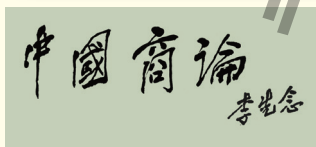


Issue 5 March, 2024

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



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

Editorial Board of China Journal of Commerce

Chairman : Fu Longcheng

Vice Chairman : Liu Jianhu Ren Xingzhou Song Ze Yu Di

Members:

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

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

中国商论

CHINA JOURNAL OF COMMERCE

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

Honorary President Yu Di
Executive Vice President and Deputy Editor-in-Chief Yang Jinlong
Vice President Hu Xudong Yin Haiqi(Part-time)
Editorial Director Li Xiaomei
Editorial Board Qiao Yiyou Zhang Na Zhou Changbao Sun Xiufang
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

- 全球价值链重构与中国制造集群网络转型升级····· 左小明 曾晓娟 叶薇因 郭千睿 001
- 基于 GIS 分析的广西北部湾城市群城市经济联系及时空演变研究····· 杨晓彦 占金刚 冯文静 005
- 智能化背景下 C2B 跨境电商发展对策研究····· 张望 冯晨涛 周志丹 009
- 经济复苏背景下我国对外贸易发展现状及对策研究····· 孟佳乐 韩薇薇 许明华 013
- 实体视角下的资本市场：本源、沿革及发展趋势····· 刘鹏飞 017

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

- 金融发展对经济高质量发展的影响研究····· 李晓芳 022
- 数字经济赋能共同富裕：机理、困境及出路····· 张书葶 026

E-commerce 电子商务

- 农村电子商务发展对农村居民生活品质的影响研究····· 欧燕群 030
- 乡村振兴战略下农产品跨境电商发展路径分析····· 孙明玮 034

Digital Economy 数字经济

- 数字经济对现代化产业体系建设的影响研究····· 李文 038
- 探究数字经济赋能绿色发展的有效性····· 张秀雯 吴文喆 042

International Trade 国际商贸

- 文化数字化发展背景下中国大众文化的国际传播研究····· 王琴琴 046
- 基于熵权 TOPSIS 模型的陕西省农产品出口竞争力分析····· 文倩 050
- 碳中和背景下农产品国际贸易绿色转型研究····· 向敏捷 刘欣 054
- 数字贸易规则深度效应····· 刘源 张勇 059

Consumer Market 消费市场

- 微信营销对消费者购买意愿的影响研究····· 刘星宇 王文慧 冯之坦 杨阳 065
- 基于 AISAS 模型的“微信营销”效果评价及营销路径····· 路朝祥 晏槐 王海龙 龚志柱 069
- 国潮兴起下消费者在线评论的主题分析研究····· 马玉洋 刘畅 073
- 西南区域特色农产品品牌真实性对品牌权益的影响研究····· 吴娜 肖汉雪 罗明月 曾楮寻 刘晋怡 077
- C 端消费者预制菜购买行为及影响因素研究····· 周露 罗文娟 黎唯 张康康 罗子璇 081

成渝地区双城经济圈旅游经济联系强度与空间结构演变 吉宜洋 董杭川 李湘 董鑫宇 聂中萍 085

Logistics · Industry Chain 物流 · 产业链

基于 SCOR 模型的海南“特色农产品 + 直播”供应链研究 符秀丽 090

粤港澳大湾区空铁联运线路问题分析 李佩璇 苏明 094

双循环新发展格局下海南自贸港冷链物流发展面临的机遇和挑战 李芸嘉 李华 098

Financial Sight 金融视线

四川省绿色金融对经济高质量发展的影响分析 王至纯 102

结构性货币政策对系统性金融风险的动态影响研究 赵巍 刘雨琪 106

Service Economy 服务经济

浅析人工智能在数字营销领域的应用与发展趋势 肖贺耕 黄铮 111

我国对外贸易中的品牌营销现状及对策研究 张玮玮 115

中国数字经济时代的税收挑战、影响及策略研究 朱奕学 119

Business Innovation 商业创新

“互联网 +”背景下服装类企业战略转型研究 杜洁 李博宇 123

互联网环境下农产品地理标志的保护及发展研究 励琼乐 127

基于 CiteSpace 的国内二元创新研究热点与发展趋势探析 任燕 杨倩 刘泽宇 131

Industrial Economy 产业经济

产业集聚与城乡收入差距 余士永 李焱求 聂续东 135

安徽省产业结构升级测度及产业结构优化研究 王心怡 142

环境规制背景下东北地区产业结构发展实证分析及升级对策 王婉逾 董大朋 147

Business Environment 营商环境

天津国际消费中心城市建设的竞争力评价 魏祥梦 152

西安都市圈经济发展与基本公共服务耦合协调关系研究 朱田丽 156

京津冀地区高质量发展水平综合评价与预警 金剑 宋美辰 范小宁 160

Business Management 企业管理

ESG 评分对企业股价的影响研究 符婕 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

Global Value Chain Restructuring and Transformation and Upgrading of Chinese Manufacturing Cluster Networks	001
Research on Urban Economic Connectivity and Spatio-temporal Evolution of Beibu Gulf Urban Agglomeration Based on GIS Analysis	005
Research on the Development Strategies of C2B Cross-Border E-Commerce under the Background of Intelligence	009
Research on the Current Situation and Countermeasures of China's Foreign Trade Development under the Background of Economic Recovery	013
Capital Markets from Entities' Physical Perspective: Origin, Evolution, and Development Trends	017

Implementing the Spirit of the 20th National Congress

Research on the Impact of Financial Development on High-Quality Economic Development	022
Digital Economy Empowers Common Prosperity: Mechanisms, Dilemmas, and Solutions	026

E-commerce

Research on the Impact of Rural E-Commerce Development on the Life Quality of Rural Residents	030
Analysis of the Development of Agricultural Product Cross-Border E-Commerce under the Rural Revitalization Strategy	034

Digital Economy

- Research on the Impact of Digital Economy on Establishing a Modern Industrial System 038
- Research on the Effectiveness of Digital Economy in Facilitating Green Development 042

International Trade

- Research on the International Dissemination of Chinese Popular Culture in the Context of Cultural Digitization Development 046
- Analysis of Export Competitive Edges of Agricultural Products in Shaanxi Province Based on Entropy-Weighted TOPSIS Model 050
- Research on the Green Transformation of International Agricultural Trade under the Background of Carbon Neutralization 054
- The Depth Effect of Digital Trade Rules 059

Consumer Market

- Research on the Impact of WeChat Marketing on Consumer Purchase Intention 065
- Effect Evaluation and Marketing Path of WeChat Marketing Based on the AISAS Model 069
- Analyzing Themes in Consumer Online Reviews Among the Rise of Chinese-Styled Products 073
- A Study on the Impact of Authenticity of Southwest Regional Special Agricultural Product Brands on Brand Equity 077
- Research on the Purchase and Influencing Factors of Ready-Made Meals of C-End Consumers 081
- The Intensity and Spatial Evolution of Tourism Economy Connection in Chengdu-Chongqing Economic Circle 085

Logistics • Industrial Chain

- Research on the Supply Chain of the Characteristic Agricultural Products+Live Streaming Pattern in Hainan Based on SCOR Model 090
- Analysis of Air-Rail Intermodal Transportation Route Problems in Guangdong, Hong Kong and Macao Greater Bay Area 094
- Opportunities and Challenges in the Cold Chain Logistics Development of Hainan Free Trade Port under the New Development Pattern of Dual Circulation 098

Financial Sight

- Impact of Green Finance on High-Quality Economic Development in Sichuan Province 102

A Study on the Dynamic Impact of Structural Monetary Policies on Systemic Financial Risks.....	106
--	-----

Service Economy

Analysis of the Application and Development Trends of Artificial Intelligence in Digital Marketing	111
Research on the Current Status and Strategies of Brand Marketing in China's Foreign Trade	115
Research on Tax Challenges, Impacts, and Strategies in the Era of Digital Economy in China	119

Business Innovation

SWOT Analysis of Strategic Transformation of Clothing Enterprises under the Background of Internet Plus	123
Research on the Protection and Development of Agro-Product Geographical Indications under the Internet Environment	127
Analysis on the Research Focus and Development Trend of Domestic Ambidextrous Innovation Based on CiteSpace	131

Industrial Economy

Industrial Agglomeration and Urban-Rural Income Gap	135
Research on the Measurement of Industrial Structure Upgrading and Industrial Structure Optimization in Anhui Province	142
Empirical Analysis and Upgrading Strategies of Industrial Structure Development in Northeast China under Environmental Regulation Background.....	147

Business Environment

Evaluation of the Competitiveness of Tianjin as an International Consumption Center	152
Research on the Coupling Coordination Relationship Between Basic Public Services and Economic Development in Xi'an Metropolitan Area	156
Comprehensive Evaluation and Early Warning of High-Quality Development Level in Beijing-Tianjin-Hebei Region	160

Business Management

Research on the Impact of ESG Scores on Enterprise Stock Prices	165
---	-----

全球价值链重构与中国制造集群网络转型升级

左小明 曾晓娴 叶薇因 郭千睿

(华南师范大学 广东广州 510630)

摘要:受制于发达国家的技术主导,中国制造业长期处于“低端锁定”和“高端封锁”状态。当前,新冠疫情、数字化革命和国际贸易规则变化多重因素加速全球价值链重构,为我国制造业实现全球价值链的跃迁提供了绝佳机遇。首先,本文分析中国制造集群网络目前面临的困境,并从数字化、服务化和区域化三层面,探讨全球价值链重构对中国制造业升级的影响机制。在此基础上,文章提出中国制造集群网络转型升级的战略路径:分别是促进产业链、创新链和服务链的深度融合,实现向“微笑曲线”两端延伸和中部“凸起”的直接路径;以及重构国内价值链和区域价值链,并逆向整合全球价值链的间接路径,以期为我国制造集群网络在全球价值链的攀升提供理论支持。

关键词:全球价值链重构;制造集群网络;国际贸易;制造业;新兴经济体

本文索引:左小明,曾晓娴,叶薇因,等.全球价值链重构与中国制造集群网络转型升级[J].中国商论,2024(05):001-004.

中图分类号:F729

文献标识码:A

文章编号:2096-0298(2024)03(a)-001-04

1 引言

当今,国际形势严峻,贸易保护主义、中美贸易摩擦和新冠疫情等进一步加剧世界经济的动荡,科技发展和产业变革加快全球价值链重构。一方面,发展中国家利用自身资源和区域合作,力求改变现有全球价值链的分工格局,提高话语权和全球价值链分工地位;另一方面,发达国家通过“重振制造业”推动部分环节和阶段“回流”,努力维持在全球价值链的地位^[1]。这意味着处于全球价值链顶端的国家有被取代的风险,其他新兴经济体则有可能利用全球价值链重构带来的机遇向价值链中高端攀升。为此,党的十九大报告指出,要培育世界级先进制造业集群,促进我国产业迈向全球价值链的中高端环节。中央政治局常委会会议于2020年进一步提出“加快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”。

面对全球价值链重构带来的机遇与负向冲击,学者对中国制造业升级的路径进行了广泛探讨。Humphrey和Schmitz(2001)将制造业的升级路径归纳为工艺流程升级、产品升级、功能性升级和跨产业升级四个环节^[2]。刘志彪和张少军(2009)提出,构建国家价值链,并加速推进中国制造业服务化的发展模式^[3]。戴翔等(2019)指出,中国应构建以自身为主导的区域价值链,与新兴发展中国家协同推进产业升级^[1]。张辉等(2022)在综合已有研究的基础上,强调我

国应打造自主可控和安全高效的产业链,将生产和消费有机融通,塑造参与国际合作竞争的新优势,并以“一带一路”为抓手,形成稳定的全球经济循环体系^[4]。

总体上,就研究对象而言,目前的研究主要集中在整个制造行业,对制造集群网络方面的关注较少。就研究角度而言,在针对全球价值链重构推动制造业集群升级的研究中,很少有对两者之间驱动机理和升级路径的探索。为丰富既有研究,本文从制造集群网络的困境出发,分析全球价值链重构的方向及其对制造业的影响机理,并提出中国制造集群网络转型升级的直接路径和间接路径,以期对现有研究有一定的拓展。

2 制造集群网络的困境

制造业不断演化发展,逐渐形成以企业为主体,以政府、高校、研究机构为辅助的制造集群网络,但由于自身技术和资本要素的限制,中国制造业长期处于全球价值链的中低端。在全球价值链重构的背景下,中国制造业面临着诸多困境。一方面,以美国为首的部分发达国家实行“再工业化”政策,促进制造业本土回流;另一方面,我国人口红利逐渐消失,劳动力、土地等要素的成本不断提高,低成本竞争优势衰退,更多劳动密集型产业向东南亚等其他新兴市场转移。同时,我国制造业的自主创新和研发能力薄弱,缺乏相应的技术型人才,未能掌握关键零部件的生产,国际竞

基金项目:国家社会科学基金“价值链驱动的中国制造集群网络转型升级机理研究”(20BJY103),项目负责人:左小明。

作者简介:左小明(1976-),男,广东广州人,博士,副教授,研究生导师,研究方向:集群网络治理、全球价值链;

曾晓娴(2003-),女,广东河源人,研究助理员,产业经济专业;

叶薇因(2002-),女,广东中山人,研究助理员,产业经济专业;

郭千睿(2004-),女,广东广州人,研究助理员,产业经济专业。

争力较弱。随着“微笑曲线”的整体下移及发展中国家之间的竞争加剧,中国制造业在激烈的“逐低竞争”中不断被压缩利润空间,所获得的净收益进一步降低,陷入“悲惨的增长”困境。

随着国际形势的演变和新一代信息技术革命的发展,全球价值链的分工和布局呈现一些新的趋势和特征。全球价值链向着数字化、服务化和区域化三个方向重构,为我国制造集群网络转型升级带来了机遇。中国制造集群网络如何利用全球价值链重构的契机,摆脱价值链中低端锁定,实现转型升级迫在眉睫。

3 全球价值链重构驱动制造集群转型升级的内在机理

3.1 全球价值链数字化重构

随着“工业4.0”的推进,现代先进技术,如大数据、云计算、物联网和人工智能等,正逐步渗入传统产业的研发、设计、生产和流通各个环节,驱动全球价值链数字化和智能化重构。全球经济和政治环境的不确定性因素进一步刺激数字经济的发展^[6],为处于“低端锁定”困局的中国制造业集群提供向全球价值链中高端跃升的绝佳机遇。

其中,全球价值链数字化重构对制造业的影响主要表现为以下两点:其一,互联网与大数据的应用提高了数据采集、整理、分析和应用的效率,降低了“面对面”的交流成本和信息搜寻成本,从而拓宽企业边界,优化企业间、企业与市场间的互动机制^[7]。其二,工厂数据化和智能化生产模式改变了传统产业的生产组织范式,驱动生产环节由劳动密集型向技术密集型转变。机器人与自动化等技术实现了生产过程的自我检测与调控,优化供应链管理,从而降低对一般劳动力的需求,提高生产效率,并降低生产成本^[8]。

在全球价值链数字化重构的背景下,数字化生产水平成为一个国家在全球价值链上的关键竞争力。我国已具有相对完整完备的制造产业体系,如果能够抓住新一轮技术革命的战略机遇,将先进制造技术与庞大的制造业体系相融合,就能在新一轮全球价值链分工中占据主导地位。

3.2 全球价值链的服务化重构

现有研究主要采用两种曲线来描述制造产业在全球价值链中面临的风险与收益,分别是反映产业链附加值“两端高、中间低”的“微笑曲线”和反映风险损失成本“两端低、中间高”的“哭泣曲线”^[9],如图1所示。长期以来,发达国家凭借资本和技术优势占据研发设计、品牌服务等价值链高端,具备更强的抗风险能力和风险承受能力;发展中国家陷入组装、加工等中低端环节,处于被动的地位。

随着生产技术的日益成熟及消费者个性化需求的增强,制造环节的附加价值进一步降低。全球价值链的重心向

“微笑曲线”两端,即研发设计、品牌服务等环节延伸,客观上要求制造业企业融入更多服务要素,服务化成为产业链转型升级的关键因素,是实现差异化竞争优势的重要动力。为此,我国推出《发展服务型制造专项行动指南》,旨在提高服务要素在企业投入和产出中的比重,使企业从传统的加工组装转向“制造+服务”,提高企业产品附加值和行业竞争力^[10]。

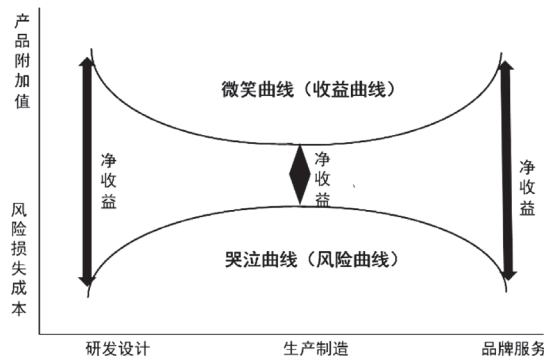


图1 全球价值链的风险收益曲线

3.3 全球价值链区域化

逆全球化思潮叠加新冠疫情的冲击下,各国之间的贸易摩擦日益加剧,一些经济体加快“脱钩”进程,从离岸布局转向近岸布局,促进了全球价值链区域化、本土化发展。同时,多边贸易体系受到严重破坏,区域贸易协定的数量迅猛增长,推动制造业在地理上趋向集中,导致区域产业链由多边合作向区域经济一体化和双边合作转变^[11]。此外,我国与东盟10国等15个国家正式签署了RCEP,形成了亚洲、欧洲和北美“三足鼎立”的格局,进一步为区域价值链的重构提供硬件基础。

区域价值链可以降低交易成本,为发展中国家和中小企业分散风险,促进区域内国际贸易的开展,助力各成员国乃至世界经济的发展。我国可利用区域依赖关系不平衡发展的特点,积极参与亚太地区的生产网络,并依托中国的新型比较优势,引领区域价值链的合作、整合和治理,构建更加高效的自由贸易网络^[12]。

4 全球价值链重构驱动制造集群转型升级的路径选择

全球价值链重构为制造集群转型升级提供了新的契机,可以从直接路径和间接路径两个角度提出制造集群转型升级的方式。其中,直接路径是指优化制造链-服务链-创新链,通过产-创-销的协同升级,提高原有价值链的相对地位;间接路径则是指从“双循环”视角重构国家价值链和区域价值链,最后对接全球价值链,实现制造集群网络升级。

4.1 直接路径

根据“微笑曲线”的U型分布及变化趋势可知,在全球价值链上,位于“微笑曲线”两端的是研发设计、品牌服务

等附加价值高的技术和资本密集型生产环节,位于中间的是制造业等劳动密集型环节。因此,制造业全球价值链地位的提高,可通过向“微笑曲线”两端延伸和中间环节“凸起”三个直接路径实现。

(1)数字智能化生产,优化制造链。随着数字经济和智能技术的发展,数字基础设施成为影响全球制造业价值链布局的关键因素,全球制造产能逐渐向数字经济更发达的地区集聚。为此,中国需加强数字沟通平台等基础设施的建设,提高信息的传递效率,促进技术扩散与共享。另外,需要巩固和发展互联网、大数据、云计算等关键产业,以数字化智能制造为导向,提升制造业数字化发展水平,提高生产效率和产品品质。

(2)服务业与制造业融合发展,打造服务链。我国应加快发展现代服务业,并深度融合先进制造业。具体表现为:一是通过对销售数据的处理与分析,精准匹配消费者的个性化需求,从“以产定销”转向“以销定产”,“大规模生产”转向“大规模定制生产”,缓解产能过剩和绩效下降的情况,提高制造集群网络的资源配置效率和柔性制造能力。二是利用互联网、大数据技术,在产品供给的基础上,提供“服务+”的有机整合方案,提高用户体验感和满意度,构建长期、稳定的客户关系。

(3)打造创新链,实现产学研协同创新。中国制造业应加大对“卡脖子”技术的攻关力度,补齐少数关键环节的短板,避免关键零部件和核心技术断供而造成中国制造业集群网络在全球集群网络局部断链的风险。同时,为满足市场多样化需求,我国需聚焦市场中需求较多、质量性能差距较大的“痛点”问题,加大研发投入力度,锻造少数关键环节的长板,形成动态的“威慑平衡”,进一步稳链、强链^[7]。

从制造集群网络角度来看,打造产销闭环可以提升产业链整体安全。产业集群网络的内部链条可分为连接企业集群的制造链,连接消费市场的服务链及连接技术、金融中介机构的创新链,这三者之间交叉进行、相辅相成,如图2所示。制造链通过数字智能化的生产,将产品传递到服务链,并将生产制造过程中的问题传递到创新链;服务链将销售数据共享给制造链,并将市场的需求“痛点”传递到创新链;创新链根据制造链与服务链传递的难题,将业态创新机制反馈到服务链,将产品创新回馈到制造链。制造集群网络在产销闭环无限循环的过程中,不断提高综合实力,最终实现全球价值链的攀升。

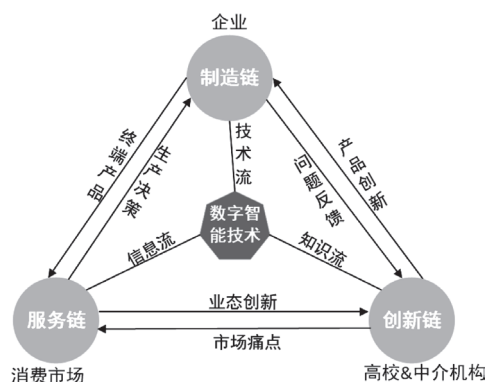


图2 产-创-销循环图

4.2 间接路径

刘志彪、张少军(2009)等指出,本土企业通过国内价值链和国内市场的发展,在进入区域或全球价值链分工体系时,往往具有更强的功能升级和链条升级能力。因此,我国可以从国内国际双循环的角度出发,通过重构国内价值链和区域价值链,最终连接到全球价值链,实现在全球价值链贸易体系中互利共赢^[13]。

首先,我国制造业需聚焦本土市场的开拓,巩固和发展国内价值链。国内价值链是指国家内部各地区基于自身比较优势进行专业分工生产,形成完整的产业链条。与国际市场相比,国内市场中各行业之间的沟通和资源调动更为便捷,企业对国内市场的信息掌握也更为全面,有利于促进各产业的融合发展,精准匹配消费端,以高质量的生产满足内需,并形成良性循环。随着中国人均消费能力的不断提高和消费结构的优化升级,中国制造业需要进一步深化改革,加强国内市场的一体化,充分释放内需潜力,将我国庞大的本土市场规模转化为竞争优势的源泉。具体而言,需要充分发挥区域资源优势,加快东部沿海地区劳动密集型产业向中西部地区转移,培育中西部地区的产业集群,避免产业的“空心化”。同时,不断提高东部地区高端技术的竞争力,形成“东部研发+西部制造”区域经济一体化的合作模式^[14]。在保证产业链完整性和稳定性的基础上,改善国内价值链区域发展不均衡和利益分配不一致等问题。

其次,加大开放力度,依托RCEP与“一带一路”倡议,主动构建区域价值链。北美、欧洲和亚洲三大区域是全球价值链的重要组成部分,作为亚洲区域价值链的中心国家,我国可以利用RCEP协议中的一系列贸易自由化措施,加强与东亚、东南亚国家的分工合作。一方面,利用各国要素和产业优势,将一部分低端工序转移到具备劳动力资源的其他RCEP成员国,提高RCEP各成员国之间的资源配置效率,以及我国在区域价值链的嵌入程度;另一方面,加强与日、韩中高端产业的合作,通过建立共商、共建、共享的治理模式,形成更具包容性和可持续性的贸易利益分配机制。在

此基础上,中国制造业需要积极开展与“一带一路”沿线国家的价值链合作,加快“走出去”步伐,深化欧亚大陆纵深布局。

最后,强化多边合作机制,引领全球价值链发展。我国制造业应主动把握全球价值链重构的机遇,打破中国制造业在全球价值链中的被动角色,统筹利用外部资源,主动参与全球价值链重构。一是大力拓展海外市场,开展技术引进、产品研发、市场拓展各方面的合作,吸取跨国公司的技术和管理经验,提高中国在全球价值链的话语权。二是加强人才培养和引进工作,打造具有全球视野和跨文化沟通能力的人才队伍,推动企业对接全球价值链。三是把握全球经贸规则调整的机遇,推动构建更加开放、包容、协调的全球治理机制和规则体系。

5 结语

全球价值链的重构为制造业升级带来了绝佳的机遇,如何利用这次契机实现中国集群网络转型升级尤为重要。首先,从中国制造集群面临的困境出发,指出中国制造业转型升级的必要性。其次,分析全球价值链数字化、服务化及区域化重构,为中国制造集群网络转型升级带来机遇。最后,创新性地提出制造集群网络转型升级的直接和间接路径:一是打造智造链、服务链和创新链,促进产-创-销协同升级,实现“微笑曲线”的两端延伸和中部“凸起”;二是从国内价值链到区际价值链,再对接全球价值链的迂回系统路径,最终实现制造集群网络在全球价值链的升级。

参考文献

- [1] 戴翔,李洲,张雨.服务投入来源差异、制造业服务化与价值链攀升[J].财经研究,2019,45(5):30-43.
- [2] Humphrey,D.B.,&Schmitz,A.Information,Contracts,andMarkets:IssuesinFuturesMarkets.JournalofAgriculturalEconomics,2001,52(1):1-19.
- [3] 刘志彪,张少军.总部经济、产业升级和区域协调:基于全球价值链的分析[J].南京大学学报(哲学.人文科学.社会科学),2009,46(6):54-62.
- [4] 张辉,吴尚,陈昱.全球价值链重构:趋势、动力及中国应对[J].北京交通大学学报(社会科学版),2022,21(4):54-67.
- [5] 李凯,李世杰.装备制造业集群网络结构研究与实证[J].管理世界,2004(12):68-76.
- [6] 保建云.供应链危机、数字经济发展与世界经济格局数字化重构[J].人民论坛·学术前沿,2022(7):71-77.
- [7] 向坤,杨庆育.共享制造的驱动要素、制约因素和推动策略研究[J].宏观经济研究,2020(11):65-75.
- [8] 罗文宝.全球产业链重构背景下印度制造业优势及其对我国的影响[J].南亚研究季刊,2023(2):55-73+158.
- [9] 孙德升,刘峰,陈志.中国制造业转型升级与新微笑曲线理论[J].科技进步与对策,2017,34(15):49-54.
- [10] 杜传忠,杜新建.第四次工业革命背景下全球价值链重构对我国的影响及对策[J].经济纵横,2017(4):110-115.
- [11] 索维,张亮.RCEP、全球价值链重构及中国的应对策略[J].江苏社会科学,2022(5):127-134.
- [12] 黄光灿,王珏,马莉莉.全球价值链视角下中国制造业升级研究:基于全产业链构建[J].广东社会科学,2019(1):54-64.
- [13] 郭宏,伦蕊.新冠肺炎疫情下全球产业链重构趋势及中国应对[J].中州学刊,2021(1):31-38.
- [14] 张卫华,梁运文.全球价值链视角下“互联网+产业集群”升级的模式与路径[J].学术论坛,2017,40(3):117-124.

Global Value Chain Restructuring and Transformation and Upgrading of Chinese Manufacturing Cluster Networks

Zuo Xiaoming, Zeng Xiaoxian, Ye Weiyin, Guo Qianrui
(South China Normal University, Guangdong, Guangzhou 510630)

Abstract: Under the shadow of technological dominance of developed countries, China's manufacturing industry has long been locked in less advanced production while facing barriers to the upper echelon of the value chain. Currently, multiple factors such as the COVID-19 pandemic, digital revolution, and international trade rule amendments are accelerating the global value chain restructuring, providing excellent opportunities for China's manufacturing industry to leapfrog in the global value chain. First, this paper analyzes the challenges faced by the current Chinese manufacturing cluster networks and explores the impact mechanism of global value chain restructuring on the upgrading of China's manufacturing industry from three dimensions: digitization, servitization, and regionalization. Based on the analysis, strategic paths for the transformation and upgrading of Chinese manufacturing cluster networks are proposed, including the direct path of promoting deep integration of industrial chains, innovation chains, and service chains to achieve growth in R&D and sales and proper manufacturing value added and an indirect path of reconstructing China's national value chains and regional value chains and reversely integrating the global value chain. This paper aims to provide theoretical support for the progress of China's manufacturing cluster networks in the global value chain.

Keywords: Global Value Chain Restructuring; Manufacturing Cluster Networks; International Trade; Manufacturing Industry; Emerging Economy

基于GIS分析的广西北部湾城市群城市经济联系及时空演变研究

杨晓彦 占金刚(通讯作者) 冯文静
(北部湾大学经济管理学院 广西钦州 535011)

摘要: 本文以广西北部湾城市群6个城市为研究对象,采用城市流强度模型,结合GIS可视化技术,具体研究北部湾城市群经济联系的时空格局和影响因素。研究结论:(1)在时间格局演变上,2011—2020年广西北部湾城市群6个城市的城市流强度呈上升趋势,城市之间的经济联系日益紧密,经济辐射强度和空间集聚能力不断加强,但城市群整体发展不协调;(2)在空间格局演变上,广西北部湾城市群东部城市发展水平相对较高,西部城市交通通达度较低,逐步形成“东高西低”的空间格局。

关键词: 北部湾城市群;城市经济联系;时空演变;城市流强度模型;GIS可视化

本文索引: 占金刚,杨晓彦,冯文静.基于GIS分析的广西北部湾城市群城市经济联系及时空演变研究[J].中国商论,2024(05):005-008.

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-005-04

1 引言

党的二十大会议提出,以城市群、都市圈为依托,构建大中小城市协调发展格局。北部湾城市群作为21世纪我国海上丝绸之路的重点港群和西部陆海新通道的重要出海口,《北部湾城市群发展规划》和《北部湾城市群建设“十四五”实施方案》的出台,为北部湾城市群勾勒出了发展框架格局和方向,北部湾城市群在国家发展战略和区域经济布局中的战略地位更加凸显、发展机遇前所未有。为了促进北部湾城市群的协同高质量发展,研究城市间的经济联系尤为重要。

城市经济联系的相互作用和影响已成为学者关注的热点问题,通过梳理相关文献可以发现,在研究对象上,主要是对山东半岛城市群(于谨凯、马健秋,2018)、粤港澳大湾区城市群(王方方、杨焕焕,2018)、长江三角洲城市群(邹晨等,2018)等进行研究^[1-3];在研究内容上,主要研究某一时间截面城市群的经济特点(朱坚真等,2021)、影响因素(钟小斌,2021)、经济联系(赵雪雁等,2011)等^[4-6];在研究方法上,主要运用流量经验分析法(黄凌翔等,2021)、城市流模型(王冰倩、李小林,2018)、修正引力模型(李琳、蔡丽娟,2015)等^[7-9]。

通过梳理相关文献可以发现,学者对城市经济联系的研究越来越丰富,但在研究对象上,大多学者将长三角、粤港澳大湾区等发展相对成熟的城市群区域作为研究对象,对北部湾城市群等经济欠发达地区的关注较少;在研究内容上,通常基于某一时间截面对整个城市群地区经济社会

联系进行探析,缺少时间序列的动态探讨;在研究方法上,大部分学者只采用某一种模型或工具对港口群城市经济联系进行研究,较少将模型和工具结合起来进行分析。基于此,本文以广西北部湾城市群的6个城市为研究对象,运用城市流模型,结合GIS可视化技术,从时间和空间两方面对广西北部湾城市群经济联系的演变规律和影响因素进行实证分析,为城市群经济联系研究提供经验借鉴和参考依据。

2 研究区概况

2.1 研究区范围

北部湾城市群是我国乃至世界上最具成长性的国家大型城市群区域和重要沿海地区经济带,在中国和东盟对外开放协作的大布局中拥有重大的战略影响力。2017年发布的《北部湾城市群发展规划》中,北部湾城市群范围将涉及广西、广东、海南共15个城市,此次研究的区域重点为广西北部湾城市群,即以南宁市为核心,并涉及北海市、钦州市、防城港市、玉林市、崇左市共六个市。

2.2 城市群城市经济现状

在GDP方面,从整体来看,广西北部湾城市群各城市GDP除了2017—2018年各城市处于下降趋势外,2011—2022年其他年份总体呈现上升趋势。从局部来看,北部湾城市群各城市的经济发展不平衡,2022年南宁市GDP为5218.34亿元,防城港市GDP为968.08亿元,最高GDP是最低GDP的5.4倍;从数值来看,两者相差过大,南宁市的经济实力遥遥领先于其他城市,具体信息如图1所示。

基金项目: 2021年广西哲学社会科学规划研究课题“双循环背景下西部陆海新通道沿线城市互动合作机制及路径研究”(21BYJ027)。

作者简介: 杨晓彦(1999-),男,汉族,山东青岛人,硕士研究生,研究方向:国际商务。

通讯作者: 占金刚(1978-),男,汉族,湖南永州人,高级经济师,博士研究生,研究方向:海洋经济、产业经济。

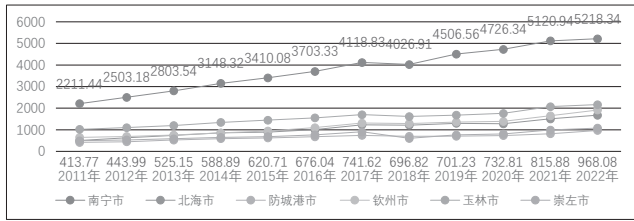


图1 2011—2022年广西北部湾城市群各城市GDP(亿元)

3 城市流强度的测度指标体系构建

本文通过参考已有的城市流强度研究,全面考虑广西各城市的实际情况,选取2011—2020年广西北部湾城市群6个城市的第二、第三产业细分的13个产业部门,建立城市流强度的测度指标体系(表1)。为了保证各项数据具备科学性、客观性和可靠性,数据来源于2012—2021年的《广西统计年鉴》和2011—2020年北部湾城市群6个城市的《国民经济与社会发展统计公报》。

表1 城市流强度的测度指标体系

产业	指标	指标代码
第二产业	制造业	A ₁
	建筑业	A ₂
第三产业	批发和零售业、科学研究和技术服务业	A ₃
	交通运输	A ₄
	仓储和邮政业	A ₅
	住宿和餐饮业	A ₆
	信息传输、软件和信息技术服务业	A ₇
	金融业	A ₈
	房地产业	A ₉
	租赁和商务服务业	A ₁₀
	教育	A ₁₁
	文化、体育和娱乐业	A ₁₂
	公共管理、社会保障和社会组织	A ₁₃

4 研究方法的选取

城市流强度是指区域内城市与城市之间各要素形成的相互作用的能力。

第一,求出区位熵 LG_{ij} :

$$LG_{ij} = \frac{G_{ij} / G_i}{G_j / G} \quad (1)$$

第二,计算外向功能量 E_i :

$$E_{ij} = G_{ij} - G_i \times (G_j / G) \quad (2)$$

$$E_i = \sum_{j=1}^m E_{ij} \quad (3)$$

第三,计算功能效益 N_i :

$$N_i = GDP_i / G_i \quad (4)$$

第四,计算城市流强度 F_i :

$$F_i = N_i \times E_i = (GDP_i / G_i) \times E_i = GDP \times (E_i / G_i) = GDP_i \times K_i \quad (5)$$

第五,分析城市流强度结构:

$$GDP' = GDP_i / MAXGDP_i \quad (6)$$

$$K' = K_i / MAXK_i \quad (7)$$

5 广西北部湾城市群城市经济联系的时空演变实证分析

5.1 时间演变特征分析

5.1.1 城市流强度时间序列特征分析

本文通过式(1)得到区位熵 LG_{ij} ,并代入式(2)~式(5),分别得到广西北部湾城市群城市的总外向功能量、功能效益、城市流强度(图2~图4)。

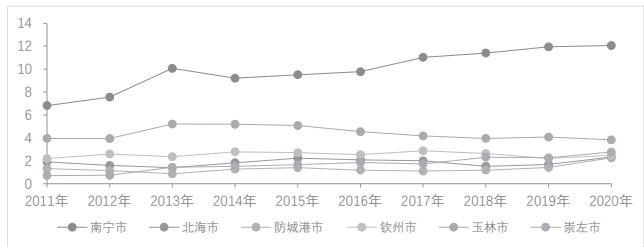


图2 2011—2020年广西北部湾城市群城市外向功能量

由图2可知,从整体来看,广西北部湾城市群中,各城市发展不均衡,总外向功能量水平不高且变化不大。从局部来看,南宁市外向功能量相对其他城市外向功能量较大。2011—2020年,南宁市是唯一呈现增长态势的城市,保持在城市群中的领头位置,其他城市的外向功能量均维持在较低水平的稳定状态,数值集中在0~6,对城市群总外向功能量的贡献不大。

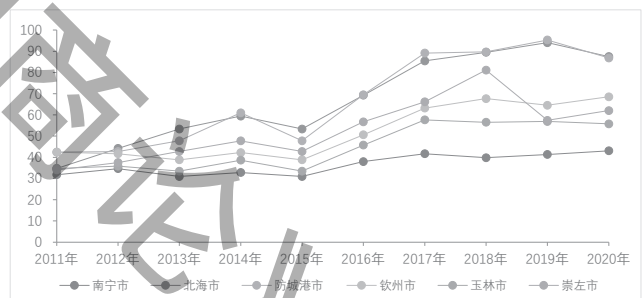


图3 2011—2020年广西北部湾城市群城市功能效益

由图3可知,从整体来看,广西北部湾城市群各城市的功能效益变化呈上升趋势,说明各个城市从业人员的人均经济效益随着城市的发展而提高。从局部来看,2011—2012年,广西北部湾城市群各城市的功能效益相差不大;2013—2015年,各城市的功能效益稍有上升后又下降;2015—2017年,各城市的功能效益增长速度较快,2017年后逐渐趋向平稳。

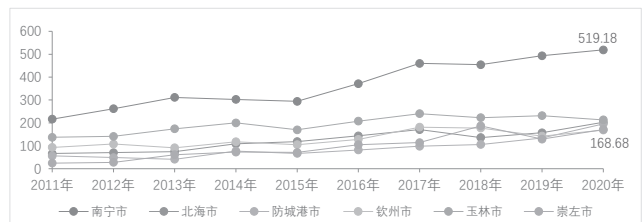


图4 2011—2020年广西北部湾城市群城市流强度

由图4可知,从整体来看,广西北部湾城市群各城市的总体城市流强度呈上升趋势,南宁市演变趋势属于波动中上升型,其他城市属于波动中缓慢上升型,说明城市间的

经济联系日益紧密,城市的空间集聚能力和经济辐射强度不断加强,但城市群整体发展不协调。从局部来看,2015—2017年,各城市流强度上升增幅最大,同一时期城市功能效益增幅最大,外向功能量增幅平缓,说明城市功能效益的提高促进了城市流强度的增强;2011—2020年,北海市、防城港市、钦州市、玉林市和崇左市的城市流强度值在0~200,城市流强度最高值相当于2011年南宁市最低值,存在较大差距;2020年,南宁市城市流强度最高,钦州市城市流强度最低,最高值为最低值的3倍,说明南宁市作为核心城市,发挥着“领头羊”的作用。

5.1.2 城市流强度结构分析

城市流强度结构反映的是城市的总经济强度与外向功能量的相对数量比例关系,如果城市GDP小于城市流倾向度,表示城市总经济水平对城市流强度的影响小于城市产业外向功能;反之,表示城市产业外向功能对城市流强度的影响大于城市总经济水平。本文通过式(6)和式(7)得到2011年、2015年和2020年广西北部湾城市群流强度结构图(见图5~7)。



图5 2011年广西北部湾城市群城市流强度结构

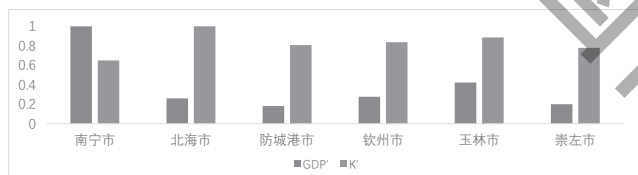


图6 2015年广西北部湾城市群城市流强度结构

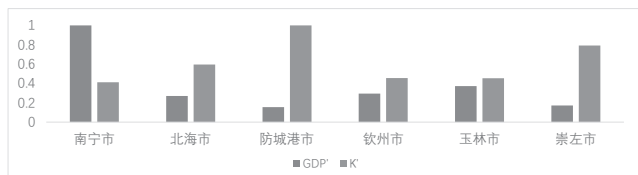


图7 2020年广西北部湾城市群城市流强度结构

从整体来看,广西北部湾城市群的城市中,5/6的城市属于外向服务功能大于总经济实力的城市流强度结构,发展不合理的状况较突出。从局部来看,6个城市只有南宁市的总经济水平大于外向服务功能,表明南宁市在空间相互

作用中主要依靠经济实力带动,且南宁市的外向功能量并不突出,甚至低于其余5个城市,体现了该城市产业结构不均衡。其余5个城市均是外向服务功能显著大于总经济水平,主要原因是总的从业人口相对较少其代表的产业部门具有的城市流倾向度相对较高,但由于受其总体经济实力的影响,城市之间的城市流强度普遍较差。北海市、防城港市、钦州市、玉林市和崇左市的城市流强度结构发展不均衡问题显著,随着时间的推移,2020年钦州市和玉林市的产业外向服务能力下降,经济实力和城市流倾向度基本持平,导致这两个城市的城市流强度下降。

5.2 空间演变特征分析

为进一步探讨广西北部湾城市群城市流强度的空间演变特征,本文利用ArcGIS可视化工具做出2011年、2015年和2020年广西城市群6个城市的城市流强度可视化地图(见图8)。

由图8可知,从整体来看,广西北部湾城市群的城市流强度区域分布不平衡,呈现“东高西低”的空间分布格局,且2011—2020年各城市的城市流强度均处于增长状态,在2020年全部城市的城市流强度都超过150,其中南宁市城市流强度增幅较大,北海市等城市增幅较小,说明城市对外服务能力随着社会经济的发展而不断发展。从局部来看,南宁市作为核心城市,城市影响范围逐步向西扩散,但临近的钦州市并未在南宁市的影响下展现出优势。该空间格局出现的主要原因是:南宁市作为广西首府和东盟自由贸易区中心,城市流聚集在此,建筑业、批发零售业、信息传输和信息技术服务业和租赁及商务服务业等产业部门具有绝对优势,城市流强度达到500,对外经济联系能力处于领头地位。东部城市邻近广东,受南宁和广州共同影响,发展水平相对较高;西部地区交通通达度较低,且原有产业部门外向功能基础薄弱,受到核心城市影响较小,逐步演化为“东高西低”的空间格局。

6 结语

6.1 结论

在时间格局演变上,从城市流强度来看,2011—2020年广西北部湾城市群6个城市的城市流强度呈上升趋势,经济联系日益紧密,城市的空间集聚能力和经济辐射强度不断加强,南宁市演变趋势属于上升型,其他城市属于缓慢上升型,但广西北部湾城市群区域发展不协调,城市群整体对外

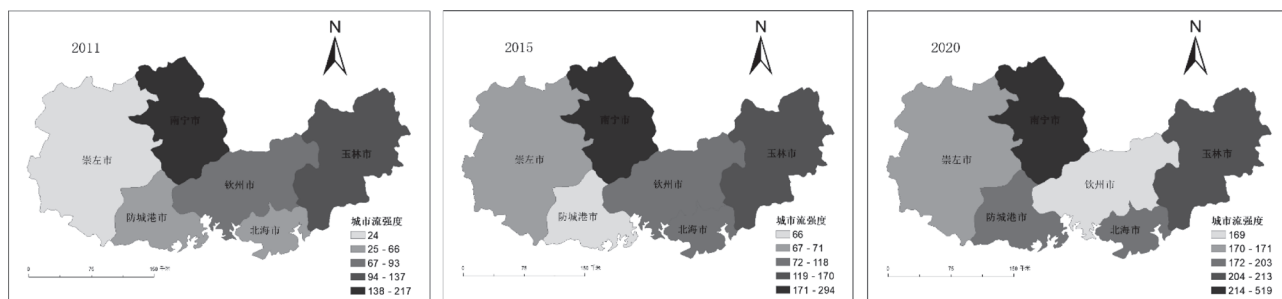


图8 2011年、2015年、2020年各城市城市流强度可视化地图

经济联系需要进一步提高。从城市流强度结构来看,南宁市的总经济水平大于外向服务功能,北海市等5个城市的外向服务功能大于总经济实力。

在空间格局演变上,广西北部湾城市群城市流强度区域分布不平衡,呈现出“东高西低”的空间分布格局,随着时间的演变,南宁市作为核心城市,城市影响范围逐步向西扩散。从产业部门外向功能结构和影响因素来看,城市总外向功能量整体水平不高,南宁市外向功能量遥遥领先于其他城市,其他城市的外向功能量均维持在较低水平的稳定状态;广西北部湾城市群内各产业部门的外向服务能力差异较大,城市群第二产业中的制造业和建筑业对外经济联系能力明显优于第三产业,随着城市产业结构的转变,第三产业中的教育文娱和公共管理及社会组织等产业部门的外向服务能力也得到显著提高。

6.2 建议

6.2.1 强化南宁市的核心地位,增强南宁市的增长极效应

广西北部湾城市群的城市流强度呈明显的东西差异,南宁市作为核心城市和东盟自贸区中心,应着重促进其发挥增长极效应,利用其特有的区位、资源、技术、信息等优势,合理分配社会资源,避免核心城市吸引过多人流、物流、信息技术、资金等城市流,合理引导核心城市的发展资源流向周围区域,缩小城市间经济联系差异,促进城市群协调健康发展。

6.2.2 着力调整广西北部湾城市群的产业结构

广西北部湾城市群需要根据城市实际情况和特点合理调整优化产业结构,维持第二产业外线功能量,协调发展第二、三产业,以促进城市群均衡发展。南宁市的城市流强度处于领头地位,但主要依靠其强大的经济实力拉动,城市流倾向度较低,未来需要提升综合外向能力的服务水平。其他

城市因经济实力基础薄弱,导致城市流强度较弱,在今后的发展中,应注重经济发展与外向服务之间的比例,通过外向产业部门的发展,带动经济总水平的提升,从而提高城市整体实力。

6.2.3 加强建设广西北部湾城市群城市间的交通运输体系

为提高广西北部湾城市群城市间的经济联系强度,应加强各城市间的交通基础设施建设,完善公路、水路、铁路和航线的道路运输,合理规划升级完备的交通运输网络体系,以便人力、资金、信息和技术在城市之间流通,有助于核心城市发挥辐射作用,同时有利于相邻两个城市在空间格局上发展集聚效应。

参考文献

- [1] 于谨凯,马健秋.山东半岛城市群经济联系空间格局演变研究[J].地理科学,2018,38(11):1875-1882.
- [2] 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(4):110-120+191.
- [3] 邹晨,欧向军,孙丹.长江三角洲城市群经济联系的空间结构演化分析[J].资源开发与市场,2018,34(1):47-53.
- [4] 朱坚真,杨蕊,崔曦文.沿海经济带城市群中心度及经济联系测度分析[J].城市学刊,2021,42(5):25-32.
- [5] 钟小斌.高新技术产业对城市间经济联系紧密度的影响:以湖北省地级市为例[J].开发研究,2021(1):60-67.
- [6] 赵雪雁,江进德,张丽,等.皖江城市带城市经济联系与中心城市辐射范围分析[J].经济地理,2011,31(2):218-223.
- [7] 黄凌翔,韩杰,陈竹,等.长江中游城市群经济联系网络的实证分析[J].统计与决策,2021,37(18):120-124.
- [8] 王冰倩,李小林.中原城市群经济联系时空演变分析[C]//中国城市规划学会,杭州市人民政府.共享与品质:2018中国城市规划年会论文集(16区域规划与城市经济).中国建筑工业出版社,2018:1243-1252.
- [9] 李琳,蔡丽娟.中三角城市群城市经济联系的时空演变特征[J].城市问题,2015(7):62-70.

Research on Urban Economic Connectivity and Spatio-temporal Evolution of Beibu Gulf Urban Agglomeration Based on GIS Analysis

Zhan Jingang, Yang Xiaoyan, Feng Wenjing

(College of Economics and Management, Beibu Gulf University, Qinzhou, Guangxi 535011)

Abstract: The article takes six cities in the Beibu Gulf Urban Agglomeration of Guangxi Zhuang Autonomous Region (Guangxi for short) as the research object and adopts urban flow intensity model and GIS visualization technology to specifically study the temporal and spatial pattern and influencing factors of economic connections in the Beibu Gulf Urban Agglomeration. The research outcomes are as follows: (1) In terms of time evolution, the urban flow intensity of the six cities in the Guangxi Beibu Gulf Urban Agglomeration showed an upward trend from 2011 to 2020 and the economic connections between these cities were becoming closer. The economic radiation intensity and spatial agglomeration were also continuously strengthened. However, the overall development of the urban agglomeration was not coordinated; (2) In terms of spatial pattern evolution, cities in the eastern part of the Beibu Gulf Urban Agglomeration in Guangxi exhibit a more advanced stage of development, while cities within the western part encounter challenges with transportation accessibility. This divergence has gradually formed a spatial pattern featuring high development stage in the east and low accessibility in the west.

Keywords: Beibu Gulf Urban Agglomeration; Urban Economic Connections; Temporal and Spatial Evolution; Urban Flow Intensity Model; GIS Visualization

智能化背景下C2B跨境电商发展对策研究

张望 冯晨涛 周志丹

(浙江万里学院 浙江宁波 315100)

摘要: 随着经济贸易全球化趋势的不断扩大,跨境电商进入全产业链生态融合的新阶段,传统电子商务由ERP+电子商务的敏捷电商向着智能化贸易转型升级。C2B跨境电商则借助大数据赋能,着眼于消费者个性化的需求偏好,进行个性化定制模式下消费者与厂商的决策,并以此构建个性化产品与大众化产品生产计划和市场竞争博弈的商业形式。本文基于“创新管理理论”的理论知识,阐述C2B跨境电商的三大智能助力,解释说明智能算法、智能物流、智能商业在发展C2B跨境电商的重要价值和企业合作对策,以期对C2B跨境电商企业决策和发展提供参考。

关键词: C2B跨境电商; 智能算法; 智能物流; 智能商业; 个性化需求; 全球经济贸易

本文索引: 张望,冯晨涛,周志丹.智能化背景下C2B跨境电商发展对策研究[J].中国商论,2024(05):009-012.

中图分类号: F724.6

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-009-04

1 引言

C2B跨境电商是以客户需求为驱动力的商业模式,是互联网技术和社交平台成熟发展的产物,充分解决个性化与规模化不统一的矛盾,释放消费者对个性化定制的需求信息,企业依据消费者提出的真实需求制定个性化订单生产计划。智能化时代,智能算法、智能物流、智能商业为C2B跨境电商发展提供了重要助力和支持,也是相关企业必须面对的时代潮流。

2 智能算法解析消费者个性化需求,助力科学的企业决策

2.1 C2B跨境电商市场需求的获取

C2B跨境电商的演进和发展必须以用户需求数据的充分获取为重要基础,以平台为重要数据支撑和获取的主要渠道。跨境电商平台会将不同类型的商品划分为不同的分类和标签,每个分类和标签搜索排名前列的商品一般市场需求较旺盛。针对不同分类页或标签页产品销售情况、用户评价、竞争对手等信息,企业可通过智能算法了解目标市场需求偏好信息和潜在竞争对手。

跨境电商平台会记录用户的浏览、收藏和历史购买等数据,电商企业通过访问平台数据管理后台,使用专业工具对数据进行整理和分析,并通过对跨境电商平台和其他主流社交媒体的监测,如Facebook、Twitter、Instagram等,了解消费者意见与反馈,对消费者的留言、评论和回复进行监测,分析品牌活动的分享和转发数据,了解消费者的需求和行为特征及对产品和服务的真实反馈。C2B跨境电商企业

可通过市场调研分析竞争对手和行业报告,了解竞争对手在不同地区、群体市场的市场份额、产品定位、营销策略、目标消费群体、价格策略等信息,更好地了解不同地域、群体消费者的需求和消费习惯、购买力、喜好等信息,进而更精准地把握市场需求。

2.2 跨境电商消费者的群体化分析

当前,主流的跨境电商交易平台有亚马逊、Wish、eBay、速卖通、天猫国际等。以亚马逊为例,目前包括美国站、日本站在内的14个国际站点,不同的国际站点意味着存在差异化的文化背景、经济发展水平、消费习惯和法律法规等,因此用户需求不尽相同。企业需通过市场调研、社交媒体等方式对用户信息进行群体化分析,更好地了解消费者需求,并以此作为产品定价定位、供应链管理、营销推广等活动的重要参考依据。

群体化分析是指将跨境电商的消费者划分为不同群体,并在每个群体中分析消费者需求、购买行为等。例如,针对不同国家和地区市场,可分为东亚市场、欧美市场、拉美市场等不同群体,再在每个群体中进行消费者需求和行为分析。通过智能算法进行群体化分析,可更好地了解不同群体、地区消费者的需求和偏好,并制定相应的产品定位、价格策略和营销策略,从而提高销量和市场份额。同时,群体化分析有利于企业节约资源,避免因未了解不同群体特点而导致的生产制造失败和损失。通过针对性的群体化分析,C2B跨境电商企业可更加精准地把握市场趋势和消费者需求,提高企业制造效率和C2B跨境电商销售的成功率。

作者简介: 张望(2000-),男,汉族,四川巴中人,硕士研究生,研究方向:跨境电子商务技术与运营管理;

冯晨涛(2000-),男,汉族,浙江宁波人,硕士研究生,研究方向:港口物流与供应链管理;

周志丹(1964-),男,汉族,安徽庐江人,教授,博士,硕士生导师,研究方向:全球采购供应链、跨境电商。

2.3 搭建B端智能数据库平台

跨境电商B端制造企业应构建智能数据库平台,发挥供应链生态优势,借助跨境电商平台数据,准确挖掘用户个性化需求乃至潜在的需求,通过智能算法为实现个性化定制产品的柔性化制造提供大数据的储备和支持。智能数据库的建立必将依赖“云计算”“智能算法”等科技手段的综合应用,设计适合数据特点的智能数据库架构,包括数据模型、数据表、字段、索引等,并根据设计的架构和需求开发智能数据库,以建立数据分析模型进行数据分析和挖掘,从而帮助企业优化生产过程、提高生产效率和降低成本。

跨境电商B端制造业亦能借助外包,与用户需求提供商和数据智能服务供应商等第三方专业网络服务平台建立合作关系,形成长期稳定、双赢的合作。由专业的数据服务提供商提供的具有高度智能化、数据共享和用户友好界面的数据库,并与同行业的公司分享数据,获得更多的数据洞察和市场信息。中小型企业进行C2B跨境电商,可将数据服务外包给第三方智能数据库,从而减少IT基础设施和人员投资,降低管理成本,帮助企业进行数据分析和挖掘,更好地理解利用数据,优化生产流程、提高生产效率。

2.4 科学对接C端个性化需求与B端企业

B端制造业必须获取C端的实时精准化信息,逐步用机器代替人工,并以逼近用户真实、潜在的需求做出选择和决策,为后续规模化定制生产提供精准的数据保障。跨境电商交易平台通过精准设计的“在线互动产品选配工具”和“智能推荐引擎”等技术,将离线化服务升级为持续性反馈信息的获取与更新,以不断优化算法和服务,为用户提供更贴近需求的体验感受和购物满足,不断培养用户的忠诚度和黏性。以小米为例,通过小米社区App和MIUI论坛为“米粉”建立交流平台,让用户参与趣味话题、交流用机体验、讨论小米产品,发表对新产品的需求,小米的新产品还会通过“酷玩帮”“应用”等板块进行测评,通过众多用户的公测、使用、评测、反馈等,帮助小米工程师找到更多的提升空间,不断地优化产品功能和用户体验。

在智能算法广泛应用的数字化时代,发展C2B跨境电商,由“大数据+云计算+算法”构建出的数据智能机器大脑,正是解决C端需求信息获取、筛选、推荐和分析的核心。智能算法能够通过数据分析、机器学习等技术自动优化生产和制造流程,实时监控和控制生产过程,及时发现和解决问题,以提高制造效率和产品质量,并降低成本。

2.5 智能算法优化生产工艺,发挥订制产品规模优势

产品开发设计阶段,可设计C2B跨境电商产品的“基础模型”,基于同一平台或技术体系,按不同的特性和需求开发一组相关性产品,通过智能算法优化生产工艺,企业可通过设计多种变体来满足用户的不同需求,进而实现规模

化定制。C2B跨境电商企业可进行模块化设计,将产品划分为各种小模块,这些小模块可被独立设计、制造和升级,设置可提供给用户更多选择和匹配乐趣的多样化模块,以增强产品定制化的程度,提升用户个性化体验。

借助智能算法引入大数据分析技术,通过数据集成进行数据挖掘、机器学习等,处理海量数据,发现应用价值,为企业提供更精准的市场预测、产品研发方向、生产调度等决策支持,以管理每个选项模块规模化生产的产量。同时,延后最后的定制化组配时间,结合智能传感技术,将物理量转换为数字信号,帮助企业实现对生产过程的实时监控和控制,以减少产品开发生产成本和周期,提高产品在私人订制过程中的灵活性和可维护性,提高C2B跨境电商企业满足个性化定制的应对能力。

3 智能物流体系推进C2B跨境电商新发展

3.1 构建智能物流系统,提高物流质量和效率

C2B跨境电商涉及大量个人订单和小批量的货物,物流环节的复杂性和难度相应增加。智能物流通过自动化设备和系统的应用,提高物流效率、降低物流成本。传统跨境电商物流,包裹需经历多个环节,包括订单处理、仓储、分拣、运输等,而智能物流通过自动化设备和系统的应用,实现了物流环节的高度集成和自动化操作,大大提高了物流效率。例如,智能物流系统可实现对仓储空间的智能管理和利用,提高仓储效率、降低仓储成本,还可通过优化运输路线、合理调度运力等方式,降低运输成本。智能仓储系统可通过自动化设备实现货物的快速出入库,智能分拣系统可根据订单信息自动将货物分拣至对应区域,从而加快C2B跨境电商物流的速度和效率。

对此,C2B跨境电商企业需投入资金和资源,建立智能物流系统,包括引入物联网、人工智能、大数据分析等先进技术,以实现物流环节的自动化和智能化;整合各环节数据,包括订单信息、库存信息、供应商信息等,建立统一的数据平台,通过数据分析实现供应链优化和物流效率的提高,并与物流、仓储服务商等建立紧密的合作关系,共享信息和资源,实现物流环节的协同和优化。同时,引入自动化设备和系统,实现货物的快速出入库,提高仓储效率和准确性,建立智能分拣系统,根据订单信息自动将货物分拣到对应的区域,加快出货速度。此外,通过物联网技术和云计算技术,实现对物流全程的实时监控和数据共享,建立物流跟踪系统,让消费者随时了解订单的状态和物流信息。

3.2 优化用户个性化物流服务体验

C2B跨境电商注重个性化需求和消费者主导的购物体验,智能物流可根据消费者的需求和偏好,提供个性化的物流服务。智能物流系统可根据消费者选择,灵活安排配送时间和配送方式,满足消费者的特定要求。个性化的物流服务

可提高消费者满意度,增强消费者对C2B跨境电商的信任 and 忠诚度。C2B跨境电商的消费者通常期望及时了解订单的状态和物流信息,智能物流系统可提供实时物流跟踪和查询功能,让消费者随时随地了解订单的进展情况,优化体验。同时,可通过物联网技术和云计算技术实时监控和共享数据,提高物流的透明度和可靠性,有利于及时发现和解决物流中的问题。

为优化用户个性化物流服务体验,C2B跨境电商企业可通过数据分析和预测,了解用户需求和行为模式,提前做好资源规划和调配,以提供更加准确和高效的服务。分析用户的购买历史和地理位置,提前预测用户可能的配送需求,从而提前准备货物,并优化路线安排。同时,可提供多种配送方式,如快递、普通邮件、定制化配送等,并提供增值服务,如礼品包装、个性化定制等,满足消费者的特殊需求,以满足不同用户的需求。通过技术手段提供实时的包裹跟踪和通知,让用户随时了解包裹的运输状态和预计送达时间。此外,企业应建立完善的客户服务体系,及时回应用户咨询和投诉,提供有效的解决方案,通过积极的沟通和问题解决,提高用户的信任感和满意度,提供更好的用户体验。

3.3 供应链协同的优化和可视化

C2B跨境电商的供应链环节通常包括消费者、电商平台、供应商多个参与方,协调各方合作是提高物流效率和降低成本的关键。智能物流系统可通过信息共享和数据分析,实现供应链各环节的协同和优化。同时,建立供应链可视化平台,通过与供应商的信息系统对接,实现订单信息的实时传递和生产计划的自动调整;通过与物流商的系统对接,实现运输路线的优化和运力的合理调度,以减少供应链中的环节和时间浪费,提高供应链的整体效率。

对此,C2B跨境电商企业要与供应商、物流公司等建立紧密的信息共享和对接机制,可通过合作伙伴协同管理,与供应链中的各个环节进行紧密的协作和沟通,共同优化供应链,通过共享信息、协调资源、优化运输路线等方式,通过自动化处理订单、运输、仓储等环节,减少人工干预,提高供应链的效率和响应速度,不断推进供应链可视化工具的应用,将供应链中各个环节的数据以图形化的方式展现,帮助企业更好地了解供应链情况,及时发现问题,并采取相应措施,例如使用仪表盘、报表、地图等可视化工具,展示供应链中的各种关键指标,通过供应链协同优化和可视化,提高供应链的效率和响应速度。

3.4 引入和应用物联网智能物流和区块链技术

C2B跨境电商企业需快速交付个性化和定制化商品,物联网技术可实现对库存和生产流程的实时监控,提高发货和交付货物速度与准确度。通过物联网技术,可将传感器、标签和无线通信等技术应用于物流环节,实现对货物、

车辆和设备的实时监控和追踪,并可实现对货物位置、状态和运输条件的精确掌握,促进流程优化和质量保障,提高货物的可见性和安全性。通过订单追踪和快速响应客户反馈等服务的即时提供,跨境电商C2B企业可提高客户体验和满意度,提高客户对品牌的信任和忠诚度。

引入区块链技术可提供去中心化的、安全可信的数据存储和交换平台。在C2B跨境电商智能物流中,区块链可应用于货物追踪、溯源和合同管理,确保数据的真实性和完整性,减少信息不对称和纠纷。借助区块链技术,实现跨境电商C2B服务物流信息的去中心化存储和共享,确保数据的真实性和完整性,提高跨境电商的透明度和可信度。

4 智能商业双螺旋驱动C2B跨境电商的时代演进

4.1 智能商业双螺旋驱动结构

阿里集团学术委员会主席曾鸣提出:智能商业是拥有“网络协同”和“数据智能”的双螺旋结构。网络协同为数据智能提供强大的数据来源和支持;数据智能为网络协同提供更精准的决策依据和运营指导。双螺旋结构的作用是推动智能商业的不断发展和创新,促进商业生态系统的协同和优化,在数据智能和网络协同的双驱动力运作下,C2B跨境电商的营销模式方能顺应时代演进,不断升级与发展。

网络协同有助于资源的整合与共享,将分散的资源、能力和智慧结合起来,从而实现协作创新和资源优化配置。网络协同可帮助跨境电商C2B企业建立完整的供应链体系,借助网络的力量,在设计、原材料选择、生产工艺等方面进行协同创新,整合供应商、销售渠道和消费者等各方资源。

数据智能通过数据采集和分析,为C2B跨境电商提供基于用户行为和偏好的精准推荐和个性化服务。通过收集用户的浏览、搜索、购买等数据,利用人工智能和机器学习技术进行数据分析和模型建立,实现对用户需求和行为的深度理解。C2B跨境电商企业通过数据智能对用户的支付行为、风险指标等进行实时监控评估,及时发现和预防欺诈行为,保障交易的安全可靠性。

4.2 网络协同,建立企业沟通渠道

C2B跨境电商企业,为满足网络协同的需要,应建立信息共享平台或使用第三方平台,采用云服务或在线协作平台等方式,实现实时多人协作和信息共享。网络协同需在沟通和合作方面建立良好的机制,确立目标,制定具体的计划,明确各方职责和任务,及时沟通交流,建立良好的沟通和合作机制。

畅通内外部的沟通渠道,加强各方的交流和反馈,通过有效的沟通渠道和机制,及时发现和解决问题,避免矛盾和冲突,进行网络协同,应建立风险管理机制,从合作伙伴选择、信息披露、知识产权保护等方面加强风险防范,保障各方利益。企业应提供更智能化、个性化的客户服务和售后支

持,通过智能客服系统、人工智能语音助手等方式,实现24小时在线客服,快速响应各方需求,通过数据分析和智能算法,提供个性化的售后支持,提高协调满意度和忠诚度。通过精准的需求定位和个性化推荐,将消费者需求与供应商产品进行高效匹配,提高产品的质量和独特性。将企业内部各部门连接,实现信息共享和工作协同,帮助实现个性化精准广告投放和社交媒体营销,提高品牌知名度和市场覆盖面,优化社交化分享、口碑传播等方式,促进用户参与和互动,形成良性的网络协同效应。

4.3 充分挖掘数据智能,完善精细化管理

个性化服务和精细化管理是C2B跨境电商实现客户满意度和市场竞争力的重要手段,C2B跨境电商企业必须重视数据收集与处理,重点收集用户基本信息、用户行为数据、商品基本信息、订单数据、客户评价数据多方面数据,并将其汇总至数据仓库中,实现数据的统一管理和共享。利用数据挖掘、机器学习等技术,对收集到的数据进行深度挖掘,提取有价值的信息,如用户画像、消费行为、商品热度等,以制定相应的促销和运营销售策略。此外,通过数据可视化工具,将结果转化为直观、易懂的图表或报表,帮助企业管理层更好地了解企业运营状况,做出科学决策。同时,建立实时监控系统,对电商平台进行监控,及时发现并处理异常情况,如订单交易失败、用户流失率上升等。

数据智能是一个不断发展和演进的领域,C2B跨境电商企业应保持对新技术和方法的关注,积极参与创新和改进,不断提升数据智能水平和应用效果。通过统计学、机器

学习等技术,企业可揭示数据中的潜在模式、趋势和关联性,为企业提供决策支持,将数据分析结果与实际运营相结合,指导企业的战略决策和运营管理,帮助企业发现商业机会。

5 结语

在全产业链生态融合的新阶段、新时代,智能算法、智能物流、智能商业将成为C2B跨境电商的核心驱动力,这是不可阻挡的商业演进历程,相关企业也要顺应时代发展的新潮流。

参考文献

- [1] 陈虹.大数据背景下饲料企业跨境电商的发展策略分析[J].中国饲料2021(20):75-78.
- [2] 张正荣,杨金东,魏然.跨境电商综合试验区的设立模式与推广问题:基于70个城市的定性比较分析[J].软科学,2020,34(5):131-138.
- [3] 裴东霞.我国跨境电商运行绩效评价与提升策略:基于跨境电商综合试验区样本数据的分析[J].商业经济研究,2020(6):145-148.
- [4] 张夏恒,陈怡欣.中国跨境电商综合试验区运行绩效评价[J].中国流通经济,2019,33(9):73-82.
- [5] 金泉,苏庆新.跨境电商平台赋能中小企业国际化的机制研究[J].国际贸易,2022(10):68-76.
- [6] 王志盼,张清凌,宋小青,等.基于位置大数据的中国跨境电商时空格局变化及其影响机制[J].经济地理,2022(1):44-52.
- [7] 孟涛,王春娟,范鹏辉.数字经济视域下跨境电商高质量发展对策研究[J].国际贸易,2022(10):60-67.
- [8] Porter Michael E.. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance[M].New York: Free Press,1985.
- [9] 马迷忠,房超,张洪胜.跨境电商能否突破地理距离的限制[J].贸易经济,2019,40(8):116-131.

Research on the Development Strategies of C2B Cross-Border E-Commerce under the Background of Intelligence

Zhang Wang, Zhou Zhidan

(Zhejiang Wanli University, Ningbo, Zhejiang 315100)

Abstract: With the advancement of economic and trade globalization, cross-border e-commerce has entered a new stage featuring comprehensive integration of the entire industry chain. The traditional e-commerce has transformed and upgraded from ERP system-based agile e-commerce to intelligent trade. C2B cross-border e-commerce leverages the power of big data to focus on personalized consumer preferences, enabling personalized customization. It involves decision-making between consumers and manufacturers, thereby constructing a business model of personalized product and mass product production planning and market competition. This article is based on the theoretical knowledge of innovation management theory to elaborate on the three major intelligent assistance of C2B cross-border e-commerce, explain the important value of intelligent algorithms, intelligent logistics, and intelligent commerce in the development of C2B cross-border e-commerce, and provide reference for decision-making and development of C2B cross-border e-commerce enterprises.

Keywords: C2B Cross-Border E-Commerce; Intelligent Algorithms; Intelligent Logistics; Intelligent Commerce; Personalized Needs; Global Economy and Trade

经济复苏背景下我国对外贸易发展现状及对策研究

孟佳乐 韩薇薇 许明华

(天津科技大学经济与管理学院 天津 300450)

摘要: 2022年10月,党的二十大会议在京成功召开,会议着重强调了建设现代化产业体系,始终把发展经济的重心放在实体经济的重要论述,对中国当前的经济发展具有重要意义。作为全球第一货物贸易大国,对外贸易对中国经济发展具有深刻的影响,因此在全面建设社会主义现代化国家的历史新征程中,我国要进一步完善对外贸易发展方式,优化外贸结构。基于此,在当今全球经济逐渐复苏的背景下,本文提出我国对外贸易发展现状及对策,以期为推动对外贸易的高质量发展提供参考。

关键词: 对外贸易; 实体经济; 国际贸易; 进出口; 经济复苏; 高质量发展; 现代化

本文索引: 孟佳乐,韩薇薇,许明华.经济复苏背景下我国对外贸易发展现状及对策研究[J].中国商论,2024(05):013-016.

中图分类号: F752

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-013-04

1 引言

1.1 新冠疫情对世界经济的影响

新冠疫情对世界经济的冲击主要体现在两点:一是控制新冠疫情发展采取的物理措施对消费端和生产端都起到了抑制作用,从而对经济按下了暂停键;二是当时形势不明朗,导致恐慌情绪蔓延,投资者对世界经济的发展持保留态度,引发了金融市场的动荡。

1.2 新冠疫情对中国经济的影响

新冠疫情对中国经济的影响是多方面的,相较2003年的“非典”,新冠疫情的感染人数更多、传播速度更快、扩散范围更广,影响远超“非典”。从内外部环境来看,新冠疫情使我国面临的风险更大,经济下行压力显著增加,对短期经济影响更大。

1.3 我国的对外贸易政策

我国对对外贸易始终坚持独立自主、自力更生的态度,以促进对外贸易的发展、维护本国贸易利益为目标。我国实行多种贸易政策,包括进口替代政策、出口导向政策、市场多元化政策、贸易救济措施等,以促进我国对外贸易的发展。同时,我国加强了对外贸易的监管和管理,如加强知识产权保护、加强海关监管、加强知识产权保护、加强反倾销和反补贴等贸易壁垒的应对等,切实从具体方面保护国家对外贸易的稳定发展。

我国的对外贸易政策是一个综合性政策体系,旨在促进对外贸易的发展,维护本国贸易利益,同时考虑到国内经济和政治等因素,综合来看,是十分符合我国的国情和发展

现状的,对发展经济、提高国际竞争力具有重要作用。

总体来说,新冠疫情的爆发对我国经济和世界经济都造成了一定的影响,这对经济的复苏既是挑战又是机遇,如何在全球经济复苏背景下用正确的贸易政策来恢复经济的快速增长至关重要。

2 我国对外贸易的现状

改革开放以来,我国对外贸易不断发展,成为社会富强的重要引擎。从对外贸易总额来看,自2020年首超美国,此后一直雄踞世界第一。党的二十大成功召开,标志着我国对外贸易发展取得了丰厚的成果,但同时面临着一些问题和挑战。2020年新冠疫情突然爆发,全世界的经济发展都受到了不同程度的冲击,国际进出口贸易一度陷入大幅停滞甚至减少的状态,贸易保护主义逐渐抬头。2021年,随着多国防疫政策的调整,世界进出口贸易在新冠疫情起伏的状况下迎来一定程度的复苏,但同时面临着大宗商品价格上涨、全球能源供应短缺、产业供应链压力剧增一系列挑战。

2022年初至今,世界政治局势出现动荡,欧美等发达国家加快收紧宏观政策、俄乌冲突持续发酵、欧洲能源危机问题凸显等,在一定程度上影响了全球经济形势,使世界进出口贸易的走向更加错综复杂。我国在新冠疫情爆发初期,部分地区生产生活受到了较大影响,随着政府实施快速有力的防疫政策,我国率先成为新冠疫情发生以来全球主要经济体中经济走向正增长的国家,极大地助力了进出口贸易的有序恢复。党的二十大以来,我国经济持续稳定复苏、生产稳中有升、市场预期向好,皆为进出口贸易提供了良好的

作者简介: 孟佳乐 (2003-), 男, 汉族, 江苏徐州人, 国际经济与贸易专业;

韩薇薇 (1981-), 女, 汉族, 山东青岛人, 教授, 博士, 硕士生导师, 研究方向: 工业经济;

许明华 (2003-), 女, 汉族, 天津人, 测控技术与仪器专业。

经济环境。此外,我国积极推进贸易便利化改革创新,加快第三产业特色服务出口基地建设,扩大自贸区、自贸港等试验区范围与自主权,构建面向世界各国的高水准自贸区网络,以高水平开放支撑进出口贸易发展。

3 我国对外贸易的亮点

3.1 进出口贸易总额持续增长

相关数据显示,2022年我国进出口总值达到42万亿元,比2021年增长7.7%,在当时世界经济衰退的背景下是难能可贵的。同时,我国与“一带一路”沿线国家的进出口总值占本年外贸总值的32.9%,增速达到19.4%,对欧美和RCEP其他成员国总体均实现增长,充分说明我国的贸易伙伴范围广、结构优。

截至2022年,我国具有进出口成绩的外贸企业接近60万家,其中民营企业51万家,进出口总值达到21.4万亿元,占进出口总值的50.9%,我国外贸主体数量多、活力强已成为不争的事实。

3.2 进出口产品结构优化

2022年,我国机电类产品进出口总值占外贸总值的49.1%,达到20万亿元,增速为2.5%。然而,劳动密集型产品出口总值低于5万亿元,仅占出口贸易总值的17.9%,这说明我国已逐渐脱离劳动密集型产品的生产出口。除此之外,天然气、甲醇等能源产品和农产品等的进口也渐趋合理。多层次、多结构的进出口产品,印证了我国出口产品优势足、供需稳。

3.3 大力开拓新兴市场

东盟作为近年来世界经济增长的新兴势力,已连续4年成为我国最大的贸易伙伴。2022年,我国与东盟成为全面战略伙伴,双方经贸往来更加密切。此年,东盟占我国外贸比重达到15.5%,同比增长1%。海关总署新闻发言人吕大良说:“中国与东盟的经贸关系有着坚实的基础和巨大的发展潜力。”放眼未来,我国将与其展开更加深入的战略相融、扩大合作范畴,使双方贸易往来更加通畅。随着贸易的不断推进,投资合作逐渐自由化,相信在不久的将来,我国与东盟的合作共赢将取得更大进展。

2022年,中国与《区域全面经济伙伴关系协定》的14个成员国进出口总额达到近13万亿元,约占外贸总值的30%。2023年正是共建“一带一路”倡议提出的十周年,这十年来,我国与沿线国家的进出口年均增长高达8.6%,与沿线国家的贸易水平速度更快、质量更优,新兴市场开拓卓有成效。

3.4 跨境电商等新业态蓬勃发展

我国跨境电商发展迅速,已成为外贸增长的新引擎,伴随互联网的普及和网络支付、物流等基础设施的完善,跨境电商逐渐成为消费者购物的新选择。相关数据显示,2022年我国跨境电商市场规模达到15.7万亿元,同比增长10.56%。

跨境电商平台的不断涌现,吸引了越来越多卖家的加入,这些平台通过提供各种服务,如营销、物流、支付等,帮助卖家拓展市场、降低成本;消费者也越来越倾向在线购物,追求品质和个性化的产品和服务。

跨境电商作为一种国际贸易新业态,是将传统国际贸易加以网络化、电子化,以电子技术和物流为主要手段,把传统的购物渠道和销售环节转移到线上,打破了国家与地区间有形和无形的壁垒,因其具有减少中间环节、节约成本等优势,在全世界范围内迅猛发展。近年来,国际物流网络持续疏通,跨境电商贸易机制也在逐渐完善,正促进跨境电商渠道加快拓宽。随着我国实力的不断提高,已成为跨境电商发展大国,许多企业已走出国门,在全世界占据一定的市场份额。随着新兴市场和“一带一路”沿线国家的贸易合作,我国跨境电商等新业态具有良好的发展前景。

综上所述,我国对外贸易的成功在党的二十大以后,必将向着高质量发展不断深耕,使我国在对外贸易上始终处于国际领先地位。

4 面临的问题和挑战

(1)我国既是世界上最大的贸易大国,也是世界上重要的制造业中心,制造业强国的建设离不开外贸企业的支持。2022年,我国外贸企业数量为197.6万家,出口总额达25万亿元。从行业来看,我国外贸企业主要集中在一般贸易行业。2022年,一般贸易出口额为15.95万亿元,占全国进出口总额的比重达60%,虽然一般贸易占比较高,但国内大多数外贸企业规模较小、竞争力较弱。2022年,我国出口前100名的企业中只有17家是一般贸易出口企业,约占17.6%。从企业规模来看,大多数外贸企业以小规模为主,抗风险能力存在一定的欠缺。除此之外,我国对外出口产品的结构也亟须优化,我国出口的产品以劳动密集型产品为主,其特点是附加值低,国内市场对其依赖性大、附加值低。外贸企业在进行国际市场开拓时缺乏主动性和创新性,难以形成自己的国际品牌和影响力。

(2)竞争压力增大。从国际环境来看,以美国为首的西方资本主义国家逐渐加大对本国的贸易保护,国家间的贸易摩擦加剧、国际复杂多变的政治经济环境致使世界经济复苏缓慢,发达国家的经济复苏和新兴经济体发展仍然面临较大压力;地缘政治风险上升,地缘政治冲突对全球贸易往来具有一定的影响。从国内环境来看,我国对外贸易存在一些问题:一是经济增速放缓,导致出口增速下降;二是对外贸易规模扩大,导致贸易顺差下降;三是对外贸易结构并不合理,进口高端设备、先进技术、重要资源等产品的比例较低。

(3)贸易摩擦越来越多。这主要是因为我国外贸体制的改革不彻底,未建立起一个公平竞争的环境,且在管理上比较混乱,缺乏相应的法律法规来约束和规范贸易行为。加快我国外贸体制改革的步伐,逐步建立起合理、公平、有序的

市场环境,才能使我国对外贸易在未来一段时期更好地发展。全球经济复苏缓慢、国内缺乏消费动力等因素制约着对外贸易的增长,在国际市场竞争逐渐激烈、世界经济格局不断发生变化等因素的影响下,我国对外贸易发展面临着严峻挑战。

(4)资源环境的约束增大。我国出口商品以劳动密集型产品和传统加工型产品为主,这些产品的技术含量相对较低、自然资源消耗量大,伴随我国出口规模的扩大,资源短缺问题越来越严重。例如,在矿产资源方面,我国拥有非常丰富的煤炭资源,但人均储量不及世界平均水平的一半,天然气、石油等人均储量甚至不足世界平均水平的1/10。此外,除了基础能源产品需求价格变动影响较大以外,发达国家对大部分资源性商品的需求具有需求弹性小的特点,长期来看,将会对我国传统初级产品的进口造成较大的冲击。出口的初级产品在国际市场上的价格竞争力不强,在很大程度上意味着其附加值低;资源环境恶化导致生产成本上升,意味着企业利润的减少,企业投资和研发能力下降,进而影响出口产品质量和附加值提高。

(5)劳动用工成本提高。随着中国人口结构和劳动市场需求状况的转变,我国年轻劳动力的数量正逐渐减少,意味着人口红利的阶段即将结束。劳动力作为我国对外贸易增长的关键驱动力,其较低的生产成本正逐渐减弱。近年来,许多主要位于沿海地区的出口公司都遭遇了劳动力成本上升及员工短缺的问题,熟练工人的平均薪资增幅已超过20%,虽然这些公司提高了薪资标准,但仍面临着招聘困难、薪资增长的压力。此外,越南、孟加拉国和柬埔寨等邻地的劳动力成本优势正不断增强。种种现象表明,我国对外贸易的发展将很难再依赖低廉的劳动力成本。

(6)我国对外贸易的发展过程还存在很多问题,其中比较严重的是:出口商品结构不合理,初级产品多而高端产品少,高附加值的产品少,高新技术产品出口不足。如果我国长期处于这种状态,就会大大提高对外贸易成本,不利于我国外贸的持续健康发展。此外,人民币的国际化进程缓慢,根据我国对外贸易发展的现状,必须使人民币汇率稳定,加快人民币国际化步伐,才能使我国在国际贸易中处于有利地位。

5 我国对外贸易发展对策

当前,我国对外贸易正面临巨大挑战,然而机遇与挑战并存,也给中国外贸企业带来了新的发展空间。随着党的二十大会的成功召开,我国对外贸易的发展所面临的新形势和新挑战更加明朗。为了适应这一新形势和新挑战,我国必须制定一系列的对外贸易发展对策,以推动对外贸易的持续发展和结构优化。

5.1 加强与其他国家的合作

面对贸易保护主义的抬头,我国应积极寻求与其他国

家的合作,共同应对贸易壁垒,维护自由贸易和多边贸易体系。同时,加强与“一带一路”沿线国家的经济合作,拓展新的市场,推动我国对外贸易实现更高水平的发展。

在国际市场上,技术和品质是企业竞争的核心要素。我国需要加强技术创新和研发,在保证产品质量的同时,提高产品的附加值和竞争力,保障消费者权益,提高企业的信誉度和声誉度,才能不断提高我国的国际信誉,以寻求更多合作。

5.2 充分认识对外贸易的经济影响

我国一些学者主张降低对外贸易的依赖,以减少能源消耗,并应对宏观经济调控的新难题,但这并不意味着出口就应被完全限制。当今,国际竞争关系日益激烈,我国目前所需关注的问题不是如何通过限制出口来实现贸易均衡,而是如何在短时间内提高出口产品的质量和效益。出口不仅能刺激国内经济增长,还能为大量的空闲劳动力提供就业机会,并在全球市场上展示中国自有的实力。此外,我国还需要认识到进口对国家经济的重要性,并将其与国内产业升级相结合,通过出台相关政策来激励企业加强技术投入、加快技术改造,确保我国在全世界制造业方面的竞争力。总而言之,我国需大力提升对外贸易发展的质量和水平,在推进社会主义市场经济化的进程中,不断探索符合我国经济特点且具有社会主义特色的对外贸易管理体制,通过营造友善的内外部发展环境来扩展新的开放空间和领域,使我国的国民经济稳中有升、绿色协调和可持续发展。

5.3 加快、加大自主创新步伐

历史证明,在当今经济全球化程度不断加深的背景下,技术创新是一国经济发展的主要因素。为了应对全球市场环境的变化,我国外贸公司需要积极融入国际竞争,并通过不断自我革新来提高核心实力。此外,政府应采取相应措施来强化市场净化和知识产权保护,增加对创新型跨国公司的投资,帮助其在中国乃至全球的市场竞争中取得领先地位。对于那些面临资金困境的小型企业,应鼓励其推出具有高自主创新含量的产品,以便在出口中占据独有优势。企业要提高创新意识,并对技术的创新持开放和谦逊的态度。同时,我国应着力推动传统加工贸易型产业的转型升级,通过技术创新赋予其新的内涵,从而加速我国在国际生产价值链中地位的上升。

5.4 调整产业布局促进制造业转移

对外贸易的进步依赖产业的基础设施和保障。当今,我国制造业正面临来自印度和泰国等国家的竞争压力,这些国家以较低的生产成本著称。为了提高制造业的竞争力,我国需要采取相应措施以推动产业升级,并优化国内的产业分布,这主要包括两个方向:首先,为了提高自主创新能力和推动经济增长模式的转变,我国必须积极培育并发展那些具备战略意义的新兴产业。此外,我国需迅速调整产业布

局,特别是在政策上支持东部沿海地区向中高端制造业及高附加值行业转型。同时,中西部地区需要加强其基础设施建设,以便接收来自东部沿海地区的中低端产业转移,并推出一系列激励措施,以优化这些地区的投资环境,为沿海企业在国内的转移和重新定位提供有利条件。

5.5 适时积极调整发展战略

长久以来,比较优势理论一直是影响我国对外贸易发展战略的主要因素,该理论主要通过土地、资源、劳动力等有形要素成本的比较。纵观我国对外贸易发展历程,比较优势理论虽然发挥过积极的作用,但忽视了技术创新在竞争中的影响。随着社会的不断发展,各种经济因素也在不断变化,如果只注重比较优势,就可能对我国产业的创新升级起相反作用,甚至导致产业结构固化在中低端水平。所以,我国应重视对外贸易发展指导思想的适时性,不断了解、顺应国际贸易的发展规律,根据社会实际情况适时调整,取众家之所长来促进对外贸易的发展。政府作为中坚力量,应努力创造一个良好的外部条件,加大对科技和人才的投入力度,寻求政府、产业与企业的联动机制,从而促使我国发展战略始终适应新的国际竞争环境。

5.6 参与经济治理营造良好的贸易环境

在全球舞台上,经济领导力和话语权的争夺已成为国际关系的核心问题。当前,以欧美为主导的全球经济秩序正面临着前所未有的压力,而新一代的国际贸易框架仍处于探索阶段中。我国是世界上最大且经济最发达的发展中国家,在全球经济架构中占据独特的地位。因此,作为一个有担当的大国,我国有义务参与全球经济的治理,通过提出创新性的管理策略来维护全球经济的公正和公平。我国自始至终都致力于推动目前不均衡、不公正的国际经济制度的改革,同时倡导建立一种开放包容的全球经济增长新模式。

为了实现这一目标,我国需深入参与国际贸易事务中,积极参加世界贸易组织相关的活动,推动多边贸易协定的发展。

6 结语

党的二十大会议对我国对外贸易的发展提出了明确要求和目标。面对新形势和新挑战,我国应制定一系列的对外贸易发展对策,以推动对外贸易的持续发展和结构优化,不仅有利于我国对外贸易的发展,还有利于我国经济的发展和全球贸易体系的健康发展。我国对外贸易的未来是光明的,有信心和能力应对各种困难和挑战,实现对外贸易的高质量发展。

综上,对外贸易的发展是一个长期而复杂的过程,我国需要坚持开放发展、创新发展的战略,加强与其他国家的合作,提升技术水平和产品质量,支持企业降低成本,推动产业升级和结构调整,从而实现我国对外贸易的持续发展和结构优化。相信在全社会的共同努力下,我国对外贸易的未来必将越来越美好。

参考文献

- [1] 2022年中国进出口总值再创历史新高[J].西部皮革,2023,45(3):1.
- [2] 陈芃洁.经济新常态背景下我国对外贸易发展问题探讨[J].企业改革与管理,2022(4):165-167.
- [3] 钱轲.大数据时代民办高校人才培养“三对接”的新途径新方法研究[J].老字号品牌营销,2023(7):180-184.
- [4] 石传玉,王亚菲,王可.我国对外贸易与经济增长关系的实证分析[J].南开经济研究,2003(1):53-55+58.
- [5] 本刊编辑部.跨境电商的“微笑曲线”复合路径[J].经理人,2023(2):22-27.
- [6] 杨文婧.“丝绸之路经济带”沿线国家贸易便利化对我国对外贸易的影响[J].商业经济研究,2023(9):135-138.
- [7] 范思佳.国际经济贸易发展趋势与我国对外贸易战略选择[J].中国商论,2022(20):31-33.
- [8] 鲁洋洋.RCEP框架下我国对外贸易发展之路[J].商场现代化,2022(19):112-115.

Research on the Current Situation and Countermeasures of China's Foreign Trade Development under the Background of Economic Recovery

Meng Jiale, Han Weiwei, Xu Minghua

(College of Economics and Management, Tianjin University of Science and Technology, Tianjin, 300450)

Abstract: In October 2022, the 20th National Congress of the Communist Party of China was successfully held in Beijing. The meeting emphasized the establishment of a modern industrial system and a focus on the real economy of economic development. The emphasis is of great significance to China's current economic growth. As China stands as the top trading country in the world in terms of trading volume, its foreign trade has a profound impact on the country's economic development. Therefore, in the new historical journey of building a modern socialist country in all respects, China should further improve the development mode of foreign trade and optimize the structure of foreign trade. In light of the global economy's steady recovery, this paper presents an analysis of China's current foreign trade situation and strategic responses aimed at fostering the high-quality development of China's foreign trade.

Keywords: Foreign Trade; Real Economy; International Trade; Import and Export; Economic Recovery; High-quality Development; Modernization

实体视角下的资本市场：本源、沿革及发展趋势

刘鹏飞

(清华大学战略新兴产业研究中心 北京 100084)

摘要：资本市场是一种重要的经济组织形式，是金融市场的重要组成部分，它提供了一个平台，可集聚资金、配置资源，并进行投融资活动。通过在资本市场上发行股票或债券等方式，实体可以获得所需的资金，同时投资者可以购买证券来参与经济活动，并分享风险与收益。实体获取资源的手段是资本市场的创新和发展，只有深刻理解资本市场的本源和底层逻辑，才能更好地解决其发展过程中遇到的问题，并从实体逻辑中找到答案。因此，文章对资本市场本源、沿革及发展趋势进行研究，对资本市场的创新和发展具有重要的现实意义。

关键词：实体视角；资本市场；配置资源；投融资；股票；债券

本文索引：刘鹏飞. 实体视角下的资本市场：本源、沿革及发展趋势[J]. 中国商论, 2024(05): 017-021.

中图分类号：F832.5

文献标识码：A

文章编号：2096-0298(2024)03(a)-017-05

1 资本的本源

相对政治和经济的人文关怀，资本是一种理性和冷静

的存在，旨在追求利润，使得资本市场成为全球范围内追求利益最大化目标的重要平台和主要手段。那么资本的本源究竟是什么？它起源于资源稀缺，起初源自原始家庭和手工作坊中的资源匮乏，此处的家庭和作坊可以说是实体形态的雏形。由于资源稀缺性引发了获取资源的欲望和冲动，随后通过各种手段来获取目标，并通过交换完成贸易活动，用于交换的资源具备某些资本的特征，这就是资本的雏形。

在国内进行交换称为国内贸易，跨国交换则被称为国际贸易。当交换无法实现时，需要通过某种力量来完成，通过有组织、有计划地引导资源朝着自身所希望的方向配置的过程便是政治的雏形。当国家之间在跨国资源配置中无法达成合作时会产生贸易摩擦，而摩擦进一步升级则成为国际争端。

厘清资本的根源后，可以发现其本质，资本是一种实体或国家获取资源的工具。因此，从实体视角来研究资本市场就是聚焦相对微观的经济命题，思路和逻辑也更加清晰。

2 实体视角下资本市场概述

2.1 实体视角对资本市场的理解

资本市场不仅是为企业提供资金的平台，还是推动实体经济持续发展的重要力量。因此，在发展资本市场时，应注重以下几点：

首先，完善资本市场信息披露制度，提高企业财务报表的透明度。实体视角强调信息透明度对资源配置的重要性，让投资者能够更全面地了解企业状况，从而做出更明智的投资决策。同时，加大监管力度，打击内幕交易、操纵股价等违法行为，确保资本市场的公平公正。

其次，推动资本市场与实体经济的深度融合。资本市场应更好地服务于实体经济，关注企业长期发展潜力，鼓励投资者树立长期投资理念。实体经济应充分利用资本市场，优化资源配置，提高资本运作效率，实现产业升级和结构调整。

再次，加大养老金、保险资金、住房公积金等长期资金投资于资本市场的力度。实体视角认为，长期稳定的融资渠道对企业发展至关重要，可为实体经济提供长期稳定的资金支持。

最后，提升资本市场在全球经济中的地位和作用。实体视角强调资本市场对实体经济发展的影响，我国应积极参与全球资本市场竞争，吸引国际资本投资我国企业，推动我国企业在全球范围内的资源整合和市场拓展，助力实体经济迈向全球价值链中高端。

2.2 实体视角对资本市场的影响

实体视角是指从实体经济的角度看待和分析资本市场。在资本市场中，实体经济作为经济发展的基础和主要参与者，扮演着重要角色，实体视角的战略对资本市场的发展具有重要意义。

通过实体视角观察资本市场，可以深入了解企业如何通过融资活动获取所需资金，并将其投入生产、研发、创新等方面，推动实体经济的增长和发展。同时，揭示了企业在资本市场中面临的挑战和困境，如融资成本高、信息不对称等，以更好地认识和解决这些问题。

实体视角对优化资本配置起到积极作用。通过股票、债券等工具进行融资和投融资活动的企业吸引了更多投资者参与其中，投资者则可以通过购买股票或债券等方式分享企业利润或获得固定收益，实现了资本的有效配置。实体视角能够更准确地评估企业的价值和潜力，从而提高资本市场的效率和流动性。

此外，实体视角能够促进资本市场与实体经济的良性互动。通过深入观察和研究实体经济，可以更好地理解企业发展所需的资源和条件，并为其提供相应的支持和服务。同时，实体视角有助于引导企业遵循市场规则、加强内部治理，提高经营绩效和盈利能力，这种良性互动对推动企业健康发展具有积极影响。

实体视角的重要性是能够更全面地了解资本市场运行的底层逻辑。从实体经济的角度观察，可以深入了解企业如何通过融资活动获取所需资金，并将其投入生产、研发、创

新等领域,推动实体经济的持续发展。

在资本市场中,优化资本配置是非常重要的任务。企业通过股票、债券等工具进行投融资可以吸引更多投资者参与其中,投资者则可以通过购买股票或债券等方式分享企业利润或获得固定收益,实现了资本的有效配置。实体视角能更准确地评估企业的价值和潜力,从而提高资本市场的效率和流动性。

实体视角还能促进资本市场与实体经济之间的良性互动。本文通过对实体经济的深入研究,可以更好地掌握企业发展所需的资源和条件,并为其提供相应的支持和服务。同时,实体视角有助于引导企业遵循市场规则、加强内部治理、提高经营绩效和盈利能力,这种良性互动有助于推动企业健康发展,对资本市场同样具有积极影响。

总之,实体视角是分析资本市场的重要方法。从实体经济的角度出发,能够更全面地了解资本市场的运行机制、优化资源配置及促进资本市场与实体经济的良性互动。

3 资本市场的发展沿革

在实体视角下,资本市场可以被理解为连接实体经济与金融系统之间的桥梁,为企业和个人提供融资、投资和风险管理服务的市场。资本市场的发展沿革与经济社会背景密切相关,并受到政策、技术和制度等因素的影响。

3.1 早期形成阶段

人类社会利用资本的雏形可以追溯到中国宋代(票号起源年代至今在学术界尚存争议,但普遍认为是起源于宋代的“票号”和罗马帝国的交易所,它们具备了某种形式上的资本市场特征。这些早期形式以借贷活动为主,缺乏完善的交易制度和监管机制。

票号是一种集经营货币、贵重物品典当、借贷和汇兑业务于一体的金融机构。由中国晋商发明,起源于宋代。由于受到封建社会经济结构的限制,票号没有发展成真正意义上的资本市场。然而,在票号的运作过程中,借贷行为已开始涉及风险分散和收益分享等概念。

相比之下,罗马帝国则在公元前2世纪设立了世界上第一个交易所——罗马股票交易所,主要用于股份买卖和商品交易,并有一定程度上的监管机构存在。然而,与现代资本市场相比,罗马股票交易所仍然非常原始,并未形成完整的证券市场体系。

3.2 工商业革命与股份公司兴起

在工商业革命的背景下,股份公司逐渐兴起,成为新兴产业中常见的组织形式。这种公司通过向公众募集股权来融资,为企业发展提供了更多的资金来源。

伦敦证券交易所(London Stock Exchange, LSE)成立于1801年,被广泛认为现代股票市场的起源,它是全球最古老且规模最大的证券交易所,至今仍在运营并发挥着重要作用。该交易所的成立标志着资本市场从传统的货物市场逐渐转向股票买卖,并开启了一段新的金融历史。

如今,伦敦证券交易所已成为全球重要的金融中心,并拥有多个市场板块,包括主板市场、债券市场、期权市场等,吸引了来自世界各地的投资者和上市公司,在全球范围内发挥着重要的资本流动作用。

随着工商业革命的推进,传统的手工业和农业经济逐渐被机器生产和大规模工厂生产取代,这一转变使得企业需要更多的资本来扩大生产规模、改进生产设备,进行技术创新。然而,传统的私人所有制已无法满足企业融资需求,于是股份公司应运而生。

股份公司以其独特的组织形式引起了广泛关注,它将企业所有权与经营权相分离,将企业资本分割成若干等额的股份,并向公众出售,实现了风险共担和利益共享,这种组织形式为企业提供了更为灵活和可持续发展的融资方式。

在中国,股份公司发展起步较晚,主要集中在改革开放后。改革开放以来,中国逐步放开了对股份公司设立和发展的限制,为企业提供了更多融资渠道和经营空间。随着中国经济的快速增长,越来越多企业选择以股份公司的形式进行运营,快速推动了国内资本市场的发展。

3.3 金融创新与衍生品市场崛起

在资本市场发展的过程中,随着经济全球化和金融创新的不断推进,实体视角逐渐成为重要的研究方向。实体视角强调以实体经济为核心,关注资本市场对实体经济的支持和服务作用,旨在促进资源配置、提高效率和价值。

第一,金融创新。金融创新是指通过设计和推出新的金融产品、工具或服务来满足投资者和企业的需求,并改善现有金融市场机制和制度安排。在实体视角下,金融创新应以服务实体经济为导向,提供更有效率、更透明、更便捷的金融产品和服务。

(1)金融产品创新:基于实体经济需求的金融产品创新是推动资本市场发展的重要驱动力。例如,针对中小微企业融资难问题,可以推出风险投资基金、债权转让等创新产品,提供更多元化、灵活性强的融资渠道。

(2)金融工具创新:金融工具是指用于风险管理和投资的各种衍生品、证券等金融产品。实体视角下的金融工具创新应注重满足实体经济对风险管理和投资需求的特点,例如推出定制化的期货合约、互换协议等,以更好地服务企业的风险管理需求。

(3)金融服务创新:金融服务创新是运用信息技术和互联网思维来提供更高效、更便捷的金融服务。在实体视角下,可以通过发展在线贷款平台、供应链金融等创新模式,为实体经济提供更便捷、低成本的融资服务。

第二,衍生品市场崛起。衍生品市场作为金融市场的重要组成部分,与实体经济有着密不可分的关系。

(1)风险管理:衍生品市场作为一种有效的风险管理工具,能够帮助企业和投资者对冲价格波动、利率风险等市场风险。企业可以通过衍生品市场进行套期保值操作,以降低经营风险和利润保护。

(2)价格发现:衍生品市场中的交易活动为资本市场提供了更全面、准确的价格信息,有助于实体经济进行投资决策和资源配置。企业可以通过参与衍生品市场来获取更准确的价格信息,从而更好地判断市场走势和行业趋势。

(3)投资机会:衍生品市场提供了一系列多样化的投资机会,使得投资者能够根据自身需求和风险偏好选择合适的投资组合。企业可以利用衍生品市场进行投机或套利操

作,以获得额外收益或对冲风险。

3.4 全球化与国际资本流动

在资本市场中,实体视角是一种重要的分析框架,关注的是实体经济主体及其行为对资本市场的影响。全球化和国际资本流动作为实体视角下的重要议题,对理解资本市场的本源、沿革和发展趋势具有重要意义。

第一,全球化背景下的国际资本流动。随着全球经济一体化进程的加速推进,国际资本流动频繁。全球化背景下,跨国公司、投资机构及个人投资者都成为国际资本流动的参与者,这种跨境资本流动不仅加快了世界各地的资源配置,还带来了新的挑战和风险。

第二,国际资本流动对实体经济主体的影响。(1)资金来源多元化:国际资本流动使得企业在筹集资金时可以选择更广泛的渠道,提高了融资灵活性和效率。(2)技术转移与创新:通过引入外部投资,企业可以获取更先进的技术和管理经验,促进技术创新和企业发展。(3)经济结构调整:国际资本流动可以促使不同地区之间的资源优化配置,推动产业结构调整和经济增长。

第三,国际资本流动面临的挑战与风险。(1)跨境资金流动的不稳定性:国际资本流动容易受到各种因素的影响,如全球经济形势变化、政策调整等,导致跨境资金流动的波动性增大。(2)资本市场波动对实体经济的冲击:全球化带来了更紧密的联系,国际资本市场波动可能对实体经济产生较大冲击,特别是在金融危机等特殊时期。(3)资本外逃与金融风险:经济环境变化时,国家会面临资本外逃和金融风险加剧的风险,导致宏观经济的不稳定,甚至金融危机。

3.5 科技驱动与数字化转型

随着科技的不断发展和数字化的扑面而来,资本市场正经历一场科技驱动和数字化转型。在此过程中,资本成为实体获取资源的平台和工具,为企业的发展提供了新的机遇和挑战。

第一,科技驱动带来的机遇。(1)提高生产效率:通过引入先进的科技设备和自动化系统,企业可以大幅提高生产效率。例如,使用机器人代替人工操作,可以降低人力成本,并提高生产线上产品质量。(2)创新产品与服务:科技驱动促使企业不断创新,并推出更加智能化、便捷化、个性化的产品与服务。

第二,数字化转型面临的挑战。(1)技术投入和转型成本:数字化转型需要大量的技术投入和转型成本,对于中小企业可能是一笔负担。同时,技术更新换代的速度加大了企业在数字化转型过程中的不确定性。(2)数据安全与隐私保护:数字化时代,企业面临着更多的数据安全和隐私保护问题,如何有效保护客户的个人信息、防止黑客攻击等问题成为企业亟待解决的难题。(3)人才需求与培养:数字化转型需要具备相关技术背景和经验的人才支持,企业需要重视人才的培养和引进,以满足数字化转型的需要。

第三,资本市场在科技驱动与数字化转型中的作用。(1)资金支持:资本市场提供了各种形式的融资途径,为实体企业提供了充足的资金支持。科技驱动和数字化转型需要大量投入,资本市场可以通过股票发行、债券融资等方式

为企业提供。(2)创新创业推动:科技驱动与数字化转型为创新创业提供了广阔的舞台,资本市场可以通过投资、并购等方式推动创新企业的发展。同时,创新企业为资本市场提供了更多的投资机会。(3)监管与规范:资本市场在科技驱动和数字化转型中起到了监管和规范作用,保障市场秩序和投资者权益。监管部门需要制定专项的政策和法规,确保科技驱动与数字化转型过程中的合规性和稳定性。

4 资本市场存在问题及建议

截至2021年,全球资本市场规模约为100万亿美元,包括股票市场、债券市场、外汇市场和衍生品市场等。其中,中国A股市场(上海证券交易所和深圳证券交易所)是全球最活跃的股票市场,其总市值约为50万亿元,相当于7.8万亿美元。另外,中国债券市场也具有较大的规模,在2021年底已超过120万亿元,相当于18.6万亿美元,位居全球第二。

然而,在实体视角下,我国资本市场仍存在一些问题,对市场的正常运行和发展产生了一定的影响,需要进一步解决,以推动资本市场健康稳定地发展。

4.1 长期投资与短期投机的失衡

在资本市场中,长期投资与短期投机之间存在明显的失衡。长期投资是指投资者将资金用于企业或项目,并持有较长时间,以实现长期价值增长的行为;而短期投机则强调追求快速利润,通常以在较短的时间内进行频繁买卖股票、债券等金融产品为主要特征。这种长期投资与短期投机失衡的现象会对资本市场的稳定 and 经济发展带来一系列问题。

首先,因为追求快速利润,短期投机者更注重市场走势、传闻等表面信息,而不是关注企业基本面和价值潜力。这种盲目跟风操作容易引发市场恐慌和大规模抛售,导致股票价格剧烈波动,给资本市场带来不稳定。

其次,过多的短期投机会导致资源错配和浪费。当大量资金被用于频繁交易而非真正的长期投资时,企业难以获得稳定的资金支持,影响其正常经营和发展。同时,短期投机会导致市场中出现大量的投机性产品和交易工具,这些产品往往存在风险和不确定性,容易引发市场泡沫和风险传染。

最后,长期投资与短期投机失衡会对企业治理产生负面影响。短期投机者更关注短期股价表现,而忽视了企业的长远利益和可持续发展,容易导致企业管理层过度追求短期利润,忽视战略规划、技术创新等长期的价值创造。同时,大量的短期交易增加了信息不对称和市场被操纵的可能性,损害了市场公平性和透明度。针对长期投资与短期投机失衡问题,本文基于实体视角,提出以下建议:

第一,加大监管力度。为解决资本市场长期投资与短期投机失衡问题,监管部门应加强对市场行为的监督。首先,加大对操纵市场和内幕交易等违法行为的打击力度,通过严厉处罚违法者来维护市场秩序和公平竞争环境。其次,完善信息披露制度,要求上市公司及相关方面提供真实准确的信息,以增加投资者对企业价值的准确判断。最后,建立健全风险防控体系,提高市场的透明度和稳定性。

第二,引导长期投资。政府和监管部门可以通过一系列政策措施来引导资本市场向长期投资倾斜。首先,在税收方面,给予长期持有者更多的优惠政策,如减免或延缓缴纳股

息税等；其次，在融资渠道上，推动发展长期债券市场，并鼓励企业发行可转债等长期投资工具；最后，加大对长期投资者的宣传力度，提高其对市场的信心和参与度。

第三，加强投资者教育。为解决长期投资与短期投机失衡问题，需要加强对投资者的教育。监管部门可以通过开展各类培训活动、推广理财知识等方式，提高公众对长期投资的认知和理解。同时，鼓励金融机构提供更多针对性的理财产品，帮助投资者进行长期规划和配置。

第四，完善市场机制。在完善市场机制方面，可以考虑引入更多的长期主义指标来评价企业绩效，如引入企业社会责任评价体系等。此外，进一步发展债券市场和私募基金市场，并建立健全交易规则和风险管理体系，以提供更多适合长期投资需求的工具和渠道。

4.2 股权结构不合理导致治理风险

股权结构是资本市场中的重要组织机制，然而当前存在许多股权结构不合理的情况，导致一系列的治理风险。这些问题需要得到解决，可以采取以下建议：

首先，加强股东之间的平衡与约束关系是必要的。引入更多中小投资者参与公司治理，可以降低控股股东对公司决策的绝对话语权，从而平衡各方利益。同时，在法律和监管层面加大对控股股东行为的约束力度，确保其不能滥用自己的权力。

其次，提高信息披露透明度是解决问题的关键。加强对上市公司的信息披露监管，要求公司按照规定公开披露相关信息，提高投资者的知情权和参与度。同时，加强对信息披露违规行为的处罚力度，提高违法成本，促使公司更加注重透明度和公开性。

最后，加强公司内部治理机制建设也是必要的。建立健全的董事会和独立董事制度，确保董事会成员具备独立性、专业性和责任心。加强内部审计和风险控制机制，形成有效监督和约束机制，以确保公司内部的决策和运营符合规范和良好的治理要求。

综上所述，股权结构不合理导致的治理风险是当前资本市场面临的重要问题。通过加强股东之间的平衡与约束关系、提高信息披露透明度及加强内部治理机制建设等措施，可以有效应对这些问题，并提高资本市场的运行效率和公平性。

4.3 信息不对称与内幕交易问题

在资本市场中，信息不对称是一种常见的现象。由于各类市场参与者拥有不同的信息获取渠道和能力，一些投资者或机构能够获得相对更多、更准确的信息，而其他投资者则处于劣势地位。这种信息不对称给市场带来了一系列问题，其中之一便是内幕交易。

内幕交易指的是某些特定人群在利用未公开的重要信息进行交易时获取非法利益的行为，这些人可能是公司高层管理人员、股东、知情人士等，他们通过获取并利用未公开的重要信息，在股票、债券等金融工具上进行买卖操作，从中获取巨额利润。

首先，公司高层管理人员在决策过程中拥有更多敏感且重要的信息，他们掌握着公司的财务状况、业务发展情况及未来计划等关键信息，这些信息对投资者具有重要的价值。

高层管理人员利用这些信息进行内幕交易，不仅会损害普通投资者的利益，还可能破坏市场公平性和透明度。

其次，股东和知情人士也是内幕交易的主要参与者。股东作为公司所有权的持有者，能够在一定程度上获取公司运营、收益情况等重要信息，而知情人士则可能是与公司有业务往来或合作关系的外部机构或个人，他们通过获取与公司相关的非公开信息进行内幕交易，这些行为严重扰乱了市场秩序和竞争环境。

解决信息不对称和内幕交易问题需要从多方面入手。

首先，加大监管力度是关键。政府和监管机构应制定更严格的规章制度，加大对内幕交易行为的打击力度，并完善市场监管体系、提高违法成本。

其次，上市公司应按照规定及时披露重要信息，确保所有投资者能够公平获取这些信息。同时，加强对内幕消息的监测和追踪，及时发现并打击内幕交易行为。

最后，加强投资者教育也是防范内幕交易的一项重要工作。通过提高投资者的金融素养和风险意识，使其更好地理解市场运作规则和内幕交易的危害性，从而主动避免参与或成为内幕交易的受害者。

5 基于实体视角的资本市场发展趋势

5.1 产业结构调整与升级

在我国经济步入新常态的背景下，传统产业面临着成本提高、资源受限等问题，竞争优势逐渐削弱。与此同时，新兴产业和服务业逐渐崛起，成为推动经济发展的新引擎。因此，资本市场需要作出相应的调整和升级，以适应产业结构的变化。

资本市场在产业结构调整中扮演着资金支持的角色。政府应通过政策引导，促使资金流向具有创新能力、技术含量高、市场潜力大的新兴产业，例如新能源、高科技、生物医药等领域。这不仅可以优化产业结构、提高经济效率，还能提高资本市场的投资回报，实现资本市场的稳健长期发展。

此外，政府还需推动资本市场与实体经济的紧密结合，助力实体经济的转型升级。这就要求资本市场提供更丰富、更高效的金融服务，协助企业完成技术创新和产业升级。

综上所述，实体视角下的资本市场发展趋势，首要表现为产业结构的调整与升级。这是一个复杂且漫长的过程，需要政府、企业和资本市场的共同努力，以推动我国经济的持续健康发展。

5.2 企业竞争力提高

在实体视角下的资本市场发展趋势中，提高企业竞争力的重要性不容忽视。面临当前竞争激烈的市场环境，企业需要从多个层面出发，以提高自身的核心竞争力。

首先，强化研发投入是提高竞争力的关键。通过持续的技术创新和产品研发，企业能够确保其产品和服务始终保持行业领先地位，从而在市场竞争中立于不败之地。资本市场可以为企业多元化的融资途径，如股权融资、债券融资等，协助企业获取必要的资金进行研发活动。

其次，优化管理结构对提高竞争力至关重要。企业需不断完善内部管理制度、提高管理效率、降低运营成本。在实体视角下，企业可以通过资本市场引进卓越的管理团队和技术人才，进一步提高核心竞争力。

最后,提高生产效率是提高竞争力的核心环节。企业需不断优化生产流程,提升生产自动化水平、降低生产成本。资本市场可以为企业提供资金支持,推动企业进行技术改造和设备升级,进而提高生产效率。

同时,资本市场应加大对企业的监管力度,预防不良企业利用资本市场进行欺诈行为,保障投资者利益,有助于维护资本市场的健康发展,为企业创造更加稳定和有利的融资环境。

5.3 宏观经济稳定与增长

在实体视角下的资本市场中,宏观经济的稳定与增长成为重要的关注点,以实物资产和实际经济活动为基础的资本市场,其发展深受宏观经济的影响。因此,政府需要采取措施加强对宏观经济的调控,以保持经济的稳定增长。这包括但不限于运用货币政策、财政政策等手段,通过调整利率、公开市场操作等方式来影响市场上的货币供应,进而影响经济活动。同时,通过调整财政支出和收入,政府可以在一定程度上影响国民经济的发展方向。

此外,资本市场需要密切关注国内外经济形势的变化,防范金融风险。在全球化背景下,国际经济形势的变化会对我国的经济产生影响,因此我国需要及时做出反应,包括对国际经济形势的密切关注,以及对国内经济形势的及时了解。对于国内的经济形势,我国需要进行全面的了解,包括对各种经济指标的分析,以及对各种经济活动的观察,以防范可能出现的金融风险。

总体来说,实体视角的资本市场发展趋势表现在产业结构调整与升级、企业竞争力提高、宏观经济稳定与增长等方面。在未来的发展过程中,资本市场需要关注这些趋势,不断优化自身结构,为实体经济发展提供更好的支持。

6 结语

在经济环境不明朗的后疫情时代,通过回归资本本源的思路研究资本市场很有必要。利用资本市场作为实体经济资源获取的平台和工具,不仅可以助力产业升级和经济转型,还能重新审视资本发展过程中所面临的各种问题。只有从这个角度出发,才能真正厘清资本与实体之间紧密而又复杂的关系。

第一,作为经济体系中的重要组成部分,资本市场不仅提供了企业融资渠道、促进了资源配置,还为投资者提供了投资机会。

第二,随着全球化与信息技术的迅速发展,资本市场正经历着深刻变革。新兴技术如互联网金融、区块链技术和人工智能正逐渐改变传统金融业务模式,带来更多创新型金融产品和服务,推动资本市场向更开放、高效和智能化方向发展。

第三,实体经济与资本市场密切相关。实体经济是资本市场的基础,而良好的资本市场环境有助于实体经济获取更多有价值的资源。因此,资本市场应更加注重支持实体经济,并通过提供多样化的融资工具和服务来为实体创新和发展提供更多支持。

第四,未来资本市场的发展将面临一系列挑战和风险。金融危机、市场波动及信息不对称等问题仍然存在,并可能对资本市场的稳定性和可持续发展造成影响。解决问题需要回到资本市场是实体获取资源的平台和工具这一逻辑中寻找答案。

第五,为了促进资本市场的繁荣与稳定,各方利益相关者应加强合作与沟通。政府、监管机构、投资者、企业及学术界各方应共同努力,推动资本市场的改革与创新,提高金融体系的风险管理能力,并为实体经济的可持续发展营造良好的环境。

综上所述,通过实体视角审视资本市场的本源和沿革,可以更好地理解其内在规律和未来走向。文章深入研究和分析不仅揭示出问题所在,还能为相关方提供有针对性的建议和措施,推动资本市场的稳定发展,促进经济的转型和更加繁荣。

参考文献

- [1] 刘莉薇.我国多层次资本市场与经济发展关系的实证研究[D].北京:对外经济贸易大学,2015.
- [2] 徐兆佳.关于资本市场服务实体经济的研究[J].消费导刊,2015(11):46-47.
- [3] 喻九州.伦理投资与我国的实践探索[D].上海:上海师范大学,2012.
- [4] 潘磊.商业银行“金融脱媒”背景下发展问题研究[D].西安:长安大学,2009.
- [5] 徐亚平.关于股票市场与货币需求增量关系的质疑[J].财经科学,2005(2):154-161.

