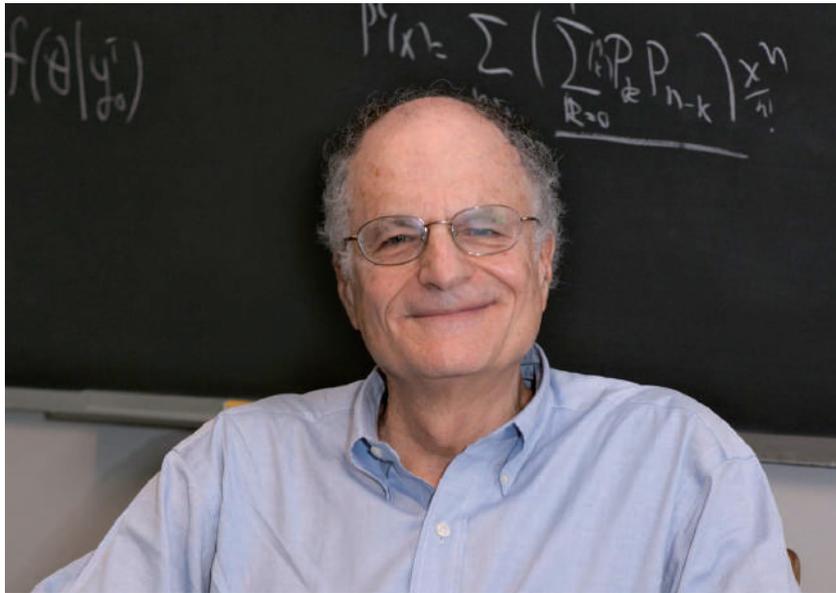


FINANCE AND MANAGEMENT

财经与管理

Volume 3 Issue 7 · November 2019 · ISSN 2529-783X (print) | ISSN 2529-7848 (online)





托马斯·萨金特（1943年7月19日－），美国经济学家，擅长于宏观经济学、货币经济学、时间序列等领域。1987年在斯坦福大学胡佛研究所资深研究员至今。萨金特于1964年获伯克利加州大学文学学位。1968年获哈佛大学哲学博士学位。曾执教于宾夕法尼亚大学、明尼苏达大学、芝加哥大学、斯坦福大学和普林斯顿大学，2003年任教于纽约大学至今。2011年，萨金特与克里斯托弗·西姆斯同获诺贝尔经济学奖，以表扬“他们对宏观经济学成因与效果所投入的实证研究”。

Thomas J. Sargent (born July 19, 1943) is an American economist, who is currently the W.R. Berkley Professor of Economics and Business at New York University. He specializes in the fields of macroeconomics, monetary economics and time series econometrics. He has been a senior fellow of the Hoover Institution at Stanford University since 1987. Sargent graduated from Monrovia High School. He earned his B.A. from the University of California, Berkeley in 1964, and his PhD from Harvard in 1968. He held teaching positions at the University of Pennsylvania, University of Minnesota, University of Chicago, Stanford University and Princeton University, and is currently a Professor of Economics at New York University. He was awarded the Nobel Memorial Prize in Economics in 2011 together with Christopher A. Sims for their “empirical research on cause and effect in the macroeconomy”.

FINANCE AND MANAGEMENT

财 经 与 管 理

第 3 卷第 7 期 2019 年 11 月

国际标准刊号: ISSN 2529-783X (纸质版) ISSN 2529-7848 (网络版)

International Standard Serial Number: ISSN 2529-783X (Print) ISSN 2529-7848 (Online)

主编
Editor-in-Chief 王世明
Shiming Wang

副主编
Associate Editor 杨尚东 张恒军
Shangdong Yang Hengjun Zhang

编委
Editorial Board Members 党爱民 王 君 王 伟
Aimin Dang Jun Wang Wei Wang
孙建华 钱群初
Jianhua Sun Qunchu Qian

版权声明 /Copyright

协同出版社出版的电子版和纸质版等文章和其他辅助材料,除另作说明外,作者有权依据Creative Commons国际署名—非商业使用4.0版权对于引用、评价及其他方面的要求,对文章进行公开使用、改编和处理。读者在分享及采用本刊文章时,必须注明原文作者及出处,并标注对本刊文章所进行的修改。关于本刊文章版权的最终解释权归协同出版社所有。

All articles and any accompanying materials published by Synergy Publishing on any media (e.g. online, print etc.), unless otherwise indicated, are licensed by the respective author(s) for public use, adaptation and distribution but subjected to appropriate citation, crediting of the original source and other requirements in accordance with the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license. In terms of sharing and using the article(s) of this journal, user(s) must mark the author(s) information and attribution, as well as modification of the article(s). Synergy Publishing Pte. Ltd. reserves the final interpretation of the copyright of the article(s) in this journal.

Synergy Publishing Pte. Ltd.

总部地址 /Address: 12 Eu Tong Sen Street, #08-169, Singapore (059819)

研究性文章

- 1 “新零售”视阈下基于消费体验提升的营销模式建构
(张跃进)
- 7 海上丝绸之路对广东省国际贸易影响的实证研究
(岳秋茨)

综述性文章

- 12 加强农村经济管理 提升农村经济发展水平
(何玉珍 柳荣俭)
- 15 社会保险在企业人力资源管理中的积极作用分析
(刘美春)
- 18 浅谈国企地产企业战略性薪酬体系的设计思路
(薛晶)
- 22 天权币纲要G-Coin G-Cent——让币权回归每一个人
(Xiaoming Yu)
- 35 民营企业财务核心竞争能力的分析与评价
(杨辉)
- 38 浅析大数据时代企业人力资源管理变革
(王宁)
- 41 分布式光伏发电项目综合效益评价研究
(张童)
- 44 新形势下强化农村财务管理的思路
(王崇香)
- 47 浅析高空抛物的责任承担
(董明)

Article

- 1 The Construction of Marketing Mode Based on the Promotion of Consumption Experience from the Perspective of “New Retail”
(Yuejin Zhang)
- 7 An Empirical Study of the Impact of the Maritime Silk Road on Guangdong's International Trade
(Qiuying Yue)

Review

- 12 Strengthening Rural Economic Management and Improving the Level of Rural Economic Development
(Yuzhen He Rongjian Liu)
- 15 Analysis on the Positive Role of Social Insurance in Enterprise Human Resource Management
(Chunmei Liu)
- 18 Talking about the Design Idea of Strategic Salary System of State-owned Enterprises Real Estate Enterprises
(Jing Xue)
- 22 God's Right Currency G-Coin G-Cent ——Let the Currency Right Return to Everyone
(Xiaoming Yu)
- 35 Analysis and Evaluation of the Financial Core Competence of Private Enterprises
(Hui Yang)
- 38 Analysis on the Reform of Enterprise Human Resource Management in the Age of Big Data
(Ning Wang)
- 41 Research on Comprehensive Benefit Evaluation of Distributed Photovoltaic Power Generation Projects
(Tong Zhang)
- 44 Thoughts on Strengthening Rural Financial Management under the New Situation
(Chongxiang Wang)
- 47 Analysis of the Responsibility of High-altitude Parabolic
(Ming Dong)

The Construction of Marketing Mode Based on the Promotion of Consumption Experience from the Perspective of “New Retail”

Yuejin Zhang

Nanjing Normal University Taizhou College, Taizhou, Jiangsu, 225300, China

Abstract

With the development of Internet technology and the transformation and upgrading of consumer demand, the “new retail” business mode is ready to emerge, and further enhancing the user’s consumption experience based on cost control and efficiency improvement will be the core value and direction of “new retail”. On the basis of paying full attention to the demand of consumer experience, through the breakthrough innovation of the concept and mechanism of the traditional marketing model, it is of great practical significance to construct a new marketing model from the aspects of consumption scene creation, consumption content expansion, marketing channel integration, consumption trust communication, marketing product iteration, marketing technology-driven, IP integration marketing and so on.

Keywords

new retail; consumer experience; marketing mode; IP marketing

Fund Project

Philosophy and Social Science Research Project of Colleges and Universities in Jiangsu Province “Research on the Reform of Corporate Governance Mechanism of Stock Companies under the Perspective of Institutional Innovation (2016SJD820024).

“新零售”视阈下基于消费体验提升的营销模式建构

张跃进

南京师范大学泰州学院, 中国·江苏 泰州 225300

摘要

随着互联网技术的发展以及消费需求的转型升级,“新零售”的业态模式呼之欲出,在成本控制、效率提升的基础上进一步提升用户的消费体验,将是“新零售”的核心价值和努力方向所在。在充分关注消费体验需求的基础上,通过对传统的营销模式进行理念和机制的突破性创新,从消费场景营造、消费内容拓展、营销渠道整合、消费信任传播、营销产品迭代、营销技术驱动、IP融合营销等方面进行新型营销模式的构建,具有重要的现实意义。

关键词

新零售; 消费体验; 营销模式; IP 营销

基金项目

江苏高校哲学社会科学研究项目“制度创新视阈下的股份公司治理机制改革研究”(项目批准号 2016SJD820024)。

1 引言

美国著名的管理学大师彼得·圣吉认为,任何组织的变革都会面临系统性智障和动态性复杂情况,如何有效地抓住机会、完成营销模式升级是一个系统变革的命题。“新零售”的本质在于在充分关注消费体验需求的基础上,通过对传统

的营销模式进行理念和机制的突破性创新,完成新型营销模式的建构,实现前端消费体验和后端营销效率的双面提升。任何成功的模式要么能增加客户价值,要么能提高运营效率,或者两个方面都表现得非常卓越;相反,失效的模式都是在两方面做得不好的。^[1]随着时间的改变,需求也在改变,市

场需要什么样的业态,就应该包含哪种业态,而这种被需要的业态只有在充分满足多样化消费偏好的情况下,才会获得长久持续的发展动力与广阔宏大的发展空间。^[2]

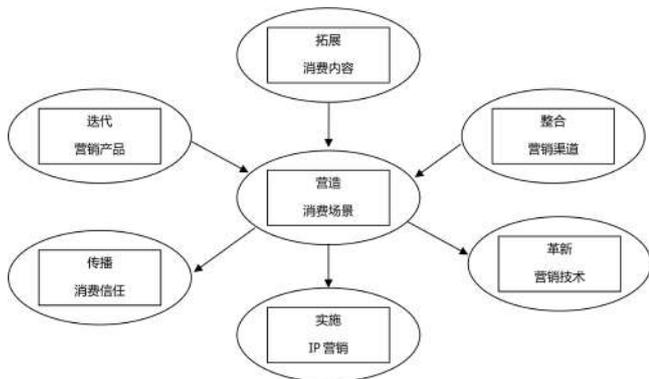


图1 “新零售”视阈下基于消费体验提升的营销模式图

2 营造消费场景

互联网+背景下,积极营造人性化的消费场景、实施场景营销能够增强消费者在场景消费过程中的愉悦程度,通过生活场景的设置或者娱乐趣点的打造,精心营造人性化的即时消费氛围,触发刚性高频的消费痛点,实现更多的“融入式”消费或“沉浸式”消费,从而提升消费体验的游乐场效果,发挥游戏化服务营销效能,以让消费者获得更好的场景消费体验。^[3] 茑屋家电是成功地重塑了日本书店形象的日本东京 CCC (Culture Convenience Club) 公司对实体零售店进行革新重造的成功案例,是一家颠覆传统认知、以“家电”为切入点、从“为生活提案”的角度规划、提供多样化生活方式选择的家电商店。日本著名的室内环境设计公司 IKG 的设计师池贝智子定制了茑屋家电的室内设计方案,其设计理念在于通过在店场内配置沙发、艺术品、绿植、柔和的灯光、舒适的桌椅等休闲设施,倾力打造一个人们可以在此体验新技术的生活场景。在茑屋家电的店场内部,不同的家电按照不同的应用场景,有序配搭在不同的售卖区域,能使进入店场的顾客产生场景性的购物需求。虽然茑屋家电的主营业务是各类生活家电产品的售卖,但是为了给莅临店场的顾客营造更加优越的临场消费体验,茑屋家电还引进了多样化的场景服务,其中包括东京最好的美甲美发沙龙之一的 Uka、东京 Good Meals Shop 咖啡厅以及由川崎 Solsa 城市时尚园林事务所经营的绿植店。另外,顾客在茑屋家电的店场闲逛时还会发现有 Apple、Arflex、Bang&Olufse 等店中店的存在,甚

至在茑屋家电的内部还开设有便利店和电动车商店。茑屋家电项目的运作灵感来自于同样隶属东京 CCC 公司的茑屋书店,因此书籍也是茑屋家电店场布置的特色之一。品类众多的各式图书展陈在家电产品之间,或是陈列在 U 型“书街”的书架,以满足顾客在茑屋家电同时完成家电和图书的关联购买需求。茑屋家电的整个店场以精深的专业水平,创造出让人愿意向往和逗留的生活空间,充分诠释了“新零售”的思维理念和营销模式。^[4]GINZA SIX 是日本东京银座商区最大的复合型商业设施,也可以视作当代艺术与日本传统文化的体验场所。不同于传统百货商店为了销售而销售的经营模式,GINZA SIX 在提供世界顶级品牌商品服务的同时,还为顾客着力营造特色化的消费体验乐趣,比如提供家庭购物游、亲子购物游等休闲消费方案以选择。场景营销需要结合现代快节奏工作、生活中的消费者对人文关怀的需求,场景设计要符合并体现对消费者工作、生活等诸多方面的人文关怀。^[5] 茑屋家电、GINZA SIX 等零售商家通过将现代商业与传统文化的有机融合,注重零售消费场景的搭建和塑造,为广大的消费者演绎出柔软而舒适的消费体验空间。

3 拓展消费内容

企业可以利用顾客需求的延续性、相关性来创造需求,通过自身的优质产品和服务来培养顾客的消费依赖性,从而形成消费需求的系列化和拓展化。^[6] 盒马鲜生是阿里巴巴对线下超市完全重构的新零售业态,实质是海鲜城、菜市场、美食街以及百货店等多种业态的综合体,是为城市年轻中产阶级量身打造的“社区生活便利店”。盒马鲜生平台立足城市年轻阶层的消费习惯,从海鲜、蔬果等新鲜食材的供给到炊具电池、女式丝袜、儿童退烧药等周边生活用品的配售,从线上 APP 端口的订单发起到线下物流的高效配送,从线上高端预购平台的运营到线下无人超市和无人餐厅的打造,无不体现出“体验为王”的新零售营销理念。新零售视阈下的零售内容拓展与消费场景营造是紧密关联的,零售品类的多样化拓展必须符合特定场景中的现实消费联想,而不是商品码架时的简单增量;消费场景的营造和消费需求的挖掘只能基于零售品类的合理扩增,而不能无视场景的需求理性而盲目追求品类的数量。特定消费场景中的零售品类拓展有利于降低交易的成本、提升交易的效率,在同一个消费场所买到

需要的各件商品当然要比到不同的消费场所分别采购不同的商品来得高效便捷。当然，以消费体验提升为目的的新零售品类内容拓展是适度的、场景关联度比较高的，否则将导致运营成本的增加和运营效率的下降。盒马鲜生将从产地直购的海鲜产品与新鲜果蔬进而聚合营销，顾及了城市年轻消费群体的日常偏好，有利于实现目标群体消费体验的提升。虽然在许多城市都有海鲜城，但是价格相对低廉且能同时供应“不过夜”鲜蔬的海鲜城少有或没有；虽然城市里的许多超市卖场都能同时供应海鲜和果蔬，但是超市卖场的海鲜和果蔬产品要么价格偏高、要么不够新鲜。盒马鲜生既提供食材的现时烹制服务，也可以为食材提供快捷高效的冷链配送服务。如果顾客无暇烹饪，可以选择将新鲜食材交付店方烹制后堂食；如果顾客有意施展烹饪手艺，可以选择由店方将新鲜食材打包送货上门后自行烹制。顾客在进店采购鲜生食材的同时，还可以很方便地购买到日常生活所需的其他零碎但急用的物品。虽然这些物品在大型的商超或者小型的便利店都有售卖，但是能在买菜或者吃饭的同时顺带完成其他关联物品采购的话，将会省心省力很多。当然了，如果家里的空调，亦或是冰箱或者炊具需要更换的话，还是要去家电卖场采购的，即使这些大型家电与新鲜果蔬也有场景关联，但盒马鲜生毕竟是食材零售平台，因此商品品类的拓展还要考虑到成本和效率维度的现实可能性。总之，盒马鲜生的内容拓展营销模式实现了良好的顾客消费体验。

4 整合营销渠道

家电产品标杆企业海尔多年来一直在探索家电产业的“人单合一”模式，海尔工业互联网平台 COSMOPlat 正是作为这一模式的具体落地，这是全球唯一一个用户参与交互的工业互联网平台，用户可以去除中间环节直接参与产品的设计研发、生产制造、物流配送、迭代升级等全流程。从 2017 年 10 月开始，海尔在中国“大蒜之乡”——山东金乡与聚龙商贸共同打造千亩大蒜示范园而涉足农业，探索以工业思维重塑农业生产、以互联科技化解产销瓶颈，尝试在海尔 COSMOPlat 工业互联网平台上以工业标准、智能互联方式全面改造传统农业生产种植、农产品流通和销售的合作模式。在海尔 COSMOPlat 农业平台商务运营高级经理张旭看来，海尔涉足农业是希望利用多年积累的工业物联网平台运营经

验解决农业发展的痛点问题。进入互联网和物联网时代，海尔生产销售的冰箱烤箱不再是孤立的厨电产品，而是能为用户订购上游食材，进入并改造农业生产，与家电产业形成协同，打通从田间到餐桌全产业链条的重要数据来源。海尔通过 COSMOPlat 平台将农产品生产与营销相分离的传统模式予以有机整合和高效对接，推动农产品种植的标准化、信息化、智能化，最终实现为餐桌增味、为农民增收、为企业增利的三赢局面。海尔 COSMOPlat 资深顾问张俊普认为，“人单合一”模式使农产品省去了从农户到用户的中间环节，农户种出的优质农产品得到相应对价，用户也得到物美价廉的商品，农产品深加工的企业也可以在这一平台与用户交互，根据用户需求订制深加工的农产品。同时，海尔 COSMOPlat 平台还可以为农产品提供统一包装、流通运销以及征信认证等系统性的服务。海尔 COSMOPlat 为代表的生产—营销一体化模式在成本控制的基础上进行了精细化、精准化、精良化的产品营销渠道整合，在极大地提升农产品经营效率的同时也通过农产品培育的过程监督和品质管控，切实改善了农产品的终端消费体验。

5 传播消费信任

“新零售”视阈下的营销模式以消费体验的提升作为核心目标，消费体验的实现往往根植于特定的消费场景和服务于特定的消费需求，而消费场景和消费需求在不同的消费主体之间往往具有很强的相似性甚至是完全的一致性。因此，以消费体验结果反馈为主的口碑传播对于特定产品营销活动的持续推进具有极为重要的价值。消费行为的发生往往基于两种情形，要么消费者发现某种商品或者服务具有现实的效用价值，能够满足日常生活或者工作的需要，于是作出购买决策；要么发现其他人在购买使用某种商品或者服务，于是在从众心理的支配下作出购买的决策，而无论自己是否实际需要这样的商品或服务。在互联网以及自媒体技术不断发展成熟的情况下，基于社交信任的消费体验分享的传播成本极低、速度极快，零售商家可以引导消费主体通过微信朋友圈、视频直播网站、语音电台等社交媒体进行消费体验的展示和发布，以吸引更多的潜在类似消费群体的关注从而提升粉丝流量的实际商业转化率。在京东口红 AR 试妆页面的右下方特别设置的拍照按钮，方便用户将试妆效果分享到社交朋

友圈从而形成体验传播的效果。目前京东 AR 试妆功能还在进一步迭代升级,未来将陆续上线眉妆、眼妆、腮红、修容、美瞳、美甲、配饰等一系列试妆功能,优化动态贴图效果交互及添加个性化分享等,为用户提供更全面的试妆品牌以及更完美的试妆体验。消费者做出购买决定之后会希望将自身的消费行为和体验进行分享,而且这个现象在当前的互联网时代更显突出,因此商家在开展营销活动时必须意识到消费分享对营销模式产生的深刻变化。^[7]注重并引导用户进行产品消费体验的分享传播将有利于产品知名度和美誉度迅速扩展,为潜在用户提供功能性或者从众性的消费决策理由,从而推动商家营销业绩的提升。

6 迭代营销产品

“新零售”视阈下零售交易的达成更加注重消费体验的满足和提升,这就要求产品或服务的供应商能够敏锐地捕捉到特定消费场景中的具体消费需求,甚至要能够前瞻性地为消费者做好特殊消费场景的营造工作,并进而对自身产品和服务的市场定位做好设计和调整,在成本控制的前提下对产品的内容及形式等方面进行迭代和升级,以切实迎合消费主体在不同社会场景中的消费偏好,实现更好的消费体验价值和商业营销业绩。星巴克咖啡在全球范围内广受迷迭的拥趸和青睐,即使在中国这个拥有众多茶饮爱好者的国度里,星巴克咖啡也受到了诸多人群的钟爱,这跟星巴克紧跟时代潮流不断进行产品的迭代发展是分不开的,并且与一些国内的本土咖啡店形成了明显的差异性。首先,从咖啡的口味来看,星巴克会在原有的咖啡种类基础上加入一些新奇时尚的材料,设计出符合当季主题的新口味来吸引顾客,例如春季推出樱花限量饮品、夏季推出各类水果口味等。其次,星巴克努力进行咖啡制作手法上的逐步革新,比如星巴克的冷萃系列和手冲系列不光制作流程清晰可见,口感也独到喜人。第三,星巴克提供咖啡饮品的外带式纸杯包装迎合了当前时代主打的“快捷”与“便利”的主题要求,咖啡既可以在店堂里细品慢用,也可以带到地铁里赶车享用,还可以在开会前喝了一半的咖啡放在手提包里随时备用,真正实现了让咖啡消费“无限场景”、深植生活。另外,星巴克在咖啡制售的过程中使用生产控制器工具以实现优化排单、优化 APP 语音点餐服务、开发网页点单功能、在店内布置 AR 产品以增强与

顾客的互动、利用区块链技术对原料的供应链进行管理以及应用咖啡自动泡制流程,都属于实现广义的产品迭代,提升消费体验的营销改进行为。

7 革新营销技术

“新零售”业态的兴起和发展源于零售行业线上和线下业务的有机整合与相互促进,而随着大数据、云计算、物联网、人工智能等新技术应用场景的拓展和深化,有利于消费体验提升的新型营销模式亦将推陈出新、纷呈涌现。2017年12月19日,京东宣布其面向 AR/VR 领域的天工计划正式升级至 2.0 阶段,而升级的计划除了京东试试,还有京东天工 AR 开放平台以及 AR 京东视界。美妆产品存在明显的试用难题或体验后效果不及预期的问题,而京东 AR 业务将以虚拟试用代替实际试用,为消费者选购产品带来革命性的虚拟购物体验。通过京东试试功能,消费者只需在商品页面点击试色即可模拟口红等彩妆的真实上妆效果,从而轻松解决消费者挑错彩妆的痛点问题,帮助消费者做出更精准的消费决定。对消费者而言,AR 试妆是了解美妆产品的另一种新鲜体验模式,将极大地刺激消费者的购买欲望;对品牌商来说,AR 试妆打开了零售市场基于消费体验提升的全新推广形式。AR 试妆功能确实满足了消费者的真正需求,增加了消费者线上购物的便利性,为消费者带来了更好的购物体验。除了与科蒂集团合作的 AR 试妆,京东 AR 还联合日化巨头宝洁推出了 AR 互动游戏,联合青岛啤酒在亚冠开赛期间推出了“AR 射门挑战赛”以及联合卡巴纳海藏红酒做了“深海的秘密”AR 推广等,在给消费者提供更好消费体验的同时,使得个性营销更精准,品牌传播更广泛,有效提升了相关品类的营销效率。AR 的实践已实现效率和体验的有效提升,通过 AR 购物,用户的平均停留时长提升了 15.2%,重购率提高 12.8%,有效订单转化率提升 19.2%,退货率降低 15%。^[8]为了进一步提升顾客的临场消费体验,星巴克推出了和微软 Azure 公有云平台结合而研发的生产控制器工具,通过机器学习和大数据来动态排单,实现小单优先的出餐模式,提高咖啡饮品的制作效率,帮助星巴克员工更好地解决了出餐顺序难题。同时,该系统还能在咖啡制作完成后通过 APP 通知在线点单的顾客来领取,以减少顾客的等待时间。星巴克还把 APP 接入云端以更好地收集用户的消费数据并及时反馈给企业,从而加快应用和新品

