

政府研发补助要“花落百家”

□ 朱 斌



在“大众创业、万众创新”的今天，企业创新被寄予了经济增长新动能的希望。但创新从来就是一项风险极高的事业，先行者动辄有“满盘皆输”的可能。在世界范围内，政府对研发创新进行补贴是一种通行做法，而如何让政府的研发补助发挥最大效用、取得预期效果，正是每个国家所必须研究解决的一道难题。

目前，我国经济发展正处于结构转型的重要时期，即从劳动力密集型产业为主转型到资本密集型和技术密集型产业为主。在这一过程中，研发创新发挥着关键作用。在现代社会，研发创新主体主要有两个：一是大学与科研院所，另一个就是企业。比较而言，前者更加重视基础理论研究，可以说是科学创新研究；而企业为了盈利，则主要承担了技术创新方面的研究。但在现实中，大多数企业却并不那么积极地投入研发创新，这时候政府对企业研发补助就发挥了重要作用。

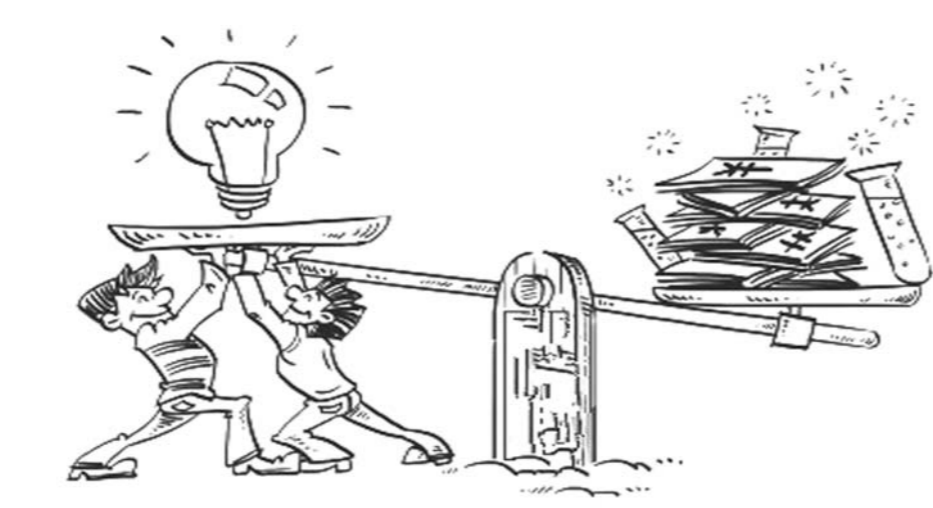
我国研发经费的来源主体是企业，政府投入仅占到20%左右，远低于西方发达国家水平

从普遍意义上而言，全世界的企业都面临“市场失灵”问题。“市场失灵”主要体现在两个方面。第一，研发活动是生产技术和信息或信息的活动，而技术知识或信息不同于其他商品的地方在于其具有溢出效应，其他企业可以很容易学习或者模仿。因此，研发活动的从事者在承担所有研发成本的情况下，却不能完全占有研发生产所带来的全部利益，故其个人收益一般会小于社会收益，这一点在产权保护不受重视的地区尤为明显。第二，研发活动需要投入大量资源，但是由于研发活动的高风险和不确定性，企业难以从资本市场获得帮助。一方面，研发活动的复杂性和专业性使得投资者很难判断其潜在价值，与此同时，企业为了保持竞争优势也不愿意向外部投资者透露详细信息，在信息不对称的情况下，外部投资者更可能将资金投入到其他项目；另一方面，研发项目中有许多设备不能重新配置，属于沉没成本，而投资者为了投资安全更愿意将资金投入可流动资产中，这样即使项目失败，这些资产依然能继续使用。

