



南京师范大学商学院
BUSINESS SCHOOL OF NANJING NORMAL UNIVERSITY

商言

王健文書

2017年12月刊

一场国祭壮民魂
千载民情维国运




虚拟与实体

在进入互联网加时代后，人们惊呼，这是一个虚拟的时代。原因是，通过互联网，互不相识的人可以轻易地联系起来。人的声音可以模仿，人的身份可以隐蔽，可以以假乱真、可以弄假成真，人们在享受互联网带来方便的同时，越来越感到担心，似乎我们离真实的世界越来越远，感到像是悬在空中一般。实际上，互联网带来的只是联系方式和手段的变化，互联网所联接的，仍然是实际存在的事物，只是有了更多的伪装，增加了准确识别的难度。通过技术手段的改进，相信可以在得到互联网带来的效率的同时，提高社会的信任程度。

用虚拟一词反映一种经济活动方式，相信马克思是最早的学者，他提出了虚拟资本这个概念，以与实体资本相对应，揭示了在当时出现的一种新的经济现象。虚拟资本的基础是实体资本，人们通过信用手段将实体资本虚拟化。股票就是虚拟资本的代表。股票的出现大大提高了资源的流动水平和利用效率。但其虚拟性也带有很大的诱惑力，似乎人们可以不用劳动而得到财富的增加。美国金融危机产生的原因不是因为互联网的应用，而是过分地夸大了虚拟资本的作用，形成了过高的经济杠杆，使得虚拟与实体的严重不对称，导致大厦的倾垮。

劳动创造价值是马克思主义经济学的基本观点，只有实际的生产活动，才能带来财富的增加。党的十九提出的新的发展理念，就是强调发展实体经济，包括利用互联网提高实体经济的运行效率。制造业是实体经济的核心，制造业的水平和质量，是一个国家竞争力的基础和集中体现。只有通过创新，提高制造业的水平，夯实实体经济的基础，才能实现我国经济的持续发展，提高现代化的水平和实现现代化强国的大业。

国际经济与贸易系教授 蒋伏心





2017年12月刊

主 办:

南京师范大学商学院大学生科学与技术协会

顾 问:

潘 镇 周 燕 冷开振 李金生
汪丽萍 白俊红

指 导:(按姓氏笔画排序)

白 洋 孙 振 戎 麾
许丽华 张新星 程 曦

主 编:

姜雨睿 付 文

编 委:(按姓氏笔画排序)

陈琦薇 姚 涵 周玮意 梁雅琪

网 站:<http://sxy.njnu.edu.cn/boshi/>

投 稿:

商学院学生会
科学与技术部言商编辑部

邮 箱: sxyanshang@126.com

目 录

卷首语

卷首语..... 1

要闻回顾

创新实践,承上启下
——记商学院本科生在首届全国高校绿色金融学术研究大赛中夺冠3

商学院第二十五期熊彼特创新论坛成功举办..... 4

乐学善思,砥砺前行
——商学院2017级新生职业生涯专题讲座落下帷幕..... 5

怀国际之思,立青云之志
——记商学院国际文化月暨海外名校交流会成功举办..... 6

以才济世,以德治学
——记商学院大学生创新创业训练项目中期答辩成功举办... 8

爱心支教,传递梦想
——记支教志愿交流分享会..... 9

学业指导

考研:如何选择一个适合自己的院校..... 10

怎样解决考研焦虑症 12

学术论坛

企业家灵性资本研究动态..... 13

财政分权对地方政府科技投入的影响..... 26

文化视角下企业内组织社会化对新生代员工工作投入的影响... 35

图说新闻

火热的“吃鸡”游戏让多方人马发家致富..... 42

美联储宣布加息25个基点..... 47

创新实践，承上启下

——记商学院本科生在首届全国高校绿色金融学术研究大赛中夺冠

2017年11月19日，由中央财经大学绿色金融国际研究院主办，中国金融学会绿色金融专业委员会等单位协办的首届全国高校绿色金融学术研究大赛在中央财经大学盛大举行。在商学院金融系主任、教授、博士生导师陶士贵老师的指导下，以商学院2015级金融系本科生胡静怡同学为组长的课题组代表南京师范大学参加决赛，撰写的学术作品《绿色信贷如何助力中小企业节能减排？——基于苏北、苏中、苏南的调查研究》从全国95个研究生和本科生优秀团队中脱颖而出，一举摘得自由作品组桂冠。



本次大赛以“承上启下，中国绿色金融创新实践论”为主题，下设命题科研组、自由作品组，参赛人员为全国多所知名高校的研究生和本科生。由我校商学院2015级胡静怡、陈璐、程文君、梁荣静、葛志鑫5名本科生组成的课题组代表南京师范大学参加比赛。经多轮匿名审议，专家从95个报名团队中遴选13份优秀作品进入决赛。在决赛上半场中，来自北京大学、南京大学、武汉大学等高校的团队分别就各自的研究成果进行展示和答辩。商学院胡静怡同学和陈璐同学从多个角度介绍了共计16万字、347页的学术作品，凭借出色的展示和精彩

的答辩冠压群雄，与来自中央财经大学的团队共同拔得自由作品组头筹，晋级下半场的冠军角逐赛。

在冠军角逐赛中，胡静怡同学和陈璐同学准确把握学术前沿，从区位视角、参与主体视角和融资方式视角深入阐述了课题的未来研究方向和计划，深刻剖析了绿色金融领域的热点问题和研究趋势，展示了扎实的专业功底、优异的学术素养和过硬的综合实力。点评专家对课题组的实践精神给予高度评价称赞，认为该学术作品选题科学，思路严谨，分析精准，结论可靠，未来研究方向具有极强的理论价值和现实意义。最终，课题组以全场得分第一的绝对优势获得自由作品组一等奖。



商学院自成立以来，紧密围绕我校高等教育大众化背景下精英人才培养目标，秉持“GRIT”拔尖人才培养模式，即培养具有“G (Globalization) 全球视野、R (Responsibility) 责任担当、I (Innovation) 探索创新和 T (Talent) 人才精英”的高层次人才，将提升学生科研创新实践能力作为高质量人才培养的一个重要环节，全力推进学院科研创新人才培养，为学生在国家级大赛中取得卓越成绩奠定基础。

商学院第二十五期熊彼特 特创新论坛成功举办

为加强我院学科建设，进一步提高科研申报项目质量，11月29日下午，商学院有幸邀请到上海交通大学环境科学与工程学院院长耿涌教授做客第二十五期熊彼特特创新论坛，为我院师生带来一场主题为“自然科学基金的申请要点和后评估准备”的精彩学术报告。此次报告会由商学院副院长白俊红教授主持，商学院的多名老师以及经济系和金融系的研究生参加了此次活动。



耿涌，上海交通大学环境科学与工程学院院长，特聘教授，上海市学术带头人，国家杰出青年基金获得者，主要从事环境管理、产业生态学、循环经济、能值理论、水资源规划与管理、气候变化政策研究。获得各类学术奖项10余项，入选国家百千万人才工程、国家杰出青年基金20周年巡礼及国家自然科学基金委2013年年度优秀成果、2016年国家自然科学基金委十二五优秀成果等。

报告会伊始，耿涌教授首先介绍了他承担国家自然科学基金的基本情况。耿教授指出，申请国家自然科学基金关键在于获得资助和后评估，要顶天、立地。顶天指要发国际顶级期刊，立地指要接地气，要有实践意义。在确定研究方向时，既要针对中国国情，

又要与国际化接轨。耿教授建议大家每天花10分钟时间去看跟自己专业相关的新闻，以及时了解国家相关政策。同时他指出，确定选题最好的方法就是出去调研，跟踪和把握科学前沿问题，在调查过程中发现问题。



接着，耿涌教授详细讲解了如何撰写项目申请书。他指出在对国内外研究现状进行述评时要客观公正，研究问题要具有理论意义和实践意义。研究目标“两个太少、四个太多、三个正好”。研究内容是要做什么而研究方案是怎样做，然后根据研究内容绘制技术路线图。技术路线图不仅要包括研究流程，还要包括研究方法和反馈机制。同时，申请书的字体、格式和标点符号每一个细节都要注意到，因为评审专家有理由相信一个连标点符号都不注意的人，是不可能成功的。最后，当项目进入后评估阶段时，国际合作是评估的关键，要尽早了解指标体系。

报告结束之后，耿涌教授同在座的老师和学生进行了深入的讨论与交流。耿教授条理清晰、言辞恳切的精彩报告，给在座师生留下了深刻的印象。在大家的热烈掌声中，本次熊彼特特创新论坛圆满结束。

乐学善思，砥砺前行

——商学院 2017 级新生职业生涯专题讲座落下帷幕

2017 年 11 月 8 日下午 4 点，南京师范大学商学院举办“创响”大学 Enjoy 商院——商学院 2017 级新生入学专题讲座，商学院党委书记周燕老师以“尚学、乐学、博学，助力职业生涯发展”为主题，向全院 2017 级新生做了一堂别开生面的讲座。

做尚学、乐学、博学的当代大学生

周燕书记首先从耶鲁大学和北京大学对大一学生所做的调查数据分析中，带领同学们解读了本次大会的主题。她指出，当前大学生在学习上主要存在动力、兴趣和方法三个方面的困惑。周书记认为学习困惑在本质上是价值取向问题，而不仅仅是表面的学习问题。她指出，同学们应该从“尚学、乐学、博学”三个角度进行学习路径探索，“做一个尚学、乐学、善学的当代大学生”。尚学解决学习动力的问题，通过探寻价值取向以及自己的职业向往，明确自己的学习目标和生命价值；乐学解决学习兴趣问题，通过挖掘兴趣爱好，明确职业目标，并努力向目标靠拢；博学解决学习方法问题，博学而善思，学习和思辨能力是谋求工作的根本。她殷切地希望大家有充沛的学习动力、充分的学习兴趣、高效的学习方法，为未来的职业发展助力。



使命担当 为职业生涯及早勇于试错

周书记特别强调，当代大学生要正确认识世界发展和中国发展大势，正确认识中国

特色和际比较正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。她希望，同学们要在大学初期尽早地树立先行动后思维的意识，因为“没有行动就没有思维，思维来自于行动”。在未来的职业生涯中，难免会经历挫折与挑战，也极有可能失败，因此在大学生涯里要“尽早失败”。她反复强调，尽早失败就是要学生们去勇于实践，勇于试错。只有在不断的尝试中，才能收获成功。同时，越早失败，就可以把失败的代价控制在最小范围内。她以 Facebook 的创始人扎克伯格为例，说明了及早行动的重要性，不能到在职业生涯的过程开始后才开始行动。最后，周书记用“大学、大师、大家和大爱，精神、价值、责任、使命，遇见南师，遇见更好自己！成就自我，回馈家国天下！”结束了讲座。她寄语广大新生，在大学四年的过程中，同学们不仅要有精神追求、价值探讨，也要树立起主动承担社会责任与历史使命的意识，这样才能更好地适应未来的职业生涯旅程。



周燕书记的讲座活泼生动，举例贴近生活，给同学们以深刻感悟和启发，受到了学生们的热烈欢迎。本次讲座开解了同学们的学习困惑，提供了他们在校的正确学习路径，达到了帮助新生了解适应并融入大学生活的目标，促使他们为将来的职业生涯早做准备。青春已启航，梦想正当时。商学院新生们将在今后的学习与工作生涯中，砥砺前行，逐梦前行！

怀国际之思，立青云之志

——记商学院国际文化月暨海外名校交流会成功举办

为推进我校建设有国际影响力高水平大学的进程，贯彻落实围绕“GRIT”人才培养计划，实现培养具有全球视野、责任担当的高层次商科精英人才的目标，南京师大商学院于2017年11月22日下午3:00在仙林校区行敏楼338举行了商学院国际文化月暨海外名校交流会。出席会议的有南京师范大学国际合作与交流处副处长史慧明老师、商学院党委副书记冷开振老师、商学院副院长白俊红老师、商学院院长助理刘利平老师、法国雷恩高等商学院夏逸雯老师、加州大学河滨分校姚青月老师、美英港新留学周巍巍老师以及商学院2015级、2017级本科生。



下午3:00，大会正式开始。首先，由商学院党委副书记冷开振老师致欢迎辞。冷老师从十九大在国外所受的关注度开篇，指出在中国国际地位日益增强、国际化办学日益重要的背景下，人才培养应以国际化为目标，商学院学子更应锐意进取积极拓展自己的国际视野。

接着，商学院副院长白俊红老师宣读了《商学院关于表彰2017年国际文化月“我与丝路有个约会”班团活动先进集体通知》并颁奖。商学院1501班获得一等奖，1607班等获得二等奖，1507班等获得三等奖，1601班等获得最具创新奖，1705班等获得最佳组织奖。随后，国际合作与交流处副处长史慧明老师宣读了《商学院2017年国际文化月“言商杯”商务英语演讲大赛获奖名单》并颁奖。商学院15级余心悦获得

一等奖，商学院15级吕欣然等获得二等奖，商学院16级方敏、法学院16级阮丹羚、外院16级刘佳逸、体科院15级邹馥凯等获得三等奖。

然后，俞乃畅、郭娱吟、付煜鸿、木一青四位同学依次为大家带来了境外留学、国际志愿和名企实习经验分享。她们的分享活泼生动、内容翔实。俞乃畅同学给大家分享了今年暑期在英国曼彻斯特大学学习的经历，特别介绍了英国独特的案例教学法。付煜鸿同学给大家带来了有趣又充满温情的国际志愿经历分享。在为期42天的国际志愿中，她用自己的真诚与爱心感动了波兰的孤寡老人，用自己的热情和微笑给需要帮助的孩子送去欢乐，她还自觉承担起宣扬中国优秀文化和树立中国现代化强国形象的使命。木一青同学为大家分享的忙碌而又充实的香港实习经历，不仅表明了实践与合作的重要性，而且还体现出着眼于未来的必要性。同学们也在分享中收获了许多乐趣，现场笑声连连，掌声不断。



其后，商学院院长助理刘利平老师对海外合作高校进行了简要介绍。法国雷恩高等商学院（ESC RENNES）位于法国雷恩，获得AACSB认证，EQUIS认证，AMBA认证，三重权威认证使该校成为国际顶尖名校之一。加州大学河滨分校（University of California, Riverside）是世界一流综合性研究型大学，世界百强名校，美国著名公立大学，美国国家一级研究型大学。是世界上最具影响力的公立大学系统——加州大学系统中十所名校之一，也是该系统中发展

最快的一所大学。法国雷恩高等商学院夏逸雯老师、加州大学河滨分校姚青月老师分别从两所学校的生活条件、学习氛围、学习费用等角度出发，对合作学校做了更加详细的展示。南师大商学院与两所名校的“3+1+1”计划为有志出国的同学提供了更好的平台，有助于同学们实现自己留学报国的梦想。



最后，来自美英港新留学的周巍巍老师结合南师的学校背景和同学们的学习能力给大家介绍了一些国际名校。周老师直接给出伦敦政治经济学院、华威大学、杜伦大学等著名学校对平均绩点、单科成绩、语言水平的要求：平均分基本要求在85以上，若想申请金融专业数学单科成绩不得低于85分，雅思成绩一般要求在6.5以上。面对这较为严格的录取要求，在场的不少同学感到有些紧张。但周老师对留学要求的解读也有

利于让有留学计划的同学提前做好相关准备、做好学业规划。周老师的分享简明扼要，紧扣学生最关心的分数问题，并列举不少申报成功的学生案例来激励同学们去追寻更加广阔的舞台。



此次商学院国际文化月暨海外名校交流会的举办，不仅对那些在国际文化月活动中表现突出的集体和个人有极强的鼓励意义，也让更多的同学有机会了解到留学的有关事项，有助于他们培养全球化视野，在未来搏出属于自己的天地。本次活动也反映了商学院积极响应十九大报告中提出的“坚定实施科教兴国战略、人才强国战略，培养造就一大批具有国际水平的战略科技人才、科技领军人才、青年科技人才和高水平创新团队”的号召，努力实现“建设有国际影响的高水平大学”的南师梦想。

以才济世，以德治学

——记商学院大学生创新创业训练项目中期答辩成功举行

2017年12月6日下午1:30, 南京师范大学商学院教务处、商学院科学与技术协会成功举办了大学生创新创业训练项目中期答辩。本次答辩分为仙林校区行敏楼106教室和112教室两个场次。担任106答辩场的评委是许芳老师、李晋老师和郭进老师, 担任112答辩场的评委是李健老师、郭化冰老师和白晓明老师。参与本次答辩的还有商学院2017年大创校级项目的所有团队。



下午1:30, 大创中期答辩正式开始。本次答辩共有38组同学参加, 他们从课题内容、研究过程、研究成果以及项目后续计划四个方面对自己的项目进行了详细阐述。

答辩过程中涌现出了大批优秀的队伍。其中, 来自15级金融专业沈芷薇同学带领的团队以《最后的洼地, 养老PPP? ——基于PPP模式的我国养老产业发展之路的调查研究》为主题的展示赢得评委们的赞许。她们通过问卷调查、实地走访深入了解当前老年人口、养老机构以及PPP养老模式的概况, 同时从项目背景、市场痛点和项目调查方面入手分析, 提出了优化的建议。展示完成之后, 评委老师就养老PPP模式的概念和该项目的后续计划提出相关问题和建议。15级金融专业吕欣然同学的团队以《碳金融工具的应用现状调研和发展前景分析——以上海市为例》为主题的答辩也十分精彩。她们通过实地走访、问卷发放、线上访谈和文献整理的方式深入了解了碳金融的最新政策、发展情况和普及程度, 并且分析了中国发展碳金融的机遇。随后, 评委老师们提出了小组

成员应该透过现象看本质。报告中的政策建议应进一步细化, 课题目的发展前景预测部分也应继续完善。



15级金融专业王睿同学的团队以《让农民不再受天灾之苦》为题的答辩也令人称赞。她们通过实地走访、政府专访了解江苏地区农业自然灾害风险实况, 在泰州市宣堡镇、滨江镇及常州市前黄镇向农民普及农业保险相关政策, 并获得大量一手资料, 最终写成近三万字的调研报告。她们的调研成果获得了光明日报等多家媒体的报道。评委老师也对该团队深入农村的群众精神作了充分肯定, 同时指出该团队最终发现的实际问题过少的缺陷。特别是李晋老师尖锐地指出了其不足之处, 其他评委老师也指出同学们应注重培养重点意识和样本广泛意识。在本次答辩过程中, 评委老师们为同学们指出了相关问题。相信在评委老师的指导下, 同学们的研究会进行得更加顺利并取得更大突破。

经过各个团队的展示以及评委老师的精彩点评, 本次商学院大创中期答辩于下午5点圆满结束。本次商学院大创中期答辩不仅为同学们大创项目的进一步研究指明了方向, 而且充分展现了商院学子关心社会的意识以及严谨踏实的研究态度。各团队在答辩过程中所体现出的责任担当意识和精英人才应该具备的素质是对商学院“GRIT”人才培养计划科学性的充分体现。希望同学们能以参与本次答辩的团队为榜样, 立足实践、求实创新, 积极发现问题, 运用所学知识为社会贡献自己的力量。

