



中国管理通讯

中国管理科学学会
CHINA MANAGEMENT SCIENCE SOCIETY

本期提要

- * 科技评价体系咋改革？黄维院士：破“五唯”痼疾、坚持“三个坚定”、明确“六个做到”
- * 国际货币基金组织对贸易战和全球经济放缓发出警告
- * 范式跃迁视角下第四代管理学的兴起、特征与使命
- * 中国现代供应链的分析与应用
- * 林毅夫：我对中美贸易战的三个观点
- * 长三角一体化所面临的“剪刀差”难题及对策

刊名题字：宋健

内部资料 免费交流
准印号：京内资准字1118-L0045

2019年第3期总第46期 2019年6月

目 录

佐国之谋

- 1 科技评价体系咋改革？黄维院士：破“五唯”痼疾、坚持“三个坚定”、明确“六个做到”
-

管理前沿

- 4 国际货币基金组织对贸易战和全球经济放缓发出警告
- 6 范式跃迁视角下第四代管理学的兴起、特征与使命
- 17 中国现代供应链的分析与应用
-

本期关注

- 26 林毅夫：我对中美贸易战的三个观点
- 29 长三角一体化所面临的“剪刀差”难题及对策
-

政策解读

- 32 推动数字乡村建设发展 形成乡村振兴新动能
-

学术交流

- 34 一次性塑料制品污染问题及其国际进程
- 39 可持续消费与生产的世界议程与中国形势
-

新闻播报

- 3 2019 中日韩区域合作与发展论坛在北京外国语大学成功举办
- 45 变化的世界和机会——企业可持续发展之道
- 46 “2019’东沙湖论坛-中国管理百人会”会议通知
-

主管单位：中华人民共和国科学技术部
编印单位：中国管理科学学会
准印机关：北京市新闻出版局

编辑出版：《中国管理通讯》编辑部
印刷：北京朝阳印刷厂有限责任公司
印数：1000 册

【佐国之谋】

科技评价体系咋改革？黄维院士：破“五唯”痼疾、坚持“三个坚定”、明确“六个做到”

中国科学院院士、中国管理科学学会副会长 黄维

推进科技评价体系改革，建立潜心研究、追求卓越、风清气正的科研环境，其根基在于培育革故鼎新、守正出新、吐故纳新的价值导向。正如马克思所言，“在科学上没有平坦的大道，只有不畏劳苦沿着陡峭山路攀登的人，才有希望达到光辉的顶点。”勇攀科学高峰，需要明确“三个坚定”——坚定一往无前的科学精神、坚定矢志不渝的理想信念、坚定价值无涉的学术本色。坚定一往无前的科学精神就是要不畏困难、不辞辛劳，敢为人先、勇于创新。坚定矢志不渝的理想信念就是要淡泊名利、甘于奉献，嚼得菜根，做得大事，让理想之光照亮奋斗之路，信仰之力开创美好未来。坚定价值无涉的学术本色就是要坚持真理，开拓进取，将学术作为一种志业，而不是沽名钓誉的工具。

“五唯”（唯论文、唯帽子、唯职称、唯学历、唯奖项）评价体系是中国处于追赶、超越发展阶段的历史性产物，起于数量，成于刚性，错在单一。调整人才与科技评价导向，建立科学有效的评价机制，消解评价体系工具化、趋利化倾向，不仅要明确“三个坚定”，更需要党和政府、社会各界、高校和科研院所、科

技管理部门、学术团体、科研人员这六大行为主体“各司其职”，明确“六个做到”——政府作为、社会支持、机构担当、部门负责、学术自律、个人自觉，齐心协力、众志成城，共同破除“五唯”顽瘴痼疾。

政府作为

科技评价作为一种行政主导的学术评价行为，应当尊重学术规律、从长计议，避免过度依赖客观数据，对影响因子“急功近利”，形成“数字崇拜”。要积极营造“为科学而学术”的氛围，回归科学研究的初心和本分，构建“赋权增能式”科技评价体系，将“达标”式评价转变为具有发展性功能的“可持续化”评价，杜绝短视行为。

此外，“publish or perish”（要么发表成果，要么淘汰出局）的学术生态、对影响因子的过分强调反而容易让大团队忽视原创性研究。2019年2月13日，Nature杂志发表了芝加哥大学研究团队运用颠覆因子（disruption index）衡量论文原创性、颠覆性、发展性的研究成果。该团队将Web of Science数据库中的4200万篇论文（1954—2014年）和6亿引用次数、美国专利商标局登记在册的500万个发明

专利(1976—2014年)以及6500万次引用次数、GitHub上1600万个公开程序以及程序之间的互相使用作为研究对象,运用诺贝尔获奖论文(高颠覆因子)、综述论文(低颠覆因子)、专家调查、关键词对颠覆因子进行验证,最终发现颠覆性研究大多具有引用滞后、引用时间长的特点。大团队为了迅速获得引用、产生影响,获取高影响因子(影响因子取决于3年内的引用次数),往往喜欢跟踪热点、开展跟风研究,原创性和颠覆性研究工作往往由小团队完成。这非常不利于合理高效配置学术资源。

社会支持

受“人情社会”不良风气的影响,说情电话、邮件、短信和微信在一些高级别学术评审中(包括各类人才和科技项目评审)屡见不鲜,导致非学术因素干扰科研评价。此风不消,再完善的科研评价体系也难免形同虚设,难以发挥应有作用。长此以往,将直接影响科研成果评价和各类人才评价的公正性,干扰正常的科技创新活动和人才培养进程,也影响科技、教育资源的合理配置。要从根源上杜绝人情干扰,维护风清气正的学术生态,需要坚守原则,强化规则意识,克服“五唯”渗入社会文化、形成惯习产生的不良影响。

机构担当

大学之道,在明明德,在亲民,在止于至善。“五唯”评价体系与资源分配机制深刻纠缠,不仅与个人利益息息相关,也和大学排名“荣辱与共”,导致大学被排名“绑架”。个别高校和科研机构将论文、经费、成果、项目、奖励作为各类人才评选、职称晋升的“硬指标”,和激励政策、分配政策过度挂钩,这不仅与科

研评价的动机和宗旨背道而驰,也伤害了大学立德树人的公信力。大学应当谨遵教育规律,积极营造诚信、宽松、和谐的学术环境,完善校内各类学术组织和学术机构的职责和工作章程,切实发挥学术共同体在学术评价中的作用,丰富评价要素,注重评价人才的创新性、品德心性和学术贡献力。

部门负责

对于科研管理部门来说,必须制定符合科学发展规律的政策,加强顶层设计,从制度上屏蔽人情因素的干扰。应创造条件,逐步增加国外同行评议的权重,尤其应改变重数量、轻质量的倾向,更加注重对科研成果创新力、影响力的考量。创新优化现有专家评审模式,不断推进高素质专家队伍建设,提高专家队伍门槛,建立开放多元的国家专家库。专家遴选应考虑学术水平和判断力、品行操守和公道心,二者都很重要,缺一不可。此外,还需对专家评审机制进一步优化,借鉴国际经验,深入推进精细化评审、阳光评审、良心评审,切实捍卫科研评价体系的公信力和公正性。同时,加强异议处理制度和可追溯、可撤销机制建设,让科研评价不再是一锤定音。

学术自律

近年来,学术界的学风并没有产生根本性好转,学术不端、学术失范乃至学术腐败等问题在一定程度上仍然存在。学术研究是探索真理的事业,学术界应当加强反思,坚守学术立场,要在真学真信中坚定理想信念,在学思践悟中牢记初心使命,在细照笃行中不断修炼自我,在知行合一中主动担当作为,始终保持对党的忠诚心、对人民的感恩心、对事业的进取心、对法纪的敬畏

心，加强道德自律，研究真问题，认真做学问，培育公共性，杜绝为了创新而创新，避免学术研究功利化、形式化、表演化。

个人自觉

为学之道，在于穷理，在有恒，在兼济天下。治学必须严于律己，遵守学术道德和学术规范不仅是治学的起码要求，更是学者的学术良心。做学问必须正德厚生、志存高远，秉持“不问异同，唯求其是”的学术态度追求真正有学术价值、高质量的研究成果。“石可破也，而不可夺坚；丹可磨也，而不可夺赤。”科研人员应当以赤子之心沉潜学术，始终将个人理

想追求与国家发展、民族富强紧密结合在一起，始终将格物致知、学术创新的信念外化为服务祖国、报效祖国的使命和担当，以强烈的社会责任感和博大的人民情怀，认真回应人民群众的现实关切，不断提高学术研究的境界。

建立科学有效的科技评价体系不仅需要明确“三个坚定、六个做到”，也需要国家政府、社会各界、科研管理部门、大学和科研机构、学术团体、科研人员通过理性沟通达成普遍共识，以完善制度设计、强化过程管理，消解人情社会、数字崇拜、学术表演造成的负面影响，激发科研人员的创新活力和潜力。

【新闻播报】

2019 中日韩区域合作 与发展论坛在北京外国语大学成功举办

5月25日，2019中日韩区域合作与发展论坛在北京外国语大学国际大厦举行。本次大会由北京外国语大学主办，北京外国语大学国际商学院承办，会议主题为“中日韩区域合作一体化”。

北京外国语大学区域与全球治理高等研究院院长李永辉，北京外国语大学国际商学院院长牛华勇分别致开幕辞。

李永辉表示：“从去年以来中美之间的贸易摩擦正在经历最关键的时刻，美国对世界经济造成非常大的冲击，东北亚区域合作面临新的机遇，这就更需要东北亚三国更好地进行合作。”

牛华勇表示：“本次论坛目的是为了巩固和发展国内外学术界在中日韩三国研究领域所取得的影响力和学术成果，更好地推动学校学科资

源和学术资源与国际学术界的交流和融合，促进东北亚地区的经济合作，并为中日韩三国专家提供一个集中交流与研究的平台。希望将来会有更多的世界各地的专家参加到这个会议中。”

来自北京外国语大学、日中产业研究院、日本名古屋大学、韩国仁荷大学、韩国国立忠南大学、中国社会科学院、中国国际问题研究院、江苏大学、清华大学等国内外10余所高校60余名专家和学者参加了本次大会。与会专家学者围绕“经济管理”、“企业发展”、“贸易投资”等议题展开了深入交流和点评。

国际商学院副院长孙文莉、宋泽宁，国际商学院金融系主任任康钰等出席了本次大会并主持了相关环节。

【管理前沿】

达沃斯世界经济论坛：国际货币基金组织对贸易战和全球经济放缓发出警告

克里斯·吉尔斯

国际货币基金组织昨天在达沃斯世界经济论坛开幕时表示，贸易战和金融市场的波动进一步破坏了投资环境，全球经济正在加速疲软。

受到亚欧近期经济疲软的影响，世界领导人和商界领袖在瑞士滑雪胜地齐聚一堂，称民粹主义和国际政策冲突正在对全球经济前景产生负面影响。

过去一年世界贸易紧张局势加剧，昨天中国官方公布，其经济增长率降到1990年以来的最低水平，这导致市场情绪迅速改变，商业处于巨大冲击之中。

除了国际货币基金组织增长预测下调之外，专业服务公司普华永道（PwC）对首席执行官们的调查也显示，与一年前几乎普遍存在的乐观情绪相比，悲观情绪急剧上升。

普华永道（PwC）的调查显示，近1/3的首席执行官认为全球前景将会变暗，而一年前持此观点的只有5%。普华永道董事长鲍勃·莫里茨（Bob Moritz）表示，随着贸易紧张局势加剧和贸易保护主义抬头，市场信心正在逐渐减弱。

国际货币基金组织将悲观情绪归咎于欧洲和日本的经济疲软，这减缓了全球经济的势头。发达经济体面临着最大的经济下行压力，增长率将从2018年的2.3%下降到2019年的2%和

2020年的1.7%。国际货币基金组织表示，贸易战的一些影响已经显露出来了，比如导致了全球贸易增长的疲软。更令人担忧的是，前景可能更糟。

“真正的潜在推动力甚至比数据显示的还要弱，因为总体数据可能是在关税上调之前的进口提前加载的，以及新产品的推出、技术出口增加的提振影响。”国际货币基金组织称。

这种对贸易和全球化的担忧，昨天从联合国贸易和发展机构得到了回应。该机构报告称，2018年全球外国直接投资下降了19%，因为美国公司为了利用新的税收优惠将资金从全球经济中撤出，汇回国内。

这些力量促使国际货币基金组织下调其主要经济预测，该基金组织现在预测全球经济将从2018年增长速度3.7%放缓至2019年的3.5%和2020年的3.6%。2020年的回升是由于土耳其和阿根廷预计将在2019年遭受严重衰退，然后在第二年恢复。

新的估计值分别比国际货币基金组织10月份最近的预测低0.2和0.1个百分点。

翻译：简雪勤 北京外国语大学国际商学院研究生

（来源：金融时报 2019年1月22号星期二）

Davos: IMF warns on trade wars and slowdown

Chris Giles

The global economy is weakening faster than expected as trade wars and financial market volatility further undermine the investment climate, the IMF said yesterday at the start of this year's World Economic Forum in Davos.

World and business leaders have converged on the Swiss ski resort chastened by the recent economic weakness from Asia to Europe, saying that populism and the policies of international conflict are taking their toll on global economic prospects.

Business has been left reeling by the rapid change in sentiment that has followed a ratcheting up of trade tensions over the past year and yesterday's news that China's official growth rate had slowed to its weakest level since 1990.

Alongside the downgrades in the IMF's growth forecasts, a survey of chief executives by PwC, the professional services firm, noted a sharp jump in pessimism compared with their almost universal buoyancy a year ago.

The PwC survey showed almost a third of chief executives believed the global outlook would darken compared with 5 per cent a year ago. "With the rise of trade tension and protectionism it stands to reason that confidence is waning," said Bob Moritz, PwC's chairman.

The IMF blamed its pessimism mostly on weakness in Europe and Japan that slowed momentum in the global economy. It said the biggest downgrades had come in advanced

economies, where growth was set to drop from 2.3 per cent in 2018 to 2 per cent in 2019 and 1.7 per cent in 2020. Some of the effects of trade wars had already been felt, the IMF said, which had led to the weakening of global trade growth. More concerning, the outlook could be even worse.

"The true underlying impetus could be even weaker than the data indicate, as the headline numbers may have been lifted by import front-loading ahead of tariff hikes, as well as by an uptick in tech exports with the launch of new products," the IMF said. ' '

This concern about trade and globalization was echoed yesterday by the UN's trade and development body, which reported a 19 per cent fall in global foreign direct investment in 2018 as US companies repatriated funds to take advantage of new tax breaks, pulling money out of the global economy.

These forces led the IMF to revise down its main economic forecasts, with the fund now predicting the global economy will slow from 3.7 per cent growth in 2018 to 3.5 per cent in 2019 and 3.6 per cent in 2020. The uptick in 2020 was due to expectations that Turkey and Argentina would suffer deep recessions in 2019, before recovering the following year.

The new estimates are 0.2 and 0.1 percentage points respectively below the IMF's more recent forecasts in October.