考虑到研发活动的重要性和“市场失灵”的影响，政府在一定程度上成为推动企业研发创新的重要力量，税收优惠与直接补助是最重要的激励政策。

就我国而言，相比于那些市场经济比较成熟的西方国家，中国的市场体制和产权制度还不完善，“市场失灵”现象更为严重。在这种情况下，为了刺激企业的研发投资，从而顺利实现经济结构转型，保障我国未来经济长期高质量发展，政府更需要采取相关政策如研发补助政策等，来抑制“市场失灵”带来的消极影响。

据《中国科技统计年鉴(2014)》显示，十几年来，我国的R&D(研发)经费快速增长，占GDP的比重从1994年0.64%增长到2012年的1.98%，已经接近甚至超过了一些发达国家水平。但是需要强调的是，这些R&D经费的来源主体是企业，政府投入仅仅占到20%左右，这一比例普遍低于西方发达国家水平。由此可见，我国政府在研发补助方面还有较大努力空间。



政府研发补助更偏爱国企，但从成果和产出来看，民营企业对研发补助进行了更有效的利用

从政府研发补助的对象来看，民营企业相比国企来说劣势明显。这可以从几个角度来解释：从市场的角度来看，首先，政府自然希望自己的研发补助更有效率，那么政府就需要选择更有潜力的企业，这就要求政府掌握一定的企业信息，但是当下中国民营企业的信息通常是不透明的，而且经常有假数据，因此政府对民企的真实状况是存疑的；其次，一般来说，创新研发的成功需要大量、持续的投入予以支持，因此企业的资源禀赋结构将会影响企业研发成功的可能性，那么政府在选择企业进行研发补助时，会更倾向于那些资源禀赋更优越的企业，例如大企业、有专门研发部门以及研发经验的企业等，在这些方面，民营企业尤其是中小型民营企业，处于非常不利的地位。

但是，更重要的恐怕还不是市场原因，而是制度性原因。我国是社会主义市场经济体制，国有企业在这个体制里具有举足轻重的作用，这种作用不仅表现在经济层面上，而且还有意识形态层面的意义。随着改革的深入，民营企业的合法性越来越稳固，但是制度歧视依然存在。

另外，严格来说，政府对国企的研发补助不能称之为“补助”在我看来也是值得商榷的。国企为国家所有，政府是国家代理人，那么政府是可以合法分享国企利润的。政府将所谓的“研发补助”给了国企之后，国企如果研发成功，并因此获得巨大收益，那么政府也可以分享这些收益。也就是说，给予国企的“研发补助”，成功了政府同样获益，失败了政府买单，如此说来，这其实是一种投资行为，而不是单纯的“补助”。对于民企来说就不一样了，政府给予民企研发补助，如果民企研发成功，所获收益是不需要与政府分享的(尽管在税收上会有所体现)，一旦失败了就得政府买单。这是纯粹的“补助”，那么政府动用财政资金给予民营企业研发补贴，想必会有更多的顾虑。从这一点也可以看出，为什么政府更偏爱国企。

最后一个重要原因就是社会关系的作用。从市场治理环境的角度来看，如果对于研发补助政策的制定与执行，相关政府官员拥有很大的权力的话，那么企业管理者与政府官员的个人关系也会对研发补助的分配具有重要影响。有学者关于地方政府与企业研发投入的研究表明，逐级下放的自由裁量权使地方官员拥有大量的经济资源和行政资

源，更可以通过设置繁琐的审批环节来获得更多的寻租机会。目前我国的市场经济体制发展还不完善，还存在政府信息不透明、暗箱操作等问题，政商之间还有私人关系发挥作用的空间，而国企管理者在这方面也具有天然的优势。如此一来，民营企业吸纳政府研发补助方面就更“弱势”了。

政府研发补助的目的是希望企业能够投入相应的配套资金用于研发创新，对于政府研发补助是否真的能够刺激企业研发投入，学界到目前为止还是有争议的。但是从总体而言，大部分研究显示，我国政府的研发补助还是能够刺激企业本身研发投入的，然而，相比于民营企业，这种刺激效应对于国有企业更弱。这可能是由如下几个原因导致的：