的开发速度。优化 APP 语音点餐服务、开发网页点单功能、在店内布置 AR 产品以增强与顾客的互动、利用区块链技术对原料的供应链进行管理，也是星巴克在“新零售”背景下做出的以消费体验提升为目的的营销模式创新举措。除此以外，新零售线上业务环节中的移动支付技术以及线下业务环节中的“无人”技术均极大地提升了顾客的消费体验和商家的运营效率，并推动新零售业务的持续拓界发展。新零售并非易事，需要把物联网、云计算、AI 等诸多技术渗透到零售业务的所有场景中，并切实提升产品品质、提高服务质量，才能成为真正意义上的新零售。营销新技术的运用为新零售营销决策提供了科学的信息和数据基础，同时也提高了顾客的消费参与性与积极性，进而提高了顾客的消费满意度。^[9]

8 实施 IP 营销

IP (Intellectual Property) 是指影视、音乐、美术、文学等艺术作品以及其他一切智力成果等被法律赋予独享人身和财产权利的“知识财产”。可与营销行为相融合的标的 IP 具有更为多样化的表现形式，包括知识产权法所定义的狭义知识产权品类以及泛娱乐化的媒体热点等，都具有极强的流量生产和吸引能力，并能实现较高的商业转化率。^[10] 美国乔治·华盛顿大学著名的管理学教授威廉·哈拉尔在其著作《无限的资源》中提出，企业必须最大限度地利用一切可利用的资源，使知识和构想得到更大范围的交换和共享，使信息和资源得到更大范围的合理利用，以图提高商业活动的效率。^[11] 品牌植入热门 IP 开展融合营销，是碎片化媒介大环境下有效吸引消费流量并实现品牌价值的营销新趋势。优质的 IP 载体具有粉丝培育效应，而且在争夺消费注意力和打造品牌形象上具有巨大的优势。IP 融合营销的商业逻辑为，商品品牌通过人格代理持续产出优质内容来输出价值观，通过价值观来聚拢粉丝，粉丝在认可了价值观并实现了身份认同和角色认可后，就会信任其产品并产生购买交易行为。同时，IP 营销也是具有话题性和传播性的，具有庞大的粉丝基础和市场资源，是一种可以产生持续性裂变传播效应的新型营销方式。“新零售”视阈下的消费行为极度注重消费体验价值的实现和提升，而 IP 能够为消费体验的实现营造具体的场景氛围、社交环境和娱乐触点，从而推动形成更多更快的商业消费决策。IP 融合营销的本质在于通过品牌的人格代理，实现商业品牌与 IP 元素的有效融合，借助 IP 元素

的自身魅力与消费者建立情感信任关系，从而为消费者提供功能以外的消费决策理由，最终实现品牌的商业溢价。当然，IP 融合营销中的两大核心——产品和 IP，都必须具有持续可靠的内容输出能力并实现与用户的精准对接，才能在成本可控的情况下真正满足日益挑剔的理性消费者的需要。而且，品牌产品需要衡量 IP 与自身的协调性与相似性，确保所选择的 IP 载体与品牌非但不存在价值冲突，且与品牌拥有相似或相同的受众群体。^[12]“褚橙”的策划团队通过创始人褚时健的专题报道把“褚橙”演绎成精神符号并完成产品的 IP 化转变，最终实现产品的大卖；乔布斯追求完美、极致创新的精神成为苹果品牌的 IP 标签，再加上性能优越的产品内容本身，使得苹果系列产品始终能够成为市场的追逐热点。瓶装水品牌康师傅优悦与电视剧《欢乐颂 2》的 IP 元素进行了紧密有效的融合，通过剧集植入、独家番外篇、线上线下联动等合作形式，深度绑定剧中安迪商务精英的角色定位，宣扬传递品牌主张，从前端内容生产到后期整合推广，360 度传递了优悦的健康纯净、NSF 国际认证的高品质品牌形象，让消费者在接受品牌主张的同时建立品牌情感连接，进而推动消费者在场景需求中进行优悦产品的购买，实现产品的营销目的和品牌商业价值的转换，最终取得了极为成功的营销业绩，将 IP 效能转化为品牌价值发挥到了极致。“新零售”视阈下的 IP 营销可以为消费者提供更加强烈的消费场景融入感和认同感，强化现实的消费体验感受，体现消费的自主性价值。

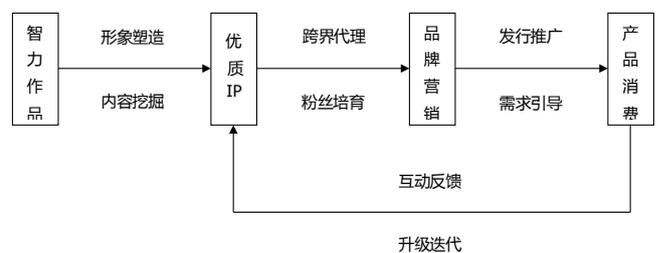


图 2 基于消费体验提升的 IP 营销路径图

参考文献

- [1] 程绍珊, 郭慧东. 传统营销模式的网络化转型 [J]. 销售与市场 (管理版), 2011(03):37-41.
- [2] 德斯沃特: 让娱乐化的消费成为习惯 [N]. 中国房地产报, 2006-05-22(037).
- [3] Kai Huotari, Juho Hamari. A definition for gamification: anchoring gamification in the service marketing literature [J]. Electronic

- Markets, 2017, 27(01):21-31.
- [4] Finus. 莛屋家电: 为你的美好生活提案 [EB/OL]. <https://www.topys.cn/article/20026.html>, 2016-03-09/2018-06-28.
- [5] 冯燕芳. 基于消费体验需求的“互联网+场景营销”及其营销效率提升 [J]. 企业经济, 2017, 36(11):107-112.
- [6] 潘颂升, 陈震. 基于顾客价值理论模型下的“心动力1+N”营销模式探讨 [J]. 企业经济, 2013, 32(07):60-63.
- [7] 肖明超. 互联网颠覆传统营销模式 [J]. 信息网络, 2009(11):63-64.
- [8] 白告文. AR 试衣、AR 试装, 京东要把所有的产品 AR 化! [EB/OL]. <http://mp.ofweek.com/vr/a245673024196>, 2018-05-22/2018-07-01.
- [9] 李渊. 企业网络营销与传统营销模式的比较分析 [J]. 北方经济, 2012(20):51+53.
- [10] 袁伟伟. “IP+商业”——内容营销的核心与突破解读 [J]. 商业经济研究, 2017(15):48-50.
- [11] 贾昌荣. 如何有效洞察客户需求 [J]. 客户世界, 2011(07):25-26.
- [12] 杨懿, 李晓宇. IP 电影借势营销: 模式与策略 [J]. 电影文学, 2018(05):9-11.

An Empirical Study of the Impact of the Maritime Silk Road on Guangdong's International Trade

Qiuying Yue

Guangzhou Huali Science and Technology Vocational College, Guangzhou, Guangdong, 511325, China

Abstract

This paper mainly starts from the countries and regions along the route, and uses a systematic GMM method to reflect the impact of the status of each country and region on its trade with Guangdong. The results show that Guangdong's export trade is in the forefront both in terms of total trade volume and growth rate, especially the implementation of the Maritime Silk Road strategy will have a positive impact on the trade between Guangdong and the countries (regions) along the line in general. On the whole, the direct investment (FDI) of trading countries (regions) in Guangdong and the trade volume of the last period have a positive correlation with Guangdong and its trade, while the distance has little impact on trade; from the perspective of sub regions, the impact of various factors on Guangdong's foreign trade in different regions is different.

Keywords

Maritime Silk Road; Guangdong province; foreign trade; economic development

海上丝绸之路对广东省国际贸易影响的实证研究

岳秋荧

广州华立科技职业学院, 中国·广东广州 511325

摘要

本文主要从沿线国家和地区着手, 运用系统 GMM 方法体现各个国家和地区状况对其与广东贸易的影响, 结果表明: 广东出口贸易无论在贸易总量还是在增长幅度方面, 都位居前列, 尤其可以看出海上丝绸之路战略的实施必然会从总体上对广东与沿线国家(地区)的贸易产生积极影响。从总体上看, 贸易国家(地区)在广东的直接投资(FDI)、上一期的贸易额均对于广东与其贸易存在着正相关性, 而距离则对贸易影响不大; 分区域看, 各因素在不同地区对于广东对外贸易的影响时存在差异的。

关键词

海上丝绸之路; 广东省; 对外贸易; 经济发展

1 模型构建与变量设定

由于 21 世纪海上丝绸之路才实施不久, 为了研究海上丝绸之路对广东对外贸易的宏观影响, 必须充分考虑广东省与沿线地区的贸易量到底由何种因素影响, 这些因素是否能够在海上丝绸之路战略全面实施后对广东的对外贸易影响更大。鉴于此, 本文采取面板回归的方式, 所构建的模型为公式(1):

$$\ln EXP_{it} = \alpha_i + \beta_1 \ln GDP_{it} + \beta_2 \ln FDI_{it} + \gamma W + \mu^{(1)} \quad (1)$$

变量主要可以分为: 第一进出口总额(EXP); 第二其他各国生产总值(GDP); 第三和外国直接投资净流入(FDI), 进出口总额包括进口额和出口额, 是指向世界其他国家供应

的或从世界其他国家获得的所有货物和其他市场服务的价值; 国内生产总值(GDP)是一个经济体内所有居民生产者创造的增加值的总和加上任何产品税并减去不包括在产品价值中的补贴, 外国直接投资净流入(FDI)指投资者为获得在另一经济体中运作的企业的永久性管理权益所做的投资净流入。其中 W 为控制变量, 包括广东省与所在国的距离、中国与贸易国的关系(中国与某国的进出口额/当年中国贸易总额)等, 距离用 L 来表示, 关系用 c 来表示。在公式(1)中, 进出口总额 EXP 为因变量, 其它变量为自变量。为了便于计算, 出比值外(中国与某国的进出口额/当年中国贸易总额), 所有变量均用对数形式表示。

在具体估计回归的过程中, 由于面板数据内生性的问题

较多, 尽管我们增加了控制变量, 但是仍有可能因为遗漏重要的变量导致计量模型产生内生性问题, 使得估计结果并不稳定。当前主要可以从: 一是工具变量法, 另一个是使用广义矩估计 (GMM) 解决内生性问题 (伍德里奇, 2015)。本文使用系统 GMM 解决内生性问题, 即认为上一期的 EXP 会对当期的 EXP 产生影响, 因此公式 (1) 便被改进为公式 (2), 具体为:

$$\ln EXP_{it} = \alpha_i + \beta_1 \ln EXP_{it-1} + \beta_2 \ln GDP_{it} + \beta_3 \ln FDI_{it} + \gamma W + \mu^{(2)} \quad (2)$$

使用系统 GMM 回归, 需要进行如下检验, 以对 GMM 估计结果的合理性进行相应的判断, 验证系统 GMM 回归的结果是真实有效的。首先, 要利用 Hansen 检验来判断变量的设定尤其是因变量是否存在过度识别的问题, 进而对工具变量设定的整体有效性进行判定 (Hausman, 1978), 其思想是除非 Hansen 检验拒绝原假设, 否则便使用随机效应估计值; 其次, 要对模型的误差项是否存在二阶的自相关, 如果存在则不能运用这一方法; 结合混合最小乘法, 动态面板数据模型。一般情况下采用这一方法可能会存在高估滞后项系数的问题, 而如果采用 FE 回归分析法, 则有可能出现低估滞后项系数的问题。因此原则上说可充分结合两种方法的优劣势, 一般情况下如果滞后因变量在系统 GMM 方法中的估计值介于 OLS 估计和 FE 固定效应法之间, 那么系统 GMM 估计的值就是真实有效的。

2 数据收集与总体描述

论文的数据收集来源于《中国统计年鉴》(2001—2015)、《广东统计年鉴》(2006—2015)、中国海关信息网 (<http://www.haiguan.info/>) 以及世界银行数据库, 时间跨度为 2000 年至 2014 年, 共十五年的数据。其中, 广东省与所在国的距离为手动收集, 主要以广州市与该国家(地区)首都/首府直线距离为定量标准。海上丝绸之路是一个国际区域经济合作的开放型网络, 无论是在政府表述还是学术研究中, 都没有精确的地理范围表述, 笔者为了方便研究, 分别设立了 28 个海上丝绸之路国家、地区。其同时将香港、台湾、澳门做为一个统一的独立的经济体分区。如表 1 所示主要可以将其分为四大板块。

表 1 海上丝绸之路沿线国家 (地区) 范围

分区	国家
东南亚	越南、老挝、柬埔寨、缅甸、泰国、马来西亚、新加坡、印度尼西亚、文莱、菲律宾、缅甸
南亚	印度、巴基斯坦、孟加拉国、斯里兰卡
中东/北非	土耳其、伊朗、叙利亚、阿联酋、沙特阿拉伯、卡塔尔、巴林、科威特、以色列、埃及
港澳台	香港、澳门、台湾

作为中国经济总量第一大省和外贸第一大省, 广东省凭借地理区位和地缘经济优势, 与海上丝绸之路沿线国家(地区)贸易往来密切, 出口贸易额占据主导地位, 远超国内其他省区。

3 数据分析

3.1 回归分析

Blundell 和 Bond (1998) 将差分 GMM 与水平 GMM 结合在一起, 将差分方程与水平方程作为一个方程系统进行 GMM 回归, 成为“系统 GMM”。与差分 GMM 相比, 系统 GMM 的优点是可以提高估计的效率, 并且可以估计不随时间变化的变量 z 的系数。Che et al (2013) 通过研究发现, 差分 GMM 存在弱工具变量问题, 而系统 GMM 比差分 GMM 更有效率^[3]。

为了检验加入 WTO 对广东与沿线国家(地区)外贸情况的影响, 论文将公式 (2) 进行了进一步修改, 加入了时间虚拟变量, 这样公式 (2) 便得到了其改进型, 公式 (3) 为:

$$\ln EXP_{it} = \alpha_i + \beta_1 \ln EXP_{it-1} + \beta_2 \ln GDP_{it} + \beta_3 \ln FDI_{it} + \gamma_1 W + \gamma_2 dummy2001 + \mu \quad (3)$$

对于 dummy2001 这一时间虚拟变量, 将 2000 年设为 0, 2001 年及以后的各年赋值为 1, 回归用统计软件 stata14.0 进行。

对公式 (2) 和 (3) 分别做系统 GMM 回归, 回归结果如表 2 所示。

从表 2 可以看出, 在公式 (2) 的模型中, 不加入中国进入 WTO 的时间虚拟变量, 大部分解释变量对被解释变量 lnEXP 均有显著影响, 当期的贸易国家(地区)GDP 对贸易额 EXP 的影响系数为 0.005, 这就充分说明是否选择广东省作为主要贸易对象对贸易国的经济总量并没有直接的关系, 即影响系数不大。当然了不可否认的是贸易国的富裕程度的确会对双方的贸易产生一定的影响, 但是并不是绝对性的因素; 当然了如果说贸易国家地区的经济总量特别小的话, 例如斯里兰卡、孟加拉、阿曼等, 其较小的市场需求也会影响

表2 广东省与沿线国家(地区)外贸情况的估计结果

	公式(2)	公式(3)
常数项	2.061** (4.78)	2.089*** (4.82)
lnEXP(-1)	0.312*** (8.56)	0.323** (8.34)
lnGDP	0.005** (3.47)	0.004* (3.23)
lnFDI	0.367** (5.78)	0.358** (5.63)
lnL	-0.007* (3.44)	-0.008 (3.72)
C	0.069** (8.21)	0.071*** (8.33)
dummy2001		0.013* (3.53)
AR(2)	0.29	0.13
Hansen	0.95	0.99
样本量	420	420

注:括号内为T统计值;残差项二阶相关性检验AR(2)和Hansen检验报告的均是P值;***、**、*分别表示在0.01、0.05和0.1的显著性水平下显著。

广东的贸易选择,而像印度这样的大国逐步成为广东省的主要贸易对象,和印度GDP的多少还是有着一一定关系的。贸易国家(地区)对广东直接投资的影响系数最大,为0.367,且同样在5%的水平下显著,这说明直接投资越多,广东与贸易国家(地区)的合作越紧密;这一结果的实事反映就是香港,由于香港一直是广东外部投资的主体,所以广东与香港的贸易一直较多。贸易额EXP的前一期数据对于当期的数据也影响显著,在1%的水平下系数为0.205,这说明上一期的合作对下一年的合作具有正向影响,由此可见广东的对外贸易存在着一定的“惯性”。对于两个控制变量,地域距离的系数为-0.007,且在10%的水平下显著,说明广东在进行外贸对象选择时,还是基本遵循着远近的原则;而中国与贸易国的关系则在在5%的水平下系数为0.069,体现出中国与贸易国家(地区)的总体关系对于广东而言有着正向作用。

在公式(3)的模型中,加入中国参加WTO的虚拟变量dummy2001,进行系统GMM回归。结果与公式(2)中的差距不大,但是还是有着一一定的差异。首先是时间虚拟变量,在10%的显著性水平下系数为0.013,着说明加入WTO后,随着中国对外开放的深化,刺激了广东外贸总额的增加。这也从侧面反映出,国家政策的导向将加深对外开放的水平,从而对广东的对外贸易产生积极的促进作用,加入WTO如此,目前开展二十一世纪海上丝绸之路战略同样也会起到类似的效果。在加入虚拟变量后,比较公式(2)和公式(3)的结果,

上期EXP、贸易国家(地区)的GDP、贸易国家对广东的直接投资FDI的影响系数在公式(3)中都有所下降;地域距离L的系数不再显著,究其原因,可能是因为加入WTO后的开放程度增加,融入全球化的程度加深,很显然当今广东省在对外贸易过程中已经不再需要考虑地域距离的问题了。而在对外贸易中唯一上升的变量即为中国与贸易国的关系C,在1%的显著性水平下为0.071,高于公式(2)中的0.069,可以得出加入WTO后,国家关系决定广东与贸易国家(地区)关系的结论,两者贸易都得到了相关性的增加。

为了进一步进行研究,论文将对每个分区进行分别的回归,研究各分区与广东省的贸易情况及影响因素。由于东南亚地区的国家为十一个,南亚地区的国家为四个,中东、北非地区的国家为十二个,港澳台地区为三个,均小于十五年的时间序列维度,因此该面板为短面板,不能应用GMM统计,只能运用FGLS回归,利用公式(3)的模型加入时间虚拟变量,并以PGLS回归分析,如表3所示即为其分析结果。

表3 广东省与沿线国家(地区)外贸情况的分区估计结果

	东南亚地区	南亚地区	中东、北非	港澳台地区
常数项	3.451** (5.89)	-1.383* (8.01)	4.654** (7.34)	7.543* (7.65)
lnEXP(-1)	0.241*** (3.76)	0.241** (7.43)	0.238** (3.12)	0.202** (6.31)
lnGDP	0.002** (4.83)	0.012** (4.32)	0.007*** (2.11)	0.014** (6.34)
lnFDI	0.102** (7.11)	0.100** (5.89)	0.269* (7.63)	0.402*** (6.25)
lnL	-0.005 (3.88)	-0.007 (4.81)	-0.002* (4.08)	-0.003 (4.23)
C	0.126** (8.99)	0.092*** (7.23)	0.102** (5.23)	0.081*** (3.43)
dummy2001	0.018** (4.11)	0.016* (7.22)	0.005 (6.33)	0.013 (4.41)
AR(2)	0.878	0.789	0.723	0.801
样本量	165	60	180	45

注:括号内为T统计值;残差项二阶相关性检验AR(2)报告的是P值;***、**、*分别表示在0.01、0.05和0.1的显著性水平下显著。

从表3的估计结果看,各因素在不同地区对于广东对外贸易的影响时存在差异的。对于东南亚地区而言,上一期贸易情况对当期贸易的影响系数最大,在1%的显著性水平下为0.241,而这即说明在广东与东南亚地区对外贸易过程中受贸易惯性的影响非常大,其中中国同贸易国关系的影响系数为0.126,当然了保持在显著性水平之下。对外投资的系数在5%的水平下为0.102,而GDP则为0.002,换言之也就是广东贸易与东南亚经济状况并没有直接的关系,或者说其中的影响

并不大,从南亚地区看,与东南亚一样,同样是上期贸易的影响系数最大,上一期贸易能够对当期贸易产生积极的作用,其他因素的系数都不是很大,没有超过0.2的,这说明南亚地区的经济实力、对广东投资和与中国的贸易关系,事实上这也充分说明了其并没有对东南亚地区、或者广东地区的贸易产生影响。中东、北非地区影响最大的因素是贸易国对广东的直接投资,这说明中东地区尤其是阿联酋、沙特等国对广东的投资成为广东与其开展贸易的积极因素,系数在10%的显著性水平下为0.269,上期贸易的影响系数为0.238,影响程度排名第二,中国与贸易国的关系系数为0.102,排名第三,与其他三个地区不同的是,中东、北非地区的距离远近对贸易产生了消极作用,系数在10%的显著性水平下为-0.002。说明港澳台地区对广东的投资较多,兴资办厂对双方的贸易产生了积极的促进作用;排名第二的因素为上期投资额,然后依次是中国的贸易关系和GDP。从虚拟时间变量的影响效果看,加入WTO对于东南亚和南亚地区的贸易产生了积极的促进作用,效果比较显著;而对于中东、北非地区和港澳台地区,作用则不是十分明显,主要原因可能是中东、北非地区在广东的贸易量中虽比重不小,但是受加入WTO协定的产品影响不大,而港澳台地区则一直与中国大陆有着紧密的贸易往来,因此不太受是否进入WTO的影响。

3.2 稳健性检验

为了验证实证分析的结果,尤其是系统GMM分析的结果,论文需要对数理面板分析做稳健性检验,有表1的报告知,检验表明AR(2)二阶差分方程中的残差项不存在显著的自相关性,通过Hansen检验发现,其并不存在过度识别的现象,问题。另外研究中对于方程(2)和方程(3)的模型做了OLS(最小二乘法)回归和FE回归,表中所有模型滞后一期因变量的估计结果在OLS(最小二乘法)回归和FE回归之间,因此认定表3中的估计结果有效可靠。

4 结论

本文就海上丝绸之路对广东对外贸易的宏观影响进行了实证分析,研究结果如下:

