

# 四川省文化产业发展中的融资问题研究

黄友 陈娟 朱敏 阳恺

【摘要】文化产业在四川省起步较晚,但成长迅速,而伴随着产业的快速扩张,融资难成为制约其发展的主要障碍。本研究着眼于四川省文化产业融资的现状,将我省正在进行的实践体系化、理论化,再从产业内部和外部两个角度,分析我省文化产业融资的不足,提出适合于我省文化产业融资现状的创新思路和方法,从而为我省文化产业投融资实践提供积极的借鉴。

【关键词】四川省文化产业; 融资问题; 解决措施

## 第一章 绪论

### 1.1. 选题背景

文化产业是从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。党的十八大报告中提出“要推动文化产业快速发展,到2020年全面建成小康社会,文化产业成为国民经济支柱产业”。从经济强国到文化强国,提升文化软实力已成为近年来我国国家建设的重要内容,而文化产业,作为文化与经济相融合的产物也成为我国现代化建设中一支不可或缺的中坚力量。

四川拥有丰富的文化资源,发展文化产业基础坚实。十六大以来,四川省以“大集团带大产业”为基本战略部署,积极推动文化产业的集约型转变,打造文化产业的特色化和品牌化,全面提升文化产业的综合竞争力,产业发展取得了实质性的进步。2005年以来,全省文化产业持续保持28%以上的年增长率,2012年,全省文化产业实现增加值936.44亿元,占GDP比重3.92%,居全国第七,中西部首位,文化产业在整个四川经济发展的支柱性地位开

始展现。

产业高速发展的背后,离不开资金的介入和支持。近年来,国家推出大量政策支持文化产业融资,从2009年的《文化产业振兴规划》到2010年的《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》,再到2012年《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》发布,一个接一个政策的出台,显示着国家对于支持文化产业发展的决心,也为文化产业融资指明了方向。在政策指引下,文化产业融资的探索艰难但稳步推进,四川省也抓住机遇不断探索文化产业融资的新思路,实践在不断深入。但是,不可回避的事实是,无论全国还是四川,文化产业资金的供给远远无法满足产业高速发展的需求,文化产业特有的轻资产模式,使其难以有效与金融资本对接,加之文化融资机制的不成熟,融资方式的不完善,融资渠道的不畅通,都成为遏制文化产业进一步发展的瓶颈。

本研究正是在这一背景下展开的,通过对四川省文化产业融资问题的深入剖析,从融资主体、融资方式、融资渠道、政策机制等多方

---

本文是四川省哲学社会科学规划项目(项目批准号:sc13xs028)的阶段性成果。

作者简介:黄友,四川财经职业学院党委书记,教授。

陈娟,四川财经职业学院会计一系,讲师。

朱敏,四川财经职业学院会计二系,副教授。

阳恺,四川省财政厅文资办副主任。

面进行全面的探讨，找到四川省文化产业融资的症结所在，从而为产业发展助力。

### 1.2 选题的目的和意义

文化产业自身的特殊性以及文化产业中企业的特殊性决定了文化产业融资与一般的产业融资在融资机制、融资模式、融资渠道和融资方式上都存在差异，而受到地域性发展的影响，不同地区、不同省份文化产业和产业融资的发展又具有其自身的阶段性和特征。

从对文献的整理来看，泛泛的针对全国文化产业融资的研究最多，针对地区性的研究就比较有限了，而在这有限的地域性研究中，研究范围主要集中在安徽、河南、福建、陕西、甘肃等，专门针对四川省文化产业融资的研究极少，理论研究的不足显然不利于四川省文化产业融资实践的探索。因此，本次研究将着眼于四川省文化产业融资的现状，将我省正在进行的实践体系化、理论化，再从产业内部和外部两个角度，通过与国内国外文化产业融资的对比，找到我省文化产业融资的不足，并在充分结合我省现实条件的基础上，提出适合于我省文化产业融资现状的创新思路和方法，从而为四川省文化产业投融资实践提供积极的借鉴。

### 1.3 研究内容和方法

本课题在介绍了相关研究背景和意义的基础上，对国内外文化产业融资研究的文献进行综述，进一步介绍目前国内外文化产业融资的典型模式，同时，深入分析四川省文化产业发展的特点，指出发展过程中存在的融资问题及其对文化产业改革和发展造成的影响和阻碍。在借鉴国内外已有成果的基础上，结合四川省文化产业融资已经进行的探索，从内源融资和外源融资两个方向，提出了一系列改革的意见和建议。

在本课题的研究中，我们采用了文献分析法和调研法。在对国内外有关文化产业发展融资现状和模式做出了充分的理论研究后，对四川省文化产业融资状况进行实地调研并形成报

告，通过对事实和数据的研究分析，构建适应我省文化产业发展的融资模式。

### 1.4 技术路线

本课题的技术路线如下图 1.1 所示：

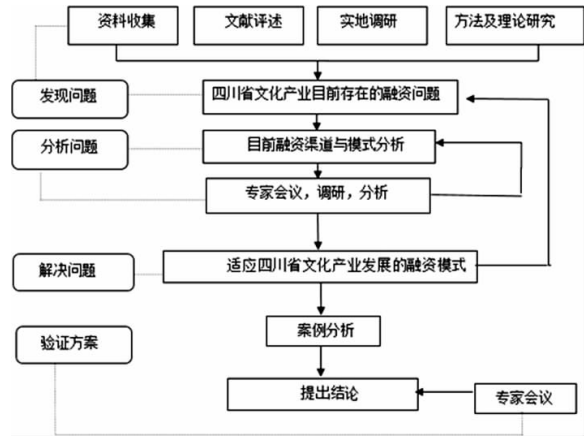


图 1.1 技术路线图

### 1.5 创新与不足

#### 1.5.1 主要创新

本课题的研究目的在于促进我省文化体制改革，实现文化强省的建设目标。四川省已经将文化产业列为重点发展领域，但文化产业融资困难严重阻碍产业发展。

在研究内容的选取上，针对我省文化产业融资研究是近年随着文化产业的发展以及文化产业相关理论的丰富刚刚起步的，纵观现有文献，研究成果极其缺乏。因此本次研究填补了四川省文化产业融资问题专题探讨的空白。

在本研究中，针对四川省文化产业融资的状况，目前面临的问题，形成问题的原因以及解决和完善措施等方面我们进行了深入剖析。为保证分析的全面性，我们站在内部和外部两个角度对产业融资问题加以体系化的梳理，并找到了我省文化产业融资的症结所在。其中，外部因素包括多元化投资主体虽已初步形成，但投资规模失衡，文化产业相关融资政策支持力度不够，信贷融资渠道不畅通，资本市场融资存在障碍等，从内部来看，包括企业资本结构不合理，开拓融资渠道的力度不够，文化产业内源融资能力、对融资风险控制能力不强以

及文化产业融资理财的专业人才严重不足等方面。我们提出了解决的措施,其中外部措施包括:1.进一步明确政府职能,突出其在直接投入和政策制度建设上的作用。2.进一步放开市场准入限制,从制度建设上积极引导金融资本、社会资本、民营资本和外国资本的进入,并适当对初创阶段的民营资本加以扶持,保证其顺利过渡。3.完善税收制度、知识产权保护制度、信用担保制度等相关法律法规,扫清制度障碍,并最大限度的发挥制度的约束和引导作用。内部措施包括:1.提高文化产业本身的核心竞争力。2.提高文化产业融资风险控制力度,完善融资效率评价体系。3.提升文化企业理财人员的水平。4.采用适应不同发展阶段的企业融资模式等。

对四川省文化产业融资问题的体系化梳理为进一步的深入探讨理清了思路,指明了方向。

#### 1.5.2 主要不足

文化产业在四川省得以迅速发展的时间并不长,相关统计数据和资料还不够完善,难以进行定量分析。同时,在现有研究成果不足,研究基础薄弱的条件下,要实现对四川省文化产业融资全面深入的剖析还有一定的困难。因此,本文的研究还处于探索阶段,有待于进一步深入和拓展。

在今后的研究中,应重视实证分析,更深入地加强对文化产业知识产权、金融创新和产业融资效率等相关问题的研究,为政府、相关金融机构和文化企业提供科学合理的决策依据。

## 第二章 研究的理论基础

### 2.1 文化产业的内涵及特征

#### 2.1.1 文化产业行业范围界定

要研究文化产业融资,首先我们需要对“文化产业”的内涵加以界定。不同的国家基于其自身的历史文化和产业发展背景,将这一新兴产业冠以不同称谓并在范围上作了相应的界定。

美国文化产业被称为“版权产业”,是一类

通过工业化或商品化方式进行文化产品和文化服务的生产、交换和传播的产业,包括核心版权产业(如出版发行业、新闻业、广播影视业等行业)和非营利性的文化部门(如图书馆、博物馆等);英国文化产业被称为“创意产业”,是一种源于个体创造力、技能和才华的活动,包括广告、建筑、电影和录像、音乐、广播电视等13项产业;日本文化产业称为“内容产业”,被定义为创造某种文化,生产与销售文化产品的行业,包括影像业(电影业、电视业、动画业)、音乐业、游戏业、出版业等四类。

在我国,根据国家统计局的表述,文化产业(全称文化及相关产业)是指为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动,以及与这些活动相关联的活动的集合。在2012年颁布的《文化及相关产业分类》标准中明确指出我国文化产业包括四大类:1.以文化为核心内容,为直接满足人们的精神需要而进行的创作、制造、传播、展示文化产品(包括货物和服务)的生产活动;2.为实现文化产品生产所必需的辅助生产活动;3.作为文化产品实物载体或制作(使用、传播、展示)工具的文化用品的生产活动(包括制造和销售);4.为实现文化产品生产所需专用设备的生产活动(包括制造和销售)。具体分类见表2.1所示。

表 2.1 我国文化产业分类表

|           |             |
|-----------|-------------|
| 文化产品的生产   | 新闻出版发行服务    |
|           | 广播电视电影服务    |
|           | 文化艺术服务      |
|           | 文化信息传输服务    |
|           | 文化创意和设计服务   |
|           | 文化休闲娱乐服务    |
|           | 工艺美术品的生产    |
| 文化相关产品的生产 | 文化产品生产的辅助生产 |
|           | 文化用品的生产     |
|           | 文化专用设备的生产   |

比较和总结各国对文化产业的不同定位和



范围限定,我们不难发现,在文化产业的范围限定上虽有差异,但对文化产业本质的认识是比较统一的,即文化产业兼具“文化”的属性和“产业”的特征,即以“文化”为其核心要素,以实现商业价值为根本目的,属于第三产业的范畴。

### 2.1.2 文化产业的特征

了解文化产业的特征,分析其相较于其他产业所独有的经济特性,将为文化产业融资的研究奠定基础。归纳文化的特殊性,我们认为,文化产业在投入与回报方式、风险控制以及运行主体上具有其自身的特点。

#### 一、高投入与高回报并行

区别于传统的制造业,文化产业具有极高的知识密集度,信息、知识、技术等无形资产构成了该产业的核心生产要素,而各种要素的运用形成了文化产品独有的“创新性”,不同于一般产品,文化产品往往无法简单复制,而正是这种“独一无二”决定了文化产业高附加值的特点。然而,符合普遍的投入产出规律,文化产业高回报的背后也对投入提出了更高的要求,文化产业的发展是以必要的经济基础为支撑的,对“创新”的高标准使得文化产业比任何传统产业都更多的依赖资金。近年来,文化产业更呈现出的规模化发展趋势,而规模化也必然与雄厚的资金实力并驾而行。回报丰厚但投入可观,这是文化产业的一个显著特征。

#### 二、高风险性

作为新兴产业,文化产业自身存在很多不确定因素,由此带来了该产业的高风险性。首先,文化产业所面对的市场需求具有不确定性。不同于一般的物质产品,文化产品更多的需要满足人们精神层面的需求,而这种需求本身就具有不稳定性,前一分钟还受人追捧的东西后一分钟可能已经退出人们的视野,且个体差异很大,众口难调,由此,外部市场风险很大;

其次,文化产业面临着政策性风险。与一般产业不同,文化产业兼具了“产业”和“意识形态”的双重属性,承载着经济发展和文化传播两项功能,因而国家政策对文化产业的规范和指引影响明显,积极正面的文化产品被社会所需求,而消极负面的文化产品受到政策的抵制。然而“好”与“不好”很难用法律条文简单划定,它受到政府部门偏好的影响,由此产业发展又面临巨大的政策性风险。外部市场风险、政策风险加之企业发展自身的经营风险使得文化产业风险剧增。

### 三、中小企业为产业主体

文化产业的发展在我国仍处于“幼儿期”,参与文化产业的主体主要以中小企业为主,企业整体呈现出小型化、个体化的特点。企业的创办主要依靠个人力量,如个人、艺术家以及高技术人才,资金投入有限,规模效应难以形成。“大量的小企业,少量的大企业”是我国文化产业的普遍现象。而以中小企业为主的特点本身也决定了我国文化产业本身资金的匮乏和融资的不易。

## 2.2 文化产业融资的理论基础

### 2.2.1 文化产业融资的概念

融资指企业筹集资金的行为与过程。广义地讲,融资也叫金融,就是货币资金的融通,企业根据目前或未来一段时间生产经营需要,合理预测资金缺口,并通过一定的渠道和方式取得资金,将资金用于生产经营的整个过程。企业融资的动机不外乎经营周转、扩张和偿还债务。企业的发展离不开金融的支持,企业融资应遵循一定的原则,通过一定渠道和一定方式去进行。

