

国际 经济与发展

International Economy and Development



ART AND DESIGN PRESS INC.

(626 810 4480)

119 S Atlantic Blvd, Suite 300D

Monterey Park, CA 91754

Copyright © 2024 by ART AND DESIGN PRESS INC.

Complimentary Copy



Editorial Board Member

Shenshen Zhang
Shaoxing Vocational and Technical College

Zhiming Hou
Beijing Institute of Technology, Zhuhai

Cheng Song
Zhejiang Branch of Shanghai Urban Construction Design & Research
Institute (Group) Co., Ltd.

Nan Guo
Tianjin Harbor and Shipping Installation Engineering Co., Ltd.

Yili Pan
Shanghai Tongyuan Investment and Development Co., LTD.

国际经济与发展

International Economy and Development

第2卷 第6期 2024年6月刊

主管 ART AND DESIGN PRESS INC.

主办 ART AND DESIGN PRESS INC.

编辑 《国际经济与发展》编辑部

ISSN(O): 2995-4355

ISSN(P): 2995-4339

地址: 119 S Atlantic Blvd, Suite 300D Monterey
Park, CA 91754

网址: <https://www.artdesignp.com>

本刊说明:

凡向本刊所投稿件, 全体作者需签署论文著作权
转让声明书和论文发表承诺书, 声明、承诺及相关事
项如下:

- 作者将论文的复制权、发行权、网络传播权、
翻译权、汇编权、信息网络传播权、改编权等著
作权在世界范围内免费转让给本刊。
- 论文不侵犯他人著作权和其他权利, 否则作者将
承担由此产生的全部责任, 并赔偿由此给出版单
位造成的全部损失。
- 论文署名作者享有该作品的完全著作权, 署名作
者的身份真实。
- 论文未曾以任何形式公开发表过。
- 作者所投本刊稿件, 本刊编辑部拥有修改权。



经济探索 | ECONOMIC EXPLORATION

- 005 财政税收征管效率提升策略研究 郑智超
Research on the strategy of improving the efficiency of fiscal and
tax collection and administration Zheng Zhichao
- 008 经济欠发达地区推进社区嵌入式医养结合服务的探索研究
——以阳泉市Y医院为例 李昕宇
Exploration and research on promoting community embedded integrated medical
and nursing services in economically underdeveloped areas
-- Take Yangquan Y hospital as an example Li Xinyu
- 011 人民币国际化对中国经济金融的影响及分析 章颖芝
The impact and analysis of RMB internationalization
on China's economy and finance Zhang Yingzhi
- 014 金融审计视角下关于金融体制改革的思考 李响, 汤云冲, 刘骅
Financial system reform from the perspective
of financial audit Li Xiang, Tang Yunchong, Liu Hua
- 017 复杂金融市场环境下的现代投资组合理论在中国市场的应用与改进 曹海峰
Application and improvement of modern investment portfolio theory
in Chinese market under complex financial market environment Cao Haifeng
- 020 新质生产力视角下广东经济发展统计数据分 冯尖辉
Analysis of statistical data of Guangdong economic development
from the perspective of new quality productivity Feng Jianhui
- 023 “双碳”背景下西安市发展低碳经济研究 冯佳美
Research on the development of low-carbon economy
in Xi'an under the background of "Dual Carbon" goals Feng Jiamei
- 026 新质生产力背景下低 邵美娜, 闫伟东, 庞世林, 赵书耀, 王笑竹
经济发展路径研究 Research on the development path of low carbon economy
under the background of new
productivity Shao Meina, Yan Weidong, Pang Shilin, Zhao Shuyao, Wang Xiaozhu
- 029 越南经济增长推动力的因素识别 Doan Ba Toai, Amogh Ghimire
Identification of factors driving economic
growth in vietnam Doan Ba Toai, Amogh Ghimire
- 032 数字经济背景下用户生成内容对消费者涇阳
茯茶购买意愿影响的研究 魏诗雨, 樊淑华, 郭子渝, 何媛
Research on the impact of user-generated content on consumers' purchase
intention of jingyang fu tea in the context
of digital economy Wei Shiyu, Fan Shuhua, Guo Ziyu, He Yuan

企业管理 | BUSINESS MANAGEMENT

- 035 港口企业会计与集装箱码头业务协同发展研究 龙丽娟
Research on the coordinated development of port enterprise
accounting and container terminal business Long Lijuan
- 038 数字化时代下企业资金管理的创新模式与策略研究 张莉
Innovative models and strategies for enterprise
fund management in the digital Era Zhang Li
- 041 数字化转型背景下国企档案工作定位与思路探究 张妍
Exploring the positioning and thinking of archives work in state-owned
enterprises under the background of digital transformation Zhang Yan
- 044 浅谈国际工程企业人才队伍建设 孙龙
A brief discussion on talent team building in international
engineering enterprises Sun Long

047	浅谈国企国际业务干部队伍教育监督体系建设 A brief discussion on the construction of education and supervision system of the cadre team of international business in state-owned enterprises	李洋 Li Yang
050	经济全球化环境下如何创新企业市场营销 How to innovate enterprise marketing under the economic globalization environment	曲致艺 Qu Zhiyi
053	政府会计监督对企业债务融资成本的影响研究——基于财政部会计信息质量检查的准自然实验 Research on the influence of government accounting supervision on corporate debt financing cost — a quasi-natural experiment based on the accounting information quality inspection of the ministry of finance	车璐阳 Che Luyang
056	市场竞争下的现代企业市场营销管理研究 Research on marketing management of military enterprises under market competition	谭静 Tan Jing
059	财务大数据分析在电网企业中的应用现状与优化路径 Application status and optimization path of financial big data analysis in power grid enterprises	王东锋 Wang Dongfeng
062	电网企业虚拟共享中心构建的实践与思考 Practice and thinking on the construction of virtual sharing Center of Power grid enterprises	王振宇 Wang Zhenyu
065	全球化背景下地勘企业国际经营评价标准的适应性调整策略 Adaptive adjustment strategies for international business evaluation criteria of geological exploration enterprises in the context of globalization	刘小娣 Liu Xiaodi
068	浅析上市企业的债券融资成本——以某汽车企业为例 Analysis of the debt financing cost of listed enterprises—— take an automobile enterprise as an example	刘宇璇 Liu Yuxuan
071	如何构建我国上市公司治理模式 How to construct the governance model of listed companies in China	李柱文 Li Zhuwen
074	财务管理在企业价值创造中的作用与影响 The role and influence of financial management in enterprise value creation	韩玲 Han Ling
077	新时代企业家精神培育的重要意义及现实困境与实践路径 The significance of cultivating entrepreneurship in the new era and the practical dilemma and practice path	张东祥 Zhang Dongxiang
080	国有企业对标管理中的主要问题及对策研究 Research on the main problems and countermeasures in benchmarking management of state-owned enterprises	蔡彬 Cai Bin

产业经济 | INDUSTRIAL ECONOMY

083	弹幕对视频平台用户粘性的影响机理研究 Research on the impact mechanism of bullet screen on user stickiness of video platforms	张吴蝶 Zhang Wudie
089	女性健康类 APP 用户体验设计研究——以花晓 APP 为例 Research on User Experience Design of Female Health Apps - Taking Huaxiao APP as an Example	罗荣荣, 赵飞, 刘婧婧, 张育萌, 李芳芳 Luo Rongrong, Zhao Fei, Liu Jingjing, Zhang Yumeng, Li Fangfang
092	新时代物资采购模式创新与合同管理效率提升研究 Research on innovation of material purchase mode and improvement of contract management efficiency in the new era	曹宏 Cao Hong
095	金融科技与保险业高质量发展的困境与对策 Dilemmas and countermeasures for high-quality development of financial technology and insurance industry	王思维, 邓玉琦 Wang Siwei, Deng Yuqi
098	以工代赈建设项目绩效考评研究——以某省为例 Study on the performance evaluation of work relief construction projects—— take a certain province as an example	卢光辉 Lu Guanghui
101	中国汽车海外销售的风险管理与应对策略 Risk management and coping strategies for Chinese automobile overseas sales	宋军 Song Jun
104	智能生态链驱动的工业品营销范式突破 Breakthrough in Marketing Paradigm of Industrial Products Driven by Intelligent Ecological Chain	王国栋 Wang Guodong
111	关于保险服务与电网生产融合管理模式的研究 Research on integrated management mode of insurance service and power grid production	刘汉沙 Liu Hansha
114	霍尔果斯边境旅游发展对策研究 Research on the countermeasures of Khorgos border tourism development	徐平, 乔富豪 Xu Ping, Qiao Fuhao
117	电子商务环境下的市场营销路径探索 Exploration of marketing paths in the e-commerce environment	韦欣 Wei Xin
120	宁夏滩羊优势特色产业集群发展实践路径 Ningxia Tanyang advantageous characteristic industrial cluster development practice path	郭勤华 Guo Qinhu

财政税收征管效率提升策略研究

郑智超

河南省地球物理空间信息研究院有限公司, 河南 郑州 450000

摘要： 本文就如何提高财政税收征管效能进行探讨，对目前我国财政税收征管工作中出现的问题进行剖析，提出相应的对策，从而保证我国税收制度的有效运行与可持续发展。在此基础上，文章提出一种新的税收管理模式，即加强税收征管的信息化建设，与此同时全面地梳理和优化征管程序，使税收申报和支付程序得以简化，精简没有必要的程序，缩短办理时间，给纳税人带来更方便的服务。

关键词： 财政税收征管；效率提升；信息化建设；征管流程；税务人员素质

Research on the strategy of improving the efficiency of fiscal and tax collection and administration

Zheng Zhichao

Henan Geophysical Space Information Research Institute Co., LTD. Zhengzhou, Henan 450000

Abstract： This paper discusses how to improve the efficiency of fiscal tax collection and administration, analyzes the problems in the current work of fiscal tax collection and administration in China, and puts forward the corresponding countermeasures, so as to ensure the effective operation and sustainable development of China's tax system. On this basis, the paper puts forward a new tax management mode, that is, to strengthen the information construction of tax collection and administration, and at the same time comprehensively comb and optimize the collection and administration procedures, so that the tax declaration and payment procedures can be simplified, simplify the unnecessary procedures, shorten the processing time, to bring more convenient services to taxpayers.

Keywords： financial and tax collection and administration; efficiency improvement; information construction; tax collection and administration process; quality of tax personnel

引言

财政税收征收是国家财政工作的中心环节，也是保障国家财政收入完整、稳定的重要环节，它既可以保证财政资金正常流动，促进社会经济良性发展，也可以衡量一国治理能力与现代化程度。但是当今世界，随着全球竞争的加剧，信息技术的飞速发展以及世界经济格局的深刻调整，对我国的财税征管方式产生了深远的影响。在新时期，传统的税收征管手段已经明显滞后，难以适应高效率、高透明度的财务管理需求。

一、财政税收征管在国家经济发展中的重要性

在我国，税收征收是我国经济发展的一个重要环节，它既是一国财政收入的主要来源，又是保证我国社会公共服务与基础设施建设持续稳定发展的关键环节。在现代经济制度下，税收已不再是单纯地用于资本配置的一种手段，而更多地是调节经济活动，实现资源优化配置的重要手段。

国家财政加强税务管理有利于提高宏观调控的效果，通过合理的税率设计和精细的税务监测，能够实时地反映市场的运行情况，将资源配置到最有效率的地方，进而推动产业结构的优化和

提升，提高国家的综合竞争力。同时税务管理在促进科技创新方面也发挥着不容忽视的作用，有效的税收征管制度可以激发企业增加研发投入、促进技术更新，这既有利于增强企业的核心竞争力，也有利于促进整个社会的科技创新。

一个公平的税制可以有效地降低税收的不公平，保护全体纳税人的合法权利，防止由于税收的不同而引起的不公平。所以国家财政建立一个合理的税收制度，对于促进我国经济发展具有十分重要的意义，有助于调动市场主体的积极性，促进企业之间的公平竞争，保护消费者权益，营造良好的市场经济生态。从总体上讲，税务征收工作是我国财政工作中的一个重要组成部分，也

作者简介：郑智超（1982.10-），女，汉族，河南 安阳人，本科，中级会计师，研究方向：财政税收方面。

是我国经济和社会发展的支柱。^[1]

二、财政税收征管存在的问题

（一）征管信息化水平不足

目前我国有些地方的税务行政管理信息化建设还不够理想，主要表现在：各区域的信息化建设水平不高，不能提供全面、准确、及时的服务，税收征管工作面临着“效率瓶颈”问题，税务行政工作很难适应新形势，同时网络中存在的信息安全风险也不容忽视，税务信息一旦被泄漏，不但会对国家经济造成很大的损失，而且还会对纳税人的权利造成极大的损害，造成社会的诚信危机。所以如何在保证数据安全的前提下，加强税务管理的信息化建设就显得尤为重要。

（二）征管流程繁琐

在现有税制结构下，税务征收过程繁琐且不透明，纳税人在缴纳税款时要填写大量的表格，提交大量的证明材料，还要参加漫长的听证，这一过程不但使纳税人在时间、精神上承受很大的负担，而且也使其对税收的信任度降低。另外税务机关在纳税申报过程中也存在着信息共享不畅、不能及时更新等问题，这种状况不仅会影响税务机关的工作效率，而且会影响到纳税人对政府决策的满意程度，进而影响其遵守税收法规的积极性。

（三）税务人员素质参差不齐

当前的税收环境中，税收工作人员的职业素质与服务能力直接关系到税收政策的落实，能够维护社会的公平正义。但实际情况并不乐观，部分税收人员的专业素养还不够高，对复杂税收政策的理解与运用能力亟待提高，税务人员的专业技术水平还不能满足新形势下税务工作的需要，还有一些税收工作人员在面对纳税人时，往往表现出一种漠不关心的态度，很难为纳税人提供有效的辅导和帮助。这既影响了税制的正常运行，也影响了税务部门的工作效率，同时也影响了政府的形象与社会诚信。

三、提升财政税收征管效率的策略

（一）加强征管信息化建设

1. 完善税收征管信息系统

在目前的税务制度下，国家财政对税务信息系统进行更新和优化是十分必要的，通过对该体系的持续投入以及对其进行优化，可以有效地提高该体系的处理速度与质量，从而提高其对大数据的分析能力。另外国家财政税收也需要建立综合、完备的税务资料仓库，通过数据仓库可以对税务部门进行统一的管理，保证各种有关的数据能够安全、有效地保存。同时也应当在税务部门和其它政府部门之间建立一个共享的平台，实现对企业所得的准确追溯，防止偷税漏税，提升税收征收效率。完善税收征管信息系统将会增强各国税收的透明度与安全，从而为持续稳定的经济发展提供可靠的基本保证。

2. 推动信息共享与互联互通

国家财政要提高税收行政工作的效率和透明度，就必须加强

与其他政府部门的信息沟通和合作，通过打破“信息孤岛”的局面，实现重要税务信息的无缝传递与实时共享，进而提升整体税务系统的运作效率。具体而言，就是通过与工商、银行、海关等有关部门之间的信息交流，实现全方位的信息交流。这样的跨部门协作不但可以保证资料的准确，也可以加快处理程序、减少合规风险，提高税务机关的效率与公平。^[2]

（二）优化征管流程

1. 简化审批程序

为进一步提高税务行政工作的效率与便利性，国家财政需要对现有的税务征收程序进行重新审视与优化，包括对审批各个环节进行认真的梳理，去除掉一些没有必要和麻烦的部分，保证每个环节的简化和高效率。由此降低纳税人办理各种税收事项的壁垒，大大提升整体的审批效率。同时积极实施网上审批制度，实行“一站式”服务，使纳税人能享有更便捷的办税服务，为广大纳税人营造一个更加公平、透明、现代的纳税环境，使其充分享受到我国税制改革的便捷与舒心。^[3]

2. 规范办税流程

为保证税务行政工作的高效和公正，国家财政应制订一套详尽、统一的税务处理程序，通过这种方式，既可以保证每个纳税人都能按规定的标准申报，又有利于税务部门对其实施有效的监管和管理^[4]。在这个过程中，国家财政要对每一个环节的责任进行界定，并确定其具体的时间期限，减少信息延迟和不必要的资源浪费，从而提高整体税务管理系统的效率。

总之，国家财政通过建立统一的税收征收程序与规范，可以强化对税收征收过程的监管与管理，有效地提升税收征收工作的总体效率。规范办税流程既能给纳税人提供更便捷、更满意的税务服务，又能提高税务部门的职业形象，提高社会对税务工作的信心和支持^[5]。

（三）提高税务人员素质

1. 加强专业培训

国家财政为保证税收工作的高效率、高质量地提供优质的服务，必须对其进行定期的业务培训，在此过程中，税收人员能够不断更新自身的知识结构，提高应对各类税务问题的能力^[6]。同时国家财政在开展业务培训时，要注意把培训内容与现行税收政策、法规紧密结合，使广大税务干部对当前的税收政策和法规有正确的认识和把握。另外还要加强财务管理方面的知识培训，使其对预算编制、财务分析等重点内容有较深的了解，进而提高税收体系的财务透明度与遵从性，在培训内容中还应包含 IT 方面的知识，让他们掌握相应的软件及工具，更好地开展工作，从而满足新时期税收征管工作的要求和挑战^[7]。

2. 强化服务意识培养

国家财政要牢固树立“以人为本”的思想，继续加强和加强税务干部的服务意识教育，通过开展“最满意窗口”评选、“服务标兵”评选等各类服务竞赛，激励和激发广大税收人员的积极性。通过这种方式，既可以调动他们的工作热情，又可以切实提高税收服务的总体水平，让每个纳税人都可以享受到贴心的税收服务。同时通过建立一套完整的评价体系，把服务质量和税收人

员的个人表现联系起来，在企业中形成起一种清晰的导向，从而使税收人员更加主动地去提高自身的服务水准^[8]。

（四）提高纳税人遵从度

1. 加强税收宣传与教育

国家财政要做好税务宣传工作，就必须采用更加主动、综合的战略，既要通过传统、社会平台等方式大力推广，又要借助数字手段扩大宣传途径，保证每个可能的纳税人都能接触到税收政策及有关法律、法规。同时要鼓励税务部门开展各种形式的税务知识培训、讲座，请税务专家对税收规定进行深度剖析，使纳税人对自己的纳税义务有更深刻的认识，并对其可能带来的后果有更深刻的认识。另外国家财政也可以为纳税人提供个性化的税务辅导与咨询服务，以保证纳税人在面对疑难问题时，能获得快速、高效的答复。只有这样，才能增强纳税人的纳税意识，强化其守法意识，促进我国税收收入的稳步增长^[9]。

2. 加大税收执法力度

在税务方面，国家财政一定要坚持依法办事，坚决打击各种税务违法行为，应继续加大税务法规的宣传力度，使每个纳税人都能清楚地认识到自己的纳税责任和权利。同时对无视法律、故意逃税的纳税人，要加大处罚力度和违法成本，构建公平透明的税收信用制度和健全的纳税信用评估制度，给予诚实的纳税人更多的方便和优惠，从而激发其守法意识，增强全社会的税收遵从性。^[10]另外还应该对那些有不良信用纪录的纳税人实行更严厉的

联合惩罚，例如对一些公益事业和财政服务进行限制，以此来强迫他们改正自己的过错。只有这样，才能使纳税主体的纳税意识得到增强，更好地维护和维持税收秩序。

四、结语

综上所述，提高税收征管效能不是一日之功，而是一个多层次的系统工程，这既要求各级政府对此给予足够的关注和清晰的决策，也对税务机关在技术、管理、服务等方面提出更高的要求。在这一进程中，纳税人应当积极主动地参与到这一进程中来，增强纳税观念，依法守法，营造公平、透明、高效的税收生态。国家财政要做到这一点，需要加强税收管理信息化，运用现代化的信息技术使税收管理工作向自动化、智能化方向发展，例如推行电子税务机关，简化纳税申报程序减少纳税申报时间，同时推动信息共享，以强化各部门间的合作，提高税收征管的总体效能。另外税收人员作为税收征收工作的直接实施者，其业务水平的高低直接关系着税收征收工作的质量与效率。所以需要通过定期的培训与教育，使其不断地掌握最新的税法、法律知识，提高自己的业务素质与服务是建设高效税务部门的关键。

总之，通过以上战略的全面执行，财政税收征管的效能将得到明显提高，从而为我国经济的发展和社会的稳定打下坚实的基础。

参考文献

- [1] 赵冬玲. 个人所得税征管效率研究 [D]. 首都经济贸易大学, 2021.
- [2] 冯若娅. 我国税收征管效率及其影响因素研究 [D]. 山东财经大学, 2022.
- [3] 刘东梅. 基于节约型视角下绿色财政税收政策的探讨 [J]. 中国商界, 2024, (01): 90-91.
- [4] 吴志峰, 石赞, 季洁. 境外机构投资者投资我国债券市场税收政策及征管优化路径 [J]. 国际税收, 2023, (12): 59-66.
- [5] 冀中. 经济发展新常态下我国绿色税收体系的研究 [J]. 河北企业, 2019, (12).
- [6] 王伟. 财政税收对市场经济发展的作用 [J]. 财讯, 2024(1): 8-10.
- [7] 李双艳, 陶震. 财政税收管理中的问题探讨 [J]. 现代经济信息, 2023(1): 53-55.
- [8] 徐敏娟. 节约型社会视域下绿色财政税收政策探讨 [J]. 财经界, 2024(7): 158-160.
- [9] 崔海超. 财政税收政策对经济增长的影响研究 [J]. 知识经济, 2024, 674(10): 37-39.
- [10] 杭庆华. 新时代背景下财政税收体制改革的思考 [J]. 商业观察, 2023, 9(7).

经济欠发达地区推进社区嵌入式医养结合服务的探索研究——以阳泉市 Y 医院为例

李昕宇

上海师范大学, 上海 200030

摘 要 : 为应对愈渐加深的人口老龄化现象, 我国提出健全中国特色养老服务体系, 积极发展养老服务产业与养老服务事业。而发展医养结合服务是满足日益增长的老年群体晚年生活照料与诊疗康复需求的有效手段之一, 应当作为养老与医疗服务发展的重点, 但其试点与推广在不同地区有着明显差别, 在经济欠发达地区推广医养结合服务相对面临着更多障碍。本次研究以阳泉市 Y 医院医养结合养老服务中心为例, 探究其在应对老龄化趋势过程中因地制宜探索出的新型推广路径, 其特色是民政指导, 社区牵头, 社区合作联动, 整合多渠道资源, 打造全市特色社区嵌入式医养结合服务示范, 从中可汲取在经济欠发达地区有效推进医养结合的经验, 并以此为基础持续优化, 提升服务质量, 增强发展可持续性^[1]。

关 键 词 : 经济欠发达地区; 老龄化; 医养结合; 社区嵌入式

Exploration and research on promoting community embedded integrated medical and nursing services in economically underdeveloped areas -- Take Yangquan Y hospital as an example

Li Xinyu

Shanghai Normal University, Shanghai 200030

Abstract : In order to deal with the gradually deepening aging population, our country proposed to improve the system of old-age service with Chinese characteristics, and actively develop the industry of old-age service and the cause of old-age service. The development of combined medical and nursing services is one of the effective means to meet the needs of the growing elderly population for care, diagnosis and rehabilitation in their later years, and should be regarded as the focus of the development of elderly and medical services, but its pilot and promotion are significantly different in different regions, and the promotion of combined medical and nursing services in economically underdeveloped areas is relatively faced with more obstacles. This study takes Yangquan Y Hospital as an example to explore the new promotion path it has explored in response to the aging trend according to local conditions. Its characteristics are civil administration guidance, community leadership, social and medical cooperation, integration of multi-channel resources, and building a demonstration of integrated medical and nursing service in the city's characteristic community. It can learn from the experience of effectively promoting the integration of medical and nursing care in economically underdeveloped areas, and on this basis, continue to optimize, improve the quality of service, and enhance the sustainability of development^[1].

Keywords : economically underdeveloped areas; aging; combination of medical and nursing care; community embedded

自19世纪中期法国率先步入老龄化社会以来, 人口老龄化已成为全球性的人口变动趋势。中国与其他国家相比, 老年人口数量更多, 增长速度更快, 老龄化趋势带来的影响更深远。立足不同阶段发展特点, 国家相应制定出台多项政策规范力求全方位多维度缓冲人口老龄化带来的负面影响, 保障老年人享受幸福晚年生活的权利^[2]。

从地区层面看, 当前各经济发达地区(长三角, 珠三角等地)普遍开始推进社区嵌入式医养结合服务, 并因地制宜开创了多元化的全新模式路径, 而部分经济欠发达地区在推进医养结合服务的进程中则会面临更多阻碍, 如部分经济欠发达地区经济发展水平不高, 物质基础相对薄弱; 优质医疗资源不足、缺乏对医养结合服务推进的资源支撑等, 因此在整体推进医养结合服务过程中, 尤其需要关注在人口老龄化压力下的经济欠发达地区如何有效统合各类资源, 依照统一政策指导发展特色医养结合服务的路径。

作者简介: 李昕宇(1996.04-), 男, 汉族, 广东省深圳市人, 硕士, 社会保障专业。

山西省阳泉市作为典型的经济欠发达地区之一，经济发展水平在长时间内处于相对较低水准，近5年GDP排名在省内相对靠后^[3]。此外，阳泉市老年人口数量占比较高，同时面临年轻人口持续外流的问题。在老龄人口数量阶梯式增加与年轻人口外流速度加快的双重压力下，应当充分鼓励医养结合服务业与机构发展，但目前全市范围内有资质提供医养结合服务的公立与民营机构数量仍处于较低水准，需要尽快立足当地情况，因地制宜开发适宜的养老服务供给模式与路径。而阳泉市Y医院与附近社区合作，于2023年开始筹备并进入试运营阶段的“德福养老服务中心”属阳泉市郊区首家社区嵌入式医养结合服务中心，也是全市内第一家公立医院承办的社区嵌入式医养结合服务中心，对于有效缓解当地老龄化背景下养老与医疗服务供需不匹配问题提供了一种全新的解决方案^[4]。

一、研究过程

阳泉市Y医院与社区合作建立的“德福养老服务中心”于2023年开始动工，11月完成建设，经过民政部门等验收合格后投入使用。当前处于试运营阶段。该中心位于阳泉市Y医院内一四层半独立建筑，其中每层均与医院内一科室相连，可通过专用通道快速到达院内中医科、神经内科、内科及心内科等。同时每层功能配置各有侧重，一层单独设立体检，医疗救治设备药品存放保管区，其余楼层为老人居住区与活动区。截止调研时，已有超过10位老人体验享受院内提供的医养结合服务^[5]。

首先，由于该服务中心在试运行阶段推行“先体验，再收费”的措施，吸引了部分家属与老人来此入住。而在入住老人中，约2/3的老人在免费体验期满后便离开了服务中心，但在离开后老人会向周边亲朋好友主动介绍该中心情况，推荐他人来此入住，这也正是此措施实施的主要目的。入住老人根据自身体验提出意见建议及改进措施，服务中心也可持续完善服务细节，保障入住老人的生活保健需求，提升幸福舒适感。

其次，该中心严格遵循床位，入住老人与护理人员的标准配比，目前已固定有4位医生、4位护士、1位护工以及若干位志愿义工参与日常服务。由于当前该医养结合服务中心处于试运行阶段，调研时发现中心内床位入住率仍处于较低水准，因此每位工作人员服务老人数量少，压力小，能提供更高质量的服务。当前而后期如入住老人数量增加，可能对服务质量，工作效率等产生一定挑战。

再有，在居住区房间分配方面，在经过体征评估确定符合入住条件后，中心会按照不同病种安排入住房间，方便护理人员对老人进行统一照顾。

总体而言，随着该中心的完工落地与启动运营，为当地老年群体及其家庭提供了一种度过晚年生活的全新方式。在当前阳泉市人口结构与数量发展的趋势之下，立足当地经济发展水平与物质条件，可鼓励推动该服务中心继续坚持以此模式提供医养结合服务^[6]。

二、阳泉市Y医院推进社区嵌入式医养结合服务的途径

经过研究发现该中心推进医养结合服务供给的路径可总结为以下方面：

（一）资金来源：层级匹配，自筹统合，降低当级财政与社保基金依赖性

该医养结合养老服务中心整合利用阳泉市Y医院闲置房屋进行

改造搭建，全设施总投资共计310多万元。在此笔资金支持中，省市级配套下发资金约为210万元，区级配套建设资金约为70万元，自筹资金约为30万元。并非全部由上级财政或医保资金牵头支持，多渠道筹集资金的优势在于可拉动多方资源共同投入，减少一级资金支持压力^[7]。三级资金与自筹资金统合投入，在短期内有效解决了设施建设的基础问题。同时，由于阳泉市近年来经济增速放缓，以能源为主的产业结构发展后劲不足，对各区医疗机构发展效益也产生了一定负面效应。多层级资金注入，配合当地闲置场地，也有助于提高社区资源流动性，增强社医联动。