Capital Markets from Entities' Physical Perspective: Origin, Evolution, and Development Trends

Liu Pengfei

(Strategic Emerging Industries Research Center, Tsinghua University, Beijing 100084)

Abstract: The capital market is an important economic organizational form and a significant component of the financial market. It provides a platform for aggregating funds, allocating resources, and conducting investment and financing activities. Through issuing stocks or bonds on the capital market, entities can obtain the necessary funds, while investors can purchase securities to participate in economic activities and share risks and returns. The methods for entities to obtain resources lie in the innovation and development of capital markets. Only by deeply understanding the origin and basic logic of capital markets can we better solve the problems encountered in its development process and find answers from the entities' perspective. Therefore, the study of the origin, evolution, and development trends of capital markets in this paper is of great practical significance for the innovation and development of capital markets.

Keywords: Entities' Perspective; Capital Markets; Resource Allocation; Investment and Financing Activities; Stocks; Bonds

金融发展对经济高质量发展的影响研究

——以长江经济带为例

李晓芳

(天津商业大学经济学院 天津 300134)

摘要: 金融作为实体经济的命脉,在推动经济发展中起着重要作用,金融发展水平推动经济高质量发展。本文选取长江经济带11省(市)2005—2022年的相关数据,从经济高质量发展的五大理念入手(创新、协调、绿色、开放、共享),借助熵值法构建了经济高质量发展指标体系,分析金融发展与经济高质量发展的关系,并通过异质性分析研究长江上中下游影响效应的不同。结果表明:对于长江经济带整体而言,金融发展显著促进了经济高质量发展;分区域来看,中游地区金融发展对经济高质量发展的促进作用最显著,上游和下游影响效应次之。

关键词: 长江经济带;金融发展;经济高质量发展;熵值法;异质性分析

本文索引: 李晓芳.金融发展对经济高质量发展的影响研究[J].中国商论,2024(05):022-025.

中图分类号: F124

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-022-04

1 引言

作为实体经济的血脉,金融发展更要关注和服务于经济的高质量发展,以更好地满足人民群众和实体经济多样化的金融需求。

经济高质量发展阶段更加依赖经济增长的质量和效率,而非数量和速度(Mei和Chen, 2016)^[1]。高质量发展是新发展理念的高度融合,是以效益和质量为价值取向的新型发展理念(田秋生, 2018)^[2]。对于经济高质量发展的测度,部分学者采用单一指标来衡量(刘文革等, 2014^[3]; 沈利生、王恒, 2006^[4]),但单一衡量指标存在较大的局限性,无法综合揭示某一地区经济增长质量水平的全貌(郑玉歆, 2007^[5]; 范金等, 2017)。除运用单一指标衡量外,许多研究还从高质量发展内涵出发,提出一系列指标体系来表征某一地区经济高质量发展水平。蒋长流和江成涛(2020)^[7]以五大发展价值理念为重要基础,构建了经济高质量发展指标体系。任保显(2020)^[8]从使用价值的微观角度,从生产、分配、流通、消费四个环节及其外部性建构了经济高质量发展评价体系。Lin和Zhou(2022)^[9]建立了从经济发展、社会进步、生态文明、创新驱动四大发展理念衍生出来的评价指标体系作为经济发展质量的评价指标。

关于金融发展的概念, GOLDSMITH(1969)^[10]在《金融结构与金融发展》中指出,金融发展实质上是金融结构的不断演化和发展。作为现代经济的核心,金融发展在经济增长与经济高质量发展中的作用被广泛研究。Levine(1999)^[11]从宏观经济层面进行了实证检验,验证了金融发展对经济增

长具有促进作用。韩俊才等(2006)^[12]对中国东、中、西部地区的上海、广东等六省市金融发展和经济增长的关系进行了实证分析,发现金融发展差距可部分解释经济增长的差距,在东部地区和西部地区具有异质性。杨珂(2016)^[13]认为金融发展和经济发展之间存在“门槛效应”,只有当经济发展达到一定程度后,金融发展才会促进经济发展。林昌华(2020)^[14]运用结构方程模型研究得出,金融发展对中国经济发展质量具有较强的间接影响作用,其中金融规模、金融结构、金融深度和金融环境四个维度对整体经济质量均为正向影响效应。张双才和尹庆伟(2021)^[15]利用2003—2019年我国省际面板数据开展实证研究,认为金融发展对经济高质量发展具有显著的正向影响。马昱等(2022)^[16]运用动态空间杜宾模型,探析金融发展对经济高质量发展的影响,发现金融发展对区域经济高质量发展具有正向的直接效应,同时具有积极的溢出效应。

本文梳理金融发展与经济高质量发展的相关研究成果发现,大多数学者认为金融发展可以促进经济高质量发展。然而,以往的研究主要集中在全国层面,长江经济带横跨我国东中西部,在我国经济高质量发展过程中具有重要作用,因此长江经济带金融发展对经济高质量发展的影响效应是值得研究的话题。鉴于此,本文构建了长江经济带高质量发展指标,基于长江经济带11个省市的面板数据,探究金融发展对经济高质量发展的影响关系,并分别研究了这一关系在长江上中下游的不同体现,对长江经济带进一步实现金融稳定发展,实现经济高质量发展具有重要意义。

作者简介: 李晓芳(1998-),女,汉族,山西晋中人,硕士研究生,研究方向:金融市场与金融机构。

2 研究设计

2.1 经济高质量发展指标体系构建

本文借鉴孙豪等(2020)^[17]的研究,并结合所选区域数据可得性,从“五大发展理念”入手,从创新发展、协调发展、绿色发展、开放发展和共享发展五方面构建指标,通过熵值法计算得出长江经济带11个省市的经济高质量发展指数。本文所构建的经济高质量发展指标体系共包括5个一级指标、17项二级指标,如表1所示。数据来源于国家统计局、各省份统计局统计年鉴、中国城市统计年鉴等。

表1 经济高质量发展指标体系

指标	一级指标	二级指标	衡量方式	属性
经济高质量发展	创新发展	研发投入	规模以上工业企业R&D经费/GDP	+
		投资效率	投资率/地区GDP增长率	-
		研发产出	三种专利授权量	+
		技术交易活跃度	技术交易成交额/GDP	+
	协调发展	需求结构	社会消费品零售总额/GDP	+
		城乡结构	城镇化率	+
		政府债务负担	政府债务余额/GDP	-
		产业结构	第三产业产值占地区GDP比值的比例	+
	绿色发展	能源消费	能源消费增长率/GDP增长率	-
		工业污染治理	工业污染治理完成投资	+
		生活垃圾处理	生活垃圾无害化处理率	+
	开放发展	对外贸易依存度	进出口总额/GDP	+
		外商投资	外商投资总额/GDP	+
		市场化程度	地区市场化指数	+
	共享发展	劳动者报酬比重	劳动者报酬/地区GDP	+
		基础设施共享	人均道路面积	+
		民生性财政支出比重	住房保障支出、医疗卫生支出、地方财政教育支出、社会保障和就业支出占地方财政预算支出的比重	+

基于熵值法计算得出的经济发展质量指数显示,各省份经济高质量发展水平整体呈逐年上升的态势。下游省份(上海、江苏、浙江)整体经济高质量发展水平最高,上游城市(重庆、四川、贵州、云南)相对较低,具有一定的差异性。

2.2 模型构建

为验证金融发展对长江经济带经济高质量发展的影响,本文以长江经济带经济高质量发展水平为被解释变量,以金融发展水平为核心解释变量,构建以下计量模型:

$$HQ_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 FD_{it} + \alpha_i Control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中, HQ_{it} 表示*i*地区第*t*年的经济高质量发展指数; FD_{it} 为各地区的金融发展水平; $Control_{it}$ 为控制变量; ε_{it} 为随机误差项。

2.3 变量选取与数据来源

2.3.1 被解释变量:经济高质量发展(HQ)

经济高质量发展意味着经济发展不再简单追求发展速度,而是注重量与质的平衡。本文采用熵值法计算所研究地区的经济高质量发展水平。

2.3.2 解释变量:金融发展(FD)

金融发展的深度和广度对地区经济活力和经济开放水平平均会产生影响,金融高水平发展有助于经济高质量发展。本文以金融机构存贷款总额占GDP的比重来表征金融发展水平。

2.3.3 控制变量

(1)经济发展水平(GDP):经济发展能够促进居民生活水平的提升,有助于实现社会公平和协调发展,助力城市建设和企业发展,从而促进经济高质量发展。本文以人均GDP表示地区经济发展水平。(2)城镇化(CITY):城镇化作为经济新的增长动力,对促进城乡地区经济高质量发展具有积极作用。本文用城镇人口占总人口比重表示地区城镇化水平。(3)政府支持(GOV):政府财政支持有助于地方经济建设,提供良好的基础设施,为企业营造良好的营商环境,对经济高质量发展具有促进作用。本文以政府财政一般预算支出占GDP比重来表示政府支持。(4)开放水平(FDI):开放程度的加深有助于当地引进境外资本和技术,促进对外交流,提升地方经济水平和创新能力。本文以外商实际投资额占GDP比重来表示开放水平。(5)城市规模(SIZE):城市规模大一般情况下意味着人才更加聚集,从而带来更多发展潜力,对经济高质量发展可能产生一定的影响。本文以城市人口密度表示城市规模。

2.4 变量描述性统计

各指标的统计数据如表2所示,经济高质量发展的地区间差异较大,表明长江经济带各省份之间经济发展质量不均衡。金融发展水平最大值为6.4712、最小值为1.5653,在各省市之间有着较大的差距。

表2 变量描述性统计

	样本量	最小值	最大值	平均值	标准差	中位数
HQ	198	0.0850	0.6216	0.2620	0.1323	0.2179
FD	198	1.5653	6.4712	2.9960	0.9506	2.8686
GDP	198	5218	179907	50226	34665	43615
CITY	198	0.2686	0.9139	0.5513	0.1535	0.5336
GOV	198	0.0923	0.4087	0.2042	0.0662	0.1968
FDI	198	0.0014	0.0640	0.0239	0.0144	0.0229
SIZE	198	255	5159	2759	930	2670

3 实证结果及其分析

3.1 相关性分析

本文对各变量进行相关性分析,如表3所示,核心解释变量与被解释变量有显著的相关性,各控制变量与被解释

变量之间相关性显著,且除了金融发展水平与经济发展水平、金融发展水平与城镇化率,城镇化率与经济发展水平之外,各控制变量之间的相关系数均小于0.7,表明各解释变量之间不存在严重的多重共线性问题。

3.2 基础回归分析

为验证金融发展对经济高质量发展的影响关系,本文使用Stata15进行面板模型回归分析,以经济高质量发展为因变量,金融发展水平为自变量,并加入经济发展水平、城镇化水平等控制变量,进行多元回归分析。

Hausman检验结果拒绝原假设,意味着相对随机效应模型而言,固定效应模型更优。因此,以固定效应模型为最终结果,回归结果如表4所示。由表4可知,金融发展回归系数为0.109,且在1%水平上显著,说明金融发展对经济高质量发展有显著为正的影 响,验证了前文假设,且金融发展水平每提升1个单位,经济高质量水平平均提升0.109个单位。

此外,各控制变量回归结果与预期一致。经济水平提升可以促进人民消费结构的转变和消费观念的提高,促使人们谋求更高质量的消费。城镇化率的提高使得地区之间经济发展不平衡降低,也使得区域经济活力、人民生活水平提升,对经济高质量发展起到正向作用。政府资金投入可以提高当地的经济发展质量。对外开放程度越高,可利用的国外资金越充足,外国资本的介入对高质量发展起到监督激励作用,外商投资带来的先进技术和管理经验也有助于促进企业生产率的提高和经济发展新格局的构建。城市规模大的省市,其拥有的资源和城市建设水平更高,有助于经济发展质量提高。

本文对长江经济带的上游(贵州、云南、四川、重庆),中游(江西、湖北、湖南),下游(安徽、江苏、浙江、上海)省份分别进行回归分析,结果如表4所示。由表4可以看出,金融发展对经济高质量发展的影响效应在中游省份最为突出,上游次之,下游省份这一影响关系最弱。可能的原因为,下游地区经济发展水平较高,金融发展的优势已充分显现,且经济发达地区经济高质量发展的驱动因素较多,对单一金融因素的依赖较小。中游地区发展势头正盛,金融发展的提升可以极大地促进经济发展质量的提高。上游地区整体经济

发展较为滞后,金融发展和经济高质量发展整体水平较低,可能存在金融发展传导路径不畅通、金融发展的效果未能很好地惠及实体经济和经济高质量发展的问题。

表4 基础回归分析

变量	长江经济带	上游	中游	下游
FD	0.109*** (3.04)	0.171** (2.40)	0.247*** (4.46)	0.145** (2.57)
GDP	0.169*** (4.93)	0.117* (1.14)	0.458*** (5.52)	0.183*** (4.04)
CITY	0.212*** (8.20)	0.244** (2.38)	0.179* (1.55)	0.426*** (9.90)
GOV	0.064*** (2.86)	0.065** (2.09)	0.041** (1.16)	0.122** (2.09)
FDI	0.019** (0.70)	0.056* (1.60)	0.001 (0.06)	0.069*** (2.99)
SIZE	0.012** (0.67)	0.039 (1.60)	0.055* (1.36)	0.144** (2.01)
Constant	0.107*** (9.38)	0.081*** (4.93)	0.155*** (8.57)	0.051* (1.83)
Observations	198	72	54	72
Number of city	11	4	3	4
R-squared	0.860	0.805	0.967	0.923

注:***、**、*分别代表1%、5%、10%的显著性水平。

3.3 稳健性检验

为了验证上述结论是否具有稳健性,本文采用滞后一期的金融发展水平替代原解释变量进行回归,结果如表5所示,与基本回归结论基本一致,表明本文的估计结论是比较稳健的。

4 结语

本文以长江经济带11个省份2005—2022年的面板数据为研究对象,从创新、协调、绿色、开放、共享五个层面构建了经济高质量发展指标,通过回归分析研究了金融发展对经济高质量发展起到的促进作用,并对上中下游的影响效应分别进行了剖析,发现这一影响效应在中游地区最明显,上游次之,下游地区最不明显。为了保证结果的可信度,本文进行了稳健性检验,以滞后一期的金融发展水平为解释变量进行替换,结果表明本文的论证结果具有稳健性。

表3 相关性分析

	HQ	FD	GDP	CITY	GOV	FDI	SIZE
HQ	1***						
FD	0.69***	1***					
GDP	0.891***	0.736***	1***				
CITY	0.919***	0.739***	0.878***	1***			
GOV	0.442***	0.145**	0.215***	-0.319***	1***		
FDI	0.411***	0.105	0.149**	0.407***	-0.484***	1***	
SIZE	0.315***	0.149**	0.14**	0.092	0.352***	0.191***	1***

注:***、**、*分别代表1%、5%、10%的显著性水平。

表5 稳健性检验

变量	长江经济带	上游	中游	下游
Lag1_FD	0.036*	0.135*	0.089**	0.043**
	(1.93)	(1.81)	(2.42)	(2.16)
GDP	0.213***	0.102**	0.396***	0.209***
	(7.27)	(1.01)	(4.31)	(5.00)
CITY	0.208***	0.256**	0.018**	0.414***
	(7.91)	(2.49)	(0.16)	(9.69)
GOV	0.037*	0.070**	0.025**	0.061*
	(1.80)	(2.28)	(0.59)	(1.15)
FDI	0.016*	0.041**	0.023*	0.062**
	(0.92)	(1.15)	(0.78)	(2.64)
SIZE	0.016*	0.042*	0.017**	0.042*
	(0.87)	(1.71)	(0.37)	(0.59)
Constant	0.105***	0.085***	0.111***	0.132**
	(8.31)	(5.13)	(6.39)	(1.02)
Observations	198	71	54	72
Number of city	11	4	3	4
R-squared	0.856	0.812	0.957	0.920

参考文献

- [1] Mei L., Chen Z. The Convergence Analysis of Regional Growth Differences in China: The Perspective of the Quality of Economic Growth[J], Journal of Service Science and Management, 2016, 9(6): 453-476.
- [2] 田秋生.高质量发展的理论内涵和实践要求[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2018(6):1-8.
- [3] 刘文革,周文召,仲深,等.金融发展中的政府干预、资本化进程与经济增长质量[J].经济学家,2014(3):64-73.
- [4] 沈利生,王恒.增加值率下降意味着什么[J].经济研究,2006(3):59-66.
- [5] 郑玉歆.全要素生产率的再认识:用TFP分析经济增长质量存在的若干局限[J].数量经济技术经济研究,2007(9):3-11.
- [6] 范金,姜卫民,刘瑞翔.增加值率能否反映经济增长质量?[J].数量经济技术经济研究,2017,34(2):21-37.
- [7] 蒋长流,江成涛.数字普惠金融能否促进地区经济高质量发展:基于258个城市的经验证据[J].湖南科技大学学报(社会科学版),2020,23(3):75-84.
- [8] 任保显.中国省域经济高质量发展水平测度及实现路径:基于使用价值的微观视角[J].中国软科学,2020(10):175-183.
- [9] Lin B, Zhou Y. Measuring the green economic growth in China: Influencing factors and policy perspectives. Energy, 2022, 241:122518.
- [10] GOLDSMITH R W. Financial structure and development [M]. New Haven: Yale University Press, 1969.
- [11] Levine R. Law, Finance, and Economic Growth [J]. Journal of Financial Intermediation, 1999 (8).
- [12] 韩俊才,何友玉,张振.金融发展与经济增长的关系:基于中国东、中、西部六省市的实证分析[J].统计与决策,2006(10):78-81.
- [13] 杨珂.金融发展与经济增长质量:基于我国省际面板数据的研究[J].现代管理科学,2016(7):60-63.
- [14] 林昌华.金融发展对中国经济高质量发展的影响路径机制[J].征信,2020,38(2):77-84.
- [15] 张双才,尹庆伟.金融发展对经济高质量发展水平提升的影响研究[J].工业技术经济,2021,40(11):156-160.
- [16] 马昱,闫瑞雪,胡涵清,等.金融发展对经济高质量发展的影响研究:基于金融规模视角的分析[J].价格理论与实践,2022(1):156-159.
- [17] 孙蒙,桂河清,杨冬.中国省域经济高质量发展的测度与评价[J].浙江社会科学,2020(8):4-14+155.

Research on the Impact of Financial Development on High-Quality Economic Development: A Case Study of the Yangtze River Economic Belt

Li Xiaofang

(Tianjin University of Commerce, school of economics, Tianjin 300134)

Abstract: As an important part of the real economy, finance plays a vital role in promoting economic development. The financial development boosts high-quality economic development. This paper selects the relevant data from 11 provinces (municipalities) in the Yangtze River Economic Belt from 2005 to 2022, adopts the five concepts of high-quality economic development (innovation, coordination, green development, openness, and sharing), and establishes an index system of high-quality economic development with the help of entropy method to analyze the relationship between financial development and high-quality economic development and study the different impact effects of the upper, middle, and lower reaches of the Yangtze River through heterogeneity analysis. The results show that for the Yangtze River Economic Belt as a whole, financial development has significantly promoted high-quality economic development. From a regional perspective, financial development in the middle reaches of the Yangtze River Economic Belt has the most significant role in promoting high-quality economic development, followed by the upper and lower regions.

Keywords: Yangtze River Economic Belt; Financial Development; High-Quality Economic Development; Entropy Method; Heterogeneity Analysis

数字经济赋能共同富裕：机理、困境及出路

张书亭

(西安财经大学 陕西西安 710100)

摘要：新时代，数字经济助推我国经济高质量发展，为实现共同富裕奠定了坚实的基础。数字经济为实现共同富裕提供了必要条件和前提，为赋能共同富裕提供了新思路和新路径，但国内外理论界目前对数字经济赋能共同富裕的研究尚处于初步探索阶段。为弥补学术界关于数字经济推动实现共同富裕研究的不足，本文通过解读数字经济和共同富裕的深刻含义，对数字经济推进共同富裕的理论逻辑进行剖析，归纳目前数字经济赋能共同富裕所面临的现实障碍，并提出优化路径，以供参考。

关键词：数字经济；共同富裕；数字鸿沟；数字壁垒；普惠效益

本文索引：张书亭.数字经济赋能共同富裕：机理、困境及出路[J].中国商论,2024(05):026-029.

中图分类号：F724

文献标识码：A

文章编号：2096-0298(2024)03(a)-026-04

党的二十大报告指出，“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。优化基础设施布局、结构、功能和系统集成，构建现代化基础设施体系”^[1]。随着互联网和大数据等技术的不断进步，这些技术已越来越多地融入了经济和社会发展的各个领域。我国“十四五”规划更是将数字经济单独成篇，要求2025年数字经济核心产业增加值占GDP的比重提高至10%。世界上各个国家都在积极地制定数字经济的发展战略，并出台各种鼓励政策。数字经济的高速发展速度、广阔的辐射范围及深远的影响，促使其为重新配置各个国家要素资源、重塑全球经济结构和改变全世界的竞争格局贡献力量。发展数字经济是实现共同富裕的强大动力。但国内外理论界的研究多局限于对数字经济与共同富裕概念和内涵的诠释与解读，研究深度不够。另外，针对如何有效促进数字经济与共同富裕的结合及优化路径的研究仍处于碎片化阶段，不但缺乏动态、发展、创新性视角，而且缺乏宏观性、全局性、系统性战略。因此，探讨如何通过数字经济赋能共同富裕具有重要的现实意义^[2]。

1 数字经济和共同富裕概述

1.1 数字经济的界定

数字经济是蕴含着诸多创新、知识与智能要素的网络系统^[3]，随着经济的不断变化发展，数字经济被赋予不同的时代内涵。如今，以现代信息网络为主要载体的数字经济已成为一种将数据资源作为核心要素、不断推动公平与效率的新经济形态^[4]。更为详细地说，数字经济是将数字化信息作为核心因素，以信息化和互联网的发展为支持，使生产者

与消费者利用数字化技术进行数字交易的新型经济形态^[5]。

1.2 共同富裕的界定

共同富裕是社会主义的本质要求，在建党一百年之际，历史性地解决了绝对贫困问题，全面建成小康社会，标志着中华民族伟大复兴迈出关键一步。对于中国来说，实现共同富裕是一个系统工程，也必然是一项长期的事业。就经济而言，共同富裕就是要实现可持续发展，发展是人类追求的第一价值。就社会而言，共同富裕就是要实现社会公平的价值。虽然共同富裕不是均贫富，但经验表明，如果一个社会内部收入和财富差异过大，那么社会就会失去公平性。就政治而言，共同富裕既关乎中国共产党的执政基础，又关乎中国共产党对国家的有效治理。1985年，邓小平同志首次提出允许一部分人、一部分地区先富起来的观念；1992年，提出更为清晰的论述：“一部分地区有条件先发展起来，先发展起来的地区带动后发展的地区，最终达到共同富裕^[6]。”随着社会的发展，时代赋予了其新的含义。党的十九届五中、六中全会先后对共同富裕的目标作出了明确的战略安排，随后2021年12月召开的中央经济工作会议把正确认识和把握实现共同富裕作为战略目标和实践途径^[7]。

1.3 数字经济与共同富裕

1.3.1 数字经济在共同方面的体现

随着数字经济的迅猛发展，我国城乡之间、地区之间的发展差异面临着前所未有的机遇。首先，在供应方面，“数字经济”利用信息技术的优势，扩大了农户的信息获取途径，将大量的前沿生产技术与生产经验带到农村居民的生活中，促进了生产方式的改变，使农民的生产效率得到了极大

作者简介：张书亭(1999-),女,汉族,陕西延安人,硕士研究生,研究方向:经济法学。

提高,同时让农民的农业收入得到了提高。其次,在需求方面,通过大数据、云计算、互联网等技术,数字经济突破了农产品流通的时间和空间限制,既降低了农产品流通中不必要的部分,又拓宽了农产品的销路,使农户的农产品销售收益得到了进一步提高,使城乡发展的差距得到了有效缓解。同时,借助互联网、数字化和智能化的功能,数字经济在普及社保知识、便利社保缴费、提高社保部门运作效率等方面有着明显的优势。从这一点可以看出,数字经济是“分好蛋糕”、促进共同繁荣的重要手段。

1.3.2 数字经济在富裕方面的体现

数字经济不但推动了生产模式的变革,而且带来了新的就业和创业机会。数字经济借助云计算、大数据和人工智能等技术,在促进创业机会增多、提高就业、推动经济高质量发展方面发挥着重要作用。同时,在数字和网络技术的帮助下,通信、运输等成本降低,并在扩大消费选择、创新支付方式等方面发挥了巨大的促进作用。

2 数字经济赋能共同富裕的机理

2.1 数字经济提高社会生产力,为共同富裕奠定物质基础

高质量和高水平的社会生产力是共同富裕的首要前提。一些学者通过对12个非洲国家的数据进行分析,得出结论:因特网接入率可以促进高技术行业的就业率和社会生产率的提高,进而加速人口平均收入增长,推动区域经济发展。在当前技术水平迅速发展的新时代,市场潜力逐渐被新业态和新模式挖掘出来,从而激发创新和创业的活力。不仅如此,数字经济通过将互联网、大数据等技术应用于生产过程中,实现了生产过程的自动化和智能化,提高了生产效率。例如,智能制造技术的应用,使得生产线上的人工操作被自动化设备所替代,大幅提高了生产效率、降低了生产成本。此外,数字经济的发展促进了企业间的信息共享和协同工作,进一步提高了整个社会的生产效率。数字经济通过大数据分析和人工智能等技术,对供应链进行了优化和升级。通过对市场趋势、库存情况、销售数据等进行分析,企业可以更加精准地进行采购和生产,避免了库存积压和浪费。另外,数字经济的发展推动了跨境电商的快速发展,使得企业更加便捷地进行国际贸易和合作,拓展了市场空间。因此,它是一种促进经济增长的重要引擎。

2.2 数字经济产生普惠效应,缩小发展差距

发达地区利用数字经济带动了欠发达地区的发展,从而实现了先富带后富。通过数字平台,可以将东部地区的技术、资金、人才与中西部地区的自然资源进行有效整合,使均衡发展的深度和广度得到进一步提高,让数字技术与实

体经济的深度融合达到更高水平,从而让国内大循环得到更快的发展。为推动中西部地区产业数字化转型,要善于借助数字经济的大潮,运用数字技术来创造一流的产品。即使在经济发展程度不同的地区,凭借数字化技术的强大,人们也可以打破时空的局限和资源的限制,实现信息的均等化,并以前所未有的速度走上数字化平台的发展之路。数字经济的出现要让不同的社会群体以平等的方式和手段享受机遇,要让农村与城市、内陆与沿海、落后与发达地区的不同社会群体平等地参与到经济活动中。数字经济通过大数据、互联网与经济金融的结合,提升金融创新服务来开拓不同群体的融资渠道,在生产生活各个环节增加资本要素,提升收入水平,最终缩小贫富差距。此外,数字经济的便捷性与普适性大大拓宽了创新创业渠道,打破了传统的雇佣捆绑模式。丰富的就业岗位涌现,吸引了大量的劳动力,如一些农民工、残疾人等弱势群体,他们能通过电子商务或网络直播的方式获得收入。

2.3 数字经济推动市场经济和政府建设,推动共同富裕稳步前行

要将数字经济与市场和政府的作用有效结合,使社会主义市场经济发挥原始作用,创造出越来越多满足人民群众美好生活需要的社会财富。在市场层面,通过大数据、互联网等数字技术与社会生产各个领域和环节的深度融合,优化原有的资源要素配置方式,提高了资源配置效率,缓解了信息不对称的困境^[8]。另外,数字经济通过大数据分析和人工智能等技术手段的运用,提高了市场监管效率和质量,为市场经济的健康发展提供了有力保障。一方面,数字化平台可以通过数据分析和监测,实现对市场动态的实时掌握,为政府提供及时有效的市场调控依据;另一方面,数字化平台通过信息透明度和公开度的提高,可以有效遏制市场垄断和不正当竞争行为的发生,为市场经济健康发展创造良好的环境。此外,数字化平台还可以通过信用评价体系的建立实现对市场主体的有效约束,为市场经济的健康发展提供保障。在政府层面,要将数字经济与数字政府建设有效结合,既要发挥好政府的经济服务职能,又要利用数字信息技术加强对企业的合法监管,既要为企业提供更加良好的营商环境,又要打击各种形式的垄断行为,为社会主义市场经济的发展保驾护航。

3 数字经济赋能共同富裕的困境

3.1 产业转型造成社会收入两极分化

随着数字经济的不断发展,产业转型会多重影响经济增长的公平性。数字化产业在资本积累与扩张方面相较传

统产业有显著优势,其增长速度与传统产业增长形成对比,由此产生了大量隐性的收入不平等,导致贫富两极分化。电子商务能够促进消费,带来很多工作岗位的同时,也会对传统的零售业产生一定的分流作用。因为线上渠道的开放会导致线下销量的降低,这就造成了产业之间或产业内部的收入差距变得更大,从而造成社会收入结构的不平衡,对初级分配产生了较大影响。

3.2 数字鸿沟导致城乡发展不平衡

“数字鸿沟”是制约我国农村用户获得海量信息的重要因素,也是制约其与社会发展的重要因素。一些地区的经济高速增长使少数人的生活实现了向高品质的跨越,但这并不是真正的共同富裕。如果想合理分配共同富裕这块大蛋糕,就必须乘着数字经济的时代之帆,使全体人民共享发展成果。然而,地区之间的基础设施在数字经济领域的发展程度不一致,加上各类群体运用数字技术的水平有所差异,数字鸿沟导致城乡在地区群体的资源享有方面存在两极分化现象。本文以数字普惠金融为例,经济发达的大城市更易于获得数据和数字技术,从而获得更多的发展,而经济落后的乡村则需要通过政府制定相应的扶持政策来逐渐受益。已有研究表明,在促进城乡居民人均可支配收入的同时,数字普惠金融对城乡居民的促进作用明显大于对城乡居民的促进作用,可能会进一步加剧我国的贫富差距,导致劳动力向城市聚集,进一步加剧城乡发展的不均衡。

3.3 数字壁垒阻碍市场要素流通

在实践中,数据资源并不均匀流动,而是向着市场的寡头平台聚集,由此形成各种市场要素流通不畅的局面。由于大型平台企业在同中小型平台企业的利益博弈中掌控着数据收集和应用的的核心技术,因而处于绝对优势地位的企业容易将“数据围城”建构起来,拒绝各类要素在更大范围内流通,以维护自身利益。需要指出的是,从社会再生产的角度来看,资本本身所具有的逐利性质使其“企图不用生产过程作中介而赚到钱”,由于对数字化技术与数据资源的掌控,这几个寡头平台已在竞争中取得了空前的优势。在此基础上,多数寡头平台采取横向扩展的方式,即在一定的数字产业基础上,将各个产业的生产、流通、消费各个环节进行融合,从而获得更大的利润。另外,这些具有强势地位的平台将实现垂直扩展,也就是在某一领域内保持绝对的统治地位。在传统的厂商垄断基础上,这些平台会通过价格战、搭售等不正当竞争方式抬高进入门槛、抢占市场份额、压制其他竞争者,从而在一定程度上建立起规模效应,并在产业中获得一定的话语权。由于平台垄断的存在,平台间构筑的

“围墙花园”问题日益突出,其定价不能真实地反映市场供需与竞争态势,从而造成了整体数字化市场的无序。

4 数字经济赋能共同富裕的出路

4.1 数字经济优化就业结构,不断拓展提升收入水平

数字经济的发展能够优化产业结构,提高就业率。坚持巩固已有的脱贫成果,充分发挥数字经济发展的优势,促进社会生产力的解放与发展,尤其要密切关注容易返贫群体的实际困难与收支状况,并在此基础上对其进行定点帮助,以达到“数字脱贫”的目的^[9]。党的二十大报告指出,要实施“就业优先战略”和“健全社会保障体系”。在数字经济视域下,第三产业的比例和数量迅速提高,相较传统经济形态,社会劳动力在第三产业中所占的人员数量和比例有所提高。同时,数字经济的发展催生了大量的工作岗位和工作需求,信息网络、电商平台的发展为更多劳动力提供了就业岗位。当然,数字经济的发展及就业结构的优化会倒逼社会劳动力个人素质的整体提高^[10],它突破了传统的雇佣制,吸收了大量的社会劳动力,创造了更多的工作机会,劳动者在择业、创业方面具有更多的自主性。

4.2 数字经济产生普惠效应,逐步弥合数字鸿沟

数字经济使不同社会群体都能分享数字经济发展带来的红利和机会,从而缩小贫富收入差距。充分发挥社会主义市场经济制度下市场对资源配置起决定性作用的效率优势,推动物质、人力和创新资源更多向数字技术优势领域聚集,不断升级数字化基础设施,加速数字技术创新发展进程^[11]。其一,完善数字经济政策体系,兼顾效率与公平。对于那些发展良好的城市,充分利用自身的经济、科技和地理优势与扩散效应,促进周围区域的数字经济发展。一些发展相对滞后的地区,应充分发挥其“后发”优势,并以此为契机,构建一套适合我国国情的数字经济发展规划系统。坚持全国一盘棋的理念,特别是针对中西部地区和农村地区的薄弱环节,要兼顾该区域的经济水平差异。其二,加速数字基础设施向纵深方向发展,大力发展具有地区特色的数字产业。推动数字基础设施建设,构建政府专项资金的兜底保障体系,针对农民、老人、中小企业等数字化程度较低的人群和企业,展开有针对性的财政支持,扩大数字经济普惠效应^[12]。其三,推动数字资源要素在地区间的自由流通,建设全国和地区协作、多层次的数字资源交易平台。我国要大力推动“数字中国”建设,促进信息、资源、要素的流动、共享,将信息化与数字化方式与人们的日常生活相融合,促进人们的生产生活方式发生积极的变化,促进区域之间的联动,让东西部之间的资源充分交叉,调整优化数字经济版图,使东

部地区的算力转移到西部地区。其四,弥合收入鸿沟,使数字经济效应有效转变为经济效益。发挥当地农业产业优势,支持互联网+农业纵深发展,保障各类主体充分参与到农业电子商务中,形成具有长远影响力的电商品牌。

4.3 数字经济与实体经济深度融合,打破数字壁垒

通过数据的开发与应用,缓解信息不对称问题,可以打破数字壁垒,进而提高信息交互效率。数字技术可以突破时空限制和资源约束,降低了信息搜寻成本,使其平等获取信息服务。其一,对工业互联网进行创新,努力提升产业链、供应链的韧性和安全水平。坚持深化改革和扩大开放的战略,推动各种企业之间优势互补、竞相发展,充分发挥全国统一大市场的支撑作用,用主体功能区战略来指导产业的合理布局,持续为新型工业化发展注入活力。其二,推进公司的数字化转型。企业应将信息技术应用得更广泛,建立一套完整的计算机管理系统,使大部分生产数据和工艺参数都能自动地进行监测。其三,以ERP等先进生产组织方式来高效整合市场上的原材料,实行供应链管理。构建技术创新和模式创新的产业格局,培育新产业、新业态、新模式,提高企业的竞争力,最终达到共同富裕的目的。

5 结语

固然,数字经济赋能共同富裕目前存在产业转型造成

社会收入两级分化、数字鸿沟导致城乡发展不平衡和数字经济与实体经济深度融合,打破数字壁垒的困境。因此,要利用数字经济来优化就业结构,不断拓展提升不同区域居民的收入水平;善于利用共同富裕的普惠效应,逐步消除“数字鸿沟”;要与实体经济深度融合,打破数字壁垒,最终达到赋能共同富裕、发展成果由人民共享的目的。

参考文献

- [1] 洪向华.以新一轮全面深化改革提振经济发展信心[J].人民论坛,2023(4):18-22.
- [2] 石琳娜,陈劲.数字经济推动实现共同富裕的机理与路径研究[J].科技进步与对策,2023,40(21):1-11.
- [3] 张明明,刘俊.数字经济生产力助力共同富裕:双重效应与实践路径[J].技术经济与管理研究,2023(8):1-4.
- [4] 邓小平.邓小平文选[M].北京:人民出版社,1993.
- [5] 刘伟丽,陈腾鹏.数字经济是否促进了共同富裕:基于区域协调发展的研究视角[J].当代经济管理,2023(11):1-19.
- [6] 杨望,魏志恒,徐慧琳.数字经济与共同富裕:基于产业数字化的路径分析[J].西南金融,2022(10):19-30.
- [7] 高星.数字经济发展赋能共同富裕的实证检验[J].统计与决策,2023,39(14):11-16.
- [8] 张瑶,杨博旭,黄莉.数字经济赋能共同富裕的路径研究:基于城乡均衡发展的视角[J].技术经济与管理研究,2023(6):123-128.
- [9] 曾祥明.数字经济推进共同富裕的理论机理、现实困境与路径优化[J].湖北大学学报(哲学社会科学版),2023,50(5):11-20.
- [10] 陈锦其.面向共同富裕的数字经济赋能机制、失序风险和对策导向[J].浙江学刊,2023(4):141-148.

Digital Economy Empowers Common Prosperity: Mechanisms, Dilemmas, and Solutions

Zhang Shuting

(Xi'an University of Finance and Economics, Xi'an, Shaanxi 710100)

Abstract: In the new era, digital economy supports the high-quality development of China's economy and has laid a solid foundation for achieving common prosperity. The digital economy provides the necessary conditions and prerequisites for achieving common prosperity and offers new insights and paths for empowering common prosperity. However, the current domestic and international research on digital economy's role in facilitating common prosperity is still in the preliminary stage. To enrich academic research on the promotion of common prosperity with the digital economy, this paper analyzes the theoretical mechanisms of digital economy to promote common prosperity by interpreting the profound meaning of digital economy and common prosperity, summarizes the current obstacles faced by digital economy to empower common prosperity, and proposes better solutions.

Keywords: Digital Economy; Common Prosperity; Digital Divide; Digital Barriers; Inclusive Benefits; Agricultural Product Circulation

农村电子商务发展对农村居民生活品质的影响研究

欧燕群

(广西外国语学院 广西南宁 530222)

摘要: 党的二十大报告指出,必须坚持在发展中保障和改善民生,鼓励共同奋斗创造美好生活,不断实现人民对美好生活的向往。基于此,本文利用省域面板数据,实证分析农村电子商务发展对农村居民生活品质的影响效应及作用机制。研究发现,农村电子商务发展对农村居民生活品质提高具有显著的促进作用,呈“自东向西”依次减弱趋势。从作用机制分析来看,数字普惠金融在农村电子商务发展与农村居民生活品质中起着重要的调节作用。另外,为进一步提高居民生活品质,本文提出加大农村电子商务发展力度、提升数字普惠金融应用、逐步缩小地区发展差距、持续监管和政策评估等相关政策建议,以供参考。

关键词: 农村电子商务; 农村居民生活品质; 数字普惠金融; 城乡产业融合; 农产品流通

本文索引: 欧燕群.农村电子商务发展对农村居民生活品质的影响研究[J].中国商论,2024(05):030-033.

中图分类号: F724.6

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-030-04

党的二十大报告明确指出,推进以人为核心的新型城镇化,加快农业转移人口市民化,并以城市群、都市圈为依托,构建大中小城市协调发展格局,推进城镇化建设有序发展。同时,习近平总书记针对保障和改善民生提出了新要求、作出了新部署,更需要聚焦“增进民生福祉 提高人民生活品质”。因此,如何提高高质量生活品质,且能否通过电子商务进一步提升居民生活水平对经济学和社会学的研究意义重大。本文通过构建农村居民生活品质评价指标体系,实证分析农村电子商务发展对农村居民生活品质的影响效应,以为相关部门提供理论支撑。

1 实证设计

1.1 基准模型设定

基于已有研究文献和相关结论对数字经济、电子商务影响居民生活进行机理分析,并从理论层面认为数字经济有利于居民生活品质的提高,为进一步探究如何发挥这一影响效应,本文设定基准模型如下:

$$Quality_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 commerce_{it} + \alpha_2 open_{it} + \alpha_3 patent_{it} + \alpha_4 guarantee_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

式(1)中, i 表示研究对象各省域; t 表示研究时期; $Quality_{it}$ 表示被解释变量,即 i 省域在 t 研究时期农村居民生活品质; $commerce_{it}$ 表示核心解释变量,即 i 省域在 t 研究时期农村电子商务发展水平; $open$ 、 $patent$ 、 $guarantee$ 分别表示相关控制变量,即对外开放水平、知识产权保护、社会保障水平; α 表示相关变量影响系数; ε 表示随机误差项。

同时,考虑到模型设定可能存在内生性问题,本文在上述模型的基础上,进一步构建广义矩阵模型进行回归分析,设定模型如下:

$$Quality_{it} = \beta_0 + \beta_1 Quality_{it-1} + \beta_2 commerce_{it} + \beta_3 open_{it} + \beta_4 patent_{it} + \beta_5 guarantee_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

式(2)中, $Quality_{it-1}$ 表示滞后一期的居民生活品质; β 表示该模型中相关变量的影响系数;其余变量含义与式(1)相同。

1.2 变量选取

1.2.1 被解释变量

本文选取农村居民生活品质(Quality)为被解释变量,现有文献还未对居民生活品质具有统一的测度标准。因此,本文参考王中(2022)和詹万杰(2022)在不同层面与居民生活品质耦合度研究的基础上^[1-2],从农业产业、农民收支、教育社会保障、住房医疗服务、精神文化五个层面构建农村居民生活品质的评价指标体系,如表1所示。

1.2.2 解释变量

本文选取农村电商发展(commerce)为核心解释变量,借鉴高丽(2023)的研究成果,采用省域农村网上零售额与消费品零售总额的比值进行衡量^[3]。

1.2.3 控制变量

本文选取对外开放水平、知识产权保护、社会保障水平作为控制变量。其中,对外开放水平(open)在兼顾省域面板数据的可得性后,采用经营单位所在省域进出口总额作为

基金项目: 上海全球城市研究院 2022 年度委托课题“基于智慧城市的视角研究城市的数字经济、创业质量与共同富裕”(SHQ202205)阶段成果。

作者简介: 欧燕群(1982-),女,仫佬族,广西柳州人,硕士,讲师,研究方向:公共管理、文化管理、大学生就业创业指导。

衡量指标;知识产权保护(patent)采用发展专利申请数量作为衡量指标;社会保障水平(guarantee)采用基本养老保险支出作为衡量指标。

表1 农村居民生活品质指标体系

一级指标	二级指标	指标内容
农村居民生活品质评价	农业产业	人均农林牧渔业总产值
		亩均机械总动力
	农民收支	农村居民财产性收入
		农村居民人均消费支出
	教育社会保障	农村居民人均用于教育文化娱乐服务支出
		乡村小学师生比
		农村最低生活保障情况
	住房医疗服务	农村每千人医疗卫生机构床位数
		农村每千人卫生技术人员
		农村居民期末人均住房面积
		每百户农村家庭汽车拥有量
	精神文化	每万人拥有乡镇文化站机构数
		广播节目农村覆盖率

1.3 数据来源说明

本文选取2012—2021年我国30省市(除香港地区、澳门地区、台湾地区、西藏外)面板数据,主要数据来源于《中国统计年鉴》《中国农村统计年鉴》《中国教育统计年鉴》及各省市统计年鉴和公报资料,部分缺失值采用插值法补齐处理。

2 实证结果及分析

2.1 基准回归分析

对模型(1)进行基准回归分析,如表2所示。其中,表2列(1)表示仅将农村电子商务发展与农村居民生活品质纳入基准模型,其影响系数为0.022,并在1%水平上显著,说明当农村电子商务发展每提升1个单位时,将促进农村居民生活品质提高0.022%。从表2列(2)~列(4)结果来看,在逐步添加对外开放水平、知识产权保护、社会保障水平控制变量后,农村电子商务发展对农村居民生活品质仍呈现显著的促进作用。从实际情况来看,首先,农村电子商务发展可以进一步拓展农产品销售市场。同时,电商平台对农产品质量有较高的要求,倒逼农民改进生产方式来提高产品质量,从而更好地满足市场需求。其次,农村电子商务发展为农民提供了新的收入渠道,农民可以通过网上销售农产品、手工艺品等实现增收。同时,电商平台能够提高信息透明性,让农民了解市场行情和需求,降低农产品交易中的信息不对称。农村电子商务发展为农民拓宽了学习知识渠道,通过提供线上学习平台和业务场景,使农民可以更轻松地学习平台服务相关要求,更快速地融入当下便捷的生活。最后,农村电子商务发展有利于文化传播,可以帮助农村地区推广和传播文化产品和民俗文化,增强农民的文化自信和认同感。

从解释变量检验结果来看,对外开放水平和社会保障水平与农村居民生活品质呈现显著的正相关性。首先,对外

开放在一定程度上吸引外资和技术,推动产业升级和创新发展,有利于改善生活质量。其次,社会保障水平的提升意味着农村居民享有更多的福利和社会服务,通过加强医疗保障来提高农村居民的生活质量和安全感。同时,社会保障水平的提升能够减少家庭的经济负担,让居民更加放心地享受生活。最后,知识产权保护对农村居民生活品质呈现显著的负向影响,具体来看:一方面,知识产权保护可以赋予创新者垄断权力,并在市场上独家销售自己的创新产品或服务,这种垄断权力可能导致创新者抬高产品和服务的价格,进而提高农村居民的生活成本,降低其购买力和消费能力,从而对生活质量产生负面影响。另一方面,虽然保护知识产权鼓励一些创新研发新药和医疗技术,但药品价格的上涨可能使治疗方法和药品影响居民的健康状况和生活质量(见表2)。

表2 基准回归分析

变量名称	(1)	(2)	(3)	(4)
commerce	0.022*** (0.000)	0.017*** (0.000)	0.016*** (0.000)	0.020*** (0.025)
open	—	0.013*** (0.003)	0.014*** (0.002)	0.015** (0.001)
patent	—	—	-0.001** (0.024)	-0.001** (0.010)
guarantee	—	—	—	0.001** (0.008)
C	0.942*** (0.000)	0.984*** (0.000)	0.932*** (0.00)	0.910*** (0.000)
R ²	0.524	0.528	0.550	0.547
F 统计值	301.23 (0.000)	154.34 (0.000)	107.245 (0.000)	83.011 (0.000)

注: *、**、*** 分别表示相关变量系数在 0.1、0.05、0.01 水平上显著; 括号内数值为稳健标准误。

2.2 稳健性检验

2.2.1 替换被解释变量

为了对上文研究结果进行稳健性分析,本文借鉴部分学者的研究采用农村居民人均可支配收入作为衡量被解释变量的主要替换指标,并采用固定效应模型分析,具体检验结果如表3所示。回归结果显示,当将收入作为替代指标时,研究结果依然呈现稳健性。

2.2.2 工具变量法

为克服回归模型中可能存在的内生性问题,本文采用各省域人均拥有公共图书馆藏(册/人)作为工具变量,进一步进行回归分析,检验结果如表3列(2)所示。由此可以看出,在加入工具变量后,农村电子商务发展对农村居民生活品质影响效应为正,当农村电子商务发展提升1个单位时,农村居民生活品质提高0.087%,充分证明农村电子商务发展有利于提高农村居民生活品质。

2.2.3 系统GMM回归

本文延续前文模型(2)的研究思路,普遍认为广义矩阵

能够避免最小二乘法和最大似然估计法,再继续采用GMM方式进行回归分析,检验结果如表3列(3)所示。滞后一期的农村电子商务发展与被解释变量的回归系数显著为正,且这一系数较大时,表示上一期的农村电子商务发展对当期农村电子商务发展具有显著影响,说明上一期农村电子商务发展可以积累大量的市场经验和用户基础,为下一阶段农村电子商务提供借鉴。当纳入所有变量后,农村电子商务发展对农村居民生活品质的影响系数为0.008,且在5%水平上显著,证明本文研究结论具有稳健性。

表3 稳健性检验回归结果

变量名称	(1) 替换被解释变量法	(2) 工具变量法	(3) 系统 GMM 法
Quality _{t-1}	—	—	0.901*** (0.000)
Commerce	0.012*** (0.015)	0.087*** (0.014)	0.008** (0.035)
open	0.050** (0.024)	0.004*** (0.005)	0.009* (0.060)
patent	-0.003* (0.050)	-0.004** (0.041)	-0.005* (0.010)
guarantee	0.008** (0.047)	0.006* (0.058)	0.008** (0.001)
C	2.043*** (0.000)	0.878*** (0.000)	—
研究省域固定	Y	Y	—
研究年份固定	Y	Y	—
R ²	0.524	0.801	—
AR(1)	—	—	-3.775 (0.000)
AR(2)	—	—	0.761 (0.706)
Sargan 检验	—	—	1.000

注: *、**、*** 分别表示相关变量系数在 0.1、0.05、0.01 水平上显著; 括号内数值为稳健标准误。

2.3 区域异质性分析

由于不同地区的生产要素和经济发展存在较大的资源禀赋差异,本文将研究省域按所在区域划分为东部、中部、西部地区进行异质性回归分析,检验结果如表4所示。由表4可以看出,无论是东部、中部还是西部地区,农村电子商务发展与农村居民生活品质均呈现显著的正向相关性,且农村电子商务发展的影响系数程度呈“自东向西”依次递减趋势。

2.4 机制分析

数字经济及农村电子商务的发展伴随大量技术革命的涌现,同时新产品的创新会为金融搭建切实的应用场景。因此,数字普惠金融不仅有效扩大了金融服务范围,还在支付手段等方面深刻影响着居民生活^[4]。基于此,本文构建数字普惠金融的中介效应模型,判断以金融为代表的服务支撑能否在农村电子商务与农村居民生活品质方面起到调节作用,具体模型设定如下:

$$Quality_{it} = \delta_0 + \delta_1 commerce_{it} + \delta_2 open_{it} + \delta_3 patent_{it} + \delta_4 guarantee_{it} + \eta_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

$$Financial_{it} = \gamma_0 + \gamma_1 commerce_{it} + \gamma_2 open_{it} + \gamma_3 patent_{it} + \gamma_4 guarantee_{it} + \eta_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

$$Quality_{it} = \theta_0 + \theta_1 commerce_{it} + \theta_2 Financial_{it} + \theta_3 open_{it} + \theta_4 patent_{it} + \theta_5 guarantee_{it} + \eta_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

式(3)~(5)中,Financial表示数字普惠金融指数,本文选取北京大学数字金融研究中心公布的2011—2021年数字普惠金融指数作为指标来源; η 和 λ 分别表示研究对象固定效应和研究时期固定效应;其余主要变量与式(1)相同。

表4 区域异质性分析

变量名称	(1) 东部地区	(2) 中部地区	(3) 西部地区
commerce	0.044** (0.000)	0.033*** (0.000)	0.023** (0.067)
open	0.006*** (0.010)	0.003** (0.024)	0.000 (0.804)
patent	-0.002*** (0.010)	-0.002* (0.061)	-0.001 (0.344)
guarantee	0.001*** (0.000)	0.004* (0.064)	0.001* (0.100)
C	0.837*** (0.000)	0.864*** (0.000)	0.921*** (0.000)
R ²	0.491	0.530	0.575
F 统计值	24.084 (0.000)	17.600 (0.000)	41.225 (0.000)

注: *、**、*** 分别表示相关变量系数在 0.1、0.05、0.01 水平上显著; 括号内数值为稳健标准误。

中介效应检验结果如表5所示,列(1)结果显示,农村电子商务发展有助于数字普惠金融的提升,这也符合数字普惠金融发展需要农村电子商务数字化应用场景的支撑,当农村电子商务发展提升1个单位时,将推动数字普惠金融指数提高0.010%。从表5列(2)结果来看,将数字普惠金融纳入模型后,农村电子商务发展和数字普惠金融对农村居民生活品质的影响系数分别为0.007和0.008,且均呈现显著性。一方面,验证了前文基准模型检验结果;另一方面,表明农村电子商务发展和数字普惠金融都是推动居民生活品质提高的积极变量,即数字普惠金融在农村电子商务发展与农村居民生活品质这一影响过程中起到调节作用。

3 结语

3.1 研究结论

党的二十大报告指出,增进民生福祉,提高人民生活品质,必须坚持在发展中保障和改善民生,鼓励共同奋斗创造美好生活,不断实现人民对美好生活的向往。新时代,农村电子商务发展作为我国城乡产业融合的关键纽带,具有推动当地经济发展和保障民生的重要作用。基于此,本文采用我国30省市面板数据,通过构建农村居民生活品质评价指标体系,实证分析农村电子商务发展对农村居民生活品

质的影响效应及作用机制。研究发现,农村电子商务发展对农村居民生活品质提高呈现显著的促进作用,且这一作用通过了内生性和稳健性分析。从区域异质性差异来看,农村电子商务发展对农村居民生活品质的促进作用呈“自东向西”依次递减的趋势。从作用机制分析来看,农村电子商务发展和数字普惠金融都是推动居民生活品质提高的积极变量,且数字普惠金融在农村电子商务发展与农村居民生活品质中起到调节作用。

表5 中介效应检验

变量名称	(1) Financial	(2) Quality
commerce	0.010*** (0.000)	0.007** (0.001)
Financial	—	0.008*** (0.005)
open	0.004*** (0.000)	0.028 (0.221)
patent	-0.001 (0.483)	-0.001 (0.380)
guarantee	0.043** (0.021)	0.003*** (0.003)
C	0.913*** (0.000)	0.847*** (0.000)
研究省域固定	Y	Y
研究年份固定	Y	Y
R ²	0.817	0.834

注: *、**、*** 分别表示相关变量系数在 0.1、0.05、0.01 水平上显著, 括号内数值为稳健标准误。

3.2 政策建议

一是加大农村电子商务发展力度。相关部门应为各地

区农村企业提供一定的技术培训和政策支持,加大农村电子商务发展投入力度,帮助其更好地利用电子商务平台提高服务质量和效率。

二是提升数字普惠金融应用。相关部门应因地制宜地推动当地数字普惠金融发展,为企业及消费者提供更多支付、贷款、保险等金融服务产品。

三是逐步缩小地区发展差距。考虑到电子商务对中西部不同区域农村居民生活质量存在差异化影响,相关部门更要关注中西部地区的发展需求,采取更多政策措施加强中西部地区的基础设施建设和数字化发展,逐步缩小地区发展差异。

四是持续监管和政策评估。相关部门要建立监管监测体系,定期评估农村电子商务发展对农村居民生活质量的影响,及时了解政策措施的实施情况和效果,并根据评估结果动态优化调整政策,确保政策的有效性和可持续性。

参考文献

- [1] 王中.山西省农村居民高品质生活评价指标体系构建与评估[J]. 经济师,2022(2):109-111.
- [2] 詹万杰.我国乡村居民生活富裕程度评价指标体系构建及应用[J]. 乡村科技,2022,13(16):51-54.
- [3] 高丽.数字普惠金融与新型城镇化对农村电商发展的影响[J]. 商业经济研究,2023(10):116-119.
- [4] 李丽丽.共同富裕下普惠金融、农村电商与乡村振兴:作用机理与实证检验[J]. 商业经济研究,2022(8):178-181.

Research on the Impact of Rural E-Commerce Development on the Life Quality of Rural Residents

Ou Yanqun

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

Abstract: According to the report to the 20th National Congress of the Communist Party of China, China must safeguard and improve people's livelihoods in its development, encourage joint efforts to create a better life, and continuously realize people's aspirations for a better life. Based on this, the article uses provincial panel data to empirically analyze the impact and mechanism of rural e-commerce development on the life quality of rural residents. Research indicates that the development of rural e-commerce has significantly enhanced the life quality of rural residents, with improvements diminishing gradually from the eastern to the western regions. From the perspective of mechanism analysis, digital inclusive finance plays a vital role in regulating the development of rural e-commerce and the life quality of rural residents. Finally, to further improve the life quality of residents, the article suggests strengthening rural e-commerce development, enhancing the application of digital inclusive finance services, narrowing the gap between regional growth, and continuously conducting supervision and relevant policy assessments.

Keywords: Rural E-Commerce; Life Quality for Rural Residents; Digital Inclusive Finance; Integration of Urban and Rural Industries

乡村振兴战略下农产品跨境电商发展路径分析

孙明玮

(中国国际贸易促进委员会安丘市支会机关 山东安丘 261021)

摘要: 乡村振兴战略下,农产品跨境电商具有重要发展价值。随着全球经济一体化的加速,农产品跨境电商市场规模不断扩大,同时面临产品质量和安全、物流配送和售后服务、品牌建设和市场推广、政策支持和法律法规等问题。基于此,本文从提升农产品质量和安全水平、优化物流配送和售后服务体系、打造农产品跨境电商品牌、创新农产品跨境电商模式、完善政策支持和法律法规体系等方面探讨农产品跨境电商的发展路径,助力农产品跨境电商持续快速地高质量发展。

关键词: 乡村振兴;农产品;跨境电商;全球经济一体化;农业农村现代化

本文索引: 孙明玮.乡村振兴战略下农产品跨境电商发展路径分析[J].中国商论,2024(05):034-037.

中图分类号: F724.6

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-034-04

乡村振兴战略是推动农业农村现代化而提出的一项重要战略,是推动农业农村现代化的必然选择。乡村振兴战略意义主要体现在以下几点:(1)保障国家粮食安全:乡村振兴战略旨在提高农业生产效率和农产品质量,确保国家粮食安全,满足人民群众日益增长的物质文化需求。(2)促进农民增收致富:通过发展现代农业、农村产业和乡村旅游等产业,提升农民收入水平、缩小城乡收入差距,实现共同富裕。(3)维护社会稳定:乡村振兴战略有助于解决农村剩余劳动力就业问题,提高农民素质及农村社会治理能力,维护社会稳定。

乡村振兴战略下,农产品跨境电商拓展农产品销售平台对乡村振兴具有重要价值。首先,农村电商极大地增强了农产品供应链的稳定性,并促进了农民收入的较快增长,特别是在打赢脱贫攻坚战和新冠疫情防控期间,农产品跨境电商发挥了独特作用,确保了农产品的稳产保供。其次,农村电商为乡村提供了新的农产品流通平台,拓宽了农民增收的路径,并激活了乡村振兴的潜能。通过打造农产品品牌,提高产品的知名度和影响力,优质的农产品更容易在市场上脱颖而出。最后,随着“一带一路”倡议的推进,农产品跨境电商将面临更大的机遇和挑战,不仅有助于我国乡村振兴,还为打造区域特色农产品提供了重要的支撑。同时,乡村旅游电商、县域生活服务在线化、农产品跨境电商等为农民提供了更多的就业和增收渠道。

1 农产品跨境电商发展的现状及问题

农产品跨境电商为乡村振兴提供了新的机遇,近几年发展迅速,农民可以更好地了解市场需求、调整生产结构、提高产品质量,还可以带动农村物流、仓储、包装等相关产业的发展,促进乡村就业和经济增长。

1.1 农产品跨境电商的发展现状

1.1.1 市场规模和增长速度加速增长

随着全球经济一体化的加速,农产品跨境电商市场规模不断扩大。据统计,2019年全球农产品跨境电商市场规模达到3500亿美元,预计2025年将超过6000亿美元。同时,农产品跨境电商市场的增长速度不断加快,年均增速超过20%。

1.1.2 主要产品类别和出口地区增加

农产品跨境电商的主要产品包括水果、蔬菜、肉类、乳制品、谷物等。其中,水果和蔬菜是最主要的出口产品,占总出口额的70%以上。农产品跨境电商的出口地区主要集中在北美、欧洲、亚洲等发达国家和地区。

1.1.3 电商平台和营销渠道增加

农产品跨境电商主要通过电商平台进行交易,如阿里巴巴国际站、亚马逊全球购、eBay等。此外,一些农产品生产国还建立了自己的农产品跨境电商平台,如巴西的B2B平台FBM(Mercado Livre)。营销渠道方面,农产品跨境电商主要通过社交媒体、搜索引擎优化、电子邮件营销等方式进行推广。

1.2 农产品跨境电商面临的问题

1.2.1 产品质量和安全问题

农产品具有易腐烂、易变质等特性,在运输和储存过程中需要特别注意质量和安全问题。同时,一些国家对农产品的质量标准和检测要求不同,可能导致贸易纠纷。农产品的生产和加工环节复杂,涉及的因素众多,如气候、土壤、种子、肥料、农药等,任何一个环节出现问题都可能导致产品质量下降。此外,农产品的生产周期长,储存和运输过程中也可能出现质量问题。同时,由于农产品的特殊性,食品安全问题尤为重要,一旦出现食品安全问题,就会对消费者健康造成严重影响,也会对农产品跨境电商的发展产生负面影响。

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

1.2.2 物流配送和售后服务问题

农产品的配送和售后服务是影响消费者购买决策的重要因素。农产品的特性,如易碎、易损坏等,在配送过程中需要特别注意包装和保护措施。同时,售后服务需要及时响应和解决消费者的问题。农产品的保质期短,需要快速配送到消费者手中,这对物流配送提出了更高要求。同时,由于农产品的特性,售后服务非常重要,如退换货、投诉处理等,如果物流配送和售后服务不到位,就会影响消费者的购买体验,降低消费者的信任度。

1.2.3 品牌建设和市场推广问题

农产品的品牌建设和市场推广对提高产品的知名度和竞争力至关重要,但是由于农产品的特点和国际市场的差异性,品牌建设和市场推广需要投入大量的时间和资源。在激烈的市场竞争环境下,品牌建设和市场推广对农产品跨境电商的成功至关重要,然而由于农产品的特殊性,其品牌建设和市场推广的难度较大。一方面,农产品的品质受到许多不可控因素的影响,难以形成稳定的品质保证;另一方面,农产品的消费者群体广泛,需求多样化,如何满足不同消费者的需求,并进行有效的市场推广,也是一大挑战。

1.2.4 政策支持和法律法规问题

农产品跨境电商涉及多个国家之间的贸易往来,因此需要遵守各国的政策和法律法规,农产品跨境电商的发展需要得到政府的政策支持和法律法规的保障。然而,目前存在一些问题,例如,政府的政策支持力度不够,导致农产品跨境电商的发展受到限制;法律法规不完善,导致农产品跨境电商的运营存在风险。这些问题都需要得到解决,以促进农产品跨境电商的健康发展。同时,一些国家对农产品跨境电商的政策支持力度不够,会影响到企业的经营和发展。

2 农产品跨境电商发展路径分析

2.1 提升农产品质量和安全水平

2.1.1 加强农产品质量监管和标准化建设

第一,制定农产品质量标准。建立完善的农产品质量标准体系,明确农产品的质量要求和检测指标,确保农产品的质量安全。第二,加强农产品质量监管。建立健全的农产品质量监管机制,加强对农产品生产、加工、运输、销售等环节的监督管理,防止不合格农产品流入市场。第三,强化农产品标准化建设。推广使用标准化农产品生产技术和管理模式,提升农产品的生产效率和品质水平,降低生产成本。第四,加强农产品质量检测。建立完善的农产品质量检测体系,对农产品进行全面、严格的检测,及时发现和处理不合格产品,保障消费者的健康和权益。

2.1.2 建立农产品质量追溯体系

第一,制定农产品质量追溯标准。建立农产品质量追溯标准体系,明确农产品的质量要求和检测指标,确保农产品的质量安全。第二,建立农产品生产档案。对农产品生产

过程进行记录和管理,包括种植、施肥、灌溉、收割等信息,以便追溯农产品的生产情况。第三,安装农产品追溯设备。在农产品生产环节安装农产品追溯设备,如二维码标签、RFID标签等,用于采集农产品的相关信息。第四,建立农产品质量追溯数据库。将采集到的农产品信息录入农产品质量追溯数据库中,实现信息的共享和传递。第五,加强农产品质量追溯培训。加强对农民和企业的质量追溯知识和技能培训,提高其质量追溯意识和能力。第六,推广农产品质量追溯应用。通过各种渠道宣传推广农产品质量追溯应用,引导农民和企业积极采用农产品质量追溯技术。

2.1.3 引导农民采用绿色生产方式

第一,提供绿色生产技术培训。推广绿色生产技术,组织专家对农民进行绿色生产技术培训,提高其绿色生产意识和技能。通过各种渠道宣传推广绿色生产技术,如有机种植、生物防治等,引导农民采用环保、健康的生产方式。

第二,建立绿色生产示范基地。在农村建立绿色生产示范基地,向农民展示先进的绿色生产技术和管理经验,引导其学习和借鉴。

第三,加强绿色生产支持,制定相关政策,鼓励和支持农民采用绿色生产方式,如给予补贴、奖励等激励措施。提供绿色生产资料和设备支持,为农民提供绿色生产资料和设备支持,如有机肥料、生物农药等,降低其生产成本。

2.2 优化物流配送和售后服务体系

2.2.1 完善跨区域农产品冷链物流网络

打破农产品冷链物流瓶颈,首先,增加投资,加快城市冷链物流基础设施建设,健全农产品冷链分拨配送体系,创新面向消费端的冷链物流模式。其次,重点补齐农产品流通设施的短板,畅通农产品流通“大动脉”与“小血管”,完善产区“最初一公里”农产品初加工设施体系,提升农贸市场、菜市场“最后一公里”末端惠民功能,畅通农产品流通末梢“微循环”。

2.2.2 统筹推进农产品供应链体系建设

利用中央财政服务业发展资金引导有关省(自治区、直辖市)统筹推进农产品供应链体系建设,抓住集散地和销地两个关键节点,进一步聚焦发展农产品冷链物流,提升农产品流通效率和现代化水平,增强农产品批发市场冷链流通能力是其中的主要支持方向。

2.2.3 培育跨境电商配套服务企业

跨境电商配套服务企业的培育发展需要充分发挥政府政策的作用。政府应制定有利于跨境电商配套服务企业发展的政策;加强跨境电商配套服务人才的培养和引进;鼓励企业加大技术研发投入力度,推动跨境电商配套服务的技术创新;帮助企业拓展国内外市场,提高跨境电商配套服务的市场份额;推动跨境电商配套服务与其他产业的融合发展,形成产业链协同发展的格局;加大对跨境电商配套服务企业的金融支持力度,提供贷款、担保等金融服务;加强对

跨境电商配套服务企业的监管,规范市场秩序,保障消费者权益;建立健全的法律法规体系、加强行业自律等方式,提升行业的规范化水平。

2.2.4 运用新技术新工具赋能外贸发展

运用新技术新工具提高农产品外贸发展效率,并通过完善跨境电商发展支持政策,提升跨境电子商务综合试验区信息技术服务功能,助力跨境电商新业态的成长。

2.3 打造农产品跨境电商品牌

通过品牌设计、包装设计等方式,打造独特的品牌形象,提高品牌的知名度和美誉度。加强农产品的质量把控,确保产品的品质符合国际标准,提高消费者对产品的信任度。通过电商平台、社交媒体等渠道,拓展海外市场,提高销售额。通过广告宣传、促销活动等方式,提高品牌曝光率,吸引更多消费者关注和购买。建立完善的售后服务体系,为消费者提供及时、专业的服务,提高消费者的满意度和忠诚度。

2.4 创新农产品跨境电商模式

通过电商平台,将农产品直接从产地销售到海外消费者手中,减少中间环节、提升利润空间。根据海外消费者的需求,提供个性化的农产品定制服务,满足不同消费者的口味和需求。通过品牌建设、包装设计等方式,打造独特的品牌形象,提高产品的附加值和竞争力。通过建立完善的物流体系,缩短运输时间、降低运输成本,提高产品的质量和新鲜度。建立专门的跨境电商平台,为农产品出口企业提供全方位的服务,包括市场推广、物流配送、支付结算等。

2.5 完善政策支持和法律法规体系

2.5.1 制定农产品跨境电商发展规划和政策

明确农产品跨境电商发展的目标和方向,制定相应的规划和政策。了解国际市场的需求和趋势,分析国内农产品的竞争力和优势,为农产品跨境电商的发展提供依据。通过政策引导,鼓励农产品跨境电商企业向高附加值、高品质的产品转型,提高产品竞争力。加大对农产品跨境电商企业的技术创新支持力度,推动新技术、新模式的应用,提高企业的核心竞争力。建立健全的监管体系,加强对农产品跨境电商企业的监管和服务,保障消费者权益,维护市场秩序。通过各种渠道宣传推广农产品跨境电商的优势和发展前景,吸引更多企业和消费者参与其中。

2.5.2 加强农产品跨境电商的法律法规建设

随着乡村振兴战略的实施,政府正加快构建农产品跨境电商的支持体系,意味着政府将提供必要的资源和支持,以促进农产品跨境电商的发展。另外,随着多种形式电子商务的创业开展,新情况、新问题不断出现,农产品跨境电商的法规制度亟须完善,确保为农产品跨境电商提供一个清晰的法律框架,确保其健康、有序地发展。

2.5.3 提供税收、金融等政策支持

首先,根据《关于跨境电子商务零售进口税收政策的

通知》的规定,政府对跨境电商的税收模式进行了明确,主要包括直邮和保税自营及直邮+保税三种模式。

其次,综试区内的跨境电商企业,主要可以享受两类优惠政策:一是小型微利企业所得税优惠政策;二是农产品跨境电子商务综合试验区政策支持。最近,广东省做出标杆,在汕头市澄海区创建农产品跨境电子商务综合试验区,这一举措意味着汕头将在设立跨境电子商务综合试验区的基础上,探索建立农产品跨境贸易生态产业链,将为农产品跨境电商提供一个有利的发展环境,并推动农业的高质量发展。

3 农产品跨境电商发展的实践案例分析

3.1 国内农产品跨境电商成功案例

我国已有不少农产品跨境电商的成功案例。首先,浙江丽水的遂昌模式,是农产品电商的三种模式之一,走的是平台化道路。

其次,山东安丘也是农产品跨境电商的成功案例。安丘市商务局局长李新军表示,安丘在农产品品牌和提高附加值上下功夫,优质农产品基地品牌价值达到216亿元。近年来,山东依托丰富的资源优势,深耕跨境电商“赛道”,赋能本土产品“扬帆出海”。

最后,广东出现了农产品跨境电商的成功案例。2021年,广东省(里水)农产品跨境电子商务综合试验区正式授牌,标志着里水镇在深入实施乡村振兴战略、积极探索数字农业农村道路上又迈出了坚实的一步。

浙江丽水、山东安丘和广东里水的农产品跨境电商各有其成功的经验和启示。

首先,广东里水镇的经验值得借鉴。里水镇有着花卉园艺产业的优良基础,且每年产出全国1/5的香水百合和1/4的蝴蝶兰。2020年,佛山市里水镇获批成为广东省首个农产品跨境电商综合试验区,计划通过整合资源、打造农产品跨境电商集散地,推动农业数字化发展,并进一步开拓国际市场。此外,里水镇还推出了“12345”里水数字经济升级行动计划,意在为入驻企业提供全方位的支持。

其次,山东安丘的经验也具有参考价值,其深耕农产品品牌建设,通过提高品牌价值来增强市场竞争力。

最后,浙江丽水遂昌县的成功经验是其走平台化道路,其设立了国内第一个县级农产品馆,发挥政府控制与卖家体系的聚合,实现众多卖家共谋发展。

3.2 国际农产品跨境电商成功案例

在国际农产品跨境电商领域有许多成功的案例。例如,美国的Alibaba.com,这个平台致力于为全球农民和买家提供一个交流的场所,帮助其进行农产品的交易。它通过各种工具和服务,如在线市场、支付解决方案和物流服务等,使得农产品交易更加便捷和高效。

阿里巴巴集团旗下的1688.com,主要面向全球的采购商和中国供应商,为其提供一个交流的平台。采购商可以在

该平台上找到各种各样的中国农产品,并与供应商进行直接交流和交易。

此外,还有泰国的ThaiGEMS,这是一个由泰国政府支持的项目,旨在将泰国的农产品出口到全球各地。其主要通过网络平台进行交易,并提供一系列的服务,包括产品推广、质量控制和物流安排等。

这些案例表明,农产品跨境电商有着巨大的潜力和发展空间,只要有良好的政策支持和完善的服务系统,就能有效地推动农产品的国际贸易,促进各国农业的发展。

阿里巴巴国际站和1688.com在农产品跨境电商领域的成功主要源于其完善的平台机制和出色的运营策略。一方面,阿里巴巴国际站发布的《2020年农产品及食品行业分析报告》提供了对农产品及食品行业动态的深度解读,并从运营角度为平台商家提供出口农产品、重点类目把握及产品热点趋势等方面的借鉴,这样的信息分享无疑帮助了商家更好地理解市场趋势,提升了销售效果。另一方面,跨境电商作为新型贸易业态在全球快速兴起,我国农产品跨境电商的发展也呈现出增速快、以制成品为主的特点。在此背景下,阿里巴巴国际站和1688.com等电商平台为农产品生产企业提供了直接与全球消费者对接的机会,有效缩短了交易链条、减少了中间环节、优化了传统贸易流程,同时降低了企业参与农产品国际贸易的成本,这种模式的成功实践对未来农产品跨境电商的发展提供了重要启示。总的来说,阿里巴巴国际站和1688.com在农产品跨境电商领域的成功,既得益于其深度的行业研究和精细化的运营策略,又离不开跨境电商模式为传统农产品贸易带来的革新。

4 结语

农产品跨境电商为乡村振兴提供了新的机遇。首先,可以帮助农民直接将产品销售到全球市场,提高农产品的销售额和利润。其次,通过电商平台,农民可以更好地了解市场需求、调整生产结构、提高产品质量。最后,跨境电商还可

以带动农村物流、仓储、包装等相关产业的发展,促进乡村就业和经济增长。农产品跨境电商的发展路径主要包括建立完善的电商平台、提供专业的培训和支持、优化物流配送体系等,这些措施在实践中已证明是有效的。例如,阿里巴巴国际站和1688.com等电商平台已成功帮助了许多农产品生产企业开展跨境电商业务。同时,政府提供了政策支持和资金扶持,推动了农产品跨境电商的发展。

农产品跨境电商有着巨大的发展潜力。随着互联网技术的进一步发展和消费者需求的多样化,农产品跨境电商将会有更多的创新和发展机会。为了推动农产品跨境电商的发展,政府和企业可以从以下几点进行努力:一是加强电商平台的建设和管理,提高服务质量和效率;二是加大对农民的培训力度,提高其电商运营能力;三是优化物流配送体系、降低运输成本;四是加强品牌建设和市场推广,提高农产品的国际竞争力。

参考文献

- [1] 周杨,张金萍.基于区块链技术促进中国生鲜农产品跨境电商发展策略研究[J].商业经济,2023(10):85-87.
- [2] 陈语彰.区块链技术下我国农产品跨境电商优化研究[J].山东农业工程学院学报,2023,40(8):89-93.
- [3] 王云成,张忠明.浙江农产品跨境电商发展现状、问题及建议[J].对外经贸实务,2023(8):92-96.
- [4] 汪琮.基于乡村振兴视域的农产品跨境电商营销路径研究[J].营销界,2023(15):95-97.
- [5] 王媛媛.乡村振兴背景下跨境电商发展对农产品出口的影响[J].商业经济研究,2023(15):139-142.
- [6] 贾书源.新时期我国农产品国际贸易与跨境电商发展[J].中国储运,2023(7):156-157.
- [7] 农秋红,归晓敏,蔡艳梅,等.跨境电商在中越水果贸易中的应用:以榴莲品类为例[J].中国商论,2023(12):52-55.
- [8] 詹帅.浅谈生鲜农产品跨境电商冷链服务质量提升[J].现代化农业,2023(6):73-75.
- [9] 周文.“一带一路”倡议下发展中国农产品跨境电子商务的SWOT分析[J].农业工程技术,2023,43(14):99-100.
- [10] 高瑀彤,胡艳英.跨境电商农产品溯源体系构建[J].价值工程,2023,42(7):162-165.

Analysis of the Development of Agricultural Product Cross-Border E-Commerce under the Rural Revitalization Strategy

Sun Mingwei

(China Council for the Promotion of International Trade Anqiu Sub-council, Anqiu, Shandong 261021)

Abstract: It is of great value to develop cross-border e-commerce of agricultural products under the rural revitalization strategy. With the acceleration of global economic integration, the market scale of such cross-border e-commerce continues to expand. Meanwhile, the cross-border e-commerce of agricultural products also faces challenges related to product quality and safety, logistics distribution and after-sales services, brand building and marketing, and policy support and laws and regulations. Based on this, the article discusses the development path of agricultural product cross-border e-commerce from various aspects, such as improving the quality and safety level of agricultural products, optimizing the logistics distribution and after-sales service systems, creating agricultural product cross-border e-commerce brands, innovating agricultural product cross-border e-commerce models, and improving policy support and regulatory systems, so as to help the sustainable, rapid, and high-quality development of the cross-border e-commerce of agricultural products.

Keywords: Rural Revitalization; Agricultural Products; Cross-Border E-Commerce; Global Economic Integration; Agricultural and Rural Modernization

数字经济对现代化产业体系建设的影响研究

李文

(华蓥市文化广播电视和旅游局 四川华蓥 638600)

摘要: 数字经济作为新型生产要素,是现代化产业体系建设的重要驱动力量。本文基于中国2005—2020年300个城市形成的面板数据,采用熵值法构建数字经济发展指标,从产业结构合理化、产业结构高度化、产业转型速度、服务业内部结构高级化四个维度探究现代化产业体系建设,构建中介效应和门槛效应模型,实证检验和探索数字经济发展对现代产业体系建设的影响和机制。研究发现,数字经济的发展对现代化产业体系建设具有显著的正向效应,这种作用机制通过消费水平和科技创新水平实现,数字经济对现代化产业体系建设的影响是非线性的,为进一步促进数字经济与实体经济的深度融合、更好地推进现代化产业体系建设提供了依据。

关键词: 数字经济; 产业体系; 熵值法; 消费水平; 科技创新; 现代化产业

本文索引: 李文.数字经济对现代化产业体系建设的影响研究[J].中国商论,2024(05):038-041.

中图分类号: F276

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-038-04

1 引言

党的二十大报告指出,要“加快发展数字经济”。当前,中国经济发展进入结构性减速的新常态,现代产业体系作为现代化经济体现建设的重要内容,对缓解经济增长结构性减速、推动经济高质量发展有着重大作用。近年来,数字经济与传统产业融合发展的过程面临诸多制约,传统产业的数字化改造相对落后,不能对产业投资和增加值增速起到较大的拉动作用,不能有效抵制工业增速的持续下滑,同时数字经济促进产业结构升级面临许多困难。因此,本文通过实证分析数字经济对现代产业体系建设的影响效应,试图为推动现代产业体系建设寻求政策依据,具有理论和实践意义。

2 理论分析与研究假设

2.1 数字经济能推动现代化产业体系建设

王珏、吕德胜(2022)认为,数字经济作为一种新的经济形态,是产业转型和经济发展提质增效的新动力和新引擎,对缩小区域发展差距、支持经济稳定增长、促进产业结构升级具有重要作用。迟明园、石雅楠(2022)认为,现阶段是产业结构调整的关键时期,如何做到经济转型升级,调整产业结构尤为重要。数字经济是一种新兴的经济形态,可以作为产业结构优化升级的新动力。基于以上分析,本文提出研究假设:

假设1:数字经济能够推动现代化产业体系建设。

2.2 数字经济推动现代化产业体系建设的作用机制

戚聿东、褚席(2022)认为,数字经济主要通过消费需求

的作用,间接促进产业结构的升级和合理化。数字经济的发展会增加消费者的线上消费倾向。一方面,数字信息的可复制性、快速传递性提高了线上产品价格的透明度,降低了消费者信息搜寻的成本;另一方面,数字智能对消费者消费足迹的跟踪与记忆,可精准消费者的偏好,为其提供差异化的产品,更好地匹配了供需。随着数字技术的快速发展,电子商务迎来了数字红利时代的发展机遇。淘宝、京东、阿里巴巴、抖音、拼多多各大互联网平台日趋增多,各大平台之间的竞争加剧,提供更低成本、更高质量的差异化产品。移动互联网普及率逐渐提高,互联网技术便民、利民,深入联通乡村等偏远地区,我国网民数量也迅速增长,增加进一步消费的需求与数量,并增加居民发展享受型消费支出。基于此,本文提出研究假设:

假设2:数字经济通过促进消费升级对现代化产业体系建设产生影响。

卫平、古焱(2022)认为,数字经济通过提升创新产出水平来推动产业结构升级。数字经济时代,科技创新的所有生产要素首先转化为数字资源,大数据、区块链、深度学习等数字技术延展了科技创新空间。同时,数字信息的广泛传递更容易产生知识、技术外溢,数字技术提高了人们沟通交流的便利性,频繁的思想碰撞与区域合作更容易促进技术创新。基于以上分析,本文提出研究假设:

假设3:数字经济通过提升技术创新对现代化产业体系建设产生影响。

2.3 数字经济对现代化产业体系建设的推动效应

汪晓文等(2023)通过门槛检验结果显示:数字经济对

作者简介:李文(1993-),男,汉族,四川达州人,硕士,研究方向:旅游规划。

产业结构升级的作用是非线性的,并呈现出地域的异质性。秦建群等(2022)实证检验了数字经济对产业结构影响的“倒U”型非线性特征,表明数字经济对促进产业结构升级具有正向的促进效应。基于以上分析,本文提出研究假设:

假设4:数字经济对现代化产业体系建设的影响是非线性的。

3 模型设定及数据说明

3.1 模型设定

为检验假设1与假设2,验证数字经济对产业结构直接与间接的作用机制,本文构建中介效应模型:

$$Ind_{it} = \alpha_0 + \alpha dig_{it} + \alpha k \sum C_{it} + u_i + v_t + \varepsilon_{it}$$

$$med_{it} = \beta_0 + \beta dig_{it} + \beta k \sum C_{it} + u_i + v_t + \varepsilon_{it}$$

$$Ind_{it} = \gamma_0 + \gamma dig_{it} + \gamma med_{it} + \beta k \sum C_{it} + u_i + v_t + \varepsilon_{it}$$

其中, i 是地区; t 是年份; Ind 为现代化产业体系建设指标; $dige$ 为数字经济; med 为中介变量; C_{it} 为控制变量; u_i 表示个体固定效应; v_t 表示年份固定效应; ε_{it} 为随机扰动项。

为检验假设3,本文采用Hansen的面板门槛效应模型进行实证研究,如下:

$$Ind_{it} = \delta + \beta_1 dig_{it} \times I(adg_{it} \leq \gamma_1) + \beta_2 dig_{it} \times I(\gamma_1 < adg_{it} \leq \gamma_2) + \dots + \beta_1 dig_{it} \times I(adg_{it} > \gamma_m) + \beta k \sum C_{it} + \varepsilon_{it}$$

其中, adg 为门槛变量; γ 为门槛值; $I(\cdot)$ 为指示函数。

3.2 变量测度与说明

3.2.1 被解释变量:现代化产业体系指标(ind)

本文分别从产业结构合理化、产业结构高级化、产业转型速度、服务业结构高级化四个方面构造现代化产业体系建设指标。用泰尔指数表示产业结构合理化; $theil = \sum y_i * \ln(y_i / li)$, y_i 、 li 分别表示各产业产值占总产业产值的比重与 $theil$ 从业人数占总产业从业 $theil$ 的比重, $theil$ 指数越低,表明产业结构越合理。产业结构高级化 upg 用第三产业产值与第二产业产值的比重测量;产业转型速度用产业结构层次系数衡量; $ias = \sum_{m=1}^3 y_{i,m,t} * m$;服务业结构高级化 sup 用科教文卫、金融等知识密集型服务业从业人数占年末服务业从业总人数的比重来度量。

3.2.2 核心解释变量:数字经济发展水平(digital)

根据赵涛等(2020)的研究,本文从四个方面构建数字经济指标体系,分别为互联网普及率、相关从业人员情况、相关产出情况和移动电话普及率。采用熵值法,将以上四个指标的数据标准化后降维处理,得到数字经济综合发展指数 $digital$ 。

3.2.3 中介变量

科技创新水平(tec)用专利申请数取对数测量。

3.2.4 控制变量(C)

为较为精准地评估数字经济对现代化产业体系建设的

全面影响,减少遗漏变量造成的估计偏差,本文尽可能控制了会影响现代化产业体系建设的相关变量,具体设置如下:

(1)经济发展水平($cgdp$),用人均GDP取对数表示;(2)金融发展水平(fin),用年末金融机构各项贷款余额占比GDP来表示;(3)人力资本水平($human$),用高等学校在校人数取对数表示;(4)对外开放程度($open$),用实际使用外资额取对数表示;(5)政府干预(gov),用政府财政支出与GDP之比表示;(6)城镇化水平($ubrm$),用年末非农业人口数与年末总人口数的比重表示;(7)城市规模($size$),用年末总人口取对数表示。

3.3 数据来源与描述性统计

本文选取2005—2020年300个地级市的面板数据作为样本,相关数据来源于各地历年统计年鉴、《中国城市统计年鉴》,各变量的描述性统计特征如表1所示。

根据表1的数据,产业结构高度化和服务业结构高级化指标的标准差都较小,且最小值和最大值差距不大;产业结构合理化和产业转型速度标准差较大。结合中位数来看,极可能受极端值的影响,故采用winsorize对所有连续变量进行上下1%水平的缩尾处理。整体来看,数据波动幅度不大,中国数字经济发展的整体水平较低,各地区差距较大,为异质性检验提供了依据。

表1 变量描述性统计

variable	N	mean	p50	sd	min	max
theil	5996	28.90	23.79	22.60	0.255	106.6
upg	6000	0.945	0.820	0.495	0.238	3.169
ias	6000	224.6	223.7	15.03	191.3	263.9
sup	5979	0.460	0.472	0.0810	0.164	0.612
digital	6000	0.00200	-0.263	0.867	-0.631	5.146
cons	6000	14.81	14.84	1.310	11.66	17.86
tec	5994	7.850	7.812	1.868	1.386	11.64
cgdp	6000	10.12	10.22	0.900	8.030	11.93
fin	6000	2.289	1.921	1.265	0.810	8.513
open	5954	9.364	9.486	2.061	3.871	13.66
gov	6000	0.191	0.144	0.191	0.0520	1.540
size	5995	5.790	5.872	0.748	3.401	7.137

4 实证结果与分析

4.1 基准模型回归

本文用固定效应模型进行回归分析,并采用异方差稳健标准误分析,结果如表2所示。随后进行了多重共线性检验,结果表明不存在多重共线性问题。表2列(1)~(4)显示同时双固定效应下,采用异方差稳健标准误,加入控制变量后,数字经济系数对现代化产业体系建设的四个指标均在1%的水平上显著。具体而言,数字经济对产业结构合理化的系数为-1.739,其能促进产业结构合理化;对产业结构高级化和产业转型速度的系数分别为0.075和1.196,表明数字经济水平能促进产业机构高级化、加快产业转型速度;对服务业结构高级化的系数为-0.019,表明数字经济发展水平对服务

业内部结构高级化的促进作用不明显,甚至有一定的抑制作用,可能的原因是数字经济普及与应用会带动服务业整体大面积发展,而对高精尖服务业的带动效果只有小部分,因此对服务业内部结构高级化的促进作用不明显。

4.2 稳健性检验

4.2.1 内生性处理

考虑到数字经济水平与现代化产业体系建设指标可能存在的双向因果关系和内生性问题,本文采用滞后一期重新进行回归,数字经济对现代化产业体系建设的指标在1%的水平上显著,且方向与上述一致,表明结果是可靠的。

4.2.2 异质性检验

本文将300个城市划分为东、中、西部地区进行分组回归,发现数字经济对东、中、西部地区现代化产业体系建设指标影响在5%的水平上显著,方向一致,但大小不同。具体而言,东部地区的作用效果大于中部地区,西部地区的作用最小,可能的原因是西部地区数字经济水平发展滞后,对现代化产业体系建设的发展红利还未显示出来。

表2 基准回归结果

	(1)	(2)	(3)	(4)
	theil	upg	ias	sup
digetal	-1.739***	0.075***	1.196***	-0.019***
	(0.480)	(0.013)	(0.250)	(0.003)
tec	0.247	0.003	0.612***	0.009***
	(0.463)	(0.010)	(0.190)	(0.002)
cgdp	-1.728	-0.367***	3.615***	-0.004
	(1.227)	(0.024)	(0.478)	(0.005)
fin	1.643***	0.078***	1.282***	0.006**
	(0.616)	(0.012)	(0.240)	(0.003)
open	-0.845***	-0.024***	0.165	0.000
	(0.225)	(0.005)	(0.110)	(0.001)
gov	16.298***	0.087	1.417	-0.022
	(5.075)	(0.118)	(2.165)	(0.024)
ubrn	-0.036**	0.001*	0.027***	0.000***
	(0.018)	(0.000)	(0.010)	(0.000)
size	4.385	-0.214***	-0.434	0.062***
	(3.256)	(0.055)	(1.459)	(0.013)
_cons	-6.018	7.682***	196.843***	-0.145
	(29.562)	(0.542)	(13.404)	(0.129)
N	4464.000	4464.000	4464.000	4464.000
r ²	0.813	0.883	0.929	0.747
id	YES	YES	YES	YES
year	YES	YES	YES	YES

Standard errors in parentheses

注: *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01。

4.3 中介效应检验

4.3.1 消费升级的传导机制

综上基准回归结果说明,数字经济对现代化产业体系

建设总体具有正向效应,并通过了结构性检验与异质性检验。数字经济能显著促进产业结构合理化、整体产业结构高级化、加快产业转型速度,但对服务业结构高级化有轻微的抑制作用,验证了假设1,进一步验证数字经济对现代化产业体系建设的传导机制。如表3所示,数字经济对消费升级在1%的水平上具有显著的促进作用。将数字经济与消费升级变量加入回归模型中,结果表明数字经济能让产业结构更加合理,但影响不显著列(2);对产业结构高级化列(3)、产业转型速度列(4)均具有显著的正向作用,但对降低服务业内部结构高级化水平有一定的抑制作用,可能的原因是数字经济增加第二产业的消费,而第三产业的消费促进作用不明显。因此,假设2得到验证。

表3 消费水平的中介效应

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	consu	consu_theil	consu_upg	consu_ias	consu_sup
digetal	0.123***	-1.116	0.161***	1.614***	-0.0147**
	(0.0282)	(0.855)	(0.0308)	(0.477)	(0.00638)
consu		-3.096**	0.268***	5.608***	-0.0225***
		(1.289)	(0.0407)	(0.720)	(0.00741)
_cons	-0.721	-16.48	0.861	141.8***	0.338***
	(0.519)	(40.58)	(0.565)	(16.66)	(0.118)
	5949	5945	5949	5949	5933
	0.929	0.041	0.344	0.616	0.035

4.3.2 科技创新的传导机制

科技创新的传导渠道如表4所示,digital系数对科技创新在5%的水平上显著为正。将数字经济与中介变量科技创新加入回归模型中,结果显示,数字经济能在10%的显著性水平上促进产业结构高级化、加快产业转型速度、降低服务业内部结构高级化水平,对产业结构合理化的中介效应不显著,说明科技创新存在中介效应,假设3得到验证。

表4 科技创新的中介效应

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	tec	tec_theil	tec_upg	tec_ias	tec_sup
digetal	0.154**	-1.519*	0.184***	2.083***	-0.0188***
	(0.0670)	(0.839)	(0.0310)	(0.506)	(0.00618)
tec		0.0871	0.0707***	1.362***	0.00906**
		(0.635)	(0.0199)	(0.405)	(0.00398)
_cons	6.284***	-14.64	0.222	129.3***	0.295**
	(1.030)	(41.09)	(0.610)	(16.90)	(0.124)

Standard errors in parentheses

注: *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01。

4.4 门槛效应检验

为验证假设数字经济促进现代化产业体系的影响是否存在非线性的溢出效应,面板门槛回归模型实证检验如表5所示。数字经济对产业结构合理化不存在门槛效应,对整体产业结构高级化和服务业内部结构高级化存在单门槛效

应,对产业转型速度通过了双门槛检验,说明数字经济对现代产业体系的动态影响不仅受到自身水平的作用,还存在着经济发展水平产生的正向调节影响,假设4得到了验证。

表5 门槛效应回归结果

	被解释变量			
	theil	upg	ias	sup
Single (γ_1)		8.6241	9.0986	9.0614
Double (γ_2)			10.2140	
$\beta_1 \text{dig}_{it} \times I(\text{adg}_{it} \leq \gamma_1)$		-0.0578 (0.0855)	22.85*** (1.614)	0.0125 (0.0121)
$\beta_2 \text{dig}_{it} \times I(\gamma_1 < \text{adg}_{it} \leq \gamma_2)$			15.25*** (1.450)	
$\beta_3 \text{dig}_{it} \times I(\text{adg}_{it} > \gamma_2)$		0.210*** (0.0313)	6.957*** (0.679)	-0.0188*** (0.00550)

5 结语

本文从四个维度探究现代化产业体系建设,从地区结构差异、地区差异进行稳健性检验,将经济发展水平作为门槛变量,检验数字经济对现代化产业体系建设的影响是否是非线性的。本文得出主要结论如下:

第一,从整体来看,数字经济的发展对现代化产业体系建设具有显著的正向效应,不仅促进了产业结构合理化、产业结构高度化,还加快了产业转型速度,但在一定程度上抑制了服务业内部结构高级化,这种抑制效应很微小。

第二,从中介效应来看,数字经济对现代化产业体系建设的作用机制是通过消费水平和科技创新水平实现的,即数字经济可以通过刺激消费和激励科技创新,促进产业结构的高度化和合理化,加快产业转型速度。

第三,从门槛效应来看,数字经济对现代化产业体系建设的影响是非线性的,随着经济发展水平的提升,数字经济现代产业体系的推动作用呈现出显著的倒U型特征。

以上研究结论对中国快速发展数字经济和推动现代化产业体系建设提供了以下启示:

首先,应继续推进实施国家数字经济战略,培育新一代数字技术,进一步推进数字产业发展,同时深入推进数字技术与实体经济的融合,扩大产业数字化的辐射范围,巩固数字技术应用为现代产业体系建设的红利优势。其次,抓住产业数字化的发展时代机遇,通过网络平台、数字支付等数字媒介刺激消费,提升消费水平、促进消费升级。同时,引导数字经济与高端服务业的融合,尽可能最大化释放数字经济对现代产业体系的红利,构建优势互补格局,提高区域内产业的竞争力,推动经济高速发展。最后,持续加大实行创新驱动的发展战略,不断促进科技创新。政府为创新提供良好的外部环境,城市要紧紧围绕数字经济发展带来的红利,搭建多样化平台,搭乘新一波技术革命,为数字经济通过技术创新构建现代产业体系提供畅通通道。

参考文献

- 王珏,吕德胜.数字经济能否促进黄河流域高质量发展:基于产业结构升级视角[J].西北大学学报(哲学社会科学版),2022,52(6):120-136.
- 达明园,石雅楠.数字经济促进产业结构优化升级的影响机制及对策[J].经济纵横,2022(4):122-128.
- 戚聿东,褚席.数字经济发展促进产业结构升级机理的实证研究[J].学习与探索,2022(4):111-120.
- 卫平,古焱.数字经济对产业结构升级的影响研究:基于创新产出角度的分析[J].工业技术经济,2022,41(6):3-9.
- 汪晓文,陈明月,陈南旭.数字经济、绿色技术创新与产业结构升级[J].经济问题,2023(1):19-28.
- 秦建群,赵晶晶,王薇.数字经济对产业结构升级影响的中介效应与经验证据[J].统计与决策,2022,38(11):99-103.
- 赵涛,张智,梁土坤.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 Impact of Digital Economy on Establishing a Modern Industrial System

Li Wen

(Huaying Culture, Radio, Television and Tourism Bureau, Huaying, Sichuan 638600)

Abstract: As a new type of production factor, digital economy is an important driving force for the establishment of a modern industrial system. Based on panel data from 300 cities in China from 2005 to 2020, this study uses entropy method to form indicators for the development of digital economy. This study explores the establishment of a modern industrial system from four dimensions: rationalization of industrial structures, height of industrial structures, efficiency of industrial transformation, and internal structure advancement in the service industry. Mediation and threshold effects models are formulated to empirically test and explore the impact and mechanism of digital economy development on establishing a modern industrial system. Research indicates that the development of the digital economy has a significant positive effect on the growth of a modern industrial system and such mechanism is achieved through the level of consumption and technological innovation. Moreover, the impact of the digital economy on the establishment of a modern industrial system is non-linear. The research outcomes of this study seeks to provide a basis for further promoting the deep integration of the digital economy and the real economy, and better supporting the advancement of a modern industrial system.