而所谓文化产业融资,是指通过特定的渠道和方式将资本配置到文化产业中,以期实现产业的健康发展和产业结构的优化。

### 2.2.2 资本结构理论

目前理论界对资本结构的定义主要有三种

标准:一、总负债与总资产的比例;二、总负债与所有者权益的比例;三、长期负债与总资产的比例。一般情形下,选择负债与所有者权益之间的关系进行研究。在当代财务管理研究中,短期负债在企业中都会被控制在一个范围之内,莫尔等专家将所有者权益与长期负债和永久的短期负债间的比例关系定义为资本结构。本课题将资本结构从广义角度定义为企业的所有资金的来源及比例关系,即企业的负债总额与资产总额的比例以及负债与资产各自内部项目的比例结构。

MM理论是资本结构研究中的典型理论。该理论是由美国经济学家 Modigliani 和 Miller (简称 MM) 于 1958 年提出的。该理论认为,只要不考虑税收、交易成本、个人和企业借贷利率相同等条件,企业的市场总价值与其资本结构无关。即负债不会影响企业的市场价值。虽然结论的成立需要苛刻的假设条件,过于理想,但它开启了对企业市场价值与融资结构之间关系的研究,被作为现代资本结构理论的开端。MM理论在得到广泛认可的同时也受到学者们的质疑和抨击,并由此引发了对企业市场价值与融资结构之间关系的深入探讨。

### 2.2.3 内源融资和外源融资

内源融资指企业从自身内部融通资金,资金来源于通过生产经营产生的现金流留存积累所得。这种融资方式不像债务融资那样需要按期支付利息和本金,财务风险很低,既不会使企业破产成本增加,也不会如股权融资方式那样因为新股东的进入而稀释了公司的控制权和利润分配权。企业内源融资具有成本低和效率高的优点,同时较少受到债权人和投资人的约束,企业在使用资金时具有很大的自主性,所以是企业融资的重要渠道。外源融资指企业通过股权和债权方式从外部筹集资金。主要包括银行贷款、企业债券、发行股票、企业间的融资租赁和商业信用等方式。在企业发展壮大过程中,单纯依靠内源融资往往难以满足企业的资金需求,

外源融资也成为企业获得资金的重要方式。内源融资和外源融资方式如图 2.1:

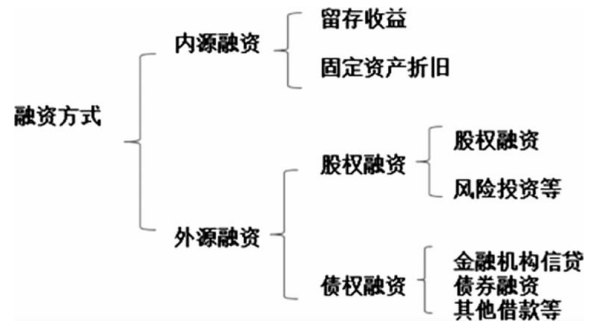


图 2.1 内源融资外源融资结构图

根据 Myers 和 Myjuf 提出的最优融资原则,在考虑交易成本的情况下,权益融资会传递企业经营的负面信息,且外部融资要多支付各种成本,因此企业在求助于外部融资前,应优先考虑内部留存收益和固定资产折旧资金来源,这就是著名的“融资优序理论”(pecking order theory)。

本章首先对文化产业的内涵进行了界定,明确了研究的范围,在此基础上我们针对文化产业的特征进行了分析,认为文化产业在投入与回报方式、风险控制以及运行主体上具有其自身的特点。其次,我们对文化产业融资相关理论(包括资本结构理论和内源外源融资理论)进行了论述,为了为后续的研究奠定理论基础。

## 第三章 文化产业融资研究综述

### 3.1 针对国外文化产业融资的研究综述

关于文化产业的国外研究文献非常丰富,学者们从投资主体、政策支持、融资方式等多个角度进行了广泛而深入的探讨。

针对投资主体的研究主要集中在对美国文化产业的研究中, Phillip McCalma(2004)分析了美国文化产业投资主体的特征,以电影行业为例,对国际资本介入的渠道和方式进行了研究。美国的多元投资主体得到学者们的认可;在政策支持方面,对不同国家的税收制度的研究是比较多的, Braedon Clark (1999)以澳大利亚电影产业为背景,论证了税收优惠政策的运行

情况和效果,肯定了其在吸引私人资本方面的积极作用。GrischaPerino 和 Gunther G.Schulze (2009) 则着眼于德国文化产业市场,提出在进行产业补贴的基础上政府应给予更多税收减免方面的政策扶持,以促进其发展,在这一方面,研究结论也比较一致;相比较而言,针对投融资方式的研究百花齐放,各种方式的设计和运用研究非常丰富, Robert C. DiGregorio, Jr.(1998)总结了美国电影业的融资方式,包括由制片公司提供资金、独立发行商融资、代理融资、终端客户融资、完成基金、贷款、预售协议等为一体的融资方式集合。Eiehl(1996)比较了风险投资与非风险投资在文化产业融资方面的贡献,认为风投支持的企业不仅带来资金,还能带来管理的经验技能、多元化的人才结构。Paul U. Ali(2007)提出证券化是产业投资基金的一种新融资机制。Gompers 和 Lemer(1998)研究了产业投资基金的问题,找到资本利得税率、养老金投资限制、基金的表现和声誉等是影响投资基金规模的主要因素。国外研究范围广泛,内容具体,具有一定的学习价值。

### 3.2 针对国内文化产业融资的研究综述

由于文化产业发展的滞后性,导致了我国针对文化产业的研究也一直到了20世纪90年代后期才开始出现,通过对现有文献的归纳和整理我们发现,在融资问题上所选择的研究角度包括对我国文化产业融资特点的研究、对我国文化产业融资困境及其对策分析的研究、对国外文化产业融资的解读以及分地区所进行的分析。从研究手段来看,理论研究为主,实证研究也有少量涉及。

站在产业自身角度,学者们对其投融资特点进行了研究。宋建龙(2008)从文化产业投资回报规律的角度进行了研究,认为,文化产业投资回报链条具有延伸性,回报周期较长,且投资回报率受社会评价影响较大。侯燕(2010)总结了文化产业投资的五个特点:1.投入高,投资回收期长,风险大;2.投资回报链

条长,投资收益可以延伸;3.产业内部不同行业相互渗透、交叉、融合成为发展趋势;4.人才等无形资本的投资是构成文化产业投资的重要组成部分;5.所涉及的领域更为广泛,投资机会更多。综上所述,文化产业产品特点及生产组织的特殊性决定了投融资的特殊性,高回报的同时也伴随着高风险。

关于文化产业融资困境及其对策分析的研究更为集中,研究的角度既包括宏观层面的分析也包括微观层面的探讨。

宏观的研究集中在制度机制方面,包括文化管理体制研究和金融、法律制度研究。兰仁凤(2008)认为投资渠道不畅、投资方式不合理、法律保障机制不完善是导致文化产业融资困难的主要原因,并着力从宏观层面针对投融资管理机制方面进行了分析,提出政府应通过法规政策的完善、投资结构的调整、投资环境的营造等手段强化自身在文化产业投资中的地位和作用。安定明(2010)则提出政府需强化宏观调控,通过建立文化产业投融资基金、助力金融企业介入、构建多元化投资主体等方式促进文化产业健康发展。侯燕(2010)强调政府要从产业监管体系的搭建、市场稽查工作的强化、知识产权保护的角度实现对投资者风险的控制,从而吸引社会资本进入文化产业。

微观层面的分析主要针对文化产业和文化产业的运行主体展开,研究知识产权开发和融资方式创新。针对文化产业的分析认为,文化产业存在无形资产比重大、难以评估的特点。苑泽明(2010)分析了知识资产对于文化产业的重要性,提出应该将融资重点从实物资产转向知识资产,建议完善知识产业融资立法、完善中介服务体系,并提出企业也要加强对知识产权的管理和保护。张静静(2011)指出文化产业知识产权评估困难,探讨了知识产权的转让以及企业并购中知识产权的理论与实务,为文化产业通过知识产权获得资金做了较全面的分析。从运行主体分析来看,盛朝晖、魏海滨



(2011)认为文化产业中的运行主体素质相对较差,往往都在成长初期,尚未形成市场规模及成熟稳定的经营模式,加之文化产品本身的特点导致其相较于一般的中小企业更加难以获得金融支持,并提出通过完善融资担保机制,推进无形资产二级市场建设、探索知识产权处置周转金制度等方面加以完善。于孝建、任兆璋(2011)在分析单个企业多个版权集合质押担保贷款方式的基础上,提出了更适合于中小企业的多个企业版权集合质押担保贷款的新融资方式。

为了寻求更加科学的融资途径,学者们针对国外文化产业融资进行了解读,其中针对美国、英国、日本的研究居多。辛阳(2013)针对中美文化产业融资机制、融资方式进行了比较分析,借鉴美国文化产业投融资经验,提出应通过完善政策扶持体系,构建多元化融资体系、加快相关的投融资制度建设等方面来进一步完善我国文化产业投融资体系。陈丹艺(2013)研究了英国文化创意产业发展背景,提出我国文化产业应该强化研发阶段支持力度,创新融资模式、完善中介服务和咨询机构、搭建融资公共服务平台,打造良好的融资环境。杨京钟(2011)站在财政政策的角度,对日本的文化产业融资进行分析,提出政府运用财政调控政策能够有效激励文化产业的快速发展。

除了国际比较,立足我国各地区自身发展经验的探讨也非常多,典型的如安徽、河南、福建、陕西、甘肃的研究成果比较丰富。甘涛从政府、金融机构及产业三个角度对甘肃省文化产业的融资困境提出对策建议;焦德武、卢晓华分析了安徽省文化产业融资的优势和不足,从公共资金投入和市场融资两个角度提出了建议;曾志兰研究了金融支持福建文化产业发展的的问题,并从融资服务平台、信贷产品、融资渠道以及金融支持的配套机制几个方面提出了应对之道。

综上,无论从宏观层面的政策制度还是从

微观层面的企业和产业特征,我国文化产业融资都面临巨大障碍,与国际上很多国家存在巨大差距,且地区之间差异也还很大,可见,进行文化产业融资的深入研究具有必要性。

### 3.3 针对四川省文化产业融资的研究综述

四川省文化产业的发展在全国范围来看起步较晚,但得天独厚的资源优势使之具备了强劲的发展实力,在文化产业发展方面的探索走在了西部前列。实践领域的快速发展拉动了理论方面的探索,立足于四川省文化产业的研究也逐渐出现,研究的角度由单一逐渐走向多元。现有文献显示,研究内容主要集中在产业发展本身,包括对四川省文化产业发展现状的总结和未来趋势的预测、对四川省文化产业优势竞争力的分析以及对四川省文化产业发展存在问题和对策的研究等,而关于四川省文化产业融资方面的研究相对匮乏,李永和(2009),在一篇名为《加大金融支持力度助推文化产业发展——金融支持四川文化产业发展的调查与思考》中针对金融对文化产业发展的支持进行了研究,认为制约金融介入文化产业发展的主要因素是:1.缺乏金融业与文化产业对接的意识。2.适应金融介入的文化管理体制不健全。3.文化企业自身特性难以适应金融机构风险控制的要求。4.金融服务体系不健全。而进一步提出需要从转变观念,加快金融产品和服务创新,发展适应文化产业特点的融资工具,充分发挥政府导向作用,完善金融支持文化产业的政策,进一步完善文化管理机制,培育合格的市场体等角度入手为金融介入创造良好环境。

## 第四章 四川省文化产业发展及融资现状

### 4.1 四川省文化产业发展现状

#### 4.1.1 四川省文化产业发展历程

改革开放以来,我省经济得到长足发展,经济发展使人们在精神文化方面的需求不断提高,从而促进了文化产业不断发展。目前,我省面

临着产业结构的调整,而文化产业作为新兴产业,就成为了投资和改革的热点。

根据国家统计局关于文化产业的目录分类,文化艺术、广播电视和新闻出版是文化产业中的“核心部分”,作为新闻出版大省和西部出版发行基地,新闻出版、广播电视和文化艺术在四川省呈现了较好的发展趋势,其中,新闻出版业总资产早已超过200亿元,出版经济总量占我国西部地区总量30%以上,综合出版实力居全国前列。

四川省的文化体制改革一直走在全国文化体制改革的前沿,2004年,四川被确认为全国文化体制综合改革试点省份,同年成立了文化体制改革和文化产业发展领导小组。自“十一五”以来,全省文化体制改革不断提速,四川省文化产业发展取得了长足进步。2012年是四川文化产业开启“十二五”改革发展的重要一年,这一年颁布的《四川省“十二五”文化改革发展规划》和《四川省人民政府关于加快推进文化产业发展的意见》提出了我省文化产业发展目标:力争至2015年,我省文化产业增加值力争达到1200亿元以上,占我省生产总值比重达到4%以上;力争到“十二五”末期,我省重点文化产业增加值达到930亿元以上,占四川文化产业增加值总量比例80%左右。

四川省文化产业增速明显加快,文化产业正在成为四川省新的经济增长点,但由于诸多限制因素,四川省文化产业的持续发展面临着艰巨的挑战。

#### 4.1.2 四川省文化产业发展的优势与机遇

四川省拥有丰富的文化资源,承载着深厚的文化底蕴,是一个名副其实的文化资源大省。

四川拥有以世界文化遗产为代表的瑰丽的巴蜀文化奇葩,金沙遗址出土的“太阳神鸟”金饰图案被确定为中国文化遗产标志,三星堆遗址、金沙遗址、古蜀船棺合葬墓、邛崃遗址已经列入国家文物局文化大遗址行动计划。

