

通信经济研究

TONGXIN JINGJI YANJIU

吴先锋 冯悦旋 编著



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

通信经济研究

吴先锋 冯悦旋 编著

北京邮电大学出版社
·北京·

内 容 简 介

全书包括通信业技术经济特征、通信成本、通信资费、通信市场、通信业转型、通信企业商业模式、通信公司治理绩效和通信业管制八个部分共十章,其中通信市场和通信业管制各两章,其他部分各一章。全书按照通信经济体系的脉络展开,围绕通信产业的基本问题和热点问题分析,注重经济学一般原理、方法在通信运营实践中的应用和通信经济问题的机理分析。书中既有对通信经济问题的一般层面分析,也有作者从学术科研视角独特的分析,还有解决问题的对策、建议。因此本书内容丰富、重点突出且系统性较强,可供通信产业界政府官员、企业经营者阅读,也可供通信经济及相关领域研究人员参考,还可以作为大专院校师生的教材和主要教学参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

通信经济研究/吴先锋,冯悦旋编著. —北京:北京邮电大学出版社,2009
ISBN 978-7-5635-1975-0

I. 通… II. ①吴…②冯… III. 通信—邮电经济学—研究 IV. F60

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 063243 号

书 名: 通信经济研究

作 者: 吴先锋 冯悦旋

责任编辑: 安耀东

出版发行: 北京邮电大学出版社

社 址: 北京市海淀区西土城路 10 号(邮编:100876)

发行部: 电话: 010-62282185 传真: 010-62283578

E-mail: publish@bupt.edu.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京源海印刷有限责任公司

开 本: 720 mm×1 000 mm 1/16

印 张: 28.25

字 数: 504 千字

版 次: 2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5635-1975-0

定价: 55.00 元

• 如有印装质量问题,请与北京邮电大学出版社发行部联系 •

重庆邮电大学教授、博士哲学社会科学研究丛书
重庆市人文社会科学重点研究基地——网络社会
发展问题研究中心支持项目

总 主 编 徐仲伟

副总主编 陈志军 陈纯柱 孟东方 魏 钢

编 委 (按姓氏笔画排列)

王 进 代金平 刘 跃 陈志军

陈纯柱 张 波 肖长富 孟东方

徐仲伟 高宝柱 游敏惠 曾德高

熊志海 魏 钢

总 序

哲学社会科学,是帮助人们解决世界观、人生观、价值观,解决理论认识和科学思维,解决对社会发展、社会管理规律的认识和运用的科学。

江泽民同志曾经指出:哲学社会科学与自然科学同样重要;培养高水平的哲学社会科学家与培养高水平的自然科学家同样重要;提高全民族的哲学社会科学素质与提高全民族的自然科学素质同样重要;任用好哲学社会科学人才并发挥好他们的作用与任用好自然科学人才并发挥好他们的作用同样重要。

当今时代,是一个以和平与发展为世界主题的时代,是一个政治多极化、经济全球化、科技竞争十分激烈、各种文化相互激荡的时代,是具有中国特色的社会主义现代化建设蓬勃发展不断前进的历史时代。在这个崭新的历史时代面前,有不少全新的问题需要我们去发现;有大量崭新的领域需要我们去认识;有许多成功的经验需要我们去总结;有许多人们的困惑需要我们去回答。秉承着光荣的使命,肩负着历史的责任,重庆邮电大学作为一所以信息科学技术为优势和特色,以工为主,工、理、管、文等多学科协调发展的教学研究型大学,我们的广大哲学社会科学教学工作者和研究人员,为推动我国哲学社会科学的繁荣与发展,提高学校哲学社会科学教学和研究水平,多少年来坚持以科学的精神,求实的态度,严谨的学风,放眼天下大事,深入改革实践,思考未来发展,不断地从经济学、政治学、文化学、法学、管理学等多学科、多侧面、多角度开展研究,一步步地积累研究的得失,形成思想的结晶,创新

理论的成果。今天终于将他们的辛勤劳动以这套丛书的形式展现在广大读者面前。

这套丛书,既有经验丰富的老的哲学社会科学工作者的智慧结晶,也有不少中青年哲学社会科学工作者的思维成果。我们从中既可看到他们研究思考不断创造的思想火花,也能体会到其中的艰难探索,感受到他们那种攀登的艰辛与走完一段路程达到一定目的的喜悦与欢乐。