(Financial times Tuesday 22 January 2019)

本文由产业金融专委会审核

范式跃迁视角下第四代管理学的兴起、 特征与使命

清华大学经济管理学院教授、清华大学技术创新研究中心主任 陈劲
清华大学经济管理学院、清华大学技术创新研究中心博士研究生 尹西明

1. 引言

管理实践的新经验、新问题对现有管理理论的挑战也为管理学范式演变提供了新情境和新动力；企业、国家乃至全球可持续发展也需要管理理论的创新予以引领和推动。当下，全球新一轮科技革命正快速而深刻地重塑全球企业和产业竞争格局，一系列管理和伦理问题也相伴而生，挑战着以工具理性和线性增长思维为主的西方管理学理论。改革开放 40 年来，中国企业和社会经济经历了前所未有的巨大变革，取得了举世瞩目的成就，中国企业在组织管理效率、自主创新能力以及国际化影响力方面取得了整体上的长足进展，在现代管理思想和方法上也有了相当的积累。进入扩大开放新阶段，中国企业管理和国家治理从“摸着石头过河”向基于顶层设计的创新驱动发展转型。目前，中外企业所处的日趋多元化和国际化的竞争环境具有的复杂性、模糊性和不确定性特征愈加显著。以中国为代表的新兴经济体中企业和产业转型与高质量发展，推动着以西方管理学为主导的管理理论的范式变革，更呼唤中国管理学者的使命承担。

在全球创新与和平发展面临挑战、中国创新驱动发展与和平崛起的大背景下，立足管理全球化的趋势和中国特色社会主义新时代社会主要矛盾变化，在改革开放 40 年的历史新起点，本文基于范式跃迁的视角，围绕“管理学代际演变的历史和趋势”这一核心议题，构建一个管理学发展脉络的认识框架，批判性回顾自我管理学科诞生后管理学演变和发展趋势，简析了正在发生的，由新科技革命、中国特色管理探索以及管理实践的新挑战共同推动的管理学第三次范式跃迁，并探讨了中国哲学引领下的第四代管理学——整合管理——的兴起、社会责任与未来使命，指出第四代管理学对管理学本身的发展以及对管理实践的呼应与引领。一方面有助于中国和世界管理学者回应管理学主流理论与中国管理学面临的挑战，借鉴中国哲学智慧，以东西方共性的管理研究方法研究具有民族特色的管理实践，完善中国管理理论体系，形成共同认同的理论，影响和推动世界管理理论的发展；另一方面能够助力中国企业把握战略节奏，构筑动态整合能力，培育具有全球竞争力的世界一流企业，推动国家创新发展和人

类命运共同体建设。

2. 时代转型与科学范式交叉推动管理学范式跃迁

管理学作为一门经世致用的学科，与经济管理实践和科学范式的发展演变密不可分，管理学科和理论的发展演变本质上是由时代转型和管理实践的发展演变所决定的。人类历史管理思想源远流长，中国古代的《论语》《孟子》《孙子兵法》《道德经》等著作，以及古希腊、古埃及、古印度时期的不同地域也有许多早期朴素的管理思想。在第一次工业革命的推动下，人类逐渐从农业社会向工业社会转型，以实验为主导的科学范式逐渐取代经验研究的科学范式，与工业经济和资本主义规模化生产方式相伴而生的，是有一定科学依据和较为系统的管理理论和思想，泰勒 1911 年《科学管理原理》提出的科学管理思想，标志着管理学的正式诞生。此后，管理学的科学化、合法化和动态演化过程既是管理学理论和思想受经济社会变迁这一“经济基础”变化而演变的过程，也是通过自身发展来推动生产变革、助力甚至引领管理实践的过程。由于工业革命、资本主义规模化生产方式和近现代科学体系最早在西方社会形成和发展壮大的，因此系统的管理学理论和思想流派也是在西方管理实践和科学化过程中形成和发展、壮大的。时代转型和科学范式变迁交叉推动管理学的演变发展，管理学理论同时肩负着促进经济发展和社会转型的使命。

托马斯·库恩在《科学革命的结构》一书中正式提出“范式跃迁 (Paradigm Shift)”的概念，引发了科学哲学领域一场影响深远的认

知革命。范式涉及对真理或现实的不同假设；而范式跃迁，意指一个领域或学科里所赖以运作的稳定范式，随着理论假设和实践规范的变化，产生了新的张力，催生了冲破常规范式束缚的新概念、新行为，从而为人们的思想和行动开创了新的可能性。就管理学领域而言，管理学范式为管理学者提供了理解和推动管理实践的概念、评价标准和方法体系，管理学理论范式的跃迁则为管理学理论和实践的发展提供了管理工具和管理思想的双重变革动力。回顾管理学发展的百年历史，作为社会科学中较为“年轻”的学科，管理学的诞生和发展受经济社会转型决定性影响的同时，也受到经济学、社会学、心理学、认知科学和行为科学等学科发展的影响。科学的演进是范式跃迁的结果，基础科学的范式演进推动着应用科学和社会科学的范式跃迁。时代转型伴随着的管理实践演变带来的决定性影响，与社会科学领域的理论范式演变产生的影响相互叠加，交叉推动着管理学范式跃迁和理论聚焦点的深化。

我们沿着管理学发展的时序，围绕“时代转型”和“范式聚焦”这两个影响管理学范式跃迁的主要维度出发，构建了一个管理学理论代际演变的范式跃迁认知框架（如图 1），批判性回顾了管理学代际演变与范式聚焦的转移。发现时代转型和基于人性假设的科学范式变革交互推动了管理学从古典管理到现代管理再到后现代管理的两次跃迁，而新科技革命和中国特色社会主义管理实践，对以西方实证主义主导的管理学理论提出了新挑战，正推动着管理学向中国哲学智慧引领的第四代管理学范式

——整合管理——转型。

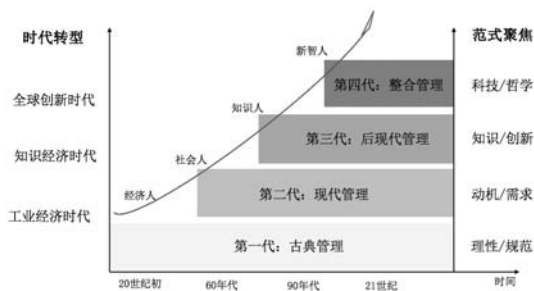


图 1 基于范式跃迁视角的管理学理论的代际演变与趋势

技术经济范式与管理理论体系协同演进过程中，人类从工业经济时代向知识经济时代以及进而向全球创新时代的转型，决定和推动着管理学范式的变革。生产力和生产方式在技术创新和组织管理实践推动下持续演变，不断催生新的管理现象、新经验和新问题，为管理学理论的发展与范式变迁提供了根本性的动力和创新的土壤。随着工业生产方式从资本主义主导，向资本主义和社会主义多元并存发展，中国特色社会主义经济建设和管理实践探索，管理实践在新时代和不同情境下遇到的挑战与难题，及其与传统管理理论的冲突，决定着、也呼唤着管理理论的发展能够反映并推动社会主义生产管理方式的发展。同时，伴随着人类认知层面由理性主义向现代主义以及后现代主义的转型，管理学理论范式所根植的人性假设，也随着经济学、社会学、心理学等管理学合法化过程中支撑性学科范式的变化而变化。在工业经济时代，从以泰勒、法约尔、韦伯为代表的古典管理学理论极大地推动了管理实践的进步，但其所依托的“经济人”假设，过于强调从理性和规范的角度加强控制、提高劳动效率，无视“情感逻辑”，而陷入了“忽略人性的管理”

陷阱，第一代管理学面临极大挑战。随着组织社会学和心理学的的发展，以梅奥、马斯洛、赫兹伯格、弗洛姆、斯金纳等人为代表的行为科学理论推动管理理论从“经济人”时代进入“社会人”时代，丰富了现代管理的理论基础，进一步关注员工行为和人际关系背后的期望、动机和需求，管理学步入第二代的发展轨道，以斯蒂芬·罗宾斯为代表的组织行为学者构建了管理学体系，为管理知识体系的完善和推动各类组织管理的蓬勃发展作出了杰出贡献。

然而，第一代和第二代管理学的体系都是工业经济时代的产物，都是效率导向、崇尚资源、强调控制而忽视创新。随着人类社会从工业经济时代向知识经济时代，知识与创新成为组织获得持续竞争优势和动态能力的主要来源。管理学大师彼得·德鲁克进一步提出了“知识工作者”这一概念，强调组织管理必须高度关注“知识人”的成长与发展，以“知识人”的观点设计组织发展的哲学、运行体系和激励模式尤为关键，以野中郁次郎和陈劲为代表的学者进一步拓展和完善了“知识管理”的研究。加上以互联、开放、合作、共享为特征的管理实践模式逐渐成熟，面向复杂系统、应用全面管理思想并聚焦于知识和创新的管理学第三代范式逐渐形成。全球化的深入发展使得组织发展面临更大的不确定性、更多的机会和更大的挑战，云计算、物联网、人工智能、区块链、生物技术等新一代技术革命的快速深度推进，也将人类推进至人机交互、增强智能和有机更新的“新智人”时代。与此同时，新一轮科技革命和认知革命带来的全球创新多元化竞争和伦理挑战，呼唤企业在通过技术创新创造

知识和经济价值的同时，进一步承担社会责任，推动绿色可持续发展，同时，西方认知科学的进步以及以中国为代表的新兴经济体跨越式发展，呼唤、推动着以实现“人的全面发展”为聚焦点的第四代管理学范式的形成和管理流派的丛林式发展，象征着中国哲学引领的科技与哲学融合、东方与西方融合、规范管理与创新管理融合的管理学理念的崛起。

以人为本的人文精神不仅是西方近现代科学的主流价值取向，更是以儒释道为代表的中国哲学最根本的精神和最重要的特征。纵然技术变革和时代转型是管理学范式跃迁的根本动因，但是管理科学的发展离不开管理哲学思想的引领，更不能背离人的价值实现和幸福提升这一终极目标。德鲁克所强调的对管理者的认识，以及更普遍地对人的认识，“是管理所面对的首要话题”。一方面，从古典管理，到现代管理和后现代管理，再到正在蓬勃兴起的整合管理时代，是管理学者和管理理论对人性的假设和人的价值认知的不断发展与深化的过程。另一方面，管理决策和实践均是由管理者和参与者借助一定的管理工具和决策依据开展的，作为与“人”打交道的理论，管理学理论自始至终都离不开工具理性和价值理性的交互发展。

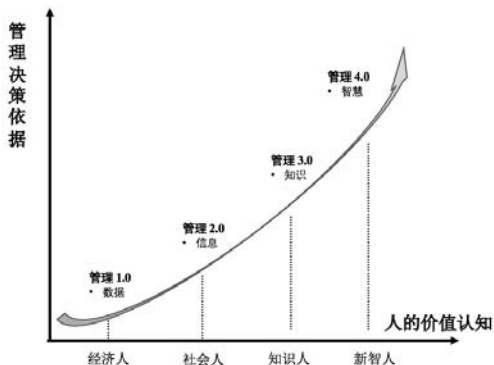


图 2 管理决策随人的价值认知演变而发展的趋势

如图 2 所示，管理实践的决策工具和依据从数据到信息再到知识并向智慧决策为主导的多维化、复合化发展，贯穿了对人性和人的价值认知的变化。横向来看，企业管理理论随着时代转型和科学范式交叉演变，对人的价值的认知也不断深化，根本上是对人性的假设和认识由经济人向社会人、知识人以及新智人的转型。纵向来看，企业管理决策实践的依据也随之不断丰富与提升。从最初的依靠简单数据的科学决策，到信息化转型带来企业数据交互促成的决策信息化，而后随着企业对知识资产的重视与认识，通过大数据和信息化协同，加强了对显性知识和隐性知识的充分运用。

进入工业 4.0 时代，物联网、人工智能以及区块链等新一代技术的迅猛发展，对企业的传统管理模式甚至是管理伦理带来了新的挑战甚至是颠覆，倒逼企业和社会管理决策依托从知识管理进一步向自动自主管理和智慧、智能管理转型，以“智能制造”、“智慧企业”和“智慧城市”为代表的全球管理探索，正日趋成为企业管理实践新的前沿，也是管理理论和管理学者亟待或正在关注的新现象、新问题。管理决策的进阶不是新方式、新工具完全取代旧方式、旧工具的过程，而是管理决策系统不断更新、升级和完善的过程，这一过程也伴随着企业管理文化的变革升级；数据、信息、知识和智慧融合共存于企业管理的不同层级或情境中，管理决策的工具理性与价值理性逐渐整合于问题驱动、创新驱动以及人的价值与意义驱动之中。管理决策升级发展的趋势正与西方管理科学思想与中国管理哲学思想整合的趋势相

一致，与中国管理哲学现代科学体系创建者之一成中英教授在其著名的“C理论”中所倡导的理念相吻合，也即管理实践的发展需要整合知识和理论、价值观以及个人的行为方式，并且要动态更新，借助整体性、系统性和开放性的规划来应用人的智慧解决问题、创造价值。

3. 回眸：两次跃迁与前三代管理学

回顾管理学历史从第一代的古典管理向第二代的现代管理的首次范式跃迁，以及由现代管理向后现代管理的第二次范式跃迁，必须认识到管理理论范式的代际演变并不是一蹴而就、断裂式发展的，虽然有范式聚焦点的阶段差异性，但是新一代的管理范式的出现并不是对旧有范式的彻底颠覆和抛弃，而是在原有管理理论基础上的不断丰富、发展和创新的过程。各个阶段的管理理论在同一时期、同一文化情境可能并存和相互影响，同一时期的管理学流派也存在多维、多元并存的局面。如以泰勒的科学管理为代表的古典管理学理论范式，虽然历经百年，但是现在仍然是诸多企业乃至国家管理不可或缺甚至是基本的管理思想。而管理理论范式的发展演变为日趋多元化、跨文化的管理实践和管理情境提供了基于不同假设和不同边界条件的多元化选择，也是管理学这一经世致用之学顺应时代变革，承担社会使命和促进社会进步的体现。

3.1 第一代管理学：工业时代聚焦理性与规范的古典管理

作为管理学的先驱，弗里德里克·泰勒于1911年发表的《科学管理原理》，通过动作分析和时间研究，准确地把握了工厂管理现场的操作

规律，首次将“科学管理”的概念引入管理过程，促使管理由早期漫长的经验管理阶段迈向科学管理阶段，为科学管理理论奠定了坚实的基础，“是管理学发展史上一个里程碑式的理论，具有划时代的意义”。同时，作为管理过程学派的奠基人，亨利·法约尔在其著作《工业管理与一般管理》中提出了管理的“五项职能”、“十四项管理原则”和“五类管理活动”等经典理论，标志着一般管理理论的形成，迄今仍然是企业和政府管理中的重要指导性原则。而作为组织理论奠基人之一的马克斯·韦伯则在其著作《政治作为一种职业》中提出了三种正式的政治权威形式，并论证了理想组织的合法性基础，与卡尔·马克思和涂尔干一同奠定了现代社会学的基础，也与泰勒和法约尔并称为古典管理理论的三位先驱。

科学管理思想主导下的古典管理学主要特征是聚焦理性与规范，顺应了人类新型组织——工厂管理工作的新要求，也论证了作为行政管理的国家政权及官僚组织合法性的基础，是“一次伟大的创造性破坏”。古典管理理论不但解决了劳动效率最大化的问题，也为组织效率最大化提供了系统的理论阐释^[9]，极大地推动了工业经济时代劳动生产率和各类组织管理的发展，推动了人类文明尤其是物质文明的极大进步。然而，由于第一代管理学以“经济人”为假设前提，以提高运营效率为核心导向，忽略了人性和环境对员工生产和管理效率的影响，遭遇了管理控制成本的增加和劳资关系冲突等一系列挑战，企业和行政管理者不得不思考从更广阔的领域汲取灵感，环境管理“非人

性化”带来的组织与个体冲突。

3.2 第二代管理学：行为科学时代聚焦动机与需求的现代管理

以人际关系学说、组织行为学为代表的行为科学则是对古典管理范式瓶颈的探索和超越。以梅奥、马斯洛、赫兹伯格、弗洛姆为代表的社会心理学家，和以沙因为代表的企业文化学家推动了社会学、心理学研究成果在管理学中的应用，特别关注人和组织的行为、动机与需求，构成了第二代管理学的主要特征。例如，梅奥在著名的霍桑实验中发现了非正式组织的存在，创立了人际关系学术，并提出了“社会人”的概念，认为职工不是只追求高工资的“经济人”，还有社会和心理等方面的需求。梅奥的社会人假设与马斯洛需求理论、赫兹伯格的双因素理论以及弗洛姆的期望理论相呼应，促进了二十世纪六十年代组织行为学的发展，推动管理学从古典管理向聚焦员工动机、期望与需求的现代管理范式转变。基于社会心理需求特征的现代管理，强调个体、团队和组织的目标管理与激励，通过鼓励和引导员工从事有利于组织目标实现的事情，限制和避免不利于组织目标实现的员工负面行为。

然而，虽然现代管理学更加强调基于行为科学的管理控制，有效提高了员工积极性，降低企业管理成本，提高了运营效率和管理质量，但是仍然没有摆脱工业经济时代的效率导向，强调控制而忽略个体和组织创新，漠视知识对企业构建核心能力的重要性，也忽略了对组织内外个体、团队的创新管理与创意实施，限制了企业知识创造与创新竞争能力的进一步提升。

3.3 第三代管理学：知识经济时代聚焦知识与创新的后现代管理

前两代管理学范式都是工业经济时代的产物，随着人类社会从工业经济时代向知识经济时代，知识与创新成为组织获得持续竞争优势和动态能力的主要来源。以效率、成本为导向或以人际沟通为基础的第二代管理学体系，在知识经济时代不能满足组织成员对足够大的学习与成长、自由与创新的空间的需要。管理学大师彼得·德鲁克在1985年出版的《创新与企业家精神》一书中强调经济发展模式已经由“管理的经济”转变为“创新的经济”，并在1999年出版的《21世纪的管理挑战》中正式提出了“知识工作者”这一概念，指出知识工作者是新的“知本家”，而管理者所面对的工作对象也不再是一般意义上的员工，而是知识工作者的管理。“知识人”的兴起以及20世纪90年代以来互联网和信息技术发展导致的自由职业家和创业家的大量出现，使得组织管理必须高度关注“知识人”的成长与发展，推动了管理学从现代管理向后现代管理的范式跃迁。

