年份同时打乱,随机模拟500次,生成实验组和控制组,构造宽带中国试点政策

交互项并回归。如图2所示,由政策交互项的p值和系数可以看出,系数远离随机均值,P值85%以上分布在0.1以上,即在85%以上时不显著,基本得出数字基础设施促进试点城市对外贸易竞争力增长不是随机偶然,的确由该政策导致。

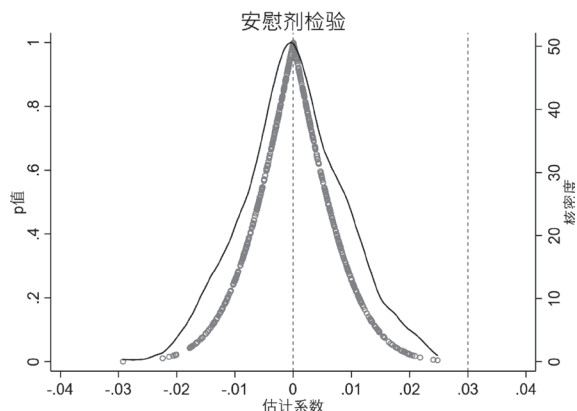


图2 安慰剂检验结果

### 3.2.3 PSM-DID

因实验组和对照组并非随机产生,存在一定选择性偏差带来内生性问题,本文采用PSM对实验组和对照组匹配,减少两组差异克服内生性问题,匹配中采用Logit模型计算倾向得分,使用k近邻匹配方法,同时“宽带中国”试点城市样本较少,按照1:5的比例进行近邻有放回匹配。匹配后通过了平衡性检验,由表2可知,系数大小方向和回归系数的显著性均和上述结论一致。

表2 PSM-DID回归表

	回归 1	回归 2
Did	0.0236**[0.011]	0.0256**[0.011]
pgdp		0.0232**[0.010]
struc		-0.0002[0.001]
size		0.0254***[0.008]
finance		0.0011[0.001]
comm		0.0448***[0.008]
_cons	-8.9309***[0.618]	-0.8209[2.710]
r2_within	0.0365	0.0435
N	8536	8536

### 3.2.4 剔除部分样本干扰

为了验证上述回归结果的稳健性,本文采用剔除部分样本干扰进行分析。由于2020年全球疫情严重,我国出口贸易受到冲击,部分外贸企业面临生存压力,与其他年份相比对外贸易情况存在一定差异,故将2020年全部样本数据进行剔除。如表3所示,核心解释变量的回归系数及显著性与基础回归结果相当,说明实行“宽带中国”战略对试点城市对外贸易竞争力增长有显著的促进作用,这一结论具有一定的参考性。

## 3.3 异质性分析

### 3.3.1 地区异质性分析

本文按照国家对东中西的划分,将涉及的所有试点城

市划分为东部中部和西部。由表4可知,“宽带中国”试点政策在东部分组回归系数为0.067,在1%置信水平下显著;中部的回归系数为0.056,在5%置信水平下显著;西部的回归系数为0.057,但无统计意义上的显著性。由此可见,“宽带中国”试点政策对东部城市的对外贸易竞争力发展有显著的促进作用,且影响效果随着地理位置向内陆方向推移逐渐减弱。假设2成立。

表3 稳健性结果

	回归 1	回归 2
Did	0.0315**[0.014]	0.0304**[0.015]
pgdp		0.0222**[0.010]
struc		0.0003[0.001]
size		0.0237***[0.007]
finance		0.0012[0.001]
comm		0.0426***[0.009]
_cons	-8.3388***[0.725]	-0.2368[3.655]
r2_within	0.0379	0.0446
N	9300	9300

表4 地区异质性分析结果

	东部	中部	西部
Did	0.0670***	0.0562**	0.0568
	[0.019]	[0.028]	[0.039]
pgdp	0.0445***	0.0392***	0.0334**
	[0.013]	[0.014]	[0.018]
struc	0.0006	0.0008	0.0014**
	[0.001]	[0.001]	[0.001]
size	0.0260***	0.0245***	0.0127
	[0.008]	[0.009]	[0.008]
finance	0.0007	-0.0001	-0.0002
	[0.001]	[0.001]	[0.001]
comm	0.0397***	0.0319***	0.0278***
	[0.010]	[0.011]	[0.010]
_cons	-3.6435	-6.6872	-8.6830*
	[4.289]	[4.632]	[4.491]
r2_within	0.0464	0.0382	0.0293
N	7904	6880	7040

### 3.3.2 主导产业异质性分析

本文根据1990—2021年各试点城市第二、第三产业增加值的均值,将所有试点城市分为第二产业主导和第三产业主导两类,分别研究影响差异。如表5所示,第三产业为主导的试点城市DID回归系数为0.073,在1%置信水平上显著;以第二产业为主导的试点城市数字基础设施并不能显著提升当地的对外贸易竞争力,回归系数为0.056。此结果与假设3一致,说明假设3成立。

## 4 结语

本文基于“宽带中国”战略,以1990—2021年293个地级市数据作为研究内容,利用渐进双重差分模型进行分析,得到结论:发展数字基础设施可以促进我国“宽带中国”试



点城市对外贸易竞争力增长;相较中西部试点城市,数字基础设施建设对东部城市对外贸易竞争力的促进作用更加明显;相较第二产业主导的试点城市,数字基础设施对第三产业主导城市对外贸易竞争力的促进作用更加明显。

表5 产业主导异质性分析结果

	第三产业主导	第二产业主导
did	0.0729***	0.0562**
	[0.017]	[0.028]
pgdp	0.0392***	0.0234
	[0.014]	[0.014]
struc	-0.0023***	0.0008
	[0.001]	[0.001]
size	0.0237***	0.0245***
	[0.009]	[0.009]
finance	0.0027	-0.0001
	[0.002]	[0.001]
comm	0.0743***	0.0319***
	[0.016]	[0.011]
_cons	19.4761***	-6.6872
	[5.250]	[4.632]
r2_within	0.0641	0.0382
N	2720	6880

综上,本文提出相关建议:政府应加大对数字基础设施的政策扶持力度,鼓励企业积极探索数字贸易领域,提供高速、稳定的网络基础设施,确保试点城市拥有高质量的网络连接;行业通过创新金融科技产品和服务简化贸易过程,

降低交易成本和风险,提升试点城市对外贸易的金融服务能力;企业需优化供应链的管理,提高交货速度和客户满意度,加快发展智能制造和物联网技术,提供更具竞争力的产品和服务。

### 参考文献

- [1] 陈青.精准扶贫与边境贸易:靖西市提升外贸竞争能力新途径[J].当代经济,2018(21):48-51.
- [2] 郭向向,夏素萌.广东省对外贸易国际竞争力及其影响因素研究[J].时代金融,2019(12):12-13.
- [3] 张琦,赵福军.促进我国服务贸易开放发展与竞争力提升[J].经营与管理,2020(5):80-98.
- [4] 徐建明.数据智能、孪生城市:展望未来智慧城市产业发展[J].中国安防,2019(12):20-27.
- [5] 郑尚京,辜剑锋,吴坚.基础数字教育资源建设与应用研究:以四川省自贡市为例[J].中国教育技术装备,2019(5):4-6.
- [6] 李桂馨.乡村数字基础设施建设对农村居民消费的影响研究:基于农村产业结构传导路径分析[J].价格理论与实践,2022(11):112-115.
- [7] 马茜,张红兵,廖麓.数字基础设施建设、知识流动与城市高质量发展:准自然实验与空间溢出的经验证据[J].产业经济研究,2022(6):114-128.
- [8] 裴长洪,倪江飞,李越.数字经济的政治经济学分析[J].财贸经济,2018(9):5-22.
- [9] 高振娟,王智新.数字经济对我国对外贸易动能转换的影响测度[J].统计与决策,2022(23):23-27.
- [10] 王林,简一单,彭荷芳,等.数字经济下的人力资源管理创新浅析[J].内蒙古科技与经济,2021(10):29-30.

## Can Digital Infrastructure Enhance Regional Competitiveness in Foreign Trade? — A Quasi Natural Experiment Based on the “Broadband China” Strategy

Hu Yiwen, Chen Yifan\* and Liu Zirui

(Hebei University of Economics and Business, Shijiazhuang, Hebei 050061)

**Abstract:** This paper, based on the panel data of 293 Chinese cities from 1990 to 2021, constructs a progressive difference-in-differences model to assess the impact of digital infrastructure on the foreign trade competitiveness of China's pilot cities. The study finds that the development of digital infrastructure greatly enhances the foreign trade competitiveness of pilot cities, and the "Broadband China" strategy has a more significant promotional effect on the growth of foreign trade competitiveness in pilot cities in the central and eastern regions. Pilot cities dominated by the tertiary industry show a stronger improvement in foreign trade competitiveness compared with those dominated by the secondary industry. These findings offer valuable insights for bolstering China's digital infrastructure and promoting high-quality development of export trade.

**Keywords:** digital infrastructure; foreign trade competitiveness; Broadband China; progressive difference-in-differences

# 数字经济对居民消费潜力的影响效应研究

## ——基于空间杜宾数学模型的实证分析

苗慧

(浙江长征职业技术学院 浙江杭州 310023)

**摘要:** 在全球经济增长放缓的形势下,为尽快恢复经济复苏增长并推动国内大循环,加快实现国内国际双循环发展就离不开对居民有效消费需求的引导及其消费潜力的释放。近年来,以大数据、5G、人工智能为依托的经济数字化转型已深刻影响社会的各个层面,作为拉动国民经济增长重要引擎的消费领域自然也受到其深刻影响。文章基于2017—2021年全国主要99个地级市的面板数据,通过实证分析探讨数字经济发展对居民消费潜力及其各维度的作用效果和溢出效应。结果表明:(1)数字经济发展对居民消费潜力及其消费支出维度、消费收入维度和消费环境维度均有积极作用;(2)数字经济对促进居民消费潜力释放具有正向的空间溢出效应;(3)相对居民消费潜力中的收入和支出维度,数字经济对居民消费环境维度的正向空间溢出效应更加明显。

**关键词:** 数字经济;居民消费;消费潜力;维度分析;空间溢出效应;基准回归模型

**本文索引:** 苗慧.数字经济对居民消费潜力的影响效应研究[J].中国商论,2024(07):045-048.

中图分类号: F063.2

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-045-04

## 1 引言

现阶段,全球经济衰退,国际贸易和投资大幅萎缩,在此大环境下,加快推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局成为我国重要的战略支点。消费作为新常态下拉动经济增长的第一源动力,亦是构建以国内大循环为主体的重要一环。基于此,本文结合中国的数字经济发展指数,采用2017—2021年地级市的面板数据,分析数字经济对居民消费潜力在本地和相邻地区上的双重影响,进一步填补相关的消费理论研究,为数字经济激发居民消费潜力的释放提供新思路。

## 2 研究设计

### 2.1 模型构建

#### 2.1.1 基准回归模型

为实证研究数字经济对居民消费潜力及其各发展维度的影响效果,本文设定了如下的计量回归模型:

$$sp_{it} = \alpha_1 + \beta_1 dig_{it} + X_{it} + \mu_i + \gamma_t + \xi_{it} \quad (1)$$

$$sr_{it} = \alpha_2 + \beta_2 dig_{it} + X_{it} + \mu_i + \gamma_t + \xi_{it} \quad (2)$$

$$sc_{it} = \alpha_3 + \beta_3 dig_{it} + X_{it} + \mu_i + \gamma_t + \xi_{it} \quad (3)$$

$$se_{it} = \alpha_4 + \beta_4 dig_{it} + X_{it} + \mu_i + \gamma_t + \xi_{it} \quad (4)$$

在式(1)至式(4)中, $sp$ 代表该地区总的居民消费潜力, $sr$ 代表该地区居民消费收入维度, $sc$ 代表该地区居民消费支出维度, $se$ 代表该地区居民消费环境维度, $X_{it}$ 为*i*地区*t*时期的一系列影响变量, $\mu_i$ 和 $\gamma_t$ 分别为地区和时间固定效应, $\xi_{it}$ 为随机扰动项。

#### 2.1.2 空间杜宾模型

为进一步探讨数字经济对居民消费潜力是否存在空间溢出影响,以及是何种作用效果,本文构建如下空间计量模型:

$$sp_{it} = \beta_0 + \rho W sp_{it} + \beta_1 dig_{i,t-1} + \beta_2 X_{i,t} + \theta_1 W dig_{i,t-1} + \theta_2 \beta_2 X_{i,t} + \mu_i + \delta_i + \varepsilon_{i,t} \quad (5)$$

式(5)中, $\rho$ 为空间滞后系数, $W \cdot dig$ 表示数字经济的空间滞后变量, $W$ 代表空间地理距离矩阵,是通过城市经纬度计算的城市*i*和城市*j*间的距离( $d_{ij}$ )所构建的,具体公式如下:

$$W = \begin{cases} 0, & i = j \\ \frac{1}{d_{i,j}^2}, & i \neq j \end{cases} \quad (6)$$

### 2.2 变量选取

#### 2.2.1 被解释变量

居民消费潜力。借鉴魏贝(2023)的研究,定义为:一定时期内居民主观上的消费意愿同客观上的消费结果之间的综合反映内容。从消费供给与消费需求以及居民所处的客观消费环境三方面进行分解,从而对居民消费潜力进行测度。

#### 2.2.2 解释变量

数字经济,采用中国信通院与数字经济研究院共同发布的中国数字经济指标,该指标从数据信息基础设施建设、城市服务、城市治理以及产业融合四个方面的发展和落地情况来综合测度主要99个地级市的数字经济发展水平。

**作者简介:** 苗慧(1981-),女,汉族,山东枣庄人,副教授,硕士,研究方向:数学模型、数学应用。

2.2.3 控制变量

(1)房价(*rg*):采用住宅商品房的平均价格来表示。(2)社会保障情况(*sh*),采用养老社保缴纳人数与总人口数之比来衡量。(3)城镇化水平(*urb*),使用各地的城市人口数与总人口数来表示。(4)就业结构(*emu*),使用第三产业从业人员数与总体就业人员数之比来代表。(5)人口老龄化(*age*),使用地区65岁以上人口与总人口数之比来代表。

2.3 数据来源

本文选取2017—2021年99个地级市作为研究对象,所使用的原始数据均来自《中国城市统计年鉴》、中国经济信息网、中国信息通信研究院和数字经济研究院,部分缺失数据采用插值法填补。

3 实证分析

3.1 基准回归

经过豪斯曼检验和F检验,固定效应模型更适用于此次的基准回归分析,经过固定效应回归后得到的结果如表1所示,数字经济对居民消费潜力的影响,回归系数为0.4872,且通过1%的显著性统计检验,这表明数字经济的发展能够显著促进居民消费潜力的释放。原因可能在于,数字经济发展一定程度上在需求侧缓解了信息不对称,消费者可以从多渠道获取更加丰富、精确的产品信息,降低交易成本。同时,从供给侧来看,数字经济的进一步发展能够显著提高生产效率,降低生产成本,推动产品质量升级,催生出新的经济业态和生产消费模式,从而激发居民的消费潜力。另外,从控制变量的估计结果来看,房价上涨和老龄化趋势的增强都会加重居民尤其是中青年劳动力的生活负担和家庭负担,从而阻碍居民消费潜力的释放,而就业结构改善则对居民消费潜力的释放具有正向刺激作用。

分维度来看,数字经济对居民消费潜力中的消费支出维度估计系数为0.3379,且在1%的统计水平上显著,这说明数字经济的发展显著带动新的经济服务业态和消费模式出现,改善居民的消费支出结构,从整体上激发居民消费潜力的释放。数字经济对消费收入维度回归的估计系数为0.3587,且在1%的统计水平上显著,这说明数字经济的发展显著带动了居民消费收入结构的改善和规模的扩大。数字经济对消费环境维度的影响系数为0.0841,且在1%的统计水平上显著,这表明数字经济的发展能够促进居民消费环境的优化改善。

3.2 空间效应分析

3.2.1 莫兰指数

由表2可以得出,基于地理距离矩阵的数字经济与居民消费潜力Moran's I值在2017—2021年都显著大于0,且都通过5%的显著性检验,这表明数字经济与居民消费潜力在

空间上趋于正向集聚。

表1 基准回归结果

	<i>sp</i>	<i>sr</i>	<i>sc</i>	<i>se</i>
<i>dig</i>	0.4872*** (3.39)	0.3379*** (3.48)	0.3587*** (3.28)	0.0841*** (3.56)
<i>rg</i>	-0.6562*** (-3.14)	-0.5467*** (-3.02)	-0.6876*** (-2.94)	-0.4662** (-2.37)
<i>sh</i>	0.5562 (1.66)	0.4672 (1.65)	0.2351 (1.54)	0.0762 (1.14)
<i>urb</i>	0.4657 (1.55)	0.2421 (1.71)	0.2432 (1.58)	0.3557 (1.62)
<i>emu</i>	0.1924*** (3.17)	0.2343*** (3.27)	0.2887*** (2.98)	0.1042*** (3.09)
<i>age</i>	-0.0537*** (-2.98)	-0.0263** (-2.32)	-0.0982*** (-3.68)	-0.1827* (-1.77)
N	495	495	495	495
个体	Y	Y	Y	Y
时间	Y	Y	Y	Y
R <sup>2</sup>	0.89	0.92	0.92	0.90

表2 空间莫兰指数

<i>sp</i>		Year	<i>dig</i>	
Moran's I	P		Moran's I	P
0.245	0.042	2017	0.376	0.000
0.288	0.017	2018	0.388	0.000
0.302	0.008	2019	0.395	0.000
0.279	0.007	2020	0.408	0.000
0.288	0.005	2021	0.422	0.000

3.2.2 空间效应回归

经过一系列检验,最适用于本文的空间计量模型是个体和时间双固定的空间杜宾模型,具体的回归结果如表3所示。数字经济对居民消费潜力的直接效应和间接效应都显著为正,这表明数字经济的发展不仅对本地区居民消费潜力的释放存在促进作用,还对邻近地区发挥着正向溢出效应。

表3 空间杜宾模型回归结果

	直接效应	间接效应	总效应
<i>dig</i>	0.4462*** (3.97)	0.2671*** (3.56)	0.3892*** (3.88)
<i>rg</i>	-0.2872*** (-3.49)	-0.1098** (-2.33)	-0.2665*** (-3.55)
<i>sh</i>	0.2667 (1.52)	0.4323 (1.27)	0.3379 (1.36)
<i>urb</i>	0.4231 (1.17)	0.7368 (1.69)	0.5246 (1.58)
<i>emu</i>	0.2556*** (3.55)	0.1782** (2.34)	0.2268*** (3.17)
<i>age</i>	-0.0626*** (-2.98)	-0.0221 (-0.59)	-0.2527* (-1.89)
$\rho$	0.2987*** (7.88)		
个体	Y	Y	Y
时间	Y	Y	Y
N	495	495	495



### 3.3 异质性分析

本文为进一步细化数字经济对居民消费潜力的空间效应研究,在此将居民消费潜力进行分维度空间效应回归,结果如表4所示。由此可以看出,数字经济对居民消费潜力收入、支出和环境维度的直接效应和间接效应均显著为正。就空间溢出效应来看,相对居民消费潜力的收入和支出维度,数字经济对居民消费环境维度的正向空间溢出效应更加明显。这可能是城乡二元经济结构的桎梏和数字鸿沟的存在削弱了数字经济发展所带来的正向溢出效应。

### 3.4 稳健性检验

#### 3.4.1 时滞效应检验

数字经济的发展和居民消费潜力的提升都需要时间的

沉淀。在此,本文以滞后一期和两期的数字经济发展作为解释变量进行再回归,结果如表5列(1)(2)所示,分别滞后一期和两期后dig的估计系数均在1%的统计水平上为正,这说明数字经济对居民消费潜力的促进激励作用具有稳健性。

#### 3.4.2 工具变量法

为减轻内生性对文章回归结果的影响,本文在借鉴已有研究成果的基础上,选取互联网普及率作为工具变量来进行2SLS检验,结果如表5列(3)所示,估计系数的正负号并未发生改变,且在5%的统计水平上显著。

#### 3.4.3 替换回归方法

为了估计空间杜宾模型结果的稳健性,本文选取空间滞后模型(SAR)进行再回归。检验结果如表5所示,基于SAR模型回归的数字经济对居民消费潜力的直接效应和间接效

表4 异质性分析

变量	(1)		(2)		(3)	
	直接效应	间接效应	直接效应	间接效应	直接效应	间接效应
<i>dig</i>	0.3423*** (3.25)	0.2322* (1.67)	0.3116*** (3.57)	0.1674* (1.77)	0.3713*** (3.17)	0.2681*** (2.95)
<i>rg</i>	-0.2667*** (-2.98)	-0.2461*** (-3.17)	-0.5241*** (-2.77)	-0.1762*** (-3.43)	-0.4693*** (-3.75)	-0.2139** (-2.58)
<i>sh</i>	0.2733 (1.42)	0.3362 (1.36)	0.6241 (1.45)	0.2755 (1.29)	0.2681 (1.43)	0.5441 (1.58)
<i>urb</i>	0.4261 (1.08)	0.3682 (1.27)	0.4367 (0.99)	0.3672 (1.17)	0.3786 (1.14)	0.0362 (1.01)
<i>emu</i>	0.2797*** (2.68)	0.2193** (2.17)	0.7353*** (2.21)	0.6354 (1.32)	0.5743*** (3.59)	0.3191*** (3.42)
<i>age</i>	-0.1673*** (-2.86)	-0.0211 (-1.07)	-0.0937* (-1.85)	-0.1092 (-1.31)	-0.0664** (-2.68)	-0.1052 (-1.04)
Ind	Y	Y	Y	Y	Y	Y
Time	Y	Y	Y	Y	Y	Y
N	495	495	495	495	495	495

表5 稳健性检验结果

	时滞效应检验		工具变量法	SAR		反距离矩阵	
	(1)	(2)	(3)	直接效应	间接效应	直接效应	间接效应
<i>dig</i>	0.4628*** (3.17)	0.5539*** (3.42)	0.4419** (3.45)	0.3267*** (3.76)	0.1426*** (3.35)	0.2445*** (4.67)	0.1896*** (3.32)
<i>rg</i>	-0.4467*** (-3.69)	-0.5431*** (-4.78)	-0.6354*** (-4.44)	-0.5246*** (-2.97)	-0.3561** (-2.47)	-0.4461*** (-3.56)	-0.3452*** (-3.67)
<i>sh</i>	0.3062* (1.79)	0.5797 (1.04)	0.1973 (1.13)	0.3665 (1.53)	0.4131 (1.61)	0.2276 (1.54)	0.4331 (1.19)
<i>urb</i>	0.6877 (1.24)	0.5674 (1.27)	0.5242 (0.09)	0.7622 (1.24)	0.5642 (1.33)	0.3672 (1.48)	0.2461 (1.32)
<i>emu</i>	0.6512*** (4.76)	0.5512*** (4.68)	0.5879*** (4.67)	0.5436*** (3.77)	0.3357*** (4.39)	0.1517*** (3.66)	0.2615** (256)
<i>age</i>	-0.0972** (-2.37)	-0.1099* (-1.98)	-0.1176** (-2.09)	-0.1046 (-1.23)	0.0912 (1.14)	0.1244** (2.25)	0.0972 (1.09)
Ind	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
Time	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
N	396	297	495	495	495	495	495

应都显著为正。

#### 3.4.4 替换空间距离矩阵

为避免单一权重矩阵回归可能发生的偶然性和检验时空压缩改变数字经济对提升居民消费潜力的影响,本文在此使用反距离矩阵代替地理距离矩阵进行再回归,结果如表6所示,数字经济的直接效应和间接效应均显著为正。

#### 4 结语

当前,整个国内大循环的建设发展都是靠内需拉动,而激励消费又是扩大内需的关键。基于此,本文提出以下几点建议:(1)加强数字基础设施建设,尤其是要不断加大乡村基础设施建设力度,在基建与服务上为数字消费保驾护航。(2)充分发挥数字经济的高共享性和高渗透性,打破空间壁垒,促进区域数字产业的联动发展,积极拓展消费市场,培育新型消费模式,刺激居民的有效需求,发挥数字经济促进居民消费潜力释放的正向空间溢出效应。(3)挖掘下沉市场的消费潜力,正视数字鸿沟的存在且要尽量消除,并在此基础上,鼓励各类电商平台和数字企业下乡建立乡村零售门店,服务农村消费者,提高全民数字素养和技能。

#### 参考文献

- [1] 赵征.数字经济提振居民消费的影响机理及实现路径研究[J].商业经济,2023(5):28-29+45.
- [2] 钟若愚,曾洁华.数字经济对居民消费的影响研究:基于空间杜宾模型的实证分析[J].经济问题探索,2022(3):31-43.

- [3] 杨碧云,王艺璇,易行健,等.“数字鸿沟”是否抑制了居民消费:来自中国家庭金融调查的微观证据[J].南开经济研究,2023(3):95-112.
- [4] 杨芳,张海,刘晓荣.数字经济驱动居民消费:作用机制与空间效应[J].地理科学进展,2023,42(5):837-851.
- [5] 崔叶婷.数字经济发展对居民消费潜力的影响研究[D].太原:山西财经大学,2022.
- [6] 魏贝.扩大内需视角下居民消费潜力多维测度:基于三大城市群样本数据的实证[J].商业经济研究,2023(7):52-56.
- [7] 臧微,康娜.数字经济对城镇居民收入结构的影响[J].城市发展研究,2023,30(3):12-17.
- [8] 王睿涵.消费结构、意义性消费与消费升级:基于CFPS数据的实证[J].时代经贸,2022,19(8):15-20.
- [9] 黄为彬.数字经济发展与居民消费率之间的关系研究[J].中国商论,2023(24):48-51.
- [10] 赵光明.数字经济对推动居民消费升级的影响研究[J].中国集体经济,2023(36):17-20.
- [11] 方晓彤.数字经济、消费升级与城乡融合[J].当代金融研究,2023,6(11):64-78.
- [12] 付媛媛.扩大内需背景下数字经济对农村居民消费的影响研究[J].商展经济,2023(24):19-22.
- [13] 李佳静.数字普惠金融、收入分配与居民消费升级[J].现代金融,2023(12):52-59+37.
- [14] 任翔.数字经济发展对居民消费水平的影响研究[J].商业观察,2023,9(33):45-48.
- [15] 李朝军.数字新基建、流通业集聚与城乡居民消费升级[J].商业经济研究,2023(22):33-36.

## Research on the Impact of Digital Economy on Resident Consumption Potential

### — Empirical Analysis Based on Spatial Durbin Mathematical Model

Miao Hui

(Zhejiang Changzheng Vocational and Technical College, Hangzhou, Zhejiang 310023)

**Abstract:** In the context of slowing global economic growth, and in order to quickly restore economic recovery and promote domestic dual circulation, which involves both domestic and international development, it is essential to guide effective consumer demand and unleash consumer potential. In recent years, the digital transformation of the economy, supported by big data, 5G, and artificial intelligence, has profoundly impacted various aspects of society. Naturally, the consumer sector, as a significant engine driving national economic growth, has also been deeply influenced by these developments. This paper, based on panel data from 99 major prefecture-level cities in China from 2017 to 2021, explores the impact and spillover effects of digital economy development on the consumption potential of residents and its various dimensions through empirical analysis. The research results indicate that: (1) The development of the digital economy has a positive effect on the consumption potential of residents and their consumption expenditure, income for consumption, and consumption environment; (2) The digital economy has a positive spatial spillover effect on further unleashing the consumption potential of residents; (3) Compared to the income and expenditure dimensions of the consumption potential of residents, the positive spatial spillover effect of the digital economy on the environment dimension of resident consumption is more significant.

**Keywords:** digital economy; resident consumption; consumption potential; dimensional analysis; spatial spillover effects; benchmark regression model

# 地缘政治关系调整对中国向东盟直接投资的影响研究

陈锦艳

(中国计量大学 经济与管理学院 浙江杭州 310018)

**摘要:** 本文采用跨学科的研究方法,引入新的研究视角考察了政治关系如何影响中国对东盟国家的投资。文章选取2006—2020年中国对东盟七国直接投资数据进行分析研究发现:(1)中国与东盟良好的政治关系可以促进中国向东盟国家投资,但由于受联合国投票潜在形式性及东盟“大国平衡外交”战略等因素影响,模型结果呈现出“中国东盟政治关系对中国向东盟国家直接投资有抑制作用”这一与事实相悖的结果;(2)中国与域外经济体的政治关系对中国向东盟国家直接投资起到负向作用;(3)东盟与域外经济体的政治关系对中国向东盟国家直接投资起到正向作用,以供参考。

**关键词:** 地缘政治; 对外直接投资; 中国-东盟; 政治风险; 联合国投票大会

**本文索引:** 陈锦艳. 地缘政治关系调整对中国向东盟直接投资的影响研究[J]. 中国商论, 2024(07): 049-052.

中图分类号: F742

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-049-04

## 1 引言

近年来,随着“走出去”“一带一路”倡议的实施,中国对外直接投资(OFDI)规模持续扩大,东盟作为“一带一路”的重点区域,在中国对外直接投资和经济合作中占据越来越重要的位置。2020年,中国对东盟投资流量达到160.6亿美元,相比2006年增长约47倍,年均增速29.31%。与此同时,中国投资企业也面临着越来越复杂的外部环境。由于国际分工不断深化,世界各国间的关系越来越紧密,全球层次的域外地缘政治关系的调整使中国对东盟的投资环境趋于复杂,如何推动中国对东盟直接投资的稳健快速发展成为当前研究的重要课题。

随着美国“重返亚太”战略的推进,美国及欧盟针对中国的崛起力图联手东盟国家对抗中国等一系列域外经济体间复杂的政治互动,无不在拉扯中国或东盟与这些国家、中国与东盟国家相互间的政治关系,而这些关系调整所带来的中国和东盟内部政治风险的波动,势必会对中国向东盟市场的投资造成影响,加上政治因素因中国政府自身的市场经济政策很少被学者作为影响OFDI的因素。因此有必要分国别针对不同维度的地缘政治关系调整对中国向东盟直接投资的影响加以研究。

## 2 文献评述与理论假设

综合已有文献,对政治关系的考量仅局限在小国模型的研究视角,没有考量域外第三国政治关系的调整对本国向东道国直接投资的影响。因此,本文采用反映各国政治立场的联合国大会投票数据,通过测量双边政治倾向理想点距离来衡量政治关系,分国别针对不同维度的地缘政治关系的调整对中国在东盟直接投资的影响进行研究。第三国

与母国或东道国间的政治关系作为母国与东道国之间的地缘联系,在母国对东道国的投资中扮演着重要角色,深入探讨域外地缘政治关系的调整不仅能为相关研究提供新的研究视角,还具有一定的现实意义。

### 2.1 中国与东盟的政治关系

双边政治关系的改善有利于减少东道国政治风险带来的不良影响,有效降低投资的投资风险,从而最大程度地增强两国之间的信任,进而提高东道国对中国投资者的信心和企业投资的成功率。因此,本文提出假设:

H1: 中国与东盟良好的政治关系可以促进中国向东盟国家直接投资。

### 2.2 中国与域外经济体的政治关系

中国和美国、欧盟等为代表的域外经济体间的政治关系趋紧时,可能会导致相关政府对本国企业采取制裁措施,提高中国企业在第三国的投资风险,迫使中国企业转移投资目标国,一定程度上促进了中国对东盟的投资转移。相反,当中国与域外第三国间的政治关系拉近时,中国企业在第三国的投资壁垒降低,降低了投资不确定性,提升了企业在当地市场投资的信心,因而抑制了中国对东盟地区的投资意向和规模。因此,本文提出假设:

H2: 中国与域外经济体的政治关系对中国向东盟国家直接投资起到负向作用。

### 2.3 东盟与域外经济体的政治关系

东盟国家和美国、欧盟等为代表的域外经济体间的政治关系恶化时,造成东盟国家内部政治和投资环境动荡,这意味着在东盟的投资经营面临较大的政治不确定性,企

**作者简介:** 陈锦艳 (1998-), 女, 湖南娄底人, 硕士研究生, 研究方向: 国际贸易、地缘政治。



业甚至会为此支付额外的投资成本应对政治风险,大大降低了东盟对中国企业投资的吸引力。相反,当东盟国家与域外第三国间的政治关系拉近时,改善了东盟各国内部政治环境的稳定性,同时还可能受到来自第三国的资金支持和资源共享,很大程度上为企业提供了在当地投资的安全保障,从而提升了企业对东盟市场投资的信心。因此,本文提出假设:

H3: 东盟与域外经济体的政治关系对中国向东盟国家直接投资起到正向作用。

### 3 样本、变量与模型设定

#### 3.1 样本

本文选定中国与东盟中的新加坡、马来西亚、泰国、菲律宾、印度尼西亚、越南及缅甸七个国家作为研究样本,时间跨度为2006—2020年。考虑到个别东盟国家数据缺失,且上述东盟七国在中国对东盟直接投资总额中所占比重较大,因而所选国家在本研究中具有较强的代表性。

#### 3.2 模型构建

$$\ln OFDI_{it} = \beta_0 + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 X3 + \beta_4 \ln gdp + \beta_5 \ln cgdg + \beta_6 \ln Resource + \beta_7 \ln Trade + \beta_8 \ln Open + \beta_9 \ln EX + \gamma_i + u_{it}$$

其中, $t$ 代表年份, $i$ 代表东盟各国, $\beta_0$ 为常数项, $\gamma_i$ 表示时间固定效应以控制时间趋势的影响, $u_{it}$ 为随机误差项, $\beta_1, \dots, \beta_9$ 均为弹性系数。被解释变量 $OFDI_{it}$ 表示 $t$ 年中国对东盟某国的投资流量; $X1$ 为中国—东盟双边政治关系,用中国与东盟各国理想点数值之差的绝对值来表示; $X2$ 、 $X3$ 分别表示中国与域外经济体、东盟各国与域外经济体的地缘政治关系,本文研究的域外经济体为美国、欧盟,因它们在东亚地区地缘政治演变中同中国与东盟的互动更为频繁,同时也是中国和东盟的主要贸易伙伴,更能充分体现域外地缘政治关系的变化与调整。文章为提高变量的平稳性,减少异方差对模型的影响,将部分变量取对数。

#### 3.3 变量与数据来源

##### 3.3.1 被解释变量

对外直接投资(OFDI),代表中国对东盟各国的直接投资流量,数据来源于《中国对外直接投资统计公报》。通过对数据的观察发现,对外直接投资的流量数据存在较多零值和负值,为了防止因剔除数据而造成的估计结果有误,本文根据Busse and Hefeker等文献的数据处理方法,对该变量数据按以下公式进行转换:

$$OFDI = \ln[OFDI + (OFDI^2 + 1)^{1/2}]$$

##### 3.3.2 解释变量

政治关系距离,联合国大会针对各项议题的投票行为代表着该国与其他国家的国际政治倾向的相似程度。Bailey等(2017)对联合国投票数据进行了处理,测算出各国

政治立场的理想点(Ideal Point),并以各国理想点数值之差作为两国之间的国际政治倾向距离。本文采用联大决议投票数据测算的国家间政治立场指数之差的绝对值作为地缘政治关系的代理变量,数值越小代表双边政治关系越近,数值越大则意味着双边政治关系越疏远。借鉴孙泽生(2021)、卢光盛(2019)等的研究,将地缘政治关系分为域内政治关系( $X1_{ij}$ )和域外政治关系( $X2_{AE}$ 、 $X3_{AE}$ ),数据来源于联合国大会投票数据。

(1)域内政治关系( $X1_{ij}$ ):表示中国与东盟各国的政治关系距离。

(2)域外政治关系( $X2_{AE}$ 、 $X3_{AE}$ ): $X2_{AE}$ 、 $X3_{AE}$ 分别表示域外经济体与中国的政治关系距离、域外经济体与东盟各国的政治关系距离。以美国、欧盟两组域外经济体整合引入模型进行考察,在对欧盟国家的选取上,选择英国、法国、德国这三个最具代表性的国家,利用其每年的综合平均Ideal Point作为欧盟的政治立场理想点。

##### 3.3.3 控制变量

(1)国民生产总值(gdp、cgdp):分别表示东盟各国、中国在不变价格下(2010年价)的市场规模大小,以反映各国经济规模对于直接投资的影响,数据来源于世界银行WDI数据库,下同。

(2)东盟各国资源禀赋(Resource):表示东盟各国资源的丰裕程度,用东盟各国燃料、矿石和金属出口占总出口比重度量。

(3)东盟各国对外开放度(open):东盟FDI净流量占GDP的比重。

(4)东盟各国贸易条件(Trade):衡量一国的开放程度,用东盟各国出口价格指数/进口价格指数来度量。

(5)东盟各国汇率(EX):东盟各国货币兑美元的实际汇率。

## 4 实证分析

### 4.1 基本结果与分析

$X1$ (中国与东盟各国政治关系)在模型1和模型4中变量系数的符号都为正,这与本文假设预期的假设1不一致。对此,结合实际,可能的原因:与联合国大会投票结果一定程度上的形式性有关。在联大会议上,难免在相关事务上出现与中国立场相左的国际议题,东盟作为一个重视经济利益的大经济体,出于外交“大国间平衡”战略,不得不在中美之间寻求关系的相对平衡,但这并未削弱东盟国家对中国的经济来往,在经济上东盟仍然积极向中国倾斜,靠着其强有力的政府主导机制鼓励并倡导中国企业前往投资,以实际行动给予中国正面回馈,即“东盟在经济上依赖中国、安全上依赖美国”的一种策略组合,以此维持在两个大国之间的相对平衡,这就造成了尽管东盟和中国关系相对疏远

(亲密),但中国对东盟各国的直接投资量却越大(小)和事实相悖的结论。

X2(中国与域外经济体的政治关系)的系数符号均为正,与假设2一致,说明中国与域外经济体(美国、欧盟)间政治关系的疏远(拉近)促进(抑制)了中国对东盟各国的直接投资。

X3(东盟国家与域外经济体的政治关系)的系数符号均显著为负,与假设3一致,这说明东盟国家与域外国家关系的恶化(改善)抑制(促进)了中国对东盟地区的直接投资行为。

控制变量国内生产总值(lnGDP、lnCGDP)的系数符号为正,说明两国经济规模的扩大能有效促进中国对东盟各国的投资,但东盟的国内生产总值(GDP)系数不显著,可能是作为同为发展中国家的东盟各国,其经济发展水平对中国企业对其进行投资的影响较小。lnOPEN(东盟各国对外开放度)的系数为正,说明东盟国家对外的开放度是影响中国对其直接投资的重要因素;lnRESOURCE(东盟各国资源禀赋)的系数为正值,意味着中国倾向于对自然资源更丰富的东盟国家进行投资;lnEX(东盟各国汇率)的符号与预期一致,但不显著,说明东盟各国的汇率水平对中国向东盟国家的投资有促进作用,但这种作用不显著。

表1 回归结果

lnOFDI	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4
X1	2.094* (1.132)			2.361** (1.099)
X2		1.064* (0.631)		1.377** (0.607)
X3			-0.509** (0.235)	-0.559** (0.231)
lnGDP	1.269*** (0.471)	1.135** (0.473)	0.294 (0.603)	0.363 (0.589)
lnCGDP	3.709*** (0.877)	4.938*** (1.493)	4.147*** (0.916)	6.425*** (1.501)
lnOPEN	1.193*** (0.239)	1.263*** (0.240)	1.198*** (0.235)	1.113*** (0.233)
lnTrade	1.962 (1.275)	1.852 (1.296)	3.455** (1.464)	3.736*** (1.433)
lnResource	0.021 (0.303)	0.086 (0.306)	0.801* (0.445)	0.798* (0.434)
lnEX	-0.003 (0.079)	0.067 (0.070)	0.185** (0.088)	0.118 (0.091)
_cons	-54.121*** (10.674)	-74.334*** (21.238)	-56.353*** (10.764)	-94.299*** (21.181)
N	89	89	89	89
r <sup>2</sup>	0.437	0.415	0.450	0.478

注:括号内为估计系数的t统计值,\*\*\*、\*\*、\*分别表示在1%、5%、10%水平上显著;下同。

#### 4.2 稳健性分析

鉴于表1中结果与本文假设1不符,本文调整X1的代理指标。借鉴张建红(2012)、王金波(2019)、韩民春(2017)等的研究,采用国家间高层互访(visit)来量化域内双边政治关

系:国家最高领导人(主席、领导)互访得分为2,其他领导人访问得分为1,以特定年份访问次数乘以得分,数据来源于外交部官网。其核心思想是两国高层互访的增加可以提升双方良好的政治关系,进而有效地促进母国对当地市场的投资规模。

表2 稳健性回归

lnofdi	(1)	(2)
visit	0.273*** (0.089)	0.263*** (0.087)
X2		1.806*** (0.614)
X3		-0.471** (0.223)
lnGDP	1.081** (0.447)	0.305 (0.570)
lnCGDP	3.616*** (0.833)	6.773*** (1.464)
lnOPEN	1.029*** (0.239)	0.978*** (0.234)
lnTrade	1.600 (1.225)	3.094** (1.388)
lnResource	0.062 (0.289)	0.725* (0.421)
lnEX	0.061 (0.066)	0.170** (0.083)
r <sup>2</sup>	0.468	0.500

表2回归结果表明,通过调整对域内双边政治关系指标的度量,其系数显著为正,即中国与东盟良好的政治关系可以促进中国向东盟国家直接投资,证实了本文的假设1。

#### 5 结语

本文采用跨学科的方法,实现了研究除母国与东道国间政治关系以外的第三国政治关系的调整对中国向东盟投资的影响的目的。实证结果发现:(1)中国与东盟良好的政治关系可以促进中国向东盟国家投资,但由于受联合国投票潜在形式性及东盟“大国平衡外交”战略等因素影响,模型结果呈现出“中国东盟政治关系对中国向东盟国家直接投资有抑制作用”这一与事实相悖的结果;(2)中国与域外经济体的政治关系对中国向东盟国家直接投资起到负向作用;(3)东盟与域外经济体的政治关系对中国向东盟国家直接投资起到正向作用。

对此,结合中国推行的“走出去”战略并推进对东盟的投资,本文从以下两方面应对地缘政治关系的调整和加强风险的预防:一是和东盟国家关系建立和政治风险管理方面。(1)加强双方国家领导人之间的互访与对话,积极参与企业投资的风险评估,降低政治风险进一步促进对东盟的投资活动。(2)灵活平衡政府对企业投资活动的辅助控制力,为中国企业创造良好的海外投资环境。二是和域外经济体间的政治关系建立和管理。(1)积极参与和域外经济体的外交互动,并利用联合国等多边组织增加与各国接触的机

会,增强国际政治关系的协调,为中国企业的对外投资活动创造稳定和谐的内外外部环境。(2)加强与世界各国的政治联系,进一步改善并维护好与域外大国间的政治关系,实现投资主体和投资区位的多元化,分散企业投资的风险。

### 参考文献

- [1] 丁辉侠,冯宗宪,王青.投资来源国的特定因素对中国FDI的影响:以多维度要素模型为基础的实证分析[J].国际贸易问题,2006(12):63-68.
- [2] 张雨,戴翔.政治风险影响了我国企业“走出去”吗[J].国际经贸探索,2013,29(5):84-93.
- [3] 潘镇,金中坤.双边政治关系、东道国制度风险与中国对外直接投资[J].财贸经济,2015(6):85-97.
- [4] 王金波.双边政治关系、东道国制度质量与中国对外直接投资的区位选择:基于2005—2017年中国企业对外直接投资的定量研究[J].当代亚太,2019(3):4-28+157.
- [5] 张建红,姜建刚.双边政治关系对中国对外直接投资的影响研究[J].世界经济与政治,2012(12):133-155+160.
- [6] 姜建刚,张建红.政治换届、国际关系与中国对外直接投资:交易成本视角[J].世界经济研究,2020(7):33-45+135-136.
- [7] 刘敏,朱亚鹏,辜良烈.双边政治关系与中国企业跨国并购成功率:基于联合国大会投票数据的研究[J].南方经济,2020(7):18-38.
- [8] 韩永辉,张帆,王贤彬,等.双边政治关系与中国企业海外并购[J].经济科学,2021(5):37-51.
- [9] 孙泽生,严亚萍,赵红军.域外竞争影响中国对“一带一路”沿线国家直接投资吗? [J]. 亚太经济,2021(1):82-89+151.
- [10] 卢光盛,聂姣.中美贸易战背景下的中国-东盟关系:影响、风险与应对[J]. 南洋问题研究,2019(1):1-10.
- [11] Matthias Busse, Carsten Hefeker. Political risk, institutions and foreign direct investment[J]. European Journal of Political Economy, 2006, 23(2).
- [12] Michael A. Bailey, Anton Strezhnev, Erik Voeten, “Estimating Dynamic State Preferences from United Nations Voting Data”, Journal of Conflict Resolution, Vol. 61, No. 2, 2017, pp. 430-456.

## Research on the Impact of the Adjustment of Geopolitical Relations on China's Direct Investment in ASEAN

Chen Jinyan

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

**Abstract:** Using an interdisciplinary research approach, this paper introduces new research perspectives to examine how political relations affect Chinese investment in ASEAN countries. Through the analysis of China's direct investment data in seven ASEAN countries from 2006 to 2020, it is found that: (1) Good political relations between China and ASEAN can promote Chinese investment in ASEAN countries. However, due to factors such as potential formalities in UN voting and the ASEAN "great power balancing diplomacy" strategy, the model results show a paradoxical result that "the political relations between China and ASEAN have a restraining effect on Chinese direct investment in ASEAN countries."; (2) China's political relations with economies outside the region play a negative role in China's direct investment in ASEAN countries; (3) The political relationship between ASEAN and economies outside the region plays a positive role in China's direct investment in ASEAN countries. The content of this article is provided for reference.

**Keywords:** geopolitics; OFDI; China-ASEAN; political risk; voting at United Nations General Assembly



# 国际贸易与现代供应链关系研究

王月虹

(云南能投国际供应链有限公司 云南昆明 650000)

**摘要:** 国际贸易的发展与供应链之间有着密不可分的关系,现代贸易有利于提高供应链的绩效,供应链的发展有利于提高运输效率,增加市场份额。本文研究国际贸易对供应链的促进作用,有利于拓展市场、降低成本、优化结构,并探讨现代供应链对国际贸易的促进作用,基于两者之间的分析,提出国际贸易与供应链合力增效的路径,从优化物流管理、加强供应链合作、推广贸易自由化、提高风险管理等层面进行分析,以期为新时期全球经济的发展提供一定的参考借鉴。

**关键词:** 国际贸易; 现代供应链; 成本控制; 物流运输; 物流管理; 贸易自由化

**本文索引:** 王月虹.国际贸易与现代供应链关系研究[J].中国商论,2024(07):053-056.

**中图分类号:** F742; F252.22

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-053-04

当前不同国家的商品与服务交易逐渐加深,国际贸易快速发展,为各个国家与地区的经济发展提供了更多的选择空间。现代供应链的发展对国际贸易的快速发展提供了重要支撑,现代供应链包含原材料采购至产品销售的各项环节与流程,涉及产品管理的各个层面,包括商品生产、物流管理、仓储运输、配送与销售等多个环节,良好的供应链管理有利于推动国际贸易的进一步发展,为国际贸易的快速发展提供了更为充足的物质支持,有效解决国际贸易的供应链问题,使得企业能够在全球范围内进行物资采购、运输与配送,提升国际贸易的综合性能。国际贸易与现代供应链两者之间相辅相成,相互促进,共同促进全球贸易的发展。

## 1 国际贸易对供应链的促进作用

### 1.1 国际贸易能够拓展市场

国际贸易使更多的消费者了解到企业的产品,增加了对企业产品的需求,使得供应链上的供应商、制造商等各环节的产量与销售量增加,从而促进供应链的发展。随着市场规模的扩大,国际贸易为企业带来了更多的订单,供应链上的各个环节需要生产更多的产品,以满足不断增长的订单需求。订单的增长促进了供应链的稳定性,提高了供应链的绩效<sup>[1]</sup>。

国际贸易为企业提供了更多与全球供应商合作的机会,企业可以在国际市场中寻求更优质的供应商,提高采购质量。与全球供应商的合作促进供应链的多样性,提高企业的竞争力。国际贸易使企业与供应链各个环节进行更加紧密的协同,包括供应商、物流服务商等,确保产品能够准时到达客户手中,此种协同合作有助于提高供应链的响应速度,更好地满足市场需求。

### 1.2 国际贸易能够降低成本

国际贸易使企业能够接触到更多的供应商与原材料选项,从而有更多的机会比较价格与质量,选择更具成本效益的供应商与原材料,降低采购成本,提高供应链的效率。企业可以更加灵活地选择运输方式,对比不同运输方式的成本与时间,选择海运、铁路运输等更具成本效益的运输方式,从而降低运输成本,提高供应链的效率<sup>[2]</sup>。

国际贸易协定与自由贸易区等政策为企业提供了降低关税与税费的机会,有助于减少企业的进口成本,提高产品的竞争力,从而促进供应链的发展。企业通过国际贸易引入更具竞争力的原材料与零部件,引进国际上先进的生产技术,提高生产效率,有助于降低生产成本,提高企业的经济效益。国际贸易使企业可以更加准确地预测市场需求,更好地规划生产计划,减少库存积压,降低库存成本,提高企业的生产效率<sup>[3]</sup>。

### 1.3 国际贸易能够优化结构

在国际贸易中,企业可以与多个供应商建立合作关系,避免对单一供应商的过度依赖,多元化供应商策略能够降低供应风险,提高供应链的稳定性。企业可以比较不同供应商的价格与质量,选择更具成本效益的供应商,降低采购成本。

国际贸易为企业提供了更广阔的市场空间,企业可以根据市场需求与库存状况灵活调整采购计划。国际贸易开展过程中,企业与买家协商选取更加灵活的交货方式,根据买家的需求与市场的变化情况,灵活调整交货时间与地点,提高供应链的响应速度,提高企业的客户满意度。在国际贸易中,企业可以引进国际上先进的供应链管理理念技术,例如精益供应链管理与供应商协同等,有助于提高供应链的效率与创新性,推动供应链升级与创新。国际贸易为企业提

**作者简介:** 王月虹(1990-),女,汉族,云南昆明人,本科,中级职称,研究方向:国际贸易。

供了更多的风险管理选项,包括国际保险、贸易融资等。企业可以选择合适的风险管理工具,降低贸易风险,提升企业的风险管理水平<sup>[4]</sup>。

#### 1.4 国际贸易能够提升品质

国际贸易的开展有利于企业学习国际上先进的生产技术、设备与管理经验,从而提高生产效率,技术转移可以促进企业提升自身的技术水平,增强企业的核心竞争力。国际贸易使得企业接触更严格的产品标准与质量要求,促进企业不断提高自身的质量控制与技术水平,提升产品的品质与信誉度。企业引入精益供应链管理、六西格玛等方法,建立全面的供应链质量管理体系,提高供应链的整体质量,降低质量风险,增强企业的市场竞争力。国际贸易使得企业更加了解不同国家和地区的消费者需求,加强与全球消费者的沟通与反馈,更好地调整产品设计与质量标准,以满足市场需求<sup>[5]</sup>。

### 2 供应链对国际贸易的促进作用

#### 2.1 供应链有利于提高运输效率

企业与全球物流服务提供商建立合作关系,利用网络与资源优化物流运作,能够缩短货物运输时间,提高运输效率。采用物联网技术、实时跟踪系统等先进的物流技术与设备能够提高物流管理的精确性。国际贸易使企业在不同国家与地区进行仓储管理,建立全球仓储网络,实现仓储的协同,能够减少库存周转时间,提高库存管理的效率,降低仓储成本。

在供应链管理中,企业优化配送路线,选择高效的配送方式,建立稳定的配送网络,能够提高配送效率,有助于缩短交货时间,提高客户的满意度。企业建立跨境电商物流平台,提供更快速、准确的物流服务,满足不同国家和地区的客户需求。国际贸易使企业与供应链上下游合作伙伴之间进行更加紧密的协同,建立信息共享平台,更好地协调物流、仓储与配送等环节,提高整体运输效率<sup>[6]</sup>。

#### 2.2 供应链有利于优化生产过程

在供应链管理中,企业分析相关数据,提前做好生产计划,能够避免产品过剩或短缺,减少库存积压,降低脱销风险。企业结合市场需求、库存状况、生产能力等因素,制定精细化的生产计划,采用先进的排程软件工具,根据订单的紧急程度、产品类型、生产线的产能等条件,合理安排生产顺序,提高生产效率。

对供应链中的原材料、半成品、成品等资源进行全面规划,实现资源的最优配置。

确保原材料的稳定供应,降低采购成本,合理安排运输、仓储等环节,提高物流效率。企业引入六西格玛、5S、单件流等先进的管理方法,优化生产流程,提高生产效率,持

续改进生产过程,降低缺陷率与产品不良率。利用物联网技术对生产线进行实时监控,及时掌握生产进度。本文进行数据分析,发现生产过程中的瓶颈,采取相应措施加以改进。加强与供应商、制造商和客户的紧密合作,实现产品设计、开发和生产的一体化,优化产品设计、工艺与制造流程,提高生产效率<sup>[7]</sup>。

#### 2.3 供应链有利于增加市场份额

在进入新的市场之前,企业对目标市场进行深入了解,包括目标市场的消费者需求、消费习惯、市场规模、竞争情况等,由此制定更加精准的市场营销策略。在拓展市场时,企业注重构建良好的品牌形象与信誉,提高产品质量与服务水平,加强品牌宣传与推广,提高消费者对品牌的认知度。为了满足不同市场需求与消费者偏好,企业提供多元化的产品和服务。在供应链管理中,企业可以不断创新与开发新产品,增加产品的附加值与市场竞争力<sup>[8]</sup>。

根据市场需求与消费者反馈,不断优化产品与服务质量。加强与供应商与合作,构建稳定的合作关系,确保原材料与零部件的稳定供应。企业与客户建立紧密的合作关系,了解客户需求,提高客户满意度。在钢铁供应链管理中,进入2020年,我国不锈钢产能利用率有所下降,2021年高达95%,至2023年3月降至60%,见图1,数据来源于Mysteel广州期货研究中心。

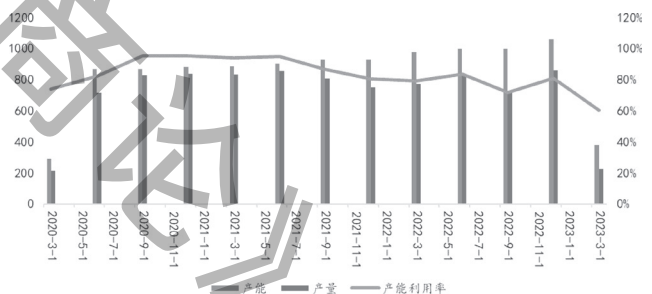


图1 2020—2023年中国不锈钢供给情况(万吨)

不锈钢核心原料为镍铁、废不锈钢、镍板、高碳铬铁等,70%含量为镍铁,废不锈钢占比22%,每吨不锈钢平均消耗铬铁0.36吨。镍铁、废不锈钢与铬铁供应对不锈钢生产至关重要,见表1。

#### 2.4 供应链有利于降低贸易风险

多样化供应商和分散生产基地可以降低企业面临的贸易风险,如天灾、政治动荡等不可控因素,从而保障贸易的稳定性和可持续性。在采购原材料和零部件时,企业选择更具竞争力与成本效益的供应商进行批量采购,签订长期合同,降低采购成本,确保原材料和零部件的稳定供应,有利于降低贸易风险。企业优化生产流程与工艺,采用先进的生产技术,引入自动化设备,优化生产线布局,以此提高生产效率,降低生产成本。企业选择更具成本效益的运输方式,优化物流管理,降低运输、仓储等环节的成本,采用集装箱运输,



降低物流成本,提高供应链的灵活性。企业在参与国际贸易中,不断降低人力成本,提高生产效率和质量,优化产品设计,降低原材料与零部件的消耗与浪费,提高产品质量与性能,采用更优化的材料,降低产品的维修与保养成本<sup>[9]</sup>。

表1 全球主要镍铁生产企业产能

序号	企业名称	国家	产能(万吨镍)
1	山东鑫海科技有限公司	中国	18.9
2	江苏德龙镍业有限公司	中国	10.8
3	广西北港新材料有限公司	中国	3.7
4	广东广青金属科技有限公司	中国	3.7
5	广东世纪青山镍业有限公司	中国	3.5
1	PT Indonesia Morowali Industrial Park (IMIP)	印尼	54.8
2	PT Indonesia Weda Bay Industrial Park (IWIP)	印尼	50.1
3	Obsidian Stainless Steel	印尼	27.3
4	Gunbuster Nickel Industry	印尼	17.2
5	PT Virtue Dragon Nickel industry	印尼	11.7

### 3 国际贸易与供应链合力增效的路径

#### 3.1 加强国际贸易物流管理

利用物联网技术物联网(IoT),将物理设备与网络相连,实现数据交换与远程控制,此种管理方式应用于运输、仓储和配送等各个物流管理环节,在车辆与货物上安装传感器,实时监测货物的温度、湿度和位置等信息,确保货物安全与准时到达目的地。强化橡胶、煤炭、磷矿石、咖啡粉、不锈钢、钢材、医疗器械等产业链管理,将人工智能(AI)技术应用于物流预测、路线规划与智能调度等方面,分析历史数据与市场趋势,促进企业预测未来的需求与运输量,从而制定更有效的物流计划。利用人工智能优化配送路线,减少运输时间与物流运输成本<sup>[10]</sup>。

利用自动化系统取代人工操作,提高物流运输效率与准确性。构建自动化仓库系统,利用机器人与自动化设备实现货物的自动分类、存储与检索,提高仓储效率,构建自动化的货物装载与卸载系统,在物流管理过程中,适当减少人力需求,提高运输效率。合理仓储布局与库存管理,减少库存成本,优化仓储空间。采用先进的仓储管理系统,实现货物的实时跟踪与精准调度。在物流过程中采取环保措施,使用环保包装材料,推广共同配送,降低物流对环境的影响。利用信息技术,加强数据分析,深入了解物流过程中的常见问题,对此制定针对性的改进措施。与供应商、运输公司和仓储公司建立紧密的合作伙伴关系,提高物流效率与可靠性。

#### 3.2 深入推动全球供应链合作

建立稳定的供应链合作伙伴关系,共享信息和资源,提高生产效率和产品质量。橡胶、煤炭、磷矿石、咖啡粉、不锈钢、钢材、医疗器械等产业链构建过程中,不断探索构建稳

定的供应链合作伙伴关系,与供应商寻求建立长期合作关系,保证原材料的稳定供应与产品质量,促进双方之间的信任与合作,减少供应链中的不确定因素。2019年ANRPC中亚洲9国天然橡胶种植面积12142千公顷,同比增长0.11%。2021年全球天然橡胶1381.2万吨,同比增长2.1%,需求量1407.9万吨,同比增长1.1%。

2022年全球天然橡胶产量1410.7万吨,需求量1423.2万吨。2021年我国天然橡胶进口量前三为泰国、马来西亚与科特迪瓦,进口量占比达到49.9%、14.9%、8.9%。我国天然橡胶以进口为主,2021年我国天然橡胶进口量219万吨,同比增长2.7%;进口34.78亿美元,同比增长23.5%。2020—2023年,我国天然橡胶进口均价波动较小,约1300美元/吨。2021年我国天然橡胶进口均价1588美元/吨。共享生产计划、库存信息与市场需求等相关信息,使企业能够更好地协调生产与物流计划,提高供应链的透明度与效率。

企业加强与供应商的合作,共同研发新产品与技术,提高生产效率与产品质量,促进技术创新与产业升级,增强企业的市场竞争力,建立有效的供应链风险管理机制,降低供应链中断或延迟的风险,预测与应对潜在的供应链风险,使企业能够更好地制订生产与物流计划,提高供应链的稳定性与可靠性,不断增强供应商的竞争力,提高整个供应链的绩效。

#### 3.3 推广全球贸易自由化

打破贸易壁垒和限制,促进自由贸易,扩大市场规模和发展机会。在国际贸易中,消除关税与非关税壁垒,降低进口与出口成本,促进商品与服务流通,由此增加市场供应与需求,提高市场竞争性,促进产业发展,为橡胶、煤炭、磷矿石、咖啡粉、不锈钢、钢材、医疗器械等产业链的发展提供更为充足的空间。构建自由贸易区,消除成员国之间的贸易壁垒,促进区内成员国之间的贸易往来,增加区内市场的规模与需求,提高产业的竞争力与发展机会。在商品贸易的同时,注重服务贸易,扩大市场规模,提高产业的竞争力。为了推进贸易自由化,加强国际合作,共同应对全球贸易问题,促进全球贸易的协调发展,为产业发展提供更广阔的市场。提高市场透明度,增加企业与消费者对市场的了解与信任,促进贸易自由化的发展,减少市场不确定性与风险,提高企业与消费者对市场的信心与参与度。

#### 3.4 加强国际贸易风险管理

不锈钢、钢材、医疗器械等产业链在发展过程中,应当探索构建完善的风险管理机制,加强对国际贸易风险有效识别、评估、控制与应对。在企业内部完善风险管理机制,更好地预测与管理风险,减少风险带来的损失。密切关注全球政治与经济形势的变化,及时调整贸易策略与风险管理措施。

签订保险合同,转移可能发生的自然灾害等不可抗力



风险,并获得经济赔偿,减少贸易中断与损失。多元化供应链可以降低单一供应商或地区供应中断的风险,与多个供应商合作,保证原材料与零部件的稳定供应,减少供应链中的风险。建立紧急应对机制,更好地应对可能发生的紧急情况,包括紧急采购、紧急运输和紧急储备等方面,快速应对风险,提升国际贸易应对能力。与供应商与客户建立信息共享机制,了解供应链中的相关风险,及时采取应对措施,提高风险管理效率与准确性<sup>[11]</sup>。

### 3.5 落实环境与社会标准

确保供应链与贸易遵守环境与社会标准,推动产业的可持续发展,尤其是在橡胶、煤炭、磷矿石等产业发展过程中,注重加强对环境的开发与保护。制定严格的环境标准,要求供应商与合作伙伴遵守相关环保法规与标准,在供应链构建过程中,减少对环境的负面影响,提高企业的环保形象。

关注劳工权益,要求供应商与合作伙伴尊重劳工权益,遵守国际劳工标准与道德规范,促进供应链中的人权与劳工保护。将可持续发展纳入供应链与贸易中,推动经济、社会与环境的协调发展,提高企业的社会责任感与品牌形象。企业建立环境与社会责任评估机制,对供应商和合作伙伴进行评估,及时发现潜在的环境与社会问题,增强供应商相关业务开展中的社会责任意识。加强与相关环保组织之间的合作,共同推动供应链与贸易中的环保与社会责任,增强企业在环保与社会责任方面的透明度与可信度。

## 4 结语

供应链涵盖产品生产与销售各个环节与流程,良好的

供应链管理有利于优化国际贸易,促进企业更好地把握市场动态,提升企业的市场竞争力。在国际贸易发展过程中,企业可以探索构建稳定可靠的供应链关系,加强对数字化技术的引入与运用,打破贸易壁垒,推进资源共享,提升产业核心竞争力,在国际贸易开展过程中,加强风险管理与控制,增强企业的市场应对能力,借助现代供应链,更好地参与当前激烈的国际市场竞争。

## 参考文献

- [1] 张茅.扩大开放背景下国际贸易对我国商贸流通业优化升级的影响分析[J].商业经济研究,2023(22):29-32.
- [2] 刘耀东.全球电磁阀供应链的地理分布及对国际贸易的影响[J].投资与合作,2023(10):47-49.
- [3] 梁炜昊.中国式现代化视角下我国对外贸易高质量发展研究[J].价格月刊,2023(11):23-31.
- [4] 薛卓之,张茹.跨境电子商务视角下的国际物流供应链管理模式的构建[J].全国流通经济,2023(18):72-75.
- [5] 杨永.农产品流通渠道变化对国际贸易发展影响实证分析[J].山西农经,2021(19):32-33.
- [6] 林俊.新全球化环境下促进跨境供应链安全与效率的法律路径[J].中国流通经济,2022,36(12):68-80.
- [7] 闻少博,陈甲斌,郝晓晴.基于复杂网络视角的全球铜资源供应链风险研究[J].矿业研究与开发,2021,41(9):171-178.
- [8] 曾庆航.基于供应链成员视角的跨境电商供应链服务能力提升策略[J].商展经济,2022(19):82-84.
- [9] 史浩,戴小红,郁国培.数字贸易产业链、生态链金融服务体系构建:从供应链金融到区块链金融[J].时代经贸,2021,18(12):36-41.
- [10] 黄顺光,郑育新.用区块链技术打造AEO高信用国际贸易生态圈的创新实践[J].中国海关,2021(9):88-89.
- [11] 曲丽娜.跨境电子商务视域下国际物流供应链管理模式的分析[J].商展经济,2021(20):21-23.

## Research on the Relationship between International Trade and Modern Supply Chain

Wang Yuehong

(YEIG International Supply Chain Co., Ltd, Kunming, Yunnan 650000)

**Abstract:** There is an inseparable relationship between the development of international trade and the supply chain. Modern trade is conducive to improving the performance of the supply chain, and the development of the supply chain is conducive to improving transportation efficiency and increasing market share. This paper studies the role of international trade in promoting supply chains, which is beneficial for expanding markets, reducing costs and optimizing structures, and explores the role of modern supply chains in promoting international trade and. Based on the relevant analysis, the paper proposes a path to enhance the synergy between international trade and supply chains. The paper also conducts analysis from the aspects of optimizing logistics management, strengthening supply chain cooperation, promoting trade liberalization, and improving risk management, providing certain reference opinions for the development of the global economy in the new era.

**Keywords:** international trade; modern supply chain; cost control; logistics transportation; trade liberalization

# 欧亚经济联盟经济一体化发展的现状与制约因素

赵春晖

(昆山登云科技职业学院 江苏昆山 215300)

**摘要:** 欧亚经济联盟作为一个发展中的新兴区域经济一体化组织,在经济一体化进程中已取得一系列成果,但也面临诸多挑战。究其原因,既有成员国间经济发展水平差距悬殊、贸易结构同质化严重、基础设施匮乏、各国利益诉求不一致的自身条件限制,也因西方国家的遏制与制裁,致使俄罗斯与西方国家关系日益紧张,短期内难以突破外部世界政治形势影响。欧亚经济联盟应抓住当前区域经济一体化飞速发展的机遇,采取多项举措应对不利局面,加强国家之间的经济合作,凸显其一体化合作的强大韧性和经济潜力。

**关键词:** 欧亚经济联盟; 经济一体化; 俄罗斯; 国际贸易; “一带一路”; 新区域经济

**本文索引:** 赵春晖. 欧亚经济联盟经济一体化发展的现状与制约因素[J]. 中国商论, 2024(07):057-060.

**中图分类号:** F742

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-057-04

作为一个发展中的新型区域经济一体化组织,欧亚经济联盟已形成相对稳定的体制基础,明确了中期发展路线图。与此同时,深化经济一体化也面临诸多挑战和制约。本文以欧亚经济联盟经济一体化的现状为基础,分析探讨在推进经济一体化进程中面临的阻碍与挑战,并提出相应解决措施。

## 1 欧亚经济联盟国家经济一体化发展概述

### 1.1 欧亚经济联盟经济一体化的历史及目标

20世纪90年代,“后苏联空间”中的新独立国家在推进区域一体化方面做了大量的尝试,但大多停留在纸面上。1994年,哈萨克斯坦总统首次提出建立“欧亚经济联盟”的设想,但这一设想提出后,并未得到包括俄罗斯在内的新独立国家的支持。此后,尽管俄罗斯也多次提出深化一体化合作的倡议,但最终并未付诸实施,直到普京担任俄罗斯总统后才将这一设想变成现实。2011年,普京在俄《消息报》发表文章提出在前苏联地区建立欧亚经济联盟并最终发展成为欧亚联盟的区域一体化设想,引起国内外的强烈反响。2014年5月,俄白哈三国签署了《欧亚经济联盟条约》。2015年1月1日,欧亚经济联盟正式运行,同年亚美尼亚和吉尔吉斯斯坦两国相继加入。

根据《欧亚经济联盟条约》,联盟为建设各个领域的统

一市场明确了中期发展路线图(图1),2025年前实现域内商品、服务、资本和劳动力的自由流动,并实行协调一致的经济政策,最终建立类似于欧盟的经济联盟。为实现上述目标,2020年联盟各国元首通过《2025年前欧亚经济一体化发展战略方向》,要求尽快建立统一协调的区域市场体系,消除各类不合理限制与壁垒。

### 1.2 欧亚经济联盟经济一体化发展现状

从机制建设来看,目前欧亚经济联盟已建立包括最高欧亚经济委员会、政府间理事会、欧亚经济委员会、欧亚联盟法院及欧亚开发银行相对完善的组织机构。为体现联盟各国的平等和确保各国利益得到充分保障,这些机构均设在不同成员国的领土内。此外,欧亚经济联盟还创立了扩员机制,并成功实现扩员。

从经济形势来看,受到俄乌冲突下西方对俄实施空前的经济制裁、美联储的不断加息等因素的影响,欧亚经济联盟经济整体处于轻度的经济衰退中,且经过八年的发展并未改变其在全球经济所占的份额(仍为2.3%),经济一体化未达到改善成员国经济状况和提高其在国际市场影响力的预期目的。

从内部贸易发展来看,欧亚经济联盟内部贸易额呈波动性上升态势,但在其对外贸易中所占份额较低。据统计,



图1 欧亚经济联盟计划建设时间

**作者简介:** 赵春晖(1987-),女,汉族,江苏淮安人,助教,博士,研究方向:国际贸易与俄罗斯经济。

2015—2021年联盟内部贸易额从456.17亿美元升至730.90亿美元,创历史新高。受全球经济和贸易增长乏力、新冠疫情等因素的影响,联盟内部贸易额在2016年和2021年有所波动,但基本呈增长态势。可见,欧亚经济联盟的建立对其内部贸易有一定的拉动作用。衡量区域经济一体化的重要标志之一,是区域内部贸易额在成员国间总贸易中所占的比重。据统计,2021年联盟内部贸易总额为730.90亿美元,对外贸易总额为8463.58亿美元,内部贸易额仅占其对外贸易总额的8.64%,比2015年提升0.8个百分点。可见,欧亚经济联盟各国贸易发展的主要对象仍以第三国为主,一体化并未发挥应有的作用,彼此间的贸易依存度极低。

从对外直接投资来看,欧亚经济联盟内部直接投资额度较低。欧亚经济联盟成立以来,形成一系列推进资本自由流通的计划,但受限于联盟各国自有资金不足,吸引的来自非成员国的投资额远远高于联盟内部国家直接投资额。据统计,2015—2021年,欧亚经济联盟吸引的外国直接投资额从164.09亿美元升至471.59亿美元,总体呈波动性增长态势。但联盟内部直接投资额却呈下降态势,从20.90亿美元降至19.34亿美元,并在2020年达到6.86亿美元的最低值。可见,欧亚经济联盟内部直接投资一直未得到有效发展,资本自由流通的计划未取得实质性成果,联盟各国在参与欧亚地区一体化进程中尚未获得显著的投资回报。

最后,欧亚经济联盟已建立共同劳动力市场。劳动力的跨国自由流动是衡量区域经济一体化的又一重要标志,也是联盟最有成效的领域。根据欧亚经济联盟条约,成员国公民有权在不取得劳务许可的情况下,在联盟内任何国家工作,本人及家庭有权获得基本的社会保障,包括养老金福利、免费紧急医疗服务和子女教育等,其缴纳所得税应按实际就业国标准纳税。

## 2 欧亚经济联盟经济一体化面临的制约与挑战

### 2.1 经济发展水平差距悬殊阻碍了一体化进程

欧亚经济联盟内部经济发展水平相差较大,各成员国

从一体化进程中受益不均。俄白哈三大创始国涵盖了联盟98.87%的领土,94.59%的人口和GDP总量的98.83%。欧亚经济联盟各国在领土、人口和经济上的显著差异,不可避免地影响到彼此间的合作关系。

一方面,发展较快国家担心落后国家拖累其经济发展。受到全球经济形势萎靡的负面影响,俄白哈三国皆面临本国经济持续疲软、财政资源匮乏的窘况。其中,作为主导国的俄罗斯为大力推动欧亚经济联盟的一体化进程做出了较大牺牲,如向吉尔吉斯斯坦提供2.9亿美元的援助和与吉设立总资本为10亿美元的发展基金等,向白俄罗斯提供10年期1.1亿美元的贷款;不惜背负沉重的债务负担收购了亚美尼亚、白俄罗斯、吉尔吉斯斯坦资源已经匮乏的能源公司(共3个)等。俄罗斯对其成员国的援助,使得自身经济压力增大,如若未来对成员国持续投入,将会给本国经济带来沉重负担。

另一方面,后加入的亚美尼亚和吉尔吉斯斯坦两国相比俄白哈三国是比较落后的,它们既对俄罗斯寄予厚望,希望俄能发动经济发展“火车头”的作用,带动本国经济增长;但同时受限于本国有限的经济水平和市场承受力,在一体化合作中提出一系列过渡期保护政策保证本国优势产业发展。比如在关税方面,欧亚经济联盟成立后的关税仅小幅下调,统一关税率为6.5%~6.7%,且为亚美尼亚和吉尔吉斯斯坦两国设置了过渡期,前者过渡期到2022年结束,后者到2020年结束。成员国间不同的关税降低速度、贸易保护等政策拖慢了欧亚经济联盟经济一体化的推进。

### 2.2 贸易结构同质化和基础设施的匮乏影响了互联互通

经济一体化的核心是基于经济结构互补和共享基础设施的全球价值链参与,以实现区域内优势互补、资源共用和共同发展。就经济结构而言,欧亚经济联盟各国的经济结构较为单一,工业化水平与世界经济的接轨程度不高,原材料和初级产品在内部和对外贸易中具有显著优势。欧亚经济联盟各国贸易结构同质化严重,内部相互贸易存在竞争性

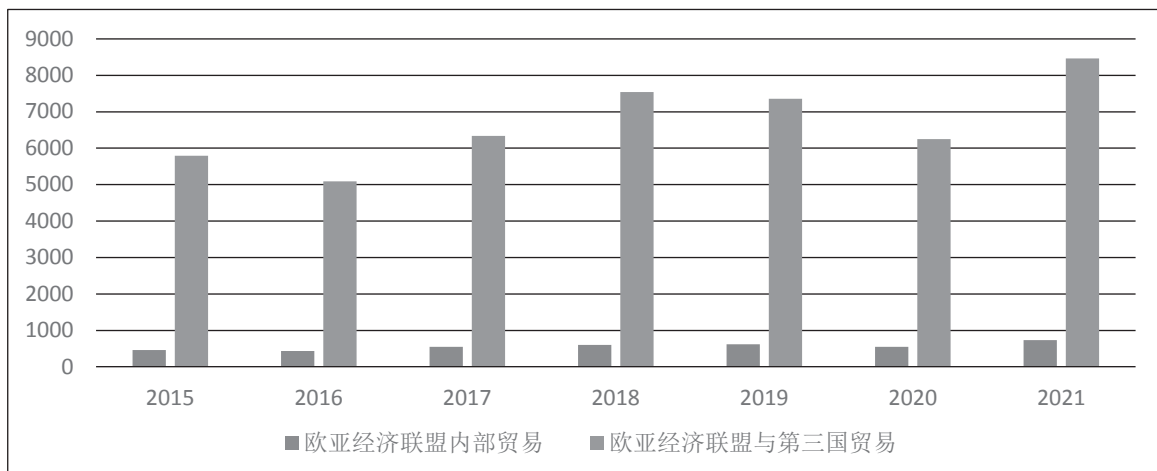


图2 2015—2021年欧亚经济联盟内部贸易规模(单位:亿美元)

资料来源:欧亚经济委员会(E E K)网站。



和排他性,超过90%的贸易是与第三国进行的,限制了联盟内贸易创造效应发挥。

就基础设施而言,欧亚经济联盟虽然具有良好的地理区位优势,但其成员国均属发展中国家和新型经济体,普遍面临基础设施落后和融资不足的问题,物流效率较低,彼此之间很难实现互联互通。各国在地理技术方面,比如通信或物流行业的标准等方面尚不完善,不利于提升贸易便利化水平,并制约彼此间基础设施建设发展。

### 2.3 发展水平和利益诉求的差异削弱了一体化的推动力

区域经济一体化成功的决定性因素是一体化给成员国带来的经济利益是否足以抵消其付出的成本。欧亚经济联盟各国经济发展水平和利益诉求的差异,导致成员国在参与一体化建设中获得的经济利益是有限的,GDP增长率并不高,难以满足本国基本利益诉求。欧亚经济联盟以俄罗斯为主导,其他四个成员国对俄的经济依赖较大,西方经济制裁和新冠危机不仅遏制了俄罗斯经济的发展,还给其他成员国的发展蒙上阴影。

具体来看,白俄罗斯独立后,在经济和能源供给上高度依赖俄罗斯,积极参加欧亚一体化建设,是为了获得廉价的进口能源,并希望减少俄政府设置的市场准入壁垒问题,从而降低贸易成本。但是2018年以来,双方的能源合作就存在一定的分歧和争端,俄罗斯为了增加国家财政收入,缓解本国经济压力,不愿继续向白俄罗斯提供能源补贴。双方就产生的纠纷多次进行协调,但仍未就石油供应达成协议。

哈萨克斯坦则希望各成员国在工业、农业和服务业等领域加强合作,并通过联盟内部的资源整合助推本国工业发展。但是,受到俄罗斯经济危机和卢布贬值的影响,各成员国纷纷采用多种贸易保护手段和措施来保护本国市场。如,俄罗斯多次禁止进口哈萨克斯坦生产的动植物产品、奶制品等农产品,哈萨克斯坦则禁止了俄罗斯的石油产品和糖果点心类产品在本国市场销售。

亚美尼亚希望通过与欧亚经济联盟的经济一体化,在农业、纺织业等领域加强合作,发挥本国的资源比较优势,带动经济增长。受到地理位置的影响,亚美尼亚和其他成员国的贸易往来较少,最大的贸易对象是俄罗斯。但俄罗斯拥有的资源和条件相当有限,难以为亚美尼亚提供其经济增长所需的资金和技术支持。

吉尔吉斯斯坦则希望成为欧亚地区经济合作的桥梁,并借助经济一体化发挥自身的工业潜力,从而获得相应的经济收益和发展前景。但目前联盟的合作水平(俄罗斯和白俄罗斯除外)相当低,区域价值链几乎不存在,以及成员国间存在广泛的贸易壁垒和障碍,削弱了域内外投资者对一体化项目的信心,对吉尔吉斯斯坦工业潜力的促进作用有限。

除此之外,俄罗斯在经济和军事安全领域的绝对优势地位,引起联盟其他国家的警惕和疑虑,它们坚持进行有限的一体化项目,给联盟一体化深入发展带来一定的阻力。

总之,不同的利益诉求,加之种种因素影响,成员国间利益冲突不断,在推动一体化合作方面彼此充满疑虑和担忧,最终削弱了成员国继续携手共同推动欧亚经济一体化的积极性。

### 2.4 西方对俄制裁削弱了联盟内部的凝聚力

乌东局势升级以来,美国借机联合部分西方国家对俄罗斯实施政治打压和经济制裁。其中,以美国为首的西方多国相继宣布驱逐俄外交人员,随后俄罗斯迅速采取相应的反制措施,俄与西方国家尤其是美国的关系愈发紧张恶化。双方国家政治关系短期内难以突破,不仅重创俄罗斯经济,还波及和拖累欧亚经济联盟其他国家,造成联盟经济潜力难以发挥。同时还直接影响欧亚经济联盟在国际舞台上的声望与地位,使联盟内的凝聚力遭到极大削弱。

除此之外,欧亚经济联盟各国对国家主权独立问题极度敏感,以及俄罗斯自身经济实力式微都使联盟各国的向心力下降,欧亚经济联盟经济一体化深化面临严峻挑战。

## 3 对策分析

推进经济一体化发展,欧亚经济联盟亟须内部形成共识,采取多项举措应对不利局面,加强国家之间的经济合作,凸显其一体化合作的强大韧性和经济潜力。

第一,加快落实《2025年前欧亚经济一体化发展战略方向》活动计划和规定的具体内容,尽快推动条约的实施。欧亚经济联盟应加强对域内产业联动发展的指导,建立支持开展进口替代生产合作的相应机制。联盟通过建立支持开展进口替代合作机制,搭建新平台新机制,有助于解决成员国在实施进口替代合作项目时缺乏支持机制的问题,增强域内合作机制战略决策功能和协调解决问题的能力,并将联盟内具有竞争优势和前景的重要合作项目(化工产品、机械和设备及纺织品等)整合起来,制造新的经济增长点,减少成员国发展差距,推动域内经济整体发展。

第二,立足资源禀赋,打造差异化竞争优势。欧亚经济联盟各国经济结构大多是资源依赖型经济,结构性矛盾仍长期存在,应找准本国需求点和比较优势,推动域内产业内分工和细化,避免同质性优势带来的恶性竞争,推动区域内的经贸合作,借助合作不断提高成员国的国家竞争力。联盟也可考虑通过整合各国企业、研究机构和民间各方在工业领域合作,打造欧亚经济联盟品牌,组建区域内跨国公司,扩大域内贸易合作潜力,促进贸易结构多元化。总之,欧亚经济联盟的一体化发展离不开各国政府和民间的共同参与和推动,而不仅仅是俄罗斯单方面的努力。

第三,提高投资和创新积极性,实现经济现代化。欧亚经济联盟需有效整合内部资源,加强科学技术共同研发,寻找具有重大潜力的科技创新合作领域(如医疗设备与新医药、新材料等),依托欧亚开发银行等超国家机构对这些领域进行明确、稳定、持续的投资。联盟各国政府也需不断完

善本国科研和投资环境,为企业、研发机构等的研发活动提供各种财政激励措施,吸引并鼓励国内外企业将资本投入具有重大潜力的具体创新项目,在创新基础上实现经济现代化。

第四,俄罗斯应发挥负责任大国作用。一是俄罗斯应在欧亚经济联盟框架内,继续加强同其他成员国的经贸合作,并确保域内合作的健康发展提供良好的安全保障。二是俄罗斯应抛弃强权意识,在尊重其他成员国意愿的基础上,加强同联盟国家间的平等友好协商,消除其对俄罗斯的戒备心理,加深成员国间的互信度。

第五,重启对话,推进俄欧双边关系正常化。欧亚经济联盟和欧盟在地理位置上互为毗邻,双方贸易投资往来密切,俄罗斯和欧盟相互实施多轮制裁不符合双方利益。俄罗斯应主动修复与欧盟关系,通过与利益相关的旧欧洲国家,绕开对俄充满敌意和抗拒的新欧洲国家,共同推进双边或多边能源合作打破僵局,支持欧亚经济联盟和欧盟开展对话与协助,建立自里斯本至符拉迪沃斯托克的共同经济空间。针对西方国家民间对自身的偏见,欧亚经济联盟可加强民间人文交流互动,加大对欧亚经济联盟文化传播的投入,通过展开学生互换、学分互认等合作培养机制,以及建立论坛等形式,大力推进欧亚经济联盟文化在欧盟地区的正面传播。

第六,继续推进同“一带一路”对接合作。欧亚经济联盟各国均位于“一带一路”沿线,是其向欧洲延伸的主要节点。在经济全球化背景下,联盟可借助天然的毗邻优势,整合欧亚地区的交通运输系统,为联盟产品和服务出口至广阔的欧亚市场提供条件。欧亚经济联盟拥有丰富的自然资源禀赋,但是在产业技术、人力资源等方面存在明显不足。通过和“一带一路”对接,将“一带一路”沿线国家的优势资源同联盟富饶的自然资源有效结合,实现优化配置,推动联

盟产业体系的建设和产业结构的升级,促进共同发展。联盟各国普遍存在基础设施较差的现实,可考虑适当对“一带一路”沿线国家降低基础设施建设准入门槛,通过提供各种优惠政策和便利条件吸引域外资金、先进技术来改善基础设施,提高贸易便利化。

中国是“一带一路”的倡导国,同时也是欧亚经济联盟最大的贸易伙伴,双方于2018年5月共同签署经贸合作协定,推动对接合作取得重要阶段性成果。中国同欧亚经济联盟互为重要合作伙伴,双方具有高度的政治热情和强大的合作动力,深化合作有助于中国推进“一带一路”建设,促进西部地区和东北地区的开放,也是构建开放型经济新体制的重要实现路径。中国应在和谐包容的原则下,主动启动与欧亚经济联盟自贸区的谈判,同时从落实具体项目入手,加强双边互利合作的经济效应。

### 参考文献

- [1] Eurasian Economic Unio. “TIMELINE” [EB/OL].<http://www.eaeunion.org/?lang=en#about-history.1994-2020>.
- [2] 王海军.欧亚经济联盟运行机制及其法治化路径[J].北方法学,2020(1):29-38.
- [3] 王志.区域一体化缘何停步不前:欧亚经济联盟的启示[J].国别和区域研究,2021(1):137-167.
- [4] 徐海燕.欧亚经济联盟一体化:现实困境、优势及展望[J].俄罗斯学刊,2017(6):41-46.
- [5] 王志.欧亚经济联盟:进展与挑战[J].俄罗斯研究,2018(6):27-58.
- [6] 王维然,王京梁.试析欧亚经济联盟的发展前景[J].现代国际关系,2015(8):51-56.
- [7] S.苏特林,O.特罗菲缅科,A.科瓦尔,T.伊萨琴科.俄罗斯贸易政策的最新发展:欧亚经济联盟内贸易便利化的案例[R].俄罗斯经济与政治发展研究报告,2016.
- [8] 胡晓光.俄专家看好“一带一路”和欧亚经济联盟对接[N].经济参考报,2020-10-09.

