



西南财经大学

SOUTHWESTERN UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

本科生毕业论文撰写指南

教务处

2021年11月

目 录

关于制定西南财经大学本科生毕业论文撰写指南的原则性意见.....	1
实证研究型毕业论文撰写指南（法学类选用）	5
调查研究型毕业论文撰写指南（法学类选用）	32
案例研究型毕业论文撰写指南	86
工科专业毕业设计（论文）撰写指南	123
规范分析型毕业论文撰写指南（法学类适用）	161
案例评释型毕业论文撰写指南（法学类适用）	222

关于制定西南财经大学本科生毕业论文 撰写指南的原则性意见

本科生毕业论文写作是反映学生毕业论文工作成效的重要途径，是考核学生掌握和运用所学基础理论、基本知识、基本技能从事科学研究和解决实际问题能力的有效手段。掌握撰写毕业论文的基本能力是本科人才培养中的一个十分重要的环节。为进一步规范毕业论文工作，提高毕业论文质量，结合学校实际，制订本指南。

一、前期准备

在写作毕业论文前，应提前完成相应的理论、方法、写作指导、信息检索与科研素养等课程和知识的学习，并具有以下能力：

1. 具备掌握专业知识构架、核心理论的能力；
2. 了解专业相关的社会重大或前沿问题，并能够结合理论分析相关问题；
3. 具备用合适的方法进行逻辑分析、数据分析的能力；
4. 具备梳理和总结所研究话题相关文献的能力；
5. 掌握论文写作规范及写作技巧，能够撰写一篇高质量的本科毕业论文。

二、选题原则

毕业论文选题是确保毕业论文质量的关键环节。选题必须符合学生所属专业的培养目标，充分体现本专业综合训练的基本要求，具有一定的实际价值或理论意义。鼓励学科间的交叉，注重拓宽学生知识面，培养独立思考和应用的能力。毕业论文选题应遵循以下原则：

1. 专业性：论文题目要符合专业培养目标，体现科学研究训练的基本要求，使学生在专业知识应用方面得到比较全面的训练。选题要有明确的针对性，切忌立意过大。

2. 创新性：论文选题在难度适中的情况下，尽可能反映本学科领域的知识创新、方法创新、技术创新和理论思想创新。

3. 实践性：论文题目应尽可能与科学研究、技术开发、经济建设和社会发展紧密结合。鼓励与科研院所、企事业单位联合拟定题目，鼓励选题来自企业一线需要；鼓励选题与教师专业实践和科研课题相结合；鼓励选题与学生科创项目相结合；建议选题以实验、实习和社会调查等实践性工作为基础。

4. 可行性：论文题目应符合本科生知识、能力、水平和工作条件的实际，满足本科毕业论文工作量的要求，保证学生在规定时间内通过努力能够完成任务。

三、论文撰写要求

毕业论文撰写遵照《西南财经大学本科毕业论文（设计）管理办法》和《西南财经大学本科生毕业论文（设计）撰写与印制规范》执行。具体情况由指导教师根据专业特点和论文体裁具体掌握。不同体裁的论文撰写要求可参考如下标准：

1. 实证研究：研究问题清晰、明确且有价值；论点鲜明，论证充分，论据确凿；方法适当，逻辑性强，对问题有较深入的分析，实证过程严谨且工作量饱满；论文注释、引用和写作体例符合通行规范；文献综述完整，参考文献具有适合性、准确性、专业性和权威性；结构严谨，层次分明，语言表达准确。

2. 调查研究：必须是本人或者所在科研团队直接参加的调研信息；调研重点反映调研对象的实际状况和问题；调研问题具有针对性，能够反映客观事实；调研过程科学、严谨、调研数据真实可靠，资料翔实；调研报告需交代调研的整个过程，科学的调研设计步骤；写作格式规范，层次清晰，结构科学，建议可行。多人合作的应明确具体分工和贡献。。

3. 案例研究：选取专业性的典型案例，准确把握和阐述案例重要细节，梳理和总结案例所反映的专业性问题，对于理论界和实务界的相关争议观点，进行必要的总结；结合所述案例，对相关问题进行充分、严谨的论证，并进行批判性的思考，明确表明自己对相关问题的专业性、原创性观点；有充足的文献和其他案例支持；论文格式正确，注释和参考文献符合规范。

4. 毕业设计：能够运用所学专业知识和实际能力，解决实际问题，锻炼实践动手能力；毕

业设计突出原创性，需要学生自己动手完成整个设计过程；学生应该把项目的需求分析、方法选择、概要设计、详细设计和开发的步骤等都详细地描述出来，提供可以检验的学生设计原创作品

本指南供本科生写作毕业论文参考，各学院可根据不同专业的学科特点，自行编制适合本专业本科毕业论文撰写的要求和指南。

四、论文评价标准

（一）否定性指标

根据《四川省本科毕业论文（设计）抽检实施办法（试行）》，毕业论文否决性指标为：

1. 政治方向：有违背党和国家相关政策方针、法律法规，或违背社会主义核心价值观、立德树人要求，或其它违背社会公序良俗的内容。
2. 学术诚信：出现抄袭、剽窃、伪造、篡改、买卖、代写等学术不端行为。出现上述情况的毕业论文直接判定为不合格。

（二）评议标准

通过学术论理考察的毕业论文，具体按照以下标准进行评议：

一级指标	二级指标	评议要素
选题意义 (10分)	选题目的 (5)	符合专业培养目标，体现综合训练基本要求。
	研究意义 (5)	面向所在专业领域学术问题或行业社会实际问题，有一定的理论或实用价值。
写作安排 (15分)	文献调研 (10)	综合分析国内外文献，追踪本领域研究现状或行业动态，能支撑该论文（设计）的选题。
	进度安排 (5)	时间进度安排合理，工作量饱满，写作形式符合专业特点和选题需要。
逻辑构建 (20分)	层次体系 (10)	体系完整，层次分明，重点突出。
	逻辑结构 (10)	论点鲜明，论据确凿，论证充分，达到所在专业领域要求。
专业能力 (35分)	综合应用知识能力 (10)	将相关领域的基础理论、专业知识合理应用到研究过程，能体现所在专业领域的能力和素养。
	分析解决问题能力 (15)	研究方法合理，论证分析严谨，数据分析合理，能体现一定的分析解决本专业领域问题的能力和素养。
	创新能力 (10)	阐明了新观点，或将经典理论创新性应用，或阐释了对实践的指导意义。
学术规范 (20分)	行文规范 (10)	文字表达、书写格式、图表（图纸）、公式符号、缩略词等方面符合通行学术规范。
	引用规范 (10)	在资料引证、参考文献等方面符合通行学术规范和知识产权相关规定，不得有虚假引注。

备注：“优秀”（90≤优秀<100）、“良好”（75≤良好<90）、“一般”（60≤一般<75）、“不合格”（<60）进行百分制评分。

实证研究型毕业论文撰写指南（法学类可选）

一、实证研究型本科毕业论文的基本结构

实证研究，也称经验研究，即用事实来支持论文所提出的观点或证明某一种理论。规范的实证研究通常包括以下几个步骤，即准备阶段、选题、探索性研究、收集数据、建立计量模型、选择计量方法、解释及分析结果、论文写作、与同行交流等。实证研究论文是对实证研究过程及成果的汇报，应坚持科学、严谨、规范的基本写作准则。

实证研究型论文（正文）的一般结构如下：

1.引言

这部分主要介绍研究背景与意义，提出具体研究问题，通常从现实背景和学术背景两个角度论述，提出现实中研究该问题的实践背景与实践价值，通过对先前研究的简单综述，阐述该研究的学术价值，澄清本文的研究贡献。同时对本研究的逻辑框架、研究路线、研究方法等进行简单介绍。

2.文献综述

这部分主要进行细致的文献综述。学生应尽可能广泛地并批判性地去阅读相关主题的文献，了解选题相关的研究进展、既有结论、研究方法、边际贡献及缺陷不足。文献综述主要作用在于总结当前文献的成果、找出现有文献的不足，以此作为自己选题的切入点。因此，文献综述写作应围绕主题对文献的各类观点作比较分析，提供文献评述，避免罗列文献。

3.理论框架

提供核心变量发生关联的理论框架与理论解释，提出理论缘由。理论框架应基于已有理论并进行逻辑推理或者模型推导。

4.研究设计

这部分需详细介绍实施实证研究的设计过程，包括：计量模型、变量设置、

变量的度量、数据来源与处理、数据的描述性统计等等。

5.实证结果分析

这部分需要按照学术通行规范报告分析的过程和展示分析的结果，实证分析过程工作量饱满，通常包含可能需要的基准结果分析、稳健性检验、内生性分析、异质性检验分析等。

6.结论与政策启示

此部分通常包括：（1）概括经验发现，即验证了或证伪了什么理论或核心问题；（2）这些研究结果具有什么政策含义；（3）如果可能，还可以提出未来进一步的研究空间。

7.参考文献

遵照《西南财经大学本科生毕业论文（设计）撰写与印制规范》参考文献的格式范式，将前文引用的文献在此处一一列明，需要做到与前文引用一一对应且参考文献条目之间的格式一致。

二、实证研究型毕业论文撰写要求及评价细则

毕业论文撰写遵照《西南财经大学本科生毕业论文（设计）撰写与印制规范》执行。具体情况由指导教师根据专业特点和论文体裁具体掌握。总体上，实证研究型本科毕业论文撰写要求可参考如下标准：

研究问题清晰、明确且有价值；论点鲜明，论证充分，论据确凿；方法适当，逻辑性强，对问题有较深入的分析，实证过程严谨且工作量饱满；论文注释、引用和写作体例符合通行规范；文献综述完整，参考文献具有适合性、准确性、专业性和权威性；结构严谨，层次分明，语言表达准确。

实证学术论文评价标准参照学校统一的评价指标及评议要素，具体评价细则见下表。

表 实证研究型毕业论文评分标准

评议要素	优秀	良好	一般	不及格
选题意义	选题合理,属于该专业领域研究范畴;有明确的现实背景;研究目的及研究问题明确,研究具有显著的实践价值或学术意义。	选题合理,属于该专业领域研究范畴;研究目的较为明确;具有较大的实践价值或学术意义。	选题尚可,属于该专业学位领域研究范畴,具有一定的实践价值或学术意义。	选题存在一定问题,研究目的不清,不具备实践价值或学术意义。
写作安排	全面、综合分析国内外相关文献,追踪本领域最新研究现状,文献质量很高;时间进度安排合理;研究工作量饱满,有一定的研究难度。	较为全面地分析国内外相关文献,追踪本领域研究基本现状,文献质量较高;时间进度安排合理;研究工作量较为饱满,有一定的研究难度。	基本了解国内外相关文献和本领域研究基本现状,文献质量一般;时间进度安排较为合理;研究工作量一般。	不能全面、综合分析国内外文献,未追踪本领域研究现状,文献质量较低,时间进度安排不合理;研究工作量不足。
逻辑建构	从提出、分析到解决问题过程完整;研究思路清晰,有一定的提炼、分析和归纳能力,具有独立见解;研究方法规范,研究方案或对策具有可操作性。	从提出、分析到解决问题过程较为完整;研究思路比较清晰;研究方法比较规范,研究方案或对策具有一定的可操作性。	从提出、分析到解决问题过程较为完整;研究方法比较规范。	提出、分析、解决问题的论证过程不完整;研究方法缺乏规范。
专业能力	较好应用专业原理或理论,体现专业视角;较好运用专业研究方法或工具进行研究;有足够的实证材料和论据支撑,数据丰富、可靠。	应用了一定的专业原理或理论;运用了专业研究方法或工具进行研究;有一定的实证材料和论据支撑,数据比较丰富、可靠。	运用了专业研究方法或工具进行研究;实证材料和论据较为欠缺,数据不够丰富、欠缺可靠性。	欠缺对专业研究方法或工具的运用;实证材料和论据较为欠缺,欠缺数据资料。
学术规范	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面严格符合通行学术规范;引用非常符合通行学术规范和知识产权相关规定。	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面较好地符合通行学术规范;引用较好地符合通行学术规范和知识产权相关规定。	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面基本符合通行学术规范;引用基本符合通行学术规范和知识产权相关规定。	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面不符合通行学术规范;引用不符合通行学术规范和知识产权相关规定。

三、实证研究型毕业论文范文讲解

【范文一】

论文题目：产业政策对企业出口技术复杂度的影响研究
——基于中国 2009 年十大产业振兴规划的自然实验

1. 选题：论文选题适应党和国家及地方事业发展需要，瞄准学科发展前沿和关键领域，非常契合专业领域研究范畴。研究对象非常明确，研究问题非常清晰，研究意义显著。

摘要

加速培育外贸新优势，提高企业出口技术复杂度，是推动我国对外贸易高质量发展的当务之急。产业政策作为政府干预经济发展的重要手段，其对企业出口技术复杂度的影响尚有待研究。本文基于双重差分模型考察了 2009 年十大产业振兴规划的出台对于企业出口技术复杂度的影响。研究表明，十大产业振兴规划显著地提升了被扶持企业的出口技术复杂度，并且这一影响呈现先增强后减弱的动态变化趋势。影响机制分析表明，政府补助在十大产业振兴规划影响企业出口技术复杂度中发挥了中介效应。异质性分析显示，十大产业振兴规划对国有企业以及东部地区企业的出口技术复杂度有显著的提升作用，但并没有对非国有企业和中西部地区企业产生显著影响，另外这一作用效果在规模较大的企业中表现更强。以上证据有助于理清产业政策对企业出口技术复杂度的作用和内在逻辑，并且对产业政策的制定与实施有一定的启示意义。

关键词：产业政策；十大产业振兴规划；企业出口技术复杂度；双重差分法

2. 摘要及关键词：

(1) 摘要语言简练，准确、流畅，具有独立性和自含性，能概括论文的研究目的、方法、结果、结论等。不与“绪论”、“结论”等部分内容雷同；摘要的时态以一般现在时为主，表示一种存在于自然界的客观规律。

(2) 关键词：3-5 个，准确反映论文主要研究内容

Abstract

How to develop new advantages and increase the sophistication of enterprises' export technology has become the focus of high-quality development of China foreign trade. This paper discusses what the effect of industrial policy on the sophistication of Chinese enterprises' export technology by using DID method which is constructed by the natural experiment of the revitalization plan of ten industries in 2009. The result illustrates that the revitalization plan of ten industries can significantly increase the export sophistication of the supported enterprises, and the impact first increased and then decreased. The impact mechanism analysis shows that the revitalization plan improves the export sophistication through government subsidy channel. The heterogeneity investigation shows the policy significantly increases the export sophistication of state-owned enterprises and eastern enterprises but has no significant impact on non-state-owned enterprises or enterprises in the central and western regions. In addition, the impact is greater in larger enterprises. The above-mentioned findings provide empirical evidence for us to understand the impact of industrial policy on the export sophistication of enterprises and the impact mechanism. Besides, these results have important implications to the formulation and implementation of industrial policy.

Key words: industrial policy; the revitalization plan of ten industries; export sophistication of enterprises; difference-in-difference

(3) 英文摘要及关键词:

英文翻译准确、流畅,不存在语法、单词错误。

目 录

1. 引 言	12
1.1 研究背景及研究意义.....	12
1.2 研究内容、研究方法和研究框架.....	13
1.3 研究的创新点.....	15
2. 文献回顾与假设提出	16
2.1 文献回顾.....	16
2.2 理论基础与假设提出.....	18
3. 研究设计	19
3.1 计量模型构建.....	19
3.2 变量说明.....	20
3.3 数据处理及来源.....	22
4. 实证分析	23
4.1 基准回归与动态效应.....	23
4.2 机制分析：以政府补贴为中介变量.....	24
4.3 稳健性检验.....	25
5. 异质性检验	28
5.1 企业所有制异质性.....	28
5.2 企业区位异质性.....	28
5.3 企业规模异质性.....	28
6. 结论与建议	29
6.1 研究结论.....	29
6.2 对策建议.....	29
参考文献	31

3. 论文结构及目录

(1) 论文结构：论文总体结构合理，重点突出，逻辑清晰。

(2) 目录：格式规范、美观，各级标题准确；目录是论文的导读图，要求具有完整性。

1. 引言

1.1 研究背景及研究意义

1.1.1 研究背景

中国在 2001 年加入世界贸易组织后,对外贸易增长迅速,中国在国际贸易中的地位和作用愈加凸显。2020 年,面对新冠疫情冲击,我国对外贸易实现逆势增长,全年出口总额再创新高,作为“三驾马车”之一,出口有效支撑了我国的稳增长大局。尽管中国在出口贸易领域上取得了突出成就,但发展仍面临着众多挑战。一方面,在国际分工布局动态转移的背景下,由于我国要素成本上升,产业以及外贸订单转移至周边国家,我国传统比较优势被削弱,急需培育外贸竞争新优势;另一方面,在近年来全球经济发展疲软的情况下,贸易保护主义蔓延,使得出口形势变得更加严峻,要求我国出口企业不断提高产品竞争力,以强大实力应对局势变化。建设贸易强国,不仅要强调量的增长,更要注重质的提升。企业出口技术复杂度衡量了企业出口产品的技术水平。如何提升企业出口技术复杂度,是当下我国建设贸易强国的一个重要命题。

产业政策是国家引导产业发展的重要途径。在我国,产业政策的实施十分广泛,其中既有规律性的五年产业规划,也有类似于十大产业振兴规划的临时性产业政策。通过这些政策,政府指导和促进国民经济平稳有序发展,

推动产业结构优化升级。2009 年初,我国政府陆续出台

4. 引言

(1) 开门见山,直奔主题:不过多赘述历史渊源和历程,介绍文章的现实背景和学术背景。

(2) 言简意赅,突出重点:清晰阐明研究问题

(3) 尊重科学、实事求是:评价论文的价值要恰如其分、实事求是,用词要科学,对本文的创新性最好不要使用“本研究国内首创、首次报道”、“填补了国内空白”、“有很高的学术价值”、“本研究内容国内未见报道”或“本研究处于国内外领先水平”等不适当的自我评语。

(4) 符合规范,结构完整:毕业论文的引言通常包括研究背景、研究意义、研究内容、研究方法、研究框架、技术路线图、研究创新或贡献等部分。

了涉及钢铁、轻工业、石油化工、有色、船舶、汽车、装备制造、纺织、电子信息以及物流业等十大产业的指导政策，统称十大产业振兴规划。十大产业振兴规划通过财税补贴优惠和信贷支持等手段促进产业发展，通过推进兼并重组淘汰落后产能，对十大产业的结构调整和健康发展起到了积极的推动作用。

本文以十大产业振兴规划为背景，研究了产业政策与企业出口技术复杂度之间的关系以及具体的作用机制。

1.1.2 研究意义

本文研究十大产业振兴规划这一产业政策对于企业出口技术复杂度的影响以及内在逻辑，主要有两方面的意义。

首先，研究具有一定的现实意义。在经济发展新常态下，我国对外贸易传统的比较优势正逐渐被削弱，对于出口贸易的关注逐渐从市场规模的扩大转移到出口技术复杂度的提高。加速培育外贸新优势，提高企业出口技术复杂度，是推动我国对外贸易高质量发展的当务之急。产业政策作为促进产业结构优化、扶持企业技术创新的重要手段，通过不同类型的政策工具，对于企业的出口施加影响。研究产业政策与企业出口技术复杂度之间的关系，为我国完善产业政策，提高产业政策实施的有效性和针对性，培育出口贸易新优势，提供了借鉴。

其次，在理论方面，出口技术复杂度一直是国际贸易研究领域受到重点关注的问题，近年来，有关企业出口技术复杂度测算以及影响因素的研究不断丰富，但鲜有研究从产业政策的角度，探讨企业出口技术复杂度的提升，本文基于十大产业振兴规划，研究了产业政策对企业出口技术复杂度的影响，是对相关领域研究空白的有益补充。

1.2 研究内容、研究方法和研究框架

1.2.1 研究内容

本文基于十大产业振兴规划这一产业政策背景，选取上市公司样本，研究了这一政策对于企业出口技术复杂度的影响和作用机制。

本文的第一部分绪论首先提出了研究相关的背景和意义，并介绍了研究的内

容、方法和框架，最后提出了可能的创新之处。

本文的第二部分是文献综述和假设提出。这一部分梳理和总结了产业政策和企业出口技术复杂度的既存研究成果。以文献和理论为基础，本文提出了相关的研究假设。

第三部分研究设计介绍了本文计量模型的构建、企业出口技术复杂度的计算、变量说明以及数据的来源和处理。

第四部分是实证检验。首先运用双重差分法检验了产业政策对于企业出口技术复杂度的影响和动态效应；其次进行了机制分析，检验了政府补助在产业政策影响企业出口技术复杂度中发挥的中介效应；最后进行了一系列的稳健性检验，包括平行趋势检验、安慰剂检验和变量再度量，保证 DID 结果的有效性。

第五部分是异质性检验，在第四部分实证检验的基础上，考察这一影响的异质性，依据企业的不同特征对样本进行划分，并进行了分样本回归，具体包括国有和非国有之间的对比、东部地区和中西部之间的对比，以及规模较大和规模较小之间的对比。

第六部分结论与建议先是总结了研究成果，然后提出了对策建议。

1.2.2 研究方法

围绕以上的研究内容，本文主要运用文献研究法和实证研究法进行了相关研究。

首先，通过梳理国内外相关文献，总结产业政策和企业出口技术复杂度等领域的相关研究成果，剖析研究不足之处，并最终形成了本文的研究思路。

其次，……

1.2.3 研究框架

基于研究内容和研究方法，本文绘制了研究框架，如图 1 所示：

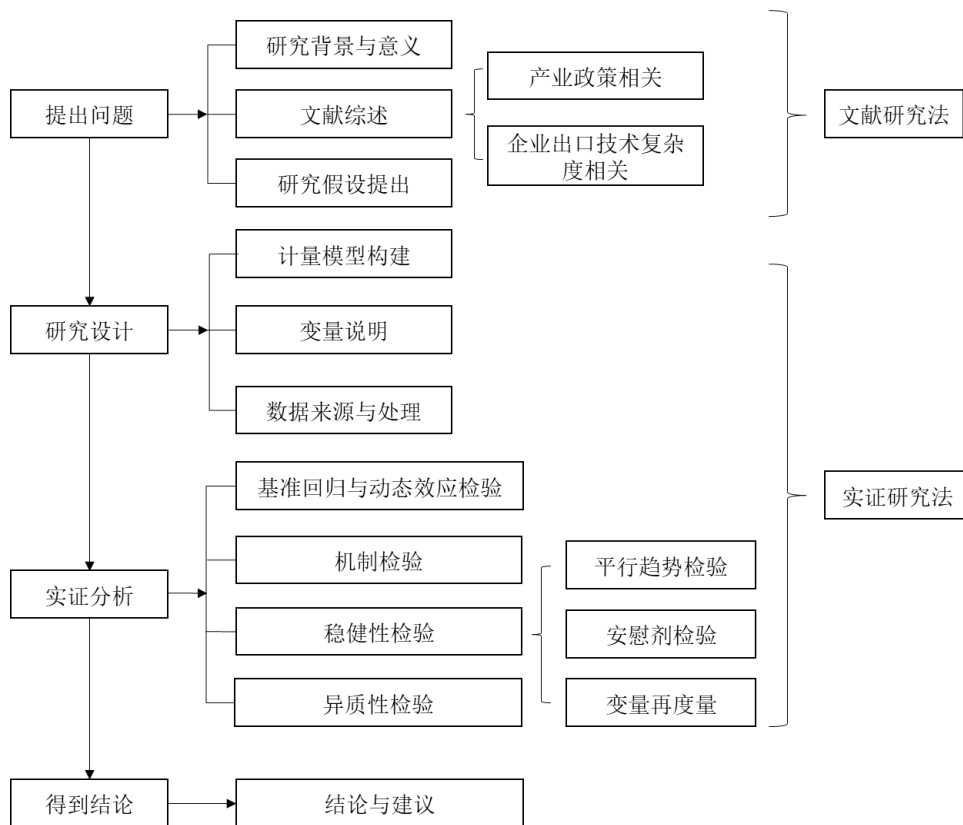


图 1：论文研究框架

1.3 研究的创新点

本文研究了产业政策对企业出口技术复杂度的影响，可能的创新点如下：

(1) 现有对产业政策与企业出口技术复杂度之间关系的研究尚存在一定的空白。产业政策作为我国政府干预经济发展的主要手段之一，对企业发展有着重要的影响。本文从企业出口技术复杂度的视角，探究了产业政策对微观企业出口行为的影响，弥补了现有研究的不足，在研究内容上有一定的创新。

.....

2. 文献回顾与假设提出

2.1 文献回顾

2.1.1 产业政策相关研究

产业政策作为政府干预经济的重要手段，在世界各地得到广泛的应用。二十世纪八十年代末，产业政策在国内得到推行，本世纪初，我国的产业政策已经基本覆盖了国民经济中的全部大类行业，产业政策干预市场的力度进一步加强（江飞涛和李晓萍，2010）。产业政策包括了选择性和功能性两类。选择性产业政策是目前实施较多的产业政策类型，是指政府对选定的某一或某些产业进行介入，例如十大产业振兴规划。功能性产业政策是指政府发挥在经济活动中的基础作用，弥补市场失灵和完善市场制度的产业政策，在这其中，市场居于主导地位（江飞涛和李晓萍，2010；黎文婧和郑曼妮，2016）。

从实施目的的视角来看，产业政策实施的根本目的在于促进一国经济健康平稳地运行。具体而言，政府通过推行产业政策对产业结构和产业组织进行调整，在使供给总量增长的同时，调整供给结构使其适应需求结构要求，从而满足经济发展需求和实现经济增长目标（黎文婧和李耀淘，2014）。

.....

十大产业振兴规划是我国政府 2009 年初出台的一项重要的选择性产业政策，用于应对国际金融的冲击，

主要目标可以用“保增长，扩内需，调结构”来概括（李

5. 文献综述

（1）问题导向性：文献综述应聚焦在与本论文密切相关的研究主题和研究问题上；

（2）批判性：能够正确、合理评价分析现有研究的贡献与局限，凸显自己研究问题的价值。

（3）逻辑性：文献论述围绕研究对象和研究问题进行多维度，有深度、有逻辑的论述；对研究对象及其学科领域发展状况和学术动态的有系统的综述与评价。

（4）饱满性：文献数量饱满，没有重要文献缺失

（5）规范性：文献引用规范，与文后参考文献相对应。

平和江飞涛，2010）。政府针对十大产业发展现状和存在问题制定了相应的政策措施，直接干预和间接引导并举，具体包括了通过信贷支持和鼓励直接融资等手段稳定企业生产和促进企业技术创新，通过财政补助和增加政府投资等手段刺激市场需求，通过调整出口税率等方式稳定出口，通过直接干预方式推动企业兼并重组，优化产业布局，控制产能和淘汰落后产能等内容（陈剩勇和陈晓玲，2014；钱雪松等，2018）。十大产业振兴规划集中体现了我国产业政策的基本思想、政策措施偏好和发展趋势（江飞涛和李晓萍，2010）。

.....

2.1.2 企业出口技术复杂度相关研究

根据比较优势理论，一个经济体会根据自身技术水平的高低选择不同技术含量的产品出口，技术水平越高，那么出口产品的技术水平就越高，出口技术复杂度（Export Sophistication）衡量了各国出口产品中包含的技术信息（Hausmann 和 Rodrik，2003）。Hausmann 等（2007）提出了出口技术复杂度指标（Export Sophistication Index）的计算方法，研究分析了出口技术复杂度和经济发展之间的关系，认为一国的出口技术复杂度与经济增长成正比。Rodrik（2006）认为出口技术复杂度较高的国家在国际分工中地位更为优势，另外研究还发现中国出口技术复杂度与其经济发展水平不匹配，约为其人均收入三倍的国家水平，这一现象被称为“Rodrik 悖论”，Xu（2010）指出，Hsumann 和 Rodirk 等的研究没有考虑产品的异质性，即对于同一产品，不同国家生产的价格和质量水平并不相同，因此需要将出口产品质量差异纳入对出口技术复杂度的计算中，由此而得到的出口技术复杂度与中国经济发展水平更相符，研究一定程度上解释了“Rodrik 悖论”。

.....

2.1.3 文献评述

在梳理和总结了产业政策和出口技术复杂度相关文献后，可以看到，已有研究在产业政策和出口技术复杂度各自领域都有着丰富的研究成果，但也存在着一定的研究空白。

在对产业政策实施效果方面的研究，现有的文献从宏观经济和微观企业两个

方面进行了较为全面的研究，但对于产业政策实施效果的评价不尽相同，特别是针对十大产业振兴规划的研究中，既有学者认为其对企业技术创新等方面有着积极作用，也有学者表示十大产业振兴规划对企业有着消极影响，因此，有必要进一步研究十大产业振兴规划这一十分具有代表性的产业政策的实施效果，并探讨产业政策影响微观企业的作用机制。

……

2.2 理论基础与假设提出

在十大产业振兴规划主要内容中，“保增长”和“扩内需”旨在应对全球金融危机对国民经济的冲击，“调结构”则是为了推动我国产业结构调整和产业健康发展（李平和江飞涛，2010）。在金融危机前，中国的产业就存在一系列的发展隐患，产业产品长期处于国际分工的低端，依靠劳动力成本优势开拓国际市场，而不是依靠产品质量优势，企业创新激励不足，金融危机则使得这些问题充分暴露出来（陈剩勇和陈晓玲，2014）。因此，推动企业技术升级和创新能力提升是十大产业振兴规划中一项重要的任务。具体地，中央财政通过贷款贴息、财政奖励、税收减免等手段支持了企业的技术升级和产品改造，并取得了一定的成效（李平和江飞涛，2010）。企业出口技术复杂度一定程度上代表了企业的技术水平。据此，本文提出以下假设：

假设 1：十大产业振兴规划的实施提升了支持企业的出口技术复杂度。

……

6. 理论基础与理论框架

（1）能够较好应用专业原理或理论，体现专业视角；

（2）理论基础扎实，有自己的深入分析，不是简单重复已有的研究成果；

（3）理论分析逻辑严谨，且与研究问题、研究设计相对应。

3. 研究设计

3.1 计量模型构建

十大产业振兴规划政策试点工作出台于 2009 年, 本文将政策的实施作为一次自然实验, 选取了 2007 年至 2014 年间的沪深 A 股上市公司进行研究。本文将十大产业内的企业设置为处理组, 将其余企业设置为对照组, 构造双重差分模型, 研究了产业政策对企业出口技术复杂度的影响。具体而言, 根据企业是否属于十大产业振兴规划支持企业设置了政策虚拟变量 ten , 同时根据十大产业振兴规划政策的出台年份即 2009 年设置时间虚拟变量 $after$, 最后生成了两者的交乘项 $tenafter$ 。具体模型设定如下:

$$S\text{ESI}_{it} = \beta_0 + \beta_1 tenafter_{it} + \beta_2 ten_i + \beta_3 after_t + \beta_4 Control_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中下标 i 表示企业, t 表示年份; ESI_{it} 为被解释变量, 表示企业的出口技术复杂度; $Control_{it}$ 为控制变量的集合, ε_{it} 为随机误差项。为了减少时间效应和企业的个体效应影响本文的识别效果, 借鉴钱雪松等 (2018) 的做法, 构建包括时间效应和企业个体效应的双向固定效应模型, μ_i 为个体固定效应, 代表能够影响企业出口技术复杂度变化的个体异质性特征, λ_t 为时间固定效应。在该模型中, ten_i 的系数和 $after_t$ 的系数分别被个体固定效应和时间固定效应吸收。式 (1) 中, β_1 是本文所关注的核心估计参

数, 若 β_1 显著为正, 则说明十大产业振兴规划促进了企业

7. 研究设计:

(1) 逻辑清晰: 解决问题、分析问题的思路清晰, 推理严密;

(2) 模型构建与变量设置 (针对定量研究的论文): 模型书写正确, 与理论具有对应性, 变量设置及度量合理;

(3) 数据: 数据详实、丰富, 样本选取合理; 数据处理步骤详实、真实。

出口技术复杂度的增长，若 β_1 显著为负，则说明了政策实施对企业出口技术复杂度有负向作用。

3.2 变量说明

本文的被解释变量是企业出口技术复杂度 ESI 。为此，本文首先需要得到产品层面的出口技术复杂度，参考 Hausmann 等（2007）的方法，计算如下：

$$PRODY_k = \sum_c \frac{(x_{ck}/X_c)}{\sum_c (x_{ck}/X_c)} \cdot pcgdp_c \quad (2)$$

其中，……

……

参考已有关于企业出口技术复杂度的研究，本文选取了如下控制变量：盈利能力 (roa)、企业年龄 (age)、企业规模 ($size$)、资本密集度 ($capital$)、资产负债率 (lev) 和固定资产占比 (fix)。本文主要变量的详细说明见表 1。

表 1：主要变量说明

变量符号	变量名称	变量描述
ESI	企业出口技术复杂度	计算方法详见上文，对结果取对数
ten	分组虚拟变量	企业属于十大产业振兴规划中取值为 1，否则为 0
$after$	时间虚拟变量	企业在 2009 年及之后取值为 1，否则为 0
roa	盈利能力	企业资产收益率
age	企业年龄	用当年年份减去企业开业年份，再取对数
$size$	企业规模	企业总资产对数值
$capital$	资本密集度	固定资产除以员工人数
lev	资产负债率	总负债除以总资产
fix	固定资产占比	固定资产除以总资产

表 2 汇报了各变量的描述性统计：

表 2：主要变量描述性统计

变量	观测值	均值	标准差	最小值	最大值
ESI	3,635	9.781	0.443	4.462	11.24
ten	3,635	0.425	0.494	0	1
$after$	3,635	0.755	0.430	0	1
$tenafter$	3,635	0.325	0.469	0	1
age	3,635	2.639	0.308	1.099	3.401
$size$	3,635	22.01	1.199	18.83	26.75
$capital$	3,635	12.50	1.029	6.919	18.79
lev	3,635	0.533	0.203	0.0188	2.393
fix	3,635	0.263	0.158	0.000488	0.850

<i>roa</i>	3,635	0.0295	0.107	-2.746	1.992
------------	-------	--------	-------	--------	-------

3.3 数据处理及来源

由于本文考察的是十大产业振兴规划政策对企业出口技术复杂度的影响，所以本文仅保留了沪深 A 股中的出口企业进行实证研究，并剔除了如下样本：重要指标数据缺失的公司；金融类公司；ST 类公司；同时发行 B 股或 H 股的公司。最终，本文保留了 2007 年至 2014 年间的年度样本 3635 个，其中在政策规划内的企业数量为 216 家（样本数量 1544 个），不在十大产业振兴规划内的企业数量为 300 家（样本数量 2091 个）。本文所用到数据的主要来源如下：出口技术复杂度计算所用数据主要来自 BACI 数据库和中国海关进出口数据库，其余上市公司数据来自 CSMAR 数据库。

8. 研究过程：

(1) 方法与工具：能够科学、正确运用研究方法或工具进行系统研究；

(2) 工作量饱满：有足够的实证材料和论据支撑，案例或数据丰富、可靠，包含必要的研究部分如稳健性检验等；

(3) 研究的规范性：变量书写、结果汇报、分析等符合通行的学术规范；图表等呈现清晰且符合毕业论文要求。

4. 实证分析

4.1 基准回归与动态效应

首先，本文基于双重差分模型检验了十大产业振兴规划对企业出口技术复杂度的影响效果。在表 3 第（1）列，本文以交乘项 $tenafter$ 作为解释变量进行回归，其系数在 1% 的水平下显著为正，这表明产业政策冲击对企业出口技术复杂度增长有明显的促进作用。第（2）列将控制变量加入回归，结果显示， $tenafter$ 前系数依然显著为正。为了进一步研究产业政策冲击的动态效应，本文引入了年份虚拟变量 $year09\sim14$ ，并将年份虚拟变量与政策虚拟变量 ten 作交互项，得到变量 $ten09\sim14$ ，作为解释变量纳入回归中，结果如第（3）、（4）列所示。回归结果表明，产业政策冲击在实施的第一年对企业出口技术复杂度的影响并不明显，在 2010 年和 2011 年效果显著，随后作用不断减弱。十大产业振兴规划出台于 2009 年，制定的干预计划为期三年，通过动态效应检验可以看到，产业政策的确在这一期间起到了积极作用，但效果并不持久，对企业的出口技术复杂度长期影响有限。

表 3：产业政策与企业出口技术复杂度：基准回归与动态效应检验

	企业出口技术复杂度 (ESI)			
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>tenafter</i>	0.059*** (3.06)	0.057*** (2.93)		
<i>ten09</i>			0.029 (1.04)	0.026 (0.94)
<i>ten10</i>			0.078*** (2.76)	0.073*** (2.61)
<i>ten11</i>			0.100*** (3.51)	0.098*** (3.45)
<i>ten12</i>			0.050* (1.73)	0.050* (1.73)
<i>ten13</i>			0.053* (1.81)	0.050* (1.72)
<i>ten14</i>			0.046 (1.56)	0.043 (1.47)
<i>age</i>		-0.132 (-1.42)		-0.133 (-1.44)
<i>roa</i>		0.025 (0.53)		0.023 (0.48)
<i>capital</i>		0.022** (2.20)		0.023** (2.25)
<i>lev</i>		0.100** (2.24)		0.099** (2.21)
<i>fix</i>		0.071 (0.96)		0.068 (0.93)
<i>size</i>		0.022* (1.70)		0.022* (1.68)
<i>Constant</i>	9.713*** (819.51)	9.188*** (27.24)	9.713*** (819.68)	9.192*** (27.25)
<i>Year</i>	是	是	是	是
<i>Firm</i>	是	是	是	是
<i>Observations</i>	3,635	3,635	3,635	3,635
<i>R-squared</i>	0.065	0.072	0.067	0.074

注：括号内为t值，***、**、*分别表示在1%、5%和10%水平上显著。下表同。

4.2 机制分析：以政府补贴为中介变量

上文的实证结果表明，十大产业振兴规划显著地提升了支持企业的出口技术复杂度。接下来，依据第二章的假设分析，本文以政府补贴作为中介变量（*gov* = 企业当年收到的政府补助/固定资产净值），采用逐步法分析中介效应是否成立。具体步骤如下：……

表 4：政府补贴的中介机制检验

	<i>ESI</i>	<i>gov</i>	<i>ESI</i>
	(1)	(2)	(3)
<i>tenafter</i>	0.057*** (2.93)	0.013*** (2.62)	0.044** (2.15)
<i>gov</i>			0.133* (1.82)
<i>Control</i>	是	是	是
<i>Year</i>	是	是	是
<i>Firm</i>	是	是	是
<i>Observations</i>	3,635	3,475	3,475
<i>R-squared</i>	0.072	0.075	0.074

表 4 汇报了机制检验的结果，第（2）列以 *gov* 作为被解释变量进行了估计，*tenafter* 系数显著为正，这表明十大产业振兴规划显著增加了支持企业获得的政府补贴，第（3）列以 *ESI* 作为被解释变量，*tenafter* 和 *gov* 的系数都显著为正，且 *tenafter* 系数小于第（1）列的回归结果，说明十大产业振兴规划确实通过增加政府补助的中介效应传导路径增加了企业的出口技术复杂度。

4.3 稳健性检验

4.3.1 平行趋势检验

判断双重差分模型是否有效的一个重要前提是在政策实施前，处理组与对照组是否具有共同的趋势。本文检验了在政策实施前，在十大产业规划内的企业和不在规划内的企业出口技术复杂度的变动趋势是否有系统差异。

首先，本文在计算得到企业 2007-2014 年出口技术复杂度的基础上，绘制了处理组与对照组的企业出口技术复杂度趋势图，图 2 中实线表示处理组企业的年平均出口技术复杂度，虚线表示对照组企业年平均出口技术复杂度，由图可得，在 2009 年十大产业振兴规划政策实施之前，处理组与对照组的企业出口技术复杂度变化维持着基本平行的时间趋势，产业政策在 2009 年及之后两年对处理组和对照组形成了明显的冲击，初步验证了平行趋势假设。

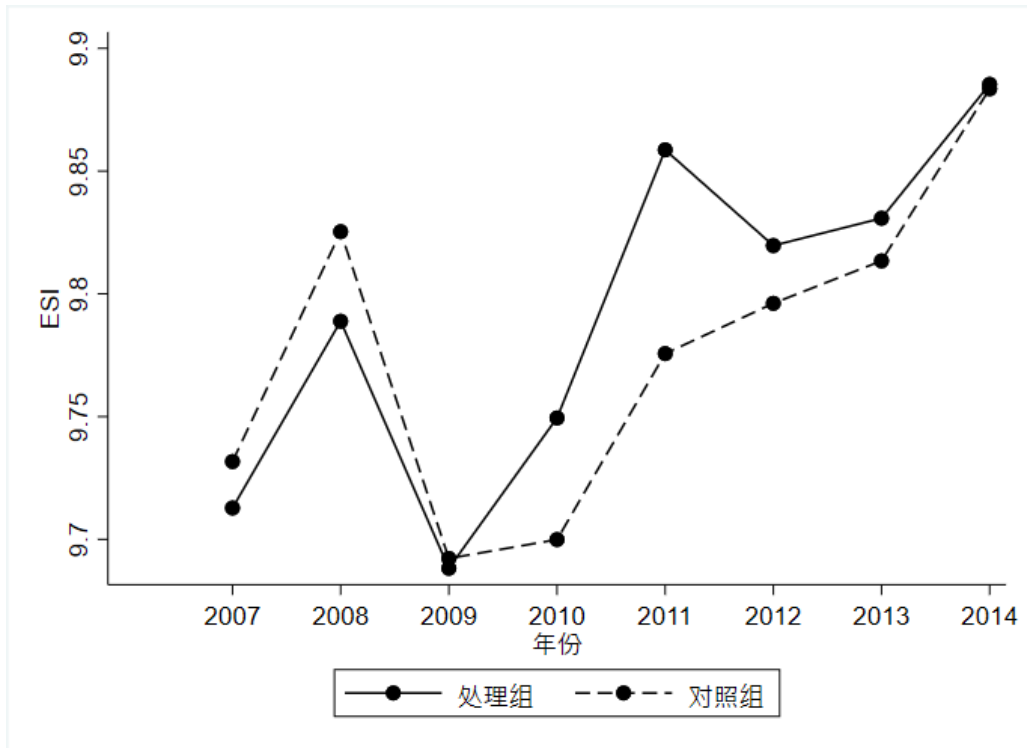


图 2：平行趋势检验

.....

4.3.2 安慰剂检验

为了保证结论的稳健性，借鉴吕越等（2019）的做法，本文构造虚假处理组，进行安慰剂检验。具体而言，只采用非支持企业样本，从对照组 300 个企业样本中随机抽取一半的企业，将其设定为伪处理组，并将剩余企业作为新的对照组，据此生成了一个虚假分组变量 $tenfalse$ ，再构建交叉项 $tenfalse \times after$ 。由于伪处理组是在原对照组中随机生成的，交乘项对企业出口技术复杂度应当没有显著的影响，即回归系数应当不会偏离原点。本文重复了以上过程 500 次，绘制了所有估计系数的核密度和 p 值分布。由图 3 可知，回归系数集中在 0 点附近，而基准回归估计的系数 0.057 位于该分布边缘。安慰剂检验排除了本文估计结果受遗漏变量干扰的可能性，侧面验证了回归结果的可靠性。

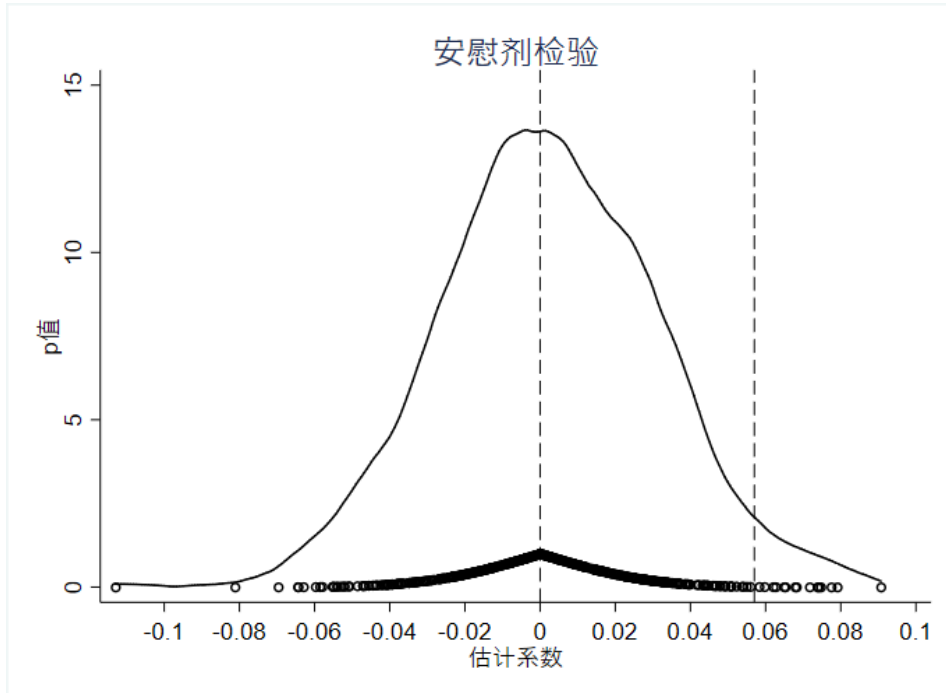


图 3：安慰剂检验

4.3.3 变量再度量

本文测算产品层面出口技术复杂度主要参考了 Hausman 等（2007）的方法。尽管该方法得到了广泛的应用，但也存在着一定的争议。Xu（2010）认为该方法没有考虑出口产品在质量方面的差异，如果一国或地区出口的产品大多质量相对较低，则会导致该国或地区的整体出口技术复杂度被高估。因此，本文借鉴 Xu（2010）以及盛斌和毛其淋（2017）的做法，测算了质量调整后的企业出口技术复杂度。

.....

5. 异质性检验

前文的实证结果表明，十大产业振兴规划的实施提高了政策支持企业的出口技术复杂度，但规划对支持企业的影响并非相等，不同类型的企业受到影响的程度可能会存在差异。本文从企业所有制、企业区位和企业规模三个角度探讨了产业政策对企业出口技术复杂度影响的异质性。

5.1 企业所有制异质性

以企业所有权性质划分样本，如果股权性质为“国企”、“国企&外资”或“国企&民营”，则认为是国有企业，反之则为非国有企业。**错误!未找到引用源。**的第(1)、(2)列比较了产业政策在企业所有制上的异质性影响。结果表明，国有企业样本中，*ESI*估计系数在1%的水平下显著为正，且系数0.117明显大于全样本回归系数0.057，而非国有企业样本估计系数为负，且不显著。十大产业振兴规划对国有企业出口技术复杂度的增长作用更强，但对非国有企业的影响较弱。对此可能的解释是，政府对不同所有制企业的干预力度存在差异，由于国有企业的实际控制人为各级政府，相较于非国有企业，企业决策与政策导向的配合度更高，为了完成十大产业振兴规划中的各类硬性指标要求，政府会对国有企业施加更大力度的影响；另一方面，国有企业在政策实施过程中的受惠力度可能更大，陈剩勇和陈晓玲（2014）指出，十大产业振兴规划对国有企业有明显的青睐，通过政策降低了国有企业的生产成本，变相提高了国有企业的市场竞争力。

5.2 企业区位异质性

.....

5.3 企业规模异质性

.....

6. 结论与建议

6.1 研究结论

本文基于双重差分模型考察了 2009 年十大产业振兴规划冲击对于企业出口技术复杂度的影响。本文的实证分析得出了以下结论：第一，十大产业振兴规划显著提升了支持企业的出口技术复杂度，并且这一影响有先增强后减弱的趋势。第二，机制检验表示，十大产业振兴规划通过增加政府补贴的中介效应影响了企业的出口技术复杂度。最后，产业政策对企业出口技术复杂度的影响具有丰富的异质性，对不同所有制、不同区位以及不同规模的企业会产生不同的影响。具体地，十大产业振兴规划对国有企业以及东部企业的出口技术复杂度有显著的提升作用，但并没有对非国有企业和中西部地区企业产生显著影响，另外产业振兴规划提升企业出口技术复杂度的作用效果在规模较大的企业中表现更强。

6.2 对策建议

产业政策作为政府调控经济的重要手段，对我国经济社会发展起到的作用愈加凸显。基于对十大产业振兴规划和企业出口技术复杂度关系的研究结果，本文提出了以下两点建议：

第一，政府应当提高产业政策实施的有效性，将目光从短期效益转向产业长期的健康发展。本文结论表明，十大产业振兴规划对企业短期内的出口技术复杂度的提

9. 研究结论与政策建议

(1) 研究结论与研究问题相呼应，在正文内容基础上，经过判断、归纳、推理等过程而得到的新的总观点；

(2) 政策建议是论文研究结论的直接应用和逻辑延伸，因此需聚焦在论文的研究问题上；

(3) 应立足于社会实际，体现出针对性；建议的内容应尽力细腻、具体，不贪大求全。

升有明显增益，但当规划实施结束后，政策并没有为企业带来长期出口竞争力的提高。产业政策不能只依托简单判断的补贴支持，而是要尊重市场规律，提高市场竞争程度，完善市场竞争机制（陈剩勇和陈晓玲，2014；余明桂等，2016），让企业有内生动力提升出口竞争力。

第二，针对不同类型的微观主体，政府在制定和实施产业政策时应考虑更加全面。本文研究发现，国有企业出口技术复杂度在十大产业振兴规划的影响下提升明显，而非国有企业出口技术复杂度则没有得到显著提升。因此，在产业政策实施过程中，政府需要公平地对待市场的竞争主体，消除政策歧视，让国有企业和民营企业、外资企业等同台竞争，充分激发市场活力。另外，本文研究也表明，企业规模和企业所处区位也影响了政策的实施效果，政府应当在政策制定和落实时，对中西部地区和规模较小的企业给予更多的关注，保证政策措施能全面有效地达成规划目标。

参考文献

- [1]陈剩勇,陈晓玲. 产业规划、政府干预与经济增长——2009 年“十大产业振兴规划”研究[J]. 公共管理与政策评论,2014,3(03):6-24.
- [2]郭晓丹,宋维佳. 战略性新兴产业的进入时机选择:领军还是跟进[J]. 中国工业经济,2011,(05):119-128.
- [3]韩永辉,黄亮雄,王贤彬. 产业政策推动地方产业结构升级了吗?——基于发展型地方政府的理论解释与实证检验[J]. 经济研究,2017,52(08):33-48.
-
- [29]Volpe Martincus C, Carballo J. Is export promotion effective in developing countries? Firm-level evidence on the intensive and the extensive margins of exports[J]. International Economics,2008,76(1):89-106.
- [30]Xu B. The sophistication of exports: is China special?[J]. China Economic Review,2010,21(3):482-493.

10. 参考文献:

(1) 规范性: 严格按照学校学位论文要求编排参考文献以及每条参考文献的样式。

(2) 对应性: 凡是前文中引用了别人成果(文字、数字、事实以及转述他人的观点)之处, 均应加标注列于参考文献中。

(3) 前沿性: 参考文献需能看出论文较好地跟踪了近期的该领域研究动态。

【范文二】

论文题目：作为方式对量刑影响结果实证研究：以存在扶养义务下的故意杀人案件为例_

——详见【附件一】实证研究类范文二（法学院优秀范文）：《作为方式对量刑影响结果实证研究：以存在扶养义务下的故意杀人案件为例》

调查研究型毕业论文撰写指南

一、调查研究型本科毕业论文的基本结构

调查研究，是对某一个研究问题件进行调查和数据搜集之后,将所得的材料和结论加以整理而写成的书面报告。调查研究注重真实、具体的数据,注重分析现象的实际现状和产生成因,也可以提出一些未来发展的合理建议。调查研究可以帮助本科生探求客观事物的真相、性质和发展规律，是本科生认识社会、改造社会的一种科学方法。

调查研究型本科生毕业论文有以下几点要求：必须是本人直接参加的调研成果；调研重点反映调研对象的实际状况和问题；研究主题立足思政，思想正确；调查研究反映问题客观，数据真实，资料翔实；调研报告交代调研的整个过程，写作格式规范，层次清晰，结构科学，建议合理。多人合作的应明确具体分工和贡献。

调查研究型论文（正文）的一般结构如下：

1.引言

这部分主要介绍调查调查研究的研究背景、研究目的与意义、研究框架、创新和方法介绍。其中，研究背景与意义，需要提出调查研究问题，通常从现实背景和学术背景两个角度论述，提出现实中调查该问题的实践背景与实践价值，通过对先前调查研究的简单综述，阐述该调查研究的学术价值，澄清本文的调查研究贡献；同时对本研究的研究目的、研究框架等进行简单介绍；研究创新的提出要实事求是，不要夸张。

2.文献综述

文献综述部分要注意选择文献的权威性、科学性、全面性。该部分学生需要解释相关主要概念的定义及维度。同时，学生需要批判性地去阅读相关文献，了解主要概念的研究进展、既有结论、研究方法、边际贡献及缺陷不足。文献综述

主要作用在于总结当前文献的成果、找出现有文献的不足，以此作为自己选题的切入点。因此，文献综述写作应围绕主题对文献的各类观点作比较分析，提供文献评述，避免罗列文献。

3.理论假说

提供核心变量发生关联的理论假说框架与理论假说解释，提出理论假说缘由。理论框架应基于已有理论并进行逻辑推理或者模型推导。

4.研究设计

调研方法包括问卷调查法、实验调研法、行动调研法、经验总结法等，研究设计是调研报告的重要部分。以问卷调查法为例，其内容包括：研究方法（包含问卷设计）、研究思路、数据来源、样本选择。

5.调查结果分析

这是调研报告的主体：要求现实与材料要统一，科学性与现实性相结合，分析讨论要实事求是，同时文字措词慎重、严谨、逻辑性强。切忌主观意断，其内容包括：（1）用不同形式展示调研结果（如图、表）；（2）问卷相关变量的信效度检验；（3）分析结果，验证假说。其中在分析结构时，需要重点阐述：调研解决了什么问题，还有哪些问题尚未解决；调研结果说明了什么，结果映射了哪些背后故事；指出要进一步调研的问题；指出调研可能存在的调研局限。

6.结论与政策启示

此部分通常包括：（1）对调查结论进行总结；（2）这些调查结果具有什么政策含义或者企业启示；（3）如果可能，还可以提出未来进一步的研究空间。

7.参考文献

遵照《西南财经大学本科生毕业论文（设计）撰写与印制规范》参考文献的格式范式，将前文引用的文献在此处一一列明，需要做到与前文引用一一对应且参考文献条目之间的格式一致。

二、调查研究型毕业论文撰写要求及评价细则

毕业论文撰写遵照《西南财经大学本科生毕业论文（设计）撰写与印制规范》执行。具体情况由指导教师根据专业特点和论文体裁具体掌握。总体上，调查研

究型本科毕业论文撰写要求可参考如下标准：

研究主题立足思政，展现当代青年的正确价值观；研究问题清晰、明确且有价值；文献综述完整，参考文献具有适合性、准确性、专业性和权威性；理论假说逻辑严密，环环相扣；调查方法适当，数据搜集严谨，对问题有较深入的分析；论文注释、引用和写作体例符合通行规范；结构严谨，层次分明，语言表达准确。

调查研究本科生毕业论文评价标准参照学校统一的评价指标及评议要素具体评价细则见下表。

表 调查研究型本科毕业论文评分标准

评议要素	优秀	良好	一般	不及格
选题意义	选题合理，属于该专业领域研究范畴；有明确的现实背景；研究目的及研究问题明确，研究具有显著的实践价值或学术意义。	选题合理，属于该专业领域研究范畴；研究目的较为明确；具有较大的实践价值或学术意义。	选题尚可，属于该专业学位领域研究范畴，具有一定的实践价值或学术意义。	选题存在一定问题，研究目的不清，不具备实践价值或学术意义。
写作安排	全面、综合分析国内外相关文献，追踪本领域最新研究现状，文献质量很高；时间进度安排合理；研究工作量饱满，有一定的研究难度。	较为全面地分析国内外相关文献，追踪本领域研究基本现状，文献质量较高；时间进度安排合理；研究工作量较为饱满，有一定的研究难度。	基本了解国内外相关文献和本领域研究基本现状，文献质量一般；时间进度安排较为合理；研究工作量一般。	不能全面、综合分析国内外文献，未追踪本领域研究现状，文献质量较低，时间进度安排不合理；研究工作量不足。
逻辑建构	理论框架清晰，假说内容非常丰富，逻辑非常严密。	理论框架较清晰，假说内容较丰富，逻辑较严密。	理论框架模糊，假说内容不够详实，逻辑较难明白。	理论框架、假说部分缺失。
专业能力	调研方法描述详细，读者可以复刻该调研。调研方法细节（资料描述，概念的测量与操作化，以及具体的调研方法设计）均描述详细。具体调研设计的选择符合逻辑且经过合理论证。调研结果描述准确、清晰。包含描述性分析、信效度检验、假说验证。所有的图表的大致发现均需要在正文中加以叙述。	调研方法内容描述较为详细，可能存在少数细节的缺失。具体调研方法的选择有适当讨论，但选择的合理性和适用性值得商榷。调研结果描述和假说验证较为准确、清晰。个别细节可能存在缺失。	调研方法的具体内容的描述缺少细节。调研设计不具体，调研方法不正确或者不合理。数据分析和讨论存在一些错误，或者不完整。调研结果的描述和假说验证不够清晰。个别图表缺失。	完全没有调研方法的介绍。数据分析和讨论不正确。分析非常不完整、不清晰。
学术规范	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面严格符合通行学术规范；引用非常符合通行学术规范和知识产权相关规定。	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面较好地符合通行学术规范；引用较好地符合通行学术规范和知识产权相关规定。	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面基本符合通行学术规范；引用基本符合通行学术规范和知识产权相关规定。	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面不符合通行学术规范；引用不符合通行学术规范和知识产权相关规定。

三、调查研究类优秀论文范文讲解

论文题目：老字号跨界产品市场匹配度对
购买意愿影响效应探究

1. 选题：

(1) 论文选题适应党和国家及地方事业发展需要，瞄准学科发展前沿和关键领域，非常契合专业领域研究范畴。

(2) 研究对象非常明确，研究问题非常清晰，研究意义显著。

摘要

随着社会发展，每个人都暴露在一个信息爆炸的世界。老字号品牌面对消费者多样化需求增多以及市场激烈竞争导致产品同质化的趋势，为保证自身产品或服务优势，带给产品新的附加值，便开始了“跨界”模式，使用这种方式带给消费者立体化体验和需求的满足，来增强消费者的品牌认知。

国内外学者早已对“跨界”这一模式进行了深入研究，大多数是对成功的跨界产品进行案例分析。跨界产品的初衷从提升用户体验出发的，其本身的功能性并不能直接体现是否能帮助企业获取更多利润的可能性。通过消费者对品牌产生价值的真正感知，才可能触发并提升消费者的购买意愿。

本文主要采用的是理论结合实证的方式进行分析研究。在研究初期阶段，通过阅读众多国内国外相关案例、理论及文献，对老字号跨界产品、市场匹配度、品牌认知及购买意愿进行整理和归纳，确定模型研究架构，将老字号品牌跨界市场匹配度与该跨界产品购买意愿构建关系，中介变量则引入了品牌认知，提出假设。然后，基于其他文献及本研究对象的特点开发合理的量表，采用了问卷调研等方式进行数据收集。最后，研究使用 SPSS22.0、AMOS 等软件进行分析，验证所提假设，得出结论：

(1)消费者对老字号的品牌认知感知和对跨界市场匹配度感知在其购买意愿上有着显著正向效应。

2. 摘要及关键词：

(1) 摘要语言简练，准确、流畅，具有独立性和自含性，能概括论文的研究目的、方法、结果、结论等。不与“绪论”、“结论”等部分内容雷同。

(2) 关键词：3-5个，准确反映论文主要研究内容

(2) 消费者对品牌知名度和品牌形象的感知，在品牌市场匹配度和购买意愿的关系间中介效应显著。

依据以上分析及结论，对老字号品牌企业提出了如下建议：

- (1) 重视跨界产品与原品牌的市场匹配程度。
- (2) 注重品牌知名度与品牌形象的正面性。
- (3) 加大宣传以扩大消费者与品牌的接触面。
- (4) 提供满足目标市场的“怀旧”与“创新”需求的产品。

关键词：老字号跨界产品；市场匹配度；品牌认知；购买意愿

Abstract

As the society expands, we have been exposed to a world of information explosion. The consumers' demand has become pluralistic and the cutthroat competitors have led to the tendency of homogenization of products in the market, the time-honored brands have begun a "cross-border" model, in order to ensure their own advantages in products or services and bring new added value to products. This way can bring consumers three-dimensional experience, meet their demands and enhance their awareness about the time-honored brand.