爱心支教，传递梦想

——记支教志愿交流分享会

2017年12月12日下午四点，由南师大商院“牵手”青协主办的志愿文化周之支教志愿交流分享会在行敏楼二楼学业发展中心顺利举行。



首先是汤智慧同学向大家介绍了支教的含义，“支教”即指支援教育。广义支教是指改善当地教育环境，培养当地师资力量，狭义支教则指志愿者到实地的支教行为。她还给大家普及了支教的分类，有长期支教、接力支教和假期支教。支教的地区大多在教育资源匮乏的西部。接着汤智慧同学介绍了与支教相关的组织，例如“中华支教与助学信息中心”、“为中国而教”、“好友营支教”、“美丽中国”，这些支教组织秉承着志愿者精神，为偏远地区输送了大批教育资源，为中国发展积累人才。然后她从国家官方和非官方两方面给大家介绍了参与支教的途径。最后她给大家讲述了明星江一燕支教的故事。江一燕因拍戏偶然认识了山区的孩子，从那时开始到现在坚持支教了10年；一次次的不舍得，放不下，成了她回去的理由。虽然她带给孩子们的不是完全的物质改变，但这些已经在他们心田上种下了梦想的种子，让他们原本灰暗的生活多了一片斑

斓。汤智慧同学讲解完，邀请同学们玩“零零七”小游戏放松一下。最后来到提问环节，回答正确的同学得到了一份精美奖品。

然后是易鑫学姐给大家分享了她的支教故事。她参加了由南师大和电子科技大学合作的星星支教活动。她和队友们带着募捐的物资，前往贵州省普安县地瓜镇岗坡村。虽然山路崎岖，路程遥远，但志愿者们依旧充满激情。他们给孩子们上了舞蹈课、绘画课，举办趣味运动会等各种比赛，让他们接触了拉丁舞和音乐，让孩子们从中感受到别样的乐趣。同时志愿者们通过聊天、家访的形式也逐渐打开了孩子们闭塞的心门，让他们主动交流，对未来多一份美好的憧憬。他们还给孩子们举办了毕业典礼，奖励表现优秀的孩子。孩子们穿上学士服，笑容格外灿烂。因为行程问题，只有两名老师与孩子们道别。分享结束后，学姐提出了两个问题，同学们积极回答并有两位回答正确，各获得一份精美奖品。最后学姐给大家播放了他们支教的视频，从中可以看到山区孩子生活的艰辛与不易，支教的意义不仅仅在于他们带去的物质资源，更重要的是给他们带去了外面世界的精彩和对未来的憧憬。



考研：如何选择适合自己的院校和专业？

考研真可谓是千军万马过独木桥，选择一个切合实际的院校和专业，无疑会给自己的考研增加胜算，这关系着自己未来几年甚至一生的发展方向和人生轨迹，建议考生一定要综合全面衡量主客观因素后，做出一个最适合自己的决定。每年在报考研究生时，大多的考生已经确定了考研的专业，但是会在择校择地区上会非常纠结。怎样有条理，科学地找寻适合自己的院校地区呢，下以心理学为例进行分析说明。

先选择院校要考虑以下因素：

院校方面：报考专业的院系信息，当年招生数量，专业题目的命题特点。

个人因素：经济实力，人际支援，专业学习水平，目标投奔地区。

了解院校招生整体现状：

学术 121 所院校招生，34 所已经退出统考大军，进行院校自主命题。

统考的专业课代码为 312，自主命题的院校有各自的代码，比如：775

2007 年起开始实行全国统考；2012 年，17 所院校非统考；2013 年，34 所院校非统考。

应用心理专业硕士（MAP）30 所院校招生，其中，13 所院校自己指定参考书目，其余都根据全国统一大纲，进行各院校自主命题。

所有专硕的专业课考研代码均为 347。进行目标区域筛选 你的活动领域不可超出家庭势力范围。你的就读区域要在恋人所在地为中心的 N 公里半径范围内。你的目标院校需要在你的直接人际圈内进行选择，某师的学姐？某大的师兄？本校的导师？你内心常驻北风那个飘雪的憧憬，江南那个烟雨的情愫。

如果你是这样的同学，那么，好极了，恭喜你锁定了报考范围。如果现在你的想法是地区不是重点。进行学术 or 专硕的选择。

1、时间成本

我国硕士的培养年限，是可以各院

校根据自身情况自主制定的。目前，大多数院校，心理学学术型硕士的学制是 3 年，也有个别院校是 2 年，比如吉林大学，北航等 30 所招应用心理专业硕士的院校中，大多数是 2 年，也有个别院校的培养年限是 3 年，比如首都师范大学。如果你就是纯粹为了就业而上这个研究生，就想上个好学校，那专硕还是不错的，早毕业一年，就早积累一年经验，就业机会也会多些。

2、经济成本

这里主要指备考成本和就读成本。在复习备考和读研的过程中，你是否有足够的经济实力支撑你渡过这 2-3 年的脱产期？备考阶段，如果你无力投入过多的经济成本，那么，院校越个别，你获得资讯和指导的成本越高。专硕的命题都是各院校自主的，再加上学科种类的繁多，成本自然高些。学术的统考是最省银子的，而学术非统考，可能比专硕投入还多。就读阶段，不同的地区和院校在学费和奖助学金上的标准是不一样的。一般而言，学术 14 年考试没有公费了，但是有奖学金的，跟当初的公费差别不大，专硕这边一般都是自费的，部分院校有公费名额例如首师，湖南师大，苏大，西北师大，山东师大，云南师大等院校。

为自己的研究生的费用算账：

A 校学术奖学金制，招 10 人，学费每年 9K 块，学制 3 年。奖学金比例百分之 70，进前 7，就读起你的口袋就只进不出了。可你一个不小心入学名次排在第 7 名之后，那么，你的就读成本是 $3 \times 8000 = 24000$ 。B 校专硕公费比例 22%，招 18 人，学费每年 5K 块，学制 3 年。你除非三甲，否则老实全额缴费。就读成本是 $3 \times 5000 = 15000$ 。C 校专硕没有公费，招 29 人，学费每年 8K，学制 2 年。就读成本是 $2 \times 8000 = 16000$ 。D 校专硕没有公费，招 35 人，学费每年 1.8W，学制 2 年。就读成本是 $2 \times 18000 = 36000$ 。所以想免费的重点在于初试考的高高的，复试表现的亮亮的。若非在经济上有特别的困难，在选择的时候，尽量不要以此项作为你的主

要考量因素。

学习兴趣和应试特点

在地区，时间，和银子的问题你都考虑清楚了之后，我们来考虑你的学习兴趣。你对什么样的学习形式更适应，更有兴趣，什么样的考试你更容易通过努力取得好成绩。

学术统考

312 全国大纲要求 7 个科目：普通心理学，发展心理学，教育心理学，社会心理学，实验心理学，心理学测量，心理学统计。

这里面，其实题型是固定的，分值分布明确些，难就难在我们统计要计算实验要设计，总分要求高，知识考的细，如果你真的很担心统计和实验，英语也不错，那就可以好好努力一下的。复习方法就是理解的基础上疯狂背诵。

学术非统考

34 所学术非统考中，考试要求科目以基础理论和研究方法为主，个别超出统考范围的科目有：心理学史，儿童心理学，人格心理学，心理咨询，变态心理学。

应用心理专业硕士

347 全国大纲要求 12 个科目，心理学导论，普通心理学，发展心理学，社会心理学；实验心理学，心理学测量，心理学统计，管理心理学；人格心理学，临床心理学，心理学咨询，变态心理学。

13 所自定书目的院校，比统一大纲要求的范围小，取大纲中的部分科目为重点，一般 3-6 本参考书。

尽管是应用，尽管是专硕，但是在考试的时候，有些院校的题型也是十分理论，十分学术感的，比如北京师范大学。

所以说，这里“理论化研究”和“应用化实践”的重点不在于你是专硕还是学术，而在于，你参加考试的时候，桌上那张 300 分的卷子，是要求你理解背诵精准掌握基础理论；还是要求你掌握大量专业知识，理解并能实践应用举例。

确定方案

1、全国+学术

根据 312 全国大纲进行前期复习，复习一个阶段之后，根据自己的专业复习水平，结合当年院校的实际招生情况，在全国范围

内，选择那个你比较有希望，且院校实力最优秀的进行报考。报考后进行针对性的冲刺应试复习。

2、区域+学术

A 该区域院校均为 312 统考，同上。B 该区域院校均为“几几几”非统考，那么，总结所有院校的指定科目范围，进行全面复习。后期根据自身实力进行筛选和报考。报考后进行针对性的应试准备。C 该区域有 312 统考院校，有“几几几”非统考院校。C1 选定一家非统考院校，破釜沉舟。（非统考院校科目特殊，后期改变选项很困难）C2 按照 312 统考进行准备，后期根据意愿和实力进行进一步筛选报考。

3、全国+专硕

根据 347 全国大纲进行 12 个科目的前期复习，复习一个阶段之后，根据自己的专业复习水平，结合当年院校的实际招生情况，在全国范围内，选择那个你比较有希望，且院校实力最优秀的进行报考。报考后进行某院校针对性的冲刺应试复习。

4、区域+专硕

A 该区域院校均为 347 大纲，不指定书目。同上。B 该区域院校均为 347 大纲，指定参考书目。

那么，总结所有院校的指定科目范围，进行全面复习。后期根据自身实力进行筛选和报考。报考后进行针对性的应试准备。C 该区域有 A 型院校（12 科，随意考），有 B 型院校（指定科，针对考）。C1 选定一家指定科目院校，破釜沉舟。C2 按照 347 大纲进行 12 科的准备，后期根据意愿和实力进行进一步筛选报考。

注意事项

1、区域竞争热度，A 区。B 区的选择，都是考虑因素，比如，京津地区肯定比西北火热。A 区相对要比 B 区困难。

2、不要花大把的时间在院校的纠缠上，多思无益。你在这死去活来的时候，人家都过了好几轮专业了。初试，成绩之外都是浮云。有这功夫，不如老实学习。

以上说的是选校的一个思路，具体问题具体分析，确实很纠结的同学先按照上面说的去选个范围，再根据复习情况选择。

怎样解决考研焦虑症？

焦躁情绪是困扰很多考研人的一大“拦路虎”，如果不能保持最佳的精神状态并投入到学习中，考研复习的效率就会大打折扣，因此情绪的调节问题不容忽视。克服焦躁的情绪在临近考期，显得尤为重要。那么，在这个阶段，重要的不在于突破知识点，而在于调整心态。

用默想来解除焦虑

默想是一种鼓励个体运用自己的想象力来表达自己的良好愿望。闭上你的眼睛，并且去想你身上的紧张所在，用一种符号来代表你所体验到的紧张和痛楚；

用另一种符号来代表放松的情感，让两种符号相互作用以消除紧张。众多研究显示，默想有诸多好处，如缓解压力、降血压、预防忧郁症复发等。正确的默想是把意念集中于呼吸，借以调整意识，将注意力从烦闷的情绪中解脱出来，达到放松身心的目的。

用色彩来减轻焦虑

在你的房间贴上浅蓝色的壁纸或画，有条件的同学可以在休息时间去欣赏蔚蓝色的大海和湛蓝的天空。

倾诉常可使焦虑的情感得以疏泄而减轻

对知己的口头倾诉，无言的笔尖上的倾泻，饮食、作画、唱歌都是倾诉的方法。倾诉的目的在于分享和分担，当把压力倾诉出来的时候，它实际已经减少了一半。

而志同道合的朋友往往会非常理解你的心情，给你鼓励和支持。如果不方便向朋友当面倾诉，写日记也是个不错的选择，总之要把负面情绪说出来，不要总是积压在心里。

用音乐消除焦虑

选择你认为是柔和、宁静的音乐，利用休息时间，选择一个舒适的环境，闭上你的双眼来聆听。将注意力集中于音乐，排除一切杂念，全身尽量放松。等到音乐停止，自我对比聆听前后的心身状态。

如此反复进行，可以减轻和消除焦虑。如果是自己喜欢的歌手的音乐，或歌词十分能够起到抚慰或激励作用，那就更好不过了。

晚上保证充足的睡眠

网上流传的一句话“清醒时做事，糊涂时读书，大怒时睡觉”颇有几分道理，当你感到紧张或烦躁，无论什么都做不下去的时候，不如睡觉吧！

充足的休息不仅能够保证精神和体力，而且也是用时间治愈情绪的良药。我们往往会有这种感觉：睡醒一觉，发现很多事情都没有什么大不了！

制定合理考研目标

并通过这个过程建立自信

没有自信心，在复习过程中遇到困难就容易产生迎难而退的念头。如果缺乏自信心，建议你定个合理的短期计划，并强迫自己完成。每次完成既定任务后，不妨给自己一点奖励。这样循环下去，表面上你的计划完成得更有效率了，实际上你的心里就会产生兴奋和短暂的成就感，逐渐地你的自信又回来了，一切困难在你面前都显得是那么渺小。此外，可以每天对着镜子反复大声说“我很棒，我一定能考上”，这是一种心理暗示，也可以迅速建立起自信心。

正视自己的不完美

正确的分析自己的学习现状，不要对每件事情尽善尽美，以免因为期望过高增加焦虑。

给自己的生活增添笑料

俗话说“笑一笑，十年少”，研究发现开怀大笑也能抑制皮质醇和肾上腺素的分泌，刺激内啡肽的分泌，有效舒缓心情。建议感到劳累或烦闷时挑一部喜剧电影来看，或者与朋友分享一则笑话或一段相声，开怀大笑一番，负面情绪便消失无影了。

（节选自：中博金汇）

企业家灵性资本研究动态

顾建平 金胜男 孙宁华

摘要: 灵性资本是国际新兴热点问题, 企业家灵性资本作为企业家信仰和发展原动力方面的资本, 对于企业创新创业和持续发展非常重要。本文主要基于国外文献, 对企业家灵性资本的内涵、测度、作用以及相关影响变量等内容进行全面梳理和系统述评, 并对未来研究进行展望。

愿景是“组织战略的基础”(Senge, 1990), 灵性资本(spiritual capital)作为“在愿景、信仰、终极价值目标方面的素养”(Finke, 2003), 关系到企业家奋斗的原动力。Ayranci&Semercioz(2011)将人的需求划分为物质需求、精神需求和灵魂需求三个层次, 其中, 与灵性资本相联系的灵魂需求是最高层次的需求。企业家的灵魂需求是企业家灵性资本的体现(Pandey, 2016; Aven, 2013; Caliendo&kritikos, 2011)。在创新驱动背景下, 信息技术的不断发展加剧了社会和组织变革, 共同愿景、发展、领导、激励、目标、文化成为主要的挑战(Fry, 2003)。企业创新愿景式管理理念和领导方式, 对于强化企业创业导向, 提高企业的可持续发展能力具有重大意义。企业家灵性资本问题已逐渐成为新兴热点, 但国内现有研究还缺乏对企业家灵性资本系统化的梳理。本文在对企业家灵性资本的内涵进行述评的基础上, 对企业家灵性资本的测度、相关影响变量、作用和开发等内容进行评述, 以期能促进我国在此领域的深入研究。

一、企业家灵性资本的内涵

(一) 企业家灵性资本的概念

美国心理学家William(1998)最早提出了“灵性”(spiritual)概念, 并将其界定为一种人类超越自身的过程体验(James, 2008)。Fernando et al(2009)将灵性定义为一种个人素质, 能够鼓励个人朝着目标不断奋斗, 不断超越自我, 最终实现人生价值。Pandey(2016)指出, 灵性可以帮助解决生活和工作中遇到的问题。灵性是对个体工作、行为、思维和成功而言不可或缺的一种精神性的心理倾向和态度, 它是人类生命所拥有的一种无形的, 但强有力的力量(lean, 2002)。

灵性资本又被称为信念资本。Zohar&Marshall(2004)认为, 灵性资本能够激励人类探索人生意义和人生价值, 人类通过所拥有的有关灵性的知识和技能, 让自己的生命更具有目标性。灵性资本是通过不断的互动和参与从而获得的一种无形的资源。据研究, 灵性资本能够提供一种超越性的支持系统, 帮助人们获得健康, 使人在面临困境时更加坚强, 让生活中的不确定性更具有意义(Brown et al, 2004)。国内学者一般认为, 灵性资本是属于灵魂方面的需求, 是个人从拥有的信仰中获得的, 是对人生意义、目的、使命感和价值观的感悟与认知, 通过构建愿景和使命感来鼓励员工, 使得其在工作中不断努力奋斗, 最终实现人生价值。灵性资本作为一种愿景、信仰、终极价值目标方面的素养(Finke, 2003), 对企业家经营企业具有重大意义。

企业家灵性资本的概念最先由Fry(2005a)提出。此后, 研究者们主要围绕天生/非天生、静态/动态、灵性资本测度的难易程度以及创新之处四个方面对企业家灵性资本的内涵进行界定, 具有代表性的内涵界定主要有以下四种。

1. 灵性资本是一种创新精神、发展能力和激励企业家取得事业成功的非物质力量。Fry(2005a)在熊彼特(1911)关于企业家创新精神研究的基础上, 提出企业家的灵性资本是企业家个人的人生态度和发展能力, 表现为企业家有能力创造一种憧憬, 使员工感到生命和工作富有意义, 感受到一种爱的素质。Baker&Watson(2010)认为灵性资本高的企业家总是能超出当前的客观条件, 做出前瞻性、战略性、社会性的决策, 并且具有持续的创新精神。Malloch(2003)强调灵性资本经济方面的收益, 认为物质财富的增加是

表现之一,企业家基于信仰进行创造性管理活动,学会关心他人和高效利用企业内外部资源就是灵性资本的表现和积累。

2. 灵性资本是一种关于人生信仰、使命感、目的感的终极力量。Zohar&Marshall(2004)将灵性概括为一种对意义、价值、根本目的、使命的认知。Fryling&Peterson(2010)认为灵性资本的一个核心内容就是对生活意义的追求、对宇宙和谐同一的追求、爱和信仰的追求等。Metanexus Institute指出灵性资本是一种对个人、组织和社会具有的可度量的、有影响力的精神,包括信仰、网络制度所产生的效应(Finke, 2003)。信仰式的终极力量是企业家实践的创业导向和创业动力的真正来源,而且这种力量更多是天生的、内化的和稳定的(Baker&Watson, 2010; rey, 2004)。

3. 灵性资本是一种包括企业家个人自信心、求知欲在内的积极进取的心理素养。Luthans et al(2007)认为企业家灵性资本是作用于个人和组织的一种积极的心理力量、影响和倾向,包括精神、信仰、知识和行为,对于企业的可持续性发展具有重大作用。Chu(2007)认为可以将直觉、创造力、积极的人格特质、后天习得的认知和技能作为一种资产,进而投资形成灵性资本,而资本所有者能够获得物质和精神回报。

