

审美经济的基本特征

德国学者格诺特·伯梅提出“审美经济”概念,将其作为使用价值与交换价值之外的第三种价值,即“审美价值”,从而描述出一种新的经济形态,经过许多学者探索,逐渐显现其基本特征。

需求表现为体验效用。诺贝尔经济学奖得主卡尼曼研究了经济审美化的内在动因,区分出两种效用:一种是主流经济学定义的效用;另一种是反映快乐和幸福效用。卡尼曼把后一种效用称为体验效用,并把它作为新经济学的价值基础。最美好的生活应是使人产生完整愉快体验的生活。体验效用表现为:对物质产品的消费不仅是“买东西”,更希望得到一种美的体验或情感体验,包括产品的审美化和环境(居住环境、工作环境、商业环境等)的审美化。对精神产品的消费,如影视、演艺、动漫等,更加体现出纯粹的审美和情感体验效用。

供给表现为艺术与科技的有效结合。大卫·罗伯兹在《只有幻象是神圣的:从文化工业到审美经济》一文中认为,在审美经济时代,商家卖出的重点往往不是物质产品,而是一种情调或氛围,一种梦想。而且,这些梦想性质的东西,与时代科技联系密切。在物质产品供给方面,早在18世纪中叶,欧美国家就已依靠科技与艺术的结合来增强供给优势。从罗斯金、莫里斯到“工艺美术运动”,从风靡欧洲的“新艺术运动”、奥地利“分离派”、美国的“功能主义”,到德国的“包豪斯”学校,逐步形成了以下共识:技术与艺术并非注分离,产品的物质实用性与艺术形式必须协调;设计的目的是为了人而不是产品本身,产品应从功能与审美两方面满足人的物质和精神需要;艺术家与技术师应结合起来,携手共创符合时代要求的产品新形态(包豪斯宣言)。此后,各国理论探索与设计实践不断深入,逐步确立了科技与艺术相结合的研发设计在整个工业中的“灵魂”地位。在精神产品供给方面,多媒体、网络等现代科技与艺术结合,极大地促进了文化产业创新与传播。

价格表现为审美占据主导。主流经济学认为,产品价格是由供求数量变动决定的。在审美经济时代,对产品体验所形成的审美和情感依附或价值认同往往决定价格的高低,不因供求数量的变动而变动。为追求某种体验,消费者往往愿意支付远高于成本的价格,且相互攀比,供给数量不断扩大,价格却不降反升。

文化创意产业链的延伸

产业链是各产业之间基于一定的技术经济关联,并依据特定的逻辑关系和时空布局关系客观形成的链条式关联关系形态,包括价值链、企业链、供需链和空间链四个维度。文化创意产业是审美经济时代的主导产业,国内外研究表明,它是以创作、创造、创新为根本手段,以文化内容和创意成果为核心价值,以知识产权实现或消费为交易特征,从物质和精神两方面为社会公众提供文化体验的产业,其产业链的延伸主要体现在纵向延伸(规模数量分工)和横向延伸(空间扩展分工)。

从一般意义来讲,文化创意产业链上包括所有上下游的企业,主要有五大主体,即创意主体、制作主体、传播主体、服务主体和延伸主体。根据文化创意产业“创意”属性的强弱,可将文化创意产业划分为三个层次:核心创意产业、外围创意产业和边缘产业。核心产业主要包括广播电视电影业、广告会展业、软件、网络及计算机服务、艺术品交易、设计服务、休闲娱乐六大产业,创意主体占据重要地位;外围产业主要包括文化旅游、新闻出版业、原创性较弱,创意制造属性较强;边缘产业主要由传播、服务及延伸主体构成,包括提供辅助服务的各种相关支撑机构及使文化创意产业可持续发展所需的各类基础设施和配套机构,如图书馆业、咨询业、教育产业、资本市场、物流体系等。文化创意产业的三个层次各产业的基本形态是共同的,即原研研发—生产制造制作—传播营销—展演服务体验—体验反馈与延伸。在我国,产业发展的基本状况是两头小,中间迅速突起,产业链亟待向两头延伸;原研研发的投入大,其规模数量增加需要国家政策重点扶持,而体验反馈属于延伸价值链,需要企业具备战略眼光,也需要国家服务贸易政策支持。