于是，聚焦知识与创新的后现代管理逐渐在知识经济时代扮演更为重要的角色。西方学者提出的开放式创新、创新生态系统等概念和理论快速发展，企业对知识的编码、吸收、转化和应用能力，以及通过知识管理和创新管理“赋能”员工创新，强化自主创新实力，打造自身的核心能力和动态能力变得愈加重要。中外管理学者对复杂系统和开放式创新、全要素管理的认识也不断深化，徐绪松等人提出和发展了面向制度复杂性、系统复杂性与复杂产品

知识管理的管理学理论，许庆瑞等人则提出和完善了知识管理时代推动以央企为主导、企业为主体的全面创新理论。陈劲等在《管理学》一书中以“知识人”的观点批判性地回顾了管理学的发展与管理的职能，指出知识与创新是第三代管理学范式的典型特征，也是组织获得持续竞争优势的主要来源。

4. 当下：第三次跃迁与第四代管理学兴起——中国哲学智慧引领的整合管理

后现代管理学在多元范式并存和发展的过程中，日益面临三个重要的张力和挑战——其一是随着管理学合法化运动的蓬勃发展和实证主义的日益强化，管理理论研究的方法和手段变得越来越复杂，愈发忽视对管理实践中所产生的现实问题的研究，管理理论与实践脱节、缺少管理哲学引领的张力日益凸显；其二是随着全球化发展中面临日益严重的环境和社会治理问题，新一代科技革命带来的伦理冲击也进一步引发了对企业管理和国家治理范式的思考，经济效率与社会责任和可持续发展之间的张力也日益凸显；第三是以中国为代表的新兴市场的快速发展冲击和重构着旧的世界格局，以往西方企业为主导的企业管理模式和理论范式与新兴经济体的制度环境的差异愈发明显，西方管理理论与新兴市场管理情境的张力、多元管理范式之间的冲突也将管理学推到了一个新的十字路口。对此，西方管理学者和主流期刊多次呼吁引入中国、印度等东方国家的哲学智慧——如道家的自然主义、阴阳平衡、无为而治思想，儒家的有教无类、和谐思想，佛教的中观哲学，法家的战略思维等——和新兴经

济体的管理实践经验，推动东西方管理学对话，回应全球化转型面临的挑战和难题，推动管理学的创新发展。同时，中国管理学者也在“管理学在中国”“中国管理理论”“本土管理”等话题的广泛争鸣、反思与探索中取得了长足的进展。

管理理论发展方面，以科学管理为代表的西方管理模式在中国改革开放40年历程中起到了不可估量的贡献，但是现有的三大“张力”——实证主义工具理性与管理实践之间的张力、经济效率与社会责任之间的张力、西方理论与新兴经济治理的张力，呼唤管理学者借鉴东方智慧和人文精神，借助新兴科技带来的机遇，实现科学主义与人本主义、科技与哲学的整合——“整合与创新”，已经成为当下和未来中国管理学发展和世界管理学范式变革的新方向。新科技革命、认知科学进展和中国特色社会主义管理实践，正推动着管理学向中国哲学智慧引领的第四代管理学范式——整合管理——转型，这一最新范式最大的特征是以中国哲学智慧为代表的东方哲学引领管理学由以往的工具主义理性主导范式向人本主义价值理性主导范式转型。这一新的管理学范式侧重整体观和系统观，聚焦三个整合——科技与哲学整合、东西方文化整合、规范管理与创新管理整合，旨在推动人的全面发展和全球包容性增长。

随着全球化的深入发展以及创新的全球化，超越单一文化维度、单一经济发展理念，利用人工智能和生物技术等新科技提高人类认知、健康与生物智能的同时，强调人和社会的全面可持续发展以及幸福感提升——新智人

——这一新的价值理性，是新时代管理学理论新的价值立足点。一方面，云计算、物联网、人工智能、区块链、生物技术等新一代技术革命的快速深度推进，带来了第二次认知革命，人与AI的深度融合趋势日益明显，使得人类正在或即将把工作和决策权越来越多地交给机器和算法来完成，基因编辑等技术突破也将极大地延长人类的平均寿命，重塑工作形态、生活形态乃至社会结构，将人类推进至人机交互、增强智能和有机更新的“新智人”时代。另一方面，管理科学化、技术/平台中立化等思想与负责任的管理、科技伦理、环境保护之间的张力愈发凸显，如何让技术创新和管理系统更好地服务于人的价值实现和人与自然可持续发展，成为管理学者必须面对的新问题。陆亚东等学者也明确指出，由于过于偏重科学性和思辨性，西方的不少管理理论严重缺乏哲理性和思想性，这也导致这些理论的生命力不强，在实践界影响力较低。而强调价值理性引领工具理性，科学与哲学、艺术融合，经济发展和人与自然和谐的管理哲学思想，恰恰是中国哲学与东方智慧所一以贯之提倡和推行的。这一基于整体观、系统观以及和谐观的哲学思想和西方近年来认知科学发展所提倡的“全脑思维”等管理理念相得益彰，符合东西管理文化融合的“人本、人德、人为、人和、人道”的趋势，体现了中国哲学对中国管理学“承袭思维”的突破和引领管理创新的“致用”价值，也彰显了汲取哲学、尤其是中国哲学智慧推动新一代管理学理论建设的潜在理论意义和重要的社会价值。例如，中国哲学中的整体观和系统思想

对中国现代化建设，以及‘两弹一星’、载人航天工程和超级计算机、量子通信等领域的重大技术突破起到了重要引领作用。

在第四代管理学范式中，以往基于牛顿经典力学科学范式和行为控制的线性、原子型管理思想，也将让位于使命引领和内生驱动的量子力学科学范式以及非线性、动态性和整合性管理思想。“融合发展趋势下的中国哲学思想引领西方管理科学范式”，日益成为全球创新发展和中国特色社会主义新时代的管理理论创新的主要特征，既与东西方管理学日益共同强调的系统论思想相呼应，也是中国管理学界践行中国文化自信、助推文化复兴和中国管理学提升理论自信，走出困境、走向世界，进而形成东西方共同认同的新理论的重要途径。

在这方面，成中英、苏东水等学者从西方管理危机切入，汲取儒释道等中国传统文化精髓，提出并发展了“C理论”、“四治五行”等东方管理学，强调要着眼整体、把握全局，从工具理性和本体价值融合的角度考察管理实践的内涵，为企业在动态和不确定环境下整合知识、理论、价值观和行为方式提供了创造性的原则。席酉民等学者提出的“和谐理论”则为企业立足和谐管理思想，应用整体性策略来应对多变环境下的复杂管理问题提供了一个有代表性的理论视角。黄津孚等学者则从中国企业管理的现实出发，提出了三维（范式、行为、对象）企业管理模型等框架，旨在分析评估中国企业管理模式的历史文化渊源与发展趋势，从而引导管理实践，为世界管理学发展作出中国贡献。李宝元等学者提出了一个“大历史-大

逻辑-大跨越”的宏观视阈框架，为中国管理学研究提供了一个突破大历史跨越中的逻辑困局、助力中国管理实践进步的对策思路。陈劲等学者则批判性回顾了东西方创新范式，基于对中国特色科技创新实践的调研，提出了基于东方智慧的“整合式创新理论”，提供了一个“战略视野驱动的全面、开放与协同创新”管理视角。王利平和陈春花则将西方管理学主流的组织理论、新制度主义思想以及管理科学精髓与中国文化和企业实践三者有机整合，进一步用动态、整合的逻辑来解释包括央企、新创企业和共享时代的跨国企业的组织管理和人的价值实现方式，是一种兼具前沿性和争议性的新探索。而杨百寅和单许昌在综合了对中美管理与社会实践的观察，认为中国当前面临的最深层次的挑战是缺乏严谨坚实的思想理论基础，推动中国企业管理与社会治理急需吸取中外哲学思想精华，兼收并蓄，从而实现整合发展。

5. 展望：第四代管理学的社会责任与发展使命

展望未来，与管理范式第三次跃迁和第四代管理学兴起相互交织的，是全球新一轮科技和产业革命以及企业组织管理模式的快速变革与创新。诸如创新生态系统时代企业主动利用内外部创新资源应对跨行业和跨国的竞争挑战，借助人工智能、区块链、大数据以及工业物联网等新兴技术，超越开放和追赶，迈向“智慧企业”的管理实践探索。而中国的阿里巴巴、海尔、华为，西方的谷歌、亚马逊、特斯拉、耐飞等数字化、生态化领军企业的创新历程则体现了哲学思维与管理战略引领企业管理实践的趋势：推动企业战略和能力的耦合，从数据

依托的决策不断向智慧驱动的决策丰富和提升，各种资源要素经过系统集成产生大数据，通过物联网和人机交互增强技术，实现人与人、人与机器、机器与机器、企业与企业之间的数据流动与信息协同，借助云计算、信息化平台实现创新主体的知识共创与共享，最后将通过战略与组织创新引领的人工智能、区块链技术应用，集成和转化企业内外部和生态系统中的各类知识，实现智慧决策和智慧管理。而智慧企业、智慧城市，跨边界、跨文化的共享共创的生态型混合型组织，与在线教育、共享经济、区块链经济模式的出现，也将颠覆和重构传统的产权概念、雇佣关系、组织边界、竞争逻辑，带来企业、产业和人的生命周期、价值与幸福认知的革命。

第四代管理学范式——整合管理——的兴起与发展，既体现了管理学者直面管理学发展危机、直面全球创新转型时代的管理挑战的积极探索，更是践行负责任的科学精神与开放包容的态度，致力于促进中国哲学与西方管理科学对话、东西方管理学社群与理论对话、积极承担使命的重大“转向”。对引领管理实践发展、推动管理理论创新、完善中国管理理论体系、提升理论自信和文化自信有重要价值，也对积极建设东西方共同认同的跨文化管理学理论具有重大理论意义。而整合管理范式的发展与整合管理理论丛林的繁荣，对全球范围内新兴科技治理、世界一流企业培育、创新型国家建设和全球化跨文化管理有重大实践意义，将会极大地促进人的全面发展和人类命运共同体建设，推动世界和平与可持续发展。

5.1 助推科技创新强国建设，培育世界一流企业

企业是创新的主体，也是国家创新体系的核心组成部分。企业和国家创新能力的持续提升呼唤中国管理学者基于中国企业实践和自主创新探索提炼总结出引领发展的理论体系，培育世界一流的创新型企业 and 企业家。国际发展方面，中国企业和国家创新能力的全球影响力伴随着西方国家主导的管理体系的束缚。以中车、华为、华大基因、科大讯飞、阿里巴巴和 Face++ 等为代表的中国企业正在从“跟跑”向“跟跑、同跑、领跑”并存发展，冲击和重塑着全球企业竞争格局，对提升中国管理和中国管理的国际声誉具有显著的促进作用，以“一带一路”倡议、亚投行为代表的、由中国主导的新型全球价值链也正在重构以美国为主导的全球价值链。但是也应当看到，中国企业和产业的崛起正面临着来自以美国为代表的旧的全球治理体系的围堵和压制，中美新一轮贸易战更暴露出中国在核心技术和高端制造行业的国家竞争力还显著受制于西方发达国家，亟需提升自主创新能力和制造业高附加值。

在此背景下，推动整合管理理论创新与实践应用，加快创新型国家建设和助推中国企业集群式崛起，是第四代管理学、尤其是中国管理学者的使命之一。扎根中国管理实践，汲取中国哲学智慧和管理经验，积极回应中国产业转型升级和国际化面临的管理挑战，把握企业在快速变革时代的战略节奏，助力中国企业不断通过整合式创新提升自主创新能力、核心能力、动态能力，获得中国企业本土化和全球化的持续竞争优势，

是第四代管理学的挑战，也是整合管理时代理论丛林争鸣和繁荣发展的新机遇。

5.2 绿色管理与包容性增长，促进世界和平与人类命运共同体建设

中国哲学历来强调“道法自然”、“以天为则”和“世界大同”，2018年博鳌亚洲论坛提出的“构建人类命运共同体，共创和平、安宁、繁荣、开放、美丽的亚洲和世界”的倡议，也呼唤基于中国企业管理特色和中国哲学智慧的新型发展与管理理论，绿色管理和包容性增长的理念融入整合管理相关理论的创新与实践应用过程中，将会有效赋能管理者和利益相关者，促进价值共创共享，进而推动世界和平与人类命运共同体建设。进入中国特色社会主义新时代，我国社会的主要矛盾已经转化为“人民日益增长的美好生活需要和不均衡不充分的发展之间的矛盾”，第四代管理学的使命不但在于提升企业创新能力，建设创新型国家，更在于以绿色管理理念引导科技创新的伦理治理，推动人的完整价值提升，实现“科技-人-企业-产业-国家-环境”协同发展。在全球创新发展的新时代，通过管理创新推动反贫困和包容性发展，也是实现联合国“2030可持续发展目标”，推动包容性增长的内在要求。党的十八大首次将“美丽中国”作为生态文明建设的目标写入十八大报告中，十九大则进一步明确提出“要加快生态文明体制改革，建设美丽中国”。“坚持以人民为中心、坚持人与自然和谐共生”的绿色发展理念，对企业管理和社会治理提出了新的要求。绿色发展理念融入第四代管理学范式，与中国哲学强调的“天人合一”和谐理念一脉相承，

也是哲学引领科技向善、提升人的幸福感和推动人类命运共同体建设的重要方向。

5.3 弘扬中国哲学和人文精神，推动哲学、科技与人文整合发展

第三代管理学强化了知识与创新，人的因素也重视，但哲学，特别是中国哲学的整体、统筹观体现不够，在第四代管理学必须进一步强调和弘扬中国哲学与人文精神，以整体性、动态性和系统科学思维，推动哲学、科技与人文的有机融合，推动传统文化、社会主义管理文化与西方管理文化的融合。中国的经济管理学者不但肩负着解读“中国模式”、总结提炼“中国经验”、推动传统文化与现代管理融合的转型使命，也肩负着同西方组织管理理论对话、共建全球创新时代的

新型管理理论的使命，如此才能共同应对全球创新和转型挑战，共享发展经验，更好地建设人类命运共同体。因此，第四代管理学的整合发展，需要在吸收西方现代市场经济理念、现代管理制度和科学研究范式基础上，着重从中国哲学和优秀传统文化中汲取智慧，进而以理论创新提升文化自信和理论自信，探索完善新型举国体制，积极回应中国扩大开放以及“一带一路”建设所面临的重大和关键实践难题，践行中国管理学理论的价值和使命担当，一方面引领和助力科技创新强国建设、培育世界一流企业，另一方面推动包容性增长，加快人类命运共同体建设，最终实现全球和平与可持续发展。

（来源：《管理学报》2019年1期）

【征稿启事】

中国管理科学学会《中国管理通讯》系内部资料性刊物，免费向学会会员、政府有关部门、有关管理院校和企业赠阅，自创刊以来，为学会会员提供管理的有关信息资料和交流平台，侧面展示了中国管理发展的历史、现状与发展趋势。

通讯为双月刊，每月下旬出版。热忱欢迎各理事单位、专委会和会员作者不吝赐稿。

征稿要求

要求文稿选题新颖、学术观点具有新意，能反映理论和实践研究的新进展，具有一定的学术价值。

要求文稿论点明确，资料可靠，文字精炼，层次清楚，数据准确，重点突出，必要时应做统计学处理。文稿务求精炼，一般情况下不超过5000字。

不收取稿件审稿费和版面费。

学会会员单位及二级机构的稿件在同等条件下优先发表。

投稿方式

只接受电子邮件投稿，稿件必须采用word或WPS格式，以附件形式发送，邮件标题有投稿字样。

投稿邮箱：mss@mss.org.cn

联系人：王老师 010-51893659

【管理前沿】

中国现代供应链的分析与应用

北京大学光华管理学院教授、北京大学流通经济与管理研究中心主任 陈丽华
北京大学光华管理学院博士研究生 鲁毅
北京大学光华管理学院博士研究生 赵瑞

1. 综述

中国在全球贸易体系中占有重要地位。中国在制造业和电子产品出口特征与欧洲发达国家、巴西和印度的出口模式相似。在终端消费品和资本产品等方面，中国已成为产品贸易的核心。

中国在亚洲供应链中与日本、韩国紧密相关。亚洲供应链涉及多个国家，产品经过多次跨境。这意味着中国可以转移相当程度的国内外经济冲击。而在全世界范围内较低的商品价格可以为消费者带来明显收益。中国的出口导向型增长模式（包括支持性投资，金融和贸易政策优惠）使得贸易大规模扩张以及价值链快速升级。它对全球供应链具有重要意义。例如，在金融危机期间，中国减弱了经济冲击对全球供应链的影响，而危机期间国内需求的增加也导致商品和资本货物的进口增加。

在过去的几十年里，中国创造了前所未有的经济增长奇迹。这种长期高速增长离不开中国产品的价格优势。价格是影响供需关系的决定性因素而中国产品通常具有物美价廉的特点，这使中国商品在全球市场上具有强大的竞