4. 灵性资本是一种影响企业愿景的企业家个人素质、能力和影响力。Kouzes&Posner(2009)认为企业家运用个人素质和能力让员工学会关心自己和他人,最终形成一种共享的愿景。拥有灵性资本的企业家有把信仰基础、价值体系和道德愿景融入组织中的能力,不断追求企业价值增加,并带来效益(Middlebrooks&Noghiu, 2010)。Zohar&Marshall(2004)认为灵性资本就是一种能够被个体所使用的灵性知识、技能、素质的存量,是可以用以生存的财富

综上所述,研究者普遍认为企业家灵性资本是企业家在其核心价值观、人生观、世界观等终极信仰方面的资本,能够引领企业家对组织中的各种要素进行组合和运用,持续创造出企业价值。上述各种对企业家灵性资本内涵的界定与比较见表1

表1 企业家灵性资本内涵的界定与比较

学者	核心理念	天生/非天生	静态/动态	测度难易程度	创新之处
Fry(2005a); Baker & Watson(2010)等	一种创新精神,发展能力和激励事业成功的非物质力量	非天生	动态	简单	强调创新能力
Zohar & Marshall(2004)等	一种关于人生信仰、使命感、目的感的终极力量	天生	静态	困难	强调稀缺性
Luthans et al(2007)等	一种积极进取的心理力量或素养	不确定	动态	困难	强调可开发性
Kouzes & Posner(2009)等	一种影响组织愿景的个人素质、能力和影响力	天生	静态	不清楚	强调愿景驱动作用

资料来源:本文作者根据相关资料整理。

(二)企业家灵性资本与其他概念的关系

1. 企业家灵性资本与人力资本、社会资本、文化资本。Becker(1975)认为人力资本包含技术、知识、能力、信誉等多种要素,是人际差异的决定因素。人力资本作为活动的资本,能够创造社会价值,拥有人力资本的个体越努力,人力资本生产力就越高。社会资本来源于组织当中,是在社交网络中发展的,可以创造人力资本、促进生产活动的一种社会行动资源(Coleman, 1988)。Bourdieu(1983)将文化资本定义为,在现代社会中通过教育或其他手段实现资本的分配,通过这种方式服务于主导阶层的利益。简单而言,文化资本是以教育或其他方法来拥有和保持社会地位的手段。

企业家灵性资本作为一种愿景和人生信仰,是人力资本、社会资本、文化资本的子集,对企业家灵性资本的研究需要认识到它与人力资本、社会资本以及由Becker、Coleman、Bourdieu等定义的文化资本的关系(Iannaccone&Klick, 2003)。但是,也有学者认为,灵性资本作为一种内在驱动力,其内涵和范围都要大于社会资本(Zohar&Marshall, 2004; Baker, 2009)。

总之,企业家灵性资本作为一种体现人生信仰、愿景和个人素质的新型资本,它的发展与人力资本、社会资本、文化资本密不可分。灵性资本作为一种“整合型”资源,能够激发企业家去帮助员工,从而让员工感受到自己是组织的一分子,最终融入组织,创造绩效(Ganiel, 2009)。拥有高灵性资本的企业家,在一定程度上拥有高的人力资本、社会资本和文化资本,能够更大程度推动企

业目标和价值的实现。

2. 企业家灵性资本与工作场所灵性。Duchon&Plowman(2005)认为:“工作场所灵性是指工作场所能滋养员工的内在精神生活,同时这种工作场所又能被有意义的工作所滋养。”Giacalone&Jurkiewicz(2003)认为,工作场所灵性是一种价值观体系,员工身处其中能够获得成就感和高的组织承诺。员工在工作中寻求自身存在的意义和价值,在这种环境中,员工工作具有目标性,拥有良好的人际关系和组织归属感(Asrun et al, 2012)。在当前现有的组织层面的研究中,大多学者关注发展组织文化的灵性而不是发展企业家的个体行为,工作场所灵性与企业家灵性资本概念的内在本质之间似乎仍存在差距,因此需要探求企业家灵性资本对工作场所灵性的影响(Dierendonck, 2011; Weinberg&Locander, 2014)。

有学者通过对相关结构方程模型(Structural equation modeling, SEM)的分析得出结论认为,企业家灵性资本会显著增加工作场所灵性,这意味着企业家对于发展和维护工作场所灵性是至关重要的,企业家可以将自身的工作行为演变为组织中的行为标准(Duchon&Plowman, 2005; Asrun et al, 2012)。企业家灵性资本能够增加工作场所灵性,这种氛围会进一步影响员工,使得员工在组织中不断提升自我,与组织成员互帮互助,最终提高团队工作效率和组织绩效(marques, 2006)。

3. 企业家灵性资本与资本主义精神。西方资本主义精神的分析方法对于探索企业家灵性资本具有启示意义。马克斯·韦伯(2010)借用本杰明·富兰克林的话,将资本主义精神等同于“勤奋”、“节俭”、“珍惜时间”、“讲究信用”、“诚实”等,认为资本主义精神的核心是理性地积累财富,而新教伦理孕育了资本主义精神。人们追求财富和利益,但他们是理性的,因为“赚钱不是为了物质享受,而是为了荣耀上帝”,在“天职观”感召下努力进行工作,能够最终实现人生价值。

企业家灵性与资本主义精神具有相似的企业家特质,都强调思想、观念和精神、

信仰对人行行动的决定作用(马克斯·韦伯, 2010; Luthans et al, 2007)。企业家灵性资本作为企业家精神的一种体现,与韦伯资本主义精神的“天职观”相协调,两者辩证统一。在认识到两者之间相似之处的同时,我们也需要意识到,资本主义精神的产生是由当时特定的社会文化条件所决定的,具有一定的社会特征,而企业家灵性资本作为人生信仰、愿景、使命感,具有创新、可持续性发展的现代化特征,更加强调对于企业和员工的积极性作用。

二、企业家灵性资本的测度

“可以测度的东西才可以管理好”(Jones, 2008)。学者们基于不同的文化背景和研究视角研究了企业家灵性资本的测度指标、测度流程、测度方法等。但相关研究基本都是以定性为主,所用的研究方法也大多为案例分析,缺少深入具体的大样本数据统计分析,也远未形成系统的理论体系。当前相关测度研究主要集中在企业家灵性资本维度和内在表现两个方面。

(一) 企业家灵性资本的维度

Fry(2003)的研究具有很高的信度和效度,受到国内外学者的大量应用。Fry(2003)将灵性资本划分为三个维度,分别是愿景、利他之爱和希望/信仰。愿景作为组织战略的基础,通过一种含蓄的或者明确的方式,解释了为什么人类需要不断努力去创造未来,它可以明确方向,简化复杂的决策,快速有效地协调不同个体的行为;利他之爱侧重于关注公司的文化、核心价值观和理性,通过无条件、无私、忠诚地欣赏自己和他人,创造一种整体归属感和幸福感;希望/信仰是基于价值观、态度、行为来表明对期望到来的事物的绝对的确信和信任,拥有希望和信仰的人知道自己的目标以及如何去实现目标,能够积极面对困境。Milliman et al(2003)将职场灵性划分为三个维度,即工作意义感、团队联系感、个人—组织价值契合程度。Wortham&Wortham(2007)从社会资本表达、灵性实践、灵性体验三个方面将灵性资本划分为社会资本、公共/私人实践、主观信仰三个维度。Jones(2008)从心理学角度出发,将企业家灵性资本划分为灵性工

作和生活、包容心、构建融洽关系、自我反省、从事富有价值性的工作等五个方面。Karadag(2009)认为,企业家灵性资本应当包含愿景、承诺、归属感、生产力和信任等五个要素。

国内学者也进行了相应的研究。顾建平、张素雅(2016)基于Fry(2005)对灵性资本的研究、Robinson et al(1990)对核心价值观的研究、李琼(1998)的人生观量表、DoBro&Tosti-Kharas(2011)的使命感量表,将企业家灵性资本划分为使命感、核心价值观和人生观三个维度。使命感表现为企业家对组织愿景的期望,为实现组织目标不断努力;核心价值观表现为人际关系和谐、工作内容多样化等,会影响员工对组织的看法;人生观回答了人生目的和意义,表现为信任、独立性等,会影响员工的行为。综合考察目前对企业家灵性资本的维度研究,发现主要包括以下三方面。

1. 企业家的使命感。Fry(2007)认为企业家的使命感不仅是指竭力追求事业的成功,在工作中寻求能力的提升,更重要的是获得人生价值,在服务社会的过程中收获超越感。Kouzes&Posner(2009)认为企业家的信仰和使命感包括对风险的态度、意志力和激情,决定企业家的创业源动力、应对外界环境变化的思想意志的临时定位、心智模式、情绪特征、精神面貌等。信仰和使命感强的企业家一般都有明确和远大的愿景,会不断追求卓越,属于相对偏好风险型(Grant, 2008)。企业家通过为员工塑造美好的愿景,使组织对新机会有更加全面的认识,通过激励,影响员工的行为,最终进行新战略的执行(Nadkarni&Narayanan, 2007)。意志力是企业家面临重大危机、接受挑战时,控制情绪和抵抗压力的心理能力,这种能力和企业家信仰及使命感息息相关(karp, 2014)。企业家的激情会对士气、工作氛围有重要影响,而信仰和使命感能激励企业家持续奋斗并富有激情(Kouzes&Posner, 2009)。总体而言,企业家的使命感体现在对事业充满热情,在事业中获得无限满足感,竭力追求事业的成功,在工作中不断进取、永不言弃,充满信心。

2. 企业家的核心价值观。Middlebrooks&Noghiu(2010)认为企业家灵性资本是关于追求超出生命体和物质方面之外的资源,来源于对生命意义和目的的认识,并与使命感、良心、责任有关的其他价值的耗费相关。企业家的核心价值观包括使命感、财富观、劳动观等。Gorman(2011)认为企业家财富观表现为看重金钱本身还是创造财富带来的满足感、成就感,做出选择时是否是基于单纯功利性。Karakas(2010)提出企业家的九个“精神锚”,认为奉献、决心、合作、灵感等关系到企业家持续奋斗的状态。企业家的核心价值观,是对客观事物及自身行为结果的意义、效果、价值的整体评价,偏爱挑战性工作、注重人际关系和谐、渴望高的社会地位、着力工作内容多样化、精神需求至上(顾建平、张素雅, 2016)。

3. 企业家的终极人生观。Verter(2003)认为企业家灵性资本是一种人生哲学或人生智慧(Wisdom),是企业家在经营过程中形成的内化状态,它是教育或者社会化的结果。企业家的人生哲学包括企业家的人生态度、创新精神、战略思维和沟通技能等方面。Baker&Watson(2010)认为企业家对人生目的和人生意义的认知决定了企业家内部创业实践的原动力。Matzleretal(2014)认为企业家的战略思维表现为善于把握机会、能果断进行利害权衡,在信息不完全的情况下做出利益最大化的决策。PocheBut&Mararitsa(2013)认为企业家个人的处事风格和价值观偏好,关系网络形成和巩固的过程促进了灵性资本的积累。总体而言,展现自我特质的人生、活出人生精彩、自我规划专业生涯、领略超越个人的信仰力量、给予社会和他人的正向影响、愿意帮助他人、强调生命的社会价值是具有灵性资本的企业家的终极人生观的体现。

(二)企业家灵性资本的内在表现

企业家灵性资本表现为企业家对人生最高层次的需求,属于成就感和自我实现需要(Venus et al, 2013)。企业家这种对信仰和灵魂方面的需求直接反映了企业家灵性资本水平的高低。相关对企业家灵性资本内在表现的研究主要包括以下方面。

1. 发展导向。不断进步、永不放弃、面对困难顽强拼搏,对事业充满信心是企业家的成长特质。拥有发展导向的企业家会通过不断的学习来提升自身技能,将这种认知和技能作为资产不断进行投资,保证新知识的吸收(Chu, 2007)。企业家需要不断地奋斗,将“精神锚”传递给员工,让员工在工作中学会合作与成长(Karakas, 2010)。Carton et al (2014)认为,企业家不是因为自身的目的感去影响员工,而是要让不同的组织成员都感知到这样一种精神并不断进取。Karp (2014)指出,企业家在面临困境和组织危机的时候,能够沉着、冷静地控制好情绪,积极看待组织压力,这是拥有发展导向的企业家的另一个特质,同时也是企业家拥有信仰和组织目标的体现。企业家为了心中的目标和愿景不断努力,追求更高的自我实现需求,不被利益所诱导。

2. 进取导向。拥有进取导向的企业家明确自己的目标,他们渴望获得成功,通过高效率地使用资源,不断追求卓越,看重组织绩效。组织绩效的高低是衡量企业发展好坏的标准,对组织绩效的追求是每一个企业家工作的基本动力,因此企业家为了获得高的组织绩效而不断进取。WeinBerg&Locander (2014)认为,拥有灵性资本的企业家以绩效为导向,其动机更加侧重于组织目标和成果。Fry (2005a)指出,企业家为了追求灵魂需求,如成就感、独立、权利等,积极地进行创业行为。企业家在创业进取的过程当中,实现人生目标和理想,最终获得人生价值和成就。

3. 前瞻导向。前瞻导向需要企业家分析市场,做到未雨绸缪,识别潜在的机遇和挑战,做好准备,从而使得组织在竞争激烈的市场中立于不败之地。这种识别风险,利用潜在发展机会的能力就是企业家的前瞻能力。前瞻导向需要企业家具有自我感知性、目标导向性和变革导向性,具有良好的创新和变革精神。Baker&Watson (2010)认为,拥有灵性资本的企业家拥有战略性思维,这种战略性思维就是前瞻导向的体现,在信息不完全的情况下能够正确识别风险和机遇,做出利益最大化的决策。企业家的前瞻性行为和决策能够让企业拥有和保持核心竞争力,

获得竞争优势。Middlebrooks&Noghiu (2010)认为,在面对复杂的组织和社会环境的时候,企业家需要把握自身的灵魂需求,通过前所未有的观念性技能让企业始终保持正轨。

4. 责任导向。企业家灵性资本强调使命感和愿景,强调一种社会使命感,这是一种非物质、超理性的表现。企业家在追求经济利益的同时,更多地基于伦理道德做出决策,注重社会责任(Crossan et al, 2013; Iannaccone&Klick, 2003)。企业需要弘扬公益精神,支持慈善事业,践行社会责任。企业家通过自身行为去影响员工,形成一种共享价值观,同时发挥个人的偶像效应将这种精神传递给社会,形成和谐的社会责任氛围(Kouzes&Posner, 2009)。社会责任的传递和弘扬,使得企业家能够获得更大的成就感和满足感,最终形成企业反哺社会,推动企业更好发展的良性循环。

5. 风险承担。企业家在经营的过程中会面临风险,其风险态度分为三种,即风险厌恶、风险中性和风险偏好,这也是灵性资本差异的表现,会影响企业家的决策(Aven, 2013)。罗特(Rotter, 1954)的控制点(Locus of Control)理论指出,内控者与外控者对待事物的态度和行为方式不同,内控者在面对困境的时候,会更加努力打破僵局,相信未来会有所改善(Milleretal, 2010)。灵性资本作为企业家内化的心理,是愿景、信仰、终极价值目标方面的素养,拥有高灵性资本的企业家会拥有更高的风险承担能力,因为他们会通过自己的努力去战胜困难。企业家灵性资本的使命感强调永不言弃,对事业充满信心,这也是风险承担的体现。

6. 创业导向。创业导向主要是指企业内部创业,一定程度上着重描述了企业家追逐新事业、应对环境变化的心智模式,具有创新性和超前性(Miller, 1983; 胡望斌等, 2014)。企业家的创业导向主要体现在其善于思考、创新、敢于接受新鲜事物,创新是企业创业的本质和源泉,拥有灵性资本的企业家能够创造性地解决问题,因为灵性会引起意识和直觉。企业家的灵性魅力有利于组织成员进行沟通和交流,有利于思维创新和企

业文化的形成,营造一种创新氛围(montemaggi, 2011)。

以上对企业家灵性资本的维度和内在表现的研究,是企业家灵性资本测度的重要内容(如图1所示)。

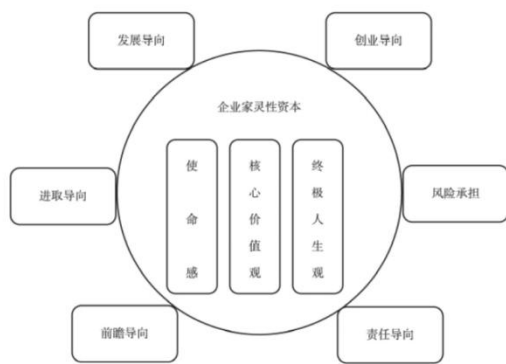


图1 企业家灵性资本测度的内容

三、企业家灵性资本相关变量研究

(一) 企业家灵性资本影响因素

1. 个体因素。如前所述,有部分学者认为灵性资本是天生的,先天性会影响企业家灵性资本的产生。天生、内化的灵魂需求是企业家灵性资本的来源(Rey, 2004)。与此同时,也有一些学者认为灵性资本是非天生的,后天的改造和培养对于企业家灵性资本具有重要意义(Fry, 2005a; Baker&Watson, 2010)。Chu(2007)认为,通过后天学习到的认知和技能,可以进一步投资成为灵性资本,最终获得物质和精神回报。目标感、自信心、求知欲、对财富的态度会在年少时形成,但是受环境影响,企业家的认知和体验会在后天发生变化(Middlebrooks&Noghiu, 2010)。

2. 家庭因素。Bourdieu(1983)阐述了文化资本,指出了家庭文化因素对子女发展的重要影响。灵性资本作为人的信仰和终极价值目标方面的素养,是人力资本的子集,会受到家庭因素的影响,家庭因素是企业家灵性资本积累的另一个重要来源(Baker&Watson, 2010; Iannaccone&Klick, 2003)。学者们普遍认为,家庭的作用主要体现在幼儿时期,家庭成员通过自身认知观念和信仰来教育子女,从而在未来获得持续性收益。家庭因素会对企业家灵性资本产生影响,企业家的性格、价值观、使命感会受到家庭的持续性影响,从而影响灵性资本的体现。

3. 组织因素。Chen&Li(2013)指出,灵性资本是可以从外界环境中学习到的精神力量,包括智力水平和技能水平。Kinjerski&Skrypnek(2006)提出了激发工作场所灵性资本的组织条件,企业家的个人实现程度(个人职业生涯规划、个人成长)、组织愿景、组织文化、团队合作、组织认同等都可以激发工作场所的灵性资本。企业可以通过组织文化和组织愿景的构建、宣传和贯彻来获得有助于组织目标实现的灵性资本。企业的愿景和价值观可以通过团体学习、员工之间的传递从而形成积极的组织氛围,最终创造企业价值。

