



上海对外经贸大学图书馆 主办

SHANGHAI UNIVERSITY OF INTERNATIONAL BUSINESS AND ECONOMICS, LIBRARY



# 经管学科参考

2017年第7期 总第15期

# 经管学科参考

2017年第7期·总第15期

---

---

## 热点观察

- “互联网+”时代我国对外文化贸易发展 SWOT 分析 ..... 1
- 物流配送进入无人机时代 ..... 5
- 农业经济新常态下新型职业农民“四个意识”培育探讨 ..... 10

## 学科前沿

- 我国区域经济发展空间格局的新态势研究 ..... 13
- 西藏区域经济布局分析研究 ..... 16
- 窄带物联网技术及行业发展趋势分析 ..... 20

## 热点快讯

- 淘宝“双十一狂欢节”营销研究 ..... 23
- 世界经济新引擎何处寻觅? ..... 25
- 中国制造吸引全球目光 ..... 29
- 为什么苹果在中国制造,我们买反而更贵? ..... 31

# “互联网+”时代我国对外文化贸易发展 SWOT 分析

## 1 “互联网+”时代我国文化贸易新政策环境

2016年3月17日,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》正式发布。在“提高文化开放水平”一章中,《纲要》指出“加大中外人文交流力度,创新对外传播、文化交流、文化贸易方式”,为中国对外文化贸易的未来发展提出了新的方向和动力。文化贸易正式纳入“十三五”规划,并进入了国家战略规划。

回顾我国文化贸易政策环境的变化,主要经历了以下几个阶段:

第一阶段,在2003年,文化部设置专门机构,帮助中国文化产品与服务以商业途径走向国门。2006年,文化部、商务部、国家新闻出版总局、新闻出版总署联合制定了《文化产品和服务出口指导目录》,指导相关文化产品和服务的出口活动。同时开展了每两年一次的《国家文化出口重点企业目录》和《国家文化出口重点项目目录》评选,对出口业绩优秀的文化单位由中央财政提供相应资金支持,鼓励文化产品出口。2009年4月,四部委与中国进出口银行联合出台了《关于金融支持文化出口的指导意见》,充分落实了对文化出口重点企业和项目的扶持政策 and 措施,以从金融方面支持文化贸易企业的发展。同年,文化部正式成立了对外文化贸易处。2010年,根据国家“十二五”规划纲要,文化部制定了《关于促进文化产品和服务“走出去”2011—2015年总体规划》。2014年3月,国务院发布《关于加快发展对外文化贸易的意见》。相关学者认为,这代表着对外文化贸易已经提升到国家战略的高度。2016年3月,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》正式发布,我国对外文化贸易,正式进入国家战略规划。

从国家政策上和政策落实上,政府和相关社会团体、文化企业多方协同合作,统统推动,为文化贸易的发展提供动力。文化贸易已经成为推动对外传播中国文化的主要途径,也是国家推进“一带一路”贸易发展的重要路径。“十三五”规划的实施和对文化贸易的重视,也影响着文化贸易的发展和创新,未来一定会对文化贸易创新发展带来重大机遇。

## 2 “互联网+”时代我国对外文化贸易发展的 SWOT 分析

### 2.1 “互联网+”时代我国对外文化贸易发展优势 (Strengths)

#### (1) 传统文化资源丰富

我国五千多年的文化底蕴正是我国发展对外文化的丰富文化资源。历史文化、传统手工艺等都可以作为文化贸易的资源。例如我们以中国宫廷文化为题材的电影电视,不仅在国内有超高的收视率,更在其他国家被翻译成英语播出,也收到很好的反响。例如,电影《十面埋伏》、《花木兰》、《功夫熊猫》,电视剧《甄嬛传》等得到了全球影迷的喜爱。这其中的宫廷文化、中国水墨画和中国功夫等传统文化通过电影的方式出来,成为颇受欢迎的文化产品,说明了我国拥有开展对外文化贸易的资源和

优势。现今“互联网+”时代更是给我们的传统文化贸易带来了新的契机，我们应在充分结合我国传统文化资源优势，创造出更多中国特色的文化产品，通过互联网方式迅速传播，形成具有影响力的“汉文化圈”，逐步扩大汉文化的影响力。

## （2）拥有广阔的国外市场

近年来各国的华人移民数量逐年上升，在美国、英国、加拿大等国家，都有“中国城”。这些有着中国文化背景的华人移民，对中国文化有天然的喜爱，所以他们是中国文化产品消费的重要群体。在中国传统节日的时候，海外华人更是通过购买中国文化产品来庆祝和表达对祖国的思念。海外华人在对中国文化产品消费的同时也能带动当地人们对中国文化产品的兴趣和消费，使得全球中国移民数量较多的国家都掀起了“中国风”。同时随着中国在世界地位的不断提高，中国文化及文化产品对其它国家的人们有着很强的吸引力。海外华人因为既了解当地市场，又熟悉中国文化，可以成为中国文化企业在海外的代理或中介，助推中国文化产品在海外的发展。“互联网+”时代部分文化产品可以借助互联网来实现，更多的文化产品可以通过网络方式得到展示和流通，这样国外市场变得更广阔，更有发展潜力。

## 2.2 “互联网+”时代我国对外文化贸易发展劣势（Weaknesses）

### （1）文化产业基础薄弱

我国文化产业起步较晚，而且市场化程度不高，缺少文化品牌。在我国历年的 500 强企业中，文化企业上榜数量为 0，而美国的文化企业时代华纳、哥伦比亚广播公司等在全美 500 强企业的排名中都占有席位，由此可见我国文化产业发展的落后状态，与文化贸易强国相比，差距十分明显。我国文化贸易产业由于起步较晚，以事业单位为主，民营文化企业刚刚发展，还不具有较大的规模和对外文化输出的能力，难以在国际文化贸易竞争中取胜。

### （2）文化产业创新不足

文化产业的发展也需要在内容、形式等各方面不断创新，才能拥有长久的生命力。在部分国家，文化产业被称为创意产业、创新工业、创意企业。虽然我国传统文化资源丰富，但文化产业缺乏创新，没有很好的把历史文化和现今的文化趋势结合起来创意新的文化产品。而历史文化产品不创新不注入时代要素，会使得文化产品的受众越来越少，直至枯萎。近年来日韩文化的流行，正因为他们文化产品中不断创新，把传统文化和新时代要素相结合，创造出更多符合年轻人的文化产品，使得在我国刮起了日韩风。中国的文化企业正是缺乏这种创新，没有更好的把握年轻人的文化喜好，创造出好的文化产品。

在文化产业发展的初期阶段，我们文化产业主要由政府推动，这也带来了一定的弊端。政府的行政干预，企业没有按照市场经济规律发挥主观能动性，丧失了企业自主创新能力。所创造的文化产品符合政府的意识形态，但没有得到市场的充分认可，出口到国际市场时产品缺乏竞争力，内容陈旧缺乏创新，没有与时代接轨，致使文化产品贸易竞争力不足，没有形成中国文化产品的品牌效应。中国文化贸易的大部分份额都由传统文化产品占据，以手工类民俗工艺品为主，缺乏创新和复购的可能。而国内的电视剧、电影制作相同题材的居多，创新不足，导致在参与国际市场竞争时，中国的影视热点还停留在中国功夫、宫廷文化等方面，缺乏时代创新，自然没有竞争力。

### （3）输出渠道狭窄

优秀的文化产品还需要有完善的国际营销渠道。我国文化产业输出渠道较窄，主要采用文化博览会的方式为主。2017 年政府工作报告提出，要扎实推进“一带一路”建设，加强教育、文化、旅游等领域交流合作。现今文化外交已成为我国外交活动一个突出亮点，特别在文化贸易发展中，互联网

和新媒体发展在传统媒体的融媒体方面，中国已经处于世界前列，可借此提高国际文化交流的效率，提高中华文化的世界影响力。因此我们要充分利用“一带一路”、互联网和新媒体扩大我国文化贸易的国际输出渠道，增强我国文化产业的影响力，打造中国文化名片。

#### (4) 数据统计体系不完善

我国文化产业的数据统计开始较晚，从 2006 年起才有相关的统计资料。但还存在数据获取难度高，分类标准不一致，数据不完整，数据发布时间滞后等情况。我们政府和相关部门的数据统计大多以数量单位来计量，但我们实际中更需要以货币为单位来计量对外文化贸易额，使得很多数据无法应用。数据发布的滞后性也导致专家学者不能通过最新的数据来分析我国的文化贸易情况，从而有针对性的提出文化贸易发展建议，也阻碍了我国文化贸易的进一步发展。

2017 年 3 月 9 日国家商务部新闻发布会公布的数据显示，2016 年中国文化的国际影响力进一步提升，对外文化贸易额和文化贸易投资增长迅速。2016 年文化产业贸易总额达 885.2 亿美元，其中出口贸易 7866 亿美元，实现 688 亿美元贸易顺差；文化服务出口中文化娱乐和广告服务增长迅速，同比增长 31.8%，出口额达 54.3 亿美元；文化体育和娱乐业发展迅猛，对外直接投资 39.2 亿美元，同比增长 1883%，成为文化贸易发展最突出的版块。

#### (5) 文化产业人才专业化水平不高

从新闻出版总署发布的《2015 年全国出版业基本情况》报告来看，2015 年，全国出版物发行网点从业人员 69.63 万人，同比下降 3.20%。其中新华书店及其发行网点从业人员 13.02 万人，同比下降 0.23%；邮政系统发行网点从业人员 9.29 万人；各系统外批发点从业人员 16.50 万人；个体零售网点从业人员 29.67 万人。在文化贸易发达的美国 2010 年整体版权产业就业人数为 1063.22 万人，占当年美国就业人口总数的 8.19%，吸纳了大量就业人口。我国与发达国家在文化产业方面的人才差距十分明显，主要表现为：第一，国际贸易人才中既懂得版权法又了解国外市场的专业人才较少，目前国内只有北京第二外国语学院和中国传媒大学开设了国际文化贸易专业。第二，文化贸易人才供需不平衡，文化贸易人才需求量大，但专业毕业生少，相关专业毕业生又对文化方面不熟知，造成岗位空置。因此人才短缺是阻碍文化产业贸易发展的关键因素。

### 2.3 “互联网+”时代我国对外文化贸易发展机遇 (Opportunities)

#### (1) 良好的经济发展背景

经济及社会发展稳定，创造了有利的外部环境，文化产业才能蓬勃发展。近年来我国经济始终保持稳健发展态势，社会和谐稳定，文化产业也随之得到较快发展。国家统计局数据显示，2016 年，城镇居民人均消费支出 23079 元，同比上年名义增长 7.9%，实际增长 5.7%；农村居民人均消费支出 10130 元，同比上年名义增长 9.8%，实际增长 7.8%。恩格尔系数持续下降。其中，城镇居民和农村居民的食品烟酒消费支出比重分别为 29.3%和 32.2%，分别同比上年下降 0.4%和 0.8%；与个人发展和享受相关的支出增长迅猛，其中，人均文化教育支出也保持了 11.2%的较快增长。根据恩格尔系数显示，我国居民的消费结构已发生较大转变，文化相关支出有了较快增长，占比持续增加，为我国文化产业的发展提供了良好契机。

#### (2) 中华文化的影响力逐渐提升

2015 年，全国共出口图书、报纸、期刊 2112.45 万册（份）、7942.60 万美元，同比下降 1.19%，收入增长 1.43%。共出口音像制品、电子出版物与数字出版物 11.98 万盒（张）、2542.97 万美元，同比增长 25.14%，收入增长 14.84%；全国共输出版权 10471 种，其中图书 7998 种，录音制品 217 种，电子出版物 650 种。由此可以看出我国文化产品出口的增长趋势，有更多的文化企业走出国门参与到

国际文化贸易竞争中，提高了中华文化的影响力。通过 2008 北京奥运会、2010 上海世博会、全球 140 个国家建立的 512 所孔子学院和 1073 个孔子课堂带来的中国文化效应，使得外国人越来越多的了解中国，对中国文化着迷，在消费中国文化产品的同时将中国文化带到世界各地。伴随中华文化国际影响力的提高，世界人民在感受到中文的魅力后，将会更深入的理解中国文化，中国通过文化效应在世界的影响力正在逐步提高。

### （3）文化交流平台的不断创新

文博会以“文化”为核心主题，以“推动文化交流、共谋合作发展”为宗旨，开展高层次、多主体的人文交流、文明互鉴、文化欣赏、互利合作活动，成为国家文化交流合作的新途径。我国目前有很多国际性展会，中国北京国家文化创意产业博览会、上海国际电影节、中国国际动漫节、深圳国际文化博览会等国际性展会的举办为国内文化企业对外交流和提高提供了良好机会并促成了商机，将中国的文化产业推上了国际舞台，成为推动中国文化产业“走出去”并“走进去”的重要平台。经中国政府批准，首届丝绸之路（敦煌）国际文化博览会在中国甘肃省敦煌市隆重举办。以“一带一路”文化交流为主题的国际性博览会也是我国“一带一路”倡议的重要组成部分。这不仅是中国的盛会，更是沿线各国、各地区共同的盛会，将集中展示各国丰富多彩的文明与文化，推进国际文化交流互鉴与合作共赢。2017 中国体育文化博览会将于 2017 年 9 月 23—25 日在内蒙古包头举办。展会以“沐浴体育文化 乐享体育旅游”为主题，以展览为主体、论坛为引领、活动为亮点、赛事为特色的四位一体总布局，充分进行市场化运营，形成了体育文化和体育旅游产业相融合发展的平台。