Keywords: Digital Economy; Industrial System; Entropy Method; Consumption Level; Technological Innovation; Modern Industries

探究数字经济赋能绿色发展的有效性

张秀雯¹ 吴文喆²

(1.沈阳师范大学管理学院; 2.沈阳师范大学美术与设计学院 辽宁沈阳 110034)

摘要: 绿色发展是我国经济发展规划的重点目标,也是实现经济高质量发展的必由之路。随着数字技术的快速发展,数字经济已成为推动绿色发展的重要力量。本文旨在探讨数字经济如何推动绿色可持续发展,通过分析数字经济对绿色技术创新、绿色产业结构升级及绿色消费需求释放等方面的影响,阐述数字经济在实现可持续发展目标方面的积极作用。

关键词: 数字经济; 绿色发展; 可持续发展; 绿色技术创新; 绿色产业结构

本文索引: 张秀雯,吴文喆.探究数字经济赋能绿色发展的有效性[J].中国商论,2024(05):042-045.

中图分类号: F120

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-042-04

“绿水青山就是金山银山”,面对日益严峻的资源环境压力,推进绿色发展成为建设美丽中国的必然要求,这对实现国家“十四五”规划中提出的“生态文明建设取得新进步”的目标具有重要意义,数字经济正是赋能绿色发展的重要引擎。如何在数字经济快速发展的同时,发挥其在绿色发展中的作用,成为当前的重要议题。本文以数字经济为出发点,探讨了数字经济与绿色发展之间的相互关系,主要涉及数字经济如何推动绿色技术创新、在绿色产业中的应用及如何促进消费升级。

1 文献综述

数字经济是基于数字计算技术的经济活动,包括互联网、大数据、云计算、人工智能等新兴技术的产业化应用。绿色发展是以资源节约、环境友好为基本原则的发展方式,强调经济、社会和环境的协同发展。

近年来,随着数字技术的快速发展,数字经济逐渐成为推动绿色发展的重要力量。一些文献研究表明,数字技术的应用可以提高能源利用效率、减少资源浪费、优化能源结构,从而促进绿色发展。例如,云计算、大数据等技术的应用,可以帮助企业实现能源精细化管理,提高能源利用效率。此外,数字技术可以促进绿色金融的发展,为绿色产业提供更多融资渠道。

对于数字经济赋能绿色发展的研究,本文主要采取定性和定量两种方法。首先,定性研究是从理论层面对数字技术与绿色发展的关系进行深入探讨。这种研究方法主要通过深入剖析数字技术的内在机制,以及其在绿色发展中的应用和贡献,从而提出一些具有政策指导意义的建议。其次,定量研究则通过数据分析和模型预测等方法,对数字技术与绿色发展的关系进行实证分析。这种研究方法主要通

过收集大量的数据,运用统计分析、机器学习等技术手段,建立数字技术与绿色发展之间的量化关系模型,从而揭示数字技术对绿色发展的实际影响。通过这两种研究方法,人们可以更全面、更深入地理解数字经济赋能绿色发展的内在机制和实际影响,从而为政策制定和实践提供有力支持。

数字经济在赋能绿色发展方面具有巨大潜力,数字技术的应用可以促进能源结构的优化,提高能源利用效率、减少环境污染。同时,数字技术可以促进绿色金融的发展,为绿色产业提供更多融资渠道。然而,也存在一些挑战,如数字鸿沟、数据安全等问题。未来,数字经济赋能绿色发展的研究将更加深入,可以探讨更多数字技术在绿色发展中的应用场景。同时,可以进一步探讨数字技术与绿色发展的互动机制,以及如何解决数字鸿沟、数据安全等方面的问题。

2 绿色技术与数字经济的融合

2.1 绿色技术创新

绿色技术创新是指能够降低环境污染、减少资源消耗、促进可持续发展的技术创新。这些技术创新的目的是将环境保护与经济发展相结合,实现可持续发展,通常包括环境友好型技术、资源节约型技术、循环经济技术等,是一种具有广泛社会效益的技术创新,不仅可以帮助企业实现可持续发展,还可以促进社会经济发展和环境保护的良性循环。这些技术可以帮助企业降低生产过程中的环境污染,提高资源利用效率,减少对自然资源的依赖,同时可以提高产品的质量和竞争力,已成为全球范围内推动可持续发展的重要手段。另外,绿色技术创新不仅是一种技术进步,还是一种全新的发展理念,它注重环境保护和可持续发展,以创新的方式解决环境问题,同时促进经济、社会和环境的协同发展,不仅是实现可持续发展的重要途径,还是未来发展的重

作者简介: 张秀雯(2004-),女,汉族,贵州安顺人,行政管理专业;

吴文喆(2003-),男,汉族,江西赣州人,美术学(师范)专业。

要方向。

数字经济是一种基于数字计算技术的经济形态,以数据为关键要素,通过数字技术的创新和应用,实现资源的优化配置、产业的融合升级和经济的提质增效。既包括电子商务、电子支付、数字创意产业等新业态新模式,又涵盖了大数据、云计算、人工智能等新兴技术,具有高创新性、强渗透性、广覆盖性等特点,能够推动传统产业的数字化转型,提高生产效率和质量,同时能培育新的经济增长点和社会治理方式。在我国,数字经济已成为推动经济高质量发展的重要引擎。国家出台了一系列支持数字经济发展的政策措施,包括加强数字基础设施建设、推进数字化转型、鼓励创新创业等。

在“双碳”目标背景下,绿色技术创新是推动低碳、节能发展的关键驱动力。工业企业要积极推动绿色技术创新是实现可持续发展的必经之路,通过绿色技术创新,可以减少生产过程中的废弃物排放,提高资源利用效率,降低对环境的负面影响。同时,绿色技术创新有助于提高产品的质量和性能,满足消费者的环保需求,提高市场竞争力。

近年来,我国大力实施创新驱动发展战略,推进科技创新和转型升级,已取得一系列重大成果,在5G、核电等领域实现了重大突破,形成了一批具有自主知识产权的核心技术。但是,我国在绿色技术创新方面仍存在诸多不足:一是绿色发展理念尚未深入人心,存在一定的观念偏差;二是缺乏先进的技术支撑,研发投入不够,研究项目难以深入开展;三是相关法律法规不够完善,知识产权得不到保障,无法激发活力;四是创新能力薄弱,缺乏创新思维。因此,我国要借助数字经济的发展,促进绿色技术与数字技术的融合应用,推动产业转型升级。

2.2 数字技术在绿色产业中的应用

数字技术在绿色产业中的运用主要涉及绿色制造、绿色产品、绿色物流等方面。在传统制造业升级和追求高质量发展的过程中,工业互联网的应用具有至关重要的作用,不仅有助于提高企业的生产效率,还可以实现企业内部的节能减排、降低生产成本,更可以优化社会资源的配置,提高利用效率,减少资源浪费和环境污染。同时,工业互联网的应用可以提高生产过程中的质量控制和产品追溯能力。基于数字技术的物流系统可以帮助企业实现物流信息的实时更新和优化,提高物流效率、降低物流成本。此外,数字经济在绿色城市建设领域发挥了重要作用。随着城市化进程的加速,城市面临着越来越多的环境挑战,如空气污染、交通拥堵和资源浪费等。数字经济为城市提供了更高效、更智能的解决方案,如智能交通系统、智能建筑和智能能源管理等,帮助城市减少碳排放、优化资源利用和提高可持续性。

(1)智能交通方面,数字经济通过大数据分析和预测交通流量,为城市规划者提供更准确的数据支持,从而减少交

通拥堵和减少碳排放。此外,数字经济推动了电动汽车的普及,通过智能充电桩的建设和管理,为电动汽车用户提供了更便利的充电服务,同时减少了化石燃料的消耗和碳排放。

(2)智能建筑方面,数字经济通过智能传感器和物联网技术对建筑能源使用进行实时监测和管理,从而减少能源浪费和碳排放。此外,通过数字化设计和建造,建筑行业可以更有效地利用资源,减少建筑材料浪费和碳排放。

(3)智能能源管理方面,数字经济通过智能电网和储能技术,实现了对能源使用的高效管理和优化配置,不仅可以减少能源浪费和碳排放,还可以提高能源安全性,应对潜在的能源危机。

数字技术还可以应用于环保领域,例如环境监测、污染治理等方面,有利于企业提高绿色产品生产效率、降低能源消耗、减少环境污染,更好地实现可持续发展目标,促进经济高质量发展。此外,数字技术可以帮助环保领域提高数据采集、分析和处理能力。通过遥感、卫星图像等技术,可以实时监测环境状况,获取大量的环境数据。利用人工智能和大数据技术,可以对这些数据进行深入分析,为污染治理和环境管理提供更加准确、科学的依据。

(1)污染治理方面,数字技术可以应用于水、空气、土壤等污染的监测和治理。例如,利用物联网技术可以实时监测水质的污染情况,通过大数据分析可以预测水质变化趋势,为治理方案提供科学依据。同时,利用人工智能技术可以开发出更加智能、高效的污染治理设备,提升治理效果。

(2)企业提高绿色产品生产效率方面,数字技术可以发挥重要作用。例如,通过工业互联网技术可以实现生产线的智能化、自动化,提高生产效率的同时,降低能源消耗。此外,数字技术可以应用于企业的供应链管理,实现绿色采购、绿色物流等环节的优化,进一步提高企业的绿色产品生产效率。

综上,数字技术在环保领域的应用具有广阔的前景和重要意义,不仅可以提高环保工作的效率和准确性,还可以帮助企业更好地实现可持续发展目标,促进经济高质量发展。然而,数字技术目前在绿色产业中的应用存在一些问题,如数字技术与绿色产业的融合度不够高,数字技术应用效果不够显著等。因此,我国需要进一步探索数字技术在绿色产业中的更多应用场景,以促进经济的高质量发展。

3 数字经济赋能绿色发展的实践探索

党的二十大以来,以习近平同志为核心的党中央作出建设数字中国的重大决策部署,把发展经济上升为国家战略。在“十四五”规划的指引下,各省积极发展数字经济,推动数字产业化和产业数字化,打造具有国际竞争力的数字产业集群。在此背景下,我国数字经济快速发展,企业数字化转型步伐加快,部分地区积极探索数字经济与绿色发展融合发展的新模式。

3.1 推动数字化绿色化协同发展

中国互联网发展基金会在中央网信办信息化发展局的指导下,启动了2023年数字化绿色化协同转型发展优秀案例的征集工作,其中多个优秀项目成功入选。

四川省生态环境监测总站申报、三藏科技和北京大学联合开发的“天空地”一体化大气溯源防控体系及平台构建案例,利用数值预报模型进一步建立精细化的污染热点识别和小尺度溯源模块,实现污染来源轨迹和方向的研判,并识别污染高值热区,将管控区域从城市精确到区县甚至街道,识别重点管控区和协同管控区。此外,平台运用数值预报模型研发了应急减排评估体系,有效评估应急减排过程。在第31届世界大学生夏季运动会期间,该平台作为协助空气质量监测和预报预警工作的得力助手,为整个赛事提供了全方位的污染溯源与防控监测服务。

国网河北省电力有限公司的“链助双化——基于群体技术的城市数据中心绿色生态建设实践”项目,应用能源链智能合约技术,在数据安全、真实、可信的基础上,构建“电-能-碳”数据模型,并搭建城市数据中心智慧决策平台,以实现数据中心能耗水平和碳排放水平的监测。这一项目已在河北邢台成功落地,两年来帮助当地60%的数据中心达到国家规定的能耗标准,降低能耗1388.9万千瓦时,年节约经济成本882.1万元,并减少碳排放955.1万吨。

漳州市林业局的智慧林业项目在2023年数字化绿色化协同转型发展优秀案例评选中荣获表彰。该项目融合了卫星遥感、航空摄影、森林资源和国土三调多源数据,成功建立“森林资源天空地一张图”,为林业管理带来了革命性的变革。漳州市委、市政府积极推进智慧林业项目建设,通过引进先进的科技手段,林业管理工作实现了由传统向现代的跨越,为森林防火、病虫害防治、资源监测等方面提供了强有力的支持。该项目结合了大数据分析技术,对收集到的数据进行处理和分析,为决策者提供科学依据,使林业管理工作更加智能化、精细化。

这些优秀案例不仅展示了数字化和绿色化如何在各个领域实现协同效应,还表明了中国在数字化和绿色化协同转型方面的努力和成就,有助于推动更多的组织和机构参与到数字化绿色化协同转型的发展中,为实现可持续发展目标做出更大贡献。

3.2 构建绿色产业发展新模式

目前,我国数字技术创新应用的实践已初步形成以智能制造为核心、以平台生态为载体的产业发展新模式,在各领域应用效果显著。

国家电网有限公司大数据中心的“能源大数据应用平台赋能能源行业绿色低碳转型”项目,通过打造国家电网公司总部和各省级能源大数据应用平台,深化能源数据汇聚

融合,实现了数据与服务共享、应用敏捷构建、平台服务等一站式能源数字产品开发及服务功能。此外,该项目形成了三个中心和一个窗口的能源数据服务体系,以实现对能源、政务、社会等30类数据的统一汇聚与管理。至今,该项目已接入外部数据1.88万亿条,这些数据在支持碳排放监测分析、清洁能源消纳分析多个类型的数据应用构建方面发挥了重要作用,不仅推动了能源行业的数字化和绿色化协同发展,还对实现“双碳”目标起到了重要的推动作用。

在深圳市生态环境局的指导下,腾讯公司推出了一款名为“低碳星球”的公众低碳互动科普小程序。该小程序依托腾讯地图和乘车码产品平台及用户运营体系,以及腾讯区块链的技术支撑,旨在倡导公众形成绿色低碳生活新风尚。“低碳星球”以互动养成类的创意思维,鼓励用户通过绿色公共出行行为,如乘坐公交、地铁等低碳出行方式,减少碳排放,获得积分奖励,养成个人的“低碳智能星球”。该小程序将首先上线公众绿色出行等低碳生活场景,用户只需通过手机上的“低碳星球”小程序选择出行方式,即可生成个人专属的碳排放报告,了解自己的碳排放情况。同时,用户可以通过参与公益活动、宣传推广等方式获取积分,兑换环保商品、景区门票等福利。“低碳星球”结合了腾讯乘车码的产品技术优势和用户连接能力,方便用户在出行时直接使用乘车码进行支付,减少使用私家车等高碳排放的出行方式。

此外,在能源领域,我国正在推进数字化清洁能源消纳,旨在构建一种多能互补、融合发展的新格局;在交通领域,我国正依托大数据平台开展车辆运行状态监控、辅助驾驶和自动驾驶等智能化应用,有助于提高交通运行效率、减少交通事故和降低环境污染。在建筑领域,我国正推进建筑领域全过程信息采集、数据分析与挖掘等智能化应用,有利于提高建筑行业效率、降低能源消耗和减少环境污染。在农业领域,我国正以农业大数据平台为依托,开展农业绿色生产,推动农业生产效率提高、降低资源消耗和减少环境污染。

3.3 打造绿色消费场景新生态

我国部分地区结合自身优势,正在积极探索以数字技术推动绿色发展的新模式。

贵阳市作为生态文明的引领者,贵阳城投集团与贵阳块数据城市建设有限公司紧密合作,共同开发了贵阳市垃圾分类信息化监管系统。此系统的使用,标志着贵阳市垃圾分类工作迈入信息化监管新时代。该系统采用了先进的物联网技术,实现了对全市生活垃圾分类投放、收集、运输、处理等环节的实时监控和数据采集。通过该系统,监管部门可以全面掌握垃圾分类工作的实施情况,及时发现和解决存在的问题,提高垃圾分类的处理效果和资源化利用率,有效推动贵阳市垃圾分类工作的深入开展,提升城市环境卫生水平,助力美丽贵阳建设。同时,为全国其他城市推广垃圾

分类提供了可借鉴的经验和技术支持。

贵阳贵安近年来积极推进“数字活市”战略,将大数据等信息技术融入城市运行安全管理的方方面面,让城市管理更智慧、城市运行更安全、城市生活更美好。智慧交通方面,贵阳市交委通过修建智慧立体停车场,利用大数据技术对车位进行实时监控和管理,能比常规停车场多停放至少3倍数量的车,大大提高了空间利用率。此外,贵阳贵安利用大数据技术推进智慧城市建设。例如,通过在城市主要道路和公共场所安装摄像头和传感器,实现对城市交通流量、空气质量、建筑安全等各方面的实时监控和数据采集,为政府决策提供科学依据。无人便利店方面,贵阳贵安积极探索大数据技术的应用。通过利用人脸识别、移动支付等技术,顾客可以在无人便利店实现快速购物的需求,同时可以享受到更加便捷的购物体验。

浙江省湖州市利用先进的大数据、云计算和人工智能技术,构建了一种“互联网+”的绿色供应链管理新模式。这种模式促进生产企业从整个供应链的角度出发,通过大数据的采集、分析和利用等方式来优化供应链的组织和管理,从而推动绿色生产和清洁生产及循环经济的发展。与此同时,湖州市通过建设绿色消费大数据平台等方式,利用大数据平台收集和分析居民的消费数据,将这些数据转化为可量化的碳排放指标。在衣食住行等领域推广低碳产品和低碳服务等方式实现碳减排,引导居民树立绿色消费理念和低碳生活方式。

这些地区运用先进的大数据和人工智能技术,推动绿色生产和清洁生产及循环经济的发展,通过建设各种平台和应用场景等方式,引导居民树立绿色消费理念和低碳生活方式,这些经验和做法可以为其他地区提供有益的借鉴

和参考。

4 结语

作为新一轮科技与产业革命的产物,数字经济是经济现代化发展的必然趋势,可有效赋能城市绿色低碳转型发展,在中国经济转型升级和绿色发展中将发挥重要作用。然而,数字经济的发展带来了一系列生态环境问题,必须妥善处理数字经济与绿色发展之间的关系,充分发挥数字经济对绿色技术创新和绿色产业结构升级的赋能效应,从而实现绿色转型升级与高质量发展的协同发展。为达到这一目标,我国需要强化顶层设计,增强数据资源的有效管理,完善相关法律法规、标准体系和政策体系等配套措施,为数字经济助力绿色发展提供坚实的制度保障。同时,要加大科技创新和研发力度,推动数字技术与绿色技术的深度融合和创新,为数字经济助力绿色发展提供强大的技术支持,为推动可持续发展注入新的活力。

参考文献

- [1] 孙鹏博. 数字经济的绿色发展效应:基于数据要素作用视角[J]. 长沙理工大学学报(社会科学版), 2023, 38(6): 66-80.
- [2] 张震宇,侯冠宇. 数字经济赋能经济高质量发展:历史逻辑、理论逻辑与现实路径[J/OL]. 西南金融, 1-13[2023-12-21]http://kns.cnki.net/kcms/detail/51.1587.F.20231122.1655.012.html.
- [3] 王磊,王俊尧. 绿色技术创新视角下数字经济对城市绿色全要素生产率的影响研究[J]. 新疆农垦经济, 2023(12):69-79.
- [4] 孙文远,李琪. 数字经济推动绿色高质量发展的实践路径探析[J]. 盐城师范学院学报(人文社会科学版), 2023, 43(6): 48-56.
- [5] 周茜. 数字经济对制造业绿色发展的影响与机制研究[J]. 南京社会科学, 2023(11): 67-78.
- [6] 胡海洋,杨兰桥. 数字经济赋能经济绿色发展的效应与机制研究[J]. 区域经济评论, 2023(6): 84-93.

Research on the Effectiveness of Digital Economy in Facilitating Green Development

Zhang Xiuwen¹ Wu WenZhe²

(1. School of Management, Shenyang Normal University; 2. School of Art and Design, Shenyang Normal University, Shenyang, Liaoning 110034)

Abstract: Green development is one of the key goals of China's economic development plan and serves as a necessary path to achieve high-quality economic development. With the rapid development of digital technology, the digital economy has become an important force in driving green development. The article aims to explore the role the digital economy plays in advancing green and sustainable development. The article analyzes the impact of the digital economy on the innovation of green technologies, the upgrading of green industrial structures, and the stimulation of green consumer demand, elaborating on the positive contributions of the digital economy in achieving sustainable development goals.

Keywords: Digital Economy; Green Development; Sustainable Development; Green Technology Innovation; Green Industrial Structure

文化数字化发展背景下中国大众文化的国际传播研究

——基于北美的 SWOT 分析及对策建议

王琴琴

(全南大学 东亚研究所 韩国全罗南道 59626)

摘要: 文化对外传播能力是国家文化软实力与国际影响力的重要体现。在中国积极推动文化强国战略与文化自信的背景下,文化与科学的融合为中国文化产业高质量发展带来新的机遇与挑战。中国大众文化作为中华文化的重要组成部分,在全球范围内的传播有着重大意义和使命。本文运用SWOT方法系统地分析了文化数字化背景下中国大众文化在北美传播的优势、劣势、机遇及挑战,并根据SWOT矩阵分别从整合产业优势、打造品牌产品、再造传播内容、立体化传播途径、强化技术赋能等维度提出相应的国际传播策略与建议,以供参考。

关键词: 大众文化; 文化传播; 对外传播; 文化数字化; 文化产业数字化; 文化交易

本文索引: 王琴琴.文化数字化发展背景下中国大众文化的国际传播研究[J].中国商论,2024(05):046-049.

中图分类号: F752

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-046-04

1 绪论

在文化强国和数字经济战略的指引下,中国文化产业正经历深刻变革。新一代技术,如5G、人工智能、元宇宙等为文化产业带来新的增长动能,正在全面赋能并推动整个文化产业由量变到质变,进入文化与科技融合的新增长阶段——文化数字化发展阶段。这一转变表现为多领域、多产业和多区域的不断创新,重新构建了新的商业模式,涌现出数字内容、数字化出版、沉浸式体验和数字创意等新兴文化业态。在此背景下,中国文化产品及文化服务有望朝着更高产业附加值领域发展,同时将推动中国文化国际传播更加多元化,开启新的发展浪潮。

中国大众文化作为中华文化的重要组成部分,是一种由大众传播媒介影响塑造和广泛传播的当代文化和消费意识形态。通过大规模传播方式传递电影、电视、音乐、漫画、游戏和网络文学等各种文化内容,具有大众性、创新性、商业性和国际性的特征。在新时代、新形势下,需要关注和促进中国大众文化的全球传播,这也是推动中国文化数字化发展的重要探索途径。

北美不仅因其历史、地理和族群等有着独特且丰富的文化景观,还作为全球重要的文化和经济中心,在创新、国际交往和教育等方面具有特殊性和重要性,对全球竞争格局和文化格局具有深远影响,对中国文化的国际传播有特别的意义。

文化数字化发展对中国大众文化国际传播的主题、内容、渠道、受众和效果带来了深刻影响,打破了传统文化传播的单一性,让全球进入了数字技术主导的网络文化共创和文化对话时代,为中国文化产业提供了发展机遇,也为中国大众文化传播提供了新的契机。在数字化时代,中国大众文化的传播和发展具有更广阔的可能性和挑战,需要探索

新的策略和方法来强化与北美地区的交流合作,共同推动全球文化多元化发展。

因此,本文运用SWOT分析法对文化数字化发展背景下中国大众文化在北美地区的传播进行系统性研究,有助于认清中国大众文化在北美的传播情况,明确传播策略和方向,寻找新的传播途径和载体,助推中国文化出海和中国大众文化在北美的传播,提高中国文化品牌与形象的同时,提高中国在北美地区的影响力。

2 优势(Strengths)分析

2.1 文化底蕴支撑: 深厚历史文化积淀

中国历史文化积淀是中华文化之核心与精髓,是影响形成中国大众文化的重要基础,并赋予其深厚的历史底蕴和独特的文化魅力。中华五千年的文明史、文学名著、古代艺术和民间传统文化等丰富的文化资源,在数字化时代被再次激活和推广,为中国大众文化在北美的传播提供了坚实的基础。这一历史积淀不仅塑造和赋予了中国的价值观和精神特质,还在数字化背景下更容易传播和弘扬,从而提高中国大众文化在北美的吸引力和影响力。此外,中国历史文化积淀的多元、创新和包容的特性,在数字环境中因得以更好地融合和展示而进一步彰显,从而提高了中国大众文化在北美的竞争力和传播力。

2.2 基础设施与平台保障: 文化产业基地、平台等基础设施不断完善

中国国家文化出口基地建设成效显著,为大众文化输出和传播提供了更完善的基础设施、多元的传播渠道和广泛的机会。2017年起,国家文化出口基地迅速发展,截至2021年,29家基地的出口额超167.7亿美元,占对外文化贸

作者简介: 王琴琴(1986-),女,汉族,陕西安康人,博士,研究方向:东亚文化、中国古代哲学。

易出口的11%以上^[1]。这些基地不仅采用国际视野挖掘本土文化资源,通过新技术适应国际文化市场变化,还引入创新机制和改进文化产业管理,带动高质量的文化贸易,为文化出海、文化对外传播提供平台支撑:国家文化产业平台建设加强了文化输出的基础设施,更好地支持文化产品的生产、宣传和传播,从而提高了文化产品在北美的竞争力。同时,这些文化出口基地积极创新文化产业服务和管理、探索文化对外出口的新途径,为中国大众文化在北美传播提供了更多样化的渠道和机会,确保了文化产品的品质和服务质量,有助于提高中国大众文化产品在北美市场的认可度和影响力。

2.3 文化产业创新发展:文化新业态发展韧性持续增强

中国文化产业的创新发展持续增强,文化新业态不断壮大。2022年,16个文化新业态的营收增长5.3%,达43,860亿元,超越文化企业平均4.4个百分点,占总营收的36.0%。其中,13个行业的增长面达81.3%,涵盖动漫、游戏、数字内容服务及可穿戴智能文化设备制造等数字文化新业态^[2],不仅凸显巨大的市场潜力,还为中国大众文化在北美传播注入了新动力。中国文化新业态带动中国文化产品多样化与创新,更好地满足了北美的多元需求,而新业态的发展带来数字化、智能化、创新化的技术手段和管理模式,则加速文化产业转型升级、加强开放和互联互通,为中国大众文化在北美传播提供更先进的技术手段、更多元的文化传播渠道、更丰富的文化传播载体和机会。

3 劣势(Weakness)分析

3.1 中国大众文化北美传播的文化折扣明显

中国大众文化在北美传播面临着文化内涵理解难度、碎片化消费^[3]和高质量内容供给不足的文化折扣挑战。具体来说,中国文化所承载的价值观和文化内核的独特性和复杂性,使得北美受众需要时间理解其内涵。在文化数字化发展背景下,中国大众文化传播内容与消费时间碎片化,导致在一定程度上文化传达失真。另外,由于内容创作、国际化生产能力还未充分与国际体系接轨等,北美受众主要接触到中餐、长城、熊猫、中国功夫等有限的中国文化元素,限制了其对中国大众文化的全面认知。

3.2 中国文化数字出海产业链海外成熟度不高

文化产业是文化生产与传播的主要载体,文化生产环节赋予文化产品以中华文化内涵,文化传播环节则将这些具有中华文化内涵的文化产品进行对外传播。然而,当前中国数字文化出海产业链尚不成熟、内容质量不一、渠道分发和文化产业海外发展商业变现能力有限,限制了文化产品的质量和商业化。此外,精准翻译人才稀缺叠加文化折扣等,加大了中国大众文化在北美传播的困难。

3.3 中国大众文化各细分产业协同水平较低

在文化数字化发展背景下,中国大众文化细分产业的数字化水平不同,中国大众文化在北美传播过程中的协同水平较低。部分文化产业缺乏数字化转型升级,导致不同细

分产业间数字化技术应用程度不一,缺乏协同整合,产生信息孤岛,缺乏不同产业之间的整合营销策略。价值链和产业链不完善导致各环节之间联系较弱,且存在产业间的相互竞争,影响了中国大众文化在北美的传播及产业的整体实力和协同发展。

4 机遇(Opportunities)分析

4.1 中国政策加码,大力支持对外文化贸易与文化产业数字化发展

文化建设已上升至中国国家战略发展的新布局和新高度,国家加强对外文化贸易和文化数字化发展的支持,不仅文化产业政策愈发注重“科技”和“创意”要素^[4],而且相继出台的政策文件清晰明确了“文化产业数字化战略”,对文化强国、文化数字化、文化对外贸易的方向与目标进行了明确部署,并给出了相应的支持措施,为中国大众文化产品的创作和对外输出营造了良好的环境,为促进中国大众文化在北美及全球的传播带来新的契机和更大的平台。未来,随着文化产业数字化发展和对外贸易的拓展,中国大众文化将会在北美乃至全球得到更广泛的认可和传播,进一步提升和增强中国文化软实力和“文化强国”的国家形象。

4.2 中国对外文化贸易提质升级,北美成中国文化贸易出口的主要市场

中国对外文化贸易不断增长,尤其是以美国等发达国家为主要出口市场。2016年起,文化产品的出口额在总贸易额中占据稳定比重,贸易顺差持续上升。截至2021年,中国对外文化贸易额首次突破2,000亿美元^[5],游戏、网络视听及广告服务等领域在国际市场中得到广泛推广。其中,美国的文化产品出口金额在2021年已达到429.46亿美元,成为中国文化产品出口的最大市场^[6]。这意味着中国在北美的文化贸易正朝着高质化方向发展,北美的高文化消费力和文化需求也为中国文化产品提供了巨大的市场机遇。

4.3 技术赋能文化内容形态变化,数字文化全球传播开辟北美文化交流互鉴新路径

文化数字化发展促使文化内容形态转变为数字文化,依靠互联网和数据技术呈现出新的形态、传播模式、产业和新价值等特点^[7],开辟中国大众文化在北美乃至全球交流互鉴的新路径。新形态,即数字文化内容作为虚拟产品,不仅降低了成本,还丰富了文化表现形式,如网络视听、游戏、音乐、网络文学和漫画等,已成为全球主流文化的消费模式。新传播,即互联网与数字技术使文化全球传播速度更快、范围更广、更具个性化,且能迅速形成影响力,如基于大数据的精准推送。新产业,即数字文化商业模式外在表现丰富化,如与其他产业的跨界合作,为其创造更大的商业潜力,使文化传播在产业链的组成上更加灵活。新价值,即数字化时代大众文化内容的创作、生产与宣发等涉及高科技应用,不仅提高了科技附加值,还易触及多样受众,并产生文化共鸣。

5 威胁(Threats)分析

威胁分析主要表现为北美文化产业的先发优势及与其他文化产品竞争形成的多维压力。

北美是一个文化多元、竞争激烈的市场,各种文化产品层出不穷,消费者需求个性化和多元化突出,有着极高的选择性。一方面,北美拥有文化产业的先发优势,形成了成熟的市场体系、先进的生产技术和广泛的市场渗透力。在此背景下,北美文化产品在生产效率和销售成本上展现出竞争力。另一方面,产业链和价值链的完善协同机制使其内部竞争主要集中在不同市场领域,而中国大众文化需要面对如美国电影、日本动漫、韩剧等具有市场份额和影响力的外国文化产品的竞争,这对中国大众文化在北美的传播形成了竞争压力。

6 文化数字化发展背景下中国大众文化北美地区传播的对策与建议

文化数字化发展背景下,在国家和政策层面不断支持和保障的前提下,中国大众文化在北美地区的传播必须高度重视从产业和产品层面进一步突破,在内容创作、传播载体与方式、技术赋能上有所创新,在整个传播进程中须遵循市场规律和北美地区文化等特性。本文结合SWOT方法分析,从以下几点提出相应的对策与建议(见表1)。

6.1 产业层面: 整合产业优势, 推动协同发展

文化产业作为大众文化传播的主要载体,正面临着数字化变革,需整合中国文化产业优势,推动大众文化各细分产业协同发展。首先,优化文化数字化产业链,从内容生产、技术支持至平台运营、市场推广等全方位完善和布局,强化环节协同,构建文化数字化全产业链闭环,进而提高中国大众文化产业链整体效能和竞争力。其次,推动大众文化产业协同,构筑“资源共、信息共、人才共享及业务共拓、整合营销”的模式,促进产业互补与协同创新,实现共赢。最后,挖掘并发挥大众文化产业集群效应,结合数字化机遇,推进诸如影视、音乐、游戏、动漫、网络文学等众多大众文化产业集群整合、品牌创新与协作,以提高中国大众文化在北美的传播力。

6.2 产品层面: 突出文化内涵, 打造品牌产品

面对北美成熟的文化市场,中国大众文化产品需要切

合受众差异、突出文化内涵的优质内容和品牌产品构筑竞争力,树立中国文化内容创造的品牌影响力。首先,从需求侧创建独特的原创文化IP,提高影响力。考虑到北美文化消费市场的多样性,深入挖掘和充分运用中国历史文化内涵,提取独特的文化元素和符号,结合独特创意,并通过数字化创新加工,创作原创IP,构建“IP+衍生品”产业链,延伸产品生命周期,提高文化产品品牌与商业价值。其次,融合传统文化内容与数字文化形态,创造多元大众文化产品,引起更多北美受众的关注和兴趣。最后,注重大众文化产品与北美文化生态融合。在大众文化产品的制作和推广过程中,充分考虑北美文化特色和氛围,融入当地文化环境,提高北美受众的认同与喜爱度。

6.3 内容层面: 结合时代要求, 再造传播内容

内容是大众文化对外传播和吸引、感染受众的核心。在数字文化时代,中国大众文化在北美传播需要再造传播内容,以适应时代需求。首先,对中国大众文化进行时代性改造,整合传统与现代元素,通过跨领域融合,如结合时尚、艺术、科技等,实现内容时尚化、科技化及艺术化的转型,满足北美市场创新升级的文化需求。其次,采用全球化、视听化和现代化叙事的全球化表达,增强文化的易理解性与情感共鸣。最后,深化大众文化的数字化转型,刷新传统文化资源,增强传播效应。

6.4 传播层面: 注重创新突破, 立体化传播途径

在数字文化经济背景下,文化传播逐渐由现实空间向网络和数字空间迁移,突破时空界限,中国大众文化传播需要不断创新突破构建多维传播途径。首先,整合各传播媒介,如海外华文媒体、社交媒体矩阵等,发挥其文化与社会洞察优势及受众面差异及广泛优势,满足多元文化消费需求,同时促进建立文化全球传播体系、提高传播效率。其次,推动文化对外传播的数字平台创新,并结合非媒体传播,如人际传播、对外贸易等,共同构建立体化的传播途径、载体和方式,促进北美大众对中国真实、立体、深入的了解和对中国大众文化元素的理解、接纳和吸收。最后,利用先进技术,如人工智能、元宇宙等,创新传播机制和优化数字内容

表1 文化数字化发展背景下中国大众文化在北美传播的SWOT矩阵

内部因素	策略选择	
	外部因素	
	优势 (Strengths) (1) 深厚文化底蕴支撑; (2) 不断完善的基础设施与平台保障; (3) 文化产业新业态持续发展。	劣势 (Weaknesses) (1) 文化折扣明显; (2) 中国文化数字出海产业链尚未成熟; (3) 中国大众文化各细分产业协同水平较低。
机遇 (Opportunities) (1) 中国政策加码支持对外文贸与文化产业数字化; (2) 中国对外文化贸易北美市场提质升级; (3) 技术赋能文化内容数字形态变化, 开辟传播新路径。	S-O 利用机会 改变劣势 (1) 投入打造独特原创文化 IP 延长产业链; (2) 创新协同推进文化内容再造与数字化转换; (3) 整合资源赋能文化内容高质高效生产和多元形态。	W-O 利用机会 改变劣势 (1) 加强完善中国文化数字化产业链条; (2) 加速中国文化服务贸易竞争力的数字化突破; (3) 加大中国大众文化各细分产业之间的协同和融合。
威胁 (Threats) 多维竞争: 北美文化产业的先发优势及与其他国家文化产品竞争。	S-T 克服劣势 避免威胁 (1) 挖掘独特文化元素与符号, 对中国大众文化进行时代改造与全球化表达; (2) 利用国内外传播媒介立体化文化传播渠道, 扩大覆盖面; (3) 发挥大众文化产业集群优势, 提高传播影响力与竞争力。	W-T 克服劣势 避免威胁 (1) 改造文化内容, 提升适成性; (2) 创新文化产品, 提高竞争力; (3) 优化文化传播, 提高认知度。

传播、个性化文化消费体验,通过数据分析和用户反馈,优化产品内容、精准传播,提高受众满意度。

6.5 技术层面: 强化技术赋能, 促进文化科技融合

文化数字化发展已带来大众文化创作、生产、传播和消费等环节的刷新变革,推动数字文化产业边界融合,进一步强化技术赋能、促进文化科技融合,有助于增强中国大众文化在北美的传播。一是在“动力”逻辑下的文化产品和服务形态及传播载体的数字化转型。随着技术进步持续迭代,超强算力及终端使文化传播受众获得实时体验和沉浸感受。二是“市场”逻辑下的文化生产、商业模式和管理手段的数字化再造。数字平台改变传统线性文化生产和专业机构供给模式,推动生产、分发与消费一体化的新业态,如短视频的参与式文化内容创作、消费与发展。三是“生态”逻辑下“文化+”与“+文化”。前者将文化资源纳入多产业,打破界限,并推进文化与实体经济融合;而“+文化”则促使其他产业趋向文化化,从更大范围、更广视域、更全维度推进大众文化生态的传播与发展。

7 结语

文化数字化发展代表了文化与科技融合的新时代,已成为全球文化产业发展的主要趋势和未来文化交流的新常态。数字技术的广泛应用加速了文化信息的传播,对中国大众文化在国际上的传播产生了深远影响。北美地区作为全球重要的文化交流中心,中国大众文化在该地区的传播对中国在全球文化领域的影响力和话语权至关重要。然而,在文化数字化发展进程中,中国大众文化在北美的传播既有优势又面临挑战。

优势方面,中国大众文化在北美有着相当的市场潜力和消费需求,且在文化传播和贸易方面已建立了一定的基础设施和创新业态。然而,劣势较明显,包括文化折扣、文化产业数字化产业链不健全及产业协同不足等。同时,机遇与挑战并存,虽有望通过顶层设计的支持和推动、技术融合的

发展,促进中国大众文化在北美向更高附加值领域和深层次的文化传播迈进,但需应对高度竞争的北美文化市场和 Cultural 产品创新与个性化需求的挑战。

为推动中国大众文化在北美地区的传播和影响,需在中国文化强国战略的引领下,实践探索从产业、产品、内容及传播多方面的持续创新发展,包括整合产业优势以促进中国大众文化产业的整体发展,打造品牌产品以提高知名度和竞争力,再造传播内容以更好地适应北美市场的需求和文化认知及立体化传播途径以提升中国大众文化在北美地区的传播效果和影响力。技术赋能将进一步促进中国大众文化产业内的创新和文化产业与其他产业的融合,使中国大众文化在北美的传播更加系统化、创新和多领域地协同整合发展。

总之,中国大众文化在北美的传播是一个复杂而具有挑战性的过程,需要不断提高文化软实力,创新文化产品和服务,拓展传播渠道和方式,在技术赋能的文化传播实践中进行中国大众文化的再创造,以提高文化自信、文化影响力和辐射度,更好地推动中国大众文化的全球传播和发展。

参考文献

- [1] 李小牧,李嘉珊,刘霞.文化贸易蓝皮书:中国国际文化贸易发展报告(2022) [M].北京:社会科学文献出版社,2022.
- [2] 中华人民共和国国务院新闻办公室.国家统计局解读2022年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入数据 [EB/OL]. 2023-01-30, http://www.scio.gov.cn/xwfb/xwfbjy/dt/202303/t20230320_707795.html
- [3] 段鑫康.网络与数字时代文化产业推进中华文化对外传播研究 [D].成都:西南财经大学,2022.
- [4] 新文化产业白皮书-文化与科技融合[R].清华大学互联网产业研究院,2019.
- [5] 商务部.2021年我国对外文化贸易额首次突破2000亿美元[EB/OL]. 2023-07-21, https://www.gov.cn/xinwen/2022-07/21/content_5702102.htm
- [6] 李小牧,李嘉珊,刘霞.我国对外文化贸易的发展变革与成就分析:2012—2021年国际贸易问题[J].国际贸易问题,2023(6):52-67
- [7] 2019中国数字文化出海年度观察报告 [R].腾讯研究院,2019.

Research on the International Dissemination of Chinese Popular Culture in the Context of Cultural Digitization Development: Based on SWOT Analysis and Strategic Recommendations in North America

Wang Qinqin

(Chonnam National University, Jeollanam-do, Korea, 59626)

Abstract: The capacity for external cultural dissemination is an important manifestation of a country's cultural soft power and international influence. As China actively advances the strategy of developing it into a country with strong culture and bolsters cultural self-assurance, the integration of culture and science introduces new opportunities and challenges for the high-quality development of China's cultural industry. Chinese popular culture, a vital component of Chinese heritage, has a significant role and mission in its global dissemination. This study methodically employs the SWOT analysis to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and challenges of Chinese popular culture in its dissemination in North America under the framework of cultural digitization. Based on the SWOT matrix, this study presents international dissemination strategies and recommendations from the perspectives of integrating industrial advantages, crafting brand products, restructuring dissemination content, diversifying dissemination methods, and strengthening technological empowerment.

Keywords: Popular Culture; Cultural Dissemination; External Dissemination; Cultural Digitization; Digitization of the Cultural Industry; Cultural trade

基于熵权TOPSIS模型的陕西省农产品出口竞争力分析

文倩

(西安财经大学 陕西西安 710000)

摘要: 本文依托比较优势理论和竞争优势理论,通过构建陕西省农产品出口竞争力评价指标体系,基于2010—2020年统计数据,建立熵权TOPSIS模型对陕西省农产品出口竞争力进行分析。结果表明:第一,从权重来看,农药产业、资本资源和金融环境对陕西省农产品出口竞争力的影响较大,农业机械产业、教育资源和基础设施资源所占的权重较小;第二,从贴近度来看,陕西省的基础设施资源、需求条件和金融环境尚可;第三,从时序变迁轨迹来看,2010—2020年陕西省农产品出口竞争力在稳步提高。

关键词: 熵权TOPSIS模型;农产品;出口竞争力;农产品贸易;农产品出口;比较优势;竞争优势

本文索引: 文倩.基于熵权TOPSIS模型的陕西省农产品出口竞争力分析[J].中国商论,2024(05):050-053.

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-050-04

1 引言

农业农村部国际合作司指出,“十四五”时期我国农业国际贸易要形成竞争新优势,推动农产品出口加速由价格优势向以质量、标准、品牌、服务为核心的综合优势转变。陕西省作为“一带一路”的重要节点,近年来发展了油枣等几十余种国家级特色农产品。但是,根据商务部有关数据统计,2021年陕西省农产品出口总额为35.7亿元,约为山东省的3/100,对全省出口的贡献率由2010年的8.97%下降到2021年的1.39%。近年来,国际局势动荡不安,国际市场贸易竞争进一步激烈,新冠疫情、战争冲突等带来的供应链受阻、物流交通受限等问题相互叠加,不断恶化农产品出口贸易环境,阻挠着农产品出口贸易的发展。在此背景下,陕西省农产品出口市场面临严峻的挑战,如何提高农产品的出口竞争力尤为重要。因此,本文通过构建陕西省农产品出口竞争力评价指标体系,对陕西省农产品出口竞争力进行测度,能够准确定位其现状,为其提供一些合理的政策建议。

本文通过梳理国内外相关文献发现,出口竞争力内涵的界定主要以古典经济学的比较优势理论为理论基础。该理论认为,要素禀赋、成本差异不仅是贸易动因,还是竞争力的源泉。季晨阳(2022)认为,产业竞争力是一国具备出口竞争力的重要基础,又是形成产业竞争力的源头。国内外学者主要采用定性和定量两种方法测度农产品出口竞争力。定性的方法有钻石理论分析法(朱智强,2009)、SWOT分析法(崔挺等,2008)等;定量指标有国际市场占有率(MC)(行怀勇和曹艳乔,2020)、显示性比较优势指数(RCA)(Jagdambe Subhahs,2016)等。还有一些学者通过建立综合

测度模型来分析农产品出口竞争力,如鲍晓华(2014)从市场供求状态、生产贸易规模、可持续发展潜力三个层面出发,建立贸易绩效指数及贸易潜力量化指标,对农产品的国际竞争力进行综合分析。

2 实证研究

2.1 数据来源

本文以2010—2020年《陕西省统计年鉴》和《中国统计年鉴》中的数据为样本,使用Matlab软件对数据进行处理和计算。

2.2 指标选取

本文依托比较优势理论和竞争优势理论,结合陕西省的实际情况,从资源禀赋、需求条件、辅助行业、企业战略及机遇与政府支持五方面构建了16个具体指标,分别如下:

(1)资源禀赋,选取人力、天然、知识、资本、基础设施和技术创新6个二级指标,观测变量分别是陕西省内第一产业从业人数(A1)、陕西省人均耕地面积(A2)、大专及以上学历人口数(A3)、陕西省第一产业固定资产投资额(A4)、陕西省货运量(A5)和陕西省专利授权量(A6)。

(2)需求条件,选取收入水平和消费水平2个二级指标,观测变量分别是陕西省人均国内生产总值(B1)和陕西省居民消费价格总指数(B2)。

(3)辅助行业,选取化肥、农药和机械3个二级指标,观测变量为陕西省农用化肥使用量(C1)、陕西省农药使用量(C2)和陕西省农用机械收获面积(C3)。

(4)企业战略,选取包容度、金融环境和政府支持为二

基金项目: 陕西省社会科学基金项目“陕西省农业外贸升级研究:驱动、制约与路径”(2021D019)。

作者简介: 文倩(2000-),女,汉族,河南信阳人,硕士研究生,研究方向:农产品贸易及农业国际投资。

级指标,观测变量有陕西省第一产业实际使用外资额(D1)、社会融资规模增量(E1)、人民币汇率(美元标价法)(E2)、政府农林水事务支出(E3)和陕西省财政性教育经费支出(E4)。

2.3 研究方法

Hwang和Yyoon提出的TOPSIS法能够很好地刻画多个影响指标的综合影响力度,对数据分布及样本量、指标多少无严格限制,较为灵活方便。但是, TOPSIS法中各指标的权重通常是主观值,无法准确地反映指标体系中各个指标的重要程度,而熵权法恰能避免这一主观性影响,减少由于权重设置不合理产生的评价误差。因此,很多学者运用熵权与TOPSIS相结合的方法研究各种评价指标,步骤如下。

2.3.1 根据已知数据建立特征矩阵

假设有 m 个目标, n 个属性,构成数学矩阵 $X=(x_{ij})_{m \times n}$,其中 x_{ij} 代表第 i 个目标的第 j 个指标。

2.3.2 熵权法求权重

(1)对原始矩阵 $X=(x_{ij})_{m \times n}$ 进行标准化:

$$Y_{ij} = \begin{cases} \frac{x_{ij} - \min(x_{ij})}{\max(x_{ij}) - \min(x_{ij})}, & x_{ij} \text{ 是 } + \\ \frac{\max(x_{ij}) - x_{ij}}{\max(x_{ij}) - \min(x_{ij})}, & x_{ij} \text{ 是 } - \end{cases}$$

(2)计算第 j 个指标在第 i 年的数值占该指标的比重 P_{ij}

$$P_{ij} = \frac{Y_{ij}}{\sum_{i=1}^m Y_{ij}}$$

(3)计算第 j 项指标熵值(E_j),当 $P_{ij}=0$ 时, $P_{ij} \ln P_{ij}=0$

$$E_j = -\frac{1}{\ln m} \sum_{i=1}^m P_{ij} \ln P_{ij} \quad (j=1,2,\dots,n)$$

(4)计算第 j 项指标的差异系数(G_j):

$$G_j = 1 - E_j$$

(5)计算第 j 项指标的权重(W_j):

$$W_j = \frac{G_j}{\sum_{j=1}^n G_j} \quad (j=1,2,\dots,n)$$

2.3.3 TOPSIS计算

(1)由标准化矩阵和各指标权重可得加权标准化矩阵:

$$Z_{ij} = W_j \times Y_{ij}$$

(2)计算正负理想解:

$$I_j^+ = \max(z_{1j}, z_{2j}, \dots, z_{mj}), I_j^- = \min(z_{1j}, z_{2j}, \dots, z_{mj})$$

(3)计算各指标与正负理想解的欧氏距离:

$$D_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (i_j^+ - z_{ij})^2}, D_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (i_j^- - z_{ij})^2}$$

(4)计算综合评价值:

$$C_i = \frac{D_i^-}{D_i^+ + D_i^-}$$

3 实证结果与分析

3.1 陕西省农产品出口竞争力指标测算结果

本文通过建立熵权TOPSIS模型,对2010—2020年陕西省农产品出口竞争力的16个衡量指标进行了测算,如表1所示。

从各指标的权重来看,权重最大的前三位指标分别是陕西省农药使用量(C2)、陕西省第一产业固定资产投资额(A4)和社会融资规模增量(E1),这说明农药产业的发展、资本资源和宽松的金融环境对陕西省农产品出口竞争力至关重要。在农产品的生产中,病虫害会直接影响农作物的生长发育,影响农产品的质量和产量,农药的正确使用能够有效防治病虫害,促进农产品增长。农药对农产品出口竞争力影响的权重明显高于化肥和农用机械的权重,可见有效地使用农药防治病虫害对陕西省农产品出口竞争力的提高起重要的支持作用。

陕西省第一产业固定资产投资额(A4)的权重排名第二,说明充足的资本资源将有力地提高陕西省农产品出口竞争力。权重第三的社会融资规模增量(E1)代表宽松的金融环境,能够使企业有更充裕的资金投入农产品生产中,从而促进农产品出口竞争力的提高。

从资源禀赋方面来看,陕西省内第一产业从业人数(A1)、陕西省人均耕地面积(A2)、大专及以上学历人口数(A3)、陕西省第一产业固定资产投资额(A4)、陕西省货运量(A5)和陕西省专利授权量(A6)6个指标与理想值的贴近度分别位列第7、第14、第6、第15、第1和第13。其中,A5的贴近度约为61.36%,A1、A2、A3和A6的贴近度均在50%以上,可见陕西省的基础设施资源具有较大优势,教育资源和人力资源尚可,但耕地资源、资本资源和技术创新水平不尽如人意,有待进一步提升。

从需求条件来看,在收入水平上,陕西省人均国内生产总值(B1)与理想值的贴近度约为59.46%,位列第10,人均GDP能很大程度地反映一个地区经济发展状况和居民的收入水平,反映一个地区居民的消费水平。一般来说,人均消费水平越高,产业发展程度越高,农产品出口竞争力越强。陕西省居民消费价格总指数(B2)与理想值的贴近度为61.25%,位列第3,表明陕西省的需求条件尚可,对农产品出口竞争力的提高有一定的支持作用。

从相关产业的辅助情况来看,贴近度从大到小排列依次是陕西省农用机械收获面积(C3)、陕西省农用化肥使用量(C1)、陕西省农药使用量(C2),分别位列第4、第5、第8,可见陕西省农用机械的使用对农产品出口起到了较大的促进作用。农用化肥使用量和农药使用量分别位列第5和第8,反映出合理地使用农用化肥和农药会促进农产品出口竞争力的提高。这主要是因为农用化肥在农产品的生产中为农产

表1 陕西省农产品出口竞争力测算指标结果

指标	权重	正理想解	负理想解	贴近度	排序
A5	0.032975551	0.011609667	0.006997375	0.613559088	1
E2	0.065760625	0.020904501	0.018614506	0.612625915	2
B2	0.073901942	0.022955733	0.021934996	0.612469116	3
C3	0.040515956	0.014214856	0.008770466	0.609771193	4
C1	0.057193214	0.018690792	0.015215988	0.60900175	5
A3	0.054541077	0.021124481	0.011449352	0.60753407	6
A1	0.053043116	0.01287758	0.017431598	0.604306897	7
C2	0.115305533	0.046181388	0.031430169	0.602627688	8
E4	0.033275125	0.01310377	0.004957483	0.601715622	9
B1	0.044823532	0.017765535	0.007271349	0.594631031	10
E3	0.049276541	0.021146655	0.007637195	0.586864532	11
E1	0.079279707	0.038749416	0.014080742	0.56533091	12
A6	0.073075175	0.03821222	0.006335031	0.523243951	13
A2	0.070217084	0.026216528	0.002459822	0.512882515	14
A4	0.090829199	0.045963965	0.005894126	0.497147669	15
D1	0.065986624	0.032550999	0.000803868	0.472226616	16

品提供养料,农药去除虫害,农用化肥和农药的合理配合能够促进农产品产量和质量提高,进而提高其国际竞争力。

从企业战略来看,随着陕西省的进一步对外开放,适当地引进外资能保证农产品生产充裕的资金链条,也可能为省内的农业产业提供一些先进的技术支持。陕西省第一产业实际使用外资额(D1)与理想值的贴近度为47.22%,排名倒数第1,反映出陕西省第一产业利用外资较少。这主要是因为第一产业相对技术创新水平低下、产业链长、收益较低,难以受到外资的青睐。

从机遇和政府支持来看,在金融环境方面,人民币汇率(美元标价法)(E2)与理想值的贴近度为61.26%,位列第2,说明人民币汇率上升对陕西省农产品出口竞争力的提高是友好的。社会融资规模增量(E1)与理想值的贴近度为56.53%,位列12,反映出陕西省的金融环境不太好。这可能是因为新冠疫情引起的物流交通受限、劳动力无法转移等,金融机构资金压力较大。政府农林水事务支出(E3)与理想值的贴近度为58.69%,位列第11,可见陕西省对农林水的财政支持

力度较小。陕西省财政性教育经费支出(E4)与理想值的贴近度为60.17%,位列第9,说明陕西省的教育资源存在很大优势。这可能是由于陕西省拥有较多高校,政府每年在教育上的投入较大。

3.2 陕西省农产品出口竞争力变迁分析

本文根据2010—2020年陕西省农产品出口竞争力指标数据,测算出每一年的综合竞争力数值与理想值的贴近度,如表2所示。2010年,陕西省农产品出口竞争力的贴近度仅为17.59%。2013年,共建“一带一路”倡议提出后,竞争力贴近度迅速由2012年的29.83%上升到44.06%。2019年,新冠疫情爆发,竞争力贴近度相比2018年有所下降。随着我国一系列稳经济举措的出台与实践,2020年陕西省农产品出口竞争力稳步提高至82.86%,与2010年相比,11年间提高了将近3.7倍。

4 结语

本文基于比较优势理论和竞争优势理论,在充分研究

表2 2010—2020年陕西省农产品出口竞争力测算结果

年份	权重	正理想解	负理想解	贴近度	排序
2010	0.090909091	0.029875521	0.003226602	0.175869199	11
2011	0.090909091	0.033084041	0.003184698	0.263223788	10
2012	0.090909091	0.036410291	0.003184698	0.298267777	9
2013	0.090909091	0.043706498	0.010972536	0.440554138	8
2014	0.090909091	0.041101579	0.014016513	0.453388561	7
2015	0.090909091	0.035478376	0.013180582	0.473499004	6
2016	0.090909091	0.038058415	0.005459413	0.510369364	4
2017	0.090909091	0.032349829	0.005771379	0.483469017	5
2018	0.090909091	0.043232135	0.015769904	0.591927281	2
2019	0.090909091	0.043318589	0.001107481	0.586025584	3
2020	0.090909091	0.04753787	0.022070519	0.828636547	1

国内外文献、陕西省农产品出口竞争力内涵、特点及所处外部环境的基础上,从资源禀赋、需求条件、辅助行业、企业战略及机遇与政府支持五个方面出发,构建包含16个具体指标的陕西省农产品出口竞争力评价指标体系,并运用该指标体系对2010—2020年陕西省农产品出口竞争力进行了对比分析和时序变迁分析,对陕西省农产品出口竞争力有了较为准确的认识和把握。最终得出以下结论:第一,从权重来看,农药产业、资本资源和金融环境对陕西省农产品出口竞争力的影响较大,农用机械产业、教育资源和基础设施资源所占的权重较小;第二,从贴近度来看,陕西省的基础设施资源、需求条件和金融环境尚可;第三,从时序变迁轨迹来看,2010—2020年陕西省农产品出口竞争力在稳步提高。

由此研究带来的政策启示如下:第一,提高农业劳动者素质,培育优质先进生产力。信息化时代下,农业劳动者素质的提高能够使其精准把握市场农产品需求、提升农业产业整体科技水平,有利于陕西省农产品出口竞争力的提高。第二,加大农业科技研发投入力度,提升农业创新水平。在信息化和科技迅速发展的今天,科技引领产业的发展,农业科技投入不足会制约陕西省农业产业的发展。因此,政府应加大农业科技的研发投入力度,通过创新的技术提高农产品出口竞争力。第三,提高消费者需求,优化农产品出口结构。波特钻石模型中的需求要素认为,居民对相关产业产品需求层次的不断提高,就会倒逼该产业的创新升级来满足消费者的消费需求,消费者对农产品需求层次的提高会从各个方面刺激农产品出口竞争力的提高。第四,推动相关产业的发展,多产业相互促进。与农业相关的农机产业、农药产业、农业基础设施建筑业、农业信贷等的发展,都是保证

陕西省农产品行业发展的重要后备力量,对提高陕西省农产品出口竞争力有着积极的影响。第五,优化金融信贷环境,政府加强宏观调控。在复杂多变的国际贸易形势下,政府应积极采取相关措施为农业创造良好的发展环境,从而保障农产品的经济活动。第六,完善农产品质量监管体系,提高农产品质量。陕西省要努力完善与国际接轨的农产品标准,从整个农产品生产的源头对农产品质量进行严密把控,以进一步提高农产品的出口竞争力。

参考文献

- [1] 陈宏伟, 丁建国, 穆月英. 中国大宗农产品国际竞争力的出口效应分析[J]. 新疆农业科学, 2022, 59(1): 251-260.
- [2] 肖艳, 李嘉雨. 中国省际农产品贸易的品类变迁、空间相关及影响因素研究[J]. 价格月刊, 2022(9): 65-72.
- [3] 行怀勇, 曹艳乔. 江西省茶叶出口竞争力及其影响因素分析[J]. 林业经济, 2020, 42(5): 76-86.
- [4] 杨逢珉, 田洋洋. 中日韩三国农产品出口竞争力比较分析: 基于出口技术复杂度视角的研究[J]. 技术经济与管理研究, 2022(1): 88-93.
- [5] 杨月元, 黄智铭. “一带一路”倡议下中越农产品贸易增长的影响因素研究: 基于修正的CMS模型的分析[J]. 世界农业, 2019(8): 4-10.
- [6] 潘莉颖, 徐玉冰, 崔磊, 等. 黑龙江省农产品国际竞争力评价及影响因素分析[J]. 农业经济与管理, 2021(5): 109-115.
- [7] Lugo Arias Elwyn Rafael, de la Puente Pacheco Mario Alberto, Lugo Arias Jose. An Examination of Palm Oil Export Competitiveness through Price-nominal Exchange Rate[J]. The International Trade Journal, 2020, 34(5).
- [8] Poulomi Bhattacharya. Determinants of export competitiveness of fresh fruits in India[J]. Int. J. of Sustainable Economy, 2019, 11(1).

Analysis of Export Competitive Edges of Agricultural Products in Shaanxi Province Based on Entropy-Weighted TOPSIS Model

Wen Qian

(Xi'an University of Finance and Economics, Xi'an, Shaanxi, 710000)

Abstract: Based on the theories of comparative advantage and competitive edge, this paper formulates an evaluation index system for the export competitiveness of agricultural products in Shaanxi Province. Drawing statistical data from 2010 to 2020, this paper establishes an entropy-weighted TOPSIS model to analyze the export competitive edges of agricultural products in Shaanxi Province. The results indicate that, firstly, in terms of weight, the agricultural chemical industry, capital resources, and financial environment have a significant impact on the export competitive edges of agricultural products in Shaanxi Province, while the agricultural machinery industry, education resources, and infrastructure resources have a relatively small weight. Secondly, from the perspective of proximity, the infrastructure resources, demand conditions, and financial environment of Shaanxi Province are acceptable. Thirdly, from the perspective of temporal evolution, the export competitive edges of agricultural products in Shaanxi Province have steadily improved from 2010 to 2020.

Keywords: Entropy-Weighted TOPSIS Model; Agricultural Products; Export Competitive Edges; Trade of Agricultural Products; Export of Agricultural Products; Comparative Advantages; Competitive Edges

碳中和背景下农产品国际贸易绿色转型研究

向敏捷¹ 刘欣(通讯作者)²

(1.中国计量大学经济与管理学院; 2.中国计量大学标准化学院 浙江杭州 310018)

摘要: 我国于2020年提出双碳目标、2022年提出推进农业绿色转型。在此背景下, 反观农产品国际贸易不难发现, 在农产品贸易中仍然存在诸如出口产品缺乏竞争优势、农业企业技术水平低、难以突破绿色壁垒、出口环境不断恶化等问题。为实现农业碳中和与农业绿色转型、解决农产品贸易绿色转型, 本文以碳中和理论为背景, 分析农产品出口贸易现状、存在问题与转型驱动因素, 并利用层次分析法, 从政府部门、从业者、消费者三个维度构建指标体系, 提出促进农产品贸易绿色转型的具体措施, 以供参考。

关键词: 双碳目标; 绿色转型; 农产品国际贸易; 碳中和; 层次分析法; 国际消费市场

本文索引: 向敏捷, 刘欣. 碳中和背景下农产品国际贸易绿色转型研究[J]. 中国商论, 2024(05):054-058.

中图分类号: F752

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-054-05

1 研究背景

碳中和, 即实现人为温室气体排放量与清除量相平衡的状态。近年来, 随着人类活动的加剧, 温室气体的排放加快了全球气候变暖, 化石燃料的燃烧、工农业生产和土地资源过度开发等行为也严重破坏了生态系统的多样性和可持续性, 不仅限制了人类的生存空间, 还给未来的发展带来了严重挑战^[1]。有关的气候科学家警告称, 至2050年全球CO₂排放水平相较2000年需减少85%, 否则全球气温的升高将给生态系统带来难以估计的影响^[2]。在此背景下, 实现农产品贸易绿色转型迫在眉睫。

2 农产品国际贸易发展现状与存在不足

出口是农产品的重要流向。如图1所示, 我国农产品出口额大致呈逐年递增趋势, 但占出口总额的比重有较大波动, 主要趋势为由2010年的2.76%下降到2014年的2.58%, 由2016年的3.06%下降到2019年的2.85%, 说明我国农产品出口额的增速低于其他产品出口额的增速。

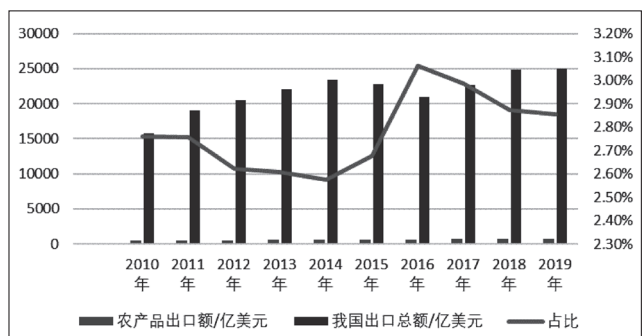


图1 2010—2019年我国农产品出口额与我国出口总额对比

我国农产品出口额占世界全部农产品出口额的比重稳

中有升, 如图2所示, 说明我国农产品在国际市场上的竞争力不断提高。

事实上, 我国农产品国际贸易还存在许多问题。

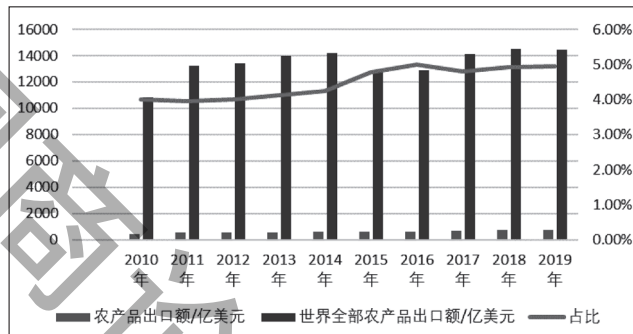


图2 2010—2019年我国农产品出口额占世界农产品出口总额对比

2.1 出口产品缺乏竞争优势

我国农产品的加工程度低, 出口产品多为附加值较低的未加工或初级加工产品, 在国际市场上只能以低定价博取高销量获利, 但这并不现实。其一是由于南亚、东南亚各国试图开拓农产品国际市场, 国际市场构成较为复杂且竞争激烈, 出口量难以扩张; 其二是由于我国人口红利逐渐消失, 相关数据表示, 我国出生人数近六年连年下跌, 人口出生率连续两年跌破1%, 2021年出生率创1950年以来新低, 出口产品的价格优势也逐渐丧失。

2.2 农业企业技术水平低

我国人多地少, 农产品企业规模小、投资少, 难以形成规模经济优势, 也难以从银行获取资金支持。投入不足导致技术水平较低, 生产效率难以提高、产品质量难以保证, 企业发展较为缓慢, 同时资金有限导致风险承受能力较弱, 容

作者简介: 向敏捷(1999-), 男, 汉族, 湖北宜昌人, 硕士研究生, 研究方向: 农产品贸易。

通讯作者: 刘欣(1980-), 女, 汉族, 山西偏关人, 教授, 博士, 硕士生导师, 研究方向: 农业标准化。

易因市场波动产生损失。我国农业企业经营者多为农民，文化水平普遍较低，对农业技术的了解多为口口相传和在实践中摸索，难以自主研发新技术，导致农产品质量、生产率等难以提高。同时，缺乏企业经营、国际市场战略等相关知识，导致企业难以参与国际竞争、难以开拓和维护国际市场。

2.3 难以突破绿色壁垒

我国农产品在出口贸易中遭到严重的绿色贸易壁垒。当前，很多国家在进口农产品时都采取严格要求来控制进口产品质量，包括严苛的农药残留限量标准、严密的检验检疫措施、严格的绿色标签与包装要求等^[4]。而我国农业技术相对落后、需要使用农药提高农产品品质等导致农药残留方面难以达到发达国家的严格要求。同时，大部分国家会对进口产品进行检测，且设立严格的绿色贸易壁垒标准来保护本国农产品；一些发达国家开始对进口产品的标签和包装设立标准，如包装应绿色环保、可降解等，且标签应附带完整的文字和图案说明等^[5]，这些措施都导致国内农产品出口困难。

2.4 出口环境不断恶化

我国农产品出口遭受反倾销诉讼严重。我国劳动力充足且使用成本低，导致农产品生产成本与出口价格较低，甚至低于进口国的本土市场价格，对进口国国内市场造成冲击。基于此，我国农产品在国际市场上遭受着严重的反倾销，且我国农业企业应对反倾销的能力有限，这对我国农产品的国际声誉和企业的经济利润造成了双重打击。

3 农产品贸易绿色转型的驱动因素分析

3.1 国家层面：政府宏观政策提供的支持与引导

表1 农业绿色转型部分政策

时间	文件或提出场合	相关内容
2018年7月2日	农业绿色发展技术导则(2018—2030年)	大力推动生态文明建设和农业绿色发展
2021年3月15日	中央财经委员会第九次会议	把碳达峰碳中和纳入生态文明建设整体布局
2021年4月30日	十九届中共中央政治局第二十九次集体学习	以降碳为重点战略方向、推动减污降碳协同增效
2021年8月23日	“十四五”全国农业绿色发展规划	化肥、农药使用量持续减少，绿色产品供给明显增加
2022年3月1日	关于落实党中央国务院2022年全面推进乡村振兴重点工作部署的实施意见	加强农业资源环境保护，推进农业绿色转型
2022年3月26日	新闻直播间	多措并举，推进农业农村绿色发展

2021年3月15日，习近平总书记主持召开中央财经委员会第九次会议，强调推动平台经济规范健康持续发展，把

碳达峰碳中和纳入生态文明建设整体布局^[6]。2021年4月30日，习近平总书记在十九届中共中央政治局第二十九次集体学习时强调，“十四五”时期，我国生态文明建设进入了以降碳为重点战略方向、推动减污降碳协同增效、促进经济社会发展全面绿色转型、实现生态环境质量改善由量变到质变的关键时期^[7]。2022年3月1日，农业农村部在《关于落实党中央国务院2022年全面推进乡村振兴重点工作部署的实施意见》中提出加强农业资源环境保护，推进农业绿色转型。农业绿色转型部分政策如表1所示。

3.2 碳中和理论：碳中和对农产品贸易绿色转型的促进作用

3.2.1 降低经营成本

在农产品生产活动中，种植、灌溉、收获等过程都会消耗大量成本、产生二氧化碳排放，应用碳中和理念发展农业国际贸易，通过种植技术改良、先进技术引进、产品包装精简等方法减少资金投入与二氧化碳排放，提高农业生产种植效率，降低农业生产经营成本^[8]。在推动低碳经济理念后，还适时增强了该类产品与农业贸易标准的适配性，为我国农业产品的国际贸易发展提供了发展桥梁，进而有效改变了农业产业发展^[9]。

3.2.2 推动农业现代化

当前，我国农业产业的发展模式正处在现代化转型阶段，生产方式与服务理念都向低碳模式转变，利用新型智能技术与农业机械设备可帮助农业产业实现以低碳发展为主的理想效果^[9]。农业现代化是当前农业发展的重要方向，而要实现现代化，就不可避免地要做到绿色发展。在碳中和理念的指引下，绿色农业建设取得了许多成果，提升了农业现代化水平。同时，农业现代化要求规模化与机械化。

3.2.3 提高农产品质量，促进国际贸易发展

现阶段，我国农业正随着科学技术水平的发展逐渐朝着国际农业的方向发展^[8]。碳中和理念在农产品国际贸易中的应用能够提高农产品质量，提高农业供给能力，降低出口产品遭受其他国家绿色壁垒影响的可能性，为我国农业国际贸易的进一步发展提供机会。

3.3 消费者层面：以对高质量产品的需求促使农产品贸易转型升级

当前，随着经济发展水平的提升，消费者对农产品的消费形式与形态等提出了更高的要求，要求生产者加大研发力度、提高农产品质量，在充分了解消费者需求的基础上供应更具有针对性、对消费者具有吸引力的产品，由此强化农业企业的市场形象、形成品牌效应、扩大市场份额，并改善目前供需不相匹配的现状。

3.4 企业层面：保持自身竞争力的需要

绿色转型是农业现代化发展的必由之路，不仅为农业

发展注入新动力,还使农业朝着环境友好的方向发展,符合当前的经济发展潮流。在消费者需求随着绿色发展要求转变时,企业只有进行绿色转型,才能生产出满足市场需求的产品,保持竞争优势。

农产品贸易绿色转型驱动因素如图3所示。

4 基于层次分析法的农产品贸易绿色转型影响因素分析

4.1 指标的确定

本文通过对农产品贸易绿色转型影响因素进行系统性分析,结合实际情况,确定消费者、从业者、政府部门三个角度作为指标进行研究。结合当前农产品贸易发展现状,构建层次模型指标体系。指标体系中,将农产品贸易绿色转型建设影响因素设定为目标层,将消费者、从业者、政府部门设定为指标层;将提出多元化消费需求、转变消费观念等因素设定为方案层,指标描述如表2所示。

表2 基于层次分析法的农产品贸易绿色转型影响因素指标体系

目标层	指标层	方案层
农产品贸易绿色转型建设影响因素	A1 政府部门	B1 完善标准与法律体系
		B2 提供资金与政策支持
		B3 加强知识产权成果保护
		B4 完善定价机制
	A2 从业者	B5 控制化肥与农药使用
		B6 升级农业机械设备
		B7 运输方式升级
		B8 加强国际交流与合作
	A3 消费者	B9 转变消费观念
		B10 区别定价

4.2 确定各指标权重

基于该指标体系,本文通过调查问卷方式,问询5位专家并进行打分,得出每个指标的相应数据。权重确定及一致性检验按照如下程序进行:

(1)计算各指标几何平均数,公式如下:

$$w_i = \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n a_{ij}}$$

其中, a_{ij} 为判断矩阵 A 的元素, $i=1, 2, \dots, n$ 。

(2)对 w_i 进行归一化处理,得出所求特征向量,公式如下:

$$W_i = \frac{w_i}{\sum_{j=1}^m w_j}$$

其中, W_i 是每个指标的相对权重。

(3)计算各指标判断矩阵的最大特征根,公式如下:

$$\lambda_{max} = \sum_{i=1}^n \frac{AW_i}{nW_i}$$

其中, A 为群决策判断矩阵 ($i=1, 2, \dots, n$); λ_{max} 为最大特征特征值。

(4)对判断矩阵进行一致性检验,公式如下:

$$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{\lambda_{max} - n}{n-1} \frac{1}{RI}$$

其中, CI 为判断矩阵的一致性指标; RI 为任意指数; CR 为一一致性比率; n 为判断矩阵阶数。 CR 小于 0.1, 说明通过一致性检验。经计算, A1、A2 层 CR 值分别为 0.0039、0.0000, A3 层不存在 CR 值, 通过一致性检验, 并得出影响因素指标的最终权重, 如表 3 所示。

结合层次分析法的分析结果来看, 在政府部门、从业者、消费者三个指标层中, 政府部门的重要性远大于其他两者。因此, 农产品贸易在绿色转型中, 应高度重视政府的引导与支持, 通过完善标准与法律体系、提供资金与政策支持、加强知识产权成果保护、完善定价机制等手段, 为农产品贸易绿色转型提供支持。从业者如想实现绿色转型, 就应通过控制化肥与农药使用、升级农业机械设备、运输方式升级、加强国际交流与合作来提升自身绿色发展水平。消费者角度作用有限, 但不可忽略, 通过转变消费者消费观念和区别定价的手段, 充分发挥消费对生产的反作用。总而言之,

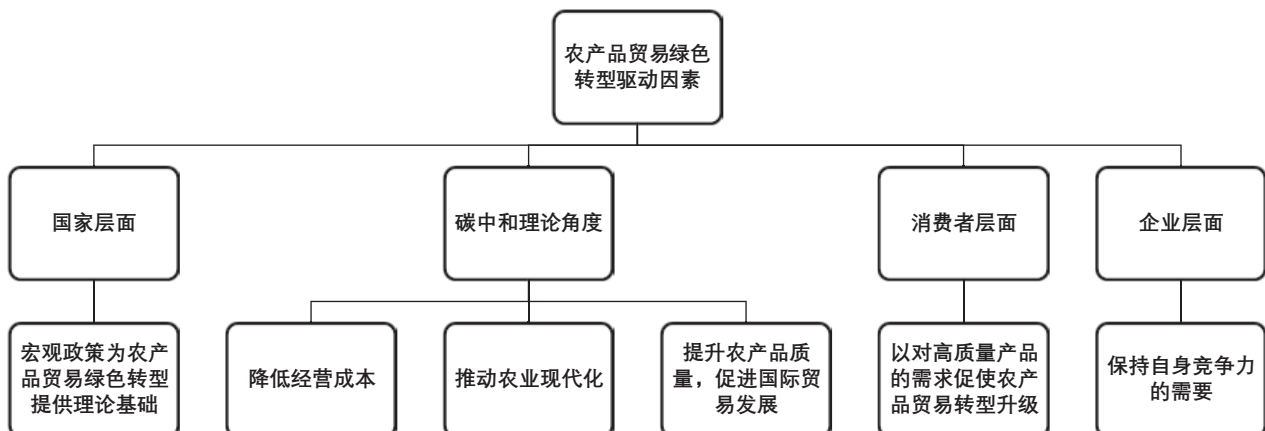


图3 农产品贸易绿色转型驱动因素分析

应多措并举,共同促进农产品贸易绿色转型。

5 碳中和背景下农产品贸易绿色转型实施路径

基于上述分析,本文从政府、从业者、消费者三个角度提出农产品国际贸易绿色转型升级的具体实施路径。

5.1 政府角度

5.1.1 建立宣传与支持体系

首先,政府应通过新闻媒体、短视频平台等加大对低碳农业、先进农业机械设备的宣传力度,帮助从业者了解、支持并有意愿实施低碳生产。其次,对有转型意愿的生产者提供资金与专业技术支持,在进行实地考察的基础上,制定最合适的改造方案,助力其实现绿色生产转型升级。最后,完善农业企业支持政策,确保政策落实。

5.1.2 完善知识成果转化与保护机制

当前,我国农业生产技术仍处于较低水平,导致农产品的附加值较低,以出口原材料或初级加工产品为主。造成这一现象的原因主要是未形成完善的科研人员绩效考核机制,缺乏对科研人员创造利润的有效保护^[10]。因此,需要完善知识成果转化机制与知识产权保护机制,促进理论研究成果转化为实际技术,并通过申请专利的手段保护科研人员的知识成果,降低创新风险。此外,由于农业企业在实践最前沿,在技术创新上发挥了重要作用,需要调动农业企业进行技术创新的积极性。

5.1.3 完善农产品贸易法律法规与标准体系

政府通过积极推动制定国际标准,为我国出口企业提供参考依据,提高我国在此领域的话语权,保护我国企业利益、维护企业形象,促进农产品国际贸易公平、公正、有效。通过制定农产品生产标准来规范生产流程,控制农药、化肥的使用,提高农产品质量。完善法律法规体系,依靠国家强制力推动企业向绿色低碳方向发展。

5.1.4 完善农产品定价机制

当前,我国农产品价格更多体现在耕地的使用成本上,对生态破坏和资源使用的损害成本并未计算在内^[10],这并不合理。农产品生产和消费者消费过程中产生的环境污染的生

态恢复都需要成本,因此农产品价格不仅要反映生产成本,还应覆盖生产和消费过程中造成生态破坏的生态恢复成本。

5.2 生产者角度

5.2.1 确保绿色化投入

农产品企业应改革生产方式,采取绿色生产、可持续生产。例如,控制化肥与农药的使用,引进新型环保肥料代替传统肥料,确保效用最大化,但对环境无负担,在减少碳排放的同时,提高农产品的质量和产量。推广应用生物防治、生态控制、理化诱控、科学用药等绿色防控措施,减少化学农药使用^[11]。

5.2.2 实施绿色化生产

通过加大技术与研发资金投入力度,进行农业机械升级,提高能源利用效率,减少碳排放,并依靠合理规划产业规模,利用规模经济理论寻求最优规模,提高资金等投入品利用率。加强绿色包装研发与应用,通过新型包装材料,确保同时满足运输要求与绿色环保。

5.2.3 促进运输绿色化

(1)加大新能源物流车推广力度、加强科技手段在物流环节中的赋能,节能降碳,发展绿色物流^[12]。当前,农产品贸易中对汽车等交通工具的使用消耗大量的汽油、柴油等化石能源并产生大量碳排放。基于此,在贸易中可采用新能源汽车或公共交通工具等相对绿色环保的途径进行农产品运输。

(2)发展农村电子商务,借助互联网平台销售农产品,降低运输成本与途中排放。此举需要完善电子商务基础设施,包括网络、硬件设备、物流系统、交易平台等。

(3)通过在目标市场建立生产基地或仓库,满足不同地区的消费需求,降低对运输的依赖性。

5.2.4 积极参与国际交流与合作

参与国际交流与合作,帮助农业企业把握市场动向与消费热点,生产出更能满足消费者需求的产品,同时熟悉国际贸易规则,减少贸易摩擦。企业积极探索参与国际标准制定,将实践成果与经验标准化,提高我国农产品企业的话语权,在出现贸易冲突时,充分利用相关规则阻止发达国家滥用环保条约,维护企业自身权益^[5]。

表3 农产品贸易绿色转型影响因素最终权重

目标层	指标层	权重	排序	方案层	权重(单排序)	权重(总排序)	综合排序
农产品贸易绿色转型建设影响因素	A1 政府部门	0.6522	1	B1 完善标准与法律体系	0.4073	0.2656	1
				B2 提供资金与政策支持	0.3791	0.2472	2
				B3 加强知识产权成果保护	0.1094	0.0714	5
				B4 完善定价机制	0.1018	0.0664	6
	A2 从业者	0.2174	2	B5 控制化肥与农药使用	0.5966	0.1297	3
				B6 升级农业机械设备	0.1989	0.0432	7
				B7 运输方式升级	0.1193	0.0259	8
				B8 加强国际交流与合作	0.0852	0.0185	10
	A3 消费者	0.1304	3	B9 转变消费观念	0.8333	0.1087	4
				B10 区别定价	0.1667	0.0217	9

5.3 消费者角度

5.3.1 充分发挥消费对生产的反作用

政府相关部门应积极开展碳中和理论宣传教育活动,帮助公民了解并支持我国实现“双碳”目标,在全社会形成绿色低碳的消费氛围。另外,利用消费对生产的反作用,消费者对绿色农产品提出消费需求,农业企业生产绿色农产品满足消费者需求,将这种思维模式和商业生活关联起来,以提高企业和消费者的社会责任意识,促使企业在生产中努力做好环保工作,通过环保来提高产品竞争力^[5]。

5.3.2 区别定价,保障利益

绿色农产品由于技术含量较高,故价格也较高,在市场中需通过贴标签等形式将其与普通农产品区分开,并赋予其更高价格来保障其利润。此举在吸引消费者的基础上,也赋予了绿色农产品更高的内在价值,调动生产者的积极性,也起到风险补偿的作用。

6 结语

农产品贸易绿色转型是农业领域碳中和的必然要求,也是农业现代化发展的必由之路。在宏观上与整个国家的发展质量息息相关;微观上有助于提高农民等农业从业者的经济利润。因此,政府应提供足够的政策与资金支持,农业从业者应顺应潮流、抓住机遇,消费者应转变消费观念,共同促进农产品贸易绿色转型。

参考文献

- [1] 韩薇薇.生命周期理论视角下的食品碳足迹分析及其应用研究进展:以国外主要肉类食品为例[J].食品工业科技,2017,38(15):329-334.
- [2] 黄文秀.国外产品碳足迹评价的发展[J].创新科技,2012(5):12-13.
- [3] Shaikh M S, Shaikh P H, Qureshi K, et al. Green House Effect and Carbon Foot Print[J]. Encyclopedia of Renewable and Sustainable Materials, 2018(2):120-125.
- [4] 左武荣.新时期绿色贸易壁垒对我国农产品出口贸易的影响分析[J].科技经济市场,2019(11):95-98.
- [5] 陈岗.绿色贸易驱动下我国农产品对外贸易转型升级研究[J].价格月刊,2018(1):60-64.
- [6] 习近平主持召开中央财经委员会第九次会议强调 推动平台经济规范健康持续发展 把碳达峰碳中和纳入生态文明建设整体布局 李克强王沪宁韩正出席[J].思想政治工作研究,2021(4):9-10.
- [7] 习近平在中共中央政治局第二十九次集体学习时强调:保持生态文明建设战略定力 努力建设人与自然和谐共生的现代化[J].资源节约与环保,2021(5):2-3.
- [8] 李万里.低碳经济理念下农业国际贸易发展策略分析[J].商业观察,2021(8):59-61.
- [9] 王莉.低碳经济理念下农业国际贸易发展策略分析[J].农村经济与科技,2021,32(16):135-137.
- [10] 张世军.绿色发展视野下我国农产品国际贸易转型升级研究[J].农业经济,2020(9):121-123.
- [11] 张瑞雪.衡水市农作物病虫害绿色防控技术推广应用现状与对策[J].农业科技通讯,2021(2):11-13.
- [12] 齐志明.节能降碳,发展绿色物流[N].人民日报,2022-03-16(019).

Research on the Green Transformation of International Agricultural Trade under the Background of Carbon Neutralization

Xiang Minjie¹, Liu Xin²

(1. College of Economics & Management, China Jiliang University, Hangzhou, Zhejiang 310018;

2. College of Standardization, China Jiliang University, Hangzhou, Zhejiang 310018)

Abstract: China put forward the dual carbon goals in 2020 and the green transformation of agriculture in 2022. Focusing on international trade of agricultural products under this framework, it is obvious that there are still problems in agricultural trade, such as lack of competitive advantages in export products, low technical capabilities of agribusiness, difficulty in passing green barriers, and worse export environment. To realize carbon neutralization and green transformation of agriculture and address the green transformation of agricultural trade, the paper analyses the current situation, existing problems, and transformation driving force of agricultural trade against the backdrop of carbon neutrality theory. It aims to establish an indicator system based on the perspective of governmental departments, individuals involved in the industry, and consumers, and puts forward specific measures to promote the green transformation of agricultural trade by using the Analytic Hierarchy Process.

Keywords: Dual Carbon Goals; Green Transformation; International Trade of Agricultural Products; Carbon Neutrality; Analytic Hierarchy Process; International consumer market

数字贸易规则深度效应

——基于商业服务出口与政府服务出口的视角

刘源 张勇

(中国计量大学经济与管理学院 浙江义乌 310018)

摘要: 本文从服务贸易视角探讨RTA数字贸易规则带来的影响,探讨其对商业服务出口与政府服务出口的影响有何区别。基于TAPED数据库与BaTIS数据库,文章选取2011—2019年签订数字贸易协定国家的双边服务贸易额为样本,在测定协定中数字贸易规则条款深度的基础上,实证考察了其对商业服务出口与政府服务出口的影响。结果表明:RTA数字贸易规则深度正向促进了商业服务出口,且结果稳健,对政府服务出口的影响并不显著;负向限制的数字限制壁垒对商业服务出口与政府服务出口均有影响,对政府服务出口的负向影响更大。根据收入与贸易规则模板划分国家面板发现,数字贸易规则深度对高收入与低收入国家间的相互出口影响显著,且对美式模板的影响相较欧式模板与中式模板更为显著,分样本讨论其影响途径在各国推进双边贸易协定签订的过程中具有重要的现实意义。

关键词: 数字贸易规则; 服务出口; 双边贸易协定; 引力模型; 数字限制壁垒

本文索引: 刘源,张勇.数字贸易规则深度效应[J].中国商论,2024(05):059-064.

中图分类号: F741

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-059-06

1 引言

随着数字贸易在全球范围内扩张,政策因素在数字贸易中的重要性越来越受到关注。国内政策方面,各国充分认识到数字技术带动经济增长的潜力,许多国家都出台了发展数字经济的相关战略。虽然很少有针对数字贸易的战略发布,但几乎所有已公布的数字战略都侧重数字技术在改造和发展传统贸易方面的关键作用。对外政策方面,国际组织与区域间在寻求数字规则与治理的政策标准。全球数字贸易规则的建构主要集中在两个重要的框架体系下展开。首先,由世界贸易组织(WTO)主导的多边贸易框架,通过多边协商和协定,力图为数字贸易提供全球性的规则和标准。其次,双边贸易框架以自由贸易协定(FTAs)和区域贸易协定(RTAs)为主要形式,成为另一个推动全球数字贸易规范化的重要力量。多边贸易框架下各成员国核心利益诉求差异较大,相比之下,在区域与双边数字贸易规则方面取得了显著成效,为数字贸易提供了更清晰的指导和框架。各国通过制定多边贸易政策,有针对性地解决贸易困境。根据联合国贸发会议(UNCTAD)的最新统计数据,全球数字贸易出口额在过去15年取得了显著增长,从2005年的1.21万亿美元飙升至2020年的3.17万亿美元,年均增长率达到令人瞩目的6.7%,不断推动国际贸易规模的扩张。除隶属服务贸易的数字贸易本身外,与传统货物贸易相关的物流、无纸化交易、电子信息传输等都作为数字贸易规则的重点内容。2022年5月,由浙江省国际数字贸易协会承办的数字贸易规则标准高峰论坛聚焦DEPA与全球数字经济发展等数字贸

易前沿主题,期间智利外交部顾问曾表示,希望通过相关数字贸易标准合作框架,使得数字技术赋能智利国内中小企业与女性企业的发展及产品出口。双边与三边等小区域范围数字贸易规则协定能够针对各国贸易需求,制定关联性强的政策与标准。本文将研究视角放在数字贸易协定中的双边贸易协定深度上,探究数字贸易规则对商业服务出口与政府服务出口之间影响的区别,通过梳理对两者不同的影响路径来总结政策影响模式的不同。

研究的焦点涵盖两个方面:一方面,关注RTA数字贸易规则的研究。在这一部分中,重点放在对贸易效应的深入研究上,特别是分析RTA生效对成员方之间贸易创造效应的影响。研究中,周念利和陈寰琦(2020)^[1]通过经济合作与发展组织(OECD)的服务贸易数据,利用引力模型对美国RTA数字贸易规则的贸易影响进行了深入研究。结果表明,该数字贸易规则对双边数字贸易具有显著的促进作用,且对不同服务业的影响呈现出一定的异质性。在彭羽等(2021)^[2]的研究中,研究团队基于RTA数字贸易规则属性进行实证研究,构建了反映RTA深度的条款异质性指数。在刘斌等(2021)^[3]的研究中,研究团队采用世界投入产出数据库(WIOD)的数据,利用贸易引力模型,深入分析了数字贸易RTA规则的监管一体化对数字贸易的影响。研究发现,RTA的监管整合发挥了积极作用,降低了交易成本、增加了双边网络效应、缩短了制度距离。另一方面,对服务贸易的影响研究。马述忠等(2021)^[4]详细观察和总结了我国数字服务贸易的实践过程,认为我国数字服务贸易以网络为核心载体,

作者简介: 刘源(1998-),女,汉族,河南开封人,硕士研究生,研究方向:数字贸易规则、标准化与贸易;

张勇(1970-),男,汉族,内蒙古鄂尔多斯人,教授,硕士研究生,研究方向:标准化与贸易、技术创新管理。

通过正确利用通信技术,可以更好地整合产品和交流信息,使效果最大化。

与已有文献相比,本文的边际贡献是:一是基于商业服务出口与政府服务出口的新视角,深入探讨数字贸易规则对两者影响的区别,弥补了现有文献中仅关注商业服务出口及分行业商业服务贸易等,缺失了政府视角的不足。二是进一步探讨了数字贸易规则对数字服务出口的异质性影响,从不同收入国家视角与不同模板国家视角分析了数字贸易规则带来的不同影响,结合当前贸易格局,针对性地提出各个不同类型国家如何更好地开展数字服务贸易的政策建议。

2 研究假设

TAPED数据库在研究中对双边数字贸易规则进行了细致分类,主要包括电子商务条款、数据流动条款、服务章节中的数据条款及数字知识产权条款、特殊规定条款、大数据相关的货物贸易规则条款和一般例外条款7个类别,大多数章节与其中的条款均与服务贸易相关,从三种途径影响服务贸易,即数据流动、贸易促进与隐私保护。数字经济时代,贸易和生产过程严重依赖跨境数据传输,因此数据成为电子商务能否顺利运行的关键因素^[5]。贸易促进条例主要是一套旨在鼓励数字贸易便利化发展的综合性环境法规,这些条款的目的是在数字经济时代创造有利的条件,以推动跨境数字贸易的便捷进行。在数字服务出口方面,数据保护条款具有“双刃剑”的效果。具体来说,数据保护水平过低会导致数字企业和消费者失去信任,对数字服务出口产生负面影响,进而不利于数字服务出口;相反,过高的数据保护水平会提高数字公司的运营成本。根据现有研究与相关实证结果,数字服务贸易规则的深化总体将促进服务贸易出口,政府服务出口相关条款在这三大类条款中集中显示为电子政务相关条款,在电子政府章节中有所涉及,但数量较少,所以数字贸易规则深度对商业服务出口与政府服务出口的影响可能存在差异。基于此,本文提出以下假设:

假设1:RTA数字贸易规则的总体深度提高对于促进参与国的商业服务出口和政府服务出口产生积极影响。

签订双边数字贸易规则的国家目的往往是提高本国贸易出口、增大本国贸易顺差,从而促进本国经济增长。但由于数字贸易对跨境数据流动与计算设施本地化等要求较高,一些国家设置的高标准要求有意无意地阻碍了贸易往来,大幅提高了企业运营成本。OECD发布的“数字服务贸易限制指数”和欧洲国际政治经济中心(ECIPE)发布的“数字贸易限制指数”一致认为,跨境数据流动的限制是阻碍数字贸易展开的首要因素。这两个权威指数的共同观点凸显了在数字经济环境中,跨境数据流动的受限对数字贸易发展构成了严重阻碍。经验研究方面,Ferracane MF等(2020)^[6]基于2006—2016年64个国家的跨国面板数据,研究确证了数据限制政策与数字服务出口之间呈现负相关关系。上述研究主体大都是商业服务贸易或分行业研究的服务贸易,考

虑到政府除了受到经济影响,设置高数字贸易壁垒的国家往往传递着信号,这种信号对商业行为的影响体现在成本上,但对国家层面的政府影响往往更大。基于此,本文提出以下假设:

假设2:数字贸易壁垒越高,对商业服务出口与政府服务出口的负向作用更明显,且对政府服务出口的影响更大。

数字贸易规则经过近些年的发展,越来越多国家针对相关议题签订纳入自己所签订的双边规则协定,WTO近年来所涉及电子商务章节的条款与规定也逐步扩大到数字贸易的各个领域,数字规则条款的适用情境、核心条款、争端解决机制等都在逐步趋于完善与标准化。但由于每个国家数字贸易发展水平与阶段不同,其签订贸易协定后的贸易效应仍具有差异,且双边贸易协定的条款侧重点由于双方贸易实情不同而存在较大差异,形成了不同的区域数字贸易协定模板。基于此,本文提出以下假设:

假设3:数字贸易规则深度对商业服务出口与政府服务出口的正向作用因国家面板和所属数字贸易协定模板的不同而有所差异。

3 模型构建、变量说明和数据来源

3.1 基准模型构建

本文基于结构贸易引力模型构建实证模型,Baier等(2018)^[7]指出,使用面板数据比横截面数据更有效,可以有效缓解估算RTA贸易效应时可能出现的内生性问题。因此,本文采用面板数据来估算RTA的贸易效应,并在模型中加入时间固定效应和国家对固定效应。对于数字服务贸易数据中存在的零值问题及异方差问题,本文采用泊松伪极大似然估计(PPML)方法。因此,本文选择PPML作为经验模型的估计方法,将结构引力模型进行对数变换,引入本文规定的核心解释变量和控制变量,可得到基础回归模型如下:

$$X_{ijt} = \exp(\beta_0 + \beta_1 RTA_{ijt} + \beta_2 DSTRI_{ijt} + \beta_3 controls_{ijt} + \theta_{it} + \theta_{jt} + \theta_{ij}) + \varepsilon_{ijt}$$

双边商业数字服务出口以及政府数字服务出口会同时受到双边RTA贸易效应及出口到进口国家所设置的数字贸易壁垒的影响,因此本文在研究中加入了数字贸易规则条款深度与出口国进口国、双边数字贸易壁垒指数。 RTA_{ijt} 为出口国*i*和进口国*j*之间签署的RTA条款深度,其系数 β_1 代表数字贸易条款深度的贸易创造效应; $DSTRI_{ijt}$ 为进口国与出口国对数字贸易的限制程度,其系数 β_2 代表贸易转移效应; $controls_{ijt}$ 为双边层面的时变控制变量; θ_{it} 和 θ_{jt} 分别为出口国—时间固定效应和进口国—时间固定效应; θ_{ij} 为国家对固定效应; ε_{ijt} 为随机扰动项。

3.2 变量说明和数据来源

(1)被解释变量。在实证检验中,本文采用OECD平衡服务贸易(BaTIS)数据库中关于商业服务贸易和政府相关服务贸易的数据计算了双边服务出口额。本文采用OECD对数字交付贸易的定义,将七个与商业高度相关的数字服务部门的出口额相加,计算了商业服务贸易出口额。这种计

算方法能够综合考虑多个服务部门的出口情况,将SOX作为商业服务贸易出口额的代理变量;将其他服务减去商业服务出口额得到政府部门服务出口SL,时间跨度为2011—2019年。

(2)解释变量。本文数字贸易规则条款有关信息使用Burri和Polanco(2020)^[8]建立的TAPED数据库。TAPED数据库汇总截至2020年签署的188个区域贸易协定(RTA),其中涵盖了数字贸易条款。针对这些条款,数据库进行了评分,将其按照法律约束力进行了分类。本文参照彭羽(2023)^[9]的做法,根据政策领域分类,将数据库条款分为数据条款、贸易便利化条款和隐私条款三个主要一级指标,再将这些一级指标进一步细分为若干二级指标。

本文使用数字贸易壁垒数据表示一方单方面施加的数字贸易法规的限制性,所使用的数据为经合组织统计的数字服务贸易限制指数DSTRI。经合组织DSTRI由五类组成,每个类的值介于0~0.5,值越高,表示数字贸易限制越大。基于前文影响途径分析及数据可得性,本文选取对数字贸易壁垒总指数和与商业服务出口相关的“基础设施和连通性”指数与和政府政务相关的“电子交易”指数。

(3)控制变量。本文基准回归模型中控制了出口国—时间效应、进口国—时间效应与国家对效应,因此不再纳入单边国家控制变量与双边国家控制变量。后续稳健性检验中,使用多维固定效应模型作为稳健性检验时,将会纳入引力模型常规变量,包括进口国与出口国之间的物理距离、是否使用共同的官方语言及进口国与出口国的GDP。

变量选择依据如表1所示。

4 基准回归结果与稳健性检验

4.1 基准回归

基准回归结果如表2所示。在表2第一列中,仅考虑数字贸易规则深度作为解释变量,结果显示数字贸易规则深度的系数为正且显著,说明数字贸易规则深度的提高与商业服务出口的增加呈现显著的正相关关系,数字贸易协定促进商业贸易流动。表2第二列将数字贸易规则虚拟变量加入模型中作为解释变量,结果显示签订数字贸易协定对商业服务出口的正向作用仍较为显著,但没有细分条款下的数字贸易规则深度变量影响较大,说明更全面、更加细分的数

字贸易规则有助于促进数字贸易背景下的商业服务出口。表2第三列将解释变量换为数字服务贸易壁垒总指数,回归结果并不显著,理论上讲双边数字贸易壁垒,尤其是进口国方面的数字贸易壁垒会严重影响商业服务出口。实证结果显示,数字贸易壁垒对商业服务出口的负向影响并不显著,可能存在的原因是依托数字技术的商业服务贸易为各国近年来数字贸易发展的重点,因此高速增长的服务贸易会抵消一部分数字贸易壁垒带来的负向影响。表2第四列右边部分为与政府相关的服务出口,数字贸易协定深度与数字贸易虚拟变量对其影响仍显著为正;横向比较对商业服务出口的影响可以看出,数字贸易协定对商业出口的影响大于对政府出口的影响,原因是数字贸易本身为服务贸易的一部分,双边数字贸易协定主要目的还是带动本国数字贸易发展,更多用于市场化的商业途径,为贸易便利化措施的一部分。表2最后一列加入数字贸易壁垒指数,显示了较强显著性的负向影响,说明了政府服务出口相较商业服务出口对数字贸易壁垒相关措施的实施更为敏感。因为各国实施贸易壁垒措施具有明显的政策指向性。从商业行为来讲,阻断了贸易流;从政治行为来讲,阻碍了双边国家贸易往来,被限制国家政府也会相应减少与其的贸易来往与交流。

4.2 稳健性检验

(1)更换模型。除了贸易额统计缺失数据外,其余服务出口额为零的数据均加一处理,处理后面板数据中零贸易值问题解决,可以使用高维固定效应模型进行回归分析,此处固定的是出口国,因此把双边国家面板的引力常量作为控制变量引入了模型中。回归结果显示,与使用PPML模型回归结果相似,得出模型稳健的结论(见表3)。

(2)划分不同样本区间。政策的经济效应可能持续较长时间,由于RTA数字贸易规则对数字服务贸易的促进作用可能持续较长时间,且双边贸易协定签订后往往需要向WTO递交通知,签订时间与生效时间中间有时间间隔。参考Anderson和Yotov(2016)^[10]的方法,本文按照2年、3年和4年的时间间隔分别保留样本区间部分年份的方法来消除反向因果导致的内生性效应,对模型进行估计。如表4所示,列1~列4分别为1年(基准回归)、2年、3年、4年的样本区间间隔划分下数字贸易规则对商业服务出口的影响结果;表4列5~列7为对政府服务出口的回归结果。由表4可以看出,在数

表1 数据基本统计信息

变量	VARIABLES	N	Mean	SD	Min	Max	数据来源
商业服务出口	SOX1	85050	48.2	592.12	0	34632.77	BaTIS
政府服务出口	SL	85050	1.42	14.39	0	1064.88	BaTIS
数字贸易条款深度	FTA	85050	0.04	0.18	0	2.21	TAPED
数字贸易条款虚拟变量	RTA	85050	0.07	0.26	0	1	TAPED
数字贸易限制总指数	DSTRI1	23670	0.19	0.12	0	0.65	OECD
基础设施指数	DSTRI2	23670	0.11	0.1	0	0.48	OECD
电子交易指数	DSTRI3	23670	0.03	0.02	0	0.11	OECD
双边国家距离	distw	81585	7966.52	4412.76	131.76	19597.72	CEPII
双边国家共同语言	comlang_off	81594	0.15	0.35	0	1	CEPII
双边国家殖民	col_dep	85032	0	0.02	0	1	CEPII
出口国人均GDP	gdpcap_o	76734	15.59	20.09	0.25	88	CEPII
进口国人均GDP	gdpcap_d	77858	14.5	20.18	0.23	119.17	CEPII

表2 基准回归结果

VARIABLES	商业服务			政府服务		
FTA	0.1167*** (0.0242)			0.0816** (0.0354)		
RTA		0.0984*** (0.0230)			0.0881** (0.0395)	
DSTRII			0.2308 (0.6606)			-3.9971*** (1.5095)
Constant	7.6006*** (0.0032)	7.5913*** (0.0054)	8.0355*** (0.0116)	3.6692*** (0.0061)	3.6632*** (0.0078)	4.0255*** (0.0284)
Observations	80,982	80,982	7,926	65,063	65,063	7,002
iso3_o-YearFE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
iso3_d-YearFE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
countrypairFE	YES	YES	YES	YES	YES	YES

注: ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1。

表3 更换模型回归结果

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	商业服务	商业服务	政府服务	政府服务	政府服务
FTA	0.391*** (9.11)		1.318*** (2.73)		
RTA				0.163 (0.64)	
D1		-8.914*** (-7.24)			0.649 (0.10)
lngdpcap_o	0.746*** (9.91)	1.294*** (4.04)	1.653*** (2.99)	1.638*** (2.96)	2.028 (0.60)
lngdpcap_d	1.298*** (185.47)	1.379*** (68.49)	1.041*** (16.67)	1.066*** (16.78)	2.155*** (8.04)
Indistw	-0.851*** (-58.97)	-0.716*** (-23.28)	-0.715*** (-8.70)	-0.705*** (-8.48)	-0.583 (-1.51)
comlang_off	0.176*** (5.88)	0.383*** (5.60)	0.761*** (4.73)	0.744*** (4.62)	6.025*** (5.66)
col_dep	2.343*** (9.68)		-2.204*** (-6.66)	-2.241*** (-6.75)	
Constant	2.153*** (11.46)	1.348 (1.50)	2.916** (2.52)	2.864** (2.48)	-1.111 (-0.12)
Observations	63,901	7,588	68,653	68,653	8,034
R-squared	0.632	0.714	0.047	0.047	0.060
yearFE	YES	YES	YES	YES	YES
countryFE	YES	YES	YES	YES	YES
r2_a	0.632	0.713	0.0463	0.0460	0.0569
F	6753	1418	70.30	71.54	18.93

注: ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1。

字贸易规则的影响下,商业服务出口在第三年达到最大值,不但说明数字贸易规则对双边数字服务贸易具有持续的影响,而且回归分析显示,各个时间点的回归系数方向一致,表明整体回归模型的稳健性。对政府服务出口的影响也是

在第三年显著,其余两年不显著,可见数字贸易规则出台第三年对政府服务出口有显著的正向影响。

(3)分指标验证数字贸易壁垒对服务出口的作用。根据假设3进行分指标设计,将数字贸易壁垒分指标纳入模型中,结果得出分指标中只有基础设施与连通性指标对政府服务出口有显著的负向影响,且影响结果相较基准回归影响更大。可能存在的原因是商业服务出口属于市场化行为,除了政府规制作用外,更多依靠市场自身运作发展,政府对其负向影响存在,但可能被自有的市场推进行为抵消。政府购买与支出等行为属于计划购买与计划支出,进口国对出口国实施贸易壁垒代表非合作意愿,直接影响到出口国对其出口的意愿(见表5)。

5 异质性分析

5.1 根据数字贸易协定模板类型划分

盛斌和陈丽雪(2023)^[11]针对区域与双边视角下数字贸易规则的协定模板与核心议题进行划分,将属于美式模板,欧式模板与中式模板的双边贸易协定进行汇总,本文依据此分类标准,将签订模板内协定的出口国分别,划分为美式模板、欧式模板与中式模板。实证结果如表6所示:中式模板和欧式模板对商业服务出口与政府服务出口的影响均不显著,只有美式模板下的数字贸易规则深度对两者有显著的影响。数字贸易规则中,美式规则产生较大影响的主要原因是美式规则形成系统模板的时间较早,而欧式模板仍处于初级阶段,同时依赖欧盟这一联合体,中式模板也是依托在RCEP范围内不断推进的过程中。大多数成员国尚未达到符

表4 不同样本区间间隔划分下的回归结果

VARIABLES	1年商业	2年商业	3年商业	4年商业	2年政府	3年政府	4年政府
FTA	0.1167*** (0.0242)	0.1438*** (0.0311)	0.1464*** (0.0344)	0.1397*** (0.0389)	0.0333 (0.0407)	0.0843** (0.0400)	0.0689 (0.0501)
Constant	7.6006*** (0.0032)	7.6025*** (0.0043)	7.6347*** (0.0049)	7.6091*** (0.0051)	3.7103*** (0.0078)	3.6941*** (0.0077)	3.7256*** (0.0094)
Observations	80,982	44,844	35,986	26,928	35,261	27,582	20,452
iso3_o-YearFE	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
iso3_d-YearFE	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
countrypairFE	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES

注: ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1。

表5 数字贸易壁垒回归结果

VARIABLES	商业服务	商业服务	政府服务	政府服务
DSTR12	0.2308 (0.6606)		-3.9971*** (1.5095)	
DSTR13		0.5567 (1.4243)		-3.3562 (2.7659)
Constant	8.0355*** (0.0116)	8.0361*** (0.0091)	4.0255*** (0.0284)	3.9764*** (0.0202)
Observations	7,926	7,926	7,002	7,002
iso3_o-YearFE	YES	YES	YES	YES
iso3_d-YearFE	YES	YES	YES	YES
countrypairFE	YES	YES	YES	YES

注：***p<0.01,**p<0.05,*p<0.1。

合美国数字贸易架构要求的技术和能力水平。

5.2 根据收入水平类型划分

本文依据世界银行的国家(地区)收入水平划分标准,将样本中的国家(地区)分为高收入和非高收入(具体包括低收入、中低收入、中高收入)两类,并按照出口国和进口国同为高收入(HH)、出口国和进口国同为非高收入(LL)、出口国为高收入进口国为非高收入(HL)、出口国为非高收入进口国为高收入(LH)将总体样本划分为四组,分别进行分组回归。因考虑到非高收入国家服务贸易样本数据质量,所以划分为三组。HL和LH分组中的贸易创造效应为正,且显著;HH分组中贸易创造效应为负,但不显著。这说明只有高收入国家与低收入国家相互出口时,RTA数字贸易规则才

显著促进双边数字服务贸易。可能存在的原因为高收入国家之间的出口通过区域一体化促进较多,高收入国家与低收入国家相互贸易的需求往往针对性较强,需要通过签订双边贸易协定来促进。政府服务方面,数字贸易协定只对高收入国家对低收入国家的出口有影响,因为政府方面往往涉及技术援助与合作,低收入国家处于发展数字贸易的初期阶段,数字贸易的综合环境相对薄弱,难以达到数字服务出口的水平(见表7)。

6 结语

综上所述,数字贸易规则的签订对商业服务贸易出口有显著的影响,双边国家的数字贸易壁垒则对政府服务出口有显著的负向影响。进一步进行异质性分析显示,细分国家模板下,并非所有国家区域联盟都适合通过签订数字服务贸易协定来促进商业服务出口,中式模板和欧式模板下签订的数字贸易协定对数字服务出口的影响并不显著,由于对数据流动和隐私性部分要求,无法做到完全支撑数字服务贸易发展,过程中可能还存在反向作用。美式模板提出时间较早,且有牢固的政治联盟基础,在美式贸易模板下签订的数字贸易协定对商业服务出口及政府服务出口都有着显著的正向效应。细分国家收入面板的异质性分析中,高收入与低收入国家之间的出口能够被数字贸易规则深度显著影响,而高收入国家之间与低收入国家之间(低收入国家之间的影响系数也不显著,且由于低收入国家服务贸易出口

表6 依据数字贸易协定模板类型划分的回归结果

VARIABLES	中式模板	欧式模板	美式模板	中式模板	欧式模板	美式模板
	商业服务			政府服务		
FTA	-0.0090 (0.0576)	0.0500 (0.0378)	0.0531*** (0.0171)	-0.0181 (0.0295)	-0.0761 (0.1016)	0.0523* (0.0274)
Constant	8.0380*** (0.0085)	7.9903*** (0.0033)	7.7871*** (0.0042)	3.4130*** (0.0104)	3.8669*** (0.0120)	3.6429*** (0.0108)
Observations	5,346	8,937	8,910	4,135	7,605	6,323
iso3_o-YearFE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
iso3_d-YearFE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
countrypairFE	YES	YES	YES	YES	YES	YES

注：***p<0.01,**p<0.05,*p<0.1。

表7 依据收入水平划分的国家面板回归结果

Type	HH	HL	LH	HH	HL	LH
VARIABLES	商业服务			政府服务		
FTA	0.0220 (0.0337)	0.1112*** (0.0413)	0.1250*** (0.0450)	0.0500 (0.0438)	0.1941*** (0.0492)	0.0503 (0.0654)
Constant	8.0907*** (0.0042)	5.5150*** (0.0052)	8.0331*** (0.0062)	4.3478*** (0.0111)	2.8779*** (0.0102)	3.8579*** (0.0075)
Observations	6,480	9,186	8,253	5,433	7,595	7,745
iso3_o-YearFE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
iso3_d-YearFE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
countrypairFE	YES	YES	YES	YES	YES	YES

注：***p<0.01,**p<0.05,*p<0.1。

统计数据较少,因此未放在正文模型中进行展示)的出口并未受双边数字服务贸易协定影响过多。这与当前区域贸易规律相契合,高收入国家与低收入国家间往往通过区域经济一体化理论签订相关区域贸易协定而非双边贸易协定。另外,双边贸易协定的趋势并非传统贸易理论中的比较优势理论等,而是趋向全球价值链方向,中低收入国家并非一味陷入中等收入陷阱中,而是通过各种途径参与到国际贸易生态圈中,在贸易便利化的驱动下进一步拉动“三驾马车”。

政策建议如下:

(1)签订双边贸易协定后,需要时间间隔贸易效应才能达到峰值,因此这段时间双边国家可以针对签订相关协定进行后续更深入的合作,完善贸易签订条款中相关制度落实,打破双边国家间标准联通的阻碍,促成贸易规则实施相关部门主管针对作出改变的地方进行进一步解读细化,缩短政策发挥时滞,有效提升贸易便利交流。

(2)降低数字服务贸易壁垒。贸易壁垒具有隐蔽性的特征,区别于关税等制度,其经济影响作用往往无法估量,但就双边合作的政治影响而言,设置贸易壁垒多数是给双边进一步合作设置障碍。关注已签订数字贸易协定的深度合作,是否签订数字贸易协定的虚拟变量影响作用在实证中小于数字贸易规则条款深度对数字服务出口的影响,将协定内容细化有助于条款双方落地实施。

(3)我国应继续投入国际贸易合作的浪潮中。2021年9月和11月,我国正式向CPTPP和DEPA提出加入申请。虽然此举可能面临一些挑战和风险,但总体上有助于我国实现更高水平的对外开放。这一举措旨在推动数字经济的高质

量发展,促进数字经贸更加开放,我国可以采取选择性精准推进的战略,积极推进与签订RTA的国家新增电子商务或数字贸易专章,或升级相关条款。

参考文献

- [1] 周念利,陈寰琦.RTAs框架下美式数字贸易规则的数字贸易效应研究[J].世界经济,2020,43(10):28-51.
- [2] 彭羽,杨碧舟,沈玉良.RTA数字贸易规则如何影响数字服务出口:基于协定条款异质性视角[J].国际贸易问题,2021(4):110-126.
- [3] 刘斌,甄洋,李小帆.规制融合对数字贸易的影响:基于WIOD数字内容行业的检验[J].世界经济,2021,44(7):3-28.
- [4] 马述忠,王今非,郭雪瑶.全球数字贸易规则谈判影响因素探究:兼论伙伴关系选择[J].产业经济评论(山东大学),2021,20(4):15-36.
- [5] Ferencz J, Gonzales F. Barriers to trade in digitally enabled services in the G20[J]. OECD Publishing, 2019, 4(1): 3-12.
- [6] Ferracane M F, Kren J, Marel E. Do data policy restrictions impact the productivity performance of firms and industries?[J]. Review of International Economics, 2020, 28(3): 676-722.
- [7] Baier S L, Bergstrand J H, Clance M W. Heterogeneous effects of economic integration agreements[J]. Journal of Development Economics, 2018, 135: 587-608.
- [8] Mira B, Rodrigo P. Digital Trade Provisions in Preferential Trade Agreements: Introducing a New Dataset[J]. Journal of International Economic Law, 2020, 23(1): 187-220.
- [9] 彭羽,杨碧舟.区域贸易协定数字贸易规则的第三国贸易效应:转移还是溢出[J].国际贸易问题,2023(1):36-54.
- [10] Anderson J E, Yotov Y V. Terms of Trade and Global Efficiency Effects of Free Trade Agreements, 1990-2002[J]. Boston College Working Papers in Economics, 2011, 99:279-298.
- [11] 盛斌,陈丽雪.区域与双边视角下数字贸易规则的协定模板与核心议题[J].国际贸易问题,2023(1):19-35.

