

中共中山市委党校学术成果汇编丛书之二

经济维度

顾问 雷 彪
主编 李今永
副主编 王春旭

广东省出版集团
广东人民出版社

中共中山市委党校学术成果汇编丛书之三

经济维度

顾问 雷 彪
主编 李今永
副主编 王春旭

广东省出版集团
广东人民出版社

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

经济维度/李今永主编. —广州: 广东人民出版社,
2009. 5

(中共中山市委党校学术成果汇编丛书之二)

ISBN 978-7-218-06234-1

I. 经… II. 李… III. 经济—中国—文集

IV. F12. 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 076306 号

责任编辑	柏 峰 张贤明 王 嫣
封面设计	阿 成
责任技编	黎碧霞
出版发行	广东人民出版社
印 刷	韶关二九〇研究所地图彩印厂
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	28.25
插 页	1
字 数	457 千
版 次	2009 年 5 月第 1 版 2009 年 5 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-218-06234-1
定 价	150.00 元 (全三册)

如发现印装质量问题,影响阅读,请与出版社(020-83795749)联系调换。

【出版社网址:<http://www.gdpph.com> 电子邮箱:sales@gdpph.com】

图书营销中心: 020-37579604 37579695

总序

彭建文*

半世纪开拓奉献，五十载春华秋实。

中共中山市委党校创办至今，已走过了不平凡的50年。50年来，市委党校在市委的领导下，在坚持和传承党的理想、信念、价值观，造就高素质干部队伍方面，形成了自身的优良传统和独特优势，发挥着不可替代的作用。可以说，这里既是党员干部增强党性锻炼、提高领导科学发展能力的“熔炉”，也是潜心理论研究、为中山经济社会发展提供强大支持的“智库”。

改革开放以来，我市认真贯彻执行党的路线方针政策，大胆探索，先行一步，促进经济、政治、文化、社会、生态建设全面发展，不断增强城市综合竞争力，不断提高人民生活质量，取得了令人瞩目的伟大成就。中山发生的历史巨变，离不开社会各界包括理论工作者的努力，离不开市委党校教师们的辛勤耕耘。

我们欣喜地看到，中山市委党校发展到今天，已经形成一支既有扎实的马克思主义理论功底，又对历史和现实问题有深入了解和研究；

* 作者系中共中山市委副书记。

既有较丰富教学经验，又有较强科研能力的师资队伍。值此 50 周年校庆之际，市委党校将教师们从 1996 年至 2008 年发表的学术文章和课题研究成果编成丛书出版，意义重大，可喜可贺。丛书涉及内容广泛、视野开阔、见解独到，与中山经济社会发展实际紧密相连，是党校与中山同步成长、同步实现跨越的一个缩影。

当前，中山正处在全面转入科学发展轨道的关键时期，希望市委党校秉承严谨、务实、创新的优良传统，不仅对中山过去的发展进行系统的理论概括和总结，更以前瞻眼光、战略思维和国际视野，对中山现实和未来的发展进行积极探索，不断拿出更多更好的理论成果，为中山“三个适宜”新型城市建设作出更大的贡献！

是为序。

2009 年 5 月

目 录

一、经济理论

电子商务市场的“柠檬问题”研究	廖 忠 (3)
我国多层次直销的市场开放问题探讨	陈伟英 (9)
试论我国买方市场特征、成因及对策	占足平 宋 军 (17)
我国名牌存在的问题及对策	覃自觉 (23)
专业镇发展中“专”与“合”的辩证思考	钟晓燕 (29)
科学发展观：广东率先基本实现现代化战略的新坐标	占足平 (37)
论知识型文化消费及其对经济增长的贡献	占足平 (42)
浅论文化消费的正负效益及其引导	占足平 (47)
关于西部大开发若干问题的思考	熊 艳 (55)
信息化：广东率先基本实现现代化的必由之路	赖光耀 (61)
区域产业经济发展中发挥政府职能应解决的几个问题	钟晓燕 (67)
区域发展规划基础理论述论	熊 艳 (71)
广东非公有制经济发展的现状、趋势及政策建议	占足平 (78)
从国有经济的特点看我国国有经济布局战略性调整的必要性 and 方向	张 平 (84)
美、德、日、法市场经济模式比较及启示	王子雄 (89)
经济体制改革中下岗职工再就业问题探讨	金艳青 (94)
试论以市场为导向的技术创新	赖光耀 (100)
市场调查在市场营销中的运用初探	赖光耀 (104)
发展经济的关键是发展科技	覃自觉 (109)
转变经济增长方式必须解决好的几个问题	钟晓燕 (115)