争优势。大量商品出口导致国际市场出现贸易顺差，这种长期贸易顺差已成为中国经济快速增长的关键因素。

中国产品的竞争优势创造了中国经济奇迹并产生了一系列重要影响。在中国改革开放的前三十年，大量外国制造业进入中国，使中国成为国际工厂。中国的制造业成为全球经济发展不可或缺的一部分。此外，在全球经济环境中，中国具有独特的供应链优势，特别是在制造业方向。Shen 认为中国制造业的比较优势来源于劳动密集型、资源消耗型和技术成熟型产业。Xiao 认为大型发展中国家从多元化的人力资本、产业结构、物质资本投入和技术整合中获得了比较优势。中国人力资源和产业结构的多样性有利于中国获得比较优势。

由于中国商品在大多数国家的价格水平平均低于发达国家的价格水平，中国产品吸引了更多的消费者和企业，并使中国在全球市场中占有更大的份额。中国的制造业包涵从低科技含量的家具制造业到高科技含量的通信设备制造业的一切。几乎在所有领域，中国商品都比国外商品具有显著的价格优势。

因此，中国的价格优势导致了中国与美国的长期贸易顺差。但中国对美国出口产品的需求仅在大宗农产品和原材料方面有所增长。从传统的经验来看，美国在制造高附加值产品（特别是高科技产品）方面应对中国具有绝对的优势。然而，贸易数据显示，即使在美国主导的产业中，中国仍然存在美国的贸易顺差。另外由于外商投资的存在，中国制造业扩张加强并形成了目前中国作为制造业大国的地位。

我们可以从规模效应和集聚效应的角度考虑中国的比较优势，通过比较分析，我们可以发现中国供应链的独特性，并进一步通过案例分析，阐述中国现代供应链的应用场景。

2. 结构分析

在制造业中，中国产品相比美国产品具有显著的价格优势，这种价格优势体现在几乎所有类型的产品中，无论是高附加值还是低附加值的产品。决定中国产品的价格优势的两个结构因素是规模效应与集聚效应。

2.1 规模效应

规模效应主要是指企业凭借其经营规模而获得的成本优势。Mizobuchi 将劳动生产率的增长分解为三个因素：（1）技术进步，（2）资本投入增长和（3）规模收益效应。规模效应是中国产品具有价格优势的主要原因。规模效应表现为两个方面：第一是人力资源的规模效应；第二是土地资源的规模效应。

人力资源的规模效应与中国的人口优势有关。较廉价的人力成本一直是中国相对其他发达国家的比较优势。Bombardini 总结说，人力

资本的整体分布是比较优势的重要决定因素。

Romer, Grossman 和 Aghion 认为人均收入增长和人口规模之间具有正相关关系。Song 认为劳动力禀赋与第一、第二产业的比较优势正相关，而人力资本对制造业和服务业具有显著影响。发达国家的工业主要是技术密集型产品，其生产的产品大多是高附加值产品，员工福利成本较高，劳动力成本远高于中国。四十年前，当中国开始实施改革开放时，市场机制不健全，产业结构需要进一步调整。然而，依靠劳动力成本的优势，中国仍然吸引了大量的外国投资，引进了先进的技术，以具有竞争力的价格生产商品。在此过程中，中国产业结构逐渐从劳动密集型转向技术密集型，从而促进了中国的经济增长。随着中国经济的发展，低技术含量产品在出口量中的比重逐渐下降，而中高端技术产品则实现了快速发展。与此同时，中国依然具有一定程度的劳动力成本比较优势。Viet 认为中国由于其相对稳定的生产要素价格而具备比较优势。

土地规模效应是另一个重要的比较优势。Song 认为土地在制造业中起着重要作用。中国土地资源丰富（国土面积仅次于俄罗斯和加拿大），这在某种程度上推动了中国的价格优势。随着中国农村土地改革的进行，土地承包经营制度不断完善，土地潜能获得进一步挖掘。随着科学技术的进步，中国实现了更加集约和有效的经济管理。地方城市的开放，投资的提升，工业园区和工业高新区的建设，以及政府财政的大力支持都为制造业创造了一个高质量的发

展环境，带来了可观的利润。此外，一些中国企业已经走出国门，在一些国家承包土地，使其可以纳入中国的土地资源供应体系，形成中国的虚拟土地能力。

2.2 集聚效应

集聚效应是指经济活动的空间集聚所产生的效益。物质资本、企业、消费者和员工的空间集聚带来的收益包括低运输成本、大规模本地市场，大量劳动力以及知识和人力资本的积累。

产业集聚是中国制造业价格优势的另一个重要因素。Mukhlis 认为人口对制造业的集聚有显著影响。制造业的人口集聚对经济增长产生了重大影响。Otsuka 认为，经济的集聚效应和改善市场准入条件对提升日本制造业和非制造业的生产效率产生了积极影响。产业集聚，包括专业化集聚、多元化集聚和产业协同，被认为对全要素生产率具有重要影响，它通常表现出非线性增长效应，甚至产生指数增长效应。产业集聚与协同效应、溢出效应和自我增强效应相互作用，形成了外部经济。

在中国，产业集聚已经形成一个完整的体系。该体系包括了制造业，服务业和流通业的集聚，三者相互协作形成合作优势。

制造业集聚是制造业发展的重要趋势，可以促进制造业中心的迅速形成。中国目前已形成以长三角和珠江三角洲为代表的制造业中心城市群。产业集聚通过区域资源的全面流动和生产要素的优化配置实现产业结构调整和经济增长。许多经济开发区如雨后春笋般涌现，这

些地区的企业在同一价值链中聚集，从而形成区域制造品牌优势，推动产业间技术转移和产业结构优化升级。

服务业的聚集是指服务外包，可以提供供应链计划、运营计划、流程管理、物流管理、信息管理、融资支持、降低运营成本、提高劳动效率等服务来协调客户需求。供应链服务的核心是为客户提供供应链计划、生产技术支持、物流管理、信息技术支持、财务支持和业务管理等服务。目前，许多企业都将业务重心放在自身优势上，并将其他业务外包给第三方。这些企业的商业平台和服务外包网络可以产生广泛的辐射和聚合效应，为供应链中的所有参与者提供资源对接平台，包括原材料供应商，物流供应商，产品分销商，资本供应商和制造企业。

流通业的集聚效应主要体现在流通企业对消费者和生产者的关系提升，以此实现分工的细化和深层次的合作。目前中国建立了高效、专业、社会化的产品流通体系。流通业的集聚使得不同生产企业的竞争优势得以实现。在集聚效应下，各企业发挥自身优势（包括物流，采购，分销，制造和装配），有效地促进了供应链中的分工与合作。

3. 对比分析

3.1 中国供应链模式

供应链管理（SCM）指整个供应链中材料、资金和信息的管理，包括从供应商到零部件生产商、最终装配商、分销商（仓库和零售商）以及消费者的全部环节。正确地选择、评估和

管理供应商关系有助于减少摩擦，降低交易和库存成本，同时还可以提高产品质量，增强企业柔性和创新能力。以上都大大有助于中国企业在市场中获得竞争优势，提升财务业绩。

David F. Pyke 指出，在讨论中国供应链管理时，有必要明确企业类型。在中国，有国有企业、集体所有制企业和私营企等不同的企业类型。Pyke 发现这三种所有权类型之间的差异并不显著。这些企业在制定战略方面比预想地更先进，但在供应链管理方面一般却不如西方企业。例如，Dong & Hu (1995) 报告了企业与其客户和供应商之间的信息交流，但交流通常仅限于下游，而与客户交流的企业也会倾向于与供应商合作。

制造战略的四个运营目标是成本、质量、便捷和柔性。柔性表现为三个方面：新产品引入、产品组合和产量柔性。

在中国，产品成本普遍较低。成本被重点关注并难以在短期获得显著降低，而目前的重点则是便捷和质量。质量成为 20 世纪 80 年代的主要关注问题。而到了 20 世纪 80 年代末和 90 年代初，柔性和便捷则更加被重视。

企业与供应商或客户的关系与企业业绩显著相关。向客户了解新产品评价是很常见的；关于新产品开发的供应商咨询则是一种复杂的供应链管理方式。对中国企业而言，与供应链合作伙伴的沟通是极具价值的。中国企业要么已经获得了供应链合作的优势，要么就是处于更加紧密的供应链合作伙伴中，并从中获益。进一步的研究证实了下游关系比上游关系

更为紧密。一般而言，两者间的紧密关系与企业及供应商之间的沟通和生产计划的协调相关。

Lee 概述了供应链整合的四个阶段：第一阶段是共享信息（例如关于需求或生产计划）；第二阶段是交换决策权（例如允许供应商进行库存存货决策）；第三阶段是交换分工（例如允许经销商进行一些最终组装和配置）；第四阶段是给出分担风险、共享利益的明确方案。中国企业分享的信息多于他们分包的工作，而分享的工作则多于分享的运营决策权。“分享工作”意味着外包，这是许多企业所追求的。如果新产品开发很少，或者新产品不依赖于特定供应商的组件，则几乎不需要讨论外包。但如果交货时间很重要，那么有关生产计划和交货绩效的沟通就具有很大价值。管理者应该形成合适的供应链关系。Choy, Lee 和 Lo (2004) 讨论了智能供应商关系管理系统在新产品开发中的应用，包括客户关系管理、供应商评级系统和产品编码系统。他们发现，当使用该系统时，外包周期时间和交付延迟大大减少。

中国的供应链由企业集群组成，其中许多小企业集中在一个地区的企业集群中。总体项目的完成只能依赖于整个集群的供应。在中国供应链模式中，每个中小企业都是集群中的个体，每个行业都聚集在一个区域中，从而形成供应商群体。他们根据各自在供应链中的位置供应产品。该行业的上游供应商向中游供应商提供产品，而中游的企业则向下游业务集团供应产品。

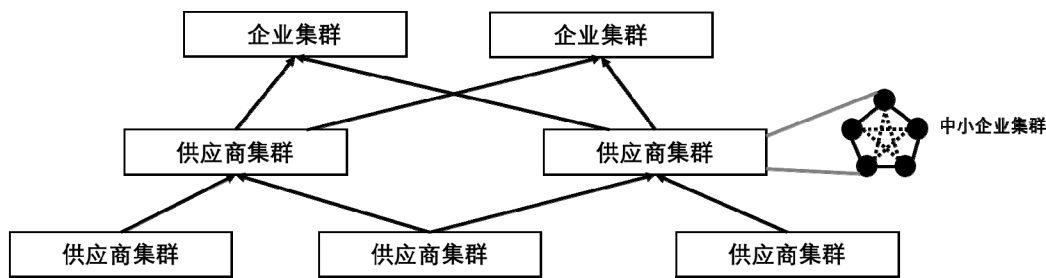


图 1: 中国供应链模式

3.2 美国供应链模型

在美国，供应链中的客户整合非常重要。供应链管理和客户满意度之间的平衡对于企业获得竞争优势至关重要。

在传统模式下，制造商经常使用两种集成模式。首先，涉及整合供应商、制造商和客户的交付流程，但是许多供应链的集成无法满足时效性的需求。其次，是在供应链中推行大规模定制策略。然而，最近的供应链管理着重研究了双赢合作关系的条件。他们研究了客户和供应商的关系，其中密切的长期合作增加了需求链产生的价值并降低了全链条的成本。部分学者认为，企业应该将他们的客户和供应商关系转型为真正的合作伙伴关系。真正的战略伙伴关系可以创造新的价值，但它们的建立和维护成本很高。此外，专业投资也具有较高的风险。企业可以建立和维护的真正合作伙伴的数量是有限的。因此，不能与过多的客户或供应商建立伙伴关系，而需要将主要的资源集中在建立核心关系上。

一些研究人员认为，信息共享、内部整合以及与供应商的外部整合是影响供应链绩效的因素。Huo 指出，供应链的内部整合改善了外部

整合，内部和外部整合从直接和间接两个方面提升了企业业绩。Guo 发现，即便在保密的情况下，零售商也可以从批发价格的信息中推断出信息共享的内容，使得制造商的需求更具价格弹性，从而拥有更低的批发价格以及较高的全供应链利润。

在信息共享方面，美国企业倾向于使用各种手段来确保信息共享过程顺利。在整个共享过程中涉及大量生产计划和系统的共享。至于内部整合，美国企业强调企业与供应商和客户之间的流程运营整合。针对他们与供应商的外部整合，美国企业认为与供应商和客户的长期合作关系对于长期实现竞争优势至关重要。也就是说，合作关系或双赢关系对于推动企业发展至关重要。

在美国模式中，契约是供应链关系的基础。供应链内部形成长期战略联盟，共享信息和资源。但是，他们也有竞争性的利益共享关系。美国模式的重点是建立战略联盟和外包。管理外包需要考虑许多因素，其中最重要的因素是供应商的可靠性。反应速度也是一个重要因素，快速准确的响应可以极大地提高供应链的有效性。同时，在外包时也应考虑成本，高成本是

采用外包服务的主要原因。此外，流程和组织因素也会影响外包的绩效。

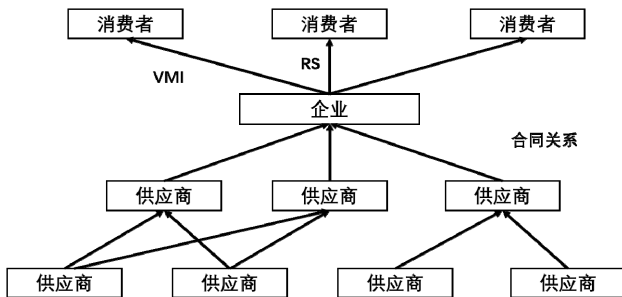


图 2：美国供应链模型

3.3 日本的供应链模型

近年来，供应链管理已成为许多日本企业战略规划的核心内容。这些日本企业坚信“未来的竞争不是企业之间的竞争，而是供应链之间的竞争”。他们专注于提高核心竞争力，发展全球外包和战略联盟。供应链管理的能力越来越受到重视，企业的战略能力和业务竞争力至关重要。在商业实践中有很多的例证，例如本田和丰田的成功。Matsuo 研究了丰田生产系统并认为采取直接控制机制对于供应链中关键部件的管理是必要的。日本企业的高管重视供应商的制造和设计能力，他们的关键战略因素包括战略契合程度、高层管理的兼容性、客户和供应商的作用以及供应商的发展速度，强调的其他因素包括经济表现、财务前景、金融稳定性以及供应商的客户群。总的来说，日本在制造业中获得的竞争优势来自于较低的劳动力成本，而规模优势，则体现在敏捷制造和时间把控上。在日本，信任在供应链系统中十分重要。企业与合作伙伴建立信任关系的原因主要包括以下两个方面。一是合作伙伴的可靠性，相信

合作伙伴会坚持自己的立场，并坚决履行承诺。二是相信合作伙伴的品格，相信伙伴不会以伤害企业的方式行事。企业有动机共享信息，以便在供应链的末端更多地了解客户的需求。成功的战略联盟建立在信任的基础上。在日本，信任被视为一种无形的粘合剂，它将供应链的伙伴关系粘合在一起。Cingano 表明，与其他行业相比，高信任度地区和国家会有更大的出口份额。

在日本模式中，承诺是供应链发展的基础。在这种模式下，企业以交叉持股的形式来形成企业集团。企业集团主要由两部分组成，一部分由大企业组成，数量占比约为 1%，另一部分是小企业，数量占比约为 99%。在日本模式中，融资方式主要依赖于综合贸易企业、大企业和商业银行之间的联系。综合贸易企业是日本独有的垄断综合贸易企业，其特点是规模大，实力强，业务多元、覆盖面广。除了从事贸易之外，还经营房地产，运输，保险，租赁，资源和能源开发等业务，同时在海外设立分支机构和子公司，积极组织投资，并承包大型项目。从垂直的角度来看，供应商可以分为一级供应商，二级供应商等。在供应商管理体系中，一级供应商是直接供应商，从其他地方购买原材料或半成品，在加工或组装后出售，将其供给二级供应商。二级供应商将向三级供应商供应，依此类推，从而形成分工明确的垂直供应系统。因此，日本模式已经形成了多层级供应商之间完整的产业闭环。

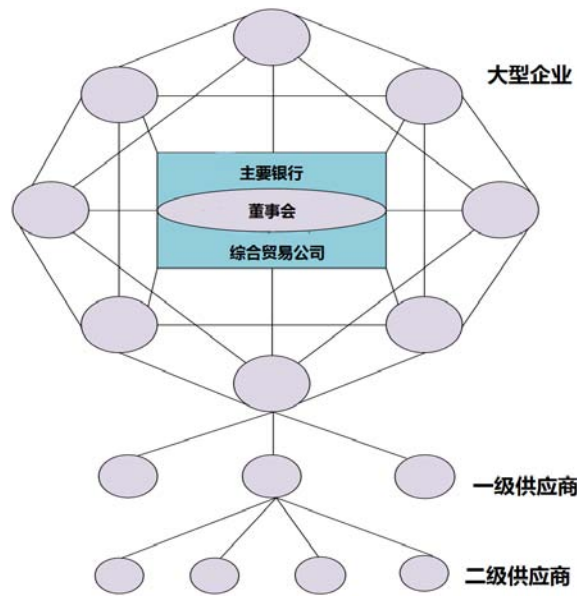


图 3: 日本供应链模式

3.4 比较和分析

通过以上描述，不难发现中国、美国和日本的供应链管理模式的模式表现出不同的特征。

表 1: 三种模式的比较

	贸易环境	管理模式	供应链
中国	合约或承诺	1.严格的人员管理 2.员工的权力较小	1.集聚集群 2.中小企业为主
美国	合约	1.企业和员工共享收益 2.员工拥有自主权	1.战略伙伴关系 2.管理外包
日本	承诺	1.企业文化认可 2.家庭式经营管理	1.大企业主导 2.闭环行业