第一,广东省“海上丝绸之路”出口贸易得到了较为快速的发展,特别是相较于其它沿海省市。无论在贸易总量还是在增长幅度方面,都位居前列,尤其可以看出海上丝绸之

路战略的实施必然会从总体上对广东与沿线国家(地区)的贸易产生积极影响^[4]。通过分析不难发现,广东对外出口贸易主要集中在1)东南亚地区其2014年市场份额达20.8%;2)港澳台的市场其2018年的市场份额达59.2%另两大沿线主要地区的贸易额则较少,分别是中东、北非为10.6%,南亚地区则更是只有4.6%。但是从发展趋势看,港澳台的比重正在逐步下降,东南亚、中东、北非和南亚区域的贸易比例则处于上升态势,说明广东省曾经由于地域的关系,较为依赖港澳台地区的贸易,但是随着对外开放与国际合作的深化,还是那个丝绸之路沿线地区贸易区域分布更加广泛,结构也更加合理。

第二,广东贸易受贸易国家、地区的直接投资影响。且存在着正相关性,这主要是因为外商的投资办厂,将使得广东与其经济联系更加紧密,容易形成产品输出和服务输出,而且办厂的原因,必然也是因为广东有着更为有利的生产条件,其生产的产品更具性价比,特别是符合本区人民、本国人民的标准^[5]。影响排名第二的因素是上期的贸易额,由于贸易存在着“惯性”,很多合同并不只是一年,因此上期的贸易额对当期的贸易额具有较好的促进作用,同样是正相关的关系。中国与贸易国的关系影响程度排名第三,说明广东在选择贸易对象时,也充分考虑其与中国的贸易关系,比如中国于2018年加强了与伊朗的合作,进一步提高了伊朗在与广东贸易的战略地位。与此同时从贸易国家GDP与广东距离的情况,充分说明广东省选择贸易合作伙伴的标准,即并不十分看重该国或者地区的经济实力,一些不太富裕的国家,依然能够成为广东省的主要贸易伙伴;而地域条件在经济全球化和世界销售网络的今天,则更不能够成为阻碍贸易的障碍和桎梏。时间虚拟变量的影响因素为正,说明加入WTO后,随着中国对外开放的深化,刺激了广东外贸总额的增加。这也从侧面反映出,国家政策的导向将加深对外开放的水平,从而对广东的对外贸易产生积极的促进作用,加入WTO如此,目前开展二十一世纪海上丝绸之路战略同样也会起到类似的效果^[6]。

第三,从分区域看,各因素在不同地区对于广东对外贸易的影响是存在差异的。上一期的贸易额无论在港澳台和东南亚地区,还是在中东、北非和南亚地区,对当期的贸易都有积极的促进作用,且相关系数均不小。港澳台和地中东、

北非区影响最大的是 FDI, 东南亚地区和南亚地区则是上期的贸易额起主要作用。与其他三个地区不同的是, 中东、北非地区的距离远近对贸易产生了消极作用, 系数在 10% 的显著性水平下为 -0.002 。从虚拟时间变量的影响效果看, 加入 WTO 对于东南亚和南亚地区的贸易产生了积极的促进作用, 效果比较显著; 而对于中东、北非地区和港澳台地区, 作用则不是十分明显, 主要原因可能是中东、北非地区在广东的贸易量中虽比重不小, 但是受加入 WTO 协定的产品影响不大, 而港澳台地区则一直与中国大陆有着紧密的贸易往来, 因此不太受是否进入 WTO 的影响。

通过海上丝绸之路对广东对外贸易的宏观影响进行实证分析, 结论如下: 首先, 近年来, 广东省对“海上丝绸之路”国家的出口贸易额增长迅速, 与沿海其他省市相比, 无论在贸易总量还是在增长幅度方面, 都位居前列。通过分析不难发现广东省对外出口贸易多含有中在东南亚地区、港澳台, 除此之外相较而言另外两大沿线的贸易额则相对较少。但是从发展趋势看, 港澳台的比重正在逐步下降, 东南亚、中东、北非和南亚区域的贸易比例则处于上升态势^[7]。其次, 发现贸易国家对广东贸易的发展具有较大的影响, 且存在着正相关性, 影响排名第二的因素是上期的贸易额, 由于贸易存在着“惯性”, 很多合同并不只是一年, 因此上期的贸易额对当期的贸易额具有较好的促进作用, 同样是正相关的关系。

中国与贸易国的关系影响程度排名第三, 说明广东在选择贸易对象时, 也充分考虑其与中国的贸易关系, 贸易国家(地区)的 GDP 同与广东的距离对贸易影响不大。特别是进入 WTO 以后, 进一步刺激着中国广东贸易的发展^[8]。这也从侧面反映出, 国家政策的导向将加深对外开放的水平, 从而对广东的对外贸易产生积极的促进作用, 加入 WTO 如此, 目前开展二十一世纪海上丝绸之路战略同样也会起到类似的效果。

参考文献

- [1] 张曙霄. 中国对外贸易结构理论 [M]. 北京: 中国经济出版社, 2003.
- [2] 伍德里奇. 计量经济学 [M]. 北京: 人民大学出版社, 2011.
- [3] 波特. 竞争战略 [M]. 北京: 华夏出版社, 2008.
- [4] Huang, Y.S, T.Khanna. can India overtake china? [J]. Foreign policy, 2003(137):74-81.
- [5] David H McCormick. The Great China Challenge[J]. The International Economy, 2007(4):74-77.
- [6] Alessandra Colecchia, Paul Schreyer. The Contribution of Information and Communication Technologies to Economic Growth in Nine OECD Countries[J]. OECD Economic Study, 2002(34).
- [7] Christopher Edmonds, Sumner La Croix, Yao Li. China trade: Busting gravity's bounds[J]. Journal of Asian Economics, 2008(11).
- [8] 林毅夫, 李永军. 出口与中国的经济增长: 需求导向的分析 [J]. 经济学(季刊), 2003, (3): 779-794.

Strengthening Rural Economic Management and Improving the Level of Rural Economic Development

Yuzhen He Rongjian Liu

Financial Management Service Center of Qiao Mountain, Ju County, Rizhao City, Shandong Province, Rizhao, Shandong, 276500, China

Abstract

At present, China is vigorously promoting the establishment of new rural areas throughout the country, and has achieved good results. In this regard, the management of the rural economy is particularly important. The management of rural economy is not only related to the stability and general quality of its operation, but also related to the daily life of farmers and the development of Chinese economy. The management of China's rural economy is facing major problems, if not dealt with in a specific way, these problems may have a negative impact on the economic development of rural areas. This paper analyzes the main problems of rural economic management, and puts forward supplementary measures.

Keywords

rural area; economic management; economic development level

加强农村经济管理 提升农村经济发展水平

何玉珍 柳荣俭

山东省日照市莒县峤山镇财政经管服务中心, 中国·山东日照 276500

摘要

中国目前正在大力促进在全国各地建立新的农村地区,取得了良好的效果。在这方面,农村经济的管理特别重要。农村经济的管理不仅关系到其运作的稳定和一般质量,还关系到农民的日常生活和中国经济的发展。中国农村经济的管理面临着重大问题,如果不以具体方式加以处理,这些问题可能对农村地区的经济发展产生消极影响。本文分析了农村经济管理的主要问题,并提出了补充措施。

关键词

农村; 经济管理; 经济发展水平

1 引言

农业是我们发展的支柱,农业经济的发展可以对国民经济的发展和许多企业的建设产生直接影响。农村地区的经济管理主要是指公共当局根据经济发展、农业生产的发展、实际情况等,合理利用和管理农村地区的人力和物力资源。在某一水平上,农村地区的经济发展水平只有在经济管理的质量得到保证的情况下才能显著提高,而在质量得不到保证的情况下,农村地区的经济发展水平将继续下降。因此,了解项目中的问题并提出解决方案的科学战略是很重要的。

2 农村经济管理的主要方向

进一步完善管理系统需要经过长时间的进步和发展,目前来看,个体经营者或市场,情况逐渐复杂,在管理方式上

也呈现出多元的立场,许多区域资源的最佳分配,个性所奉行的企业不再是唯一途径,它正在积极加强多数领域的改革,这是一个长期进程。在知识、人员等方面不断优化资源是必要的。在这方面,委员会的建议是朝着正确方向迈出第一步^[1]。

农村经济管理中管理人员素质的发展是直接影响管理最终效率的关键因素。许多管理人员没有在所有领域接受过培训,这需要专业的晋升,其中一些人需要克服过去的心理限制,进一步培养对工作的热情。

与一些经济发达国家和地区相比,中国农业总体提升技术水平有一定的弱点,也因为机械化程度相对较低直接阻碍了农业生产,这就需要通过提高生产效率和数量。许多内陆区域没有结合经济管理的需要,向农业技术提供财政支助,也没有加紧引进提升农业生产水平的新技术和设备。因此,技术

进步也是推动农业向前迈出的重要一步。

3 农村经济管理中存在的相关问题

在许多农村地区,传统农业没有得到考虑,劳动力大量外流,严重阻碍了农村经济的发展。农村经济管理制度的缺陷也可能导致农业资源的大量浪费和农村经济的发展无法适应市场经济的需要。

管理人员素质差是限制发展农村经济管理活动的一个重要因素。在许多农村地区,经济管理人员没有接受过专门培训,专业化程度要低得多,其中许多人有固定心态、工作缺乏热情,执行不力。

与发达国家的农村经济发展相比,中国农村经济发展技术水平并不高。这是因为许多区域没有足够的资金来管理农村经济,也不积极引进新技术,这使得农村经济的技术发展水平要低得多。

4 农村经济管理工作面临新挑战

社会经济发展取得了显著的成果,农村地区的经济朝着有序的方向发展。但这是一个新的历史阶段,更大的世界政治多元化的可见性和更大的经济一体化,社会经济发展环境发生重大变化,农村经济与管理面临新机遇和挑战。

4.1 管理体制仍需优化

管理制度是加强农村经济管理的组织支持。在当前的形势下,旧的管理模式让农村经济不再能够充分满足农村经济发展的实际需求,在一些农村地区,农业合作社的县级服务中心或已到位,这无疑是因为中央和地方政府、有关部委和国家促成了这项改革。但这势必需要时间部署并构建,农民专业合作社可以整合新举措的区域经济发展和农村经济管理,作为农村经济管理服务中心或系统的建设。

4.2 队伍结构建设有待加强

工作队伍的设立能够加强农村经济管理。通常情况下,管理人员多数从本地农民中选取,有利于实现对其透彻和全面的了解,也是农村经济与专业能力、知识管理的有效结合。推广现代农业技术,提升经济发展能力,适应新农村经济现状,解决困境,带领农村走向繁荣。因此,农村经济的管理能力已成为阻碍农村经济发展的关键。

4.3 农业资金投入不足

农业基金是改善农村经济管理的财政支持。随着中国社

会主义经济改革的推进,农村产业结构调整进入关键阶段,农业资金投入成为农村经济可持续发展的重要因素。一方面,中国政府在经济上向农村经济管理倾斜,但中国毕竟拥有一个广大的领土和广大的农村地区,每个村庄分配给个别项目的资金仍然非常有限。另一方面,农业基础设施建设周期长,运行缓慢,吸引社区资金的能力低,这就是农业资金严重不足的原因。

5 农村经济管理中的主要任务

采取有效行动,以减轻农民负担,特别是有关倡议的执行管理,控制费用,设立配套措施,及切实可行的解决方案和恢复工作的农民斗争资金监督的制约。在适当情况下,分配工作,各机构的职能以及在履行实施监督的具体义务的情况下,通过权利和义务的结合进行监督。

加强农村财务与资产的管理工作在农村经济管理工作中,需要建立起健全的市场经济体制,以便于对企业的财务及资产管理工作进行全面的监督管理,并要加强相关的农村经济建设的审计工作,对财务工作进行严格的审查强化,使得财务数据的真实性及可靠性得到切实加强,并要做好现有模式的改革创新,适当加强农村代理制度的建设,开展相关的电算化试点,使得农村资产管理切实加强,保证农村公共财产安全及相关资源的合理利用。

加强经济合作,服务质量管理,以确保农村经济管理,设计出自己的健康服务体系,改善管理制度是十分必要的基本保障。管理工作方面,相关服务体系应该明确管理和过程管理的有关法规,应重视管理的实用性,制定严厉的惩罚措施。农业经济合作社是农民在农业合作社运动的框架内组织的各种协会、组织和合作社。

6 加强农村经济管理工作质量的相关措施

6.1 完善相关体制

农村当局必须改进农村经济管理制度,考虑到农村经济发展的当地情况,发展科学和全面的农村经济管理制度,从而支持农村经济的发展。该部门需要详细分析农村经济管理的各个方面和过程,考虑到目前社会经济发展与当地农村经济管理水平的有关特点,以确保所设想的制度以符合当地农村经济管理的方式得到执行。主管当局必须与农民进行沟通,以确保农业部门的稳定经济发展,从而确保科学管理^[2]。

6.2 提高管理质量

管理质量的提高是针对农村经济管理人员的,有关部门必须不断提高整体质量。在选择管理人员时,主管当局必须选择对农村经济管理有专业知识和热情的工作人员,以确保管理团队的整体质量。与此同时,在挑选了最优秀的管理人员后,有关部门继续接受关于其知识、技能水平和工作思维方式的培训,这使它们能够获得政治、法律等技能。目前与农村经济的管理有关。相关部门还需要到管理人员职业考试分析实践中,考评局决定接受定期评估,也可以不断提高职业技能水平。

6.3 重视农业技术开发

中国政府以前曾说过,科学和技术是主要的生产力,这也适用于农村地区的经济管理。参与农村经济管理的当局和管理人员应继续对农业技术的发展作出贡献。有关部门必须面向农业的基础设施的建设、维护和安全的不断改善、农业生产和农业用地的大型水利工程的建设符合农民的标准和要求,以及优化农村地区的电力设施。就服务而言,更好地处理、建设专业服务站,并配备基本设施,以便定期

服务站的技术能够实现回答农民的问题等,为他们的农业生产工作提供科学指导。这将促进农业生产力的显著提高,农业经济的发展速度将加快,农村地区的经济管理将不断提升^[1]。

7 结语

随着新农村地区的建设工作正在进行中,农村地区的管理任务变得更加重要了。农村经济管理的质量是确保农村农业发展速度和提高农村生产力的重要手段。虽然这些因素影响对农村地区经济管理问题的性质带来影响,但有关当局和个人必须从不同的角度分析并处理问题。相关区域和工作人员应该改善管理系统,开发新技术,提高管理人员的质量,以提高农村农业生产,确保农村经济的有序发展。

参考文献

- [1] 王芳.农村产权制度改革向深水区迈进——访农业农村部农村经济体制与经营管理司司长张红宇 [J]. 经济,2018(10):10-13.
- [2] 王秀云,陈秀梅.探索提升农村经济管理水平的有效路径 [J]. 吉林农业,2017,(12):45.
- [3] 阿不都外力·艾合买提,托乎提·达吾提.新形势下提升农村经济管理工作水平的有效途径分析 [J]. 企业导报,2016,(9):44.

Analysis on the Positive Role of Social Insurance in Enterprise Human Resource Management

Chunmei Liu

Taiyuan No.1 Thermal Power Plant, Guodian North China Electric Power Co., Ltd., Taiyuan, Shanxi, 030021, China

Abstract

In the new era, human resource management has become the main means for enterprises to improve the work efficiency and stimulate the enthusiasm of employees. To improve the level of human resources management of enterprises, we must pay attention to the welfare protection of employees, especially the payment of various social insurances that are closely related to the interests of employees. Based on this, this paper focuses on the positive role of social insurance in enterprise human resource management for reference.

Keywords

social insurance; enterprise; human resource management; function

社会保险在企业人力资源管理中的积极作用分析

刘美春

国电华北电力有限公司太原第一热电厂，中国·山西太原 030021

摘要

新时代，人力资源管理已经成为企业提升员工工作效率，激发员工工作积极性的主要手段。提升企业的人力资源管理水平，必须要重视企业员工福利保障，尤其是与职工利益息息相关的各项社会保险的缴纳。基于此，本文重点针对社会保险在企业人力资源管理中的积极作用进行了详细的分析，以供参考。

关键词

社会保险；企业；人力资源管理；作用

1 引言

在现代企业管理中，人力资源管理已经是必不可少的组成部分。而且企业在先天逐利性特点的影响下，要想实现更进一步的发展，必须要重视人力资源管理的重要性，时刻关注企业员工的切身利益。而对于企业员工来说，基本工资的保障和社会福利是最有效的激励手段。尤其是社会保险，可以有效激发起员工的工作热情，进而有效提升企业人力资源管理质量。

2 社会保险对企业人力资源管理的积极作用

以中国山西省我单位城镇职工社会保险为例，2019年基本养老保险单位缴费比例为职工上年月均工资的16%，个人缴费比例8%；基本医疗保险，单位缴费比例8%，个人缴费比例2%；工伤保险单位缴费比例0.55%；生育保险单位缴费比例为0.4%，生育保险2019年8月保留险种并入基本医疗保

险；失业保险单位缴费比例为0.7%，个人缴费比例0.3%，另外企业还为职工缴纳企业年金及补充医疗等。各项社会保险不仅保障人们正常生老病死的方方面面，而且对于现代企业的人力资源管理有十分积极的推动作用。因此企业要想获得更进一步的发展，就必须重视人力资源管理。从企业员工的切身利益出发，只有为员工提供相应的福利保障，才能够真正有效的激发员工的工作热情，促进企业的发展。

2.1 提升企业员工的工作积极性

在现代企业的人力资源管理中，为员工缴纳社会保险可以有效提升员工的工作积极性。首先，社会保险已经成为企业员工的基础保障，是员工应有的福利待遇。加强社会保险可以让员工没有任何后顾之忧的投入到本职工作当中，有效激发员工对于本职工作的完成积极性与热情。也就是说，在企业的人力资源管理工作中，要树立“以人为本”的工作理念，加强对员工切身利益的考虑，将给到员工的福利待遇体现到

实际工作、生活、健康当中，尽可能的激发并提升员工的工作积极性，实现企业经济效益的最大化^[1]。

2.2 降低企业的用人成本

在现代企业的人力资源管理中，为员工缴纳社会保险可以明显降低企业的用人成本。社会保险主要包含医疗保险、工伤保险、养老保险、失业保险以及生育保险等，其保障范围几乎已经涵盖了人一生当中所遇到的所有重大事情。只要是企业的正式员工，企业都应当为其缴纳社会保险，加强企业用人成本的控制，确保在企业员工发生意外事故的时候，企业无需承担巨大的经济压力。例如，如果某位员工在工作期间出现了工伤，那么该员工就可以通过工伤保险来获得相应的医疗赔付，而企业则无需支付这笔费用；职工生病住院，医疗保险会报销相当比例的医疗费用，减轻职工企业的负担等等，还有很多应当由企业支付的费用，也可以转化为相应的保险支付。这样企业的人力资源管理成本就会大大的降低，企业积累起来的资金数量就不会受到影响，企业的经济效益也就可以得到保障。也就是说，对于企业来说，为了实现可持续发展，必须要意识到为员工缴纳社会保险的重要性，并不断的完善企业的社会保险体制^[2]。

2.3 提升企业的生产力

在现代企业的人力资源管理中，为员工缴纳社会保险可以提升企业的生产力。因为社会保险的缴纳与企业的整体利益、企业员工的个人利益均有着十分密切的联系。如果企业无法获得良好的经济效益，那么企业员工的福利保障也就会受到影响。也就是说，在企业人力资源管理中，企业应当不断的优化社会保险管理制度，加强企业员工切身利益的保障力度，让每一位企业员工都可以获得心理上的安全感；同时，将企业的经济利益作为增加企业员工安全感的渠道，让企业员工对企业保持高度的忠诚，避免出现消极怠工的现象。所以，企业的人力资源管理应当根据企业的实际情况，根据企业员工的实际需求，为企业员工缴纳社会保险，并适当的调整社会保险的缴纳基础，进而激发企业员工的生产力，实现企业生产力的提升^[3]。

2.4 保证企业员工队伍的稳定性

在现代企业的人力资源管理中，社会保险可以保证企业员工队伍的稳定性。例如，无论是品牌、资金还是人才，中

小企业与大型企业相比，均不存在任何优势，他们在市场竞争中的生存也异常艰难。在这种情况下，相当一部分的中小企业就不愿意从企业的经济利润中规划出一部分作为企业员工社会保险的专项缴纳费用。所以，在没有社会保险保障的情况下，企业员工就不会对企业产生较强的归属感。而这也是中小企业人才频繁流动的主要原因。而人才的不稳定，就会对企业的稳定发展产生巨大的影响。另外，很多企业属于劳动密集型企业，只有一定的劳动力支撑，企业才能够在激烈的竞争中获得生存并发展，而不为员工缴纳社会保险，就会使得企业员工的流动性更为频繁，进而增加企业的用人成本。长此以往，企业就越不愿意为员工缴纳社会保险，而员工因为没有足够的保障，就会频繁的跳槽。一旦出现恶性循环，企业的用人成本将会越来越大。

而且，很多大型企业或者经验相对丰富的企业都已经意识到了企业员工大量流失对于企业发展的影响，所以对于人才也给予了高度的重视，想尽办法留住人才，防止出现人才流失的现象。即企业要意识到为企业员工缴纳社会保险的重要性，通过社会保险来给予员工最大的安全感，让员工对企业产生强烈的归属感，激发企业员工的积极性与热情，避免人才流失增加企业人力资源管理的工作压力，进而影响企业的发展。从另外一种角度分析，社会保险的缴纳、转移等手续具有一定的繁琐性与复杂性，企业一旦为员工缴纳了社会保险，那么在员工离职或者跳槽的时候就需要经过非常复杂的流程和手续。如果员工在离职之后短时间内无法找到合适的工作，那么还需要个人全部承担社会保险的费用。这样的利弊摆在员工面前，员工就会重新衡量离职或者跳槽行为。企业人力资源管理的难度也就得到了降低，企业员工的流动性也就得到了控制。综合以上几点，企业为员工缴纳社会保险，认真执行社会保险制度，就会最大限度的保障企业员工队伍的稳定性。

3 企业人力资源管理中社会保险的及常见问题

3.1 没有意识到为员工缴纳社会保险的重要性

现阶段，很多企业的人力资源管理，还没有意识到为员工缴纳社会保险的重要性，所以并没有根据企业的实际情况进行社会保险体制的制定和落实。另外，还有少数人力资源管理人員过于注重眼前的利益，而没有考虑更加长远的利益，不仅没有意识到社会保险的重要性，还没有采取相应的管理措施。

3.2 缺乏完善的社会保险制度

在社会经济快速发展的情况下,物价水平越来越高,人们日常生活的成本也在不断的增加,社会保险缴纳的金额也在不断的调整。所以,面对保险基数的不断增多,少数企业的社会保障工作就在监管不到位的情况下出现了问题,对企业员工的既得利益产生了影响。对于企业员工来说,在缴纳了一定的保险费用之后,在日常生活中还需要面临逐渐增大的生活开支,与此同时社会保险的回报预期与实际效果却不尽如人意。

另外,社会保险制度的不完善,还表现在以下几方面。第一,企业员工与机关事业单位的员工在社会保险缴纳方面的公平性有待优化;第二,中国东部地区与西部地区的社会保险水平具有一定的差距;第三,流动性员工与农民工在参加社会保险以及转移社会保险方面面临着一定的阻碍。

3.3 缺乏完善的人力资源管理结构

一个完善的人力资源管理结构,主要包含两方面:第一社会保险制度,第二人力资源管理计划方案。只有保证人力资源管理结构的完整性,才能够提升人力资源管理质量,为企业员工的稳定生活提供保障。但是由于中国企业缺乏较强的社会保险意识,缺乏充足的人力资源管理人员,没有较强的人力资源管理力度,使得中国的社会保险发展方案的制定也得不到有利的保障。由此可见,人力资源管理结构的不完善,不仅会对社会保险的积极作用产生限制,还会影响企业人力资源管理水平的提升。

3.4 管理人员业务能力有待提升

一名合格的管理人员,应当要对企业的发展趋势有一个深刻的理解,再以此为基础制定企业社会保险的发展规划方案。而管理人员业务能力的强弱,就会影响社会保险对于企业人力资源管理的积极作用。中国部分企业的社会保险管理工作一直没有匹配上专门的负责人员,只是让企业的财务人员兼职处理。但是这些财务人员并没有足够的社会保险管理经验,更加没有专业的社会保险管理技能。所以,这部分企

业的社会保险管理工作效果并不理想,进而也限制了企业的人力资源管理水平的提升。

4 发挥社会保险对人力资源管理的积极作用的 有效措施

要想有效发挥社会保险对人力资源管理的积极作用,就必须要做好以下三点。第一,组建一支高素质的、工作能力强、道德素养高的管理团队。对于管理人员的培训,不仅要使其掌握一定的人力资源管理知识,还要将人力资源管理知识与社会保险专业知识进行融合;更要重视管理人员工作能力的提升,实践经验的积累。第二,加强社会保险重要性的宣传,使企业内部的所有人员都意识到缴纳社会保险的重要性,进而积极配合社会保险制度管理在企业内部的落实完善。第三,根据企业的实际情况以及企业员工的实际需求针对性的制定社会保险发展规划,完善社会保险管理方案。

5 结语

综上所述,社会保险对于中国企业人力资源管理有着非常积极的促进作用,可以提升企业员工的工作积极性,保证企业员工队伍的稳定性,进而实现员工与企业、个人与集体的共同发展。同时,社会保险还可以降低企业的用人成本、提升企业的生产力。但是由于中国的人力资源管理起步较晚,在实际的人力资源管理工作中,还有很多有待完善。所以,我们还要付出更多的努力,让更多的企业意识到人力资源管理的重要性,意识到社会保险的积极作用,并针对性的制定各种人力资源管理措施,为企业员工的福利提供保障。

参考文献

- [1] 李士伟. 企业人力资源管理中社会保险的积极作用探讨 [J]. 现代营销(下旬刊),2018(10):204.
- [2] 文英. 企业人力资源管理中社会保险的积极作用 [J]. 现代经济信息,2018(04):147.
- [3] 许亚新. 社会保险对企业人力资源管理的正向作用研究 [J]. 中小企业管理与科技(上旬刊),2017(11):33-34.