## Current Situation and Constraints of Economic Integration Development in the Eurasian Economic Union

Zhao Chunhui

(Kunshan Dengyun College of Science and Technology, Kunshan, Jiangsu 215300)

**Abstract:** As a developing and emerging regional economic integration organization, the Eurasian Economic Union (EAEU) has made a series of achievements in the process of economic integration, but it also faces many challenges. The problems include the wide gap in the level of economic development among member states, the serious homogenization of trade structure, the lack of infrastructure, the inconsistent interests of various countries, and the containment and sanctions from Western countries, which have led to increasingly tense relations between Russia and Western countries and the influence of the external political situation that is difficult to break through in the short term. The EAEU should seize the opportunity of the rapid development of regional economic integration, take a number of measures to deal with the unfavorable situation, strengthen economic cooperation among countries, and highlight the strong resilience and economic potential of its integration cooperation.

**Keywords:** Eurasian Economic Union; economic integration; Russia; international trade; the Belt and Road Initiative; new regional economy

# “一带一路”背景下中国对非直接投资与农产品出口三元边际的影响研究

章一帆

(浙江工商大学 浙江杭州 310018)

**摘要:** 随着“一带一路”倡议的深入推进,中非之间的合作交流日益紧密。基于“一带一路”背景,本文研究发现中国对非洲直接投资与农产品出口三元边际的关系如下:中国对非直接投资对扩展边际并不显著,即中国出口非洲商品种类并没有显著作用;中国对非洲直接投资与中国出口非洲农产品价格边际具有负相关关系,即中国对非直接投资越多,出口非洲农产品价格越低;中国对非洲直接投资与中国出口非洲数量边际具有正相关关系,即中国对非直接投资越多,出口规模越大;但是“一带一路”对两者之间的调节作用并不显著,本研究仅供参考。

**关键词:** 中非合作; 对外直接投资; 农产品出口; 三元边际; 一带一路

**本文索引:** 章一帆. “一带一路”背景下中国对非直接投资与农产品出口三元边际的影响研究[J]. 中国商论, 2024(07):061-065.

**中图分类号:** F742

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-061-05

## 1 引言

“一带一路”倡议提出以来成果颇丰,效果显著,不仅拉动了沿线国家经济增长,还在国际贸易格局重塑的今天,加重了中国的话语权。值得关注的是,近年来中非合作日益紧密。2020—2022年,中非农产品贸易额由76.7亿美元增长至89.2亿美元,年均增长7.8%。其中,出口额年均增长4.4%,进口额年均增长10.4%。而中非农产品贸易之所以一直被提起,是因为我国与非洲农产品贸易具有较强的互补性<sup>[1]</sup>。2023年是中国后疫情时代的第一年,中非活动频繁展开。2023年7月,中非经贸博览会在长沙成功举行;11月,一年一度的中非西湖论坛也在杭州成功开展。习近平总书记在2023年频繁与非洲国家领导人进行对话。中非经贸合作将在2023年达到前所未有的高度。

本文基于三元边际理论,研究“一带一路”提出以来,中国在非洲国家的对外直接投资与中国农产品出口非洲之间的联系,不仅解答了中非贸易合作方式,还为未来中非合作提供一个好的思路 and 方向。此外,通过实证研究反击海外自媒体的造谣和抹黑,为“一带一路”推动中非经贸合作证明。

## 2 理论与假设提出

### 2.1 对外直接投资研究

“一带一路”的推进,明显加快了我国对外投资的步伐。《对外直接投资统计制度》发布的数据显示,中国在2021年末对外直接投资存量达到27851.5亿美元,同期增长7.9%。相信未来随着“一带一路”的进一步深入,我国对外投资会达到一个新的高峰,并且持续平稳的增长。

中国对外直接投资可以扩大贸易规模,增加产品竞争

力。杨雅茹(2023)研究显示,通过对外直接投资,中国企业可以在海外建立生产基地和销售网络,进一步拓展海外市场,而这些海外生产基地可以更加便利地向当地市场供应商品,扩大出口商品的规模<sup>[2]</sup>。张慧颖等(2023)研究得出,对外直接投资能够扩大出口规模<sup>[3]</sup>。

### 2.2 三元边际理论研究

本文参考HUMMELS & KLENOW、施炳展、何婕<sup>[4-6]</sup>的研究设计,将三元边际分解为扩展边际和集约边际,扩展边际是用来衡量中国对非洲出口农产品的种类数量。

$$EM_{cv} = \frac{V_{wv}^k}{V_{wv}^k} = \frac{\sum_{k \in K_{cv}} P_{wv}^k \times Q_{wv}^k}{\sum_{k \in K_{wv}} P_{wv}^k \times Q_{wv}^k}$$

式中, K表示出口产品种类, CV表示中国出口农产品, WV表示世界出口到非洲的农产品种类。P表示数量, Q表示价格。扩展边际值越大,代表中国对非出口农产品的种类越丰富。

集约边际可以用IM<sub>cv</sub>来表示,公式具体含义同拓展边际,计算公式如下:

$$IM_{cv} = \frac{V_{cv}^k}{V_{wv}^k} = \frac{\sum_{k \in K_{cv}} P_{cv}^k \times Q_{cv}^k}{\sum_{k \in K_{wv}} P_{wv}^k \times Q_{wv}^k} \quad (1)$$

集约边际又可以分解为价格边际和数量边际两个部分,计算公式如下:

$$IM_{cv} = P_{cv} \times Q_{cv} \quad (2)$$

其中, P<sub>cv</sub>表示价格边际, Q<sub>cv</sub>表示数量边际,两者分别用产品价格指数和产品数量指数来衡量,公式如下:

**作者简介:** 章一帆(2000-),男,汉族,浙江绍兴人,硕士研究生,研究方向:国际商务。



$$P_{cv} = \prod_{k \in K_{cv}} \left( \frac{P_{cvk}}{P_{wcv}} \right)^{weight_{cvk}} \quad (3)$$

$$Q_{cv} = \prod_{k \in K_{cv}} \left( \frac{q_{cvk}}{q_{wcv}} \right)^{weight_{cvk}} \quad (4)$$

式中,k表示种类,cv和wv表示中国和世界对非出口农产品,weightcvk为权重,计算公式如下:

$$weight_{cvk} = \frac{\frac{Pr o_{cv}^k - Pr o_{wv}^k}{\ln Pr o_{cv}^k - \ln Pr o_{wv}^k}}{\sum \frac{Pr o_{cv}^k - Pr o_{wv}^k}{\ln Pr o_{cv}^k - \ln Pr o_{wv}^k}} \quad (5)$$

$Pr o_{cv}^k$ 为中国对非出口农产品k的贸易额占有中国对非出口农产品贸易额的比重; $Pr o_{wv}^k$ 为世界对非出口农产品k的贸易额占世界同中国对非出口重叠农产品贸易额的比重。

本文用Stata16.0软件对中国出口非洲农产品贸易特征进行计算。中国出口非洲农产品特征如图1、图2所示。从图1可以看出,中国对非洲扩展边际在2016年开始呈下滑趋势,扩展边际表示中国和世界出口到非洲市场的农产品种类重合程度,数值越小说明中国出口非洲的农产品种类越少;相反,从2016年开始,价格边际和数量边际呈现上升趋势,表示中国出口非洲的农产品价格和数量水平变高。从图2可以看出,除个别国家,中国出口大多数非洲国家的农产品种类、价格和数量水平都大致相似。

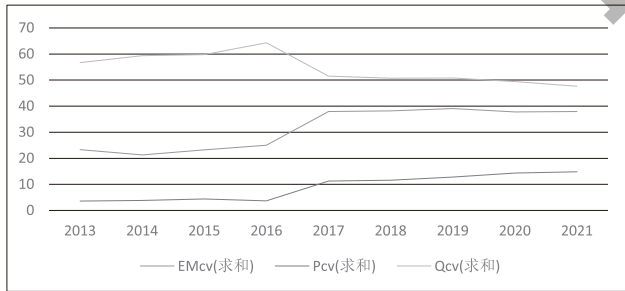


图1 2013—2015年中国对非农产品出口三元边际折线图

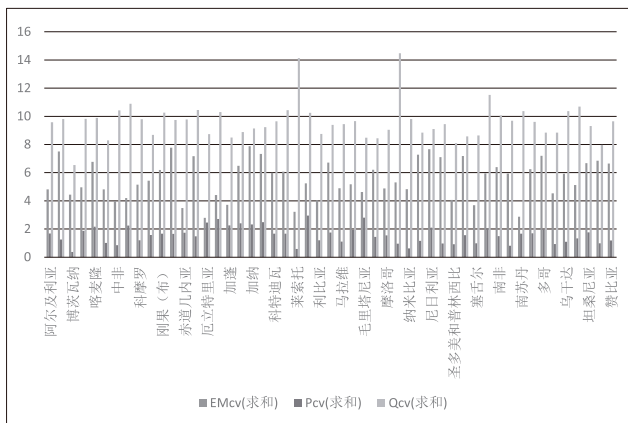


图2 中国对非洲各个国家三元边际汇总表

### 2.3 对外直接投资与出口三元边际影响研究

#### 2.3.1 对外直接投资与扩展边际

扩展边际表现在出口产品的种类上。对此,不同学者有

不同的看法。杨汝岱和吴群锋(2023)认为,对外直接投资会扩大出口产品多元化,即对外直接投资会增加出口产品种类<sup>[7]</sup>。张士松和徐涛(2018)研究山东省对外直接投资对出口影响结果显示,对于高新技术产品来说,对外直接投资会增加商品种类,但是对于农产品这种初级产品来说,对外直接投资会减少出口种类<sup>[8]</sup>。

#### 2.3.2 对外直接投资与数量边际

对外直接投资能够扩大企业出口规模,从而影响企业出口三元边际。基于现有研究,对外直接投资会扩大企业出口规模,根据规模经济理论,一个企业或者国家生产规模越大,其生产效率越高。因此,本文根据规模经济效应,认为对外直接投资会增加出口数量边际,并且通过出口规模来扩大出口数量边际。

杨雅茹(2023)研究显示,对外直接投资可以帮助中国企业在海外建立海外仓或者将供应链联系在一起,从而充分发挥海外市场的优势,扩大生产规模<sup>[2]</sup>。张慧颖等(2023)研究得出,对外直接投资能够扩大出口规模,而出口规模的扩大能推动出口三元边际<sup>[3]</sup>。贾雨婷(2023)研究显示,对外直接投资会缓解国内生产压力,扩大生产规模,从而增加产品竞争力,优化产品价格和数量生产<sup>[9]</sup>。

#### 2.3.3 对外直接投资与价格边际

现有研究尚未有学者基于农产品角度,研究对外直接投资对中国出口贸易的影响。刘钧霆等(2019)对高新技术产品出口进行研究发现,对外直接投资会提高出口产品价格,其研究表明出口价格的提高说明中国OFDI提高了高技术产品出口的质量,这对于中国提高出口竞争力、实现外贸经济的高质量发展具有重要意义<sup>[10]</sup>。封肖云(2019)将企业出口产品价格进行拆分,研究发现企业在提高出口质量的同时尽可能地降低成本,但是不可避免地是,对外直接投资仍会提高企业出口价格<sup>[11]</sup>。

### 2.4 “一带一路”对对外直接投资与出口三元边际

张明哲和张辉(2023)研究发现,“一带一路”会优化企业对外直接投资区位选择<sup>[12]</sup>,从而节约企业出口成本,推动企业三元边际增长。岳中刚和王凯(2023)对“一带一路”与东道国对外直接投资进行研究发现,“一带一路”沿线境外经贸合作区建设提升了中国企业对相关国家的投资额<sup>[13]</sup>。张一等(2023)对“一带一路”倡议与中国企业对外直接投资进行研究,研究发现“一带一路”倡议下,中国企业对外直接投资能够缓解企业融资约束,促进与沿线国家的合作<sup>[14]</sup>。

基于上述理论研究,本文提出以下假设:

H1a:中国对外直接投资与扩展边际呈正相关关系;

H1b:中国对外直接投资与扩展边际呈负相关关系;

H2:中国对外直接投资与价格边际呈负相关关系;

H3:中国企业对外直接投资与数量边际呈正相关关系;

H4:中国企业对外直接投资通过扩大生产规模促进数量边际;

H5:“一带一路”倡议对中国企业出口三元边际具有正

向调节作用。

### 2.5 现有研究评述

现有研究对对外直接投资与出口贸易主要分为两个学派：替代学派和互补学派。

部分学者认为，对外直接投资具有创造效应，会扩大企业出口贸易。早在2012年，张春萍(2012)就研究得出对外直接投资具有创造效应，并且具有异质性：对于相对较发达的国家具有较强的进出口贸易创造效应，对于相对发展水平较低的国家具有较强的出口创造效应，进口创造效应较弱<sup>[15]</sup>。杨雅茹(2023)研究表示，2006—2013年中国对东盟直接投资对出口额有较为明显的正向影响，但是在2014年后这段时间对外直接投资对出口额没有明显影响<sup>[2]</sup>。连增和孙艺华(2022)基于非洲54个国家对对外直接投资和出口贸易结构进行研究表明，中国对外直接投资能够促进进出口贸易结构升级<sup>[16]</sup>。

也有学者认为，对外直接投资与出口贸易之间替代效应和创造效应并存。林志帆(2016)根据国家发展水平不同，提出对外直接投资对出口发达国家产生了替代效应，对发展中国家则创造效应更为明显<sup>[17]</sup>。李安琪(2022)做了较为详细的研究，其研究得出对外直接投资的效应需区分产品，如果是技术密集产品，则对外直接投资会促进其出口，而技术复杂度较低的产品，则存在一定的替代效应<sup>[18]</sup>。

基于现有研究显示，对外直接投资会扩大企业出口规模，根据规模经济理论，一个企业或者国家生产规模越大，其生产效率越高。因此，本文根据规模经济效应，认为对外直接投资会增加出口数量边际，并且通过出口规模来扩大出口数量边际。

## 3 研究设计

### 3.1 变量设计

#### 3.1.1 解释变量

本文选取中国对非洲“一带一路”沿线国家对外直接投资存量作为解释变量，由于对外直接投资流量数据具有较强的波动性与时效性，因此本文参考李玉娟等(2023)大多数学者的研究，将对外直接投资存量作为解释变量，对外直接投资流量作为稳健性检验<sup>[19]</sup>。

#### 3.1.2 被解释变量

被解释变量为出口三元边际拆解下的扩展边际、价格边际和数量边际。

#### 3.1.3 调节变量

文章选择“一带一路”沿线国家农产品增长占GDP百分比作为衡量中非“一带一路”合作程度。

#### 3.1.4 控制变量

本文参考韩宏钻和胡晓丹(2023)<sup>[20]</sup>的研究设计，将中非贸易双方的经济指标作为控制变量(见表1)。非洲国家的关税水平(tariffmt)，贸易双方的GDP比值(gdp，即出口国GDP/进口国GDP)，人口数量(population)、首都地理距离(distjm)、有无殖民关系(colonyjm)和语言是否相同

(comlangjm)。

表1 变量说明

类型	符号	说明
被解释变量	EMcv	扩展边际，表示出口种类
	Pcv	价格边际，表示出口价格
	Qcv	数量边际，表示出口数量
解释变量	Invest	对外投资存量
调节变量	Silkroad	“一带一路”沿线国家合作程度
控制变量	tariffmt	非洲国家关税水平
	gdp	中国 GDP/ 非洲国家 GDP
	Population	人口数量
	distjm	首都地理距离
	colonyjm	是否存在殖民关系
	comlangjm	是否使用共同语言

### 3.2 模型构建

$$EMcv_{i,t} = a_0 + a_1 invest_{i,t} + a_2 Controls_{i,t} + \sum Year + \sum ID + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

$$Pcv_{i,t} = a_0 + a_1 invest_{i,t} + a_2 Controls_{i,t} + \sum Year + \sum ID + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

$$Qcv_{i,t} = a_0 + a_1 invest_{i,t} + a_2 Controls_{i,t} + \sum Year + \sum ID + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

$$SIZE_{i,t} = b_0 + b_1 invest_{i,t} + b_2 Controls_{i,t} + \sum Year + \sum ID + \varepsilon_{i,t} \quad (4)$$

$$EMcv(P/Qcv) = c_0 + c_1 invest_{i,t} + c_2 Sgm_{i,t} + c_3 Controls_{i,t} + \sum Year + \sum ID + \varepsilon_{i,t} \quad (5)$$

$$EMcv(P/Qcv) = d_0 + d_1 invest_{i,t} + d_2 silkroad_{i,t} + d_3 invest_{i,t} \times silkroad_{i,t} + d_4 Controls_{i,t} + \sum Year + \sum ID + \varepsilon_{i,t} \quad (6)$$

模型(1)、(2)、(3)为基准回归，模型(4)、(5)检验出口规模的中介效应，模型(6)检验是否为“一带一路”国家的调节作用。Controls为控制变量，Year为年份，ID为个体，采用双向固定效应模型进行回归。

## 4 研究结果

### 4.1 基准回归结果

基准回归结果如表2所示，对外直接投资对出口农产品商品种类并不显著；对出口商品价格存在负向作用，即对外直接投资存量越多，出口农产品价格越低；对出口农产品数量存在正向作用，即对外直接投资存量越多，出口农产品数量越多。本文猜测可能是因为农产品是初级产品，在出口结构上并没有影响，而对外直接投资的增多，可以降低在海外储存的成本和运输成本等，因此出口数量上升，价格下降。

### 4.2 调节效应检验

由表3可知，“一带一路”在对外直接投资和出口三元边际之间并未起到显著的调节作用。本文猜测由于对外直接投资与出口之间存在一定的替代作用，因此“一带一路”并未起到非常显著的作用。

## 5 结语

本文基于“一带一路”背景下，对中国对非洲直接投资与农产品出口三元边际进行相关研究，得到以下结论：中国对非洲直接投资对中国出口非洲商品种类并没有显著作用；中国对非洲直接投资与中国出口非洲农产品价格具有

表2 基准回归结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
VARIABLES	emcv	emcv	pcv	pcv	qcv	qcv
invest1	-0.000126	-0.000126	-0.000149**	-0.000149**	0.000467*	0.000467*
	(-0.864)	(-0.864)	(-2.142)	(-2.142)	(1.857)	(1.857)
o.colonyjm	-	-	-	-	-	-
o.comlangjm	-	-	-	-	-	-
population	1.00e-09***	1.00e-09***	1.84e-10	1.84e-10	1.75e-10	1.75e-10
	(3.755)	(3.755)	(1.444)	(1.444)	(0.379)	(0.379)
gdp1	-8.20e-11***	-8.20e-11***	-0	-0	-0	-0
	(-3.420)	(-3.420)	(-0.824)	(-0.824)	(-0.443)	(-0.443)
distjm	2.39e-05***	2.39e-05***	8.27e-06**	8.27e-06**	-1.44e-05	-1.44e-05
	(3.023)	(3.023)	(2.184)	(2.184)	(-1.055)	(-1.055)
tariffmt	0.00812***	0.00812***	0.00468***	0.00468***	0.000533	0.000533
	(2.821)	(2.821)	(3.402)	(3.402)	(0.107)	(0.107)
Constant	0.263***	0.263***	0.0238	0.0238	1.172***	1.172***
	(2.869)	(2.869)	(0.542)	(0.542)	(7.407)	(7.407)
Observations	279	279	279	279	279	279
R-squared	0.435	0.435	0.526	0.526	0.121	0.121
Id FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Year FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
r2_a	0.409	0.409	0.504	0.504	0.0815	0.0815

表3 调节效应结果

	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)
VARIABLES	a1	a2	a1	a2	a1	a2
invest	-0.000162	-0.000162	-0.000176	-0.000176	-5.50e-05	-5.50e-05
	(-0.476)	(-0.476)	(-1.091)	(-1.091)	(-0.0917)	(-0.0917)
silkroad2	-0.00125	-0.00125	0.00333	0.00333	0.00208	0.00208
	(-0.226)	(-0.226)	(1.277)	(1.277)	(0.214)	(0.214)
c.invest#c. silkroad2	-3.65e-06	-3.65e-06	2.16e-06	2.16e-06	5.88e-05	5.88e-05
	(-0.0977)	(-0.0977)	(0.121)	(0.121)	(0.888)	(0.888)
population	1.10e-09***	1.10e-09***	8.51e-11***	8.51e-11***	-0	-0
	(4.085)	(4.085)	(4.019)	(4.019)	(-0.623)	(-0.623)
gdp1	-9.00e-11***	-9.00e-11***	0	0	-0	-0
	(-3.715)	(-3.715)	(0.804)	(0.804)	(-0.162)	(-0.162)
distjm	3.28e-05***	3.28e-05***	6.06e-06	6.06e-06	-2.80e-05*	-2.80e-05*
	(3.872)	(3.872)	(1.567)	(1.567)	(-1.941)	(-1.941)
tariffmt	0.0120***	0.0120***	0.00596***	0.00596***	-0.00287	-0.00287
	(3.890)	(3.890)	(4.130)	(4.130)	(-0.534)	(-0.534)
Constant	0.137	0.137	0.000896	0.000896	1.352***	1.352***
	(1.233)	(1.233)	(0.0172)	(0.0172)	(6.949)	(6.949)
Observations	266	266	266	266	266	266
R-squared	0.455	0.455	0.541	0.541	0.139	0.139
Id FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Year FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
r2_a	0.424	0.424	0.515	0.515	0.0910	0.0910

注：t-statistics in parentheses \*\*\*p<0.01,\*\*p<0.05,\*p<0.1。

负相关关系,即中国对非洲直接投资越多,出口非洲农产品价格越低;中国对非洲直接投资与中国出口非洲数量具有正相关关系,即中国对非直接投资越多,出口规模越大,但

是“一带一路”对两者之间的调节作用并不显著。

基于上述研究结果,本文提出如下建议:

(1)中非农产品种类存在互补现象,因此出口种类可以



不增多,只需出口非洲国家所需要的农产品种类即可。

(2)对外直接投资的增加可以降低出口成本,从而降低出口产品的价格。由于非洲大部分国家经济形势不容乐观,因此降低出口产品的价格理论上讲可以增加对非洲国家的吸引力,再加上“一带一路”的持续推进,对非洲国家基础设施建设也会有一定帮助。

(3)对外直接投资的增加可以扩大出口规模,提升出口数量,加强与非洲国家的贸易往来。如今贸易保护主义抬头,国际形势的动荡,与非洲国家的紧密合作可以增加我国在国际贸易格局重塑时的话语权。

## 参考文献

- [1] 龚冰,赵政.中非农产品贸易:进展如何?潜力如何释放? [J]. 中国外资,2023(19):54-55.
- [2] 杨雅茹.中国对外直接投资对出口商品结构的影响[J].投资与合作,2023(9):43-45.
- [3] 张慧颖,刘祎康,刘大勇.知识产权保护下对外直接投资的出口效应研究[J].科研管理,2023,44(9):141-151.
- [4] 施炳展.中国出口增长的三元边际[J].经济学(季刊),2010,9(4):1311-1330.
- [5] Hummels D, Klenow P J. The variety and quality of a nation's exports[J]. American economic review, 2005, 95(3): 704-723.
- [6] 何婕.三元贸易边际视角下的中越农产品贸易增长现状研究[J].投资与合作,2023(9):61-63.
- [7] 杨汝岱,吴群峰.企业对外投资与出口产品多元化[J].经济学动态,2019(7):50-64.
- [8] 张士松,徐涛.山东省对外直接投资(OFDI)与出口的实证研究[J].商学研究,2018,25(3):48-54.
- [9] 贾雨婷.江苏省对外投资贸易效应研究:基于引力模型的实证分析[J].对外经贸,2023(6):6-9+39.
- [10] 刘钧霆,曲丽娜,佟继英.中国对外直接投资对高技术产品出口的影响研究:基于三元边际视角[J].经济经纬,2019,36(4):56-62.
- [11] 封肖云.中国OFDI影响出口的质量效应与成本效应研究:基于异质性产品价格分解模型[J].贵州财经大学学报,2019(3):12-22.
- [12] 张明哲,张辉.“一带一路”沿线数字经济与中国企业对外直接投资区位选择[J].山西大学学报(哲学社会科学版),2023,46(5):152-160.
- [13] 岳中刚,王凯.“一带一路”境外经贸合作区建设的对外投资促进效应研究[J].世界经济与政治论坛,2023(4):149-172.
- [14] 张一,王婷,周鹏达.“一带一路”倡议下中国对外投资与沿线国家企业升级[J].人文杂志,2023(6):32-44.
- [15] 张春萍.中国对外直接投资的贸易效应研究[J].数量经济技术经济研究,2012,29(6):74-85.
- [16] 连增,孙艺华.中国对外直接投资与非洲东道国出口贸易结构升级[J].北京社会科学,2022(12):80-91.
- [17] 林志帆.中国的对外直接投资真的促进出口吗[J].财贸经济,2016(2):100-113.
- [18] 李安琪.我国对外直接投资的出口效应研究[J].中国物价,2022(12):42-45+57.
- [19] 李玉娟,董子婧.中国对“一带一路”沿线直接投资的减贫效应研究[J].重庆大学学报(社会科学版),2023(11):1-15.
- [20] 韩宏钻,胡晓丹.“一带一路”交通基建项目带来了沿线地区出口贸易增长吗:基于三元边际视角[J].投资研究,2020,39(12):102-119.
- [21] 陈靖,刘一心.中国对东盟国家对外直接投资的影响因素分析[J].中国商论,2022(17):59-63.

# Research on the Ternary Marginal Impact of China's Direct Investment in Africa and Agricultural Products Export under the Background of the Belt and Road Initiative

Zhang Yifan

(Zhejiang Gongshang University, Hangzhou, Zhejiang 310018)

**Abstract:** As the Belt and Road Initiative advances, cooperation and exchanges between China and Africa are becoming increasingly close. Based on the Belt and Road Initiative, this study found the following relationship between China's direct investment in Africa and the trilateral margin of agricultural product exports. China's direct investment in Africa has no significant impact on the extensive margin, that is, the types of goods China exports to Africa have no significant effect; there is a negative correlation between China's direct investment in Africa and the price margin of China's agricultural products exported to Africa, meaning that the more China's direct investment in Africa, the lower the price of China's agricultural products exported to Africa; there is a positive correlation between China's direct investment in Africa and the quantity margin of China's exports to Africa, that is, the more China's direct investment in Africa, the larger the export scale. However, the regulatory effect of the Belt and Road Initiative on the two is not significant. This study is for reference only.

**Keywords:** China-Africa cooperation; outward direct investment; export of agricultural products; ternary margins; the Belt and Road Initiative

# 网络时代事件营销策略探析

## ——以蜜雪冰城为例

郭文洁 姚文(通讯作者)

(西南大学商贸学院 重庆 402460)

**摘要:**近年来,事件营销以成本低、收效高的特点逐渐受到企业关注。事件营销应用策略体系的不健全及其高风险性,让众多企业对开展事件营销持观望态度。新媒体平台的发展以及公众话语权的提升,增加了企业进行事件营销的难度。本文以蜜雪冰城为例,运用案例分析法,对蜜雪冰城事件营销策略进行具体分析,并总结事件营销基本规律,探究网络时代事件营销的基本策略,为企业进行事件营销提供建议。

**关键词:** 网络时代; 事件营销; 事件营销策略; 事件营销风险; 品牌建设

**本文索引:** 郭文洁,姚文.网络时代事件营销策略探析[J].中国商论,2024(07):066-069.

中图分类号: F063.2

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-066-04

### 1 引言

当前正处于眼球经济时代,消费者的注意力成为一种稀缺资源,营销成功的关键在于吸引消费者的注意力,激发消费者的购买欲望。与此同时,相比传统营销方式,事件营销以其独特优势逐渐成为企业进行品牌推广和品牌建设的重要手段,但并不是所有企业实施的事件营销都能生效,甚至有的企业盲目进行事件营销,忽略了对事件营销风险的管理,而造成失败的局面。蒙牛借助神舟五号飞天事件,策划卓有成效的事件营销,品牌价值有了很大提升。后续众多企业都想借助神舟六号实现飞跃发展,2005年的“神六”比“神五”多出一倍多的赞助商,最终实际运作结果却不尽如人意<sup>[1]</sup>。这些企业只看见了事件营销带来的极大收益,却未注意到高收益的同时也伴随着高风险。近几年,蜜雪冰城通过对事件营销风险进行有效控制,凭借事件营销成为低端新茶饮市场中第一个尝试上市的品牌。本文对蜜雪冰城事件营销应用策略进行分析,探究其成功原因,提出能有效降低事件营销风险的策略,为企业在新媒体时代进行事件营销提供建议。

### 2 文献综述

#### 2.1 事件营销定义

事件营销最早起源于丹尼尔·戴扬等提出的“媒介事件”一词<sup>[2]</sup>。随后,事件营销逐渐被广告从业者和营销人员重视。国内学者在认识到事件营销的重要性后,也对其开展了众多研究。廖以臣(2004)将其定义为营销者在真实和不损害公众利益的前提下,有计划地策划、组织和利用具有新闻价值的活动,通过制造“热点新闻效应”事件,引起媒体

和社会公众的注意和兴趣,以达到提高社会知名度,塑造企业良好形象和最终促进产品(服务)销售的目的<sup>[3]</sup>。事件营销包含两层含义。首先,事件营销要以事件为依托,其首要目标是吸引公众的注意力,激发公众的兴趣,因此事件营销所借助的事件必须是真实、有创意、能形成热点效应的事件。其次,事件营销要有目的,无论企业是通过制造相应事件,还是借助热点事件进行事件营销,事件营销都必须围绕传递企业信息展开,企业信息包括企业形象、品牌形象、品牌理念、产品或服务等信息。

#### 2.2 事件营销策略研究现状

廖以臣(2004)将事件营销策略总体分为借势、造势。借势是指企业及时抓住广泛受到社会关注的新闻、事件以及人物的明星效应,结合企业或产品在传播上欲达到的目的而展开一系列相关活动;造势是指企业通过策划、组织和制造有新闻价值的事件,吸引媒体、社会团体和消费者的兴趣与关注<sup>[3]</sup>。魏立尧等(2005)对其进行补充,提出延势。延势是指企业通过精心策划、组织和实施一系列媒体、消费者关注的跌宕起伏的相关事件,使得现有热点事件或自制具有新闻效应事件的轰动效应在时间轴上得以延续<sup>[4]</sup>。事件营销策略总体可分为借势、造势、延势三类。此后,在借势、造势、延势的基础上,后续学者纷纷提出开展事件营销的具体建议。李安平(2007)提出将事件营销和公益广告结合可以达到事半功倍的营销效果<sup>[5]</sup>。王好(2019)提出企业在实施事件营销时应注重事件质量、提高事件传播有效性<sup>[2]</sup>。严梅(2022)提出在事件传播过程中,要重视顾客心理契约的重要性,及时建立和更新与顾客之间的心理契约<sup>[6]</sup>。

按营销策略的不同,事件营销可分为借势营销、造势营

**作者简介:** 郭文洁(2004-),女,汉族,湖南衡阳人,市场营销专业。

**通讯作者:** 姚文(1973-),男,汉族,四川巴中人,博士,副教授,研究方向:农产品贸易与流通、数字经济、乡村振兴。

销和延势营销。借势营销的基础是热点事件,热点事件是已经发生的、本身具有新闻效应的事件,因此如何关联热点事件和企业信息是借势营销成功的关键,由于舆情难以预测,因此借势营销具有极高的风险性,若运用得当,则企业可借来事件的“东风”,收获事半功倍的效果。造势营销是企业通过制造、策划事件,因此如何通过自制事件来吸引公众注意力是企业进行造势营销前必须解决的问题,否则事件营销将难以达到预期效果。延势营销的作用是维持品牌形象一致性,即保持当前品牌行为符合已经塑造的品牌形象。延势营销以借势营销或造势营销为基础,企业通过重复过往或相似行为,延长事件的热点效应,使事件营销持续生效;通过保持企业或品牌形象的一致性,提高品牌忠诚度。

### 2.3 现有研究中存在的问题

最早开始研究事件营销的地区在欧美等发达国家,我国对事件营销的研究较少,在国内偶然发生了王老吉汶川地震捐款,以及海尔“砸冰箱”等成功的事件营销案例之后,国内学者逐渐认识到事件营销的重要性。目前,我国成功的事件营销案例较少,原因如下:(1)我国对事件营销应用策略研究较少,未形成完整的事件营销策略体系,因此企业缺少完备的理论基础作为指导,不敢轻易实施事件营销。(2)大多数企业认为事件营销策略仅有借势营销策略,忽略了造势营销策略和延势营销策略,此情况下企业实施事件营销,结果具有偶然性和高风险性,因此使得众多企业对事件营销望而却步。

蜜雪冰城近三年来多次运用借势、造势和延势三种策略进行事件营销,成功塑造了一个爱国品牌形象,有效提高了品牌的知名度和美誉度。2023年,喜茶、奈雪的茶、蜜雪冰城坐稳了新茶饮行业的头部“三强”,其中蜜雪冰城位居第三<sup>[7]</sup>,可以说蜜雪冰城品牌营销的成功离不开这三种事件营销策略的成功应用。本文以蜜雪冰城为典型案例,探析事件营销的基本策略,并探索网络时代企业成功进行事件营销的策略,为其他企业开展事件营销提供经验借鉴。

## 3 蜜雪冰城事件营销策略

### 3.1 借势营销策略

2021年7月在河南暴雨时分,处于受灾区的蜜雪冰城捐赠2200万元,用于抗洪救灾和灾后重建,赢得众多网友称赞,网友们纷纷“野性消费”。一夜之间,蜜雪冰城的销量大涨。有网友感叹,“蜜雪冰城像是小孩子攒钱,当国家有难时,小朋友砸了自己的存钱罐。”此次事件之后,蜜雪冰城“敢担当”的爱国品牌形象深入人心。

蜜雪冰城在河南暴雨期间的捐款行为受到公众的一致好评,有以下原因:(1)抢占先机。蜜雪冰城为第一批捐款支援河南的企业,在时间上占据先机,为消费者展现了企业的社会责任感,也避免了被打上“跟风”的标签。(2)捐赠金额巨大,与其产品定价形成反差。蜜雪冰城捐款2200万元与其

产品定价为6~7元形成反差,数额的对比,塑造了一个“负责任、有担当”的爱国品牌形象。(3)蜜雪冰城豪迈的捐款行为与其地处灾区的事实形成强烈对比,激发了消费者的爱国情怀,使得品牌的爱国形象得到强化。通过此次事件营销,蜜雪冰城成功地向消费者展现了企业的社会责任感,塑造了一个爱国的良心品牌形象。

### 3.2 造势营销策略

2021年蜜雪冰城发布主题曲,“你爱我,我爱你,蜜雪冰城甜蜜蜜”这一直白歌词和魔性曲调,席卷各大社交平台。在青创头条发布的7月创业公司传播影响力榜单上,在新茶饮赛道中,蜜雪冰城高居榜单第一位。喜茶、茶颜悦色、奈雪的茶等均被蜜雪冰城“甩”到了后面。在B站,其主题曲MV的播放量高达1442万次,相关话题在微博平台上的阅读量超过1.6亿,讨论量超过20万。主题曲以重复简单的歌词和洗脑的旋律向消费者展现了“土到极致便是潮”的理念,立足于文化自信,直击新一代消费者的内心,受到追求新潮的年轻人的喜爱,引发众多网友“魔改”,随即出现了多国语言的搞笑版本,热度一直居高不下。

2023年,蜜雪冰城官方账号在抖音短视频平台上“晒出”蜜雪冰城与中国邮政联名的新店图片。网友们纷纷在评论区调侃“雪王考上编了”“恭喜小雪上岸”等。此后,有关“雪王入编”的话题受到众多网友关注。有关蜜雪冰城、邮政和瑞幸咖啡三者之间的“爱恨情仇”更让网友们津津乐道。网友们纷纷对其进行改编,三者的同人文、同人漫画等二创作品层出不穷。蜜雪冰城与邮政联名新店的知名度得到了提高。

### 3.3 延势营销策略

2023年8月,蜜雪冰城向北京、河北捐款1000万元,支持汛期救灾,同时捐赠47000箱瓶装水,捐款署名为“雪王和阿桔”。“阿桔是谁”引发网友猜测,后续蜜雪冰城官方给出答案,阿桔是支持蜜雪冰城的所有人。#蜜雪冰城捐1000万元支持抗汛救灾#的话题在微博平台收获了2.3亿的阅读量,网友们纷纷表示,“雪王一直都在,支持雪王,以后只喝雪王”。

## 4 蜜雪冰城事件营销的成功策略

### 4.1 事件形象契合品牌形象,保持营销隐秘性

企业要基于品牌形象,利用或制造热点事件进行营销,保持事件形象和品牌形象一致。事件营销,对于企业而言,目的是营销,而对于消费者而言,重点在事件,基于消费者对营销的厌恶心理,因此企业实施事件营销时,一定要将营销的意图遮掩起来,否则将会造成营销还未开始,公众已对事件心生反感的结果。事件形象契合品牌形象,可将企业营销目的隐藏在事件之后,让消费者第一时间关注表面事件而未意识到背后的营销,可增大消费者对事件营销的接受程度,达到吸引消费者注意力的目的。保持事件形象与品牌



形象一致,可有效提升品牌形象。于苗等(2016)认为,当事件形象与企业形象一致时,能有效提升消费者对企业形象的认识和对企业的评价<sup>[8]</sup>。在消费者心中,企业形象等同于品牌形象。因此,品牌要明确公众对品牌的认知,选择或策划符合品牌形象的事件进行营销。与借势营销不同的是,造势营销中策划的事件还需兼具创意,如此才能制造爆点,吸引大众的注意力。蜜雪冰城根据品牌的“土味”形象,量身制定魔性主题曲,打造呆萌品牌IP——雪王,成功出圈,成为新一代网红品牌。若蜜雪冰城采取的事件形象与品牌形象脱节,则其实施的事件营销很难达到如今的效果。

#### 4.2 企业诉求点契合公众心理,有效传递企业信息

企业诉求点,即企业正向信息和品牌理念的传播。对于事件营销而言,其本质是信息的传递,企业是信息的传送方,公众是信息的接收方,事件是企业传递信息的载体。因此,事件营销的第一步是定位,即要摸清公众的心理倾向,预测公众对事件的反应<sup>[9]</sup>。其次,企业要把所期望传达的信息很自然地融入公众所关注事件的热点中<sup>[4]</sup>。公众的关注点通常是媒体报道的侧重点,也是事件的热点,因此企业要牢牢抓住公众的关注点,于无形之中向公众传播品牌理念。蜜雪冰城牢牢抓住了公众对灾情的担忧,通过捐款、捐物的行为缓解了公众的焦虑情绪,向公众展示了企业的社会责任感,使得公众在关注事件进展的同时,也记住了蜜雪冰城的爱国品牌形象。

#### 4.3 选择低争议事件,调动公众参与度

龚艳萍等(2016)提出事件的争议程度会影响消费者对事件的参与度,从而影响营销效果<sup>[10]</sup>。事件的争议程度越低,消费者对事件的参与程度便会越高,事件营销的效果越好。根据事件的争议程度,可将事件分为低争议事件和高争议事件。在高争议事件中,事件的争执各方将会各持己见,不会轻易妥协,此时不利于普通消费者发表言论,事件引起的心理不适感增强,消费者关注事件的动机减弱。而当事件的争议程度较低时,消费者可在网上各抒己见,事件的低争议性反而引起消费者的好奇心与兴趣,基于兴趣动机,消费者更愿意和他人谈论事件,此时易于形成事件的二次传播,事件营销的效果得到加强。无论是借助“河南暴雨”新闻事件,还是策划“邮政联名”事件,蜜雪冰城都充分考虑到了事件争议程度的影响。运用低争议性的事件进行营销,不仅可以调动公众对事件的参与度与谈论兴趣,也可减小品牌负面口碑出现的可能性。采用低争议性事件进行营销,降低了事件营销的风险,为事件营销达到预期效果提供了保障。

#### 4.4 将事件营销作为品牌建设的长期战略

事件营销是一个品牌的长期建设过程,应当把它和炒作严格区分开来<sup>[11]</sup>。炒作是一种短期行为,是企业为扩大知名度而进行的热点包装,通常会引发消费者的厌恶心理。品牌一旦被消费者贴上“炒作”的标签,将会陷入“信任危机”

中。事件营销在短时间内,易被消费者误认成炒作,或被竞争对手利用,成为抹黑品牌的工具。企业若想赢得消费者的信任,则需要用时间来证明品牌的诚意。将事件营销作为品牌建设的长期战略,有利于保持品牌形象的一致性,品牌形象的一致性可增加消费者对品牌的忠诚度。蜜雪冰城在2023年8月向河北、北京两地捐赠1000万元支持抗汛救灾,用实际行动向消费者表明蜜雪冰城的责任感一直在,通过维持品牌形象的一致性提高了消费者的品牌忠诚度。同时,蜜雪冰城还通过大规模订购,带动50000多家茶农增收;共建创业平台;设立650万元高校奖学金,支持优秀青年学子追梦(数据来源于蜜雪冰城《2022企业社会责任报告》)。蜜雪冰城一直将事件营销纳入品牌的长期建设过程中,长期的事件营销更有利于品牌的建设。

### 5 网络时代企业实施事件营销的成功策略

截至2023年6月,我国网民规模达10.79亿人,互联网普及率达76.4%,互联网逐渐成为大多数人生活的重要组成部分,利用互联网进行事件营销成为当下企业进行事件营销的主要方式。网络时代的事件营销呈现覆盖范围广、时效性强、收效高等特点。多元化发展的社交媒体为公众提供了自由发表意见的平台,提高了公众对事件的参与度,但也增加了事件营销的风险。公众对事件众说纷纭、褒贬不一,若企业不采取任何措施,则难以控制事件的发展方向,事件营销的结果难以预测。

#### 5.1 采用趣味营销方式,化解公众负面情感

事件的性质不同,从而引起公众对事件的关注程度也不同。公众对事件的关注程度可分为浅层关注和深层关注。浅层关注即公众只关注事件本身价值,如新闻价值或娱乐价值等,不产生任何联想;深层关注是指公众通过事件联想到自身、他人或社会,从而产生相应情绪。公众的深层关注引发的结果难以预测,稍有不慎,将会把品牌卷入公关危机之中。公众对事件的关注程度因人而异,因事而异,因此企业要选择合理的营销方式开展事件营销,尽可能减少公众负面情感出现的可能性,降低实施事件营销的风险。

在众多营销方式中,趣味营销方式是企业的最佳选择。趣味营销方式契合当下公众猎奇心理,可充分调动公众对事件的参与积极性,提高事件营销的效果;趣味营销方式可减轻公众的心理不适感,以娱乐的方式将公众对事件的关注重心留在事件的趣味性上,避免公众对事件产生联想,可有效降低事件营销的风险。

#### 5.2 引导社会舆情方向,加强营销效果

新媒体多元化的发展,加快了事件传播的速度;网民数量的增多,拓宽了事件传播的广度,网络逐渐成为社会舆情发酵的源地。网络的匿名性,提高了公众的话语权,因此,网上舆情表现得更加活跃、更加犀利、更加难以控制,甚至部分网友把网络当作情绪的发泄地,发表的偏激言论具有极

强的破坏力。企业通过互联网实施事件营销,难免会有负面声音的出现,这些负面声音可能来自普通网友,也可能来自竞争对手的故意抹黑。但企业若对此视而不见,负面声音汇集在一起,最终可影响事件营销的舆情趋势,使得社会舆情对企业不利。因此,企业要加强网络舆情监控工作,时刻关注事件营销引发的社会舆情动态,引导舆情朝着对企业有利的方向发展。当负面声音出现时,企业应及时回应,澄清事实,同时将舆情引导回事件上。在2023年的李佳琦与花西子事件中,蜂花等众多国货品牌抓住契机,借助新媒体平台讲述品牌故事,传播品牌初心,引导社会舆情发展方向,将消费者的关注点聚焦在振兴国货品牌上,并成功促进了产品销售、提高了品牌知名度。当下,得舆情者得人心,引导舆情发展方向可加强事件营销的效果,降低事件营销的风险。

### 5.3 重视互动营销, 延长事件热点效应

社交媒体平台逐渐成为人们交友的场地,互动营销也成为当下品牌维系顾客关系的重要方式。品牌进行互动营销的目的,一方面是要吸引其他消费者的兴趣,提高品牌的知名度,另一方面是要通过互动增加消费者对品牌的好感度,让消费者主动为品牌进行宣传,通过不断复购产品,最终形成品牌忠诚。因此,在事件营销中,企业要充分发挥互动营销的优势,将互动营销贯穿于事件营销的全过程。互动营销具有隐蔽性,公众通常难以发现,反而会增加公众对品牌的好感度和忠诚度。企业通过和公众互动,以你来我往的对话、留言,引导公众对事件进行二次传播,延长事件的热点效应。借他人之口讲述事件,可有效增加公众对品牌的好感度。

## 6 结语

企业实施事件营销时,公众作为受众,对事件的反应是企业关注的重点。企业要策划或利用符合品牌形象的事件

进行营销,掩藏其营销目的,减轻公众的厌恶心理。要抓住公众的关注点,巧妙融入企业信息,让公众愿意或主动接收企业信息。要选择低争议事件,让公众能畅所欲言,提高公众对事件的参与度。当下,企业之间的竞争已逐渐演变为品牌之间的竞争,大多数企业采用事件营销的目的是进行品牌推广和品牌建设。企业将事件营销作为品牌建设的长期战略,事件营销也将为品牌带来长期效益。随着社交与智能媒体时代的到来,企业进行事件营销时应结合时代特点,以趣味方式进行营销,尽量避免公众对事件产生深层次的联想,规避事件营销的风险。要引导社会舆情方向,使事件营销达到预期效果;要积极进行互动营销,推动事件的二次传播,延长事件热点效应。

## 参考文献

- [1] 朱泳. 企业事件营销风险研究[D]. 北京: 中国政法大学, 2007.
- [2] 王好. 事件营销对消费者购买行为影响研究[D]. 西安: 西安理工大学, 2019.
- [3] 廖以臣. 论事件营销及其流程再造[J]. 求索, 2004(2): 18-20.
- [4] 魏立尧, 陈凯. 浅议事件营销策略[J]. 商业时代, 2005(27): 50-52.
- [5] 李安平. 事件营销中的企业广告传播[J]. 当代传播, 2007(4): 76-77.
- [6] 严梅. 顾客消费意向与事件营销的相关性: 考虑心理契约的中介作用[J]. 商业经济研究, 2022(22): 78-81.
- [7] 王紫薇, 杨昕怡. 从2200份问卷中寻找新茶饮2023“密码”[N]. 每日经济新闻, 2023-03-15(7).
- [8] 于苗, 韦恒. 事件营销中消费者对事件与企业间一致性的响应: 以高级百货商店为例[J]. 中国流通经济, 2016, 30(9): 92-99.
- [9] 卢旭成. 事件营销三要素[J]. 中国高新技术企业, 2004(2): 24-26.
- [10] 龚艳萍, 董艳惠. 事件争议程度对事件营销效果的影响研究: 兼谈消费者态度矛盾性的调节作用[J]. 商业经济研究, 2016(24): 49-51.
- [11] 姚新庄. 事件营销, 提升企业品牌知名度的快速法则[J]. 企业活力, 2006(3): 36-37.

## Analysis of Event Marketing Strategies in the Internet Era

### — Taking MIXUE Ice Cream & Tea as an example

Guo Wenjie and Yao Wen (Corresponding Author)

(Business College of Southwest University, Chongqing 402460)

**Abstract:** In recent years, event marketing has gradually attracted the attention of enterprises with the characteristics of low cost and high efficiency. The inadequacy of the event marketing application strategy system and the high risk of event marketing make many enterprises hold a wait-and-see attitude towards event marketing. At the same time, the development of new media platforms and the enhancement of public discourse power have increased the difficulty of event marketing for the enterprises. Taking MIXUE Ice Cream & Tea as an example, the paper employs the case analysis method to specifically analyze the event marketing strategy of MIXUE Ice Cream & Tea, summarizes the basic rules of event marketing, explores the basic strategies of event marketing in the Internet era, and provides suggestions for enterprises to carry out event marketing.

**Keywords:** Internet era; event marketing; event marketing strategy; event marketing risk; brand building

# 云南省茶叶出口实现“破壁”的路径研究及建议

和珊珊

(丽江文化旅游学院 云南丽江 674100)

**摘要:** 随着全球经济一体化浪潮的不断推进,中国茶产业发展突飞猛进,茶叶出口量、出口额屡创历史新高。2020年我国提出“逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”的双循环战略,进一步推动茶产业跨境贸易是中国茶叶贸易的大趋势。云南省作为我国著名的茶叶产地之一,茶叶出口总量仅占全国茶叶出口总量的1%,就当前而言,全球的茶叶供需比较平缓,供需矛盾并不突出,云南茶产业的跨境贸易需要紧跟“国内国际双循环”和“一带一路”新机遇。茶叶贸易正处于瓶颈与突破、机遇与发展并存的时期。云南省茶叶协会和昆明海关数据显示,云南茶叶出口量自2016年开始呈逐年增长趋势,至2019年出现不稳定波动,2022年和2023年又呈下降趋势;作为中国主要的茶叶产区,随着国内外茶叶市场竞争的不断加剧,云南茶产业的市场竞争力亟需进一步提升。云南茶产业面临对内行业“内卷”不断加剧,对外市场开发受限的问题,云南茶叶出口贸易如何“破壁”成为云南省内茶行业企业和政府部门重点关注的问题,本文将通过对云南省近年来茶叶出口的数据分析和对比,找出当前形势下云南省茶叶出口的主要问题,并就此提出解决问题的建议,以供参考。

**关键词:** 云南茶叶出口; 市场竞争力; 破壁路径; 海外市场; 全球经济一体化; 中国茶产业

**本文索引:** 和珊珊.云南省茶叶出口实现“破壁”的路径研究及建议[J].中国商论,2024(07):070-073.

**中图分类号:** F127; F571.1

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-070-04

## 1 概述

如今,中国茶产量位居世界第一、茶出口量位居世界第二。国家统计局数据显示,2022年,中国茶叶总产量达到145万吨,茶叶的种植面积为195万公顷,这两项均居于世界首位。茶叶总产值1320亿元人民币,出口量37.53万吨,出口额20.83亿美元。相对而言,云南省茶叶种植面积、产量分别占全国的15%、16%,却在茶叶出口贸易中相较其他省份落了后。根据云南昆明海关数据统计,近10年来,云南省茶叶出口总量和出口额都呈现不稳定波动状态,在2019年和2020年出现大幅上涨趋势,然而,在疫情后期的2021年、2022年,以及2023年上半年,又呈现大幅下降的情况;由此,云南省的茶叶出口贸易需要得到进一步的稳固和推动。

从国内市场广义来看,饮茶已成为大部分人的一种生活习惯,也是许多国人在生活中必不可少的饮品之一;随着大健康理念的不断深入,茶饮也正在被越来越多的年轻人接受,喜爱和追求。目前,中国每天饮茶人数虽达到3亿以上,但仍不到全国人口基数的1/3,消费市场仍有很大的发展空间。然而,目前我国人均消费茶叶的数量较低,每年仅为0.61公斤,同世界人均消费2.21公斤以上的数据相比,仍有很大差距;随着我国经济的不断增长和人民生活水平的不断提升,未来我国茶产业的增长潜力巨大。从国际市场需求角度来看,国际上每年对茶叶的巨大需求量,依然吸引着国内众多茶企,云南作为全国茶叶产量数一数二的重要产区,同时需要进一步提高对国际市场的重视程度,需要进一步发展云南

茶叶出口贸易,在更大的市场上获取利益,让云南的优质茶叶走向世界。截至目前,全球已有120多个国家及地区对茶叶及其相关产品有进口和消费,全世界约有30多亿人拥有饮茶或消费茶产品的习惯,年均消费量可达400万吨以上,巨大的国际市场现状,也是云南省茶叶贸易需要重点发展的方向之一。

另外,中国茶产业的发展和出口已经得到国家以及当地政府的大力支持。茶产业目前已经开始逐步走向规模化、现代化、正规化的路径,未来增长潜力巨大。目前,我国茶叶出口的大省:浙江、福建、江苏等省份已把茶叶作为重点扶持产业,重视茶叶出口,也在茶叶出口上取得了不菲的成绩;云南省可以将这些出口大省作为学习的对象,不断寻求和发展适合云南省自己的茶叶出口模式,争取在茶叶出口中获得一个重要席位。

## 2 云南省茶叶出口分析

### 2.1 云南省茶叶出口现状分析

据中国海关数据统计,2022年中国茶叶出口总量38.94万吨,较上年增长1.54%;出口总额22.70亿美元,较上年下降10.25%;茶叶出口均价5.83美元/kg,同比上年下降11.53%。其中,普洱茶出口均价最高,为15.89美元/kg;乌龙茶、红茶出口均价次之,皆高于10美元/kg;花茶均价为8.65美元/kg;绿茶均价仍处于低位,为4.44美元/kg。相比上年,各茶类均价都有所回落,同比下降6.72%~34.18%。

根据昆明海关数据统计,云南省2022年茶叶产量为

**作者简介:** 和珊珊(1988-),女,纳西族,云南丽江人,讲师,硕士研究生,研究方向:少数民族地区经济发展。



53.39万吨,增长6.3%,位居全国首位,而出口量和出口额却在2022年和2023年呈现较大下滑;仅仅占到全国茶叶出口量的凤毛麟角,由此可见,云南省在茶叶跨境贸易方面还需要继续寻找合适的突破口。

从出口的茶类来看,云南省绿茶仍占出口的主导地位,市场和均价基本稳定;红茶出口量明显增加,但价格有所回落;普洱茶出口降幅波动明显。茶叶出口以非洲、亚洲为主的市场结构格局稳定,对亚洲出口均价有所回落;欧洲市场量价同升。

## 2.2 云南省茶叶出口竞争力分析

### 2.2.1 供应链端竞争力分析

根据国内产业的竞争现状,云南省在供应链端的竞争仍具备优势,《2022年云南省国民经济和社会发展统计公报》数据显示,云南省茶叶产量稳居全国首位,超过福建、湖北、四川等产茶大省;2022年,云南省茶园面积达到743.6万亩,绿色有机茶园面积达到244.7万亩,同比增长52.6%,有机茶园认证面积和获证产品数已连续多年位居全国第一。云南茶叶检测溯源中心和云南省茶叶流通协会等相关茶叶部门,相继出台的一系列关于《茶叶质量安全追溯平台建设标准》《茶叶价值评估规范》《普洱茶质量安全追溯实施标准》等,进一步从供应链端规范了云南省茶叶生产的标准,也为云南省在供应链端的竞争力提高提供了保障。

### 2.2.2 主要消费市场消费能力分析

根据我国海关数据统计,我国茶叶的出口市场主要集中在非洲和亚洲等地,同时,茶叶出口均价也受到了出口地消费环境的制约,而对于消费力相对较高的欧洲和北美地区,我国茶叶出口量相对较少;云南普洱茶是众多茶类中出口价格较高的一类,其主要出口地区集中在东南亚地区,出口量占比相对较低,尤其在我国出口的茶叶省份,云南的茶叶出口量甚至排到十名以外。就消费市场而言,云南市场虽然具备一定的消费能力,但销量仍相对较小,渠道并未打开。

### 2.2.3 现有竞争者竞争力分析

我国茶叶出口贸易位列前十位的省份分别是浙江,安徽,湖南,福建,湖北,江西,重庆,河南,四川和贵州;其中,浙江出口量稳居第一,占全国茶叶出口数量的40.98%。福建出口额位居全国第一,占全国茶叶出口总额的25.52%,而云南省作为茶产量大省,却在茶叶出口环节薄弱(数据来源:中国海关)。除了国内的出口竞争者外,国外的茶叶品牌巨头,如Twinings、Tazo、Harney&Sons、立顿等,也都是国外市场上强力的茶商。

由此可见,云南省的茶叶产业出口竞争力主要体现在供应链端,每年有足够量的茶叶进入市场,而在出口贸易和市场拓展方面比较薄弱,需要找到云南省茶叶出口破壁的路径,来实现云南省茶产业出口带动产业经济的目标。

## 3 云南省茶叶出口面临的问题

### 3.1 跨境贸易的不确定性

本文对云南省部分茶叶从业者的调研走访得知,对于

大部分传统的茶叶从业者而言,跨境贸易似乎是一个遥远的概念;就云南的茶叶从业者而言,大部分茶叶从业者基本为中小型茶企,在过去的认知中,对其而言,跨境贸易要面临的是:难度大、风险高、成本高、跨境贸易结算难、开拓市场难,再加上语言、文化、习俗、法律体系、消费观念等各方面的不同,使大部分茶叶从业者在提及跨境贸易时,都会选择回避。在跨境贸易的过程中,对自身投入的成本,以及回报收益存在不确定性,所以部分商家会对茶叶的出口贸易避而远之。

### 3.2 缺乏市场标准认知

云南省作为我国重大的茶叶产地之一,虽具备相关云南茶产业的标准准则,但对于云南大部分茶企,并不具备完善的准则认知,导致买家卖家以及标准制定者之间的信息不对称,云南省政府虽已在极力推广相关的行业标准,但对于云南大部分茶企而言,对行业标准不明确或不遵循,并不影响在市场上的成交过程。与此同时,云南茶叶名山名寨的产品价格居高不下,在利益驱使下也导致大量仿冒的产品流入市场,从而导致茶叶市场缺乏标准的现状愈加严重,市场定价合理化变得难以实现。商家和消费者的市场标准认知缺失会导致从原料生产端的标准化无法实现,最终容易导致市场乱象丛生,消费者对茶产业消费失去信心。

除此之外,国际市场上不断更新的绿色贸易壁垒,也在无形中不断增加茶叶出口的成本;更高的农药残留标准在无形中加大了我国茶企在茶叶品质检测板块的投入,就云南省而言,出口的茶叶品类大多为初级型产品,加工技术不高。国际市场上的绿色贸易壁垒,很大程度上限制了云南省茶叶出口,茶叶出口贸易的环境难以维持稳定,致使云南大部分茶企减少了茶叶出口量,削弱了云南省茶叶在国际市场的竞争力。

### 3.3 国内市场恶性“内卷”严重、供需失衡、恶性竞争

国内市场上,茶叶的供给量远超茶叶的需求量,供过于求的现象,导致茶叶市场上竞争激烈,行业恶性“内卷”严重的现象。这主要体现在非理性的价格竞争、虚假宣传、货不对版等方面。消费者在选购茶叶的过程中无法获得真实有效的信息,无法进行合理的判断。商家之间竞争激烈,行业“内卷”严重,一方面能促进行业进步和发展,但过度“内卷”容易导致不合理的行业竞争,使市场乱象严重。国内市场的行业恶性“内卷”也进一步说明茶产业推动国内国际贸易双循环的必要性。

### 3.4 茶产业出口缺乏核心竞争力

云南省作为茶叶资源的大省,在茶园面积,产量和茶叶产值方面都稳步增长,在国内位居前列,但却在国际市场上相对疲软;究其原因,一是云南省茶产业缺乏核心竞争力,表现在茶叶生产的技术相对落后,大部分茶叶生产商仍然停留在传统的手工生产阶段。二是云南省本土品牌的建设不足,除原有的国营茶厂转型之外,其余的茶叶品牌均缺乏

辨识度和认可度,无法形成品牌效应。三是茶叶的采摘、加工、流通、仓储等环节的管理不到位,使消费者对产品的安全 and 质量把握不足,更难流通到对茶叶标准要求更高的国际市场中。

### 3.5 茶产业缺少整体规划和整体意识

根据2023年天眼查数据,云南省注册茶企业达到10292家,在云南省众多的茶企中,除少量大型茶企外,其余均是中小型、微型、“家庭型”茶企。大多数企业均不具备成熟的生产、销售、品牌和市场管理战略,缺少商业方面的整体规划思考和战略方向。从整体来看,这些小规模的茶企各自为政,较难在竞争激烈的茶叶市场上占据优势地位,也无法形成企业间相互协作的生产模式和销售体系。

## 4 云南省茶叶出口“破壁”路径建议

### 4.1 政府+协会+高校带动跨境贸易知识培训

出口的破壁离不开专业知识的普及,除了传统意义上茶叶、种植、加工、仓储等供应链端的专业知识普及外,需加大力度投入的是,关于茶叶跨境贸易过程中市场营销、销售宣传、运营等商业方面知识的普及,来补齐健全传统茶企在商业领域知识相对匮乏的现象。

### 4.2 政府+协会优化市场标准,制定和完善行业规则

目前,云南省政府响应出台的一系列普洱茶行业标准,也正在不断引领茶叶从业者往更优的市场方向发展。除此之外,为了达到国际标准,行业规则应该不断趋于创新、生态、低碳类的茶产品,结合云南省茶叶生产实现碳达峰、碳中和等目标,不断建设茶产业生态低碳生产体系,创新生态低碳的茶产品,并通过积极参与联合国粮农组织“一国一品”特色农产品绿色发展全球行动和ISO/TC34/SC8茶叶标准化工作,向外输出生态低碳茶标准,引领低碳茶叶消费,丰富茶叶产品价值内涵。

为了促进云南茶叶行业的可持续发展,市场标准的制定和完善有助于保障茶叶行业的有序发展,而规则和标准的制定,需要云南省茶叶协会和云南省相关政府单位的牵头。本文认为可以从以下几点入手:一是明确茶叶品质标准,制定合理的检测方法,以保障消费者知晓商品的品质和价值;二是制定经营者的准入规则和行为规范,以防止不符合标准的企业进入市场和抬高价格等不当行为;三是明确茶叶交易的规则,确保各方面合法权益得到保障,防止欺诈、偷税漏税等行为发生。同时,在交易环节中引入电商模式,提升交易效率和透明度,最后应建立完善的争议解决机制,为茶农、消费者、茶企等提供公正有效的解决方案。

为完善云南茶产业检验检疫监管结构体系,各级政府部门应积极发挥职能优势,如昆明海关可就培育云茶出口竞争的道路,充分利用其职能优势,为云南茶企探索更多的出口路径。建立健全茶叶出口基地、质量管理体系等建设,进一步确保出口茶叶能够在源头就做到标准化把控,助力云南茶叶逐步走向海外市场。

### 4.3 开拓茶产业跨境市场(茶文化输出、原料输出、茶产品输出、仓储体系输出)

为进一步拓展茶叶市场的跨境贸易,云南茶产业需要在茶文化输出、茶原料输出、茶产品输出、仓储体系输出方面下功夫,同时需要提升云南茶产业的营销模式,加强跨境合作,选择适合的跨境电商平台和渠道,如亚马逊、eBay等,通过线上渠道推广云南茶叶,建立健全海外茶叶品牌,提高云南茶叶在国际市场的知名度和美誉度。(1)积极参加国际茶叶展览会、国际商贸展等,扩大茶叶出口渠道。(2)加强质量管理和标准化建设,明确云南茶叶的品质和价值机制。(3)加强与国外茶企、批发商等的合作,共同推进云南茶叶的跨境营销等,以此增加曝光率和影响力,拓展云南省茶产业跨境市场。

### 4.4 以茶文化输出牵头,带动茶产品输出,带动产业升级,平衡国内供需市场

2023年9月17日,云南“普洱景迈山古茶林文化景观”申遗项目在沙特阿拉伯召开的联合国教科文组织第四十五届世界申遗会议上通过。自此,被列入《世界遗产名录》,成为全球首个茶文化主题的世界文化遗产。2022年,“中国传统制茶技艺及其相关习俗”被成功列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。未来,云南省茶产业更应该结合具有茶文化属性的相关规定及节日庆典,进一步传播和弘扬传统文化,推广具有特色的茶类及品饮方式,推动云南茶在国际市场上的品类认知和消费升级。

因此,茶叶行业还有巨大的提升空间,多数国家和地区的消费者对我国的茶文化和饮茶知识知之甚少,科研保健茶也未能很好地在国际市场推广。茶,若没有科研创新,没有文化植入,就是树叶,所以更应当呼吁产茶区政府和企业个性化地展示区域特色茶,特别是要在海外开设民族特色的茶体验店和品牌连锁店,加大国际市场宣传推广,掀起中国区域性的有民族特色的茶饮消费热,只有这样才能逐步改变当前茶叶出口渠道单一、出口量少,出口价格低的格局。

云南茶文化的输出需要具备一些先决条件,首先,茶文化需要得到充分的挖掘,可以从以下几点入手:一是历史挖掘,要深入挖掘云南茶文化的历史渊源,从云南茶文化的起源、发展、演变等各个方面进行研究和探讨,挖掘其悠久的历史底蕴和价值。二是地域挖掘,要深入了解云南茶文化的地理特点和文化特色,从地理环境、气候条件、土壤特点等多个方面入手,挖掘云南茶文化的独特性和特色文化元素。三是人文挖掘,挖掘云南茶文化的人文内涵和社会意义,从茶文化的文学、艺术、哲学等多个角度,挖掘云南茶文化的人文价值。四是产业挖掘,要深入挖掘云南茶文化的产业价值和商业价值,从茶叶生产、加工、销售等各个环节进行研究和探讨,挖掘云南茶文化的商业潜力和经济价值。五是创新挖掘:要深入挖掘云南茶文化的创新潜力和创新空间,从茶文化的传承、创新、发展等多个角度进行研究和探讨,挖



掘云南茶文化的创新动力和创新价值。茶文化的跨境推广,可以借助国际化的平台和渠道,如国际茶叶展览会、电商平台等,通过推广优质的茶叶产品、举办茶文化交流活动、组织茶文化旅游等方式,让更多的国际消费者了解和认同中国的茶文化,同时加强与茶叶生产和消费国家的文化交流合作,推动茶文化的传播。

#### 4.5 云南省茶叶协会+政府牵头,整体规划茶产业输出路径

云南省茶产业的输出,需要云南省茶叶协会和相关政府单位的牵头,整体规划茶产业出口路径,包括:(1)加强协会和政府之间的沟通和协调,建立良好的合作机制和工作机制;(2)由协会和政府联合牵头,成立专门的工作组,负责茶产业出口的整体规划和实施;(3)制定专项计划和规划,明确茶产业出口的目标、任务和措施,确保规划的实施和落地;(4)加强国际市场的调研和分析,了解国际市场的需求和趋势,为出口提供有力支撑;(5)加强行业协会和企业之间的合作,共同推进茶产业出口的发展,形成合力 and 优势;(6)加强政策支持和资金支持,为茶产业出口提供有力保障,提高出口茶叶的竞争力和市场占有率。

#### 5 结语

云南省茶产业跨境贸易发展路径的优化和完善,不仅能进一步拓展海外新市场,还能够使云南省内部茶产业的结构得到优化和升级,进一步提高云南省茶产业在国际市

场上的竞争力,带动产业发展的同时,还能够提高政府外汇收入,带动云南省茶企业和茶农的增收,拉动云南省整体经济水平的提升。

#### 参考文献

- [1] 李宁,马晓云. 丝绸之路上的茶叶贸易与茶文化 [J]. 蚕桑茶叶通讯,2020(1): 26-28.
- [2] 朱婕,何文. 绿色贸易壁垒对我国茶叶出口的影响与对策 [J]. 经济研究导刊,2021(19): 153-155.
- [3] 郑小峰. 试论我国茶叶地理标志特性及品牌战略分析 [J]. 福建茶叶,2022,44(10): 39-41.
- [4] 刘文敏,刘少明,陈笛,等. 中国与“一带一路”沿线国家茶叶贸易高质量发展研究:基于“三茶”统筹的视角 [J]. 福建茶叶,2022,44(9): 1-7+17.
- [5] 吴楚婷. 跨境电商背景下茶叶贸易发展现状与建议 [J]. 现代商业,2021(2): 74-76.
- [6] 潘蓉,余玉庚,刘兰,等. 2022年中国茶叶进出口贸易结构简析 [J]. 中国茶叶,2023,45(4):31-35.
- [7] 吕世晨,林树国,李江. 第七届云南省科协学术年会论文集:专题二:绿色经济产业发展,2017-09-25.
- [8] 蔡依玲,张星海. 党建品牌引领茶文化产业链课程群教学改革与实践 [J]. 中国合作经济,2023(9): 71-74.
- [9] 王永刚. “世界茶源”名扬四海:云茶产业高质量发展观察(上) [N]. 云南日报,2023-05-21.
- [10] 李思惠. 跨文化视角下中国茶文化的翻译策略与对外传播 [J]. 福建茶叶,2023,45(9): 184-186.

## Research and Suggestions on the Path to "Breaking the Wall" for Tea Export in Yunnan Province

He Shanshan

(Lijiang Culture and Tourism College, Lijiang, Yunnan 674100)

**Abstract:** With the continuous advancement of the wave of global economic integration, China's tea industry has made rapid progress, and the export volume and export value of tea have repeatedly reached a record high. In 2020, China proposed the "dual circulation" strategy, aiming to gradually form a new development pattern where the domestic circulation serves as the mainstay and the domestic and international circulations reinforce each other. This strategy further promotes cross-border trade in the tea industry, which is becoming a major trend in China's tea trade. Yunnan Province, as one of the most famous tea-producing areas in China, accounts for only approximately 1% of the total national tea exports. Currently, the global tea supply and demand are relatively stable, the contradiction between supply and demand is not outstanding. The cross-border trade of Yunnan's tea industry needs to align with the new opportunities arising from the "international and domestic dual circulation" and the Belt and Road Initiative. Tea trade is in a period where bottlenecks and breakthroughs coexist with opportunities and development. According to data from the Yunnan Tea Association and Kunming Customs, Yunnan's tea export volume has been growing annually since 2016, but experienced fluctuations in 2019 and a downward trend in 2022 and 2023. As one of China's major tea-producing regions, Yunnan's tea industry faces increasingly fierce competition in both domestic and international markets. Therefore, it is imperative to further enhance the market competitiveness of Yunnan's tea industry. Yunnan's tea industry faces the internal issue of intensifying "involution" and limited external market development. How to break through the barriers of tea exports in Yunnan has become a focus of attention for tea enterprises and government departments within the province. This paper analyzes and compares the data on Yunnan's tea exports in recent years to identify the main problems with tea exports under the current circumstance, and provides suggestions for solving these problems.