The Depth Effect of Digital Trade Rules: the Perspective of Commercial Service Export and Government Service Export

Liu Yuan, Zhang Yong

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

Abstract: This paper discusses the impact of RTA digital trade rules from the perspective of service trade, and examines the difference between its impact on commercial service export and government service export. Leveraging TAPED and BaTIS databases, the paper draws bilateral service trade volume of countries that signed digital trade agreements from 2011 to 2019 as the sample, and empirically analyzes the influence on commercial service export and government service export on the basis of measuring the depth of digital rules in the agreements. The results indicate that RTA digital trade rules have a positive effect on the export of commercial services and the outcomes are stable. However, the impact on the export of government services is not significant. The negative barriers to digital trade have an impact on both commercial service export and government service export and the negative impact on government service export is more significant. Upon categorizing country panels based on income levels and trade rule templates, the analysis indicates that the depth of digital trade rules significantly affects export relationships between high-income and low-income countries. The impact is notable on the American template compared to those of Europe and China. Delving into the mechanisms of the impact through sample examination holds considerable importance for facilitating the negotiation of bilateral trade agreements between countries.

Keywords: Digital Trade Rules; Service Export; Bilateral Trade Agreements; Gravity Model; Barriers to Digital Trade

微信营销对消费者购买意愿的影响研究

——以感知价值为中介变量

刘星宇¹ 王文慧¹ 冯之坦² 杨阳(通讯作者)¹

(1. 南通理工学院商学院 江苏南通 226001; 2. 南通开放大学艺术传媒学院 江苏南通 226000)

摘要: 本文以微信营销为例,根据消费者的购买意愿,深入分析微信营销对消费者的影响因素,以微信营销活动、微信推送信息质量、品牌知名度及亲友参与度等因素为自变量,以消费者感知价值为中介变量,以消费者购买意愿为因变量,设计了调查问卷。结果表明:微信营销活动、微信推送信息质量、品牌知名度及亲友参与度等因素对消费者感知价值有正向且显著的影响;感知价值在影响因素和购买意愿之间起中介作用,且正向显著影响消费者购买意愿。基于此,本文提出以下营销建议:重视微信营销活动方式;提高微信推送信息质量;打造品牌知名度;提高亲友参与度等,以供参考。

关键词: 消费者; 微信营销; 购买意愿; 感知价值; 消费经济; 品牌知名度

本文索引: 刘星宇, 王文慧, 冯之坦, 等. 微信营销对消费者购买意愿的影响研究[J]. 中国商论, 2024(05):065-068.

中图分类号: F724.6; F062.3

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-065-04

1 前言

微信营销主要指企业利用微信公众平台,向用户传递有价值的信息来实现企业品牌价值和产品知名度提高,服务体验优化等方面的网络营销模式。这种营销方式慢慢改变用户购物习惯,也是一种营销模式的进化。消费者感知价值是对消费者在购买产品或服务的成本降低后所获得的生产或服务效益的主观评估,反映了消费者对产品或服务价值的特殊感知。这与产品通常只需满足用户服务的理念不相同,提供更多附加的价值才会使消费者感知提高到更高的档次,从而对价值主观的判断有不一样的结果。

国内外学者在微信营销方面的研究主要集中在微信营销的概念、特点、模式、传播问题和解决方案,以及微信营销影响因素等方面。营销内容可以分为价值内容和娱乐内容^[12],为受众创建有用的信息,帮助和激励他们,从而达到预期效果^[13-14],满足用户体验也是其重要内容^[15]。微信营销是微信本身的一部分,营销活动的展开借助自身平台^[5],是与客户建立关联的有效端口,具有用户年轻化、高效化、互动化的特点^[1-3]。关注内容价值、用户体验和需求^[4],可以为企业开辟新的市场、吸纳新的客源,提高企业的市场竞争力^[5],企业也可以借助微信营销进行优化创新^[7]。微信营销对不同的目标客户适时投放相对应的定制化营销内容,有利于客户接受微信营销,实现营销目的^[8-9]。消费者通过微信购买商品时,会感受到将从这笔交易中所获得的效用,从而产生感知价值^[10-11]。

2 研究假设

从消费者角度来看,每个用户的喜好不同,与之相对的营销方式也多种多样,企业怎样把握消费者的喜好心理,并选择与之对应的营销方式才是问题的关键。同样的问题对各个企业来说同样适用,只有对微信功能进行详细诠释,才能得到更加细致的发展方向,并对未来的发展做出更加稳定的分析。

2.1 研究假设提出

2.1.1 微信营销活动对感知价值的影响

微信营销作为当今网络时代发展诞生的新兴产物,方便、快捷不仅是其特点,还是其优势所在。相对其他的营销方式,它会更加注重消费者的内心感受,所以对用户本身的产品感知价值产生巨大影响,但其劣势同样明显,体现在可能会因为隐私问题而影响用户的使用想法。基于此,本文提出以下假设:

H1: 微信营销活动正向影响消费者感知价值。

2.1.2 微信推送信息质量对感知价值的影响

信息质量是指一条信息的准确性、完整性、简练性、有用性等,这就要求企业在利用微信营销时牢牢抓住简洁特点,且企业发布的微信内容能够体现其主要营销理念。根据选择性注意理论的原理,当微信用户留意到企业微信发布的信息是社会热点话题或恰好与用户观点一致时,其会更加注意信息的内容,并保存在大脑中。基于此,本文提出以下假设:

基金项目: 南通理工学院本科生优秀毕业设计(论文)培育计划资助项目(BS202329); 2022年江苏省大学生创新创业培训计划(202312056004Z)。

作者简介: 刘星宇(2001-),女,汉族,山东潍坊人,电子商务专业。

通讯作者: 杨阳(1991-),女,汉族,江苏南通人,讲师,硕士研究生,研究方向:电子商务、竞争情报。

H2: 微信推送信息质量正向影响消费者感知价值。

2.1.3 品牌知名度对感知价值的影响

品牌知名度是一个商品或服务品牌被人们所熟知的程度,代表了商品或服务品牌在消费者心中的影响力。品牌知名度在消费者对某个品牌不是很了解时所起的作用很大,它会是消费者预测产品质量的重要标准。一般认为,品牌知名度越高的企业,其产品功能、质量、维护、售后支持会越好,消费者也会越放心,因此就能提高消费者的感知价值,进而提高消费者的购买意愿。基于此,本文提出以下假设:

H3: 品牌知名度正向影响感知价值。

2.1.4 亲友参与度对感知价值的影响

有学者指出,社会关系是消费的基础,微信是熟人的网络,用户会自愿接受亲友传达的信息,对其购买或推荐的产品有较高的信任程度,更容易被采纳。基于消费心理学的角度,影响消费者行为的重要指标便是“从众”心理和“信任”心理,在消费者的购买意愿过程中,会有从众倾向,亲友在此方面扮演着关键的角色。基于此,本文提出以下假设:

H4: 亲友参与度正向影响消费者感知价值。

2.1.5 感知价值

影响消费者是否做出决策的前置因素主要受消费者对产品感知价值的高低影响。感知价值的高低直接影响消费者是否做出决策,在产品或服务中所得到的价值越高,其购买意愿的感知就会越高。感知价值的内核是对产品购买后所感受到的优势和劣势进行对比,以寻求一种平衡。基于此,本文提出以下假设:

H5: 微信营销下消费者的感知价值正向影响其购买意愿;

H6: 感知价值在微信营销对消费者购买意愿中起中介作用。

2.2 研究变量的定义与测量

本文参考吴小红(2018)、刘剑勇(2018)、叶静(2013)的量表,傅颖(2016)的观点和测量方式,以Ravald(1996)的研究为基础,并参考赵玥(2017)的量表,结合Kim(2002)、邱蕾(2018)的课题研究需要,做出综合分析,整合微信营销的特点,对微信营销活动、微信推送信息质量、品牌知名度、有关亲友参与度、对于感知价值这个中介变量的测量指标和购买意愿六方面制定量表,并提出了各变量的测量项。

问卷主要由两部分组成:第一部分是消费者基本个人信息,包括性别、年龄、教育程度和工作情况;第二部分主要是在微信营销的框架下评估消费者购买目的的影响因素。据此,问卷将购买意愿影响因素分为四个部分:第一部分是微信营销活动,考察优惠广告、促销价格、活动氛围对购买意愿的影响程度;第二部分是微信营销信息的质量;第三部分是品牌意识,分析了品牌对购买决策的影响;第四部分是家人和朋友的参与程度,分析了家人和朋友的推荐和参与对购买目标的影响。借助问卷星平台,本文采用微信等网络

形式发放问卷,最终回收有效问卷153份。

3 实证分析

3.1 样本特征分析

按照性别来看,男性的占比要比女性少,可知女性相对男性的购物意愿更高。购物意愿高的人群中,年龄主要集中在20~40岁,20岁以下和40岁以上这两个年龄段的人较少。本科及以下的占比最多,以专科为主,达到30.7%,剩下高中或初中相对更少。如果从职业背景来看,“在读学生”和“普通职员”是主力,分别占32.6%和26.8%。通过这两部分可以看出,与微信营销购物用户相符合。从购物次数方面来看,每月两次以内的购物次数占比较大,有74人,达到48.4%;五次以上的人较少,占比13.7%。从购物的种类来看,通过微信购买化妆品的有35人,占比达到22.9%;购买衣服鞋袜的有32人,占比为20.9%。综上所述,大部分参与者对微信营销方式有着极大的兴趣,并将其作为主要的购物方式。

3.2 信度分析

在信度检验中, α 值小于0.6则不具有研究意义,信度无法达到标准。另外,如果有较高的信度,就认为在0.7~0.8,在0.8以上便会认为量表的信度非常高。正式量表问卷的信度如表1所示,各维度的量表信度集中在0.8~0.9,都高于标准的0.8,说明整体的结果具有一定的可信度,也可方便进行后续的分析。

表1 信度和效度分析

变量	测量项数	rho_A	组合信度(CR)	平均抽取变异量(AVE)
亲友参与度	3	0.882	0.927	0.809
品牌知名度	3	0.834	0.900	0.750
微信推送信息质量	3	0.885	0.928	0.812
微信营销活动	3	0.885	0.928	0.812
感知价值	3	0.906	0.941	0.841
购买意愿	3	0.877	0.923	0.799

3.3 效度分析

测量变量是否满足收敛效度,AVE数值大于0.5,且CR的数值大于0.7。观察表2可知,AVE数值集中在0.7~0.85,都大于标准的0.5;CR的数值集中在0.9左右,大于标准的0.7;有关变量的AVE平方根值大于相关变量的相关系数,正式量表问卷的各维度均已达到区别效度的标准,说明问卷具有收敛效度,具有研究意义。通过收敛效度和区别效度的检验可知,构建结构方程模型是具有合理性的(见表1和表2)。

3.4 假设检验

本文借助SmartPLS 4工具,使用结构模型估计路径系数和各因素对消费者购买意愿的重要性。路径系数方面,本文提出6个假设,结果如表3所示,微信营销活动与感知价值($\beta = 0.237, t = 2.292, p = 0.022 < 0.05$)之间成正向显著关系,假设H1成立;微信推送信息质量与感知价值

($\beta = 0.190, t = 1.983, p = 0.048 < 0.05$)之间成正向显著关系,假设H2成立;品牌知名度和感知价值($\beta = 0.183, t = 2.361, p = 0.019 < 0.05$)之间成正向显著关系,假设H3成立;亲友参与度和感知价值($\beta = 0.379, t = 5.430, p = 0.000 < 0.05$)之间成正向显著关系,假设H4成立;感知价值和消费者购买意愿($\beta = 0.877, t = 46.685, p = 0.000 < 0.05$)之间成正向显著关系,假设H5成立。感知价值在微信营销对消费者购买意愿中存在总效应($\beta = 0.877$)和间接效应($\beta = 0.332$),所以感知价值在微信营销对消费者购买意愿中存在中介作用,故假设H6成立(见表4)。

表2 Pearson相关与AVE平方根值

变量	A	B	C	D	E	F
A 亲友参与度	0.899					
B 品牌知名度	0.818	0.866				
C 微信推送信息质量	0.815	0.839	0.901			
D 微信营销活动	0.798	0.863	0.777	0.901		
E 感知价值	0.845	0.866	0.828	0.876	0.917	
F 购买意愿	0.845	0.837	0.794	0.859	0.878	0.894

表3 路径系数回归结果

路径	样本均值	STDEV	T 统计量 (O/STDEV)	p	结论
A E	0.237	0.106	2.292	0.022	支持
B E	0.190	0.098	1.983	0.048	支持
C E	0.183	0.072	2.361	0.019	支持
D E	0.379	0.070	5.430	0.000	支持
E F	0.877	0.019	46.685	0.000	支持

表4 信任的中介效应检验

路径	样本均值	STDEV	T 统计量 (O/STDEV)
总效应	0.877	0.019	46.685
间接效应	0.332	0.062	5.425

4 研究结论与建议

4.1 研究结论

根据对近年来微信营销文献的研究及结合问卷的调查可以发现,主要有四方面的因素影响着微信的营销:微信营销活动、微信推送信息质量、品牌知名度和亲友参与度,以感知价值作为中介变量,进而建立微信营销对消费者购买意愿的影响体系。通过对四大影响因素的实证检验,探究该体系是否成立。本文通过发放问卷和搜集来的数据进行实证分析,检验文中的假设,同时检验消费者购买意愿的中介作用,即感知价值。综上所述,本文通过研究分析得到以下结论:

通过实证分析,可以得出微信营销活动与购买消费者的目的具有重要的正相关关系,表明消费者在购买时会评估微信营销活动内容,企业可以进行价格折扣等方式来促进购买;微信推送信息质量对消费者购买意愿具有显著的正相关关系,企业应注意推送内容的质量及价值;品牌知名度对消费者购买意愿有显著影响;亲友参与与消费者购

买目的之间存在重要的正向关系;感知价值与消费者购买目标之间存在重要的正相关关系。

消费者的购买意愿与消费者对购买产品的感知价值有一定的关系,消费者的意愿受到购买产品感知价值的影响。所以,消费者对购买产品的感知价值越高,其购买意愿就越高。

消费者感知价值在微信营销影响因素与消费者购买目的之间具有重要的中介作用,即微信营销影响因素通过消费者感知价值对其购买目的存在中介作用,说明微信营销影响系统。

综上所述,通过前文的理论分析提炼了微信营销的影响因素,形成假设;通过问卷发放回收和抽样问卷的检验假设,更新了微信营销的新视角。同时,对未来微信营销的研究发展提供了方向。

4.2 微信营销建议

4.2.1 重视微信营销活动方式

通过研究可以看出,微信营销活动对感知价值和购买意愿产生显著的影响。所以,企业要努力打造新型营销活动,覆盖拉新、转化、促活、复购、裂变全环节抽奖类活动,利用进店有礼、收藏有礼、找人代付等方式推广获得新客户;促进成交转化,利用限时折扣、定金膨胀、订单返现,降价购买等方式促进订单成交;分享裂变,通过拼单、团购返现、好友瓜分券等方式实现裂变,增加单量;增购复购,通过第二件半价、优惠套装、会员折扣、打包一口价等方式实现重复购买,提高消费者的感知价值和购买意愿。

以上几种微信营销的活动方式都是现在企业较常使用的,经过验证都取得了不错的效果,但是微信还在发展过程中,将来必定会推出更多的新功能。所以,企业要与时俱进,时刻关注微信版本功能的变动,不断发展新的微信营销方式。

4.2.2 提高微信推送信息质量

通过以上研究可明显看出,信息质量同样显著影响感知价值和购买意愿,营销信息内容丰富多彩或具有新意、趣味性、价值性且具有热点,才能使消费者有兴趣阅读,所以企业如想提高微信推送信息的质量,就要注重信息的形式和内容,一定要经过精细编写,更加生动地传递信息。公众平台最好把自己的产品和时下的一些热点话题相关联,最重要的是具备信息价值,让消费者有阅读的兴趣,同时加强其购买意愿。

4.2.3 打造品牌知名度

综上,品牌知名度影响消费者的购买意愿,因此企业重视自己的品牌打造,也可以提高消费者购买意愿。

品牌知名度已被企业视为获得可持续竞争力的有力武器。成功的品牌明显区别于其他的竞争品牌,同时降低消费者在购买产品时存在的不确定性,提高消费者的忠诚度,吸引其多次购买产品。所以,品牌是企业长远发展的基石,必须重视企业的品牌,提高品牌影响力,进行微信营销和宣

传,提高消费者对产品的感知价值,从而促进转化。

4.2.4 提高亲友参与度

亲友参与度正向影响消费者的购买意愿,因此亲友参与对微信营销至关重要。

微信作为人与人之间主要的交流、沟通工具,是熟人的虚拟社区平台。因此,企业在进行微信营销时,应充分发挥用户亲友的作用,注重口碑效应,帮助其提高竞争力,尤其是当自己的亲友已在微信平台消费一种产品后,通过对其所获得的产品功能及感知价值的描述,会给其他潜在使用者带来更大的感知价值,这种感知价值也会进一步促进购买意愿的提高。

5 结语

微信作为“零距离”交流的平台,在营销方面有很大的发展空间。线上营销平台上良好的用户体验易于快速传播,对企业销售业绩具有积极影响。一个优秀的在线营销平台就像一个企业的发言人,使发布的信息更有价值和可信度。同时,多元化是网络营销的重要竞争指标,只有多元化,才能超越单一平台的竞争对手,吸引更多消费群体。因此,提升营销平台的多元化水平体验是顾客与企业交流的过程中形成的主观感知价值,重视与顾客的每一次互动交流,从而影响顾客的购买意愿。

发挥多种营销方式的协同作用,提高企业的市场竞争力。企业形象塑造和品牌传播是多种营销手段协同作用的结果,在进行微信营销和矩阵营销的过程中,应建立统一的营销目标,和其他营销手段互为补充来制定企业的营销计划并进行营销活动。企业在进行微信营销时,要避免营销市场的同质化,应建立自己的个性化和创新性来吸引消费者,塑造独具特色的产品形象。

参考文献

- [1] 刘蓝钦.微信公众平台营销特点及策略探究[J].中国管理信息化,2022,25(20):5-8.
- [2] 刘菲菲.浅析微信营销的特点、优劣势及发展前景[J].商,2016(26):121-125
- [3] 李慧雯.微信营销中影响消费者购买意愿的相关因素实证研究[D].上海:上海外国语大学,2018:67-71.
- [4] 林小瑞.微信营销的发展对消费者购买行为的影响[J].长治学院学报,2016,33(4):32-34.
- [5] 曹月菲.微信营销的方式、误区和优化[J].电子商务,2016(4):40+83.
- [6] 尹鹏.顾客关系管理视角下天津美团比萨微信营销策略研究[D].昆明:云南师范大学,2023:16-25.
- [7] 吴晓玮.微信营销环境下消费者购买意愿影响因素分析[J].质量与市场,2021(12):168-170.
- [8] 徐燕红,黄艳丹,张丽娜.微信营销对消费者购买决策影响因素实证研究[J].全国流通经济,2022(36):28-31.
- [9] 时现.新媒体视角下传媒公司的微信营销策略及案例研究:以A公司为例[J].中国商论,2022(16):11-14.
- [10] Narayan G, Singh A N. Impact of sensory marketing on consumers' purchase intention in restaurants[J]. JIMS8M: The Journal of Indian Management & Strategy, 2019, 24(2): 35-41.
- [11] Gallarza M G, Saura I G. Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: an investigation of university students' travel behaviour[J]. Tourism management, 2006, 27(3): 437-452.
- [12] Lieb R. Content marketing: Think like a publisher—How to use content to market online and in social media[M]. Que Publishing, 2012.
- [13] Jefferson S, Tanton S. Valuable content marketing: how to make quality content your key to success[M]. Kogan page publishers, 2015.
- [14] Pulizzi J. Are corporations the new kings of content[J]. Folio: The Magazine for Magazine Management, 2007, 36(8): 56.
- [15] Taylor D G, Lewin J E, Strutton D. Friends, fans, and followers: do ads work on social networks?: how gender and age shape receptivity[J]. Journal of advertising research, 2011, 51(1): 258-275.

Research on the Impact of WeChat Marketing on Consumer Purchase Intention: A Study Using Perceived Value as a Mediator Variable

Liu Xingyu¹, Wang Wenhui¹, Feng Zhitan², Yang Yang¹

(1. Business School, Nantong Institute of Technology, Nantong, Jiangsu 226001; 2. School of Art and Media, Nantong Open University, Nantong, Jiangsu 226000)

Abstract: This article takes WeChat marketing as an example to deeply analyze the influencing factors of WeChat marketing on consumers based on their purchase intentions. A survey questionnaire is designed with WeChat marketing activities, WeChat marketing information quality, brand reputation, and family and friend participation as independent variables, consumer perceived value as a mediator variable, and consumer purchase intention as the dependent variable. The conclusion indicates that factors such as WeChat marketing activities, WeChat marketing information quality, brand reputation, and family and friend participation have a positive and significant impact on consumer perceived value. Perceived value serves as a mediator between influencing factors and purchase intention, and has a significant positive impact on consumer purchase intention. Based on the above results, the following marketing suggestions are proposed such as attaching importance to WeChat marketing activities, improving the quality of WeChat marketing information, building brand reputation, and encouraging the participation of family members and friends.

Keywords: Consumers; WeChat Marketing; Purchase Intention; Perceived Value; Consumer Economy; Brand Reputation

基于AISAS模型的“微信营销”效果评价及营销路径

——以W护肤品为例

路朝祥 晏槐 王海龙 龚志柱

(昆明理工大学津桥学院 云南昆明 650000)

摘要: 本文以“企业微信”为视角,基于用户消费模型——AISAS模型和传统客户转化率理论,分别构建营销总过程和五个营销阶段的客户转化率模型,确立每个阶段的评价指标,并以W护肤品营销数据为样本,对实验组和对照组分别进行测试。研究表明,依据AISAS模型建立的营销路径采用针对性营销活动的实验组产生了较好的营销效果,并通过统计检验验证实验组营销策略的有效性,进而总结出基于AISAS模型的“企业微信”营销路径。

关键词: AISAS模型;“企业微信”;消费体验;客户转化;微信营销;消费经济

本文索引: 路朝祥,晏槐,王海龙,等.基于AISAS模型的“微信营销”效果评价及营销路径[J].中国商论,2024(05):069-072.

中图分类号: F724.6

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-069-04

1 引言

微信营销已成为企业应用较多的网络营销途径,2020年腾讯微信数据报告显示,微信用户已超过11.51亿^[1]，“企业微信”自2016年4月推出,目前应用“企业微信”进行管理和营销的企业已超过1000万,其中的活跃用户数也已超2.5亿^[2]。

“企业微信”整合了腾讯侧和企业侧的两侧有效资源^[3],定位于企业和客户的“连接器”。“企业微信”的功能除包括“个人微信”的基本功能外,还包含企业移动办公、考勤管理、审批管理、会议管理、企业群、企业邮箱等功能,企业可以通过“企业微信”的互动营销活动^[4],聚集大量流量价值。在企业营销方面,“企业微信”比“个人微信”更具推广优势与应用价值,运用“企业微信”经营私域流量^[5]是实现企业营销数字化转型的有力抓手,实施营销创新性变革的有效手段。企业如何通过“企业微信”有效挖掘私域流量、提高品牌知名度,进而提高企业经营效益,成为企业营销中面临的实际问题。

2 文献回顾

在营销效果评价方面, Murdough(2009)^[6]、丁守俊和瞿群臻(2015)^[7]、李恩临(2016)^[8]等对社会媒体的营销效果进行评估,提出了营销效果评估框架,构建了客户转化率测量模型。在营销路径方面,张津玮(2020)^[9]、谢泗薪和高谭婉(2020)^[10]、吴雅琴和刘璐(2019)^[11]等对社交媒体的营销路径进行了一定程度的分析和研究,设计相关的营销路径。通过对现有文献梳理发现:在研究内容上,微信的营销研究内容很多,但鲜有以“企业微信”为视角对企业营销进行研究。在研究方法上,相关研究还没有针对某一企业或某一产品

的营销策略进行实验和检验,未针对此模型进一步深入并探究提出相应定量化的评估。

3 研究设计

3.1 用户消费行为模型

19世纪20年代,Hall(1926)提出适应传统媒体营销时代的AIDMA理论模型^[12],获得当时营销领域的普遍认可,但传统企业营销活动的真实营销转化率不高,且其效果随时间存在一定的自然衰减趋势。日本电通公司在AIDMA模型的基础上提出AISAS模型,即Attention(注意)—Interest(兴趣)—Search(搜索)—Action(行动)—Share(分享)^[13],把信息搜索及信息分享作为两个重要阶段来考量,揭示了在互联网时代,企业把营销活动的重心由以企业为中心转向以消费者为中心后,由于顾客的搜索、分享等相关互动行为存在某种程度的放大趋势,企业与消费者的良性互动能够提高企业营销活动的真实转化率。

3.2 营销效果评估模型

传统的顾客转化率模型是用来测量企业通过相关营销活动将目标顾客转化为最终购买顾客的比率的指标,通过该指标仅可以判断出整体营销效果,却无法判断出具体营销阶段的营销效果,不能实施精准营销^[14]。

现根据互联网用户消费行为模型——AISAS的五个阶段,分别构建顾客转化率模型,对每个营销阶段的营销效果进行评价,从而实现精准营销。以到达率作为测量注意(A)阶段的测量指标进行售前心理效果评估;以广告点击率作为兴趣(I)阶段的测量指标;以产品搜索率作为搜索阶段的

基金项目: 云南省教育厅科学研究基金项目(2022J1113);云南省哲学社会规划项目(PY202216)。

作者简介: 路朝祥(1974-),男,汉族,河北石家庄人,教授,硕士研究生,研究方向:工商管理、电子商务、信息管理与信息系统。

策略指标,兴趣阶段和搜索阶段共同进行售前行为评估;以下单转化率作为行动(A)阶段的策略指标来进行销售效果评估;以产品分享率作为分享(S)阶段的测量指标来进行售后效果评估,如图1所示。

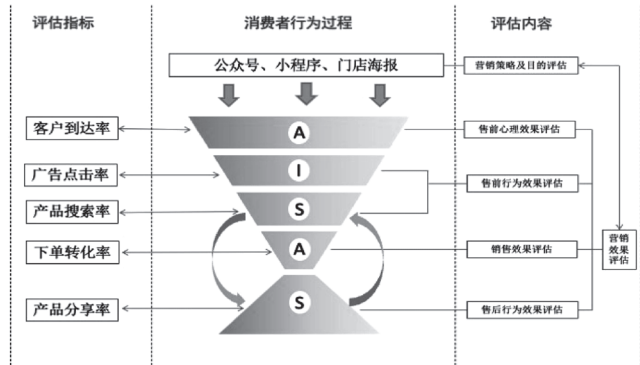


图1 基于AISAS模型建立营销效果评估模型

本文借鉴丁守俊和瞿群臻(2015)对微博客户转化率的定义,将企业微信客户转化率定义为所取得的实际客户数量与企业潜在客户数量的比值^[7],计算公式如下:

$$\lambda = \frac{N1}{N2} \quad (1)$$

其中, λ 为企业微信客户转化率; $N1$ 为通过企业微信的实际客户数量; $N2$ 为企业微信的目标客户数量。

基于AISAS模型建立“企业微信”阶段性顾客转化率

表1 基于AISAS模型的“企业微信”阶段性顾客转化率公式

各阶段顾客转化率	测量点	各阶段可操作性检验
Attention 阶段顾客转化率 (CRt1)	到达率	$\frac{\text{被引起注意的目标顾客数量 (CNt1)}}{\text{潜在目标顾客数量 (CNt0)}} \times 100\%$
Interestin 阶段顾客转化率 (CRt2)	点击率	$\frac{\text{被激发兴趣的目标顾客数量 (CNt2)}}{\text{被引起注意的目标顾客数量 (CNt1)}} \times 100\%$
Search 阶段顾客转化率 (CRt3)	搜索率	$\frac{\text{实现信息搜索的目标顾客数量 (CNt3)}}{\text{被激发兴趣的目标顾客数量 (CNt2)}} \times 100\%$
Action 阶段顾客转化率 (CRt4)	下单率	$\frac{\text{完成购买行动的目标顾客数量 (CNt4)}}{\text{实现信息搜索的目标顾客数量 (CNt3)}} \times 100\%$
Share 阶段顾客转化率 (CRt5)	分享率	$\frac{\text{已购买并实现信息分享的顾客数量 (CNt5)}}{\text{完成购买行动的目标顾客数量 (CNt4)}} \times 100\%$

表2 基于AISAS模型的W护肤品顾客转化率测量实验数据

	实验组			对照组		
	策略	转化人数	转化率	策略	转化人数	转化率
引起注意阶段 (Attention)	(1) 渠道活码功能精准引流; (2) 构建私域流量池; (3) 发布促销活动信息	68	34.00%	在微信群分享一次本产品的信息	41	20.50%
激发兴趣阶段 (Interesting)	(1) 案例分享; (2) 互动雷达筛选意向客户	53	77.94%	常规的“个人微信”的信息推送及沟通方式	16	39.02%
信息搜索阶段 (Search)	(1) 核心关键词融入公众号; (2) 20:00点产品发布; (3) 搜索后展示优先推送	45	84.91%	上午9:00将产品信息进行发送	11	68.75%
促成行动阶段 (Action)	(1) 客户画像创建客户标签; (2) 话术库功能有效沟通; (3) 社群活动引爆促销	38	84.44%	未采用相关针对性营销活动	5	45.40%
体验传播阶段 (Share)	(1) 对分享顾客以三倍积分; (2) 分享裂变	33	86.84%	未采用相关针对性营销活动	1	20%

公式,如表1所示。

4 案例分析

4.1 数据采集

本文采用对照实验法^[15],由W护肤品的一位美颜博主基于“企业微信”分别创建实验组和对照组微信群,每个微信群随机选取曾经购买过该品牌产品的200名顾客。实验数据为基于AISAS模型五个阶段的客户转化数据,通过基于SASS架构的CRM系统的“企业微信”互动雷达功能进行提取。

4.2 基于AISAS模型的W护肤品顾客转化率实验

本文选取该品牌的一款新面膜产品,实验组采用基于AISAS模型的五个阶段针对性营销活动的“企业微信”营销推广方式,而对照组采用仅在微信群进行软文推送的“个人微信”营销推广方式。实验组及对照组在五个阶段的相关营销策略及转化数据如表2所示。

4.3 实证结果及讨论

(1)总体营销效果评价。采用基于“企业微信”针对性营销活动的实验组最终形成购买的比例为:38/200=19%,而采用基于“个人微信”普通的微信朋友圈图片和软文推送的对照组最终形成购买的比例为:5/200=2.5%。经统计检

验, $P < 0.05$, 差异具有统计学意义, 可见采用符合AISAS模型各个阶段进行“企业微信”营销推广的实验组的总体营销效果明显优于对照组, 如表3所示。

表3 总体顾客转化率实验数据[n(%)]

	分享	未分享	χ^2	P
实验组	38(19%)	162(81%)	28.376	<0.001*
对照组	5(2.5%)	195(97.5%)		

注: *表示 $P < 0.05$ 。

(2)各个营销阶段的营销效果评价。本文基于AISAS模型的五个阶段分别建立相应的数量模型, 并进行统计检验, 各个阶段均 $P < 0.05$, 差异具有统计学意义。通过以上实验数据可以得出以下结论:(1)采用“企业微信”针对性营销活动的实验组各个阶段的营销效果均明显优于采用“个人微信”进行营销的对照组;(2)企业在对照组的微信营销过程中基于AISAS模型的相关营销策略的有效性如表4所示。

5 构建基于AISAS模型的“企业微信”营销路径

基于以上研究, 本文以实验组的营销策略为依据, 结合“企业微信”营销的具体方法, 构建基于AISAS模型的“企业微信”营销路径, 以期达成较好的营销效果, 进而提高企业的经济效益, 如图2所示。

5.1 建立连接—(Attention)引起注意阶段

(1)推广“渠道活码”精准引流, 结合线上、线下渠道, 通过公众号、小程序及门店海报等形式精准引流, 为客户创建渠道标签。

(2)深耕“企业微信”私域流量池^[16], 通过用户分层和长期社群营销, 增强用户黏性, 提高关注度。

(3)根据目标客户群特点推出针对性的产品促销活动, 采用热点营销、病毒式营销、众筹营销、KOL营销、情怀营销、福利营销等进行有效推广^[17]。

5.2 强化关系—(Interesting)激发兴趣阶段

(1)针对产品卖点编辑相关文案, 内容及立意应符合客户的差异化价值需求, 更容易被目标客户群体所接受。

(2)应用“互动雷达”功能追踪图文、视频、链接等资料的阅读信息, 与客户进行有效沟通, 从而激发客户兴趣。

5.3 形成信任—(Search)执行搜索阶段

(1)结合微信指数^[18], 挖掘有效的微信指数提供的社会舆情监测, 将关键词融入公众号内容标题, 实现快速定位和主动搜索。

(2)根据目标客户群特点, 在微信公众号、视频号、小程序等平台选择合适的时间、频率进行信息发布, 引导消费者产生兴趣后的搜索行为。

5.4 决策行动—(Action)促成行动阶段

(1)应用“企业微信”的客户画像工具添加个性化的客户属性字段, 对客户进行分类和有效管理, 针对客户的偏好实施精准营销。

(2)通过群活动、群打卡、抢红包等形式, 不断提高社群的活跃度。

表4 阶段性顾客转化率实验数据[n(%)]

客户转化率	实验组		对照组		χ^2	P
	转化	未转化	转化	未转化		
引起注意阶段	68(34.00%)	132(66%)	41(20.5%)	159(79.5%)	9.193	0.002*
激发兴趣阶段	53(77.94%)	15(22.06%)	16(39.02%)	25(60.98)	39.601	<0.001*
搜索信息阶段	45(84.91%)	8(15.09%)	11(68.75%)	5(31.25%)	5.555	0.018*
购买行动阶段	38(84.44)	7(15.56%)	4(36.36%)	7(63.64%)	5.402	0.020*
分享阶段	33(86.84%)	5(13.16%)	1(25.00%)	3(75.00%)	11.032	0.001*

注: *表示 $P < 0.05$ 。

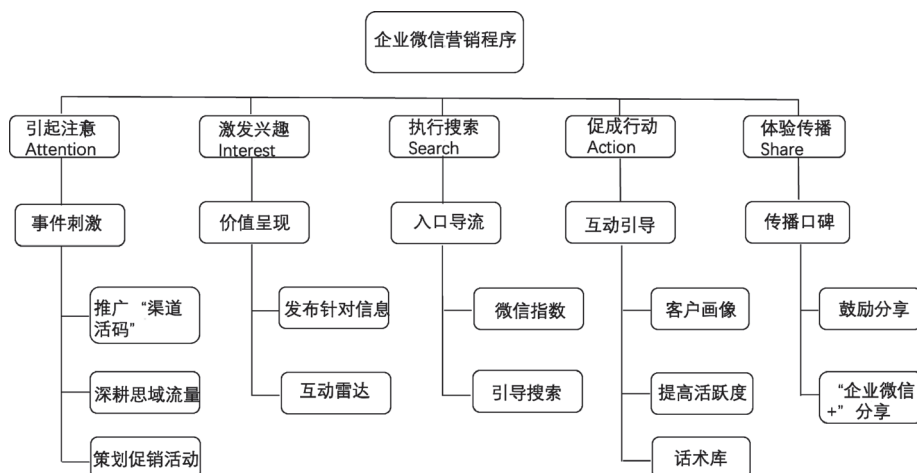


图2 企业微信营销程序图

(3)统一建立高质量话术内容库,进行有效的产品宣传、引爆促销,降低员工学习成本和周期,提高私域运营的效率 and 精准度。

5.5 传播体验一(Share)分享信息阶段

(1)以物质性奖励回馈的形式刺激消费者。通过积分、返现、赠品等形式鼓励用户在朋友圈与好友分享产品信息和体验感受,刺激消费者进行分享。

(2)以“企业微信+”模式进行分享。企业微信+群裂变,在群内进行分享引导裂变;企业微信+小程序裂变,通过好友助力分享实时更新、完成任务推送奖励;企业微信+公众号裂变,公众号导出分享海报,转发给好友获得关注派发奖励。

6 结语

综上所述,构建适合本企业的“企业微信”营销路径和模式,对于企业在后疫情时代发现全新的市场机遇、创新数字化营销模式、拓展和完善营销渠道、提升企业经营业绩和发展水平具有极强的应用价值。

参考文献

[1] CNNIC.2021企业微信生态白皮书(正式版)[R].中国互联网信息中心,2020(12).CNNIC.中国互联网络发展状况统计报告[R].中国互联网信息中心,2020(12).

[2] 中国互联网络信息中心.第46次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL].2020-09-29, <http://www.cnnic.cn/n4/2022/0401/c88-1124.html>

[3] 魏巍,王晓珍.基于企业微信的智慧导购系统构建:以典型导购数智化方案研究为例[J].商业经济研究,2021(17):83-88.

[4] 李以璐.微信公众平台的讲座培训全预约模式的服务探索:以上海图书馆为例[J].图书馆杂志,2021(3):56-59.

[5] 朱玉强.微信生态下文献传递机器人研发及其应用[J].图书馆论坛,2019(9):51-53.

[6] MURDOUGH C. Social media measurement:It's not impossible[J]. Journal of Interactive Advertising,2009,10(1):94-99.

[7] 丁守俊,瞿群臻.基于AISAS模型的微博营销客户转化率优化[J].物流工程与管理,2015(4):126-128

[8] 李恩临.企业微信营销能力模糊综合评价[J].统计与决策,2016(16):181-183.

[9] 张津玮. SIPS模型视域下传媒机构文创产品营销路径探析[J].传媒,2020(23):91-93

[10] 谢泗薪,高谭婉一.乡村振兴背景下农特产品基于情感纽带的品牌拟人化营销路径与策略创新研究[J].价格月刊,2022(7):73-83.

[11] 吴雅琴,刘璐.低成本的企业微信精准社群营销创利模式研究[J].会计之友,2019(17):25-30.

[12] Hall S R.Theory and practice of advertising: A textbook covering the development and fundamental principles of advertising and methods of representative advertisers [M].New York:McGraw-Hill Book Company,Inc.,1926:2-13.

[13] Kobayashi Y.A study of engagement in Japan[J].Aoyama Journal of Business,2009,43(4):39-60.

[14] 田广,卢佳滨,张华容,等.微信客户转化率研究:以AISAS模型为例[J].中国市场,2014(39):10-14.

[15] 张国星,王海晓,李娅男.基于倾斜航空摄影测量技术建立动态路网模型的交通仿真方法[J].科学技术与工程,2018,18(33):215-223.

[16] 付蕾.基于4C营销理论的社交电商私域流量培育策略探讨[J].商业经济研究,2021(24):146-148.

[17] 刘素敏,王健.基于“消费者兴趣”的电影社交媒体营销模式的构建[J].电影文学,2021(24):30-34.

[18] 聂凯,王晓艳,马可嘉,等.基于谷歌趋势与百度和微信指数的中国炎症性肠病概况研究[J].中华消化杂志,2022,42(6):395-401.

Effect Evaluation and Marketing Path of WeChat Marketing Based on the AISAS Model: A Case Study of W Skincare Products

Lu Zhaoxiang, Yan Huai, Wang Hailong, Gong Zhizhu

(Oxbridge College, Kunming University of Science and Technology, Kunming, Yunnan 650000)

Abstract: This paper, based on the perspective of WeCom, develops a customer conversion rate model related to the entire marketing process and its five phases, drawing from the AISAS model — a user consumption model and traditional customer conversion rate theory to set up evaluation indicators for each phase. This paper employs marketing data from the W Skincare brand to conduct separate evaluations on an experimental group and a control group. The findings indicate that the experimental group, which implemented targeted marketing activities in the AISAS model, achieved good marketing results.. The effectiveness of the marketing strategy of the experimental group has been verified through statistical analysis. Consequently, the WeCom marketing channel centered around the AISAS model has been summarized.

Keywords: AISAS Model; WeCom; Consumer Experience; Customer Conversion; WeChat Marketing; Consumer Economy

国潮兴起下消费者在线评论的主题分析研究

——以国货护肤品为例

马玉洋 刘畅

(兰州财经大学统计与数据科学学院 甘肃兰州 730020)

摘要: 基于中国综合国力增强、经济快速发展、科技创新水平提升、国货品质提高、民众文化自信提高多重因素的影响,国货消费高速发展,其中国货护肤彩妆行业的表现尤为突出。本文基于淘宝和京东两大电商平台的文本评论数据,通过情感分析和主题分析提取评论主题词,了解消费者对国货护肤品牌的评价。结果显示:消费者对国货护肤品整体表现出积极正向的态度,重视购物体验、个体皮肤差异、店铺服务、皮肤问题和使用体验五个方面;负面评价主要集中在产品效果及购物体验两方面。同时,本文通过挖掘消费者对购买国货护肤品的需求重点,以期对国货品牌的产品及在电商平台的服务质量提供改进建议,以供参考。

关键词: 国货护肤品; 消费者评论; 词云图; LDA主题模型; 顾客满意度; 国货消费; 科技创新

本文索引: 马玉洋,刘畅.国潮兴起下消费者在线评论的主题分析研究[J].中国商论,2024(05):073-076.

中图分类号: F713; TP391.1

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-073-04

近年来,国货消费高速发展,为了更好地发挥品牌引领作用、推动供给结构和需求结构升级,2016年国务院办公厅印发《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》,首次国家级正式倡导设立“中国品牌日”,强调积极推广知名的本土自主品牌,诉说中国品牌故事,提高自主品牌的知名度和影响力。“十四五”规划明确了建设一个充满活力的国内市场,吸引境外消费回流,着重从供给侧入手,打造一批高品质的本土自主品牌,倡导自主品牌消费,进一步提高消费者对国内新品牌的信心和认可度。

随着国货品牌产品技术的不断更新,产品质量不断提高,国内消费者的目光自然转向国货品牌。由于购物方式的多元化,不少经典国货品牌依托线上购物和直播带货形式重新焕发光彩。同时,在线评论为消费者提供购物参考,评论内容在一定程度上影响了消费者决策。郝媛媛等(2010)^[1]认为,评论的正负情感倾向对有用性影响较大,主客观表达形式混杂度越高的评论,有用性越高。王平和代宝(2012)^[2]认为,发评者的权威性和经验水平、评论文本的篇幅和内容及评论文本的主客观性显著影响评论的有用性,也将影响消费者决策。

情感分析是文本分析的重要组成部分,常应用于舆情分析和内容推荐等方面,大致分为三类:基于情感词典、传统机器学习和深度学习。陈珂等(2018)^[3]提出基于多通道卷积神经网络的情感分析模型,提取更多的语义信息和学习

更多的隐藏信息,更好地分析了中文微博中包含的情感。黄仁和张卫(2016)^[4]提出了一种利用组合神经网络对商品属性进行聚类,并进行评论情感分析的方法,显著提高了商品评论分析的准确性。然而,基于文本分析的用户情感研究大多是关于消费者满意度影响因素的研究。张雪宇(2022)^[5]以国货面膜的在线评论为例,构建护肤品领域情感词典,生成主题词汇矩阵,构建顾客满意度模型SCB-CSI,汇总品牌满意度值,对国产护肤品企业品牌运营提出建议。在国货消费市场的研究中,孙嘉(2021)^[6]认为老国货经历出现、繁荣和衰落后逐渐开始转型升级,同时涌现了一批新国货品牌。当下的国货注重对中国文化元素的运用,且“Z世代”已成为国货和国潮的最大消费群体。王震(2023)^[7]建议国货品牌抓住“国潮热”带来的机遇,结合自身文化特色进行创新发展,顺应市场发展趋势,发挥品牌的文化和商业价值。

在国货护肤品市场迅速发展的背景下,对于国货护肤品的在线评论研究相对不足。本文利用淘宝和京东两大电商平台的文本评论数据,从情感分析和主题分析两个角度研究消费者对国货护肤品牌的满意度。通过分词和词汇赋值,判断评论词的情感倾向,并使用词云图对评论数据进行情感分析。同时,运用LDA主题模型对电商平台中关于国货护肤品的评论进行主题分析,从消费者的实际购物体验中得出其满意程度,旨在了解消费者对国货护肤品的态度及评价,为品牌方提供相关建议,为消费者营造良好的购物体验。

基金项目: 兰州财经大学科研专项经费资助,甘肃省优秀研究生“创新之星”项目(2023CXZX-703)。

作者简介: 马玉洋(1997-),女,汉族,河南洛阳人,硕士研究生,研究方向:复杂数据分析研究;

刘畅(2000-),女,汉族,辽宁新民人,硕士研究生,研究方向:复杂数据分析研究。

1 评论数据与研究方法

1.1 数据采集

文本数据来自华熙生物旗下多个护肤品牌中销量较好的产品在网络购物平台的评论。该公司旗下有多个品牌,涵盖多个领域,本文仅选取功能性护肤中的品牌,鉴于部分品牌未在购物平台开设官方旗舰店,因此选取米蓓尔、肌活、润百颜、夸迪4个品牌中销量最多产品的在线评论作为研究对象,通过商品评论页面的源代码,提取文本数据。

评论中有一些乱码、颜文字等,需要对文本进行进一步的处理,去除重复的评论及空值后,最终得到处理过的数据共11516条评论,品类包括爽肤水和精华,功效主要覆盖保湿、控油和祛痘等。另外,进行中文分词,并删除无关的词和停用词等。

1.2 情感分析

情感分析是一种常见的自然语言处理(NLP)方法的应用,主要包括两种主流途径:基于词典的方法和基于机器学习算法的方法。基于词典的方法依赖事先构建的情感词典和规则,通过对文本进行拆解、关键词提取和情感值计算,最终以情感值为文本的情感倾向依据;基于机器学习算法的情感分析方法通过训练模型来识别情感,充分考虑文本中的情感词汇、语气、上下文等多维信息,从而更准确地捕捉情感信息(见表1)。

1.3 LDA主题模型

LDA主题模型本质上是一种无监督学习的贝叶斯模型,包含文档(d)、主题(z)、词(w)三层结构,能够有效地对文本进行建模,该模型在文本数据挖掘和图像处理等领域被广泛应用。

模型具体文档生成步骤如下:

第一,以 α 为参数的狄利克雷分布生成文档主题分布 θ ;

第二,以 θ 为参数的多项分布,生成主题 z ;

第三,以 β 为参数的狄利克雷分布生成文档主题词分布 ϕ ;

第四,从主题词分布中采样生成单词 w 。

LDA的目标函数为:

$$p(\theta, z, w | \alpha, \beta) = p(\theta | \alpha) \prod_{n=1}^N p(z_n | \theta) p(w_n | z_n, \beta) \quad (1)$$

LDA模型的参数估计使用Gibbs采样进行,其训练过程如下:

第一,为每篇文档中的每个词汇随机分配一个初始主题编号 z ;

第二,对文档中的每个词使用Gibbs采样公式更新其关联的主题;

第三,重复第二,直到模型中的每个主题分布和词分布都达到收敛状态;

第四,在收敛后,统计文档中的主题分布和词分布,生成LDA模型的分布矩阵。

GibbsSampling通过求解出主题分布和词分布的后验分布,从而成功解决主题分布和词分布两参数未知的问题,待求的doc-topic和topic-word两个矩阵便可通过Gibbs采样获得,本文采用LDA模型训练迭代收敛后获得主题词。

本文使用Gibbs采样算法训练LDA,选择合适的主题数K尤为重要。若选取主题数比潜在主题数小,主题将无法完整呈现;若选取主题数比潜在主题数大,将导致模型混乱。本文基于困惑度和主题一致性,对模型主题数K值进行确定。

困惑度的主要思想是,一个好的语言模型应给予测试集中的句子较高的概率值。当一个语言模型经过训练后,如果测试集中的句子都在模型的概率分布下具有较高的概率,那么就可以认为该模型在测试集上表现更佳。同时,困惑度值越小,文本的似然估计就越高,表示文本数据更符合模型的估计。主题一致性也是一种用于判断主题个数的有效方法,核心思想是通过评估主题之间的相关性和一致性来确定最佳的主题数量。一致性是指在主题内部,不同文档中的词汇在主题内的分布是否趋向一致,在相同主题下的词汇分布应有较高的相似性,而不同主题之间的词汇分布应有较低的相似性。

2 基于电商评论的情感分析

本文选用中国知网的情感词典,读入正负面的中文评价词和情感词。由于情感词典中的词汇一般是较为书面化的词汇,而在产品的评论中,顾客的表达较为口语化,因此需要对现有的情感词典加入针对目前应用场景的情感词。例如,较为口语化的评价词“好评”“太棒了”,以及常用的针对护肤品的评价词“控油”“保湿”等。同时,给分词后的词汇赋值,计算评论的情感得分,并去除情感得分为0的评论。

验证根据情感词典及情感词赋值的评论情感倾向分类效果,将情感分析后的评论情感倾向与原数据的消费者打分进行比较,绘制情感分析混淆矩阵,得出准确率为0.84,说明根据情感词典判断评论的情感倾向较为准确,可绘制词云图,并进行情感分析。正向情感评论的词云图如图1所示,负向情感评论的词云图如图2所示。

表1 情感分析混淆矩阵

真实值	预测值		总计
	负面评价	正面评价	
负面评价	256	266	422
正面评价	654	3964	4618
总计	910	4130	5040

由图1可知,在正向评论中,有三类词汇是比较突出的。第一类是如“效果”“控油”“保湿”和“补水”等对护肤品的效果描述及对护肤品的评价,有“不错”“适合”“满意”“喜欢”等;第二类是针对购物体验的评价,包括“回购”“推

荐”“实惠”“性价比”和“便宜”；第三类是关于店铺服务的评价，例如“活动”“包装”“客服”和“赠品”。由此可以看出，消费者主要针对产品效果进行评价，偏爱有针对性的护肤效果，例如达到保湿、控油等效果；其次是对产品的购物体验，会出现“推荐”“回购”等词汇。此外，还会对店铺的服务进行评价。因此，产品效果是消费者最为关注的问题，其次是价格，最后是店铺的服务。



图1 正向情感词云图

图2比较突出的有两类词汇，第一类提及较多的是如“客服”“赠品”“物流”等对店铺服务的评价；第二类是针对护肤品效果的负面评价，如“没有”“干”“油腻”等。由此可以看出，消费者在对护肤品进行负面评价时，主要从店铺服务和护肤品效果进行评价，对于效果不好或带来不适体验的护肤品，会在评论中重点提及。另外，负面评价中提到最多的是关于客服的评价，因此在负面评价中，消费者最为关注的是产品的使用体验及店铺服务。



图2 负向情感词云图

综合图1和图2可知：(1)消费者在购买护肤品时最为关注的是该护肤品的效果，且对不同肤质的消费者，同一产品会出现不同的感受。因此，品牌需要对产品线不仅做好不同效果的区分，还要做好对不同肤质的区分。(2)国货护肤品消费者关注产品的优惠活动及性价比。此外，店铺的服务态度和物流服务需要进一步提升。

3 基于电商评论的主题分析

本文采用综合困惑度和一致性的方法来确定研究的主题个数，对评论数据进行主题分析。根据困惑度和一致性，当主题数为5时，分类效果较好，最终确定使用5个主题进行分析。

LDA主题模型训练完毕后，根据概率提取生成的主题词和文档主题，将每个主题前15个高概率特征词进行整理，根据每个主题下概率较高的主题词判断主题内容，并识别

和标识主题，归纳结果分为以下五类，如表2所示。

表2 评论数据主题

主题1 购物体验	主题2 个体皮肤差异	主题3 店铺服务	主题4 皮肤问题	主题5 使用体验
赠品	补水	质地	感觉	皮肤
活动	油皮	肤质	痘痘	感觉
客服	油腻	手感	朋友	滋润
价格	味道	情况	有点	水润
优惠	干皮	发货	面膜	国货
直播间	肤质	物流	试试	护肤品
物流	有点	速度	闭口	状态
实惠	粉水	油皮	祛痘	牌子
小样	滋润	混油	试用	肤感
体验	个人	质量	小样	玻尿酸
问题	肌肤	性价比	长痘	姐妹
购物	香味	卖家	整体	屏障
品牌	种草	评价	味道	肌肤
正品	质感	服务	战痘	肤质
下单	成分	服务态度	试用装	换季

在主题1中，大多词汇和赠品、活动、价格、优惠、直播间有关，因此将主题1提炼为购物体验。主题1表示消费者在购物时，比较重视购物的附加服务，比如是否有赠品、价格是否优惠及是否有直播间活动等。在购物时，让消费者感受到物超所值，使其有良好的购物体验。同时，线上购物深刻地改变了人们的消费观念、消费模式及购物体验，同线下购物的不同是顾客不能真实地体验到产品。因此，品牌应不断改善消费者的购物体验，在做促销活动时，让消费者感受到品牌的诚意，契合消费者购物的情感需求；针对消费者不能体验产品的问题，提供试用样品，让消费者实现真实体验，不盲目购买，理性消费；在平时做到产品品质与价格匹配，物有所值，满足基本需求。

在主题2中，有关个人肤质、皮肤的词汇出现较多，因此可以将主题2提炼为个体皮肤差异。在评论数据中，消费者提及自己的肤质较多，乐于分享自己的使用体验，这也和现在电商平台的评价更加细分化有关。目前，购物评价增加了更有针对性的选项，比如在进行护肤品的评价时，平台会自动显示个人肤质、产品效果等选项，消费者可以根据自己的情况直接选择，这样的评价方法更加有参考性，可以给潜在消费者提供真实的使用经验。

在主题3中，出现了多个物流有关的词汇及部分与品牌、性价比、服务态度有关的词汇，将主题3提炼为店铺服务。好的品牌可以吸引更多的消费者，同时店铺服务是与消费者直接相关的，店铺客服的服务态度、发货及物流的速度是购物体验的重要部分，品牌不仅需要做好产品，还要重视旗下店铺的服务，在物流方面做好监督和管理，出现物流问题及时帮助解决；加快仓库管理和发货速度。

在主题4中，皮肤问题的词汇较多，比如痘痘、闭口等，

主题4可提炼为皮肤问题。在本文的数据中,有两个品牌中的护肤品功能性和针对性较强,更针对痘痘等皮肤问题,因此评论中较多提及了皮肤问题,消费者根据自己的皮肤问题选择针对性的产品。一方面,品牌要做好产品;另一方面,需要为消费者做好科普宣传,让消费者更理性地选择适合自己的产品。

在主题5中,出现了有关产品使用体验的词汇,例如滋润、水润、肤感及换季等,还有小部分其他类型的词汇,如屏障、玻尿酸等,可以理解为与产品带给消费者的体验,将主题5命名为使用体验。同时,根据屏障和玻尿酸等词汇,反映出消费者越来越理性地对待护肤,了解护肤品的成分及皮肤屏障等概念,购买适合自己的产品。另外,消费者在护肤时的体验会影响其评价,注重护肤品的肤感,提升消费者在护肤时的感受及体验。

4 结语

综上所述,消费者对于购买国货品牌护肤品的评论主要集中在以下五个主题:购物体验、个体皮肤差异、店铺服务、皮肤问题和使用体验。目前,消费者对国货护肤品总体上表现为满意,但是在一些方面仍存在不足。国货消费市场的迅速增长导致消费者更理性且注重综合价值,不仅关注产品本身,还调整整个购买过程中的服务和消费体验。质量保障、售后服务等问题值得品牌关注,需要提高消费者购物满意度和忠诚度,认同品牌价值,扩大消费。

本文根据研究结论,对国货护肤品牌提出以下几点建议:(1)注重产品效果,拒绝虚假、夸大宣传,适当营销;(2)注

重提升产品技术,提高自主研发能力,加大研发投入力度,掌握核心技术;满足顾客更多样化的需求;(3)注重提升消费者的售前和售后服务,包括对客服的培训、增加客服数量、加强物流服务,使消费者及时收到完好的包裹;对于售后问题,处理时应站在消费者的角度,照顾消费者的情绪,认真谨慎处理;(4)加大对护肤理念的宣传力度,对消费者起到引导作用,鼓励理性消费、选择适合自己的产品等;不要盲目为消费者推荐产品,必要时可以推荐皮肤问题较为严重的消费者就医;(5)打造性价比高的品牌,稳定产品价格,不盲目涨价,在没有技术提升或推出新产品的情况下盲目涨价,只会降低消费者的回购意愿,长此以往不利于品牌发展。

参考文献

- [1] 郝媛媛,叶强,李一军. 基于影评数据的在线评论有用性影响因素研究[J]. 管理科学学报, 2010, 13(8): 78-88, 96.
- [2] 王平,代宝. 消费者在线评论有用性影响因素实证研究[J]. 统计与决策, 2012(2): 118-120.
- [3] 陈珂,梁斌,柯文德,等. 基于多通道卷积神经网络的中文微博情感分析[J]. 计算机研究与发展, 2018, 55(5): 945-957.
- [4] 黄仁,张卫. 基于word2vec的互联网商品评论情感倾向研究[J]. 计算机科学, 2016, 43(S1): 387-389.
- [5] 张雪宇. 基于文本情感分析的护肤品品牌顾客满意度建模分析[D]. 上海: 东华大学, 2022.
- [6] 孙嘉. 老国货—新国货—国潮,是商品也是文化[J]. 美术观察, 2021(2): 26-28.
- [7] 王震. 国潮兴起下老字号品牌的发展战略[J]. 中国商论, 2023(13): 60-62.

Analyzing Themes in Consumer Online Reviews Among the Rise of Chinese-Styled Products: A Case Study of China's Skincare Products

Ma Yuyang, Liu Chang

(School of Statistics and Data Science, Lanzhou University of Finance and Economics, Lanzhou, Gansu 730020)

Abstract: Under the influence of multiple factors such as the improvement of China's comprehensive national strength, rapid economic development, enhancement in scientific and technological innovation capabilities, better quality of Chinese products, and rise of cultural confidence among the general public, the consumption of Chinese products has increased rapidly, with the performance of Chinese products in the skincare and cosmetics industry standing out. Based on the comments from two major e-commerce platforms, Taobao and JD, this paper extracts the themes of comments through sentiment analysis and thematic analysis to unfold consumers' evaluation of Chinese skincare brands. The results indicate that consumers generally show a positive attitude toward Chinese skincare products and they emphasize five aspects: shopping experience, differences of individual skin types, store services, skin problems, and usage experience. The negative evaluations are mainly found in two aspects: product effectiveness and shopping experience. Furthermore, this paper seeks to offer advice on improving the quality of Chinese brands' products and the brands' services on e-commerce platforms by highlighting the key focus of consumers for purchasing Chinese skincare products.

Keywords: national skin care products; consumer reviews; word cloud map; LDA topic model; customer satisfaction; domestic consumption; scientific and technological innovation

西南区域特色农产品品牌真实性对品牌权益的影响研究

吴娜 肖汉雪 罗明月 曾楷寻 刘晋怡
(四川农业大学商旅学院 四川都江堰 611830)

摘要: 农产品的品牌真实性逐渐成为品牌管理、品牌塑造等研究的新方向,本文选取8项代表性的西南区域特色农产品品牌,以此设计调研问卷,旨在探讨西南区域特色农产品品牌真实性对品牌权益的影响及其作用机理,采用定量与定性相结合的方法,前期通过文献检索与扎根理论构建品牌真实性、品牌体验、自我一致性和品牌权益之间的理论机制与测量量表,选取316位西南区域特色农产品的消费者为样本,开展定量分析。结论显示:西南区域特色农产品品牌真实性正向影响品牌权益;品牌体验在西南区域特色农产品品牌真实性与品牌权益之间发挥部分中介作用。

关键词: 西南区域特色农产品; 品牌真实性; 品牌权益; 品牌体验; 自我一致性

本文索引: 吴娜,肖汉雪,罗明月,等.西南区域特色农产品品牌真实性对品牌权益的影响研究[J].中国商论,2024(05):077-080.

中图分类号: F127; F762

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-077-04

1 引言

在全面推进乡村振兴和建设农业强国方面,农产品品牌扮演着关键角色,随着我国经济的发展和居民生活水平的提升,制约着人民日益增长的农产品消费新需求已从落后的社会生产发展为不平衡不充分等问题,这进而影响了农产品品牌的建设程度。从我国农产品品牌的地理标志分布来看,东部地域的数量相对较多,而中、西部地区分布数量少且分散,国内呈现出不平衡的态势。同时,《中国农产品品牌发展研究报告》显示,中国农产品品牌的影响力较为有限。因此,我国政府陆续出台相关政策。2017年,“中央一号文件”初次提出建设特色农产品优势区,旨在推动农业供给侧结构性改革、推动贫困地区发展等,并将培育地区特色农产品品牌作为未来乡村振兴工作的重点。目前,西南地区特色农产品品牌建设与发展还处于起步阶段,西南区域拥有各种独特的特色农产品,具备自然条件优越、绿色优质的优势,但面临着品牌建设关注度不高、品牌权益含义不明确、品牌真实性认知不足等问题。因此,本文选择西南区域特色农产品品牌作为研究对象具有重要的现实意义。

2 研究机理

学术界对特色农产品品牌的研究较为广泛,但大部分研究集中于品牌形象设计、品牌建设路径探究、消费者购买意愿等方面,对品牌权益、品牌真实性、品牌体验等研究较少,而国外的研究主要关注品牌概念,在农产品品牌方面的研究相对滞后。同时,对于西南区域特色农产品品牌的研究

在国内相对较少,现有研究视角多集中在农产品流通模式、电子商务等领域,而对品牌建设、品牌真实性、品牌权益方面的研究仍需进一步补充。因此,本文深入探讨西南区域特色农产品品牌真实性对品牌权益的作用机制。通过实证探究特色农产品品牌真实性对品牌权益的作用机制,并为西南区域特色农产品在品牌权益提高等问题提供对策建议与发展指导。

2.1 品牌真实性

“真实性”(authenticity)一词源于西方,真实性的含义通常与原创性(originality)、诚实性(honesty)和现实(reality)等概念相关。在营销学领域,被大多学者认可的主流观点为:真实性不是基于事物内部的解释,而是人们对所观察到的社会性构念的理性解释。

当前,学者对品牌真实性的关注度不断提高。许多学者研究了品牌真实性的影响作用,如Beverland认为消费者可以借助真实性来了解品牌的构成,它能帮助消费者加强对品牌的认识,进而产生品牌认同感。徐伟等(2015)在研究中指出,消费者对老字号品牌的认同感受到其真实性的影响。现有研究表明,品牌的真实性对消费者的购买意愿、品牌信任、品牌认同等内容均有影响。基于上述研究,通过深入分析特色农产品品牌的真实性及对品牌权益的作用机制,本文旨在提供对特色农产品品牌管理和塑造具有实践意义的建议和指导,推动特色农产品品牌的发展和提升。

基金项目: 2023年全国大学生创新训练计划项目“西南区域特色农产品品牌真实性对品牌权益的影响研究”(202310626048)。

作者简介: 吴娜(2003-),女,汉族,四川攀枝花人,旅游管理专业;

肖汉雪(2002-),女,汉族,四川宜宾人,旅游管理专业;

罗明月(2003-),女,汉族,重庆人,旅游管理专业。

2.2 特色农产品的品牌真实性与品牌权益

品牌权益是指与品牌称号、品牌标志等相关的一系列资产或负债,其核心是建立品牌的内核,通过制定合适的品牌战略,以期得到胜过市场同类竞争者显著的、长久的和有区分度的竞争优势。有学者认为,消费者在商家所设计的营销活动的刺激下,会产生区别于其他产品的显著性效果,这类有差异的效果即品牌权益。本文在国内外现有基础上自主开发品牌权益量表,包括品牌知名度、品牌形象、品牌忠诚、品牌感知质量四个维度。

现阶段,尚无针对西南区域农产品品牌真实性对其权益的影响研究,但本文根据这两个变量开展的其他研究提出特色农产品品牌真实性能够提高其品牌权益。消费者借助品牌真实性能对所购产品感知得更加真切、真实,能帮助消费者坚定购买意愿,减少心理预期风险,产生购买行为,进而对该品牌给出高口碑评价并推荐。当前,市场对“货真价实”的追求,使得真实性已成为左右消费者做出购买决策的关键因素。已有学者将品牌权益等同于“品牌资产”,认为它是反映品牌价值最直观的概念。由此,本文认为,在农产品领域,品牌真实性也应发挥积极的作用,农产品品牌带给消费者的高真实性能够降低消费者的感知风险,帮助其做出决策,进而为企业带来高口碑。综上,本文提出以下假设:

H₁: 特色农产品品牌真实性对品牌权益起正向作用。

2.3 品牌体验的中介作用

综合学界对品牌体验的理解与认识,本文认为品牌体验是消费者在接触到与品牌相关的设计、包装和环境等刺激物时所产生的主观感受和行为反应,这是消费者对产品品牌的直观感受与直接体验,代表了消费者品牌形象的理解与认知。在消费实践中,有区域特色的农产品因正宗的产品、别具一格的环境等极富区域特色的因素强烈刺激着消费者,而购买农产品的消费者在食品健康、饮食卫生等自我真实性的体验内容中能够产生愉悦、兴奋等情感。特色农产品品牌的真实性能提高消费者的体验兴趣,使其获得高质量的感受与体验。

选择、购买与多次使用某一品牌的产品,能帮助消费者获得对其品牌的奇特、个性化感受。消费后,一系列体验与感受能满足消费大众的需要,同时这些在消费过程中获得的良好体验与感受能帮助消费者感受其品牌价值,将影响消费者改善或提高对某一品牌的态度,进而刺激其做出更多购买行为。已有研究表明,消费者与品牌之间的体验能积极影响其对品牌的整体态度与信念,进而影响其行为,加深人们对品牌的认知,进而提高品牌忠诚。基于此,本文提出以下假设:

H₂: 特色农产品品牌的真实性会提升消费者的品牌体

验,进而影响品牌权益;品牌体验在真实性与品牌权益的关系中起中介作用。

2.4 自我一致性的调节作用

随着研究的不断深入,自我一致性定义逐渐扩展为消费者的自我概念与产品或品牌形象、目的地形象,甚至是对特定产品、品牌、服务使用者形象认知的匹配程度。还有学者认为,当消费者的个人概念与农产品品牌形象的一致性程度较高时,真实性不能产生丝毫变化。但现实是特色农产品品牌缺乏专业化管理,市场假冒伪劣产品较多,农产品企业对自身品牌的文化建设与形象塑造意识不强,在包装、设计等方面未对市场进行大量而深入的调查研究,进而所销售的产品往往难以满足消费者的个性化需要,使得追求个性化、异质性的高自我一致性消费者在消费同质化较为严重的农产品后,对其反而产生了更高的失望率,即较差的品牌体验;反之,低自我一致性的消费者因要求低而对品牌真实性情况的失望低。据此,本文提出以下假设:

H₃: 自我一致性负向调节特色农产品品牌真实性与品牌体验的关系,即高自我一致性会减弱自变量特色农产品品牌真实性对因变量品牌权益的正向作用;反之,会加强两者之间的正向作用。

综合上述文献梳理与分析,本文构建出研究模型,如图1所示。

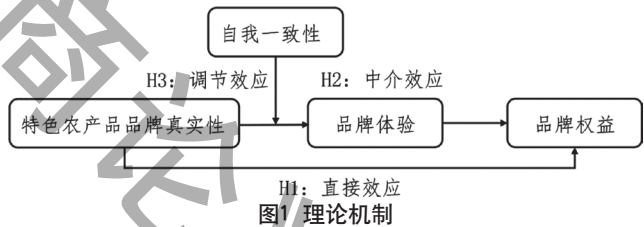


图1 理论机制

3 研究设计

3.1 研究工具

在变量测量工具方面,皆参考成熟量表,根据对象特点进行适当修改。品牌真实性参考徐伟等(2015)、李茜凌(2020)的测量方法,最终设计出包含持续性、原创性等四个维度12个测量题项的量表。品牌体验的测量则借鉴Brakusetal(2009)设计的量表,包含感官、情感等四个维度,共11个题项。自我一致性的测量参照 Escalas(2009)、姚沈晗(2015)设计的包含实际自我一致性等三个维度8个题项的量表。本研究自主开发品牌权益量表,在文献研究的基础上,根据国内外现有研究成果挖掘品牌权益的构成要素,制定访谈提纲,对访谈内容整合分析,提炼出特色农产品品牌权益的主要维度和语义量表,最终构建包含品牌知名度、品牌联想等四个维度,共14个题项的量表。

3.2 研究样本

本文首先进行小范围预测试,根据收集到的数据,对问

卷设计和语句表达是否恰当进行评估,据此修正问卷。正式调研主要依靠见数平台,采取自行发放和依托新媒体平台发放相结合的方式,发放范围面向全国来收集农产品品牌消费者的真实反馈。本文进行了三轮数据采集,前后间隔不超过一周,共发放444份,初步筛选后,收集有效问卷316份,回收率为71.17%。在样本结构方面:女性居多(83.5%);受访者年龄在18~25岁的居多(80.1%),其次为26~30岁人群(15.2%);样本人群的受教育程度较高,绝大多数受调查者的学历在大专及以上。因此,调研对象对西南区域特色农产品品牌的概念有较深刻的理解,能够依据以往经验做出真实判断。

4 统计分析与假设检验

4.1 验证性因子分析

对于验证性因子分析,本文利用AMOS27.0软件检验所构建模型中各变量的区分效度,构建不同因子模型,包括单因子、二因子、三因子和四因子模型。数据结果如表1所示,四因子模型的TLI等数值明显优于其他因子模型的各项参数,可见四因子模型具有较好的拟合优度参数。因此,四因子测量模型具有较好的区分效度(见表1)。

表1 验证性因素分析结果

	χ^2	Df	RMSEA	SRMR	CFI	TLI
四因子模型	2181.063	939	0.065	0.050	0.882	0.875
三因子模型 ^A	2345.744	942	0.069	0.053	0.866	0.860
三因子模型 ^B	2549.778	942	0.074	0.056	0.847	0.839
二因子模型 ^C	2670.383	944	0.076	0.057	0.836	0.828
单因子模型	3569.166	945	0.094	0.071	0.750	0.739

注: A: 将自变量和因变量合为一个公因子; B: 将中介变量和因变量合为一个公因子; C: 将自变量、中介变量和因变量合为一个公因子。

4.2 描述性统计分析

本文构建模型的关键变量的均值、标准差等数值如表2所示。从相关系数可以看出,品牌真实性与品牌体验存在正相关关系($r=0.834, p<0.01$),品牌真实性与品牌权益之间也存在正相关关系($r=0.817, p<0.01$),同时品牌体验和品牌权益之间存在正相关关系($r=0.747, p<0.01$)。数据统计分析结

果初步验证研究假设(见表2)。

4.3 假设检验

本文利用SPSS27.0检验所构建模型的三大假设,主要采用层级回归法分析。首先,检测表明,本文构建的西南区域特色农产品品牌真实性,即自变量显著正向影响(P值均小于0.01)中介变量($\beta=0.834$)与应变量($\beta=0.817$),可见支持假设H₁。其次,本文的中介变量对因变量有显著的正向影响($\beta=0.747, P<0.01$)。将品牌体验作为中介变量进行检验,结果显示品牌体验显著正向影响本文探讨的因变量($\beta=0.215, P<0.01$)。研究显示,自变量对因变量的正向影响虽然仍满足 $P<0.01$,即有显著影响作用,但程度略有降低($\beta=0.638$)。因此,品牌体验在品牌真实性和品牌权益之间起部分中介作用,支持假设H₂。

本文对自变量和调节变量(即自我一致性)进行标准化处理,即求出这两个变量各自数据的均值后,将其各自的每一数据与其对应的均值相减,据此将两变量所得之差对应相乘,构建两变量的交互项。然而,数据显示,自变量与调节变量的交互对本文的中介变量并未产生明显的负向作用($\beta=-0.042, P=0.190>0.01$),因此假设H₃未获得验证。

5 结语

5.1 研究结论

本文基于扎根理论,自主开发品牌权益量表,并构建特色农产品真实性、自我一致性、品牌体验和品牌权益之间的理论模型。而后发放问卷、收集数据,展开实证分析。研究发现:假设H₁成立,即特色农产品品牌真实性显著正向影响品牌权益,意味着农产品品牌的真实性提升会使消费者对品牌权益产生积极的认知和评价。假设H₂成立,即特色农产品品牌真实性显著正向影响其品牌体验,表明当特色农产品品牌具备较强的真实性时,消费者更容易对这一品牌产生积极的品牌体验;而作为中介变量的品牌体验对本文的自变量与因变量之间起部分中介作用,意味着品牌体验通过一定程度上的中介作用,将特色农产品的真实性对品牌权益产生的正向影响传递给消费者。假设H₃不成立,经层次回归分析发现,自我一致性未能在本文模型中起到负向调节

表2 各主要变量的均值、标准差与相关关系

变量	1	2	3	4	5	6
年龄	1					
性别	-0.262**	1				
品牌真实性	0.148**	-0.105	1			
品牌体验	0.174**	-0.127*	0.834**	1		
自我一致性	0.271**	-0.239**	0.631**	0.678**	1	
品牌权益	0.268**	-0.127*	0.817**	0.747**	0.664**	1
平均值	2.230	1.840	5.159	5.012	4.400	4.651
标准差	0.548	0.371	0.944	0.989	1.252	1.047

注: ** $p<0.01$, * $p<0.05$ 。

作用。

综上,本文的研究结论对提高西南区域特色农产品的品牌价值具有重要价值。立足特色农产品品牌商业实践视角,本文提出以下管理建议:一是挖掘品牌真实性要素。可以从特色农产品品牌的起源与历史出发,突出其优良品质的持续性传承;打造品牌特色与核心竞争力,提高消费者原创性感知;以健康、绿色、自然为特色农产品内核,提供品牌质量可溯体系。二是塑造独特的品牌体验。挖掘西南区域特色农产品在品质、口感、包装等方面的独特性,打造与众不同的品牌个性,把握数字经济时代的发展机遇,立足新消费场景,开展特色营销活动。三是寻求消费者-企业一致性,关注消费者自我概念与品牌个性的一致性,据此开展品牌管理,找准目标消费者,从消费者真实自我与理想自我入手,寻求消费刺激点,提高品牌与消费者相似性,形成品牌共鸣。

5.2 未来展望

本文存在一定的研究局限,一方面,本文的研究样本在职业上相对集中,受访者年龄集中在18~25岁,样本总体在30岁以下的人数超85%,但注重生活品质与绿色消费的群体应以事业有成、已组建家庭的30岁以上的群体为主。未来在开展这类研究时,应注重对年龄跨度的把控。另外,虽然本文尽可能扩大了调研对象的范围,但学生仍占据了较大一部分,且受调查人群的受教育程度普遍较高,虽能更好地理解8种西南区域特色农产品品牌介绍,但仍存在不妥之

处。未来,应注重对样本人群教育程度的控制,为使研究结论更具普适性,学者在数据搜集上应考虑不同职业群体。另一方面,本文创新性地选用品牌体验作为中介变量,但在研究中忽视了其他变量在自变量与因变量之间的作用机制,仅关注了品牌体验与自我一致性的作用机制。未来,可以尝试探究其他变量在品牌真实性影响品牌体验过程中起到的作用,以更全面地理解品牌真实性对品牌权益的影响机制。

参考文献

- [1] 董亚宁,顾芸,王茜.新发展格局下农产品品牌、流通一体化与农业经济增长[J].农业现代化研究,2023,44(1): 44-54.
- [2] 董亚宁,顾芸,杨开忠.农产品品牌、市场一体化与农业收入增长[J].首都经济贸易大学学报,2021,23(1):70-80.
- [3] 段岩涛.特色农产品包装设计[J].上海纺织科技,2023,51(9): 95.
- [4] 马力阳,周振亚,罗其友.中国特色农产品优势区建设现状、问题与对策[J].中国农业资源与区划,2022,43(6): 64-71.
- [5] 马迎霜,陈芳.特色农产品品牌体验对感知价值、消费者购买意愿的影响[J].商业经济研究,2023(14): 59-62.
- [6] 陈睿,陈萍.我国特色农产品现代流通渠道的优化策略[J].商业经济研究,2019(22): 142-145.
- [7] 徐伟,王平,王新新,等.老字号真实性的测量与影响研究[J].管理学报,2015,12(9):1286-1293.
- [8] 吴漪.基于中国市场的全球品牌资产效应:品牌真实性的中介作用[D].上海:华东师范大学,2015.
- [9] 姚鹏.集群品牌真实性与顾客忠诚关系实证研究:基于品牌信任的中介作用[J].安徽农业科学,2015,43(21): 357-360.
- [10] 赵志峰,李志伟.旅游情境中地方餐饮品牌真实性维度及其对推荐意愿的影响机制[J].热带地理,2023,43(7): 1351-1363.

A Study on the Impact of Authenticity of Southwest Regional Special Agricultural Product Brands on Brand Equity

Wu Na, Xiao Hanxue, Luo Mingyue, Zeng Ruoxun, Liu Jinyi

(Business and Tourism School, Sichuan Agricultural University, Dujiangyan, Sichuan 611830)

Abstract: The authenticity of agricultural product brands has become a new focus of research in brand management and shaping. This study selects eight representative brands of agricultural products from the Southwest region and designs a survey questionnaire accordingly. The aim is to explore the impact and mechanism of the authenticity of agricultural product brands in the Southwest region on brand equity. By combining quantitative and qualitative analyses, this research formulates a theoretical mechanism and a measurement scale that link brand authenticity, brand experience, self-consistency, and brand equity, developed through an initial literature review and grounded theory. The research selects 316 consumers of featured agricultural products in Southwest China for a quantitative analysis. The findings suggest that there is a positive correlation between the brand authenticity of characteristic agricultural products in Southwest China and the brand equity. Furthermore, brand experience plays a partially mediating role between the authenticity of branded specialty agricultural products in the Southwest region and brand equity.

Keywords: southwest regional characteristic agricultural products; brand authenticity; brand experience; self-concept congruence; brand experience

C端消费者预制菜购买行为及影响因素研究

周露 罗文娟 黎唯 张康康 罗子璇

(吉首大学 湖南吉首 416000)

摘要: 为助力培育发展预制菜产业, 推动预制菜产业在农业农村现代化发展中的引擎作用, 本文基于S-O-R理论和菲利普·科特勒理论, 构建C端消费者预制菜购买行为影响因素的理论模型, 深度剖析营销组合、营销环境、消费者心理、购买意愿与购买行为的影响关系。文章通过设计量表问卷进行实证调研, 对收集到的数据运用有效的结构方程模型加以论证, 并从产品、价格、渠道、促销、营销环境等方面为预制菜企业的发展推广提出针对性的优化建议, 以供参考。

关键词: 预制菜; S-O-R理论; 菲利普·科特勒理论; 消费心理; 结构方程模型

本文索引: 周露,罗文娟,黎唯,等.C端消费者预制菜购买行为及影响因素研究[J].中国商论,2024(05):081-084.

中图分类号: F126.1; R155.5+4

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-081-04

在懒宅经济、单身经济等一系列概念的加持下,消费者的饮食生活方式正发生巨大变化,家庭备餐、烹饪时间不断压缩,便捷化的预制产品受到大众的青睐,促使预制菜产业快速发展。2023年2月,预制菜首次被写入中央一号文件,明确将预制菜产业列入全面推进乡村振兴的重点工作,面对预制菜这一风口,作为食材原产地,被视为“菜篮子”的乡村迎来巨大机遇。本文以消费者视角为切入点,运用结构方程模型,探究C端消费者预制菜购买行为及影响因素,并提出预制菜企业发展建议。

1 文献回顾

S-O-R模型是在环境心理学的基础上提出的,由环境刺激、个体刺激、个体反应三部分组成,可以较好地解释消费者在面对外部环境时做出的购买行为。田洋云(2023)^[1]在S-O-R理论的基础上探究本体因素、营销刺激等是否影响消费者感知价值和认知价值,发现三重因素会引发消费者购物行为。菲利普·科特勒模型是科特勒结合行为心理学理论和S-O-R理论提出的,他发现企业内外部的刺激,即营销刺激和环境刺激会共同作用于消费者,以吸引消费者投入,消费者的特征和消费者的心理过程两个中介因素将得到的刺激进行一系列处理后会产生购买反应。

因此,本文将S-O-R理论和菲利普·科特勒理论相结合,依据研究主题,将S(刺激)具体为营销组合、营销环境,将O(机体)具体为消费者心理,将R(反应)具体为购买意愿和购买行为,并构建理论模型。

2 研究假设及模型构建

营销组合相较营销环境是企业营销管理的可控要素,企业对其有充分的决策权,因此本文着重将营销组合各维

度进行拆分,深入分析对购买行为的影响。

2.1 营销组合(产品、价格、促销、渠道)与消费者心理

4P理论包括产品、价格、促销、渠道四大营销策略。对于消费者而言,高质量的食品能更好地符合消费者对健康的需求,并对其购买心理产生影响。另外,价格是产品价值的体现,在预期收益不变时,消费者更愿意购买价格低的商品。袁豆豆(2023)^[2]指出,正确的促销方式能激励消费者购买心理。此外,预制菜以其“方便、快捷”的特点吸引消费者,其更偏向在购买距离较近、耗时较少的超市或线上平台购买商品。由此,营销组合会正向影响消费者心理。

2.2 营销环境与消费者心理

消费者受到营销环境的刺激,对产业技术提高越有信心,对预制菜成为消费主流越有信心,对经济社会快速发展越有信心,对国家政策越有信心,越正向影响消费者的购买心理。

2.3 消费者心理与购买意愿

消费者在预制菜购买决策过程中主要产生担忧、认知、信任等心理。罗娅等(2021)^[3]指出,消费者的健康、安全与环保意识是影响其购买意愿的重要因素;高延雷和王志刚(2022)^[4]研究发现,消费者的认知水平对其购买意愿有积极的影响作用。

2.4 购买意愿与购买行为

购买意愿是指个人对采取某项特定行为的主观概率的判定,反映个人对某一项特定行为的施行意愿。个体在实际控制条件充分的情景下,购买意愿能直接决定购买行为。

基金项目: 2023年湖南省大学生创新创业训练项目“C端消费者预制菜购买行为及影响因素研究”(S202310531057)。

作者简介: 周露(2003-),女,汉族,湖南衡阳人,会计学专业。

2.5 消费者心理的中介效应

消费者心理是影响预制菜购买意愿和行为的关键心理机制。企业采取积极的营销策略正向影响消费者的心理,从而刺激其购买意愿和行为。

综上所述,本文从营销组合(产品、价格、促销、渠道)、营销环境、消费者心理、购买意愿、购买行为五方面进行研究假设:H1:营销组合(产品、价格、促销、渠道)正向影响消费者心理;H2:营销环境正向影响预制菜消费者心理;H3:消费者心理正向影响消费者对预制菜的购买意愿;H4:消费者购买意愿正向影响购买行为;H5:消费者心理在营销组合(产品、价格、促销、渠道)对购买意愿的互动关系中发挥着中介效应。基于以上假设,本文构建C端消费者预制菜购买行为及影响因素研究模型,如图1所示。

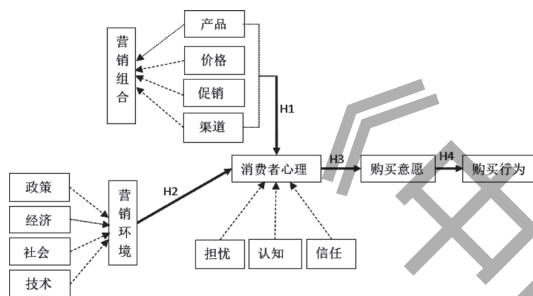


图1 结构方程研究模型

3 研究数据结果与分析

3.1 问卷设计与采集

本文基于研究模型及相关假设,最终确定问卷为营销组合、营销环境、消费者心理、购买意愿和购买行为5个变量。其中,营销组合参考王颖昌(2020)^[5]的研究,营销环境参考张蓓等(2014)^[6]的研究,消费者心理参考张文胜等(2018)^[7]的研究,购买意愿和购买行为参考戴迎春等(2006)^[8]、张蓓等(2014)^[6]的研究,采用线上线下的方式同时发放问卷,调查对

象为全国的成年消费者。最终线上、线下共发放问卷800份,有效问卷715份,问卷的有效性为89.375%。

3.2 描述性分析

从消费者特征方面进行描述性统计分析。其中,男女受访者占比大致相当;18~25岁的被调查者最多,60岁及以上的被调查者最少。从样本的婚恋状况来看,未婚者较多,达57.45%;从样本的职业结构来看,学生占比最多,达47.6%,其次是企业从业者和个体从业者,退休者占比最少;从样本的月平均收入来看,收入在5001~8000元的被调查者最多;从样本的月平均生活费来看,1001~2000元的被调查者最多,而月平均生活费在3001~4000元和4000元以上的被调查者在总样本量中占比最低。具体数据如表1所示。

3.3 信效度分析

本文使用SPSS26.0对正式调查数据进行信效度分析,问卷总体Cronbach系数为0.921>0.8,且量表中每个变量基于标准化后的Cronbach系数值均大于0.6,表明该量表具有较高的信度。KMO系数值为0.949>0.9,巴特利特球形(Bartlett's)度检验的P水平显著,综合各类指标,该问卷量表的信效度良好。

3.4 预制菜购买行为的影响机理分析

3.4.1 预制菜购买行为影响因素的SEM初步构建

基于前文的理论模型构建和研究假设,本文利用AMOS建立C端消费者预制菜购买行为及影响因素模型,运行后得到的模型如图2所示。

通过拟合结果可发现,初始拟合模型的卡方值/自由度=2.830<3,GFI、CFI值均小于参考值0.9,因此模型需进一步修正。

3.4.2 预制菜购买行为影响因素的SEM修正及检验

本文根据修正指数增加相关路径与因果路径的方法对

表1 样本描述性统计分析结果

人口统计学变量	分类指标	人数	百分比	人口统计学变量	分类指标	人数	百分比
性别	男	340	47.6%	最高受教育程度	高中及以下	128	17.93%
	女	375	52.4%		大学(含本专科)	454	63.51%
年龄	18~25岁	319	44.57%		硕士研究生及以上	133	18.56%
	26~34岁	128	17.93%	月平均收入	3000元及以下	58	15.66%
	35~44岁	123	17.17%		3001~5000元	103	27.47%
	45~59岁	126	17.68%		5001~8000元	117	31.08%
	60岁及以上	19	2.65%		8001~12000元	55	14.71%
12000元以上	42	11.08%					
婚恋状况	未婚	411	57.45%	月平均生活费	1000元及以下	52	15.38%
	已婚	304	42.55%		1001~2000元	237	69.76%
职业	学生	340	47.6%		2001~3000元	37	10.88%
	企业从业者	154	21.47%		3001~4000元	7	1.99%
	政府部门及事业单位从业者	74	10.35%		4000元以上	7	1.99%
	个体从业者	102	14.27%				
	退休者	19	2.65%				
	其他	26	3.66%				

模型进行修正,在AMOS中构建模型,运行得到结果,修正模型拟合结果如表2所示。

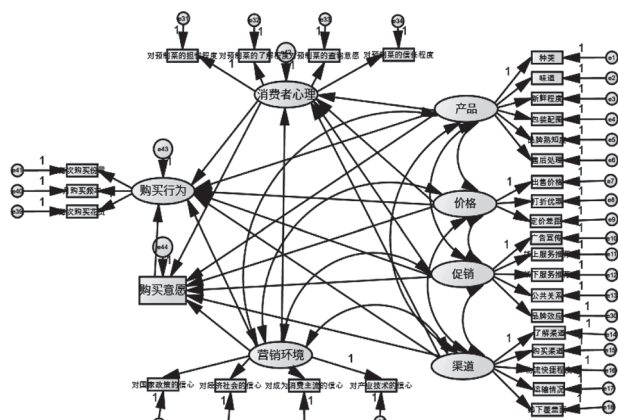


图2 预制菜购买行为影响因素模型初步路径图

表2 预制菜购买行为影响因素模型修正拟合结果

拟合统计值	初始模型拟合结果	参考值
CMIN/DF	2.751	<3
GFI	0.900	>0.9
RMR	0.040	<0.05
RMSEA	0.049	<0.05
CFI	0.903	>0.9
IFI	0.904	>0.9

得到修正的模型如图3所示。

修正后的路径参数估计结果如表3所示。

对于修正模型,AMOS输出的各潜变量之间的间接效应及总效应如表4所示。

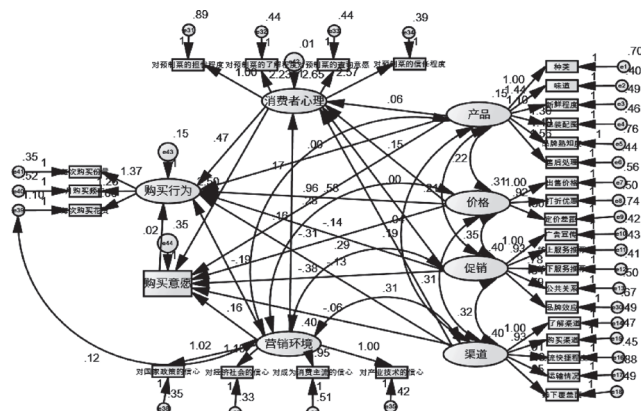


图3 预制菜购买行为影响因素SEM标准化路径系数图

3.4.3 结构方程模型检验结果分析

(1)营销组合、营销环境对消费者心理的影响。改善预制菜的营销环境、渠道、价格、产品质量将可能改善消费者的心理。具体而言,消费者心理受到营销环境、渠道、价格和产品的正向影响。

(2)消费者心理对购买意愿的影响。购买意愿受到消费者心理的正向影响,直接效应为0.701。消费者对预制菜的查询意愿和对预制菜的信任程度是影响其购买心理最重要的指标。

(3)购买意愿对购买行为的影响。购买意愿对购买行为具有正向影响,直接效应为0.032,意味着提高意愿将有助于增加消费者的购买行为。

(4)消费者心理的中介作用。在营销环境对购买意愿的

表3 预制菜购买行为影响因素SEM路径系数估计

变量关系	未标准化路径系数估计	S.E.	C.R.	P	标准化路径系数估计
产品→消费者心理	0.057	0.192	0.299	0.765	0.090
价格→消费者心理	0.148	0.201	0.736	0.462	0.337
促销→消费者心理	-0.003	0.079	-0.041	0.967	-0.008
渠道→消费者心理	0.044	0.040	1.082	0.279	0.113
营销环境→消费者心理	0.163	0.039	4.169	***	0.424
消费者心理→购买意愿	2.496	0.670	3.726	***	0.701
购买意愿→购买行为	0.016	0.049	0.320	0.749	0.032

表4 各潜变量之间的效应

	营销环境	渠道	促销	价格	产品	消费者心理	购买意愿
消费者心理							
(直接)	0.424	0.113	-0.008	0.337	0.090		
(间接)							
(总效)	0.424	0.113	-0.008	0.337	0.090		
购买意愿							
(直接)	0.119	-0.044	-0.275	-0.199	0.423	0.701	
(间接)	0.297	0.079	-0.006	0.236	0.063		
(总)	0.416	0.035	-0.281	0.037	0.486	0.701	
购买行为							
(直接)	-0.287	-0.187	-0.214	0.760	0.001	0.268	0.032
(间接)	0.127	0.031	-0.011	0.091	0.040	0.022	
(总)	-0.160	-0.155	-0.226	0.851	0.040	0.290	0.032

间接效应中,其置信区间上下界不包含0,说明消费者心理在营销环境对购买意愿的间接影响中具有显著的中介作用。

4 建议

根据上述分析,本文从产品、价格、促销、渠道、营销环境五方面提出预制菜的发展建议。

(1)产品方面,预制菜企业可以依据主要消费人群对产品的高要求,制定个性化的营养配比和健康标准;年轻人追逐趣味性和新奇性,预制菜企业应打造具有文化内涵和艺术感的预制菜产品,赋予品牌独特性,以提高产品的品牌形象和消费者的购买欲望。另外,“民以食为天”,为了企业的长远发展,预制菜企业应确保食材的新鲜度和口感。

(2)价格方面,预制菜消费者的收入大多在中等水平,因而预制菜定价不宜过高,要注重性价比,以免流失主要顾客。另外,预制菜企业应统一定价标准,避免同类商品定价差距过大。

(3)促销方面,预制菜企业可以通过套餐优惠、积分抽奖等活动增加消费者购买行为。借助热点事件进行宣传是提高预制菜企业品牌影响力的有效方法,如在社会发生重大险情灾害时进行捐款、捐物,还可以寻找符合品牌意蕴的明星为产品代言,形成粉丝效应。

(4)渠道方面,预制菜企业应与超市、电商等建立良好的合作关系,考虑开设线上自有平台,直接与消费者进行互动和销售,以提高消费者黏性。在生产端,预制菜企业可以和农户进行深度合作,加工厂靠近原材料产地,以保障预制菜食材的新鲜度及特色供应;在运输端,将预制菜分批、分

类、分层级地进行差异化运输,并在运输车上安装一些固定菜品保护设备,以减少包装破损情况的发生。

(5)营销环境方面,预制菜企业应加大预制菜生产及储存的技术研发力度,保证其新鲜度和美味度。当前,预制菜行业标准各有不同,许多预制菜商家在生产和运输上存在不规范现象,政府应严格规范预制菜产业的发展,出台相关政策,统一行业标准。

参考文献

- [1] 田洋云.基于SOR模型的线上消费者冲动购物影响因素分析[J]. 商展经济, 2023(5):88-90.
- [2] 袁豆豆.钟薛高营销组合策略优化研究[D].上海:华东师范大学,2023.
- [3] 罗娅,张社梅,王立平.消费者质量安全认知对转基因食品购买意愿研究:以转基因大豆油为例[J].农业科研经济管理, 2021(2):1-10.
- [4] 高延雷,王志刚.食品营养信息认知与使用的城乡差距分析:来自微观消费者问卷调查的证据[J].农业现代化研究, 2022,43(3):409-419.
- [5] 王颖昌.新式茶饮的4P营销策略分析:以茶颜悦色为例[J].经济师, 2020(7):280-281.
- [6] 张蓓,黄志平,文晓巍.营销刺激、心理反应与有机蔬菜消费者购买意愿和行为:基于有序Logistic回归模型的实证分析[J].农业技术经济, 2014(2):47-56.
- [7] 张文胜,崔文飞,王梓峰.基于激惹性视角的食品安全信任心理结构研究:对天津消费者食品添加剂问卷的实证分析[J].商业经济研究, 2018(15):60-62.
- [8] 戴迎春,朱彬,应瑞瑶.消费者对食品安全的选择意愿:以南京市有机蔬菜消费行为为例[J].南京农业大学学报(社会科学版), 2006(1):47-52.

Research on the Purchase and Influencing Factors of Ready-Made Meals of C-End Consumers

Zhou Lu, Luo Wenjuan, Li Wei, Zhang Kangkang, Luo Zixuan
(Jishou University, Jishou, Hunan 416000)

Abstract: To cultivate and develop the ready-made meal industry and support the industry in driving the modernization of agriculture and rural areas, this paper establishes a theoretical model of the influencing factors of C-end consumers' ready-made meal purchase based on the S-O-R theory and Philip Kotler's theory, with the aim to deeply analyze the influence of marketing solutions, marketing environment, consumer psychology, and purchase intention on purchase behavior. Through the design of a scale questionnaire for empirical analysis, the paper uses effective structural equation models to testify collected data. This paper seeks to offer optimization suggestions for the development of enterprises engaged in the industry from the aspects of products, prices, channels, sales promotion, and marketing environment.