Talking about the Design Idea of Strategic Salary System of State-owned Enterprises Real Estate Enterprises

Jing Xue

PowerChina Real Estate Group Ltd., Beijing, 100097, China

Abstract

The construction of a performance-based strategic salary system has played a positive role in realizing real estate enterprises' rapid realization of corporate strategic goals and labor productivity in the regulatory cycle. This paper will take state-owned real estate enterprises as an example, from the perspective of salary management, explain the specific operation process of the real estate industry to build a salary system.

Keywords

State-owned enterprises; human resources; strategic salary system; salary design

浅谈国企地产企业战略性薪酬体系的设计思路

薛晶

中国电建地产集团有限公司, 中国·北京 100097

摘要

构建基于绩效考核为导向的战略性薪酬体系对地产企业在调控周期内快速实现企业战略目标、提高劳动生产率等方面均发挥出积极的推动作用。本文将以国有地产企业为例,从薪酬管理的角度出发,阐述地产行业搭建薪酬体系的具体操作过程。

关键词

国有企业; 人力资源; 战略性薪酬体系; 薪酬设计

1 引言

当前房地产市场进入持续健康稳定发展的阶段,“快周转”成为行业发展常态,如何提升公司运营效率,加快销售去库存以及快速回笼资金成为了企业发展至关重要的一环。地产企业纷纷通过加强人力资源管理、优化人力资源配置、重视人才培养开发、深化全员绩效量化考核、规范薪酬福利管理等多项举措着力打造过硬的人才管理团队。构建基于绩效考核为导向的战略性薪酬体系对地产企业在调控周期内快速实现企业战略目标、加快项目运营节奏、扩大企业发展规模、提高劳动生产率等方面均发挥出积极的推动作用。本文将以国有地产企业为例,构建基于绩效考核为导向的战略性薪酬体系,阐述薪酬体系设计的想法和思路。

2 薪酬体系设计思路: 从传统到战略的转变

传统薪酬体系是企业所有部门和员工薪酬无区别或略有区别,固定工资在薪酬结构中占比较大,员工工作能力及工

作成果体现在绩效激励中差别不大,长期会造成员工工作惰性和效率较低。

战略性薪酬体系是将员工薪酬水平同企业总体发展战略相结合,结合企业实际情况,进一步制定相应的薪酬体系。战略性薪酬主要体现以下几个方面:

(1) 强化绩效考核在薪酬体系的应用,企业按照不同业绩、不同部门和不同岗位来兑现薪酬。绩效考核强调以工作计划为主线,以全面预算为控制,将工作计划和预算管控相结合。

(2) 突出对员工工作成果完成质量、数量的考核,改变传统薪酬中“大锅饭”的局面,让员工真真切切地注重绩效,使其为企业所做的贡献与获得的薪金报酬直接挂钩。

(3) 突出对核心部门、核心员工的激励,强化核心岗位在企业发展过程中的关键作用,让薪酬成为员工奋斗的动力。绩效考核的兑现是激励手段,而企业战略的实现是最终的目的。

从传统薪酬体系转变为战略性薪酬体系,前提是要求薪酬体系必须与公司战略发展体系相匹配,同样也需要满足员

工的实际需求。

3 薪酬体系设计原则

3.1 与市场接轨的原则

为了企业战略目标的实现,保持足够的薪酬竞争力才能吸引和招聘优秀人才充实到员工队伍中,建议企业薪酬水平应随时与市场薪酬水平接轨。

3.2 向关键岗位倾斜的原则

薪酬体系设计过程中,应向关键岗位、业务骨干、市场紧缺岗位适度倾斜,符合市场规律,吸引、保留人才,促进公司可持续发展。

3.3 薪酬结构优化原则

在薪酬水平向市场水平对比靠拢的同时,薪酬固浮比向市场水平看齐,优化薪酬结构,增强人才吸引力。

3.4 符合国家薪酬有关规定的原则

薪酬涨幅应与公司经营业绩增长相适应相匹配,体现“业绩升薪酬升,业绩降薪酬降”的原则,保证调整后的薪酬总额控制在薪酬预算的范围内。

4 搭建薪酬结构的要素

4.1 薪酬类别

一般情况下,企业按照岗位和级别可划分为年薪制人员和非年薪制人员。公司中层及以上管理岗位可定义为“年薪制人员”,该类人员负责达成单位/部门的年度既定目标,按照年度考核结果兑现年度奖金;公司一般员工可定义为“非年薪制人员”,员工负责完成本岗位工作内容和成果,可按照绩效考核结果及时兑现绩效奖金。

4.2 薪酬结构

根据薪酬类别,设置不同的薪酬结构。

(1) 年薪制人员薪酬结构可按照基本薪酬、绩效年薪、工资性津贴或补贴、其他福利四部分组成,其中:

基本薪酬是员工收入的主要部分,也是计算其他薪酬收入的基础。基本薪酬表现出较强的刚性,一般呈现递增趋势;

绩效年薪与公司整体业绩完成情况、所在单位/部门年度考核完成情况及个人考核成绩结果三方面挂钩,绩效考核指标设置要具备合理性和可操作性;

工资性津贴或补贴是一种补偿性的劳动报酬,具有一定

的灵活性。在津贴、补贴设计上要防止设置过滥和随意取消两种倾向;

福利是企业为满足员工的生活需要,在工资收入之外,向员工本人及家属提供的货币或非货币的补助形式。福利设计时应注重其长期性、整体性和计划性。

(2) 非年薪制人员薪酬结构可按照固定工资、月度绩效奖金、工资性津贴、其他福利四部分组成,其中与非年薪制人员不同的是绩效奖金。

绩效奖金与个人所在单位业绩完成情况、所在部门月度考核完成情况及个人考核成绩结果等方面挂钩,绩效考核指标设置要切合实际,确保员工收入较为稳定。

4.3 岗位价值评估

岗位价值评估是指在岗位工作分析的基础上,对岗位的责任大小、工作强度、所需资格条件等特性进行评价,以确定岗位相对价值的过程。岗位评估是先对岗位价值进行评判,然后根据评定结果再划分出不同的等级。一般采用美世咨询的国际岗位评估系统 IPE2.0 进行岗位价值评估,该评估系统分为 7 大因素 16 个维度。

岗位评估的程序:组建内外部评估委员会,外部专家和内部有丰富经验的中高层干部担任,人数控制在 10 人以内;对评估委员会的参评委员进行培训,目的让他们了解评估标准和评估方法,评估的重点是“岗位”相对企业的价值,而不是岗位上的人;评估结束后按照打分成绩达成评估结果,根据岗位价值的评估结果,对岗位价值进行相对排序,确定岗位相对价值等级表。

4.4 固浮比设置

固浮比设置:若绩效奖金占比过少会导致薪酬与工作业绩、经济效益脱节,使薪酬缺乏激励效用;若绩效奖金占比过大导致工资收入不稳定,难以维持正常生活需要。所以基于绩效考核导向的薪酬分配引入激励机制,强化激励效果,适当加大浮动奖金占比(建议年薪制人员为 4:6,非年薪制人员为 5:5 或 6:4),实现员工奖金与公司业绩、部门和个人工作计划完成情况紧密挂钩^[1]。

5 设计薪酬方案的步骤

5.1 确定企业现阶段薪酬策略

按照企业发展阶段和企业战略的不同,一般情况下分为

“领先型、跟随型、滞后型”三种薪酬策略，本文以成长型国有地产企业采取跟随性薪酬策略为例。

5.2 调研和搜集内外部企业薪酬数据

(1) 引入市场值作为对标基线，把企业与行业的区域市场的水平实时对标，明确自身薪酬水平在行业中所处的位置；

(2) 选取行业内十家以上企业规模和企业性质与本企业类似的各岗位薪酬数据为调研样本；

(3) 将企业上一年度薪酬数据按层级、类别和岗位不同进行分类准备，将各固定工资、绩效奖金、工资性津贴、福利四大类数据细化。

5.3 计算薪酬等级标准

在岗位相对价值等级确定的基础上，结合企业工资总额预算、内外部薪酬数据以及企业的薪酬调整策略，对薪酬等级表进行测算。

(1) 确保工资总额在年度预算批复值之内

为进一步深化分配制度改革，促进企业实现高质量发展，促进国有资本保值增值，国有企业工资总额预算增长程度受控于国资委及地方政府，当年度的预算批复值与公司年度经营业绩考核利润总额目标值相匹配，并且根据营业收入、利润总额的增长程度，与企业经济效益和劳动生产率挂钩结合劳动生产率、人工成本投入产出对标情况^[2]。

(2) 确定薪酬等级

按照公司薪酬策略、工资总额及公司实际岗位数量确定薪酬等级设置的级数。一般情况下，突出激励的薪酬策略，薪酬等级设置也较多。

(3) 确定薪档

一般薪档数量为奇数，常见为3档、5档和7档。

(4) 确定某一薪酬等级的中位值

根据现有薪酬水平，对标市场数据确定薪酬年度调整数据，再选定某一层级拟定的数据作为中位值，按照固浮比即可推算年度/月度固定工资数值。

(5) 确定每一级的递增系数

递增系数是指两个薪酬等级之前的增加幅度，层级越高，增加幅度越大。确定递增系数后，各薪酬等级的中位值均可计算得出。

(6) 确定每一薪酬级的最大值和最小值

薪档最小值 = 中位值 / (1 + 幅宽 / 2)，薪档最大值 = 最小值 * (1 + 幅宽)。

其中，幅宽是指每一薪酬等级的级别宽度，反映为同一等级员工因工作年限、工作能力、工作价值等不同而在薪酬上的差异。一般情况下，随着薪酬等级的提高，幅宽越来越大，一般的幅宽区间为80%–120%。

(7) 确定档差

档差是指每一薪酬等级最小值到最大值的等比差距，档差 = (同一薪酬等级最大值 - 最小值) / (档位数 - 1)。档差计算出来后，各薪酬等级的每个薪档值均可按照上述公式计算得出。

(8) 薪酬等级标准的计算结果取整

将薪酬等级表中的每个数值进行以100的整数倍进行取整后应用。

5.4 设置与公司业绩挂钩的目标绩效考核机制

企业可结合自身实际情况，设置个性化的绩效考核机制，提升企业核心竞争水平。目标管理主要是根据企业内部构建的发展策略及绩效考核标准，对企业员工的工作情况进行监管，促进目标迅速落实的关键方法，通过对目标落实情况来给予适当的奖惩。

将考核结果在绩效奖金中加以应用是考核机制落地的重要一环。构建基于绩效导向的多元利益分配机制，“计划+全面预算管理”为主线的绩效考核体系是将经营业绩指标和要素管理能力相结合，目标层层传达，指标逐级分解。绩效奖金同所在单位组织绩效、所在部门绩效及员工个人绩效三方面相关联，强调绩优者多得。

年薪制人员可设置为年中/年度考核，在组织绩效层面是根据所在单位收益情况、年度核心指标完成情况、所在单位/部门年中/年度经营目标的整体计划完成情况以及其他公司个性化考核指标等进行量化考核；在个人绩效层面可采用360考核方式，考核指标围绕“德能勤绩”四个维度进行指标设置，量化测评后将考核结果强制分布，考核结果按照优良中差进行排序，同时设置绩效考核区间、保底值及封顶值；组织绩效和个人绩效考核的最终结果都将用于绩效年薪的兑现。非年薪制人员可设置为月度或季度考核，在组织绩效层面与所在单位的业绩完成情况、所在部门的计划完成情况相关联；在个人绩效层面考核方式同年薪制人员。

考核结果用于绩效奖金的分配和兑现,同时设置保底值和最高值,绩效奖金的保底值基于保证员工正常生活工作需要,绩效奖金的最高值基于员工工资收入封顶设置。

5.5 员工薪酬入位

企业根据各岗位员工的岗位价值评估结果,测算出各等级人员年度薪酬总额,再结合员工岗位胜任情况、岗位成熟度、胜任度、关键职责履行情况、学历状况、工作经验、综合能力、特殊技能、市场稀缺程度等来确定其所对应的薪级和薪档。

5.6 配置多样化的激励奖金

除绩效奖金之外,鼓励企业根据自己实际情况,在工资总额预算之内设置多样化的激励奖金,比如超额贡献奖、特殊贡献奖、业绩表彰奖、激励性专项奖金、优秀员工奖等,在实现公司业绩目标增长的同时激发员工工作积极性,鼓励有能力的团队和员工多劳多得,焕发组织活力,发挥员工的主观能动性。

5.7 引入薪酬调整的长效机制

薪酬调整的多种形式主要包括:

(1) 薪酬普调

基本薪酬调整:根据企业经营状况、市场物价指数、行业薪酬水平及企业发展战略要求进行整体调薪;绩效奖金标准调整:根据公司经营业绩、年度指标完成情况等因素,绩

效奖金标准可进行调整。

(2) 岗位变动调薪

实行以岗定薪制,当员工工作岗位发生调整时,需对其薪资作相应调整。

(3) 考核结果调薪

每年第一季度,各单位可根据上一年度绩效考核结果,对员工进行薪级或薪档的调整。

(4) 特殊调薪

对于工作表现突出,为企业发展做出重大贡献者,经公司决策程序可予以一定数额的特殊调薪。

6 结语

企业设计薪酬体系是以助力企业实现战略目标为前提,以切实制定员工合理的收入水平为基础,开展以岗定员、岗位定责、绩效考核量化激励、薪酬入位和薪酬调整等形式的薪酬管理活动。员工是企业可持续发展的动力源泉,只有大力提倡与公司业绩和个人绩效相关的绩效激励机制,优化薪酬结构,合理设置固定收入、绩效奖金及福利三者的发放标准,才能实现员工收入水平和公司业绩的同步发展。

参考文献

- [1] 美世国际职位评估法.MBA 智库百科.
- [2] 尹隆森,孙宗虎.岗位评价与薪酬体系设计实务[M].人民邮电出版社,2005.

God's Right Currency G-Coin G-Cent —— Let the Currency Right Return to Everyone

Xiaoming Yu

Abstract

This paper defines and discusses a new digital currency, "God's Right Currency". The discussion in this paper solves two major issues: First, the two fundamental factors that make this new digital currency a success (can be issued and many people are willing to use it); second, this new digital currency can bring "currency right" back to everyone in the world.

Keywords

God's Right Currency; G-Coin G-Cent; digital currency; currency right; world currency

天权币纲要 G-Coin G-Cent —— 让币权回归每一个人

Xiaoming Yu

摘要

这篇论文定义和论述了一种新的数字货币“天权币”。本文的论述解决了两个重大问题：一是这种新的数字货币能够成功的两个根本因素（能够发行出来和有很多人愿意去使用它）；二是这种新的数字货币可以让“币权”回归世界上的每一个人。

关键词

天权币；G-Coin G-Cent；数字货币；币权；世界货币

1 让币权回归每一个人

1.1 早期的一般等价物的权属是属于每一个人的

随着人类商品交换的需要，一般等价物出现了。一般等价物是从商品界分离出来的表现其他一切商品价值的商品。^[1]在人类历史中，很多种商品都充当过一般等价物。如牛、羊、谷物，布、海贝、铜器等等。



图1 早期充当一般等价物的贝壳

这时候的一般等价物是大众在商品交换中自然产生、共同认可的。任何一个人都可以通过生产制造去获取一般等价物或用自己的劳动和劳动产品去交换获取一般等价物。这时候所有的一般等价物都是具有商品价值的，并且任何一定数量的一般等价物都是属于某一个人或某一些人所拥有的，包括其商品价值和处置方式。也就是说这时候的一般等价物不是某一个人或一些人、一个组织或一个族群等可以独断生产、定义、掌控和改变的。它是属于全体大众的，也就是每一个普通人对一般等价物都拥有同样平等的权力。

随着社会的发展演变，这些一般等价物的形态也在发生变化，它们可以变化成各种不同的商品，更方便满足大众的商品交换需要。但它们依然是大众在商品交换中自然产生、共同认可的，依然是商品。每一个普通人对其都拥有同样平等的权力，无论是在获取、交换、储存和形态改变等方面。

随着时间的变化，一些充当一般等价物的商品的价值和使用价值都有可能变化，甚至退出充当一般等价物的功能，

换了其他形态的商品来充当一般等价物。但这些变化，包括新的充当一般等价物的商品，也都还是在大众的商品交换过程中自然产生的变化，是大众共同认可的、接受的。作为大众中的每一个人依然平等地拥有对这些一般等价物的权力，包括对它们的生产制造权、获取权、使用权、储存权和改变它们的权力。

1.2 早期货币的币权是属于每一个人的

上述多数充当一般等价物的商品就是实物货币。很显然，在实物货币时期每一个人都是拥有币权的。随着货币功能发展的需要，金属货币开始出现并发展替代了实物货币。贵金属货币与实物货币相比，具有很多明显的优点，如价值稳定、易于分割、易于储藏等。早期的金属货币是以金、银为主的贵金属货币，并以称重为计量交易方式。

由于金、银本身具有较高的商品价值且价值相对稳定，人们去开采生产金、银的时候用劳动换来的是具有商品价值的商品；人们用其他劳动或劳动产品去交换金、银的时候也是获得具有同等价值的商品。人们在长时间使用和储藏贵金属货币时，货币本身的价值都是能够保持稳定的，不是哪些人、组织和机构、或者某个族群和政权能够操纵的。所以这个时期每一个人都拥有对贵金属货币的币权。

即便某些人、城邦、政权机构和国家等对一部分贵金属矿藏及开采进行控制和占有，那也只是一种掠夺行为，就像某些人或组织、或族群和城邦、或国家对其他人、或族群和城邦、或国家的土地、房屋、各种私有财富进行的掠夺一样；而不是贵金属作为货币其本身的特性不属于全体民众；这是从根本上区别于后面出现的主权货币的。

主权货币的权属，从一开始的制造发行、到使用和储藏、变更和废止的全过程，其权属都是属于发行机构和政权的，完全不属于使用和储藏它的民众。



图2 中国古代使用的称重黄金金锭

1.3 金属铸造货币的出现让民众开始丧失币权

随着金属货币形态的发展，金属铸造货币开始出现。这些金属铸造货币主要可分为两大类：纯金银贵金属铸造货币；不足成色的金银贵金属铸造的货币以及铜、铁等合金铸造的金属货币。

纯贵金属金银铸造的金属货币，由于其铸币、发行、变更、废止等全过程都是由政权机构控制的，普通民众是不能够参与的，普通民众在开始使用这些货币时已经丧失一部分币权；这些纯贵金属货币在长期被使用和流通过程中，往往会产生溢价，其价格往往会高于其本身所含贵金属的重量对应的价值，这也会让使用这些货币的民众进一步丧失一部分币权（因为民众要用高于此货币的价值去换取此货币）。

不足成色的贵金属铸造的货币同样其铸币、发行、变更、废止等全过程都是由政权机构控制的，普通民众是不能够参与的，普通民众在开始使用这些货币时已经丧失一部分币权；并且由于其含有的贵金属重量成色不足，其所含的贵金属重量的价值低于其价格，民众在使用这些货币时币权会更大地丧失。

铜、铁等合金铸造的金属货币，其铸币、发行、变更、废止等全过程都是由政权机构控制的，普通民众是不能够参与的，普通民众在开始使用这些货币时已经丧失一部分币权；由于这些金属铸造的货币本身所含的商品价值极低，民众在使用这些铜、铁等合金铸造的货币时则币权基本完全丧失。



图3 古罗马凯撒时期金币 Aureus



图4 中国最早的统一货币“秦半两”，由铜铸造而成

1.4 历史上曾经出现过代用货币

代用货币是指能代替金属货币执行一般等价物职能的纸质的信用凭证。中国北宋年间的“交子”、19世纪下半期各国可阅换金币的银行券等都是代用货币。^[2] 代用货币的使用也让民众丧失币权。

代用货币是政权机构或一些联合的富商发行的。其发行、变更、废止等全过程都是由政权机构或联合富商控制的，普通民众是不能够参与的，普通民众在开始使用这些代用货币时已经丧失一部分币权；代用货币是承阅某种金属铸币的，这种承阅是靠某个政权或一些联合富商的信用来实现的，是有风险的。这种风险让使用它们的民众进一步丧失币权；代用货币所替代的金属铸币本身就是让民众丧失一部分币权的。所以民众在使用代用货币时币权是很大程度地丧失的。



图5 北宋年间发行的代用货币“交子”

1.5 主权信用纸币的出现和发展让民众丧失币权

随着货币形态的进一步发展，主权信用纸币开始出现，主要可分为金、银本位主权信用纸币和非金、银本位主权信用纸币。

金、银本位主权信用纸币的发行、变更、增发、废止等全过程都是由主权机构控制的，普通民众是不能够参与的，普通民众在开始使用这些货币时已经丧失一部分币权；这些纸币的价值是靠政府的承诺和信用来担保的，这些承诺和信用本身就是有风险的，这些风险也让使用这些纸币的民众进一步丧失币权；这些金、银本位主权信用纸币也会产生溢价现象，让民众用高于其票面承诺的价值去换取它，这也会让使用它的民众丧失一部分币权。

非金、银本位主权信用纸币的发行，则让使用它的民众完全丧失币权。非金、银本位主权信用纸币的发行、变更、增发、废止等全过程都是由主权机构控制的，普通民众是不能够参与的，普通民众在开始使用这些货币时已经丧失一部分币权；由于非金、银本位主权信用纸币本身的商品价值基本是零，并且主权机构并不承阅其任何票面价值，普通民众在使用这些纸币时是完全丧失币权的。

1.6 天赋币权应该是天赋人权的最重要的内容之一

人权的概念和内容越来越成为这个世界文明发展的最重要的概念和内容，成为大多数国家和地区的民众正在努力实践的方向。天赋人权也广泛地成为当今世界的一种普世价值观。

天赋人权意指人具有天生的生存、自由、追求幸福和财产的权利。在当今人类社会，各种与人的生存、追求幸福和财产有关的自然资源都以各种方式和关系与货币有着紧密的联系，如土地、矿藏、森林、水、海洋、空间等；还有各种与人的生存、追求幸福和财产有关的社会资源如教育、技术、医疗、服务、婚姻与后代等，无一例外地与货币有着紧密的联系。所以币权应该是人权的最重要的内容之一，天赋人权就一定包含天赋币权。

人类在使用和经历了各种形态货币的漫长时期后，货币形态本身的发展与积累，为对应于人权的货币的出现和使用，具备了充分成熟的条件。

全世界具备天赋人权普世价值观的最广大的民众，对已经出现过的各种货币形态都有充分的了解。他们是人权货币的基石与渴求者，最大程度地反映他们人权的货币形态必然会受到最广大民众的接受与支持。让币权回归最广大的民众。

2 定义天权币 G-Coin G-Cent

这里定义一种货币，取名称为：“天权币 God's Right Currency”。天权币分为两种具体的形态：“天权元币 G-Coin”和“天权分币 G-Cent”。“G”除了是 God 的第一个字母外，还可意寓 Great, Golden, Getting...