## 2.4 “互联网+”时代我国对外文化贸易发展威胁（Threats）

### （1）中国威胁论的影响

随着中国军事、经济实力的增强，出现了“中国威胁论”的杂音。中国已是世界格局中不可忽视的力量，但中国的软实力与这种国际地位并不相匹配。进一步展现和提升软实力有助于消除一些国家的疑虑，也关系到中国维护自身利益、实现自身战略目标的能力。在“中国威胁论”杂音的背景下，于中国来说，进一步展现和提升软实力是一个相当明智的战略。我们需要打造能够让对方认同的文化载体，这方面老牌资本主义国家英国就通过《神探夏洛克》给人们留下一个印象：英国是一个有魅力的国家，英国人很绅士。对于中国来说，文化贸易已经成为扩大中华文化影响力的有力方式，在“互联网+”信息时代，增加话语权还得借助新媒体的手段。中国也可以在国外利用各种流行网络平台营销自己，将自己所要表达的文化传播出去。

### （2）国际文化安全威胁

我国在文化贸易的输出和引进未形成平等关系，文化安全受到威胁。重内需轻输出，重国内轻海外。虽然，我们也有文化输出，但没有形成规模化、产业化。中国文化贸易还未能以产业化的姿态，规模化地挺进海外市场，而美国、韩国、日本却以产业化强势和艺术化强势姿态走进中国。这不仅是文化贸易收入的流失，更重要的是文化的影响力，美国大片在推广中国电影市场时，在中国银幕上强势推进美国形象，向我国观众推崇美国精神。在日韩文化风靡中国时，中国青少年全面以日韩文化作为时尚标志，全面效仿日韩青少年群体的行为方式。面对各国的强势文化进入，充分警醒地树起保卫民族文化安全的大旗，积极参与文化贸易输出，争夺国际话语权。

作者：韩琳琳，陈君，杨宏

来源：《对外经贸》2017 年 10 期

# 物流配送进入无人机时代

对于习惯于上网买买买的剁手族而言，如今电商平台的同质化越来越严重的情况下，如何能够享受到更好的购物体验则成为了选择网购平台的关键。其中物流配送的体验无疑是最关键的一环，更加迅速及时地将包裹送到消费者手上成为了各大电商如今发力的重点，而以无人机为代表的无人配送技术发展则成为了新的风口。

在国际上，无人机送快递创始者——电商巨头亚马逊将为旗下快递无人机升级系统，升级后的系统使无人机有了“大脑”，送快递更为智能。而近日，澳大利亚邮政成功进行了无人机送小包裹的实地测试，有望在今年晚些时候试验向客户家里送货。据该企业称，在未来，无人机将用于在线购物包裹的快递以及一些类似药品等急件的运送。

不过，无论是国内还是国际，眼下无人机送快递象征意义大于实际意义，大多还是在试验阶段，离大规模商业化操作还有一定时日，目前充其量只是为了展示“肌肉”的一种炫耀。无人机送快递神态飘逸，看上去很美。但目前仍面临飞多远、载多重、投多准等问题。

## 1 京东获首张覆盖全省范围的空域批文

对于无人机的发展而言，“空域批文”一直是一道在商业化发展面前难以逾越的鸿沟。据业内人士表示，由于无人机空域管理在我国一直是一个悬而未决的问题，也导致了商业化的进展迟迟不能推进。

早在 2009 年，民航空管局曾经发布《民用无人机空中交通管理办法》，明确了组织实施民用无人机活动的单位和个人应当按照《通用航空飞行管制条例》等规定申请划设和使用空域，其中明确规定了无人机应当在为无人机划设的专用空域内飞行，而空域批文的作用，则正式为无人机的飞行提供合法的保障。

8 月 31 日，京东获得覆盖陕西省全境的无人机空域书面批文，也是国内第一张覆盖全省范围的无人机空域批文。上一次关于无人机的大消息还是在 6 月底，“与赣州市南康区联合申报的物流无人机示范运行区的空域申请，得到了东部战区的正式批复，成为目前国内唯一获得正式审批的，且由企业、中央监管部门和地方政府共同推进的示范空域”。

以后，是要满天都是无人机的节奏吗？除了获得陕西省无人机空域的批文，京东还发布了首款可用于支、干线运输的倾转旋翼无人机 VT1。这是一种将固定翼飞机和直升机优点融为一体的新型飞行器，具备占地面积小、垂直升降、可在空中平稳悬停等优势，具备 200 公里以上飞行距离能力，起飞重量为 200 公斤以上。

此前，京东 CTO 张晨曾表示，公司研发的无人机未来将覆盖中国 10 个省份，公司还在测试载重量为 1 吨的无人机。在充电后，这些无人机最大的飞行里程可以达到 50km。

对于此次发布的倾转旋翼无人机 VT1 来说，假设一件包裹的重量是 1 公斤，那么 VT1 一次可以运输 200 件包裹。这意味着，京东可能于近期试验跨乡镇、跨地市的无人机支线运输与快件分发。



但京东对于实现大规模无人机支干线运输仍然比较谨慎。京东有关工作人员对《中国企业家》表示：“西安的无人机研发中心将重点研发中大型无人机。京东将加快布局干线、支线无人机通航网络的进度。但现在就谈支干线无人机的商业化运营可能还有点早。京东会先在局部地区进行相关的摸索和尝试。”

大型无人机的研发可比小型的难得多。互联网分析师柳华芳说：“例如无人机的动力系统，小型无人机使用电池就可以了，大型无人机则要考虑是用螺旋桨还是喷气式，驱动方式是烧油、电力驱动还是混合驱动，每种机型的载重和耗油情况如何，这些都需要大量的实验。京东选择西安作为无人机研发基地，也是因为西安有大量的航天技术人才、企业，方便京东和其他企业进行军转民、跨学科等项目合作。”

## 2 顺丰发力无人机支干线物流

无人机物流的空域政策于今年6月正式放开。当时，另一家物流巨头——顺丰宣布与赣州市南康区联合申报的物流无人机示范运行区的空域申请，得到了东部战区的正式批复。

事实上，顺丰对无人机的研究比京东还要早，但一直保持比较低调的姿态。在2012年，顺丰创始人、总裁王卫就提出物流无人机的概念。7月13日，顺丰宣布在成都双流自贸试验区建立大型物流无人机总部基地，也是国内首个正式落地的无人机支线物流运输项目。

之前，顺丰自研的 MantaRay 垂直起降固定翼无人机被曝光，该无人机拥有水陆两栖的能力。这种完全属于固定翼的无人机运输重量可以超过200公斤，运输距离也可以超过1000公里。





外界关于顺丰无人机项目的信息不多。顺丰集团首席技术官、顺丰科技总裁田民在接受采访时曾表示：“无人机不是简单从 A 飞到 B，而是一个系统性问题，包括通信、材料以及 N 多问题决定能否在物流领域被大规模商用。我们其实技术要领先于对手，但是现在不能讲，一是害怕技术被泄露，第二是我们不想误导市场。”

唯一能够肯定的，是在测试过小型无人机和大型无人机之后，顺丰将着重发力无人机支干线物流。此前，顺丰负责人曾表示，顺丰的无人机未来并不会直接面向客户，而是进行顺丰速运不同网点之间的配送，主要是将货物送往人力配送较难、较慢的偏远地区。

在柳华芳看来，京东的无人机发展起步虽然较晚，但是无论是技术研发还是业务拓展的步伐都很快，此次拿到国内首张无人机全省范围的空域批文，也显示出京东后发制人的优势。

### 3 菜鸟网络：短期无法赶上京东和顺丰

目前，顺丰、京东都已拿到空域批文，未来会不会有更多企业拿到呢？2015 年，淘宝曾在北京尝试无人机参与商品配送。圆通、极飞无人机和淘宝三方共同完成了这项尝试。在这场测试中，淘宝上预订的姜茶都可以在一小时内运送到指定的城市或地区。

但这一尝试后续并未进行下去。2016 年，一位不愿透露姓名的熟悉上述合作的人士透露，当时淘宝与各方的合作，受到了来自监管层面的压力。换句话说，当时监管层并不鼓励在北京等一线城市进行无人机配货尝试。

在阿里巴巴旗下物流平台菜鸟的官方网站上，没有出现用于配送快递的无人机产品。菜鸟网络董事长童文红曾在去年表示：“现在不少公司正在研究无人机，菜鸟也对此保持了高度关注。但无人机在这个阶段还是作秀的成分比较多一些。”

柳华芳认为，菜鸟的无人机配送短期内无法追赶上京东和顺丰，因为菜鸟尚未自营做物流，而发展无人机项目所涉及的研发、推广、维修等问题庞杂繁复，只靠合作伙伴的配合是无法实现的。

目前，在基础设施不完善的小城市和农村，京东和阿里巴巴都没有建立具有成本效益的配送方式。麦肯锡 2016 年报告显示，全球包裹运输的成本（不包括取货、长途运输和分类）已经达到约 783.8

亿美元，其中电子商务的运输成本增长最快。最后一公里的物流通常是总运输成本中最昂贵的部分，有时甚至达到总成本的 50% 以上。未来京东的无人机配送商业化运营后，或许会对菜鸟构成更大的威胁。

一两年前，人们还想象不到如今共享单车遍布大街小巷的样子。未来，无人机真的会满天飞吗？童文红算过一笔账：目前电商包裹差不多是每天 6000 万个，十年以后这个数字可能会突破 3 亿。“你想象一下，面对 3 亿包裹的时候，以现在这种无人机的技术，大家可能会看到满天都是无人机在飞。我们相信十年后的无人机一定不是现在的样子。”

## 4 无人机成本 VS 快递员成本

目前，京东无人机的应用主要集中在末端配送环节，无人机型号较小，时速可以达到 100 公里，运送的货物的重量为 5 公斤到 15 公斤，主要用于代替快递员，和消费者直接对接，进行配送末端的收件派件工作。

无人机能够实现全自动化配送，无需人工参与就能完成自动装载、自动起飞、自主巡航、自动着陆、自动卸货、自动返航等一系列动作。柳华芳预计，按照京东目前的工作效率，2020 年有机会看到京东启动无人机支干线运输配送，一两年之内，京东无人机末端配送将实现大规模商业化运作。

目前京东已经在江苏宿迁、陕西西安实现载重 10 公斤至 15 公斤、续航 15 公里至 20 公里的小型无人机的常态化运营。京东有关工作人员表示：“通过无人机进行配送，在成本上可以接近人力配送的成本。但现在配送的规模还不大，随着京东无人机配送范围的不断扩大，无人机本身的造价大幅降低，预计未来无人机配送成本与现在人工配送相比可下降 50% 左右。”

这个数字比今年 6 月京东掌门人刘强东在采访时的表态更保守一点。当时，刘强东说，推广无人机送货之后，乡村地区的物流成本可以下降七成，而在京东未来的乡村物流模式中，每个村都将有一名京东快递员接待这些无人机。“今天，我们在大街小巷雇佣了 7 万名快递员，这是很高的成本，如果能够用无人机来送包裹，这个成本将会很低。”

无人机的到来，开始让中国 200 多万名快递小哥感到不安。今年 2017 年京东年会上，刘强东曾说，“不会因为技术让兄弟们失业”，言犹在耳，但京东在发展无人机上，脚步越来越快。7 月 20 日，在联想 2017 TechWorld 大会上，刘强东阐述了未来无人机的布局：将在四川建立 185 个无人机机场，建成后将实现 24 小时内送达中国的任何城市。

不仅四川，京东还将在陕西建设 100 个无人机机场。在这之前，京东已经建成全球首个无人机调度中心，为无人机常态化做保障。资料显示，2015 年京东无人机项目才获得正式立项，2016 年 5 月，京东成立 X 事业部，并确立了无人机、无人车、无人仓三大板块。

## 5 三大难题

### 5.1 续航问题

目前市面上的无人机主要采用锂聚合物电池作为主要动力，续航能力一般在 20 分钟至 30 分钟之间，因技术方面不同有所差别。由于无人机需要尽可能减轻起飞重量，因而无法携带较重的大容量电池，大多数无人机维持十几分钟到 20 分钟飞行之后，就必须有人为它更换电池或者插上充电线，导致通常出门都要携带三四块电池。这是无人机发展的一个致命的短板。

其次是载重量受限问题。由于电池问题，无人机要想飞得远，必须尽量减少载重物。这对于物

流的无人机来说是一大瓶颈。目前有的无人机一次只能携带一件 1 公斤左右的货物，工作效率有限。京东正在研发的无人机，目标号称载重 30 公斤飞行 30 公里，只是在宣传阶段。