**Keywords:** Yunnan's tea exports; market competitiveness; path of breaking through the barriers; overseas markets; global economic integration; Chinese tea industry



# 新媒体时代“老字号”品牌活化策略研究

陆国红

(湖州职业技术学院 浙江湖州 313000)

**摘要:** 基于对新媒体环境下老字号企业面临的困境分析, 本文从不同角度阐述了一些成功的品牌活化实践, 包括加强数字营销、强化品牌感知、增强用户体验等, 旨在帮助企业更好地适应市场需求, 实现商业发展。本文通过研究新媒体时代老字号品牌传播对受众品牌态度和品牌感知的影响发现, 老字号品牌传播对受众品牌态度和感知都具有积极影响, 受众品牌人格感知也对受众品牌态度产生了重要影响。最后, 本文提出综合运用多种形式与消费者有效交流、准确定位新媒体平台并制定有效传播、开展差异化竞争突出品牌个性等策略, 有助于提升老字号品牌在新媒体时代的传播效果, 实现品牌活化。

**关键词:** 老字号品牌活化策略; 新媒体时代; 品牌传播; 受众品牌态度; 消费者品牌感知

**本文索引:** 陆国红. 新媒体时代“老字号”品牌活化策略研究[J]. 中国商论, 2024(07):074-077.

中图分类号: F279.23

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-074-04

## 1 引言

当前, 老字号品牌普遍面临着工艺落后、技艺流失、品牌经营意识淡薄、媒体推广媒介单一、品牌文化创新乏力、专业人才缺乏等问题, 老字号品牌的发展前景十分严峻。新媒体的快速发展和广泛运用使传统营销手段和传播格局被不断打破, 消费者的消费习惯与模式被改变, 层出不穷的营销手段, 使老字号等传统品牌面临着品牌老化等挑战。原本采用传统线下购物模式的老字号品牌开始走入困境, 老一代消费者未能很快适应这种巨大变迁的媒介传播环境, 年轻一代消费者已成为新生力量, 在品牌和购物的侧重点上有着独特的关注点, 在价值观上也有其独立性。而传统品牌在老一代消费者退出后, 固定消费群体不断流失, 年轻的消费群体也未能及时弥补, 老品牌市场就日渐萎缩, 品牌更新活化势在必行。

研究表明, 通过新媒体平台进行品牌传播可以提高受众对老字号品牌的态度。新媒体时代下的品牌传播, 通过有针对性的内容和互动形式, 增加了受众对品牌的认同感和喜好程度。此外, 老字号品牌传播对受众品牌感知也产生了积极影响。通过品牌故事、品牌形象塑造和品牌传播的多样化方式, 受众对品牌的感知更加全面深入, 增强了品牌的认知度和亲和力。受众对老字号品牌态度的积极影响与品牌感知的积极影响相互作用, 形成了一种良性循环的关系。

研究发现, 受众品牌人格感知对受众品牌态度的影响也非常重要。新媒体时代下, 老字号品牌传播可以塑造品牌个性和品牌形象, 使受众对品牌产生认同和倾向。受众对品牌人格的感知会影响其对品牌的态度, 从而促使其产生购买行为。因此, 在新媒体时代下, 老字号品牌传播不仅需要注重品牌态度和品牌感知的影响, 还需重视品牌人格感知

的作用。

新媒体时代下, 老字号品牌传播能够积极影响消费者的品牌态度。消费者通过接触和参与品牌传播活动, 提高对品牌的认知和喜好, 并对品牌产生了积极的情感体验。此外, 消费者的品牌体验对品牌态度具有重要影响。消费者通过实际使用和接触品牌, 获得的品牌体验能够进一步加强其品牌态度和忠诚度。

综上所述, 通过加强数字营销、强化品牌感知、增强用户体验等关键点, 老字号品牌可以更好地适应市场需求, 实现品牌活化。

## 2 基于新媒体的老字号品牌传播理论分析

### 2.1 新媒体时代老字号品牌传播对受众品牌态度的影响

一切商业竞争, 最终归结为品牌之争。看不见的品牌价值, 决定了看得见的产品价值。品牌的价值, 在于消费者认知。在新媒体时代下, 老字号品牌传播对受众品牌态度具有重要影响。

首先, 老字号品牌传播能够增强受众对品牌的态度。传统的老字号品牌在新媒体平台上进行推广, 能够提高品牌的知名度和认可度, 从而增加消费者对品牌的好感和喜爱程度。通过有效的传播策略, 老字号品牌可以加强与受众之间的情感联系, 建立起稳固的品牌态度。

其次, 老字号品牌传播能够改变受众对品牌的态度。通过新媒体平台的广泛传播和多样化的形式, 老字号品牌可以传达出与传统形象不同的品牌形象, 从而改变受众对品牌的刻板印象和偏见。比如, 通过在新媒体上发布品牌的创新产品、顾客见证等内容, 老字号品牌可以呈现出活力, 激发受众对品牌的兴趣, 从而改变受众的品牌态度。

基金项目: 湖州市 2023 年哲学社会科学规划课题 (23hzghy163)。

作者简介: 陆国红 (1981-), 女, 汉族, 浙江湖州人, 副教授, 硕士, 研究方向: 数字经济、新媒体运营。

另外,老字号品牌传播可以加强受众对品牌的信任。新媒体时代,信息的快速传播和大量信息的存在导致受众面临信息过载和真实性问题。老字号品牌通过在传播过程中注重真实性、提供可靠的信息来源等方式,可以增强受众对品牌的信任感。受众对品牌的信任感会对其品牌态度产生积极影响,促使消费者更加倾向于购买和支持老字号品牌。

综上所述,新媒体时代下老字号品牌传播对受众品牌态度具有积极影响。老字号品牌通过加强品牌的知名度和认可度、改变品牌形象并增加受众对品牌的信任,能够提升受众对品牌的态度。这些结论对于老字号品牌在新媒体时代制定传播策略具有重要意义,可以帮助品牌提升传播效果,实现品牌活化。

## 2.2 新媒体时代老字号品牌传播对受众品牌感知的影响

在新媒体时代下,老字号品牌传播对受众品牌感知有着重要影响。消费者对品牌认知的老化,是企业最大的危险所在。本文通过对相关理论的分析,可以得出以下结论。

首先,老字号品牌的传播对受众的品牌感知有积极影响。一方面,老字号品牌传播能够增加受众对品牌的注意力和认知程度,使品牌在受众心目中形成鲜明的形象和印象。另一方面,通过有效的传播策略和手段,老字号品牌可以传递品牌的核心价值和内涵,从而引发受众的情感共鸣和品牌认同,进一步增强受众对品牌的感知。

其次,老字号品牌传播对受众的品牌感知还能影响其品牌态度。品牌感知是形成受众品牌态度的重要基础,通过品牌传播引起受众对品牌的感知和认知,进而影响其对品牌的态度和评价。具体来说,如果品牌传播能够成功地传递品牌的独特价值和亮点,引起消费者的兴趣和好感,加强品牌在受众心目中的形象和认同度,那么受众的品牌态度就会呈现积极的趋势。同时,如果品牌传播能够有效地处理问题和危机,积极回应受众关切和需求,树立品牌的公信力和形象,那么受众的品牌态度也会受到积极影响。

最后,除老字号品牌传播对受众品牌感知的影响外,受众品牌人格感知也对受众品牌态度产生了重要影响。受众对品牌的人格感知是指将品牌视为具有某种人格特质和特征的实体,并据此对品牌进行评价和态度形成。老字号品牌传播能够通过塑造品牌形象和传递品牌故事,激发受众对品牌的人格感知和情感认同,进而影响受众对品牌的态度和行为。

综上所述,新媒体时代下,老字号品牌传播对受众品牌感知和品牌态度具有重要影响。为了有效提升品牌传播效果,老字号企业应该加强品牌传播的理论学习和实践探索,注重传播策略的创新和有效性评估,通过多种形式与受众进行有效交流。

## 2.3 新媒体时代受众品牌人格感知对受众品牌态度的影响

传统的老字号品牌在新媒体时代面临着诸多的挑战和机遇。为了更好地适应市场需求和实现商业发展,企业需要进行品牌活化策略的研究与实践,其中,受众品牌人格感知

对受众品牌态度的影响尤为重要。

新媒体时代,受众对品牌的人格感知在其形成品牌态度的过程中起着重要作用。人们将品牌视为具有人格特质的存在,并根据品牌表现出的人格特质来评价和对待品牌。当受众认为品牌具有积极的人格特质时,往往会对该品牌抱有积极态度。

研究表明,受众品牌人格感知对受众品牌态度的影响主要体现在以下几点:

第一,受众认知到品牌具有积极的人格特质时,他们会对该品牌抱有积极的态度。品牌的人格特质可以包括可靠性、可信度、诚实性、友善性等,当受众认为品牌在这些方面表现出积极的特质时,他们会将其视为可靠和值得信赖的品牌,并对其抱有积极的态度。

第二,受众品牌人格感知对受众品牌态度的影响还体现在品牌认同上。当受众对品牌的人格特质感知较高时,他们更容易认同该品牌,并且对该品牌抱有积极态度。品牌的人格特质可以让受众产生共情和认同感,从而促使其更愿意接受和支持该品牌。

第三,受众品牌人格感知对受众品牌态度的影响还体现在情感认知上。品牌的人格特质会在受众中引起情感共鸣,从而影响其对品牌的态度。当品牌能够通过传递特定的人格特质来触动受众的情感,激发他们与品牌之间的情感互动,就能积极影响受众对品牌的态度。

为了进一步研究受众品牌人格感知对受众品牌态度的影响,可以采用问卷调查、实验调查等方式。本文通过收集和分析受众对品牌人格感知和品牌态度的数据,可以验证受众品牌人格感知对受众品牌态度的影响机制,并为品牌活化策略的制定提供科学依据。

综上所述,受众品牌人格感知对受众品牌态度具有重要影响。品牌在新媒体时代应注重塑造积极的品牌人格特质,通过传递和表达这些特质,促使受众对品牌抱有积极的认同和态度。这对于实施品牌活化策略、提升品牌竞争力具有重要意义。

## 3 新媒体时代下老字号品牌传播策略分析

### 3.1 通过多样化营销形式,与消费者有效交流

新媒体时代下,老字号品牌传播策略分析中,综合运用多种形式,与消费者有效交流是非常重要的一项策略。通过多种形式的传播,老字号品牌能够更好地与消费者进行互动和交流,增强品牌影响力,提升消费者品牌态度。

首先,老字号品牌可以利用新媒体平台搭建自己的官方网站或者开设社交媒体账号。通过发布品牌故事、产品推广、互动活动等内容,与消费者进行有效交流。既提高了消费者对品牌的认知度和了解度,又增加了消费者对品牌的好感和信任感。

其次,老字号品牌可以利用在线直播、短视频等新媒体形式,与消费者进行实时互动。通过直播带货、产品展示、用户互动等方式,将消费者参与到品牌的过程中,营造更加真



实、亲近的品牌形象。

最后,老字号品牌可以借助互联网和移动互联网技术,开展精准营销和个性化推广。通过数据分析和用户行为分析,了解消费者的需求和喜好,针对性地推送信息和产品,提高传播效果和消费者响应度。

此外,与消费者有效交流还需要注重品牌形象的维护和提升。品牌形象的塑造离不开消费者的认可和支持。老字号品牌可以通过传统媒体的合作、文化活动的参与以及公益事业的支持等方式,提升自身的社会形象,赢得消费者的认可和信任。

表1 老字号品牌新媒体营销形式

形式	具体流程
官方账号	品牌故事、产品推广、互动活动
在线直播	直播带货、产品展示、用户互动
短视频	产品发布、产品卖点、公司动态
新媒体平台广告	文字/视频+图片+H5/链接
互动游戏	佳节贺卡、分享链接、用户生产内容
精品微店	拓展购买渠道、限时体验店
微信小程序	精品店铺信息、购买渠道、便捷导购

综上所述,综合运用多种形式(见表1),与消费者有效交流是新媒体时代下老字号品牌传播策略中的重要一环。通过利用新媒体平台、在线直播、个性化推广等方式,老字号品牌能够更好地与消费者进行互动和交流,增强品牌影响力,提高消费者品牌态度。这对于老字号品牌在新媒体时代的传播效果和品牌活化具有重要意义。

### 3.2 准确定位新媒体平台,制定有效传播策略

在新媒体时代下,老字号品牌要想在激烈的市场竞争中获得优势,就需要对新媒体平台进行准确定位,制定有效的传播策略。首先,对于不同的新媒体平台,老字号品牌需要根据目标受众和传播目的的差异性,进行有针对性的选择。

在准确定位新媒体平台时,首先需要对各个新媒体平台的特点、受众属性和传播效果进行深入研究。例如,在微博和微信等社交媒体平台,通过粉丝互动、内容传播等方式提高品牌知名度和口碑。同时,视频平台如抖音、快手等更适合通过视觉化内容吸引用户的注意力。此外,还可以考虑与一些有影响力的自媒体合作,通过其渠道传播品牌信息。

在准确定位后,制定有效的传播策略至关重要。首先,在传播内容上,老字号品牌需要定期更新有价值的内容,以吸引用户的关注并提高品牌知名度。内容可以包括与该品牌相关的历史故事、传统工艺技术、产品创新等。同时,还可以通过与消费者互动,了解其需求和意见,提供有针对性的服务和产品。

其次,在传播渠道上,老字号品牌需要全面利用多种形式与消费者有效交流。KOL(意见领袖)发挥了社交媒体在覆盖面和影响力方面的优势,能够有效地消解企业与受众之间的沟通障碍。为此,可以增设品牌运营与推广团队,打造“准网红”与KOL,拉近KOL与老字号品牌文化传播之间的紧密度,直至将潜在消费者转变成忠实消费者。除了在

社交媒体平台上开设品牌账号并通过发布内容与用户互动外,还可以通过线下活动、参加展览会等方式与消费者面对面交流,增强品牌形象和用户黏性。

最后,在传播效果上,老字号品牌需要不断优化传播策略,并通过数据收集和分析来评估传播效果。要让年轻人爱上老字号,不能仅仅满足于“自带流量”的产品,而是要学会“现代表达”,这种表达方式符合年轻人的精神需求和生活方式。老字号品牌可以在社交媒体上通过用户留言、分享、点赞等交互指标来评估传播影响力,进一步调整和优化传播策略。

总之,对新媒体平台准确定位并制定有效的传播策略,是老字号品牌在新媒体时代下活化的关键。品牌需要根据目标受众和传播目的,选择合适的新媒体平台,并通过定期更新有价值的内容、与消费者互动、优化传播策略等方式,提高品牌知名度和影响力,实现品牌的活化与发展。

### 3.3 差异化运营内容,突出品牌个性

在新媒体时代下,老字号品牌需要积极开展差异化竞争,突出品牌个性,以在激烈的市场竞争中脱颖而出。差异化竞争能够帮助老字号品牌在消费者心中树立独特的形象,使其更具吸引力和竞争力。

首先,老字号品牌可以通过提供独特的产品或服务来突出品牌个性。与同行竞争对手不同的产品特点和卓越的品质能够吸引消费者的注意力,并赢得其忠诚。例如,调味品老字号品牌“老恒和”,深耕料酒行业,根据不同菜肴的需求,进行了原材料选择、工艺制作和产品设计等方面的创新,为消费者提供了丰富的口味体验。老恒和立足国内市场,做出了自己的特色,成为全国料酒行业的标杆企业。

其次,老字号品牌可以通过品牌文化的传达来突出品牌个性。品牌文化是品牌所承载的价值观念、历史传承和文化元素等方面的表达。通过将品牌的历史渊源、文化传统与现代消费者的需求相结合,可以使老字号品牌在市场中显现出独特的个性和魅力。例如,老字号品牌可以通过传统的包装设计、品牌故事的宣传等方式,将品牌文化栩栩如生地展现给消费者,从而使消费者产生共鸣并情感上与品牌产生连接。

最后,老字号品牌可以通过与其他品牌开展跨界合作,以突出品牌个性。老字号品牌通过与两个或多个不同领域、不同风格的品牌进行跨界IP协作营销,根据不同产业、产品之间潜在共有的特性与联系,对品牌重新定位,扩展品牌联想度,增加品牌的独特性和吸引力,吸引更多消费者的关注和认同。这种合作不仅可以为老字号品牌带来新的市场机遇,还可以借助其他品牌的影响力和资源,实现老字号企业品牌活化和市场利润最大化的营销效用,加快品牌的活化进程。

此外,老字号品牌可以通过差异化的市场定位来突出品牌个性。在新媒体时代,老字号品牌可以在不同的媒体平台上准确定位自己的目标受众,并制定相应的传播策



略。通过选取适合目标受众的媒体渠道、呈现方式和传播内容等,可以增强品牌的个性魅力,与消费者建立良好的互动与连接。

总之,开展差异化竞争,突出品牌个性是老字号品牌在新媒体时代品牌活化的重要策略。通过提供独特的产品或服务、传达品牌文化、差异化市场定位和跨界合作等方式,老字号品牌可以在市场中脱颖而出,赢得消费者的关注和喜爱,实现品牌活化的目标。

#### 4 结语

综上所述,“老字号”既是中华优秀传统文化的载体,也是中国商业和手工业发展过程中保留下来的精品,保护和传承历史经典产业,推动老字号品牌创新发展,既是对传统产业的传承,也是对商业文化的传承,更是对文化自信的一种涵养。本文通过分析新媒体时代下老字号品牌传播对受众品牌态度、品牌感知以及受众品牌人格感知对受众品牌态度的影响,探索新媒体时代下老字号品牌活化策略。老字号品牌应紧紧把握时代契机,强化新媒体运营,通过多种媒体形式与受众进行有效交流,准确定位新媒体平台并制定具体传播策略,同时开展差异化竞争,突出品牌个性,使品牌重新焕发生机活力,以实现品牌的长久发展。

#### 参考文献

- [1] 邹宇.天猫国潮行动的老字号品牌活化策略效果研究[D].长沙:湖南大学,2020.  
[2] 莫佳.新媒体时代下绍兴老字号的发展困境与营销创新研究[J].

产业创新研究,2021(23):64-66.

- [3] 吴清军.老字号品牌活化策略对消费者感知的影响研究[J].商业经济研究,2022(20):77-80.  
[4] YH Ding,SO Management,GP Polytechnic.Research on the Brand Marketing Strategy of “Time-Honored Brand” under the New Media Environment:Taking the SPDC as an Example[D].Journal of Jiamusi Vocational Institute,2018.  
[5] 刘思佳.新媒体环境下老字号品牌传播困局与突破[J].品牌研究,2022(5):13-15.  
[6] 王宁.新媒体时代下老字号品牌传播策略探讨[J].商业经济研究,2021(12):66-69.  
[7] 王准,吴晓东.新媒体视阈下东北老字号品牌故事整合传播策略研究[J].品牌研究,2020(5):20-22.  
[8] 许婷.基于品牌活化理念的“老字号”包装设计策略研究[J].西部皮革,2021(1):128-130.  
[9] 梁志刚.新媒体背景下老字号品牌文化传播优化研究[D].合肥:安徽财经大学,2019.  
[10] 王湘蓉.数字媒体时代辽宁老字号企业品牌运营策略研究[J].商业经济,2023(1):67-70.  
[11] 施然.国潮兴起下的老字号品牌创新研究[J].中国商论,2022(8):4-6.  
[12] 许灵怡.老字号谢馥春的品牌活化策略研究[D].杭州:浙江工商大学,2022.  
[13] 江炜康,吴锦莲,叶育宁,等.基于跨界 IP 合作的中华老字号品牌形象升级与激活策略研究:以稻香村为例[J].经济师,2020(6):33-36.  
[14] 杨阳.“老字号”企业胡庆余堂的品牌活化研究[D].杭州:浙江工商大学,2021.

## Research on Revitalization Strategies for Time-Honored Brands in the Era of New Media

Lu Guohong

(Huzhou Vocational and Technical College, Huzhou, Zhejiang 313000)

**Abstract:** Based on the analysis of the dilemmas faced by time-honored brands in the new media environment, this paper expounds on successful practices of brand revitalization from different perspectives, including strengthening digital marketing, enhancing brand perception, and improving user experience, with the aim to help enterprises better adapt to market demands and achieve commercial development. Through studying the impact of time-honored brand communication on the audience's brand attitude and brand perception in the new media era, the paper finds that such brand communication has a positive effect on both. The audience's perception of brand personality also has a significant impact on their brand attitude. Finally, the article proposes strategies such as utilizing a variety of forms to effectively communicate with consumers, accurately positioning new media platforms for effective communication, and engaging in differentiated competition to highlight brand personality. These strategies can help enhance the communication effectiveness of time-honored brands in the new media era and achieve brand revitalization.

**Keywords:** revitalization strategies for time-honored brands; new media era; brand communication; brand attitude of the audience; brand perception of consumers

# 跨境电商自建独立站的优劣势分析

孙芳 胡玥涛

(上海健康医学院 上海 201318)

**摘要:** 过去20多年,我国跨境电商行业经历了从无到有、从弱到强的发展历程。跨境电商行业在我国外贸领域具有举足轻重的地位,已成为推动外贸增长的重要引擎,其发展状况充分体现了我国对外贸易的创新与活力。当前,我国跨境电商产业正在加速外贸创新发展进程,通过优化产业结构、拓展市场空间、提升运营效率等方式,不断推动我国外贸行业的整体发展。但由于第三方平台运营成本增加、头部效应越来越明显,且常出现罚款或封号等运营问题,因此独立站逐渐成为跨境电商发展的新趋势。独立站服务商在本地化运营方面具有优势,能够更好地满足卖家的品牌需求,提高市场竞争力。独立站的建设与运营门槛逐渐降低,成为卖家向品牌化转型的重要手段。

**关键词:** 自建独立站;跨境电商;外贸领域;数字化运营;人才培养;产业结构;品牌转型

**本文索引:** 孙芳,胡玥涛.跨境电商自建独立站的优劣势分析[J].中国商论,2024(07):078-081.

中图分类号: F742

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-078-04

独立站是由企业自主创建和管理的专业网站。相较于在第三方平台开设店铺,企业在独立站上可以更加自由地选择建站系统、网站风格、支付方式等,从而更容易把握运营的主动权。

在跨境电商发展的初期阶段,独立站已存在,但由于建站成本较高、操作复杂,仅有少数龙头企业采用独立站进行产品销售。近年来,越来越多的企业开始利用独立站进行产品推广和销售,特别是在跨境电商领域,各类平台的产品销售呈现持续增长趋势。2021年,虚假交易现象日益严重,亚马逊等平台对涉及虚假交易的商家进行了严厉处罚,强制关闭其店铺,导致大部分商家遭受严重损失,甚至破产倒

闭。因此,许多商家开始放弃在亚马逊等平台开店,转而选择建立和运营独立站。同时,基于SaaS的独立站建站工具的完善与成熟,使得独立站的建设成本与难度大大降低,很多跨境电商企业开始尝试建设与运营跨境电商独立站<sup>[1]</sup>。

## 1 独立站的探索

### 1.1 独立站的发展历程

跨境电商独立站发展历程如表1所示。

### 1.2 独立站的优势

(1)建立企业品牌形象

独立站作为企业官方品牌网站,是企业独有的营销战

表1 跨境电商独立站发展历程<sup>[2]</sup>

早期 90 年代	初期形态	在传统外贸行业中,交易往往是通过线下展会渠道来促成的,这种模式虽然有效,但同时也存在着局限性。随着互联网技术的不断发展,越来越多的外贸公司开始意识到线上展示和推广的重要性,纷纷建立英文网站,以便在线上展示自己的产品。这类网站的主要作用是提供企业信息以及展示产品图片,此时的网络平台并不具备交易功能
20 世纪初	跨境电商逐步兴起	自 2002 年起,随着网络信息技术的发展,跨境电商逐渐成为全球商业领域的热点。这一时期,亚马逊和 eBay 刚刚成立不久,虽然已经拥有了数百万的卖家和数十亿的交易额,但仍然没有形成成熟的第三方跨境服务。外贸企业拓展海外业务,还是以独立站为主。然而,独立站的建设并非一帆风顺。由于开发代码门槛高,许多独立站都需要定制化开发,导致独立站的建设成本高昂。同时,网站糟糕的访问体验和信息安全问题也使得独立站的发展受限。而此时独立站建站平台开始萌芽
近十年	跨境电商逐渐兴起	随着互联网技术的不断发展,云上技术逐渐成为越来越多大型国际品牌拓展跨境业务的重要手段。这些品牌通过设立独立站官网,不仅提供了更加便捷的跨境服务,还实现了更高效的品牌营销和客户关系管理。然而,对于资金体量相对较小的中小商家而言,开展跨境电商业务则需要依托于第三方跨境服务平台。近年来,独立站建站平台服务逐渐成熟,为这部分商家提供了更多的机会。一部分商家开始尝试利用第三方开发者工具建立并完善自己的独立站网店
近五年	快速成长爆发期	随着跨境电商行业的快速发展,第三方平台卖家数量已经饱和。在这个竞争激烈的市场环境中,平台卖家们面临着愈发激烈的竞争以及逐渐走低的利润,生存压力越来越大。然而,就在这种背景下,社交媒体平台却突然成为独立站发展的新引擎。以 Facebook、Twitter、Instagram 等社交媒体平台为例,它们凭借着自身的热度与庞大的用户基础,为独立站提供了巨大的流量。独立站作为跨境电子贸易的新选择,正在逐渐得到市场的认可

**基金项目:** 2023 年上海健康医学院创新创业训练市级项目“欲精其实验,先利其设备”——开启实验室一站式配置研究方案跨境之旅。

**作者简介:** 孙芳 (1982-), 女, 汉族, 山西晋中人, 讲师, 硕士研究生, 研究方向: 语言学;

胡玥涛 (2004-), 女, 汉族, 安徽亳州人, 食品卫生与营养学专业。

略阵地。在此平台上,企业能够提供更为详尽的信息,包括产品各项性能参数、应用场景及使用方法等,并通过多种形式(如图片、视频、动画等)塑造独特的企业品牌形象。这将有助于企业在竞争中脱颖而出,给客户留下良好印象,增强客户信任并提高合作意愿。

#### (2)自主制定价格

在B2B平台上,卖家众多且基本陷入价格战,导致企业利润空间压缩,不利于品牌形象建立。企业可通过独立站突出产品优势和卓越功能,吸引客户注意力,并为客户留下独特印象。此外,独立站还避免了与其他企业竞争低价的困扰。

#### (3)库存可控性

在独立站上,企业可以自行选择发货地和物流公司,既可选择海外市场发货,也可选择国内发货,更高的物流可控性意味着更好的资金流动性。

#### (4)缩短物流时间

菜鸟在全球部署了6大数字物流中枢并开通了超过1800条国际货运航线,运营着超过300万平方米的跨境仓库,还在欧洲多国部署了分拨中心、海外仓等基础设施,让更多独立站企业享受高效的物流服务<sup>[3]</sup>。

#### (5)客户数据独立性

第三方平台并不会展示全部数据,因此卖家可能无法获取某些关键用户信息。然而,独立站能够在内部收集所有客户数据,使卖家能够保障数据安全、提升数据价值,并为后续营销活动奠定基础。

#### (6)避免规则限制,降低运营成本

拥有独立站的企业可以完全自主运营,避免受第三方平台规则限制,也不会受到平台政策变化的影响。此外,企业无需向第三方平台支付佣金或年费,从而大幅降低运营成本,并迅速实现资金回报。

#### (7)营销方式灵活

企业可根据自身需求策划营销活动。短视频营销、网红营销等方式均可用于提升品牌知名度及引流转化,尤其适合产品营销的是网红营销,这种模式在流量为王的时代,利用网红影响力吸引客户已成为常见的营销手段。与传统电子商务模式相比,其优势在于推广成本较低,能在短时间内获取新客户,提高转化率和复购率。

#### (8)降低竞争压力

因为在第三方平台上,相同类型的企业和产品有很多,平台上的竞争非常激烈,所以一些企业必须通过降价来吸引客户。目前建设独立站的跨境电商企业为数不多,所以平台竞争相对较小,这对于跨境电商企业的发展是有利的<sup>[4]</sup>。

#### (9)提高顾客的再次购买意愿

企业可通过定制“客户服务体系”的互动页面,更快、更便捷地满足顾客需求,从而优化顾客购物体验。独立网站

有助于提高客户忠诚度,更好地保留老顾客。数据显示,独立站新顾客转化为老顾客的比例高于B2B平台。

### 1.3 独立站的不足

#### (1)流量获取困难

相较第三方平台运营,独立站在获取流量方面存在挑战。在缺乏平台支持和流量获取手段的情况下,企业需通过搜索引擎优化、社交媒体推广及广告投放等推广活动提升网站知名度和点击率。为此,企业需具备一定的推广技能和经验,或与专业推广机构合作。

#### (2)网站运营难度大

独立网站管理并非易事,企业需在互联网技术和营销方面具备一定经验,以确保网站质量和用户体验。独立网站管理需具备网络和管理方面的专业人才,因为网站内容需定期更新,以提升功能性、保障安全性和稳定性。同时,独立站管理者需积极参与社交媒体和潜在用户社区,与用户互动沟通,提高用户黏性和忠诚度。

#### (3)用户行为意识不足

许多企业建设的独立站外包,可能在界面风格、面板设计和首页功能上使用基本相同的模板,且可能缺乏完整的分析数据功能。独立站上用户的一些行为(如页面停留时间、浏览相关产品及页面、页面间跳转等)未得到准确记录和分析,缺乏用户行为数据就无法针对性地对独立站进行优化改进,独立站陷入了止步不前的困境<sup>[5]</sup>。

#### (4)安全隐患

独立网站易受黑客攻击,面临诸多安全隐患,原因在于企业缺乏足够的资源和技术来保护网站安全。独立网站需采取诸如安装防火墙、定期备份数据和加密网络传输协议等安全措施,以确保网站数据和用户安全。

#### (5)合作伙伴不足

自建独立站缺乏平台支持和资源,因此寻找合适合作伙伴(如广告商、供应商和内容提供商等)可能具有一定的难度。企业需积极拓展业务和人脉,以寻找合适的合作伙伴,提高网站知名度、流量和收入。

### 1.4 独立站的商业模式

#### (1)新兴移动电商

新兴移动电商针对新兴市场(如东南亚、中东等蓝海市场),将独立站打造成电商平台,允许其他卖家入驻。虽然对其他卖家而言,这属于第三方平台,但对网站持有者来说,仍为一个独立站。此模式需具备经验丰富的电商团队、强大的技术支持和丰富资本作为基础。

#### (2)B2B和B2W模式

B2B模式和B2W模式主要依赖国内生产商资源,面向海外中小企业或零售商。此类模式的特点是存在一定的起订量或最低订单金额。



(3)COD单页模式

COD单页电商模式主要应用于东南亚、中东、拉美等跨境蓝海市场。这些市场竞争较小,但物流基础设施不完善,线上支付习惯尚未形成。因此,采用货到付款方式以赢得消费者信任。在COD模式下,卖家可快速启动独立站交易,因单页制作速度较快。COD单页模式仍是开拓蓝海市场的最佳选择。然而,长期使用单页难以塑造品牌,从长远发展角度来看,可能并不十分合适。

(4)垂直精品站

垂直精品站指卖家专注于某一品类进行深入经营。一方面,通过提供优质产品和服务赢得消费者喜爱;另一方面,通过拓展该品类其他产品来留住消费者。垂直精品站发展到后期,往往转变为品牌独立站。

(5)品牌独立站

品牌独立站是跨境电商独立站未来发展、升级转型的必然趋势。如今,越来越多的卖家意识到品牌的重要性,品牌不仅能为卖家带来更高利润,还能带来相对稳定的客户来源。品牌独立站正成为越来越多跨境卖家的新选择。

1.5 独立站的常见收款方式

(1)Stripe

Stripe是Shopify独立站卖家最受欢迎的收款方式之一,尤其在美国市场表现突出。作为一家专注于信用卡收款的支付公司,Stripe能够处理包括Visa、MasterCard、American Express、Discover、Diners Club和JCB在内的主流国际借记卡和信用卡。此外,Stripe还提供了一系列支付工具,允许商家根据客户支付流程进行调整和定制,以物理和虚拟方式接受信用卡支付、钱包以及其他国际货币。Stripe之所以受到广泛欢迎,归功于其易于集成、清晰的定价结构和用户友好的特性。

(2)PingPong

PingPong是一款专为中国内地跨境电商卖家打造的收款工具,致力于解决跨境电商在收款方面的痛点。近年来,随着跨境电商的发展,PingPong逐渐受到关注。该平台支持Shopify、Wish和Shopee等主流独立站,同时兼容Visa、MasterCard、JCB和American Express等国际银行卡。PingPong支持美元、加元、欧元、英镑、澳元和日元等多种货币,为中国卖家提供便捷的跨境收款服务。

(3)PayPal

PayPal目前是全球范围内广泛使用的支付和收款渠

道之一,是使用率最高的收付款方式。PayPal支持Shopify、WooCommerce、速卖通等大多数平台,成为大部分跨境电商卖家的首选。顾客可以通过信用卡、借记卡等多种方式进行付款。PayPal全球拥有超过2.2亿活跃用户,并在超过203个国家/地区被接受。平台提供多种功能,如高级移动结账、接受国际支付以及使用PayPal进行直接支付。PayPal费用从1.9%到3.4%不等,针对商业用户需求,推出了PayPal Payments Pro版本,可根据用户需求进行定制,并提供移动设备支持。PayPal广泛使用的原因之一是其多种定制选择、轻松的购物车集成、信用卡支付功能和在线发票服务。

(4)Payoneer

Payoneer(P卡)是一家成立于美国的老牌线上收款工具,作为PayPal旗下的品牌,它已经成为Amazon第三方收款类的官方合作伙伴。这使得Payoneer在收款领域积累了丰富的经验和口碑。尽管P卡目前暂不支持独立站的收款,但卖家可以在独立站设置好PayPal、信用卡等收款方式,然后将P卡绑定上述收款方式进行收款提现。这使得卖家可以更好地应对不同的收款需求,同时也为独立站的运营提供了更多支持。P卡具有实体卡和虚拟账户两种性质。实体卡具备提现和消费功能,但仅限个人申请;虚拟账户则用于接收资金,具有收款功能,并支持个人和企业免费申请。这种灵活的账户设置使得Payoneer成为卖家们信赖的收款选择。

1.6 独立站的运营思路

(1)提升独立站数字化运营

如今,跨境电商已进入数字化大时代,大数据逐渐成为跨境电商企业关联客户的重要方式。将数字技术应用于跨境电商,企业不仅可以高效提取客户行为数据,为运营提供数据,还能提高效率,降低成本,提高行业整体效益。由于跨境电商独立站卖家的最大特点就是运营和数据的独立化,因此,跨境电商独立站尤其需要进行数字化运营<sup>[6]</sup>。

(2)建立有助于企业发展的独立站

根据企业发展的需求,企业可以自主创建独立站。自主建站时,选择安全的跨境交易方式,不仅有利于跨境电商企业向国外客户推介产品,还有助于提升企业品牌知名度和忠诚度。首先,消费者高度重视交易过程中商品和数据的安全性。为了降低建站成本,企业可能不得不使用一些免费软件,因此应尽量自主开发或独立定制专用软件以确保安全性;其次,网站为顾客提供优质的用户体验,例如高清图片、

表2 四大收款方式的比较

	Stripe	PingPong	PayPal	Payoneer
入账费率	2.9%+0.3 美元	1% 封顶费率包括入账到提现	4.4%+0.3 美元	美元入账 1%, 欧元和英镑不收费
提现费率	/	/	提现到内地 35 美元; 到香港不收费	1%~2%, 根据用户入账金额进行调整
提现速度	7 个工作日	1~3 个工作日, 最快即日到账	3~7 个工作日	1~2 个工作日, 节假日顺延
汇率	市场中间价	中行现汇买入价	市场中间价	中行实时汇率

快捷物流服务和退换货服务等。这将有助于增加顾客满意度和忠诚度,从而促进企业持续发展。

### (3)充分研究分析,降低运营风险

为吸引国际客户,企业需掌握国外媒体推广方法,提供符合客户需求的产品,确保客户满意度,并增加老客户。企业需开展市场调研,分析国际客户需求、行业趋势和竞争格局,制定有效的销售策略。跨境电子商务企业还需制定良好的商业计划,包括运营计划、时间表、资本投资和产品选择,以及预算和规划,避免在推广环节出现失误。

### (4)加强独立站建设复合型人才培养

独立站运营需优秀专业人才,具备高综合素质。首先,在技术方面,独立建站需数字与金融相结合的复合型人才。例如,网站建设需掌握代码撰写能力,同时具备跨境电商功能调整和优化能力,以及对独立站数据维护能力,为后续客户数据分析提供良好的数据样本。在运营方面,因各国文化差异,独立站需具备相关客户基础和较强的客户维系能力。专业营销人员负责推广,提高卖家利益,同时与供应链整合,优化原材料采购、销售和物流,合理选择合适物流,减少后期买卖双方纠纷。

### (5)提高产品质量

要保证企业独立站的长久发展,如何把控好入驻后的产品和服务是关键。企业需要对产品供应链、客户反馈等方面进行严格管理,加强供应链环节,提高产品质量。独立站企业在打造自身品牌时,需要思考品牌是如何定位的、品牌服务的消费者是哪个群体以及需要向消费者输出何种品牌价值<sup>[7]</sup>。

## 2 结语

随着全球经济一体化的推进,各国之间的贸易往来越来越频繁,经济政策和贸易过程的公正与透明化程度越来越高。这种趋势为跨境电子商务的发展提供了良好环境,让商机不断涌现。巨大的发展潜力必将推动全球贸易进一步融合与重组,成为更强大的增长引擎。尽管独立站的发展历程较短,且面临经营者经验不足、认知缺失等诸多挑战,但独立站仍是未来发展的主流趋势。对于卖家而言,要建立和发展优秀的独立站,首先应关注品牌创建、形象塑造和优质服务,以赢得客户信任,以降低运营成本,提高品牌溢价能力,通过多渠道社交媒体平台并行,实现站外引流<sup>[8]</sup>。

## 参考文献

- [1] 蒋建华.跨境电商独立站建设探讨[J].科技经济市场,2022(8):145-147.
- [2] 何波玲.浅析跨境电商品牌独立站营销的优势与难点[J].商场现代化,2022(9):38-40.
- [3] 赵敏.跨境电商企业独立站建设策略分析[J].南宁职业技术学院学报,2022,30(45):109-112.
- [4] 徐佩玉.独立站助力中国品牌出海[N].人民日报海外版,2022-03-22(006).
- [5] 谢雪莲,林世宾.基于RACE模型的跨境电商独立站运营推广策略[J].全国流通经济,2023(11):41-44.
- [6] 丁硕,张永庆.我国跨境电商企业品牌出海模式研究:基于对独立站的分析[J].对外经贸实务,2023(5):59-63.
- [7] 朱丽丽.跨境电商独立站运营策略研究[J].商场现代化,2022(17):31-33.
- [8] 柴柔,徐嘉蔚,孙素华.跨境电商行业中国卖家的新机遇:独立站营销策略研究[J].老字号品牌营销,2023(4):44-46.

## SWOT Analysis of Self-built Standalone Websites in Overseas E-commerce

Sun Fang and Hu Yuetao

(Shanghai University of Medicine and Health Sciences, Shanghai 201318)

**Abstract:** Over the past two decades, China's cross-border e-commerce industry has experienced a journey of development from nothing to something and from weakness to strength. The cross-border e-commerce industry holds a significant position in China's foreign trade sector and has become an important engine driving the growth of foreign trade. Its development status fully demonstrates China's innovation and vitality in foreign trade. Currently, China's cross-border e-commerce industry is accelerating the innovation and development process of foreign trade, continuously promoting the overall development of the country's foreign trade sector through optimizing industrial structure, expanding market space, and improving operational efficiency. However, due to the increasing operating costs of third-party platforms and the growing prominence of leading players, coupled with issues such as fines or account suspensions, independent platforms are gradually becoming a new trend in the development of cross-border e-commerce. Those service providers have advantages in localization operation, which can better meet the brand needs of sellers and improve market competitiveness. The threshold for the construction and operation of standalone websites is gradually lowered, which has become an important means for sellers to transform to branding.

**Keywords:** Self-built standalone websites; cross-border e-commerce; foreign trade; digital operation; talent training; industrial structure, brand transformation

# 数字贸易对消费者行为的影响研究

徐晨暘

(中国计量大学 浙江杭州 310000)

**摘要:** 本文选取2022年抽样的淘宝数据进行分析与挖掘,并基于K-means算法对买家进行聚类分析,初步筛选出疑似刷单行为的买家和卖家。在剔除这些用户后,又利用回归分析法分析卖家获得评价、信用评价体系、卖家店铺等级对销量的影响;采用LSTM算法对销量数据的时间序列进行预测;通过Apriori关联规则算法找到买家与卖家和商品之间的关联。其中,在卖家获得评价对销量的影响中,建立奖励函数来描述好评和差评的影响,结果显示奖励函数与销量呈正相关关系。在信用评价体系对销量的影响中,服务和发货对销量的影响较大。卖家店铺等级,则无明显关系。预测的销量数据虽没有较好的结果,但给出了合理的解释。关联结果显示,买家与卖家和商品之间有一定的联系,本研究仅供参考。

**关键词:** 数字贸易; 数据挖掘; 聚类分析; 回归分析; 时间序列; 关联规则

**本文索引:** 徐晨暘.数字贸易对消费者行为的影响研究[J].中国商论,2024(07):082-085.

**中图分类号:** F063.2; F742

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-082-04

随着科技的发展、移动互联网的普及和数据传输速率的提高,网络对人们生活的影响日益显著。越来越多的人习惯于网络购物,作为电商平台的佼佼者——淘宝,发展规模和电商数据可谓是惊人。过去十年,淘宝注册用户从2010的3.7亿上升至2022年的8亿。在此背景下,海量数据的背后有着不可估量的价值。如何挖掘、利用数据已成为各个行业、企业竞争的焦点。本文从数据预处理、数据挖掘、总结与展望,这三步来对2022年抽样的淘宝数据进行分析与挖掘。

## 1 数据预处理

1999年,Pyle首次提出并强调了数据预处理在数据挖掘过程中的重要性,并阐述了数据预处理过程在数据挖掘中占据了60%的时间<sup>[1]</sup>。

本文的参考数据来自四个文件,dsr.csv(以下简称四项评分表)、user.xls(以下简称卖家信息表)、trans.csv(以下简称详细交易表)、rate.txt(以下简称卖家评价表)。其中,参考数据是从2022年4月10日到2022年10月10日的抽样数据。

本文先进行了数据假设,再对上述四个文件进行了消除噪声、缺值数据处理、数据类型转换等四个操作<sup>[2]</sup>。数据预处理并不代表之后的数据不再处理,只是进行了初步的处理,而后对得到的疑似刷单行为的买家和卖家也进行了处理。

### 1.1 数据假设

本文做如下假设:

(1)详细交易表中买家购买的数量是一个整体,不考虑具体时间前后的影响,即先有了评价、四项评分,才有了卖

家的销量。

(2)卖家评价表中的0代表卖家获得了中评,对其他买家的影响微乎其微,在考虑评价对销量的影响时,这部分数据予以剔除。

(3)由于抽样数据的不完整性,关联数据表之后,对有评价无销量或者空缺数据的数据,本文认为是系统原因造成的无效数据予以剔除。

(4)产品类型是影响消费者购买决策的一个不可忽视的因素<sup>[3]</sup>。在考虑评价对销量的影响时,忽略产品类型的影响,也不考虑搜索引擎以及广告等对销量的影响,只考虑评价这个单因素。

(5)买家只购买一位卖家或几位卖家的商品且购买的数量超过100将视为恶意刷单用户。

### 1.2 消除噪声

买家的四项评价指标为0到5的整数<sup>[4]</sup>,本文将四项评分表中商品得分进行了四舍五入处理以消除数据收集过程中的系统误差。自此本文得到处理后的详细交易表。

### 1.3 缺值数据处理

由于四项评分表的四项评价指标(服务、发货、物流、商品得分)存在缺值,需要对其进行数据处理。常见的方法有:插值法、回归法、统计估计法等。该表中除物流得分缺值约占24.2%外,其他三项占比不高,服务得分缺值约占2.2%、发货得分缺值约占2.3%、商品得分缺值约占0.9%。对于缺少两项及以上的数据因为只占1.09%左右,本文予以

**作者简介:** 徐晨暘(1999-),女,汉族,浙江绍兴人,硕士研究生,研究方向:国际商务。



剔除。本文将物流得分作为自变量 $y$ ,其他三项作为因变量 $x_1, x_2, x_3$ 进行多元线性回归<sup>[6]</sup>。由实验结果可得, $y=0.2479x_1+0.5919x_2+0.145x_3$ ,然后用此回归方程来填补只缺物流得分的记录条。F值为529030,P值近乎为0,说明回归的模型较好。自此本文得到处理后的四项评分表。

### 1.4 数据类型转换

根据淘宝卖家店铺20个等级,本文将卖家信息表中的等级替换成相应数字,如:1星级为1,1钻为6,1皇冠为11,2红冠为17。而本身信用得分为0的商家,售出的商品为0,予以剔除。信用得分小于等于3的商家替换成0<sup>[5]</sup>。自此本文得到处理后的卖家信息表。

## 2 数据挖掘

### 2.1 聚类分析

模式识别也叫模式分类,可以分为监督模式识别与非监督模式识别。本文根据样本特征将样本聚成几个类,使属于同一类的样本在一定意义上是相似的,而不同类之间的样本则有较大差异<sup>[7]</sup>。这种非监督模式识别也称为聚类。

本文对详细交易表的买家、总费用、购买数量三列数据进行了聚类分析,旨在对买方网络进行分类,根据其消费水平大致分为三类:低、中、高消费水平。本文一共选取了637192位买家进行基于K-means的聚类分析。

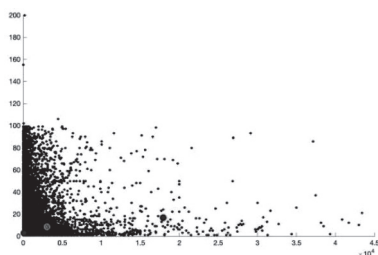


图1 聚类结果

结果显示位为低消费水平,254位为中消费水平,6004位为高消费水平。其中蓝色、绿色、红色分别为低、中、高消费水平的质心。

### 2.2 回归分析

本文对数据进行说明,回归分析中的销量数据均指剔除刷单买家后详细交易表中买家购买的数量,而不是卖家信息表和详细交易表中的总销量。且本文假设,具体的时间前后对销量无影响。

#### 2.2.1 卖家获得评价对销量的影响

剔除刷单卖家后,关联卖家评价表和详细交易表,剔除评价为0的数据后,发现部分数据,卖家获得了评价但是没有销量,予以剔除。接下来,文章对8094位卖家进行分析。

对于好评和差评,本文建立简单的奖励函数 $g(\text{ID}, x_1, x_2) =$

$a_1x_1+a_2x_2$ 。其中, ID为卖家ID,  $x_1$ 为好评数量,  $x_2$ 为差评数量,  $a_1+a_2=1$ 。若好评对销量的影响更显著,则 $x_1>x_2$ 。

由于刷单以及恶意评价屡见不鲜,购物人群并没有那么在意口碑。鉴于此,本文假设好评和差评对销量的影响相同,即 $a_1=a_2=0.5$ ,并算出每个卖家的奖励得分。最终,本文得到卖家ID-奖励得分-销量表。

以奖励得分作为自变量,销量作为因变量进行线性回归分析,得到线性回归方程: $y(\text{销量})=5.8793+0.5694 \times \text{奖励得分}$ 。线性回归图见图2。

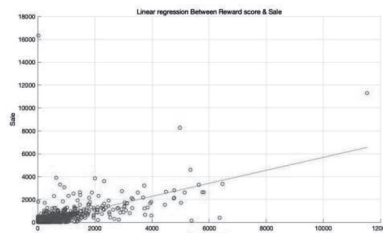


图2 线性回归

方程通过F和T检验, $R^2$ 为0.458。 $R^2$ 过小,存在着欠拟合的现象。接下来,对其进行多项式回归而 $R^2$ 反而减小。因此本文并没有对其修正,一方面疑似刷单卖家并没有剔除干净(异常点并不能完全剔除),另一方面卖家数量比较多,采样的数据不全而且分布并不理想。光从图像上观察,本文认为结果已在接受范围内了。

#### 2.2.2 信用评价体系对销量的影响<sup>[8]</sup>

本文得到详细交易表所有卖家9264家的总销量和10842家卖家的平均四项信用评价体系。两者根据卖家ID关联得到7677名卖家ID-销量-服务-发货-物流-商品表。

当四项评分作为自变量,销量作为因变量进行回归分析时见表1,自变量都落入拒绝域。此时模型不是太好。

表1 第一次回归分析

	coef	std err	t	$P> t $	[0.025	0.975]
const	630.4464	31.594	19.955	0.000	568.514	692.378
服务	66.8902	287.027	0.233	0.816	-495.762	629.542
发货	-152.7767	286.745	-0.533	0.594	-714.875	409.321
物流	-33.4391	12.025	-2.781	0.005	-57.011	-9.867
商品	-4.1190	11.215	-0.367	0.713	-26.103	17.865

本文使用AIC法则来选择最优模型,得到最优的模型是将服务和发货得分引入模型。新方程通过F和T检验,得到回归方程: $y(\text{销量})=598.9469+30.4838 \times \text{服务得分}-146.3415 \times \text{发货得分}$ 。从方程上来看,销量与服务呈正相关,与发货得分成反比。更好的解释是,有部分人觉得产品和服务并没有问题,于是产生了销量,发货和物流有一定的关系,很多人将两者混淆起来<sup>[9]</sup>,并且发货和物流没有建立完整的体系,所以得分低很好理解。于是,有了销量、高服

务分却是较低的发货得分。后续查看数据也得到了验证。

### 2.2.3 卖家店铺等级对销量的影响

关联剔除刷单卖家后的卖家信息和详细交易表,得到卖家ID-销量-店铺等级表。结果显示,店铺等级与销量并没有呈明显的线性关系和非线性关系。店铺等级和销量见图3。

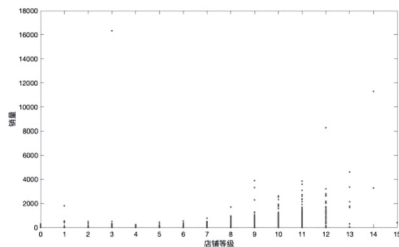


图3 店铺等级-销量散点图

## 2.3 时间序列分析

时间序列是指将某种现象某一个统计指标在不同时间上的各个数值,按时间先后顺序排列而形成的序列。时间序列法是一种定量预测方法,亦称简单外延方法,在统计学中作为一种常用的预测手段被广泛应用,是一种动态数据处理的方法<sup>[10]</sup>。

本文对四项评分表的日期进行提取,剔除疑似刷单买家和卖家之后,得到卖家ID-买家ID-日期表。累计每个月的1号至31号的销量,得到日期销量折线图。

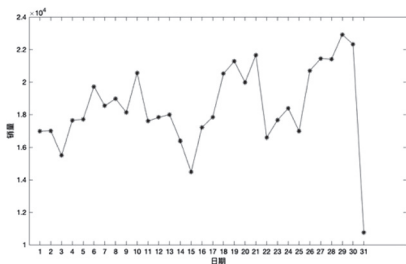


图4 日期销量折线图

其中,31号因只有3天,而1号至30号均有六天,所以31号的销量明显比30号少一倍乃至更多。接下来,本文对5月、6月、7月、8月每天销量数据作为学习样本,以9月数据作为测试样本建立LSTM模型。实验结果运用均方根误差(RMSE)作为评价指标,具体公式如式(1)所示:

$$RMSE = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (X_i - X_r)^2} \quad (1)$$

重复实验100次,选取 $RMSE_{min}=556.25$ 的预测,得到图5。其中蓝色为测试样本,橙色为预测样本。

从图5看出,每个月的20号左右和月底前几天的销量明显高于其他时间。四项评分表的数据来源有两种:一是买家收到货物后的及时评分,二是买家收到货物后的十五天的自动评分。时间序列分析中的销量是以评分后的销量来计

算的,所以真实的顾客下单时间为月初前几天和月中15号左右以及月末后几天。淘宝购物主力还是大学生群体和工薪阶级,工薪阶级月中发工资,大学生群体月末月初拿到生活费,自然而然这个时间段销量提升。

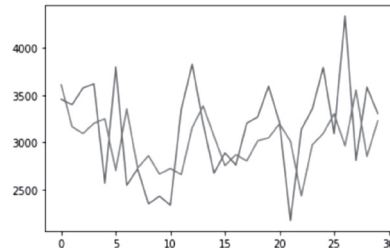


图5 测试-预测图

图5结果显示, $RMSE_{min}=556.25$ ,预测的结果也不是很理想。本身商品的买卖受季节性波动非常大,而拿节假日和假期期间的数据(5、6、7、8月)来预测9月数据缺乏一定的依据。在数据量较小的情况下进行LSTM时间序列分析,导致均方根误差偏大,预测准确性也不是很好。

## 2.4 关联规则分析

在剔除恶意刷单买家和卖家后,得到买家ID-卖家ID-价格表。本文对买家与卖家和商品进行关联。

本文对数据进行基于Apriori算法的关联,其中最小事务同时发生数为10,最小置信度为0.5,接下来将展示三条数据结果。

$(\text{frozerset}(\{ '120810098' \}), \text{frozerset}(\{ '277836633s', '5.5' \}), 10, 1.0)$ :表示买家ID为120810098的客户,当他购买卖家ID为277836633商家中的商品时,一定会购买价格为5.5元的商品。

$(\text{frozerset}(\{ '128268950' \}), \text{frozerset}(\{ '89486154s', '800' \}), 12, 0.923)$ :表示买家ID为128268950的客户,当他购买卖家ID为89486154商家中的商品时,有92.3%的概率会购买价格为800元的商品。

$(\text{frozerset}(\{ '3', '84471847' \}), \text{frozerset}(\{ '288922974s' \}), 36, 1.0)$ :表示买家ID为84471847的客户购买3元价格的商品时,一定是在卖家ID为89486154商家处购得。

## 3 总结与展望

回顾全文,本文得到如下的结论和相应的展望:

(1)得到疑似刷单买家和卖家名单。通过后续的分析发现,虽然剔除名单后的数据更准确,但是刷单玩家并没有完全剔除干净,而且也没有很好的依据判定刷单等恶意行为。希望后续能找到很好的依据来进一步剔除刷单玩家。

(2)将买家聚成三类有一定的效果。但是,低消费水平买家占绝大多数,可以进一步考虑分更多的类将低消费水平买家分得更清晰。

(3)本文建立的奖励得分与销量呈线性正相关关系,奖励得分越高,销量越高。R方太小,模型存在欠拟合现象,后期应进一步对恶意刷单行为进行剔除。如今,口碑影响力越来越大,差评占的比重也越来越大,商家更应该提高商品质量以减小差评在评价中的比例来提高奖励得分,最终影响销量。

(4)服务得分和发货得分分别与销量成正比和反比。大家对四项评分太过于武断、主观,甚至存在较多的缺失数据。对于淘宝,应该建立更加完善和激励的四项评分体系。对于商家,应该提升服务水平。

(5)店铺等级与销量并没有呈明显的线性关系。淘宝店铺等级就呈现两头少中间多的规律。那时的买家也未过分关注店铺等级信息,导致分析的结果并没有明显的关系。

(6)时间序列分析的预测效果并不是很好。样本量不够多,且商品的交易受季节性波动较大,对更大的样本量可能会有较好的预测结果。

(7)实现买家与卖家和商品之间的关联,可以给用户推送相关联的卖家店铺的动态和推荐同价位的商品,以提高客户满意度。本文并没有实现推荐算法,希望后续能将关联的结果与推荐算法相结合,以实现买家集店铺、商品类

型、价格于一体的推荐功能。

## 参考文献

- [1] 郑跃平. 基于约束数据预处理的Web日志挖掘研究[D].福州:福州大学,2006.
- [2] 张治斌,刘威.浅析数据挖掘中的数据预处理技术[J].数字技术与应用,2017(10):216-217.
- [3] 薛文怡. 电子商务在线口碑与观察性学习对产品销售的影响[D].天津:河北工业大学,2016.
- [4] 庞鑫. 基于演化博弈的淘宝网动态评分对卖家销量的影响研究[D].济南:山东大学,2018.
- [5] 小狼.五六折 全新的返利模式[J].电脑迷,2010(20):79.
- [6] 刘锋,谭祥勇,何卓.函数性线性回归模型分析方法及其应用[J].重庆理工大学学报(自然科学),2015,29(11):135-138.
- [7] 颜子寒,张正军,王雅萍,等.基于加权马氏距离的改进深度嵌入聚类算法[J].计算机应用,2019,39(S2):122-126.
- [8] 韩旭芳. 基于开放API的电子商务个性化服务推荐研究[D].石家庄:石家庄铁道大学,2011.
- [9] Sakurai Y, Papadimitriou S, Faloutsos C. BRAID: Stream mining through group lag correlations[C]// Proceedings of the ACM SIGMOD International Conference on Management of Data, Baltimore, Maryland, USA, June 14-16, 2005. ACM, 2005.
- [10] 杨青,王晨蔚.基于深度学习LSTM神经网络的全球股票指数预测研究[J].统计研究,2019,36(3):65-77.

## A Study on the Impact of Digital Trade on Consumer Behavior

Xu Chenyang

(China Jijiang University, Hangzhou, Zhejiang 310000)

**Abstract:** This article analyzes and explores Taobao data sampled in 2022, using the K-means algorithm to conduct cluster analysis of buyers and preliminary screening of suspected brush order behavior among buyers and sellers. After removing these users, regression analysis is employed to analyze the impact of seller evaluations, credit rating systems, and seller store grades on sales. The LSTM algorithm is utilized to forecast sales data time series, and the Apriori association rule algorithm is applied to find associations between buyers, sellers, and products. In the analysis of the impact of seller evaluations on sales, a reward function is established to describe the influence of positive and negative feedback, showing a positive correlation between the reward function and sales. In terms of the impact of the credit rating system on sales, service and delivery have a significant impact on sales, while there is no apparent relationship with the seller's store grade. Although the predicted sales data does not yield satisfactory results, reasonable explanations are provided. The association results show that there is a certain connection between buyers, sellers, and products. This research is for reference only.

**Keywords:** digital trade; data mining; cluster analysis; regression analysis; time series; association rules



# “元宇宙+电商”背景下消费者购买意愿的影响因素分析

黄泽宇<sup>1</sup> 陈玉君<sup>2</sup>

(1.广西大学 广西南宁 530004; 2.合肥工业大学 安徽合肥 230000)

**摘要:** 为了完善元宇宙领域的理论研究以及帮助元宇宙电商从构想到实际应用的有效落地,本文同时对不同消费群体(如Z世代)对元宇宙电商的态度进行初步探究,文章基于S-O-R理论,将元宇宙电商情境特征分为可视性、沉浸性、交互性和真实性四个维度作为“刺激”因素,引发“机体”内部的享乐性购物动机,最终影响消费者的购物意愿,做出“反应”。本文通过问卷调查法收集数据,并借助SPSS和AMOS对样本进行统计分析和假设检验。研究发现,元宇宙电商情境的可视性、沉浸性、交互性和真实性不仅可以直接对消费者的购物意愿产生显著的正向影响,还显著正向影响消费者的享乐性购物动机,并进一步促进消费者的购物意愿。

**关键词:** 元宇宙; 电子商务; Z世代; 享乐性购物动机; S-O-R理论

**本文索引:** 黄泽宇,陈玉君.“元宇宙+电商”背景下消费者购买意愿的影响因素分析[J].中国商论,2024(07):086-090.

中图分类号: F062.3

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-086-05

2022年全国网上零售额达13.79万亿元,同比增长4%;在电商直播这一赛道中,其市场规模在2020年增长至9610亿元,同比增长122%,然而2022年的同比增长仅有14%。由此不难发现,随着直播带货、洗脑营销等新兴模式的常态化,国内电商发展增速放缓,即将进入瓶颈期。

随着元宇宙概念的爆火,互联网原住民的Z世代,或将成为未来元宇宙电商消费的主力军。数据显示,2021年Z世代便已撬动超过5万亿元的消费空间,相较Y世代的消费观念,Z世代更加倾向于“悦己至上”<sup>[1]</sup>。Shen等<sup>[2]</sup>(2021)认为元宇宙能够对消费者在购物过程中的感知感受产生极大的影响,三维沉浸式虚拟空间能够使他们愉快地做出购买决策。因此,元宇宙技术的出现恰好迎合了Z世代的消费偏好。

AI、VR等技术的广泛应用引起了驱动购买行为因素的变化,为元宇宙赋能电商行业打下基础。已有研究发现在电商领域中,可视性<sup>[3-4]</sup>、沉浸性<sup>[5-6]</sup>、真实性<sup>[7-8]</sup>、交互性<sup>[9]</sup>等都会对消费者的购买行为产生影响。本文利用S-O-R理论模型,研究元宇宙的特质如何影响消费者的购买行为和元宇宙情境下消费者购买行为的影响因素和作用机制,旨在为未来元宇宙赋能电商提供方向。

## 1 文献综述及理论基础

### 1.1 元宇宙

#### 1.1.1 元宇宙的理论背景

当前,元宇宙与电商的研究主要集中在对两者结合的表现形式的构想和可能带来的体验效果。Jeong(2022)<sup>[10]</sup>认为将数字技术应用于元宇宙和商务的结合,能够克服目前电商表现形式枯燥,消费者难以对品牌和产品建立信任等

问题,翟华锋(2022)<sup>[11]</sup>对元宇宙进军跨境直播领域进行了分析预测,通过VR、MR等虚拟现实交互技术能够给消费者带来沉浸式的现场还原;冯志文<sup>[12]</sup>等(2022)提出的Meta Buy网购社区能够通过数字孪生、元对象身份建模等技术实现消费者和商家的个性化需求。

#### 1.1.2 元宇宙电商的特性

基于元宇宙的特性和不同学者的研究,本文将元宇宙电商模式的特性分为可视性、沉浸性、交互性、真实性。

可视性是商品不同形式展现的视觉效果对消费者的吸引力,人类视觉上能获取的信息占全部感觉器官的60%。元宇宙通过VR、AR等虚拟现实技术展现商品真实外观、款式材质,消费者可查看商品三维立体模型,获取商品各类信息。沉浸性是人在虚拟环境中产生的感官和认知,元宇宙虚拟空间能够通过VR、AR技术使用户沉浸在购物体验中,达到身心愉悦,促进消费。交互性指交流双方的信息互换,元宇宙情境下消费者可与店家客服、其他游客及商品互动,增强参与感和沉浸式体验。真实性是评价内容属性的重要指标,元宇宙电商模式提供接近线下购物的消费体验,具有现场代入感。以上四个方面,元宇宙电商模式均具有优势,能够提供更好的购物体验,增强消费者购买意愿。

### 1.2 享乐性购物动机

早在20世纪50年代,有学者指出人们购物的目的并不仅仅是为了获取实物,而是享受购物过程本身的价值。此后出现了基于享乐主义的享乐性购物研究,并提出以购物动机和购物价值作为其驱动因素。高辉(2016)<sup>[13]</sup>指出两个因素在概念维度较为接近,即两者都包含愉悦、冒险、满

**作者简介:** 黄泽宇(2002-),男,汉族,广东揭阳人,电子科学与技术专业。

足、价值、社交、角色和观念七大方面,但购物动机本质是一种内在驱动力,是一种购物前的期待,期望通过购物的过程获取美好的体验;购物价值是倾向于对购物体验的综合评价,是一种购物后的反馈,同时它还包括购物过程中所感受的美感、自愿和逃离现实三大维度,更加强调购物过程的体验。

结合元宇宙的技术发展和普及,本文认为“享乐性购物动机”更加贴合元宇宙电商情境下的消费者心理状态,从而对消费者意愿做出更加准确的前瞻性预测。

### 1.3 S-O-R理论(刺激-机体-反应)

行为心理学的创始人John B.Watson(1913)提出了刺激-反应(S-R)理论模型,在此基础上,Mehrabian和Russell(1974)引入了“机体”的因素,使其演变为S-O-R模型。随后由Belk(1975)<sup>[14]</sup>引入市场营销领域的研究中,并在物理环境、社会环境、时间跨度、任务定义以及先行状态的情境特征维度下对消费者的行为进行解释,此后,S-O-R模型便被广泛应用于解释消费者行为。

## 2 研究模型和假设

### 2.1 模型构建

本文采用S-O-R理论,构建元宇宙电商特性对消费者购买意愿的影响模型。元宇宙电商模式的四大特性,即可视性、沉浸性、交互性、真实性,会刺激消费者的享乐性购物动机,进而影响消费者的购买意愿。研究模型如图1所示。

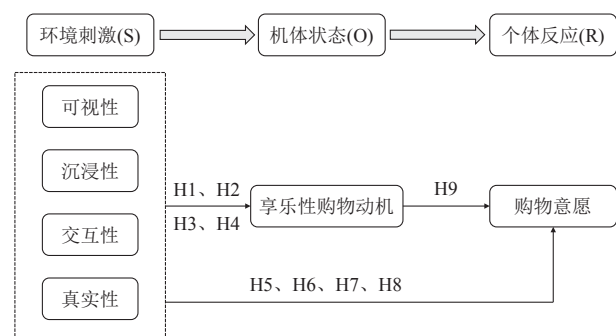


图1 元宇宙电商模式特征对消费者购物意愿影响研究模型

### 2.2 假设提出

刘晓云等<sup>[4]</sup>(2022)通过实证研究发现直播购物的可视性、互动性和真实性等都可以对消费者的愉悦情绪产生不同程度的正向影响;汪焱(2023)<sup>[5]</sup>的研究证明了直播氛围因素中的沉浸性正向影响感知价值。消费者的愉悦情绪和满意度都可以归属于消费者享乐购物动机的维度,因此提出假设:

H1:元宇宙电商的可视性正向影响消费者享乐性购物动机;

H2:元宇宙电商的沉浸性正向影响消费者享乐性购物动机;

H3:元宇宙电商的交互性正向影响消费者享乐性购物动机;

H4:元宇宙电商的真实性正向影响消费者享乐性购物动机。

张梦荣(2022)<sup>[7]</sup>的研究证明了直播购物的可视性、互动性和真实性的增强能对消费者的购买意愿产生正向的影响;常润芳(2010)<sup>[15]</sup>的研究指出沉浸感的缺失会导致潜在客户的流失并大大增加交易成功的难度,汪焱(2023)<sup>[5]</sup>也证明了沉浸性能够通过感知价值正向促进购买意愿,因此提出假设:

H5:元宇宙电商的可视性正向影响消费者购物意愿;

H6:元宇宙电商的沉浸性正向影响消费者购物意愿;

H7:元宇宙电商的交互性正向影响消费者购物意愿;

H8:元宇宙电商的真实性正向影响消费者购物意愿。

刘佳(2021)<sup>[16]</sup>运用SEM模型探究在电商直播中消费者购买意愿的影响因素,认为感知享乐性购物价值对购买意愿有着正向影响。高辉等(2016)认为无论是购物动机还是购物价值都会影响到消费者对整个购物过程的体会和投入,从而进一步对消费者的购买行为和购物意愿产生影响<sup>[13]</sup>,因此提出假设:

H9:消费者享乐性购物动机正向影响消费者的购物意愿。

## 3 研究设计和实证分析

### 3.1 研究方法和问卷设计

本文采用问卷调查法进行数据收集,基于已有研究成果,并结合元宇宙电商情境,在已有的成熟量表上进行改动,同时借鉴学者们的问卷测量题项,最终设计出研究问卷,该问卷测量题项将服装产品作为研究对象,有利于更好的帮助被试理解元宇宙电商模式的情境。变量量表如表1所示,其测度采用李克特五级量表,从1到5分别表示“非常不同意”到“非常同意”。

在进行问卷之前,被试需要观看一个关于淘宝“BUY+”的宣传视频,并且阅读一段有关“元宇宙+电商”的场景描述。在问卷回收结束后,本文主要根据以下几点标准进行判断是否有效,只要满足一点即为无效问卷:(1)被试作答时间过短即为无效问卷;(2)被试作答题项完全相同或者存在极强的规律性即为无效问卷;(3)测量题项中穿插有检验是否认真作答的题项,不按要求作答即为无效问卷。

### 3.2 实证分析

#### 3.2.1 描述性统计

本文通过Credamo平台进行问卷发放,总计发放218份,去除作答时间过短以及不符合作答要求的问卷,剩余有效问卷为208份,有效率为95.4%。参与问卷调查的56.7%为男性,43.3%为女性;所有被试年龄都在14岁以上,其中

表1 变量量表

变量	题项编号	测量题项	参考来源
可视性	VIS1	在元宇宙虚拟空间中,查看产品的三维立体模型有利于我了解产品信息	麦瓴 <sup>[17]</sup> 吴秀琳 <sup>[18]</sup>
	VIS2	我认为元宇宙虚拟空间中三维展示的模型会更加生动,更加吸引人	
	VIS3	在虚拟空间中,三维展示的模型能够让我有更直观的感受	
	VIS4	在元宇宙虚拟空间中进行网购可以帮助我了解产品更多的属性,如穿戴效果,质感等	
沉浸性	IMM1	当技术已经足够成熟,进入元宇宙中购物非常快捷时,我会非常愉悦的投入其中	夏昕怡 <sup>[9]</sup> 吴嘉宝 <sup>[6]</sup>
	IMM2	在元宇宙中购物时我觉得我的注意力能够非常专注	
	IMM3	在元宇宙中购物时我觉得我会如同打游戏一般忘却时间的流逝	
	IMM4	消费可以帮助我缓解现实压力,在元宇宙中购物也能帮助我暂时性逃避现实	
交互性	INT1	在虚拟空间中,与产品进行交互有利于我购买到自己喜欢的商品,如进行AR试穿等	刘晓云 <sup>[4]</sup> 吴嘉宝 <sup>[6]</sup> 冯志文 <sup>[12]</sup>
	INT2	在虚拟空间中,我会和虚拟人客服进行交谈互动,如询问产品信息等,以便我更好地挑选自己喜爱的商品	
	INT3	在虚拟空间中,我愿意就产品信息和内容与其他用户的虚拟人进行交谈互动,了解产品的使用反馈	
	INT4	我认为元宇宙电商平台这种互动模式有助于我的购买决策	
真实性	REA1	我认为在虚拟空间中展示的产品会比平面图片更加接近实际	张梦荣 <sup>[7]</sup> 刘洋 <sup>[8]</sup> 麦瓴 <sup>[17]</sup>
	REA2	我认为在虚拟空间中购物能够获取更多真实的信息,如衣物的试穿效果和整体质感	
	REA3	相比于直播购物或其他网络购物,我认为在虚拟空间中购物会有更强的现场代入感	
	REA4	相比于直播购物或其他网络购物,在虚拟空间购物能够给予你更加真实的线下购物场景体验	
享乐性购物动机	ENJ1	我认为在元宇宙虚拟空间中进行消费可以使我感到轻松愉悦,精神放松	李玉峰等 <sup>[19]</sup> 张姝辰 <sup>[20]</sup>
	ENJ2	在元宇宙虚拟空间中消费能够满足我的好奇心	
	ENJ3	我认为在元宇宙虚拟空间中购物就像是一次旅行或探险	
	ENJ4	我认为在元宇宙电商模式下购物很有趣	
购买意愿	BUY1	和其他形式的网购相比,我认为在虚拟空间中购买服装产品是可行的	刘晓云 <sup>[4]</sup>
	BUY2	我认为元宇宙电商平台这种消费模式能够为我的购买决策提供帮助	
	BUY3	当技术可行时,我会在元宇宙中进行网购	
	BUY4	我愿意和亲朋好友一起在虚拟空间中“逛街”	

14~28岁的,即Z世代人数占37.0%,29~40岁占45.7%;学历绝大多数处于本科学历水平及以上,占比达90.4%,能对问卷能够做到较好的理解;月均可支配收入方面,4000元以上的占84.6%,说明被试大多具有一定的经济基础;线上购物体验具有3年及以上的占94.7%,说明被试都有着丰富的购物体验。

### 3.2.2 信度检验

信度通常用来检验样本数据的内部一致性。本文借助SPSS 26对样本数据进行处理,由表2可知,样本总体的Cronbach's  $\alpha$  值为0.912,同时各个维度的Cronbach's  $\alpha$  值均大于0.8,说明本次研究所使用的量表具有较为良好的内部一致性,可信度很高。

表2 信度分析

变量	Cronbach's $\alpha$ 值	项数
可视性	0.901	4
沉浸性	0.854	4
交互性	0.877	4
真实性	0.881	4
享乐性购物动机	0.836	4
购买意愿	0.872	4
量表整体	0.912	24

### 3.2.3 效度检验

效度检验是考察问卷每个题项的能效性。首先选取指标KMO进行因子分析匹配实验,KMO=0.905,Bartlett球形检验的结果显著,说明变量间的相关性较强,非常适合进行验证性因子分析。在进行效度检验之前还需要借助AMOS 24进行CFA模型适配度检验,得到模型的拟合度指标为:卡方自由度比(CMIN/DF)=1.750、RMSEA=0.056、IFI=0.944、TLI=0.927、CFI=0.942,整体指标结果良好,说明该模型具有良好的适配度。

效度检验一般分为收敛效度和区分效度检验。收敛效度检验结果如表3所示,标准化因子载荷(Estimate)均大于0.6,各个潜变量的CR值均大于0.7,AVE均大于0.5,综合说明各个维度均具有良好的收敛效度和组合信度<sup>[4]</sup>。区分效度检验结果如表4所示,对角线上为各维度AVE值的平方根,其余为相关系数,由表4可知,各维度AVE的平方根均大于相关系数,因此可以说明各个维度间具有良好的区分效度。

### 3.2.4 相关分析

本文借助SPSS 26来对各个变量进行Pearson相关分析法,根据表5可知,各变量间均呈正向的相关关系,并且都是在99%的显著性水平上显著。



### 3.2.5 结构方程模型分析(SEM)

首先,借助AMOS 24进行模型的适配度检验,通过分析得到模型的拟合度指标为:卡方自由度比=2.485、RMSEA=0.079、IFI=0.885、TLI=0.856、CFI=0.883,均在可接受范围之内,可进行路径分析。SEM路径检验结果如表6所示,结果表明假设H1-H9均得到验证。

表3 收敛结构效度结果

路径关系		Estimate	AVE	CR
VIS1	<---- 可视性	0.819	0.731	0.916
VIS2	<---- 可视性	0.851		
VIS3	<---- 可视性	0.861		
VIS4	<---- 可视性	0.888		
IMM1	<---- 沉浸感	0.803	0.631	0.872
IMM2	<---- 沉浸感	0.788		
IMM3	<---- 沉浸感	0.782		
IMM4	<---- 沉浸感	0.803		
INT1	<---- 交互性	0.833	0.733	0.916
INT2	<---- 交互性	0.900		
INT3	<---- 交互性	0.795		
INT4	<---- 交互性	0.892		
REA1	<---- 真实性	0.903	0.781	0.934
REA2	<---- 真实性	0.876		
REA3	<---- 真实性	0.855		
REA4	<---- 真实性	0.900		
ENJ1	<---- 享乐性购物动机	0.642	0.612	0.862
ENJ2	<---- 享乐性购物动机	0.873		
ENJ3	<---- 享乐性购物动机	0.794		
ENJ4	<---- 享乐性购物动机	0.803		
BUY1	<---- 购买意愿	0.809	0.678	0.894
BUY2	<---- 购买意愿	0.816		
BUY3	<---- 购买意愿	0.830		
BUY4	<---- 购买意愿	0.838		

## 4 结论和意义

### 4.1 研究结论

H1到H4的假设均得到验证,元宇宙技术所带来的可视性效果和沉浸感能够提高网络购物的临场感,同时消费者与商品等的交互以及元宇宙购物空间的真实性有利于

促进消费欲望,进而促进消费者享乐性购物动机的产生,其中沉浸性对消费者享乐性购物动机的正向影响最为显著( $\beta = 0.359, P < 0.001$ )。H5到H8的假设均得到验证,其中交互性对消费者购买意愿的正向影响最为显著( $\beta = 0.225, P = 0.004$ ),该结果同时印证了Shopkick的研究发现:“70%的消费者认为可以尝试、触摸和看到实物产品是购物最重要的方面”。H9假设得到验证,研究发现元宇宙电商的特性可以通过消费者享乐性购物动机间接对其购买意愿产生正向影响。

表4 区别效度

变量	可视性	沉浸性	交互性	真实性	享乐性购物动机	购买意愿
可视性	<b>0.855</b>					
沉浸性	0.429	<b>0.794</b>				
交互性	0.54	0.495	<b>0.856</b>			
真实性	0.506	0.469	0.68	<b>0.884</b>		
享乐性购物动机	0.479	0.582	0.604	0.551	<b>0.783</b>	
购买意愿	0.503	0.528	0.585	0.554	0.579	<b>0.823</b>

表5 各个维度之间的Pearson相关分析结果

维度	可视性	沉浸性	交互性	真实性	享乐性购物动机	购买意愿
可视性	1					
沉浸性	0.296**	1				
交互性	0.353**	0.310**	1			
真实性	0.305**	0.277**	0.345**	1		
享乐性购物动机	0.355**	0.417**	0.399**	0.328**	1	
购买意愿	0.361**	0.382**	0.392**	0.335**	0.416**	1

注:\*\* 在 0.01 级别(双尾),相关性显著。

本研究中,Z世代被试占比达37.0%,侧面说明Z世代消费者对元宇宙电商模式的接受程度较高。同时14~40岁被试占比达到82.7%,且学历多在本科及以上,对新事物的接受能力和学习能力普遍较高,网购经验充足且有一定的消费能力,因此本文认为多数消费者对于元宇宙电商持积极态度。

### 4.2 理论贡献和实践意义

本文对元宇宙电商情境下消费者的购物意愿进行了描

表6 SEM影响因素路径检验结果

路径关系		Estimate	S.E.	C.R.	P	检验结果
享乐性购物动机	<---- 可视性	0.144	0.035	2.006	0.045	显著
享乐性购物动机	<---- 沉浸性	0.359	0.047	4.300	***	显著
享乐性购物动机	<---- 交互性	0.330	0.033	4.227	***	显著
享乐性购物动机	<---- 真实性	0.209	0.030	2.892	0.004	显著
购买意愿	<---- 可视性	0.174	0.048	2.433	0.015	显著
购买意愿	<---- 沉浸性	0.206	0.063	2.528	0.011	显著
购买意愿	<---- 交互性	0.225	0.044	2.916	0.004	显著
购买意愿	<---- 真实性	0.197	0.040	2.733	0.006	显著
购买意愿	<---- 享乐性购物动机	0.202	0.127	2.162	0.031	显著

注:\*\*\*表示在0.001的水平上显著;P>0.05时不具有显著性。

述性研究,填补了当前领域的空白,证实了元宇宙电商模式的可视性、沉浸性、交互性和真实性作为外部环境因素对消费者享乐性购物动机和购买意愿存在重要影响,重点观测了Z世代这一具有强大消费潜力的互联网原住民群体,并为将来元宇宙电商模式的发展指明方向。

### 4.3 研究局限与期望

本文对元宇宙电商进行了定量实证研究,但元宇宙电商仍是一个构想,其技术发展和普及程度是最大的未知变量。在问卷测量中,被试需要想象元宇宙电商场景,因此收集到的数据存在较大差异。元宇宙普及程度低和被试想象力不稳定,本文涉及的测量维度较少。未来研究可以随着元宇宙技术的发展,完善自变量、中介变量和指标,以期能启发元宇宙未来的研究方向和技术发展,为技术落地提供帮助,为未来研究提供参考。

### 参考文献

- [1] 臧梦璐.新群体:“Z世代”成为“消费担当”[J].光彩,2022(2): 16-17.
- [2] SHEN B, TAN W, GUO J, et al. How to Promote User Purchase in Metaverse? A Systematic Literature Review on Consumer Behavior Research and Virtual Commerce Application Design[J/OL]. Applied Sciences, 2021, 11(23): 11087.
- [3] 栗晓东.电商直播特征对消费者购买行为影响研究[D].郑州:郑州大学,2021.
- [4] 刘晓云,严曼,梁晨.网络直播情境下网红服装店对消费者购买意愿的影响研究[J].大连海事大学学报(社会科学版), 2022, 21(6): 98-107.
- [5] 汪焱.电商直播情境下消费者购买决策影响因素的实证研究[J].老字号品牌营销,2023(17):51-53.
- [6] 吴嘉宝.网红直播对受众非理性消费行为的影响探究[D].南昌:江西师范大学,2020.
- [7] 张梦荣.直播购物模式下消费者生鲜农产品重复购买意愿研究[D].镇江:江苏科技大学,2022.
- [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] 夏昕怡.视频营销中消费者行为的影响因素及作用机制[D].南京:东南大学,2021.
- [10] JEONG H, YI Y, KIM D. An Innovative E-Commerce Platform Incorporating Metaverse to Live Commerce[M/OL]. International Journal of Innovative Computing, Information and Control, 2022, 18(1): 221-229.
- [11] 翟华锋.元宇宙风口下跨境直播产业的发展[J].产业创新研究,2022(19): 130-132.
- [12] 冯志文,周紫嫣,陈奕竹.元宇宙背景下全新潮流网购社区的构建[J].互联网周刊,2022(24): 16-18.
- [13] 高辉,沈佳.基于购物过程体验的享乐性购物研究述评[J].外国经济与管理, 2016, 38(4): 63-72.
- [14] Belk R W. Situational variables and consumer behavior[J]. Journal of Consumer research, 1975, 2(3): 157-164.
- [15] 常润芳. B2C服装电子商务沉浸感提升策略研究[D].哈尔滨:哈尔滨工业大学,2010.
- [16] 刘佳,邹韵婕,刘泽溪.基于SEM模型的电商直播中消费者购买意愿影响因素分析[J].统计与决策, 2021, 37(7): 94-97.
- [17] 麦锐.电商直播特性下消费者情绪反应对消费者购买行为的影响研究[D].上海:上海外国语大学, 2021.
- [18] 吴秀琳.可供性视角下电商直播对消费者冲动性购买行为的影响研究[D].昆明:云南大学,2022.
- [19] 李玉峰,吕巍,柏佳洁.不同购物环境下消费者享乐主义/功利主义态度测评[J].管理科学,2008(1): 58-64.
- [20] 张姝辰.电商直播网络服务场景社会线索对消费者购买意愿的影响机制研究[D].南京:东南大学,2022.