Many studies about the "cross-border" model have been done by different scholars, but most are case studies on some successful products. Indeed, the original intention of the "cross-border" product is to enhance the users' experience, more than the products' functionality which never directly reflects the possibility of obtaining more profits. Only through consumers' perception about the real value of the time-honored brand may trigger and enhance the willingness of consumers to purchase.

The theory analysis and the empirical analysis are utilized flexibly in the article. In the early stage of the study, after an extensive reading of relevant theories, reports and cases, 4 relevant conceptions, namely brand perception, "cross-border" products of the time-honored brand, market fit and purchase-intention, are sorted out and summarized. Based on the relationships among these conceptions, the article raises a model and 7 hypotheses. Additionally, combined with the characteristics of the study

(3) 英文摘要及关键词:

英文翻译准确、流畅,不存在语法、单词错误。

field, a reasonable scale is designed. Based on other literature and the characteristics of the study object.

Finally, this research uses SPSS 22.0 and Amos to analyze . There are 2 conclusions :

(1)Both “cross-border” market fit and brand perception influence purchase intention significantly and positively.

(2)Brand perception which is divided into brand awareness and brand image, has significantly mediating effects between brand market fit and purchase intention.

Based on the above analysis and conclusions, this research offer the following suggestions for the time-honored enterprises who want to use ”cross-border” model:

(1)They should take notice of the degree of market fit in the relationship “cross-border” brand and the original brand.

(2)They should make the most of building a favourable brand awareness and brand image.

(3)They should intensify the publicity to expand consumer contact with brands.

(4) They should provide products that meet the demand of the target market, which favors "nostalgic" and "innovative" feelings.

Keywords: The “Cross-border” Products Of The Time-honored Brand; Market Fit; Brand Perception; Purchase Intention

目 录

1. 绪 论	43
1.1 研究背景	43
1.2 研究意义	44
1.3 研究框架	46
1.4 研究方法	46
2. 文献综述	48
2.1 老字号品牌跨界产品的相关研究	48
2.2 市场匹配度的相关研究	50
2.3 品牌认知的相关研究	51
2.4 购买意愿的相关研究	52
3. 模型框架的构建及假设提出	54
3.1 理论模型构建	54
3.2 研究关系及假设	55
4. 问卷调研及实证分析	59
4.1 问卷调研	59
4.2 变量测量	60
4.3 预调研及量表修正	61
5. 数据统计分析和假设验证	64
5.1 描述性数据统计分析	64
5.2 共同方法偏差检验	65
5.3 信度和效度分析	66
5.4 样本数据相关性分析	69
5.5 样本数据回归分析	70
5.6 品牌认知的中介效应探究	72

3. 论文结构及目录

(1) 论文结构：论文总体结构合理，重点突出，逻辑清晰。

(2) 目录：格式规范、美观，各级标题准确；目录是论文的导读图，要求具有完整性。

5.7 假设检验总结

6. 研究结论与局限

6.1 研究结论

6.2 实践启示

6.3 研究局限	78
6.4 研究展望	79
参考文献.....	80
附 录.....	84

1. 绪 论

1.1 研究背景

1.1.1 实践背景

由于加剧的市场竞争和消费体验概念的产生，越来越多的老字号品牌颠覆了以往的传统商业联合模式，开始寻求“跨界联姻”。其中较为出名的案例有：MAC 与《王者荣耀》的跨界口红，可口可乐与百度 AR 推出的摩登新罐，自然堂与 bilibili 动画推出的联名款彩妆等等，这些企业都使得自己产品在跨界模式下得到创新发展，利用功能互补、用户体验互补等为老字号品牌形象加深了立体感和纵深感，提升了品牌知名度和品牌影响力。品牌附加价值往往会让消费者产生强烈认同，这将影响消费者购买可能性的增加。

老字号品牌作为行业的领先者，消费者对其品牌认知早已成形。在进入高同质化时代后，面临高强度的市场份额竞争，面对目标市场不断细分后的创新瓶颈，不少老字号品牌选择来利用已有品牌资产和企业优势，与其他品牌合作推出跨界产品以拓宽目标市场。虽然跨界产品对于企业来说属于成本风险双低的较佳选择，但是这种方式仍是一把双刃剑，从消费者的角度出发，若老字号品牌对合作伙伴及方式的选择不佳，将很可能降低消费者对于该老字号品牌的良好品牌认知，影响购买意愿。因此，本研究对中华老字号品牌利用自身品牌认知

优势，降低因不匹配带来的用户购买意愿降低的风险，

4. 引言或绪论

(1) 开门见山，直奔主题：介绍文章的现实背景和学术背景。

(2) 言简意赅，突出重点：清晰阐明研究问题。

(3) 尊重科学、实事求是：评价论文的价值要恰如其分、实事求是，用词要科学，对本文的创新性最好不要使用“本研究国内首创、首次报道”等不适当的自我评语。

(4) 符合规范，结构完整：毕业论文的引言通常包括研究背景、研究意义、研究思路、研究创新等部分。

使得跨界产品在市场上迅速站稳脚跟具有实践意义。

1.1.2 理论背景

近年来，学术界对于“跨界”这一创新的商业模式进行大量研究，尤其对跨界的模式特点与战略优势等进行了深入分析，但从用户跨界品牌市场匹配度的感知角度着手，探究对此类型产品购买意愿的影响因素和程度的较少。并且，此前论文较少探究品牌认知的中介效应，而大多去证明了其对用户购买意愿的直接影响。品牌认知较少被划分为从用户感知角度入手的不同维度，而用户的品牌认知是多元的，可按照不同依据进行定义和划分，因此可进行进一步探究。此外，此前学者均选新兴企业跨界行为进行研究，而非老字号品牌。但老字号品牌跨界有效结合了“继承”与“创新”，兼有既定的品牌认知和创新性特点，符合本论文模型架构。

通过对 CNKI,万方数据等中文数据库以“老字号跨界产品市场匹配度、品牌认知度、购买意愿”为关键字进行检索，未发现完全涉及三者关系的文献，且几乎没有以老字号品牌跨界产品为例进行此类关系研究的具强相关性参考文献。因此，本文着重探讨老字号品牌跨界产品的市场匹配度、品牌认知度以及购买意愿三者关系，构建三者相互关系模型，通过分析以期从市场匹配和用户认知角度出发，对各老字号品牌企业运用跨界营销模式生产跨界产品提供最佳的参考意见。

1.2 研究意义

1.2.1 理论意义

其意义主要在于专门采用实证方式来检验本文模型。首先研究并证明老字号跨界产品市场匹配度、品牌认知及购买意愿的两两相互关系，然后着重探讨用户的不同品牌认知维度在老字号品牌跨界产品市场匹配度对用户购买意愿的重要中介作用，这将对老字号品牌考虑跨界模式的使用和跨界产品的市场设计具有更大的参考价值 and 意义。

1.2.2 现实意义

从老字号品牌跨界出发，本文对目标市场匹配度、用户的品牌认知和购买意

愿进行研究。因此，本文对老字号品牌企业采用“跨界”模式具有实际意义。

(1) 加强企业对目标市场一致性的考虑。

本文的研究对象为老字号品牌企业，这种企业的特点是在本行业已取得较大的市场份额、较高的品牌知名度和较好的品牌形象，但在跨界领域可能并不擅长，对跨界联合企业的选择考虑欠佳。对跨界产品匹配度大多数研究针对的是品牌或产品设计的契合度，而较少着眼于目标市场消费群体的匹配度。因此本研究将通过品牌认知和用户购买意愿的影响机制出发，探讨想要提高用户的购买意愿是否需要跨界品牌目标消费群体的一致性，得出结论可为更多想要跨界联合的老字号企业提供指导。

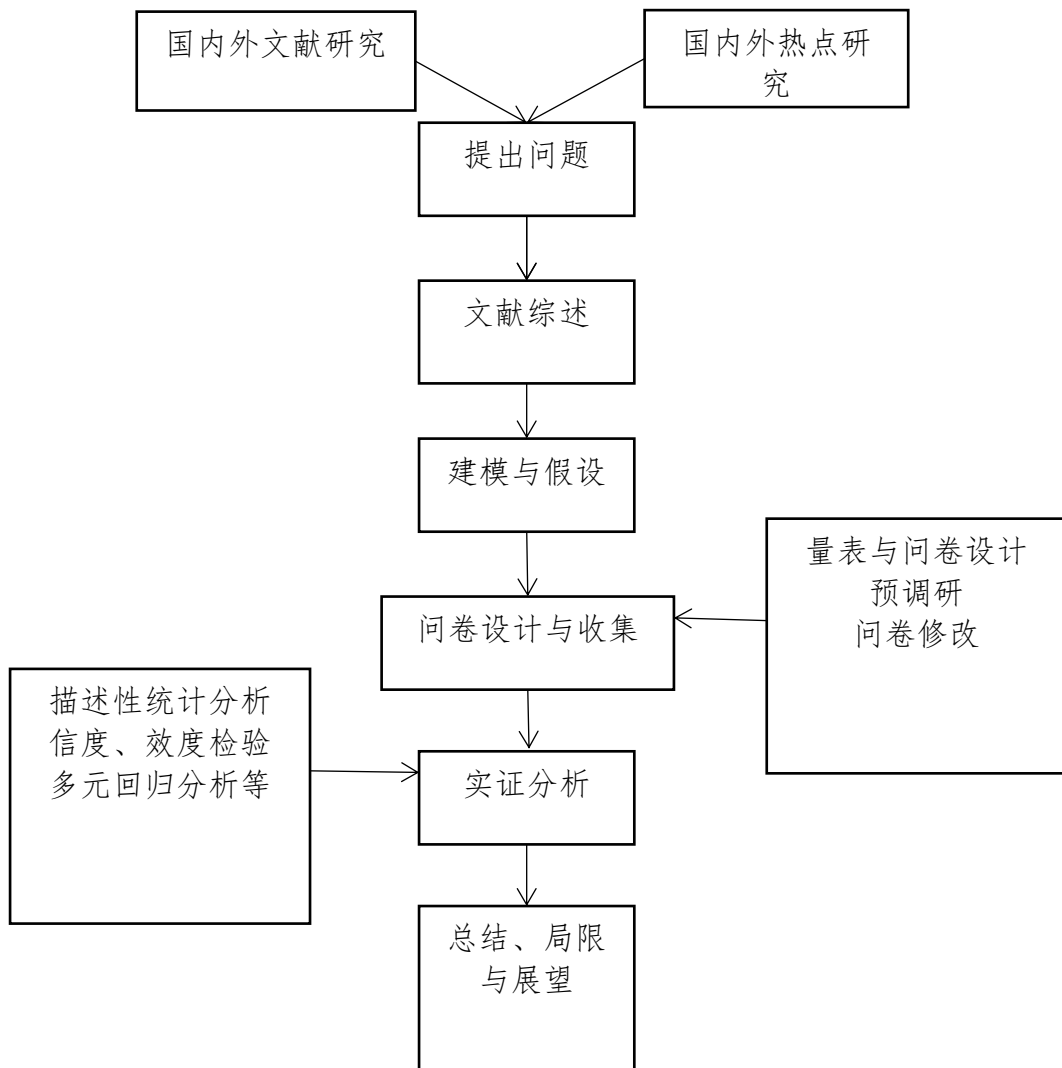
(2) 提高企业的“客户驱动”理念。

消费者的品牌认知对于老字号跨界产品购买意愿的研究有助于让“客户思维”驱动企业，让企业以提高消费者的品牌认知度为宗旨。这样可为企业在市场匹配度的选择上，甚至在产品理念、设计研发、营销模式等运营环节中提供科学决策的依据。正确使用跨界营销模式和明确提升的品牌认知维度将有助于增加消费者购买意愿，诱导购买行为，从而扩大企业市场份额，实现品牌优势。

(3) 有助于企业充分理解并正确运用跨界营销模式。

对“跨界”这一创新模式的深入研究有利于老字号品牌企业充分理解这一模式的作用机制，使他们能根据企业产品自身特点和期望模式加以正确利用。帮助各企业从用户对于品牌的认知出发，对跨界产品的目标市场和伙伴选择精准定位，创造出提升消费者体验的跨界产品，从而使其做出购买决策。这样不仅可以真正拓宽市场、增加企业利润，还能打响知名度，加固企业的品牌形象，增加品牌效应。

1.3 研究框架



1.4 研究方法

1.4.1 文献研究法

本研究从企业管理学、社会学、消费者心理学等多学科理论入手，参阅了国内外文献，归纳总结已有的结论成果，定性描述用户品牌认知度、市场匹配度及购买意愿的作用机制，为模型构建提供理论基础。同时通过查询相关资料，对老字号品牌跨界产品的特点进行了进一步的感知和总结，为模型建构提供了实践价值。故才能在此基础上寻找出有待解决的问题和研究切入点，找出不足之处，明确论文方向，提出研究假设。

1.4.2 问卷调查法

本研究问卷在导师指导下，根据本文构建的概念模型和开发的具可操作性量表进行问卷设计。通过小范围预调研后进行线上线下的大范围问卷发放和回收得到第一手需求数据。

1.4.3 统计分析法

统计分析工具采用的是 SPSS 22.0 和 Amos 等软件，分析流程是首先对量表进行信度、效度分析，确定量表的稳定性和正确性后进行因子分析，再进行 pearson 相关性分析和回归分析，最后对提出假设进行检验。

2. 文献综述

2.1 老字号品牌跨界产品的相关研究

2.1.1 老字号品牌的界定

各行业领域学者根据不同需要对老字号进行称谓，方便对其进行研究。“老字号”有多种丰富含义和特点，想要获取这种称号和评选资格对品牌声誉和历史有相当高的要求。根据中国国家商务部（2006）的界定，其中认为“中华老字号”是一个取得经济社会广泛认同，形成良好信誉的品牌^{错误!未找到引用源。}，因此笔者也将采纳商务部的概念界定，且用“老字号”作为本文称谓。

2.1.2 跨界产品的概念界定

“跨界”的出现与实施早于学术界对于这一新型概念的正式界定，因为它很早就出现在人们生活中出现了，经过了战略联盟^{错误!未找到引用源。}、合作营销^{错误!未找到引用源。}、共生营销^{错误!未找到引用源。}等等一系列的发展与演变，最终形成了跨界的概念。

虽然对“跨界”的研究热度不断上升，但学界内仍未对跨界形成统一意见。甘勇等（2010）从跨界企业的差异性出发，指出跨界是依据不同产品、产业及不同偏好消费者间的共性和联系所进行的渠道共享和终端展示^{错误!未找到引用源。}。徐乃真等（2013）在甘勇的基础上进一步指出跨界主要目的是通过创新地联合来处理营销环境中出

现的问题^{错误!未找到引用源。}，

从而实现合作双方的共赢。周大坤等（2013）从互补性价值出发，认为跨界就是一种跨行业互补新型营

5. 文献综述

（1）问题导向性：文献综述应聚焦在与本论文密切相关的研究主题和研究问题上；

（2）批判性：能够正确、合理评价分析现有研究的贡献与局限，凸显自己研究问题的价值。

（3）逻辑性：文献论述围绕研究对象和研究问题进行多维度，有深度、有逻辑的论述；对研究对象及其学科领域发展状况和学术动态的有系统的综述与评价。

（4）饱满性：文献数量饱满，没有重要文献缺失。

（5）规范性：文献引用规范，与文后参考文献相对应。

销模式^{错误!未找到引用源。}。张洁（2014）从用户需求角度出发，指出要做到有效的跨界善于从民众的角度出发，深层次了解消费者对生活的态度与审美的标准，将产品价值提升到一定的高度^{错误!未找到引用源。}。余葵（2016）从传播的角度出发，认为跨界营销是将两者的合作进行有效的市场传播和渗透^{错误!未找到引用源。}。根据邓勇兵（2007）的定义，认为跨界经营追求的核心是同质用户的综合消费体验，这不是简单的功能性价值互补，而是消费者感知价值互补^{错误!未找到引用源。}。

跨界产品是在跨界联合的企业模式下推出的创新产品，但关于跨界产品的认知和划分方式也有所不同。杨攀（2009）将产品跨界界定为不同品类间的目的性联合，目的是碰撞出刺激顾客的痛点和亮点^{错误!未找到引用源。}。从跨界产品形成角度看，杨玉（2018）认为跨界产品可有两种形式，第一种是没有其他品牌或企业参与下产品价值属性的改变，即增加强化其他属性或在不同领域拓展市场；第二种则是不同品牌共同合作研发新产品，优势互补，满足用户复合性需求。后者在当今市场上更为新颖，出现数量呈上升趋势^{错误!未找到引用源。}。从营销的角度出发，徐鹏飞等（2015）对跨界产品是不同行业的品牌（无需直接竞争）因有相似的目标市场和公司需求而产生的^{错误!未找到引用源。}。

由于本研究针对跨界产品的市场匹配度，因此本研究采用徐鹏飞等人的界定即认为跨界产品是有两个有着相似目标人群和共同需求的品牌营销产物，将从目标市场一致性的角度出发进行研究。

2.1.3 老字号品牌跨界产品的现状

作为一种新的合作和创新的模式，老字号跨界行为不仅能让老字号品牌得到更好的传承，也能为市场发展带来更多的多样性，因此确能够改变目前企业产品单一的现状。老字号不仅已经具有良好品牌知名度和形象、良好的口碑和忠实的客户群体，还借助了跨界合作企业和电商平台，生产出集“怀旧”与“创新”于一体的跨界产品，即在探索创新化发展的同时，还持续发展老字号的品牌效应；在留住忠实顾客的基础上也开拓了其他消费市场和潜在消费需求。

实行品牌跨界的老字号不胜枚举，其中较为成功的是中国知名糖果品牌大白兔。在遭遇糖果消费低迷的情况下，它选择频繁跨界，其中涉及化妆品业、服装业、香水业等多个领域。最初，它与美加净联合研发的大白兔奶糖味唇膏引起了

用户的注意和兴趣。紧接着，它又携手太平鸟、乐町等服装品牌推出有着明显品牌标志和红白蓝特色色系的大白兔系列服装，受到广泛好评。尤其是大白兔品牌与气味图书馆推出童年香氛系列，唤起消费者回忆而热销。

这样火爆的营销场面受到热议，中国青年报社社会调查中心（2009）调查发现接近八成的受访人群买过老字号跨界产品，六成认为其有创意和乐趣，六成被调查者认为既然是老字号，就应更加着重产品质量而非盲目蹭热度。另外还有消费者认为这类产品的吸引点在于老品牌的口碑，并表示若新旧品牌特别不一致，会造成购买体验不适^{错误!未找到引用源。}。许多著名学者对老字号品牌跨界创新的做法也发表了观点。北京师范大学教授杨越明认为，想要拥抱新时代消费者，创新要建立在守住品质的基础上，应牢牢把握“高文化附加值+高创意附加的特色^{错误!未找到引用源。}”。张影接受采访时认为跨界合作的两个品牌气质要相符^{错误!未找到引用源。}。

根据上述概念界定和对案例的分析，本研究认为成功的老字号品牌跨界营销是将本品牌产品与跨界产品的各方面达到契合，优势互补，形成了品牌效应的延伸以及客户体验的互补性，有助于消费者对老字号品牌认知和购买倾向。

2.2 市场匹配度的相关研究

匹配度在营销领域研究具有重要地位。Tauber 在 1979 年提出了品牌延伸理论^{错误!未找到引用源。}，这一理论引发了营销界的热议和后续研究。之后，Edward Tauber(1988)又提出匹配度表现为延伸母子品牌的共同特征，消费者接受延伸产品的程度^{错误!未找到引用源。}。由于本文研究的是老字号品牌的跨界产品，对跨界产品的概念界定倾向于徐鹏飞等（2015），即认为跨界产品是不同行业的品牌（无需直接竞争）因有相似的目标市场和公司需求的产物。与该定义相关的是张浩（2014）对市场匹配度的三维度分类，分为目标群体相似、消费市场接近和符合消费者行为习惯^{错误!未找到引用源。}。赵秀苹（2016）在张浩理论基础上补充认为这是一种合作品牌在目标群体、市场及目标人群消费心理、行为、习惯等各个方面的相关程度^{错误!未找到引用源。}。

根据以上学者的界定，在本文对老字号跨界产品的市场匹配度的定义为，老字号品牌跨界品牌与原品牌在目标市场以及目标客户的消费行为等方面的相关程度。

2.3 品牌认知的相关研究

2.3.1 品牌认知的界定

品牌认知主要是指企业活动刺激消费者产生的感知以及自身储存的品牌记忆。但有关用户的品牌认知的具体定义目前还存在分歧。品牌认知度起源于 David A. Aaker 的《管理品牌资产》（1991）一书，是品牌资产的重要组成部分，也是品牌建设四段历程中的一种。他认为，品牌认知是用户长期渐渐形成的对品牌的认识，是对品牌的理解程度和体验深度^{错误!未找到引用源。}。但是 Keller（1993）的界定在接触时间上与 David A.Aaker 不同，他认为消费者一旦接触到企业发起的营销活动便会产生认知，这种认知是消费者获取到所有与品牌相关的信息以及由此产生的个人评价和态度^{错误!未找到引用源。}。

2.3.2 品牌认知的分类

相关领域的理论研究泰斗 David A. Aaker 在 1991 年，通过理论论述，将品牌认知分为了品牌知名度和品牌联想，并将品牌联想再次进行了细分^{错误!未找到引用源。}。Keller（1993）将品牌联想的各维度进行分析，总结为品牌形象^{错误!未找到引用源。}。之后的许多学者通过实证分析对品牌认知的主要维度进行证明。范秀成等（2002）验证品牌形象是通过消费者联想的对品牌总体感知和看法^{错误!未找到引用源。}。赵占波（2005）在两篇文章中通过对手机品牌的研究验证了品牌知名度和品牌联想的不同^{[24][25]}。林小敏（2017）在品牌延伸领域将品牌认知划分为品牌知名度和品牌形象^{错误!未找到引用源。}。

总的来说，不同学者对于品牌认知划分依据和方式有联系也有区别。本文中采用林小敏（2017）所用的品牌认知划分法。采用的原因是这一理论基于大量综述且经过实证证明，还具有概括较为全面，具有良好的信度及效度的成熟量表。

2.3.3 市场匹配度与品牌认知的相关研究

许多学者已经验证了匹配度与品牌认知间的关系。在品牌延伸领域中，Aaker（1990）认为延伸品牌与原品牌匹配程度对消费者有关延伸品牌的评价有正向作

用^[27]。孙国辉等（2014）在研究该效应时利用情感迁移理论，揭示了品牌延伸成功引发购买行为的机制：外在刺激与需要结合，影响了消费者的认知过程和移情过程，进而影响消费者评价及购买决策^[30]。在品牌联合领域中，SooKyoung 等（2009）的研究发现当消费者感知联合品牌匹配度较高时，用户对品牌的认知和评价将更为积极^[28]。Lanseng 等人（2012）提出可以从多种维度研究品牌的匹配度，很多不同层次的匹配度都可能影响消费者对于品牌的认知与评价^[29]。因此基于以上研究，若消费者感知到跨界品牌与原品牌的一致性程度较高，由于情感迁移的作用，跨界品牌认知将很可能受到原品牌认知的影响。

2.4 购买意愿的相关研究

2.4.1 购买意愿的界定

目前关于购买意愿的概念界定不尽相同，仍未达成统一意见。学者 Leavitt C 和 Robertson T S（1972）认为，消费者购买发生前会出现对购买决策影响的决定性心理活动^{错误!未找到引用源。}。Fishbein M（1975）研究人行为动机时提出“意愿”一词，指个人对事物的主观认知并因此产生的主观倾向，“购买意愿”也因此被引用而诞生了^{错误!未找到引用源。}。Loinberger（2010）认为购买意愿是消费者受到刺激后的行为强度^[33]。Kotler 和 Keller（2012）^{错误!未找到引用源。}以及焦冠哲（2018）^{错误!未找到引用源。}认为购买意愿是消费者对产品权衡利弊后决定购买的可能性。尚晓航（2017）^{错误!未找到引用源。}通过研究，认为顾客的购买意愿可以探测其关键的购买行为。结合上述界定，本研究认为购买意愿指消费者对产品权衡利弊后决定购买的可能性，且消费者对跨界产品的产品或服务认可度更高，更有可能产生购买意愿。

2.4.2 市场匹配度与购买意愿的相关研究

匹配度也叫相似度，匹配度与购买意愿的直接关系在品牌延伸领域得到了证明。Paul&Stephen（2001）证明新产品与原产品处于高相似度时，消费者能将对老品牌的已有品牌联想转移到新产品上，其中也包括购买意愿^[37]。

在学者进一步研究后，开始从消费者角度进行探究，因为购买决策是消费者行为，因此匹配度也应是消费者自身感知一致性程度。从这个角度出发，Desai 等

(2002)发现,企业可以利用原产品某一要素进行产品组合提高消费者对产品的认同度,从而让市场采纳这一产品^[38]。

此外根据消费者行为中的学习泛化理论,认为当消费者学习对某种刺激做出反应时,相类似的刺激也可能引起类似反应^[39]。在本文研究的跨界品牌领域,若跨界品牌与原老品牌产品有越高的相似度,刺激越类似,反应越明显。因此本文认为,消费者对老品牌跨界产品与老品牌原有产品的市场匹配一致性将很可能会对跨界产品购买意愿产生影响。

2.4.3 品牌认知与购买意愿的相关研究

已有学者验证了在一些情况下消费者对于品牌的态度或认知将会影响其购买意愿。Dodds (1991)通过理论指出个人对产品或服务的主观认可度越高,渴望程度越高,将很可能引发购买意愿^[40] 错误!未找到引用源。。Cobb-Walgren 等 (1995)首次实证证明了品牌偏好会促进购买决策的产生^[41]。Talor 等 (1997)从消费者心理角度出发,研究了消费者的主观规范会决定其购买意愿^[42],而 George L (2000)发现消费者倾向于在考虑范围中选择品牌认知较高的产品^[43]。

Cohen J B 等 (2008)通过对情感在加强心理联想和记忆巩固以及引导行为中,发现用户品牌认知越高,该品牌产品将会越早进入到消费者大脑中的考虑购买范围中,且会占据主要地位^[44]。前文提到的 David A. Aaker (1990)^[27]和 Keller (1993)^[22]二者均验证了品牌知名度和品牌形象会对消费者购买兴趣和意愿起到影响。杨伟文等 (2010)^[45]和林小敏 (2017)^[26]也通过实证证明品牌认知将直接或间接影响当前及未来购买行为。

对以上不同角度的研究结论,即消费者品牌认知有效影响其购买倾向,本文认为可以这样理解:一方面消费者更喜欢品牌形象较好的产品,这样的产品使其风险感知程度更低,产生更多的品牌信任和忠诚度,因而常常引发购买意愿;另一方面,消费者发觉个人需要往往会回想具体的品牌产品,这时对消费者来说较为熟悉的产品将往往被选择,而能产生这样联想和记忆的产品是知名度较高的产品。因此我们可以发现,即便不同的个体对品牌有不同偏好,但使顾客产生较高品牌认知的产品常常会让购买倾向更加强烈。

3. 模型框架的构建及假设提出

3.1 理论模型构建

本文探究老字号品牌跨界产品的市场匹配度对消费者购买意愿的影响，以及品牌认知作为老字号品牌市场匹配度和用户购买意愿之间的中介效应，通过对查阅广泛研究成果和文献进行梳理及归纳，形成以下模型（图3-1）：

如图所示，本文涉及三个变量：

自变量：老字号品牌跨界产品的市场匹配度。

中介变量：品牌认知（分为品牌知名度和品牌形象）。

因变量：消费者购买意愿。

4. 理论基础与理论框架

（1）能够较好应用专业原理或理论，体现专业视角；

（2）理论基础扎实，有自己的深入分析，不是简单重复已有的研究成果；

（3）理论分析逻辑严谨，且与研究问题、研究设计相对应。

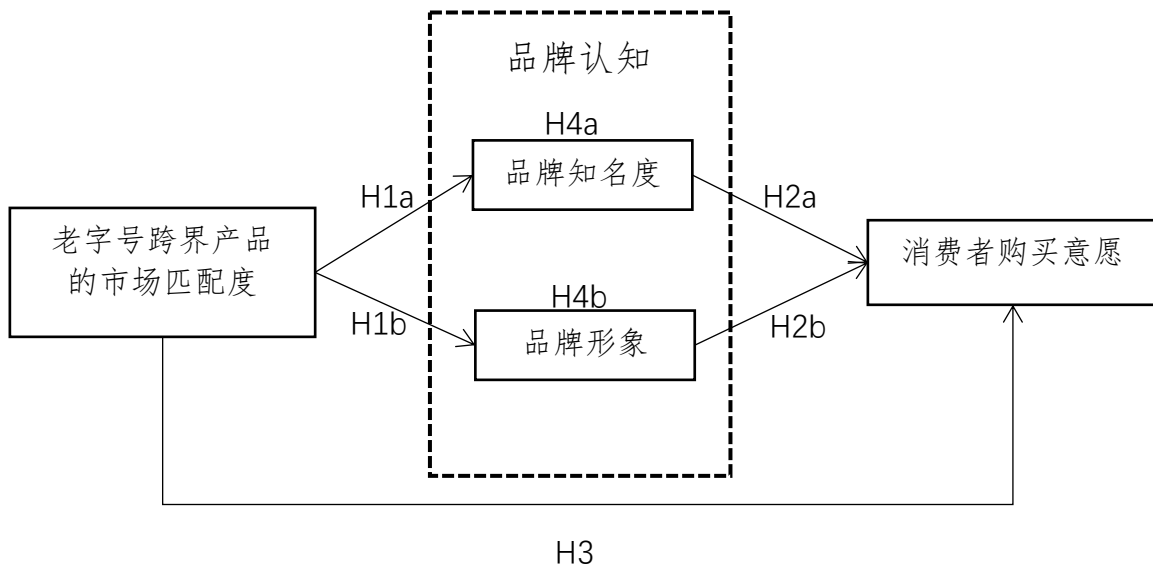


图 3-1 老字号跨界产品市场匹配度对购买意愿影响模型框架

3.2 研究关系及假设

3.2.1 市场匹配度与品牌认知关系

以往已有研究对品牌相似性与认知关系进行了研究，一般来说相似程度越大，跨界或延伸产品的认知效果会更好。在品牌延伸领域中，Aaker（1990）认为延伸品牌与原品牌匹配程度对延伸品牌评价具有积极效应^[27]。在品牌联合领域中，SooKyoung 等（2009）的研究发现当消费者感知联合品牌匹配度较高时，用户对品牌的认知和评价将更为积极^[28]。孙国辉等（2014）在研究该效应时利用情感迁移理论，揭示了品牌延伸成功引发购买行为的机制^[30]。即便情感迁移理论被提出时是为了在品牌延伸领域中应用，但由于品牌跨界与其有相似之处，所以该理论也可以用于跨界产品中。

以往学者大多数研究的是匹配度中的品牌和各维度的匹配度，而较少研究其他方面的匹配度。Lanseng 等人（2012）提出，匹配度有多种构成维度，除常见的品牌和产品匹配度外，其他层面匹配度也可能影响其对于品牌的认知与评价^[29]。本文认为除了品牌、产品等因素外，还包括目标市场。因为不同的行业和消费市场会有不同类型的目标群体，这些群体有着不同偏好和行为习惯，习惯不同的消费情境。

综上所述，本文认为消费者对原品牌的认可会转移到新跨界产品中，老字号跨界产品与原产品市场匹配度高时，在相似的目标市场和消费习惯中，对老品牌的认知和信任更容易发展到新品牌的认知中。因此，市场匹配度感知一致性对品牌认知（包括品牌知名度和品牌形象）有直接关系。鉴于以上，本文提出以下假设：

H1：老字号跨界产品的市场匹配度与品牌认知具有显著正向关系，即老字号跨界产品的市场匹配度越高，消费者的品牌认知就越高。

H1a：老字号跨界产品的市场匹配度与感知品牌知名度具有显著正向关系，即老字号跨界产品的市场匹配度更高，消费者感觉到更高的品牌知名度。

H1b：老字号跨界产品的市场匹配度与感知品牌形象具有显著正向关系，即老字号跨界产品的市场匹配度越高，消费者感知到越积极的品牌形象。

3.2.2 品牌认知与购买意愿关系

品牌认知会对购买意愿产生影响的相关关系已经被众多学者证明。David A. Aaker（1990）^[27]和 Keller（1993）^[22]验证消费者兴趣和消费倾向会被品牌知名度和形象所影响。杨伟文等（2010）^[45]和林小敏（2017）^[26]也通过实证直接证明当前及未来购买行为将受到品牌认知的影响。因此，对老字号品牌跨界产品的购买意愿主要是指消费者购买行为发生前的心理活动和购买倾向，是一种购买发生概率和可能性，会受到品牌认知的影响。对老字号品牌跨界营销产品的购买意愿则是顾客品牌认知影响的被动反应结果变量。鉴于目前已有理论基础可以描述存在的因果关系，本文试图从实证角度进行探讨，提出以下假设：

H2：消费者对老字号跨界产品的品牌认知对购买意愿起着显著正向作用。

H2a：消费者对老字号跨界产品的品牌知名度感知对购买意愿起着显著正向作用。

H2b：消费者对老字号跨界产品的感知品牌形象感知对购买意愿起着显著正向作用。

3.2.3 市场匹配度与购买意愿关系

根据前文所述，在品牌延伸领域，匹配度与购买意愿的直接关系已得到了证

明。Paul&Stephen（2001）认为新产品与原产品处于高相似度时，消费者能将对老品牌的联想转移到延伸的产品上，其中也包括购买意愿^[37]。之后从消费者感知的角度出发，Desai等（2002）之后从消费者角度出发，发现利用原产品某要素进行产品组合可以提高消费者对产品或品牌认可度，从而让消费者市场接受这一产品^[38]。Jennifer Gregan（1997）以相似性强化理论来解释消费者知识转移的泛学习行为^{错误!未找到引用源。}，这表明，当品牌间市场一致性较高时，顾客的消费场景和消费行为习惯较少发生改变，从而顾客对原品牌的认知将更容易转移。再结合《战略性品牌管理》中的学习泛化理论^[39]，在本文研究的跨界品牌领域，可认为跨界品牌与原品牌越类似，消费者越容易作出类似反应。

因此本文认为，消费者对老品牌跨界产品与老品牌原有产品的市场匹配一致性将很可能会对其相应的购买倾向和决策产生影响。故本文提出：

H3：老字号跨界品牌与原品牌的市场匹配度对购买意愿起着正向作用。

3.2.4 中介效应探究

与以往学者研究各变量影响用户购买决策的直接效应模型不同，品牌认知成为本文的中介变量主要是基于以下考虑：

首先，由于匹配度影响品牌认知、品牌认知影响购买意愿及匹配度影响购买意愿的三个关系已有相关文献和理论从正面或侧面进行支撑，如Aaker（1990）^[27]和SooKyoung等（2009）的研究中已经证明了消费者感知匹配度会影响品牌认知^[28]；杨伟文等（2010）^[45]和林小敏（2017）等^[26]也通过实证直接证明品牌认知将影响当前及未来购买行为；Paul&Stephen（2001）证明了新旧产品或品牌相似度越高，消费者能将对老品牌的购买意愿迁移到新产品上，即品牌匹配能影响购买意愿^[37]。

其次，本文结合消费者行为学领域的ABC态度模型进行分析。本文借助三层面之一的标准学习层级进行分析，决定仿造“感知—认同—行为”这一通过验证的研究模型^[47]进行构建本文模型。首先消费者会在外界条件的影响下接受信息，甚至会主动去搜集信息，在搜集到信息之后会先直接在心中产生感知，然后这些感知会帮助他们对该产品进行评价，进行的评价会形成某种情感，最终这种情感可能会促使他们的决策行为。基于此，本文构建“消费者感知老字号品牌跨界产品市场

匹配度——品牌认知——购买意愿”。

最后，我们根据 H1，H2 的相关假设，认为老字号跨界产品的市场匹配度、品牌认知与购买意愿两两存在显著相关性，符合 Baron（1986）的中介判断逻辑^{错！未找到引用源。}，应假设用户品牌认知（含品牌知名度和品牌形象）起到中介作用。基于以上提出假设：

H4：在市场匹配度和购买意愿关系间，品牌认知具有中介作用。

H4a：在市场匹配度和购买意愿关系间，品牌知名度具有中介作用。

H4b：在市场匹配度和购买意愿关系间，品牌形象具有中介作用。

4. 问卷调研及实证分析

4.1 问卷调研

4.1.1 对象选择

经过分析，大学生更可能被跨界产品这样的联合创新产品所吸引，因为互联网时代的大学生有着追求潮流，喜欢冲击感强烈，而且容易接受创新事物的特点。其次，大学生的消费能力也因家庭消费能力的增强而增强，有自主选择购买产品的空间。另外，大学阶段关于品牌理念和消费的认识可塑性强^[49]，将会影响到进入社会之后的生活和消费习惯，因此大学生成为了众多企业的关注的潜在消费群体。基于以上认识，大学生（包括本科生、研究生及博士生）成为了本研究的研究对象。

本研究主要目的是以老品牌跨界产品的市场匹配度为切入点，探究用户购买意愿，拟证明品牌认知在二者关系中的中介效应。但由于受测对象对于跨界产品这一专业概念的认知有限，因此问卷设计时需将对象具体化。因为受测对象为大学生，经过反复考虑和选择，选择了目前流行且广泛知晓的“大白兔 X 气味图书馆”童年系列香氛。笔者认为该产品能代表老字号跨界产品，具有合理性和可操作性。

4.1.2 问卷发放与数据收集

正式问卷的形成前期将进行小范围的预调研，目标

群体为西南财经大学在校生，进行初步的统计分析即进

5. 研究设计：

(1) 逻辑清晰：研究方法、研究思路的思路清晰；

(2) 变量设计：问卷的变量设置及度量合理；

(3) 样本选择和数据搜集：数据详实、丰富，样本选取合理；数据处理步骤详实、真实。

行效度和信度的验证后，将问卷的题项进行删减和修改。生成正式问卷之后开始进行大范围发放，发放方式为线下发放和线上发放（问卷星、微信、QQ 等渠道）结合的方式。

4.2 变量测量

本研究所建构模型包含市场匹配度一个自变量，品牌知名度和品牌形象两个中介变量以及消费者购买意愿的一个结果变量。以上四个变量均以国内外研究者成熟量表为基础，结合跨界产品本身特点，对研究模型进行设计。调查问卷将采取 Likert5-pointscale 进行测量，用 1（非常不同意）到 5（非常同意）衡量测量题项与调研对象感知的符合程度。之后在建立初始测量基础上，通过必要修正，形成正式的测量量表和调查问卷。

4.2.1 市场匹配度的测量

本文对于老字号品牌跨界市场匹配度的测量，即目标市场匹配度的测量。基于对以往关于匹配度的实证研究上，本文将参考张浩（2014）和赵秀苹（2016）对于市场匹配度的测量题项，结合所选老字号品牌——大白兔的品牌特点，从目标消费群体的共同性、同时性，消费场所一致性及消费行为习惯的兼容性来确定题项。具体如下表 4-1 所示。

表 4-1 老字号品牌跨界产品目标市场匹配度测量题项

测定变量	编号	测量指标	文献来源
市场 匹配度 (MF)	MF1	我认为大白兔与气味图书馆有共同消费群体	张浩 ^{错误:未找到引用源。} (2014)
	MF2	我可能会同时消费大白兔与气味图书馆	
	MF3	我认为大白兔与气味图书馆在消费场所上不违背一致性	赵秀苹 ^[20] (2016)
	MF4	我认为大白兔与气味图书馆一起消费不违背我的消费习惯	

4.2.2 品牌认知的测量

大多数学者建议在研究消费者感知角度下的品牌认知时，将其划分为两个维度。因此本文对品牌认知的测量将参考于春玲等（2007）及 Low 等（2000）的研究，分别对其两个维度：品牌知名度和品牌形象进行测量，具体如下表 4-2 所示。

表 4-2 消费者对跨界产品的品牌认知测量题项

测定变量	编号	测量指标	文献来源
品牌认知 (PQ)	BA	品牌知名度	于春玲等 ^{错误!} 未找到引用源。 (2007)
	BA1	大白兔品牌很出名	
	BA2	大白兔品牌家喻户晓	
	BA3	大白兔品牌给人印象很深	
	BI	品牌形象	Low 等 ^{错误!未找} 到引用源。(2000)
	BI1	大白兔品牌给人整体感觉很好	
	BI2	大白兔品牌的质量非常好	
	BI3	大白兔品牌具有很强的影响力	

4.2.3 购买意愿的测量

消费者对产品或服务评估认定后才能产生购买意愿，购买意愿是顾客采纳特定产品或服务的个人想法。在信息不对称的情况下，只有熟悉的品牌才能让用户产生品牌认知。在相似产品选择中，本文认为消费者更容易对那些已在其心中产生认知的品牌或产品产生购买倾向。本文主要参考的是 Dodds (1991) 和 Petrick Dubinsky (2002) 的量表，结合研究对象的具体特点确定研究量表，具体如表 4-3 所示。

表 4-3 消费者对跨界产品的品牌认知测量题项

测定变量	编号	测量指标	文献来源
购买意愿 (PI)	PI1	如果我有需求，我倾向于购买老字号品牌的跨界产品	Huang W&Petrick Dubinsky ^{错误!未} 找到引用源。(2002)
	PI2	我愿意将老字号品牌的跨界产品推荐给亲友	
	PI3	我会关注老字号品牌的跨界产品的相关信息	
	PI4	我会考虑购买该品牌的跨界产品的可能性较大	Dodds 等 ^[40] (1991)

4.3 预调研及量表修正

为提高正式问卷的科学性和合理性，本研究在正式调研前决定采用小范围预调研，对量表的信度和效度进行初步分析，从而达到提高问卷质量的目的。在前文的对象选择和研究设计基础上，本文选取大学生作为对象进行线上线下同步调研。在此初步调研阶段，在线上通过电子问卷的方式共发放了 63 份调查问卷，最终获得了 56 份有效问卷。删除某些问卷的原因是有重复、缺失项且回答自相矛盾等问题。删除这些无效问卷之后运用统计软件 SPSS22.0 进行分析，结果如下。

4.3.1 预调研信度分析

为了检测各个变量设置题项所收集到的数据的稳定性，降低样本对实验结果的偶然性影响，本部分将利用概率论与数理统计的核心——变量信度进行分析。关于信度的分析将采用 SPSS22.0 统计软件，使用统计量 Cronbach's alpha 和 CITC 对市场匹配度、品牌知名度、品牌形象及跨界产品购买意愿各个变量进行测量，一般认为 Cronbach's alpha 值大于 0.7，CITC 的值大于 0.5 时，信度符合研究要求。

预调研问卷信度检验结果如下表 4-4 显示：各研究维度 Cronbach's alpha 在 0.725 至 0.861 间，均大于 0.7 的最低标准，若删除其中任一题项，该值均会降低。另外，修正的项目总相关（CITC）的所有题项均大于 0.5，因此各维度的题项间具有良好的相关性。

表 4-4 预调研回收问卷量表信度检验

变量	维度	题项	修正的项目总相关 CITC	若项目删除时，Cronbach's α	Cronbach's α
市场匹配度	市场匹配度 (TM)	TM1	0.625	0.856	0.861
		TM2	0.750	0.806	
		TM3	0.705	0.826	
		TM4	0.765	0.800	
品牌认知	品牌知名度 (BA)	BA1	0.607	0.664	0.760
		BA2	0.649	0.610	
		BA3	0.524	0.756	
	品牌形象 (BI)	BI1	0.550	0.634	0.725
		BI2	0.559	0.641	
		BI3	0.559	0.639	
购买意愿	购买意愿 (PI)	PI1	0.679	0.811	0.849
		PI2	0.719	0.794	
		PI3	0.688	0.807	
		PI4	0.662	0.819	

4.3.2 预调研效度分析

本研究量表均基于已有研究、文献及著作，并结合研究对象老字号品牌跨界产品的特点，内容效度得到了保证。但由于回收数量有限，对于问卷的结构效度测量暂不精确，无法达到探索性因子分析的条件，本研究将在正式回收后对收到的问卷数据进行探索性因子分析。

综上，本部分发现预调研数据的信度检验中的 Cronbach's alpha 和总相关 CITC 值都达到了规定标准，但由于回收数量偏少，暂无法初步分析结构效度，因此本研究能在一定程度上保证各变量测量量表信度，无需删除题项。在添加被调查者个人信息及修饰性问候语后，形成的正式调查问卷的具体情况可参照附录。

5. 数据统计分析和假设验证

5.1 描述性数据统计分析

在正式调研阶段在线上通过电子问卷的方式共发放了 141 份调查问卷，最终获得了 133 份有效问卷。删除某些问卷的原因是有重复、缺失项且回答自相矛盾等问题。结果如下表 5-1 所示。

表 5-1 描述性统计分析

特征变量	类别	样本数 (个)	百分比 (%)
性别	男	61	45.9%
	女	72	54.1%
年龄	18 岁以下	2	1.5%
	18-23 岁	112	84.2%
	23-26 岁	13	9.8%
	26 岁以上	6	4.5%
学历	初中及以下	3	2.3%
	高中或职高	10	7.5%
	本科或大专	107	80.4%
	硕士及以上	13	9.8%
月均可支配消费金额	1500 及其以下	37	27.8%
	1501-2500	63	47.4%
	2501-3500	24	18.0%
	3501 及其以上	9	6.8%

5.1.1 性别比例及年龄分布

如表 5-1 所示：被调查者性别比例倾向于 1:1，其中男性为 45.9%，女性为 54.1%。从被调查者的年龄分布来看，年龄在 18 岁至 26 岁之间的年轻群体约为 94%，而 18 岁以下及 26 岁以上的调查者占 6% 左右。因为本研究主要针对大学生，故调查结果较为合适。

6. 调研结果分析：

(1) 方法与工具：能够科学、正确运用统计方法或工具进行调查数据分析；

(2) 工作量饱满：有足够的调查数据支撑，数据分析可靠，结果展示丰富，包含必要的结果讨论等；

(3) 研究的规范性：结果汇报、分析等符合通行的学术规范；图表等呈现清晰且符合毕业论文要求。

5.1.2 学历结构

从被调查者的学历情况来看，学历在本科及大专最多，共 107 人，占总人数的 80.4%；研究生及以上的有 13 人，占 9.8%；而高中及以下学历的被调查者共 13 人，其中学历为高中或职高的占 7.5%，初中及以下的占 2.3%。

5.1.3 月均可支配消费金额结构

从被调查者的月均可支配收入来看，1501~2500 元的人数最多，为 63 人，占样本总量的 47.4%；其次是 1500 元及其以下，共计 37 人，占 27.8%。而 2501~3500 元和 3501 元及其以上的人数较少，分别为 24 人和 9 人，各占样本总量的 18%和 6.8%。

5.2 共同方法偏差检验

共同方法偏差的统计检验和控制方法是用于检测在进行问卷调查时出现的系统误差，这种误差是由于同样的测量环境、项目语境及对象特征造成的^{错误!未找到引用源}。问卷调查法常常会出现误差，故需要对调研数据进行共同方法偏差的检验，以保证后续试验结果的可靠程度。因此，在问卷设计上，本研究保证调查问卷的用词尽可能清晰，给出的案例背景尽可能中立客观，同时打乱了各变量顺序，以避免被调查者的逻辑猜测。另外在数据来源上，通过对 IP 地址的检查，保证填写 IP 地址不是来源同一个被调查者，避免重复填写的问题。为了从理论上证明，本部分通过主成分因子分析法进行测量。

5.2.1 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)和 Bartlett 球形检验

对问卷进行 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)检验和 Bartlett 球形检验是为了证明满足因子分析的前提要求。一般认为，当 KMO 高于 0.6，Bartlett 球形检验显著($p < 0.05$)的时候，符合因子分析的标准。如下表 5-2 显示的结果，KMO 检验值为 0.913，Bartlett 球形度检验显著，都说明数据可以且适合进行因子分析。

表 5-2 KMO 和 Bartlett 的检验

KMO 值□		0.913
Bartlett 球形度检验	近似卡方□	913.787
	df	91
	p 值	0

5.2.2 因子提取情况分析

针对因子提取结果表明误差并不严重，如方差解释率表格 5-3 显示，提取出的 4 个因子旋转后累积方差解释率为 77.316%，各自的解释率是 24.964%，20.430%，17.535%，14.387%，因此所得的 4 个因子中无单一可解释绝大部分变量的因子，说明误差并不严重。

表 5-3 方差解释率表格

编号	特征根□			旋转前方差解释率			旋转后方差解释率		
	特征根	方差解释率%	累积%	特征根	方差解释率%	累积%	特征根	方差解释率%	累积%
1	8.375	59.819	59.819	8.375	59.819	59.819	3.495	24.964	24.964
2	1.042	7.44	67.258	1.042	7.44	67.258	2.860	20.430	45.394
3	0.788	5.628	72.886	0.788	5.628	72.886	2.455	17.535	62.929
4	0.62	4.429	77.316	0.620	4.429	77.316	2.014	14.387	77.316
5	0.547	3.907	81.223	-	-	-	-	-	-
6	0.502	3.588	84.811	-	-	-	-	-	-
7	0.41	2.925	87.736	-	-	-	-	-	-
8	0.396	2.825	90.561	-	-	-	-	-	-
9	0.309	2.208	92.770	-	-	-	-	-	-
10	0.275	1.961	94.731	-	-	-	-	-	-
11	0.25	1.783	96.513	-	-	-	-	-	-
12	0.198	1.416	97.929	-	-	-	-	-	-
13	0.185	1.32	99.249	-	-	-	-	-	-
14	0.105	0.751	100.00	-	-	-	-	-	-

5.3 信度和效度分析

5.3.1 信度分析

采取数据信度分析的方法，可以测试到设计变量及问卷是否稳定，从而降低样本对实验结果的偶然性影响，本部分将利用概率论与数理统计的核心——变量信度进行分析。关于信度的分析将采用 SPSS 22.0 统计软件，使用统计量 Cronbach's alpha 对市场匹配度、品牌知名度、品牌形象及跨界产品购买意愿各个变量进行测量，一般认为其数值大于 0.7 时，信度符合研究要求。

结果（表 5-4）显示各变量的 Cronbach's alpha 分布区间为 0.752 ~ 0.875，均大于 0.7，说明样本具有了内部一致性。此外，如表中所示，若项目中删除任一个题项，量表的 Cronbach's alpha 值均会降低，说明变量维度区分有较强可信度，不应删除其中任意题项。此外，修正项目总相关的值都大于 0.5，说明因子间的相关系数较高。

表 5-4 问卷量表信度检验

变量	维度	题项	修正的项目总相关 CITC	若项目删除时，Cronbach's α	Cronbach's α
市场匹配度	市场匹配度 (TM)	TM1	0.652	0.871	0.875
		TM2	0.760	0.829	
		TM3	0.723	0.847	
		TM4	0.812	0.807	
品牌认知	品牌知名度 (BA)	BA1	0.634	0.695	0.783
		BA2	0.685	0.636	
		BA3	0.553	0.785	
	品牌形象 (BI)	BI1	0.563	0.689	0.752
		BI2	0.602	0.658	
		BI3	0.599	0.656	
购买意愿	购买意愿 (PI)	PI1	0.687	0.842	0.867
		PI2	0.757	0.813	
		PI3	0.698	0.837	
		PI4	0.728	0.825	