的确,科学山峰的攀登是艰苦的。道路正未有穷期。我们相信随着我国哲学社会科学繁荣与发展春天的来临和重庆邮电大学自身的不断发展,他们中的广大哲学社会科学工作者会有更多的理论著述奉献给世人。

徐仲伟

前 言

《通信经济研究》一书围绕通信业技术经济特征、通信成本、通信资费、通信市场、通信业转型、通信企业商业模式、通信公司治理绩效、通信产业管制八个通信经济的基本问题和热点问题展开。各部分内容及特点如下。

通信业的技术经济特征为通信经济问题的立论基础,因此,分析这一特征对研究通信经济问题具有重要的指导意义。从技术角度看,由于通信网络具有横向的全程全网、纵向的强技术关联及技术标准的兼容统一,使通信产业具有规模经济性、外部性,但又与一般产业的规模经济性、外部性有所不同;由于通信服务的普遍性,使通信产业具有基础产业的特征,但又与一般的基础产业有所不同;伴随信息化概念的提出和信息化进程的推进,通信业的范围、内涵、外延不断拓展,传统的电信产业变成了信息服务业。立足于此,在第一章中,围绕通信业的产业属性、技术特征、服务特征、经济特征、信息化、通信产业在国民经济中的地位和影响等问题,先进行一般层面的归纳总结,进而通过所建立的计量经济模型对信息产业对国民经济的影响进行实证分析,给出了定量分析结论,同时通过实际案例分析了美国、日本的信息产业对国民经济的带动作用,通过世界通信公司(WorldCom)破产所引起的震动和美国采取的特别措施佐证了前述分析的一般结论。

成本和价格为经济学中的一对孪生问题,通信成本和通信资费更是如此。由于通信产业自身的特征,通信资费虽然可以根据市场供求关系调节,但其基础必须是通信成本。当政府对通信市场实施管制时,资费是其主要的管制对象,而通信成本是其确定资费管制标准的重要依据。由于通信的全程全网和通信业的范围经济特征,通信业务的成本测算非常困难:既需要天文数量级的数据,又需要科学的方法,同时还必须要符合通信业的特点。在分析通信成本时,主要从经济成本含义的角度,讨论了通信成本的种类及含义,如前瞻性成本、网元成本、长期增量成本、通信企业成本特点与成本核算方法、降低通信成本的途径和方法。重点分析了固定电话网和移动电话网成本结构的异同和通信网成本代理模型,基于作业成本分析的思路,建立了移动业务成本模型和信函业务的成本模型,这些模型对分析通信成本性

态、加强成本管理具有参考价值。

通信资费既为通信经济的核心问题,也为社会关注的热点问题。在通信资费的分析中,首先讨论了通信资费的含义、影响因素和定价方法,而后着重讨论了高峰负荷定价的基本原理、我国电信资费水平和资费结构的比较、差别定价的福利意义及差别定价策略,最后讨论了前几年讨论热烈、现在仍时时见诸于各种媒体的移动通信单双向收费方式问题。通过资费水平和资费结构分析,既看到了我国电信资费存在的问题,也看到了我国电信资费水平和资费结构的不断完善。高峰负荷定价分析和差别化定价分析既解释了电信企业相关定价的合理性,又为进一步完善资费定价策略提供了参考。

在通信市场这一部分,用了两章篇幅进行讨论。第四章侧重于通信市场一般概念和特点分析,如通信市场的需求、通信市场供给、通信市场管制者、通信市场结构、通信市场上的厂商行为等。在分析通信市场供给时,笔者运用微观经济学的一般原理,集合通信产业技术进步的特点,提出通信产业长期供给曲线向右下方倾斜的模型,从供给角度解释了通信资费下降的原因。通过中国移动、中国联通之间关于校园品牌的博弈分析,清楚地认识到移动通信市场的动态变化过程和竞争策略对运营商的影响。第五章首先对我国通信市场的绩效进行评价分析,利用市场绩效评价指标对我国1994年以前、1994年至1998年及1998年以后我国电信市场的绩效进行了评价,通过具体评价数值认识到我国通信市场绩效的不断提升。进而讨论了我国通信产业的竞争力和我国通信市场的有效竞争问题,提出了构架我国通信市场有效竞争的建议,并通过一个数理经济学模型从理论上解释了运营商数量对有效竞争市场架构的影响。

