



主管單位：
國際（澳門）學術研究院



主辦單位：
國際（澳門）學術研究院經濟管理研究所



主辦單位：
國際（澳門）學術研究院公共政策研究所

經濟管理學刊

ACADEMIC JOURNAL OF ECONOMIC AND MANAGEMENT

第2期

2024年6月



學研出版社

Academic Research Press

《經濟管理學刊》簡介

《經濟管理學刊》由國際(澳門)學術研究院主管、國際(澳門)學術研究院經濟管理研究所與國際(澳門)學術研究院公共政策研究所共同主辦的學術期刊，創刊於2023年3月，是國際性經濟管理專業刊物，國際標準期刊號（ISSN）：2957-675X（紙質版）、2957-6768（電子版），每半年出版一期。

《經濟管理學刊》是中國核心期刊（遴選）數據庫、中國國家哲學社會科學文獻中心的來源期刊，為澳門特區第一批被收錄的經濟管理類期刊。未來，為進一步加強學術影響力，將繼續申請加入其他國際期刊資料庫。

《經濟管理學刊》的評審和編委專家由經過全球招聘與嚴格遴選的國際知名學者所組成，本刊以“理論、實踐、前沿”為辦刊方針，旨在促進經濟管理領域的繁榮和發展。期刊實行稿件三審制和雙向匿名審稿制，自籌備、創立至今，期刊內容反映經濟管理研究領域共同關心的各種問題與解決方案，長期積極主辦、協辦各種相關學術活動，並成為全國大學生管理挑戰賽的獨家合作期刊，日後，期望能進一步把本刊建設為國際上有知名度的經濟管理領域學術期刊。

主管單位：國際(澳門)學術研究院

主辦單位：國際(澳門)學術研究院經濟管理研究所

國際(澳門)學術研究院公共政策研究所

經濟管理學刊

ACADEMIC JOURNAL OF ECONOMIC AND MANAGEMENT

第 2 期

2024 年 6 月

學研出版社

Academic Research Press

目錄

《經濟管理學刊》簡介.....	封面二
目錄.....	I
互聯網企業海外並購的動因及績效分析—以攜程為例	
徐鵬宇、胡遊龍、鄭人慶.....	1
跨區域合作—滬澳共建青年科技創新人才協同培養機制研究	
劉小芳、李露露、王亞航、張向前.....	22
家庭規模、衝動特質和大學畢業生意外創業—基於模糊集的定性比較分析	
何良興、劉彩珠、賈必玉.....	39
《內地與澳門關於建立更緊密經貿關係的安排》（CEPA）框架下，澳門會展業 的現狀與發展範式	
高勝文.....	54
《經濟管理學刊》投稿須知.....	67
《經濟管理學刊》體例要求.....	68
國際（澳門）學術研究院簡介.....	封面三

互聯網企業海外並購的動因及績效分析—以攜程為例*

徐鵬宇、胡遊龍、鄭人慶**

摘要：隨着全球化進程的不斷加快，各國企業紛紛加入全球化的競爭中，通過海外並購搶佔國際市場、降低企業成本，追求技術優勢。近年來，我國企業在海外並購的數量和金額呈現持續上升趨勢，並購涉及的行業領域也逐漸增加，從傳統的製造業向新興互聯網行業擴充。本文以攜程並購 MakeMyTrip 公司為例，首先介紹協攜程並購 MakeMyTrip 背景、過程、動因等內容；其次分析並購過程中可能遇到的各種風險，以及並購後的協同情況；最後運用財務數據分析法，從償債能力、盈利能力、資產管理能力、成長能力 4 個維度對並購績效進行了系統的分析。

關鍵詞：攜程；MakeMyTrip；互聯網企業海外並購；並購動因；績效分析

一、前言

近年來，隨著互聯網技術的發展，平台經濟逐步興起。平台經濟改變了許多行業，旅遊業是其中最早的行業之一^[1]。攜程作為我國最早的 OTA (Online Travel Agency) 平台，相繼收購期競爭對手去哪兒網和藝龍，憑藉自己的實力控制了 75% 的中國市場，成為國內線上旅遊巨頭。

在深耕國內市場後，攜程開始了自己的全球化征程。2016 年，攜程通過可轉換債券的方式向印度最大 OTA MakeMyTrip 投資了 1.8 億美，這次投資讓攜程與印度版“攜程” MakeMyTrip 結下了不解之緣。2019 年，攜程迎來了“20 歲生日”，並送給自己一件禮物——“成為 MakeMyTrip 的最大股東”，

* 本文獲 2022 年全國大學生管理挑戰賽（團隊賽）特等獎，體例按 2022 年全國大學生管理挑戰賽要求刊出。

** 徐鵬宇，中國政法大學國際商務碩士在讀，研究方向涉及國際貿易出口管制領域；胡遊龍，中國政法大學國際商務碩士在讀。研究方向涉及健康經濟學領域；鄭人慶，中國政法大學國際商務碩士在讀，研究方向涉及數字經濟和企業跨國並購領域。

攜程以換股方式從 Naspers 手中收購了 MakeMyTrip 42.5%的股權。攜程聯合創始人、執行董事局主席梁建章說：“過去幾年，我們目睹了 MakeMyTrip 了不起的成就，也相信 MakeMyTrip 在未來會創造更多的成功。” MakeMyTrip 的董事會主席兼集團首席執行官 Deep Kalra 表示：“我們感激 Naspers 在過去幾年給予給我們慷慨的的大力支持。我們和攜程在過去幾年一直有合作，非常高興能進一步加強我們的合作關係。通過此次投資，我們將更能夠更多地受益於印度旅遊市場和我們兩個國家之間旅遊市場的無限增長潛力。”攜程的海外佈局讓其在業績上收穫一定的穩定性。在 20 周年慶典暨全球合作夥伴峰會上，梁建章正式公佈攜程下一程的“G2 戰略”。G2 即 2 個 G：Great Quality（高品質）和 Globalization（全球化）。攜程將兼具當地行動和全球視野，用全球智慧惠及全球客戶，建設全球化的產品、供應鏈、服務和品牌，培育和吸引全球化的人才。

2019 年，梁建章在接受採訪時說：“我們有信心在三年成為亞洲最大的國際旅遊企業，五年成為全球最大的國際旅遊企業，十年成為無可爭議的最具價值和最受尊敬的線上旅遊企業。”那麼攜程並購印度 MakeMyTrip 的目的是什麼、並購有何風險、對財務狀況有何影響、並購績效究竟如何，本文將進行了系統地分析。

二、相關背景介紹

（一）攜程公司

攜程於 1999 年成立於上海，依託於商旅出行成為國內最早一批線上旅遊廠商。2003 年 12 月，攜程於美國納斯達克成功上市。經過二十年的發展，攜程在酒店、機票、火車票、門票、團遊、攻略等旅遊產品的供應鏈環節均都有所佈局，並以攜程旅遊網為核心，形成了一站式的旅遊服務平台^[2]。

最初，攜程面臨著激烈的競爭，因為它只是眾多旅行社中的一家。與傳統旅行社不同，攜程提供了一個 24 小時線上平台，消費者可以在這裏比較各種旅行產品的價格和服務細節，並獲得售後服務。雖然一開始這種模式並不能在市場中取得絕對優勢，但隨著二十一世紀互聯網與智能手機的普及，攜程這種線上的旅行業務開始快速增長。到了 2015 年，中國用戶更傾向於在網上訂購機票酒店等業務。攜程也通過並購與有機增長成為中國最

主要的旅遊平台。2016年，市場有相關從業人士說到，“攜程現在是中國線上旅遊的絕對壟斷力量。一位匿名分析師開玩笑地稱其擁有100%的市場份額”。作為互聯網企業分支中OTA的領軍者，攜程同時也是二十年來僅有的盈利的OTA，在同行業中具有非常大的影響力，同時在整個互聯網行業也處於領先地位。

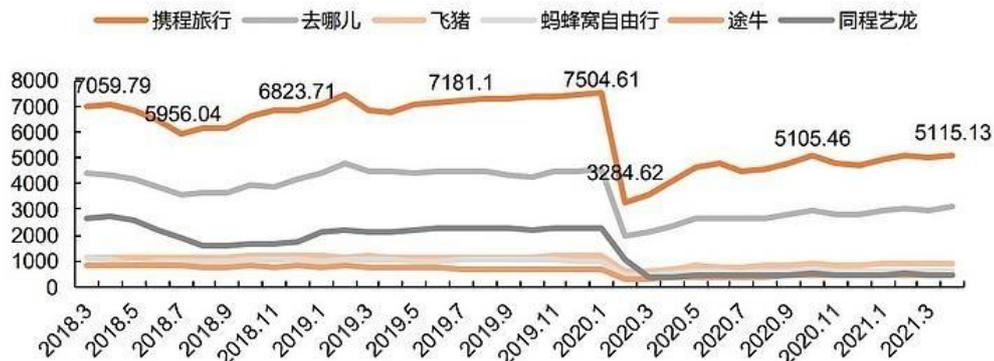


圖1 2018.1-2021.4 各大 OTA 平台月活 (MAU) 變動情況

作為國內線上旅遊行業領先的綜合服務商，攜程的主要業務有以下幾種：一是為消費者提供住宿票務預訂，二是為消費者提供交通票務預定，三是為消費者設計團隊旅遊，四是為消費者設計商務旅遊。從業務流程來看，一方面攜程先彙集酒店、機票等資訊，隨後消費者對攜程彙集的資訊進行充分比較，並選擇最優方案。另一方面，攜程為顧客設計跟團遊方案，在旅遊過程中為消費者提供旅遊管理，滿足消費者旅遊需求。此外，攜程也提供其他與旅遊相關的服務，包括景點門票預定、汽車租賃、旅遊評論、旅遊保險等服務。

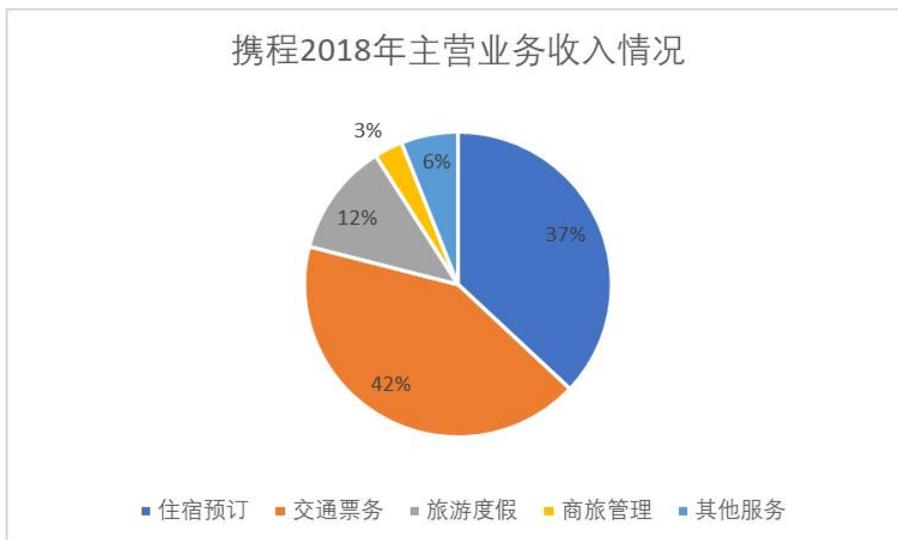


圖2 攜程 2018 年主營業務收入情況

(二) MakeMyTrip 公司

MakeMyTrip 是一家成立於 2000 年的印度線上旅遊公司，總部位於哈里亞納邦古爾岡，為許多客戶提供優惠，有競爭力的機票，獨家折扣和無縫的線上預訂體驗。通過桌面網站或移動應用程式預訂機票、酒店住宿和度假套餐的體驗可以輕鬆完成。同時 MakeMyTrip 也提供大量優惠，如即時折扣、票價日曆等等，同時持續更新它們，以更好地滿足客戶不斷變化的需求和要求。可以看出，MakeMyTrip 的運作模式與攜程公司有很多相似之處，它也被稱為印度的“攜程”。MakeMyTrip 的發展歷程可以分為兩個階段：

MakeMyTrip 最初成立時擁有兩個分別面向印度市場和美國市場的旅遊網站。但在第二年，印度網站就因運行不佳而慘遭關閉。這很大一部分原因時因為印度市場還不太接受線上購物。儘管客流量增長迅速，但旅遊者仍然只是在網上搜索資訊，而轉到其他地方預訂。接下來四年裏，MakeMyTrip 始終把市場定位於主要在美國居住的印度僑民，滿足他們的需要。

MakeMyTrip 在專注於美國市場運營了四年多後，在 05 年開始轉向印度國內市場。這很大一部分原因是因為國際廉價航空在印度的擴張，這些廉價航空的機票銷售很大一部分是通過線上旅遊平台進行銷售。還有一件事促使了 MakeMyTrip 回到印度市場，那就是印度鐵路公司開始提供網上火車票預訂。這一改革受到了很多人的歡迎。越來越多的人開始使用 MakeMyTrip。它的蓬勃發展也吸引了攜程的注意。

(三) 攜程的並購之路一步步為營

早在成立之初，攜程網就已嘗到收購的“甜頭”。2000 年 11 月和 2002 年 3 月，攜程網通過收購北京現代運通訂房網路和北京海岸機票代理公司，迅速奠定了攜程網的產品和服務體系，這也成為了攜程在機票和酒店預訂行業快速發展的重要根基。2004 年 2 月攜程網收購上海翠明國際旅行社，進而獲得了進入出境旅遊市場的經營資格。

如果說攜程網前些年的收購意圖還著重於打造機票、酒店和度假產品的基礎，待這三塊業務羽毛漸豐之後，攜程網在最近兩年的收購重心已經轉向了對重要市場區域的擴張和對上游酒店產品供應商的控制。2008 年攜程網收購國內領先的酒店 PMS 供應商北京中軟好泰就是一個最好的例子。2009 年，攜程網增持如家和臺灣最大線上旅行社易遊網都是這一戰略的不斷延伸。

2010，攜程網在收購上的動作更加頻繁：2 月份，以 6.84 億元收購香港永安旅遊業務；3 月份，入股了漢庭連鎖酒店集團和首旅建國酒店管理有限公司；4 月份，收購了專門從事古鎮酒店產品預訂的中國古鎮網。

攜程在 2016 年占中國線上旅遊銷售額的 35.6%。然而，在那一年，攜程式控制了其主要競爭對手去哪兒和藝龍，目前控制了 75%的總市場。這一行為這預示著攜程在國內旅遊市場佔據了絕對優勢。

在保持內部有機增長的同時，收購同樣成為了攜程網攻城拔寨的一把利器。對國內眾多競爭對手“一覽眾山小”的攜程網，已經將收購的目光放到了海外市場，攜程在全球市場最初，攜程專注於國內市場，但隨著中國遊客開始越來越多地前往中國以外的地方，攜程很快就緊隨其後。它的全球化有三種形式：在海外設立辦事處、建立國際夥伴關係和投資外國公司。

為了進一步整合其供應鏈，2016 年 10 月，攜程收購了位於紐約的巴士旅遊運營商和旅行社 Ctour，以及專注於海外旅行的線上旅行社 Tours for Fun。2017年，它收購了一家中國公司唐人世界，該公司為在外國的中國遊客提供司機。

2016 年，在一項重要的新戰略舉措中，攜程斥資 17.5 億美元收購了英國Skyscanner 公司，Skyscanner 是一家旅遊票價聚合網站和旅遊元搜索引擎，估計每月用戶數為 6000 萬。Skyscanner 允許攜程將其市場擴展到歐洲、亞太地區和北美的非中國客戶。從而幫助攜程公司與 Expedia，Priceline 雙寡頭競爭。實際上，攜程已經開始與其最大的投資者之一展開競爭。

然而僅僅將目光投到歐美市場是不夠的，印度互聯網的飛速發展以及人口規模的不斷增加使得印度市場成為攜程公司海外擴張戰略中無法避開的一環。2016 年 1 月，攜程決定以 1.8 億美元收購印度線上旅行社 (OTA) 領導者MakeMyTrip 26.6%的股權，從而使攜程能夠將中國和印度之間日益增長的旅行收入轉移到 MakeMyTrip，反之亦然。但僅僅戰略投資似乎是不夠的，終於，在2019 年攜程宣佈將通過換股的方式獲得 MakeMyTrip 近半的股份，開啟了攜程的“第三次創業”。

表1 攜程重大並購一覽

2019年09月	与Naspers完成换股交易，成为MakeMyTrip最大股东
2018年04月	战略投资Boom Supersonic
2017年11月	完成对Trip.com的收购
2016年11月	收购英国机票搜索平台天巡
2016年10月	战略投资旅游百事通
2016年01月	战略投资印度最大旅游企业MakeMyTrip
2015年10月	与百度达成股权置换交易
2015年05月	战略投资艺龙旅行网
2014年01月	战略投资途风旅行网
2012年04月	战略投资太美旅行
2011年01月	战略投资订餐小秘书
2010年03月	携程收购中国古镇网
2010年03月	收购汉庭连锁酒店集团和首旅建国酒店管理有限公司的少数股份
2010年02月	投资永安旅游（控股）有限公司旗下旅游业务
2008年04月	携程收购中软好泰
2002年03月	并购北京海岸航空服务有限公司
2000年11月	并购北京现代运通订房中心

三、出海印度—揚長避短

（一）印度數字產業發達

企業在海外市場投資並考慮長期經營時，首先考慮的是市場是否具備企業發展的必需資源，才會考慮在該市場有哪些附加優勢能給企業投資帶來增值和潛在收益，互聯網這種科技型企業更是如此。攜程將全球化戰略轉向印度，正是出於印度發達的軟體服務外包業和大量的 IT 技術人才。在軟體生產和出口上位列全球前二、穩占 20%的世界軟體市場份額已成為印度軟體業的代名詞。2020 年印度 ICT 服務出口額已超過 994 億美元。而政府政策作為有力手段之一，極大程度上造就了印度軟體業發達。1984 年，優惠補貼政策被具有前瞻性的印度政府推出，極大激發了軟體業的活力，而中國在 16 年後才正式制定軟體業優惠政策。優惠和補貼政策的制定再加上軟體技術園區計畫的發佈，激勵資本轉向軟體業，人才培養和教育也將注意力轉向軟體技術培訓。以英語為母語更是解放了技術人員在編程上的語言障礙。印度軟體業蓬勃發展起來。發達的資訊技術產業，配以龐大的人口規模和鼓勵創新產業的印度政府政策，使攜程迅速將印度設為投資目標市場。

（二）發達國家對來自中國的投資“熱情”不高

2018 年伊始，兩家中國的頂級企業在美國的業務都遭到了封殺，先是阿裏巴巴收購美國支付企業速匯金的交易，在歷經波折之後，最終被美國外國投資委員會否決，然後是華為手機在與 AT&T 達成管道協議後，在臨門一腳的關鍵時刻被美國放了鴿子，原因是遭到了美國 18 名議員的反對。由於發達市場對中國資本的接受度並不高，中國投資者尤其看重印度市場的機會。很多國外企業出於對數據安全的考慮，都在避免中國投資方的加入。根據律師事務所 Baker McKenzie 和研究機構 Rhodium Group 的調查數據，中國對美國、加拿大和歐洲市場的外國直接投資額（FDI）從 2017 年的 1110 億美元大幅降至 2018 年的 300 億美元，創下了 6 年以來的最低水準。作為初創企業的一大發源地，美國市場對來自中國的投資興趣並不大，歐洲市場也是如此。不斷崛起的印度市場也因此成為了中國投資者必須下注的主要市場。投資印度線上旅遊企業對於中國投資方而言也是互惠 雙贏之舉，因為他們也希望在印度這一全球第二人口大國獲得市場份額。印度市場與中國存在一定的相似性，中國投資方能夠運用在相似市場所學得的運營經驗，使其投資標的公司也因此獲益。此外，投資印度市場有助於中國企業拓展全球市場份額，並且將相應的發展模式帶去其他市場。與此同時，投資印度市場也是在搶佔先機，從而領先其他全球對手“攻城掠地”。攜程計畫在未來五年內將國際市場收入從 2% 提升至 20%。Airbnb 似乎也從中國市場獲得了靈感，在 4 月初確認了對 OYO 的投資。有觀點認為，Airbnb 對 OYO 的投資，背後瞄準的也是中國和印度兩個龐大市場。

四、並購 MakeMyTrip—大有裨益

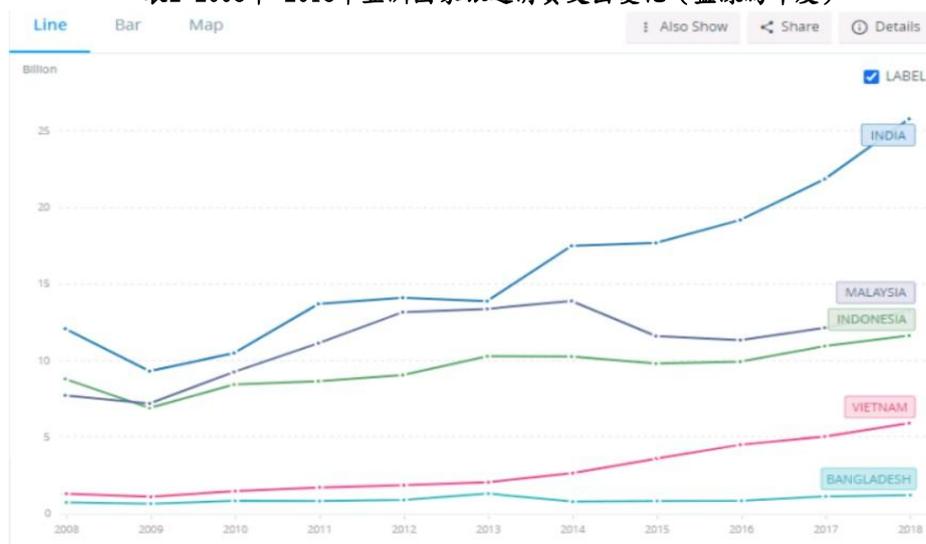
（一）搶佔印度市場

攜程在進軍全球市場之前，主要專注於國內市場。但是，隨著中國遊客開始越來越多地前往中國以外的地方，攜程發覺到了國外市場的潛力，便開始進行全球化擴張之路。攜程的全球化有三種形式：在海外設立辦事處、建立國際夥伴關係和投資外國公司。近年來，攜程持續在海外佈局，2018 年總交易額（不包括天巡在內）甚至超過國際 OTA 巨頭 Booking