Keywords: Ready-Made Meals; S-O-R Theory; Philip Kotler's Theory; Consumer Psychology; Structural Equation Modeling

成渝地区双城经济圈旅游经济联系强度与空间结构演变

吉宜洋 董杭川 李湘 董鑫宇 聂中萍
(乐山师范学院旅游与地理科学学院 四川乐山 614000)

摘要: 旅游经济联系是旅游空间结构形成的重要影响因子, 旅游空间结构演变规律是旅游经济联系强度变化的结果。首先, 本文选择成渝地区双城经济圈作为研究区域, 以2015—2019年的旅游经济数据为基础, 使用旅游经济联系模型测算旅游经济联系强度。其次, 从网络密度、网络中心度、核心—边缘结构、结构洞等方面分析旅游经济空间结构的时空演变格局。最后, 文章从提升交通可达性、旅游资源特色化营销、开发特色旅游产品等方面提出成渝地区双城经济圈旅游经济发展的建议, 以供参考。

关键词: 成渝地区双城经济圈; 旅游经济联系; 旅游空间结构; 社会网络分析; 时空演变格局

本文索引: 吉宜洋, 董杭川, 李湘, 等. 成渝地区双城经济圈旅游经济联系强度与空间结构演变[J]. 中国商论, 2024(05):085-089.

中图分类号: F592.7

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-085-05

1 研究背景

推动成渝地区双城经济圈建设, 是习近平总书记亲自谋划推动的重大决策部署。作为满足人们美好生活需要的幸福产业, 旅游业的高效协调发展不仅能为旅游者提供高品质的旅游服务, 还能为区域经济的发展做出巨大贡献。旅游活动的发生使旅游者从周边惯常环境到旅游目的地产生空间上的位移, 地区之间便存在了旅游联系。旅游经济联系是旅游要素流动的综合体现, 是旅游活动在空间上的投影, 是对旅游活动空间属性和相互关系的表征^[1]。旅游空间结构是旅游系统中各个要素在空间中的相互位置、相互关联及相互作用等相互关系^[2], 是区域旅游发展状态重要的“指示器”^[3]。频繁的旅游活动加强了旅游地之间的经济联系, 对旅游空间结构的形成具有重要的影响作用。

成渝地区双城经济圈区域内旅游经济联系逐渐增强, 旅游经济联系两极化的现象明显改善, 旅游经济联系整体空间网络逐渐完善^[4]。目前, 成渝地区双城经济圈城市空间网络还不成熟, 但是蕴含巨大的发展潜力^[5]; 区域旅游经济整体网络的整体密度偏低, 旅游经济网络内各节点城市的联系不高^[6]; 旅游组团联系有待加强是成渝地区双城经济圈旅游空间结构存在的主要问题^[7]。由此可以看出, 对于成渝地区双城经济圈旅游经济联系和空间结构的研究已引起学者的关注, 但其对动态演变规律的总结还较为欠缺。本文

以成渝地区双城经济圈为研究区域, 分析其旅游经济联系强度和空间结构特征, 以期优化旅游经济空间结构, 促进成渝地区双城经济圈旅游经济高质量发展。

2 研究设计

2.1 数据来源

成渝地区双城经济圈是我国西部发展水平最高、潜力最大的城镇化区域, 区域内含重庆、成都、南充、德阳、绵阳等16个城市。本文以成渝地区双城经济圈内的16个城市为研究对象, 分析16个城市之间的旅游经济联系强度与空间结构演变。文中旅游收入、旅游人次的数据来自2016—2020年《四川省统计年鉴》《重庆市旅游统计公报》, 城市间的空间距离数据以高德地图的最短公路距离为依据。

2.2 研究方法

2.2.1 旅游经济联系模型

本文以旅游经济引力模型为基础^[8], 测算区域间的旅游经济联系强度, 计算公式如式(1)所示。其中, R_{ij} 是城市*i*和*j*的旅游经济联系; P_i 和 P_j 是城市*i*和*j*的旅游接待人数; Q_i 和 Q_j 是城市*i*和*j*的旅游收入; D_{ij} 是城市间的空间距离。旅游经济联系量的计算通过将某城市与其他城市的旅游经济联系强度进行求和得到。

$$R_{ij} = K_{ij} \cdot \frac{\sqrt{P_i \times Q_i} \sqrt{P_j \times Q_j}}{D_{ij}^2}, K_{ij} = \frac{Q_i}{Q_i + Q_j} (i \neq j) \quad (1)$$

基金项目: 四川省教育厅大学生创新创业训练项目(S202310649184)。

作者简介: 吉宜洋(2003-), 女, 四川绵竹人, 旅游管理专业;

董杭川(2003-), 男, 四川内江人, 人文地理与城乡规划专业;

李湘(2003-), 女, 四川达州人, 旅游管理专业;

董鑫宇(2002-), 女, 四川达州人, 酒店管理专业;

聂中萍(2002-), 女, 四川达州人, 人文地理与城乡规划专业。

2.2.2 网络密度

网络密度是评价旅游经济网络成员之间关系是否紧密的重要指标。网络密度越大,说明成渝地区双城经济圈内城市间的旅游经济联系越紧密,区域旅游竞争能力越强。

2.2.3 度数中心度

度数中心度评价的是旅游经济网络节点之间的交往能力。如果一个节点与旅游经济网络中的其他节点有很多直接的联系,那么该节点就居于旅游经济网络的中心地位,拥有较大的网络权力,度数中心度也较高。

2.2.4 中间中心度

中间中心度衡量的是旅游经济网络中节点对其他节点的控制能力。中间中心度越大,说明该节点在旅游经济网络中控制其他节点旅游流的能力越强。

2.2.5 结构洞水平

结构洞水平通常用有效规模、效率性、限制度等指标进行量化,结构洞水平高的节点在旅游经济网络空间竞争中处于优势地位。空间网络节点的有效规模和效率性越高、限制度越低,那么该节点的结构洞水平就越高。

2.2.6 “核心-边缘”结构

核心-边缘结构反映空间节点在旅游经济网络中的重要程度,处于核心区的节点在和边缘区节点的旅游流交换过程中占据优势地位。

3 旅游经济联系强度分析

本文使用旅游经济联系模型,计算成渝地区双城经济圈的旅游经济联系量,计算结果如表1所示。2015年,旅游经济联系量位于前二的是成都、重庆,旅游经济联系量分别达到3067.76、2195.87,旅游经济联系量占比分别为40.36%、28.89%,两个城市的旅游经济联系总量占到区域总量的69.25%,说明成渝地区双城经济圈区域间的旅游经济联系主要集中在成都、重庆两大中心城市。乐山市旅游经济联系总量为269.55,旅游经济联系量占比达到3.55%,处于区域第三的位置,但与成都、重庆的旅游经济联系量占比仍有较大差距;说明成渝地区旅游经济联系量存在严重的不均衡性,除了成都、重庆外,其他城市旅游经济联系量均低于区域整体平均水平。达州、雅安的旅游经济联系量排名倒数,占比分别只有0.19%、0.60%,表明这两个城市与区域内其他城市的旅游经济联系较弱。

2015—2019年,成渝地区双城经济圈旅游经济联系量显著增加,旅游经济联系总量整体提高了5倍,体现出区域城市间的总体旅游经济联系日益紧密。但旅游经济联系量区域差异较为明显,成都与重庆的旅游经济联系量一直处于区域前二的位置,宜宾、乐山、绵阳、自贡等城市的旅游经济联系量处于区域的第二阶梯,与区域内其他城市也保持了较密切的旅游经济联系。2015—2019年,旅游经济联系量占比有增加的城市是泸州、德阳、绵阳、遂宁、内江、乐山、南

充、宜宾、达州、雅安,其中宜宾、德阳的增加最多;重庆、成都、自贡、眉山、广安、资阳的旅游经济联系量占比有一定程度的下降,其中资阳的下降最为明显。总体来看,成渝地区双城经济圈中各城市的旅游经济联系量存在巨大差距,存在少数城市两两间的旅游经济强联系。

表1 2015—2019年成渝地区双城经济圈旅游经济联系量

城市	2015年		2017年		2019年	
	联系量	占比	联系量	占比	联系量	占比
重庆	2195.87	28.89%	5197.29	26.07%	10639.42	27.25%
成都	3067.76	40.36%	7521.31	37.73%	14955.55	38.30%
自贡	269.17	3.54%	816.24	4.10%	1273.62	3.26%
泸州	127.47	1.68%	561.61	2.82%	902.10	2.31%
德阳	110.58	1.45%	460.25	2.31%	1094.77	2.80%
绵阳	229.28	3.02%	775.68	3.89%	1489.52	3.81%
遂宁	173.65	2.28%	548.64	2.75%	1062.18	2.72%
内江	178.39	2.35%	589.76	2.96%	977.70	2.50%
乐山	269.55	3.55%	817.49	4.10%	1479.04	3.79%
南充	209.12	2.75%	594.82	2.98%	1338.35	3.43%
眉山	181.40	2.39%	562.66	2.82%	917.51	2.35%
宜宾	194.72	2.56%	727.28	3.65%	1493.71	3.83%
广安	137.27	1.81%	371.73	1.86%	595.48	1.53%
达州	14.12	0.19%	43.44	0.22%	134.96	0.35%
雅安	45.47	0.60%	164.78	0.83%	396.72	1.02%
资阳	197.36	2.60%	179.12	0.90%	296.71	0.76%
均值	475.07	6.25%	1245.76	6.25%	2440.46	6.25%

4 旅游经济网络空间结构特征分析

4.1 旅游经济空间网络密度分析

4.1.1 网络整体密度

2015年,成渝地区双城经济圈旅游经济网络密度仅有0.1875,表明区域旅游经济联系协调性较低,旅游经济网络发展有待强化。2015—2019年,成渝地区双城经济圈旅游经济网络整体密度逐年递增,由0.1875上升至0.5250,说明成渝地区双城经济圈城市间的旅游经济联系更加紧密;2016—2018年的网络密度分别为0.2833、0.3417、0.4333。2015—2019年,成渝地区双城经济圈旅游经济空间网络的平均距离逐年递减,说明区域内不同城市间的旅游客流交换成本在下降,城市的旅游经济联系发生更加容易;旅游经济空间网络建立在“距离”基础上的凝聚力指数由2015年的0.389上升至2019年的0.731,凝聚力指数逐年递增,表明整体网络的凝聚力加强,区域旅游合作化程度逐渐加深(见表2)。

表2 2015—2019年成渝地区双城经济圈旅游经济网络整体密度

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
网络密度	0.1875	0.2833	0.3417	0.4333	0.5250
平均距离	2.088	1.867	1.716	1.538	1.440
凝聚力指数	0.389	0.552	0.627	0.685	0.731
标准偏差	0.3903	0.4506	0.4743	0.4955	0.4994

4.1.2 网络个体密度

由表3可以看出,2015年重庆的个体网规模为14,说明与重庆有紧密关系的城市有14个;关系总数为27,在理论上可能存在的各种关系总数为182,个体网络的密度值为14.84。成都的个体网规模也是14,但与其他城市的关系总数低于重庆。自贡、泸州、德阳等10个城市的个体网规模均为3或4,眉山、雅安、资阳3个城市的各项指标均相同,仅有达州一个行动者的个体网络密度为0,说明其和成渝地区双城经济圈内的其他城市不存在旅游经济联系。2019年,重庆和成都依旧是个体网规模最大的两个城市,个体网规模皆为15,个体网规模超过或等于10的城市有8个,小于10的有6个,遂宁、乐山、南充、眉山、资阳5个城市的个体规模扩大明显;除了重庆和成都外,个体网络在理论上可能存在的各种关系总数超过100的有遂宁、乐山、南充、眉山、资阳5个城市,说明上述城市与其有联系的城市旅游经济来往密切;达州个体网络密度也不再为0,说明达州在区域旅游经济联系中的位置不再孤立,开始和其他城市存在旅游经济联系。

4.2 旅游空间网络中心度分析

4.2.1 度数中心度

由表4可以看出,2015年重庆的旅游经济空间网络点出度为14,说明重庆向区域内14个城市辐射旅游客流;点入度为2,说明重庆吸引外部2个城市向其输送旅游客流。2015—2019年,重庆和成都的点出度远远高于区域内的其他城市,说明重庆和成都在成渝地区双城经济圈旅游经济空间网络中处于核心地位,是区域的旅游客流扩散辐射中心,对外扩散旅游流的能力强。此外,乐山、南充、宜宾、遂宁、绵阳等城市具有较强的旅游客流对外扩散能力。从点入度指标来看,2015年,成都、自贡、南充的点入度最高,表明这几

个城市吸引外部客流的能力较好,具有较强的旅游客流聚合效应。2016年的重庆、自贡、内江、成都、泸州、遂宁、宜宾,2017年的重庆、成都、内江、自贡、泸州、宜宾、资阳,2018年的重庆、成都、内江、自贡、遂宁、眉山、资阳,2019年的成都、资阳、重庆、遂宁、内江、自贡、眉山,这些城市的点入度均处于区域旅游经济空间网络前列,吸引外部客源的能力较强。

表4 2015—2019年成渝地区双城经济圈旅游经济空间网络点度中心度

城市	2015年		2017年		2019年	
	点出度	点入度	点出度	点入度	点出度	点入度
重庆	14.000	2.000	15.000	8.000	15.000	10.000
成都	14.000	5.000	14.000	8.000	15.000	13.000
自贡	2.000	4.000	5.000	6.000	8.000	9.000
泸州	0.000	3.000	4.000	6.000	6.000	6.000
德阳	1.000	3.000	2.000	3.000	5.000	7.000
绵阳	2.000	3.000	4.000	5.000	9.000	7.000
遂宁	1.000	3.000	7.000	5.000	10.000	10.000
内江	1.000	3.000	4.000	7.000	8.000	10.000
乐山	2.000	2.000	8.000	5.000	13.000	8.000
南充	2.000	4.000	4.000	5.000	10.000	6.000
眉山	1.000	2.000	3.000	3.000	7.000	9.000
宜宾	2.000	3.000	6.000	6.000	10.000	6.000
广安	2.000	3.000	3.000	4.000	4.000	4.000
达州	0.000	1.000	0.000	1.000	0.000	4.000
雅安	0.000	2.000	2.000	4.000	3.000	6.000
资阳	1.000	2.000	1.000	6.000	3.000	11.000

4.2.2 中间中心度

2015年,成都、重庆、广安、南充、绵阳的中间中心度明显高于其他城市,说明这几个城市具有较强的控制其他城市的能力,在成渝地区双城经济圈旅游客流中起主要中介作用。2016—2019年,中间中心度前三名分别是成都、重

表3 2015—2019年成渝地区双城经济圈旅游经济网络个体密度

城市	2015年				2019年			
	规模	关系总数	关系总和	个体密度	规模	关系总数	关系总和	个体密度
重庆	14.00	27.00	182.00	14.84	15.00	101.00	210.00	48.10
成都	14.00	25.00	182.00	13.74	15.00	98.00	210.00	46.67
自贡	4.00	6.00	12.00	50.00	10.00	64.00	90.00	71.11
泸州	3.00	4.00	6.00	66.67	6.00	30.00	30.00	100.00
德阳	3.00	5.00	6.00	83.33	8.00	44.00	56.00	78.57
绵阳	3.00	4.00	6.00	66.67	9.00	48.00	72.00	66.67
遂宁	3.00	4.00	6.00	66.67	12.00	81.00	132.00	61.36
内江	3.00	4.00	6.00	66.67	10.00	63.00	90.00	70.00
乐山	3.00	3.00	6.00	50.00	13.00	94.00	156.00	60.26
南充	4.00	7.00	12.00	58.33	11.00	63.00	110.00	57.27
眉山	2.00	2.00	2.00	100.00	11.00	74.00	110.00	67.27
宜宾	4.00	6.00	12.00	50.00	10.00	63.00	90.00	70.00
广安	3.00	4.00	6.00	66.67	5.00	15.00	20.00	75.00
达州	1.00	0.00	0.00	0.00	4.00	11.00	12.00	91.67
雅安	2.00	2.00	2.00	100.00	6.00	25.00	30.00	83.33
资阳	2.00	2.00	2.00	100.00	11.00	80.00	110.00	72.73

庆、乐山,重庆在2016年、2017年的中间中心度分别达到73.533、61.112,成都在2016年、2017年的中间中心度值分别为53.367、60.769。2016—2019年,虽然,成都、重庆分别是中间中心度前两名,但2017年以后两城的中间中心度都有所下降,周边城市成为新的中介点。其中,乐山在2015年后逐渐成为成渝地区双城经济圈旅游客流交换的第三个中介点。重庆和成都拥有较大的控制其他城市的权力,在成渝双城经济圈中起着沟通带动其他地区经济发展的桥梁作用,其他地区旅游发展对成都、重庆依赖较大;资阳、泸州、乐山、广安、南充也具有一定的影响和控制其他城市的权力,但远远弱于重庆和成都(见表5)。

表5 2015—2019年成渝地区双城经济圈旅游经济网络中间中心度

城市	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
重庆	42.500	73.533	61.112	36.926	19.360
成都	69.000	53.367	60.769	41.593	35.760
自贡	3.000	3.533	2.986	2.833	3.050
泸州	0.000	15.833	2.010	0.250	0.000
德阳	0.000	0.000	0.000	0.843	0.367
绵阳	14.000	14.000	2.167	2.676	3.800
遂宁	0.000	2.000	5.167	7.750	8.710
内江	0.000	0.200	2.083	5.667	5.883
乐山	2.000	17.667	12.369	9.583	9.960
南充	14.500	0.000	1.333	2.083	3.726
眉山	0.000	14.000	2.667	6.417	5.376
宜宾	2.000	0.533	5.662	2.393	1.667
广安	26.000	0.000	0.000	0.000	0.250
达州	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
雅安	0.000	0.833	0.833	0.476	0.200
资阳	0.000	0.000	1.843	1.510	0.893

4.3 旅游空间网络核心-边缘结构分析

2015年,成渝地区双城经济圈旅游经济空间网络“核心-边缘”结构初始拟合值为0.365,最终拟合值为0.538;2019年的初始拟合值和最终拟合值分别为0.124和0.581,最终拟合值较好,说明成渝地区双城经济圈存在较为明显的核心-边缘结构。2015年,重庆、成都、自贡、德阳、绵阳、南充处于旅游经济空间网络的核心位置;2019年,核心区内城市的数量进一步增加,泸州、遂宁、内江、乐山、宜宾在旅游经济网络中的重要程度进一步提高,处于旅游经济空间网络的核心位置。由此可以看出,处于旅游经济空间网络核心区位置的城市大都与重庆、成都两个核心城市距离较近,较容易接受核心区的旅游经济辐射,与其他城市间的旅游经济联系较为密切。

2015年,成渝地区双城经济圈旅游经济空间网络核心区的关系密度为0.433,边缘区的关系密度为0.022,核心区与边缘区的关系密度为0.367,边缘区与核心区的关系密度为0.133。这说明旅游经济空间网络核心区内城市间的旅游经济联系相对紧密,边缘区内城市间的旅游经济联系较弱,

核心区内的城市对边缘区的城市存在一定的旅游经济辐射。2019年,成渝地区双城经济圈旅游经济空间网络核心区内城市间的关系密度为0.929,边缘区内城市的关系密度为0.375,核心区与边缘区的关系密度为0.516,边缘区与核心区的关系密度为0.313,说明核心区内城市的旅游经济联系进一步加强,核心区与边缘区内城市间的互动也在增加。

4.4 旅游空间网络结构洞水平分析

2015—2019年,有效规模指标值较大的节点城市分别是成都和重庆,除了2019年外,重庆和成都的有效规模指数均保持在9.000以上。2015年,重庆和成都的有效规模值分别为11.625和12.026,且远远高于区域内其他城市,说明成都、重庆的旅游经济空间活动自由度较高;2019年,重庆和成都的有效规模指数分别为7.8和8.089,重庆和成都的有效规模指数逐年呈下降趋势,其他城市的有效规模指数整体呈上升趋势,表明其他城市受重庆和成都的限制逐年降低。旅游空间网络结构中,效率排前两位的城市分别是成都和重庆,一直稳定在0.5以上,说明上述城市旅游客流的流动效率较高。2015年,行动效率最高的是成都,效率性指数为0.859;其次是重庆,效率性指数为0.830;达州的效率性指数虽然为1,但其限制度和有效规模均为1,说明其旅游经济空间活动完全被限制,没有自由度。

2019年,区域整体的旅游空间网络效率性均有明显的下降,成都、重庆仍然保持了最高的行动效率,效率性指数分别为0.539和0.52;行动效率最低的城市是泸州,效率性指数为0.167。在旅游经济空间网络结构洞水平的限制度指标上,成渝地区双城经济圈整体呈现下降趋势,说明区域内各城市旅游经济活动的自由度在上升,受其他城市旅游经济的限制在下降。2015年,雅安、眉山、资阳、达州等城市的受限制度较高,成都、重庆的限制度最低,分别为0.244和0.300,其中雅安、眉山、资阳的旅游客流主要受成都的限制,达州的旅游客流受重庆的限制。2019年,重庆和成都的限制度指数分别为0.257和0.248,重庆的限制度指数略有下降,成都的限制度指数稍微增加;乐山的限制度指数也较低,为0.291;限制度最高的城市是达州,限制度指数为0.854(见表6)。

5 结语

成渝地区双城经济圈旅游经济联系量逐年增大,联系强度更强,形成了以成都和重庆两大城市为主要核心点、以乐山、绵阳、宜宾、自贡、南充等城市为次级核心点的旅游经济圈,辐射全域旅游经济发展。成都、重庆作为成渝地区双城经济圈的核心城市,在旅游市场和旅游设施方面都有着绝对优势,不但具有旅游流的聚集作用,而且旅游流扩散辐射能力非常强大;达州、雅安由于地理位置的因素,与其他城市间的旅游经济联系较弱。因此,应进一步提高区域旅游

交通可达性,改善区域旅游交通运输效率,促进中心城市与边缘城市旅游客流的空间交换。

表6 2015—2019年成渝地区双城经济圈旅游经济空间网络结构洞水平

城市	2015年			2019年		
	有效规模	效率性	限制度	有效规模	效率性	限制度
重庆	11.625	0.830	0.300	7.800	0.520	0.257
成都	12.026	0.859	0.244	8.089	0.539	0.248
自贡	2.667	0.667	0.640	3.324	0.332	0.374
泸州	1.333	0.444	0.997	1.000	0.167	0.560
德阳	1.375	0.458	0.972	2.375	0.297	0.457
绵阳	1.700	0.567	0.853	3.500	0.389	0.398
遂宁	1.750	0.583	0.891	5.250	0.438	0.307
内江	1.750	0.583	0.891	3.500	0.350	0.365
乐山	1.625	0.542	0.952	5.667	0.436	0.291
南充	2.417	0.604	0.675	4.750	0.432	0.353
眉山	1.000	0.500	1.235	4.531	0.412	0.335
宜宾	2.400	0.600	0.708	3.344	0.334	0.381
广安	1.700	0.567	0.853	1.563	0.313	0.672
达州	1.000	1.000	1.000	1.250	0.313	0.854
雅安	1.000	0.500	1.389	1.778	0.296	0.580
资阳	1.000	0.500	1.235	3.643	0.331	0.347

成渝地区双城经济圈旅游经济网络整体密度逐年递增,旅游经济空间网络的平均距离逐年递减,区域内不同城市间的旅游客流交换成本在下降,城市的旅游经济联系发生更加容易,区域旅游合作化程度逐渐加深。成都和重庆保持了较高的个体网络规模,遂宁、乐山、南充、眉山、资阳5个城市的个体网络规模扩大明显,上述城市在区域旅游经济空间网络中的角色越来越活跃。个体规模较小的城市应进一步提高旅游接待能力,加强旅游资源特色化营销,提高

城市对外来游客的吸引力,分流中心城市的旅游客源。

成渝地区双城经济圈旅游经济空间网络存在明显的核心-边缘结构,核心区与边缘区内城市的旅游经济空间交互在加强。旅游经济联系的外向性比内向性更明显,在一定程度上反映了除成都和重庆外的其他城市旅游吸引力有待提高,越来越多城市在区域旅游经济空间网络中发挥节点作用。区域非中心旅游城市应优先满足本地区居民的近距离出游需求,借助区域差异和特有优势挖掘潜在游客,充分挖掘当地的历史文化资源和特色资源,打造具有明显地域特色的旅游产品,开发文化和旅游相结合的高品质旅游路线,提高旅游产品供给质量。

参考文献

- [1] 卞显红.城市旅游空间结构及其空间规划布局研究[D].南京:南京师范大学,2002.
- [2] 何家驹.城市轨道交通网络与旅游空间结构的关联分析[D].成都:成都理工大学,2021.
- [3] 冯晓兵.旅游景区经济联系和空间结构特征分析[J].国土资源科技管理,2020,37(5):48-58.
- [4] 谢正蕾,官永彬.成渝地区双城经济圈旅游经济联系的空间结构及驱动因素研究[J].西南师范大学学报(自然科学版),2022,47(12):87-97.
- [5] 涂建军,徐桂萍,姜莉,等.成渝地区双城经济圈旅游空间网络特征[J].西南大学学报(自然科学版),2022,44(1):12-23.
- [6] 王佳,何杰,项清.网络城市视角下的成渝城市群旅游经济空间网络特征[J].国土资源科技管理,2019,36(3):106-117.
- [7] 段盈盈.成渝地区双城经济圈旅游空间结构研究[D].成都:四川大学,2022.
- [8] 周慧玲,许春晓.湖南旅游经济空间网络结构特征研究[J].财经理论与实践,2015,36(6):126-131.

The Intensity and Spatial Evolution of Tourism Economy Connection in Chengdu-Chongqing Economic Circle

Ji Yiyang, Dong Hangchuan, Li Xiang, Dong Xinyu, Nie Zhongping

(College of Tourism and Geographical Science, Leshan Normal University, Leshan, Sichuan, 614000)

Abstract: Tourism economy connections serve as an important influencing factor in forming tourism spatial structure. The evolution of tourism spatial structure is the result of changes in the intensity of tourism economy connections. This paper selects the Chengdu-Chongqing Economic Circle as the research area and its tourism economic data from 2015 to 2019 and uses the tourism economy connection model to calculate the intensity of tourism economy connections. This paper analyzes the spatiotemporal evolution pattern of the spatial structure of tourism economy from the aspects of network density, network centrality, center-edge structures, and structural holes. Suggestions for the development of tourism economy in the Chengdu-Chongqing Economic Circle are proposed from the aspects of improving transportation accessibility, conducting distinctive marketing of tourism resources, and developing characteristic tourism products.

Keywords: Chengdu-Chongqing Economic Circle; Tourism Economy Connections; Tourism Spatial Structure; Spatiotemporal Evolution Pattern

基于SCOR模型的海南“特色农产品+直播”供应链研究

符秀丽

(三亚理工职业学院 海南三亚 572000)

摘要: 电商时代的个性化、定制化使得传统供应链已无法满足互联网时代的需求, 电商企业的核心竞争也逐步演变为供应链的竞争。在电子商务迅速发展的大环境下, 尤其是网络技术的发展和普及, 使农产品市场的供应链管理由传统模式转向电子商务模式。供应链在柔性、服务、响应等多个方面都受到了互联网的影响, 使得对供应链绩效进行考核时, 电商能力已成为重要的衡量指标。本文结合现有农产品电商的相关理论和电商直播现状, 以及农产品直播供应链模式及其特点与存在问题, 打通供货、生产、正、逆向物流等各个环节, 从SCOR模型分析农产品供应链整合的基本逻辑入手, 构建海南“特色农产品+直播”供应链整合逻辑及优化模式, 从而满足消费者需求。

关键词: 海南; 特色农产品; 直播供应链; SCOR模型; 农产品电商

本文索引: 符秀丽. 基于SCOR模型的海南“特色农产品+直播”供应链研究[J]. 中国商论, 2024(05):090-093.

中图分类号: F724.6

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-090-04

随着大众经济水平、生活质量的不断提升, 通过电商消费农产品的消费者不断对农产品质量提出新要求, 不仅要保证农产品质量、新鲜度, 还要保证到货及时与配送效率。在电商直播背景下, 农产品以自身的特点加之直播供应链特点, 使供应链体系更为复杂。如何整合、优化农产品直播供应链正是人们需要考虑的关键问题。

1 农产品直播供应链的主要模式

不同的模式具有不同的特点和发展方向, 在选择适合的模式时, 需要考虑农产品的特点、市场需求、企业实力等多个因素。以下是常见的农产品直播供应链的主要模式。

1.1 “直播+互动+供应链”模式

这种模式需要构建完整的供应链, 包括农产品的生产、加工、包装、运输等环节。同时, 需要建立高效的物流配送体系, 确保农产品能够及时送达消费者手中。这种方式可以减少农产品损坏数量, 由直播销售订单拉动农产品发货数量, 使得农产品质量得到保障。但农产品种植原产地距离消费者所在地较远, 使得农产品在运输过程中需要把握运输时间与效率, 因此对物流方的冷链技术要求较高。

1.2 “供应链+电商”模式

通过整合供应链资源, 将农产品通过电商平台销售给消费者。这种模式需要建立稳定的农产品供应体系, 包括种植、采摘、加工、包装等环节。同时, 需要加强与电商平台的合作, 提高农产品的线上销售效率。

1.3 “产业集群+电商”模式

通过建立农产品产业集群, 吸引相关企业聚集, 形成完整的产业链条。这种模式需要建立完善的产业配套体系, 包

括农产品的生产、加工、销售、物流等环节。同时, 需要加强产业协同创新, 提高农产品的品质和附加值。

农产品采摘之后, 经过基础加工及包装直接运输到不同城市合作商, 在合作商的冷藏仓库进行储存, 得到销售订单数据后, 就近直接由“物流前置仓”发货, 使消费者从下单到收货的时间间隔大大缩短, 提高了消费者的满意度, 有助于提高复购率。适用于需要二次加工的农产品, 也适用于一些保存期相对较长的农产品。这种模式对大数据分析水平要求较高, 需要精准预测需求与分析消费者行为, 否则数据预测不当就有可能缺货而影响消费体验, 也可能滞销导致损失。

1.4 “品牌化+电商”模式

通过打造农产品品牌, 提高农产品的知名度和美誉度, 进而通过电商平台销售给消费者。这种模式需要注重农产品的品质和特色, 加强品牌营销和推广。同时, 需要建立完善的供应链体系, 确保农产品的供应和质量。

2 农产品直播供应链的特点

农产品电商供应链指的是以电商企业为平台, 结合农产品生产加工商、批发商及自建物流或第三方物流和终端消费者构成的一个流通信息、资金、物流的整体, 实现农产品从生产到销售的电商化。在直播的运作方式下, 电商通过对接主播, 跨越中间众多的分销商、批发商, 直接与农产品生产商或农户联系, 使得供应链中间环节减少; 但由于供应链自身的复杂性及电商直播特性, 农产品直播供应链成为时代背景下的研究热点。因此, 农产品直播供应链特点有以下几点。

2.1 环节复杂, 供方参与主体多

通过直播形式销售农产品的最大特点是短期(直播期

基金项目: 海南省教育厅科学研究项目“海南‘特色农产品+直播’电子商务供应链优化策略研究”(Hnky2023-86)。

作者简介: 符秀丽(1983-), 女, 海南三亚人, 副教授, 硕士研究生, 研究方向: 市场营销学、消费者行为学、互联网营销。

间)内对直播销售农产品的需求量急剧上升。一场农产品直播顺利地实施包括活动策划、项目谈判、基地考察及电商、主播的对接,还包括售前、售中及售后服务等过程。另外,分散农户的农产品种植量相比销售量较小,且具有种植分散的特点,需要对多个分散农户或合作社进行对接。

2.2 物流要求较高

一般情况下,农产品直播下单后即可发货,从下单到消费者收到产品间隔短,这就需要农产品提高运输效率、配送效率,以及在物流储运过程中的车辆及冷藏设备的选择、温度把控等。完善冷链配送体系可以大大降低农产品的损坏程度,因此对物流有较高的要求。

2.3 市场需求风险性较高

随着人们经济条件的不断改善、生活水平的提升,以及科学技术的发展,农产品的时令性也不再突出,电商销售农产品的形式越来越受到大众欢迎,于是消费者对农产品需求也在不断变化。目前,市场需求对农产品价格影响依旧很大。已知农产品直播为了保证农产品的时效性及新鲜度,收货时间间隔缩短,这就需要商家能够准确地通过大数据预测消费者需求,以便对实际销售情况作出快速反应、及时发货等。

2.4 信息处理能力要求高

一场农产品直播的成功开展,不但需要直播项目组调研市场需求,根据需求选择产品供给,而且根据所需的产品提前考察供给方——当地村、县、市的供应保障能力,若是存在加工生产方,也需要调研企业的生产加工及存储能力、产品相关资质信息。

在电商端,需要选品小组研究挖掘产品的主要卖点、新媒体内容制作能力、宣传能力等,既要保证不爆仓不缺货,又要保证销售农产品的品质。因此,对互联网技术应用要求高,对信息数据收集分析处理要求高。

2.5 基础设施要求高

基础设施:一是指在农产品产地,如一些农村地区,需要较完备的配套基础设施、服务网点体系等的支持;二是对于直播而言,直播作为新电商销售模式,不仅直播环境、设备影响观看体验,快节奏的特点还对网络基础条件提出了高要求,以避免由于过多的观看人数及热烈的互动产生掉线、链接无法加载的情况,影响消费者体验。

3 海南特色农产品直播供应链的主要问题

有关机构统计数据表明:消费者对农产品直播销售方式存在较大的疑虑。其中,66.53%的消费者对其产品的质量保障质疑;64.44%的人对农产品的运输及售后保障存在担忧。在调查对象中,有接近55%的消费者参与过直播购买农产品,其中仅有约1/4的消费者没有在购买过程中出现过问题,但有超过21%的消费者在消费过程中遇到农产品的数量不符、质量损坏问题,有超过20%的消费者收到的农产品与直播展示的存在较大偏差,与事实不符。农产品直播供应链主要问题可归纳如下。

3.1 各环节信息共享度低,供求对接较困难

消费者的需求日益变化,但种植的分散性及标准不一致等,使得农产品种植难以达到高标准规范操作的要求,保证农产品长期处于高水准是巨大的挑战。同时,供应链信息不对称,优质的农产品难以让消费者知晓,难以实现优价。若对需求预测不明确,对供应链环节不了解,可能发生爆仓或不能及时补货造成的缺货情况,使得消费者消费体验下降。同时,物流过程中的各个环节及售后服务更需要完备的信息共享。

3.2 组织复杂,沟通对接成本高

直播平台需要同时与多个供方主体进行对接,且消费者下直播订单后需要进行的采摘、加工、冷链仓库和运输等组织工作也十分复杂,需要进行专业化的组织操作。根据国内农产品产业链发展的现状,服务操作人员多为临时工,操作不规范,各环节衔接有欠顺畅,使得消费者满意度下降。

3.3 产品质量问题,品质标准控制难

零散农户农产品生产的分散性,以及受到外界环境(气候灾害、病虫害以及人工操作等因素)的影响,使得农产品生产标准化问题较难把控。加上采摘之后等级分拣不到位,大量农产品在没有检验检疫的情况下通过网络直播流入市场,再加上物流运输损耗,存在较大的食品安全隐患,降低了消费满意度和消费者复购率。

3.4 直播售后问题,消费者权益难以保证

农产品售后问题屡见不鲜,技术问题或意外事故都会导致农产品在包装和运输过程中出现损坏及腐烂,甚至出现以次充好、李代桃僵、数据造假等现象导致的信誉问题,甚至引发消费纠纷。当前,部分直播由于存在不规范的交易流程,出现了销售问题、损害食品安全之后消费者难以维权,追责困难,最终不仅损害了消费者人身安全与权益,还会对电商直播行业的整体发展产生不良影响。

3.5 物流网络设施建设较差,技术条件落后

在一些贫困的偏远农村地区,道路设施建设状况较差,能支持大型运输车辆通行的道路极少,农产品流通交换困难,严重影响了农产品的输出及运输效率,同样造成农产品销售服务质量保证难以实现。另外,偏远农村地区物流科学技术应用水平较低,缺乏相应配套设施的支持。

4 海南特色农产品直播供应链整合优化分析模型——SCOR

SCOR(Supply Chain Operations Reference)模型是一种广泛应用于供应链管理的业务过程框架,用于描述和评估供应链的关键业务过程。通过应用SCOR模型分析海南特色农产品直播供应链整合,可以帮助识别和优化供应链中的瓶颈、风险和改进机会。以下是从SCOR模型角度对农产品供应链整合的分析。

4.1 供应链策略(Supply Chain Strategy)

确定农产品供应链整合的战略目标和方向。例如,确定供应链的运作模式(集中化还是分散化)、渠道选择(通过直播、电

商等)及与农产品生产者和市场的合作方式。

4.2 供应链计划(Supply Chain Planning)

制定农产品供应链整合的计划,包括生产计划、库存管理、需求预测等。在供应链整合中,通过与农产品生产者和销售团队的协调合作,制定共同的生产计划和市场需求预测,以确保供需的平衡和及时交付。

4.3 供应链采购(Supply Chain Procurement)

农产品供应链整合中的采购环节涉及与农产品生产者的合作和采购协议的签订。合理的采购策略和供应商选择能够确保农产品的质量和供应的可靠性。

4.4 供应链制造(Supply Chain Manufacturing)

农产品供应链整合中的制造环节包括农产品的收割、加工和包装等环节,该环节需要确保农产品的质量、安全和可追溯性。通过与农产品生产者的合作,制定标准化的加工和包装流程,提高生产效率和产品质量。

4.5 供应链交付(Supply Chain Delivery)

农产品供应链整合的交付环节涉及物流和配送。建立冷链物流系统,确保农产品的新鲜度和品质,通过合理的配送和派送安排,及时将产品送达消费者手中。

4.6 供应链回收(Supply Chain Returns)

农产品供应链整合中的回收环节通常与产品的退货、退款、售后服务等相关,建立良好的售后服务机制,处理消费者的投诉和退货事务,确保消费者对产品的满意度和信任度。通过应用SCOR模型,可以综合分析和优化海南特色农产品直播供应链整合的每个环节,提高供应链的效率和可靠性,实现海南特色农产品的良好供应和消费者满意度的提高。

5 农产品直播供应链构建和核心竞争力形成的制约要素

农产品直播供应链的构建和核心竞争力形成的制约要素主要有以下几点。

5.1 资源和能力整合

供应链的构建需要涉及多个环节和参与者,包括供应商、生产者、分销商、物流等,需要整合各方的资源和能力,确保供应链的协同运作。

5.2 信息流和物流的优化

优化信息流和物流是构建高效供应链的关键要素。信息流的优化包括准确、及时的数据共享和流通,确保供应链各环节信息传递的顺畅;物流的优化包括合理的仓储、运输和配送方案,确保产品快速、安全地到达目标市场。

5.3 合作伙伴关系的建立

供应链中的各参与方需要建立良好的合作伙伴关系,包括供应商的选择和管理、与物流公司的合作、与销售渠道的协调等。通过合作伙伴关系的建立,能够有效地整合各方的资源和能力,提高供应链的综合竞争力。

5.4 技术和创新应用

借助先进的技术手段,如物联网、大数据分析、人工智

能等,可以提高供应链的效率和可控性。通过创新应用技术,实现数字化、智能化的供应链管理和运作,提高整体供应链的竞争力。

总体来说,制约供应链的构建和核心竞争力形成的要素涉及资源整合、信息流和物流优化、合作伙伴关系的建立、技术和创新应用及供应链的可持续性等方面。综合考虑和协同推进这些要素,可以构建具有竞争力的供应链,并形成核心竞争力。

6 海南特色农产品直播供应链整合逻辑和优化策略

6.1 供应链整合逻辑

通过引流、品牌化和资源聚合三种效应,可以促进农产品供应链整合,提高供应链的效率和竞争力。

(1)引流效应:通过有效的市场推广和宣传手段,吸引更多消费者关注和购买农产品。利用社交媒体、广告、网络直播等渠道,宣传农产品的特色和优势,提高产品的知名度和美誉度。引流效应可以吸引更多的销售渠道和销售机会,提高农产品的销售量和市场份额。

(2)品牌化效应:通过品牌化策略,建立农产品的品牌形象和品牌价值,提高产品的附加值和市场竞争力。品牌化可以强化产品的品质保障和信誉度,提高消费者对产品的认同和忠诚度。通过农产品品牌的建设,可以在供应链中实现品牌溢价,提高农产品的销售价格和盈利能力。

(3)资源聚合效应:整合供应链中的资源,如农产品生产者、生产设施、物流配送等,通过资源的共享和优化,提高供应链的效率和协同能力。资源聚合可以通过合作社、农产品合作社或供应链协作组织等形式实现。共享资源和信息,优化农产品的生产、加工、运输和销售等环节,提高供应链的整体效益和竞争力。

通过引流、品牌化和资源聚合三种效应的综合应用,可以促进海南特色农产品直播供应链整合,实现农产品生产者和市场的协同发展。通过有效的市场推广和品牌建设,吸引更多消费者和销售渠道,提高农产品的销售额。同时,通过资源的共享和优化,提高供应链的效率和协同能力,实现农产品的高效供应和良好的产品质量。

综上所述,引流效应、品牌化效应和资源聚合效应可以促进农产品供应链整合。通过引流吸引消费者,品牌化构建竞争力,资源聚合实现协同合作,农产品供应链可以更好地整合和运作,实现生产者、供应商和消费者的共赢。

6.2 供应链运作模式

在新型供应链运作模式下,实现生产端、直播端、平台端和消费端的整合,连接生产环节和电商交易环节,并促进商流、资金流、物流和人才流等“流”的畅通,可以考虑以下措施:

(1)建立多方协同合作机制:生产端、直播端、平台端和消费端可以建立紧密的合作伙伴关系,共同制定供应链运作方案和营销策略。通过信息共享、资源整合和分工合作,实现各方面的协同推进,确保生产环节和电商交易环节的无缝连接。

(2)搭建综合性平台:建立一个综合性的供应链平台,

为生产端、直播端和消费端提供统一的交流与合作平台。平台应具备完善的技术支持和资源整合能力,方便各方进行产品展示、销售、交易和物流配送等操作。通过平台端的整合,生产和交易环节可以实现高效的对接。

(3)强化数据分析与智能化决策:利用大数据分析和人工智能技术,对供应链各环节的数据进行整合和分析,了解消费者需求、产品热点、市场趋势等信息。基于数据洞察,可以做出智能化决策,包括调整生产计划、优化销售渠道、改进物流配送等,以提高供应链的效率和竞争力。

(4)拓展电商渠道和营销手段:与电商平台合作,开设自有电商店铺,通过电商渠道实现产品的在线销售和交易。同时,通过直播端的直播推广、营销活动等手段,吸引消费者关注和参与,并引导其到电商平台进行购买。通过多渠道的拓展和整合,释放引流效应,促进商流和资金流的畅通。

(5)强化供应链金融服务:建立供应链金融服务体系,提供资金支持、交易融资、供应链管理等服务,促进资金流的畅通。通过金融服务的创新,为供应链各方提供便捷、高效的融资渠道,支持产品生产、物流配送等环节的运作。

(6)培育人才和知识共享:加强人才培养和交流,培育具备供应链管理和电商运营经验的专业人才。通过知识共享的方式,促进经验和技术的传递,提升整个供应链的管理水平和创新能力。

通过以上措施,可以实现生产端、直播端、平台端和消费端的整合,连接生产环节和电商交易环节,并促进商流、资金流、物流和人才流等“流”的畅通。这样的供应链运作模式能够更好地适应市场需求、提高效率和竞争力。

6.3 海南“特色农产品+直播”供应链整合逻辑和优化模式的构建

(1)农产品挑选与培育:选择具有海南特色的农产品作为重点推广对象,包括热带水果、海鲜、绿色蔬菜等。同时,

注重农产品的品质培育和标准化生产,确保产品的优质。

(2)生产环节管理:建立质量控制体系,规范农产品的生产过程,包括土壤治理、种植技术、养殖管理等。利用现代科技手段,如传感器、无人机等监测生产环节,确保产品的安全、健康和可追溯性。

(3)直播平台建设:搭建专业的直播平台,提供直播销售的场景和设备支持,为农产品生产者、销售商和消费者提供一个交互平台。平台应具备稳定的网络连接、高清的视频传输、方便的支付结算等功能。

(4)主播和内容制作:挑选具有影响力的主播或专业人士,对农产品进行介绍、推广和销售,通过生动有趣的方式吸引消费者的关注。同时,提供丰富的内容,如农产品知识、烹饪教学、食谱分享等,提高观众的参与度和购买欲望。

(5)物流配送优化:建立高效的物流系统,确保农产品从田间到消费者手中的快速配送。与物流公司合作,实现冷链配送、末端配送的精准管理,保持产品的新鲜度和品质。

(6)数据分析与运营管理:利用大数据分析和人工智能技术,对销售数据、用户行为等进行分析,了解消费者偏好和市场需求,为供应链的运营和决策提供依据。

通过以上整合逻辑和优化模式的构建,海南的“特色农产品+直播”供应链可以实现农产品的线上线下相结合,提高产品知名度和销售额,促进农产品产业的发展,并为消费者提供优质的农产品购买体验。

参考文献

- [1] 刘晓琴.电子商务背景下生鲜农产品物流配送模式探析[J].中国储运,2022(3):148-150.
- [2] 胡明洋,夏洪旺.基于改进的scor模型下湖州市农产品直播电商供应链研究[J].中国果菜,2022(10):81-83.
- [3] 花永剑.“农产品+直播”逆向供应链模式研究[J].价格理论与实践,2020(7):129-132.
- [4] 刘任欢.基于供应链管理的农产品物流体系变革的途径与对策探究[J].河北农机,2021(11):165-166.

Research on the Supply Chain of the Characteristic Agricultural Products+Live Streaming Pattern in Hainan Based on SCOR Model

Fu Xiuli

(Sanya Institute of Technology, Sanya, Hainan 572000)

Abstract: The needs of personalized and customized e-commerce services and products can no longer be fully satisfied by traditional supply chains in the internet era. Consequently, the core part in e-commerce business competition has gradually shifted to supply chains. Among the rapid development of e-commerce, particularly with the advancement and widespread application of internet technology, the management of agricultural product supply chains has moved from conventional methods to e-commerce models. The internet has influenced supply chain's flexibility, services, and responses, making e-commerce capabilities an important metric for assessing supply chain performance. Drawing upon the existing theories of agricultural product e-commerce and considering the current trends in e-commerce live streaming, along with live streaming models and their features and issues, this article aims to integrate various stages related to product provision, production, and forward and reverse logistics. Based on the SCOR model, it seeks to combine and optimize Hainan supply chain featuring characteristic agricultural products and live streaming to meet consumer needs.

Keywords: Hainan; Characteristic Agricultural Products; Supply Chain for Live Streaming; SCOR Model; Agricultural Product E-Commerce

粤港澳大湾区空铁联运线路问题分析

李佩璇 苏明

(广东外语外贸大学南国商学院 广东广州 510545)

摘要: 全球化时代,经济和科技作为双引擎推动新型交通发展,使空铁联运成为新的趋势,航空经济的潜力得到进一步挖掘,有助于扩大机场辐射范围,提高周边城市的综合发展实力,推动一体化进程。本文对粤港澳大湾区空铁联运的背景和线路进行了深入分析,提出构建以城市轨道交通、城际铁路、干线铁路等多种方式综合交通运输体系的构想,并依托新的交通技术来扩大航空经济辐射地,赋予大湾区全新的交通智慧。

关键词: 粤港澳大湾区;空铁联运;航空经济;城市轨道交通;城际铁路;干线铁路

本文索引: 李佩璇,苏明.粤港澳大湾区空铁联运线路问题分析[J].中国商论,2024(05):094-097.

中图分类号: F512.3; F532

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-094-04

1 粤港澳大湾区空铁联运线路发展现状

1.1 社会经济发展现状

近年来,粤港澳大湾区的经济建设成果显著,朝着国际一流湾区和世界级城市群建设迈出了稳定而坚实的脚步。根据广东省政府新闻办举行的新闻发布会获悉,2022年粤港澳大湾区经济总产值超过13万亿元,内地9个城市GDP总和超过10.46万亿元,这一成果凸显了该区域市场的活力和经济增长的稳定性。随着更深入的开放、创新、全球化,大湾区逐步打造为“双循环”新格局的关键纽带,为实现成为国际一流湾区和世界一流城市群的预定目标快速发展。

然而,大湾区面临着土地资源紧缺、交通运输压力大、一体化进程慢等问题^[1],主要体现在广州和深圳两地以各占比13.3%和3.6%的土地面积分别承载了21.7%和20.4%的人口,其土地承载力和交通承受力受到了巨大挑战,经济存在较为严重的发展不均问题。

1.2 交通运输发展现状

近年来,粤港澳大湾区的综合立体交通运输网建设愈加密集。空铁联运作为未来省时省力的高效交通系统,主要涉及民航和铁路交通两个部分,双方作为综合运输系统的重要组成部分,具有较强的竞争力和互补性。进一步拓展粤港澳大湾区交通网络,提升空铁基建的融合升级,拓展机场周边的交通网络成为必要。

从航空方面来看,广东主要的五加四骨干机场布局已显现世界级机场群的雏形。例如,2021年白云机场三期扩建工程T3航站楼工程开工,T2航站楼投入使用;韶关丹霞机场、惠州机场、珠海机场正在重建和扩建。截至2022年,

广东省民航机场客货邮吞吐量分别达到5824.2万人次和345.55万吨。

从铁路领域来看,《广东省综合立体交通网络规划纲要》提出,现阶段正在打造以广佛、深港、珠澳为核心,以广深港、广珠澳及跨越珠江口为三大主轴的城际铁路网络。2022年末,粤港澳大湾区的高速公路总里程成功超越5000公里,铁路运营线路接近3000公里。同时,大湾区的路网密度达到9.3公里/百平方公里。

1.3 交通科技发展现状

粤港澳大湾区的空铁联运发展不仅依赖经济增长和旅客出行需求,还依赖先进科学技术的保障。如果要达到综合立体交通网的一站式、一体化,信息化、互联网、云数据等的进步更迭水平就需要上一个新台阶。为了助力拓展空铁联运信息的云端共享,有助于民航与铁路构建复合型沟通纽带,搭建信息互通平台,加大对联程运输数据资源的共享、剖析及探讨力度,从而提升航空与铁路的协同效应。

2 粤港澳大湾区空铁联运线路存在的问题

2.1 空铁联运线路规划和建设现实情况困难重重

首先,土地资源和路网规划情况错综复杂,其花费在基础设施建设和交通格局改动上的成本巨大。粤港澳大湾区各地土地资源开发利用和路网规划情况不一。机场企业与地方政府、铁道部门之间的沟通合作制度机制亟须建立健全。

其次,基建支撑不足。目前,广州白云国际机场的客流主要由广佛地区构成,然而与广州市内的铁路枢纽并未建立便捷的快速通道。早期城市规划缺乏前瞻性,空铁无法实现地理位置上的无缝对接。如果想实现空铁联运,通过联合

基金项目: 本文系2022年广东外语外贸大学南国商学院校级大学生创新创业训练项目(2022XJ86)“粤港澳大湾区空铁联运线路问题研究”;2023年广东省教育厅“创新强校工程”特色创新项目(2023WTSCX120);2023年广东外语外贸大学南国商学院空港经济协同中心招标课题(2023KG02)阶段性成果。

作者简介: 李佩璇(2002-),女,汉族,江西赣州人,会计学专业;

苏明(1983-),男,汉族,湖南永州人,硕士,副教授,研究方向:空港物流、临空经济。

运输组织的模式,将城际巴士、新能源共享汽车等交通工具作为空铁联运的纽带,就需要考虑大湾区土地资源和路网规划的实际情况,这样做的技术要求和高水平的规划沟通合作都是不可或缺的。

2.2 空铁联程票一体化水平低,换乘费时费力

目前,粤港澳大湾区针对空铁运输单线转换运行不能完全做到快速、双向地输送客货流量,无法为国际贸易进出口提供更好的运输服务。例如,在铁路领域,我国尤其是粤港澳地带人口密集,车站分布广泛,49条市域(郊)铁路及城际铁路的票务需求巨大,使得代码共享和统一联合售票的实施更加困难,这成为提高航空铁路联程票一体化程度的关键阻碍。

然而,《国铁集团》由于市场化水平偏低,对空铁联运的经济收益并不敏感,因此缺少推动改革的积极性,这也是上海虹桥机场“空铁通”等产品未能实现“一票到底”“行李直挂”等便利服务的重要原因。同时,它将成为粤港澳大湾区空铁联运线路规划的一大难题。

2.3 粤港澳大湾区空铁资源配置不均

文章以香港国际机场和惠州平潭军民两用机场为例,一个是国际机场,另一个是军民合用机场。从服务范围来看,服务群体量存在数量化差异。根据相关数据,2022年香港国际机场的全年度旅客吞吐量达565万人次,惠州机场的吞吐量仅为104万人次。从各自吞吐量(表1)可见,机场的服务质量、基础设施建设和交通资源配置等方面均存在不同程度的等级差异,这些差异或将影响航空铁路运输路径的优化及枢纽设施选址范围的选择。因此,粤港澳大湾区的航空公司和高速铁路运输企业需要通过推动构建资源共享建立健全协调和资源共享的合作机制,实现服务标准无差异化。

表1 2022年粤港澳大湾区主要机场旅客吞吐量

机场	旅客吞吐量(万人次)	排名
广州白云机场	2612	1
深圳宝安机场	2155	2
香港国际机场	565	3
珠海金湾机场	400	4
揭阳潮汕机场	355	5
惠州平潭机场	104	6
澳门国际机场	60	7

数据来源:《2022年全国民用运输机场生产统计公报》。

2.4 粤港澳大湾区空铁联运航线优化模型尚未完善

鉴于粤港澳大湾区枢纽机场客流拥堵及运营成本过高的问题,本文建议在航线铁路枢纽的基础上,构建融入地铁线路的优化模型。现有的一种枢纽航线网络优化模型由中国民航大学提出,该模型能有效应对粤港澳大湾区交通枢纽路线优化及拥堵问题。然而,其应用范围尚窄、缺乏先例条件,因此亟须借助更多交通领域人才和创新技术的大数据支持,为粤港澳大湾区空铁联运线路优化提供科技保障。

2.5 粤港澳大湾区空铁联运路径选择问题亟待优化

针对优化路径选择问题,不仅需要高科技人才技术的

支持,还需要优质线路服务来节约乘客出行时间。在效率层面,民航和高速铁路良好的共同协调沟通,可以实现航班和列车的高效衔接,简化粤港澳大湾区空铁联运的乘客出行行程,优化空铁联运网络设计,合理布局航班线路和列车线路,实现粤港澳大湾区空铁联运的高效衔接。这也需要国家科技更新,不断优化空铁联运线路平台,根据乘客的需求,依托技术的改革,更便捷地为乘客打造一个优质的平台,成为中国走向世界的一张闪亮的“名片”。

3 粤港澳大湾区空铁联运线路完善建议

文章将广州白云国际机场、深圳宝安国际机场、珠海金湾机场、澳门国际机场、香港国际机场这5座粤港澳大湾区核心机场作为中心枢纽机场来进行线路分析,以点带面,连通机场周边城市,以促进粤港澳大湾区空铁联运模式的形成。

3.1 以白云机场为中心枢纽机场

广州市内的广州白云国际机场作为4F级民用机场,位列我国三大航空枢纽之一。2023年3月16日,民航局公布的《2022年全国民用运输机场生产统计公报》显示,我国民用运输机场在2022年实现的旅客吞吐量达到52003.3万人次,相较于2021年下降了42.7%,仅为2019年新冠疫情前的38.5%。2022年,广州白云机场的旅客吞吐量高达2610万人次,再度荣登年度之首(见表2)。

表2 2022年全国民用运输机场旅客吞吐量部分排名

机场	旅客吞吐量(人次)			
	名次	本期完成	上年同期	比上年同期增减%
广州/白云	1	26104989	40249679	-35.1
重庆/江北	2	21673547	35766284	-39.4
深圳/宝安	3	21563437	36358185	-40.7
昆明/长水	4	21237520	32221295	-34.1
杭州/萧山	5	20038078	28163820	-28.9
成都/双流	6	17817424	40117496	-55.6
上海/虹桥	7	14711588	33207337	-55.7
上海/浦东	8	14178386	32206814	-56
西安/咸阳	9	13558364	30173312	-55.1
成都/天府	10	13275946	4354758	204.9

数据来源:《2022年全国民用运输机场生产统计公报》。

为满足白云机场航空业务量持续快速增长的需求,我国不断推进空铁融合发展的线路规划建设。白云机场可以通过空铁联运线路规划,以软连接和硬连接的方式满足人们日益增长的交通需求,促成市内市外的共赢发展。在此,通过联合运输组织的模式,实现空铁联运服务在“软连接”方面的优化,也就是利用机场大巴、地铁等内部便捷交通系统,在换乘过程中无需办理相关手续,实现自动转运;硬连接是指铁路直接接入机场,从而在物理层面构建一个庞大的综合性交通枢纽^[2]。

广州白云机场作为特级客运枢纽,交通衔接设施较为充足;有机场、高铁、城际、地铁、有轨电车、公路客运站等。为满足白云机场航空业务量持续快速增长的需求,机场正在不断推进空铁融合发展的线路规划建设。就广州北站客运枢纽为例,建议利用“两点之间线段最短”的原理构建广

州北站至白云机场的空侧专用轨道,改变通过地铁出行弯绕换乘费力耗时的现状,实现机场和广州北站快速直达。另外,引入广河高铁、广中珠澳高铁,实现两大枢纽高铁直连。

就广州周边城市而言,建议以白云机场为辐射核心点,形成蜘蛛网式联运线路覆盖,从而达到1小时直连湾区、2小时互通省内、3小时互达泛珠三角地区。以广河高铁为例,广河高铁起自广州北站南端,终至河源东站,延至龙川西站,作为赣深高铁和广河高铁的交汇站,是粤港澳大湾区空铁联运线路规划的重要构成部分,有利于增强以广州白云机场为中心枢纽机场的辐射带动力,为支撑国家战略实施、带动大湾区经济发展、完善综合交通体系提供强大助力。

就新建基础设施而言,对于机场交通中心——白云机场T3高铁站的建设,为了提高空铁客流转换效率,可学习德国法兰克福国际机场、美国亚特兰大机场、上海虹桥枢纽等国内外空铁转乘的成功案例,在白云机场T3航站楼设置高铁站,通过航站楼与高铁站合建,实现空铁客流无缝衔接,提高空铁联运效率,建设集中高铁、城际、城市轨道交通、大巴、公交、出租车(含网约车)多种交通方式的机场交通中心。

3.2 以宝安机场为中心枢纽机场

深圳是粤港澳地区最具活力的城市。对于深圳机场来讲,为实现更高效、更有利于机场协同发展的组织机制“国际航空枢纽”,首先,深圳应逐渐发展出符合城市经济条件和需求的国际枢纽运行模式,特别是在构建航线方面,不仅要拓展本地市场,还要与国际各个城市的中转需求相符,其次,在航空公司方面,建设地面的基础设施,提高基础运力,积极引进与国内外特别是国际上有运营能力的航空公司学习经验,并建立稳定的战略合作伙伴关系。

深圳宝安国际机场多航站楼系统的建立,使其综合运输保障能力得到显著提高^[3]。因此,在深莞惠地区,开展深惠城际、深大城际、穗莞深城际等一系列城际铁路项目的建设,以及厦深高铁新线路的规划与研究,已迫在眉睫。

深圳东航枢纽汇聚了航空、高铁、城际轨道、城市轨道交通等多种交通方式,同时与惠州、东莞及深圳宝安国际机场的距离非常接近。首先,机场东枢纽将接入深圳的1、12、20、26号线(规划中);其次,在宝安国际机场东航站的建设上,实现铁路枢纽与航站楼的叠加。如此,大湾区的旅客便能顺畅地在宝安机场的各个航站楼间享受空铁联运的无缝出行体验。

以宝安国际机场作为深莞惠三地的核心枢纽机场,不仅会促进粤港澳大湾区部分城市共享航空基础设施,还有利于共享空铁融合经济,不断探索创新全新的运营理念和合作模式,建立互为对方异地航站楼、高铁站的运作模式^[4]不仅可以为乘客提供更加便捷的出行方式,还能促进湾区机场、高铁站之间形成航空、铁路业务协同发展的伙伴关系。

3.3 以珠海金湾+澳门国际机场为中心枢纽机场

(1)机场方面。珠海金湾机场和澳门国际机场都大致位于粤港澳大湾区西南商圈,是大湾区西南部空铁联运的重

要交通枢纽。目前,两大机场的基础设施建设相对完善,但是各自之间航线处于竞争状态。珠海金湾机场作为粤港澳大湾区机场群的重要交通枢纽,必须打破目前航线的僵局,实现优势互补,构建良好的合作关系。珠海金湾机场在基础设施方面拥有长达4000米的满足大型货客机起降的跑道,造成了运力过剩,而澳门国际机场跑道长度仅为3360米。另外,澳门国际机场的国内航线比国际航线要少,且资源达到饱和状态,不能满足大型货客机的起降(见表3)^[5]。

表3 2022年珠海金湾机场及澳门国际机场基础设施比较

机场		珠海金湾机场	澳门国际机场
基础设施	跑道	长4000米、宽60米,1条	长3360米、宽60米,1条
	承载力	10万架次、1100万人次、60万吨	8万架次、780万人次、8万吨
	机位	23个	26个
发展成就	航线	国内127条,无国际航班 飞机起降架次3.95万	国内外58条,涉及东亚、东南亚航线 飞机起降架次1.36万
	旅客吞吐量	400.5732万人次	59.9万人次
	货邮吞吐量	2.85万吨	5.14万吨

数据来源:华经产业研究院、人民网。

(2)高铁方面。目前,珠海高铁和内地联系十分紧密,但是澳门地区至今还没有高铁可以通行。因此,对于“世界旅游休闲中心”的澳门地区来说,为了进一步考虑未来发展,建议将澳门国际机场与新型高铁交通联系起来,通过建设空铁联运的便捷化交通来加强与内地的紧密联系。据最新资料,广珠澳高铁鹤州至横琴段总里程21.5公里,自广州北站经广州白云机场至横琴口岸。澳门地区可以抓住这个契机,规划建立澳门国际机场连接横琴口岸的高铁线路^[6],实现机场与高铁联通。通过珠澳机场合作,打造“珠澳国际空铁”,金湾机场以国内为主,并为澳门的国内国际航空提供中转服务,并给予对方旅客一定的优惠政策。饱和的澳门国际机场将会因为珠海金湾机场的客流量的帮助而得到分释,重新焕发新的活力;而珠海金湾机场过剩的运力将会重新得到有效利用。一方面,需要机场双方合作;另一方面,需要得到两地政府政策的大力支持,形成机场信息资源共享和合作清单。

(3)空铁一体化方面。为了加强铁空联运产品设计与综合交通枢纽建设,建议推动并建立以机场为核心的综合交通枢纽。在广州与深圳的高铁站点设置城市候机楼,更好地为空铁联运旅客提供相关服务;促进并推动空铁联运联合售票系统的开发和推广,实现民航订座系统与铁路订座系统一体化运行。

3.4 以香港国际机场为中心枢纽机场

香港特别行政区的香港国际机场位于香港西南部。2022年,香港国际机场的旅客流量达到565.6万人次,航空港的货邮吞吐量达到419.9万吨,起降架次为13.9万架次,分别在全球排名第八和第一。作为全球最繁忙的航空港,它同

时是世界最主要的货运交通枢纽,得益于其优良的地理优势和区域自由贸易港等条件,该城市在全球范围内享有盛誉,成为粤港澳大湾区的重要核心城市。充分利用香港国际机场优势,实现航空与轨道交通的互补,从而提高香港国际机场交通枢纽的辐射力和竞争力。

3.4.1 香港特别行政区内的空铁联运线路

截至目前,香港地区已建成的机场快线(港铁机场快线)往来机场站和中环站,经过九龙、青衣、奥运等站点,为全球首条专门为机场服务的交通线,非常具有前瞻性,实现了铁路和航空运输的快速无缝衔接。另外,这条线路不影响通勤交通和集体性运输,重视与已建成铁路网的连接,市民和旅客可以由此到达香港国际机场^[7]。

3.4.2 粤港澳大湾区内其他城市至香港国际机场的空铁线路

(1)通过广深港高铁到达香港地区:从广州南站出发,连接广州市(广州南站、庆盛站)、东莞市(虎门站)、深圳市(光明城站、深圳北站、福田站)最终到达香港特别行政区(西九龙站),联络了广州铁路枢纽和深圳铁路枢纽这两个重点地区,在站点内一次性办理完两地的出入境手续,实现了高效的空铁联运。

(2)通过广九直通车(运行于大湾区中的广州市到香港特别行政区的直达特快列车)到达香港地区:此列车在国内的运行纵贯广深铁路,至香港境内衔接港铁东铁线。目前,可在九龙红磡火车站搭乘机场快线的免费接驳穿梭巴士K1线到九龙站,再换乘机场快线到香港国际机场。

香港地区发展规划较具有前瞻性,城市基础设施、公共交通建设时间早、完善度高,已在空铁联运方面取得了良好且积极的经济和社会效应,是大湾区其他城市乃至全国上下都能参考的典范。在客运方面,已搭建相对完善的航线网络布局,凭借对内陆地区的辐射,在陆空、空空中转等方面的服务产品都较为丰富,未来一段时间内,在国际市场发展方面,对粤港澳地区其他机场的虹吸作用依然较强。港珠澳

大桥的建成使香港地区仍应继续探索珠三角西岸城市到达香港机场的空铁联运模式,实现更全面的机场与轨道交通高效衔接。

4 结语

综上所述,设计研究粤港澳大湾区空铁联运的具体线路,通过重要交通枢纽建设打造空铁融合发展示范区。从大局意识上来看,党的二十大报告提出了建设“交通强国”的要求,赋予了交通运输行业重要的使命,促进粤港澳大湾区经济发展成为迫切需要。

从科技发展的角度来看,互联网信息技术,如大数据和人工智能的广泛应用,为空铁联运网络提供了便捷购票的信息平台。从大湾区城市群、重要城市枢纽的规划建设和经济发展来看,城市群的进一步发展会提高对成熟空铁联运线路的需求,这也将成为大湾区城市群建设和区域经济发展的领航力量,促成综合立体交通网络化和国家双循环经济发展战略的建设。作为我国打造世界级城市群及参与全球竞争的关键区域,粤港澳大湾区在空铁联运方面的重要性不容忽视,有望引领中国迈向国际舞台。

参考文献

- [1] 农强,黄姝妍.我国湾区经济一体化发展现状及趋势前瞻[J].商业经济研究,2021(19):185-188.
- [2] 王岚,向曾哲,王帅.空铁联运模式下的综合交通枢纽规划设计:以广州白云机场T3站为例[J].交通与港航,2021(6):65-73.
- [3] 朱洁,李岩.国内大型枢纽机场地面集疏运体系发展经验总结[J].交通企业管理,2020(1):69-71.
- [4] 陈厚文.深汕铁路通道高速铁路运输分工研究[J].交通企业管理,2021(2):62-64.
- [5] 吴志翔.面向空铁联运的高速铁路运行图优化研究[D].北京:北京交通大学,2020.
- [6] 吴志翔.面向空铁联运的枢纽航线网络优化[D].天津:中国民航大学,2020.
- [7] 吴泳钢,董蕊如.香港机场快线对内地机场轨道交通的启示[J].交通企业管理,2011(10):71-73.

Analysis of Air-Rail Intermodal Transportation Route Problems in Guangdong, Hong Kong and Macao Greater Bay Area

Li Peixuan, Su Ming

(South China Business College, Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, Guangdong 510545)

Abstract: In the era of globalization, economy and technologies serve as dual engines to promote the development of new transportation, making air-rail intermodal transportation a new trend. The potential of aviation economy has been further explored, which helps to expand the radiation range of airports, enhance the comprehensive development strength of neighboring cities, and promote the integration process. The authors make an in-depth analysis of the background and routes of air-rail intermodal transportation in Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area (Greater Bay Area for short) and put forward the concept of constructing a multi-modal integrated transportation system based on urban rail transit, intercity railroads, trunk railroads, and corresponding modes. Therefore, the new transportation technologies can help expand the radiation of the aviation economy and brand-new transportation wisdom can be established for the Greater Bay Area.

Keywords: Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area; Air-Rail Intermodal Transportation; Aviation Economy; Urban Rail Transit; Intercity Railroads; Trunk Railroads

双循环新发展格局下海南自贸港冷链物流发展面临的机遇和挑战

李芸嘉 李华

(海南经贸职业技术学院 海南海口 571100)

摘要: 海南自贸港作为中国的重要开放窗口,逐渐成为国内外物流和供应链管理的重要枢纽,其优势包括地理优势、国家政策支持等。自2020年国家提出“双循环”战略后,海南自贸港积极发展冷链物流,以促进新发展格局的形成。在此背景下,本文首先从政策、市场和技术层面针对海南自贸港冷链发展中的机遇进行分析,其次基于海南省当前冷链物流基础设施建设、运营管理和法规与标准等对自贸港冷链物流发展将面临的挑战进行了梳理,最后,本文提出包括增加资金投入、推广先进冷链物流技术、制定合理的冷链物流成本管控措施、建立高效的冷链物流协同运营机制、制定严格的冷链物流法规以及建立统一的冷链物流标准体系等一系列应对策略,以供参考。

关键词: 海南自贸港; 冷链物流; “双循环”新发展格局; 冷链物流技术; 成本管控措施; 协同运营机制; 冷链物流标准体系

本文索引: 李芸嘉,李华.双循环新发展格局下海南自贸港冷链物流发展面临的机遇和挑战[J].中国商论,2024(05):098-101.

中图分类号: F252; F712.9

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-098-04

1 引言

近年来,随着全球贸易自由化和便利化的不断推进,海南自贸港作为中国的重要开放窗口,得益于地理优势、国家政策支持、基础设置加强、数字口岸等优势,逐渐成为国内外物流和供应链管理的重要枢纽。自2020年4月首次提出“双循环”后,在后续多次重要会议上,这一概念继续被提及。在2021年3月,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要(草案)》中,再次提出要加快构建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。

1.1 海南自贸港冷链物流发展背景

海南自贸港是国家为推进贸易自由化和便利化而设立的特殊区域,旨在通过减少贸易壁垒、优化营商环境和加强监管等方式,吸引国内外投资和优质资源流入,推动经济高质量发展。在税收优惠(减免企业所得税、关税、增值税等)、物流措施(加快海南国际物流大通道、国际物流枢纽)和对外开放政策(扩大服务外包业务范围、放宽外资准入限制)的多重积极因素作用下,海南自贸港冷链物流得到了快速发展。近年来,海南初步形成了以海口、澄迈和三亚为核心的冷链物流发展格局,各地发展各有侧重,其中海口集中发展农产品和日常生活消费品冷链物流、三亚集中发展农副产品冷链物流、澄迈则以水产品冷链物流为主导,并在全省

其他瓜菜主产区实现零星布局建设田头预冷库。为推动冷链物流和物流服务贸易创新发展,提出建设洋浦国际冷链物流中心、琼海国际中转型冷库、万宁乌场港冷链物流园,支持打造江东临空物流冷链产业中心。2023年是海南自贸港建设全岛封关运作准备工作关键之年,目前伴随自贸港政策的实施和航空航运能力的提升,全球范围内,海南货物的来源和流向趋势明显强化。物流发展对于贸易投资的便利化起到了推动作用,而贸易投资的活跃发展又进一步刺激了物流需求的提升。

1.2 双循环新发展格局的提出

双循环新发展格局是在全球经济格局深刻变化和中国经济高质量发展的背景下提出的,构建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,是贯彻新发展理念的重大举措。这一战略的实施将有助于提升中国在全球价值链中的地位,同时也将对海南自贸港冷链物流发展产生深远影响。

1.3 研究目的及意义

本文旨在探讨双循环新发展格局下海南自贸港冷链物流发展所面临的机遇和挑战,并提出相应的对策建议。这一研究的目的在于为海南自贸港冷链物流企业提供参考,帮助其抓住机遇、应对挑战,实现高质量发展。同时,本文将为中国其他地区的冷链物流发展提供借鉴,具有一定的理论

基金项目: 2023年海南省哲学社会科学规划课题,青年课题“双循环新发展格局下海南自贸港冷链物流高质量发展路径研究”(HNSK(QN)23-89); 2023海南省高等学校科学研究重点项目“‘双循环’新发展格局下我国自由贸易区物流高质量发展问题研究”(Hnky2023ZD-20); 海南经贸职业技术学院横向课题“琼蒙两省食品冷链物流发展现状比较”(hnmhx2023003)。

作者简介: 李芸嘉(1989-),女,内蒙古赤峰人,讲师,硕士,研究方向:冷链物流;

李华(1991-),女,江西赣州人,讲师,硕士,研究方向:物流与供应链管理。

和实践意义。

2 双循环新发展格局下海南自贸港冷链物流发展的机遇

双循环新发展格局下,海南自贸港冷链物流发展面临着诸多机遇。以下将从政策、市场和技术三个层面详细分析。

2.1 政策机遇

2.1.1 国家对海南自贸港的政策支持

2018年以来,国家对海南自贸港的建设给予了极大的政策支持。例如,出台《关于支持海南全面深化改革开放的若干意见》等文件,为海南自贸港的发展提供了清晰的指导思想和优惠政策。这些政策不仅有利于海南自贸港冷链物流的基础设施建设,还将为冷链物流企业提供实质性的政策优惠,促进其快速发展。截至2023年上半年,自贸港财税政策中已实施的政策包括海南离岛旅客免税购物政策、海南自由贸易港原辅料“零关税”政策、海南自由贸易港交通工具及游艇“零关税政策”、海南自由贸易港自用生产设备“零关税”政策、企业所得税优惠政策、高端紧缺人才个人所得税优惠政策、国际运输船舶增值税政策、启运港退税政策、内外贸铜川运输船舶加注保税油、退税油政策、中国国际消费品博览会境外展品的免税政策、进出岛航班加注保税航油政策等。上述政策从提升物流需求、降低企业进出口与运输成本、吸引物流企业(人才)的角度促进了海南冷链运输服务的便利化。

2.1.2 双循环新发展格局下冷链物流政策的优化

双循环新发展格局下,国家对冷链物流政策的优化将为海南自贸港冷链物流的发展带来重要机遇。国家将进一步优化冷链物流的税收政策,完善相关法律法规,加大对冷链物流基础设施建设的投入力度等。2023年上半年,各大部委如国家发改委、人民银行、交通运输部、银保监会、财政部、税务总局等公布的涉及物流、农产品、经济发展的各类政策中,均涉及冷链产业,从多方位多角度接力推动冷链物流产业的保质保量发展。这些政策优化同样有利于海南自贸港冷链物流降低成本,提高效率,实现快速发展。

2.2 市场机遇

2.2.1 国内冷链物流市场的快速增长

截至2021年9月,海南的冷库容量约162万立方米。《海南省“十四五”冷链物流发展规划》中提到,海南将在“十四五”期间新增冷库总容量约1445万立方米,在全省打造52个冷链物流规划项目,建设服务国内超大规模市场的“国家冷链大仓库”。2021年上半年,全国冷库仓储价格最高位在海口,达到每平方米每天6元,这个价格甚至超过了北上广等发达地区,长期以来的高价位导致岛内的水产品加工龙头企业每月在冷库上的花费达到上百万,为节约成本,近年来这些企业开始了以万吨库起步的冷冻库规模扩建,形成了从租用到扩建的转型。未来,海南自贸港还可以借助地理位置优势,扩大其在东南亚地区的冷链物流市场份额。

2.2.2 海南自贸港冷链物流市场的开放与扩大

海南自贸港的开放政策将吸引更多的国内外企业和资本进入自贸港,考虑将全球供应链中心转移到海南,促进冷

链物流市场的扩大。本文以设立于2020年的海口江东新区为例,截至2023年8月,园区累计引入重点企业356家,其中世界500强企业如中国大唐、中国石化等企业共计39家。总部经济和临空经济是海口江东新区产业发展的重点,近年来累计营收5486亿元,行业涉及大宗商品贸易、跨境服务贸易、跨境电商、加工贸易等。此外,海南自贸港可以推进数字经济为重点的东盟合作,共同推动区域冷链物流市场的发展,如东盟国家中新加坡具有成熟的自贸港建设经验,在人力资本、物流、金融领域两国具有互补性。

2.3 技术机遇

2.3.1 数字化、智能化技术在冷链物流领域的应用

近年,数字化、智能化技术不断发展,在冷链物流领域的应用越来越广泛。例如,物联网、大数据、人工智能等技术可以用于冷链物流的运输、仓储、配送等环节,提高其效率和准确性。利用大数据分析技术对供应链全过程进行优化调整,实现全供应链系统预警处理和实时监控。数字化技术实现对医药冷链中药品来源追溯和质量监管。此外,数字化技术还能助力绿色物流的发展,检测运输过程货车的资源消耗与装载率,减少资源浪费与污染,提高作业效率。

2.3.2 区块链技术在冷链物流可追溯性中的应用

区块链技术可以实现信息的分布式存储和不可篡改性,为冷链物流的可追溯性提供了新的解决方案。区块链技术可以对冷链物流的全过程进行透明化的可追溯,提高产品的质量和消费者的信心,具体表现为:(1)以智能设备代替人工记录和跟踪产品位置,确保数据的完整性和准确性,简化冷链物流过程,提供准确的货物跟踪信息;(2)自动跟踪供应链上的库存波动,避免缺货情况,实现更好的库存控制;(3)利用智能合约对重要信息进行记录维护,为各方提供永久且不可篡改的信息,提高冷链信息溯源的可靠性,提升消费者的信赖度。海南自贸港可以积极探索和应用区块链技术,推动冷链物流的可追溯性发展,在为冷链商品增加附加价值的过程中,提供高标准服务,提高其在国内外市场的竞争力。

3 双循环新发展格局下海南自贸港冷链物流发展的挑战

双循环新发展格局下,海南自贸港冷链物流在迎来机遇的同时也面临着诸多挑战。本文将从冷链物流基础设施建设、运营管理和法规与标准三个方面详细分析这些挑战。

3.1 冷链物流基础设施建设挑战

3.1.1 仓储、运输等基础设施建设不足

尽管海南自贸港在冷链物流基础设施建设方面取得了一定的进展,但仍存在一定的不足。例如,仓储设施老旧、技术水平不高,运输设备简陋、效率低下等问题。这些基础设施的不足将直接影响冷链物流的效率和成本,从而制约其发展。相对其他沿海省份,海南的港口集装箱泊位尚不能适应大型船舶的靠泊技术要求,粤海铁路南北港码头能力有待提升,机场货位设施缺乏,临港临空物流作业场所有限,口岸设施、进境监管场地待改善。2021年,海南省冷库出租面积为1000平方米,求租面积为20700平方米,两者差距甚

远,冷链仓储前十位重点企业冷库容量在琼分布为8.51万立方米,数量在全国位居倒数。

3.1.2 信息化、智能化设施的缺乏

尽管数字化、智能化技术在冷链物流领域的应用越来越广泛,但海南自贸港在这方面的设施仍然相对缺乏。现有的冷链物流设施未能充分利用信息化、智能化技术提高效率和质量,例如缺乏实时监控、数据分析和预测等功能。这不仅会影响冷链物流的运营效率,还可能增加冷链断裂的风险。当前,以进口冷链消杀技术、冷藏集装箱为代表的新型冷链技术推动了冷链的智能化发展,2021年冷链相关技术累计申请量超过1903件,属于海南省的为18件,占比较低。

3.2 冷链物流运营管理挑战

3.2.1 冷链物流成本高昂,企业运营压力大

冷链物流需要投入大量资金用于冷库建设、冷藏车辆购置和维护等,导致其成本相对较高。再加上海南自贸港地理位置偏远,运输距离长、运输成本高,进一步增加了冷链物流的成本压力。这将对海南自贸港冷链物流企业造成较大的经济压力,同时也会影响其市场竞争力和可持续发展能力。据统计,2020年中国冷链物流百家重点企业汇总,海南仅有海南罗牛山食品集团有限公司一家企业上榜。

3.2.2 缺乏高效的冷链物流运营模式和流程优化

海南自贸港冷链物流企业普遍缺乏高效的运营模式和流程优化,导致其运营效率低下。例如,缺乏合理的库存管理和库存计划,导致库存积压或短缺现象时有发生;配送路线规划不合理,导致运输成本增加等。这些问题将直接影响冷链物流的效率和成本,制约其发展。

3.3 冷链物流法规与标准挑战

3.3.1 冷链物流法规不完善,监管不严格

目前,海南自贸港在冷链物流法规方面还存在一定的不足。例如,缺乏针对冷链物流的专项法规和政策,对冷链物流行业的监管力度不够严格等。这可能导致冷链物流行业的无序发展和低水平竞争,影响整个行业的健康发展。

3.3.2 冷链物流标准不统一,难以形成协同效应

由于历史和地理等多方面原因,海南自贸港在冷链物流标准方面与其他地区存在较大差异。例如,不同地区采用不同的温度和湿度标准,导致跨区域合作困难。此外,海南自贸港在冷链物流技术和管理方面的标准也与其他地区不完全一致。这不仅会增加企业运营成本,还难以形成协同效应,共同推动冷链物流行业的发展。

4 双循环新发展格局下海南自贸港冷链物流发展的对策建议

双循环新发展格局下,海南自贸港冷链物流发展面临着诸多机遇和挑战。为了抓住机遇、应对挑战,海南自贸港需要采取一系列对策建议,推动冷链物流的高质量发展。文章将从加强冷链物流基础设施建设、优化冷链物流运营管理模式和完善冷链物流法规与标准体系三个方面提出具体的对策建议。

4.1 加强冷链物流基础设施建设

4.1.1 增加资金投入,完善基础设施网络

海南自贸港在冷链物流领域有着巨大的发展潜力。为满足今后我国日益增长的冷链物流需求,海南自贸港应加大对省内冷链物流基础设施建设的投入力度,积极吸引社会资本参与,推动冷链物流基础设施网络的建设和完善。

具体而言,加强冷库建设,提高冷藏储存能力从而满足不同客户的需求,确保产品在储存期间的质量和安全。此外,增加冷藏车辆和保温箱等冷藏运输设备来达到提高冷链物流运输能力,确保货物的及时送达和运输过程中的质量保障。

同时,完善信息化、智能化设施,提高冷链物流运营效率。通过引入先进的物流管理系统和智能化技术,可以实现货物的实时追踪和监管,提高运输效率和服务质量。这将有助于海南自贸港在国内外冷链物流市场中取得更大的竞争优势。

4.1.2 推广先进的冷链物流技术,提升设施设备水平

海南自贸港应积极推广先进的冷链物流技术,如物联网、大数据、人工智能等,并将其应用于冷链物流的各个环节,提升设施设备的技术水平。例如,利用物联网技术实现冷链物流全过程的实时监控和信息共享,利用大数据技术进行冷链物流数据分析与预测,利用人工智能技术优化冷链物流运营模式和流程,提高其效率和准确性。当前,海南的北斗自由流项目通过先进技术,保持车辆“一脚油门踩到底”的“无感体验”,改革现有公路收费模式,保障岛内车辆和进出岛车辆出行通畅,提升公路路网整体运行效率,促进海南自贸港运输来往自由便利,就是非常典型的智慧交通的技术项目与道路融资方式的制度创新,值得推广。

4.2 优化冷链物流运营管理模式

4.2.1 制定合理的冷链物流成本管控措施

海南自贸港在冷链物流领域要关注成本管控。随着全球贸易自由化和便利化的不断推进,冷链物流市场竞争日益激烈,降低冷链物流成本成为提高企业竞争力和盈利能力的重要手段。

为了加强冷链物流成本管控,海南自贸港可以制定合理的成本控制措施。例如,优化冷链物流运输路线,减少运输时间和成本。通过对运输路线进行优化,选择更快捷、经济的运输方式,从而缩短运输时间和降低运输成本。此外,开展共同配送、集中配送等协作模式,降低配送成本。联合多家企业开展共同配送或集中配送,可以提高车辆装载率,减少车辆空驶和重复运输,从而降低配送成本。

另外,通过引入先进的成本核算和管理方法,提高成本管控能力。例如,采用作业成本法等先进的成本核算方法,将成本分配到各个作业环节中,帮助企业更准确地核算成本,为成本控制提供科学依据。同时,引入精益成本管理理念,优化业务流程和管理流程,降低不必要的浪费和支出,提高企业的经济效益。

4.2.2 建立高效的冷链物流协同运营机制

海南自贸港可以加强与国内外其他地区的冷链物流合作,建立协同运营机制,实现资源共享和优势互补。具体的合作对象包括:(1)与北京、上海、广州等国内主要的冷链物

流区域建立协同运营中心,共同规划和管理冷链物流网络以实现冷链物流资源的优化配置,提高运输效率和服务质量。同时,海南自贸港还可以借助这些区域的冷链物流基础设施,提高自身的冷链物流运营能力;(2)可以与东南亚地区合作建立区域性冷链物流中心,推动区域冷链物流市场的发展。东南亚地区具有较为完善的冷链物流网络和丰富的冷链物流运营经验,与该地区合作可以促进海南自贸港与东南亚各国之间的冷链物流合作,实现互利共赢;(3)可以与国际知名冷链物流企业合作,引进先进的运营模式和管理经验,提高自身竞争力。例如,与联合包裹服务公司(UPS)、联邦快递(FedEx)等国际知名冷链物流企业开展合作,学习其在冷链物流运营管理、技术创新等方面的先进经验,提升海南自贸港的冷链物流水平。

通过以上具体的合作对象,海南自贸港可以进一步扩大自身的冷链物流网络 and 市场份额,提高在国内外冷链物流市场的竞争力。同时,加强与国内外其他地区的冷链物流合作还可以促进信息的共享和技术的交流,推动海南自贸港冷链物流行业的整体发展。

4.3 完善冷链物流法规与标准体系

4.3.1 制定严格的冷链物流法规,提升行业监管水平

海南自贸港应加强对冷链物流行业的监管,制定严格的冷链物流法规和政策,规范市场秩序,促进行业健康发展。例如,制定严格的冷链物流安全生产法规,加强安全生产监管;建立冷链物流质量安全追溯体系,实现全过程质量监控;对不符合法规和政策的企业进行处罚和淘汰,推动市场优胜劣汰。

4.3.2 建立统一的冷链物流标准体系,促进标准化建设

海南自贸港应建立统一的冷链物流标准体系,促进标准化建设,实现与国内国际接轨。具体包括:(1)制定符合海南

自贸港特点的冷链物流标准,如温度控制、包装标识等;(2)推广国际先进的冷链物流标准和技术规范,引进国际先进的标准化理念和方法;(3)加强与国内外标准化组织和企业的交流与合作,推动海南自贸港冷链物流标准的制定和实施。

5 结语

本文从双循环新发展格局下海南自贸港冷链物流发展的机遇和挑战入手,探讨了加强冷链物流基础设施建设、优化冷链物流运营管理模式和完善冷链物流法规与标准体系等方面的对策建议。这些对策建议旨在推动海南自贸港冷链物流的高质量发展,适应双循环新发展格局的要求。

双循环新发展格局下海南自贸港冷链物流发展机遇与挑战并存;加强基础设施建设、优化运营管理模式和完善法规与标准体系是推动海南自贸港冷链物流高质量发展的关键;未来应深入研究双循环新发展格局对海南自贸港冷链物流的具体影响机制。

未来,深入研究双循环新发展格局对海南自贸港冷链物流的具体影响机制;对海南自贸港冷链物流的高质量发展进行长期追踪研究,不断完善对策建议;进一步探讨海南自贸港在参与全球冷链物流竞争中的战略定位和发展路径。

参考文献

- [1] 林振强.我国冷链物流园区发展现状及趋势[J].物流技术与应用,2022,27(S2):40-43.
- [2] 翟世贤,彭超.农产品冷链建设成绩、瓶颈和发展建议[J].物流技术与应用,2022,27(S2):68-70.
- [3] 刘智勇.空港自贸区航空物流枢纽建设路径探究[J].今日财富,2023(17):14-16.
- [4] 罗文标.我国国际贸易服务业与制造业融合发展分析[J].中国商论,2023(21):9-12.
- [5] 张洪毓.数字化背景下海南自贸港现代服务的创新与实践路径探索[J].中国商论,2023(22):66-69.

Opportunities and Challenges in the Cold Chain Logistics Development of Hainan Free Trade Port under the New Development Pattern of Dual Circulation

Li Yunjia, Li Hua

(Hainan College of Economics and Business, Haikou, Hainan 571100)

Abstract: As an important window for China's openness, Hainan Free Trade Port has become a vital hub for domestic and international logistics and supply chain management. Its advantages include geographical location and China's policy support. Since China proposed the "dual circulation" strategy in 2020, Hainan Free Trade Port has actively developed cold chain logistics to form a new development pattern. In this context, this article first analyzes the opportunities in the free trade port's cold chain development from different aspects such as the relevant policies, markets, and technologies. Second, the article clarifies challenges the free trade port may encounter considering the current cold chain logistics infrastructure, operation and management, and regulations and standards in Hainan Province. Finally, the article manages to offer a variety of suggestions, including increasing capital investment, promoting advanced cold chain logistics technologies, developing reasonable cost control measures for cold chain logistics, establishing an efficient collaborative operation mechanism for cold chain logistics, formulating strict cold chain logistics regulations, and setting up a unified cold chain logistics standard system.

Keywords: Hainan Free Trade Port; Cold Chain Logistics; Dual Circulation New Development Pattern; Technologies of Cold Chain Logistics; Cost Control and Management Measures; Collaborative Operation Mechanism; Standard System for Cold Chain Logistics

四川省绿色金融对经济高质量发展的影响分析

王至纯

(西南民族大学 四川成都 610041)

摘要: 文章选取四川省2012—2021年绿色金融和经济高质量发展相关指标的数据,采用熵值法确定权重并测算综合值,建立VAR模型。通过理论分析与实证分析相结合,探究两者之间的相互联系,得出结论:(1)通过提供资金支持,提升企业技术创新水平,引导产业转型,促进经济高质量发展;(2)绿色金融是经济高质量发展的格兰杰因果原因;(3)从长期来看,绿色金融对经济高质量发展具有显著的正向促进作用。因此,四川省应采取加强政府引导、丰富绿色金融产品等措施推动四川省经济高质量发展。

关键词: 四川省;绿色金融;熵值法;高质量发展;VAR模型;企业技术创新;经济发展

本文索引: 王至纯.四川省绿色金融对经济高质量发展的影响分析[J].中国商论,2024(05):102-105.

中图分类号: F127; F832

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-102-04

1 引言

随着我国经济建设目标的转变,高质量发展经济成为目前的核心任务,构建绿色金融体系作为国家重要战略,是推动经济高质量发展的关键。截至2021年末,四川是我国最大的清洁能源省份,CDM和CCER项目都位列全国第一。文章通过研究四川省绿色金融与经济高质量发展之间的关系,有助于推动四川省经济高质量发展。

2 文献综述

随着全球气候变暖,与之相关的各类环境问题频频出现,绿色金融应运而生。朱向东等(2021)认为绿色金融是金融创新的关键,通过调控资源分配方式,从而实现环境友好型社会的建设。邱海洋(2017)发现无论是广义还是狭义绿色金融对经济增长都有着显著的促进作用。田惠敏(2018)认为促进区域经济与生态环境的协调发展能够实现经济高质量发展。黄富强(2021)以福建省为例,分析了在碳达峰碳中和背景下绿色金融服务乡村振兴的实践现状,提出加强农业保险体系建设、鼓励当地金融机构广泛覆盖绿色信贷产品等建议,从而推动福建省乡村振兴。史代敏等(2022)采用绿色全要素生产率衡量经济发展质量,分析了绿色金融发展对绿色信贷、绿色投资、绿色证券、碳金融的影响机理、效应与特征,表明绿色金融发展水平的提升能够促进经济高质量发展。

3 绿色金融对经济高质量发展的影响机制

3.1 引导产业转型促进经济增长

在我国双碳目标的指引下,政府和金融机构建立了与绿色经济发展相适应的市场机制。针对“两高”企业制定惩罚机制、对绿色企业加以激励,从而刺激传统产业进行转型;多地布局助推“两高”企业向绿色轻工业模式发展,传统企业和新兴环保企业进行创新融合实现产业整合,低耗能、低污染企业向新型环保领域进行产业升级,使企业降低生产成本的同时也积累了大量资金,完成经济和环境的有机协调发展,促进经济高质量发展。

罚机制、对绿色企业加以激励,从而刺激传统产业进行转型;多地布局助推“两高”企业向绿色轻工业模式发展,传统企业和新兴环保企业进行创新融合实现产业整合,低耗能、低污染企业向新型环保领域进行产业升级,使企业降低生产成本的同时也积累了大量资金,完成经济和环境的有机协调发展,促进经济高质量发展。

3.2 技术进步推动经济增长

近年来,中国政府高度重视绿色金融的发展,投融资政策的制定也都在向绿色金融倾斜。绿色高新技术企业不断尝试的过程,是一项周期长、高风险且高投入的经济活动,绿色高新技术企业和绿色低碳企业需要长期的资金支持才能有序发展,通过政策补贴和优惠利率能够为企业引入资金,促进企业技术创新,培育新的经济增长点,直接促进经济高质量发展。

4 实证研究

4.1 模型和指标选取

4.1.1 模型选取

本文通过建立VAR模型来研究四川省的绿色金融与经济高质量发展之间的关系。VAR模型一般表达式为:

$$Y_t = \alpha_1 Y_{t-1} + \alpha_2 Y_{t-2} + \dots + \alpha_p Y_{t-p} + \beta X_t + \mu_t \quad (1)$$

其中, p 为选取的滞后阶数, Y_t 为内生变量向量; X_t 为外生变量向量; μ_t 为误差向量, $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_p$ 以及 β 是待估系数矩阵。

4.1.2 指标选取

文章选取绿色投资、绿色信贷、绿色证券和绿色保险作为一级指标构建绿色金融评价指标体系,具体指标说明见表1。

作者简介: 王至纯(1996-),女,苗族,贵州铜仁人,硕士研究生,研究方向:绿色金融。

表1 绿色金融评价指标体系

一级指标	二级指标	公式	指标正负
绿色投资	工业污染治理投资占比	工业污染治理投资额 / GDP(%)	+
	节能环保财政支出占比	节能环保财政支出 / 财政支出总额 (%)	+
绿色信贷	六大高耗能行业利息支出占比	六大高耗能行业利息支出 / 地区工业利息总支出 (%)	-
	环保上市企业对金融机构贷款占比	环保上市企业长短期贷款 / 地区金融机构各项贷款 (%)	+
绿色证券	环保类上市企业市值占比	环保类上市企业总市值 / 地区上市企业总市值 (%)	+
	“六高”上市企业市值占比	“六高”上市企业总市值 / 地区上市企业总市值 (%)	-
绿色保险	农业保险规模占比	农业保险收入 / 地区保险总收入 (%)	+
	农业保险赔付率	农业保险支出 / 农业保险收入 (%)	+

本文选取经济高效发展、经济稳定发展、经济绿色发展和经济创新发展构建经济高质量发展评价指标,具体指标说明见表2。

4.1.3 指标测算

文章借鉴大多数学者研究,采用熵值法确定权重并测算综合值,计算步骤如下:

Step1: 构建指标矩阵

假设 m 年有评价指标 n 个, X_{ij} 为第 i 年第 j 个指标对应的数值($i=1, 2, \dots, m; j=1, 2, \dots, n$),可以生成 $m \times n$ 阶指标特征矢量矩阵。

$$X=(X_{ij})_{m \times n} = \begin{bmatrix} X_{11} & \dots & X_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ X_{m1} & \dots & X_{mn} \end{bmatrix}$$

Step2: 对指标标准化处理

为了指标之间的可比性,需要剔除数据的量纲影响,所以对评价指标有正效应和负效应时采用标准化处理。

$$\text{正向指标: } X'_{ij} = \frac{X_i - X_{\min}}{X_{\max} - X_{\min}}$$

$$\text{负向指标: } X'_{ij} = \frac{X_{\max} - X_i}{X_{\max} - X_{\min}}$$

Step3: 计算指标序列的比重

$$P_{ij} = x'_{ij} \left(\sum_{j=1}^n x'_{ij} \right)^{-1}, j=1, 2, \dots, m$$

Step4: 计算各指标的信息熵

$$g_i = -\ln(n)^{-1} \sum_{j=1}^n \ln(p_{ij}) \cdot p_{ij}$$

如果 $p_{ij}=0$,那么 $\lim_{p_{ij} \rightarrow 0} p_{ij} \ln p_{ij} = 0$ 。

Step5: 计算各指标权重

$$W_i = 1 - g_j / \sum_{i=1}^m (1 - g_j)$$

4.2 实证分析

文章借鉴大多数学者的研究,采用熵值法测算综合值,数据结果见表3。

表3 绿色金融发展指数X与经济高质量发展指数Y(单位: %)

年份	绿色金融发展指数 X	经济高质量发展指数 Y
2012	13.88	22.8
2013	14.97	22.84
2014	15.89	22.71
2015	16.9	22.44
2016	18.16	22.77
2017	19.32	23.57
2018	20.2	23.28
2019	21.5	23.09
2020	22.8	23.91
2021	23.85	25.96

4.2.1 ADF单位根检验

如表4所示,绿色金融发展指数和经济高质量发展指数的原始时间序列皆不平稳,但进行一阶差分后,P值皆小于5%,ADF值皆小于1%的显著水平的临界值,表明一阶差分后满足平稳。

4.2.2 最优滞后阶数

在构建VAR模型时对滞后阶数的确定会影响最终结果的准确性和可靠性,本文通过综合LR、FPE、AIC、SC、HQ五个统计量指标准备来确定模型的最优滞后阶数,结果如表5所示,确定最优滞后阶数为2。

4.2.3 VAR模型的稳定性检验

用AR特征根进行判断VAR模型是否稳定,图1中的特

表2 经济高质量发展评价指标体系

一级指标	二级指标	公式	指标正负
经济高效发展	GDP 增长率	报告期 GDP / 基期 GDP-1(%)	+
	第三产业增加值占 GDP 比重	第三产业增加值 / GDP	+
经济稳定发展	消费者物价指数	居民消费价格指数	+
	城镇登记失业率	城镇登记失业率 (%)	-
经济绿色发展	单位 GDP 废气排放量	废气排放量 / GDP(%)	-
	森林覆盖率	森林面积 / 土地总面积 (%)	+
经济创新发展	R&D 经费投入强度	地区 R&D 经费支出 / GDP(%)	+
	技术市场成交额占比	地区技术市场成交额 / GDP(%)	+

表4 ADF单位根检验结果

Variable	P 值	T 值	1%level	5%level	10%level	结论
LN _X	0.3209	-1.895311	-4.297073	-3.212696	-2.747676	非平稳
LN _Y	0.1313	-3.357382	-4.835186	-3.246503	-2.590496	非平稳
D(LN _X)	0.0142	-4.159176	-4.420595	-3.259808	-2.771129	平稳
D(LN _Y)	0.0170	-4.030424	-4.435186	-3.204962	-2.757382	平稳

表5 六种信息准则下的VAR滞后阶数检验

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	35.04794	NA	8.87e-07	-8.261986	-8.242125	-8.395936
1	63.35378	1.247582	8.51e-09	-13.33845	-13.23914	-14.0082
2	61.69034	33.30300*	3.33e-09*	-13.92259*	-13.86300*	-14.32444*

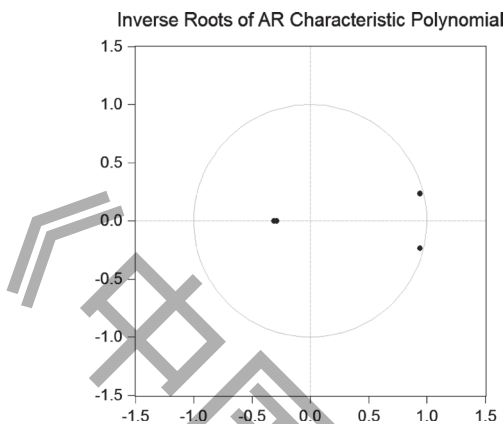


图1 VAR(2)模型的平稳性检验

征根都在圆内,所以VAR模型是稳定的。

4.2.4 格兰杰因果检验

本文通过格兰杰因果检验可以得出X和Y之间是否存在因果关系,检验结果如表6所示,结果表明四川省绿色金融是经济高质量发展的主要原因。

表6 格兰杰因果检验

原假设	统计量	P 值
LN _Y 不是 LN _X 的格兰杰原因	4.41617	0.1099
LN _X 不是 LN _Y 的格兰杰原因	3.20583	0.0112

4.2.5 脉冲响应

如图2所示,如果给绿色金融一个冲击,经济高质量发展在第3期后持续正向响应,表明绿色金融对经济高质量发展有正向促进作用。如图3所示,如果期间给经济高质量发展一个单位冲击,绿色金融持续负响应。

5 结论与建议

5.1 结论

本文通过理论分析与实证分析相结合,探究了四川省绿色金融对经济高质量发展的影响,得出以下结论:(1)通过提供资金支持,提升企业技术创新水平,引导产业结构向绿色产业转型,培育新的经济增长点,直接促进四川省经济高质量发展;(2)格兰杰因果检验表明,四川省绿色金融是助推经济高质量发展的重要原因;(3)脉冲响应函数图表明,如果给绿色金融一个冲击,经济高质量发展在第3期后

持续正向响应,从长期来看,绿色金融对经济高质量发展具有显著的正向促进作用。综上所述,当地政府和金融机构必须认识到绿色金融的重要作用,持续发展绿色金融,经济的高质量发展水平将会得到不断提升。

5.2 建议

5.2.1 加强政府引导

根据外部性理论和庇古税理论,政府进行适当的干预,对造成污染的工厂征税,对带来正外部性的绿色企业给予补贴。绿色生产成本越小,能产生的间接效益就越大,企业所获得的利润更多从而更加主动转型绿色生产。政府应根据实际情况调整,合理使用税收等财政政策为企业提提供税收优惠和绿色生产补贴,从而引导产业走低碳环保生产路线,促进经济增长。

5.2.2 丰富绿色金融产品

目前,各国的金融机构都在为提高绿色金融服务的便利性和覆盖率积极推进人工智能、大数据、云计算和互联网。四川省金融机构首先应自我创新,抓住新兴技术发展的机遇,积极推进“大数据+绿色金融”模式,发挥雅安大数据工业园和成都人工智能大数据中心的优势,推动绿色金融与创新技术相结合的实践。其次应积极创新金融产品,丰富绿色金融市场,满足多样化绿色消费需求。

5.2.3 树立绿色意识

成都已启动“绿色氢都”建设,加速发展清洁能源的运

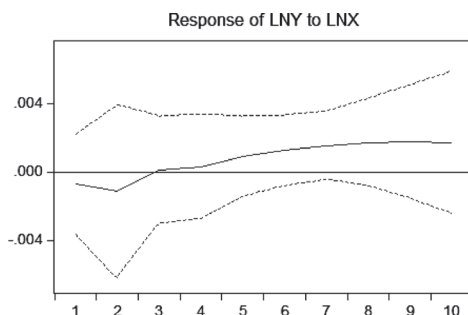


图2 经济高质量发展对绿色金融的动态反应

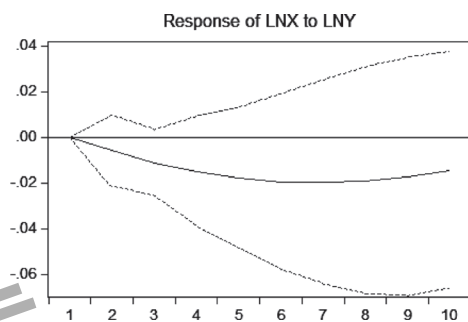


图3 绿色金融对经济高质量的动态反应

用,有助于四川省企业的绿色发展。企业作为主要受益方,也必须承担起促进四川省经济与环境协调发展的双重责任,应对内部员工进行有针对性的绿色金融宣传教育,同时从传统财务管理转向绿色财务管理,实现经济效益、环境效益和社会效益的最大化结合。

参考文献

- [1] 朱向东,周心怡,朱晟君,等.中国城市绿色金融及其影响因素:以绿色债券为例[J].自然资源学报,2021,36(12):3247-3260.
- [2] 田惠敏.绿色金融助力经济高质量发展[J].中国科技论坛,2018(4):2-3.
- [3] 邱海洋.绿色金融的经济增长效应研究[J].经济研究参考,2017(38): 53-59.
- [4] 黄富强.绿色金融服务乡村振兴的实践探索与思考:以福建省为例[J].产业创新研究,2021(23): 49-51.
- [5] 史代敏,施晓燕.绿色金融与经济高质量发展:机理、特征与实证研究[J].统计研究,2022,39(1):31-48.
- [6] 孙焱林,陈青青.绿色金融发展对技术进步、经济增长的影响:基于PVAR模型的实证研究[J].金融与经济,2019(5): 28-33.
- [7] 刘海英,王殿武,尚晶.绿色信贷是否有助于促进经济可持续增长:基于绿色低碳技术进步视角[J].吉林大学社会科学学报,2020,60(3):96-105.
- [8] 李倩,陈帅.河南省绿色金融、技术进步和就业的关系研究:基于向量误差修正模型[J].科技和产业,2021,21(9):210-215.