## Analysis of Factors Influencing Consumers' Purchase Intention in the Background of "Metaverse + E-Commerce"

Huang Zeyu<sup>1</sup>, Chen Yujun<sup>2</sup>

(1.Guangxi University, Nanning, Guangxi 530004; 2.Hefei University of Technology, Anhui Hefei 230000)

**Abstract:** To enhance theoretical research in the field of the metaverse and facilitate the effective implementation of metaverse e-commerce from conception to practical application, this paper simultaneously explores the attitudes of different consumer groups (such as Generation Z) towards metaverse e-commerce. Based on the S-O-R theory, the article categorizes the situational characteristics of metaverse e-commerce into four dimensions: visibility, immersiveness, interactivity, and authenticity, as "stimuli" factors, which trigger pleasure-seeking shopping motivations within the "organism," ultimately influencing consumers' willingness to shop and eliciting "responses."The paper collects data via a questionnaire survey and uses SPSS and AMOS for statistical analysis and hypothesis testing of the samples. The results show that the visibility, immersiveness, interactivity and reality of metaverse e-commerce contexts not only have a direct, significant positive impact on consumers' shopping willingness, but also significantly and positively influence their hedonic shopping motivations and further enhance their shopping willingness.

**Keywords:** metaverse; e-commerce; generation Z; hedonic shopping motivation; S-O-R theory

# 物流业低碳转型研究进展的文献计量分析

张旭 曹芳萍

(北京林业大学 北京 100091)

**摘要:** 为深入了解物流业低碳转型的最新研究进展和主要趋势,并进一步推进这一领域的研究,本文选取CNKI数据库中的376篇相关文献作为研究材料。通过文献计量学的方法,利用CiteSpace软件,绘制物流业低碳转型研究的知识图谱。研究发现:(1)物流行业的低碳转型研究经历了起始、发展和平稳的三个主要阶段;(2)关键词共现网络表明,近几年的研究焦点主要聚焦于低碳经济、低碳物流以及绿色发展等多个方向;(3)未来研究的方向应扩大研究视野,进一步完善物流行业在低碳转型方面的评估体系,推动评价指标的标准化和量化,从而为企业在低碳转型过程中提供更加科学的评估和决策支持。

**关键词:** 物流业; 低碳转型; 绿色发展; 文献计量; Citespace

**本文索引:** 张旭,曹芳萍.物流业低碳转型研究进展的文献计量分析[J].中国商论,2024(07):091-096.

**中图分类号:** F252; F205

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-091-06

随着全球经济的迅猛增长和物流业的持续扩张,物流业引发的环境问题也越来越明显。在人类面临资源环境瓶颈约束越来越大的背景下,绿色发展已被提上议事日程。依据《中国绿色物流发展报告(2023)》的数据,目前我国的物流行业在温室气体排放方面表现突出,其碳排放量约占全国碳排放总量的9%。根据估算,物流行业的碳排放主要来源于货物的运输和配送、装卸搬运以及仓储活动和辅助物流活动,其中货物运输和配送的碳排放约占85%的比例。由此可见,物流业在为社会创造巨大经济效益的同时,其能源消耗和污染物排放也给生态环境造成巨大压力。从20世纪70年代开始,物流行业的温室气体排放已经上升了近3倍,其中道路货物运输的排放占据了总量的绝大多数。这些数据表明,物流业对全球气候变化和环境污染所产生的影响不容忽视。

在物流行业中,低碳转型意味着通过减少温室气体的排放、提高能源使用效率和减少环境污染等手段来达到低碳的目标。低碳转型是对传统物流模式进行调整、创新和升级。这一观念主要基于应对全球气候变迁的需要,作为一个关键的温室气体排放领域,物流行业被赋予了减少排放和寻找低碳发展途径的责任。目前,我国已成为世界上较大的碳排放国之一,而物流业又以高能耗、高物耗为特征,其能源消耗占社会总能耗的比重较大。因此,物流行业的低碳转型不只是为了应对气候变迁的关键策略,也是促进绿色经济和可持续发展的核心路径。物流产业作为国民经济中的重要一环,其能源消耗占社会总能耗的一半以上,并且碳排放总量巨大。物流企业通过实施低碳转型策略,不仅可以降低能源使用,减少温室气体排放,提高资源的使用效率,

还有助于减少对环境的污染。物流企业要实现低碳转型,需要从技术、管理以及政策等方面进行全面考虑,以达到预期目标。低碳转型不仅可以促进物流行业的技术革新和企业管理模式的升级,还可以提升整个物流系统的效率和可持续性。

## 1 数据来源与研究方法

### 1.1 数据来源

本文的数据来自中国期刊全文数据库CNKI。在CNKI中,本文使用“物流业”与“低碳转型”、“物流业”与“低碳变革”、“物流业”与“绿色转型”、“物流业”与“绿色发展”、“物流业”与“低碳化发展”、“物流业”与“低碳化”这些关键词进行了深入的主题搜索。整个数据检索过程覆盖了“2009—2024”期间,共找到428篇相关文献。在对检索结果进行分析后,排除了报纸、会议通知、新闻宣传、无作者的文献和与物流业低碳转型研究主题不一致的文献,最终筛选出376篇有效文献。

### 1.2 研究方法

文献计量学分析作为一种探究文献特性和发展方向的方法,它能够从文献的数量、质量、引用、作者和机构等多个方面进行全面的评价和分析,进而深入了解文献研究领域的发展动态、学科前沿、热门议题、作者间的合作关系以及各种影响因素。CiteSpace软件是由Chen等(2005)<sup>[1]</sup>基于Java编程语言开发的一款专门用于文献计量分析的软件。该软件主要运用共引分析理论和寻径网络算法等工具,对特定学科领域的文献进行量化分析,目的是找出该学科领域发展的关键路径和知识转折点,并通过绘制一系列可视

**作者简介:** 张旭(1997-),男,汉族,内蒙古呼和浩特人,硕士研究生,研究方向:交通运输业碳中和路径;

曹芳萍(1968-),男,汉族,江西萍乡人,教授,博士,研究方向:产业经济。



化图谱,进一步分析学科演化的潜在动力机制,并探测学科发展的前沿趋势<sup>[2]</sup>。在此基础上,本文使用文献计量软件CiteSpace对从CNKI数据库检索得到的数据进行主题挖掘和可视化图谱分析,绘制了各单元之间的相互关系,以深入了解物流业低碳转型领域的现状、热点和未来的研究趋势。

## 2 可视化分析

### 2.1 核心作者分析

作者网络图谱能够准确地展示该领域内核心作者的贡献,同时也能反映出研究作者的发文数量及其合作关系和紧密程度<sup>[3]</sup>。本研究使用CiteSpace软件,并以“Author”作为节点类型,设置时间为“2009—2024”,时间切片为1,绘制了物流业低碳转型研究的核心作者网络图谱(图1)。图1展示了587个节点和363条连线,网络密度为0.0021,直观地展现物流业低碳转型研究领域的核心作者及其合作交流情况。从核心作者的网络图谱(图1)中,我们可以明显观察到,当前在物流业低碳转型研究领域较为突出的核心作者主要为赵松岭、徐超毅、谢泗薪、尚猛、刘晓凤、任豪祥。其中赵松岭的研究重点包括低碳物流、物流行业的节能进展以及物流业的绿色合作发展等方面<sup>[4-5]</sup>;徐超毅的主要研究领域包括物流业的绿色效率增长,以及绿色物流与经济增长之间的相互影响和协调<sup>[6-7]</sup>;谢泗薪的主要研究领域包括物流管理、物流企业的创新与发展以及绿色物流等方面<sup>[8-9]</sup>;尚猛的主要研究领域包括物流和供应链管理,以及低碳物流业的发展状况等<sup>[10-11]</sup>;刘晓凤的研究聚焦于物流业税收政策<sup>[12]</sup>,为促进行业可持续发展提供了深入洞察;任豪祥主要致力于物流业向绿色低碳方向的转型研究<sup>[13]</sup>。

### 2.2 关键词共线分析

关键词可以被视为文章的核心内容和研究主题的精炼总结<sup>[14]</sup>。关键词共现是对关键词出现频率的统计,通过构建共词矩阵来检测之间的亲疏关系,从而揭示相关研究领域

的热门内容、主题分布和发展演变<sup>[15]</sup>。在2009—2024年这一时间段内,我们设定了节点类型为“Keywords”,并选择了Top50这一共现频次排名。运行CiteSpace软件后,我们得到一个关键词共现的网络图(图2)。在这张图中,共有414个节点和588条连接线,网络的密度达到0.0069。

根据2009—2024年物流业低碳转型研究的高频关键词表(表1),我们发现出现频率 $\geq 18$ 的关键词共有7个。其中,“物流业”和“低碳物流”这两个核心词汇的出现频次分别是146次和131次,中心性为0.6和0.43;“低碳”“低碳经济”“高质量发展”出现频次均超过20次,中心性破0.1。通过关键词共现网络图谱(图2)和物流业低碳转型研究高频关键词表(表1),可以清晰地看到物流业低碳转型所涉及的研究主题非常广泛和集中,其中低碳、低碳物流、低碳经济、碳排放、绿色发展和高质量发展等都是当前研究的焦点和热门话题。在此背景下,各界对物流业低碳转型的探讨更加深入。例如,薛冰欣等(2024)<sup>[16]</sup>提出通过数字互联网平台来广泛传播绿色和低碳的生活观念,从而让整个社会都能认识到绿色和低碳的重要性,并积极地参与到推动低碳物流发展的各种活动中。刘琦等(2023)<sup>[17]</sup>通过对2013—2019年全国30个省份物流行业的碳排放量进行计算,并根据实证研究的结果,建议构建新能源的使用优势,优化现有的运输模式,并促进物流业的数字化转型。张蕾(2023)<sup>[18]</sup>强调,采用绿色和低碳的技术手段是促进我国物流行业持续发展的关键路径。张旭等(2024)<sup>[19]</sup>认为,区域绿色物流不仅是推动物流行业走向绿色发展的关键因素,同时也是实现区域高品质发展和产业高级化的核心目标和突破口。

### 2.3 关键词时间线图谱分析

关键词时间线图谱是基于经过聚类处理的关键词来创建的时间线聚类图谱。本文采用CiteSpace软件中的关键词聚类工具,对关键词进行了深入的聚类分析,并据此绘制2009—2024年物流业低碳转型研究的关键词时间线图(图



图1 核心作者网络图谱



图2 关键词共线网络图谱

3)。从物流业的低碳转型研究关键词时间线图谱中,可知:聚类模块值(Modularity)的评估指标Q值达到0.8643,这一数值超过0.3;聚类的平均轮廓值(Silhouette)的评估标准S值达到0.9692,这一数值超过0.5,表明其具有较高的聚敛性和稳定性,说明该模型能够有效地对物流行业低碳化发展水平做出科学、客观的综合评估与预测。

表1 物流业低碳转型研究高频关键词表

频次	中心性	首年	关键词
146	0.6	2009	物流业
131	0.43	2010	低碳物流
70	0.55	2010	低碳经济
61	0.59	2010	低碳
23	0.1	2016	绿色发展
21	0.18	2019	高质量发展
18	0.14	2010	碳排放

文章对关键词按照时间轴进行聚类分析,可以将2009—2024年物流业的低碳转型研究历程大致划分为三个不同阶段。

(1)初始阶段(2009—2015):在这段时间,总的发文数量相对较少,关键词之间的联系并不紧密,没有形成一个明确的模式。在这个时期,学者们开始逐渐认识到低碳物流的重要性,探讨如何实现绿色、可持续的物流体系。耿波等(2011)<sup>[20]</sup>认为,低碳经济将是未来经济增长的主要方向,而推进低碳物流的发展则是非常关键的,在低碳经济的引领下,低碳物流成为不可忽视的趋势。吴鹏等(2009)<sup>[21]</sup>强调,绿色物流不但是可持续发展战略的必然产物,而且对于社会经济的持续增长和人类生活品质的提升具有不可忽视的重要性。蔡旭(2018)<sup>[22]</sup>提出了“物流业循环式发展”的观点,并强调在这种循环发展模式下,物流企业要想在逆向物流领域获得更大的利润,就必须不断地在技术和服务方面进行创新。

(2)发展阶段(2015—2020):这段时间的研究总量大大

超过了初始研究,与此相关的关键词和聚类数量也有了显著增长,研究的范围更为广泛。研究的核心议题包括绿色发展观念、低碳战略、低碳科技、绿色经济以及高质量发展。杨建华等(2019)<sup>[23]</sup>认为,通过采纳绿色物流策略,可以有效减少环境污染、降低资源的消耗,并最大化地利用资源。他们坚信,绿色物流也是物流向高质量方向发展的关键指标之一。孙琪霞等(2017)<sup>[24]</sup>认为,采用低碳技术能够在物流企业的运营中有效地控制环境污染,降低环境治理的相关费用,这与物流企业追求生态环境效益的目标是一致的,因此物流企业的成本也能得到有效降低。胥爱霞(2017)<sup>[25]</sup>提出了一个建议,即对于那些正在进行低碳转型的物流企业,应尽可能地寻求地方或国家的财政和政策支持,以解决这些企业在低碳转型过程中所面临的资金难题,从而激发物流企业对低碳化发展的积极性;对于高排放量的公司,我们应该提高税务收入,增加运营成本,并鼓励企业主动减少排放以控制环境污染。

(3)平稳阶段(2020—2024):整体研究呈现出平稳趋势,尽管研究的总量有所减少,但研究的方向和内容变得更为细致和深入。所研究的主题包括产业结构的升级、互联网的渗透、绿色低碳的发展、区域经济、循环经济以及双碳。赵松岭(2020)<sup>[26]</sup>在研究“京津冀物流业碳排放量测算及绿色协同发展路径研究”后,提出了一个建议:利用大数据技术进行科学分析,在具有优势的地区规划和建设绿色物流园区、配送中心等关键节点,有效降低碳排放量。沈筱(2021)<sup>[27]</sup>在研究低碳背景下中国煤炭物流如何实现绿色转型发展的过程中,建议在低碳经济的大背景下,构建和优化运输体系,以提升物流效率。裴恺程等(2021)<sup>[28]</sup>通过实证研究环境规制对物流行业GTFP的影响,得出结论:环境规制是确保生态环境得到保护的关键。适当的环境规制可以激励物流公司进行绿色创新,从而提高物流行业的绿色全要素生产效率。因此,恰当的环境规制不仅可以实现生态保护,还能促

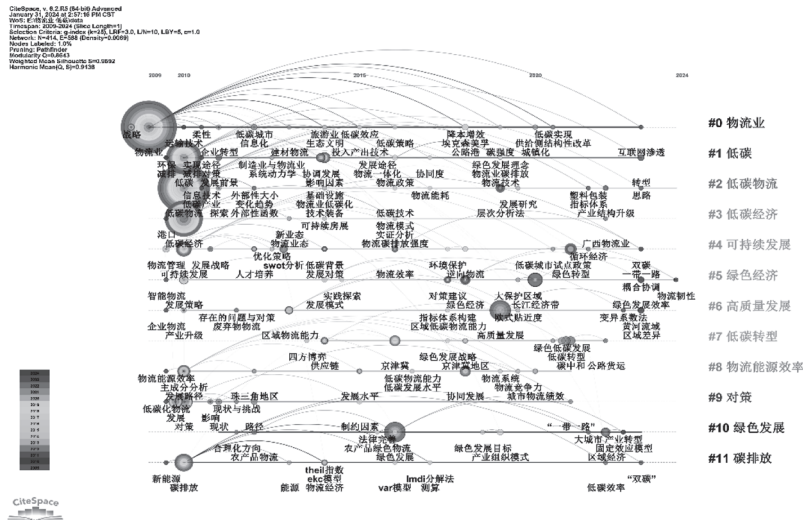


图3 关键词时间线图谱

进物流行业的绿色发展。

### 2.4 关键词突现图谱分析

关键词突现分析是一种依据关键词增长速度来识别研究热点关键词的方法。本研究使用CiteSpace在Burstness(突现)模块中设置了  $\gamma=0.6$ , 从而获得了25个突现项目。这些数据构成了2009—2024年物流业低碳转型研究的关键词突现图谱(图4), 提供了物流行业低碳转型研究中的热门词汇和发展趋势的直观展示。通过物流行业低碳转型研究的关键词突现图谱(图4), 可以明确看到: 2009—2024年, 物流业低碳转型研究的焦点词汇可以被划分为三个主要阶段。在2010—2015年的第一阶段中, “低碳经济”“物流低碳化”和“低碳背景”成为当时的研究焦点, 特别是“低碳经济”和“物流低碳化”这三个词汇连续三年成为研究的突出焦点。2015—2020年的第二个阶段中, 这个领域的研究焦点逐渐增加, 而热门词汇的影响范围也变得更为广泛, 研究的热度表现为种类繁多和迭代速度快。2020—2024年的第三个阶段中, “绿色发展”“碳中和”“低碳转型”和“双碳目标”逐渐成为研究的焦点话题。在这个阶段, “绿色发展”这一词汇自首次出现以来, 已经连续四年成为一个突出的词汇, 这意味着“绿色发展”与“物流业低碳转型”之间的联系仍然是当前研究的焦点, 并且将继续受到学术界的广泛关注。

## 3 讨论

通过对核心作者分析、关键词的共现网络图谱、高频关键词表、关键词时间线图谱、关键词突现图谱的深入探索, 归纳其研究内容, 主要涉及以下几个层面:

### 3.1 低碳经济

低碳经济模式是在可持续发展理念的引领下, 通过技术创新、制度更新、产业转型以及新能源的发展, 以最大程度地降低煤炭、石油等高碳能源的消耗和温室气体的排放, 从而实现经济和社会发展与生态环境保护的双赢局面。庄

贵阳(2005)<sup>[29]</sup>描述低碳经济为一种经济增长模式, 其目标是通过减少能源使用来实现与社会经济发展相似的目标。莫小泉(2018)<sup>[30]</sup>认为, 低碳经济有助于物流公司在新的经济背景下增强其核心竞争力。在可持续发展的道路上, 低碳能力将确保物流公司的盈利能力和持续性。

Top 25 Keywords with the Strongest Citation Bursts

Keywords	Year	Strength	Begin	End	2009 - 2024
低碳经济	2010	9.25	2010	2013	██████████
对策	2010	4.19	2010	2012	██████████
发展	2010	2.34	2010	2015	██████████
发展策略	2010	1.23	2010	2014	██████████
物流低碳化	2010	1.17	2010	2013	██████████
低碳	2010	2.22	2011	2012	██████████
现状	2011	1.47	2011	2012	██████████
制造业	2014	1.76	2014	2017	██████████
发展模式	2014	1.18	2014	2018	██████████
低碳背景	2014	1.13	2014	2015	██████████
制约因素	2015	1.14	2015	2016	██████████
京津冀	2016	1.75	2016	2021	██████████
协同发展	2018	2.67	2018	2022	██████████
逆向物流	2018	1.22	2018	2019	██████████
模糊物元	2018	1.14	2018	2020	██████████
高质量发展	2019	6.89	2020	2024	██████████
主成分分析	2010	1.25	2020	2021	██████████
绿色发展	2016	5.74	2021	2024	██████████
耦合协调度	2021	2.52	2021	2022	██████████
碳中和	2021	2.52	2021	2022	██████████
低碳转型	2021	2.01	2021	2022	██████████
长江经济带	2020	3.97	2022	2024	██████████
区域经济	2022	1.98	2022	2024	██████████
“双碳”目标	2022	1.48	2022	2024	██████████
绿色金融	2013	1.24	2022	2024	██████████

图4 关键词突现图谱分析

### 3.2 低碳物流

低碳物流之所以能够崛起, 主要归功于低碳革命以及哥本哈根环境大会对于绿色环保的官方倡导。随着全球气候问题日益严重, 目前正处于一个被称为“低碳革命”的时期, 这意味着正步入一个以“低能源消耗、低污染、低排放”为中心思想的创新时代。作为高端服务行业的物流发展, 应选择低碳的发展道路, 重点推动绿色物流、低碳物流和智能信息技术的进步。低碳物流是一种以减少整体能源消耗和降低温室气体排放为核心目标的现代物流行业模式。杜立



峰等(2012)<sup>[31]</sup>提出,低碳物流也被称为“绿色物流”,旨在满足社会经济的可持续发展需求,并实现经济活动的“低能耗、低排放和低污染”的目标。这代表了一种全新的模式和机制,专门针对运输、仓储、装卸与搬运、流通加工、配送和信息处理等多个环节进行运营优化、物流资源与要素的合理配置,以及技术应用的有效管理和创新。王宇波等(2023)<sup>[32]</sup>认为:低碳物流是一种在满足物流运输需求的基础上,力求在各个环节实现低碳发展的理念,这种发展对社会产生了积极的外部性影响。龚翔等(2021)<sup>[33]</sup>认为,低碳物流的进步可以更好地调整城市功能并减少对环境的负面影响。因此,本文建议通过低碳物流来推动低碳城市的建设,并构建一个结合多种运输方式的标准化体系,同时采纳有助于低碳物流实施的物流设计方案。

### 3.3 绿色发展

绿色发展是一种以提高效率、促进和谐和实现可持续发展为核心目标的经济和社会进步模式。在当前的全球背景下,绿色发展已逐渐成为一个显著的发展方向,众多国家都将绿色产业的发展视为经济结构调整的核心策略,并强调绿色的核心思想和深层含义。绿色发展和可持续发展在思想层面上是紧密相连的,不仅是对可持续发展理念的传承,还代表了可持续发展在中国的理论创新。同时,这也是中国特色社会主义在应对全球生态环境恶化这一客观现实方面的重要理论贡献,完全符合历史发展的自然规律。邓娟娟等(2023)<sup>[34]</sup>认为,产业集聚带来的外部效应在当前物流业,特别是物流业的绿色发展效率上,具有不可忽视的实际价值。叶翀等(2023)<sup>[35]</sup>提出了碳交易的试点政策,这在很大程度上推动了绿色物流效率的增长;碳交易的试点政策旨在通过产业结构的升级来提高绿色物流的效率。王玲等(2023)<sup>[36]</sup>强调,绿色物流作为绿色发展的核心部分,不仅有助于推动生态文明的建设和缓解节能减排的压力,还是物流行业未来发展的关键方向。

## 4 结论与展望

### 4.1 结论

本文使用CiteSpace软件对物流行业低碳转型的相关文献进行了深入分析,揭示了当前物流业在低碳转型方面的研究焦点和最新进展。本文通过关键词共线分析、关键词时间线分析和关键词突现分析,发现当前物流业低碳转型的研究焦点主要集中在低碳经济、低碳物流和绿色发展这三个关键领域。

### 4.2 展望

未来研究方向主要集中在以下几点:

第一,加强政策扶持。政府需要加大对物流行业低碳转型的政策支持力度,制定更为明确和实用的政策措施,以激

励企业更加积极地采用低碳技术和方法。同时建立相应的政策法规体系,完善碳交易市场,以保障物流业低碳转型过程中的低碳化发展。

第二,促进技术革新。集中精力研究低碳物流技术的创新和应用,为物流业实现低碳转型提供技术支持。因此,未来的研究方向应聚焦于新能源技术的进一步发展和广泛应用,以推动智能物流系统的完善。

第三,加强合作和协同机制。积极促进物流企业之间的合作和协同,建立供应链协作机制,共同应对低碳转型的挑战和机遇。因此,未来的研究应该集中在构建和优化供应链协作机制上,以提高物流系统的整体效率并减少对环境影响。

第四,强化评估手段的研究。进一步优化物流行业在低碳转型方面的评价体系,促进评价指标的标准化和量化,以便为企业在低碳转型过程中提供更为科学的评估和决策支持。因此,未来的研究方向应该更加关注评价方法体系的构建和发展,以便为企业提供更为准确的评估结果和决策建议。

## 参考文献

- [1] Chaomei C. CiteSpace II: Detecting and visualizing emerging trends and transient patterns in scientific literature[J]. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 2005, 57(3): 359-377.
- [2] 陈悦, 陈超美, 刘则渊, 等. CiteSpace知识图谱的方法论功能[J]. 科学学研究, 2015, 33(2): 242-253.
- [3] 肖明, 陈嘉勇, 李国俊. 基于CiteSpace研究科学知识图谱的可视化分析[J]. 图书情报工作, 2011, 55(6): 91-95.
- [4] 赵松岭. 让物流业搭上绿色生态的快车[J]. 人民论坛, 2018(11): 78-79.
- [5] 赵松岭. 河北省物流业节能减排对策研究[J]. 合作经济与科技, 2015(10): 35-36.
- [6] 温雅茹, 徐超毅. 物流业发展水平对我国31省经济增长作用的实证研究[J]. 物流科技, 2023, 46(12): 9-13.
- [7] 徐超毅, 齐豫. 我国区域物流业绿色发展效率测度和空间分析: 以华东地区为例[J]. 生态经济, 2023, 39(4): 81-88.
- [8] 谢泗薪, 孙敏, 秦皓. 绿色物流引领长江经济带高质量发展的时空差异及引领战略构建: 基于韧性经济视角[J]. 中国流通经济, 2022, 36(9): 17-31.
- [9] 谢泗薪, 陈佳旭. 碳中和目标下物流业绿色化改造与发展策略研究[J]. 改革与战略, 2022, 38(3): 130-140.
- [10] 简彦敏, 尚猛, 万志鹏, 等. 黄河流域低碳物流效率测度及体系构建研究[J]. 现代商业, 2022(8): 58-60.
- [11] 丁子晨, 尚猛, 王珂, 等. 我国低碳航空物流业发展水平测度研究: 基于因子分析和灰色关联度分析[J]. 中国科技信息, 2021(22): 96-98.
- [12] 刘晓凤. 物流业税收政策绩效评价: 评价主体与发展对策探讨[J]. 当代经济管理, 2014, 36(11): 72-77.
- [13] 任豪祥. 紧紧围绕碳达峰、碳中和目标, 加快物流行业绿色低碳转型[J]. 物流技术与应用, 2021, 26(9): 64-65.
- [14] 刘月霞, 张博一. 乡村治理研究的知识图谱: 基于CiteSpace的可

- 视化分析[J].河北经贸大学学报(综合版),2023,23(4):23-30.
- [15] 张雪,徐萌.基于CNKI文献计量的互联网医疗研究现状与热点分析[J].中国市场,2024(2):53-56.
- [16] 薛冰欣,陈敏.数字经济赋能下长江经济带物流产业低碳转型路径研究[J/OL].价格月刊, <https://link.cnki.net/urlid/36.1006.F.20240124.1733.006>. 2024-01-25.
- [17] 刘琦,范鑫坤.碳中和目标下物流业低碳转型发展路径研究[J].商业经济研究,2023(8):80-84.
- [18] 张蕾.绿色低碳技术对我国物流业可持续发展影响分析[J].商业经济研究,2023(8):93-95.
- [19] 张旭,田明骏,陈泓竹,等.高质量发展视域下区域绿色物流的多重并发因果关系与多元路径[J].北京交通大学学报(社会科学版), 2024(1):145-155.
- [20] 耿波,何梅.低碳经济下的低碳物流探讨[J].中国商贸,2011(18):120-121.
- [21] 吴鹏,杨柱柱.从绿色物流角度谈物流行业的可持续发展[J].北方经济,2009(6):38-39.
- [22] 蔡旭.论我国物流业的循环式发展[J].现代商贸工业,2010,22(17):149.
- [23] 杨建华,王为人,李宏光.推动绿色物流高质量发展的战略研究[J].中国质量,2019(12):38-41.
- [24] 孙琪霞,高林祺.低碳技术创新对我国物流业可持续发展的影响研究[J].农村经济与科技,2017,28(23):139-140.
- [25] 胥爱霞.广东省物流业低碳化发展策略探析[J].江苏科技信息,2017(27):8-10.
- [26] 赵松岭.京津冀物流业碳排放量测算及绿色协同发展路径研究[J].保定学院学报,2020,33(2):29-32.
- [27] 沈筱.低碳背景下中国煤炭物流实现绿色转型发展研究[J].煤炭经济研究,2021,41(4):76-81.
- [28] 裴恺程,穆怀中.环境规制对物流业绿色发展的影响研究:来自京津冀地区的实证检验[J].工业技术经济,2021,40(5):107-114.
- [29] 庄贵阳.中国经济低碳发展的途径与潜力分析[J].太平洋学报,2005(11):79-87.
- [30] 莫小泉.基于低碳经济理论的物流企业核心竞争力构建[J].商业经济研究,2018(9):118-120.
- [31] 杜立峰,张永,鲍香台,等.发展道路货运业低碳物流的认识及动力因素分析[J].物流技术,2012,31(3):1-4.
- [32] 王宇波,郝冰蕾,余帅均.“双碳”背景下的物流产业低碳发展研究[J].中国物流与采购,2023(5):115-116.
- [33] 龚翔,朱万春.低碳经济环境下物流业网络构建对城镇化发展的影响[J].生态经济,2021,37(3):101-105.
- [34] 邓娟娟,孙茜.产业集聚对物流业绿色发展效率的影响:基于长江经济带的实证分析[J].商业经济研究,2023(23):176-180.
- [35] 叶翀,郑艳红,邵博.碳交易试点政策对绿色物流效率的影响研究[J].大连海事大学学报(社会科学版),2023,22(5):49-62.
- [36] 王玲,严伟.“双碳”目标背景下绿色物流发展路径研究[J].辽宁行政学院学报,2023(3):40-45.

## Bibliometric Analysis of Research Progress on Low-carbon Transformation in the Logistics Industry

Zhang Xu and Cao Fangping  
(Beijing Forestry University, Beijing 100091)

**Abstract:** In order to gain a deeper understanding of the latest research progress and main trends in the low-carbon transformation of the logistics industry, and to further advance research in this field, this paper selects 376 relevant articles from the CNKI database as research materials. Using the method of bibliometrics, the paper draws a knowledge graph of low-carbon transformation research in the logistics industry with CiteSpace. Research has found that: (1) The low-carbon transformation of the logistics industry has gone through three main stages of initiation, development, and stability; (2) The keyword co-occurrence network indicates that in recent years, research has mainly focused on multiple directions such as low-carbon economy, low-carbon logistics, and green development; (3) Future research should expand its perspectives, further improve the evaluation system of the logistics industry in low-carbon transformation, promote the standardization and quantification of evaluation indicators, and provide more scientific evaluation and decision-making support for enterprises in the process of low-carbon transformation.

**Keywords:** logistics industry; low-carbon transformation; green development; bibliometrics; CiteSpace

# 跨境电商企业海外市场物流模式选择研究

## ——以 52TOYS 企业为例

窦维珊

(北京物资学院 北京 101126)

**摘要:** 跨境物流是跨境电商发展的基础也是其重要组成部分。本文以52TOYS为例,从国内外已有的跨境物流模式选择理论出发,深入剖析我国跨境电商仓储物流的发展背景和现状,并比照三大跨境物流模式优缺点进行了详细对比分析。在此基础上,文章使用AHP深层次运算剖析52TOYS跨境电商企业在跨境物流方式上的选择决策,并在经营成本、服务水平、自身能力等影响因素的前提下,创新性地加入企业自身物流基础作为判断规则,这一举措有助于从多层次综合性角度进行深入对比分析,从而作出更加符合52TOYS跨境电商企业特点的跨境物流模式切换决策,确保其在激烈的市场竞争中保持领先地位。

**关键词:** 跨境电商企业; 海外市场; 跨境物流模式; AHP; 52TOYS

**本文索引:** 窦维珊.跨境电商企业海外市场物流模式选择研究[J].中国商论,2024(07):097-100.

**中图分类号:** F259.22; F742

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-097-04

随着国际环境不断向好,中国跨境电商市场整体呈现增长。目前,国内外主要针对海外物流模式的现状、主流物流模式的优势等问题进行了深入探究,但是在对于跨境物流选择研究的过程中,并未考虑企业的国内物流基础,且现有的研究很少涉及潮玩行业。文章以52TOYS为例,采用AHP分析法研究其海外物流模式的选择,但由于相关领域的资料较少导致研究可能存在不够系统和完善的问题。后续会加入更多的数据进行分析,对相应的数据进一步验证,以得到更为真实的方案与结论。

### 1 选题背景与意义

#### 1.1 国内电商发展现状

中国电子商务市场高速增长,尤其在2016—2018年,是部分主流电力业务平台发展快速积累和实现的黄金时期,但2018年底中国电商市场进入红海以来,由于电商运营成本逐步增加,产品利润率低,国内电力逐渐饱和,中小电商企业生存难度加大。

随着国际化发展及其全球化商贸时代的发展慢慢推进,我国外贸发展十分迅速,跨境电子商务作为对外贸易的新兴业务模式具有极大的发展潜力。

#### 1.2 52TOYS企业发展现状

##### 1.2.1 企业背景

52TOYS创立于2015年,隶属于北京乐观成文化发展有限责任公司,52TOYS紧紧围绕IP品牌形象建立自己的产业闭环业务体系,包含IP协作孵化、商品创意策划、供应链、全渠道营销、市场传播等各个方面,进而为消费者提供开心

快乐的个人收藏玩具、开心快乐的消费体验和快乐的生活,并跻身领域第一梯队。

##### 1.2.2 企业转型面临的问题

目前,全球的潮玩玩具市场仍处于快速扩展的阶段。数据显示,2022年全世界潮玩玩具产业总规模将突破340亿美金,预计2024年的市场规模接近450亿美金,整体呈现快速发展的趋势。其中,全世界潮玩玩具市场规模在2022—2024年坚持以14%上下复合年增长率提高,预计2027年全球潮玩玩具市场规模将突破650亿美金。虽然潮玩产业在我国发展迅速,国家也颁布了相关政策来促进其发展,但我国潮玩玩具市场集中度较低,且该行业竞争相对激烈。在这种情况下开拓发掘海外市场潜力,布局出海成为一种趋势。跨境物流与国内的物流模式存在差异,海外物流的管理与物流模式的选择成为转型中的重要一环。

#### 1.3 跨境电商与跨境物流的关系

2020年至今,受新冠疫情与国内市场饱和状态威胁,传统出口外贸中小型企业面临转型升级的严峻考验,传统外贸公司开始启动国外市场,逐渐向跨境电商企业发展战略转型发展。如何布局跨境物流是转型跨境电商中的一项重要决策。

跨境物流对于跨境电商来说具有必要性。随着跨境电商行业的快速增长及其模式完整性的不断优化,用户对于跨境物流的服务要求不断提高。跨境物流在发展过程中,出现了物流运输过程耗时长、综合成本过高,难以满足客户需求等问题,包括跨境电商企业不知道如何选择合适的跨境物流模式等相关问题。

**作者简介:** 窦维珊 (2002-),女,汉族,北京人,物流管理专业。



### 1.4 研究意义

目前,学者们对国外物流模式的发展现状、主流物流模式的优劣势、国外仓库的选址等物流相关问题进行了较为深入的探讨,但是在对于跨境物流选择研究的过程中,并未考虑企业国内的物流基础,对于整体企业选择跨境物流模式的参考因素不够全面。本文选用AHP层次分析法,将转型企业的国内物流基础作为一项判断准则,通过定性定量的分析并结合企业现状进行企业案例分析,在一定程度上丰富和完善了转型企业对于跨境物流模式的决策选择。

现在对于潮玩市场国外布局的相关研究数据信息偏少,在一定程度上针对中国潮玩公司布局国外市场的物流配送模式挑选具有一定的帮助和参考借鉴意义。

### 2 研究综述

因为跨境电商的高效发展,跨境电商已成为中国外贸发展的重要组成部分。目前,主流的中国跨境电商物流模式包括国际快递、“专线物流+海外仓”等模式<sup>[1]</sup>。另外,随着跨境电商的快速发展,其物流模式不再局限于以往传统物流发展道路,而是逐步走向多样化和规范化。例如:边境仓储物流、自贸区、第三方物流等这些极具突破性的跨境电商物流模式开始新兴,由于其能够将多种不同的物流模式结合起来利用多种物流模式的不同特点,合理规划布局凸显出物流模式的集群效应,并迅速占领市场<sup>[2]</sup>。在经历了性能快速增长后,今天的潮玩玩具产业正面临着许多问题和挑战<sup>[3]</sup>。中国潮玩玩具“出海”逐渐成为一种新的流行趋势<sup>[4]</sup>。在这一方面,对于研究跨境电商公司有重要的现实意义,其中包括科学地选择适合自己的国外仓库建设方式,并充分利用国外仓库所产生的优势来满足用户日益持续增长的需求<sup>[5]</sup>。

基于此,文章应用AHP方式进行深入分析与计算,将企业国内物流基础作为一个分辨规则参与到实体模型内,使最后管理决策更符合52TOYS企业的未来发展。

### 3 决策分析方法

#### 3.1 文献研究法

笔者通过大量跨境电商物流相关文献和查阅相关统计机构发布的数据统计信息等途径,整理国内外相关的物流理论研究成果,为52TOYS公司的跨境电商物流模式选择和整体物流战略决策提供理论和数据基础。

#### 3.2 比较分析法

本文针对国内跨境电子商务企业采用的跨境物流模式展开了深入了解与研究,并且对热门的跨境物流模式的优劣势和生产成本进行了比较与总结。

#### 3.3 层次分析法

本文运用层次分析法对于具体案例的系统化多目标、

多因素的综合比较和计算,对于案例企业进行定量定性的计算和评价,决策结果更加可靠、客观。

(1)明确问题,构造AHP模型。首先,要明确决策目标,根据目标建立相应的目标层,准则层及方案层,并确定好可以挑选的产生影响的指标,然后根据目标层、准则层、指标层、方案层,建立对应的层次结构实体模型。

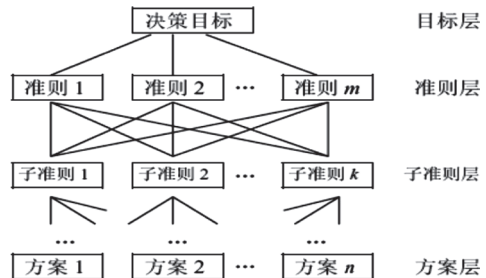


图1 层次结构模型图

(2)构造判断矩阵。依据判断矩阵标度法(表1)并逐一导入专家数据。

表1 判断矩阵标度法以及其数值含义

$a_{ij}$ 标度	含义
1	因素 i 与 j 同样重要
3	因素 i 比 j 略重要
5	因素 i 比 j 明显重要
7	因素 i 比 j 强烈重要
9	因素 i 比 j 极端重要
倒数	因素 j 比 i 比较得: $a_{ij}=1/a_{ji}$

(3)计算权重向量并进行一致性检验。由判断矩阵测算被较为原素对该准则的总体权重,利用一致性指标进行一致性检验。任意一致性指标RI的取值见表2。

表2 阶数相对应RI的取值表

1	2	3	4	5	6	7	8	9
0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45

### 4 跨境电商主要三大物流模式特征及比较分析

根据我国跨境电子商务企业的相关海外物流模式统计,其主要布局的物流模式可划分为三大类:国际快递、FBA物流、海外仓储、专线物流模式。

#### 4.1 三大物流模式特征分析

##### 4.1.1 国际快递

国际快递是指两个区域和国家之间或两个或两个以上区域和国家间的物流作业,及其世界各国中间汇款和单据的分发。(1)优点:快速交货、准时、可运到许多国家,信息更新快,对问题反应及时,海关调查能力强,产品安全性高。(2)缺点:价格更贵,运输限制更严格。

##### 4.1.2 FBA物流

Fulfillment by Amazon是美国亚马逊的一种物流服务方式,是为了方便和满足入住亚马逊平台的卖家。卖家可以直接在订单执行中心存储产品。一旦客户下了订单,货物就

由中心直接包装和配送,并提供售后服务。优点:(1)提升list排名,帮助经销商提升销量;(2)多年物流经验,仓储遍布全球,可以智能管理;(3)配送时效快;(4)亚马逊平台有专门的客服,可尽量避免差评纠纷提升客户满意度;(5)对于货单价超过300美元的产品,FBA提供免除邮寄服务。缺点:(1)一般比国内发货的成本要高,但也需要根据产品的重量来决定;(2)缺乏灵活性;(3)FBA仓库不提供清关服务;(4)退货地址只支持美国。

#### 4.1.3 海外仓储

对于跨境卖家,海外仓储可以减少运输距离,提高卖家的物流及时性。比较常见的国外仓库方式有三种类型,FBA、第三方海外仓储和卖家自建国外仓库。这三种国外仓库模式的优缺点有所不同。优点:提高商品配送速度,提高买家购物体验,物流成本降低,避免特殊节日满仓和爆仓等问题,增加门店销量,促进市场发展。缺点:建设成本高,易导致企业资金周转出现问题,海外不可控性因素多,对卖方仓储管理数据监控要求较高。

### 4.2 三大跨境物流模式分析对比

#### 4.2.1 建设运营成本对比

与其他国外物流模式相比,海外仓储的综合成本也较高。海外电商企业在出口国设置海外仓的前期投资成本非常大,其中包括设施的建设和人工成本等。此外,在税收差异较大的情况下,这也意味着企业对海外仓储专家的需求较高。相比之下,跨境电商选择国际邮政仓储物流或FBA的国际电商物流服务只用支付运营成本,是相对较低的国际运输成本。

#### 4.2.2 物流服务质量对比

因为亚马逊平台从创建至今已有29年时间,跨境电子商务物流服务经验相当丰富,如无特殊情况,其平台可全年

不间断的处理并完成订单和发货安排,这充分满足了买卖双方的需求,也同样保证了企业物流的时效性,提升了跨境电商卖家的物流服务水平,便于卖家对于物流整体流程的管理和拓展业务。

对于使用国际快递企业,其货运物流服务质量有时并不是可控,关键依赖于所选的国际快递公司的专业化水平。如果国际快递公司在物流运输过程中出现纰漏,就极有可能导致其物流服务质量无法满足消费者需求。另外,海外仓储方式在业务随意度较高的同时,必须自行解决国外建仓、通关、报税及末端配送等一系列问题。因而,企业如果没有比较完善的物流服务体系或是物流管理基础,就很难保证物流服务水平。

## 5 实证分析

### 5.1 层次结构模型的建立

本文通过前期研究成果与分析专家学者科研成果,对52TOYS国外物流模式根据专业人士提供的影响因素展开梳理与总结,构成五个标准层级(物流服务水平、物流成本、安全便捷、企业综合实力、企业国内物流基础)和三个计划方案层级(国际快运、海外仓储、专线运输物流、FBA物流)。最后使用yaahp软件作为数据分析工具,将为52TOYS企业未来跨境物流模式的选择提供理论参考。明确公司国外物流模式所选择的层次结构模型,如图2所示。

### 5.2 进行一致性检验

#### 5.2.1 构建第一层判断矩阵

根据专家对于每项因素的权重打分,构建第一层判断矩阵,如表3所示。

图2为使用yaahp软件对相关判断矩阵进行一致性检验,可得 $CR=0.0906 < 0.1$ ,  $\lambda_{max}=5.4057$ ,根据最后结果可

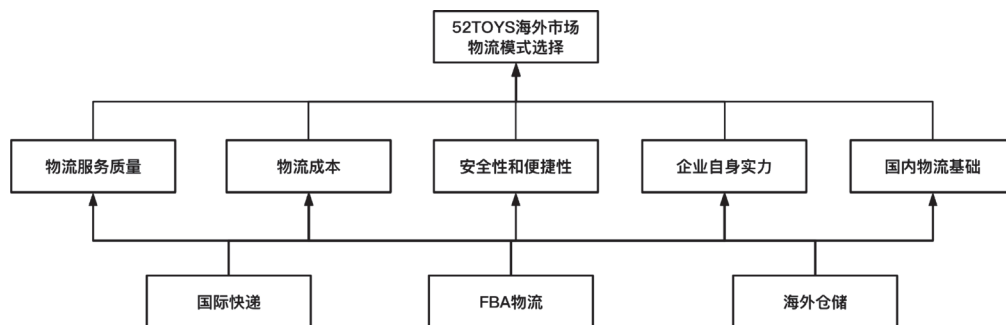


图2 52TOYS层次分析模型构造

表3 第一层判断矩阵

52TOYS 海外物流模式选择	物流服务质量	物流成本	安全性和便捷性	企业自身实力	国内物流基础	Wi
物流服务质量	1.0000	5.0000	3.0000	4.0000	4.0000	0.4858
物流成本	0.2000	1.0000	3.0000	3.0000	3.0000	0.2214
安全性和便捷性	0.3333	0.3333	1.0000	3.0000	2.0000	0.1384
企业自身实力	0.2500	0.3333	0.3333	1.0000	0.5000	0.0649
国内物流基础	0.2500	0.3333	0.5000	2.0000	1.0000	0.0895

得该决策判断矩阵是有效的。由表3可知,准则层因素的权重排序为物流服务质量>物流成本>安全性和便利性>国内物流基础>企业自身实力,上述权重排序表明了主流物流模式中的物流服务质量是影响跨境电商企业对于海外物流模式选择的最主要因素。

### 5.2.2 指标权重计算结果分析

本文通过yaahp分析软件对目标层下各准则层指标权重进行计算,可以得到物流服务质量、国内物流基础、物流成本、安全性和便利性、企业自身实力的权重分别为0.4858、0.2214、0.1384、0.0649、0.0895。因此,物流的服务质量成为跨境电子商务企业挑选海外物流模式的第一考虑因素。FBA物流快递具有准时交货率高,配送综合成本较低,包裹安全性高等优势,被选入企业海外物流布局的重要考虑范围。

### 5.2.3 论证结果

本文通过对不同海外物流模式以及52TOYS企业自身实力与物流基础进行综合评估得出结论:FBA物流的综合评估数据最高,其次为国际物流,海外仓储的综合评估数据最低。其中,FBA物流在物流服务质量和安全性便捷性方面得分较高,国际快递在国内物流基础得分较高。

由此可知,凭借丰富的物流服务工作经验和完善的跨境物流管理体系,FBA货运物流可以为跨境电子商务公司提供高质量的海外仓储物流服务。

## 6 结语

跨境物流的合理安排可以增强跨境电商公司的国际市场竞争能力,也是影响其国际市场占有率的重要因素之一。首先,跨境电商企业能够利用跨境物流开展合理安排,从而

减少物流成本费,提升物流效率。其次,选择适合的目的地物流配送模式能够帮助跨境电商企业更好地达到本地消费者的购物需求,在商品出现问题时,及时为消费者提供良好的售后维修服务,提高客户满意度。最后,物流的综合成本和其时效性也是决定顾客消费体验和企业选择的关键因素。当然,以上的各种问题都可以通过物流网络的合理安排和货运运输计划高效实施来解决。因此,跨境电商企业可以通过合理的跨国物流规划,充分了解全球布局。此外,中国的跨境电商企业,尤其是游戏玩家企业,可以积极准备在新兴市场开展海外物流。随着中国贸易伙伴的多元化,海外物流的国际地位逐步提升和深化。许多电商企业都在开拓新市场,尤其是一些跨境电商企业已经开始着手开发和探索海外物流模式等新兴市场,以提高自身竞争力。

因此,跨境电商企业之间的竞争越来越激烈,良好的跨境物流服务是这些企业运营发展的基础条件,所以发展海外物流已经成为国内和跨国电商企业的必然选择。

## 参考文献

- [1] 曾曦.数字经济下跨境电商中小企业转型升级路径研究[J].中国市场,2023(5):180-182.
- [2] 冀芳,张夏恒.跨境电子商务物流模式创新与发展趋势[J].中国流通经济,2015,29(6):14-20.
- [3] 曹旭光,王金光,刘希全.跨境电子商务的物流商业模式及其创新途径[J].对外经贸实务,2015(10):93-96.
- [4] 李昕.数百亿潮玩大市场将规范前行[J].中外玩具制造,2022(7):26-28.
- [5] 赵狄娜.潮玩品牌何去何从[J].小康,2023(1):52-53.
- [6] 邵芳.基于AHP-熵值法的中国跨境电商企业海外仓建设模式选择研究[D].南昌:江西财经大学,2022.

# Research on Logistics Model Selection for Cross-Border E-commerce Enterprises in Overseas Markets

## — Taking the enterprise AHP-52TOYS as an example

Dou Weishan

(Beijing Wuzi University, Beijing 101126)

**Abstract:** Cross-border logistics serves as the foundation and an essential component of cross-border e-commerce development. Taking 52TOYS as a case study, this paper starts from existing theories on cross-border logistics model selection and delves into the development background and current situation of cross-border e-commerce warehousing logistics in China. It conducts a detailed comparative analysis of the advantages and disadvantages of three major cross-border logistics models. Based on this analysis, the paper utilizes Analytic Hierarchy Process (AHP) for in-depth computation to analyze the decision-making process of 52TOYS in selecting cross-border e-commerce logistics modes. Innovative inclusions of the company's own logistics infrastructure as a judgment criterion are introduced, taking into account factors such as operational costs, service levels, and internal capabilities. This approach facilitates a comprehensive comparative analysis at multiple levels, enabling a decision on cross-border logistics mode switching that better aligns with the characteristics of 52TOYS' cross-border e-commerce enterprise and ensures its leading position in the fiercely competitive market.

**Keywords:** cross-border e-commerce enterprises; overseas market; cross-border logistics model; AHP; 52TOYS



# 互联网背景下河北智慧物流管理模式的发展策略研究

杜文雅

(中共唐山市委党校 河北唐山 063000)

**摘要:** 互联网时代, 各类信息技术在我国各行各业都得到了广泛应用, 也深刻改变了传统行业的发展格局, 其中对物流行业领域的影响表现得尤为显著。基于互联网信息技术的发展, 我国传统物流体系逐步转变为智慧物流模式, 有效提高了物流体系的服务质量。本文首先阐述了互联网时代背景下智慧物流管理模式的发展现状, 其次明确了智慧物流管理模式的具体建设内容, 最后从完善智慧物流的政策体系、细化智慧物流的管理制度、优化控制智慧物流的成本、加快信息技术的融入进程、完善智慧物流人才培养机制五个方面, 探讨了河北省智慧物流管理模式的发展策略。

**关键词:** 互联网; 智慧物流; 物流管理; 信息技术; 物流服务

**本文索引:** 杜文雅. 互联网背景下河北智慧物流管理模式的发展策略研究[J]. 中国商论, 2024(07): 101-104.

**中图分类号:** F259.23

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-101-04

新时代发展以来, 我国一直都非常关注互联网经济的发展, 同时通过多种政策推动我国传统行业在互联网时代背景下的创新转型发展。党的二十大报告指出, 要加快发展物联网, 建设高效顺畅的流通体系, 降低物流成本。当前, 我国结合国内外发展形势提出了“双循环”战略, 要求现代流通体系也能够进行相应的转型发展。基于此背景, 全国政协会议提出了《关于国内大循环为主体发展格局下推进智慧物流发展的提案》, 明确了我国现代物流行业发展过程中存在的困境, 同时也给智慧物流的长远发展提供了较好的建议。

## 1 互联网时代背景下智慧物流管理模式的发展现状

河北省工业企业物流量大, 发展提升的空间也较广。从物流产业的供需结构来看, 河北省物流业产业组织结构不够合理, 各个物流点之间尚无法形成布局合理、运行高效的交通运输网络, 物流园区开发建设、技术装备配备、信息化建设等有待加强, 仓储及配送等的现代化水平仍需进一步提升。随着生产模式转变、商业模式创新以及消费者的消费观念和消费方式升级, 消费者对物流业服务提出更高要求。不难看出, 物流行业对智慧物流发展的要求已经达到刻不容缓的程度。只有通过智慧物流的不断发展, 不断提升智能软硬件、物联网和大数据等智慧技术手段, 才能实现物流产业的精细化、智能化、可视化管理, 提高物流系统自动化分析决策和操作执行能力, 提升物流运作效率, 进而推动资源的优化配置, 提高经济的运行质量, 实现经济增长方式的转变, 提高河北省的经济竞争力。

### 1.1 智慧物流的发展历程

智慧物流主要是指使用自动化技术、信息化技术等现代高新技术, 推动传统物流体系的智慧化创新转变, 能够对

各类物流要素进行智慧化协同, 构建现代化物流体系, 是科技工业革命下的重要发展成果<sup>[1]</sup>。当前, 我国智慧物流产业的发展历程主要可以分为四个阶段。

第一, 信息化阶段。这个阶段主要利用智慧传感器、条形码等设备与工具, 搭建GPS信息平台等平台模块, 实现传统人工物流体系的自动化与数字化转变。

第二, 物联网阶段。这个阶段, 物流企业通过物联网技术, 借助传感装置、通信网络和大数据等科技力量实现高效连接, 有效推动物流信息集成与控制问题的解决, 实现了物流作业全流程全环节的实时跟踪与定位。

第三, 智能物流阶段。这个阶段在物联网技术的基础上, 物流企业引入自动控制、人工智能等环节, 为自身日常经营决策提供参考, 实现战略决策优化的目标。

第四, 智慧物流阶段。这个阶段通过利用大数据、云计算等技术完善了物流信息的获取方式和储存状态, 物流信息进一步透明化、便捷化, 对整合各类物流资源提供了可能。在智慧物流体系中, 依托门户网站、移动APP、移动终端等多种载体进行物流信息的搜集与处理, 可以给客户提供定制化与个性化的物流服务, 提高物流服务品质。

### 1.2 河北省智慧物流的发展方向

河北省物流体系经过多年的发展, 目前已经处于智慧物流阶段, 改变了物流体系的运作方式, 推动了物流服务模式的创新拓展。但需要注意的是, 当前河北省智慧物流体系还存在一定的不足, 需要在后续时间充分明确智慧物流的发展方向。结合当前我国物流行业的实际情况来看, 智慧物流体系将朝着共享经济、自动化发展、成本服务高效低廉化等方向发展, 使得智慧物流体系可以更好地契合本省物流行业的发展现状。

**基金项目:** 2023 年度河北省社会科学发展研究课题 (202307085)。

**作者简介:** 杜文雅 (1979-), 女, 河北衡水人, 硕士研究生, 教授, 研究方向: 经济法学教学及经济金融法律。

第一,共享经济方向。当前,我国智慧物流产业链的建设速度非常快,但在这个过程中还存在非常显著的重复建设问题。在这种情况下,推动共享经济模式可以较好地改善重复建设问题,引导物流企业主动整合终端物流资源,提高整个行业的高质量发展。

第二,自动化发展方向。传统物流模式以人工分拣为主,同时条码扫描、货物装卸等环节也以体力劳动为主,整体工作效率不高,还容易出现一些人为疏漏。在智慧物流模式得到全面应用以后,自动分拣设备、物流机器人等自动化设施将得到普遍应用,如何进一步提高智慧物流的运作效果,将对物流产业发展质量产生重要影响。

第三,成本服务低廉化发展方向。我国物流产业的发展速度虽然比较快,但效率低下等问题仍比较突出。智慧物流发展过程中,需要提升生产、分配、流通、消费等各个环节的智慧化管理水平,立足于宏观层面控制物流成本,提供高质量的智慧物流服务。

2023年,河北省经济也从被动阶段转向主动阶段,从生存模式转向增长模式,智慧物流也会面临新的发展维度,即往纵深化发展。智慧物流发展的最终目的不是为了智慧而是用智慧的手段来促进物流体系的优化。

## 2 互联网时代背景下智慧物流管理模式的建设内容

近几年,河北省充分发挥区位优势,在首都周边打造现代商贸物流发展新高地;唐山港、秦皇岛港、黄骅港等港口码头,不断推动航线干支连通、海铁班列共建共享等,进一步增强港口码头辐射带动能力。通过努力,省内集装箱内外贸航线增至60条,海铁联运线路达到24条,搭建起“面向国内、辐射日韩、覆盖三北、连通蒙俄、通达欧洲”的国内国际物流网络。互联网时代下,大力发展智慧物流,不仅是现代物流发展的需要,也是未来物流长期发展的必然趋势。与以往互联网管理的智能物流体系不同,“智慧物流”的管理模式更重视管理框架的搭建、供应链体系的建设、智能传感器的设计、信息交互模块的建设、物流管理与决策模块的构建,最大化的运用数据技术,提高信息获取、信息传输、信息处理能力,进一步提升智慧物流的便捷性。

### 2.1 智慧物流管理框架的搭建

智慧物流管理模式比较复杂,需要先进行物流管理框架的搭建工作。对于复杂系统框架来说,通常都要先进行分层处理,保证不同层次的结构完整性和功能独立性,最终在不同层级的配合下,取得较好的系统运作效果。智慧物流管理模式主要可以分为基础设施层、应用层和服务管理层。基础设施层主要包括计算机、网络设施、数据库、应用软件、云空间、物流设备等关于智慧物流体系的硬软件,可以给智慧物流模式提供基础的支撑<sup>[1]</sup>。应用层则是各类平台,比如开发平台、服务应用平台、共享平台等。通过这些平台,可以提供物流数据管理、资金流向管理、物流设备管理、人力资源管理、物流元素共享等多种功能,提升物流管理的智慧化水平。服务管理层包括企业管理、任务管理、资源管理、客户管

理等多个模块,保证物流企业的内外业务可以在智慧平台中有效运作。

### 2.2 智慧供应链体系的建设

智慧物流管理模式建设过程中,要做好智慧供应链体系的搭建,推动物流供应链的创新拓展。在互联网时代背景下,物流企业的供应链体系也走向了智能化,同时还要进行积极的变革发展。目前全球较多行业都出现了结构性产能过剩的问题,消费者对于服务质量的要求不断提高。因此,智慧供应链体系的建设应该充分明确“消费者为中心”的运作理念,满足消费者的各项要求,并将其作为智慧物流供应链体系创新变革的核心内容与重要方向。除此之外,智慧供应链体系建设还要做好风险控制工作,特别是一些公路货运企业在现金流方面比较匮乏,导致企业在参与智慧物流过程中存在较多风险。在这种情况下,可以考虑引入供应链金融服务体系,借助于互联网金融体系优化物流企业参与智慧物流供应链的方式,在降低供应链上物流企业运营成本压力的同时,也能够对企业的供应链业务进行有效监控,有效降低供应链风险。

### 2.3 智能传感器的设计与应用

智慧物流管理模式运作过程中,需要物流企业结合物流业务设计多种智能传感器,通过智能传感器提取智慧物流各个环节产生的信息数据,并通过智慧终端整合这些数据信息,实现智慧物流的协同管理<sup>[3]</sup>,特别是在物联网技术得到深入应用以后,物流企业可以利用5G通信技术在智慧物流管理模式中搭建“万物互联”的新局面,提高智慧物流管理人员与物流商品之间的交互水平。目前,我国部分企业已经全面应用了电子快递物流数据文件系统,能够通过智能传感器实时提取物流快速包裹的包装信息、完整度、配送位置、装卸流通等多种信息,并将其反馈给快递用户,满足各个客户的个性化需求,提高智慧物流管理模式运作效果。

### 2.4 信息交互模块的建设与应用

智慧物流管理模式的关键模块就是信息交互,这项工作也直接决定了智慧物流体系的开展成效。这是因为在互联网时代背景下,智慧物流运作过程中会产生海量数据,传统数据处理模式已经无法取得较好效果,需要积极改善信息交互模式,能够有效处理这些海量数据。这也要求物流企业可以积极引入大数据、云计算等技术,实现海量物流数据信息的汇总处理,提高物流数据信息的利用效率。除此之外,信息交互模块也可以实现生产商、经销商、零售商、消费者等多个主体的链条信息传播,并构建双向信息互动通道,进一步提高物流信息的利用效率。

### 2.5 物流管理与决策模块的构建

物流企业在使用智慧物流管理模式时,也要构建物流管理与决策模块,使智慧物流体系可以取得更好的应用效果。这也需要物流企业能够通过智慧物流管理凭条,对海量物流数据进行综合研究,并结合物流管理工作完成相应建



模活动。比如在物流运输管理中,物流企业可以通过采集物流大数据,进行物流运输路线、货物种类、用车情况等要素的深入分析,完成物流运输管理建模,实现物流运输路线的灵活规划,最大程度地提高物流运输资源的利用效率,直接改变物流管理与决策的整体格局。

### 3 互联网时代背景下河北智慧物流管理模式的发展策略

从全国来看,各地纷纷提出鼓励智慧物流的发展,发展智慧物流成为实现降低成本增加效益的路径之一,河北省在智慧物流发展方面虽然取得了一定的成绩,但是与其他先进地区相比,河北省仍存在较大差距。比如,物流行业发展的基础研究相对滞后。企业用于技术研发的投入不足,一定程度上制约了行业发展。其次,在关键物流设备的产品质量方面水平较低,系统能力和软件能力方面,与其他地域相比还有一定的差距;在物流技术产业研发投入不足,而且缺乏实战型高端技术人才。原创性智能物流新技术比较稀缺,智慧物流解决方案和服务能力远远不能满足市场的需求等。按照河北省加快建设物流强省行动方案(2023—2027年)中重点任务的要求,结合智慧物流的发展理念以及管理模式的具体内容,积极探索智慧物流管理模式的发展策略。

#### 3.1 完善智慧物流的政策体系

智慧物流管理模式与传统物流体系有较大的区别,特别是在增设了智慧物流设备以后,物流管理流程也发生了显著变化,导致物流体系的内外环境也发生了变化<sup>[4]</sup>。在这种情况下,现有物流行业政策就很难给智慧物流管理模式提供较好的支持,需要在后续时间进行针对性地调整。完善智慧物流体系建设的法律规制,同时需要地方政府部门结合区域物流行业发展的实际现状,积极调研物流企业智慧物流管理模式过程遇到的困境,以及对于物流行业政策的需求情况,最终设计针对性较强的智慧物流政策。在推行这些政策以后,政府部门还要跟踪各类政策的实施效果,并结合实际情况做好政策调整工作,推动智慧物流体系的长远可持续发展。

#### 3.2 细化智慧物流的管理制度

法律是智慧物流健康发展的保障。物流企业在推行智慧物流管理体系时,需要细化物流管理的制度,使各个环节都符合法律法规标准体系,通过出台智慧物流方面的相关法律,对智慧物流的体系建设、流程管理、参与主体等进行详尽的法律规范,明确各参与主体的权力、义务及职责,保证智慧物流管理模式的各个细节内容都具有较强的规范性。这也要求物流企业可以结合智慧物流管理模式的特点进行深入分析,并对比智慧物流管理模式与传统物流管理模式之间的差别,进行物流管理制度内容的灵活调整,保证智慧物流管理可以取得预期效果<sup>[5]</sup>。一方面,物流企业应该细化各个智慧物流管理岗位的职责边界,明确每一个物流管理人员的工作内容,并依托于此设计智慧物流管理制度,使物流管理人员可以严格按照这些制度开展自身工作,提

高智慧物流管理的规范性。在这个过程中,物流企业还要贯彻岗位责任制度,使每一个物流管理人员都具有较强的责任心,提高智慧物流管理模式的运作效果。另一方面,物流企业还要考察智慧物流管理制度的运作效果,明确企业内部员工对于管理制度的感知情况,在智慧物流管理模式运作过程中实现物流管理制度的动态调整,提高智慧物流体系的内部和谐性,并促进智慧物流体系的长远可持续发展。

#### 3.3 优化控制智慧物流的成本

智慧物流管理模式在实践应用过程中,需要使用大量的智慧物流设备,导致物流企业的固定资产成本有所上升。但智慧物流管理模式也能解放大量的劳动力,有效降低了物流行业的人力成本。这些情况直接改变了物流企业的成本结构,需要物流企业在后续时间能够充分明确,并做好智能物流管理成本的优化与调整。一方面,物流企业应该全面贯彻精细化成本管理的相关理念,优化成本管理方式,避免出现成本费用的浪费。在智慧物流管理模式中,企业可以考虑积极引入智慧信息技术进行成本管控,分析各个物流管理环境中的成本费用消耗情况,并实现动态成本控制。通过这种方式,就可以较好实现智慧物流业务管理与财务信息系统的高效融合,显著提高智慧物流成本管理的效果。另一方面,物流企业还要立足于战略层面思考成本投入与产出,提高成本资源利用效率。比如,在智慧物流发展过程中需要购置一些智能化设备,此时物流企业应该结合自身的实际情况进行综合分析,避免出现盲目性成本投入的情况,使每一笔资金都可以发挥最高价值,提高物流成本管理的最终效果。

#### 3.4 加快信息技术的融入进程

在互联网时代背景下,智慧物流管理模式的全面应用也应该做好信息技术的融入,使信息技术可以充分发挥预期的价值。这也要求物流企业可以充分认识到信息技术对于智慧物流管理模式建设的具体影响,同时还要明确不同信息技术的应用场景,并结合企业的物流资源展开深入分析,制定不同信息技术应用于智慧物流管理模式的具体方案。为了充分保证信息技术可以取得较好效果,物流企业也应该优化传统管理流程环节,使得物流管理业务活动可以转移到信息化环境中,给智慧物流管理模式的有效应用提供较好的基础支撑。除此之外,物流企业还要在智慧物流管理模式中逐步推动信息技术的创新更迭与应用。在当前互联网时代背景下,物流企业应该在智慧物流管理模式中积极引入大数据、云计算、人工智能、专家系统、区块链多种技术,进一步提升物流管理的智慧化水平<sup>[6]</sup>,特别是区块链技术的应用,可以较好提高物流管理信息的可靠性与全面性,构建智慧物流产品追溯体系,进一步提高物流服务的品质。

#### 3.5 完善智慧物流人才培养机制

智慧物流体系对于物流管理人员的素质要求较高,因此各个物流企业应该充分明确高素质人才的价值,并在推



行智慧物流模块时切实提高物流人才的综合素质水平。第一,做好企业与高校教育体系的联动,提高人才培养的成效。当前我国很多高校都已经开始引入校企合作模式,构建了高等教育与企业发展的桥梁。各个物流企业也应该积极参与校企合作等项目<sup>[7]</sup>,提高自身与高等院校的合作水平,提升智慧物流管理人才的培养效率。物流企业需要结合自身在推动智慧物流管理体系中遇到的人力缺口,设计智慧物流管理人才的教育内容与方式,并将其反馈到高等教育体系中,进一步增强智慧物流管理人才培养的最终效果。第二,企业应积极优化内部文化氛围,逐步形成学习型组织,使得员工的综合素质能力得到潜移默化的提升。与此同时,企业在推行智慧物流管理模式时,应该做好智慧物流相关内容的培训教育活动,提高内部员工对于智慧物流管理模式的了解水平,而不是直接通过制度强行推行智慧物流。在进行培训教育时,培训师也可以结合员工参与智慧物流管理模式过程中遇到的问题进行专项分析与讲解,进一步提高其在智慧物流管理方面的实践能力。

#### 4 结语

在互联网时代背景下,智慧物流管理模式也迎来了新的发展机遇,可以给“双循环”等多种战略举措提供较好的流通环境支持<sup>[8]</sup>。因此,各个物流企业应该加强自身对于智

慧物流体系的认知水平,还要加快智慧物流模块的转型创新,使得智慧物流体系可以在企业内部生根发芽。在具体着手建设智慧物流管理模式时,物流企业还要立足于宏观层面进行综合考量,并能够合理控制物流成本,做好物流精细化管理工作,构建科学的人才储备体系,智慧物流体系就可以取得较好的效果,充分保证物流服务的品质。

#### 参考文献

- [1] 何黎明.中国智慧物流发展趋势[J].中国流通经济, 2017, 31(6):5-7.
- [2] 符瑜.我国智慧物流的发展趋势与提升策略[J].对外经贸实务, 2018(1):3-5.
- [3] 王欣悦.我国智慧物流发展问题及对策研究[J].铁道运输与经济, 2017, 39(4):5-7.
- [4] 彭宏勤,张国伍.智慧交通与智慧物流:“交通7+1论坛”第五十五次会议纪实[J].交通运输系统工程与信息, 2019(8):12-17.
- [5] 吴萍.“互联网+”背景下智慧物流发展的新动能、态势与路径[J].商业经济研究, 2018(7):3-6.
- [6] 鲍琳,张贵炜.基于扎根理论的智慧物流体系构建[J].企业经济, 2018, 37(4):5-8.
- [7] 童光展.高职物流管理专业人才培养实践教学现状及总体设计:以湖南现代物流职业技术学院为例[J].商展经济, 2023(23):153-156.
- [8] 杜芳芳.双循环背景下跨境电商企业可持续发展研究[J].中国商论, 2023(18):53-58.

## Research on the Development Strategy of Intelligent Logistics Management Model in Hebei under the Background of the Internet

Du Wenya

(Party School of the CPC Tangshan Municipal Committee, Tangshan, Hebei 063000)

**Abstract:** In the Internet era, various information technologies have been widely applied in various industries in China, profoundly changing the development landscape of traditional sectors. Among them, the impact on the logistics industry is particularly significant. Based on the development of the Internet information technology, China's traditional logistics system has gradually transformed into an intelligent logistics model, which has effectively improved the service quality of the logistics system. This paper expounds the current development status of the intelligent logistics management model in the Internet era and then defines the specific construction content of the model. Finally, from the five aspects of improving the policy system of intelligent logistics, refining the management system of intelligent logistics, optimizing and controlling the cost of intelligent logistics, speeding up the integration process of information technology, and perfecting the training mechanism for intelligent logistics talents., the paper discusses the development strategy of the intelligent logistics management model in Hebei Province.

**Keywords:** Internet; intelligent logistics; logistics management; information technology; logistics service

# 城市商业银行在资本新规背景下对小微企业融资的策略研究

李天航

(北京工商大学商学院 北京 102401)

**摘要:** 在《商业银行资本管理办法》(资本新规)的背景下,城市商业银行的前景充满了挑战与机遇。资本新规提高了商业银行的风险抵御能力,使其在复杂市场环境中运营更为稳健,但同时也对其业务运营效率提出了更高要求。为了更好地支持小微企业的融资与发展,城市商业银行必须调整融资策略,如增加对小微企业的信贷投放、优化审批流程以及提供更加灵活的融资方案。本文通过深入分析小微企业的融资现状和需求特点,以及明确城市商业银行所面临的问题和挑战,提出针对性的策略建议,旨在帮助城市商业银行更好地适应资本新规要求、满足小微企业融资需求、推动实体经济发展,为城市商业银行的发展提供指导和借鉴。

**关键词:** 资本新规;城市商业银行;中小企业融资;资本充足率;风险管理

**本文索引:** 李天航.城市商业银行在资本新规背景下对小微企业融资的策略研究[J].中国商论,2024(07):105-108.

**中图分类号:** F276.3; F830.33

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-105-04

## 1 引言

巴塞尔协议提供了一套统一的监管规范、机制和方法,围绕资本充足率监管,以资本约束银行经营决策和管理行为,促进银行不断改进风险管理,实现收益风险相平衡,有利于银行处理好股东、债权人、经营层三者之间的关系,防范发生系统性金融风险。巴塞尔协议Ⅲ是全球银行业监管的重要标准,它的推出对商业银行的经营模式和战略规划产生了深远影响,同时也推动了国际金融监管规则的调整和优化。

2023年11月,国家金融监督管理总局正式发布了《商业银行资本管理办法》(简称资本新规),标志着中国银行业资本监管改革的一个重要里程碑。自2019年开始的这项改革,经过多年的努力和深入探讨,终于顺利完成,并为中国银行业带来了全新的监管框架。资本新规的实施,不仅提高了商业银行的风险抵御能力,保障了金融市场的稳定,还使中国银行业与国际金融监管标准接轨。这不仅是一次金融监管的革新,还是中国银行业走向更加成熟和稳健的重要步骤。

随着中国经济的快速发展和金融市场的逐步开放,城市商业银行在银行业金融机构中占据着一定的份额(图1),在地方经济发展和小微企业融资等方面发挥了重要作用。资本新规的实施对城市商业银行的资本管理和风险控制提出了更高要求,也为其服务小微企业提供了新的机遇。如何更好地适应资本新规的要求,同时满足小微企业的融资需求,成为城市商业银行亟待解决的问题。本文旨在为城市商业银行提供一些策略建议,以帮助其更好地服务小微企业,促进实体经济的发展。

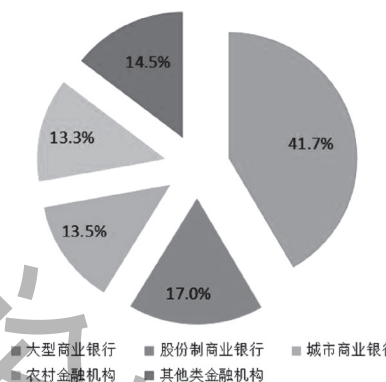


图1 2023年12月银行金融机构资产份额

## 2 文献综述

随着中国金融市场的快速发展和全球化进程的加速,商业银行的风险管理能力成为影响其稳健发展的关键因素。为了更好地防范和控制金融风险,中国银监会于2012年发布了《商业银行资本管理办法》(试运行)。这一文件的出台对城市商业银行产生了重大影响,要求它们提高资本充足率并加强风险控制<sup>[1]</sup>。

对于城市商业银行而言,2023年资本新规的出台对其业务运营带来了新的挑战。在为小微企业提供融资服务时,由于资本充足率的要求提高,它们在满足小微企业的融资需求时需要更加谨慎。尽管如此,学者们仍普遍认为城市商业银行应加大对小微企业的支持力度,以拉动经济增长、增加就业和促进创新<sup>[2]</sup>。

对于如何应对这一挑战,学者们进行了深入研究并提出了许多有价值的建议。首先,城市商业银行可以通过创新金融产品来满足小微企业多样化的融资需求<sup>[3]</sup>。此外,通过调整业务结构,优化资产组合,降低高风险业务比重,提高

资本使用效率和贷款发放效率,缩短审批周期,为小微企业提供更加快速和便捷的金融服务<sup>[4]</sup>。

资本新规促使商业银行优化业务结构,通过提高资本使用效率和降低资本消耗来提升经营绩效。在此过程中,城市商业银行会更加关注小微企业的融资需求,并积极探索新的融资模式和服务方式,以降低风险和提高收益。这为小微企业提供了更多的融资机会和更优质的金融服务,进而提升小微企业的经营绩效<sup>[5]</sup>。

同时,学者们也指出政府在鼓励和支持城市商业银行服务小微企业方面具有重要作用。政府出台相关政策以降低城市商业银行服务小微企业的成本、加强监管协调、优化营商环境等方面的工作。

综上所述,学术界对于资本新规背景下城市商业银行支持小微企业融资的策略研究已经取得了一定的成果,但尚有一些不足。现有研究大多基于《商业银行资本管理办法》(试运行)或征求意见稿,对于正式文件出台后的研究相对较少。未来可以研究正式文件中的相关章程和内容,使其更加贴合城市商业银行面临的实际情况,为政策制定和银行管理提供更有针对性的建议,且需进一步深入探讨如何结合金融科技创新、国际经验借鉴等方面来优化城市商业银行对小微企业的金融服务模式,促进小微企业和城市商业银行的共同发展。

本文的创新点在于对2023年新出台的《商业银行资本管理办法》(资本新规)正式版本进行全面解读和分析,研究其在当今背景下的时代价值和重要意义,并且系统地梳理了国内外学者对以前阶段的研究成果,从风险管理、业务结构、经营绩效和公司治理等方面对其影响进行了深入分析。同时,文章分析了小微企业融资的现状和需求特点,探讨了城市商业银行在服务小微企业方面存在的问题和挑战,并对未来进行展望,为相关政策制定和银行管理提供了有益的参考。

### 3 资本新规主要内容及变化

#### 3.1 主要内容

##### 3.1.1 构建差异化资本监管体系

为了更好地匹配不同规模和业务复杂程度的银行,资本新规提出了构建差异化资本监管体系。这意味着资本监管将更加灵活,更能适应不同类型银行的实际情况,从而降低中小银行的合规成本。

##### 3.1.2 全面修订风险加权资产计量规则

资本新规为提高资本计量的风险敏感性,全面修订了内部评级法、信用风险权重法、内部模型法、市场风险操作风险标准法,使商业银行的资本计量更加准确地反映当前所面临的风险状况。

##### 3.1.3 强化风险管理

资本新规要求银行制定更为完善的风险管理政策和措施,确保能够及时、充分地掌握客户风险变化,确保风险权重的适用性和审慎性。

##### 3.1.4 提升监管有效性

资本新规优化了压力测试机制,并强调了监管部门对商业银行的监督和检查的重要性,这将帮助监管部门更深入地了解银行的风险状况,提升监管的有效性。

##### 3.1.5 提高信息披露标准

为了增强市场约束,资本新规提高了信息披露标准,要求银行提供更详细的定性和定量信息,使市场参与者能够更准确地评估银行的财务状况和风险情况。

#### 3.2 主要变化

根据资本新规的要求,商业银行将被划分为三个档次:第一档为资本充足率较高、不良贷款率较低的银行;第二档为资本充足率或不良贷款率为中等水平的银行;第三档则为拥有较低资本充足率或存在一定风险问题的银行。监管部门可能会对第三档银行提出更严格的整改措施和更长的过渡期要求,促使这些银行努力提高自身经营水平和风险管理能力。

与旧规相比,资本新规对城市商业银行的风险权重、资本充足率、杠杆率等方面提出了更为严格的要求。这意味着,城市商业银行需要更加注重资本的质量和流动性,同时要严格限制高风险业务的发展。此外,资本新规还引入了逆周期资本缓冲、系统重要性银行附加资本等要求,旨在更好地维护金融市场的稳定。

### 4 资本新规对城市商业银行的影响

我国中小银行的特点是数量多,规模小,盈利能力弱<sup>[6]</sup>。在资本新规中,明确将商业银行按照表内外资产余额等一系列指标将银行划分为三档,城市商业银行的体量一般属于第二档银行,对这一档而言,过渡期的要求相对较为严格。这些银行需要在规定的时间内达到监管要求,补充资本并提升风险管理能力。在短期内,这可能会对其业务发展和盈利能力带来一定的压力。然而,这也促使这些银行加快推进改革和创新,提升自身经营水平和市场竞争力。当然,也存在少数体量较大的城市商业银行,应被归类为第一档银行。

第一,资本新规的实施有利于进一步科学计算地方政府债风险权重。我国地方政府债为规模最大的债券品种,其中发行专项债券的规模超过一般债券。受《中华人民共和国预算法》管理和约束,地方政府债整体风险较低,仅次于国债。因此,理应将其风险权重调低,于是资本新规将一般债的风险权重调低了10%。商业银行有增持一般债的动力,利率存在一定下行空间,预计普通债利率和专项债利率利差将进一步加大<sup>[7]</sup>。

第二,提高银行同业的风险权重,这缩小了主体差异。过去,同业授信业务风险较低,一些中小商业银行对其认识不足,认为其比较简单,故对同业客户违约风险关注度较低,有的甚至还是因为与某同业客户开展业务的需求,才会对该客户进行授信<sup>[8]</sup>。这就引发了例如包商银行等城市商业银行发生的风险事件,而资本新规中的这一条能够有效解决此问题。



提高银行同业的风险权重对银行和整个金融系统都有一定的影响,具体表现在很多方面。首先是对资本充足率的影响,风险权重的提高意味着银行需要持有更多的资本来覆盖潜在的风险,就近三年城市商业银行数据来看,城市商业银行的资本充足率正在经历一个持续的下滑过程,这暗示着它们在应对潜在风险方面的能力正在减弱。这一趋势让人担忧,可能表明银行在风险防控方面采取的措施有待加强。金融监管局提高风险权重,实际上是对银行发出的一种温和提醒,旨在促使商业银行更加重视风险防控,并努力提高资本充足率。如果银行不能及时调整策略,重视此事件,就可能面临触碰到监管红线的风险,进而引发一系列的问题。

资本新规强调了对同业业务风险的管控,提高了风险权重,促使银行更重视风险防范,有助于科学地进行风险预警,提高资本充足率。然而,提高同业风险权重可能对同业业务产生影响,由于资本和风险的增加,银行在开展业务时会更加谨慎,这种态度可能影响金融市场发展,特别是对依赖同业业务的中小银行。许多中小企业存在基础管理薄弱、负债高等问题,还有部分中小企业风险防控意识淡薄,使其在融资过程中面临内部、外部双重风险。这一现象进一步提高了城市商业银行对中小企业融资贷款的风险。银行需提高风险重视程度,审慎开展业务,加强内部管理和风险防控机制。通过更严格的信贷风险管理,可推动优质中小企业发展,优化资金配置,实现银行健康发展<sup>[9]</sup>。这一举措可以间接推进城市商业银行更加审慎对待中小企业融资贷款,避免了不必要的损失,让资金流向更好的企业,推进优胜劣汰,促进优秀中小企业的发展,保护了银行健康发展。

第三,资本新规明确了中小企业风险暴露类别的风险权重,为中小企业融资带来了一些影响。文件的实施为中小企业带来了85%的优惠权重,鼓励银行对中小企业提供资金支持。通过降低风险权重,中小企业的信贷风险相对降低,使银行在发放贷款时可以降低利率或其他相关成本,从而减轻中小企业的财务负担,增加融资机会。有了更优惠的风险权重,中小企业的财务状况更加吸引银行,增加了其获得贷款的机会。对于财务状况良好、有发展潜力的中小企业来说,不失为一个积极的信号。优惠的风险权重会吸引更多银行向中小企业提供贷款,增加融资机会,形成良性循环。这一改变也进一步优化了银行资产配置,提高了资产质量并降低不良贷款率,有助于银行的稳健经营。

## 5 小微企业融资现状与需求分析

### 5.1 小微企业融资面临的困境

#### 5.1.1 融资渠道有限

小微企业的资产规模小、信用评级较低,难以通过股票或债券等直接融资渠道获得资金,因此银行贷款成为其融资的主要渠道和方式。然而,由于信息不对称、风险评估难度大等因素,小微企业从银行获得贷款的概率也相对较低。

#### 5.1.2 融资成本高

由于较高的风险,小微企业的贷款利率通常比较高。此外,由于融资渠道有限,小微企业往往需要借助非正规渠道进行融资,这也增加了其融资成本。

#### 5.1.3 融资风险大

小微企业的经营环境不稳定,经营状况变化大,因此其融资风险也相对较大。如果小微企业经营不善或市场环境发生变化,其还款能力可能会受到影响,给金融机构带来风险。

#### 5.1.4 信息不对称问题

小微企业的经营和财务状况透明度较低,与金融机构间信息不对称问题十分严重,导致金融机构难以准确评估小微企业的信用风险,这无疑增加了贷款的风险和成本。

#### 5.1.5 抵押担保不足

抵押担保不足成为小微企业融资的又一难题,许多小微企业缺乏足够的抵押担保品,而金融机构往往要求抵押担保作为贷款的条件之一。

### 5.2 小微企业对金融服务的需求特点

#### 5.2.1 短期流动性需求

小微企业对短期流动性的需求较高,经营波动性较大,往往需要快速获得资金以应对经营中的突发事件或季节性需求。

#### 5.2.2 快速审批需求

由于缺乏标准的财务报表和抵押担保品,小微企业需要快速、简便的贷款审批流程,其希望金融机构能够提供灵活的贷款服务,缩短审批周期。

#### 5.2.3 多样化金融产品需求

不同发展阶段、不同行业的小微企业不仅需要贷款服务,还可能对存款、结算、理财等金融产品有需求,因此金融机构需要提供多样化的金融产品,以满足小微企业的实际需求。

#### 5.2.4 长期发展支持需求

随着企业的发展和规模的扩大,小微企业对财务管理、长期融资等方面的需求正在逐渐增加,其希望金融机构能够提供专业的财务咨询服务,以帮助其规划长期发展策略。

### 5.3 城市商业银行与小微企业融资需求的对接问题

为了更好地满足小微企业的融资需求,城市商业银行需要解决服务体系不完善、风险评估难度大、产品和服务创新不足等对接问题。首先,城市商业银行需要建立完善的小微企业服务体系,配备专业的服务团队,并开发针对性的金融产品。其次,针对小微企业信息透明度较低的问题,城市商业银行应提高信息收集和数据分析能力,建立完善的风险评估体系,并可以借助外部征信机构的数据支持,提高风险评估的准确性和效率。最后,城市商业银行应加强产品和服务创新,开发符合小微企业特点的金融产品,同时可以与互联网金融机构合作,利用大数据和人工智能技术提高服务效率和用户体验。政府需要制定相关政策,以助力城市商业银行更好地为小微企业提供服务。例如,政府可以提供税收优惠、降低监管要求等措施,以降低城市商业银行为小微

企业提供服务的成本和风险。此外,城市商业银行还可以与其他机构展开合作,例如与担保机构合作,共同为小微企业提供担保服务;与电子商务平台合作,获取更多小微企业资讯;与行业协会合作,共同推动行业发展等。通过这种多方合作,可以实现资源共享和优势互补,更好地满足小微企业的融资需求。

## 6 不足与展望

尽管本文对资本新规的影响和城市商业银行的应对策略进行了探讨,但在研究的深度上还有待加强。具体来说,需要更深入地研究如何具体实施改革、如何更好地服务小微企业、如何平衡风险与收益等方面。除了研究深度外,本文还存在着缺乏实证研究的问题。尽管提出了一些建议和策略,但由于缺乏实证检验,这些策略的有效性仍然是一个未知数。为了更好地将这些经验应用到中国的实际情况中,我们需要进行更深入的实证研究,以验证这些策略的有效性和可操作性。

综上所述,未来的研究需要加强对这些方面的关注。首先,需要更深入地研究资本新规的影响和城市商业银行的应对策略,以更好地理解改革的具体实施路径和服务小微企业的有效方式。其次,需要进行更深入的实证研究,以验证提出的建议和策略的有效性及其可操作性。通过这些努力,笔者希望能够更好地推动城市商业银行对小微企业融资的策略发展,从而促进中国金融市场的健康发展。

## 7 结语

资本新规的实施对城市商业银行提出了更严格的要求,尤其是在资本充足率、风险管理等方面。为了适应新的政策环境并实现可持续发展,城市商业银行需要积极应对挑战,通过持续的改革和创新来提高自身竞争力。对于城市商业银行而言,资本新规的实施在带来压力和挑战的同时,

也为其带来了机遇。在新的政策环境下,城市商业银行不仅要满足监管要求,提升自身风险管理水平和稳健性,还需要更好地服务于实体经济,特别是小微企业。

小微企业是我国经济的重要组成部分,对经济增长和就业具有重要作用。城市商业银行应该加强对小微企业的支持,为其提供更加便捷、灵活的金融服务。通过与小微企业的合作,城市商业银行可以更好地了解市场需求和变化,进一步推动自身的改革和创新。同时,城市商业银行可以通过为小微企业提供金融服务,拓展自身的业务范围和市场份额。城市商业银行需要积极应对挑战,持续改革并不断创新,才能实现可持续发展。这不仅有助于我国金融市场的稳定和发展,还有利于推动小微企业的健康成长。

## 参考文献

- [1] 李明强.提升银行全面风险管理能力:新宏观经济形势下出台的《商业银行资本管理办法(试行)》[J].金融电子化,2012(7):24-25.
- [2] 王家鑫,朱萃.《商业银行资本管理办法(征求意见稿)》对中小银行的影响及对策[J].北方金融,2023(5):57-60.
- [3] 彭颖.《商业银行资本管理办法(征求意见稿)》对金融机构及金融市场的影响分析[J].华北金融,2023(12):88-94.
- [4] 王涵霖.刍议《商业银行资本管理办法(征求意见稿)》对金融市场业务的影响[J].中国银行业,2023(4):57-59.
- [5] 石於鑫.《新资本管理办法》对中国股份制商业银行经营模式的影响研究[D].呼和浩特:内蒙古大学,2016.
- [6] 国家金融监督管理总局资本监管研究课题组.商业银行资本监管改革研究:兼评资本新规实施挑战与应对[J].金融监管研究,2023(11):1-23.
- [7] 李澄.新资本管理办法下商业银行配置偏好及轻资本转型策略[J].债券,2023(12):68-73.
- [8] 项振南.中小商业银行同业授信业务风险管理研究[J].投资与合作,2023(11):16-18.
- [9] 陈华.经济新常态下中小企业融资风险问题分析[J].老字号品牌营销,2024(1):75-77.