四川是一个多民族的省份,是全国唯一的

羌族聚居区、最大的彝族聚居区、第二大藏族聚居区。生活在四川大地上的羌、彝、藏各族人民创造了瑰丽多姿的民族文化。他们的服饰饮食、生活方式、宗教习俗、婚丧习俗、音乐歌舞、建筑形式、节庆活动与汉文化迥然相异,显著的民族特色创造了很强的文化产业吸引力和国际市场竞争力,也天然具备文化产业快速发展的优势。联合国教科文组织早在1998年提出了《文化政策促进发展行动计划》,计划指出文化是促进本国经济发展的最有力推手,文化多样性是人类最宝贵的财富,对社会发展是至关重要的,文化的创造性是人类进步的源泉。

四川省具有深厚的历史文化底蕴、丰富的文化旅游资源和响亮的城市品牌,使得四川文化产业发展已具深厚基础。

四川省组建了成都文旅、四川广播电视、成都日报、四川日报、四川出版、四川新华发行、四川党建期刊等七大国有大型文化集团,总资产超过100亿元。其中2个集团资产总额超过30亿元,3个集团纳税额超过1亿元。为完善产业链条,调整产业结构,优化产业布局,七大集团之间在资本、技术、人才和市场等方面相互合作,从而带动了文化会展、文化旅游、影视制作、出版发行、广告、印刷复制、娱乐、演艺、数字动漫等九大文化产业链的联动发展。

#### 4.1.3 四川省文化产业发展的不足与挑战

尽管我省文化产业资源丰富,但产业整合程度仍需进一步提升,文化产业链延伸度不够,文化资源优势未能真正有效地转化为产业优势和经济优势。四川省的文化建设仍然滞后于政治经济社会发展,近三分之一的县级文化行政主管部门仍属于事业单位,绝大多数县级文化稽查队伍缺乏执法主体资格。基层特别是农村的文化基础设施薄弱,文化设施陈旧。民营文化企业规模较小,人才、资金、技术等实力不强。

文化产业缺乏有影响力的品牌,未形成有核心竞争力的区域特色文化产业。民营文化产



业的发展环境和体制障碍还没有根本改善，民营文化企业大多处于闲散状态，竞争力不强。丰富的文化资源没有得到充分开发、利用和转化，潜在庞大的文化内需市场没有得到充分激活。文化事业建设经费严重不足，财政投入基数过小、年增长比例过低。

十七大报告曾经强调：弘扬中华文化要重视物质和非物质文化遗产的保护，我省在非遗保护的人才、资金方面都出现了许多不容忽视的问题，文化软实力的竞争已成为国际、区域文化竞争的新亮点，巴蜀文化中的川剧、舞蹈、手工艺品、民间文学等独有的川味在全国乃至世界都占有一席之地，古蜀文化的大气厚重和鲜明瑰丽的民族特色独具魅力。但我省非遗保护在激烈的市场竞争中因其传统元素较重，尤其与农耕等形式联系紧密的民俗形式逐渐走向边缘化，地震等自然灾害使四川非遗文化受损严重。同时，缺乏传承人才、资金和相应的保护机制，相关法律法规不健全这些使我省物质文化遗产的保护陷入了困境。

目前，国内文化市场竞争异常激烈，四川和发达省份相比仍有很大差距。在诸多困难和挑战中，文化企业融资难是核心的尤其值得关注的问题。资金不足制约了四川省文化产业的持续、健康发展。

#### 4.2 四川省文化产业融资现状

四川省政府大力促进文化产业发展，而为了突破文化产业发展的瓶颈，在文化产业融资方面做了大量卓有成效的工作。

在政策支持方面，2002年，省委省政府出台《加快建设西部文化强省的若干意见》，将完善文化发展的投入政策、调整财政支出结构、鼓励社会资金投入等作为建设文化强省的重要保障措施。2005年，为贯彻国务院颁布的《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》四川省制定并发布了《四川社会资本投资文化产业的指导目录》，鼓励和引导社会资本投资文化产业。2009年9月国家出台《文化产业振兴规

划》，提出要打开文化传媒行业的投融资渠道。与之相适应，四川省出台《文化产业发展规划》为四川的实践指明了方向。2012年，四川省财政厅、中共四川省委宣传部研究出台《四川省省级文化产业发展专向资金管理办法》，支持对文化产业发展进行项目补助、保费补助、绩效奖励及融资贷款贴息。同年，《四川省人民政府关于加快推进文化产业发展的意见》中进一步明确了对大型文化企业成功上市和上市直接融资的鼓励和奖励政策以及商业银行创新信贷模式和产品的要求。

在实践层面，无论是融资渠道还是融资方式，四川省的文化企业在不断转变，也在不断谋求创新的发展。在资金来源上，财政资金为文化产业融资的主要渠道。2003年10月，四川省委宣传部制定了《关于西部文化强省建设的五年规划》，提出“充分利用政府力量推动资本的原始积累，培育产业主体”的发展思路。为此，四川省政府对文化产业的投入逐年上升，据统计，针对文化产业的投入从2010年的3.648亿，到2013年的143亿，增长达40多倍。见表4.1

表 4.1 2009年至2013年文化与传媒财政预算支出表

| 年度    | 文化与传媒财政预算支出额 |
|-------|--------------|
| 2010年 | 3648万元       |
| 2011年 | 12896万元      |
| 2012年 | 320693万元     |
| 2013年 | 143亿元        |

从政府投入的形式来看，主要有四种：一是对国有文化企业的直接投入，如成都传媒集团、四川新华发行集团等一批国有文化企业的快速发展就离不开政府的直接支持，且政府投入是国有文化产业最主要的资金来源；二是针对公益性质的文化事业单位进行的事业费和发展经费投入，十一五期间，四川省在文化事业费

上的支出分别为2006年5.17亿元、2007年7.26亿元和2008年11.08亿元,相较于十五期末增加了164%,而从2010年至2012年,全省人均文化事业费由17.89元跃升至30.04元,排名全国18;三是以设立省级文化产业发展专项资金为渠道实现对文化企业和民营文化企业的支持。2006年,“四川省文化产业发展专项资金”设立,通过项目补助、保费补助、绩效奖励及融资贷款贴息等方式以少量的政府投入撬动社会资本,发挥资金的“放大效应”。如2007年,安排四川日报报业集团安仁老公馆项目贷款贴息400万元,带动民营资本投入4000余万元。2007年,“四川扶持文化产业品牌专项资金”设立,截止2012年,共扶持文化产业品牌项目近200项,安排资金1800万元;最后是通过文化产业投资基金实现对产业的扶持,投资基金由财政部门发起设立,旨在充分调动社会资金投入,搭建一个畅通的文化产业投资平台。截至到2012年6月末,我国共有文化产业投资基金111只,资金总规模超过1330亿。而四川省也在2011年推出了面向文化产业的四川产业振兴投资基金,发挥资金引导作用。

在政府投入的基本格局下,社会资本和外资的作用也有发挥。2003年遂宁市大英县引进成都天友集团投资10亿元打造了“中国死海”项目;2004年成都武侯祠锦里旅游文化经营管理公司参与了“锦里”名俗休闲街的市场化运作,其成功运作成为民营资本进入文化产业的典范。2005年,四川省制定并发布了《四川社会资本投资文化产业的指导目录》,进一步打开文化产业大门。随着国内民间资本的进入,外资也有了试探性的投入,“中国死海”项目在进行二期开发时,新加坡宏景投资控股有限公司带来2亿人民币,促成了省内景区首次引进外资的先例;而德阳的“西部惊奇欢乐谷”项目的开发就在民营资本万贯集团的投资带动下,

吸引了103家外商,注入近5个亿的资金。

除了直接投资,各种间接融资方式也充分使用。为了实现银行与文化产业的对接,充分发挥银行借贷的作用,由四川省文化厅出面于2010年11月建立了“文化产业投融资公共服务平台”,搭建起银行与产业之间的桥梁。在政府的积极促成下,2011年,文化部会同进出口银行、工商银行、农业银行赴四川进行文化产业投融资调研,同年,省文化厅与工商银行签署了战略合作协议,当年,累计投放贷款34亿元。2012年,国开行又与四川省委宣传部签订合作协议,仅一年以内的投放贷款额就高达63.5亿元,成为四川省内文化产业贷款的主力银行。除了银行借贷,寻求上市融资也成为四川省文化企业融资的另一方式,目前四川省已有3家文化企业上市,包括四川新华文轩连锁股份有限公司、成都博瑞传播股份有限公司和峨眉电影集团,通过发行股票,融资数额可观。

可见,在四川省文化产业发展的背后,融资渠道、融资方式不断探索,政府在融资中的作用方式不断创新。

(未完待续)

#### 参考文献:

- [1]John Howkins,The Creative Economy:How People Make Money From Ideas[M].London:Penguin,2001.
- [2]Ruth Towse.A Handbook of Cultural Economics [M].Cheltenham:Edward Elgar Publishing Limited,2011.
- [3]中华人民共和国文化部.2011文化发展统计分析报告[R].北京:文化艺术出版社,2011.
- [4]辛阳.中美文化产业投融资比较研究[D].吉林大学,2013.
- [5]魏鹏举.文化产业投融资[M].长沙:湖南文艺

# 高职校园精神文化建设与传统文化继承

徐梦真

【摘要】精神文化建设是校园文化建设的核心与灵魂。要营造良好的学风、教风与校风，就必须发挥我国优秀传统文化以化人的积极作用，大力宣扬传统文化中天下为公的家国情怀、当仁不让的责任意识、自强不息的奋斗精神与言而有信的道德追求，以鼓舞人心、塑造人格、引导行为。

【关键词】校园文化；精神文化；传统文化；高职建设

精神文化是校园文化的灵魂所在。良好的校风、严谨的教风、积极的学风，是一所学校安身立命的基础，也是培养各类人才的沃土。当我们纠结于“高职院校”之“高”在何处时，当我们苦恼于高职院校较普通高等院校低人一等时，我们应当牢记“大学之道，在明明德，在亲民，在止于至善。”的古训，将高职院校对学生人格塑造、核心价值观培养，作为与普通培训机构的关键区别；也应将重责任、讲诚信、富有主人翁精神等企业用人标准作为职业院校培养“高素质”人才之重点，以区别于一般高校而自成一格。然而，精神建设非一朝一夕，我们所在的社会环境、文化传统与风俗习惯，都会深刻影响我们的价值取向与行为选择。

习近平同志《在纪念孔子诞辰 2565 周年国际学术研讨会暨国际儒学联合会第五届会员大会开幕会上的讲话》中明确指出：“不忘历史才能开辟未来，善于继承才能善于创新。优秀传统文化是一个国家、一个民族传承和发展的根

本，如果丢掉了，就割断了精神命脉。我们要善于把弘扬优秀传统文化和发展现实文化有机统一起来，紧密结合起来，在继承中发展，在发展中继承。”中华文化，上下五千年，积淀着中华民族最深层的精神追求，为我们民族的生生不息、国家的发展壮大提供了丰厚滋养，也为高职教育的人才培养、高职校园的精神文化建设，提供了有益的启示与经验。

## 一、天下为公的理想情怀

当一个社会对物质的追求甚于精神、对形式的追求重于内涵、对财富的追求不顾一切的时候，我们理当反思；当我们的青年一心只顾车子、房子、票子，整日振臂高呼“买买买”时，我们理当反思；当马诺凭借“我宁愿坐在宝马车里哭，也不愿坐在自行车上笑”而声名大噪、凤姐以“审丑”、“无知”而洋洋得意、“95后女孩”以“身体换旅行”而博取眼球时，我们必须反思！反思青年人的价值取向，反思他们的人生追求，反思我们的理想情怀。诚如

（紧接上页）出版社，2008.

[6]陈志媚，冯梅，郭毅.中国文化产业发展的财政支持研究[M].北京：经济科学出版社，2008.

[7]李怀亮.文化巨无霸：当代美国文化产业研

究[M].广州：广东人民出版社，2005.

[8]苑泽明.知识产权融资的风险估价与对策[M].大连：东北财经大学出版，2010.