5.3.2 效度分析

只有测量量表建构效度达到标准才能够帮助研究者得到想要验证的结果。因而必须在其他分析前首先利用因子分析方法分别进行内容和结构效度分析。其中，因子分析方法包括探索性因子分析和验证性因子分析。首先，选择 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 和 Bartlett 球形检验判断是否满足因子分析的前提要求。再使用探索性因子分析判断因子结构，最后使用验证性因子分析检验汇聚及区别效度。

(1) KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 和 Bartlett 球形检验

检验结果说明量表数据可以且适合进行因子分析。如表 5-5 所示，各变量的 KMO 值均大于 0.7，分别为 0.812、0.887 和 0.791。且通过了 Bartlett 球形显著性检验，具有良好的相关性和效度。

表 5-5 各量表 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 和 Bartlett 球形检验汇总

市场 匹配度	KMO 值		0.812
	Bartlett 球形度检验	近似卡方	785.487
		df	6
		p 值	0
品牌认知	KMO 值		0.867
	Bartlett 球形度检验	近似卡方	855.628
		df	15
		p 值	0
购买意愿	KMO 值		0.791
	Bartlett 球形度检验	近似卡方	769.151
		df	6
		p 值	0

(2) 探索性因子分析

上文发现因子分析是可进行且适合进行后，立即采用探索性因子分析，具体原理是通过主成分分析法提取自变量的公因子，并采取“特征根大于 1”的方法保留公因子数，根据因子载荷和方差解释率进行分析，结果如下。

表 5-6 自变量（市场匹配度）的效度分析结果

因子	名称	因子载荷□	累积方差解释率%（旋转后）□
市场 匹配度	市场匹配度 1	0.793	73.17%
	市场匹配度 2	0.870	
	市场匹配度 3	0.847	
	市场匹配度 4	0.794	

如上表 5-6 所示，自变量市场匹配含有 4 个题项，最终获取了 1 个公因子。其中每个因子载荷系数取值范围为 0.793~0.870，均大于 0.5，所有因子的累计方差解释率为 71.17%，收敛（会聚）效度情况良好。

表 5-7 中介变量（品牌认知）的效度分析结果

因子	维度	名称	因子载荷系数□		累积方差解释率%（旋转后）□
			因子 1	因子 2	
品牌 认知	品牌 知名度	品牌知名度 1	0.776		44.25%
		品牌知名度 2	0.807		
		品牌知名度 3	0.874		
	品牌 形象	品牌形象 1		0.717	73.54%
		品牌形象 2		0.652	
		品牌形象 3		0.879	

如上表 5-7 的结果显示中介变量品牌认知共含有 6 个题项，最终获取了 2 个公因子。每个因子载荷系数均大于 0.5，所有因子的累计方差解释率为 73.54%，可见具有较好的收敛效度。

表 5-8：结果变量（购买意愿）的效度分析结果

因子	名称	因子载荷系数□	累积方差解释率%（旋转后）□
购买意愿	购买意愿 1	0.823	71.47%
	购买意愿 2	0.872	
	购买意愿 3	0.833	
	购买意愿 4	0.854	

如上表 5-8 所示，结果变量购买意愿含有 4 个题项，最终取得了 1 个公因子。每个因子载荷系数均大于 0.5，所有因子的累计方差解释率为 71.47%，可见具有较好的收敛效度。

（3）验证性因子分析

由于本文量表选择基于国内外学者认可理论和成熟量表，在内容上具有一定的效度。但是除此之外还应检验量表的建构效度，探测各个题项的检验结果是否能达到研究目的。本文利用 AMOS22.0 检验量表的结构效度，一般会利用各项指标来判断，并设立了不同的标准。

表 5-9：验证性因子分析结果

拟合度指标	指标值	建议值
自由度 (DF)	71	
卡方统计 (CMIN)	135.113	
卡方统计量与自由度之比 (CMIN/DF)	1.903	小于 5，小于 2 更佳
p 值	0	
规范拟合指数 (NFI)	0.863	大于 0.85，大于 0.9 更佳
比较拟合指数 (CFI)	0.928	
拟合优度指标 (GFI)	0.884	
调整拟合优度指数 (AGFI)	0.875	
近似均方根误差 (RMSEA)	0.068	小于 0.1

如上表 5-9 所示，本研究模型卡方检验统计 (CMIN) 是 135.113，自由度统计量 (DF) 为 71，CMIN 与 DF 之比为 1.903，小于 2；本文近似均方根误差

(RMSEA) 为 0.068，小于 0.1，也小国内外认可的 0.08 的标准；另外 NFI、CFI、GFI、AGFI 分别为 0.863、0.928、0.884、0.875，大于国内学者认为的 0.85 的标准，属于可接受范围内。综上，本文理论模型设计合理，与实际调查的拟合度较好。

5.4 样本数据相关性分析

表 5-10: 各变量平均值、标准差及变量间相关性分析

	平均值	标准差	市场匹配度	品牌知名度	品牌形象	购买意愿
市场匹配度	3.174	0.949	1			
品牌知名度	4.154	0.723	0.699**	1		
品牌形象	4.015	0.723	0.775**	0.814**	1	
购买意愿	3.615	0.897	0.773**	0.801**	0.821**	1

* p < 0.05 ** p < 0.01, n=133

本部分运用 SPSS22.0 统计软件对数据进行相关性分析, 采用 Pearson 系数作为衡量变量间相关程度的标准, 结果表明各变量之间的相关性显著, 均小于 0.01。其中, 市场匹配度与品牌知名度的相关性系数为 0.699 > 0, 与品牌形象系数为 0.775 > 0, p < 0.01, 与购买意愿系数为 0.773 > 0, 说明相互关系间呈显著正相关, 品牌知名度与购买意愿的相关性系数为 0.801 > 0, 品牌形象与之系数为 0.821 > 0, 说明品牌知名度和形象对购买意愿有显著正向关系。

5.5 样本数据回归分析

5.5.1 购买意愿影响因子的逐步多元回归分析

本研究在以上的 pearson 相关系数的分析基础上, 可以初步看出市场匹配度、品牌认知 (品牌知名度、品牌形象) 及消费者购买意愿显著相关, 为了进一步进行确认, 本部分将对这些因素进一步采用多元回归逐步进行, 以验证对用户购买意愿的影响是否存在且影响程度如何。

表 5-11：各因子对购买意愿影响的逐步多元回归分析结果

模型	进入顺序	非标准化系数		标准化系数	t	p	调整 R ²	F	容差	VIF
		β	标准误差	β						
1	(常数)	-0.516	0.336	-	-1.536	.128	0.638	156.030**	-	-
	品牌知名度	0.994	0.08	0.801	12.491	.000**	-	-	1	1
2	(常数)	-0.908	0.305	-	-2.975	.004**	0.719	113.847**	-	-
	品牌知名度	0.490	0.121	0.395	4.058	.000**	-	-	.336	2.97
	品牌形象	0.620	0.121	0.499	5.128	.000**	-	-	.336	2.97
3	(常数)	-0.598	0.303	-	-1.973	.052	0.758	88.56**	-	-
	市场匹配度	0.271	0.081	0.287	3.338	.001**	-	-	.386	2.588
	品牌知名度	0.418	0.116	0.337	3.599	.001**	-	-	.325	3.075
	品牌形象	0.402	0.132	0.324	3.059	.003**	-	-	.254	3.934
模型 3 的 D-W 值：1.672										
因变量：购买意愿										
*p < 0.05 **p < 0.01										

由上表 5-11，逐步回归分析将品牌知名度，品牌形象，市场匹配度作为自变量，将购买意愿作为因变量进行，结果显示各模型 VIF 值在 1~3.9 之间，远低于 10，容忍度都在 0.1 以上，故并不存在多元共线性情况。而且在模型 3 中检测的 D-W 值为 1.672，处于 1.5~2.5 间，说明样本有较好的独立性。此外模型 3 中的 R 方值为 0.758，意味着这三个变量可解释购买意愿的 75.8% 的变化原因。

此外，模型 3 通过 F 检验值为 88.56，p=0.000 < 0.01，说明在 0.01 的置信水平上，模型整体有效；其中常数项可以省去，因为其显著性为 0.052 > 0.05，表示与 0 无显著差异。因此该模型回归方程为：

$$\text{购买意愿} = 0.337 \times \text{品牌知名度} + 0.324 \times \text{品牌形象} + 0.287 \times \text{市场匹配度}$$

从以上结果可知，品牌知名度、品牌形象和市场匹配度对老字号品牌跨界产品的购买意愿有显著、正向、直接的作用。故 H2a、H2b 和 H3 的假设成立。

5.5.2 品牌认知与市场匹配度的回归分析

(1) 品牌知名度与市场匹配度的回归分析

表 5-12 回归分析结果

进入回归模型	非标准化系数		标准化系数	t	p	调整 R ²	F	容差	VIF
	β	标准误差	β						
(常数)	2.464	0.193		12.74	.020	0.482	82.966**		
市场匹配度	0.532	0.058	0.699	9.109	.000**			1	1

本研究模型市场匹配度作为自变量，将品牌知名度作为因变量进行回归分析。此外模型中的 R 方值为 0.482，意味着市场匹配度可解释品牌知名度的 48.2% 的变化原因。而且模型通过 F 检验，值为 82.966， $p=0.000 < 0.05$ ，说明模型整体有效。市场匹配度的回归系数值为 0.532 > 0，即市场匹配度会对品牌知名度产生显著的正向影响关系。

(2) 品牌形象与市场匹配度的回归分析

表 5-13 回归分析结果

	非标准化系数		标准化系数	t	p	调整 R ²	F	容差	VIF
进入回归模型	β	标准误差	β						
(常数)	2.143	0.171	-	12.531	.000**	0.600	130.423**	-	
市场匹配度	0.59	0.052	0.775	11.42	.000**			1	1

本文模型中市场匹配度作为自变量，将品牌形象作为因变量进行回归分析。此外模型中的 R 方值为 0.600，意味着市场匹配度可解释品牌形象的 60.0% 的变化原因。而且模型通过 F 检验 ($F=130.423$)， $p < 0.05$ ，说明整体有效。市场匹配度的回归系数值为 0.775 > 0，即市场匹配度会对品牌形象产生显著的正向影响关系。

5.6 品牌认知的中介效应探究

在前文理论研究和回归性分析中，已初步验证了品牌认知度购买意愿的显著影响作用。要验证本研究模型中品牌知名度和品牌形象的中介效应，需要用 bootstrap 抽样检验分别验证品牌知名度和品牌形象的中介作用，具体结果如下。

表 5.14: 效应分析过程汇总

效应	项	Effect	SE	t	p	LLCI	ULCI
直接效应	市场匹配度 \Rightarrow 购买意愿	0.271	0.081	3.338	0.001	0.112	0.430
间接效应过程	市场匹配度 \Rightarrow 品牌知名度	0.532	0.058	9.109	0.000	0.418	0.647
	市场匹配度 \Rightarrow 品牌形象	0.590	0.052	11.420	0.000	0.489	0.691
	品牌知名度 \Rightarrow 购买意愿	0.418	0.116	3.599	0.001	0.191	0.646
	品牌形象 \Rightarrow 购买意愿	0.402	0.132	3.059	0.003	0.145	0.66
总效应	市场匹配度 \Rightarrow 购买意愿	0.731	0.064	11.370	0.000	0.605	0.857

备注：LLCI 指估计值 95% 区间下限，ULCI 指估计值 95% 区间上限

如上图 5-14 所示，通过对各路径效应的对比，发现未含中介变量的系数为 0.271，含中介变量的系数为 0.731，有一定提升。这表明在市场匹配度对购买意愿的影响中，品牌知名度和品牌形象起到了部分中介的作用。

表 5.15 中介效应 Bootstrap 分析

项	Effect	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI	z	p
TM⇒BA⇒PI	0.223	0.062	0.105	0.346	3.614	0
TM⇒BI⇒PI	0.237	0.081	0.081	0.406	2.946	0.003

备注：Boot LLCI 指 Bootstrap 抽样 95%区间下限，Boot ULCI 指 Bootstrap 抽样 95%区间上限

本文使用 bootstrap 抽样检验的方式对品牌认知中的品牌知名度和品牌形象进的中介效应进行检验。结果如上表 5.15 所示：在市场匹配度对购买意愿的影响中，对品牌知名度的中介作用检验，发现 95% 区间并不包括数字 0（95% CI:0.105-0.346），说明市场匹配度首先会对品牌知名度产生影响，然后通过品牌知名度再去影响消费者的购买意愿，因而市场匹配度对于购买意愿有影响时，品牌知名度具有中介作用；再对品牌形象的中介作用进行检验，发现 95%区间并不包括数字 0（95% CI:0.081- 0.406），则说明在市场匹配度对于购买意愿产生影响时，品牌形象具有显著的中介作用，即市场匹配度首先会对品牌形象产生影响，然后再去促进消费者的购买决策。因此品牌认知（品牌知名度和品牌形象）在市场匹配度与购买意愿的关系中的中介效应存在，验证了假设 H4a，H4b。

5.7 假设检验总结

5.7.1 回归分析检验汇总

表 5-16：分析汇总与各自显著水平

序号	假设路径	标准化路径系数	p 值	假设	检验结果
1	市场匹配度⇒购买意愿	0.296	0.003	H3	支持
2	市场匹配度⇒品牌知名度	0.699	0	H1a	支持
3	市场匹配度⇒品牌形象	0.775	0	H1b	支持
4	品牌知名度⇒购买意愿	0.348	0	H2a	支持
5	品牌形象⇒购买意愿	0.334	0	H2b	支持

备注：⇒ 表示路径影响关系

如上表 5-16 所示，本研究共计 5 个子假设全部得到支持：

H1a: 老字号跨界产品的市场匹配度与感知品牌知名度具有显著正向关系，即老字号跨界产品的市场匹配度越高，消费者感知品牌知名度就越高。

H1b: 老字号跨界产品的市场匹配度与感知品牌形象具有显著正向关系，即老字号跨界产品的市场匹配度越高，消费者感知品牌形象就越积极。

H2a: 消费者对老字号跨界产品的感知品牌知名度与跨界产品的购买意愿具有

显著正向关系，即消费者对品牌知名度感知越强，消费者购买意愿越高。

H2b: 消费者对老字号跨界产品的感知品牌形象与跨界产品的购买意愿具有显著正向关系，即消费者对品牌形象感知越积极，消费者购买意愿越高。

H3: 老字号跨界品牌与原品牌的市场匹配度对购买意愿起着正向作用。

5.7.2 中介作用检验

表 5-17 分析汇总与各自显著水平

项	p 值	假设	检验结果
市场匹配度⇒品牌知名度⇒购买意愿	0	H4a	支持
市场匹配度⇒品牌形象⇒购买意愿	0.003	H4b	支持

根据前文检验和上表 5-17 所示，在老字号跨界产品购买意愿的检验中，品牌形象、品牌知名度具有显著的中介作用，则假设 H4a，H4b 得到支持。综上所述，本研究假设有 2 个子假设得到了支持：

H4a: 在市场匹配度和购买意愿关系间，品牌知名度具有中介作用。

H4b: 在市场匹配度和购买意愿关系间，品牌形象具有中介作用。

6. 研究结论与局限

6.1 研究结论

本文主要针对跨界产品购买意愿的影响因素进行了一系列的理论分析和实证研究。本章节将首先具体阐述实证分析结果，结合已有的相关理论研究对结论进行合理分析。此外，将结合跨界产品本身特点及对用户感知价值的主要影响因子，为跨界产品设计、营销及运营方面提出参考意见。最后，本章将对整个调研分析过程的局限及不足之处进行分析，并提出研究展望。

在整理国内外文献基础上，本文以老字号品牌的跨界产品作为研究对象，提出了老字号跨界市场匹配度与品牌认知对购买意愿具有显著影响的共五个假设，通过调查验证，最后得出所有假设都成立的结论。

6.1.1 市场匹配度对品牌认知的两个维度具有显著影响

其中，市场匹配度对品牌知名度的标准化回归系数为 0.699，p 值为 $0 < 0.01$ ；市场匹配度对品牌形象的标准化回归系数为 0.775，p 值为 $0 < 0.01$ 。说明若消费者作为原老产品的忠实客户时，如果顾客感受到跨界品牌与认可的老品牌市场匹配度较高，他们有可能会把之前对于老品牌的感受和认知联想到对跨界品牌的感受和认知之上，从而会对跨界品牌的评价程度会更高，更容易接受这样的产品。

7. 研究结论与企业启示

(1) 调研结论与调研问题相呼应，在正文内容基础上，经过判断、归纳、推理等过程而得到的新的总观点；

(2) 企业启示是论文研究结论的直接应用和逻辑延伸，因此需聚焦在论文的研究问题上；

(3) 应立足于社会实际，体现出针对性；建议的内容影尽力细腻、具体。

6.1.2 品牌认知的两个维度对购买意愿具有显著影响

其中品牌认知中的品牌知名度和品牌形象的标准化回归系数为0.348和0.334,均为正数,且 $p < 0.01$ 显著。结合消费者的行为认知理论,说明若消费者对跨界产品的认知越积极,顾客对跨界产品的购买意愿会更高,老品牌的跨界战略才能真正达到自己目的,实现最终价值。

6.1.3 市场匹配度对购买意愿具有显著影响

市场匹配度对购买意愿的标准化回归系数为0.296, p 值为0.003 <0.01 。结合消费者学习理论,说明原老产品的忠实消费者,会在市场匹配度较高的情况下,将对原老品牌的购买意愿转移到对跨界产品购买意愿,说明若消费者感知跨界产品很好的延续原品牌的某些特点时,会对跨界产品的认知更高,购买意愿也会更加的强烈。

6.1.4 品牌认知具有显著中介效应

品牌匹配度对购买意愿的研究早已存在,但从市场匹配度的角度,并引入品牌认知作为中介效应的研究文章几乎没有。本文结合模型,选择了在品牌效应方面较为突出的老字号品牌作为研究对象,从消费者感知的角度出发,探究品牌认知的两个维度的中介效应。在研究并探讨以往文献构建理论模型之后,本文验证了三者两两之间的研究假设,并采用回归分析和bootstrap检验品牌认知两个维度的中介作用。结论如下:

(1) 在品牌市场匹配度和购买意愿关系中,品牌知名度存在中介效应,且效应是显著加强。说明消费者在购买跨界产品时将会把跨界产品与原老字号品牌的市场匹配程度进行感知和判断,从而对跨界产品的知名度进行感知,判断是否购买产品。

(2) 在品牌市场匹配度和购买意愿关系中,品牌形象存在中介效应,且效应是显著加强。说明消费者在购买跨界产品时将会把跨界产品与原老字号品牌的市场匹配程度进行感知和判断,从而对跨界产品的品牌形象进行感知,判断是否购买产品。

6.2 实践启示

最近几年，老字号品牌遭遇了强烈的市场竞争，面临市场份额缩小，消费者需求不足的尴尬境地，因此企业亟待转型。品牌创新有许多方式，但跨界产品由于其极强的话题性和较低的风险成本成为了众多老品牌的首选创新方式。但遗憾的是，大部分跨界产品在引爆话题后，并没有带来更好的销量，也没有扩大品牌的正面效应。

在消费者主导市场中，如何在原有品牌效应上，设计出有针对性，且让消费者感知“怀旧”与“创新”一体的产品成为各老字号品牌需要考虑的重大问题。因此本研究从老字号品牌效应与消费者体验的角度出发进行实证研究，根据研究结果提出以下建议：

6.2.1 重视跨界产品与原品牌的市场匹配程度

跨界是两种品牌的强强联合，比起单独研发产品来说不仅具有成本优势，且各自的客户基础和品牌资产还为跨界品牌引流。其次，跨界本身是一种有话题性和热度的营销模式，具有很强传播性，进而减少了营销成本。但是若这样的品牌认知不是积极的而是负面的，则是得不偿失。因此企业应注意在选择跨界合作品牌和跨界产品设计生产时与原品牌形象的匹配程度。因为对于老字号品牌来说，最有价值的就是其良好的口碑和可持续的品牌效应。

6.2.2 重视品牌知名度和品牌形象的正面性

本研究证明了品牌知名度和品牌形象可对消费者购买意愿产生影响。因此，打铁还需自身硬，不限于老字号品牌，所有品牌都应该重视自身产品在消费者心目中的知名度和形象，这样之后所做的品牌效应的延伸才是有效的。

6.2.3 加大宣传以扩大消费者与品牌的接触面

本次研究证明了消费者体验和认知角度对于其购买意愿的重要性。在市场营销中，最终能够实现企业盈利的是消费者的主观购买决策，企业应该重视。此外，不仅应该重视产品的质量，还应该扩大传播范围，涉及更多的消费市场，获得更

多的忠实客户。

6.2.4 提供满足目标市场的“怀旧”与“创新”需求的产品

随着消费者需求的日益多元和主力军的更新换代，企业应学会识别能引发消费者怀旧倾向和新鲜感体验的产品特点。老字号品牌推出跨界产品需要将品位、质量与潮流、创意有机融合，在不违背消费者原有消费习惯的情况下进行创新，就可以传承老字号文化使命，继续发挥品牌效应的优势。

6.3 研究局限

本文主要对消费者对老字号跨界品牌购买意愿受到市场匹配和品牌认识的影响效应和程度进行研究，但是由于研究时长、研究能力的限制和其他种种误差，存在着各个方面的局限性：

6.3.1 研究范围的局限性

选取的调查对象集中为在校大学生，未包含所有老品牌的所有目标消费群体。考虑到这一点，在调查时选择了大白兔与气味图书馆的合作香氛作为对象，以符合调查者的实际情况，但仍未完全消除误差。同时，本研究仅通过网络问卷、访谈等进行调查，调查对象的消费习惯、喜好等不够全面，因此本研究样本可能缺乏一定的准确性。

6.3.2 量表设计的局限性

本文测量量表形成是通过选取较成熟的国内外研究量表，再结合调查对象的特点进行总结、调整和改良设计出来的，但由于国内外文化差异、翻译误差等，其适用性有待考量。

6.3.3 研究维度的局限性

在老字号跨界产品特点的选取中，本文仅选择了市场匹配度作为研究对象，但不排除其他的匹配度或其他因素会对品牌认知和购买意愿产生影响。但受限于

笔者能力和时间精力，暂未顾及。

6.3.4 适用行业的局限性

本文选取的对象为老字号品牌和老字号品牌的跨界产品，且调查时使用的是较多使用这一策略的大白兔品牌（属于食品行业），暂未涉及其余行业的跨界品牌研究，具有行业局限性。

6.4 研究展望

基于已有研究的基础，本文提出以下建议研究方向：

6.4.1 转换研究角度

由于研究的是用户对老字号跨界产品的感知匹配度，之后的研究可从老字号品牌设计产品、跨界策略、传播渠道方式等角度进行分析。

6.4.2 增强普适意义

在样本上，建议后续研究选取数量更多、涉及层次多、范围更广的样本来减少样本选取误差；在研究对象上，可以选择不同行业的产品作为调查背景，得出更加普适性的结论。

参考文献

- [1]中华人民共和国商务部.中华老字号认定规范[S].商改发(2006)171号,2006:2006-04-10.
- [2]Gammoh, Bashar. Propensity to Participate in Brand Alliances: a Managerial Perspective[J]. Dissertation Abstracts International, Volume: 67-06, Section: A, page: 2239.;Adviser: Kevin E. Voss, 2006.
- [3]刘爽,胡玉婷.跨界营销——合作营销在品牌运营中的新发展[J].中国商贸,2011(30):22-23.
- [4]冯银虎,薛阳.基于共生营销理论视角下中国乳品企业竞合战略研究[J].北京工业大学学报(社会科学版),2013,13(03):28-33+38.
- [5]甘勇,李德荣.基于案例研究的企业跨界营销策略探索[J].中国商贸,2010(25):57-58.
- [6]徐乃真,祝平.跨界营销在品牌传播中的运用[J].中国市场,2013(25):11-14.
- [7]周大坤,代刚.消费社会下跨界体育营销的困境与出路[J].商业时代,2013(29):65-66.
- [8]张洁.跨界营销的精髓[J].国际公关,2014(04):50-51.
- [9]余葵.如何进行跨界营销,实现跨界共赢[J].人民论坛,2016(31):138-139.
- [10]邓勇兵.跨界营销:体验的综合诠释[J].中国市场,2007(42):56-57
- [11]杨攀.跨界营销:利润新增长点[J].上海经济,2009(04):46+79.

8. 参考文献:

(1) 规范性: 严格按照学校学位论文要求编排参考文献以及每条参考文献的样式。

(2) 对应性: 凡是前文中引用了别人成果(文字、数字、事实以及转述他人的观点)之处, 均应加标注列于参考文献中。

(3) 前沿性: 参考文献需能看出论文较好地跟踪了近期的该领域研究动态。

- [12]杨玉.“互联网+”时代的跨界营销研究[D].黑龙江大学,2018.
- [13]徐鹏飞,孙蓉,铁皓月,杨培,韩思格.跨界营销中的品牌策略研究[J].中小企业管理与科技(上旬刊),2015(12):140-142
- [14] 孙山 . 老字号玩跨界 , 七成受访者看好 [EB/OL]. 中国青年报 http://www.xinhuanet.com/politics/2019-08/22/c_1124904991.htm,2019.
- [15] 杨越明 . 老字号拥抱新时代 [EB/OL]. 人民网 <http://opinion.people.com.cn/n1/2019/12/03/c1003-31486218.html>,2019.
- [16]张影.老字号、大品牌纷纷推出跨界新品 带热消费[EB/OL].中国新闻网 <https://item.btime.com/f7148rj96k19nkoqdp62e99v23a?page=2>,2019.
- [17]Edward Tauber.The brand licensing extending:new products thanks to the old brand[J].Business Horizons, 1979.
- [18]Edward Tauber.Brand leverage:Strategy for Growth in a Cost Control World[J].Journal of Advertising Research.1988,28(4):26-30.
- [19]张浩.餐饮行业品牌联合影响因素研究[D].河北,燕山大学:2014.
- [20]赵秀苹.跨界品牌联合评价影响因素研究[D].大连理工大学,2016.
- [21]David A. Aaker.Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name . The Free Press, New York ,1991.
- [22]Keller L. Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-based Brand Equity[J] . Journal of Marketing,1993.
- [23]范秀成,陈洁.品牌形象综合测评模型及其应用[J].南开学报,2002(03):65-71.
- [24]赵占波.品牌资产维度的探索性研究[J].管理科学,2005(05):12-18
- [25]何志毅,赵占波.品牌资产评估的公共因子分析[J].财经科学,2005(01):75-80.
- [26]林小敏. 品牌延伸匹配度、消费者品牌认知和消费者购买意愿影响研究[D].华南理工大学,2017.
- [27]David A.Aaker ,Kevin Lane Keller. Consumer Evaluations of Brand Extensions[J]. Journal of Marketing. 1990,54(1):27-41.
- [28]Ahn Sookyoung, Kim Heajung, Forney Judith A. Co-marketing alliances between heterogeneous industries: Examining perceived match-up effects in product, brand and alliance levels [J]. Journal of Retailing&Consumer Services,2009,16(6): 477-485.
- [29]Lanseng Even Johan, Olsen Lars Erling.Brand alliances:the role of brand concept

- consistency[J].European Journal of Marketing,2012, 46(9)
- [30]孙国辉, 韩慧林.品牌延伸效应的研究评述与展望[J].中央财经大学学报, 2014 (9): 73-82
- [31]Leavitt C,Robertson T S. Innovative Behavior and Communication [J]. Journal of Marketing,1972,36(4):111.
- [32]Fishbein M,Belief I.Attitude.Intention and Behavior:An Introduction to Theory and Action [M].M A:Addison-Wesley,197.
- [33]Loinberger,Adoption of new ideas and practices [J]. International Journal of Mass Spectrometry & Ion Physics ,2010,49(2):89-101.
- [34]Kotler P,Keller K L. Marketing management[M]. New Jersey:Pearson Education, 2012, 160-163.
- [35]焦冠哲.消费者困惑对消费者购买意愿的影响研究:感知价值的中介效应 [D].河北大学,2018:25.
- [36]尚晓航.技术创新产品购买意愿影响因素研究 [D].大连理工大学 2017.
- [37]Paul A. Botoomley,Stephen J.S.Holden,Do we really know how consumers evaluate brand extensions? Empirical generalizations based on secondary analysis of eight studies[J].Journal of Marketing Research,2001,38(4):494-500.
- [38]Desai,Kalpesh Kaushik,Keller.The effects of ingredient branding strategies on host brand extendibility[J].Journal of Marketing,2002,66(1):73-93.
- [39]让·诺尔·卡菲勒.战略性品牌管理[M].北京:商务印书馆,2000:98-99
- [40]Dodds W B. In search of value: How price and store name information influence buyers' product perceptions[J]. The journal of Consumer Marketing. 1991,8(2):15-24.
- [41]Cobb-Walgren C J,Ruble C A,Donthu N.Brand equity,brand preference,and purchase intent[J].Journal of advertising,1995,24(3):25-40
- [42]Taylor C R,Miracle G E,Wilson R D.The impact of information level on the effectiveness of US and Korean television commercials[J]. Journal of Advertising, 1997,26(1):1-18
- [43]George L.Emotions in Economic Theory and Economic Behavior[J]. The American Economist,2000(90):426-432
- [44]Cohen J B,Pham M T,Andrade E B. The Nature and Role of Affect in Consumer Behavior[J]. 2008:297-348

- [45]杨伟文,刘新.品牌认知对消费者购买行为的影响[J].商业研究,2010(3):158-162.
- [46]Jennifer Gregan,Deborah Roedder John.Consumer Learning by Analogy: A Model of Internal Knowledge Transfer[J]. Journal of Consumer Research . 1997 (3)
- [47]韩小芸, 田甜等.旅游虚拟社区成员“感知-认同-契合行为”模式的实证研究[J]. 旅游学刊.2016,31(8):61-70
- [48]Baron RM ,Kenny D A.The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations[J].Journal of personality and social psychology,1986,51(6):1173
- [49]卢思锋,何耐铭.大学生消费行为的分析与引导[J].北京工商大学学报(社会科学版),2003(01):62-65.
- [50]于春玲;赵平; 王海忠. 基于顾客的品牌资产模型实证分析及营销借鉴[J].营销科学学报,2007.
- [51]Low;George S;Charles W.Lamb.The Measurement and Dimensionality of Brand Associations[J].Journal of Product and Brand Management, 2000.
- [52]Huang W,Sehrank H,Dubinsky A J.Effect of Brand Name on Consumers Risk Perceptions of Online Shopping.Journal of Consumer Behavior,2004,4(1):40-50
- [53]周浩, 龙立荣.共同方法偏差的统计检验与控制方法[J],心理学科进展,2004,12 (6): 942-950/

附 录

老字号品牌跨界产品购买意愿的相关因素影响效应探究

尊敬的女士/先生：

您好！非常感谢您参与本次问卷调查。本次调查主要是想获得您在购物过程中对于大白兔 X 气味图书馆联名童年系列香氛的感受和评价。本次问卷采用匿名方式填写，将对您的个人隐私安全进行保障。回答请按照您最真实的意愿进行回答，感谢您的支持！

一、基础信息

1.您的性别：

男 B.女

2.您的年龄：

A.18 岁以下 B.18-23 岁 C.23-26 岁 D.26 岁以上

3.您的最高学历：

A.初中及以下 B.高中/职高及以下 C.本科/大专 D.硕士及以上

4.您的每月可支配消费金额（元）：

A.1500 以下 B.1501-2500 C.2500 以上

二、市场匹配度、品牌认知对大白兔香氛的购买意愿影响

请根据您的个人真实意愿，回答对各项问题的同意程度：

数字 1-5 代表：完全不同意；大部分不同意；一般；大部分同意；完全同意

（一）品牌认知

出了这款香水，我认为大白兔品牌很出名

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

6.出了这款香水，我认为大白兔品牌家喻户晓

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

7.出了这款香水，我认为大白兔品牌给人印象很深

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

8.出了这款香水，大白兔品牌给人整体感觉很好

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

9.出了这款香水，大白兔品牌的质量非常好

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

10.出了这款香水，大白兔品牌具有很强的影响力

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

(二) 市场匹配度

11.我认为大白兔与气味图书馆有共同消费群体

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

12.我可能会同时消费大白兔与气味图书馆

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

13.我认为大白兔与气味图书馆在消费场所上不违背一致性

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

14.我认为大白兔与气味图书馆一起消费不违背我的消费习惯

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

(三) 购买意愿

15.我有兴趣购买该品牌的跨界产品

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

16.我很可能会购买该品牌的跨界产品

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

17.我计划购买该品牌的跨界产品

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

18.我会考虑购买该品牌的跨界产品

A.完全不同意 B.大部分不同意 C.一般 D.大部分同意 E.完全同意

问卷到此结束，感谢您的参与！

案例研究型毕业论文撰写指南

一、案例研究型本科毕业论文的基本结构

案例研究，是以一个或多个场景为研究对象，系统地收集数据和资料，用以探讨某一现象在现实环境下的情况，继而由个案归纳并验证关心问题背后一般性规律的方法。

案例研究型本科生毕业论文通常有以下几点要求：由于个案的特殊性，案例研究通常需要依赖不同角度或者多重证据来源验证研究结论；通常有事先发展的理论命题或问题界定，以指引资料搜集的方向与资料分析的焦点；在保留事件发展完整性的同时，不涉及过多无关细节，不介入事件的操控，着重分析案例事件涉及的核心要素，发现有意义的特征。相对于其他研究方法，案例研究能够对案例进行厚实的描述和系统的理解，对动态的相互作用过程与所处的情境脉络加以掌握，可以获得一个较全面与整体的观点。

案例研究型论文（正文）的一般结构如下：

1. 引言

概括性介绍研究问题的选题背景、选题的主要内容及预期发现、选题的理论及现实意义、论文内容的整体框架图。其中，选题的研究背景及意义，通常需要从现实意义和理论意义两方面阐述，基于案例事件发生的背景及后果，提出分析案例事件发生成因及后果的实践背景与价值，同时在梳理现有理论文献的基础上，阐述该案例研究的学术价值，显示进行该案例研究的学术价值与贡献。

2. 文献综述及理论基础

按照研究内容有层次地梳理现有文献，每层次中的文献应按照国内外研究成果的推进情况归纳文献的主要观点，并简要小结评述现有文献的不足。在此基础上，逐条阐述开展该案例研究可以弥补的不足，从而自然体现学术贡献与价值。

3. 案例分析的对象及背景

主要介绍案例分析对象的基本情况，案例对象发生行为的背景、行为过程及后果。案例对象的选择要具有典型性和代表性，案例对象的行为要充分体现研究问题、紧扣研究主题。

4. 案例分析

基于案例的介绍，以研究问题为主线，结合专业理论分析案例对象的主要行为，行为的动机、过程及后果。分析案例研究对象行为的成因及后果时，要结合理论基础，对案例研究对象的行为给予理论上的预期及推演，并从案例事件的不同角度资料验证可能的理论猜想及推论。

5. 进一步分析

结合案例研究对象的行为的更深层次成因及后果开展进一步分析，分析归纳案例对象产生研究问题行为的根源，思考进一步完善案例对象行为的措施及途径。一般而言，可以从正式或非正式制度、抑或国家、市场、微观个体等角度，进一步分析案例对象主要行为在何种条件下会更明显（或减缓），继而基于分析总结可能激励（或抑制）案例对象行为发生的对策及措施。

6. 结论与启示（或结语）

结论部分应包括三部分内容：（1）概括性总结论文研究问题的背景、主要分析问题、案例对象及研究方法；（2）简述基于案例分析问题的主要结论、问题根源及改进措施；（3）基于分析结论，归纳具有普适意义的政策建议及启示，为后续案例对象的行为提供经验参考。

7. 参考文献、附录、致谢或者后记等。

遵照《西南财经大学本科生毕业论文（设计）撰写与印制规范》参考文献的格式范式，将前文引用的文献在此处一一列明，需要做到与前文引用一一对应且参考文献条目之间的格式一致。

二、案例研究型本科毕业论文撰写要求及评价细则

毕业论文撰写遵照《西南财经大学本科生毕业论文（设计）撰写与印制规范》执行。具体情况由指导教师根据专业特点和论文体裁具体掌握。总体上，案例研

究型本科毕业论文撰写要求可参考如下标准：

研究问题清晰、明确且符合思政要求；案例对象资料完备，分析充分，论据确凿；论证过程严谨、逻辑性强，结合案例材料能对问题有较深入的分析，工作量饱满；论文注释、引用和写作体例符合通行规范；文献综述完整，参考文献具有适合性、准确性、专业性和权威性；结构严谨，层次分明，语言表达准确。

案例研究型本科生毕业论文评价标准参照学校统一的评价指标及评议要素（见表）。具体地评价细则见下表。

表 案例研究型本科毕业论文评分标准

评议要素	优秀	良好	一般	不及格
选题意义	选题具有重要的理论和现实意义，能紧密结合时代背景下专业相关的重要理论前沿和社会经济实践问题。	选题具有较为重要的理论和现实意义，能涉及时代背景下专业相关的重要理论前沿和社会经济实践问题。	论文选题合理，有一定的研究意义，对学科的理论问题和实践问题进行了一定的探讨。	选题存在一定问题，研究目的不清，不具备实践价值或学术意义。
写作安排	全面、综合分析国内外相关文献，追踪本领域最新研究现状，文献质量很高；时间进度安排合理；研究工作饱满，有一定的研究难度。	较为全面地分析国内外相关文献，追踪本领域研究基本现状，文献质量较高；时间进度安排合理；研究工作较为饱满，有一定的研究难度。	基本了解国内外相关文献和本领域研究基本现状，文献质量一般；时间进度安排较为合理；研究工作一般。	不能全面、综合分析国内外文献，未追踪本领域研究现状，文献质量较低，时间进度安排不合理；研究工作不足。
逻辑建构	案例分析框架清晰，分析内容非常丰富，逻辑非常严密。	案例分析框架较清晰，分析内容较丰富，逻辑较严密。	案例分析框架模糊，分析内容不够详实，逻辑较难明白。	案例分析框架、分析内容部分缺失。
专业能力	案例事件介绍清晰、全面；案例行为能灵活使用专业理论知识提炼、概括；能够灵活运用专业理论知识分析案例对象行为的形式、成因及后果，论证材料完备，能够有说服力地总结通过案例分析得出专业相关的一般性规律。	案例事件介绍较为清晰、完整；案例行为能较为熟练使用专业理论知识提炼、概括；能够较为熟练使用专业理论知识分析案例对象行为的形式、成因及后果，论证材料较为完备，能够一定程度归纳通过案例分析得出专业相关的一般性规律。	案例事件介绍较为完整；案例行为一定程度能够使用专业理论知识提炼、概括；能够一定程度上使用专业理论知识分析案例对象行为的形式、成因及后果，论证材料包括主要要素，能够一定程度得出一般性规律或观点。	案例事件介绍缺乏关键材料；使用专业理论知识提炼、概括案例行为的能力不足；论证存在明显缺陷，无法得出有价值的观点。
学术规范	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面严格符合通行学术规范；引用非常符合通行学术规范和知识产权相关规定。	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面较好地符合通行学术规范；引用较好地符合通行学术规范和知识产权相关规定。	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面基本符合通行学术规范；引用基本符合通行学术规范和知识产权相关规定。	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面不符合通行学术规范；引用不符合通行学术规范和知识产权相关规定。

三、案例研究型论文范文讲解

论文题目：互联网电子商务行业数据资产的审计风险研究——以 A 公司“流量支持”交易为例

1. 选题：论文选题紧扣时代发展特点和国家需要，聚焦学科发展的前沿和关键领域，非常契合专业领域研究范畴。

案例研究对象明确，研究问题清晰，研究意义显著。

摘要

数据，作为社会中的重要信息影响着人们生活的方方面面，利用数据作为企业的资产进行使用在大数据时代已经成为了一种必然趋势，在此背景下互联网行业中开始了将数据资产化的趋势，并衍生出“流量支持”、表外数据资产、BCA 交易。如何保障种种数据资产交易与估值的合规性与适宜性，自然成为了审计工作当中的重要环节。本文结合现有对数据资产财务管理的研究与实践中的案例，从审计对象、审计主体、宏观环境、数据资产的特殊性，共四个维度对互联网电子商务行业企业数据资产交易中的审计风险及成因进行分析，并利用收益现值法等具体方法对 A 企业数据资产流量支持交易的真实性、完整性、存在与发生、计价与分摊各类实质性测试，内部控制审计程序以及披露提出具有针对性的改进方案。

关键词：数据资产；流量支持；审计风险；收益现值法

2. 摘要：概括性、有亮点地交待清楚研究背景，研究问题，研究方法，案例研究的对象，主要研究结论、理论贡献及现实意义。

3. 关键词：3-5 个关键词，突出研究关键点、创新点，提高未来文献的检索、参考及引用率。

Abstract

As an important information resource, data, exerts profound influence on all aspects of social life, and it is common practice to collect data and identify data as its assets for an enterprise in the era of big data. Taking account of the economic climate, Internet industry has begun to capitalize data, and spawned "traffic support", off-balance-sheet data assets and BCA transactions. It is essential for the audit work audio to identify transactions and valuations related with data assets under the principle of compliance and appropriateness. Grounded on with existing research on financial management of data assets, this paper explore the types and causes of the audit risk concerning data assets transaction in E-commerce from the perspectives of audit object, audit subject, macro environment and particularity of data assets, and integrates the method of Present Value with other approaches to propose specific solutions for Substantive Tests about authenticity, completeness, existence/occurrence and valuation/allocation and Internal Control Audit Procedures as well as Disclosure.

Keywords: Data Assets; Traffic Support; Audit Risk; Income Present Value Method

4. 英文摘要及关键词: 完整、准确表达中文摘要的内容, 避免语法、语病和词汇错误。

目 录

1. 导 论.....	93
1.1. 选题背景.....	93
1.2. 研究意义.....	95
2. 相关概念与国内外研究现状.....	97
2.1. 数据资产的定义.....	97
2.2 数据资产的交易与定价.....	98
3. A 公司及其数据资产业务现状.....	100
3.1 A 公司简介.....	100
3.2 A 公司数据资产流量支持交易模式.....	101
4. A 公司数据资产交易审计风险与原因分析.....	105
4.1 A 公司数据资产交易的审计风险.....	105
4.2 A 公司审计风险原因分析.....	107
4.3 现行审计程序与其局限性.....	110
5. A 公司数据资产审计风险的应对措施.....	112
5.1 针对 A 公司数据资产“流量支持”交易的实质性审计程序.....	112
5.2 针对 A 公司数据资产内部控制有效性的审计.....	114
5.3 针对数据资产审计的宏观披露监管.....	115
6. 研究结论与启示.....	118

5. 目录：最多显示 3 级标题，不同级标题需错行有层次展示，目录体例符合范文要求。各级标题要尽量简洁、清晰，避免冗长和无意义。

6. 案例论文的结构主要包括：

- (1) 引言（或导论）
- (2) 文献综述（或国内外研究现状）
- (3) 案例对象的背景（如范文中的数据资产业务现状）
- (4) 案例主要研究问题及分析
- (5) 进一步分析及应对、解决问题的思路 and 措施
- (6) 结论与启示
- (7) 参考文献
- (8) 致谢

1. 导 论

1.1. 选题背景

随着互联网电子商务的兴起，中国的互联网电子商务行业呈现指数型的增长，互联网电子商务行业的交易模式也在不断推陈出新，不断涌现出诸如的特殊交易模式，互联网电子商务行业对于其自身资产认定的理解也在不断革新。

截止至 2020 年，中国第一家电子商务平台 8848，已经成立 20 余载。在这 20 年中国互联网的发展中，各互联网企业积累了海量的数据与更多潜在的数据，进而如何运用这沉积了 20 年的海量数据，使之成为自身资产的一部分，便成了各大互联网公司的在数据资本化之路上的重中之重。

2019 年 11 月，习近平总书记在中共十九届四中全会中指出将数据作为生产要素，让数据参与到生产、分配和流通的环节。¹近年来，随着市场参与者对于数据的需求的增加，数据交易的市场逐渐形成，数据交易的成本得到降低，种种迹象表明数据的资产价值正在被不断发掘。正如“大数据之父”Viktor Mayer-Schönberger 所说：“只要信息的应用范围足够广泛，价值足够高，有足够多的市场参与者想要得到信息，只要交易的成本足够低，将来我们就会看到以数据而不是金钱来支付的交易。”²

在实践中，互联网企业利用其掌握的数据资产进行交易的先例在早已有之，2011 年，Facebook 在美国纳斯达克证券交易所挂牌上市，其账面资产仅有 66 亿美元，但估值竟高达 1000 亿美元，其差异便是由其享有大量活跃用户的数据而产生，该数据的价值存在于其资产负债表外，但却对该企业的估值有着巨大的影响。2016 年，微软（Microsoft）对领英（LinkedIn）的数据资产进行估值后以溢价 50%的对

¹ 求是网.《健全数据作为生产要素参与收益分配机制》.

http://www.qstheory.cn/llwx/2019-11/27/c_1125278764.htm. 2019.

² Viktor, M. S., & Thomas R. 2018. Reinventing Capitalism in the age of big data[M]. 李晓霞, 周涛, 译. 北京: 中信出版集团股份有限公司, 2018(1): 146-147.

标价格宣布对其收购,这又是一次数据资产的成功实践,随后 Facebook 收购 Instagram 以及 WhatsApp,亚马逊收购 Wholefoods 等等诸如此类利用互联网企业享有的数据进行估值的案例屡见不鲜。

近年来,各家上市的互联网电子商务企业在均有流量支持交易的发生,2020年,根据中国各大互联网电子商务企业披露的2019年年报,阿里巴巴与优酷、腾讯与京东、京东与爱回收等等较大体量的互联网电子商务企业均有着互相提供一级入口资源的信息服务的业务发生,由此可见利用数据资产进行流量支持交易,这一互联网行业的新型交易模式,在各互联网电子商务平台的投资模式中屡见不鲜。

数据资产的应用一方面为大量优质互联网企业在上市与并购中的估值提供了重要助力作用,另一方面部分互联网公司为了实现融资,提高自身价值,不择手段的将自身数据资产进行盲目扩张。正如浑水公司(Muddy Water)针对前美股上市公司瑞幸咖啡(LK.US)的做空报告中指出,其利用虚构咖啡券交易数据的手段,进行虚假交易,以达到虚增收入的目的。¹

同时数据资产作为一种用于交易的新型资产,现有审计监管的制度与研究具有一定的滞后性,使得数据资产具有一定风险。如何防止互联网企业利用其数据资产的特殊交易模式与资产认定标准高估资产、收入,从而影响其财务报表的真实性与公允性,这就要求审计人员在审计互联网行业时针对错综复杂且不断更新的互联网特殊交易进行识别并针对其特有风险实施相应的审计措施。

7.导论内容提示:该部分主要用于阐述文章研究的问题在当前的社会、经济、文化下的现状,可以从案例所属行业现状以及所研究具体问题的提出进行背景描述。

¹ 浑水公司. 瑞幸咖啡: 欺诈+存在根本性缺陷的业务. <https://zhuanlan.zhihu.com/p/105158752>. 2020.

1.2. 研究意义

1.2.1. 理论意义

数据资产进行流量支持等相关交易的研究中，国内研究相对较晚，与更新较快的互联网企业商事环境存在一定的脱节现象，且绝大多数研究仅止步于数据资产有关交易的管理与估值层面，并未进一步深入到该交易的审计层面进行讨论。这导致在我国现阶段对于数据资产“流量支持”业务的审计仅停留在实务层面，欠缺相关文件与研究对该种交易进行讨论，

本文从数据资产审计监管的角度入手，突破了现有研究中仅注重于从企业角度对数据资产管理与交易研究的片面化，重在解决数据资产这一新型交易标的的审计监管难题。同时本文将从数据资产交易的具体模式——“流量支持交易”——入手，突破了现有研究仅注重数据资产交易概念研究过于抽象的局限性。现阶段数据资产审计的准则与规定较少，这使得数据资产审计的具有较大的研究空间与可探讨性。本文亦参考并研究了计算机领域的有关研究成果，从数据资产本质的数据属性对数据资产交易的审计风险进行分析。

1.2.2. 现实意义

但研究的滞后性使得大量为互联网行业提供审计服务的专业人员，只能凭借着对于现有的科目的审计方法与经验对数据资产这一新型交易标的物进行测试，使互联网企业数据资产交易中的特性难以得到识别，应当在实务中对数据资产的审计风险与应对方法加以重点关注。

8.研究意义内容提示：
该部分主要用于阐述本文的研究意义所在，具体可以从理论意义与现实意义进行阐述。首先，在理论意义上应当表明，研究对于现有理论发展有何贡献，是否是对于新领域新问题的研究，或是否属于对于现有理论的深入研究。其次，在现实与意义上应表明，研究对于解决实践中的实际问题的贡献何在以及如何以理论知道实践。

本文将以 A 企业的审计实务为例，分析 A 企业数据资产流量支持交易中审计对象因素、审计主体因素以及宏观因素造成的审计风险，并利用收益现值法等具体方法对 A 企业数据资产流量支持交易的真实性、完整性、存在与发生、计价与分摊各类实质性测试，内部控制审计程序以及披露提出具有针对性的改进方案。

2. 相关概念与国内外研究现状

2.1. 数据资产的定义

根据我国现行会计准则的规定，“资产是指企业过去的交易或者事项形成的、由企业拥有或者控制的、预期会给企业带来经济利益的资源。由企业拥有或者控制，是指企业享有某项资源的所有权，或者虽然不享有某项资源的所有权，但该资源能被企业所控制。预期会给企业带来经济利益，是指直接或者间接导致现金和现金等价物流入企业的潜力。符合准则规定的资产定义的资源，在同时满足以下条件时确认为资产：①与该资源有关的经济利益很可能流入企业；②该资源的成本或者价值能够可靠地计量。”¹数据作为企业长期积累下来的一种资源，由企业过去的交易或者事项形成，并且长期存储与企业的记录中，由企业拥有并控制。在大数据的背景下，计算机对于数据的处理能力不断增强，曾经看似无用的数据，逐渐得到了重视并被企业所运用，数据通过其蕴含的信息，足以给企业带来可靠的经济利益。

对于数字资产的定义，Glazer(1993)率先强调信息本身是有价值的，提出数据作为一种资本的独特价值。Moody 和 Walsh(1999)创造性地提出应对数据资本进行估值，并提出数据资本的估值由信息的采集成本、信息的管理成本、信息的质量三部分决定；Viktor Mayer-Schönberger(2018)在大数据的背景下分析了数据的资产属性，并认为数据作为一种资本被识别并进行流通是一种未来的趋势。

在国内彭蓓(2006)首先提出了账外资产的概念并结合无形资产的处理分析了账外资产的运作模式。崔国钧(2006)提出数据应当被认定为一种资产，且其属性是无形资产延伸。向显湖(2014)从公司战略的角度提出要重视表外无形资产与无形资产的利用。郑姗姗(2015)将表外无形资产并入企业资产负债表中，对广义的无形资

¹ 《企业会计准则——基本准则》（财政部令第 33 号）第二十条.

产采用 CIA 法和 AHP 法进行估值。李春秋与李然辉(2020)指出数据资产与无形资产具有明显不同，数据资产不因使用而价值减损，反而随着数据的使用，其价值增加。秦荣生(2020)指出运用数据资产是企业数字化的核心所在，应当从结构化的数据与非结构化的数据两方面对数据资产进行认定与管理。

2.2 数据资产的交易与定价

在国内数据资产交易与定价研究中，刘洪玉等学者(2015)结合鲁宾斯坦模型的竞标机制，率先对数据资产交易进行定价估算。张志刚(2016)从数据资产获取成本的角度，对数据资产构建了评估模型，并应用于实践。王玉兰(2018)通过层次分析法对数据资产的估值构建了评估模型。左文进(2019)详细分析 AHP 法在数据资产交易与估值中的运用，并运用实例构建数据资产结构估值模型。刘阿千(2020)从区块链的角度，对数据资产交易体系的构建进行了研究，并提出了构建数据资产交易平台的应用情景。孙晓璇与赵小明(2020)从计算机算法的角度，运用洛伦兹变换与 Page Rank 算法，对数据资产的初始价值进行估值，并分析该方法的适用范围。崔恒志等学者(2021)从数据资产交易的底层逻辑入手，将数据资产交易分为管理、质量监测、共享服务体系构建三个维度，利用 DataWorks、Datahub、DataQ 等组件构建数据资产交易中台，并编写相应 SQL 字段模拟数据资产交易。赵丽与李杰(2021)在总结国内外数据资产定价模型的基础上，提出数据资产“讨价还价”模型的定价策略，并利用该模型评估 1994 年至 2020 年金融大数据的定价策略。

随着中国互联网电子商务行业的兴起与日益勃发，部分会计事务所对于针对中国数据资产交易的研究开始起步。德勤中国与阿里研究院(2019)分析了数据如何转化为资产，以及数字资产价值的实现方式，并结合国际众多案例，对企业的财务管理与数据资产的估值进行研究。毕马威中国与阿里研究院(2020)从物联网的角度，结合数据产业发展、个人信息保护、数据安全三方面对数字经济与数据资产的生态治理进行讨论。

在我国互联网企业数据资产交易中，最为常见的表现形式便是利用数据资产“流量支持”交易。“流量支持”(Traffic Support)是指，互联网企业利用其平台页面流量，为被投资公司免费提供入口资源，并享有被投资股权。对于数据资产流量

支持项目的研究，国内的会计及财务管理的研究刚刚起步，高靓君(2015)根据京东与腾讯的股权投资交易模式，在中国率先提出企业“流量支持”的交易模式，并结合美国 GAAP 会计准则对该交易模式进行对比分析，李寿喜(2017)进一步拓展了“流量支持”项目的研究，同时将流量支持拓展到其他情景，并引入国际会计准则进行对比分析。

由此可见，数据作为一种资源，仅需要满足成本能够可靠计量后便可以认定为一种资产，而如何对数据进行可靠地计量，便成为了数据资产化重的重要一步。同时在立法层面，我国现行法律尚未明确数据所有权的归属，种种障碍导致长期以来在互联网企业数据资产作为一种游离于资产负债表外的资源存在于企业之中，并通过交易的对价、企业整体的估值、平台的宣传等方式在企业实践中发挥着重要价值。

9.内容提示：该部分主要用于阐述文章中所涉及问题的研究现状与不同观点争议，以及对于基础概念性问题的其他学者现阶段的研究成果。在选取文献时应当注重文献的时效性与权威性。在文献回顾的基础上讨论现有研究的局限性，同时结合本文的研究成果探讨本文研究的创新性所在。

特别说明：

建议引用不要用脚注的形式，而用（中文作者全名/英文作者姓氏，文献发表年份）或者是将作者名放入正文，然后在引用后面加（文发表年份）。脚注的用途是用于对于不是特别重要的术语、方法等进行补充说明的，和引用不能混淆。

3. A 公司及其数据资产业务现状

3.1 A 公司简介

A 公司，是一家总部位于中国，2014 年在美国纳斯达克证券交易所挂牌上市并于 2020 年在香港上市的互联网电子商务企业。截止到 2020 年 A 公司(集团)共有员工十余万人，A 公司所运行的 B 电子商务平台常年位居国电子商务平台前 5 名，2019 年 10 月，在福布斯全球数字经济 100 强榜排名前 50。¹B 电子商务平台主要运营线上 B2C 商业模式，兼具商家入驻与自主经营两种商业模式，同时在中国部分一二线城市有线下零售实体商铺，其主要业务为利用电子商务平台提供交易服务，业务范围遍及中国各地域。

A 公司的电子商务交易收入来源包括：1. 产品销售贸易收入；2. 广告信息服务收入；3. 虚拟店铺出租费用；4. 金融服务收入；5. 仓储物流收入等。其中以“产品销售贸易收入”与“第三方信息服务收入”为主要收入来源，该两项收入约占总主营业务收入的 63%。第三方信息服务收入主要用于核算企业平台入口服务、信息技术服务、平台店铺租赁服务、广告等与数字信息流量相关的收入，其中不乏大量的由企业表外的数据资产产生的收入。

2020 年受新冠疫情的影响，A 公司的家电等大件商

10. 内容提示：在单一案例研究中，本章节主要用于介绍案例主体的基本概况。具体可以从实体的基本信息进行介绍。目的是使读者对于案例实体有宏观的了解。在介绍实体基本信息的过程中，具体可以用到以下指标对实体概况进行描述：

(1) 实体是否上市及其所属行业；(2) 实体在行业中的排名；(3) 实体的业务构成与主营业务；(4) 实体近年收入及变化等其他财务数据。在选择案例的过程中尽量选取在行业中具有重要性的企业，或者对于研究选题具有代表性的企业。在描述的过程中应当以数据进行支撑，可以适当插入图表对指标进行描述。

¹ 福布斯中国. 《2019 福布斯全球数字经济 100 强榜》. <http://www.forbeschina.com/lists/1724>. 2019.