随着通信技术的发展和通信管理体制的变革,转型和创新不仅成为通信产业的流行词汇,而且是业界人士必须思考和面对的重大问题。在第六章,就通信业的转型和创新分两个部分进行讨论。第一、二节讨论转型与创新的理论问题。主要讨论了通信业转型的含义、背景、面临的困难及主要表现,同时分析了网络融合和自主创新对通信业转型的影响,探讨了在自主创新的内在激励下实现通信业战略转型的对策、建议。第三、四、五节讨论了如何转型,即通过具体的创新活动支持和保证通信业战略转型的成功。具体讨论了如何进行3G业务的市场定位和无线电邮、校园信息化、基于“二维码”技术的移动业务创新问题,重点讨论了FMC(固定移动融合)业务创新的含义、现状、基本模式及影响FMC发展的关键因素。

面对通信产业战略转型和经营创新,通信企业的商业模式随之发生变

化,选择什么样的商业模式及设计什么样的运行机制成为通信战略管理的首要任务。但随着经营环境的变化,商业模式的种类将更多,其选择更加灵活和富有挑战性,内容更加丰富,运行机理的设计更加精细。在第七章,根据对商业模式内涵、外延的一般理解^①,具体讨论了增值电信业务经营者(CP/SP),终端设备经营者和电信运营商的经营模式;从各类经营者面临的环境状况,详细分析了相关商业模式的特点和对经营者收入的影响,进而提出了商业模式选择的策略、建议。最后,从价值链角度,重点讨论了商业模式的创新问题;从渠道模式、知识模式、客户模式和产品模式角度提出了商业模式创新的对策、建议。本章的分析方法除采用一般的定性分析外,采用了大量的框图模型,对CP/SP的商业模式分析,还建立了利润函数的数理经济模型,通过模型的求解得出了透明通道型商业模式优于转售型商业模式的结论。

随着电信体制改革的推进,我国电信企业进行了现代公司制改造。相比于发达国家电信企业,国家控股的中国电信企业进行现代企业制度改革的效果如何?如何进一步改进我国电信公司的治理结构,提高电信企业的治理绩效,为我国高层决策者长期关注的重要问题。在第八章,运用公司治理理论,从治理结构、治理机制、产权与治理绩效的关系这三个角度,系统归纳整理了国外电信公司治理的问题,讨论了我国电信公司的治理问题,在此基础上分析了我国四大上市国有电信公司的治理机制问题,并以托宾Q值代表公司绩效,就国有股比例、流通股比例、资产规模、资产负债率、董事会规模、独立董事等对公司绩效的影响进行了实证分析,得出国有股比例对公司绩效影响显著,其他因素对公司绩效影响不够显著的初步结论,最后从股权结构、监事会作用、董事会结构和经理层激励方面,提出了进一步完善我国电信公司治理的对策、建议。

纵观世界电信产业的发展历程,无不伴随着政府管制的发展和变化。由于电信产业的技术经济特征,产业的发展与政府的管制可谓息息相关。20世纪末,曾一度认为,由于技术的进步、发展,电信业自身的产业特征逐渐淡化,电信业与一般的工商企业没有本质的区别,对电信业的管制应该大大放松,甚至认为没有必要对电信业进行专门的管制。一些激进的国家甚至取消了电信管制机构,将电信业纳入一般工商企业的管理范围,其结果是产

^① 目前关于商业模式的研究很多,不同学者根据自己的研究视角,对商业模式有不同的描述。各种描述中,商业模式的内容、范围相差较大。有的讨论主要定位于赢利模式、有的定位于收入模式,有的定位于产业链上的企业之间的相互关系。因此,学术界对商业模式没有统一的定义。本书讨论的商业模式主要定位于收入模式。