大量成功实践证明,核心产业通常集中在城市中心交通便利的区域。诸多文化产业会加速在中心区集聚,形成文化产业资源的高度集中区。核心产业分布倚赖科研机构,也是基本趋向,便于科研合作制作,降低成本费用,增加附加值。外围产业的文化旅游业依托特定自然及历史资源分散分布,通常位于郊区等工业发展较少的地区。而外围产业的新闻出版业发展需要有便捷的信息来源,往往围绕核心产业集中分布,趋向人口集中的区域,有助于延长产业链。边缘产业的地域分布取决于核心产业、外围产业的发展需要。如图书馆业、博物馆业都集中分布在核心产业较为集中的中心城市和交通便利的地方,咨询业、教育产业、资本市场则需分布在距核心、外围产业较近通勤距离和信息便捷的区域。

文化创意产业的差异化发展

全球创意经济每天创造220亿美元,并以5%的速度递增,一些国家增长的速度更快,美国达14%,英国为12%。我国则成为世界的制造工厂而非创意工厂,整个文化产业包括媒介行业、娱乐行业,一哄而起,节目和产品越来越雷同,区域间产业趋同,低水平重复现象十分突出。由于没有核心创意的产权,同质化现象十分严重。增强中国文化创意产业国际竞争力,必须发挥各地优势,分工合作,延伸产业链,走差异化发展道路;应当建立全国性产业联盟,开展组织创新合作,整合资源,风险共担,利益共享,增加原创产品。文化创意产业联盟将在分工合作基础上,寻求新的规模、标准、机能或定位,应对国际竞争,逐步形成竞争优势,走差异化发展之路。

(作者单位:兰州交通大学、北京工商大学)

经济新常态 呼唤发展经济学的新发展

叶初升 闫斌

不管是量变还是质变,事物变化总会呈现一定的阶段性特征;无论是增长还是发展,经济运行在一定时期总会呈现相对的稳态。人们观察和认识事物的视角不同,获得的认识也会存在差异。众所周知,经济增长不等于经济发展。因此,当我们讨论经济新常态时,一个首要的问题是,中国经济当前所处的新常态是增长的新常态,还是发展的新常态?

从当前媒体的讨论看,大家更多是在增长层面关注新常态。其焦点主要是两个:一是增长速度。中国能不能恢复高速增长?如果不能高速增长,新常态下的速度大概是多少?二是增长动力。要保持较高的增长速度,从哪里去寻找增长源泉和增长动力?关于增长速度,学者们近乎一致的回答是,中国经济增长未来不会保持1978年至2008年那样的高速,增长速度肯定会下降。在未来一个相当长时期内,绝大多数预测认为,中国经济增长速度5年内大概在7%-8%,十年后6%的水平,二十年后5%的水平。关于增长动力,大多数观点强调由投资驱动转向消费主导,由出口鼓励转向扩大内需,出口中性。

从发展视角看,新常态作为经济发展的一个阶段,是经济体在各种要素禀赋、外部条件和环境已经或正在发生诸多重大变化的情况下,经济体内在机制发生自组织变化而进入到一种新的均衡状态。增长速度放缓等量变只是这种新均衡态的表象之一。发展的视角不是不关注增长以及增长速度等问题,而是更关注增长背后深层次的东西,更不把国民收入核算恒等式中几个组成部分当做增长的动力源。发展的视角更关注经济体内在因素与外部条件发生变化的过程中,相互作用的机制与变化的方向。经济体内在机制变化,就是林毅夫所说的技术、产业不断创新,结构不断变化的过程;经济体变化方向,应该是Amartya Sen所说的提高人们的生活质量,提高可行能力,扩展人们的自由。

关于增长动力,现在几乎都在强调扩大内需,这是国民收入核算恒等式GDP构成上直接推出来的,是以凯恩斯宏观经济学短期分析为基础的。然而在增长理论中,根本就没有内需的位置,只有经济体的潜在生产能力。而且从发展经济学理论看,中国仍是一个典型的二元结构国家,一半的人口在农村,即便是城镇居民,收入分配格局低端的大部分人口的消费能力也有限,远没有达到罗斯托所说的“群体大规模消费阶段”,不能指望以内需拉动生产。

新常态是一种新的均衡状态,它是长期的;我们对它的观察与分析也应该是长

期的。当我们说目前中国经济是“三期叠加”时,虽然着眼于长期,但实际上还是一种短期分析。从凯恩斯宏观经济学分析转向增长理论分析,是从短期分析转向长期分析;而从增长理论分析转向发展经济学分析,则是从外在的表象深入到内在的本质。

如果中国经济发展真的进入新常态,那么,这个新常态会持续多长时间?如果时间太长了,这种新常态可能就要用另一个名词代替——中等收入陷阱。中等收入陷阱本质上就是一种均衡状态,它也是一种常态,只不过是负面的。中国经济已经或即将进入的这个新常态会不会是中等陷阱?如果不是,区别在哪里?如果是,如何避免前进道路上可能存在的这个“新陷阱”?