# A Study on the Financing Strategy of Urban Commercial Banks for Small and Micro Enterprises under the Background of New Capital Rules

Li Tianhang

(Business School, Beijing Technology and Business University, Beijing 102401)

**Abstract:** Under the background of the Capital Management Measures for Commercial Banks (new capital rules), the prospect of urban commercial banks is full of challenges and opportunities. The new capital rules improve the risk resistance ability of commercial banks, making them more stable in the complex market environment, while putting forward higher requirements for their business operation efficiency. In order to better support the financing and development of small and micro enterprises, urban commercial banks must adjust their financing strategies, such as increasing the credit supply to small and micro enterprises, optimizing the approval process and providing more flexible financing plans. Through an in-depth analysis of the financing status and demand characteristics of small and micro enterprises, as well as the problems and challenges faced by urban commercial banks, this paper puts forward targeted strategies and suggestions, aiming to help urban commercial banks better adapt to the requirements of the new capital rules, meet the financing needs of small and micro enterprises, promote the development of the real economy, and provide guidance and reference for the development of urban commercial banks.

**Keywords:** new capital rules; urban commercial banks; financing of small and medium-sized enterprises; capital adequacy ratio; risk management



# 青海省绿色金融与产业结构升级的灰色关联度分析

张新宇

(青海大学财经学院 青海西宁 810000)

**摘要:** 中央政府发布的“第十四个五年规划和2035年远景目标纲要”中明确提出要把“双碳”目标纳入经济社会发展的全局中,注重生态保护和产业结构升级是实现绿色低碳高质量发展目标的重要举措。绿色金融作为绿色发展理念的延伸,能够引导社会资源分配,促进绿色环保产业发展,推动产业结构升级,实现经济可持续发展目标。青海省作为西北地区的生态大省和资源大省,绿色金融是绿色经济发展的关键,绿色金融发展理念对促进产业结构升级具有重要意义。本文以青海省为研究对象,通过构建灰色关联度模型对青海省2014—2021年绿色金融发展与产业结构升级关联度进行分析,结果表明,青海省绿色金融与第二产业增加值关联度最高,对第三产业的影响深度不足,文章基于模型分析结果提出相应的政策建议,以供参考。

**关键词:** 绿色金融;绿色信贷;资金导向;产业结构升级;灰色关联度模型

**本文索引:** 张新宇.青海省绿色金融与产业结构升级的灰色关联度分析[J].中国商论,2024(07):109-112.

**中图分类号:** F832.5

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-109-04

## 1 引言

习近平总书记在《“十四五”规划纲要》中提到绿色发展是我国发展现代经济的核心思想,是建立现代化经济体系的必然要求,也是解决当前环境污染严重的重要举措,大力发展绿色金融,促进产业绿色转型,对经济可持续发展具有重要意义。

国外学者Khan等(2022)认为绿色金融实际上是一种金融创新,通过运用各种金融产品和工具来防止环境污染风险,其绿色发展目标与传统金融存在本质区别<sup>[1]</sup>,Lee(2022)指出绿色金融通过发展具有绿色导向的信贷、保险、证券以及碳金融等金融产品,达到建设生态环境友好型社会的目的<sup>[2]</sup>。在绿色金融发展体系中绿色信贷发挥着重要作用,Xu and Li(2020)提出银行在发放贷款时将企业环境保护水平纳入考核体系中,采取向环保企业提供优惠利率、对污染企业实施惩罚性利率的措施,引导绿色信贷资金流入绿色产业中,促进产业结构升级和经济可持续发展<sup>[3]</sup>。在探讨绿色金融与产业结构升级的研究时,Liu等(2022)提出根据配第-克拉克理论,产业结构调整能够带来“结构性红利”,产业结构升级意味着高能耗的工业企业通过技术改造实现工业企业向低碳环保和绿色清洁方向转型,工业内部产业结构升级能促进整体产业结构的升级<sup>[4]</sup>。Wang等(2019)提出绿色金融通过抑制对能源密集型产业的投资、加强对技术密集型产业的投资,最终达到产业结构转型升级的目标<sup>[5]</sup>,Gu等(2021)使用VAR模型和DEA模型实证分析绿色金融对产业转型升级的影响,结果表明绿色金融总体上能有效促进产业结构升级<sup>[6]</sup>。

国内学者认为绿色金融是以实现经济、社会和环境可持续发展为最终目的的金融服务,可作为新兴绿色产业的

有效催化剂,在推动地区产业发展与革新方面发挥着积极作用。朱向东(2021)认为绿色金融是顺应新发展理念金融服务,绿色金融能够促进经济、环境以及资源的协调发展,是通过绿色信贷等新型金融工具进行投融资和风险管理金融活动<sup>[7]</sup>。不同于传统金融,绿色金融更关注产业发展的环境效应,要求金融机构在开展业务的过程中将环境保护和可持续发展纳入考核范围中。在对绿色金融政策体系进行评价时,陈国进等(2021)从政策效果评价角度出发,发现绿色金融政策能够为绿色企业提供融资鼓励,促进经济绿色转型<sup>[8]</sup>,杜莉(2020)认为在中国绿色金融政策体系中,绿色信贷政策质量最高,绿色证券、绿色基金、绿色保险政策质量仍需进一步优化<sup>[9]</sup>,邵学峰(2021)提出绿色金融体系通过绿色信贷、绿色债券、绿色基金、绿色保险等金融工具和相关政策,支持经济向绿色化转型<sup>[10]</sup>,其中绿色信贷是银行部门重要的绿色金融工具,王馨和王莹(2021)认为绿色信贷一方面可以引导资金流入绿色和高科技行业部门,缓解新型企业的融资压力,另一方面通过提高重污染行业融资门槛,压缩重污染行业的融资规模,缓解“两高一剩”行业对地区产业结构升级的阻力,促进地区产业结构升级<sup>[11]</sup>。绿色信贷为企业提供更多的融资渠道,为企业绿色技术创新提供资金支持,韩科振(2020)指出绿色信贷能够通过引导资金流向促进绿色企业内部的技术研发创新,进而推动本地及周边地区绿色技术创新效率的提升<sup>[12]</sup>。郭克莎和田潇潇(2021)提出绿色金融在引导金融资金流向绿色环保产业的同时,限制了高污染、高耗能产业的资金借贷,绿色金融通过促进绿色环保产业发展、制约高污染行业发展,推动了地区产业结构的升级<sup>[13]</sup>。

沈翠芝(2020)运用福建2010—2017年的数据,构建了

**作者简介:** 张新宇(1998-),女,汉族,安徽蚌埠人,硕士研究生,研究方向:绿色金融。



一种灰色关联模型,分析绿色金融与产业结构升级的作用机制,结果显示发放绿色信贷要比限制高耗能产业发展带来的产业升级效果更加明显<sup>[14]</sup>。白璐(2019)以内蒙古自治区为研究对象发现,在内蒙古自治区加大对绿色金融的发展可以带来生产总值中第三产业产值占比的提高,优化第二产业的发展模式并同时提高第二产业占生产总值比重,从而提高第二、三产业的占比,这符合优化产业结构的演进规律<sup>[15]</sup>。陈国庆等(2020)强调绿色金融发展理念不仅顺应时代,还契合可持续发展理念,采用灰色关联模型研究证明绿色金融与第三产业联系最为密切<sup>[16]</sup>。绿色金融与第三产业关联度最高,能够体现出产业结构升级侧重于促进第三产业的发展,大量的实证结果表明绿色金融能够促进产业结构的升级。因此,文章梳理绿色金融对产业结构升级的影响机制、研究绿色金融与产业结构升级的关联度分析,对青海省经济发展具有重要意义。

## 2 理论机制

### 2.1 资金形成机制

任何产业的形成、发展和壮大都离不开资金的支持,金融系统作为金融机构、资金供给者和企业的中间媒介,在资本市场上发挥着“蓄水池”功能,金融系统将资金需求方和供给方有机结合起来,实现资源的合理配置。绿色金融是传统金融绿色化的一种手段,本质上还是一项金融服务。绿色产业发展依靠自身积累的资金以及商业信用融得的资金远远不能满足企业生产的需求,绿色金融工具的多样化绿色产业提供了更多的融资渠道,通过杠杆效应,将信贷资金由高耗能、高污染的产业流向绿色环保型和资源节约型产业,大量、可靠且持续的资金流向绿色环保型和资源节约型产业,形成规模效应,加快绿色产品和绿色服务的生产,带动产业结构调整和社会资源优化配置,为产业发展提供持续动力。

### 2.2 资金导向机制

资金导向机制是指在生产过程中,通过引导资金从生产效率较低的部门流向生产效率较高的部门,从而在一定程度上实现资金的合理分配,资金投向的方向在很大程度上决定产业结构的发展方向。在产业结构升级的过程中,由于绿色金融有针对性地将资本引导投入绿色产业中,更多的绿色资金流入绿色环保产业中,使得绿色环保产业发展绿色项目的积极性大大提高。由于高耗能、高污染行业的资金投入大大减少,“两高一剩”企业如果想获得信贷资金支持发展项目,就必须向绿色环保产业转型升级。资金导向机制引导资金在各个产业之间转移分配,优化投资结构,促进产业结构的绿色转型升级。

### 2.3 风险分散机制

任何经济活动都伴随一定的风险发生,绿色环保产业作为新兴产业发展前景较为乐观,但是和传统产业相比,绿色环保企业初期投资金额较大,资金回收期较长,企业发展

绿色项目承担的风险也较大,因此开展绿色业务的积极性有限。绿色金融理念的提出,促进金融机构为环保产业提供信贷支持,不仅解决了企业融资问题还为环保企业分担了融资风险,金融机构创新开发适合投资主体需求的绿色金融工具和服务,为市场上各个绿色产业主体提供了分散和转移风险的渠道。政府通过创新绿色金融制度,引导资本市场上资金从高污染、高耗能行业流向绿色环保、低污染产业,降低环保产业融资成本,实现资源优化配置,促进产业结构升级。

### 2.4 信用催化机制

信用催化机制是指金融中介发挥其信用创造职能,通过乘数效应倍数扩大货币供应量,不断加速产业资本的形成,达到为不同类型产业的发展提供货币资金的目的。绿色金融与传统金融都具有信用创造功能,信用催化机制使资金流向范围扩大,银行等金融机构的资金不再局限投向于规模大、效益高的成熟型企业,而是充分考虑产业和项目未来的发展潜力和回报,选择性地流向一些具有发展潜力并且能够可持续发展的产业,促使产业结构充分平衡发展。在这种机制的推动下,产业方面不仅会选择环保、节能和清洁的企业,还会选择可持续发展能力更强的企业进行投资,进而加快产业结构的转型和升级。

### 2.5 产业整合机制

产业整合是指根据产业本身的发展规律对生产要素进行重新配置,由规模较大企业作为主导产业。随着空间和行业限制被打破,各生产要素不断进行流动重组,实现协同效应,提高绿色产业竞争力。“两高一剩”的企业迫于生存压力,通过降低产业耗能、减少污染排放、提高生产效率,进行资源整合逐渐实现产业整合的目标。对于无法转型的传统产业通过产业创新,将技术和劳动力等生产要素向绿色产业转移,推动产业结构向绿色、合理的方向调整。

## 3 研究设计

### 3.1 灰色关联度模型

灰色关联分析是一种测量两个系统层面关联程度的模型,将离散行为的观测值转为不同的折线,通过折线的弯曲程度判断序列之间的关联度,对样本大小和数量以及是否有明显规律无要求。灰色关联度模型分析基本步骤如下:

(1)分析序列:参考序列为 $X_0=\{X_0(k)|k \in N\}$ , $k$ 表示不同时间。比较序列为 $X_i=\{X_i(k)|k \in N\}$ , $i=1,2,3,\dots,m$ 。

(2)指标规范化处理:通过对数据进行规范化处理消除数列之间的差异,使不同量纲级别的指标具有可比性,本文采用初值化方式进行量纲统一化。初值化处理是将第 $k$ 个指标设为 $[jk_1, jk_2]$ , $jk_1$ 为第 $k$ 个指标在所有评价对象中的最小值, $jk_2$ 为第 $k$ 个指标在所有评价对象中的最大值,公式如下:

$$x'_0 = \left\{ x'_0(k) = \frac{x_0(k)}{x_0(1)} \right\} \quad (1)$$

$$x'_i = \left\{ x'_i(k) = \frac{x_i(k)}{x_i(1)} \right\} \quad (2)$$

(3) 计算差序列, 两级最小差与最大差

$$\Delta_i(k) = |X_0(k) - X_i(k)| \quad (3)$$

$$\text{两级最小差} = \min_i \left( \min_k \Delta_i(k) \right) \quad (4)$$

$$\text{两级最大差} = \max_i \left( \max_k \Delta_i(k) \right) \quad (5)$$

(4) 计算灰色关联度系数

$$\xi_i(k) = \frac{\min_i \left( \min_k \Delta_i(k) \right) + \theta \max_i \left( \max_k \Delta_i(k) \right)}{\Delta_i(k) + \theta \max_i \left( \max_k \Delta_i(k) \right)} \quad (6)$$

其中,  $\theta$  是分辨系数, 在(0,1)内取值,  $\theta$  通常取值为0.5。

(5) 计算关联度

$$\xi_i = \frac{1}{N} \sum_{k=1}^N \xi_i(k) \quad (7)$$

为便于整体比较, 需要将分散的各时刻灰色关联度信息进行整合, 根据公式计算出的关联度大小, 关联度值越大, 评价对象对评价标准的重要程度就越大。

### 3.2 指标确定与数据来源

中国绿色金融发展程度的测度研究表明, 当前绿色信贷在绿色金融发展中的指标程度最大。因此, 本文采用绿色信贷余额占青海省本外币贷款余额的比重衡量青海省绿色金融发展程度, 参考序列为绿色信贷余额占比, 比较序列为青海省三次产业产值占GDP的比重, 其中绿色信贷数据来源于国家金融监督管理局青海总局、中国人民银行西宁中心支行、青海省统计年鉴, 选取青海省2014—2021年相关数据进行灰色关联度分析。

### 3.3 实证结果与分析

表1 参考序列和比较序列原始数据

年份	X0	X1	X2	X3
2014	0.2811	0.1169	0.3869	0.4963
2015	0.3251	0.1039	0.3785	0.5176
2016	0.3547	0.0980	0.3842	0.5178
2017	0.3442	0.0967	0.3958	0.5075
2018	0.3227	0.0976	0.3980	0.5044
2019	0.3062	0.1026	0.3923	0.5050
2020	0.2721	0.1123	0.3798	0.5079
2021	0.2891	0.1045	0.4032	0.4924

文章根据灰色关联模型的计算步骤, 对指标进行初值

化无量纲处理得到:

$$X0=(1, 1.1565, 1.2619, 1.2244, 1.1479, 1.0891, 0.9681, 1.0286)$$

$$X1=(1, 0.8890, 0.8382, 0.8276, 0.8348, 0.8784, 0.9609, 0.8939)$$

$$X2=(1, 0.9783, 0.9932, 1.0231, 1.0288, 1.0142, 0.9818, 1.0421)$$

$$X3=(1, 1.0430, 1.0434, 1.0226, 1.0164, 1.0176, 1.0234, 0.9921)$$

根据初值化处理后的指标数据, 运用STATA17.0软件计算出灰色关联度系数和X1、X2、X3的关联度值。

计算结果为:  $r_1=0.58$ ,  $r_2=0.72$ ,  $r_3=0.71$ , 关联度值都大于0.5, 均通过显著性检验, 青海省绿色金融发展水平与产业结构升级之间存在一定的关联性, 关联度从高到低依次为: 第二产业、第三产业、第一产业。相较第一产业, 青海省绿色金融对第二产业和第三产业的影响较大, 协同性更高, 说明青海省绿色金融多投资于第二产业中的优势工业产业、循环经济重点行业和绿色转型行业以及旅游和服务等第三产业, 青海省绿色金融对第三产业的影响深度不够, 绿色资金更多地投向清洁能源、光伏产业和新能源等优势行业, 较符合青海省的实际发展情况。

## 4 结论与对策建议

### 4.1 政府完善绿色金融政策体系

绿色金融发展涉及多个部门和多个环节, 企业、政府和金融机构之间环环相扣, 任何一个环节出现问题都会影响绿色金融的实施效果。因此, 我国构建更加完善的政策体系, 制定较为详细的实施方案以及监管方案, 能够提高绿色金融发展成效。省政府需紧跟国家政策方针, 加强绿色金融顶层制度建设, 完善绿色金融领域的政策措施, 引导金融机构加大绿色金融的支持力度, 提升企业绿色转型动力; 银行业金融机构应规范绿色项目的识别、认证和评估等认定标准。

### 4.2 金融机构创新绿色金融产品和服务

引导金融机构加快绿色金融产品、服务和工具的创新, 推出更多适合当地产业特色的绿色金融产品, 引导更多的信贷资金流向清洁能源、生态修复、污染治理等绿色项目中, 推动产业绿色转型升级; 加大政府对绿色产业基金的资金支持力度, 引导社会资本参与其中, 为绿色项目提供更多的资金支持; 主动参与全国碳排放权交易, 深化碳排放交易试点, 丰富碳金融工具和产品, 研究建立适合青海省实际发展情况的碳汇补偿标准, 推进青海省碳交易市场市场化进程。

表2 灰色关联系数

年份	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
X1	1.000	0.4420	0.3333	0.3481	0.4036	0.5014	0.9674	0.6114
X2	1.000	0.5432	0.4409	0.5128	0.6402	0.7389	0.9390	0.9398
X3	1.000	0.6513	0.4923	0.5122	0.6171	0.7477	0.7929	0.8533

### 4.3 政府加大技术创新投入力度

政府应该发挥金融调控作用,通过增加节能环保财政支出和环境污染治理投资额,加大对环境保护力度,促进清洁产业、绿色产业的发展。政府应加大对绿色企业的科研和经费的投入力度,为企业进行技术创新提供资金支持,企业积极创新绿色产品、开拓绿色产业发展,提高自身竞争力。技术创新是促进产业结构升级的重要影响因素之一,政府应该发挥其作用,通过各种激励政策加大对高新技术产业的技术创新投入力度和资金支持力度,鼓励企业、金融机构和社会大众等相关主体积极投身绿色金融活动中。

### 4.4 建立环境信息共享机制

青海绿色信用管理体系不完善,绿色基金存在信息披露监管缺失问题,同时个别银行和机构也存在放松绿色准入标准的现象,绿色金融业务的发展需要银行、环保部门等多个部门共同协作,绿色信贷的审批、监督等过程需要透明且公开。因此,在进行信息披露的过程中,可制定金融部门、实体部门和第三方机构信息共享平台,包含资金流向、企业后续环境污染物排放指标、能耗指标、获批关键指标如预期减排量的达标情况、环境信用等。披露信息应完全公开,方便投资人或潜在投资人进行监督,以此确保资金流向绿色产业,避免非绿项目占用绿色金融资源的情况发生。在信息披露的监管过程中,青海省可以指定绿色信息披露监督和公开的机构,制定金融监管机构与环境监管部门和经济监管部门的协调机制对金融机构、实体部门和第三方机构的信息披露质量负责,定时排查数据真实性,保障数据质量,防范绿色信贷不良率的提高以及监管套利行为。

### 参考文献

- [1] KHAN M A., RIAZH, AHMED M, et al. Does green finance really deliver what is expected? An empirical perspective[J]. *Borsa Istanbul Review*, 2022, 22(3):586-593.
- [2] LEE C C, LEE C C. How does green finance affect green total

- factor productivity? Evidence from China[J]. *Energy Economics*, 2022, 107: 105863.
- [3] XU X, LI J. Asymmetric impacts of the policy and development of green credit on the debt financing cost and maturity of different types of enterprises in China[J]. *Journal of Cleaner Production*, 2020, 264:121574.
- [4] Liu Y, Yang Y L, Li H H, et al. Digital Economy Development, Industrial Structure Upgrading and Green Total Factor Productivity: Empirical Evidence from China's Cities [J]. *International Journal Environmental Research and Public Health*, 2022, 19 (4): 2414.
- [5] Wang E, Liu X, Wu J, et al. Green Credit, Debt Maturity, and Corporate Investment Evidence from China[J]. *Sustainability*, 2019(3): 583-602.
- [6] Gu B B, Chen F, Zhang K. The Policy Effect of Green Finance in Promoting Industrial Transformation and Upgrading Efficiency in China: Analysis from the Perspective of Government Regulation and Public Environmental Demands[J]. *Environmental Science and Pollution Research*, 2021, 28(34): 47474-47491.
- [7] 朱向东, 黄永源, 朱晟君, 等. 绿色金融影响下中国污染性产业技术创新及其空间差异[J]. *地理科学*, 2021, 41(5):777-787.
- [8] 陈国进, 丁赛杰, 赵向琴, 等. 中国绿色金融政策、融资成本与企业绿色转型: 基于央行担保品政策视角[J]. *金融研究*, 2021(12):75-95.
- [9] 杜莉, 李博. 利用碳金融体系推动产业结构的调整和升级[J]. *经济学家*, 2020(6):45-52.
- [10] 邵学峰, 方天舒. 区域绿色金融与产业结构的耦合协调度分析: 基于新制度经济学的视角[J]. *工业技术经济*, 2021(1):120-127.
- [11] 王馨, 王营. 绿色信贷政策增进绿色创新研究[J]. *管理世界*, 2021, 37(6): 173-188.
- [12] 韩科振. 绿色金融发展与绿色技术创新效率关系研究: 基于空间溢出视角的实证分析[J]. *价格理论与实践*, 2020(4):144-147+178.
- [13] 郭克莎, 田潇潇. 加快构建新发展格局与制造业转型升级路径[J]. *中国工业经济*, 2021(11):44-58.
- [14] 沈翠芝. 福建省绿色金融发展与产业结构升级关系研究: 基于灰色关联模型的实证分析[J]. *闽江学院学报*, 2020, 40(6): 32-38.
- [15] 白璐. 内蒙古绿色金融发展对产业结构影响研究[J]. 呼和浩特: 内蒙古财经大学, 2019.
- [16] 陈国庆, 方子强, 周爽, 等. 四川省会展业对区域经济发展的影响研究: 基于灰色关联分析[J]. *商展经济*, 2020(9):4-7.

## Grey Relation Analysis of Green Finance and Industrial Structure Upgrading in Qinghai Province

Zhang Xinyu

(School of Finance and Economics, Qinghai University, Xining, Qinghai 810000)

**Abstract:** The Outline of the 14th Five-Year Plan (2021-2025) for National Economic and Social Development and Vision 2035 of the People's Republic of China issued by the central government clearly states that the "dual carbon" goal should be incorporated into the overall economic and social development. Focusing on ecological protection and industrial structure upgrading is an important measure to achieve the goal of green, low-carbon and high-quality development. As an extension of the concept of green development, green finance can guide the allocation of social resources, promote the development of green industries, promote the upgrading of the industrial structure, and contribute to the goal of sustainable economic development. As a major ecological and resource province in Northwest China, Qinghai holds that green finance is essential to the development of green economy and the concept of green finance plays a significant role in advancing the upgrade of the industrial structure. Taking Qinghai Province as the research object, this paper analyzes the correlation the province from 2014 to 2021 by constructing a grey relation model, and puts forward corresponding policy recommendations.

**Keywords:** green finance; green credit; capital orientation; industrial structure upgrading; grey relation model



# 人工智能对金融价值链的影响与发展策略研究

## ——兼谈香港银行业人工智能技术业务布局与比较优势

沈子杰 匡甜甜

(广东科学技术职业学院 广东珠海 519090)

**摘要:** 当前,金融业正处于人工智能发展的新阶段,作为提升经营效益的有效途径,人工智能正成为推动金融机构数字化转型的核心驱动力。通过赋能金融价值链,人工智能使金融机构能够获得更加精准的决策与分析能力、更高的执行效率和更加全面的风控体系。虽然现阶段我国金融业在布局人工智能过程中存在着一系列发展痛点,但随着数据管理能力的逐步提高、智能化决策能力的不断进步、模型解释工作的充分开展和高级人才的加速培育,我国金融行业智能化进程将稳步推进。与此同时,香港银行业的人工智能部署经验值得内地银行业借鉴。展望未来,人工智能将重构金融机构业务体系,业务办理将全面挣脱传统网点束缚,深耕人工智能是我国金融业未来的发展大势。

**关键词:** 人工智能; 价值链; 比较优势; 数字化转型; 金融价值链; 智能化

**本文索引:** 沈子杰,匡甜甜.人工智能对金融价值链的影响与发展策略研究[J].中国商论,2024(07):113-118.

**中图分类号:** F832

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-113-06

### 1 引言

新冠疫情的爆发加速了银行业人工智能转型的步伐。根据麦肯锡报告,全球银行业的净资产收益率至少5年内都无法恢复到疫情前水平,其中全球银行业净资产收益率ROE,从2019年的8.9%下滑至2020年的5.4%,2021年触底下降至1.5%,其中北美降至-1.1%、欧洲降至-1.8、亚洲发达市场降至-0.2%、新兴亚洲降至-0.2%、中东和非洲降至3.7%、拉丁美洲降至5.2%、中国银行业降至8.6%。与此同时,零利率市场环境还会持续压缩净息差,银行必须重新思考基于风险中介定位的业务模式,银行管理层若不采取行动,全球银行业ROE将会继续下滑,利润率也将进一步承压,多数地区银行业ROE也将转为负值。数字化的快速发展正使得客户对于金融智能化期望增加,领军金融科技公司及平台公司正在加速人工智能技术布局、数字生态系统也正在加速传统金融服务脱媒,如果银行不能尽快将智能化作为其核心战略,就可能面临着被竞争对手超越和被客户抛弃的风险。因此,在零利率、去中介化背景下,如何提升金融收益与运作效率已成为重要议题。为实现利润增长,银行必须采取包括提高产出、强化风险管理和优化主权资本等在内的多种干预政策,而人工智能技术则为这些措施的达成提供了一个良好的解决方案,利用人工智能技术能够打造效率引擎、推动金融自动化基础设施建设、强化风险管理,从而推动资本优化目的达成。

近年来,人工智能技术发展的主要推动因素在于可利用数据量的增加、网络带宽的增加以及机器学习算法的持续进步,人工智能的应用范围已从固定执行预先设定好的应用程序,逐步发展为执行类似于人类大脑的思考,利用大数据技术进行海量数据培训,在循环反馈机制作用下构成神经网络。银行与其他数据分析技术相比,AI算法能够完全利用输入数据自行建模,这一特性决定了AI技术相较其他数据分析技术而言更加智能和灵活,同时AI还能利用不同的训练数据集实现自优化,在现阶段布局到金融业务领域,能够取代或增强人类的判断,还能达成近乎实时的客户储备数据分析,降低传统人为的出错概率并发挥数倍于人工的高效作用。综合上述各项优势,银行希望利用AI技术赋能价值链,用以优化整体业务流程、达成实时决策以及实现自动化批量业务处理的能力。银行若想成为人工智能银行,则需要实现整体转型,由部门内部小范围的人工智能技术实验,逐步转向面朝银行内部整体发展人工智能技术,但在此过程中银行面临着诸多的转型发展痛点,而如何解决这些问题已成为业界普遍关注的焦点。鉴于人工智能技术对于银行价值链的影响以及如何在银行内部应用的问题是近年来较新的研究领域,国内相关研究文献较少,并且缺乏一定的针对性,故本文参考近年来国外知名咨询机构有关人工智能与银行业的最新研究报告,用以探究人工智能对银行价值链的影响、香港地区人工智能技术的布局与比较优

**基金项目:** 广东省普通高校科研项目创新团队项目“国内电商与跨境电商协同发展创新团队”(2021WCXTD036)。

**作者简介:** 沈子杰(1997-),男,汉族,广东珠海人,博士,助教,研究方向:金融与经济;

匡甜甜(1998-),女,汉族,广东佛山人,硕士,助教,研究方向:电子商务与传播设计。

势、现阶段我国银行业布局人工智能的发展痛点和转型策略,以期为我国银行业人工智能技术的发展提供一些参考建议。

## 2 人工智能对银行价值链的影响

银行拥抱人工智能能够提供全方位的智能化与个性化服务,对银行的价值链带来深远影响。在银行价值链的核心流程与支持流程中,人工智能带来了诸多创新模式,不仅为银行提供了全面的智能化分析与决策手段,还将银行自动化水平推向了新高度。人工智能在银行内部的应用范围,从产品和解决方案、风险管理与稽核、产品营销与咨询,再到信息技术、人力资源和财务管理,所带来的潜在优势十分显著。利用人工智能,银行拥有更加智能化的数据分析方法来提升服务质量和客户获取能力,帮助银行创造收入;通过提高自动化程度,能够降低人工错误发生率、提高资源利用效率和金融运作效率,从而降低整体运行成本、提升经营效益;通过从海量数据中获得价值信息,不仅能为银行创造新的发展机遇,还能够更好的防范银行内部与外部风险。麦肯锡(McKinsey)的一份研究报告提出,人工智能和机器学习有可能在金融和IT领域额外创造1000亿美元的收入,每年可以为银行释放约10000亿美元的增量价值(数据来源:“The executive’s AI playbook,” McKinsey.com.)。综上所述,银行价值链在人工智能技术的赋能下,银行得以获得三个关键能力:更精准的分析与决策能力、更高的经营效率与盈利能力以及更加完备的风险控制体系。

第一,更为精准的分析与决策能力。深入了解客户行为和市场需求,是提高银行竞争力的关键要素,银行为提高竞争力需要为客户提供更精准的服务以保持和扩大现有的市场份额。银行正在寻求将内部客户数据与外部数据结合起来,与外部非银行金融机构形成数据合作伙伴关系,利用开放银行解决数据获取问题,应用编程接口API帮助银行与第三方的服务商连接和协作,共享客户授权的金融数据,从而便利银行利用人工智能分析技术产生

对客户行为的详细画像,根据客户概况、交易历史和其他数据建立客户个性化标签,为银行客户获取提供切入点。对于个人客户而言,智能化银行能够精准识别消费者的消费模式、提供全面的个性化资金管理方案和储蓄投资建议。针对企业客户而言,智能化银行能够为企业客户制定贷款解决方案、匹配和寻找供应商与买家。人工智能通过赋能以机器人投资顾问、智能数据分析、银行远程客户端等为代表的應用,优化了金融价值链,这类技术正帮助银行获得更精准的客户分析能力与决策能力,从而为客户提供更灵活、更加全面的解决方案。

第二,更强的经营效率与盈利能力。对于商业银行来说,找到更经济的方法降低人工出错概率,提升经营效率与盈利能力至关重要,这也是银行寻求人工智能技术赋能金融价值链的重要因素,而人工智能所带来智能自动批量化处理,为上述目标的达成提供了有效的解决方案,AI使银行业务流程实现自动批量化处理走向现实,这有利于保持银行所提供服务的性价比,提高金融经营效益。与此同时,随着开放API支持与业务合作伙伴之间共享越来越多的数据。有了Open API所有信息都可以实现数字化并被银行计算机系统所理解,未来银行系统可以更容易地集成相关数据和信息,从而更容易实现端到端的全面自动化批量处理过程。

第三,更加完备的风险控制体系。人工智能可以通过考察交易历史、市场趋势和客户信用记录等数据,在保证精确度的同时能够简化传统风险管理流程,在风险管理流程中,对可能发生的风险情景进行全面监测,以达成降低传统金融风险的目的。

## 3 香港银行业人工智能技术业务布局与比较优势

### 3.1 香港银行业人工智能技术业务布局

香港地区银行业已将AI作为提高效率、降低成本、强化反欺诈能力和提高客户参与的重要方式,将AI技术整合

表1 人工智能对银行价值链的影响

	产品和解决方案	营销与销售	风险管控与审核	客户管理与服务
核心流程	产品与解决方案设计	客户画像建立与潜在客户预测	人工智能信用评分	语音图像识别身份
	智能客服	客户需求管理	反欺诈	自动生成报告
		智能投顾与智能风控	自动资料审核交易监督	全功能智能客服代理
		大数据驱动竞争营销模型	资产组合风险预警	
支持流程	合规 / 风控 / 稽查	信息技术	人力资源	财务 / 法律 / 其他
	内部规则逻辑检测	大数据联网风控	人才资料筛选	审计自动化
	风险预警		选举人活动	法律法规分析
			职工监督管理	协助执法
AI 技术	计算机视觉、语音识别、自然语言处理技术、客服机器人	信息处理、机器学习、计划与探索		语音生成、图像生成、操作与控制、空间位移
人工智能平台与服务				
人工智能基础架构与算法				

资料来源:网络资料汇总整理。

表2 2027年基于银行价值链的人工智能影响估算

产品开发		销售与营销		风控与审核		客户管理与服务	
产品开发与维护	-20%	柜员	被替代	风险审批	被替代	客户服务中心	被替代
		个人贷款经理	被替代	贷款催收	-60%		
		业务经理	-50%	风险审核	-50%		
		票据转贴与再贴现	-50%	风险政策制定	无变化		
		同业资金存放	-40%				
		商务拓展	-15%				
		销售管理	-10%				
汇总	-20%	汇总	-60%	汇总	-62%	汇总	被替代

资料来源：BCG, 2027年人工智能银行业就业市场影响模型。

到银行多个关键职能领域,包括前线业务、风险管理、后台运营(清算、结算与财务)和客户服务。在香港银行业内部,目前已通过审批采用和计划推出的人工智能应用程序已经超过50款。相关数据显示,香港地区银行业人工智能技术应用最广泛的领域为风险管理领域, AI应用规模占比已采用和计划推出人工智能技术总数的57%,主要应用场景为反洗钱、客户尽职调查、网络安全维护;其次是客户服务领域,规模占到17%,主要应用场景包括远程客户注册、客户服务机器人和个性化产品推荐;前线业务占比为12%,主要应用场景包括算法交易,财务建议与信用评分;后台运营领域人工智能技术用例的占比为14%,主要应用领域包括自动化操作、智能合同分析、债务管理与客户信息管理(数据来源:HKIMR Applied Research Report No. 2/2020)。而在所有的人工智能应用中,最受香港银行业欢迎的三项AI应用为处理运营任务的自动化批量处理、用于检测欺诈与支持风险管理的机器学习程序以及用于客户服务中心的机器人客服。

具体来看,香港地区银行业人工智能应用目前已广泛布局于核心金融领域、客户管理领域、银行职能领域和各银行服务渠道。首先,在核心金融领域,人工智能技术已广泛应用于银行客户管理、金融产品创新与定价、贷款业务和抵押品管理,在该领域应用人工智能技术能够维护银行账户的可操作性、更好的向客户提供增值服务、支持创新金融产品研发、实现产品价值最大化定价以及提高数据集的管理效率,香港银行业在该领域主要的AI应用案例包括智能客服、金融产品定价程序和数据集管理系统。其次,在客户管理领域,人工智能技术在香港银行业已广泛应用于客户服务、客户获取与客户画像,目的是用以提升服务质量、提高客户搜集能力、实现精准的客户需求分析与客户细分。在该领域,人工智能主要的应用案例包括客服机器人、客户情感分析机器人、客户流失预测、个性化产品推荐以及远程客户端服务。再次,在银行职能领域,香港银行业在该领域的人工智能应用布局最为广泛,主要应用场景包括欺诈检测、自动编码与功耗管理、清算与结算、报告与合规文件处理、人才管理、风险评估检测和交易支付等领域,在该领域主要

的AI应用案例包括反洗钱、欺诈检测、客户分析、网络安全检测、智能识别系统、智能合同分析、自动化文件批量处理、基于自然语言技术生成报告、员工行为监督、经济与数据预测和风险管理。最后,在银行服务的渠道方面,人工智能技术广泛布局在银行手机端、网上银行端、银行客服中心、自动柜员机、智能柜台等渠道上,用以帮助客户实现远程注册、快捷的业务办理以及用于提升自动柜员机(ATM)的现金管理效率。当然,在上述之外的其他领域,香港银行业人工智能技术应用还广泛布局于企业贷款、投资与证券、财富管理、消费融资、现金管理与信用卡等领域,用于支持银行信用评分、达成算法交易、优化资本运作效率、增强投资组合管理效率、提供财务建议以及提升卡片管理系统的运作效率。

### 3.2 香港地区人工智能发展相较内地的比较优势

首先,秉承人工智能发展人才先行策略。一方面,香港的大学院校在人工智能技术相关领域表现一直较为出众,例如计算机科学及信息系统、电子工程、数学等学科的表现,在世界大学排名中位居前列,校内科研投入的稳步增长将相当数量的科研课题转化为科技成果,这些优势为香港地区人工智能技术的发展孕育了土壤。与此同时,香港金管局较为重视人工智能人才培养,早在2016年香港金管局便与高校相关技术院系合作,用以鼓励银行和大学共同开发人工智能相关项目,加速学生将理论知识转变为实践经验与科技成果的过程,提高应届毕业生在这一领域的相关技能,提早积累行业经验并确定适合自己的技术研究方向。这一做法为香港银行业扩大金融科技人才库,减少金融科技人才缺口打下了坚实的基础。另一方面,香港金融界近年来继续加大科技人才的引进力度,持续扩大科技人才市场,为海内外符合条件的、拥有先进分析技能的数据科学家和能够创建、部署和管理人工智能应用程序的数据工程师提供更快速的就业通道安排。

其次,金融科技领域发展全球领先。香港作为全球排名前列的国际金融中心,拥有扎实的信息科技基础设施,科技领域的发展较为成熟,近年来以信息通讯科技、物联网、人工智能、新材料、生物科技为代表的初创企业正迅速崛起,



加上香港存在有大量地区性金融机构营运,两者叠加,近年来为香港地区培育出了全球领先金融科技生态,香港地区成为全球金融科技较为理想的营运地点,本地金融科技企业数量呈现增长趋势,截至2023年末香港地区金融科技企业已超500家,其中包括数家全球领先的人工智能和技术咨询公司。这些金融科技给香港以银行业代表的金融服务行业带来了较大影响,同时香港经管局也在加强银行与金融科技之间的合作方面发挥着重要作用,为香港银行开发新的技术应用提供支持,本地区零售与非零售银行通过与金融科技合作、成立金融科技子公司等途径,为传统银行实现智能化转型、构建人工智能架构提供快速、专业的解决方案,加速了香港银行业在财富管理、机器人顾问、语音与生物识别、网络安全、反欺诈等领域的智能化发展步伐。

最后,拥有较全面的银行业人工智能发展指引。AI技术在银行内部的部署会受到外部监管的影响,不仅会导致银行AI投入积极性不高,还可能会导致银行采用相对保守的方式进行AI应用开发,为了解决这一问题,香港金管局通过参考业界稳健做法,结合香港人工智能发展实际情况,向银行业提供了包括应用人工智能的高层次原则通告等在内的系列人工智能应用程序发展指引,帮助银行业更好的应对所带来的风险管理新挑战,指引为香港银行业提供了一个有利的环境和更加清晰的监督框架,促进银行更合理、公平和审慎地使用这项技术。在完善的政策指引下,银行能更清晰地了解与AI应用程序相关的监管和合规要求,不用再过分担心在重大投资后可能会出现违规风险,而是将注意力转移到应用人工智能技术提供业务解决方案的层面。

#### 4 现阶段我国银行业布局人工智能的痛点

第一,核心系统薄弱与运营模式阻碍。这主要表现在核心系统薄弱与运营模式过时两个方面。一方面,传统银行核心系统往往缺乏支持人工智能应用程序所需的计算能力和实时数据分析所需的数据储存容量,核心系统无法快速扩展且灵活度仍待提高,维护基础架构所需耗费的时间成本也高,团队需要花费较长时间来建设用于开发测试的技术环境。同时,受银行传统组织架构的影响,银行的数据储备还分散在多个独立的业务和技术团队的系统之中,业务数据被限制在多个部门中难以集成、无法跨系统传输、缺乏数据主干,再加上核心系统错误率偏高、刷新率较低,这些因素均不利于人工智能在银行内部开展数据分析任务。另一方面,大多数传统银行都是围绕着不同的业务线进行组织且功能过于细分。银行高层单方面定义的目标往往与部门间所设定的策略缺乏一致性,孤岛式的工作团队和突击式的目标实现过程,导致人工智能技术在测试开发过程中频繁出现延误、成本超支抑或是新技术产品性能不足等问题。

第二,优质人才资源及高质量数据限制。优质人力资源的缺乏和数据主干薄弱掣肘了金融人工智能发展。首先,数据和尖端算法人才稀缺,缺乏具备数据挖掘和算法专业知识,同时掌握金融知识的人才掣肘银行人工智能发展的现存痛点之一。由于技术发展处在初级阶段,人工智能作为一项新兴技术,相关标准并不健全,技术标准和协同机制仍未完全统一并且所涉及的技术构成较多,这意味着商业银行在技术选择上需要多种解决方案,加之银行高层普遍倾向于依赖第三方技术而不是选择自主研发,造成在AI开发过程中多个关键功能普遍由多家技术供应商所提供,技术布局碎片化现象较为严重,这在后期不同技术功能之间会牵扯大量知识产权问题,银行需要协调的技术公司和技术人员多、协调难度也大。正是自身技术短板及人才劣势钳制了银行内部人工智能AI的发展,在理想情况这些系统与应用应由银行自主开发才能与其他竞争对手形成差异化竞争优势。其次,用于训练与验证AI模型的数据质量高低对模型性能影响也很大,因此银行需要对非结构化数据或质量较差的数据进行重大清洁工作,为了保证数据的充分性,银行还要针对内部分散于不同业务线和业务系统当中存量数据进行充分整合,若这些数据处置不当则发挥不出AI的数据挖掘价值,数据质量限制对于人工智能模型的训练仍是较大的挑战。鉴于AI模型在部署前使用历史数据进行培训和验证至关重要,银行还需要确保算法适用于现实生活中的真实情况,上述任何环节出现问题均会导致AI模型行为发生严重的预测与决策风险。

第三,监管环境变动所带来的不确定性。伴随各国采取新法规保护与赋予公民权利,全球数据法规正处于变革期,针对人工智能技术的监管规则不仅涉及云端服务、个人数据、财务数据的使用,还涉及财务安全、就业、人力资源、全球及区域经济增长领域,这些规则的变动正在以多种方式,影响银行业人工智能的发展。银行担心监管规定的变动会增加银行在未来针对人工智能AI投入的各项支出成本,使银行面临额外的运营风险、声誉风险、法律和战略风险。银行不仅需要遵守本地区个人资料隐私条例,海外数据隐私条例和行业标准的出台与变动还可能影响银行的人工智能AI发展进程,在数据使用方面,这些问题使得银行在使用哪些数据、如何使用数据的问题上难以拿捏,现存数据也尚未详细界定数据使用权与转让权利等。新技术在运用的初期本身就具备不确定性,而由监管变动所造成的技术成本投入之外其他隐性成本的增加,也会使商业银行面对于人工智能AI技术的开发与运用考虑再三。

第四,不可预见性风险现阶段仍难以有效规避。人工智能在利用训练数据进行机器学习和深度学习的过程中,存在着不可预见性,算法黑箱得出的结论往往难于及时精确定位到出现错误的具体发生环节。欧洲资本需求指令(CRD

IV)指出,银行面临的人工智能模型风险是指人工智能模型做出的决定可能会在设计、实施或使用此类模型时出现错误。(1)人工智能在决策过程中普遍不会向客户提供清晰的释义及结论推导过程,人工智能通过机器学习模仿训练数据当中人脑所做出的决策判断会包含有存在判断偏差的信息,当人工智能学习了带有偏见色彩的数据,人工智能在决策过程中就可能会发生无意识歧视等错误,造成不可预见的风险。这类错误对于该决策所涉及利益相关方缺乏模型解释力,客户对于此类决策的质疑和行业并未在制度上就应该如何对该类不当决策所涉及的利益相关者提供保障进行规定,这对于风险管控极为严格的银行业来说是不可接受的。(2)在模型设计、模型训练、模型测试和模型验证的层面,如果缺乏技术严格控制就有可能导致输出不准确,同时程序当中安全漏洞可能会让内部或外部的参与者操纵人工智能模型的输出结果导致错误决策。此外,云计算和开源技术的大量使用会间接导致AI模型开发的分散化,如果没有内部风险控制部门或经验丰富的模型开发人员的适当验证,使用第三方模型产生的缺陷也可能导致银行AI软件做出错误决策。

## 5 我国银行业人工智能转型策略的实施

第一,了解自身人才结构,培育高级AI人才。人才是银行在激烈竞争中立于不败之地的关键资源,银行应充分了解自身人才结构和现有员工的素质情况,通过制定指标来评估银行人工智能员工的能力,如教育背景、相关经验和专业资格,从中挑选有技术背景的银行技术人员,将其培育为银行内部高级人工智能专业化人才。当前对于人工智能人才培养的方式主要有两种,一种是与业内AI专家密切合作,银行通过聘请海内外专家进行前沿AI技术交流、与行内人员合作开发新的AI应用程序,以此来熟悉模型设计和验证方面的最新技术,提升行内高级技术人员AI能力;另一种是可以将本行的高级人工智能人才派遣至外部人工智能技术领先的单位或部门,进行外部有关数据科学和机器学习技术的技术培训,自我员工培训是银行吸收AI技术所产生的全部价值的最佳途径。与此同时,在银行内部除了上述AI高级人才的培养外,参与银行运营的大多数员工也都应列入人工智能应用培训计划,用以加速银行整体人工智能业务能力的提升,更好的处理人工智能所涉及的相关环节,这是银行应对未来智能化转型的重要举措。此外,银行业若想短期内提升自身核心竞争力,也可通过逐步落实人才引进计划来实现,通过设置优厚的待遇以吸引海内外高素质科技人才。

第二,强化数据管理,提升数据可用性。数据是人工智能发展的第一要义,在整个银行组织中,部署人工智能需要提升金融数据管理能力。在银行内部,确保数据的可用性与

可操作性是人工智能分析的关键,由于数据的可用性会随着数据壁垒的消除而提高,当多个部门同时使用相同数据进行操作时,能够增加团队的协调性。首先,行业要建立数据标准,这有助于实现数据整合、数据共享与金融系统间交互操作。其次,要解决银行内部数据获取的孤岛问题,通过搭建现代API架构可以有效地解决信息、数据、技术、产品的信息壁垒,控制对银行内外数据的访问并显著提升技术框架的流动性,实现内部系统和外部平台无缝获取数据,满足人工智能数据分析需求。再次,要搭建高效的数据治理框架确保数据质量,重点是要实行数据集中式管理。集中式管理能够跟踪数据源和验证数据的准确性,集中式管理模式下数据被获取后通常会被纳入数据库中进行集中清理和标记,并将不同用途所需的数据相互区分,在所输入数据中通过将需要清理的低质量数据和重点标记以供未来分析的高质量数据区分开,提升分析的精准性。最后,银行要制定数据脱敏相关规范,保证人工智能在搜集与使用数据过程中,采取相适应的管理措施,确保客户个人信息安全。银行可通过开发额外的控制和监控工具确保数据安全,在数据安全方面可以通过零信任设计原则和集中式指挥控制中心来保护数据,还可以运用API Theft等评估软件来测试其机器学习模型、银行相关数据和AI模型是否受到网络窃取,增强数据安全性。

第三,加速核心技术部署,提升银行智能化决策能力。为了达成实时面向客户提供个性化信息处理和决策的目标,银行需要提升智能化决策能力,将决策制定的速度与敏捷性植入金融决策基因之中。首先,为了实现智能化转型、提升人工智能决策能力,银行需要部署高级分析、机器学习等能够覆盖整个业务领域的决策模型。而为达成这一目的,除了需要业务团队和分析人才之间通力协作之外,还需要打造成熟的模型开发工具。其次,为了促进部署之后的持续改进,银行需要建立定期评估绩效、人工智能模型的风险管理等一系列的循环反馈机制,用以促进人工智能的持续进步。同时,银行还需要促进包括自然语言处理、计算机视觉技术、人工智能代理机器人、增强或虚拟现实技术等在内的一整套人工智能模型在金融核心业务流程中的快速发展布局,这些技术的应用同样能够起到辅助决策作用,增加数据的储量与覆盖面、加速银行的决策能力,提升客户体验和银行的运营效率。当然并不是所有的银行都有能力开发AI技术,许多银行可能掣肘于人才的缺乏和必要的投资兴趣来开发这些新兴技术,但在自主开发之外,对于非敏感性数据的AI模型开发,银行能够采用成熟的外部人工智能解决方案,通过应用程序编程接口(API)支持的架构从专业的供应商那里快速获得并集成这些新兴能力,在后续不断对这些新兴技术进行持续试验,用以测试和改进应用程序、评估潜在的风险,在拿到具体实验数据之后再判断在行内具体部



署哪些技术。

第四,面向监管机构与客户,提供充分的模型解释工作。2021年,中国人民银行发布了《人工智能算法金融应用评价标准》,该标准详细规定了人工智能算法应用在金融领域的应用范畴。在AI算法的可解释层面,标准从可解释性评价维度、建模准备、建模过程、建模过程四个方面就人工智能的可解释评价进行了详细规定。基于以上评价标准,文章认为银行应该建立与自身AI开发条件相符合的治理和风险管理框架,在应用人工智能技术开展财富管理、智能投顾、智能营销等相关业务时,首先应面向金融监管机构,提供包括人工智能系统算法实现机制与理论、人工智能模型的主要参数定义与选择、投资数据治理报告、模型机器学习与数据训练方法、人工智能培训方案、资产配置逻辑、责任归属说明等在内的全面解释。其次,对于接受了银行采用人工智能技术所提供的产品及服务的消费者,应对其设立独立的智能管理账户,同时银行应给予消费者充分提示使用现行的人工智能算法可能会带来的使用风险,向其解释所接受的人工智能产品及服务所涉及的AI技术模型运作的基本原理,只有在消费者对于人工智能产品与服务有基本认知基础上,才可对其提供涉及人工智能技术的金融产品及相关投资服务,这一手段能够提升银行内部和外部不同利益相关者对于银行AI服务的接受程度,给银行声誉带来积极影响。

## 参考文献

- [1] 朱方伟,姜宝泉.银行人工智能的技术应用限制[J].中国金融,2021(12):74-75.
- [2] 刘爱成.疫情冲击下银行非接触服务的模式转型与思考[J].新金融,2020(9):61-64.
- [3] 肖翔,王平,周钰博.人工智能金融应用原则思考[J].中国金融,2020(13):64-65.
- [4] 黄志凌.金融智能化不可忽视的模型风险[J].武汉金融,2020(6):3-10.
- [5] 季成,叶军.智能银行:关键要素、重点场景和完善路径[J].南方金融,2020(3):74-82.
- [6] 王蕊,颜大为.开放银行生态圈的理论基础、经验探索与发展路径[J].西南金融,2019(11):70-79.
- [7] HKMA. Reshaping Banking with Artificial Intelligence. December 2019[R].<https://www.hkma.gov.hk/eng>.
- [8] PwC A practical guide to Responsible Artificial Intelligence (AI). 2019[R].<https://www.pwc.com/gx/en/issues/data-and-analytics/artificial-intelligence/what-is-responsible-ai/responsible-ai-practical-guide.pdf>
- [9] CB Insights. Fintech trends report Q1 2020[EB/OL].<http://www.cbinsights.com>.
- [10] McKinsey. Visualizing the uses and potential impact of AI and other analytics. April 2018[EB/OL]. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/artificial-intelligence/visualizing-the-uses-and-potential-impact-of-ai-and-other-analytics>.
- [11] Faggella, Danial. Bank Reduces Money-Laundering Investigation Effort with AI. December 2018[EB/OL]. <https://emerj.com/ai-case-studies/bank-reduces-money-laundering-investigation-effort-with-ai/>

## Research on the Impact of Artificial Intelligence on Financial Value Chain and Development Strategies

### —— Also on the Business Layout and Comparative Advantage of Artificial Intelligence Technology in Hong Kong Banking Industry

Shen Zijie and Kuang Tiantian

(Guangdong Polytechnic of Science and Technology, Zhuhai, Guangdong 519090)

**Abstract:** The financial industry is in a new stage of the development of artificial intelligence. As an effective way to improve business efficiency, artificial intelligence is becoming the core driving force to promote the digital transformation of financial institutions. Through empowering the financial value chain, artificial intelligence enables financial institutions to obtain more precise decision-making and analysis ability, higher execution efficiency and more comprehensive risk control system. Although there are a series of development pain points in the process of deploying artificial intelligence in China's financial industry at the present stage, with the gradual improvement of data management ability, the continuous progress of intelligent decision-making ability, the full development of model interpretation work and the acceleration of senior talent cultivation, the intelligent process of China's financial industry will be steadily promoted. At the same time, the experience of the Hong Kong banking industry in deploying artificial intelligence is worth learning for the mainland banking industry. In the future, artificial intelligence will restructure the business system of financial institutions, business handling will completely get rid of the constraints of traditional branches, and deepening artificial intelligence is the future development trend of China's financial industry.

**Keywords:** artificial intelligence; value chain; comparative advantage; digital transformation; financial value chain; intelligence



# 资本新规对银行业务发展的影响及应对策略研究

罗芳

(中国邮政储蓄银行广东省分行 广东广州 510620)

**摘要:**近年来,由于受内外部环境的影响,部分商业银行信用风险相继暴露、资产盈利能力下滑、核心资本持续承压,资本新规的落地对银行风险抵御能力和资本管理能力提出更高要求,进一步推动了我国商业银行的转型发展。为有效应对新规对商业银行风险资产计量、风险自评及监管检查、信息披露等方面的最新监管要求,文章提出商业银行可以通过深入剖析自身资本运行情况,进一步以RWA和RORAC管理为核心优化调整业务结构,建立健全信用风险管理,完善底层数据治理、加快资本系统建设等系列工作实现新旧规定顺利换轨实施,加速推动银行从高速增长向高质量发展转型。

**关键词:** 商业银行; 资本新规; 资本充足率; 资本成本; 高质量发展; 银行转型

**本文索引:** 罗芳.资本新规对银行业务发展的影响及应对策略研究[J].中国商论,2024(07):119-122.

中图分类号: F832.1

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-119-04

在当前市场环境瞬息万变、利率低位徘徊、息差持续收窄、竞争日趋激烈的形势下,商业银行以量补价效果减弱,净利润增速持续下滑,资本内源积累能力大幅削弱。2024年,随着《商业银行资本管理办法》(以下简称“资本新规”)的正式实施,商业银行资本管理面临新的挑战,本文对银行受到的主要影响进行分析,并就如何主动适应新的监管要求提出应对策略具有重要的现实意义。

## 1 商业银行资本管理办法的变迁及主要影响

### 1.1 国内国际监管政策变革历程

为维持资本市场稳定,1988年7月巴塞尔银行监管委员会颁布了《巴塞尔协议》,明确了全球范围内主要银行的资本和风险监管标准。自此之后,国内国际资本监管政策历经数次变革,相关监管要求和监管手段日趋严格,伴随相关政策的推出,商业银行资本管理体系也对应做出反应甚至进行重塑,期间国内国际主要管理制度变迁简要如下:

1988年7月,巴塞尔I发布;

2004年2月,颁布《商业银行资本充足率管理办法》;

2004年6月,巴塞尔II发布;

2007年2月,《中国银行业实施新资本协议指导意见》出台后颁布13个指引;

2010年11月,巴塞尔III 1.0版本发布;

2012年6月,颁布《商业银行资本管理办法(试行)》(含资本工具合格标准等17个附件);

2013年,颁布《市场风险管理指引》《资本管理问答》等;

2016年7月,颁布修订的《资产证券化框架》;

2017年12月,《巴塞尔III:后危机改革的最终方案》发布;

2019年1月,颁布《市场风险最低资本要求》;

2023年1月,巴塞尔III最终方案正式实施;

2023年2月,发布《资本管理办法(征求意见稿)》;

2024年1月,《资本管理办法》正式实施。

### 1.2 资本新规的主要变化

为有效应对近年来国内外金融形势变化和商业银行经营管理中面临的问题,人行、银保监会立足于我国实际,结合国际监管改革最新成果,修订颁发了《商业银行资本管理办法》,相较2012年的《商业银行资本管理办法(试行)》,本次修订主要基于进一步构建差异化监管体系,从信用风险计量、监督检查和信息披露等方面,对商业银行资本管理的三大支柱均做出了一定修改。

#### 1.2.1 重构第一支柱下风险资产计量规则

第一支柱下风险加权资产计量规则的调整对商业银行资本充足率水平产生直接影响,本次资本新规进一步强调全面风险管理,对应的管理要求也进行了全面升级,修订了信用风险权重法和内部评级法、市场风险标准法和内部模型法以及操作风险标准法,整体提升了资本计量的风险敏感性。鉴于信用风险加权资产在总风险加权资产中占绝对主导地位,以下以信用风险为例简单列举主要变化,其中:内评法整体保持稳定,主要调整了最低违约概率(PD)和最低违约损失率(LGD)参数底线,明确了限制使用范围,强化了合格押品要求等部分管理要求;权重法下对风险暴露及权重进行了细化,引入了风险因子LTV设定房地产相关风险权重、表外信用转换系数等。相较现行办法,新规的信用风险敏感性显著上升,对外部评级的依赖性下降,这也要求商业银行制定有效的制度和措施,及时准确地掌握客户风险变化并配套适当的信用风险缓释政策。

**作者简介:** 罗芳(1988-),女,汉族,湖南株洲人,注册会计师、国际注册内部审计师、会计师,中山大学会计学硕士研究生,研究方向:商业银行财务管理、绩效考评等。

### 1.2.2 调整第二支柱监管检查相关规定

资本新规在延续2012年《资本管理办法》对于第二支柱的作用和定位的基础上,结合国内国际最新监管要求做出了对应调整。一是充分衔接了巴塞尔III的国际标准,删除原办法下三年并行期第一年、第二年和第三年的调整系数分别为95%、90%和80%的资本底线要求,统一替换为72.5%,具体为: $RWA=\max(RWAa, RWAs \times 72.5\%)$ 。二是有效结合国内已经出台的关于大额风险暴露、流动性风险、声誉风险等领域的系列监管指引,一方面对风险评估标准进行了更新和修订,另一方面还新增了国别风险、信息科技风险、洗钱风险、气候相关风险等“其他风险”评估内容。三是引入差异化监管标准,这也是本次新规最核心的调整。新规按照银行规模和业务复杂程度,划分为三个档次,匹配不同的资本监管方案。其中,规模较大或跨境业务较多的银行,划为第一档,对标资本监管国际规则;规模较小或跨境业务较少的银行纳入第二档,实施相对简化的监管规则;第三档主要是规模更小且无跨境业务的银行,进一步简化资本计量要求,引导其聚焦县域和小微金融服务<sup>[1]</sup>。

### 1.2.3 提升第三支柱信息披露标准和内容

第三支柱信息披露的整体框架没有变,但在披露标准和内容方面有一些变化,披露内容的颗粒度明显提升,明显增强了市场约束。本次资本新规,一是从信息披露的整体原则、披露内容、治理架构、披露时间、披露形式、呈现方式、模板格式、信息引用八个方面做出明确,以保障第三支柱信息披露的真实性、有效性、完整性、一致性和可比性。二是进一步细化了信息披露要求,统一了披露模板,新规给出的70张报表模板覆盖总体管理、资本、各类风险、薪酬等多方面,既

包括定量信息,也包括定性报告,在新规下商业银行的风险信息透明度显著提高。以信用风险为例在巴塞尔II第三支柱下仅有4张表单,但是在新规下有15张表单。三是配合差异化资本监管要求明确了信息披露的详尽程度应与银行的业务复杂度相匹配,根据新规下商业银行的分档要求,结合信用风险评估方法、是否为系统重要性银行等特征,区分各类商业银行应当披露的最低数量表单信息要求。

## 2 实施资本新规对银行的主要影响

近年来,商业银行作为金融服务实体经济的主力军,通过持续创新产品和服务,加大实体信贷投放力度,实现信贷投放总量的持续提升和存款规模的高速抬升。本文主要围绕信用风险计量等方面的调整,分析实施资本新规对大型商业银行的主要影响。

### 2.1 风险加权资产显著变化

权重法下信用风险表内资产风险权重、表外项目信用转换系数及合格信用风险缓释工具的调整,直接导致银行风险加权资产的变化,其中:优质企业、抵押类中小微、非房零售等资本占用有所改善,但同业融资、资管产品、房开贷、长期项目类、国内信用证等项目的资本占用进一步提升,本次资本新规的变化对零售信贷投放不足以公贷为重点拉动扩表的银行较为不利。本文以A银行为例,整理部分影响较为显著的表内外项目如表1所示。

### 2.2 资本充足水平影响不一

资本是商业银行抵御风险、吸收损失的最后一道防线,更是银行发展业务的重要前提。监管机构要求银行必须持有一定量的资本,以确保资本充分覆盖风险。在监管资本口

表1 部分表内外项目风险权重变化一览表

项目	子项目	风险权重(原)	风险权重(新)	变化趋势	
境内外商业银行 (同业融资)	期限三个月以内,或因跨境货物贸易产生六个月(含)以内	A+级商业银行	20%	不变	
		A级商业银行	20%	不变	
		B级商业银行	50%	资本占用增加	
	其他	A+级商业银行	长期(三个月以上)25%	30%	资本占用增加
		A级商业银行		40%	资本占用增加
		B级商业银行		75%	资本占用增加
C级商业银行			150%	资本占用增加	
项目融资	运营前	100%	130%	资本占用增加	
	运营后		100%	不变	
房开贷	符合审慎要求的	100%	100%	不变	
	其他		150%	资本占用增加	
地方政府债	一般债券	20%	10%	资本占用减少	
	专项债券		20%	不变	
投资级客户	投资级一般公司和非银客户	100%	75%	资本占用减少	
中小企业	中小微型	100%	85%	资本占用减少	
信用卡	合格交易者个人	75%	45%	资本占用减少	
居住用房地产 (符合审慎要求)	还款不实质依赖	50%	20%~50%	资本占用减少	
	还款实质依赖		30%~75%	视具体情况	
股权投资	被动持有的对工商企业股权投资在法律规定处分期限内	400%	250%	资本占用减少	
	因市场化债转股持有的工商企业股权投资				
	获得国家重大补贴并受到政府监督的股权投资				
项目	子项目	转换系数(原)	转换系数(新)	变化趋势	
贷款承诺	可撤销贷款承诺	0%	10%	资本占用增加	
	基于服务贸易				
国内信用证	货物/直接相关	20%	20%	不变	



径已经明确的情况下,风险加权资产的变化直接影响商业银行资本充足率水平。由表2可知,近两年一期的披露信息显示六大行的核心一级资本充足率距离监管的最低要求还有一定缓冲空间,但银行间核心资本的充足水平还存在较大差距,很明显交通银行和邮储银行的资本形势相较四大行而言更为紧张。

资本新规的落地对于具有不同发展战略和业务结构的银行资本充足水平产生不同方向的影响,总的来说,对于较多持有优质资产、中小企业、信用卡等业务的银行,本次新规的使用预计能够产生一定的资本节约作用,小幅提升其核心一级资本充足率;反之,对于持有较多开发贷、次级债、同业债权,尤其是长期类同业债权等业务的银行,新旧计量换轨将明显提高资本占用,导致其核心一级资本充足率的下滑,这也充分体现了监管对商业银行资产配置引导。

综上,资本新规的实施将对商业银行资本充足指标产生明显影响,金融监管总局有关部门测算显示新规实施后,银行业资本充足水平总体保持稳定,单家银行因资产类别差异导致资本充足率有小幅变化,整体符合预期<sup>[2]</sup>。同时,市场也普遍预期新规对银行业资本管理整体利好,有助于各银行夯实资本充足水平,引导业务健康发展。但因发展战略、资源禀赋、业务结构、数据质量等方面的差异,新规的实施也可能导致部分银行将面临资本形势紧张的不利局面,银行资本充足指标一旦跌破红线将面临严峻后果,包括金融监管总局将采取“限制分红、停办一切高风险业务、限制或禁止增设新机构、开办新业务”等系列监管措施,以及银行存保评级下调,每年保费增加等诸多方面不良影响,因此充分做好政策衔接与应对至关重要。

### 3 银行落实资本新规的建议策略

盈利能力是银行应对市场竞争、防范不确定风险的重要保障,良好的盈利能力可以为银行的平稳健康发展提供支持<sup>[3]</sup>。随着2024年1月资本新规的正式落地,商业银行全方位全流程的转型经营迫在眉睫,2023年底的中央金融工作会议为金融机构高质量发展之路举旗定向,也为金融机构适应不断变化的宏观趋势和监管要求把舵领航。

#### 3.1 资产端向服务实体、服务零售转型

资本新规出台前,基于规模扩张等需求,部分银行会利用监管漏洞将高风险资产转移至表外,导致实际资产项目风险被严重低估,其本质就是依靠国家对银行的信用背书和隐性担保来获取超额利润<sup>[4]</sup>。本次新规降低了银行投向

中小企业、信用卡、地方政府一般债券等资产的资本成本,着力支持小微企业和小额分散的零售贷款;增加银行投向同业债权、次级债的资本成本等,不支持资金在同业中空转,提高了同业互持资产的风险权重<sup>[5]</sup>。新形势下银行的资本和资产管理,应当以RWA和RORAC为核心考量予以配置,资本新规对信用风险权重的调整明显将引导商业银行资产进一步向实体流转。同时,虽然房地产政策利好频出,但一、二手房销量发生实质性改善仍然需要时间。此外,受收益率和流动性的影响,银行对于配置地方一般债的意愿也相对有限,因此普惠小微企业贷款、小额零售贷款或将成为商业银行资产端发展的主战场,但由于这类企业的抗风险能力相对较弱,商业银行在投放时也要关注与当地经济发展的适配情况。另外,由于REITs带来的融资、托管、结算等综合化一揽子金融服务需求和对底层资本耗用的改善,也将给牌照齐全的大型商业银行更多业务发展机会。

#### 3.2 负债端兼顾低成本和多样化经营

随着近几年消费者信心指数下挫,市场消费放缓,居民储蓄意愿增强,资金由居民向企业回流放缓,导致银行储蓄存款定期化加剧、公司存款供给端吃紧,银行存款成本率呈现逆势而上的情况。2024年,随着新一轮降准的落地,市场普遍预期存款利率很快也将随之下调,并且在未来一段时间或将持续下行,随着存款利率的持续下降,居民财富增长下的理财需求增强,“存款搬家”现象将进一步凸显。同时,随着资本新规的落地,商业银行长期金融债的发行难度或将显著提升,那么获得持续稳定的长期负债来源也变得更加困难,银行负债业务的发展进入新的阶段。接下来,银行要进一步做好负债久期分析,更加关注负债来源的多元性,既要一般性存款与同业存款的结构合理,也要对公存款和零售存款之间、定期存款和活期存款之间的比例适当,以及负债客户的行业分散、客户和业务集中度在合理范围,特别是在新阶段下,存款在经济循环和居民财富配置上流动更为频繁,负债将以多种业务形式存在,要求商业银行不断提升负债结构多样性<sup>[6-7]</sup>。

#### 3.3 中收端需快速成长为推动营收增长的主力军

资本的监管要求牵动着国内整个金融体系的转型命脉,不论当前对商业银行资本充足情况产生的影响如何,可以预见的是传统以规模扩张为主的重资产模式将难以为继,在当前及今后较长一段时间银行必然会更加注重资本约束,不断加强资本精细化管理,将中间业务作为保障营收

表2 部分商业银行资产与资本情况一览表

银行	总资产(亿元)			核心一级资本净额(亿元)			核心一级资本充足率(%)		
	2021年	2022年	2023年Q3	2021年	2022年	2023年Q3	2021年	2022年	2023年Q3
工行	3,517	3,961	4,448	289	312	328	13.31	14.04	13.39
农行	2,907	3,393	3,870	204	222	232	11.44	11.15	10.44
中行	2,672	2,889	3,176	184	199	210	11.30	11.84	11.41
建行	3,025	3,460	3,785	248	271	287	13.59	13.69	12.92
交行	1,167	1,299	1,383	78	84	88	10.62	10.06	9.98
邮储	1,259	1,407	1,532	64	68	77	9.92	9.36	9.46



增长、稳定资本内源补充的重要途径。目前,国内商业银行中间业务收入对营收的贡献还远低于海外银行,推动中间业务的跨越发展将成为我国商业银行在轻资本经营之路上构筑第二增长曲线的关键。从国内外银行中收突破的实践来看,财富管理、投资银行、资产管理等业务有望成为助推银行中间业务迅猛发展的关键,但以个人金融业务为例,后疫情时代国内居民风险偏好普遍下降,个人金融资产从资产管理类产品回流到储蓄存款的现象明显,个人客户对于风险和收益的博弈在波动调整,商业银行主要依靠提供服务的中间业务市场广阔但挑战巨大。银行可通过强化客户群和目标客户群分析,明确自身资源禀赋优势和发展方向,丰富产品体系,完善中间业务结构,提升中间业务附加值水平和市场竞争力,拓宽与互联网企业等新渠道合作开发,推动场景营销,实现中间业务多渠道拓展<sup>[8]</sup>。

### 3.4 风险端要突出数据治理和系统建设的重要性和紧迫性

资本新规将银行全面风险管理推向了更高位置,也使得风险为本、审慎经营的管理导向更加明晰,在当前阶段,商业银行迫切需要做好以下几项工作:一是要强化低效资本占用管控,通过大力压降不可撤销贷款承诺,落实贷款承诺豁免要求,加强可撤销贷款承诺、未使用信用卡额度资本占用监测分析等,推动信贷额度使用效率的提升,实现资本节约。二是要完善信用风险基础管理,强化信用风险暴露分类管理,加强风险缓释管理、违约认定管理、资管产品穿透管理、各类业务押品等基础信息的数据治理等系列工作,并提升对抵债资产、转股类资产的监测,加速推动资产处置,有效腾挪资本空间,避免低效浪费,避免转股类资产长期大额占用资本等情况。三是建立健全RWA计量相关系统,一

方面需要通过新增或衍生数据字段帮助识别相应业务风险暴露,加速完成相关业务系统群及授信、财务、风险等相关系统的升级改造;另一方面也要加快开发建设RWA计量系统,实现资本计量、报表生成等系列功能,充分做好2024年底新旧监管报表并行报送的准备。

## 4 结语

综上所述,《商业银行资本管理办法》的正式实施对于国内商业银行的资本计量、风险管理、信息披露等方面产生了巨大影响,为有效应对资本新规的监管要求,商业银行一方面要紧跟国家战略步伐,加速推动业务结构优化,全力争取政策红利,有效实现资本节约;另一方面更要胸怀“国之大者”,围绕“五大篇文章”,深度做好资本的长期管理和精细化管理,不断提升风险抵御能力和盈利能力,推动银行收入和利润的高质量发展,为资本的内源补充提供条件。

## 参考文献

- [1] 唐婧. 商业银行资本管理新规出炉有哪些变化值得关注?[N]. 21世纪经济报道, 2023-11-07(007).
- [2] 仇兆燕. 构建差异化监管体系发挥资本指挥棒作用[N]. 中国银行保险报, 2023-11-02(001).
- [3] 项后军, 张清俊. 存款保险制度是否降低了银行风险: 来自中国的经验证据[J]. 世界经济, 2020, 43(3): 117-141.
- [4] 汪蔚, 陈诗一. 利率政策、影子银行与中国商业银行风险研究[J]. 经济学(季刊), 2019(1): 1-22.
- [5] 彭颖. 《商业银行资本管理办法》对金融机构及金融市场的影响分析[J]. 中国货币市场, 2023(11): 77-82.
- [6] 彭家文, 邹萌. 银行负债业务高质量发展[J]. 中国金融, 2021(6): 65-67.
- [7] 刘奇. 银行负债业务的发展与监管[J]. 中国金融, 2022(8): 57-58.
- [8] 陆宝莹. 提升商业银行中间业务发展质效探索[J]. 中国商论, 2020(7): 55-56.