## 5.2 障碍问题

无人机在运行过程中容易受到外部环境干扰，当前先进的无人机最重要的一项功能就是观察和了解飞行航线，及时避开障碍物，比如空中飞鸟、城市高层建筑等，安全飞抵目的地。同时还要识别地形地貌，做到准确投递。目前无人机投递很大程度上靠投递员肉眼识别障碍，判断降落点，精确度受限。

## 5.3 成本问题

任何脱离地面的飞行器的成本都很高，这就是为什么同样目的地飞机票要比火车票贵数倍，日常生活中即使是一个能飞起来的儿童玩具也比一般的模型和娃娃贵的原因。

京东 X 事业部无人机研发中心总经理刘艳光表示，无人机行业若想取得突破性进展，必须在技术方面着手解决这几大障碍问题。刘艳光预测，“到 2025 年中国无人机市场规模将从今年的 80 亿元增加至 750 亿元，会广泛应用在物流、航拍、通信、交管等各大领域。”

尽管无人机送快递有许多亟待解决的技术障碍，但这是一个发展方向。从人力成本、工作强度以及工作效率等方面考虑，无人机也彰显出人力无法企及的一面。用户通过无人机业务，可以实现一天 24 小时、一周 7 天的收发快递。完全自动的货物装卸和运输能够有效提高运送效率，而且将改革现有物流方式。无人机送快递前景可期。

# 6 噱头还是方向

去年“618 大促”前，京东通过无人机在农村地区配送，从宿迁双河站配送中心将多个订单的货物运送至当地曹集乡的乡村推广员手中——由京东发起的无人机送包裹试验由此顺利完成国内首单。

无人机开始替代人工运送包裹快递，它究竟是“噱头”还是助推智慧物流开启新的篇章？这个快递行业的“创新”，引发了业界对于无人机的关注和热议，大家对此看法不一。

童文红认为，无人机更多是“噱头”，不会是未来城市的主流配送方式。童文红说，将来的末端配送，一定是快递员服务加上社区便利的服务网络，这两个都是需要人力；与无人机相比，未来无人驾驶车辆配送可能更现实一些，无人机只能作“锦上添花”的补充。

宅急送 CEO 陈平表示，无人机现在还不是快递物流企业需要考虑的主要问题，现在要解决的痛点是，客户既要速度快，还要价格便宜，更要货物安全。实际上快递物流企业还根本没有解决上述问题。

有关专家认为，“不能仅仅说开发一个机器人或无人机快递，物流业就升级了，真正的升级是改变现在的物流模式和网络模式。”不过，在圆通董事长喻渭蛟看来，快递物流企业不考虑机器人和无人机也是不行的，“机器人可以减轻劳动生产力，快递物流行业是劳动密集型的行业，作为这个行业的领军企业必须要考虑无人机等”。国务院发展研究中心研究员魏际刚认为，未来智能化的物流系统，是由强大的实体物理基础设施加上数字化的基础设施，再加上未来商业化的模式构成。

事实确实如此，高科技的机器人代替人工操作，并不是智慧物流的要义所在。简单冠以“无人机”“仓储机器人”的帽子就是智慧物流，并不能改变物流发展的现有局面。

除此之外，在技术上也要克服诸多障碍。国外目前电商快递包裹仍处在轻量级的范围，比如德国邮政寄递的包裹三分之一低于 2 公斤，亚马逊配送的包裹 86% 都低于 2.27 公斤（5 磅），所以无人机

载重量目前已可满足投递的要求。

在续航方面，民用小型无人机主要采用锂聚合物电池作为主要动力，续航时间一般在半个小时以内，所以亚马逊、美国邮政等考虑无人机随邮车流动，飞行最后的几公里，是解决方案之一。

导航系统是无人机的“眼睛”，但是非大型无人机因受自身负载、电池容量和成本的限制，只能搭载基于低成本 MEMS 惯性传感器和 GPS 定位系统的小型低功耗组合导航平台，但它们分别有误差积累增大和易受干扰的缺点。

无人机飞控中的磁罗盘（也称指南针）受干扰现象尤为严重，当无人机在接近桥梁、高压线路或者金属建筑物的时候，金属或者电线的磁场就会对磁罗盘产生一定的干扰，所以在飞行时应尽量远离这些金属建筑，这也是无人机快递存在的巨大挑战。总之，无论无人机送快递是噱头还是发展方向，今后无人机送快递都将是行业发展的新拐点。

作者：千寻

来源：《中国经贸聚焦》2017 年 10 期

# 农业经济新常态下新型职业农民“四个意识” 培育探讨

改革开放以来，我国农业经济快速发展，传统小农生产加快向社会化大生产转变，农业生产从数量增长向质量提高转变，我国由农业大国加快向农业强国转变。随之，我国城镇化率不断提高，农村空心化、老龄化逐渐凸显。在当前农业经济新常态和农村发展新形势下，“谁来种地”、“如何种好地”成为我国农业现代化发展进程中的核心课题，亦是摆在我国社会经济发展面前的关键问题。这就迫切需要加快培育热爱农业生产、善于学习科学生产知识、掌握应用先进生产技术、拥有较强市场经营管理能力的新型职业农民，必须把新型职业农民培养成为解决“三农”问题和推动“四化”同步发展的主体性、基础性力量。

与传统农民相比较，新型职业农民有着显著的差别。一般来说，这种显著差别是身份与职业的区别。“传统农民是社会学意义上的‘身份农民’，强调的是一种社会等级地位，而职业农民更类似于是一种‘理性经济人’，职业农民是农业产业化、农业现代化过程中必不可少的一种职业类型。”<sup>[1]</sup>其实，二者之间的显著差别不仅仅是身份与职业的区别，也是思想意识的区别。农业经济新常态下，培育新型职业农民，必先提高新型职业农民的思想意识水平。思想意识水平的提高与否不仅影响着新型职业农民价值的实现，还深层次影响着现代农业的健康稳定、持续有序发展。

习近平总书记在参加 2017 年“两会”四川代表团审议时指出，要就地培养更多爱农业、懂技术、善经营的新型职业农民。习近平总书记关于“农民观”的新表述，给培育新型职业农民的思想意识提供了新思路、指明了新方向。提高新型职业农民的思想意识水平，必先培育“四个意识”。“四个意识”

是新型职业农民思想意识的首要内容，缺乏“四个意识”，新型职业农民的培育和发展就无从谈起。“四个意识”是传统农民所不具备的，也是传统农民与新型职业农民在思想意识境界中的分水岭。“四个意识”，即“立足三农、以农为荣”的敬业意识，“科技兴农、绿色优质”的质量意识，“规模经营、产业协同”的市场意识，以及“创富农村、发展家乡”的共享意识。这“四个意识”中，敬业意识、质量意识和市场意识是前置，共享意识是后置。

## 1 “立足三农、以农为荣”的敬业意识

干一行、爱一行、钻一行是任何职业的基本工作要求，这也是我们所说的敬业守职。农业生产是一门职业，同样需要敬业守职。“爱农业”勾勒出新型职业农民的鲜明特征和所应当具有的最起码的敬业意识。对于新型职业农民来说，“立足三农、以农为荣”的敬业意识，就是指坚守农村、热爱农业、做好农民、服务三农，积极促进农业现代化的实现。这是对新型职业农民的基本职业素质要求，也是广大新型职业农民实现其人生价值的前提。新型职业农民把农业不仅仅当成职业，更是当成事业来对待。

热爱是职业发展的前提。新型职业农民要具有深厚的农业情怀、农村情结、农民情分。作为新型职业农民，必须对农业有亲近感、对农村有归属感、对农民有认同感，心中有农、甘愿为农，以农为乐、以农为荣。热爱农业，就要把务好农业作为目标。好农业好产量，需要长期积累经验，需要精耕细作，需要不断提高生产水平，实现农业的可持续发展。

同时，热爱农业需要增强自豪感和使命感。国之兴，农为本；农之盛，民为先。农业是我国国民经济和社会发展的基础，现代农业支撑我国社会主义现代化建设。因此，作为新型职业农民，应充分认识到自己肩上的重任，既要增强自豪感，甩掉“面朝黄土背朝天”的传统农民心理包袱，也要增强使命感，为我国解决“三农”问题和推动“四化”同步发展服务。

## 2 “科技兴农、绿色优质”的质量意识

2017年中央一号文件《中共中央国务院关于深入推进农业供给侧结构性改革加快培育农业农村发展新动能的若干意见》指出，经过多年不懈努力，我国农业农村发展不断迈上新台阶，已进入新的历史阶段。农业的主要矛盾由总量不足转变为结构性矛盾，突出表现为阶段性供过于求和供给不足并存，矛盾的主要方面在供给侧。解决农业的结构性矛盾，需要供给侧结构性改革。

农业供给侧结构性改革，要从提高供给质量出发，用改革的办法推进农业结构调整，扩大有效供给，以提高农业供给质量为主攻方向，促进农业农村发展由过度依赖资源消耗、主要满足量的需求，向追求绿色生态可持续、更加注重满足质的需求转变。

伴随人们生活水平的不断提高，以及近些年来出现的一系列食品安全事件，食品安全尤其是农产品质量安全、绿色、无公害成为人们普遍关注的焦点问题。所以，现代农业不仅是数量农业，更是质量农业；不仅要供大路货，更要出精品。发展现代质量农业、精品农业，“科技兴农、绿色优质”质量意识是离不开的。“懂技术”勾勒出新型职业农民的技能素质要求和所应当具有的质量意识。在农业生产环节中，新型职业农民要实时掌握农产品新技术，特别是绿色无公害生产技术；在农产品流通过程中，新型职业农民要学习掌握应用于以互联网为基础的快递、物联网、交易平台等。

新型职业农民要适应农业经济发展新常态，以科技促发展，以绿色促质量，转变农业发展方式，实现高产、优质、高效、生态、安全农业的健康稳定可持续发展。

## 3 “规模经营、产业协同”的市场意识

随着中国市场经济体制的逐步完善，农业产业发展逐步从传统农业向现代农业迈进，农业经营模式也由家庭联产承包责任制下的小规模分散经营向以家庭经营为基础，农业规模化、产业化为龙头的立体式复合型现代农业经营体系转型。

在市场经济下，小规模、分散的、无组织的家庭经营已然不能全面适应社会发展的需求。由于市场意识淡薄、参与市场竞争能力不足、信息不对称、承担风险能力差，加之农产品生产销售有限，传统农民在市场竞争上处于不利地位。解决这一现实问题的现实路径，就是实现农业规模化、产业化经营。农业规模化、产业化经营，是以市场为导向、以经济效益为纽带、以科学技术为动力，增强农产品的市场竞争力，实现农产品有效供给、农民增收、农业稳健发展。2017年中央一号文件明确指出，要积极发展适度规模经营。大力培育新型农业经营主体和服务主体，通过经营权流转、股份合作、代耕代种、土地托管等多种方式，加快发展土地流转型、服务带动型等多种形式规模经营。

在农业规模化经营下，种养大户、家庭农场、农民合作社、产业化龙头企业、农业社会化服务组织等成为培育重点。同时，在自愿互利的基础上协同合作、高效合作，实现农业布局区域化、农业生产专业化、农业管理企业化、农业经营一体化、农业服务社会化的农业产业化经营。农业规模化、产业化发展是继家庭联产承包责任制之后农业持续发展的必然选择。

“善经营”勾勒出新型职业农民的经营能力要求和所应当具有的市场意识。为了应对市场需求变化和农业发展趋势，新型职业农民必须加强学习，树立“规模经营、产业协同”的市场意识，以市场需求为导向，提升市场参与把握能力，强化信息获取分析能力，才能有效满足市场需求、大幅提高收入，进而推动农业供给侧结构性改革，实现现代农业产业强劲有力发展。

## 4 “创富农村、发展家乡”的共享意识

党的十八届五中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》中提出了“共享发展”的理念。“共享发展”是十八届五中全会提出的五大发展理念之一，也是我国社会主义经济发展的本质要求。当前我国正处于全面建成小康社会的关键期和决定性阶段。然而，全面建成小康社会最艰巨最繁重的任务在农村，重点难点在农民，尤其是贫困地区的农民。没有贫困地区农民的小康，就没有全面小康。脱贫是全面建成小康社会最突出的短板和底线目标，是贯彻“共享发展”理念的切实践行。新型职业农民不仅能促进当地产业的发展，更能激发当地贫困农民的脱贫积极性，起到帮带的积极作用，很好地实现“帮贫带富”。

新型职业农民是我国现代农业发展的主要依靠力量，也是我国脱贫攻坚的生力军。“新型职业农民具有鲜明的示范功能、组织功能和服务功能，既能发挥传导市场信息、运用新型科技的载体作用，还可以把分散的农户组织起来，整合金融、科技、土地等各种要素资源，提高全要素生产率，推动农业农村改革综合效应的形成。”新型职业农民在不断扩大经营规模的同时，用新思想、新理念、新技术示范带动影响周边农民，帮助周边农民增收致富，实现共享发展，实现更大的经济和社会效益。依靠新型职业农民的帮带作用和整合作用，农业产业融合得以促进，农业增效、农民增收、农村增绿得以实现。