该货币初始以数字货币的形态发行，当该货币发展到一定的阶段，根据民众和经济对此货币的需求，再考虑发行其他的货币形态，如：纸币、铸币等其他形态。

该货币的发行权和发行者为全世界每一个年满 20 周岁的

人。每个发行者可发行 100 个“天权元币 G-Coin”和 1000 个“天权分币 G-Cent”。每个发行者发行的“天权币 God's Right Currency”都使用本人的一些唯一性特征、身份等信息来界定、制造这些货币，如指纹、脸谱、声音、基因信息、护照号、身份证号、驾照号、照片、等等……

发行者通过天权币服务公司的人工服务网点、网站平台和服务机构进行登记、验证、制造和发行天权币。每一位天权币发行者的人权所对应的人类社会的自然资源和社会资源即是该货币的发行抵押物、锚。任何主权机构和非主权机构，任何公司都可以运营天权币服务公司和网站、平台和人工服务网点。所有的天权币服务公司、机构、网站和平台之间，都是使用统一的天权币技术标准和系统，并且信息是共享的和互通的，以及发行出来的天权币的所有基本信息是公开的。所有的天权币服务公司、机构、网站和平台在服务时是可以收费的，这些服务公司、机构、网站和平台从一开始就是有收入来源的，可持续运营和赢利的。这些天权币的服务公司、机构、网站和平台将随着天权币的发展而发展，可以发展成为像今天的银行和金融机构一样；或者是发展成为未来的适应天权币业务和民众需要的金融机构。

当今的数字货币技术足以保证上述定义的“天权币 God's Right Currency”的发行、使用、运营和发展。

一种货币要获得成功，根本上只要满足两个条件即可：一是它可以成功地发行；二是有一定数量的民众使用它。下图为天权币的运行结构。

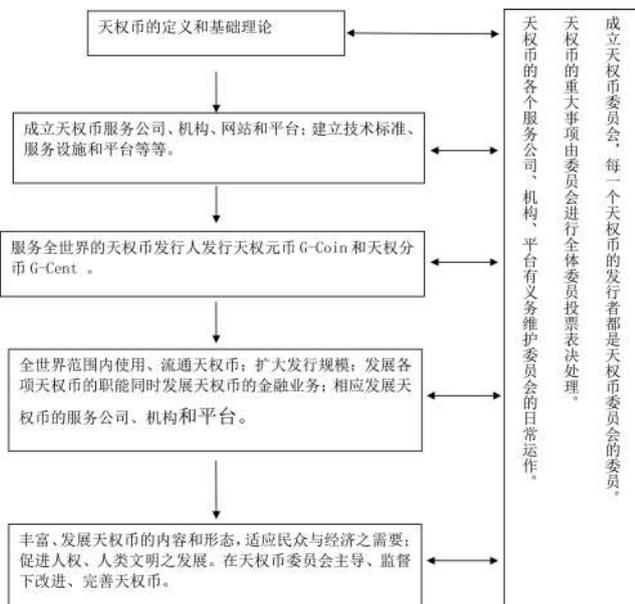


图 6 天权币的运行结构

3 人权属性为天权币注入强大生命力

当今世界，数字货币已在快速发展之中。许多种数字货币已在流通和运行之中，如比特币、莱特币、瑞波币等等；一些主权机构也在研究和准备发行数字货币；南美国家厄瓜多尔于 2015 年 2 月推出并正式运营“厄瓜多尔币”数字货币；美国加州于 2014 年 6 月发布法律宣布比特币等替代性货币（数字货币）使用合法；到 2018 年底，全球已有数百家数字货币交易所在运行。

数字货币理论与技术也相对成熟，从理论和技术层面上，天权币以数字货币的形式发行已是完全可行的。

由于全世界的每一个成年人都是天权币的发行者，都拥有天权币的币权，它必然会受到全世界最广大民众的接受与支持，从来没有任何一种货币的币权会如此完全地掌握在货币使用者手中；货币的使用者就是货币的发行者；货币使用者从发行自己的天权币开始就让他（她）的人权对应的一部分资源变现为可控的一笔可观的财富（天权币）；因此它就有可能成为人类最受欢迎的、最主要的和最稳定的货币。

天权币本身具有极为丰富的价值资源，它是对应发行者的人权属性的；而所有天权币发行者的人权属性对应的是世界上人类赖以生存的所有自然资源的总和；是对应所有人们在生存时互相依赖、互相支持、相互平等的社会关系的总和。天权币的这种人权属性为它注入了极其强大的生命力。

任何一种实物货币本身所包含的商品价值都会大大低于天权币的人权属性所对应的资源价值。金、银等贵金属货币本身所包含的商品价值也大大低于天权币的人权属性所对应的资源价值。金、银本位制主权信用纸币所对应的金、银贵金属的价值也同样大大低于天权币的人权属性所对应的资源价值。非金、银本位制的主权信用纸币所对应的其货币发行抵押物、锚、及主权信用等的价值总和也同样是远远低于天权币的人权属性所对应的资源价值。任何一种其他的数字货币的产生过程中包含的“工作量证明”或“权益证明”等所对应的价值也同样大大低于天权币的人权属性所对应的资源价值。

天权币发行者的币权是其人权的最重要的组成部分之一，同时又是发行者人权中的多种内容的极好表现形式；币权对普通民众而言不仅是其对应的资源和财富，还有助于普通民众实现其他的人权内容。天权币和人权将会共同发展、互相

促进、完美结合，对人类世界文明的发展产生深刻的影响。

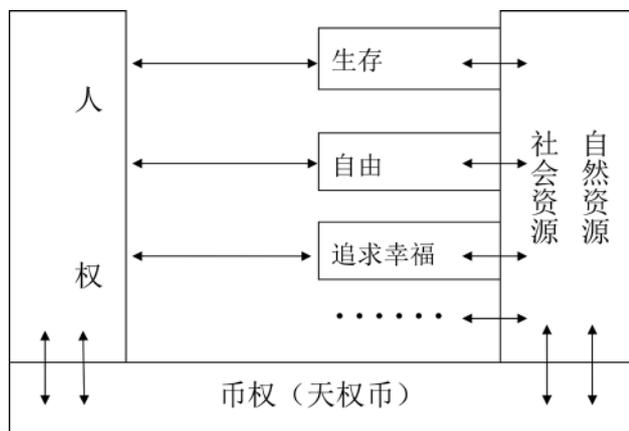


图7 人权与币权（天权币）关系示意图

4 天权币与货币理论

4.1 天权币是最具人权属性的货币

天权币首先是一种货币，然后它是最具人权属性的货币，所以天权币具备普通货币的一些基本职能：价值尺度、流通手段、贮藏手段、支付手段和世界货币。

由于天权币是最具人权属性的货币，由此它可能会具备其他的普通货币不具备的新职能，比如均衡民众财富、减少民众贫富差距、促进人类平等发展等等。这些是要在天权币发行、使用后逐步显现出来的。

4.2 天权币能够产生信用

信用是指以偿还本金和支付利息为前提条件的借贷行为。^[9]所有现有货币的信用形式和信用工具，天权币都是可以具备的。天权币信用的价格完全市场化，由市场决定。由于天权币具有对应的极丰富的价值资源，它会产生和形成功能更强、效能更高的信用形式和信用工具。

4.3 天权币可以具有现代金融业务的各项内容

现在的各种形式的金融机构和金融市场都可以操作天权币的各种金融业务；天权币也将给现在的金融机构和金融市场带来更加丰富的、更加稳定可靠的业务内容。

天权币的各个服务机构、公司也可以发展成为金融机构。

天权币是没有类似“中央银行”这样的机构的。各种天权币的服务机构、公司可以组成类似行业协会的机构进行天权币业务规范和管理。

4.4 天权币与通胀和通缩

如前面定义的，天权币的发行数量是规定的，天权币的

总数量就是一定的，是由世界总人口决定的一个规定的总数量。

针对于人口的不断出生和繁衍及已经发行天权币人口总数的不断累积，我们在后面的章节中将会探讨针对过世人口所发行的天权币的一些管理办法和规定，会使得天权币的货币总量保持长期的对应世界人口的总量，保持一种长期的均衡。

所以从理论上分析天权币不会发生通胀；但其在金融市场上的价格是会发生涨跌的。

天权币是可能发生通缩的。由于天权币的总量固定，当世界上多数地区发生过快的对天权币的需求时；或世界多数地区民众创造财富增长速度太快的时期，就可能会发生天权币的通缩情况。由于天权币是长期与多种货币共同存在的，当发生天权币通缩情况时，全世界各地区其他的在用主权货币可以帮助解决通缩问题。

4.5 天权币与货币政策

由于天权币没有类似“中央银行”的管理机构，并且其货币总量在一定阶段内是相对恒定的，没有短期内在货币总量上扩大与收缩的操作可能；所以天权币就短期总量概念而言，也就基本没有货币政策可以操作。

天权币在长期使用过程中是可以发展的。其货币总量从长期来考虑，要基本适应世界经济发展对其总量要求。天权币总量的定义和发展、改变，可以通过所有货币发行人进行投票的方式来决定。而为天权币服务的机构、公司和由它们组成的行业协会可以来组织这种投票。

4.6 天权币的利率

天权币的利率是完全市场化的，基本上由市场决定。

天权币服务机构、公司和由它们组成的行业协会可以用一些方式来协调利率的变化和稳定以利于经济健康发展，但无权管理和无可能操控利率和利率的变化。

4.7 天权币的准备金

天权币的服务机构、公司和行业协会可以制定、协调和执行一定的准备金率制度。这属于金融业务基本内容的范畴，而与天权币的币权无关。

4.8 人权本位货币

我们在将来可以继续探讨天权币是否是人权本位货币或者说人类资源本位货币。从这个层面出发，金本位货币和银本位货币对应的都是单一物资资源且有限数量而发行的货币，

这就对货币的数量和货币适应社会和经济发展的需要都带来了限制；而天权币则消除了这种限制。

此外任何金本位货币和银本位货币的币权是属于某个政权、机构或某一些极少数特殊人群；而人权本位天权币的币权则是属于全世界每一个人的。

5 天权币的单币和复币特性

5.1 天权币有两种货币形态：“天权元币 G-Coin”和“天权分币 G-Cent”

它们对应的货币发行准备都是货币发行人的人权属性所对应的自然资源的总和及社会资源的总和；两种形态货币的发行准备是对应同样的价值资源与财富资源，似乎这是一种货币的两个计价形态，是一种货币，单币。

由于它们发行数量的不同，而发行人并不保证它们之间按发行数量的比例来兑换，在市场上是完全独立使用、流通、和自由交换的，完全由市场决定；两种货币对应的发行准备的单位价值是不同的，就好像一个天权元币对应一个金币的价值，一个天权分币对应一个银币的价值；并且这种对应的价值差异是变化的，且是不一定按它们发行数量的比例来变化的；这样看它们就是两种货币，是复币。

天权元币 G-Coin 和天权分币 G-Cent 的发行数量的不同，会导致它们在使用时的功能、需求、价格等方面的差异，而这种差异可能是脱离它们发行数量比例关系的，这反映的是它们对应的价值资源没有固定关系的差异，这更接近是复币。

5.2 天权元币和天权分币不会发生货币历史上复币常出现的“劣币驱逐良币”的现象

因为没有发行者能够去规定和管理这两种货币长期恒定地按固定价格交换，任何一个货币发行人在发行完货币后就对其发行的天权币没有专门的管理权限。这两种货币在市场上流通、使用时，功能、需求等方面的差异也由它们市场价格的波动、变化来反映，消除了“良币”、“劣币”的成因。还有这两种形态的天权币对应的价值资源是信用度极高的价值资源，恐怕在世界上产生过的所有货币中，还没有任何一种货币的价值信用度能够超过天权币的。两种形态的天权币价值都是同样非常稳定可靠的。

5.3 天权元币和天权分币的汇率

天权元币和天权分币之间会长期存在一个互相交换的价格比例——汇率；且这个交换的价格——汇率是变化的，是由

市场决定的；但这个汇率会长期保持相对稳定，不像其他货币之间的汇率可能产生较大的波动和不稳定。这是由于天权元币和天权分币对应的价值资源都是一样的并且非常稳定，消除了汇率变化的最主要的因素；然后就是市场上两种天权币在流通时的方便程度、阶段性的需求变化等因素带来的汇率的变化。

天权元币和天权分币在流通时可能会产生大致的分工：金额较大的交易使用天权元币而金额较小的交易使用天权分币。市场上的同一商品会因为天权元币和天权分币的存在而存在两种标价，这两种不同的标价会由它们之间变化的汇率而得到统一。

5.4 天权币与其他货币的汇率

天权币与市场上流通的其他主权货币、实物货币（黄金等）、数字货币等也会形成各种交换价格——汇率，并且这些汇率是变化的，是可能有较大波动的变化的。这是因为天权币对应的价值资源和发行数量非常稳定，而其他的一些货币对应的价值资源和信用相对不稳定，在它们汇率发生变化时，往往是其他的一些货币对应天权币贬值。

由于天权币具有长期对其他货币汇率变化时的价值稳定，可以起到对货币市场的稳定器的作用，促进其他货币保持价值稳定；或者是促进价值不能自我稳定的货币被淘汰；这对金融市场的稳定、经济良好运行、持币人的公平、民众人权的保障等等都是有很大意义的。

5.5 天权币的单币还是复币特性，可以在以后的使用过程中继续探讨

两种天权币是复币也好，是单币也好，都不会影响它们的使用功能和效果。世界上的很多国家和地区，都在使用和流通两种及以上的货币，绝大多数都运行良好，没有大的问题。天权币不仅两种形式货币可以同时使用和流通的很好、没有大的问题，它们还可以与各种主权信用货币、实物货币（黄金）、各种数字货币等一起同时使用和流通，以满足不同地区、不同经济活动、不同时期的各种需求。



图8 金银复本位制时期法国金法郎



图9 金银复本位制时期法国银琅琅

6 天权币与主权和主权货币

6.1 天权币与主权和主权货币在基本内容和主要方向上没有根本冲突

天权币有两个最基本的内容和方向：一是天权币是一种货币并使之发展成为能够满足人类世界经济活动的功能齐全、全面平等、长期稳定的货币；二是天权币具备的极强的人权属性将为人权世界人权的发展、文明的进步起到巨大的作用和贡献。

绝大多数的主权国家和地区，其主权宗旨都是为该国家和地区民众谋福祉的；都是促进人权、经济、文明的发展进步的。

绝大多数的主权货币其宗旨也都是尽可能好的为这个国家和地区的经济活动和经济发展服务；为这个国家和地区民众谋福祉；其“铸币税”的根本目的也是由主权机构用来服务于民众的各种利益需求的；世界上绝大多数的主权政府也不是靠“铸币税”为主要财政来源的。

所以，天权币与世界上绝大多数的主权和主权货币在基本内容和主要方向上没有根本冲突且大致相同。



图10 金本位时期的美元纸币



图11 金本位时期的美元纸币

6.2 天权币与主权货币共存

天权币的使用和发展将会在很长时间内与世界上各个国家和地区的主权货币同时存在、协调运行，利大于弊，效益大于矛盾，成就大于摩擦。

天权币的前述定义和职能毫无疑问地会为世界各主权国家和地区的经济活动和民众福祉作出很好的服务和巨大的贡献。各个国家和地区的主权货币也可以同时为该地区的经济活动服务，并让主权机构有可以调控的工具来应对一些经济上的不良局面和事件，或实现主权机构的工作目标和宗旨。

天权币将会经历一个很长的出现、发展、完善的过程。在此过程中它的功能、规模、完善程度等等决定它不可能完全替代大多数的主权货币，对大多数主权货币都不会构成“存亡”的威胁，而是构成同时并存、协调运行、互相配合、共同完善发展的关系。

天权币与某一主权货币的良好协调配合，可以更好地为这个地区的经济活动和经济发展服务及更有效的解决一些问题。

6.3 各主权机构也是可以运行天权币的服务公司、机构、平台和行业协会

各主权货币金融机构和公司同样可以运行天权币的服务公司、机构、平台和行业协会的。

由于天权币的发行人是全世界所有的成年人，其货币发行、货币总量、金融业务等都是很大规模、很大工作量的，需要很多的服务公司、机构和平台，而主权和主权货币的一些机构在运行这些服务公司、机构和平台时还会有一些优势；并且在运行这些服务和业务时是有收益的，是有利可图的。

天权币的这些服务和业务内容也就是全世界范围的金融业务。哪家机构和公司尽早地进入和运行这些服务和业务，他们就会在这个行业中占据有利地位，发展顺利；哪个主权和主权货币的机构和公司尽早地进入和运行这些服务和业务，就可以帮助这个国家和地区在这个领域占据有利地位，获取利益。

6.4 天权币缓和主权货币之间的矛盾与冲突

当今世界各国的主权货币之间存在着激烈的竞争、矛盾和对经济等各方面的障碍，和由此带来的危机、不平等、冲突等等。

天权币的出现、运行和完善，可以给各主权货币之间带来很好的协调，减少矛盾、障碍和危机等等。

从天权币的定义可以得出，它会成为一种很好的世界货

币，必然对全世界的经济活动、文明发展、人权进步等等起到重要的作用；减少各主权货币间的矛盾和冲突，协调各主权货币更好地服务于世界经济活动、文明发展、人权进步等等。



图 12 非金本位时期的美元纸币



图 13 非金本位时期的英镑纸币

6.5 天权币缩小世界各国和地区之间的不平衡和差距

当今世界各个国家和地区之间经济发展很不平衡，民众生活水平差距很大，天权币的使用可以缩小这些差距。不发达的国家和地区尽早地、广泛地让民众发行和使用天权币、尽早地发展并参加天权币的服务公司、机构和平台，可以尽早地、有效的缩小这些差距，提高民众的生活水平和财富。这是一个所有国家和地区 and 所有民众几乎都同样平等地站在同一起跑线的财富增长之路。

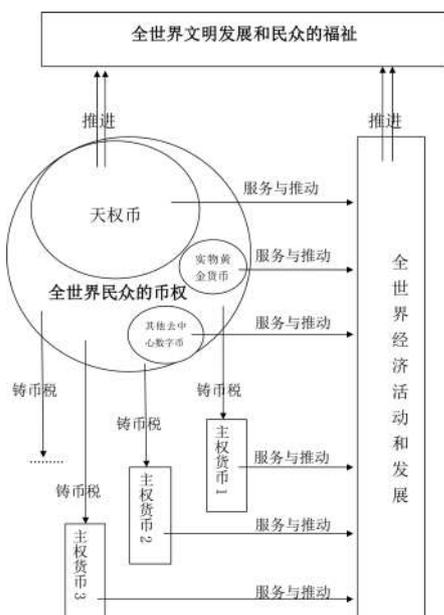


图 14 天权币与其他货币关系示意图

7 天权币与区块链

天权币初始以数字货币形式发行，并会在很长一段时间内主要以数字货币的形式运行。所有天权币是以数字电子技术和互联网技术为最主要的技术支撑来进行运行的。区块链是近年出现并广泛运用于数字货币的一种数字电子和互联网相结合的技术，具有一些独创性的技术优势并能突破某些在货币领域的传统与现实的限制。当今世界上很多成功运行的数字货币就是使用区块链技术进行设计、发行和运行的。天权币是否要用区块链技术？

7.1 区块链的主要技术优势

区块链最大的技术优势就是去中心化，不需要某个中心机构来为某类产品或服务进行发行、发起、认证、执行、维护和改变等，由此消除了中心机构带来的一些根本性的弊端。这是一个革命性的技术优势，它解决了陌生人之间的信任问题，由此可以给某些行业带来彻底的改变。

区块链技术还有交易记录不可篡改、历史记录可追溯，更高的系统安全性等优点。

当今世界上运行成功的一些知名数字货币都是靠区块链的去中心化技术优势赋予其生命力的。



图 15 使用区块链技术的数字货币“比特币 Bitcoin”



图 16 使用区块链技术的数字货币“莱特币 Litecoin”

7.2 区块链存在一些弱点

传统区块链技术通过“矿工”挖矿进行工作量证明或权益证明来建立新的区块，验证和通过新的交易，这可能会使交易成本偏高；特别是对应业务量很大的货币，会使得其交易成本很高。

区块链的分布式网络技术特点，要求每个节点都必须保存整个交易历史副本。当天权币的业务量巨大时，每个节点用户的存储需求是一个巨大的数值。

使用区块链技术的数字货币，其交易是具有匿名性的，这对于一种货币或金融业务而言，通常是一个弱点，而不是优势。

7.3 关于去中心化

天权币自身定义具有去中心化的属性，无需借助区块链的技术来达到去中心化的目的。

天权币在发行环节，定义发行人是全世界所有的成年人，这就保证了该货币发行权是去中心化的，这是货币去中心化的核心环节。

天权币的重大事项的改变，也规定是由所有货币发行人投票表决的方式来决定的，这使得该货币的发展与重大改变方面也是去中心化的。

也就是说，天权币自身具有在与币权有关的权属方面都是去中心化的属性。

天权币是要有服务机构和平台的，但是不是一个而是多个平行运行的、标准一致、信息互通共享的服务机构和平台。这样在安全性方

面，一个或少数服务机构或平台受到攻击时，可以提高整个服务系统的安全性。

7.4 天权币的发行、服务系统可以考虑不使用区块链技术来建立工作系统

现有的数字电子技术、计算机和互联网等技术足以支持和保证天权币的工作系统的顺利建立和平稳运行。当然，区块链技术在飞快地发展，天权币的发行、服务系统并不一定排斥区块链技术。