## Research on the Impact of New Capital Regulations on Commercial Banks and Coping Strategy

Luo Fang

(Postal Savings Bank of China Guangdong Branch, Guangzhou, Guangdong 510620)

**Abstract:** In recent years, influenced by internal and external environments, some commercial banks have been exposed to credit risks, their asset profitability has declined, and their core capital has been under pressure. With the implementation of the new capital regulations, there are higher requirements for the risk resistance and capital management capabilities of banks, which also further promotes the transformation and development of the banks. To effectively respond to the new regulatory requirements on the measurement of risk assets, risk self-assessment and supervisory inspections, and information disclosure, the article proposes that commercial banks can dissect their own capital operations. They can further optimize and adjust their business structure with a focus on RWA and RORAC management, enhance credit risk management, improve underlying data governance, and accelerate the construction of capital systems, so as to realize a smooth transition from old to new regulations while accelerating the transformation from high-speed growth to high-quality development.

**Keywords:** commercial banks; new capital regulations; capital adequacy ratio; capital cost; high-quality development; transformation of banks

# 供应链融资缓解小微企业融资难的策略研究

## ——以江苏常州为例

蒋逸飞 刘东皇

(江苏理工学院经济学院 江苏常州 213001)

**摘要:** 小微企业是国民经济和社会发展的重要组成部分。在供应链金融发展的背景下研究小微企业融资现状, 归纳小微企业在供应链融资中的存在问题及其成因, 是学界和业界十分关注的问题。研究供应链融资为小微企业发展的融资支持保驾护航, 对小微企业高质量发展具有重要的现实意义。本文以江苏常州为例, 在研究常州小微企业融资现状的基础上, 分析常州小微企业供应链融资存在的问题, 并进一步分析其成因, 依据现状分析、问题探析, 最终提出推动常州小微企业供应链融资健康发展的政策建议: 政府应营造良好的金融环境、加大政策扶持力度, 银行要加强产品设计, 企业要加强链上企业合作。政府、银行、小微企业、核心企业都应积极而为, 形成合力, 推动常州小微企业供应链融资的健康发展。

**关键词:** 小微企业; 国民经济; 供应链融资; 高质量发展; 金融服务

**本文索引:** 蒋逸飞, 刘东皇. 供应链融资缓解小微企业融资难的策略研究[J]. 中国商论, 2024(07):123-126.

**中图分类号:** F832.5; F276.3

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-123-04

### 1 引言

供应链金融是金融行业中提出的一个全新概念, 其含义指银行根据产品供应链的贸易背景、供应链龙头企业信用水平, 利用企业在贸易过程中所产生的确定性的未来现金去作为还款来源的一种金融服务模式, 以此对供应链核心主导企业以及上下游的众多企业提供金融服务以及金融产品。相较传统单一的金融服务模式, 供应链金融一般采取“1+N”模式, 即一条产品供应链, 一般以一家核心企业为主导, 金融机构也更关注核心企业的信用情况, 同时要考量核心企业上游和下游多个企业的情况。总体来讲, 供应链金融是为这条供应链上的“1+N”个企业提供金融服务的。

受资本市场发展进程的影响, 国外学者研究供应链融资较早, 多侧重于“供应链”整体, 强调对资金流的影响, 着重从供应链融资对企业资金流动性的角度展开, 重在分析管理(Liebl et al., 2016; Gelsomino et al., 2016; Chakuu et al., 2019; Song et al., 2018; Gupta et al., 2020)。我国学者对于供应链融资研究开始较晚, 但成果颇为丰富, 更多会从银行等金融机构、企业管理、核心企业等多角度进行分析, 同时兼顾考虑供应链整体和资金流动性和金融方向, 强调资金的获取(于海静等, 2017; 付玮琼, 2020; 王剑, 2019; 龚旭云, 2020)。游涓和苏景志(2022)提出, 商业银行一般不愿接受价值浮动的动产质押, 然而在供应链融资中, 供应链所有企业作为一个整体, 能够以供应链核心企业信用和上下游稳定交易关系为保障, 帮助企业进行授信贷款。在供应链融资的

制约因素方面, 黄奕铭(2023)认为供应链融资基础设施建设不足, 体现在政府支持力度与财政补贴不足方面, 以及融资市场存在信息不对等问题。

当前, 国内学者对供应链融资研究主要集中在融资模式、风险管理及绩效评价。供应链融资模式根据标准差异可以分为核心企业、物流企业和商业银行主导三种模式; 根据供应链上企业经营的实际情况和业务流程标准可以分为预付类、库存类及应收类融资三种。另外, 可以从融资方式创新标准进行分类。小微企业通过供应链融资, 不仅有效提升企业融资效率增加现金流, 还对融资绩效有可能产生影响, 对信息不对称的缓解作用、社会资本、金融信息质量、可持续发展等因素进行分析, 使供应链融资的绩效评价内容更加饱满。越来越多的学者从多个视角探讨了供应链融资对小微企业高质量发展的助推作用。常州市小微企业众多, 是国民经济和社会发展的重要组成部分。摸清小微企业供应链融资现状, 归纳小微企业在供应链融资中存在的问题和影响因素, 是学界和业界都十分关注的问题, 从而为小微企业发展保驾护航, 对常州经济发展具有重要的现实意义。

### 2 供应链金融发展背景下常州小微企业融资现状

在供应链金融发展进程中, 小微企业融资的影响因素具有多样性和复杂性等特点, 因此, 需要通过问卷调查方式对样本企业的数据进行定量和定性分析。基于对企业的理解和认识, 根据常州小微企业发展的实际情况, 开发出针对

**作者简介:** 蒋逸飞(1996-), 男, 汉族, 江苏常州人, 助教, 硕士研究生, 研究方向: 市场营销;

刘东皇(1980-), 男, 汉族, 福建松溪人, 教授, 博士研究生, 研究方向: 宏观经济。

性的调查问卷,在每个区选择若干当地有代表的行业作为目标调查行业,每个行业选择若干有代表性的企业作为研究样本,保证了调查样本的代表性。调查问卷的内容是在参考国内其他学者有关企业发展问题的基础上,与有关专家、政府职能部门和代表性企业负责人研讨后,结合常州市小微企业的实际情况而设计,课题组对问卷进行多次修改、补充加以完善。调查问卷的发放范围是江苏省常州市所辖五区(不含溧阳市)的小微企业。在常州民营经济研究所和相关企业协会的大力支持,以及被调研企业的积极配合下,共收回调查问卷204份,有效调查问卷201份。进一步地,本文从201份有效调查问卷中精选142家更具有代表性的小微企业样本数据进行调查分析。

### 2.1 经营成本增加

2008年,国际金融危机席卷全球,众多小微企业艰难度过,而如今,企业面临更加错综复杂的挑战,生存比当年更加困难,很多企业只能勉强经营。调查显示,近几年小微企业成本明显增加,资金短缺的企业占31%。对于小微企业来说,融资成本普遍较高,其融资成本相对基准利率普遍上浮20%以上,占比超过50%。

### 2.2 资金周转难

调查结果显示,受调查企业仅5%的小微企业表示企业资金周转情况良好,约有65%的小微企业资金周转情况一般,约30%的小微企业资金周转情况陷入紧张。受调查企业中超过90%的企业都表现出有融资需求,其中约30%的小微企业急需融资。在当前背景下,大部分企业资金周转情况不容乐观,绝大部分小微企业的融资需求也正在与日俱增。

### 2.3 融资渠道狭窄

绝大部分小微企业具有较强的融资需求,融资渠道狭窄极大地制约其融资需求的实现。在受调查企业中,65%的受调查小微企业的主要融资渠道是依靠银行贷款,通过直接融资的约占5%,通过小贷公司等非金融机构的占7%,通过民间借贷的占6%,通过其他渠道获取资金,比如由关联企业获取资金的供应链融资方式约占9%。

### 2.4 缺乏抵押物导致融资难

缺乏抵押物是小微企业融资难的最重要因素。根据问卷调查结果,因自身无抵押物而得不到融资的占45%,因缺乏可质押的动产而得不到融资的占13%,因无其他单位担保得不到融资的占11%,其他原因(如抵押物不满足要求等)的占26%。

## 3 常州小微企业供应链融资存在的问题

常州的供应链金融近几年获得快速发展,但相对小微企业融资需求的持续刚性,当前常州供应链金融还不能满足小微企业的融资需求,也面临着供应链的聚集风险、高成

本性与逐利性的矛盾、信用保障体系不健全、链上企业合作有待强化、市场无序竞争等一系列问题。

### 3.1 供应链的聚集风险

供应量融资是保障中小企业资金链完整应运而生的产物,其目的是为了通过资金链完整保证企业正常进行。传统授信注重企业财务报表和规模,在准入方面有一定的门槛,审批涉及诸多部门带来审批流程存在周期长缓解,对中小企业融资渠道的难度系数较大。供应链融资可以在一定程度上缓解以上传统授信的问题,供应链融资在传统授信方面的要求低,更注重贸易结算记录、合同履行能力和现金流流转情况。这种灵活的融资方面可以解决常州这种中小企业密集型城市的资金难题。同时,供应链带来的风险,供应链融资过程中银行对企业的评估更加关注供应链中的关键企业,因此处于供应链上的中小微企业即使没有达到银行的部分标准和要求,只要中小微企业所在供应链上的核心大企业拥有优质信誉,银行也有可能采用该供应链上核心企业的信用评价代替该中小微企业的信用评价,从而达到交易目的。一旦该供应链某个链条上的企业出现了融资问题,就会蔓延到整个供应链,将导致更大的金融灾难。正所谓,千里之堤毁于蚁穴,供应链上的企业都是强关联方。供应链融资是一把双刃剑,带来的机遇与风险并存。

### 3.2 高成本性与逐利性的矛盾

常州中小微企业众多,民营经济发达,并且十大先进制造业产业集群优势明显。2022年,常州市民营经济实现增加值6338.5亿元,按不变价计算增长3.8%,其增加值占GDP比重达66.4%,对全市经济的贡献率为72.0%;全年新登记各类市场主体11.8万户,其中私营企业3.1万户、个体工商户8.4万户;各类市场主体累计80.4万户,增长9.1%。其中,个体工商户53.9万户,增长10.4%。对于行业分布而言,制造业是常州最密集型行业,其中规模以上小微工业企业5147家,占全市规模以上工业企业的90.91%,其他行业所占比重很小。中小微企业的资金需求不同于大型企业,具有贷款周期短、次数多、需要急的特点,因此发放同等规模的等量息资产需要银行付出更多的运营成本,增加银行成本。小微企业由于自身的财务规范问题,如会计报表不规范、内部监督不完善,银行机构为了降低资产风险,会对小微企业加强融资监管来降低道德风险,选择这种操作会增加小微企业的融资交易成本;或者是直接放弃交易降低逆向选择,选择这种操作会导致小微企业融资市场萎缩。不管这两种结果选择哪一种,都不利于小微企业融资活动的开展。

### 3.3 信用保障体系不健全

供应链是基于某种内在联系的企业群结构,如果供应链上有企业,或者其他成员存在诚信问题,都将影响整个供



应链上企业与企业之间、企业与银行之间的信用额度,这种类似多米诺骨牌的效应需要供应量上各个企业都保持良好的信用,但是这是一个比较难以实现的现实问题。另外,当前中国正处于信用体系建设阶段,随之而来的信用评价中介机构更加处于建设阶段,处于发展建设阶段的信用中介机构无法正确履行其职责,不能正确有效评估企业的真实情况,同时企业的失信行为也不能有效公布。两者导致的小微企业供应链融资信用保障体系不健全,一旦以银行为代表的金融机构不能有效对企业所在的供应量或者特定供应链上所有企业进行调查分析,不能准确了解供应链的具体情况,将导致金融结构处于降低资金使用风险的考虑,不能根据供应链的信用情况来调整企业的信用贷款。

### 3.4 链上企业合作有待强化

供应链金融的最主要特点是在供应链中,寻找一家大的核心企业,以核心企业为出发点,为供应链上素有企业提供金融背书。将银行信用,融入供应链上下游企业的购销行为,从而增进供应链上企业的商业信用。在现实发展中,有些供应链上企业间关联性差,且供应链上的核心企业不止一家,所谓的核心企业对整个供应链的带动效应小,这样大大降低了供应链的平台效应。另外,供应链上的核心企业是决定整个供应链金融信誉的关键,具有明显的中心化特征。随着科学技术的发展,供应链金融逐渐从贸易融资转变为线上供应链融资,大数据进入供应链融资过程。大数据凭借其数据积累和技术能力,让更多的数据和信息源加入,使得供应链融资过程更加简单,可以快速通过数据分析完成产业链信用评分和授信,有助于加强供应链金融风险管理。大数据进入供应链金融是一把双刃剑,在供应链金融中也逐渐从绑定核心企业的中心化模式逐步转变为去中心化模式,虽然供应链金融和需要与核心企业合作出发,但业务的开展依托的是供应链上企业的每一笔交易信息带来的数据价值与数据信用,不需要核心企业进行担保,也不需要锁定核心企业的相关还款来源。

### 3.5 市场无序竞争

中国服务贸易协会供应链金融委员会结合上市公司应收账款、预付账款和存货三个供应链业务场景测算指出,2022年,中国供应链金融市场规模约为19.19万亿元。供应链金融市场巨大发展规模以及无限的市场潜力,吸引各大金融机构和企业的加入并踊跃开发拓展业务,不仅包括各类型银行,还包括大型电商及网贷平台、大型物流公司等。这些参与到大数据供应链金融的市场主体受到各个领域内监管机构的监督与管理,缺少统一监管标准,会导致无序竞争,增加后期监管难度。

## 4 常州市小微企业供应链融资健康发展的政策建议

近年来,常州供应链金融不断发展,一定程度上缓解了

小微企业融资难情况,但小微企业融资需求仍然没有得到满足,融资难一直是小微企业发展中亟须解决的问题,因而应大力发展供应链金融,推动小微企业供应链融资健康发展。政府、银行、小微企业及核心企业都应积极而为,形成合力。因此,政府应营造良好的金融环境、加大政策扶持力度,银行要加强产品设计,企业要加强链上企业合作。

### 4.1 营造良好金融环境

企业信用担保处于发展初期,还存在许多问题,如:政府负责出资,建立专门的小微企业担保机构,鼓励建立行业性的担保机构或建立专门用于小微企业融资担保的担保基金会,鼓励股权融资,鼓励担保公司为小微企业提供担保等方式建立健全企业融资担保体系。综合运用道德舆论与法律等手段,加快建设企业信用体系,建立其覆盖全市、信息共享、快速采集、方便抽查的企业信用平台,完善失信惩戒机制,确保失信企业受到应有的惩罚,让失信企业付出应有的代价。因此,企业必须建立健全融资担保体系和信用体系。

小微企业普遍管理不规范,财务管理混乱、会计信息失真的这些问题都存在,这也是企业融资困难的重要原因,将会直接影响小微企业的高质量发展。因此,建议请相关的专门机构去协助小微企业建立并完善企业会计制度以及财务制度,同时也应建立对小微企业进行财务管理的审计制度。小微企业对融资需求规模并没有特别大的需求,有时一次性贷款仅仅是几万或十几万。因此,大型商业银行对小微企业贷款的需求没有特别重视。反观民营商业银行,如若能够满足小微企业的低融资需求,则有利于建立良好的金融秩序。所以,设立和壮大民营商业银行成为不可忽视的问题。

除扩宽企业的外源性融资渠道外,打通内源性融资渠道是克服小微企业资金问题的重要途径。发行市场需要适当宽松些,流通市场要逐步放开。建议开放部分场外市场,建立柜台交易中心,推行小微企业集合债券,允许和鼓励企业发行自己的债券。小微企业规模越小抗风险能力就越差,应大力发展商业保险业务,有借贷款的小微企业可以对其债务投保,保证小微企业有一个较稳定的资金来源渠道,因而建立风险补偿机制迫在眉睫。

### 4.2 加大政策扶持

大数据供应链金融平台采用去中心化技术,通过供应链上核心企业信用凭证在供应链上的拆分流转,链上小微企业依据持有的信用凭证来申请授信,提高小微企业的融资成功率。在遵守市场规律的前提下,政府作为制度设计者,需要为大数据供应链融资的发展过程中凸显的各类问题进行清除和解决,保障大数据供应链金融的可持续发展。在现有条件许可的情况下,规范小微企业自身的评价指标体系,降低小微企业在供应链融资中的准入门槛,拓展对小微企业的服务范围,让更多小微企业在大数据供

供应链金融平台中受益。引导构建小微企业服务平台,成立细分赛道小微企业的担保基金,调查分析细分赛道供应链上小微企业具体问题和特点,加强小微企业融资担保业务产品创新,为细分赛道定制精准专项金融服务,增加小微企业信用及信用类担保创新产品,扩大小微企业贷款融资面和品种。

#### 4.3 加强产品设计

小微企业期望可选的融资途径首位是商业银行贷款,各金融机构应该成立专门的小微企业服务部门,结合常州小微企业发展的实际情况和特点,量身定做符合常州经济发展和产业发展特征的个性化小微企业信贷产品,创新小微企业供应链金融融资产品品种,增加小微企业融资产品可选择面,同时提高小微企业自身的创新能力。

同时,强化对供应链金融产品的监管,有效通过企业信息流将供应链上核心企业与小微企业紧密结合在一起,对供应链金融进行全面、动态监管,打击融资性贸易、非持牌供应链金融行为,将供应链金融监管覆盖到供应链环节上所有企业。

#### 4.4 加强链上企业合作

核心企业是供应链金融上不可或缺的部分,是整个供应链的管理者、组织者和协调者,对供应链上供应商、经销商和下游制造企业形成良好稳定的战略伙伴关系起到非常重要的作用。因此,政府要加大对供应链核心企业的服务力度,帮助其解决在生产经营中的问题和困难,为核心企业发展保驾护航,强化核心企业的领头羊作用,带动上下游企业加入大数据供应链金融平台中,帮助金融机构筛选高质量

客户,降低企业信息获取成本,扩大市场份额,增加金融机构的市场竞争力。同时,大数据供应链金融平台有利于加强供应链所有企业内部交流,减少信息不对称问题,实现细分赛道供应链高质量发展。

#### 参考文献

- [1] 于海静. 基于供应链金融视角的中小企业融资机制研究[J]. 南开经济研究, 2017(4): 141-152.
- [2] 付玮琼. 核心企业主导的供应链金融模式风险机理研究[J]. 企业经济, 2020(1): 136-143.
- [3] 王剑. 我国电商供应链金融的发展及绩效分析[J]. 商业经济研究, 2019(20): 155-159.
- [4] 龚旭云. 小微企业融资模式创新研究[J]. 西南金融, 2020(1): 71-77.
- [5] 张建, 王保权. 加入WTO过渡期中制造业全球分工新格局与新策略[J]. 商业经济, 2004(5): 30-32.
- [6] 游涅, 苏景志. 数字技术赋能中小微企业供应链融资[J]. 印刷经理人, 2022(4): 3.
- [7] 余剑梅. 以供应链金融缓解中小企业融资难问题[J]. 经济纵横, 2011(3): 99-102.
- [8] 闫俊宏, 徐祥泰. 基于供应链金融的中小微企业融资模式分析[J]. 上海金融, 2007(2): 14-16.
- [9] 深圳发展银行-中欧国际工商学院“供应链金融”课题组. 供应链金融: 新经济下的新金融[M]. 上海: 上海远东出版社, 2010.
- [10] Martin R. Fellenz, Cara Augustenborg, Mairead Brady. Requirements for an Evolving Model of Supply Chain Finance: A Technology and Service Providers Perspective[J]. Communications of the IBIMA Volume, 2009(10): 227-235.
- [11] Min Hu, Qifan Hu. Supply Chain Finance and Analysis of its Financing Models[C] // Proceedings of the Eighth International Conference of Chinese Logistics and Transportation Professionals (ICCLTP), 2009: 828-836.

## Research on Supply Chain Financing Strategies to Alleviate Financing Difficulties for Small and Micro Enterprises

### — A Case Study of Changzhou, Jiangsu

Jiang Yifei and Liu Donghuang

(School of Economics, Jiangsu University of Technology, Changzhou, Jiangsu 213001)

**Abstract:** Small and micro enterprises are an important part of the national economy and social development. Studying the current situation of financing for small and micro enterprises under the development of supply chain finance, summarizing the existing problems and causes of small and micro enterprises in supply chain financing, is a matter of great concern to both academia and industry. Research on supply chain finance can provide financing support for the development of small and micro enterprises, which is of great practical significance for the high-quality development of small and micro enterprises. Taking Changzhou, Jiangsu as an example, based on the study of the financing status of small and micro enterprises in Changzhou, this paper analyzes the problems existing in the supply chain financing of small and micro enterprises in Changzhou, and further analyzes the causes. Based on the analysis of the current situation and problems, the paper finally puts forward policy suggestions to promote the healthy development of supply chain financing for small and micro enterprises in Changzhou: the government should create a favorable financial environment and increase policy support, banks should strengthen product design, and enterprises should strengthen cooperation with upstream enterprises. The government, banks, small and micro enterprises, and core enterprises should all actively contribute to form a concerted effort to promote the healthy development of supply chain financing for small and micro enterprises in Changzhou.

**Keywords:** SMEs; national economy; supply chain financing; high-quality development; financial service

# 新格局下中国企业“走出去”生存效率的影响因素分析

## ——基于文化距离对企业并购绩效的影响研究

何雯菁

(中国计量大学经济与管理学院 浙江杭州 310018)

**摘要:** 作为市场经济的主体,企业经营绩效是中国经济能否实现高质量发展的决定性因素。在“推动形成全面开放的新格局”背景下,跨国并购开始成为企业寻求国际化发展的重要手段,但其成功率仍然不能得到良好的保障,其中东道国与母国的文化差异直接影响了跨国并购绩效。因此,本文基于霍夫斯泰德文化距离理论对文化差异进行量化,用实证的方法从微观角度验证文化距离对跨国并购的影响,寻找企业如何通过调节文化差异提升跨国并购绩效的方法。结果表明,并购双方国家之间存在的文化差异(文化距离)会对跨国并购绩效有显著的负向影响。此外,企业规模、股权收购比例以及主并企业股权集中度可以显著降低文化距离因素对跨国并购绩效的负向作用。

**关键词:** 跨国并购; 并购绩效; 文化距离; 多元回归; 市场经济; 文化差异; 企业经营

**本文索引:** 何雯菁. 新格局下中国企业“走出去”生存效率的影响因素分析[J]. 中国商论, 2024(07): 127-130.

**中图分类号:** F279.23

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-127-04

### 1 引言

从“加快形成更高水平对外开放新格局”到“推动形成全面开放新格局”,中国企业主导的跨国并购事件如雨后春笋般不断兴起,并飞速增长。在中国企业“走出去”的过程中起到了重要的推动作用,推动着中国企业逐渐融入经济发达地区的金融活动中。然而,也正因如此,面临复杂多变的宏观环境,它对如何提高跨国并购成功率的相关研究提出了新的问题和更高要求。“七七定律”指出,在进行跨国并购交易活动中,约70%的企业没有通过跨国并购获得预期的价值效果<sup>[1]</sup>,而这部分失败案例中又有70%归因于并购后文化融合引发的问题。同时,毕马威咨询公司的一项调查结果显示,约1/3的企业通过努力终于完成了跨国并购交易,却因并购后主并企业母国和目标企业东道国的文化差异引发文化冲突。作为市场经济的主体,企业跨国并购是否成功、并购绩效直接关系到我国经济发展质量。因此,本文探究企业跨国并购的影响因素,特别是对可能由文化引起的并购失败的风险进行测量,并建立风控系统,降低并购失败率,对实现我国经济高质量发展十分重要。

荷兰心理学家Hofstede提出了一个用来衡量不同国家文化差异的框架,将文化概括为五个基本的文化价值观。随后,学者们提出了文化距离概念,并基于上述文化维度模型中各个维度的差值对主体之间文化差异的大小进行量化。研究发现,文化距离虽然是指宏观环境层面,但它也潜移默化的深入一个企业内部的组织文化层面。著名的冰河模型指出了文化具有层次性,并且不同文化层次之间存在相互

渗透关系<sup>[2]</sup>。正因如此,在宏观大环境下的文化背景差异成为决定并购成败的关键。有学者认为,企业海外并购后的绩效会随着双方宏观文化背景中差异的增大而减小<sup>[3]</sup>。此外,也有持相反观点的学者认为,较大的文化距离反而会促进企业资源重组带来正向效应<sup>[4]</sup>,进而提升跨国并购的绩效。

除文化距离外,一些学者认为,还有其他因素会对跨国并购绩效产生影响。Terry认为,一个企业的规模越大,在一定程度上可以表明其企业拥有的资本越多,在市场中拥有的品牌知名度也就越大。拥有这些优势的企业在进行跨国并购时,其坚实的优势基础可以使企业有足够应对未来未知风险的能力,因此主并企业规模越大时,越有利于企业并购绩效<sup>[5]</sup>。Oyon(1998)发现,企业内管理结构复杂伴随而来的决策冲突<sup>[6]</sup>会造成决策不当等损失,使跨国并购遭受破坏性打击。当企业的股权集中在少数人手里时<sup>[7]</sup>,较为简单的治理结构能够降低企业内部信息交流和决策成本,提升并购后整合效率。另外,主并企业在完成并购后,能够在目标企业的决策中占据多大的话语权,决定了其在目标企业管理过程中的地位。这又取决于并购完成后被收购方的股权结构,即主并企业收购了多大比例的股权。Josefi认为企业在并购时购买被并购方更多的股权<sup>[8]</sup>,可以在很大程度上减少在后期经营过程中被并购方对决策推行的异议。此外,交易双方议价能力<sup>[9]</sup>、交易方式<sup>[10]</sup>、企业财务状况<sup>[11]</sup>等都会影响跨国并购绩效。

因此,文化差异是影响并购绩效的重要因素之一。但现实情况下,能够影响某一事物的因素并不唯一。因此,本文

**作者简介:** 何雯菁(1997-),女,汉族,陕西汉中,人,硕士研究生,研究方向:金融风险,国际商务。



将采用Hofstede的文化距离来科学的度量文化差异的大小并探究其作用于跨国并购绩效的机制。同时加入如企业规模、股权收购比例、主并企业第一大股东持股比例等调节变量探究其在两个变量相关关系中所起到的作用,并控制如企业议价能力等其他无关或影响较小的变量,进行相对完善的研究。

## 2 数据与模型

### 2.1 样本来源及处理

根据对跨国并购概念的界定以及对相关并购数据库平台的检索,本文最终决定从经济金融研究数据库CSMAR中导出2015—2019年进行公告的、所有有中国企业参与的跨国并购事件作为样本,共计样本量约3000余例。样本的选取考虑了两方面的因素:首先,任何信息都具有一定的时间期限,过早的信息超过了其有效期就将不再具有可信度,实验结果也将不再具有代表意义。因此,为了保证检验结果准确可信,以五年作为界定信息是否有效的期限,故以2015年为导出样本的起始时间。其次,对跨国并购绩效的评估需要有一定的稳定期和观察期。由于跨国并购绩效效果的显现并不是即刻发生的,并购当年的数据无法准确地反映出并购效果,因而选用企业完成并购后一年的财务指标作为并购绩效的评估依据。根据我国相关规定,企业对当年的年报只有至次年3月底或4月初才会对外公开披露。本文基于统计学中对统计样本的选取标准,对初步导出的在2015—2019年完成公告的3000余例样本进行进一步筛选,最终取得了中国石化、上海电气等企业的75起国际并购事件作为样本进行实证研究,共涉及28个国家。

### 2.2 变量定义及测量

#### 2.2.1 因变量的定义及测量

本文定义的因变量为跨国并购绩效,在本研究中用其英文的缩写形式MAR表示。在本研究中,对这一因变量的定义为并购完成后,即双方完成整合、主并企业完全取得被并购企业的控制决策权后的盈亏情况。考虑到我国证券交易市场的数据库有效性还有待提高,本文最终选择了较为客观,并且准确性更高、较易获得的财务指标作为对本文研究样本的跨国并购绩效的标准进行分析。企业跨国并购绩效会受到交易前期绩效水平的影响,由于数据更新具有一定的滞后性,用完成公告的前1年与企业完成公告的后1年的净资产回报率(ROE)的差值作为衡量跨国并购绩效的指标。

#### 2.2.2 自变量的定义及测量

##### (1)文化距离(Culture Distance)

本文自变量为文化距离CD。Hofstede的文化维度模型将文化分为五个价值观维度。将每个维度都进行量化成为一个值,最终得出各个国家不同维度的值。本文对自变量文化距离CD的定义为指主并企业母国(即中国)与目标企业东

道国在五个文化维度下(现为六个维度,但由于新增维度当前数据不全面,无法确保每个国家的数据均可查询到,故将其剔除)差异的综合值。在本研究中使用公式(1)来计算文化距离。其中: $CD_j$ 为第j个国家与我国的文化距离; $I_{ic}$ 为中国的第i个文化维度指数值; $I_{ij}$ 为第j个国家的第i个文化维度指数值; $V_i$ 为第i个文化维度指数的方差。数据来源于Hofstede文化维度模型中所得的各个国家的指数。根据公式(1),对样本中涉及国家的文化距离进行计算,出于篇幅限制不过多展示。

$$CD_j = \frac{\sum \left[ \frac{(I_{ij} - I_{ic})^2}{V_i} \right]}{5} \quad (1)$$

##### (2)主并企业财务状况(Financial Condition)

在大多数现有研究中,学者们认为企业例如偿债能力等一些能够评估其财务状况的指标,是企业在未来抵抗危机能力的体现<sup>[11]</sup>。财务状况不佳时,发生财务危机的可能性极大。对于资产负债率高的企业而言,如果执意进行交易,会导致主并企业在交易后出现资金周转不灵等财务风险的可能增大,不利于后期经营,对并购绩效产生不良影响。本研究将采用并购方主体企业在并购公告时间前一年末的资产负债率对其财务状况进行测量。

##### (3)主并企业规模 ES (Enterprises Size)

在本文的样本并购事件中,主体收购方为我国A股上市公司,因此对于检验所需数据,只要其是存在于企业财务报表中的指标,均较易获得。一个企业所拥有的资产是其经营规模的体现,故在本研究中用并购交易公告前一年末主并企业的总资产对企业规模进行测量。但由于资产数值巨大,特在此以自然对数的形式表示。

##### (4)并购交易总价(Total Price)

并购中交易总价,即为收购方购买卖方企业股权的总花费。其金额的大小实质上是对企业的讨价还价能力的反馈。而学者们认为,买方的议价能力与并购绩效具有在某些时候表现为相关关系。与此同时,一部分认同此观点的学者认为,花费过高的交易总价可能会导致主并企业短时间内出现资金缺口,因此交易总金额会直接影响企业并购后的经营,对跨国并购绩效产生影响。

##### (5)股权收购比例CA (Control Ability)

收购较高比例的股权能够确保决策权掌握在主并企业手中,显著降低管理中由于决策分歧引发文化冲突的风险,降低并购后整合的难度,保证其在管理控制中的主导地位,降低了不确定性的风险,从而提高了资源整合的效率。由此,本研究在自变量文化距离与因变量跨国并购绩效的关联关系中引入股权收购比例作为调节变量,将并购后并购方对被并购方的控制程度用收购对方股权的比例进行

测量。

### 2.3 回归模型

研究一个因变量、与两个或两个以上自变量回归,反映一种现象或事物的数量依多种现象或事物的数量的变动而相应变动的规律,建立多个变量之间线性或非线性数学模型数量关系式的统计方法。在本文中,以并购绩效(MAR)为因变量,以文化距离(Culture Distance)为自变量,以主并企业财务状况(Financial Condition)、主并企业规模(Enterprises Size)、交易总价(Total Price)、股权收购比例(Control Ability)为控制量的多元回归模型。多元回归模型如下所示:

$$MAR = \beta_0 + \beta_1 CD + \beta_2 TP + \beta_3 ES + \beta_4 CA + \beta_5 FC + \varepsilon_1 \quad (2)$$

其中, $\beta_0$ 为纵截距; $\beta_k(k=1,2,3,\dots,n)$ 为回归系数; $\varepsilon$ 表示线性拟合误差。

## 3 实证分析

### 3.1 变量的描述性统计

本文对研究指标进行描述性统计,出于篇幅限制结果备索。结果显示在本研究样本中,自变量文化距离最小值约0.39,最大值约5.22,样本总体均值约为3.05。此外,因变量并购绩效的平均值约为-0.03,这说明我国大部分企业跨国并购后净资产收益率均有所降低,即我国企业跨国并购海外企业后的经营效果仍处于较低水平,大多数企业在进行跨国后并不能使主并企业自身得到更好的发展。换句话说,跨国并购交易仍普遍存在低生存、高死亡现象。这更加充分的体现了探索文化距离与企业跨国并购绩效的之间的关联机制,以寻求提高企业并购后绩效水平的方法尤为重要。

### 3.2 变量的相关性分析

本文在通过(Pearson)相关性分析验证自变量文化距离与因变量跨国并购绩效之间在0.05级别下存在显著相关关系,由此可以初步验证假设。同时,变量股权收购比例CA与变量主并企业规模之间存在0.05水平下的相关关系,因此剔除变量主并企业规模进行建模,校正后的回归模型为:

$$MAR = \beta_0 + \beta_1 CD + \beta_2 TP + \beta_4 CA + \beta_5 FC + \varepsilon_1 \quad (3)$$

### 3.3 回归结果分析

#### 3.3.1 多元回归结果

跨国并购绩效对其相关变量的多元回归分析结果备索。回归结果表明相关变量包括自变量文化距离等有可能对跨国并购绩效产生影响的因素。就此结果来看,不同变量对跨国并购绩效的作用各不相同,结果显示文化距离CD、股权收购比例CA两变量的回归系数为负,即这两个变量对跨国并购绩效有负向影响,且这两个变量的P值均小于0.05,证明其通过t检验,文化距离CD及股权收购比例CA两个变量对跨国并购绩效影响显著。同时,从回归系数角度分

析,文化距离CD对因变量跨国并购绩效MAR的回归系数为-0.073,表明文化距离每增加一个单位,则企业跨国并购绩效减少0.073个单位,即主并企业母国与被并购企业东道国之间差异越大,越不利于跨国企业的并购绩效。此外,交易总价TP和主并企业财务状况FC两者回归系数为正,表明这两个变量对跨国并购绩效有正向影响,但影响并不显著。总的来说,该模型的线性拟合优度 $R^2$ 为0.7966,调整后的 $R^2$ 为0.7849 $>$ 0.6,表明线性拟合结果好。同时,F值为68.52,也证明该模型拟合情况符合预期。

#### 3.3.2 异方差检验结果

本文采用BP检验和White检验对上述线性拟合模型进行异方差检验,BP检验结果P值为0.2124 $>$ 0.05,不拒绝原假设,该模型通过异方差检验。但在随后的怀特检验中,该模型检验结果P值为0.0029 $<$ 0.05,拒绝原假设,该模型存在异方差性。在此,本文以怀特检验结果为准,采用稳健标准误的方式对模型进行修正。

#### 3.3.3 采用稳健标准误的回归模型

本文采用稳健标准误修正后的多元回归分析结果,相关变量同样包括自变量文化距离等所有可能对跨国并购绩效产生影响的因素,结果备索。总的来说,修正后的回归模型拟合优度线性拟合度较之前略有提升。同时,各变量系数符号与此前结果一致。其中,文化距离CD对因变量跨国并购绩效MAR的回归系数仍为-0.073,表明文化距离每增加一个单位,则企业跨国并购绩效减少0.073个单位。

## 4 结语

本文运用Stata16进行实证分析,得到以下结论:第一,交易双方企业的母国与东道国文化距离越大则跨国并购后绩效越差。并购是否能够成功在很大程度上要依赖于并购后的资源整合过程,在跨国并购中更是如此,尤其在跨国并购后的资源整合中,需要面临由不同国家间文化的距离性引起的不同企业内部文化的差异性。企业来自不同文化的员工在文化背景潜移默化的影响下产生不同的价值观念,可能导致企业内部冲突的发生。文化差异越大,观念差异也就越大,产生矛盾的可能也就越大,将会从各个方面降低企业并购后的绩效。第二,股权集中度与并购绩效之间具有显著的负相关关系,与预期结果相反,但相关系数相对较小。因此,并购过程中收购的股权比例越大,虽然在此后的决策中主并企业具有绝对的话语权,但事实上收购比例越大也就意味着被并购企业所面临的变革就越大,绝对话语权可能引发被并购企业员工的逆反心理,从而产生文化冲突,影响并购绩效。

“知己知彼,百战不殆”。事先了解目标企业的组织文化以及目标企业东道国的国家文化,预测并购后资源整合过程中可能面临的文化差异导致的风险,并针对这些风险

做好应对措施,以降低风险发生的可能性,从而确保获得良好的跨国并购绩效。在对文化距离较大的企业进行跨国并购时,丰富跨文化交流相关的培训,员工的素质和学习能力。同时,增加开展企业内部团建活动的次数,为来自不同文化背景的员工提供相互交流的平台,以适应跨国并购环境,并且建立员工交流和信息反馈平台,保证来自不同文化的员工之间进行有效沟通。另外,管理者要起到积极表率作用,将学习常态化,提高管理者的学习能力,快速把握文化差异,并积极学习不同文化的优秀部分,促进文化融合,使企业充满活力。只有企业在并购后良性发展,实现生产效率的提升,才能在“全面开放的新格局”下进一步推进中国经济从“高速发展”向“高质量发展”转变。

### 参考文献

[1] 陈小梅,吴小洁,汪秀琼,等.中国企业逆向跨国并购整合过程的质性元分析研究[J].管理世界,2021,37(11):159-183+11-15.  
[2] 范微.冰河模型:跨文化管理新框架[J].北大商业评论,2014(5):34-43.  
[3] 杨勇,梁辰,胡渊.文化距离对中国对外直接投资企业经营绩效

影响研究:基于制造业上市公司微观数据的实证分析[J].国际贸易问题,2018(6):27-40.  
[4] 陈爱贞,张鹏飞.并购、资源重组与目标企业增长[J].世界经济,2023,46(4):220-248.  
[5] 廖东声,陈曦.国家情境、企业特征与跨国并购完成:基于组态视角[J].郑州航空工业管理学院学报,2023,41(2):15-22.  
[6] C MARKIDES, D OYON. International Acquisitions: Do They Create Value for Shareholders[J]. European Management Journal, 1998,16(2):125-135.  
[7] 冯婧.中小企业资本结构对公司治理绩效影响实证研究:以创业板为例[J].财务管理研究,2022(11):78-82.  
[8] 张泓.目标企业CEO变更对跨国企业国际并购绩效的影响[D].沈阳:东北大学,2015.  
[9] 周柯昕.企业跨国并购风险分析[J].商场现代化,2021(19):77-79.  
[10] J CHILD, L CHUNG, H DAVIES. The Performance of Cross-Border Units in China: A Test of Natural Selection, Strategic Choice and Contingency Theories[J]. Journal of International Business Studies, 2003, 34(3): 242-254.  
[11] 余丽霞,刘逸,李雨函.企业海外并购中的风险及对策研究:以海航集团为例[J].财务管理研究,2020(3):18-24.

## Analysis of the Factors Influencing the Survival Efficiency of Chinese Firms Going Global under the New Pattern

### —— A study on the impact of cultural distance on M&A performance

He Wenjing

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

**Abstract:** As the mainstay of the market economy, the business performance of enterprises is a decisive factor for the high-quality development of China's economy. In the context of "promoting the formation of a new pattern of comprehensive opening up", cross-border mergers and acquisitions (M&A) have become an important means for enterprises to seek international development, but their success rate is still not well guaranteed. Cultural differences between the host and home countries directly affect cross-border M&A performance. Therefore, this paper quantifies cultural differences based on Hofstede's Cultural Dimensions theory, and uses an empirical approach to verify the impact of cultural distance on cross-border M&A from a micro perspective, while seeking methods for firms to improve cross-border M&A performance by adjusting cultural differences. The results show that cultural differences (i.e. cultural distance) between the countries of the M&A parties have a significant negative association with cross-border M&A performance. In addition, the firm size, equity acquisition ratio, and concentration of equity in the main merging firm significantly reduce the negative effect of cultural distance on cross-border M&A performance.

**Keywords:** cross-border M&A; M&A performance; cultural distance; multiple regression; market economy; cultural difference; business operation



# 老龄化背景下粤港澳大湾区养老产业发展研究

方妙英<sup>1</sup> 黄婉丽<sup>2</sup>

(1. 广州航海学院 广东广州 510725; 2. 东莞理工学院 广东东莞 523106)

**摘要:** 当前,我国正加快推进粤港澳大湾区建设,要把粤港澳大湾区建设成为新发展格局的战略支点、高质量发展的示范地、中国式现代化的引领地。然而,粤港澳大湾区人口老龄化形势严峻,如何妥善解决老年人的养老问题,满足老年人日益增长的养老需求,是湾区经济建设中亟需关注的问题。本文基于老龄化背景,通过文献查阅,实地调研,对粤港澳大湾区养老产业发展现状进行详细分析、发现湾区的养老产业存在供需不匹配、专业人才短缺、制度机制不健全等问题,并提出加大供给,实现供需平衡;加大专业人才培养力度,实现人才结构优化;加强产业规划,完善养老产业发展的制度和机制等建议,以促进粤港澳大湾区养老产业高质量发展。

**关键词:** 养老产业; 粤港澳大湾区; 老龄化; 中国式现代化; 高质量发展; 新发展格局

**本文索引:** 方妙英,黄婉丽.老龄化背景下粤港澳大湾区养老产业发展研究[J].中国商论,2024(07):131-134.

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-131-04

粤港澳大湾区是我国改革开放的前沿阵地,也是我国经济发展最具活力的地区。2019年,中共中央、国务院印发《粤港澳大湾区发展规划纲要》,高度重视并积极推进粤港澳大湾区建设。习近平总书记2023年在视察广东时强调,“使粤港澳大湾区成为新发展格局的战略支点、高质量发展的示范地、中国式现代化的引领地”。在国家的大力支持下,粤港澳大湾区建设的制度性基础不断夯实、阶段性成就不断涌现,大湾区在交通区位、国际化水平、经济活力、产业体系构建、创新要素集聚等方面的优势持续得到强化,日益释放“虹吸效应”。

但随着经济的不断发展,粤港澳大湾区老龄化日趋严峻,截至2022年底,广东省60岁及以上人口为1702万人,占13.45%;广州市户籍人口1034.91万人,其中60岁及以上老年人口195.21万人,占户籍人口的18.86%;而香港早在2021年,65岁及以上的老年人口就占总人口的19.6%，“未备先老”日益凸起。人口老龄化不仅给家庭带来沉重的负担,还对湾区的经济、文化、政治产生重大影响。“十四五”规划将积极应对老龄化上升为国家战略,2022年底中央经济工作会议更是将“养老服务”列为三大扩内需方向之一。从长远来看,要有效破解老龄化难题,必须大力发展养老产业。推动养老产业的发展不仅能满足老年人日益增长的多样化养老需求,提高老年人晚年生活品质 and 幸福感,还为创业者和投资者提供市场机会,促进湾区经济增长,推动经济转型和创新发展。本文基于老龄化背景,通过文献查阅和实地调研,深入剖析粤港澳大湾区养老产业的发展状况,揭示养老

产业发展中存在的问题,以期为大湾区养老产业的可持续发展提供参考和借鉴,加快推进粤港澳大湾区建设。

## 1 粤港澳大湾区养老产业发展现状

根据国家统计局颁布的《养老产业统计分类(2020)》,“养老产业,是以保障和改善老年人生活、健康、所安等为目的,为社会公众提供各种养老及相关产品(货物和服务)的生产活动集合,包括专门为养老或老年人提供产品的活动,以及适合老年人的养老用品和相关产品制造活动。”<sup>[1]</sup>粤港澳大湾区毗邻南海,由香港特别行政区、澳门特别行政区和广东省广州市、深圳市、珠海市、佛山市、惠州市、东莞市、中山市、江门市、肇庆市9个城市组成,截至2020年12月,粤港澳大湾区常住人口达8617.19万人。2022年,粤港澳大湾区经济总量超13万亿元人民币。经过文献搜索和实地调研,粤港澳大湾区养老产业发展现状总结如下。

### 1.1 养老市场容量大,投资蓝海效应明显

根据市场营销学理论,人口、购买力和购买欲望是决定市场大小的三大要素。《2022年广东国民经济和社会发展统计公报》显示:2022年末,广东省60岁及以上人口为1702万人,占13.45%。无独有偶,香港统计署和澳门统计暨普查局数据显示,香港2022年底65岁及以上的高龄人口占总体人口比例在20%以上,2022年底澳门65岁及以上的老年人口也达13.3%。可见,粤港澳三地均面临着不同程度的人口老龄化。随着经济的快速发展和社会的不断进步,城乡居民的支配收入不断增加,人们对养老问题的关注度也持续提

**基金项目:** 广东省哲学社会科学规划项目“老龄化背景下粤港澳大湾区养老产业协同发展研究”(GD20CY34)。

**作者简介:** 方妙英(1981-),女,汉族,广东东莞人,副教授,博士,研究方向:养老、社会保障、工商管理;

黄婉丽(2001-),女,汉族,广东汕头人,硕士研究生,研究方向:国际贸易、市场营销。

高,越来越多的子女关心和重视父母的晚年生活,希望父母老年能安享晚年,愿意为父母购买各种老年用品,为父母提供必要的关怀和支持。可见,我国养老产业潜在的市场需求相当大。

尚普咨询数据显示,2022年中国养老市场规模达10.4万亿元,同比增长22.3%。粤港澳大湾区作为全球著名的经济中心与创新高地,其养老产业被誉为投资蓝海。据预测,目前粤港澳大湾区中的养老、医疗等健康产业规模约7000亿,依照此递增速度,到2028年大湾区的健康产业规模可能会到2万多亿,预计到2030年达到2.5万~3万亿的规模,市场潜力巨大。老龄化背景下,人们对养老服务的需求越来越大,也带来了巨大的市场机遇。智慧养老、医养结合、养老服务、养老金融等子行业受到大湾区养老产业资本追捧和投资者追捧,投资者们大量涌入粤港澳大湾区养老产业,希望从中共享商机与收益。港澳企业以其丰富经验和先进的管理模式,积极参与大湾区养老产业的投资和经营。目前,不少港澳企业已选择在广东设立养老服务机构,或积极投资和合作养老产业项目。

### 1.2 养老需求多样化,养老产业趋于细分化

项目组对粤港澳大湾区3805名60岁以上老人的调查结果显示,湾区老年人的人均养老消费持续增长,养老需求多样化。老年人的人均消费中,排第一的是日常消费占62.8%,其次是医疗康养占22.5%,而社交娱乐占12.6%、养老金融只占2.1%,其中医疗和社交娱乐消费近年的增速是最快的。随着老年人群体对社交、娱乐、陪伴等需求的日益强烈,养老需求将逐步转向第三方提供包含关怀访视等服务在内的养老设施和养老服务。因此,食品、医疗康养、保健品是老年人主要消费需求,而照料服务、夕阳旅游、智慧适老器械等在未来将成为老年人消费新的增长点,将为养老产业发展带来机遇。

为了满足湾区老年人多元化的需求,湾区养老产业的发展也趋于细分化,分为养老金融业(各种养老保险产品)、养老房地产业(老年公寓、护理院等)、养老用品业(老年医疗器械、保健品、老年药品等)和养老服务业(照护服务、医疗护理等)四个部分。目前,湾区养老产业各细分行业发展态势良好。例如:鹤山雁鸣湖畔养老养生公寓获选全省旅居养老示范基地,承办全省旅居养老项目首发团;东莞市建设了医养结合的养老护理院,助力东莞老人实现“老有所归”;中山开放大学就曾获评“广东老年大学示范分校”;佛山市老年用品产业有较好的产业基础与集群优势,“一床二椅”(医疗床、牙椅和轮椅)辅具用品等领域处于全国领先地位。

### 1.3 政府作为,积极构建养老产业良好的政策环境

近几年,粤港澳大湾区各级政府深入实施积极应对人口老龄化国家战略,出台多个政策大力发展养老产业,内容

涉及标准互认、鼓励港澳企业在粤投资等方面。例如:2023年4月,粤港澳联合发布110项“湾区标准”,其中《养老机构认知症老年人生活照顾指南》对大湾区养老服务标准规范的建立具有指导性意义,进一步促进内地和港澳在医疗机构设立和医疗服务互认互利合作的达成;又如:2023年5月,粤港两地共同签署了《关于共同推进粤港两地养老合作的备忘录》,以共同促进两地养老服务合作跨越式发展为目标,促进粤港养老服务领域的交流合作和优势互补,促进老年服务的质量持续提高。2019年11月,广东省政府办公厅发布《关于加快推进养老服务发展的若干措施》,提出支持港澳投资者在广东按规定以独资、合资或合作等方式兴办养老机构。港澳服务提供者在粤兴办的养老机构与内地民办养老机构享受同等待遇。此外,在资金投入方面,粤港澳大湾区地方政府主要通过财政补贴等方式向老年群体和养老机构提供资金支持<sup>[2]</sup>。在基础设施建设方面,粤港澳大湾区各地方政府加大养老机构及适老环境的建设力度,为老人提供便利的居住设施和便捷的生活服务。可见,在政府的积极谋划下,粤港澳大湾区正积极构建良好的政策环境,为养老产业的发展奠定良好的基础。

## 2 粤港澳大湾区养老产业存在的问题

### 2.1 养老产业供给不足,供需失衡

随着老龄人口快速增长,粤港澳大湾区养老产业出现供需失衡、供给不足等问题。本文以养老产业的细分市场养老服务业为例,养老服务业主要包括医疗服务、护理服务和家政服务,其中有代表性的供给指标是机构养老床位数量。2016年,民政部和国家发改委印发的《民政事业发展第十三个五年规划》中提出,到2020年每千名老年人口拥有养老床位达到35~40张。但广东省在2020年,每千名老年人口拥有养老床位只有34张,没有达到预期目标。养老事业发展较快的广州市,2022年每千名老年人拥有养老床位数也只是40张。东莞市2021年底,每千名老人床位数只有35.27张,肇庆市也只有35张,不少城市还达不到35张的最低要求,特别是香港,虽然近年来香港特区政府大力支持养老事业的发展,不断增加安老院的供给,但养老宿位依然供不应求,长者轮候等待时间过长,截至2022年12月底,轮候资助安老宿位的老人将近1.9万人,预计到2026—2027年,香港仍然欠缺1.16万个资助宿位。可见,养老产业作为一个新兴产业,目前仍然缺乏有效供给<sup>[3]</sup>、供需矛盾突出。

### 2.2 养老产业专业人才短缺,结构不合理

尽管养老产业在粤港澳大湾区呈现快速发展态势,但整个行业仍处于初级阶段。国家卫健委2021年数据显示,目前我国约有2.64亿老年人、失能和半失能老年人约4000万,占老年总人口的16%,养老护理员总需求量多达600多万,但如今只有50多万人从事养老护理服务。与市场的需求相



比,我国养老产业存在巨大的人才缺口。项目组走访广州、深圳、东莞多个养老院,其负责人均表示目前养老服务人才尤其是高素质专业人才存在数量短缺,流失严重问题。就读养老护理专业的学生,毕业后到岗第一年的流失率达到30%,第二年达50%,第三年高达70%。此外,数字经济时代下,国家正大力推动智慧养老产业的发展,养老产业转型升级涉及医疗、服务、硬件以及信息等诸多领域,离不开专业人才的有力支撑,但这类复合型人才特别短缺。

目前,农村进城务工人员仍是一线养老护理行业的主力,这些护理员大多是40~50岁的中年人,学历以初中及以下为主,普遍存在学历低、技能水平不高,年龄偏大等问题。项目组调查结果显示,2022年东莞市居家养老护工队伍,学历普遍偏低,初中到高中学历人员居多,占比达55.7%,小学及以下占比高达43.8%;持有养老护理员证书的护工只有286人,仅占21.8%,缺乏专业的营养师与康复师。可见,养老服务业从业人员的整体素质偏低,结构不合理,服务水平和质量都有待提高<sup>[4]</sup>。

### 2.3 养老产业整体规划不足, 制度机制不健全

近几年,国家地方陆续出台多个政策法规,为粤港澳大湾区的养老产业发展指明方向。从《粤港澳大湾区发展规划纲要》到《粤港澳大湾区城市民政事业协同发展合作框架协议》《关于金融支持粤港澳大湾区建设的意见》等,提出多种举措加快推进湾区养老产业的发展进程,积极应对人口老龄化。然后,一个产业的高质量发展需要有一整套完整的政策引导机制、产业协同机制、人才培养机制、资金支持机制、信息共享机制以及产业监管机制等配套机制和制度予以支持。但目前涉及湾区养老的这些政策大多是在宏观上提出了养老产业在大湾区大致的发展方向,还有待进一步完善和细化。例如,港澳和内地的养老信息并没有共享。又如,目前粤港澳大湾区“2+9”市的养老产业规划,是各城市基于自身的发展基础而制定,出现主导产业选择相似,发展方向雷同、产业布局同质化等问题(例如广州、深圳、东莞、佛山四市均主推发展老年用品),缺乏一个站在粤港澳大湾区角度的整体产业规划。如何“发挥香港、澳门、广州、深圳创新研发能力强、运营总部密集以及珠海、佛山、惠州、东莞、中山、江门、肇庆等地产业链齐全的优势”,加强大湾区养老产业对接,避免城市间恶性竞争,提高协作发展水平,出台完善的保障制度和机制,较好地形成具有竞争优势的养老产业集群是粤港澳大湾区养老产业发展急需考虑和解决的问题。

## 3 粤港澳大湾区养老产业高质量发展对策

### 3.1 加大供给, 推动养老产业实现供需平衡

针对养老产业的供需失衡问题,政府可通过以下几个举措,促进粤港澳大湾区养老产业健康快速发展:首先,通

过激发老年人的多样化养老需求促进养老产业供给的增加。需求和供给是相互作用的,需求的增加可以促进供给的增加,供给的增加又可以满足更多需求。具体来说,通过提高老年人的养老金、社保等福利待遇,增加老年人的消费能力,促进养老服务的需求增加;通过各种宣传推广活动,提高老年人对养老服务的认知度和信任度,增加老年人对养老服务的需求;加强中华传统文化孝道的宣传,引导中年子女投入更多的金钱在父母的养老上,为父母购买更多智慧适老用品、老年课程,提高父母老年生活质量。其次,政府持续加大对养老服务业的投入,建设更多的养老机构、社区养老服务中心、老年公寓,提供更多的养老床位,使每千名老年人拥有养老床位数达到40张。同时,出台相关政策,鼓励社会资本进入养老产业,提高养老产业投资回报率,双管齐下,提高养老服务的供给数量。再次,养老产业企业开展更加多元化的养老服务,加大对养老产业专业技术人才的培养力度,提高养老产业人才的素质和能力,提高养老服务的供给质量。最后,港澳地区养老供给不足问题,可鼓励港澳地区的养老机构与内地的养老机构合作,提供跨境养老服务,大湾区的深圳、珠海、江门等城市,可以承接港澳的养老服务,为港澳地区的老年人提供更多元化、高质量的养老服务,让港澳老人在粤养老。当然,要做好跨境养老,还要加强港澳地区与内地养老服务标准的协调,提高养老服务的质量和安全性,推动港澳地区与内地养老保险的互认,为老年人提供更加便捷的养老保险服务,降低老年人的养老风险。

### 3.2 加大专业人才培养力度, 实现人才结构优化

养老产业要想实现可持续和高质量发展,就必须有一支具有较高素质和较强专业能力的养老人才队伍,能够为老年人提供高质量、人性化的养老服务,以适应老年人不断增长的多样化需求。为应对养老服务人才不足的问题,具有以下解决途径:首先,要加强对养老服务人才的培养,与职业技术学院进行合作,开设专业培训课程和建立相关专业学院,培养专业的养老服务人才。邀请港澳优秀的督导来内地培训,以外聘督导的方式来为专业人才进行授课,以此壮大养老服务队伍、提升养老专业人才的整体素质。其次,完善相关养老服务培训体系,提升养老行业的入职门槛,确保养老医疗服务人员的专业性。最后,政府及有关机构也应加强对养老服务人才政策的扶持与激励,建立健全职业发展通道与晋升机制,采用增加晋升机会与培训资源、提高薪酬待遇等措施来吸引更多的人才进入养老服务行业,增强行业的吸引力与竞争力。

### 3.3 加强产业规划, 完善养老产业发展的制度和机制

为了更好地应对人口老龄化,满足老年人日趋增长的多样化需求,要坚持政府引导、市场运作的原则,加强产业规划,完善养老产业发展的制度和机制,确保养老产业更快



更好的发展。具体而言:首先,加强政府引导作用,建立政策引导机制。包括通过深入调研,结合目前湾区各城市养老产业发展的实际情况,对湾区“2区9市”的养老产业进行整理规划,充分发挥各地优势,产生1+1>2的聚集效应。建立完善的养老产业准入制度、产业标准等,为养老产业提供明确的规范和指导,促进其实现健康有序发展。其次,建立产业监管机制,强化市场监督管理<sup>[5]</sup>,让养老机构的运营行为透明公开,并加强对其质量和安全的监管,以此有效维护老年人的权益,保证养老服务的质量和可靠性,以促进产业的健康发展。再次,建立信息共享机制,促进信息的共享和交流,提高产业的透明度和效率。例如,推动湾区养老信息共享与一体化平台建设,建立和完善粤港澳大湾区养老、医疗等社会福利信息共享平台,帮助大湾区各地方区域实现养老医疗等信息的互通互联,促进医疗资源共享与协同发展,以帮助老年人在大湾区内享受到优质的养老医疗服务。最后,完善资金支持机制,建立配套的资金支持机制,包括政府投资、银行贷款、风险投资等,激励社会组织参与养老服务,引

导社会力量加入养老产业,为养老服务提供更多样化、创新性的供给。

相信,通过政府、社会以及市场各方面通力合作,定能实现粤港澳大湾区养老产业的高质量发展,推动湾区经济的可持续发展,满足湾区老人日益增长的多样化需求,让老人安享晚年,实现老有所养。

### 参考文献

- [1] 国家统计局令(第30号)[EB/OL],[https://www.gov.cn/gongbao/content/2020/content\\_5503559.htm](https://www.gov.cn/gongbao/content/2020/content_5503559.htm),2023-10-30.
- [2] 邵任薇,魏景霞.粤港澳大湾区珠三角九市养老服务政策研究:基于政策文本内容分析[J].秘书,2022(3):28-38.
- [3] 杨武.新时代养老产业发展机遇及对策研究[J].当代经济管理,2021,43(7):86-90.
- [4] 刘飞,鲍身伟,王欣亮.人工智能时代养老产业高质量发展的抉择:依据、动力与策略[J].西北大学学报(哲学社会科学版),2020,50(2):150-159.
- [5] 尹凡,张亚明,刘明,等.供给侧结构性视域下我国养老产业发展制约因素与战略抉择[J].城市发展研究,2020,27(4):1-5.

## Research on the Development of Elderly Care Industry in the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area in the Context of Population Aging

Fang Miaoying<sup>1</sup> and Huang Wanli<sup>2</sup>

(1. Guangzhou Maritime University, Guangzhou, Guangdong 510725;

2. Dongguan University of Technology, Dongguan, Guangdong 523106)

**Abstract:** At present, China is accelerating the construction of the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area (GBA), which will be built into a strategic fulcrum of the new development paradigm, a demonstration area for high-quality development, and a leading place for the Chinese path to modernization. However, the population aging in the GBA is severe. How to properly solve the issue of elderly care and meet the growing demands for elderly services is an urgent concern that needs to be addressed in the economic construction of the GBA. Based on the background of population aging, this paper conducts a detailed analysis of the current development status of the elderly care industry in the GBA through literature review and field research. It is found that there are problems such as mismatch between supply and demand, shortage of professional talents, and incomplete institutional mechanisms in the elderly care industry in the GBA. The paper proposes suggestions such as increasing supply to achieve supply-demand balance, intensifying professional talent training to optimize the talent structure, and strengthening industrial planning to improve the system and mechanism for the development of the elderly care industry, thus promoting the high-quality development of the elderly care industry in the GBA.

**Keywords:** elderly care industry; Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area; aging; Chinese path to modernization; high-quality development, new development paradigm

# 利用区位熵分析产业结构合理性

## ——以黑龙江为例

张国锋 黄佳慧 董大朋(通讯作者)

(黑龙江八一农垦大学经济管理学院 黑龙江大庆 163319)

**摘要:** 由于地理条件、资源分布、历史因素、人文环境和技术水平等多重原因影响,黑龙江省在区域经济发展上呈现不平衡态势。这种区域间的经济差异正在阻碍黑龙江省整体经济的持续稳定发展。本文利用各地区的区位熵值来分析黑龙江省各地区产业结构的实际状况,发现黑龙江省各地区存在第一二三产业结构趋同化、产业集聚程度较高等问题。本文针对黑龙江省在实际情况中遇到的挑战,分析发展受到阻碍的原因,并对产业结构优化调整和升级提出解决方法,以供参考。

**关键词:** 黑龙江省; 区位熵; 产业集聚; 产业结构; 协调发展; 区域经济

**本文索引:** 张国锋,黄佳慧,董大朋.利用区位熵分析产业结构合理性[J].中国商论,2024(07):135-138.

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-135-04

在东北振兴战略实施20周年的重要节点,习近平总书记再次亲临黑龙江考察,强调要贯彻落实党中央关于推动东北全面振兴的决策部署,发挥自身的产业优势和区位优势,转化为新的发展动力和优势。黑龙江作为东北振兴战略的重点区域,国家的重要商品粮生产基地、重型装备制造基地、重要能源及原材料基地,更要积极为国家的发展做出贡献。同时,黑龙江还要在维护国家的国防安全、粮食安全、产业安全等方面积极履行职责,全面推动黑龙江的高质量发展对东北振兴具有重要意义。

为了实现东北振兴目标,黑龙江需要针对当前的区域经济发展不平衡问题采取措施,造成这种不平衡的原因有很多,主要因素有:地缘因素与自然条件、资源禀赋及开发因素、历史遗留等问题,导致黑龙江省各城市产业结构不协调,主要体现在产业结构相对单一,传统产业比重过大,这些问题正在阻碍黑龙江省整体经济的稳健发展,因此本文通过对黑龙江省的产业结构进行分析和研究,利用区位熵方法探索出各个产业的集聚程度,进而为黑龙江省的产业结构调整和优化提供参考。

### 1 黑龙江省区域经济发展状况

黑龙江位于中国东北部,是中国最北端及最东端的省级行政区。总面积 47.3 万平方公里,约占全国总面积的 4.7%。主要特征是春季低温干旱,夏季温热多雨,秋季易涝早霜,冬季寒冷漫长,无霜期短<sup>[1]</sup>。2019年,黑龙江省的GDP

为13612.7亿元,位居全国第24;2020年,黑龙江省的GDP为13698.5亿元,位居全国第25;2021年,黑龙江省的GDP为14879.2亿元,位居全国第25。中国一共有34个省级行政区,而黑龙江省经济发展已经连续三年倒数前十;黑龙江省自然资源丰富,拥有石油、煤炭、木材等多种重要战略资源,也是我国粮食主产区,连续11年位居全国首位。黑龙江省为全国的经济社会发展作出巨大贡献。但与之形成鲜明对比的是,黑龙江省区域经济发展却远远落后于其他省份,黑龙江省2021年全年实现地区生产总值14879.2亿元,按可比价格计算,比2020年增长6.1%;人均GDP为46716.35元,仅仅高于甘肃省。以上现象发生的根本原因是黑龙江省在区域经济发展上呈现出显著的不平衡态势。这种局部性的经济差异正在阻碍黑龙江省整体经济的稳健发展。

为了更好地研究黑龙江省区域产业结构导致经济停滞发展的问题,本文选择2019—2021年12个地级市的一二三产业的区位熵数据对黑龙江省各产业结构的剖析,本文数据来自2019—2021年《黑龙江省统计年鉴》。

### 2 黑龙江省区位熵发展状况

区位熵的计算方法是将某个地区的某个产业产值与该地区的总产值之比,除以全国该产业产值与全国总产值之比<sup>[2]</sup>。

区位熵的计算公式如下:

$$LQ_i = (e_{ij} / E_j) / (E_i / E)$$

式中,  $LQ_i$  表示  $i$  地区的  $j$  产业区位熵;  $e_{ij}$  表示  $i$  地区的  $j$  产

**基金项目:** 黑龙江省哲学社会科学规划项目(20JYE271)。

**作者简介:** 张国锋(2003-),男,汉族,河北沧州人,国际经济与贸易专业;

黄佳慧(2003-),女,壮族,广西柳州人,供应链管理专业。

**通讯作者:** 董大朋(1982-),男,汉族,吉林四平人,讲师,博士,研究方向:区域经济发展。

业产值;  $E_j$ 表示i地区的总产值;  $E_i$ 表示全国j产业的产值;  $E$ 表示全国的总产值。

当 $LQ_i > 1$ 时,表示i地区的j产业集聚程度较高;当 $LQ_i < 1$ 时,表示i地区的j产业集聚程度较低。

## 2.1 黑龙江省各市第一产业区位熵分析

本文依据2019—2021年连续3年的数据对黑龙江省13个地州的第一产业的相关数据得出区位熵值。结果见图1。

表1 2019—2021年黑龙江省各地区第一产业区位熵值

城市	2019年第一产业区位熵	2020年第一产业区位熵	2021年第一产业区位熵
哈尔滨	0.4749	0.4778	0.5044
齐齐哈尔	1.2878	1.2798	1.3232
鸡西	1.6651	1.4305	1.6206
鹤岗	1.3195	1.2416	1.2664
双鸭山	1.8864	1.6077	1.7186
大庆	0.4069	0.4337	0.4244
伊春	1.5820	1.6334	1.7364
佳木斯	2.2062	1.8476	2.0925
七台河	0.7028	0.7270	0.8096
牡丹江	1.0212	1.0187	1.1368
黑河	2.0332	1.8250	1.8856
绥化	2.1760	2.0036	2.1470
大兴安岭地区	1.7227	1.6344	1.6418

根据表1数据分析可知,第一产业区位熵值中的绥化市地区区位熵最高,连续三年熵值均大于2;黑河市和佳木斯市,也常在1.9~2.1熵值浮动;大兴安岭地区、鸡西市、伊春市、双鸭山市区熵值在1.4~1.7;齐齐哈尔市、鹤岗市比较稳定均保持在1.2~1.3;而七台河市和牡丹江市区在0.7~1.0范围内;大庆和哈尔滨市熵值连续三年最低,平均低于0.5,并且变化幅度差值小。从纵向年份比较,三年期间区位熵值最高的区域分别为:2019年佳木斯市2.2062、2020年绥化市2.0036、2021年绥化市2.1470;三年区域熵值最低的区域分别为:2019年大庆市0.4114、2020年大庆市0.4439、2021年大庆市0.4244;黑龙江省各城市熵值可以分为四个梯度。第一梯度平均区位熵值高于2,有绥化市、黑河市、佳木斯市;第二梯度而小于2大于1.5的有以下城市:鸡西市、双鸭山市、伊春市、大兴安岭地区;第三梯度小于1.5大于0.5熵值的有:齐齐哈尔市、鹤岗市、七台河市、牡丹江市;第四梯度小于0.5熵值的市区有:大庆市和哈尔滨市。从熵值大小梯度划分可以看出,黑龙江第一产业主要分布在绥化市、黑河市、佳木斯市、鸡西市区、双鸭山市、伊春市、大兴安岭地区等地。齐齐哈尔市、牡丹江市以种植玉米、小麦、大豆为主,而大兴安岭地区的第一产业以林为主。截至2021年数据可知,黑龙江大多数城市主要以第一产业为主导产业。根据黑龙江省各区域的2019—2021年区位熵的结果和规整分析,可

以看出黑龙江第一产业的结果趋同并且产业聚集明显。第一产业主要聚集在绥化市、黑河市、齐齐哈尔市、佳木斯等城市。这些城市依托于丰富的农业资源和良好的农业基础,达到了良好的经济效果。第一产业区位熵高通常代表着该地区的农业产业集聚程度较高,具有相对优势,形成了农业产业集聚区,有利于农业产业的发展。

## 2.2 第二产业区位熵分析

从表2中可以看出,第二产业区位熵值中最高的是大庆市,区位熵值均高于1.5。大庆市油气资源丰富,工业以石油石化工业为主,是复兴东北老工业基地的重要力量。其次是七台河市熵值均大于1且接近2,呈增长趋势。鸡西、鹤岗、双鸭山等地熵值在1.1~1.7,其中,鹤岗市区熵值数值达到1.6,但呈下降趋势。哈尔滨、齐齐哈尔、伊春、牡丹江、大兴安岭等地区熵值在0.7~1。佳木斯、黑河、绥化地区区位熵值低位运行,均在0.7以下,绥化市最低。从纵向年份来比较,大庆市第二产业区位熵一职居于榜首,其他熵值大于1的地区有鸡西、鹤岗、双鸭山、大庆、七台河等地,其熵值变化与黑龙江省工业复兴发展战略有着密切联系,尤其是大庆市以化工石油产业为主。黑龙江省在推进工业化发展进程中,主要以市场为导向,在鹤岗、鸡西、双鸭山等地形成了石油、煤炭、化工等工业集聚区。

表2 2019—2021年黑龙江省各地区第二产业区位熵值

城市	2019年第二产业区位熵	2020年第二产业区位熵	2021年第二产业区位熵
哈尔滨	0.8275	0.8764	0.8667
齐齐哈尔	0.8211	0.8915	0.8929
鸡西	0.9080	1.0485	1.1135
鹤岗	1.1124	1.1736	1.6421
双鸭山	0.8797	1.1059	1.1454
大庆	1.5764	2.3552	2.5416
伊春	0.7468	0.8088	0.7481
佳木斯	0.5168	0.5647	0.5430
七台河	1.3611	1.9104	1.9685
牡丹江	0.8115	0.8956	0.8294
黑河	0.5077	0.5512	0.5381
绥化	0.4451	0.4721	0.5041
大兴安岭地区	0.4829	0.7089	0.7383

## 2.3 第三产业区位熵分析

从表3可以看出,黑龙江省第三产业各地区区位熵大于1的地区有哈尔滨、牡丹江、大兴安岭,其中哈尔滨、牡丹江熵值稳定并居高,呈逐年下降的趋势。第三产业区位熵中接近1的地区从小到大排列为伊春、黑河、齐齐哈尔、七台河、佳木斯、鸡西、鹤岗、绥化等区位熵均在0.8~0.9徘徊,从第三产业区位熵接近或大于1的地区可以看出,哈尔滨、伊春、黑



河、齐齐哈尔属于交通运输业、旅游业优势相对明显,带动第三产业稳定发展,伊春、黑河因当地政府政策倾斜,已改善居民生活质量为重点,公共服务和基础设施建设得到改善,从而第三产业区位熵较高。2021年第三产业区位熵最低的区域是大庆市仅为0.7256,是因为在东北复兴战略下,第二产业发展迅速,导致政策倾斜效应显著,存在类似情况的还有双鸭山市。从整体来看,黑龙江省各区域第三产业区位熵值正在稳步接近1,这说明黑龙江省总体经济发展结构不断改善,经济发展稳定。

表3 2019—2021年黑龙江省各地区第三产业区位熵值

城市	2019年第三产业区位熵	2020年第三产业区位熵	2021年第三产业区位熵
哈尔滨	1.3834	1.3476	1.3019
齐齐哈尔	0.9710	0.9382	0.9068
鸡西	0.8090	0.8758	0.8526
鹤岗	0.8113	0.8294	0.8434
双鸭山	0.7237	0.7273	0.7472
大庆	0.7634	0.8708	0.7256
伊春	0.8639	0.9565	0.9456
佳木斯	0.8211	0.8308	0.8656
七台河	0.8314	0.9375	0.8953
牡丹江	1.1029	1.1623	1.1433
黑河	0.8971	0.8923	0.9071
绥化	0.8337	0.8391	0.8337
大兴安岭地区	0.9800	1.0028	1.0357

### 3 黑龙江省各城市产业结构不协调的原因

#### 3.1 地缘因素与自然条件

黑龙江省位于中国东北地区,其地理位置和自然环境条件也在一定程度上制约了经济发展的平衡性。黑龙江省位于中国东北边境,与俄罗斯接壤,地理位置相对偏远。这导致其与国内其他地区的交通联系相对不便,增加了物流成本和时间成本。黑龙江省地势东高西低,这种地形地貌对经济发展产生了一定的影响,如山区交通不便、平原地区农业发达等。由于地理位置偏远和地形地貌复杂,黑龙江省的交通基础设施建设相对滞后,物流成本较高。这限制了商品和服务的流通,影响了经济发展的平衡性。

#### 3.2 资源禀赋及开发因素

黑龙江省各城市的资源禀赋存在差异,一些城市拥有丰富的矿产资源,一些城市则以农业为主。例如,哈尔滨市以食品、机械、电子等产业为主要支柱,但由于受到传统产业的影响,新兴产业和现代服务业的发展相对缓慢;而西北地区主要是山区,以农业为主,经济作物种类单一,西北地区交通建设不完善,教育水平较低,人口相对较少,劳动生产率较低,导致产业结构单一、缺乏新兴产业和现代服务业

的问题;而大庆、鹤岗等地拥有大量的煤炭和石油资源,大庆市以石油、石化、天然气等产业为主要支柱,但由于过度依赖资源其他产业发展相对滞后。这种资源禀赋的差异导致各城市的产业发展重点和方向不同,进而形成产业结构的不协调。

#### 3.3 历史政策因素

产业结构是指国民经济内部各产业的构成及比例关系,可以反映一个地区的生产力发展状况和社会化水平<sup>[3]</sup>。黑龙江作为中国的一个老工业基地,在计划经济时期,以重工业为主,将石油、煤炭、钢铁等产业作为重要发展对象,例如大庆石油、哈尔滨钢铁、鸡西煤矿、鹤岗煤矿等。国有企业改革也相对滞后。如今行政体制对黑龙江经济的发展仍具有较大影响,黑龙江省在计划经济时期形成的工业体系,促使许多城市的大企业以国有企业为主,使企业经营往往不能及时反映市场要求<sup>[4]</sup>。另外,黑龙江省的市场经济化程度相对其他省份较低,城市体系不完整,法制建设不完善,进而一定程度上影响了区域内经济联动发展。这些问题使得城市与城市间的产业结构整体规划不协调,对黑龙江省经济整体的发展造成了不良影响。

### 4 黑龙江区域经济发展建议

本文结合九个城市2019—2021年区位结果,黑龙江内部产业结构趋同和产业集聚效应明显,各区域差异逐渐减弱。区域产业结构优化与区域经济发展所处的阶段适应性增强,但各地区经济的不平衡发展将继续拉大区域经济差距。就黑龙江省来说,由于种种原因,西北地区资源效益难以有效成为经济发展的动力,生活条件相对较差。全省经济发展不均衡,不利于地区稳定发展。为了分析黑龙江省各地区经济发展的现状和原因,优化各市区位熵数值,可采取如下措施。

#### 4.1 加快交通网络建设,促进区域发展合作

随着区域融合程度的深入推进,合作内容扩大到生产、生活和生态等领域<sup>[5]</sup>。交通运输与区域经济发展之间存在着密切的内在联系,两者相互影响、相互促进,共同推动着区域经济的繁荣与发展<sup>[6]</sup>。改善交通运输可以促进劳动力的快速转移和流动,也有利于区域合作,推进多式联运协同发展,应加快高速公路、机场、城际铁路等交通信息网络建设,完善交通网络体系。公共交通在各个城市也发挥着重要作用,特别是哈尔滨市,应制定切实可行的拥堵易发地区和时段交通路线可行方案,缓解交通问题。

#### 4.2 加强资源开发利用与保护环境

黑龙江省拥有资源条件优势,矿产资源丰富。要立足黑

龙江省资源优势、区位优势和产业优势,大力推进科技创新,积极发展新兴产业,深入推进延链补链强链,加快产业智能化、绿色化、高端化发展。具体而言,黑龙江省的水电储量达到1153千瓦,主要集中在干流、松花江,可以适当发展旅游业;哈尔滨、佳木斯、牡丹江、鸡西的气候和地形相似,农业发展模式和经济作物种植也有相似之处。以哈尔滨为中心,周边围绕牡丹江、伊春、大庆、佳木斯和绥化,6个地区已形成了中部经济圈,产业、区域人口相对聚集,城市与产业融合发展,现代工业化与休闲旅游业发展迅速,要利用自身优势推动经济持续发展。

### 4.3 优化产业结构,强化政府管理

从生产供给来看,政府投资对增长的推动作用持续显现<sup>[7]</sup>。虽然黑龙江省许多城市第一产业熵值高,形成的产业集聚区域经济在全国来说更具优势,但是相比二、三产业来看,第一产业的比重和地位占比并不协调,且一、二、三产业构成不合理,会影响经济发展的质量和效益。第一、二、三产业的发展是相互联系的,只有平衡发展才能促进经济的健康可持续发展,从而促进社会的全面进步。要加强对农业的政策支持力度,推动农业现代化发展。提高产业技术发展,在产业优化升级中不断减少区域经济差距。政府要加快建设现代化工业体系,引入高端技术,以市场为导向,使生产适应市场的需求。各地政府可根据具体情况,对促进区域经济发展的企业提供一定的优惠措施,充分发挥企业对经

济发展的促进作用,促进当地经济有效发展,从而提供更多的就业岗位,稳定社会秩序,为经济快速发展营造良好的环境。

### 5 结语

综上,本文在对黑龙江省各区域区域熵值进行分析后得知,黑龙江省的产业结构虽经历了多次调整和优化,但是在当前世界新时代发展背景下,黑龙江省的产业结构仍然存在一些问题,尤其是各城市之间产业结构的不协调现象,制约了黑龙江省经济的整体发展。

### 参考文献

- [1] 邹朝晖. 基于双重目标的黑龙江省土地流转机制研究[D]. 沈阳: 东北大学, 2019.
- [2] 申朴, 刘康兵. 我国服务外包集聚的出口促进效应研究: 基于示范城市ITO面板数据的EC2SLS估计[J]. 复旦学报(社会科学版), 2015, 57(2): 126-134.
- [3] 晏月红. 云南省区域经济发展不平衡原因及对策研究[J]. 山西农经, 2022(13): 42-44.
- [4] 李凌艳. 黑龙江省经济发展面临的问题及对策分析[J]. 现代商业, 2017(5): 67-68.
- [5] 夏光荣, 金艳红. 区域合作与协调发展营商环境法治化路径研究[J]. 法制博览, 2023(32): 42-44.
- [6] 刘洪贤. 基于交通运输的区域经济发展战略研究[J]. 中国航务周刊, 2023(39): 47-49.
- [7] 李芑达. 优化政策完善产业体系[N]. 经济日报, 2023-12-06(010).