因此，新型职业农民都要树立“创富农村、发展家乡”的共享意识，要争做农民增收致富的领头雁，为全面建成小康社会贡献力量。这既是一种荣耀，更是一份责任。

作者：张伟

来源：《经济研究导刊》2017年32期

# 我国区域经济发展空间格局的新态势研究

随着我国社会的不断发展,国民经济随之持续增长,区域经济在整个过程中的重要性也愈加突出。自1990年起,我国对区域经济学的研究也愈发活跃,我国区域经济发展的形势逐渐好转。自十八届三中全会深入改革之后,我国区域经济进入了活跃发展阶段,通过实施区域经济发展战略,使区域经济协调发展。基于此,本文对我国区域经济发展空间格局的新态势进行了全面研究。

区域经济发展的演变

## 1 区域经济发展的理论基础

研究区域经济发展模式主要是从经济发展要素及关系切入点开展的,即探讨区域经济发展要素决定理论。不管是哪个地区,经济发展问题都是核心的内容,也是解决社会经济发展问题的基础,所以区域经济发展也成为了研究区域经济学及经济地理学的核心内容。经济发展理论主要是解释经济发展过程中存在的复杂联系,但是区域经济发展理论是与区域经济有关的一般理论。归纳经济发展理论,能够促进地区经济发展及经济发展阶段。

## 2 形成区域经济发展模式的因素

环境因素。环境因素又分为自然环境、社会文化环境、全球化三种。

其一,自然环境。自然环境主要指的是人们所处地理位置相关因素总和,包括自然资源、地理及生态环境。不同地区的自然条件及资源都存在着不同的差异,区域内部自然资源的分布也不同。自然资源较为丰富的地区,经济发展会趋向于资源型产业。在信息技术及交通条件不断发展的过程中,区域经济发展对自然资源的依赖度就会下降,但是制造行业会依赖材料及原料的消耗,加工业也会依赖于资源。地理环境包括区位及交通条件,两者也是影响区域经济发展的重要因素。自改革开放以来,我国东部沿海地区以与外界联系方面的优势,率先发展经济,受到经济全球化的影响,实现了对外贸易的发展经济模式。比如我国苏州市则是利用水陆海的交通优势,与邻近的上海市大力引进外资,形成了具有特色的后苏南模式。经济发展是以生态环境为基础发展的,生态环境影响了经济发展的成本,提供经济发展的动力。如果生态环境遭到破坏,那么就会制约区域经济的发展。

其二,社会文化环境。经济的发展与社会文化环境是相互依存及促进的,经济的发展促进了社会的发展,提高了人民的生活水平,而社会文化则是经济发展的非经济动力基础,为经济的发展提供了价值导向。

其三,全球化。经济全球化是在创新技术、制度融合及生产要素流动背景下实现的,跨国公司、外企等则是经济全球化的重要标志。目前,全球化已经成为促进区域经济发展的重要力量,大部分国家都会受到全球化影响。

要素基础。经济增长的实质就是将今天的消费节省为投资,使明天生产的收入超过投资。所以,如果提高投资效率是使经济持续增长的主要问题,高储蓄率就会为经济发展提供较多的资金,以此通过投资实现经济的发展。高储蓄并不是高投资,那么高投资也不一定会促使高经济增长。政策因素对



储蓄转化为投资有一定的效果，不稳定的政策、没有保护意识的产权及高税收都会影响我国投资的积极性，以此影响外资的引入。除了我国投资以外，外资在区域经济发展中也有着重要的作用。外资为区域经济发展带来了资金，也促进了区域经济的发展水平，提高了区域生产力，并且还提高了管理水平，完善了产业结构，推动区域朝着国际市场发展。

### 3 我国区域经济发展空间格局新态势

#### 3.1 展现出我国区域政策效应及规划的引导作用

展现出区域政策效应。自新中国成立至今已经有六十多年的时间，我国区域政策的发展也经历了三个不同的阶段。第一阶段为新中国成立到党的十一届三中全会，考虑到备战及国防，使用了区域均衡发展的战略。第一阶段的发展促进了我国中西部地区的发展，使我国中西部与东部地区的距离进一步缩小；第二阶段是我国改革开放后二十年，以效率优先作为发展原则，区域的发展主要以东部为主，形成了经济特区、沿海城市、沿海经济开发区及内陆的发展局势。但是这个政策拉大了区域之间的差距。中西部和东部地区具有一定的落差，没有办法接受东部地区的产业转移；第三阶段是自西部开发到如今，政府在整个过程中出台了各种相关的区域发展政策，比如中部崛起、东北振兴等战略，这些政策通过投资基础设施、财税优惠及财政转移等手段为该地区的经济发展提供了政策倾斜，并且有一定的效果，促进了中西部地区的经济增长。2015年，政府通过总体发展战略，支持三大战略的发展，以此形成沿海等经济地区的经济纽带，这些政策也不断改变我国的发展格局，促进我国经济的发展。

提高区域规划的引导作用。区域规划分为三个阶段。第一阶段为改革开放之前，发展重工业，创建战略防御型经济体系，使其能够发展均衡；第二阶段为改革开放头二十年，将重点放在东部沿海地区对外开放方面，创建经济特区、沿海经济开放区及城市；第三阶段为二十世纪末至今，将地区经济的协调发展作为重点内容。2015年至今，我国以传统规划为基础，将原有规划体系进一步的完善，并且发布了相关的规划政策。此区域发展规划为我国地区发展规划及总体发展战略的制定打下了良好的基础，对区域空间开放、环境管理及资源开发等方面的问题有着指导性的意义，促进了区域产业结构的完善、跨省区市场的形成及经济合作。

#### 3.2 优化城镇空间发展格局

中国城市群步入快速发展阶段。目前，我国各个城市群在区域一体化及协同发展方面逐渐形成共识，城市群也从数量过渡为质量，提高了城市群的内涵，从传统粗放型的发展逐渐成为了目前协调布局的加速发展时期。在未来国民经济及社会的发展中，要深入优化城镇化形态及布局，促进以城市群为主的城镇化建设，提高东部京津冀、珠三角及长三角世界级城市群。促进中西部城市群的培育，提高东北、长江中游、中原、关中平原等地区的城市群的发展水平。基于此，以19个城市群形成的空间结构已经正式纳入国家十三五规划中，形成了大中小城市及小城镇协调发展及合理分布的战略格局。

展现中西部城市群辐射作用。在西部大开发及中部崛起战略不断深入及东部沿海地区产业转移不断加快的过程中，中西部地区城镇化的推进空间将会不断扩大。中原、成渝等城市群将会加快发展步伐，成为引导区域经济发展的重要内容。中原城市群正在大力开展中心城市带动战略，以郑州为中部地区，提高区域性中心城市的地位，将洛阳城市的作用充分发挥，提高了城市之间的分工合作功能，促进了交通一体化、服务共性及产业链接的创建，使开放型城市群的竞争能力不断提高。

发挥东部城市群的引领作用。长三角、京津冀及珠三角已经成为我国重要的三个城市群。2016年前前三季三个城市群GDP增速情况如表1所示。京津冀城市群的快速发展定位准确，并且城市能够充分利用自己的优势进行竞争。长三角城市群的城市化程度较高，并且城镇分布较为密集，是目前国



际公认的六大城市群之一。珠三角城市群一直发挥自身试验田的作用，吸引了我国多数人才、技术及资金。在新政策中，使珠三角城市群经济及城市化快速发展的因素也发生了相应的变化，传统外资导向模式也有了全新的趋向，主要是以城市经济发展及民间资本增大作为其全新发展的动力。

### 3.3 区域经济增长出现新格局

区域经济呈现出增长分化态势。自 2015 年以来，我国区域经济发展空间聚集效应显著，以本地资源区域发展路径为依托，难以适应全新态势下区域发展环境的变化。据调查统计表示，在 2016 年增速较快的城市有天津、重庆、贵州、江西、西藏等，全面 GDP 增速都超过了 9%。但是上海、北京、山西、黑龙江等地的增速平均水平低于 6.9%，尤其是山西及辽宁等工业大省的经济下行趋势较为明显，其经济的压力也较大。

在同区域经济中，不同省市区域的经济增长也有着非常大的差异。2016 年东部地区增速都超过了 8.5%，但是上海、河北及北京等市的增速低于全国平均水平 6.9%。受到丝绸之路经济及长江经济的带动，中西部经济发展基础及产业结构发展较好的地区，经济依然保持不断发展的势头。但是产业结构单一且对外开放较低的区域，经济下行压力较大。总体来说，我国四大模块区域经济出现分化形式，东部发达地区经济保持增长状态，中西部地区经济发展数量及速度保持持续增加的形式；东北地区进入到深度调整时期。

东部地区经济持续增长。图 1 为中部地区、东部地区及西部地区和东北地区 GDP 的增速图。通过图 1 可以看出，东部地区在中国制造、“互联网+”及创新驱动的引导下，以创新发展为基础，在全新的产业、技术及国际合作方面有了进一步的发展，但是经济增速有所下降。中西部地区在全新业态的研发、培育、建设城镇化及提高消费等方面为我国经济的发展提供了动力。中西部地区经济增速比东部地区要快，但是因为经济总量的关系，并没有缩小与东部地区的经济总量差距。改革开放初期，东部沿海地区就以自己的区位优势及政策优势不断扩大产业，拉大了与中西部地区的差距。在 20 世纪末，我国提出了东北工业基地发展及西部大开发战略，促进了中西部地区及东北地区的发展。随着东部地区生产要素成本的不断提高，超出的人才、资金及技术开始不断朝着中西部地区转移，为中西部地区的发展提供了良好的基础，有效缩小了东部地区与中西部地区的发展差距。

### 3.4 区域改革的新局面

深化区域改革。2015 年是深化改革关键时期，全面深化改革小组共召开了 11 次会议，审议通过意见和方案一共有 63 份，关于经济方面的意见和方案有 13 份，其它意见和方案也都与区域有着一定的关联。其一，出台了全面改革的总方案。京津冀的改革实验主要在区域协调发展方面；其二，京津冀协同发展不断深入；其三，长江经济实施绿色发展。

促进对外开放。在四大板块及三大战略的基础上，实施区域、多边、双边的开放合作，促进自由贸易区域的实施战略，打造对外经济的途径，促进海上丝绸之路及长江经济带的建设，拓展内陆边疆地区的发展。此战略措施的主要目的就是促进改革开放的全新格局，其主要包括三方面：其一，实施一带一路倡议；其二，扩大自贸区的创建力度；其三，促进沿海区域开放的步伐。使沿海城市创新传统简单商贸，使其朝着高级投资方面发展，以此形成良好的投资贸易互动局面。

#### 新时期我国区域经济发展趋势展望

2016-2017 年是我国“十三五”规划的开始阶段，是全新的区域格局创建时期。金融危机的影响及世界经济复苏缓慢等问题还存在，我国国际贸易环境具有一定的压力，我国经济转型升级发展难度较大。2016 年下半年，我国深入区域发展总体战略的实施过程中，三大战略还继续引领区域的发展，并且作用不断增大，创新依然成为目前区域经济发展的全新动力，我国将会重点关注落后区域，消除区域发展过程中的短板效应及区域改革中的障碍。

自 2015 年开始，我国区域合作不断创新传统局面，这必然会促进区域要素的自然流动。其一，从制度环境方面分析，在我国市场深化改革等相关措施实施之后，加快了统一且有序竞争的国内市场体系，优化企业的外部环境，以此吸引更多的所有制企业进入到投资中，使市场内部更加活跃；其二，从硬件配套方面分析，我国在交通、物流等方面的基础设备网络将会不断完善，使各个生产要素跨地区流通更加方便；其三，从我国产业优化布局方面分析，在“互联网+”的不断发展过程中，产业跨区域协作及转移也在不断的深入，产业链、价值链及创新链等成为跨城际、区域的协同发展关键因素，其能够有效促进全新区域性城市及技术研发中心的建设，并且使各要素能够根据差异化的分工有序且自由地流动。

目前，环境保护与经济增长有着同样的规划目标，所以要加大自然保护及生态资源系统的研发。其一，细分环境保护责任；其二，增加环境约束指标，实施环境保护、土地管理等标准，使区域产业政策、环境保护政策能够相互连接，使生态保护及综合治理机制能够更加完善；其三，推行区域合作，节约区域空间资源，保证区域生态文明与社会经济的发展建设能够实现统一和谐。

我国七千多万的贫困人口将在未来 5 年内全部脱贫，2016-2017 年是我国全面建设小康社会的关键时期，精准扶贫工作也将有序地进行下去，提高区域协调发展的引导作用。其一，实现贫困村及人口的科学识别，创建精准扶贫分类体系，根据区域进行精准扶贫工作；其二，加大扶贫信贷资金、社会捐赠资金等资源的整合力度，将扶贫资金的作用有效发挥；其三，政府与社会参与到精准扶贫资金的监督和管理过程中，并且创新贫困监测及管理模式和机制。