中等收入陷阱的基本涵义是,把一个经济体从低收入阶段成功晋级为中等收入的增长机制和发展战略,难以继续支撑该经济体从中等收入跨向高收入。从世界银行关于中等收入陷阱的概念阐述看,它的思维取向是发展的,而不是增长的。但随着越来越多的学者参与“中等收入陷阱”问题的讨论甚至争论,逐渐形成一种倾向,把这个概念从深层的发展层面拉回到表浅的增长层面。为了争论,人们首先界定什么是低收入国家、中等收入国家和高收入国家,是用绝对标准还是相对标准;然后,根据中等收入人均GDP与高收入人均GDP之间的差距,推算增长速度与时间。结果,把这个问题简化为小学算术中距离、速度与时间三者关系的追及问题:给定距离和增长率(速度),计算跨越中等收入阶段、赶上高收入国家所需要的时间;给定距离和时间,计算跨越中等收入阶段的应有速度(增长率)。沿着这种分析思路,中等收入陷阱自然就被看做是经济增长速度过低的问题。然而,增长放缓是经济增长保持一定快速发展阶段以后必然出现的现象,因此许多学者干脆质疑中等收入陷阱的存在。

其实,中等收入陷阱虽然是以“收入”的名义,但实质上是在贫穷的低收入国家摆脱低水平均衡的贫困陷阱之后,在通往发展的道路上仍然会面临新的问题与挑战,经济增长与经济发展仍然会出现停滞的现象。“中等收入”是泛指那些摆脱了贫困陷阱而尚不发达的发展中国家。随着收入水平的提高,居民储蓄率提高,资本积累不再像低水平均衡阶段那样紧迫,相反,资本积累对经济增长所产生的边际贡献日益递减。如果说贫困陷阱主要是由于资本积累不足所致,那么,中等收入陷阱则主要是缘于创新不足。当资本积累不足时,可以“向内挖潜”,更可以借助外资,促进资本形成。创新不足则涉

及结构调整、技术创新、体制改革等经济增长的长期因素和机制的培育问题,因而不仅仅是一个经济增长问题,而是发展问题。

既然中国经济发展进入了新常态,在发展的道路上会面临中等收入陷阱的风险,那么,从研究发展中国家经济发展问题的发展经济学那里能够获得什么样的理论指导呢?我们发现,现有的发展经济学理论都是以低收入国家为研究对象,理论分析与政策建议都是针对贫困陷阱的,也就是说,还没有新的发展理论来分析新常态下的发展问题。

从20世纪40年代末到50年代,大多数发展中国家刚刚从政治上摆脱了殖民统治,而经济体系依然没有从殖民框架中解脱出来,最基本的经济特征就是低生产率和低生活水平,面临的障碍就是贫困恶性循环陷阱,发展的任务是摆脱贫困,建立独立的产业体系,实现经济起飞。在现有的发展经济学理论中,“起飞”是传统社会与现代社会的“分水岭”,一旦经历了关键性的“起飞”阶段,一国经济便步入了经济发展的正常轨道,会自然而然地依次进入更高级的发展阶段。因此,发展中国家谋求经济发展的主要任务就是为经济“起飞”创造条件,全力以赴地摆脱低水平均衡陷阱。一部发展经济学的发展史,就是人们研究摆脱贫困谋求经济起飞的学说史。然而,发展中国家半个多世



中国经济发展进入新常态,在发展的道路上要避免落入中等收入陷阱。 CFP

实现多层次资本市场体系建设的新常态

张军

我国目前正在进入以经济增速放缓、经济转型升级为特征的新常态,经济转型升级实际上是经济增长动力的切换,即由投资驱动向创新驱动转型。培养和扶持一大批高科技、高成长和创新能力强的企业发展壮大是转型能否成功的关键,但这些企业由于高技术、高风险、轻资产等特征,普遍面临融资难、创新投入不足、抗风险能力弱等问题,迫切需要长期资金的扶持。资本市场由于具有价值发现与资源配置功能,在推动中小企业和科技创新型企业成长过程中可以发挥核心作用。然而,由于发展时间短,制度不够健全,我国的资本市场尚不能满足企业不同发展阶段、相互衔接的需求,多层次资本市场体系急需完善,实现其自身建设的新常态。