业发展混乱,以至影响整个国民经济的正常运转,又不得不恢复对电信业的管制。我国政府虽然一直重视对电信产业的管制,但如何建立适应我国社会主义市场经济体制要求的中国电信市场管理模式及运行机制却始终处于不断探索之中。第九、十两章对这个问题进行了讨论。在第九章中,首先讨论了电信业管制的目标、管制机构的基本职能、电信管制的原则与主要内容,然后重点讨论了普遍服务和资费管制。对普遍服务管制,集中讨论市场经济条件下,推行电信普遍服务的机制,给出了进一步完善我国普遍服务机制的对策、建议。对资费管制,以移动业务为例,分析了我国移动资费的问题,运用微观经济学的一般原理分析了我国移动业务资费的形成机制,提出了改革我国电信资费管制模式的对策、建议。第十章,讨论了目前正处于迅猛发展阶段的电信增值业务的管制问题。首先分析了电信增值业务的发展趋势和市场环境状况、现行电信管制制度与模式对增值业务发展的影响,并通过一个数理经济学模型,从产业链的角度分析了促进增值业务发展的激励机制;最后从制度创新的角度,分析了通过发展增值业务推进电信产业发展的增值业务管制创新,给出了塑造增值业务监管环境、完善增值业务监管体系的对策、建议。

作为一本学术著作,作者认为本书具有如下特点。

1. 以问题导向的理论分析,以理论支撑的对策、建议

以问题导向、以提出解决问题对策为目标是本书写作的主要目的之一。为体现达到这一目的的科学性和学术性,作者选择将理论分析作为连接现实问题与对策、建议的桥梁。对八个问题的分析几乎都按照这一模式进行,即先是面向问题的一般讨论,而后是深入的理论分析、最后是对策、建议。理论分析作为重点,理论分析的目的在于探讨问题的形成机制,以使对策的提出具有较强的逻辑支撑而显得自然合理。

2. 模型化的研究方法

本书的理论分析主要采用模型的方法进行,所用的模型有概念模型、曲线模型、框图模型、数理经济模型、计量经济模型等。如通信产业对国民经济影响的计量经济模型、移动业务成本模型、电信市场有效竞争模型、移动资费管理模型、电信增值业务创新激励模型等。

3. 较为完整的体系

通信经济的问题有很多,本书讨论的八个问题为通信经济的基本问题,相互之间紧密关联;通信产业技术经济特征是讨论通信经济问题的前提和出发点,通信成本和通信资费为通信经济问题的核心,通信市场为通信经济

运行的平台,通信企业转型与创新、通信企业商业模式是通信经济参与者的活动和内容,政府管制与创新是通信经济运行的环境条件。这种关系使“通信经济研究”具有较为完整的体系。

4. 结构新颖、重点突出

在已有的通信经济类书籍中,作者是第一个按照上述结构讨论通信经济问题,且既有传统内容又有热门话题。同时就每一个问题而言,从名称看,包括的内容较多,作者在进行简要的总结后,着重对某些方面进行较深入的讨论。如成本分析中基于作业分析的业务成本模型,资费分析中我国电信资费水平、差异化定价和移动通信单双向收费问题,市场分析中移动校园品牌竞争、中国电信市场绩效评价和有效竞争,公司治理中我国四大电信公司治理绩效分析,管制分析中普遍服务和资费管制等,既有面上的一般讨论,又有某方面的深入分析,较好体现了学术著作的特点。

5. 使用对象较为广泛

本书既可供通信产业界政府官员、企业运营者阅读,也可供通信经济及相关领域研究人员参考,还可以作为大专院校师生的教材和主要教学参考用书。

本书先由吴先锋确定写作大纲,然后由吴先锋、冯悦旋分工完成。其中,第一、二、三、四、五、六、七、八章由吴先锋编写,第九、十章由冯悦旋、吴先锋共同编写,最后由吴先锋负责统稿。本书内容绝大部分来自于作者从事通信经济教学、科研工作的成果,包括自己独立完成的科研成果、与他人合作完成的科研成果和指导研究生、本科生完成的科研成果。

研究生李海、张松、何汇、陈锦花、钟珍、付迪为本书的完成提供了丰富的素材,有些内容直接取自于作者与他们的合作成果(如内容引注所示)。在这次成书的过程中,研究生黄佳丽、唐茜、樊吉宏参加了部分材料收集和文字、图表校对的工作。

本书出版得到了重庆邮电大学人文社科出版基金的资助,得到了重庆邮电大学经济管理学院万晓榆教授、温平川书记、卢安文老师、施涛老师的大力支持。在此,作者向他们一并表示感谢。