作者：王进

来源：《商业经济研究》

# 西藏区域经济布局分析研究

## 1 西藏区域经济布局的历史演变

“一江两河”是西藏 20 世纪 90 年代“一江两河”中部流域综合开发的简称，这是西藏和平解放后第一次大规模发展生产力。西藏自治区政府根据西藏实际，向国务院报送了《关于“一江两河”中部流域综合开发若干问题的请示》。国务院在深入研究后，同意了西藏自治区关于在“一江两河”中部流域实现“从 1991 年起，用十年左右时间，投资十亿元，通过兴修水利、改造中低产田、改造草场和植树造林等，使农业生产有一个稳固、坚实的基础和良好的生态屏障，实现到 2000 年新增生产能力——粮食增产一亿五千万公斤、肉类增产二千四百万公斤等目标，逐步建设成为西藏的商品粮基地、畜产蔬菜副食品基地、轻纺手工业和科技示范推广基地。”<sup>①</sup>西藏民族学院的狄方耀认为，最早开发这个区域有三个方面的原因。一是经过前期的发展，该区域具备了从传统农业向现代农业转型的基础；二是历史的积淀和基础设施、教育等发面的发展，使该区域发展环境优于其他地区；三是人口相对集中，劳动者素质相对较高。

1996 年，西藏自治区在制定《西藏自治区国民经济和社会发展“九五”计划和 2010 年远景目标

纲要》(以下简称“九五”计划)时,对经济布局进行了新的规划,把“一江两河”布局纳入到西藏中部经济区。《“九五”计划》中提出,要“以川藏、新藏和青藏、中尼公路为开发轴线,实施据点式开发,轴线延伸,在东西两个经济半环上,建成中、西、东、北四大各具特色,优势互补,相互影响,相互促进的经济区。”在这一时期,西藏提出了四个比较重要的发展思路。一是把农业放在经济建设首位;二是明确了三大产业的发展方向,要稳定发展第一产业,有重点地发展第二产业,大力发展第三产业;三是在四个区域的发展目标方面,提出了要把拉萨和日喀则两市建设成为经济核心区,把昌都市建设成为发展极,其他行署所在地建设成为增长点;四是表明了四个区域发展原则,即“重点发展中部,放开搞活西部,联合开发东部,藏北牧矿致富”。

2001年,西藏在制定《西藏自治区国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》时,对“四区”布局进行了调整,表述为“一点三线四区”布局。

2006年初召开的西藏自治区八届人大五次会议,审议通过了《西藏自治区“十一五”时期国民经济和社会发展规划纲要》,对区域新格局进行了阐述。纲要中指出,“西藏区域经济格局已初步形成突破行政区划界限的中部、东部、西部三大经济区。中部经济区以拉萨市、日喀则地区、山南地区、林芝地区、那曲地区为主;东部经济区以昌都地区为主;西部经济区以阿里地区为主。”

2016年西藏公布了《西藏自治区“十三五”时期国民经济和社会发展规划纲要》(以下简称“十三五”规划),再次改变了经济区的划分,基本延续了四区布局末期的概念,把“一江两河”流域和尼洋河流域表述为藏中南地区,藏东、藏北、藏西,基本使用了行政区划的概念。同时,西藏还提出了“增强藏中南引领带动作用,促进藏东、藏北、藏西协调发展,强化主体功能约束力,促进基础设施互联互通,加快培育经济增长极、增长点、增长带,构建核心引领、区域联动、极点支撑的区域经济发展格局”<sup>①</sup>的整体发展目标。

## 2 对西藏区域经济布局的分析

从20世纪90年代至今,西藏对经济布局进行了多次调整。纵观近30年的经济布局,从“一江两河”概念提出后,每次的调整和优化都是在原有基础上的提升。这种做法目标性明确、稳定性强,可以说西藏今日经济发展取得的成果,很大程度上得益于此。在制度层面,这种做法保证了制度和政策的连续性,有效避免了因政策变化带来的经济波动问题,有利于经济长期保持高速增长。在社会层面,这种做法使全体社会成员更容易理解和把握政府决策,能够理清自己在经济发展过程中理应扮演的角色,齐心协力促进西藏经济的发展。在资源配置层面,这种做法保证了生产要素长期稳定的向固定方向流动,弥补了西藏经济基础薄弱的劣势。

从整体发展模式来看,西藏经济发展模式更倾向于均衡发展模式。在“一江两河”布局时期,西藏是以农业经济为主,手工业、能源、交通等领域为辅的发展时期。在“四区”布局时期,虽然西藏在规划中提出了建设发展极和增长点的目标,但是在除拉萨市以外的大部分区域并没有形成真正意义上的主导部门和创新型产业,还是采取了多领域投资促进发展的模式。在“三区”布局时期,西藏经济发展水平有了较大提升,日喀则、林芝两个地市继拉萨市之后,形成了以旅游业为主导的发展模式,那曲、昌都、山南、阿里在区域经济中仍然无法有效发挥带动作用,还是靠多领域投资来拉动经济增长。

从区域优势产业角度分析,各区域存在较强的替代性和相互干扰性。旅游业方面,拉萨、日喀则、林芝三个市基本涵盖了西藏大部分的特色旅游资源,基本可以替代阿里、山南、那曲和昌都。农牧业方面,那曲、日喀则西部的牧区基本替代了阿里的牧区经济,日喀则、山南、林芝的农区经济基本替代了昌都的农区经济。工业方面,拉萨、日喀则、林芝的崛起,吸引着大量资金、技术和人才向这三个区域聚集,抑制了山南、阿里、昌都、那曲的发展。

从区位因素考虑，应重视交通成本问题和各区域同周边地区的联系。西藏地广人稀，交通运输成本非常高，成为经济发展难以克服的重大现实问题。主要表现在三个方面：一是运输成本高导致生活用品价格昂贵，从而使劳动力价格远高于其他省份；二是运输成本高导致原材料价格远高于其他省份；三是，运输成本高导致产品销售价格偏高，降低了商品的竞争力。阿里北与新疆接壤，南与印度、尼泊尔相邻。从运输费用考虑，阿里离日喀则、拉萨都十分遥远，应就近发展同新疆、印度、尼泊尔的贸易。那曲与青海省接壤，交通便利，应加大畜牧产品的开发力度，提高附加值，面向国内市场销售。昌都与青海、四川、云南三省接壤，应联合周边地区，特别是联合国内较为知名的香格里拉、九寨沟地区进行三大产业齐聚的综合性开发。除此之外，区位带来的优势还有很多，这里不做赘述。

市场供需双方关系尚未妥善处理。供需平衡是市场经济发展的最优状态，也是经济调整试图实现的目标。西藏在经济布局中，对各区域重点发展的产业进行了规划，但没有提出规划的依据是什么，也就是商品的生产是为了满足哪些区域或是消费群体的需要。在近几年实施的“创先争优，强基惠民”活动中，大批工作队进驻各村居，试图帮助当地群众致富增收。部分工作队对市场的基本情况调查不够深入细致，在项目安排上带有功利思想，通过投入大量资金在村庄建立了一些工厂，而这些工厂产品的销路问题并未妥善解决，出现了商品大量积压的情况。因此，制定产业发展规划首先必须处理好供需双方的关系问题。

在产业结构上，对第二产业发展重视不够。在当前西藏正在实施的规划中，对发展农业和服务业的表述较多，内容也略为详细，但对发展工业只是简单几个词语带过，可见对三大产业的态度也存在较大区别。从当今社会发展来看，无论是国外还是国内的经济发达地区，经济发展基本上都经历了经济重心从第一产业向第二产业再向第三产业转变的过程。农业作为解决温饱问题的重要产业，必须引起足够重视，但随着经济的发展，不应把过多精力继续集中在农业。对于部分仅面向当地群众的小众化农产品，应以满足人民群众需要为标准，不应过于强调产量。对于可面向全国销售的大众化农产品，应进一步进行深加工，尽可能提高附加值。服务业是物质生产极大丰富的前提下经济发展的必然。而西藏目前经济发展尚未实现物质产品的极大丰富，强调大力发展第三产业是否合适值得商榷。第二产业作为国民经济的重要组成部分，是财富的主要源泉，西藏要想摆脱相对落后的经济面貌，必须发展工业。

### 3 关于调整西藏区域经济布局的建议

发展极和增长点理论提出后，一些学者以两大理论为基础，提出了点轴模式、网络模式等。对西藏经济区域划分来讲，点轴模式、网络模式等理论还不适合用于指导实践，主要原因是西藏除了“一江两河”、尼洋河流域经济还相对发达外，其他区域还没能成为发展极。假如在这样的情况下实施点轴模式、网络模式，就会因为市场的自发性导致资金、技术和劳动力大规模向经济发达地区流动，使经济落后地区陷入“恶性循环”——越需要资金、技术和劳动力的地方越难获得，资金、技术和劳动力相对充裕的地方反而更容易获得更多的资金、技术和劳动力。因此，西藏应该继续坚持以建立发展极为核心的经济发展模式；同时，要加强对经济相对落后区域的保护，尽量避免因与经济领先区域竞争而形成的生产要素的流失。

根据当前各地市经济发展情况，应把整个西藏划分为三个相对独立的经济区，即藏西经济区、藏中经济区和藏东南经济区。藏西经济区指阿里地区所辖区域；藏中经济区指那曲、拉萨、日喀则、山南、林芝五地市所辖区域；藏东南经济区指昌都市所辖区域。

#### 3.1 藏中经济区

在西藏自治区《十三五规划》中，指明了各区域经济发展的目标，但是从西藏当前经济发展状况来看，还存在一些问题。当前，拉萨市达到了成为发展极的目标，主要得益于政治中心、交通便利、

经济起步早、基础设施较好、人口众多、自然气候较好、环境承载能力较强等有利因素的叠加。而其他地区并没有这样得天独厚的条件，因此在经济上不应该贪大求全，应明确自身优势，集中人力、物力和财力在单一领域寻求突破，成为支撑本地经济发展的支柱。

山南作为离拉萨最近、人口相对集中的地区，应充分展现地域优势，坚持以服务拉萨为目标，一方面加大职业技术培训，向拉萨大批输送高素质的劳动力，另一方面在产业发展上以满足拉萨需求为目标，弥补拉萨在发展中存在的不足。

日喀则作为西藏农业发达的地区，历史上一直是西藏重要的粮食产地，在经济上应加大农业投资力度，实现从传统农业向现代农业、从粮食作物向经济作物、从基本农产品向高附加值农产品的转变。日喀则西部的几个县及阿里的措勤县是畜牧业为主的地区，应以满足日喀则地区群众需求为发展方向，重点发展畜牧业。

那曲作为以畜牧业为主的地区，应坚持以满足拉萨、山南、林芝、昌都地区群众对畜产品的需求为导向，大力发展畜牧业。要充分利用其交通便利的优势，积极寻求合作商，开发出酸奶、奶粉、冷鲜肉等多种畜产品，满足区内外消费者的需求。

林芝作为气候最好的地区，又是多民族聚集区，应加大基础设施建设。短期内以旅游业为核心，促进经济发展。从长期看，在川藏铁路开通后，在坚持旅游业不动摇的基础上，应大力发展养老事业，把林芝建设成为全藏最大的养老中心，以养老事业带动相关产业发展，实现经济飞跃。

### 3.2 藏东南经济区

昌都地处西藏东部，与青海、四川、云南三省相邻，历史上是茶马古道途经的重要地区，当地群众十分擅长经商。近年来，受交通条件、区域替代等因素的影响，经济逐渐落后。从昌都自然资源来看，短期内应以发展水电为重点，加大资本原始积累；在川藏铁路开通后，利用其善于经商的特点，重振昔日雄风。

### 3.3 藏西经济区

阿里地区（不含措勤县）作为西藏最西部的地区，经济处于西藏最后，面临着交通不便、人口少、居住分散等多方面突出问题。从经济发展角度分析，人口向东迁徙是最好的选择；但从政治和国防意义考虑，并不能这样做。基于这种情况，阿里地区应始终坚持以维护边疆稳定为核心，以提升人民幸福指数、确保人口不流失为目标，充分利用中央转移支付资金，加大基础设施建设，构筑藏西幸福城市。

作者：王飞

来源：《经济研究导刊》2017年32期

# 窄带物联网技术及行业发展趋势分析

在信息化时代背景下，物联网技术的应用已成为新时期各领域各行业信息化建设与发展的必然趋势。物联网技术有效地促进了个人与行业、社会之间的链接提升了行业产业价值与资源的整合发展。随着近年来，信息技术、物联网技术的不断创新，行业 NB 准则以及窄带物联网业务下商业模式发展被提上日程。基于此，本文从窄带物联网技术发展现状、行业应用情况以及发展趋势进行了分析，以供参考。

## 1 窄带物联网技术发展现状

### 1.1 窄带物联网技术发展分析

窄带物联网技术作为物联网通信技术的重要组成部分，其现代化和创新性受到了业界的高度关注，逐渐成为物联网通信领域中的重点研究课题。窄带物联网技术的合理使用有助于短距离通信传输和广域网通信传输，是 3GPP 标准组织中提出的一种新型窄带蜂窝通信技术。在制定 3GPP 标准的过程中，首先要通过成立一个 SI 来增加新的技术，在不断的实践与研究过程中编制技术报告，根据技术报告中记录的研究成果成立相关的工作项目，最终确定一项新的技术，窄带物联网技术在发展的过程中也遵循了这一基本流程。