品销售业务严重回落，但日用品等零售商品的销售量将往年同比增长，其供应链业务、健康辅助诊疗业务以及数据化云计算业务在新冠疫情下发挥了其独特的优势。2020 年年中期业绩报告显示，该企业 2020 年第二季度净收入同比增长约 34%。

1

3.2 A 公司数据资产流量支持交易模式

以 A 公司 B 电子商务平台为代表的互联网电商企业，通常利用自身平台的页面访问量（Page View，以下简称“PV”或“访问量”）、独立访客（Unique Visitor，以下简称“UV”或“访客量”）、订单量（Gross Merchandise Volume，以下简称“GMV”）等数据资产作为自身的表外资产，进行估值后用其未来收益权或平台入口资源作为对价的一部分与被投资公司进行流量支持股权交易。该部分数据资产的价值由第三方机构进行评估，或由该项股权投资计划中的其他资产的实际价值与投资公司占被投资公司的股权进行推导。

在早期，由于数据资产的定性相对模糊，企业常常为合乎会计准则本着便于交易的原则，时常将其以数据资产为基础的流量支持业务，通过“无形资产”(Intangible Assets)科目进行核算，例如 2014 年 3 月，京东与腾讯的股权交易中，双方依据美国 GAAP 准则，互相对对方提供入口资源进行流量支持模式投资，根据有关披露可以推断该交易的具体会计处理为：

借：银行存款(Cash in Bank)
 长期股权投资(Long-term Investment)
 无形资产(Intangible Assets)
贷：股本(Share Capital)
 资本公积(Capital Surplus)

其中“无形资产”科目用于核算用于交易的数据资产价值。

随着人们对数据资产认识的不断深入，实务中与学术上认识到，数据资产的所有权难以认定，且较难与企业的具体业务相划分，对于流量支持投资中的数据资产，越来越多的实务界人士认为该数据资产的价值应当通过其未来的交易价值

¹ 数据来源，A 公司 2020 财年第二季度及中期业绩报告。

得以认定，并在账面上归集为“递延收益”(Deferred Revenue)或预收账款(Customer Advanced)科目进行核算。¹

该业务在企业中的具体账务处理为：

借：长期股权投资(Long-term Investment)

贷：递延收益(Deferred Revenue)/预收账款(Customer Advanced)

银行存款等 (Cash in Bank/Other Assets)

根据 A 公司的核算政策，在 A 公司以数据资产为基础的“流量支持”投资核算中，采用以“递延收益”科目核算其用于投资的数据资产价值。该递延收益在后期的摊销中，其摊销额将通过未来期间中的主营业务收入进行核算。

在 A 公司的流量支持投资中，A 公司于 2019 年 7 月与 T 公司签订《业务合作协议》，双方约定：① A 公司向 T 公司支付交易对价银行存款人民币 400,000 元；② A 公司在合作期限（5 年）内向 T 公司在 B 平台上经营 T 公司相关业务提供一级入口资源；③ A 公司在 B 平台上免费为 T 公司开设 T 公司店铺。合作期限为 5 年，T 公司在评估了该一级入口资源的价值，将其 10%的股权转移给 A 公司。双方具体交易模式如下图所示：

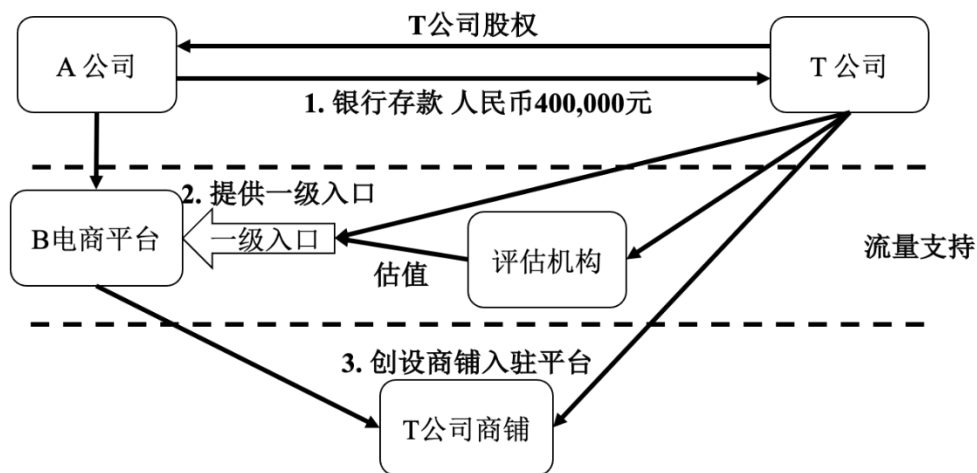


图 1 A 公司与 T 公司股权交易结构图

其中对于 B 电商平台的一级入口资源，并不直接反映在 A 公司的资产负债表上，其价值为基于 B 电商平台流量数据（PV、UV、GMV 等）并结合该入口和计

¹ 由于中美会计准则的差异，根据中国先行会计准则，该“流量支持”交易中涉及的数据资产无法通过“递延收益”科目进行核算，学界普遍认为在中国对于上述交易应当通过“无形资产”或“长期待摊费用”科目进行相应核算。

费规则（CPC¹、CPA²、CPM³等）核算的流量价值，即 A 公司所控制的数据资产资源。该部分一级入口资源的价值由 T 公司转让给 A 公司的股权份额，与其他投资者的实际出资所占份额进行倒推，间接在企业资产负债表中通过“递延收益”科目与“主营业务收入”科目进行核算。

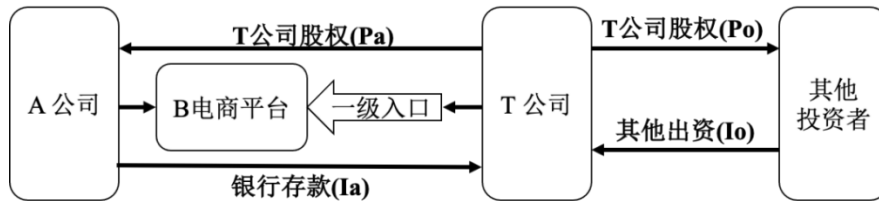


图 2 B 电商平台一级入口的价值推导逻辑

一级入口的资源价值为: $Value = (Io / Po) \times Pa - Ia$

其中，Io——其他投资者出资的资产；

Po——其他投资者所占 T 公司份额；

Ia——A 公司此次出资的表内资产；

Pa——A 公司此次投资所占份额。

A 公司对此次投资的账务处理为：

借：长期股权投资	(Io/Po)×10%
贷：银行存款	400,000
递延收益	(Io/Po)×10%-400,000

后续摊销采用年限平均法进行摊销，每年摊销递延收益总额的 20%，双方合作期限到期后，若无合作协议的更新，该递延收益摊销完毕。

其每年的摊销会计处理分录为：

借：递延收益	[(Io/Po)×10%-400,000]/5
贷：其他业务收入	[(Io/Po)×10%-400,000]/5

¹ 平均点击消耗，Cost Per Click，简称“CPC”，互联网行业中的按点击进行收费的一种广告模式。商家（广告主）是根据用户点击广告的次数进行付费。

² 每次行动成本，Cost Per Action，简称“CPA”是一种广告计费模式，按照行为（Action）作为指标来计费。

³ 千人展现成本，Cost Per Mille，简称“CPM”，是一种媒体或媒体排期表（SCHEDULING）送达 1000 人或“家庭”的成本计算单位。

同时根据投资时认定的该长期股权投资的计量方法,采用成本法或权益法对相关长期股权投资进行调整。

从 A 公司向美国 SEC 披露的 2019 年年报来看,其该年度共发生至少 4 项权益性投资(Equity Investment)与流量支持投资有关,累计共有 7 项权益性投资与流量支持相关。基于数据资产流量支持投资确认的递延收益总额约为人民币 25.4 亿余元,较前一年度相同对比期增长 12.2 亿元,同比增长 91.7%,约占递延收益科目总额的 50.1%。¹

11.内容提示:该部分主要结合文章研究的问题与案例体的实际情况进行描述。具体可以从年报入手分析研究对象在案例体财务报表中某一科目的占比,研究的问题在报告期间发生的频率等方面进行描述。

¹ 数据来源:根据美国 SEC 网站公布的 A 公司 2019 年年报整理。

4. A 公司数据资产交易审计风险与原因分析

4.1 A 公司数据资产交易的审计风险

4.1.1 A 公司数据资产的实质性审计风险

(1) A 公司数据资产存在与发生的审计风险

在 A 公司的“流量支持”交易中，A 公司与被投资公司的交易模式十分复杂，从交易双方的合同不难看出，该“流量支持”的交易对价具体表现为双方实际交付的现金，但不难发现该笔现金远远无法反映此次交易中 A 公司享有被投资公司的实际权益份额，故其余产生的大量溢价实际产生于 A 公司向被投资公司提供的一级入口流量资源，因此该一级入口资源作为表外资产，在合同中并不以对价的形式进行呈现，而是以 A 公司的承诺的入口资源条款进行约定，由此造成企业以及审计师难以从众多的股权交易中将数据资产流量支持交易进行区分识别，因此对识别 A 公司数据资产流量支持交易的存在与发生造成了一定的审计风险。

(2) A 公司数据资产准确性、计价与分摊的审计风险

A 企业在其以数据资产为基础的“流量支持”模式投资中，一级入口资源的价值以被投资公司其他投资者的出资与所占权益倒推，可能存在 A 公司与被投资公司并未实质对于该一级入口资源的价值进行评估的现象，因此账面确认的“递延收益”科目难以确认其入账价值是否公允，从而在后期对于递延收益进行摊销的过程中，很容易高估摊销递延收益所产生的收入。因此交易双方认定的数据资产资源价值是否公允，对于企业收入及递延收益的认定造成了一定的审计风险。

4.1.2 A 公司数据资产内部控制的审计风险

A 公司的数据资产以数据作为基础，但数据的特性便是：数量庞大、种类多样、更新速度快、价值密度低。在数据资产进行估值或交易的活动中，为了防止

数据重复、数据混杂、数据失效以及低价值数据被忽视对于企业的内部控制提出

了全新的挑战，同时基于资产负债表表内资产的传统内部控制理论已经无法适应新型资产的要求，如何对企业的数据资产进行时时有序的管理，保障企业数据资产价值与数量的真实，对企业内部控制有着一定的审计风险。

4.1.3 A 公司数据资产披露的审计风险

由于数据资产属于表外资产，其披露程度具有高度任意性，从 SEC 的官网可见，在 2018 年前 A 公司发布的年报(20-F)中，A 公司均未对其当年发生的数据资产交易进行披露，2018 年后才开始在递延收益科目及附注中对该交易进行披露，但依旧难以实现全面披露，且由于准则未作明确规定，A 公司与其同类型的其他电子商务企业如阿里巴巴、京东、拼多多等对该交易的披露位置各不相同，且披露程度也具有明显差异。可见，此类特殊交易由于其产生较晚，各准则下对该交易均具有滞后性，其信息难以被投资者全面了解，故在披露层面，A 公司的数据资产流量支持业务存在一定审计风险。

4.2 A 公司审计风险分析

4.2.1 审计对象因素

(1) A 公司所属行业与业务具有超前性

A 企业为互联网电子商务企业，该行业交易模式依托互联技术升级而变化，因此在互联网计算机技术飞速发展的当下，互联网企业的交易模式更新极快，几乎每年都会针对互联网最新的行业动态进行其交易模式的革新。但该行业交易技术的革新是超前的，在互联网领域内所以依据的会计准则、内部审计准则、相关法律法规以及行业内部控制所依据的理论基础等依托具有一定的

12. 内容提示：该部分将案例实体所存在的问题按照实质性审计程序、内部控制审计程序以及披露共三个维度，对案例实体存在的研究问题进行拆分，总体阐述案例公司存在的审计风险。在研究的过程中可以适当结合事务所在审计报告中披露的关键审计事项等途径进行分析。

滞后性。由此造成了互联网电子商务行业企业的有着较高的审计风险。

互联网电子商务行业作为超前发展的行业，本质上结合了传统商业贸易以及互联网技术的特征。在其交易中大量使用互联网信息技术有关术语与概念等理解难度较大的核算方法，因此更容易造成技术、财务、内部监督等部门的信息不对称，从而使互联网行业的审计风险大幅度提升。

(2) 数据资产交易业务具有特殊性

对于互联网行业近年新兴的以数据资产为基础的交易模式，无疑使互联网行业电子商务企业的审计风险再次大幅度提升。数据资产由于其本身具有无实体性的特点，难以直接通过其生产成本以及加工成本衡量其价值，因此在数据资产的交易过程中，如何对数据资产进行准确估值变成了数据资产运用的重点，从企业管理的角度上看，企业为了提更自己的价值，增加自身所控制的资产，存在通过各种方法高估本企业控制的数据资产的价值的可能性。

由于准则制定的相对滞后性，数据资产难以在资产负债表中体现，因此在个别交易中，数据资产时常直接或间接的在个案交易的合同中发挥其价值，难以直接通过企业的资产负债表或利润表进行反映，当前主流的以资产负债表为基础的审计模式，难以涉及企业表外资产，因此造成了审计人员对数据资产审计的难度。同时企业在投资中利用的数据资产又会通过“长期股权投资”、“递延收益”、“商誉”等科目体现，因此防止企业通过高估其数据资产的价值而间接的高估企业的表内资产以及收入，便成为了对于拥有数据资产互联网企业审计的重中之重。

4.2.2 审计主体因素

(1) 审计人员的专业能力具有局限性

作为财务报表审计，审计人员大多为财务背景出身的专业人员，对于企业互联网信息技术相关知识相对缺乏，有关技术术语、概念、操作方法等事项，需要依靠被审计企业进行解释，这使得审计人员在审计工作中陷入被动。

在数据资产“流量支持”模式下，大量互联网平台运行的相关概念与企业的股权交易模式并存，其数据统计、结算收付系统大量采用信息技术工程师定制或单独搭建的系统与平台，专业化的审计师难以同时从财务报表、合法性、流量数据的真实性同时对此类交易进行认定。由此对于互联网电子商务行业审计师的专业胜

任能力具有极大的挑战。存在一定专业胜任能力上的审计风险。

(2) 数据资产审计方法与审计程序存在优化空间

A 公司做为互联网企业，对 A 公司审计既应当顾及到针对其与其他传统商贸企业相同的固有风险，采用传统审计方法与流程，同时也要对 A 公司所涉及的互联网企业的特殊风险，专业审计人员多年的审计经验无法应对日益更新的互联网企业运作模式，旧有的传统商业贸易企业的审计策略与审计流程无法针对性的解决互联网电子商务行业内的特有风险。

在数据资产“流量支持”模式的投资下，以数据为虚拟资产计算递延收益作为对价进行权益投资，相较于于传统的投资循环具有颠覆性的，对于此类新型交易模式，必须采用特殊审计流程，对于传统审计方法、审计工具、审计流程进行优化。因此面对互联网电子商务企业的特殊风险倘若依照传统审计方法与审计流程，必将提高相应的审计风险。

4.2.3 宏观环境因素

(1) 有关准则、法律法规具有滞后性

我国现行会计准则尚未对数据可否作为资产进行规定，数据常常处于企业资产负债表之外的灰色地带，尚无权威定论或标准化审计规范，在学术上与实务中，对于数据是否可以认定为企业资产仍然存在较大的争议，正是由于这种滞后性，给企业带来了困扰，但同时也给企业带来了巨大的机会，因此如何对互联网企业的数据资产进行审计，审计师只能在探索中进行实践，在有限的审计期限内针对不同企业对于数据资产的不同核算方法进行识别，造成了较大的审计风险。

13. 内容提示：该部分针对前文所提到的案例公司的审计风险，从各影响审计质量的因素入手对案例公司存在的审计风险进行成因分析。本文采用审计对象因素、审计主体因素以及宏观环境因素进行分析，在实际撰写论文的过程中亦可从其他维度进行分析。

(2) 国际形势对于在美上市的“中概股”影响难以预测

A 与我国大多数互联网电子商务企业一样，在美国纳斯达克证券交易所挂牌上市。2020 年初，瑞幸咖啡(LK.US)与爱奇艺(IQ.US)相继被做空公司做空，美国证监会(SEC)宣布对“中概股”进行全面重点的审查，由于数据的资产属性无论在中国或是在美国均存在争议，虽然 Google、Facebook、Amazon 等总部在美国的实体均曾多次利用其数据资源提升其市场估值，但美国 GAAP 准则与 PCAOB 协会迟迟未对数据资产的给出权威的认定标准。因此在 SEC 对于“中概股”的审查中，中国互联网企业中常用的数据资产“流量支持”模式势必将成为互联网电子商务企业审计认定与识别的重点与难点。

4.3 现行审计程序与其局限性

在美国，SEC 已针对全部在美上市的互联网企业提出要求，要求其在财务报表中递延收益科目单独列示其对有关投资的关联方享有的流量支持收益¹。但在我国，由于准则的差异我国大陆与香港尚未对流量支持等相关业务进行规制。

从实质性审计程序看，在现行的审计程序中，对于此类数据资产交易，多数审计师采用以下审计程序对互联网行业数据资产流量支持交易进行审计，1. 类比无形资产以及商誉的审计方法对数据资产交易模式进行审计；2. 引入第三方评估机构对于被审计实体的数据资产进行估值并通过长期股权投资科目进行审计；3. 通过未来期间内递延收益的摊销额倒推其数据资产流量支持的价值。

上述三类审计均为未重视数据资产流量支持作为一种互联网行业的特殊交易，其底层资产为数据的特殊属性，以偏概全的运用现有的资产审计方法，对数据这一新型资产进行审计。同时现有审计程序大多仅针对被审计实体数据资产进行实质性测试，未针对其内部控制以及相关披露构建完整的审计程序，其审计程序具有明显局限性。

从披露层面看，由美国 SEC 网站的公开数据可知，大多在美上市的中国互联网电子商务企业，均对于其数据资产流量支持业务有着或多或少的披露，如阿里

¹ 披露部分原文：Amounts in relation to traffic support, marketing and promotion services to be provided to related parties.

巴巴的年报中，将其流量支持业务披露于重要会计政策附注中收入认定中的成员费部分，京东则直接将其流量支持交易在递延收益附注中列示为流量支持部分，作为特殊交易进行单独披露，拼多多则将该部分业务认定为关联方交易，在关联方附注中以客户预付款的形式进行披露。可见，由于对于互联网电子商务企业流量支持业务披露规则认定的没有明确的规定，造成各大互联网电子商务企业均对于该特殊尚未形成统一的披露规则，很容易造成互联网电子商务企业利用该特殊交易的灰色地带对其交易进行掩饰的隐患。

14. 内容提示：该部分对案例公司的现行审计程序进行评析，在研究的过程中，可以通过事务所在审计报告中披露的对于关键审计事项采用的审计方法进行研究并分析现有审计程序的局限性与成因，同时引出下文对于现行审计程序的改进方法。

5. A 公司数据资产审计风险的应对措施

5.1 针对 A 公司数据资产“流量支持”交易的实质性审计程序

5.1.1 对于数据资产“流量支持”投资进行全面审查提高审计风险

数据资产“流量支持”由于存在理论争议，是互联网企业投资中的审计重点与难点，且互联网行业企业每年运用数据资产进行投资的业务数量相对有限但规模重大，因此应当对被审计单位的数据资产“流量支持”投资进行全面审计，对于涉及“流量支持”投资的每一笔数据资产交易进行全面抽凭，并获取相应数据资产交易的合同，对涉及数据资产流量支持的项目实现全面审计，同时应当对于该项资产进行重点审计，相应提高长期股权投资、递延收益、无形资产、商誉等与数据资产流量支持相关科目的审计风险水平。确保被审计实体的每一笔数据资产交易均符合市场公允，以防数据资产的价值被过于高估。

5.1.2 对 A 公司数据资产的准确性、计价与分摊进行测试

对 A 公司数据资产“流量支持”业务进行审计，首先要对用于投资的一级入口资源的公允价值进行评估。

在传统表外无形资产价值评估中主要常用的方法包括收益现值法、CIA(Calculated Intangible Value)法和 AHP(Analytic Hierarchy Process)法。由于后两种方法对于客户内部信息的需求量极大，且对于表外无形资产未来超额收益的预期需要结合公司管理的远期战略进行评估。因此审计师作为独立第三方，在数据资产审计的角度上，CIA 法与 AHP 法的操作难度极大成本过高，审计师可以采取收益现值法对于表外无形资产的公允价值进行匡算。

对于 A 公司与 T 公司交易中涉及的一级入口资源进行公允价值匡算时，首先审计师从 A 公司平台管理系统调取该一级入口的流量数据，假定在投资日前该入

口的每日平均 PV 为 100,000,000 次，计费规则为 CPC。审计师根据该一级入口近年 PV 及 CPC 增长率建立模型，对于该一级入口合作期限内（未来五年）每年的收益进行匡算。

具体公式如下：

$$Pt(n) = P(n) \times (1 - 25\%)$$

$$P(n) = PV_0 \times (1 + R_1)^n \times CPC_0 \times (1 + R_2)^n$$

其中， $Pt(n)$ ——该一级入口资源第 n 年的税后收益；

$P(n)$ ——第 n 年该入口产生的收益；

PV_0 ——投资日前该年度的平均页面访问量；

R_1 ——根据历年数据计算的数据资产平均增长率；

CPC_0 ——投资日前概念年度的平均点击消耗；

R_2 ——根据历年数据计算的 CPC 年平均增长率。

根据往年数据，该一级入口 PV 平均增长率约为 12%，CPC 平均增长率约为 9%，该平台收益使用所得税税率为 25%，由此得出该一级入口未来 5 年的税后数据资产流量收益 $Pt(n)$ 如下表所示：

表 1 A 公司“流量支持”合作期内流量数据匡算

	Y0	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
PV(n)	100,000,000	112,000,000	125,440,000	140,492,800	157,351,936	176,234,168
CPC(n)	0.005	0.006	0.006	0.007	0.007	0.008
P(n)	500,000	672,000	752,640	983,450	1,101,464	1,409,873
Tax(n)	125,000	168,000	188,160	245,862	275,366	352,468
Pt(n)	375,000	504,000	564,480	737,587	826,098	1,057,405

由于 A 公司为在美上市的互联网电子商务公司，审计师可以从第三方平台调取阿里巴巴(BABA)、京东(JD)、唯品会(VIP)等多家与之同行业的对标公司计算该行业杠杆性贝塔系数的平均值，并结合该企业的股权风险溢价，匡算出该企业的加权平均资本成本与折现率，对该一级入口将来的收益进行折现。具体公式表述如下：

$$\text{Present Value} = \sum Pt(n) \times (P/S, i, n)$$

$$\text{Fair Value} = \text{Present Value} + \sum A(n) \times 25\% \times (P/S, i, n)$$

其中， Present Value ——该一级入口未来收益的现值；

I——根据行业平均杠杆性贝塔系数计算的 A 公司加权平均资本成本；

Fair Value——该一级入口资源的公允价值；

A(n)——第 n 年该平台递延收益的摊销额。

上述现值经过摊销税收调整后即为 A 公司与 T 公司投资中所涉及的一级入口的公允价值，与交易中确认的递延收益进行核对。

5.1.3 通过专业团队对 A 公司数据资产的存在与发生进行测试

数据资产依托企业所享有的数据，因此必须保障数据的真实性。审计师应当从被审计该公司享有的数据的真实性、准确性、时效性综合对被审计单位的数据资产进行认定。在进行电子商务行业数据资产审计的过程中，应当由审计人员亲自从被审计单位的数据库中调取原始数据，或通过第三方互联网数据统计机构，对于被审计公司的平台流量等数据进行调取，确定数据后进行数据资产审计。

由于近年数据资产交易的中涉及的数据量极大，在大数据审计技术提升的条件下，审计师可以在审计团队中派驻具有计算机技术背景的审计人员，创新审计方法，优化审计工具，利用大数据-信息技术对于被审计实体用于交易的数据进行全面识别，从被审计实体的底层程序入手，实现数据资产的全面审计。

承担审计任务的会计师事务所，应当安排专业人员组建专门审计团队对于互联网电子商务行业企业进行审计，并对于该互联网行业审计团队进行针对性的培训，使互联网行业的专门审计人员具有互联网行业的基础知识，了解互联网行业的相关概念、术语。在互联网电子商务行业的专门审计团队中，可以引入具有互联网专业或工作背景的审计人员，增强互联网行业专业团队的专业胜任能力。

同时，对于数据资产“流量支持”业务，是以数据资产作为对价进行权益投资，其本质上不违背会计准则的规定和逻辑，仅是权益投资在互联网行业中的应用。因此，加强审计人员对基础业务审计能力的运用，有利于增强审计人员对同一业务模式在不同业务场景的应对能力，有助于提高审计人员的专业胜任能力。

5.2 针对 A 公司数据资产内部控制有效性的审计

5.2.1 提高企业数据存储的内部控制审计水平

对于企业的数据资产进行运用，本质上是对于企业所享有的数据进行管理。

审计师应当对于被审计单位的数据资产的储存技术与储存介质进行审查。审计团队中应当由具有信息系统审计能力的审计师，通过信息审计系统，对于被审计单位的数据储存与写入介质进行信息系统系统审计，检查该系统运行是否存在漏洞以及被篡改的可能性，确保实体数据资产交易运行过程中的内部控制的有效性。

5.2.2 加强对企业数据资产财务管理模式的审查

审计人员应当通过询问、观察、检查等方法对被审计单位数据资产的管理模式进行穿行测试。从数据资产的数据属性与资产属性两方面，审查被审计单位数据资产管理的合法性、有效性、适宜性，通过企业数据资产交易中心平台，检查相关字段，并将数据资产的审计作为企业投资环节的重点部分进行审计。

由于审计准则的滞后性，在对于互联网企业数据资产审计的实务中，审计师可以类推适用对无形资产内部控制审计的相关原则与方法，对被审计企业的数据资产内部控制管理制度进行穿行测试，同时要注意到被审计单位数据资产与传统无形资产相比较的特殊性，对企业的内部控制进行有针对性的穿行测试。

5.3 针对数据资产审计的宏观披露监管

首先，应当加快会计准则与审计准则中对于数据资产认定。数据资产估值后作为对价进行交易在实务界十分普遍，将企业享有的数据作为资产符合“大数据时代”重视数据的发展趋势，将这种实务当中常作为对价使用的资产进行正规化，使数据资产审计有相关准则作为依据，有利于规范行业内对于数据资产的核算的规范化，也有利于规范审计师对于数据资产认定以及企业数据资产内部控制审计的方法与程序。

其次，应当规范企业数据资产披露制度。数据资产作为表外资产其产生具有超前性，应当设立数据资产的信息披露制度，增强企业数据资产交易的透明度，要求企业对其享有的数据资产的体量、种类以及交易模式进行披露，以防企业滥用其数据资产进行违规交易，使数据资产的交易在监督下进行。

最后，应当加强第三方对企业数据资产核算与估值制度。对数据资产不能仅仅依靠企业自身数据以及审计师以及网络流量测算，社会第三方应当加强对互联

网平台流量数据的监管，在审计过程中，应当引入第三方力量对于被审计单位数

据资产的公允价值进行大数据测算，使被审计单位的平台流量等数据得到第三方的真实性确认以及公允估值，以便审计师对被审计单位的数据资产交易专注与资产负债表以及企业内部管理，进行财务及内部控制上的专项审计。

15.内容提示：该部分结合前文对案例公司提出的审计风险进行分析，在研究过程中可以针对研究的问题，从跨学科的角度对寻求解决方案，如本文在研究数据资产“流量支持”审计的过程中，结合数据资产估值、计算机算法审计、数据资产财务管理等方面的研究与技术，对于案例公司数据资产交易现行审计程序进行优化，提出相应的解决措施。

6. 研究结论与启示

在大数据时代，数据对于企业的意义愈发重要，企业将数据作为自身的资产的趋势是必然的。与之相对的便是企业如何合理合规的运用其数据资产，因此，数据资产审计应运而生。对于互联网电子商务行业数据资产的审计从制度、方法、程序以及人员配置上均有着大量的改善空间，应当从该流量支持交易的审计风险识别、实质性测试审计程序、内部控制审计程序以及披露程序构建系统完整的审计程序。其审计风险与相应的解决措施如下表所示：

16.内容提示：该部分总结全文，提出研究的结论与启示。在总结的过程中可以通过表格的形式对问题与结论进行一一匹配的呈现，给读者更为直观的感受。同时在此部分可以对文中研究的局限性与不足之处进行总结，并未将来的研究者提供继续发掘与深入研究的启示。

表 2 数据资产流量支持审计风险成因与解决措施

风险成因	相关审计程序	解决措施
A 公司所属行业与业务具有超前性； 数据资产交易业务具有特殊性。	审计风险的识别	对于数据资产“流量支持”投资进行全面审查。
审计人员的专业能力具有局限性	实质性审计程序	通过专业团队对 A 公司数据资产完整性、存在与发生进行认定。
数据资产审计方法与审计程序存在优化空间； 数据资产估值存在的审计风险。		利用收益现值法对 A 公司数据资产的准确性、计价与分摊进行测试。
数据资产内部控制存在的审计风险	内部控制审计	提高企业数据内部控制的审查水平 加强对企业数据资产财务管理模式的审查。
有关准则、法律法规具有滞后性； 国际形势对于在美上市的“中概股” 影响难以预测。	披露	加快会计准则与审计准则中对于数据资产认定； 规范企业数据资产披露制度； 加强第三方对企业数据资产核算与估值制度。

同时本研究具有一定的局限性，由于笔者对于互联网信息技术的研究具有一定的不足，本研究未涉及到数据资产的计算机程序研究，未从数据资产的电子信息技术的角度对互联网行业数据资产交易进行分析，在将来的研究中，从数据资产的电子信息技术层面进行计算机程序审计研究还有着很大的研究空间。

参考文献

- [1] 习近平. 2019. 中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定[R]. 北京: 人民大会堂. 2019.
- [2] 陈思静,王磊,尹波,干胜道.朴素贝叶斯分类法与数据资产会计确认——难题与突破[J].会计之友, 2019(19):58-61.
- [3] 董娉伶.基于电子商务的企业审计风险及应对措施研究[J].商场现代化,2020(17):39-41.
- [4] 高靓君,占永红,张瑶.基于电商管理层视角的“流量支持”会计处理倾向[J].财会月刊,2016(13):30-31.
- [5] 高靓君.电商企业“流量支持”会计处理及其影响——结合美国准则规定的对比分析[J].财会月刊,2015(34):113-115.
- [6] 花莹.电子商务环境下审计风险及控制分析[J].时代金融,2020(11):121-122.
- [7] 江子薇. 电子商务企业年报审计风险管控研究[D].中南财经政法大学,2019.
- [8] 李静萍.数据资产核算研究[J/OL].统计研究. <https://doi.org/10.19343/j.cnki.11-1302/c.2020.11.001.2020>.
- [9] 李寿喜,汤鸯平.电商企业“流量支持”业务会计处理中外比较[J].财会通讯,2017(13):116-118.
- [10] 李正伟.表外无形资产价值评估体系研究[J].商业会计,2019(13):90-92.
- [11] 梁艳. 互联网企业数据资产价值评估[D].河北经贸大学,2020.
- [12] 林小琳. 互联网行业审计风险及防范问题研究[D].对外经济贸易大学,2018.
- [13] 刘阿千.基于区块链技术的数据资产交易体系构建探讨[J].财会通讯,2020(03):149-153.
- [14] 刘伟.不同电商模式下财务会计对比与思考[J].电子商务,2020(03):56-57.
- [15] 路霜霜.电子商务环境下 P 企业审计风险及应对措施研究[J].环渤海经济瞭望,2020(06):130-131.
- [16] 王思琦.对创业型互联网企业审计风险管理问题的几点探讨[J].现代营销(下旬刊),2020(01):204-205.

- [17] 卫军朝,蔚海燕.“数据资产框架(DAF)”视角下的机构数据资产审计调研与分析[J].图书情报工作,2016,60(08):59-67+92.
- [18] 杨惠琪.浅谈电子商务企业内部控制[J].经营管理者,2019(11):88-89.
- [19] 余应敏,张楠,吴浩哲.数据资产安全内控优化之“华为云”策略借鉴[J].会计之友,2019(24):84-88.
- [20] 郑珊珊.表外无形资产的相关问题探讨[J].商业会计,2015(17):17-19.
- [21] 朱扬勇,叶雅珍.从数据的属性看数据资产[J].大数据,2018,4(06):65-76.
- [22] 崔恒志,王翀,吴健.基于数据中台的数据资产管理体系[J].计算机系统应用,2021,30(03):33-42.
- [23] 南方电网.电网数据资产可“明码标价”南方电网发布能源行业央企首个数据资产定价方法[J].电器工业,2021(03):5.
- [24] 赵丽,李杰.大数据资产定价研究——基于讨价还价模型的分析[J].价格理论与实践,2020(08):124-127+178.
- [25] 王祯祯,秦荣生.数字化时代 CFO 新作为[J].新理财,2020(12):26-27.
- [26] 孙军芳,苟晓侃,黄福亮,等.资产全寿命周期管理体系建设评价系统架构研究[J].信息技术与信息化,2017(8): 158 - 161.
- [27] 德勤中国, 阿里研究院. 数据资产化之路数据资产的估值与行业实践[J/OL]. <https://www2.deloitte.com/cn/zh/pages/finance/articles/data-asset-report.html>. 2019.
- [28] 毕马威中国, 阿里研究院. 数据大治理[J/OL]. <https://home.kpmg/cn/zh/home/insights/2020/07/data-governance.html>. 2020.
- [29] 福布斯中国. 2019 福布斯全球数字经济 100 强榜 [EB/OL]. <http://www.forbeschina.com/lists/1724>. 2019.
- [30] 黄向阳.关于数据资产的一点知识考古[J].中国统计,2020(11):44-46.
- [31] 李春秋,李然辉.基于业务计划和收益的数据资产价值评估研究——以某独角兽公司数据资产价值评估为例[J].中国资产评估,2020(10):18-23.
- [32] 孙晓璇,赵小明.基于洛伦兹变换和 PageRank 算法的数据资产估值[J].计算机系统应用,2020,29(08):205-210.

- [33] Jones, S., Ball, A., & Ekmekcioglu, C. 2008. The data audit framework: a first step in the data management challenge[J]. *The International Journal of Digital Curation*.
- [34] Ke, Z., Fang, W., & Zhou, L., et al. 2017. Deferred revenue changes as a leading indicator for future financial performance: Evidence from China[J]. *Asian Review of Accounting*, 25(1).
- [35] Gan, Q., Wang, X., & Fang, X. 2018. Efficient and secure auditing scheme for outsourced big data with dynamicity in cloud[J]. *中国科学*, 61(012): 93-107.
- [36] Balazinska, M., Howe, B., & Suci, D. 2011. Data Markets in the Cloud: An Opportunity for the Database Community[J]. *Proc of the Vldb Endowment*.
- [37] Koutris, P., Upadhyaya, P., & Balazinska, M., et al. Query-based data pricing[A]. *Symposium on Principles of Database Systems*[C]. ACM, 2012.
- [38] Lin B R , Kifer D . On arbitrage-free pricing for general data queries [J]. *Proceedings of the Vldb Endowment*, 2014(9).

17.说明:

(1).“参考文献”应单独起页，列出的参考文献，应不少于10篇。

(2).“参考文献”应先中文后外文，分类按英文字母顺序排列，并用[1]、[2]、[3]……形成统一排序、依次列出。外文文献数量不低于总参考文献数量的1/3。

(3).“参考文献”书写顺序：作者（多个作者用逗号隔开）。文章名（不加书名号）[文献类型编码].刊（书）名（不加书名号），出版时间，（期数）：页码（版次）。注意：作者、文章名、刊名或出版社间名使用“.”分隔，多个作者之间用“，”间隔，刊名或出版社名与年份间使用“，”分隔。

(4).参考文献和正文中对文献的引用务必1-1对应：参考文献出现的一定要引用，引用了的一定要出现在参考文献里。

工科专业毕业设计（论文）撰写指南

工科专业的毕业论文主要包括两类：应用开发型的毕业设计和理论研究类型的毕业论文。前者是应用所学知识开发系统或应用程序；后者是对本专业理论研究成果的展示。

1.应用开发型毕业设计：侧重于软件（系统）开发，要求能够运用所学专业知
识解决实际问题，锻炼实践动手能力。毕业设计突出原创性，即软硬件系统的开
发完全由自己完成，而不能抄袭。需要自主动手完成整个设计过程，最终的毕业
论文应该把项目的系统分析、系统设计和开发的步骤等都详细地描述出来，提供
可以检验的软件成果。

2.理论研究型毕业论文：研究思路清晰；方法适当，逻辑性强，对问题有较深
入的分析；以及详细的新的算法或模型的设计开发过程，并有实验分析。论文注
释和写作体例符合规范；参考文献具有适合性、准确性、专业性和权威性。

应用开发型毕业设计正文写作结构如下：

正文是毕业论文的主体和核心部分建议的正文结构如下：

第1章 绪论

1.1 项目背景与意义

1.2 设计目标

1.3 论文的章节安排

第2章 相关技术和开发环境

2.1 相关技术

2.2 开发环境

第3章 系统分析

3.1 可行性研究

3.2 系统需求分析

第4章 系统设计

第5章 系统实现

第6章 系统测试

6.1 测试策略和方法

6.2 测试内容和步骤

6.3 测试结果及分析

第7章 总结与展望

注：正文一般还包括附加的文献、引证、脚注。

第1章 绪论（或引言）

毕业论文的绪论通常包括项目背景、项目意义、项目内容、目标成果等部分。也可以包括论文结构介绍

第2章 相关技术

对应用系统开发中的相关技术做简明扼要的介绍。相关技术应聚焦在与本论文应用开发密切相关或关键技术，对相关技术的发展状况有系统的综述与评价。文献引用规范，与文后参考文献相对应。

第3章 系统分析

系统分析应该包括需求分析和可行性分析。需求分析识别问题，应该明确以下几个方面的需求

- (1) 功能需求：明确开发的软件必须具备什么样的功能；
- (2) 性能需求：明确开发的软件的技术性能指标；
- (3) 环境需求：明确软件运行时所需要的软、硬件要求

可行性分析清晰阐释软件（系统）开发是可行的。且应用开发环境、需要的条件、软件（系统）的运行环境和已经具备的条件均满足。

第4章 系统设计

系统设计建议包括：系统设计目标、系统功能设计、数据库设计。设计目标明确，阐释清晰。数据库设计绘制 ER 图，以及绘制由 ER 图导出的数据库表。用流程图来描述系统功能的总体流程，并介绍系统总体流程的。或者可以或绘制系统功能图，介绍功能之间的关联，并介绍各功能。

第5章 系统实现

系统实现主要包括各功能的实现。可以用伪代码或流程图来描述功能完成。

第6章 系统测试

系统测试主要包括测试方法，测试内容和步骤，测试结果等内容。

第7章 总结与展望

总结与展望一章对所做的工作进行总结。应该客观指出开发的应用所达到的水平，是否解决实际问题，存在的问题，以及未来改进的方向。

6. 参考文献

为了反映论文的科学依据，以及表明作者尊重他人研究成果的严肃态度，并向读者提供有关信息的出处，应在论文之后列出参考文献。

参考文献是论文的最后一部分，指作者在毕业论文工作中所参考的文献，是毕业论文不可缺少的组成部分。毕业论文的引用文献必须在文中引用处体现出来，按作者、文献名、卷册序号、出版地、出版单位、出版时间、章节或起止页码排列。如列出多位作者的参考文献，应按作者姓名的汉语拼音依次排列，外国作者按其姓汉语翻译的拼音排序；同一作者的不同著作按照出版时间先后顺序排列，其著作一律排在论文前面。引用在网络媒体首次发表研究成果的，必须注明网址；对于非首次发表的网络资料，必须注明其首次发表的媒体名称。

参考文献中列出的一般应限于作者直接阅读过的、最主要的、发表在正式出版物上的文献。所参考的私人通信和未公开发表的资料，一般不宜列入参考文献表，可紧跟在引用的内容之后在文内注释或标注在页下。参考文献一律放在论文结论后，不得放在各章之后。每条文献的项目必须完整，诸项缺一不可。

7. 附录

有些材料编入文章主体会有损于编排的条理性和逻辑性，或有碍于文章结构的紧凑和突出主题思想等，但是又有其特定价值的，可以编入毕业论文的附录中，位于全文的末尾。附录是作为论文主体的补充项目，但是，不是必需的组成部分。

理论研究型毕业论文正文写作结构

正文是毕业论文的主体和核心部分建议的正文结构如下：

1 引言（绪论）
1.1 研究背景
1.2 国内外研究现状
1.3 研究内容
1.4 论文组织结构
2 相关工作与理论基础
2.1 相关工作
2.2 理论基础
3 ***算法（模型）的设计
3.1 问题描述
3.2 ***算法
4 实验（仿真）分析
4.1 实验环境
4.2 实验数据
4.3 实验结果
5 总结与展望

注：正文一般还包括附加的文献、引证、脚注。

第 1 章 绪论（或引言）

一篇学位论文的绪论，大致包含如下几个部分：

研究背景及研究意义，国内外研究现状，研究内容和论文组织结构。

（1）研究背景中需要阐述清楚 2 个大问题：研究的问题“是什么”，为什么选择这个题目来研究，即阐述该研究的现实意义，比如说明该研究对学科发展有贡献，该研究对能够解决什么现实问题，该研究具有一定的前沿性等。

（2）国内外研究现状对本研究主题范围内的文献进行详尽的综合述评，“述”的同时一定要有“评”，指出现有研究成果的不足，讲出自己研究的动机。应简述本

课题在国内外的研究和发展状况；针对课题的实际背景和要解决的问题，对比国内外学者的相关工作，阐述清楚国内外学者对同类问题所采用的研究和解决方法，同时对比这些研究和解决方法的优缺点。当然也可适当简要地介绍一些与本课题有关的预备知识。

注：国内研究现状与第二章的相关工作是有区别的。国内外研究现状描述课题研究的大背景大方向，侧重讲述课题研究的先进性和重要意义，不用涉及具体技术。

(3) 研究内容包括需要解决什么问题，解决该问题采用的理论依据、研究方法和实验基础，预期的结果及其地位、作用和意义。在研究内容的最后需写清楚本研究的创新点或理论与(或)实践意义。如果研究的项目是别人从未开展过的，这时创新性是显而易见的，要说明研究的创新点。但大部分情况下，研究的项目是前人开展过的，这时一定要说明此研究与被研究的不同之处和本质上的区别，而不是单纯的重复前人的工作。

(4) 论文的组织结构是对整篇论文的概述，阐述清楚论文的章节，每一章的研究内容或者介绍章和章间的关系。

第2章 相关工作与理论基础

论文的相关工作指的是与论文所研究内容直接相关的同行研究进展，在行文过程中需要有准确的参考文献支撑。

针对研究的问题，目前他人已经做了哪些方面的研究，提出了哪些算法，简单总结其解决的问题与相关算法，并指出现有模型或算法的不足之处。

注意这里的相关工作不仅仅包含现有工作的简单描述，还要在现有的研究工作中进行对比，指出其中的不同之处，并且说明现有算法的不足之处，本论文要在哪些方面做改进等。

理论基础指的是解决该问题使用的一些基本理论，但不是必需内容。如果论文中所涉及的相关理论，对后续论文的理解需要该知识，则有必要在这一章节进行简要介绍。否则，没有必要进行介绍。

这里的基本理论指的是与所研究问题直接相关的内容，而不应是该领域内所有知识的全部概括。

第3章 **算法（模型）的设计

算法（模型）设计这一章是论文的核心内容，包括所研究问题的描述与定义，解决该问题采用的算法，算法的详细描述，以及算法的复杂度分析等。可以包括问题描述和算法（模型）的设计两部分。

第4章 实验（仿真）分析

实验部分建议包括实验环境、实验数据的介绍、模型评价指标的描述和实验结果的分析。实验结果分析中

（1）包括给出结果，并对结果进行定量或定性的分析。写作要点是：以绘图和（或）列表（必要时）等手段整理实验结果。

（2）除了给出实验结果，另一个重点内容是将论文中提出的算法与已经存在的算法做对比，说明在哪些方面有改进，并说明性能提高的原因。

第5章 总结与展望

总结与展望包括结论部分和展望部分。结论不是研究结果的简单重复，而是对研究结果更深入一步的认识，其内容要点如下：

（1）本研究结果说明了什么问题，得出了什么规律性的东西，解决了什么理论或实际问题；

（2）对前人有关本问题的看法作了哪些检验，哪些与本研究结果一致，哪些不一致，作者做了哪些修正、补充、发展或否定；

展望部分阐述的不足之处或遗留问题。

6. 参考文献

为了反映论文的科学依据，以及表明作者尊重他人研究成果的严肃态度，并向读者提供有关信息的出处，应在论文之后列出参考文献。

参考文献是论文的最后一部分，指作者在毕业论文工作中所参考的文献，是毕业论文不可缺少的组成部分。毕业论文的引用文献必须在文中引用处体现出来，按作者、文献名、卷册序号、出版地、出版单位、出版时间、章节或起止页码排列。如列出多位作者的参考文献，应按作者姓名的汉语拼音依次排列，外国作者按其姓汉语翻译的拼音排序；同一作者的不同著作按照出版时间先后顺序排列，其著作一律排在论文前面。引用在网络媒体首次发表研究成果的，必须注明网址；对于非首次发表的网络资料，必须注明其首次发表的媒体名称。

参考文献中列出的一般应限于作者直接阅读过的、最主要的、发表在正式出版物上的文献。所参考的私人通信和未公开发表的资料，一般不宜列入参考文献表，可紧跟在引用的内容之后在文内注释或标注在页下。参考文献一律放在论文结论后，不得放在各章之后。每条文献的项目必须完整，诸项缺一不可。

注意：未在正文脚注中出现的文献，一般不列入参考文献之中。

7. 附录

有些算法、程序等编入文章主体会有损于编排的条理性和逻辑性，或有碍于文章结构的紧凑和突出主题思想等，但是又有其特定价值的，可以编入毕业论文的附录中，位于全文的末尾。附录是作为论文主体的补充项目，但是，不是必需的组成部分。

毕业论文撰写遵照《西南财经大学本科生毕业论文（设计）撰写与印制规范》执行。具体情况由指导教师根据专业特点和论文体裁具体掌握。总体上，毕业设计撰写要求可参考如下标准：

研究问题清晰、明确且有价值；论点鲜明，论证充分，论据确凿；方法适当，逻辑性强，对问题有较深入的分析，实证过程严谨且工作量饱满；论文注释、引用和写作体例符合通行规范；文献综述完整，参考文献具有适合性、准确性、专业性和权威性；结构严谨，层次分明，语言表达准确。

实证学术论文评价标准参照学校统一的评价指标及评议要素（见表）。具体地评价细则见下表 2。

二、计算机专业毕业设计撰写要求及评价细则

毕业论文撰写遵照《西南财经大学本科生毕业论文（设计）撰写与印制规范》执行。具体情况由指导教师根据专业特点和论文体裁具体掌握。应用开发型毕业设计选题有理论或者实践意义，符合本学科专业的要求；系统分析和设计应有明确思路，相关技术选择恰当，工作量饱满；理论研究毕业论文要求选题要体现学生专业知识与专业技能的综合运用和科研创新能力的培养；学生在规定时间内工作量饱满，能对选题进行充分研究论证。具体评价标准见下表：

表 毕业设计评分标准

评议要素	优秀	良好	一般	不及格
选题意义	选题合理,属于该专业领域研究范畴;有明确的现实背景;研究目的及研究问题明确,研究具有显著的实践价值或学术意义。	选题合理,属于该专业领域研究范畴;研究目的较为明确;具有较大的实践价值或学术意义。	选题尚可,属于该专业学位领域研究范畴,具有一定的实践价值或学术意义。	选题存在一定问题,研究目的不清,不具备实践价值或学术意义。
写作安排	全面、综合分析国内外相关文献,追踪本领域最新研究现状,文献质量很高;相关技术介绍清晰、完整;时间进度安排合理;研究工作量饱满,有一定的研究或技术开发难度。	较为全面地分析国内外相关文献,追踪本领域研究基本现状,文献质量较高;相关技术介绍较为清晰、完整;时间进度安排合理;研究工作量较为饱满。	基本了解国内外相关文献和本领域研究基本现状,文献质量一般;时间进度安排较为合理;工作量一般。	不能全面、综合分析国内外文献,未追踪本领域研究现状,文献质量较低,时间进度安排不合理;工作量不足。
逻辑建构	从提出、分析到解决问题过程完整;研究思路清晰,有一定的提炼、分析和归纳能力,具有独立见解;开发技术使用和流程规范;研究方法规范。	从提出、分析到解决问题过程较为完整;研究思路比较清晰;开发技术使用和流程规范;研究方法比较规范。	从提出、分析到解决问题过程较为完整;技术使用和流程比较规范;研究方法比较规范。	提出、分析、解决问题的论证过程不完整;技术使用和流程不规范;研究方法缺乏规范。
专业能力	较好应用专业原理或理论,体现专业视角;较好运用专业研究方法或工具进行研究;有足够的编程的工作量,数据丰富、可靠。	应用了一定的专业原理或理论;运用了专业研究方法或工具进行研究;有一定的编程的工作量,数据比较丰富、可靠。	运用了专业研究方法或工具进行研究;编程工作量一般,数据不够丰富、欠缺可靠性。	欠缺对专业研究方法或工具的运用;工作量欠缺,欠缺数据资料。
学术规范	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面严格符合通行学术规范;引用非常符合通行学术规范和知识产权相关规定。	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面较好地符合通行学术规范;引用较好地符合通行学术规范和知识产权相关规定。	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面基本符合通行学术规范;引用基本符合通行学术规范和知识产权相关规定。	文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面不符合通行学术规范;引用不符合通行学术规范和知识产权相关规定。

三、范文讲解

因两种类型写作范式不同，下面分别介绍两种类型的毕业论文的范本。以下范文讲解取自多篇优秀毕业论文部分内容。

（一）应用开发类型毕业设计

论文题目：校园社团管理 app 的设计与实验

1.选题：论文选题契合专业领域范畴。

2.题目：毕业设计要解决的问题和目标清晰。

摘要

大学生在刚步入校园的时候，常常会苦恼于无法找到志同道合的人一起交流，而社团正是将一群志趣相同的人聚集在一起的组织。但是大学校园中的社团组织的宣传渠道有限，传统的方式仍为通过发传单宣传社团。很多学生因为上课时间冲突错过了社团的宣讲活动，或是不了解社团的日常活动，因此错过自己心仪的社团。基于这些，本人研发了一个校园社团管理 APP，该 APP 主要实现：学生端通过注册登录，完善自己的基本信息，浏览各个社团的详细介绍后可选择关注或填写申请入社，在广场中也可浏览各个社团发布的活动；社团管理人员可以进行招新审批、社员管理和发布活动。对于学生和社团双方来说都极大地节省了招新入社的时间，学生能更方便地了解社团的活动内容，社团也能免去复杂的管理程序，进行高效的社团管理。

本人在分析了校园社团管理 APP 用到的开发技术和开发理论之后，使用 Android Studio 平台，依赖 Bmob 云后台数据库。首先确定了系统的需求和功能模块划分，在进行可行性分析之后，设计页面 UI 和数据库，然后再实现逻辑功能的完善，进行系统的优化和测试，确保 APP 能够正常地运行。

关键词：学生社团管理；Android studio；数据库

3.摘要及关键词：

(1) 摘要语言简练，准确、流畅，具有独立性和自含性，能概括论文的研究目的、方法、结果、结论等。不与“绪论”、“结论”等部分内容雷同；摘要的时态以一般现在时为主，表示一种存在于自然界的客观规律。

(2) 关键词：3-5 个，准确反映论文主要研究内容

(3) 摘要部分应该包括下面几部分的内容：
第一部分：系统所依赖的背景；

第二部分：描述开发了什么系统，解决当前背景下什么问题

第三部分：系统实现了 XXX，YYY，ZZZ 等功能，有何亮点特色

第四部分：软件测试结果怎样？是否符合预期？

摘要总长度约 600-700 字（大约控制 1 页内）

Abstract

When college students just enter the campus, they are often worried that they can't find people with the same interests to communicate with, and the club is an organization that gathers a group of people with the same interests. However, the publicity channels of community organizations in university campus are limited, and the traditional way is to publicize the community by distributing leaflets. Because of the conflict of class time, many students miss the propaganda activities of the club, or do not understand the daily activities of the club, so they miss their favorite club. Based on these, I have developed a campus community management app, which mainly realizes: students can register and log in, improve their basic information, browse the details of each community, then choose to pay attention to or fill in the application form, and browse the activities released by each community in the square; community managers can conduct recruitment approval, member management and release activities. For both the students and the club, it greatly saves the time of recruiting new members. Students can more easily understand the activities of the club, and the club can also manage the club without complicated management procedures.

After analyzing the development technology and theory of campus community management app, I use Android studio platform and rely on bmob cloud background database. Firstly, the requirements and functional modules of the system are determined. After the feasibility analysis, the page UI and database are designed, and then the logical functions are improved, and the system is optimized and tested to ensure the normal operation of the app.