Impact of Green Finance on High-Quality Economic Development in Sichuan Province

Wang Zhichun

(Southwest Minzu University, Chengdu, Sichuan 610041)

Abstract: Based on the data of green finance and high-quality economic development in Sichuan Province from 2012 to 2021, this paper uses the entropy method to determine the weights and measure the comprehensive values, and establishes a VAR model. This paper adopts theoretical and empirical analyses to explore the relationship between green finance and high-quality economic development. The findings are as follows. (1) Providing financial support can improve enterprise technological innovation, guide industrial transformation, and promote high-quality economic development. (2) Green finance is the Granger causality of high-quality economic development. (3) In the long run, green finance can positively influence the high-quality economic development. Therefore, Sichuan shall take measures such as strengthening government guidance and enriching green financial products to promote high-quality economic development in the province.

Keywords: Sichuan Province; Green Finance; Entropy Method; High-Quality Development; VAR Model; Enterprise Technological Innovation; Economic Development

结构性货币政策对系统性金融风险的动态影响研究

赵巍 刘雨琪

(中国邮政集团有限公司培训中心 河北石家庄 050020)

摘要:近年来,有效防范化解金融风险牢牢守住不发生系统性金融风险底线成为我国金融工作的关键。现有文献充分探讨了传统货币政策对金融风险的影响,但研究的视角大多局限于对银行风险承担的影响,而对系统性金融风险的研究还不够深入。基于此,本文对现有的文献成果和理论基础进行了梳理,最终选用TVP-VAR模型检验结构性货币政策对系统性金融风险的动态冲击。研究表明:结构性货币政策工具对系统性金融风险造成了一定程度的冲击,但不同工具的影响特征各异。因此,本文结合研究结果对中央银行合理运用结构性货币政策工具提供相关建议,以供参考。

关键词:结构性货币政策;系统性金融风险;主成分分析法;TVP-VAR模型;金融环境;金融风险

本文索引:赵巍,刘雨琪.结构性货币政策对系统性金融风险的动态影响研究[J].中国商论,2024(05):106-110.

中图分类号: F822

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-106-05

1 引言

金融安全保障是国家安全的重要组成部分,全面打造安全高效的金融环境对保证经济的平稳运行有着重要作用。党的二十大报告提出,提高金融体系安全系数,守住不发生系统性金融风险底线,持续强化防控金融风险能力。由此,提高金融效率、完善货币政策框架、防范化解金融风险等任务迫在眉睫。央行近年来出台了多项结构性货币政策。因此,中央银行在实施结构性货币政策的过程中,如何防范经济中潜在的系统性金融风险,对我国经济全面发展有着至关重要的意义。

目前,针对货币政策对金融风险的影响主要有以下几点结论。彭俞超和方意(2016)^[1]通过研究四种结构性货币政策——再贷款利率、再贷款比例、存款准备金率和准备金存款利率,发现其对保障国内经济在面临外部冲击时的稳定运行具有重要作用。Nanda (2016)^[2]指出央行在防范系统性金融风险方面所采取的风险传染规避方法和流动性管理政策,仍需要进一步研究其有效性。Andriushin和Burlachkov(2008)^[3]通过分析货币政策和金融危机之间的关系,得出结论货币当局应不断完善自身职能,采取丰富多样的新型货币政策工具,使其完整的与实体经济紧密联系起来,从而稳定金融市场。郭娜和祁帆等(2020)^[4]使用SV-TVP-VAR模型实证研究了国内外货币政策对系统性金融风险的影响,实验结果证明,货币政策对系统性金融风险有显著的影响作用,尤其是数量型货币政策有着更加直接的作用效果。王妍和王继红(2021)^[5]研究表明,结构性货币政策在实现

政策目标的过程中往往会间接引起系统性金融风险的提高。

2 传导机制与研究假设

2.1 结构性货币政策的风险传导机制

金融危机发生后,货币政策和金融风险的关系引起了国内外学者的广泛关注。本文通过学习和参考现有结论,整理得出结构性货币政策的风险传导机制主要包含以下四个方面:

(1)“信号公告—市场预期”。当中央银行在对市场进行信号传导时,不能及时提供正确的信息并做出正确的政策,就会造成市场主体的盲目性,加大决策的风险和市场的波动性,造成整个金融市场的总体风险上升。

(2)“银行信贷一定向支持”。央行将为满足要求的民营小微企业和重点领域创造流动性,引导银行信贷资金精准投放。然而,引导商业银行信贷资金流向高风险、低收益的领域不仅违背了商业银行的经营原则,还会在影响银行利润的同时增加发生信贷危机的可能性,增加金融市场的系统性风险。

(3)“利率水平—成本效益”。中央银行利用价格工具,通过对特定行业的利率进行调整,从而达到降低融资成本的目的。然而,短期利率调整会干扰投资者决策,从而导致金融风险集聚增加,进而加大了金融市场陷入系统性风险的可能性。

(4)“风险缓释—风险承担”。中央银行在某些领域进行倾斜性资金支持操作时,通过处置定向不良资产和采用定向债转股等方式,将这些“短板”领域内的过量风险转移至

作者简介:赵巍(1999-),男,河北邯郸人,兰州大学金融硕士,中国邮政集团有限公司培训中心助教,研究方向:金融风险管理;
刘雨琪(1998-),女,内蒙古呼和浩特人,英国利物浦大学金融硕士,中国邮政集团有限公司培训中心助教,研究方向:国际金融市场。

资管公司等金融机构。然而,在金融机构之间,风险的传递极易形成“加速器”,从而提高了系统风险在实体经济和金融体系中的蔓延速度。

2.2 研究假设

依据上述传导机制,本文认为结构性货币政策会对系统性金融风险产生影响,其作用效果既有正面也有负面,其作用方向由正面效应与负面效应的强度决定。基于此,本文提出以下假设:

假设H₁:结构性货币政策工具在具体实施过程中均会对系统性金融风险造成冲击,最终的作用方向和强度取决于正向和负向冲击的强度。

3 指数构建与模型选择

3.1 系统性金融风险指数构建

本文以我国经济和金融现状为依据,从宏观经济、金融机构、资本市场和外部冲击四个维度,选择16个指标来构建衡量我国金融压力综合指标(FSI)。为了避免指标构建时,三级指标间存在多重共线性,本文采用主成分分析法对指标进行筛选,进而计算出我国的金融压力综合指数(FSI),具体指标如表1所示。

3.2 数据处理与指数构建

(1)数据处理:本文使用Wind数据库统计出原始数据,采取频率转换的方式,将所有数据统一变频为月度数据。同时,为了将各个指标的风险冲击方向进行统一,同时排除这些变量由于量纲差别所造成的影响,本文将四个维度子指标变量进行了同向标准化,且处理后的数据全部位于[-1,1]区间内。

(2)正向化处理:本文采用min-max方法对逆向指标进行正向化,具体转换公式如下:

$$I_{in} = \frac{\max(I_i) - I_{it}}{\max(I_i) - \min(I_i)} \quad (1)$$

在此基础上,本文使用Stata16运用主成分分析法对各级子指标进行赋权,将最终的金融稳定综合指数作为系统性金融风险的代理变量。

表2 KMO和Bartlett检验

KMO 值		0.665
Bartlett 球形度检验	近似卡方	2344.611
	df	105
	p 值	0.000

为了验证上述选取的指标是否具备使用主成分分析法(PCA)进行指数合成的条件,本文使用KMO和Bartlett检验对指标间的相关性程度进行分析,如表2所示:KMO=0.665>0.6, Bartlett检验对应的p值=0.000<0.05,均证明该指标体系适用于主成分分析法。

如表3所示,通过PCA分析,本文从16个三级指标中提取到五个特征值大于1的有效主成分,这五个主成分指标的方差累计率为78.77%,有较好的效果。

根据PCA分析得出的各主成分的方差解释率,将相关指标带入式(2)中,可计算得出金融压力指数(FSI)作为系统性金融风险指数(SFR)的代理变量,具体测算结果如图1所示:

$$FSI = \left(\sum_{i=1}^n \omega_i * X_i \right) / \mu \quad (2)$$

其中,FSI为系统性金融风险的代理变量——系统性金

表1 系统性金融风险综合指数构建指标

二级指标	指标编号	三级指标	指标经济意义	与系统性金融风险指数的关系
宏观经济	X1.1	GDP 同比增速	反映总体宏观经济发展水平	负向关系
	X1.2	CPI 同比增速	反映宏观经济通胀程度	同向关系
	X1.3	工业增加值同比增速	反映工业经济发展状况	负向关系
	X1.4	失业率	事业总人数 / 满足就业条件总人数	同向关系
	X1.5	M2 同比增速 / GDP 同比增速	反映国民经济中经济活动的构成	同向关系
金融机构	X2.1	人民币存贷比	银行贷款总额与存款总额的比值,反映银行的经营金融风险压力	同向关系
	X2.2	不良贷款比例	商业银行不良贷款总额与贷款总额之间的比值,反映贷款资产的质量	同向关系
	X2.3	银行间拆借资金成本	银行同业拆借利率与定期存款利率之差,反映资金紧张程度	同向关系
	X2.4	保险深度同比增速	(保险收入 / GDP) 的同比增速	负向关系
	X2.5	保险密度同比增速	(保险收入 / 总人口) 的同比增速	负向关系
资本市场	X3.1	PMI 指数同比增长	反映全国资本市场景气状况	负向关系
	X3.2	上证综合指数同比增长	反映证券市场的繁荣程度	负向关系
	X3.3	上证平均市盈率	反映股票实际价值的泡沫含量	同向关系
外部冲击	X4.1	外汇储备资产同比增速	反映外汇市场应对风险冲击的能力	负向关系
	X4.2	人民币实际有效汇率指数	衡量人民币安全性	负向关系
	X4.3	贸易差额同比增速	反映国民经济对外部市场的依存性	同向关系

表3 参数的估计结果

编号	特征根			主成分提取		
	特征根	方差解释率	累计 %	特征根	方差解释率	累计 %
1	5.36148	0.3574	0.3574	5.36148	0.3574	0.3574
2	1.92748	0.1285	0.4859	1.92748	0.1285	0.4859
3	1.73845	0.1159	0.6018	1.73845	0.1159	0.6018
4	1.51437	0.1010	0.7028	1.51437	0.1010	0.7028
5	1.27321	0.0849	0.7877	1.27321	0.0849	0.7877
6	0.80287	0.0535	0.8412	—	—	—
7	0.60195	0.0401	0.8813	—	—	—
8	0.52211	0.0348	0.9161	—	—	—
9	0.41126	0.0274	0.9435	—	—	—
10	0.31233	0.0208	0.9644	—	—	—
11	0.23203	0.0155	0.9798	—	—	—
12	0.11874	0.0079	0.9878	—	—	—
13	0.08017	0.0053	0.9931	—	—	—
14	0.71353	0.0048	0.9979	—	—	—
15	0.03221	0.0021	1.0000	—	—	—
16						

融风险指数(SFR), i 表示各个指标变量, ω_i 表示各变量所对应的方差解释率, X_i 表示各主成分变量的值, μ 表示五个主成分的累计方差解释率。

政策工具的起始时间,本文使用数据时段为2016年1月至2022年9月(见表4)。

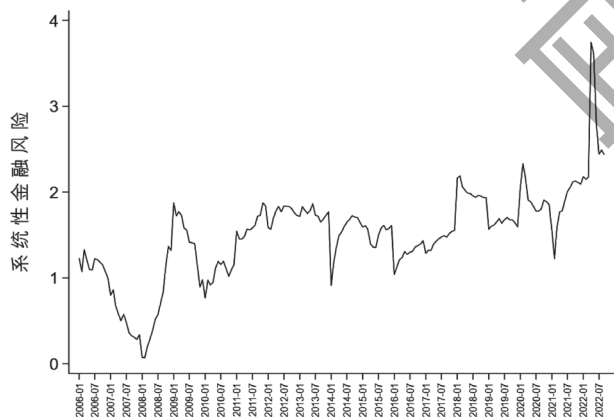


图1 系统性金融风险指数

3.3 TVP-VAR模型选择

现有经济理论与研究结果均表明,采用非时变模型分析我国货币政策并不稳健。因此,本文参照Nakajima等(2011)^[10]设定TVP-VAR模型,该模型基于随机游走将内置参数设定为随时间变化的动态参数,从而能够将变量的时变特征捕获出来,进而分析对系统性金融风险的动态冲击。

4 变量数据检验

4.1 变量选取与描述

本文将测算的系统性金融风险指数(SFR),作为实证研究的被解释变量。另外,基于数据的可得性,结构性货币政策变量选取MLF、SLF、PSL三种工具的当月余额,以及通过中小型金融机构存款准备金率计算出的定向降准当月值,共四种工具作为研究对象。最后,考虑四种类型结构性货币

表4 变量描述性统计

变量	符号	名称	计算方法
系统性金融风险	SFR	系统性金融风险指数	上文测算
价格型结构性货币政策工具	SLF	常备借贷便利	SLF 余额 / 金融机构各项贷款余额
	MLF	中期借贷便利	MLF 余额 / 金融机构各项贷款余额
	PSL	抵押补充贷款	PSL 余额 / 金融机构各项贷款余额
数量型结构性货币政策工具	LNTPC	定向降准	中小金融机构存款准备金率取对数

4.2 平稳性检验

TVP-VAR模型需要的变量数据是平稳的,因此,需要对模型进行平稳性检验,以避免变量数据是非平稳的,造成“伪回归”的后果。本文将各变量进行一阶差分处理,并使用Stata16对差分后的变量进行ADF检验,查看是否具备平稳性。

检验结果如表5所示,各变量的p值均小于1%临界点,证明均为平稳变量,符合本文的现实经济意义,因此使用以上变量构建TVP-VAR模型。

表5 ADF检验

变量	检验形式(C, T, L)	ADF 值	1% 临界点	P 值	是否平稳
DSFR	C, T, 0	-6.354	-3.539	0.000	是
DSLFL	C, T, 0	-13.929	-3.539	0.000	是
DMLFL	C, T, 0	-5.671	-3.539	0.000	是
DPSL	C, T, 0	-4.474	-3.539	0.000	是
DLNRRAD	C, T, 0	-9.518	-3.539	0.000	是

4.3 最优滞后期检验

构建TVP-VAR模型需要选择最优滞后阶数来反映所构模型的动态特征,从而解释各种政策工具对研究变量的动态冲击影响。本文通过Stata16运用Varsoc命令对各变量进行最优滞后阶数检验,检验结果如表6所示,综合考虑各项检验原则,最终确定滞后2阶为该模型的最优滞后阶数。

5 实证分析

5.1 模型参数估计结果

根据上文检验确定滞后阶数为2是该模型的最优滞后阶数,并参照Nakajima等(2011)^[10]的方法设置参数,即从新分布中抽样的结果,更近似于样本形成的分布。本文使用Oxmetrics6运用MCMC算法迭代10000次。参数估计结果如表7所示,Geweke统计量均落在95%置信区间内,仅有最大项无效因子值大于100约为142,这表明本文使用TVP-VAR模型对所选变量进行MCMC模拟取得了良好的估计结果。

5.2 不同滞后期的时变脉冲响应分析

为研究不同时间约束下多种结构性货币政策工具对系统性金融风险的差异化影响,本文分别选择滞后一期、滞后三期和滞后六期为代表,用于分析四种结构性货币政策工具对中国系统性金融风险影响的时变冲击效应,得到的时

变脉冲响应结果如图2所示。

表7 参数估计结果

参数	均值	标准差	95% 上界	95% 下届	Geweke	无效因子
Sb1	0.0229	0.0026	0.0185	0.0289	0.770	5.04
Sb2	0.0228	0.0027	0.0184	0.0287	0.785	4.84
Sa1	0.1827	1.6531	0.0222	1.6073	0.051	12.86
Sa2	0.0665	0.1322	0.0228	0.3893	0.073	45.88
Sh1	0.2169	0.0914	0.0843	0.4330	0.263	44.38
Sh2	0.3461	0.2963	0.0772	1.1007	0.211	141.79

(1)中期借贷便利(MLF)对我国系统性金融风险的时变脉冲响应。MLF对系统性金融风险的短期冲击在不同年份均稳定的表现为正向冲击,一定程度上提高了系统性金融风险。从中期来看,MLF对系统性金融风险产生了负向冲击,有着明显的抑制作用,反观MLF的长期冲击相较于短期冲击表现得更加稳定收敛,振荡保持在0值附近,说明MLF从长期来看并不会对我国系统性金融风险造成较大影响。

(2)常备借贷便利(SLF)对我国系统性金融风险的时变脉冲响应。从短期来看,SLF对我国系统性金融风险有显著、弱效应的正向冲击效果,且在不同时期表现平稳,而在中期这种正向的冲击强度提高,反观长期,SLF操作对系统性金融风险的冲击方向由正转负,起到了良好的抑制效果。

(3)抵押补充贷款(PSL)对我国系统性金融风险的时变脉冲响应。从短期来看,PSL对我国系统性金融风险有低强

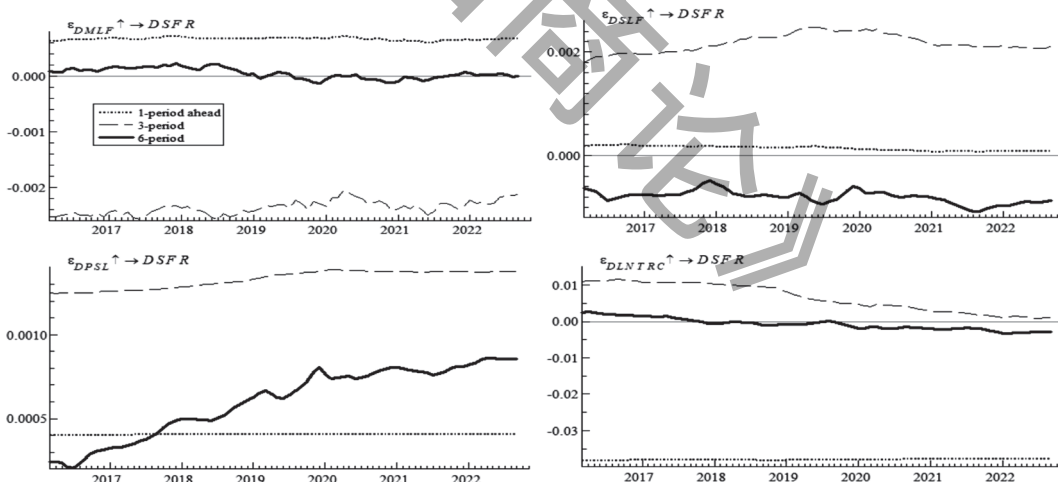


图2 四种结构性货币政策工具对系统性金融风险的时变脉冲响应

表6 最优滞后阶数检验

lag	LL	LR	df	p	FPE	AIC	HQIC	SBIC
0	1040.54				3.7e-18	-28.7928	-28.7424	-28.6663*
1	1067.11	53.145	16	0.000	2.7e-18	-29.0865	-28.8347	-28.4541
2	1096.93	59.636	16	0.000	1.9e-18*	-29.4703*	-29.0171*	-28.332
3	1108.42	22.983	16	0.114	2.2e-18	-29.3451	-28.6905	-27.7008
4	1119.33	21.823	16	0.149	2.5e-18	-29.2037	-28.3477	-27.0535
5	1139.08	39.495	16	0.001	2.4e-18	-29.3078	-28.2504	-26.6517
6	1144.19	10.216	16	0.855	3.4e-18	-29.0053	-27.7464	-25.8432
7	1153.58	18.78	16	0.280	4.3e-18	-28.8217	-27.3614	-25.1537
8	1179.97	52.784*	16	0.000	3.6e-18	-29.1103	-27.4487	-24.9364

度的正向冲击效果,且在不同时期表现平稳,而在中期这种正向的冲击强度提高,反观长期,PSL操作对系统性金融风险呈现一种随年份不断攀升的正向冲击,加剧了整个经济环境的不稳定性。

(4)定向降准(TRC)工具对我国系统性金融风险的时变脉冲响应。从短期来看,定向降准操作对系统性金融风险的冲击效果显著为负且在不同时期表现稳定,随着作用期限的推移,在中长期呈现出随年份逐渐收敛的正向冲击。这表明,定向降准能在实施初期起到稳定金融系统的效果。

6 政策建议

结构性货币政策出台以来,在服务实体经济、助力“三农”事业及中小微企业发展、治理我国经济结构失衡等诸多方面取得了明显成效,但仍存在着许多有待整治的短板问题。因此,本文结合研究结果,提出以下几点建议:

(1)持续优化结构性货币政策手段。不同类型的结构性货币政策工具会通过不同中介或机制发挥特定作用,适用于不同的具体目标。我国央行在具体操作过程中,要根据相机抉择针对性调整,及时反馈情况进行评估并灵活调整。此外,根据实验结果可知,不同货币工具的风险传递在时效性上表现为不同的特点,因此在搭配使用结构性货币政策工具的过程中应注意风险调控,使工具间的风险冲击错配,防止出现聚集性风险积压的情况。

(2)更加精准地运用结构性货币政策工具,加强对商业银行的激励。价格型结构型货币政策工具可以鼓励小微企业和涉农信贷的增长,但其对普通信贷的影响更大。商业银行在衡量收益和风险之后,仍然会把新增加的基础货币投放到其他地方。所以,央行应该对其进行深入的研究和论

证,采取更有针对性的结构性货币政策工具,或是建立对商业银行的市场激励制度,通过内生力自动调控商业银行的信贷行为。

参考文献

- [1] 彭俞超,方意.结构性货币政策、产业结构升级与经济稳定[J].经济研究,2016,51(7):29-42+86.
- [2] Nanda, Ramana, and M. Rhodes-Kropf. Financing Risk and Innovation[J]. Harvard Business School 2014(4):63.
- [3] S. Andriushin, V. Burlachkov. Monetary Policy and the Global Financial Crisis[J]. Problems of Economic Transition, 2008:51.
- [4] 郭娜,祁帆,李金胜.中国系统性金融风险度量与货币政策影响机制分析[J].金融论坛,2020,25(4):49-60.
- [5] 王妍,王继红.结构性货币政策、同业业务与系统性金融风险[J].金融经济研究,2021,36(4):16-30.
- [6] 唐文进,黄玲.结构性货币政策的银行风险承担渠道:一个银行竞争视角的考察[J].江汉论坛,2021(8):48-58.
- [7] 周友良.结构性货币政策对商业银行金融风险承担的影响研究[J].西南金融,2021(2):13-24.
- [8] 刘冲,庞元晨,刘莉亚.结构性货币政策、金融监管与利率传导效率:来自中国债券市场的证据[J].经济研究,2022,57(1):122-136.
- [9] Norberto Montani Martins, Camila Cabral Pires-Alves, André de Melo Modenesi, Karla Vanessa Batista da Silva Leite. The transmission mechanism of monetary policy: Microeconomic aspects of macroeconomic issues[J]. Journal of Post Keynesian Economics, 2017:40.
- [10] Nakajima, Jouchi, M. Kasuya, and T. Watanabe. Bayesian analysis of time-varying parameter vector autoregressive model for the Japanese economy and monetary policy[J]. Journal of the Japanese and International Economies, 2011(25):35.
- [11] Bean, Charles, and R. Asset Prices, Financial Instability, and Monetary Policy[J]. American Economic Review, 2004:94.

A Study on the Dynamic Impact of Structural Monetary Policies on Systemic Financial Risks

Zhao Wei, Liu Yuqi

(China Post Group Corporation, Shijiazhuang, Hebei 050020)

Abstract: In recent years, effectively preventing and defusing financial risks and firmly guarding against the occurrence of systemic financial risks have become key tasks in China's financial work. The existing research has fully explored the impact of traditional monetary policies on financial risks and the research focus is mainly on the impact of bank risk-taking. The research on systemic financial risks still has much potential. Based on the above background, this paper analyzes existing literature achievements and theoretical foundations. Finally, the TVP-VAR model is chosen to test the dynamic impact of structural monetary policy on systemic financial risks. The research indicates that structural monetary policy tools have had a certain impact on systemic financial risks, but the characteristics of the impact vary across different tools. Therefore, this paper provides relevant suggestions for the central bank's rational use of structural monetary policy tools based on the research results, for reference.

Keywords: Structural Monetary Policies; Systemic Financial Risks; Principal Component Analysis; TVP-VAR Model; Financial Environment; Financial Risks

浅析人工智能在数字营销领域的应用与发展趋势

——基于BP神经网络的数字营销模型的构建与应用

肖贺耕 黄铮

(东北林业大学 黑龙江哈尔滨 150040)

摘要: 在信息技术快速发展的时代背景下,各个行业均迎来全新的发展机遇。人工智能技术在市场营销领域的应用日渐普遍,对提高工作人员的工作效率,强化工作人员工作能力具有重要意义。本文综合文献资料法和实证分析法,构建了基于BP神经网络的数字营销模型,并探究其应用情况。研究发现,数智化营销可以针对不同的受众群体提供个性化服务和产品,同时可以借助智能化的数据分析实现精准的目标受众定位和个性化的营销策略制定。最后,本文阐述了该BP组合模型的意义与贡献,对于数字营销领域的进一步发展具有一定的指导意义。

关键词: 人工智能; 数字营销; 算法模型; 信息技术; 市场营销; 数智化

本文索引: 肖贺耕,黄铮.浅析人工智能在数字营销领域的应用与发展趋势[J].中国商论,2024(05):111-114.

中图分类号: F063.2; TP18

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-111-04

1 引言

市场营销是企业获取竞争优势的重要手段之一,然而随着市场竞争的日益激烈和消费者需求的不断变化,传统的市场营销方式已经无法满足企业的需求。为了更好地适应市场变化和消费者需求,人工智能技术开始在市场营销领域发挥作用。人工智能通过挖掘消费者数据和智能化分析,可以为企业制定更具针对性和个性化的市场策略,提升营销效率和销售额。当前,全球人工智能产业正在迅速发展,并逐渐渗透各行各业,为市场营销领域带来了前所未有的机遇^[1]。然而,人工智能在市场营销领域的应用还面临着一些问题和难点,如个人信息保护、算法可靠性和完善性以及人性化应用等方面的挑战,这些问题需要逐步解决。

因此,本文旨在探讨人工智能技术在市场营销领域的应用现状和未来发展,分析人工智能对传统市场营销模式的影响和带来的机遇,同时也梳理了人工智能在市场营销领域面临的问题和挑战。通过深入研究和分析,本文将为企业更好地利用人工智能技术提升市场营销效率提供借鉴和参考,同时为人工智能的发展提供一定的思路和方向。

2 人工智能技术介绍

2.1 人工智能技术定义

人工智能是计算机领域的内容,指的是技术人员利用特定手段分析和模拟相关人员脑系统,并且根据这些内容研究出和相关人员智商水平相近的系统,其广泛应用于金

融、医疗、物流等领域,通过对非结构化数据的整理和分析,生成知识,辅助和延伸相关人员技能,从而实现高效、准确和智能的决策。人工智能技术包括机器学习、自然语言处理等方面。人工智能技术的发展与应用,对市场营销领域也产生了深远的影响。利用人工智能技术的个性化推荐和智能决策可实现更有精度、高效率 and 满足市场的诉求需求,也为商家提供了更多商机。

2.2 人工智能技术在市场营销领域的应用现状

2.2.1 人工智能在数字营销中的应用

“数字营销一直是市场营销领域的重要一环,而人工智能的应用催生了数字营销的新变革。”人工智能可以通过对消费者历史行为数据的分析,精确地投放广告至目标消费者。根据eMarketer预测,到2022年,全球数字广告支出将超过5170亿美元。其中,人工智能技术被广泛应用于优化广告投放,提高广告效果和ROI。根据Adobe数据,使用人工智能进行广告优化可以降低每次点击的成本高达25%。根据Accenture的一项研究,个性化推荐可以增加销售额的5%。同时,Evergage数据显示,个性化推荐可以提高转化率的4.5倍,增加平均订单价值的50%。人工智能可以根据历史业绩和走势,预测市场趋势。通过对大数据的分析,可以预测消费者行为,对企业的产品研发、库存管理、销售策略等有极大帮助。根据McKinsey的报告,企业使用人工智能进行营销预测和优化,可以提高销售额的10%~20%。同时,Accenture的研究发现,86%的营销专业人士认为人工智

作者简介: 肖贺耕(2003-),男,汉族,吉林长春人,市场营销专业;

黄铮(2003-),男,汉族,安徽合肥人,软件工程专业。

能将在未来五年内对其业务产生重大影响。人工智能可以对消费者行为进行实时监测,根据触发等条件自动进行针对性的营销活动。通过自动化,企业可以实现高效、精准的营销,也能最大程度地减少人工干预。人工智能可以通过消费者历史行为、兴趣爱好、社交圈子等,将消费者细分为多个群体,帮助企业针对不同消费者人群实施个性化的营销策略^[2]。

2.2.2 人工智能对个性化推荐的应用

个性化推荐是一种利用AI算法识别用户兴趣、偏好和行为,从而为其提供更加精准的产品和服务。它以提高用户满意度和忠诚度为目标,通过将合适的产品推荐给合适的用户,实现更加高效的营销效果。

数字营销借助AI技术的发展,实现了更加精细化的营销策略。例如,基于用户数据的AI算法可以分析用户的购买行为、浏览行为等,从而对用户进行更加精准的细分。根据用户的不同特点和需求,数字营销可以提供个性化的产品推荐、营销活动等,提高用户参与度和转化率。具体而言,AI个性化推荐在数字营销中的应用包括以下几点:

(1) 电商推荐系统

电商推荐系统是基于AI算法构建的一种个性化推荐系统,它根据用户的历史数据、购买行为、浏览行为等,对用户进行精准细分。根据不同用户的特点和需求,推荐系统中会生成不同的产品推荐列表。例如,用户在浏览某品牌的衣服时,推荐系统可以分析用户的购买记录和浏览记录,从而推荐与该品牌相似的其他品牌或款式,提高用户的购买意愿和转化率^[3]。

(2) 个性化广告

个性化广告是基于AI算法实现的精准广告投放,它通过分析用户的历史数据、兴趣爱好、地理位置等信息,将广告投放到与用户兴趣相关的媒体上。基于用户浏览历史和购买行为的数据分析,个性化广告可以精准地将化妆品广告投放到经常浏览美容美妆类的女性用户中,提高广告的转化率和效果。

(3) 个性化营销活动

个性化营销活动是基于AI算法实现的针对不同用户群体的营销活动,它通过分析用户的行为和需求,策划出不同的营销活动,以吸引用户的参与和提高转化率。面向年轻人的营销活动可以采用互动性强、趣味性高的方式,吸引他们参与并购买相关产品。而针对中老年人的营销活动则可以采用更加实惠、健康环保等主题,以吸引他们的关注和购买。

(4) 个性化客户服务

个性化客户服务是基于AI算法实现的针对不同用户需求的客户服务,它通过分析用户的反馈数据和需求,提供更

加个性化的服务方案,以提高用户满意度和忠诚度。针对经常反馈问题的用户,个性化客户服务可以重点关注该用户的反馈和需求,提供更加及时和有效的解决方案。面对不常反馈问题的用户,则可以通过发送邮件或短信的方式,主动询问他们的使用情况和需求,提供更加个性化的服务。

3 国内外相关研究综述

3.1 国外研究现状

BP神经网络最初的应用是在市场预测方面。Antonelli和Sadeghian(1997)提出了一个基于BP神经网络的非线性回归模型,用于预测消费者购买行为和市场反应^[4]。研究表明,BP神经网络能够有效地处理非线性问题,从而对市场预测有很高的精度和可靠性。随着互联网和数字技术的不断发展,数字营销逐渐成为营销领域的一个重要分支。越来越多的研究者开始尝试利用BP神经网络解决数字营销中的问题。其中,最具代表性的应用是目标受众的分类和识别。Doyle(2001)通过分析用户数据,利用BP神经网络将用户划分为不同的群体^[5]。此外,Bellamkonda等(2005)研究认为BP神经网络也被应用于用户行为预测,包括购买意向、忠诚度、反馈等^[6]。同时,Kohli and Mehta(2007)研究关注于数字营销策略的优化,如何根据市场需求、竞争情况等因素调整价格、促销等策略^[7]。

3.2 国内研究现状

国内对基于BP神经网络的数字营销模型构建与应用的研究起步相对较晚,但也有不少有价值的研究成果。其中,赵蓓等(2016)研究探讨了利用BP神经网络优化搜索引擎营销(SEM)的效果,研究首先通过分析SEM投放数据,利用BP神经网络对投放效果进行预测^[8]。然后,根据预测结果调整投放策略,从而优化SEM效果。张威等(2017)研究关注于基于BP神经网络的在线消费者行为预测。该研究利用BP神经网络对消费者购买行为进行预测,并分析了影响消费者购买行为的多种因素,如产品属性、价格、促销等^[9]。通过分析这些因素与消费者购买行为之间的关系,为企业制定更加精准的营销策略提供了依据。

此外,还有一些研究探讨了如何将BP神经网络与其他技术结合,以提升数字营销的效果。例如,王勇等(2018)将BP神经网络与大数据分析相结合,通过挖掘消费者数据,为企业的数字营销提供更加精准的决策支持^[10]。另外,刘蓉等(2019)探讨了如何将BP神经网络与社交媒体分析相结合,以提升企业在社交媒体上的营销效果^[11]。

4 构建组织模型

4.1 模型选择

在应用BP算法期间,要求相关人员全面认识和熟练掌

握BP算法的不足,并有能力进行改善^[12]。遗传算法是一种寻优方法,也是一种全局最优搜索方式,通过随机搜索实现其目标。面向市场营销领域,在构建人工智能分析模型时,选择应用BP网络和遗传算法组合模型,通过对其做出合理化改进,将BP网络收敛于局部最优解的缺陷问题进行弥补。此外,组合模型运作是以遗传算法作为平台进行,每代种群中的每个个体在输出适配值时,都需要对功能子模块 fitness-out()进行调用^[13-14]。

4.2 编码策略

确定BP网络 p_k, p_i, p_j 以后,组合模型的参数个数如式1所示:

$$p = p_k * (p_j + 1) + p_i * (p_k + 1) \quad (1)$$

用于组合模型表示的染色体是所有参数基因串联而成的。在本次构建的模型中,m取值为10,符号位为第一位,正值为1,负值为0,编码形式如下:

11000101 1101 1001 1010..... 0111010111
 WL_1 WL_2 WL_j

在编码形式中,L表示种群的数量,j的取值为1,2,3,4,..., p_j 。

4.3 选择适配值函数

训练网络权值的误差函数在进行定义时,如下所示:

$$E_k = \sum_j (y_{kj} - \hat{y}_{kj})^2 \quad (k=1,2,3, j=1,2,3,4,\dots, p_j) \quad (2)$$

其中, \hat{y}_{kj} 表示 y_{kj} 在前向训练期间对应输出值。在T个训练集内,总的误差可以做出如下表示:

$$E = \frac{1}{K} \sum_k E_k = \frac{1}{K} \sum_k \sum_j (y_{kj} - \hat{y}_{kj})^2 \quad (k=|T|) \quad (3)$$

在优选中,由于习惯性的选取最大适配值,可选择的适配值函数如下:

$$F(E) = 1 - E \quad (4)$$

5 模型应用实例与比较

文章选取近两年某矿产公司的产品销售量,并对其进

行样本训练,如表1所示。

本文采用介绍的算法做出组合模型BP网络误差图像,如图1所示。经过观察得知,可近似取隐含层节点数为20。

6 结语

6.1 研究总结

随着数字技术的不断发展和普及,数字营销已成为现代营销的重要组成部分。数字营销通过互联网等数字渠道,借助数字媒体和数字营销平台,以数据分析和挖掘为基础,实现精准的目标受众定位、个性化的营销策略和智能化的数据分析,从而提升营销效果和ROI。本文总结了基于BP神经网络的数字营销模型构建与应用的主要结论和贡献。首先,本文为数字营销实践提供了一种新的思路和方法,即借助BP神经网络实现更加精准的目标受众定位和个性化的营销策略制定。其次,本文发现数字营销平台的优势在于可以针对不同的受众群体提供个性化的服务和产品,同时可以借助智能化的数据分析实现精准的目标受众定位和个性化的营销策略制定。

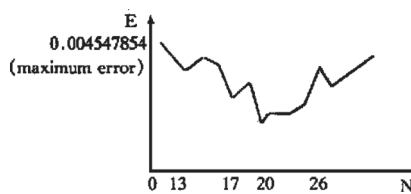


图1 BP网络误差图像

6.2 研究结果的意义

(1)提供个性化的营销解决方案:基于BP神经网络构建完成的数字营销模型,可帮助营销人员在大量数据中识别出复杂的模式和趋势。应用数字营销模型,营销人员可顺利的理解消费者的需求、偏好和行为,从而为每个人提供定制化的产品、服务和营销策略。

(2)提高营销效率和效果:数字营销模型构建的基础是BP神经网络,该网络在训练和实际操作中,有能力自动学习和优化营销策略,使营销投入更精确、更有效。此外,数字营销模型可以根据实时的市场数据和反馈,自动调整和优

表1 某矿产公司近两年产品销售表

月份	销售量	月份	销售量	月份	销售量
2019.1	362741.4 吨	2019.2	364823.4 吨	2019.3	365823.5 吨
2019.4	369422.9 吨	2019.5	370392.1 吨	2019.6	370831.6 吨
2019.7	370293.9 吨	2019.8	372382.3 吨	2019.9	371996.4 吨
2019.10	379204.5 吨	2019.11	379492.1 吨	2019.12	383020.3 吨
2020.1	382934.1 吨	2020.2	383013.9 吨	2020.3	383194.5 吨
2020.4	383318.9 吨	2020.5	383231.2 吨	2020.6	392931.1 吨
2020.7	401932.7 吨	2020.8	410209.8 吨	2020.9	412823.5 吨
2020.10	412304.4 吨	2020.11	412394.9 吨	2020.12	428321.4 吨

化营销策略,提高营销效率和效果。

(3)增强企业的竞争力:通过应用BP神经网络,企业可以更好地理解市场需求,精准地定位目标受众,提高产品和服务的竞争力。同时,BP神经网络还可以帮助企业及时发现市场变化和趋势,使企业能够快速做出反应,从而增强企业的市场竞争力。

(4)推动数字营销的发展:BP神经网络在数字营销中的应用,为数字营销注入了新的活力和动力。基于BP神经网络构建完成的数字营销模型不仅拓展了数字营销的视野和范围,还提高了数字营销的精准度和效率,进一步推动了数字营销的发展,使其成为现代营销中不可或缺的一部分。

参考文献

[1] 于椽.人工智能背景下市场营销行业现状及发展趋势研究[J].财富生活,2019(18):82-83.
[2] 郑舒曼.人工智能在市场营销领域的应用与挑战[J].信息系统工程,2022(11):80-83.
[3] 吴沁玥.论人工智能营销市场分析的战略框架[J].中国市场,2023(3):106-108.
[4] Antionelli, F., & Sadeghian, A. . Neural networks for marketing forecasting: a literature review and typology. Omega: The International Journal of Management Science, 1997,25(2): 237-248.
[5] Doyle, G. Clustering data: an overview. Library Trends,2001,49(1): 25-38.

[6] Bellamkonda, R. V., Mastorakis, N., & Anagnostopoulos, C. Using neural networks in marketing: A literature review and research agenda. Journal of the Academy of Marketing Science, 2005,33(2): 188-204.
[7] Kohli, R., & Mehta, A. Neural networks: a literature review and classification. Journal of the Decision Sciences, 2007,1(4): 277-306.
[8] 赵蓓,周英,李哲.基于神经网络优化搜索引擎营销的研究现状与展望[J].电子商务研究,2016,17(4): 273-284.
[9] 张威. 基于神经网络对在线消费者行为预测的探究: 多因素影响分析[J]. 计算机信息管理, 2017, 47(4): 1-8.
[10] 王勇. 基于神经网络与大数据分析的数字营销优化整合研究现状与展望[J]. 数字营销, 2018, 5(2): 1-8.
[11] 刘蓉. 基于神经网络的社交媒体消费者情感分析研究现状与展望[J]. 社交媒体营销, 2019, 5(4): 1-10.
[12] Davenport T,Guha A,Grewal D,et al.How artificial intelligence will change the future of marketing[J].Journal of theAcademy of Marketing Science, 2020, 48(1): 24-42.
[13] Paschen J, Kietzmann J, Kietzmann T C. Artificial intelligence (AI) and its implications for market knowledge in B2Bmarketing[J]. Journal of Business & Industrial Marketing,2019, 34(7): 1410-1419.
[14] A M H H , B R T R .A Framework for Collaborative Artificial Intelligence in Marketing[J].Journal of Retailing, 2021(12):18-19.
[15] Dumitriu D , Popescu A M .Artificial Intelligence Solutions for Digital Marketing[C]//International Conference Interdisciplinarity in Engineering,2021.

Analysis of the Application and Development Trends of Artificial Intelligence in Digital Marketing—Establishment and Application of a Digital Marketing Model Based on BP Neural Network

Xiao Hegeng, Huang Zheng

(Northeast Forestry University, Harbin, Heilongjiang 150040)

Abstract: In the context of the rapid development of information technology, all industries are facing new development opportunities. The application of artificial intelligence technology in marketing is becoming increasingly widespread, which has a positive significance in improving the work efficiency of staff members and strengthening their work abilities. This article combines literature review and empirical analysis to establish a digital marketing model based on BP neural network and explores its application. The research indicates that digitalized marketing can offer personalized services and products tailored to different audience groups. Furthermore, it can utilize intelligent data analysis to achieve precise targeting of target audiences and the formulation of personalized marketing strategies. Finally, the paper elaborates on the significance and contribution of the BP combination model, which holds certain guiding significance for the further development of the digital marketing field.

Keywords: Artificial Intelligence; Digital Marketing; Algorithm Model; Information Technology; Marketing; Digitization

我国对外贸易中的品牌营销现状及对策研究

张玮玮

(商丘学院应用科技学院 河南开封 475000)

摘要: 随着全球经济一体化的不断深入,我国对外贸易发展迅速,品牌营销作为提升企业竞争力的重要手段,一直受到广泛关注。随着对外贸易中市场竞争的加剧,企业在品牌营销方面也面临着巨大压力,为了应对激烈的市场竞争,企业需要积极提升品牌形象和市场竞争能力。本文通过分析我国对外贸易中品牌营销的现状指出存在的问题并提出相应对策,旨在为我国对外贸易品牌营销的发展提供参考。

关键词: 对外贸易;品牌形象;品牌营销;全球经济一体化;企业竞争力;品牌建设

本文索引: 张玮玮.我国对外贸易中的品牌营销现状及对策研究[J].中国商论,2024(05):115-118.

中图分类号: F752

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-115-04

在经济全球化大背景下,我国对外贸易取得了显著成绩。然而,品牌营销作为对外贸易中的关键一环,我国仍有很大的提升空间。如今,随着企业国际化的需求不断增加,许多企业开始重视品牌营销,通过提升品牌形象和知名度以提高在国际市场的竞争力。所以,为了更好地参与国际竞争,提高我国对外贸易的品牌营销水平成为当务之急。本文将从现状、问题和对策三个方面对我国对外贸易中品牌营销进行探讨。

1 我国对外贸易中品牌营销的现状

1.1 品牌营销意识逐渐增强

随着市场竞争的加剧,越来越多的企业认识到品牌营销的重要性,开始重视品牌建设,以提升企业在国际市场中的竞争力。

1.1.1 品牌营销意识逐渐增强的表现

在我国对外贸易中,市场竞争日益加剧,越来越多的企业认识到品牌营销的重要性,并开始重视品牌建设,以提高企业在国际市场中的竞争力。这主要表现在以下几个方面:(1)重视品牌定位:越来越多的企业在对外贸易过程中,重视品牌定位的重要性,通过明确品牌定位,提升品牌在目标市场的知名度和影响力。(2)增加品牌投入:随着品牌营销意识的逐渐增强,许多企业开始加大对品牌建设的投入,包括人才、资金和技术的投入,以提升品牌形象和市场竞争能力。(3)创新品牌营销策略:在对外贸易中,越来越多的企业开始摒弃传统的品牌营销观念,积极创新品牌营销策略,运用现代营销手段,如数字营销、社交媒体营销等,以满足多样化的市场需求。(4)强化品牌保护意识:随着品牌营销意识的逐渐增强,许多企业开始重视品牌保护,通过注册商标、申请专利等手段,保护自己的知识产权,避免品牌形象受损。

1.1.2 品牌营销意识逐渐增强的原因

(1)市场竞争加剧:随着市场竞争的加剧,企业需要通过提升品牌知名度和美誉度来应对激烈的市场竞争。(2)消费者需求变化:随着消费者需求的不断变化,企业需要不断调整自己的品牌策略,以满足消费者的需求,提升消费者的品牌忠诚度。(3)国家政策支持:我国政府高度重视品牌建设,通过出台一系列政策,鼓励和支持企业加强品牌建设,提升国际市场竞争能力。(4)企业国际化需求:随着企业国际化需求的不断增加,许多企业开始重视品牌营销,并通过提升品牌形象和知名度,提高在国际市场中的竞争力。

1.2 品牌建设投入不断加大

1.2.1 品牌建设投入不断加大的表现

(1)增加研发投入:许多企业开始加大对研发的投入,开发具有自主知识产权的产品和技术,以提升产品质量和竞争力。(2)提升产品质量:企业通过提高产品质量,提升消费者的购买满意度,增加品牌忠诚度,从而提升品牌知名度和美誉度。(3)加强品牌宣传:企业通过加强品牌宣传,扩大品牌影响力,提高品牌知名度,为产品进入国际市场奠定基础。(4)创新营销策略:一些企业开始摒弃传统的营销观念,积极创新营销策略,如运用数字营销、社交媒体营销等现代营销手段,提升品牌知名度和美誉度。

1.2.2 品牌建设投入不断加大的原因

品牌建设投入不断加大与品牌营销意识逐渐增强属于同一类原因,均是由于市场竞争加剧、消费者需求变化、国家政策支持、企业国际化需求等因素引起。

1.3 品牌营销渠道日益多元

1.3.1 品牌营销渠道日益多元的表现

在我国对外贸易中,互联网和社交媒体的快速发展,越来越多的企业开始尝试利用这些新兴渠道进行品牌营

作者简介: 张玮玮(1994),女,汉族,河南焦作人,助教,硕士研究生,研究方向:国际经济与贸易。

销,以适应国际市场的变化。这主要表现在以下几个方面:(1)利用互联网平台:许多企业开始通过电子商务平台、企业官网等互联网渠道,开展线上营销活动,拓宽销售渠道,提升品牌知名度。(2)社交媒体营销:企业通过运用社交媒体平台(如Facebook、Instagram、Twitter等)进行品牌宣传,与消费者建立互动关系,提高品牌美誉度。(3)内容营销:企业通过撰写高质量的博客文章、视频、电子书等原创内容,吸引目标消费者,提升品牌影响力。(4)短视频营销:企业通过短视频平台(如TikTok、YouTube等)发布有趣、有价值的短视频,吸引消费者关注,扩大品牌传播范围。(5)跨界合作:企业通过与其他行业的企业、意见领袖、KOL等进行跨界合作,借助对方的资源和影响力,提升品牌曝光度。

1.3.2 品牌营销渠道日益多元的原因

(1)互联网和社交媒体的普及:随着互联网和社交媒体的普及,企业可以利用这些新兴渠道,更便捷地进行品牌营销,降低营销成本。(2)消费者行为变化:随着消费者行为的改变,越来越多的人倾向于通过互联网和社交媒体了解品牌 and 产品信息,企业需要调整营销策略,以适应此变化。(3)营销效果追踪便捷:新兴渠道提供了丰富的数据和分析工具,企业可以更方便地追踪营销效果,优化营销策略。(4)提高品牌国际知名度:通过互联网和社交媒体进行品牌营销,有助于提高品牌的国际知名度,拓展国际市场。

2 我国对外贸易中品牌营销存在的问题

2.1 品牌营销策略不成熟

2.1.1 品牌营销策略不成熟的表现

(1)缺乏明确的定位:一些企业在品牌营销过程中,没有明确品牌定位,导致品牌形象模糊,难以在目标市场和消费者群体中形成独特认知。(2)营销策略过于单一:部分企业在品牌营销过程中,过于依赖传统的营销手段,如广告、促销等,缺乏针对性和创新性,难以满足多样化的市场需求。(3)缺乏有效的市场调研:一些企业在品牌营销过程中,缺乏对目标市场的深入调研和分析,导致营销策略与市场需求脱节,无法有效提升品牌知名度和影响力。(4)品牌建设与传播不协调:部分企业在品牌营销过程中,品牌建设与传播缺乏协调,导致品牌形象不一致,难以形成统一的品牌认知。

2.1.2 品牌营销策略不成熟的原因

(1)品牌营销观念落后:一些企业对品牌营销的理解仍然停留在传统观念上,缺乏现代品牌营销理念,导致品牌营销策略不够成熟。(2)缺乏专业的品牌营销团队:部分企业在品牌营销过程中,缺乏专业的品牌营销团队,导致品牌营销策略的制定和执行不到位。(3)资源投入不足:一些企业在品牌营销过程中,资源投入不足,导致品牌营销策略无法有效实施,影响品牌营销效果。

2.2 品牌建设与市场需求脱节

2.2.1 品牌建设与市场需求脱节的表现

(1)忽视消费者需求:一些企业在品牌建设过程中,未能充分了解和把握国际市场消费者的需求特点和变化趋势,导致品牌形象与市场需求脱节。(2)品牌定位不准确:部分企业在品牌定位时过于追求高端、大气等形象,而未能结合自身优势和市场需求进行准确定位,使品牌形象与目标消费者群体不匹配。(3)产品创新不足:一些企业在品牌建设过程中,过于关注品牌形象的提升,而忽视了产品的创新和优化,导致品牌形象与市场需求脱节。

2.2.2 品牌建设与市场需求脱节的原因

(1)对品牌建设的误解:部分企业对品牌建设的理解过于片面,认为品牌形象就是一切,而忽视了品牌形象应该建立在市场需求基础上的事实。(2)缺乏市场调研:企业在品牌建设过程中,缺乏对国际市场的深入调研和分析,导致对市场需求了解不足,从而使品牌建设与市场需求脱节。(3)企业战略短视:一些企业在品牌建设过程中,过于关注短期利益,忽视了长期发展,导致品牌建设与市场需求脱节。

2.3 品牌保护意识薄弱

2.3.1 品牌保护意识薄弱的表现

许多企业在品牌营销过程中,确实存在忽视知识产权保护的现象。这主要表现在以下几方面:(1)缺乏知识产权保护意识:一些企业对知识产权保护的重要性认识不足,认为品牌营销只要关注产品推广和销售就可以,而忽视了知识产权保护在品牌建设中的重要作用。(2)知识产权保护能力不足:部分企业在知识产权保护方面缺乏专业知识和技能,对于如何保护自己的知识产权无从下手,导致品牌形象受损。(3)忽视知识产权侵权风险:一些企业在品牌营销过程中,未能充分了解和评估国际市场中的知识产权保护法规,忽视了知识产权侵权的风险,从而给企业带来损失。

2.3.2 品牌保护意识薄弱的原因

(1)缺乏知识产权保护的制度环境:虽然我国已经建立了较为完善的知识产权保护法律体系,但在实际执行过程中,仍有不少企业因为缺乏制度环境的支持,难以有效维护自己的知识产权。(2)企业对知识产权保护的投入不足:知识产权保护需要投入大量的人力、物力和财力,一些企业由于对知识产权保护的重要性认识不足,导致在知识产权保护方面的投入不足。(3)知识产权保护的专业人才短缺:知识产权保护涉及多个领域,需要具备专业知识和技能的人才。然而,目前我国企业在知识产权保护方面的人才储备不足,影响了企业在品牌营销过程中的知识产权保护水平。

3 我国对外贸易中品牌营销的对策

3.1 加强品牌营销策略研究

3.1.1 加强品牌营销策略研究的重要性

在对外贸易中,品牌营销策略是企业在国际市场上树

立品牌形象、提高品牌知名度和影响力的关键。加强品牌营销策略研究,有助于企业更好地把握市场机遇,应对竞争挑战,从而实现可持续发展。

3.1.2 分析目标市场和消费者需求

企业应充分了解国际市场的需求特点和消费者行为,为制定品牌营销策略提供依据。这需要企业对市场进行细分,针对不同消费者群体,分析其需求特点、购买行为和消费习惯。例如,针对年轻消费者,企业可以关注其对时尚、个性化的追求,从而制定相应的品牌营销策略。

3.1.3 结合企业自身特点制定品牌营销策略

在制定品牌营销策略时,企业应充分考虑自身的优势和特点,如产品特点、企业文化、核心竞争力等,从而在国际市场上形成独特的品牌形象。例如,一家以高品质和创新为核心竞争力的企业,可以在品牌营销中强调产品的品质和独特的设计理念,吸引消费者的关注。

3.1.4 创新品牌营销手段

随着科技的发展和消费者行为的变化,企业应不断创新品牌营销手段,以提高品牌营销效果。这包括利用数字营销、社交媒体、大数据等技术手段,进行精准营销、互动营销等。例如,企业可以通过社交媒体平台与消费者进行实时互动,了解消费者需求,提升品牌形象。

3.1.5 学习借鉴国际品牌营销经验

在全球化背景下,企业可以借鉴国际品牌营销的成功经验,为自身品牌营销策略提供启示。例如,可以学习跨国公司如何进行市场细分、定位和差异化营销,以及如何利用全球资源进行品牌推广。通过学习借鉴,企业可以提升自身品牌营销水平,更好地应对国际市场竞争。

3.1.6 持续优化品牌营销策略

品牌营销策略不是一成不变的,企业应根据市场环境和竞争态势的变化,不断优化调整品牌营销策略。这需要企业对市场进行持续的跟踪和分析,以及对品牌营销效果进行评估和反馈。例如,企业可以定期进行市场调研,了解消费者对品牌的认知和满意度,从而及时发现问题,调整策略。

3.2 提高品牌建设的市场导向

企业应充分了解市场需求,以市场为导向进行品牌建设,提高品牌的市场竞争力。在当今全球化的市场环境中,品牌营销已成为企业核心竞争力的重要组成部分。对于我国企业来说,如何提高品牌建设的市场导向,从而在激烈的国际竞争中脱颖而出,已经成为亟待解决的问题。

3.2.1 深入研究市场需求

为了提高品牌建设的市场导向,企业首先需要深入研究市场需求。这包括对消费者需求的了解、对竞争对手的分析以及对市场趋势的预测等。企业可以通过市场调研、消费者访谈、大数据分析等手段,全面掌握目标市场的需求特点和变化趋势,为品牌建设提供有力支持。

3.2.2 以市场为导向进行产品创新

产品是品牌的核心载体,产品创新对于品牌建设至关重要。企业应以市场为导向,根据市场需求进行产品创新,以满足消费者不断变化的需求。例如,在电子产品市场,随着消费者对手机拍照功能的需求不断提升,许多手机厂商纷纷加大摄像头研发投入,提升手机拍照性能,从而赢得了消费者的青睐。

3.2.3 以市场为导向进行品牌传播

品牌传播是品牌建设的重要组成部分。企业应根据市场需求,制定有效的品牌传播策略,将品牌信息传递给目标消费者。这需要企业充分了解消费者的媒体使用习惯、信息接收方式等,从而选择合适的传播渠道和方式。例如,针对年轻消费者,企业可以利用社交媒体、短视频等平台进行品牌传播,以提高品牌在年轻人群中的知名度。

3.2.4 以市场为导向进行品牌定位

品牌定位是品牌建设的基础。企业应根据市场需求,明确品牌定位,使品牌在消费者心中树立独特、鲜明的形象。这需要企业对市场进行细分,针对不同消费者群体,提供差异化的产品和服务。例如,在汽车市场,有的品牌定位为豪华、尊贵,有的品牌定位为经济、实用,企业应根据市场需求,选择合适的市场定位。

3.2.5 借鉴国际品牌建设经验

国际品牌在品牌建设方面有许多值得我国企业借鉴的经验。企业可以学习跨国公司如何根据市场需求进行品牌建设,以及如何在全球范围内进行品牌传播和定位。通过借鉴国际经验,企业可以提高自身品牌建设的市场导向,增强品牌的国际竞争力。

3.2.6 加强品牌建设 with 对外贸易的结合

对外贸易是推动我国经济发展的重要引擎,企业应加强品牌建设与对外贸易的结合,提高品牌在国际市场中的竞争力。企业可以通过参加国际展览、对外投资、跨境电子商务等途径,拓展国际市场,推动品牌全球化。

总之,通过以上六个方面的努力,我国企业可以提高品牌建设的市场导向,为我国对外贸易中品牌营销的发展提供有力支持。

3.3 加强品牌保护

企业应提高知识产权保护意识,积极申请商标、专利等知识产权保护,维护品牌形象。随着全球经济一体化的不断深入,我国对外贸易发展迅速,品牌营销作为提升企业竞争力的重要手段,日益受到关注。然而,面对激烈的国际市场竞争,我国企业在品牌营销方面还存在一些问题和不足。为了更好地参与国际竞争,提高我国对外贸易的品牌营销水平,本文从加强品牌保护的角度,提出以下几点对策。

3.3.1 加强品牌保护的重要性

品牌保护是指企业通过法律手段和策略对自身品牌进行保护,以防止他人侵犯和损害品牌形象。加强品牌保护对

于提升企业竞争力具有重要意义,不仅可以保护企业市场份额,维护企业利益,还可以提高消费者对品牌的信任度和忠诚度。

3.3.2 提高知识产权保护意识

知识产权保护是品牌保护的核心内容,包括商标、专利、著作权等多个方面。在我国对外贸易中,企业应提高知识产权保护意识,充分了解和掌握知识产权法律法规,以保护自身品牌的合法权益。

3.3.3 积极申请商标、专利等知识产权保护

为了加强品牌保护,企业应积极申请商标、专利等知识产权保护。以商标为例,企业应尽早申请注册自己的商标,以便在市场上树立品牌形象,防止他人在同类商品或服务上使用相似的商标,造成消费者混淆。此外,企业还应关注国际市场对商标的保护要求,如在国际贸易中,企业可以考虑申请马德里体系下的国际注册商标,以保护品牌在全球范围内的合法权益。

3.3.4 加强知识产权管理和维护

企业应建立健全知识产权管理制度,对知识产权进行有效管理和维护。这包括定期对企业的知识产权进行审查、评估和维护,确保知识产权的有效性和合法性。同时,企业还应密切关注市场动态,一旦发现侵犯自身知识产权的行为,应立即采取法律手段予以制止,维护自身品牌形象。

3.3.5 提升知识产权保护意识

为加强品牌保护,企业应提高知识产权保护意识,将其纳入企业整体发展战略。企业可以通过举办培训、讲座等形式,提高员工对知识产权的认识和重视程度。此外,企业还可以与政府、行业协会等相关部门加强合作,共同推动知识产权保护工作,为品牌营销创造一个良好的市场环境。

3.3.6 借鉴国际先进经验

企业可以借鉴国际先进经验,加强品牌保护。例如,可以学习跨国公司在知识产权保护方面的成功做法,如制定完善的知识产权保护策略、建立专业的知识产权保护团队等。通过学习借鉴,企业可以提升自身品牌保护水平,更好地应对国际市场竞争。

综上,企业可以加强品牌保护,为我国对外贸易中品牌营销的发展提供有力支持。

4 结语

品牌营销是我国对外贸易中不可或缺的一环。在当前全球经济一体化背景下,我国企业面临着激烈的国际市场竞争。为在竞争中立于不败之地,我国企业必须重视品牌营销,制定有效的品牌营销策略。然而,我国企业在品牌营销方面还存在一些问题和不足,如品牌建设投入不足、品牌营销渠道单一、品牌保护意识薄弱等。本文通过分析我国对外贸易中品牌营销的现状和问题,提出了加强品牌营销策略研究、提高品牌建设的市场导向和加强品牌保护等对策。希望这些对策能为我国对外贸易品牌营销的发展提供参考,助力我国企业国际市场上取得更好的成绩。

参考文献

- [1] 葛继,宏叶森.我国对外文化贸易发展研究:现状、问题与对策[J].浙江社会科学,2022(12):93-99.
- [2] 古柳.“一带一路”背景下中小企业对外贸易发展的困境及对策探析[J].中国商论,2023(13):52-55.
- [3] 杨高第,张俊彪,梁志会.我国食用菌对外贸易的现状、问题与对策:以对日出口贸易为例[J].食药菌,2021(18):46-47.
- [4] 王涛.中小企业竞争优势与国际营销战略选择[J].老字号品牌营销,2022(24):3.
- [5] 陈萍.新形势下河南对外贸易发展的现状分析与对策研究[J].郑州轻工业大学学报:社会科学版,2021,22(5):7.

Research on the Current Status and Strategies of Brand Marketing in China's Foreign Trade

Zhang Weiwei

(Applied Science and Technology College, Shangqiu University, Kaifeng, Henan 475000)

Abstract: With the continuous deepening of global economic integration, China's foreign trade has developed rapidly. Brand marketing, as an important means to enhance corporate competitiveness, has always received widespread attention. As market competition intensifies in foreign trade, enterprises are facing immense pressure in brand marketing. To cope with the fierce market competition, enterprises need to actively enhance their brand image and market competitiveness. Therefore, this article seeks to explore the existing problems and make strategic responses through analyzing the current situation of brand marketing in China's foreign trade, aiming to provide reference for the development of brand marketing in China's foreign trade.

Keywords: Foreign Trade; Brand Image; Brand Marketing; Global Economic Integration; Enterprise Competitive Edges; Brand Building

中国数字经济时代的税收挑战、影响及策略研究

朱奕学

(盐城师范学院商学院 江苏盐城 224007)

摘要: 随着科技革命和产业进步,数字经济迅速发展,成为继农业经济和工业经济之后的一种新的经济形态,数字经济为经济发展提供了强大动力。数字经济的快速发展,使得传统的税制不再适用于新的经济形态,应对经济数字化,积极建立适合数字经济发展的税收制度,已成为当今社会必须面临的挑战。本文立足于国际上面对数字经济带来的税收挑战和现有问题,从税收制度、税收能力和国际税收合作三个方面完善适合数字经济的税收体系,并提出相应的策略建议,以供参考。

关键词: 数字经济; 税收制度; 税收征管; 国际税收; 产业变革; 税收能力

本文索引: 朱奕学.中国数字经济时代的税收挑战、影响及策略研究[J].中国商论,2024(05):119-122.

中图分类号: F752; F810.42

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-119-04

我国数字经济发展进入快车道,数字经济规模已达50.2万亿元,数字经济占GDP比重超过30%,位居世界第二。中国在数字经济中位居世界第二的税制受到数字经济的影响,国际数字经济税制的变化直接关系到中国的战略利益。数字经济的快速发展从根本上改变了人类的生产生活方式,包括税收体系带来了巨大的冲击和挑战。为了迎接数字经济的挑战,实现参与数字公司利润分配而不是经济活动和价值创造的目标,经合组织等国际组织和一些国家做出了巨大努力。

1 数字经济概述

1.1 定义

数字经济是基于数字计算技术的经济,商业是通过基于互联网和万维网的市场进行的。数字经济是互联网经济和新经济,也称为网络经济。数字经济与传统经济日益交织,难以区分。信息和通信技术(ICT)在所有商业领域的传播为数字经济的发展奠定了基础,从而提高了生产力。经济的数字化正在改变企业的结构、消费者获取服务、信息的方式和货物,以及国家传统的监管手段。

1.2 数字经济的特点

1.2.1 流动性

(1)无形资产的流动性。无形资产的开发和使用是数字经济的关键特征。2000年初期,无形资产(例如:品牌、设计、技术等)。跨国数字公司正在使用各种专利许可、成本贡献安排(CCA)、关联交易转让定价等无形资产转让定价工具,将资产及相关权益转让给位于低税率或非应税地区的联营实体,并同意在没有实际业务活动的情况下承担关联实体的所有风险。

(2)业务功能的移动性。信息和通信技术(ICT)的进步大大降低了组织和协调复杂的活动成本。非居民企业通过在其销售站点内建立一个虚拟销售空间来销售数字化产品或服务,该虚拟销售空间由连接到互联网的服务器上的数据和软件组成,通常为其核心业务功能服务的数字媒体。因此,它们能够扩大进入国外市场的机会,并在全球范围内提供商品和服务。

1.2.2 对数据的依赖

数字经济依赖于收集个人数据。1995年,欧盟数据保护指令(数据保护指令或指令95/46/CE,第2条)将数据定义为“与自然人相关的任何信息,可通过社会安全号码或特定信息识别”。当时,该法规应运而生,以应对整合欧洲市场的需要实现更有效的数据流动,促进了单一数字市场的形成。

(1)网络效应。这种新的经济模式基于“网络效应”。当产品或服务对用户价值随着使用相同产品或服务不同用户的数量呈指数增长时,就会出现这种情况。例如,使用手机的人越多,对每个手机用户的价值就越大。数字经济具有网络效应,随着数字企业的发展,它们加剧了竞争,容易形成数字公司主导市场和生产的状态,这被称为数字垄断或寡头垄断。

(2)多方市场。数字市场是一个多面的市场。多面市场是通过两组(或者多组)交易平台,使得终端用户之间形成互动,通过适当的定价,使市场的每一端都可以参与,提供技术、产品或价值的服务。许多平台具有双面或多面,数字平台将消费者、供应商和参与者作为媒介连接起来发生各

基金项目: 本文系2023年度江苏省高校哲学社会科学研究项目“数字技术创新对江苏制造业高质量发展的影响因素及提升策略研究”(2023SJYB2005)的阶段性研究成果。

作者简介: 朱奕学(1984-),女,汉族,辽宁辽阳人,讲师,博士研究生,研究方向:数字经济、企业管理、电子商务。

种互动,使市场的结构成为产生网络效应的驱动力。

1.2.3 数字税

数字税,或称数字服务税,是政府对数字服务公司在社交平台、网络广告、搜索引擎、电子商务和移动支付等领域的商业活动征收的税种^[1]。数字经济时代不断发展,以数据为核心生产要素的数字经济时代正在来临。新的商业模式不断出现,交易方式日趋复杂多样。在税收征管范围从线下向线上拓展的同时,传统税收制度也面临困境。

为解决这一问题,经济合作与发展组织(OECD)一直在与130多个国家谈判建立国际税收制度。目前的提议是跨国公司在消费者或雇主所在的地方缴纳所得税。据经合组织称,该协议预计将于2024年达成。然而,尽管进行了一些多边谈判,部分国家还是决定采取单边措施进行数字经济征税。大约一半的欧洲经合组织国家已经宣布提议或引入了数字服务税(DST)。该税是对大型数字公司的总收入征收的税种,美国为此作出回应,因为它将直接影响美国公司,被认为具有一定的歧视性。欧洲国家提议或实施的命令时显示出显著的结构差异。

中国作为数字经济第一大国,继美国之后不可避免地受到欧盟数字税的影响,成为数字服务税的重要参与者。目前,中国尚未准备好对数字服务征税。中国数字贸易的发展与欧美不同,对数字服务的准入较为严格。例如,在最重要的云服务中,中国市场禁止外资。根据《华尔街日报》报道,包括印度、墨西哥和智利在内的几个国家以及欧洲也在考虑对科技公司征收数字税,随着经济活动在线化而增加数字服务的税收。

数据具有经济价值,因为它可以解决供需之间的不对称信息。在编制个人数据时,平台会收集喜好,以便通过企业广告定位消费者。通过对个人偏好进行分类和优先排序,算法可以更好地预测消费者行为。

2 中国数字经济时代的现行税制面临的挑战

数字经济给经济社会发展带来了诸多变化,促进了以消费者为导向的供应链“C2M(Customer to Manufacturer)”的发展,通过连接消费者与制造商,不断增加用户对企业生产经营的参与度,用户成为新价值创造的主体。数字技术和无形资产的使用使企业能够在不同国家和地区开展业务,而无需依赖物理位置。企业提供区域或跨境产品和服务的能力显著提高。数字经济与传统经济的融合正在创造新的商业模式,并从根本上改变商业模式。

数字经济给以传统经济为基础的现行税收制度带来了诸多冲击和挑战。由于确定现行税制基本要素的规则是为传统经济准备的,数字经济的到来正在影响现行税制若干基本要素的适用性。数字经济对税收制度的影响主要体现在纳税人、征税主体、纳税地三个方面。

2.1 纳税人监管方面

在数字经济领域,随着商业经营门槛的大幅降低和个体企业家从事数字经济活动,数字经济的经营主体较传统经济更为分散。此外,数字经济交易活动的虚拟性使税务当局很难获取个体经营者交易的数据,无法对从事数字经济的个体工商户进行适当的监管和征税。2018年8月31日颁布的《中国电子商务法》规定,“电子商务企业经营者应当依法履行纳税义务,并依法享有税收优惠”,据该规定电子商务经营者无需登记为市场法人,必须在首次纳税义务发生后,按照税收征管法和行政法规的规定进行登记并报税。但是,对于不需要工商登记的电商企业来说,数字经济中的纳税人仍然难以确定和监管,因此,出现了如何办理税务登记、在哪里进行登记、如何报税等问题。

2.2 征税主体方面

数字经济覆盖了商业领域,税收难以进行准确的评估。借助互联网技术,数字化企业可以克服业务范围和地域限制,模糊业务边界,挑战合理确定和计量应税对象。数字经济领域有很多新兴产业涉及互联网经济和传统产业的融合,目前的税收标准很难适用于数字经济中的新业态^[2]。

2.3 纳税地方面

数字化经济使供应和需求之间的距离更远,因为要找到缴税的地方是非常困难的。目前的税收制度,是根据税务机关的征税地划分税务机关的,它包括纳税人的注册地、居住地和所在地。在传统的经济模式下,各营业地都会在各地开展分店,这极大地确保了进地税、销售地和消费地的一致性。但是,在数字经济中,通过互联网、电子支付、物流等手段,企业可以不设分行,直接面向不同区域、不同国家的用户进行产品或服务的销售。买卖与消费这两个区域是分开的,因此,若不能像传统贸易那样精确地判断出纳税责任发生的位置,那么,就不可能有一个合理的税务管辖范围,尤其是对于跨境数字贸易,现有的国际税务准则大多是建立在常设机构的基础上,但数字化企业依赖互联网等数字技术,而非依赖传统实体机构提供产品和服务^[3]。

3 对经济和社会的影响

我国的财政收入主要来自税收收入,是经济调控的重要杠杆,对促进经济发展和维护社会稳定发挥着重要作用。它从某种程度上对税收增加财政收入和调节经济活动起到了阻碍作用,最终导致经济增长和收入分配出现各种问题,对我国的可持续发展产生负面影响。

3.1 对经济增长的影响

一方面,不符合数字经济发展的税制体系会扭曲市场机制,影响其有效性。征税中立性是指必须遵守的一项基本原则,在不扭曲市场机制作用的前提下,在不同经营活动之

间保持税收中性。数字经济对当前税收体系具有一定的冲击和挑战性,很难在不同的经济类型、商业模式和市场参与者之间保持中立,影响了以市场机制在发展经济中资源配置上的决定性作用,不仅对经济的长期健康发展产生不良影响,还阻碍了市场经济的平稳运行。

另一方面,数字经济对税制体系的冲击会导致政府损失大量税收,甚至破坏税制的可持续发展。它将影响政府提供公共服务和改善经济发展环境的能力,间接削弱经济增长的潜力。

利润转移和避税问题逐渐突出。税收是财政收入的最重要来源,税收流失将影响政府对基础设施建设和公共服务提供的投入,降低国民经济的调整能力,对经济持续健康发展产生负面影响。

3.2 对社会的影响

(1)国家间税收分配存在公平问题。现行国际税收制度划分税收管辖区,根据跨国公司的常设机构确定其收入来源,不考虑国与国之间的税收,因为该国不享有与用户创造的价值相称的税收管辖权和税收。但是,按照现行以常设机构为基础的税收制度,这些企业在营业地缴纳的税款较少,给国家造成了很大的损失。中国地方税收存在不合理现象,数字经济正在加速经济活动的远程化和虚拟化,允许数字公司在本地销售商品或提供服务,而无需设立分支机构。根据现行纳税地确定规则,数字经济活动税收收入与消费地分开,集中在管理所在地。我国的数字企业主要分布在北京、上海、杭州、深圳、广州等经济发达的东部地区,其占比上市公司的66.6%。电子商务零售商也集中在这些区域内,2023年的网络零售额占全国83.6%,但是,部分北京、上海、广州和深圳的数字消费人员占总数的12%,其他地方占88%。从目前的税收情况来看,数字经济活动产生的增值税、公司税等相关税收也主要支付给发达地区,这是欠发达地区税收分配的劣势,也就意味着不平衡地区发展形势的严重性等问题。

(2)数字经济与传统产业的税收负担不成比例。现行税制不适应数字经济发展,导致纳税人确定、征税对象认定困难。因此,数字企业利用税制的弊端进行避税,数字经济的税负相比传统产业要低。根据欧盟委员会(EC)的评估结果,数字活动的有效税率只有9.5%,传统商业模式则为23.2%,超过数字活动的2倍。数字经济作为经济增长的新动力,通过给予适当的税收优惠来发展数字经济是合理的,但因税漏洞而避税是不可取的,这将导致数字经济与传统产业税收负担的不均衡。

(3)国内外企业的税收负担是不公平的。由于外国公司在中国没有设立常设机构,按照现行税制,在依靠互联网技术向国内消费者销售无形商品和提供服务时,买方作为增值税扣缴义务人。但在B2C或C2C交易模式中,当买方为个人时,个人履行代扣代缴手续存在制度障碍,个人消费者缺

乏代扣代缴的主动性^[4]。这种情况对于该地区的商品或服务卖家来说是不公平的,因为个人消费者在中国购买商品或服务时有义务缴纳增值税,而在国外购买相同商品或服务时无需缴纳增值税,这使他们在市场竞争中处于劣势地位。

(4)数字经济和传统产业工人的税收负担不均衡。数字经济领域的个体工商户具有保密性和虚拟性的特点,而在数字经济中,由于个体经营者工商登记制度的不完善,个体经营者与税制相分离,可以规避纳税义务。对于从事传统交易的个体经营者,工商登记制度比较完善,个体经营者需要按照相关制度进行工商登记和纳税。

4 数字经济税收的建议策略

数字经济的发展对现行税收制度产生了重大影响,带来了各种社会经济问题。此外,国际上对数字经济的单边征税趋势正在加速推进,预计这将对数字经济的发展产生负面影响。作为数字经济强国,数字经济的税收问题在中国已经得到了一定程度的揭示。国际税收体系的调整也将对中国数字经济的发展产生重大影响。因此,中国应加快国内和国外的双循环,形成更加科学、合理、可持续的税收制度,促进数字经济和国民经济健康发展,防止我国税收权利受到侵蚀。

4.1 完善相关税收制度

一是制定《Nexus税法》,建立公平合理的数字公司税收制度。在数字经济中,需要建立非居民企业“常设机构”的认定标准,并根据营业收入、用户规模等指标寻求建立新的关联税法。对于在中国没有常设机构的非居民企业,根据Nexus税法确定征税权,实现对数字企业的合法征税,可以促进境内外企业公平征税^[5]。在数字经济中,寻求建立适用于居民公司的新关联税法,并对在每个地区开展业务的数字公司征税。

二是通过补充相关税目化解现行税制和数字经济的挑战。通过跨国公司在公司税中的收入转移,为税基侵蚀和利润转移(BEPS)做好准备,防止跨国数字公司将利润转移到免税或低税国家。建立对国际贸易中销售的数字服务和产品的增值税(VAT)管辖,使用一般定义和正面清单明确数字产品和服务的范围,并遵循目的地原则按照规定建立跨境数字增值税管辖规则调整个人所得税制度,通过将营业收入纳入全球收入,进一步扩大全球所得税范围,增强个人所得税的公平性。

三是如果明确区域间征税权是固定的,按照目的地原则征税,则可以授予消费地和价值创造地政府对应的征税权。按照消费地征税原则,建立增值税和流转税制度。通过将增值税和消费税改为零售环节征收的销售税,目的是更好地践行地方消费税原则,促进区域间税权公平^[5]。创新企业税权分配机制,推动建立利润在经济活动发生地、价值创造地征税的税收制度。

4.2 提高税收征管能力

一是要构建健全的税收登记体系,以便于对数字经济下的纳税人进行身份识别与监管。通过对境外数码商品及服务提供商的税收登记规则的研究,实现对中国提供数码产品及服务的境外企业的税务登记,使其能更准确、更有效地对其进行识别与监督。

二是要加快推进数字经济的数字化进程,加强对税收的管理。税务机关应加快研发具有自动缴纳税款、准确识别用户信息的税务软件,并鼓励数字化企业采用自动纳税软件。以大数据、区块链等为基础,建立更加有效的税收征管平台,并将新一代信息技术引入税收信息的收集、传输和分析中。各地税务部门应打通信息屏障,促进税收信息的互联互通,提高数字经济下的税收征管水平与效率。

三是要加强数字化平台的税收征管功能,对《网络交易监督管理办法》的执行情况进行监督,对平台上经营者进行信息收集、核实和登记,并对其进行必要的信息收集、核实和登记,以及纳税告知、税务教育等。在此基础上,充分发挥平台的作用,构建多元协同管理的税务治理框架,促进数字经济环境下的税收征管效率。

4.3 加强国际税务合作

一是积极参与数字经济国际税收协定的制定,在数字经济税收制度的制定中增加发言权。中国持续研究数字经济税收制度,积极参与以经合组织等国际组织为主导的数字经济国际税收协定的制定,为全球数字经济持续健康发展和世界经济稳定作出贡献。国际贸易秩序,要通过提出更加公平的税收方案,促进形成更加公平的国际税收环境。

二是加强数字经济税收征管国际合作,提高我国数字经济税收征管效率。借助国际合作平台,如“一带一路”、区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)的谈判,促进相关国家缔

结税收协定的签署,加强国际税务合作、信息交流及协商制度的完善。中国税务部门要对进入海外市场的中国数字企业进行税务指导,管控在海外扩张过程中出现的税务纠纷,保护中国企业的权益,减轻海外扩张的税收负担。

5 结语

综上所述,数字经济的快速发展使传统的税制不再适用于新的经济形态数字经济。应对经济数字化,积极建立适合数字经济发展的税收制度,已成为当今社会必须面对和解决的问题。基于国际应对数字经济带来的税收挑战和中国存在的问题,文章从税收制度、税收征管能力、国际税收合作三个方面对适合数字经济的税收制度进行了补充,并提出中国税收政策的对策建议。中国已经采取了一些措施来应对数字经济的税收挑战,但总体而言,与数字经济相适应的税收制度的建立仍处于起步阶段,数字经济税收政策的不完善,这迫切需要进一步调整和补充。例如,针对数字经济的税收政策尚不完善,特别是对征税对象的确定、税权分配等问题的处理措施不足。在双边谈判趋于阻隔、单边税收活动趋于扩大的环境下,中国通过体现大国角色继续推进多边谈判,并达成多边协议,促进数字经济健康发展。

参考文献

- [1] 张甜甜.数字经济下的国际数字服务税制分析及中国的应对策略:以法国对美国征收数字服务税为例[J].中国商论,2022(1):133-136.
- [2] 肖荣美,张中,吴辉.数字经济背景下的现行税收制度反思[J].互联网天地,2020(9):6-9.
- [3] 朱惠涵,谭旻,陈畅,等.全球数字经济税收的探索和发展以及我国的应对[J].科学发展,2021(5):49-58.
- [4] 杨志勇.论数字经济背景下的国内税收治理[J].税务研究,2023(10):54-59.
- [5] 沈斌.数字经济时代涉税数据行为的法律规制[J].法商研究,2023,40(2):159-172.

Research on Tax Challenges, Impacts, and Strategies in the Era of Digital Economy in China

Zhu Yixue

(Business School of Yancheng Teachers University, Yancheng, Jiangsu 224007)

Abstract: With the technological revolution and industrial progress, the digital economy has developed rapidly, becoming a new form of economy following agricultural and industrial economies. The digital economy has served as a potent driving force of economic development. The swift evolution of the digital economy has rendered traditional tax systems inadequate for this new economic form. It is an imperative challenge in contemporary society to address the challenges posed by the digitization of the economy and actively establish a tax system suitable for the development of the digital economy. This paper focuses on the international response to the tax challenges and issues brought about by the digital economy. It supplements the existing tax framework by examining three aspects: the tax system, tax collection and management capabilities, and international tax cooperation. Corresponding strategic recommendations are also proposed.

Keywords: Digital Economy; Tax System; Tax Collection and Management; International Taxation; Industrial Transformation; Tax Collection Capabilities

“互联网+”背景下服装类企业战略转型研究

——基于 SWOT 分析法

杜洁 李博宇

(江西理工大学经济管理学院 江西赣州 341000)

摘要: 基于互联网改变消费者的服装消费偏好和国外快时尚服装品牌冲击的影响,传统服装企业纷纷转型。本文以服装企业代表Q公司的战略转型为例,首先进行该公司战略转型SWOT分析,结合市场调研、行业研报和公司年报,从宏观的政策环境、市场环境、品牌效应、产品更新、经营方式等方面分析,发现Q公司总体上优势大于劣势,可以选择优势—机会战略,即“实业+投资”战略转型计划。其次从改变品牌定位、重建品牌矩阵、渠道梳理和供应链优化方面分析Q公司战略转型具体的实施措施。最后,本文针对企业转型过程中遇到的问题提出建议,并总结转型中起到显著效果的措施,以期为其他传统服装企业转型提供有益借鉴。

关键词: 企业战略转型; 互联网; 电子商务; 财务绩效; SWOT分析法

本文索引: 杜洁,李博宇.“互联网+”背景下服装类企业战略转型研究[J].中国商论,2024(05):123-126.

中图分类号: F270; TS941.8

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-123-04

1 研究背景

在信息技术高速发展的时代,互联网对人们的影响越来越大,电子商务的崛起改变了传统消费者的消费习惯,使其更倾向于线上消费和追求个性化产品,同时,国外快时尚服装品牌冲击国内市场,使国内服装企业面临着库存滞销和渠道单一的问题,进而业绩大幅下滑。在此双重冲击下,国内传统服装企业纷纷走上了转型之路。为确保战略转型能够达到预期目的,企业需要明确自身定位,把握自身的优势,充分利用有效的内外部资源,制定适合的战略目标,进而对转型的过程及结果进行全面考察,其中SWOT分析法是常用的考察手段之一,通过SWOT分析了解企业转型成效、把握转型方向、推动企业完成转型目标、促进企业可持续发展。

2 案例公司简介

Q公司成立于1990年并于2002年登陆深交所,是中国男装行业开创性品牌,也是中国第一家服装业上市公司,在中国享有较高的知名度。Q公司初始经营战略是立足于男装行业,主营业务有服装的开发、设计、生产、销售。服装产品主要以休闲装为主,以男士夹克为其拳头产品,服务于广大中产阶级男性消费者,其品牌口号“男人不止一面”更是令人耳熟能详。经过多年的发展,公司年营业收入达35亿元人民币,连续20年在中国夹克市场独占鳌头,其综合市场份额在同类产品中名列第一。

在内部与外部环境改变的双重压力下,战略转型成为传统服装企业发展的新方向。Q公司初始的无序开店模式已被淘汰,2015年确定“实业+投资”的转型战略,通过实

施品牌多元化、改变品牌定位、建立健全销售平台等策略进行转型升级,达到了扩大消费群体、品牌升级、拓宽销售渠道和完善供应链的目的。Q公司战略转型的成功实施,最终逆转了业绩下滑趋势,实现了营收与利润的正向增长。

3 Q公司战略转型的SWOT分析

SWOT分析法,又被称为态势分析法,通过对企业内外因素进行综合评估,以了解自身的优势和劣势,同时对外部的机遇和威胁要具备敏锐的洞察力和快速的反应能力,进而科学分析和整合企业的内外部资源,更明智地选择最适合的转型战略。

3.1 优势分析

3.1.1 品牌效应显著

Q公司从建立之初便一直以男装夹克闻名,致力于男装市场且成效显著,在国内男装休闲市场一直处于领先地位,拥有固定的男装消费群体,形成了独具特色的品牌效应。2015年,经中国连锁品牌质量调研、量化评估,Q公司荣获“2015年中国连锁品牌最具成长潜力50强”,并荣获“2019中国品牌影响力100强”“2019中国品牌影响力(行业)十大品牌”和“2018年中国夹克市场占有率第一品牌”三大奖项,可见公司品牌推广能力强。

3.1.2 “互联网+营销”优势

Q公司通过运用IBM技术成功搭建了自家的电商平台,实现了总公司、销售、运输、分配、门店之间的信息全覆盖,这为拓宽线上销售渠道提供了充分的准备。不仅如此,Q公司还与ORACLE进行合作,建立健全ERP系统和电子物流系统,促进了信息化管理水平的提升,为实现“互联网+

作者简介: 杜洁(1999-),女,汉族,广东普宁人,硕士研究生,研究方向:企业经济、会计、投资。

营销”注入了强大动力。

3.1.3 规模效应优势

规模效应优势主要体现在两个方面,一方面是资源集中规模效应,Q公司把比较相近或者相同的资源集中到几个关键的位置,在产生规模效应的同时还能够节约企业成本。另一方面,Q公司在全国的门店数量之多,已经形成了规模效应,同时通过电商平台的使用和与自媒体合作,实现了扩宽线上销售渠道与规模。

3.2 劣势分析

3.2.1 产品迭代速度慢

在互联网发展迅猛的背景下,快时尚成为新趋势。这使得服装企业面临着双重压力,既需要在短时间内快速生产高质量的产品,也要满足消费者不断变化的审美要求。Q公司明显陷入了不能迅速响应消费者需求的困境,其产品的研发设计、生产和营销等环节缺乏高效的协调,导致运作效率未能及时反映市场需求、产品迭代速度慢和缺乏科技含量,其服装在面料上、工艺上、款式上与国际知名服装品牌相比仍有很大的差距,影响了公司在快时尚市场的竞争力。

3.2.2 家族式经营方式存在缺陷

Q公司采用家族式的经营方式存在缺陷。第一,由于家族企业决策的过度专制化,企业管理层人员调动较小,不利于引进企业核心层人才。企业发展不仅需要资金的积累、营销渠道的扩展,还需要吸收大量的优秀人才和拥有先进的企业经营模式。长时间的家族式管理,会使企业领导者盲目自信,对企业外部引进人才产生较大的排斥反应。第二,安于现状是成熟的家族企业面临的普遍问题,为了维持当前较为稳定的发展态势,决策者长期按原计划运营企业,很可能会导致不能对市场变化及时做出反应。第三,由于家族企业决策个人色彩浓厚,家庭和家族矛盾会通过高层管理者和决策者对企业渗透,从而影响企业的决策,并且矛盾的激化会降低企业效率,影响企业的经济效益和运营稳定性。

3.2.3 品牌定位不准确导致库存积压

互联网的迅速发展对国内服装市场消费渠道产生了深刻影响,一方面,企业仅依赖门店销售或直营加盟模式难以灵活应对库存问题,并且限制了扩大市场份额的可能性;另一方面,电子商务的兴起使主流消费群体的年龄有下降趋势,而Q公司品牌定位的目标消费群体仍局限于中年男性,导致原有的产品款式设计不能满足年轻消费群体对服装个性化和时尚化的需求。这意味着Q公司可能需要调整产品设计和销售策略,以更好地适应市场变化,特别是针对年轻消费者的需求。

3.3 机会分析

3.3.1 国家政策为企业转型提供支持

在推广“互联网+”和电子商务发展的行动中,国内各行业正迎来整合发展的新阶段。Q公司的转型正响应了国家的倡导,符合传统行业向移动互联网模式转型的发展趋势。这一举措使企业拓展线上商业模式获得了良好的市场

环境,不仅有助于扩大企业的消费群体,拉长消费年龄层,还为企业提供了更广阔的市场空间,为其未来的发展奠定了坚实基础。

3.3.2 电子商务的兴起为企业转型增加消费需求

传统服装企业原有的市场运作模式已无法适应互联网环境下市场的变革。例如,互联网的普及改变了人们的消费习惯,年轻消费者日益普遍地选择网上购物,这一趋势也逐渐蔓延至更广泛年龄层次的消费者,给企业转型带来了机遇——拓宽线上销售渠道和吸引更多消费群体,给公司战略转型增加网络消费需求。Q公司不断提升互联网技术运行能力,通过建立自己的电商平台和加强与主流电商平台的合作,采用多渠道销售模式,在电商领域获得了较好发展。

3.4 威胁分析

3.4.1 互联网服装企业竞争激烈

电商平台的广泛应用与推广,一方面,降低了服装企业的准入门槛,使大量的企业涌入服装行业,竞争对手数量大幅增加;另一方面还降低了运营成本,互联网服装企业不用承担高额的店面租金、仓储费和销售费用等支出,相较传统服装企业有更大的产品降价空间。因此,随着人们消费选择向线上模式转变,依托电商平台发展的互联网服装企业成为Q服饰发展中最大的威胁。

3.4.2 国外品牌的竞争

在经济全球化背景下,国际知名服装企业瞄准了庞大的中国市场,众多国外企业涌入我国服装领域,诸如韩国、日本、欧洲、印度、印尼等国的产品抢占了一部分国内服装市场。虽然地域和理念上的差距在一定程度上阻碍了这些企业在国内的发展,但是其凭借资本、策划、价格等竞争优势,在我国服装业占据了一定的地位。

综上所述,本文运用综合的思维结合各项因子,通过对组合的分析可以得到4种不同的战略建议,SWOT矩阵具体如下表1所示。

表1 Q公司SWOT战略矩阵

	优势 S (1) 品牌效应显著; (2) “互联网+营销”优势; (3) 规模效应优势	劣势 W (1) 产品迭代速度慢; (2) 家族式经营方式存在缺陷; (3) 品牌定位不准确导致库存积压
机会 O (1) 国家政策为企业转型提供支持; (2) 电子商务的发展促进网络消费需求增加	SO 战略 (1) 充分利用线上线下的结合销售模式拓展市场份额; (2) 利用自身品牌效应,发挥规模效应优势,有计划地扩大公司规模	WO 战略 (1) 提高科技研发能力,提高品牌多样性和专业性,建立高层次服装设计团队; (2) 利用互联网+大数据,提高供应链管理水平和,避免库存积压
威胁 T (1) 互联网服装企业竞争激烈; (2) 国外品牌的竞争	ST 战略 (1) 抓住互联网快速发展的机会; (2) 拓宽产品消费群体范围; (3) 成立专门的定制部,利用品牌的影响力,设计更迎合主力消费者的服饰	WT 战略 (1) 避免盲目转型,做好市场预测分析; (2) 关注年轻消费群体需求

本文结合SWOT战略矩阵分析,可以看到在服装行业

低迷和互联网信息技术发展的背景下,作为国内男装龙头企业的Q公司可以借助品牌效应、规模优势以及政策支持等优势,采取SO(Strengths-Opportunities)优势—机会战略。具体而言,公司可通过实施“实业+投资”的多元化品牌的战略转型,以更好地适应市场需求,拓展业务领域,提高竞争力。

4 Q公司战略转型的实施

在需求端与供给端的双重压力下,Q公司面临着库存周转不畅和利润连年负增长的局面,亟待优化成本结构,强化品牌营销,并积极拥抱互联网技术,以适应市场的变化。因此,Q公司在2015年实施了“实业+投资”的战略转型计划,主要体现在改变品牌定位、重建品牌矩阵、渠道梳理和供应链优化等方面。

4.1 改变品牌定位

立足男装市场并致力于为中产阶级打造最高性价比的中端价位产品是Q公司最早的品牌定位,为了实现品牌年轻化和维护原有顾客的文化共鸣,首先要对品牌定位进行重新梳理。在坚持原先中端定位的基础上,Q公司积极开拓平价、轻奢市场,布局“EFC优厂速购”平价系列,并购孵化轻奢时尚品牌,将Q公司打造成为自平价到轻奢的全价格定位的品牌。同时,在产品理念方面,从商务男装定位拓展到包含商务、休闲、针纺、运动全系列的产品定位。

4.2 由单一向多元品牌转型

Q公司将市场目标由原先单一的男装市场转型为多元化市场,通过自身孵化与对外投资并购等方式逐步打造时尚产业集团,相继开拓了儿童服装、时尚女装和高端时尚品牌。Q公司不但自创童装品牌SEPTWOLVESKIDS,而且推出SWLAIDES女装系列和自主培育高端时尚品牌Wolf Totem。此外,Q公司投资时装品牌“与狼共舞”和“马克华菲”,收购法国潮牌男装16N和法国巴黎轻奢品牌Karl Lagerfeld的中国区运营权,这些都体现出Q公司在转型中进军轻奢市场,业务日趋多元化。

4.3 线下门店与线上平台齐头并进

在转型过程中,Q公司投入大量资金进行信息化建设,借助大数据分析用户需求,将物流系统进行信息化赋能,提升公司电商平台的运行效率。同时与IBM共同研发打造属于自己的电子商务平台“狼谷”,利用后台消费者数据了解消费喜好,以此规划产品设计与生产销售,达到产品精准推荐、提高产品市场投放效率的目的。此外,Q公司嗅到社群媒体的兴起,展开了进驻微博、抖音、快手等行动,利用互联网渠道作为宣传、销售媒介助力产品触达更多消费群体。

在传统服装行业关店浪潮中,Q公司门店数量从2013年起骤降,但并不意味着其退出了市场竞争,而是转型致力于提高单店效率。一是分层次选择门店位置。首先建设中心购物体系,入驻多家地标性城市综合购物中心,提供中高端产品服务;针对平价市场,设立优厂速购EFC店、工厂店,销

售高性价比的平价商品,提高存货处理效率;开设品牌体验店推广品牌形象和提升消费者体验。二是向“类直营”模式过渡,Q公司在转型前对加盟店管控力度较弱,转型后对直营店、加盟店进行统一标准化管理,对终端门店的员工培训、商品布局及市场策略进行全程指导。

通过将线上与线下销售进行融合,Q公司采取了一系列措施以提升消费者体验。首先,线下门店与线上平台实行统一价格,确保了消费者在不同渠道购物时获得一致的价格体验。其次,生活馆和体验店的建设为消费者提供了更丰富的购物体验,使其能够更直观地感受产品特性。最后,线上商品线下退以及线上购买评价的做法进一步增强了消费者的感受,提高了购物的便捷性和可信度。这一融合策略不仅使企业能够更好地满足消费者的期望,还提供了强大的市场参考。通过分析消费者的反馈,Q公司可以更精准地了解市场需求和消费者喜好,为新产品的设计研发和战略更新提供有力支持。这种双向互动的销售模式有助于企业更灵活地应对市场变化,提高竞争力。

4.4 建设柔性快速反应供应链

我国传统服装零售业不及外国快时尚服装品牌的一个重要原因是供应链机制落后,Q公司的此次转型也关注到此方面,从原先的批发模式向零售模式过渡,为柔性快反链建设做好基础准备。同时,Q公司开通了SCM二期系统,涵盖了从生产研发到财务控制以及线上线下一体多终端融合的模式,实现了供应链精细化、数字化、科学化管理,提升了其反应速度与运转效率。

5 结论与建议

5.1 结论

本文以服装行业Q公司为战略转型案例对象,结合战略转型、绩效评价的相关理论,进行战略转型中的SWOT分析。研究发现,Q公司总体上优势大于劣势,且正处于“互联网+”背景下国家大力支持电商发展的良好时机。Q公司在电子商务高速发展、服装市场不景气的背景下,企业战略转型成为寻求新发展的必然选择。通过结合SWOT战略分析,Q公司注重对自身优劣势的分析,并通过市场的敏感性,立足于宏观的政策环境、市场环境、品牌效应、产品更新、经营方式等条件,选择SO(Strengths-Opportunities)优势—机会战略,有助于推动企业实现持续健康发展,进而分析Q公司具体的战略实施方法,2015年起逐步实施“实业+投资”战略转型计划。一是要对市场进行清晰的划分,准确定位品牌,找准目标客户群体。二是由单一业务转变为多元业务,不仅将目光放在男装上,还拓展童装、女装、轻奢品牌业务,扩大经营范围与经营规模。三是利用互联网模式,建立线上销售平台,同时完善线下门店的经营管理,进行线上线下融合,加速企业战略转型成功。四是更新供应链机制,向零售模式过渡并开通SCM二期系统,逐步建立起柔性快速反应供应链。

Q公司在转型过程中发现了一些问题,例如战略转型后投资收购新业务行为增多带来的运营风险增大、收购的

多元业务整合难度较大、男装市场占有率稍下滑、推出的新品牌知名度较低等。Q公司需要充分了解和反馈及企业的经营状况,针对战略转型策略实施过程中产生的问题及时解决,做出最优决策,逐步调整和完善企业战略转型计划,推动企业转型成功。

综上所述,传统企业转型时首先需要自身进行剖析,准确自我定位,把握自身的优势状态,充分利用有效的内外资源,从而确定适合的战略目标,再根据目标制定详细的实施计划,在执行计划的过程中发现问题并做出及时的策略调整。

5.2 建议

针对Q公司转型过程中的问题,本文提出以下建议,以期对其他传统服装企业转型有借鉴意义。

5.2.1 推动多元业务整合

Q公司实施战略转型的重要一环是通过投资和并购优质高端国际品牌,实现企业的战略升级。在完成投资和并购后,两个公司在管理理念、供应链、目标群体、管理运行等多方面存在差异,因此如何将自有传统业务资源与新获取的业务进行有效整合是转型过程中的关键。Q公司在未来的发展中需要与标的公司和新业务部门相互适应并借助互联网进行全面整合,继续深入落实“实业+投资”的核心战略。

5.2.2 扩展推广宣传渠道

品牌营销是企业吸引新目标群体、提高关注度、增强客户忠诚度,并最终提升业绩的关键策略。尽管Q公司战略转型带来了总体业绩的提升,但其新拓展的童装、女装、轻奢品牌业务业绩变化不大,说明有许多消费者对其年轻化多元化定位并不了解,对其印象仍停留在专业中年男装。因此,Q公司需要大力运用互联网技术,通过传统媒体如电视

广告进行宣传,还要通过电商平台推广其转型后的形象。

5.2.3 强化新环境下企业运营中的风险防控

Q公司采用自创、投资、收购的方式在转型过程中拓展新业务,加速了公司融入新领域的步伐,但是该举需要大量的资金,给企业经营带来一定的财务负担。转型后Q公司的流动比率、速动比率和现金比率等短期偿债能力指标同比有所下降,表明其流动资产和现金的流动性下降、短期偿债能力减弱,长期如此易产生财务风险。因此,企业经营需要有防患于未然的思想,在通过投资、收购方式扩展新业务时需要加强财务风险的预防与控制,例如可以从制定详细的资金规划和管理、多元化融资渠道、并购前风险评估与控制、财务智能化应用等方面入手,将财务思维融入企业运作,降低企业运营风险。

参考文献

- [1] 田虹,王宇菲.动态环境下的企业环境战略转型研究综述与基本框架构建[J].科技管理研究,2020,40(5):233-242.
- [2] 张亚媛,苏震.家族企业战略转型绩效评价分析:以五洋集团为例[J].财会通讯,2019(32):44-48.
- [3] 卞亚斌,房茂涛,杨鹤松.“互联网+”背景下中国制造业转型升级的微观路径:基于微笑曲线的分析[J].东岳论丛,2019,40(8):62-73.
- [4] 郑通,张立杰.中国服装行业上市企业数字化转型评价[J].丝绸,2023,60(9):1-7.
- [5] 袁毅超.“互联网+”视角下七匹狼战略转型绩效评价研究[D].武汉:武汉纺织大学,2020.
- [6] 王曼琪,沈雷.设计制造背景下服装企业转型现状及其对策[J].毛纺科技,2020,48(3):88-91.
- [7] 李丽,闫浩琳,原彤,等.双循环视角下零售业转型战略探讨[J].商业经济研究,2022(10):38-40.
- [8] 任若安,沈雷,李雪,等.服装产业智能化营销渠道的转型升级现状及其趋势[J].毛纺科技,2021,49(12):98-103.

SWOT Analysis of Strategic Transformation of Clothing Enterprises under the Background of Internet Plus

Du Jie, Li Boyu

(School of Economics and Management, Jiangxi University of Science and Technology, Ganzhou, Jiangxi 341000)

Abstract: Influenced by the changes in consumer preferences in clothing consumption due to the internet and the impact of foreign fast fashion brands, traditional clothing enterprises have to conduct transformation. This article takes the Company Q's strategic transformation as an example to carry out a SWOT analysis of its strategic transformation. Based on the materials such as market research, industry reports, and company annual reports, and the analysis that covers macro policy environment, market environment, brand effects, product updates, and operational methods, the Company Q's overall strengths outweigh weaknesses. It is suggested the company can adopt a Strengths-Opportunities (SO) strategy, namely the Industry+Investment strategic transformation plan. Subsequently, the article analyzes specific implementation measures for Q's strategic transformation, focusing on changing brand positioning, rebuilding the brand matrix, optimizing channels, and improving supply chains. Finally, recommendations are provided for the issues identified during the transformation process. The measures that have shown significant effects in the transformation are summarized. This has meaningful implications for other traditional clothing enterprises undergoing transformation.

Keywords: Strategic Transformation of Enterprises; Internet; E-Commerce; Financial Performance; SWOT Analysis

互联网环境下农产品地理标志的保护及发展研究

励琼乐

(中国计量大学 浙江杭州 310000)

摘要: 互联网发展方兴未艾,为农产品地理标志与互联网结合创造了机遇。如今网络信息高速发展,本文在分析互联网环境的特点和影响基础上提出:一方面要利用网络技术促进农产品地理标志制度优化,另一方面要时刻警惕潜在陷阱,用互联网思维分析地理标志的申请、使用、保护等核心问题;并提出立法、执法、司法不同维度的完善措施,旨在探索一条互联网环境下农产品地理标志保护和发展的新路径,这对我国农产品地理标志保护的发展具有重要的现实意义。

关键词: 互联网;农产品;地理标志;农产品品牌注册;物联网;技术创新

本文索引: 励琼乐.互联网环境下农产品地理标志的保护及发展研究[J].中国商论,2024(05):127-130.