7.5 天权币关注区块链技术的发展

区块链在金融行业应用产生的一些新的技术系统如：R3 CEV（联盟链）和超级账本（私有链或联盟链），去除了传

统区块链技术的一些弱点，天权币金融业务系统也可以考虑用这些区块链技术来建立和运行。

区块链技术在全球金融领域的应用和研究正在飞速发展中，一些专门研发出来的区块链技术系统使得金融业务的效率大大提高。天权币在其金融业务的建立和发展时，可以考虑使用这些新研发出来的区块链技术系统。



图 17 使用区块链技术的数字货币‘瑞波币 XRP’

7.6 R3 CEV（联盟链）简介

R3 CEV 是一家总部位于纽约的区块链创业公司，于 2014 年由 David Rutter 创立，另外还有两位联合创始人 Jesse Edwards 和 Todd McDonald。由其发起的 R3 区块链联盟，至今已吸引了一百多家金融行业的银行等机构以及非银行金融机构的参与。从 R3 CEV 的定位来看，它是着重于发展公有链和私有链之间的层级：联盟链；目标是区块链在银行业的应用建立起一套完整的规则和标准。

目前 R3 CEV 比较成熟的产品是 Corda，它是一个分布式应用程序，包括以下元素的组合：状态对象（即数据）、合约代码（可操作）、交易协议（即商业逻辑编排）、必需的应用程序接口、钱包插件、用户界面组件等。这个产品创建的明确目的是用于记录和已注册金融机构之间达成的商业协议；Corda 采用了独特的方法实现数据分布和交易语义，同时保持了分布式账本的特性。^[4]

7.7 “超级账本”简介

超级账本（Hyperledger）是 Linux 基金会于 2015 年发起的一个多方合作开发项目，该项目将开发一个企业级的开源分布式账本框架，目的是让自由开发人员专注于建设强大的特定行业应用、平台和硬件系统，以支持商业交易。目前已经有一百多家企业和机构（大部分均为各行业的领导者）宣布加入 Hyperledger 项目。

超级账本从本质上说是一种协议 (Protocol)，既可以应用于 B2B 领域，也可以应用于 B2C 领域。它既符合监管的要求，又能满足各种竞争性行业在同一个网络环境中工作而产生的不同需求。超级账本的核心元素包括：智能合约（又称“链式代码”）、数字化资产、记录库、具有去中心化共识基础的网络，以及加密的安全性。除此之外，在实际应用中，各行业还会增加其他要求，如：性能、身份验证、交易的私密性、共识模型的可扩展性等。

超级账本已经建立了一套区块链初始需求标准，适用于以下三个抽象的应用场景：商业合约、资产保管、供应链。超级账本的架构由三个部分组成：成员资格、区块链、链式代码，这三个部分的分类只是一种逻辑架构。成员资格服务的功能是管理网络的身份、隐私权和保密性；区块链服务的功能是通过建立在 HTTP/2 基础上的点对点协议管理分布式账本；链式代码服务的功能是在验证有效的节点上提供一个安全、轻量级的沙箱，执行链式代码。

从定位来看，目前超级账本是以私有链及联盟链作为开发的目标，注重区块链的私密性、安全性，它与公有链的关系有点类似于企业的内部网络与互联网的关系。不过，超级账本的项目团队也提出了远大的愿景，未来也可能形成突破，成为另外一种形式的公有链。^[5]



图 18 厄瓜多尔政府发行的主权数字货币 Ecuador Digital Currency

8 天权币的自身发展与未来

8.1 设立天权币委员会

所有的天权币发行人都是委员会成员；天权币的所有重大事项都由委员会投票决定；所有的天权币服务公司、机构和平台都有义务为天权币委员会义务、免费工作。

8.2 天权币的新发与退出机制

前面的第二部分中我们定义了天权币的发行人是全世界每一个年满 20 岁的人，发行数量是 100 个天权元币 (G-Coin) 和 1000 个天权分币 (G-Cent)。随着新的年满 20 岁人数的增加，去世人口所发行的天权币必须要设定一个退出机制，以便使得天权币在总数量上保持一个相对恒定，这也是天权币价值恒定的基础。其对应的原理是活着的成年人平等地分享这个世界的自然资源和社会资源，人死后则退出这种资源分享。可以考虑以下一些方式进行操作。

所有天权币都是有编号及存储信息对应其发行者的。在其发行者去世后，其所发行的天权元币和天权分币我们可以设定一个时间段（比如三年）让其逐步贬值退出流通，理论上由所有天权币持有人均匀地、平缓地分摊去世人发行的天权币的退出。这种分摊办法在理论上不会减少天权币发行人的财富。我们假设人均寿命按 80 岁算，一个天权币发行人发行的天权币使用时间就是 60 年，每年就有约 1.7% 的天权币需要退出流通，也就是说每年有大约 1.7% 的退出天权币的价值需要天权币持有人均匀地承担；如果天权币持有人将自己持有的天权币用于最安全的投资方式进行投资，只要获得年 1.7% 的投资回报即可冲抵这些退出天权币所需要承担的价值，这在理论上是可行的。

如果一个天权币发行人不持有天权币，他（她）在发行完自己的天权币后即用这些天权币去换取了其他的财富而不持有这些天权币，那么他（她）也就享用了这些天权币对应的财富而不需要承担退出天权币的价值分摊。

天权币的价格是对应社会总财富的。当全世界的民众都在劳动、使用资源、创造财富时，社会总财富是在增长的；这些增长的财富包含进了被劳动者使用的资源的价值转化为了这些财富的价值的一部分。由于天权币的总数量相对恒定，那么天权币的价格就会随着社会总财富的增长而提高，意味着天权币持有人因为持有天权币而带来财富增长。这一块增长的价值也是解决退出天权币的价值分摊的一个来源。

天权币持有人的捐赠也是一种冲抵部分去世人发行的天权币退出的办法。捐赠人可以通过购买去世人发行的全部或部分天权币后一次性退出的方式进行捐赠。

天权币的服务机构和平台从天权币业务的盈利中设定一定的比例提出用于冲抵部分需要退出的天权币。随着天权币

的使用和发展，我们还可以找到更多的办法来应对需要退出的天权币。

8.3 天权币对其发行者的意义

天权币对于其发行者具有三大基本意义：一是让发行者真正拥有了币权并让其人权对应的资源具体地财富化，实实在在地拥有一笔丰厚的财富；二是广大的普通民众在其一生的劳动创造过程中，因其发行和使用天权币，其绝大部分劳动和创造的财富不会因为货币的因素而一生中持续地被掠夺；三是天权币发行者因其拥有了币权而使其人权状况获得很大的改善和提高，促进人类文明的大进步。

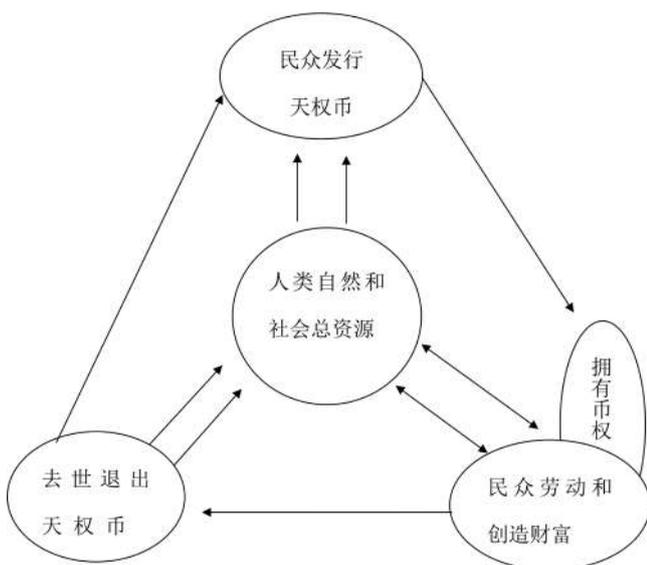


图 19 天权币发行者与人类总资源关系图

8.4 天权币的发行数量

关于天权币的发行数量，随着世界经济与市场对天权币的需求变化的积累，在一段时间后，有可能需要调整每一个发行人的天权币的发行数量，这个调整变化也由天权币委员会组织举行投票表决，由每一位天权币发行者进行投票表决来决定。

8.5 天权币之纸币和硬币

随着天权币的发展，天权币纸币或硬币可能有发行的需求。我们可以通过天权币服务机构和平台采取封存一部分天权币数字货币，而制造出对应的纸币或硬币；并且这些纸币或硬币是带有发射移动信号的芯片，完全对应封存的数字天权币（现代移动通信技术和网络技术的发展完全可以做到这种方式），天权币服务机构和平台负责收集、记录、跟踪这

些信号。这样就没有新的货币被发行或制造出来；只是同一编号的天权币以某一种形式（数字货币或纸币或硬币）进行使用、运行，并且可以改变。

9 天权币与人类文明之发展

9.1 货币与币权

在货币出现的初期，所有的人都是拥有币权的。随着人类文明的发展，货币的职能也随着一起发展的越来越多、越来越丰富，以适应人类文明发展的需要；货币的形式也就跟着一起发展变化以适应这些需要。不幸的是随着这些发展变化，普通民众的币权也逐步丧失、以至于完全丧失。世界货币史的内容清楚地反映了这个过程与现状。

当今世界几乎是由各种主权货币一统天下的局面。人们很难找得一种非主权货币的货币，在运行和主导一个国家或地区的经济活动。

而任何一种现行的主权货币都是完全剥夺普通民众的币权的。这对应的是普通民众平等地分享这个世界人类生存的自然资源和社会资源的权益在货币领域被完全剥夺了。

9.2 货币与民众的财富

现实世界中绝大多数与人类生存有关的各种资源都与货币有着各种紧密地联系和关联，货币甚至是其直接的表现形式。没有币权的普通民众也就丧失了大部分的分享这些资源的权益。任何人对劳动财富的获取、存储、交换、经营等都离不开货币，而使用劳动者自己完全没有币权的货币去完成这些过程，这些财富是完全没有保障的和必然地被窃取的。

普通民众完全没有币权，必然地让人权的很大一部分内容丧失。也就是说人权如果没有包括进币权的内容，则它的很大一部分根基是空虚的。普通民众用一生中的大部分时间和精力去劳动和创造财富，而这些财富在一生中都因为货币的原因被窃取和掠夺、被反复地、很大程度地窃取和掠夺，这就是人权的很大部分的丧失。

9.3 天权币让民众拥有币权、分享世界资源

天权币的发行和使用，让所有的普通民众都拥有了币权，即以一个具体的形式实现了普通民众分享人类世界生存的自然资源和社会资源。这对绝大多数的每一个普通民众来说，都是一笔很大的财富，可以让世界上每一个人的生存与发展从一开始就有很好的基础和保障，与任何以往历史阶段都大

不相同。天权币就像一种溶剂将大部分民众赖以生存的各种资源溶化后平均地分享给每一个人。这对人类社会的人权和文明的发展都将是一个巨大的推动力。

天权币的发行和使用,也让广大民众在对劳动财富的获取、存储、交换、经营等活动中使用劳动者自己完全拥有币权的货币去完成这些过程,这些财富不再会因为货币的因素被窃取和掠夺。而现实的情况是民众和劳动者的财富在一生中都因为货币的因素被窃取和掠夺、被反复地、很大程度地窃取和掠夺。如果天权币能够改变和消除这种状况,无疑对人类社会的文明发展起着不可估量的作用。

9.4 货币是生产力

生产力,即人类创造新财富的能力,是具有劳动能力的人和生产资料相结合而形成的改造自然、获得物质资料和财富的能力。

社会生产力是社会全体劳动者的生产能力、生产过程的总和。货币作为一种生产资料以多种方式贯穿于人类社会生产的全过程,在社会生产过程中极大地提高了社会生产的效率和财富效应,货币无疑是一种生产力。

天权币作为所有劳动者都拥有币权的一种货币,必然会更好地适应社会大生产的各种需求和提高劳动效率,提升劳动者的财富效应,将会是一种巨大的生产力。

9.5 天权币发行和使用将为彻底消除世界贫困人口起到巨大的作用

当今世界还有为数很多的贫困人口。他们大多生活在落后、不发达的国家和地区。如果靠他们自己的努力和他们所在的国家政府的努力,恐怕在很长一段时间里大多数人无法摆脱贫困。

天权币的发行可以让他们每一个人立即拥有一笔可观的财富,并且是与中等发达国家的民众、与发达国家的民众处于同一水准地分享财富,这对于贫困地区的贫困人口来说,无疑是一笔很大的财富,可以立即脱贫。

这些贫困人口在行使自己的币权、发行天权币后,获得了一笔可观的财富后,他们就有一个很好的基础可以更好的去继续创造财富、图谋更多的发展方式和机遇。他们所在国家和地区的政府,也会因为广大民众财富的普遍大幅增加,而有了与之前大不一样的国家经济环境,可以大有作为地发

展国家和地区的经济,广大民众因此一起发展受益。这对人类世界的文明发展有着很大的意义。

9.6 全世界民众的天权币

天权币的定义规定了全世界范围内的年满20岁的成年人都可以发现规定数量的天权币。这就决定了天权币必然地在全世界范围内普遍地被使用。货币有一个职能是世界货币,毫无疑问天权币将会成为一种很受欢迎的世界货币。

当今能够具有世界货币职能的一些货币,无一例外的都是主权货币,它们在世界范围内的使用和发展都会受到其自身属性和特点带来的一些限制,并且在行使世界货币职能的同时带来一些负面的因素。而天权币在行使世界货币职能的时候,由于它在人权属性方面具有的彻底意义的公平性,它必然会比现有的任何一种世界货币都能更受世界民众的拥护,能够更好地行使世界货币的职能,消除现有的世界货币在经济、金融、政治、文化等方面的一些深层的矛盾。

当天权币作为世界货币发展到一定时期,它会在很大程度上让全世界使用的货币趋于统一,而统一的世界货币对世界经济发展和文明发展的作用是不可估量的。

从货币是生产力这个层面出发,一种具有人权属性上彻底公平性的世界统一货币,它将会促进全世界民众的生产效率的大大提高,加速世界经济和文明发展进入一个新的时代。

9.7 天权币能够消除“国家”给人类世界带来的负面因素

当今的“国家”这种形式,是人类部落、种族、区域性人群为了抢占各种生存资源而在历史长河中自然形成与演变至今的一种人类群体联合生存的形式。它有很多形成和发展的主要内在因素:种族、文化、历史、技术、宗教、地域性、地理环境变化、霸权扩张等等。而保护和抢占各种生存资源则是一直贯穿国家演变的历史的。

当一部分人群联合成立了一个“国家”后,它对其他的人群是非常强有力而具威胁的一种形式,迫使其他的人群也联合成立国家这种形式以能够抗衡;全世界的人群也都根据上述国家形成的主要内在因素而成立各个国家,演变着人类“国家”的历史。

然而,纵观“国家”的历史长河,它们是充满暴力、掠夺、战争、屠杀、统治、压迫、愚民、动荡、灾难等等负面的因素。



图 20 第一次世界大战图片

各个国家的民众都在各自爱国主义的精神指导下为上述负面的因素出力或被上述负面的因素所伤害。当今世界人类文明已经发展到一个高水平的阶段，上述“国家”的这些负面的因素已经被越来越多的世界民众所认识与清醒。探讨和发展一种新的世界民众公平与和谐地共处和生存的形式以替代“国家”这种形式就是非常现实的需要和意义非凡的一件事情。

天权币定义的最主要基本内涵就是全世界的民众平均地分享世界的所有自然资源和社会资源，这个基本内涵就有消

除国家存在的最主要因素的作用；天权币可以是很好的世界货币，可以在很大程度上让全世界的民众使用统一的货币，这也可以消除一部分国家需要存在的因素；天权币还具有消除世界贫困人口的作用，让全世界民众的贫富差距缩小，各国贫富水平拉近，缩小“国家”形式被替代的阻力；天权币的普遍使用无疑还会促进全世界民众的交往，促进世界文明进程的发展，这些作用也都对“国家”这个形式被更好的形式所替代有促进作用。天权币在使用和发展一段时间后，我们将还会发现它的其他一些职能和作用。



图 21 第二次世界大战图片

参考文献

- [1] 刘智英, 刘晓宇. 货币银行学 [M]. 清华大学出版社, 2018, 4.
- [2] 刘智英, 刘晓宇. 货币银行学 [M]. 清华大学出版社, 2018, 6.
- [3] 刘智英, 刘晓宇. 货币银行学 [M]. 清华大学出版社, 2018, 28.
- [4] 黄振东. 从零开始学区块链 [M]. 清华大学出版社, 2017, 202.
- [5] 黄振东. 从零开始学区块链 [M]. 清华大学出版社, 2017, 214.

Analysis and Evaluation of the Financial Core Competence of Private Enterprises

Hui Yang

Yunnan Qiwei Financial Management Consulting Co., Ltd., Kunming, Yunnan, 650200, China

Abstract

With the rapid development of social economy in China, private enterprises need to keep pace with the times in order to deal with more crises. Now, the private enterprise is in a new period, its financial core competitiveness will run through the financial dynamic development of the whole company. This paper analyzes the connotation, characteristics and evaluation indicators of the financial core competitiveness of private enterprises, and combined with the current situation of the development of the company, hoping to provide a certain reference value for private enterprises.

Keywords

private enterprise; finance; core competitiveness; analysis; evaluation

民营企业财务核心竞争能力的分析与评价

杨辉

云南祺为财务管理咨询有限公司, 中国·云南 昆明 650200

摘要

中国社会经济飞速发展, 民营企业愈发需要与时俱进, 才能够处理更多的危机。现在, 民营企业正处于新时期, 其财务核心竞争力将贯穿整个公司的财务动态发展。本文分析了民营企业财务核心竞争力的内涵、特性与评价指标, 并结合公司自身的发展现状, 希望为民营企业提供一定的参考价值。

关键词

民营企业; 财务; 核心竞争能力; 分析; 评价

1 引言

企业竞争力包含诸多要素, 对原本就缺乏发展的民营企业而言, 怎样提升自己的核心竞争力非常关键。目前, 市场经济模式愈发多元化, 控制企业财务核心竞争力需要综合多种方式评价分析, 并辅以专家评判与人民决策, 综合量化分析企业的财务支出、收入与流水等, 希望通过构建金融核心竞争力的评价指标, 有效提升企业财务能力与财务评价的准确性。

2 民营企业财务核心竞争能力内涵的界定

因为社会的飞速发展, 中国经济在不断转型。一开始是农业经济, 后来到了工业经济, 现在是知识经济, 其给民营企业造成的影响最突出关键。从民营企业的理财角度看, 其经营行为没有停留于传统的经验决策, 而是转向了知识决策; 其资产形态也有改变, 以前是有形资产为主, 现在是大量投

入无形资产。知识经济的核心要素内涵体现在市场份额与产出规模持续扩张方面。不过现在社会的本质也就是持续加深占有各类知识与运用知识资本的程度。财务管理模式在经济基础角度也从传统工业经济转向了现代知识经济, 要求发展财务管理模式需要创新。民营企业要实现财务管理模式与目标内容的创新, 第一步需要从思想观念上开始创新, 改变财务管理思想。研究人员把民营企业财务核心竞争能力分成三个方面, 具体有财务表现、活动及管理能力。企业只有持续创新, 才可促进可持续发展, 从而确保企业收获足够的经济效益^[1]。总的而言, 民营企业的财务核心竞争能力表现在由于知识与创新的互相作用, 企业能够得到更加动态发展的可持续盈利能力, 并贯穿于民营企业的整体动态财务管理体系中。而企业正不断深入发展, 强化了财务核心竞争能力, 其定义也在不断改变, 变得更为丰富了。

3 企业核心竞争力的评价指标

企业财务实力和集成化分析市场核心竞争力，需要调整分析企业的财务支出、财务流水、财务收入与净利润等内容，并注重财务创新、明确考核指标，有效提升评判标准与指标量化分析^[2]。

(1) 价值性指标

价值性指标指企业利用财务核心竞争力获取投资回报等成本收益，表现为企业的基础性财务效益，一般是企业最看重与关注的地方。

(2) 延伸性指标

企业财务核心竞争力可以有效延伸企业产品，让企业产品更具影响力，有效提升产品的价值属性。

(3) 缄默性指标

缄默性指标指两者具备同等核心竞争能力时，其它单位的财务成本评价情况。

4 民营企业财务核心竞争能力的特征

(1) 内生性

民营企业财务核心竞争能力属于财务管理上的软实力，和民族文化相同，其技能较为特殊。这方面表明了它是不能被交易的，对竞争对手而言，也无法被模仿与超越。

(2) 延展性

民营企业的财务核心竞争能力一方面能够有效保证企业原来的主营业务可以继续长远发展，另一方面还能够让企业有更多精力在新的行业发展新的业务能力^[3]。总而言之，财务核心竞争能力十分统筹，其可以很好地驾驭企业中的其它所有能力。

(3) 价值性

企业财务核心竞争能力可以让企业利用最少的投资金额创造最大化的利润空间，极大提升企业的资金运转效率与水平。

(4) 异质性

财务核心竞争能力属于企业这样的特殊机构里，并且是由企业员工这样的群体所共同塑造的企业文化，由于其独特性，成为每个企业自身的特殊文化产物。

(5) 刚性

财务核心竞争能力不可能在很短的时期内培养起来，它是需要企业在长期成长发展中持续积累而成的。所以，财务

核心竞争能力十分稳定，可以有效保障企业的可持续发展。

(6) 缄默性

由于财务核心能力的载体只有企业，如果没有该载体，它在其它地方都无法得到很好的效果，因此它不能被复制，也不能被交易。

(7) 动态非均衡性

财务核心能力时刻在变化着，并且根据时代发展的脚步也有着相应发展。即其不但能够传承，还能够有所创新，发展更加动态多元。

5 关于评价体系内各指标层的计算

评价体系中计算子指标的分化与量化权重需要通过层次分析法处理，先通过控制和转换不同的准则标准，专项管理影响因素、子项指标等内容，完成构建和分析处理子项指标层。量化分析和计算权重值，通过定性来分类，并通过权重量化的方式计算，重视工作排序，并量化控制调整指标计算与判断矩阵等。同时，辅以专家评价的形式，控制和转换内容监控、矩阵指标数值与因素分析等内容。同时，优先级控制指标，可以通过群体决策的形式制定与划分子项指标权重，并以优化工程指标与因素权重比为基础，建立综合性评价体系，通过差异或平均值来计算处理。

6 民营企业财务核心竞争能力评价指标构成

6.1 财务总监的才能与制度安排

当前企业管理的过程中，财务总监的身份与角色十分关键。由于财务总监手里有着关系到企业生死存亡的重要财务信息资源，因此其才能和企业将来的发展情况与规模等息息相关。因为市场经济的飞速发展，市场竞争也愈发激烈，只要有所失误，企业很可能就无法存活下去。因此，需要对财务总监的能力提高要求，他们不但需要具备扎实的财务、金融等知识基础，还需要具备足够的实际操作经验。在企业中，财务总监的具体工作是负责企业理财和金融市场交互、风险管理等，最关键的就是识别和企业核心竞争能力^[4]。所以，CFO对于企业机构而言始终是无法被取代的，它可以确保民营企业财务核心能力的形成。CFO对企业的价值不光局限于自身的能力水平，更取决于企业制度的设置。如果企业制度足够成熟完善，CFO可以更好地组织资金活动，并妥善处理企业中的所有财务关系。

6.2 财务战略管理能力

财务战略管理指利用判断国家政策、市场发展趋势及竞争对手的市场策略等大局环境,考虑到企业自身的战略发展,全局长远地谋划企业的资源筹集与配置。其作为企业战略理论的关键一环,需要以企业战略为指导,不可以光停留在财务层面,而是需要顶层设计。因此,民营企业如果要想实现长远发展,必须把培育财务核心竞争力放在第一位,通过财务管理层面加大投资企业主营业务、技术产品等,防止陷进不必要的资金陷阱。