Key words: student community management; Android studio; database

(4) 英文摘要及关键词: 英文翻译准确、流畅, 不存在语法、单词错误。

目录

1.绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 设计目标	1
1.3 本文结构	2
2.系统建构的相关方法和技术	3
2.1 系统开发环境	3
2.2 Bmob 后端云	3
2.2.1 Bmob 后端云简介	3
2.2.2 Bmob 后端云特点	3
2.2.3 Bmob 后端云存储数据类型	3
2.2.4 Bmob 后端云的缺点	4
2.3 Android	4
2.3.1 Android 操作系统简介	4
2.3.2 Android 存储访问机制	5
3.系统分析	6
3.1 系统需求分析	6
3.2 功能模块分析	6
3.3 系统可行性分析	7
3.3.1 技术可行性分析	7
3.3.2 系统可用性分析	7
4.系统设计	8
4.1 系统设计目标	8
4.1.1 系统技术性能目标	8
4.1.2 UI 设计目标	8
4.2 数据库设计	9
4.2.1 E-R 模型	9
4.2.2 具体数据表设计	10
4.3 设计难点	12
4.4 解决方法	12
4.5 系统总体流程	13
4.6 系统业务流程图	14
5.系统实现	16
5.1 开屏引导	16
5.2 登录界面	17
5.3 注册界面	18
5.4 个人信息界面	20
5.5 社团总览页面	21
5.6 社团详情页面	22
5.7 申请书页面	24
5.8 管理员界面	25
5.9 招新生	26
5.10 办活动	28
5.11 添加管理员	29
5.12 广场	30
5.13 活动详情	32
5.14 本章小结	33
参考文献	34
致谢	35

4.论文结构及目录

(1) 论文结构：论文总体结构合理，重点突出，逻辑清晰。满足应用开发型毕业设计的论文结构要求。

(2) 目录：格式规范、美观，各级标题准确；目录是论文的导读图，要求具有完整性。

建议的论文结构如下。

第 1 章 绪论

1.1 项目背景与意义

1.2 设计目标

1.3 论文的章节安排

第 2 章 相关技术和开发环境

2.1 相关技术

2.2 开发环境

第 3 章 系统分析

3.1 可行性研究

3.2 系统需求分析

第 4 章 系统设计

第 5 章 系统实现

第 6 章 系统测试

6.1 测试策略和方法

6.2 测试内容和步骤

6.3 测试结果及分析

第 7 章 总结与展望

参考文献

致谢

1. 绪论

1.1 研究背景

在学校的日常生活中，除了学习，社交生活也是大学生必不可少的。西财素有“西南文体活动大学”之称，每年的“百团大战”也会吸引众多新生参与，因此参加社团是西财学生扩展自己的社交圈的重要途径之一。但是在参与社团活动的同时，总会面临很多问题，或者在百团大战中被众多社团所吸引但又不知道哪一个更适合自己的，或者在加入心仪的社团后发现无法及时获取社团开展的活动信息，又或者在加入社团后发现缺少交流的机会仍然无法扩展社交圈等等。

与此同时，很多社团举办的活动因为场地原因会出现人数限制，若不及时与同学们沟通交流会导致参加活动的人数超过上限，使活动开展难度加大。

因此，开发一个具有个人信息完善、招新、关注、活动发布等功能的 APP，能够有效地解决大学校园中的社团管理问题，提高招新的效率，增强学生与社团之间的互动，使得学生在校园中能够更方便快捷地参与社团活动。

1.2 设计目标

针对这些大学生所苦恼的社团问题，我分析并设计了一款基于 Android 手机的简洁的校园社团管理应用，主要任务是简化社团管理人员和普通学生在社团互动中的工作，使社团的招新和管理更加高效，轻松发布活动让社团管理人员无需再使用大量人力进行纸质传单宣传。本 APP 能够让学生完善自己的个人信息，浏览所有的社团详情，选择自己喜欢的再填写入社申请书，同时也可以查看社团发布的活动，为活动留言点赞或报名参加，而社团管理人员需要通过管理员权限进入管理员界面，查看申请人的基本信息和申请理由进行新成员入社审批，另外也可以发布活动吸引更多学生入社，若工作量大，还可从普通社员中添加管理员共同

对社团进行管理。

APP 满足的要求大致有以下几个方面：

- (1) APP 设计清新简洁，简单易操作。
- (2) 实现了学生和社团之间的信息平等交流。
- (3) 运行基本稳定，给用户带来良好的体验。
- (4) 可操作空间很多，便于后续版本的更新和维护。

1.3 本文结构

第一章 绪论的主要内容为本 APP 应用的研究意义和研究背景，还有所需要解决的具体问题和目标。

第二章 本 APP 构建的开发环境与技术介绍。

第三章 系统分析，介绍了对于社团管理所需的具体信息分析、功能模块分析，以及系统可行性分析。

第四章 系统设计，介绍了系统的设计目标、数据库设计、设计难点和对应的解决方法、系统总体流程以及业务流程图。

第五章 系统实现，详细介绍了本 APP 的实现过程和主要代码以及技术难点，给出了每个界面的实现效果和截图。

第六章 系统测试，介绍了测试流程和结果。

5. 绪论（或引言）

(1) 开门见山，直奔主题：不过多赘述历史渊源和历程，介绍文章的现实背景和学术背景。

(2) 言简意赅，突出重点：清晰阐明研究问题

(3) 尊重科学、实事求是：评价论文的价值要恰如其分、实事求是，用词要科学，对论文的创新性最好不要使用“本研究国内首创、首次报道”、“填补了国内空白”、“有很高的学术价值”、“本研究内容国内未见报道”或“本研究处于国内外领先水平”等不适当的自我评语。

(4) 符合规范，结构完整：毕业论文的绪论通常包括项目背景、项目意义、项目内容、目标成果等部分。也可以包括论文结构介绍

2.系统建构的相关方法和技术

2.1 系统开发环境

本系统软件环境配置为 JDK1.8.0_152, 数据库依赖于 Bmob 后端云, 开发工具是 Android Studio 操作系统, 服务器操作系统为 Windows 10。

2.2 Bmob 后端云

2.2.1 Bmob 后端云简介

Bmob 云平台能为移动应用提供一个完整的后端解决方案, 利用官方提供的 SDK, 在 App 中进行调用, 便可以很方便地进行网络数据的存储和下载。

2.2.2 Bmob 后端云特点

随着 Android 系统在手机和平板市场的普及以及 AndroidApp 越来越多地出现, AndroidApp 也吸引了很多开发者的加入。传统的网络数据存储、用户管理、消息推送等功能都需要数据库以及服务器的支持, 个人开发者要是想在 App 中加入这些功能, 就必须学习 Java、xml 语言之外的其他语言, 增加了开发 App 的难度, 并且搭建服务器也额外增加了开发成本。Bmob 云平台简化了这一过程, 使开发者能够将更多的精力投向软件功能的改善和界面的美化设计, 使应用的开发变得更加简单。

2.2.3 Bmob 后端云存储数据类型

6.相关技术

对应用系统开发中的相关技术做简明扼要的介绍。应该满足以下条件

(1) 问题导向性: 相关技术应聚焦在与本论文应用开发密切相关或关键技术上;

(2) 表达清晰: 能够清晰、合理介绍某项技术的原理, 复杂的内容可以用图来展示, 并对图上的内容做介绍。

(3) 逻辑性: 对相关技术的发展状况有系统的综述与评价。

(4) 饱满性: 文献数量饱满, 没有重要文献缺失。

(5) 规范性: 文献引用规范, 与文后参考文献相对应。

3. 系统分析

3.1 系统需求分析

大学社团信息一般包括的有社团介绍、活动发布、成员管理等，而对于普通用户而言，个人基本信息管理、社团选择以及对活动的看法发布等更为重要，因此本社团管理 APP 主要针对的就是这些目标来进行设计和实现。

(1) 个人基本信息：用户注册时需要完善自己的基本信息，包括姓名，学号，性别，专业，出生年月日等，然后才可以进行其他的功能的实现。

(2) 社团信息：每个社团都有自己的基本信息介绍，除此之外还有普通社员和管理员的区别，另外社团还需要发布活动来吸引更多的学生加入社团，组织社员进行活动，发布活动的同时由于场地等原因要限制参与活动的人数，当报名人数满后其他未报名的同学则无法参加该活动。

(3) 广场信息：成立社团的目的就是为了有更多的相同兴趣的人聚在一起来交流，学生们可以及时地看到这些活动的内容并报名参与。

3.2 功能模块分析

(1) 开屏引导模块：三个介绍引导页面，浏览或跳过进入登录页面。

(2) 登录注册模块：功能包括用户名、密码以及个人基本信息的填写注册、登录进入主页面。

(3) 个人信息模块：查看已加入社团等个人基本信息。

(4) 社团模块：社团详情浏览，普通用户关注社团、申请加入社团、填写申请书以及查看申请状态；社团管理员可进入管理员界面，进行申请书的审批、活动的发布以及其他管理员的添加功能。

(5) 广场模块：浏览社团发布的活动，可进行点赞和评论以及根据活动人数限制报名参与活动。

3.3 系统可行性分析

3.3.1 技术可行性分析

本系统在开发中用到了 Android Studio 集成开发环境，依赖于 Bmob 云后台数据库，能够适应中小型系统的开发。具有稳定的数据存取和更新能力，在逻辑数据处理和应用界面显示方面都十分优秀。分析结果说明技术方面是可行的。

3.3.2 系统可用性分析

大学生在进入校园后，缺少与其他志同道合的人交流的渠道，并且常常因为上课时间冲突而无法获得了解社团、参加社团的机会。本系统应用于安卓平台，学生可轻松应用于自己的手机，查看各个社团的详情，提高了社团的宣传和招新效率，减少了学生加入社团的难度，因此本系统的设计开发十分适用于大学校园中的社团使用。

本系统的开发基于 Java 语言，便于后续的版本更新和维护，应用在安卓手机上，便于社团管理人员和学生可随时随地在手机上进行操作。同时，界面设计可爱简洁，易于操作，为使用本系统的人在进行社团活动的时候带来了极大的便利。

7. 系统分析应该包括需求分析和可行性分析

需求分析识别问题，应该明确以下几个方面的需求

(1) 功能需求：明确开发的软件必须具备什么样的功能；

(2) 性能需求：明确开发的软件的技术性能指标；

(3) 环境需求：明确软件运行时所需要的软、硬件要求

可行性分析应满足以下条件

(1) 可行性：清晰阐释软件（系统）开发流程，以说明毕业设计是可行的。

(2) 合理性：清晰阐释应用开发环境、需要的条件、软件（系统）的运行环境和已经具备的条件，以说明软件（系统）是可以开发出来的，且开发出的软件（系统）具备运行条件。

4.系统设计

4.1 系统设计目标

4.1.1 系统技术性能目标

因为社团管理 APP 是为了服务在校学生与社团互动，实现招新和互动的方便性和简洁性，提高学生参与社团活动、管理社团的效率，所以需要具有稳定快速的的数据处理能力的数据库作为基础，因此本 APP 在技术方面的设计目标如下：

(1) 数据库稳定：该系统依赖的是 Bmob 后端云作为后台来进行开发。开发时将数据存储在 Bmob 后端，需要时再获取，提高了系统性能。Bmob 后台相比于本地数据库在功能扩展和性能优化方面都具有优势，不仅可以存文字信息，并且支持文件上传，下载。Bmob 云后台很适合移动开发者做一些轻量级的应用，非常适合本项目的完成。

(2) 可扩展性保证：Android studio 的基本语言为 JAVA，面向对象开发的特点保障了后期的维护便利性和可操作性，可轻松进行其他功能的完善和继续开发。

(3) 用户体验保证：页面设计简洁，让用户看着心情舒适没有其他冗杂的复杂信息，操作易懂使得学生在进行与社团之间的互动时方便了许多。

(4) 操作准确性保证：在用户注册输入密码时进行二次确认，防止用户偶然输错导致后续无法正常登陆的情况出现。

4.1.2 UI 设计目标

UI 界面就是 APP 的显示界面，采用 xml 布局设计。UI 设计将直接影响用户的使用体验，因此从以下两方面设计 UI 实现目标：

(1) 功能方面：社团管理 APP 主要分为三个模块：个人信息、社团和广场，因此在底部导航栏设计这三个板块可随时切换。对于管理员而言，在对应的社团

详情中区别普通学生会显示管理员图标，为管理员提供招新、发布活动、社团管理的权限。UI 界面的按钮都使用了对应功能的图标，使没有查看过相关文档的人也能够方便地使用该 APP。

(2) 风格方面：因为适用人群为大学生，因此设计风格整体灵动跳跃，引导界面和头像的设计则较为可爱，而对于管理界面则较为简洁易懂。既能够吸引众多学生，又能够方便用户的使用。

4.2 数据库设计

4.2.1 E-R 模型

数据库逻辑关系如图 4-1 所示：

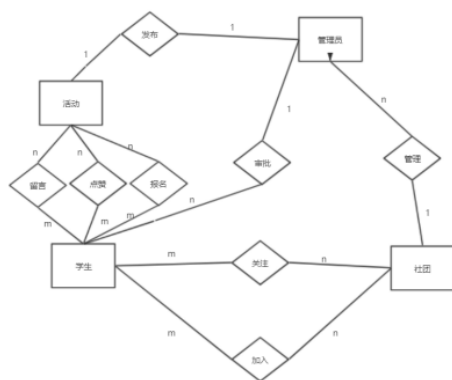


图 4-1 E-R 图

8.系统设计应包括：系统设计目标、系统功能设计、数据库设计。

(1) 设计目标明确，阐释清晰。

(2) 数据库设计应该绘制 ER 图，以及绘制由 ER 图导出的数据库表。对表的内容做必要的介绍。

参照上图：管理员可以发布活动；管理员也可以对学生进行审批，一位管理员可审批多个学生；管理员可对社团进行多对一的管理；学生可对活动进行点赞或者留言或者报名，一个学生可对多个活动进行点赞留言或报名，并且可以对一个活动多次留言；学生也可以对社团进行关注或加入，一个学生可关注或加入多个社团。

4.2.2 具体数据表设计

本系统设计的主要数据表如下所示：

(1) 用户信息表如表 4-1 所示：

表 4-1 用户信息表

字段	名	类型
学号	UserID	Number
密码	Password	String
专业	Major	String
出生日期	Birthday	Date
性别	Sex	String
真名	RealName	String

用户信息表中储存了用户的基本信息。

(2) 社团成员申请信息表如表 4-2 所示：

表 4-2 社团成员申请信息表

字段	名	类型
是否为管理员	Admin	Boolean
申请理由	Reason	String
审批状态	Apply_condition	String
学号	UserID	Number

当用户提交了入社申请书后便会将个人基本信息和申请理由存在社团成员信息表中，同时将审批状态置为“待审批”，是否为管理员置为“false”。当管理员进行新社员入社审批后状态会更改为“不通过”或者“已通过”，当审批状态为“已通过”时，用户将在社团详情中查看到入社状态变成“已加入”，若审批状态为“不通过”，用户将在社团详情中查看到入社状态变成“未通过”，可再次提

表 4-5 留言信息表

学号	UserID	Number
内容	Content	String
留言编号	MessageID	Number
活动编号	ActivityID	Number

(6) 点赞信息表如表 4-6 所示：

表 4-6 点赞信息表

学号	UserID	Number
点赞编号	FollowID	Number
活动编号	ActivityID	Number

4.3 设计难点

(1) 打开应用若直接进入登陆界面略显突兀，难以给新用户留下对本 App 的特殊印象，若强制每个用户都需经过引导页面才可进行登录注册，则会浪费部分老用户的时间，使引导界面变成累赘。

(2) 用户首次登陆时未进行个人信息的完善，若在此基础上进行社团申请或对活动留言则会出错。

(3) 当用户提交入社申请书后，无法得知自己的审批状态，容易重复提交申请。

(4) 一个管理员无法有足够的时间和精力管理一个社团。

(5) 广场中的活动若只有标题和简要内容则无法体现活动的热度。

(6) 很多社团活动由于场地等原因要求限制人数，而报名者的数量可能会超过限制人数上限。

4.4 解决方法

(1) 打开应用即进入引导界面，用户需要对三个引导页面左右滑动查看后再

必要的话，可以阐述设计难点以及解决方法。

进入登陆界面，若用户不想浏览引导界面，也可点击跳过直接进入登陆界面。既可以让新用户对此应用留下印象，准备登录注册的缓冲时间，也解决了想直接登陆进行社团活动的用户的需求，跳过引导界面直接登陆注册，节省时间。

(2) 在注册时就要求用户填写相关基本信息，防止在登录后进行活动留言或报名活动时出现错误。

(3) 用户提交申请书后，在该社团详情界面可看到自己的申请状态，当管理员还未审批的时候，状态会变更为“待审批”，当管理员进行审批后，若通过，则该申请人的社团详情界面则显示“已加入”，对应图标也被点亮，若不通过，则该申请人的状态显示为“审核未通过，可再次提交申请”，则该申请人可再次填写入社申请书提交。

(4) 设置管理员可以从普通社员中挑选自己信赖的人作为新的管理员协助自己管理。

(5) 广场中的活动列表除了标题和简要内容外同时也显示浏览量和点赞量，用户在浏览广场时可直接看出活动的热度和受欢迎程度。

(6) 管理员发布活动的时候需要设置限制人数，用户在广场浏览活动时可看到该活动的已报名人数和限制人数，若该活动报名人数已超过人数上限则无法报名。

4.5 系统总体流程

打开本 APP，进入引导界面，可左右滑动三个引导界面也可直接点击跳过按钮直接进入登录界面。

新用户可在注册界面输入学号即用户名并且确认两次密码一致，填写个人基本信息包括真实姓名，专业，性别和出生日期进行账号注册。

普通学生端登录后可在个人信息界面查看已加入的社团和个人基本信息；在社团总览界面可点击社团 logo 进行详情查看，可关注社团或填写入社申请书；在广场界面可浏览活动的点击量和点赞量以及已报名人数和限制人数，点击活动

可查看详情，留言点赞或报名参加该活动。

管理员登录后可在社团详情界面点击管理员按钮进入管理界面，在招新生界面中可查看待审批与已审批的申请书，点击申请书查看申请人基本信息和申请理由，对其进行审批；在办活动界面可发布新活动于广场中；在添加管理员界面可查看所有普通社员和管理员，点击普通社员将其设置为新管理员协同管理。

4.6 系统业务流程图

系统业务流程图如图 4-2、4-3 所示。

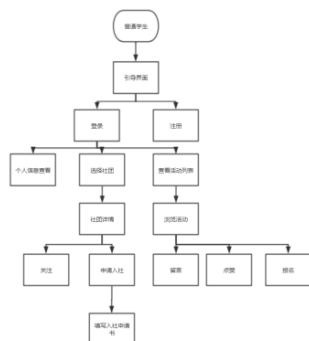


图 4-2 普通学生系统业务流程图

用流程图来描述系统功能的总体流程，并介绍系统总体流程的。或者可以绘制系统功能图，介绍功能之间的关联，并介绍各功能。

5. 系统实现

5.1 开屏引导

界面介绍：可通过向左或向右滑动至不同的引导界面，共有三个引导界面，如图 5-1 所示，也可以点击右上角的跳过直接进入登录界面。

实现难点：开屏引导左右滑动的效果实现借助了 `ViewPager` 视图翻页工具，实现了多页面切换效果，每个页面为一个 `fragment`，并监听页面的滑动事件，实现视差动画。



图 5-1 开屏引导界面

服务端在进行文章内容的传递时，分为两种情况：当日文章信息和历史文章信息。考虑到结果不止一条，单个的 `JSONObject` 不能满足，需要对各条信息进行重组，使其成为一个完整的 `Json` 数据。获取文章信息的流程图参见图 3-6。

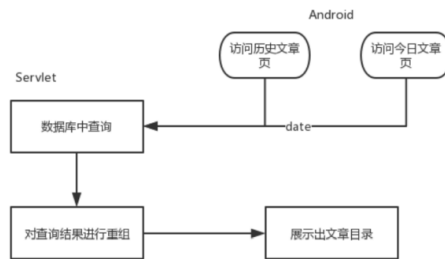


图 3-6 获取文章目录流程图

9. 系统实现主要包括各功能的实现。建议不要直接使用源代码，可以用伪代码来描述功能完成，或者用流程图来描述功能的完成。并辅以对伪代码或流程图工作的解释。如下图所示。应该提供软件运行界面的截图。

6. 系统测试

本章将介绍测试的主要方法，并给出针对本软件的具体测试实例。

6.1 测试方法

测试贯穿在整个开发过程中，但为了验证开发的软件是否满足事先预期的功能，还需要制定测试计划，对软件进行单元测试、集体测试和系统测试。

黑盒测试：不考虑系统内部的情况，只根据输入输出进行判断，且不会破坏外部信息。

白盒测试：直接在程序各模块内部测试，在代码层次判断其正确性。

6.2 测试用例

(1) 登陆测试

用户登陆功能测试用例表参见表 6-1。

表 6-1 用户登录功能的测试

用例编号	操作内容	正确结果
1	使用正确的用户 id 和密码后点击登陆	验证通过，进入今日文章目录页
2	填写错误的密码	弹出密码错误提示，停留在登陆页
3	点击取消	退出 APP
4	返回	退出 APP

6.3 测试结论

进行上述黑盒测试，可将客户端和服务端所有实现的功能都覆盖到。通过测试结果，可以得出本软件能够正常登陆，能够准确获取文章目录，能够在线阅读文章内容，能够在线播放音频，运行过程中无闪退等异常情况出现。同时通过输出到客户端的结果，也能得出客户端与服务端数据交互的正确性。

10.系统测试主要包括测试方法，测试内容和步骤，测试结果等内容。

7. 总结与展望

本文选择基于 Android 系统的在线英语学习软件开发作为研究内容, 综合应用了 Android 开发的各种工具, 以及本地服务器的搭建。最终实现了登陆, 在线浏览文章内容, 在线播放音频文件的基本功能, 完成了一个可以正常使用的 APP。

软件现阶段还未完全达到最初的设想, 它并未实现学习进度记录这一功能。所以在下一阶段, 打算对此功能板块进行具体的设计和开发。将会涉及从客户端到服务端的数据传递以及数据库的更新操作等。

另外, 本地服务器中的文章资源均为手动添加, 并未实现通过服务端定时爬取网站上每日更新的数据。为了软件的科学性, 应继续对这一块进行开发。将会涉及到网页的解析, 在线下载 mp3 文件, 对文件名的管理及数据库的写入操作。

11. 总结与展望一章对所做的工作进行总结。应该客观指出开发的应用所达到的水平, 是否解决实际问题, 存在的问题, 以及未来改进的方向。

参考文献

- [1]周冉,高玉竹.Bmob云平台在AndroidApp开发中的应用[J].微型机与应用,2015.
- [2]杜巍.Android App开发中Bmob云平台的运用[J].通讯世界,2016.
- [3]黄鑫.基于Android的大学生个人课程助理系统的设计与实现[D].厦门大学,2014.
- [4]黄莹.基于Android平台智能手机多方通话软件测试系统的研究与实现[D].华中师范大学,2013
- [5]祝忠方.基于Android的移动互联终端的设计和实现[D].北方工业大学,2014.
- [6]倪红军.基于Android系统的数据存储访问机制研究[J].计算机技术与发展,2013.

12. 参考文献:

(1) 规范性: 严格按照学校学位论文要求编排参考文献以及每条参考文献的样式。

(2) 对应性: 凡是前文中引用了别人成果(文字、数字、事实以及转述他人的观点)之处, 均应加标注列于参考文献中。

(3) 前沿性: 参考文献需能看出论文较好地跟踪了近期的该领域研究动态。

(二) 理论研究类型毕业论文

论文题目：基于可解释机器学习的谣言检测研究

- 1.选题：论文选题契合专业领域范畴，瞄准学科发展前沿和关键领域。
- 2.题目：研究对象非常明确，研究问题非常清晰，研究意义显著。

摘要

现代社会互联网技术的发展愈发迅猛，各式各样的社交媒体成为了信息产生与交换的一种应用最为广泛的渠道，同时，也成为了虚假不实信息产生与传播的理想场所。网络谣言具有一定的煽动性和危害性，破坏着网络环境和秩序。因此，对网络谣言进行有效鉴别，对改善网络环境，维护网络中的安全与稳定，具有一定的积极意义。现有的谣言检测算法经过前人的研究，得到了很大的发展，同时取得了一些成果，但由于存在各种条件的限制，得到的这些成果会有些不足，还可以进行进一步的提升。比如，现有的谣言检测算法只是判断一条信息是否为谣言，并不能对其成为谣言的原因；还有，在实际情况中，谣言数据集属于一种不平衡的数据集，但多数的谣言检测研究并没有考虑到这个问题，这样会造成检测算法准确率的降低。本文提出的基于可解释机器学习的谣言检测模型正是为了解决以上这些问题的。

本次研究模型采用循环生成对抗网络（Cycle-consistent Generative Adversarial Networks, CycleGAN）这一新的框架，循环生成对抗网络由两个生成器和两个判别器组成，生成器可以生成少数类别的样本数据，达到数据增强的效果，提升训练数据集的容量，为解决数据不平衡性的问题提出了相应的方案。使用两个生成器和一个判别器实现谣言数据到非谣言数据的转换，学习谣言数据的指标性特征，不断提高模型的学习能力，实现模型的可解释性。本次研究通过该模型与其他的谣言检测算法进行了对比验证，确认了本次研究设计的谣言检测模型具有较好的效果。

关键词：谣言检测；循环生成式对抗网络；可解释性；数据不平衡

3.摘要及关键词：

（1）摘要语言简练，准确、流畅，具有独立性和自含性，能概括论文的研究目的、方法、结果、结论等。不与“绪论”、“结论”等部分内容雷同；摘要的时态以一般现在时为主，表示一种存在于自然界的客观规律。

（2）关键词：3-5个，准确反映论文主要内容

（3）建议摘要的写法：摘要一般分为2-3段，字数在300~500之间。不要出现第一人称我或我们的字样，要从客观的角度来阐述。

第一段：简述论文背景，引出为什么要研究该项目（意义）。

第二段：是摘要的主要内容，对全文进行总概。一般按照论文的顺序进行阐述。

第三段：可从论文的特点和贡献上进行一下总结

Abstract

The development of Internet technology in modern society is becoming more and more rapid, all kinds of social media have become the most widely used channels for information generation and exchange, and at the same time, it has become an ideal place for the generation and dissemination of false and false information. Network rumors have certain incendiary and harmful, destroying the network environment and order. Therefore, the effective identification of network rumors is of positive significance to improve the network environment and maintain the security and stability of the network. The existing rumor detection algorithm has been greatly developed by previous research, and some achievements have been made, but due to the limitation of various conditions, these results will be somewhat inadequate, and can be further improved. For example, the existing rumor detection algorithm only determines whether a message is a rumor, and cannot be the cause of the rumor; Also, in practice, the rumor data set belongs to an unbalanced data set, but most rumor detection studies do not take this problem into account, which will lead to a decrease in the accuracy of the detection algorithm. The rumor detection model based on explanatory machine learning is proposed in this paper to solve these problems.

This research model uses the new framework of circular generation adversarial networks (CycleGAN), which consists of two generators and two discriminators, which can generate a small number of categories of sample data to achieve data enhancement and increase the capacity of training data sets. In order to solve the problem of data imbalance, the corresponding scheme is put forward. Using two generators and a judge to realize the conversion of rumor data to non-rumor data, learn the index characteristics of rumor data, continuously improve the learning ability of the model, and realize the explanatory nature of the model. This study verifies the rumor detection model with other rumor detection algorithms by comparing the model, and confirms that the rumor detection model designed by this study has good effect.

Keywords: Rumor detection; Cycle-generated against the network; Explanatory; The data is unbalanced

(4) 英文摘要及关键词: 英文翻译准确、流畅, 不存在语法、单词错误。

目录

1. 绪论.....	1
1.1 研究背景及研究意义.....	1
1.2 研究现状.....	2
1.2.1 人工检测方法.....	3
1.2.2 基于机器学习的检测方法.....	4
1.2.3 基于深度学习的检测方法.....	5
1.3 研究内容与结构安排.....	7
1.3.1 研究内容.....	7
1.3.2 结构安排.....	8
2. 相关理论概述.....	9
2.1 不平衡数据概述.....	9
2.2 机器学习的可解释性.....	10
2.3 生成式对抗网络.....	11
2.4 循环生成式对抗网络.....	13
3. 基于可解释机器学习的谣言检测算法.....	15
3.1 问题描述.....	15
3.2 网络结构的设计与实现.....	16
3.2.1 模型的整体架构.....	16
3.2.2 生成器模型.....	17
3.2.3 判别器模型.....	18
3.2.4 损失函数.....	19
3.2.5 谣言检测算法实现流程.....	20
3.3 实验设计与分析.....	22
3.3.1 数据集.....	22
3.3.2 实验设置.....	24
3.3.3 实验结果分析.....	27
4. 总结与展望.....	32
4.1 研究总结.....	32
4.2 研究展望.....	33
参考文献.....	35
致谢.....	39

4. 论文结构及目录

(1) 论文结构：论文总体结构合理，重点突出，逻辑清晰。满足应用开发型毕业设计的论文结构要求。

(2) 目录：格式规范、美观，各级标题准确；目录是论文的导读图，要求具有完整性。建议的论文结构如下。

目录

1 引言（绪论）
1.1 研究背景
1.2 国内外研究现状
1.3 研究内容
1.4 论文组织结构
2 相关工作与理论基础
2.1 相关工作
2.2 理论基础
3 ***算法（模型）的设计
3.1 问题描述
3.2 ***算法
4 实验（仿真）分析
4.1 实验环境
4.2 实验数据
4.3 实验结果
5 总结与展望
参考文献

1. 绪论

1.1 研究背景及研究意义

互联网的蓬勃发展使得以新浪微博、Twitter、Facebook 等为代表的社会网络已成为当今人们消费和分享新闻的一个重要平台，深刻地影响了人们的生活方式。社交媒体已成为全世界人们日常生活中不可或缺的一部分，根据 We Are Social 与 Hootsuite 合作发布的最新《2020 全球数字报告》^[28]显示，全球使用互联网的人数已增长至 45.4 亿，与 2019 年 1 月相比增长了 7% (2.98 亿新用户)，到 2020 年 1 月，全球社交媒体用户达到 38 亿，自去年同期以来，这一数字增长了 9% 以上 (3.21 亿新用户)。实际上，互联网的普及与应用，社交媒体平台的爆发式增长在其发挥了关键作用。与传统媒体（如报纸、广播和电视）不同，社交媒体作为新媒体的一员，打破了生产、消费、传播的界限。用户既可以是内容生产者，又可以是消费者，同时还可以是传播者，用户可以随意发表自己的观点和看法，或者浏览、转载、点赞别人的观点或文章，大大提高了用户的参与度。社交媒体平台每天都产生海量的信息，这些信息具有传播速度快、范围广、即时性强等优点，社交媒体平台给人们带来信息交流和分享便捷的同时，由于其缺乏对信息发布的有效监管机制和手段，使得在社交媒体中传播的信息的质量参差不齐，其中就不少掺杂着一些故意捏造事实的虚假新闻或谣言信息。根据《微博辟谣 2020 年度报告》^[15]显示，2020 年度，微博站方共有效处理 76107 条不实信息，新增 782 条谣言案例，平均每一条不实信息微博被 34 个网友举报，标记不实信息 2642 条。一般来说，假新闻^[18]的定义为：假借新闻报道形式传播的错误虚假、耸人听闻的信息。“假新闻”的出现率大大增加的现象是从 2016 年开始的，主要是与 2016 年美国大选和之后的传播有一定的关系。而谣言^[20]则是指被广泛传播的且并未得到官方证实的信息或者量已经被认证为不实的虚假信息。这几年，研究界对假新闻和谣言的兴趣有大幅度提升，这威胁着让不稳定的网络秩序和和谐稳定的社会秩序，更严重的是，甚至可能会对威胁国家或地区的安全。

互联网的普及与应用助长了假新闻和谣言的泛滥，一些个体或机构为了制造话题度，博取关注度，任意发布一些虚假新闻或谣言，完全不理睬其带来的不良影响。客观来讲，新闻是一种对客观事实再现的社会活动，为社会中每一个人的生活带来了深刻的影响，提供一个自己与世界连接的媒介，从中认识自己，认识社会，认识世界，人们可以非常方便地享受其带来的经济、政治、文化以及各种专业领域等信息服务。而假新闻的泛滥则破坏了新闻所具有的公信力和权威性。例如曾经流行的“塑料大米^[21]”引起消费者恐慌，“日本福岛核污染扩散^[4]”引发的加碘盐被疯狂抢购的事件，还有针对 2020 年新冠肺炎所报道的一系列假新闻，如 2020 年 1 月 30 日，塞尔维亚 pink 电视台、B92 网站等多家塞尔维亚媒体转载外媒关于新冠肺炎疫情的虚假视频报道，并以《恐怖市场 (pi jaca, strave)》等为标题吸引关注，舆论炒作，让其观众对中国造成很大的误解^[6]。再如外媒报道“武汉疑似火化大量新冠肺炎患者尸体导致二氧化硫破千^[17]”，经过中国监测总站的对比核实，外媒所用数据跟实际监测数据相差 200 倍，报道严重失真，一来影响公众对武汉的误解，二来对其气象服务网站能力也提出了很大的挑战。假新闻和谣言的所带来的影响力一次次突破大众的印象。为此，进行谣言检测的研究显得很有必要，从而能够更加有效和准确地检测社交媒体平台中的谣言，遏制假新闻在社交媒体上的传播，对于营造积极健康的网络环境和促进整个新闻生态系统的信任建设发挥着重要作用，而且，社交媒体平台可以从及时控制舆情和引导舆论中发挥积极作用。

1.2 研究现状

针对社会网络中的谣言泛滥问题，国内外研究学者进行了大量的研究和探索，对社会媒体的谣言进行自动检测也逐渐发展成为一个十分热门的研究领域。目前，大多数的谣言检测方法被看作是一种分类问题，可以对一些检测指标来进行谣言

5.一篇学位论文的绪论（引言），大致包含如下几个部分：

□ 研究背景及研究意义；

国内外研究现状；

研究内容；

论文组织结构。

(1) 研究背景中需要阐述清楚 2 个大问题：研究的问题“是什么”，为什么选择这个题目来研究，即阐述该研究的现实意义，比如说明该研究对学科发展有贡献，该研究对能够解决什么现实问题，该研究具有一定的前沿性等。

(2) 国内外研究现状对本研究主题范围内的文献进行详尽的综合述评，“述”的同时一定要有“评”，指出现有研究成果的不足，讲出自己研究的动机。应简述本课题在国内外的研究和发展状况；针对课题的实际背景和要解决的问题，对比国内外学者的相关工作，阐述清楚国内外学者对同类问题所采用的研究和解决方法，同时对对比这些研究和解决方法的优缺点。当然也可适当简要地介绍一些与本课题有关的预备知识。

检测,例如基于时间、空间、用户等特征以及它们的融合特征。现有的谣言检测方法主要有三种,分别是人工检测方法,基于机器学习的检测方法和基于深度学习的检测方法。以下则是对这三种谣言检测方法展开的具体介绍。

1.2.1 人工检测方法

人工谣言检测方法^[3],它是当前社会网络平台中主流的一种谣言检测方法,其工作机制是:平台将网络中的可疑信息交给具有丰富经验的编辑或相关行业专家,通过使用他们的经验和行业知识对可疑信息进行甄别,判断其真伪。新浪微博、Twitter、Facebook等主流的社交网络平台都是采用人工谣言检测方法。新浪微信平台使用了两种对不实信息检测举措,一是“微博辟谣¹”平台,该平台旨在针对微博内可能出现的不实信息或重大争议内容,向网友传递更加全面、真实、客观的信息,其中,对于重大辟谣信息,微博辟谣官方会以粉丝头条的形式进行扩大传播。二是“微博举报处理中心²”,采用众包方法,微博用户向该平台举报可疑的信息,微博平台的专家们对举报的信息进行甄别,之后在通过平台发布结果。Twitter同样采用众包方法,对平台上的信息的真伪进行甄别,通过设计一种信息真实性判别算法,这种算法能够根据Twitter上的用户信息评价来计算每一条信息的真实度。Facebook则是采用人工标注与权威媒体证实相结合的一种方法来对其平台上的信息进行真伪性判别。Facebook的用户可将Facebook平台上的可疑信息通过该平台的接口进行提交,之后,一些权威媒体将可疑的信息通过API提交给该媒体的编辑,然后,权威媒体和领域专家对上报的可疑信息的真伪进行甄别。由以上发现,Facebook与新浪微博这两者的检测方法有些相似。人工检测方法准确率高,但是,通过以上分析,发现会存在以下问题:

- (1) 人工谣言检测方法将会耗费大量的人力来对上报的可疑信息进行逐一甄别,同时,还很容易造成信息判断的滞后性。

1.3 研究内容与结构安排

1.3.1 研究内容

近年来,谣言检测研究已经取得了一些优秀成果,但大多数研究都侧重于有效检测出具有潜在特征的谣言,对于研究模型为什么可以检测新闻或信息为假的并没有给出确切的判定依据。可解释的谣言检测,就是解决这个问题,即让人们理解新闻或信息被认定为谣言的原因,提高模型的检测性能。在这个基础上,结合分析现有的谣言检测算法,考虑到循环生成网络CycleGAN可以实现两个相近数据集相互转换的特点,使用CycleGAN网络架构来开展此次研究,主要研究的内容包括以下几点:

- (1) 本文对谣言检测的背景以及研究的意义进行了相关和具体的介绍,对谣言检测的研究现状的也进行了具体的介绍与分析,在这个介绍与分析中,根据现有谣言检测缺乏可解释性等问题来阐明本次研究所要研究的内容和方向。
- (2) 本文对可解释机器学习谣言检测模型涉及到的相关理论进行了介绍,主要包括不平衡数据概述、机器学习的可解释性、对抗生成网络概述和循环生成网络概述。
- (3) 基于谣言数据集中谣言样本数量与非谣言样本数量不平衡问题,实际情况中,谣言数据的数量是远远少于非谣言数据的数量的。本次研究通过使用循环生成对抗网络的生成器网络生成谣言样本数据克服了数据类别分布不平衡的问题。
- (4) 基于本次研究提出的可解释机器学习的谣言检测模型,利用循环生成对抗网络将不同域数据相互转换的特点,实现谣言数据与非谣言数据的相互转换,在这个过程中学习谣言数据具有的关键特征,为模型的判定结果提供一个可靠的依据,即可解释性,同时提高模型的鉴别能力。
- (5) 对于本次研究进行了具体的实证分析,同时与常用的机器学习分类技术进行实验对比,通过常用的评估指标,证明了基于可解释机器学习的谣言检测模型的有效性。

注:国内研究现状与第二章的相关工作是有区别的。国内外研究现状描述课题研究的大背景大方向,侧重讲述课题研究的先进性和重要意义,不用涉及具体技术。

(3) 研究内容包括需要解决什么问题,解决该问题采用的理论依据、研究方法和实验基础,预期的结果及其地位、作用和意义。在研究内容的最后需写清楚本研究的创新点或理论与(或)实践意义。如果研究的项目是别人从未开展过的,这时创新性是显而易见的,要说明研究的创新点。但大部分情况下,研究的项目是前人开展过的,这时一定要说明此研究与被研究的不同之处和本质上的区别,而不是单纯的重复前人的工作。

1.3.2 结构安排

本文的正文部分主要由四个部分组成，一个章节代表一个部分，如下是对每个章节的具体内容进行的详细陈述：

第一章：绪论。绪论部分有研究背景及意义，研究现状和研究内容与结构安排。首先对谣言检测研究的背景及研究的意义进行了具体的描述与介绍，接着对谣言检测研究的现状进行论述和分析，最后就是对本文的研究内容和文章的结构安排进行具体详细的阐述。

第二章：相关理论概述。一个是对于谣言数据集类别不平衡的问题，介绍了不平衡数据的相关概述。一个是对机器学习的可解释性进行论述。其余两个是对生成

式对抗网络以及循环生成式对抗网络的相关内容介绍，为进一步的分析和研究奠定了理论基础。

第三章：基于可解释机器学习的谣言检测算法。首先描述了可解释机器学习的谣言检测研究涉及的相关问题。其次介绍了网络结构的设计与实现，包括模型的架构、生成器模型、判别器模型、损失函数以及谣言检测算法的实现流程等内容。最后论述了实验设计与分析，介绍了实验相关的谣言数据集，实验设置的内容以及对实验结果进行分析等。

第四章：总结与展望。这一部分就是根据本文的相关内容，总结了本文的进行的一些工作内容，并且对研究中的不足的地方进行了具体的分析，而且针对这些不足之处分别进行对未来的研究方向的一些展望。

(4) 论文的组织结构是对整篇论文的概述，阐述清楚论文的章节，每一章的研究内容或者介绍章和章间的关系。

2. 相关理论概述

2.1 不平衡数据概述

不平衡数据是指数据集中各个类别的样本量极不均衡，即某些类的数据量远远高于其他类。比如，二分类问题，正类的样本量远远大于负类的样本量，在这样的情况下，可能会为一个无意义的度量指标进行优化，最终取不到良好的效果，这对机器学习以及深度学习的结果造成极为严重的后果。

在谣言检测研究中，所收集到的谣言数据集中的谣言样本量远远小于非谣言样本量，是一个不平衡的数据集，如果不解决数据不平衡的问题，直接对其进行建立模型，那么由该模型得到的预测结果将会严重偏向非谣言而忽视谣言，导致该模型的分​​类准确度偏低。为了使本次谣言检测研究能够取得良好的效果，本次研究采用 CycleGAN 的生成网络生成谣言数据，来解决数据集不平衡的问题。

6. 论文的相关工作指的是与论文所研究内容直接相关的同行研究进展，在行文过程中需要有准确的参考文献支撑。一般来说，相关工作与第一章绪论篇幅加起来不能超过全文的 1/3。

针对研究的问题，目前他人已经做了哪些方面的研究，提出了哪些算法，简单总结其解决的问题与相关算法，并指出现有算法的不足之处。

注意这里的相关工作不仅仅包含现有工作的简单描述，还要在现有的研究工作中进行对比，指出其中的不同之处，并且说明现有算法的不足之处，本论文要在哪些方面做改进等。

理论基础指的是解决该问题使用的一些基本理论，但不是必需内容。如果论文中所涉及的相关理论，对后续论文的理解需要该知识，则有必要在这一章节进行简要介绍。否则，没有必要进行介绍。

这里的基本理论指的是与所研究问题直接相关的内容，而不应是该领域内所有知识的全部概括。

3. 基于可解释机器学习的谣言检测算法

3.1 问题描述

通常来讲，谣言检测的主要任务在于对一些没有标记的信息的真假情况进行预测：信息是真实的信息则预测为非谣言，信息是虚假的信息则预测为谣言。这实质上也就属于一种二分类的任务，此研究也是立足于这一点出发，在此基础上进行了进一步的探索。也就是说，此研究除了模型在已经被标记的谣言或非谣言的训练数据集上进行训练后，根据训练好的模型能够预测出没有被标记的测试数据的真伪性之外，还可以通过该模型学习谣言的关键特征，以此来解释信息被预测为谣言的原因，提高模型对谣言的鉴别能力，得到的预测结果也更加具有可靠性和说服力。

首先，训练数据集是一个有标签的数据集合： $S = \{(x_1, y_1), (x_2, y_2), (x_3, y_3), \dots, (x_n, y_n)\}$ ，其中 n 是表示数据集的大小，每条记录为 (x_i, y_i) ($i=1, 2, \dots, n$)，其中 x_i 表示第 i 条数据，是一个文本向量， $y_i \in \{0, 1\}$ 表示 x_i 的标签，标签值为“谣言”和“非谣言”，其中，用 1 表示谣言，0 表示非谣言。模型的输入数据是待判断的文本向量，输出是对应输入数据的类别标签，即“谣言”或“非谣言”。其次，模型把一个谣言数据转换为非谣言数据，再把非谣言数据转换为谣言数据，在这个过程中，模型会从中学习到谣言数据所具有的关键特征因素，成为判断信息成为谣言的重要依据，达到可解释性的效果。

3.2 网络结构的设计与实现

3.2.1 模型的整体架构

针对现有谣言检测算法的不足和 CycleGAN 的特点，本文提出一个基于可解释机器学习的谣言检测算法，使用 CycleGAN 框架来搭建模型，输入数据输入模型中，能够判断该数据是谣言还是非谣言，除此之外，谣言数据输入到模型中，能够得到非谣言数据的输出。本模型设计了两个生成器和一个判别器，不同于上述 2.4 节中描述的 CycleGAN，研究所设计的模型中的判别器的作用在于：除了可以判断输入数据是真实的数据还是生成器生成的数据之外，还有一个非常重要的作用，就是可以判断输入数据是谣言数据还是非谣言数据。对于判别器而言，假如其输出结果为 1，则表示输入数据是真实的数据；假如输出结果为 0，则表示输入数据就是生成器生成的数据；类似的，假如判别器的输出结果为 1，代表输入数据是谣言数据，假如判别器的输出结果为 0，则代表输入数据是非谣言数据。总的来说，判别器有

7.算法(模型)设计这一章是论文的核心内容,包括所研究问题的描述与定义,解决该问题采用的算法,算法的详细描述,以及算法的复杂度分析等。可以包括问题描述和算法(模型)的设计两部分。

4. 实验评测与结果分析

4.1 实验设置

4.1.1 实验环境

本文进行实验时使用的编程语言为python 3.6.9，使用的深度学习框架为Tensorflow 1.13.1，将代码与数据集存储于 Google Drive，通过实验平台 Google Colab 挂载 Google Drive 使用 GPU 运行程序，实验平台相关信息如表 4-1 所示：

表 4-1 实验环境

显卡	Tesla P100
驱动	NVIDIA-SMI 418.67
CUDA 版本	10.1
显存	16GB
磁盘空间	68.40GB

虽然 Colab 平台提供的算力可观，但是在运行程序的过程中，系统会根据资源

4.1.2 实验数据集

本实验采用 NLCC – ICCPOL 2016 KBQA 任务发布的数据集，该数据集包含三个文件，数据规模如 4-2 所示：

表 4-2 实验数据集信息统计

文件名称	数据量
训练集	问答对 14,609 个
测试集	问答对 9,870 个
知识库	实体 6,502,738 个，属性 587,875 个，三元组 43,063,796 个

训练集与测试集原数据只包括问答对，本文使用的数据为该任务评测第一名预处理后的数据^[17]，增加对于每个问题标注的三元组，三元组的构造方法为从知识库中反向查找答案，根据问题过滤实体，最后进行筛选数据样例如表 4-3 所示：

4.1.3 评测指标

NLCC-ICCPOL 2016 KBQA 任务官方评测最终结果采用的评价指标为平均 F1 值，此处将准确率 accuracy 值看作 F1 值，可得到：

8.实验部分建议包括实验环境、实验数据的介绍、模型评价指标的描述和实验结果的分析。

实验结果分析中

(1) 包括给出结果，并对结果进行定量或定性的分析。写作要点是：以绘图和（或）列表（必要时）等手段整理实验结果。

(2) 除了给出实验结果，另一个重点内容是将论文中提出的算法与已经存在的算法做对比，说明在哪些方面有所改进，并说明性能提高的原因。

4.2 实验与分析

4.2.1 数据预处理

首先，本文从训练集与测试集中的问答对文本数据中，提取出了每个问答对所对应的问题、三元组、答案，存储到结构化表格中，便于实体链接、属性映射任务的训练集构建与系统测试等操作。数据样例如表 4-5 所示：

表 4-5 表格内存储的数据样例

q_str	t_str	a_str
<question id=1> 《机械设计基础》这本书的作者是谁？	<triple id=1> 机械设计基础 作者 杨可桢，程光蕴，李仲生	<answer id=1> 杨可桢，程光蕴，李仲生

数据集划分：从训练集中划分出 2609 个问答对作为验证集，得到包含 12000 个问答对的训练集，包含 2609 个问答对的验证集合包含 9870 个问答对的测试集。

将知识库中的三元组存入云数据库中，如图 4-6 所示：



entity	attribute	answer
机械设计基础	作者	杨可桢, 程光蕴, 李仲生
高等数学	出版社	武汉大学出版社
线性代数	出版时间	2013-12-30
安德烈	国籍	摩纳哥
线性代数	isbn	978-7-111-36843-4
高等数学	书名	高等数学—(微积分)
万达广场	外文名	amoywandaplaza
李明	出生日期	1963.1
麒麟守护力	小说进度	连载

4.2.2 主题实体识别

(1) 数据集构建

根据每个问题对应三元组的实体，对于问题序列使用 BIO 标签进行反向标注，其中，本文命名实体识别的主要任务是识别出问题的实体提及，因此对于实体的具体类别不做区分，均以“B-LOC”、“I-LOC”的形式进行标注。将每个问句以空行分隔，标注结果如图 4-7 所示：

```
《 O  
机 B-LOC  
械 I-LOC  
设 I-LOC  
计 I-LOC  
基 I-LOC  
础 I-LOC  
》 O  
这 O  
本 O  
书 O  
的 O  
作 O  
者 O  
是 O  
谁 O  
? O
```

图 4-7 反向标注得到的训练数据样例

(2) 关键参数（相关代码详见附录）

表 4-9 命名实体识别任务相关参数设置

参数	参数值
max_seq_length	128
batch_size	128
learning_rate	0.0001
droupout_rate	0.6
Gradient clip	5
hidden_size (bert base)	768
num_hidden_layers (bert base)	12
embedding_size (bert)	128
hidden_unit (lstm_size, 使用了 bert-bilstm-crf 对比实验)	128
number of layers (lstm)	1

此外，需要将数据在输入前处理为图 3-5 的形式，如表 4-10 所示：

表 4-10 模型输入样例

INFO:tensorflow:*** Example ***
INFO:tensorflow:tokens: 《机械设计基础》这本书的作者是谁？
INFO:tensorflow:input_ids: 101 517 3322 3462 6392 6369 1825 4704 518 6821 3315

(3) 结果分析

实体识别任务结果示例如下，其中，predict 属性对应的值为实体识别得到的结果，可见，大部分问题的实体提及都能够被准确识别。

表 4-11 实体识别结果示例

question	entity	predict
你知道计算机应用基础这本书的作者是谁吗？	计算机应用基础	计算机应用基础
计算机应用基础这本书的出版社是那个？	计算机应用基础	计算机应用基础
告诉我高等数学的出版时间是什么时候？	高等数学	高等数学
我想知道戴维斯是什么国家的人？	戴维斯	戴维斯

此外，本文使用 BERT-BiLSTM-CRF、BERT-CRF 等方法进行了对比实验，测试结果如表 4-12 所示：

表 4-12 命名实体识别任务实验结果对比

模型方法	准确率 (%)	召回率 (%)	F1 值 (%)
CRF	86.22	86.49	86.35
BiLSTM	89.13	88.25	88.69
BiLSTM-CRF	90.87	89.42	90.13
BERT-BiLSTM-CRF	94.92	95.93	95.42
BERT-CRF	95.74	96.21	95.97

可见，预训练模型的应用大大提升了命名实体识别的效果，其中，将 BERT 与 BiLSTM 叠加反而降低了模型效果，分析原因是，由于 BERT 模型内部已存在双向编码，transformer 已足够强大，在模型中加入 BiLSTM 没有必要性，直接将 BERT

5. 总结与展望

5.1 总结

本文主要研究基于中文知识图谱的问答系统，对于传统的语义解析方法使用深度学习进行了改进，解决了传统语义解析存在的句法分析需要大量语言学先验知识、人工模板构建复杂且模型泛化能力差等问题。

针对单关系型问答任务，本文构建了包含主题实体识别、属性映射、答案选择环节的系统问答流程，提出了 BB-KBQA 模型。该模型由命名实体识别模型 BERT-CRF 和属性映射模型 BERT-Softmax 构成，采用 BERT 类预训练语言模型，解决了 Word2Vec 难以解决的一词多义等问题，获得了问题的深层语义表示。实验证明，BERT-CRF 融合了 BiLSTM、CRF 等模型的优点，提升了命名实体识别的准确率；BERT-Softmax 能够实现高达 98.43% 的属性映射准确率，使得系统能够更好地实现问题与知识库的语义匹配。

最后，本文将 BB-KBQA 模型应用于 KBQA 系统，实现了基于中文知识图谱问答的完整流程，在 NLPCC-ICCPOL 2016 KBQA 任务上进行评测，回答通用领域的单关系型事实问题，达到了 81.43% 的平均 F1 值，接近该评测任务的最好水平。

5.2 局限与展望

本文仍存在许多不足，同时也是未来研究的努力方向：

(1) 问题提及实体可能存在歧义：一些问题所提及的实体存在错误或者歧义，导致答案错误。例如“博士来拜是什么年代的作品？”问题中所提及的实体为“博士来拜”，在知识库中可查询到“博士来拜（维登画作）”、“博士来拜（曼特尼亚画作）”等候选实体，且均具有“年代”属性，导致虽然命名实体识别和属性抽取均

9.总结与展望包括结论部分和展望部分。结论不是研究结果的简单重复，而是对研究结果更深入一步的认识，其内容要点如下：

(1) 本研究结果说明了什么问题，得出了什么规律性的东西，解决了什么理论或实际问题；

(2) 对前人有关本问题的看法作了哪些检验，哪些与本研究结果一致，哪些不一致，作者做了哪些修正、补充、发展或否定；

(3) 展望部分阐述的不足之处或遗留问题。

参考文献

- [1] 崔万云. 博士学位论文: 基于知识图谱的问答系统关键技术研究[D]. 复旦大学. 2017.
- [2] 刘康. 基于深度学习的知识库问答[R]. 知识图谱与问答系统前沿技术研讨会. 2016.
- [3] Kang L, Yuanzhe Z, Guolaing J, et al. 基于表示学习的知识库问答研究进展与展望[J]. 2016.
- [4] 周博通, 孙承杰, 林磊, 等. 基于 LSTM 的大规模知识库自动问答[J]. 北京大学学报: 自然科学版, 2018, 54(2): 286-292.
- [5] 曹明宇, 李帅驰, 王鑫磊, 等. DUTIR 中文开放域知识库问答评测报告[R]. CCKS. 2019.
- [6] qrlhl. 词法分析之 Bi-LSTM-CRF 框架. <https://blog.csdn.net/qrlhl/article/details/78561342>. 2017.
- [7] 周正平, 张钰晖. 基于知识库的问答系统实现[R]. 清华大学. 2017.
- [8] Liang P. Lambda dependency-based compositional semantics[J]. arXiv preprint arXiv:1309.4408, 2013.
- [9] Berant J, Liang P. Semantic parsing via paraphrasing[C]//Proceedings of the 52nd Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (Volume 1: Long Papers). 2014: 1415-1425.
- [10] Yao X, Van Durme B. Information extraction over structured data: Question answering with freebase[C]//Proceedings of the 52nd Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (Volume 1: Long Papers). 2014: 956-966.