中图分类号: F304.3; LI294.8+9

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-127-04

农产品地理标志在地理标志领域占绝大多数,它是指某类农产品来源于特定地区,外在性状或者内在品质与当地的自然环境或历史人文因素息息相关,两者间有着决定性的关联关系,并以地名为前缀的农产品标志。随着大数据、物联网、人工智能等网络技术的发展,互联网环境与农产品地理标志的结合越来越紧密,一方面,信息网络的高传播性给农产品地理标志的保护带来了新的挑战;另一方面,网络交互的便捷性为农产品地理标志的应用开发带来了契机。网络时代如何完善农产品地理标志的相关制度,走好线上平台的应用发展之路,有必要对其进行研究。

1 互联网环境对农产品地理标志的影响

1.1 申请注册更加便利

无论采用哪一类保护方式,提出申请是权利人获取农产品地理标志的第一步。地理标志的申请流程,涉及注册申请书、主体资格证书、地理标志产品证明材料等文件,在传统行政模式下,申请人或代理人必须持纸质材料定点提交,容易出现反复跑腿补正材料的情况,时效性也不理想。互联网政务平台建立后,当事人可以随时随地通过网络端口在线申请,有问题及时上线补全,不但避免了申请主体来回奔波,提高行政审批效率,而且可以利用网络加密技术给电子文书加上密钥,增强文件的安全性。在实践中,国家知识产权局早已启动商标注册网上服务平台,网民只要注册登录商标网上服务系统,就能实现线上递交申请、接收回证等可交互式功能,商标局同步数字化办公,每件申请的主体信息清清楚楚,查看附件材料也变得轻松,审核完成后可采取电子方式送达《商标注册申请受理通知书》《商标初步审定公告通知书》等文书,并发送短信、邮件等提示信息,确保送达有效,当事人签收后可自行下载整理,一改原来纸质送达的

繁琐程序,这些措施使注册地理标志商标比过去更简单、便捷,地理标志权利人商标注册积极性增强。

1.2 信息传播的影响面更大

互联网受众群体的广泛性和数据表达的可传受性使信息传播的范围更广、影响力更强,这对于农产品地理标志来说是一把双刃剑。一方面,互联网作为信息宣传的最高效手段,它能够跨越时间、地点,把地理标志的知名度、美誉度迅速打响。2022年,一则“浙大博士买橘子做实验 店主表示免费捐赠”的热搜冲上榜单,引发果农网店日销4万多单的“流量风暴”,临海蜜桔从此“出圈”。其实2002年起临海蜜桔就先后成功注册为国家地理标志、地理标志保护产品,且受农产品地理标志登记保护,而互联网的影响力一朝超越了多年来地理标志推广的成果,并实现经济价值的转换。更重要的是,互联网能够突破时空的局限性,这给偏僻山区、冷门品类的地理标志农产品带来了机会。受短视频热的网络影响,农村电商已经从传统的开店销售转向直播带货,农产品头部主播“东方甄选”2022年上半年商品交易总额超过48亿元,税前利润达7.6亿元,把传统农业与互联网深度融合的优势发挥出了新高度。

另一方面,由于互联网的高速传播属性,一旦发生地理标志的侵权行为,传播指数高,负面影响大,后果深远,在农产品市场这样的案例尤其多。产自浙江省台州市临海市的橘子以皮薄、肉细、无籽著称,尤其在网红效应后全民追捧下单,王先生看到新闻后也在网上购买了一箱“临海涌泉蜜桔”,商品介绍中的产品所在地标明了“浙江、台州、临海”字样,且涌泉正是临海蜜桔地理标志保护范围的核心区域。然而王先生收到商品后却发现严重货不对板,物流的发货地也非台州而是嘉兴,于是起诉至杭州互联网法院。在交

作者简介: 励琼乐(1997-),女,汉族,浙江宁波人,硕士研究生在读,研究方向:知识产权法。

涉过程中,商家承认产品存在问题,其看中了地理标志农产品市场价格偏高的优势,把外面劣质的柑橘收购进来,以临海涌泉蜜桔特性作为突出卖点宣传,在网上以假乱真对外销售。这些橘子品相较差,可溶性固体物含量低,严重损害了临海蜜桔高品质的形象,给农产品地理标志的品牌价值带来了巨大损失。

1.3 侵权情形更加复杂

互联网具有开放性和虚拟性的特点,由此发生的地理标志侵权行为主体多元、场景多变,比传统环境下更加复杂。第一,侵权行为更易实施。只要有网络信号的地方,任何行为人都能在电商平台或自媒体直播中冒名注释地理标志产品标志,违法人在毫无成本的情况下盗用了国家背书,并且可以轻易地在网上修改,抹去痕迹。第二,侵权手段更加丰富。科技在进步,违法人可利用的网络技术也越来越多,有的使用自动转向技术,当用户搜索地理标志访问某网站时使之跳转到自己的网页地址;有的通过广告投放将自己的假冒伪劣地理标志产品置于平台前端;还有的为了商业目的恶意使用与地理标志注册商标相同或近似的域名,以造成混淆,这些都是凭借着网络才能操作的侵权形式。第三,事后监督具有滞后性。互联网环境处于一个实时更新的动态状态,一般当权利人发现侵权行为时,负面损害已经产生,由于监管时效滞后,事后追诉侵权人威慑力受到限制,侵权行为屡禁不止。鉴于避风港原则的保护,网络服务提供者只有在知道或应当知道侵权行为、内容的存在后,才负有采取相关措施的责任,如删除、屏蔽或是断开链接,这项制度逐步发展成为一些网络平台拒绝承担侵权赔偿责任的挡箭牌,加大了互联网端口滥用农产品地理标志的监管追责难度。

2 我国农产品地理标志网络保护现状与问题

目前,我国农产品地理标志保护分散在三大法律制度中,即《商标法》《地理标志产品保护办法》《农产品地理标志管理办法》。农产品地理标志既可以通过注册地理标志证明商标或集体商标的形式进行保护,也可以通过申请地理标志产品进行保护,还可以在农业农村部申请登记为农产品地理标志,三者在一定程度上存在重叠保护或冲突保护的情形。但无论是哪种保护制度,在涉及互联网环境时,它们在申请阶段、使用状态、维权过程中暴露出一些共性的问题。

2.1 线上申请制度单一

“互联网+”逐渐改变着传统的政务服务方式,各地农业部门纷纷开放网上注册、小程序申请等多样化的办理渠道。然而看似简单的地理标志申请工作并不是一蹴而就的,需要准备主体资格、技术标准各种证明公函,这些前端材料的收集过程,大多没有配套的线上获取方式,当事人仍要实地走访不同部门取得。可见,网络端政务服务只是在单一环

节实行数字化应用,职能部门间尚未健全信息共享机制,在线申请程序没有链条化,对于申请人员的便利化程度是有限的。

对于审查人员来说,互联网同样不是万能的,尤其在我国的地理标志保护制度中,几乎都采用了实质审查与形式审查相结合的方式,由于农产品的种植、养殖非常依赖于土壤、光照、水质等先天性气候条件,它比普通的地理标志具有更强的生产区域属性,对实质审查有更高的要求。线上审查往往依赖于申请人提交的书面文件,对内容表达的真实性判断存在盲区。据《地理标志产品保护办法》,省级知识产权管理部门首先对申请材料进行核验,审查合格的将初审意见和申请材料报送国家知识产权局,国家知识产权局对收到的申请进行形式审查,经形式审查符合条件的,再由设立的地理标志产品专家审查委员会开展技术审查,技术审查包括会议审查和必要的产地核查,如有必要,总局组织专家进行实地考察。在一份申请漫长的流转环节中,直到最后一步才涉及现场勘验,且属于“必要时组织”的选择性情形,如此程序使地理标志产品保护的审查批准存在流于形式的风险,线上申请制度并未改善这一弊端。

2.2 使用管理制度不健全

我国农产品地理标志保护长期存在“重注册、轻使用”“重登记、轻管理”的问题。在使用上,要么不使用,要么滥使用。“不使用”主要集中在生产端,我国绝大多数农产品以家庭承包种植为主,农民们文化程度有限,即便身处农产品地理标志的保护区域,却因知识产权意识匮乏,没有把地理标志使用起来包装销售,由于欠缺互联网思维,无法共享电子经济的时代红利,销售渠道受限,当地农民的经济利益失去了量化增长的可能性。“滥使用”体现在部分生产经营者为了谋求眼前的蝇头小利,以现代大规模种植或养殖取代传统模式,一味地追求产品数量的增加,将地理标志滥用某些残次品上,长此以往导致地理标志农产品的品牌信誉滑坡。还有些生产经营企业在网络上滥用农产品地理标志进行商业宣传,地理标志多年积攒的声誉成为不法分子非法营销的手段,当冒用乃至伪造某种具有良好信誉的农产品地理标志形成一定规模,会导致真正的农产品地理标志沦为某种产品的“通用名称”,根据TRIPS协定的相关规定,通用名称不属于保护范围,成员国没有义务予以保护,这将酿成某项地理标志不可逆转的永久性损失。

地理标志所具有的市场价值和效益影响之久远,决定了其保护制度不但要在初始登记时层层审核,而且要持续监管后续的使用过程。第一,《集体商标、证明商标注册和管理规定》第四条规定,申请时要详细说明申请主体或其委托的机构具有专业技术人员、专业检测设备等情况,以表明其对该地理标志商品的特定品质有监督使用能力。然而形式审查书面资料隐匿着很大的潜在虚假性,致使注册人可能

由于不具备监督能力而无法有效履行职能,也很难在执法部门提出相应法律责任时独立承担责任。第二,在地理标志产品保护机制中,质检机关既要要对地理标志的申请审批、核准,又要对地理标志的后续使用情况进行监督,这将导致自己监督自己先前行为局面的出现,难以保证政府公信力。第三,农产品地理标志登记制度最大的局限性在于,它注重对内部登记持证人和使用人的监督管理,而缺乏应对外来侵权的措施。《农产品地理标志管理办法》对禁止侵权行为的规定只是原则性条款,对禁止哪种侵权行为、侵权行为发生后如何处理等问题并未作出规范,而这种立法上的空白将直接导致侵权打击无法在实践中真正落地。综上,农产品地理标志保护的三大法律体系都需要在监督管理层面做出更完善的规定。

2.3 侵权行为认定难

侵权救济制度是保障当事人权利最后也是最有效的手段,侵权救济的第一步首先是侵权认定。我国法律法规中涉及农产品地理标志侵权认定标准的条文少之又少,《农产品地理标志管理办法》中的监督管理章节都是概述式规定,无法实际参考适用,《地理标志产品保护办法》也只在第30条对认定标准有所涉略,称在产品上使用与地理标志专用标志近似或者可能误导消费者的文字或者图案标志,误导公众的,依据相关法律法规处理。该法条中以“误导”为认定判断的标准,近似于我国《商标法》第57条中关于一般商标混淆的规定。如此规定没有考虑到特殊地理来源和特殊品质才是农产品地理标志的最关键指征,而且农产品地理标志的权利主体范围广泛,如果仅以商标的一般混淆标准判定是否对农产品地理标志构成侵权,会导致侵权行为认定标准模糊,出现不合理之处。

制度上侵权行为界定不尽清晰,而地理标志网络侵权证据的隐蔽性、可变性、易损性、不易确定性等特征,给侵权行为认定加深了难度。首先网上侵权的行为人通常是用网络虚拟的身份进行,很难直接确定侵权人的真实身份,即使通过固定IP能够指向某个人,但从证据规则上看仍不能确定是该人所为,并且网络证据是可修改的,如果要将网页等作为证据资料往往需要通过公证来固定,这无形中提高了当事人的维权成本,再者移动互联网的传播规律是多线的、群聚的、无边际的,渗透力极强,当农产品地理标志在网上作为信息散播,具体传播的范围很难做出准确判断,进而损害认定也不易确定,这对侵权损害赔偿造成了很大的困难。

3 针对我国农产品地理标志网络保护发展的完善建议

3.1 多功能用好互联网技术支撑

国家知识产权局出台的线上申请注册制度大大便利了申请人和各级行政机构,应积极利用互联网平台完善各项申请登记制度的前后端关联环节,链接相关部门一键获取

信息,使得线上流程一体化,进一步发挥互联网终端的优势作用,并将线上申请制度延伸到线上管理功能,推动建立全国联网的农产品领域的线上可追溯体系,使地理标志农产品经过生产、包装、运输、销售等多个环节后仍可追溯原产地及其基本信息,基础做法如电子标签技术,消费者拿起手机扫二维码就能查看农产品产出地的空气、土壤、种植规模等数据状况,以及地理标志的地缘性介绍,科技的进步使得VR“远程看地”成为可能,这样既帮助农产品品质变得可视化,又在不断地商品流通中二次宣传了地理标志,强化农产品地理标志品牌的潜在影响力。

农产品地理标志比其他知识产权客体更为特殊的是,它的特征高度关联于当地的经纬度定位、独特的生态条件和本地人文风俗因素,实地勘察才能明确地理标志农产品和其他特色要素的许可范围。例如水果杨梅在我国多个地区均有生产,云南地区海拔高、光照充足,云南石屏杨梅个大、肉厚、核小、色艳,成熟期比江浙一带提前一个月左右。而同为农产品地理标志的浙江慈溪杨梅生长于潮湿的酸性土壤,相对来讲果蒂小、肉质细软、汁多、色乌、味浓,这些感官性的品质特征需要审查机构亲临当地生产区域才能核验判断,以作出质优证明。因此,农产品地理标志的线上形式审查必须与线下实质考察相结合,切不可完全简化使用。

3.2 线下线上同步使用地理标志

实践证明,合理使用地理标志能够提升产品竞争力、扩大市场份额,五常大米被评为“地理标志产品”的后几年,该大米的销售总额大幅增长,其本身所具有的品牌价值也大大增加。在全民网络时代,使用地理标志的方式不再受限于包装印刷、线下展览等传统手段,线上应用大有可为,近年来直播带货兴起,电子商务以新形式再次发展,农产品直播平台“东方甄选”在农业风口龙腾虎啸就是最好的例证。农产品生产者、经营者可深度挖掘本地农业优势,以网络为中枢大力发展农村电商行业,积极发挥地理标志的影响力、美誉度,破除以往由于信息不对称导致供需失衡的销售痛点。在宣传上,可以把农产品地理标志搬上短视频等新媒体平台,正好满足消费者在后疫情时代更加注重健康、绿色、原生态和高品质的需求,让地标和产品在互联网环境下相互发展成就。

行业监管部门要切实考量地缘区位优势、历史传承文化等元素,以农产品地理标志产品引领全产业链,走富农兴业特色之路,促进地理标志品牌战略化。在种植业、畜牧业等初级农产品之上,创新农产品加工业,将初级农产品转化为多样化的产品体系,比如优质小米可转化为小米锅巴、小米茶等。地方政府应鼓励、支持、引导地理标志农产品拓展建设,积极参与市场竞争,把地方农产品地理标志由区域向全国推广、由国内向国际推广,推进农产品地理标志高质量发展。

3.3 健全地理标志运用中的监管与维权制度

在现行农产品地理标志“多轨制”的保护模式下,产生了由三个主要行政机关进行监管的状态,厘清管理部门的职权和管辖边界尤为重要。《商标法》《地理标志产品保护办法》《农产品地理标志管理办法》三法并行,应以“谁登记、谁管理、谁保护”为基本原则,当某一农产品的地理标志同时被多种制度所保护时,管理权限可以按照在先权利确权的前后顺序进行划分,即谁先被确认农产品地标的相关权利,谁就在这方面享有对权利的管理权,从而减少多重保护机制的互相冲突。进一步地,对于地理标志商标注册人的管理义务,建议商标管理部门动态跟踪,采取定期汇报和不定期抽查的方式进行常态化监管;对于地理标志产品保护规定中质检机关的监管职能,应加强内部监督和外部监督,以监管促监管,以保证监管职责的有力施行;农产品地理标志登记保护制度本就是双重监督体制,那么针对外部侵权的保护,本着有利于当事人的原则和行政救济的实际需求,应赋予地理标志权利人选择救济的权利,当事人可以依据其自身优劣条件,自主选择向哪个行政部门申请保护。

在执法层面上,行政执法机关要严厉打击非原产地农产品“搭便车”等违法行为,集中治理农产品地理标志侵权现象。农产品地理标志在使用上具有集体属性,任何不正当使用地理标志的行为,最终在本质上都是对每一个使用权人利益的侵害。面对内部用户使用农产品地理标志不合法不合规、外部用户未经授权滥用地理标志的典型侵权问题,建议法律法规明确赋予农产品地理标志使用人直接提起诉讼的资格,便于其直接通过司法程序自我维权。同时,应尽量允许使用权人通过司法途径追究所有权人怠于管理的失职行为,从而对所有权人形成多一层的监督。面对网络侵权证据收集难、固定难的问题,则可以通过调整举证责任分配

的方式来解决,传统法律原则讲究“谁主张谁举证”,但由于互联网环境和地理标志的特殊性,原告不易收集固定证据,此时如果采用举证责任倒置,由被告证明其产品出处等,要相对容易得多,且被告作为被诉一方,面临可能被判侵权的不确定风险,举证积极性充分,诉讼效果更理想。

4 结语

网络时代,“互联网+农产品地理标志”是地理标志富农赋能的新路径,也是传统农业转型升级的机遇。在新事物的发展过程中,不可避免地会因为法律滞后性等原因,与旧事物产生冲突,在各个环节暴露出不足。针对我国农产品地理标志在互联网环境中的问题,笔者就申请制度、管理制度、维权制度以及应用发展方面给出了合理建议,以期能够进一步维护生产者、使用者、消费者的合法权益,促进农产品地理标志更高水平保护,助力农业农村高质量发展。

参考文献

- [1] 董景山.农产品地理标志保护制度研究[M].北京:知识产权出版社,2013.
- [2] 隋文香,李华,陈余.农产品地理标志使用管理制度与实践[M].北京:中国农业出版社,2015.
- [3] 杨永.地理标志保护问题探析[J].行政与法,2019(5):77-85.
- [4] 祝宏辉,牟笛瑞.“互联网+农产品地理标志”模式发展状况及问题分析[J].价格月刊,2016(4):55-58.
- [5] 朱牧,李春华.我国农产品地理标志的保护及发展路径选择[J].行政与法,2016(6):109-113.
- [6] 汪利明,雷祺.电子商务环境下地理标志农产品现状分析[J].农业产业化与信息化,2020(13):21-22.
- [7] 吴泓.农产品地理标志的法律保护研究[D].无锡:江南大学,2021.
- [8] 危星坤.农产品地理标志保护研究[D].南昌:江西财经大学,2019.
- [9] 黄曦禾.我国农产品地理标志保护机制的冲突和协调研究[D].南京:南京农业大学,2019.
- [10] 王沛茜.农产品地理标志的法律保护问题研究[D].南京:南京农业大学,2019.

Research on the Protection and Development of Agro-Product Geographical Indications under the Internet Environment

Li Qiongle

(China Jiliang University Hangzhou, Zhejiang 310000)

Abstract: The rapid development of the Internet has created opportunities for the integration of geographical indications with agricultural products. With the rapid development of network information, this article proposes, based on the analysis of the characteristics and impact of the Internet environment, that on one hand, we should utilize network technology to promote the optimization of the geographical indication system for agricultural products. On the other hand, we must remain vigilant against potential pitfalls, using Internet thinking to analyze core issues such as the application, use, and protection of geographical indications. The article also proposes measures for legislation, law enforcement, and judicial improvement from different dimensions, aiming to explore a new path for the protection and development of geographical indications for agricultural products in the Internet environment. This has important practical significance for the development of geographical indication protection for agricultural products in China.

Keywords: Internet; Agricultural Products; Geographical Indications; Brand Registration of Agricultural Products; Internet of Things; Technological Innovation

基于CiteSpace的国内二元创新研究热点与发展趋势探析

任燕^{1,2,3} 杨倩(通讯作者)^{1,2,3} 刘泽宇^{1,2,3}

(1.西安工业大学经济管理学院; 2.陕西省兵工科技创新发展软科学研究基地;

3.陕西省兵器工业管理决策协同创新中心 陕西西安 710021)

摘要: 创新是引领发展的第一动力, 单一的创新已经无法满足现在的发展需求, 二元创新逐渐成为企业关注的焦点。本文以中国知网核心及CSSCI数据库中收录的2013—2023年有关二元创新的343篇中文文献为数据来源, 采用CiteSpace软件对发文量、作者、研究机构及关键词等方面进行可视化分析, 探究近年来二元创新的研究现状、热点及发展趋势。研究发现: 以二元创新为主题的相关文献在发文量上呈现出先增长后下降的趋势; 各作者之间与各研究机构之间合作关系不太密切; 研究内容整体上呈现出“前因—路径—结果”的基本逻辑与框架; 研究热点主要聚焦于企业绩效、人力资本、创新绩效、吸收能力、数字经济、情境分离等九类, 主题逐渐多元化。

关键词: 二元创新; 数字经济; 可视化分析; 创新绩效; 企业绩效; 企业创新

本文索引: 任燕, 杨倩, 刘泽宇. 基于CiteSpace的国内二元创新研究热点与发展趋势探析[J]. 中国商论, 2024(05):131-134.

中图分类号: F273.1

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-131-04

党的二十大报告指出只有坚持创新是第一动力, 才能推动我国实现高质量发展, 塑造我国国际合作和竞争新优势。创新作为一项复杂的活动, 兼具探索和利用的双重属性特征, 在当今以创新驱动为主高质量发展的时代下, 单一的创新已经无法满足现在的发展, 企业需同时追求探索与利用创新方式以兼容短期发展需求和长期竞争优势。Mom等(2009)认为二元创新是在一个特定时间段内, 个体兼顾和平衡工作中探索式创新和利用式创新的倾向或行为; 其中, 探索式创新是指从事与新产品、新技术、新流程开发等活动有关的行为, 具有较高的创新程度; 利用式创新是指从事与改良当前产品、技术、流程等活动, 创新程度相对较低。我国学者李悦(2018)进行补充认为, 二元创新指能够兼容平衡探索式创新和利用式创新两种活动, 并在两者之间适时切换^[1]。在创新驱动的背景下, 通过国内文献可视化研究, 打开二元创新的内部“黑箱”, 可以对二元创新研究进一步拓展。

1 数据来源与研究方法

1.1 数据来源

本文的文献数据来源于CNKI(中国知网)中核心期刊与CSSCI期刊数据库, 在高级检索中选择主题为“二元创新”, 时间跨度为2013—2023年(截至2023年9月11日)进行检索, 通过筛选共收集到关于二元创新的文献1029篇, 对样本文献进行数据清洗, 最终对筛选得到的343篇文献进行分析。

1.2 研究方法

本文采用CiteSpace文献计量分析软件, 从作者共现、关键词共现、研究机构共现和关键词聚类等方面绘制二元创新的知识图谱, 以客观、定性的方式系统把握二元创新的现状、前沿动态与研究热点。

2 二元创新研究现状及进展

2.1 发文数量

对研究领域的文献进行发文量统计分析, 能够得到相关学者在该领域的关注度, 并根据已有发文量趋势预测二元创新在未来的发展趋势。2013—2023年累积发文量343篇。从年度发文量来看, 呈先上升后略有下降的趋势。2013—2014年是国内二元创新领域的起始阶段, 仅有少数几篇相关文献; 2015—2017年发文量呈快速增长趋势属于发展期, 发文量由11篇增长至33篇; 2018—2020年趋于稳定属于探索期, 在33~34篇波动; 2021年文献发表64篇, 达到繁荣期; 2022年发文量略有下降; 因2023年只有前半年发文量较少, 但从整体趋势来看, 预期未来一段时间内, 其研究发表量仍会保持增长的势头。

2.2 期刊分布

本文运用Excel对发表期刊进行汇总, 发现二元创新的相关研究期刊刊载分布较为分散。刊发二元创新研究文献最多的是《科学学与科学技术管理》, 共发表47篇, 占总发

基金项目: 西安市社科规划基金项目(23JX79); 2022年西安工业大学优秀硕士学位论文论文培育基金项目(YS202212)。

作者简介: 任燕(1998-), 女, 汉族, 山西吕梁人, 硕士研究生在读, 研究方向: 人力资源管理;

刘泽宇(1997-), 女, 汉族, 陕西延安人, 硕士研究生在读, 研究方向: 财务管理与管理会计。

通讯作者: 杨倩(1972-), 女, 白族, 云南大理人, 教授, 管理学博士, 研究方向: 人力资源管理。

文量的13.7%;《科研管理》发表43篇,《科学学研究》发表42篇,排名前三的三种期刊发文量之和占总发文量的38.4%,表明二元创新已经受到管理类影响力较高期刊的高度关注;在其他期刊的刊载较为零散,发文量仅为个位数。

2.3 作者共现分析

本文运用CiteSpace 6.2.4进行可视化分析,得到样本文献中作者合作共现图谱中节点数为272,连接数为180,网络密度数为0.0049,说明二元创新研究领域学者之间的合作较弱、相对比较分散,核心作者网络尚不明确。其中文章最多的作者是彭灿16篇,其次为奚雷8篇、张敏6篇;目前作者形成较大的合作群体有:彭灿、奚雷、吕潮林、杨晓娜、曹冬勤、李瑞雪、杨红、李德强,其中彭灿与奚雷作为发文高产量的作者已经形成了合作群体,为二元创新的研究奠定了坚实基础,关注该群体的研究将有助于把握二元创新前沿热点。

2.4 研究机构分布

本文运用CiteSpace得到样本文献中研究机构共现图,节点数为189,连接数为109,网络密度数为0.0061,表明二元创新研究领域机构之间合作较弱。研究机构大多数集中在经济管理学院或者商学院,表明二元创新大多数被经济与管理领域的学者所关注,所以研究方向可能多偏向于创新管理与创新绩效方面的研究,研究机构发表量最多的是南京航空航天大学经济与管理学院(18篇)。

3 二元创新研究热点与发展趋势分析

3.1 关键词共现

本文利用CiteSpace选择关键词共现分析,得到2013—2023年二元创新关键词知识图谱(图1),通过节点的大小、节点与节点间的连线多少及中心性可以看出二元创新的热度,共现频数在5以上的关键词依次是“二元创新”“企业绩效”“创新绩效”“吸收能力”“智力资本”“人力资本”“动态能力”“冗余资源”“企业价值”等,其中“二元创新”出现最多达152次,中心性达0.88;其次“企业绩效”出现26次,中心性达0.14,表明在网络中有较高的影响力。可见目前对二元创新关注的重点集中在吸收能力、智力资本以及人力资本等影响二元创新的前因变量与企业绩效、创新绩效等结果变量。

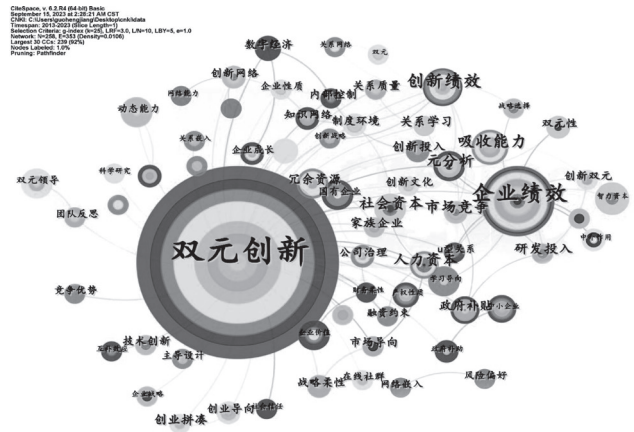


图1 二元创新关键词图谱

3.2 关键词聚类

本文基于LLR算法利用CiteSpace对二元创新领域关键词进行聚类分析,得出聚类报告(表1)。聚类模块值Q为0.6669大于0.3,表明聚类结构显著;聚类平均轮廓值S为0.9292大于0.5,各聚类轮廓值均大于0.8,表明聚类良好。通过CiteSpace将关键词聚类,部分聚类标签有二元创新、企业绩效、人力资本、创新绩效、吸收能力、数字经济、情境分离、颠覆性创新、创业导向、闭合行为等。

根据二元创新关键词聚类结果,可以归纳出国内二元创新领域研究的热点聚焦于:二元创新的基本概念、前因、影响结果研究等方面。

第一,二元创新的基本概念。该热点主要包含的聚类为#0二元创新、#7颠覆性创新,主要的关键词包括利用式创新与探索式创新等。March(1991)从组织角度将二元创新分为探索性创新和利用性创新,认为这两种创新类型代表了创新两个极端,一个关注开拓新领域,另一个侧重改进和优化,两者之间是相互竞争且对立关系。Popadic(2016)认为这两者之间的关系并非对立,而是相互补充和协同发展的,它们之间不一定是此消彼长的关系。综合探索式创新与利用式创新对立统一的关系,部分学者认为二元创新包含平衡与协同两个维度。二元创新的基本概念研究逐渐成为学者们关注的热点,进一步将二元创新衍生到个体层面认为二元创新是个体兼顾和平衡探索式创新和利用式创新的行为

表1 二元创新关键词聚类表

聚类号	聚类名称	年份	S 值	标签(LLR 值)
0	二元创新	2019	0.997	利用式创新(8.15); 企业价值(6.63); 企业绩效(6.50); 探索式创新(4.95)
1	企业绩效	2017	0.871	元分析(17.65); 中介作用(8.76); 二元性(8.76); 创新投入(8.76)
2	人力资本	2017	0.956	社会资本(8.70); 利用创新(6.17); QCA(6.17); 外部网络(6.17)
3	创新绩效	2017	0.954	网络能力(12.78); 战略选择(6.35); 知识网络(6.35); 企业国际化(6.35)
4	吸收能力	2018	0.989	合作广度(6.53); 多重中介效应(6.53); 知识搜索方向(6.53); 二元创新战略(6.53)
5	数字经济	2020	0.974	社会责任(6.97); 新零售企业(6.97); 亲缘系数(6.97); 内部控制(6.97)
6	情境分离	2016	1	创新搜索(10.07); 多维视角(10.07); 二元策略(10.07); 二元创新(1.00)
7	颠覆性创新	2023	1	技术二元(9.17); 技术距离(9.17); 市场二元(9.17)
8	创业导向	2018	0.993	机会识别(9.57); 创业拼凑(9.57); 最优模型(9.57); 二元创新(0.28)
9	闭合行为	2019	0.996	学习空间(7.87); 协同过程(7.87); 二元领导(7.87); 开放行为(7.87)

与倾向。

第二,双元创新的前因研究。该热点主要包含的聚类为#2人力资本、#4吸收能力、#5数字经济、#6情景分离、#8创业导向、#9闭合行为。对双元创新的概念界定不同,影响因素也不尽相同。目前研究主要分为两个视角,一个是分开视角将双元创新分为利用式创新与探索式创新,探究不同前因因素对两种不同创新的影响研究;另一个视角整体视角,探究不同前因对双元创新的平衡与协同的影响研究。在分开视角中前因主要包括资源因素、环境因素、个人因素,人力资本、组织资本、社会资本等资源因素对利用创新与探索式创新有正向影响,高管薪酬业绩敏感性会负向影响^[2]。相比分开视角,目前关于整体视角的前因变量研究相对较少,关系嵌入、结构嵌入、关系学习、学习导向、合作关系有利于双元创新的平衡与协同。

第三,双元创新的影响结果研究。该热点主要包含聚类为#1企业绩效#3创新绩效。双元创新的影响主要聚焦于企业绩效与创新绩效。双元创新对企业绩效、创新绩效、知识转化能力^[3]等具有显著正向影响。企业的吸收能力有助于广泛获取和消化外部知识,通过双元创新活动对获取和消化的知识进行运用,最终达到提升创新绩效的目的;在创新网络中充分整合并利用创新资源能有效协助企业进行探索式和利用式创新活动,进而提升企业的创新绩效水平^[4]。企业通过增强组织动态能力^[5],积累现有知识及隐性知识,提高探索性和利用性创新的水平,进一步刺激企业绩效的增长。

3.3 关键词时间线图谱

利用CiteSpace生成基于关键词的时间线图谱(图2),直观反映了2013—2023年在聚类条件下双元创新研究关键词随时间变化的演化路径。国内双元创新研究热点主题可以分为3个阶段:

第一阶段,2013—2014年是双元创新的初步探索阶段,

该阶段的节点数量较少,分布相对零散,但“双元创新”的节点与后期的节点之间存在很多关联性,表明这一时期的研究为后续研究奠定了理论基础。该阶段将双元创新作为中介变量,探索了其在高绩效工作系统对企业绩效的部分中介作用;将双元创新的基本概念打开为利用式创新与探索式创新,探索家长式领导、管理气氛的不同维度对不同创新的影响,探索不同创新分别对企业绩效的影响研究。同时将双元创新的概念从组织层面拓展到组织间层面,提出要利用好利用创新和探索创新的平衡。

第二阶段,2015—2020年是双元创新研究高速发展阶段,双元创新主题开始多样化,关键节点趋向多元化,研究内容主要集中在创新绩效、人力资本、企业绩效、吸收能力等方面。顾客参与、时间压力^[6]、知识惯性对利用式创新与探索式创新的影响不同,网络嵌入对利用式创新的影响大于对企业探索式创新的影响,吸收能力对探索式创新影响更大;双元创新有利于提高创新绩效、企业绩效、企业成长,双元创新对知识产权创造能力具有倒U型影响;双元创新在创新网络资源整合与创新绩效的关系中起部分中介作用^[4]。

第三阶段,2021—2023年,是双元创新研究略微减弱的阶段。关键节点趋向更加分散化,研究主题涉及数字经济、动态平衡等。数字化转型能够提高双元创新的投入水平^[7],数字经济也可以通过提高双元创新能力促进制造业高质量发展^[8],双元创新在企业家人性资本和组织即兴能力之间起部分中介作用^[9],双元均衡创新平衡维度和互补维度均对创业绩效具有正向影响^[10]。结合发文量和时间图谱同时可以看出,双元创新的研究正呈现分散化趋势。

4 讨论

4.1 结论

本文以双元创新的文献为研究对象,以CNKI中北大核心与CSSCI数据库为数据来源,采用文献计量分析方法,展

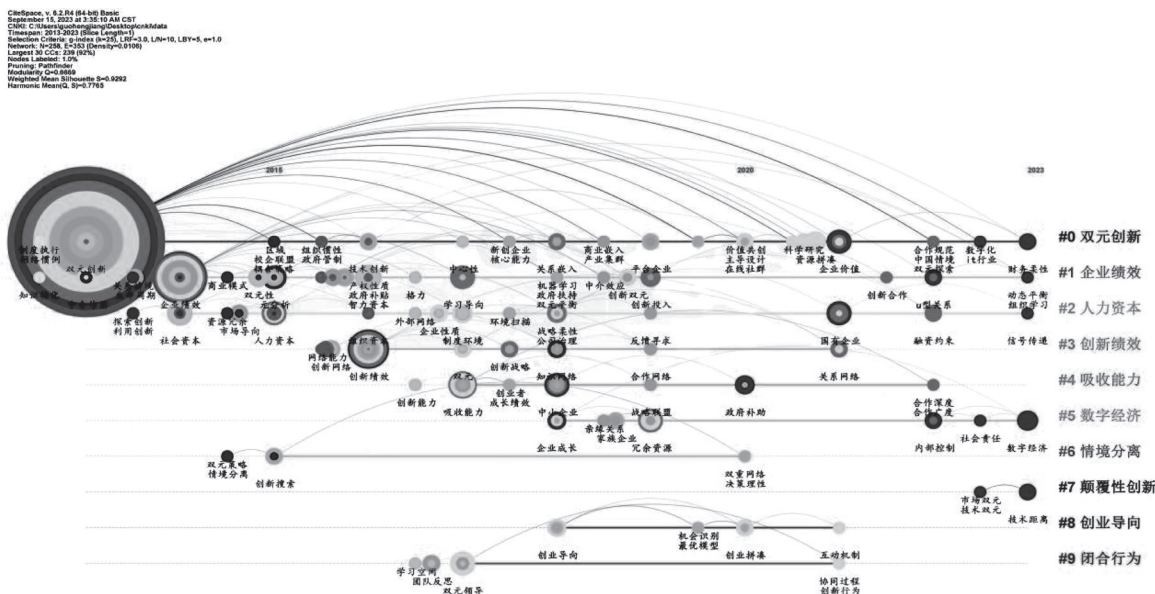


图2 双元创新关键词时间图谱

示了国内关于二元创新的发文量趋势、作者与研究机构分布,并通过关键词共现、关键词聚类、时间图谱深入分析该领域发展态势、主题演化和研究趋势可以得出如下结论:

(1)从研究的态势演进来看:在二元创新发文数量方面,2013—2021年二元创新文献产出量逐年递增,表明该领域越来越受到学者的重视,在2022年发文量略有下降;在二元创新期刊刊载方面,集中在《科学学与科学技术管理》《科研管理》《科学学研究》三种期刊刊载量超过总发表量的三分之一;国内关于二元创新的作者与研究机构分布较为零散,学者间、机构间的学术交流与合作较弱。

(2)从研究的主题演化来看:二元创新热点主题聚焦于企业绩效、人力资本、创新绩效、吸收能力、数字经济、情境分离、颠覆性创新、创业导向、闭合行为等九类,主题逐渐趋于多元化。目前有关二元创新的研究内容整体上呈现出“前因—路径—结果”的基本逻辑与研究框架,探究二元创新的前因变量。如人力资本、数字化转型等对二元创新的影响,将二元创新作为路径进而提升企业绩效与创新绩效。

4.2 研究展望

通过梳理国内二元创新领域研究现状以及热点前沿,本文对二元创新未来发展研究展望如下:

(1)研究内容丰富化。目前研究多数将二元创新划分为利用式创新和探索式创新分别进行研究或将二元创新未进行分类直接看作整体进行研究。因此,在未来的研究过程中将二元创新的“黑箱”打开,探讨二元创新中利用式创新与探索式创新的平衡比例、互补与不同场景的转化,充分考虑

二元创新组织与个人层面,必要时可以进行跨层研究。

(2)研究方法多样化。目前关于二元创新的研究以实证研究为主,在未来的研究过程中根据实际情况可以适当加入案例分析、QCA、仿真模拟等方法,多种角度多种方式对二元创新全面研究,增强研究成果的可信度。

参考文献

- [1] 李悦,王怀勇.二元创新行为与心理脱离:矛盾式领导风格的调节作用及其边界条件[J].科学学与科学技术管理,2018,39(10):157-170.
- [2] 李莹莹.高管薪酬业绩敏感性与企业二元创新:股权集中度与独董比例的调节作用[J].中国商论,2023(22):157-160.
- [3] 王搏.制造业企业二元创新与创新绩效:基于知识转化能力与协调柔性的作用[J].工程管理科技前沿,2023,42(3):53-59.
- [4] 张振刚,易欢,陈雪瑶.创新网络资源整合、二元创新对制造企业创新绩效的影响:环境不确定性的调节作用[J].技术经济,2020,39(3):58-65+73.
- [5] 卜婷婷,吴玉彬,杨玉婷.企业创新行为的影响因素:动力、能力与行动:基于扎根理论的研究[J].商展经济,2021(19):110-113.
- [6] 宋铠泰,张正堂,赵李晶.时间压力对员工二元创新行为的影响机制[J].经济管理,2019,41(5):72-87.
- [7] 姜英兵,徐传鑫,班旭.数字化转型与企业二元创新[J].经济体制改革,2022(3):187-193.
- [8] 杜金柱,吴战勇,扈文秀,等.数字经济与制造业高质量发展:影响机制与经验证据[J].统计与决策,2023,39(7):5-10.
- [9] 顾建平,贾玥.企业家灵性资本对组织即兴能力的影响机制:基于二元创新的中介与差序氛围感知的调节[J].领导科学,2023(3):46-50.
- [10] 彭华涛,潘月怡,陈云.社会网络嵌入、二元均衡创新与国际创业研究[J].科研管理,2022,43(11):45-54.

Analysis on the Research Focus and Development Trend of Domestic Ambidextrous Innovation Based on CiteSpace

Ren Yan^{1,2,3}, Yang Qian(Corresponding Author)^{1,2,3}, Liu Zeyu^{1,2,3}

(1. School of Economics and Management, Xi'an Technological University;

2. Soft Science Base for Ordnance Industry Innovation & Development in Shaanxi Province;

3. Shaanxi Collaborative Innovation Center for Management and Decision Making in the Ordnance Industry, Xi'an, Shaanxi 710021)

Abstract: Innovation is the major driving force leading the development. At present, single innovation cannot meet the current requirements for development and ambidextrous innovation has become the focus of enterprises. Taking 343 Chinese articles on ambidextrous innovation from 2013 to 2023 in CNKI core papers and CSSCI database as the data source, this article uses CiteSpace software to conduct visual analysis of publication volume, authors, research institutions, and key words to explore the research status, research focus, and development trend of ambidextrous innovation in recent years. The research findings indicate that the volume of publications with ambidextrous innovation as the theme initially showed an upward trend, followed by a decline. The cooperation between the authors and the research institutions is not close. The publications exhibit a basic logic and framework, featuring causes, paths, and results. The research focus covers enterprise performance, human capital, innovation performance, absorption capacity, digital economy, and situational separation, reflecting a diversified trend.

Keywords: Ambidextrous Innovation; Digital Economy; Visual Analysis; Innovation Performance; Enterprise Performance; Enterprise Innovation

产业集聚与城乡收入差距

——基于动态空间杜宾模型的实证分析

余士永^{1,2} 李焱求(通讯作者)² 聂续东^{2,3}

(1.临沂大学 山东临沂 276000; 2.培材大学 韩国大田 35329; 3.渤海大学 辽宁锦州 121000)

摘要: 文章基于全国31个省级面板数据,通过动态空间杜宾模型分析产业集聚对城乡收入差距的影响。研究表明:现阶段产业集聚在总体上缩小了城乡收入差距;产业集聚对城乡收入差距的影响存在空间溢出效应;城乡收入差距的变动存在空间集聚和路径依赖现象;从区域角度看,东中部、中西部和西部地区产业集聚对城乡收入差距的缩小均作用显著。基于以上结论,本文建议科学调整和优化产业结构,统筹城乡和区域产业协同发展;加大农业技术投入,推进农业产业优化升级;增加农村人力资本投入,优化农村劳动力职业转移路径。

关键词: 空间溢出;农业生产;劳动力转移;产业升级;城乡协调发展;城乡收入差距;农村劳动力

本文索引: 余士永,李焱求,聂续东.产业集聚与城乡收入差距[J].中国商论,2024(03):135-141.

中图分类号: F062.9; F291.3

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-135-07

1 引言

随着城市经济发展实力不断增强,城镇居民的工资水平也随之提升。农业产值虽不断增加,但在国民经济中的地位却不断下降;农业劳动生产率增长相对缓慢。城乡收入差距依然较大。目前,中国整体城乡居民收入比为2.45(林春霞,2023)^[1],相对东部地区,中、西部地区比值较高,其中贵州、甘肃等部分地区在3附近徘徊。在强调区域协调和共同富裕的当下,城乡收入差距不仅带来了一系列的经济和社会问题,对于“双循环”战略的实施以及经济高质量发展也会造成不良影响。因此,必须寻求科学有效的破局之道。国内外学者从不同视角对城乡收入差距的成因或影响因素进行了探讨,而产业集聚也成为部分学者研究的重要方向。产业集聚在一定程度上通过对生产要素的优化配置,带来规模经济 and 专业化,这使得劳动生产率不断提高。产业集聚在不同阶段,集聚效应和拥挤效应的表现强度不同,从而推动产业和相关生产要素在地理空间分布上发生变动。在此过程中,产业集聚对城镇和农村居民的收入及对城乡收入差距的变动趋势产生了不同程度的影响。然而,受地理区位和经济发展水平等因素的影响,产业集聚在不同阶段对各地城乡收入差距的影响也不尽相同。

基于以上分析,本文立足于新经济地理学,以第二产业为切入点,对城乡收入差距问题进行考察。从农村劳动力转

移和农业生产两方面,结合要素市场供需均衡,对其作用机理作出理论分析,并运用空间计量方法,通过理论与实证相结合的方式探讨产业集聚与城乡收入差距的关系、影响机制以及区域异质性问题。最后,文章根据实证结果,并结合现实情况,提出相关建议。

2 文献综述

产业集聚概念的提出最早可追溯至19世纪末Marshall的相关研究(Marshall,1987)^[2]。国外有关产业集聚与收入差距的研究在城乡收入差距方面较少,大多集中于地区收入差距。一些学者认为产业集聚拉大了地区收入差距,并试图从劳动生产率的角度来阐释两者之间的内在联系。部分学者研究指出,要素和技术的集聚可以促进地区整体劳动生产率的提高,进而提高了当地生产要素回报^[4]。部分学者从劳动力转移的角度作为切入点,指出产业集聚程度较高时,所吸纳的高素质劳动力有助于降低产业成本^[6]。此外,有研究表明,产业集聚导致的地区收入差距一旦形成,这种影响便存在一定的路径依赖,在空间和时间上具有一定的持续性(Rosenthal & Strange,2003;Fujita et al,1999)^[7]。

国内部分学者从不同产业角度,发现产业集聚能够显著缩小城乡收入差距^[11]。其中万思怡和张友鹏(2021)以及乔欢欢(2022)从具体的传导机制方面入手,分别发现城市化进程、人力资本积累和互联网信息化等间接抑制了城乡

作者简介: 余士永(1988-),男,山东临沂人,博士在读,研究方向:区域经济;

聂续东(1988-),男,辽宁锦州人,经济师,博士在读,研究方向:区域经济。

通讯作者: 李焱求(1971-),男,韩国大田人,教授,博士,博士生导师,研究方向:区域经济。

居民收入差距^[15]。也有部分学者研究指出,产业集聚对城乡收入差距的影响存在区域异质性^[11]。然而,研究显示产业集聚与城乡收入差距之间并非单调的线性关系,而是存在类似倒“U”型的关系^[17]。如果考虑到变量在地区之间的空间交互效应,所得结论也会有所差异。蔡武和吴国兵等(2013)证实了不同地区之间城乡收入差距存在空间交互效应,产业集聚通过影响本省区城乡收入差距将作用传递到相邻省区^[18]。罗芳和赵煦琨(2022)则认为产业集聚和城乡收入差距均存在空间交互效应,且不同的细分产业表现出不同程度的异质性^[19]。其他学者的研究也都证实相关产业的集聚效应不仅会降低本地区的城乡收入差距,还会降低相邻地区的城乡收入差距^[20]。

综上,产业集聚与城乡收入差距之间的关系并不明确,这取决于研究的时期、区域范围以及产业类别三种维度。在产业集聚对城乡收入差距的影响路径上,部分研究忽略了农业生产方面,而农业生产是农村居民增收的主要方式,甚至转移至城镇的部分劳动力依然从事适量的农业生产。根据部分学者的研究,城乡收入差距也存在一定的空间集聚现象。因此,其在不同地区间不可避免地产生一些联系,而传统面板数据模型忽略了区域之间的这种联系。此外,空间效应检验一般选择一个连续区域中的邻近空间单位的空间-时间数据,以更合理地定义空间权重矩阵并测度这些邻近单位的影响^[23]。传统的研究将区域划分为东、中、西三个部分,割裂了一些地区可能存在的密切联系,得出的结论可能与现实相悖。

3 产业集聚影响城乡收入差距的机理分析

产业集聚对城乡收入差距的影响主要通过促使农村居民收入提高而实现。在产业转移的过程中,一部分农村劳动力转向城镇,获得非农收入;另一部分留在农村通过改进农业生产实现增收。

3.1 产业集聚与农村劳动力转移

城镇具有一定的工业化基础和较大的市场规模等有利条件,因此,产业集聚一般始于城镇。产业集聚初期,对劳动力需求相对较小,城镇劳动力凭借地理位置和人力资本等优势,将会首先获得就业机会。同时,会有少量农村劳动力涌入相关产业,但城镇从业者数量将占据绝对优势。因而,相对农村居民,城镇居民收入增加幅度更大,城乡收入差距将会扩大。随着产业集聚的推进,劳动力的需求将大幅增加。第二产业对劳动力的需求弹性一般大于农业,且农村劳动力转移的机会成本较低。在此阶段一定数量的农村劳动力为寻求收入的增加,向城镇第二产业转移。然而,随着农村劳动者的大量涌入,城镇工资水平会在一定时间保持均

衡,甚至出现一定程度的下滑。在农村,由于人口的转移,劳动力数量减少,外部雇佣者的工资水平得以提升。

随着各类产业、资源以及人口不断涌向城镇,集聚地区更高的要素价格开始对部分产业形成挤出,导致产业的空间转移。高技能型产业由于对知识溢出和资本的依赖程度高而倾向更高层次的集聚。低技能型产业对劳动力、土地等要素成本更加敏感,更容易产生过度集聚而造成规模不经济和其他的负外部性,因此倾向于向城镇外围或其他地区转移。这部分转移的产业在新的地区将会形成再集聚的过程,将对当地城乡收入差距产生新一轮的影响。

然而,农村劳动力转入的产业一般都是劳动密集型的,且部分农村劳动力的转移只是暂时或季节性的。虽然收入水平短时间内得到跃升,但长期而言劳动生产率相对较低,并不利于工资收入的持续增加。

3.2 产业集聚与农业生产

产业集聚拉动农村劳动力不断向城镇转移,部分闲置的土地通过流转走向集中,扩大了单个农户的土地经营规模,从而产生规模经济,使得收益得以扩大。同时,农业从业者减少,劳动力价格上升;城镇从业者对农产品需求的扩大也推动了农产品价格的上升;产业集聚带来的规模经济和竞争效应使得农用器具等工业品价格得以下降。这又加速了农用器具对劳动力的替代,同时推动了农业的机械化。这在很大程度上提高了农业生产效率并缩短了工作时长,为寻求其他增收项目以及推动剩余劳动力进一步向城镇转移创造了条件。

产业集聚导致城镇规模不断扩大,对农业生产愈发依赖。首先,农村的人口和资本等生产要素不断减少,这就迫使农村不得不进行农业生产改进或引进新的农业技术,在既定的生产要素总量下增加产量。其次,从业者收入不断提高,对农产品的需求结构也发生变化,这也会刺激畜牧业的发展和饲料作物的种植。再次,部分以农产品为工业原料的产业扩张,将会增加对相关产品的需求。而农业生产也将为此作出调整或改进以增加产能并提高收益。不仅如此,产业集聚促进了城乡结合部基础设施完善,城乡联系更加紧密,农村劳动者更加方便地共享城镇化经济带来的益处。这些对缩小城乡收入差距产生了积极的影响。

虽然农业生产改进和技术改进在一定程度上能够促进农业劳动生产率的提高,但对比第二、三产业,其劳动生产率依然较低,产值的比重在逐渐下降。农业虽然重要,但处境却较为被动。农业生产一般围绕城镇以及其他产业进行。相对第二、三产业,农业技术进步始终处于追赶的状态。因此,仅就农业生产改进或生产技术进步而言,虽然短期能在

一定程度上缩小城乡收入差距,但长期依然存在不确定性,还要视其他因素而定。

4 模型构建与变量描述

4.1 模型的构建

本文选取应用普遍的空间杜宾模型(SDM),在满足一定条件时可以退化为空间滞后模型或空间误差模型。除静态模型外,为缓解内生性以及避免其他重要影响因素的遗漏问题,本文引入滞后一期的被解释变量,构建了动态空间杜宾模型,具体模型如下:

$$GAP_t = \alpha I_N + \rho WGAP_t + X_t \beta + WX_t \theta + \mu + \xi_t I_N + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$GAP_t = \alpha I_N + GAP_{t-1} + \rho WGAP_t + X_t \beta + WX_t \theta + \mu + \xi_t I_N + \varepsilon_t \quad (2)$$

其中, GAP 表示城乡收入差距; X 表示解释变量集(包括核心解释变量和控制变量); W 表示空间权重矩阵。本文共构建三种空间权重矩阵:(1)地理距离矩阵,空间权重以两地省会城市之间距离的倒数来衡量;(2)地理邻接矩阵,当相邻地区有共同边界或顶点时,权重为1,否则为0;(3)经济距离矩阵,空间权重取两地实际人均GDP绝对差的倒数来表示。 $WGAP$ 和 WX 分别为城乡收入差距和解释变量的空间交互项; $\mu = (\mu_1, \dots, \mu_N)^T$, I_N 为 $N \times 1$ 阶单位向量; αI_N 为常数项向量; μ 和 $\xi_t I_N$ 分别为空间特定效应和时间特定效应。

4.2 数据来源与变量描述

本文选取2000—2021年中国大陆31个省(直辖市、自治区)的面板数据。相关数据来源于《中国统计年鉴》、各地方统计年鉴与中经网统计数据库。

(1)被解释变量(GAP)

学术界普遍使用城镇居民可支配收入与农村居民可支配收入(纯收入)之比及泰尔指数来衡量城乡收入差距,在涉及两类指标的研究中,其稳健性检验显示两者得出的结论基本一致。而相较后者,前者的原始数据较完整且容易获得,故本文亦选择前者来衡量城乡收入差距。

(2)核心解释变量(AGG)

产业集聚的测量方法有很多,如区位基尼系数、EG指数以及区位商等。这些方法各有优缺点,考虑到数据的可获得性与可操作性,本文选取区位熵来测量产业集聚水平。具体计算公式如下:

$$AGG_{ij} = \frac{P_{ij} / P_j}{P_i / P} \quad (3)$$

其中, AGG_{ij} 为产业集聚指数(区位熵); P_{ij} 为*i*地区*j*产业产值; P_i 为*i*地区的生产总值; P_j 为*j*产业产值; P 为全国生产总值。区位熵的值越大,集聚程度越高,反之则越低。

(3)控制变量

经济发展水平(PGDP):采用地区实际人均GDP来衡量;对外贸易水平(TRA):采用进出口总额与GDP的比值来衡量,人民币与美元按当期汇率换算;城镇化率(URB):采用城镇常驻人口占总人口的比重作为衡量城镇化率的指标;人力资本水平(HUM):以每万人高校在校学生数量作为代理变量。

5 实证检验与分析

5.1 空间相关性检验

本文以地理距离权重矩阵为例,运用Moran's I值对被解释变量的空间相关性进行了检验,结果如表1所示。

Moran's I值均大于零,并且在1%水平均显著。这说明我国各省份的城乡差距存在显著的正相关性,即在地理分布上具有明显的集聚现象,主要表现为相邻省份具有相似的城乡收入差距水平。因此,城乡收入差距的空间相关性是本文实证分析必然考虑的重要因素。

表1 城乡收入差距Moran's I值

年份	Moran's I	Z 值	年份	Moran's I	Z 值
2000	0.161***	5.615	2011	0.205***	6.899
2001	0.176***	6.052	2012	0.203***	6.833
2002	0.180***	6.151	2013	0.169***	5.844
2003	0.179***	6.138	2014	0.167***	5.777
2004	0.186***	6.344	2015	0.168***	5.804
2005	0.188***	6.399	2016	0.156***	5.469
2006	0.212***	7.081	2017	0.156***	5.480
2007	0.213***	7.116	2018	0.150***	5.286
2008	0.215***	7.167	2019	0.149***	5.264
2009	0.210***	7.019	2020	0.155***	5.445
2010	0.214***	7.136	2021	0.162***	5.645

注:***表示在1%的水平上显著。

5.2 模型选择

表1传统的LM和稳健的LM统计量均在1%的显著性水平上拒绝了原假设,说明存在被解释变量的空间交互和误差项的空间交互效应。由此可见,SAR和SEM模型均存在适用性,因此需要进一步考察更广义形式的空间杜宾模型(SDM)。Wald检验和LR检验的统计量均在1%的显著性水平上拒绝了原假设,可见空间杜宾模型不能简化为SAR和SEM模型,选择空间杜宾模型是合适的。Hausman检验也表明,采用含固定效应的空间杜宾模型更加有效,结果见表2。

5.3 基本回归分析

本文分别对不同空间权重矩阵下的静态空间杜宾模型

和动态空间杜宾模型进行了回归,结果如表3所示。表3(1)至(3)列为三种权重矩阵下静态空间杜宾模型回归结果;表3(4)至(6)列为相应的动态空间杜宾模型回归结果。

表2 模型检验结果

检验类型	统计量
LM Spatial error	127.363***
Roubst LM Spatial error	127.363***
LM Spatial lag	35.792***
Roubst LM Spatial lag	8.525***
LR Spatial error	99.890***
LR Spatial lag	121.810***
Wald Spatial error	116.510***
Wald Spatial lag	56.250***
Hausman	21.800**

注: **、* 分别表示在 1%、5% 的水平上显著。

表3显示,(1)至(3)列拟合效果较差,说明静态空间杜宾

模型中仅外生解释变量并不足以对被解释变量做出解释,很有可能存在内生性或其他潜在影响并未得到体现。(4)至(6)列引入被解释变量的滞后一期作为解释变量后,模型的拟合效果较好。三个模型中,引入的滞后一期被解释变量均通过1%水平的显著性检验,绝大多数解释变量及其空间交互项的系数显著并且方向相同,说明模型具有较强的解释力,回归结果比较稳健。因此,动态空间杜宾模型能更好的解释空间效应以及除产业集聚外其他潜在因素对城乡收入差距的影响。

为准确描述相关解释变量对被解释变量的影响,还需要计算相应解释变量的直接效应和间接效应。此外,在效应分解中,静态空间模型并不能用来测算短期效应,而动态空间模型却能有效识别长短期效应的差异。因此,本文在后续将对(4)至(6)列进行空间效应分析,结果见表4。

5.4 空间效应分析

表4(4)至(6)列各解释变量的长期效应均未通过显著性

表3 基本回归结果

变量	静态 SDM			动态 SDM		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
L.gap				0.867*** (0.020)	0.860*** (0.022)	0.865*** (0.020)
AGG	-0.875** (0.368)	-0.831** (0.393)	-0.623 (0.409)	-0.109** (0.044)	-0.174*** (0.050)	-0.122** (0.041)
PGDP	0.069*** (0.026)	0.039* (0.022)	0.041 (0.026)	0.013*** (0.004)	0.009** (0.005)	0.012** (0.006)
TRA	-0.227 (0.170)	-0.195 (0.189)	-0.284 (0.186)	0.064** (0.029)	0.058 (0.038)	0.072** (0.031)
URB	1.708 (1.708)	0.525 (1.559)	0.928 (1.670)	-0.212 (0.231)	-0.295 (0.214)	-0.175 (0.236)
HUM	-3.90E-05 (0.001)	0.001 (0.001)	0.001 (0.001)	-0.001*** (0.0002)	-0.001*** (0.0002)	-0.001*** (0.0002)
W*AGG	0.790** (0.315)	1.2860*** (0.3000)	0.594** (0.294)	-0.512*** (0.108)	-0.109* (0.060)	-0.234*** (0.065)
W*PGDP	-0.166** (0.075)	-0.093** (0.044)	-0.154*** (0.039)	-0.044*** (0.014)	-0.027*** (0.008)	-0.034*** (0.009)
W*TRA	-0.732*** (0.202)	-0.342 (0.326)	-0.171 (0.308)	-0.355*** (0.088)	-0.275*** (0.080)	-0.262*** (0.073)
W*URB	-4.345* (2.368)	-2.731 (1.907)	-2.433 (1.766)	1.510*** (0.374)	0.700** (0.285)	0.585 (0.357)
W*HUM	0.005*** (0.001)	0.002 (0.001)	0.003 (0.002)	-0.001*** (0.0003)	-0.0004 (0.0003)	-0.0003 (0.0004)
ρ	0.409** (0.167)	0.385*** (0.089)	0.264*** (0.069)	0.160** (0.082)	0.084 (0.054)	0.066* (0.037)
σ^2	0.042*** (0.013)	0.047*** (0.015)	0.047*** (0.015)	0.009*** (0.002)	0.009*** (0.002)	0.009*** (0.002)
R ²	0.002	0.028	0.001	0.966	0.960	0.952
LogL	110.997	61.392	65.718	635.710	623.204	622.635

注: 括号内为标准误; **、*、* 分别表示在 1%、5% 和 10% 的水平上显著,下同。

表4 空间效应分解结果

	(4)			(5)			(6)		
	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
AGG	-0.114** (0.046)	-0.639*** (0.157)	-0.753*** (0.178)	-0.177*** (0.051)	-0.134** (0.066)	-0.311*** (0.089)	-0.127*** (0.041)	-0.257*** (0.073)	-0.384*** (0.088)
PGDP	0.013*** (0.004)	-0.050*** (0.014)	-0.036*** (0.013)	0.009** (0.004)	-0.029*** (0.008)	-0.020*** (0.007)	0.012* (0.005)	-0.035*** (0.010)	-0.023** (0.010)
RTA	0.062** (0.029)	-0.404*** (0.114)	-0.342*** (0.115)	0.054 (0.037)	-0.289*** (0.080)	-0.234*** (0.078)	0.069** (0.029)	-0.270*** (0.073)	-0.201*** (0.063)
URB	-0.198 (0.211)	1.781*** (0.502)	1.583*** (0.457)	-0.281 (0.199)	0.737** (0.313)	0.456 (0.306)	-0.163 (0.221)	0.628 (0.400)	0.465 (0.458)
HUM	-0.001*** (0.0002)	-0.002*** (0.001)	-0.002*** (0.001)	-0.001*** (0.0002)	-0.001 (0.0003)	-0.001*** (0.0004)	-0.001*** (0.0002)	-0.0004 (0.0004)	-0.001*** (0.0004)

检验,未达到长期均衡状态。因此,表4省略长期效应,只对短期效应进行列示和解析。从短期来看,产业集聚的直接效应系数分别为-0.114、-0.177和-0.127,且均通过了5%显著性水平检验,说明产业集聚能够缩小本地城乡收入差距。其间接效应系数分别为-0.639、-0.134和-0.257,且在5%水平上显著,说明特定地区产业集聚缩小了邻近地区的城乡收入差距。这是因为本地产业集聚既拉动农村劳动力向相应产业转移,也吸引了邻近地区的部分农村劳动力,不仅增加了转移劳动力群体的工资收入,还促进了相应地区农业劳动生产率的提高。

从各控制变量回归结果来看,经济发展水平直接效应系数显著为正,说明经济增长会扩大本地城乡收入差距。在中国经济向高质量发展的转型过程中,非农产业的发展及其劳动生产率的提高将会带来更多的工作岗位和更高的收入,而非农产业的发展红利会最早惠及城镇人口。农业生产率虽然有所提高,但相比非农产业依然较低。这些因素在一定程度上扩大了城乡收入差距。经济增长的间接效应显著为负,这说明特定地区的经济增长能够缩小邻近地区的城乡收入差距。各地区经济发展不平衡以及人口结构等方面的差异,而农村劳动力的跨地区流动将会缓解这种失衡,实现剩余农村劳动力就业和收入水平的提高。对外贸易水平的直接效应系数大多显著为正,说明对外贸易会拉大本地城乡收入差距。外贸行业在城镇与农村的分布不平衡,城镇对外贸易及相关行业从业者更容易获得贸易带来的发展红利,同时扩大了城乡收入差距。而间接效应为负,说明特定地区对外贸易能够缩小邻近地区的城乡收入差距。各地区在对外贸易中都有各自的比较优势,通过农产品的跨省流通为农产品拓宽了销售渠道,增加了农村居民收入。城镇化水平直接效应系数为负,但不显著;间接效应系数大多显著为正。城镇化主要表现为城镇常住人口的增加,其中一部分来自农村人口向城镇的迁移,另一部分来源于城镇区划扩

张。前者因为就业的转移而带来收入的提高,而后的收入在短时间内并未有实质性变化,甚至还有脱离土地而导致的摩擦性失业的风险。特定地区特别是发达省份在城镇化进程中不断吸收了大量本地的资源,这在一定程度上抑制了邻近地区的发展和收入的提高。人力资本水平的直接效应、间接效应系数大多显著为负,这说明本地人力资本水平的提高有助于缩小本地及邻近地区的城乡收入差距。城镇劳动供给不断增加,就业竞争较为激烈,不利于城镇居民工资收入的增加。目前,农村人口持续向城镇转移,为农业的规模化和机械化创造了条件。部分高技术农业企业以及相关产业开始向农村集聚,带动了农村居民收入的提高。此外,部分高校毕业生也选择返乡创业,发展农村电商,扩大了农产品的生产和销售。这些在很大程度上带动了农村的发展,缩小了城乡收入差距。

5.5 区域异质性分析

为进一步考察两者影响机制的区域异质性,将31个省份按照通常做法,分为东、中、西三个区域(东部地区包括北京、天津、河北、辽宁、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东、海南;中部地区包括山西、吉林、黑龙江、安徽、江西、河南、湖北及湖南;西部地区包括内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏及新疆),基于反地理距离权重矩阵 W_1 ,按前文所述方法进行回归。此处仅汇报核心解释变量产业集聚的短期效应,如表5所示。

表5结果显示,仅西部地区产业集聚各效应系数显著为负,这与整体回归得出的结论一致。而东部与中部地区产业集聚对城乡收入差距的影响并不显著。东部地区绝大多数为沿海省份,除北京、天津及河北外,其他各个省份仅与其中的南北两端省份邻近。割裂与其相邻的中部及部分西部省份,而单独研究东部地区的空间效应是片面且不够精确的。而中部地区也有类似的情况。空间计量研究一般位于一个连续区域中的邻近空间单位,否则不能一致地估

计空间交互效应的影响^[1]。基于此,将东部和中部合并为东中部,为稳健起见,又将中部和西部合并为中西部。本文在对合并后的区域进行回归分析时,发现两个地区的产业集聚各效应系数均通过5%水平的显著性检验,且为负数。这说明在东中部和中西部,产业集聚能够显著缩小本地和邻近地区的城乡收入差距,与总体回归结果一致,研究结论具有稳健性。

表5 分区域空间效应分解结果

区域	直接效应	间接效应	总效应	R ²	LogL
东部	0.016 (0.060)	-0.264 (0.259)	-0.249 (0.289)	0.996	1176.151
中部	-0.087 (0.075)	-0.372 (0.570)	-0.459 (0.618)	0.862	1031.842
西部	-0.209*** (0.059)	-0.331* (0.181)	-0.539*** (0.177)	0.984	790.650
东中部	-0.093** (0.045)	-0.888*** (0.323)	-0.981*** (0.351)	0.971	942.442
中西部	-0.122** (0.048)	-0.528*** (0.150)	-0.650*** (0.149)	0.980	701.707

在效应大小上,以东中部和西部分组为例。西部地区的直接效应比东中部较强,然而东中部的间接效应大于西部地区。西部地区城乡收入差距较大,产业集聚程度较低,且以劳动密集型产业为主,各地对于消化本地农村劳动力效果显著。但西部地区剩余劳动力特别是农村剩余劳动力数量相对较多,在各省份间流动较少;而各省份由于产业集聚处于较低水平,产业布局缺乏优化,产业同质化现象较为普遍,在承接东中部产业转移时不可避免地存在一定程度的竞争。因此,特定地区对于缓解邻近省份城乡收入差距的效应较小。相对西部地区,东中部发展水平较高,城乡收入差距也较小,产业集聚的速度在放缓,特别是东部发达省份,由于生产方式趋于资本密集化和技术密集化,部分劳动密集型产业逐步向中、西部转移。因此,本地产业集聚的直接效应相对较小。东中部地区,工业化进程较快,率先进行了产业结构调整和优化,大多形成了自身的特色和优势产业,从而在一定程度上避免了野蛮生长和无序竞争。因此,相邻省份之间,特别是东部和中部各省份间,在产业上具有一定的互补效应,特定地区的产业集聚在一定程度上能够缓解邻近省份劳动力过剩尤其农村劳动力过剩的问题。

6 结论与建议

综上,本文得出以下结论:(1)现阶段产业集聚在总体上缩小了城乡收入差距;(2)产业集聚对城乡收入差距的影响存在空间溢出效应;(3)城乡收入差距的变动不仅在空间上存在相关性,在时间维度上也存在一定惯性;(4)从区域角度来看,东中部、中西部以及西部地区产业集聚对城乡收

入差距的缩小均作用显著;(5)除产业集聚外,提高经济增长水平、扩大对外贸易及加大人力资本投入均能从不同程度上缩小城乡收入差距。基于以上分析,本文提出以下建议:

第一,科学调整和优化产业结构,统筹城乡和区域产业协同发展

现有产业,在保持知识密集型产业集聚的同时,适度引导劳动密集型等低技能产业向外围和乡村依次转移,使产业内部和产业间充分释放集聚优势,惠及不同区间及不同类型的劳动力尤其是农村劳动力,降低其转移成本和心理障碍。对新引入的产业,要统筹城乡发展,对产业定位及发展趋势作出准确的研判,合理地进行空间布局,减少过度集聚带来的各种成本和负面影响。要统筹好三大区域的产业布局,注重培育各地区的特色优势产业,强调各地区产业协调互补。

第二,加大农业技术投入,推进农业产业优化升级

要统筹农业和其他产业的协调发展,推广农业机械化并增加农业技术投入,确保农业生产及时、充分共享社会发展的红利,确保农业生产技术紧随经济和科技发展的步伐。加大农业基础设施建设,提高农业生产及销售的便利性和可达性;加强农业规模化和产业化运作,并拓宽和稳定农产品销售渠道;推动农业产业结构调整,积极发展生态农业、乡村旅游等高附加值产业。

第三,加大农村人力资本投入,优化农村劳动力职业转移路径

加大农村人力资本投入,提高农村人员专业知识和技能水平,使其具备向资本密集型或知识密集型产业转移的基础素质。对于留在农村专门从事农业的群体,人力资本投入也非常必要,如化肥和农药的使用、病虫害的防治等,都是农业生产中的必需技能。而农用机械的操作、新技术采用等也能大力提高劳动生产率。因此,对农村劳动力加大人力资本投入,就长期而言,能在很大程度上缩小城乡收入差距。

参考文献

- [1] 林春霞.城乡收入比下降令人鼓舞[N].中国经济时报,2023-02-03.
- [2] Marshall J N,Damesick P et al. Understanding the location and role of producer services in the United Kingdom[J]. Environment & Planning A,1987,19(5):575-595.
- [3] Abdel-Rahman H,Fujita M. Product Variety, Marshallian Externalities, and City Size[J]. Journal of Regional Science,1990,30(2):165-183.
- [4] Ciccone A,Hall RE. Productivity and the Density of Economic Activity[J]. American Economic Review,1993,86(1):54-70.
- [5] Combes PP. Economic Structure and Local Growth:France,1984 ~ 1993[J]. Journal of Urban

- Economics,2000,47(3):329-355.
- [6] Combes PP,Duranton G et al. The Productivity Advantages of Large Cities: Distinguishing Agglomeration from Firm Selection[J]. Econometrica,2012,80(6):2543-2594.
- [7] Rosenthal S S,Strange W C. Geography,Industrial Organization,and Agglomeration[J]. Review of Economics and Statistics,2003,85(2):377-393.
- [8] Fujita M,Krugman PR et al. The spatial economy: cities,regions and international trade[M]. The MIT Press,Cambridge,2001.
- [9] 刘军,王佳玮,杨浩昌.产业聚集对城乡居民收入差距的影响:基于中国省级面板数据的实证研究[J].农村经济,2015(5):44-49.
- [10] 俞彤晖.流通产业集聚水平对城乡收入差距影响的实证研究:基于省际动态面板数据的系统GMM分析[J].经济纵横,2018(8):106-113.
- [11] 俞彤晖.科技服务业集聚、地区劳动生产率与城乡收入差距[J].华东经济管理,2018,32(10):114-120.
- [12] 芮国强,董露露,马继迁.流通产业集聚与我国城乡收入差距之间的动态效应研究:基于省级面板数据的实证[J].商业经济研究,2019(13):20-24.
- [13] 万思池,张友鹏.生产性服务业集聚对城乡收入差距的影响及其中介效应[J].商业经济研究,2021(21):180-184.
- [14] 乔欢欢.农产品电商集聚对城乡居民收入差距影响研究:基于互联网信息化的中介效应检验[J].商业经济研究,2022(7):90-93.
- [15] 曾鹏,吴功亮.技术进步、产业集聚、城市规模与城乡收入差距[J].重庆大学学报(社会科学版),2015,21(6):18-34.
- [16] 陈旭.城市蔓延、地理集聚与城乡收入差距[J].产业经济研究,2019,4(3):40-51.
- [17] 信成杨,闭明雄.服务业集聚对城乡收入差距的影响及路径研究[J].生产力研究,2022(10):11-16.
- [18] 蔡武,吴国兵,朱荃.集聚空间外部性、城乡劳动力流动对收入差距的影响[J].工业经济研究,2013(2):21-30.
- [19] 罗芳,赵煦琨.区域制造业集聚对城乡收入差距的作用研究[J].经济论坛,2022(1):26-39.
- [20] 况佩杰,张宝兵,王佳玉.制造业集聚对城乡收入差距的影响研究[J].合肥工业大学学报(社会科学版),2020,34(2):21-27.
- [21] 王亚男,张明斗.农业产业集聚与城乡收入差距:基于社会资本调节效应的再思考[J].江汉论坛,2022(10):27-37.
- [22] 蔡亚龙,廖添土.流通产业集聚对城乡收入差距的影响机制:基于省域面板数据的空间计量研究[J].福建商学院学报,2022(4):34-41.
- [23] J.Paul Elhorst.空间计量经济学:从横截面数据到空间面板[M].北京:中国人民大学出版社,2014.

Industrial Agglomeration and Urban-Rural Income Gap—Empirical Analysis Based on Dynamic Spatial Durbin Model

She Shiyong^{1,2}, Li Yanqiu(Corresponding Author)², Nie Xudong^{2,3}

(1. Linyi University, Linyi, Shandong 276000; 2. Pai Chai University, Daejeon, the Republic of Korea 35329; 3. Bohai University, Jinzhou, Liaoning 121000)

Abstract: Focusing on 31 provincial panel data, this paper analyzes the impact of industrial agglomeration on urban-rural income gap through dynamic spatial Durbin model. The research results show that the current industrial agglomeration has narrowed the income gap between urban and rural areas on the whole. There is a spatial spillover effect of industrial agglomeration on urban-rural income gap. The changes exhibited in urban-rural income gap reflect spatial agglomeration and path dependence. From a regional perspective, industrial agglomeration has a significant impact on narrowing the urban-rural income gap in central, eastern, midwestern, and western regions. Based on the above conclusions, it is suggested to scientifically adjust and optimize the industrial structure and support the coordinated development of urban-rural and regional industries. This paper also proposes increasing investment in agricultural technology, promoting the optimization and upgrading of agricultural industry, increasing the input of rural human capital, and optimizing the path of rural labor occupation transfer.

Keywords: Spatial Spillover Effect; Agricultural Production; Labor Transfer; Industrial Upgrading; Coordinated Urban and Rural Development; Urban-Rural Income Gap; Rural Labor

安徽省产业结构升级测度及产业结构优化研究

王心怡

(青海大学财经学院 青海西宁 810016)

摘要: 文章从四个层次对安徽省2000—2006年、2007—2013年和2014—2021年三个时期的产业转移升级状况进行横向和纵向研究。首先,本文对安徽省及其16个地级市的产业转型升级现状以及三大产业的转型升级方向进行分析。其次,综合使用Lilien模型和More值模型对安徽省三大产业转型升级的速度进行测度。再次,构建Shift-share模型对安徽省及其16个地级市的劳动生产率进行分解,得出安徽省22年间产业转型升级速度良好且产业内部结构效应是促进安徽省劳动生产率增长的主要原因。最后,本文提出了安徽省产业结构优化的对策建议,以供参考。

关键词: 产业转型升级; 超前系数; More值; 劳动生产率; Shift-share模型

本文索引: 王心怡.安徽省产业结构升级测度及产业结构优化研究[J].中国商论,2024(05):142-146.

中图分类号: F127; F062.9

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-142-05

1 引言

近年来,我国正处于产业结构转型升级阶段,创新驱动的新发展理念深入人心。在“十四五”规划中,重点强调了助推产业结构转型升级的关键在于产业多元化发展和新业态新模式融合。产业结构升级对于解决我国经济发展中的现存问题如环境污染、能源枯竭等,增强我国实体经济实力,推动经济实现高质量发展具有重要作用。当前,我国经济进入中高速发展阶段,面对经济增速减慢,对于传统工业、服务业等的升级迫在眉睫,发展现代化服务业、高科技产业等成为经济发展的重点。长江三角洲城市群改革开放以来发展迅速,成为中国产值最高的地区。安徽省加入长三角经济带以来,为长三角地区经济的蓬勃发展做出了重要贡献,问题也随之而来。因此,安徽省为促进产业结构的合理化和高级化,本文对安徽省的产业转型升级情况进行研究具有一定的现实意义。

2 文献综述

产业结构指各个产业的产值占国内生产总值的比重,而对于产业结构升级的定义尚未达成一致。国内外学者就此展开了积极探讨。Whitman Rostow(1971)率先对经济发展过程中不同阶段会对应不同的产业结构特征进行系统的解释,这为后来的研究奠定了理论基础^[1]。随后,Poter(1990)在“要素禀赋优势说”中提出:产业结构升级就是主导产业由劳动密集型产业转向资本或技术密集型产业的过程^[2]。周振华(1992)指出应从产业结构的合理化和高级化入手,前者旨在实现生产要素在各部门之间的合理分配和充分利用,而后者旨在推进经济发展的重心逐渐偏向高层次产业的过程^[3]。这一观点也得到了后来学者的普遍认同。

梳理已有文献发现,目前国内外相关研究主要有三种:(1)产业结构升级水平的测度;(2)产业结构升级的影响

因素;(3)产业结构变迁与经济增长关系。目前,学术界对于产业结构升级测度的方法尚未统一。库兹涅茨和卡尔多(1973)通过测算产业间劳动力的转移来反映产业结构升级的速度^[4]。张春玲等(2021)、王茂祥等(2017)用超前系数More值模型对湖北省和江苏省的产业结构升级进行了测度^[5-6]。谭晶荣等(2012)分解了劳动生产效率,认为产业内效应对劳动生产率增长具有重要作用^[7]。黄天能等(2021)运用固定效应模型探究了产业结构升级的影响因素^[8]。苟利民(2022)运用空间误差模型对产业结构升级影响因素进行分析^[9]。郭旭等(2021)将行业特征纳入修正的Lilien指数,构建一种综合衡量的新方法,一定程度上弥补了现有研究方法的不足^[10]。

纵观安徽省经济发展历程发现,安徽省的产业结构经历了一系列的重大改革,如土地改革、改革开放和社会主义市场经济等。准确把握产业结构升级水平对于地区产业政策的制定以及衡量政策有效性具有重要意义。因此,安徽省为推进产业结构升级合理化和高级化,本文以安徽省的产业转移升级作为研究对象,选用2000—2021年的数据,综合使用Lilien模型、超前系数、More值以及Shift-share模型等对安徽省产业结构升级优化进行研究,最后针对性地提出了一些建议。

3 产业转型升级测度模型的建立

3.1 产业转型升级方向模型

根据库兹涅茨法则,产业结构升级的方向总是由低向高、简单向复杂、低级向高级^[4]。产业结构超前系数是测定某一产业结构增长相对整个经济系统增长的超前程度,其公式如下:

$$E_i = a_i + a_i - 1 / R_i \quad (1)$$

其中, E 是超前系数; a_i 是第*i*产业在报告期与基期产值

作者简介: 王心怡(2001-),女,汉族,安徽安庆人,研究生,主要从事产业经济学等方面的研究。

占总产值的比重的份额之比;R_t表示t期经济系统平均增长率^[9]。当E_t>1时,说明第i产业超前发展;反之,则说明该产业发展落后。

3.2 产业转型升级速度模型

Kaldor和Kuznets认为:在生产效率的推动下,劳动力沿着第一产业向第二产业再向第三产业转移^[11]。本文选用Lilien指数模型和More值测定模型,分别从劳动力和三大产业所占比重对安徽省产业结构升级速度进行测定。

3.2.1 Lilien指数模型

Lilien指数模型以劳动力的转移为基础来测定,公式如下:

$$Z_{kt} = SQR T \left\{ \sum_{i=1}^n \frac{EMP_{ikt}}{TEMP_{kt}} [\Delta \log EMP_{ikt} - \Delta \log TEMP_{kt}]^2 \right\} \quad (2)$$

其中,k指城市,i指三大产业。EMP_{ikt}代表T时期内k城市第i产业的就业人数,TEMP_{kt}指T时期内k城市的总就业人数。Z_{kt}越大,说明在T时间内劳动力在三大产业间的转移速度越快。

3.2.2 More值测定模型

More值测定法是引入空间向量和空间向量中夹角的原理,将经济中的研究对象如产业等分为N个部门,构成一组n维向量,用两组向量两个时期的夹角作为产业结构变化程度的指标^[5]。公式如下:

$$M^+ = \cos(\alpha) = \sum_{i=1}^N (w_{i0} \times w_{it}) / \sqrt{\left(\sum_{i=1}^N w_{i0}^2 \right) \times \left(\sum_{i=1}^N w_{it}^2 \right)} \quad (3)$$

其中,W_{i0}和W_{it}分别为第i产业在基期和报告期所占的比重,矢量夹角 $\alpha = \cos^{-1} M^+$ 。α越大,产业变动速度越快。K表示产业的年均变动值,反映产业结构的年均变动,公式如下:

$$K = \left(\sum_{i=1}^m |q_{it} - q_{i0}| \right) / m \quad (4)$$

其中,q_{it}和q_{i0}分别是t时期和基期第i产业的构成比例。

4 安徽省产业结构升级的实证分析

本文选用安徽省及其地级市2000—2021年三大产业的产值、就业人数等指标和公式(1)到(4)对安徽省产业结构升级进行实证分析,数据来源于国家统计局和《安徽省统计年鉴》。为了观察不同时期内产业结构的变化,将考察期分为三个阶段:T1=2000-2006、T2=2007-2013和T3=2014-2021。

4.1 安徽省产业结构升级的方向分析

本文利用公式(1)计算安徽省及其16个地级市T1、T2、T3和T时期三大产业的超前系数值,结果见表1。

从表1看出:第一产业的超前系数均为负值,第二、三产业的超前系数值均为正数,说明2000—2021年安徽省第一产业存在发展滞后现象,但第二、三产业存在超前发展,符合经济发展的规律。第一产业的超前系数值呈逐渐减小、平缓的趋势,说明其滞后现象是有所缓解的;第二产业在T3时期变成-0.797,这是因为安徽省工业化进程已经进入后期;第三产业呈持续增加的趋势,说明近年来在政策的引导下,安徽省第三产业的发展势头较好,处于产业结构优化升级阶段。16个地区之间:只有淮南、铜陵等四个市第一产业的超前系数值大于-4,说明16个地级市的第一产业发展均存在严重的滞后现象。第二产业的发展存在两种现象,其中合肥和蚌埠等8个市的超前系数值均小于1,发展滞后。亳州和阜阳等8个市的超前系数值均大于1,超前发展。分析认为,是由于部分地区的经济发展较快,相对较早进入了工业化发展的后期,所以仅从2000—2021年的数据来看不存在超前发展的假象。最后,第三产业均存在超前发展。

表1 安徽省及其16个地级市的产业超前系数值

	T1			T2			T3			T		
	一	二	三	一	二	三	一	二	三	一	二	三
合肥市	-2.470	1.111	2.523	-2.883	0.790	2.111	-2.897	-1.229	3.407	-5.700	-0.510	6.017
淮北市	-1.587	1.866	0.943	-1.583	0.887	2.009	0.244	-2.649	5.916	-4.349	-0.390	5.298
亳州市	-1.645	1.633	3.860	-1.989	3.653	1.483	-2.624	-0.318	3.808	-5.520	4.209	6.735
宿州市	-0.800	3.177	2.047	-2.240	4.094	1.722	-2.835	-0.287	4.341	-5.511	6.787	6.241
蚌埠市	-0.665	1.025	2.164	-1.219	3.239	0.020	0.108	-4.539	8.942	-3.473	-0.326	5.672
阜阳市	-1.931	3.276	2.984	-2.058	2.331	2.349	-1.458	0.461	2.408	-5.124	4.989	5.769
淮南市	-0.907	2.289	0.151	1.174	0.839	1.209	-0.702	-2.229	5.541	-1.518	-0.230	3.325
滁州市	-0.107	0.119	3.104	-2.314	2.084	2.246	-2.798	1.574	1.523	-5.613	2.994	4.283
六安市	-2.176	1.746	4.078	-2.309	2.560	1.729	-1.804	0.287	2.799	-5.505	3.305	6.515
马鞍山市	-2.760	1.603	1.061	4.885	0.239	2.168	-2.562	-1.023	4.738	-3.810	-0.353	5.096
芜湖市	-3.014	1.691	1.263	0.847	1.263	0.604	-2.186	-1.477	5.352	-4.346	0.260	3.747
宣城市	-1.238	1.406	1.987	-1.935	3.439	0.009	-2.002	0.672	2.367	-5.064	3.741	2.031
铜陵市	-2.924	2.401	-0.362	12.158	-0.798	4.098	-1.909	-0.363	3.278	-1.264	0.022	2.853
池州市	-1.579	1.824	2.375	-1.740	2.853	0.713	-2.673	0.632	2.629	-4.982	3.719	3.380
安庆市	-1.147	0.373	3.463	-2.274	2.221	1.298	-1.957	-0.527	3.757	-5.154	0.796	5.828
黄山市	-2.299	3.592	0.976	-1.489	1.644	1.233	-2.501	-0.423	2.847	-5.671	3.023	2.982
全省值	-2.048	1.922	2.131	-1.804	1.538	1.578	-2.262	-0.797	3.821	-5.251	1.213	5.524

综上,安徽省的产业结构调整符合国家三大产业的发展规律,符合我国产业结构升级的大方向^[12];第一产业的比重不断下降,但下降趋势逐渐平缓;第二产业的比重先增加后下降;第三产业的比重不断增加,但是速度也逐渐缓慢。

4.2 安徽省产业结构升级的速度分析

4.2.1 Lilien指数模型

本文根据公式(2)计算出T1、T2、T3以及T时期内安徽省及其16个地级市的Lilien指数值,结果如表2所示。

从表2发现,T时期全省的Lilien值为0.726,可以得知安徽省22年间的产业转型升级速度较快,逐一比较三个时期的数值,0.241(T1)>0.195(T3)>0.177(T2),说明安徽省在2000—2006年的产业转型升级速度最快,2007—2013年速度最慢,但T2和T3时期速度变化不大,大体上呈现出一个先快后慢又略微加快的变化趋势。地区之间:在2007年之前,产业转型升级速度最快的城市有合肥、宿州和阜阳;2007—2014年,产业转型升级速度较快的城市有合肥、滁州、宣城和黄山;到2014年之后,速度最快的城市变成淮南、六安和马鞍山等,且速度开始逐渐变缓,尤其是阜阳等城市,Lilien值在第三阶段不足0.1。

总体来看,2000—2021年安徽省整体处于产业转型升级中,但地区之间的产业转型升级进程是不同步的,通常来说,经济发展较好的地方产业转型升级的进程会略快一些^[13]。

4.2.2 More值测定模型

根据公式(3)(4)计算安徽省及其16个地级市T1、T2、T3和T四个时间段的More值、矢量夹角 α 和产业结构年平均变动值,结果如表2所示。

More值无论是城市还是安徽省都差别较少,均接近于1,故在此不多做讨论。对于夹角 α ,安徽省T时期的产业向量夹角为20.92度,年约为0.95度,速度并不快,且

5.94(T2)<8.97(T1)<9.82(T3),说明安徽省在这三个阶段产业转型升级速度呈现出先快后慢再快的变化趋势。地区之间:淮南、铜陵等的夹角 α 均小于13度,其中铜陵(8.52)甚至不足10度,转换速度最慢。亳州、宿州等均接近于30度甚至超过30度,其中宿州(35.27)转换速度最快。且有13个城市T1阶段的 α 最小,说明只有极个别城市的产业结构转化速度在减慢,大多数城市都在增快。22年间安徽省全省的产业年均变动值为1.57%,三个时间段中最小的是T2(1.65%)时期。在16个地区中,亳州、宿州和阜阳的表现较为突出,均超过2%,而淮南(0.84%)和铜陵(0.71%)的年均变动值不足1%。T1时期六安(3.23%)和黄山(2.35%)的产业结构年均变动值是三个时期最大的,其余14个地区的产业结构年均变动值均呈现增加的趋势。

从两个模型的分析来看,安徽省在这22年间都在经历着产业转型升级,且呈现出一个先快后慢又略微加快的变化趋势。单个地区来看,结果存在一定差异,但这可能是由于测度的基础不同,并不影响对安徽省产业结构升级的测度,因此说明从三大产业的就业人数或是三大产业的产值所占比重两个不同的指标来测度产业的转型升级速度都是可行的,都可以更好的来描绘产业结构的演化过程以及产业结构的变动规律,有利于产业结构的进一步优化和经济的高效发展。

5 产业转型升级的经济效应分解

产业转型升级有横向和纵向之分,横向指产业间的转型;纵向指产业内部劳动生产率的提高。前文对产业转型升级进行了横向分析,再进行纵向分析。劳动生产率的提高伴随着产业的转型升级,选用Shift-share模型对劳动生产率增长进行分解,深入分析劳动生产率增长的原因^[8]。公式如下:

表2 安徽省及其16个地级市的Lilien指数值和产业结构变化值

	Lilien 指数值				M ⁺				α (度)				K(%)			
	T1	T2	T3	T	T1	T2	T3	T	T1	T2	T3	T	T1	T2	T3	T
合肥市	0.310	0.385	0.272	1.082	0.987	0.994	0.981	0.916	9.21	6.24	11.34	23.71	2.23	1.70	2.65	2.10
淮北市	0.187	0.127	0.114	0.432	0.996	0.996	0.974	0.958	5.03	4.95	12.99	16.69	1.27	1.28	2.69	1.42
亳州市	0.254	0.285	0.290	0.768	0.9780	0.967	0.985	0.842	11.59	14.66	9.94	32.63	2.56	3.36	2.28	2.52
宿州市	0.312	0.293	0.154	0.779	0.988	0.960	0.982	0.816	8.77	16.21	10.90	35.27	2.14	3.68	2.42	2.76
蚌埠市	0.208	0.218	0.286	0.630	0.995	0.979	0.937	0.943	5.84	11.91	20.50	19.43	1.25	3.03	4.08	1.55
阜阳市	0.323	0.224	0.068	0.682	0.977	0.966	0.996	0.838	12.27	15.10	5.20	33.03	2.92	3.71	1.19	2.58
淮南市	0.179	0.126	0.309	0.330	0.993	0.999	0.980	0.984	7.01	1.16	11.41	10.16	1.90	0.31	2.38	0.84
滁州市	0.213	0.329	0.291	0.837	0.998	0.972	0.998	0.933	4.07	13.63	4.03	21.18	0.97	3.49	1.02	1.76
六安市	0.184	0.185	0.450	0.806	0.968	0.986	0.994	0.877	14.44	9.65	6.15	28.67	3.23	2.37	1.40	2.20
马鞍山	0.200	0.181	0.402	0.656	0.996	0.996	0.983	0.962	5.29	5.05	10.71	15.92	1.59	1.59	2.41	1.38
芜湖市	0.153	0.111	0.284	0.561	0.996	0.999	0.974	0.976	4.94	2.58	13.13	12.69	1.45	0.67	2.91	1.11
宣城市	0.104	0.302	0.522	1.006	0.997	0.974	0.997	0.962	4.83	13.05	4.12	15.93	1.17	3.41	0.95	1.30
铜陵市	0.186	0.123	0.274	0.549	0.983	0.975	0.995	0.989	10.47	12.73	5.94	8.52	3.26	3.79	1.34	0.71
池州市	0.186	0.061	0.516	0.891	0.986	0.980	0.996	0.922	9.51	11.53	5.27	22.76	2.27	2.78	1.20	1.86
安庆市	0.178	0.015	0.544	0.762	0.990	0.991	0.990	0.949	8.13	7.66	7.92	18.33	1.96	1.93	1.78	1.35
黄山市	0.187	0.471	0.251	0.793	0.983	0.998	0.993	0.961	10.66	3.78	6.75	16.02	2.35	1.03	1.66	1.41
全省值	0.241	0.177	0.195	0.726	0.988	0.995	0.985	0.934	8.97	5.94	9.82	20.92	2.26	1.65	2.23	1.57

$$\frac{LP^T - LP^0}{LP^0} = \left[\frac{\sum_{i=1}^n (S_i^T - S_i^0) LP_i^0 + \sum_{i=1}^n (LP_i^T - LP_i^0)}{(S_i^T - S_i^0) + \sum_{i=1}^n (LP_i^T - LP_i^0) S_i^0} \right] / LP^0 \quad (5)$$

其中,LP指劳动生产率等于产值/劳动投入;S_i指第i产业的就业人数占总就业人数的比例。等式左边是劳动生产率的增长率。等式右边分别是静态结构变迁效应,反映劳动力从低效率部门转向高效率部门的能力;动态结构变迁效应,反映劳动力由产出增长较慢的部门转向较快部门的能力;产业内部增长效应,反映产业内部劳动力的产出增加对于整体产出增加的贡献^[10],这在表3中从左往右分别用IV、III、II、I表示。前两个式子之和即为总结构效应,根据公式(5)计算出安徽省及其16个地级市的劳动生产率增长的分解结果,结果见表3。

从表3可以看出,安徽省在2000—2021年劳动生产率增长率为5.822,表现良好。地区之间:合肥(9.840)的发展最快,淮南(2.905)是最慢的,但也超过了200%。从分解结果来看,产业内部增长效应对产业转型升级的贡献率约为62.5%,动态和静态结构变迁效应的贡献均为正值。这说明安徽省在产业的快速转型升级过程中,劳动力的分配是合理的。同时,三个时间段的增长率分别为35.8%、46.5%、59.0%,呈递增趋势。三个阶段中产业内部增长效应始终是贡献最大的,贡献率分别为92.7%、85.8%、84.4%。相对来说,总结构效应的贡献不大,甚至亳州等市的静态结构变迁效应为负值,说明这些地区在产业转型升级的初期存在一些问题,劳动力向生产率高的产业转移。综上,安徽省劳动生产率增长的主要源泉是产业内劳动力自身水平的提升,这证明了劳动生产率的增长主要得益于产业内技术效率的进步^[13]。

6 结论与启示

综上,21世纪以来安徽省的产业结构向合理化高级化的方向快速推进,且速度逐渐放缓。未来,安徽省第一、二产业的比重可能仍会持续下降,第三产业将继续作为经济发展的重心。安徽省应根据各个市的实际发展情况制定相应的产业政策,协调三次产业之间的关系,进一步推进农、工业经济的转型升级,促进三大产业的内部结构更加合理化,实现全省均衡发展。同时进行合理的产业布局,根据各地的优势发展当地优势产业,避免出现产业同质化问题^[14]。

6.1 完善科技创新体系,以技术创新推动产业结构升级

技术创新是产业发展的第一动力,是传统实业技术改造和新兴产业出现的重要保障。速度至上的产业转型升级理念应当被及时摒弃。目前,安徽省的整体创新能力处于弱势,科技创新的产出和转化效率均不高,因此完善科技创新体系迫在眉睫。在安徽省“十四五”规划中,强调要贯彻落实创新驱动发展战略,坚持创新在发展中的核心地位^[15]。政府应当加大科技创新要素的投入,建立和完善科技成果转化平台,提高全省科技成果转化效率,健全和完善创新体制机制以及创新制度保障,优化发展环境,全面提升安徽省的科技创新能力,进一步推动安徽省的产业转型升级^[16]。

6.2 优化区域产业结构,加强人才队伍建设

研究发现,人力资本水平对于经济的高质量发展有正向影响。产业结构的升级过程中需要不断注入新的劳动力,经济发展也离不开高质量的劳动力支撑,提高劳动力素质是促进产业结构升级的关键。首先,结合安徽省产业结构发展规划,搭配相应合理的产业政策,引进高端人才,推动产业结构升级。其次,强化科技创新人才支撑,重视人才的培养工作,提升“招才引智”的水平,实施“人才强省”战略,培

表3 安徽省及其16个地级市劳动生产率增长分解

	T1=2000—2006				T2=2007—2013				T3=2014—2021				T=2000—2021			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
合肥市	0.035	0.091	0.328	0.454	0.053	0.157	0.666	0.876	0.038	0.084	0.549	0.671	0.097	4.728	5.015	9.840
淮北市	0.007	0.011	0.319	0.337	0.022	0.042	0.483	0.547	0.005	0.022	0.311	0.337	0.036	0.947	3.142	4.124
亳州市	-0.011	0.023	0.205	0.218	-0.001	0.057	0.406	0.463	0.031	0.089	0.521	0.641	-0.042	1.628	3.047	4.632
宿州市	-0.026	0.008	0.252	0.235	-0.006	0.056	0.327	0.377	0.006	0.032	0.418	0.457	-0.063	1.315	2.407	3.659
蚌埠市	0.011	0.030	0.314	0.355	0.003	0.025	0.405	0.433	0.039	0.043	0.353	0.435	0.035	1.251	3.062	4.348
阜阳市	-0.015	0.009	0.256	0.250	0.004	0.065	0.448	0.517	0.007	0.015	0.560	0.582	-0.041	1.560	3.965	5.484
淮南市	0.023	0.029	0.346	0.399	0.016	0.024	0.549	0.588	-0.041	-0.001	0.199	0.157	0.009	0.272	2.625	2.905
滁州市	0.010	0.004	0.098	0.112	0.020	0.113	0.447	0.580	0.031	0.072	0.570	0.673	0.032	1.917	2.623	4.572
六安市	0.002	-0.014	0.246	0.234	0.011	0.034	0.260	0.305	0.049	0.140	0.719	0.909	-0.021	1.642	3.979	5.600
马鞍山市	0.021	0.074	0.881	0.976	-0.040	0.003	0.041	0.004	0.057	0.097	0.442	0.596	0.036	1.013	3.285	4.335
芜湖市	0.019	0.040	0.455	0.514	0.016	0.020	0.449	0.485	0.052	0.029	0.359	0.440	0.080	1.477	4.369	5.926
宣城市	0.007	0.009	0.140	0.156	0.029	0.089	0.362	0.480	0.068	0.131	0.517	0.716	0.062	1.895	2.749	4.706
铜陵市	-0.002	-0.041	0.792	0.750	0.023	0.024	0.436	0.483	0.014	0.015	0.107	0.136	0.032	0.560	3.287	3.879
池州市	0.000	-0.003	0.264	0.261	0.006	0.019	0.520	0.545	0.064	0.195	0.742	1.001	0.019	3.176	5.642	8.837
安庆市	0.013	0.016	0.154	0.183	0.001	0.002	0.324	0.328	0.083	0.226	0.710	1.019	0.055	1.894	3.690	5.639
黄山市	-0.003	0.016	0.314	0.327	0.069	0.095	0.247	0.412	0.038	0.067	0.527	0.632	0.055	2.045	3.320	5.420
全省值	0.015	0.045	0.259	0.319	0.021	0.048	0.410	0.479	0.029	0.056	0.543	0.629	0.041	2.142	3.638	5.822

养壮大高水平、高素质的人才队伍^[17]。

6.3 明确各地区优势以及发展短板,提升产业结构调整水平

在“双循环”背景下,安徽省的产业结构转型升级需紧贴实际情况,及时关注世界贸易变动以及全球价值链分工格局的重大调整,明确各地区的优势和短板所在,引导资本和劳动力向高质高效的区域流动,提升产业结构的调整水平。充分利用好安徽省“左右逢源”的区位优势,推动长三角一体化发展和中部地区的高质量发展,加强与中部省份的产业分工和合作,实现优势互补,推动安徽省的产业转型升级。

6.4 三大产业结构的调整升级

首先,加快传统农业的转型,推动现代农业高质高效发展。围绕绿色发展的主旨,大力发展生态农业,推进产业之间的融合发展。其次,为巩固工业大省、制造业强省的地位,应围绕省内优势产业,加快推进产业数字化建设和智能化高端化的转型升级,壮大优势产业,培养一流的产业集群。最后,加速发展现代化服务业,构建服务产业新体系。以需求推动发展,推动安徽省生产性服务业走向专业化、品质化和多样化。构建优质高效、布局优化以及具有高竞争力的服务业新体系,促进“融会贯通”的服务经济繁荣发展^[18]。

参考文献

[1] Rostow W. Politics and Stages of Growth[M]. London: Cambridge University Press, 1971.
 [2] Poter M. The Competitive Advantage of Nations[M]. London: Macmillan, 1990.
 [3] 周振华. 产业结构优化论[M]. 上海: 上海人民出版社, 1992.
 [4] Kuznets Simon. Modern Economic Growth: Findings and

Reflections[J]. American Economic Review, 1973(3): 829-846
 [5] 张春玲, 聂国庆. 产业转型升级水平测度及优化对策分析: 以宜春市为例[J]. 对外经贸, 2021(8): 67-71.
 [6] 王茂祥, 施佳敏, 黄健康. 江苏省产业结构升级测度及优化路径研究[J]. 管理现代化, 2017, 37(1): 1-4.
 [7] 谭晶荣, 颜敏霞, 邓强, 等. 产业转型升级水平测度及劳动生产率影响因素估测: 以长三角地区16个城市为例[J]. 商业经济与管理, 2012(5): 72-81.
 [8] 黄天能, 许进龙, 谢凌凌. 资源枯竭城市产业结构转型升级水平测度及其影响因素: 基于24座地级市的面板数据[J]. 自然资源学报, 2021, 36(8): 2065-2080.
 [9] 苟利民. 中国产业结构转型升级的速度测度、时空演变与影响因素[J]. 工业技术经济, 2022, 41(7): 59-67.
 [10] 郭旭, 孙晓华, 翟钰. 地区产业结构升级速度的测算及时空演变分析[J]. 数量经济技术经济研究, 2021, 38(9): 98-116.
 [11] Kaldor N. Strategic factors in economic development, Ithaca, New York state school of industrial and labor relation[M]. Cornell University, 1961.
 [12] 丁焕峰, 孙波波. 中国产业升级测度与策略分析[J]. 商业研究, 2010(5): 97-100.
 [13] 陈强强, 酆芳, 窦学诚, 等. 甘肃省产业转型升级测度及其经济效应[J]. 干旱区地理, 2016, 39(6): 1365-1372.
 [14] 贾卓, 陈兴鹏, 王鹏. 中国西部城市群产业结构测度及产业升级路径选择: 以兰白西城市群为例[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2014, 20(5): 1-8.
 [15] 陆小莉. 京津冀产业转型升级的效果评价与路径研究[D]. 北京: 首都经济贸易大学, 2021.
 [16] 陶长琪, 彭永樟. 经济集聚下技术创新强度对产业结构升级的空间效应分析[J]. 产业经济研究, 2017(3): 91-103.
 [17] 徐杰, 魏敏, 杨翼飞. 中国旅游产业升级水平的测度分析与决策, 2021, 37(6): 130-133.
 [18] 屈兰义. 新时代四川省产业结构优化升级测度研究[D]. 成都: 成都信息工程大学, 2020.

Research on the Measurement of Industrial Structure Upgrading and Industrial Structure Optimization in Anhui Province

Wang Xinyi

(School of Finance and Economics, Qinghai University, Xining, Qinghai 810016)

Abstract: This paper conducts horizontal and vertical research on the industrial transfer and upgrading of Anhui Province in the three periods of 2000-2006, 2007-2013 and 2014-2021 from four levels. Firstly, the paper analyzes the current situation of industrial transformation and upgrading in Anhui Province and its 16 prefecture-level cities and the direction of transformation and upgrading of the three major industries. Secondly, the Lilien model and the More model are used to measure the efficiency of transformation and upgrading of the three major industries in Anhui Province. Thirdly, the shift-share model is constructed to analyze the labor productivity of Anhui Province and its 16 prefecture-level cities. It is concluded that the good efficiency of industrial transformation and upgrading in Anhui Province in the past 22 years and the effect of industrial internal structure mainly contribute to the growth of labor productivity in Anhui Province. Furthermore, the strategic responses and suggestions for the optimization of industrial structure in Anhui Province are proposed.

Keywords: Industrial Transformation and Upgrading; Leading Coefficient; More Value; Labor Productivity; Shift-Share Model

环境规制背景下东北地区产业结构发展实证分析及升级对策

王婉逾¹ 董大朋(通讯作者)²

(黑龙江八一农垦大学经济管理学院 黑龙江大庆 163319)

摘要: 新时代, 高质量的绿色经济发展是我国核心追求的发展方式, 但过去粗放的经济发展模式给我国带来飞速发展的同时也对环境造成了巨大压力, 最终导致经济发展与生态环境之间矛盾日益凸显。在发展初期计划经济体制下, 东北三省成为关乎国家经济命脉的重化工业聚集地, 这也为东北地区产业结构同质化和生态环境污染埋下隐患。2023年是东北振兴战略实施20周年, 文章在环境规制背景下对东北地区产业结构的发展现状从合理化和高级化两个角度分别进行实证分析, 其中产业结构合理化程度采用泰尔指数衡量, 而高级化程度采用产业结构高级化变化值测算, 并基于研究结果提出打造绿色可持续发展的东北地区产业结构和创新东北地区产业结构高级化的对策建议, 以期为东北全面振兴提供参考路径。

关键词: 环境规制; 东北地区; 产业结构; 绿色经济; 生态环境; 高质量绿色经济发展

本文索引: 王婉逾, 董大朋. 环境规制背景下东北地区产业结构发展实证分析及升级对策[J]. 中国商论, 2024(05):147-151.