Holdings 和 Expedia。

作為全球增長最快的經濟體之一，印度經濟正在崛起，並擁有龐大市場。尤其是印度中產階層正在崛起，並且隨著互聯網的不斷滲透，包括 Booking、Expedia 等國際 OTA 企業紛紛佈局，分羹市場。MakeMyTrip 是印度第一大 OTA，有“印度攜程”之稱，Naspers 是 MakeMyTrip 最大股東，攜程也是其投資者之一。MakeMyTrip 在 2000 年正式投入運營之時，只專注於美國和印度之間的出境遊線路。當時印度消費者對互聯網相對陌生，不願進行線上交易，隨後印度的線上旅遊市場便呈現了持續增長之勢。2016 年 10 月，MakeMyTrip 與 ibibo 宣佈合併，2017 年 1 月合併完成。過去一年兩家公司在酒店預訂和線上旅遊零售方面都取得了不斐的業績。此次攜程與 Naspers 交換股票後，意味著攜程將成為印度 MakeMyTrip 的最大股東。美國德克薩斯州管理諮詢公司 Everest Group 副總裁 Yugal Joshi 表示，“中國投資者瞭解印度中產階級旅遊需求的激增，印度消費者也越來越適應線上內容的獲取和交易。另外，印度線上旅遊市場逐漸整合，主導市場的企業僅剩幾家，中國投資者可借此環境獲得規模化的市場地位。”攜程也正在加緊發掘印度線上旅遊市場的上行潛力。攜程 CEO 孫潔在發給員工題為《第三次創業》的內部信件介紹，過去幾年，MakeMyTrip 在印度市場迅速開拓，其交易額實現了 43% 的複合增長率，虧損幅度也持續下降，可以預見，攜程在未來會持續從 MakeMyTrip 及印度市場的增長中獲益。

表2 2008年-2018年亞洲國家旅遊消費支出變化（藍線為印度）



(二) 借助 MakeMyTrip 深化全球戰略佈局

攜程在國際化的進程中面臨的根本問題是攜程能否將在中國的成功經驗複製到其他國家，成為真正的全球競爭對手，而不是在其堅不可摧的中國據點成為利潤豐厚的國內巨頭。因此，攜程在全球擴張的過程中採用“雙管齊下”的策略，一是並購歐美發達國家的公司，二是則是並購印度等發展中國家的公司。2012年，攜程開始與全球最大 OTA 平台 Priceline 合作，Priceline 向全球市場宣傳攜程的品牌；隨後，Priceline 通過可轉債和股權的方式對攜程的投資增加至近 19 億美元，資本的湧入使攜程完成了對中國市場的整合，並為其進一步的國際擴張提供了資金^[3]。2015年，攜程收購了英國的機票銷售和酒店預訂平台 Travelfusion 的多數股權，2016年，攜程斥資 17.5 億美元收購了英國 Skyscanner，同攜程還收購了英國巴士旅遊運營商和旅行社 Ctour 和美國線上旅行社 Tours for Fun。通過收購 Skyscanner，攜程可以將流量從其重要合作夥伴 Priceline 重定向到其內部子公司。流量的增加以及由此帶來的收入可能會使 Skyscanner 得以改進和擴展，從而提高其功能，不僅適用於中國客戶，也適用於西方客戶。這些並購都促進了攜程在歐美市場的擴張，讓中國客戶可以獲得新的服務。

攜程已經收購了英國和美國的公司，並試圖利用這些公司在發達國家擴張，但它們將遇到根深蒂固的競爭對手 Expedia 和 Priceline。另一種策略是進入發展中國家的市場，因為那裏的國際競爭對手較少。中國以外最大的發展中市場是印度，對攜程來說印度市場有無限的可能性。購買 MakeMyTrip 的股份給攜程創造了足夠的收入，儘管攜程在全球的市場規模仍遠小於 Expedia 和 Priceline。但攜程的強大優勢在於，它的增長速度超過了兩大國際競爭對手，而且中國市場的增長速度繼續遠超 Expedia 和 Priceline 佔據主導地位的發達國家市場。在這種情況下，對 MakeMyTrip 投資就顯得很重要，因為它在快速增長的印度市場中佔據主導地位，印度市場無疑將成為世界最大的市場之一。而且攜程在龐大的中國市場近乎壟斷，中國遊客在全球的作用越來越大，攜程已經成為全球市場的一支力量。為這些中國遊客提供管道的能力將有助於攜程進一步整合其旅遊供應鏈。“雙管齊下”策略是否足以打破西方市場的雙寡頭壟斷尚不確定，但即使目前的所有舉措都失敗了。因為中國一直是全球最大的出境遊市場，也是最大的入境遊市場之一，攜程可

以繼續嘗試如何利用這一巨大的業務流來加強其海外擴張^[4]。攜程及其子公司能否將公司的市場力量擴大到非中國遊客，這對整個全球旅遊業來說是一個至關重要的問題。

（三）獲取創新技術

技術創新作為互聯網的生命力，為互聯網企業在業務領域內鑄造“護城河”。相對傳統的線下消費，由互聯網企業搭建起來的線上旅遊交易場景更方便便捷且符合人的需求，如線上訂房、線上支付、票據資訊的即時更新等，都離不開技術的支持^[5]。攜程深刻地意識到技術的重要性，在技術創新領域一直加大投入，通過技術創新驅動旅遊服務品質升級。客戶服務方面，攜程通過人工智慧技術自主研發的深度神經網路客服機器人，被稱為旅客在路上的獨家神器，對基本語意識別，客服機器人的準確率達到 94%以上，日均服務超過千萬人次，機票、酒店、旅遊度假的入門級問題，消費者可以得到秒級回復。與此有著異曲同工之妙的微領隊、SOS 全球服務體系、海外 3 大呼叫中心，也在同時竭力滿足全球用戶的需求。票務方面，當用戶搜索的機票已經售完，攜程會根據用戶的行為偏好推薦用戶使用高鐵出行，或是推薦前往臨近城市機場直飛，能夠在用戶發現沒有直達航班的時候，能保證其順利出行。酒店住宿方面，從選擇房間、房型、快速 checkin、check out，到可以控制酒店裏面的設備等存在諸多痛點，基於此攜程推出了 Easy 住的智慧解決方案。在房間的設備控制上，攜程會推薦智能門鎖、PM2.5 過濾、新風的控制，以及酒店房間的聲、光、電的控制等。通過 Easy 住產品，相信未來所有中國用戶、海外用戶，在用攜程預定酒店時，服務體驗上會有很好的品質提升。但是，目前我國互聯網線上旅遊企業在一些核心技術上面發展滯後，發展受制於人，缺乏在國際市場上競爭的核心優勢^[6]。通過海外投資與並購技術型企業，攜程可以在短時間內迅速提高自己的技術實力，在激烈的國際競爭中獲取發展良機。印度的互聯網技術在全球而言都是非常超前的，印度也成為中國互聯網企業出海的必爭之地。

五、印度荊棘叢生，攜程需乘風破浪

（一）政治風險

印度一直把中國看成其在亞洲的主要對手，這對於中印雙邊政治、經濟與貿易關係存在著不利的影響。2017年6月，中印爆發洞朗對峙事件。2018年2月，印度總理莫迪以“挑釁者”姿態對所謂“阿魯納恰爾邦”進行的訪問。2020年6月，中印加勒萬河谷邊境爆發衝突，造成人員傷亡。緊接著印度電子資訊技術部宣佈將禁止包括TikTok、微信、快手等在內的59款中國app在移動平台和非移動平台使用，認為這些應用從事的活動有損印度主權和完整、國防、國家安全和公共秩序^[7]。基本上涉及到位元組跳動、騰訊、快手、YY、阿裏巴巴/UC等出海巨頭。中印雙方長期的地緣政治衝突事件反映出中印關係存在著不穩定性。如果兩國政府的關係一直長期保持著僵化，無疑將會對攜程與MakeMyTrip的合作造成負面影響。雖然此次並購宣告成功，但考慮到中印關係的不穩定性，攜程也需做好萬全準備，以備後患之憂。

（二）經營與整合風險

攜程與MakeMyTrip隸屬於不同經濟體制、經濟發展模式和經濟發展水準的國家，在組織架構、經營戰略、業務流程等方面都存在著顯著差異^[8]。攜程並購MakeMyTrip後，必然面臨組織架構、管理模式、產品與文化等方面的整合。如果不能尋求到一個溫和的方式平緩地實現整合，攜程就難以在短期內獲得並購紅利，甚至可能會發生管理人員由於不適應新的環境而離開進而導致損失等情況。因此，並購後的整合也是需要考慮的風險。

（三）法律風險

在現行民主政體下，雖然印度政府打著吸引外資的口號，但實際上有時會陷入僵持一一議而不決、決而不行、行而拖遲乃至半途而廢^[9]。攜程並購MakeMyTrip的第一次交易方案通過了中國相關部門的審批，也完成了美國和印度的反壟斷申報，但印度內閣經濟事務委員會（CCEA）對該並購案從遲遲拖而不批，這在一定程度上也反映了印度引進外資政策的不確定性。根據印度《敵國財產法》，一旦中印兩國爆發衝突，中國企業的資產可能會遭到印度暴民的打砸搶乃至作為敵國財產而被沒收和國有化。

六、並購績效分析

攜程收購 MakeMyTrip 股份顯然是攜程全球化道路中尤為關鍵的一步，印度作為全球第二人口大國，網路旅遊市場的規模增速驚人。而對 MakeMyTrip 的收購是否對攜程未來的發展有所助益、是否能為攜程的經營業績有所裨益、並購的績效如何，都是攜程與 MakeMyTrip、其他利益相關者以及各領域專業人士所矚目的焦點。雖然作為 19 年秋就進行的收購，這場收購的熱度仍未衰減，甚至可以說這場收購所帶來的影響現在才顯現出來供世人分析。

在對並購的績效進行分析時，主要採用的是財務數據法，財務數據法是通過利用財務報告中攜程公司的會計數據，以經營業績指標在並購前後的波動和變化作為評判企業並購績效的標準，通過這種對比和分析試圖識別並購是否真的為股東帶來了財富、是否為企業的發展保駕護航、是否為企業帶來了經營業績的提升。基於此本篇案例將從償債能力分析、盈利能力分析、資產管理能力分析以及成長能力分析四個方面考察並購前後攜程公司的績效變化，以反映並購是否提升了公司的經營業績^[10]。由於案例撰寫時間在 2022 年 11 月，攜程公司 2022 年年報尚未公佈，因此本篇案例選擇以並購年 19 年為基年，前後選取兩年的數據作為分析範圍。績效分析中數據均來源於 Wind 資料庫、前瞻資料庫以及新浪財經網。

（一）償債能力分析

1 月 26 日晚，攜程集團宣佈和 Naspers 達成協議，“將發行新股，交換 Naspers 所持有的印度最大的線上旅遊網站 MakeMyTrip 42.5% 的股份。與此同時，攜程集團將以一部分 MakeMyTrip 的普通股和 B 類普通股入股一家第三方投資基金。換股收購是指收購公司將目標公司的股票按一定比例換成本公司股票，目標公司被終止，或成為收購公司的子公司。此次攜程集團採用增資換股的方式，通過發行普通股或可轉換優先股來替換目標公司原來的股票，從而達到收購的目的。這種方式對於攜程集團來說並不需要支付大量現金，因此不會使得公司的營運資金遭到擠佔。攜程公司在 19 年的總負債為 814.03 億，在並購發生後總負債也始終處於減少狀態。

償債能力是指公司用其資產償還長期債務以及短期債務的能力，能否按期準時准額歸還欠款是反映一個公司運轉是否健康、財務狀況好壞的重要標誌。對企業償債能力的分析可以包含長期償債能力以及短期償債能力分析兩個方面，短期償債能力分析主要有差額比較與比率比較法，本案例選擇流動比率與速動比率來衡量並購前後攜程公司償債能力的變化，而在長期負債能力分析上，本案例採用長期負債股東權益比率以及有息負債率作為衡量指標。有息負債率是指有息貸款與資產的比值，其剔除了無息貸款的部分，原因是因為無息貸款實質上是企業無償佔用其他機構的資金，是對本企業有利的。通過有息負債率以及長期負債股東權益比率更能體現本次並購對攜程公司償債能力的影響^[11]。

表3 攜程 2017—2021 年各償債能力指標圖

指標	2017	2018	2019	2020	2021
流動比率	1.4048	1.1543	0.9823	0.9939	0.9983
速動比率	1.2326	0.9762	0.8152	0.8877	0.9061
有息負債率	0.538	0.594	0.491	0.572	0.472
長期負債股東 權益比率	34.501%	21.845%	19.611%	23.254%	10.479%

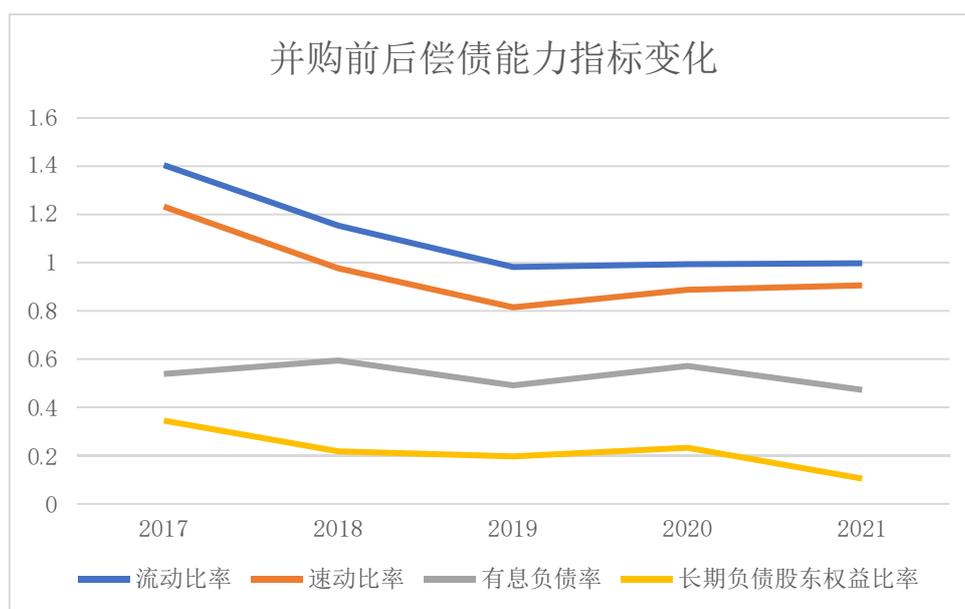


圖3 攜程 2017—2021 年各償債能力指標

通過以上分析可以看出，攜程 2017—2021 年度速動比率以及流動比率這兩個指標均保持在 1 左右浮動，在並購發生後即 20 與 21 年流動比率與速動比率均有不同程度的提升。這說明攜程公司的流動資產大體上可以償付流動負債。相對來看，攜程公司的有息負債率和長期負債股東權益比率指標變動幅度較為明顯，其中 19 年兩者均有將近 30% 的下降，這是因為換股收購 MakeMyTrip 公司增發的股票增加了公司的資產，導致其資產規模上升。而攜程公司的有息負債率始終保持在 50% 左右的狀態，這對於一般公司來說是一個比較理想的負債率水準。根據《旅遊綠皮書》所發佈的數據顯示，中國旅遊企業的資產負債率在 70% 左右，幾乎已經到達了企業的杠杆資產負債率的警戒線，即使是線上旅遊企業資產負債率也並不健康。而攜程公司的有息負債率保持在 50% 左右，這說明在旅遊行業內攜程的財務風險能保持在一個比較優秀的水準上。

根據以上分析可以看出攜程公司的償債能力可以說是保持正常的範圍內，並沒有因為並購使得攜程公司面臨償債能力下降的風險。

（二）盈利能力分析

由於新冠疫情的衝擊，旅遊行業收到了前所未有的打擊，攜程集團作為 2019 年中國旅遊集團 20 強當然也收到了極大的影響。儘管受到疫情黑天鵝的衝擊，但並購 MakeMyTrip 對攜程公司的盈利能力分析仍然是值得關注的問題。

盈利能力是指企業用其資產獲取利潤的能力，也稱為企業的資金或資本的增值能力，通常表現為一定時期內企業獲得收益的金額及其水準的高低，常見的盈利能力指標主要有營業利潤率以及淨資產收益率等。毛利率是毛利潤與銷售收入的比率，用以衡量企業在一定時期的銷售收入獲取的能力；淨資產收益率是指淨利潤與總資產的比率，反映每一元資產創造的淨利潤。本案例使用毛利率以及淨資產收益率對攜程公司的盈利能力進行分析，考慮到因疫情影響盈利能力進行縱向對比不太全面，本案例也將引入其他線上旅遊企業進行橫向對比。

表4 攜程 2017—2021 年各盈利能力指標

指標	2017	2018	2019	2020	2021
毛利率	82.53%	79.58%	79.33%	77.99%	77.03%
淨資產收益率	2.742%	1.298%	7.374%	-3.186%	-0.524%

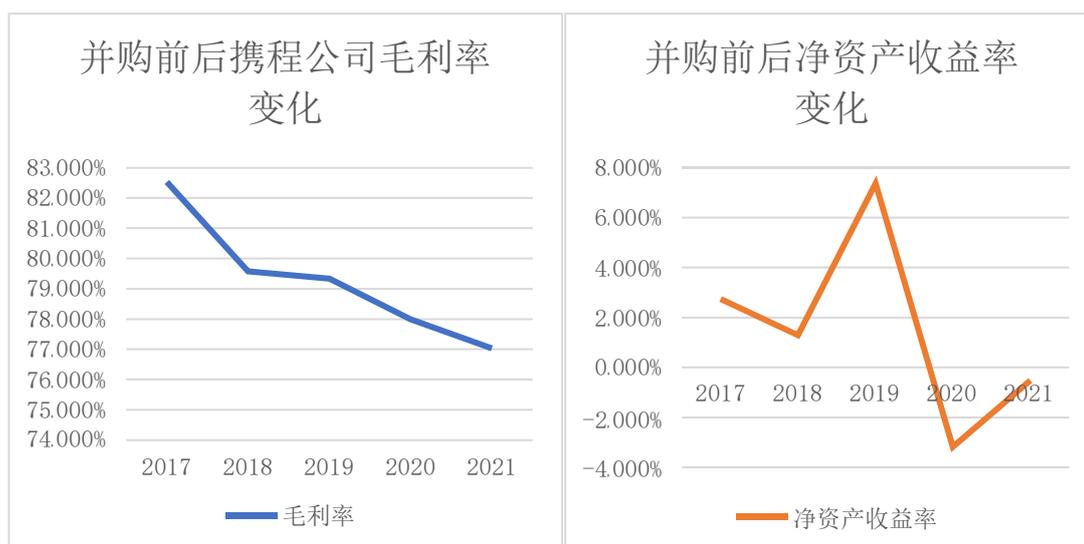


圖4 攜程 2017—2021 年公司毛利率和淨資產收益率

淨資產收益率(ROE)	24.56%	-5.348%	7.99%	-4.641%	-517.69%	-21.348...	-321.33%	-16.106%
銷售毛利率	10.92%	27.071%	19.34%	23.213%	-20.06%	23.712%	-26.46%	23.527%

圖5 美團 2018-2021 年公司毛利率和淨資產收益率一覽(橫向對比)

由上圖可知，攜程的毛利率始終保持下降的態勢，但在收購MakeMyTrip公司後，毛利率的下降斜率變得更加平緩。這說明對 MakeMyTrip 公司的收購對攜程公司毛利率有改善作用，盈利能力有進一步的增強。而對於淨資產收益率而言，在收購 MakeMyTrip 當年，攜程公司的淨資產收益率增長到了將近8%，而後兩年雖然降低為負值，但這更大原因是因為新冠疫情對旅遊業所造成的影響。為了驗證疫情對中國旅遊行業的影響，本案例選用美團與攜程公司進行比較，美團作為OTA 線上旅遊平台是攜程在中國線上旅遊業最大的競爭對手，在 20 年與 21 年，美團的毛利率雖有所上漲，但仍處於較低水準。而攜程的下降率僅僅為 1.78%與4.55%，在下降速率遠低於並購前速率。在淨資產收益率這個指標中，美團在21年的淨資產收益率達到了-5.348%，也

明顯低於攜程的淨資產收益率。雖然一家企業並不具有代表性，但也能部分證明攜程的毛利率下降以及淨資產收益率下降並不是收購 MakeMyTrip 公司所造成的。從毛利率下降速率這方面來看，收購MakeMyTrip 甚至可能對攜程公司的盈利能力有所助益^[12]。

（三）資產管理能力分析

攜程一直不遺餘力的進行技術創新以及系統升級。因此攜程建立了一整套現代化服務系統，這也是其無形資產中的一部分，包括：海外酒店預訂新平台、國際機票預訂平台、客戶管理系統、房量管理系統、服務品質監控系統等。線上上業務起步的同時，攜程也佈局線下輕資產旅社和酒店業務作為流量補充，這也是其資產中的一部分。再加上攜程近年來大刀闊斧地進行投資收購，去哪網，途牛等平台都成為其旗下一員。如此龐大複雜的資產規模更加考驗攜程的資產管理能力與協同能力。

資產管理能力又稱為營運能力，是企業運用各項資產以賺取利潤的能力，衡量的是企業的資產管理效率。本案例選取了兩種常見的資產管理能力指標進行資產管理能力分析：包括應收賬款周轉率和總資產周轉率。