6.3 财务的应变能力

财务应变能力指企业能够很好地控制、协调风险与财务关系。因为眼下是经济一体化的时代,企业不是单独存在的,它们随时都在和世界有着密切联系。这不仅为企业带来了许多机遇,同时也让企业多出更多挑战^[5]。因为外界的干扰因素会随时影响到民营企业的生存发展,因此,民营企业不但应该提高自身管理风险预警的能力,还需要加强财务关系之间的协调,处理好主体间的利益关系,确保充分利用企业中的有效资源。

6.4 技术平台创新

对企业而言,培养核心竞争力还是需要核心技术,其创新可以有效保障核心竞争力的形成。而价值工程的观念十分重要,它可以有机结合金融工程与现代信息技术,形成满足现代企业发展需求的新技术方法,从而在优化配置财务资源的基础上,以价值创造为核心,以金融工程为支柱,以管理工程为基础,让企业获取最大的经济效益。

6.5 财务的预警能力

财务的预警能力也叫预警管理能力,这个概念对于大部分人而言是相对陌生的,到现在为止,不管是学术界还是行业内也没有严格定义下的预警管理能力概念。所以,预警管理能力的定义先放到一边不谈,企业只需要通过理解该能力来加强财务预警。预警管理,也就是判断预测接下来可能会遇到的问题,并通过对应的举措来规避风险,尽可能降低损失。民营企业的财务预警能力具体有监测、诊断、预知与矫正这四类功能,不断统计与分析企业的生产经营与财务状况之后,获取对应的指标数值,以长期的统计为基础,对比分析数据来判断企业的经营水平,从而制定出扬长避短的企业发展战略。

6.6 财务理念创新

培养创新能力需要创新理念的指导,不管是科技创新、体制创新还是政策创新,都离不开对应的发展观念。目前,民营企业应该不断提升自己的发展观念水平,推动企业长远健康发展。因为现在市场产品愈发多元化,同时也正走向饱和。此时,如果民营企业想更好的生存发展,需要提高自身的市场竞争力。经济一体化不但为企业带来了许多风险,同时也给企业创造了足够多的机遇^[6]。民营企业如果要想进一步创新财务管理模式与目标内容,最关键的还是要改变财务管理思想,创新财务管理的思想意识形态,才能从容地应对挑战,实现自我成长。

6.7 财务业务流程再造能力

业务流程再造是当下流行起来的管理思想,其集合了理念和实践,不但具备指导价值,还有较强的实践性,通过彻底变革创新业务流程,让客户更加满意,而且利用先进的管理手段,让企业有效提升各方面的运营效率,有效解决当下的财务问题。从财务管理体制、组织形式、角色定位等方面进行业务流程再造,能够让财务管理更加实时有效,从而提升企业的财务核心竞争能力。

7 结束语

总而言之,在整个市场大环境中,企业同时存在优势与缺陷,提升其财务核心竞争力便可很好地把握企业优劣势。所以,企业应该注重构建层次因素指标、财务分类指标与专家评价体系等,及时总结财务工作,并综合优化企业的经营模式、管理体系与市场核心竞争力等内容,更好地实现企业综合性财务体系与财务指标细化。

参考文献

- [1] 华幸,乐琦.我国物流上市公司竞争的影响因素实证研究[J].物流科技,2016(7):12-15.
- [2] 苏喆彬,雷振华.核电行业上市公司核心竞争力探讨——基于财务视角[J].现代商贸工业,2018(23):103-104.
- [3] 何雍.中小企业财务管理效率的路径探析[J].企业改革与管理,2017(9):93.
- [4] 刘小彤.中国传媒业上市公司核心竞争力评价研究——基于财务的视角[J].经济研究导刊,2018(18):63-66.
- [5] 易艳红,冯国珍.基于财务视角的不同业态零售企业核心竞争力实证分析[J].企业经济,2018(7):114-117.
- [6] 薛建,汪红梅.中国需要怎样的社会创业[J].财经科学,2017(2):72-79.

Analysis on the Reform of Enterprise Human Resource Management in the Age of Big Data

Ning Wang

PowerChina Real Estate Group Ltd., Beijing, 1000097, China

Abstract

One of the important components of enterprise management is human resource management, which aims to achieve the goal of enterprise strategic management. With the advent of the era of big data, enterprise human resource management needs to change with the arrival of the era of big data, making the work of enterprises more systematic and standardized. This paper mainly analyzes the specific measures for the reform of enterprise human resource management in the era of big data.

Keywords

big data era; enterprise human resources; management change

浅析大数据时代企业人力资源管理变革

王宁

中国电建地产集团有限公司, 中国·北京 100097

摘要

企业管理的重要组成部分之一就是人力资源管理, 它的目的是为了实现在企业战略管理目标。随着大数据时代的到来, 企业人力资源管理也需要跟随大数据时代的到来而进行改变, 使得企业各项工作变得更加系统化和规范化。本文主要浅析在大数据时代进行企业人力资源管理变革的具体措施。

关键词

大数据时代; 企业人力资源; 管理变革

1 引言

随着大数据时代的到来, 企业的管理方式也在随着大数据时代的变化而变化, 企业人力资源管理作为企业管理的重要组成部分, 也需要进行相应的变革, 确保企业战略的实现, 为企业战略目标的实现提供人才保障。企业人力资源如何在大数据时代下进行变革, 成为企业人力资源管理部门的首要工作。

2 企业人力资源管理在大数据时代变革的意义

2.1 提升人力资源管理效率

大数据时代的到来, 使得企业人员的信息变得数据化, 企业人力资源管理部门可以通过数据去进行员工信息的收集、整理和管理, 从而对企业员工的信息进行更准确的掌握, 精确分析企业员工的信息, 对企业员工进行日常考察、分析和选拔, 制定科学、合理的管理制度, 以提高企业人力资源管

理的效率。同时, 企业人力资源管理部门可以运用大数据分析企业员工的自身特点, 从而设计出更适合企业员工的培训方针和管理方针, 对员工进行科学有效的培训和管理, 有助于提高企业员工的综合素质, 从而提升人力资源管理效率^[1]。

2.2 提升企业市场竞争力

人才是企业生存和运营的根本, 随着大数据时代的到来, 市场的竞争逐渐增大, 对于企业的生存和发展带来了挑战, 而企业的竞争之一就是人才的竞争。因此, 提升企业员工的综合素质和工作积极性对于企业市场竞争力的增长十分重要。企业人力资源部门要根据大数据时代的发展来调整工作模式, 完善人才筛选制度和人才培养制度, 为企业吸纳和培养更多的人才, 在提高企业工作效率的同时提高企业的市场竞争力。

2.3 提高企业人力资源管理地位

大数据时代的到来改善了传统企业人力资源管理的模式,

使得企业人力资源管理工作变得智能化、高效化,提高了企业人力资源管理的效率,节省了人力资源管理部门的时间和精力,使企业人力资源管理部门有更多的时间和精力去参与企业的发展战略问题,为企业的良好发展提供了充足保障^[2]。

3 企业人力资源管理中存在的问题

3.1 管理制度的缺失

目前,很多中小型企业并没有健全的人力资源管理制度,甚至有些企业没有专业的人力资源管理部门,导致企业在对员工进行日常考察和评价时,都是按照领导层的主观印象进行,并没有对员工进行实际分析和考核,使得部门员工不能在工作中发挥自己的潜力,影响人才的培养和发展,进而影响了企业竞争力的提升。同时,企业人力资源管理制度还包括对员工的录入、迁调、奖惩、考察、选拔、任聘和解聘制度,很多企业的人力资源管理部门并没有对这些进行相应的制度制定,导致很多员工在进行工作交接的过程中出现问题,影响了企业工作的正常开展。

3.2 管理职权的缺失

企业人力资源管理部门的职责包括制定本部门的工作计划,制订、修改企业各项人力资源管理制度和管理办法、协调各部门之间的工作、合理评价岗位价值、根据企业岗位需求和人力资源规划制定招聘计划、制定公司薪酬、福利方案、办理企业的录用、迁调、奖惩、离职、退休以及业绩考察方面的相关事宜。但是,大部分企业的人力资源管理部门都可以做好自己的本职工作,而部分人力资源管理部门在进行人才的招聘和升迁考察时,还需要按照企业领导层的意思进行,导致企业内部人员感受到待遇不公平,进行影响了企业员工的工作积极性,不利于企业人力资源管理工作正常开展,也不利于企业的健康发展^[3]。

3.3 管理效率不高

目前,中国很多企业的人力资源管理部门还没有依据大数据时代的到来而进行相应的管理理念、管理模式和管理制度的调整,还采用传统的人力资源管理方式,一方面不能全面、精确地对企业员工进行综合评价,导致在进行员工晋升问题时会出现弊端;另一方面是传统的人力资源管理方式不能根据时代和企业的发展来制定人力资源规划,协助其他部门完成工作,导致企业内部的人力资源管理部门效率低下,不利

于企业的顺利发展。

3.4 专业人才的缺乏

专业的人力资源管理人才可以制定科学的人才招聘方式,科学的对企业内的员工进行评价、协调好企业内各个部门之间的工作,从而促进企业的良性运行。但是,很多企业并不具备专业的人力资源管理人才,对于企业的人力资源管理很多都是企业内行政部门兼任的,并不能发挥人力资源管理的真实作用,影响了企业在市场经济在的发展。

3.5 信息化技术水平低

信息化技术水平的高低是影响企业在大数据时代下发展的必要条件,也是提高企业人力资源管理效果的关键。目前,中国很多企业并没有提高企业自身的信息化技术水平,没有完善企业内部的网络建设,导致人力资源管理部门还采用传统的人力信息数据收集、管理方式,不仅加大了企业人力资源管理的工作量,还影响了企业领导对于其他员工的正常判断。因此,提高企业的信息化技术水平十分重要^[4]。

4 企业人力资源管理在大数据时代变革的措施

4.1 管理理念的转变

企业人力资源管理部门需要提高自己对于大数据时代的认知,转变传统的管理理念,进行管理制度和管理模式的改变,从而提高企业人力资源管理的效率。首先,企业领导层要鼓励人力资源管理参与与大数据相关的会议及讲座,改变人力资源管理参与人员的思维模式,拓展人力资源管理参与人员的视野。其次,企业领导层要对人力资源管理参与人员的计算机能力进行培养,让人力资源管理参与人员认识到计算机与人力资源管理之间的关系,为人力资源管理参与人员制定更好的管理制度和管理办法奠定基础。最后,企业领导层还要对人力资源管理参与人员进行企业发展相关问题及方向的培训,让人力资源管理参与人员可以根据企业的发展来进行人力资源管理工作开展,从而促进企业的可持续发展。

4.2 管理制度的优化

管理制度是企业人力资源管理部门提升管理效率的关键,大数据时代带来了管理理念和管理模式的变化,企业需要优化管理制度以提高管理效率。首先,要优化管理制度的内容,企业人力资源管理制度要包括奖惩制度,通过奖惩制度来约束企业员工的行为,提高企业员工的工作积极性,从而保证

企业的政府运营。其次,要优化管理制度的形式,不断根据企业发展过程中会遇到的问题去完善制度形式,避免企业在运行的过程中出现重大失误,保证企业的正常运行。最后,要优化管理制度的计划,健全的企业人力资源管理制度是对企业人力资源状况进行分析的重点,企业应完善人力资源管理计划,建立制度化、规范化、科学化的人力资源管理制度,为企业的良性发展保驾护航^[5]。

4.3 专业人才的培养

专业的人力资源管理人才是企业竞争力提升的关键,企业要构建高素质的人力资源管理人才,促进企业的健康发展。首先,企业在进行人才的招聘时,应该运用大数据去进行人才的筛选,不仅要对人才的知识及能力进行筛选,还要对人才的心理素质和思想道德方面进行筛选,为企业引入能力强、品德高尚的专业人力资源管理人才,完善企业的人力资源管理部门。其次,企业要为人力资源管理人员提供培训的机会,定期开展人力资源及大数据相关的讲座及会议,在提升人力资源管理专业人员知识的同时提高人力资源管理对于计算机及大数据的操作。最后,企业要完善对于人力资源管理考核制度,运用制度去激发人力资源管理的工作积极性,减少人力资源管理的工作失误,从而提升人力资源管理部门的工作效率。

4.4 信息化技术水平的完善

企业的信息化技术水平影响了企业在大数据时代的发展水平,因此完善企业的信息化技术水平至关重要。首先,企业要根据自身的发展构建属于企业内部的信息化管理平台,使人力资源管理部门可以通过信息化管理平台进行员工信息的收集和整理,为人力资源管理部门的信息化办公提供场所。其次,企业要根据大数据时代的发展进行信息化管理平台功能的完善,避免人力资源管理部门在使用信息化管理平台过程中出现功能不齐全的现象,减少人力资源管理部门的工作量,从而提高人力资源管理部门的工作效率。最后,企业要定期对信息化管理平台进行维护,提高信息化管理平台的安

全性,避免企业内部信息及员工信息的丢失,保障人力资源管理部门的安全工作开展。

4.5 奖惩机制的完善

企业的市场竞争力是企业生存和发展的基础,随着大数据时代的到来,企业所面临的市场竞争力逐渐增大,员工的流动性也在逐渐增大,这对企业人力资源管理工作带来了困难。因此,企业人力资源管理部门应该完善奖惩机制,运用奖惩机制来激发员工的工作效率,提高员工的工作责任心,从而提升企业的市场竞争力。例如,人力资源管理部门在对员工进行日常考察时,可以多方面进行,根据员工的日常表现去设计奖惩机制,把员工的利益与企业的盈利挂钩,进一步激发员工的工作积极性,从而提升企业的市场竞争力^[6]。

5 结束语

综上所述,企业人力资源管理在大数据时代进行变革,不仅是对人力资源管理工作的一次改变,也是对企业工作效率及市场竞争力的一次挑战。因此,企业应该认识到大数据时代对人力资源管理所带来的冲击,不断进行人力资源管理的改革,使企业在大数据时代下顺利运营。

参考文献

- [1] 姜荣华. 大数据时代企业人力资源管理变革的相关分析 [J]. 中外企业家, 2019(30):92+109.
- [2] 李春燕. 大数据时代背景下企业人力资源管理的变革思路探索 [J/OL]. 现代营销(下旬刊), 2019(10):201-202[2019-11-11].
- [3] 徐艳. 大数据时代企业人力资源管理变革策略探讨 [J]. 现代营销(经营版), 2019(11):15-16.
- [4] 贾晓菲. 大数据时代企业人力资源管理的创新研究 [J]. 劳动保障世界, 2019(26):4-5.
- [5] 王坤娜. 大数据时代企业人力资源管理面临的机遇、挑战与创新 [J]. 企业改革与管理, 2019(17):86-87.
- [6] 周迪. 大数据时代企业人力资源管理的思考 [J]. 中外企业家, 2019(26):93.

Research on Comprehensive Benefit Evaluation of Distributed Photovoltaic Power Generation Projects

Tong Zhang

Jiangsu Energy Investment Co., Ltd., Xuzhou, Jiangsu, 221000, China

Abstract

Solar energy is an inexhaustible clean and renewable energy. The development and utilization of solar photovoltaic power generation is in line with China's policies of energy saving and environmental protection, and plays an important role in optimizing energy structure and promoting sustainable economic and social development. Therefore, this paper mainly introduces the meaning of distributed photovoltaic power generation, and outlines the principles that need to be adhered to in establishing the comprehensive benefit evaluation index of the project, and divides it into four indicators: technical benefit, economic benefit, environmental benefit and social benefit. It is hoped that it can be used as a reference for the comprehensive benefit evaluation of distributed photovoltaic projects.

Keywords

distributed photovoltaic power generation; comprehensive benefits; evaluation

分布式光伏发电项目综合效益评价研究

张童

江苏省能源投资有限公司, 中国·江苏 徐州 221000

摘要

太阳能是一种取之不尽用之不竭的清洁可再生能源, 太阳能光伏发电的开发利用符合中国节能、环保等各项政策, 对优化能源结构、促进经济社会的可持续发展具有重要的作用。因此本文主要介绍了分布式光伏发电的含义, 概述了建立项目综合效益评价指标所需要坚持的原则, 并将其分为了技术效益、经济效益、环境效益及社会效益四个指标进行探讨, 希望对分布式光伏发电项目综合效益评价研究具有借鉴意义。

关键词

分布式光伏发电; 综合效益; 评价

1 引言

依靠补贴高, 效益好的优势, 近几年中国光伏项目建设迅猛。但伴随着国家补贴资金不足; 电网变压器容量限制; 组件、逆变器供应商无节制的夸大发电量和电站收益, 光伏的发展危机重重, 投资方更加重视对于项目的综合效益评价, 研究光伏发电项目综合效益评价方法, 有助于发现和纠正项目评价过程中存在的问题, 为投资项目做有力支撑, 促进中国光伏发电产业的健康发展。

2 分布式光伏发电含义

当前, 社会经济发展的同时带来了许多的环境问题, 并且能源越来越紧缺, 而分布式光伏发电是通过使用光伏组件, 在最大程度上利用太阳能, 将其转变为电能的一种发电系统,

作为一种新型发电方式, 分布式光伏发电是利用了就近发电、就近使用的原则, 与同等规模光伏电站的发电量可比拟, 重要的是减少了损耗, 造成的污染也是比较小的, 具有良好的环保效益, 在一定程度上减轻了我国用电紧张的局面^[1]。

3 建立分布式光伏发电项目综合效益评价指标体系遵循的原则

3.1 全面性与重要性原则

分布式光伏发电项目综合效益评价指标在建立时需要遵循全面性原则, 将有可能产生的影响因素都要包括在内, 包括技术、经济、环境及社会效益^[2], 缺一不可。并且各个影响因素之间可能还存在一定的相关性, 所以该项目综合效益评价指标的确定需要坚持重要性原则, 所选取的指标不在于数目过多, 而是具有代表性, 对现实影响较大, 这样才有

助于综合效益评价工作的顺利进行。

3.2 科学性与公平性原则

在确定综合效益指标时要坚持科学性原则, 必须保证所获取信息的真实性, 来源的可靠性, 使确定的指标有实践承载力, 并且要易于量化, 具备普遍使用性, 这样才能使综合效益评价指标具有现实意义。

3.3 可持续性与灵活性原则

分布式光伏发电电站项目的实施处于可持续发展的大背景下, 其评价指标的确定需要坚持可持续发展原则, 充分将技术、经济及环境、社会效益结合在一起, 从而真正发挥该项目的价值; 由于不同地区的经济水平、文化及环境都存在着差异, 所以该项目综合效益评价指标需要坚持灵活性原则, 有相近意义的指标也是可以进行替代的。

4 分布式光伏发电项目综合效益评价体系指标

对一个项目综合效益的评价是需要进行科学合理的评价, 是项目顺利实施的基础, 需要根据该项目的实施环境, 根据项目自身的特点去建立综合效益评价体系。以经济效益为主要目的, 同时保证技术、环境及社会效益, 坚持科学性、客观性、公正性及定量与定性相结合的原则^[1], 本文介绍了分布式光伏发电项目的综合效益评价体系的四个指标。

4.1 技术效益评价指标体系

在分布式光伏发电项目运营过程中, 技术效益评价主要包括电站地址选择效果的评价, 地质条件、气候条件、太阳辐射资源评价、光伏组件选型及设备系统维护能力评价及光伏消纳比的测算。太阳辐射资源的评价主要是以太阳总辐射和日照小时数作为指标。电厂站地址选择效果的评价主要有地质地貌、气候及交通、并网等条件。气候影响到分布式光伏电站的安全性及稳定性, 如果出现恶劣天气, 将会给光伏电站造成灾难, 造成巨大的经济损失, 并且近年来中国雾霾天气居多, 严重影响到了光伏发电的质量。保证光伏电站场地平整开阔, 使其有助于各项设备的运输与维护, 这样的好处是可以降低项目成本, 有助于项目的大规模开发。要充分考虑到光伏电站的选址与电网的接近程度, 从而促进电能并网。如果企业采用的是“自发自用、余电上网”模式, 在这一模式下, 自用比例越高, 消纳比例越高, 通常投资收益率也越高, 利用光伏消纳比例 =

光伏发电自用电量 / 光伏发电量公式测算投资收益, 首先要对光伏发电量进行预估, 光伏发电量通常与装机容量、当地辐照量等因素有关, 综合考虑太阳辐射量、太阳能电池组件转化效率、系统损失、线路、变压器损失等因素预估实际发电量, 参考企业至少过去 1 年用电数据和当地辐照量 (前 10 年的气象数据) 来预估自用电量。设备性能评价指标主要包括技术的可靠性、系统运行维护水平及太阳能电池阵列, 这些指标对保证项目的技术效益是非常重要的。

4.2 经济效益评价指标体系

经济效益是分布式光伏发电项目中重要指标, 也是广受投资方关注的重点, 经济效益评价主要是财务可行性评价, 包括盈利能力评估、清偿能力评估、敏感性评估。依据现行的财税制度、光伏补贴政策, 依据《国家能源局发布的光伏发电工程设计概算编制规定》及《光伏发电场工程概算定额》等标准, 测算项目的投资成本、总成本费用、测算上网电价及发电效益, 分析项目的盈利能力、清偿能力等财务状况, 评价项目的可行性。

在对分布式光伏发电项目经济效益的评价中, 其盈利能力关系着项目的盈利水平, 也影响着该项目是否有足够的投资, 对项目的经济效益有直接的关联, 主要评价指标包含项目总投资、电量、电价、投资回收期、内部收益率、总投资收益率、项目资本金、净利润率等。

偿债能力是分布式光伏发电项目在运营过程中资金回收的能力, 相关指标有资产负债率, 一般情况要在 50% 才能达到要求。敏感性评估主要是指利润的敏感性分析, 测算制约项目收益的因素在特定条件下发生变化对利润所产生的影响, 以此判断项目承受风险的能力。

4.3 环境效益评价指标

分布式光伏发电项目的环境效益是指项目在实施过程中是否对环境有所改善, 是否促进了中国能源发展。项目环境效益评价指标包括环境改善及能源发展两个层面, 环境改善主要包括节能减排、生态与环境质量的改善及对植被的保护作用, 能源发展主要包括资源的利用及能源结构调整。分布式光伏发电项目在很大程度上对治理环境污染, 减少有害气体排放具有重要作用, 当前中国实行了很多的政策去支持项目的建设, 使该项目的产业链越来越完善, 另外, 分布式

光伏发电充分利用了太阳能,不断代替火电,大幅度减少了煤炭的使用,有效改善了我国以煤炭为主的能源结构,从而有效改善了环境质量。总而言之,分布式光伏发电项目在节约资源的同时促进了能源的发展。

4.4 社会效益评价指标

分布式光伏发电项目,是充分利用太阳能发电的重要举措,有利于推动建设节约型社会具有广泛的社会效益。分布式光伏发电项目建设有效改善了我国环境质量,起到了生态改善作用,同时拉动了项目建设地对建筑、建材、机械设备及多晶硅的需求,给人们带来了更多的就业机会,间接推动了地方政府税收收入的增长,有助于完善社会公共设施的建设、推进地方民生工程,因此对该项目社会效益评价指标有两个层面,一是带动了经济发展,提高了就业率,二是为人们带来的福利,生活质量有很大的提升,公众保护环境的意识得到了大幅度提升。

5 结语

随着世界能源短缺和生态环境恶化的日益突出,开发利

用可再生能源的重要性和紧迫性日益凸显。在可再生能源领域,光伏发电以其安全可靠、无噪声、无污染排放、无枯竭危险及不受资源分布地域限制等优点在世界范围内得到越来越广泛的应用。工商业光伏,光伏+储能,光伏与微电网等的结合已经成为大势所趋,具有广阔的应用前景。光伏发电产业不仅能给企业带来经济效益,还能促进区域环境保护和经济发展。本文所介绍的分布式光伏发电项目综合效益评价所应该遵循的原则,对该项目综合效益影响显著的经济效益、技术效益、社会效益和环境效益的四个方面评价指标的分析可为该类工程综合效益评价提供参考。

参考文献

- [1] 冯顺法. 分布式屋顶和车棚光伏(130kWp)发电项目综合评价研究[J]. 科技经济导刊,2019,27(17):131.
- [2] 常俸瑞. 分布式光伏发电项目综合经济效益评价[J]. 经济研究导刊,2018(31):36-38.
- [3] 宁抒达. 分布式光伏发电项目综合效益评价研究[D]. 华北电力大学(北京),2018.