规范市场经济中人与自然的关系	钟晓燕 (119)
现代科技的现状和发展趋势	章自觉 (123)
我国跨国公司开拓欧洲市场的战略选择	占足平 (128)
推动区域集群经济持续发展	梁晓珩 (132)
创新优化企业管理构建企业竞争优势	
——对中山民营企业二次创业的思考	占足平 (135)
拓宽旅游思路的几点思考	谢长贵 (139)
采取切实可行对策 实施可持续发展战略	章自觉 (141)
浅谈社会主义公有制实现形式	陈伟英 (145)
名牌的实现途径初论	陈伟英 (149)
推动产业集群发展 政府服务大有作为	王灿斌 (153)
创新是企业经营决策成败的关键	章自觉 (155)
论市场微观主体经营活动规范与引导	章自觉 (161)
中国可持续发展道路的思考	钟晓燕 (166)

二、财政金融

认识资本功能 发挥资本作用	章自觉 (173)
对假账的思考	
——从美国屡屡发生的假账事件看股票期权制	陈伟英 (178)
谁来摘这个青苹果	
——对股票期权制度在我国实施的思考	陈伟英 (182)
现代市场经济条件下资本的特点	章自觉 (187)
健全风险投资机制 促进高新技术产业发展	陈伟英 (193)
我国金融风险的制度分析	戴吉举 占足平 (199)
慎选投资工具巧赚钱	占足平 (203)

三、人力资源

实施人才发展战略 提高地方竞争实力	周泽华 李绮嫦 (209)
谈谈外向型人才培养中的英语教学	林玉玲 (214)
浅谈企业家队伍的培育	李利华 (220)
浅谈区域经济中的人才资源配置	钟晓燕 (225)

企业必须重视人力资源开发管理工作	覃自觉 (228)
市场经济条件下干部竞争上岗问题探讨	覃自觉 (232)

四、经济法律

我国专利权保护的问题与对策	谢晓玲 (239)
论专利纠纷及其解决途径	谢晓玲 (247)
进一步完善实用新型专利制度	
——谈对《专利法》的第二次修改	谢晓玲 (254)
土地征收中农民利益受损的原因与对策新论	邱灼松 (259)
论农地所有权及其管制	
——兼评我国土地征收补偿标准	邱灼松 (265)

五、中山专题

中山市工业发展中主导产业的定位与培植问题研究	课题组 (273)
中山市工业产业链延伸中的政府行为研究	课题组 (299)
运用信息技术改造和提升中山传统工业问题研究	课题组 (321)
中山市构建产业集群服务体系研究	课题组 (359)
中山市专业镇经济发展中的政府作用分析	刘 明 (392)
香山文化与中山工业化	张 平 (398)
中山市外向型经济人才培训的调查及对策	
..... 辛孝群 黄爱东 林玉玲 谢晓玲	(406)
加快发展中山专业镇生产服务业	赖光耀 (414)
以创新为导向促产业集群升级 提高中山市城市综合竞争力	占足平 (419)
用信息化推动中山专业镇产业升级	赖光耀 (423)
优化创新环境 推动企业技术创新	占足平 (426)
谈入世后中山市农民增收问题	王钰飞 (429)
中山民营企业面临管理制度创新	占足平 (437)
中山模式的典型意义	王春旭 (440)
后 记	(444)

一、经济理论

电子商务市场的“柠檬问题”研究

廖 忠*

计算机技术和网络的发展为电子商务市场的构建提供了物质可能和技术基础。同时随着消费者消费观念的改变,传统的标准化、同类化产品向个性化产品方向转变,市场竞争日趋激烈,不得不使企业开始考虑如何运用电子化的手段、电子商务的模式进一步拓展企业的生存和发展空间。