责任编辑 肖兆飞

作者简介：徐梦真，四川财经职业学院基础部，讲师。研究方向：比较文学与世界文学，从事高职语文教学工作者。



习主席所言：“要解决这些难题，不仅需要运用人类今天发现和发展的智慧和力量，而且需要运用人类历史上积累和储存的智慧和力量。”

《礼记·礼运》：“大道之行也，天下为公。”天下为公，是中华民族传统美德的重要范畴。它是对大同理想世界的美好向往，更是对个人理想情怀的积极表达。它追求公平、正义，要求视公共利益高于一切，要“公而忘私”、“大公无私”；它告诫我们“天下兴亡，匹夫有责”，人人都应为社会公共事业贡献力量、人人都应为国家繁荣昌盛而努力奋斗。

天下为公，就必须抛弃自扫门前雪的狭隘陋习。现象一：据报道，为保护本国森林资源，日本国内一次性筷子的产量仅占3%左右，其余97%都是依靠进口，其中从中国进口的一次性筷子占全部进口量的99%。中国企业不仅无视环境资源的破坏而大肆砍伐本国森林，还为了抢夺市场份额而竞相展开价格战，自相残杀而使买方获利。现象二，2014年5月，越南国内发生涉华游行和打砸抢烧暴力活动，在越中国企业惨遭重创。据《中国经济周刊》记者报道：一家中国企业因为进入越南时间比较早，和当地政府、公安局等关系友好，较早就听到了越南近期会爆发打砸抢烧暴力活动的“风声”。为安全起见，该企业提前停止运营，避免了损失，却未提醒上下游的供货商，导致了其他企业受损。现象三：据调查显示，大学生考取公务员的理由中，66.5%的人首选“福利好”；66.3%的人认为是“稳定性好”；59.5%的人表示“保障好”，接下来是工资高（46.9%）、工作轻松（45.2%）、社会地位高（43.9%）、其他收入高（19.2%）、权力大（18.3%）等。不无警示意义的是，居然很少有学生是基于“全心全意为人民服务”这一公务员的核心职责而做出选择。

由此可见，当我们在质疑当代大学生在面对各种外部势力、舶来思潮而导致怀疑主义、信仰危机时，忧心我国企业面对激烈的国际竞

争不能抱团作战、反而自相残杀时，面对社会上唯我主义、唯利是图等不良现象，学习并传承天下为公的家国情怀，引导学生以天下为己任，有助于增强公民的使命感、培养学生的大局意识、奉献精神，从而有利于个人的健康成长与国家的团结稳定。

## 二、当仁不让的责任意识

我国自古以来就重视责任意识的培养。“天下兴亡，匹夫有责”，是个人对国家责任的担当；孟母三迁，是为人父母对于子女教育责任的担当；子路百里负米侍奉双亲、自己却常以野蔬果腹，是子女对父母养育之恩的担当；公孙杵臼为救赵氏孤儿毅然赴死，程婴为抚养孤儿成长忍辱负重，这是朋友对情义的担当。而今，市场竞争激烈，在可持续发展的挑战下，一个员工若想脱颖而出，必须德才兼备、敬业爱岗；一个企业若想傲视群雄，除了经济实力，更需要有良好的公信力和责任感；一个国家若想崛起，必须承担世界和平的责任、担负促进世界发展的历史使命。

2008年汶川地震，震裂了大地、房屋，却竖起了人性丰碑——大批“80后”、“90后”志愿者奔赴灾区，与国家和同胞共担苦难，对灾民施以援手，挺起中国的脊梁。2012年5月29日中午，杭州司机吴斌在驾驶大客车行驶途中被迎面飞来的制动毂残片砸碎前窗玻璃后刺入腹部致肝脏破裂，但他仍强忍疼痛将车停稳，并提醒车内24名乘客安全疏散及报警。全车乘客安全脱险，吴斌却因伤势过重抢救无效死亡。生死一线，是工作的责任感让吴斌舍小我、救大家，可歌可泣。知名企业家王石再次登顶珠峰后发出感慨：“珠峰再高也是海拔8844米，七大洲的最高峰也都有一个尺度的限度，但做公益尽社会责任，这是无限的。”北大中文系毕业的企业家黄怒波多次重申：“一个企业家，一定要有社会责任感。”企业家除了创造财富，还要用财富来平衡社会。

有子曰：“其为人也孝悌，而好犯上者，鲜

矣；不好犯上，而好作乱者，未之有也。君子务本，本立而道生。孝悌也者，其为人之本与。”培养学生孝敬父母、友爱亲朋；心忧天下、立足本职，看到问题不推诿、不逃避，面对责任敢担当、肯付出，我们的企业才有竞争力，我们祖国的未来才有希望，伟大中国梦才能实现。

### 三、自强不息的奋斗精神

《周易·乾》：“天行健，君子以自强不息”。自然运动刚强劲健，君子也应发奋图强，永不止息。自强不息的奋斗精神，是中华民族的伟大瑰宝，培养了中国人刚毅正直、坚忍不拔的品质，帮助我们炎黄子孙历经千年仍矗立于世界民族之林。生于忧患，多难兴邦——这是中华民族历史命运的生动写照；勇于抗争、百折不挠——这是中华民族精神的集中展现。现代社会竞争激烈，国与国之间、人与人之间，挑战不断，我们都需要正确面对压力与挫折：

案例一：王甲，一位风华正茂的平面设计师，年仅27岁却被以十万分之四的罕有概率确诊为肌肉萎缩侧索硬化症（俗称“渐冻症”），从此渐渐失去自己健康的体魄、说话的能力与站立的力量。他用仅存的一根勉强能动的手指，从事写作、设计与公益事业，燃烧自己残存的生命，令人鼓舞。他在博文《像男人一样战斗下去》中呐喊：“一切的苦难都会过去，胜利终会向你招手，一个男人在充满挑战的人生路上，百折不挠，这样的意志超越了胸前的勋章……对待疾苦要举重若轻……滴水之恩当涌泉相报。”案例二：2008年5月12日，8万多同胞的生命戛然而止。六年过去，曾经破碎的山河，已浴火重生。坚强的土地上，崭新的校舍拔地而起、漂亮的建筑独具风情；历经磨难的人们重新开启人生，用乐观坚强赶走悲情阴霾。案例三：6月23日上午9点21分，得知自己高考成绩20分钟后，就读于内江市第三中学的“强强”背着书包抱着一箱纸鹤，从该校一栋教学楼的4楼跳下，后经抢救无效死亡。（6月26

日《华西都市报》）无独有偶，20岁的崇州女孩在复读后再次高考，仍与理科三本线有6分差距。于是，她选择了割腕、喝农药结束了自己的生命。案例四：著名企业富士康集团近年来跳楼事件频发，仅2010年就发生14起员工跳楼身亡事件。跳楼者大多都是90后，年龄普遍在20岁左右。

马云说：“今天很残酷，明天更残酷，后天很美好，但是绝大多数人死在明天晚上看不到后天的太阳！”高职学生入学之初即面对考分不够理想的现实，而就业又将面临学历较低的严峻考验。在压力面前，如何引导学生正确应对挫折与失败，是大学教育必须直面的课题。史记有云：“盖文王拘而演周易，仲尼厄而作春秋；屈原放逐，乃赋离骚；左丘失明，厥有国语；孙子膑脚，兵法修列；不韦迁蜀，世传吕览；韩非囚秦，说难、孤愤；诗三百篇，大抵贤圣发愤之所为作也。”继承中华民族百折不挠、自强不息的精神，是高职教育培养合格职场人的必由之路。

### 四、讲信修睦的处世哲学

《礼记·礼运》曰：“选贤与能，讲信修睦。”讲究诚信，培养和睦（气氛），国家如此，为人亦如此。诚者，天之道也；信，儒家五常之一。古语有云：君子一言，驷马难追。纵观历史长河，诚者多助、伪者寡助，令人警醒：尾生抱柱信，千古流传；周王烽火戏诸侯，万世笑柄。季布许剑，一诺千金；食言而肥，自取其辱。千金买骨，群贤毕至；小人使诈，众叛亲离。民无信不立。以史为鉴，以诚待人、言而有信，是个人应当自觉履行的行为准则、是人际交往的黄金哲学。

然而，当今社会，诚信缺失凸显道德尴尬乃至引发违法行为的情况却屡见不鲜：商家制假售假、虚假宣传；短斤缺两、价格欺诈；以次充好、合同陷阱。学生考试作弊、助学贷款逾期不还、网络交往信口开河、毕业工作随意毁约……企业不讲诚信，只能自掘坟墓，如添

加了三聚氰胺的三鹿集团般轰然倒地。为人不讲诚信,则遭人唾弃、自毁前途:案例一:因为自己曾在本校教室内丢过手机,北京应用技术大学学生武某以此发现校园管理漏洞,专门混入北京大学、清华大学等人员进出多杂的名校,在教室内窃得手机多部,被海淀检察院以盗窃罪提起公诉,由天之骄子沦为阶下囚。案例二:今年9月23日,中国石油大学(华东)学生论坛“就业招聘信息”板块出现了一份由学校就业指导中心发布的“拒签名单”。一些学生虽已通过单位面试,却拒绝签约被纳入学校不诚信学生名单库,将影响自身后续就业前景。案例三:联想创始人柳传志多次强调联想的选才标准:德才兼备,以德为先。其中,诚信乃第一要义。奇虎360董事长周鸿祎则主张,不能任用张嘴说谎的员工。

由上可见,诚信乃为人之根本、企业发展之根基,也是企业选择人才的重要标准。高职院校要提高人才职业素养,就必须了解企业用人的标准、培养符合企业期待的人才。人事管理专家认为,市场经济是契约经济,守信有规范,失信要有惩罚。为此,不少人才网推出“诚信度评价”功能,帮助规范求职者的职业素养、加强个人的诚信意识。同时,国家也已着手建立个人信息档案以约束各种失信行为,失信者将遭受经济损失或信誉惩罚。因此,宣扬讲信修睦的处世哲学,有利于学生的处世规范、职业成长及社会和谐。

### 五、结语

“天地生人,有一人莫不有一人之业;人生在世,有一日当尽一日之勤。业不可废,道唯一勤。功不妄练,贵专本业。本业者,所身所托之业也。假如侧身士林,则学为本业;寄迹田畴,则农为本业;置身曲艺,则工为本业;他如市尘贸易,鱼盐负贩,与挑担生理些小买卖,皆为商贾,则商贾即其本业。此其为业,

虽云不一,然无不可资以养生,资以送死,资以嫁女娶妻,……无论士为、农为、工为、商为,努力自强,无少偷安,则人力定可胜矣!安在今日贫族,且不为将来富矣!”高职教育并不是位低一等的教育,柳林《杨氏家谱》的古训已然为我们预示了高职教育的育人理念。即,一要有理想追求、术业有专攻;二要爱岗敬业、业精于勤;三要明确定位,三百六十行行行出状元。四要自强不息,跬步千里。

中国的传统文化维系着中华民族的灿烂文明,勤劳善良、自强不息,知荣辱、重德行的优秀文化传统至今仍值得我们在高职院校校园文化建设中大力倡导。高职校园精神文化建设必须时刻把握社会主义核心价值观,在充分分析现代社会需求及职场发展趋势的基础上,积极继承我国优秀传统文化,培养学生的责任意识、奋斗精神,引导学生明辨是非、提升学生的道德品质,让学生的内涵素养成为职业教育之“高”所在。

### 参考文献:

- [1]习近平.在纪念孔子诞辰2565周年国际学术研讨会暨国际儒学联合会第五届会员大会开幕会上的讲话 [OL].[http://news.xinhuanet.com/2014-09/24/c\\_1112612018.htm](http://news.xinhuanet.com/2014-09/24/c_1112612018.htm), 2014-9-24.
- [2]刘清香.高职院校精神文化的内涵与建设路径研究 [J].中国职业技术教育, 2012 (36).
- [3]赵学通.高职校园精神文化建设探讨 [J].教育探索, 2012 (7).
- [4]张正明,张舒著.晋商兴衰史 [M].太原:山西经济出版社, 2010 (56).

责任编辑 祝刚



# 民间借贷规范化法理探微

李如万

【摘要】民间金融行业因为本身存在的诸多风险引发了高利贷、地下钱庄等现象，也一次次地将民间借贷推向风口浪尖，这与民间金融行业自身存在的风险有关，更与相关法律法规滞后有关。把民间借贷的监管放入法律的范畴已经刻不容缓，只有这样民间借贷才能够真正成为一种健康的融资渠道。

【关键词】民间借贷；高利贷；法律规范

金融是现代经济的核心。党的十八大提出，要深化金融体制改革，健全促进宏观经济稳定、支持实体经济发展的现代金融体系，加快发展民营金融机构，完善金融监管，推进金融创新，维护金融稳定。党的这一部署也在一定程度上开启了对民间借贷规范发展的曙光。

## 一、民间借贷的内涵

民间借贷从狭义上可理解为公民之间根据双方意愿，通过签订书面协议或达成口头协议形成一种有价证券或货币借贷的活动。

而广义上的民间借贷则泛指国家依法批准设立的金融机构以外的自然人、法人及其他组织等经济主体之间的货币或有价证券的民事法律行为。由此可见民间借贷包括民间个人借贷和公民与金融企业之间的借贷，近年来，随着社会主义市场经济体制的健全和法制化建设的完善，人们相互间的经济交往愈来愈频繁，自然人、法人以及其他组织对民间借贷的需求日益增长，这在一定程度上加剧民间闲置资金的聚集，从而使正规金融信贷供给不足的问题得到了缓解，其对金融资金不足的弥补效应在社会经济建设中具有不可低估的作用。与此同时，我们也应看到目前民间借贷没有取得合法地位，缺乏必要的管理和相应的规范，容易诱发成为高利贷和非法集资，并危及金融稳定，进而对

经济的发展、社会的稳定带来不利影响，潜在风险巨大。

## 二、民间借贷亟待法律规范的现实归因

民间借贷失范现象普遍。随着央行推行的货币紧缩政策的进一步落实，我国民间借贷规模得到了爆炸性增长，仅江浙一带民间融资规模就高达数万亿元，其利率最高竟达月息30%，而这正吸引着个人投资者将资金从银行、“跌跌”不休的股市、风声鹤唳的楼市及动荡不稳的大宗商品市场中搬山来投入到“放贷”的生意，由此担保公司、小额贷款公司、典当行成为了民间融资资金的主要来源。民间借贷月息普遍高达5%—10%，一年下来，放贷收益率高到50%—60%。素有国内民间资本风向标之称的温州民间资本尤为突出，借贷年化利率竟达180%。但是，纵观中小企业的年利率水平，大多数都在10%以内，处在3%—5%之间的居多。因此，不少企业在这种利润之差的驱动下，宁愿将生产资金抽出而转投于民间借贷。可是民间借贷的自发性和内生性使其具有巨大的潜在风险。近两年来，温州发生了多家担保公司、典当行垮塌，高利贷彻底崩盘导致资金链与民间借贷高利贷资金紧密相联的企业频现倒闭，甚至有的老板因负债太重只有跑路或跳楼自杀，温州因此陷入极度焦虑和恐慌之中；