窄带物联网技术与传统的物联网通信技术相比，具有强大的兼容性，在蜂窝物联网无线技术的基础上构建新的技术形式，在使用过程中能够有效解决室内覆盖范围的问题，支持各种分辨率的设备接入，对于低时延的现象比较敏感，有效降低了物联网通信网络建设的设备成本，进一步优化物联网通信网络的架构，确保物联网通信技术低功耗的优势。目前，窄带物联网技术在实际发展过程中还存在着各种各样的问题，还需要针对不同场景对窄带物联网技术的应用情况进行仿真，明确窄带物联网技术的使用特性，进一步推动我国物联网通信技术领域的有序发展。

### 1.2 窄带物联网技术产业链现状

随着时代的不断进步，物联网通信技术的发展取得了优秀的成果，移动终端的普及程度进一步扩大。近几年来，物联网通信技术正在从传统的人与人之间交流变成人与物之间的交流，甚至上升到物与物之间的交流，窄带物联网技术在现代通信领域中的应用越来越常见，已经成为物联网通信行业发展过程中必不可少的重要组成部分。窄带物联网技术研发的主要目的是为了能够解决远距离通信过程中存在的各种问题，在提升信号远距离通信的同时，降低物联网通信的能量消耗，以助于多终端通信问题的有效解决，进一步提升信号远距离通信的效率与质量。

而且，从现阶段窄带物联网技术的使用情况来看，充分体现出低能耗、低成本、高效率、高覆盖四个方面的基本特征，其实际应用效果远远高于其他种类的物联网通信技术，具有适应能力强、传播范围广、传播效率高的优势，是一种新型的便捷通信技术。目前，我国部分企业在发展过程中已经开始广泛地使用窄带物联网技术，已经拿到了全球三代合作伙伴的“通行证”，建立了一套完整而准确的技术标准规范，进一步体现出了窄带物联网技术的高效性和迅速性，能够有效满足企业在使用过程中的个性化需求，很好地引领了产业的发展与进步。最重要的是，我国很多企业已经开始掌握与窄带物联网技术相关的核心研发技术，为企业在技术研发的过程中夺得了主动权。

## 2 窄带物联网行业应用情况

## 2.1 窄带物联网现有应用场景

调查显示，在物联网行业发展中，窄带物联网技术在场景应用、技术研发等方面已经取得了一定的发展成效，并在一定程度上提升了人们的生活质量，为行业现代化发展提供了技术支持。笔者以窄带物联网通信技术为例，结合窄带物联网通信技术特性对现阶段窄带物联网通信技术在各领域行业中行业应用场景进行了分析与阐述。

### 1. 物流领域

在物流行业中，窄带物联网通信技术以重点应用于货物跟踪管理系统、车辆配置管理等方面。

### 2. 城市交通领域

在交通领域中，尤其是城市交通建设、交通基础设施建设管理行业中，窄带物联网通信技术已经得到初步的应用，并在不断完善中，如车载信息服务、车辆导航、城市交通网络监控管理、车载定位、车辆视频监管、车载 Wi-Fi 服务、自行车防盗以及车辆娱乐服务等。

### 3. 商业零售领域

在商业零售行业中，窄带物联网通信技术的应用侧重于自动售货机系统构建、移动货柜设计、POS 金融机械设备、电子展示牌等方面的应用。

### 4. 医疗卫生领域

现阶段，随着我国医疗卫生事业的高速发展与信息化建设，窄带物联网通信技术在医疗健康行业、卫生服务行业中的应用得到越来越多的关注与重视。如，在移动定位设备、无线血压计、中心供气系统、医院监控管理系统、智慧医院等。

### 5. 智能家居领域

在智能家居的安防设计以及自动控制管理系统等方面具有一定的应用研究。

### 6. 公共事业领域

在公共事业领域，包括智能公共基础设施建设、智能水电力系统、自动化电表/水表/燃表、环境监测、城市灯光管理等方面窄带物联网具有重要的应用价值。

### 7. 智慧农业

窄带物联网通信技术通过采用 M2M、WiFi 以及有线连接等形式，在智慧农业中。包括农业种植（如大棚种植、花卉种植、优质种子培育等）、农业养殖（如水产养殖、畜牧科学养殖等）以及农业数据信息化管理等方面具有重要应用意义。

### 8. 工业制造领域

窄带物联网通信技术在我国工业制造领域，尤其是智能产品生产、智能工厂建设、工程机械设计与产品后期服务等方面具有一定应用。

除上述行业应用场景外，窄带物联网在企业能源管理、企业楼宇能耗监督以及企业安全预防系统中同样具有广泛的应用。

## 2.2 窄带物联网应用展望和生态协同

由上述分析可知，窄带物联网应用具有广泛性与普及性。基于窄带物联网技术特性以及业务场景

状态，运营商将进一步改变传统商业模式与产业链形式，实现开发性平台，提供用户服务。其生态协同特性将实现数据模型适配机制的标准化建设，实现运营商平台设备使用的互通性、协调性。与此同时，运营商在基于自身实际能力的基础上，提供开放性、统一性调试接口，强化机器通信业务水平以及 M2M 通信应用服务，为客户提供集约式、便捷性服务。贯彻落实物联网业务新发展，推进定制性终端产品与业务模型的研发，从而深化行业应用。

### 3 窄带物联网发展前景与趋势分析

物联网作为计算机、互联网技术发展的重要产物，其应用于各行业领域中本身就意味新信息产业的到来。无论企业或个人，只有真正掌握物联网核心技术，才能在实际发展中取得更多突破性的成就。从窄带物联网发展前景与趋势看，主要表现在物联网商业模式、窄带物联网技术发展两个层面。首先，在物联网商业模式上，未来发展中将出现垂直型应用模式、运营商与用户联合模式、免费模式、运营商主导模式、政府主导模式以及行业共性平台模式等。以垂直应用模式为例，其有业务门槛高、专业性强等特点，需紧密结合企业流程，一般适用于铁路、教育、电力以及石油等行业；再如用户、运营商联合模式，强调以用户需求为基点做软件开发与系统集成等，如智能城市、智能交通的推进等；而免费模式，在当前物联网商业模式中更是得到大众青睐，如百度、谷歌等网络企业所采取的便为免费策略。其次，在行业共性平台型模式下，要求依托于物联网使同一行业中处于碎片化状态的企业进行整合，整合后将带来规模化优势。

而从技术发展层面看，物联网技术发展中更注重将大数据技术、云技术等融于一体，且要求与信息网络做到无缝整合，能够提供互操作通信协议，可用于企业互联网、服务互联网以及媒体互联网等多领域中。以 NB-IoT 低速率窄带物联网通信技术为例，作为低速率窄带技术，在通信市场中应用将日趋广泛，且向万物共联形式方向发展。同时，窄带物联网技术在未来发展中，其相关标准也日渐完善，对物联网时代的发展将起到推动作用。这种推动作用将集中表现为物联网产业将以扁平化方向发展，且发展过程中我国市场将同步于国际产业链，真正实现万物互联的目标。由此可见，无论从物联网商业运行模式还是从技术发展看，窄带物联网的发展都有广阔的前景。

### 4 结论

综上所述，本文基于运营商的角度，从窄带物联网技术发展现状、产业链现状、场景应用情况、行业发展趋势等方面分析发现，物联网技术的应用相对于其他终端服务而言，具有自身独特的性质，个性化与碎片化特征明显。这在一定程度上决定了不同类型物联网应用技术的不同以及发展空间的不同。窄带物联网通信技术以其覆盖范围广、功耗低、成本低等特色，在众多场景中均有应用。因此，运营商应明确市场发展趋势，制定窄带物联网产业链商业模式与方案，促进整个物联网行业的优化发展。

作者：张晖，杨旻

来源：《经济研究导刊》2017 年 32 期



# 淘宝“双十一狂欢节”营销研究

随着互联网技术的不断更新，电子商务以其购物快捷、支付快捷、收货方便、商品种类丰富等众多特点，在我国大面积快速应用开来，对于我国传统消费市场呈现出突破式的改变。越来越多的企业开始推行“互联网+”模式，与时俱进，在时代进步的大潮中想要站稳脚跟。而“双十一”之所以可以由淘宝打造得如此成功，专业的营销功不可没，可以毫不夸张地说，成功的营销活动，对于“双十一”的成功居功至伟。

## 1 什么是“双十一狂欢节”

对于营销者们来说，“双十一”不简单的只是一些传统节日，更重要的是淘宝上众多的卖家为了实现销售，增加销售量，所使用的一种在当时来说非常新颖的营销模式。此举一改传统销售的规律，通过网站使销售者们足不出户便可以自由自主挑选到商场里有的和没有的各种物品。如今淘宝网每天浏览人数过亿，每天至少成交 10 亿余件商品，这是多么惊人的数字。随着网络购物已经成为一种趋势，越来越多的人开始把网购当作主流消费途径，这便很好地体现出淘宝网营销的成功。淘宝网早已不再拘泥于传统销售模式，相继推出了“双十一”、“双十二”、“618”、“女神节”、“年货节”等多种营销黄金档。其中“双十一”最具代表性，创造出的销售额震惊全球。“双十一”同时存在于阿里巴巴旗下的“淘宝”和“天猫”两个大平台，而“天猫”是自 2011 年才脱离了淘宝，独立发展的一支网络商超式销售平台，所以，为了更好的研究到“双十一”的发展历程，本文所研究的是整个阿里巴巴的“双十一”，同时包括天猫和淘宝。

## 2 淘宝“双十一”营销的成功之处

### 2.1 把握良好的时机

对于我国传统零售行业来说，一直都有“金九银十”的说法，而十一月来说，恰恰属于一个断档期，因为在十一月之前有国庆黄金周造势，而之后又有平安夜、圣诞节、元旦的大促，但是相较于前后节日来说，十一月就比较冷清，而抓住这个季节交替的时候，来搞一场“光棍节”，翻身战，利于品牌口碑的传播。而淘宝恰恰看到了这一时机，将时机转为商机，以 80 后、90 后为主打消费人群，推出“光棍节”这一特色鲜明的周期性活动，成功吸引了一众青年消费群体，为自己带来了巨大的利润。

### 2.2 确捕捉消费者心理

随着互联网技术大爆炸，电子商务早已一跃成为开放、成熟的购物渠道，潜在消费者群体庞大，有着巨大的客流量。而电子商务网站的商家可节省很多实体店的多种开支，于是通过捕捉消费者的心理打起价格战。而那些对于贪图小便宜和对于网购具有强烈好奇心的顾客们，很多在并未去了解商品真实价格的情况下，并不确定“双十一”的价格是否果真打了五折，便争相购买。这正是商家利用了营销学中的“马太效应”和从众心理。

### 2.3 投入大量的宣传进行推广

“双十一”，之所以能连年创下傲人的成绩，最成功之处便是营销手段做得好，在“双十一”到来之前，会提前在淘宝网站或者各大媒体宣传“双十一”活动，例如主流电视频道、各大知网手机APP、微博、公交广告等等。而当“双十一”活动结束后，活动期间所创造出的销售金额、销售笔数又在各大媒体争相报道，使其活动持续曝光，呈现出营销的高效。

#### 2.4 特别设立举报专用通道，为消费者权益提供保障

考虑到网购的规模日渐加大，并且趋势一直在蔓延开来，国家工商总局也积极应对，出台了一系列针对性的措施，例如明确规定了电子商务网站对消费者应尽的责任及义务；明确规定不可在促销活动前将商品先涨价再降价来应对促销打折活动；明确规定不可出现刷单、刷好评、退货时不退订金等违规违法手段。

## 2 淘宝网“双十一”营销策略的成功带给我们的启示

### 2.1 完善系统平台，优化支付流程

由于淘宝网需要强大的互联网技术支持，为了能够保持在大量访客点击和交易时不崩溃，淘宝就需要持续对系统平台以及支付流程进行完善和优化。例如预售模式和私人定制服务，就是有效的将同一时间段的拥挤成功分流，同时更为精准地了解消费者的购买情况和消费需求。商品预售可以把线上和线下的互动相结合，通过更有针对性的专场活动，让目标人群更快接触到适合自己的商品，从而满足不同阶层消费者的购买需求。

### 2.2 改善物流配送系统

物流对于网络购物用户体验来说也是重要的一个环节，在“双十一”之际，快递爆仓已经屡见不鲜，所以，快递公司应加强在大活动到来之际的配送服务能力，建立现代化高效物流配送体系，优化配送流程，提前制定出应急预案，并加以演练。例如可在节前租车或投入大量设备设施、中转场地、人力方面的保障，开通自动分拣通道，最大化提升工作人员的效率，并提前与较为知名、销量预估较大的商家们做好沟通，提前打包好货物，以减少快递人员的等待时间。

### 2.3 绝不姑息侵犯知识产权事件

正所谓“林子大了，什么鸟都有”，拥有大量店铺的淘宝，为了能够使消费者们的购物环境更干净，不断加强着对产品质量的监督，同时开通有奖举报通道，对于举报存在制假售假、销售劣质产品的商家会给予一定积分的奖励。并且，应加强对知识产权的保护，从体制上解决根本问题，方可从源头上避免侵犯知识产权事件的发生，为消费者提供更具保障的服务，还网络一个绿色干净的空间。