第一，企业创新是一个长期积累的过程，研发投入风险高、周期长，短期内往往很难产生收益。对于有些国有企业管理者而言，很有可能研发成功是在他调离岗位甚至退休以后，出于政绩的考虑，国企管理者倾向于投资那些获利快的项目。另外有学者研究地方国有企业研发投入发现，在地方政府对地方国企设立的审批、管理层的选拔与任命、企业主业与经营项目的选择都直接或间接进行干预的情况下，国企管理人员为应对业绩考核，大多不会投入研发进行技术创新以赚取利润，却有着强烈的动机进行投资扩张。

第二，政府对企业的研发补助效率与企业所处的市场环境密切相关，一个经济体中存在大量寻租机会的市场环境，会严重削弱政府支持对企业研发活动的激励效应。有学者的研究表明，一方面国有企业和政府有着天然的联系，有时候通过私人关系或政治联系就能获得政府研发补助；另一方面政府控制了土地、资本、劳动力等关键要素的定价权和分配权，国有企业更倾向也更易于选择与政府建立寻租联系获得超额利润或寻租收益，故而国有企业研发活动的激励效应被大大削弱。但是民营企业获得研发补助的条件比较苛刻，更多依靠的是自身实力，因此一旦获得补助通常会更有效地加以利用，这样以后申请研发补助才有优势。

对寻租、骗领研发补助等现象，政府要加强监督，同时也要克服大企业偏好，让资源更多地向中小企业倾斜

总体上来看，政府研发补助政策执行问题与其他企业政策执行问题有相似之处，比如都存在对民营企业的制度性歧视问题、信息不透明导致寻租行为、信息不对称导致偏

领补助问题等。研发补助比较特殊的地方在于，专业性较强，可能需要专业人员来评估一个企业的研发能力以及研发成果的重要性。

要解决这些问题，首先，不能单纯从研发补助这一个方面来看。研发补助政策仅仅是促进企业研发创新的一个工具，这一工具只有与配套的制度环境相结合才能发挥更有效的作用。在市场化水平较高的地区，产权保护制度更为完善，市场竞争更为激烈，这使得研发活动的预期收益也更为突出，并将刺激企业为了赢得市场竞争力而加大研发投入。在这种条件下，政府研发补助对于小企业而言是雪中送炭，对大企业而言则是锦上添花。因此，完善市场经济体制和知识产权保护制度，为企业发展提供一个良好的竞争环境是更为基本的途径。

另外，要提高政府研发补助的效率，可以从事前评估、事中监督和事后激励等角度考虑。

事前评估。我们曾对第九次全国民营企业抽样调查数据进行分析发现，第一，教育水平高的企业主由于具有较高的驾驭研发活动的的能力、以及对长期战略竞争的认识，能够积极响应政府研发补助，加强研发投入；第二，企业主具有与政治联系的企业虽然有更高的研发投入强度，但是并不意味着它们在获得政府补助的情况下投入更多。在我国，企业主追求政治联系具有强烈的寻租动机，当一定的研发活动得到保证时，他们更愿意将资金投入到低风险、获利快的项目中；第三，那些发展刚刚起步、资源还不充裕的中小企业具有更强的研发投入意愿和潜力，故而在其他条件类似的情况下，政府研发补助应该向这些在企业决策和资源禀赋结构上更趋向于自主研发创新的民营中小企业倾斜。

事中监督。补助发放以后需要时不时地抽查企业运用资金情况，这并不意味着企业一定要有所成果(事实上这一要求不太现实，因为企业研发的失败率是很高的)，所要监督的是企业不能将研发补助挪用于其他地方。为了防止企业挪用研发补助，政府或许可以分阶段发放研发补助；但是抽查也不能过于频繁，否则也会造成大量的交易成本。