作者简介：李如万，四川财经职业学院思政部副主任，讲师。

随后 1000 多个地下钱庄，靠房地产和民间借贷发展的鄂尔多斯也相继陷入了高利贷困境之中……这可以说是我国民间借贷危机当前最鲜活的写照。

民间借贷失范危害严重。民间借贷因其自身潜在风险和规范的缺乏，容易引发危机并给社会带来多面的危害。首先直接表现为对经济的冲击，尤其是对中小企业的严峻影响。因为对中小企业而言，通过民间借贷要比银行贷款更为容易和便捷，民间借贷成为中小企业融资的主要渠道，但是一旦出现资金链断裂，就有可能导致企业的倒闭，鄂尔多斯、江浙等地多起高利贷崩盘现象就是这一点的充分证实。其次表现为对民生的影响。山东邹平县、孙镇、魏桥镇因其经济发达，成为民间借贷的重灾区，镇政府驻地的沿街商铺几乎家家放贷，据民间推算，全县民间借贷涉及资金高达上千亿。当邹平高利贷体系崩塌后，债务纠纷接连发生，30 余人因此而丧命，家破人亡的惨象可谓触目惊心。因此从这一现象可以看出，民间借贷中的失范对社会的和谐稳定也构成了威胁。除此之外，民间借贷不正当竞争将对正规金融的合法利益造成损害。主要体现为民间借贷的发展对银行资金来源的减少有着直接影响，同时民间借贷在一定条件下还会增加正规金融信贷的风险。

### 三、民间借贷法律规范的现实选择

鉴于民间借贷失范问题以及所带来的危害，加强民间借贷管理，尽快将其纳入法制轨道有其现实性和紧迫性。只有在相关法律的制度下运行，民间借贷才能扬长避短，真正成为一种健康的融资渠道。

首先，明确民间借贷与非法集资的界限。规避民间借贷的危机，使之健康发展显然离不开法律制度作为保障。目前我国民间借贷的随意性和不规范性在现有体制下无法得到真正解决。因此有必要将其纳入法规体系，合理界定合法民间借贷和非法界限。近年来，尽管包括

最高法院在内的中国权威部门下发了一系列文件，这些文件都试图厘清民间借贷和非法集资之间的界限，可是最后都没有量化定性地清楚划分。当前非法集资、诈骗行为日益猖獗可以说与法律的这种缺位有着紧密关系。关于合理界定民间借贷合法和非法集资的界限，大多数发达国家和地区对此都进行了明确划分。归纳起来，主要以下一些标准：一是来源合法、用途正当；二是对利率限额的规定；三是是否有所登记注册。如美国等国家对高利贷的监管，主要体现在“资金来源合法、资金用途正当”两个方面。如果资金来源不合法、用途不正当，多与犯罪活动有关，此类行为完全可以依据刑事犯罪相关法律规定予以打击。中国香港地区在《放债人条例》中规定，借贷人必须登记借贷利率不得超过 60%，超过会被判定为犯罪。本文认为，我国也可以此为借鉴，从用途、注册登记和确定利率等方面来明确民间借贷的合法界限。

其次，规定合理的民间借贷利率限额。在我国现有的法律体系中，《最高人民法院关于人民法院审理借贷案件的若干意见》第六条指出，民间借贷的利率最高不得超过银行同类贷款利率的四倍(包含利率本数)。针对这一《意见》，许多专家都认为已不适应形势的发展变化，也与利率市场化改革进程不符。其中一些专家认为，“同期同档次银行贷款基准利率 4 倍以下”的笼统标准没有明确的法律依据。有专家建议，应从立法层面适当提高民间借贷利率上限，或进一步细化其不同地区、情况下的利率标准，“立法规制民间借贷利率的保护标准，要符合利率市场化改革的方向，考虑全国各地经济发展不平衡的实际，也要有助于法院依法制约存在高利贷化倾向的不规范民间借贷活动。”基于此，本文建议将最高限脱离银行同类贷款利率，从立法层面适当提高民间借贷利率上限，关于具体做法可结合国际上的多数国家对利率限制的立法，同时根据各地区的不同情况对率最高

限度加以明确。

再次,规范民间借贷交易的合同。民间借贷对金融的补充效应日益突显,但是对民间借贷的保护和调整,促使更好地发挥作用还有赖于民法部门。尤其是针对目前民间借贷的随意性,有必要完善民间借贷交易的合同内容、担保、履行、解除等一系列法律问题。尽管我国现行法律体系涉及了一些相关的民间借贷问题,但在民间借贷合同方面也还存在着不足之处,主要体现为对合同关系界定模糊,合同效力规定笼统,特别是在列举无效合同方面欠缺统一、全面。目前在有关的法律法规还不完善,个人信用体系还没有真正建立的情况下,风险自然集中在贷款人个人身上。因此为切实保护贷款人的自身利益,让民间借贷依法开展进行,现行法律法规必须加快步伐避免这种不系统性和模糊性,通过对《担保法》、《合同法》以及《民法通则》加以修改,在现有合理规定的基础上,着重在民间借贷的资金来源、贷款额度、注册登记等各个方面作出详细具体的规定,同时尽快制定一本规范性的合同示范文本,以进一步统一规范民间借贷合同,加强指引民间借贷交易活动。

最后,补充《刑法》中的高利贷罪名。民间借贷在缺乏规范下容易引发高利贷,而高利贷给社会经济带来的不利影响是人们有目共睹的。它不仅危及社会秩序,引发金融风险,而且还严重阻碍社会的稳定和国家的发展。对于“高利贷”危害,马克思在《资本论》中也曾作出过经典的论述,他说:“高利贷不改变生产方式,而是像寄生虫那样紧紧地吸在它身上,使它虚弱不堪。”在实际生活中,高利贷也通常和黑恶势力相勾结,因高利贷追偿导致的杀人、非法拘禁等现象屡见不鲜。基于此,高利贷入罪是必要的也是必须的。目前现有规制高利贷的有关法律主要存在于民法领域,即是超过银行同类贷款利率4倍的,法律不予保护。显然4倍限制远不足造成威慑力;而且把高利贷纳入

“非法经营罪”等范畴似乎有些牵强,司法机关往往无法可依而致使许多高利贷案件最终得不到合理解决。因此在刑法中有必要补充“非法放贷牟取暴利罪”,通过刑法罪名加大其惩罚力度,避免民间借贷中畸形高利贷行为的产生。

#### 参考文献:

- [1] 周德文,徐攀.对民间借贷立法问题的理性思考[J].嘉兴学院学报,2012(4).
- [2] 李丽.民间借贷规制的重点及立法建议[J].云南社会主义学院学报2012(3).
- [3] 李晶.非法集资刑事规制的不足与完善[J].金融法苑2010(1).
- [4] 邵贞.当前高利贷的现状、特点及法律应对举措——以南京市为研究范本[J].湖北警官学院学报2011(3).

责任编辑 胡恒丽

#### 简讯

**学院第七届社团活动周开幕** 2014年11月13日下午3点,由共青团成都市委员会,成都市学联,成都高校社团联盟联合主办,四川财经职业学院社团联合会承办的“魅力飞young 活力四社”——第七届社团活动周隆重开幕。

健美操协会活力四射的健美操表演瞬间点燃现场的热情,打响演出第一枪;街舞社的动感热舞将现场气氛推向另一个高潮;书画协会与太极协会带来的《笔行天下》让整个会场安静下来,给大家一个安静的空间,去感受中国文化的静态之美;瑜伽协会的曼妙舞姿是中西合璧的完美结合;会计协会带来的算盘舞将财经元素与舞蹈融合,可谓是所有节目中最具特色的一个;锅庄舞协会独特的民族歌舞为此次开幕式画上了一个完美的句号。

社团活动周是学院示范建设项目之一,从社团招新结束后就开始着手筹备,并有幸被选为成都高校社团活动月分会场。本次活动周持续两周,与往届相比内容更加丰富,形式更加多样化,各社团都力争更加突出特色,专业社团更是努力将财经元素融入到社团活动中,促进了学生综合素质能力的提升。

(党政办新闻中心 谢秋月)



# 高职院校师资队伍长效机制建设的思考

——基于自我发展视角

肖兆飞

**【摘要】**教育可持续发展的关键在师资队伍建设。高职院校师资队伍建设的核心问题在于发展意识不强，建设过程监督缺失，结果评价不到位。基于自我发展视角，加强教师自我发展规划，突出自我发展过程管理，有效利用评价杠杆，成为高职师资队伍长效机制建设的有力着力点。

**【关键词】**高职院校；师资队伍；长效机制；自我发展

教育的发展，教师是关键；教育质量的提高，教师素质提升是根本。2012中国高等职业教育人才培养质量年度报告指出，目前，高职院校师资状况很难满足产业发展要求。专业教师追踪产业发展的意识淡薄，知识更新和技术进步跟不上行业发展对高素质技能型专门人才培养的要求。教师的科研服务和攻关能力普遍欠缺，为企业发展提供的研发服务非常有限。能成为行业知名人士，凭借专业能力与行业领军人物建立稳定合作关系的专业带头人更是凤毛麟角。我们不难看出，高职师资队伍素质的难题必将成为制约高职院校可持续发展与竞争的瓶颈问题。未来高职教育的竞争从某种程度上讲是人才培养质量的竞争，但落脚点还在师资队伍的竞争。

## 一、基于发展视角高职院校师资队伍建设的问题

(一) 高职师资队伍建设发展规划不够，发展目标难以确立

发展需要目标，需要规划，没有目标的发展是盲目的发展。高职师资队伍建设发展规划不够与高职师资队伍建设的复杂性和发展意识

不强有很大关系。一是与本科院校相比，高职院校的发展曾一度在高等教育中处于不太理想的地位，学生素质不高，管理不规范，师资队伍良莠不齐，质量培养备受争论。究其原因，除高职院校在高等教育发展中历史不长，本身处于弱小外，还与高职办学理念与管理理念的缺位有一定的关系。高职院校缺乏顶层设计理念，导致办学目标不明，缺乏发展规划；中层管理创新意识不够，思想禁锢，缺乏开拓精神；基层管理者和教师严守中职时的工作思路，缺乏素质提升意识，导致师资队伍建设意识的缺位。二是高职院校师资队伍建设的复杂性导致了高职院校师资队伍建设的难度性。高职院校师资队伍建设种类多，从大类分专业课与公共课，下面还要严格分专业基础课（理论课）与专业技能课（实训课）。而公共课也要围绕专业素质的形成和人的可持续发展进行分类。教师类别多，规模与层次参差不齐，数量分散。加上高职师资建设需要的条件高，特别是专业课教师建设，高职院校本身师资队伍不足，有时正常的工作都难以应付正常开展。这样的结果导致了师资建设工作一度陷入徘徊不

---

作者简介：肖兆飞，四川财经职业学院科研处处长，副教授。研究方向：职业教育管理、职业教育科研、应用文写作教学。

前状态,发展目标不明确,长远规划难以落实。

(二) 高职师资队伍建设发展措施不到位不实,平台搭建难以奏效

发展需要有措施,措施要做到具有实效性。高职院校师资队伍建设的重大问题还在于建设措施不到位,平台搭建难以奏效。一是师资队伍建设工作措施缺失,工作缺位漏洞。高职院校的师资队伍建设由于受实用性因素的影响,基本是遇问题而解决问题,加上高职院校办学经验不足,谋篇布局意识与能力不够,领导意识太强,常造成工作缺位。二是措施实行不到位,常出现打急抓的现象,效率不高。师资队伍建设缺乏目标,这样的结果是没问题没措施,有措施要有问题才用。不少的措施成为了写在书上,挂在墙上的东西,成为应付上面检查的东西。师资队伍整体建设规划与教师自我发展建设缺乏一定长效机制的建设措施。三是师资队伍建设平台搭建不到位,缺乏发展条件。师资队伍建设除有目标、有措施和落实措施外,还在于要创造条件实现措施。高职院校由于师资本身缺乏,数量不足,加上对外交流不够,资金不足,师资队伍建设措施实现度差,教师缺乏发展平台。对于绝大部分年轻教师来讲,基本没有机会去提高和进修学习,教师整体水平难以提升。

(三) 高职师资队伍建设发展考评机制不强,激励导向难以发挥

发展需要考评,考评是新一轮发展的基础。高职师资队伍建设工作是否开展,开展效果如何应该成为师资队伍建设的重点工作。就目前来讲,高职师资队伍建设考评机制不强,工作结果监督不够。一是对师资队伍建设的的人力资源开发部门基本没有考评者和监管者。人力资源开发部门既是目标的制定者,同时也是目标实行的考评者,这样的结果是既当了裁判员,同时也当了运动员,自身工作没人考评。二是考评内容和考评方式难以落实。没有目标或目标不具体,任务难以分解和落实,其形成

结果是不好考评或无法考评,更谈不上考评方式的科学化问题了,建设工作是散乱、无序的。三是考评结果没有达到预期的目的,难以起到激励、导向作用。考评结果应该对未来工作起到调控、激励和导向的作用,起到奖励先进,鞭策落后的作用。但事实并非如此。由于师资队伍建设工作的懈怠,建设成效不足,考评结果没有落到实处,没有得到很好的使用,师资队伍建设的积极性没有得到调动,这不利于教师自我规划与自我发展,影响了教师整体建设质量提高。