在电子商务市场,信息是最活跃的因素。由于计算机强大的处理和存储信息能力以及网络的广泛分布、高速的采集、传递信息的能力,信息和计算机及网络的结合,可谓如鱼得水,计算机和网络成为信息的最佳拍档。尽管在电子商务市场上信息的发布和获得比传统市场要容易得多,成本也要低很多。但是电子商务市场自身和自身以外的特点,也导致买卖双方信息沟通不对称、不和谐,影响了电子商务市场的效率发挥,阻碍了电子商务市场的发展。

一、传统市场“柠檬问题”的由来

所谓“柠檬”,在美国俚语中有“二手车”、“次品”的意思,美国经济学家阿克洛夫在 20 世纪 60 年代末对二手车市场进行研究发现,由于二手车的卖主和二手车的买主对车的质量信息掌握完全不对称,结果导致市场效率低下,市场机制失灵,甚至市场崩溃。因为二手车的卖主了解车的质量,而买主处在信息的劣

* 廖忠(1969—),男,湖北黄梅人,学士,中共中山市委党校信息教研室副主任科员,讲师。

势，并不太了解二手车的质量，所以买主只愿意按照当时市场的平均价格购买。这样就会导致质量好的二手车因为卖价低，卖主不肯卖而退出市场，整个市场的质量进一步下降。因为市场的质量进一步下降，又调低了消费者对整个市场平均价格的预期，因此质量好的产品不断地被挤出市场，剩下的是质量差的产品，在极端情况下，没有顾客愿意购买这些产品，导致整个市场崩溃。1970年，阿克洛夫在其发表的《柠檬市场：品质不确定性与市场机制》一文中对这一问题进行了科学的论述。因为他在经济学领域的信息不对称问题研究上的卓越成就，荣获了1991年诺贝尔经济学奖。

“柠檬问题”的实质在于市场中由于买卖双方对商品质量信息的掌握处在不对称的地位，这种不对称影响了市场效率的发挥，使优胜劣汰的市场机制失灵。如果这种不对称现象超过了市场承受的极限，那么这个市场就无法维持。

二、当前电子商务市场的“柠檬问题”

既然计算机和网络作为传递、加工、处理信息的最佳工具，它们使人类在获取信息的能力上得到空前的提高，而电子商务市场的基本特征是基于计算机处理和网络连接的各种商务活动的市场，那么是否意味着较少的或者不存在市场质量信息不对称的现象，就是一个高效率的商务市场呢？

笔者认为，可以从两个方面来看这个问题：如果从长远的角度看，由于电子商务市场所采用的是不同于以往任何时期的先进生产力，在消除了现在存在的引起质量信息不确定、不对称的关键因素之后，电子商务市场必将是一个高效率的市场；如果从短期来看，因为电子商务发展还处在一种初级阶段，除了传统因素的影响外，还有政治、法律、政策、社会文化、电子市场自身特点等各种因素的影响，在信息传递的真实性上还存在很多问题，这些问题在现阶段还难以解决，导致买卖双方信息的不对称性肯定存在，而且在某些方面还会更加严重。

1. 交易的虚拟性

交易的虚拟性是指在电子商务市场，发生交易的双方从表现形式上来看就是网络上的两个结点，不同于传统市场中面对面的交易。双方很难在网络中确认对方的身份及交易内容的真实性，因此商品的质量无法保证，这也是影响当前电子商务市场成功交易的最大制约因素。卖方有了更大的空间来欺骗消费者，特别是

对异地交易来说,消费者很难获得商品的真实质量信息。消费者一旦上当受骗后又难以追究当事人的责任,从这一角度来讲,买卖双方电子商务市场上存在严重的产品质量信息不对称。另外,产品信息通过图片、文字的形式发布,与现实中看到的产品在颜色、感觉上会有差距,因此会出现网络上看起来满意的产品,到了消费者手中却大相径庭,消费者对产品质量难以把握。