最关键的是事后激励。对于那些研发失败的企业，不能予以惩罚，但是对于研发成功的企业，应该予以奖励，例如在下次申请补助时予以加分，或者给予税收优惠。事实上，对于单个企业的补助额度并不是越高越好。任何企业的研发活动都会受到企业自身技术、人力以及外部市场需求等多种因素的限制，因此，企业研发投入必然都有一个最高点，在此条件下，政府补助的进一步增加将促使企业把原有的研发支出转移到其他项目上。另外，也有很多研究发现间接的税收优惠政策的效果要比直接补助效果更好。

必须要提醒的是，虽然我们希望能提高政府补助效率，但也不能通过行政手段(如把政府补助效率与官员升迁挂钩)，而是尽量通过市场激励来实现。一旦通过行政手段，一是中小民营企业由于资质不够，获得补助就会更加困难；二是企业为了完成任务也会造假。政府对于不同企业应该侧重不同手段来提高补助效率，对大企业，尤其是有过研发经验和补助经历的企业，要注重评估他们以前的补助效果；对中小企业以及没有研发补助经历的企业，政府更应该侧重于事中监督以及事后激励。

(作者系中国人民大学社会与人口学院博士) 朱斌



被信息化的权利

□ 余 晟

人类社会大规模信息化之后，之前很多关于实物的权利，演变为了关于信息的权利。

“产权是一束权利”，这是经济学的基本原理，其定义为，产权只包含(对特定对象的)支配权、转让权、收益独占权。产权界定清楚了，才能谈其它各种话题。

“一束权利”的意思是：单个对象可能有很多甚至无穷多项权利，但产权只是其中的“一束”而已，它有清晰的边界，尽管这种边界可能与我们日常生活的理解相违背。举例来说，你拥有一块土地的产权，这种权利似乎是“绝对”的，你可以在上面盖房子，也可以阻止他人进入，却不能阻止飞机从头顶上飞过，也不能阻止地铁从脚下通过。原因在于，这些权利并不在产权对应的那“一束”权利之中。许多人可能没有考虑过这样的问题，但理解起来并不难。

之所以不难理解，重要的原因之一是这些权利严格依附于实物，而实物存在于生活中，人们对其有感性的认知。但是人类社会大规模信息化之后，信息和实物逐渐分离，之前关于实物的很多权利，演变为了关于信息的很多权利。这些权利从实体衍生出来，却不再需要依附实体存在，但是在大家的思维里，还是习惯依照之前的实体来理解权利，所以会造成很多认知上的困扰。

最典型的例子是书。以前你买了一本书，这本书就是你的，绝对属于你。书的纸张连同书上的信息都属于你，你拥有恣意阅读的权利，拥有把这本书送给他人的权利，甚至有把书抄下来给其他人看的权利——对，就是复制权。但因为物理条件的限制，个人不可能大规模复制，所以作者和出版商不太关心。电子书却不是如此，你买了这本书，很可能只能以规定的方式(阅读器)来阅读，而且不能送给他人读，因为信息的复制成本极低，复制速度极快，所以进行复制反而会冒法律的风险。换句话说，电子书虽然叫“书”，但是它的权利构成和边界已经迥异于传统的“书”了——我们“拥有”一本电子书，其实只是获得了一束“处置内容信息”的权利而已，而且，不同于纸质书对应的“那一束”权利。

信息化越发展，这种权利构成的问题就越明显。因为互联网本身很难产生什么实物，更多是“抽离”出信息，并加速信息的流动。不过，权利构成也会因此变化。可以说，只要产品与互联网相关，用户的那“一束”权利都会调整，甚至传统意义上的“绝对所有权”会分崩瓦解：你拥有一块智能手表，却没有权利阻止它上传你的行动记录，否则就根本谈不上“智能”，将来汽车也联网了；有了“智能汽车”，我们对汽车的那“一束”所有权同样会发生变化，否则汽车联网就没有意义。