## 二、加强高职院校师资队伍建设的意义

高职师资队伍建设具有较大的难度性和挑战性,但同时具有极大的必要性。这是由高职院校以培养面向生产、建设、服务和管理第一线需要的高素质、技能型专门人才的目标所决定的。加强高职院校师资队伍建设具有积极的意义。第一,有利于增强教师素质,提升办学水平。加强师资队伍建设,有利于教师在专业素质与技能、管理水平、对外交流与合作、服务行业与社会等方面为教师的发展与成长提供成长平台,拓宽校企合作途径与方式,让教师融入社会、融入行业、融入企业,将自身的教学与企业一线的知识、技能结合起来,增强知识与技能的更新过程,为培养学生的顶岗、跨岗能力做准备。加强师资队伍建设的最终受益者在教师,教师素质的提高有利于提升学院办学水平。第二,有利于加强学科建设,提升专业品牌。师资队伍建设的另一个方面是有利于加强学科建设,提升专业品牌。学科建设包括了学科知识、学科技能、学科师资、学科实施条件以及围绕学科而形成的相关资源库。等等。其中,学科建设中师资队伍建设是最主要和最重要的。加强师资队伍建设有利于提升教师学科知识及技能,为学科资源库建设及学科资源的有效利用创造条件。从某种程度上来讲,加强学科师资队伍建设,学科建设成就的好坏已经成为衡量一个专业建设品牌的重要因素和指

标。第三,有利于提高人才质量,促进经济发展。人才的发展在学生,学生的发展在教师。学生作为一种受服务的对象,其受服务的质量好坏关键在于教师素质的提升。反过来讲,学生作为教师服务的对象,教育的产品,其质量的好坏和教师的素质直接相关。学生质量制约着地方经济的发展速度和发展规模。实践证明,高职院校在经过规模扩张后的今天,内涵建设的重要内容之一就在于其师资队伍建设,这必将成为未来高职教育的重要竞争力之一。

### 三、基于自我发展视角高职院校师资队伍建设的思考

#### (一) 自我发展与教师的自我规划

自我发展(ego—development)对于不同的学科来讲具有不同的理解,经济学认为,自我发展是指商品生产者利用市场经济的一切条件,采取一切可以采取的合法措施,从技术、管理等方面发展,增强自身的竞争力和实力。而作为教育工作者来讲,青少年的自我发展,主要是提高自己的知识水平和技能水平等素质,增强在劳动市场和人才市场的竞争力,为经济和社会的发展做出应有的贡献。

师资队伍建设与教师的自我发展、自我规划紧密相关。师资队伍建设要与教师的自我发展与规划结合起来。我们认为,教师的自我发展是教师根据学院师资队伍建设的目标、任务与措施,结合自身的实际情况,采取一定的措施,通过自身的努力,增强自身素质与能力,实现自我在专业素质与综合能力等方面全面提高的目的,为实现教育质量与教学水平提升创造条件。教师的自我发展包括自我规划、自我管理、自我监督与自我评价等方面的内容。

#### (二) 高职师资队伍发展建设的思考

1. 从自我发展出发,加强教师自我发展规划,明确目标

教师自我发展首要的问题就是要自我规划,没有教师的自我规划,没有学院对教师的发展规划,教师的自我发展将是盲目的,无计划的,

效果将大打折扣。教师发展的自我规划应该包括学院师资队伍建设的总体规划、教师自我规划的目标、内容及实施途径,规划要达到的目的与效果等。首先,学院要制定师资队伍整体规划。学院师资队伍整体规划涉及教师队伍建设面上的东西,是就学院教师整体工作情况而开展的师资队伍建设蓝图,具有宏观性。学院对师资队伍建设的整体规划应具有引领教师、激励教师和帮助教师找准自身奋斗目标的作用,对学院工作具有提纲挈领的作用,应该给予重视。学院师资队伍建设的整体规划应该注意长远性、归类性、分层性等特点。而教师自我发展规划具有微观性和具体性,要以学院整体规划为前提,要根据学院整体规划的目标、内容及措施来合理规划自身发展目标、内容及措施。其次,教师自我发展规划要注重整体发展与个人目标相结合,做到有的放矢。教师自我发展要具有针对性,这是教师能否发展,发展好坏的前提。学院发展是宏观的,原则和规则多得多。而教师的发展需要做到:一是要认识自己,认清自己,才能对症下药。教师自我发展的针对性前提是要认清自己,了解自己的长处与不足,了解自己的生活工作安排,了解自己实现目标的能力和条件等,要做到扬长避短。二是要参照情况,自我评价。学院给教师的发展资源有限,参照情况有利于扬长避短,帮助教师取得发展的机遇和机会。同时也有利于学院师资队伍建设的整体性与合理性。最后教师自我发展规划要落实建设内容及实施途径,做到实用性和可操作性。具体来讲,就是要目标明确,内容充实,条件具备,措施得力,效果较好。教师要能凭借自己的力量和学院创造的条件,实现自己的发展规划。太容易实现和太难实现的自我发展规划都不具备实用性和可操作性,不利于师资队伍建设长效机制的建立。

2. 从自我发展出发,加强教师自我发展管理与监督,落实措施

教师自我发展的成功关键还在于自我发展



过程是否受到监督,措施是否得到落实,这是教师自我发展能否实现的重要一环。而教师自我发展的过程建设应该以内部监督为主,内外监督相结合。要做好监督,一是要明确监督目标。监督的目标就是学院师资队伍整体规划目标和教师的自我发展的阶段性目标,监督的一切工作都要围绕这一目标来进行。二是监督的内容。教师的自我发展内容很多,有职称发展、专业知识与技能的提升、教育教学技能综合素质提升等。从形式来看有自修、对外进修、提升学习、高校交流、对外访问等。这些不同的内容以及交流形式具有阶段性、实践性和主题性特点。对于不同的发展内容我们应该做到活动监督有计划、过程监督有方法,结果监督有结论。三是监督的措施。对于监督的措施可以从点到面来分析。从学院点来讲,注重整体数量指标杠杆的制定,通过定量指标来监督过程实施情况。对于个人自我发展来看,应注重个人的发展度可否长远发展来分析,而定性的发展与进步方面应该成为主体。要经常开展好纵向与横向比较,在比较中监督个人的发展,为其发展提出更合理的方向。

### 3. 从自我发展出发,加强教师发展考评,注重实效

考评是保证教师发展规划能否顺利进行,进行好坏的一个重要手段,是教师长效机制是否能够建立的重要措施。加强教师自我发展的考评应该注意以下几个问题。一是考评者的确立。学院应该是人力资源开发部门或人事处,其成员应该由考评涉及到的多个部门组成,组成人员需要具备了解教师情况,熟悉教师业务等基本条件,要尽量做到客观、公正与合理。二是考评内容的选择。教师自我发展和学院师资队伍建设的考评内容选择应该针对不同的对象与目标来进行。就学院师资队伍建设工作而言,选择的内容主要是系部层次的职称、双师、学科(术)带头人、骨干教师、兼职教师、专家学者等建设情况。而对于教师个人来讲,主

要选择个人能具备实施条件的内容,主要包括课程建设、教育教学质量、学历进修、学术论文及科研项目、对外交流层次与数量等。内容的选择决定了其评价的主体。三是评价方式的确立。评价方式是怎么评价的问题。我们主张,对于学院层次来讲,应该是以硬性的定量评价为主,通过数量来进行确认系部一级师资队伍建设情况。而对于教师队伍来讲,应该实行自我总结、定性数量确认与定量评价相结合,其发展的效果应该通过个人发展记录、同行比较和学生反应情况等来间接进行。对教师的评价更为重要的是要注重发展性和进步性激励评价方式的选择。四是评价结果的确认与使用。评价结果对于下一阶段工作具有激励、导向、监控的作用。教师自我发展评价结果的作用对于学院师资队伍建设总结、调整计划和教师的自我发展目标修订具有极大的作用。评价结果要做到公开化,要落实奖惩。同时要做到评价结果交流个别化,帮助其分析原因,为其自我发展目标计划调整指明方向。

### 参考文献:

- [1] 李会先.高职院校师资队伍存在的问题及原因分析 [J].中国职业技术教育, 2010 (36).
- [2] 张光辉, 卢慧聪.激励在高职师资队伍建设中得应用 [J].边疆经济与文化, 2008 (99).
- [3] 唐世海.高职师资队伍建设与人才培养质量关系探讨 [J].现代商贸工业, 2011 (19).
- [4] 黄一梅.高职院校师资队伍建设的难点及解决策略谈 [J].科教文化, 2013 (8).
- [5] 廖克银.关于我国高职师资队伍建设的创新 [J].职教论坛, 2012 (23).

责任编辑 崔 华

# 王阳明道德教育理念述要

邬宗国

【摘要】明代著名思想家王阳明创立了自己的道德教育体系，对我国封建社会后期乃至近代教育思想影响十分深远。研究与考证王阳明的道德教育理念，具有重要的历史价值。

【关键词】王阳明；道德教育；历史价值

王阳明，汉族，本名叫“王守仁”，幼名“云”，号“阳明”，字“伯安”，谥号“文成”，世人称之为“王阳明”，浙江省绍兴府余姚县（今浙江省宁波市余姚市）人，其人生于1472年（明宪宗成化年间），卒于1529年。王阳明精通儒、释、道三教，乃是陆王心学之集大成者，是明代最著名的哲学家、思想家、文学家、教育家、军事家、书法家，曾任浙江省承宣布政使司之职，官至南京都察院左都御史、南京兵部尚书，后来，由于领兵平定了“宸濠之乱”等危害社会稳定的突发事件而建立了卓越的功勋，被当时的封建朝廷封为“新建伯”，并且在此之后的隆庆年间被追封为“侯爵”。总而言之，王阳明乃是中国历史上极为少见难得之全能型大儒和将军。

## 一、生逢乱世，潜心研读经世之学

王阳明出生在明王朝的中期，这一时期正是明王朝学术颓败、社会动荡，尤其是政治腐败、结党营私之风昌盛时期。王阳明身怀拯救人民之心，希望自己能够凭借坚韧不拔之志和经世之学去力挽狂澜，极力倡导良知之教，乃修万物一体之仁而创立“身心之学”。依据《左传·襄公二十四年》所言，“立德”为太上，“立功”居其次，“立言”再次之，此三者虽历久而不废，可谓之为“三不朽”。王阳明一生事功赫赫，集宋明时期的心学之大成，故亦被称之为

“真三不朽”。也正是因为自己作为宋明“心学”之集大成者，王阳明被世人与儒学创始人的孔子、儒学集大成者的孟子、理学集大成者的朱熹，并称为“孔、孟、朱、王”。在日本、朝鲜、东南亚诸国乃至世界其他国家，王阳明的学术思想理念产生了深远影响。[1]

王阳明的父亲叫做“王华”，在公元1481年（明朝成化十七年辛丑）顺利通过了各级考试并且考中了当时的第一名（状元）。在此之后，王阳明便跟随自己的父亲一起北上移居到了当时的北平（今首都北京市）。根据《明史》所记载，王阳明出生的时候，原本是被取名为“王云”，到五岁的时候改名为“王守仁”。王阳明在少年之时就被要求习武学文，而且父亲王华对自己家教极严。王阳明儿时学习非常地刻苦，但由于非常喜爱下棋的缘故，自己的功课常常被耽误，也因而受到父亲的屡次责备，但是对棋艺的酷爱使得王阳明总不能稍改，于是其父因此盛怒不可遏，遂在一气之下就把他心爱的象棋投落到了河中。当然，也正是因为此事，王阳明的内心受到了极大的震动而顿时感悟。王阳明自幼非常好学，天资聪颖，学习的内容除了四书五经之外，还很喜欢其他的书籍。然而，令人奇怪的是，王阳明的思想行为都较为怪癖和与众不同，教他的不少私塾先生一直都不能理解其行为和言语。[2]

据我国学者的考证,时年十二岁的王阳明作了一首“蔽月山房”的诗,诗曰:“山近月远觉月小,便道此山大于月。若有人眼大如天,当见山高月更阔。”这也是他第一首被千古流传的诗作。据史料记载,父亲王华在看出王阳明内心的思想之后,就带他前往了塞外,去亲身领略当时广袤无垠的大漠之浩渺。也正是在这一次旅途之中,王阳明由此诞生了要报效祖国,为国家效力的念头。在此后不久,十五岁的王阳明突然庄重地来到了父亲王华的面前,非常严肃地说:“爹,我已写好呈给皇上的奏折,只须拨给几万人马,我愿出关为国靖难,讨平鞑鞑!”对这样一句突如其来的话语,王华沉默了很久方才反应过来,终于万分激动地拿起手边的书本,就朝王阳明劈头盖脸地打去,边打边呵斥道:“让你小子狂!让你小子狂!”事后,王阳明十分平静和坦诚地跟父亲说:“爹,我上次的想法确实不切实际,多谢父亲大人的教诲。”父亲王华对此感到内心非常欣慰,并微笑着说道:“没关系,有志向很好,但须努力读书,不是不能实现的。”不料,王阳明竟然说道:“出兵打仗的事就不干了,我已有新志向。”父亲王华愕然:“喔,是将来做什么?”经过深思熟虑后的王阳明不假思索地脱口而出:“我将来要做中国历史上的一位圣贤!”此时,父亲王华没有沉默,并迅速给了王阳明一记响亮的耳光,并呵斥:“你老子的一世英名恐怕就要毁在你这逆子手里。”