(二) 企业家灵性资本后果变量

1. 员工创造力。Farsani et al(2015)证明灵性资本与员工创造力之间存在着积极又重要的关系。Wibowo et al(2015)证明了员工的工作动机会受到组织文化和企业家的积极性影响,企业家的愿景、希望、利他之爱会创造舒适的环境,从而更好地激励员工工作,提高员工创造力。企业家灵性资本能够通过外在技能和内心动机来提高员工的创造力,高管灵性资本中的人生观、使命感和核心价值观对员工创造力均有正向预测作用(顾建平、张素雅, 2016)。moghimietal(2007)研究组织性对员工创造力的影响,通过对来自不同工作场所,拥有不同教育水平的108位员工的数据收集分析,证明了组织灵性与员工创造力相关联(Farsani et al, 2015)。

2. 企业绩效。学者们基于理论分析和对灵性资本的数据调研,探索了其与企业绩效之间的关系。Fry et al(2005B)以美国空军为调查对象,证明企业家灵性资本会积极影响员工的组织承诺、生产力以及财务业绩。Duchon&Plowman(2005)指出,当工作中的员工和企业家表现出高度的灵性,企业会获得更好的战略绩效。Bosch et al(2013)认为企业家灵性资本能够激发员工的信任,强化员工的内在动机和行为能力,最终提高实际产出。Khalique et al(2013)通过实证分析指出,灵性资本与组织绩效之间存在显著的相关关系,灵性资本能够提高企业的绩效。Earnest et al(2015)提出,审计公司的最

高层管理需要运用灵性资本来提供专业服务,从而提高绩效。Sutanto&Pratiwi(2010)探讨了灵性资本和个人价值观对工作绩效的积极影响。Kedah&Adamu(2011)指出,灵性资本作为积极能量的催化剂,能够增强企业绩效和对社会责任的承诺。Fry et al(2011)认为,企业家灵性资本能够增强员工信任和内在动机,最终提高企业绩效。Salehzadeh(2015)以平衡计分卡(BSc)为基础,研究了伊朗60家企业管理者的行为,验证了企业家灵性资本对组织绩效的积极影响。Carton et al(2014)提出以图像为基础来传递一种核心价值观,能够触动员工体验到共同的组织目标,最终促进组织绩效的提升。

3. 创新创业。Metanexus Institute认为信仰式的终极力量是企业家实践的创业导向和创新动力的真正来源(Finke, 2003)。企业家灵性资本会增强员工的信仰,否则员工可能缺乏创新信心(Greenfield, 2007)。Judge&Douglas(2013)认为,灵性资本可能是识别机会的灵感来源,也可以用来评估其追求是否可行。Neubert et al(2017)通过对肯尼亚和印度尼西亚的小额信贷企业家的研究,证明了企业家灵性资本对企业创新有着显著的正向影响。Kedah&Adamu(2011)研究了灵性资本对创业动机的影响,指出企业家灵性资本能够影响企业家态度,使之最终转化为开展业务的动力。Achour(2015)探究了灵性资本对马来西亚妇女创业的影响,这项研究的结果突出了灵性资本在女企业家事业成功中的关键作用。

4. 工作满意度。Pandey(2016)研究了灵性资本对员工工作动力的积极影响,结果表明,拥有高灵性资本的员工更看重目标和策略,从而获得更高的工作满意度。Yusof&Mohamad(2014)提出一个概念框架来探究企业家灵性资本对员工灵性及工作满意度的影响。Ghasemizad et al(2012)通过对高中教师和校长进行研究后证明,管理者灵性资本与工作满意度之间存在显著的关系,灵性资本能够显著提高工作和生活质量,管理者在工作中的灵性缺失会影响灵性资本与工作满意度之间的关系。Asrun et al(2012)基于152名政府官员的研究数据证明,企业

家灵性资本对工作场所灵性、工作满意度有显著的积极影响。

国内有部分学者探讨了环境动态性、战略柔性、组织创新氛围、组织合法性、组织自尊等变量对企业家灵性资本与其后果变量之间关系的影响。根据国内外实证与理论成果,对企业家灵性资本相关变量研究进行评述,有助于构建一个企业家灵性资本的影响因素体系,进一步理清企业家灵性资本的研究现状与发展方向,以期为今后研究提供参考。

四、企业家灵性资本的作用

(一) 构建企业愿景

Rey(2004)认为,灵性资本来源于天生的、内化的、不可动摇的灵魂需求,对企业家创业实践影响具有持久性。企业员工根据他们对组织的理解,采取特定的方式进行交流从而不断增强组织凝聚力,增强克服危机的自信感(Lichterman, 2006)。企业家灵性资本可以发挥偶像效应,通过共享的价值观和愿景进行管理实践,作为一个激励因素强化员工自我效能感,使组织成员能够关注成长和发展、追求更高层次需求的满足(Benefiel, 2005; Grant, 2008; Kouzes&Posner, 2009)。Fry(2007)认为员工会把企业家当成典范和学习对象,企业家通过自身的行为能够影响员工的灵性资本,以一种心理授权的方式来建立组织的共同愿景,对于员工和团队而言具有重大意义。Carton et al(2014)指出,领导者通过无视觉地去传达愿景,使得员工对组织目标有共同的认识,从而提高组织协调能力。企业家灵性资本所构建出来的企业愿景,使员工感受到生命是有意义的,组织愿景是共有的,让员工对未来充满期待,从而更加投入工作(顾建平、张素雅, 2016)。

(二) 推动企业创新创业

创新是使得企业获得竞争优势和持续竞争力的源泉,如何提高企业的创新能力是管理的永恒主题。企业家灵性资本作为一种创新精神(Baker&Watson, 2010),能够推动企业创新创业。企业家拥有的知识和技能能够在个体和团队中形成示范效应,从而提高员工的能力。通过构建共同的愿景和目标,

员工为了实现自身价值和共同愿景,主动提高创新能力(顾建平、张素雅,2016)。企业家灵性资本体现出的目标感和责任感,让员工充满激情,从而更努力工作(杨付、刘军,2015)。

(三) 推动企业持续发展

企业持续发展是由企业的核心竞争力决定的。企业家灵性资本作为企业家所具有的一种有价值的、稀缺的、难以模仿的异质性资本,是企业重要的核心竞争力(Baker,2009)。企业家富有使命感、责任感和远大人生目标,就会改变成本和收益计算的方式,以长远的眼光追求资源效益最大化,基于社会责任和伦理道德做出决策(Crossan et al,2013);修正交易和管理过程中个人行为的偏差,努力提高资源配置效益;主动面对企业发展的困境,积极应对发展中的危机(Fritzsche&oz,2007)。同时,拥有灵性资本的企业家会把自身的信仰、价值观、道德愿景融入组织,对员工产生积极的影响,并在工作的过程中不断产生增值,最终带来效益,促进企业的持续发展(Middlebrooks&Noghui,2010)。

(四) 塑造积极进取的企业文化

Benefiel(2005)认为企业家灵性资本会影响企业员工的认知行为,形成企业共享的价值观。Fry(2005a)认为,人们在面对快速变化的环境挑战时,需要依靠一种为了自己而参与实践并获得愉悦感的内在动力,而不是外部制约。员工在企业家灵性资本(包括企业家精神、企业家价值观等)的影响下,改变对工作、人生意义和财富的认知,能够形成一种和谐向上、奋发进取的企业文化(Montemaggi,2011)。WeinBerg&Locander(2014)认为企业家灵性资本是一种专注于欣赏、重视和授权他人能力,重视发展高质量的员工关系,这有利于良好企业文化的形成。文化环境影响企业家和员工的行动策略,通过同质性的行为,产生和再产生群体的社会认同,而企业家灵性资本的异质性则促成了不同类型的企业文化和群体风格的形成(Eliasoph&Lichteman,2003)。另外,灵性资本在积累和增值的过程中,有利于企业家促进自身身心健康,使企业家不易被眼前利益

麻痹,能抵制诱惑,追求更高层次的自我价值实现(Benefiel,2005;Carton et al,2014)。

五、企业家灵性资本的开发

(一) 不断提升企业家人生境界

企业家的人生境界是企业家灵性资本的体现,只有不断提高企业家的愿景和追求,才能有助于企业家灵性资本的开发,从而对员工和企业产生持续性影响,推动企业的持续发展。karp(2014)认为理想是奋斗目标,信念是前进动力。信念和理想关系到企业发展的方向和程度,企业家灵性资本是一种关于人生价值感、使命感、目的感的终极力量(Zohar&Marshall,2004)。因此,应加强对企业家理想信念的教育,提供更多便捷的智慧化学习交流平台,把个人梦、企业梦融入中国梦,不断加强灵性资本形成,牵引企业向更高层次发展。

(二) 强化企业家个人自律

研究者认为,可以通过阶段性审视自身,通过自我的不断改进和提升,进而更新对自身和世界的认识,这样就能最终达到范式转变即思想和心灵发生根本变化,比如对组织、对社会形成同情心、信任感和亲密感(Senge,1990)。学习就是一种投资行为,根据Bourdieu(1983)所使用的资本概念,应该尊重知识,继续深造和学习,了解自己和世界,修正价值观中不正确的部分,在学习交流的过程中还能认识拥有更多资源的人,吸纳先进理念,开发隐性灵性资源和探寻其他类型的灵性资本(Middlebrooks&Noghui,2010)。因此,企业家应通过不断自省和学习强化个人自律,树立科学的价值观和人生观,这样才会在日常行为中有积极体现,进而内化员工的心理和行为。

(三) 弘扬积极进取的社会氛围

调整管理方式,完善灵性生态环境,通过对话而不是权力关系以平等地获取信息、相互学习、建立共识,进而使参与者的内在认知也会渐进性地发生变化(Innes,1995)。个体化的魂商(spiritual intelligence)能外化和影响到组织层面,企业家用自己的言行举止来传达特定的价值观和态度,从而影响企业员工(Middlebrooks&Noghui,201

0)。民主的管理方式有利于思维的创新和企业文化的形成(Senge, 1990)。企业灵性环境需要制度化、仪式化的保障,以规范和整合灵性资本外化的行为(Montemaggi, 2011)。在“互联网+”时代,移动互联网、云计算、大数据、物联网等技术的发展为开发和管理灵性资本提供了更加智慧的技术支持,为弘扬积极向上的社会环境提供了更有效的渠道和手段。(四)倡导强烈的社会责任意识 Iannaccone&Klick(2003)认为企业家灵魂需求之一就是强调社会责任和社会使命,这是一种超理性、反功利的表现,包括诚信经营、践行环保、参加公益活动、社会救助、发挥企业家的个人影响力,包括财富、声誉、人际关系。Ayranci&Semercioz(2011)认为利他主义(altruism)和非物质(Immateriality)都是具有灵性意识的表现。通过反哺社会、强调社会责任,企业家能获得更大的成就感和满足感,以积极的、精力旺盛的状态投入到企业经营管理中,这是对企业家灵魂需求的满足,是引领企业健康发展的强大动力。

六、未来研究展望

企业家灵性资本是关系到企业家愿景、信仰、终极价值目标方面的资本。伴随着“互联网+”时代大众创业、万众创新的“创客”风潮,愿景和使命已经成为牵引企业领导者前进的动力,是企业家领导企业做大做强的重要驱动力量。因此,研究企业家灵性资本对于促进创新创业和企业持续发展有重要意义。目前,国内对于企业家灵性资本的研究主要集中在阐明其与相关变量的关系,综述研究也是少之又少,缺乏对企业家灵性资本系统化的阐述。本文基于国内外文献对企业家灵性资本进行梳理和述评,以期为学生研究提供参考。企业家灵性资本作为一个新兴热点,迫切需要从理论与实证分析角度进行拓展和完善,笔者认为未来的研究需要从以下方面展开。

(一)企业家灵性资本的本土化研究

当前西方学者对企业家灵性资本有着较为深入的研究,这是西方学者结合自身文化背景、社会实践研究而来的,因此不能够将其直接运用到中国的组织实践当中。探索基于中国文化背景、思维方式、行为方法的

企业家灵性资本,对于中国企业的发展具有重要意义。我国加强企业家灵性资本开发,必须考虑到企业家灵性资本的多维性,以及受经济、社会、环境及体制等方面因素的制约性。企业家灵性资本的本土化研究具有重大意义。

(二)企业家灵性资本的理论 and 实证深化

企业家灵性资本作为国际新兴热点问题,目前研究严重滞后于企业实践,许多方面还处于空白阶段。首先,企业家灵性资本还没有一个被普遍认同的定义。其次,企业家灵性资本在测度上尚未形成统一的指标体系,主观性较强。同时,对企业家灵性资本的理论体系和构成层面还没有形成一致的认识。未来的研究应深入厘清企业家灵性资本的内涵,完善量表和测量方法,侧重从长期性影响角度来探索企业家灵性资本与其他变量之间的关系,如与员工创造力、企业绩效等的关系,同时加入相关的控制变量、调节变量和中介变量,如环境动态性、战略柔性、组织合法性等。需要从动态发展的角度来探索企业家灵性资本的跨区域、跨时间、跨文化、跨组织的多样性等问题,分析企业家灵性资本的作用机制,特别是要研究企业家灵性资本对员工创造力及创业导向的作用机制。

参考文献:

顾建平 张素雅, 2016:《高新技术企业的高管灵性资本对员工创造力的影响研究》,《科学学与科学技术管理》第4期。

胡望斌 张玉利 杨俊, 2014:《同质性还是异质性:创业导向对技术创业团队与新企业绩效关系的调节作用研究》,《管理世界》第6期。

马克斯·韦伯, 2010:《新教伦理与资本主义精神》,苏国勋译,社会科学文献出版社。

杨付刘军, 2015:《精神型领导、战略共识与员工职业发展:战略柔性的调节作用》,《管理世界》第10期。

Achour, M. (2015), “Islamic spirituality and entrepreneurship: A case study of women entrepreneurs in Malays

ia”, *Journal of Happiness&Well-Being*3 (1): 41-56.

Asrun, et al(2012), “Spiritual leadership: The influence due to workplace spirituality, satisfaction, and deviant behavior(case study at city government of Kendari)”, *Journal of Basic and Applied Scientific Research* 2 (12): 11978-11983.

Aven, T. (2013), “On the meaning and use of the risk appetite concept”, *Risk Analysis* 33(3): 462-468.

Ayranci, E.&F.Semercioz(2011), “The relationship between spiritual leadership and issues of spirituality and religiosity:A study of top Turkish managers”, *International Journal of Business&Management* 6(4): 136-149.

Baker, C. (2009), “Blurred encounters?Religious literacy, spiritual capital and language”, in: A.Dinham et al(eds), *Faith in the Public Realm: Controversies, Policies and Practices*, The Policy Press.

Baker, C.&J.M.Watson(2010), “Faith and traditional capital”, *Implicit Religion* 13(1): 17-69.

Becker, G. S. (1975), *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*, Columbia University Press.

Benefiel, M. (2005), “The second half of the journey: Spiritual leadership for organizational transformation”, *Leadership Quarterly*16(5): 723-747.

Bosch, M. et al(2013), “Aristotle and spiritual capital”, *Ramon Llull Journal of Applied Ethics* (4): 67-86.

Bourdieu, P. (1983), “The forms of capital”, in: J. G. Richardson(ed), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press.

Brown, S.L. et al(2004), “Religion and emotional compensation: Results from a prospective study of widowhood”, *Personality and Social Psychology Bulletin* 30: 1165-1174.

Caliendo, M. & A. Kritikos(2011), “Searching for the entrepreneurial personality: New evidence and avenues for further research”, *Journal of Economic Psychology*33(2): 319-324.

Carton, A. M. et al(2014), “A(blurry)vision of the future: How leadership rhetoric about ultimate goals influences performance”, *Academy of Management Journal* 57(6): 1544-1570.

Chen, C. Y. & C. I. Li(2013), “Assessing the spiritual leadership effectiveness”, *Leadership Quarterly*24(1): 240-255.

Chu, E. (2007), “Spiritual capitalism: The achievement of flow in entrepreneurial enterprises”, *Journal of Human Values* 13(1): 61-77.

Coleman, J. S. (1988), “Social capital in the creation of human capital”, *American Journal of Sociology*94: S95-S120.

Crossan, M. et al(2013), “In search of virtue: The role of virtues, values and character strengths in ethical decision making”, *Journal of Business Ethics* 113(4): 567-581.

Dierendonck, D. V. (2011), “Servant leadership: A review and synthesis”, *Journal of Management* 37(4): 1228-1261.

Duchon, D. & D. A. Plowman(2005), “Nurturing the spirit at work: Impact on work unit performance”, *Leadership Quarterly*16(5): 807-833.

Earnest, D. F. et al(2015), “Assessing the relationship between human capital and spiritual capital on audit firm’s performance”, *Jurnal Kemanusiaan* 24(2): 18-28.

- Eliasoph, N. & P. Lichteman (2003), "Culture in interaction", *American Journal of Sociology* 108(4): 735-794.
- Farsani, M. A. et al (2015), "Studying the relationship between the spiritual intelligence and the employee's creativity", *Jurnal UMP Social Sciences and Technology Management* 3(3): 676-681.
- Fernando, M. et al (2009), "The spiritual dimension in leadership at Dilmah tea", *Leadership & Organization Development Journal* 30(6): 522-539.
- Finke, R. (2003), "Spiritual capital: Definitions, applications, and new frontiers", Unpublished article.
- Fritzsche, D. & E. Oz (2007), "Personal values' influence on the ethical dimension of decision making", *Journal of Business Ethics* 75(4): 335-343.
- Fry, L. W. (2003), "Toward a theory of spiritual leadership", *Leadership Quarterly* 14(6): 693-727.
- Fry, L. W. (2005a), "Introduction to the Leadership Quarterly, Special Issue: Toward a paradigm of spiritual leadership", *Leadership Quarterly* 16(5): 619-622.
- Fry, L. W. et al (2005b), "Spiritual leadership and army transformation: Theory, measurement and establishing a baseline", *Leadership Quarterly* 16(5): 835-862.
- Fry, L. W. (2007), "Spiritual leadership as an integrating paradigm for servant leadership", in: S. A. Singh-Sengupta & D. Fields (eds), *Integrating Spirituality and Organizational Leadership*, Macmillan.
- Fry, L. W. et al (2011), "Retracted: Impact of spiritual leadership on unit performance", *Leadership Quarterly* 22(2): 259-270.
- Fryling, R. & E. H. Peterson (2010), *The Leadership Ellipse: Shaping How We Lead by Who We Are*, InterVarsity Press.
- Ganiel, G. (2009), "Spiritual capital and democratization in Zimbabwe: A case study of a progressive charismatic congregation", *Democratization* 16(6): 1172-1193.
- Ghasemzad, A. et al (2012), "Study of the relationship between teachers and principals' spiritual leadership, quality of work life, job satisfaction and productivity", *American Journal of Scientific Research* 49: 11-20.
- Giacalone, R. A. & C. L. Jurkiewicz (2003), "Toward a science of workplace spirituality", in: R. A. Giacalone & C. L. Jurkiewicz (eds), *Handbook of Workplace Spirituality and Organizational Performance*, M. E. Sharpe Publishers.
- Gorman, M. F. (2011), "Management insights", *Management Science* 57(5): 4-6.
- Grant, K. (2008), *Shift in Spiritual Leadership: Analysis of Metanoia Stories to Get at the Spiritual Aspect*, (Doctoral Dissertation), Virginia Beach, VA, Regent University.
- Greenfield, E. F. (2007), "Religious social identity as an explanatory factor for associations between more frequent formal religious participation and psychological well-being", *International Journal for the Psychology of Religion* 17(3): 245-259.
- Iannaccone, L. R. & J. Klick (2003), "Spiritual capital: An introduction and literature review", Preliminary draft, prepared for the Spiritual Capital Planning Meeting, Oct. 9-10, 2003, Cambridge, MA.
- Innes, J. E. (1995), "Planning theory's emerging paradigm: Communicative action and interactive practice", *J*

Journal of Planning Education and Research 14(3): 183-190.