更明显的例子是Google。你拥有“自己的”电脑，用“自己的”电脑上网，在“自己的”浏览器里点击网页，却不拥有捍卫“自己的”浏览和点击记录的权利，它们所反映的你的关注行为被Google拿去去向广告商收钱了。从这个角度来说，“关注权”是从用户身上来的，用户在不知不觉中“让渡”给Google，由此换来了互联网的“免费”。为什么没有人拿“关注权”较真，大概原因是“关注权”(更确切地说是“互联网关注权”)不能与任何实体相联，属于新生成的权利，没有人会去“维权”，所以Google拿它也无所谓。

同样，前段时间Google在欧洲遇到的“遗忘权”问题，也是权利变化的反映。传统社会里，一个人对自己做过的事情，往往没有权利阻止其他人知道和记忆，只是因为信息传播率低，人类的记忆力有限，所以随着时间流逝，这些记录会逐渐自然湮灭。但是有了互联网之后，一个人做过的事情可能保存很长时间甚至永远，完全不会自然湮灭。新生成的“被遗忘权”是更纯粹的关于信息的权利——要知道，以前可没有人要求报纸杂志销毁陈年档案。

有趣的是，随着移动互联网的兴起，权利的这种变化日趋复杂。在一个维度上，许多权利会从实物衍生出来，或独立或合并，在另一个维度上，原有的关于实物的权利也会被按时间切割开来，形成一种奇妙的局面。

这方面最典型的例子就是Uber(美国的一款打车应用，类似国内的各种“专车”)。传统上，车主绝对拥有汽车产权；我们之所以需要汽车，是因为我们需要在出行的时候随时有自己专用的安全方便的交通工具。有了Uber以后，很多人可以做到虽然不“拥有”一辆车，同样能“在出行的时候随时有自己专用的安全方便的交通工具”。另一方面，如果你是Uber的车主，虽然你“拥有”这辆车，但你对它的权利却是随时可以让渡出去的。传统上人们把汽车分类为营运类/非营运类来解决，现在“经营”和“非经营”的界限仍旧清楚，只是变成了无数碎片拼到同一辆车上。

类似的例子还有Airbnb(一个联系旅游人士和房主的服务型网站，在上面房主可以把家里的空房出租，游客可以查到各式各样的住宿信息)，你可以没有自己的房子，但这不妨碍你在任何时候总能找到自己满意的房子来住；或者你可以“拥有”自己的房子，但它在某些时候分明是让别人住宿的。

稍微做一点归纳：信息化在早期更习惯把权利拆分，衍生出更细致的权利，移动互联网则在另一个方向上产生影响，即把权利切成一段段的，通过让渡和拼凑形成新的权利。如果想在移动互联网方面创业的人，不妨想想，有什么权利可以通过移动互联网切成一段段的，重新组合出新的形态。

进一步说，互联网在这方面还有着得天独厚的优势：尽管互联网上很多领域的权利安排还非常原始、混乱，甚至处于“谁抢到了归谁”的蛮荒时代。但是这些权利确立之后，相应的评估、传达、交易机制都很容易建立，其难度远远小于制度残缺而且阻力重重的现实世界——无论是Google，还是Airbnb、Uber，其实都以(相对传统行业)相当快的速度定义了一整套能够玩得转的权利制度，并且被现实证明是可行的。

互联网在建立“权利制度”(或者叫“权利游戏规则”)方面的优势，对不发达国家来说具有更重大的意义：首先，互联网上很多权利的规定在历史上是空白，其次，即便有一些历史积淀，互联网也没有那么多物理、文化、技术的包袱。最后也是更重要的，对于互联网的发展，通常来说资本的力量要远远大于政治的力量，即便是政治力量也未必敢随时与资本博弈，所以依据互联网来构建权利制度，从而实现某种形式的资本化，是相当有效率的方式。想想在现实中“与国际接轨”建立一套横跨全国的制度所需的时间和效果，再看看百度、淘宝，以及各种专车的发展速度，就可以知道。

微博上的外交“真人秀”