（二）资源配置：社医联动，双向合作提升中心服务可持续性

该医养结合服务中心挂牌阳泉市X社区，与社区合作建立，医院负责日常运营与服务。在此过程中包括社区力量在内的各类社会资源也可投入到服务过程中。例如外部服务志愿者不定期到访中心，或其他社会组织到访看望入住老人等^[8]。

社医联动下推进社区嵌入式医养结合服务既有效避免了社区自身力量不足的问题，也能充分发挥医院内部闲置场地与其他资源的效能，联合推进服务落地。

（三）功能设计：医养兼顾，依托公立医疗资源提升养老服务质量

在设计配置中心内功能区域时，该中心提前考量了当地老年人历年患病种情况、生活条件、院内医疗设备条件等，依照“养老服务”与“医疗服务”两条主线展开功能配置。在中心内将医疗、养老、体检、评估、康复、心理咨询、护理等多主体服务进行整合，同时依托医院本身的优势，为老年人提供专业的医疗护理服务和个性化的养老康复服务^[9]。

养老服务方面，中心在居住区域内配合适老化改造，建设了老年助浴间、专门活动室、休闲花园等适老活动场所，并且有专人进行24小时看护与轮班管理。通过居家式居住和定制化伙食，实现入住老人从日常生活照料到精神文化的需求双重满足。

医疗服务方面，该中心在一层区域设置了独立的体检区、救治区、药品存放管理区以及医疗设备保管区，由于毗邻上层居住区，且设备齐全，可满足入住老年人日常的体征检测，小病医疗等需要，同时在中心内每一层均设有护士站，可便于入住老人随时呼叫^[10]。

（四）人才体系：内部资深员工自愿转岗，省级培训统一看护标准

该中心内医护工作人员的类型配置为：住院医师、护士及护工三类。基本人员安排比例为每层区域2位住院医师，3位护士以及3位护工。在已有人员配置方面，住院医师及护士均为内部符合条件的工作人员经过专门考核后转入服务中心工作，有效保证工作人员医疗

服务水准，同时当前工作的1名护工也为院内资深护工转岗而来。

在新进人员培训方面，院内针对护理人员的培训按照山西省一级统一的培训标准进行，培训教材为本省定制出版的《养老护理实训初级教程》，各医疗机构定期委派人员参加省级护理人员培训，优势在于可避免护理标准的分割分化，由省级民政局统一管理。

（五）服务宣传：体验式服务与宣传，用真实感提升吸引力

在试运营阶段，该中心通过“先体验，后收费”的方式以求体验者产生真实入住经历后向周边人群介绍中心情况。虽然当前部分老人在免费体验期满后选择离开中心，但通过口口相传的途径也在一定范围内让更多老人与其家庭了解到Y医院该服务中心的具体情况。同时由于经历1个月的真实体验，涉及居住、活动、餐食、护理等方面，入住老人们也在日常居住生活中直接或间接向中心提出部分建议，亦可帮助中心改善服务。

三、阳泉市Y医院推进社区嵌入式医养结合服务的优化分析

为保证未来提供医养结合服务的高质量与可持续性，可注意从以下方面入手进一步优化：

（一）资金支持方面：持续提升资金运转可持续性

考虑到当前阶段采用“先体验，再缴费”的入住策略，导致无法在短期内通过入住费用抵平服务中心日常开销与成本投入，因为入住率偏低的问题还可能导致在一定时期内部分场地设施出现“二次空闲”的问题。另外设备保养，场地维护及人工费用的持续支出如不能及时被入住费用，其他投资等冲抵，可能在后期出现收不抵支，运行效率降低，效益提升遭遇瓶颈等问题。

因此，可以不同时间段为划分标准，定期盘点资金使用情况，回顾服务中心服务和工作成果，优化内部绩效评估标准，持续丰富服务体系内容，增强服务吸引力，提高中心入住率，或与社会组织合作提供外部服务，提质增收，多渠道增加资金支撑。

（二）人才培养方面：优化人才结构，平衡内外部人才来源

现阶段在服务中心内工作的人员基本全部来自于医院内部转岗人员，部分时段有来自于外部社区或社会组织的志愿者前往医院或服务中心帮助参与入住老人照料工作。未来入住的老人数量可能直线上升，但年轻人的留存率持续走低，且有意愿从事这一养老医疗服务行业年轻劳动力人数存在下降趋势，此外诸如医养结合服务管理人才、培训讲师、专职人才等工作人员在当地极度

参考文献

- [1] 符迁. “医养结合”嵌入式社区养老建筑设计的策略探析[J]. 居舍, 2023(27):72-75.
- [2] 推进山西省医养结合发展[J]. 前进论坛, 2023(08):34.
- [3] 王磊, 李文静, 王斌全. 推进医养结合养老模式的调查与思考——以山西省太原市迎泽区为例[J]. 中共山西省委党校学报, 2020, 43(02):58-62.
- [4] 张旭, 师成, 辛越等. 医养结合视角下“医中有养”服务模式研究——以山西省某三甲医院为例[J]. 中国老年保健医学, 2019, 17(01):149-151.
- [5] 陈洁. “互联网+”背景下嵌入式“医养结合”模式优化及对策研究[J]. 科教导刊(上旬刊), 2020(25):160-162.
- [6] 钱培鑫. 社区嵌入式医养结合养老模式的问题及对策研究[J]. 经济师, 2019(05):41-42.
- [7] 张翼杰, 武卫晶. 社会网络嵌入视角下山西农村社区医养结合养老模式初探[J]. 法制博览, 2018(10):28-29+27.
- [8] 陈飞, 陈琳. 从老龄健康视角评估医养结合试点政策[J]. 经济学动态, 2023(10):108-127.
- [9] 郭怡格. 我国医养结合养老服务供给的困境与效能提升——基于“三圈理论”的视角[J]. 河南广播电视大学学报, 2023, 36(04):34-39+56.
- [10] 朱燕娜, 张福苗, 吕畅. 医养结合保障人才体系建设现状及对策[J]. 四川劳动保障, 2023(11):19-20.
- [11] 国家卫生健康委印发《居家和社区医养结合服务指南(试行)》[J]. 中国农村卫生, 2023, 15(11):9-11.
- [12] 郑功成. 实施积极应对人口老龄化的国家战略[J]. 人民论坛·学术前沿, 2020(22):19-27.

缺乏，且本地单位又无足够吸引人才就业资源，因此未来人才招聘时困难较大。

可考虑打破区域限制，通过举办区级，市级等跨区域护理相关人才竞赛，提高其对本职业的认同度，同时也可借此交流不同地区推进医养结合服务，培育专业人才的先进经验^[11]。

（三）服务体系方面：注意提升后期服务承载力

当前服务体系存在两方面问题：一是超过一半以上的入住老人在免费体验期结束后就自行离开了服务中心，这可能导致阶段性收入持续在较低水平。二是未来该医院及服务中心所辐射的区县区域独居老人，失能及半失能老人数量增加，如果出现入住老人数量短期内暴增，则可能无法及时应对床位满负荷运载状态下各类老人的生活及医疗需求。可按照短期与长期居住分别设置优化不同的收费水准与比例，同时也可根据已入住老人是否推荐其他老人入住等情况给予适当价格优惠。

（四）宣传推广方面：此类型医养结合服务在当地的熟识度与认可度不高

服务中心建成后，由于宣传手段相对单一（口口相传与地方媒体宣传等）且当地人群对于此类新式的医养结合服务缺乏基本的了解，甚至存在一定的抵触情绪，认为居家养老始终是安享晚年的最佳选择。可通过免费医疗讲座，社区面诊，定期参观日，或新型互联网宣传渠道如短视频，推文等形式拓展宣传路径。

（五）辐射业务群体方面：可面向周边县市逐步推广^[12]

当前该服务中心覆盖的实际接受服务人群范围主要限定在阳泉市郊区，其影响暂无扩展到周边其他区县乡村。这可能导致服务中心的潜在服务群体出现阶段性紧缩的问题。因此，可考虑配合宣传措施扩大当地人群对中心的了解，同时可制定为较偏远地区入住老人提供费用折扣等收费政策。

四、结语

人口老龄化现象并非社会问题，这是社会经济发展与人口结构变动而产生的正常现象，发展养老服务产业，积极推进医养结合服务是有效应对人口老龄化带来的持续增长的养老与医疗伴生服务需求的核心举措之一，大力推进社区嵌入式医养结合服务，鼓励机构发展，有助于完善居民便捷养老服务圈，建立完整高质量的养老服务体系。尤其在经济欠发达地区，更要依照当地发展特色，积极进行探索，力求走出兼顾地域特色与群众需求的医养结合养老服务模式。

人民币国际化对中国经济金融的影响及分析

章颖芝^{1,2}

1. 上海财经大学 金融学院, 上海 200433

2. 香港大学附属学院 经济及商学部, 香港 999077

摘要： 人民币国际化是中国为自身经济发展创造稳定的国际货币环境的长期战略。其目标是让中国人和非中国人都能使用人民币进行国际贸易、借贷和投资。这样做的一个后果是，中国公民可以使用人民币购买和出售商品和服务，以及在国际上借贷。这可以最大限度地降低中国在贸易和金融交易中的货币风险，并最大限度地减少因人民币投机性击而在中国发生国际收支危机的机会。中国需要放松资本管制，允许更多人民币自由兑换，对金融业进行更深层次的改革，以使离岸人民币市场达到需要的市场厚度，成为计价、投资乃至储备的主要货币。

关键词： 人民币国际化；货币国际化；国际收支；跨境支付；特别提款权

The impact and analysis of RMB internationalization on China's economy and finance

Zhang Yingzhi^{1,2}

1. School of Finance, Shanghai University of Finance and Economics, Shanghai 200433

2. Division of Economics and Business, HKU SPACE Community College, Hong Kong 999077

Abstract： The internationalization of the RMB is a long-term strategy for China to create a stable international monetary environment for its own economic development. Its goal is to enable both Chinese and non-Chinese people to use the RMB for international trade, lending, and investment. One consequence of this is that Chinese citizens can use the RMB to buy and sell goods and services, as well as borrow internationally. This can minimize China's currency risk in trade and financial transactions and minimize the chance of a balance of payments crisis in China due to speculative attacks on the RMB. China needs to relax capital controls, allow more free convertibility of the RMB, and carry out deeper reforms in the financial industry to achieve the necessary market depth for the offshore RMB market and become a major currency for pricing, investment, and even reserves.

Keywords： RMB internationalization; currency internationalization; balance of payments; cross-border payments; Special Drawing Rights (SDRs)

引言

国际货币是一种广泛用于对货物和服务的国际贸易开具发票的货币（一种记账单位）；结算贸易和金融交易中的付款（一种交换媒介）；并以金融资产计价并作为外国中央银行的储备（价值储存）。这些功能密切相关。因此，货币用于上述任何功能的程度将是其在其他功能中使用的一个很好的指标。国际货币是一种在发行国境外使用和持有的货币，不仅用于与该国居民的交易，而且重要的是用于非居民之间的交易。换言之，国际货币是一种用于代替直接参与国际交易的各方的本国货币的货币，无论该交易是否涉及购买商品、服务或金融资产^[1]。中国是世界第二大经济体。中国政府正在推进人民币国际化进程，使其成为跨境商业交易的主要货币。到 2017 年，人民币已成为世界贸易中第六大通用货币，几乎四分之一的跨境交易都使用人民币。人民币将在未来十年成为重要的国际交易货币，并可能成为与美元和其他发达货币并驾齐驱的重要储备货币。中国和人民币的崛起预示着全球金融体系的重大变革。

一、货币国际化进程

Lee 和 Lim (2024)^[2] 提到，货币国际化是指一种货币在其原籍国之外被用于国际贸易和投资、外汇储备和金融交易的程度。货币网络扩张是指使用同一种货币进行金融活动的参与者（包括国内外政府和投资者）网络的扩大过程。如果满足以下大多数条件，则本

国货币可被视为国际货币。请注意，第一个条件被强烈声明，作为对所考虑国家政府的限制，而此后使用“能够”一词来表达双重含义：政府不禁止某些活动以及相关的外国当事人，无论是私人的还是公共的，允许或促进所描述的活动。此外，请注意，不需要同时或突然满足下面列出的条件。某些形式的国际化，例如使用一国货币进行贸易计价，包括第三国之间的贸易，可能会随着贸易量的增

作者简介：章颖芝（英文名：Cheung Wing Chi Vivian）（1985.06-），女，广东省，汉族，主要研究方向：双重股权结构、公司金融与公司治理，上海财经大学金融学院香港点 2019 级博士生。

加和在贸易计价中使用一国本国货币而逐渐增长。

首先，政府必须取消对任何国内或国外实体在现货或远期市场买卖本国货币的自由的所有限制。该条件明确要求发行国政府取消对国内外实体进行外汇交易的任何限制，以及对外国实体持有本币及其计价衍生工具的自由的所有限制。然而，这一条件并不要求政府取消对国内实体持有外币资产或承担外币债务的自由的所有限制，也不禁止该国金融监管机构限制本国实体的外币多头或空头头寸。国内金融机构。事实上，监管机构密切关注国内银行的外币头寸规模可能是必要和适当的。

其次，国内公司能够以本国货币为其出口的部分开具发票，外国公司同样能够以该国货币为其出口开具发票，无论是向该国本身还是向第三国。然而，他们实际能够做到这一点的程度可能受到他们出口的商品种类、个别公司的市场支配力以及国际通行的惯例的限制，例如使用有组织的市场进行石油和其他初级商品的交易。

第三，外国公司、金融机构和个人能够以他们认为谨慎的数量持有该国的货币，并以该国计价持有相关的金融工具。如果外国官方机构大规模行使这一选择权，该国的货币将充当储备货币，但很少有货币能够大规模发挥这种作用。2008 年年中，向国际货币基金组织报告其官方储备的货币构成的国家持有的外汇储备中，美元占 62.5%，欧元占 27.0%，英镑占 4.7%，瑞士法郎、日元、人民币和其他货币占 5.7%。

第四，外国公司和金融机构，包括官方机构，能够以本国货币发行有价证券。这些可能包括股票和债务工具，不仅在该国国内市场，而且在国外市场，当然包括外国公司本国市场。当然，国内市场的外国发行量可能会受到该国政府的监管，只要它不歧视外国发行人即可。如果在该国的国内市场发行，这些文书当然必须符合国内法，然后必须在该国的国内法院裁决争议。如果在国外发行，则必须符合发行国的法律，争议必须由这些国家的法院裁决。

第五，是发行国本身的金融机构、非金融公司等，可以发行以本国货币计价的工具到国外市场发行。当然，这些文书必须符合发行国的法律，然后必须在该国的法院裁决争议。

第六，是能够在一国市场发行债务工具，并将本国货币用于其金融业务的国际金融机构，如世界银行、地区开发银行等。尽管这将为国内金融机构提供更多高评级证券的供应，但这可能不会直接使相关国家受益。

最后，该货币可能被包括在其他国家的“货币篮子”中，用于管理自己的汇率政策。

二、人民币国际化对中国经济及金融的影响

人民币国际化是中国为自身经济发展创造稳定的国际货币环境的长期战略^[9]。其目标是让中国人和非中国人都能使用人民币进行国际贸易、借贷、借贷和投资。这样做的一个后果是，中国公民可以使用人民币购买和出售商品和服务，以及在国际上借贷。这可以最大限度地降低中国在贸易和金融交易中的货币风险，并最大限度地减少因人民币投机性攻击而在中国发生国际收支危机的机会。通常无法以本国货币借款的发展中国家很容易受到此类危机的影响，Barry Eichengreen 将这种危机称为“原罪”。1998 年的亚洲金融

危机就是这种危机的一个很好的例子，中国没有受到影响，主要是因为它的资本管制。然而，中国在努力提高其国际影响力时面临着开放资本账户和允许资本更自由流动的压力。人民币用于国际交易是解决“原罪”问题的重要举措。人民币国际化对中国的额外好处是增强了政治影响力、提取铸币税的能力（向外国人发行人民币以换取实物）以及以中国本国货币从国外廉价借入大量资金的能力。

研究结果显示^[10]，金融和贸易开放对人民币国际化程度的影响最大。短期来看，贸易开放会促进人民币国际化的发展，而金融开放则会抑制这种影响。长期结论则相反。同时，金融开放会对人民币国际化产生非线性影响，而人民币国际化既不能对金融开放产生线性影响，也不能对金融开放产生非线性影响。此外，人民币国际化与汇率、人民币国际化与贸易开放度之间分别存在较强的双向非线性格兰杰因果关系。

（一）当前国际货币体系的挑战

在当前的国际货币体系（IMS）下，美元是世界上占主导地位的计价、投资和储备货币。该体系是高度不对称的，大多数国家都希望通过干预外汇市场来维持对美元汇率的稳定，而美国则不需要担心本国货币相对于其他货币的价值。为此，与许多发展中国家一样，中国的人民币在 80 年代、1990 年代和 2000 年代与美元挂钩，现在仍在密切跟踪美元（尽管挂钩是“爬行”的）。由于这种挂钩，中国央行积累了大量美元资产（2014 年 1 月价值 3.8 万亿美元的外汇储备中有很大一部分是美元）。任何美元大幅贬值都可能给中国带来巨大损失。

为摆脱上述“美元陷阱”，中国主张使用超主权货币（特别提款权，SDR）作为全球储备货币，主要经济体的货币（包括人民币）为构成货币，每个都按其 GDP 份额加权^[11]。中国希望主要贸易伙伴国的货币长期与这种超主权储备货币联系在一起，而人民币本身就与人民币联系在一起。中国希望人民币成为外国央行的主要储备货币之一，无论 SDR 是否会成为被广泛接受的储备货币。对中国而言，虽然这将是一个漫长的过程，但鉴于人们对 2008 年全球金融危机的记忆犹新，现在正是推动 IMF 改革的好时机。信贷紧缩，随后美元因量化宽松而大幅贬值。

（二）跨境支付与人民币的使用

衡量一种货币作为交易媒介在国际上使用情况的一个指标是该货币用于跨境支付的程度。尽管中国在全球经济中的分量不断增加，但人民币的使用仍然疲软。2018 年，中国在世界出口中的份额为 14.57%，在世界进口中的份额为 9.07%^[12]，而人民币在国际支付中的份额却很低。还有，人民币在资本中是不可兑换的。1993 年以前，由于中国严格的外汇管制制度，人民币不允许流出中国大陆。此后，中国逐步开放了离岸人民币回流大陆的渠道。放开资本流入具有法律和经济意义。开放将允许外国投资者，尤其是外资银行，通过改善国内股票市场的流动性，参与发展和深化中国的金融市场。随着外资银行的进入，银行业竞争的加剧可能会进一步惠及私人储蓄者和借款人。因此，在政府政策的帮助下建立离岸人民币市场对于鼓励人民币的国际使用至关重要。为此，中国政府采取了以下措施：允许和便利人民币用于贸易结算和离岸金融工具（如人民币银行存款、发行人民币债券）；向境外（如与 20 多家外央行签订货币互换协议）提供人民币流动性；

资本管制将逐步放开；增加资本项目人民币兑换的可兑换性。

结果是戏剧性的。其中，包括香港、新加坡和台湾等境外中心在内的人民币银行存款增加地区；人民币公债在各个离岸中心的发行量激增，其中尤以香港（点心债）的发行量最为惊人；我国以人民币结算的贸易增长较快（2013 年末在我国贸易中所占比重约为 18%）；人民币外汇占款增速终于有所回升。

（三）人民币与特别提款权的关系

中国还进行了一系列改革，以改善将人民币纳入 SDR 篮子的前景。SDR 是为了补充 IMF 成员国的国际储备，由国际货币基金组织 (IMF) 创造的一种国际储备资产。为了被纳入特别提款权篮子，货币必须由大型出口国发行，这是中国很容易达到的标准。货币还必须“可自由使用”，这是一种基于外汇交易和国际使用的更主观的评估。

2016 年 10 月人民币加入 SDR 篮子标志着中国的一个重要里程碑，因为它将人民币提升到与美元、欧元、日元和英镑并列的位置。这一举措也有助于官方储备中人民币存量的扩大。2021 年，中国有 14.18 亿人口，是世界上最大的经济实体（占总人口的 18.5%）^[7]。与此同时，2010 年，中国在国际货币基金组织的投票权份额从 3.8% 增至 6.1%，成为仅次于美国和日本的第二大成员国。在这种情况下，人们自然会想知道人民币将如何演变，中国货币是否会成为主要的国际货币。

三、香港的角色

自 2004 年以来，香港人民币银行业务的发展已经超越了最初促进跨境旅游消费和加强香港与内地经济联系的目标。香港对人民币最终实现国际化的最大贡献是建立了离岸人民币银行间市场，进一步实现了香港两级市场的出现。人民币即期外汇和利率可能偏离内地市场，反映了香港人民币资金的供求状况，以及市场对人民币未来变化方向的预期。在香港人民币市场不断扩大的同时，越来越多的银行为人民币提供银行间利率报价，这进一步扩大了人民币在中国大陆以外的贸易和投资用途，更重要的是，这使得更多的金融工具，如“点心”债券的对冲工具和贷款基准，在离岸人民币市场上得以发展。

与伦敦和新加坡等其他国际金融中心相比，在香港发行的人民币债券已成为塑造香港离岸人民币中心地位的关键因素。香港一直在努力扩大面向外国投资者的人民币产品范围，以增强与新加坡和伦敦的竞争优势。2012 年 10 月，合和银行首次公开发行人民币产品，标志着香港成为离岸人民币中心的努力达到了分水岭。41 香港证券交易所展示了其推动双币种交易的雄心。嘉实环球投资于 2012 年 10 月在香港联交所推出了首个双币种交易所交易基金^[8]。

四、人民币国际化的展望及结论

（一）人民币国际化的优势与挑战

人民币的成功国际化将为中国带来与美国及其他主要货币相似的优势，比如降低借贷成本和汇率风险。然而，高度国际化的货币通常与开放和自由化的经济体相联系，而中国的经济体制则有所不同。为了应对经济不稳定，北京维持了严格的资本管制，

这虽然有助于稳定经济，但也限制了人民币的自由流动，降低了其作为国际货币的吸引力。

为了提升人民币的国际地位，中国需要放宽资本管制，允许更多人民币自由兑换，并对金融行业进行更深层次的改革。这将有助于离岸人民币市场达到所需的市场规模，使其成为计价、投资和储备的主要货币。这种变化将促使国际市场更广泛地使用人民币（或以人民币计价的资产）作为记账单位和存储单位，同时促进资金在岸与离岸市场之间的自由流动，推动国内金融市场的成熟与发展。

然而，这些改革也伴随着风险：只有在金融体系成熟且监管良好的情况下，资本管制的放松才是合适的。否则，热钱的流动可能会破坏金融体系，导致金融危机的风险加大。因此，人民币国际化不应被视为金融发展的最终成果，而应与提高中国政府公信力的其他措施相结合，例如打击腐败和提升“软实力”。

（二）推进人民币国际化的战略

在短短几年内，央行数字货币（CBDC）已从边缘概念发展为全球 80% 的主要央行，包括中国人民银行和美国联邦储备委员会，正在认真探索的项目。中国早在 2016 年就承诺推出 CBDC，并在试点和发行方面采取了比美联储更多的具体步骤^[9]。

中国已采取多项措施，积极推进人民币国际化战略，扩大其国际投资者中的使用^[10]。人民币的目标是成为跨境贸易和金融交易结算的主导货币，并被外国央行持有，以防范国际收支危机。此外，金砖五国（巴西、俄罗斯、印度、中国和南非）成立的新开发银行，旨在与西方支持的机构竞争，利用中国庞大的金融资源。该集团还计划建立一个价值高达 2400 亿美元的外汇储备池，以应对潜在的金融危机。

中国已经是大多数亚太国家最大的贸易伙伴。如果人民币能够成为贸易开票、结算和投资的主要货币，那么这些国家的货币与人民币的挂钩可能性将大大增加。在这种情况下，它们与中国的贸易往来将不再受到本币兑人民币汇率波动的影响，有助于进一步提升人民币作为全球首选货币的地位。

参考文献

- [1] Liu, T., Wang, X., & Woo, W. T. (2019). The road to currency internationalization: Global perspectives and chinese experience. *Emerging Markets Review*, 38, 73–101.
- [2] Lee, Y. W., & Lim, K. (2024). Renminbi internationalization and research agenda for currency network expansion. *Review of International Political Economy*, 1–16.
- [3] Cui, Y., Liu, L., & Peng, K. (2024). International competitiveness and currency internationalization: an application to RMB internationalization. *Journal of the Asia Pacific Economy*, 29(2), 588–611.
- [4] Li, H., Jia, D., & Li, J. (2023). Currency internationalization and openness: A paradigm from renminbi. *Review of International Economics*, 31(3), 956–984.
- [5] Orăștean, R., & Mărginean, S. C. (2023). Renminbi internationalization process: a quantitative literature review. *International Journal of Financial Studies*, 11(1), 15.
- [6] World Bank. 2020. World Integrated Trade Solutions. Available online: <https://wits.worldbank.org/> (accessed on 8 November 2024).
- [7] IMF. 2021. World Economic Outlook. *Washington, DC: IMF*.
- [8] Shen, W. (2020). Internationalization of renminbi: offshore renminbi businesses, offshore renminbi centres and renminbi's reserve currency status. In *Research Handbook on Asian Financial Law* (pp. 122–143). Edward Elgar Publishing.
- [9] Chorzempa, M. (2021). China, the United States, and central bank digital currencies: how important is it to be first?. *China Economic Journal*, 14(1), 102–115.
- [10] Li, M., Qin, F., & Zhang, Z. (2021). Short-term capital flows, exchange rate expectation and currency internationalization: Evidence from China. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(5), 223.

金融审计视角下关于金融体制改革的思考

李响, 汤云冲, 刘骅*

南京审计大学金融学院, 江苏 南京 211815

摘 要 : 深化金融体制改革, 强化金融稳定保障体系, 是党中央做出的具有重大意义的战略决策。金融审计作为党和国家监督体系的重要组成部分, 不仅需要紧跟金融体制改革的步伐, 强化其独立性、公正性和有效性, 还要积极应对金融服务手段革新、市场对外开放和金融科技运用等带来的新挑战。本文根据新时期金融体制改革和金融审计的发展现状, 探讨两者之间关系, 通过研究金融体制改革对新时期的金融审计提出的要求, 进一步分析金融审计助力金融体制改革的路径, 通过创新金融审计理念和方法, 更好地服务于金融改革大局, 促进我国金融行业的高质量发展。

关 键 词 : 金融审计; 金融体制改革; 实施路径

Financial system reform from the perspective of financial audit

Li Xiang, Tang Yunchong, Liu Hua *

School of Finance, Nanjing Audit University, Nanjing, Jiangsu 211815

Abstract : Deepening the reform of the financial system and strengthening the financial stability guarantee system are strategic decisions of great significance made by the Party Central Committee. As an important part of the supervision system of the Party and the State, financial audit not only needs to keep up with the pace of financial system reform, strengthen its independence, fairness and effectiveness, but also actively respond to the new challenges brought by the innovation of financial service means, the opening up of the market and the application of financial technology. Based on the development status of financial system reform and financial audit in the new era, this paper discusses the relationship between the two. By studying the requirements of financial system reform on financial audit in the new era, this paper further analyzes the path for financial audit to help financial system reform, and innovates financial audit concepts and methods to better serve the overall situation of financial reform. To promote the high-quality development of China's financial industry.