James, W. (2008), *The Varieties of Religious Experience*, Taylor and Francis Press.

Jones, K. (2008), *Spiritual Leadership: Voices of Women Community College Presidents*, Oregon State University.

Judge, W. Q. & T. J. Douglas (2013), "Entrepreneurship as a leap of faith", *Journal of Management Spirituality & Religion* 10(1): 37-65.

Karadag, E. (2009), "Spiritual leadership and organization culture: A study of structural equation modeling", *Educational Sciences: Theory and Practice* 9(3): 1391-1405.

Karakas, F. (2010), "Exploring value compasses of leaders in organizations: Introducing nine spiritual anchors", *Journal of Business Ethics* 93(1): 73-92.

Karp, T. (2014), "Leaders need to develop their willpower", *Journal of Management Development* 33(3): 150-163.

Kedah, Z. & I. M. Adamu (2011), "Spirituality in entrepreneurship from Islamic perspective", in: A. M. Osman-Gani & S. Mhd Sarif (eds), *Spirituality in Management from Islamic Perspectives*, IJUM Press.

Khalique, M. et al (2013), "Predicting the impact of intellectual capital management on the performance of SMEs in electronics industry in Kuching, Sarawak", *IUP Journal of Knowledge Management* 11(4): 53-61.

Kinjerski, V. & B. J. Skrypnik (2006), "Creating organizational conditions that foster employee spirit at work", *Leadership & Organization Development Journal* 27(4): 280-295.

Kouzes, J. M. & B. Z. Posner (2009), "To

lead, create a shared vision", *Harvard Business Review* 87(1): 20-21.

Lean, E. R. (2002), "The construct development of spiritual leadership", Unpublished dissertation, University of Arkansas.

Lichterhan, P. (2006), "Social capital or group style? Rescuing Tocqueville's insights on civic engagement", *Theory and Society* 35(5-6): 529-563.

Luthans, F. et al (2007), *Psychological Capital*, Oxford University Press.

Malloch, T. R. (2003), "Social, human and spiritual capital in economic development", New York: The Roosevelt Group, Unpublished Prepared as Part of the Working Group on the Spiritual Capital Project.

Marques, J. F. (2006), "The spiritual worker: An examination of the ripple effect that enhances quality of life in-and outside the work environment", *Journal of Management Development* 25(9): 884-895.

Matzler, K. et al (2014), "Intuition: The missing ingredient for good managerial decision-making", *Journal of Business Strategy* 35(6): 31-40.

Middlebrooks, A. & A. Noghiu (2010), "Leadership and spiritual capital: Exploring the link between individual service disposition and organizational value", *International Journal of Leadership Studies* 6(1): 84-103.

Miller, D. & P. H. Friesen (1983), "Strategy-making and environment: The third link", *Strategic Management Journal* 4: 221-235.

Miller, F. P. et al (2010), *Locus of Control*, Alphascript Publishing.

Milliman, J. et al (2003), "Workplace spirituality and employee work attitudes: An exploratory empirical assessment", *Journal of Organizational Ch*

ange Management 16(4): 426-447.

Montemaggi, F.E.S. (2011), "The enchanting dream of 'spiritual capital'", *Implicit Religion* 14(1): 67-86.

Nadkarni, S.&V.K.Narayanan(2007), "Strategic schemas, strategic flexibility, and firm performance: The moderating role of industry clock-speed", *Strategic Management Journal* 28(3): 243-270.

Neubert, M.J.et al(2017), "The role of spiritual capital in innovation and performance: Evidence from developing economies", *Entrepreneurship Theory and Practice* 41(4): 621-640.

Pandey, S. (2016), "Impact of spiritual capital on work motivation among employees: An exploratory study", *International Journal of Science and Consciousness* 2(3): 42-52.

Pochebut, L.G.&L.V.Mararitsa(2013), "Individual strategies of managing social capital: A new look at the psychology of interpersonal relationships", *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 86: 557-562.

Rey, T. (2004), "Marketing the goods of salvation: Bourdieu on religion", *Religion* 34(4): 331-343.

Rotter, J.B. (1954), *Social Learning and Clinical Psychology*, Prentice-Hall.

Salehzadeh, R.et al(2015), "Studying the effect of spiritual leadership on organizational performance: An empirical study in hotel industry", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 9(3): 346-359.

Senge, P.M. (1990), *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*, Currency Double

day.

Sutanto, H.&K.W.Pratiwi(2010), "Effect of spiritual capital and individual value on job performance in hospitals in Yogyakarta", *Jurnal Karisma* 4(2): 79-90.

Venus, M.et al(2013), "Leader emotion as a catalyst of effective leader communication of visions, value-laden messages, and goals", *Organizational Behavior&Human Decision Processes* 122(1): 53-68.

Verter, B. (2003), "Spiritual capital: Theorizing religion with Bourdieu against Bourdieu", *Sociological Theory* 21(2): 150-174.

Weinberg, F.J.&W.B.Locander(2014), "Advancing workplace spiritual development: A dyadic mentoring approach", *Leadership Quarterly* 25(2): 391-408.

Wibowo, W.et al(2015), "The effect of spiritual leadership, organizational culture, and entrepreneurship on employees' working motivation and performance in property companies at Yogyakarta Special Region", *European Journal of Business and Management* 7(8): 206-218.

Wortham, R.A.&C.B.Wortham(2007), "Spiritual capital and the 'good life'", *Sociological Spectrum* 27(4): 439-452.

Yusof, J.M.&M.Mohamad(2014), "The influence of spiritual leadership on spiritual well-being and job satisfaction: A conceptual framework", *International Review of Management & Business Research* 3(4): 1948-1957.

Zohar, D.&I.N.Marshall(2004), *Spiritual Capital: Wealth We Can Live By*, Berrett-Koehler Publishing.

财政分权对地方政府科技投入的影响

白俊红 戴玮

摘要:财政分权作为一种划分中央和地方之间收支权责的制度安排,既有从财政收入角度的划分,也有从财政支出角度的划分,而不同角度下财政分权对地方政府科技投入的影响机制并不完全相同。本文在深入剖析财政分权对地方政府科技投入不同影响机制的基础上,基于省级面板数据,利用空间计量经济学方法,实证分析了财政分权对地方科技投入的影响。研究发现,收入角度下的财政分权显著地抑制了地方政府的科技投入,而支出角度下的财政分权却产生显著的正向作用。采用不同的空间权重矩阵,以及采用不同的财政分权的指标度量,结果都表明,本文结果具有良好的稳健性,本文结论可为我国深化财政体制改革、促进地方财政科技投入、落实创新驱动发展战略提供政策参考。

一、引言

传统的财政分权理论认为,地方政府更加了解辖区内居民的偏好,因而通过财政分权可以比中央更有效率地提供公共产品,特别是“用脚投票”机制的存在,更会促使地方政府不断提高公共品的供给效率(Tiebout, 1952[1]; Oates, 1972[2])。张军等(2007)[3]、陈硕(2010)[4]等的研究表明,财政分权体制显著地改善了我国公共产品的提供效率。与此相反,乔宝云等(2005)[5]发现激烈的财政竞争挤占了政府对外部性较强的公共产品的支出,财政分权并不能改善这些公共产品的供给。龚锋和卢洪友(2009)[6]则进一步对公共产品外部性的强弱加以区分,发现地方政府对外部性强弱不同的公共产品具有不同偏好,其更注重外部性较弱的公共产品的供给。那么,作为公共投入的重要内容之一,地方政府科技投入会受到财政分权怎样的影响呢?

周克清等(2011)[7]通过对科技投入进行不同层次的划分,发现财政分权整体上促进了地方政府的科技投入。潘镇等(2013)[8]的经验研究表明财政分权提高了地方的财政科技支出;但当考虑财政分权引起的地区竞争时,却发现地区间的竞争削弱了财政分权对科技支出的正向促进作用。顾元媛和沈坤荣(2012)[9]的研究表明,财政分权制度下财权与事权的不匹配以及地方官员以GDP为核心的晋升锦标赛,减少了地方政府的科技投入;解维敏(2012)[10]基于财政分权和晋升锦标赛的角度,发现政府官员追求

GDP短期快速增长的偏好对企业形成行为导向,从而抑制了企业的科技投入;谢乔昕和宋良荣(2015)[11]的研究也表明,分权程度越高、地方晋升压力越大,辖区内企业的研发投入水平越低。

以往研究多数从财政分权(纵向的中央与地方政府财权与事权划分)以及地方政府间横向晋升锦标赛的角度展开讨论,对本文研究具有重要的启示作用,但也存在一些不足。第一,财政分权作为中央与地方之间收支权责的划分制度,既包括财政收入的划分,也包括财政支出的划分,而这两种角度下财政分权对科技投入的影响机制并不完全一致。从财政收入的角度来说,主要指税收等财权的划分。地方政府通过税收划分,获得相对自主的收入来源,成为独立的经济利益主体。在自身财政经济利益的驱使下,地方政府追求税收为主的财政收入快速增加,因此会更重视短期经济绩效的增长,从而偏向于投资见效更快的基础设施等项目、压缩科技创新等公共投入。从财政支出的角度来说,主要指的是中央与地方政府之间支出责任范围、规模和结构等事权的划分。事权的划分使地方政府更多地承担起发展地方经济的责任。我国创新驱动发展战略的实施,以及地方对中央创新政策的重视与迎合,都会使地方政府日益注重依靠创新发展经济,加大对科技创新的投入力度。然而,以往研究并未对这两种机制加以区分,进而也忽略了这两种机制下财政分权对科技投入影响效果的差异。第二,虽然以往研究在理论分析时考虑到了地区之间可能存在的相互竞争

与模仿,即地区之间并不是相互独立的,但在建立计量模型时,可能囿于研究方法的限制,并没有对这种空间相关效应进行控制,从而也降低了研究结论的精确性。

因此,与以往研究相比,本文的贡献主要体现在:第一,从财政收入和支出两个角度理清财权与事权划分对地方政府科技投入的不同影响机制,并藉此较为全面地衡量财政分权的作用效果;第二,考虑到地方政府科技投入之间可能具有的空间相关特征,应用空间计量分析技术,实证分析财政分权对地方政府科技投入的影响效应。本文后续内容安排为:第二部分从财政收入和支出两个角度,分析财政分权对地方政府科技投入的影响机理;第三部分建立空间计量模型;第四部分对实证结果进行分析和讨论;最后给出结论及相应的政策建议。

二、背景与理论分析

财政分权又被称为财政联邦主义。通过财政分权,地方政府与中央政府分享财政收入(主要是税收收入),获得了部分财权(周黎安,2007)[12],并在中央政府的允许下,获得部分事权,自主决定预算的支出规模和结构。以 Tiebout(1952)[1]、Oates(1972)[2]为代表的传统财政分权理论认为,人员、资本等要素在地区间的自由流动,有利于其选择自身效用最大化的地区,而正是这种“用脚投票”机制的存在,促进了地方政府公共产品供给效率的提高。同时,地方政府更加了解辖区内居民对公共产品和公共服务的偏好,有利于进一步改善公共产品的供给,提高公共资源的配置效率。第二代财政分权理论引入了激励和竞争机制,认为实施财政分权后,地方政府不再仅仅充当中央政府代理人的角色,还拥有了相对独立的自我利益,成为较为独立的经济利益主体(Qian和Weingast,1996)[13]。地方政府出于对自身利益的追求,相互之间展开竞争。当这种激励机制使地方官员利益与地方居民福利一致时,可以有效地促进公共产品的供给。

但是,Qian和Weingast(1996)[13]等认为我国的财政分权制度并非完全意义上的“财政联邦主义”,而是更贴近于“市场

维护型的财政联邦主义”,将财政制度称为“中国式分权”,并认为正是这种具有中国特色的市场维护型财政联邦主义,促进了经济的快速增长。Blanchard和Shleifer(2001)[14]在对我国与俄罗斯的财政体制进行了比较后发现,我国经济上的分权与政治上的集权为地方竞争提供了充分的激励与约束,并藉此推动了我国经济的较快增长。而我国现行财政体制的核心内涵恰恰在于这种政治集权与经济分权的紧密结合。

具体而言,这种“中国式分权”主要是在1994年的分税制改革过程中建立起来的。然而,此次改革还存在着一些遗留问题,最主要的是地方政府财权与事权的不匹配。主要因为在事权的划分上,1994年的分税制改革与改革前相似,中央财政支出主要包括国防、外交及重点建设等,地方政府则主要承担地方的基本建设、社会保障、教育等地区公共服务支出。改革前后地方财政支出在总财政支出中的比例大体保持在70%左右,基本维持改革前的状态。这种财权与事权的不匹配,导致收支不同角度下财政分权对地方政府科技投入的影响机理有所不同。

从财权划分,即财政收入的角度来看,分税制改革确立了我国地方政府的财政收入范围,将营业税(除铁银保)、25%的增值税、地方企业所得税、个人所得税等税种划为地方所有,给予了地方相对独立的税收权利。但这样的划分使地方政府仅获得了全部税款的较小部分,地方税种还存在着税源分散不稳定、征管难度大、征收成本高等弊病。同时,地方政府仅拥有税收征管权,并不能自主开设税种、确定税率,所以在课税对象、税率等税收要素不变的条件下,促进经济增长、扩大税基就成为地方政府增加税款的优先策略。在受财政分权影响的财政预算硬约束下,风险大、周期长、见效慢的科技创新投入便会受到基础设施投资等的挤占和压缩,从而降低了地方政府的科技投入。与财政分权密切相关的是政治集权。在“向上负责”的政治管理体制下,地方官员围绕经济绩效展开“晋升锦标赛”(周黎安,2007)[12],而财权的划分为“晋升锦标赛”的展开提供了物质基础。税收等财权在中央和

地方之间的分配,使地方政府获得财政收入的控制权,并以此成为相对独立的经济主体,能够自主决定其经济行为。基础设施投资不仅可以迅速刺激经济增长,还是地方官员显著且容易测量的政绩,因此地方官员倾向于将其财政收入投资于基础设施建设。在晋升激励下,地方官员为在有限的任期内获得优异的政绩,容易产生短视效应,忽视经济长期发展的需求,从而进一步弱化对科技创新的投入。

从事权划分,即支出角度来看,财政分权基本确立了中央与地方之间支出责任范围、规模和结构等。支出责任的划分使地方政府对管理地区事务、促进地区经济发展负有主要责任。通过财政支出拉动就业和 GDP 增长、改善基础设施条件以及科技创新环境等,是地方政府推动地区经济增长的主要方式。我国经济发展进入新常态以来,劳动力、资源等传统优势正逐渐减弱,科技创新成为驱动经济长期发展的新动力。在此情形下,地方政府也逐渐认识到科技创新的重要性,通过不断提高本地区的财政科技支出来改善地区创新环境,提升地区科技创新能力。

我国政治上的集权也会进一步加强事权角度下财政分权对地方政府科技投入的促进作用。一方面,在政治奖励和晋升等利益的驱动下,地方政府将积极迎合和支持中央提出的创新驱动发展战略,扩大财政科技支出,以此提高本地区的科技创新能力。另一方面,中央政府对科技创新的高度关注,也使得地方违背中央政策的成本极大。为此地方政府将主动与中央政策保持一致,积极落实中央的创新驱动战略,提高本地区的财政科技投入。

综上所述,“中国式分权”体制下,地方政府的财权与事权产生了分离。这种分离在一定程度上造成了收入和支出两种角度下财政分权对地方政府科技投入影响机制的不同。下将通过建立严格的计量经济学模型,对两种角度下财政分权的影响效果进行实证检验,从而为政府相关部门的科学决策提供参考。

三、模型构建与数据说明

地方政府间的科技投入可能存在着一一定的空间相关效应。这是因为,研发要素具有趋利的特征。当某一地区政府扩大科技投入、提高科技创新水平、改善区域创新环境时,如果周边地区不及时采取应对措施,周边地区的研发要素便会在市场机制的驱引下,自发地流向该地区,进而促进该地区的经济发展,这也使得这一地区的政府官员在“晋升竞标赛”中占据了一定的优势。各地区的政府官员为在竞争中脱颖而出,获得晋升机会,便会竞相扩大科技投入。这种地区间的相互竞争,使得地方政府的科技投入不仅受到本地区相关因素的影响,还受到相邻地区科技投入水平的影响,从而产生空间相关效应。因此,本文将通过建立空间计量模型来对地方政府科技投入的空间相关性予以控制。

(一) 检验政府科技投入空间自相关性的 Moran I 指数

在建立空间计量模型之前,首先需要对方变量是否存在空间自相关性进行检验。已有研究大多采用 MoranI 指数来检测,如式(1)所示:

$$\frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \omega_{ij} (x_i - \bar{x}) (x_j - \bar{x})}{S^2 \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \omega_{ij}}$$

S^2 为样本方法, $S^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}$ 。 n 为样本个数, $n = 30$; x_i 、 x_j 分别为第 i 个和第 j 个样本观察值,这里取第 i 个和第 j 个省份地方政府科技投入的对数值; \bar{x} 为 30 个省份地方政府科技投入对数的均值。 ω_{ij} 为空间权重矩阵,来反映地区间的相邻关系。

$$\omega_{ij} = \begin{cases} 1, & i \text{ 和 } j \text{ 省份相邻} \\ 0, & i \text{ 和 } j \text{ 省份不相邻} \end{cases}$$

MoranI 指数的取值在 -1 到 1 之间。当指数值 >0 时,表示相邻地区间的科技投入具有正向的促进作用,存在着“正空间自相关”,且指数值越大,地区间的正空间自相关性越强;当指数值 <0 时,表示地方政府的科技投入存在“负空间自相关”,其绝对值越大,地方政府科技投入的负空间自相关性越强;当 MoranI 指数的取值为 0 时,表示

地方政府科技投入是随机分布的,相互之间不存在空间自相关效应。

(二)空间计量模型的构建

地方政府科技投入所具有的空间相关性,违背了经典计量假设中变量之间相互独立的假设。此时,如果仍然采用最小二乘(OLS)等传统方法进行估计,估计结果势必存在偏误。因此,本文参照Anselin(1988) [15]的方法,建立空间面板计量模型,实证分析财政分权对地方政府科技投入的影响。该模型主要包括两种基本形式,即引入空间滞后项的空间滞后模型(Spatial Autoregressive Model, SAR)和通过误差项来体现空间依赖性的空间误差模型(Spatial Error Model, SEM)。