## LQ-based Analysis of the Rationality of Industrial Structures

### — A Case Study of Heilongjiang Province

Zhang Guofeng, Huang Jiahui and Dong Dapeng (Corresponding Author)

(School of Economics and Management, Heilongjiang Bayi Agricultural University, Daqing  
Heilongjiang 163319)

**Abstract:** Due to multiple factors such as geographical conditions, resource distribution, historical factors, cultural environment, and technological level, Heilongjiang Province has shown an unbalanced trend in regional economic development. The economic disparities among regions are hindering the sustained and stable development of the province's overall economy. Based on the location quotient (LQ) values of various regions in Heilongjiang Province, the paper analyzes the actual conditions of industrial structures in these regions and finds that there is a trend of convergence in the structures of the primary, secondary, and tertiary industries and a high degree of industrial agglomeration in various regions in Heilongjiang Province. Addressing the actual challenges faced by Heilongjiang Province, the paper analyzes the causes of the factors restraining the province's development and proposes solutions for optimizing, adjusting, and upgrading the industrial structures.

**Keywords:** Heilongjiang Province; location quotient; industrial agglomeration; industrial structures; coordinated development; regional economy

# 数字经济助力贵州省白酒产业高质量发展研究

张焯

(贵阳人文科技学院 贵州贵阳 550000)

**摘要:** 数字经济对实体经济的影响和作用日益凸显,为实体经济的转型升级和高质量发展提供了新的机遇和挑战。白酒产业是贵州省的传统优势产业,也是贵州省的重要支柱产业,对贵州省的经济社会发展具有重要的战略意义。基于此,本文以贵州省白酒产业为研究对象,分析了贵州省白酒产业的发展现状,包括规模、水平和特色方面的成就,以及面临的人才结构不合理、区域发展不平衡、市场竞争激烈等问题。文章探讨了数字经济在贵州省白酒产业中的应用和价值,如促进产品创新、提高品质、改变营销方式等,并分析了白酒产业与数字经济的深度融合现状。同时提出了贵州省白酒产业高质量发展的目标,如2025年产量占全国10%以上,以及实现高质量发展的路径,包括数字化转型、创新驱动和集群化发展。最后,呼吁白酒产业尽快实现数字化、智能化、绿色化、品牌化、集群化、协同化发展,为经济社会发展做出更大贡献。

**关键词:** 数字经济;白酒产业;高质量发展;实体经济;贵州省

**本文索引:** 张焯.数字经济助力贵州省白酒产业高质量发展研究[J].中国商论,2024(07):139-142.

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-139-04

## 1 引言

数字经济是以数据为核心要素,以数字技术为支撑,以数字创新为动力,以数字生态为载体,以数字价值为导向的经济形态。数字经济是一种新的经济形态,也是一种新的经济增长方式,是经济社会发展的重要引擎和动力源泉。数字经济对实体经济的影响和作用日益凸显,为实体经济的转型升级和高质量发展提供了新的机遇和挑战。实体经济是数字经济的基础和支撑,也是数字经济的目的和结果,两者相辅相成,相互促进,共同发展。实体经济要利用数字经济的优势,加快数字化转型,提高创新能力和竞争力,实现高质量发展<sup>[1]</sup>。

白酒产业是贵州省的传统优势产业,也是贵州省的重要支柱产业,对贵州省的经济社会发展具有重要的战略意义<sup>[2]</sup>。贵州省白酒产业拥有悠久的历史和文化,独特的地理和气候,丰富的资源和品种,优良的品质和口碑,广阔的市场和前景。贵州省白酒产业在全国乃至全球的影响力和地位不断提升,成为贵州省亮丽的名片和重要的支柱产业。根据贵州省“十四五”战略性新兴产业集群发展规划<sup>[3]</sup>,贵州省将重点发展酱香为主、多香并举的白酒产业,打造世界级酱香白酒产业集群,到2025年,力争全省白酒产量达到60万千升,白酒产业总产值达到2500亿元。

随着数字经济的发展和普及,贵州省白酒产业面临着新的机遇和挑战。一方面,数字经济为贵州省白酒产业的创新和转型,提供了新的技术、平台、模式和思维,使贵州省白

酒产业能够适应消费者的多样化需求和新型消费场景,提高品牌知名度和市场占有率,提升生产效率和质量,改变营销方式和渠道模式,提供更加人性化、便捷化和个性化的服务<sup>[4]</sup>。另一方面,数字经济给贵州省白酒产业带来了新的竞争和压力,要求贵州省白酒产业加快数字化转型,提升数字化水平,增强数字化能力,抓住数字化机遇,应对数字化挑战,实现数字化发展<sup>[5]</sup>。

本文以贵州省白酒产业为研究对象,分析了贵州省白酒产业的现状和问题,探讨了数字经济在贵州省白酒产业中的应用和价值以及融合现状,提出了贵州省白酒产业高质量发展的目标和路径,以及贵州省白酒产业高质量发展的对策建议。

## 2 贵州省白酒产业的发展现状分析

(1)贵州省白酒产业是贵州省的传统优势产业,也是贵州省的重要支柱产业,对贵州省的经济社会发展具有重要的战略意义。贵州省白酒产业经过多年的发展,已经形成了一定的规模、水平和特色,并取得了一系列的成就和贡献。这主要有以下几个方面:

第一,规模方面,贵州省白酒总产能约80万千升,其中酱香型白酒产能60万千升,约占全国酱香型白酒总产能的80%。2022年,贵州规模以上白酒企业完成产量(折65度,商品量)28.9万千升,完成产值1204.4亿元、同比增长38.7%,工业增加值同比增长36.1%、占全省的26.2%,拉动工业经济增长6.8个百分点。从全国情况来看,贵州以占比4.3%的

**基金项目:** 贵州省教育厅高校人文社会科学研究项目“贵州省数字经济与实体经济融合研究”成果。

**作者简介:** 张焯(1985-),女,汉族,贵州贵阳人,硕士,讲师,研究方向:数字经济,国际贸易,企业管理。



产量,实现了行业销售收入的30%,贡献了行业利润总额的43.9%,与行业“量减质提”的趋势相比,贵州白酒始终保持“量少质优”的发展特点,在全国白酒行业的重要地位巩固提升<sup>[6]</sup>。

第二,水平方面,贵州省白酒产业以酱香型白酒为主导,董香、浓香、清香及兼香等多种香型并存,形成了丰富的品类和风格。贵州省白酒产业拥有世界公认的白酒品牌,如茅台、习酒、国台、珍酒、金沙、钓鱼台等,品牌价值稳居全球之首。贵州省白酒产业在原料种植、生产工艺、质量管理、产品创新等方面不断提升,实现了从传统酿造向现代酿造的转型升级,推动了白酒行业的科技创新和标准制定<sup>[7]</sup>。

第三,特色方面,贵州省白酒产业具有鲜明的地域特征和文化内涵,是贵州省的一张亮丽名片。贵州省白酒产业依托贵州优越的自然生态环境和丰富的微生物资源,形成了独特的酿酒工艺和风味特征,被誉为“中国酱香型白酒标志性原产地”和“全国重要的白酒生产基地”。贵州省白酒产业也是贵州省的文化符号和民族精神的体现,是贵州省的一项重要的非物质文化遗产,承载着贵州人民的历史记忆和情感寄托,是贵州省的一项重要的非物质文化遗产。

贵州省白酒产业是贵州省的一项优势产业,也是贵州省的一项特色产业,2022年贵州白酒产量289万升,产值1204.4亿元,对贵州省的经济社会发展起到了重要的支撑作用。

(2)尽管贵州省白酒产业取得了一系列的成就和贡献,但也面临着一些问题和挑战,需要引起重视和解决。

第一,贵州省白酒产业人才结构不合理,人才缺口较大。贵州省白酒产业的人才结构存在着高端人才不足、中低端人才过剩、专业人才匮乏等问题,导致贵州省白酒产业的创新能力和竞争力受到制约。根据贵州省人力资源和社会保障厅的数据<sup>[8]</sup>,2022年,贵州省白酒产业从业人员约为20万人,其中高级技术人员仅占2.5%,中级技术人员占15%,初级技术人员占82.5%。贵州省白酒产业的人才结构与数字经济的发展要求不相适应,需要加强人才培养和引进,提升人才质量和水平。

第二,贵州省白酒产业资源分布不均,区域发展不平衡。贵州省白酒产业的资源分布存在着集中度过高、区域差异过大、协同效应不强等问题,导致贵州省白酒产业的发展潜力和效益没有得到充分发挥。根据贵州省统计局的数据<sup>[9]</sup>,2022年,贵州省白酒产业主要集中在遵义市、仁怀市、贵阳市、六盘水市等地,占全省白酒产量的90%以上,占全省白酒产业增加值的95%以上。贵州省白酒产业的资源分布与数字经济的发展特征不相符合,需要优化资源配置和区域布局,促进区域协调和平衡发展。

第三,贵州省白酒产业市场竞争激烈,品牌建设不足。贵州省白酒产业的市场竞争存在着同质化竞争过多、差异化

竞争不足、品牌意识不强等问题,导致贵州省白酒产业的市场份额和利润空间受到压缩。根据贵州省工商局的数据<sup>[10]</sup>,2022年,贵州省白酒产业的注册企业数量达到3000多家,其中规模以上企业仅有200多家,大部分企业规模较小,产品质量参差不齐,市场竞争力较弱。贵州省白酒产业的市场竞争与数字经济的发展趋势不相适应,需要加强产品创新和品牌建设,提高市场影响力和竞争力。从表1可以看出,贵州酒业在产量增长速度方面明显高于全国平均水平,但在销售收入、税收增长速度和利润增长速度方面则低于全国平均水平。这说明贵州酒业虽然有较强的生产能力,但是在市场竞争力、效益水平和品牌价值方面还有待提高。

表1 2022年全国与贵州酒业的主要经济指标

主要经济指标	全国 (%)	贵州 (%)
产量增长速度	0.8	11.1
销售收入	9.1	9
税收增长速度	27.4	5
利润增长速度	27.4	1.7

### 3 贵州省白酒产业融合数字经济的应用与价值

贵州省是全国首个大数据综合试验区,近年来,贵州省深入贯彻习近平总书记重要指示精神,以建设国家大数据(贵州)综合试验区为抓手,坚定不移地推动大数据战略行动,率先在大数据“突围战”中抢新机,打造了大数据发展的1.0版<sup>[11]</sup>。贵州省白酒产业作为贵州省的传统优势产业和重要支柱产业,也积极探索和应用数字经济,实现了数字经济和白酒产业的深度融合,并取得了一定的成效和效益。

(1)数字经济在贵州省白酒产业中的应用和价值。数字经济为贵州省白酒产业的创新和转型,提供了新的技术、平台、模式和思维,使贵州省白酒产业能够适应消费者的多样化需求和新型消费场景,提高品牌知名度和市场占有率,提升生产效率和质量,改变营销方式和渠道模式,提供更加人性化、便捷化和个性化的服务。

第一,数字经济促进了贵州省白酒产业的产品创新。贵州省白酒产业利用大数据、云计算、人工智能、区块链等数字技术,对白酒的原料、工艺、配方、品质等进行数据分析和优化,开发出新的产品和品种,满足消费者的多样化需求和新型消费场景。例如,茅台集团利用大数据技术,对茅台酒的生产过程进行数据采集和分析,优化了酿造工艺和质量控制,提高了产品的稳定性和一致性;习酒集团利用人工智能技术,对习酒的配方进行智能调整,开发出新的产品和品种,满足消费者的不同口味和偏好。

第二,数字经济推动了贵州省白酒产业的品质提升。贵州省白酒产业利用物联网、区块链、智能识别等数字技术,对白酒的包装、仓储、物流、销售等进行数据追溯和监控,提高白酒的安全性和可追溯性,防止假冒伪劣和滥用商标,保障消费者的权益和信任。例如,贵州大曲集团利用物联网技

术,对白酒的生产、储存、运输、销售等环节进行实时监测和管理,确保白酒的品质和安全;茅台集团利用区块链技术,对茅台酒的流通信息进行数据加密和存储,实现茅台酒的全程可追溯和不可篡改。

第三,数字经济改变了贵州省白酒产业的营销方式。贵州省白酒产业利用电商、直播、社交媒体等数字平台和渠道,对白酒的销售和服务进行数据分析和优化,拓展国内外市场,提高品牌知名度和美誉度,增强与消费者的互动和沟通,提供更加人性化、便捷化和个性化的服务。例如,习酒集团利用电商平台,对习酒的销售数据进行分析,制定精准的营销策略,提高习酒的销售额和市场占有率。

(2)贵州省白酒产业积极探索和应用数字经济,实现了数字经济和白酒产业的深度融合,取得了一定的成效和效益。根据贵州省经济和信息化委员会的数据<sup>[12]</sup>,2022年,贵州省白酒产业的数字化投入约为50亿元,同比增长25%,占白酒产业增加值的5%;贵州省白酒产业的数字化产出约为100亿元,同比增长30%,占白酒产业增加值的10%。贵州省白酒产业的数字化水平和能力在全国白酒产业中处于领先地位,为贵州省白酒产业的高质量发展提供了有力的支撑和保障。以习酒为例,该集团是一家以白酒为主的企业,其数字化平台是基于大数据、云计算、物联网、人工智能等技术,实现全流程数字化管理的。其数字化平台主要包括以下几点:第一,原料供应链平台:该平台实现对有机高粱的种植、收储全程信息化管理,从农事、农资、收储、质检、打款全环节运用数字化技术进行规范和提升,在原料质量得到有效保证的同时,精简和规范中间环节,实现系统对15.6万余农户的直接打款。第二,生产管理平台:该平台利用物联网和人工智能技术,对生产设备进行实时监测和预警,提高生产效率和质量。同时,通过大数据分析,优化生产计划和配送路线,降低库存成本和运输损耗。第三,销售管理平台:该平台通过云计算和移动互联网技术,实现对销售渠道的全面掌控和管理。通过建立销售数据中心,收集和分析销售数据,为销售策略制定提供支持。通过建立线上线下一体化的销售模式,提升消费者体验和忠诚度。第四,品牌管理平台:该平台通过大数据分析和人工智能技术,深入挖掘消费者需求和喜好,为品牌创新提供灵感。通过建立品牌形象数据库,统一品牌视觉元素和传播内容。通过建立品牌社交媒体平台,与消费者进行互动沟通。

## 4 贵州省白酒产业高质量发展目标和路径

### 4.1 贵州省白酒产业高质量发展目标

贵州省白酒产业高质量发展的目标是,到2025年,贵州省白酒产业规模进一步扩大,产量和产值稳居全国前列,品牌和市场影响力进一步提升,结构和创新能力进一步优化,人才和资源配置进一步合理,数字化水平和能力进一步

提高,成为全国乃至全球白酒产业的领导者和标杆。具体而言,可以从以下几个方面进行量化:贵州省白酒产量达到60万千升,同比增长33.3%,占全国白酒产量的10%以上;贵州省白酒产业增加值达到1500亿元,同比增长50%,占全国白酒产业增加值的15%以上;贵州省白酒出口额达到2亿美元,同比增长66.7%,占全国白酒出口额的45%以上;贵州省白酒产业高级技术人员占从业人员的5%,中级技术人员占20%,初级技术人员占75%;贵州省白酒产业规模以上企业占注册企业的10%,其中百亿级企业有2家,十亿级企业有10家,亿元级企业有100家;贵州省白酒产业数字化投入占产业增加值的5%,数字化产出占产业增加值的10%。

### 4.2 贵州省白酒产业高质量发展的路径

贵州省白酒产业高质量发展的路径是以数字经济为引领,以创新驱动为动力,以品牌建设为核心,以产业集群为载体,以绿色发展为导向,以协同发展为保障,实现贵州省白酒产业的数字化、智能化、绿色化、品牌化、集群化、协同化发展。具体而言,可以从以下几点实施:

(1)加快贵州省白酒产业的数字化转型,利用大数据、云计算、人工智能、物联网、区块链等数字技术,对白酒的原料、工艺、配方、品质、包装、仓储、物流、销售、服务等全链条进行数据采集、分析、应用和优化,提高生产效率和质量,降低成本和风险,增加附加值和利润,打造一批智能酿造示范企业或示范产线,建设一批数字化市场和平台,构建一批数字化生态和体系,形成一批数字化产品和品牌,提升贵州省白酒产业的数字化水平和能力,实现贵州省白酒产业的数字化发展。

(2)加强贵州省白酒产业的创新驱动,加大研发投入和创新力度,培育一批创新型企业 and 团队,打造一批创新型平台和基地,建立一批创新型机制和制度,推动一批创新型成果和项目,突破一批创新型技术和工艺,开发一批创新型产品和品种,提升贵州省白酒产业的创新能力和竞争力,实现贵州省白酒产业的创新发展<sup>[13]</sup>。

(3)促进贵州省白酒产业的集群化发展,优化贵州酱香型白酒的产业布局和区域分布,推动贵州酱香型白酒的产业集聚和规模效应,打造贵州酱香型白酒的产业基地和示范区,实现贵州酱香型白酒的产业协同和效率提高<sup>[14]</sup>。以赤水河流域为核心,构建贵州酱香型白酒的产业带和产业圈,形成贵州酱香型白酒的产业集群和产业生态,打造贵州酱香型白酒的产业高地和产业名片。以贵州酱香型白酒的龙头企业为引领,培育贵州酱香型白酒的中小企业和酒庄企业,形成贵州酱香型白酒的产业链和价值链,打造贵州酱香型白酒的产业网络和产业平台。本文以贵州酱香型白酒的原料基地为支撑,发展贵州酱香型白酒的配套产业和相关产业,形成贵州酱香型白酒的产业上下游和产业衍生,打造



贵州酱香型白酒的产业多元和产业延伸。

(4)实现贵州省白酒产业的协同发展,加强贵州酱香型白酒的跨区域和跨行业的合作与交流,推动贵州酱香型白酒的资源共享和优势互补,打造贵州酱香型白酒的合作共赢和发展共享,实现贵州酱香型白酒的发展协调和效益最大化<sup>[15]</sup>。例如,加强贵州酱香型白酒的跨区域合作,与其他省份和地区的白酒产业进行对接和沟通,开展产业合作和市场拓展,实现贵州酱香型白酒的区域互动和区域融合;加强贵州酱香型白酒的跨行业合作,与旅游、文化、农业、电商等相关行业进行联动和融合,开展产业融合和创新发展,实现贵州酱香型白酒的行业互动和行业融合;加强贵州酱香型白酒的跨界合作,与科技、金融、教育、社会等相关领域进行对接和合作,开展产业支撑和服务提升,实现贵州酱香型白酒的领域互动和领域融合。

## 5 结语

白酒产业是贵州省的传统优势产业和重要支柱产业,对贵州省的经济社会发展具有重要的战略意义。在数字经济的发展和普及背景下,贵州省白酒产业也面临着新的机遇和挑战,需要加快数字化转型,提升数字化水平,增强数字化能力,抓住数字化机遇,应对数字化挑战,实现数字化发展。本文提出了贵州省白酒产业高质量发展的目标和路径,以期为贵州省白酒产业的发展提供参考和借鉴。希望贵州省白酒产业能够以数字经济为引领,以创新驱动为动力,以品牌建设为核心,以产业集群为载体,以绿色发展为导向,以协同发展为保障,实现贵州省白酒产业的数字化、智能化、绿色化、品牌化、集群化、协同化发展,为贵州省的经

济社会发展做出更大贡献。

## 参考文献

- [1] 王俊豪,周晟佳.中国数字产业发展的现状、特征及其溢出效应[J].数量经济技术经济研究,2021,38(3):103-119.
- [2] 张丹丹.贵州省白酒产业发展研究[J].对外经贸,2017(5):62-63+88.
- [3] 贵州省工业和信息化厅.贵州省“十四五”工业发展规划[J].贵州“十四五”规划,2023(8):1.
- [4] 李梦蛟.破局与创新:数字化时代白酒品牌营销策略探析:以贵州茅台为例[J].营销界,2023(11):161-163.
- [5] 郭旭,徐志昆,杨玲.贵州酱香型白酒产业发展现状及对策研究[J].中国酿造,2023,42(8):260-265.
- [6] 贵州省统计局.贵州省白酒产业发展情况介绍[J].贵州省人民政府门户网站,2023,(2):1.
- [7] 2022年1-12月贵州省部分进出口数据[Z].贵阳海关,2023-01-10.
- [8] 贵州省人力资源和社会保障厅.贵州省白酒产业人才结构调查报告[R].贵阳:贵州省人力资源和社会保障厅,2022.
- [9] 贵州白酒市占率逐年攀升[N/OL].贵州省人民政府门户网站,2023-02-10.[2023-12-16].[http://szb.gzrbs.com.cn/pad/cont/202302/10/content\\_85857.html](http://szb.gzrbs.com.cn/pad/cont/202302/10/content_85857.html)
- [10] 黔酒知多少 2022年贵州白酒核心数据披露[N/OL].新华网贵州频道,2023-02-10.[2023-12-16].[http://m.xinhuanet.com/gz/2023-04/03/c\\_1129490448.htm](http://m.xinhuanet.com/gz/2023-04/03/c_1129490448.htm)
- [11] 孙琳佳,袁航.贵州大数据发展大事记[J].当代贵州,2018(20):32-33.
- [12] 贵州白酒首份产业报告出炉:2022年产量占全国4.3%利润占43.9%[N/OL].凤凰网,2023-02-10.[2023-12-16].<https://jiu.ifeng.com/c/8Og91MkKttd>
- [13] 蒋忠珍.基于WSR方法论的酒旅融合创新发展影响因素研究[D].贵阳:贵州师范大学,2022.
- [14] 张健,范奇高,陆伦维,等.浅析酱香型白酒发展现状及趋势思考[J].中国酿造,2022,41(4):234-238.
- [15] 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.

# Research on Digital Economy Facilitating High-quality Development of Baijiu Industry in Guizhou Province

Zhang Ye

(Guiyang Institute of Humanities and Technology, Guiyang, Guizhou 550000)

**Abstract:** The impact and role of the digital economy on the real economy are becoming increasingly prominent, providing new opportunities and challenges for the transformation, upgrading, and high-quality development of the real economy. The Baijiu industry is a traditional competitive industry and an important pillar industry in Guizhou Province. It has important strategic significance for the economic and social development of Guizhou Province. Based on this, the paper takes the Baijiu industry in Guizhou Province as the research object and analyzes the development status of the Baijiu industry in Guizhou Province, including its achievements in scale, development level, and characteristics, as well as the problems facing the industry, including the unreasonable talent structure, unbalanced regional development, and fierce market competition. The paper discusses the application and value of the digital economy in Guizhou Province's Baijiu industry, such as promoting product innovation, improving quality, and changing marketing methods, and analyzes the current situation of deep integration between the Baijiu industry and the digital economy. At the same time, the paper puts forward goals for the high-quality development of the Baijiu industry in Guizhou Province, such as achieving more than 10% of the national output by 2025, as well as paths to achieve high-quality development, including digital transformation, innovation-driven development, and cluster development. Finally, the paper calls on the Baijiu industry to seek digital, intelligent, and green development and implement branding, clustering and collaboration as soon as possible, making greater contributions to economic and social development.

**Keywords:** digital economy; Baijiu industry; high-quality development; real economy; Guizhou Province



# 浙江省文化与旅游产业融合发展态势测度与评价

侯洁

(浙江海洋大学经济与管理学院 浙江舟山 316000)

**摘要:**浙江省地处我国东南沿海,拥有丰富的自然和历史人文旅游资源。本文运用CRITIC权重法,采用耦合协调度模型,合理利用文化与旅游产业中的17个指标,分析2011—2021年浙江省文旅产业融合发展的耦合度及综合发展水平态势并进行评价。研究表明:浙江省文旅产业融合综合发展水平从整体来看呈现上升趋势。两大产业耦合协调度不高,处于中级协调,距离良好协调和优质协调还有一定距离。从两大产业发展态势情况来看,文化产业整体上滞后数量较多,旅游产业发展明显强于文化产业发展。结果建议:厘清现有文化与旅游资源的开发,并进一步加大科技创新投入,能够使数字技术赋能文旅产业发展、促进传统三大产业的联动发展,有效推动浙江省文旅产业深度融合,为其他省市提供实践经验。

**关键词:** 文旅产业; 产业融合; 浙江省; 旅游资源; 消费需求; 历史人文旅游; 耦合协调度模型

**本文索引:** 侯洁.浙江省文化与旅游产业融合发展态势测度与评价[J].中国商论,2024(07):143-147.

**中图分类号:** F127; F592

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-143-05

随着经济社会的快速发展,人们生活水平不断提升,传统单一的产业发展已不能满足人们对美好生活的需要。在现代市场经济动态环境下,不少产业间的传统界线变得越发模糊不清。不同产业之间的互动合作越来越紧密,产业融合已成为产业发展与经济增长的新动力。习近平总书记关于文化和旅游工作曾作出重要论述及2021年国务院发布《“十四五”文化和旅游发展规划》,从国家战略上对文化和旅游产业作出部署,为其发展提供政策保障。在新时代、新发展理念背景下,文旅产业融合发展,能更好地将两大产业导入人们的日常生活、市场和经济社会发展大局当中,并产生1+1>2的效果,在全社会文化创造激情高涨、大众旅游蓬勃发展背景下,两大产业相互借力扶持与拓展,使文化产业有新载体,有更多发展空间,旅游产业也因此丰富其内容,形成新的发展张力。

## 1 文献回顾

根据已有文献,国外对于产业融合的关注始于1963年,由美国学者Rosenberg最早提出,他指出技术创新模糊产业边界,促使产业融合<sup>[1]</sup>;1970年开始,不少产业间的传统边界变得模糊不清,产业之间的互动变得越频繁,产业融合便成为经济新动力。Yoffie从生产产品角度出发,指出如今是采取现代科技对原有独立产品进行统一整合<sup>[2-3]</sup>。他们对文旅产业融合主要集中于与单一类型文化融合方面,比如节事旅游<sup>[4]</sup>、影视旅游<sup>[5]</sup>等。目前,国内学者研究主题主要是融合内涵与动因、路径与对策等,如张海燕等(2010)、金雯等(2016)、金武刚等(2019)、刘安乐等(2020)分别探讨文旅产业融合的机制、过程与路径,并对文化产业融合发展以及

文旅融合相关概念做了界定<sup>[6-9]</sup>;辛欣(2013)分析融合路径主要在资源、功能、空间、市场、技术等方面相互促进。一些学者对产业融合评价进行研究,如李丽等(2020)采用空间回归模型实证分析我国31省(市区)文旅产业协调发展有效动力是消费需求,其次是市场和科技创新。杨春宇等(2016)采用熵值权重法、函数模型等方法综合测量我国文旅创新动力因素,归纳出创新主体、产业实力、政策环境等几类动力因素<sup>[10-12]</sup>。程晓丽等(2012)是基于产业融合理论视角,探索文旅产业融合模式、机理和路径<sup>[13]</sup>;兰苑等(2014)认为文旅融合本身具有优势,两大产业融合会催生一些新业态,引起学界广泛关注<sup>[14]</sup>;张海燕(2013)以文化资源表现的不同,提出文旅新模式,如创造型、开发型、体验型等<sup>[15]</sup>;翁钢民等(2016)基于耦合协调度对我国文旅产业融合发展进行测度<sup>[16]</sup>;李凤霞等(2017)以山东省作为研究尺度,探讨山东省整体的文旅产业协调度高,但城际之间差距较大<sup>[17]</sup>;罗芒等(2019)认为云南省在2004—2016年文旅产业耦合协调性总体呈上升态势<sup>[18]</sup>;汪永臻等(2020)对西北地区文旅产业耦合性进行分析,认为总体呈上升态势,但整体发展水平不高,文化产业优于旅游产业发展<sup>[19]</sup>;周蕾等(2016)对陕西省2013—2017年文旅产业融合度进行分析,得出综合发展评价指数呈逐年上升趋势<sup>[20]</sup>。

通过梳理相关文献,文旅融合受到国内外有关学者的重视。但研究尺度多是基于某个地域或省域融合情况进行研究,从研究方法来看,偏重理论研究,如融合的原因、模式、路径与对策,多以定性分析方法为主,而计量分析研究相对较少。浙江省是我国重要的历史文化旅游资源大省,也

**作者简介:** 侯洁(1988-),女,河北保定人,硕士研究生,研究方向:文化与旅游产业管理。

是我国沿海地区经济大省,文旅产业融合发展主要经济指标都有较高增长,有利于促进浙江省文旅产业高质量发展。因此,本文采用CRITIC权重法、耦合协调模型来构建文旅产业评价指标体系,对浙江省2011—2022年文旅产业融合发展态势进行测度与评价。

## 2 数据来源与指标构建

数据主要来源:浙江省2012—2022年《统计年鉴》和《国民经济与社会发展统计公报》、各地市统计年鉴及统计公报、《2011—2021年全国星级饭店统计公报》,还有一些依申请公开获得。

文化与旅游产业是两类不同的产业,参考国际有关分类标准与国家统计局所发布的《文化及相关产业分类(2018)》,并借鉴相关文献<sup>[21]</sup>,依据客观性、科学性和具有代表性原则,延长数据选取时间长度(2011—2021年),从文化产业指标中选取9个,旅游产业指标中选取8个,来构建浙江省文旅产业融合发展水平的综合评价指标体系,见表1。

表1 浙江省文化与旅游产业测度指标

产业类型	指标	产业类型	指标
文化产业	文化产业增加值(亿元)	旅游产业	国内旅游收入(亿元)
	公共图书馆经费支出(万元)		国内旅游人数(万人次)
	电影放映收入(万元)		创汇收入(万美元)
	电影放映单位数(个)		入境旅游者人数(人次)
	艺术表演团体数(个)		住宿业和餐饮业法人企业个数(个)
	文化博物馆数(个)		住宿业和餐饮业从业人员期末人数(人)
	公共图书馆数(个)		星级酒店个数(个)
	文化产业规模以上法人单位数(个)		旅行社数量(个)
	文化产业从业人员数(万人)		

## 3 文化与旅游产业融合发展水平权重测度

CRITIC权重法是一种比熵权法和标准离差法更好的客观赋权法,完全利用数据自身的客观属性来进行科学评价。核心是围绕两个概念展开,即数据波动度和冲突度<sup>[22]</sup>。

### 3.1 对每个指标进行无量纲化处理

文化与旅游产业中各项评价指标,使用的度量单位各不相同,在各项指标未经处理前无法直接进行比较,将所选取评价指标数据转化为无单位的相对量,使其具有可比性,并采用极差标准化的方法对所选数据进行无量纲化处理<sup>[23]</sup>:

$$x'_{ij} = (x_j(t) - x_{\min}) / (x_{\max} - x_{\min}) + 0.01 \quad (1)$$

公式中, $x_j(t)$ 表示第 $t$ 年第 $j$ 个原始值; $x_{\max}$ 是第 $j$ 个最大值; $x_{\min}$ 是第 $j$ 个最小值。为使转化完的数据有意义,还需对数据进行非负化处理,在公式后整体加0.01。

### 3.2 数据指标的变异性

以标准差形式表现, $s_j$ 表示第 $j$ 个指标数值标准差:

$$x_j = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_{ij} \quad (2)$$

$$s_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_{ij} - \bar{x}_j)^2}{n-1}} \quad (3)$$

公式中,用标准差表示各指标的对比强度,即指标之间数值差距大小,当数值波动越大其权重越高。

### 3.3 数据指标的冲突性

$r_{ij}$ 表示评价指标数值 $i$ 与 $j$ 之间相关系数:

$$R_j = \sum_{i=1}^p (1 - r_{ij}) \quad (4)$$

公式中,用相关系数表示指标冲突性,指标冲突越小则权重越低;反之越大。

### 3.4 数据的信息量

$$C_j = s_j \sum_{i=1}^p (1 - r_{ij}) = s_j \times R_j \quad (5)$$

公式中, $C_j$ 数值越大,则第 $j$ 个评价指标数值在整个评价体系中作用就越大,应分配更多权重。

### 3.5 确定数据的指标权重

$$W_j = \frac{c_j}{\sum_{j=1}^p c_j} \quad (6)$$

公式中, $W_j$ 表示第 $j$ 个指标数值客观权重,见表2、表3。

表2 浙江省文化产业评价指标数值的权重计算结果

评价指标	指标变异性	指标冲突性	信息量	权重(%)
Q1- 国内旅游收入(亿元)	0.318	6.789	2.160	8.586
Q2- 国内旅游人数(万人次)	0.330	6.943	2.290	9.102
Q3- 创汇收入(万美元)	0.338	9.428	3.185	12.660
Q4- 入境旅游者人数(人次)	0.344	9.556	3.290	13.079
Q5- 住宿业和餐饮业法人企业个数(个)	0.310	7.643	2.367	9.410
Q6- 住宿业和餐饮业从业人员期末人数(人)	0.325	9.580	3.110	12.362
Q7- 星级酒店数量(个)	0.362	10.906	3.943	15.674
Q8- 旅行社数量(个)	0.330	7.450	2.455	9.760

### 3.6 文化与旅游产业综合评价函数<sup>[24]</sup>

$$G(y) = \sum_{i=1}^n w_j N_{ij} \quad (7)$$

公式中, $j$ 为文化产业所选取的指标个数( $j=1, 2, 3, \dots, n$ ); $w_j$ 为所选取指标的权重; $N_{ij}$ 为文化产业所选指标第 $i$ 年第 $j$ 个标准值,结果值越大,则文化产业综合发展水平表现越好,反之表现则越差。

$$F(x) = \sum_{j=1}^n w_j M_{ij} \quad (8)$$

公式中, $j$ 为旅游产业所选取的指标个数( $j=1, 2, 3, \dots,$

$n$ );  $w_j$ 为所选取指标权重;  $M_{ij}$ 为旅游产业所选取指标第*i*年第*j*个标准值,结果值越大,则旅游产业综合发展水平表现越好,反之表现则越差。

表3 浙江省旅游产业评价指标数值的权重计算结果

评价指标	指标变异性	指标冲突性	信息量	权重 (%)
Q1- 文化产业增加值 (亿元)	0.356	2.216	0.789	6.177
Q2- 电影放映收入 (万元)	0.370	4.869	1.800	14.094
Q3- 公共图书馆经费支出 (万元)	0.325	2.436	0.792	6.204
Q4- 艺术表演团体数 (个)	0.288	13.536	3.893	30.488
Q5- 文化博物馆数 (个)	0.337	3.001	1.012	7.926
Q6- 电影放映单位数 (个)	0.374	2.255	0.844	6.609
Q7- 公共图书馆数 (个)	0.380	2.501	0.950	7.440
Q8- 文化产业规模以上法人单位数 (个)	0.368	2.574	0.948	7.422
Q9- 文化产业从业人员数 (万人)	0.296	3.330	0.985	7.716

### 3.7 耦合度函数的设立

耦合度是由多个变量之间相互影响的一种度量<sup>[25]</sup>,借助理学的一个概念建立耦合度模型,计算公式如下:

$$C = \sqrt{F(x) \times G(y) / [(F(x) + G(y)) \times (F(x) + G(y))]}$$

$$T = \alpha F(x) + \beta G(y) \quad (9)$$

$$D(F(x), G(y)) = \sqrt{C \times T}$$

公式中,C为两大产业耦合度,其数值介于0~1,数值结果越大,其耦合性表现越好,反之表现越差;T为综合协调指数,表示文旅产业发展水平整体上对协调度的一个贡献值;D为耦合度, $\alpha$ 、 $\beta$ 表示待定系数,以往文献中,有学者将其定值0.5,并综合考虑文旅产业对当地经济社会发展的作用重要程度相等<sup>[26]</sup>。

### 3.8 对不同时期文化与旅游产业进行科学对比

结合已有学者的相关研究,采用均匀分布函数将文旅产业耦合协调度(D)指标数值进行等级划分,见表4。

表4 耦合协调度等级划分标准

耦合协调度 (D)	耦合协调等级	耦合协调度 (D)	耦合协调等级
0.000—0.090	极度失调阶段	0.500—0.590	勉强协调阶段
0.100—0.190	严重失调阶段	0.600—0.690	初级协调阶段
0.200—0.290	中度失调阶段	0.700—0.790	中级协调阶段
0.300—0.390	轻度失调阶段	0.800—0.890	良好协调阶段
0.400—0.490	濒临失调阶段	0.900—1.000	优质协调阶段

## 4 文化与旅游产业融合协调度实证分析

### 4.1 2011—2021年浙江省文化与旅游产业综合发展水平分析

由表5和图1得出,2011—2021年浙江省文化产业发展

水平大致呈波动上升趋势,从2011年0.2215到2021年上升到0.7763,尤其是2014年开始上升幅度加大,旅游产业综合发展水平保持相对稳定状态,但2020—2021年呈下降趋势,原因可归咎于国内经济增速下降、新冠疫情爆发导致人们外出受阻,对旅游业造成消极影响。从文化与旅游两大产业相对关系来看,2017—2021年,文化产业综合发展水平一直高于旅游产业综合发展水平。

通过查询相关文献,与我国其他省份相互比较。如黄守玉(2020)分析2016年广东省文旅产业综合发展水平数值分别是:0.73和0.75;刘红升(2020)测算陕西省2017年文旅产业综合发展水平数值分别是:1.00和0.87;徐飞等(2021)对辽宁省文旅产业综合发展水平进行整体计算<sup>[26]</sup>。综上所述,近年浙江省文化产业综合发展水平总体呈向上发展态势,而旅游产业综合发展水平有所降低,文化产业发展速度明显高于旅游产业发展的增长速度。

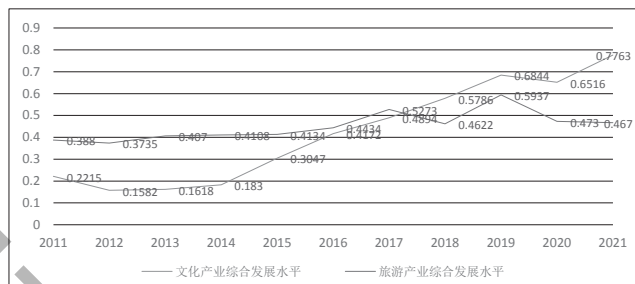


图1 浙江省文化与旅游产业综合发展水平

### 4.2 文化与旅游产业的耦合度与耦合协调度分析

由表6和图2得出,2011—2021年,浙江省文旅游产业耦合度(C)、耦合协调度(D)所处区间分别为[0.9023,0.9995][0.4931,0.7984],耦合度(C)整体呈上升趋势,这两大产业相互影响作用不断增强。耦合协调度(D)也不断上升,但耦合协调发展等级尚未发生明显飞跃,仍处在中级协调,距离良好协调和优质协调还有一定差距,这充分说明浙江省文化与旅游产业之间协调发展状况仍需要良性互动。

通过比较浙江省文化与旅游产业发展水平,可进一步对两大产业耦合协调度等级进行细分:(1) $N > M$ ,代表旅游滞后类型,这充分说明旅游产业综合发展水平明显滞后于文化产业综合发展水平;(2) $N = M$ ,代表同步类型,这充分说明文化产业综合发展水平和旅游产业综合发展水平同步发展;(3) $N < M$ ,代表文化滞后类型,这充分说明文化产业综合发展水平相较旅游产业综合发展水平是落后的。由表5、表6和图2得出,2011—2017年,文化产业综合发展水平数值低于旅游产业综合发展水平数值,属文化滞后类型;

表5 浙江省2011—2021年文化与旅游产业综合发展水平值

年份	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
文化产业综合发展水平 (N)	0.2215	0.1582	0.1618	0.1830	0.3047	0.4172	0.4894	0.5786	0.6844	0.6516	0.7763
旅游产业综合发展水平 (M)	0.3880	0.3735	0.4070	0.4108	0.4134	0.4434	0.5273	0.4622	0.5937	0.4730	0.4670



2018—2021年,文化产业综合发展水平数值明显高于旅游产业综合发展水平数值,其中不乏受到新冠疫情的消极影响,属于旅游滞后类型。总体来看,文化产业滞后类型较多,旅游产业明显好于文化产业,这表明文化产业发展不能很好满足旅游产业的较快发展,因此应促进文旅产业深度融合,共同促进两大产业健康发展。

表6 2011—2021年浙江省文化与旅游产业融合发展耦合度、综合协调指数、耦合协调度

年份	耦合度 (C)	综合协调指数 (T)	耦合协调度 (D)	耦合协调等级	滞后类型 (N/M)
2011	0.9620	0.3048	0.5414	勉强协调阶段	文化滞后类型
2012	0.9144	0.2659	0.4931	濒临失调阶段	文化滞后类型
2013	0.9023	0.2844	0.5066	勉强协调阶段	文化滞后类型
2014	0.9234	0.2969	0.5236	勉强协调阶段	文化滞后类型
2015	0.9885	0.3590	0.5957	勉强协调阶段	文化滞后类型
2016	0.9995	0.4303	0.6558	初级协调阶段	文化滞后类型
2017	0.9993	0.5083	0.7127	中级协调阶段	文化滞后类型
2018	0.9937	0.5204	0.7191	中级协调阶段	旅游滞后类型
2019	0.9975	0.6390	0.7984	中级协调阶段	旅游滞后类型
2020	0.9873	0.5623	0.7451	中级协调阶段	旅游滞后类型
2021	0.9686	0.6216	0.7759	中级协调阶段	旅游滞后类型

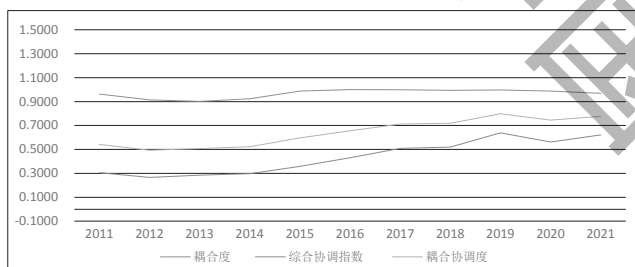


图2 浙江省文化与旅游产业融合发展耦合度、综合协调指数、耦合协调度

## 5 研究结论与对策建议

### 5.1 研究结论

2011—2021年,浙江省文化产业综合发展水平与旅游产业综合发展水平相比,整体上是落后的,两大产业整体上融合度并不高,耦合协调度计算得出的最高数值为0.7984,归属于中度协调阶段,这充分说明浙江省文旅产业融合在整体发展上还有提升空间,文化产业对旅游产业有助推作用,应保障文化产业良性发展,使文旅两大产业相得益彰,促使产品与服务结构优化升级,实现旅游业高质量发展。

### 5.2 对策建议

为有效推进浙江省文旅产业深度融合发展,需要在弄清现有历史文化与旅游资源开发的基础上,进一步加大科技创新投入,使数字技术赋能文化与旅游产业的融合发展,有效促进三大产业的联动发展,为其他省市提供实践经验。

(1)为有效推进文旅产业深度融合发展,要弄清当前历史文化与自然资源开发的现状。浙江省文化与旅游资源极

其丰富,而资源融合是产业融合的前提和基础,但同时要知道并非所有历史文化资源都具有资本属性,只有那些能快速融入旅游产业中的资源,才能进行产业化经营与开发。这便需要将本省的历史文化资源进行调查、汇总,明晰各类历史文化资源所属类型,合理有序地进行开发,并且也需注意差异化发展,避免跟其他同类型的资源重复开发与建设。

(2)加大科技创新投入,让数字技术赋能文化与旅游产业的深度融合发展,充分发挥其对浙江省历史文化资源的旅游价值,将互联网信息技术、大数据、人工智能等融入两大产业中,提升文化旅游业发展的质量和效率。在供给层面,对浙江省历史文化资源进行提升并改造,让静的东西能够以动态的形式展现出来;在需求层面,可利用大数据对现有市场进行对比分析,合理预测目前市场的真实需求,从而充分发挥历史文化资源的旅游价值。比如,2020年4月,峨眉山旅游股份有限公司打造的大数据、5G、AI、网络“云”等新兴信息技术为一体的项目建设完成,当地通过数据汇聚,实现“人在游、数在转、云在算”的文旅新业态、新模式;比如广州非遗街区元宇宙、广东星海演艺公司“数字文化站”等无不展示出沉浸式互动体验的文旅新趋势。

(3)通过三大产业相互联动,能有效促进文化旅游与浙江省经济的共同发展。在新时代、新发展理念背景下,浙江省实现经济转型升级的一个必然趋势是将三大产业联动发展起来,可通过数字经济的发展,促进第一产业、第二产业和第三产业融合,通过云计算、大数据等技术提高服务业的智能化程度,不断催生出新产品、新服务和新业态,使当地的社会经济发展与文化旅游产业紧密结合,突破界限共同健康发展。在浙江省及各地市共同努力下,全力推进文旅产业深度融合发展,打造具有辨识度的浙江文化标识,提高文化旅游竞争力,在这一过程中,要坚持特色化发展,优势互补,相互促进,以避免产业融合对各自产业发展的影响。同时,打造文旅融合消费新场景、新空间,满足不断升级的消费需求,进一步促进当地旅游经济高质量发展。

### 参考文献

- [1] Rosenberg N. Technological Change in the Machine Tool Industry: 1840-1910[J]. The Journal of Economic History, 1963(23): 414-446.
- [2] Yoffie D B. Introduction: Chess and Competing in the Age of Digital Convergence[C]//Yoffie D B (Ed.). Competing in the Age of Digital Convergence. Boston, 1997: 1-36.
- [3] Greenstein S, Khanna T. What Does Industry Convergence mean? [C]//Yoffie D (ed.). Competing in the Age of Digital Convergence. Boston, 1997: 201-226.
- [4] CONNELL J. Film tourism—Evolution, progress and prospects[J]. Tourism Management, 2012, 33(5): 1007-1029.
- [5] KOLE S K. Dance, representation, and politics of bodies: "thick description" of Tahitian dance in Hawaiian tourism industry[J].

- Journal of tourism and cultural chance,2010(3): 183-205.
- [6] 张海燕,王忠云.旅游产业与文化产业融合发展研究[J].资源开发与市场,2010,26(4): 322-326.
- [7] 金雯,陈舒.新常态背景下江苏文化产业融合发展的实践演进与路径优化[J].江苏社会科学,2016(6): 262-266.
- [8] 金武刚,赵娜,张雨晴,等.促进文旅融合发展的公共服务建设途径[J].图书与情报,2019(4): 53-58.
- [9] 刘安乐,杨承珺,明庆忠,等.中国文化产业与旅游产业协调态势及其驱动力[J].经济地理,2020(6): 203-213.
- [10] 辛欣.文化产业与旅游产业融合研究:机理、路径与模式:以开封为例[D].郑州:河南大学,2013.
- [11] 李丽,徐佳.中国文旅产业融合发展水平测度及其驱动因素分析[J].统计与决策,2020(20): 49-52.
- [12] 杨春宇,邢洋,左文超,等.文化旅游产业创新系统集成研究:基于全国31省市的PEF实证分析[J].旅游学刊,2016(4): 81-96.
- [13] 程晓丽,祝亚雯.安徽省旅游产业与文化产业融合发展研究[J].经济地理,2012,32(9): 161-165.
- [14] 兰苑,陈艳珍.文化产业与旅游产业融合的机制与路径:以山西省文化旅游业发展为例[J].经济问题,2014(9): 126-129.
- [15] 张海燕,王忠云.旅游产业与文化产业融合运作模式研究[J].山东社会科学,2013(1): 169-172.
- [16] 翁钢民,李凌雁.中国旅游与文化产业融合发展的耦合协调度及空间相关分析[J].经济地理,2016,36(1):178-185.
- [17] 李凤霞,曹艳英.文化产业与旅游产业耦合发展理论与实证分析:以山东省为例[J].湖北经济学院学报,2017,15(2):53-59.
- [18] 罗芳,吴旋.云南旅游业与文化产业耦合协调关系评价[J].云南农业大学学报(社会科学),2019,13(4):121-126.
- [19] 汪永臻,曾刚.西北地区文化产业和旅游产业耦合发展的实证研究[J].经济地理,2020,40(3):234-240.
- [20] 周蕾,段龙龙,王冲.农业与旅游产业融合发展的耦合机制:以四川省为例[J].农村经济,2016(10): 40-45.
- [21] 杜宝贵,陈磊.科技服务业助推中国经济高质量发展的影响因素和优化路径研究:基于GRA模型与CRITIC权重法的综合分析[J].科技管理研究,2022,42(9):91-98.
- [22] 侯兵,周晓倩.长三角地区文化产业与旅游产业融合态势测度与评价[J].经济地理,2015,35(11): 211-217.
- [23] 许春晓,胡婷.大湘西地区文化与旅游融合潜力及其空间分异[J].经济地理,2018,38(5): 208-216.
- [24] 王永初,王启志.耦合度的新定义及其应用[J].华侨大学学报(自然科学版),1999(3): 59-63.
- [25] 王秀伟.大运河文化带文旅融合水平测度与发展态势分析[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2020,37(3):60-69.
- [26] 徐飞,李彬.基于耦合模型的辽宁省文化与旅游产业融合态势测度[J].辽宁大学学报(哲学社会科学版),2021,49(2):70-78.

## Measurement and Evaluation of the Integrated Development of the Cultural and Tourism Industries in Zhejiang Province

Hou Jie

(School of Economics and Management, Zhejiang Ocean University, Zhoushan, Zhejiang 316000)

**Abstract:** Zhejiang Province is located on the southeast coast of China, with rich natural and historical cultural tourism resources. This paper uses the CRITIC weighting method, the coupling coordination degree model, and 17 indicators in cultural and tourism industries to analyze and evaluate the coupling degree and comprehensive level of integrated development of the cultural and tourism industries in Zhejiang Province from 2011 to 2021. The research shows that the comprehensive level of integrated development of the cultural and tourism industries in Zhejiang Province is on an upward trend. The coupling coordination between the two industries is at a moderate level, still some distance from good coordination and high-quality coordination. Regarding the development of the two industries, the cultural industry lags much behind, and the development of the tourism industry is significantly stronger than that of the cultural industry. The results suggest that it is important to clarify the development of existing cultural and tourism resources and further increase investment in scientific and technological innovation. It is also necessary to empower the development of cultural and tourism industries with digital technology and promote the coordinated development of the three traditional industries, thus effectively driving the deep integration of the cultural and tourism industries in Zhejiang Province and providing practical experience for other provinces and cities.

**Keywords:** cultural and tourism industries; industrial integration; Zhejiang Province; tourism resources; consumption demands; historical cultural tourism; coupling coordination degree model

# 耦合协调视角下信息产业和流通产业的关系研究

段逢树

(昆明市东川区企业退休人员管理服务中心 云南东川 654199)

**摘要:** 文章基于产业耦合视角,采用实证分析的方式对信息产业和流通产业的关系进行探究,空间计量模型和面板数据模型的分析结果表明:第三产业占比对两个产业的耦合协调发展影响显著,政府财政支出、固定资本存量、劳动力数量、每万人专利拥有量都能正向影响两个产业的耦合协调发展,但平均受教育年限经检验并不显著,即受教育年限对两个产业协调发展的影响并不显著,经检验,政府财政支出、固定资本存量、劳动力数量以及每万人专利拥有量均对两个产业的耦合协调发展具有积极的推动作用。然而,平均受教育年限在影响产业协调发展方面的作用并不明显,这一数据表明受教育年限的长短并不会显著促进或阻碍两个产业的协调发展。在此基础上,本文提出促进信息和流通产业协调发展的建议,以供参考。

**关键词:** 信息产业; 流通产业; 空间计量; 产业耦合; 耦合协调; 产业协调发展

**本文索引:** 段逢树.耦合协调视角下信息产业和流通产业的关系研究[J].中国商论,2024(07):148-151.

中图分类号: F252.5

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-148-04

互联网技术的发展,改变了消费者的购物方式,大数据、云计算的发展更是加速了电子商务的发展,网购已成为常态,市场的需求对流通产业提出更高要求,传统的商贸流通已经难以满足现代消费者的需求,流通企业要想在时代发展的潮流中继续生存,转型升级成为必经之路。与此同时,信息产业融入人们生活的方方面面,新兴的信息技术推动了流通产业和信息产业的加速融合。随着产业结构的不断升级和信息化技术的普及,信息和流通产业的协调发展已成大势所趋,也是当前经济发展的关键所在,回顾以往学者的研究,学者们比较关注信息产业与流通产业间的关系,不少学者提出两者间存在密切的双向因果关系。本文从空间角度深入探讨两个产业间的耦合协调发展情况,通过实证研究探索影响两个产业耦合协调发展的相关因素,为信息产业和流通产业的耦合协调发展提供借鉴。

## 1 研究假设

第一,经济增长理论强调物质资本在推动经济发展中的核心作用。随着物质资本的不断积累,尤其是固定资本存量的积累,当地社会经济和各类产业得以快速发展。固定资本作为物质资本的主要组成部分,其存量越大,越能显著提升各产业的产能,进而促进流通产业和信息产业等多元化产业的协同发展,加快两者间的耦合协调发展。第二,内生增长理论强调人力资本对地区经济社会发展具有促进作用,而人力资本的优劣多以该地区人力资本的质量和数量来评估,就产业自身而言,人力资本是企业发展的不竭动力,人力资本的规模与质量与产业协调发展之间具有正向关系。第三,经济增长理论认为技术进步能够促进产业发

展,依靠高新技术发展起来的信息产业更是如此,高新技术在一定程度上也带来了流通产业的转型升级,成为经济增长的重要推动力量。因此,以高新技术为代表的技术进步对产业发展和经济社会发展均有利。第四,据相关学者研究,地区服务业发展水平能够反映该地区的产业集聚情况,服务业发展水平提升,有利于压缩企业购置成本、通信成本,促进产业集聚效应的产生。作为服务产业的主要构成部分,流通产业和信息产业的发展状况受到整体服务业发展的影响,即在良好的产业发展背景下,相应的基础设施越完善、市场环境越有利,所以,第三产业的占比至关重要。第五,政府出台的任何产业政策初衷都是为了帮助各产业更好的发展。近年来,政府对信息化发展给予高度关注。为推动信息产业的蓬勃发展,并助力流通产业顺利实现信息化转型,中央和地方政府相继出台一系列扶持政策,加强相关基础设施的建设,为产业转型升级提供了重要支持和便利条件,此举也对流通和信息两个产业的协调发展起到推动作用。综上,本文提出假设1~5:

假设1:固定资本存量能够正向影响信息产业和流通产业的耦合协调发展;

假设2:人力资本对两个产业的耦合协调起到正向的促进作用;

假设3:技术进步对流通产业和信息产业的耦合协调发展具有正向影响;

假设4:产业结构优化对流通、信息产业的耦合协调发展具有正向影响;

假设5:产业政策正向影响两个产业的耦合协调发展。

**作者简介:** 段逢树(1974-),女,云南大理人,白族,高级经济师,本科,主要从事人力资源管理、劳动工资等方面的研究。



## 2 研究设计

### 2.1 数据来源与指标选取

为深入了解信息产业和流通产业的耦合协调度,本文将中国各省市信息产业和流通产业耦合协调度(D)定为被解释变量,解释变量分别为物资资本(K)、劳动力数量(LN)、劳动力质量(LP)、技术创新(R)、产业结构(I)和政策支持(P)。物资资本以各省固定资本存量为依据,亿元为计量单位;劳动力数量通过统计各地的职工人数得出,万人是计量单位。以平均受教育年限为指标对劳动力质量评估,“年/每人”是计量单位;以每万人专利申请数量为指标对技术创新的能力评估;以第三产业在GDP中占比评估产业结构;政策支持则选取各省市对第三产业的财政支出作为衡量标准,亿元为计量单位。本研究数据来自国家统计局网站和各省统计年鉴,选用30个省市2013—2021年面板数据来测度信息产业和流通产业耦合协调度。

### 2.2 面板数据模型

本文分别用K、LP、LN、R、I、P表示物质资本、人力资本质量、人力资本数量、技术创新、产业结构和产业政策共六个影响因素。因需测算两个产业的耦合协调度,假设上述影响因素符合C-D生产函数,采用面板数据对上述模型进行改写,并进行具体分析,得到最终面板数据的计量模型。其中 $\varepsilon$ 为随机误差项,i和t分别表示地区和时间。为方便研究,简化上式如下:

$$\ln D_{it} = c + a_1 \ln K + a_2 \ln LP + a_3 \ln LN + a_4 \ln R + a_5 \ln I + a_6 \ln P + \varepsilon \quad (1)$$

### 2.3 空间计量模型

为深入研究两种产业间的空间集聚效应,本文采用空间计量模型进行测度。在模型中,广义的空间面板计量模型如下。其中, $w_{ij}$ 为空间权重矩阵中不同元素; $x_{itk}$ 为第k个外生性解释变量; $\mu_i$ 为区域i的个体效应; $\theta_k$ 为外生解释变量空间滞后系数; $\gamma$ 是时间效应; $\alpha$ 是截距; $\varepsilon_{it}$ 是误差项; $\phi$ 指误差项的空间自相关系数; $\rho$ 指因变量空间滞后系数。 $\tau$ 的数值情况表示面板数据的动态或静态,若 $\tau$ 非零,表示动态空间面板数据,反之为静态。当 $\phi$ 为0时,广义的空间面板计量模型将同时展现出内生交互效应和外生交互效应,进而转变为空间杜宾模型的形式;当 $\phi$ 为0且 $\theta$ 取值为0时,仅有内生交互效应,原模型变形为空间滞后模型;当 $\theta$ 、 $\tau$ 和 $\phi$ 取值均为0,则模型变为空间误差模型。根据上述限制条件可以推断,空间误差模型和空间滞后模型均源自空间杜宾模型,是其衍生出的特殊类型模型。本文选择hausman来建立模型,利用Stata14进行软件建模,对空间杜宾模型进行Wald、LR检验。

$$y_{it} = \rho \sum_{j=1}^n w_{ij} y_{jt} + \sum_{k=1}^k x_{itk} \beta_k + \sum_{k=1}^k \sum_{j=1}^n w_{ij} x_{itk} \theta_k + \mu_i + \gamma_t + \varepsilon_{it} + \alpha \quad (2)$$

$$\varepsilon_{it} = \varphi \sum_{j=1}^n w_{ij} \varepsilon_{jt} \quad (3)$$

## 3 面板数据模型的实证分析

回归分析时,要对变量间的相关性和共线性进行检验,若变量间相关或多重共线,会使系数估计值不准,显著性减弱,经检验,所有变量并无高度相关性和共线性。本文进行hausman检验发现 $p=0$ ,说明假设的六个影响因素指标适用于应用固定效应模型。

### 3.1 回归结果及分析

对上述模型进行回归得到以下结果,如表1所示。

表1 固定效应模型结果统计

变量	结果
lnK	0.1102**(0.0545)
lnLN	0.1577***(0.0478)
lnLP	0.0348(0.2105)
lnR	0.0577***(0.0200)
lnI	0.3155***(0.0775)
lnP	0.1755***(0.0625)
常数项	-3.7743
拟合优度	0.9538

注: \*、\*\*、\*\*\* 分别为变量在10%、5%、1%水平上显著,下同。

### 3.2 稳健性检验

前文理论提到技术进步可以地区教育发展水平测度,为保证实证结果准确可靠,本文以每十万人中高等院校在读人数来衡量技术进步指标,对数据采取稳定性检验,结果如表2所示。对比上述两表,不同变量的系数以及核心解释变量具有极强显著性和一致性,回归结果稳健。

表2 稳健性检验结果

变量	结果
lnK	0.0725(0.0613)
lnLN	0.1408***(0.0484)
lnLP	0.0325(0.2108)
lnR	0.1701***(0.0635)
lnI	0.3258***(0.0777)
lnP	0.2001***(0.0625)
常数项	-4.815(0.7801)
拟合优度	0.9576

## 4 空间计量模型实证分析

### 4.1 空间相关性分析

(1)Moran's I指数。本文采用Moran's I指数来检验空间相关性。Moran's I的取值范围为(-1, 1),若该指数为正值,则说明空间相关性为正,且取值越接近于1说明单位空间正相关程度加强,关系越紧密。但是,假如Moran's I的取值为负数,并接近-1,表明其负相关程度逐渐增强,空间差异性越显著;若取值接近0,则代表各空间单位间的关联性非常微弱,处于较独立的状态。本文对2013—2021年流通产业

和信息产业耦合协调程度的数据进行检验,结果如表3所示,Moran's I取值大多在(0,0.1)范围内,超过该范围的取值也大多在0.1左右,且P值均为0.000,这就说明,在空间上两个产业的耦合协调度呈正向相关关系,表明中国各省流通和信息产业在长期稳定的空间内,其耦合协调发展呈现正相关。

表3 2013—2021年产业耦合协调Moran's I统计结果

年份	Moran's I	Z 值	P 值	年份	Moran's I	Z 值	P 值
2013	0.094	3.641	0.000	2018	0.113	4.154	0.000
2014	0.100	3.811	0.000	2019	0.108	4.030	0.000
2015	0.088	3.495	0.000	2020	0.089	3.459	0.000
2016	0.090	3.501	0.000	2021	0.097	3.487	0.000
2017	0.092	3.555	0.000				

(2)Moran's I散点图。经测算,2013—2021年中国的信息产业和流通产业耦合协调度为0.471、0.505、0.456、0.478、0.498、0.496、0.511、0.497、0.501,其中,2012年耦合协调度为0.456,取值最小,相比而言2016年和2011年两个产业的耦合协调度较高,Moran散点图如图1所示,在此基础上,本文对区域间的相关性做深入研究。图1~图2分别为中国信息产业与流通产业2017年和2018年耦合协调度的Moran's I散点图。由此可以看出,产业的耦合协调度随时间的变化幅度不大,故本文仅对2014年、2018年的散点图做深入分析。两个年份中一、三象限的省份占70%以上,这说明在空间分布上,两个产业的耦合协调表现出正相关,验证了两个产业在空间上存在稳定的正相关关系。本研究通过Moran's I指数和散点图,对两个产业的空间相关性做了深入分析,证明了两个产业在空间层面是明显的正相关,故空间要素是影响信息产业与流通产业耦合协调度的重要影响因素,考虑到该因素,本文选择空间计量模型做进一步研究。

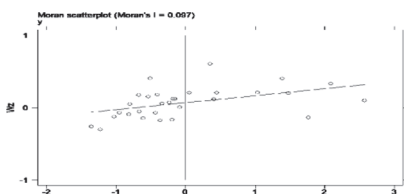


图1 2017年两产业耦合协调度散点图

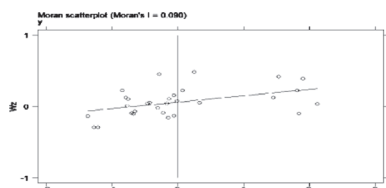


图2 2021年两产业耦合协调度散点图

4.2 实证结果分析

根据Hausman检验结果,本文选择个体固定效应空间杜宾模型进行实证分析,具体结果如表4所示。结果显示,技术效率的空间误差项在1%水平上显著,这表明,在发展环

境差异较少且邻近的区域,空间因素对两个产业的耦合协调发展具有积极的推动作用。此外,从1%的显著性水平进行分析,固定资本存量的增加能够正向推动两个产业的耦合协调发展,这一数据代表资本投入在流通产业和信息产业的协调发展中扮演着至关重要的角色,符合文章假设。同样,在1%的显著性水平下,劳动力数量同样能正向促进两个产业的耦合协调发展,且作用明显,故增加劳动力数量能有效促进产业间的协调发展。但劳动力质量指标并不显著,原因在于我国具有庞大的人口基数。流通产业作为劳动密集型产业,对劳动力的数量需求远超过对质量的追求,因此劳动力数量在该产业中发挥着更为显著的影响力,而对劳动质量的要求则相对较低。此外,在5%显著性水平下,技术创新能力对于推动流通产业和信息产业的协调发展具有积极作用。这表明,实现两个产业的协调共进,技术创新是不可或缺的关键因素,符合上文假设。除此之外,第三产业在整体经济中占比对流通产业和信息产业的协调发展起到积极的推动作用。根据实证结果,第三产业占比在所有影响因素中对两个产业协调发展的促进力度最为显著,也就说明第三产业对推动两个产业的协调发展起着至关重要的作用。在1%的显著水平上,产业政策的支持也正向促进两个

表4 空间杜宾模型检测结果

解释变量	固定效应		
	个体固定效应	时间固定效应	双固定效应
lnK	0.0685*** (0.0237)	0.0586*** (0.0101)	0.0739*** (0.0227)
lnI	0.1648*** (0.0308)	0.2807*** (0.0220)	0.1311*** (0.0332)
lnR	0.0183** (0.005)	0.0738*** (0.0038)	0.0100 (0.005)
lnLP	-0.028 (0.0821)	-0.01785*** (0.0456)	0.0141 (0.0802)
lnLN	0.0709*** (0.0187)	0.0062 (0.010)	0.1010*** (0.016)
lnP	0.0754*** (0.0231)	-0.009 (0.0176)	0.0389 (0.0245)
W*lnK	-0.134 (0.0822)	0.1573** (0.0701)	0.3060** (0.1273)
W*lnI	-0.0843 (0.0101)	-0.0684 (0.1865)	-0.1492 (0.2658)
W*lnI	-0.0843 (0.0100)	-0.0689 (0.1880)	-0.1492 (0.2661)
W*lnR	-0.0963*** (0.0307)	0.0123 (0.0397)	-0.1635*** (0.0535)
W*lnLP	-0.1621 (0.1527)	-0.4389* (0.2508)	1.1774** (0.5598)
W*lnLN	-0.0126 (0.0438)	0.5329*** (0.1198)	0.6519*** (0.1178)
W*lnP	0.0703 (0.0827)	-0.9053*** (0.16)	-0.5748*** (0.1927)
ρ	0.6628*** -0.0753	-0.2641 -0.269	-0.438 -0.2573
R-sq	0.599	0.40	0.573
Log-likelihood	636.0873	493.2217	663.6645

产业的协调发展,表明当前中国政府出台的相关产业政策能够扶持两个产业的耦合协调发展。

## 5 研究结论与建议

### 5.1 研究结论

本文采用空间计量模型和面板数据模型验证了平均受教育年限、劳动力数量、每万人申请专利数量、固定资本存量、政府财政支出以及第三产业所占比重六个指标对流通产业和信息产业耦合协调发展的影响程度。实证结果表明,上述影响因素中,除平均受教育年限指标外,其他指标均能正向促进两个产业的耦合协调发展,且固定资本存量、产业结构、人力资本数量和政府政策支持的影响颇大,平均受教育年限未产生显著影响。

### 5.2 政策建议

第一,加大政策支持力度。政府可以通过税收、财政、行政等方面政策,减少两个产业协调发展过程中的阻碍。流通产业应压缩产业信息技术成本,积极支持自主研发和创新,鼓励企业探索并应用新兴信息技术,助力其探索转型升级的新路径。对于信息产业,政府在降低税收的同时,可以为信息技术的研发注入动力,支持产学研结合,扩大信息技术应用范围。第二,建立人才引进和培养机制。政府要梳理流

通产业和信息产业人才紧缺情况,相应的制定人才引进计划,为两个产业的协调发展提供人力资源保障。政府可以承诺一定的优惠政策,帮助人才在当地更好的就业和生活,如解决住房、配偶工作、子女教育等问题,实现人才引进来、留得住。不仅如此,还要完善人才培养机制,要引进发达国家的先进管理经验和创新技术,组织产业精英集中学习,及时了解行业最新动态。加大校企合作力度,充分利用高校资源,培养符合产业发展需求的人才,重视职业教育,注重技术人才的职业技能培养,为产业协调发展培育大批高素质人才。

### 参考文献

- [1] 李肖萌.流通产业与信息产业协调发展研究[D].杭州:浙江工商大学,2020.
- [2] 占智康.信息产业对流通发展的溢出效应研究[D].杭州:浙江工商大学,2018.
- [3] 董承华,刘国辉.信息技术提升流通业效率的路径研究[J].北京工商大学学报(社会科学版),2013,28(2):31-34.
- [4] 项姬秀.跨境电商与物流链的融合发展:基于产业结构优化视角[J].商业经济研究,2021(24):108-110.
- [5] 陈智.人工智能的消费升级效应及其推动物流业高质量发展研究[J].商业经济研究,2021(24):122-125.
- [6] 谢红岭.农村消费升级与流通产业集聚的耦合机制研究[J].商业经济研究,2021(24):146-149.

## Research on the Relationship between Information and Circulation Industries from the Perspective of Coupling Coordination

Duan Fengshu

(Enterprise Retirees Management Service Center of Dongchuan District, Kunming City, Dongchuan District, Yunnan 654199)

**Abstract:** From the perspective of industrial coupling, the paper explores the relationship between the information and circulation industries using empirical analysis. The analysis results of the spatial econometric model and the panel data model show that the proportion of the tertiary industry has a significant impact on the coupling and coordinated development of the two industries. Government fiscal expenditures, fixed capital stock, the quantity of labor force and the number of patents per 10,000 heads can positively affect the coupling and coordinated development of the two industries. However, the average length of education does not significantly impact the coordinated development of the two industries. Upon examination, government financial expenditures, fixed capital stock, the quantity of labor force and the number of patents per 10,000 heads all play a positive role in promoting the coupling and coordinated development of the two industries. However, the role of the average length of education in affecting the coordinated development of the two industries is not obvious, and this data indicates that the length of education does not significantly promote or hinder the coordinated development of the two industries. On this basis, this paper puts forward some suggestions for promoting the coordinated development of the information and circulation industries.