Keywords : financial audit; reform of the financial system; implementation path

引言

党的二十大报告提出: 深化金融体制改革, 建设现代中央银行制度, 加强和完善现代金融监管, 强化金融稳定保障体系, 依法将各类金融活动全部纳入监管, 守住不发生系统性风险底线。在中国经济转型升级与全球金融市场深度融合的背景下, 金融体制改革已然成为推动我国金融业持续健康发展和守护金融安全的关键驱动力。金融审计作为党和国家监督体系的重要组成部分, 其在金融体制改革过程中的作用愈发明显, 从金融审计的独特视角审视金融体制改革, 不仅是对金融治理体系和治理能力现代化建设的一种深度参与, 更是对金融风险防控与金融秩序维护的一次全面体检, 对金融政策执行情况、金融机构运营状况、金融市场风险管控和确保金融体制改革沿着正确方向深入推进意义重大。

一、新时期金融体制改革的发展现状

改革开放以来, 我国的金融体系根据历史所处环境背景, 围绕健全中央银行制度、完善资本市场, 加强金融服务实体经济能

力以及提高现代金融监管能力进行多番改革。1992年标志着中国金融监管史上的一大转折, 中国人民银行正式移交证券期货市场

项目信息: 江苏省社会科学基金重点项目: 审计治理视域下数字金融风险防控体系研究 (22GLA005)。

作者简介:

李响 (1998.03-), 女, 汉族, 江苏省扬州市人, 硕士, 研究方向: 金融审计与风险治理;

汤云冲 (2001.01-), 男, 汉族, 广东省梅州市人, 硕士, 研究方向: 金融科技;

通讯作者: 刘骅 (1978.10-), 男, 汉族, 湖北省武汉市人, 博士, 教授, 研究方向: 金融审计与风险治理。邮箱: 119850077011@163.com。

效率，中国证券监督管理委员会（证监会）应运而生，同年，中国保险监督管理委员会（保监会）的成立，进一步完善了分业监管框架。2003年，随着中国银行业监督管理委员会（银监会）的设立，我国形成了由中国人民银行、证监会、保监会及新成立的银监会共同构成的“一行三会”监管格局。随着金融行业不断创新，金融活动也日趋复杂，金融监管思路随之向综合监管或混业监管模式演进。这一布局不仅深刻体现了分业监管的政策导向，也直观展现了我国金融监管体系向专业化、精细化管理迈进的重要阶段。^[2]2017年，我国成立了国务院金融稳定与发展委员会，强化金融监管的统一性和协调性。2018年，为进一步整合监管资源、提升监管效能，国务院下设了直属事业单位——中国银行保险监督管理委员会（银保监会），这一举措重构了我国金融监管体系，形成了以“一委一行两会”为特征的新监管框架。党的二十大之后，基于国家经济金融发展的实际需求，我国金融体制主动适应新时代要求，启动了新的改革篇章，致力于构建更为科学、高效、适应性强的监管体系。在此过程中，党中央高瞻远瞩，强调顶层规划与指导金融战略的实施。国务院层面则积极响应，成立了国家金融监督管理总局，以此为契机对金融监管机构的部分职能及管理体制实施了必要的调整与优化。此次改革不仅是对现有金融治理结构的深刻反思与革新，更是为我国金融体系的长远健康发展奠定了坚实基础，预示着我国金融体制正步入一个崭新的发展阶段^[3]。

二、新时期的金融审计

（一）金融审计发展现状

我国金融审计的历史演变紧密伴随国家经济金融体系的变迁及金融体制的深入改革。自1984年审计署发布首个针对金融保险机构审计监督的通知以来，金融审计经历了从无到有、由浅入深的发展历程。新时代背景下，金融审计紧密追踪国家经济金融政策的执行落地，及时反馈政策执行中的问题与不足，有力推动政策的精准落实和实际效果提升。同时，强化风险防控理念，全面把握金融机构及金融领域的风险状态，适时发出预警，为防范金融风险提供有力支持^[4]。通过对金融监管机构的再监督，促使其依法履职，提升监管效能，不断完善监管措施，通过全方位、多维度审视，揭示问题并推动相关整改，充分发挥审计监督的核心职能。

（二）推动金融体制改革对金融审计提出的新要求

1. 根据金融体制改革需要确定金融审计工作方向

深化金融体制改革，要充分认识政策重要性，掌握金融体制改革与经济金融相关的主要内容，根据金融体制改革需要确定金融审计工作方向。第一要充分考虑到金融体制改革的长远需求，将其作为金融审计战略发展规划的核心要素，通过前瞻性的布局与规划，使得金融审计能够紧跟金融体制改革的步伐，为其提供有力的监督保障。第二要紧密结合当前金融体制改革的主要攻坚方向以及金融审计工作的实际情况，有针对性地设计并实施一系列审计项目，开展深度的审计调查活动。不仅要涵盖对改革热点、

难点的深度剖析，也要囊括对现有金融业务操作、风险管理等各环节的细致审查，以期精准识别并解决体制变革过程中的潜在问题。第三在日常的金融审计实务中，要依据不断演进的金融体制改革规划，适时调整和设定更具针对性的重点审计目标及内容。通过对各类金融业务活动进行实时、全面的监测与审计，及时发现并揭示其中存在的问题与矛盾，疏通阻碍经济金融体系顺畅运转的瓶颈环节，填补可能存在的管理空白，确保金融体制改革的各项措施得以有效落地执行^[5]。

2. 通过金融审计促进完善现代金融体系

第一要促进完善金融基础设施。金融审计应当聚焦于金融软硬件设施的高效运作。严格审查金融制度框架的建立健全状况及其执行表现，针对金融监管的潜在漏洞与盲区，需紧密跟踪并揭示现有监管机制在衔接配套方面的不足。第二，推动提升金融监管水平。金融审计应重点关注金融监管部门在履行职能时的具体实践与成果，审查核心金融机构的监管力度，对全国各地金融领域的发展态势及风险防控工作给予指导与监督。第三，促进金融领域高水平对外开放。金融领域持续推进扩大开放不仅是强化金融服务实体经济效能的必然要求，也是顺应全球经济一体化趋势的战略抉择^[6]。金融审计部门应当积极履行监督职能，聚焦金融改革与发展政策以及对外开放措施的实际成效，确保其精准落地并产生实效。

3. 通过金融审计推进金融供给侧改革

首先要求金融审计推动金融供给能力。深化金融体制改革的重点在于推进金融领域的供给侧结构性改革，持续增强与优化金融供给能力。一方面，金融审计要精准实施政策措施执行情况的动态审计追踪，以确保金融服务实体经济的各项方针政策扎实落地见效。另一方面，金融审计要积极推动金融监管部门弥补制度短板，优化金融资源配置结构，以适应经济多元化的需求。其次，要推动金融创新。科技创新在提升金融服务质量和效率方面发挥着重要作用^[7]。金融审计应深入聚焦金融机构在科技领域的投资以及信息系统管理的现状，细致了解金融科技的发展阶段、自主创新动能和金融相关信息系统的研发、运行与维护状况，确保金融科技的规范发展。

三、金融审计助力金融体制改革的路径和方法

（一）将助力金融体制改革作为重要审计任务

首先紧密围绕金融体制改革的核心，将强化审计工作的政治导向性融入金融审计的长期发展规划中，充分彰显金融审计在监督与保障金融体制改革中的重要作用。其次在审计工作的全链条中深度嵌入金融体制改革的理念，从规划项目、选定审计对象、设计审计方案、执行审计项目、编撰审计报告直至督促审计整改等各个环节都高度强调深化金融体制改革的战略意义，以确保各项政策能够得到切实有效的贯彻执行。同时要根据金融体制的改革情况配置审计资源。对供给侧结构性改革、科技创新及扩大开放等重要政策的制定与执行情况实施持续追踪，密切关注并揭示经济金融运行中的重大风险隐患，精准定位阻碍经济循环的关键

堵点和薄弱环节,以此有力推进关键领域的改革进程,激发创新突破的动力。不仅如此,还要拓宽审计广度,实现审计对象全面覆盖。要追求审计的全视角覆盖,运用多元化的审计工具对金融机构、金融监管机构、金融资本市场以及新兴金融活动展开深度与广度并重的监察^[8]。要紧随时代脉搏不断延展,加大对科技金融、绿色金融及新能源金融等新兴板块的审计强度,紧密跟进国际金融中心构建、人民币国际化等国家战略的实施动向及成效评估,主动适应全球金融变革的新趋势。

(二) 强化核心职能,充分发挥审计价值

第一要推动监管政策落地见效。金融审计应依托专项审计及持续追踪审计之机制,严密监测重大政策举措的落地方案与实效,旨在验证政策执行的精确度与流畅性,杜绝传导梗阻及成效衰减现象,力促金融改革议程精准着陆。第二要推动金融行业持续深化变革,塑造核心竞争力。一方面,要深化介入并强力推动金融结构的重塑工程,揭示政策脱离实际、监管执行疲软、辅助措施缺位等问题。另一方面,要主动引领金融机构的战略转型与效能升级,涵盖国有大型系统重要性银行、政策导向型金融机构、地方性法人金融机构及各类专业金融服务提供商的广泛审计,了解各机构在其职能定位、功能实现及资本充裕度,同时揭示由产权界定模糊、上级管理架构不清、政策引导缺失等根源导致的运营与成长问题^[9]。

(三) 提高金融审计专业水平

金融机构是金融体系的重要组成部分,是驱动经济循环,影响其健康与活力的关键因素。金融审计应促进完善法律法规,营造金融安全稳定环境,加强对金融机构日常管理和业务操作的严密监控,引导金融机构优化内部流程,加速业务重组与转型升级,催化金融机构内部风险管理机制的自我强化。其次,要推广利用大数据审计,提高审计效率。要持续优化和升级数据分析平台,不仅致力于平台本身的建设和运维管理模式的精细化改良,而且着力丰富涵盖银行、保险、证券等关键行业的基础信息数据

库,科学分配数据资源,实现数据分布式采集、集中化存储以及远程化利用的目标^[10]。同时革新大数据审计技术和手段,紧随大数据技术的前沿趋势,通过重构审计组织模式和创新分析方法,积极探索并积极将新技术应用于金融审计项目的各个环节。与此同时,还要构建高水平专业金融审计人才梯队,强化教育培训力度,通过法律法规、政策制度以及金融创新前沿知识的培训,培养金融审计人员具备广阔视野、战略性思维和敏锐的洞察力,使其能准确把握审计工作的重心所在。要采取多元化的资源和形式,有策略性、有针对性地组织学习活动。搭建审计业务探讨和交流平台,系统梳理金融政策、前瞻业务动态及热点议题,结合监管机构、研究团体及专家学界的见解和理论,针对特定主题进行深度研究。通过审计实践的锤炼,在确保在严格执行党中央决策指示的基础上,拓宽审计工作的覆盖面,深化审计项目的实施维度,使审计人员逐步熟识各个细分业务领域的法规准则和监管要求,锻炼其抽丝剥茧、发现问题的能力^[11]。

综上所述,以金融审计视角审视金融体制改革,既是对其所处时代背景与历史使命的深刻认识,也是对未来发展方向与改革挑战的清醒预判。金融审计在金融体制改革中扮演着重要的督导角色,不仅要审慎评估改革措施的执行成效,揭示潜在风险,更要积极引导和促进金融机构合规经营与风险管理。面对金融体制改革进程中出现的新业态、新模式、新问题,金融审计需不断创新审计理念和方法,借助现代信息技术手段,提升审计效能,确保改革举措得以落地生根。同时,金融审计还需进一步完善自身法治建设,强化审计队伍的专业素养,以适应金融体制改革对审计工作提出的更高要求。总而言之,从金融审计视角探讨金融体制改革,旨在揭示改革过程中可能存在的问题与不足,提出建设性的改进建议,助力金融体系健康有序发展。只有当金融审计与金融体制改革形成良性互动,才能共同推动我国金融业在风险可控的前提下,实现高质量发展,为构建现代化金融体系贡献力量,为国家经济稳定与社会发展筑牢金融安全屏障。

参考文献

- [1] 李晓鹏. 金融审计发展回顾与经验启示[J]. 审计研究, 2022, (06): 21-25.
- [2] 审计署太原特派办理论研究会课题组, 杨卫东, 丁珂, 等. 金融审计助力构建新发展格局[J]. 审计研究, 2022, (03): 3-8.
- [3] 王志成. 关于深化金融审计的几点思考[J]. 审计研究, 2018, (04): 7-11.
- [4] 张维. 国家审计维护金融安全的新形势与对策[J]. 审计与经济研究, 2017, 32(01): 8-14.
- [5] 白钦先, 张坤. 关于深化中国金融体制改革几个重大问题的思考[J]. 保险研究, 2023, (03): 3-10. DOI: 10.13497/j.cnki.is.2023.03.001.
- [6] 王素梅, 郭道扬. 国家治理框架下金融审计的发展研究[J]. 财政研究, 2013, (03): 53-56. DOI: 10.19477/j.cnki.11-1077/f.2013.03.013.
- [7] 王永海, 章涛. 金融创新趋势下金融审计监督体系构建[J]. 江西财经大学学报, 2014, (04): 66-72. DOI: 10.13676/j.cnki.cn36-1224/f.2014.04.008.
- [8] 张晓燕, 郭莹, 武竞伟. 金融监管背景下中国金融效率及优化[J]. 数量经济技术研究, 2022, 39(04): 147-167. DOI: 10.13653/j.cnki.jqte.2022.04.005.
- [9] 陆岷峰, 欧阳文杰. 现代金融治理体系视角下的监管体制改革研究[J]. 经济学家, 2023, (08): 86-94. DOI: 10.16158/j.cnki.51-1312/f.2023.08.002.
- [10] 蒋南平. 《当代中国金融审计研究(1983—2018)》评介[J]. 财经问题研究, 2020, (04): 129.
- [11] 王颖澎, 赵振智. 以金融审计促进金融安全: 机制与路径[J]. 人民论坛·学术前沿, 2019, (06): 78-81. DOI: 10.16619/j.cnki.rmltxsqy.2019.06.009.

复杂金融市场环境下 现代投资组合理论在中国市场的应用与改进

曹海峰

重庆黔岸股权投资基金管理中心（有限合伙），重庆 404611

摘要： 在纷繁复杂的金融市场环境下，现代投资组合理论（MPT）作为一种十分重要的资产配置策略标准，以其独特的理念和良好的经济效益在全球金融市场中广受欢迎。然而中国市场具有独特的环境和特性，直接应用 MPT 可能会遇到一些问题。本文旨在深入分析现代投资组合理论在中国市场的应用问题，提出解决方案，并给出一些改进性建议。首先，本文通过对中国金融市场环境的研究，深入剖析了 MPT 在中国市场的应用挑战；其次，提出了针对中国市场特性的 MPT 改进方案，主要包括对效率前沿，水平线方法等核心内容的修改，并且，我们还实证研究了基于这种改进方案的投资组合的风险和收益表现。加入以市场信息和投资者行为为基础的改进后，投资策略的风险-收益特征明显优于传统的策略。这表明，对现代投资组合理论的本土化改进，可以适应中国市场的特性，为投资者构建有效投资组合，以获取最大收益提供了有效的工具和方法。

关键词： 现代投资组合理论；中国金融市场；资产配置；风险-收益特征；本土化改进

Application and improvement of modern investment portfolio theory in Chinese market under complex financial market environment

Cao Haifeng

Chongqing Qian'an Equity Investment Fund Management Center (Limited partnership), Chongqing 404611

Abstract： In the complex financial market environment, modern portfolio theory (MPT), as a very important asset allocation strategy standard, is widely popular in the global financial market with its unique concept and good economic benefits. However, the Chinese market has a unique environment and characteristics, and the direct application of MPT may encounter some problems. This paper aims to analyze the application of modern portfolio theory in Chinese market, propose solutions and give some suggestions for improvement. Firstly, through the study of China's financial market environment, this paper deeply analyzes the challenges of MPV application in China market; secondly, it proposes the PPT improvement scheme for the characteristics of Chinese market, mainly including the modification of the core content, and we also empirically study the risk and return performance of the investment portfolio based on this improvement scheme. After adding the improvement based on the market information and the investor behavior, the risk-return characteristic of the investment strategy is obviously better than that of the traditional strategy. This shows that the localized improvement of modern portfolio theory can adapt to the characteristics of the Chinese market and provide effective tools and methods for investors to build effective investment portfolios to obtain maximum returns.

Keywords： modern portfolio theory; China's financial market; asset allocation; risk-return characteristics; localization improvement

引言

在全球金融市场的大背景下，现代投资组合理论以其独特的方法和效益，成为了投资者进行资产配置的重要工具。然而，当我们将这一理论应用到另一个环境多样化的市场时，就不可能简单地将这种理论搬运过去，而要结合新市场的特别环境进行改动和革新。中国金融市场即为此类市场。中国市场独特的金融环境，使得现代投资组合理论直接应用时产生了诸多问题。对此，通过深入研究中国特殊的市场环境，发现并分析这些问题，是这篇论文的首要任务。接着，我们需要根据这些发现和问题，提出改进现代投资组合理论的方案，针对中国市场对其核心内容进行调整和优化。改进后的现代投资组合理论将更好地适应中国市场环境，为投资者提供更高效率的投资组合构建工具，帮助他们在复杂的中国市场环境中，取得更大的投资收益。

一、现代投资组合理论与中国金融市场环境概述

（一）现代投资组合理论（MPT）的基本概念与特征

现代投资组合理论（Modern Portfolio Theory, MPT）由哈里·马科维茨在1952年提出，是资产配置领域的重要理论基础^[1]。其核心理念在于，通过合理配置不同资产类别，实现风险和收益之间的优化平衡。现代投资组合理论强调投资组合中资产的分散化，以此来减少非系统性风险。通过这个过程，投资者能够在同等风险水平下获得更高的收益，或者在同等收益水平下承担更低的风险。

现代投资组合理论的基本特征之一是效率前沿的概念。效率前沿代表在给定风险级别下能够实现的最高收益，或者在给定收益水平下可以达到的最低风险的投资组合集合。每一个位于效率前沿上的组合都是理想的资产配置选择，因为它们实现了风险与收益的最佳组合。投资者根据其风险偏好选择位于效率前沿上的组合，这一选择过程需要综合考虑投资者的收益目标和风险承受能力。

另一项关键特征是方差和协方差的应用^[2]。现代投资组合理论使用资产收益的方差作为衡量风险的主要指标，资产间的协方差则用于评估资产间的相互关系及其对组合整体风险的影响。资产之间的相关性越低，投资组合分散化的效果越显著。通过计算资产的方差和协方差，投资者能够更精确地评估投资组合的风险结构。

资本市场线（Capital Market Line, CML）也构成了现代投资组合理论的重要组成部分。资本市场线展示了无风险资产与市场投资组合结合所能构成的最佳风险收益关系。在此框架下，投资者可以通过调节无风险资产与市场投资组合之间的比例来达到其理想的风险收益状态，这一过程增强了投资决策的灵活性。

尽管现代投资组合理论在全球范围内广受欢迎并成功应用于多种金融市场，实际运用过程中的一些假设常受到质疑。例如，该理论假设市场是有效的，投资者是理性的，且资产收益服从正态分布，但这些假设在实际市场操作中并不总是成立。考虑到这些限制，对现代投资组合理论的深入研究和调整是具有重要意义的。通过对理论基本概念和特征的把握，有助于为进一步探讨其不同市场环境中的应用和改进奠定基础。

（二）复杂金融市场环境下的 MPT 应用状况

在复杂的金融市场环境下，现代投资组合理论（MPT）的应用得到了广泛关注。MPT 以其系统的风险管理和投资收益优化理念，成为全球投资者资产配置的指导原则。在全球金融市场，MPT 被视为资产配置的基石，其核心思想是通过分散化投资，降低投资组合的整体风险，实现预期收益最大化。

复杂金融市场环境中的不确定性和波动性为 MPT 的应用提出了新的挑战。在市场动荡时，传统的 MPT 模型可能无法准确反映市场的真实风险和收益状况。尤其是在金融危机、政策变化等情况下，资产价格波动幅度加剧，市场流动性降低，投资者容易受到非系统性风险的影响。这种环境下，市场对资产间的相关性、投资者的非理性以及市场行为的偏差提出了更高的要求，而这些

因素在很大程度上影响着投资组合的表现。

科技的发展和大数据的应用，为 MPT 的改进和应用提供了新的视角。利用大数据分析，可以更精确地捕捉市场动向和投资者行为^[3]。金融科技的进步也促使量化投资策略的普及，推动了 MPT 在不同市场环境中的适应与创新。金融市场的复杂性和瞬息万变的特性使得 MPT 的应用仍需不断调整，以适应不同时期的市场特性和投资需求。

在全球范围内，MPT 的应用往往根据具体市场环境进行调整和改进，以提升其适用性和有效性。通过结合市场特定的信息结构和投资者行为特征，MPT 能够更好地服务于不同地区的投资者，实现资产配置的优化和风险管理。复杂金融市场环境下，MPT 的应用不仅需要标准化模型的支持，还需要根据市场特性进行调整，以确保投资组合能够达到理想的风险收益平衡。

（三）中国金融市场环境的特性

中国金融市场环境具有独特的特性，这使得现代投资组合理论的应用面临诸多挑战。中国市场具有较高程度的政策干预和不确定性。政府政策对于金融市场的影响力巨大，调控措施频繁且变化多端，这导致市场波动性加剧。中国市场的投资者构成较为复杂。散户投资者在市场中占据较大比例，他们的投资行为往往不够理性，偏好短期投机，这与西方市场以机构投资者为主的投资氛围大相径庭，也影响了市场的有效性。中国金融市场的资本项目尚未完全开放，跨境资本流动受到限制，市场的国际化程度相对较低。金融产品的创新层出不穷，但监管的相对滞后可能导致信息不对称和市场扭曲。市场信息披露不够充分透明，这使得投资者在进行投资决策时面临更高的信息风险。上述特性在塑造中国市场特有的风险和收益结构的，也对投资组合理论的有效实施构成了特定的限制和调整要求。传统的投资策略需要适应这些特性，以便更有效地为投资者服务。

二、现代投资组合理论在中国市场的应用问题与分析

（一）中国市场上 MPT 应用的现状与问题

在中国市场上，现代投资组合理论（MPT）的应用呈现出一些显著的现状与问题。需要特别指出的是，MPT 在中国的广泛应用尚处于发展阶段，与西方成熟市场相比，应用的深度和广度仍有明显差距。受限于市场成熟度，中国金融市场的信息不对称、波动较大以及流动性不高的特性直接影响了 MPT 的应用效果。这些因素导致投资者在实践中实现 MU 标期望收益和最小化风险的目标时，遇到了诸多困难。

信息效率问题在中国市场尤为突出^[4]。相较于成熟的西方金融市场，中国市场在信息发布、传播和解释的透明度上存在不足。这使得投资者在构建投资组合时，面临着较为严重的信息不对称问题，影响了对资产收益率和协方差的准确预测。由于 MPT 的核心假设之一依赖于市场信息的有效性，信息不对称直接削弱了其决策的科学性和预测的准确性。

中国市场的高波动性也限制了 MPT 的应用效果。中国市场时常受到宏观经济政策、国际市场波动以及其他不确定因素的影

响，这些都会造成市场较高的波动性。由于 MPT 主要依赖于历史数据来预测未来收益，过高波动性使得这一方法在短期内的预测性和可靠性受到质疑。传统的 MPT 模型可能无法充分反映这些动态变化，这就需要在应用时对市场波动进行更精准的建模和评估^[5]。

尽管现代投资组合理论在中国市场有着广泛的应用前景，但受限于信息效率、市场波动性和流动性等多重因素，其实际应用效果和理论上的预期存在显著差距。亟需通过针对性改进措施来弥补这一不足，以实现更为有效的资产配置和风险管理。

（二）中国市场特性对 MPT 的影响

中国金融市场具有其独特的结构和动态，这对现代投资组合理论的应用提出了新的考验。一方面，中国市场的波动性较高，市场周期快速而频繁地变化，投资者面临更大的不确定性。在这样的环境中，仅依赖单一的风险收益优化模型可能无法有效应对市场压力。中国市场丰富的投资产品和多样化的金融工具使资产配置更为复杂，投资者需要在这片多变的金融生态中灵活调整自己的投资组合。

另一方面，中国资本市场的政策导向特征显著，政策变化对市场的影响尤为明显。在投资决策中，投资者不仅要考虑经济基本面的变化，还需密切关注政策动向及其对不同资产类别的潜在影响。中国市场的信息不对称现象较为普遍，投资者获取和处理信息的能力参差不齐，这对 MPT 基于市场信息的有效性提出了挑战。市场参与者常常由于有限的市场透明度和不完善的信息披露机制而面临困境，从而影响到对投资组合风险的有效评估与管理。

中国资本市场是一个新兴市场，其发展阶段和成熟度与发达市场存在差距。市场投机行为较为普遍，散户投资者比例高，市场情绪波动显著，对投资组合的构建和调整构成额外的变数。在这样的市场环境下，传统的 MPT 可能难以预测和衡量这些非理性因素对投资组合的风险收益影响，从而影响其在中国市场的适用性。

现代投资组合理论在中国市场的应用面临诸多独特挑战，需要进行适应性的调整以提高其在中国市场的有效性。通过深入理解中国市场的特点和投资者行为，可以更好地制定适合本土市场的投资策略，提高投资组合的风险管理能力和收益潜力。

（三）中国市场环境在 MPT 中的挑战性问题

中国市场环境为现代投资组合理论（MPT）的应用带来了诸多挑战。中国金融市场的波动性较大，金融工具多样且复杂，市值等因素与发达国家市场存在较大差异。这样的波动性使得投资

组合的风险评估难度增加，传统的风险测量方法在准确性上面临挑战。由于市场的开放程度相对较低，资本流动受到限制，市场对政策变化敏感性较高，这在一定程度上可能会影响投资者的决策过程和市场稳定性。

流动性问题也是中国市场的一大挑战。许多上市公司的流通股数量较少，导致市场流动性不足，使得投资组合的调整困难。这一局限性在市场出现波动时尤为突出，可能导致投资者难以迅速调整投资组合以规避风险。

市场透明度和信息不对称也是不可忽视的问题。尽管近年来有改善，但信息披露不完善使得投资者获取市场信息和公司财务数据的难度较大。信息不对称导致的市场摩擦，影响了投资者的预期收益和风险评估的准确性，从而影响了 MPT 的适用性。

投资者结构与行为特征的独特性同样对 MPT 构成挑战。中国市场的中小投资者占比较大，这一群体通常更追求短期收益，对风险的忍耐力较低。这样的投资习惯与 MPT 强调的长期、系统性投资策略存在矛盾，制约了其在实际中的有效应用。

针对这些市场环境挑战，需对 MPT 进行适应性调整，以更好地契合中国市场的特性，实现有效的资产配置策略。

三、结束语

本文集中讨论了现代投资组合理论在中国复杂金融市场环境下的应用状况。在阐述了中国金融市场的特性和挑战后，我们对 MPT 在中国市场应用过程中的问题进行了深入分析，并提出了一系列创新和改进的策略。通过对中国市场特性的深入理解，我们对现代投资组合理论做出了有针对性的调整和优化，主要表现在对效率前沿，水平线方法等核心内容的修改。实证研究结果显示，基于对 MPT 的这些改进，投资策略的风险 - 收益特性明显优于传统的策略。我们相信，对现代投资组合理论的本土化改进，对于构建适应中国市场特性的有效投资组合，优化投资者的风险收益平衡，赢取最大经济利益具有重要的理论和实践意义。此研究虽然突破了一些传统理论的局限，但在实际操作中还需要结合投资者的具体情况，尤其是风险承受度和投资期限等因素进行更精细化的设计与调整。展望未来，我们期望看到更多关于现代投资组合理论本土化改进的研究，以便进一步开阔理论视野，更有效地应对中国市场环境和投资者需求的持续演变。同时，我们也期待这些理论在实践中得到更广泛的应用，为中国的投资者创造更大的价值。

参考文献

- [1] 任丽君. 金融市场环境与创新 [J]. 中外企业家, 2020, 0(06): 13-13.
- [2] 李雅勤. 浅议目前复杂金融市场环境下的金融风险管控 [J]. 中国周刊, 2020, 42(08): 0001-0001.
- [3] 孟浩, 张蕾, 程烨. 中国金融市场风险溢出效应研究 [J]. 统计与信息论坛, 2021, 36(11): 63-75.
- [4] 古小萍. 中国金融市场状况分析 [J]. 山西农经, 2019, 0(13): 160-160.
- [5] 周叶芹, 吴笛, 黄莉, 王伟晨, 周子栋. 现代资产组合理论在中国市场的创新与应用研究 [J]. 金融教育研究, 2019, 32(06): 34-39.

新质生产力视角下广东经济发展统计数据分析

冯尖辉

江门统计局，广东 江门 529000

摘要： 广东，一直以来在全国经济发展中占据举足轻重的地位。然而，随着国内外经济环境的不断变化，广东经济发展也面临着诸多挑战和困境。本文将以统计数据作为依据，分析广东经济发展情况，深入探讨广东经济发展中面临的困境，在新质生产力视角下分析破局之道，并提出保持全国 GDP 总量第一的策略。

关键词： 新质生产力；GDP；因子分析；产业结构升级

Analysis of statistical data of Guangdong economic development from the perspective of new quality productivity

Feng Jianhui

Jiangmen Bureau of Statistics, Jiangmen, Guangdong 529000

Abstract： Guangdong, as the forefront of China's reform and opening up and an important engine of economic development, has occupied a pivotal position in the national economic development for a long time. However, with the continuous change of domestic and foreign economic environment, Guangdong's economic development is also faced with many challenges and difficulties. Based on the statistical data, this paper will analyze the economic development of Guangdong, deeply discuss the difficulties faced by Guangdong's economic development, analyze the way to break the situation from the perspective of new quality productivity, and put forward the strategy of maintaining the first GDP in China.