相邻地区之间的因变量可能存在相互影响和依赖,进而形成空间依赖性,并最终达到均衡状态。为了反映各个地区之间因变量的空间依赖性,空间滞后模型(SAR)引入“空间滞后项”,通过空间滞后系数 λ 表征空间滞后项对因变量的影响,即相邻地区因变量对该地区因变量的影响。SAR模型的表达式如下:

$$tech_{it} = \alpha_{it} + \lambda \omega tech_{it} + \beta fdi_{it} + \sum x_{it} \delta_i + \mu_{it}$$

式(2)中,techit为第*i*个地区在*t*期的地方政府科技投入量; ω 为空间权重矩阵; λ 为空间自相关回归系数,表示相邻省份地方政府科技投入 ω techit对本地区政府科技投入techit的影响;fdit表示地区的财政分权程度(关于地方科技投入与财政分权的度量本文将在下文做详细说明); α_{it} 为截距项; μ_{it} 为随机扰动项。 x 为其他一系列控制变量,包括地区基础设施水平(inf),用各地区每平方公里铁路营业里程数来表征;经济发展水平(gdp),用各地区人均国内生产总值的对数来表征;对外开放程度(fdi),用各地区人均外商直接投资的对数值来表征;科技发展水平(pat),用各地区人均专利申请授权数来表征; δ 为对应控制变量的系数。

当考虑到未被包含在自变量中、但仍然影响着被解释变量的遗漏变量以及一些不可观测的随机冲击可能具有空间相关性

时,空间误差模型通过引入存在空间依赖性的扰动项,来体现这些具有空间相关性的遗漏变量和随机冲击。其表达式为:

$$tech_{it} = \alpha_{it} + \beta fdi_{it} + \sum x_{it} \delta_i + \mu_{it}$$

$$\mu_{it} = \rho \omega \mu_{it} + \varepsilon_{it}$$

式(3)中, ρ 为空间误差系数, ε 为具有独立同分布性质的随机扰动项。其余变量与空间滞后模型中的定义相同。关于上述两个模型中的被解释变量——地方政府科技投入,本文采用中国科技统计网所公布的相应数据。2007年,我国进行了政府收支分类改革,财政支出统计口径发生了较大变化。改革前,我国财政科技投入主要包括科学事业费、科技三项费等其他科技支出,改革后的财政科技投入包括了“科学技术”科目下支出和其他功能中用于科学技术的支出。改革前后虽然财政科技投入的分项数据不具有可比性,但年度政府财政科技投入涵盖的范围却基本一致,并具有相对统一的标准,仍然可以较为清晰地反映我国30个省区地方政府科技投入的情况。

关于核心解释变量——财政分权,现有研究主要采用三种类型指标对其进行衡量。第一种是分成率指标,如Ma(1997)

[16]采用平均分成率,以省级政府从财政收入中所提留的平均份额来表征财政分权水平;林毅夫和刘志强(2000) [17]则以省级政府从财政收入增加额中所提留的比例作为边际分成率来表征财政分权程度。另一种指标则是采用地方财政收支占中央或全国的份额来对财政分权程度进行表征,这也是目前研究中较为常用的一种方法。孙群力(2010) [18]以预算内财政支出占全国的份额表示财政分权。考虑到财政收支不仅包括预算内财政收支,还包括预算外财政收支,单一的指标很难全面反映我国的财政分权状况,沈坤荣和付文林(2005) [19]将预算内、外财政收支一并纳入考察体系,构建了包括各预算内、预算外以及预算内外等一系列财政分权指标,进行综合性研究。这几种方法使用的主要是财政收支的总量指标,因而也忽略了一个重要问题,即各地区人口规模的不同将会对各地财政收支造成影响。为

克服这一问题,张晏和龚六堂(2005)[20]、傅勇(2010)[21]等采用各地区人均本级财政收支与中央人均本级财政收支的比值,表征各地区财政分权水平,以此消除各地区人口规模的影响。此外,财政自给度也逐渐被作为财政分权的考察指标,得到了一些学者的采用。乔宝云等(2007)[22]使用政府非转移支付收入与支出总额的比值来衡量地方的自有收入水平;陈硕(2010)[4]则采用各地区财政净收入占财政总支出的比重作为各地区财政自给度的衡量指标。

基于上述分析,考虑到我国各地区的预算内财政收支,主要由地方政府制定预算并参照执行,相对于预算外财政收支更加稳定,且2007年以后我国预算外收支全部纳入预算内管理,不再公布预算外数据。因而,鉴于数据的可得性,本文采用预算内财政收支来衡量财政分权。同时借鉴张晏和龚六堂(2005)[20]等人的方法,在排除了人口规模后,采用人均地方财政收支与人均中央财政收支之比表征财政分权程度。其核算公式如下:

收入角度的财政分权指标(f_{d1})=预算内人均地方本级财政收入/预算内人均中央地方本级财政收入

支出角度的财政分权指标(f_{d2})=预算内人均地方本级财政支出/预算内人均中央地方本级财政支出

本文的考察样本包含2001—2013年我国大陆30个省级行政区域(西藏地区由于数据缺失严重,不予考虑)。原始数据来源于2001—2014年《中国统计年鉴》、《中国财政年鉴》、各省统计年鉴以及中国科技统计网。变量的描述性统计如表1所示。

四、实证结果与讨论

(一)地方政府科技投入的空间自相关性检验

表2给出了2001—2013年我国地方政府科技投入的空间MoranI指数。

由表2可以看出,某一地区地方政府的科技投入受到相邻地区科技投入的影响,其分布存在着明显的正向空间自相关性。考察期内,地方政府科技投入的空间自相关指数总体

呈现上升的趋势,一定程度上表明地区间的空间联系在不断增强。因此,本文采用空间面板计量模型是适宜的。

(二)空间计量模型回归结果

经Hausman检验,空间计量模型中,固定效应模型优于随机效应模型,因而本文采用固定效应模型进行分析。根据固定效应模型对地区和时间两类非观测效应的控制,可以分为无固定效应(nonF)、地区固定时间不固定(sF)、时间固定地区不固定(tF)和时间地区均固定(stF)四种类型。

在空间滞后模型(SAR)与空间误差模型(SEM)的选择上,本文采用Burridge(1980)[23]和Anselin(1988)[24]提出的拉格朗日乘子检验(LM检验)方法对其进行检验。结果显示,采用收入指标的回归模型中,LM-Error检验的结果为5.517,通过了5%的显著性水平检验,拒绝了“模型残差不存在空间相关”的原假设;LM-La检验结果0.098,其结果不显著,并不能拒绝原假设,因而选用空间误差模型较为适宜。同理,采用支出指标的估计结果也支持了空间误差模型更为合适。表3为收入和支出两种角度下空间误差模型的回归估计结果。

从表3可以看出,相对于其他模型,地区固定时间不固定效应(sF)的空间误差(SEM)模型具有较高的极大似然值(Log-L)和调整后可决系数(R-squared),其拟合优度均较好,因此,本文选择该模型的回归结果进行分析与讨论。

从地区固定时间不固定效应(sF)的空间误差(SEM)模型的回归结果来看,收入和支出角度下的空间误差系数(分别0.34和0.33)均1%的显著性水平上显著,这也表明我国地方政府的科技投入具有显著的正向空间相关性,与上文空间MoranI指数的检验结果一致。

表3中收入角度财政分权的估计系数为-0.11,并通过了显著性水平为1%的显著性检验,表明在我国财政分权体制中,税收等财权的划分显著地抑制了地方政府的科技投入,这与本文的预期相一致。1994年的分税制改革将部分税收划拨地方后,地方政府受财政利益的激励,过分重视短期经济

绩效的提高,而压缩对投资周期长、风险大、见效慢的科技创新的投入。同时,地方官员间的“晋升竞标赛”也进一步加剧了这一抑制作用。

表3中支出角度财政分权的估计系数为0.06,并在1%的显著性水平上显著,表明支出角度的财政分权对地方政府科技投入存在着显著的促进作用。正如本文理论分析部分所言,通过央地之间财政支出责任的划分,地方政府对地区经济持续、健康发展负有了主要责任。科技创新作为促进经济长期发展的重要动力,越来越受到地方政府的青睐。特别是在中央提出创新驱动战略以来,地方政府为更好地迎合中央的这一政策,对科技创新越来越重视,进而也促进了地方政府对科技创新的投入。

综合表3的结果可以发现,在收入和支出两种角度下,财政分权对地方政府科技投入的影响效果截然相反。收入分权抑制了地方政府的科技投入,而支出分权则有显著的促进作用。一定程度上说明地方政府的财权和事权并不完全匹配,从而也造成了其结果的差异。经济进入“新常态”以来,相对独立的事权对地方政府依靠科技创新、转变经济发展方式提出了更高要求,而不相匹配的财权则使地方政府不得通过刺激短期的经济增长来弥补财政收入的不足。因此,进一步理顺中央与地方之间财政分权的关系,匹配地方政府的财权与事权,对于充分调动地方政府的创新积极性,进而促进创新型国家建设的顺利进行具有重要意义。

(三) 稳健性检验

1. 考虑不同空间矩阵的稳健性检验。

上文的回归分析中,以两个省份是否相邻来设置空间权重矩阵,假设不相邻地区的科技投入之间不存在空间相关效应,这与实际情况并不完全相符。现实中,省份之间虽然在地理位置上不相邻,但并不能认为它们没有联系。因此,本文将借鉴Tiiu和Friso(2008)[25]的方法,通过设置空间距离权重矩阵^①来对空间计量模型重新进行回归,以此作为一个稳健性检验。回归结果见表4。

从表4可以看出,更换空间权重矩阵后,

地区固定时间不固定效应(sF)的空间误差(SEM)模型仍然具有较好的拟合结果。收入视角下财政分权估计系数显著为负,而支出视角下财政分权的估计系数显著为正。这些均与上文结论一致,结果具有稳健性。

2. 考虑预算内外财政收支的稳健性检验。

自2011年以来,我国将预算外资金统一纳入预算内管理,不再公布预算外数据。因此,为保证数据的一致性,在上文中采用2001—2013年的预算内财政收支数据进行了实证分析。但也应注意,2011年以前,预算外资金由各地方政府自收自支,是地方预算内资金的重要补充,一定程度上影响了我国的财政分权。基于此,本文将采用2001—2010年预算内外财政收支数据,对财政分权的影响进行稳健性检验。

以预算内外财政收支衡量财政分权程度的核算公式如下:

以收入衡量的财政分权指标(fd1) = (预算内人均地方本级财政收入+预算外人均地方本级财政收入) / (预算内人均中央地方本级财政收入+预算外人均中央本级财政收入)

以支出衡量的财政分权指标(fd2) = (预算内人均地方本级财政支出+预算外人均地方本级财政支出) / (预算内人均中央地方本级财政支出+预算外人均中央本级财政支出)

回归结果见表5。

从表5可以看出,将预算内外资金一并纳入模型后,收入视角的财政分权对地方政府科技投入仍然呈显著的负向影响,而支出视角下的财政分权影响显著为正。这也表明,更换财政分权指标后,财政分权对地方政府科技投入的影响并没有发生实质性的变化。结果依然稳健。

五、结论

本文利用2001—2013年我国大陆30个省份的面板数据,在剖析收入与支出两种角度下财政分权对地方政府科技投入影响的不同机理基础上,考虑各省区地方政府之间科技投入可能存在的空间相关效应,通过建立空间计量经济学模型,实证分析了财政

分权对地方科技投入的影响。主要的研究结论与政策建议如下:

我国各地区地方政府的科技投入并不是独立的,而是相互之间存在着明显的空间相关性。因此,从政策层面来讲,我国在落实创新驱动战略、鼓励地方政府增加财政科技投入的同时,还应当重视地区之间科技投入的空间相关效应。一方面地方政府要重视与其他地区之间的交流互动;另一方面,从中央层面统筹区域创新发展,科学引导地区间的竞争与协作,从而促进我国科技创新能力的整体提升。

财政分权对地方政府科技投入的影响并不是单纯的激励或抑制。收入角度下财政分权抑制了地方政府的科技投入,支出角度财政分权则起到明显的促进作用。产生这种差异的原因可能在于地方政府财权与事权的不匹配。因而,我国在进一步完善财政体制的过程中,要着重理顺中央和地方之间的财政关系,科学安排财权与事权,使之相匹配,从而充分发挥财政分权促进地方政府科技投入的重要作用。

参考文献

- [1] Tiebout C M. Pure theory of local expenditures [J]. Journal of Political Economy, 1956(64):416-424.
- [2] Oates W E. Fiscal Federalism [M]. New York:Harcourt brace Jovanovich, 1972. 72-122.
- [3] 张军,等.中国为什么拥有了良好的基础设施?[J].经济研究,2007(3):4-19.
- [4] 陈硕.分税制改革、地方财政自主权与公共品供给[J].经济学(季刊),2010(4):1427-1446.
- [5] 乔宝云,范剑勇,冯兴元.中国的财政分权与小学义务教育[J].中国社会科学,2005(6):37-46.
- [6] 龚锋,卢洪友.公共支出结构、偏好匹配与财政分权[J].管理世界,2009(1):10-21.
- [7] 周克清,刘海二,吴碧英.财政分权对地方科技投入的影响研究[J].财贸经济,2011(10):31-37.
- [8] 潘镇,金中坤,徐伟.财政分权背景下地方政府科技支出行为研究[J].上海经济研究,2013(1):34-45.
- [9] 顾元媛,沈坤荣.地方政府行为与企业研发投入——基于中国省际面板数据的实证分析[J].中国工业经济,2012(10):77-88.
- [10] 解维敏.财政分权、晋升竞争与企业研发投入[J].财政研究,2012(6):30-32.
- [11] 谢乔昕,宋良荣.中国式分权、经济影响力与研发投入[J].科学学研究,2015(12):1797-1804.
- [12] 周黎安.中国地方官员的晋升锦标赛模式研究[J].经济研究,2007(7):36-50.
- [13] Qian Y Y, Weingast B R. China's transition to markets-market preserving federalism, Chinese style [J]. Journal of Policy Reform, 1996(1):149-185.
- [14] Blanchard O, Shleifer A. Federalism with and without political centralization: China versus Russia [R]. IMF Staff Papers, 2001:171-179.
- [15] Anselin L. Spatial Econometrics: Methods and Models [M]. Dordrecht, Kluwer Academic Publishers, 1988.
- [16] Ma J. Intergovernmental Fiscal Relations and Economic Growth in China [M]. London: Macmillan Press, 1997. 133-156.
- [17] 林毅夫,刘志强.中国的财政分权与经济增长[J].北京大学学报(哲学社会科学版),2000(4):5-17.
- [18] 孙群力.中国地方政府规模影响因素实证研究[J].财政研究,2010(1):38-41.
- [19] 沈坤荣,付文林.中国的财政分权制度与地区经济增长[J].管理世界,2005(1):31-39.
- [20] 张晏,龚六堂.分税制改革、财政分权与中国经济增长[J].经济学(季刊),2005(4):75-108.
- [21] 傅勇.财政分权、政府治理与非

经济性公共物品供给 [J]. 经济研究, 2010(8):4-15.

[22] 乔宝云, 张晓云, 彭骥鸣. 财政支出分权、收入自治与转移支付的优化组合 [J]. 财政研究, 2007(3):50-56.

[23] Burridge P. On the Cliff-Ord test for spatial autocorrelation [J]. Journal of the Royal Statistical Society B, 1980(42):107-108.

[24] Anselin L. Lagrange multiplier test diagnostics for spatial dependence and spatial heterogeneity [J]. Geographical Analysis, 1988(20):1-17.

[25] Tiiu P, Friso S. Regional income inequality and convergence processes in the EU - 25 [J]. Italian Journal of Regional Science, 2008(4):29-50.

作者简介:白俊红,男,2010年毕业于南京航空航天大学经济与管理学院,获管理学博士学位,现为南京师范大学商学院教授、硕士生导师.研究方向为科技统计与管理。戴玮,女,2014年毕业于南京财经大学会计学院,获管理学学士学位,现为南京师范大学商学院在读硕士研究生.研究方向为科技统计与管理。(责任编辑:郭明英)

表 1 变量的描述性统计

变量	均值	最大值	最小值	标准差	样本数
<i>tech</i>	7.46	10.45	4.12	1.23	390
<i>fd1</i>	1.10	6.30	0.34	1.08	390
<i>fd2</i>	4.52	14.59	1.18	2.87	390
<i>inf</i>	192.55	808.46	15.10	164.69	390
<i>gdp</i>	9.85	11.49	8.00	0.75	390
<i>fdi</i>	3.81	7.04	-0.30	1.54	390
<i>pat</i>	3.21	36.80	0.13	5.54	390

注:括号内数字为 z 检验值;***、**、* 分别代表显著性水平小于 0.01、0.05 和 0.1。

表 3 空间误差模型回归估计结果

变量	收入角度				支出角度			
	nonF	sF	tF	stF	nonF	sF	tF	stF
α	-2.82*** (-3.98)	/	/	/	-7.60*** (-9.79)	/	/	/
ρ	-0.04 (-0.57)	0.34*** (6.01)	-0.04 (-0.56)	0.31*** (5.46)	-0.02 (-0.34)	0.33*** (5.90)	-0.03 (-0.41)	0.31*** (5.40)
<i>fd1</i>	-0.15*** (-2.81)	-0.11** (-2.24)	-0.15*** (-2.94)	-0.11** (-2.36)	/	/	/	/
<i>fd2</i>	/	/	/	/	-0.19*** (-10.82)	0.06*** (4.00)	-0.19*** (-10.79)	0.04*** (2.93)
<i>inf</i>	0.000 (0.85)	0.003*** (7.15)	0.000 (0.84)	0.003*** (7.04)	0.001*** (2.82)	0.003*** (8.46)	0.001*** (2.74)	0.003*** (7.88)
<i>gdp</i>	1.01*** (12.31)	1.08*** (24.81)	1.01*** (14.16)	1.08*** (27.31)	1.61*** (17.44)	0.88*** (15.05)	1.60*** (19.38)	0.94*** (17.56)
<i>fdi</i>	0.52 (1.34)	0.09*** (3.54)	0.06 (1.48)	0.09*** (3.44)	-0.08** (-2.24)	0.10*** (4.14)	-0.08** (-2.20)	0.10*** (3.94)
<i>pat</i>	0.07*** (7.93)	0.02*** (4.43)	0.06*** (7.99)	0.02*** (4.67)	0.06*** (8.50)	0.02*** (4.70)	0.06*** (8.83)	0.02*** (4.54)
\bar{R}^2	0.70	0.98	0.70	0.98	0.77	0.98	0.77	0.98
<i>Log-L</i>	-396.31	88.70	-397.52	74.63	-348.96	94.06	-350.70	76.11