10. 参考文献:

(1) 规范性: 严格按照学校学位论文要求编排参考文献以及每条参考文献的样式。

(2) 对应性: 凡是前文中引用了别人成果(文字、数字、事实以及转述他人的观点)之处, 均应加标注列于参考文献中。

(3) 前沿性: 参考文献需能看出论文较好地跟踪了近期的该领域研究动态。

学术论文型毕业论文撰写指南（法学类适用）

一、学术论文写作结构要求

1. 题目

题目，也称标题，是以恰当、简明的词语反映论文中最重要的特定内容的逻辑组合，并且能够直接反映毕业论文的中心内容和学科特点。题目应力求简短精炼、明确得体、新颖醒目、文题相扣，题目长一般不超过 20 个字。

为了限制、缩小研究范围，更准确地表明研究对象、研究角度，或者，为了更为明确地突出研究重点，或者，为了补充研究的内容、扩展研究的范围。如有必要，毕业论文题目中可以使用副标题。

2. 摘要

摘要，也称提要，是以第三人称撰写、提供论文内容梗概为目的，不加评论和补充的解释，简明扼要记述论文重要内容的短文。摘要是论文的缩影，是对论文的内容、观点、方法、成果和结论进行高度概括和浓缩，便于读者了解全文的梗概。

摘要在语言上应当短小精悍，提纲携领，言简意赅，重点突出。篇幅应控制在 300 字以内。

摘要部分应翻译成英文（外文）。

3. 关键词

关键词是反映论文内容主题的词或词组，是从论文题名、正文或摘要中提取的能表征论文主题内容的具有实质意义的词语，关键词一般 3—5 个。

关键词的排列顺序，一般按词条的外延层次排列（外延大的排在前面）。

关键词应翻译成英文（外文）。

4. 目录

目录是论文中内容标题的集合。目录独立成页，与正文页码分开。包括论文

中全部章节的标题及页码，含正文章节、参考文献、附录、致谢等内容的页码。

5.正文

正文是毕业论文的主体和核心部分。包括：绪论、主体和结论三部分，正文一般还包括附加的文献、引证、脚注。

(1) 绪论

也可以称为序言，引言，或者导论。作为第一章是毕业论文的主体开端，一般用来阐述论文的背景及目的、研究课题的缘起、理论和现实意义、完成任务的条件，将采取的对策、手段、步骤和应达到的目标，也可以用以说明论文的整体结构。

引言主要内容包括：写作背景与意义、文献综述（国内外研究现状）、写作方法、写作思路和主要创新点。写作背景为论文写作的前提和基础，为问题的提出做铺垫或直接引出问题。本科生毕业论文可以有一个具体的案例引出研究问题（详见范文二），也可以直接通过规范分析或实证研究引出所写问题（详见范文一）。文献综述部分要注意选择文献的权威性、科学性、全面性。法学主要写作方法包括规范分析法、实证分析法和比较法研究方法，此外，根据论题需要可能还包括历史研究法、法经济学研究方法、法社会学研究方法等，要注意研究方法的准确运用。写作思路是对相关研究问题在既有研究基础上需要作出进一步研究的写作框架，要坚持“提出问题——分析问题——解决问题”的三步分析法展开。创新点的提出要实事求是，不要夸张。

(2) 主体

论文主体，也称本论，是论文的核心内容，包括研究、分析、论证以及学术见解形成的所有过程，是对研究工作的详细表述。它包括文献资料的综述，一般由标题、文字、表格或公式等部分组成。该部分要运用各方面的理论研究方法分析问题、论证观点，尽量反映出学生的研究能力和学术水平。

主体的撰写，要求论据和论点准确、清晰、实事求是、简短精炼、合乎逻辑。主体正文中可以在论证和研究具体问题之后使用“小结”。

①提出问题。

问题的提出可以基于引言部分的文献综述，也可以基于一组案例的统计分析，甚至也可以来源于一个个案。但要注意是真问题且有掌控能力。论文开始章节切

忌以“概述”“理论基础”“概念与特征”等教科书式写法开篇，要单刀直入，直接提出问题，树立靶子。

②分析问题。

分析问题也即对如何解决问题进行论证，不必限于一章，这是文章的主要内容。可以采用规范分析方法、调研访谈等实证研究方法或者历史分析法和法经济学研究方法等。需注意的是比较法研究方法的使用不要讲比较法的规定单独成章，而要把合适的制度经验融入到上述具体论证过程中去。

③解决问题。

解决问题一定要与问题提出中的问题对应，不要凭空嫁接一些“立法建议”“完善建议”。对提出的问题进行论证后所得出的结论才应是本部分的核心。

6.结论

结论，用于总结性地说明毕业论文的最终研究成果及其价值，是全文的思想精髓和文章价值的体现。结论应当体现作者更深层的认识，且是从全篇论文的全部材料出发，经过推理、判断、归纳等逻辑分析过程而得到的新的学术总观念、总见解。

结论应是该论文的最终、总体的结论。换句话说，结论应是整篇论文的结局，而不是某一局部问题或某一分支问题的结论，也不是正文中各段的小结的简单重复。结论部分的写作要求是：措词严谨，逻辑严密，文字具体。结论在文字用语上不应夸大，对尚不能完全肯定的内容注意留有余地。

内容一般应包括：（1）论文的基本观点；（2）对前人有关的看法作了哪些修正、补充、发展、证实或否定；（3）论文的主要创新点（及其主要理由）；（4）论文的局限、不足和遗留未予解决的问题；（4）立法或者司法制度上进行完善的建议。

7.参考文献

为了反映论文的科学依据，以及表明作者尊重他人研究成果的严肃态度，并向读者提供有关信息的出处，应在论文之后列出参考文献。

参考文献是论文的最后一部分，指作者在毕业论文工作中所参考的文献，是毕业论文不可缺少的组成部分。毕业论文的引用文献必须在文中引用处体现出来，按作者、文献名、卷册序号、出版地、出版单位、出版时间、章节或起止页码排列。如列出多位作者的参考文献，应按作者姓名的汉语拼音依次排列，外国作者

按其姓汉语翻译的拼音排序；同一作者的不同著作按照出版时间先后顺序排列，其著作一律排在论文前面。引用在网络媒体首次发表研究成果的，必须注明网址；对于非首次发表的网络资料，必须注明其首次发表的媒体名称。

参考文献中列出的一般应限于作者直接阅读过的、最主要的、发表在正式出版物上的文献。所参考的私人通信和未公开发表的资料，一般不宜列入参考文献表，可紧跟在引用的内容之后在文内注释或标注在页下。参考文献一律放在论文结论后，不得放在各章之后。每条文献的项目必须完整，诸项缺一不可。

注意：未在正文脚注中出现的文献，一般不列入参考文献之中。

8.附录

有些材料编入文章主体会有损于编排的条理性和逻辑性，或有碍于文章结构的紧凑和突出主题思想等，但是又有其特定价值的，可以编入毕业论文的附录中，位于全文的末尾。附录是作为论文主体的补充项目，但是，不是必需的组成部分。

下列内容可以考虑作为附录编于论文之后：（1）为了整篇论文材料的完整，但编入正文又有损于编排的条理和逻辑性，这一材料包括比正文更为详尽的信息、研究方法和技术更深入的叙述，建议可以阅读的参考文献题录，对了解正文内容有用的补充信息等。（2）由于篇幅过大或取材于复制品而不便于编入正文的材料。（3）不便于编入正文的罕见珍贵资料。（4）对本专业同行有参考价值的资料。（5）某些重要的原始数据、框图、结构图、统计表等。

附录的序号用 A, B, C……系列，如附录 A, 附录 B……。附录中的公式、图和表的编号分别用 (A1), (A2)……系列；图 A1, 图 A2……系列；表 A1, 表 A2……系列。也可以使用附录一，附录二，附录三……系列。

9.致谢或者后记

在文章结尾处，通常以简短的文字，对论文过程中曾给予自己指导、帮助过的老师，或者其他对于毕业论文的形成作过贡献的组织或个人予以感谢的文字记载，内容要实在，语言要诚恳、恰当、简短。

致谢或者后记部分，并非必需。致谢和后记，可以分别设置，也可以统一为一部分，统一为“致谢”或者其他名称，一般在正文之后。

后记或者致谢的内容，包括：（1）对协助完成研究工作和提供便利条件的组织或个人；（2）对在研究工作中提出建议和提供帮助的人；（3）对给予转载和引

用权的资料、图片、文献、研究思想和设想的所有者；（4）对其他应感谢的组织和个人。

二、学术论文写作评分细则

评议指标	优秀	良好	一般	不合格
选题	选题合理,属于该专业学位领域研究范畴;基于作者实习或实际调研,有明确的现实背景;研究目的明确,研究具有实用价值或现实意义。	选题合理,属于该专业学位领域研究范畴;研究目的较为明确。	选题尚可,属于该专业学位领域研究范畴。	选题存在一定问题,研究目的不清。
论证过程	从提出、分析到解决问题过程完整;研究思路清晰,有一定的提炼、分析和归纳能力,具有独立见解;研究方法规范,研究方案或对策具有可操作性;研究工作量饱满,有一定的研究难度。	从提出、分析到解决问题过程较为完整;研究思路比较清晰;研究方法比较规范,研究方案或对策具有一定的可操作性;研究工作量饱满,有一定的研究难度。	从提出、分析到解决问题过程较为完整;研究方法比较规范;研究工作量饱满。	提出、分析、解决问题的论证过程不完整;研究方法缺乏规范;研究工作量不足。
知识运用	较好应用专业原理或理论,体现专业视角;较好运用专业研究方法或工具进行研究;有足够的实证材料和论据支撑,案例与数据丰富、可靠。	应用了一定的专业原理或理论;运用了专业研究方法或工具进行研究;有一定的实证材料和论据支撑,案例与数据比较丰富、可靠。	运用了专业研究方法或工具进行研究;实证材料和论据较为欠缺,案例与数据不够丰富、欠缺可靠性。	欠缺对专业研究方法或工具的运用;实证材料和论据较为欠缺,欠缺案例与数据资料。
引文格式	格式正确,参考文献和脚注引用合理。参考文献数量合理,核心期刊数量占比较高。	格式基本正确,有少数错误。参考文献数量较为合理,有一定数量的核心期刊文献。	格式基本正确,错误较多。参考文献数量较少,个别核心期刊文献。	格式严重错误。参考文献数量严重不足,几乎没有核心期刊的参考文献。
语法	用词精准、恰当。行文清晰、准确。语法基本上没有错误。	用词比较准确、恰当。行文比较清晰、准确。有个别语法错误。	用词准确和恰当缺乏。行文清晰性和准确性有待加强。语法错误较多。	用词混乱。行文混乱。大量语法错误。

三、范文

【范文一】

论文题目：决议瑕疵诉讼中的债权人原告
资格研究

选题：

(1) 论文选题适应党和国家及地方事业发展需要,瞄准学科发展前沿和关键领域,非常契合专业领域研究范畴。

(2) 研究对象非常明确,研究问题非常清晰,研究意义显著。

(3) 注意:范文副标题为以往写作格式要求,纯粹法学规范性学术论文不以单一案例为引,可以删除。

摘要

《公司法司法解释（四）》第一条规定，在决议无效或不成立的情况下，“公司股东、董事、监事等”，具有原告资格，这一“等”字保留了债权人决议效力确认之诉中享有原告资格的讨论空间。对于债权人能否在诸如决议瑕疵之诉等公司诉讼中享有原告资格的问题，在理论上仍存许多争议，在司法实践中也体现出不同的裁判观点。完善公司决议瑕疵诉讼中关于债权人原告资格的规定，有利于进一步增强公司法作为组织法的可诉性，完善组织法上对债权人的保护路径，更好地发挥公司法在纠纷解决、平衡公司内外部主体利益保护等方面的功能，推动公司治理理论在利益相关者方向上的深入发展。故本文将核心聚焦债权人在公司决议瑕疵诉讼中的原告资格问题进行研究：

第一章用案例引出问题，介绍研究的背景与意义，梳理相关文献，总结司法裁判现状，为下文展开在特殊情况下赋予债权人决议瑕疵诉讼中的原告资格的必要性分析作好准备。

第二、三、四章结合理论和域外相关法律制度来分析，决议瑕疵诉讼中赋予债权人原告资格的必要性、学界已有研究中有关决议瑕疵诉讼中债权人的原告资格的争议点、几种在决议瑕疵诉讼中的承认债权人原告资格的立法方式的可行性，比较得出对债权人在决议瑕疵诉讼中进行类型化规定最为理想，并给出明确规定的三种特殊类型。

摘要：

（1）语言上应当短小精悍，提纲携领，言简意赅，重点突出。篇幅应控制在300字以内。

（2）摘要部分应翻译成英文（外文）。

第五章结合我国实际情况，提出三种类型化规定，同时对于司法裁判中债权人“诉的利益”如何判断给出了自己的看法。

关键词：决议瑕疵诉讼；原告资格；债权人保护；组织法

Abstract

Article 1 of judicial interpretation (4) of the company law stipulates that "shareholders, directors, supervisors, etc. of the company" have the qualification of plaintiff when the resolution is invalid or not established. The word "etc" retains the discussion space of plaintiff qualification in the action of creditor's resolution validity confirmation. There are still many controversies about whether creditors can be qualified as plaintiffs in company litigation, such as defective resolution litigation, and there are different opinions in judicial practice. Perfecting the provisions on the plaintiff qualification of creditors in the litigation of company resolution defects is conducive to further enhancing the litigability of the company law as the organizational law, improving the protection path of creditors in the organizational law, giving better play to the functions of the company law in dispute resolution, balancing the protection of the interests of internal and external subjects of the company, and promoting the further development of the theory of corporate governance in the direction of stakeholders Exhibition. Therefore, this paper focuses on the plaintiff qualification of creditors in the litigation of company resolution defect.

The first chapter uses cases to lead to problems, introduces the background and significance of the research, combs the relevant literature, summarizes the current situation of judicial adjudication, and prepares for the following analysis of the necessity of granting the plaintiff qualification in the litigation of defective resolution to creditors under special circumstances.

In the second, third and fourth chapters, the author analyzes the necessity of granting the plaintiff qualification to the creditor in the action of defective resolution, the controversial points about the plaintiff qualification of the creditor in the action of defective resolution, and the feasibility of several legislative methods of recognizing the plaintiff qualification of the creditor in the action of defective resolution It is the most ideal to carry out the type regulation in the defect litigation, and three special types are given.

In the fifth chapter, combined with the actual situation of our country, the author

puts forward three types of provisions, and gives his own views on how to judge the creditor's "litigation interest" in the judicial judgment.

Key words: defective resolution litigation; plaintiff qualification; creditor protection; organic law

目 录

1. 引 言.....	错误!未定义书签。
1.1 研究背景与意义.....	173
1.2 文献综述.....	174
1.3 研究思路与方法.....	错误!未定义书签。
1.4 本文创新点.....	179
2. 确立债权人原告资格的必要性.....	180
2.1 利益相关者理论下的债权人参与公司治理问题.....	181
2.2 有利于缓解股东与债权人之间的利益冲突.....	182
2.3 有利于完善组织法对债权人的特殊保护.....	188
3. 公司法的组织性与债权人的诉讼资格.....	192
3.1 组织性与决议外部“效力”.....	194
3.2 债权人对瑕疵决议的“诉的利益”.....	201
3.3 比较法对债权人“诉的利益”的肯定.....	204
4. 确立债权人原告资格的立法模式探讨.....	207
4.1 “等”字的表述模式.....	207
4.2 在法条中明确列入债权人的相关问题.....	207
4.3 在公司法中专章规定债权人保护的立法模式.....	208
4.4 对债权人可提起决议瑕疵诉讼情形类型化研究的必要性.....	208
5. 债权人提起决议瑕疵诉讼的类型化研究.....	211
5.1 一般债权人的原告资格.....	211
5.2 特殊的公司债债券持有人和受托管理人的原告资格.....	213
5.3 司法实践中对决议瑕疵诉讼“诉的利益”之解释规则.....	214
6. 结 论.....	216
参考文献.....	217

1.1 研究背景与意义

公司决议包括股份有限公司、有限责任公司的股东（大）会决议和董事会决议。虽然股东（大）会、董事会两者的决议在表决程序等具体操作不同，但其基本原理相通，在决议效力瑕疵及诉讼方面的问题也如此。因此，本文为了集中研究及方便说明，将以股东会决议为对象开展论述。若无特别强调，下文针对股东会决议的法理分析同样适用于股东大会和董事会决议。

公司决议是公司实现内部有效治理的必需方式，在公司日常经营中发挥着重要作用。然而出于公司决议有内容和程序上较为复杂的要求、管理层易受利益驱动使制定的决议内容违法或有损公司利益等原因，公司决议的效力难免会产生瑕疵，此时需要司法介入弥补公司自治的局限。

在公司决议瑕疵诉讼制度的建设上，我国《公司法》第二十二条仅规定了决议可撤销之诉的原告为股东，却未明确无效之诉中是否可由股东以外的其他利害关系人作为诉讼原告，故理论界与实务界对上述问题争议较大。

《公司法司法解释（四）》颁布后，其第一条将我国决议瑕疵类型确定为“三分法”，除决议无效、可撤销之诉外，还包括决议不成立之诉，并且规定了决议无效和不成立诉讼的原告为“公司股东、董事、监事等”，这一“等”字保留了债权人拥有公司决议无效或不成立之诉的原告资格的空间。

如今，这些规定不仅在理论上仍存在许多争议，而且在实践中也面临着很多问题，其中，对于作为公司外部主体的债权人能否拥有公司内部决议瑕疵诉讼的原告

引言：

（1）开门见山，直奔主题：不过多赘述历史渊源和历程，介绍文章的现实背景和学术背景。

（2）主要内容包括：写作背景与意义、文献综述（国内外研究现状）、写作方法、写作思路 and 主要创新点。

（3）言简意赅，突出重点：清晰阐明研究问题

资格这一问题，也成为争论的焦点。特别是在公司管理者利用公司决议掏空公司偿债资产时，合同法及侵权法等行为法只能在掏空行为发生后才能对债权人进行救济，导致债权人债权难以得到全部实现。因此，在某些特殊情况下，当公司作出有关债务的决议时，若债权人认为该决议与其享有的债权密切相关，且决议有损害债权的风险，现有行为法及组织法上的其他渠道无法更及时地保护自身债权，公司决议瑕疵诉讼或许可成为债权人实现事前救济的有效途径。

在公司治理问题朝着更加关注利益相关者理论方向的发展潮流下，我国目前学界已有的公司治理相关研究仍尚未脱离股权逻辑，主要集中在公司内部治理机制的设计上。因此，探讨债权人在公司决议瑕疵诉讼中的原告资格问题，一方面在实践上，有利于平衡公司的内部治理与债权人的利益保护，维护公司内部治理秩序的稳定，保障公司外部交易的安全，使得公司发展更加健康有序；另一方面在理论层面，更具有完善债权人治理理论从而推动公司治理研究朝利益相关者方向的深入发展的深远意义。

1.2 文献综述

1.2.1 决议瑕疵诉讼的立法模式研究

决议瑕疵诉讼立法模式的不同核心在于对决议行为的法律性质认识不同，对决议行为法律性质的不同认识影响了学者们对决议行为的外部效力的判断、对普通民事訴訟规则是否适用及多大程度适用于公司决议瑕疵诉讼的看法，故也影响到对公司决议瑕疵诉讼原告资格的认定。《公司法司法解释（四）》出台前，国内对公司决

文献综述：

（1）问题导向性：文献综述应聚焦在与本论文密切相关的研究主题和研究问题上；

（2）批判性：能够正确、合理评价分析现有研究的贡献与局限，凸显自己研究问题的价值。

（3）逻辑性：文献论述围绕研究对象和研究问题进行多维度，有深度、有逻辑的论述；对研究对象及其学科领域发展状况和学术动态的有系统的综述与评价。

（4）饱满性：文献数量饱满，没有重要文献缺失。

（5）规范性：文献引用规范，与文后参考文献相对应。

议瑕疵诉讼的研究主要在实体法层面，集中在“二分法”与“三分法”的争论上，学界通说认为“三分法”更合理。对于是否需要增加决议不成立之诉这个分类，从逻辑上说，学者大多从正反两个方面论证：一面是论述以决议瑕疵程度为判断标准，分为无效和可撤销的“二分法”所暴露出的不足；一面则是以决议作为法律行为理论基石，展开论述新设决议不成立这一类别的必要性。例如，柯芳枝（2004）、钱玉林（2005）认为“二分法”虽然较容易适用，但缺点在于未涵盖无决议机关或决议不存在的情形。¹³李建伟（2020）等学者支持“三分法”，认为公司决议是法律行为，适用法律行为的成立生效要件，决议行为在不具备成立要件时，应当认为“决议不成立”。¹⁴在大陆法系国家的公司法立法上，《德国商法典》第三百八十条规定了决议不成立之诉，《日本商法典》1981年修法也在第二百五十二条规定了决议不存在之诉，¹⁵《韩国商法典》亦于1984年在第三百八十条明确了确认决议不存在之诉。¹⁶我国《公司法司法解释（四）》也采用了“三分法”，将决议的成立与生效区分开来。由此，实体法上的争议暂时结束，而决议瑕疵诉讼的程序法问题愈加突出，尤其是决议瑕疵诉讼的主体范围方面。

1.2.2 决议无效或不成立之诉中债权人的原告资格问题研究

正如“三分法”的立法逻辑在于公司决议是一种民事法律行为，部分坚持“三分法”的学者在公司决议瑕疵诉讼的主体问题上，也坚持适用民事诉讼法的一般条款，认为原告是与决议存在直接利害关系的权利受损害的任何主体，即存在“诉的利益”的主体均具有原告资格。例如，杜万华法官（2017）认为，对于决议不成立或无效之诉来说，尽管由于争议太大，征求意见稿中列出的债权人的起诉权在正式稿中删除，但正式稿的“等”字仍肯定了债权人是相关的利害关系人，与公司决议有直接利害关系。¹⁷

然而，石少侠（2017）认为，公司债权人在决议瑕疵诉讼中是否具有原告资

¹³ 参见柯芳枝.公司法论[M].北京:中国政法大学出版,2004:272; 钱玉林.股东大会决议瑕疵研究[M].北京:法律出版社,2005:275.

¹⁴ 李建伟.公司决议的外部效力研究——《民法典》第85条法教义学分析[J].法学评论,2020,38(04):23-36.

¹⁵ 参见[日]近藤光男,梁巧巧译.最新日本公司法[M].北京:法律出版社,2016:206.

¹⁶ 参见[韩]郑炼亨,崔文玉译.韩国公司法[M].上海:上海大学出版社,2011:284.

¹⁷ 参见杜万华主编.最高人民法院公司法司法解释（四）理解与适用[M].北京:人民法院出版社,2017:27.

格应当具体分析，公司债权人包括交易债权人、机构贷款人和公司债券持有人，前两类无权提起公司决议瑕疵之诉，但因我国《公司法》没有确立公司债管理人或公司债债权人会议制度，为保护债券持有人的利益，应确认第三类可提起公司决议瑕疵之诉。¹⁸

也有学者完全否认了公司决议无效或不成立之诉中债权人的原告资格。王雷（2016）认为，公司决议属于公司内部意思形成阶段，原则上，对于公司纯粹内部纠纷，应维护公司决议的效力；当公司与善意第三人产生外部纠纷时，则应基于商事外观主义，适用表见代表、公司登记等规则对其进行认定，从而实现对第三人信赖利益的保护，故不应确立债权人等第三人的起诉资格。¹⁹丁勇（2019）则指出，基于公司决议组织法特性，本质而言，决议只是公司在内部成员和机关的帮助下形成自己意志的机制和结果，不是一种民事法律行为，故它只对公司内部主体具有约束力，而对债权人这一外部主体不产生任何法律上的效力，因此债权人的利益不会被决议侵害，债权人也对决议效力无请求权和诉权。²⁰

1.2.3 决议可撤销之诉中债权人的原告资格问题研究

学界通说认为决议撤销之诉的原告主体只有股东，故债权人无原告资格。只要具备股东身份，就应推定有诉讼利益，属于适格原告²¹，这主要是决议可撤销之诉的性质与功能决定的。

李志刚（2018）认为，决议可撤销之诉应当属于形成之诉，由于其撤销事由比无效之诉的瑕疵程度更轻，故其更须注意维护决议之稳定性。因此，应当限制原告范围，从而不仅能维护公司内部治理的合法有效，而且能保持公司法律关系的安定。²²

王湘淳（2018）则认为，决议撤销之诉属于形成之诉，决议撤销诉讼的功能

¹⁸ 参见石少侠.对《〈公司法〉司法解释(四)》若干规定的理解与评析[J].当代法学,2017,31(06):99-105.

¹⁹ 参见王雷.公司决议行为瑕疵制度的解释与完善——兼评公司法司法解释四（征求意见稿）第4~9条规定[J].清华法学,2016(05):183.

²⁰ 参见丁勇.组织法的诉讼构造:公司决议纠纷诉讼规则重构[J].中国法学,2019(05):97-116.

²¹ 参见刘俊海.现代公司法[M].北京:法律出版社,2008:268;谢文哲.公司法上的纠纷之特殊诉讼机制研究[M].北京:法律出版社,2009:109;李建伟.公司诉讼专题研究[M].北京:中国政法大学出版社,2008:198-200.

²² 参见李志刚.公司股东会撤销决议之诉的当事人:规范、法理与实践[J].法学家,2018(04):80-95+193-194.

应当保护个体股东为主，维护决议适法为辅。²³

邓峰（2009）认为，公司决议瑕疵撤销之诉具有双重功能，既有保护股东的个人利益不受瑕疵决议侵害的权利保障功能，也有维护决议稳定合法的控制功能，且后一功能是根本。²⁴

总结各学者观点，可以发现学界大多数同意决议可撤销之诉应当为形成之诉，可撤销之诉的撤销事由比决议无效之诉的瑕疵程度要小，故其功能主要是保护股东个人利益和维护决议秩序稳定性两方面，无论最终其功能应侧重于这两者之中哪个方面，都应当排除公司外部主体对这类瑕疵程度较轻的决议的干扰以防止滥诉，所以在决议可撤销之诉中债权人应当不具备原告资格。

1.3 研究思路与方法

1.3.1 研究思路

本文将提出提出问题、分析问题、解决问题的思路，对决议瑕疵诉讼中的债权人原告资格问题进行研究。

第一章用案例引出问题。本章以游卓凡与深圳华特城建设发展有限公司决议效力确认纠纷为例，展现司法实践中对债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格认定的现状与存在的问题。同时，本章将介绍研究的背景与意义，梳理现有的相关文献，总结司法裁判案例群中该问题的具体体现，为下文展开在特殊情况下赋予债权人决议瑕疵诉讼中的原告资格的必要性分析作好准备。

第二、三、四章分析问题。在结合国外相关法律制度的情况下，第二章对学界已有的有关债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格的争议焦点进行分析，第三章解释了确立债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格的必要性，第四章分析了几种确立债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格的立法方式的可行性，比较得出对债权人在决议瑕疵诉讼中对三种确有必要确立债权人原告资格的特殊情况进行类型化规定的方式最为理想，并明确指出应规定的三种特殊类型。

²³ 参见王湘淳.股东会决议撤销诉讼:功能重校与规则再造[J].法学论坛,2018,33(01):133-142.

²⁴ 参见邓峰.普通公司法[M].北京:中国人民大学出版社 2009:362.

第五章解决问题。鉴于前文对承认债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格的必要性和可行性的分析，本章结合我国实际情况提出适合我国的类型化规定。同时，对于司法裁判中债权人“诉的利益”如何判断给出了自己的看法。

1.3.2 研究方法

1. 实证研究法。实证研究法立足于客观事实本身，主要回答“是什么”的问题。从法学的角度看，实证研究的对象就是实在的国家制定法。本文将以中国现有法律文本和部分司法裁判案例为研究对象，以对我国债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格的立法和司法裁判认定现状进行研究。

2. 规范分析法。规范分析法回答现象“应当是什么”的问题。致力于解释、分析法律规范，文献研究也属于规范分析法的范畴。文献集中展现了现有的研究成果，因此本文先对文献中相关理论进行学习、梳理和分析，对现有认定债权人

在决议瑕疵诉讼中的原告资格的理论困境进行反思与分析，为后续类型化研究和提出立法建议夯实基础。接着，本文梳理了相关法律规范，反思我国现有的组织法特别法和诉讼法一般法规定对决议瑕疵诉讼中债权人原告资格在协调适用上存在的问题并提出司法适用的新思路。

3. 比较研究法。在法学领域，主要将域外法律制度同我国进行比较研究。本文将比较其他国家的决议瑕疵诉讼原告制度，以归纳整理相关的立法经验。

4. 类型化研究法。类型化研究是按照一定的标准对想要类型化的事物进行具体分类，构建类型化之基本框架，再根据自身需要往框架中丰富内容。本文对几种承认债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格的特殊情况进行了类型化研究，并在最后一章得出类型化规定的结论。

1.4 本文创新点

本文的创新之处主要有以下两点。

第一，目前立法上关于债权人在决议瑕疵诉讼中原告资格的规定尚未十分明确，学界已有研究也较少。因此，本文对三种特殊情况下承认债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格的必要性和可行性进行分析，并提出，现有立法将这三种特殊情况进行类型化规定是最优的选择，有利于进一步完善组织法上的对债权人的特别保护路径，并使该领域的理论研究更完整，更推动公司治理理论在保护利益相关者方向的深入发展。

第二，本文发现在司法实务中对债权人在瑕疵决议中的“诉的利益”“直接利害关系”的判定存在着解释较为简单模糊的问题，因此结合组织法特性和民事诉讼法一般规定的有关理论，给出关于债权人和与债权相关的瑕疵决议存在“诉的利益”“直接利害关系”的分析思路，并提出相应建议。

2. 确立债权人原告资格的必要性

确立债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格，本质是为了保护在公司经营中处于信息劣势地位的债权人利益，实现股东和债权人利益的平衡。

宏观背景层面，资本主义发展早期市场经济的繁荣使社会形成私人财产神圣不可侵犯的观念，资本被认为是企业建立的根基，受到无与伦比的追捧。在公司中，股东的地位也因此被抬高到无上程度，股东中心主义亦成为当时公司治理的基本准则。随着现代工业技术的深入发展、气候暖化等世界性环境问题的出现、贸易与资本全球化下跨国公司的迅猛发展，股东至上理论在公司治理的实践中日益暴露其无法弥补的缺陷。首先，在股东至上理论中，出于股权分散的大型公司的大中小股东利益地位不同、投资者为多家公司股东而公司之间利益冲突等原因，“股东利益最大化”的标准难以确定。其次，在资本市场的失灵、人的行为非理性、企业行为的负外部性等影响下，自 20 世纪 60-70 年代始，域外许多国家日益关注企业的伦理道德、社会责任、环境管理等问题，而这些问题在股东至上理论中无法得到有力的解释，因此现代公司的经营活动需要包容性更强的利益相关者理论来支持，这推动了各国理论和立法实践在公司治理上日益关注利益相关者的权利保护问题，债权人在公司治理中的参与和利益保护也日益得到重视。在我国银行为主导的债权融资模式下，债权治理却未有效发挥作用，这使得立法强化对作为公司利益相关者的债权人的保护更为迫切。

微观主体层面，公司作为重要的商事交易主体，其资产等于公司负债加上所有者权益，其中，股东投入股权资本获得股权请求权，债权人投入债券资本获得债权请求权，他们都依据公司资产获得权利保障，因此两者的利益分配根本上就有冲突。在公司处于正常经营的状态下，债权人仅通过行为法的一般性债权保护体系即可实现对债权的救济。然而，公司作为重要的商事组织，具备商事组织法的特殊性，需要组织法上针对其商业特点进行特殊规范。比如，公司独立法人地位和有限责任制度的设计，使得本因信息不对称而在公司经营中处于优势

地位的股东出于私人利益强化了投机主义动机。当公司经营恶化，资产负债率较高，甚至陷入流动性困境时，拥有控制权的股东为了抵消股权所面临的风险，有动机通过公司决议违法将其面临的风险转移给债权人，损害债权人的利益。因此，在组织法上应当强化对债权人的特殊保护。在决议瑕疵诉讼中有限制性地确立债权人的原告资格，可以及时在公司决议作出后但债权损害发生前对债权人利益进行有必要的事前保护，从而降低债权人保护债权的成本，平衡股东与债权人之间的利益，增强股东与债权人在商业交易中的信任，从而提高商业运行效率，更好地实现商事法律制度设计的目标和宗旨。

2.1 利益相关者理论下的债权人参与公司治理问题

随着现代工业深入发展、全球环境问题日益突出和大公司时代的到来，股东至上理论的缺陷日益暴露。首先，股东至上理论中，出于股权分散的大型公司的大中小股东利益地位不同、投资者为多家公司股东而公司之间利益冲突等原因，“股东利益最大化”的标准难以确定。其次，资本市场失灵、人的行为非理性、企业行为的负外部性等因素使许多国家日益关注企业的伦理道德、社会责任、环境管理等问题，而这些问题在股东至上理论中难以得到有力的解释，因此现代公司的经营活动需要包容性更强的利益相关者理论来支持，这推动了各国理论和立法实践在公司治理上日益关注利益相关者的权利保护问题，债权人在公司治理中的参与和利益保护也日益得到重视。

在理论上，利益相关者在狭义上指除股东之外的公司利益相关方。米切尔指出，债权人拥有法律赋予参与公司治理的权利，其意见受到公司管理层重视，并影响甚至参与公司决策，故其是地位仅后于股东和员工的公司核心利益相关方。²⁵国内学者邓汉慧、张子刚（2006）等则强调债权人与企业关系最为密切，是第一类核心利益相关者之一。²⁶由此观之，利益相关者理论的实质就是将公司利害关系人纳入企业所有者范围中，基于所有者身份的合法正当权利基础参与公司内部治理，而债权人是企业维持经营发展重要的资金提供者，理所应当是企业的核心利

²⁵ 参见沈晨光.债权人参与公司治理问题研究[M].北京:中国人民大学出版社,2015:36.

²⁶ 参见邓汉慧,张子刚.企业核心利益相关者共同治理模式[J].科研管理,2006(01):85-90.

益相关者，这成为支持债权人参与公司内部治理的理论依据之一。

在立法实践中，自 20 世纪 80 年代起，许多国家陆续改革公司法，其中，立法重点集中在利益相关者的保护。比如，美国的新公司法针对当时的恶意收购浪潮，要求企业经营者还要为企业利益相关者服务，允许包括债权人在内的利害关系人参与公司治理。日本《公司治理原则》列明公司的利益相关者包括债权人，强调公司是各类利益相关者构成的合作组织。我国早在 2005 年《公司法》第五条增加了关于公司社会责任的规定，并在第二十条增加了法人格否认制度，这些条文都可以看出我国《公司法》的制定早已倾向于保护作为利益相关者的债权人。²⁷

我国属于资本市场尚未足够发达的国家，企业主要通过向银行借债的方式进行融资，债权治理因而发挥重要的作用。债权治理方式下，控制权由股东向债权人转移，而债权人的控制相较公司股东及管理层更为严厉，有利于监督公司正确选择项目，从而提高公司决策的科学性，抑制企业低效率的投资。然而，根据学者对我国债权治理的效率进行的实证研究却发现，²⁸我国公司的债权治理机制没有良好运行。因此，我国立法继续强化对债权人这一利益相关者的保护更显得尤为必要。

2.2 有利于缓解股东与债权人之间的利益冲突

公司治理理论强调了公司治理致力于三个主要利益冲突问题，其中之一即是“股东——债权人”之间的利益冲突。在公司的独立法人地位和有限责任制度的运行下，公司借款后，股东会因其能受益于公司的成功而个人资产却不受公司失败的影响，受到激励去从事有利于自身却有损于债权人的行为。这类行为表现方式纷繁多样，最为常见的即是股东可能会为一己之私攫取公司财产，即“稀释资产”，此时能改善股东的境况，却因减少了公司可以偿债的财产而损害债权人的利益。²⁹因此，决议瑕疵诉讼中承认债权人的原告资格，可以强化对债权人在债权损害发生前的保护，有利于缓解股东与债权人之间的利益冲突，具体分析如下：

²⁷ 参见沈晨光. 债权人参与公司治理问题研究[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2015: 73-77.

²⁸ 参见沈晨光. 债权人参与公司治理问题研究[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2015: 50-51.

²⁹ 参见(美)莱纳·克拉克曼; (美)亨利·汉斯曼, (英)约翰·阿莫等著; 罗培新译. 公司法剖析: 比较与功能的视角 第2版[M]. 北京: 法律出版社, 2012: 116-117.

2.2.1 平衡股东和债权人在公司经营中所负担的风险

风险是指某种损失在特定情况下发生的可能性，其中，损失即人们的理想目标与实际结果之间的差距。从法律上看，公司是一个法律实体；从金融的角度分析，公司是一个投资工具，债权人和股东作为投资者，向公司注入不同类型的资本并获得不同类型的法律权利。债权人投入债券资本并获得债权请求权，股东投入股权资本获得股权请求权。在公司经营中，债权人和股东依据各自的请求权向公司主张不同的权益，同时承担相应的风险。³⁰

2.2.1.1 债权人的债权风险

债权人一经建立起合同关系就面临第一个风险，即由于技术或疏忽等原因，合同的条款可能一开始就不合适，以至于合同条件不能准确反映对方不履约的风险，从金融角度即在签订时合同债权的净现值就低于合同面值。一旦债权人签订了合同，他们就面临债权随后将贬值的风险，这种风险表现为债务人不能完全履约或不愿意完全履约的概率增加。在公司面临流动性困境导致无力偿债的情况下，股东的机会主义行为会给债权人利益带来风险，例如，他们可能会采取更激进的投资行为，可能通过各种方式转移公司资产。其次，债权人和公司控制权人之间对公司经营的信息不对称，如果控制权人不对债权人披露信息，债权人可能丧失保护其债权价值的机会，承担信息不对称带来的交易风险。

2.2.1.2 股东的股权风险

股权是相对于债权的剩余请求权。按照公司治理的基本原则，只有在偿还债权之后，或者确保债权清偿不会受到影响之后，股东才能行使股息、盈余、剩余资产分配权利。因为股权是剩余所有权，所以股东必须承担公司经营失败带来的风险，同时在公司经营中追求更大的投资风险也能获得更大的投资剩余利益。并且，由于拥有控制权，在公司经营不善产生流动性困境下，股东又完全可以通过行使控制权来抵消股权所面临的风险，将股东面临的风险转移给债权人，这就加剧了股东的风险偏好倾向。

由此观之，对于公司经营，期望获得足够的公司偿债财产的债权人是偏向风

³⁰ 参见王佐发.上市公司重整中债权人与中小股东的法律保护[M].北京：中国政法大学出版社，2014:47.

险厌恶的，而股东基于剩余利益请求权是偏向风险喜好的，股东和债权人在风险偏好立场上完全不同。而且，由于股东拥有对公司的控制权，在公司经营不善产生流动性困境下，股东完全可以通过行使控制权来抵消股权所面临的风险，将股东面临的风险转移给债权人，由此股东更偏好加大风险，同时加剧了债权人的风险厌恶。在决议瑕疵诉讼中赋予债权人以原告资格，能在股东作出加大风险的公司决议时方便与决议相关的债权人及时识别和规避风险，减小债权受损害的可能性，从而平衡两方的风险负担。

2.2.2 给予债权人及时的救济路径

有限责任制度会在公司陷入流动性困境时加剧股东和债权人的利益冲突，确立债权人在某些特殊情况下在决议瑕疵诉讼中的原告资格，可以在特殊情况即使公司陷入流动性困境时，及时保护处于信息劣势地位的债权人的利益。

债权人投资企业的主要目的是依合同到期回收本金并获得额外的固定利息，其只能享受到固定报酬，而股东享有企业剩余经济利益的权利，即扣除债权人固定收益后的超额利益。³¹由此看出，债权人和股东的利益分配是冲突的。然而，股东为追逐更高的剩余收益，必然产生最大限度地利用债务融资扩大投资规模的动机，公司的有限责任制度却更加强化了该动机，“有限责任并非消灭了公司经营失败之风险，只不过将风险从股东转移至公司债权人”³²。

我们可以站在公司经营的视角来分析这一问题，那么公司从正常经营到陷入流动性困境是一个动态的过程。

在正常经营状态下，公司因为资产大于负债且流动性充裕，故具备偿债能力，债权人一般只需根据债权合同即可保护其债权利益。这种情况下，股权与债权之间的矛盾并不突出，债权人一般不需要债权合同之外的保护。

然而，当公司已经处于经营亏损或甚至出现流动性降低至无力偿债的时候，债权人仅仅依靠合同法与侵权法规则已经不足以保护自己的债权利益了，因为有限责任制度这一公司法人的基本特征在此时加剧了债权人与股东的利益冲突。有

³¹ 参见林勇军.信息不对称下的企业债权人保护研究[M].北京:中国财政经济出版社,2020:84.

³² 参见(美)理查德·A·波斯纳(Richard A.Posner).法律的经济分析(下)[M].北京:中国大百科全书出版社,1997:516.

限责任的实质是股东完成出资任务后，不再对公司债务承担个人责任。但是，根据公司治理理论，股东是公司的剩余所有人，享有公司的剩余控制权，能直接或间接控制公司的经营管理。这样，有限责任制度下就出现了一对股东和债权人的矛盾：股东享有对公司的控制权，又不对公司的债务承担个人责任，如果在股东的操纵下公司执行了对债权人有害的行为，股东不必以其个人财产对债权人负责。当公司出现流动性困境，公司的资产负债比率、营运状况以及偿债能力显示其处于无力偿债状态时，有限责任制度造成的股东与债权人之间的矛盾变得突出，股东与债权人之间的利益差别开始放大了。这时，拥有公司控制权的股东和不拥有公司控制权的债权人之间的激励会有显著的不同。股东可能更倾向于冒险的经营行为，尽管这种行为对债权人是不利的。当公司陷入无力偿债的状态时，债权人的利益最大化和公司价值最大化的目标相符，而股东的利益则与利益立场相同的公司整体和债权人出现根本的冲突。这种冲突的实质是有限责任制度造成的矛盾被无力偿债时公司的资本结构所放大的结果。³³

某些特殊情况下，股东作出的瑕疵决议即是股东利用有限责任制度恶意损害债权人利益的结果。比如，股东会作出违反《公司法》第 166 条“未盈先分”的决议，以及作出违反公司和债权人特殊的限制分红和担保等契约安排的决议，都使股东在公司尚未实现较好的经营，资产负债率较高的情况下，利用分红或对外担保等手段将公司财产转移给股东自身。这些行为极易导致公司的流动性显著降低，甚至陷入无力偿债的困境，此时公司用于偿债的财产显著减少，偿债能力迅速降低，严重损害了债权人的债权。因此，在决议瑕疵诉讼中有限制地确立债权人的原告资格，有利于在公司作出瑕疵决议而债权尚未实质受损之前，及时追回公司用于偿债的财产，从而在事前对债权人的利益进行更好的保护。

2.2.3 法律制度设计需要平衡股东和债权人利益

公平正义是法律最重要的价值。利益衡平是在综合考虑公平正义的基础上设计法律制度的一种法律工具。³⁴利益平衡作为法学方法论登上历史舞台发端于耶林

³³ 参见王佐发.上市公司重整中债权人与中小股东的法律保护[M].北京:中国政法大学出版社,2014:45.

³⁴ 参见王利明.法学方法论[M].北京:中国人民大学出版社,2012:623.

³⁵。耶林指出，法律的目的是维持个人和社会利益的平衡，从而实现利己和利他的统一，建立个人与社会的伙伴关系。³⁶卡尔·拉伦茨亦认为，“个案之中法益衡量是法的续造的一种方法，在一些法律尚未确立解决规则的空白领域，它有助于答复其中的规范冲突问题。”³⁷可见，拉伦茨的“法益衡量”实质仍然是利益平衡，其功能主要在于填补法律漏洞，为司法裁判的作出提供更为强大有力的依据。从域外法学家关于利益法学的论述可以得出这样的结论：利益平衡不仅是一种法学方法论上的证明手段，更是法律的本质和目的。利益平衡从法的运行机理角度出发，可以分为立法上的利益平衡和司法裁判上的利益平衡。前者的平衡是对无时无刻均处在冲突状态之中的利益进行第一次分配，后者的平衡是对那些不满足第一次利益分配而诉诸国家公权力干预所得到的再次分配。³⁸

在决议瑕疵诉讼中有限制地赋予债权人以原告资格，实质是进行第一次利益的分配，这种分配的正当性源自国家作为公权力的集中代表，享有从社会整体利益出发的视角对债权人与股东两者的利益进行分配的权力。而法院在决议瑕疵诉讼中可以通过个案的司法活动实现对第一次利益分配的矫正。两层利益分配是公司法人制度发展过程中实现各方利益平衡的需要，是法律的本质和目的，因此讨论债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格，坚持的政策目标首先是维护利益公平。根据一般的公司治理原理，公司的控制权一般由控股股东、董事会等高管掌握，这种控制权制度加上有限责任制度可能把债权人置于不利境地。控制权人可能利用其控制地位损害债权人的利益，公司越是接近破产，作为控制权人的控股股东与债权人的利益冲突就越严重，这种损害的可能性就越大，债权人处于一种劣势地位，所以必须从法律上进行制度设计以保护债权人的利益不受侵害，实现公平。保护处于劣势地位的利益相关者的最终目标是保护其权利所代表的经济价值，因此实现利益的衡平有利于实现经济价值最大化。

³⁵ 德国著名法学家。

³⁶ 参见张文显著. 二十世纪西方法哲学思潮研究[M]. 北京：法律出版社, 2006:129.

³⁷ 参见 [德] 卡尔·拉伦茨,陈爱娥译. 法学方法论[M].北京:商务印书馆 2003:286.

³⁸ 参见李震东.公司重整中债权人利益衡平制度研究[M]. 北京：中国政法大学出版社, 2015:36.

2.2.4 法律制度设计需要兼顾效率与公平

尽管公平正义是法律的基本价值目标，但是法经济学学者的研究发现，当法律规则的选择受到公平正义概念影响时，制度设计所影响的群体整体福利可能会下降，当法律过度干预时，甚至造成“没有效率的保护”。³⁹因此，决议瑕疵诉讼中的债权人原告资格制度的设计应当体现效率，考虑其是否能提高公司经营及整个商事交易运行的效率，且以最少的制度设计成本实现尽可能全面覆盖与之相关的债权人可能面临的风险，但是对债权人的保护也必须适度，进行利益的衡平。由此观之，效率与公平的兼顾要求既不能完全否认债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格，听任债权人受公司控制权人利用内部决议对其利益掠夺，也不能为债权人提供过度的保护导致干扰公司决议的稳定性。为了建立兼顾效率与公平的债权人决议瑕疵诉讼的原告制度，应当先明确在哪些特殊情况下债权人面临的风险使其有必要提起决议瑕疵之诉，哪些情况下法律不应该保护其起诉资格而应由债权人自行寻求其他方式的救济，从而维护公司决议秩序的稳定。因此，在特殊情况下有限地赋予债权人原告资格，可以让债权人在损害发生不久后及时索回被股东攫取的公司财产以保护自身利益，从而缓解“股东——债权人”之间的利益冲突，这有利于实现股东和债权人双方共赢，既有利于增强债权人和股东之间的相互信任从而降低公司的债权融资成本，又能更好地保护债权人的合法权益，兼顾了效率与公平。比如，在公司股东违反《公司法》第 166 条作出“未盈先分”的决议时，该决议不可能被已经形成利益共同体的股东、董事、监事宣告无效，只有确立债权人提起决议无效之诉的原告资格，让与该决议存在直接利害关系的债权人起诉，当决议被判定无效后，股东获得的分红构成不当得利故必须返还给公司，从而增加公司用于偿债的财产。

³⁹ 参见王佐发.上市公司重整中债权人与中小股东的法律保护[M].北京:中国政法大学出版社,2014:52.

2.3 有利于完善组织法对债权人的特殊保护

2.3.1 行为法上对债权人的保护存在局限性

目前我国债权人的保护路径主要依赖行为法，通常，公司债权人只能依据行为法中的《合同法》违约责任、债权人代位权与撤销权，《侵权责任法》中关于不当得利和无因管理的条款，以及债的担保、债的保全相关法条，根据自身与公司的法律关系对债权进行事后救济。行为法的债权保障措施基本能满足一般的债权保障需要，因而拥有无法替代的基础地位，但同时，这些措施在适用于保护具有特殊性的债权人时仍存在一定局限。

首先，行为法的债权保障条款只能提供一般保护，无法顾及当事人身份和法律关系的特殊性。行为法仅对债权人和债务人双方之权利义务问题作了一般回答，这些规定只能在基础的层面来适用于任何类型的债之关系的债权人保护。然而，商事合同中当事人的权利义务内容相较于民事合同更具商业特殊性，相应地，商法对商人债权人提供的保护也与民法一般规定不同，会更具体地照顾到这些特殊性。

其次，行为法中债的担保条款存在缺陷。虽然债权人就担保物有相对于普通债权人的优先受偿权，但担保物能担保多项债权，且由于受市场风险、公司经营、使用情况等原因影响，担保物的价值难以确定和持续，债权人的利益因此可能会遭受损失。

最后，行为法对债权人的保护以债的关系成立为前提，强调在损害发生后实施事后救济。然而，以公司为债务人的债权人，因为有限责任制度和独立法人地位加剧了公司管理层以公司为责任承担者实施投机行为的动机，从而进一步加大债权人利益的损害，所以公司债权人在权益保护方面具有特殊性，这种特殊性决定了债权人面临更高的风险，因此，在公司法中设计债权人的特殊保护措施十分必须，故世界众多国家的公司法都明确把保护债权人利益列为立法的其中一项宗旨，并以法人格否认、资本制度以及信息公开等具体制度来贯彻落实。由此观之，在组织法中探求保护债权权益的特殊路径，是对公司债权人特殊性的充分考虑，也是更加有针对性的立法设计，有利于在违约损害发生前及时保护，减少保护债权

的成本。

2.3.2 组织法对债权人的特殊保护路径需完善

公司法是组织法并不意味着公司法只具有为公司提供完整的治理体系的组织塑造的静态功能，其还具有解决公司三大利益冲突的纠纷解决动态功能。《公司法》第一条“为了……保护公司、股东和债权人的合法权益，……制定本法”表明，保护债权人的合法权益具有实证法的支持，公司法的动态功能明确包括对债权人的权益保护，只不过在法益保护上，公司法有差序格局，强调了应当在保护了公司、股东的合法权益后适当兼顾债权人的权益保护。

2.3.2.1 已有保护路径中公司决议瑕疵诉讼债权人原告资格制度尚需完善

独立法人地位和有限责任制度极大地降低了股东的风险，当今认缴制改革的背景更是在公司资本制度上增强了股东的出资自由，如取消最低资本限制等措施，这使得组织法层面上加强对债权的保护以平衡债权人的利益显得更加重要。

在组织法层面梳理已有债权人的保护路径，主要有公司决议瑕疵诉讼中赋予债权人原告资格、依据《公司法司法解释（三）》第十一和十四条来允许公司债权人追究瑕疵出资股东的出资责任、公司法第十六条限制公司对外担保、法人格否认规则的应用这四条路径，后三条路径的具体规定和司法适用已经完善，在股东瑕疵出资、公司对外担保和利用关联交易掏空公司三个特定情况下对债权人予以保护。这些债权人保护路径中，只有公司决议瑕疵诉讼中债权人的原告资格问题立法尚有不明确之处，且公司法动态功能实现的关键就在于提高公司法的可诉性⁴⁰。类型化规定赋予债权人原告资格的情况，既能防止直接将债权人列明在无效或不成立、可撤销之诉的原告范围中带来债权人滥诉而降低公司运行效率、损害公司和股东权益的情况，又能平衡债权人的利益，从而更好地实现公司法利益保护的动态功能。

2.3.2.2 我国尚未建立债权人派生诉讼制度

债权人派生诉讼制度源于股东派生诉讼制度。域外部分国家设置了债权人派生诉讼的相关条款。比如，日本《商法典》第二百六十七条第五项规定允许债权

⁴⁰ 赵万一,张长健.后立法时代的中国公司法可诉性[J].北方法学,2014,8(01):39-49.

人可就公司合并无效对董事提起派生诉讼；加拿大《公司法》直接建立了债权人法定派生诉讼制度，其第二百三十八、二百三十九条规定，公司任何利害关系人均可向法院提出申请，允许其代表公司或其附属法人团体提起或介入这些法人团体为当事人的诉讼。⁴¹然而，我国目前仅有股东代表诉讼制度，并未建立完整的债权人派生诉讼制度，仅在个别条款允许债权人针对股东特定的损害公司利益且与债权人自身债权利益相关的行为起诉，且起诉时债权人是基于自身身份而非代表公司行使诉权。

债权人派生诉讼制度强调其是直接诉讼制度的“例外”，即，当公司利益可能或实际遭受损失且公司自身怠于行使诉权的情况下，为维护公司整体利益，允许债权人代表公司对其内外部致害主体提起要求停止侵害或赔偿损失的一种诉讼制度。⁴²本文讨论该制度，是因为公司决议瑕疵诉讼中债权人的原告资格制度与该制度密切相关：

首先，两者的相似之处在于，一方面由于当公司陷入无力偿债的状态时，债权人的利益最大化和公司价值最大化的目标相符，所以两种制度都有利于保护公司利益不受损害，保障了公司用于偿债的财产，进而间接地保护了债权人的债权利益；另一方面两项制度均强调是直接诉讼制度的“例外”，即为了维护公司正常秩序的良好运行，一般情况不允许债权人提起诉讼，只有在特别必要的情况下才确立债权人的原告资格，防止债权人干扰公司为正常经营目的的决策，更好地体现了组织法特性。

其次，两者的相异之处在于：

（1）在诉讼主体上，前者的当事人是债权人与公司双方，债权人作为公司外部主体对公司决议起诉，故被告为独立法人的公司整体；后者的当事人是公司与公司内外部主体中损害公司利益的致害者，债权人是代表公司行使诉权，故原告为公司，被告是损害公司利益的致害者。

（2）在诉讼性质上，前者属于确认之诉或形成之诉，后者则属于给付之诉。

（3）在诉的利益上，前者强调债权人出于自身“诉的利益”对公司瑕疵决议

⁴¹ 参见徐威兰.论债权人派生诉讼制度及其实践[J].商场现代化,2008(03):266-267.

⁴² 参见李哲松.韩国公司法[M].北京:中国政法大学出版社,2000:82.

起诉，而后者强调代表公司整体利益对损害公司利益的行为起诉。

（4）在诉讼客体上，前者是针对与债权人利益密切相关的公司决议效力，后者则针对公司内外损害公司利益的致害者对公司的侵权关系。

（5）在发挥作用的阶段上，前者强调对债权人利益的事前救济，即在公司决议通过这一内部意思形成阶段而尚未实际作出损害债权的外部行为时即提起诉讼；后者则强调对公司整体利益的事后救济，即针对已经发生的损害公司利益而公司又怠于行使诉权时起诉。

由于我国目前并未建立完整的债权人派生诉讼制度，在某些特殊情况下，债权人的利益最大化和公司价值最大化的目标相符，债权人较股东更有动机阻止损害公司利益的行为，却未得到支持，故在公司决议瑕疵诉讼中有限制性地确立债权人的原告资格，有利于弥补这一缺憾，这不仅能更好地保护债权人利益，更有利于减少损害公司财产的行为，促进公司实现价值最大化，使得公司发展更加健康有序，更有效地实现组织法的目标和宗旨。

3. 公司法的组织性与债权人的诉讼资格

普通的民事诉讼中，判断原告是否适格的要件即当事人是否存在诉的利益，而是否存在诉的利益关键在于诉讼标的所涉及之权利能否受到判决保护，这关系到原告的实体法地位能否使其获得裁判保护的问题。公司的组织性使公司存在内部法律关系与外部法律关系之分，这导致公司决议瑕疵之诉中的原告资格问题兼有实体法和程序法上的双重法理。其中，判断债权人在决议瑕疵诉讼中是否应具备原告资格，应当判断债权人在决议瑕疵诉讼中是否具备诉的利益，这涉及到债权人在公司法中的地位能否让其权利获得公司法的保护。

部分学者支持债权人在决议无效或不成立之诉中享有原告资格的理由是，股东之外的人员提起的决议瑕疵诉讼仍属于普通诉讼，只不过其私权利受到公司决议波及故寻求司法救济，因此可以直接适用民事诉讼法的一般规则。比如，在“诉的利益”要件上，直接判断债权人的债权是否受到决议影响即可认定其是否与公司决议存在“直接利害关系”。⁴³

然而，这种观点遭到了一些学者的质疑，他们指出，公司法上的诉在主体结构和实体法依据上与普通民事诉讼存在差异。公司法上的诉的主要实体法依据为公司法，且其涉及的纠纷集中在公司作为组织体的相关法律关系上，这种法律关系的差异性导致了实体权利义务和利益保护上的差异。因此，公司法上的诉只能选择适用民事诉讼法的部分一般规则，在差异上要进行特别规定。⁴⁴

还有部分反对赋予债权人决议瑕疵诉讼中的原告资格的学者指出，决议行为并非独立的民事法律行为，而只是一个意思形成过程，且具有公司法的组织性，因此不具备外部效力，无法对债权人这一外部主体的权益产生影响，故瑕疵决议与债权人并无直接利害关系，对于决议瑕疵诉讼，债权人没有诉的利益，故没有

⁴³ 周翠.公司决议诉讼的功能定位与程序机制[J].中外法学,2019,31(03):739-761.

⁴⁴ 李志刚.公司股东会撤销决议之诉的当事人:规范、法理与实践[J].法学家,2018(04):80-95+193-194.

诉权。⁴⁵

分析各方观点可以看出，关于债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格问题的争议点有两点，一方面，程序法层面，如何协调作为组织法的公司法的特别规定和民事诉讼法的一般规定两者的适用；另一方面，实体法和程序法结合层面，具有组织性的决议行为是否具有外部效力从而影响外部主体的权益，由此关系到债权人与瑕疵决议是否存在直接利害关系，即影响了债权人对瑕疵决议是否具有“诉的利益”的判断，债权人只有在对瑕疵决议具备“诉的利益”时才享有原告资格。争议点逻辑如下图：

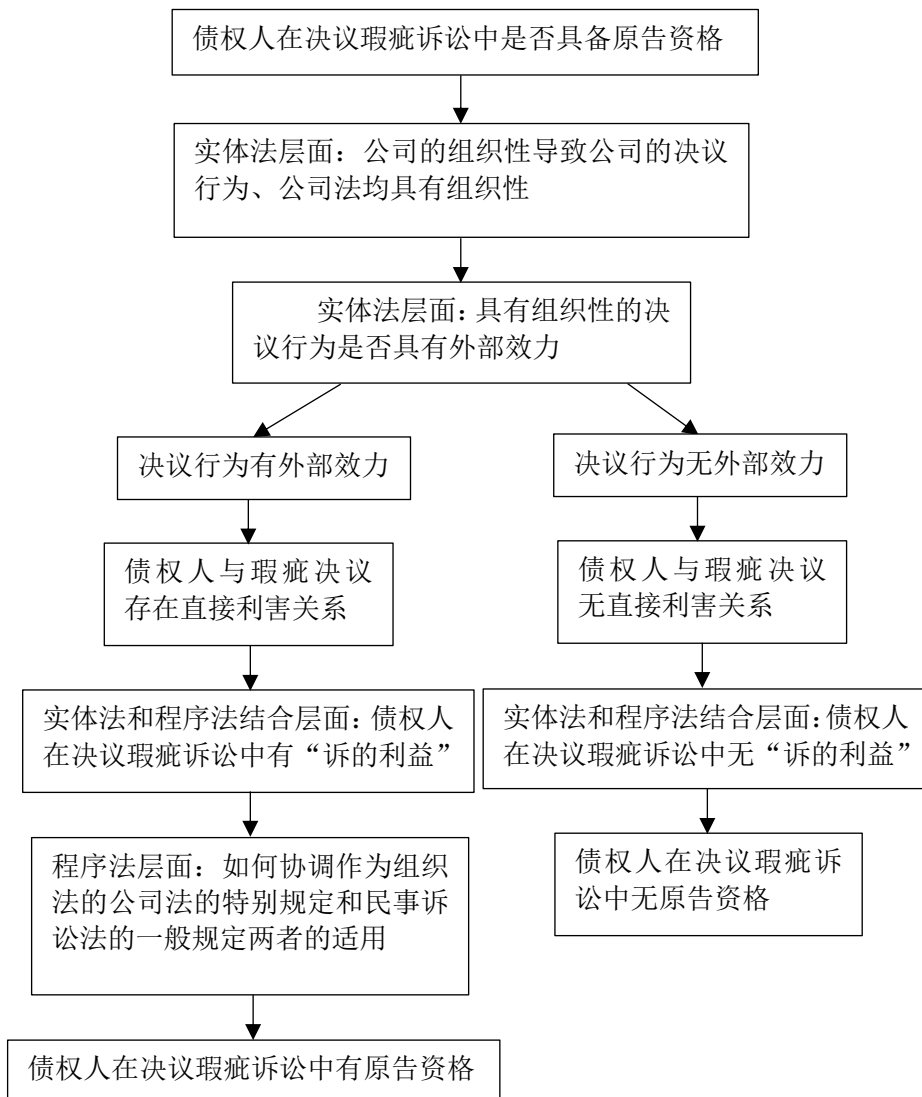


图 3-1 债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格问题的争议点逻辑

⁴⁵ 丁勇.组织法的诉讼构造:公司决议纠纷诉讼规则重构[J].中国法学,2019(05):97-116.王保树.从法条的公司法到实践的公司法[J].法学研究,2006(06):21-29.