这位中国历史上的伟大“怪人”从此下定决心要作一番事业,并常常是以诸葛亮自喻。从此,王阳明学习就更加刻苦,由此其学业大进。无论是在骑射方面,还是在兵法方面,王阳明的技艺和用兵之道都日趋精进。

公元1499年(明弘治十二年),王阳明顺利过五关斩六将,考取了当时的进士,并被授予了兵部主事之职。在当时的朝野内外,世人皆知其为博学之士。后因反对宦官刘瑾,于公元1506年(明正德元年)被罚以四十廷杖,同

时被滴贬到了贵州的龙场(修文县)做“驿丞”,并在龙场悟道。在太监刘瑾被诛之后,王阳明便被委以庐陵县知事之职,后又被任命为“南太仆寺少卿”。在这一时期,执掌兵部的尚书王琼认为王阳明乃是“不世之才”,于是就向朝廷鼎力举荐,并由此得到了朝廷的重用。在1516年(正德十一年),王阳明相继出任“右佥都御史”和“南赣巡抚”。[3]

总之,王阳明文官掌兵符,作事智敏,用兵神速,下马治民,上马治军,集文武谋略于一身。后来,由于平定“宸濠之乱”与镇压农民起义得力,王阳明被拜为“南京兵部尚书”,封“新建伯”。后因功德过高遭到了排挤,王阳明终于决心辞官归乡,宣讲“王学”,并在绍兴余姚一带开始创建自己的书院。1527年(嘉靖六年),王阳明再次被派两广地区总督当地的军中事务,后来由于自己的肺病加疾,便决定上疏朝廷乞归隐田园。公元1529年1月9日因为肺炎病不治而在江西南安(今江西省大余县境内)的舟中逝世。

## 二、重视德育,开创古今一派精义

继承并发展了陆九渊的教育思想的基础上,作为中国明朝著名的教育家,王阳明创立了自己的“心学”体系,对中国封建社会后期乃至近代教育思潮都有深远影响。这一体系与程朱理学不同,甚至可以说是大相径庭。在道德教育一度陷入困境和社会道德一度滑坡的今日之中国,重新解读王阳明的道德教育思想则显得十分必要。

在王阳明所著的《传习录》(由王门弟子徐爱和钱德洪等编辑,共上中下三卷)除被单独刊印发行之外,同时也被载入了《王文成公全书》(共三卷)。其中,该书的上卷是王阳明的讲学语录涉及有关经学心性与本质的问题,包括其在早期讲学布道的时候着重探讨的“心即理”、“格物论”等理论。在该书的中卷里面,包括了王阳明写给其门生的七封论学书(实际上是七封信)。除此之外,该书中卷中还包括了



《社会教条》等内容。在该书卷中,最有名的要算着重阐述“致良知”理论与“知行合一”的《训蒙大意示教读刘伯颂等》与《答人论学书》(又名《答顾东桥书》);在下卷的内容中主要包括《朱子晚年定论》与讲学语录。其中,为了使朱熹进行自我批评与自我否定,王阳明在其《朱子晚年定论》中主要包括由亲自辑录的朱熹的自责文字“大悟旧说之非”(朱熹遗文中的三十四条)与王阳明所作之序,以此证明晚年的朱熹的确是存在那种“返本求真”的“心学”倾向。在下卷之中,关于“良知”与“致良知”的探讨就是王阳明讲学的主要语录内容。作为研究王阳明道德教育思想的重要资料,《传习录》古往今来均被后人视作王阳明学派之“教典”,几乎涵括了王阳明理论学说的主要观点。其中,语录基本上是由王阳明之门下弟子分别记录的,所有七封书信几乎都是出自王阳明之手笔,是王阳明论学书之代表作。由于该书之编者在自我判断之基础上进行了一些取舍,如王阳明的《大学问》与《稽山书院尊经阁记》等一些十分重要的著作均没有被收录在内。然而,很显然,这对于我们后世之人去研究王阳明之道德教育思想,明显有不足之感。但有趣的是,在我们阅读这些书信的时候,若能将其与其他有关论学书信紧密捆绑在一起看,那么这些就更多地会反映出王阳明晚年时期较为成熟的一些道德教育的思想理论。因此,在我们对《传习录》进行评介之时,应该密切联系其他著述中的篇章进行全盘的考量。

从内容上看,王阳明的道德教育思想主要有:“知行合一”、“致良知”与“心即理”等。作为其教育思想的基础,王阳明提出了“万物一体论”的论点,这也是王阳明道德教育哲学思想据以建立的重要基点,因而存在其独到之处与智慧灵光。

在王阳明看来,天地之间的万事万物都与人心或人之良知紧密关联,因此在本质上讲天

地之中的万事万物都存在于一体。精灵程度是天地万物与人之间的唯一差别。因为人都有良知,所以在道德人格方面,一切个体都是一体的。众所周知,凭借着自己独特的直觉智慧,王阳明率先提出了人类与动物、植物、乃至自然万物在心理或精神层面基本具有一致性的内在本质。这一观点与法国实证主义哲学家孔德是不谋而合。今天倡导的与自然和谐共处理念,在某种程度上已经表明人类与大自然是和谐统一。[4]

在王阳明看来,“心即是理”,这一观点被认为是主观唯心论,将客观“物体”与主观“心知”等同视之。古往今来,该论点均招致了广泛的非议与尖锐的批判,但也正是王阳明道德教育本质论的“心学”哲学铺垫。以“心即理”为基础,王阳明提出:一切学问均为“心学”,即尽心之学。只有不断提升“心”境,人们才可能充分把握“理”。一切教育都应当为发展“心学”之教育;一切客观事物与真理都应该依存于心并存在于人们心中。教育之本质,就在于发展人心,发展人的精神心理,即在于修身,在于提高道德,使人能够成其为人、能够成就自己。当人“心”进入昭明精察之境界的时候,便与“良知”这一“理”的最高形式融合为一体。

#### 参考文献:

- [1] 张良才.中国教育哲学史[M].济南:山东教育出版社,2000:124.
- [2] 郭齐家.中国教育思想史[M].北京:教育科学出版社,2009:210.
- [3] 李嘉明.中国古代教育思想论丛[M].北京师范大学出版社,1999:183.
- [4] 郭齐家.中国教育思想史[M].北京:教育科学出版社,2009:105.

责任编辑 左良万

# 高职市场营销专业人才培养模式的改革与实践

冯一娜

**【摘要】**四川财经职业学院高职市场营销专业人才培养模式是在学院提出的“三维共育”人才培养模式的指导下，确立的主要面向四川现代商务流通和财经服务领域的营销部门一线岗位，以培养学生职业能力和素养为主线，采取“立足商贸兼容财经，双岗并进，通专融合”的分阶段、系统化、开放型的理论和实践相结合的课程教学体系，力图培养“能做事会销售、能管理会沟通、能创新会策划”的高素质技能型营销专门人才。本文就几年来我院市场营销专业人才培养模式方面进行改革和实践进行了总结。

**【关键词】** 市场营销专业；人才培养模式；改革；实践

成都及正在发展的天府新区的经济环境对市场营销专业的建设提供了前所未有的发展平台，由于学院所在地天府新区大力发展战略性新兴产业、高技术产业和高端制造业，聚集高端服务业，积极发展休闲度假旅游和现代都市农业的战略规划方针逐步变为现实，对市场营销人才的需求大幅度增加，营销专业人才已成为目前成都地区炙手可热的稀缺人才之一。四川财经职业学院的市场营销专业经过多年探索与实践，市场营销专业已经成长为我院的品牌专业，2009年被评为院重点建设专业，学院特色专业；2012年成为四川省示范建设重点建设专业。按照“立足成都、辐射四川，面向商贸、特色发展”的专业建设思路，我们坚持校企联手、专业共建、立足地方、服务社会，把职业素养教育贯穿于整个人才培养过程，着重培养学生的营销技能、团队精神、创新意识和市场开拓精神，在学院“三维共育”人才培养模式基础上，构建了基于“通专融合、四期三阶”的课程体系，建立了“人文渗透—心理构筑—行为修正三位一体”的职业素质培养模块，构建了“职业认知—岗位体验—仿真演练—顶岗实习”的实践教学体系，搭建了“实战对抗、以赛促行”的创业实践平台，专业综合实力明

显提升。与企业合作建立了企业管理人才培训基地——徽记商学院，同沃尔玛、星巴克、成都会展集团等多家大型企业集团建立了校企合作关系，积极探索校企合作培养的营销专业培养的新模式。

## 一、建立了“立足商贸兼容财经，五进五融”的营销培养模式

经过广泛的社会调查，本专业面向四川现代商务流通和财经服务领域的营销部门一线岗位，培养德、智、体、美等全面发展，具有敬业精神、创新能力和较强实践能力，能全面、系统、科学掌握市场开发、销售管理、客户维护与服务、营销活动策划、网络营销、零售管理、连锁经营管理等工作内容，具备从事销售业务、客户服务业务、营销策划业务的基本知识和技能，能胜任销售业务岗、客户服务岗、市场分析策划岗等工作岗位要求，“能做事会销售、能管理会沟通、能创新会策划”的高素质技能型营销专门人才。

依照各专业细分方向所对应的职业岗位要求，细化职业发展各阶段工作岗位具体工作内容和职业能力、素养水平，在遵循职业能力发展规律的基础上，探索以“企业家进校园，专兼教师融合；职场文化进专业，校企文化融合；

作者简介：冯一娜，四川财经职业学院工商管理系，讲师。

职业情境进课堂,专业职业融合;岗位任务进教材,课程岗位融合;工作流程进课堂,理论实践融合”的“五进五融”为核心,将专业、课程、职业、岗位、职场文化、人生规划有机整合,全面提升学生适应市场的综合素质和可持续发展能力的人才培养方式。

## 二、创立了“通专融合、四期三阶”的课程体系

以“五进五融”市场营销专业人才培养方式为依据,在充分分析对应职业岗位工作内容的基础上,提炼典型工作任务,整合职业能力领域,将营销专业学生对应的职业能力发展过程细分为“四期”:即幼儿期(入门期)—成长期(独立操作)—发展期(综合应用)—成熟期(指导他人),根据每期职业能力(通用能力和专业能力)发展要求,构建适合其发展的职业行动领域,结合专业教学实际,将行动领域转化为“从懂财经(感知体验)—善营销(专项演练)—可上岗(综合实践)”三个专业学习阶段,依据每阶段所要完成的阶段目标,将行动领域转化为学习领域,在完善和创立相应课程的同时,进一步完善了“通专融合、四期三阶”课程体系。

学生在读的三年中,依照职业能力养成规律,将各个学期设置为感知营销——职业核心能力培养——职业综合能力提升——职业素质拓展四个职业能力、素养发展阶段,并根据各个阶段职业能力发展要求和对应的此阶段岗位要求,设计安排相应的理论与实践课程。

## 三、改革和完善了由专业纵深到横向拓展的专业实践教学模式

与沃尔玛、宝岛、星巴克、成都会展旅游集团等企业进行深度合作,进一步细化和完善本专业“1+1+1+1”的工学交替校外实践模式,强化工学交替过程管理,完善《工学结合管理制度》、《工学结合实习手册》等制度建设。积极拓展实践基地,在目前已有的合作企业的基础上,增加2-3个工学结合的基地,扩大学生

专业实习岗位范围,同时将一部分实践性较强的技能课程安排在企业或通过“校中企”等具备实战操作条件的实训基地完成。通过校外实习基地的开拓,创造更多实习岗位,保证每个学生毕业前得到三轮以上专业实习锻炼,使学生更好地从一个职业人的角度,完善自身职业素质的提升。

## 四、打造了“专兼结合、互助互惠”的高素质师资队伍

高职师资队伍的建设是高等职业化教育体现“以教师为主导,学生为主体”教育理念的重要组成部分。这就要求我们要培养一支专业功底扎实、教育教学水平高、科研服务能力强、能与与时俱进的运用先进教学手段、实践经验丰富、职业技能突出的“专兼结合、互助互惠”高素质“双师型”师资队伍。

目前我院市场营销专业专任教师90%具有硕士及以上学历,通过到企业挂职锻炼、学历进修、参加实训室建设、以及学术研究等形式培养、提高他们的专业技术水平和业务能力。定期组织教师团队深入企业,完成对成都快速消费品和财经服务行业和企业人才市场需求调研活动,形成市场调研报告,为课程开发提供的资料支撑。鼓励校内专职教师到行业企业进行顶岗实践,参与企业的科研、产品与服务开发、营销策略拟定等工作,提高教师的实际操作技能,解决企业在实际工作中遇到的专业难题;聘请校外兼职教师进校开展讲座、进课堂授课、参加课程开发与建设、参与教学改革课题研究,兼职教师均为企业管理专家、一线营销能手,实现校企双方互惠、互利搭建人力平台。鼓励校内专职教师与校外兼职教师“结对子”、“一帮一”结成专业课程教学小组,发挥各自优势、互助互惠,共同提高,共同推进专业课程改革,共同提升团队社会服务能力。

责任编辑 王 瑶



# 公共关系在房地产营销中的价值维度分析

王玉梅

**【摘要】**随着我国房地产市场竞争程度的不断加深,加强对营销策略的研究,成为提升房地产营销效果、提高房地产经济效益的重要途径。公共关系价值的挖掘作为房地产营销的一种重要方法,公共关系的属性与特点,能够加强房地产营销的效果。因此加强对房地产公共关系价值的分析,有利于提升房地产企业的市场竞争力。本文对房地产营销中公共关系的价值进行分析,旨在为提升房地产市场营销的效果提供理论参考。