这三种供应链模式的特征差异源于各国不同的交易环境。交易环境包括法律和道德两个层面。在美国模式中，市场成熟有效，法律体系完整、全面，因此以法律合约为基础形成法律要素主导的交易环境。在日本模式中，市场也表现出成熟和有效的特征，但与美国不同，日本模式主要基于承诺，因此其主要依赖道德体系约束，从而形成道德要素主导的交易环境。在中国模式中，市场具有竞争力，交易环境受法律和道德因素影响。然而，中国目前的法律制度还不够完善，道德约束还不够强。

法律	高	合同	合同/承诺
	低	现货交易	相互承诺
		低	高
		道德	

图 4: 交易环境因素表

在供应链关系管理方面，中国、美国和日本也存在差异。美国模式有两个特征：首先，企业文化建立在共同愿景的基础上，强调员工的文化认同，以及员工和企业的共同利益；其次，美国企业注重培养知识渊博的企业管理人员。因此，员工有更大的自主权来发挥创造力。

而在日本的供应链关系管理中，第一个特征是企业文化认同，第二个特征是家族式管理体系。家族式管理体系具有管理水平简单、集中管理等特点，它简单有效并且管理成本低。

在中国，企业严格管理员工的行为。在这种管理模式下，个体员工没有足够的权力、影响力或个性化特征。管理者容易忽视员工的个体特征，而着重强调达到统一标准。

与其他国家相比，中国供应链的特殊性在于环境差异、模式差异和管理差异。

政府是重要的环境因素。在中国，土地并非私有。相比之下，美国的土地则是私有的，私有土地的占有率高于联邦政府的土地占有率。日本的土地可以由个体或法人拥有。分散的小规模经营方式也是中国的一个重要的环境特征。在中国，供应链中的供应商主要是中小型个体经营者，供应链过长。

中国的供应链的差异使得其在管理方面也存在着其特点。在战略管理层面，考虑每个行业都是完全竞争市场，个体企业的战略管理地位下降，集团的战略地位提升。管理者的快速反应能力也变得尤为重要。相比与特定企业的合作，与整个行业的互动更为重要，战略伙伴关系的地位下降，企业网络关联的重要性上升。

总的来说，中国的供应链模式具有以下特征。第一，供应商之间的关系更加动态化每个供应链环节中企业与供应商之间的关系更加灵活；第二，由于中国供应链的规模效应和集聚效应，需要面临更多的市场不确定性。因此，控制和解决不确定性的能力尤为重要；第三，业务对象转移更加频繁。每个行业中，个体企业的生产能力和价格都非常相似，业务对象的转移相对方便，因此导致了更加频繁的业务对象转移。

Todo 发现远距离的供应商关系管理可提高生产力，并提出通过知识传播增强多元化关系管理对提高生产力和创新能力至关重要。因此，在中国供应链中形成的虚拟规模和虚拟能力可以帮助中国继续赢得竞争优势，中小企业可以重新打造其生产能力。产业集聚则为专业化分工提供了条件，有利于提高供应链的运营效率

和经济效益。IT 和其他支持性服务可以由第三方提供，以实现成本节约，专业化和资源共享。

4. 应用案例

4.1 高新区的现状

“高新区”指“国家级高新技术产业开发区”。位于高新区的企业不仅能够获得更好的基础设施和人才，还可以获得特别的优惠政策，如优惠税率等。第一个中国高新区于 1988 年在北京成立，即中关村科技园。

高新区反映了典型的中国制造业和服务业的规模和集聚效应，为中国的科技进步和经济发展作出了巨大贡献。2017 年，高新区的 GDP 为 9.52 万亿元，占中国 GDP 的 11.5%。高新区高新技术企业 5.2 万家，占全国高新技术企业的 38.2%。同时，高新区为中小企业孵化提供了强有力的支持。

4.2 创新型中小企业的现状

创新型中小企业有较为明确的生命周期。据统计，中国中小企业的平均寿命约为 4 年，其中仅有 15% 的企业寿命在 10 年以上。中国的中小企业平均寿命比欧美国家短得多。虽然中国的工业化服务为高新区创新型中小企业的快速发展奠定了重要基础，但中国创新型中小企业的“生存”和“发展”问题仍然存在。高新区创新型中小企业产业化服务体系存在的问题，包括创业孵化体系不足、资源支持不足、不同阶段中小企业的产业化发展缺乏有力支撑等。

4.3 在高新区建立虚拟供应链的能力

适合中小企业的创新型产业化服务体系对于高新区建立虚拟供应链具有重要意义。该体系为创新型中小企业提供公共服务支持，由地方政府主导，金融机构和专业化服务企业等各类机构贯穿于创新型中小企业的成长和发展中。

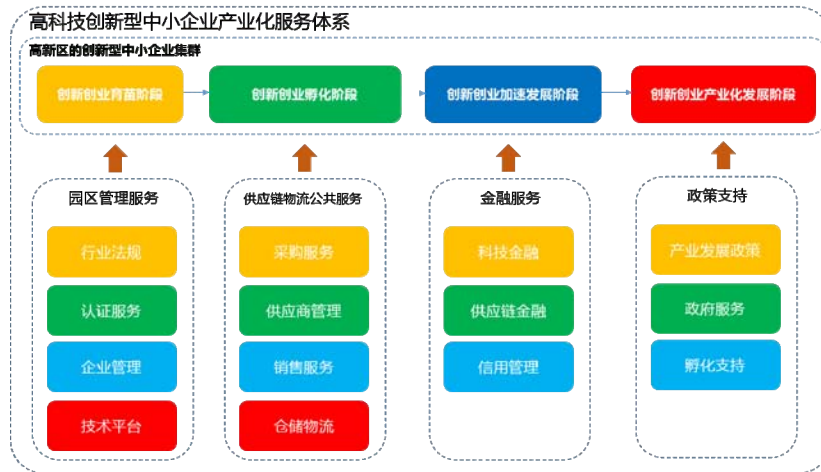


图 5：高科技创新型中小企业产业化服务体系

建立完善的园区管理服务体系可以为创新型中小企业的发展提供行政法规、认证、企业管理和技术支持等高质量服务；建设创新型中小企业供应链物流系统，降低采购、生产、销售和库存的渠道成本，有利于创新型中小企业拓展市场销售渠道，实现利润增长；完善高新区金融服务体系可以为创新型中小企业的发展提供资金支持和保障；同时，高新区的地方政府和行政主管部门也应积极参与创新型中小企业产业化服务体系建设，加强制度创新，加速创新职能的转变，帮助创新型中小企业更好更快地发展。

5. 结论

与发达国家相比，中国产品具有明显的价格优势。该价格优势来自两个结构因素：规模效应和聚集效应。人力资源的规模效应产生了劳动力成本的比较优势，土地资源的规模效应促进了工业园区和工业高新区的建设，从而使得中国建立了大规模的土地容量和充足的供给体系。中国的产业集聚形成了包括制造业、服务业和流通业在内的完整体系。在集聚效应的影响下，各企业在物流、采购、配送、制造或装配方面发挥着自身优势，有效促进了供应链的合作。

通过对中国、美国和日本在贸易环境、管理

模式和供应链等方面的比较分析，我们总结了中国供应链的特点：第一，供应商之间的关系更加灵活；第二，中国供应链需要面临更多的市场不确定性。第三，业务对象转移更加频繁。

中国供应链形成的虚拟规模和虚拟能力可以帮助中国继续保持竞争优势。产业内的中小企业可以重新构建其生产能力，产业集聚为专业化分工提供了条件，有利于提高供应链的运营效率和经济效益。

构建高新区创新型中小企业产业化服务体系需要打造虚拟规模和虚拟能力。产业化服务体系可以帮助创新型中小企业解决“生存”和“发展”问题。地方政府应积极支持，提供园区管理服务，供应链物流服务和金融服务。

对中国现代供应链体系的研究可以为供应链管理理论做出贡献，为动态的资源配置理论和创新型中小企业供应链服务体系的应用等研究提供指导。在分析和总结出现代供应链体系的特点后，应对未来动态系统的运行机制进行研究，以加快推动我国供应链的理论研究和应用发展。

（来源：《Modern Supply China Research and Applications》）

【本期关注】

林毅夫：我对中美贸易战的三个观点

贸易是互利的，不是美国给中国的恩惠！

连日来，不断升级的中美贸易摩擦引发多方关注。5月22日，北京大学新结构经济学研究院院长林毅夫在北京大学国家发展研究院“朗润·格政”论坛上表示，特朗普通用贸易逆差和所谓的“不公平竞争”的方式与中国谈判，实际上是“项庄舞剑，意在沛公”。面对美国的无理要求，中国最重要的是保持定力。

以下为演讲实录：

去年我们曾在[朗润·格政]谈过中美贸易战的问题，非常遗憾，一年过去了，这个问题还存在，而且还可能恶化。我想利用这个机会再谈三个观点：

观点一

第一个观点大家都很清楚，贸易是互利双赢的。美国跟中国买东西并不是美国给中国的恩惠，是这些东西美国自己不生产，而国内有需求必须从国际上进口。美国可以从中国进口，也可以从其他国家进口。从中国进口价格比较低，产品质量比较好。

当然有些产品美国自己也可以生产，我想美国没有说不能生产产品，但如果他们在国内生产的话，成本会非常高，老百姓要付出非常高的代价。所以在这种状况下，从中国进口是

因为价格定位，这一点是贸易的基本原则。只要读点经济学，或是没有读经济学，都知道这个道理。

特朗普会说，美国每年对中国的贸易逆差那么大，是不是美国吃亏了呢？我想一般读经济学的也知道，在谈国际贸易的时候，不能从两国的贸易逆差或顺差来看问题，要从一个国家跟整个世界的贸易逆差或顺差来看。

有些国家在国际贸易中是有顺差的，像中国我们过去很多。有些国家是有逆差，有些逆差多一点，顺差少一点。美国是逆差非常大的国家，但读过经济学的人都知道，一个国家如果有贸易逆差的话，是因为消费太多、储蓄不足造成的。要解决贸易逆差的问题，必须从国内看，怎么来增加储蓄、减少消费。如果不这样做的话，比如像特朗普，想用增加对中国、加拿大、墨西哥、欧洲、日本的关税来解决贸易逆差的问题，但实际上是适得其反的。

比如说，特朗普在过去两年采取了不少举措，但实际上，美国去年整个贸易逆差不仅没减少，而且还在增多。根据2018年的统计数据，即使有特朗普那么大的动作，美国对外贸易逆差是增加了12.1%，而不是减少。

那对中国也是一样。去年美国对中国的贸

易逆差增加了 11.7%，同样并没有解决问题，带来的结果是贸易状况恶化，美国国内居民或使用中国出口产品的生产商付出更高的代价。

在这种状况之下，如果进口产品要付更高的价格，那么一般家庭剩下可以用的钱就少了，可以用来买国内生产的产品或是国内提供服务的成本就上升了，其实对他的就业也是不利的。

现在美国开始从贸易逆差来说事情，从贸易是不是公平、中国强迫技术转移等等这些事来说。当然他讲得很多，可是也没有具体证据。他固然利用国内法 301 调查，出的报告非常厚，但如果你仔细读内容，大部分都是猜测。所以耶鲁大学一位教授说，这基本上是在泼脏水，没有证据。这样的政策是对美国不利的。

说中国强迫技术转移，我们看到，美国公司到中国投资一定是带着技术的，他的技术是我们强迫他转来的吗？实际上不是。因为美国公司如果在中国生产，要进入中国市场，他不用最好的技术，产品如何能够竞争？

比如汽车。中国现在是世界上最大的汽车生产国，也是最大的汽车消费市场。除了美国汽车在中国生产，也有德国、日本、韩国。如果美国通用、福特不用最好的技术在中国生产，他生产出来的汽车在座的各位基本不会有人买。但我们知道，通用和福特现在在中国生产的汽车，比他自己在美国生产的汽车多，他们的利润主要来自中国。所以他用最好的技术来中国生产，是他自己的需要，并不是中国强迫的。

中国这些年的技术进步非常快，这是事实。

但如果不是技术进步那么快，中国怎么能够经济增长？中国的经济不断增长、资本不断积累、产业不断升级，当然技术会不断创新，而这些创新其实主要是我们自己通过学习、研发来获得的。

美国也有比较客观的。当过哈佛大学校长、世界银行首席经济学家、美国财政部部长的 Lawrence H. Summers 说，中国这些年的技术进步只能由中国的发展、中国的努力来取得，不可能是强迫来的。

那么，在这种状况之下，特朗普为什么老要用贸易逆差和所谓的“不公平竞争”的方式来谈呢？我个人认为是“项庄舞剑，意在沛公”，实际上是看到中国发展得这么快，他想来遏制中国发展。这是我的第一点看法。

观点二

第二点看法是我们希望贸易问题能解决，中美两国能够友好相处，中国的发展也给美国带来很好的发展机会。但假如事情不能按照我们的预料，贸易谈判不能达成协议，美国对中国的所有出口都加 25% 的关税，那到底对中国有多大的影响？

当然，贸易是要双赢的，中国会有损失的话，美国同样也有损失。中国的损失到底有多大？我们可以想想看。现在中国每年出口占国内生产总值的比重不到 20%，美国占中国出口的比重去年是 19%，他只是我们贸易当中的一部分。即使提高 25% 的关税，到底有多大的影响？其实可以做很多模拟来研究。

有人说影响大一点，有人说影响少一点。

一般的看法是顶多影响 0.5 个百分点，对美国的影响可能稍微少一点，0.3 个百分点，也不少。好像中国受的伤害多一点，美国受的伤害少一点。但我们必须考虑到，美国现在的经济增长率不到 3%，他如果下降 0.3 个百分点，他的增长率要损失 10%。对中国来讲，我相信维持 6%-6.5% 的增长是没有问题的，这样的增长目标是可以达成的。而且我个人相信，应该还是比较靠近 6.5%。那么，即使减少 0.5 个百分点，我们还有 6% 的增长，这在全世界还是很高的增长。

中国不仅在全世界拥有很高的增长，中国还会是全世界经济增长的主要来源国。自 2008 年以后，每年中国对世界经济增长的贡献达到 30% 以上。即使因为贸易战我们从 6.5% 降到 6%，但我们现在的经济规模占全世界 16%，6% 的增长每年对世界经济增长还是会贡献一个百分点。

2019 年全世界的增长会有多少？按照世界银行的预测，是 2.9 个百分点。按照国际货币基金组织的预测，是 3.5 个百分点。这样讲的话，即使有贸易战，中国每年对世界经济增长也会有 30 个百分点的贡献率，中国还是对全世界经济增长贡献最大的国家。

观点三

第三点是我们希望贸易双赢，我们与美国能够坐下来谈，双方都能取得一个满意的方案。如果美国不愿意呢？我们绝对不会把中国发展作为代价来满足美国单方面的需求。为什么这么讲呢？即使贸易战在最后的状况，中国还能维持 6% 的增长，中国还是全世界经济增长最大

的动力。

在这种状况下，面对美国的这些无理要求，我认为最重要的是保持定力，继续坚持我们的既定方针，全面深化改革和开放。按照现在总书记提出的五大发展理念，追求创新、协调、绿色、开放、共享，这样的话我们能够取得高质量发展。这种发展不仅是国内的东中西部、城市与农村人的共享，也是跟世界上与中国维持良好贸易关系的国家共享。

美国占中国出口的比重不到 20%，我们还有 80%。如果美国因为贸易战出口减少，那么我们从美国的进口也会减少，我们可以把这样的市场机会，更好地让欧洲、日本、韩国以及其他发展中国家分享。

现在对世界来说最重要的是发展，中国的发展对中国很重要。全世界的经济发展大家都是比较悲观、迷茫的时候，中国的开放给其他国家带来共同发展、共享发展的机会。

其实美国很多企业家也非常清楚，目前全世界每年 30% 以上的增长来自中国。要是美国这些企业退出中国市场，那他就退出了全球财富 500 强的地图，这些美国的企业家也都是一清二楚的。