虽然我国已初步建立了包含主板、中小板和创业板、新三板和场外股权交易中心的多层次资本市场体系,但在其系统内部仍存在许多问题。一是市场内部结构不合理。比如美国多层次市场体系包括纽交所、纳斯达克、场外电子柜台交易市场(OTCBB)、粉单市场和灰色市场,统计显示不同的市场企业家数目依次增加,呈现典型的“正三角”分布结构。我国资本市场截至2014年4月底,主板有1431家,中小板706家,创业板379家,呈明显的“倒三角”分布结构,场外市场还处于发展初步阶段,交易冷淡。此外,我国的股份制公司有10万多家,存在

着巨大的融资需求,目前的市场体系也远不能满足。二是不同层次的资本市场缺乏有效的转板机制。不同层次的资本市场对应着企业不同的发展阶段,各层次市场之间应有合理的进入与退出机制,从而形成一个完整的、有效率的市场结构。而我国目前的主板、中小板、创业板及场外市场仍相互独立,在上市条件、交易规则上尚无有效的衔接制度安排。三是投资者结构不合理。发达国家资本市场中的投资者主要是机构投资者,投资理念较为成熟、抗风险能力较强,由其主导的资本市场发展相对健康。而我国资本市场中机构投资者占比仅30%左右,散户主导市场,导致市场波动幅度较大。四是市场交易品种仍不够丰富。目前我国资本市场交易品种相比发达国家仍显得较为单一,金融衍生品发展较为滞后,对冲工具相对有限,使得有需求的机构投资者难以选择适合的金融工具对冲风险,进而限制了其参与资本市场的积极性。五是诚信体系建设有待加强,监管措施不够严厉。诸如上市公司违约、业绩变脸、操控业绩、损害小股东利益的事件屡有发生,而机构投资者也常有“老鼠仓”、不当利益输送等行为。监管方面惩处力度较低,且存在多头监管。

资本市场的核心功能在于实现资金供给方、需求方资源的最优化配置,进而促进经济增长。多层次资本市场是资本

市场深入发展的必然结果,其构建有着深厚的理论基石与内在机理。

首先,资本市场的完备性是其实现资源优化配置的基础条件,也是多层次资本市场构建的基本要求。由于证券的数量决定了一国资本市场完备程度的上限,因此,资本市场的完备程度与市场中证券的数量具有直接的联系。从根本上说,资本市场的完备程度取决于市场中收益呈非线性相关证券的数量与未来不确定状态数量之间的对比程度。我国资本市场中证券的数量逐年扩大,但是收益呈非线性相关的证券种类仍然十分有限,这表明我国资本市场的完备性主要体现在市场缺乏层次性。

其次,不同发展阶段差异化的企业金融需求是多层次资本市场构建的内在驱动力,也决定了其内部结构特征。企业金融成长周期理论将企业成长周期划分为六个阶段:创立期、成长阶段I、成长阶段II、成长阶段III、成熟期、衰退期。企业在成长的不同时期对外部资本的数量和性质有着不同需求。处于成熟期和成长阶段III的企业倾向于债权融资,常选择银行或银团贷款,并在企业债券市场或主板市场融资;而处于创立期、成长阶段I、成长阶段II的企业倾向于股权融资,引进金融机构或风险投资基金作为战略投资者,并在创业板市场或场外市场融资等。显然,单一的资本市场结构会减少企业的融资选择权,不能满足企业不同阶段的融资需求。而多层次资本市场体系可为

不同阶段的企业提供各类融资支持。同一企业在不同发展阶段,也可以在不同层次资本市场中进行切换融资。

再次,满足投资者差异化的投资需求是多层次资本市场构建的内在要求。投资者有着不同的风险偏好:追逐风险型、不关心风险型与厌恶风险型。上市公司由于成长阶段或行业不同,企业各自状况也不相同,导致股票表现出不同的风险收益特征。如处于成熟期的大型蓝筹股表现为较高的收益和较稳定的风险,但成长性相对较差;处于成长期的中小企业股表现为高收益和高成长性,但同时存在很大的风险。从广义投资者的角度出发,为满足投资者不同的风险偏好,应将资本市场存在多层次化设置,每个层次市场的证券存在大体相似的风险收益特征,这样便于不同类型的投资者根据自身风险偏好选择投资于不同层次市场的证券,有利于投资者的风险控制,也有利于企业的融资行为。

根据上述对资本市场的理解,我国提升多层次资本市场体系的路径应该包括以下方面:一是统筹规划场内、外市场,推动场外市场大发展;二是完善场内市场结构数量分布;三是尽快建立各层次市场的转板机制;四是重点满足机构投资者投资需求,丰富投资品种,改善投资者结构;五是进一步完善监管体系,重塑资本市场信誉。

(作者单位:北京交通大学经济学院)