Keywords： new quality productivity; GDP; factor analysis; industrial structure upgrading

引言

2023年9月，新质生产力被首次提出，“整合科技创新资源，引领发展战略性新兴产业和未来产业，加快形成新质生产力^[1]。”2024年1月，中共中央政治局集体学习时强调：“发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点^[2]。”本文深入研究广东经济发展的主要目的在于，深刻理解当前新质生产力视角下广东在国家经济中的地位和作用，以及通过分析其经济发展模式和策略，为其他地区提供经验和借鉴。广东作为中国经济的第一大省，其经济发展不仅对广东省本身具有重要意义，也对全国的经济社会发展具有深远影响。

一、当前广东经济发展的优势

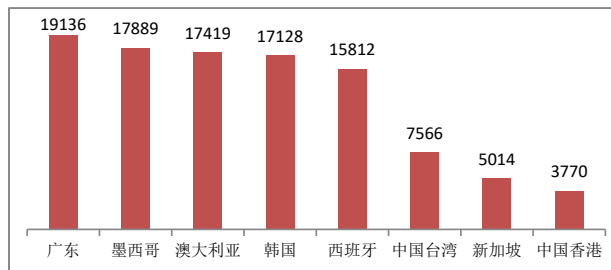
(一) 经济总量

从1989年以来，广东经济总量连续35年位居全国首位，足以彰显广东在全国经济发展中的重要地位。与亚洲“四小龙”比较来看，98年超新加坡，03年超香港，07年超台湾，21年超韩国，至此，对亚洲“四小龙”完成全面超越。

2023年，广东成为全国GDP首个超过13万亿元的省份，作为一个地区经济总量更是超过澳大利亚、西班牙、韩国等多个经济大国。

(二) 市场活力

法人单位是市场活动的主体，其数量反映了经济社会发展的



>图1：2023年部分国家及地区GDP情况（单位：亿美元）

程度。改革开放以来，广东的法人单位数量快速增长，市场活力不断激发，促进广东市场活力的提升和单位数量的快速增长。（如表1所示）

从社会用电量来看，社会用电量与市场活力及经济态势直接相

作者简介：冯尖辉（1984.11-），男，汉族，广东江门人，本科，中级，研究方向：统计分析。邮箱：412608342@qq.com。

关，是经济运行的“风向标”，其增长反映了市场活力的增强和经济的回暖。当经济活动增加，生产和消费的需求上升，会导致用电量的增加，从而反映出市场的活跃程度和经济活动的扩张。2023年广东的社会用电量创新高，达8502亿千瓦时，居全国首位，（如表1所示）显示生产活力，反映经济的强劲增长和电力需求的旺盛。

（三）工业发展

改革开放以来，工业作为广东国民经济的重点，一直引领着全省经济的发展，广东经济总量能一直保持全国领先，工业可谓功不可没。2023年，广东规模以上工业企业增加值突破4万亿元，企业数量约占全国七分之一，居全国首位。（如表1所示）

（四）消费市场

广东消费市场的发展可谓日新月异，商业业态朝多元化方向发展，大型商品交易市场逐步发展壮大并形成较大规模。从1983年开始，广东社会消费品零售总额已连续41年居全国首位。2023年广东全年社会消费品零售总额47494.86亿元，同比增长5.8%。紧随其后的分别是江苏、山东、浙江、四川、河南等省份。

（五）对外经济

改革开放以来，广东一直是全国最具经济活力的省份。近年来，由于跨境电商的迅速发展、贸易结构不断优化、数字化产业

链的提升，广东外贸发展一骑绝尘。2023年广东省全年进出口总额达83040.7亿元，同比增长0.3%。比第二名的江苏多3万亿元。

（六）财政金融

2023年，中国的地方一般公共预算本级收入达到了117218亿元，同比增长7.8%。这一数据反映了全国各省份经济的整体增长态势，表明了中国经济在2023年的积极表现。其中，广东以13851亿元的地方一般公共预算收入高居榜首，显示了其在经济发展方面的领先地位。从广东金融机构本外币各项存款来看，2023年年末广东省金融机构本外币各项存款余额35.09万亿元，高于江苏（24.59万亿）和浙江（22.07万亿），居全国首位。

二、因子分析评价广东与其他各省综合经济实力

（一）选择样本和指标

根据我国各地的经济形势，选取全国GDP总量前15的省（直辖市）作为样本及评价对象。为了得到全面综合的评价结果，本次选取除GDP以外，其他最能体现新质生产力水平的重要统计指标，通过分析其2023年统计数据情况，得出各省（直辖市）综合经济实力情况。

省（直辖市）	法人单位数（万）	社会用电量（亿千瓦时）	规上工业增加值（万亿元）	社会消费品零售总额（万亿元）	进出口总额（万亿元）	居民人均可支配收入（万元/人）	居民人均消费支出（万元/人）
广东	384	8502	4.39	4.75	8.3	4.93	3.43
江苏	330	7833	4.17	4.55	5.2	5.27	3.55
山东	355	7966	3.36	3.61	3.3	3.99	2.43
浙江	269	6192	2.98	3.26	4.9	6.38	4.22
四川	160	3711	2.13	2.63	1.0	3.25	2.36
河南	210	4090	2.22	2.60	0.8	2.99	2.10

表1：2023年全国经济总量靠前省份经济指标情况

（二）通过SPSS统计软件进行因子分析

首先通过对以上数据标准化处理，并进行KMO和Bartlett的检验^[3]。得出结果，KMO值0.691，大于0.6，且Bartlett检验对应 p 值小于0.05，说明适合进行因子分析^[4]；其后通过分析方差解释表格和碎石图^[5]，确定因子的数量；然后通过分析因子载荷系数与热力图^[6]，可以分析到每个因子中隐变量的重要性，通过分析成分矩阵，得出因子公式；基于因子载荷图通过将多因子降维成双因子^[6]，而后通过分析成分矩阵，得出因子成分公式与权重；最后输出因子分析法综合得分^[7]。

从下表评分来看，广东综合经济实力排全国第一，与GDP总量排名较为匹配。但综合评分与江苏、浙江相比，其优势并不算大。从评价结果来看，今后广东要保住全国经济第一省的地位，依然面临巨大挑战。

省（直辖市）	综合得分	因子2得分	因子1得分
广东	1.58	0.60	2.12
江苏	1.23	0.47	1.65
山东	0.66	-0.56	1.32
浙江	0.88	1.09	0.77

表2：各省（直辖市）综合评分前四名情况

三、广东经济发展面临的挑战

（一）人均收入不高

2023年全省居民人均可支配收入49327元，比上年增长4.8%。分城乡看，城镇居民人均可支配收入59307元，增长4.2%；农村居民人均可支配收入25142元，增长6.5%。全年全省居民人均消费支出34331元，比上年增长6.7%。分城乡看，城镇居民人均消费支出39333元，增长6.5%；农村居民人均消费支出22209元，增长6.8%。全省居民恩格尔系数为32.4%，比上年下降1.9个百分点；其中城镇为31.2%，农村为37.6%。从全国各省居民人均可支配收入来看，上海、北京居民人均可支配收入均超过8万元，浙江超6万元，江苏和天津均超5万元，这5个省及直辖市均高于广东。

（二）人均消费低于部分省份

居民消费对经济发展具有基础性和关键性的促进作用，消费处于国内大循环的终端，能够直接反映市场需求，刺激生产供给，对投资具有牵引作用，促进经济持续增长。2023年广东省居民人均消费支出34331元，高于全国（26796元），但低于浙江（42194元）、江苏（35491元）二省。

（三）固定资产投资增速偏低

2023年广东固定资产投资比2022年增长2.5%。分区域看，珠三角增长2.4%，粤东下降3.2%，粤西增长8.6%，粤北增长4.4%。

从全国来看，全国平均增速达到3.0%，比广东高0.5个百分点。西藏以20.1%的增速领跑全国，内蒙古紧随其后，增速为10.4%。主要的经济大省如，浙江（6.1%）、江苏（5.2%）、山东（5.2%）均高于广东。

（四）广东面临的其他压力

一是产业结构转型升级的压力。目前广东传统制造业占据较大比重，高附加值、高技术含量的产业相对较少，导致经济在面临国际市场波动时，容易受到冲击。二是科技创新面临风险。一些关键领域存在核心技术缺失，容易导致产业链上处于相对被动地位，容易受到外部技术封锁和制裁的影响。三是区域发展不平衡。广东内部区域发展不平衡问题较为突出。珠三角地区经济发达，而粤东西北地区相对落后。这种不平衡不仅影响了广东经济的整体协调发展，也制约了全省经济的持续增长。四是人口老龄化以及社会保障压力增大。随着人口老龄化程度的加深，广东社会保障压力逐渐增大。养老金支出占财政预算的比例逐年提高，同时养老服务和医疗保障需求不断增加，给养老系统和医疗资源带来巨大压力。此外，人口结构失衡导致劳动力人口短缺和劳动力成本上升，对劳动密集型传统产业造成冲击。

四、针对性建议

一是加快产业结构转型升级。一方面，要大力发展新兴产业和高端制造业，提高产业附加值和竞争力；另一方面，要加快传统产业的转型升级，通过技术改造和模式创新提升传统产业的竞争力^[8]。同时，要加强产业链上下游的协同发展，形成完整的产业

链和产业集群。

二是积极拓展多元化市场。既要深化与“一带一路”沿线国家和地区的经贸合作^[9]，扩大出口市场；另外，大力发展国内市场，推动消费升级和内需增长。同时，加强跨境电商等新型贸易方式的发展，降低贸易成本和提高贸易效率。

三是推进区域协调发展。首先加强大湾区与粤东西北地区的经济联系和合作，推动产业转移和升级。同时，发挥大湾区的辐射带动作用，推动全省经济深度融合发展。

四是推进科技创新和人才培养。必须加大对科技创新的投入力度，加强关键核心技术攻关和自主创新能力建设。要完善科技创新体系和创新生态环境建设，吸引更多高层次人才和创新资源集聚广东。同时，要加强教育和职业培训体系建设，提高劳动者素质和技能水平为经济发展提供有力的人才保障。

五是积极应对人口老龄化。老龄化对社会经济带来的影响，包括劳动力供给减少、消费需求下降、社会保障压力增加及经济增长放缓等。为此，延迟退休是其中一个有效措施；鼓励生育政策不仅缓解劳动力不足，可以有效刺激社会消费需求；此外，需加快养老服务设施建设^[10]，发展养老保险体系，吸引外籍工人填补劳动力缺口，并大力发展人工智能等高科技产业。

五、结语

历史告诉我们，生产力是人类社会发展的根本动力。随着信息化智能化时代的到来以及社会高质量发展的要求，新质生产力应运而生，作为先进生产力的具体体现形式，是马克思主义生产力理论的中国创新和实践，是科技创新交叉融合突破所产生的根本性成果。可以说，掌握新质生产力就是掌握社会发展的钥匙。广东要在经济发展中立于不败之地，必须发展新质生产力，从而构筑新的竞争优势，赢得发展的战略主动权。

参考文献

- [1] 习近平在黑龙江考察时强调牢牢把握在国家发展大局中的战略定位奋力开创黑龙江高质量发展新局面 [N]. 人民日报, 2023-09-09(001)
- [2] 习近平在中共中央政治局第十一次集体学习时强调加快发展新质生产力扎实推进高质量发展 [N]. 人民日报, 2024-02-02(001)
- [3] The SPSSAU project (2024). SPSSAU. (Version 24.0) [Online Application Software]. Retrieved from <https://www.spssau.com>.
- [4] 周俊, 马世澎. SPSSAU 科研数据分析方法与应用. 第1版 [M]. 电子工业出版社, 2024.
- [5] Kaiser H F. The varimax criterion for analytic rotation in factor analysis [J]. Psychometrika, 1958, 23(3):187-200.
- [6] 何晓群. 现代统计分析方法与应用. 第3版 [M]. 中国人民大学出版社, 2012.
- [7] 张翠娟, 冯学军, 盛敏. 因子分析开发步骤及 R 语言程序代码实现 [J]. 安庆师范学院学报 (自然科学版), 2013(2):28-31.
- [8] 中国经济时报. 因地制宜发展新质生产力地方行·广东篇 [EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1813680734345426934&wfr=spider&for=pc>
- [9] 第一财经. 第一财经研究院《跨越山海 | “一带一路”倡议十年报告：新丝路 共发展》发布！ [EB/OL]. www.yicai.com/news/101889913.html
- [10] 广东省人民政府. 广东社区养老服务设施超2.1万个 农村覆盖率超七成 [EB/OL]. http://www.gd.gov.cn/zwgk/zdlyxxgkzl/mzxx/content/post_4506132.html

“双碳”背景下西安市发展低碳经济研究

冯佳美

西安欧亚学院，陕西 西安 710000

摘要： 本文以西安市为研究对象，定量分析了近十年西安市碳排放现状，在此基础上列举制约西安市低碳经济发展因素，并针对性提出了健全低碳财税体系、大力发展低碳技术，布局低碳产业结构、调整低碳能源结构，建立健全碳排放权交易市场和监管体系，提高公众低碳意识等建议，以期为西安市实现“双碳”目标下低碳经济发展作出贡献。

关键词： 碳减排；低碳经济；双碳

Research on the development of low-carbon economy in Xi'an under the background of "Dual Carbon" goals

Feng Jiamei

Xi'an Eurasia University, Xi'an, Shaanxi 710000

Abstract： This article takes Xi'an as the research object and quantitatively analyzes the current status of carbon emissions in Xi'an over the past decade. Based on this, it enumerates the factors restricting the development of a low-carbon economy in Xi'an, and proposes targeted suggestions such as establishing a low-carbon fiscal and taxation system, vigorously developing low-carbon technologies, arranging a low-carbon industrial structure, adjusting the low-carbon energy structure, establishing and improving the carbon emission trading market and regulatory system, and raising public awareness of low-carbon issues. These suggestions aim to contribute to the development of a low-carbon economy in Xi'an under the "dual carbon" goals.

Keywords： carbon emission reduction; low-carbon economy; dual carbon

前言

2020年9月，中国首次面向世界提出“双碳”目标，即2030年实现碳达峰，2060年实现碳中和。2023年，中共西安市委、西安市人民政府印发关于《完整准确全面贯彻新发展理念推动碳达峰碳中和工作的实施意见》，对西安市“双碳”工作进行了总体设计^[1]。

西安市作为国家中心城市，西北地区政治经济文化中心，陕西省省会，2023年西安市地区生产总值突破1.2万亿元，增速5.2%；截至2023年末，世界500强企业西安开办企业或设立分支机构253家，全年新设外商投资企业309家，实际使用外资12.53亿美元。同时，西安市高等教育资源丰富，2014年至2024年十年间，西安高校数量增加了12所，根据教育部最新发布的《全国高等学校名单》，截止2024年6月，西安以62所高校，居全国第三，其中本科45所，占比高达71.43%，仅次于北京，排名全国第二。2023年底，西安在校大学生103.4万人，其中研究生占比18%，位列全国第四。总之，西安市在经济总量、城市规模、国际地位等方面已为建设国际化大都市奠定了坚实的基础，同时，高端人才集聚、信息化建设和文化软实力的提升，也为西安市发展低碳经济提供了广阔的空间。^[2]

一、西安市碳排放现状分析

（一）数据来源

本研究分析了西安市2013年至2022年共计10年间的碳排放量及经济、人口变化等指标。其中，各年度的西安市人口、经济数据来源于《西安市统计年鉴2023》；CO₂排放总量数据来源于EDGAR（全球大气研究排放数据库）V8.0；能源消耗数据来源于

DMPS夜间灯光数据拟合计算得出。本研究为测度西安市2013年至2022年共计10年间的经济发展、人口增长、碳排放量及碳排放强度等数据的变化情况，各年度的西安市人口、经济方面的数据来源于2023年披露的《西安市统计年鉴2023》；CO₂排放总量数据取自EDGAR V8.0（全球大气研究排放数据库），能源消耗数据来源于DMPS夜间灯光数据拟合计算得出。

2013年至2022年共计10年间的西安市碳排放总量及人口总

基金项目：2024年度西安欧亚学院校级科研基金项目《企业碳信息披露与碳减排效应研究》；项目编号2024XJSK11。

作者简介：冯佳美（1992.1—），女，汉族，陕西西安人，会计师，硕士研究生，西安欧亚学院，研究方向：碳会计。

量，如下表1-1所示。

表1-1 2013年至2022年西安市碳排放量及人口、经济总量

年份	CO ₂ 排放量 (吨)	能源消费总量 (吨标准煤)	年末常住人口 (万人)	地区生产总值 (万元)
2013	60111816.09	23863565.94	858.81	38642100
2014	58722755.46	27579097.33	862.75	43661000
2015	61648408.92	26802332.9	988	48841300
2016	60078198.29	27498680.01	1030	54926400
2017	59723855.21	24057060.17	1134	58012000
2018	63143857.59	25261598.38	1191	62571800
2019	62740683.9	24541892.76	1235	74718900
2020	63550166	24065480.36	1296	83498600
2021	66956190.34	23770465.78	1287.3	93210000
2022	66386378.46	18050056.55	1299.59	100200000

(二) 西安市碳排放总量

由表1-1所示数据可知：2013年至2022年10年间，西安市近10年碳排放总量波动性较大，其中有五年略有降低，整体呈震荡上升趋势，2021年达到近10年的历史峰值为66956190.34吨，从变动率来看，2016年的降幅最大为-2.55%，2018年升幅最大为5.73%。综合以上数据，西安市近10年的碳排放量增加导致环境保护压力不断提升。

(三) 西安市人口增长与经济发展

(1) 人口增长现状

自2013年以来的10年内，西安市人口数量呈现整体增长的态势，除2021年以外，其余年份均出现增长，西安市人口数量从2013年858.81万人增加到了2022年的1299.59万人，10年间增长了440.78万人。从增长率指标来看，西安市年平均增长率为5.7%，其中2015年及2017年人口增长率最高，超过10%，剩余各年度的人口增长率较为平稳。值得注意的是，自2018年以来，人口虽然保持增长趋势，但增长率逐年下降，2021年首次出现负增长，但降幅不大，2022年又回到增长趋势。虽然西安市人口增速放缓，但人口规模带来的碳排放增长压力未来仍是不可忽视的考量因素。^[3]

(2) 经济发展现状

在10年间，西安市全市生产总值GDP逐年增长，由2013年的3864亿元上升至2022年的10020亿元，总体增幅达到了159.31%。对于人均GDP，也保持了增长态势，由2013年的44994元增长至2022年的77101元。经济增长与碳排放总量变化呈现一定的协同性。

(四) 西安市碳排放及能源消费强度

综合以上，西安市2013年至2022年10年间的碳排放总量变化与人口、经济增长变化情况有一定的趋同性，故以下从西安市人均碳排放量、碳排放强度及能源消费强度三个角度展开深入分析。具体数据如表1-2所示：

表1-2 人均碳排放量、碳排放强度、能源消费强度变化表

年份	人均 GDP (元/人)	人均碳排放 (单位： 吨/人)	碳排放强度 (单位： 吨/万元)	能源消费强度 (单位：吨标准煤/ 万元)
2013	44994.93	6.999431	1.56	0.617553548
2014	50606.78	6.806463	1.34	0.631664353
2015	49434.51	6.239718	1.26	0.548763708
2016	53326.60	5.832835	1.09	0.500645955
2017	51156.97	5.266654	1.03	0.414691101
2018	52537.20	5.301751	1.01	0.403721779
2019	60501.13	5.080217	0.84	0.328456291
2020	64427.93	4.903562	0.76	0.288214178
2021	72407.36	5.201289	0.72	0.255020553
2022	77101.24	5.108256	0.66	0.180140285

(1) 人均碳排放量

通过计算碳排放总量和人口总量的比率，可以得出西安市人均碳排放量。过去十年间，西安市人均碳排放量整体呈现下降趋势，这或许可以与西安市一系列低碳经济相关政策的出台实施相挂钩。人均碳排放仅在2021年出现明显增长，这与2021年西安市人口基数首次出现负增长直接关，具有一定社会因素。

(2) 碳排放强度

通过计算碳排放总量与国内生产总值(GDP)的比率，得到碳排放强度。该指标代表了低碳经济的发展程度，理论上碳排放强度会随着技术升级、社会进步降低。2013年至2022年间，西安市碳排放强度逐年递减，印证了西安市已经逐步在调整其经济发展模式，落实产业转型。^[4]

(3) 能源消费强度

从能源消耗总量来看，10年间，西安市的能源消耗总量呈波动趋势，从2018年开始逐年下降，其中2022年下降的幅度最大，由2021年的23770465.78吨标准煤下降至18050056.55吨标准煤，降幅达24.07%。

通过计算能源消费总量与国内生产总值(GDP)的比率，可得到能源消费强度指标。其代表了单位GDP能耗，反映了经济结构和能源利用效率。^[5]近10年西安市能源消费强度整体呈现下降趋势，除了2014年较2013年有所提升，其余年份均是下降，由2014年峰值的0.62吨标准煤/万元下降到2022年的0.18标准煤/万元，年平均降幅达5.6%。2022年降幅最高，达29.36%。

二、西安市发展低碳经济的制约因素

(一) 产业和能源结构亟需调整

西安市作为全国重要的工业基地，在城市化及工业化高速发展进程中，传统高耗能、高排放行业占比较大，而此类产业短期内仍是西安经济发展支柱。优化产业结构、推动高排放企业关停和退城搬迁可能会面临就业、地方经济稳定等社会问题。与此同时，能源消费结构中化石能源占比较高，调整能源结构需要大量的资金投入和技术创新，且转型过程中可能会遇到技术瓶颈和市

场接受度问题。

（二）低碳技术发展水平有待提升

实现低碳经济的根本路径是技术革新。低碳技术的研发和应用需要强大的技术创新能力，作为我国的老重工业基地，西安市没有北上广的政策优势，在一些关键技术领域还不具备国际领先水平，如碳捕获和储存技术、节能减排技术、可再生能源技术，研发能力有限、研发人才匮乏。^[6]

（三）公众低碳经济意识相对薄弱

公众对于低碳经济的认识不足，缺乏参与低碳经济发展的主动性和积极性。一方面，现有的低碳经济宣传力度较低，辐射范围较小，未能覆盖全部低碳经济利益相关者；另一方面，公众对低碳产品和绿色产品的认知不足，不知道如何选择或无法识别。消费习惯固化，长期形成的生活方式难以改变，认为低碳生活方式会增加生活成本，环境保护是政府和企业的责任，个人行为影响有限，缺乏环保意识等。

三、西安市发展低碳经济对策建议

（一）建立低碳财税体系，大力发展低碳技术

一方面通过财政政策，设立节能减排专项资金，对节能减排企业进行补贴。设立低碳发展专项基金，支持低碳技术研发和推广，鼓励发展清洁能源机制，对低碳转型中的困难企业提供帮助。完善创新低碳技术奖励制度，对低碳技术企业进行政策倾向。另一方面通过税收政策，对生产节能环保产品及采用低碳技术的企业，提供税收减免和优惠。对高碳能源消耗企业，加大征收范围和力度，发挥税收的双向激励作用。^[7]

此外，推动绿色金融产品创新，引导金融机构和社会资本加大对低碳项目的支持，如绿色信贷、绿色债券等。依托西安的高校和科研机构，推动智能电网、先进储能等技术领域的突破，并加快低碳技术的成果转化和推广应用。加强国际合作，引进和吸收国外先进的低碳技术和管理经验，提升西安市低碳技术的国际竞争力。

（二）布局低碳产业结构，调整低碳能源结构

优化低碳产业布局，淘汰落后产能，对高耗能行业进行升级改造，落实高排放企业关停和退城搬迁，严格高耗能项目的资源环境审核。重点发展电子信息、航空航天等支柱产业以及人工智能、大数据云计算等新兴产业。并推动上下游企业融通发展，形

成绿色低碳的产业集群。切实实现“高碳行业低碳化、低碳行业支柱化”。^[8]

严控化石能源消费，大力发展风能、太阳能等可再生能源，减少对化石能源的依赖。优化能源结构，建设新型能源体系。深入推进光伏在建筑中的应用，提升全市城市建筑屋顶光伏发电装机占比。进一步推动煤炭清洁高效利用，加快现役煤电机组节能降碳改造、推广地热能、空气能等清洁能源供热，减少燃煤供热。

（三）建立健全碳排放权交易市场和监管体系

首先，探索建立区域性的碳排放权交易市场，建立统一的碳排放信息管理平台，收集和管理企业的碳排放数据，为碳交易提供准确的数据支持。建立和完善碳排放权交易机制，明确交易规则、监管流程和法律责任，防止市场操纵和欺诈行为，确保市场的公平性和透明性。其次，鼓励更多的企业参与碳排放权交易市场，包括高排放企业和低碳技术企业，通过市场机制促进减排技术的创新和应用。同时进行政策引导和激励，对未能达到减排目标的企业实施经济惩罚，以确保碳排放权交易市场的有效运行和健康发展。^[9]

（四）提高公众低碳意识，践行低碳生活方式

首先，建立公众参与机制，鼓励公众参与低碳政策的制定和实施过程，提高政策的接受度和有效性。其次，广泛进行宣传教育活动，普及低碳知识。利用全国低碳日、全国节能宣传周等活动，以及日常网络社交媒体宣传，提高公众对气候变化和环境保护的认识，在学校和社区开展低碳知识的普及教育，培养低碳生活习惯。最后，进行绿色生活方式推广和绿色消费引导。鼓励和引导公众采取绿色出行、节能减排等低碳生活方式，通过政府补贴、平台优惠等激发公众参与低碳实践的兴趣和动力。通过标签、认证等方式，引导消费者选择低碳产品，促进绿色消费，推动市场需求向低碳转型。^[10]

四、结语

总之，只有通过政府、企业和社会公众的多方努力，才能使西安在推进绿色低碳转型的道路上迈出坚实的步伐，在实现双碳目标的同时，推动经济的可持续发展，为西北地区乃至全国的低碳经济发展提供可复制、可推广的“西安模式”。

参考文献

- [1] 辛启迪，石玉琼，杨秀云，武小钢. 中国大中城市社区碳排放现状分析 [J]. 北京建筑大学学报，2024,40(4):36-46.
- [2] 周宏春. 中国低碳经济发展现状及展望 [J]. 科技导报，2022,40(21):6-12.
- [3] 冯骥岩. 西安市发展低碳经济优势与不足的研究 [J]. 环境科学与管理，2019,43(5):146-149.
- [4] 朱伟. “双碳”背景下武汉市发展低碳经济研究 [D]. 宜昌：三峡大学，2023.57.
- [5] 梁臻. 陕西省低碳城市发展水平评价研究 [D]. 西安：西安理工大学，2021.78.
- [6] 梁芷铭. 环渤海地区海洋低碳经济发展路径研究 [J]. 广东海洋大学学报，2014(2):25-28,29.
- [7] 徐大佑，徐鹏. 低碳经济背景下贵州企业绿色营销模式创新研究 [J]. 市场论坛，2012(2):32-34.
- [8] 高建祥. 多伦县发展低碳经济铺就绿色和谐之路 [N]. 锡林郭勒日报，2010-03-27(001).
- [9] 郑小玲，杜明亮. 低碳转型对城市经济高质量发展的影响——来自低碳城市试点的经验证据 [J]. 渤海大学学报（哲学社会科学版）. 2024 ,46 (05) 42-51.
- [10] 曹琳剑，徐若琳，朱媛媛，马金蕊，唐泽坤. 数字经济、低碳发展与新型城镇化耦合协调时空演变分析 [J]. 华中农业大学学报. 2024,1-13.