表5 攜程 2017—2021 年各資產管理能力指標

指標	2017	2018	2019	2020	2021
應收賬款周轉率	5.83	6.06	5.35	3.1	4.57
總資產周轉率	0.17	0.18	0.18	0.09	0.11

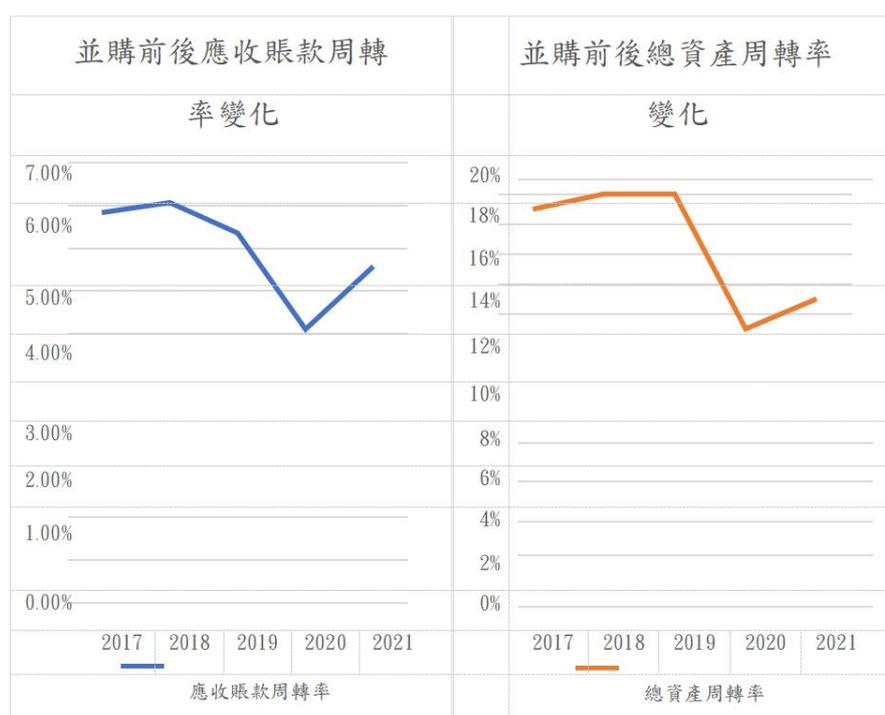


圖6 攜程 2017—2021 年應收賬款周轉率和總資產周轉率

固定資產周轉率 (次)	-27.45%	4.1316	-24.33%	2.0245	-18.54%	9.8601	-15.41%	7.1469
總資產周轉率 (次)	-2.26%	0.393	-12.82%	0.1971	12.67%	0.8901	15.67%	0.6361

圖7 美國 2018-2021 年固定資產與總資產周轉率一覽 (橫向對比)

總資產周轉率是銷售收入與總資產的比率，這一比率可用來分析企業全部資產的使用效率，如果這個比率較低，則說明企業利用全部資產進行經營的效率較差，最終會影響企業的獲利能力。在一九年之前，攜程公司的總資產流轉率處於旅遊行業資產流轉率的合理區間。而在 19 年後攜程公司的總資產周轉率出現了明顯的下降。

由於攜程公司是一家線上旅遊平台，存貨量很少，所以應收賬款是它流動資產的重要專案。應收賬款周轉率是企業在一定時期內賒銷淨收入與平均應收賬款餘額之比。它是衡量企業應收賬款周轉速度及管理效率的指標。一般來說，應收賬款周轉率越高，平均收賬期越短，說明應收賬款的收回越快。否則，呆滯在應收賬款上的資金會影響正常的資金周轉。應收賬款周轉率的變化趨勢與總資產流轉率大致相同。

總的來說，攜程公司的總資產與應收賬款周轉率在並購後出現下降，

與同行業競爭對手美團相比，雖然攜程公司的總資產周轉率處於較高水準，但受疫情衝擊後的下降程度要高於美團的下降幅度，因此並購 MakeMyTrip 公司一開始可能對攜程公司的資產管理能力造成了一定的影響。但從 20 年開始，周轉率指標又開始逐漸上升，可以看出攜程公司資產管理能力也有了進一步的加強。

（四）成長能力分析

MakeMyTrip 作為印度的“攜程”，攜程公司對它的收購有助於幫助攜程更好的走出去，在印度和美國市場快速站穩腳跟，同時也能夠幫助攜程公司建立國際品牌形象。MakeMyTrip 旗下的旅行社與酒店資源也能幫助攜程在國外旅遊市場快速建立起屬於自己的產業鏈，對自身成長能力的幫助不言而喻。總的來說，攜程公司對 MakeMyTrip 的並購能夠提升自己的品牌形象，也能為攜程公司帶來技術和資源上的幫助，極大的提升攜程公司的成長能力。

成長能力是指企業未來發展的趨勢與速度，如企業規模的擴大、資產的增加、利潤的提高等，反映的是企業未來的發展前景。評價企業成長能力的指標主要有淨利潤增長率以及總資產增長率等^[13]。

表6 攜程 2017—2021 年各成長能力指標

指標	2017	2018	2019	2020	2021
淨利潤增長率	232.06%	-49.28%	538.5%	-146.71%	80.27%
總資產增長率	12.21%	14.68%	7.72%	-6.45%	2.46%

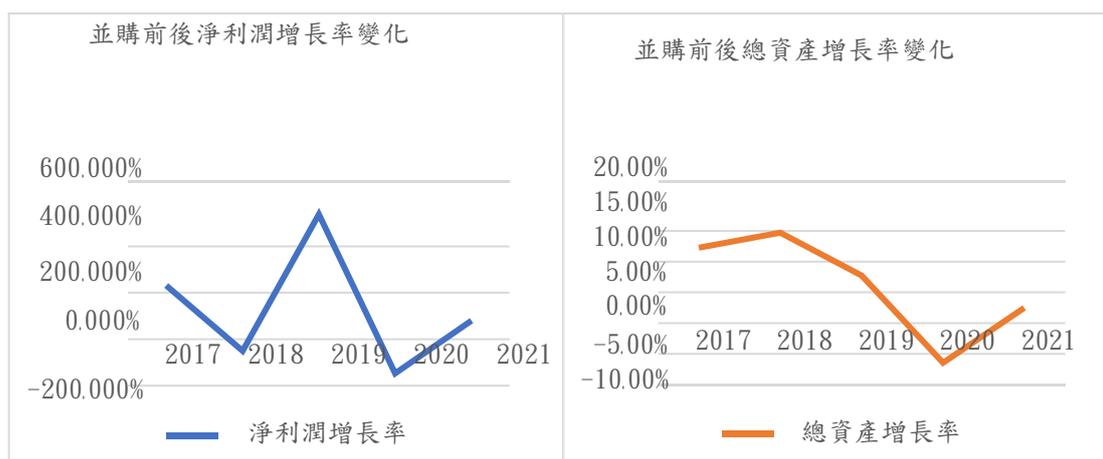


圖8 攜程 2017—2021 年淨利潤增長率和總資產增長率

可以看出，攜程公司的淨利潤增長率波動很大，在 19 年達到了高峰，之後銳減可能是由於疫情衝擊的緣故。和美團以及線上旅遊行業整體數據比較來看，攜程的淨利率增長率和它們的變動較為相似，都是“w”形波動。原因大概是新冠疫情對中國旅遊行業的統一影響。

而在總資產增長率這個指標上，20 年發生了總資產的縮水，可以看出攜程公司的應收款項相較 19 年有極大的縮水，可以判斷是由於新冠疫情的影響導致其資產總額發生了減少。對美團來說雖然資產增長率一直保持正值但波動並不明顯，攜程公司在 21 年增長率的大幅增加使得總資產增長率超過了美團。從這點不同中可以看出攜程對 MakeMyTrip 的收購對其成長能力還是有所助益的。

七、並購後的協同

並購後流於紙面的財務數據變化只是並購帶來的影響的一部分，並購為攜程公司所帶來的技術、資源、管道等協同和整合的改變也是重要的一環。

（一）經營協同效應—資源的整合

並購後，攜程公司迅速開始了與 MakeMyTrip 在印度市場的機票與酒店產品整合，MakeMyTrip 已經與印度 6 萬家酒店簽署了直接合作。這些合作也會接入攜程海外酒店預訂服務，為顧客提供更快捷更優惠的服務。這不僅為攜程公司帶來了海外市場發展的契機，也能將攜程公司在中國市場發展與競爭的經驗傳遞給 MakeMyTrip 公司。這種服務的接入也並非單方面的，

攜程也將為 MakeMyTrip 提供中國市場便利的資源。無論是借助攜程的平台資源幫助 MakeMyTrip 用戶在中國獲得更方便的服務還是利用 MakeMyTrip 的機票條件為中國遊客在印度獲得更快捷的服務，這種戰略協作都能極大提升它們的市場競爭力。攜程也能夠整合印度與中國兩個市場的龐大用戶群體，以便在和酒店、航空公司等客戶的談判中獲得更大的優惠。

（二）財務協同效應

在收購後的第一季度--2020 財年第一季度，MakeMyTrip 調整後的運營虧損為 2920 萬美元，收窄了 360 萬美元。總預訂量為 17 億美元，同比增長 24%，調整後收入為 1.985 億美元，同比增長 21%。在 MakeMyTrip 被收購近一半股份後三個季度，它的營收就基本達到收支平衡，這也得益於攜程對其在各方面的的整合與幫助。在收購達成後，MakeMyTrip 的股價也應聲而漲，市值幾乎逼近收購估值。



圖9 攜程宣佈換股收購後 MakeMyTrip 的股價走勢圖

另一方面，攜程與 MakeMyTrip 達成許多交易，以低於市場價格的方式向雙方提供酒店、機票甚至技術類服務，這種將市場內部化的行為也提高了企業的運作效率，優化了資源的配置，獲得財務上的協同效應。

參考文獻

- 1 俞孫婷. 新時代平台經濟高質量發展策略研究[J]. 特區經濟, 2021(09):99-101.
- 2 邢苑. 我國在線旅遊企業發展策略研究——以攜程為例[J]. 商訊, 2021(19):16-18.
- 3 陳茜. 企業並購的財務動因分析[J]. 當代會計, 2018(07):39-41.
- 4 程小偉, 吳家舵. 上市公司橫向並購及其實證研究[J]. 上海經濟研究, 2007(7):91-96.
- 5 刁元元. 上市公司並購的短期財富效應研究[J]. 消費導刊, 2015(6):98-98.
- 6 費一文, 蔡明超. 上海股市股權收購效果分析[J]. 世界經濟, 2003(05):64-69.
- 7 馮根福, 吳林江. 我國上市公司並購績效的實證研究. 經濟研究, 2001: 54—61.
- 8 蓋悅萍. 上市公司並購績效研究[J]. 東方企業文化, 2015(15).
- 9 胡昌連. 我國公司並購中杠杆收購問題研究[D]. 2014.
- 10 黃丹平. 企業並購動因與並購效應研究——基於南北車合併與金陵藥業並購石化醫院的案例分析[D]. 貴州財經大學, 2007.
- 11 孔垂源. 互聯網企業並購績效評價研究[J]. 通訊世界, 2019, 26(01):216-218.
- 12 張喜柱. 企業並購中財務協同效應的確認和計量[J]. 經濟與管理, 2005, 12;70—72.
- 13 江林憶. 企業並購整合的財務協同效應及實現路徑分析[J]. 商業, 2016(19) 64—65.

跨區域合作—滬澳共建青年科技創新人才協同培養機制研究*

劉小芳、李露露、王亞航、張向前**

摘要：人才是第一資源，創新是第一動力。傳統經濟時代下地理臨近性是科技創新人才協同培養的前提，然而過度強調地理臨近性不利於合作雙方形成對稱互利共生的關係。數字經濟時代下合作方式的改變使跨區域培養人才成為可能並將會成為未來的發展趨勢。本文對滬澳共建青年科技創新人才協同培養機制這一問題展開研究，通過熵值法分析出目前滬澳在青年科技創新人才培養機制中存在的問題，使用ESDA法分析跨區域合作的空間依賴性和空間異質性，最後在區域空間結構理論視角下提出完善產學研人才培養機制以及深化滬澳青年科技創新人才國際合作和加大青年科技創新人才培養力度的建議。

關鍵詞：滬澳共建；青年科技創新人才；協同培養機制；跨區域合作

一、引言

習近平總書記在黨的二十大報告中指出，教育、科技、人才是全面建設社會主義現代化國家的基礎性、戰略性支撐。要深入實施人才強國戰略，培養造就大批德才兼備的高素質人才，是國家和民族長遠發展大計^[1]。科技是第一生產力，人才是第一資源，創新是第一動力。人才往往能夠促進科技進步、產業創新，從

* 本文獲2022年全國大學生管理挑戰賽（團隊賽）特等獎，體例按2022年全國大學生管理挑戰賽要求刊出。

原文刊登於《科技和產業》第23期. 北京:中國技術經濟學會, 2023: 164-171.

基金項目：中國澳門特別行政區政府澳門基金會學術項目資助（項目號：G01540-2112-10；項目名：面向2035年滬澳共同建設世界重要人才中心和創新高地的激勵機制研究；項目負責人：張向前）；上海市科技創新行動計畫軟科學研究項目—“面向2035年上海青年科技創新人才發展機制研究”（項目號：22692 112700，項目負責人：張向前）；國家教育部產學合作協同育人項目—“基於大數據的《組織行為與領導力》”（項目號：202102086003；項目負責人：張向前）。

** 劉小芳（2000-），女，重慶榮昌人，上海應用技術大學世界重要人才中心和創新高地研究院高級研究員，碩士研究生，主要研究方向為人才與宏觀經濟戰略研究；李露露（1999-），女，河南濟源人，上海應用技術大學碩士研究生，主要研究方向為創意城市管理；王亞航（1999-），河北邯鄲人，上海應用技術大學世界重要人才中心和創新高地研究員，主要從事人才與宏觀經濟戰略研究；張向前（1976-），通信作者，男，福建仙遊人，西安交通大學博士，上海應用技術大學人文學院教授，博士生導師，院長，人力資源研究中心主任，主要研究方向為人才與宏觀經濟戰略研究。

而推動社會進步。在人類歷史發展進程中，創新高地無一例外都是人才中心。截止至目前，世界上共有五次國家層面創新高地的轉移，它們分別為文藝復興時期的義大利、第一次工業革命時期的英國、啟蒙運動時期的法國、19 世紀德國和 20 世紀的美國^[2]。值得注意的是，這些創新高地都是在大量人才的驅動下形成的。例如，文藝復興時期的但丁、彼特拉克和薄伽丘，第一次工業革命時期的瓦特、牛頓和啟蒙運動時期的伏爾泰、盧梭等，他們均為社會進步巨大貢獻。現在，隨著科技和產業革命的不斷實現，技術創新速度加快使得人才資源變得越來越重要。各國為了能夠培養更多的優質人才，制定了相應的人才戰略，如美國的《制定成功路線：美國 STEM 教育戰略》、英國的《科學、技術、工程和數學（STEM）學科的高等教育》和澳大利亞的《科學、技術、工程 與數學：澳大利亞的未來》等^[3]。人才的重要性使我們更加注重人才的培養。另外，通過觀察紐約灣、三藩市灣和東京灣這三個世界一流灣區我們可以發現，地區與地區之間人才聚集，協同培養的現象越來越多並且成為未來人才培養模式的趨勢越發明顯。同時，我國在人才培養方式上也出現了相同的現象，例如，長三角、珠三角和京津冀等區域內人才的協同培養。無論是國外的三大一流灣區還是國內三大經濟體對人才的聯合培養，它們都有一個共同的特點，即地理臨近性。然而隨著科技和產業的創新，尤其是新冠疫情以來對人們生活方式帶來的改變和元宇宙技術的興起，使得各區域之間政府、企業和大學等機構的合作方式發生改變，為各地區與更加合適的合作夥伴合作提供可能，跨區域人才培養將會成為未來發展趨勢。因此，本文對上海和澳門合作意義進行分析並就滬澳青年科技創新人才協同培養機制展開研究。

二、文獻綜述

新中國成立以來，我國十分重視科技人才的培養。1937 年，毛澤東為陝北公學題詞：“要造就一大批人，這些人是革命先鋒隊”^[4]；1984 年，鄧小平在中央顧問委員會第三次全體會議上的講話中指出要尊重知識，尊重人才^[5]。黨的十八大以來，以習近平總書記為核心的黨中央更加重視人才的培養。習近平總書記在全國教育大會上指出要切實落實“六個下功夫”，指出了科技人才的培養方向^[6]；同時，習近平總書記在中國科學院第十九次院士大會、中國工程院第十四次院士大會上還指出，工以才成，業由才廣。要加快形成有利於人才相關的培養機制，

培植好人才成長的沃土，讓人才根系更加發達^[7]。隨著社會的發展和科技的進步，科技人才佔據著越來越重要的地位，我們也逐漸發現我們人才培養模式存在問題^[8]，如何培養科技人才便成了討論的熱門話題。針對這一問題，國內外學者做了研究併發表不同的觀點。陳凱華等人認為青年科研隊伍在重大科技成果產出中發揮了中堅作用，肯定了青年科技人才對社會發展的作用^[9]；在人才培養方面，塗盛雪和孔燕認為優秀的科技人才都有科學家精神，正是這種精神推動他們的科學事業走向成功^[10]；Paik S J 等人用生產天賦模型向我們證明了可變因素和環境因素對人才的培養起著重要的作用^[11]；Hu Q 則從創新創業的角度形成新的人才培養模式^[12]。我們必須承認，技術人才對產業的發展和社會的進步起著不可替代的作用，技術人才應該位於科技人才概念之內，故陳建生對技術人才如何培養進行研究並認為應該將“中高本”技術技能人才進行一體化培養^[13]。現在，越來越多的學者開始研究“產學研”培養人才的模式^[14]。Hall N C 等^[15]、Govender C M 等^[16]認為運用產學研模式培養人才能夠促進人才學業能力和就業能力；胡楊等人通過分析案例得出產學研合作創新的多維鄰近性有利於科技人才培養的結論並建議借助這一特性去培養人才^[17]；耿樂樂則通過分析發達國家“產學研”育人方式來對我國政府、企業和高校提出相關建議^[18]。我們不難發現，無論在理論還是實踐層面，產學研育人模式均有一個共同特徵，即地理鄰近性^[19]。例如以高校林立為特徵的京津冀產學研育人體系、以金融領先為特徵的長三角產學研育人體系和以全球引智為特徵的粵港澳產學研育人體系^[20]。這些產學研育人體系為區域協同培養科技人才做出了巨大的貢獻，但同時存在許多問題。例如教育資源與產業需求融合度不足^[21]、缺乏協同效果考核機制^[22]、人才流動性偏低等問題^[23]。這些問題嚴重阻礙了區域協同育人的效果，而這些問題的出現可以用共生理論來解釋。張兵等^[24]人認為產學研就是一個共生系統，共生單元之間資源互補，進行能量交換。系統內的共生單元有寄存共生、偏利共生、非對稱互惠共生和對稱互惠共生四種共存關係，並通過模型證明對稱互惠共生是最佳關係。上述地區協同培養人才模式之所以會出現問題，是因為它們只關注了地理鄰近性帶來的優勢，而忽略了地區之間協作是否能夠形成對稱互惠共生的關係。協同培養人才的本質是將人才、技術、資金等資源共用，使合作雙方共贏。傳統經濟時代下，人民生活嚴重受地理位置的限制，這也使得地理鄰近性成為了區域之間協同培養人才前提和必要條件。但在數字經濟下，隨著科技的發展和產業的轉型，雲技術、大數據和元宇宙等技術的出現打破了這一

限制，使得跨區域協同培養人才成為可能並有望成為未來的趨勢。所以本文就上海和澳門跨區域協同培養科技人才這一問題進行研究，並根據滬澳現狀尋找最佳的人才培養模式，具有重大意義。

三、滬澳協同培養科技人才的前景與潛力

近年來，滬澳兩地有一定的合作基礎，在金融、旅遊、會展等多方面進行緊密合作並取得豐碩成果。但是就目前情況來看，滬澳兩地合作大多是政府之間的合作，產業發展並沒有太多合作，沒有對兩地經濟發展產生推動效果，這也是兩地政府著急的地方。推動兩地之間經濟聯合和產業發展，可以從滬澳協同培養科技人才入手。

(一)在澳門產業化轉型中協同培養人才

澳門被成為“東方蒙地卡羅”，博彩業為澳門的支柱性產業，是澳門 GDP 和政府財政收入的主要來源。但是在新冠疫情的影響下，澳門產業更是遭受重創。2020 年澳門博彩業毛收入為 610.47 億澳門元，是自 2008 年以來首次降至千億澳門元以內，較 2019 年下降 79.2%。旅遊作為澳門第二大支柱產業，同樣受到新冠疫情的嚴重影響。2020 年來澳門旅客數量較 2019 年下降 85%，僅 589.7 萬人次，旅客帶來的消費同比下降 81.4%，酒店入住率不及上一年的 1/3。疫情對博彩業和旅遊業的影響直接導致 2020 年度澳門的 GDP 較 2019 年下降超 1/2 至 1944 億澳門元。另外，澳門製造業從 1999 年 GDP 占比 9%降至 2016 年占比 1%。所以，澳門比以往任何之後都需要產業轉型，優化澳門營商環境，推進澳門的產業多元化發展，應該把高新技術作為發展的主方向，澳門行政長官賀一誠在第五屆特區政府中期主要實證工作回顧中提到，要強化院校產業導向，聚焦中醫藥、微電子、旅遊等重點領域。產業轉型需要科技人才的支撐，澳門在《人才引進法律制度》中提出優先引進“高端人才”，以及四大產業發展所需人才。但就目前來說，澳門無論是高校的學科設置還是科技人才結構對於澳門產業化轉型來說均具有滯後性，所以需要尋求其他方面的幫助。而上海恰巧滿足這個條件。上海擁有強大的教育體系、前沿的學科設置和大量的科技人才。上海擁有 64 所普通高等院校，包括 4 所 985 大學，10 所 211 大學，其中復旦大學和上海交通大學 QS 世界排名分別為第 34 名和第 46 名。從專業的角度來說，上海高校專