所以我希望，我们保持定力，继续改革开放，让中国的发展成为愿意与中国搞好关系的这些国家的共享机会。我相信，美国的企业家、美国人民，也希望分享中国发展的机遇。

（来源：中国新闻网。本文根据林毅夫现场发言整理，未经本人确认。）

【本期关注】

长三角一体化所面临的“剪刀差”难题及对策

中国科学技术大学管理学院教授、博导，安徽省发展战略研究会会长 刘志迎

4月27号由安徽省委宣传部和安徽省社会科学院在合肥举办“长三角更高质量一体化发展论坛”，以下刊登安徽省发展战略研究会专家发言内容

长江三角洲区域（江浙沪皖）一体化发展是党和国家的总体战略布局，这是继1982年以来，长江三角洲经历的自下而上、自上而下的多次演化升级的最新战略布局。区域一体化发展如何实现，却不是一件易事，三十多年的呼吁、组织与协商，进展不大。科学规划和大力推进长江三角洲区域一体化发展，需要江浙沪皖协同完成，需要三省一市领导自觉提高协同能力，拿出具体措施，解决一体化中存在的问题。只有遵循经济规律，顺势而为，方能有效。

一体化（Integration）超前于全球化在特定区域实现。荷兰经济学家丁伯根（J. Tinbergen, 1954）正式提出“经济一体化”概念，认为经济一体化是将有关阻碍经济有效运动的人为因素加以消除，通过相互协作与统一，创造最适宜的国际经济结构。并将经济一体化分为消极一体化（Negative Integration）和积极一体化（Positive Integration），前者是消除歧视和管制制度，引入经济变量自由化，即消除对有关各国的物质、资金和人员流动的障碍；后者是运用强制的力量改造现状，建立新的自由化政策和制度，纠正自由市场的错误信号，去强化自由市场正确信号的效果，从而加强自由市场的

一体化力量。中国自1982年2月开始的上海经济区10个城市到1988年8月扩展到江浙沪皖赣闽等五省一市，随后撤销；再从1992年15城市扩展到现如今的江浙沪皖等三省一市历经18次协调会，长达35年的理论争论和现实协调始终未止。虽然学者们都认为一体化是必要的，也是可行的，但是，笔者认为，在长三角一体化过程始终面临着11个“剪刀差”难题。

一、产品市场形成的价值“剪刀差”难题

其一，初级产品与制成品交换形成的价值“剪刀差”。安徽总体上说还是生产初级产品为多，以初级产品为主的生产总体状况并没有根本改变，产业结构中农业、原材料和能源的比重仍然较大，制造业中传统产业比重占据近三分之二还是基本现实，这样与江浙沪的产成品交换，自然在市场经济条件下有价值“剪刀差”。

其二，低端产品与高端产品交换形成的价值“剪刀差”。安徽整个产业技术水平还是落后于江浙沪。从企业生产的现实来看，技术水平和管理水平与江浙沪还是有较大差距。在区域市场一体化条件下，市场交换实质上是低端产品与中高端产品的交换，从而难免存在价值“剪刀差”

二、要素市场形成的价值“剪刀差”难题

其一，劳动（人才）市场形成的价值“剪刀差”。改革开放以来，特别是浦东开发开放以后，江浙沪的经济发展加速，大量的外资企

业落地沪苏锡常，浙江民营经济的快速发展，需要大量的劳动力，劳动者采取“用脚投标”的方式，纷纷涌入长三角务工（农民工）。从人才来看，安徽人才流向江浙沪工资水平高的省市，在安徽要么找不到就业岗位，要么工资水平就相对较低，工资水平差异导致劳动（人才）在区域间形成价值“剪刀差”。

其二，资本市场形成的价值“剪刀差”。资本流动向来是由回报率低的地方流向回报率高的地方。资本到发达地区获取的回报高于落后地区，就造成资本流动由落后地区流向发达地区，落后地区的吸收存款通过金融系统转移到发达地区放贷的资本流动，从而形成了资本市场的价值“剪刀差”。

其三，土地（生态）市场形成的价值“剪刀差”。土地在发达地区是昂贵的，尤其是建设用地和生态环境，而在落后地区土地价值相对便宜。前十多年产业转移和落后地区的招商引资，都是基于土地的区域价格差，落后地区招来的企业，投资者拿到了便宜的土地，利用土地跨区域置换获得了足够的回报，这就造成土地市场的价值“剪刀差”。

其四，技术市场形成的价值“剪刀差”。技术是新经济的重要要素，技术市场的交易更是存在着明显的“虹吸”效应。从安徽省技术合同交易额来看，安徽卖出去的技术多于买进来的技术。安徽的技术在省内实现产业化的要少于到发达地区实现产业化。即发达地区购买一项技术出价高于在落后地区的出价，从而导致技术市场呈现出价值“剪刀差”。

三、公共服务质量“剪刀差”难题

其一，基础公共服务形成的价值“剪刀差”。江浙沪的基础公共服务明显优于安徽，供给也

更加充足。发达区域公民或组织就能够享用到价格更为便宜的基础公共服务，与落后区域形成价值“剪刀差”。

其二，经济公共服务形成的价值“剪刀差”。落后区域的经济公共服务水平低于发达区域，也会形成经济公共服务价值“剪刀差”。

其三，社会公共服务形成的价值“剪刀差”。江浙沪的医疗和社会保障水平高于安徽，从公共福利来看，由于受到经济发展水平制约，安徽公共福利水平远低于江浙沪；在环境保护方面，下游（江浙沪）则希望上游（安徽）保证下游水生生态优化，又不愿意承担过多的转移支付。另外，在国家环境政策高压的情况下，对安徽极为不利。

其四，公共安全服务形成的价值“剪刀差”。相对来说，江浙沪的警察和消防等服务意识、行为和水平高于安徽，从而也形成“剪刀差”。

四、公共政策水平“剪刀差”难题

公共政策既包括中央政府的公共政策，也包括地方政府出台的公共政策，前者大多数情况下是以“一刀切”的形式，甚至某种情况下只给政策，不给资金，或者要求地方政府配套，而发达区域政策资金投放量大，落后地区则难以拿出资金或者配套资金较少，形成了与发达区域明显的政策性资金“剪刀差”。从地方政府的公共政策来看，由于发达地区政策理念较为超前且有雄厚的政策资金支持，政策实施的人为障碍因素也相对较小，而落后地区政策理念、资金数量和实施中人为障碍都要将导致政策水平低下，从而形成政策“剪刀差”，从而不利于与发达地区竞争。

自强自立，尽快缩小与江浙沪的差距

根据以上分析，基于长三角一体化发展的总体要求，安徽作为推进长三角一体化发展主体，

要有高度的责任感和敢于担当精神的主角心态，强化学习意识，积极主动作为，深入谋划一体化发展方案，针对性地解决相应问题。安徽要学习江浙沪的发展理念、先进做法、改革经验和创新精神，重点谋划好自己的事情，撸起袖子，自强不息，尽快缩小与江浙沪的差距。

首先，要强化“积极性一体化”意识，由中央政府来纠正自由市场的偏误性信号，积极引导长江三角洲区域一体化发展。十九大报告强调，建立更加有效的区域协调发展新机制。从理论上讲，就是要纠偏市场偏误性信号所导致的资源过多向东部地区和大城市集中，造成区域间发展失衡。从政策上来看，由国家政策引导比地方出台政策引导，具有更强的治理约束力和激励作用。

其二，要着手做好“消极性一体化”，协调好江浙沪皖三省一市，尽快消除歧视和管制制度，引入经济变量自由化以促进一体化，大幅度降低制度性交易成本。江浙沪皖三省一市各种行政性壁垒仍然大量存在，需要四地的立法部门和各地政府行政性政策制定部门联手审核各地政策差异和阻碍市场一体化的各种法规、政策和做法，让要素市场、产品市场更加自由化。落后地区要下大力度改善服务质量，减少环节，集中服务，大幅度提高行政效率。

其三，要加快推进落后地区创新创业，通过技术创新推进传统企业转型升级，通过创业实现新经济主体增量扩张，提高产品附加价值以缩小价值“剪刀差”。江浙沪皖的差距集中体现在经济领域，主要集中体现在产业发展上，安徽产业经济发展滞后，导致整体经济发展滞后。一方面表现在创新创业不够，另一方面传统产业转型升级缓慢。创业更能够表达安徽经济社会发展的迫切需要。大量的创业者才能够

生成新业态、新产业，才会有“独角兽”类企业产生，从而通过增量扩充改变产业结构。

其四，要想方设法提高新经济关键要素价值，吸引优质生产要素集聚落后区域，尤其要强化人才和技术要素集聚，为安徽实现创新驱动服务，支撑新经济发展。安徽是出人才的大省，而不是聚集人才的大省，如何聚集人才，需要优质企业平台或者微观组织平台，不是政府出台一个笼统的人才政策就能够解决问题的。要制定以微观主体为落脚点的人才政策并将政策落实到微观主体。技术要素的集聚也是集中在企业，企业建立完善的技术创新体系，政府构筑鼓励创业、扶植创业的平台、制度体系和政策体系，互动协调作为才有出路。

其五，要大力提升公共服务水平，优化经济社会发展环境，降低交易成本，这是落后区域政府部门能够有所作为的空间，也是降低交易成本乃至生活成本的关键问题。无论是我们本地人的现实感受，还是外来投资商的办事经历，不管政府承认也好，不承认也罢，安徽公共服务水平（质量、态度和供给数量）都远低于江浙沪。总体上来说，各种公共服务都与思想观念、管理水平和经济实力有着密切关系，必须在这些方面拿出具体的改善方案。

其六，要强力推进思想观念转变，弘扬企业家精神和创业精神。安徽急需要进行一场深入的创业精神、企业家精神大讨论，来刷新全社会的思想观念。与江浙沪思想观念对接是难度最大的对接，是思想意识深层次根本性的一体化。

（来源：安徽省政府咨询机构对外交流合作协会官方网站）

【政策解读】

推动数字乡村建设发展 形成乡村振兴新动能

——中央网信办有关负责人就

《数字乡村发展战略纲要》答记者问

5月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《数字乡村发展战略纲要》（以下简称《战略纲要》）。中央网信办有关负责人就《战略纲要》相关情况接受了记者专访。

问：请介绍一下《战略纲要》出台的背景和主要特点

答：数字乡村是伴随网络化、信息化和数字化在农业农村经济社会发展中的应用，以及农民现代信息技能的提高而内生的农业农村现代化发展和转型进程。当前，新一代信息技术创新空前活跃，不断催生新技术、新产品、新模式，推动全球经济格局和产业形态深度变革。加快信息化发展，建设数字国家已经成为全球共识。

党的十九大作出建设网络强国、数字中国、智慧社会的战略决策。数字乡村是乡村振兴的战略方向，也是建设数字中国的重要内容。为贯彻落实党中央决策部署，中央网信办会同国家发展改革委、工业和信息化部、农业农村部开展调查研究，听取各方面意见建议，研究起草《战略纲要》，加强顶层设计和整体规划，加快弥合城乡“数字鸿沟”，推动数字乡村建设发展，形成乡村振兴新动能。

《战略纲要》主要有三个特点：一是贯彻落实新发展理念和高质量发展要求。围绕贯彻落实

高质量发展要求，提出了进一步解放和发展数字化生产力，加快以信息化培育新动能、用新动能推动新发展，大力推进农业数字化转型，积极发展乡村新业态，以信息流带动资金流、技术流、人才流、物资流，激活农村各种要素，为加快农业农村现代化提供数字动力。二是全面落实重大战略部署。《战略纲要》全面贯彻党中央关于乡村振兴和信息化发展的重大决策部署，全面落实产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴“五个振兴”的战略部署，切实体现网络强国、数字中国、智慧社会等战略要求，注重加强与“互联网+现代农业”、农业装备和信息化、网络扶贫行动等政策结合，充分发挥信息化在乡村振兴中的先导力量作用。三是坚持农业农村优先发展。《战略纲要》树立改革思维、战略思维和系统思维，针对“三农”信息化发展存在的共性问题、难点问题，加强统筹谋划，完善政策支持，在资源要素配置上优先满足，在项目资金投入上优先保障，在公共服务上优先安排，充分发挥财政资金的引导作用，撬动金融和社会资本投资数字乡村建设，加大投入力度，着力补齐短板。

问：数字乡村建设发展是一项长期的、历史性的任务，请问如何分阶段实施？

答：实施数字乡村战略，主要分四个阶段：

第一个阶段，到2020年，数字乡村建设取得初步进展。农村互联网普及率明显提升，农村数字经济快速发展，“互联网+政务服务”加快向乡村延伸，网络扶贫行动向纵深发展，信息化在美丽宜居乡村建设中的作用更加显著。

第二个阶段，到2025年，数字乡村建设取得重要进展，城乡“数字鸿沟”明显缩小。4G在乡村进一步深化普及，5G创新应用逐步推广。农村流通服务更加便捷，乡村网络文化繁荣发展，乡村数字治理体系日趋完善。

第三个阶段，到2035年，数字乡村建设取得长足进展。城乡“数字鸿沟”大幅缩小，农民数字化素养显著提升。农业农村现代化基本实现，城乡基本公共服务均等化基本实现，乡村治理体系和治理能力现代化基本实现，生态宜居的美丽乡村基本实现。

第四个阶段，到本世纪中叶，全面建成数字乡村，助力乡村全面振兴，全面实现农业强、农村美、农民富。

问：请问《战略纲要》对数字乡村建设发展主要部署了哪些任务？

答：《战略纲要》主要部署了加快乡村信息基础设施建设、发展农村数字经济、强化农业农村科技创新供给、建设智慧绿色乡村、繁荣发展乡村网络文化、推进乡村治理能力现代化、深化信息惠民服务、激发乡村振兴内生动力、推动网络扶贫向纵深发展、统筹推动城乡信息化融合发展等十项重点任务。

其中，在加快乡村信息基础设施建设方面，《战略纲要》提出，要大幅提升乡村网络设施水

平，完善信息终端和服务供给，加快乡村基础设施数字化转型。在发展农村数字经济方面，《战略纲要》强调，要夯实数字农业基础，推进农业数字化转型，创新农村流通服务体系，积极发展乡村新业态。在建设智慧绿色乡村方面，《战略纲要》提出，要推广农业绿色生产方式，提升乡村生态保护信息化水平，倡导乡村绿色生活方式。在繁荣发展乡村网络文化方面，《战略纲要》强调，要加强农村网络文化阵地建设，加强乡村网络文化引导。在推动网络扶贫向纵深发展方面，《战略纲要》提出了要助力打赢脱贫攻坚战，巩固和提升网络扶贫成效。此外，在统筹推动城乡信息化融合发展方面，《战略纲要》提出，要统筹发展数字乡村与智慧城市，分类推进数字乡村建设，加强信息资源整合共享与利用。

问：如何抓好《战略纲要》的贯彻落实？

答：中央网信办将会同相关部门抓紧制定完成《战略纲要》主要任务分工方案，明确各项任务的牵头部门和责任部门，细化实化工作内容和政策措施，确保各项任务落地实施，见到实效。建立完善数字乡村建设发展统筹协调机制，研究重大政策、重点工程和重要举措，督促落实各项任务，构建统筹协调、上下联动、整体推进的工作格局，形成强大工作合力。

按照《战略纲要》部署，统筹开展数字乡村试点示范工作，积极探索典型经验做法，及时总结推广有益经验。此外，还将开展建设发展情况监测评估工作，做好跟踪调研。

（来源：新华社）

【学术交流】

一次性塑料制品污染问题及其国际进程

清华大学环境学院 刘嘉辰 张博雅

一、一次性塑料制品污染问题的由来与现状

1. 问题由来

近年来，海洋污染问题成为一个日益严重的全球环境问题。塑料垃圾约占海洋垃圾的60%–80%，局部地区甚至高达90%–95%，是海洋垃圾的主要来源。作为海洋塑料垃圾的重要组成部分，一次性塑料制品的管理也受到国际社会的重点关注。

2. 污染状况

一次性塑料制品，是指仅经过一次使用后就被遗弃或回收的塑料制品，这类塑料制品占每年全球生产的塑料制品的50%以上。在一次性塑料制品中，塑料包装与塑料微珠对海洋污染的影响最为严重。

一次性塑料包装在塑料制品中占比很高，而回收再利用比例较低。未经妥善处理的一次性塑料包装可以通过多种方式进入海洋环境中，是对海洋生物影响最为严重的大型塑料垃圾。另外，塑料包装会在环境中分解，成为二次海洋微塑料危害环境。