注:括号内数字为 t 检验值;***、**、* 分别代表显著性水平小于 0.01、0.05 和 0.1。“/”表示此项为空。

表 4 稳健性检验结果

变量	收入角度				支出角度			
	nonF	sF	tF	sF	nonF	sF	tF	sF
α	-2.90 ^{***} (-4.07)	/	/	/	-7.78 ^{***} (-9.65)	/	/	/
ρ	-0.03 (-0.33)	0.32 ^{***} (4.14)	-0.04 (0.40)	0.31 ^{***} (3.91)	0.07 (0.73)	0.41 ^{***} (5.68)	0.07 (0.74)	0.33 ^{***} (4.26)
$fd1$	-0.14 ^{***} (-2.70)	-0.10 ^{**} (-1.99)	-0.14 ^{***} (-2.79)	-0.11 ^{**} (-2.27)	/	/	/	/
$fd2$	/	/	/	/	-0.19 ^{***} (-10.85)	0.67 ^{***} (4.73)	-0.19 ^{***} (-10.83)	0.04 ^{***} (3.31)
inf	0.000 (0.77)	0.003 ^{***} (7.06)	0.000 (0.74)	0.003 ^{***} (6.95)	0.001 ^{***} (3.19)	0.003 ^{***} (8.45)	0.001 ^{***} (3.16)	0.003 ^{***} (7.93)
gdp	1.02 ^{***} (12.34)	1.09 ^{***} (24.82)	1.02 ^{***} (14.18)	1.10 ^{***} (27.24)	1.64 ^{***} (17.12)	0.85 ^{***} (14.09)	1.62 ^{***} (19.31)	0.94 ^{***} (17.37)
fdi	0.05 (1.20)	0.06 ^{**} (2.13)	0.05 (1.35)	0.06 ^{**} (2.17)	-0.09 ^{***} (-2.60)	0.08 ^{***} (3.00)	-0.09 ^{***} (-2.58)	0.07 ^{***} (2.81)
pat	0.07 ^{***} (7.88)	0.02 ^{***} (5.01)	0.07 ^{***} (7.93)	0.02 ^{***} (5.16)	0.06 ^{***} (8.18)	0.02 ^{***} (5.09)	0.06 ^{***} (8.46)	0.02 ^{***} (4.98)
$\overline{R^2}$	0.71	0.98	0.70	0.97	0.76	0.98	0.77	0.97
$Log-L$	-396.38	82.71	-397.60	69.67	-348.84	91.06	-350.59	72.42

注：括号内数字为 t 检验值；***、**、* 分别代表显著性水平小于 0.01、0.05 和 0.1 “/”表示此项为空。

表 5 考虑预算外收入的财政分权程度的稳健性检验结果

变量	收入角度				支出角度			
	nonF	sF	tF	sF	nonF	sF	tF	sF
α	-2.66 ^{***} (-2.68)	/	/	/	-6.04 ^{***} (-6.39)	/	/	/
ρ	0.01 (0.09)	0.32 ^{***} (4.98)	0.03 (0.44)	0.29 ^{***} (4.37)	-0.04 (-0.50)	0.27 ^{***} (3.96)	-0.02 (-0.30)	0.24 ^{***} (3.41)
$fd1$	-0.11 ^{**} (-2.18)	-0.21 ^{***} (-3.56)	-0.10 ^{**} (-1.96)	-0.18 ^{***} (-3.12)	/	/	/	/
$fd2$	/	/	/	/	-2.22 ^{***} (-9.09)	0.15 ^{***} (6.29)	-0.22 ^{***} (-8.88)	0.13 ^{***} (5.84)
inf	0.000 (0.03)	0.003 ^{***} (4.29)	0.000 (0.04)	0.002 ^{***} (3.81)	0.000 ^{**} (2.20)	0.003 ^{***} (5.01)	0.000 ^{***} (2.65)	0.002 ^{***} (3.91)
gdp	1.01 ^{***} (8.69)	1.03 ^{***} (18.78)	0.94 ^{***} (8.08)	1.01 ^{***} (20.33)	1.45 ^{***} (12.82)	0.75 ^{***} (11.05)	1.27 ^{***} (12.14)	0.78 ^{***} (12.34)
fdi	0.00 (0.97)	0.83 ^{***} (2.72)	0.01 (0.19)	0.10 ^{***} (3.10)	-0.07 (-1.60)	0.09 ^{***} (2.86)	-0.04 (-0.95)	0.11 ^{***} (3.38)
pat	0.11 ^{***} (6.31)	0.02 ^{***} (3.15)	0.11 ^{***} (6.09)	0.03 ^{***} (3.71)	0.13 ^{***} (8.77)	0.04 ^{***} (5.92)	0.14 ^{***} (8.53)	0.04 ^{***} (5.68)
$\overline{R^2}$	0.65	0.98	0.63	0.97	0.72	0.98	0.70	0.97
$Log-L$	-306.93	85.56	-315.05	68.81	-273.18	98.22	-282.61	80.30

注：括号内数字为 t 检验值；***、**、* 分别代表显著性水平小于 0.01、0.05 和 0.1 “/”表示此项为空。

文化视角下企业内组织社会化 对新生代员工工作投入的影响

潘镇 吕彦菲

摘要:处在网络化、全球化的特殊时代背景下,新生代员工在企业文化方面的社会化过程及其影响受到了广泛关注。以江苏省南京市、安徽省马鞍山市共26家企业中的180名新生代员工为研究对象探究企业文化视角下组织社会化过程对员工工作投入的影响机制,以及组织文化认同在此过程中的中介作用。研究表明基于企业文化的组织社会化过程对新生代员工的工作投入具有正向的影响作用,而组织文化认同在企业文化社会化与员工工作投入的关系中起到了重要的中介作用,并对企业管理实践中的文化管理提供指引。

一、引言

如今,80后、90后一代正逐步进入职场,成为新人职员工的主力军,这一代年轻人被称为新生代员工(本文中新生代员工指1980年至1998年之间出生的员工)。出生在计划生育的政策背景之下,成长在改革开放之后、网络信息科技飞速发展的时期,新生代员工普遍文化水平较高,思想开放、独立,富有创造性,行动力强;但与此同时,该群体也反映出抗挫折能力较差、不善交际、注重自我和急功近利等特点(傅红和段万春,2013)。正是由于具有上述鲜明的时代特点,新生代员工在进入职场初期阶段的适应过程也与80前一代员工相比有所不同。

员工在进入新的工作环境时都必须经历一段璋应过程,即组织社会化的过程。Simmel(1895)最早提出社会化的概念,用来阐释群体的形成过程。Schein(1968)首先提出了组织社会化,认为组织社会化是指新员工进入到组织中学习、适应的过程,也是员工从组织的外部人成长为组织内部人的过程。新员工不仅需要了解新的工作岗位,掌握相关技能并完成工作任务,还需要处理新环境中的人际关系,即李超平等(2014)提出的“任务适应和社会关系适应”两个维度。企业文化是具有企业自身特色的精神财富和物质形态,它包括文化价值观念、企业精神、道德规范、行为准则、历史传统、企业制度、人文环境等方面,其中价值观念是

企业文化的核心。基于企业文化的组织社会化过程,即企业文化社会化,主要在历史、语言、目标和价值观三个方面对员工产生影响(Chao,1994),它不仅使员工积极主动地学习组织内的价值体系、目标和行为规范,不断调整自己态度和行为,还能够对员工其他方面的社会化过程起到整合深化的作用。国内目前已有较多关于新生代员工特点、价值观代际差异方面的研究,对组织社会化与员工绩效、员工工作期望方面进行的研究尚集中在个人组织匹配或领导部属交换作用等纵向视角。然而新生代员工所处的时代环境与以往不同,其组织社会化过程也具有特殊性。因此,本文以新生代员工为研究对象,基于企业文化的视角,探究企业文化社会化对员工工作投入的影响机制。

二、理论背景与研究假设

国内的有关研究表明,文化因素对管理的影响非常大(凌文铨和方俐洛,2003),而成功的组织社会化又具有文化差异性(Irene Hau &Siu Chow,2002)。企业文化在组织中作为一种核心的精神力量,一种共有的价值观念,引导着各级员工的思维方式,并进一步引导员工的工作行为。企业文化在组织内部共享,并保持一个相对稳定的状态,员工从接受、理解企业文化到内化为自身的思维方式,并在工作、生活中践行企业文化是一个渐进的过程,需要跟随着企业内外环境的变化、企业文化的发展不断对自身的行

为态度进行调整和适应。任何一个社会或组织都在活动、发展的过程中形成并保持其独有的文化，并受到组织所有成员共同的认可（刘光明，1999）。在社会化的过程中，企业文化逐步被员工感知、理解和认同。员工在不断的自我定位和适应的过程中对企业产生更深入的自我身份认知以及对组织的认同感，并将其内化为对企业价值观的拥护和对行为准则的遵守，外在则表现为积极的员工工作行为。随着企业文化社会化的深入，员工的工作态度和 work 行为逐步向企业的经营目标靠拢。企业文化社会化通过历史、语言、目标和价值观三个维度的社会化过程，使员工对企业的价值准则和组织目标由认知到理解并内化为个人行为准则，从而产生更加积极的工作行为，提高工作投入度。员工工作投入是指员工处于一种持续的、积极的工作状态。企业文化社会化程度越高，员工自身的工作状态与企业对员工的要求越极致，工作投入的积极程度也会越高（苏雪梅，葛建华，2009）。因此，本文做出如下假设：

假设 1：企业文化社会化与员工工作投入正相关。

在社会中，人们趋向于对具有不同性质、特征的人群进行划分、归类，并依据一定的标准将自身纳入某类别中去，进行自我认知和自我定位以获得一种身份特征，即为社会认同。而当个人用组织身份来定义自己的时候便产生了组织认同，组织认同是以组织及其岗位作为归类依据对自身身份的定义，在组织内部表现为团队的合作行为，对外表现为以组织的身份特征定义自己、以组织的标准要求自己。当个体感到组织身份特征具有吸引力时，个人的组织认同感也会随之增强（葛建华和苏雪梅，2010）。在企业文化社会化的过程中，员工对企业的历史、价值观、使命、战略等方面都有了深层的理解和认可，并逐步内化为自身的行为方式。员工对企业文化由认知到理解到践行的过程，也是不断进行自我认知、自我定义的过程。企业文化社会化越深入，员工也越倾向于认同自己的组织身份，即组织文化认同程度越高。因此，本文提出：

假设 2：企业文化社会化与组织文化认同正相关。

员工在组织文化认同感逐步增强的过程中，会从群体行为和组织利益的角度出发，进行思考和行动，并不断依照组织的价值观、行为准则来要求自己，使组织与个人的目标、行为决策和利益逐渐趋同。员工的组织文化认同感越强烈，越愿意在积极进取的心态下提高工作效率、完成工作任务，并通过自身的不断努力实现个人与组织的共同目标。在组织文化认同的影响下，员工实现高度的工作投入，是一种在企业环境影响下主动的而非制度、合同限制下被动的行为。

企业通过文化社会化的过程对员工施加影响，使得员工逐步形成组织文化认同，而组织文化认同的提升又进步促使员工表现出积极的工作行为及工作态度，具体地表现在工作投入度的提高。组织文化认同在企业文化社会化和员工工作投入之间起到了桥梁的作用，并促进了企业文化社会化对员工工作投入的积极影响。因此，本文提出：

假设 3：组织文化认同与员工工作投入正相关。

假设 4：组织文化认同在企业文化社会化与员工工作投入的关系中起中介作用。

三、实证分析

（一）研究样本

为了深入了解新生代员工的企业文化社会化过程对工作行为的影响机制，笔者采用发放问卷的形式进行调研，共计在江苏省 26 个企业内针对 34 周岁以下的新生代员工发放问卷 220 份，每个企业发放问卷 530 份不等，共回收问卷 187 份，除去部分存在回答具有明显偏差或缺失的问卷，共获有效问卷 145 份，有效回收率为 81.8%。在有效的员工样本中，男 75 人，占 41.7%，平均年龄 27.4 岁（标准差=3.84），平均在现所在单位工作年限为 3.7 年（标准差=3.58）。样本的工作单位性质涵盖了多个类型的企业，其中国有企业占 31.1%，私营及民营企业占 60.6%，外资及合资企业占 8.3%，在教育程度上，本科及以上学历占样本的 65.6%，

专科学历占样本的 29.4%。

(二) 变量测量

此次调研问卷中采用 Likert 五点评分法作为评价尺度, 针对每条目用 15 分做出回答, 其中 1 表示“完全不同意”, 5 表示“完全同意”。问卷内容包括对企业文化社会化, 组织文化认同和员工工作投入三个变量的测量, 均由员工进行自我评价并填写。

企业文化社会化: 本文中企业文化社会化具体地表现为组织社会化中与文化紧密相关的社会化过程, 对于该变量的测量采用 Chao(1994) 的组织社会化量表, 经过筛选, 选取了其中与企业文化有关的共 17 个条目。由组织历史 (5 条目)、组织语言 (5 条目) 和组织目标和价值观 (7 条目) 三个维度组成。包括问题如: “我了解组织的长期传统”, ② “组织的目标也是我个人的目标” 等。在本研究这三个维度的内部一致性系数分别为 0.761, 0.675, 0.864, 该量表总体的信度系数为 0.864, 表明该量表的信度较为良好。

组织文化认同: 采用 Mael 和 Ashforth (1992) 的维度 6 条目的组织认同量表。该量表的信度系数为 0.851, 表明该量表的信度较为良好。

工作投入: 采用 Schaufeli (2002) 的工作投入量表。该量表总体的信度系数为 0.957, 表明该量表的信度良好, 其中活力、奉献、专注三个维度的内部一致性系数分别为 0.898, 0.919, 0.881。本研究将这三个维度合并进行处理分析。控制变量: 问卷中所涉及的相关人口统计变量, 如性别、年龄、受教育程度、在现单位工作年限和工作单位性质等, 在一定程度上会对员工的组织文化认同和工作投入产生影响, 因此, 本研究中将对这几项内容进行控制。

(三) 数据分析和结果

为了检验“企业文化社会化”, “组织文化认同” “员工工作投入” 三个主要变量之间的区分效度各个测量量表的相应参数, 本研究对关键变量进行了验证性因子 (confirmatory factor analysis, CFA), 并在各个模型之间进行比较, 结果通过 Amos17 得出。

其中, 模型 1 中的三个主要变量“企业文化社会化” “组织文化认同”, “员工工作投入” 分别通过 17、6、17 个条目作为可测变量进行分析, 不对各个维度进行区分。模型 2 中在模型 1 的基础上将“企业文化社会化” 变量的历史、语言、价值观三个维度独立开来, 分别将其对应的 5、5、7 个条目作为可测变量, 而对于“员工工作投入” 变量, 则将活力、奉献、专注三个维度各自对应的条目进行平均化处理, 将其均值作为可测变量。模型 3 是在模型 2 的基础上, 针对企业文化社会化变量的三个维度利用项目构想平衡法进行处理, 最终三个维度分别得到 3、3、4 个可测变量与之对应。模型 4 则是在模型 2 的基础上进行改进, 使得“企业文化社会化” 的三个维度之间均相关。

相较于模型 1, 改进后的几个模型拟合度均有所提高 ($CFI > 0.731$) 在模型 2、模型 3、模型 4 之间进行比较, 模型拟合度差别不大, 相对而言模型 3 最优 ($CFI = 0.828$)。因此, 下文中对潜在变量之间的直接、间接效应及总效应的分析以模型 3 的结果为基础进行探讨。

表 2 为本研究主要变量的描述性统计分析 (均值和标准差) 及相关关系 (Pearson 相关系数), 结果由 SPSS19.0 计算得出。

从表中可以看出企业文化社会化的三个维度: 历史、语言、价值观均与组织文化认同呈现出显著的正相关关系 ($r = 0.42$ 、 0.26 、 0.59 , $p < 0.01$), 与工作投入 ($r = 0.46$ 、 0.28 、 0.75 , $p < 0.01$) 也是如此。组织文化认同与工作投入 ($r = 0.69$, $p < 0.01$) 也呈现出显著的正相关关系, 假设 1 至假设 3 均得到支持。与此同时, 性别、学历、工作年限、企业性质与企业文化社会化均无显著的相关关系, 说明企业文化社会化在不同性别、学历、工作年限的员工中以及不同类型的企业中均差异不大。在本研究中我们先采用层级回归方法 (Hierarchical Regression)

对上述假设进行分析和验证, 由 SPSS19.0 得出的分析结果见表 3

(1) 主效应的检验企业文化社会化对于员工工作投入的影响。

为了验证假设 1 中企业文化社会化对于

员工工作投入具有正向的作用,首先将工作投入设为因变量,在模型3中放入控制变量(性别、年龄、学历、工作年限、企业性质),然后在模型5中放入自变量(企业文化社会化)。层级回归的结果如表中所示,企业文化社会化中的价值观部分对于员工工作投入具有显著的正向作用(M5, $\beta = 0.56$, $p < 0.01$)。

接着来验证假设2中企业文化社会化对于组织文化认同的正向影响。同样,首先将组织文化认同设为因变量,在模型1中放入控制变量(性别、年龄、学历、工作年限、企业性质),然后在模型2中放入自变量(企业文化社会化)。结果显示企业文化社会化中的价值观部分对于组织文化认同具有显著的正向作用(M2 $\beta = 0.56$, $p < 0.56$)。同理,对于假设3中组织文化认同对于工作投入的正向影响的验证,我们以模型3为基础,在模型4中放入变量(组织文化认同),表中结果显示组织文化认同对于工作投入具有显著的正向影响(M4, $p = 0.654 < 0.01$)。假设1至假设3均通过了验证。

(2) 中介效应的检验——组织文化认同的中介作用。

首先,由表中模型5的结果可以看出,自变量对于因变量的正向作用显著(M5, $\beta = 0.74$, $p < 0.01$)。接着,由模型2的结果可以看出,自变量对于中介变量的正向作用显著(M2, $\beta = 0.56$, $p < 0.01$)。最后,当模型6中加入中介变量后,自变量对因变量的影响结果仍为显著的正向作用(M6, $\beta = 0.54$, $p < 0.01$)并且中介变量对因变量也仍为显著的正向作用(M6, $\beta = 0.35$, $p < 0.01$)。由此,假设4得到了验证和支持,说明组织文化认同在企业文化社会化和工作投入之间确实起到了中介的作用。

本研究还采用了结构方程建立模型的方法对假设进行更加深入的分析研究,主要利用结构方程来揭示企业文化社会化、组织文化认同以及员工工作投入三个主要变量之间的结构关系,关系强弱在模型中主要通过路径系数来体现。利用AMOS17[^]得出此模型中各个潜变量之间的直接效应、间接效应以及总效应的标准化结果,此处仅将初始模

型与最优模型的结果列出以做比较,具体如表4所示。

表中所示的直接效应即为变量之间的路径系数,如表中企业文化社会化对于组织文化认同的直接效应为0.726,说明当其他条件不变时,企业文化社会化潜变量每提升1个单位,组织文化认同将直接提升0.726个单位。企业文化社会化对工作投入的总效应为0.812,组织文化认同对员工工作投入的总效应为0.431。组织文化认同在企业文化社会化对工作投入的影响过程中承担中介作用,从表中可以看出,这种中介作用带来的间接效应为0.313,是企业文化社会化对组织文化认同的总效应与组织文化认同对工作投入的总效应共同作用的结果。