業覆蓋面廣，學科豐富且專業性強，在2022“軟科中國大學專業排名”中，上海有35所高校30242個專業上榜且有56個專業位列全國第一。這些均能夠為澳門產業化轉型提供幫助，並且上海通過和澳門產業合作也能夠加快上海自身的產業發展。另外，在產業合作中培養人才是對人才培養的最佳方式。

(二)滬澳協同培養國際科技人才

在經濟全球化的今天，對人才的培養也離不開國際化。上海作為國內國際化程度較強的城市，與澳門的國家化程度還有一定的差距。高校是培養高科技人才的搖籃，將滬澳高校在2022年QS和THE世界大學排名中國際化程度指標的得分可以發現，QS世界大學排名中復旦大學、上海交通大學和同濟大學這三所上海高校國際教師比例和國際學生比例平均得分分別為65.47和37.63；澳門大學和澳門科技大學兩所澳門高校國際教師比例和國際學生比例平均得分為100和99.1；而世界前十名高校相應的分為95.61和87.1。THE世界大學排名出現了相同的狀況，上海三所高校、澳門兩所高校和世界排名前十的高校在國際視野這一指標平均得分分別為51.9、99.65和82.79。通過這些數據我們可以得出，澳門高校國際化水準高於世界一流大學水準，這也是澳門高校能夠在短短二十年左右建校時間內就有兩所大學沖進QS和THE世界大學排行榜的原因之一。而上海高校國際化程度則遠低於國際一流大學國際化程度，可以與澳門高校進行此方面的合作，勢必能夠為滬澳協同培養國際科技人才做出貢獻。另外，上海和澳門是不同程度的國際化城市，面向的主體也不相同，澳門與葡語國家和歐盟國家聯繫更加緊密，滬澳在協同培養國際科技人才的過程中要使其開放的國家加入進來，能夠擴大滬澳兩地開放的範圍，更加有利於對國際人才的培養。

(三)帶動長三角和珠三角產業發展

上海和澳門分別處於長三角和珠三角地區，這是兩地的區域優勢。眾所周知，長三角和珠三角是國內經濟最為活躍，創新能力最強的兩大經濟體。所以滬澳協同培養科技人才，建成國內一流的人才中心能夠帶動長三角和珠三角產業發展和科技創新，從而達到以點帶面的效果。這就要求滬澳建立的人才中心、研究實驗室等是開放的。上海和澳門是長三角和珠三角的，是中國的，更是世界的。滬澳協同培養科技人才要吸收國內甚至世界一切優質資源來建設世界一流人才中心，從而通過人才輻射、知識輻射和技術輻射等帶動長三角和珠三角產業發展、促進國內區域平衡和構建世界人類命運共同體。而這個宏偉的目標需要滬澳政府、高

校和企業一起努力，也需要其他地區的積極加入。

四、研究設計與實證分析

(一)樣本選擇及數據來源

本文收集 2010-2020 年之間的上​​海與澳門相關青年科技創新人才培養指標數據進行分析，數據來源於《上海統計年鑒》、《澳門統計年鑒》、《中國統計年鑒》、《中國科技統計年鑒》等，由於原始數據中存在部分數據缺失，採用指數平滑法補充其缺失數據。

(二)基於“投入-產出”的評價指標體系構建

通過查閱前人學者相關文獻，基於指標選取的科學性、系統性原則，青年科技創新人才培養的投入指標指的是各項資源投入，主要包括教育經費支出、高等學校教師數量、普通高等學校教職工人數、平均每教師負擔普通高等學校學生數、地區科協系統主辦科技期刊種類。青年科技創新人才培養的產出指標包含專利授權數、高等教育學生數量、第三產業結構佔比、地區生產總值。結合滬澳青年科技創新人才培養現狀，構建滬澳青年科技創新人才培養投入產出指標體系如表1所示。

表 1 滬澳青年科技創新人才培養投入產出指標體系

一级指标	二级指标	单位	主要文献来源
投入 A1	教育经费支出 A11	亿元	甘水玲等 ^[25] ；王喆等 ^[26] ；张熠等 ^[27]
	高等学校教师数量 A12	万人	
	普通高等学校教职工人数 A13	万人	
	平均每教师负担普通高等学校学生数 A14	个	
	地区科协系统主办科技期刊种类 A15	种	
产出 A2	专利授权数 A21	件	叶晓倩等 ^[28] ；甘水玲等 ^[29] ；曾建丽等 ^[30]
	高等教育学生数量 A22	万人	
	第三产业结构占比 A23	%	
	地区生产总值 A24	亿元	

注：其中澳門幣按照 2022 年 11 月 28 日的匯率計算，1 澳門幣=0.89 元人民幣

(三)滬澳青年科技創新人才培養水準評價

1. 熵值法計算指標權重

熵值法是一種準確客觀的評價方法，為有效避免主觀因素影響，保證評價過程的科學嚴謹性，選擇使用熵值法作為青年科技創新人才培養水準的綜合評價方法。運用熵值法計算滬澳青年科技創新人才培養評價指標體系的各指標權重，具體計算步驟如下：

(1) 指標無量綱化處理

標準化處理原始數據，對於正、負向指標，分別使用公式(1)、(2)對數據進行處理，用 X_{ij} 表示第 i 個評價對象的第 j 項評價指標，其中 $i=1, 2, \dots, m$ ； $j=1, 2, \dots, n$ 。

$$T_{ij} = 100 \times \frac{X_{ij} - \min[X_j]}{\max[X_j] - \min[X_j]} \quad (1)$$

$$T_{ij} = 100 \times \frac{\max[X_j] - X_{ij}}{\max[X_j] - \min[X_j]} \quad (2)$$

(2) 信息熵計算

第 j 項評價指標下的第 i 個樣本所占的比重為公式(3)，第 j 項指標的資訊熵值計算公式為公式(4)，其中 k 為常數 ($k = \frac{1}{\ln m}$)， m 為樣本個數。

$$P_{ij} = \frac{T_{ij}}{\sum_{i=1}^m T_{ij}} (0 \leq P_{ij} \leq 1) \quad (3)$$

$$e_j = -k \sum_{i=1}^m P_{ij} \ln P_{ij} (0 \leq e_j \leq 1) \quad (4)$$

(3) 權重計算

第 j 項評價指標下的差異性係數計算為公式(5)，再利用公式(6)計算得到權重 W_j 。

$$d_j = 1 - e_j \quad (5)$$

$$W_j = \frac{d_j}{\sum_{j=1}^m d_j} \quad (6)$$

其中差異性係數 d_j 的大小與評價結果的影響成正比。

(4) 綜合得分 U_i 計算：

$$U_i = \sum_{j=1}^n W_j P_{ij} \quad (7)$$

其中 W_j 為第 j 項指標的權重，綜合得分越高，說明指標重要性程度越高。

2. 滬澳青年科技創新人才培養現狀評價

深入實施人才強國戰略，青年科技人才的培養極其重要，通過收集 2010-2010 年間上海市與澳門的青年科技創新人才培養指標數據，利用 SPSSAU 軟體對相關數據進行處理，得到滬澳青年科技創新人才培養投入產出指標權重如表 2 所示。

表2 滬澳青年科技創新人才培養投入產出指標權重

一级指标	二级指标	指标权重		指标权重排序	
		上海	澳门	上海	澳门
投入 A1	教育经费支出 A11	0.0511	0.0730	9	8
	高等学校教师数量 A12	0.1149	0.2705	4	1
	普通高等学校教职工人数 A13	0.2214	0.0947	1	3
	平均每教师负担普通高等学校学生数 A14	0.0758	0.0669	6	9
	地区科协系统主办科技期刊种类 A15	0.0593	0.0826	8	6
产出 A2	专利授权数 A21	0.2046	0.1479	2	2
	高等教育学生数量 A22	0.1156	0.0935	3	4
	第三产业结构占比 A23	0.0752	0.0896	7	5
	地区生产总值 A24	0.0821	0.0813	5	7

利用熵值法對青年科技創新人才培養指標進行權重計算，從表 2 的可看出，上海地區的普通高等學校教職工人數指標權重最高為 0.2214，專利授權數及高等教育學生數量指標權重緊隨其後，分別為 0.2046 與 0.1156，教育經費支出這項的權重最低為 0.051。體現出上海在青年科技創新人才培養方面，普通高等學校教職工數量較為充足，但教育經費支出不足，相關教職工人員的福利待遇亟需提升，同時，更看重專利授數量與高等教育學生數量，反映出更看重人才的數量，人才的品質培養上有待加強。澳門地區的高等學校教師數量指標權重最高為 0.2705，平均每教師負擔普通高等學校學生數指標權重最低為 0.0669，體現出澳門地區培養青年科技創新人才更注重師資力量投入，在教育經費支出與平均每教師負擔普通高等學校學生數方面亟需加強。對比上海與澳門的青年科技創新人才培養投入產出指標權重，實證結果得出兩個城市均注重高等學校教師數量、專利授權數與高等教育學生數量等，對於教育經費支出、平均每教師負擔普通高等學校學生數與地區科協系統主辦科技期刊種類等投入較少。上海與澳門的人才培養方向亟需從數量發展向高質量發展轉型，加強教育經費支出等人才培養投入。利用 SPSSAU 軟體計算出兩個城市的 2010-2020 年間的指標綜合得分，得到滬澳青年科技創新人才培養綜合得分情況如圖 1 所示。

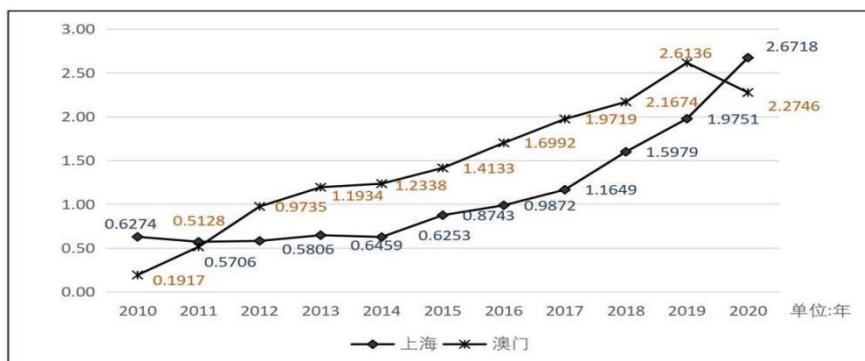


圖 1 滬澳青年科技創新人才培養綜合得分情況

通過圖 1 滬澳青年科技創新人才培養綜合得分情況可看出，上海的青年科技創新人才培養綜合得分在 2010-2011 年期間短暫下降，此後呈持續遞增趨勢，於 2020 年達到最高點，為 2.6728，體現出近年來上海市正在不斷加大青年科技創新人才培養力度，致力於培養高質量人才。澳門的青年科技創新人才培養綜合得分在 2010-2019 年之間不斷增長，2019 年達到最高點，為 2.6136，於 2020 年回落到 2.2746 分。總的來說，兩個城市的青年科技創新人才培養綜合得分大體上都呈現遞增趨勢，但澳門在 2011-2019 年之間的綜合得分高於上海，澳門更注重師資力量等的投入，上海亟需與澳門協同深化青年科技創新人才培養機制，共同培養高質量青年科技創新人才，助力我國儘快建成社會主義現代化強國。

(四)滬澳青年科技創新人才培養的時空特徵分析

1. 探索性空間數據分析 (ESDA)

從本文的投入產出指標體系來看，本文選擇人才培養的產出指標作為滬澳人才培養的時空特徵分析產出指標：專利授權數、高等教育學生數量、第三產業結構占比和地區生產總值，符合指標選取的科學性、系統性原則，而且以上指標在衡量區域人才產出時具有一定的優勢。

表 3 滬澳青年科技創新人才培養的時空特徵分析指標體系

一級指標	二級指標	名稱	單位
產出指標 A2	專利授權數 A21	PA	件
	高等教育學生數量 A22	ES	萬人
	第三產業結構占比 A23	TS	%
	地區生產總值 A24	GDP	億元

探索性空間統計作為空間計量統計重要的研究方法之一，主要用於描述研究對象某一屬性的空間分佈特徵，並通過測算其空間相關程度來反映要素空間上的集聚格局特徵。ESDA方法可以更好的反映出研究對象的空間關聯性，主要分析內容包括：局部自相關分析和全局自相關分析。局部自相關檢驗主要分析區域空間屬性值的分佈特徵，分析集聚所發生的位置；全局自相關檢驗主要判斷全局範圍內是否存有集聚特徵和現象。

(1)空間權重矩陣的概念

空間計量模型引入了空間權重矩陣，可以反映空間位置或者相互作用資訊，且不同類型的空間權重矩陣能夠反映出各個單元之間在空間、人口流動等方面的關係，在模型中引入空間權重矩陣可以在反映真實情況的基礎之上進行更好的分析和預測。確

定空間權重矩陣的方法也有多種，但是空間鄰階的性質決定了其只能衡量研究樣本截面的“局部地區”，而空間地理距離將兩兩地區之間的權重數值化，這才體現總體性。綜上，本文選擇反距離矩陣來確定空間權重。

(2)空間權重矩陣的確定：反距離矩陣

反距離矩陣：因為空間單元在多種屬性上有不同的特性，如果是單純的鄰接矩陣則可能沒辦法反映其真實的空間情況，反距離矩陣利用城市距離來反映空間效應的強弱，兩者呈現負相關，其計算公式如下：

$$D_{ij} = \begin{cases} d_{ij}^{-a} \beta_{ij}^b, & i \neq j \\ 0, & i = j \end{cases} \quad (8)$$

注：空間距離指數中的經緯度數據來源於國家地理基礎資訊中心，目前國內外現有研究中大多學者令 a 為 2，b 為 0，即：

$$D_{ij} = \begin{cases} 1/d_{ij}^2, & i \neq j \\ 0, & i = j \end{cases} \quad (9)$$

(3)全局空間自相關分析：Moran's I 值

當考慮空間單元某個屬性在整個研究期間和空間範圍內的所呈現出來的空間相關性時需要用全局空間自相關進行測算，常用統計量主要有全局 Geary's C 或全局 Moran's I 統計量，由於前者相較於後者敏感度較高，全局 Moran's I 不容易受到偏離正態分佈的影響，因此在學術研究中更適合空間應用分析，故本文用全局莫蘭指數來作為檢驗變數進行分析。全局 Moran's I 的計算公式為：

$$I = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij} (Y_i - \bar{y})(Y_j - \bar{y})}{S^2 \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij}} \quad (10)$$

在滬澳人才產出的空間依賴性和空間集聚特徵的研究中，將利用空間自相關檢驗的方法進行測算。本研究依據上文論述建立基於反距離關係的空間權重矩陣 d，並基於矩陣測算其 Moran's I 指數，研究不同空間鄰接關係對人才集聚的影響，測算結果如表 4 及圖 2 所示。

表4 基於二階反距離空間權重矩陣的滬澳人才產出空間自相關情況

年份	Moran' s I (d)	E (I)	P-value*
2010	-0.917	-0.5	0.000
2011	-0.886	-0.5	0.000
2012	-0.883	-0.5	0.000
2013	-0.890	-0.5	0.000
2014	-0.870	-0.5	0.000
2015	-0.860	-0.5	0.000
2016	-0.859	-0.5	0.000
2017	-0.888	-0.5	0.000
2018	-0.876	-0.5	0.000
2019	-0.860	-0.5	0.000
2020	-0.849	-0.5	0.000

注：*、**、***分別在 10%， 5%和 1%置信水準上通過顯著性檢驗，下同

從以上表格數據可以看出，在樣本研究期間內，二階反距離空間權重矩陣條件下的滬澳青年科技創新人才培養產出具有空間自相關性，拒絕原假設。考察期間內，Moran' s I 均為負值，呈現空間負相關的集聚形式，由高值傾向於與低值聚類，說明上海擁有的較多人才培養及附帶的創新要素和良好的經濟發展環境會向澳門聚類，形成一定的人才“虹吸效應”。

(4)局部空間自相關分析：LISA 值

局部空間自相關分析用來分析和度量各個空間單元屬性之間的集聚特徵和關聯程度，探索這種趨勢的時空變化，變數為局部 Moran' s I，其計算公式為：

$$I = \frac{(x_i - \bar{y})}{s^2} \sum_{i=1}^n w_{ij} (x_i - \bar{y}) \quad (11)$$

從公式可知，局部 Moran' s I 中正值表示該屬性的趨勢具有“H — H”或“L — L”臨近：高值被高值包圍，低值被低值包圍；負值表示該屬性的趨勢具有“L — H”或“H — L”臨近：高值被低值包圍，低值被高值包圍。其計算公式如下：

$$Z = \frac{I - E(I)}{\sqrt{V(I)}} \quad (12)$$

其中 E(I)為均值，V(I)為方差，為了更加直觀的反映空間單元之間空間相關情況，一般選用 LISA 散點圖對局部空間自相關情況進行表示，如圖 2 所示。

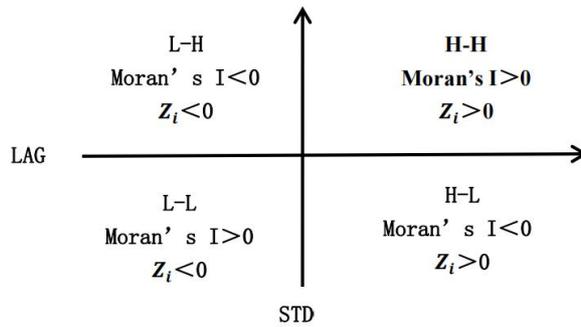


圖 2 LISA散點圖

在 Local Moran's I 指數中，當 L_i 值大於期望值 $E(L_i)$ 時，表明地理單元 i 存在空間正相關現象；當 L_i 值小於期望值 $E(L_i)$ 時，表明地理單元 i 存在空間負相關現象。在全局自相關檢驗的基礎上，局部自相關分析更能反映各區域空間自相關對整體空間自相關的影響程度。在本文的局部空間自相關分析中，2010-2020 年的局部空間自相關 LISA 值如表 5 所示：

表 5 局部空間自相關 LISA 值

年份	上海	澳門
2010	-0.949	-1.13
2011	-0.897	-1.096
2012	-0.893	-1.094
2013	-0.904	-1.101
2014	-0.872	-1.079
2015	-0.856	-1.068
2016	-0.854	-1.066
2017	-0.901	-1.099
2018	-0.881	-1.085
2019	-0.855	-1.068
2020	-0.839	-1.056

從以上表格結果來看，LISA 值均為負數且小於期望值，表明上海和澳門與其周圍區域的屬性值差別較大，即存在著一種空間負相關現象，該結論與全局自相關一致。此外為了探究滬澳青年科技創新人才產出的空間異質性，通過基於二階反距離空間權重矩陣的 Moran's I 指數形成的莫蘭散點圖進行研究。

從圖 3 可知，2020 年到 2020 年期間，區域自相關屬性未發生改變：上海為“H-L”集聚，澳門為“L-H”集聚。呈現出高-低集聚的上海是我國國家中心城市，同時也是長江經濟帶的龍頭城市；呈現出低-高集聚的城市為澳門城市。在未來的發展中，滬澳共建中更需要滬澳縮短空間距離，上海向澳門集聚人才培養及輸出各自創新要素。

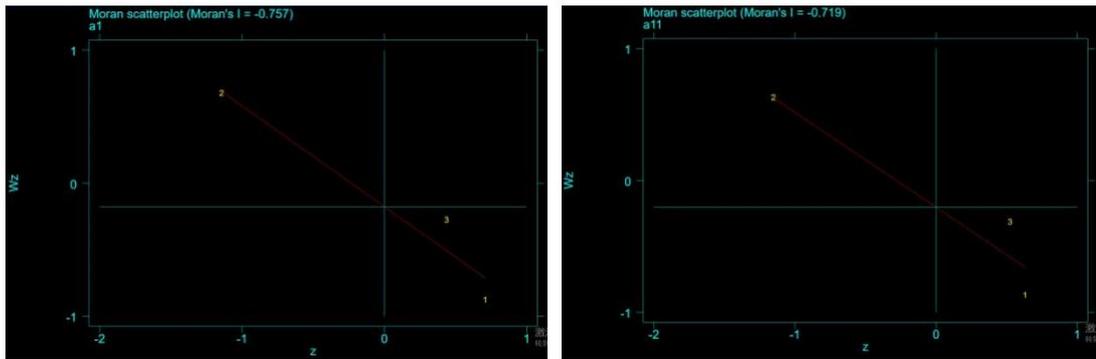


圖3 滬澳青年科技創新人才產出 Moran' s I 指數散點圖 (2010、2020 年)

五、滬澳共建青年科技創新人才協同培養機制構建

(一)區域空間結構理論

空間結構理論是一種反映空間集聚程度與集聚規模的學說，強調在一定地理區域內的要素間的空間位置關係與相互作用。區域空間結構理論是基於古典區位理論的進一步推進，是區域科學的重要理論基礎，區域空間結構理論的主要內容為，區域平衡協調發展與區域經濟增長兩者間呈現先上升、後下降的倒“U”型關係，可以利用區域位置中心點的空間結構平衡區域經濟發展的空間形態，以點到軸方式進行空間擴散。不同國家的不同區域，在不同的時間階段上都有不同的空間結構特點，而研究與區域協調發展相適應的空間結構對於推動區域經濟協調發展具有積極作用，故本文以區域空間結構理論為基礎，提出深化滬澳青年科技創新人才培養應將滬澳優勢從空間點(滬澳都市)向空間軸(政、產、學、研、創)進行整合。