塑料微珠是微型的塑料颗粒，常被作为去角质材料添加至一次性个人护理品，如磨砂膏

或者牙膏中。塑料微珠是一次海洋微塑料的重要来源，其危害在近年来受到广泛的关注。

一次性塑料制品在海洋环境中难以降解，将以海洋微塑料的形式长期存在，对于海洋生态环境造成恶劣影响。因此，该问题的解决迫在眉睫。

二、关于一次性塑料制品污染问题的国际进程

1. 国际层面禁塑

在国家、区域和全球具备旨在防止和减轻塑料污染的战略。

1995年，联合国环境署（UNEP）发起了“保护海洋环境免受陆源污染全球行动计划（GPA）”活动，此次活动举办的主要目的是呼吁全球各国应重视塑料垃圾给海洋环境带来的污染，积极应对海洋塑料污染的治理问题。UNEP与联合国教科文组织下属的政府间海洋学委员会（UNESCO—IOC）合作制定了调查和监测海洋垃圾的指南，向世界各国宣传并普及海洋塑料垃圾的危害性，希望各国能积极合作，加入海洋塑料污染的防治行动。2017年，UNEP将海洋污染和塑料垃圾列为其重点关注的七大优先领域之一，期待继续消除塑料微珠使用，直至实现

全球禁令，并推动建立更多海洋保护区。2017年6月9日，为期五天的首届联合国“海洋大会”在纽约总部落下帷幕，各国纷纷为扭转海洋衰退的趋势做出了自愿承诺，并通过了一项“行动呼吁”，显示出全球各国在维持海洋可持续性方面的政治意愿。在四次联合国环境大会中，一次性塑料也是会议讨论的核心问题。

除了联合国的努力之外，《国际防止船舶造成污染公约》、檀香山战略等国际公约也专门关注塑料问题，并致力于在解决在相关领域的塑料危害。

2. 国家层面禁塑

当前全球各国对塑料制品进行了不同程度的管控。各国限塑禁塑政策概况见下表。

表 1 各国限塑禁塑政策概况

国家	政策类型	概述
丹麦	税收	对塑料袋生产商实行每公斤塑料袋收取 22 丹麦克朗税费的政策
爱尔兰	税收	对消费者使用塑料袋征收 0.22 欧元
英国	税收	英国威尔士、北爱尔兰、苏格兰和英格兰分别于 2011 年 10 月、2013 年 4 月、2014 年 10 月和 2015 年 10 月开始对塑料袋的使用实行收费，每个塑料袋最低收费 0.05 英镑
孟加拉国	禁令	2002 年颁布立法，禁止生产和使用塑料袋
印度	禁令	2016 年通过《塑料废弃物管理规定》，禁止使用厚度 50 μm 以下的所有聚苯乙烯塑料袋
卢旺达	禁令	2008 年通过塑料袋禁令，禁止生产、销售、使用和进口厚度 100 μm 以下的塑料袋
肯尼亚	禁令	2017 年 8 月开始在全国范围内实施塑料袋禁令，禁止生产、销售或使用塑料袋
澳大利亚	禁令	南澳大利亚、澳大利亚首都领土和北领地分别于 2009、2011 和 2011 年引入了塑料袋禁令。2013 年，塔斯马尼亚州禁止使用厚度小于 35 μm 的薄型塑料袋
法国	禁令	2017 年 1 月起，法国所有的销售点实行塑料袋禁令；到 2020 年，禁止使用所有一次性塑料袋
南非	禁令、税收	禁止使用厚度 30 μm 以下的薄型塑料袋，对厚度 30 μm 以上的厚型塑料袋征税 0.46 兰特
博茨瓦纳	禁令、税收	禁止使用厚度 24 μm 以下的塑料袋，同时要求零售商对厚度 24 μm 以上的塑料袋征税
美国	禁令、税收	许多州和城市实施了塑料袋禁令或税收政策
中国	禁令、税收	在全国范围内禁止生产、销售、使用厚度小于 25 μm 的塑料购物袋；商品零售场不允许免费提供塑料袋

丹麦是最早对塑料袋进行征税的国家。从 1994 年开始，丹麦政府按重量向塑料袋生产商征收塑料袋税。目前丹麦塑料袋税收价格为每千克塑料袋 22 克朗，消费者通常需要为每个塑料袋支付 2~3.5 克朗（约为 0.37~0.65 美元），是全球范围内最高的价格。

孟加拉国是第一个禁止塑料袋生产和使用

的国家。2002 年，孟加拉国政府颁布立法，禁止生产和使用塑料袋，对塑料使用者处以 6 个月的监禁和 71 美元的罚款。印度于 2002 年禁止生产厚度在 20 μm 以下的塑料袋。2016 年通过了《塑料废弃物管理规定》，禁止使用厚度 50 μm 以下的所有聚苯乙烯塑料袋。

肯尼亚在 2007 年禁止生产和进口厚度 30 μm

以下的塑料袋，并对厚度 30 μm 以上的塑料袋进行征税，又于 2011 年禁止生产和进口厚度 60 μm 以下的塑料袋，对厚度 60 μm 以上的塑料袋进行征税。2017 年 8 月，肯尼亚开始在全国范围内实施塑料袋禁令，禁止生产、销售和使用塑料袋，违者最多可以监禁 4 年或罚款 3.8 万美元，成为目前全球最严厉的塑料袋禁令。

2019 年 3 月 28 日，欧洲议会以 560 票对 35 票通过了禁用一次性塑料制品法案。该法案禁止 10 类有替代品的一次性塑料制品，包括棉棒、餐具、盘子、吸管、搅拌棒、气球棒、发泡聚苯乙烯制成的杯子、食物和饮料容器，以及所有可氧化降解塑料产品。法案还列明目标，即到 2029 年，塑料瓶回收率要达到 90%，塑料瓶原料采用可循环材料的占比到 2025 年和 2030 年分别达到 25% 和 30% 以上。

目前，中国已颁布了塑料袋控制政策，但未有关于塑料微珠的控制政策。塑料袋控制政策主要为 2007 年 12 月发布的《国务院办公厅关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》（俗称“限塑令”）和 2008 年 5 月发布的《商品零售场所塑料购物袋有偿使用管理办法》。“限塑令”规定从 2008 年 6 月 1 日起，在全国范围内禁止生产、销售、使用厚度小于 25 μm 的塑料购物袋（简称超薄塑料购物袋），并在所有超市、商场、集贸市场等商品零售场所实行塑料购物袋有偿使用制度，不允许免费提供塑料购物袋。

3. 行业与 NGO 行动

英国和美国的塑料行业发起了“清除行动”（Operation Clean Sweep），对塑料制品中的树脂颗粒进行严格控制，减少其在包装和运输过程中对环境造成的污染。2011 年，全球塑料行业开展了“击败微型塑料”活动，降低微塑料的使用率。联合利华（Unilever）、宝洁（Procter and Gamble）和耐克（Nike）等 8 个世界领先的消费品牌公司积极响应塑料垃圾污染防治口号，与世界自然基金会（World Wildlife Fund）合作，用植物材料替代传统的塑料制品原材料。

非政府组织也在减少一次性塑料使用方面做出了相当多的努力。自 1997 年以来，非政府组织阿尔加利特海洋研究中心以北太平洋、北大西洋、印度洋等海洋为对象进行污染治理研究。海洋保护协会组织每年都会举办一年一度的“国际净滩行动”。绿色和平针对塑料问题向公众发布研究报告，强调限塑禁塑的重要性。

4. 会议谈判成果

于 2019 年 3 月 11-15 日在肯尼亚首都内罗毕召开的第四届联合国环境大会上，各国代表就该问题首次达成了一致，形成了《治理一次性塑料制品污染》（UNEP/EA.4/L.10）的会议文件。

文件首先点明当前塑料制造回收现状及其严重的环境危害，指出控制一次性塑料乃当务

之急。在管理模式方面，文件强调了全生命周期管理模式。文件注意到塑料生产商、零售商和消费品行业以及进口商、包装公司、运输公司和回收商等关键行业起协助减少其产品和活动产生的塑料以及提供关于产品在整个生命周期产生的影响的信息的重要作用。同时，在寻找一次性塑料替代品时考虑在整个生命周期产生的影响。另一方面，文件鼓励以生产者延伸责任制度、退还押金计划等创新办法实现对一次性塑料制品的管控。在目标方面，文件鼓励开发一次性塑料的替代品，并且倡导可持续消费模式，以资源效率更高的方式设计、生产、使用和妥善管理塑料品。此外，文件指出各国应依照国情通过制订立法、执行国际协定、提供适当的废物管理基础设施、改进废物管理方法、开展无害环境的清理活动以及分享信息等方式就一次性塑料问题采取全面行动。

尽管该份文件标志着在禁塑问题上国际社会首次达成了共识，但在大会上，欧盟、印度等国代表对这份文件并没有达到草案所表达的力度而感到遗憾。整体看这份会议文件仅仅起到了提醒与号召的作用，对国家行动具有非常弱的约束性。当前世界对塑料的风险与危害有了基本认识，但主要行动仍以国家层面为主，缺乏区域协调与一致性。并且各国经济发展状况差异导致对塑料制品的依赖程度相去甚远，取得一致性成果难度很大。目前所达成的框架性文件是全球一次

性塑料管理的核心思想，还需要相应的资金机制、技术转让机制、履约机制等配套机制配合其落地执行。因此，虽然这次会议在一次性塑料问题上取得了突破性进展，但是这远不是行动的胜利，仅仅是路的开端。

三、中国关于一次性塑料制品海洋污染情况

1. 污染情况

我国海岸线较长，海洋环境从海洋垃圾和海洋微塑料两个方面受到了一次性塑料制品的影响。

根据《2017年中国海洋环境质量公报》，我国的海洋垃圾中塑料类垃圾数量最多。其中，海面漂浮垃圾中塑料类垃圾占比87%，海滩垃圾中塑料类垃圾占比76%，海底垃圾中塑料类垃圾占比74%，塑料类垃圾主要为一次性塑料袋、聚苯乙烯泡沫、塑料瓶等。

我国海洋微塑料污染在近年来才得到重视，2016年我国开始开展对于海洋微塑料污染的试点监测。《2017年中国海洋环境质量公报》显示，我国海面漂浮微塑料平均密度为0.08个/立方米，最高为1.26个/立方米。我国海滩微塑料平均密度为245个/平方米。污染情况较为严重。对于海洋微塑料污染，在未来仍需持续的监测与分析。

2. 中国行动

对于一次性塑料污染问题，我国也在多个方面采取了行动。

在监测方面，我国针对海洋垃圾与海洋微塑料均有展开长期、持续的监测工作。其中，从2016年开始开展的对于海洋微塑料的监测工作弥补了我国这一指标的空白。但目前我国还没有专门分析一次性塑料制品对于海洋污染的相关报道，在我国一次性塑料制品对于海洋污染的影响程度还不够明确。如果可以对于海洋塑料垃圾来源进行进一步分析，相信可以为相关问题的处理与解决提供帮助。

在控制政策方面，目前我国对于一次性塑料制品的生产与消费做出了一定控制，但管理系统仍有待完善。

我国已颁布了塑料袋控制政策。2007年，国务院办公厅印发实施了《关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》（国办发〔2007〕72号，以下简称“限塑令”），其主要内容为二，一是在全国范围内禁止生产、销售、使用厚度小于0.025毫米的塑料购物袋。二是所有超市、商场、集贸市场等商品零售场所一律不得免费提供塑料购物袋。

“限塑令”实施后，对于一次性塑料制品的约束管理取得了较好的成果。据2013年国家发改委公布的《“限塑令”实施以来的主要成效》显示，从2008年到2013年，超市、商场的塑料购物袋使用量普遍减少2/3以上，全国主要商品零售场所塑料购物袋使用量累计减少了670亿个，累计减少塑料消耗100万吨。

近年来，由于电商、快递、外卖等行业的发展，一次性塑料包装的消耗量快速上升，多年前政策的控制力度有所下滑，亟需出台新的政策文件来系统地防止一次性塑料包装污染。另外，我国还未有关于塑料微珠等其他一次性塑料制品的控制政策，这一方面的空白有待弥补。

在回收利用方面，我国近年来对于一次性塑料的回收体系建设较为重视。2015年印发了《再生资源回收体系建设中长期规划（2015-2020年）》，2016年印发了《关于推进再生资源回收行业转型升级的意见》，推动再生资源回收模式创新。生态环境部发布了《废塑料回收与再生利用污染控制技术规范（试行）》，对废塑料的再生利用过程提出要求，推动相关行业的健康发展。

四、结语

在UNEA-4中，一次性塑料制品污染成为新的焦点。国际共识的达成将为一次性塑料垃圾的全球管理提供重要的支持。但是目前，文件的内容仍然较为模糊，仅仅起到了号召与倡导的作用，对于国家行动的约束有待提高。在未来，一次性塑料的国际协同管理会继续受到重视，各国还会进一步就相关问题进行协商，达成更有力的决议文件。

中国既是一次性塑料的生产大国，也受一次性塑料垃圾的负面影响。在国际谈判中，中国应当如何促进国家和全球的可持续发展，需要持续的思考与关注。

【学术交流】

可持续消费与生产的世界议程与中国形势

清华大学环境学院 高志华 施劭

一、问题的提出和由来

1.1 可持续发展目标的提出和由来

联合国可持续发展的目标可以追溯至 1972 年的斯德哥尔摩人类环境大会，此次大会上第一次提出了“有生产力并健康的环境”的概念。之后在 1983 年，联合国创立了世界环境与发展委员会，即为布伦特兰委员会，明确了可持续发展目标为：满足当代人的需要的同时，也不损害后代人满足其需求的能力的发展。之后在 1992 年的第一届联合国环境与发展大会上通过了第一次环境与发展议程，即为著名的“Agenda 21”。

2012 年，作为第一次环境与发展大会后续行动的里约联合国可持续发展大会上，对 2011 年在波恩通过的 17 项可持续发展目标文件进行了充分的讨论，最终达成并通过了“我们想要的未来决议”，关键主题即包括消除贫穷、能源、水资源和卫生健康等问题。

2012 年的联合国可持续发展大会标志着“2015 年后发展议程”谈判的开展。有关 2015 年后发展议程的谈判于 2015 年 8 月结束。在此次谈判过程中，通过了“亚的斯亚贝巴行动议程”，并在 2015 年 9 月纽约的首脑会议上通过了最后文件。2015 年 9 月 25 日，联合国大会

193 个国家通过了题为“改变世界：2030 年可持续发展议程”的决议。在此次决议的 51 章中，概述了 17 项可持续发展目标以及相关的 169 项小目标和 232 项指标，标志着可持续发展目标的正式提出。

1.2 可持续消费和生产目标

可持续消费和生产目标是可持续发展目标的第 12 项，其定义为“在满足基本需求和生活质量的前提下使用服务于相关产品，同时尽量减少使用自然资源和有毒物质。以及服务或产品生命周期内的废物和污染物的排放，以免危及后代的需求”。

与可持续发展目标相似，可持续生产和消费目标也经历了若干发展阶段。1992 年的环发大会上，可持续消费和生产目标作为可持续发展的一个部分得以提出，并在 1994 年的奥斯陆研讨会上形成最终确认。2002 年，可持续消费和生产的概念在 2002 年可持续发展问题世界首脑会议上得到了承认。在该次会议中，可持续消费和生产与消除贫穷、自然资源管理共同被确定为可持续发展三个总体目标之一。2012 年里约的联合国可持续发展大会上，关于可持续消费和生产模式的十年方案框架获得通过，并

通过环境署对十年方案框架秘书处的管理，支持发展中国家和经济转型国家的相关可持续消费和生产的工作，并最终使可持续消费和生产作为可持续发展目标的第十二项目标在 2030 议程中得到确认。

1.3 UNEA4 有关可持续消费和生产的讨论

在 2019 年 3 月内罗毕第四节联合国环境大会中，可持续生产和消费作为五大基本主题之一进行了讨论，五项基本主题分别为：可持续生产与消费类，资源效率、化学品与废物类，生态系统与生物多样性管理及保护，环境治理，环境署相关工作。其中有关可持续生产消费类共通过了四项决定草案，分别为《实现可持续消费与生产的创新路径》、《可持续交通》、《通过可持续商业实践解决环境挑战》、《可持续基础设施》。相比于其他议题，可持续生产和消费领域各国代表共识程度较高，相关文案达成一致的速度也更快，这也从一个侧面反映了经过可持续消费和生产目标经过多年的谈判与发展，其目标的共识性、一致性已经显著增强。但问题向前推进仍有一定阻力，以 UNEP/EA.4/L.2---“可持续生产和消费的创新路径”决议为例，其在各成员国之前的共识承诺方面的用词，仍停留在“邀请”、“鼓励”等词语上，在欧盟提出更有雄心的目标时也遭到了一定程度的反对。

值得一提的是，UNEA4 是第一次可持续消费与生产作为一大类在联合国环境大会上予以讨论，在 UNEA3 当中，仅有的与可持续生产消费

仅包括“3/3 联合国环境大会对可持续发展问题高级别政治论坛的贡献”与“3/5 投资创新环境解决办法以加快落实可持续发展目标”。

二、有关可持续消费和生产的国际进程

2.1 联合国环境大会有关可持续消费和生产的决议

可持续消费和生产与可持续发展目标 12 紧密相连，针对如何实现可持续消费和生产的议题也多次在联合国环境大会上得到各个国家及利益攸关方的讨论，同时与之相关的国际合作机制和组织也相应建立。