**Keywords:** information industry; circulation industry; spatial econometrics; industrial coupling; coupling coordination; industrial coordinated development



# 政府科技投入、环境规制对经济高质量发展的影响

黄桂林 李中航

(东北林业大学 黑龙江哈尔滨 150040)

**摘要:** 本文利用我国2009—2022年30个省际面板数据,构建了经济高质量发展的综合评价指标体系,并运用空间杜宾模型系统地研究政府科技投入和环境规制对经济高质量发展的影响。结果显示:首先,政府科技投入在促进经济高质量发展方面发挥着显著的正向作用,而且不同省域间存在显著的空间溢出效应。其次,环境规制对经济高质量发展呈现出“U”型影响关系,即初期有一定抑制效应,随后逐渐转变为促进效应。然而,政府科技投入和环境规制之间的相互作用对经济高质量发展产生正向影响,这表明政府科技投入能让环境规制的拐点提前到来。从空间效应来看,政府科技投入呈现出显著的空间溢出效应,且相邻地区的溢出效应更为显著;环境规制对经济高质量发展的空间溢出效应也得到证实,但溢出效应并不显著。

**关键词:** 政府科技投入;环境规制;经济高质量发展;熵权法;空间杜宾模型

**本文索引:** 黄桂林,李中航.政府科技投入、环境规制对经济高质量发展的影响[J].中国商论,2024(07):152-155.

**中图分类号:** F120.4

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-152-04

改革开放以来,中国经济取得举世瞩目的成就,中国已成为世界第二大经济体。然而这种伟大成就的背后是以牺牲环境为代价的,不具有可持续性,不再匹配当前我国经济发展水平,必须转变经济发展模式。党的十九大报告指出,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,把推动高质量发展作为当前和今后一个时期经济发展的根本要求<sup>[1]</sup>。技术创新被认为是实现经济高质量发展的重要路径,当前在市场逐利性的本质下,科学技术创新难以自发进行。此时就需要政府进行干预,使市场进入良性发展的轨道上来,而政府科技投入和环境规制政策便是政府干预的重要手段。

## 1 理论分析与研究假设

创新是引领发展的第一动力,也是经济高质量发展的重要保障,目前已有较多学者考察科技投入与经济高质量发展之间的关系,周静(2021)<sup>[2]</sup>研究显示财政科技投入与教育支出对全要素生产率的影响系数都为正,表明财政科技投入与教育支出都能有效地助力经济高质量发展。潘明明和张杰(2023)<sup>[3]</sup>研究认为财政科技支出、数字经济对经济高质量发展有着突出影响,同时财政科技支出、数字经济对地理和经济距离临近省份经济高质量发展也具有显著的空间外溢性。

假设H1:政府科技投入对经济高质量发展具有正向影响,且政府科技投入具有空间溢出效应。

当前,环境规制与经济高质量发展的研究文献,主要有三种观点。一是抑制论,即“遵循成本说”,认为环境规制将污染负外部性成本内在化,增加企业生产成本,降低企业生产率,抑制经济高质量发展<sup>[4]</sup>。二是促进论,即“创新补偿

说”,认为在环境规制下,企业将在盈利最大化的动机下积极进行技术创新,以提高生产率,从而弥补甚至抵消增加的污染治理成本,促进经济高质量发展<sup>[5]</sup>。三是不确定论,即“非线性说”,有学者认为环境规制对我国经济高质量发展具有先抑制后促进的“U”型非线性影响<sup>[6]</sup>。另一些学者认为环境规制与经济高质量发展呈现先促进后抑制的倒“U型”关系<sup>[7]</sup>。

从空间视角来看,环境规制具有跨区外部性,地方环境规制政策的实施会影响到本地和周边地区的经济发展。从成本视角出发,环境规制政策要求企业进行绿色生产,倒逼企业改进生产与经营方式,增加企业的运营成本,导致部分污染企业转移到环境规制薄弱的地区,抑制转入地的经济高质量发展。从创新视角出发,企业为实现利润最大化将加大科研费用投入,通过技术创新来降低成本提高利润,而这种知识会溢出到其他区域,使得本地与相邻区域的企业生产技术得到提高,环境污染得到遏制,从而推动区域经济高质量发展<sup>[8]</sup>。

假设H2:环境规制对经济高质量发展存在影响,且环境规制具有空间溢出效应。

政府科研投入对环境规制的实施具有积极作用。在环境规制实施初期,企业更倾向于以保守的方式治理污染,而政府加大科技投入不仅能给予企业更多研发资助,还能缓解企业研发资金压力,促进技术创新。因此,政府加大科技投入可以缓解甚至抵消环境规制对经济高质量发展的负面影响。同时,环境规制对政府科研投入的利用具有反向作用。在较弱的环境规制约束下,政府的科技投入资金无法被企

**作者简介:** 黄桂林(1972-),男,黑龙江哈尔滨人,副教授,博士,研究方向:房地产经济与管理、区域发展;

李中航(1998-),男,河南平顶山人,硕士研究生,研究方向:城市与房地产经济。

业充分利用,科技投入对经济高质量发展的促进作用被弱化。但在较强的环境规制约束下,企业的创新意愿被充分激发,能够合理利用政府科技投入资金,科技投入对经济高质量发展所产生推动作用被强化<sup>[9]</sup>。因此,政府科技投入与环境规制政策配合使用将产生“1+1>2”的效果。

假设 H3:政府科技投入和环境规制的交互作用对经济高质量发展具有正向影响。

本文以新发展理念为基础,构建了经济高质量发展评价指标体系,并利用空间杜宾模型系统考察了政府科技投入和环境规制对经济高质量发展的影响,旨在提出一些可行的政策建议,以促进经济社会的高质量发展。

## 2 研究设计

### 2.1 变量说明

(1)被解释变量:经济高质量发展(gtfp)。经济高质量发展的本质是满足人民日益增长的对美好生活的需求,其内涵不仅考虑经济,还要考虑社会、生态、文化等方面。本文从“五大发展理念”出发构建经济高质量发展评价指标体系,全面衡量地区经济高质量发展,并运用熵值法对其进行测度,见表1。

表1 经济高质量发展综合评价指标体系

一级指标	二级指标	单位	属性
创新	R&D经费投入占GDP比重	%	+
	R&D人员全时当量	人年	+
	科学技术支出占财政支出比重	%	+
	每万人专利申请量	项	+
协调	人均GDP水平	元/人	+
	城镇化率	%	+
	产业结构升级指数	/	+
	城乡人均收入比	/	-
	城乡人均消费比	/	-
绿化	单位工业增加值的废气排放量	吨/万元	-
	单位工业增加值的废水氨氮排放量	吨/万元	-
	单位工业增加值的固体废物产生量	吨/万元	-
	生活垃圾无害化处理率	%	+
	建成区绿化覆盖率	%	+
开放	外贸依存度	%	+
	外商投资比重	%	+
共享	教育支出占财政支出比重	%	+
	医疗卫生支出占财政支出比重	%	+
	万人医疗卫生机构数	个	+
	公共安全支出占财政支出比重	%	+
	城镇登记失业率	%	-

(2)解释变量:政府科技投入(KT)和环境规制(RE)。政府科技投入以科学技术财政支出来表征,并对其取对数。环境规制是基于废水排放量、SO<sub>2</sub>排放量、烟(粉)尘排放量和工业固体废物产生量4个单一指标,并运用熵值法计算出各地区环境规制强度。

(3)控制变量:参考已有研究,本文选取以下作为控制变量:人力资本(hcap),以教育年限法进行计算;对外开放(open),外商直接投资占GDP比重;经济水平(lnpgdp),地区人均GDP的对数;产业结构(indury),第二产业产值占GDP比重。

### 2.2 数据来源及描述性统计

本文选择中国30个省份(除西藏)从2009—2022年的数据,部分缺失数据使用插值法进行填补。数据主要来源于《中国统计年鉴》《中国财政年鉴》和地方统计年鉴等。样本描述性统计分析结果如表2所示。

表2 样本描述性统计

变量	符号	样本数	均值	标准差	最小值	最大值
经济高质量发展	gtfp	420	0.2536	0.1132	0.0992	0.7308
政府科技投入	KT	420	3.9850	1.1392	0.9246	7.0637
环境规制	RE	420	0.0976	0.2857	0.0030	3.9920
人力资本	hcap	420	9.6365	1.1349	6.9710	13.9010
对外开放	open	420	2.3239	2.1252	0.0100	12.1000
经济水平	lnpgdp	420	10.5760	0.5636	8.9700	12.0100
产业结构	indury	420	0.4234	0.0830	0.1597	0.6196

### 2.3 模型设定

本文采用空间杜宾模型,它是空间滞后模型和空间误差模型的一般形式,相较传统的面板模型,它考虑了变量的空间交互作用。空间杜宾模型基本形式如下:

$$Y_{it} = \rho W_{it} Y_{it} + \gamma X_{it} + \beta W_{it} X_{it} + \mu_i + v_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中, $Y_{it}$ 是被解释变量; $X_{it}$ 是解释变量及控制变量; $\rho$ 表示被解释变量的空间自相关系数; $\mu_i$ 表示空间效应; $v_t$ 表示时间效应; $\varepsilon_{it}$ 表示随机误差项; $W_{it}$ 是空间权重矩阵,本文选择邻近权重矩阵 $W_1$ ,即两地区相邻为1,否则为0;地理距离权重矩阵 $W_2$ ,其中 $W_2=1/d^2$ , $d$ 表示两省间省会城市的距离;基于各省份之间经济发展水平构建经济距离权重矩阵 $W_3$ 。

## 3 实证分析

### 3.1 空间相关检验

空间相关检验是指观测数据在整个研究区域内是否存在相互依赖性。目前常使用莫兰指数(Moran's I)来衡量空间相关性水平,Moran's I的取值范围是[-1, 1]。计算结果见表3。

由表3可知,在三种权重矩阵下2009—2022年我国经济高质量发展水平的全局莫兰指数均大于零,且通过1%的显著性检验,说明经济高质量发展在全国呈现的空间正向相关性。

### 3.2 全国层面实证分析

表4给出不同空间权重矩阵下政府科技投入和环境规制对经济高质量发展的影响估计结果。

表3 空间相关检验

年份	W <sub>1</sub>	W <sub>2</sub>	W <sub>3</sub>
2009	0.4378*** (3.9143)	0.3529*** (4.0584)	0.5995*** (7.0820)
2010	0.4481*** (3.9985)	0.3713*** (4.2500)	0.6033*** (7.1217)
2011	0.4381*** (3.9201)	0.3597*** (4.1333)	0.6028*** (7.1247)
2012	0.4353*** (3.8935)	0.3590*** (4.1225)	0.5951*** (7.0319)
2013	0.4552*** (4.0507)	0.3683*** (4.2107)	0.5868*** (6.9251)
2014	0.4385*** (3.9204)	0.3552*** (4.0821)	0.5713*** (6.7666)
2015	0.4188*** (3.7570)	0.3555*** (4.0860)	0.5584*** (6.6226)
2016	0.4365*** (3.8961)	0.3847*** (4.3830)	0.5667*** (6.7023)
2017	0.4388*** (3.9246)	0.3902*** (4.4510)	0.5440*** (6.4651)
2018	0.4324*** (3.8771)	0.3745*** (4.2922)	0.5009*** (5.9909)
2019	0.4136*** (3.7300)	0.3633*** (4.1861)	0.4921*** (5.9084)
2020	0.3081*** (2.9273)	0.2828*** (3.4272)	0.4131*** (5.1566)
2021	0.3406*** (3.2097)	0.2880*** (3.4887)	0.3913*** (4.9118)
2022	0.3892*** (3.5958)	0.3115*** (3.7120)	0.4075*** (5.0572)

注：括号内为估计参数的 t 统计量；\*\*\*、\*\*、\* 分别表示 1%、5%、10% 的显著性水平；下同。

表4 政府科技投入与环境规制的SDM估计结果

变量	W <sub>1</sub>	W <sub>2</sub>	W <sub>3</sub>
KT	0.030*** (4.152)	0.031*** (3.893)	0.035*** (4.960)
RE	-0.170*** (-2.880)	-0.122* (-1.791)	-0.226*** (-4.461)
RE <sup>2</sup>	0.156*** (3.776)	0.131*** (3.119)	0.199*** (5.558)
KT *RE	0.008** (2.094)	0.007* (1.824)	0.008** (2.401)
W*KT	0.057*** (4.730)	0.030** (2.094)	0.011 (0.655)
W*re	-0.165 (-1.588)	-0.276* (-1.751)	-0.144* (-1.913)
W*re <sup>2</sup>	0.254*** (3.145)	0.046 (0.419)	0.101* (1.699)
W*KT*RE	0.003 (0.289)	0.021 (1.059)	0.025* (1.911)
ρ	0.500*** (7.800)	0.486*** (7.094)	0.490*** (7.619)
S <sup>2</sup>	0.000*** (14.481)	0.000*** (14.265)	0.000*** (14.107)
R <sup>2</sup>	0.686	0.761	0.884
时空固定	是	是	是
控制变量	是	是	是
观测数	420	420	420

从表4结果可知,在三种空间权重矩阵下,政府科技投

入系数分别为0.030、0.031、0.035,且均通过1%的显著性水平检验,表明政府科技投入对经济高质量发展有显著正向影响。同时,环境规制一次项和二次项系数分别显著为负和显著为正,这说明环境规制对本地经济高质量发展呈现先抑制后促进的“U”型影响。当环境规制强度较弱时,企业主要将精力放在污染治理上,这增加了企业的运营成本,降低了生产效率。因此,环境规制的“遵循成本效应”涵盖了“创新补偿效应”,不利于经济高质量发展。但随着环境规制强度不断提高,企业会将更多力量放在创新研发上,此时环境规制的“创新补偿效应”弥补了“遵循成本效应”,推动了经济的高质量发展。

政府科技投入和环境规制的交互项系数在三种权重矩阵下显著为正,说明政府科技投入和环境规制的交互作用对经济的高质量发展起积极作用。在科技投入的推动下,环境规制拐点的到来更加提前,使企业面临较弱的环境规制约束,也更容易倾向于自研技术或引进新技术,从而使环境规制的“创新补偿效应”占据主导作用,促进经济的高质量发展。

空间项回归结果显示,在三种空间权重矩阵下,政府科技投入的空间溢出效应估计系数均为正,但仅在邻接矩阵和地理距离矩阵下显著,说明政府加大科技投入力度不但能促进本地区经济高质量发展,而且对周边地区具有促进作用。环境规制一次项和二次项的空间溢出效应系数分别为负和正,这说明环境规制对邻近地区的高质量发展同样具有先抑制后促进的作用。

### 3.3 空间效应分解

通过偏微分法将空间总效应分解为直接效应和间接效应,能更准确地反映政府科研投入和环境规制对省域内外的影响,详细结果见表5。

表5报告了政府科技投入与环境规制对经济高质量发展的直接效应、间接效应和总效应。结果表明,在三种权重矩阵下,科技投入对经济高质量发展的直接效应显著为正,进一步印证了科技投入增加对地方经济高质量发展的促进作用。其间接效应均为正,但仅在邻接矩阵和地理距离矩阵下通过1%的显著性检验,这表明政府科技投入主要在地理邻近地区产生空间溢出效应,这些地区之间的要素流动更频繁,知识溢出效应更显著。从总效应来看,政府科研投入对经济高质量发展具有正向影响。

环境规制的一次项和二次项对经济高质量发展的直接效应分别呈现显著负向和正向,说明环境规制强度的提高对我国经济高质量发展具有“U”型影响效应。间接效应不稳健,说明环境规制对周边地区的溢出效应仍有待实现。但总效应上,环境规制对经济高质量发展的总体效果与直接效应是一致的。



表5 空间效应分解

变量	W <sub>1</sub>			W <sub>2</sub>			W <sub>3</sub>		
	直接效应	间接效应	总效应	直接效应	间接效应	总效应	直接效应	间接效应	总效应
KT	0.031*** (4.231)	0.062*** (4.777)	0.093*** (6.450)	0.032*** (4.085)	0.041* (1.752)	0.074*** (3.190)	0.035*** (4.883)	0.009 (0.318)	0.045 (1.435)
RE	-0.168*** (-2.961)	-0.172 (-1.602)	-0.340 (-0.035)	-0.132** (-2.077)	-0.351* (-1.778)	-0.483*** (-2.753)	-0.251*** (-4.804)	-0.459 (-1.545)	-0.710*** (-2.672)
RE <sup>2</sup>	0.156*** (3.865)	0.265*** (3.074)	0.421*** (3.878)	0.136*** (3.425)	0.078 (0.612)	0.214* (1.709)	0.220*** (5.801)	0.358* (1.806)	0.578*** (2.646)

#### 4 结语

本文利用我国2009—2022年30个省、自治区、直辖市面板数据,运用空间杜宾模型系统考察了政府科技投入和环境规制对经济高质量发展的影响。主要结论如下:(1)政府科技投入对经济高质量发展具有显著促进作用。(2)环境规制对经济高质量发展呈现出“U”型影响,即初期有一定抑制效应,随后逐渐转变为促进效应。值得注意的是,政府科技投入与环境规制的相互作用在促进经济高质量发展方面发挥了正向影响,说明在政府科技投入的作用下环境规制对经济高质量发展由抑制转为促进的拐点更加提前。(3)从空间效应来看,政府科技投入呈现出显著的空间溢出效应,且相邻地区的溢出效应更为显著;环境规制对经济高质量发展的空间溢出效应也得到证实,但溢出效应并不显著。

因此,地方政府要继续加大财政科技投入,进一步激发科技创新活力,充分发挥了政府资金对市场主体的撬动作用。加大环境规制强度,走经济和环境协调的可持续发展之路。同时也要配套实施科技投入与环境规制政策达到“双赢”目的。

#### 参考文献

- [1] 杨伟民.贯彻中央经济工作会议精神 推动高质量发展[J].宏观经济管理,2018(2):13-17.
- [2] 周静.财政科技投入、教育支出与经济高质量发展:基于全要素生产率(TFP)的实证研究[J].农场经济管理,2021(8):52-55.
- [3] 潘明明,张杰.财政科技支出、数字经济与经济高质量发展:基于省域面板数据实证检验[J].管理现代化,2023,43(4):29-37
- [4] Gollop F M.Roberts M J.Environmental Regulations and Productivity Growth: The Case of Fossil-fueled Electric Power Generation[J]. Journal of Political Economy, 1983.
- [5] Berman,E.,Bui,L.T.M..Environmental Regulation and Productivity:Evidence from Oil Refineries[J].Review of Economics and Statistics,2001,83(3):498-510
- [6] 张亚峰,吴兴鲁,巩焯娟,等.环境规制对山东省经济高质量发展的时空影响[J].生态经济,2021,37(8):148-156.
- [7] 孙英杰,林春.试论环境规制与中国经济增长质量提升:基于环境库兹涅茨倒U型曲线[J].上海经济研究,2018(3):84-94.
- [8] 郭捷,杨立成.环境规制、政府研发资助对绿色技术创新的影响:基于中国内地省级层面数据的实证分析[J].科技进步与对策,2020,37(10):37-44.
- [9] 石华平.环境规制、技术创新与高质量发展[D].成都:西南财经大学,2022.

## Impact of Government Investment in Science and Technology and Environmental Regulation on High-quality Economic Development

Huang Guilin and Li Zhonghang

(Northeast Forestry University, Harbin, Heilongjiang 150040)

**Abstract:** Based on the panel data of 30 provinces in China from 2009 to 2022, the paper constructs a comprehensive evaluation index system for high-quality economic development and systematically studies the impact of government investment in science and technology and environmental regulation on high-quality economic development using the spatial Durbin model. The results show that: ① Government investment in science and technology plays a significant positive role in promoting high-quality economic development, and there is a significant spatial spillover effect among different provinces. ② Environmental regulation has a “U”-shaped relationship with high-quality economic development, indicating an initial inhibitory effect that gradually transforms into a promotional effect. However, the interaction between government investment in science and technology and environmental regulation has a positive impact on high-quality economic development, indicating that government investment in science and technology can make the inflection point of environmental regulation come earlier. From the perspective of the spatial effect, government investment in science and technology demonstrates a significant spatial spillover effect, which is even more pronounced in adjacent regions. The spatial spillover effect of environmental regulation on high-quality economic development is also confirmed, but the effect is not significant.

**Keywords:** government investment in science and technology; environmental regulation; high-quality economic development; entropy weight method; spatial Durbin model

# 考虑区块链技术及政府补贴的绿色供应链定价决策研究

周隽 王术峰(通讯作者)

(广东白云学院 广东广州 510450)

**摘要:** 本文以政府、绿色制造商和零售商组成的三级绿色供应链为研究对象,引入政府对绿色产品的绿色补贴因子,基于区块链技术的溯源水平因子,运用Stackelberg博弈进行理论建模,并运用数值仿真方法进行分析。研究表明:制造商通过积极的区块链技术,提升相应的溯源水平,市场潜在需求不断扩大,高社会福利水平得到提升,制造商及零售商利润也在增大;消费者溯源水平敏感系数对决策变量以及供应链成员的绩效均有正向促进效应;随着消费者绿色偏好敏感系数的增加,政府绿色补贴的比例会减小,绿色供应链转型更为有效与主动。

**关键词:** 绿色供应链; 区块链技术; 政府补贴; 绿色偏好; 绿色产品; 零售商; 消费者

**本文索引:** 周隽,王术峰.考虑区块链技术及政府补贴的绿色供应链定价决策研究[J].中国商论,2024(07):156-160.

**中图分类号:** F252

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-156-05

## 1 引言

近年来,随着经济、社会和城市的快速发展,环境污染与资源短缺问题愈发严重,转型并厚植绿色低碳生产生活方式成为必然之势,强调绿色低碳发展的科学行径。党的十八大提出“绿色发展”理念后,绿色低碳的科学发展成为践行必由之路。党的二十大报告也再次着重“推动经济社会发展绿色化、低碳化是实现高质量发展的关键环节。”在供应链管理中,绿色供应链已然成为环境可持续发展的重要战略。2023年11月在北京召开的中国国际供应链促博会上,供应链数字化、绿色化已成为话题的焦点。工信部“绿色供应链管理企业”认证对企业进行了绿码认证,以实现全链条在环境与资源管理的提升,驱动产业绿色转型发展。此外,消费者对环境保护和健康意识的不断提高,“绿色消费”的需求越来越明显,极大程度促使企业在生产、包装、运输、宣发、销售各个环节中加入绿色元素。中国移动公司通过“和换机”“绿箱子”等系列活动践行绿色理念<sup>[1]</sup>;美的集团于2021年制定了“绿色战略”六大支柱,从绿色供应链角度系统化推进企业的低碳战略转型<sup>[2]</sup>;2021年上海进博会上宝洁中国开启了2040净零碳排放目标计划,其致力于运营和打造的绿色供应链也取得了实质性成效<sup>[3]</sup>。2023年4月,华润万家(中国)打造了首家低碳环保概念店——OI低碳实验店在深圳落地并亮相<sup>[4]</sup>。

关于绿色供应链的基本概念与内涵,学者Srivastava(2007)<sup>[5]</sup>认为绿色供应链具有在生产设计、材料选购、加工制造及最终产品交付的环节,甚至产品的寿命结束管

理整个过程都需要将环境思维融入供应链管理中。Yeh & Chuang(2011)<sup>[6]</sup>指出绿色供应链是供应商、产品以及环境之间的有效管理;Shi X(2023)<sup>[7]</sup>强调绿色供应链的核心理念为供应链管理与生态环境保护之间的有效整合。从以上学者的研究不难看出,绿色供应链一定程度上对相关企业的提出了更高要求与成本,政府作为市场主体的协调方,绿色战略的制定者,政府的绿色补贴行为将对供应链成员的决策至关重要。Izabela Ewa Nielsen(2019)<sup>[8]</sup>提出全球各政府对于节能制造业的研发给予了大力支持,同时采取各种激励措施来鼓励更多的企业进行绿色生产。我国相继出台了《工业绿色发展规划(2016—2020年)》《中国制造2025》和《绿色制造工程实施指南(2016—2020年)》等绿色发展规划文件,为企业加入绿色生产提供补贴等相关优惠政策。因此,政府补贴对于绿色供应链的决策具有重要的指导意义。

此外,绿色供应链发展因为市场变化的复杂性也面临诸多问题,比如绿色成本带来的资金不足问题,风险规避,突发中断等,其中信息不对称、信息失真等问题尤为突出。一方面,从绿色供应链的节点角度来看,由于链条的上下游对绿色产品从生产到销售终端信息的不对称,多数情况下市场参与者只能通过最终成品来判断商品的绿色价值,也无法从绿色供应链成员的内部判断节点的优劣性,因而无法形成对资源的高效利用,产生的虚假绿色信息或因资源低效带来的过度成本而到绿色供应链的实践难易维系。另一方面,消费者对于绿色产品的品质要求逐渐提高,希望能够对于所购买的产品进行溯源,以确保购买的产品信息真

**基金项目:** 广东省哲学社会科学规划项目“基于区域增长极理论的粤港澳物流业合作发展对策研究”(GD12XGL02);广东白云学院科研项目“多渠道供应链定价与协调的数学模型研究”(2021BYKY27)。

**作者简介:** 周隽(1990-),女,广东广州人,讲师,硕士研究生,研究方向:供应链管理。

**通讯作者:** 王术峰(1963-),男,山东文登人,教授,硕士生导师,研究方向:运输经济、物流经济、国际贸易。

实可靠,绿色消费的信息确认尤为重要。如何让绿色供应链能公开透明地呈现绿色价值,值得研究。当前有学者指出区块链技术作为现代数字技术,恰好可以解决绿色供应链发展的这一症结<sup>[9-10]</sup>。2016年12月28日,我国将区块链技术作为四大战略技术之一列入了“十三五”国家信息化规划纲要,2022年1月12日,区块链被作为战略性前瞻性技术被列入“十四五”数字经济发展规划,区块链作为一种新型去中心化协议,通过多个独立的节点共同维护分布式数据库系统,确保了数据能在链上及时共享,并具有不可伪造、不可篡改的特性,这就为在供应链过程中实现产品信息及时化、透明化、产品可溯源提供了新的解决方案,从而增加了消费者对于产品的信任度<sup>[11]</sup>。基于以上背景,本文拟综合考虑政府补贴因子和区块链技术对三级绿色供应链定价决策的影响,并为绿色供应链的发展与决策提供一定的理论基础和现实指导意义。

近年来,基于政府补贴下的绿色供应链定价决策问题较为热门,温兴琦等(2018)<sup>[12]</sup>考虑消费者绿色偏好因子及政府绿色度补贴、政府绿色产品投入成本补贴及政府绿色产品生产成本补贴这几种不同情形下的绿色供应链成员间的博弈模型,发现绿色偏好并不影响政府三种补贴策略的优劣性,但政府补贴系数对零售商利润是有影响的。Liu等(2019)<sup>[13]</sup>考虑了以零售商为主导,政府及多个供应商组成的三级多阶段博弈模型,其研究发现当政府补贴在一定的范围内时,能够有效促进供应链成员利润的提高,同时提升社会福利水平。曹裕等(2019)<sup>[14]</sup>通过建立由制造商为领导者,零售商为追随者双寡头绿色供应链模型,建立Stackelberg博弈,分别得到不同政府补贴策略下绿色供应链参与者的利润变化并给出了适当条件下补贴策略。此外,江世英等(2019)<sup>[15]</sup>也通过构建以政府、制造商及零售商组成三级绿色供应链模型,以Stackelberg多阶段博弈求解相应的均衡解,结果发现政府对制造商的绿色补贴具有较好的调动作用,能有效促进绿色产品的研产过程。梁晓蓓等(2020)<sup>[16]</sup>考虑了由政府参与,制造商与零售商双寡头组成的绿色供应链系统,通过加入不同风险规避度,建立并求解了分散与集中情景下政府补贴及风险规避系数对决策变量、利润及社会福利均衡解的影响。姚锋敏等(2023)<sup>[17]</sup>考虑由电商平台和供应商组成的二级可追溯农产品供应链,在政府对电商平台的补贴下考虑有无利他偏好时的定价决策比较,在一定条件下,成员之间能够达到双赢的局面。

随着人们对于所需产品品质要求越来越高,消费者对于产品有了溯源要求,因而,在区块链技术下研究绿色供应链已成为一种必然趋势。Rita Azzi(2019)<sup>[9]</sup>和Arim Park(2021)<sup>[10]</sup>提到在供应链系统中引入区块链技术不仅能够对产品进行溯源,使其具有可靠性和安全性,还能有效提高库存效率,降低成本等性能,因而对于环境保护、社会公平等

方面有着重要作用。冯章伟等(2023)<sup>[18]</sup>考虑利用区块链溯源技术,通过激励制造商来提高产品的绿色度及降低碳减排量,结果表明区块链技术对碳减排水平、批发及零售价格的提高有促进作用,提高了制造商和零售商的利润,达到了双赢的效果。孙嘉轶等(2024)<sup>[11]</sup>主要比较在有和无区块链技术下对低碳供应链独立与合作减排的四种决策的结果影响。研究表明在一定的成本阈值内,区块链技术对碳减排率有一定的促进效果,从而影响到供应商和零售商的利润。张令荣等(2023)<sup>[19]</sup>在考虑将区块链技术应用在低碳供应链的政府补贴策略中,研究了低碳偏好系数及绿色信任水平对碳减排率、低碳产品产量以及社会总福利水平的影响,结果表明当消费者低碳偏好系数与绿色信任水平两因子的共同交互作用大于某一阈值后,政府实施的产量补贴才能发挥效用,同时企业也能促进减排。梁喜等(2023)<sup>[20]</sup>在产品回收的绿色供应链中引入区块链技术探讨了区块链水平、第三方回收对于供应链定价的影响,结果发现在一定条件下,提高消费者对产品溯源水平的敏感系数可以使制造商提升绿色产品的溯源水平,并提高绿色产品的绿色度及供应链成员间的各自利润。

综上,国内外学者大多集中在有无政府补贴对于绿色供应链定价的影响、是否引入区块链技术对于供应链决策影响的研究方面,当然也有一些学者将政府补贴和区块链技术同时纳入低碳供应链中进行研究,得出其对碳减排率和低碳产品产量的影响。与以往研究不同,本文以绿色供应链为研究对象,在引入产品溯源水平参数的基础上考虑最优的政府补贴率,构建以政府主导,制造商和零售商跟随的三阶段博弈模型,为区块链和绿色供应链相关决策者提供参考依据。

## 2 模型描述与基本假设

本文构建以政府、制造商和零售商为主体组成的三级绿色供应链博弈模型。首先,政府考虑自身社会福利最大化的目标下给出最优的政府补贴比例 $s$ ;其次,由制造商决定最优的绿色度 $\theta$ 和批发价格 $w$ ;最后,零售商决定最优的零售价 $p$ 以追求利润最大化。本文提出假设:

假设1:市场消费者对绿色产品的需求受到价格及绿色度的共同影响,这与温兴琦等(2018)的研究<sup>[12]</sup>相似,绿色产品的市场需求函数可描述为 $D=\alpha-p+\gamma\theta$ ,当引入区块链技术后,产品信息更加透明化,有利于增加消费者的需求,参考梁喜等(2023)<sup>[20]</sup>的构建,市场需求函数可表示为 $D=(1+t\sigma)\alpha-p+\gamma\theta$ ,其中 $\sigma(0<\sigma<1)$ 表示消费者对产品溯源水平的敏感系数, $t$ 表示制造商施加产品的溯源水平, $\gamma(0<\gamma<1)$ 表示消费者的绿色偏好系数, $\theta$ 表示产品绿色度。

假设2:制造商生产绿色产品需投入额外的研发成本



$C(\theta)$ ,根据已有参考文献,研发投入成本和绿色度是二次函数关系,即  $C(\theta) = \frac{1}{2}\lambda\theta^2$ ,这里  $\lambda(\lambda > 0)$ 称为绿色产品研发成本系数。

假设3:制造商为增加产品透明度,引入区块链技术需要产品额外的成本,参考梁喜等(2023)<sup>[20]</sup>的假设,令  $C(t) = \frac{1}{2}ut^2$ 为制造商加入区块链溯源系统时的投入成本,其中  $u(u > 0)$ 称为制造商区块链溯源成本的敏感弹性系数。

假设4:政府为了激励制造商加大绿色投入,实施以按照研发成本的一定比例  $s \in (0,1)$ 对制造商进行补贴<sup>[16]</sup>。

假设5:综合考虑环境制约与政府补贴行为,将社会总福利分为供应链总利润( $\Pi$ )、消费者剩余  $CS$ 、政府补贴支出  $GS$ 和环境质量水平的改进程度  $EI$ 四个部分组成(如郭军华等(2019)<sup>[21]</sup>),链条总利润  $\Pi = \Pi_R + \Pi_M$ ,消费者剩余

$$CS = \frac{(\hat{p} - p)D}{2}, \text{这里 } \hat{p} \text{ 表示绿色产品需求为0时的价格,即 } \hat{p} = (1 + \sigma t)\alpha + \gamma\theta, \text{ 从而 } CS = \frac{((1 + \sigma t)\alpha + \gamma\theta - p)D}{2}, \text{ 政府支出为 } GS = \frac{1}{2}s\lambda\theta^2, \text{ 环境质量水平的改进程度为 } EI = \theta D.$$

### 3 模型构建与求解

本文运用三级绿色供应链博弈模型,其决策顺序为政府在使社会总福利最大的情况下求出最优的补贴比例,其次由制造商决定最优的批发价和产品绿色度,最后零售商在自身利润最大化的情况下得到市场的直销价格。建立如下Stackelberg博弈模型

$$\Pi_R = (p - w)D \quad (1)$$

$$\Pi_M = (w - c)D - \frac{1}{2}(1 - s)\lambda\theta^2 - \frac{1}{2}ut^2 \quad (2)$$

$$SW = \Pi_M + \Pi_R + CS - GS + EI = \left( \frac{(1 + \sigma t)\alpha + \gamma\theta + p}{2} - c + \theta \right) \left( D - \frac{1}{2}\lambda\theta^2 - \frac{1}{2}ut^2 \right) \quad (3)$$

上述函数中,式(1)~(3)分别为制造商和零售商的利润函数,社会总福利函数。本文采用逆向求解的方法对模型进行求解。对零售商的利润函数求一阶及二阶导数,有  $\frac{\partial^2 \Pi_R}{\partial p^2} = -2 < 0$ ,故可令  $\frac{\partial \Pi_R}{\partial p} = 0$ ,可以得到最优的价格  $p^*$ 使得零售商的利润最大,  $p^* = \frac{1}{2}(a + w + \sigma t\alpha + \gamma\theta)$ 。

再者,将最优价格  $p^*$  带入制造商的利润函数中,化简可得

$$\Pi_M = \frac{1}{2}(-ut^2 + (w - c)(a - w + \sigma t\alpha + \gamma\theta) + (s - 1)\theta^2\lambda) \quad (4)$$

通过式(4),分别求  $\Pi_M$ 对批发价格  $w$ 和绿色度  $\theta$ 的一阶、二阶偏导数以及对应的海塞矩阵行列式,可得

$\lambda(1 - s) - \frac{\gamma^2}{4} > 0$ ,即  $\lambda > \frac{\gamma^2}{4(1 - s)}$ 时,海塞矩阵负定。此时存在最优解  $w^*$ 和  $\theta^*$ ,使制造商的利润达到最大值。

将最优的价格  $p^*$ 和绿色度  $\theta^*$ 代入社会总福利函数中求最优的补贴比例。此时,社会总福利函数可以表示为

$$SW = \left( \frac{(1 + \sigma t)\alpha + \gamma\theta^* + p^*}{2} - c + \theta^* \right) \left( ((1 + \sigma t)a - p^* + \gamma\theta^*) \right) - \frac{1}{2}\lambda\theta^{*2} - \frac{1}{2}ut^2 \quad (5)$$

对  $SW$ 求补贴比例  $s$ 的一阶及二阶导数,当  $\frac{\partial^2 SW}{\partial s^2} < 0$ 时,社会总福利取值可达到最大,对应的社会福利均衡解为  $s^* = \frac{\gamma^2 + 4\lambda + 3\lambda\gamma}{4\lambda + 7\lambda\gamma}$ ,将其带入,可得其他决策变量  $\theta^*$ ,  $w^*$ 和  $p^*$ ,并将其带入零售商、制造商的利润函数及社会总福利,有均衡表达式为

$$\begin{aligned} \Pi_R^* &= \frac{(\gamma - 4\lambda)^2(a - c + at\sigma)^2}{(\gamma(8 + 7\gamma) - 16\lambda)^2} \\ &\quad c^2(\gamma - 4\lambda) + ut^2(-\gamma(8 + 7\gamma) + 16\lambda) \\ \Pi_M^* &= \frac{-2ac(\gamma - 4\lambda)(1 + t\sigma) + (\gamma - 4\lambda)(a + at\sigma)^2}{2\gamma(8 + 7\gamma) - 32\lambda} \\ &\quad -c^2(1 + 7\lambda) + ut^2(-\gamma(8 + 7\gamma) + 16\lambda) \\ SW^* &= \frac{+2ac(1 + 7\lambda)(1 + t\sigma) - (1 + 7\lambda)(a + at\sigma)^2}{2\gamma(8 + 7\gamma) - 32\lambda} \end{aligned}$$

### 4 决策分析

本文分别研究了制造商产品的溯源水平、消费者对产品溯源水平的敏感系数及消费者的绿色偏好对决策模型均衡解进行分析,探索其对绿色供应链各主体决策变量及目标函数的影响。

**命题1** 在  $\lambda > \frac{\gamma^2}{4(1 - s)}$  下,有  $\frac{d\theta^*}{dt} > 0$ ,  $\frac{dw^*}{dt} > 0$ ,  $\frac{dp^*}{dt} > 0$ ,  $\frac{d\Pi_R^*}{dt} > 0$ ,  $\frac{d\Pi_M^*}{dt} > 0$ ,  $\frac{dSW^*}{dt} > 0$ ,制造商产品的溯源水平对决策变量以及供应链成员的绩效均有正向促进效应。

**证明:**因为  $\lambda > \frac{\gamma^2}{4(1 - s)}$ ,有  $\gamma(8 + 7\gamma) - 16\lambda < 0$ ,又  $\gamma > 0$ ,可以得到  $\gamma < 4\lambda$ 。分别以制造商产品的溯源水平  $t$ 对供应链的决策变量进行求导可得,  $\frac{d\theta^*}{dt} > 0$ ,  $\frac{dw^*}{dt} > 0$ ,  $\frac{dp^*}{dt} > 0$ ,  $\frac{d\Pi_R^*}{dt} > 0$ ,  $\frac{d\Pi_M^*}{dt} > 0$ 。

命题1表明制造商产品的溯源水平越高,绿色制造商区块链溯源系统的投入成本会增加,产品绿色度也会增加,制造商需要付出更多的绿色努力,也需要投入更多的区块链技术成本,其批发价格也会有所增加。此外,随着区块链溯

源水平的增加,零售商的销售价格也会因为绿色产品的绿色价值而获得更高的销售价格回报,并获取更多的利润空间。政府作为绿色低碳环境的倡导者,加入区块链技术的绿色供应链能较好实现环境效用,实现社会总福利的增值。

**命题2** 在  $\lambda > \frac{\gamma^2}{4(1-s)}$ , 有  $\frac{d\theta^*}{d\sigma} > 0, \frac{dw^*}{d\sigma} > 0, \frac{dp^*}{d\sigma} > 0, \frac{d\Pi_R^*}{d\sigma} > 0, \frac{d\Pi_M^*}{d\sigma} > 0, \frac{dSW^*}{d\sigma} > 0$ , 说明消费者对产品溯源水平的敏感系数对决策变量以及供应链成员的绩效均有正向促进效应。

命题2的证明与命题1类似,此处不再赘述。由求导结果可知,消费者对产品溯源水平的敏感系数越大,越有利于加强消费者对绿色产品来源及绿色度含量的信任程度,进一步提升绿色产品的市场需求。消费者对产品溯源水平的敏感系数越大,批发价格及销售价格也会增加,伴随潜在市场需求及价格的提升,能有效增加制造商及零售商的利润空间,也能帮助政府在绿色补贴行为中实现更好的政府效能。

**命题3** 在  $\lambda > \frac{\gamma^2}{4(1-s)}$  时, 有  $\frac{d\theta^*}{d\gamma} > 0, \frac{dw^*}{d\gamma} > 0, \frac{dp^*}{d\gamma} > 0, \frac{ds^*}{d\gamma} < 0, \frac{d\Pi_R^*}{d\gamma} > 0, \frac{d\Pi_M^*}{d\gamma} > 0, \frac{dSW^*}{d\gamma} > 0$ , 说明消费者绿色偏好系数可以促进制造商与零售商利润,提升社会福利水平,并对各决策变量(政府补贴)有正向影响(反向影响)。

由命题3结果可知,消费者对绿色产品偏好的敏感系数越大,越能激发市场绿色产品的需求和增加产品的绿色度,促进了制造商、零售商在价格及利润的增长。此外,消费者对绿色产品的偏好程度越大,政府的补贴比例就越小,这是由于当绿色供应链能有效转型后,政府补贴的激励作用就会被弱化,转为更为积极主动的供应链成员的市场自主行为。

### 5 数值分析

本文通过数值分析来检验模型结论的合理性,主要探讨了区块链溯源水平 $t$ 、绿色偏好系数 $\gamma$ 及研发成本系数 $\lambda$ 对各决策变量的影响。假设市场需求 $a=100$ ,成本 $c=20$ ,溯源水平的敏感系数 $\sigma=0.2$ ,溯源成本弹性系数 $u=10$ 。所有图形均由mathematica13绘制而成。

由图1可知,随着制造商溯源水平的增加,区块链技术

投入成本增加且消费者对绿色产品的信任程度也会增加,体现在绿色产品上的绿色度,批发价格、直销价格也相应增加。从图2目标函数的角度来看,随着制造商溯源水平的增加,社会总福利水平、制造商及零售商的利润也会得到提高。此外,命题2涉及的研发成本系数对决策变量及目标函数的影响与溯源水平的影响类似,故不再进行图形展示。

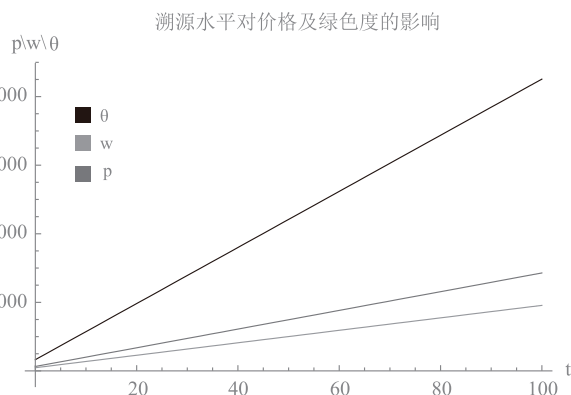


图1 溯源水平对价格及补贴水平的影响

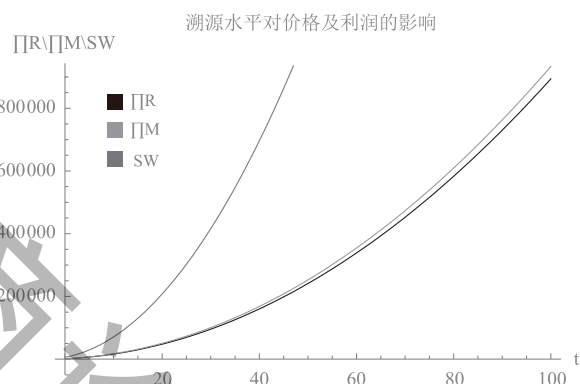


图2 溯源水平对目标函数的影响

由图3(a)-(c)可知,绿色偏好系数对制造商批发价格、制造商利润、零售商销售价格、零售商利润及社会总福利水平的正向影响,但绿色偏好系数对政府补贴比例存在负向影响。

### 6 结语

本文构建了以政府为领导者,制造商与零售商为次级跟随者的三级绿色供应链模型,其中制造商生产绿色产品,需要一定的成本投入,政府通过对产品绿色度进行比例补贴。针对绿色产品面临的信息不对称,信息失真的现象引入基于区块链技术的溯源水平因子、消费者绿色偏好敏感系

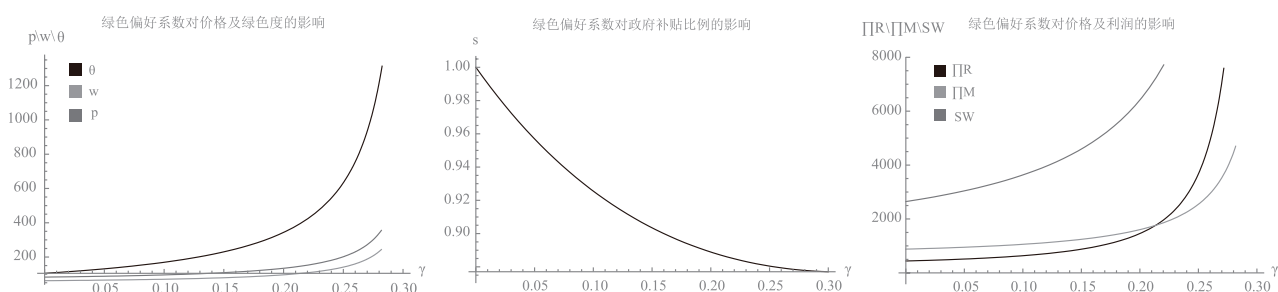


图3(a)-(c) 绿色偏好系数对决策变量及目标函数的影响

数等参数,分析了考虑政府补贴下当制造商采取区块链技术对整个绿色供应链定价决策影响。主要结论表明:(1)当制造商采用积极的区块链技术,提升相应的溯源水平,能够促使市场绿色信息的对称性,增加消费者对绿色产品来源的信任程度,有效激发绿色产品市场需求,提升社会总福利,帮助制造商及零售商获得更多利润。(2)消费者的绿色偏好行为能扩大市场绿色产品需求,制造商则需投入更多的绿色产品技术与研发成本,提高产品的绿色度,同时制造商也得到了价格及利润的正反馈。(3)消费者对绿色产品偏好越大,绿色理念与绿色消费将更有力地促使绿色供应链转型,政府补贴的激励作用就会被弱化,转为更为积极主动的供应链成员的市场自主行为。

综上可得如下管理启示:(1)绿色供应链可以考虑加入区块链技术,一方面链上数据、信息、资源得到更为有效的整合与利用,另一方面也能满足消费者对绿色产品真实性的溯源需求,有利于绿色供应链的转型与发展;(2)绿色供应链发展过程中,应当在前期加入更多政府补贴支持,减少绿色供应链在绿色生产过程中的成本压力,实现有效的财政激励,当绿色供应链发展起来后政府更多的转向为引导与宣传。(3)绿色供应链发展能够进一步增加消费者的绿色消费信息,深化绿色消费理念。因此,做好绿色供应链转型与落地,加强绿色制造,是我国经济高质量发展的有力保障。

### 参考文献

- [1] 创新绿色解决方案[EB/OL].[2020-06-18].[https://www.10086.cn/aboutus/csr/zrjj/ndpd/ndpd\\_2019/gj/index\\_detail\\_36124.html](https://www.10086.cn/aboutus/csr/zrjj/ndpd/ndpd_2019/gj/index_detail_36124.html)
- [2] 美的立足绿色战略,着眼低碳未来[EB/OL].[https://www.midea.com.cn/Investors/Sustainable-development/Green/\\_0](https://www.midea.com.cn/Investors/Sustainable-development/Green/_0)
- [3] 宝洁中国发布“净零2040”可持续发展目标[EB/OL].[2021-11-08].<https://finance.people.com.cn/n1/2021/1108/c1004-32276903.html>
- [4] 深圳超市率先刮起“绿色风”,首个低碳业态预计年节电十万吨[EB/OL].[2023-05-25].<https://static.nfapp.southcn.com/content/202305/25/c7720577.html>
- [5] Srivastava, S. K. Green supply-chain management: A state-of-

- the-art literature review. *International Journal of Management Reviews*, 2007,9(1): 53-80.
- [6] Yeh, W. C., & Chuang, M. C. Using multi-objective genetic algorithm for partner selection in green supply chain problems. *Expert Systems with Applications*, 2011,38(4): 4244-4253.
- [7] Xie, X. F., Shi, X. Y., Gu, J., & Xu, X. Examining the Contagion Effect of Credit Risk in a Supply Chain under Trade Credit and Bank Loan Offering. *Omega-International Journal of Management Science*, 2023, 115, 15.
- [8] Nielsen, I. E., Majumder, S., Sana, S. S., & Saha, S. Comparative analysis of government incentives and game structures on single and two-period green supply chain. *Journal of Cleaner Production*, 2019, 235: 1371-1398.
- [9] Azzi R., Chamoun R K., Sokhn M. The power of a blockchain-based supply chain[J]. *Computers & Industrial Engineering*, 2019, 135(10):582-592.
- [10] Park A, Li H. The Effect of Blockchain Technology on Supply Chain Sustainability Performances[J]. *Sustainability*, 2021, 13(4):1726.
- [11] 孙嘉轶,路阳阳,滕春贤.区块链技术对低碳供应链合作策略影响研究[J/OL]. *中国管理科学*, 1-15[2024-01-13]<https://doi.org/10.16381/j.cnki.issn1003-207x.2023.0111>.
- [12] 温兴琦,程海芳,蔡建湖,等.绿色供应链中政府补贴策略及效果分析[J]. *管理学报*, 2018, 15(4):625-632.
- [13] Liu, Y., Quan, B. T., Xu, Q., & Forrest, J. Y. L. Corporate social responsibility and decision analysis in a supply chain through government subsidy. *Journal of Cleaner Production*, 2019, 208: 436-447.
- [14] 曹裕,李青松,胡韩莉.不同政府补贴策略对供应链绿色决策的影响研究[J]. *管理学报*, 2019, 16(2):297-305+316.
- [15] 江世英,方鹏鸾.基于绿色供应链的政府补贴效果研究[J]. *系统管理学报*, 2019, 28(3):594-600.
- [16] 梁晓蓓,江江,孟虎,等.考虑政府补贴和风险规避的绿色供应链决策模型[J]. *预测*, 2020, 39(1):66-73.
- [17] 姚锋敏,鞠佳洋,李玥,等.政府补贴下考虑利他偏好的可追溯农产品供应链定价策略[J]. *管理学报*, 2023, 20(5):759-768.
- [18] 冯章伟,李贵萍,杨会如,等.碳减排政策下绿色供应链的区块链溯源技术引入策略[J]. *供应链管理*, 2023, 4(6):59-71.
- [19] 张令荣,彭博,程春琪.基于区块链技术的低碳供应链政府补贴策略研究[J]. *中国管理科学*, 2023, 31(10):49-60.
- [20] 梁喜,胡鑫.考虑区块链和产品回收的绿色供应链定价决策[J]. *计算机集成制造系统*, 2023, 29(11):3851-3868.
- [21] 郭军华,张篁,李帮义.供应链视角下考虑社会总福利的政府最优碳税[J]. *物流科技*, 2019, 42(8):139-144.

## Research on Green Supply Chain Pricing Decision Considering Blockchain Technology and Government Subsidies

Zhou Jun and Wang Shufeng

(Guangdong Baiyun University, Guangzhou, Guangdong 510450)

**Abstract:** The paper takes the three-level green supply chain consisting of the government, green manufacturers, and retailers as the research object. introducing the factors of government green subsidies for green products and the traceability level based on blockchain technology. The paper also uses the Stackelberg game for theoretical modeling and carries out analysis using the numerical simulation method. Research has shown that through active blockchain technology, manufacturers can improve their traceability level, continuously expand the potential market demand, enhance the level of social welfare, and increase profits for manufacturers and retailers. The sensitivity coefficient of consumer traceability level positively influences decision variables and the performance of supply chain members. As the sensitivity coefficient of consumer preference for green products increases, the proportion of government green subsidies will decrease, making green supply chain transformation more effective and proactive.

**Keywords:** green supply chain; blockchain technology; government subsidies; green preference; green products; retailers; consumers



# 货币政策、企业经营风险与资本结构调整

张毓芝<sup>1</sup> 白仲林<sup>2</sup>

(1. 天津财经大学金融学院; 2. 天津财经大学统计学院 天津 300221)

**摘要:** 本文以2008—2022年A股上市企业为研究对象,采用交互效应模型回归进行分析,结果发现,在债务违约风险和流动性风险影响下,货币政策对资本结构具有逆周期调节效应;货币政策对国有企业资本结构的周期性调节并不受债务违约风险和流动性风险的影响,而货币政策对非国有企业资本结构的周期性调节不受流动性风险影响。结果表明,扩张性货币政策对资本结构具有逆周期性调节效应,并且受债务违约风险和流动性风险的影响,这对党的二十大提出的“质的有效提升和量的合理增长”和“把发展的着力点放在实体经济上”系列改革有重要启示。

**关键词:** 债务违约; 经营风险; 货币政策; 资本结构; 周期性; 货币政策; 国有企业

**本文索引:** 张毓芝,白仲林. 货币政策、企业经营风险与资本结构调整[J]. 中国商论,2024(07):161-164.

**中图分类号:** F820.3

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2024)04(a)-161-04

## 1 引言

2008年以来,我国政府不断加大货币政策实施力度。近年来,央行大量投放货币以支持实体企业发展,但金融机构与企业存在结构性融资困难,其可能导致经营风险对企业持续经营和财务状况造成诸多负面影响。因此,本文从债务违约风险和流动性风险视角出发,实证分析货币政策对资本结构的逆周期性调节作用。

本文以2008—2022年A股上市企业为研究对象,在全样本采用控制行业固定效应后的交互效应模型,结果发现,在债务违约风险和流动性风险影响下,货币政策对资本结构具有逆周期调节效应;货币政策对国有企业资本结构的逆周期性调节并不受债务违约风险和流动性风险的影响,而货币政策对非国有企业资本结构的周期性调节不受流动性风险的影响;在排除政策颁布、特殊突发事件和替换货币政策衡量指标后,上述结果依然稳健。

## 2 理论分析与研究假设

### 2.1 债务违约风险影响下,货币政策对资本结构的周期性调节

近年来,实体企业债务违约规模和数量不断上升,并且出现了评级较高的国有企业债务违约的情况。研究发现,低盈利能力的企业债券违约风险较高,对资产收益率有负向影响(Campbell, Chichernea & Petkevich, 2016)。从财务困境角度出发,企业盈利能力、资产负债率 and 公司规模对陷入困境的企业有显著影响(吕长江等, 2004)。由此可见,由企业经营决策变动或现金流量变化引起的风险会削弱货币政策对资本结构的调节效果,本文提出假设:

H1a: 企业债务违约风险影响货币政策对资本结构的逆周期调节。

H1b: 由行业类型引起的企业债务违约风险差异,影响

货币政策对资本结构的调节效果。

### 2.2 流动性风险影响下,货币政策对资本结构的周期性调节

企业流动性表示企业所拥有的,可以随时满足的资金需求。企业需要源源不断的资金,用以投融资选择和生产获利(张家明, 2019)。企业的流动性越弱,可供使用的资金越少,其进一步负债的可能性就越高(李青原等, 2008)。目前学者对于企业流动性与资本结构之间的关系所持观点不同,一些学者认为流动性风险高的企业融资约束较大,债务成本高。由此可见,货币政策对资本结构的传导机制受到流动性风险影响,本文提出假设:

H2a: 企业流动性风险影响货币政策对资本结构的逆周期调节;

H2b: 由行业类型引起的流动性风险差异,影响货币政策对资本结构的调节效果。

### 2.3 货币政策与企业资本结构

货币政策是我国宏观经济调控的重要手段,央行通过影响货币供给量调节社会总供求,进而起到维持金融经济稳定、促进我国经济高质量发展的作用。已有大量文献从多个角度研究货币政策对资本结构的影响,可以归纳为内部渠道和外部渠道。内部渠道表现在货币政策与微观企业主体的财务状况有非常密切的关系(姜国华和饶品贵, 2011)。外部渠道表现在货币政策通过融资环境对资本结构产生影响,例如金融机构信贷意愿强弱(peek & Rosengren, 2010)和宏观审慎监管的变化(Borio & Zhu, 2012)。因此,企业性质决定了其防范和化解风险的能力,使货币政策对资本结构的周期性调节各有差异,本文提出假设:

H3a: 货币政策对国有企业资本结构周期性调节不受经营风险影响。

### 3 研究设计

#### 3.1 模型设定

为验证提出假设,本文构建如下交互效应模型进行分别估计:

$$Cs_{i,t} = \mu_i + \beta_1 EDF_{i,t} + \beta_2 M2_{i,t} + \beta_3 M2_{i,t} \times EDF_{i,t} + \theta Controls_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

$$Cs_{i,t} = \mu_i + \beta_1 Lr_{i,t} + \beta_2 M2_{i,t} + \beta_3 M2_{i,t} \times Lr_{i,t} + \theta Controls_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

上述模型中,Cs表示企业资本结构,M2表示货币政策的代理变量,EDF为企业违约风险的代理变量,Lr为企业流动性风险的代理变量,Controls为控制变量,包括宏观层面和企业层面,同时控制行业效应( $\mu_i$ ),模型(1)和模型(2)中的交互项则表示企业分别在债务违约风险和流动性风险影响下,货币政策对资本结构的逆周期调节机制。

#### 3.2 变量选取和设定

##### 3.2.1 货币政策

本文参考陈良源等(2021)和张成思等(2022)并结合研究目的及数据的可获得性,采用广义货币供给量增速M2作为货币政策代理变量。

##### 3.2.2 资本结构

度量资本结构有两种方法,账面资本结构和市值资本结构,市值资本结构受股票市场波动较大,容易造成偏差,因此本文参考Fama和French(2002)的方法度量资本结构,企业账面资本结构定义为: $Cs = \text{账面负债} / (\text{账面负债} + \text{股东权益})$ 。

##### 3.2.3 违约风险

本文参考Bharath & Shumway(2008)和丁志国等(2021)的方法计算企业的债务违约率,作为衡量企业债务违约风险的代理变量。

债务违约概率计算方法如下:

$$DD_{i,t} = \frac{\log \left( \frac{Equity_{i,t} + Debt_{i,t} + (a_{i,t-1} + \sigma_{vi,t}^2) \times T_{i,t}}{\sigma_{vi,t} \times \sqrt{T_{i,t}}} \right)}{Debt_{i,t}} \quad (3)$$

其中, $DD_{i,t}$ 为企业违约距离, $Equity_{i,t}$ 为企业权益市场价值; $Debt_{i,t}$ 为企业债务的账面价值; $a_{i,t-1}$ 为企业前一期的年度股票收益; $\sigma_{vi,t}$ 为企业资产波动因子,由式(4)计算得出:

$$\sigma_{vi,t} = \frac{Equity_{i,t}}{Equity_{i,t} + Debt_{i,t}} \times \sigma_{Ei,t} + \frac{Debt_{i,t}}{Equity_{i,t} + Debt_{i,t}} \times (0.05 + 0.25\sigma_{Ei,t}) \quad (4)$$

##### 3.2.4 流动性风险

流动比率越高,企业短期变现能力越强,短期偿债能力越强,因此本文采用流动比率Lr作为衡量企业流动性风险的代理变量,变量定义如表1所示。

表1 变量定义

	变量名称	变量符号	变量含义
被解释变量	资本结构	Cs	总负债 / 总资本
解释变量	债务违约风险	EDF	见(3)(4)(5)式推导
	流动性风险	Lr	流动资产 / 流动负债
	货币供给量增速	M2	(本期货币供给量 - 基期货币供给量) / 基期货币供给量
控制变量	规模	Size	总资产的对数
	有形资产	Tang	固定资产 / 总资产
	非债务税盾	Dep	固定资产折旧 / 总资产
	盈利能力	Profit	息税前利润 / 总资产
	成长机会	Tobinq	(年末流通市值 + 非流通股份占净资产的金额 + 长期负债合计 + 短期负债合计) / 总资产
	行业资本结构中位数	Md_level	同一行业公司某年的资本结构中位数
	第一大股东持股比例	Top1	第一大股东持股比例
	通货膨胀	CPI	CPI同比增长率:各年末相对于上年末的增长率
	国内生产总值	lngdp	GDP的对数
	金融发展水平	Development_level	金融机构存贷款总额 / GDP
其他	行业效应	$\mu_i$	

#### 3.3 样本选择

本文选取2008—2022年A股上市企业为研究样本,剔除以下样本:(1)金融类上市企业;(2)ST和\*ST的公司;(3)近三年上市的公司;(4)数据缺失和数据异常的样本。文章对所有样本在1%和99%分位数内进行缩尾处理,最终样本为25955个观测值的非平衡面板数据,数据来自国泰安(CSMAR)数据库和东方财富(Choice)数据库,省级金融发展水平数据来自国家统计局。

### 4 实证结果及分析

#### 4.1 变量的描述性统计

主要变量描述性统计结果表明,Cs的平均值为0.479,平均而言,说明上市企业账面负债约为总资产的一半。EDF最小值为0,表明企业在某期不会发生债务违约,最大值为1,表明企业在某期一定会债务违约。Lr的平均值为1.807,最大值为10.610,说明某些企业拥有的流动资产约为流动负债的10倍。此外,企业资本结构、流动性风险、货币政策变量及公司特征中的一些变量,如盈利能力(Profit)、有形资产(Tang)、第一大股东持股比例(Stockhold)等变量的最小值和最大值相差较大,这为本文进一步研究提供了条件。

#### 4.2 全样本回归结果分析

表2全样本回归结果表明,EDF × M2的系数均在1%的水平下显著为负,说明企业债务违约风险越高,实施扩张性货

币政策对资本结构的影响逐渐削弱,即M2增速较快时债务违约风险较高的企业减少杠杆,M2增速放缓时反而继续加杠杆,货币政策对资本结构呈现逆周期性。证实了全样本固定效应的回归结果,从而印证了研究假说H1a。

Lr × M2的系数均在1%的水平下显著为负,说明企业流动性风险越高,实施扩张性货币政策会降低企业杠杆率,即M2增速较快会引起流动性风险较高的企业杠杆率降低,央行加大货币供给量的投放力度并不会促进企业积极融资,此时货币政策对资本结构呈现逆周期性。首先,从供给端来看,由于银行不愿承担风险贷款,因此企业资金可获得性较小;其次,从需求端来看,较少的流动资金直接影响企业投融资选择,即使在实施扩张性货币政策时,企业由于流动资金紧张反而很难增加杠杆;再次,根据货币供应量理论,由于产品价格上涨,企业购置原材料成本增加,存货积压导致资金周转困难,很难与业绩较好的企业竞争,企业价值受到影响导致融资困难。综上所述,在流动性风险影响下,货币政策对资本结构具有逆周期性调节效应,证实假说H2a。

表2 全样本回归结果

	(1)	(2)
M2	0.7861*** (7.9491)	0.6053*** (7.0565)
EDF	0.0680*** (9.2410)	
EDF × M2	-0.3181*** (-5.3014)	
Lr		-0.0594*** (-12.7012)
Lr × M2		-0.1983*** (-5.4643)
_cons	0.1987 (0.4740)	0.6920** (2.1140)
Industry F.E	Yes	Yes
Year F.E	No	No
r2_w	0.2441	0.5286
chi2	160000	5650.47

#### 4.3 企业性质分样本: 国有和非国有

通过对国有和非国有企业分样本回归,表3结果表明国有企业EDF × M2和Lr × M2两项系数与非国有企业EDF × M2和Lr × M2两项系数的方向一致,说明货币政策对资本结构的逆周期性效应并没有因为企业性质不同而发生改变;其次,表明货币政策对国有企业资本结构的逆周期性调节效应并不敏感,非国有企业资本结构调整更具有逆周期性特点。这可能是由于国有企业承担了国家宏观调控的职能,比如就业、经济发展和社会稳定等,即使在生产经营中出现亏本状况,也要积极配合国家政策。同时,国有企业具有受信息不对称影响较小和享受政府优惠政策扶持的

优势,有利于生产经营、资金周转和防范风险。正是因为有国有企业这类积极“执行者”的存在,使国家宏观调控目标响应更加及时有效,货币政策实施效果更加精准,有利于社会经济发展和控制金融市场风险,维护金融市场稳定和经济高质量健康发展。

表3 分样本回归结果

	国有企业		非国有企业	
	(1)	(2)	(1)	(2)
M2	0.0853 (1.1767)	0.2195*** (3.7005)	0.8942*** (10.3430)	0.5412*** (5.8373)
EDF	0.0212*** (2.9962)		0.0512*** (6.4936)	
EDF × M2	-0.0586 (-1.2021)		-0.3024*** (-4.6501)	
Lr		-0.0605*** (-11.9826)		-0.0456*** (-8.4336)
Lr × M2		-0.0127 (-0.4116)		-0.0188 (-0.3903)
_cons	1.6481*** (5.4648)	0.6229*** (3.0880)	-0.9778*** (-2.9326)	-0.2699 (-0.9757)
Industry F.E	Yes	Yes	Yes	Yes
Year F.E	No	No	No	No
r2_w	0.1704	0.3715	0.1415	0.3443
chi2	2792.29	1944.65	12546.09	11898.92

#### 4.4 稳健性检验

首先,剔除特殊年份的样本数据来排除政策颁布和特殊突发事件对回归结果的干扰,如2016年我国实施去杠杆政策和2020年新冠疫情冲击。

其次,将M2增速替换为社会融资规模,进一步考察债务违约风险和流动性风险影响货币政策对资本结构的逆周期性调节作用。实证表明替换后回归结果基本一致,再次支持了本文的研究结论。

#### 5 结语

防范和化解经济金融风险是中国金融监管的重要目标和根本任务。然而,现有关于在经营风险影响下,货币政策对资本结构逆周期性调节作用的研究还显不足。基于此,本文以2008—2022年A股上市企业为研究对象,采用交互效应模型回归。研究发现,在债务违约风险和流动性风险影响下,货币政策对资本结构都具有逆周期性调节效应;按企业性质分类后结果表明,货币政策对国有企业资本结构的逆周期性调节并不受债务违约风险和流动性风险的影响,非国有企业在债务违约风险影响下,货币政策对资本结构仍具有逆周期调节效应。

货币政策直达实体经济的重要影响因素是企业经营风险,尤其是在我国当前经济恢复基础尚不牢固、三重压力较



大的背景下,深入理解企业经营风险在货币政策对资本结构中的周期性调节机制具有重要价值。企业应完善和健全风险预警体系,在合理范围内控制信贷规模,货币当局在保持广义货币供给量和社会融资规模增速的基础上,应继续引导小微企业、绿色发展等领域的支持力度,加强金融支持实体经济发展改革方案。本文的研究结论契合了2023年中央经济工作会议中“提振市场信心,守牢风险底线”的会议精神,为中国货币政策的宏观调控提供启示。

### 参考文献

- [1] 姜国华,饶品贵.宏观经济政策与微观企业行为:拓展会计与财务研究新领域[J].会计研究,2011(3):9-18+94.
- [2] 江龙,宋常,刘笑松.经济周期波动与上市公司资本结构调整方式研究[J].会计研究,2013(7):28-34+96.
- [3] 金龙,丁志国,刘欣苗.债务违约事件对企业投资结构偏向的影响[J].财经论丛,2021(4):72-82.
- [4] 吉红云,干杏娣.我国货币政策的产业结构调整效应:基于上市公司的面板数据分析[J].上海经济研究,2014(2):3-10+22.
- [5] 李青原,彭飞,彭小微.资产流动性与公司资本结构:来自中国A股上市公司的经验证据[J].财会通讯(学术版),2008(8):3-6+129.
- [6] 吕长江,徐丽莉,周琳.上市公司财务困境与财务破产的比较分析[J].经济研究,2004(8):64-73.
- [7] 王竹泉,王苑琢,王舒慧.中国实体经济资金效率与财务风险真实水平透视:金融服务实体经济效率和水平不高的症结何在?[]].管理世界,2019,35(2):58-73+114+198-199.
- [8] 张家明.恒瑞医药轻资产结构流动性管理的财务逻辑:基于财务分析视角[]].财会通讯,2019(8):83-85.
- [9] Borio C and Zhu H. Capital regulation, risk-taking and monetary policy: a missing link in the transmission mechanism?[]]. Journal of Financial stability, 2012, 8(4): 236-251.
- [10] Campbell, T. Colin, Doina C. Chichernea, and Alex Petkevich. Dissecting the bond profitability premium[]]. Journal of Financial Markets 27 (2016): 102-131.
- [11] Cook D O and Tang T. Macroeconomic conditions and capital structure adjustment speed[]]. Journal of corporate finance, 2010, 16(1): 73-87.
- [12] Flannery, Mark J., and Kasturi P. Rangan. Partial adjustment toward target capital structures[]]. Journal of financial economics 2006,79(3).
- [13] Morris J R. On corporate debt maturity strategies[]]. The Journal of Finance, 1976, 31(1): 29-37.
- [14] Peek J and Rosengren E S. The role of banks in the transmission of monetary policy[M]. Oxford: Oxford University Press, 2010.

## Monetary Policy, Business Operational Risks, and Capital Structure Adjustments

Zhang Yuzhi<sup>1</sup> and Bai Zhonglin<sup>2</sup>

(1. School of Finance, Tianjin University of Finance and Economics; 2. School of Statistics, Tianjin University of Finance and Economics; Tianjin 300221)

**Abstract:** The paper takes A-share listed companies from 2008 to 2022 as the research subject and adopts an interactive effect model for analysis. The results reveal that under the influence of default risk and liquidity risk, monetary policy exhibits a countercyclical regulatory effect on the capital structure; the cyclical regulation of monetary policy on the capital structure of state-owned enterprises is not affected by default risk or liquidity risk, while the cyclical regulation of monetary policy on the capital structure of non-state-owned enterprises is not affected by liquidity risk. The results also show that expansionary monetary policy has a countercyclical regulatory effect on the capital structure and is influenced by default risk and liquidity risk. These findings hold significant implications for the reforms highlighted during the 20th National Congress of the Communist Party of China, including “effectively upgrading and appropriately expanding China's economic output” and “focusing on the real economy”.

**Keywords:** debt default; operational risks; monetary policy; capital structure; cyclical; state-owned enterprises

# 专精特新企业与ESG表现的经济关系研究

周鑫

(延边大学 吉林延边 133000)

**摘要:** 在“十四五”规划以及国家双碳目标下, ESG和绿色发展成为国家重要议题, 引导经济向高质量发展转型。本文将ESG理念融入投资决策和经营战略, 能够提高企业竞争力, 实现可持续发展。文章选取2019—2022年A股上市公司中的部分专精特新企业为样本, 实证考察ESG体系对专精特新企业的影响。研究表明: 总体上专精特新企业的企业价值与ESG表现呈现正向关系, 但非国有企业与ESG表现呈反向关系, 年龄较小、规模较小的企业同样呈反向关系, 国有企业以及年龄较大、规模较大的企业与ESG表现之间并未呈现类似关系。最后, 文章基于研究结论针对各类专精特新企业、金融机构及政府部门提出战略和政策建议, 以供参考。

**关键词:** ESG表现; 企业价值; 专精特新; 产权性质; 外部治理; 双碳目标; 高质量发展

**本文索引:** 周鑫. 专精特新企业与ESG表现的经济关系研究[J]. 中国商论, 2024(07):165-168.

中图分类号: F279.23

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)04(a)-165-04

## 1 引言

随着我国逐渐进入经济高质量发展的新阶段, 实现更高质量、更有效率、更加公平以及更可持续发展已成为“专精特新”中小企业发展所追求的方向和目标。与此同时, 一系列政策出台助力“专精特新”中小企业高质量发展。2021年1月23日, 财政部、工业和信息化部联合印发《关于支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》, 启动中央财政支持“专精特新”中小企业高质量发展政策。《十四五促进中小企业发展规划》进一步提出对中小企业往“专精特新”方向培育和发展的要求; 党的二十大报告再次强调, “支持专精特新企业发展”。

环境(Environmental)、社会责任(Social)、公司治理(Governance)三个英文单词的首字母缩写共同构成了ESG概念。ESG理念出现以来, 国外学者关于ESG表现的研究结果颇丰, 而国内学者对ESG的研究正处于起步阶段并主要关注建立健全ESG制度方面, 对企业价值与ESG表现经济关系的研究鲜少。

## 2 理论分析与研究假设

### 2.1 基于可持续发展分析企业ESG表现

基于可持续发展的角度, 文章认为企业的融资成本与公司在长期中的经营密不可分, 而企业的融资能力也从一定程度上体现了企业的ESG建设, 从短期来看, 企业建设ESG会带来一部分支出, 但这种支出企业会在其他方面进行缩减, 这在一定程度上可以改善企业的经营效率。从长期

来看, 一方面, 企业表现更好的ESG有利于降低成本, 节省资源, 加速经济发展的可持续, 并且促进绿色经济; 另一方面, 更好的ESG表现有效地抬高了企业的知名度和影响力, 这对于企业获取更高素质的员工, 在资源倾斜方面发挥了正向作用。

基于上述理论分析, 本文提出以下假设:

H1: 专精特新企业的ESG表现与其自身发展有正向价值效应。

### 2.2 利益相关者理论与企业ESG表现

本文从利益相关者的角度进行阐述, 利益相关者理论认为, 企业的发展需要各方利益相关者的支持, 企业经营的目标是利润最大化和股东财富最大化, 而利益相关者理论则说明在企业经营和发展中也需兼顾除股东外其他有切身利益者的利益, 这就需要企业加强ESG建设, 积极承担环境、社会和治理等方面的责任, 在确保股东基础财富的同时, 关注到所有相关利益人员的权益, 如此将在短期内引起企业价值的相对下降。

基于上述理论分析, 本文提出以下假设:

H2: 专精特新企业的ESG表现与其自身发展并非单一正向关系。

## 3 研究设计

### 3.1 样本选取与数据来源

本文选取2019—2022年A股上市“专精特新”企业为研究样本, 剔除了上市未满一年的新生企业和退市的企

**基金项目:** 国家级大学生创新创业训练计划项目《智云新系》(202310184020), 课题组成员: 周鑫、盛诗睿、缪晨阳、于广达、闫长菲;

国家级大学生创新创业训练计划项目《金蜜云酿》(202210184001X)。

**作者简介:** 周鑫(2004-), 男, 湖南邵阳人, 信息管理与信息系统专业。

业,最终获得了1140个企业有效观测值。本文参考王琳璘(2022)等文献,考虑到ESG评级的适用期间与覆盖范围,ESG表现的构建数据选自华证ESG评级和Wind资讯金融终端,企业层面数据均来自CSMAR财务指标数据库等,运用Excel2016和STATA 17.0对数据进行处理与分析。

### 3.2 变量定义

(1)被解释变量:被解释变量为托宾Q,托宾Q值是企业的市场价值与其重置成本的比率,是衡量企业价值的常用指标。其中考虑到“专精特新”中小企业市值非流通股的定价不明晰的问题,计算中非流通股市值用净资产代替计算。

(2)核心解释变量:核心解释变量为企业的ESG表现。综合权衡国际主流ESG评价体系及我国市场发展特点,本文选取华证ESG评级体系中的企业数据。

(3)控制变量定义见表1。

表1 变量定义

变量类型	变量名称	变量符号	变量定义
被解释变量	托宾Q值	$T_{Tq}$	企业总资产市值与企业总资产面值之比
解释变量	ESG表现	$E_{ESG}$	Wind、华证企业社会责任评分
控制变量	企业规模	$S_{size}$	Ln企业资产总额
	股权集中度	$T_{top}$	第一大股东持股比例
	产权性质	$S_{soe}$	国营为1,非国营为0
	董事会独立性	$I_{inde}$	独董数量占比
	企业成长性	$G_{growth}$	主营业务收入增长率
	资产负债率	$L_{lev}$	负债总额与资产总额之比
	企业经营性净现金流	$C_{cf}$	经营活动产生的现金流量净额比期初总资产
	修正Zscore	$Z_{zsocre}$	企业破产风险指标
上市公司全要素生产率	$T_{Tfp}$	Ln柯布道格拉斯生产函数	

为了进一步检验假设,本文采用双向固定效应模型,严格控制时间和行业效应,构建如下模型:

$$T_{Tq} = \alpha + \beta_1 E_{ESG_{i,t}} + \beta_2 S_{size_{i,t}} + \beta_3 T_{top_{i,t}} + \beta_4 S_{soe_{i,t}} + \beta_5 I_{inde_{i,t}} + \beta_6 G_{growth_{i,t}} + \beta_7 L_{lev_{i,t}} \times C_{cf_{i,t}} + \beta_8 Z_{zsocre_{i,t}} + \beta_9 T_{Tfp_{i,t}} + \sum Year + \sum industry + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

### 3.3 数据来源

由于ESG样本数据限制,本文选取2019—2022年A股上市“专精特新”企业为研究样本。通过数据调查发现,目前我国专精特新企业在新一代信息技术、高端装备制造行业占比较高,为保证数据的准确性,剔除了上市未满一年的新生企业和退市的企业,最终获得了1140个有效观测值。

## 4 实证结果与分析

### 4.1 描述性统计分析

描述性统计分析结果见表2,专精特新“小巨人”企业

的Tq均值为2.311,标准差为1.541,其中最大值为19.418,而最小值为-2.554,两者之差将近21,说明各企业中不同企业的企业价值差异程度大;对于ESG表现方面,样本企业的平均值为4.505,说明样本企业的评级主要介于BB~B,整体ESG表现处于中等水平。Top与Zscore的标准差都超过了10%,说明样本企业的股权集中度与企业面临的风险程度差异较大。在财务指标方面,Lev的均值为28.5%且标准差较小,说明样本企业的杠杆运营追求平稳。

表2 描述性统计

Variables	N	Mean	S.D.	Min	Max
$T_{Tq}$	1140	2.311	1.541	-2.554	19.418
$E_{ESG}$	1140	4.505	1.063	1.000	9.000
$S_{size}$	1140	21.247	0.707	19.192	24.185
$T_{top}$	1140	32.529	13.743	6.930	110.500
$S_{soe}$	1140	0.060	0.237	0.000	1.000
$I_{inde}$	1140	0.383	0.064	0.117	0.925
$G_{Growth}$	1140	0.387	1.192	-2.101	23.377
$Z_{zsocre}$	1140	7.466	13.608	-42.245	284.408
$T_{Tfp}$	1120	3.018	0.042	2.806	3.181
$L_{Lev} \times C_{cf}$	1140	3.03e+07	2.17e+08	-3.89e+09	4.44e+09

### 4.2 基准回归分析

#### 4.2.1 全样本相关性分析

根据Stata数据处理结果,所有变量中除Zsocre与Tq的相关系数为0.731,其他变量的相关系数皆在0.4以下,这说明样本变量之间不存在多重共线性问题。由于相关性分析只是对单个变量之间作最简单的影响分析,而不考虑其他变量对被解释变量的影响,因此,下文将对模型加入控制变量,深入探究ESG表现对专精特新“小巨人”企业的价值影响。

表3 ESG对企业价值的影响模型回归结果

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ESG	0.067	0.025	2.65	0.009***
size	0	0.086	-0.01	0.995
Top	0.005	0.006	0.88	0.377
Soe	-0.352	0.08	-4.38	0***
Inde	0.566	0.591	0.96	0.338
Growth	-0.045	0.022	-2.02	0.044**
Zsocre	0.049	0.009	5.24	0***
Tfp	7.578	1.858	4.08	0***
Lev × Cf	0	0	3.06	0.002***
Constant	-21.748	5.603	-3.88	0***
Mean dependent var	2.335	SD dependent var		1.536
R-squared	0.368	Number of obs		1120

注:\*\*\*、\*\*、\*分别表示双尾检验在1%、5%、10%上的统计显著水平。

#### 4.2.2 基准回归结果

本文在比较OLS回归模型、随机效应模型与双向固定效应模型后,选取双向固定效应模型作为基准回归模型。基



准回归结果如表3显示。

ESG表现有助于显著提升企业价值水平。核心解释变量ESG在95%的水平上对企业价值Tq显著,并产生正向影响,意味着ESG表现每提升一个档位,专精特新“小巨人”企业的价值就会增加0.067,表明企业ESG表现能够促进企业价值的提升。研究结果符合王琳琳(2022)等的研究结论。因此,以上分析验证了假设H1正确。

对于控制变量,除了企业规模size、股权集中度Top、董事独立性Inde回归结果不显著以外,企业四个变量回归系数都显著。企业破产风险指标Zsocre、全要素生产率Tfp、企业成长性Growth的回归系数分别在99%、99%、95%的水平上显著,这意味着面临风险越小、生产效率越高、成长前景越好的企业的Tq值越高。这证明了H1的子方面。考虑到Lev作为衡量企业还债能力的重要指标,必须纳入企业财务对企业价值影响的变量考虑范围之内,为确保lev与cf不产生多重共线性问题而导致lev回归系数不显著,本文做了lev与cf的交互项,结果显示较好,这也可以侧面证明H1的正确性。其中,Soe在模型中的系数显著为负,意味着股权性质对企业价值产生负面作用,但是其中股权性质不同的企业对具体作用机制及影响还需验证;这一点将在后面的异质性分析中进一步说明。

由表3进一步可推断ESG披露既是对“专精特新”企业发展的挑战,又是给专精特新“小巨人”企业的发展机遇。更好的ESG表现反映了企业积极承担了环境及社会治理责任,ESG整体表现的提高会有助于企业Tq的价值创造及增加功能,积极提高企业ESG表现的公司ESG披露对其可能是机遇,而消极应对可能会对企业经营带来更多的风险。

### 4.3 稳健性分析

为保证以上基准回归模型的稳健性,本文采用解释变量和被解释变量均滞后一期的方法,滞后一期的解释变量和被解释变量的回归系数显著正相关,与基准回归结果一致,因此基准回归结果较为可靠。

### 4.4 内生性问题

关于内生性问题,本文为检验模型中可能存在的反向因果问题,以企业年龄Age作为工具变量对模型做2SLS回归。第一阶段的回归结果工具变量的回归系数显著(P=0.0000),说明以企业年龄作为工具变量是合理的。第二

阶段中,将Age作为自变量代入模型中进行回归后,结果显示自变量ESG与被解释变量仍然显著相关,这说明模型结果相对稳健。但是回归系数与基准回归不一致,可能存在企业规模、企业产权性质、企业年龄等相关原因等导致的结果。解释变量和被解释变量的回归系数显著正相关,与基准回归结果一致,因此基准回归结果较为可靠。

### 4.5 异质性分析

异质性分析首先主要考虑产权性质对企业更好的ESG表现的动机。其次,通过对企业年龄和企业规模进行分组回归研究企业的不同特征对于ESG价值效应的影响。由表4可知,非国有企业对于企业更好的ESG表现有显著的影响,而非国有企业对于经济利益的追求偏高,作为高新技术产业的非国有与普通企业的不同性质导致样本企业的ESG表现对企业价值是弱负向关系,其原因可能是样本企业更加注重科技创新,响应国家政策的号召,实质上与国有企业在ESG表现上一致。

年龄小的企业与ESG表现之间的联系更加紧密。背后的原因可能是初生企业需要生存,更好的ESG表现有利于企业融资等发展,为企业的壮大提供内生动力;但其表现弱负向关系,这正说明了产权性质中专精特新企业的特性。

当企业规模为中小型时,ESG比较显著,当企业规模为大型时,ESG表现并不显著。中小规模的企业可能是由于在市场上需要扩大规模,市场占有率也是企业发展的重要衡量指标之一,而基于专精特新企业的特性,弱负向影响的表现正是响应政策的科技型企业的一种特点。

## 5 结语

随着“人与自然和谐相处”的中国式现代化持续推进,绿色可持续发展深入人心,企业作为社会责任的承担者、环境问题的重要参与者、ESG理念的实践主体,在微观层面对国家的高质量发展具有重要影响。本文实证考察ESG对企业价值的影响。结果显示,企业ESG综合表现越好,越有助于企业价值的提升。但在进一步分析中产权性质上,国有企业和非国有企业呈现了类似的状态,即对ESG指数并未过多关注,在生产生活中,ESG甚至产生了弱负向影响,在规模和年龄上,规模较小、年龄较小的企业受ESG的影响较大,可以推断初生企业在第一阶段发展中并未对ESG建设投入大量精力,因此对可持续发展造成了负面影响。综上所述

表4 异质性分析

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	国有企业	非国有企业	Age ≤ 10	10 < Age ≤ 20	Age > 20	size ≤ 20	20 < size ≤ 22	size > 22
ESG	0.044***	0.535	0.043***	0.144	0.430	0.012***	0.033***	0.164
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
个体 / 年份 FE	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
N	1053	67	972	136	12	124	938	58
R-squared	0.5686	0.5307	0.5850	0.5307	0.9908	0.4520	0.5885	0.4834

述,本文提出以下战略和政策建议:

第一,专精特新“小巨人”企业在关注技术创新以提高企业价值的同时,还应提升自身的ESG表现,应把ESG放在公司顶层设计的高度,将ESG纳入衡量企业可持续发展能力的评估指标、企业文化和机制构建中;其次增强企业ESG投入和信息披露水平,鼓励企业将ESG纳入管理体系,努力解决外部利益相关者与企业内部的信息不对称问题。提高企业ESG决策的科学性和利益相关者对企业ESG表现的敏感性。

第二,非国有“专精特新”企业目前阶段提升ESG对企业价值的负向影响作用更为明显,政府和监管部门应改变以往不合理的强制性环境规制,减少对市场和经济主体的干预,加快建设ESG市场化激励机制,为营造良好的ESG建设环境提供政策支持。另外,监管部门完善企业ESG相关的立法工作,打击企业不重视ESG建设的行为,增加谎报ESG表现的成本。

第三,国内投资者应将企业ESG表现纳入投资决策框架,用ESG投资引导社保基金、公募基金,从而带动各类券商及股票市场关注企业ESG表现的程度并引导上市公司良性可持续发展。另外,投资者在考虑引入非财务信息的基础上,加大力度研发包含企业ESG表现的财务预测模型及组合管理。

第四,银行等金融机构应完善ESG政策建设,在投融资方面重视企业ESG表现,助力“专精特新”企业在可持续发展的同时获得“求生之路”的保障,形成ESG投资与企业可持续发展的良性循环,更好地发挥企业、投资者、金融等市场主体在实现双碳目标中的作用。

#### 参考文献

- [1] 方先明,胡丁.企业ESG表现与创新:来自A股上市公司的证据[J].经济研究,2023,58(2):91-106.
- [2] 史永东,王湜森.企业社会责任与公司价值:基于ESG风险溢价的视角[J].经济研究,2023,58(6):67-83.
- [3] 邱牧远,殷红.生态文明建设背景下企业ESG表现与融资成本[J].数量经济技术经济研究,2019,36(3):108-123.
- [4] 王应欢,郭永祯.企业数字化转型与ESG表现:基于中国上市公司的经验证据[J].财经研究,2023,49(9):94-108
- [5] 徐凤敏,景奎,李雪鹏.“双碳”目标背景下基于ESG整合的投资组合研究[J].金融研究,2023(8):149-169.
- [6] 李思慧,郑素兰.ESG的实施抑制了企业成长吗? [J].经济问题,2022(12):81-89.
- [7] 王三兴,王子明.企业ESG表现、创新与全要素生产率[J].宏观经济研究,2023(11):62-74.
- [8] 张小艳,鲍思萌.民营企业ESG表现提升企业价值了吗:基于经济政策不确定性视角的检验[J].会计之友,2023(3):1-9.
- [9] 王琳琳,廉永辉,董捷. ESG表现对企业价值的影响机制研究[J].证券市场导报,2022 (5):23-34.

## Research on the Economic Relationship between Specialized, Refined, and Innovative Enterprises and ESG Performance

Zhou Xin

(Yanbian University, Yanbian, Jilin 133000)

**Abstract:** In the context of the 14th Five-Year Plan and national dual carbon goals, ESG and green development have become important national issues, guiding the transformation of the economy towards high-quality development. By integrating the ESG concept into investment decisions and business strategies, enterprises can enhance their competitiveness and achieve sustainable development. The paper selects some specialized, refined, and innovative enterprises listed on the A-share market from 2019 to 2022 as samples and empirically examines the impact of the ESG system on specialized, refined, and innovative enterprises. The study shows that, overall, there is a positive relationship between the enterprise value of specialized, refined, and innovative enterprises and their ESG performance. However, a negative relationship is observed between ESG performance and non-state-owned enterprises, as well as enterprises that are younger and smaller in size. No similar relationship between ESG performance and enterprise value is found for state-owned enterprises and enterprises that are older and larger in size. Finally, based on the research findings, the paper proposes strategic and policy recommendations for various specialized, refined, and innovative enterprises, financial institutions, and government departments.

**Keywords:** ESG performance; enterprise value; specialized, refined, and innovative; nature of property rights; external governance; dual carbon goals; high-quality development