2. 产品的因素

在电子商务市场,产品分为有形产品和无形产品。有形产品指物理世界中的产品以数字信息的方式呈现在网络上供人们了解和选购,它最终通过现实世界的物流运输的方式送到消费者的手中,这类产品是将商场提供的各种商品,通过图片、声音、文字说明等多媒体信息放在网络上。无形产品是指无须通过物流公司运送,仅通过网络的传递就可以送到消费者手中的数字产品或娱乐和服务,这类产品如计算机软件、在网络上可以直接下载的数字化资料、音乐、电影、信息咨询服务、电脑娱乐及游戏等。由于网上的交易常常具有异地性,甚至会跨越国界,如果发生产品质量问题,对于有形产品来讲,运输成本会比较高,因此常常导致卖方不能兑现当初的承诺;对于无形产品来讲,可以方便、低廉地通过网络传送来实现产品从商家到消费者的转移,但是有些产品,消费者必须要事先体验,才会决定购买,如计算机软件、音乐、电影、游戏等。但如果商家免费给消费者体验,消费者得到这种产品之后,可以方便地复制或掌握了相关信息后又不愿购买该类产品。为避免出现这种情况,所以商家在提供体验产品时,必然会减少体验产品的功能,降低体验产品的质量。因此商家难以通过合适的方法在保证产品质量的同时,又让消费者购买产品。

3. 较低的信息成本

在电子商务市场,传统意义上“大”的公司并不比“小”的公司占有更多的优势。因为建立一个网站的成本比较低廉,技术上的问题也不难解决,也不需要注册就可以成立一个虚拟的公司,所以在网络上的公司比传统的公司要多很多,这对有意在网上提供虚假信息的个人和企业非常方便。一个网络企业可以在一夜之间建立,也可以在一夜之间消失。

4. 监管的缺位

电子商务市场是一个新兴的市场,在法律、法规上还很不健全,行政管理上

又缺乏经验，无论是政府、企业和个人在这一方面都有太多的东西需要学习，因此目前尚未建立足够的制度来对电子商务市场进行有效监管。同时电子商务市场的监管和信息技术有关，对监管者本身又提出了较高的素质要求，需要一支既懂业务又懂技术的复合型人才队伍才可能管理好这个市场。

三、电子商务市场中的“柠檬问题”解决方法

针对上述存在的问题，笔者认为电子商务市场的发展是一个长期的过程，它代表人类先进的商务模式，目前还在初级阶段，除了技术上的不断完善来保证交易的可靠性、安全性之外，还需要政府和社会的重视和支持才可能取得良性的发展。解决电子商务市场中的质量信息不对称问题，可以从下面几个方面来考虑。

1. 交易双方的身份认证

虽然网络交易是虚拟的，但我们必须想办法找到其对应的现实世界的交易双方，否则交易就失去了起码的基础，这是解决电子商务市场中“柠檬问题”的关键。在目前情况下，通过技术手段已经可以确认虚拟世界里交易双方的身份。通过电子签名、数字摘要、数字证书、单钥和双钥加密、解密算法来保证网络传递信息的保密、防篡改、交易的不可抵赖性和参与交易者身份确定。可以按照安全电子交易协议（SET），来保证商家、消费者、银行的合法身份，实现网上购物的安全交易。网络产品的虚拟性，随着技术的进步，可以通过高质量、逼真的图片和虚拟现实的三维动画来减少和物理世界产品真实性的差异，以尽量降低产品信息传递过程中的失真。

当然，技术手段目前已经可以保证网上交易者身份的确定和网上交易的安全，但要在电子商务市场中全面展开，还有很长的路要走。因为，其实现需要来自商家、消费者、银行的认可，并要在第三方认证机构（CA）获得认证证书，其实现成本较高，对人们的观念和使用者的掌握都有较高的要求。

2. 消费者主动搜索信息

为了减少消费者和商家在交易中对产品质量的信息不对称现象，消费者应该主动上网搜索相关信息，了解同类产品的情况，有无消费者投诉，从公开的信息中验证商家产品的可靠性。比如对电子商务市场提供的产品批文号、产品标准、