上述结果再次验证了本研究的假设,企业文化社会化对于组织文化认同和员工工作行为均存在着显著的正向影响,组织文化认同在两者之间起到了重要的中介作用。

从表5中可以看出,企业文化社会化的价值观、语言、历史三个维度对于组织文化认同的直接效应分别为0.69、0.01、0.301,无间接效应,上述三者对员工工作投入的间接效应分别为0.569、0.08、0.249,无直接效应;三个维度中价值观维度对组织文化认同的影响最为突出。组织文化认同对员工工作投入的总效应为0.825。组织文化认同在企业文化社会化对工作投入的影响过程中承担着完全的中介作用。

根据以上结果,将最初的研究框架加以调整,变量之间的关系得到了更加清晰的证明,模型1及模型3的研究变量之间的关系以及路径系数见下图

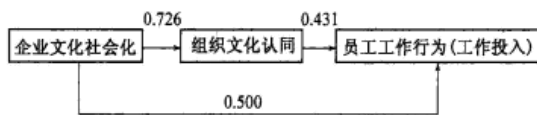


图1 模型1变量路径系数

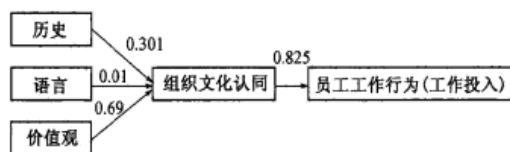


图2 模型3变量路径系数

四、结论

据以上的实证结果, 本文认为: 企业通过基于企业文化的社会化过程对新生代员工的工作行为施加正面的影响, 这种影响直接地反映为新生代员工的社会化过程中对企业文化的认知和了解。员工对企业文化的理解越深入, 个人的思想、价值观与企业文化越融合, 越会表现出积极的工作行为, 同时, 员工组织文化认同的提升也会对此间接地产生积极影响。随着社会化的深入和企业文化的熏陶与渗透, 员工对自我的定位逐渐明晰, 在人际交往和工作实践成果两方面逐步得到认可, 提升了企业员工对自身成就的满足感, 提升了对自我身份的认同, 进而实现更高层次的工作投入。

新生代员工以组织文化认同为中介、从企业文化社会化到员工工作行为的影响机制得以明确, 为企业运作实践中的组织文化建设及管理提供了有利的理论基础和指导, 同样也为今后企业文化视角下社会化过程的研究提供了新的思路。对于企业的管理者来说, 方面, 面对越来越多的新生代员工进入工作岗位, 除了刚性的制度管理之外, 柔性的文化管理方面应当予以更多重视, 它将更加充分地激发企业潜在的生产力。要加强企业文化建设力度, 鼓励员工加入到企业文化培养与宣传的过程中去, 并且企业文化的建设和培养过程应重视长效计划与短期计划的互补结合, 对于不同岗位、不同工作年限的员工的管理要因人而异, 制定针对性的策略。另一方面, 企业文化的对外宣传能够激发起员工的组织文化认同感, 包括企业知名度、企业形象、企业承担社会责任的情况等; 对内要提高团队凝聚力、团队工作氛围, 完善工作任务导向和激励机制。企业的文化管理工作不能僵化为枯燥的例行事务, 不论是培训或者沟通都要能够激发出员工的内在动力, 要使员工从接受组织文化转变为主动追随和参与组织文化建设。要加强企业的经营实力, 承担起必要的社会责任, 注重塑造良好的企业形象和企业信誉? 要发挥各级领导层对基层员工的思想引导作用并且强化对新生代员工的责任意识与团队意识的培养。本研究将研究对象的范围限制在新生代员工, 是因为在经济全球化、信

息技术飞速发展的环境下, 中国新崛起的一代正在发展为最重要的人力资源, 其知识水平与思想价值观也在不断进步, 本文研究的结果可反映这样一种时代意义。在研究设计方面, 第一, 采用了西方学者的相关研究成果, 选择了较为成熟的量表进行测量, 且针对企业文化社会化和员工工作投入两个变量均通过三个维度进行测量, 具有较高的信度。第二, 运用了 spss19 和 Amos17 两种软件对数据进行处理, 采用了较为传统的层级回归分析方法以及更为深入的结构方程两种方法对假设进行验证, 并且着重探究了组织文化认同在企业文化社会化对工作行为的影响机制过程中的中介作用。第三, 样本数据来源分布广泛, 涉及多个行业及各类不同性质的企业。同样, 虽然新时代下员工学历及知识水平都在不断提高, 但本研究中样本的学历也由低至高均有所覆盖, 因此具有较高的外部有效性。

由于各种原因及资源方面的限制, 本研究中也存在一些局限性。本研究所收集的数据均来源于同一组员工样本, 同源方差的影响较大, 易造成对变量之间关系的测算存在偏差。测量量表均直接采用西方的相关研究成果, 量表成熟, 但是由于员工心理和价值观的测量容易受到各国文化差异的影响, 因此在未来研究中应当选择或者开发更加适用于中国本土社会文化环境的测量量表, 从而增加研究的效度。本研究中的模型较为简单, 仅考虑到了企业文化社会化的直接影响和组织文化认同的中介作用, 而在实践中仍存在其他因素对员工工作行为产生的重要影响。此外, 员工工作投入并非衡量员工工作行为的唯一指标。在未来的研究中, 还将引入员工主动性行为作为调节变量、加人员工工作满意度作为衡量员工工作行为的另项指标, 丰富研究模型, 使之更加客观、全面。本次研究由于资源方面的限制, 所收集的有效样本数量有限, 未来可以在更大的地域范围内对本研究加以探索和验证。此外, 还可以通过多时点研究收集数据, 观测不同组织社会化条件下的员工行为的变化过程。由于本研究对象的年龄范围在 34 周岁以下, 人职年限较短, 因此绝大多数职位层级较低,

在未来研究中可以考虑领导与新生代员工之间的相互作用,进行多方位的测量与研究。

参考文献:

[1] 傅红、段万春。我国新生代员工的特点及动因——从新生代各种热门事件引发的思考

[2] 葛建华、苏雪梅。员工社会化、组织认同与组织公民行为西美尔,林荣远。社

会学

[3] 李超平,苏琴,宋照礼。互动视角的组织社会化动态跟踪研究

[4] 文轻,方俐洛。心理与行为测量

[5] 刘光明。企业文化

[6] 苏雪梅,葛建华。员工社会化视角下的组织文化作用机制研究

表1 变量验证性因子分析结果

模型	X ²	Df	X ² /Df	RMSEA	RMR	TLI	CFI	NFI	GFI
模型1	2 046.955**	737	2.777	0.1	0.108	0.715	0.731	0.638	0.619
模型2	978.888**	296	3.307	0.114	0.215	0.727	0.751	0.681	0.705
模型3	511.335**	149	3.432	0.117	0.176	0.803	0.828	0.775	0.776
模型4	902.801**	293	3.081	0.108	0.151	0.754	0.778	0.706	0.722

注:n=180; **表示1%显著性水平上通过检验。

表2 变量描述性统计及相关系数

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. 性别	0.42	0.49	1.00									
2. 年龄	27.43	3.84	0.06	1.00								
3. 学历 ^b	2.67	0.69	0.07	-0.01	1.00							
4. 工作年限	3.70	3.58	0.13	0.69**	-0.09	1.00						
5. 企业性质 ^c	2.17	1.07	-0.06	-0.09	0.08	-0.27**	1.00					
企业文化社会化	6. 历史	3.39	0.83	0.01	0.12	-0.07	0.05	0.05	1.00			
	7. 语言	3.58	0.76	-0.08	0.13	0.02	0.12	0.04	0.44**	1.00		
	8. 价值观	3.58	0.79	0.00	0.14	-0.03	0.04	0.09	0.54**	0.31**	1.00	
9. 组织文化认同	3.72	0.87	-0.14	0.04	-0.10	-0.04	0.06	0.42**	0.26**	0.59**	1.00	
10. 工作投入	3.68	0.81	-0.08	0.06	-0.09	0.01	0.07	0.46**	0.28**	0.75**	0.69**	1.00

注:n=180; **、*分别表示在1%、5%显著性水平上通过双尾检验。

a 性别:1=男;0=女;b 学历:1=专科以下;2=专科;3=本科;4=硕士;5=博士;c 企业性质:1=国有;2=私营;3=民营;4=外资;5=合资;6=其他。

表3 层级回归分析表

		组织文化认同		工作投入			
		M1	M2	M3	M4	M5	M6
控制变量	性别	-0.21	-0.18	-0.11	0.03	-0.11	-0.04
	年龄	0.03	0.01	0.02	0.00	-0.01	-0.01
	学历	-0.12	-0.10	-0.11	-0.03	-0.07	-0.04
	工作年限	-0.03	-0.03	-0.01	0.01	0.00	0.01
	企业性质	0.04	-0.01	0.05	0.03	0.00	0.00
自变量	历史		0.13			0.06	0.02
	语言		0.05			0.04	0.02
	价值观		0.56**			0.74**	0.54**
中介变量	组织文化认同				0.65**		0.35**
	R ²	0.04	0.39	0.03	0.48	0.58	0.67
	F值	1.41	13.44**	0.88	26.87**	30.01**	37.82**
	△R ²	0.04	0.35	0.03	0.46	0.56	0.08
	△F	1.41	32.22**	0.88	152.95**	76.66**	42.30**

注:n=180; **、*分别表示在1%、5%水平上通过检验。

表4 模型1中各潜在变量之间的直接、间接效应及总效应

		企业文化社会化	组织文化认同	员工工作投入
组织文化认同	总效应	0.726**	—	—
	C.R.	3.361	—	—
	直接效应	0.726	—	—
	间接效应	—	—	—
员工工作投入	总效应	0.812**	0.431**	—
	C.R.	3.483	3.955	—
	直接效应	0.500	0.431	—
	间接效应	0.313	—	—

注:表中均为标准化的结果;**表示在1%上通过检验;C.R.值即为相应的t值。

表5 模型3中各潜在变量之间的直接、间接效应及总效应

		价值观	语言	历史	组织文化认同	工作投入
组织文化认同	总效应	0.69**	0.01	0.301	—	—
	C.R.	5.231	0.165	—	—	—
	直接效应	0.69	0.01	0.301	—	—
	间接效应	—	—	—	—	—
员工工作投入	总效应	0.569	0.08	0.249	0.825**	—
	C.R.	—	—	—	6	—
	直接效应	—	—	—	0.825	—
	间接效应	0.569	0.08	0.249	—	—

注:表中均为标准化的结果;**表示在1%上通过检验;C.R.值即为相应的t值。

火热的“吃鸡”游戏让多方人马发家致富

“吃鸡”类游戏自身的独特魅力，使得其有着相当不错的市场，也给游戏开发者、外挂开发、直播行业等带来了发家致富的机会。下面我们来看看具体情况。

“吃鸡”能像王者荣耀一样让各路人马发家致富吗？

RECUNNANASSANOE

Winner winner
Chicken dinner

在拉斯维加斯赌场获胜一把便会有足够银子买一份带有三块鸡肉的饭所以晚饭有鸡肉吃是胜者才能享受的待遇

中文直接翻译一下，便成了：

“大吉大利，晚上吃鸡！”

这句话随着游戏《绝地求生：大逃杀》的风行火遍网络“吃鸡”也成了代表这类游戏的通俗说法

火热的“吃鸡”

目前《绝地求生》在 Steam 的销售量已经突破了 **2000 万套** 上市至今平均每个月卖出 **250 万套**

它已经成为Steam上玩家数量最多的一款游戏 同时在线的玩家数量突破**100万**



《绝地求生》营业额达到**4亿美元**
98元人民币的下载游戏所需费用
让账面上的直接收入就超过了**20亿人民币**



但真正挣钱的，其实是里面的虚拟饰品
8月3日，《绝地求生》推出了
自己的“开箱子”系统
玩家可以花钱购买钥匙
开启战斗后用金币购买的宝箱
会随机获得稀有程度不等的饰品
(饰品的价格随随便便就是上千元人民币)

另外，与加速器开发商的合作
也给它带来了一定收益

开发者布莱登·格里尼
无疑是“吃鸡热”中的最大赢家之一
因为看到3A大厂在设计游戏时过分追求安全
他十分沮丧，从而决定自己试一试
也就是这一试
给了今年41岁的格里尼一份全职工作
更是成为了全球增速最快游戏之一的舵手



传闻“农药他爹”姚晓光在2016年
奖金绩效高达2亿人民币
蓝洞对“吃鸡他爹”自然也不会亏待
格里尼具体赚了多少钱
我们可以尽情想象一下



游戏开发者大吉大利



网吧如有吉星相助



“吃鸡”的热潮，救活了濒临灭绝的网吧
为什么“吃鸡”能为网吧带来大量生意？
“吃鸡”这款游戏对于电脑配置的要求较高
家里的电脑一般带不起来
于是找几个好友
去网吧开黑“吃鸡”成了多数人的选择
“吃鸡”正式开始攻陷网吧



一网吧店主表示：

以前在工作日也就是70-80人
晚上能到100人出头



70-80

每日营业收入约4000-5000元



<130

周六日130人都满不了
营收约在6000-7000元



7月份之后，‘吃鸡’特别火
店里人明显多了
每天晚上生意都很火爆
工作日下午2点以后能有130多人
营收在6000以上
周六日要排队，单日营收近万元



外挂开发利润滚滚

“吃鸡”的游戏规则是残酷的
100个人里
获胜者只能是一个人或者一个组



这让很多技术不好，意识不佳的人
只能作为待宰羔羊，每盘落地成盒
这样的游戏体验，让“吃鸡”外挂大行其道



一款注册账号都需要98块钱的游戏
客户质量会差吗？
以他们的消费能力
完全可以消费外挂的支出

《绝地求生》官微发布数据

截至11月12日
游戏处罚的开挂作弊账号
数量达到了70万个



以累计2000万份的销量粗略估算
平均20余个账号中，就有1个开挂

消费者除了可以选择外挂种类外
还有小时卡、天卡、月卡等



外挂市场上某个“品牌”的
外挂天卡140元，月卡1500元
成本很低的外挂服务主要是靠宣传卖出去
最早的一批外挂制造者
一个月利润不下百万

此前有过调查：

外挂制造者往往会成立类似工作室性质的组织
招募几十个总代理，总代理再发展出下级代理
下级代理们创建QQ群发布外挂进行收费
一个工作室往往有十几个外挂群



群内有1名群主、5名管理员
轮流值班发外挂广告



24小时接待顾客
其中几个是5000人群
群成员加起来人数不下5万



5万的消费者在手上把握着
月入百万真的不是吹牛
高收益的驱使下，“吃鸡”外挂满天飞
这变味的“鸡”还有谁会去吃呢？



直播行业如意吉祥

吃鸡可以说是目前为止最适合主播进行直播的游戏 它和其它FPS游戏不同 游戏中非战的时间非常充足

3月初，“吃鸡”未火 直播各版块相安无事 从6月开始 LOL、DOTA、守望先锋等 所有主播都开始“吃鸡”

主播集体吃鸡，是因为什么呢？



“吃鸡”大火，看的人多 主播拿到的礼物也就多 自然，主播们最终获得的礼物分成也更上一层楼 原CS GO知名职业选手 Shroud在Twitch每天直播吃鸡 靠粉丝打赏收入在1000刀左右



小米的 《小米枪战》 和网易推出的 《荒野行动》 《终结者2：审判日》

与加速器合作赚取广告费用 看主播们流畅地“吃鸡” 不少人会直接在直播间里问 “用的是什麼加速器呀？” 主播们打广告的好时机就来了 广告金主给予主播们的报酬 也是一笔不小的数目



原英雄联盟职业选手韦神 就在转型打绝地求生之后人气大涨 斗鱼TV9月全站收入排行榜中



韦神以综合礼物价值 1082526.80元人民币 位居排行榜第13名 成功转型，赚得盆满钵满



从电脑端走向手机端

11月22日 腾讯正式宣布与PUBG公司达成战略合作 获得《绝地求生》国服代理权 在此之前小米和网易就已抢先一步 推出了自己的“吃鸡”游戏

美联储宣布加息 25 个基点

北京时间 12 月 14 日凌晨，美联储宣布加息 25 个基点，让我们再重温一下这事儿和咱们到底有什么关系。

连环话182期 凤凰财经

美联储加息跟老百姓有几毛钱关系？

凤凰财经

嗨，你听说美联储又加息了吗？

没。美联储加息是啥意思？

这你就不懂了吧，让我慢慢讲给你听！

栗子一
当美国民众想**贷款**买东西时，要付更多的利息，就降低了购买的欲望。



栗子二
当美国民众想去**存钱**时，发现存款利息好高，就更多的选择把钱存进了银行。



凤凰财经

于是乎……

就会有越来越多的美元乖乖的流进银行，越来越少的美元在市面上流通，美元的流动性就**降低**了，美元也就**升值**了。

美联储加息到底啥意思？

美联储加息是说美国的“央行”要提高利息，从而使商业银行对中央银行的借贷成本提高。

“YES，没错我们要涨利息了”



后面的动作快点！



可为啥美联储要这样折腾？

不懂？翻译成地球人能看懂的！

那这里的学问可大了！



说白了，加息就是控制美国民众的花钱欲望，让钱多多的流进银行，来降低货币的流动率。

简单来说，如果**实体经济是面粉**，**货币是水**。只有水、面比例相协调的时候才能揉成面团。



“我是水” “我是面粉” “我是蛋糕”

这可不是那么简单的。如果水加**多了**，面会揉稀；如果水加**少了**，面也揉不动。

让我举俩栗子！



鳳凰財

所以这是美国在协调**实体经济**和**货币**的关系，把握好水、面比例，争取做出来更大更可口的**蛋糕**分配给国民吃。

So? 美国人和面和我们有什么关系

憋急，让我慢慢讲给你听。

资本有逐利性，哪里吃香去哪里。



当美联储加息，美元升值，手握资金的人更愿意到美国**投资**，抢一块美国经济复苏的**蛋糕**。这就是所谓的“**资金流**”。

打折促销啦！



在外流前，资金是以资产的形式存在的，比如**股票**、**债券**、**房地产**、**实体企业**等。



鳳凰財經

当中国的资本争相流向美国，在中国的这些资产就会被抛售，出现**暴跌**的情况，不利于国家经济的**健康发展**。



同时，在外汇市场上，人民币供大于求，会造成人民币下行压力增大，人民币持续**贬值**的可能性增加……

好可怕，那么我们应该怎么办？

不慌，我们政府已经提前做好了准备。



鳳凰財經

之前，央行就已经完善了人民币中间价的报价，为美联储加息做了缓冲。再加上咱们**强大的外汇储备**，是完全有能力对应的。

明白了，看来以后我要多学些财经的知识。

必须啊，学有趣的财经知识，读财经连环话就够了。



疯狂微创意

科技无极限

博学经世 厚德弘商

主办方：大学生科学与技术协会

网址：<http://exy.njnu.edu.cn/bachill/>

邮箱：exyquankan@126.com