□ 黄 超

外国政要、国际组织等国际行为体纷纷通过中国的微博平台，展开在国际关系、国家形象、国际法和国际法和社会控制等方面的话语权角逐。

各路明星或许还在忙着“抢头条”，不少外国首脑已经通过认证微博，抢滩微博外交的方式，用一种“随风潜入夜，润物细无声”的方式，暗访问成果，秀生活照片，同时塑造国家形象、推销对外政策，于是，“指尖”上的微博外交悄然而生。

微博外交是公共外交在网络时代的一种新的表现形式，指的是一国政府或其代表的个人、机构在遵守本国及他国网络安全法律法规基础上，借助微博的便捷性、时效性和影响力进行一系列与外交有关的信息发布及互动沟通，从而达到塑造国家形象、传播价值观念，争取外国网民支持自外交政策的目的。其实，社交媒体上的外交最早诞生于美国，四五年前国际外交界出现了一个新名词“Twitplomacy”，它由twitter(美国的一个社交网站，中文惯称为推特)和diplomacy(外交)两个英文单词组合而成，意指在社交媒体上施展的微外交。自奥巴马政府上台以来，美国国务院网站不断进行升级改造，在其首页上新增了脸书、推特、优酷等社交媒体的网址链接。同时，白宫在其官网宣布：将在所有全球知名的主流社交媒体开设主页，供国内外公众浏览获取各种信息，全面跨入“白

宫2.0”时代。这些图文并茂的帖子，无疑能从多个视角有效增进外国网民对于美国外交政策各项举措的认知和理解。对此，《纽约时报》的一篇评论指出，奥巴马政府已将“社交网络视为美国外交博弈中一支新的力量”。

社交网络上的政界首脑们都秀了啥？亲民化、生活化的形象是非常重要的内容。比如俄罗斯总理梅德韦杰夫开通了推特账号，几乎每天都要更新，上传出访、听演唱会、或家人在一起的照片。奥巴马和梅德韦杰夫还在推特上互相加了关注，成为彼此的粉丝，同时他们还是英国首相卡梅伦推特的关注者。对此奥巴马曾开玩笑地说：“大家都有了推特账户，以后就用不着红色电话(红色电话是冷战时期美俄建立的联系方式，用于重大核对抗事件中白宫和克里姆林宫之间进行直接沟通)。”

再回到中国版的推特——微博，已经有不少外国政治家活跃于此。2010年11月，英国首相卡梅伦首次访华，最先抢报消息的不是传统的通讯社、报社、电视台，而是英国驻华使馆微博。使馆第一时间上传各类现场照片，就连卡梅伦吃汉堡现场的花絮也被搬上微博。懂中文的澳大利亚前总理陆克文自2012年4月开通微博以来，每条微博都要大秀自己流利的普通话。至于微博内容，从“老陆”和网友聊外孙，到秀儿子的结婚照，再到讨论学习汉语的技巧等各色话题不等。4月26日，他还发布一条博文向震后的尼



泊尔灾民致意，并表示，“强烈呼吁建立全面自然灾害防御措施……中国话讲，有备无患……老陆”。

至2014年底，开通新浪微博的外国政要和国际组织负责人已近200位。其中有人坐拥百万粉丝，通过关注社会热点、聚焦本土信息、借助文化符号等路径建构微博上的网络话语权，成为对华微博外交的主要力量。对此，外国学者伯森·马斯特勒研究了世界各国领袖对推特的使用情况。他在研究成果《推特外交2014》一书中指出：“世界上有超过一半的外交官员及其机构在推特上非常活跃。外交官们正在探索像推特这样的社交媒体平台来设计他们的数字外交战略，并依此重新界定21世纪的治国才能。”不仅如此，在微博时代，除了外国政要，从政府驻外机构、国际组织、国际驻外机构及其代表到跨国企业、国际媒体，并延伸到普通的国际志愿者，这些国际行为体都纷纷通过中国的微博