生产地址、电话等进行核对。在国际互联网上,信息的内容非常丰富,发布和获取信息的成本也很低,所以消费者很容易获得自己想了解的产品的各种信息,然后加以分析,做出决策,减少交易的失误。

3. 政策推动,完善电子商务立法

人类社会的发展经历了原始社会、农业社会、工业社会几个阶段,现在正在进入信息化社会。一个国家和地区拥有的信息量和挖掘信息的能力,将对这个国家和地区在世界上的竞争能力起到重要的作用。电子商务的应用涉及社会生活的各个方面,政府应该大力扶持电子商务市场,推动电子商务的发展。因为电子商务涉及较高的管理和技术基础,对国民的基本素质要求较高,需要通过学习、培训以适应电子商务应用的要求。国家可以制定适当的政策来鼓励企业应用电子商务,鼓励国民学习电子商务知识和技能,让国民更多地了解电子商务市场,消除因为无知或不知而造成的对电子商务市场的恐惧,消除误解,树立正确的电子商务市场观念。加强电子商务市场的监管,在具有市场监管职能的部门(工商、税务、文化、金融、质量技术监督、电信等)成立电子商务监管小组,建立适应电子商务发展的监管制度,同时加大对这些部门人员的电子商务知识的学习和培训力度。

近年来,我国对电子商务的立法十分重视,目前国家已先后出台了包括《电子签名法》、《电信管理条例》、《互联网信息服务管理办法》、《全国人大关于维护互联网安全的决定》等在内的多部法律法规。其中最引人注目的是于2005年4月1日正式实施的《电子签名法》,它意味着电子签名将获得与传统手写签名和盖章同等的法律效力,标志着电子商务市场向法制化、规范化方向迈出了重要的一步。但是在电子商务涉及的合同、税收、信息安全、知识产权、个人隐私、信息内容等许多方面还不能适应蓬勃发展的电子商务的需要。只有通过电子商务立法进一步规范,才能将电子商务市场中存在的“柠檬问题”引起的产品质量在买卖双方之间的不对称现象进一步减小,形成对发布虚假质量信息者的法律威慑。

4. 发挥好网络中介公司作用

为了减少买卖双方在交易中产品质量的信息不对称性,应该大力发展网络中介公司。声誉好的网络中介公司不仅可以利用他们的专业知识为买卖双方提供良好信息咨询服务,减少交易双方的盲目性,同时也为买卖双方提供安全的

交易场所，包括资金和产品的交易安全。网络中介通过规范的服务获得佣金，同时也是电子商务市场的稳定剂，降低了交易双方的风险，促进了电子商务的发展。

我国多层次直销的市场开放问题探讨

陈伟英*

一、多层次直销的理论分析

1. 营销渠道、直销与多层次直销

斯特思和考兰夫对营销渠道的定义是，营销渠道（Marketing Channels）是促使产品和服务顺利地被使用或消费的一整套相互依存的组织。美国市场协会（AMA）的定义为：营销渠道是企业内部和外部代理商和经销商（批发和零售）的组织机构。通过这些组织，商品（产品和劳务）才得以上市场行销。营销渠道可以分为直接分销渠道和间接分销渠道。直接分销渠道是指在分销渠道中不包含分销商，所有的营销职能都是由制造商或服务企业独自来承担，又被称为直销（Direct Selling）。直销有时也被称作面对面销售（Face-to-Face Selling）。

根据直销的具体内部结构的不同，直销又可分为单层次直销（Single-Level direct Selling）和多层次直销（Multi-Level direct Selling）。所谓单层次直销，是指生产企业不通过店铺销售，而通过发展一个层次的直销员并由直销员将本企业的产品直接销售给消费者的一种经营方式。所谓多层次直销，是指生产企业不通过店铺销售，而通过发展两个层次以上的直销员并由直销员将本企业的产品直接销售

* 陈伟英（1965—），女，湖南长沙人，本科，中共中山市委党校综合成人中专副校长、学术委员会委员，副教授。