1. 研究機制

近年來，隨著我國區域經濟一體化的發展，不少學者對跨區域合作領域進行研究，針對跨區域人才研究，不少學者研究其人才跨區域流動的原因^{[31][32]}、影響因素^{[33][34]}及存在的問題^[35]。本文基於滬澳青年科技創新人才培養現狀的論述、運用熵值法實證研究“投入-產出”評價指標體系以及使用探索性空間數據分析法(ESDA)分析滬澳青年科技創新人才培養的時空特徵分析，將從“政、產、學、研、創”四維度來建立協同培養機制，區域空間結構理論作為本文研究機制的理論支撐。

首先，政府深化滬澳城市跨區域人才交流合作，作為國家中心城市、長江經濟帶的龍頭城市的上海更要加快促進滬澳共建，推動人才培養的協同發展。其次，促進第三產業的發展，以培養面向未來、具備發展前景的產業核心競爭力為總體方向，通過銜接教育去打造年齡分佈合理、類型構成多元的創新人才梯隊。接著，推動高

校聯合辦學機制，培養更多元化、更具創新性和全球競爭力的人才，多創立滬澳聯合培養高校，不局限於教育經費的投入，更要跨機構地培養高等教育學生。此外，滬澳通過增加研究機構的數量和 R&D 研究經費支出來提高科研能力和水準，以便於更好的提高人才水準。然後，加快促進創新創業發展及交流合作，地區創新水準體現在專利數、科技著作、發表的科技論文等方面。最後在“政、產、學、研、創”協同培養機制下，加強公路、鐵路建設以及基礎設施建設等^[36]，要縮小滬澳空間距離。具體的研究機制如圖4所示。

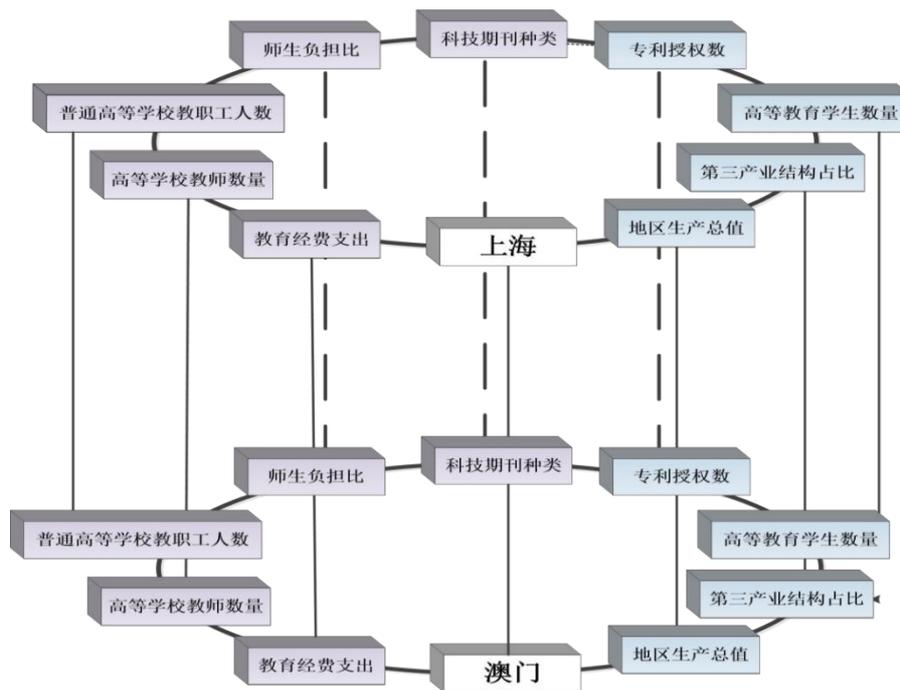


圖4 滬澳青年科技創新人才協同培養機制

圖例：淺紫色是投入要素，淺藍色是產出要素。
注：投入產出各要素間均相互關聯

六、結論與建議

通過收集 2010-2020 年間上海與澳門的相關指標數據，利用熵值法計算各指標權重，得出下列結論：（1）上海與澳門的青年科技創新人才培養均較為重視高等學校教師數量與專利授權數等，在教育經費支出與平均每教師負擔普通高等學校學生數方面投入較少。教育經費的不足與學生數量的增加使得教師負擔增加，為此，兩個城市應提高教育經費等的支出，降低教師的學生負荷數量，保障人才培養的投入，提高人才的品質產出；（2）澳門的青年科技創新人才培養綜合評價得分總體上高於上海，澳門高度重視課程、教學、評核的相互促進作用，

關注青年科技創新人才的引進、培養、保留、外借，高校學生也擁有更優質的學習環境。而上海作為國際大都市，也擁有著豐富的人才培育教育資源，吸引著大批外來學者，故在青年科技創新人才培養方面，上海更應加強與澳門的跨區域合作，共建青年科技創新人才協同培養機制，加快關鍵核心技術的攻堅，厚植人才資源優勢；（3）在 2010-2020 年的研究期間內，全局自相關檢驗中反距離空間權重矩陣條件下的滬澳青年科技創新人才培養產出呈現出空間負相關的集聚模式，高值傾向於與低值聚類，說明上海擁有的較多人才培養及附帶的創新要素和良好的經濟發展環境會向澳門聚類，形成一定的人才“虹吸效應”；局部自相關檢驗中 LISA 值小於期望值，這也表明上海和澳門與其周圍區域的屬性值差別較大，即存在著一種空間負相關現象，該結論與全局自相關一致；此外上海呈現“H-L”高-低集聚形態，澳門呈現“L-H”低-高集聚形態，結論符合現實，且在未來的發展中滬澳共建更需要上海向澳門集聚人才培養及輸出各自創新要素。

中國已進入高質量發展階段，青年科技創新人才培養對於推動我國實現科技強國戰略十分重要。通過實證研究結果與滬澳青年科技創新人才協同培養現狀，滬澳共建青年科技創新人才協同培養機制可以從以下幾點進一步優化：（1）完善政、產、學、研、用、創協同培養機制，搭建以產業為引領，多元主體共同參與，政、學、研實現資源共用、人才共育的多元創新人才協同培養機制^[37]，同時，通過產學研深度合作促進澳門經濟多元發展，加快實現澳門產業轉型升級；（2）深化滬澳青年科技創新人才培養國際合作，實現國內外人才培養資源互利共用，依託國際人才培育中心等平台，邀請國外高水準教授為學生教學，設立青年科技創新人才海外交流學習基金項目，以城市高質量發展聚集海內外高質量人才，促進人才“引進、培養、回流”三軌並行；（3）加大青年科技創新人才培養力度，增強科研經費與教育經費的投入，以更有效的激勵機制和舉措激發人才創新能力，以創新驅動發展，掌握科技創新核心關鍵技術，以滬澳青年科技創新人才培養深度多元合作促進城市更高質量發展，打造青年科技創新人才聚集高地。

參考文獻

- [1] 習近平. 高舉中國特色社會主義偉大旗幟 為全面建設社會主義現代化國家而團結奮鬥[N]. 人民日報, 2022-10-26(001).
- [2] 王戰軍, 蘭跟榮. 世界一流大學高地形成的時空邏輯與經驗啟示[J]. 大學教育科學, 2022(01):4-11.
- [3] 劉亞榮, 屈瀟瀟, 陳霞玲. 未來創新型科技人才培養體系鏈條重構的挑戰和路徑[J]. 國家教育行政學院學報, 2022(08):24-33.
- [4] 王瀛, 王學軍, 周石, 王丹. 毛澤東與陝北公學[J]. 前線, 2022(09):24-27.
- [5] 魯寬民, 姚鑫宇. 論鄧小平的人才觀及其當代啟示[J]. 毛澤東鄧小平理論研究, 2014(05):39-45+91.
- [6] 褚輝, 高向輝, 曲洪波, 於瑩瑩. 習近平關於“時代新人”培養問題論述的三重邏輯解析[J]. 現代教育管理, 2020(11):21-28.
- [7] 習近平. 在中國科學院第十九次院士大會、中國工程院第十四次院士大會上的講話[N]. 人民日報, 2018-05-29(002).
- [8] Haus-Reve S, Fitjar R D, Rodriguez-Pose A. Does combining different types of collaboration always benefit firms? Collaboration, complementarity and product innovation in Norway[J]. Research Policy, 2019, 48(6): 1476-1486.
- [9] 陳凱華, 盛夏, 李博強, 宋琦. 加強青年科研隊伍建設, 加速實現科技自立自強——兼論中國科學院青年創新促進會發展經驗與展望[J]. 中國科學院院刊, 2021, 36(05):589-596.
- [10] 塗盛雪, 孔燕. 論科學家精神與科技人才培養[J]. 江淮論壇, 2022(03):180-186.
- [11] Paik S J, Gozali C, Marshall-Harper K R. Productive giftedness: a new mastery approach to understanding talent development[J]. New directions for child and adolescent development, 2019, 2019(168): 131-159.
- [12] Hu Q. Research on the Cultivation Strategy of College Students' Innovation and Entrepreneurship Based on Big Data Analysis from the Perspective of Economic Transformation[C]//Journal of Physics: Conference Series. IOP Publishing, 2021, 1915(3): 032083.
- [13] 陳建生. “中高本”一體化技術技能人才培養探索[J]. 教育與職業, 2022(15):75-78.
- [14] Canhoto A I, Quinton S, Jackson P, et al. The co-production of value in digital, university - industry R&D collaborative projects[J]. Industrial Marketing Management, 2016, 56: 86-96.
- [15] Hall N C, Jackson Gradt S E, Goetz T, et al. Attributional retraining, self-esteem, and the job interview: Benefits and risks for college student employment[J]. The Journal of Experimental Education, 2011, 79(3): 318-339.
- [16] Govender C M, Taylor S. A work integrated learning partnership model for higher education graduates to gain employment[J]. South African Review of Sociology, 2015, 46(2): 43-59.
- [17] 胡楊, 李存, 孫健, 黎東升. 產學研合作創新的多維鄰近性與科技人才培養——基於產學研合作優秀案例的分析[J]. 中國高校科技, 2022(Z1):104-108.
- [18] 耿樂樂. 發達國家產學研協同育人模式及啟示——基於德國、日本、瑞典三國的分析[J]. 中國高校科技, 2020(09):35-39.
- [19] Knobens J, Oerlemans L A G. Proximity and inter-organizational collaboration: A literature review[J]. international Journal of management reviews, 2006, 8(2): 71-89.
- [20] 廖娟. 全面對外開放新格局下我國人才高地建設[J]. 中國人才, 2020(04):52-53.
- [21] 柯婷, 王亞煦. 現代產業學院人才培養體系建設——以粵港澳大灣區首批全國現代產業學院為例[J]. 科技管理研究, 2022, 42(18):80-86.

- [22] 苗俊玲, 甄紅軍, 趙永生. 京津冀地區新工科人才培養協同發展研究[J]. 中國大學教學, 2022(05):75-82.
- [23] 孫希昀, 王建平. 以人才一體化推進長三角區域高質量發展[J]. 中國人才, 2019(07):36-37.
- [24] 張兵, 鄒一琴, 蔣惠鳳. 共生視角下的地方本科院校產業學院建設[J]. 高等工程教育研究, 2021(04):125-132.
- [25] 甘水玲, 劉晉元. 中國科技人才開發品質評價及障礙度因數診斷——基於 31 個省份的面板數據[J]. 中國科技論壇, 2022(03):130-139.
- [26] 王喆, 楊國棟. 高校博士後科技人才培養績效評價指標體系構建研究——基於平衡計分卡方法[J]. 科技管理研究, 2021, 41(15):127-133.
- [27] 張熠, 倪集慧. 科技創新人才評價指標體系構建[J]. 統計與決策, 2022, 38(16):172-175.
- [28] 葉曉倩, 陳偉. 我國城市對科技創新人才的綜合吸引力研究——基於舒適物理論的評價指標體系構建與實證[J]. 科學學研究, 2019, 37(08):1375-1384.
- [29] 甘水玲, 劉晉元. 上海企業科技人才空間集聚效率評價及影響因素分析——以規模以上工業企業為例[J]. 科技管理研究, 2021, 41(06):71-79.
- [30] 曾建麗, 劉兵, 張躍勝. 中國區域科技人才集聚與創新環境協同度評價研究——基於速度狀態與速度趨勢動態視角[J]. 大連理工大學學報(社會科學版), 2022, 43(01):50-59.
- [31] Hicks JR, John · The theory of wages[M] · Lon don: Maemillan, 1932 ·
- [32] Michael P · Todaro · A Model of Labor Migration and Urban Unemployment in Less Developed Countries[J] · The American Economic Review, 1969, (1):14-19 ·
- [33] Jean Marie Hiltrop · The Quest for the Best: Human Resource Practices to Attract and Retain Talent[J] · European Management Journal, 1999(8):422-429 ·
- [34] 陶曉波 · 區域人力資源流動研究[J] · 科學管理研究, 2010(2):91-94 ·
- [35] 沈國琪, 陳萬明 · 基於教育因數的區域人力人才流動分析[J] · 科技進步與對策, 2009, 26(17):152-154 ·
- [36] Xing-Peng Luo, Xiang-Qian Zhang. Deepening regional economic cooperation between Fujian and Taiwan under the belt and road background based on regional spatial structure theory[J]. Journal of Interdisciplinary Mathematics, 2017, 20(6-7).
- [37] 劉源, 趙慶年. 產學研融合的創新人才培養機制構建——美國即時功能成像科技中心的案例剖析[J]. 高等工程教育研究, 2020(05):159-164.

家庭規模、衝動特質和大學畢業生意外創業 —基於模糊集的定性比較分析*

何良興、劉彩珠、賈必玉**

摘要：意外創業不同於有意識的、理性判斷驅動的創業。研究以家庭規模和衝動特質為視角，採用模糊集定性比較分析方法，對從 500 位大學畢業生中跟蹤調查獲取的 49 個樣本進行分析，揭示驅動意外創業行為的多元路徑或複雜影響機制。研究發現兩類組態發揮等效作用。在非高深思熟慮型組態中，不同家庭規模下的個人緊迫感、刺激尋求特質互斥，即在高家庭規模下具備高緊迫感、高刺激尋求特質可以實現高創業行為，在非高家庭規模下有非高水準特質就可以實現高創業行為；在高深思熟慮型組態中，高毅力作為邊緣條件、非高緊迫感為核心條件、非高刺激尋求作為邊緣條件，它們相互依賴可以實現高創業行為，即高深思熟慮特質的人，不受家庭規模影響，只需高毅力特質就可以實現創業。研究發現對拓展創業行為研究提供了理論借鑒，為激發不同創業行為提供了實踐參考。

關鍵詞：意外創業行為；家庭規模；衝動；定性比較分析

一、引言

創業行為有時並非由理性判斷驅動^[1]，而是在某些因素誘發下不得不採取創業行動，這類行為在創業實踐中雖占比較少，但作為創業頻譜的重要組成部分已受到部分學者關注和探索。Wiklund等以衝動特質為視角，構建了影響創業行為的概念框架^[2]，並利用動態跟蹤數據證實了多動症對創

* 本文獲2023年全國大學生管理挑戰賽（團隊賽）特等獎，體例按2023年全國大學生管理挑戰賽要求刊出。

** 何良興，（1991-），男，南京財經大學工商管理學院講師，南開大學創業研究中心兼職研究員，研究方向為創業管理與創新，E-mail:felix7036@163.com；劉彩珠，（2000-），女，南京財經大學工商管理學院研究生，研究方向為創業管理與創新，Email:3323688818@qq.com；賈必玉，（1998-），女，南京財經大學經濟學院研究生，研究方向為文化產業，E-mail:2722848504@qq.com

業行為的顯著影響可以通過衝動特質實現^[3]。Lerner等通過敘事研究方法，闡釋了3位創業者在不同環境下由衝動激發不得不創業並取得成功的事實^[4]。這些研究雖取得了有趣發現，但仍值得深入拓展。首先，初期探索成果尚未深入揭示衝動特質對意外創業行為的複雜影響機制，衝動特質作為多維構面，哪些構面等效影響創業行為還不明確。其次，儘管衝動對創業行為發揮重要作用，但現有探索未明確解釋衝動和環境要素如何相互依賴，進而作用於創業行為。特質激發理論認為，個人行為差異取決於人格特質和環境因素^[5]。在特定環境下，個人特質能誘發相關行為，因為外部環境提供了社會線索，該線索揭示了外部環境中身邊人對個體的需要和期望。因此，有必要進一步探索環境要素和具體衝動特質相互依賴，進而影響意外創業行為的多元路徑或複雜機制。

外部環境對創業者自主選擇工作任務的影響，不僅取決於創業者自己^[6]，還取決於家庭成員期望^[7]。在成員較多的家庭環境中，家庭責任和生活壓力較大，衝動特質的人更易產生改善生活的願望，將創業視作理想的職業選擇^[8]；在家庭成員較少的環境中，家庭經濟責任和風險較小，衝動特質的人更容易依靠直覺參與創業。因此，本文用組態思維整合家庭規模和具體衝動特質，使用定性比較分析方法揭示驅動意外創業行為的多元路徑。研究發現，存在兩類組態：（1）在非高深思熟慮型組態中，不同家庭規模下的緊迫感、刺激尋求特質互斥；（2）在高深思熟慮型組態中，高毅力作為邊緣條件、非高緊迫感為核心條件、非高刺激尋求作為邊緣條件相互依賴實現高創業行為。研究結論豐富了創業行為文獻內容，拓展了特質激發理論邊界，為引導不同特質的人創業提供了啟發。

二、理論回顧

（一）意外創業

意外創業行為不同於有意願的、理性判斷驅動的創業行為：前者強調從事創業活動之前沒有意圖或推理分析，甚至沒有意識或考慮最終後果，卻成立了新公司；後者則強調對創業機會有意識地分析判斷而採取行動^[4]。事實上，創業面對高不確定情境^[9]，在未來市場不明確情況下，有意識地分析判斷很難實現或不可靠，一些人僅憑很少資訊或環境直覺就能快速做

出反應^[10]。有關創業事實也表明部分人在採取創業行動之前沒明顯意向^[11-13]，這種行為具有抑制解除（disinhibition）特徵，即個人在特定情境下將注意力轉向外界變化，獲取更多被別人忽視的資訊，從而產生一系列行為反應^[4]，突破“行為邊界”的阻礙以追求創業機會^[14]。

（二）衝動與意外創業行為

衝動作為抑制解除的表徵形式，對預測創業行為非常重要，尤其對沒有創業想法的人更是如此^[15]，它可以促使人們對潛在機會表現出有限注意力並產生衝動行為，這種行為一旦產生會使人們忽略潛在後果，朝著創業行動目標前進。在人格心理學中，深思熟慮、緊迫感、刺激尋求和毅力作為衝動特質的重要構面^[2]，均對意外創業發揮重要作用。

在創立新企業過程中，個人參與創業活動要面臨高不確定性，一方面未來市場事先不存在，另一方面現有資訊不完備^[16]，甚至不可靠，難以滿足不確定的決策要求。不同特質在該情境下會導致不同情感反應，進而影響個人是否採取實際行動。高刺激尋求、低深思熟慮的人面對意外機會更易忽略潛在後果^[2]，較少意識地分析判斷也會減少其消極情感，對創業持有較高期望和信心，最終在追求不確定、冒險性的活動中獲得滿足感^[17]。高緊迫感和毅力不足的人則恰恰相反，他們對意外創業的結果更加消極（如擔憂、害怕、恐懼等），更易產生拖延症進而阻礙創業行為產生^[18]。另外，毅力越高、緊迫感越低的人，越可能堅持完成創業活動；刺激尋求越少、深思熟慮越充分、毅力和緊迫感越高的人，越可能從初始創業行動中學習並調整創業行為^[2]。因此，在參與具體創業活動中，深思熟慮、緊迫感、刺激尋求和毅力等特質的共同作用為解釋意外創業的生成機制提供了新視角。

（三）家庭規模與意外創業

家庭規模對個人採取初創行為並創立企業具有重要作用^{[19][20]}。一方面，家庭規模具有累加效應，成員多的家庭可以在生活中相互照應和扶持，分散職業壓力和風險；家庭成員數量與家庭成員品質還存在替代效應^[8]，即在家庭資源有限條件下，人口多的家庭平均可得資源減少^[21]，此時家庭成員面臨更多生活責任和家庭負擔，這種壓力會促使個人產生改善動機，在面對意外機會時快速行動，把握機遇、開發機會。不過，家庭規模較大來

自家庭成員的阻力也可能更大。因為創業者在重要決策諮詢時會面臨更多親屬的壓力^{[22][23]}。另一方面，家庭規模較小的成員對創業活動感知風險較少。這些人更可能放棄工作而關注意外機會，通過意外機會開發去尋求滿足感、成就感，因為他們不需要在經濟上對家庭承擔更多責任^[19]，而且這些人親屬更少，遭遇的主觀規範阻力也會更少。不過，家庭規模較小意味著資源基數小，家庭成員會感知到親屬給予的資源支持不足，因此也可能忽視意外機會，不參與創業活動。

綜合上述，可以看出衝動特質和家庭規模對意外創業可能存在多種解釋。在大家庭中，一方面生活壓力大，高刺激尋求、低深思熟慮的人在這種壓力下越容易產生改善動機，較少考慮未知風險和不確定性，並對創業活動的潛在回報持有更多信心，從而做出創業決定；另一方面家庭成員阻力可能更多，在這種情況下，毅力越高、緊迫感越低的人越可能堅持創業、克服創業困難、實現創業成功。在小家庭中，一方面生活責任和成員阻力相對較小，高刺激尋求、低深思熟慮的人越容易忽視未來結果，傾向通過冒險活動獲取成就感、滿足感；另一方面資源基數較低、感知資源支持不足，高緊迫感、毅力不足的人會更加關注不確定結果的消極前景，從而降低參與創業的可能性。