新质生产力背景下低碳经济发展路径研究

邵美娜, 闫伟东, 庞世林, 赵书耀, 王笑竹

黑龙江工商学院, 黑龙江 哈尔滨 150025

摘 要： 低碳经济是对传统经济发展模式的一次全面突破，强调在保护环境、促进人与自然和谐共生的基础上，推动经济的可持续、高质量发展。习近平总书记指出，“绿色发展是高质量发展的底色，新质生产力本身就是绿色生产力”，我国在大力发展低碳经济的过程中，应当牢牢把握住生产力发展的规律，坚持以新的生产力理论为指导，以生态效益、社会效益、经济效益相统一为基本原则，积极地引入新技术、新材料、新能源等生产要素，以此来引领生产绿色低碳方向、推动产业绿色低碳变革、促进消费绿色低碳转型，不断地提高低碳经济发展水平。基于此，本文首先分析新质生产力在低碳经济发展中的作用，其次从几个方面深入探究新质生产力背景下低碳经济发展路径，以供参考。

关 键 词： 新质生产力；低碳经济；经济发展

Research on the development path of low carbon economy under the background of new productivity

Shao Meina, Yan Weidong, Pang Shilin, Zhao Shuyao, Wang Xiaozhu

Heilongjiang College of Business And Technology, Harbin, Heilongjiang 150025

Abstract： the low-carbon economy is a comprehensive breakthrough in the traditional economic development mode, emphasizing the sustainable and high-quality development of the economy on the basis of protecting the environment and promoting the harmonious coexistence between man and nature. General Secretary Xi Jinping pointed out that "green development is the bottom color of high-quality development, and new quality productivity itself is green productivity". In the process of vigorously developing low-carbon economy, China should firmly grasp the law of productivity development, adhere to the guidance of new productivity theory, and take the basic principle of the unity of ecological benefits, social benefits and economic benefits as the basic principle, and actively introduce new technologies, new materials, new energy and other production factors, so as to lead the direction of green and low-carbon production, promote green and low-carbon transformation of industry, promote green and low-carbon transformation of consumption, and continuously improve the development level of low-carbon economy. Based on this, this paper first analyzes the role of new quality productivity in the development of low-carbon economy, and then explores the development path of low-carbon economy under the background of new quality productivity from several aspects for reference.

Keywords： new quality productivity; low carbon economy; economic development

当前，环境日益突出，特别是全球气候持续变暖，低碳经济作为一种新的发展模式，开始受到世界各国、各个行业领域的广泛关注。低碳经济的本质是以提高能源利用率、保护生态环境、减少温室气体排放的前提下，建立起的可持续增长经济模式。然而，我国近年来受到人口持续增多、工业化进程加快、气候变化的影响，传统经济模式显然已经难以满足人们日益提高的需求，为了从根源处解决上述问题，低碳经济发展模式应运而生。

一、新质生产力在低碳经济发展中的作用

（一）引领生产绿色低碳方向

为了逐步从根源处破解我国资源生态环境问题，我国制定、

出台了《关于加快建立绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》，该文件中明确强调要积极地建立健全的绿色低碳循环发展体系，依托该体系大力发展绿色经济，促进经济社会发展的全面绿色转型^[1]。当前，我国绿色化、低碳化发展速度越来越快去，而且发展

课题信息：2024年大学生创新创业训练计划项目，S202413300017。

作者简介：

邵美娜（2005.01-），女，汉族，黑龙江省绥化市，大学本科，管理学；

闫伟东（2002.05-），男，汉族，黑龙江省哈尔滨市，大学本科，管理学；

庞世林（2004.11-），男，汉族，黑龙江省佳木斯市，大学本科；

赵书耀（2003.11-），男，汉族，河南省南阳市，大学本科，经济学；

通讯作者简介：王笑竹（1993.07-），女，汉族，山东省即墨市，硕士研究生，讲师，经济学。

质量有了大幅度提高，但是从生态文明建设视角来说，由于气候变化、环境污染、生态破坏等一系列护问题，再加上人民群众对生态环境质量要求有所提升，使得生态文明建设的压力叠加，处于负重前行的关键期，缺少支撑经济高质量发展的内生动力。

新质生产力强调采取科技创新、制度创新等多样化方式，推动经济高质量发展，从而逐步降低对人口、资源等要素的依赖程度，彻底摆脱粗放型经济增长的桎梏；聚焦劳动者、劳动资料、劳动对象等生产要素，对其进行优化组合，通过生产要素的优化配置，全面提升资源利用率；在生产环节，积极地引入先进技术手段、生产工艺，在减少人工干预的基础上，有效地提升生产速度、合理控制生产成本^[2]。在生态环境信息化工程领域，新质生产力同样发挥着至关重要的作用，在遥感监测、智能传感器、大数据、人工智能等先进技术的加持下，有助于显著提升生态环境保护效率、精度，推动相关产业的转型升级。就拿遥感监测技术来说，可以不受自然条件限制，远距离、非接触式地观测地表，进而快速地获取到大范围环境数据，以此作为评估环境质量、预测环境变化趋势的重要依据。

（二）推动产业绿色低碳变革

新一轮科技革命、产业变革深入推进的大背景下，若要深化新旧动能转换，关键是要在推动产业绿色低碳化发展上多下功夫。新质生产力强调创新驱动，利用新技术、新材料、新能源等大力支持绿色低碳技术的研发，把清洁能源技术、节能减排技术、资源循环技术等绿色低碳技术广泛应用于传统产业，进而推动高污染、高能耗的传统产业转型升级，进一步减少能源消耗、环境污染，使之与绿色低碳发展要求相适应^[3]。针对新医药、新能源、生物育种等新兴产业，考虑到此类行业市场潜力巨大、发展前景广阔，因此在发展新质生产力的过程中，政府部门会基于发展目标，以重点任务为导向，制定税收优惠、资金补助、土地使用优惠等专项扶持政策，通过这样的方式来合理地降低企业运营成本，不断地提升其市场竞争力；或者以风险投资、股权投资等方式，吸引社会资本加入到新兴产业领域，更好地支持产品研发和技术升级，支持企业做大做强，着重地培育综合实力强的绿色低碳企业，充分释放专精特新中小企业创新活力^[4]。通过上述一系列方式，便能稳步地推动产业绿色低碳变革，在充分保护生态环境、提高人民生活质量的基础上，有效地促进我国能源结构转型，让社会经济实现可持续增长。

（三）促进消费绿色低碳转型

发展低碳经济，除了要推动生产方式的绿色低碳转型，同时还需要提升全社会的生态文明意识，引领人民群众自觉做绿色低碳生活方式、消费方式的践行者。我国在2016年正式印发了《关于促进绿色消费的指导意见》，该文件从绿色产品消费、绿色服务供给、金融扶持等方面入手，围绕“促进绿色消费”这一核心做出了全面部署，为绿色消费提供了强大的政策保障，同时也极大地推动了绿色消费市场的发展^[5]。而新质生产力的引入，以提升全要素生产率为核心，把大数据技术和人工智能技术进行深度融合，在科技创新的驱动下，结合消费者的购买数据、浏览记录、社媒活动等市场数据，绘制消费者画像，并从中识别出潜在客

户，同时根据市场动态、消费者需求，针对性地研发产品、制定营销策略，力求有效地提升销售转化率、客户满意度^[6]。如此一来，新质生产力不仅引领了新兴产业发展、优化消费供给，同时也为绿色消费注入了强劲动力。在教育、交通等公共服务领域，新质生产力同样为其带来了翻天覆地的变化。就拿教育领域来说，在线教育、智能教育的出现，彻底打破了传统教育模式下时间和空间的限制，学生可以根据自身需求随时随地进行学习，减少了交通出行带来的碳排放和能源消耗。很多学校、教育机构引入了虚拟现实技术、增强现实技术，努力为学生打造沉浸式学习环境，引导学生基于虚拟场景进行实践操作，极大地降低了对传统教学资源的依赖，同时也让学生真正实现了深度、高效学习。

二、新质生产力背景下低碳经济发展路径

低碳经济的长期发展进程中，展现出广阔的发展前景，但是这条发展路径并非一帆风顺，诸如产业结构不合理、技术创新能力不足、政策体系不完善等，都是我国当前面临的重大问题。为了不断地提高低碳经济发展质量，有必要深入研究新质生产力背景下低碳经济发展路径。

（一）强化创新驱动，培育新质生产力

新质生产力是一种先进的生产力质态，强调以科技创新为驱动，在先进技术的加持下，有效优化资源配置、全面提升生产效率、减少运营成本，从而全面推动低碳经济发展。我国若要大力发展低碳经济，必须要在科技创新上多下功夫，聚焦人工智能、云计算、5G通信等先进技术，极大技术研发力度，并将其应用到合适的产业领域，推动产业朝着绿色化、高端化、智能化的方向转型^[7]。以人工智能技术为例，可以在生产线上布置传感器密，以便于实时地监控设备运行状态，当发现设备故障、生产中断时，系统便会结合实时数据，自动化调整生产参数、优化工艺流程，促使生产效率得到有效保障。对于传统产业来说，有了新质生产力的支撑，通过引入新技术、新工艺、新设备，很好地优化了生产过程，而且生产活动的自动化、绿色化、智能化程度有了大幅度提升，所生产的产品更加环保、耐用，切实满足了广大消费者日益增长的需求，顺利完成了产业竞争优势的重塑，极大地减少了污染排放和能源消耗，为产业的绿色低碳、可持续发展奠定了坚实基础。与此同时，鼓励新兴产业领域的企业，增加人物财投入，用于支持关键核心技术的研发、引进，不断地补齐技术短板、巩固优势领域，稳步提升自身的技术水平，确保自身在新质生产力竞争中取得显著优势。引导企业基于自身战略定位、市场发展趋势，准确把握新兴产业的发展方向，积极地投入到适宜的新兴产业领域中，并通过增加投入、技术研发抢占市场先机，加快培育新质生产力，促进新旧功能的顺利转换。

（二）优化产业结构，提高资源利用率

在新质生产力背景下大力发展低碳经济，优化产业结构是其中至关重要的一环，有助于加强资源的循环利用、提升资源利用率、促进产业协同发展，筑牢低碳经济高质量发展的基础。落实到实践中，有关部门应当结合各地的资源条件，大力发展清洁能

源,增加人物财投入,用于因地制宜地开发太阳能、风能、生物能、水能、地热能、氢能等清洁能源,同时,完善现有的电网系统,合理地拓展“西电东送”输送通道,以此来支持清洁能源的大规模、远距离、高效率地输送,逐步形成中西部稳步输电、东部稳定消纳的长效机制^[8]。对电网进行智能化升级,在电网中布置传感及测量技术、先进设备技术、先进控制方式、稳定决策支持系统,进一步强化电网的调度能力、运行可靠性,从根源处解决清洁能源供电不稳定的问题。在传统产业方面,在生产活动中充分地应用好大数据、人工智能、物联网等先进技术,构建精益化、智能化的生产模式,在稳步提高生产效率、质量的同时,推动传统的产业转型升级。以大数据技术为例,可以在生产线上布置传感器设备,实时地采集设备参数、生产量、质量指标等生产数据,并对采集到的这部分数据进行清洗、预处理,剔除重复的、冗余的信息^[9]。在此基础上,通过深入分析数据,便能从中发现潜在问题,以便于提前优化生产流程、革新生产方式、强化质量管理,如此既能很好地提升生产效率和资源利用率,更重要的是降低了生产环节的能源消耗、碳排放量,极大地提升了产业的绿色低碳发展潜力。

（三）完善政策体系，推动绿色化转型

在新质生产力背景下推动低碳境发展,除了科技创新驱动、优化产业结构之外,还需要充分发挥政策引导作用,依托完善的政策体系,探索经济低碳化转型的路径。在这里,政府部门应当充分发挥自身的主导作用,以低碳经济为核心,制定切实可行的发展规划,确定低碳经济的长短期发展目标、发展路径以及发展方式,让低碳经济发展保持有序性、内生性、持续性。为了更好地支持低碳经济发展,最大限度地激发企业研发、应用低碳技术

的积极性,必须要积极地出台税收优惠、资金扶持、信贷优惠等政策,利用政策来减少企业技术研发、技术应用、项目融资的成本,降低企业低碳转型的风险,促使低碳经济的发展步伐进一步加快^[10]。另外,低碳政策也是至关重要的,政府部门应当着眼于碳交易市场,从交易方式、交易价格、交易时间等方面入手,加快制定出台碳排放权交易规则,营造公平公正、公开透明、竞争有序的交易环境。根据能源稀缺性、市场供需情况,设定合理的碳排放权价格。同时,为碳排放较高的企业配置一定额度,定期根据企业生产任务完成情况,检查配额与实际碳排放量的差距,若是企业配额不足,则需要额外进行购买;反之则可以将多余配额面向社会出售,依托这种市场机制增强企业低碳减排的动力,循序渐进地调节碳排放行为,进而达到理想化的减排成效在,推动形成坚持低碳发展、崇尚绿色生活的良好社会氛围。

三、结束语

综上所述,在新质生产力背景下,大力发展低碳经济,既是对我国资源环境生态问题做出的积极回应,同时也是对经济社会可持续发展的一次全新探索。低碳经济发展并非依靠政府或者企业一方力量可以实现的,必须要凝聚合力,深刻认识到新质生产力在低碳经济发展中的作用,结合实际情况精心规划经济发展策略,综合应用强化创新驱动、优化产业结构、完善政策体系等多样化策略,加快培育新质生产力,不断地提高资源利用率,全面地推动产业绿色低碳变革,让绿色低碳引领社会新风尚,稳步提升低碳经济的发展水平。

参考文献

[1] 徐政, 张姣玉, 李宗尧. 新质生产力赋能碳达峰碳中和: 内在逻辑与实践方略 [J]. 青海社会科学, 2023, (06): 30-39.

[2] 刘洋. 深刻理解和把握发展新质生产力的内涵要义 [J]. 红旗文稿, 2023, (24): 20-22.

[3] 程恩富, 陈健. 大力发展新质生产力 加速推进中国式现代化 [J]. 当代经济研究, 2023, (12): 14-23.

[4] 张思远, 吴根平. 加快形成新质生产力 增强未来产业发展新优势 [J]. 软件和集成电路, 2023, (12): 2-3.

[5] 怎么理解新质生产力的内涵? 如何加快培育并形成新质生产力? [J]. 方圆, 2023, (24): 8.

[6] 于凤霞. 以发展人工智能为重点加速锻造新质生产力 [J]. 中国经济报告, 2023, (06): 107-113.

[7] 石建勋, 徐玲. 加快形成新质生产力的重大战略意义及实现路径研究 [J]. 财经问题研究, 2024, (01): 3-12.

[8] 王琴梅, 杨军鸽. 数字新质生产力与我国农业的高质量发展研究 [J]. 陕西师范大学学报 (哲学社会科学版), 2023, 52(06): 61-72.

[9] 高帆. “新质生产力”的提出逻辑、多维内涵及时代意义 [J]. 政治经济学评论, 2023, 14(06): 127-145.

[10] 朱克力. 新质生产力: 推进新型工业化的核心驱动 [J]. 检察风云, 2023, (23): 34-35.

越南经济增长推动力的因素识别

Doan Ba Toai^{1,2*}, Amogh Ghimire³

1. 城东大学 外国语学院, 海阳 越南 170000

2. 福建农林大学 经济与管理学院, 福建 福州 350007

3. 厦门大学 经济学院 中国能源经济研究中心, 福建 厦门 361005

摘要： 越南近年来经济增长势头强劲，其背后的推动力值得深入探讨。在众多因素中，出口、投资和消费作为经济增长的“三驾马车”，发挥着举足轻重的作用。越南凭借劳动力成本优势、地理位置优越以及政府的大力扶持，出口贸易持续增长，尤其是制造业和农产品出口成为亮点。这些出口产品不仅为越南带来大量外汇收入，还促进了国内相关产业的发展。近些年，越南政府通过积极吸引外资，优化营商环境、提供税收优惠等措施，吸引大量国际资本流入。同时，国内投资也保持活跃，尤其是在基础设施建设、产业升级等领域，投资成为拉动经济增长的重要力量。经济的增长，提高了越南居民收入水平，也促进了消费观念的转变，消费需求的增长不仅直接推动经济的扩张，还促进产业结构的优化和升级。因此，揭示这些因素如何相互作用，共同促进越南经济的快速增长，也为其他发展中国家提供有益的借鉴。

关键词： 经济增长；推动力；因素识别

Identification of factors driving economic growth in vietnam

Doan Ba Toai^{1,2*}, Amogh Ghimire³

1. School of Foreign Languages, Dongcheng University, Haiyang, Vietnam 170000

2. School of Economics and Management, Fujian Agriculture and Forestry University, Fuzhou, Fujian 350007

3. China Center for Energy Economics Research, School of Economics, Xiamen University, Xiamen, Fujian 361005

Abstract： Vietnam has witnessed strong economic growth in recent years, and the driving forces behind this growth deserve in-depth exploration. Among the various factors, exports, investments, and consumption, known as the "three carriages" of economic growth, play a pivotal role. Thanks to its labor cost advantage, geographical location, and strong government support, Vietnam's export trade has continued to grow, with manufacturing and agricultural exports being the highlights. These exported products not only bring a large amount of foreign exchange income to Vietnam but also promote the development of related domestic industries. In recent years, the Vietnamese government has attracted a large influx of international capital by actively attracting foreign investment, optimizing the business environment, and providing tax incentives. At the same time, domestic investment remains active, especially in infrastructure construction, industrial upgrading, and other fields, making investment an important force driving economic growth. Economic growth has raised the income level of Vietnamese residents and promoted changes in consumption concepts. The growth in consumer demand not only directly drives economic expansion but also promotes the optimization and upgrading of industrial structure. Therefore, revealing how these factors interact and jointly promote the rapid economic growth of Vietnam also provides useful lessons for other developing countries.

Keywords： economic growth; driving force; factor identification

引言

近年来，越南经济在全球经济波动中展现出强劲的韧性和增长潜力，成为东南亚地区乃至全球关注的焦点。自1986年实施革新开放政策以来，越南经济实现了快速而持续增长，不仅在经济总量上实现显著提升，还在产业结构、外向型经济特征等方面取得显著进步。特别是在全球经济面临诸多不确定性因素的背景下，越南依然保持稳定和强劲的增长势头，其经济增长背后的推动力成为学术界和政策制定者关注的焦点。

一、越南经济增长的宏观背景

（一）全球经济格局中的越南

在全球经济一体化的大背景下，越南凭借其地理位置优势、低廉的劳动力成本以及相对稳定的政治环境，成功吸引了大量国际资本和产业的转移。特别是在中国经济结构的调整 and 产业升级的过程中，部分劳动密集型产业和低附加值产业开始向东南亚国家转移，越南作为其中的佼佼者，成为众多跨国企业投资的首选地。这种全球产业布局的调整为越南经济增长提供强大的外部动力。

（二）国内政策环境的优化

越南政府自1986年实施革新开放政策以来，不断推进市场化改革，加强与国际经济的接轨。在贸易政策上，越南积极加入世界贸易组织（WTO），降低贸易壁垒，促进出口增长。同时，越南政府还注重基础设施建设，加大在交通、能源、通信等领域的投入，为经济发展提供坚实的基础。

过去，越南经济主要依赖农业和初级产品出口^[1]，但随着工业化的推进，制造业逐渐成为经济增长的主导力量。特别是电子、纺织、鞋类、家具等劳动密集型产业，以及近年来快速发展的汽车、机械、化工等产业，为越南经济增长注入新的活力，这也是越南经济增长的另一个重要推动力^[2]。同时，越南政府还积极推动半导体产业等高科技产业的发展，旨在提升在全球供应链中的地位。

（三）人口红利的释放

越南拥有庞大的人口基数和相对较低的年龄结构，这为经济发展提供了丰富的人力资源^[3]。随着教育水平的提高和职业技能的培训，越南劳动力素质不断提升，为产业升级和经济发展提供了有力支撑。此外，越南政府还积极推动农村剩余劳动力向城市和工业部门的转移，促进城乡经济的协调发展。

二、越南经济高速增长的“三驾马车”

越南作为东南亚地区的新兴经济体，其令人瞩目的经济增长得益于其独特的“三驾马车”——出口、投资与消费。这三大动力相互交织，共同推动越南经济的蓬勃发展。

（一）出口：外向型经济的引擎

出口一直是越南经济增长的重要驱动力。越南的出口产品主要以电子、纺织、鞋类、家具等劳动密集型产品为主，这些产品在全球市场上具有较强的竞争力。同时，越南政府也积极推动出口多样化，鼓励企业开发新产品、新市场，提高出口产品的附加值^[4]。根据越南统计局的数据，2022年，越南出口总额达到近3500亿美元，同比增长近20%。其中，电子产品和纺织品一直是越南的出口大头。电子产品出口占比超过30%，纺织品出口占比超过20%。这一数字不仅反映越南出口产品的强劲竞争力，也体现全球市场对越南产品的旺盛需求。

出口的增长不仅为越南带来大量的外汇收入，还促进了国内产业的发展和就业的增加。随着出口市场的不断扩大和出口产品的不断优化，越南在全球产业链中的地位也逐渐提升，为经济的持续增长奠定坚实基础。

（二）投资：内外资共同驱动

投资是越南经济增长的另一重要动力。越南政府积极实施吸引外资的政策，如提供税收优惠、简化投资程序等，为外资进入创造良好的环境。这些政策不仅吸引大量外国直接投资（FDI），还促进国内企业的投资和发展^[4]。根据越南计划与投资部的数据，2022年，越南吸引外资总额达到近400亿美元，同比增长近15%。这些外资主要流向制造业、房地产业、服务业等领域，为越南经济增长注入新的活力。

外资的流入为越南带来先进的技术、管理经验和市场渠道，推动国内产业的升级和转型。同时，外资的进入也促进越南与国际市场的接轨，提高了越南经济的开放度和竞争力。此外，越南政府还注重引导外资投向基础设施、高科技产业等领域，为经济的长期发展奠定基础。

除了外资外，国内投资也是越南经济增长的重要推动力。随着经济的快速发展和居民收入的提高，越南国内的投资需求也在不断增加。政府和企业纷纷加大在基础设施、产业升级、科技创新等领域的投资力度，推动经济的持续增长。这些基础设施的完善不仅提高越南的经济发展水平，也吸引更多的外资和国内投资进入越南^[5]。

（三）消费：内需拉动的关键

消费是越南经济增长的第三大动力。随着经济的发展和居民收入的提高，越南消费者的购买力逐渐增强，消费需求也不断扩大。越南政府积极采取措施促进消费增长，如提高居民收入、完善社会保障体系、推动消费升级等。根据越南统计局的数据，2022年，越南居民消费支出达到近2000亿美元，同比增长近10%。

越南的消费市场具有巨大的潜力。一方面，越南人口众多，且年龄结构相对年轻，为消费市场提供庞大的基数。另一方面，随着城市化进程的加速和居民生活水平的提高，越南消费者对高品质、高附加值产品的需求也在不断增加。这为越南企业提供广阔的发展空间和市场机遇。

消费的增长不仅拉动经济的增长，还促进产业结构的优化和升级。为了满足消费者的多样化需求，企业不断加大产品研发和创新的力度，推动了产业的升级和转型。同时，消费的增长还促进了就业的增加和居民收入的提高，形成了良性循环。

三、越南经济增长推动力的综合作用

在越南经济快速增长的背后，是多方面推动力的综合作用，是基于出口、投资与消费三大动力推动经济的稳健成长，这其中也包括了政府和管理上的有效治理、市场的繁荣稳定、企业的创新活力以及民众的勤劳智慧。因此，从出口、投资、消费三方面对越南经济增长的推动路径如下：

出口对越南经济增长的推动作用是通过出口，越南企业能够接触到更广阔的市场，从而提高生产效率和产品质量，增强国际竞争力。另一方面，出口带来的外汇收入有助于稳定越南的汇率，提高国家的外汇储备，为经济发展提供有力的资金保障。同时，出口产业的快速发展还能够带动相关产业链的发展，如物

流、仓储、金融等，形成良性循环。

投资对越南经济增长的推动作用是通过外国直接投资（FDI）以及国内投资来实现，首先，外国直接投资的流入为越南带来大量的资本、先进技术和管理经验，这些资源直接促进生产力的提升和产业结构的优化，特别是在制造业、出口加工业等领域，外国直接投资的积极作用尤为显著，它帮助越南迅速融入全球价值链，提高国际竞争力。其次，国内投资的增长，特别是政府基础设施项目的投资，能够改善交通、能源等基础设施条件，为经济发展提供坚实的基础，降低企业的运营成本，吸引更多的内外资企业投资兴业^[6]。再者，投资的增长能够带动就业机会的增加，提高人民的收入水平，进而刺激消费市场的扩大，形成经济增长的稳定性。此外，投资还可以促进教育和技能培训，提升劳动力素质，为经济的长期可持续发展提供人力资本支持。总之，投资作为越南经济增长的内生动力，通过增强生产能力、优化产业结构、改善基础设施、提高劳动力素质等多方面的综合作用，为越南经济的快速增长和持续发展提供强有力的支撑。

消费对越南经济增长的推动作用是通过生产活动、产业升级和服务输出来实现。首先，消费需求的增长直接推动生产活动的扩张，企业为满足不断上升的市场需求，增加生产订单，提高产能利用率，这不仅能够带动就业率的提升，还可以刺激企业投资和技术创新，进一步提高企业的生产效率。其次，消费结构的变化促使产业结构优化升级，随着居民收入水平的提高，对高品质产品和服务的需求日益增长，这引导企业转向更高附加值的产品生产，推动产业向更高技术水平和更高质量发展。再者，消费的增长直接带动服务业的发展，尤其是零售、餐饮、旅游、金融服务等领域，这些行业的扩张不仅创造了大量就业机会，还能促进相关产业链的繁荣，为经济增长注入新的动力。此外，消费的增加也能促进城乡之间的经济互动，农村消费市场的扩大有助于缩小城乡差距，促进区域经济平衡发展。同时，消费作为内需的重要组成部分，对于减少经济对外部市场的依赖，提高经济的自我循环能力具有重要意义。最后，消费的增长可以带动税收的增加，帮助政府提高财政收入，从而有更多的资源投入到公共服务和基础设施建设中，为经济的长期增长提供良好的外部条件。因此，消费作为越南经济增长的重要引擎，通过促进生产、优化产业结构、发展服务业、平衡区域经济、增强经济自主性和增加财政收入等多方面的作用，为越南经济的稳定增长和持续发展提供支持。

出口、投资与消费作为越南经济增长的“三驾马车”，相互交织、共同推动越南经济的蓬勃发展。然而，这“三驾马车”也面临着一些挑战和风险。如全球经济的不确定性、地缘政治的紧张局势以及自然灾害等外部因素可能对越南的出口和投资产生负面影响；国内消费市场的竞争也日益激烈，企业需要不断提升产品质量和服务水平以满足消费者的需求。

为了应对这些挑战和风险，越南政府需要继续深化改革、加强合作与创新。在出口方面，政府应继续推动出口多样化，提高出口产品的附加值和竞争力；在投资方面，政府应进一步优化投资环境，吸引更多外资和国内投资；在消费方面，政府应采取措

施促进消费升级，提高居民的消费能力和消费水平。

四、结语

越南经济增长的推动力因素是多维度、多层次的，通过对出口、投资、消费三大驱动力的深入分析，我们可以清晰地识别出推动越南经济增长的关键因素。这些因素相互作用、相互促进，共同构成越南经济增长的强大动力。

首先，出口作为越南经济增长的首要动力，其重要性不言而喻。出口的快速增长带动国内生产能力以及效率，还促进了产业升级，为越南的地位在国际上提高竞争力。然而，越南在依赖出口的同时，也面临着外部市场波动、贸易壁垒等风险，因此，未来越南应继续优化出口结构，提高产品附加值，实现出口的可持续发展。

其次，投资作为经济增长的关键因素，对于越南经济发展的推动作用显著。外国直接投资的涌入为越南带来资本、技术和管理经验，促进产业结构的优化。国内投资的增长则体现企业对市场前景的信心。为进一步发挥投资对经济增长的推动作用，越南政府需持续改善投资环境，提高投资效率，引导投资流向更具竞争力的领域。

再次，消费作为内需的重要组成部分，对越南经济增长的推动作用日益凸显。为激发消费潜力，越南政府应继续实施积极的财政政策，改善民生，提高居民收入，促进消费市场的健康发展。

此外，越南经济增长的推动力还包括技术创新、人力资源开发、政策扶持等因素。这些因素与出口、投资、消费三大驱动力相互交织，也能共同推动越南经济的快速增长。

总之，越南经济增长的推动力因素具有复杂性和多样性。在新的发展阶段，越南应充分发挥出口、投资、消费三大驱动力的作用，同时加强技术创新、人力资源开发、政策扶持等方面的支持。通过综合施策，实现经济增长方式的转变，提高经济增长质量，助力越南在全球经济舞台上发挥更加重要的作用。在此基础上，越南还需关注经济增长过程中的风险与挑战，如经济结构调整、环境保护、社会公平等问题，以确保经济的可持续发展。在未来，越南有望在全球经济版图中占据更加重要的地位，实现繁荣、稳定、和谐的发展目标。

参考文献

- [1] 代希茜，张亮，张应青，等. 越南农业变化及合作建议[J]. 农业展望，2023，19(8): 55-61.
- [2] 黄雾，卢锦纓. RCEP生效对越南经贸的影响探究[J]. 中国商论，2023(11): 75-79.
- [3] 聂慧慧. 越南2023年回顾与2024年展望[J]. 东南亚纵横，2024(2): 79-91.
- [4] 张锐. 越南经济高速增长逻辑归因与未来趋势[J]. 对外经贸实务，2023(9): 10-13.
- [5] 阮氏映(NGUYEN THI ANH). FDI对越南沿海经济区经济增长的影响研究[D]. 重庆师范大学，2023.
- [6] 郭亚楠. 越共九大以来越南的经济现代化建设研究[D]. 郑州大学，2023.