**【关键词】** 房地产; 营销; 公共关系; 价值

## 引言

房地产项目投资金额大,项目周期长,这些特点迫使房地产项目要尽快得到市场的认可,快速回笼资金,实现收益目标。现代房地产市场的营销活动不仅要求开发商做好前期调研工作,准确定位目标客户群,选择、开发好适宜的项目,制定合适的价格,还需要采取一系列的促销手段和策略,帮助客户认识和了解产品的特点,引起客户的注意和兴趣,激发其购买欲望,产生购买行为,从而达到扩大销售的目的。广告和公关是房地产促销的主要方式,然而被重视的程度有较大差异。为房地产服务的媒体有很多,譬如,报刊杂志留有房地产专栏,各大电视台也不断播出房地产的节目,这就造成了异常激烈的广告竞争。公关关系作为房地产营销的另一种重要手段,还没有在房地产市场促销中受到应有的重视,其自身价值被忽略。事实上对于房地产促销而言,公关是比较有效的营销手段。

### 一、公共关系在房地产营销中的竞争力

(一)公共关系是企业打造良好形象的最优选择

众所周知,就房地产行业而言,若想获得

理想的营销业绩,必须全力打造一个良好正面的企业形象,这是由房地产本身的性质所决定。由于房地产商品与一般消费品不同,所以需要针对房地产本身所具有的特殊性开展和制定相应的房地产营销策略。一般说来,房地产商主要通过对市场进行调研,对客户、产品、价格等一系列相关客体进行定位,与此同时,作为推销主体的销售人员也必须做好相应的准备工作。房地产的区域性和不可替代性、以及消费者获取信息渠道的不合理性,与一般商品形成了较大的差异。正因为这些差异,用一般消费品的推广形式推销房地产是行不通的。而公共关系具有协调消费者与房地产商之间关系、谋求各方合作、创建一个更适合房地产营销发展空间的基本属性,同时具有通过传播和交流房地产信息的主要职能,因而能够促进消费者与房地产商之间的了解和交流,创立一个良好的、双向的、长久稳定的发展平台,从而促使房地产企业树立良好的企业公众形象。综上所述,公关关系是企业塑造自身形象的最佳途径,它所具备的基本属性和职能决定了在房地产营销中具有独特的优势。

(二)公共关系是提高房地产销售的基石

房地产行业在市场上的竞争比较激烈,这

使得其产品需要进行更进一步细分,而这种细分是以客户的需求为基础的。公共关系活动具有以人为本的人文特质,这使得它成为能满足客户需求的方式。公共关系能有效地促进房地产商与客户面对面的接触交流,这种特性是广告促销手段无可替代的。广告作为一种非面对面的信息传播行为,广告发布者与接受者对信息的反馈都有一定的限制,双向沟通有较大的阻碍。由于广告信息的高度商业化,单纯的广告宣传方式已经无法实现项目的销售目标,导致房地产广告的效果不断下降。要实现良好的销售,需要抓住有效的人群和更加有效的渠道,而公共关系是满足这种需求的有效工具。它针对目标群体进行点对点的诉求,通过展示企业文化魅力以及人性化的交流,直接向消费者销售产品。

(三)公共关系是化解企业与客户矛盾的有效方法

公共关系的信息传播具有较强的反馈性,这便于企业与公众进行双向的沟通和互动,同时易于促使开发商与消费者双方信任和默契的达成。公共关系有明显提高楼盘美誉度的效果,美誉度一方面可以增加产品的销售量,另一方面又能建立良好的客群关系。良好的客群关系意味着矛盾的减少,然而企业与公众之间一旦出现了矛盾与危机,建立在公共关系基础上的良好的沟通机制就是转危为机的重要方式。当企业面临危机的时候,公共关系能够有效地化解两者之间的矛盾,缓和与消除两者的冲突,将被动化为主动,将不利化为有利。

## 二、公共关系对于房地产营销的影响

公共关系应用到房地产市场还处于起步阶段中,对国内相关的理论研究,笔者归纳出公共关系对房地产营销的影响:即公共关系是支撑房地产营销的基础之一;在其销售过程中发挥着举足轻重的作用;公共关系就是房地产销售的实践过程;同时公共关系对房地产战略管理有着重要影响。具体如下:

(一)公共关系是支持房地产营销的基础

第一,公共关系可以通过一系列的活动,帮助群众了解并且增加对其认同、喜欢程度。只有群众真正地融入了其中,才会有归属感,想要积极参加其活动。这样既可以帮助企业扩大影响力,又能够有效地推广产品。第二,公共关系可以帮助获得一些有效的数据,获得更加真实的内容,通过这种理性的方式来间接地为感性宣传。通常,客户比较看重的是项目本身的特点,所以不能只感性地推销。当然,客户会由于感性的因素,会看重一些项目的现实功效,从而产生消费的欲望,比如说会重视产品的地理位置、质量、服务等。这些不能仅仅依靠单纯的营销推广,更要借助公共关系的力量,通过新闻、第三方证言等媒介进行补充实施。

(二)公共关系在房地产销售中具有举足轻重的地位

公共关系可以协助房地产商检测和监督销售的环境,对社会上的反馈信息进行收集和整理,致力于为决策部门提供可靠的信息和资源。因为周期性、地位性都是房地产销售的主要特点,因此房地产商需要针对一个具体的地域,争取在短期内提高产品的知名度和信誉。公共关系都能满足以上的要求。公共关系可以快速地帮助房地产商提高产品的知名度和信誉,在地区内迅速的传播产品信息。由于新闻传播的实效性比较好,报纸的地域性比较强,因此它们可以促进房地产信息的传播,在当地打下优良的声势。同时能够结合其他的优质资源,共同作用于房地产营销。

(三)公共关系本质是房地产销售的实践过程

所谓公共关系,就是房地产商和公众所进行的一系列互动,这种互动不仅可以实现双赢,而且可以促进社会各方面的发展。房地产的公共关系能够建立并且保持与公众之间的交流和理解,它能够及时将组织的相关信息传递给大

众,获得大众的了解,不断地深化和民众的联系,给企业创造正面的声誉,提高公司的知名度和熟悉度,获取民众信任。良好的声誉,能够创造良好的公众关系。一般情况下,人们都是借助于新闻的途径来了解相关的内容,所以,能够真正地感受公共关系的影响。

#### (四)公共关系对房地产企业战略管理有关键影响

公共关系能够帮助相关企业不断了解自身,提升自己,能够有助于其调节自己的方针策略。同时可以通过自身言行表现感染群众,促进群众改变行为。另外,它能够在群众和公司间架起一道桥梁,使得两者不断配合,深化合作,促进其完成计划,获得最大的利益。还能够增加双方的契合度,保持一致,创造和谐融洽的氛围。

### 三、房地产营销中公共关系的价值分析

公共关系对于房地产营销有着关键的影响。主要表现为三点:推广品牌、实现销售、处理危机等。

#### (一)品牌维度

公共关系中对品牌进行推广,主要是指在销售房地产过程中如何定位客户、如何策划项目、如何实行市场开拓、如何实施相关管理等阶段。在销售过程中,不同于简单的商品,房地产销售有许多的方式方法,这就需要人们选择合适的传输工具、正确的政策,不断地加强健全房地产品牌,创造最大的价值。另外,在合适的方式过程里,要始终以公共关系为核心,将销售作为主要任务。不同的公司都会选择多样的宣传渠道,来提升自己的名气,扩大影响力,创造良好的企业形象。

以银城地产为例,它是一家小有知名度的房地产开发企业,在开发的过程中,都会让旗下的银城物管对所属的楼盘实施监管。在不断地实践中,银城地产发现一个问题:暑假放假的时候,学生的空闲时间无法合理安排。针对这一现状,银城地产举办了暑期“儿童军事夏令营”。这样,

由于父母工作原因而无人照顾的孩子可以聚集到一起参加军事训练、充实生活,并在最后将活动所感展示给大家。此举得到了普遍的好评,较大程度地提升了银城地产的知名度,获得了正面的肯定,给企业带来收益。不仅给家长们解决了问题,更给企业创造了利润。

#### (二)销售维度

目前,人际关系对于企业的成长与发展具有重要的意义。众所周知,在房地产的销售模式中,较为普遍使用的方式就是:依靠关系与广告的双重夹击来促进销售数量的增加。在房地产项目的各个环节,公关都起到了关键的作用。随着各种活动的开展,他们利用活动本身的影响力来扩大自身项目的影响力,从而让此项目走进人们的视野之中。这对于提高项目的知名度、增加其销售量有着突出的意义。比如,某一房地产公司开发一幢写字楼,由于各种因素导致整个写字楼的销售处于低迷阶段。公关人员为了改变这一现状,结合当地重阳登高的风俗,举办大型活动。为了进一步的提高活动的影响力与知名度,该房地产公司对写字楼进行装修与改造,对楼梯以及墙壁都进行较大的改进,各处贴满了运动的图像。然后,该写字楼举行招商活动,联系当地的大型媒体制作公益广告,进行活动的宣传。努力打造一个体育房产的品牌。这次活动给观众留下了深刻的印象,极大地提升了该房地产公司的企业形象,从而使得写字楼的销售情况有了明显的改善,达到了预期的效果。由此可见,公关的作用是不可替代的。

#### (三)危机维度

危机公关即矫正型的公关活动。因为房地产开发企业的构成具有复杂多样性,并且其所处的市场环境和社会环境变化较大,所以开发企业面临着越来越多的危机和挑战,例如客户投诉、媒体揭短和贷款受限等。依据管理学中的破窗理论,如果一座房子的窗户玻璃被人打碎,但是这扇窗户由于各种原因没能及时进行



维修,则其他的人就会像受到暗示一样,纵容别人打碎更多的玻璃。所以如果未能及时将一些很细小的危机处理好,那么这些危机很可能会转化成严重的危机。而这些严重的危机如果再不能处理妥当,企业的生产经营活动就会受到严重的影响。在处理有关问题的时候,需要遵照两个基本的原则。第一是反应要及时迅速。面对一些突发的情况,公司要能够迅速地进行判断,做出相关回应,这点通常是面向大众、传媒的。公司需要清晰地解释事情的原委,表明自己的立场,做出相应的承诺,尽量地降低不利影响。第二是快速调查,所谓的快速调查就是聚集一些专家学者,一起发现问题的根源,若是公司的原因,就要及时地想到应对的措施。

### 结论

本文对公共关系在房地产市场营销中的竞争力、影响和价值维度进行了研究。公共关系营销在我国还处于起步阶段,其理论和实践体系仍然有待进一步的完善,但笔者认为公共关系营销作为一种较新的房地产营销方式,与传统的广告营销相比,有其独特的优势,在未来的房地产营销中,激烈的市场竞争迫使企业必须要在旧有营销模式的基础上,开拓出新的渠道。因此,公共关系营销的前景是广阔的,它必将体现出自身的价值。

### 参考文献:

- [1] 潘彤. 房地产营销中公共关系的价值分析[J]. 经济研究导刊, 2009(9).
- [2] 王玉玫. 谈公共关系活动在企业管理中的地位和作用[J]. 中央财经大学学报, 1990(4).
- [3] 柳海鹰. 整合营销传播与公共关系[J]. 公关世界, 2000(2).
- [4] 冉飞. 我国政府形象塑造的公关视角透视[J]. 知识经济, 2008(9).
- [5] 韩尚润. 房地产企业的可持续发展之路探讨——基于营销环境分析企业品牌的建立[J]. 消费导刊, 2010(1).

责任编辑 祝 刚

## 简讯

### 2014年四川省财经类高职院校“注协杯” 会计审计技能大赛在我院圆满落幕

2014年11月15日上午8点,2014年四川省财经类高职院校“注协杯”会计审计技能大赛在我院开幕。本次大赛由四川省注册会计师协会、四川财经职业学院主办,四川财经.注协审计学院承办,四川财经职业教育联盟协办,厦门网中网软件有限公司提供技术支持。

学院党委书记、四川省注册会计师协会副会长黄友,四川省注册会计师协会副会长兼秘书长易德鹤、四川省注册会计师协会副秘书长郭正苏、学院副院长易思飞、四川省注册会计师协会综合部主任向琳以及来自全省8所高职院校共28支代表队和我院会计二系部分学生出席大赛开赛式。开赛式由四川财经职业学院副院长易思飞主持。

学院党委书记、四川省注册会计师协会副会长黄友代表学院致欢迎辞。他强调,本次大赛为四川省财经类高职院校搭建起了相互交流的桥梁,为同学们搭建起了一个展示会计审计业务处理能力的平台。他希望各位选手稳定发挥,取得优异的成绩。四川省注册会计师协会副会长兼秘书长易德鹤代表四川省注册会计师协会讲话,他肯定了四川省注册会计师协会与四川财经职业学院的合作成果,希望四川财经.注协审计学院能积极适应行业发展,进行多层次人才培养,促进产、学、研共同发展。四川省注册会计师协会综合部主任向琳代表大赛裁判、内江职业技术学院学生兰亚玲代表参赛选手分别进行了宣誓。

经过激烈角逐,四川财经职业学院2队获得团体一等奖,四川文化产业职业学院2队、四川商务职业学院2队、四川财经职业学院1队等分别获得团体二、三等奖。来自四川财经职业学院5队的陈丽、四川商务职业学院2队的衡丹丹分别荣获个人奖一、二名。通过本次大赛,全面展示了我省财经类高职院校会计审计业务处理能力和良好的精神风貌,有利于全面提升高职院校财经类人才培养工作水平。

(校企合作处 游秋琳 向奕)