三、研究設計

（一）樣本選擇與數據收集

本研究對象為意外創業的大學畢業生群體。意外創業表示個體從事創業活動前沒有意圖或推理分析，甚至沒有考慮最終後果，卻意外參與創業活動並創立企業。為甄別樣本，本研究設置篩選標準：“您有打算自己做生意或創辦一家公司嗎？”和“您現在是否不得已做生意？”。在調查中分別回答“否”和“是”則屬於樣本群體。

表1 樣本特徵描述 (N=49)

項目	特征分布	數量	比重 (%)
性別	男	36	73.5
	女	13	26.5
年齡/歲	≤30	24	49
	31~35	20	40.8
	≥36	5	10.2
教育水平	本科以下	13	26.5
	本科	34	69.4
	碩士	1	2.0
	博士	1	2.0
收入水平	5000元及以下	3	6.1
	5001-10000元	22	44.9
	10001-15000	20	40.8
	15000元以上	4	8.2

在數據收集中，為避免同源方法偏差，借鑒了Podsakoff等^[24]提出的建議，具體包括採取不同測量尺度評價條目，明確抽象條目、避免模糊表述，將條目內容客觀化，匿名收集問卷等措施。為降低回溯偏差，本研究採取動態跟蹤調查收集數據。第一輪調查通過線上調查平臺隨機發放問卷，調查地區覆蓋《中國雙創發展報告（2020~2021）》公佈的雙創指數前10名城市，這些城市的環境支持和資源能力基礎較好，有助於甄別不同類型的創業群體。本輪問卷隨機發放15823人，只有500名受訪者完成了調查，調查內容涉及創業意願和個人基本資訊。第二輪調查參照Gielnik等^[25]和van Gelderen等^[26]的研究在6個月後進行，具體根據篩選標準對第一輪受訪者跟蹤，最終49位受訪者就意外創業原因、創業行為和個人特質進行了評價。有效樣本比例9.8%，與“事先不打算採取行動但最終採取行動的比例中值為7%”的研究發現基本一致^[27]。跟蹤調查可能存在非回應偏差（nonresponse bias），T檢驗結果表明，跟蹤到和未跟蹤到的群體不存在顯著差異：性別（ $t=-0.893$ ， $p=0.372$ ），年齡（ $t=-1.289$ ， $p=0.198$ ），教育背景（ $t=0.560$ ， $p=0.575$ ）；收入（ $t=0.565$ ， $p=0.572$ ）。因此不存在受訪者差異引起的系統變異。樣本基本情況見表1。

(二) 變數測量

1. 意外創業行為

首先根據“沒打算自己做生意”和“不得已做生意”篩選出樣本對象，其次調查樣本群體對創業行為具體內容的評價。創業行為反映個人在創立新企業過程中已經參與的創業活動範圍^[28]，因此借鑒Davidsson和Honig^[29]、Rotefoss和Kolvereid^[30]使用的具體創業活動，主要包括：組建創業團隊、向別人或機構融資、將自己財產投入創業、獲取原材料、接觸並聯系供應商、向工商行政部門註冊、僱傭員工、產品或服務開發與銷售、開展行銷推廣、取得第一筆收入。最終用受訪者已參與的創業活動總數計算。

2. 家庭規模

家庭規模反映了一個家庭掌握和分配資源的基數，人口多的家庭通常有較高資源基礎來支持創業。參照奚國茜和賀小剛^[8]、Gras和Nason^[31]的測量，本研究以受訪者的家庭成員數量計算家庭規模。

3. 衝動

衝動特質具體內容借鑒了Whiteside和Lynam^[32]的測量條目。首先，深思熟慮表示個體在採取某一行動之前是否仔細考慮該行動後果，具體包括5個條目：我對生活持有一種保守而謹慎的態度；我不是那種說話不加思考的人；在不知道如何下手之前，我不會啟動一個專案；我傾向用理性明智的方法處理事情；我是一個謹慎的人。上述條目用是或否評價，Cronbach's $\alpha = 0.753$ 。

其次，緊迫感反映個人強烈感受消極情緒的傾向（如焦慮、擔憂、悲傷、恐懼等），以及對這些情緒產生的行為反應，具體測量條目如：我經常參與一些事情，事後卻希望擺脫這些事情；當我感覺不好時，為了讓自己好受一些，我經常會做事後後悔的事；我經常把事情搞得很糟糕，因為我心煩時做事會不加思考等12個條目。上述條目用是或否評價，Cronbach's $\alpha = 0.904$ 。

第三，刺激尋求表示個體喜歡追求令人興奮活動的傾向，以及對新經歷的開放性，具有該特徵的人喜歡參與新穎的、危險的和冒險的活動。測量內容包括：我通常尋求新的、令人興奮的經歷和感覺；我會嘗試任何事情；我非常喜歡冒險；我喜歡新的、令人興奮的經歷和感覺，即使它們有點嚇

人和不同尋常等12個條目。上述條目用李克特4點量表評價（1 = “非常不同意”；4 = “非常同意”），Cronbach's $\alpha = 0.862$ 。

第四，毅力表示個人對無聊或困難任務保持的專注力，採用5個條目測量：我通常喜歡把事情堅持到底；我一旦開始做某些事，就不想停下來；我很擅長調整自己的節奏，以便按時完成工作；我是一個效率高的人，總能把工作做好。上述條目用是或否評價，Cronbach's $\alpha = 0.640$ 。儘管一致性係數小0.7，但滿足問項數目小於6個時內部一致性係數大於0.6的標準^[33]。

（三）分析方法

本研究採取模糊集定性比較分析方法。首先，定性比較分析方法既適用於小樣本案例分析，也適用於大樣本案例分析^{[34][35]}。本研究篩選出的非意願行為群體樣本量較小，為實現個案分析的獨特性和深度，提高小樣本案例分析的推廣度，因此採用定性比較分析方法。其次，該方法能有效分析某個前因條件存在（不存在）對結果變數的影響，有助於揭示作用於結果變數的不同前因條件組態^[36]。最後，模糊集可以考察前因條件在不同程度或水準上的變化。在本研究中，家庭規模和個人特質等條件變數不是簡單的二分變數（0和1），涉及不同類別和程度差異，因此採取模糊集定性比較分析（fs QCA）。

四、數據分析與發現

（一）同源方法偏差

利用Harman單因素檢驗同源方法偏差。結果顯示：對主要研究變數共提取2個因數，兩個因數的解釋力度分別為35.203%、26.6%，累計解釋力度為61.803%。由此可以發現，檢驗結果既沒有提取唯一因數，也沒有出現多個因數中某個因數解釋力度過大的情況。因此，不存在同源方法偏差問題。

（二）描述性統計

表2報告了條件變數和結果變數的均值、標準差和相關係數。在條件變數中，家庭規模與緊迫感顯著相關（ $\beta = 0.514, p < 0.01$ ），深思熟慮和毅力顯著相關（ $\beta = 0.296, p < 0.05$ ），緊迫感和刺激尋求顯著相關（ $\beta = 0.554, p < 0.01$ ）；條件變數刺激尋求和結果變數創業行為顯著

負相關 ($\beta = -0.577, p < 0.01$)。這表明不同條件變數並非相互獨立，為本研究關注條件變數組態提供了基礎。

表2 描述性統計和相關係數

變數	均值	標準差	1	2	3	4	5	6
1. 家庭規模	3.755	0.902	1					
2. 深思熟慮	0.882	0.231	0.238	1				
3. 緊迫感	0.372	0.339	0.514**	0.131	1			
4. 刺激尋求	2.871	0.460	0.244	0.138	0.554**	1		
5. 毅力	0.910	0.183	0.142	0.296*	-0.116	-0.009	1	
6. 創業行為	4.082	1.766	0.117	0.178	-0.255	-0.577**	0.165	1

注：** $p < 0.01$ ，* $p < 0.05$

(三) 模糊集定性比較分析

1. 校準

在模糊集定性比較分析之前，首先要對分析變數進行校準 (calibrate)。校準表示同時考慮樣本案例間的類別差異和程度差異，將條件變數和結果變數校準為案例的集合隸屬^[36]。由於定性比較分析主要探討因果關係的集合，因此，只有校準測量變數，才能使原始測量具有能夠被解釋的集合意義^[35]。校準需要設置三個中斷點 (breakpoint)，即“完全隸屬 (full membership)”、“完全不隸屬 (full non membership)”、“交叉點 (crossover point)”。在本研究中，首先，通過主成分因數分析將受訪者對測量條目的原始評價結果整合，獲取每個變數的測量結果；其次，以每個變數的均值和最值為參照標準，並結合各變數在現實中的情況設置三個閾值校準原始測量變數，進而將原始變數值轉換為0-1的模糊得分。校準閾值見表3。

表3 原始測量變數的校準閾值

變數	完全隸屬	校準閾值交叉點	完全不隸屬
創業行為 ^a	9	5	1
家庭規模 ^b	6	4	2
深思熟慮	2.162	1.812	0.597
緊迫感	15.912	13.075	7.699
刺激尋求 ^c	2.443	0.990	0
毅力	1	0.853	0.3

注：a、b兩變數均值分別為4.1和3.8，創業行為和家庭規模只能取整，故交叉點分別設置為5和4；c變數作為一種特質，雖然主成分方法整合後出現負值，但實際情況只能為正值，故完全不隸屬設置為0。

2. 前因條件必要性檢驗

在對模糊集進行真值表分析前，有必要檢查條件變數的必要性（見表4）。首先，單個前因條件必要性分析。結果顯示，深思熟慮、毅力、非刺激尋求對創業行為的必要性一致性大於0.9，構成結果變數的必要條件；非刺激尋求對非創業行為的必要性一致性超過0.9，構成結果變數的必要條件；其他前因條件對結果變數的必要性一致性均小於0.9，不能構成結果變數的必要條件。其次，檢驗條件變數集合對結果變數的必要性。在家庭規模和衝動特質相關條件變數的集合中，家庭規模和深思熟慮的對創業行為的一致性為0.941，構成結果變數的必要條件；家庭規模和毅力對創業行為的一致性為0.954，構成結果變數的必要條件；非高家庭規模、非高刺激尋求對非創業行為的一致性為0.971，構成結果變數的必要條件。可以看出，每個前因條件對創業行為的作用較弱，而前因條件組態有助於解釋創業行為，有必要將不同前因條件納入fs QCA，揭示影響意外創業行為的不同組態。

表4 前因條件必要性、充分性檢驗

前因條件	創業行為	~創業行為
家庭規模	0.672	0.560
~家庭規模	0.826	0.718
深思熟慮	0.907	0.769
~深思熟慮	0.524	0.471
緊迫感	0.645	0.797
~緊迫感	0.820	0.462
刺激尋求	0.247	0.192
~刺激尋求	0.966	0.927
毅力	0.916	0.723
~毅力	0.531	0.525

注：“~”表示邏輯非

3. 組態解分析

首先，通過真值表構建不同前因條件組態，並對所有可能的組態編碼。即刪除不一致性閾值（原始一致性）低於0.8的條件組態，並根據所選一致性閾值將結果變數編碼為0或1。其次，對真值表進行“標準分析”並保留能夠覆蓋所有條件組態的質蘊含項（家庭規模*刺激尋求），得到高/非高

創業行為組態解（見表 5）。

創業行為組態解有3個。組態1顯示，非高緊迫感為核心條件，非高家庭規模、非高深思熟慮和非高刺激尋求為邊緣條件可以充分實現高創業行為；組態2顯示，高深思熟慮、高毅力和非高刺激尋求為邊緣條件，非高緊迫感為核心條件可以充分實現高創業行為；組態3表明，高家庭規模、高刺激尋求為核心條件，非高深思熟慮、高緊迫感和非高毅力為邊緣條件可以實現高創業行為。比較這3個組態可以發現，在組態1和3中，非高深思熟慮均作為邊緣條件；在組態2中，高深思熟慮作為邊緣條件。按照該邊緣條件可進一步將組態解歸為兩類，構成二階等價組態^[37]：非高深思熟慮型和高深思熟慮型。第一，在非高深思熟慮型組態中，不同家庭規模下的緊迫感、刺激尋求特質存在互斥關係（組態3中高緊迫感、高刺激尋求和組態1中非高緊迫感、非高刺激尋求），非高毅力作為邊緣條件只存在於高家庭規模的組態中。第二，在高深思熟慮型組態中，高毅力作為邊緣條件、非高緊迫感為核心條件、非高刺激尋求作為邊緣條件，它們相互依賴以實現高創業行為。

基於兩類組態，可以認為，①對於非高深思熟慮的人而言，在高家庭規模下需要具備高緊迫感、高刺激尋求條件來實現高創業行為，在非高家庭規模下只需具備低緊迫感、低刺激尋求就能充分實現高創業行為。事實上，一些人只需要很少資訊或環境直覺就能快速做出創業反應，比如維珍集團創始人Richard Branson在其自傳中提到：“我會在30秒內決定一份商業提案是否讓我興奮^[11]。”另外，衝動特質相關條件也能促使個人將注意力轉向外界變化以獲取更多刺激。蘋果公司創始人喬布斯傳記中指出：多數人大腦中存在一個調節器，以約束任性的想法和狂熱的衝動，而喬布斯的大腦回路似乎缺少這種設備來調節腦海中突然出現的想法^[38]。②對於高深思熟慮的人而言，需要具備高毅力特質實現高創業行為。一些意外創業成功的實例也證明了這一結論。比如影響力阿卡德米創始人、整數科技創始人等表示，不能因為別人成功就忽略了創業的高風險，需要在社會曆練中積累經驗，降低對不確定性和高風險的消極情感，提高對困難任務的專注力，堅持創業成功率才會更高。

非高創業行為組態解主要目的在於驗證因果非對稱性。通過比較4個組態解，同樣可以按照該邊緣條件將它們歸為兩類，構成二階等價組態：非高

刺激尋求型組態和高刺激尋求型組態。在第一類組態，家庭規模和個人特質相關條件變數存在互斥關係，以實現非高創業行為；在第二類組態中，高緊迫感特質作為核心條件存在，其他條件缺失，可以實現非高創業行為。

表5 創業行為的不同組態解

条件变量	高创业行为组态解			非高创业行为组态解			
	1	2	3	1	2	3	4
家庭规模	⊗		●	⊗			●
深思熟虑	⊗	●	⊗	⊗		⊗	●
紧迫感	⊗	⊗	●		●	●	
刺激寻求	⊗	⊗	●	⊗	⊗	●	⊗
毅力		●	⊗			⊗	●
一致性	0.806	0.902	0.879	0.923	0.898	0.981	0.862
原始覆盖度	0.463	0.586	0.173	0.394	0.636	0.151	0.480
唯一覆盖度	0.038	0.041	0.003	0.119	0.171	0.031	0.036
总体一致性		0.711				0.861	
总体覆盖度		0.775				0.831	

注：●表示核心条件存在，⊗表示核心条件不存在，●表示边缘条件存在，⊗表示边缘条件不存在。

(四) 穩健性檢驗

在輕微改變操作後，若QCA得到的組態解之間存在子集合關係，不會改變研究發現的實質解釋。首先，本研究通過調整原始一致性閾值進行穩健性檢驗。具體將原始一致性閾值由0.8提高到0.85，得到一個組態解與初始組態的一個解基本一致，即高深思熟慮作為邊緣條件，非高緊迫感為核心條件，非高刺激尋求為邊緣條件，高毅力為核心條件可以實現高創業行為。其次，將案例頻數閾值由1提高到2，得到一個組態解與初始組態中的一個解一致，即高深思熟慮、高毅力作為邊緣條件，非高緊迫感為核心條件，非高刺激尋求為邊緣條件可以實現高創業行為。檢驗結果表明初始組態解穩健。

五、研究結論與討論

(一) 理論貢獻

本研究貢獻集中在兩方面。第一，通過組態思維豐富意外創業文獻內容和研究視角。意外創業行為的成因機制研究處於探索階段，尚未揭示衝動特質相互依賴對其產生影響的多元路徑或複雜機制。本研究利用組態思維發現，非高深思熟慮型、高深思熟慮型組態均作為個人意外創業的路徑：在非高

深思熟慮型組態中，不同家庭規模下的緊迫感、刺激尋求特質存在互斥關係；在高深思熟慮型組態中，高毅力作為邊緣條件、非高緊迫感為核心條件、非高刺激尋求作為邊緣條件，它們相互依賴可以實現高創業行為。研究發現不僅彌補了現有觀點認為只有某種高水準特質才能創業的不足，還為 Wiklund等^[2]整體解釋衝動影響創業行為的觀點提供了組態證據。

第二，將家庭規模和衝動特質整合，探索衝動特質在不同家庭規模下驅動意外創業行為的多元路徑，拓展了特質激發理論的邊界條件。特質理論強調環境可以調節個人特質和行為的關係，但現有研究對外部環境的有關線索考慮不足。本研究以家庭規模為視角，揭示了衝動特質相關條件在不同家庭規模下的組態。研究發現，非高深思熟慮特質的人，在高家庭規模下具備高緊迫感、高刺激尋求特質就可以實現創業，在非高家庭規模下只需非高水準特質就可以實現創業；高深思熟慮特質的人，不受家庭規模影響，需要高毅力特質實現創業。研究發現拓展了特質激發理論的情境線索。

（二）實踐啟示

本研究具有實踐啟示。首先，對非高深思熟慮特質的群體而言，其他衝動特質（而非全部）也能驅動創業成功。具體要結合家庭情況，在大家庭環境下注重培養緊迫感、刺激尋求特質，通過參與不確定的、冒險性的活動提升滿足感，增強創業成功的期望和自信心；在非高家庭規模下則沒必要過分依賴高緊迫感和高刺激尋求特質。其次，對高深思熟慮特質的群體而言，儘管面對創業活動的不確定性、高風險性會產生消極情感，但可以通過提升應對困難或無聊任務的關注力，培養堅定意志和毅力朝向創業成功。第三，對家庭成員或教育培訓機構而言，要對大家庭中非高深思熟慮、高緊迫感、高刺激尋求的人給予更多支持和關懷，對一般家庭中非高深思熟慮、非高緊迫感、高刺激尋求的人給予更多支持和關懷，不確定家庭規模則需要關注和支持高深思熟慮、高毅力特質的人。總之，要綜合考慮個人特質和家庭情況使二者匹配，從而激發相關行為以適應環境要求。

（三）研究不足與展望

本研究存在以下局限。首先，目前尚缺乏針對意外創業行為的測量條目，本研究在調查中先通過“是否不得已做生意”篩選出樣本群體，然後再調查其創業行為具體內容。意外創業還包含其他群體，未來研究可嘗試開發表徵

意外創業的測量內容，並將更多意外創業情況考慮在內，以進一步補充完善其構面，提升其測量信度。其次，本研究主要聚焦衝動視角，揭示“消極特質”相關內容對創業行為的影響。研究表明，積極特質和消極特質均能夠顯著影響創業行為，未來研究可從這兩方面豐富相關要素，探索多種特質相互依賴對意外創業行為的影響機制。第三，特質激發理論強調個人行為差異還受環境因素影響。本研究主要從個人所處的親密環境來揭示有關特質要素影響創業行為的邊界條件，未來可考慮其他環境因素，揭示多種外部因素和特質條件驅動創業行為的路徑機制。

參考文獻

- [1] Hunt R A, Lerner D A. Entrepreneurial Action as Human Action: Sometimes Judgment- driven, Sometimes Not[J]. Journal of Business Venturing Insights, 2018, 10: e00102.
- [2] Wiklund J, Yu W, Patzelt H. Impulsivity and Entrepreneurial Action[J]. Academy of Management Perspectives, 2018, 32(3): 379-403.
- [3] Wiklund J, Yu W, Tucker R, et al. ADHD, Impulsivity and Entrepreneurship[J]. Journal of Business Venturing, 2017, 32(6): 627-656.
- [4] Lerner D A, Hunt R A, Dimov D P. Action! Moving Beyond the Intendedly-rational Logics of Entrepreneurship[J]. Journal of Business Venturing, 2018, 33(1): 52-69.
- [5] Tett R P, Burnett D D. A Personality Trait-based Interactionist Model of Job Performance[J]. Journal of Applied psychology, 2003, 88(3): 500-571.
- [6] Miner J B, Smith N R, Bracker J S. Role of Entrepreneurial Task Motivation in the Growth of Technologically Innovative Firms[J]. Journal of applied psychology, 1989, 74(4): 554- 560.
- [7] Liñán F, Chen Y W. Development and Cross-cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2009, 33(3): 593-617.
- [8] 奚國茜, 賀小剛. 出生排行與創業選擇——來自千村調查的證據[J]. 經濟管理, 2021, 43(1): 106-123.
- [9] 張玉利, 謝巍. 改革開放、創業與企業家精神[J]. 南開管理評論, 2018, 21(5): 4-9.
- [10] 何良興, 張玉利. 創業意願與創業行為: 研究述評與展望[J]. 外國經濟與管理, 2022, 44(5): 64-78.
- [11] Branson R. Losing My Virginity[M]. Random House, 2011.
- [12] Orfalea P, Marsh A. Copy This! Lessons From a Hyperactive Dyslexic Who Turned a Bright Idea into One of America's Best Companies[M]. New York: Workman Publishing, 2005.
- [13] Hantula D A. Book Review[J]. Journal of Organizational Behavior Management, 2006, 26(3): 79-85.
- [14] Gavetti G. Perspective—Toward a Behavioral Theory of Strategy[J]. Organization Science, 2012, 23(1): 267-285.
- [15] Van Lent W, Hunt R A, Lerner D A. Back to Which Future? Recalibrating the Time- calibrated Narratives of Entrepreneurial Action to Account for Non-deliberative Dynamics[J]. Academy of Management Review, 2021, in press, <https://doi.org/10.5465/amr.2020.0358>
- [16] Shane S, Venkataraman S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research[J]. Academy of Management Review, 2000, 25(1): 217-226.
- [17] Eysenck S, Zuckerman M. The Relationship Between Sensation-seeking and Eysenck's Dimensions of Personality[J]. British Journal of Psychology, 1978, 69(4): 483-487.
- [18] Harima A, Gießelmann J, Götttsch V, et al. Entrepreneurship? Let Us Do It Later: Procrastination in the Intention-behavior Gap of Student Entrepreneurship[J]. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 2021, 27(5): 1189-1213.
- [19] Aldrich H E, Cliff J E. The Pervasive Effects of Family on Entrepreneurship: Toward a Family Embeddedness Perspective[J]. Journal of Business Venturing, 2003, 18(5): 573-596.