数字经济背景下用户生成内容对消费者泾阳茯茶购买意愿影响的研究

魏诗雨, 樊淑华, 郭子渝, 何媛
西京学院商学院, 陕西 西安 710000

摘要： 本研究旨在探讨 UGC 对消费者购买泾阳茯茶意愿的影响，以及 UGC 在泾阳茯茶网络营销中的应用效果。通过构建“刺激—有机体—反应”（S-O-R）模型，结合信息采纳理论和 UGC 特征，本研究从 UGC 的产品披露、创作者的自我披露以及 UGC 的呈现形式三个维度进行分析。基于研究结果，本研究提出了针对泾阳茯茶网络营销的策略建议，以增强消费者的感知价值，提升其购买意愿。

关键词： 用户生成内容；感知价值；泾阳茯茶；购买意愿

Research on the impact of user-generated content on consumers' purchase intention of jingyang fu tea in the context of digital economy

Wei Shiyu, Fan Shuhua, Guo Ziyu, He Yuan
Business School, Xijing University, Xi'an, Shaanxi 710000

Abstract： This study aims to explore the impact of User-Generated Content (UGC) on consumers' purchase intention of Jingyang Fu tea and the effectiveness of UGC in the online marketing of Jingyang Fu tea. By constructing a "Stimulus-Organism-Response" (S-O-R) model and combining information adoption theory with UGC characteristics, this study analyzes three dimensions of UGC: product disclosure, creator self-disclosure, and UGC presentation. Based on the research results, this study proposes strategic suggestions for the online marketing of Jingyang Fu tea to enhance consumers' perceived value and increase their purchase intention.

Keywords： user-generated content; perceived value; Jingyang Fu Tea; purchase intention

引言

在数字经济时代，用户生成内容（UGC）作为一种新兴的信息传播方式，对消费者的购买行为产生了深远的影响。泾阳茯茶，作为一种具有深厚文化底蕴和独特风味的地方特色产品，其市场推广和品牌建设日益受到数字经济环境的影响。

一、用户生成内容概述

（一）用户生成内容的概念

用户生成内容（UGC）指的是用户在社交平台，例如微信、微博、论坛、贴吧和播客等，通过多种媒介（如文本、图片、音频和视频）自发创作和分享关于产品或服务的信息资源方式^[1]。此内容可供其他用户，尤其是潜在消费者，浏览和应用。鉴于 UGC 传播具有低成本、高速裂变、高度互动性和广泛覆盖等优势，众

多商家纷纷采纳 UGC 进行营销推广。

（二）用户生成内容的特征

UGC 由广泛的互联网用户而非企业员工或专业机构创作。这些用户通常出于个人爱好和情感表达，分享个人生活、情感和产品信息使用体验，其内容商业化程度不高^[2]。UGC 的内容与人们的日常生活紧密相关，具有大众化特征。UGC 的形式丰富多样，涵盖文本、图像、声音、视频等形式，以及这些形式的混合使用^[3]。创作者可以根据实际情况灵活选择适合的内容形式进行在线分享。

基金项目：西京学院2024年校级“大学生创新创业训练计划”项目：泾阳茯茶移动互联网推广方案（X202412715093）；2022年西京学院横向课题项目：基于智能物流服务平台的电商应用场景系统实施（2022610002004735）。

作者简介：
魏诗雨（2001-），女，河北省石家庄人，在读本科，西京学院商学院，专业为电子商务；
樊淑华（2001-），女，陕西省宝鸡人，在读本科，西京学院商学院，专业为电子商务；
郭子渝（2002-），女，山西省运城人，在读本科，西京学院商学院，专业为电子商务；
何媛（1989-），女，陕西西安人，西京学院商学院，硕士，讲师，研究方向为电商运营。

二、理论基础

（一）信息采纳理论

Petty 和 Cacioppo 通过研究精细化加工信息的处理模型，表示消费者对于说服力信息依赖消费者对信息的深度处理。从而形成消费者对产品或品牌的态度，这种态度直接影响到消费者对周围环境的信任^[4]。Sussman 和 Siegal 通过对采纳模型及精细化加工模型，提出了消费者在接收信息时，多关注信息的适用性和信息来源的可靠性的感知，尤其是信息的质量会直接影响到消费者对品牌选择的影响^[5]。

（二）刺激—有机体—反应 (S-O-R) 模型

Mebrabi-an 和 Russell 研究中提出了刺激—有机体—反应 (S-O-R) 模型，学者从心理学角度讨论消费者在环境的影响下影响消费者情绪反应和购买行为。此模型在多个行业和领域应用，包括社交媒体消费者流失研究、数字经济背景下消费者购物的忠诚度、在线评价对消费者影响反应等^[6]。

三、研究假设

（一）用户生成内容与感知价值的关系

专业程度、时效性和完整性关系到了产品信息的程度，从而产生了消费者对泾阳茯茶的感知价值。在数字经济背景下，消费者对有新意和迅速的信息具有较高的感知价值，这就导致了消费者对产品的情感和价值的认同提升^[7]。因此，本研究用户生成内容与感知价值的关系提出了一下假设：

H1a: 用户生成内容的专业程度正向影响消费者对泾阳茯茶的感知价值。

H1b: 用户生成内容的时效性正向影响消费者对泾阳茯茶的感知价值。

H1c: 用户生成内容的评论完整性正向影响消费者对泾阳茯茶的感知价值。

（二）用户生成内容创作者自我披露与消费者感知价值的关系

用户生成内容可以融入文字、图片、视频等多种媒介形式，使得消费者获得泾阳茯茶的详细情况。购买者的吸引力越高，购买者对泾阳茯茶相关产品和品牌的关注度就会越高，影响消费者的购买行为^[8]。用户生成内容创作者对用户的产品价值认同的影响假设如下：基于此，本研究提出以下假设：

H2a: 用户生成内容创作者的资信用对消费者感知泾阳茯茶的价值的影响

H2b: 用户生成内容创作者的头像对消费者感知泾阳茯茶的价值的影响

（三）用户生成内容的表现方式与消费者感知价值的关系

用户生成内容（UGC）能够从多个形式展现，比如文本、视频、图片等，在展示的过程中，能够呈现给消费者趣味性、互动性较高的内容^[9]，从而吸引消费者对产品或品牌的好奇起到了重要的作用。因此，本研究提出以下假设：

H3a: 用户生成内容的表现方式对消费者感知泾阳茯茶的感知价值产生影响

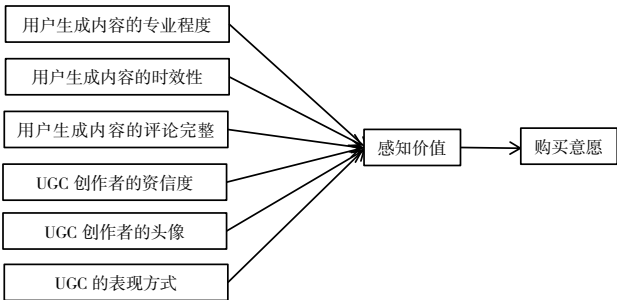
（四）感知价值与消费者购买意愿的联系

泾阳茯茶消费者购买产品的态度，包括消费者购买泾阳茯茶购买意愿、推荐他人购买以及购后选择等。购买者对于泾阳茯茶产品的功能和情感认知价值，直接影响到泾阳茯茶品质的衡量。基于此，本研究构建以下假设：

H4: 感知价值对消费者购买泾阳茯茶的意愿产生影响

三、5 概念模型构建

结合提出的假设、信息采纳理论和刺激—有机体—反应 (S-O-R) 模型，本研究构建了用户生成内容对消费者泾阳茯茶购买意愿影响的 S-O-R 模型，如图 2 所示。



> 图 1 用户生成内容对消费者泾阳茯茶购买意愿影响的 S-O-R 模型

四、数据分析

（一）人口统计特征分析

依据用户生成内容的特性及泾阳茯茶的独特属性，本研究依据 S-O-R 理论框架设计了调查问卷，该问卷包含客观性问题和主观性问题。在 2024 年 3 月至 6 月期间，通过问卷星进行微信分发，累计发放问卷 551 份，实际回收 532 份，其中有效问卷为 521 份。问卷的基本信息汇总在表 1 中。

表 1 样本基本统计特性 (N = 521)

类型	指标	人数	百分比	类别	指标	人数	百分比
性别	男	254	49%	职业	党政机关工作人员	33	6%
	女	267	51%		企事业单位职工	193	37%
学历	专科及以下	150	29%		个体私营业主	58	11%
	本科	205	39%		大学生	180	35%
	硕士及以上	166	32%		自由职业者	47	9%
年龄	35 周岁以下 (包含 35 周岁)	190	36%	婚姻状况	其他	12	2%
	35 周岁以下 (包含 35 周岁)	271	52%		已婚	270	52%
	50 周岁以上	60	12%		未婚	251	48%

（二）问卷的信度、效度检验

Cronbach's Alpha 系数检验是信度检验的常用方法，信度、效度能够表示数据的稳定性。效度可以反映样本测量的真实情况。根据问卷信度、效度检验标准，CR(组合信度) > 0.7，AVE(平均方差抽取量) > 0.5，Cronbach's α (克隆巴赫系数) > 0.7，表明测量变量题项之间的一致性在接受范围内。本问卷的信度、效度分析结果如表2所示。由表2可以看出，测量的各变量收敛性较好，一致性也较好。

表2 问卷信度、效度检验结果

测量变量	α	AVE	CR
用户生成内容的专业程度	0.725	0.515	0.778
用户生成内容的时效性	0.778	0.613	0.812
用户生成内容的评论完整	0.805	0.627	0.748
UGC 创作者的资信度	0.715	0.508	0.810
UGC 创作者的头像	0.706	0.657	0.867
UGC 的表现方式	0.739	0.554	0.734
感知价值	0.747	0.558	0.823
购买意愿	0.812	0.624	0.767

（三）模型拟合度检验

模型拟合度检验用于评估样本数据是否支持研究假设。本研究采用了国际上广泛认可的六个指标来进行分析，这些指标的检验标准如下：如果卡方自由度比(X^2/df)小于5，非规范拟合指数(NNFI)大于0.9，比较拟合指数(CFI)大于0.9，规范拟合指数(NFI)大于0.9，增值拟合指数(IFI)大于0.9，以及根均方误差近似值(RMSEA)小于0.08，则认为模型具有高拟合度。针对521份样本的统计分析结果显示： X^2/df 为4.12，RMSEA为0.066，NNFI、NFI、IFI均大于0.9，CFI也大于0.9，表明模型的拟合效果是令人满意的，研究假设得到了数据的支持。

（四）模型验证

通过路径系数计算出各个自变量与因变量之间的影响关系，检验研究假设，验证结果如表3所示。

表3 模型验证结果

影响路径	对应假设	路径系数	T 值	检验结果
用户生成内容的专业程度 →感知价值	H1a	0.89	11.85	支持
用户生成内容的时效性→ 感知价值	H1b	0.66	13.15	支持
用户生成内容的评论完整 →感知价值	H1c	0.54	13.16	支持
用户生成内容创作者的资 信度→感知价值	H2a	0.85	10.58	支持
用户生成内容创作者的头 像→感知价值	H2b	-0.17	-1.98	不支持
用户生成内容的表现方式 →感知价值	H3	0.45	7.90	支持
感知价值→泾阳茯茶购买 意愿	H4	0.79	12.05	支持

根据 T 值检验路径系数可知，除了 H2b 假设不成立以外，其他的假设都成立。

五、研究结论

1. 在数字经济背景环境下，用户生成内容的专业性和创作者的信誉对泾阳茯茶购买者的感知价值具有显著影响。泾阳茯茶作为一种高价值的饮品，购买者在购买前会多方了解产品信息，在这个过程中，购买者会重视创作者的声誉和生成内容的质量。通常，消费者倾向于相信信誉良好的创作者提供的内容更加可信，同时，如果内容能够深入分析泾阳茯茶的制作工艺和品质特点，创作者的专业程度和内容的认定度直接影响到购买者的态度，从而提升了消费者的感知价值。

2. 用户生成内容的时效性、评论的全面性以及内容的表现方式对消费者感知价值的影响并不显著。在数字经济时代，消费者在关注泾阳茯茶时，更注重产品的品质和健康效益，而非信息的呈现形式。因此，消费者在筛选信息时，更倾向于关注与产品核心价值相关的信息。

3. 消费者的感知价值显著影响他们对泾阳茯茶的购买意愿。在数字经济背景下，消费者的功能性和情感性认知直接影响他们对泾阳茯茶的偏好。对于泾阳茯茶的潜在消费者来说，他们通过用户生成内容获取的信息和情感共鸣，有助于增强他们对产品的好感和购买意愿。

数字经济背景下为了提高泾阳茯茶购买者的意愿，关键在于用户生成内容，对泾阳茯茶生产、销售企业角度，重要的是要通过社交媒体努力强调和塑造良好的形象，以及泾阳茯茶产品的质量展示，增加消费者购买的影响^[10]。通过制定策略，鼓励现有泾阳茯茶消费者在社交平台上分享他们的体验，可以进一步丰富用户生成内容，从而对消费者的购买决策产生积极影响。这一发现强调了在数字经济时代，企业需要重视并有效利用 UGC 来增强品牌影响力和市场竞争力。

参考文献

[1]SEDERA D, LOKUGE S. Is digital hoarding a mental disorder? Development of a construct for digital hoarding for future IS research [C] //Proceedings of the 39th international conference on information systems. San Francisco: Association for Information Systems, 2018: 1-17.

[2]WANG Y, DING A S, XU C. The impact of paid social Q&A on panic buying and digital hoarding at the stage of coexistence with COVID-19: the moderating role of sensitivity to pain of payment [J]. International journal of disaster risk reduction, 2023, 84(1): 1-18.

[3] 姜岩. 消费者购物网站依恋机理研究 [D]. 大连: 大连理工大学, 2013: 21-49.

[4] 韩笑. 社会化电商社区 UGC 信息类型及产品类型对用户购买意愿的交互影响 [D]. 上海: 上海交通大学, 2019.

[5] 杨璐菲. 短视频平台电子品牌的内容营销对95后购买意愿的影响研究 [D]. 济南: 山东大学, 2022.

[6] 牛小静. 社交媒体背景下内容营销对消费者品牌传播意愿的影响研究 [D]. 杭州: 杭州电子科技大学, 2020.

[7]Wiertz C,De Ruyter K.Beyond the Call of Duty:Why Customers Contribute to Firm-hosted Commercial Online Communities [J]. Organization Studies,2007,28(3):347-376.

[8] 李星璇,陈铭. 新媒体环境下 UGC 的定义探讨 [J]. 新媒体研究, 2020,6(9):19-21.

[9] 张率荣. 以用户需求为导向的产品设计研究 [J]. 包装工程, 2020,41(20):303-309.

[10] 王曼瑾,何媛. 基于文本挖掘的大唐不夜城景区用户评论分析 [J]. 现代计算机, 2024,30(13):51-56.

港口企业会计与集装箱码头业务协同发展研究

龙丽娟

天津港集装箱码头有限公司, 天津 300456

摘要： 本文以港口企业会计与集装箱码头业务协同发展为研究对象，先概述了港口企业会计的基本概念和核心内容，集装箱码头业务的特点和发展趋势，以及协同发展理论的基本原理。接着，探讨了港口企业会计与集装箱码头业务协同发展的内在联系，并分析了两者的协同发展的现状及存在的问题。最终，提出了构建协同发展机制和探索协同发展路径的策略和建议，旨在为港口企业的稳定可持续发展提供理论支持和实践指导。

关键词： 港口企业会计；集装箱码头业务；协同发展；现状分析；发展机制

Research on the coordinated development of port enterprise accounting and container terminal business

Long Lijuan

Tianjin Port Container Terminal Co., Ltd. Tianjin 300456

Abstract： This paper takes the coordinated development of port enterprise accounting and container terminal business as the research object. Firstly, it summarizes the basic concepts and core content of port enterprise accounting, the characteristics and development trends of container terminal business, and the basic principles of coordinated development theory. Then, it explores the intrinsic connection between the coordinated development of port enterprise accounting and container terminal business, and analyzes the current situation and existing problems of their coordinated development. Finally, it proposes strategies and suggestions for building a coordinated development mechanism and exploring coordinated development paths, aiming to provide theoretical support and practical guidance for the stable and sustainable development of port enterprises.

Keywords： port enterprise accounting; container terminal business; coordinated development; current situation analysis; development mechanism

引言

随着全球经济一体化的深入发展，港口企业作为国际贸易的重要枢纽，其运营效率和服务水平直接影响着全球物流链的顺畅。在这一背景下，港口企业会计与集装箱码头业务的协同发展显得尤为重要。本文旨在探讨两者之间的协同关系，分析当前协同发展的现状，并针对存在的问题提出相应的解决策略，以期对港口企业的转型升级和持续发展提供理论依据和实践参考。

一、港口企业会计与集装箱码头业务协同发展理论基础

本章旨在为后续研究提供理论支撑，先对港口企业会计的基本概念和核心内容进行概述，随后介绍集装箱码头业务的特点和发展趋势，接着阐释协同发展理论的基本原理，最终探讨港口企业会计与集装箱码头业务协同发展的内在联系，为后续实证分析和政策建议打下坚实的理论基础。

（一）港口企业会计概述

在现代企业经营中，会计财务管理已成为推进我国企业发展的核心环节，它的水平和质量直接决定了企业未来的经济增长轨

迹。面对市场竞争日渐加剧，加强企业会计财务管理和内部控制不仅是时代发展的需要，也是企业保持持续竞争力的关键^[1]。港口企业会计是针对港口行业特性设计的会计体系，它在企业管理中扮演着关键角色。该体系涉及对港口企业经济活动的全面记录、分类、汇总、分析和报告，遵循会计原则和规定，确保财务信息的真实性、准确性和及时性。核心内容包括财务记录、分析、报表编制、预算管理和成本控制，以记录所有经济交易、评估企业经营状况、编制财务报表、制定和执行预算、提高成本效益。港口企业会计的特点在于其处理的业务多样性、时效性、地域性和国际化。其作用包括不限于支持管理层决策、风险管理、资源优化和企业形象提升。总体而言，港口企业会计借助专业方法和技

术，为企业的稳定发展提供了有力的财务支持。

（二）集装箱码头业务概述

集装箱码头业务无疑是现代港口的核心职能之一，其高效且流畅的运营对于增强港口的整体竞争力和提升市场地位具有不可忽视的战略意义。作为全球贸易的重要枢纽，集装箱码头的作业效率直接关系到货物的转运速度、客户满意度以及港口的经济效益。一个运作精良的集装箱码头不仅能够确保货物快速、安全地装卸，还能降低物流成本，提升服务水平，从而吸引更多的航运公司和货主选择该港口作为其物流链的重要节点^[2]。此外，随着全球化的不断深入，集装箱码头业务的优化和创新也成了推动港口可持续发展和区域经济增长的关键因素。

（三）协同发展理论概述

协同发展理论，作为一种深刻揭示合作共赢奥秘的学说，它着重强调了不同主体间通过资源共享、优势互补的互动模式，以实现整体效益的最大化。这一理论主张，无论是企业、行业还是区域之间，都应当摒弃零和博弈的陈旧思维，转而寻求一种相互促进、共同成长的合作路径。通过整合各自的资源，发挥各自的比较优势，各主体能够在协同合作的过程中激发新的增长点，创造出单一主体难以企及的巨大价值。这种协同效应不仅提升了参与各方的竞争力，而且促进了整个社会经济结构的优化升级，为持续健康发展注入了强劲动力。

（四）港口企业会计与集装箱码头业务协同发展的内在联系

港口企业会计与集装箱码头业务的协同发展，依托于它们之间的紧密互动和相互依存。会计部门通过精准的财务分析、预算和成本控制，为码头业务提供财务支持，提升效率与竞争力。它还监控业务风险，保障运营稳定，为投资决策提供数据支持，确保决策的科学性^[3]。同时，会计部门通过分析收入成本结构，助力效益最大化，并通过绩效评估推动业务创新，维持市场优势。这种协同是提升服务水平、增强竞争力的关键，促进了企业战略目标的实现和可持续发展。

二、港口企业会计与集装箱码头业务协同发展现状分析

（一）港口企业会计现状

港口企业会计在信息化建设、财务分析、预算编制和内部控制等多个层面已经取得了显著的成绩。随着会计系统的不断升级，自动化和智能化的水平日益提高，这不仅极大提升了数据处理的效率和质量，还增强了财务信息的实时性和可靠性。会计部门通过精确的数据分析和详尽的预算规划，为企业决策提供了坚实的依据^[4]。然而，在当前快速变化的商业环境中，港口企业会计部门在预算执行的灵活性、成本控制的深度以及税收筹划的前瞻性等方面，仍面临着一系列挑战。预算执行的刚性可能导致企业在应对市场变动时缺乏足够的适应能力；成本控制虽然取得了一定成效，但在精细化管理和成本优化方面仍有提升空间；税收筹划则需更加注重长远规划和战略布局，以适应税制改革的动态变化。

（二）集装箱码头业务现状

集装箱码头业务无疑是港口企业的灵魂，其运营效率和服务质量直接决定了企业在全球航运市场的竞争地位。在不断地创新和改进中，集装箱码头业务在装卸作业效率、设备自动化程度、客户服务水平等方面均已实现了显著的飞跃。高效的作业流程、先进的技术装备，以及不断提升的客户满意度，都为港口企业赢得了良好的市场声誉和竞争优势。然而，随着行业的发展，集装箱码头业务也面临着一系列不容忽视的挑战。操作成本的持续上升、市场竞争的日益激烈、环保法规的严格要求，以及国际贸易量的波动性，都对业务的持续增长带来了压力。特别是在成本控制方面，如何在不影响服务质量的前提下降低运营成本，成为一个亟待解决的问题^[5]。此外，管理层对于如何保持业务的稳定增长也给予了高度关注。

（三）协同发展现状及存在的问题

协同发展在提升港口企业的整体竞争力中扮演着关键角色。尽管会计与集装箱码头业务在资源共享、信息流通、流程协同等方面已有初步合作，但挑战依旧存在。目前，协同机制不够成熟，缺乏有效的沟通平台；资源配置不够合理，影响了资源的使用效率并导致浪费；同时，风险管理在协同过程中的应用不足，风险识别与应对措施有待加强。

三、港口企业会计与集装箱码头业务协同发展机制构建

（一）协同发展目标设定

为确保会计与集装箱码头业务之间的高效协同，需确立一系列具体而明确的目标，以全面提升企业综合实力。这包括通过精细化管理和技术创新优化业务流程，实现财务与业务数据的高效对接，提高工作效率；深入分析并优化成本结构，合理配置资源，降低不必要的开支，提升盈利能力；建立健全风险管理体系，早期识别和评估潜在风险，制定有效应对策略，保障业务稳定性和持续性；不断探索新的服务模式和技术应用，提升服务附加值，满足客户需求，提高客户满意度和忠诚度^[6]；通过深度协同发挥协同效应，提升服务水平和运营效率，增强市场竞争力。

（二）协同发展组织架构设计

为了促进会计与集装箱码头业务的高效协同，提议构建一个跨部门合作的组织架构。在这一架构中，将成立一个专门的协同工作小组，该小组由会计部门和码头业务部门的关键管理人员和技术专家共同组成。小组成员将拥有明确的角色定位和职责划分，以及清晰的合作流程，以确保信息的无缝流通和决策的高效执行。此外，还将设立一个协同领导委员会，该委员会由企业高层领导组成，主要负责制定跨部门协同的总体战略和目标。协同领导委员会将监督协同工作小组的活动，确保各项协同措施得到有效实施，并对协同进程中的重大问题进行决策和协调。

（三）协同发展管理制度创新

创新管理制度，包括：建立跨部门沟通机制，定期举行联席会议；实施共享的 KPI 体系，确保双方目标一致；推行项目管理

制，对协同项目进行专项管理；建立反馈和评估机制，及时调整协同策略^[7]。

（四）协同发展资源配置策略

制定资源配置策略，确保会计与码头业务部门能够共享关键资源，包括：信息技术资源，实现数据共享和系统对接；人力资源，培养复合型人才，支持协同工作；财务资源，合理分配预算，支持协同项目；物质资源，优化设备使用，提高资源利用率。通过这些策略，促进双方资源的有效整合和高效利用，实现协同价值的最大化。

四、港口企业会计与集装箱码头业务协同发展路径探索

（一）加强信息化建设，实现信息资源共享

为促进会计与集装箱码头业务的协同发展，港口企业应加强信息化建设，搭建统一的信息平台，实现财务数据与业务数据的实时共享。通过集成管理系统，确保会计部门能够及时获取码头运营的关键信息，同时，码头业务部门也能够利用财务数据作出更精准的运营决策^[8]。

（二）深化业务流程整合，提高运营效率

港口企业应当对现有业务流程进行深入审视，剔除冗余环节，并将会计与码头业务的关键流程进行有效整合。通过流程再造，可以实现业务与财务的紧密衔接，减少不必要的沟通成本，显著提升工作效率。同时，推行标准化操作流程将有助于降低操作错误，从而提升整体服务质量。

（三）创新财务管理模式，降低成本

港口企业会计部门应创新财务管理模式，采用先进的成本控制方法，如作业成本法（ABC）等，精准识别成本驱动因素，有效降低成本^[9]。同时，通过预算管理和财务分析，为码头业务提供科学的决策支持，实现成本优化和效益最大化。

（四）培育协同文化，提升企业核心竞争力

企业文化的培育是协同发展的基石。港口企业应积极营造一种鼓励合作、共享成功的文化氛围，通过团队建设、交叉培训等方式，加深员工对协同价值的认识^[10]。协同文化的建立有助于提升员工的归属感和责任感，从而增强企业的凝聚力和核心竞争力。

五、结束语

通过对港口企业会计与集装箱码头业务协同发展路径的深入探索，提出了一系列切实可行的策略和建议。从信息化建设到业务流程整合，从财务管理模式创新到协同文化的培育，每一步都旨在为港口企业创造更大的价值，提升其核心竞争力。然而，协同发展并非一蹴而就，而是一个长期、系统的过程，需要企业全体员工的共同努力和持续创新。

展望未来，相信，只要港口企业坚持走协同发展之路，不断优化内部管理，提升服务质量，就能够在激烈的市场竞争中脱颖而出，实现可持续发展。同时，我们也期待更多的研究者和实践者加入这一领域，共同探索和分享港口企业协同发展的新思路、新方法，为我国港口事业的繁荣发展贡献力量。

参考文献

[1] 陆明月. 企业会计财务管理及内部控制分析 [J]. 今日财富, 2023, (24): 137-139.
[2] 孙微微. 港口企业电子会计档案单套管理路径探析 [J]. 交通财会, 2023, (10): 48-52.
[3] 罗隼. 港口企业管理会计建设研究 [J]. 环渤海经济瞭望, 2019, (08): 78-79. DOI: 10.16457/j.cnki.hbhjllw.2019.08.053.
[4] 张颖. 港口企业会计信息化建设存在的问题与对策研究 [J]. 财富生活, 2020, (06): 138-139.
[5] 吕游. 会计信息化视角下的港口物流企业资金管理探讨 [J]. 中国物流与采购, 2022, (16): 95-96. DOI: 10.16079/j.cnki.issn1671-6663.2022.16.030..
[6] 徐宇飞. 基于精准核算的集装箱码头行业成本管理 [J]. 财会学习, 2019, (18): 130+132.
[7] 陈进鹏, 孙杰, 邓宝光, 等. 基于流程优化的传统集装箱码头调箱门业务应用与实践 [J]. 中国水运, 2023, (07): 45-47. DOI: 10.13646/j.cnki.42-1395/u.2023.07.014.
[8] 李莉, 葛梦磊. BPR 视角下日照港集装箱码头业务流程优化 [J]. 中国港口, 2022, (02): 62-64.
[9] 陈艳玲, 彭文. 基于 OBE 的《集装箱码头业务操作》课程思政建设路径探索 [J]. 法制与社会, 2019, (29): 186-187. DOI: 10.19387/j.cnki.1009-0592.2019.10.213.
[10] 王江磊. 基于业财融合的管理会计应用实践探索——以 R 港口集团为例 [J]. 交通财会, 2022, (04): 55-58.