### 2.4 充分利用大数据展开营销

在如今的网络时代，大数量并不只是数量，更是可引领走向成功的信息，商家们都乐于收集大量消费群体们呈现出的数据。特别是到购物节时，大数据就更加派上了用场，通过大数据分析，可以帮助商家实现精准营销，为目标消费人群，制订出量身定做的营销方案。所以，如果想要在信息大潮中崭露头角，就必须摸准消费者们的喜好，打造更为多元化的发展策略，与时俱进，加强信息化管理力度，才能不被竞争日渐激烈的市场淘汰。

## 3 结论

总而言之，在未来电子商务仍然会继续发展，所有企业都应具备危机意识，只有不断创新，才能提升自身在竞争大潮中的核心竞争力。而阿里巴巴的多次成功营销事件，便最好地证实创新才是硬道

理。虽然目前淘宝“双十一”获得了很大的成功，但是并不是所有的成功模式都可以复制，从近年来很多企业的效仿结果来看，暂时还未有其他企业能够成功地复制到淘宝的辉煌。当然，淘宝之所以能够得到成功并不是偶然的，其一直在保持现状的同时不断改善问题，开拓创新，也正是这种时刻存在的危机感和创新意识，推进着淘宝发展的脚步越走越远。

作者：周方舟

来源：《商情》2017年40期

## 世界经济新引擎何处寻觅？

作为衡量美元与主要竞争货币的重要数据，美元指数在2017年10月下旬连续多日走高。芝加哥商品交易所分析认为，随着美元走高，美联储通过加息进一步收紧利率的预期仍在上升。近两个月以来，有关美联储将在今年12月份加息的猜测被越来越多的人相信。在各大央行准备加息之际，国际清算银行（Bank for International Settlements, BIS）却警告称，在廉价信贷时代大量借款的企业可能在偿债方面遇到困难，进而影响整体经济。

### 1 常规政策才是企业的宝

“世界已变得如此习惯于廉价信贷，以至于更高的利率可能破坏全球经济复苏。”BIS这样说。的确，2008年国际金融危机之后，全球央行主要从两个方面开展救市行动：一是对市场放水，二是降息。双重措施下，不管对企业还是个人，借贷似乎都成为一件非常简单的事情。“危机后的很长时间里，以信用为核心的信贷似乎都不太重视信用了，拿到钱看上去真的很容易。”前驻旧金山、纽约总领馆经济商务参赞何伟文对《经济》记者这样说。

从2015年年底开始，美联储最先收紧货币政策，随后一年半的时间里，其他央行先后有所行动。对于加息议题，有些国家的央行走得快一些，比如美国、加拿大，有些国家的央行在迟疑不决，比如英国和澳大利亚，还有一些按兵不动，比如日本央行和欧洲央行。何伟文指出，无论这些央行目前走到哪一步，未来，收紧政策都是他们的最终选择。

“宽松政策，不管是低利率、零利率还是向市场注水，都是危机后迫不得已的选择。我们现在说‘收紧’，只是相对于之前的‘宽松’而言，实际上，这些央行只是在努力回归常规政策，把利率调整到正常状态，将池子里的水放一放。对企业来说，长期看，也只有常规政策才是最好的。”何伟文如此强调。

BIS认为升高利率会让企业还债成为难题，问题在于，无论何时何地，还债都不那么容易。国际金融危机爆发至今，全世界的人和企业已经走过了近10年的光景，宽松货币政策带来什么？企业的依赖。

贷款容易，企业就乐意去贷款，无论贷来的资金是否产生应有的收益，缺钱了还可以再贷。这不是企业该有的循环，毕竟，容易上瘾的东西似乎都不会带来什么好结果。当然，央行收紧政策，企业

会经历一个阵痛期，贷款时候的利率低，还债时候的利率高，无形之中增加了企业的债务负担。不过长久看，想要走入正常的生产循环，企业就必须摆脱此前的路径依赖。因此，国际清算银行的担心虽有道理，却不可避免。

企业对借贷形成依赖的后果已可见，最明显的是欧洲。金融危机前，欧元区的宏观杠杆率（杠杆率一般是指资产负债表中总资产与权益资本的比率，是衡量一个经济体负债风险的指标）主要由家庭和非金融企业推动，增长比较平缓，1999年至2007年年均增加2.4个百分点。金融危机后，欧元区宏观杠杆率增长加速，2008年至2014年年均增加6.4个百分点，其中风险可见一斑。在欧洲，企业借债很容易跨越国家进行，风险也就更大，债务令大家成为“一根绳子上的蚂蚱”，2012年的欧债危机就是很好的佐证。

## 2 小心虚拟经济对实体经济的“打压”

特别值得注意的是，危机后近10年时间里，全球各大央行放出去的水，大量进入虚拟经济（金融领域），而非实体经济，这也是全球生产企业需要面对的另一困难。

虚拟经济的核心是钱生钱。金融资本发展到资本主义的一定阶段，可以脱离产业经济实现自我循环。金融成本低、利润高、监管有缺陷，已成为全球性问题，有些地区，金融巨头甚至可以在一定程度上支配政策和法律的制定。相比之下，实体经济的成本要高很多。一个企业如果需要卖出100万美元的货物，它自己先要投入50万美元左右，然后才可能有产品被生产出来。在金融领域，期货头寸可以只是5%，等于说，炒100万美元的期货，自有资金5万美元就够，成本比实体经济少太多。

“2009年5月份，美国风险投资协会的总裁跟我说，曼哈顿中心向外延伸一英里，周围2000多家企业全都从事虚拟经济，基金、理财、货币，为什么？金融来钱太快，发展也太快，粮食可以金融化，石油也可以，谁还要去从事生产呢。”何伟文这样告诉《经济》记者。

当然，实体经济也有其他难处：需求不足。中国社会科学院世界经济与政治研究所全球宏观经济研究室主任张斌在接受《经济》记者采访时表示，内需和外需双重不足，是实体经济增长乏力的关键原因，而运营成本的上升对其利润空间进一步挤压。

“一个老生常谈的观点是全球贸易陷入低迷状态，如果多数国家对其他国家的需求减少，那很多国家的外部需求都会降低。而内需疲软与社会人口结构密切相关，中国、日本、欧洲国家等很多地区都面临社会人口老龄化困境。老龄化也会带来新的产业机遇，但终究弊大于利。”张斌这样说。

对中国而言，实体经济运营成本的明显上涨已引起关注。随着工业化的迅速推进，支撑我国实体经济30多年快速发展的传统要素优势在减弱，生产要素价格持续上升，实体企业综合生产成本迅速上升，原材料价格涨幅偏高，劳动力成本急剧上升，企业税负较重，融资成本高。

实体经济越不好做，就越是没有什么吸引力；虚拟经济诱惑越大，人们就越是趋之若鹜。对于一个国家而言，实体经济是国民经济的基石，关系一国长治久安；对于全世界而言，实体经济同样是引领增长的根基。如今，虚拟经济“风头无两”，2008年那样的危机是否会再次席卷全球呢？

危机何时再爆发？

“金融危机会不会再来？一定会，因为金融有自己的循环，危机不可避免。短期未来是否有发生危机的可能？这取决于发达国家在以下三个方面的表现：实体经济状况、实体经济与虚拟经济的关系、预防和控制危机的能力。”中国人民大学重阳金融研究院宏观研究部主任贾晋京教授这样告诉《经济》记者。

把 2008 年的金融危机比喻为一个人突然得了心脏病，病后 10 年里，西方国家在预防疾病的风险建设方面做了很多努力。国家和市场对一些大型金融机构的行为进行了限制，增加了风险预警机制，对从事金融的企业设置了保障，为金融领域的经济主体附加了很多行为条件，也为防止市场垄断和保障交易链网络设置了安全系统。可以说，预防风险的系统多次得到“升级”。2008 年，危机滚雪球般爆发；如今，西方国家的预防机制可以对危机进行有效延缓。

更为本质的问题是，心脏病患者的病并没有彻底痊愈，因此，再发病，治愈的可能性没有比从前更大一些，甚至可以说，再病一场，情况只会更糟糕。2008 年之后，各国央行还可以给市场放水，现在市场上的货币量已经太大，没有继续注水的空间了。

“如果危机再来，会是一场慢性病，发展比 2008 年的时候慢一些，不过会更加致命，因为发达国家没有根本性的治疗手段。”贾晋京如此强调。

从实体经济和虚拟经济的关系来看，贾晋京同样提到了金融市场强大的吸金能力。发达国家的市场就是一个蓄水池，货币量代表水位。如今，水池的水位是 2008 年的很多倍，过多的货币支撑股市走高，掩盖了实体经济的虚弱。以美联储为代表的央行在缩表、升息，可稍有不谨慎，就很容易造成难以想象的后果。美联储消灭部分流动性，市场上的货币量还是很多，存在于大大小小的交易链条中，这些链条仿佛毛细血管一样，需要特别小心地对待，不然会给原本危如累卵的虚、实经济关系带来沉重打击。

当前，西方国家的实体经济有以下明显特点：低通胀、低增长，实体经济负债率高居不下且还在增长。而人口结构的老龄化，已从根本上决定了很多发达国家未来也不会看到新增的市场规模。没有市场规模的扩大，就不会出现实体经济的好转，企业负债率就更加难以解决，进而发展成一个棘手的循环。

总市场得不到扩大，企业就缺乏投资动力，新增企业的状况也比较差。从数量上看，同一时间段内，关门的企业比新增企业还多。从就业看，经济合作与发展组织（OECD，由 35 个发达国家组成）内部，30 岁以下的青年失业率长期维持在 20%-25% 之间，状况堪忧。

“市场销售率长期得不到实质提升，很难看到有非软件领域的创新，个人、企业的负债率和违约率都在上涨，股价虚高，一些产业存在严重的规模膨胀问题，比如美国的页岩气，长期债务得不到有效控制，这些都是危机后 10 年西方国家不得不面对的问题，而我们也知道，总会有最后一根稻草压倒骆驼的。”贾晋京这样说。

对外经济贸易大学校长助理丁志杰教授认为，短期未来不会出现类似 2008 年那样严重的国际金融危机，他将重点放在了新兴市场。

“个别国家出现金融危机的可能性难以避免，这对发达国家和新兴市场来说都一样。全球经济发展的不平衡，尤其是技术发展的不一致，可能会成为区域性经济危机的根源。另外，全球化时代，一些细微的因素也可以驱动资本大规模地跨境流进流出，会对新兴市场国家构成潜在重大风险。”

### 3 谁会引领全球发展

即便世界经济存在这样或那样的难题，发展的脚步依然不会停下。有观点认为，未来半个世纪，亚洲地区尤其是中国和印度，会成为全球经济的引领者，而发达国家的“光辉”将变得黯淡。

当然，“经济增长快”和“引领经济增长”完全是两个问题，前者是速度，后者除了速度还要看经济体量。

公开数据显示，整个亚洲增长最快的是东亚和南亚，中国和印度均处于中高速增长阶段。东南亚中，东盟老五国即新加坡、马来西亚、泰国、菲律宾和印尼，2022 年以前，GDP 平均增速不会低于 5%。

阿拉伯和海湾地区（西亚和北非）的 GDP 增长也能保持 3%-4% 的速度。撒哈拉以南的非洲曾经有过高达 7% 的经济增速，现在困难重重，金融、进出口都不景气，但联合国和 G20 都明确表态要加强这一区域的投资。未来，埃塞俄比亚、肯尼亚、刚果、尼日利亚和津巴布韦的经济增长均值得期待。

拉丁美洲和加勒比地区，最值得期待的是墨西哥。即使在整个拉美经济陷入停滞不前的状态时，该国依然表现不错。作为拉美最大的经济体，巴西的政治环境如果可以更加稳定一些，经济上或许是一匹黑马。

欧盟和美国近两年都完成了 2% 的 GDP 增速。其中，中东欧国家的 GDP 增速维持在 4% 以上，未来或接近 4.5%。

“综合增速和体量来看，能在未来引领全球经济的也就是中国和发达国家，后者增速虽慢，但巨大的经济体量和高超的科技水平决定了他们的地位。”何伟文这样说。在他看来，这种引领不需要半个世纪，二三十年就能看到效果。“我们又不是算命先生，一眼看出 50 年变化，能确定的是，未来 20 多年，中国对世界经济的带领作用会非常明显。而一个国家或地区经济增长后劲是否充足，最终要看人口结构的走向。”

## 4 向技术革命和产业革新问路

1970 年前后，苏美过度竞争，石油危机爆发，经济衰退，失业率高企，高通胀四处横行，布雷顿森林体系崩溃。就是在这样的背景下，一场由芯片技术带来的产业革命悄然发生，标志性事件是英特尔（Intel Corporation）公司的成立（1968 年）。

作为当时全球最大的芯片制造商，英特尔于 1971 年推出有史以来第一个微处理器，为计算机和互联网革命奠定决定性基础，进而改变了整个世界。时至今日，人们的日常生活依然享受着芯片带来的便捷和高效。