- [20] Kan K, Tsai W D. Entrepreneurship and Risk Aversion[J]. *Small Business Economics*, 2006, 26(5): 465-474.
- [21] Bagger J, Birchenall J A, Mansour H, et al. Education, Birth Order and Family Size[J]. *The Economic Journal*, 2021, 131(633): 33-69.
- [22] Arregle J L, BATjargal B, Hitt M A, et al. Family Ties in Entrepreneurs' Social Networks and New Venture Growth[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2015, 39(2): 313-344.
- [23] Martinez M A, Aldrich H E. Networking Strategies for Entrepreneurs: Balancing Cohesion and Diversity[J]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2011, 17(1): 1355-2554.
- [24] Podsakoff P M, MACKENZIE S B, Lee J Y, et al. Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2003, 88(5): 879.
- [25] Gielnik M M, Barabas S, Frese M, et al. A Temporal Analysis of How Entrepreneurial Goal Intentions, Positive Fantasies, and Action Planning Affect Starting a New Venture and When the Effects Wear Off[J]. *Journal of Business Venturing*, 2014, 29(6): 755-772.
- [26] Van Gelderen M, Kautonen T, Wincent J, et al. Implementation Intentions in the Entrepreneurial Process: Concept, Empirical Findings, and Research Agenda[J]. *Small Business Economics*, 2018, 51(4): 923-941.
- [27] Gollwitzer, P. M., Sheeran, P. Implementation Intentions and Goal Achievement: A Meta-analysis of Effects and Processes[J]. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2006, 38:69-119.
- [28] Shirokova G, Osiyevskyy O, Bogatyreva K. Exploring the Intention-behavior Link in Student Entrepreneurship: Moderating Effects of Individual and Environmental Characteristics[J]. *European Management Journal*, 2016, 34(4): 386-399.
- [29] Davidsson P, Honig B. The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs[J]. *Journal of Business Venturing*, 2003, 18(3): 301-331.
- [30] Rotefoss B, Kolvereid L. Aspiring, Nascent and Fledgling Entrepreneurs: An Investigation of the Business Start-up Process[J]. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2005, 17(2): 109-127.
- [31] Gras D, Nason R S. Bric by Bric: The Role of The Family Household in Sustaining a Venture in Impoverished Indian Slums[J]. *Journal of Business Venturing*, 2015, 30(4): 546- 563.
- [32] Whiteside S P, Lynam D R. The Five Factor Model and Impulsivity: Using a Structural Model of Personality to Understand Impulsivity[J]. *Personality and Individual Differences*, 2001, 30(4): 669-689.
- [33] Fayers P M, Machin D. Multi-item Scales, Quality of Life: Assessment, Analysis and Interpretation[M]. John Wiley & Sons, Ltd., 2002, 72-90.
- [34] Greckhamer T. CEO Compensation in Relation to Worker Compensation Across Countries: The Configurational Impact of Country-level Institutions[J]. *Strategic Management Journal*, 2016, 37(4): 793-815.
- [35] 杜運周, 賈良定. 組態視角與定性比較分析(QCA): 管理學研究的一條新道路[J]. *管理世界*, 2017(6): 155-167.
- [36] Ragin C C. *The Comparative Method: Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies*[M]. California: University of California, 2014.
- [37] Fiss P C. Building Better Causal Theories: A Fuzzy Set Approach to Typologies in Organization Research[J]. *Academy of Management Journal*, 2011, 54(2): 393-420.
- [38] Isaacson W. *Steve Jobs*[M]. New York: Simon & Schuster, 2011.

《內地與澳門關於建立更緊密經貿關係的安排》（CEPA） 框架下，澳門會展業的現狀與發展範式

高勝文*

摘要：會展業是澳門發展經濟適度多元化的重要一環，澳門回歸後，在中央政府的支持下，特區政府憑藉自身的優勢，採取了一系列的具體措施，大力推動會展業的發展，多年來取得了顯著的成績。然而，在一些制約因素及轉型時期發展的新趨勢下，本澳的會展業發展進入了瓶頸期。為此，本文對澳門會展業的現狀進行分析，並嘗試在《內地與澳門關於建立更緊密經貿關係的安排》（CEPA）框架下提出發展範式，以進一步推動澳門會展業的發展。

關鍵詞：會展業；《內地與澳門關於建立更緊密經貿關係的安排》（CEPA）；
現狀；發展；澳門

一、前言

歷史上，澳門是東西方經濟文化的交匯點，是著名的國際自由港，也曾是遠東地區非常繁忙的轉口貿易商埠，在幾個世紀的對外經貿中，長期發揮着合作平台的作用。

澳葡政府時期，主要秉持“自由市場經濟”理念，除博彩業等少數特殊產業之外，澳葡政府對澳門經濟基本是“不干預”，任由某些產業在澳門“自生自長、自衰自滅”。因此當時的澳葡政府，基本不重視發展會展業，對澳門會展業的發

* 高勝文，行政學博士、心理學碩士畢業、管理學學士，特聘教授，跨領域學者，現任國際（澳門）學術研究院院長，研究方向涉及人文社會科學多個領域。

展也就沒有比較明確和具體的扶持措施。¹澳門回歸後，隨着澳門第三產業加速發展，對外交流合作不斷增加，在中央政府的支持下，特區政府憑藉自身的優勢，分別從政策層面和操作層面制定並實施了一系列的具體措施，大力推動會展業的發展。

2017年，澳門會展業增加值總額35.48億，約佔所有行業增加值總額的0.9%。與2015年相比，增加值總額升近147%，佔比則增加0.5個百分點，可見，在新興產業中，會展業發展尤其迅速。²然而，在一些制約因素及轉型時期發展的新趨勢下，本澳的會展業發展進入了瓶頸期。為此，本文對澳門會展業的現狀進行分析，並嘗試在《內地與澳門關於建立更緊密經貿關係的安排》（CEPA）³框架下提出發展範式，以進一步推動澳門會展業的發展。

二、澳門會展業的現狀分析

下文將從澳門會展業的相關政策、硬件、項目、參與人數及產值等方面，對澳門會展業的現狀作出分析。

（一）是政策的支持

在政策方面，澳門特區政府自第一份財政年度施政報告就提出了發展會展業之相關施政措施，以促進澳門經濟適度多元化發展，近年，更將會展業列為重點發展項目，更明確、更清晰及更細化澳門會展業的發展方針。從表1可見，近年

¹ 李曉平. 澳門會展業發展現狀與前景分析[J]. 澳門經濟 第三十二期. 澳門：澳門經濟學會，2012：45.

² 經濟適度多元初見成效[N]. 澳門日報，2018年11月28日.

³ 為促進中國內地與澳門經濟共同繁榮與發展，中國中央政府與澳門特區政府於2003年10月18日簽署《內地與澳門關於建立更緊密經貿關係的安排》（英文為Mainland and Macao Closer Economic Partnership Arrangement，簡稱CEPA）。自此之後，2004年、2005年、2006年、2007年、2008年、2009年、2010年、2011年、2012年、2013年又分別簽署了《補充協議》、《補充協議二》、《補充協議三》、《補充協議四》、《補充協議五》、《補充協議六》、《補充協議七》、《補充協議八》、《補充協議九》、《補充協議十》。

澳門會展業的施政措施，主要圍繞人力資源、項目扶持、區域合作等方面，並以“會議為先”作為會展業的發展方向。

表1 2015—2018年澳門會展業主要施政措施列表

施政報告年份	會展業主要施政措施
2015	<p>加快培育會展業：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 繼續有效實施推動會展業發展的各项扶助計劃； 2. 加強培育本澳品牌展會； 3. 繼續引進並支持辦好從外地引入的知名展會； 4. 有效落實中央支持澳門發展會展業的政策和措施； 5. 推動會展區域合作。
2016	<p>以“會議為先”推動會展業發展：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 有效落實並優化各项會展業扶助計劃及服務，達致“精準有效扶持”； 2. 着力推進會議業的發展，加強會展競投及支援“一站式”服務； 3. 繼續培育本地品牌展會； 4. 支持本地會展業界在境外舉辦會展活動； 5. 系列工作強化本澳會展的誠信形象； 6. 推進會展業發展的科學研究； 7. 加強會展業對外交流合作； 8. 從人力資源政策支持會展業發展； 9. 有效落實中央支持澳門會展業發展的政策和措施。
2017	<p>推進以“會議為先”的會展業，拉動周邊行業及社區經濟發展：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 不斷提升本澳會展項目的專業水平和成效； 2. 加強推廣並優化服務，競投及引進更多大型會展活動在澳舉行； 3. 支持會展業界提升專業水平，結合人力資源政策支持行業發展； 4. 探討進一步推動本澳會展業健康發展的路徑。
2018	<p>落實《澳門特別行政區五年發展規劃（2016—2020年）》中以“會議為先”的會展業發展方向，加快培育會展業的產業鏈，透過不斷提升自身水平和加強對外推廣，深化區域合作，提升原有品牌項目的效益，並且引進不同類型高質素的會展項目在澳舉行，吸引更多優質的高端消費商務旅客，在帶動本地更多行業、中小企業和僱員綜合發展的同時，透過會展活動對內連接內地省區（特別是“粵港澳大灣區城市群”），對外聯通葡語國家和“一帶一路”沿線國家地區，進一步促進彼此的雙向經貿往來。</p>

資料來源：《中華人民共和國澳門特別行政區政府財政年度施政報告》（2015—2018）

另一方面，為促進內地⁴和澳門特別行政區經濟的共同繁榮與發展，加強雙方與其他國家和地區的經貿聯繫，雙方於2003年10月18日決定簽署《內地與澳門關於建立更緊密經貿關係的安排》（下文簡稱CEPA），其後陸續簽訂多個

⁴ 《內地與澳門關於建立更緊密經貿關係的安排》中，內地係指中華人民共和國的全部關稅領土。

補充協議。通過採取逐步減少或取消雙方之間實質上所有貨物貿易的關稅和非關稅壁壘、逐步實現服務貿易自由化，減少或取消雙方之間實質上所有歧視性措施、促進貿易投資便利化等措施，加強內地與澳門特區政府之間的貿易和投資合作，促進雙方的共同發展。隨着 CEPA 及其多個補充協議的簽訂，澳門會展業可以在內地發展，而且也為內地會展業界來澳參展消除某些障礙。可以說，中央政府的大力支持，使得澳門會展業能取得顯著的成績。

（二）是硬件的提升

近年，隨着各承批公司在“金光大道”的大型建設工程相繼復工，澳門新增了一些大型會展場館。除了原有的旅遊塔會展中心、科學館、綜藝館、東亞運體育館、澳門會展中心、威尼斯人會展中心等會展場館外，現已建成並已投入營運的喜來登金沙城中心酒店、四季酒店、銀河綜合渡假城等私人企業，也能為會展業提供不同類型的場地。據官方數據顯示，現階段，澳門會展場地面積近 19 萬平方米，較 2005 年會展業發展之初增長近 12 倍。隨着新的酒店專案陸續落成，預計到 2020 年，澳門會展場地的規模將超過 21 萬平方米。⁵這些大型會展場館的建成並投入使用，豐富並提升了澳門會展業的硬件。

（三）是會展活動的增加

2015 年國際展覽業協會（UFI）統計報告顯示，2014 年澳門共舉辦 26 場專業展覽，較 2013 年增加 8 場，成長幅度為 44.4%；總銷售面積為 19 萬 7,500 平方公尺，較 2013 年增加 5 萬 4,500 平方公尺，成長幅度逾 38.1%，總銷售面積名列亞洲第 11，但成長率則居亞洲之冠（如表 2 所示）。

⁵ 周春雨. 澳門會展業與大灣區建設同頻共振[N]. 中國貿易報, 2018 年 4 月 17 日.

表 2 2014 年亞洲國家/地區專業展覽統計表

序號	國家/地區	舉辦專業展數量			總銷售面積		
		2013 年 (場次)	2014 年 (場次)	增減率 (%)	2013 年 (m ²)	2014 年 (m ²)	增減率 (%)
1	澳門	18	26	44.4	143,000	197,500	38.1
2	印尼	51	63	23.5	203,000	221,750	9.2
3	臺灣	89	102	14.6	716,250	779,250	8.8
4	菲律賓	44	46	4.5	151,250	164,500	8.8
5	泰國	77	88	14.3	506,250	550,000	8.6
6	韓國	160	158	-1.3	854,500	924,750	8.2
7	印度	145	162	11.7	854,750	920,000	7.6
8	中國大陸	565	619	9.6	9,719,750	10,443,000	7.4
9	越南	57	58	1.8	158,750	170,250	7.2
10	馬來西亞	77	78	1.3	300,000	321,000	7.0
11	巴基斯坦	29	29	0.0	77,000	81,750	6.2
12	香港	109	95	-12.8	906,000	934,750	3.2
13	日本	329	338	2.7	1,977,000	2,026,750	2.5
14	新加坡	93	88	-5.4	329,250	332,500	1.0

資料來源：《The Trade Fair Industry in Asia 11th》[R]. 法國：國際展覽業協會（UFI），2015。

回顧過去，2001 年澳門會展活動只有 252 項，到了 2017 年澳門會展活動已有 1381 項，約為 2001 年的 5.5 倍。現時，澳門舉辦的會展活動多樣，包括：“一帶一路”與澳門發展國際研討會、澳門國際貿易投資展覽會（MIF）、亞太經合組織（APEC）旅遊部長會議、世界旅遊經濟論壇、博鰲亞洲發展論壇（澳門）、亞洲美食佳釀展暨酒店及餐飲設備展、國際醫藥博覽會、國際環保產業合作發展論壇及展覽（MIECF）、葡語國家產品及服務展、澳門國際品牌連鎖加盟展、世界中醫藥大會、世界遺產旅遊博覽會、國際汽車博覽會、國際遊艇進出口博覽會、聖誕繽紛購物節、亞太婚慶博覽、國際食品嘉年華、夏日繽紛購物節等等。多樣的會展活動，不但豐富了澳門會展業的內容，更提升了澳門會展業的影響力。

（四）是參與人數及產值的增長

從澳門統計暨普查局的《服務業調查》的相關數據可見，2016 年澳門可提供會議展覽籌辦服務的場所有 80 間，按年增加 13 間，全年收益有 3.9 億元，按

年上升 23.9%；支出同比增加 13.4%至 3.4 億元，主要為購入商品/服務及佣金，有 2.4 億元，上升 19.3%，當中支付予服務承辦商的為 2 億元。由於收益升幅高於支出，盈利按年大幅增加 3.4 倍至 4,421 萬元，盈利比率（11.4%）及盈利與支出比率（12.8%）亦分別上升 8.2 個及 9.5 個百分點。增加值總額有 1 億元，較 2015 年上升 47.6%；同時，由於在職員工有所減少，導致在職員工平均增加值（30.1 萬元）的增幅達 60.1%。

表 3 2012—2016 年澳門會展業相關數據

年份	在職員工（名）	總收入（百萬澳門元）	增加值總額（百萬澳門元）
2016	344	388	103
2015	373	314	70
2014	271	276	54
2013	178	232	78
2012	130	206	72

資料來源：澳門統計暨普查局網頁 <https://www.dsec.gov.mo>

總的來說，近年澳門會展業的在職員工數目、總收入及增加值總額等方面都取得了較為顯著的增長。除 2016 年在職員工數目有所下降外，這些數據每年都呈顯著的增長態勢（如表 3 所示）。

（五）是區域合作的加強

隨着 CEPA 及其多個補充協議的簽訂，澳門會展業活動已不再限於澳門境內。以“活力澳門推廣週”活動為例，該活動是由澳門特別行政區政府、中央人民政府駐澳門特別行政區聯絡辦公室為指導機構，澳門貿易投資促進局為支持機構的大型綜合巡迴推廣活動，其主要內容包括：專題展示、產品展銷、經貿推介、行業對接、特色表演。自 2009 年至今分別在上海、重慶、北京、河南鄭州、吉林長春、江蘇南京、福建福州、廣西南寧、安徽合肥、內蒙古呼和浩特、湖北武漢、山東濟南、貴州貴陽、陝西西安、浙江杭州、四川成都、遼寧瀋陽、湖南長沙、山西太原、江西南昌、廣東江門、雲南昆明、福建廈門、廣東深圳、福建泉州及

海南海口等二十六個城市進行了巡迴展覽，活動的舉辦不僅宣傳推廣了澳門，加深內地企業與民眾對澳門經濟、商貿、旅遊及文化情況的瞭解，同時也協助澳門中小企業與內地企業構建起合作交流的網絡。⁶

表 4 2017 第三季展覽攤位、參展商及專業觀眾數目

	當季			首三季 總數
	總數	政府 主辦	非政府機 構主辦	
攤位(個)	2 547	1 061	1 486	5 727
參展商(個)	1 876	846	1 030	3 283
其中:				
中國內地	471	428	43	801
香港	208	30	178	556
澳門	612	199	413	1 132
專業觀眾(人次)	21 134	3 680	17 454	48 497
其中:				
中國內地	3 479	2 132	1 347	8 794
香港	2 862	191	2 671	5 654
澳門	13 811	1 078	12 733	25 539

資料來源：澳門統計暨普查局網頁 <https://www.dsec.gov.mo>

進一步來說，在 2017 年第三季，15 項展覽共設 2,547 個攤位，參展商有 1,876 個，中國內地及本地參展商分別佔總數 25.1% 及 32.6%；專業觀眾有 2.1 萬人次，來自本地的佔 65.3%。其中，11 項非政府機構主辦展覽的參展商(1,030 個)及專業觀眾(1.7 萬人次)大部分來自本地，分別佔相關總數 40.1% 及 73.0%；而政府主辦的 4 項展覽則有 50.6% 參展商(428 個)及 57.9% 專業觀眾(2,132 人次)來自中國內地（如表 4 所示）。可見，澳門會展業通過加強區域合作，特別加強與中國內地和香港的合作，帶動會展業的發展。

⁶ “活力澳門推廣週”，引自 <http://www.dynamicmacau.com/cn/home>

三、澳門會展業的發展範式

多年來，澳門會展業雖然取得了顯著的成績，但綜合觀察本澳近年來的會展業，其弱點逐漸顯現，如沒有歷史悠久的傳統品牌、缺乏強有力的本地特色產業群支撐、同時城市人口不多、消費群基數較小、整體消費力較弱等，本澳會展業發展遇到了瓶頸，已經是不爭的事實。⁷在轉型時期發展的新趨勢下，會展業的規模化、品牌化、專業化、國際化等程度也不斷上升。為此，本文因應澳門會展業的現狀，並嘗試在 CEPA 框架下，提出以下發展範式，以進一步推動澳門會展業的發展。

（一）培育多元知識人才

會展業的概念自千禧年代初期引入澳門時，初期主要聚焦於商務研討會，近年，行業已延伸至多個範疇。因此，需培育多元人才，以滿足會展業的發展需求。

表 5 2015 至 2020 年預計會議展覽業員工人數

年份	5:2 的比例	10:7 的比例	1:1 的比例
2015	411	522	633
2016	443	585	728
2017	474	648	822
2018	522	712	917
2019	569	791	1,012
2020	601	854	1,107

資料來源：《澳門酒店及會展行業未來人才需求研究報告》

註：然而若未來應市的酒店多屬於高檔的綜合酒店項目，相應新投入市場的會議展覽場地將比上列的比例為高，一如酒店業人力需求分析的情況，假設除歷史數據（即酒店及會議展覽場地數目 5:2 的比例）之外，再作另外的可能假設情況。基於現時澳門的經濟發展蓬勃及漸趨多元化，酒店及會議展覽場地數目比例將有望再提升。因此，我們再預設另外兩個分別為 10:7 及 1:1 的比例，以反映可能的狀況。

現時，本澳相關高校、業界普遍重視並開展了培訓會展業人才方面的工作，但現時在職員工與未來人才需求估計仍存在一定的差距，如 2016 年澳門會展業

⁷ 陳觀生. 本澳會展業最少面臨三大瓶頸[N]. 新華澳報, 2016 年 11 月 23 日.