数字化时代下企业资金管理的创新模式与策略研究

张莉

中国石油化工股份有限公司江汉油田分公司荆州采油厂，湖北 荆州 434100

摘 要： 随着数字化时代的到来，企业面临着前所未有的机遇与挑战。在资金管理领域，传统模式已难以满足企业日益增长的精细化管理需求。本文深入探讨了数字化时代企业资金管理的创新模式与策略，分析了数字化技术对资金管理流程优化、风险管理强化、决策支持提升等方面的作用机制，提出了构建智能化资金管理系统、整合资金流与信息流、强化数据安全与隐私保护等一系列创新举措，旨在为企业在数字化浪潮中提升资金管理效率与效益，增强市场竞争力提供理论依据与实践指导。

关 键 词： 数字化时代；企业资金管理；创新模式；策略

Innovative models and strategies for enterprise fund management in the digital Era

Zhang Li

Jingzhou Oil Production Plant, Jiangnan Oilfield Branch, China Petroleum & Chemical Corporation, Jingzhou, Hubei 434100

Abstract： With the advent of the digital era, enterprises are facing unprecedented opportunities and challenges. In the field of fund management, traditional models have become increasingly unable to meet the growing demand for refined management. This paper deeply explores the innovative models and strategies of enterprise fund management in the digital era, analyzes the mechanism of digital technology in optimizing fund management processes, strengthening risk management, and improving decision support. It proposes a series of innovative measures such as building an intelligent fund management system, integrating capital flow and information flow, and strengthening data security and privacy protection. The aim is to provide theoretical basis and practical guidance for enterprises to improve the efficiency and effectiveness of fund management in the wave of digitalization and enhance their market competitiveness.

Keywords： digital era; enterprise fund management; innovative model; strategy

引言

在当今数字化时代，信息技术的飞速发展深刻地改变了企业的经营环境与管理模式。资金作为企业运营的血液，其管理的有效性直接关系到企业的生存与发展。数字化技术为企业资金管理带来了新的工具与方法，能够实现资金管理的精细化、智能化与高效化。如何充分利用数字化技术创新企业资金管理模式与策略，成为企业管理者与财务领域研究者共同关注的重要课题。

一、数字化时代企业资金管理面临的机遇与挑战

机遇与挑战如影随形，一方面数字化赋予企业精准决策、高效流程与风险预警之力，另一方面也带来技术安全、系统整合及人才转型等难题，亟待企业探索应对之策。

（一）机遇

我国第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要提出“加快数字化发展，建设数字中国”，深入阐述了“打造数字经济新优势 and 加快数字社会建设步伐”，强调了“迎接数字时代，激活数据要素潜能，推进网络强国建设，加快建设数字经济、数字社会、

数字政府，以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式变革”等重要信息^[1]。数字化技术使得企业能够收集、存储和分析海量的资金相关数据。通过数据挖掘、数据分析等手段，企业可以深入了解资金流动规律、资金成本结构、资金使用效率等关键信息，为资金管理决策提供科学依据。例如，利用大数据分析预测资金需求，提前规划融资安排，降低资金成本与财务风险。

自动化软件与智能系统的应用可以实现资金管理流程的自动化，如资金收付、账务处理、报表编制等。这不仅减少了人工操作的错误与烦琐，还大大提高了工作效率，缩短了资金周转周期。例如，企业通过自动化的资金结算系统，可以实现实时到账

与对账，提高资金使用效率。

数字化平台能够对企业资金状况进行实时监控，及时发现异常资金流动与潜在风险。借助风险模型与预警系统，企业可以提前采取措施应对风险，如资金流动性风险、汇率风险、信用风险等^[2]。例如，利用实时监控系统对企业银行账户余额、交易明细进行跟踪，一旦出现异常资金变动，立即触发预警机制。

（二）挑战

数字化资金管理依赖于大量的信息技术基础设施与数据传输网络，这增加了企业面临的技术安全风险，如黑客攻击、数据泄露等。企业需要投入大量资源构建安全防护体系，保护资金数据的安全与隐私。例如，建立严格的用户权限管理、数据加密传输机制、网络防火墙等安全措施。

企业内部往往存在多个资金管理相关系统，如财务系统、银行结算系统、资金预算系统等。在数字化时代，需要实现这些系统的有效集成与数据整合，确保资金流与信息流的畅通无阻^[3]。否则，容易出现数据孤岛现象，影响资金管理的准确性与及时性。例如，不同系统之间的数据格式、接口标准不一致，需要进行大量的数据转换与对接工作。

数字化资金管理要求企业财务人员具备新的技能与知识，如数据分析、信息技术应用、数字化财务管理等。企业需要加强人才培养与引进，推动财务人员能力转型，以适应数字化时代资金管理的要求。例如，财务人员需要学习数据建模、编程算法等知识，才能更好地运用数字化工具进行资金管理分析。

二、数字化时代企业资金管理创新模式

资金管理模式的创新对于企业在激烈竞争中保持优势、提升运营效率极为关键。本章将深入探讨数字化时代企业资金管理的创新模式，展现企业如何借助新技术实现资金管理的进阶与突破。

（一）构建智能化资金管理系统

在数字化时代，构建智能化资金管理系统成为企业提升资金管理效能的关键举措。利用人工智能与自动化技术，可极大地简化资金收付流程。系统依据预先设定的精准规则与流程，自动且高效地完成收款确认、付款指令发送以及银行对账等关键工作^[4]。例如，借助先进的智能识别技术，能够对电子发票、付款凭证等进行快速准确的自动审核与处理，不仅减少了人工干预可能产生的错误，还大幅提升了资金收付的准确性与效率，使资金流转更为顺畅。

基于大数据分析 with 机器学习算法构建的资金预测模型，具有强大的数据整合与分析能力。它能够全面综合企业丰富的历史资金数据、动态的业务销售数据以及宏观经济数据等多源数据，精准预测企业未来资金需求、资金盈余状况等重要信息。比如，运用时间序列分析深入挖掘数据规律，从而可靠地预测企业月度资金流入与流出量，为企业科学合理地资金规划提供极具价值的参考依据，助力企业提前布局资金调配，避免资金短缺或闲置。

此外，建立完善的风险预警指标体系至关重要。通过对企业资金数据进行实时不间断监控，利用复杂而有效的风险模型精确计算风险指标值。一旦风险指标超出预设阈值，系统立即自动发出预警信息，并贴心地提供风险应对策略建议^[5]。例如在汇率风险管理方面，系统能够实时敏锐地监测汇率波动情况，当汇率变动超出企业承受范围时，及时提示企业进行套期保值操作，有效降低汇率波动对企业资金的潜在负面影响，增强企业在复杂多变的市场环境中的资金抗风险能力，保障企业资金的安全与稳定，为企业的持续健康发展奠定坚实基础。

（二）整合资金流与信息流

在数字化浪潮下，整合企业内部的财务系统、资金预算系统以及资金结算系统，构建一体化的资金管理平台势在必行。于该平台之上，达成资金数据的集中管控与全面共享，成功破除数据孤岛困境。以企业运营实践为例，所有资金业务均于统一平台有序开展，资金数据实时动态更新，各部门均可即时获取契合自身需求的资金信息，极大地提升了信息流通效率与协同工作效能。

与此同时，积极推动业务、财务与资金管理的深度交融整合，令资金管理全程贯穿企业业务流程的每一个环节^[6]。当业务部门着手开展业务活动之际，资金管理系统便能自动执行诸如资金预算把控、资金成本核算等关键工作。譬如，销售部门签订销售合同的瞬间，资金管理系统会迅速精准地计算出该笔业务的资金回笼预期与资金成本状况，从而为业务决策全方位地提供极具价值的资金视角专业支持，有力促进企业整体运营效益的提升与稳健发展。

（三）创新资金管理组织架构

在企业内部设立数字化资金管理中心意义重大。其负责统筹数字化资金管理战略与路径，成员为兼具数字化技术与资金管理知识的人才。他们承担核心职能，在系统开发维护上打造并优化智能化系统，保障运行；于数据管理分析领域挖掘价值，助力决策；在风险管理与决策支持方面应对挑战。例如开发并优化智能化资金管理系统提升智能化水平。

以项目制或任务组组建敏捷资金管理团队，增强资金管理灵活性与创新性。成员来自财务、业务、信息技术等部门，通过跨部门协作，针对资金管理重点或临时任务快速响应处理^[7]。如汇率风险管理团队在汇率波动大时，整合资源见解，制定实施套期保值方案，降低不利影响，实现资金管理创新优化，保障资金安全高效利用，助力企业在复杂市场环境稳健发展。

三、数字化时代企业资金管理创新策略

本章将深入探讨数字化时代企业资金管理创新策略，涵盖数据安全、预算管理、融资渠道以及人才团队等关键方面，助力企业于数字经济中优化资金管控，实现稳健发展。

（一）强化数据安全和隐私保护策略

采用先进的加密技术，如 SSL/TLS 加密协议，对资金数据在传输与存储过程中的安全性进行保障。建立多重防火墙体系，阻挡外部非法网络访问，防止黑客攻击。定期进行系统漏洞扫描与

修复，确保系统安全稳定运行。例如，企业对资金管理系统中的用户登录密码、交易数据等进行加密存储，防止数据泄露。

制定严格的数据访问权限管理制度，根据员工的岗位角色与职责，合理分配数据访问权限^[8]。采用多因素身份认证方式，如密码 + 指纹识别、密码 + 动态验证码等，增强用户身份验证的安全性。例如，财务人员只能访问与本职工作相关的资金数据，高级管理人员拥有更高的数据查看与分析权限。

建立完善的数据备份与恢复机制，定期对资金数据进行全量与增量备份。将备份数据存储在异地安全场所，防止因本地灾难导致数据丢失。在数据发生损坏或丢失时，能够迅速利用备份数据进行恢复，确保资金管理业务的连续性。例如，企业每天对资金数据进行增量备份，每周进行全量备份，并将备份数据存储在异地数据中心。

（二）优化资金预算管理策略

采用滚动预算方法，以月度或季度为周期，不断更新资金预算。结合实时的市场变化、业务进展情况，对资金预算进行动态调整。例如，企业根据当月销售业绩完成情况、原材料价格波动等因素，及时调整下一月度的资金支出预算。

在资金预算编制过程中，引入零基预算理念。对每一笔资金支出项目进行重新评估与审核，不依赖于以往的预算基数，确保资金分配的合理性与有效性^[9]。例如，企业对新的投资项目进行资金预算时，从项目的必要性、可行性、预期收益等多方面进行全面评估，确定合理的资金投入规模。

利用数字化系统对资金预算执行情况进行实时监控，对比实际资金支出与预算指标的差异。深入分析差异产生的原因，及时采取措施进行纠正。例如，通过预算执行监控系统，发现某部门资金支出超预算，及时与该部门沟通，了解原因并调整预算或优化支出安排。

（三）拓展融资渠道与优化融资策略

借助互联网金融平台、供应链金融平台等数字化融资渠道，拓宽企业融资来源。企业可以在这些平台上展示自身的信用状况、经营业绩等信息，吸引更多投资者与金融机构的关注。例如，中小企业可以通过供应链金融平台，以应收账款质押的方式获得融资。

在融资过程中，利用数字化工具对不同融资方式的成本与风险进行精确计算与分析。根据企业的风险承受能力与资金需求特

点，选择最优的融资组合^[10]。例如，企业通过比较银行贷款、债券发行、股权融资等融资方式的成本、期限、还款方式等因素，确定合理的融资结构。

确保融资期限与企业资金用途相匹配，避免因融资期限错配导致的资金流动性风险。利用数字化资金管理系统，对企业资金需求的时间分布进行准确预测，据此安排融资计划。例如，对于长期投资项目，选择长期债务融资或股权融资；对于短期资金周转需求，采用短期银行贷款或商业信用融资。

（四）加强资金管理人才培养与团队建设策略

针对企业财务人员，构建完善的数字化培训课程体系。课程内容包括数据分析基础、人工智能应用、数字化财务管理工具等，提升财务人员的数字化素养与技能。例如，开设 Python 编程基础课程、数据可视化工具应用课程等。

引进或培养一批具备跨学科知识背景的资金管理人才，如既懂财务又懂信息技术、数据分析的复合型人才。鼓励员工跨部门学习与交流，拓宽员工的知识面与视野。例如，企业选拔优秀财务人员到信息技术部门轮岗学习，培养其系统开发与数据分析能力。

建立良好的团队协作与沟通机制，促进资金管理团队内部以及与其他部门之间的有效沟通与协作。定期组织团队建设活动、项目研讨会等，增强团队凝聚力与战斗力。例如，资金管理团队与业务团队每周召开一次沟通会议，共同探讨业务发展中的资金问题与解决方案。

四、结束语

数字化时代变革企业资金管理，机遇挑战同在。企业构建智能化系统，借人工智能与自动化达成资金收付自动化，构建预测模型与风险预警，整合资金和信息流，突破部门隔阂。创新组织架构，设数字化中心与敏捷团队促跨部门合作。

策略上，强化数据安全保护资金信息；优化预算，用滚动和零基预算；拓展融资，依数字化平台引资；培养人才建复合型团队。未来，企业需紧跟数字化潮流，挖掘创新力，持续优化资金管理策略，适应市场变化可持续发展，于数字化浪潮中提升资金管理水准与竞争力，保障资金链稳定高效。

参考文献

- [1] 崔天立. 数据分析在企业数字化转型中的应用[J]. 软件, 2021, 42(06): 71-73.
- [2] 郑骞, 牛健. 数字化企业: 资金管理逐渐趋近数字孪生[J]. 中国总会计师, 2020, (07): 14-15.
- [3] 袁清河, 何圣华, 李炳田. 数字化企业建设的规划与实施策略[J]. 机电工程技术, 2003, (06): 14-16.
- [4] 吴超宇. 基于数字化转型的资金集约管理模式创新实践研究——以电力企业为例[J]. 企业改革与管理, 2023, (22): 120-122. DOI: 10.13768/j.cnki.cn11-3793/f.2023.1266.
- [5] 金书纪. 国企数字化转型中智慧共享财务资金管理体的构建[J]. 会计师, 2023, (21): 21-23.
- [6] 陈银秋. 央企以数字化技术驱动物资集采资金结算管理变革探究——以国网安徽物资分公司为例[J]. 企业改革与管理, 2023, (20): 145-147. DOI: 10.13768/j.cnki.cn11-3793/f.2023.1167.
- [7] 张娟. 企业集团资金管理数字化模式研究[J]. 今日财富, 2023, (20): 131-133.
- [8] 黄雅倩. 电力企业数字化转型背景下的资金管理策略研究[J]. 财经界, 2023, (29): 54-56. DOI: 10.19887/j.cnki.cn11-4098/f.2023.29.051.
- [9] 尹付梅, 于召辉, 李大光, 等. 数字化转型发展下的建筑企业资金管理探究[J]. 商业 2.0, 2023, (27): 25-27.
- [10] 于明海. 数字化转型下建筑企业资金管理探究[J]. 质量与市场, 2023, (18): 166-168.

数字化转型背景下国企档案工作定位与思路探究

张妍

上海自贸区联合发展有限公司, 上海 201308

摘要：数字化转型正在深刻改变企业管理模式和业务流程，国企档案工作作为企业信息化管理的重要组成部分，也面临着角色转变和功能升级的要求，在此背景下，档案工作不仅需要承担传统的信息管理职责，还需为企业决策提供数据支持，保障信息安全，并助力业务创新和跨部门协作。本文通过分析数字化转型的背景和意义，探讨国企档案工作的定位与发展思路，提出了建立数字化档案管理系统、优化档案数据处理流程、加强技术支持和信息安全保障、以及完善监督评估机制等策略

关键词：数字化转型；国企档案管理；信息管理

Exploring the positioning and thinking of archives work in state-owned enterprises under the background of digital transformation

Zhang Yan

Shanghai Free Trade Zone United Development Co., Ltd. Shanghai 201308

Abstract： Digital transformation is profoundly changing enterprise management models and business processes. As an important component of enterprise information management, the archives work of state-owned enterprises also faces requirements for role transformation and functional upgrading. In this context, archives work not only needs to undertake traditional information management responsibilities, but also needs to provide data support for enterprise decision-making, ensure information security, and assist business innovation and cross-departmental collaboration. This article explores the positioning and development ideas of state-owned enterprise archives work by analyzing the background and significance of digital transformation. It proposes strategies such as establishing a digital archive management system, optimizing archive data processing procedures, strengthening technical support and information security guarantees, and improving supervision and evaluation mechanisms.

Keywords： digital transformation; state-owned enterprise archive management; information management

引言

在全球信息化浪潮的推动下，数字化转型已成为企业提高竞争力和应对复杂市场环境的必然选择，随着信息技术的迅猛发展，数据已逐渐演变为企业最为核心的战略资源之一，而如何有效地管理、利用和保护数据，已成为企业实现数字化转型过程中的关键议题，对于国有企业而言，档案作为企业信息资源的重要组成部分，不仅仅是历史记录的载体，更是企业战略管理和决策的重要依据，传统档案管理方式难以满足当前信息化发展需求，档案管理的数字化转型因此成为企业全面提升管理效能和实现战略目标的重要路径^[1]。在国企档案管理中，数字化转型要求突破传统的纸质管理和手工操作模式，通过技术手段构建高效、智能的档案管理系统，以适应信息时代对档案存储、检索和共享的高标准需求，档案管理的数字化转型还涉及到信息安全、跨公司及部门协作、业务流程创新等多方面内容，这不仅对档案管理的基础设施和技术平台提出了新的要求，也对档案部门的职能定位带来了深刻变革，如何在数字化转型的背景下重新定位国企档案工作并制定科学的转型思路，成为当前探究的重要方向。本文以数字化转型为视角，探讨国企档案管理的定位和转型思路。通过分析数字化档案管理的支持功能、决策驱动、安全保障、业务创新及协作模式等内容，提出一系列针对档案数字化转型的策略，希望本文的探究能够为国企实现高效、智能、共享的档案管理提供有益参考价值。

一、数字化转型的背景和意义

在当前技术变革加速、市场环境日益复杂的背景下，数字化转型已成为企业适应发展趋势、增强竞争力的战略选择，特别是

在大数据、人工智能、云计算等新兴技术的驱动下，企业的运营模式和管理手段发生了深刻变化，国有企业作为国民经济的重要支柱，不仅需要在新兴技术应用方面进行创新，还需通过数字化手段提高管理效率，以更好地响应国家高质量发展的要求，推动

数字化转型，不仅是国企适应新形势的必要手段，更是提升其经济效益、社会效益的有效路径。^[2] 数字化转型的意义主要体现在三个方面：第一，能够优化企业资源配置，打破信息孤岛，实现信息的高度共享和流转，从而提高企业整体运行效率；第二，数字化转型通过数据驱动的管理模式，为企业决策提供更为准确和实时的信息支持，帮助企业在复杂多变的市场环境中灵活应对挑战；第三，数字化转型还加强了企业的风险管控能力，通过构建完善的数据信息安全体系，有效保障核心数据的安全性。

二、数字化转型背景下档案工作的定位

在数字化转型的大背景下，档案工作的重要性愈发突出。传统档案管理模式已无法满足企业在信息化和数字化方面的高效需求，档案工作需重新定位，以适应企业管理模式的转型，发挥更为多元的职能。其定位不仅限于信息的保存和管理，更需要在信息资源的开发利用、数据支撑、信息安全以及跨部门协同中提供支撑，助力企业实现高效的数字化转型。^[3]

（一）信息管理支持

数字化档案不仅是对企业历史信息的沉淀与记录，也是对企业未来发展提供信息支持的关键来源，在日常管理中，档案管理的目标逐渐从“信息保存”转向“信息利用”，要求档案工作能够实现信息的高效存储、快速检索与智能化处理，以满足企业对实时信息的需求，通过运用数字化档案管理系统，将零散的档案数据进行整合，形成系统化、规范化的信息资源库，不仅提高了档案信息的可用性，还为企业其他部门的业务开展提供了可靠的资料保障，档案管理在信息共享上也起到桥梁作用，支持不同部门的数据交流与资源共享，使信息资源在全企业范围内得到最大化的利用，为企业内部信息流转与决策提供有力支撑。^[4]

（二）数据驱动决策

在数字化转型中，档案信息不再是被动记录的静态资料，而是成为企业数据资源的重要组成部分，发挥数据驱动决策的作用，档案工作通过归集和整理企业在日常运营中产生的大量历史数据，并利用数据分析技术对信息进行深度挖掘，为企业决策提供准确的历史依据和趋势分析。档案管理部门可以通过大数据分析对关键数据进行挖掘，从中提取影响企业决策的信息点，为企业的战略规划和运营决策提供科学参考。在此过程中，档案信息数据的集成和结构化处理显得尤为重要，不仅可以帮助企业实时了解市场动态、运营状况，还可通过数据的对比分析，形成对未来发展有效预测，支持企业管理层在关键时刻做出精准决策。^[5]

（三）数据安全保障

数字化转型使得企业档案由传统的纸质管理逐渐转向电子化存储，档案的保存形式发生了根本性的变化，伴随而来的信息安全挑战日益严峻，档案管理部门必须建立健全的数据安全保障机制，确保档案数据的完整性、保密性和可用性。档案信息安全的核心在于数据保护，特别是对关键数据的加密存储、权限控制以及数据备份等措施的完善，通过采用先进的信息安全技术，例如防火墙、数据加密以及权限管理系统等，可以有效防范数据泄露

和不当访问，在数据恢复与容灾方面，档案管理部门还需建立相应的安全措施，以应对突发的系统故障、网络攻击等事件，确保档案信息的可持续利用和安全。^[6]

（四）业务创新

档案管理不仅要满足基础信息的保存和管理需求，还需在数字化转型中积极支持企业的业务创新，在新技术应用的推动下，档案工作可以通过信息整合、数据资源共享、流程优化等方式，助力企业业务的全面创新，利用档案中的历史数据和业务数据，档案管理部门可以参与到企业业务流程的优化中，为新产品开发、市场拓展、客户服务等环节提供信息支持。例如，通过分析过往的市场趋势数据，档案管理可以帮助企业研发部门识别产品改进方向，或为市场部门提供市场变化的参考依据，增强企业创新的前瞻性，档案部门在业务创新中还需灵活运用数字化工具，如人工智能、机器学习等技术，将档案信息与企业的具体业务场景相结合，实现数据的深度利用，提升企业的创新能力。

（五）跨公司及部门协作

在数字化转型的背景下，档案管理不再是孤立的部门工作，涉及同一个集团多个子公司以及企业多个业务部门的联动与信息共享，档案部门通过建立数字化档案管理平台，实现了档案信息与各子公司、各业务部门之间的无缝对接，使档案信息能够更广泛地应用于集团各子公司以及企业内外部需求，满足各类业务活动的档案支持，如集团公司与子公司在行政档案借阅过程中，运用 OA 系统与档案数字系统有效结合，实行跨公司借阅电子档案，使电子档案高效准确地传送到需要的公司相关部门处，行程资源共享。如在项目管理过程中，档案管理部门与项目管理部门密切合作，将项目各阶段的资料归档和信息共享有效结合，使档案信息能够为项目推进提供实时支持，确保从项目启动到结束，各阶段的信息交流顺畅、资料完备。档案部门与财务、法务、行政等部门的联动也尤为重要，财务部门可通过档案平台实时查询财务文档，法务部门可以随时查阅合同归档情况，行政部门则能更便捷地获取组织结构、人事档案等关键信息，跨公司、跨部门协作的档案管理模式，不仅提高了企业整体运作效率，更有效推动了信息资源的共享和合理利用，形成了跨公司多部门协同作业的合力。实现国企档案经济价值和社会价值的最大化。^[7]

三、档案数字化转型的思路与策略

在数字化转型的推动下，档案管理工作正经历深刻变革，需建立科学的思路和策略来实现全面数字化转型。档案数字化不仅涉及技术平台的建设和数据的电子化处理，还包括对信息安全的全方位保障与转型过程的有效监督和评估，本文从系统建立、数据处理、安全保障、监督评估等方面提出具体策略，以期构建高效、可靠的数字化档案管理体系。

（一）建立数字化档案管理系统

建立数字化档案管理系统是档案数字化转型的基础，通过系统化的管理平台实现档案数据的集中管理和共享，数字化档案管理系统不仅要具备信息录入、分类、存储和检索的基本功能，还

应融合大数据分析、人工智能等前沿技术，以提高档案管理的智能化水平，档案系统可应用机器学习技术，自动识别和分类档案，提高处理效率；通过数据挖掘分析系统，则可为决策部门提供更加全面的信息支持。数字化档案系统还应具备跨部门的信息共享功能，实现档案信息在企业内部的无缝流通。为了确保系统的可用性和扩展性，档案管理系统在设计时应遵循模块化和可扩展原则，以便随时增加新功能或适应新的业务需求，系统的用户界面应简洁友好，便于不同层级的用户高效操作。^[8]

（二）档案数字化处理与整理

档案数字化的核心在于对原有纸质档案和传统信息的数字化处理与整理，使档案内容能够在数字环境下便捷访问和利用，档案数字化处理包括扫描、影像化、文本识别等步骤，以将纸质档案转化为电子档案，同时建立合理的分类和索引体系，确保数字档案的有序管理，档案内容在数字化后，需通过优化的数据分类和标签管理系统进行整理，以提高信息检索的准确度和时效性。为实现高效的数据管理，数字化档案应与其他业务系统对接，通过 API 接口或集成平台，实现信息的快速导入和调用，使档案信息能够在不同业务系统中得到灵活应用。对于一些历史数据和低频数据，可采用智能压缩和分类存储技术，以节省存储空间并降低管理成本。在档案数字化过程中，还应遵循相关的行业标准和法规，确保数字化档案的合法性和合规性。^[9] 档案数字化处理与整理为档案资源的利用提供了坚实基础，使企业能够实现档案数据的高效管理和利用，助力信息的快速调取和共享。

（三）加强技术支持和信息安全保障

随着档案数据的数字化，信息安全问题变得尤为重要，企业应构建完善的技术支持体系和数据安全机制，以防范潜在的网络风险和信息披露问题，在技术支持方面，企业应组建专业的技术团队，对系统的日常维护、更新升级、故障排查等工作提供有力支持，确保档案管理系统的长期稳定运行。通过引入数据加密、权限控制、实时监控等安全技术，企业能够在数据访问和传输过程中确保信息安全。为进一步加强信息安全，企业可引入人工智能技术，实现异常行为监控和风险预警，从而在早期发现潜在的

安全隐患。此外，建立数据备份和容灾恢复机制，以应对突发性的数据丢失或系统崩溃问题，是确保档案信息长期安全的重要措施。

（四）档案数字化转型的监督与评估

通过建立完善的监督机制，企业可以及时掌握数字化转型的进展情况，发现实施过程中存在的问题并加以调整，在监督方面，可通过设立专门的转型工作小组或引入外部评审机构，对档案数字化的各个环节进行全程监控，确保转型进度符合预期目标。与此同时，企业还应建立动态的评估体系，对数字化转型效果进行科学评价。^[10] 评估体系应包括多维度的指标，如档案信息的使用频率、数据的准确性和时效性、系统的运行稳定性等，以便全面了解数字化管理的成效。定期的评估不仅有助于发现系统运行中的问题，还能为后续的优化提供数据支持，企业可以借助用户反馈机制，收集各部门对档案数字化系统的实际体验和改进建议，从而不断完善数字化转型方案。

四、结论

在全球信息技术快速发展的推动下，数字化转型已成为企业提高管理效能、增强市场竞争力的必然选择，国有企业也正积极融入这一潮流，以实现业务流程优化与管理模式升级，作为企业运营和决策支持的重要资源，档案工作在数字化转型背景下扮演着越来越重要的角色，成为支撑企业信息化建设和创新发展的核心组成部分。通过对国企档案工作的重新定位和数字化建设思路的明确，档案管理能够在提升信息利用率、保障数据安全、推动业务创新、强化跨公司及部门协作等方面发挥关键作用。本文提出的数字化档案管理系统建设、档案数据的数字化处理与整理、技术支持的强化以及监督评估机制的完善，为国企实现档案管理的全面转型提供了切实可行的路径。未来，随着技术的不断进步和管理模式的持续演变，国企档案工作将进一步提升其数字化管理水平，助力企业在数字经济浪潮中稳步前行，为推动经济社会的可持续发展作出积极贡献。

参考文献

- [1] 赵琳，李超，张舒. 数字化转型背景下国企档案工作定位与思路研究 [J]. 档案与建设, 2023(8):54-57. DOI:10.3969/j.issn.1003-7098.2023.08.016.
- [2] 曹莉. 信息化时代下国企档案管理的创新与研究 [J]. 现代企业文化, 2023,(32).
- [3] 金波; 陈坚; 李佳男; 海啸; 杨鹏. 大数据时代档案数据资源整合探究 [J]. 档案与建设, 2022(09).
- [4] 崔沁昉. 档案工作数字化转型探索 [J]. 兰台世界, 2023(S1).
- [5] 刘晓燕. 新修订档案法实施背景下档案工作数字化转型研究 [J]. 浙江档案, 2021(10).
- [6] 张珍珠. 新时代如何提升国企档案管理工作水平 [J]. 黑龙江档案, 2022(03).
- [7] 郭金萍. 新修订档案法实施背景下档案工作数字化转型研究 [J]. 佳木斯职业学院学报, 2023(10).
- [8] 曹莉. 信息化时代下国企档案管理的创新与研究 [J]. 现代企业文化, 2023(32).
- [9] 史小娟. 浅谈新时代如何做好档案管理工作 [J]. 兰台内外, 2020(26).
- [10] 符敏华. 以信息一体化助力国企档案管理 [J]. 办公室业务, 2021(17).