由于作者的经验和能力所限,对概念的把握、问题的切入、研究方法的选择、模型的建构和对策、建议的提出难免有一窥之见之痕,因此欢迎业内人士批评指正。相信你们的批评不但有助于作者提高研究能力和学术水平,更有助于繁荣通信经济的研究氛围,推动通信产业的健康发展。

作者

目 录

第一章 通信业技术经济特征及与国民经济的关系

第一节 通信业的产业属性及作用分析	1
一、产业划分的基本理论	1
二、通信业的产业属性	3
三、通信业范围的界定	3
四、邮政与电信的融合发展	4
五、通信业为社会的基础行业	5
六、通信业在国民经济中的作用	6
七、电信业的普遍服务性	7
第二节 通信业的特征分析	11
一、电信业的技术特征	11
二、通信业的生产经营特征	13
三、电信业的经济特征	14
第三节 通信业与国民经济信息化	19
一、信息化的含义	19
二、信息化对国民经济的贡献	20
三、信息化的层次	21
四、信息化水平的测度	23
五、通信业对国民经济信息化的作用	28
第四节 信息网络产业对国民经济影响的实证分析	30
一、研究综述	30
二、构建网络经济指标体系	32
三、基于因子分析的网络经济计量模型	33
第五节 信息产业对国民经济影响的案例分析	40
一、信息产业对日本经济的带动作用	40
二、信息产业对美国经济的带动作用	42

三、世界通信公司(WorldCom)破产的影响	45
第二章 通信成本分析	
第一节 通信成本的概念及特点	49
一、成本的一般概念	49
二、通信成本的一般概念及特点	51
三、通信企业成本构成及特点	54
第二节 通信企业成本核算	56
一、通信企业成本核算目的	56
二、通信企业成本测算方法	57
三、通信企业加强成本管理、实施成本领先战略的途径	60
第三节 电信网成本特点与成本代理模型	61
一、电信网成本特点	61
二、电信网混合成本代理模型	63
第四节 通信业务成本模型研究	65
一、基于作业成本分析的移动业务成本模型研究	65
二、信函业务成本模型研究	72
第三章 通信资费分析	
第一节 通信资费理论基础	78
一、通信资费的含义	78
二、通信资费体系及内容	79
三、通信资费结构及特点	79
第二节 通信资费水平的确定	83
一、通信资费水平决定因素分析	83
二、电信业务的定价方法	87
三、电信业的内部互补收费——交叉补贴	92
四、电信业的其他收费方式	92
第三节 通信业的高峰负荷资费分析	93
一、高峰负荷资费的基本原理	94
二、计算企业的最优生产设施能力	96
三、改进方案	100
第四节 我国电信资费水平分析	100
一、我国电信资费调整的背景和市场环境	100
二、电信资费水平的发展结构	102
三、我国互联网的收费结构	109

四、电信资费调整以后,我国部分电信资费与世界水平的比较	112
五、电信资费结构调整的内容	115
第五节 通信业差别定价的影响与策略分析	117
一、差别定价的原理	117
二、通信业的一级差别定价	117
三、通信业的二级差别定价	119
四、通信业的三级差别定价	121
五、实行差别定价的策略	123
第六节 移动通信双向收费模式的经济学分析	124
一、从技术上看,支持移动通信双向收费的观点主要有三个理由	124
二、对管制部门的影响	125
三、对运营商的影响	127
四、对消费者的影响	129
五、实施单向收费的选择逻辑及政策建议	130

第四章 通信市场

第一节 通信市场的定义及特点	132
一、市场的一般含义	132
二、通信市场的定义	133
三、通信市场的特点	133
第二节 通信市场需求	136
一、通信市场需求的影响因素	136
二、通信市场需求结构	140
第三节 通信市场供给	141
一、供给理论	141
二、国有电信运营商的经济效率	144
三、电信供给曲线的特点分析	146
第四节 通信市场管制者	147
一、管制者的组成	147
二、管制者的职能	148
第五节 通信市场结构	150
一、市场结构基本概念	150
二、影响电信市场结构的因素	151
三、市场力的测量	154