在職員工有 344 名，但預計業界需要 433 至 728 位員工，至 2020 年終，業界將需 601 至 1,107 位員工（如表 3 及表 5 所示）；另一方面，現時業內大約只有一成的員工具有高等教育程度，而此比例將於未來十年持續。可見，未來行業對人力資源的數量和質量需求將不斷提升。

不可否認，會展業的發展離不開高素質的人才隊伍，而且會展業是一種牽涉面廣、專業性強的產業，一項會展活動從項目策劃、組織、管理、設計、配套、服務等環節都需要一批富有經驗的專業人才。因此，本研究認為，在現有的會展專業及職前培訓課程的基礎上，推動及建立產學研相結合的人才培訓體系，優化會展教育，增強實踐性及專業性，為澳門會展業培育理論及應用兼備的多元知識人才。

（二）打造特色會展品牌

近年，本澳會展活動雖然大幅增加，但現時澳門土地不足，在新城區落成前，難以在澳門境內舉辦大型會展活動。毫無疑問，打造特色會展品牌，是推動會展業健康及持續發展的新出路。

回顧澳門會展業的發展史，澳門雖未有特色會展品牌，但具有打造特色會展品牌的條件，一些具歷史及規模的會展活動，如國際環保產業合作發展論壇及展覽（MIECF）、世界旅遊經濟論壇、中葡語國家相關會展活動等，這些“會主展輔”⁸的會展活動，是其他城市難以複製的，均具有打造特色會展品牌的潛力；其次，我們可結合澳門美食節、國際藝術節、國際音樂節、國際青年舞蹈節、格蘭披治大賽車、光影節等節慶活動，舉辦“展節結合”⁹的會展活動，以增加影響力；最後，澳門會展業界也可通過引入外地特色會展品牌來澳參展，或以“聯

⁸ 會主展輔，即以會議為主、展覽為輔。

⁹ 展節結合，即舉辦會展時，結合旅遊節慶或帶有目的且連續性較強的活動。

合辦會”的形式來增添新元素，增加會展活動的吸引力。總的來說，我們可通過

“會主展輔，展節結合，聯合辦會”的發展策略，打造特色會展品牌。

（三）建設“三個中心”，發揮中葡平台作用

“中國—葡語國家經貿合作論壇（澳門）第四屆部長級會議暨中葡論壇成立十週年慶祝大會”於2013年11月5日在澳門圓滿舉行。會上，國務院副總理汪洋充分肯定了澳門中葡經貿平台的作用，表示中央政府將支持澳門建設“三個中心”（中葡中小企業商貿服務中心、葡語國家食品集散中心和中葡經貿合作會展中心），同時推出新八項措施支持葡語國家發展，其中包括建立中國與葡語國家雙語人才、企業合作與交流互動信息共享平台。

其中，“中國—葡語國家經貿合作及人才信息網”涵蓋了葡語國家食品資訊、雙語人才資料、服務機構信息、會展及經貿信息等方面內容及線下配套服務。“中葡論壇（澳門）培訓中心”自2011年成立至今，總共舉辦了近30期培訓班，累計為葡語國家、中國內地及澳門特區政府人員和技術人員培訓了超過700人。這些都為中葡平台建設提供人才智力支持。同時，特區政府也重點開展了平台的宣傳和商貿交流、配對活動的組織工作；¹⁰2017年6月舉行的“第八屆國際基礎設施投資與建設高峰論壇”共吸引了超過六十個國家和地區，超過一千四百名的政商學界精英雲集澳門，當中葡語國家是重點邀請國別，多位葡語國家的部長級官員、葡萄牙重點金融部門和企業參會，為內地、澳門與海外國家，尤其是葡語國家及“一帶一路”沿線國家在基礎建設、產能合作、金融配套服務方面提供對接機會。上述的各項突破，有效把澳門中葡平台形象更具體化，並在社會上形成了中葡平台的氛圍。¹¹

¹⁰ 社會研究智庫課題組. 不忘初心：加快“一個平台”建設[N]. 澳門日報，2017年5月31日.

¹¹ 劉關華：充分發揮澳門優勢[N]. 澳門日報，2017年5月29日.

未來，應完善規劃、發展新城區及“第四空間”，繼續推進“三個中心”的建設，在會展活動中增添更多葡語國家元素，使會展業逐步邁向規模化、品牌化、專業化、國際化，讓“中葡經貿合作會展中心”的功能日益凸顯，從而發揮中葡平台作用。

（四）在 CEPA 框架下，加強及深化區域合作

1. 擴闊琴澳合作空間

早於 2009 年，中央政府決定開發橫琴島，並正式掛牌成立橫琴新區，為澳門經濟發展提供了有力的支持。在 CEPA 框架下，通過加強貿易投資促進、通關便利化、商品檢驗、動植物檢驗檢疫、食品安全、衛生檢疫、認證認可及標準化管理、電子商務、法律法規透明度、中小企業合作、產業合作等方面的合作，藉此擴闊琴澳合作空間，推動會展業的發展。

2. 與粵港澳大灣區及“一帶一路”倡議有機對接、結合

因應 2013 年提出的“一帶一路”倡議，國家發展改革委、外交部、商務部於 2015 年 3 月聯合發佈了《推動共建絲綢之路經濟帶和 21 世紀海上絲綢之路的願景與行動》，《願景與行動》是“一帶一路”倡議首次公佈的總體的頂層設計和戰略規劃，文中對不同省份作出了清晰的定位，並明確指出要“充分發揮深圳前海、廣州南沙、珠海橫琴、福建平潭等開放合作區作用，深化與港澳台合作，打造粵港澳大灣區。”可以說，“一帶一路”倡議是未來會展業發展的重要路向。

因此，特區政府應進一步融入粵港澳大灣區及積極參與“一帶一路”倡議，並就此研究深化及推進會展業區域合作的短中長期計劃，在原有的基礎上加入更多相關元素，開辦更多新主題會展活動等，從而產生優勢互補及區域合作效應，推動會展業的發展。長遠來說，更需致力促進中葡平台與粵港澳大灣區及“一帶

一路”倡議有機對接、結合，以提升澳門在國家發展中的功能及地位。

四、總結

會展業是一個有特殊魅力和光明前景的產業，由於會展業具有較強的拉動性及整合性，因而它在促進澳門產業多元化中擔任獨特而積極的角色。在 CEPA 框架下，我們可通過培育多元知識人才、打造特色會展品牌、建設“三個中心”、加強及深化區域合作，以進一步推動澳門會展業的發展，並對澳門各行業的發展產生正面積極的影響。

**The current situation and development paradigm of
Macao's convention and exhibition industry under the
framework of the“Mainland and
Macao Closer Economic Partnership Arrangement”(CEPA)**

KOU SENG MAN

Abstract : The convention and exhibition industry is an important part of Macao's development of moderate economic diversification. After the return of Macao, with the support of the central government, the SAR government took advantage of its own advantages and adopted a series of specific measures to vigorously promote the development of the convention and exhibition industry, and has achieved remarkable results over the years. However, due to some constraints and new trends in development during the transformation period, the development of Macao's convention and exhibition industry has entered a bottleneck period. To this end, this article analyzes the current situation of Macau's convention and exhibition industry. And try to propose a development paradigm under the framework of the “Mainland and Macao Closer Economic Partnership Arrangement ”(CEPA), to further promote the development of Macau's convention and exhibition industry.

Key words : convention and exhibition industry ; “Mainland and

Macao Closer Economic Partnership Arrangement” (CEPA) ;

current situation ; development ; Macao

《經濟管理學刊》 投稿須知

《經濟管理學刊》由國際(澳門)學術研究院主管、國際(澳門)學術研究院經濟管理研究所與國際(澳門)學術研究院公共政策研究所共同主辦的學術期刊，創刊於 2023 年 3 月，是國際性經濟管理專業刊物，每半年出版一期。本刊以“理論、實踐、前沿”為辦刊方針，旨在促進經濟管理領域的繁榮和發展。

本刊歡迎國內外專家學者賜稿，投稿注意事項如下：

1. 來稿必須以繁體中文撰寫，全文字數以 5000-8000 字為宜；
2. 來稿文責自負，必須為原創且未經其他期刊以任何形式發表或出版，稿件一經採用，本刊可以任何形式發表或出版，或經本刊授權其他個人或單位以任何形式發表或出版，惟投稿 3 個月後仍未獲任何回覆，則可另投他處；
3. 本刊有權刪改來稿內容，如不同意，請在來稿中注明；
4. 為了統一規範論文的撰寫、編輯、印刷，以及為了便於論文處理、儲存、檢索、利用、交流、傳播等，投稿之論文格式請參照《體例要求》；
5. 來稿文章須同時以 WORD 檔及 PDF 檔格式電郵至 :imiarajem@hotmail.com

《經濟管理學刊》體例要求

一、頁面設置

1. A4 大小，標準邊界設定，除圖表、註腳、參考文獻、英文資訊行距為 1 外，全文行距為 1.5。

二、標題、課題資助、作者姓名、作者簡介

1. 文章標題為 16 號標楷體、加粗、置中；
2. 如有課題資助，則在文章標題尾以上標標註“*”號，並以插入註腳形式說明，採用 10 號標楷體；
3. 作者姓名為 12 號標楷體、置中，設於文章標題下一行；
4. 作者簡介在作者姓名尾以上標標註“*” / “**”號（如有課題資助），並以插入註腳形式說明，採用 10 號標楷體，順序介紹作者的姓名、學歷、單位、職稱及研究方向等。

三、摘要及關鍵詞

1. “摘要”、“關鍵詞”為 14 號標楷體、加粗；
2. 摘要字數一般在 300 字內，關鍵詞通常為 3-5 個，關鍵詞之間用分號隔開；
3. 摘要、關鍵詞內容為 12 號標楷體。

四、各級標題、正文文字

1. 文章一般設置四級小標題，各級標題按行文所需使用。
2. 一級標題以“一、”“二、”……編號，14 號標楷體、加粗、置中，標題後不加標點符號；
3. 二級標題以“（一）”“（二）”……編號，12 號標楷體，標題後不加標點符號；
4. 三級標題以“1.”“2.”……編號，12 號標楷體，標題後不加標點符號；

5. 四級標題以“(1)”“(2)”……編號，12號標楷體，標題後不加標點符號；
6. 正文文字為12號標楷體。

五、圖、表

1. 若文中含有圖、表，務必保證其中的符號、數字、文字、圖線清晰規範。圖、表需放在正文提及之後，需連續編號，如“圖1”、“表1”。

1.1 表

- 1.1.1 表號、表題放在表的上方，表號空一全形空格後加表題，表號、表題採用10號標楷體、加粗、置中；
- 1.1.2 表中文字採用10號標楷體；
- 1.1.3 “資料來源”應置於表下方，採用10號標楷體、置中。
- 1.1.4 “註”排在“資料來源”下一行，頂格。
- 1.1.5 全表行距為1。

1.2 圖

- 1.2.1 圖號、圖名放在圖的下方，圖號空一全形空格後加圖名，圖號、圖名採用10號標楷體、加粗、置中；
- 1.2.2 圖中文字採用10號標楷體；
- 1.2.3 “資料來源”應置於圖名下一行，採用10號標楷體、置中。
- 1.2.4 “註”排在“資料來源”下一行，頂格。
- 1.2.5 全圖行距為1。

六、英文資訊

1. 標題、作者姓名、摘要、關鍵字四部分全部翻譯成英文，放在正文後，行距為1；
2. 文章英文標題為16號Times New Roman、加粗、置中；
3. 作者姓名為12號Times New Roman、置中，設於文章標題下一行；
4. “Abstract”、“Key words”為14號Times New Roman、加粗；

5. 摘要字數一般在 300 字內，關鍵詞通常為 3-5 個，關鍵詞之間用半形分號隔開；
6. 摘要、關鍵字內容為 12 號 Times New Roman，使用半形標點符號。

七、參考文獻

1. 參考文獻以插入註腳形式置於頁底，參考文獻採用 10 號標楷體，行距為 1；
2. 標註方法採用 1，2……作序號且順序編碼，按正文中引出的先後次序列出，序號頂格，序號空一全形空格後加註釋文字，同時在正文中用上標標註序號；
3. 參考文獻詳見《GB/T 7714-2015 資訊與文獻參考文獻著錄規則》，參考文獻主要格式如下。

3.1 專著

專著是以單行本形式或多卷冊形式，在限定的期限內出版的非連續性出版物，包括以各種載體形式出版的普通圖書、古籍、學位論文、技術報告、文集、彙編、多卷書、叢書等。基本著錄項目與著錄格式為：

[序號] 主要責任者. 題名: 其他題名資訊[文獻類型標誌]. 其他責任者. 版本項.
出版地: 出版者, 出版年: 引文頁碼[引用日期]. 獲取和訪問路徑.

示例：

- 1 高勝文. “一帶一路”倡議及粵港澳大灣區背景下 澳門的發展範式與推進路徑[M]. 澳門: 科教文出版社, 2019: 76-111.
- 2 昂溫 G, 昂溫 P.S. 外國出版史[M]. 陳生錚, 譯. 北京: 中國書籍出版社, 1988.

3.2 連續出版物

連續出版物是載有卷期號或年月順序、計畫無限期地連續出版發行的出版物，包括以各種載體形式出版的期刊、報紙等。基本著錄項目與著錄格式為：

[序號] 主要責任者. 題名:其他題名資訊[文獻類型標誌]. 年, 卷(期)-年, 卷(期). 出版地:出版者, 出版年[引用日期]. 獲取和訪問路徑.

示例:

- 1 高勝文, 張向前. 經濟管理學刊 第1期[J]. 澳門: 國際(澳門)學術研究院經濟管理研究所、國際(澳門)學術研究院公共政策研究所, 2023.
- 2 中國圖書館學會. 圖書館學通訊[J]. 1957(1)-1990(4). 北京: 北京圖書館, 1957-1990.

3.3 專著中的析出文獻

專著中的析出文獻是指專著中析出的具有獨立篇名的文獻。基本著錄項目與著錄格式為:

[序號] 析出文獻主要責任者. 析出文獻題名 [文獻類型標誌] 析出文獻其他責任者 || 源文獻主要責任者. 源文獻題名:其他題名資訊. 版本項. 出版地: 出版者, 出版年: 析出文獻的頁碼[引用日期]. 獲取和訪問路徑.

示例:

- 1 程根偉. 1998年長江洪水的成因與減災對策 [M] || 許厚澤, 趙其國. 長江流域洪澇災害與科技對策. 北京: 科學出版社, 1999.
- 2 鐘文發. 非線性規劃在可燃毒物配置中的應用 [C] || 趙瑋. 運籌學的理论與應用: 中國運籌學會第五屆大會論文集. 西安: 西安電子科技大學出版社, 1996.

3.4 連續出版物中的析出文獻

連續出版物中的析出文獻是指連續出版物中析出的具有獨立篇名的文獻。基本著錄項目與著錄格式為:

[序號]析出文獻主要責任者.析出文獻題名[文獻類型標誌].連續出版物題名:
其他題名資訊,年,卷(期):頁碼[引用日期].獲取和訪問路徑.

示例:

- 1 高勝文.澳門現代高等教育的回顧與展望(1981-2021)[J].行政 第136期.澳門:
行政公職局,2022:79-102.
- 2 丁文祥.數字革命與競爭國際化[N].中國青年報,2000-11-20(15).

3.5 電子文獻

電子文獻是以數字方式將圖、文、聲、像等資訊儲存在磁、光、電介質上,通過電腦、網路或相關設備使用有知識內容的文獻資訊資源,包括電子書刊、資料庫、電子公告等。

凡屬電子圖書、電子圖書中的中析出文獻以及電子報刊中析出的文獻基本著錄項目與著錄格式分別按專著、專著中析出的文獻、連續出版物中析出的文獻中的有關規則處理。除此之外的電子文獻基本著錄項目與著錄格式為:

[序號]主要責任者.題名:其他題名資訊[文獻類型標誌/文獻載體標誌].出版地:出版者,出版年(更新或修改日期).獲取和訪問路徑.

示例:

- 1 江向東.互聯網環境下的資訊處理與圖書管理系統解決方案[J/OL].情報學報,1999,18(2):4[2000-01-18].
<http://www.chinainfo.gov.cn/periodical/qbxb/qbxb99/qbxb990203>.
- 2 蕭鈺.出版業資訊化邁入快車道[EB/OL].(2001-12-19)
[2002-04-15] <http://www.creader.com/news/20011219/200112190019.html>.

3.6 文獻類型和標誌代碼

普通圖書M，會議錄C，彙編G，報紙N，期刊J，學位論文D，報告R，標準S，
專利P，資料庫DB，電腦程式CP，電子公告EB。

電子文獻載體類型標誌代碼如下：磁帶MT，磁片DK，光碟CD，聯機網路OL。

經濟管理學刊

主管：國際(澳門)學術研究院

主辦：國際(澳門)學術研究院經濟管理研究所

國際(澳門)學術研究院公共政策研究所

主編：高勝文、張向前

編輯：曹洪彬、鄭傲軒、劉弘燁、陳家豪

出版：學研出版社

印刷：學研出版社

版次：2024年6月第一版

印數：1000本

定價：80元

ISSN：2957-675X

國際(澳門)學術研究院簡介

國際(澳門)學術研究院為愛國愛澳社團，於2013年9月1日創立，並於2017年6月7日經澳門特別行政區政府正式批准成立的非牟利學術研究權威機構。本院章程於2017年6月14日刊登於澳門特別行政區公報第24期第二組，於澳門身份證明局的法人登記編號為：8149號，於澳門公證署的法人登記編號為第1/2017/ASS檔案組第44號。

本院依據《中華人民共和國澳門特別行政區基本法》以及本院《章程》開展院務工作，以熱愛學術研究，團結世界廣大學術研究愛好者；熱心服務社會，推廣、普及、促進各學術研究領域的繁榮和發展為宗旨。

本院下設15個研究單位、6個工作單位、6個附屬機構及3個直屬企業，涉及研究、文化、教育、慈善、社服、出版、競賽等。現有音樂、體育、教育、心理、文學、歷史、社會、經濟、管理、語言、資訊、藝術、醫學、數理、建築、天文等領域之專家學者會員5680餘名（含下屬單位會員）。

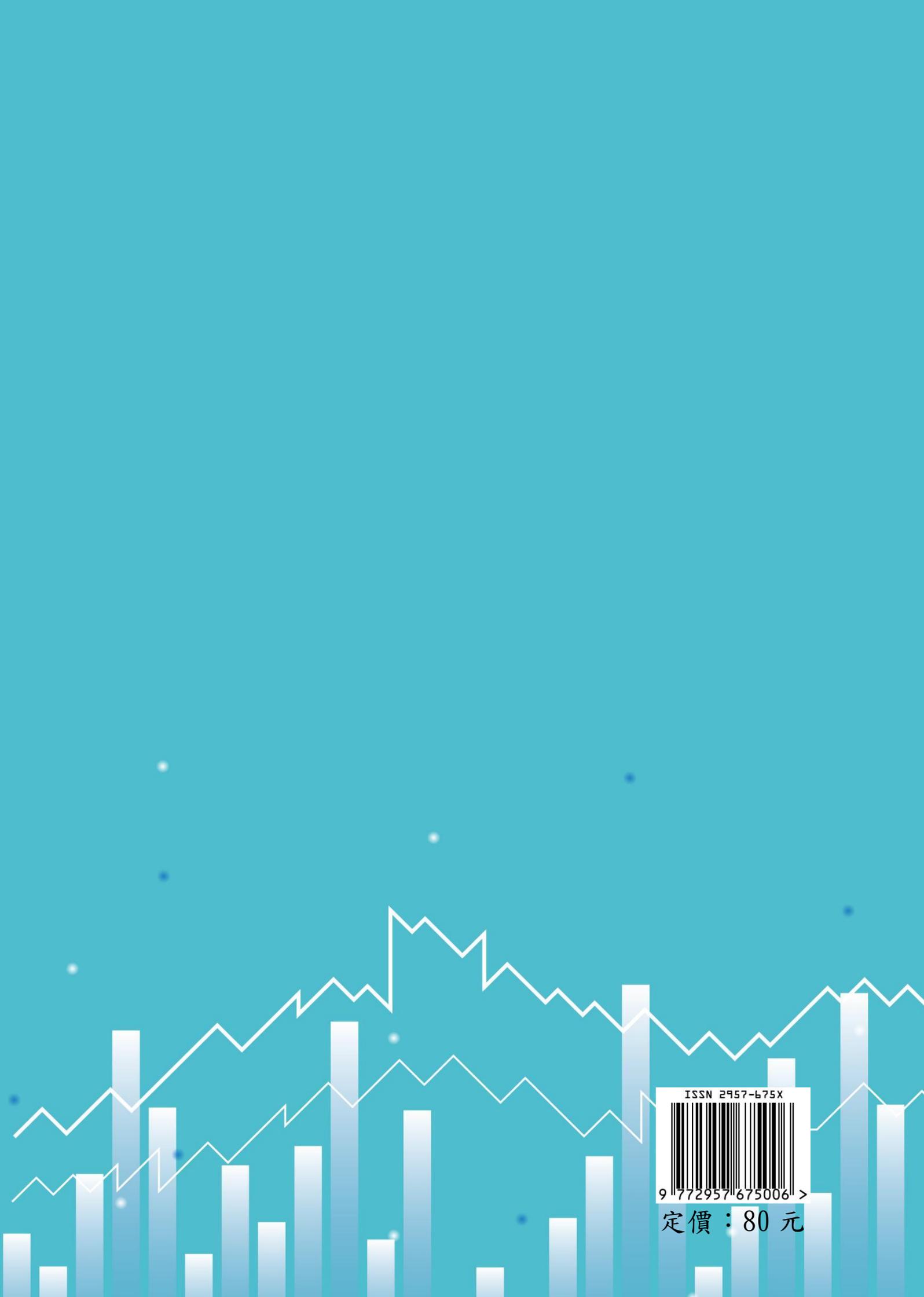
本院自成立以來，一直致力於加強國際學術交流，並先後與國內外多所大學及知名機構建立了國際友好合作關係，一舉成為澳門最有活力、最有影響力的學術研究組織之一。本院憑藉良好的發展勢頭贏得了業界的讚譽，自籌備、創立至今，已向國家捐贈多項教育基金、為國家捐建多座港澳台圖書館、推進中華母親節設立、申報研究項目獲澳門公立基金會（澳門基金會），私立基金會及企業資助、主辦多個國際性與全國性學術及文化藝術比賽、資助出版多部學術專著及多項文體活動，以助力國家教育事業發展，並在各領域為社會建言獻策、貢獻力量，以實際行動踐行愛國愛澳。多年來，已出版和參編多部著作，並在專業期刊發表多個領域之論文，學術研究成果也在多個領域多次獲獎。日後，期望能進一步把本院建設為國際上有知名度的研究機構和重要智庫。

為了使廣大學術研究愛好者及時溝通國內、國際學術研究資訊，本院每年主辦或合辦學術活動、比賽、研討會等，並吸收各地學術研究愛好者為會員，以便更好地促進學術研究活動。在此，本院熱烈歡迎各位學術研究愛好者加入，共同推動澳門學術研究事業向更高層次邁進！

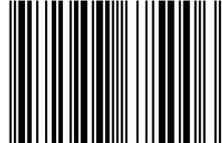
聯系方式

官方網頁：<https://www.imacaiar.org>

官方電郵：imacaiar@hotmail.com / imacaiar@gmail.com



ISSN 2957-675X



9 772957 675006 >

定價：80 元