首届联合国环境大会（United Nations Environment Assembly, UNEA）以“可持续发展目标和 2015 年后发展议程，包括可持续消费和生产”作为主题，在大会上达成的第 1/1 号决议中，重申各国应当促进可持续消费和生产，并且实施了可持续消费和生产模式十年方案框架，从而建立起可持续消费和生产相关行动的工具。

第二届联合国环境大会以“落实《2030 议程》中的环境目标”为主题，大会达成的第 6/25 号决议指出，实现可持续消费和生产对全球的可持续发展不可或缺，呼吁各国按照可持续消费和生产模式十年方案框架采取行动，并且设定了相应的行动路径。

第三届联合国环境大会以“迈向无污染的地球”为主题，大会强调了可持续消费和生产对于提高资源效率、减少环境影响的积极影响。大会达成的第 3/5 号决议，鼓励各国促进和推

动措施，对可持续消费和生产领域进行投资，并推动创新环境解决方法，从而促进资源的可持续使用和管理，减少环境污染。本决议也为第四届联合国环境大会的主题产生积极影响。

第四届联合国环境大会于 2019 年 3 月 11 日至 15 日于内罗毕召开，本次会议的主题为“寻找创新解决办法，应对环境挑战并实现可持续消费和生产”。可持续消费和生产作为本次会议主题的重要组成部分，在本次会议展开了大量的讨论。基于第三届联合国环境大会的第 3/5 号决议，秘书处将创新解决方法归为以下类别：政策干预措施，无害环境技术，可持续的融资办法，教育、研究和开发，交流最佳做法，能力建设和提高意识，以及公私伙伴关系。在上述创新解决方法类别的基础上，本次会议最终达成了以下有关可持续消费和生产的决议。

1. 《实现可持续消费和生产的创新途径》

本决议强调了资源管理、气候、生物多样性、水和土地使用的相互关联性，强调资源是相关的自愿举措、政策和管理框架的核心。实现可持续消费和生产也应当从资源的可持续管理和使用着手采取措施。国家应当通过激励措施和其他市场手段来促进可持续消费和生产。

在生产者一侧，本决议指出应当采取可持续的经济模式包括循环经济，从而延长资源在经济系统中的停留时间，减少废物尤其是危险废物的产生，同时应用工业共生、生命周期的方法来确保提高资源效率，减少环境影响。同时，应当采取新型的可持续商业模式，比如提

供商品服务来取代商品购买，从而减少资源的损耗，提高废物管理的效率，推动废物的妥善处置。

在消费者一侧，政府和相关的利益攸关方应当向消费者提供可靠信息，尤其是有关产品的资源效率和可持续性方面的信息，从而促使消费者依据产品的可持续性做出知情选择。另外政府应当制定可持续的公共采购政策，更新公共采购的法律框架，从公共、私人以及公共-私人全方位刺激社会各界对于可持续产品的需求。

除了各国采取计划和措施推动可持续消费和生产外，本决议也基于同一地球网络（One Planet Network）和国际资源小组（International Resource Panel）建立有关可持续消费和生产的国际合作机制，通过建立有时限的任务组，分析实现可持续消费和生产的不同路径的潜力，进而推动最佳做法、政策选择、可持续技术、新型商业模式和资金流在各个国家间的交流和互动。

2. 《可持续出行》

本决议将可持续出行定义为电动交通、可持续生物燃料、非机动出行、公共交通、共享交通、低排放的高效燃料及高效内燃机、氢燃料和电子燃料、压缩液态天然气等，并强调可持续出行在改善空气质量、促进可持续消费和生产方面的重要性。本决议指出应当在可持续出行议题下开展广泛的国际协作，包括国家内部出台政策、各利益攸关方交流可持续出行的

知识和做法、提供创新政策、资金和技术解决方案以及开展全生命周期评估逐步实现可持续消费和生产。

3. 《通过可持续商业实践应对环境挑战》

本决议强调可持续商业实践包括绿色商业实践对于可持续生产和消费的重要作用。从行政政策上，各个国家应当制定扶持性宏观经济和部门政策，来刺激对可持续商业实践的投资。但是同时也要考虑到中小型企业的行政负担，对中小企业应当促进其能力的发展，促进中小企业开展可持续生产的模式，采取清洁生产、产业共生等方式来提高自身的资源效率和盈利能力。从融资模式上，各个利益攸关方应该促进绿色债券等可持续融资机制的发展，从而促进可持续商业实践的推广。

在国际合作上，本决议提出应当建立起国际和区域合作机制，通过推广当前的创新解决办法和技术，促进国家能力建设和认知，建立有关可持续商业实践的知识和信息的共享网络，从而促进可持续商业实践的推广，推动实现可持续消费和生产。

4. 《可持续基础设施》

本决议强调了可持续消费和生产与可持续基础设施之间的相互关联性，在包括规划、建造、维修和拆除或更换的全生命周期内可持续的基础设施能够对推动可持续消费和生产产生积极影响。本决议指出各国应当对基础设施采取适当的可持续性标准，来确保可持续消费和生产，并推动投资用于可持续基础设施建设，

提升相关的科学技术创新能力，同时依据《2030年议程》在现有的基础设施建设规划战略方法中列入包容性、复原力和环境可持续性指标。同时也推动各国积极开展国际合作，促进信息交流、分享最佳实践等，从而推动可持续基础设施建设，提高资源效率。

2.2 有关可持续消费和生产的国际行动机制

同一地球网络（One Planet Network）为全世界的可持续消费和生产提供了一个资源和信息共享的平台，使得当前可持续消费和生产的主要行动者能够获取相关的知识，了解可持续消费和生产的资源，同时促进各个成员尽早完成可持续消费和生产的优先事项。同一地球网络共包括六个项目，分别是可持续公共采购、可持续消费和生产的消费者信息、可持续旅游业、可持续的建筑物和建设、可持续的食品系统以及可持续的生活方式和教育。通过上述六个项目在全球的展开情况，同一地球网络建立了全球可持续消费和生产的项目数据库和资源数据库。通过项目数据库，可以了解全球各地开展的可持续消费和生产项目的情况，而通过资源数据库，可以获取有关当前可持续消费和生产的科学研究、项目案例分析、技术路线指导、政策文件等相关的知识和资源，从而促进全球各个地区的可持续消费和生产方面的能力建设。

在可持续公共采购计划下，同一地球网络的各个成员主要应为该计划提供相应的案例，从而提高各成员对可持续采购的认知和理解，

促进可持续公共采购作为促进可持续消费和生产的工具的有效性，同时在成员之间开展广泛的协作，促进部分成员的能力建设，提高专家资源的可得性，促进可持续公共采购计划的落地。可持续公共采购是公共组织在全生命周期的基础上开展的既能满足公共事业需求、创造社会经济收益同时也能降低环境负面影响的采购。既能够从公共支出的角度推动社会向绿色经济转型，同时可以对市场释放信号，促进生产者的绿色创新，全面降低成本、提高环境效益。在此计划下，中国也有相应的成功案例，如中国环境联合认证中心与泰国、日韩合作的生态标签合作，通过对十余种核心商品进行统一的生态标签认证，降低生态标签的成本、在国家之间促进绿色产品的贸易。

可持续消费的消费者信息计划旨在于引导消费者对于商品和服务做出更可持续选择的工具和系统。此计划由德国和印度尼西亚环境部以及国际消费者组织进行领导，同时此计划也有多利益攸关方咨询委员会为其提供技术和战略咨询，同时形成了相关的合作伙伴网络。从形式上讲，可持续消费的消费者信息包括产品标签、广告营销、提高认知、社交媒体等多种途径来完成，从而提高商品和服务信息的透明度，简化相应的标准和标签，帮助消费者做出知情选择。而另一方面，企业可以通过这些信息来识别和减少供应链的负面环境影响，政府也可以通过一系列的政策工具来促进可持续产品的发展，从而完成社会向绿色消费的转变。

可持续旅游业计划由世界旅游组织牵头，法国、摩洛哥和韩国政府共同进行领导。该计划主要是通过制定和实施资源节约型和低碳旅游的项目，减少生物多样性的锐减，保护生态系统和文化遗产，同时减少地区的贫困问题。可持续生活方式和教育计划主要由日本环境省和瑞典政府牵头领导。可持续建筑物和建设由芬兰环境部、墨尔本皇家理工大学和联合国环境署牵头领导。可持续食品系统由南非政府、瑞士政府、及非政府组织世界自然基金会和Hivos牵头领导。各自均提供了相应的案例和资源库以供成员参考和交流合作。

国际资源小组（International Resource Panel）是2007年由联合国环境署发起，旨在于建立和分享改善全球资源利用所需的知识。该小组的专家的具体任务是对可持续利用自然资源的政策进行评估，尤其是利用全生命周期评价的方法对其环境影响进行评估，从而帮助各国更好的理解如何将经济增长与环境退化脱钩。IRP 截至目前已经推出《全球环境展望》、《21 世纪的矿产资源治理》、《可持续发展的资源效率》等报告，为各国政府的可持续发展战略和政策提供相应的数据和分析的支持。在《全球环境展望 2019》报告中，IRP 指出从 1970 年以来自然资源的使用增加了三倍，并且仍然在持续增长。将自然资源利用和环境影响从经济活动和人类福祉中脱钩，是向可持续的未来转型的关键。该报告也在第四届联合国环境大会中被列入有关可持续消费和生产方面的决议之中。

三 中国的可持续消费与生产

3.1 可持续生产与消费的政策条件

近年来，中国政府在推动可持续消费方面颁布了一系列的相关政策。2004年，发改委颁布了《公众节能行为指南》，政府首次尝试以指南的方式给予个体消费者可持续消费指导；2012年中国政府明确指出了在建设生态文明基础上的以扩大内需为消费导向的推动消费需求结构转型升级的要求；2015年11月，中国政府提出供给侧改革，减少无效和低端供给，增强全要素生产率，可视为推动可持续生产的一项重要举措；2016年，发改委、中宣部、科技部等联合出台了《关于促进绿色消费的指导意见》，特别强调了“支持发展共享经济，鼓励个人闲置资源有效利用”，以促进个人闲置资源的有效利用。

在实体政策上，中国政府也在大力推动可持续生产与消费的行为模式。在可持续生产方面，中国政府大力推动新能源发电的推广，近年来中国大力推进光伏、风能的新能源资源的开发，中国光伏资源、风能资源装机量已经跃居世界首位；可持续消费方面，政府也大力推动了电动汽车的推广，给予电动汽车优惠政策，鼓励新能源汽车的推广和使用以达到可持续消费的目的。

3.2 中国可持续消费与生产面临的问题

根据《中国可持续消费者研究报告》显示，在调查可持续产品消费的主要驱动力因素时，消费者往往比较重视食品安全、健康等方面，阿里巴巴网上销售平台2016的数据也显示家装用品在绿色产品中的关注度最高，因此，在现

阶段中国消费者可持续采购的核心驱动力还是以自身经济和健康利益为主导。另外一个显著特点是可持续消费集中在高收入群体，低收入群体的可持续消费观念不强。

中国可持续生产的问题可反映为“雷声大、雨点小”，在产业布局上可持续生产占比逐年走高，但可持续生产的产能落在实处上的比例则有待商榷。比较突出的问题包括可再生能源与共享经济模式的问题。可再生能源方面，尽管中国可再生能源装机量已跃居世界首位，不过相应带来的则有着严重的弃风、弃光问题；共享经济方面，以共享单车为例，打着“共享经济”的名头进行产品生产租赁的宣传模式，大量劣质自行车与淘汰低等生产的理念本身也背道而驰。

3.3 中国可持续消费与生产的展望

未来中国可持续消费与生产，主要需要集中在三个方面，一是坚持以政府政策为主导，二是需要环保NGO的促进与监督作用，三是加强绿色宣传和绿色产业生态以提高可持续产品的竞争力。

四、结语

可持续消费与生产概念经过了数十年左右的全球讨论，已经成为了整个人类社会共同关心和着重解决的重要问题之一，UNEA4对这一问题的着重讨论更是体现了其重要价值。可持续消费与生产概念并不是固定的，在不同的历史时期，也会有相应的新的理解与实践产生、出现。总之，真正实现全球的可持续消费与生产的美好愿景，仍然任重道远。

【新闻播报】

变化的世界和机会——企业可持续发展之道



2019年5月8日，中国管理科学大讲堂在清华大学经管学院舜德楼418举行，德国西门子前亚太总裁孙继荣教授与来宾交流可持续发展的理念、实践和趋势。

“可持续发展定义：既满足当代人的需求，又不损害后代人满足需要的能力的发展。”孙继荣教授以全球大趋势为背景，结合中国现阶段发展的挑战，论述了在经济全球化企业战略转型的新时期，企业与国家战略合作，承担社会责任，变挑战为机会，实现可持续发展。

全球发展大趋势

自工业革命以来，生产力和生产效率不断得到提高，追求经济利益最大化成为发展的主要目标，但是同时对环境和社会产生负面影响，引起人类对自身的反思，全世界达成“可持续发展”的共识。

未来的经济系统

未来的经济系统，一定不会是只考虑经济变量，21世纪的经济系统不仅取决于经济变量，还取决于环境、社会变量，这是全球发展的趋势。孙继荣教授从自身管理经历阐述，企业在

产品服务的管理全过程、企业战略定位、合作共赢等角度平衡考虑社会、经济、环境三重变量，才能实现可持续发展。

从责任到行动

可持续发展已成为每个国家、每个行动领先的企业、组织的责任。实现可持续发展的先决条件是思维方式的转变，最终要依靠管理方式的转变，制定行之有效的新战略、新举措和新行动。

企业应以贡献的方式寻求发展，与国家战略合作，以责任担当为使命，去实现自身发展，同时为社会做出贡献，在生态系统中协同共处、分享资源、合作共赢，商业的性质由利益竞争转变为价值合作。

本次研讨会由中国管理科学学会创新管理专业委员会联执主任、清华大学中国企业成长与经济安全研究中心主任雷家骥教授主持。中国管理科学学会常务副秘书长张晓波到会致辞。

参会人员与嘉宾进行了充分地互动与交流，现场提问踊跃，气氛活跃。

会议最后，张晓波常务副秘书长和雷家骥教授共同向孙继荣教授赠送清华画册，表示感谢。

2019 ' 东沙湖论坛—中国管理百人会通知

今年是中国决胜第一个百年奋斗目标的关键之年。面对百年未有之大变局，如火如荼的角逐、转瞬激变的形势，考验着管理者的抉择智慧；错综复杂的现实、充满挑战的未来，冲击着管理的现有体系。如何直面挑战，敢问路在何方？

以“抉择·重构：直面挑战的中国管理”为主题，倍受期待的“2019' 东沙湖论坛——中国管理百人会”将于2019年7月6-7日在苏州工业园区举办。

激荡思想、交流经验、凝聚共识、融合智慧，迎接新技术浪潮、谋划“十四五”发展、探讨风险危机化解之策、思考人类命运共同体的构建……迎接新中国成立70周年的新一届“东沙湖论坛——中国管理百人会”，诚邀海内外关注、关心、关怀中国发展的管理高端人士，共话管理热点，前瞻管理趋势，探讨新时代中国管理的责任与使命！

会议议程

2019.7.7 08:45-10:00

- 开幕·致辞
- 《管理蓝皮书·中国管理发展报告(2019)》发布
- “中国管理年度价值人物、组织、案例”发布

2019.7.7 10:20-12:20

- 趋势报告会

2019.7.7 13:30-17:30

- 东沙湖论坛·中国管理主题论坛
- 跨界主题对话会：百年之变背景下的中国管理

2019.7.7 18:00-20:30

- 思享晚宴

会议信息

会议费用

会员：500元/人 非会员：900元/人
(包括：资料、餐费、茶歇)

东沙湖论坛会务组

周瑶
手机：18361438286
座机：025-85863597
邮箱：zhouyao@agile.org.cn

会议地址

苏州工业园区仁爱路99号
苏州西交利物浦国际会议中心

组织机构

大会主办单位

中国管理科学学会

大会支持机构

苏州工业园区
中国管理科学学会各专业委员会
南京水晶石数字科技有限公司

大会承办机构

中国管理科学学会学术委员会
社会科学文献出版社
《企业管理》杂志社
敏捷智库
网络直播
中国经济网

媒体支持单位

《瞭望》周刊
《参考消息》
《科技日报》
《科学进步与对策》
《新华日报》
《苏州日报》
人民在线
中国网
江苏卫视
苏州电视台

《中国管理通讯》编辑部

地址：北京市海淀区大柳树路2号8号楼308(100081)
电话：010-5189 3659 E-mail: mss@mss.org.cn
发送对象：学会会员和有关单位等

网址：www.mss.org.cn
本期责任编辑：王 风