中图分类号: F121

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-147-05

1 研究背景

近年来, 我国经济飞速发展, 国家统计局数据显示, 2022年我国国内生产总值已达到121.02万亿元, 而2002年的国内生产总值仅12.17万亿元, 同比增长约894.41%。我国已然成为世界第二大经济体的同时, 一系列资源枯竭、环境污染等问题也逐步凸显。自1973年发布第一个环境标准至2023年底, 根据生态环境部给出的数据, 目前我国已经累计发布国家生态环境标准2882项, 其中现行有效的2357项, 支撑污染防治攻坚战的标准体系基本建成, 但对于绝对落实与严格执行相关方面的工作有待进一步推进和提升。由世界经济论坛等机构联合发布的《2020年环境绩效指数》报告指出, 在全球180多个国家中, 丹麦位于榜首, 其环境绩效指数为82.5, 而中国以37.3的环境绩效指数排在第120位, 虽然中国近十年的得分上升了8.4个百分点, 但是在全球来看, 依然处于排名靠后的位置, 环境污染问题亟须解决^[1]。因此, 习近平总书记在党的十九大提出要树立绿水青山就是金山银山的可持续发展理念。而在2022年10月召开的党的二十大报告中习近平总书记同样围绕关于推动绿色发展, 促进人与自然和谐共生的问题强调提出了“加快发展方式绿色转型, 深入推进污染防治, 提升生态系统多样性、稳定性、持续性, 积极稳妥推进碳达峰碳中和”发展方针。

东北地区是我国至关重要的工业基地, 其经济发展也是我国经济不可或缺的重要组成部分, 但无一例外在世界

各国工业化发展进程中, “老工业基地”是一个极为特殊的存在, 它们在发展初期贡献了绝对的经济价值, 但随着时代进步与社会发展, “老工业基地”现阶段面临着一系列复杂的发展问题, 如生态自然环境受损、能源资源枯竭、经济发展亟须绿色转型以及产业结构严重畸形等。中央以及地方各级政府也意识到环境与发展之间的不协调问题, 其中辽宁省人民政府在1993年最先发布了《辽宁省环境保护条例》。2003年10月, 中共中央、国务院正式印发《关于实施东北地区等老工业基地振兴战略的若干意见》, 制定了振兴战略的各项方针政策, 吹响了振兴东北老工业基地的号角, 对于东北地区产业结构升级具有重要意义。在2003年东北振兴政策实施后, 2004年至2006年, 东北三省地区生产总值年均增速为12.6%, 与实施振兴战略前的3年(2001—2003年)相比, 增速提高2.6个百分点, 经济总量增长五成左右。但近几年来, 随着我国经济进入新常态, 东北地区经济大幅衰退, 经济下行压力增大, 经济增速显著下降, 甚至在2016年出现了负增长现象, 2018年东北地区的经济增速也不足5%, 显著低于6.6%的全国水平, 基本处于末位^[2]。在《东北全面振兴“十四五”实施方案》中都不同程度地提及改变产业结构偏重的现状, 加快经济结构优化升级的问题。长期依靠自然资源和重化工业发展的东北地区, 产业结构单一化和同质化严重, 粗放的高污染高耗能低产出经济发展方式最终导致生态环境与经济发展之间的矛盾愈演愈烈, 这极

基金项目: 黑龙江省哲学社会科学规划项目“环境规制约束下东北地区资源型城市产业结构转型升级对策研究”(20JYE271)。

作者简介: 王婉逾(2003-), 女, 汉族, 贵州贵阳人, 国际经济与贸易专业。

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。

大地制约了东北地区的经济发展,所以东北地区亟须以资源节约型、环境友好型的可持续发展绿色经济模式来引导产业结构调整升级合理化,提高东北地区绿色经济竞争力,优化原来以第二产业为主的产业结构。现阶段,东北地区关于绿色可持续经济发展模式正在如火如荼地开展,各省严格落实各项环境规制发展条例与政策,2022年初,辽宁省印发的《辽宁省“十四五”生态经济发展规划》提出,以绿色低碳为重点,挖掘新的经济增长点,打造高质量发展新动能,重塑辽宁竞争新优势,到2025年,以产业生态化和生态产业化为主体的现代化生态经济产业体系初步建立,科技创新、数智引领的绿色发展格局基本形成^[3];2023年11月,吉林省人民政府印发《吉林省生态保护红线监管办法(试行)》;2023年12月6日国家发展改革委办公厅印发通知,25个城市和10个园区被列为首批碳达峰试点城市和园区,黑龙江省黑河市和哈尔滨经济技术开发区分别入选试点城市与试点园区,借此次入选契机,黑龙江将继续大力推动传统产业绿色转型、创新发展绿色低碳优势产业、加强绿色技术产品供给,持续推进绿色制造体系建设,培育绿色制造标杆典型,示范带动全产业链低碳发展,夯实工业低碳发展基础。

2023年是东北振兴战略实施20周年,同年9月7日习近平总书记主持召开新时代推动东北全面振兴座谈会并提出要加强生态资源保护利用,依托东北的生态环境和生物资源优势,发展现代生物、大数据等新兴特色产业,发展冰雪经济和海洋经济。随后10月27日(2023年)习近平总书记主持召开会议,审议《关于进一步推动新时代东北全面振兴取得新突破若干政策措施的意见》提出强调要加强生态保护,树立增绿就是增优势、护林就是护财富的理念。由此可见,生态环境对于经济的影响是不可忽视的,实施环境规制政策是促进产业结构升级的一个有效路径,文章以东北老工业地区为研究对象,从产业结构合理化和高级化的角度详细剖析并评价东北三省产业结构的发展现状,基于可持续绿色发展经济模式提出促进单一同质化产业结构升级的可行性对策建议,以期为东北全面振兴提供参考路径。

2 东北地区产业结构现状的实证研究

2.1 研究方法

2.1.1 产业结构合理化(TL)用泰戈尔指数来衡量

产业结构合理化指的是产业间的聚合质量,一方面是产业之间协调程度的反映;另一方面,应是资源有效利用程度的反映,也就是说它是要素投入结构和产出结构耦合程度的一种衡量^[4]。

上文所提及的耦合程度,学者们通常以结构偏离度对产业结构合理化展开衡量,表达式为:

$$E = \sum_{i=1}^n \left| \frac{Y_i/L_i}{Y/L} - 1 \right| = \sum_{i=1}^n \left| \frac{Y_i/Y}{L_i/L} - 1 \right| \quad (1)$$

式中, E 代表结构偏离度, Y 代表产出, L 代表劳动, i 代表产业(第一、二、三产业), n 代表产业的部门数。在古典经济学所建立的假设中,经济最终将会处于均衡状态,各产业部门生产水平也将会相对统一。根据定义可知, Y/L 就等于劳动生产率, Y_i/Y 就等于产出结构, L_i/L 就等于劳动就业结构,故而 E 既可以是产出结构耦合程度的反映,也可以是劳动就业耦合程度的反映。在经济处于均衡状态时, $Y_i/L_i=Y/L$,由此可得 $E=0$ 结构偏离度等于0。经济状态越不均衡的情况下就意味着 E 值越大越偏离0值,产业结构也就越不合理。由于经济的非均衡是一种常态化现象,这种情况在发展中国家更为突出^[5],所以 E 值等于0在实际情况下是无法成立的。但是在使用结构偏离度对各项指标数据进行实证研究测算的过程中,结构偏离度指标并未将各产业在经济发展中的具体地位进行明确划分,并且带有绝对值的表达式也给测算造成了一定程度的不便。

泰尔熵又称为泰尔指数,最初的提出者是泰尔(Theil and Henri, 1967),早期部分学者就将其运用于地区收入差距问题的研究(王少平和欧阳志刚, 2007)。在干春晖等(2011)的过往研究中发现,泰尔指数可以重新用于定义产业结构合理化衡量的公式,这就代替了用结构偏离度传统衡量产业结构合理化的方法,并且该公式更加合理,弥补因结构偏离度而忽视掉的各产业在经济体中的重要作用。因此,文章实证研究将采用以泰尔指数来计算的产业结构合理化指标。

$$TL = \sum_{i=1}^n \left(\frac{Y_i}{Y} \right) \ln \left(\frac{Y_i/L_i}{Y/L} \right) \quad (2)$$

式中, $\left(\frac{Y_i}{Y} \right)$ 表示第 i 产业占区域生产总值(GDP)的比值, (Y_i/L_i) 表示第 i 产业的产值与第 i 产业的人员数的比值,其中 $n=3, i=1, 2, 3$ 。 TL 的数值越趋近于0代表产业结构越合理,反之 TL 的数值越偏离于0,则表示产业结构越不合理,需要进行调整 and 干预。

2.1.2 产业结构高级化指标(W)

产业结构高级化是指随着技术与需求结构的推进,产业结构由初级向高级演变,三产占比逐渐由一、二产业主导向由第三产业为主导迁移^[5]。

W 为产业结构高级化变化值(付凌晖, 2010)。第一步,将区域生产总值(GDP)按三次产业划分为三个部分,各产业增加值占区域生产总值(GDP)的比重视为空间向量中的一个分量,由此组成一组三维向量 $X_0 = (x_{1,0}, x_{2,0}, x_{3,0})$ 。第二步,分别计算 X_0 与产业由初级水平到高级水平排列的向量夹角,也就是 $X_1 = (1, 0, 0), X_2 = (0, 1, 0), X_3 = (0, 0, 1)$ 的夹角 $\theta_1, \theta_2, \theta_3$ 。

$$\theta_j = \arccos \left(\frac{\sum_{i=1}^3 (x_{i,j} \cdot x_{i,0})}{\left(\sum_{i=1}^3 (x_{i,j}^2) \right)^{1/2} \cdot \left(\sum_{i=1}^3 (x_{i,0}^2) \right)^{1/2}} \right) \quad (3)$$

$j = 1, 2, 3$

其次,定义产业结构高级化值 W 的计算公式如下:

$$W = \sum_{k=1}^3 \sum_{j=1}^k \theta_j \quad (4)$$

W 的计算数值结果越大,代表产业结构高级化水平越高。

2.2 数据来源

产业结构合理化和产业结构高级化指标的实证分析时间跨度选取为2003—2020年,数据来源于国家统计局和《2004—2021年黑龙江省统计年鉴》《2004—2021年吉林省统计年鉴》以及《2004—2021年辽宁省统计年鉴》。因为研究样本的时间跨度选取较大,其中个别数据存在缺失的情况,为确保实证研究的合理性与准确性,针对有所缺失的数据研究在测算过程中采用线性差值法将其补充。

2.3 实证结果分析

2.3.1 产业结构合理化的发展现状

产业结构合理化的发展现状用泰戈尔指数来衡量实证测算结果如下:辽宁省2003—2020年的泰尔指数依次为0.2303、0.1860、0.189、0.1689、0.1996、0.2169、0.2003、0.1915、0.1977、0.1827、0.1731、0.1592、0.1372、0.1395、0.1418、0.1442、0.1404、0.1327;吉林省2003—2020年的泰尔指数依次为0.1896、0.1472、0.1591、0.1518、0.1864、0.1750、0.1847、0.1913、0.1900、0.1980、0.2040、0.2137、0.2175、0.2400、0.2494、0.2443、0.2333、0.2164;黑龙江省2003—2020年的泰尔指数依次为0.4013、0.3732、0.3681、0.3547、0.3325、0.3447、0.2948、0.2932、0.2755、0.2270、0.1907、0.1524、0.0996、0.0847、0.0660、0.0636、0.0579、0.0413。

如图1所示,辽宁省的泰尔指数总体呈现出逐渐递减的

发展趋势,从2003年的0.2303降至2020年的0.1327,减少了0.0976,但从实证结果来看,近几年辽宁省泰尔指数波动不大,不存在产业结构继续恶化或者明显升级改善的情况;吉林省的泰尔指数在整个观测时间跨度中从最初的0.1896上涨到0.2164,表明产业结构在发展过程中的不合理性问题并未得到有效处理,提升产业结构合理化的情况亟待解决,但吉林省的泰尔指数从2018年的0.2443开始有所下降,到2020年为止泰尔指数降至0.2164,与之相比下降了0.0279;黑龙江省在东北三省产业结构合理化研究中表现最为乐观,与期初相比泰尔指数下降0.3600,产业结构合理化的布局升级显著,其中变化最为突出的是2014—2015年,泰尔指数下降0.0528。

2.3.2 产业结构高级化的发展现状

产业结构高级化的发展现状用产业结构高级化变化值的实证测算结果如下:辽宁省2003—2020年的产业结构高级化变化值依次为6.5533、6.5299、6.4909、6.4806、6.4570、6.4389、6.5305、6.5149、6.5147、6.5388、6.5550、6.6356、6.7177、6.7907、6.8126、6.8622、6.8546、6.8547;黑龙江省2003—2020年的产业结构高级化变化值依次为6.3329、6.3564、6.3320、6.3494、6.3333、6.3216、6.4040、6.3928、6.3408、6.3649、6.3206、6.4287、6.5534、6.6450、6.6550、6.7063、6.3993、6.3482;吉林省2003—2020年的产业结构高级化变化值依次为6.1423、6.2621、6.2775、6.3344、6.3401、6.3522、6.3751、6.3822、6.3635、6.3711、6.3920、6.4231、6.4641、6.5782、6.6537、6.8153、6.8062、6.7232。

如图2所示,辽宁省产业结构高级化指标从2003—2020年上涨0.3014,其中2008—2009年涨幅最为突出,上涨达到0.092,2013—2018年产业结构高级化一直呈持续增长趋势,但从2018年往后的测算数据来看,产业高级化情况年趋表现出下降趋势或几乎停滞不变;黑龙江省在2013年至2018年产业结构高级化情况也持续表现增长态势,但在2018—2019年,产业结构高级化指标从6.7063降至6.3993,

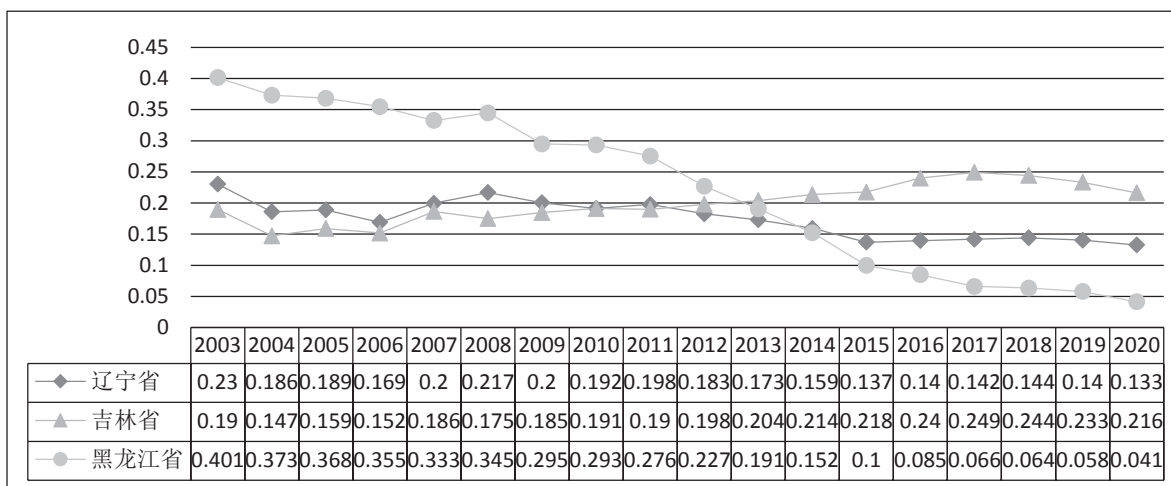


图1 2003—2020年东北三省产业结构合理化指数

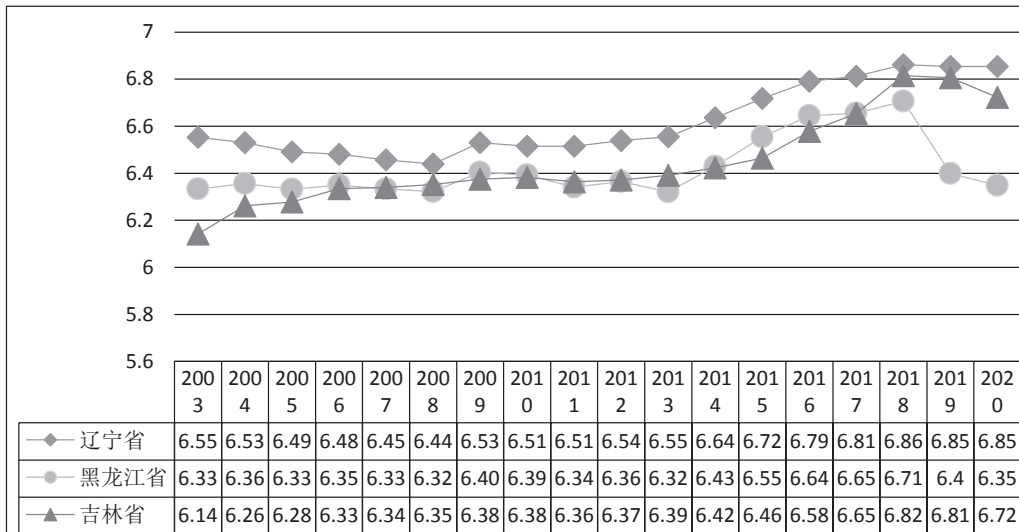


图2 2003—2020年东北三省产业结构高级化指标

下跌达到0.307,2020年下降数值有所趋缓;吉林省是研究对象中指标涨幅最为显著的,增长幅度达到0.5809,但同样在2018年指标数值有所下跌。综上所述,东北三省产业结构高级化指标变化趋势极为类似,几乎呈现出前期持续增长,近几年又经历下跌或者几乎停滞的状态,所以东北地区产业结构有待优化升级。

3 对策建议

文章通过对东北地区产业结构从合理化和高级化两个角度分别进行实证研究,不管是黑龙江省、吉林省或者辽宁省,它们的产业结构合理化和高级化现状都有待提高。如今回望中国整体的经济改革发展历程,可见我国的产业结构合理化和产业结构高级化调整升级的发展进程并非径情直遂,也面对了许多的挑战与波折,正是因为产业结构演进过程中的诸多复杂性使其对于某个经济发展阶段所表现出的显著性特征。我国对于区域经济发展与环境规划体系建设完善的道路依次经历了以经济建设为主环境保护意识欠缺严重、可持续发展理念被提出倡导协调发展、生态省建设以及循环经济发展、大力建设生态文明实现绿色经济发展四个阶段,对经济发展与生态环境资源关系的认识也是一个由浅到深、层层递进的演变过程。产业结构的转型优化是东北地区绿色可持续发展的重点核心,对生态环境以及自然资源的保护是东北三省产业结构升级的必要驱动力。根据上述部分的实证研究和具体分析,文章将在环境规制的背景下,对于东北地区产业结构的优化升级主要从打造绿色可持续发展的东北地区产业结构和创新东北地区产业结构高级化两方面提出对策建议。

打造绿色可持续发展的东北地区产业结构,文章从以下三点展开详细论述。一是建立健全宏观环境规制体系,首先从中央政府到东北地区各省市县级政府完善有关环境规制管控条例,在约束企业的同时,也一起由内而外的推动产

业结构创新升级,鞭策自身成为不被时代发展抛弃的新型绿色产业,朝着产业与环境,人与自然和谐发展的方向进步。其次积极引导绿色政策的落实,在以环境规制政策激励产业精益求精的同时,也要加大绿色企业信贷补贴力度,降低产业结构在升级过程中因研究创新绿色技术的融资难度,严格把关企业绿色补贴资金的配置机制,使补贴资金流向绿色创新技术开发成果更为显著的企业及部门;二是完善升级绿色监测和评估体系,首先要做到对检测对象的多元化,自从“十二五”规划开始,我国经济发展就逐渐摆脱了单一以区域经济增长为主的评估体系,“绿色发展”和“可持续发展”相关指标在党和国家各项重要会议以及发展战略中多次被提及,东北地区也相继出台了各自的评价指标体系,但显然就现状来看还存在着极大上升空间,所以东北地区可以在本身已有的监测体系中丰富所选取的观察指标,具体可以从自然生态环境、绿色产业发展、社会城市现状、人民生活情况四个方面开展评价指标体系的合理构建,以求得更为客观全面的评估结果,才能更直观地发现问题所在,并采取更高效的解决方案,其中要注重接收东北三省居民和企业对于现阶段绿色发展满意程度的反馈以及相关环境规制的了解情况,主要体现“以人为本”普及基层民众和企业对于环境保护和绿色发展的意识;三是研发先进技术推动产业绿色发展。当下全球经济高速发展,传统产业不论在哪个国家或地区都面临着逐步被淘汰的趋势,东北地区有着得天独厚的资源禀赋优势与产业基础,但原有的粗放型模式已不适用,所以若想提升企业自身发展水平只有通过研发和应用先进的高科技技术来促进自身升级,在环境规制背景下更有利于企业向可持续发展方向转型,从而推动产业结构优化升级,全面振兴东北地区。

创新东北地区产业结构高级化,可以从以下三个方面进行优化升级。一是优化一二三产业比重,推动结构升级。以发达国家产业成功结构转型和过往文献资料参考可以得

出,先进的产业结构是由开始的“一二三”向“三二一”发展演进的趋势。目前,东北地区产业结构在稳步推进经济发展的过程中,优化一二三产业的占比,加强第三产业在经济发展中的主导地位。保持第一产业平稳增长的同时,积极促进数字农业、绿色农业以及现代农业的发展,提高农业现代化生产的普及和推广。继续优化第二产业基础设施建设,从生产制造源头就开始升级产业基础,从原来粗放的方式转向高精尖的现代产业生产模式。二是完善重化工业以及资源型产业的结构,调整产业布局。东北三省在地理区位以及资源要素禀赋上呈现出相似性,无独有偶在经济发展中所遭遇的壁垒也都是产业高度同质化所造成的矛盾,比如以汽车制造业为例,辽宁省汽车制造业主要依附于华晨集团,而吉林省则是一汽集团,区域之间产业协调分工弱,均趋向于类似产业。东北三省在促进传统产业变革的同时也要着重推进新兴产业的发展,对于发展第三产业也不能单一停留在传统服务业上,而是要推动东北地区金融、教育、医药健康等行业的发展。三是促进产业创新变革,优化人才待遇。创新是经济发展和产业升级唯一且源源不断的驱动力,不论是对于哪个产业或者行业来说都是无可替代的重要手段,东北地区应该加强自身在农业和工业方面基础技术的创新升级,变革原有的传统生产制造方式,不断推陈出新,提升产业内在竞争力。人才是创新发展的基础,东北三省内部教育资源丰富,拥有哈尔滨工业大学、吉林大学、东

北大学、大连理工大学、中国科学院等众多老牌名校及科研院所,但近年来东北地区劳动力以及人才流失逐年严重,出现了“孔雀东南飞”的状况,倘若缺乏最基础的人力发展因素,那么创新将难以实践落实,所以优化提升人才待遇条件和建立健全相关人才落户政策刻不容缓,同时也需要加强对各行业、产业高端人才的引培工作,进一步扩大东北三省内部的人才储备,并且针对一部分闲置或者失业的劳动力,政府和社会方面给予一定的就业指导,让其可以更好地投入合适的岗位中来创造经济价值。

参考文献

- [1] 邢相东.环境规制对我国东部地区产业结构升级的影响研究[D].沈阳:辽宁大学,2023.
- [2] 董雪.实现新时代东北振兴的产业结构调整升级策略研究[C].吉林省财政科学研究所.财金观察(2022年第2辑).长春市财政局国库处.
- [3] 辽宁省人民政府.我省印发规划推进产业生态化、生态产业化:到2025年初步建立现代化生态经济产业体系[R].<https://www.ln.gov.cn/web/ywdt/tjdt/82F90150133B456D8CA5C37451082586/index.shtml>
- [4] 千春晖,郑若谷,余典范.中国产业结构变迁对经济增长和波动的影响[J].经济研究,2011,46(5):4-16+31.
- [5] 钱纳里,卢宾逊,塞尔奎因.工业和经济增长的比较研究[M].吴奇,王松宝译.上海:上海三联书店,1989.
- [6] 付凌晖.我国产业结构高级化与经济增长关系的实证研究[J].统计研究,2010,27(8):79-81.

Empirical Analysis and Upgrading Strategies of Industrial Structure Development in Northeast China under Environmental Regulation Background

Wang Wanyu¹, Dong Dapeng (Corresponding Author)²

(School of Economics and Management, Heilongjiang Bayi Agricultural University, Daqing, Heilongjiang 163319)

Abstract: In the new era, high-quality green economic development is the core pursuit of our country's development. However, the extensive economic development model in the past has brought rapid development to our country but also exerted tremendous pressure on the environment. This ultimately leads to the increasingly prominent contradiction between economic development and the ecological environment. In the early stage of development under the framework of planned economy, the three northeastern provinces became central hubs for crucial heavy chemical industries for the country's economic lifeline. However, this also laid hidden dangers for the homogenization of industrial structure and pollution of the ecological environment in the Northeast region. The year 2023 marked the 20th anniversary of implementing the Northeast Region Revitalization Strategy. This article empirically analyzes the current development status of the industrial structure in the Northeast region from the perspectives of rationalization and upgrading under the background of environmental regulations. The degree of the industrial structure rationalization is measured by the Theil index and the degree of upgrading is measured by the value of changes in the industrial structure upgrading. The research results propose strategic responses and suggestions for building a green and sustainable industrial structure and making innovation in the upgrading of the industrial structure in the Northeast China, in order to provide a reference for the comprehensive revitalization of this region.

Keywords: Environmental Regulations; Northeast Region; Industrial Structure; Green Economy; Ecological Environment; High-Quality Green Economic Growth

天津国际消费中心城市建设的竞争力评价

——基于首批国际消费中心试点城市的对比分析

魏祥梦

(天津外国语大学国际商学院 天津 300270)

摘要: 2021年7月19日,经国务院批准,我国在北京、上海、广州、天津、重庆五座城市率先开展国际消费中心城市培育建设。天津作为首批国际消费中心试点城市之一,应抓住机遇,加速形成“一带九轴九商圈”总体格局,实现建设“消费之都”的目标。以党的二十大精神为指引,本文针对首批国际消费中心试点城市建立科学完善的综合评价体系,从聚集能力、配置能力、引领能力和政策支持四方面对五座首批国际消费中心试点城市进行综合比较,分析天津建设国际消费中心城市的优势与不足,并提出天津建设国际消费中心城市的建议,以供参考。

关键词: 党的二十大精神; 国际消费中心城市; 综合评价体系; 天津; 消费之都; 消费服务

本文索引: 魏祥梦.天津国际消费中心城市建设的竞争力评价[J].中国商论,2024(05):152-155.

中图分类号: F127; F063.2

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-152-04

1 引言

2021年7月,上海、北京、广州、天津、重庆五座城市成为首批国际消费中心试点城市。习近平总书记在党的二十大报告中指出:“加快构建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。”国际消费中心城市是推动形成“双循环”新发展格局的重要手段^[1]。在此背景下,通过构建国际消费中心城市竞争力综合评价体系,对首批国际消费中心试点城市进行比较,分析天津国际消费中心城市建设竞争力并提出相关建议。

2 国际消费中心城市竞争力综合评价体系的建立

目前,国际消费中心城市的研究视角主要有两类。一类是结合某一地区开展研究,另一类是建立评价指标体系。第一类研究视角下,陈国亮(2022)^[2]从“双循环”视角出发,探究杭州国际消费中心城市建设的机遇与挑战,王先庆、彭雷清(2022)^[3]立足广州市特色优势进行战略分析,陈芑名、张春华(2022)^[4]探究国外先进经验对北京建设国际消费中心城市的启示。对于第二类研究视角,叶晋(2017)^[5]以消费城市为对象建立指标体系,对消费城市的现状和发展潜力进行分析研究。首批试点城市确定后,一些学者(汪婧(2020)^[6],钟诗梦、李平(2021)^[7],吴莎(2021)^[8],张小英(2022)^[9])相继构建国际消费中心城市评估指标体系。

在现有文献中,国际消费中心城市竞争综合评价体系存在以下几点不足:一是评价体系与具体地区结合较少,系统性、针对性不足;二是缺乏对其指标的科学性、合理性的

论证。基于以上情况:首先,结合五座首批国际消费中心试点城市发展现状构建综合评价体系,评价体系更具针对性;其次,在一级指标下设立多个子指标,选取相关数据进行分析。综上,构建国际消费中心城市竞争力综合评价体系如表所示¹。

表1 国际消费中心城市竞争力综合评价体系

指标类别	子指标
聚集能力	城镇化率 国际旅游收入
配置能力	交通便利程度 星级饭店数量
引领能力	世界文化遗产和A级景区数量 国际会议和国际体育赛事数量
政策支持	政策指引

3 首批国际消费中心试点城市发展的比较及对天津的分析

3.1 聚集能力比较分析

城市的聚集能力是衡量一座城市发展潜力的核心因素^[10]。城市强大的消费聚集能力会促进其消费服务业发展,从而形成一定规模的产业群,带动消费人口聚集。

3.1.1 城镇化率

城市人口占总人口的比例数值越高,城镇化水平就越高。城镇化水平是用来衡量城市化发展程度的数量指标,反映出城市人口的聚集能力。

五座国际消费中心试点城市的城镇化率均高于全国平均水平,表明五座国际消费中心试点城市人口聚集能力较

作者简介: 魏祥梦(2003-),女,汉族,山东菏泽人,金融学专业。

强。天津具备建设国际消费中心城市的基础,但与上海、北京、重庆相比,人口聚集能力仍有提升空间(见表2)。

表2 2017—2021年全国及首批国际消费中心试点城市城镇化率一览表(%)

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
全国	60.24	61.50	62.71	63.89	64.72
上海	89.10	89.13	89.22	89.30	89.30
北京	86.93	87.09	87.35	87.55	87.50
广州	84.41	84.75	85.13	86.19	86.46
天津	83.57	83.95	84.31	84.70	84.88
重庆	64.08	65.50	66.80	69.46	70.32

资料来源:《中国统计年鉴2022》《广州统计年鉴2022》。

3.1.2 国际旅游收入

国际旅游收入是衡量一座城市国际消费聚集能力的重要标志(见表3)。

表3 2017—2021年首批国际消费中心试点城市的国际旅游收入一览表(亿美元)

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
上海	68.10	73.71	83.76	37.74	35.85
北京	51.30	55.16	51.92	4.80	4.30
广州	63.14	64.82	65.30	14.59	10.77
天津	37.52	11.10	11.80	3.34	—
重庆	19.48	21.90	25.25	1.08	0.82

资料来源:各城市统计局统计年鉴。

与其他城市相比,天津国际旅游收入较低。天津消费品和消费服务对入境游客仍缺乏吸引力,国际旅游市场有待进一步拓展,国际消费聚集能力有待进一步提高。

3.2 配置能力比较分析

资源配置中心是城市发展高级阶段所体现的功能形态^[11]。高水平的资源配置能力是吸引全球消费需求,打造国际消费中心城市的重要基础。

3.2.1 交通便利程度

发达完善的交通、信息和物流设施是国际消费中心城市将全球消费市场资源联系起来的必要条件^[12]。发达便利的交通是城市实现高效资源配置的基础。本文选取高铁可直达城市、经过高铁车次数、国际航班线路数量指标,对五座城市的交通便利程度进行比较分析。

表4 首批国际消费中心试点城市交通便利程度一览表

指标	上海	北京	广州	天津	重庆
高铁可直达城(座)	190	197	164	118	140
经过高铁车次(个)	880	1009	1211	491	450
国际航班线路数(个)	118	131	97	29	44

资料来源:高铁可直达城市和经过高铁车次数来源于新一线城市数据平台;国际航班线路数量来源于<https://maptemp.airsavvi.com>。

在高铁可直达城市指标中,天津排名并不靠前。在经过高铁车次数指标中,广州市位列第一,天津与广州、北京、上海三座城市相差较大,但略领先于重庆。在国际航班线路数量指标中,北京、上海领先,天津较为落后。

3.2.2 星级饭店数量

星级饭店的数量在一定程度上反映出一座城市消费服务的质量和水平,是评价城市服务配置能力的重要指标(见表5)。

表5 首批国际消费中心试点城市星级饭店数量一览表(个)

星级	总数	五星级	四星级	三星级	二星级	一星级
上海	151	57	49	39	6	0
北京	349	51	100	135	62	1
广州	123	22	29	61	11	0
天津	64	14	26	22	2	0
重庆	125	27	38	48	12	0

资料来源:中华人民共和国文化和旅游部2022年度全国星级饭店统计调查报告、广州市文化广电旅游局。

北京星级饭店总数最多,上海星级饭店总数第二,五星级饭店数量最多,为57家。广州和重庆星级饭店数量虽不及上海、北京,但较为可观,反观天津在数量和质量上都不占优势。

3.3 引领能力比较分析

城市的引领能力体现了一座城市的国际知名程度,是衡量其国际消费城市建设能力的关键性指标。

3.3.1 世界文化遗产和A级景区数量

一座城市所拥有的世界文化遗产和著名景区数量是旅游资源的重要体现,反映了其在旅游资源方面的引领能力(见表6)。

表6 各城市世界文化遗产和A级景区数量

	上海	北京	广州	天津	重庆
世界文化遗产数量(个)	0	7	0	1	1
A级景区数量(个)	134	222	90	100	272

资料来源:2023年《世界文化遗产名录》、中华人民共和国文化和旅游部、各城市人民政府及文化和旅游局。

北京拥有的世界文化遗产数量领先,重庆在创建A级景区方面值得其他城市借鉴。与北京、重庆相比,天津高质量的旅游资源并不丰富,对境外游客的吸引力不足。

3.3.2 国际会议和国际体育赛事数量

国际会议和国际体育赛事的数量从侧面反映出一座城市的整体环境竞争力、配套设施竞争力和城市形象竞争力。

天津国际会议数量远远落后于北京和上海,国际体育赛事数量较北京、广州也存在一定差距,天津会议与体育赛事的国际化水平有待提升。

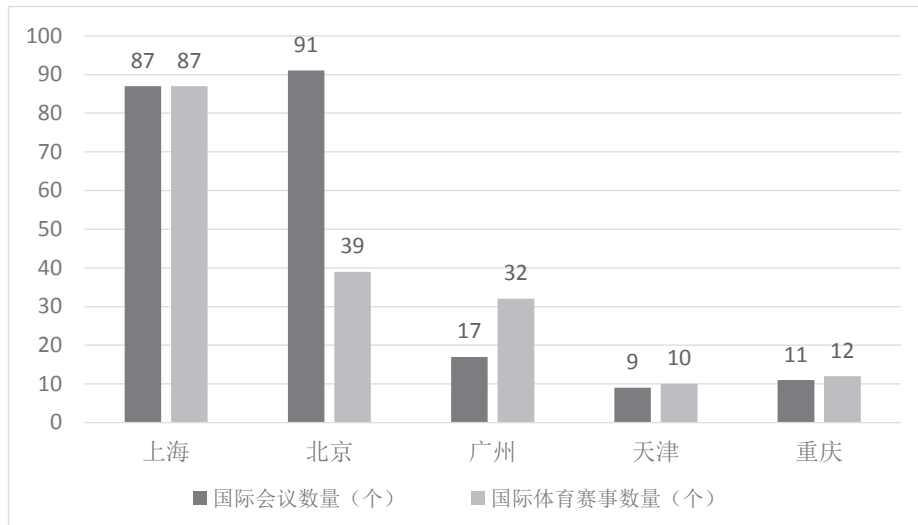


图1 首批国际消费中心城市国际会议和国际体育赛事数量

资料来源：国际会议数量数据来源于2019年国际协会会议数量；国际体育赛事数量数据来源于相关城市体育局。

3.4 政策支持比较分析

党中央、国务院提出建设国际消费中心城市的规划以来，各大城市纷纷跃跃欲试，首批试点城市更是不甘落后，相继印发培育国际消费中心城市的实施方案。

2021年2月，天津市人民政府印发《天津市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纲要》，提出形成“一带九轴九商圈”总体格局。2021年6月，天津市商务局印发《天津市商业服务质量提升行动方案(2021—2023年)》，为天津商业服务的发展提供了方向指引。2021年7月19日，天津成为全国率先开展国际消费中心城市培育建设的五座城市之一。2021年11月，天津市出台《天津市培育建设国际消费中心城市实施方案(2021—2025年)》，提出六方面重点任务，从打造怎样的国际消费中心城市、如何打造国际消费中心城市等方面出发，为天津建设国际消费中心城市做出明确指示。为进一步加快国家消费中心城市建设，2023年印发《天津市加快建设国际消费中心城市行动方案(2023—2027年)》，深入实施推动高质量发展“十项行动”。

天津将以党的二十大精神为指引，不断健全国际消费中心城市建设政策体系，在打造国际消费中心城市的同时也为构建“双循环”新发展格局贡献天津智慧。

4 天津国际消费中心城市建设的途径方法

通过对首批国际消费中心试点城市的聚集能力、配置能力、引领能力和政策支持进行综合比较与分析，可以看出天津在首批国际消费中心试点城市中并不占据优势。这主要表现为：天津消费市场广阔，但消费潜力还有待进一步释放；消费设施的配置能力虽逐步提升，但与其他四个城市相比仍然存在一定的差距；天津虽为重要的知名城市之一，但国际知名度和全球引领能力不足；在政策方面，也急需更具有针对性的战略措施加以支持和引导。因此，本文从以下四个方面对天津建设国际消费城市中心城市提出建议。

4.1 打造消费聚集高地，提升聚集能力

根据聚集能力数据比较分析，天津的人口聚集、消费聚集、商业聚集能力不占据优势，应尽快从以下几点打造消费聚集高地，提高聚集能力：(1)注重居民消费升级，激发消费市场，释放人口红利；(2)不断扩大国内外消费市场，提高消费服务的数量和质量，保证消费服务业的长足发展，提高城市消费聚集能力；(3)打造知名商圈和商业街区，优化依托传统商业街区形成的聚集知名品牌、高质量消费娱乐为一体的传统大型商圈，形成一批能够满足个性化需求的新型消费商圈，加快形成“一带九轴九商圈”的总体格局。

表7 首批国际消费中心试点城市政策指引对比

地区	政策指引
上海	《上海市建设国际消费中心城市实施方案》《2023年上海建设国际消费中心城市工作要点》
北京	《北京培育建设国际消费中心城市实施方案(2021—2025年)》《加快恢复和扩大消费持续发力北京国际消费中心城市建设2023年行动方案》
广州	《广州市国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》《广州市建设国际消费中心城市发展规划(2022—2025年)》
天津	《天津市培育建设国际消费中心城市实施方案(2021—2025年)》《天津市加快建设国际消费中心城市行动方案(2023—2027年)》
重庆	《重庆市培育建设国际消费中心城市若干政策》《重庆市培育建设国际消费中心城市实施方案》

4.2 完善消费软硬设施,提升配置能力

天津的软硬设施建设仍存在短板,如国际航班数量远少于北京上海,高铁车次数量仍有待提升,星级饭店数量不占据优势,与其他试点城市相比,在建设国际消费中心城市的过程中存在配置能力不足的问题。在提升消费软硬设施方面:天津在完善消费软硬设施、提升城市配置能力方面要结合重要产业区和商圈,进一步建设安全舒适、便捷方便、绿色环保的立体化交通网络,不断扩大高效率的交通基础设施覆盖率;加强基础设施配套服务,完善无线网络、高质量饭店、酒店、交通站点等基础设施建设。

4.3 寻求提高消费引领作用的新出路

通过对引领能力指标的分析可以看出,天津市消费引领能力与其他四个城市相比仍存在欠缺。天津虽为国际著名港口城市和新一线城市,但引领能力有待进一步提高。提升其消费引领作用的新出路如下:(1)天津应以党的二十大精神为指引,不断推进高水平对外开放,塑造消费引领新品牌,积极打造天津品牌,同时吸引有国际影响力的高端品牌在津组织开展重要品牌展会和时尚品牌发布会等;(2)充分挖掘天津旅游资源,打造世界级旅游胜地;(3)不断提升城市包容度,健全更具有包容性的住房体系,进一步建立更为公平的教育服务体系。

4.4 推动创新政策先行先试,完善政策体系

建设国际消费中心城市离不开国家政策方面的大力支持。为进一步加大政策支持力度应从以下几方面入手:(1)进一步简化项目审批流程,尤其是对新兴服务业的审批;(2)建

立完善的领导机制和小组,健全天津国际消费中心城市建设小组和机制体制,制定更加细化的研究方案,明确责任和分工,提高建设国际消费中心城市的效率;(3)出台一系列行动计划和政策措施,结合自身特色制定更具针对性的方案,为建设国际消费中心城市提供更加明确的政策指引。

参考文献

- [1] 赵文哲.国际消费中心城市的内涵及实施路径[J].人民论坛,2022(5):75-77.
- [2] 陈国亮.“双循环”背景下,杭州如何成为国际消费中心城市?[J].经贸实践,2022(7):38-41.
- [3] 王先庆,彭雷清.广州建设国际消费中心城市的特色优势与战略选择[J].城市观察,2022(1):62-74+161.
- [4] 陈艺名,张春华.伦敦文化创意产业对北京建设国际消费中心城市的借鉴启示[J].数据,2022(7):60-62.
- [5] 叶胥.消费城市研究:内涵、机制及测评[D].成都:西南财经大学,2017.
- [6] 汪婧.基于熵权法的国际消费中心城市竞争力评价[J].商业经济研究,2020(21):189-192.
- [7] 钟诗梦,李平.我国消费中心城市发展水平测度与消费支点效应:基于区域一体化视角[J].商业经济研究,2021(1):167-170.
- [8] 吴莎.西部地区消费中心城市发展潜力测度与收敛性特征研究[J].商业经济研究,2021(4):148-151.
- [9] 张小英.国际消费中心城市评估指标体系构建及广州建设方案研究[J].城市观察,2022(3):21-36.
- [10] 张帅,赵小曼,杨健全,等.城市要素聚集能力评价及耦合协调度研究:以陕西省为例[J].南京师大学报(自然科学版),2020,43(4):23-30.
- [11] 魏颖,赖长强.广州建设全球商贸资源配置中心研究[J].现代商业,2017(26):77-79.
- [12] 汪婧.国际消费中心城市:内涵和形成机制[J].经济论坛,2019(5):17-23.

Evaluation of the Competitiveness of Tianjin as an International Consumption Center: A Comparative Analysis of the First Group of Pilot International Consumption Centers

Wei Xiangmeng

(School of International Business, Tianjin Foreign Studies University, Tianjin 300270)

Abstract: On July 19, 2021, with the approval of the State Council of the People's Republic of China, China implemented the cultivation and establishment tasks of the first group of international consumption centers in Beijing, Shanghai, Guangzhou, Tianjin and Chongqing. As one of the cities taking the responsibility of building an international consumption center, Tianjin should seize the opportunity to accelerate the formation of an overall development pattern featuring one belt, nine axes, and nine business districts and achieve the goal of building a consumption hub. Following the guiding principle of the 20th National Congress of the Communist Party of China, this article seeks to establish a scientific and comprehensive evaluation system for the first group of international consumption centers. These five pilot cities are comprehensively analyzed from four aspects: aggregation capacity, allocation ability, leading role, and supportive policies. The advantages and disadvantages of Tianjin in building an international consumption center are analyzed, and suggestions are put forward for Tianjin to establish it into an international consumption center.

Keywords: Guiding Principle of the 20th National Congress of the Communist Party of China; International Consumption Center; Comprehensive Evaluation System; Tianjin; Consumption Hub; Consumer Services

西安都市圈经济发展与基本公共服务耦合协调关系研究

朱田丽

(黑龙江科技大学管理学院 黑龙江哈尔滨 150022)

摘要: 本文通过研究经济发展与基本公共服务的耦合协调互动关系,推动区域高质量发展,进而满足人民群众日益增长的美好生活需要。文章以“西安都市圈”为研究区,运用熵值法、综合指数模型及耦合协调度模型,对2012—2021年两系统的综合水平和耦合协调关系进行测量和时空特征分析。研究表明:(1)经济发展与基本公共服务综合水平均呈上升趋势,但两者不完全同步;(2)经济发展与基本公共服务相互配合程度虽不断加深,但耦合协调等级没有发生质的改变,始终处于磨合阶段,呈现“中心(西安)—外围(咸阳、渭南和铜川)”断崖式不协调空间格局;(3)低值区(铜川)和中间值(咸阳、渭南)的耦合协调呈逐年上升趋势,且城市间差距逐年缩小,但与高值区(西安)形成严重的两极分化现象。因此,西安需发挥中心城市的优势,优化双系统协调关系,缩小城市间发展差距,进而实现“西安都市圈”综合协调等级发生质变,促进区域高质量发展,实现共同富裕。

关键词: 西安经济发展;基本公共服务;耦合协调度;西安都市圈;区域经济;高质量发展

本文索引: 朱田丽.西安都市圈经济发展与基本公共服务耦合协调关系研究[J].中国商论,2024(05):156-159.

中图分类号: F127

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-156-04

1 引言

党的二十大报告指出:“必须坚持在发展中保障和改善民生,鼓励共同奋斗创造美好生活,不断实现人民对美好生活的向往。”“着力解决好人民群众急难愁盼问题,健全基本公共服务体系,提高公共服务水平^[1]”。新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分发展之间的矛盾^[2]。同时,2022年陕西省印发的《西安都市圈发展规划》通知,明确要求所涉4市政府(西安、咸阳、渭南、铜川)应加速形成区域内优势互补、城际间协调且高质量发展的经济布局,并创新区域内公共服务设施联合共建共享模式,逐步统一公共服务标准,推动都市圈公共服务一体化发展。

基于此,本文以国家相关政策实施的实践层面为研究视角,重点研究区域经济发展与基本公共服务的耦合协调关系,以期相关部门在后续都市圈的发展规划建设提供实践依据。

2 数据来源与研究方法

2.1 数据来源

“西安都市圈”地处我国“两横三纵”城镇化战略格局中陆桥通道横轴和包昆通道纵轴的交汇处,是关中平原城市群的核心区域,是西北地区的经济、文化、科技和对外交往的中心。本文以西安、渭南、铜川和咸阳4市为研究区域,基于2012—2021年数据分析基本公共服务与经济发展之间的耦合协调关系。数据来源于《中国城市统计年鉴》《陕西

统计年鉴》《西安统计年鉴》《咸阳统计年鉴》《铜川统计年鉴》《渭南统计年鉴》以及各市相应年份的统计公报。

2.2 研究方法

2.2.1 指标体系构建

本文研究的时间跨度较大,在构建指标体系时,更多考虑了数据的可获得性。借鉴已有研究成果^[3],并结合国务院发布的《国家基本公共服务标准(2021年版)》《陕西省“十四五”公共服务规划》《陕西省基本公共服务标准(2021年版)》和《西安都市圈发展规划》中关于基本公共服务实施内容和区域经济发展要求的基础上,从教育文化、基础设施、医疗卫生和社会保障4个维度,选取16个具体指标构建了基本公共服务发展水平指标体系;从经济规模、经济质量和经济结构3个维度,选取11个具体指标,构建了经济发展水平指标体系(表1)。

2.2.2 熵值法及综合水平计算

(1)无量纲化^[4]:

正向指标:

$$X_{ij} = \frac{x_{ij} - \min X_{ij}}{\max M_{ij} - \min_{ij}} \quad (1)$$

逆向指标:

$$X_{ij} = \frac{\max X_{ij} - x_{ij}}{\max X_{ij} - \min X_{ij}} \quad (2)$$

(2)第j项指标的熵值^[5]:

$$e_j = -K \sum_{i=1}^m p_{ij} \ln p_{ij} \quad (0 \leq e_j \leq 1) \quad (3)$$

基金项目: 2022年度黑龙江省省属高等学校基本科研业务费项目“煤炭资源型城市农业生态系统碳循环核算及其低碳路径研究”(2022-KYYWF-0539)。

作者简介: 朱田丽(1995-),女,汉族,陕西咸阳人,硕士研究生,研究方向:区域经济发展。

表1 指标体系

一级	二级	三级	权重
基本公共服务	教育文化	人均教育经费支出	0.0784
		每万人拥有教师数量	0.0589
		人均拥有公共图书馆藏量	0.0696
		广播节目综合人口覆盖率	0.0342
		电视节目综合人口覆盖率	0.0309
	基础设施	人均道路面积	0.0641
		人均公园绿地面积	0.0501
		人均全年用电量	0.1010
	医疗卫生	人均医疗卫生支出	0.0609
		每万人医疗机构床位数	0.0397
		每万人拥有卫生技术人员数	0.0325
	社会保障	医疗卫生机构数	0.0720
		人均社会保障和就业支出	0.0823
		城镇居民医疗保险覆盖率	0.0567
城镇居民失业保险覆盖率		0.0975	
经济发展	经济规模	城镇居民养老保险覆盖率	0.0713
		地区生产总值	0.1342
		社会固定资产投资	0.0763
		社会消费品零售总额	0.1636
	经济质量	地方财政一般预算收入	0.1971
		人均GDP	0.0486
		恩格尔系数(逆向)	0.0718
	经济结构	城市化率	0.0433
		第二产业产值占GDP比重	0.0650
		第三产业产值占GDP比重	0.0358
	第二产业就业人数比重	0.1460	
	第三产业就业人数比重	0.0184	

$$k = \frac{1}{\ln m}, p = \frac{x_{ij}}{\sum_{i=1}^m x_{ij}} \quad (4)$$

(3)指标权重:

$$w_j = \frac{d_j}{\sum_{i=1}^m d_j} \quad (5)$$

$$d_j = 1 - e_j \quad (j = 1, 2, \dots, n) \quad (6)$$

(4)综合得分^[5]:

$$U_i = \sum_{j=1}^n w_j x_{ij} \quad (7)$$

其中, x_{ij} 为第 i 个地区的第 j 项指标指数; m 为样本数量; n 为指标个数。

2.2.3 耦合协调度模型

耦合协调度模型通常用来测度系统之间的协调发展状态^[6]。本文通过构建耦合协调度模型,计算出耦合度 C 值,协调度 T 值,耦合协调度 D 值,再根据耦合协调度划分标准^[7](表2),判断两系统间的协调类型。

(1)耦合度:

$$C_i = 2 \sqrt{\frac{U_{1i} \times U_{2i}}{U_{1i} + U_{2i}}} \quad (8)$$

其中, C_i 表示第 i 个城市两系统的耦合度, $C_i \in [0, 1]$; U_{1i} 、 U_{2i} 分别表示第 i 个城市两系统综合评价指数。

(2)协调度:

$$T_i = \alpha U_{1i} + \beta U_{2i} \quad (9)$$

其中, T_i 表示第 i 个城市两系统的协调指数; α 、 β 为两系

表2 耦合协调度划分标准

D 值域	协调类型
0.0~0.1	极度失调
0.1~0.2	严重失调
0.2~0.3	中度失调
0.3~0.4	轻度失调
0.4~0.5	微度失调
0.5~0.6	微度协调
0.6~0.7	轻度协调
0.7~0.8	中度协调
0.8~0.9	高度协调
0.9~1.0	极其协调

统的重要性系数,本文取 $\alpha = \beta = 0.5$ 。

(3)耦合协调度:

$$D_i = \sqrt{C_i \times T_i} \quad (10)$$

其中, D_i 表示第 i 个城市的两系统间的耦合协调度, $D_i \in [0, 1]$ 。

3 结果分析

3.1 综合水平时空特征

3.1.1 时间特征分析

根据式(1)-(7)得出2012—2021年4个城市的经济发展与基本公共服务的综合水平均值。(1)2012—2021年,基本公共服务综合得分均值由0.276上升到0.583,提升了30.77%,说明其综合得分呈现较快的增长态势;(2)经济发展综合指数均值由0.253上升到0.362,提升了10.77%,相较基本公共服务的

3.1.2 空间特征分析

增长程度较小,但两者呈现出一定的同步性上升态势。利用ArcGIS,对经济发展与基本公共服务综合指数进行具象化处理,从而得到双系统综合指数空间分布格局(图1)。

由图1可知:(1)西安两系统综合指数在各研究阶段均高于区域内其他城市。西安作为省会城市,不仅是该都市圈的核心城市,还是大关中经济区龙头,拥有较强聚集和城市承载能力,以及大量的人口、技术、资金等资源,使其基本公共服务和经济发展水平都处于较高发展水平。

(2)咸阳两系统综合指数在各阶段发展状态虽不匹配,但差距极小。咸阳作为与西安空间上毗邻、交通上极为紧密的区域,成为承接西安产业、人口、资金、技术等外溢的第一区域。同时在“西咸一体化”等发展规划的实施下,咸阳经济水平发展位居陕西省第三,进而为基本公共服务发展提供强有力的财政支持,实现了两系统较为良好的发展状态。

(3)渭南的经济发展与基本公共服务水平之间存在一定的差距。渭南经济能力虽低于咸阳,但作为陕西的东大门,且毗邻于西安,依托西安的政策和资源优势,充分享受西安的核心辐射带动能力,紧抓西安“东扩”并主动承接西安产业转移机遇,使经济有了较好的发展,同时也带动基本公共服务的提升,但两系统之间仍存在一定的差距。

(4)铜川经济发展与基本公共服务发展状况极不匹配。

铜川与西安存在一定的空间距离,且本身为矿竭城衰的资源型城市,经济基础薄弱,但依托早期矿业发展使其拥有较为扎实的公共基础设施。同时作为革命老区,政府将旅游产业作为经济转型的突破口,大力提升公共服务以及各项基础设施,以期为旅游业发展提供良好的基础,并在第三批国家公共文化服务体系示范区(项目)创建工作中获得国家公共文化服务体系示范区授牌,成为陕西省唯一入选的城市,表明其现代公共文化服务体系建设工作走在了西部乃至全国前列,因此造成其经济发展水平与基本公共服务之间较大的发展差距。

3.2 耦合协调度时空特征分析

3.2.1 时间特征分析

根据耦合协调度模型计算可知:(1)10年间研究区域两系统的耦合协调度由0.483上升到0.631,呈现出较强的相互关系,且彼此作用力不断增强;(2)两系统的耦合协调度虽一直呈上升态势,但在2013—2019年长期处于微度协调状态,仅在2020年和2021年达到轻度协调,即两系统在10年间只是勉强处于耦合协调状态;(3)城际间的耦合协调度差异较大,高值区的西安与低值区的咸阳、渭南、铜川形成了明显的两极分化现象。

3.2.2 空间特征分析

如图2所示:(1)区域内各城市两系统的综合水平与其对应的耦合协调度空间格局呈现较高的一致性,即城市经

济发展水平与其基本公共服务水平一致性较高,该城市两系统的耦合协调度也相对较高;反之亦然。具体体现在:西安为高度协调、咸阳和渭南为微度协调,而铜川市10年间长期为微度失调。(2)研究区域内两系统耦合协调度总体呈现“由南向北递减”的空间分布格局,正好与“西安都市圈”的“一核”“东西(咸阳-西安-渭南)、南北(西安-铜川)两条发展轴”的总体布局相呼应。这也说明,“西安都市圈”距离实现经济一体化协同发展和基本公共服务服务互联互通的目标相差甚远。(3)从各城市两系统耦合度空间布局来看,区域梯度差距明显。西安当之无愧处于第一梯队;咸阳和渭南处于第二梯队,并与西安存在较大的差距;铜川处于第三梯队,并长期垫底。总体而言,研究区域10年间只涉及轻度协调和微度失调、微度和轻度协调四种类型,总体情况较为乐观。

4 结语

(1)区域内经济发展与基本公共服务综合水平均呈上升趋势,两者发展虽不完全同步,但发展态势基本保持一致。将区域内两系统综合水平分为三个梯度:就经济发展来说,西安——咸阳和渭南——铜川;就基本公共服务来说,西安——咸阳和铜川——渭南。

(2)区域内经济发展与基本公共服务之间表现出良好的互动关系,相互协调配合程度也不断加深,但耦合协调等级没有发展质的改变,始终处于磨合阶段。空间格局上,区域内两系统耦合协调度呈现出“中心-外围”断崖式

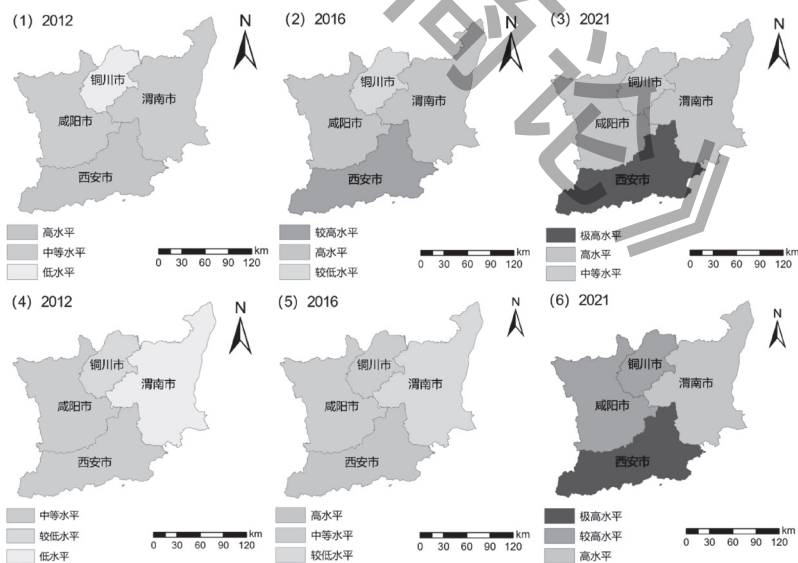


图1 经济发展(1)–(3)与基本公共服务(4)–(6)综合得分空间格局

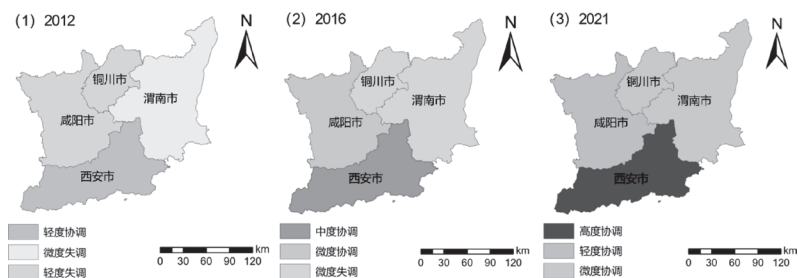


图2 经济发展与基本公共服务耦合协调度空间格局

不协调格局。

(3)从区域内10年间两系统耦合协调度的动态演化过程来看,低值区的铜川始终为濒临失调衰退耦合类型;而咸阳和渭南两系统的耦合协调指数逐年增长,且与区域内耦合协调指数均值差距逐年缩小;高值区的西安与其他三个城市间形成了严重的两极分化现象。

5 对策建议

(1)发挥中心城市辐射作用,加强城市间合作,构筑区域空间平衡新格局。中心城市具有带动周边非中心城市更好发展的职能和使命,也是引领都市圈发展的动力源。西安作为中心城市,具有极高的经济和基本公共服务水平,应发挥人才虹吸及产业外部效应的作用,实现城市间发展要素与资源最优配置,进而带动周边非中心城市发展。而非中心城市应明确自身功能定位,与中心城市分工协作、功能互补,进而发挥都市圈协同发展的放大效应。

(2)优化基本公共服务与经济关系的耦合协调关系。从研究结果看,基础设施服务和医疗卫生服务在基本公共服务系统中所占比重较低,具有较高的提升空间。同时,医疗卫生服务关系人民健康,是民众最为关注的民生问题。因此,提升研究区内基础设施服务和医疗卫生服务,能有效改善两系统耦合协调关系。

(3)缩小都市间发展差距,提升整体发展水平。西安与其他城市之间存在严重的两极分化现象。因此,西安应继续良好耦合协调状态;咸阳和渭南应发挥自身拥有的土地和农业资源优势,积极寻求与周边城市合作,从而保证耦合协调指数的增长;铜川应借助其较好的基本公共服务建设基础,为经济发展营造良好的“软环境”,同时利用丰富的矿产和旅游资源,主动探寻与核心城市的合作,创造新的发展机遇,以改善铜川耦合协调度状态。

参考文献

- [1] 宁吉喆.中国式现代化的方向路径和重点任务[J].管理世界,2023,39(3):1-19.
- [2] 王震.共同富裕目标下促进公共服务高质量发展的重点问题[J].经济纵横,2023(2):73-82.
- [3] 韩增林,刘春涛,彭飞,等.山东省经济与基本公共服务协调发展的时空特征研究[J].辽宁师范大学学报(自然科学版),2016,39(3):410-417.
- [4] 蔡承智,贾欣.西部地区数字基建对乡村振兴与新型城镇化协调发展的影响[J].商业经济研究,2023(9):179-183.
- [5] 李海央,许雨辰,柴正猛.长江经济带现代化发展水平测度及耦合协调性分析[J].统计与决策,2023,39(9):74-79.
- [6] 陈玉梅,李新英.扩大内需背景下流通创新与农村消费升级协同发展研究[J].青岛农业大学学报(社会科学版),2022,34(1):39-46.
- [7] 王永明,马耀峰.城市旅游经济与交通发展耦合协调度分析:以西安市为例[J].陕西师范大学学报(自然科学版),2011,39(1):86-90.

Research on the Coupling Coordination Relationship Between Basic Public Services and Economic Development in Xi'an Metropolitan Area

Zhu Tianli

(School of Management, Heilongjiang University of Science and Technology,
Harbin, Heilongjiang 150022)

Abstract: This article aims to support high-quality development in regions and meet the growing needs of a better life for the general public by studying the coupling coordination relationship between economic development and basic public services. Taking the Xi'an metropolitan area as the research focus, this article uses entropy method, comprehensive index model, and coupling coordination degree model to measure the comprehensive level and coupling coordination relationship between the two factors from 2012 to 2021, and analyze their spatiotemporal characteristics. The research results indicate that both economic development and the comprehensive level of basic public services are showing a fluctuating upward trend but the development of the two factors is not completely synchronized. The degree of mutual cooperation between economic development and basic public services sees a continuous growth but the level of coupling coordination has not undergone a qualitative change. It is still in the stage of adjustment, presenting a cliff-shape spatial pattern with Xi'an being the center and Xianyang, Weinan, and Tongchuan following behind. The coupling coordination between low value areas (Tongchuan) and intermediate values (Xianyang, Weinan) shows an upward trend year by year and the gap between cities is narrowing year by year. However, it has formed a serious polarization with the high value area (Xi'an). Therefore, it is necessary for Xi'an to leverage its advantages as a central city, optimize the coordination relationship between the two factors, narrow the development gap between cities, and achieve a qualitative change in the comprehensive coordination level of the Xi'an metropolitan area, in order to promote high-quality regional development and achieve common prosperity.

Keywords: Economic Development in Xi'an; Basic Public Services; Coupling Coordination Degree; Xi'an Metropolitan Area; Regional Economy; High-Quality Development

京津冀地区高质量发展水平综合评价与预警

金剑^{1,2,3} 宋美辰^{1,2,3} 范小宁^{1,2,3}

(1. 河北大学经济学院 河北保定 071002; 2. 河北大学社会科学方法论研究所;

3. 河北大学统计决策咨询中心 河北保定 071000)

摘要: 京津冀协同发展战略提出以来,三地协同发展取得积极进展,但距目标要求还有很大差距。本文选取2010—2019年京津冀地区高质量发展指标数据,利用因子分析法对各地区及整体发展水平进行综合评价,基于综合得分对其预警,并运用灰色预测分析方法,借助MATLAB软件对未来5年京津冀地区高质量发展情况进行预测。研究发现,京津冀地区整体高质量发展综合得分情况较好,但各地区发展综合得分还有一定的提升空间,且地区间存在差异,这种不均衡的发展态势为三地未来协同发展提出了新的挑战。

关键词: 京津冀协同发展; 高质量发展; 地区经济; 因子分析法; 新发展理念

本文索引: 金剑,宋美辰,范小宁.京津冀地区高质量发展水平综合评价与预警[J].中国商论,2024(05):160-164.

中图分类号: F127; C81

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-160-05

1 引言

京津冀是中国北方经济区的重要组成部分,在地理位置上有着天然的联系,地脉上的一统为三地经济、政治、军事、文化上的交流奠定了基础^[1]。京津冀协同发展战略实施以来,整体发展在各方面都取得了积极进展,但三地发展不平衡问题日渐凸显,经济的绝对差距不断扩大。本文对三地高质量发展进行综合评价,有助于剖析地区间的经济联系和影响三地协同发展的主要问题,助力京津冀协同发展战略的进一步落实。

现有文献从多个视角对地区经济高质量发展进行研究。黄敦平等(2022)^[6]基于新发展理念,从创新、协调、绿色、开放、共享5个维度构建经济高质量发展评价指标体系,采用因子分析法综合评价淮河生态经济带的经济发展水平。李金昌等(2019)^[7]从“人民美好生活需要”和“不平衡不充分发展”两方面着手,构建指标体系。孟祥兰和邢茂源(2019)^[8]从经济、创新、绿色、协调、民生5个维度构建湖北省高质量发展综合评价体系,采用加权因子分析方法对高质量发展水平进行综合评价。李英杰和韩平(2022)^[9]基于熵值法对中国2010—2018年数字经济发展进行综合评价,并建立灰色预测模型对2019—2028年的数字经济发展走向进行预测。

本文从创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念入手,构建京津冀地区高质量发展综合评价指标体系,采用因子分析评价高质量发展综合水平,对其发展情况进行预警分析,并提出相应的对策建议。

2 方法选择与数据准备

2.1 研究方法

本文使用因子分析方法对2010—2019年京津冀地区高质量发展水平进行综合评价及预警,将21个原始指标通过成分旋转提取出3个公因子,并依据最小二乘法计算公因子的得分系数,进而得到京津冀地区高质量发展水平综合得分。根据预警标准判别表,对各地区高质量发展状况进行预警。在对2020—2024年京津冀各地区高质量发展状况进行预测时,本文使用灰色预测的方法,建立GM(1,1)模型,对未来五年京津冀地区高质量发展综合得分进行预测和预警分析。

2.2 数据来源

本文将高质量发展下的经济增长指标设定为包含创新发展、协调发展、绿色发展、开放发展、共享发展5个层次的指标体系。数据来自2011—2020年《中国统计年鉴》《北京统计年鉴》《天津统计年鉴》、2011—2019年《河北经济年鉴》及《河北统计年鉴2020》。

2.3 数据处理

由于各维度的指标量纲不同,无法进行相互比较,因此需要对数据进行标准化处理。本文是为了对京津冀地区高质量发展水平进行综合评价,因此选择离差标准化方法,个别年份缺失值采用均值插补法计算所得。

经济增长指标可以分为正指标和负指标。正指标值越高,经济发展质量越好;负指标值越高,经济发展质量越差。

基金项目: 国家社科基金项目“政府服务生产率核算方法及其应用研究”(12BTJ012)。

作者简介: 金剑(1972-),女,汉族,河北石家庄人,教授,博士,研究方向:经济与社会统计;

宋美辰(1999-),女,汉族,河南新乡人,硕士研究生,研究方向:经济与社会统计;

范小宁(1998-),女,汉族,河北秦皇岛人,硕士研究生,研究方向:经济与社会统计。

对两类指标进行离差标准化的步骤如下：

(1)正指标标准化

$$Y_i = \frac{X_i - \min_{1 \leq j \leq n} \{X_j\}}{\max_{1 \leq j \leq n} \{X_j\} - \min_{1 \leq j \leq n} \{X_j\}} \quad (1)$$

(2)负指标标准化

$$Y_i = \frac{\max_{1 \leq j \leq n} \{X_j\} - X_j}{\max_{1 \leq j \leq n} \{X_j\} - \min_{1 \leq j \leq n} \{X_j\}} \quad (2)$$

3 京津冀地区高质量发展水平综合评价

3.1 指标体系的构建

本文综合考虑科学性原则、全局性原则，将京津冀地区高质量发展水平综合评价体系以新发展理念为依据划分为5个准则层，即创新发展、协调发展、绿色发展、开放发展、共享发展。依据可行性原则、层次性原则确立各层指标，指标结构如图1所示。

3.2 高质量发展水平综合评价模型的建立

3.2.1 数据检验

在进行因子分析之前，本文先进行KMO和Bartlett检验，确定待分析的指标是否适合因子分析，检验结果如表1所示。由表1可以看出，KMO检验值为0.705>0.6，Bartlett检验值P=0.000，可认为所检验数据适合做因子分析。

表1 KMO和Bartlett检验

检验方法	检验值	检验判定条件	检验结果
KMO 检验	0.705	Kaiser 检验标准	适合做因子分析
Bartlett 球形检验	近似卡方	小于显著水平 0.05	
	自由度		
	显著性	0.000	

3.2.2 公因子提取

本文按照特征根大于1的原则选取3个公因子，对21个原始指标进行充分概括，可解释的总方差为90.422%；碎石图结果表明，前3个石头落点较为突出。因此，本文选取前3个因子作为公共因子，可以充分地反映京津冀地区高质量

发展水平。

由旋转后的成分矩阵表观察各公因子的载荷系数。第一个公因子F1的信息主要来自科学技术支出占比、每万人在校大学生数、专利申请授权量、高校发表科学论文数、城乡人均可支配收入、常住人口城镇化率、第一产业贡献率、第二产业贡献率、第三产业贡献率、节能环保支出占比，反映科技创新发展，因此命名为创新发展因子。第二个公因子F2的信息主要来自能源消耗总量、工业二氧化碳排放量、工业废水排放量、人均实际利用外资额、进出口总额、文化及相关产业从业人数，反映资源环境和绿色发展，命名为绿色发展因子。F3的信息来自国内外游客接待数、城镇登记失业率、最低保障居民占人口的比重、每万人医疗机构床位数、基本养老保险参保人数，主要反映人民福利信息，命名为共享发展因子。

3.2.3 综合评价模型的建立

确定公因子个数后，由成分得分系数表可知各成分得分系数，因子模型将公共因子表示为原始变量的线性组合，将公共因子对各变量进行线性回归，基于最小二乘估计法计算出各因子得分系数，根据得分系数计算出各因子得分，即

$$F1 = 0.079 * X1 + 0.078 * X2 - 0.011 * X3 - 0.030 * X4 + 0.104 * X5 + 0.098 * X6 - 0.116 * X7 + 0.017 * X8 + 0.001 * X9 - 0.100 * X10 + 0.131 * X11 + 0.106 * X12 + 0.118 * X13 + 0.133 * X14 + 0.020 * X15 - 0.043 * X16 - 0.010 * X17 - 0.006 * X18 - 0.074 * X19 - 0.041 * X20 - 0.144 * X21$$

$$F2 = 0.096 * X1 + 0.047 * X2 - 0.012 * X3 + 0.186 * X4 - 0.286 * X5 + 0.002 * X6 + 0.006 * X7 + 0.085 * X8 - 0.082 * X9 - 0.042 * X10 + 0.009 * X11 - 0.109 * X12 - 0.063 * X13 - 0.074 * X14 + 0.158 * X15 + 0.216 * X16 + 0.166 * X17 + 0.165 * X18 + 0.021 * X19 - 0.093 * X20 + 0.004 * X21$$

$$F3 = -0.068 * X1 - 0.008 * X2 + 0.170 * X3 - 0.042 * X4 + 0.135 * X5 + 0.013 * X6 + 0.021 * X7 - 0.247 * X8 + 0.229 * X9 + 0.230 * X10 - 0.072 * X11 + 0.110 * X12 + 0.032 * X13 - 0.049 * X14 - 0.053 * X15 - 0.055 * X16 - 0.022 * X17 - 0.026 * X18 - 0.071 * X19 + 0.277 * X20 + 0.107 * X21$$

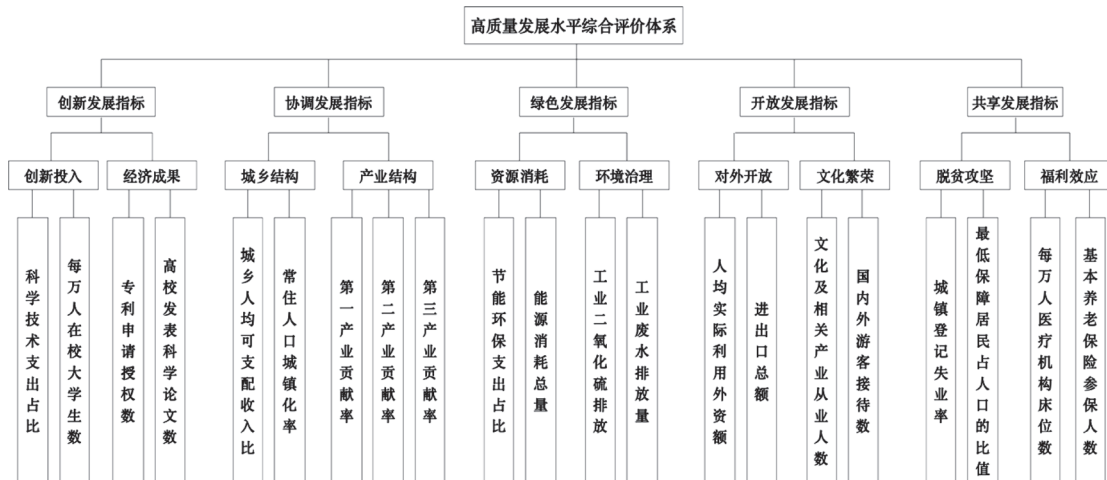


图1 高质量发展综合评价体系

本文以各公因子的方差贡献率占方差累积贡献率的比重为权重,建立京津冀各地区高质量发展水平综合评价模型:

$$F = \frac{W1F1+W2F2+W3F3}{W1+W2+W3} \quad (3)$$

其中, F 为各地区高质量发展水平综合得分; W_i 为第 i 个公因子的方差贡献率,将各因子方差贡献率代入式(3)可得:

$$F = \frac{58.701F1+22.049F2+9.665F3}{90.422} \quad (4)$$

由此可计算各地区2010—2019年高质量发展水平综合得分,得分越小,说明高质量发展水平越低;得分越高,说明发展水平越高。结合实际得分情况,将京津冀地区高质量发展预警判别标准划分为重警、中警、轻警、较安全、安全5个层次,具体分类标准如表2所示。预警值越高,高质量发展状况越好,对应较高级别的预警状态;预警值越低,则高质量发展存在一定的问题,对应级别较低的预警状态。

表2 京津冀地区高质量发展水平预警判别标准

绿色经济预警值	安全等级	预警状态
$-0.5 \leq E_i < -0.25$	I	重警
$-0.25 \leq E_i < 0$	II	中警
$0 \leq E_i < 0.25$	III	轻警
$0.25 \leq E_i < 0.5$	IV	较安全
$0.5 \leq E_i < 1$	V	安全

3.3 京津冀地区高质量发展水平综合得分及预警情况

3.3.1 高质量发展时间趋势分析

2010—2019年京津冀整体高质量发展综合得分和预警结果如表3所示。十年间,京津冀整体处于轻警或较安全发展状态,处于中等水平。2014年提出京津冀协同发展开始,综合得分先下降后上升,表明协同发展战略初期经历了一段时间的探索期,目前高质量发展水平整体较好。从提取出的公因子可以发现,京津冀高质量发展水平主要依赖创新发展、绿色发展、共享发展方面,说明三地区整体在这三个方面取得了一定的成果,但发展状态处于中等水平,高质量发展还有很大的提升空间。

3.3.2 高质量发展空间格局分析

2010—2019年京津冀各地区高质量发展综合得分及预警情况如表4所示。北京十年间综合得分处于0.5左右,为较安全或安全状态;天津十年间综合得分基本处于

0.25~0.5,为较安全或轻警状态;河北十年间综合得分基本处于-0.25~0,处于中警或轻警状态。京津冀各地区高质量发展水平由高至低依次为北京、天津、河北,预警状态安全程度由高至低依次是北京、天津、河北。

表3 2010—2019年京津冀高质量发展综合得分及预警情况

年份	综合得分	预警状态
2010	0.25	较安全
2011	0.18	轻警
2012	0.16	轻警
2013	0.18	轻警
2014	0.17	轻警
2015	0.12	轻警
2016	0.02	轻警
2017	0.06	轻警
2018	0.15	轻警
2019	0.18	轻警

文章将各地区综合得分做柱状图2,发现三个地区之间得分差距明显,尤其是河北与北京和天津两地之间相差很大。2014年,京津冀地区实行协同发展以来,虽三地区之间差距有所缩小,但还是明显看出京津冀地区发展以北京为中心,其他两地高质量发展水平较弱。

从公因子角度来看,北京相较其他两地的优势是创新发展、绿色发展、共享发展;在协调发展与开放发展方面,京津冀协同发展战略取得了显著成效。(1)协调发展方面,三地区产业转移协作多点开花,相互投资规模大幅增长,三地政府通过积极对接,建成许多重大产业合作项目。(2)开放发展方面,津冀港口协同分工和合作不断深化,错位发展、有效互动的格局基本形成,北京冬奥会的成功举办也带动了北京、张家口等地旅游业的发展。(3)创新发展、绿色发展和共享发展方面,京津冀各地区协同发展有一定的提升空间:北京非首都功能逐步疏解,但疏解成本偏高;生态环境联防联控成效明显,但河北环境质量仍需改善;基本公共服务均等化水平不断提升,但高水平公共服务落差依然较大。

4 京津冀地区高质量发展水平预测

本文选取灰色预测模型对未来5年京津冀各地区高质量发展水平进行预测分析,建立GM(1,1)如下:

表4 2010—2019年京津冀各地区高质量发展综合得分及预警情况

年份	北京		天津		河北	
	综合得分	预警状态	综合得分	预警状态	综合得分	预警状态
2010	0.46	较安全	0.36	较安全	0.01	轻警
2011	0.48	较安全	0.36	较安全	-0.08	中警
2012	0.47	较安全	0.36	较安全	-0.11	中警
2013	0.48	较安全	0.36	较安全	-0.12	中警
2014	0.47	较安全	0.37	较安全	-0.16	中警
2015	0.44	较安全	0.30	较安全	-0.16	中警
2016	0.45	较安全	0.26	较安全	-0.17	中警
2017	0.41	较安全	0.25	较安全	-0.12	中警
2018	0.50	安全	0.24	轻警	-0.06	中警
2019	0.54	安全	0.29	较安全	-0.21	中警

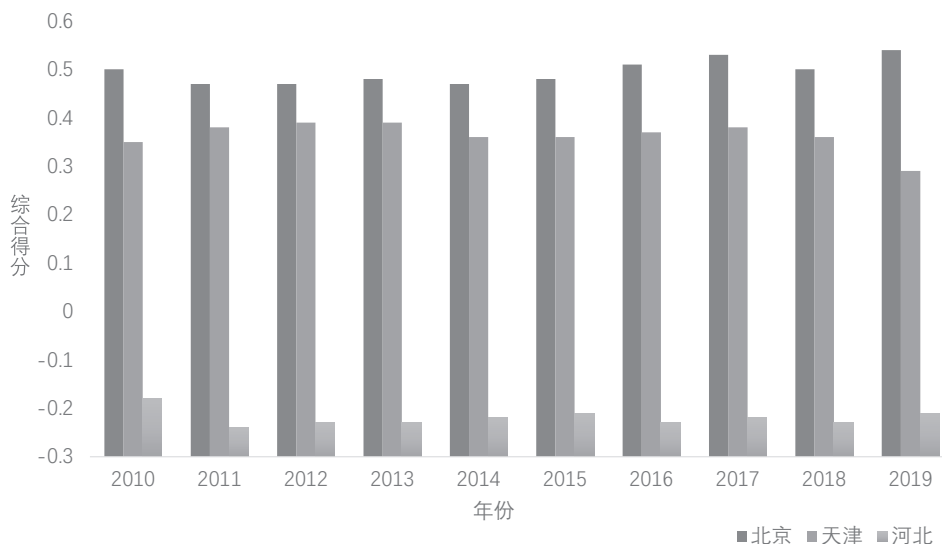


图2 京津冀各地区高质量发展水平综合得分情况

首先,设时间序列有n个观察值:

$$X^{(0)} = [X^{(0)}(1), X^{(0)}(2), \dots, X^{(0)}(n)]$$

通过累加生成新序列:

$$X^{(1)} = [X^{(1)}(1), X^{(1)}(2), \dots, X^{(1)}(n)]$$

令 $Z^{(1)}$ 为 $X^{(1)}$ 的紧邻均值生成序列:

$$Z^{(1)} = [Z^{(1)}(2), Z^{(1)}(3), \dots, Z^{(1)}(n)]$$

$$Z^{(1)}(k) = \frac{1}{2} [X^{(1)}(k-1) + X^{(1)}(k)], k = 2, 3, \dots, n$$

则GM(1,1)的灰微分方程模型为:

$$X^{(0)}(k) + \alpha Z^{(1)}(k) = u$$

其中, α 为发展灰数; u 为内生控制灰数。

其次,设 \hat{u} 为待估参数向量,则 $\hat{u} = (\alpha, u)^T$,可利用最小二乘法求解,可得:

$$\hat{u} = (B^T B)^{-1} B^T Y \quad (5)$$

通过白化方程(也称时间响应函数)得解,为:

$$\hat{X}^{(1)}(t) = \left[\hat{X}^{(0)}(0) - \frac{u}{\alpha} \right] e^{-\alpha t} + \frac{u}{\alpha} \quad (6)$$

则GM(1,1)灰微分方程的时间相应序列为

$$X^{(0)}(k) + \alpha Z^{(1)}(k) = b \quad (7)$$

$$\hat{X}(k+1) = \left[\hat{X}^{(0)}(0) - \frac{u}{\alpha} \right] e^{-\alpha k} + \frac{u}{\alpha}, k = 1, 2, \dots, n \quad (8)$$

取 $X^{(1)}(0) = X^{(0)}(1)$,有:

$$\hat{X}^{(1)}(k+1) = \left[\hat{X}^{(0)}(1) - \frac{u}{\alpha} \right] e^{-\alpha k} + \frac{u}{\alpha} \quad (9)$$

最后,进行累减后的预测方程为:

$$\hat{X}^{(0)}(k+1) = \hat{X}^{(1)}(k+1) - \hat{X}^{(1)}(k), k = 1, 2, \dots, n \quad (10)$$

按照上述步骤得到表5所示预测结果。未来五年,京津冀地区整体继续维持轻警状态,高质量发展面临攻坚期;北京仍处于较安全或安全状态,综合得分呈逐年上升趋势,高质量发展势头良好;天津依然处于较安全状态,但综合得分有所下降趋势,需加强注意;河北高质量发展水平依然处于中警状态,综合得分较以前没有明显波动。虽然京津冀地区预警状态有所好转,但未来五年,京津冀协同发展面临新形势、新任务,三地要在巩固好已有成果的基础上继续取得新突破。

5 结语

5.1 主要结论

5.1.1 京津冀地区高质量发展取得一定成果

各地区在创新发展、绿色发展与协调发展方面的高质量发展取得了一定成果,但还有较大的提升空间。协同创新共同体建设大大加强,京津冀创新能力大幅提高;生态联防联控协同治理持续深化,京津冀生态环境整体改善效果明显;公共服务共建共享取得积极进展,推动京津优质资源向河北延伸等。京津冀地区协同发展历经时间虽然不长,但在某些方面效果显著,为今后京津冀各地区进一步发展积累

表5 2020—2024年京津冀地区高质量发展水平预测情况

年份	京津冀		北京		天津		河北	
	得分	预警状态	得分	预警状态	得分	预警状态	得分	预警状态
2020	0.04	轻警	0.49	较安全	0.24	较安全	-0.16	中警
2021	0.03	轻警	0.49	较安全	0.22	较安全	-0.17	中警
2022	0.03	轻警	0.49	较安全	0.21	较安全	-0.18	中警
2023	0.03	轻警	0.50	安全	0.20	较安全	-0.19	中警
2024	0.02	轻警	0.50	安全	0.19	较安全	-0.20	中警

了宝贵经验。

5.1.2 各地区高质量发展水平有待提升

各地区高质量发展都未完全达到安全状态,北京和天津地区在较安全状态浮动,河北地区基本处于中警状态。各地区距离稳定的高质量发展水平状态还有很大的发展空间,需要从协调、创新、绿色、开放、共享发展方面入手,持续推进高质量发展。

5.1.3 京津冀地区未来发展面临挑战

“十四五”时期是京津冀地区协同发展的关键五年,也是国内外发展环境变化较大的时期。对于京津冀整体高质量发展来说,区域产业链、创新链需要进一步融合,培育出世界级产业集群;立体化生态环境综合治理要继续深入实施,使区域生态环境品质得以系统提高,推动构建优质公共服务体系。京津冀地区协同发展需要不断缩小河北与北京、天津两地在创新能力、生态环境治理、高水平公共服务等方面的差距。为此,京津冀地区在协同发展、实现高质量发展水平的道路上需要一些新的思路与措施。

5.2 主要建议

5.2.1 加强政策扶持,提升京津冀高质量发展水平

京津冀地区在创新发展方面,应加大技术研发的投入力度,通过先进技术手段提高传统产业效率,不断发展高新技术产业;完善人才引进和培养政策,吸引更多人才为京津冀地区贡献智慧和力量。在协调发展方面,各市要转变产业发展方式,加强产业协作。在绿色发展方面,应降低碳排放量,加快开发和利用太阳能、风能、水能等可再生资源。在开

放发展方面,构建开放发展体系,进一步完善铁路网、公路网,推进机场群和港口群建设,以北京大兴国际机场和首都国际机场为枢纽,完善天津滨海国际机场、石家庄正定机场及唐山、张家口、邯郸机场。在共享发展方面,加大改善福利和成果分配方面的投入力度,提高人民生活质量。

5.2.2 京津冀三地应注重协调发展,缩小各方面差距

首先,河北应抓住京津冀协同发展中北京疏解功能的重大机遇,各市加速完善人才政策,提高城市对创新人才的吸引力,争取跟上京津两地的步伐。相比北京和天津,河北传统产业占比较高,应大力发展高新技术产业。其次,北京、天津在自身发展的同时,应发挥自身的辐射能力,带动周边地区的发展,促进京津冀协调发展,大力加强对雄安新区的建设,以便更好地发挥雄安新区作为疏解北京非首都功能承载地的作用。最后,明确京津冀三地的定位,拓展三地区之间相互合作的广度和深度,实现优势互补。

参考文献

- [1] 张宁, 赵金辉, 国万忠, 等. 京津冀历史文化资源整合与开发路径 [J]. 河北农业大学学报(社会科学版), 2021, 23(5): 7-13.
- [2] 黄敦平, 李沂泓, 孙臻瑶. 淮河生态经济带经济高质量发展水平综合评价 [J]. 统计与决策, 2022, 38(1): 100-103.
- [3] 李金昌, 史龙梅, 徐蔼婷. 高质量发展评价指标体系探讨 [J]. 统计研究, 2019, 36(1): 4-14.
- [4] 孟祥兰, 邢茂源. 供给侧改革背景下湖北高质量发展综合评价研究: 基于加权因子分析法的实证研究 [J]. 数理统计与管理, 2019, 38(4): 675-87.
- [5] 李英杰, 韩平. 中国数字经济发展综合评价与预测 [J]. 统计与决策, 2022, 38(2): 90-94.

Comprehensive Evaluation and Early Warning of High-Quality Development Level in Beijing-Tianjin-Hebei Region

Jin Jian^{1,2,3}, Song Meichen^{1,2,3}, Fan Xiaoning^{1,2,3}

(1. School of Economics, Hebei University, Baoding, Hebei 071002;

2. Institute of Social Science Methodology, Hebei University, Baoding, Hebei 071000;

3. Statistical and Decision Consulting Center, Hebei University, Baoding, Hebei 071000)

Abstract: After the release of the Beijing-Tianjin-Hebei coordinated development strategy, the coordinated development of the three regions has made positive progress but there is still a gap from the its target. Therefore, the comprehensive evaluation and early warning of the high-quality development level of the Beijing-Tianjin-Hebei region is carried out. The high-quality development index data of the Beijing-Tianjin-Hebei region from 2010 to 2019 are selected and the overall development level of each place and the whole region is comprehensively evaluated based on factor analysis method. The comprehensive score from the analysis helps give early warning of the development. The high-quality development situation of the Beijing-Tianjin-Hebei region in the next five years is predicted by using grey forecasting and MATLAB (Matrix Laboratory). The study found that the overall comprehensive scores for high-quality development in the Beijing-Tianjin-Hebei region are relatively good, but there is still room for improvement in the comprehensive scores of each region, and there are differences between regions. This uneven development trend poses new challenges for the future coordinated development of the three regions.

Keywords: Coordinated Development of the Beijing-Tianjin-Hebei Region; High-Quality Development; Regional Economy; Factor Analysis Method; New Development Patterns

ESG评分对企业股价的影响研究

符婕

(杭州电子科技大学 浙江杭州 310018)

摘要: 2020年“双碳”目标提出以来,低碳发展与绿色转型成为未来半个世纪国内社会经济体系发展的主旋律,我国证券市场中的投资者对企业的ESG表现及披露有了更多关注。本文通过获取2019—2022年沪深300指数成分股上市公司的股票价格数据,在Wind平台获取其对应的ESG评分数据,以申万一级行业分类为行业分类标准,将2019—2022年的Wind ESG评分作为解释变量,建立模型进行回归,对ESG评分与股价收益率之间的关系进行实证检验,以期探究不同行业之间ESG评分与股票收益率的差异,为投资者提供具有参考价值的投资建议。

关键词: 绿色投资; ESG表现; 企业股价; 股票收益率; 行业异质; 双碳目标

本文索引: 符婕. ESG评分对企业股价的影响研究[J]. 中国商论, 2024(05):165-168.

中图分类号: F830.91

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2024)03(a)-165-04

1 引言

2020年9月22日,习近平总书记在第七十五届联合国大会上提出“双碳”目标,2030碳达峰、2060碳中和的双碳目标将推进我国经济社会发展全面绿色转型。随着环保和社会责任等议题引起人们广泛关注,越来越多投资者开始重视ESG因素对投资的影响。目前,中国的ESG投资市场在过去几年中发展迅速,根据中国投资论坛发布的数据,中国ESG投资市场规模2022年可统计的主要责任投资类型的市场规模约为24.6万亿元,2021年为18.44万亿元,2020年为13.74万亿元,2019年为11.16万亿元,增长速度迅猛,越来越多投资者开始关注公司的ESG表现。

ESG评分对企业股价的影响方面,一些学者认为良好的ESG表现能给企业带来正向影响。李瑾(2021)通过有无ESG评级企业股价的差额收益,以ESG表现因子为新因子,引入Fama-French三因素模型,验证了ESG表现与企业股价收益率呈正相关。王波、杨茂佳(2022)以2015—2019年的A股上市公司为样本,得出ESG对企业账面价值和市值价值都有积极影响。Clark, G.L等(2015)研究得出,企业在ESG表现良好的情况下,将产生积极的财务业绩,因此对其长期投资会获得更高的回报率。也有学者认为,ESG给企业带来了不良影响。李思慧、郑素兰(2022)提到ESG作用如此之大,企业可以将其看作一种投资。它对企业内部有限资源的占用所带来的成本效应及委托—代理问题的存在,使得管理者可能将ESG评级作为自利的工具而损害股东利益。姚加权等(2021)通过对情绪语调的大数据进行深度分析,认为管理者很可能在业绩出现问题时,通过情绪语调的操纵来混淆投资者的认知,避免自身利益受损。

2 理论分析与假设检验

从委托代理问题角度来看,由于股东和经理人的利益

不一致,企业代理人有动机通过操纵ESG表现,将企业ESG表现作为一种自利工具,损害股东利益,因此投资者可能对ESG评分采取不信任的态度。从投资者的利益方面来看,一部分投资者可能希望尽快获得投资回报,因此更关注公司的短期表现。同时,相比长期数据,短期财务数据更加直观和易于理解。因此,投资者在投资时,相比ESG评分,可能更加关注企业的短期财务表现,而忽略了ESG评分对企业长期发展的影响。基于以上分析,本文提出以下假设:

H1:企业当期ESG总得分对股票收益率有负向影响。

由于商业模式、经营内容的不同,具体行业面临各种风险和机遇时存在差异性,ESG表现的得分情况对公司的股价收益存在不同的影响。基于以上分析,本文提出以下假设:

H2:ESG综合评分对不同行业的公司股价收益率的影响存在异质性。

ESG的E(环境)、S(社会)、G(公司治理)三方面对不同行业的影响程度是不同的,主要是因为每个行业面临的环境、社会和治理问题都不同,因此对应的ESG评分影响也有所不同。基于以上分析,本文提出以下假设:

H3:企业环境(E)、社会(S)与公司治理(G)单项得分对股价收益率的影响存在差异。

3 研究设计

3.1 数据来源

本文使用外部评级机构Wind的评估数据作为评估ESG责任的客观指标,选取2018年12月—2022年9月的沪深300指数成分股作为初始研究样本。以申万一级作为行业分类标准,包含28个一级行业分类。为了保证数据和研究符合科学性,本文对初始样本做了如下处理:(1)剔除数据大量缺失的企业股票;(2)对来源于财报的数据与市场数据进行时间上的匹配;(3)采取对数市值,对市值数据进行压缩;(4)为

为了防止个别极端值对模型的影响,对变量数据都进行了上下1%的缩尾处理。本文取得了248家上市公司的季度样本数据,共3968条截面数据,31744条时间序列数据。

3.2 变量定义

各变量及其定义如表1所示。

表1 变量及其定义

变量分类	变量名称	变量描述	变量定义
被解释变量	<i>Clo_r</i>	上市公司股票收益	$close_t = \frac{close_t - close_{t-1}}{close_{t-1}}$
解释变量	<i>ESG</i>	ESG 综合得分	wind 评分
	<i>ESG_E</i>	环境 (E) 单项得分	wind 评分
	<i>ESG_S</i>	社会 (S) 单项得分	wind 评分
	<i>ESG_G</i>	公司治理 (G) 单项得分	wind 评分
控制变量	<i>Roe</i>	权益收益率	净利润 / 总权益
	<i>inc_r</i>	主营业务收益率	$income_t = \frac{income_t - income_{t-1}}{income_{t-1}}$
	<i>lnsize</i>	对数市值	市值取对数
	<i>lev</i>	资产负债率	总负债 / 总资产

3.3 模型设定

3.3.1 ESG综合得分回归模型

为验证假设H1:企业当期ESG总得分对股价收益率有负向影响,本文构建当期的综合得分回归模型1:

$$Close_rate_{i,t} = \alpha + \beta_1 \times ESG_{i,t} + \beta_n \times \sum Controls_{i,t} + e_{i,t} \quad (1)$$

被解释变量为上市公司的股价收益率;解释变量为上市公司ESG综合得分;*Controls*为相关控制变量,变量的具体定义在后文阐述。其中,下标*i*表示公司;*t*表示相应的日期; α 表示回归截距; β 表示回归系数; ε 表示残差项。

3.3.2 ESG综合得分行业分类回归模型

企业经营领域和商业模式不同,对于不同行业上市公司的监管也存在差异,所以不同行业上市公司的ESG综合评分也存在异质性。为了探究其中的区别和原因,本文构建

ESG综合得分的行业分类回归模型(2):

$$Close_rate_{ind_n,i,t} = \alpha + \beta_1 \times ESG_{ind_n,i,t} + \beta_n \times \sum Controls_{ind_n,i,t} + e_{i,t} \quad (2)$$

其中,*ind_n*表示该股票所归属的行业,对不同的行业进行单独回归,观察其回归结果的显著性、相关性,以验证假设H2。

3.3.3 ESG单项得分行业分类回归模型

ESG单项得分会对上市公司股价及其收益率产生不同的影响,为了探究ESG评分体系的不同评价维度对企业的意义和市场对企业ESG表现的反应情况,本文构建了ESG单项得分的行业分类回归模型(3):

$$Close_rate_{ind_n,i,t} = \alpha + \beta_1 \times ESG_E(S/G)_{ind_n,i,t} + \beta_n \times \sum Controls_{ind_n,i,t} + e_{i,t} \quad (3)$$

其中,*ESG_E(S/G)*表示ESG评分体系中的环境(E)、社会(S)、公司治理(G)单项得分,将单项得分作为解释变量,探究不同评价维度对公司股价收益率有何影响,以验证假设H3。

由于数据分析部分建立在金融时间序列上,存在一定程度的异方差问题,故本文在回归中均采用异方差鲁棒标准误的估计方法,以减轻异方差对回归结果的影响。

4 实证结果

4.1 描述性统计

描述性统计如表2所示,总体来说,即使是沪深300成分股此类大型龙头企业,ESG得分也存在较大的极差和方差。

4.2 相关性检验

为探究变量之间的相关性,排除共线性严重的变量对模型回归结果造成的极端影响,本文对相关变量进行了相关性分析,检验结果如表3所示。

由表3可知,ESG综合得分与环境(E)、社会(S)、公司治

表2 变量描述统计

变量分类	变量名称	N	Mean	Std	50%	Max	Min
被解释变量	<i>Close_rate</i>	3698	0.044	0.247	0.000	2.330	-0.590
解释变量	<i>ESG</i>	3698	6.593	0.966	6.580	9.530	3.850
	<i>ESG_E</i>	3698	3.539	2.716	3.060	10.000	0.000
	<i>ESG_S</i>	3698	4.970	1.992	4.970	10.000	0.410
	<i>ESG_G</i>	3698	7.022	1.115	7.020	9.820	1.460
控制变量	<i>Roe</i>	3698	0.094	0.099	0.073	1.075	-0.752
	<i>income_rate</i>	3698	0.420	1.998	0.484	110.622	-0.951
	<i>lnsize</i>	3698	25.228	0.982	25.133	28.580	21.903
	<i>lev</i>	3698	0.542	0.223	0.543	0.939	0.011

表3 主要变量相关性分析

	<i>Clo_r</i>	ESG	E	S	G	<i>inc_r</i>	<i>lnsize</i>	<i>roe</i>	<i>lev</i>
<i>Clo_r</i>	1								
ESG	-0.051	1							
E	-0.078	0.613	1						
S	-0.031	0.841	0.397	1					
G	-0.072	0.560	0.363	0.313	1				
<i>inc_r</i>	0.012	0.023	0.019	0.009	0.010	1			
<i>lnsize</i>	-0.002	0.185	0.394	0.141	0.346	-0.042	1		
<i>roe</i>	0.025	-0.077	-0.124	-0.064	-0.076	0.109	0.106	1	
<i>lev</i>	-0.043	-0.010	0.298	-0.003	0.162	0.015	0.288	-0.191	1

理(G)有比较高的相关度,说明Wind ESG评分标准构建的模型较为系统化,其他变量之间均无过高的共线性情况。

4.3 回归结果

4.3.1 ESG综合得分回归结果

全行业回归结果如表4所示。对全行业及显著性较高的个别行业结果进行分析,可以看到ESG综合得分对全行业回归结果在1%的置信水平上显著,其回归系数为-0.015,即ESG综合得分提高1,公司的股价收益率会下降1.5%,假设H1得到验证。

表4 综合ESG全行业回归结果

变量名	全行业回归结果
ESG	-0.015*** (-3.62)
Income_rate	0.014** (2.632)
lnsize	0.006 (1.44)
roe	0.017 (0.344)
lev	0.054*** (-3.178)
数据量 N	3968
R-squared	0.007
Adj.R-squared	0.006

注:括号内为稳健t统计量,***、**、*分别表示在1%、5%、10%水平上显著。

实证研究发现,ESG表现与公司的股价收益率呈现负相关,原因可以从信息不对称、利益相关者理论、信号传递理论几个角度来解释。首先,ESG评分体系的发展和应用会对企业的经营管理提出更高的要求,高ESG表现可能要求公司承担更多的成本和风险,这些额外的成本和风险可能导致公司利润率下降、股价下跌。其次,企业经营者可能出于自身利益的考虑,为了达成一些短期的财务目标而忽视ESG方面的投资和改进,导致ESG表现下降,从而影响股价的表现。投资者在购买企业股票时,可能会面临信息不对称的问题。投资者如果没有足够的信息来评估企业的ESG表现,就会高估这些企业的价值,导致股价超过其真实价值,公司的管理者也有足够的动机来隐瞒企业的真实信息。当

这些信息暴露出来时,投资者可能会对这些企业失去信心,导致股价下跌。

4.3.2 ESG综合得分行业分类回归结果

本文将ESG综合评分与不同行业的股票收益率进行回归,表5列举了部分回归系数T值较大的几个行业分类的回归结果。

对于行业分类的回归结果,ESG综合得分对食品饮料、房地产、电力设备、煤炭、机械设备等几大行业均在5%的水平上显著,钢铁行业在10%的水平上显著。其中,食品饮料和房地产行业在1%的水平上显著,且相关系数均小于-0.05,特别是煤炭行业的相关系数达到-0.125,远超其他行业的相关系数,且在5%的水平上显著。在未展示的行业分类回归结果中,ESG表现大多不显著,而通信、家用电器行业的ESG综合得分与股价收益率的相关系数为正,但是t值不显著。差异化的回归显著性及相关系数证明了假设H2。

4.3.3 ESG单项得分行业分类回归结果

为进一步研究假设H3,也就是在不同行业之间,ESG单项得分是否存在差异,本文继续对申万一级进行行业分类,将核心解释变量替换为ESG单项得分,分别进行回归。回归结果如表6所示,房地产、医药生物、电子、食品饮料、建筑材料、煤炭、钢铁、机械设备这些行业的ESG单项得分通常与股价收益率有显著的相关性。其中,食品饮料、房地产在三个维度的ESG得分中均在1%的置信水平上显著,且均为负相关,而通信行业在所有维度中与股价收益率的相关系数均为正,家用电器在除了环境(E)外均与股价收益率正相关,且在社会(S)评分中,家用电器回归系数为0.023,回归T值为1.92,在5%的水平上显著。

上述结果说明假设H3成立,ESG单项评分对不同的行业也有不同的影响。对于房地产、食品饮料行业,ESG单项评分越高,其股价收益率越低。对于家用电器而言,ESG单项评分尤其是社会(S)评分越高,其股价收益率越高。

5 结语

本文基于Wind ESG评分体系及上市公司的基本财务指标和股票市场价值,对沪深300全行业及分类的行业进行

表5 ESG综合分行业分类回归结果

变量名称	食品饮料	房地产	电力设备	煤炭	机械设备	钢铁
	Clo_r	Clo_r	Clo_r	Clo_r	Clo_r	Clo_r
ESG	-0.071*** (-3.912)	-0.052*** (-3.164)	-0.053** (-2.603)	-0.125** (-2.076)	-0.068** (-1.97)	-0.083* (-1.65)
Roe	-0.383** (-2.391)	0.179 (0.823)	0.182 (0.791)	-0.045 (-0.067)	0.417 (1.28)	1.140* (1.99)
inc_r	0.119*** (3.539)	-0.046*** (-3.162)	-0.001 (-0.223)	-0.077 (-1.320)	0.003 (0.104)	-0.024 (-0.83)
lnsize	0.039* (1.86)	0.111*** (3.467)	0.033* (1.69)	0.251** (2.458)	0.029 (0.834)	0.024 (0.51)
lev	0.343** (2.008)	-0.656** (-2.219)	0.011 (0.085)	1.312** (2.476)	-0.012 (-0.051)	-0.637 (-1.19)
R-square	0.122	0.212	0.027	0.156	0.079	0.096
Adj R-square	0.09	0.174	0.012	0.084	0.035	-0.012
N	192	112	320	64	112	48

注:括号内为稳健t统计量;***、**、*分别表示在1%、5%、10%水平上显著。

表6 ESG单项得分行业分组回归结果

变量名称	食品饮料 Clo_r	医药生物 Clo_r	家用电器 Clo_r	房地产 Clo_r	电力设备 Clo_r	煤炭 Clo_r
ESG_E	-0.027*** (-3.625)	-0.020*** (-3.286)				
ESG_S			0.023** (1.922)	-0.015** (-2.088)		
ESG_G					-0.053** (-2.603)	-0.125** (-2.076)
Roe	-0.324** (-2.020)	-0.341** (-2.679)	0.204 (0.645)	0.232 (1.039)	0.182 (0.791)	-0.045 (-0.067)
inc_r	0.115*** (-3.377)	0.027* (1.651)	0.050 (1.377)	-0.048*** (-3.250)	-0.001 (-0.223)	-0.077 (-1.320)
Insize	0.035 (1.607)	0.020 (1.166)	0.029 (0.643)	0.076** (2.618)	0.033* (1.689)	0.251** (2.458)
lev	0.217 (-1.306)	0.259** (-2.496)	-0.520 (-1.357)	-0.462 (-1.571)	0.011 (0.085)	1.312** (-2.476)
R-square	0.122	0.015	0.051	0.212	0.027	0.156
Adj R-square	0.099	0.010	-0.002	0.174	0.012	0.084
N	192	352	96	112	320	64

注：括号内为稳健t统计量；***、**、*分别表示在1%、5%、10%水平上显著。

统计和回归分析,得出以下结论:第一,总体上,公司的股价收益率与其ESG综合表现呈负相关,说明在目前的市场中,投资人在选择标的资产时需要结合更多维度的考量。第二,对于不同行业的公司,ESG综合表现与股价收益率的关系不同。ESG综合表现与大部分行业公司的股价收益率存在负向关系,比如房地产、食品饮料等,与部分行业存在正向关系。这说明ESG表现并不绝对意味着负相关,投资人应结合标的行业及其特点有针对性地分析。第三,不同的ESG单项得分,即ESG的不同维度对不同行业的公司也有不同的影响。实证研究证明了当前市场中,对于不同行业而言,ESG表现与股价收益的关联关系有所不同,两者的关系需要根据具体行业的行业特征进行区分,ESG信息披露和评分体系并不能作为一条投资铁律。

参考文献

- [1] Clark G L, Feiner A, Viehs M. From the Stockholder to the Stakeholder: How Sustainability Can Drive Financial Outperformance[J]. Journal of Sustainable Finance & Investment, 2015, 5(4): 235-246.
- [2] 李瑾.我国A股市场ESG风险溢价与额外收益研究[J].证券市场导报, 2021(6):24-33.
- [3] 王波,杨茂佳.ESG表现对企业价值的影响机制研究:来自我国A股上市公司的经验证据[J].软科学, 2022, 36(6):78-84.
- [4] 李井林,阳镇,陈劲,等.ESG促进企业绩效的机制研究:基于企业创新的视角[J].科学学与科学技术管理, 2021, 42(9):71-89.
- [5] 王海军,陈波,何玉.ESG责任履行提高了企业估值吗:来自MSCI评级的准自然试验[J].经济学报, 2023, 10(2):62-90.
- [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] 姚加权,冯绪,王赞钧,等.语调、情绪及市场影响:基于金融情绪词典[J].管理科学学报, 2021, 24(5):26-46.

Research on the Impact of ESG Scores on Enterprise Stock Prices

Fu Jie

(Hangzhou Dianzi University, Hangzhou, Zhejiang 310018)

Abstract: With the proposal of the dual carbon goal in 2020, low-carbon development and green transformation tasks have become one of the main themes of the social and economic development in China in the next half century. Investors in China's securities market have paid more attention to the ESG performance and disclosure of enterprises. This study obtains the stock price data of companies listed in the CSI 300 Index from 2019 to 2022 and acquires the corresponding ESG scores from the Wind platform. Employing the Shenwan first-class industry classification as the standard for industry classification, the study uses the ESG scores Wind for the years 2019 to 2022 as explanatory variables. A regression model is established to empirically test the relationship between ESG scores and stock price returns. It aims to uncover the industry-based differences in the relationship between the ESG scores and stock performance, thereby providing valuable investment insights for investors.

Keywords: Green Investment; ESG Performance; Enterprise Stock Prices; Stock Return Rate; Industry Heterogeneity, Dual Carbon Goal