第六节 通信市场运营商行为分析	155
一、资费竞争行为	156
二、销售行为	162
第七节 我国移动通信运营商品品牌竞争分析	165
一、校园品牌竞争简述	165
二、品牌竞争实证分析	166
三、移动通信品牌竞争的结论	174
第五章 我国通信市场结构演变与绩效评估	
第一节 政企合一、垄断经营的中国电信业	177
一、自然垄断与行政垄断——1994 年以前的中国电信产业	177
二、打破垄断的艰难尝试——1994—1997 年的中国电信市场	179
第二节 初步建立中国电信市场的竞争架构——1998 年以后的中国 电信市场	183
一、电信产业特点	183
二、1998 年以后中国电信市场的结构与绩效分析	187
第三节 有效竞争——中国电信产业结构演变的目标	200
一、中国电信市场的有效竞争	200
二、中国电信市场结构迈向有效竞争的途径	203
第四节 3G 时代的有效竞争问题研究	207
一、运营商数量是决定 3G 时代的有效竞争的关键因素	207
二、有效竞争模型的构建	209
三、培育 3G 市场有效竞争的政策建议	210
第六章 通信业转型与创新分析	
第一节 电信产业转型	211
一、产业转型的概念	211
二、电信产业转型概况	213
三、电信业战略转型背景	214
四、电信业战略转型的内涵	216
五、我国通信业发展的瓶颈	222
六、基础运营商在增值业务上的尝试	223
第二节 网络融合、自主创新与通信运营企业的转型战略	225
一、网络融合在通信运营企业转型中的作用分析	225

二、网络融合在转型中的功效分析	227
三、自主创新的含义	229
四、自主创新与企业战略转型的关系	230
五、自主创新在经营战略转型中的切入点	231
六、企业经营战略在自主创新系统作用下的良性转型	232
第三节 3G 业务市场定位分析	233
一、3G 业务定位展望	233
二、3G 时期的品牌建设分析	235
三、3G 定位的市场展望	236
第四节 电信业务创新分析	238
一、电信业务创新的意义	238
二、无线电邮市场定位分析	239
三、校园信息化创新分析	243
四、基于二维码技术的“手机条码百宝箱”业务创新分析	248
第五节 FMC 业务创新分析	253
一、FMC 业务的含义	253
二、FMC 业务现状	254
三、FMC 业务的基本模式	255
四、FMC 发展的驱动力	256
第七章 通信企业商业模式分析	
第一节 商业模式基本理论	257
一、商业模式的定义	257
二、商业模式的特征	258
第二节 CP、SP 企业的商业模式分析	259
一、CP、SP 的经营环境分析	259
二、CP、SP 的商业模式	262
第三节 电信运营商的商业模式	272
一、电信运营商的运营环境分析	272
二、电信运营商的商业模式	274
第四节 终端生产商的商业模式	281
一、终端生产商的生存环境和现状分析	281
二、终端生产商的商业模式	284
第五节 电信业商业模式创新途径分析	289

一、电信业的价值链模式创新	289
二、电信业的渠道模式创新	291
三、电信业的知识模式创新	292
四、电信业的客户模式创新	292
五、电信业的产品模式创新	293
第八章 通信公司治理绩效分析	
第一节 公司治理理论概述	294
一、公司治理的基本内容	294
二、治理的相关理论	302
三、公司治理的主流模式	304
四、公司治理实证结论	305
第二节 国外通信运营企业治理比较	307
一、治理结构问题	307
二、治理机制问题	311
三、产权变化与治理效率	313
第三节 我国四大电信公司治理绩效实证研究	314
一、四大通信运营上市公司治理机制	315
二、我国通信运营业四大上市公司治理绩效实证模型	317
第四节 国际通信公司治理特点对我国的启示	324
一、在保证国家控股的前提下,进一步加快股权改革的实践,降低国有股的比例,提高非国有股份的比例,特别是民间资本的控股比例	325
二、完善监事会制度,明确监事会的职能定位,进一步发挥监事会的作用	326
三、进一步完善独立董事制度,尤其是在董事会中增加独立董事的比例,特别是来自不同领域、具有不同学历背景和从业背景的董事的比例	327
四、完善经营者、特别是高管人员的以薪酬激励为主要内容的激励制度	327
第九章 通信业管制分析	
第一节 电信管制的目标	329
第二节 电信管制机构	331
一、地位独立、权力集中的管制机构	332