Thoughts on Strengthening Rural Financial Management under the New Situation

Chongxiang Wang

Financial Management Service Center of Luohe Town, Ju County, Rizhao City, Shandong Province, Rizhao, Shandong, 276534, China

Abstract

With the continuous development of the social economy and the rapid update of science and technology, some changes have taken place in economic construction policy. At various conferences, President Xi also put forward more requirements for various developments in rural areas. This paper analyzes the ideas of strengthening rural financial management under the new situation, and how to make financial management work more effective.

Keywords

new situation; rural financial management; innovation; strengthening; development path

新形势下强化农村财务管理的思路

王崇香

山东省日照市莒县洛河镇财政经管服务中心, 中国·山东日照 276534

摘要

随着社会经济的不断发展以及科学技术的快速更新, 经济建设方针也发生了一些变化。习近平主席在各大会议上也对农村的各种发展提出了更多的要求。本文分析了新形势下强化农村财务管理的思路, 如何让财务管理工作取得更多的成效。

关键词

新形势; 农村财务管理; 创新; 强化; 发展路径

1 引言

新形势下的农村财务管理面临更多的挑战, 如果我们遵守旧的思想, 采用旧的管理方法去应对发展变化越来越快速的现代社会, 那么我们只会面临被淘汰的结果。所以我们应该在财务管理工作方面不断创新, 加强思想建设, 让农村的财务管理工作跟上时代的潮流, 符合新形势下对农村经济发展的要求。

2 新形势下强化农村财务管理的重要性分析

农村财务管理工作与广大农民的切身利益相关联, 搞好农村财务管理工作是新时代经济发展形势下习近平主席着重强调的问题, 搞好农村财务管理也是新农村建设的重要内容, 是农村稳定快速发展的重要基础, 也是农村经济进一步发展的先决条件。从财务管理在农村各项事物的管理地位方面来看, 财务管理可以说是村级事务管理的核心, 农村的其他事

务都要围绕财务管理来展开, 所以说, 在新形势经济发展建设情况下, 我们应该不断加强农村财务管理的强度。加强和规范村级财务管理, 健全民主监督体制, 加大财务公开力度, 让财务管理更加公开化、透明化, 不仅可以让农民的知情权、参与权、决策权、监督权等权利得到真正保护, 还可以促进农村事务管理民主化, 让每个村民都可以参与到农村事务管理中。也能进一步激发广大农民群众的首创精神, 调动农民群众参与农村事务管理的积极性, 创新农村财务管理的新形式, 让财务管理更快更好的发展, 为社会主义新农村建设提供重要的经济保障, 让农村财务管理更加符合新形势的经济建设现状。

3 农村财务管理发展过程中暴露出的问题

3.1 农村财务管理监督体制不完善

农村财务管理的发展过程中一直存在的一个比较明显的问题便是缺乏完善的监督管理体制, 没有明确的规章可循,

财务管理人员在进行工作时遵守的也只是约定俗成的东西，缺乏正规性，在这样的工作环境下，难免会出现一些不好的现象，比如，有的财务管理工作人员会去钻制度的漏洞，借助工作便利做一些与工作无关的事情，谋私利，甚至涉及贪污腐败的违法情况。再者，没有健全的规章制度，财务管理人员在工作时就没有明确的责任意识，认为这件事情谁做都可以，无所谓自己去承担责任，在工作方面就会产生懈怠、推诿、埋怨等情况，不利于财务管理的长远发展^[1]。建立健全农村财务管理监督体制的必要性还包括农村管理形式的特殊性，农村财务是归农民集体占有、支配、管理的各项资产，但是在各项资产的收入、分配、使用上以及各项财务活动进行的核算、计划、监督与控制的过程中很难保证公开透明，在资产的处理上也可能出现因为监督不全面而导致的错漏，所以说，建立健全农村财务管理体制对于促进财务管理更快更好的发展有极其重要的作用，我们必须给予重视。

3.2 农村财务管理人员问题

农村财务管理工作人员在财务管理专业水平方面有很大的差异，工作能力也各有不同，但是，在农村财务管理工作中，工作人员的工作任务以及薪资水平和福利待遇却没有很大的差别，做不到真正的公平公正，这是农村财务管理中比较明显的一个问题。再者财务管理工作人员在招聘方面并没有严格遵守规章制度，招聘要求的设定门槛也比较低，在招聘时也不能做到完全公平公正，在招聘过程中会有一些不透明的地方，招聘出来的工作人员的专业水平自然也就提不上合乎工作要求了。再比如，农村财务管理人员的工作意识并不是非常强烈，在不完善的监督体制下，工作人员面对工作任务大都是能躲则躲，对于工作失误也是能推则推，比如在财务审批权责方面，有的村是由村长做主审批，但是有的村是由会计负责，没有一个明确的规定，在审批方面就很有可能出现一些问题，做不到权责分明，明确分工。

3.3 农村财务管理的步骤缺乏规范

农村财务管理工作中存在一个很大的弊端，就是工作的步骤缺乏规范，上文中我们提到了财务管理工作中没有明确的监督体制，那么同样的财务管理工作中也没有明确的规章制度去约束员工的工作程序及步骤，很多工作人员在进行财务管理工作时，都是按照自己的理解去执行工作，或者简化

工作步骤，在工作过程中，完成了工作目标，但是并没有将完整的工作步骤程序记录在册，资金流动方向也没有明确的记录，在后期需要查询财务管理的相关内容时却发现并没有记录内容，在这个过程中，很有可能会出现一些贪污腐败以及以权谋私的现象，农村经济发展建设不能做到完全的公开透明，这对于农村的经济发展是非常不利的，所以说完善农村财务管理工作的步骤及程序也是非常必要的。

3.4 农村财务管理形式偏落后

根据调查研究显示，很多农村的财务管理方式还比较落后，趋于传统，管理方式还是依靠人工的比较多，财务管理中许多繁杂的步骤也都借助人来进行，效率低下，管理质量也没有太大的保障，在财务管理出现错漏时，也只能依靠人工去复检，对于农村财务管理的发展具有一定的阻碍作用，而且在新形势经济发展情况下，电子化或者计算机的管理方式已经普及到各个企业的财务管理中，也有很多农村也已经普及了信息化的管理方式，去实现高效率高质量的财务管理，所以说在新形势发展的情况下，农村也应该普及信息化管理方式，与传统的管理方式相结合去进行财务工作^[2]。

4 新形势下强化农村财务管理的路径

4.1 建立健全农村财务管理监督体制

建立健全农村财务管理监督体制是农村财务管理工作的基础，有了完善的监督体制，才能让财务管理工作都处于规章制度的约束下，财务管理工作也能够做到公开透明。首先是财务管理工作人员之间的互相监督，在制定监督体制时时可以加入互相监督的方法，鼓励财务管理工作人员之间互相监督，对于勇于监督举报的工作人员给予奖励，严惩违反规章制度的员工，培养员工以集体利益为先的责任意识，让财务管理工作真正落到实处。其次制定监督管理体制时，也要考虑上下级之间的监督，下级要对领导进行监督，保证财务管理能够在正常轨道上运行，让农村财务管理真正做到为民考虑，以农民的利益为先。

4.2 加强财务管理人员的培训

财务管理工作人员的专业素质及工作能力水平对于财务管理工作的运行以及发展具有非常大的影响作用。所以农村的财务管理工作中应该注重财务管理工作人员的素质提升。素质提升应该包括两方面的内容，一个是科学文化素养，注

重培养财务管理工作人员的专业能力及业务水平,可以定期给财务管理工作人员展开培训,提升财务管理工作人员的业务水平,也可以定期开展一些专家讲座,邀请财务管理方面的专家来给工作人员展开思想、技能、专业技巧等方面的培训,学习优秀的财务管理工作经验,改善自己的不足,扬长补短,促进农村财务管理水平更快更好的发展。

4.3 规范财务管理的管理步骤

上文中提到在制定监督体制的同时,也应该制定完善的规章制度去规范财务管理程序,将财务管理工作的每一个步骤都纳入规章制度中,将工作程序完整记录在册,让每个员工都能熟记在心,改正以往按约定俗成理念工作的方式,让所有的工作步骤都合理合法^[1]。完善规章制度也是发展财务管理工作的必备条件,有了完整的规章制度,才能让财务管理工作更加规范地前行,有更长远的发展。

4.4 引进新技术加强农村财务管理

当前处于科学技术飞速发展的时代,也处于大数据时代,信息化的管理方式今融入到日常生活中,所以农村的财务管理工作也应该及时引进先进的科学技术,为财务管理工作提供更大的便利。信息化的处理方式能够在很大程度上节省人力,提高工作效率,计算的数据也更加准确,让财务管理工

作更加精细化,计算出每笔资金流向以及资金的收入、分配、使用等。而且在新技术的加持下,农村财务管理工作也能够更加符合新形势下的经济建设情况,跟上时代的步伐,建设社会主义美丽中国新农村。

5 结束语

综上所述,在新形势下强化农村财务管理工作是非常必要的,尽管在建设过程中会出现很多的问题,但是也应该勇于迎接挑战,抓住机遇,获得更多发展机会。在本文中提出了在农村财务管理工作中容易出现的一些问题,并且也给出了一些新形势下如何强化农村财务管理工作的对策,但是更多的内容仍需要不断地去探索,建设美丽新农村的目标仍然等待着我们去实现,应该坚持初心,努力奋斗,迈着坚定的步伐走向我们的目标。

参考文献

- [1] 赵贺茹. 当前形势下企业强化财务管理的思路 [J]. 经营管理者, 2016(28).
- [2] 梁晨. 浅谈新形势下如何加强农村科研单位财务管理 [J]. 郑州市农林科学研究所, 财会研究.
- [3] 张晓燕. 新形势下推动集团财务管理的改革发展思路 [J]. 财会学习, 2018(27 期).

Analysis of the Responsibility of High-altitude Parabolic

Ming Dong

Teaching and Research Department of Party History and Party Construction, CPC Xinyang Municipal Party School, Xinyang, Henan, 464000, China

Abstract

The harm of high-altitude throwing is great, but it is always ignored and unawakened. The cases of death caused by high-altitude parabolic always occur continuously, and the tragedy will be staged again and again. In this regard, people of insight hope to strengthen legislation to protect the safety of people's head.

Keywords

high-altitude parabolic; responsibility; legislation

浅析高空抛物的责任承担

董明

中共信阳市委党校党史党建教研部, 中国·河南 信阳 464000

摘要

高空抛物危害极大,但总是不被重视,不被警醒,高空抛物致人死亡的案件总是不断发生,悲剧也就一再上演。对此,有识之士希望加强立法,以保护人民的头顶安全。

关键词

高空抛物; 责任承担; 立法

1 高空抛物及其危害

随着中国的城市化进程加快,城市居民的居住环境也发生了变化,从低层住宅跃上高层乃至超高层。作为自然状态下的人,受各种因素的影响,也就存在故意或者过失情形下的高空抛物,当然,也有意外事件状态下的高空坠物。高空坠物和高空抛物危害非常大,对于行走下方的行人而言,是来自头顶的威胁,轻者受伤,重者丧命。

所谓高空抛物是指行为人在故意或过失状态下向其下方抛洒对他人人身和财产足以构成危险的物品。一个小小的鸡蛋高空抛下的后果是什么呢?有数据表明:一个30克的鸡蛋从4楼抛下来就会让人头上起肿包;从8楼抛下来就足以让人头皮破损;从18楼高抛下来就可以砸破人的头骨;从25楼抛下完全可使人当场死亡。一个拇指大小的石块从高空抛下,后果又是什么呢?有数据表明:从4楼抛下时可能伤人头皮,而从25楼抛下时可能会让路人当场丧命,因为从上而下的物体势能与动能均非常大。空啤酒瓶在18楼和25楼的

高度抛下,均可造成致命伤害。一个4厘米的铁钉在18楼甩下时,可能会插入行人的脑中。可见,高空抛物的危害极大,足以引起大家的高度重视。

高空抛物的频次排序:一是烟头。烟民通常在家中的阳台吸烟较多,完后随手扔于楼下,随风飘去,足以引起火灾或烫伤路人。二是菜刀或其他铁器。夫妻之间打架或因其他事情而情绪失控,将家中的菜刀、钳子、锤子扔于楼下。三是酒瓶。大多为男士醉酒后为之,酒瓶高空着地后会产生爆裂、碎开,碎片飞溅。四是花盆。花盆可能因台风到来、小孩玩闹导致花盆坠落事件发生。五是砖石。市民装修后石材堆放在阳台或者窗台上,遭遇台风或者小孩玩闹互扔。六是爆竹。孩童玩爆竹,喜欢从上往下扔。七是晾衣竿、衣架。遭遇台风或者晾洗衣服时不注意,容易脱落,晾衣竿带着金属弯钩,如果砸中人体特别是头部,将造成致命威胁。

2 高空抛物的责任承担

根据行为人违反法律的性质,法律责任可以分为民事法

律责任、行政法律责任和刑事法律责任三种：

2.1 高空抛物的民事责任承担

《民法通则》第126条规定：“建筑物或者其他设施以及建筑物上的搁置物，悬挂物发生倒塌、脱落、坠落造成他人损害的，它的所有人或者是管理人应当承担民事责任，但能够证明自己没有过错的除外”。这一条文规定的是特殊侵权责任，就是建筑物及其他地上物致人损害的赔偿责任，适用的是过错推定原则，只要行为人无法证明自己无过错，就应承担相应的赔偿责任。共同侵权情况下，即致害人为二人或二人以上的情况，致害人除应承担一般高空抛（坠）物致人损害的侵权责任外，还应承担共同侵权所负的连带责任^[1]。

《中华人民共和国侵权责任法》第87条规定：“从建筑物中抛掷物品或者从建筑物上坠落的物品造成他人损害，难以确定具体侵权人的，除能够证明自己不是侵权人的外，由可能加害的建筑物使用人给予补偿”。在不能确定具体的侵权人时，出于公平原则而适当倾向弱者，受害人可以将凡是可能致害的建筑物使用人均列为被告。以重庆市“烟灰缸”案为例：2000年5月11日，郝跃在重庆市渝中区学田湾正街被一个从高楼上掉落3斤重的烟灰缸砸成重伤。郝跃后经法医鉴定为八级伤残。2001年8月10日，郝跃作为原告将可能丢烟灰缸的学田湾正街65号、67号临街的24家住户及开发商告起诉讼至渝中区法院，要求各被告共同承担医疗费等共33万余元。2001年12月19日，渝中区法院审理认为，除了搬离的两名住户外，上述住户均不能排除有扔烟灰缸的可能性。根据过错推定原则，这22个住户分担赔偿责任，法院判决22个住户各赔偿8101.5元，共计17.8万余元。一审判决后，22名被告上诉，2002年6月3日，重庆市第一中级人民法院维持原判。

2.2 高空抛物的行政责任承担

法律对高空抛物的行政责任承担规定的比较模糊，可操作性差。《中华人民共和国治安管理处罚法》第一条：“为维护社会治安秩序，保障公共安全，保护公民、法人和其他组织的合法权益，规范和保障公安机关及其人民警察依法履行治安管理职责，制定本法”。第二条：“扰乱公共秩序，妨害公共安全，侵犯人身权利、财产权利，妨害社会管理，具有社会危害性，依照《中华人民共和国刑法》的规定构成

犯罪的，依法追究刑事责任；尚不够刑事处罚的，由公安机关依照本法给予治安管理处罚”。第八条：“违反治安管理的行为对他人造成损害的，行为人或者其监护人应当依法承担民事责任”。第十条：“治安管理处罚的种类分为：（一）警告；（二）罚款；（三）行政拘留；（四）吊销公安机关发放的许可证。对违反治安管理的外国人，可以附加适用限期出境或者驱逐出境”。由上可知，《中华人民共和国治安管理处罚法》并没有将如同卖淫、嫖娼、赌博等违法行为一样具体规定相应的处罚标准，执法人员仅仅能够依据模糊的“妨害公共安全”为依据，对行政违法相对人进行处罚，但具体的处罚标准又难以掌握，很容易引发相应的行政诉讼，且对于执法人员而言，败诉风险很高。也因此，现有的行政法律、法规对于高空抛物行为的行政处罚处于弱化状态^[2]。

2.3 高空抛物的刑事责任承担

以高空抛物造成人身伤亡和重大财物损失的严重后果，结合行为人高空抛物的主观恶性程度，行为人的违法行为就可能涉及到犯罪和追究刑事责任的问题。相应的罪名主要有：故意杀人罪、故意伤害罪，以及以危险方法危害公共安全罪。2019年10月21日，最高人民法院印发了《关于依法妥善审理高空抛物、坠物案件的意见》，该意见规定：“在刑事审判工作中，人民法院要充分发挥刑罚的威慑功能，用足用好刑法现有规定，对于故意高空抛物的，根据具体情形以危险方法危害公共安全罪、故意伤害罪或故意杀人罪论处，特定情形要从重处罚；对于高空坠物构成犯罪的，也要依法定罪处罚”。对于“故意从高空抛弃物品，尚未造成严重后果，但足以危害公共安全的，依照刑法第一百一十四条规定的以危险方法危害公共安全罪定罪处罚；致人重伤、死亡或者使公私财产遭受重大损失的，依照刑法第一百一十五条第一款的规定处罚。为伤害、杀害特定人员实施上述行为的，依照故意伤害罪、故意杀人罪定罪处罚”。认为“准确认定高空坠物犯罪。过失导致物品从高空坠落，致人死亡、重伤，符合刑法第二百三十三条、第二百三十五条规定的，依照过失致人死亡罪、过失致人重伤罪定罪处罚。在生产、作业中违反有关安全管理规定，从高空坠落物品，发生重大伤亡事故或者造成其他严重后果的，依照刑法第一百三十四条第一款的规定，以重大责任事故罪定罪处罚”。对于“具有下列情形之一的，应当从重处罚，一般不得适用缓刑：（1）多次实

施的；（2）经劝阻仍继续实施的；（3）受过刑事处罚或者行政处罚后又实施的；（4）在人员密集场所实施的；（5）其他情节严重的情形”。对于以上情形，法院在审理中应依法从重惩治高空抛物犯罪。据此，中国对于高空抛物行为从刑事责任角度规定了具有可操作性的详细规定，做到了有法可依。也给所有人就高空抛物行为上了一道紧箍咒^[3]。

3 发达国家对于高空抛物行为的立法

发达国家的居民普遍有较高的道德品质和法律素养，高空抛物行为均系极少个例，也因而相应的立法也较少。但即使如此，一旦发现有高空抛物的危险行为，也均有相应的执法和司法依据。如：美国司法界对高空抛物行为零容忍，那就是重罚。在美国，高空抛物被视为危害公共安全，即使没有造成人身危害，也被视为一种犯罪。在民事赔偿时，法官对高空抛物的重罚重赔，远超公众想象。又如：日本人从小在家庭教育及学校教育中就强调严禁乱扔垃圾，人为高空抛物致人伤害或死亡的事件极少。日本民法规定，有关建筑物的附

属物如玻璃等（非人为故意）落下致人伤害或死亡，建筑物的占有者对被害人承担损害赔偿^[4]。

4 结束语

总之，中国城市高空抛物行为已经造成了巨大人身伤害和财产损失，相信很多人都看到了鲜血淋漓的场景。亡羊补牢，为时未晚，加强相应的民事、行政、刑事立法，三管齐下，为人民撑起法律保护伞，还人民一片宁静的蓝天。

参考文献

- [1] 刘武俊. 为人民群众“头顶上的安全”撑起法律保护伞 [N]. 人民法院报, 2019-11-18(003).
- [2] 程振杨. 论我国高空抛物侵权责任立法 [J]. 法制与社会, 2015, 10(04): 5.
- [3] 杨维立. 切实维护公众“头顶上的安全” [N]. 中国理论在线, 2019-11-17.
- [4] 刘婷婷. 遏制高空抛物还须严明立法 [N]. 光明日报, 2019-11-18(001).

《财经与管理》征稿函

期刊概况：

刊名：财经与管理
ISSN：2529-7848（电子版）2529-783X（纸质版）
出版语言：华文
出刊周期：月刊
投稿网站：ojs.s-p.sg
收稿刊期：2019年第8期
出版社名称：新加坡协同出版社



出版社介绍：

协同出版有限公司Synergy Publishing Ptd. Ltd. 成立于2015年，是一家具有广泛国际影响力的综合性出版单位。出版社立足于新加坡，面向世界各国学者，旨在发表各学术领域高质量研究成果，致力于为拥有优秀实验成果的研究者学者提供一个国际出版平台，以创办的学术期刊最终被SCI、SSCI、A&HCI以及EI等知名的引文索引数据库收录为目标，进而发展成为国际一流的学术出版单位，以促进国际学术的交流与发展，为推动人类科学技术的进步贡献一份力量。

基于这一目标，协同出版有限公司自成立起就开始在各个领域建立其学术基础，编辑出版发行多种在线图书与刊物。

协同出版有限公司作为国际在线出版商，主营学术期刊出版、学术会议承办，兼营财经与企业管理培训、电子图书、科技信息咨询、语言翻译等服务。它采用开放存取和学术同行评审制度，期刊范围涵盖广泛，包括科学、技术、医学、工程、财经与企业管理和社会科学。目前已经在新加坡、马来西亚、中国设立了办事处。本社拥有一批国际资深出版行业专家和著名学者，本着诚实守信，认真负责的经营理念，利用多年积累的社会资源和出版经验，在杂志、图书编辑出版发行，传媒合作等诸多领域为众多学者提供了优质的服务，搭建了一个分享和交流国际学术成果的专业平台。

About the Publisher

Synergy Publishing Pte. Ltd. (SP) is an international publisher of online, open access and scholarly peer-reviewed journals covering a wide range of academic disciplines including science, technology, medicine, engineering, education and social science. Reflecting the latest research from a broad sweep of subjects, our content is accessible worldwide – both in print and online.

SP aims to provide an analytics as well as platform for information exchange and discussion that help organizations and professionals in advancing society for the betterment of mankind. SP hopes to be indexed by well-known databases in order to expand its reach to the science community, and eventually grow to be a reputable publisher recognized by scholars and researchers around the world.

SP adopts the Open Journal Systems, see on <http://ojs.s-p.sg>

Database Inclusion



Asia & Pacific area Science
Citation Index



Creative Commons



China National Knowledge
Infrastructure



Google Scholar



Crossref



My Science Work



Tel: +65 65881289

E-mail: contact@s-p.sg

Website: www.s-p.sg