今天，在全球经济难以风平浪静的时刻，我们是否也可以期待一场由技术革命带来的产业变革呢？

“从蒸汽机、铁路到重工业再到石油、汽车的大规模生产，直至今天电子信息的普及，这些都是技术范式的改变。一般来说，技术范式的转变，可以带动 60 年左右的经济周期，这个周期也称作康德莱体耶夫长波或者康氏周期。依照这一周期，前 30 年左右，技术范式的变革可以带来经济的高速增长，后 30 年左右，高速增长的各种弊端开始显现。”中国科学技术发展战略研究院研究员郭戎这样对《经济》记者分析。

技术范式（Technological Paradigm），由美国哲学家托马斯·库恩（Thomas Kuhn）于 1962 年首次在其著作《科学革命的结构》中提出，广为接受的含义是“解决所选择的技术经济问题的一种模式，而这些解决问题的办法立足于自然科学的原理”。

按照技术范式和康氏周期的理论，上一个周期由芯片技术开始于 1971 年，随后 30 年，全球见证了计算机和互联网带来的浪潮般的产业革命。2000 年后，过度投资、次贷危机、欧债危机纷纷出现，全球经济进入调整期。

郭戎指出，依照上述理论，我们正处于康氏周期的后半周期。“如果康氏周期理论依然有效，我们会在 2030 年前后经历一场由技术革命带来的产业革新。当然，这个周期并不必然固定为 60 年或者其他数字。按照中国政府官方的说法，我们期待‘新一轮科技革命’带来‘新的增长空间’。”

一位业内资深科研人员认为，即便现在，人类依然沉浸在芯片带来的产业革命中。“现在流行的人工智能、虚拟现实和大数据，哪一个能够离开芯片，只不过制作芯片的材料发生了改变。从前，芯片的核心是硅；现在，芯片的核心是纳米。是材料的改变让芯片有了质的飞跃，否则它不会有现在这么大用处。”

该研究人士强调，当我们讨论技术革命的时候，要从学科端而非应用端开始。他认为，人工智能或者虚拟现实已经是产业上的东西，未来，如果真的有一种自然科学的突破能够为世界经济带来巨大改变，材料科学和生物医学或可担此大任。

作者：寇佳丽

来源：《经济》2017 年 21 期

## 中国制造吸引全球目光

盛世迎盛会。10 月 20 日，主题为“互联网时代五金生产与流通的发展方向”的第 54 届世界五金大会在上海隆重举办。这是继 2006 年该盛会在我国首次举办之后，中国五金制品行业第二次赢得了世界五金大会的主办权。

第 54 届世界五金大会主席、中国五金制品协会理事长石僧兰表示：“在中国经济发展全球瞩目，五金制造业转型升级步伐加快的时间节点上，世界五金大会举办更显得意义深刻。我们愿借此机会，向世界展示中国五金行业新的风姿，新的面貌。”

### 1 展现实力再获百年盛会举办权

世界五金大会是全球五金业的一次盛会，中华人民共和国工业和信息化部副部长辛国斌、中国轻工业联合会会长张崇和担任大会名誉主席，中国五金制品协会理事长石僧兰担任大会主席。包括美国、德国、法国、中国、英国、澳大利亚和瑞典 7 个执委会国家成员以及 10 个理事会国家及准会员单位出席大会。

会上，辛国斌作了中国宏观经济发展趋势及制造业产业政策报告。北美五金零售商协会首席执行官比尔·李作了美国零售市场专题介绍，中国制造商企业代表茅忠群作了企业文化发展报告，欧洲 DIY 零售商协会秘书长雷·巴克作了欧洲零售业发展情况介绍以及阿里巴巴资深副总裁、阿里云 CEO 胡晓明作了中国互联网产业状况及发展趋势报告等。而中、美、法、德、英、瑞典、澳大利亚、日等 8 个 IHA 成员国协会代表进行了各国经济及行业发展报告，交流、探索五金行业的发展新方向。

会议期间，与会代表还参观了工信部认定的智能制造示范企业老板电器和 2017 中国国际五金展览会、中国国际厨房博览会等。

国际五金及家居用品协会联合会(简称 IHA)成立于 1909 年,并在巴黎召开第一次世界五金大会。在这百余年的历史中,每两年举办一次的大会,一直在国际五金及家居用品协会联合会(IHA)成员国之间轮流主办,在中国加入 IHA 之前,该组织成员全为发达国家。直到 2000 年,中国快速腾飞的五金产业吸引了全球的目光,为世界呈现了惊人的中国式速度,也为全球带来了优秀的五金产品和庞大的五金市场。IHA 看到了中国五金的成长和未来,迅速向中国抛出了来自国际组织的橄榄枝,受该会理事会之邀,中国五金制品协会代表中国加入 IHA。

石僧兰表示,我国再次获得世界五金大会的主办权,标志着中国五金制造业在《中国制造 2025》国家产业政策的指引下,正在逐步缩小与发达国家的差距,正在迈出由制造大国向制造强国的关键步伐,还标志着在经济全球化进程中,中国五金在世界五金界已经成为不可或缺的重要成员之一。

她特别表示,党的十九大把建设制造强国提到了建设我国现代经济体系基石的高度,这对于振奋行业精神,鼓舞中国五金加速向先进制造业目标迈进有着重大意义。

## 2 加快转型中国五金向智造迈进

“近年来,我国制造业的发展被作为国民经济的重点得到了大力的扶持和培育。”石僧兰告诉记者,包括《中国制造 2025》、工信部“三品战略”、供给侧改革等一系列大政方针政策,都为产业的发展提出了具体的方向、目标。而五金制品行业的 11 大类产品均关系到国计民生,与百姓生活息息相关。中国五金制品协会积极响应和落实政府的方针政策,通过推动行业的“品质、品牌、效益”三大重点,进一步推动深化结构调整、转型升级,不断取得成效,中国五金制品行业加速“由制造向智造迈进”。

近年来,我国五金行业在转型升级中获得了长足的发展,2016 年,行业年产值超 1.5 万亿元。特别是 2017 年上半年,我国五金制品行业上半年对外进、出口贸易均保持了高比例的增长。海关统计数据 displays,2017 年 1 月-6 月,我国五金制品行业累计完成进出口总额 609.42 亿美元,同比增长 11.00%。其中:累计完成出口额 500.64 亿美元,同比增长 12.30%,比去年同期提高了 21.32 个百分点;累计完成进口额 108.77 亿美元,同比增长 5.42%,比去年同期提高了 9.69 个百分点。

## 3 聚焦行业亮点两大展会同期举办

10 月 22 日,中国国际五金展(CIHS)、中国国际厨房博览会(CIKB)在上海虹桥会展中心隆重揭幕。中国五金制品企业携机器人、黑科技、智能化等新产品新技术等亮相展会,吸引了全球同行的目光。

在海尔、万家乐、爱仕达等我国知名企业的展位上,其智能化现代厨房、无电沐浴、替代燃煤炉的零排放取暖设备吸引了众多中外客商和参展者围观拍照、咨询洽谈,场景格外火爆。

石僧兰对记者说,近年来,协会引导行业加速实现由传统制造到智能制造的转型升级,如今,我国的中高端厨房设备行业技术已经领先于国际同行。

由中国五金制品协会于 17 年前创办的中国国际五金展,一直秉承“市场导向和技术导向”的办展理念,坚持“顺应市场、服务行业”的办展宗旨,以展会为平台,带领行业不断培育和开拓“国内国外两大市场”,迅速发展成为全球第二大五金展会,被誉为全球“五金市场的晴雨表,行业发展的风向标”,成为全球五金行业交流、交友、交易和展示行业新科技新成果的平台。特别是每年在展会期间举办的各类行业发展论坛、研讨会、高峰对话等交流活动,为行业、企业带来了最新的发展趋势及信息,成为推进行业进步和预示发展趋势的引领平台。

而今年的展会与第 54 届世界五金大会同期举办,更为展会带来了全球顶级采购商和专业观众,为提升参展品牌的国际知名度,提供了难得的机遇。

展会凭借中国五金制品协会强大的行业号召力、影响力以及德国科隆国际五金展的优质资源,吸



引了来自众多海内外一线品牌。2017 年的两大展会规模持续保持在 16 万平方米，共有来自 20 个国家近 3000 家企业参展，以及来自国内外 5 万余名买家到场进行采购，展会规模和服务再度升级。

对标欧盟标准第二批中国家居五金团体标准发布

标准提升质量，质量造就品牌。在展会期间，中国五金标准的重大改革成为中外同行关注的焦点。10 月 22 日，由中国五金制品协会组织指导的第二批中国家居五金团体标准正式发布，同时举行了第三批中国五金团体标准立项启动仪式。令人振奋的是，第二批中国家居五金团体标准主要技术指标全面超越欧盟，部分指标填补国内外同类标准空白，抢占行业竞争制高点。

工业和信息化部消费品工业司司长高延敏在致辞时说，今天发布的四项团体标准注重适用性、引导性和创新性，对家居五金行业提升有着非常重要的作用，是《深化标准化工作改革方案》在家居五金产业有效落地的重要体现。这四项团体标准的发布同时也是国家“三品战略”在家居五金产业有效落地的重要体现，对于推动行业升级有着现实和长远的意义。

中国五金制品协会张东立执行理事长在致辞中谈到，第二批中国家居五金团体标准是中国五金制品协会试点的又一批团体标准，在地方政府支持、行业协会运作、重点企业支持下，仅仅用半年多的时间就制定了四个团体标准，充分体现了“高、新、快”特点。标准的成功发布有利于通过标准引领产业升级，提高产品和服务品质，落实“中国制造 2025”战略，响应“三品战略”，提升中国高端家居五金产品品质，推动民族制造业品牌提升。

更引人注目的是，在这次团体标准发布会上，中国五金制品协会还发布了“东泰五金与国外知名品牌的同类产品性能对标”报告，以顺德“东泰五金”为代表的龙头企业，在盐雾测试、环保性能等方面，其技术标准超越了国外知名品牌的產品。

张东立表示，这一竞标结果，是中国五金行业深入践行团体标准的体现。鼓励行业超越欧盟标准，打造行业品质标杆，这是中国五金制品协会推行团体标准改革的目标。

作者：刘惠兰

来源：《经济》2017 年 21 期

## 为什么苹果在中国制造，我们买反而更贵？



iPhone8、iPhone8plus 以及 iPhone X 已经面世了，我们即将可以用到。但是从现在已知的信息看，中国大陆的新苹果手机系列的价格，按照汇率换算后，要比其他国家，比如美国、日本都要高。

大家知道，全世界人们所用的苹果手机全部是在中国大陆生产的，就是富士康公司生产的。那为什么在中国大陆生产的苹果手机在中国大陆卖反倒是最贵呢？

第一个原因，是因为中国人对苹果手机太偏爱了，偏好程度太强烈。就像一个歌星唱歌，如果你

不喜欢就不愿意花高价买票。如果你特别喜欢特别痴迷，像现在的小鲜肉一样，那你就愿意出高价。

过去有些年轻人为了买一部新的苹果手机，就要省吃俭用，甚至还有可能就去卖肾了。这虽然听起来是笑话，但也在一定程度上反映了真实的消费者心理。

好多中国的年轻人偏好苹果手机，觉得它特别好用，非常新鲜，是一种炫耀的东西。如果你没有新的 iPhone，那表示可能你的男朋友不太喜欢你，表示你太不时髦了，大家可能就会鄙视你。

最近芝加哥大学做了一个研究，说中国人上半年刷手机的时间大概有 400 亿个小时。有一点玩物丧志的感觉，年轻人更是这样。这是生活当中的一大乐趣。既然你这么偏爱苹果手机，那就多卖一点钱，这是一个原因。

第二个原因是在北京这样的城市苹果有几个专卖店，专卖店都在市中心。这些地方的租金特别高，租金高、人工费用也高，就造成了苹果手机在中国的营销费用可能比其他国家要高。因为太把苹果手机当回事儿了。这是苹果手机中国大陆价格比其他地方高的第二个原因。

第三个原因，也是最重要的原因是税收。富士康在中国大陆生产苹果手机，我们称之为委托加工。富士康生产苹果手机，它是组装。所需要的所有的原材料配件都是进口的。委托加工的意思是加工成成品之后，都要出口出去，不能留在本国，政府就先不征进口环节的税。

中国大陆是一个很大的市场。富士康加工完毕之后，如果你把手机拉到美国再拉回来，就相当于国外一日游，那太费劲了。于是，中国海关采取了一种变通的办法。富士康把手机生产出来之后就先拉到中国苹果总部，海关再办理税收手续。

什么手续呢？中国海关对苹果手机这种东西的进口基本上不收关税，但是要代征增值税。向中国政府缴纳 17% 的税，就直接可以在中国大陆销售。而像美国、日本没有增值税。富士康把手机组装出来之后再销售到美国或者日本，它是没有关税的，也没有增值税，所以相对来讲就比较便宜。

不但是在海关环节征一道增值税，同时，无论是在苹果的专卖店还是在其他电商网站，卖苹果手机，还需再交一次增值税。另外，凡是交增值税的东西还要交城市维护建设税以及教育费附加。

也就是说，在中国销售的苹果手机要交两道增值税，还有其他的税。这个数额是不小的。这些加起来，就是中国苹果手机的售价高于其他国家的原因了。

**来源：**《中国经贸聚焦》2017 年 10 期