观察以上争议点的逻辑分析，可以发现产生分歧的根本之处在于三点：一是具有组织性的决议行为是否能对债权人这一公司外部主体产生“效力”；二是对债权人这一外部主体无法律效力是否必然导致债权人在决议瑕疵诉讼中无“诉的利益”；三是如果债权人对瑕疵决议具有“诉的利益”，程序法层面如何解决具有组织性的公司法的特别规定与民事诉讼法的一般规定的适用问题。因此下面主要围绕这三点展开分析。

3.1 组织性与决议外部“效力”

一种反对赋予债权人决议瑕疵诉讼的原告资格的观点认为决议行为的组织性表明决议是一种内部意思形成过程，由此决议行为仅具有组织内部效力，无法对外部产生法律效力或约束力。⁴⁶而另一种支持有限制地赋予债权人原告资格的观点认为决议行为在某些情况下能对债权人的利益产生外部效力。⁴⁷笔者经过观察发现，两种观点的分歧主要出现在对“维护决议行为的‘组织性’”和“效力”两者的理解上均有不同。

3.1.1 公司法及决议的组织性

组织性，又称团体性或社团性。公司的组织性导致公司法的组织性，由此作为组织法的公司法规范的决议行为及决议瑕疵诉讼都具有组织性的特点。

部分学者指出，组织法特性导致对公司决议的认识重点不同于行为法。在原则与目标上，组织法的目标是尽可能实现组织安定，因此致力于穷尽公司内部救济以尽可能维持决议效力，故决议效力瑕疵治愈机制非常重要；行为法则强调个人意思真实与自由的保护和权利的救济。⁴⁸这种观点强调决议的组织法特性致力于穷尽公司内部救济以尽可能维持决议效力，所以应当排除债权人等外部主体对决议效力的干扰，这一看法有待商榷，故笔者整理了以下其他学者的观点对组织性进行分析。

⁴⁶ 丁勇.组织法的诉讼构造:公司决议纠纷诉讼规则重构[J].中国法学,2019(05):97-116.王保树.从法条的公司法到实践的公司法[J].法学研究,2006(06):21-29.

⁴⁷ 李建伟.公司决议的外部效力研究——《民法典》第85条法教义学分析[J].法学评论,2020,38(04):23-36.

⁴⁸ 参见周淳.组织法视阈中的公司决议及其法律适用[J].中国法学,2019(06):139-160.

吴高臣指出，私法上的团体是指，具有相同利益和目标的成员自愿结合而形成的组织。⁴⁹由此观之，团体性的核心在于是共同利益目的和人的结合。具体到公司上，笔者认为公司法的组织性的重点在规范了公司为成员的共同盈利目的的经营和成员的结合。

甘培忠认为，公司法是商事主体法，这是它作为组织法的本质属性。企业以营利为目的从事商业生产和服务活动，要由特定的法律确定它们在商事交往中的地位，确定投资人的责任界限，确定其内外部的各种关系以及权利义务，其中针对公司的这一特定法律即为公司法。⁵⁰也就是说，组织法的本质在于，公司法围绕公司这一主体，规范了公司在商事交往中与公司经营相关的活动，这其中包括了内外部的各种关系和权利义务。甘老师理解的公司法组织性重点在于公司法围绕公司进行规范，并未认同公司法的组织性排除了对公司外部关系及其中权利义务的约束。

叶林认为，团体法作为自治规范和组织法，主要调整团体内部关系，在团体内部发生效力。⁵¹王泽鉴也指出，社团的结社自由的重要内容还包括社团自治，即得基于章程，及经社团总会决议而规律社团内部事项，故社团又称为自律法人。⁵²他们都同意社团的组织性强调社团自治。

李志刚归纳了团体法的五大基本原则，其中，在相对性原则和分离性原则的作用下，应强调坚持主体的相对性，团体内部机关与团体主体的行为和意志相分离；自治性原则则强调对成员的利益应给予有效保护以对抗外部主体对团体的侵蚀，从而更好地实现成员的共同利益和团体的整体利益。⁵³

参考学者们的观点，笔者认为，公司的组织法性质强调公司内部自治，并非指完全排除债权人这一外部主体的任何参与。组织法的关键在共同利益目的和人的结合，因此公司法的组织性更应该理解为在公司法的规范下，公司作为一个团体整体，为实现成员们的共同盈利目的而良好经营。其中，强调尊重公司法的组织性表现为一般不干扰公司内部自治，也正是由于这种自治行为是在合法的范围

⁴⁹ 参见吴高臣.团体法的基本原则研究[J].法学杂志,2017,38(01):10-18.

⁵⁰ 参见甘培忠.企业与公司法[M].北京:北京大学出版社,2018: 139.

⁵¹ 参见叶林.私法权利的转型——一个团体法视角的观察[J].法学家,2010(04):138-154+179-180.

⁵² 参见王泽鉴.民法总则[M].北京:北京大学出版社,2014: 174.

⁵³ 参见李志刚.公司股东大会决议问题研究——团体法的视角[M].北京:中国法制出版社,2012:51.

内且目的是促进公司持续良好运营，以实现成员们设立公司时的共同盈利目标。

由此，决议行为的组织性，虽然是指决议行为表现为公司内部的意思形成过程，是一种自治行为，但并不完全排除债权人作为外部主体的干涉。当决议行为是在合法的范围内为着成员们的共同盈利目的而实施时，这种一般情况下债权人不能妨碍决议自治的自由。这是因为，债权人在公司中的利益，包括时间与风险敞口，与股东的存在许多异质性，在公司经营中，股东有动力让公司承担更多的风险，而债权人则倾向于让公司承担更少的风险，对公司行为限制过多会存在过犹不及的问题。⁵⁴

3.1.2 组织法的内外区别原则

公司作为商事交易的重要主体，围绕这一组织内外因其经营涉及许多法律关系，而公司的内部关系和外部关系并非彻底独立，它们的边界很不清晰，因此如何处理内外关系成为公司法的适用难题。《民法典》总则编第 61、62、85、170、172 条规定群基本确立了处理内外关系的区别原则，但总体依然比较粗糙。梳理这些规则，可以发现内外区别原则在对决议瑕疵诉讼中债权人原告资格的适用上强调两个重点：

第一，公司治理关系内外有别和外部主体的有限介入。这一重点强调针对公司一般的外部关系，应当主要适用合同、侵权等行为法及民事诉讼法的一般规定解决，但也存在一些例外情况，比如外部主体依据法律规定或合同约定享有一定的介入公司内部治理的权利，或者因为过去发生的法律关系对公司尚有实体权利。这表明，在部分特殊的情况下，若债权人依据法律、合同等享有类似股东及高管的内部主体的一些可以介入公司内部治理的权利，可以肯定其有原告资格。

第二，交易关系的内外有别和相对人的注意义务。根据《民法典》第八十五条和《公司法司法解释（四）》第六条，在公司与相对人之间的合同纠纷上，若公司或相对人以公司内部为由进行抗辩，决议无效或可撤销的时候，善意相对人依据决议形成的法律关系不受影响。这表明，为了维护商事交易的稳定性，内外区

⁵⁴ 参见[美]莱纳·克拉克曼；[美]亨利·汉斯曼，[英]约翰·阿莫等著；罗培新译. 公司法剖析:比较与功能的视角 第2版[M]. 北京：法律出版社，2012:116-117.119.

别原则在针对善意的公司外部主体上尽量减少因内部决议效力的瑕疵产生的对依据决议形成的外部关系的影响。⁵⁵

由此观之，在组织法的内外区别原则的指导下，一般债权人应当不能介入公司内部治理，在公司决议瑕疵诉讼中不应享有原告资格；当特殊情况下债权人具有合法或合约介入公司内部治理的权利基础时，决议瑕疵诉讼中也应类比认定其具有干涉决议的原告资格；特殊情况下的债权人一旦提起决议瑕疵诉讼，由于善意相对人依据决议形成的法律关系不受影响，并不会过于破坏公司决议及据此形成的法律关系之稳定性。

3.1.3 组织性对可撤销之诉中债权人原告资格的影响

在分析了组织性的含义和组织法的内外区别原则后，笔者认为，目前我国立法在决议可撤销之诉中明确否认债权人的原告资格是合适的。决议可撤销之诉明显体现了组织法强调社团自治的特点，因为决议可撤销之诉的决议瑕疵程度相对于无效、不成立之诉更轻，制度设置的目的更倾向于对决议瑕疵效力的救济，从而保障决议的有效和稳定性，促进商事交易的安全运行。在域外的立法经验中，大陆法系国家多仿效德国的做法，认为决议可撤销之诉具有公益性，具备维护公司决议合法和保护受损害主体利益的双重功能，但在原告资格的认定上应当侧重维护公司决议合法性。所以一般规定股东只要具备股东身份就可作为原告，而董事和监事只在其个人权利受损时才受保护，排除包括债权人在内的公司外部主体的原告资格。⁵⁶而英国在《2006年公司法》第七百二十一条直接明确规定了针对私人公司作出的以公司资本赎回自己股份的决议，不赞成决议的所有债权人对享有撤销的起诉资格。这体现出，域外立法对可撤销之诉的功能定位上也强调维护决议的稳定性，但是英美法系国家相较于国内立法，更注意当事人的权利保护，在可撤销之诉中也会有限制地承认债权人的原告资格。

⁵⁵ 参见曾宏伟.公司法司法解释(四)若干难点问题的理解与适用[J].中国审判,2017(26):180.

⁵⁶ 参见张凝.日本股东大会制度的立法、理论与实践[M].北京:法律出版社,2009:303.;参见[韩]李哲松,吴日焕译.韩国公司法[M].北京:中国政法大学出版社,2000:423;参见胡晓静.德国学理及司法实践中的股东会决议不成立——兼评《公司法司法解释(四)》第5条[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2018(03):99-109.

3.1.4 组织性对决议无效或不成立之诉中债权人原告资格的影响

前文已述，当公司决议是为正常经营考虑时，债权人一般不能干扰公司决议，而只能根据行为法上的保护债权的一般规则救济自身权益，但是，内外区别原则也强调了其例外在于，当外部主体依法、依约或因过去已形成的法律关系而享有一定的介入公司内部治理的权利，其在决议瑕疵诉讼中就具有了和享有控制权的股东类似的地位，有合法正当的干涉公司决议的权利基础，因此应当对这些特殊情况确立原告资格。具体而言，当出现以下三种情况时，可以明显看出债权人对瑕疵决议进行干涉是有必要性的：

首先，股东决议违反《公司法》166条“未盈先分”时，不仅由于违法导致决议自始无效，而且股东大会这一团体机关的动机也不再与公司这一团体的动机一致，因为股东是出于私人利益，在公司尚未实现盈利的情况下夺走公司资产，这导致公司用于偿债的资产减少，损害了公司的偿债能力，违背了公司持续良好经营以盈利的动机，根据组织性的基本原则中的主体相对性原则和分离性原则，股东这一决议反而违背了决议的组织性。此时，不能指望已经利益一体的公司内部成员去宣告决议的无效，而只能让债权人出于保护自身的债权动机诉请法院宣告，这可以起到对公司治理的监督作用，有利于实现公司的基于共同盈利目的的持续良好经营，债权人这一“干扰”反而更好地维护了决议的组织性。

其次，在债权人与公司达成特殊的契约安排，比如在借款合同中存在提供借款期间不能进行分红或对外担保等特殊约定时，债权人提供的借款成为公司资产，且债权人实质上通过合同取得了对分红的决定权，所以，当股东决议违反特殊契约安排进行分红，债权人对决议的干涉并不是“干扰”公司治理而是有合法的管理权基础“参与”公司治理，因此起诉该决议无效，构成不当得利，依然属于尊重决议组织性的范畴内。

最后，针对公司债的债权人，域外许多国家早已建立债券持有人会议制度或债券受托管理人制度，然而目前我国《公司法》没有健全的类似的债券持有人保护机制，仅在《公司债券发行与交易管理办法》中提到要建立这两项制度，该办法的立法层级也较低，导致债券持有人的权利受公司侵害时难以维权。在这些域外国家的公司债债权人保护制度中，公司债债权人在公司陷入财务危机的时候享

有类似于股东的议决权。由于我国缺乏完善的公司债债权人保护制度，在现有的决议瑕疵诉讼中有限制性地赋予公司债债权人提起决议无效或不成立之诉的原告资格，比如在因公司决议导致其债务清偿能力严重下降而需要依法采取保护措施时，或公司决议将重大影响债券持有人权益时（如股东会决议可能会在债券发行以及在发行后通过股东会决议对发行合同进行修改）等情况，有利于补偿性地保护公司债债权人的权利。此时，公司债债权人参与公司决议的权利性质应当类相比于域外立法经验，属于议决权，因此公司债债权人也是有合法的议决权基础“参与”公司治理的，没有违背决议的组织性。

3.1.5 决议的组织性并不导致决议无任何外部“效力”

决议行为的组织性是否会导致决议行为仅具有内部效力，而对债权人不产生外部效力，笔者认为，这一问题分歧的根本原因在于对“效力”的解释范围不同。效力，在狭义上，应当指法律效力或约束力，这种效力基础是法律关系，而根据债的相对性原则，债权人仅与公司这一团体存在债权债务关系，决议作为内部的意思形成过程，自然无法与债权人直接产生任何法律关系，故不能产生外部的法律效力或约束力。然而，在广义上，效力可以理解为一种对利益的影响，公司的内部决议可能与公司外部执行行为存在某种利益的牵连，在这种理解下决议是可能对公司外部产生影响的。

整理学界的理论可知，公司决议的外部效力，是指被否定的决议对公司据其做出的外部交易行为效力的影响⁵⁷。这个问题在理论上有待明确，立法上也尚存空白，同时在司法审判实践中也急需统一对此的裁判规则。在立法上，《民法典》第八十五条和《公司法司法解释（四）》第六条共同明确了决议无效、撤销的，“公司依据该决议与善意相对人形成的民事法律关系不受影响”。李建伟认为，这两个条文虽然简单确定了决议外部效力的裁判规则，但仍存在规范不足与抽象过度的问题。首先，未规定决议不成立的外部效力问题；其次，以此反推：“公司依据该决议与恶意相对人形成的民事法律关系受到影响”，那么也未明确决议对恶意相对人的效力影响机制；最后，“善恶”标准过于模糊，不仅民、商法上对“善恶”的

⁵⁷ 参见李建伟.公司决议的外部效力研究——《民法典》第85条法教义学分析[J].法学评论,2020,38(04):23-36.

判断不同，而且能否仅以相对人的“善恶意”这么简单的划分标准来解决界分外部交易行为效力这一复杂问题也值得怀疑。⁵⁸

认为决议行为是一种法律行为的学者们对公司决议行为的外部效力产生了许多不同观点。韩长印强调了决议行为与外部行为相牵连，所以决议行为效力会据此形成的外部法律关系带来较大影响。他指出，公司决议属于共同行为，共同行为大多旨在为共同目的建立长期“合作”，且会涉及众多相关主体的利益，甚至牵涉到“外部关系”，共同行为的长期性特点会导致在较长时期内行为主体通过行为发生许多的法律关系。⁵⁹

蒋大兴、柯芳芝却强调了公司之决议行为具有双重结构，既是意思形成过程，又具法律行为属性，是“内部法律行为”。蒋大兴指出，组织体具有“拟制”特性，为了实现其内部权力的制衡与监督和提高其外部交易效率，组织体的意思形成机关往往和意思表示机关相分离，决议属于意思形成机关，不能直接对外发生效力，须通过意思表示机关才能实施，但它有独立评价法效力的可能。⁶⁰

坚持决议行为非法律行为，而是一种公司内部意思形成过程的学者们，认为公司的内部决议行为和外部交易行为应当区分开，它们效力相互独立，决议的效力范围仅限于公司内部，无法对外部主体的债权人产生法律效力。如，丁勇认为，决议本质上只是公司形成自身意思的机制和结果，这一过程借助其成员和机关完成，所以仅对公司内部主体有效，对债权人等公司外部主体无法产生任何法律约束力，故债权人的利益无法被决议侵害。⁶¹李志刚亦认为，股东大会作为公司的内部机关，不能直接对外意思表示和与外部主体发生法律关系，故股东大会决议无直接外部效力。即便某些外部关系的建立需要以股东大会决议批准为前提，此时决议也须通过公司意思执行机关执行，才能对公司产生相应的法律约束力，对其外部行为产生法律后果。⁶²

笔者认为，虽然目前由于公司决议外部效力规则仍存在许多不完善之处，但

⁵⁸ 参见韩长印.共同法律行为理论的初步构建——以公司设立为分析对象[J].中国法学,2009(03):73-90.

⁵⁹ 参见韩长印.共同法律行为理论的初步构建——以公司设立为分析对象[J].中国法学,2009(03):73-90.

⁶⁰ 参见蒋大兴.公司组织意思表示之特殊构造——不完全代表/代理与公司内部决议之外部效力[J].比较法研究,2020(03):1-17; 同注 1,柯芳枝.公司法论[M].北京:中国政法大学出版,2004:272.

⁶¹ 参见丁勇.组织法的诉讼构造:公司决议纠纷诉讼规则重构[J].中国法学,2019(05):97-116.王保树.从法条的公司法到实践的公司法[J].法学研究,2006(06):21-29.

⁶² 参见李志刚.公司股东大会决议问题研究——团体法的视角[M].北京:中国法制出版社,2012:103.

从立法和公司经营实践中可以看出，公司决议无论是仅对公司内部治理生效还是根据此公司做出对外行为，若涉及债务，都至少会直接或间接地对与决议相关的债权人的利益产生影响，若将“外部效力”作广义解，理解为一种对利益的影响，决议是可能对公司外部产生影响的。换句话说，决议与外部法律行为之间存在某种牵连关系，如“法律规定团体外部合同行为须拥有内部决议行为的授权时，就将外部合同行为的效力与内部决议行为的存在相关联”。⁶³因此，支持意思形成说的学者们认为决议行为与公司外部行为彻底相互分离是不成立的，故以此为依据认为债权人的利益不会受到与其债权相关的决议行为的影响也是不成立的。

3.2 债权人对瑕疵决议的“诉的利益”

退一步而言，即便肯定了决议对外部主体的债权人无法产生法律效力或约束力，也不能等于债权人对瑕疵决议必然无“诉的利益”。反对的学者们承认“债权人利益只会基于其与公司的外部法律关系受侵害”且认为“债权人对公司内部的瑕疵决议无‘诉的利益’”，可以看出，他们认为体现着债权人“诉的利益”的诉讼标的存在于公司与债权人双方发生争议的法律关系中。由于债权人只与公司这一整体在外部存在债权债务关系，与公司内部决议不存在法律关系，故债权人对决议不存在“诉的利益”。这表明，他们采取的是传统对诉讼标的的定义，即认为诉讼标的是指双方之间发生争议的民事法律关系或民事权利（及其相对义务）。然而，传统定义本身就存在致命缺陷，它明显是以给付之诉为出发点来看待诉讼标的的，且直接将原告所主张的实体权利识别为案件的诉讼标的，这难以解释确认之诉中的诉讼标的问题。⁶⁴前文在决议行为组织性的讨论中否认了债权人在可撤销之诉中的原告资格，但决议可撤销之诉中债权人是否具有“诉的利益”也有讨论价值；而在决议无效或不成立之诉中，债权人“诉的利益”明显存在可确立的空间。

⁶³ 参见王雷.论民法中的决议行为——从农民集体决议、业管理规约到公司决议[J].中外法学,2015,27(01):79-99.

⁶⁴ 参见毕玉谦主编.民事诉讼法学[M].北京:中国政法大学出版社,2019:44.

3.2.1 决议可撤销之诉中债权人“诉的利益”

可撤销之诉属于形成之诉。将可撤销之诉认定为形成之诉的理由在于，基于诉讼法的视角，形成之诉的设立目的是使法律状态变动的效果不仅对当事人发生法律效力，而且对法律关系之外的第三人也发生法律效力，即既判力的扩张，⁶⁵在公司决议撤销之诉上能溯及既往形成实体法上的效果，而公司决议涉及到众多内外法律关系，对其提起可撤销之诉相较于确认之诉，影响范围更广，所以如果允许自由主张，给团体法律关系会带来极强的不确定性。基于组织法的视角，公司决议撤销之诉的撤销事由比决议无效之诉的无效事由瑕疵程度更轻，故可撤销之诉更有必要侧重维护公司决议的效力合法性。因此，将可撤销之诉认定为形成之诉，再通过赋予起诉人的资格和限制起诉人的范围，不仅能维护撤销权人的合法利益，同时还能减少对公司正常运营的不当干扰，实现维护公司内部治理的合法有效与稳定公司法律关系的统一。⁶⁶因此，可撤销之诉在赋予并限制起诉人的范围时，没有承认债权人的原告资格是恰当的，否则会严重破坏公司治理的安定性。

形成之诉须法律有特别规定，因此需要具备法律规定要件才具有诉的利益。⁶⁷目前，《公司法》第二十二条明确规定享有决议撤销权的主体仅有股东，原告范围排除了债权人，因此债权人不具有法律规定要件，故不具有诉的利益。

3.2.2 决议无效或不成立之诉中债权人“诉的利益”

决议无效或不成立之诉属于确认之诉，确认之诉的诉讼标的是指当事人要求法院确认或变更实体法律关系的诉之声明。确认之诉是旨在预防未来纠纷或侵害发生的预防性救济。法律关系的不确定导致原告的权利或地位处于危险不安状态，原告有请求法院对被告将此危险不安状态除去的紧迫性和必要性。⁶⁸股东会决议等公司法上的一些特殊法律关系，可以通过确认之诉来取得法律效力、避免争议发生。⁶⁹也就是说，确认之诉并不要求诉讼标的的法律关系一定存在于诉讼主体双方

⁶⁵ 参见毕玉谦主编.《民事诉讼法学》[M].北京:中国政法大学出版社,2019:175.

⁶⁶ 参见李志刚.《公司股东会撤销决议之诉的当事人:规范、法理与实践》[J].《法学家》,2018(04):80-95+193-194.

⁶⁷ 参见毕玉谦主编.《民事诉讼法学》[M].北京:中国政法大学出版社,2019:176.

⁶⁸ 参见毕玉谦主编.《民事诉讼法学》[M].北京:中国政法大学出版社,2019:175.

⁶⁹ 参见刘哲玮.《确认之诉的限缩及其路径》[J].《法学研究》,2018,40(01):126-145.

之间，只要当事人对确认之诉所指向的诉讼标存在“诉的利益”，即法律关系的不确定使当事人的权利或地位处于危险不安状态而有起诉的紧迫性和必要性，当事人即可提起确认之诉。

诉的利益是指提起民事诉讼的必要性及正当性，当事人利用民事诉讼制度，必须具备正当利益及必要性。⁷⁰曹志勋认为，确认利益指，原告的权利正面对不确定的危险，且该危险又能通过确认之诉消除。⁷¹这表明，当决议对债权人的相关债权产生了实质性的危险不安，债权人提起决议无效之诉的必要性、正当性、紧迫性时，在瑕疵决议中债权人有“诉的利益”。比如，在公司法债权人与公司达成特殊的契约安排的情况下，如在借款合同中存在提供借款期间不能进行分红或对外担保等特殊约定时，股东决议若违反特殊契约安排进行分红，公司可用于偿债的财产减少，明显对债权人的债权产生实质性的威胁，虽然债权人可以提起违约之诉，可违约之诉必须在损害实际发生时才能提起，此时公司用于偿债的财产已经转化为股利进入股东手中，债权人追回的成本更高，所以对公司决议提起无效之诉，可使分红构成不当得利从而让股东及时返还，这能尽快在损害发生前减少保护债权的成本，具有必要性和紧迫性，可以认定债权人在此种情况下对瑕疵决议享有“诉的利益”。公司决议违反公司法第 166 条“未盈先分”的情况也类似于以上分析思路。

3.2.3 公司债债权人“诉的利益”

债券持有人在公司治理中处于弱势地位，故为了保护这类债权人的利益，域外许多国家早已建立债券持有人会议制度或债券受托管理人制度，然而目前我国《公司法》没有健全的类似的债券持有人保护机制，仅在《公司债券发行与交易管理办法》中提到要建立这两项制度，该办法的立法层级也较低，导致债券持有人的权利受公司侵害时难以维权。⁷²因此，为了弥补这一缺憾，更好地保护债券持有人的利益，在因公司决议导致公司债务清偿能力严重不确定甚至明显降低，需要债券持有人依法采取自我保护时，或者因公司决议导致公司行为严重影响了债

⁷⁰ 参见毕玉谦主编,《民事诉讼法学》[M].北京:中国政法大学出版社,2019:173.

⁷¹ 参见曹志勋,《论我国法上确认之诉的认定》[J].法学,2018(11):45-60.

⁷² 参见石少侠,《〈公司法〉司法解释(四)若干规定的理解与评析》[J].当代法学,2017,31(06):99-105.

券持有人的权益时，如股东会决议可能会在债券发行及发行后对发行合同进行修改等，债券持有人和受托管理人具有起诉的紧迫性、必要性和正当性，故存在“诉的利益”，所以应当赋予其提起决议效力确认之诉的原告资格，⁷³这能够及时纠正瑕疵决议，更为便捷、直接。

3.3 比较法对债权人“诉的利益”的肯定

在程序法层面，存在如何协调作为组织法的公司法的特别规定和民事诉讼法的一般规定“诉的利益”两者的适用问题。由3.2可知，债权人对决议效力确认之诉存在“诉的利益”有两个构成要件，一是决议对债权人的相关债权产生了实质性的危险不安，二是债权人有提起决议效力确认之诉的必要性和正当性。结合以上理论并借鉴域外的立法经验，可以总结出决议瑕疵诉讼中债权人“诉的利益”认定的思路。

在国外的立法经验中，大陆法系和英美法系国家的立法经验有所不同。

大陆法系国家一般直接立法肯定债权人在公司决议无效或不成立之诉中存在“诉的利益”。比如德国、日本及韩国都认为决议无效和不成立之诉属于确认之诉，可以适用民事诉讼法的一般规定，因此只要是权利或法律地位受到决议影响的人，都具有诉的利益，且决议无效和不成立之诉功能在于保护公司内部利益相关者的权利，因此这些国家的立法都有限制原告范围。例如，《日本公司法》规定任何人均可提起公司决议效力确认之诉。⁷⁴德国立法虽然只规定了股东、董监事的原告资格，但学界通说认为并不代表其他受决议侵害的主体不得提起一般性的确认之诉。⁷⁵韩国学界和判例认为，由于公司决议瑕疵诉讼既要满足公司法作为组织法的功能体现，也要保持其与民事诉讼制度的一致性，所以尽管没有范围的限制，提起公司决议无效与不存在之诉的原告应当具有诉的利益，应动态地认定诉的利益，每一类主体在具体情况下诉的利益情况均不同。⁷⁶

⁷³ 参见邓峰、许德峰、李建伟.最高人民法院公司法解释（四）理解适用专题讲座[M].北京:中国法制出版社,2017:71.

⁷⁴ 参见张凝.日本股东大会制度的立法、理论与实践[M].北京:法律出版社,2009:303.

⁷⁵ 胡晓静.德国学理及司法实践中的股东会决议不成立——兼评《公司法司法解释(四)》第5条[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2018(03):99-109.

⁷⁶ 参见[韩]郑炼亨,崔文玉译.韩国公司法[M].上海:上海大学出版社,2011:283.

对于公司决议瑕疵诉讼，英美法系国家则无专门制度，但是美国允许公司内外利害关系者向司法机关起诉撤销决议，英国 2006 年的《公司法》则允许两种可以撤销公司决议的特例，其中一种明确肯定了债权人属于原告范围之内。

具体而言，美国在其《公司法》中规定设立公司秘书，由此保证会议程序的正确性，故决议的程序上不常有瑕疵，⁷⁷公司决议的利益相关方仅可因决议的程序与要求不符来提起可撤销之诉，而决议是无效还是可撤销则须经法院判定。⁷⁸此外，美国立法中没有明确限制公司决议瑕疵诉讼的原告范围，且在司法裁判中也遵循当事人中心主义，侧重尊重公民权利，公民只要认为其权益受侵害并有必要寻求司法保护，就可以请求撤销决议。例如，《美国法典》第 11 编 1109（b）项列举了利益相关者有债权人、股权持有人、债务人、债券合同管理人等，但其现金货币兑换公司案指出该条文没有完全列举利益相关者，对于潜在的利益相关者须放在具体案例中讨论。⁷⁹

英国 2006 年的《公司法》第九十八、七百二十一条分别规定了两种特殊的决议撤销之诉，一种是上市公司重新注册为私人公司的决议，不赞成决议的公司成员可起诉请求撤销；另一种是私人公司以公司资本赎回自身股份的决议，不赞成决议的公司成员和所有公司债权人都可起诉请求撤销。这体现出，英国虽然在公司决议瑕疵诉讼原告资格的认定上采取当事人中心理论，但还是在立法中限制了可撤销之诉原告范围，并允许在特定情形下债权人也可以提起决议可撤销之诉。⁸⁰

由此观之，在决议瑕疵诉讼中认定债权人“诉的利益”的适用上，大陆法系倾向于首先在立法中限制仅有决议效力确认之诉债权人才具备原告资格，并结合公司法的组织法特性，将民事诉讼法“诉的利益”一般规定进行限制，并动态地根据案例具体情况判断债权人起诉的必要性。美国则立法没有限定，而是在具体个案中采取当事人中心理论，只要公民认为其利益受损且有请求司法保护的必要，就可向司法机关提出申请，由司法裁判完全具体分析债权人“诉的利益”。英国则在两种特殊决议的撤销诉讼中直接规定债权人的原告资格，因此直接可以依据公

⁷⁷ 参见杜万华主编.最高人民法院公司法司法解释（四）理解与适用[M].北京:人民法院出版社,2017:39-40.

⁷⁸ 参见朱锦清.公司法学（上）[M].北京:清华大学出版社,2017:330.

⁷⁹ 参见方金刚.《公司法司法解释(四)》与美国公司制度之比较(上)[N]. 人民法院报,2017-09-08(008):02.

⁸⁰ 参见杜万华主编.最高人民法院公司法司法解释（四）理解与适用[M].北京:人民法院出版社,2017:39-40.

司法而非适用一般“诉的利益”判断。从各国的立法经验可以得到启示，即在决议瑕疵诉讼中适用民事诉讼一般性规定“诉的利益”判断，应当结合公司组织法特性和具体案例情况，动态地分析债权人在瑕疵决议中的“诉的利益”及起诉的必要性和正当性。

4. 确立债权人原告资格的立法模式探讨

4.1 “等”字的表述模式

用“等”字概括表述来保留债权人的原告资格空间，这一表述的模糊易导致解释的随意性，产生“同案不同判”现象。我国《公司法司法解释（四）》第一条即规定了决议无效和不成立诉讼的原告为“公司股东、董事、监事等”，这一“等”字采用的未穷尽列明的立法形式虽然保留了债权人拥有公司决议无效或不成立之诉的原告资格的解释空间，却也造成法律适用的模糊性，导致司法裁判中对“等”字包含的原告主体范围产生不同的理解和适用，故对于不属于公司内部主体的债权人能否提起公司决议无效或不成立之诉也产生了不同认定。因此，用“等”字概括保留债权人具备原告资格的空间，这种未穷尽列明的立法形式并不是最好的立法选择。

4.2 在法条中明确列入债权人的相关问题

直接将债权人明确规定在三类决议瑕疵之诉的原告范围中，易带来滥诉风险。

首先，不成立或无效之诉并没有可撤销之诉那样的除斥期间和诉讼保全机制，如果直接在原告范围中列明债权人，即允许公司决议存在的所有无效或不成立的情况均能让债权人这一外部主体起诉，而债权人的起诉权没有时间的限制，构成滥诉也无需承担后果，这有可能带来债权人滥诉的风险。没有除斥期间的要求，公司决议长期处于被债权人起诉的可能性中，这种不确定性妨碍了决议的稳定执行，也导致决议通过事项和依据决议在公司外部形成的法律关系都处于不确定状态，使相关外部主体对依据决议形成的法律关系产生严重不安全感，明显破坏了商事交易的稳定秩序，降低商业运行效率，背后的经济代价是巨大的。没有诉讼保全机制，债权人无需承担后果，滥诉的可能性进一步加大，而起诉会使公司决议在诉讼期间效力处于不确定状态，难以执行，妨碍公司内部治理秩序的有效运

行，降低公司经营效率，如果构成滥诉，公司因滥诉造成的损失没有经济补偿，种种后果都会严重妨碍公司资产价值实现最大化。然而，债权人利益最大化依赖于公司能有效清偿债务及支付利息，这依赖于公司资产价值的最大化，⁸¹所以这实质上妨碍了债权人利益的最大化，并未实现保护债权人的效果。在司法实践中，滥诉也容易造成本已紧张的司法资源被浪费。

其次，可撤销之诉则由于决议的瑕疵程度较轻微，基于组织法的特性，该制度的功能相较于无效或不成立之诉更强调该对决议瑕疵效力的救济，侧重于效率价值，因此也不能承认债权人的原告资格。

4.3 在公司法中专章规定债权人保护的立法模式

在公司法中专章规定债权人保护的条款这一做法，与公司法的组织法特性不符。前文已述，决议行为的组织性是指决议行为表现为公司内部的意思形成过程，是一种自治行为，当决议行为是在合法的范围内为着成员们的共同盈利目的而实施时，这种一般情况强调债权人不能妨碍决议自治的自由，这是因为，债权人在公司中的利益与股东的存在许多异质性，在公司经营中，股东有动力让公司承担更多的风险，而债权人则鼓励公司承担更少的风险，对公司行为限制过多会存在过犹不及的问题。因此，在公司法中专章规定债权人保护的条款，与公司法的组织性和保护公司正常经营活动的宗旨及目的相悖，也无法与全文体系保持立法逻辑的一致融洽。在一般情况下，债权人通过行为法的相关规则已经可以得到较好的保护，组织法并不支持债权人对公司决议进行过多的干涉，只有在部分特殊情况下，组织法上对债权人进行特殊保护比行为法更能及时救济债权，所以组织法中增加对债权人的保护条款应当是补充性的，而非组织法的侧重点，因此，专章规定的立法模式也不是最佳选择。

4.4 对债权人可提起决议瑕疵诉讼情形类型化研究的必要性

拉伦茨有言，“当抽象——一般概念及其逻辑体系不足以掌握某生活现象或意

⁸¹ 参见王佐发.上市公司重整中债权人与中小股东的法律保护[M].北京:中国政法大学出版社,2014:47.

义脉络的多样表现形态时，大家首先会想到的补助思考是‘类型’”。⁸²类型一方面在内涵上较理念更具体丰富且直观，另一方面则较具体案例表现出的现象更抽象，更主观、统一和稳定。⁸³因此，类型化规定不仅有利于增强法律规定的规范性和精确性，还有利于补充现有法条的法律漏洞。

对债权人可作为原告的情况类型化规定可兼顾债权人保护与防止滥诉。一般情况下，债权人完全可以通过现有行为法的债权保护体系，根据自身与公司的法律关系对债权实现较好的事后救济，主要包括《民法典》中关于不当得利和无因管理的条款，以及债的担保、债的保全相关法条。而且，在现有的组织法中，也已经有公司决议瑕疵诉讼中赋予债权人原告资格、公司债权人依据《公司法司法解释（三）》第十一条、十四条追究瑕疵出资股东的出资责任、公司法十六条限制公司对外担保和法人格否认规则的应用四条路径，后三条路径主要在股东瑕疵出资、公司对外担保和利用关联交易掏空公司等特定情况下对债权人予以保护，其法律适用已经完善，只有决议瑕疵诉讼中的债权人保护路径尚未十分明确。此外，债权人派生诉讼制度的缺位也使得完善决议瑕疵诉讼中的债权人原告资格制度更为迫切。

前文已述，债权人确有必要通过决议瑕疵诉讼来实现对自身权利的保护的只有三种特殊情况：（1）针对公司违反《公司法》第 166 条“无盈不分”原则的分红决议，⁸⁴此时股东形成不当得利，且由于很难只因为这一个决议认定公司股东滥用权利否认公司法人格，债权人不能提法人格否定之诉，因此债权人提起决议无效之诉是恰当的。（2）债权人在公司违反了特殊的契约安排时，比如针对公司通过的违反借款合同约定继续借款或为别人担保等情况的决议，可提起无效之诉。因为当公司已经继续举债或为他人提供担保时，损害已经发生，债权人此时才可以提起违约之诉请求赔偿，如果不能宣告公司分红和对外担保决议无效，会导致公司已经被掏空而无力偿债，所以债权人提起违约之诉并不能很好地救济自己的

⁸² 参见 [德] 卡尔·拉伦茨,陈爱娥译. 法学方法论[M].北京:商务印书馆 2004:338.

⁸³ 参见周玲. 类型思维及其法学方法论意义[D].西南政法大学,2005.

⁸⁴ 《最高人民法院关于适用<中华人民共和国公司法>若干问题的规定（四）（2016年7月25日讨论稿）》第二条即规定了：“股东会或者股东大会、董事会决议内容有下列情形之一的，应当确认无效：……（三）违反公司法第166条规定向股东分配利润；……”，这表明对“未盈先分”情况进行类型化规定是曾经有立法支持其必要性的。

权利，应当允许债权人作为原告提决议无效之诉，虽然这种做法不能影响到公司与善意第三人之间的法律关系，但是如果公司只是在股东之内做出继续举债或者为他人提供担保的决议时，就可以实现对债权人更好的救济。(3) 针对公司债债券持有人和受托管理人，因我国《公司法》没有确立公司债管理人或公司债债权人会议制度，所以为弥补这一缺憾，更好地保护债券持有人的利益，应确认公司债债券持有人和受托管理人有提起公司决议效力确认之诉的原告资格。

因此，对债权人可作为决议无效或不成立的原告的这三类情况进行类型化的规定，已经足够在组织法上弥补债权人保护路径的不足，同时，补充性的类型化规定而非一般性地将债权人列明在三类决议瑕疵之诉中的原告范围，能限制债权人能够对瑕疵决议起诉的范围，从而降低债权人滥诉的风险，是最优的立法选择。

5. 债权人提起决议瑕疵诉讼的类型化研究

5.1 一般债权人的原告资格

公司经营中最常见的是一般债权人，因此对于一般债权人在不同情况下原告资格的确立应当更为细致地区别和分析。

在可撤销之诉中，不应确立一般债权人的原告资格。原因在于，可撤销之诉不仅对当事人发生效力，而且对第三人也发生法律效力，能溯及既往形成实体法上的效果，而公司决议涉及到众多内外法律关系，对其提起可撤销之诉相较于确认之诉影响范围更广。此外，基于组织法的视角，公司决议撤销之诉的撤销事由比决议无效之诉的瑕疵程度要小，更有必要侧重维护公司决议的效力合法性。因此，可撤销之诉若确立债权人的原告资格，将会带来滥诉的风险。在可撤销之诉中，更倾向于坚持内外有别的原则，体现股东作为内部主体对公司决议的控制权和优势地位，仅承认股东的原告资格，从而在尽量维护公司经营秩序的情况下为公司内部关系的处理和股东内部利益的救济提供支持。由此观之，可撤销之诉这一原告资格的设置是平衡股东和债权人利益的结果。

无效和不成立之诉则可以赋予债权人在两种特定事由下的原告资格，这是因为，首先，内外区别原则的例外也肯定了，当外部主体依据法律规定或合同约定享有一定的介入公司内部治理的权利，或者因为过去发生的法律关系对公司尚有实体权利时，其在决议瑕疵诉讼中就具有了和享有控制权的股东类似的地位，有合法的干涉公司决议的权利基础，下文两种特定事由符合这一例外情况。其次，只有在以下两种特定事由下，债权人才有必须在瑕疵决议作出后而债权损害发生前这一时段及时救济自身利益的紧迫性。

5.1.1 违反《公司法》第 166 条“未盈先分”的情形

分配给公司的利润原本属于公司财产，而公司财产是债权人债权的一般总担

保，其数额多少与债权实现程度密切相关，⁸⁵并且根据独立法人理论，公司财产是独立的，尤其应与股东财产独立，这是公司法的基本原则，综合以上可知，应对公司分配利润给股东的行为进行一定限制。然而，在商事实践中，由于股东对公司享有剩余财产索取权，公司股东出于个人利益动机有可能违反公司法第 166 条“未盈先分”，这实质上侵害了公司的独立法人地位，掠夺了公司独立财产，破坏了股东有限责任下法律的风险分配和利益平衡规范。因为股东违法“未盈先分”会极大地削弱公司的偿付能力，必然意味着债权违约的概率增加，从而极大地损害债权人利益。

股东决议违反《公司法》166 条“未盈先分”时，不仅由于违法导致决议自始无效，而且这一决议也背离了公司法的组织性。因为此时股东大会这一团体机关的动机也不再与公司这一团体的动机一致，股东出于私人利益，在公司尚未实现盈利的情况下夺走公司资产，这导致公司用于偿债的资产减少，实质上损害了公司的偿债能力，违背了公司持续良好经营以盈利的动机，根据组织性的基本原则之一——分离性原则，股东这一决议反而违背了决议的组织性。此时，不能指望利益一体的公司内部成员去宣告决议的无效，而只能让债权人出于保护自身的债权动机诉请法院宣告。债权人的起诉反而维护了公司法的组织性，也可以起到对公司治理的监督作用，有利于实现公司的持续良好经营。

例如郑国凤公司盈余分配纠纷案，郑某依据债权人身份起诉公司，要求给付以借据的形式载明的决议通过的分红款，然而公司当年作出该分红决议时在亏损，故“未盈先分”的决议违反了《公司法》第 166 条，法院最终判决该以借据的形式载明的决议无效。⁸⁶虽然本案并非债权人作为原告起诉决议无效而是法院认定决议无效，但可以反向思考，若公司债权人起诉类似该情况作出的违反公司法第 166 条“未盈先分”的决议，法院应当认定其具有原告资格，从而确认决议无效。

5.1.2 违反特殊的契约安排的情形

债权人和公司借款人经常在约定偿付本息的义务之外，达成诸多特殊的契约

⁸⁵ 参见王长华. 董事对公司债权人的责任研究[M]. 北京: 法律出版社, 2020:186.

⁸⁶ 详见江苏省淮安市中级人民法院(2011)淮中商终字第 0002 号判决.

安排，这些约定会限制公司从事可能与债权人利益相冲突的活动的的能力，比如限制公司的股利分配或对外担保等。股东与债权人的冲突有可能降低公司资产的整体价值，因而，如果对资产转移或资产置换的能力予以适当限制，债权人和股东都将从中获益，因为这能降低公司的债权融资成本。最终签订的债务契约一定是双方不断博弈的结果，但双方在签订契约时，由于自身限制无法预知未来所有不确定因素，因此控股股东和债权人签订的是一份不完备契约，这种不完备性一方面意味着债权人无法通过合同条款彻底消除企业未来经营中关系到债务安全的全部风险，另一方面强化了股东利用这种不完备性并结合各种手段侵害债权人的权益的动机。

在债权人与公司达成特殊的契约安排，比如在借款合同中存在提供借款期间不能进行分红或对外担保等特殊约定时，债权人出资且实质上通过合同取得了对分红的决定权，所以，当股东决议违反特殊契约安排进行分红，债权人对决议的干涉并不是“干扰”公司治理而是有合法的管理权基础“参与”公司治理，因此起诉该决议无效，构成不当得利，依然属于尊重决议组织性的范畴内，并且此时要求股东将公司财产归还，比债权人提起违约之诉时损害已经发生，能够更加提前、及时地追回公司用于偿债的财产，有利于减少债权人保护债权的成本。

5.2 特殊的公司债债券持有人和受托管理人的原告资格

公司债债券持有人在流动的债券市场中也是分散流动的，故在公司治理中处于弱势地位。因此，为了保护这类债权人的利益，大陆法系国家多建立了债券持有人会议制度，英美法系国家则主要建立了债券受托管理人制度，也有一些国家将两项制度均采用，然而我国《公司法》却没有健全的类似的债券持有人保护机制，仅在《公司债券发行与交易管理办法》中提到要建立这两项制度，该办法的立法层级也较低，导致债券持有人的权利受公司侵害时难以维权。因此，为了弥补这一缺憾，更好地保护债券持有人的利益，在决议事项直接涉及损害债券持有人利益且债权人权益面临着紧迫危险的情形时，如股东会决议可能会在债券发行

及发行后修改发行合约等情况，⁸⁷应当确立债券持有人和受托管理人有提起决议效力确认之诉的原告资格。此时，公司债债权人依据购买的公司债参与公司决议的权利性质应当类比域外国家债权人保护制度中公司债债权人的议决权，其参与公司治理具有合法的权利基础，没有违反决议的组织性，符合内外区别原则的例外情况，且能够及时纠正瑕疵决议，更为便捷、直接。

5.3 司法实践中对决议瑕疵诉讼“诉的利益”之解释规则

结合前文分析的理论 and 域外立法经验可知，“诉的利益”有两个构成要件，一是决议对债权人的相关债权产生了实质性的危险不安，二是债权人有提起决议效力确认之诉的必要性和正当性。在司法裁判中，决议瑕疵诉讼适用民事诉讼一般性规定“诉的利益”判断，还应结合公司组织法特性和具体案例情况，动态地分析债权人在瑕疵决议中的“诉的利益”。

笔者认为，现有的原告范围法定和以管理处分权作为原告资格认定的标准两种方式确认主体是否具有决议瑕疵诉讼中的原告资格，都缺少对原告提起公司决议瑕疵诉讼的紧迫性、正当性和必要性的分析，不仅会使法定范围内的原告能以身份合法为由随意提起诉讼，产生公司决议时刻处于不确定性而难以执行的危害，更会导致诸如债权人等法定范围之外的主体在公司决议真正损害自身利益时无法及时获得司法保护。然而，根据《民事诉讼法》第一百一十九条第一款，将“直接利害关系”与一般民事诉讼中“诉的利益”直接等同，又忽略了公司决议作为组织法上的民事法律行为的特殊性，导致对“诉的利益”的解释范围过宽，使法定范围之外的主体可以随意提起决议瑕疵诉讼，破坏了公司内部主体的日常管理秩序的稳定性。因此，对“诉的利益”的解释应考虑组织法的特殊性，以法官具体判断原告提起公司决议瑕疵诉讼的必要性、正当性和紧迫性为限，考虑决议对债权人的相关债权产生了实质性的危险不安，债权人不能轻易被排除在公司决议瑕疵诉讼的原告范围之外。

以上类型化研究思路如下：

⁸⁷ 参见邓峰、许德峰、李建伟.最高人民法院公司法解释（四）理解适用专题讲座[M].北京:中国法制出版社,2017:71.

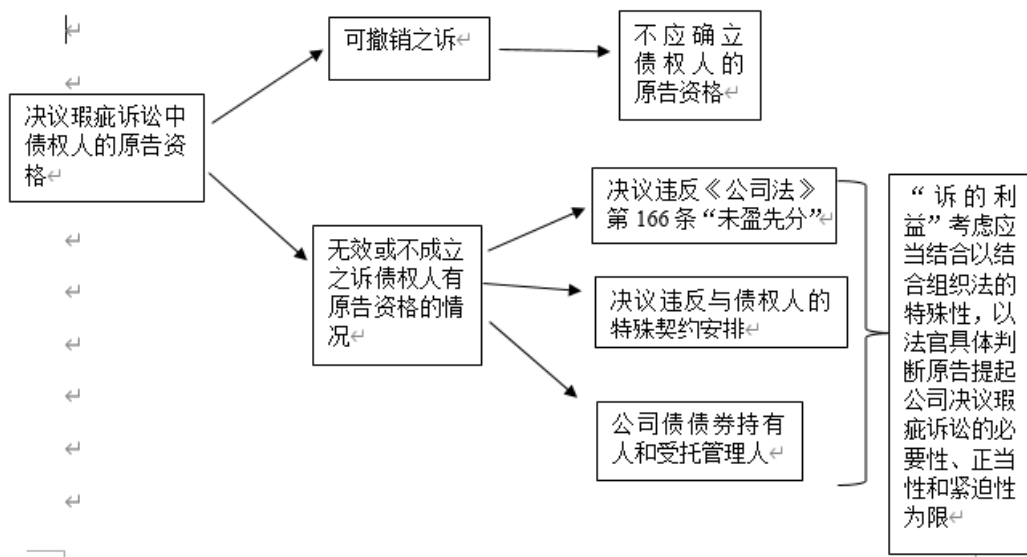


图 6-1 决议瑕疵诉讼中确立债权人原告资格的类型化

6. 结 论

针对决议瑕疵诉讼中原告的主体法定范围尚不明确，司法裁判中对债权人在决议瑕疵诉讼中“诉的利益”认定标准模糊等问题，本文首先分析了确立债权人在公司决议瑕疵诉讼中的原告资格的必要性，接着对理论上需解决的有关公司法的组织性与债权人的诉讼资格的争议中的关键点给出自己的看法，并对几种确立债权人原告资格的立法模式的可行性进行了分析。通过研究后，笔者发现，应当在决议瑕疵诉讼中有限制性地确立债权人的原告资格，从而更好地完善组织法上对债权人的特殊保护。对确立债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格的几种特殊情况类型化研究可知，决议可撤销之诉不应当确立债权人的原告资格，在决议无效或不成立之诉中，只有在：（1）公司决议违反《公司法》第 166 条“未盈先分”的情形；（2）公司决议违反与债权人特殊的契约安排的情形；（3）债权人为公司债的债券持有人与受托管理人这三种情况下，可以确立债权人在决议瑕疵诉讼中的原告资格。在司法裁判中对决议瑕疵诉讼中债权人“诉的利益”认定上，应当结合组织法的特殊性，以法官具体判断原告提起公司决议瑕疵诉讼的必要性、正当性和紧迫性为限，考虑决议是否对债权人的相关债权产生了实质性的危险不安，由此得出“诉的利益”的判定。

参考文献

一、著作类

(一) 中文专著

- [1] 柯芳枝.公司法论[M].北京:中国政法大学出版,2004:272; 钱玉林.股东大会决议瑕疵研究[M].北京:法律出版社,2005.
- [2] 杜万华主编.最高人民法院公司法司法解释(四)理解与适用[M].北京:人民法院出版社,2017.
- [3] 刘俊海.现代公司法[M].北京:法律出版社,2008.
- [4] 谢文哲.公司法上的纠纷之特殊诉讼机制研究[M].北京:法律出版社 2009.
- [5] 李建伟.公司诉讼专题研究[M].北京:中国政法大学出版社,2008.
- [6] 邓峰.普通公司法[M].北京:中国人民大学出版社 2009.
- [7] 沈晨光.债权人参与公司治理问题研究[M].北京:中国人民大学出版社,2015.
- [8] 王佐发.上市公司重整中债权人与中小股东的法律保护[M].北京:中国政法大学出版社, 2014.
- [9] 林勇军.信息不对称下的企业债权人保护研究[M].北京:中国财政经济出版社, 2020.
- [10] 王利明.法学方法论[M].北京:中国人民大学出版社,2012.

参考文献:

(1) 规范性: 严格按照学校学位论文要求编排参考文献以及每条参考文献的样式。

(2) 对应性: 凡是前文中引用了别人成果(文字、数字、事实以及转述他人的观点)之处, 均应加标注列于参考文献中, 宜以正文引注出现的先后顺序在此处列出。

(3) 前沿性: 参考文献需能看出论文较好地跟踪了近期的该领域研究动态。尤其注意存在新版书籍时不要引用旧版。

(4) 真实性: 参考文献一定要是在正文脚注中真实出现过的, 否则属于学术不端行为。

- [11] 张文显.二十世纪西方法哲学思潮研究[M]. 北京: 法律出版社, 2006.
- [12] 李震东.公司重整中债权人利益衡平制度研究[M]. 北京: 中国政法大学出版社, 2015.
- [13] 甘培忠.企业与公司法[M].北京:北京大学出版社,2018.
- [14] 王泽鉴. 民法总则[M]. 北京: 北京大学出版社, 2014.
- [15] 李志刚.公司股东大会决议问题研究——团体法的视角[M].北京:中国法制出版社,2012.
- [16] 张凝.日本股东大会制度的立法、理论与实践[M].北京:法律出版社,2009.
- [17] 毕玉谦主编.民事诉讼法学[M].北京:中国政法大学出版社,2019:44.
- [18] 朱锦清.公司法学(上)[M].北京:清华大学出版社,2017.
- [19] 邓峰、许德峰、李建伟.最高人民法院公司法解释(四)理解适用专题讲座[M].北京:中国法制出版社,2017.
- [20] 王长华. 董事对公司债权人的责任研究[M]. 北京: 法律出版社, 2020.

(二) 中文译著

- [1] [日] 近藤光男, 梁巧巧译.最新日本公司法[M].北京:法律出版社,2016.
- [2] [韩] 郑炼亨, 崔文玉译.韩国公司法[M].上海:上海大学出版社 2011.
- [3] [韩] 李哲松,吴日焕译.韩国公司法[M].北京:中国政法大学出版社,2000.
- [4] [美] 莱纳·克拉克曼; [美] 亨利·汉斯曼, [美] 约翰·阿莫等著; 罗培新译. 公司法剖析:比较与功能的视角 第 2 版[M]. 北京: 法律出版社, 2012:116-117.
- [5] [美] 理查德·A·波斯纳(Richard A.Posner). 法律的经济分析(下)[M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 1997:516.
- [6] [德] 卡尔·拉伦茨,陈爱娥译. 法学方法论[M].北京:商务印书馆 2003:286.

二、期刊论文类

- [1] 李建伟.公司决议的外部效力研究——《民法典》第 85 条法教义学分析[J].法学评论,2020,38(04):23-36.
- [2] 石少侠.对《〈公司法〉司法解释(四)》若干规定的理解与评析[J].当代法学,

2017,31(06):99-105.

- [3] 王雷.公司决议行为瑕疵制度的解释与完善——兼评公司法司法解释四(征求意见稿)第4~9条规定[J].清华法学,2016(05):183.
- [4] 丁勇.组织法的诉讼构造:公司决议纠纷诉讼规则重构[J].中国法学,2019(05):97-116.
- [5] 李志刚.公司股东会撤销决议之诉的当事人:规范、法理与实践[J].法学家,2018(04):80-95+193-194.
- [6] 王湘淳.股东会决议撤销诉讼:功能重校与规则再造[J].法学论坛,2018,33(01):133-142.
- [7] 邓汉慧,张子刚.企业核心利益相关者共同治理模式[J].科研管理,2006(01):85-90.
- [8] 王雷.《民法总则》中决议行为法律制度的力量与弱点[J].当代法学,2018,32(05):3-14.
- [9] 吴飞飞.决议行为归属与团体法“私法评价体系”构建研究[J].政治与法律,2016(06):9-18.
- [10] 徐银波.决议行为效力规则之构造[J].法学研究,2015,37(04):164-183.
- [11] 韩长印.共同法律行为理论的初步构建——以公司设立为分析对象[J].中国法学,2009(03):73-90.
- [12] 蒋大兴.公司组织意思表示之特殊构造——不完全代表/代理与公司内部决议之外部效力[J].比较法研究,2020(03):1-17.
- [13] 王雷.论民法中的决议行为——从农民集体决议、业主管理规约到公司决议[J].中外法学,2015,27(01):79-99.
- [14] 周翠.公司决议诉讼的功能定位与程序机制[J].中外法学,2019,31(03):739-761.
- [15] 王保树.从法条的公司法到实践的公司法[J].法学研究,2006(06):21-29.
- [16] 赵万一,张长健.后立法时代的中国公司法可诉性[J].北方法学,2014,8(01):39-49.
- [17] 徐威兰.论债权人派生诉讼制度及其实践[J].商场现代化,2008(03):266-267.
- [18] 胡晓静.德国学理及司法实践中的股东会决议不成立——兼评《公司法司法解释(四)》第5条[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2018(03):99-109.
- [19] 李建伟.论公司决议可撤销的适用事由——基于司法适用立场的立法解释[J].

浙江社会科学,2009(08):40-46+84+126.

- [20] 刘俊海.公司自治与司法干预的平衡艺术:《公司法解释四》的创新、缺憾与再解释[J].法学杂志,2017,38(12):35-49.
- [21] 周淳.组织法视阈中的公司决议及其法律适用[J].中国法学,2019(06):139-160.
- [22] 吴高臣.团体法的基本原则研究[J].法学杂志,2017,38(01):10-18.
- [23] 叶林.私法权利的转型——一个团体法视角的观察[J].法学家,2010(04):138-154+179-180.
- [24] 曾宏伟.公司法司法解释(四)若干难点问题的理解与适用[J].中国审判,2017(26): 180.
- [25] 刘哲玮.确认之诉的限缩及其路径[J].法学研究,2018,40(01):126-145.
- [26] 曹志勋.论我国法上确认之诉的认定[J].法学,2018(11):45-60.

三、学位论文类

- [1] 应启晗. 公司决议瑕疵诉讼当事人问题研究[D].华东政法大学,2020.
- [2] 时羽嘉. 公司决议瑕疵诉讼原告主体范围研究[D].重庆大学,2019.
- [3] 陈婷婷. 论股东大会决议撤销之诉的当事人[D].西南政法大学,2019.
- [4] 曹金英. 公司股东会决议诉讼法律制度探析[D].西南政法大学,2015.

四、报刊杂志类

- [1] 方金刚.《公司法司法解释(四)》与美国公司制度之比较(上)[N].人民法院报,2017-09-08(008):02.

【范文二】

论文题目：性侵未成年人案件被害人陈述的审查判断研究

——详见【附件二】规范分析类范文二（由案例引出问题型）：《性侵未成年人案件被害人陈述的审查判断研究》

案例评释型毕业论文撰写指南（法学类适用）

一、案例评释型毕业论文写作概述

案例评释型毕业论文除了下文详细阐释的基本形式外，优秀的鉴定式案例分析报告也可以作为毕业论文的一种形式，详见附件三范文所示。

二、案例评释写作结构要求

1. 案件综述

第一部分分别总结“案情概要”与“判决要旨”，本部分切记写作规范，需要自己归纳案件事实和裁判要旨。

2. 评释

第二部分是对案例的“评释”，可以从以下两部分来展开。

（1）“问题的提出”，也即本案争议焦点的提炼。一个案件可能有一个争议焦点，也可能有若干争议焦点。若是后者，需要单独论证评释。

（2）围绕案例事实对上述争议焦点的理论问题进行规范分析。包括讨论原告的请求权基础（三段论推理的大前提），以及法律规范对案件事实的涵摄推理。此外，对于相关法律规范本身的合理性等也需要在“评释”部分加以探讨。

3. 结语

结论部分有三个任务：（1）总结本案的争议焦点、裁判思路和裁判要旨；（2）简述相关理论问题探讨的结论；（3）说明本案裁判思路对相关类案是否具有借鉴意义等。

4. 参考文献、附录、致谢或者后记等同上。

三、案例评释类评分细则

评议指标	优秀	良好	一般	不合格
案例选取 对评释案例选取的评价	选取案件有代表性或争议较大，争议焦点具有较大研究意义，裁判结论、推理过程或自己的评释能够对相关案例有较大的借鉴或指导价值，能找到判决书外更多材料的更优。	选取案件有代表性或争议较大，争议焦点具有一定研究意义，裁判结论、推理过程或自己的评释能够对相关案例有一定的借鉴或指导价值。	选取案件有代表性或争议较大，争议焦点具有一定研究意义。	选取案件缺乏代表性或争议焦点的研究意义不大。
裁判评释 对相关司法裁判或仲裁过程及结果的分析、评析等	对案件争议焦点的选取是否准确进行合理评析，对案件事实的认定问题进行简单的描述，对原告请求权基础的准确性以及法院裁判的合理性进行准确评析，能够对法院的裁判结果与裁判效果进行准确的评析。	对案件争议焦点的选取是否准确进行评析，对原告请求权基础的准确性以及法院裁判的合理性有一定的分析，能够对法院的裁判结果与裁判效果进行一定的评析。	对案件争议焦点的选取是否准确进行评析，对原告请求权基础的准确性以及法院裁判的合理性有一定的分析，能够对法院的裁判结果与裁判效果进行一定的评析。	未对争议焦点的选取进行评析，对原告请求权基础的分析 and 法院裁判过程及裁判结果的分析不够细致、准确。
理论评释 对案件涉及主要争议焦点的理论探讨。	能找准案件背后的核心理论问题，并对相关问题的研究有一定的综述能力和分析能力。能够对相关问题作出准确、精炼、恰当和富有成效的分析。	能找准案件背后的核心理论问题，并对相关问题的研究有一定的综述能力和分析能力。能够对相关问题作出一定的分析。	能找准案件背后的核心理论问题，并能加以一定的分析。	对案件背后的理论问题把握不够准确，相关分析缺乏逻辑性，论证缺乏支撑的。
引文格式	格式正确，参考文献和脚注引用合理。参考文献数量合理，核心期刊数量占比较高。	格式基本正确，有少数错误。参考文献数量较为合理，有一定数量的核心期刊文献。	格式基本正确，错误较多。参考文献数量较少，个别核心期刊文献。	格式严重错误。参考文献数量严重不足，几乎没有核心期刊的参考文献。
语法	用词精准、恰当。行文清晰、准确。语法基本上没有错误。	用词比较准确、恰当。行文比较清晰、准确。有个别语法错误。	用词准确和恰当缺乏。行文清晰性和准确性有待加强。语法错误较多。	用词混乱。行文混乱。大量语法错误。

三、范文

【范文一】

《婚内财产分割协议、夫妻财产制契约的效力与不动产物权变动》——“唐某诉李某某、唐某乙法定继承纠纷案”评释

【中文摘要】夫妻订立的婚内财产分割协议既不同于离婚财产分割协议，也有别于夫妻财产制契约。合法有效的婚内财产分割协议与夫妻财产制契约引起的物权变动，依然属于基于法律行为的物权变动。但是，其效力可分为对内和对外效力。对内效力即在夫妻内部发生法律效力，对当事人具有约束力。原则上，婚内财产分割协议与夫妻财产制契约均不具有对外效力，不能对抗婚姻关系外的与夫妻一方或双方从事交易的第三人，除非该第三人知道。继承人取得的是被继承人的法律地位，故其不属于婚内财产分割协议或财产制契约不得对抗的第三人。

【关键词】夫妻财产制契约；婚内财产分割协议；婚姻法；不动产物权变动

选题：

(1) 论文选题适应党和国家及地方事业发展需要，瞄准学科发展前沿和关键领域，非常契合专业领域研究范畴。

(2) 研究对象非常明确，研究问题非常清晰，研究意义显著。

一、案情概要与判决要旨^[1]

（一）事实概要

唐某甲与被告李某某系夫妻，二人生育一子唐某乙。唐某甲与前妻曾生育一女唐某（原告），离婚后由其前妻抚养。唐某甲父母均早已去世。2010年10月2日，唐某甲与被告李某某签订《分居协议书》，双方约定：“财富中心和慧谷根园的房子归李某某拥有。李某某可以任何方式处置这些房产，唐某甲不得阻挠和反对，并有义务协办相关事务。湖光中街和花家地的房产归唐某甲所有。唐某甲可以任何方式处置这些房产，李某某不得阻挠和反对，并有义务协办相关事务。”唐某甲于2011年9月16日在外地出差期间突发疾病死亡，未留下遗嘱。唐某甲去世时，财富中心房屋仍登记在唐某甲名下，尚欠银行贷款87万余元未偿还。

一审原告唐某认为，财富中心房屋登记在唐某甲名下，属于其个人财产，唐某依法享有继承权。一审被告李某某、唐某乙认为，登记在唐某甲名下的财富中心房屋并非唐某甲的个人财产，不应作为其遗产予以继承。根据《分居协议书》，财富中心房屋属于李某某个人财产，唐某无权继承。

（二）判决要旨

1. 一审判决

一审法院认为，唐某甲与李某某虽然在《分居协议书》中约定了财富中心房屋归李某某所有，但直至唐某甲去世，该房屋仍登记在唐某甲名下。故该协议书并未实际履行，因此应根据物权登记主义原则，确认该房屋属于唐某甲与李某某的夫妻共同财产，应由李某某、唐某乙和唐某三个继承人继承。李某某、唐某乙不服，提起上诉。

2. 二审判决

二审法院认为，本案的争议焦点是：财富中心房屋的归属问题。本案中唐某甲与李某某签订的《分居协议书》是婚内财产分割协议，而非离婚财产分割协议。因为唐某甲与李某某是不以离婚为目的对婚姻关系存续期间所得

财产作出的分割，故此，应认定为婚内财产分割协议，是双方通过订立契约对采取何种夫妻财产制所作的约定。唐某甲与李某某所签《分居协议书》已经确定财富中心房屋归李某某一人所有。该房虽仍登记在唐某甲名下，并不影响双方对上述房屋内部处分的效力。夫妻之间的约定财产制，是夫妻双方通过书面形式，在平等、自愿、意思表示真实的前提下对婚后共有财产归属作出的明确约定。此种约定充分体现了夫妻真实意愿，系意思自治的结果，应当受到法律尊重和保护，故就法理而言，亦应纳入非依法律行为即可发生物权变动效力的范畴。因此，当夫妻婚后共同取得的不动产物权归属发生争议时，应当根据不动产物权变动的原因行为是否有效、有无涉及第三人利益等因素进行综合判断，不宜以产权登记作为确认不动产权属的唯一依据，只要有充分证据足以确定该不动产的权属状况，且不涉及第三人利益，就应当尊重夫妻之间的真实意思表示，按照双方达成的婚内财产分割协议履行，优先保护事实物权人。

本案中协议书系唐某甲与上诉人李某某基于夫妻关系作出的内部约定，是二人在平等自愿的前提下协商一致对家庭财产在彼此之间进行分配的结果，不涉及婚姻家庭以外的第三人利益，具有民事合同性质，对双方均具有约束力。财富中心房屋并未进入市场交易流转，其所有权归属的确定亦不涉及交易秩序与流转安全。故唐某虽在本案中对该约定的效力提出异议，但其作为唐某甲的子女并非《物权法》意义上的第三人。因此，虽然财富中心房屋登记在唐某甲名下，双方因房屋贷款之故没有办理产权过户登记手续，但物权法的不动产登记原则不应影响婚内财产分割协议关于房屋权属约定的效力。且结合唐某甲与李某某已依据《分居协议书》各自占有、使用、管理相应房产之情形，应当将财富中心房屋认定为李某某的个人财产，而非唐某甲之遗产予以法定继承。一审法院根据物权登记主义原则确认财富中心房屋为唐某甲与李某某夫妻共同财产实属不妥，应予调整。据此，二审法院变更一审判决，判决财富中心房屋归李某某所有并由李某某偿还剩余贷款。

二、评释

（一）问题的提出

诚如二审判决所言，本案的核心争议就是财富中心房屋的归属。一审法院认为，虽然唐某甲与李某某在分居协议书中约定了该房屋归李某某单独所有，但由于当事人没有办理房屋所有权转移登记，故房屋的所有权并未发生转移，依然属于唐某甲与李某某的共有财产。原告唐某对于属于唐某甲个人的部分享有继承权。二审法院则认为，分居协议书并非离婚财产分割协议，而是婚内财产分割协议。该协议只是夫妻内部对财产进行的分配，并不涉及交易流通领域，无关第三人利益。加之该协议引起的物权变动属于非基于法律行为的物权变动，因此协议一生效，无须登记即发生所有权转移的效力。财富中心房屋属于李某某个人所有的财产，唐某无权继承。

由此可见，解决财富中心房屋所有权归属问题的关键在于，如何看待唐某甲生前与李某某签订的分居协议书的性质与效力。具体要解决的问题包括：首先，该分居协议书是离婚财产分割协议还是婚内财产分割协议？如果是婚内财产分割协议，该协议是否就是夫妻约定财产制？所谓婚内财产分割协议是否有效？因该协议引发的物权变动是否不以登记为生效要件？分居协议对财富中心房屋归属的约定能否对抗协议外的第三人唐某？当分居协议对房屋所有权归属的约定与不动产登记簿的记载不一致时，以何者为准？本文将对这些问题逐一加以讨论。

评释：

（1）“问题的提出”，也即本案争议焦点的提炼。一个案件可能有一个争议焦点，也可能有若干争议焦点。若是后者，需要单独论证评释。

（2）围绕案例事实对上述争议焦点的理论问题进行规范分析。包括讨论原告请求权基础（三段论推理的大前提），以及法律规范对案件事实的涵摄推理。此外，对于相关法律规范本身的合理性等也需要在“评释”部分加以探讨。

（二）婚内财产分割协议与夫妻财产制契约的区别及效力

1. 我国夫妻财产制的演进

1980年9月10日第五届全国人民代表大会第三次会议通过的《中华人民共和国婚姻法》（以下简称《婚姻法》）第13条第1款规定：“夫妻在婚姻关系存续期间所得的财产，归夫妻共同所有，双方另有约定的除外。”虽然该款也允许夫妻在婚姻关系存续期间对财产归属进行约定，但约定的对象限于婚姻关系存续期间所得的财产，不包括夫妻婚前的财产。当时，由于广大人民群众总体上比较贫困，夫妻婚前有个人财产的很少，且社会上离婚、再婚的情形也较少。因此，《婚姻法》此种简略之规定也未产生太大的问题。但是20世纪90年代以来，随着我国经济社会的快速发展，人民的财富大量增加。同时，社会上的离婚率也有逐渐增高的趋势，原有的对夫妻财产制的法律规定已不足以适应社会经济发展的需要^[2]。

为了更好地规范夫妻财产关系，2001年4月28日第九届全国人民代表大会常务委员会第21次会议审议通过的《关于修改〈中华人民共和国婚姻法〉的决定》对原《婚姻法》中夫妻财产制的规定进行了修改完善。一方面，将夫妻约定财产制的适用范围扩张至婚前财产。修改后的《婚姻法》第19条第1款规定：“夫妻可以约定婚姻关系存续期间所得的财产以及婚前财产归各自所有、共同所有或部分各自所有、部分共同所有。约定应当采用书面形式。没有约定或约定不明确的，适用本法第十七条、第十八条的规定。”另一方面，区分了夫妻约定财产制即夫妻财产制契约的对内和对外效力。依据《婚姻法》第19条第2款，“夫妻对婚姻关系存续期间所得的财产以及婚前财产的约定，对双方具有约束力”。这是夫妻财产制契约对内效力的规定。同条第3款则规定了夫妻约定财产制在例外的情况下会对第三人产生拘束力，即“夫妻对婚姻关系存续期间所得的财产约定归各自所有的，夫或妻一方对外所负的债务，第三人知道该约定的，以夫或妻一方所有的财产清偿”。

2. 本案分居协议属于婚内财产分割协议

在本案中，当事人争议的财富中心房屋是2002年12月16日由唐某甲作为买受人从房地产开发企业处购买的，而唐某甲与本案被告人之一李某某是

于 1999 年 10 月 8 日登记结婚的。[3]由于案情并未显示唐某甲与李某某约定了夫妻财产制，故此，依据《婚姻法》第 17 条和第 19 条第 1 款第 2 句，唐某甲与李某某之间的财产制为法定财产制，即婚姻关系存续期间取得的财产原则上为夫妻共有财产。因此，虽然财富中心房屋是登记在唐某甲的名下，但该房屋是唐某甲与李某某的夫妻共有财产。唐某甲与李某某在 2010 年 10 月 2 日签订的《分居协议书》中明确约定：财富中心的房屋所有权归李某某，李某某可以任何方式处置这些房产，唐某甲不得阻挠和反对，并有义务协办相关事务。本案最为关键的问题就是，该分居协议书的性质如何？它是原告唐某所认为的离婚财产分割协议呢，还是被告李某某认为的婚内财产分割协议？一审法院支持原告唐某的主张，认定该协议是离婚财产分割协议。而二审法院认为，该协议是婚内财产分割协议，是夫妻双方通过订立契约对采取何种夫妻财产制所做的约定，即夫妻约定财产制。原因在于：从本案《分居协议书》的内容可以看出，双方为了不影响孩子的健康成长，并不希望解除法律上的婚姻关系，而是继续维持婚姻关系。双方通过“采取离异不离家的方式解决感情破裂的问题”，同时对夫妻共有的不动产进行了分割，即财富中心和慧谷根园的房子归李某某拥有，湖光中街和花家地的房产归唐某甲所有。因此，本案唐某甲与李某某的分居协议书并非以解除婚姻关系为目的而对夫妻共有财产所做的分割，而是在不解除婚姻关系的情况下分割共同财产即所谓的婚内财产分割协议。

本文认为，唐某甲与李某某的分居协议属于婚内财产分割协议，而非离婚财产分割协议。二审法院的观点值得赞同。但是，二审法院将婚内财产分割协议直接等同于夫妻约定财产制，则不太妥当。首先，婚内财产分割协议不同于离婚财产分割协议。后者是指，夫妻协商解除婚姻关系即协议离婚时就共有财产如何分割做出的约定。《婚姻法》第 39 条第 1 款规定：“离婚时，夫妻的共同财产由双方协议处理；协议不成时，由人民法院根据财产的具体情况，照顾子女和女方权益的原则判决。”该款中的“协议”就是离婚财产分割协议。婚内财产分割协议，是双方在不解除婚姻关系的情况下，自愿对夫妻共有财产如何分割达成的约定。其与离婚财产分割协议最大的区别在于是否解除婚姻关系。离婚财产分割协议达成的同时或之后，夫妻即解除婚姻

关系。婚内财产分割协议达成后，夫妻并不立即离婚，而是依旧维持婚姻关系。从本案来看，唐某甲与李某某达成分居协议后并未解除婚姻关系，而是继续维持婚姻关系，故此该分居协议属于婚内财产分割协议。

其次，夫妻约定财产制，也称夫妻财产制契约或夫妻财产合同，是指婚姻当事人为排除法定财产制的适用，以契约所选定的夫妻财产制。选定夫妻财产制的契约就是夫妻财产制契约，其契约内容系关于夫妻财产关系，但是当事人仅能就法律所明定的各种约定财产制中选择其一为夫妻财产制。[4]至于所选择的财产制的具体内容，由法律加以明确规定，当事人不能合意变更。《婚姻法》第 19 条提供了婚姻当事人可以选择的三种夫妻财产制，即分别财产制、一般共同制和部分共同制。分别财产制就是约定婚姻关系存续期间所得的财产以及婚前财产归各自所有。一般共同制就是约定婚姻关系存续期间所得的财产以及婚前财产归夫妻共同所有。部分共同制度是指，夫妻约定婚姻关系存续期间所得的财产以及婚前财产部分各自所有、部分共同所有。婚姻当事人只能在这三种夫妻财产制中选择其一，不能超出该范围选择，否则无效^[5]。

夫妻财产制契约可以在当事人成立婚姻关系之前缔结，也可以在婚姻关系成立的同时缔结，但能否在婚姻关系成立之后缔结，比较法上有不同的态度。德国、瑞士以及我国台湾地区的民法允许当事人订立夫妻财产制契约，且不论是结婚前还是结婚同时抑或结婚后，都可以订立、修改或废除夫妻财产制契约。例如，我国台湾地区“民法”第 1012 条规定：“夫妻于婚姻关系存续中，得以契约废止其财产契约，或改用他种约定财产制。”法国、日本等国家则禁止夫妻在婚姻关系成立后再订立或改废夫妻财产制契约。例如，法国民法原本严格禁止配偶在结婚中订立或改废夫妻财产制契约，但是 1965 年修改民法时，允许在某些法定原因出现时，依据法院的裁判和配偶的共同申请而订立或改废夫妻财产制。之所以有些国家禁止夫妻在婚姻关系成立后订立或改废夫妻财产制契约，主要目的是为了为了保护各个配偶的利益，尤其是保护债权人不受诈害。“盖就外部关系而言，负债的配偶于结婚存续中，可订立或改废夫妻财产制契约，将其财产所有权转移给他方配偶，期以达到诈害债权人的目的。就内部关系而言，专横自私的一方配偶，就有机会逼迫他方，订

立或改废于己有利之夫妻财产制契约，使善良一方被欺凌压榨。”^[6]从我国《婚姻法》的规定来看，立法者并未限定当事人缔结夫妻财产制契约的时间，亦未禁止夫妻在结婚后缔结财产制契约。通说认为，只要当事人意思表示真实自由，形式上符合法律规定，即便是在婚姻关系成立后缔结夫妻财产制契约亦无不可，无非婚后订立的财产制契约只能自订立之日起生效，约束以后的夫妻财产关系。^[7]

从本案来看，由于唐某甲与李某某订立的分居协议只是针对原属于夫妻共有财产的四套房屋的归属进行了约定，并非是从《婚姻法》第19条规定的三种财产制中加以选择。因此，分居协议仅对四套房屋的归属具有拘束力，对于以后夫妻财产关系并无拘束力。换言之，该协议只是夫妻之间从事的具有财产法内容的法律行为，即婚内财产分割协议，并不是唐某甲与李某某对财产制的约定即夫妻约定财产制。正因如此，一、二审法院仍将唐某甲去世的个人名下的存款、汽车等财产作为唐某甲与李某某的夫妻共有财产。就成立在婚姻关系之后的夫妻财产制契约而言，其与夫妻婚内财产分割协议具有相似之处，如都成立于夫妻婚姻关系存续期间、均为夫妻对财产归属的约定。但二者依然存在区别。申言之，夫妻财产制契约是夫妻双方从法律规定的财产制形态中进行选择的约定，因此它并非针对某个或某些特定的财产归属做出的约定，而是一般性地建构夫妻之间的财产法状态，对契约成立之后夫妻的财产关系将产生一般性的、普遍性的拘束力。婚内财产分割协议只是针对某个或某些特定财产归属做出的约定，并不具有普遍的拘束力，更不具有对未来夫妻财产关系的拘束力。它只是夫妻之间从事的一般意义上的财产法性质的法律行为。^[8]类似的法律行为还有很多，如丈夫与妻子约定将原属于丈夫个人或原属于夫妻共有的房屋赠与妻子，作为妻子单独所有的财产。当然，夫妻财产契约与普通法律行为也可以相结合，例如，夫赠与妻以财物，限定该物为特有财产。^[9]需要注意的是，由于我国目前并没有夫妻财产制契约的登记制度，婚内财产分割协议与夫妻财产制契约原则上都只是在夫妻内部发生法律效力，不能对抗第三人，因此目前区分二者的实践意义不太大，但理论上仍应注意上述差异。

3. 婚内财产分割协议的效力

既然唐某甲与李某某达成的分居协议属于婚内财产分割协议，该协议的效力如何，值得研究。有一种观点认为，除非符合法定事由，否则该协议无效。^[10]因为夫妻共有财产属于共同共有，共同共有是以共同关系为基础的。所谓共同关系是指“二人以上因共同目的而结合所成立，依法律或习惯足以成为共同共有基础之法律关系”。^[11]既然共同共有是在这种关系的基础上产生的，那么在这种关系没有终止前，各共有人既不能处分其应由部分，也不能请求分割共有物。就夫妻共有财产而言，此种共同共有是建立在夫妻关系的基础上的。“夫妻共同财产制的特质，乃以道义的理想主义为基础，同时兼顾实际的经济生活。男女既因结婚而发生身份上的共同生活，为适应身份上的共同生活，夫妻在经济上亦应合而为一，才能成为名副其实的婚姻生活。因此夫妻应捐弃各自财产独立的机能，并排除各人多种的经济利益，而组成统筹支配的单一财团，俾能夫妻同甘苦共患难，而符合婚姻道义的理想生活；同时，对外部关系而言，夫妻财产之单一化，能增加对债权人之信用与担保，此对于交易安全之促进，亦有贡献。”^[12]我国《物权法》第99条明确规定：“共有人约定不得分割共有的不动产或者动产，以维持共有关系的，应当按照约定，但共有人有重大理由需要分割的，可以请求分割；没有约定或者约定不明确的，按份共有人可以随时请求分割，共同共有人在共有的基础丧失或者有重大理由需要分割时可以请求分割。因分割对其他共有人造成损害的，应当给予赔偿。”也就是说，除了共有的基础丧失即共有关系消灭外，在有重大理由时，共同共有人也可以分割共有物。就夫妻共有财产分割的重大理由，《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国婚姻法〉若干问题的解释（三）》（以下简称《婚姻法解释（三）》）第4条有明确而具体的规定：“婚姻关系存续期间，夫妻一方请求分割共同财产的，人民法院不予支持，但有下列重大理由且不损害债权人利益的除外：

（一）一方有隐藏、转移、变卖、毁损、挥霍夫妻共同财产或者伪造夫妻共同债务等严重损害夫妻共同财产利益行为的；（二）一方负有法定扶养义务的人患重大疾病需要医治，另一方不同意支付相关医疗费用的。”由此可见，除非存在上述两种情形，否则在婚姻关系存续期间夫妻双方不能请求法院分割共同财产。^[13]

本文认为，在婚姻关系存续期间，夫妻双方自愿达成的对共有财产加以分割的协议只要当事人意思表示真实自由且不违反法律、行政法规的强制性规定，是合法有效的。具体理由如下：首先，《物权法》第 99 条只是对共同关系存续期间，共同共有人中的一方请求分割共有财产做出的限制，即对共有人的分割请求权做出的，而不是对共有人约定分割共有财产的限制。事实上，从该条表述来看，既然共有人可以约定不得分割共有的不动产或动产的，各共有人应当遵守约定，而在没有约定或约定不明时，共同共有人只有在“在共有的基础丧失或者有重大理由需要分割时”才可以请求分割。那么，共同共有人当然也可以约定对某些共有财产进行分割，即便此时共有的基础没有丧失且无重大理由。其次，基于民法意思自治的原则，只要是全体共同共有人协商一致，是当事人真实、自由的意思表示，又不违反法律和行政法规的强制性规定或损害第三人的利益、集体利益或社会公共利益，为何不能承认在夫妻之间承认此种婚内财产分割协议的效力？最后，从我国司法实践来看，也认定此种婚姻关系存续期间夫妻之间互相从事的财产性法律行为是合法有效的。《婚姻法解释（三）》第 6 条规定：“婚前或者婚姻关系存续期间，当事人约定将一方所有的房产赠与另一方，赠与方在赠与房产变更登记之前撤销赠与，另一方请求判令继续履行的，人民法院可以按照合同法第一百八十六条的规定处理。”显然，这个婚姻关系期间夫妻之间的赠与合同与夫妻之间成立的财产分割协议的性质是一样的。再如，对于夫妻之间签订的一方向另一方支付所谓“空床费”的协议，最高人民法院民一庭倾向性意见认为：“夫妻在婚姻关系存续期间签订的设计财产问题的协议。经审查不存在欺诈、胁迫的情形，系双方当事人真实意思表示，不违反法律、行政法规的禁止性规定，应当认定为有效。离婚时一方主张按照协议履行的，人民法院应予支持；在不解除婚姻关系同时也没有实行分别财产制的情形下，对该主张不予支持。”[14]此外，一些地方法院的规范性文件也明确承认夫妻婚姻关系存续期间订立的财产分割协议的效力。例如，《上海市高级人民法院关于审理婚姻家庭纠纷若干问题的意见》（沪高法民一[2007]5 号）第 7 条规定：“夫妻共同生活期间或者分居期间达成的财产分割协议，当事人无证据证明其具有无效或可撤销、可变更的法定情形，或协议已经履行完毕的，应认定协议对双

方有拘束力。如果财产分割协议以离婚为前提条件，而双方未离婚的，应该允许当事人反悔。”

（三）不动产物权变动的类型与婚内财产分割协议、约定财产制对内、对外效力的区分

1. 基于法律行为与非基于法律行为的物权变动的区分

依据引发物权变动的法律事实是否是法律行为，可将物权变动分为基于法律行为的物权变动与非基于法律行为的物权变动。前者是指，因法律行为而导致的物权变动，如买卖机动车、抵押房屋、转让土地使用权等。后者是指，由于法律行为之外的其他法律事实而引发的物权变动。民法理论上能够引起物权变动的法律行为之外的法律事实也较多，如取得时效、征收、没收、法定继承、生产、法定物权、强制执行、先占、拾得遗失物、发现埋藏物、添附等。我国《物权法》未规定先占、添附、取得时效等制度，但该法在第28条至第30条对继承、法律文书、征收决定、合法建造与拆除房屋等比较典型的非基于法律行为的物权变动作出了规定。

区分基于法律行为的与非基于法律行为的物权变动的根本意义在于，物权的公示方法与公信原则能否适用上有所不同。首先，就基于法律行为的物权变动而言，我国《物权法》原则上采取的是登记（或交付）生效要件主义，即基于法律行为的不动产物权变动（设立、变更、转让和消灭），不登记，物权变动效力不发生（第6条第1句、第9条第1款）；基于法律行为的动产物权变动（设立和转让），不交付，物权变动效力不发生（第6条第2句、第23条）。但是，非基于法律行为的物权变动则自该法律行为之外的事实成就之时，物权变动效力即发生。无非依法律行为之外的法律事实享有不动产物权者，再行处分该物权时，如果依照法律规定需要办理登记的，则未经登记，不生物权效力（第31条）。

其次，《物权法》第106条规定的是善意取得制度只适用于取得人依法律行为取得不动产或动产物权的情形。因为善意取得制度旨在维护交易安全，提高交易效率，只有当受让人是通过法律行为取得物权的，才发生善意取得的问题。倘若受让人是基于法律行为之外的法律事实如依继承、强制执行等

而取得物权的，不适用善意取得。^[15]对此，不少国家或地区的民法均有明文规定。例如，《德国民法典》第 892 条第 1 款规定：“因法律行为取得土地上之权利，或就此项权利取得其所负担之权利者，土地登记簿的内容，为取得人的利益，视为正确，但对其正确性已为异议登记，或其不正确为取得人所明知者，不在此限。”德国民法学通说与判例明确指出，由于第 892 条、第 893 条旨在保护基于法律行为而为之交易，故而只有因法律行为引起物权变动时，才可能发生善意取得的问题。所谓因法律行为引起的不动产物权变动就是指通过物权行为取得不动产物权的情形，既包括依据《民法典》第 873 条进行的不动产所有权的转让，也包括因法律行为引起的物权内容的变更或者物权的抛弃。^[16]我国台湾地区“民法典”第 759 条之一第 2 款规定：“因信赖不动产登记之善意第三人，已依法律行为为物权变动之登记者，其变动之效力，不因原登记物权之不实而受影响。”台湾民法学通说认为，善意取得制度在于维护交易安全，其受保护的应限于法律行为上的交易，例如受让房屋所有权、设定抵押权等。依法律规定（如继承）而取得不动产物权不包括在内。^[17]

2. 婚内财产分割协议引起的物权变动是基于法律行为的物权变动

本案二审法院认为：“物权法第二十八条至第三十条对于非基于法律行为所引起的物权变动亦进行了例示性规定，列举了无须公示即可直接发生物权变动的情形。当然，这种例示性规定并未穷尽非因法律行为而发生物权变动的所有情形，婚姻法及其司法解释规定的相关情形亦应包括在内。”“在夫妻财产领域，存在大量夫妻婚后由一方签订买房合同，并将房屋产权登记在该方名下的情形，但实际上只要夫妻之间没有另行约定，双方对婚后所得的财产即享有共同所有权，这是基于婚姻法规定的法定财产制而非当事人之间的法律行为。因为结婚作为客观事实，已经具备了公示特征，无须另外再为公示。而夫妻之间的约定财产制，是夫妻双方通过书面形式，在平等、自愿、意思表示真实的前提下对婚后共有财产归属作出的明确约定。此种约定充分体现了夫妻真实意愿，系意思自治的结果，应当受到法律尊重和保护，故就法理而言，亦应纳入非依法律行为即可发生物权变动效力的范畴。”

本文认为，二审法院将婚内财产分割协议引起的物权变动作为非基于法律行为的物权变动，不仅在理论上是错误的，而且实践中也是有害的。因为

无论是婚内财产分割协议还是夫妻财产制契约，均为婚姻关系当事人即夫妻意思表示一致的产物，体现的是当事人合意。它们都属于典型的双方法律行为，由此引起的物权变动本身就是当事人所意欲的、追求的法律效果，而非直接依据法律规定发生的。二审法院在已经将分居协议认定为“充分体现了夫妻真实意愿，系意思自治的结果”的同时，又将由此产生的物权变动的依据界定为《婚姻法》第 19 条，显然自相矛盾。

3. 夫妻财产制契约、婚内财产分割协议的对内效力与对外效力

二审法院之所以错误地将婚内财产分割协议引发的物权变动作为非基于法律行为的物权变动，根源在于没有正确认识到婚内财产分割协议、夫妻财产制的对内与对外效力的区分。其在错误理解《婚姻法》第 19 条的基础上，直接将该条作为物权变动的法律依据，进而误以为婚内财产分割协议、夫妻财产制契约在夫妻关系内部引起的法律效果就是因法律规定直接引发的物权变动效果，不以登记或交付为生效要件。本文认为，尽管“夫妻财产制系亲属法上的财产法，其内容对普通财产法而言，实具有特别法之地位”^[18]。相对于《物权法》对财产的一般规范，《婚姻法》对夫妻财产的规定是特别规定。但是，这仅仅意味着在夫妻内部关系中，《婚姻法》具有优先适用的地位，而在涉及第三人时，依然只能适用《物权法》的规定。

首先，依据《婚姻法》第 17 条至 19 条，如果当事人没有采取约定财产制，则采取法定财产制，即婚姻关系存续期间取得的财产原则上将因法律的规定而直接成为夫妻共同共有的财产。不过，这种因法律规定而产生的效果只是发生在夫妻之间，原则上不能对抗婚姻关系之外的第三人，除非第三人知道。因为尽管夫妻之间存在“结婚”这一客观事实，但该事实并非如二审法院所言“具备了公示特征，无须另外再为公示”。《物权法》第 6 条已经明确规定了，不动产物权变动以登记为公示方法，动产则以交付为公示方法。这是为了维护交易安全，提高交易效率做出的一般性规定，适用于所有基于法律行为的不动产物权变动。夫妻之间当然可以以结婚作为确定财产归属和内容的一个决定性因素。但是，在与第三人的交易中，只有《物权法》规定的登记或交付才是符合法律规定的、唯一的公示方法。如果将结婚作为一种新的公示方法，势必对交易安全造成极大的损害。以夫妻在婚姻关系存续期间

购买的房屋为例，如果夫妻之间是法定财产制，则即便该房屋登记在丈夫或妻子一方名下，依据《婚姻法》的规定，该房屋仍然是夫妻共有财产。也就是说，就夫妻内部关系而言，房屋登记在谁的名下并不具有决定性作用，并不那么重要。但是，夫妻关系之外的第三人以及不动产登记机关在判断房屋所有权的归属和内容时，却只能依据不动产登记的记载，因为不动产登记簿的记载是不动产物权归属和内容的根据（《物权法》第16条第1款）。在这种情形下，如果强调结婚作为夫妻财产制的公示方法，不仅会极大地破坏不动产登记制度的公示力，也容易损害第三人的合法权益，对于法律交往和交易安全都是极大的威胁。^[19]正因如此，我国法律上才不得不采取以下两种方法加以补救：（1）既然我国的夫妻法定财产制是夫妻共有婚姻关系存续期间取得的财产，因此依据《物权法》第102条第1句，原则上夫妻对外所负债务也为连带债务，即夫妻承担连带责任，除非法律另有规定或者第三人知道。《婚姻法解释（二）》第24条对此做了进一步规定：“债权人就婚姻关系存续期间夫妻一方以个人名义所负债务主张权利的，应当按夫妻共同债务处理。但夫妻一方能够证明债权人与债务人明确约定为个人债务，或者能够证明属于婚姻法第十九条第三款规定情形的除外。”（2）因夫妻法定财产制导致真实物权与法律物权（即公示方式显示出来的物权）不一致时，善意信赖物权公示方法（交付或登记）的第三人受到《物权法》第106条确立的善意取得制度的保护。就夫妻共有房屋而言，如果登记簿上登记的是夫妻一方单独所有权，则善意信赖登记簿记载的人受到法律保护。《婚姻法解释（三）》第11条第1款明确规定：“一方未经另一方同意出售夫妻共同所有的房屋，第三人善意购买、支付合理对价并办理产权登记手续，另一方主张追回该房屋的，人民法院不予支持。”

其次，如果夫妻之间存在财产制的约定即夫妻财产制契约，该契约也只是在夫妻之间发生效力，不能对抗第三人。因为我国《婚姻法》未如域外法上那样明确要求夫妻必须将财产制契约进行登记，从而能够为第三人所知悉。《德国民法典》第1412条规定：“夫妻废止或变更法定财产制者，就配偶之一方与第三人所谓之法律行为，以财产制契约登记于管辖机关之登记簿，或于法律行为时已为第三人所知悉者为限，始得对抗第三人；就配偶之一方与

第三人诉讼之确定判决，以诉讼系属中，其财产制契约已经登记或为第三人所知悉者为限，始得对抗之。前款规定，夫妻就已经登记之财产关系之事项，以夫妻财产制契约予以废止或变更时，亦适用之。”这就是说，夫妻财产制契约如果不登记或不为第三人所知悉，是不能对抗第三人。我国台湾地区“民法”第 1008 条第 1 项也规定：“夫妻财产制契约之订立、变更或废止，非经登记，不得以之对抗第三人。”我国《婚姻法》没有建立夫妻财产制登记簿，因此夫妻关于财产制的约定无法登记。如果只是一个夫妻内部的约定就能够对抗外部的第三人，势必对第三人的权益和交易安全造成极大的危害。故此，《婚姻法》第 19 条第 2、3 款明确将夫妻约定财产制的效力限制在内部，原则上不对外发生法律效力，除非第三人知道夫妻财产制契约。至于第三人是否知道，夫妻一方对此负有举证责任（《婚姻法解释（一）》第 18 条）。学说上亦认为，“夫妻财产契约成立即生效，即在配偶间及其继承人发生财产契约的物权效力，婚姻关系当事人受此物权效力的约束。在夫妻财产契约中无论约定分别财产制还是个别财产归一方所有的财产制，乃至就使用权、收益权、处分权的约定，都依其约定发生物权效力”[20]。由于登记是客观事实，易于举证，而第三人是否知道，在证明上显然更为错综复杂，因此如果未来我国能够建立夫妻财产制登记制度对于维护交易安全，显然更为有利，但是，无论如何，我国民法与域外婚姻法一样，也是区分了夫妻财产制契约的对内效力与对外效力的。申言之，夫妻财产制契约原则上不具有对抗第三人的效力，仅仅在夫妻之间发生法律效力，除非第三人知道该契约。如果按照二审法院的观点，夫妻财产制契约属于非基于法律行为的物权变动，那就等于将仅仅在夫妻内部引起的财产变动的效力扩及于外，使得原本在夫妻之间才有效力的契约产生了对外效力，这势必会引起极大的混乱。

如前文所述，由于欠缺夫妻财产制登记簿，因此我国现行法上也不太区分婚内财产分割协议与夫妻约定财产制。显然，夫妻在婚姻关系存续期间所做的婚内财产分割协议的效力也应区分为对内效力与对外效力，即原则上其只是在夫妻之间发生法律效力，不能对抗婚姻关系外的第三人，对当事人双方具有约束力。但是，由于它们引起的物权变动属于基于法律行为的物权变动。因此，要想发生物权变动效力并产生对抗第三人的法律效果，仍然必须依据

《物权法》第9条第1款、第23条的规定进行相应的不动产登记或交付。

（四）婚内财产分割协议不得对抗的第三人的范围

本案原告唐某主张其有权继承财富中心房屋的一个重要理由就是，该房屋登记在唐某甲名下，属于唐某甲的个人财产。显然唐某是通过主张不动产登记簿的积极推定效力，来确定财富中心房屋的归属。然而，由于唐某甲与李某某之间有一个分居协议，该协议中将财富中心房屋所有权的归属已经从共同共有变为李某某单独所有。由此产生的问题就是，唐某是否属于分居协议能够对抗的第三人？本案二审法院认为，“唐某虽在本案中对该约定的效力提出异议，但其作为唐某甲的子女并非《物权法》意义上的第三人”。因为“第三人主要是相对于婚姻家庭关系外部而言，如夫妻财产涉及向家庭以外的第三人处分物权，就应当适用物权法等调整一般主体之间财产关系的相关法律规定。而对于夫妻家庭关系内的财产问题，应当优先适用婚姻法的相关规定”。本文认为，唐某并非是第三人，但原因不在于唐某是唐某甲的子女。唐某虽然是唐某甲的女儿，但是唐某在提起诉讼时早已成年且一直与其母亲共同生活，并未唐某甲与李某某的家庭成员，唐某当然属于婚姻关系外的第三人。此外，本案二审法院将第三人扩张性地解释为“婚姻家庭关系外的人”既没有依据，也是不合理。因为，无论婚内财产分割协议还是夫妻财产制契约，都只是在婚姻关系的双方当事人即夫妻之间产生的，那么第三人自然应当就是指夫妻之外的人。

在笔者看来，无论是《婚姻法》第19条第3款规定夫妻财产制契约不得对抗的第三人，还是婚内财产分割协议不能对抗的第三人，都必须是夫妻之外的与夫妻双方或一方从事交易行为的人。首先，区分夫妻财产制契约和婚内财产分割协议的对内与对外效力的主要目的是在于：防止与夫妻双方或其中一方从事交易行为的第三人，在不知道该约定的情况下遭受不测损害，以达到维护交易安全之目的。其次，如果某人虽然是夫妻关系之外的第三人，但其并未与夫妻双方或一方从事交易行为，夫妻财产制契约或婚内财产分割协议均可以对抗之。即便其主张登记簿的推定力，也可以通过该契约或协议加以推翻。第三人与夫妻双方或一方从事的“交易行为（*Vekehrsgeschaeft*）”

首先是指双方法律行为，即合同的一方当事人是夫妻二人或者夫妻中的一人，另一方是夫妻之外的第三人。这就意味着该法律行为的双方当事人不具有同一性（*nichtidentischseinduerfen*），既包括不具有人格上的同一性（*Persongleichheit*），也包括不具有经济上的同一性（*WirtschaftlicheIdentitaet*）。^[21]

另一方面，所谓交易行为是指具有财产性的法律行为，如买卖、抵押、质押、信托等。从本案来看，唐某虽然是第三人，但是其并没有与唐某甲、李某某从事以财富中心房屋为标的物的交易行为，而只是主张其对财富中心房屋的法定继承权。唐某不属于本案唐某甲与李某某订立的夫妻财产分割协议所不能对抗的第三人的范围。一方面，继承是非基于法律行为的物权变动（《物权法》第 29 条），因此，不存在为了维护交易安全，而将继承人唐某作为第三人的必要性。另一方面，虽然表面上唐某是夫妻关系之外的第三人，但是由于继承人继承被继承人的法律地位属于权利义务的概括承受，因此被继承人与继承人在法律地位上视为同一人。^[22]唐某作为唐某甲的继承人就意味着其取代了唐某甲的法律地位，成为唐某甲与李某某签订的婚内财产分割协议的当事人一方，自然该协议对唐某甲也发生约束力。

（五）不动产登记簿的推定效力的推翻

《物权法》第 16 条第 1 款规定：“不动产登记簿是物权归属和内容的根据。”因此，不动产登记簿具有推定效力。所谓不动产登记簿的推定效力，也称“不动产登记簿的公示力”或“不动产登记簿正确性的推定”（*Die Vermutung der Richtigkeitdes Grundbuchs*）。^[23]它是指，不动产物权记载于不动产登记簿后，推定该登记簿上所记载的该物权的归属和内容与真实的物权的归属和内容是一致的。不动产登记簿的推定力是一种权利推定而非事实推定。申言之，不动产登记簿的推定力不是要推定登记名义人是以何种方式获得登记簿上记载的权利的，而是推定该权利的存在；不是推定在登记簿上注销的权利从未产生或已因某种法律事实而消灭，而是推定该权利不存在。

不动产登记簿的推定力可以分为两类，即积极推定与消极推定。不动产登记簿的积极推定，是指凡是不动产登记簿上为某人登记了物权的（*ein Recht*

eingetragen), 就推定此人按照登记簿上的记载享有该物权。所谓“按照登记簿上的记载”意味着, 该人按照登记簿上记载的物权的种类(如所有权还是抵押权抑或其他物权)、内容(如抵押权担保的债权范围等)和顺位(如第一顺位或第二顺位抵押权)等享有物权。^[24]在积极推定中, 被推定存在的权利必须是已经在不动产登记簿上进行了记载的物权。因此某项物权并未在不动产登记簿上进行记载时(如当事人虽已向登记机构提出申请但尚未记载入登记簿中), 则不存在积极推定。如果某项物权在不动产登记簿上进行了记载, 那么即便该项登记是在违反不动产登记程序法的情形下发生的, 依然适用积极推定。这就意味着, 纵使有人对不动产登记簿上记载的正确性存有异议, 他也不能仅仅以在不动产登记簿上的登记违反了不动产登记程序法为由来反驳积极推定。因为积极推定并非对实体权利产生要件是否存在、是否合法有效而做出的推定, 而只是对权利的存在(这种状态)的推定。不动产登记簿的消极推定, 是指凡在不动产登记簿上注销了某一物权的(ein eingetragenes Recht gelöscht), 就推定该物权已不复存在。消极推定适用的前提是不动产登记簿上“曾经记载过”的物权被注销了。倘若某一物权根本就没有被记载到登记簿中, 则消极推定的前提就不存在。至于该权利被从登记簿上注销的原因是什么, 在所不问。

本案原告(被上诉人)唐某在诉讼主张了不动产登记簿的积极推定力, 即其依据房屋登记簿上仅记载了唐某甲为单独的所有权人, 而认定该房屋是唐某甲的个人财产, 其享有继承权。本文认为, 唐某依据《物权法》第 19 条第 1 款主张的不动产登记簿推定力可以被唐某甲与李某某的分居协议所推翻。唐某要继承财富中心的房屋, 首先该房屋必须是被继承人唐某甲的死亡时遗留的个人合法财产(《继承法》第 3 条)。然而, 李某某认为财富中心房屋是自己的个人财产, 因此就财富中心房屋的归属存在争议。唐某因继承唐某甲的权利义务, 故而成为与李某某存在争议的一方当事人, 而在有争议的当事人之间, 不动产登记簿的推定力仅仅是在举证责任分配上有利于主张推定力之人, 却并非确定不动产物权归属的唯一依据。故此, 他方当事人可以举证反驳登记簿推定力, 而在本案中李某某提出的其与唐某甲之间的分居协议就是有力的证据, 其足以推翻登记簿的推定力。

（六）结语

本案的案情虽然简单，却涉及婚姻法、合同法、物权法等法律部门中的诸多法律问题，如婚内财产分割协议的效力？因婚内财产分割协议引发的物权变动是否属于非基于法律行为的物权变动？如何区分夫妻财产制契约、婚内财产分割协议的对内与对外效力等等。通过上文的分析可知，唐某甲与李某某订立的分居协议属于婚内财产分割协议，该协议在唐某甲与李某某内部具有法律效力，即便不登记也不影响此种内部效力。但因该协议不具有公开性，外界无从得知。故，为使第三人免受不测损害，保护交易安全，夫妻内部的财产分割协议不能对抗夫妻关系之外的第三人。所谓第三人不仅仅是夫妻关系之外的独立的民事主体，还必须是与夫妻双方或一方存在交易行为的人。本案唐某不属于第三人的范围，而且由于财富中心房屋的归属存在争议，故此唐某主张的登记簿推定力可以被推翻。最终，应当认为财富中心的房屋属于李某某单独所有，不属于遗产范围。

本案二审法院的判决结果虽然正确，但令人遗憾的是，其在说理上有明显的错误与漏洞，如混淆婚内财产分割协议与夫妻财产制契约、错误地将夫妻财产制契约引发的物权变动作为非基于法律行为的物权变动等。作为最高人民法院公开的、正式的文件，《中华人民共和国最高人民法院公报》具有很大的权威性。[25]其刊载之最高人民法院及地方各级法院的判决书，皆经最高人民法院审判委员会讨论通过，具有很高的权威性，对各级人民法院的审判工作具有很强的指导意义。[26]如果公报刊载的判决虽然处理结果

结论：

（1）总结本案的争议焦点、裁判思路和裁判要旨。

（2）简述相关理论问题探讨的结论。

（3）说明本案裁判思路对相关类案是否具有借鉴意义等。

是正确的，但说理上却逻辑混乱甚至有明显的错误，则只会给司法实践制造更多的混乱。

【注释】

本文写作过程中，清华大学法学院助理教授龙俊博士曾提出若干颇有价值的意见，谨致谢忱！

[1]为节约篇幅，本文对案情和判决理由均加以简化处理。本案载《中华人民共和国最高人民法院公报》2014年第12期（总第218期），第31~35页。二审判决书全文可在中国裁判文书网（<http://www.court.gov.cn/zgcpwsw/>）上查询到。

[2]“关于《中华人民共和国婚姻法修正案（草案）》的说明（九届全国人大常委会第十八次会议）”，王胜明、孙礼海主编：《〈中华人民共和国婚姻法〉修改立法资料选》，北京：法律出版社2001年版，第7页。

[3]唐某甲与李某某结婚的日期在《中华人民共和国最高人民法院公报》刊登本案例时被省略，本文认为，该事实是非常重要的。该事实参见本案二审判决书全文，“唐×1等与唐×2法定继承纠纷案”，北京市第三中级人民法院（2014）三中民终字第09467号民事判决书。

[4]高凤仙：《亲属法理论与实务》（增订七版），台北：五南图书出版公司2007年版，第115页。

[5]杨大文主编：《婚姻家庭法学》，北京：复旦大学出版社2002年版，第189页。

[6]戴炎辉、戴东雄、戴鬲如：《亲属法》，台北：作者印行2009年版，第148~149页。

[7]刘淑强：《中华人民共和国婚姻法条文解释》，重庆：四川人民出版社2001年版，第122页；裘敬

注释：

（1）规范性：严格按照学校学位论文要求编排注释以及每条注释献的样式。

（2）对应性：凡是前文中引用了别人成果（文字、数字、事实以及转述他人的观点）之处，均应加标注列于注释中。

（3）前沿性：注释需能看出论文较好地跟踪了近期的该领域研究动态。

梅：《中华人民共和国婚姻法释义与适用指南》，北京：中国人民公安大学出版社 2001 年版，第 125 页；杨大文主编：《婚姻家庭法学》，上海：复旦大学出版社，第 192 页；马忆南：《婚姻家庭继承法学》（第二版），北京：北京大学出版社 2011 年版，第 114 页；蒋月主编：《婚姻家庭与继承法》（第二版），厦门：厦门大学出版社 2011 年版，第 149 页。

[8]史尚宽先生明确指出：“夫妻财产契约，与未婚或已婚配偶间有财产法内容之法律行为不同。在前者关于配偶间婚姻财产法上之秩序，惟得于配偶间行之。其他法律行为（例如赠与、买卖、借贷、租赁、合伙）则在其人（配偶）之间，亦为可能。”史尚宽：《亲属法论》，北京：中国政法大学出版社 2000 年版，第 341 页。

[9]史尚宽：《亲属法论》，北京：中国政法大学出版社 2000 年版，第 341 页。

[10]马忆南：《婚姻家庭继承法学》（第二版），北京：北京大学出版社 2011 年版，第 109 页。

[11]谢在全：《民法物权论》（上册），台北：作者印行 2010 年版，第 584 页。

[12]戴炎辉、戴东雄、戴鬲如：《亲属法》，台北：作者印行 2009 年版，第 196~197 页。

[13]司法解释该条将夫妻共有财产分割的重大理由严格解释为两种情形，意味着既不能类推适用，也不得扩大解释，“以免夫妻双方或者一方在婚姻关系存续期间随意主张分割共同财产请求权，损害家庭稳定及影响夫妻共有财产保障功能的实现。”奚晓明主编：《最高人民法院婚姻法解释（三）理解与适用》，北京：人民法院出版社 2011 年版，第 84 页。

[14]奚晓明主编：《最高人民法院民一庭民事典型案例精选》，北京：人民法院出版社 2014 年版，第 415 页。

[15]程啸：《论不动产善意取得之构成要件》，载《法商研究》2010 年第 5 期。

[16]Klaus Mueller, Sachenrecht, 4Aufl., Carl Heymanns, 1997, Rn.1057-1059.

[17]王泽鉴：《民法物权》，北京：北京大学出版社 2009 年版，第 87~88 页。

[18]戴炎辉、戴东雄、戴鬲如：《亲属法》，台北：作者印行 2009 年版，第 133 页。

[19]迪特尔·施瓦布：《德国家庭法》，王葆蔚译，北京：法律出版社 2010 年版，第 123 页。

[20]杨立新：《家事法》，北京：法律出版社 2013 年版，第 300~301 页。

[21]Staudinger/Gursky, §892, Rn.97.Jauernig, §892, Rn.10.

[22]例如，采取登记或交付作为物权变动对抗要件的本国法，继承人善恶意与否，完全不用考虑。继承人属于物权变动绝对可以对抗的第三人。因为继承人相当于完全取代了被继承人的地位，所以只要对被继承人有效力的法律关系，对继承人当然有效力。详见龙俊：《中国物权法上的登记对抗主义》，载《法学研究》2012 年第 5 期。另参见[日]田山辉明：《物权法》（增订本），陆庆胜译，北京：法律出版社 2001 年版，第 85 页；[日]近江幸至：《民法讲义 II 物权法》，王茵译，北京：北京大学出版社 2006 年版，第 106 页。

[23]Klaus Mueller, Sachenrecht, 4Aufl., Carl Heymanns, 1997, Rn.1040.

[24]程啸：《不动产登记簿之推定力》，载《法学研究》2010 年第 3 期。

[25]《最高人民法院关于本院发出的内部文件凡与〈中华人民共和国最高人民法院公报〉不一致的均以公报为准的通知》（1985 年 7 月 2 日法（办）发[1985]14 号）。

[26]《最高人民法院办公厅关于重申本院发出的内部文件凡与〈最高人民法院公报〉公布的内容不一致的均以公报为准的通知》（1988 年 6 月 4 日）。

作者简介：程啸，法学博士，清华大学法学院副院长、教授、博士生导师。注：本文刊载于《暨南大学学报》2015 年第 3 期。

【范文二】

**论文题目：王某、陆某、魏某、杨某、郭某车辆纠纷案的鉴定式
案例分析**

——详见【附件三】案例评释类范文二（鉴定式案例分析类范文）：

《王某、陆某、魏某、杨某、郭某车辆纠纷案的鉴定式案例分析》