浅谈国际工程企业人才队伍建设

孙龙

中国电力技术装备有限公司，北京 100052

摘 要： 面对当今的国际形势，构建一支高素质、适应性强、能够应对复杂环境的人才队伍，已经成为推动国际工程企业可持续发展和全球化战略实施的核心任务。本文首先分析了国际工程行业的形势，指出技术进步、绿色发展需求等对人才队伍建设的影响。随后，深入探讨了国际工程企业在人才队伍建设中所面临的主要问题，如人才数量不足、结构不匹配、人才流失等，并提出了系列解决措施。

关 键 词： 人才队伍；国际工程；可持续发展

A brief discussion on talent team building in international engineering enterprises

Sun Long

China Electric Power Equipment and Technology Co., Ltd. Beijing 100052

Abstract： In the context of today's international situation, building a high-quality, adaptable talent team capable of navigating complex environments has become a core task in driving sustainable development and the implementation of global strategies for enterprises. This paper first analyzes the current state of the international engineering industry, highlighting the impacts of technological advancements, green development demands, and other factors on talent team building. It then explores the main issues faced by international engineering enterprises in talent team building, such as talent shortages, structural mismatches, and talent attrition, and proposes a series of solutions.

Keywords： talent team; international engineering; sustainable development

引言

当前，国际工程行业正面临的形势错综复杂，一方面，国际工程市场呈现复苏态势，部分国家和地区基础设施投资不断增多。同时，新技术和绿色发展理念给国际工程企业带来新的发展机遇。另一方面，地缘政治冲突、地区贸易保护主义等又给国际工程企业带来诸多挑战。面临新形势，国际化人才队伍建设显得尤为重要，不仅有助于提升企业的核心竞争力、适应技术发展，还能够优化团队协作、提高工作效率，甚至提升企业的社会责任和可持续发展能力。随着市场需求和环境的变化，国际工程企业必须持续投入人力资源，创新人才培养模式，确保其在全球市场中处于有利地位。本文将从国际工程企业人才队伍建设面临的形势、问题出发，结合某企业的实际情况，探讨高效的应对举措，以保证企业在国际化发展进程中有足够的人才支持。

一、国际工程企业人才队伍建设面临形势

（1）新技术应用。技术的飞速发展深刻影响了国际工程行业，尤其是在建筑、工程设计、施工管理等领域。新兴技术如建筑信息建模（BIM）、人工智能（AI）、物联网（IoT）、3D打印等的广泛应用，不仅提高了施工效率，还改善了设计精度和施工质量。根据相关研究标明，新技术应用能够显著降低工程成本、缩短项目工期^[1]。新技术的应用对人才综合素质提出了更高要求。

（2）绿色可持续发展趋势。市场对绿色建筑和可持续发展的

需求越来越大。全球气候变化的压力促使政府和企业工程建设中更加注重环保、节能减排、资源回收等因素。这些因素一方面促生了很多项目需求，如太阳能、风能、储能等项目，另一方面对项目的技术要求不断提高，尤其是在欧美、亚洲等地区，环保法规和建筑标准不断提高。绿色可持续发展趋势推动了相关人才的需求增长。

（3）人才流动与竞争加剧。对国际工程企业来说，走出去企业数量逐渐增多，企业间的国际化人才竞争加剧，人才供给相对不足。同时，由于地区发展水平和教育水平的差异，许多新兴市场和发展中国家无法提供足够的工程技术人才，这使得属地化用

作者简介：孙龙（1993.07-），男，安徽阜阳人，汉族，硕士研究生，中级经济师，研究方向：涉外企业人力资源管理及属地化人力资源管理。

工严重受阻。

(4) 差异化的客户需求逐渐增多。在不同区域市场,对技术标准、工期进度管理、政府关系处理、环保要求、社会责任要求等需求存在显著差异,企业要想深耕某一区域市场,必须根据当地的文化、环境、技术水平和经济条件进行量身定制。这要求国际工程企业不仅要具备全球化的视野,还要深入了解不同地区的市场需求和客户的特定需求。

(5) 地区动荡和不稳定性增多。地区冲突、政治动荡、经济危机等因素给国际工程行业带来了不少挑战。例如,中东地区的地缘政治问题、俄乌冲突、朝鲜半岛局势等,都可能对工程项目的进度、成本以及安全性产生重大影响。

二、国际工程企业人才队伍建设主要问题

尽管很多国际工程企业已经意识到人才队伍建设的重要性,也采取了诸多措施培养和留住国际化人才,但目前的国际化人才数量和质量远远不能满足国际化经营的需要,主要存在的问题如下:

(1) 国际化人才数量显著不足。高技能工程师、项目经理、技术专家等核心岗位人才供给严重不足。受益于国家“一带一路”有利政策和绿色能源发展趋势,某些国际工程企业业务发展迅速,在建项目不断增多,但人才供应跟不上业务需要,导致出现一些问题,如有些员工身兼多个项目的技术顾问或项目经理,工作压力不断增加。有些员工长期坚守海外,国内无人可轮换。

(2) 人才结构与市场需求不匹配。虽然许多企业投入大量资源进行人才招聘和培养,但由于行业发展需求的快速变化和技术更新迭代,现有的工程人才结构往往难以与市场需求对接。例如,数字技术的应用日益广泛,但许多工程企业的员工,尤其是中低层技术人员,仍然主要掌握传统的建筑和施工管理技能,缺乏对现代技术的了解和使用能力;企业的新能源项目逐渐增多,但公司很多员工只掌握传统的工程知识,缺乏了解新能源知识的技术人才;不同国家的历史、文化、风俗习惯、法律法规差异较大,项目管理人员可能因为缺乏跨文化沟通能力,导致与团队成员或当地政府之间沟通困难,甚至影响到项目的进度和质量;很多员工缺乏国际化视野和知识,对国际通用的合同范本、标准体系、仲裁诉讼知识缺乏了解。

(3) 存在人才流失问题。一方面,跨国工作挑战导致了人才流失。虽然工程行业中有不少具有国际背景的优秀技术人才,但由于语言障碍、生活方式的差异、职业发展机会的局限等原因,很多人才并不愿意在国外工作,尤其近年来,新冠疫情的影响和地区冲突不断增多,很多人感到人身安全受到危险,离职率显著增高。同时,长期驻外导致家庭与工作很难平衡,更多人的心理健康造成不利影响,这些都导致了人才流失增加。另一方面,很多企业由于激励考核机制不完善,员工工作积极性受阻,造成向其他行业流动。

(4) 属地化用工存在问题。属地化用工是国际工程企业在全球化背景下应对人力资源挑战的重要策略。通过在项目所在地雇

佣当地员工,企业可以降低成本、减少管理复杂性,并且增强与当地政府和社区的关系。然而,属地化用工虽然具有多重优势,但也面临诸多问题。一方面,在一些发展中国家和新兴市场,尽管劳动力资源丰富,但由于教育体系和职业培训体系的局限,当地工程人员的技术水平、工作经验和项目管理能力相对较低。这样的劳动力难以在高端项目中担任核心岗位,无法达到国际化企业对质量、进度和安全的要求。另一方面,属地化用工不仅仅涉及技术和专业能力,还涉及到与当地员工的有效沟通和文化融合。不同国家和地区的文化差异,尤其是在项目管理和团队合作中的差异,往往成为项目成功的潜在障碍。许多国家的劳动法律和规定与国际工程企业的管理制度存在差异,企业在招聘和管理员工时,往往面临较为复杂的法律合规问题^[9]。

(5) 企业职业生涯发展体系不健全。许多国际工程企业在人才培养上存在着职业生涯发展体系不完善的问题,尤其是在中小型企业中更为突出。大多数工程公司的人才培养体系较为单一,通常是通过在项目积累经验来“自我成长”,缺乏系统性的培训和职业路径规划。这种情况使得员工的职业发展常常陷入“瓶颈期”,特别是对于那些在工程项目中已经积累了大量经验的技术人员来说,缺乏明确的职业发展方向和晋升通道,导致他们的工作热情和长期发展的动力不足。

(6) 企业中高层管理者重视程度不够。许多国际工程企业的中高层管理者,尤其是在一些国有企业中,受传统环境影响和制度制约,导致缺乏足够的国际化视野,难以准确识别全球化趋势和国际市场的变化,从而影响了企业人才培养方向的正确性与前瞻性。

三、国际工程企业人才队伍建设举措

(1) 要建立符合企业特点和市场需求的胜任力素质模型。在全球化的竞争环境下,国际工程企业必须建立和完善胜任力素质模型,以帮助企业有效选拔、培养和评估人才。要根据企业的战略目标、文化特征及市场需求,定义和量化员工所需的各类能力、知识、技能和行为规范。一个科学合理的胜任力模型能够帮助企业明确人才所需的核心素质,为员工设定明确的职业发展路径,同时为企业未来的国际化发展储备核心竞争力。

(2) 在国际化人才增量上下功夫。为了应对国际化竞争和日益复杂的市场需求,国际工程企业需要不断增加国际化人才数量。企业应通过各种途径加大招聘力度,一是可以通过传统的校园招聘、社会招聘、校企合作等手段补充新鲜血液。二是可以通过业务外包的形式,满足一些辅助岗位、非重点岗位的用工需求,三是可以通过引入“猎头”服务,快速响应和满足高端人才的需求。四是可以通过人才借用等手段,满足临时性、紧缺的人才需求。

(3) 不断提高人才素质结构,满足国际工程市场需要。除了从外部吸引人才外,国际工程企业还需要注重内部人才的培养,通过建立完善的内部培训机制,提升现有员工的技术水平和管理能力。一是关注和培养新兴领域的技术人才,包括智能化建设、

绿色可持续发展、人工智能与大数据应用等方面的人才。二是不断提高员工的综合素质，特别是在商务开发、项目管理、国际法规与政策等方面。三是提高员工跨文化沟通能力和外语能力。国际化项目通常涉及到多个国家和地区的文化差异，项目团队成员往往来自不同的文化背景。因此，跨文化沟通能力和外语能力显得尤为重要。四是提高国际视野和领导能力，增加其对全球市场的认识，并学习如何在不同的文化和法律环境下做出有效决策^[3]。

（4）四是要采取激励约束机制，降低员工流失率。一是要建立科学合理的考核评价体系，考核指标应与企业的战略目标、项目要求以及岗位职责紧密对接。为了确保考核的全面性和准确性，企业应采用多元化的考核方式，如360度评估法、KPI目标考核、行为评估等多种方式，全面了解员工在各个维度的表现。二是要建立与之相对应的薪酬管理体系。薪酬分配要向海外一线、关键岗位和绩效优秀员工倾斜。可以通过设立年终效益奖、开发奖、执行奖等形式，奖励员工的价值贡献，充分发挥薪酬的激励作用。三是要加强员工关怀，在国际工程企业中，员工关怀不仅仅是关于薪酬的问题，更多的是对员工身心健康、家庭需求等的全方位关注。尤其是在跨国项目和高压工作环境下，员工的心理健康和生活质量常常会被忽视。然而，企业如果能在这一方面做出积极努力，不仅能有效降低员工的流失率，还能提高员工的工作积极性与忠诚度，进而促进企业的长远发展。

（5）建立合理的职业生涯发展通道。职业生涯发展通道的关键在于为员工提供明确、清晰的职业晋升路径，让员工能够看到自己未来的成长空间和机会。要根据员工个人特点，制定个性化发展方案。一是要保证晋升标准的透明，通过明确的标准和评估体系，使员工能够清楚地知道自己在晋升过程中需要达到的具体要求并为之努力。二是要采用管理通道和技术通道并行的上升路径。除传统的领导职位外，企业还应分专业建立专家序列，如商务开发、工程管理、物资管理、法律管理等领域均可建立上升专家通道。三是要加强新入职员工的培养教育，通过提供专业培

训、师带徒、岗位轮岗等多种形式，使新员工能够快速上手工作。四是要为员工提供职业规划指导，选派经验丰富的管理者或资深工程师担任员工的职业发展导师，帮助其制定合理的职业规划，并提供发展建议。这种个性化的职业辅导可以让员工明确自己的优劣势，找准适合自己的发展方向。

（6）要加强属地化人才队伍建设。国际工程项目各方面需要人手较多，仅仅依靠中方员工是远远不够的，且成本较高。属地化人才指的是在项目所在国或地区本地招聘和培养的员工，尤其是那些能够充分理解当地市场环境、文化特点、法规政策以及与当地社会建立紧密联系的人才。一是要识别并引进当地的优秀人才，可以与当地的高校、职业培训机构、就业服务中心等建立合作关系，拓展招聘渠道。通过参加当地的招聘会、行业交流会等活动，建立起广泛的人才储备池。通过提供有竞争力的薪酬待遇，吸引当地优秀人才。二是要为当地员工提供系统培训，为了让本地人才尽快融入企业并具备独立承担工程项目的的能力，企业需要制定系统化的培训方案，涵盖技术技能、管理能力和文化适应能力等多个方面。三是提高中方管理人员的属地化管理水平，建立与属地化人才队伍建设相配套的各项管理制度。

四、小结

总的来说，国际工程企业的人才队伍建设不仅仅是一个技术性任务，更是一项系统性的战略工程。通过科学的人才引进、全面的培养与发展、清晰的职业晋升路径以及有效的激励机制，企业能够建立一支稳定、高效且具国际竞争力的团队，从而在全球市场中占据有利地位，推动企业的持续发展与创新。

在未来的发展中，企业需要持续关注市场变化与人才需求的动态演化，灵活调整人才战略，不断提升全球化管理和跨文化团队协作的能力，为企业在国际竞争中赢得长远的优势。

参考文献

- [1] 唐辉, 于洪斌. 数字技术助力国际工程项目的实践与思考 [J]. 国际工程与劳务, 2023, (08): 28-31.
- [2] 卓瑞, 王明皓. 中国国际工程公司的人力资源属地化 [J]. 国际经济合作, 2012, (09): 61-64.
- [3] 高慧文. 对 EPC 工程总承包企业人才队伍建设的若干建议 [J]. 中国勘察设计, 2019, (04): 80-82.

浅谈国企国际业务干部队伍教育监督体系建设

李洋

中国电力技术装备有限公司，北京 100052

摘 要： 自2013年共建“一带一路”倡议提出以来，在党中央坚强领导下，经过各方共同努力，“一带一路”合作领域不断拓展、合作范围不断扩大、合作层次不断提升。国有企业作为推进经济发展的重要力量，在海外开展业务的范围、领域不断扩展，如何通过系统化的教育和管理机制，提升干部的国际化视野和管理能力，确保海外人才队伍的忠诚、廉洁、可靠、高效，从而夯实国有企业在国际业务中的竞争力，成为国有企业海外干部队伍建设亟待研究探索的新课题。

关 键 词： 人力资源管理；教育监督；国际业务

A brief discussion on the construction of education and supervision system of the cadre team of international business in state-owned enterprises

Li Yang

China Electric Power Equipment and Technology Co., LTD. Beijing 100052

Abstract： Since the Belt and Road Initiative was put forward in 2013, under the strong leadership of the CPC Central Committee and through the concerted efforts of all parties, the Belt and Road cooperation has been expanding, expanding and elevating its scope. As an important force in promoting economic and legal development, state-owned enterprises have been expanding their overseas business scope and fields. Human resources, need to be systematically educated and managed to enhance the international vision and management capabilities of cadres, ensure the loyalty, integrity, reliability, and efficiency of the overseas talent team, thereby solidifying the competitiveness of state-owned enterprises in international business, which has become a new research and exploration topic for the overseas cadre team construction of state-owned enterprises.

Keywords： human resource management; educational & supervision; international business

引言

国有企业是中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础，国企干部具有政治家、企业家的“双重属性”，既是国有资产保值增值、做大做强的中坚力量，也是从严管理约束、筑牢廉洁底线的重要群体。其中，国有企业境外业务领域的干部作为拓展国际发展空间的生力军，面临着环境复杂、经验不足、容易被“围猎”等风险，应作为重点目标群体，持续加大教育监督管理力度，确保国有企业国际业务干部队伍可信、可靠、安心、放心。

一、形势与需求

国有企业在落实国家能源战略、保障国家能源安全、促进经济社会发展等方面肩负着重要政治责任、经济责任和社会责任，新形势下，世界进入新的动荡变革期，正在经历大调整、大分化、大重组的过程，不确定、不稳定、难预料因素增多，国际业务的外部环境更加复杂。与此同时，高质量共建“一带一路”持续走深走实，全球能源绿色低碳转型加快推进，国际业务面临新

的战略机遇和挑战。

在服务“一带一路”、推进国际能源合作、展现“大国重器”央企担当的各项工作中，必须始终坚持发挥好国际业务干部队伍的重要作用，立足国企属性和境外特点，以教育监督管理为抓手，引导国际业务干部队伍加强政治历练、强化风险意识、提升专业本领，持续提升国际业务干部队伍整体能力素质，为促进设施联通、贸易畅通、资金融通和民心相通的“大国重器”责任担当提供坚强人才保障。

作者简介：李洋（1987.03-），男，山东滕州人，汉族，硕士研究生，经济师、一级人力资源管理师，主要从事跨国人力资源管理、跨文化管理、干部组织人事管理等工作。

二、国有企业国际业务干部队伍的三大特征

(1) 国有企业的政治担当。干部监督是党内监督的重要组成部分,完善干部监督体系是深化党的建设制度改革的重要内容,是健全全面从严治党体系的题中应有之义。始终遵循“国企姓党”的政治属性,坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻党的二十大精神和新时代党的组织路线,立足境外干部的个性特征,结合境外干部的成长规律,严选实管、实督严惩,不断加大教育、管理、监督工作力度,确保境外干部“信得过”“靠得住”“能放心”,着力打造忠诚干净担当的境外干部队伍,为推动高质量发展、加快战略目标落地、积极拓展海外国际市场提供坚强组织保证。

(2) 国际融合的发展格局。习近平总书记指出,坚持高水平对外开放,加快构建以国内大循环为主体,国内国际双循环相互促进的新发展格局。国家对外合作环境更加紧密,RCEP 区域贸易协定、中国-阿拉伯“八大共同行动”、中非合作“九项工程”等一系列区域性经贸合作安排将持续释放市场潜力,但同时当今世界大国博弈日趋激烈,中资央企面临更高的安全审查、合规风险、舆情风险,在严格管理标准、延伸管理链条、落实管理责任上还需持续用力,确保境外干部任何时候都稳得住心神、管得住行为、守得住清白^[1]。

(3) 境外干部的实践历练。全面从严治党的目的不是要把人管死,而是要引导推动党员干部在遵规守纪前提下,勤奋工作、放手干事、锐意进取、积极作为。随着干部年轻化趋势,尤其是派驻境外的干部相对年轻,一般为“80后”“85后”甚至是“90后”,经历的都是改革开放后的好日子,与老一辈干部相比,往往缺乏重大风浪考验和严格政治历练,其政治素养大多是通过书本学来的,一定程度上存在文字化、理想化、表面化的情况,特别是在互联网信息爆炸的时代,易受外界各种言论误导,理想信念容易动摇,在融入大局中不够主动、定位不准,运用党的理论解决实际问题的能力存在短板^[2]。

因此,做好教育监督管理工作,事关干部队伍成色、事关企业政治生态、事关事业兴衰成败,国有企业国际业务必须充分发扬改革精神,坚持问题导向和系统思维,探索全方位管理和经常性培训监督新方法途径,着力构建机制更完善、内容更丰富、渠道更通畅、标准更严格的干部教育监督工作格局,打造一支政治强、专业精、懂管理、善创新,同时又熟悉能够应对复杂局面、具有坚定的斗争意识和较强的斗争能力的干部队伍。

三、“四梁八柱”教育监督管理体系

国有企业国际业务干部队伍的的特征决定了要做好境外干部的教育监督管理,必须坚持忠党报国的理想信念、遵规守纪的规矩意识、担当进取的饱满精神、干事创业的高涨热情“四梁”,用好抓实教育浸润、严格思想管理、严格工作管理、严格作风管理、严格纪律管理、跟踪工作表现、跟踪生活状态、跟踪成长情况“八柱”,落实“四个革命、一个合作”能源安全新战略,进

一步加强顶层设计,构建国际业务干部的教育监督管理体系,打造忠诚、坚强、担当的境外干部队伍,构建具有中国特色、行业领先的人才发展格局,提升国企经营管理水平。

(一)“四梁”引导教育监督管理的方向

(1) 忠党报国的理想信念

在境外干部的教育管理监督中,要坚持把政治标准摆在首位,进一步强化对党忠诚教育、政治理论教育、党性教育,牢固树立干部监督本质是政治监督的理念,坚持把政治监督摆在首位,在具体化、精准化、常态化上下更大功夫。加强思想管理,突出政治监督,做深做实政治素质考察,用好正负面清单,为把好政治关提供刚性依据。将旗帜鲜明讲政治贯彻于境外干部培养的全过程,促进境外干部深刻领会“两个确立”的决定性意义,牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”,做到“两个维护”,不断增强政治判断力、政治领悟力、政治执行力,在落实习近平总书记关于“一带一路”指示精神等政治任务中冲锋在前、勇挑重担,发挥境外干部的特长优势,彰显忠党报国的责任担当^[3]。

(2) 遵规守纪的规矩意识

当前国内外环境复杂多变,政治风险无处不在,境外干部教育监督工作要增强风险意识、树牢底线思维,积极维护党和国家政治安全。在境外干部教育管理监督中,坚持把纪律规矩挺在前面,突出政治纪律、政治规矩,突出制度建设、执行保障,突出抓早抓小、防微杜渐,围绕境外干部健康成长,出台一系列制度文件,制定一揽子保障举措,全面扎紧扎牢“制度笼子”,从严监督问责,促进境外干部把规矩纪律意识刻入思想深处,立规矩、讲规矩、守规矩,做到心有所畏、言有所戒、行有所止,让铁的纪律真正地融入日常习惯,成为自觉遵循,充分发挥境外干部的示范带动作用,让国有企业境外业务形成风清气正的整体氛围,干部员工争做自觉接受监督、主动从严管理的表率。

(3) 担当进取的饱满精神

在境外干部教育管理监督中,坚持担当作为的鲜明导向,建立健全优秀境外干部跟踪了解机制,把功夫下在平时,注重通过实地考察、舆情收集等方式,深入了解境外干部精神状态、见识见解、能力素质和担当情况,做到“以实绩论英雄、凭实绩用干部”,引导境外干部担当实干、拼搏进取,以实打实的行动和硬碰硬的业绩,让组织放心、群众满意、干部服气,开展正面典型选树工作,提振干事创业精气神。在担当作为的鲜明导向下,自觉将个人成长融入党和国家事业大局,融入企业高质量发展新征程,在“一带一路”建设等重点工作中闻令而动、尽锐出战,以实际行动书写“国企之为”,彰显“大国担当”,以过硬作风、昂扬状态投身国际业务事业。

(4) 干事创业的高涨热情

在境外干部教育管理监督中,要坚持严管与厚爱结合、激励与约束并重,既给“压力”,又赋“动能”,针对不同层级、不同类别人员,因地制宜开发培训课程,实现分级分类、精准施训,全力为境外干部营造想干事、敢干事、能干事的良好环境,推动境外干部成长与公司事业发展同频共振,让整个境外干部队伍更有希望、更有奔头、更有干劲。要引导广大境外干部在党的

坚强领导下，牢记嘱托，坚定不移沿着总书记指引的方向奋勇前行，在国际领先企业建设等重点工作中扛起责任担当、贡献智慧力量，创造一流业绩、展现过硬作风，以优异成绩交上一份国有企业国际业务的出色答卷。

（二）“八柱”打通教育监督管理的路径

（1）抓实教育浸润。强化政治训练体系化建设，突出党的理论教育和党性教育培训，建立系统化的教育培训模式，注重源头教育、跟踪教育、日常教育，夯实境外干部政治理论基础，加强理想信念教育，强化创新理论武装，充分发挥教育浸润作用，进一步筑造境外干部忠诚干净担当的思想意识，着力培养忠诚大德、信念坚定、对党忠诚的政治品格。

（2）严格思想管理。关注境外干部思想动态，将“管思想”纳入各基层单位组织管理的重要任务，通过工作例会、宣传宣讲、谈心谈话等方式，大范围、多渠道开展思想教育工作，教育引导各级领导人员知敬畏、存戒惧、守底线，引导境外干部主动肩负职责使命，时刻自警自省、自勉自励，从内心深处深化为党和人民管理资产的神圣使命，做到严于律己、严负其责、严管所辖。

（3）严格工作管理。针对境外干部环境复杂、经验不足的特点，坚持“管到关键处、管住关键事、管住关键时”，聚焦资金密集、资源富集的重点部门，工程建设、资产资源交易、物资采购、招标投标、项目审批等重点领域，持续加大专业把关和合规管理力度，完善内部控制、合规管理、责任追究体系，提升整体监督效能，确保境外干部严格依法依规办事。

（4）严格作风管理。配套出台提升政治素质、激励担当作为、容错纠错等制度文件，坚持严管和厚爱相结合，将作风考核结果与年度考核、评优评先等工作挂钩，以科学管理监督促进干部愿担当、敢担当、善担当。有针对性地选派境外干部到基层一线、市场前沿、艰苦地区担当重任、历练成长，更好地促进境外干部勇于担当、善于作为。

（5）严格纪律管理。在对境外干部的执纪问责上始终保持“严”的主基调，对精神状态不佳、担当意识不强的，通过开展驻

点调研和诊断分析，实施提醒谈话、调离岗位等措施，强化权力运行的约束和监督，及时指出和纠正倾向性问题，快速转变精神面貌，对违规违纪的，依据有关要求坚决给予“下”的处分，牢固树立纪律规矩的“高压线”。

（6）跟踪工作表现。把境外干部履职情况作为组织考核考察的重点，建立日常履职档案和负面问题清单，遇有重大情况第一时间沟通联系，用好培训观测、考核测评、列席党内政治生活等方式，及时掌握干部不担当不作为问题，区分问题的性质、程度和危害，实现境外干部“一人一档”“一人一清单”，作为考察识别、谈心谈话、奖惩晋升的重要依据。

（7）跟踪生活状态。既关注境外干部“八小时以内”工作圈，也把监督触角延伸至“八小时以外”的朋友圈、生活圈、社交圈，动态掌握涉及其生活方面的信访件及问题线索，及时严肃核实处置。关注境外干部的家庭背景、亲属从业、外部兼职等情况，深入研究制定“八小时外”监督举措，积极探索社会交往和网上行为监督，引导境外干部从严管好身边人、身边事，筑牢廉洁从业防线。

（8）跟踪成长情况。境外干部一路成长起来很不容易，面临的诱惑和考验很多。要牢固树立系统观念，从境外干部成长“全周期”审视成长情况，对照岗位履职要求、人才评价标准，实行进阶式、通关式培训，主动引导和服务干部员工成长成才，全程记录成长情况，及时教育提醒，教育引导其“不忘来时路、走好脚下的路”，以忠诚干净担当的状态持续健康成长。

四、结束语

本文浅谈了国有企业如何通过构建“四梁八柱”教育监督体系，深化国际业务干部人才队伍的建设管理，随着高质量“一带一路”的深入推进，会有更多的企业参与其中，教育监督管理体系的内涵必将得到进一步拓展，相信各企业结合自身实际，也会形成独具自身特色的管理体系，进一步助力高质量共建“一带一路”。

参考文献

- [1] 傅春荣. 以中国智慧书写高质量发展民企答卷 [N]. 中华工商时报, 2022-10-20(1).
- [2] 王军, 李梦雅, 姜兢, 岳嵩, 黄征. “互联网+党建”三维互联管理实践 [J]. 石油人力资源, 2018, 01: 73-79.
- [3] 柳宝军. 习近平总书记关于党的建设的重要思想论纲 [J]. 马克思主义研究, 2023, 11: 85-98.

经济全球化环境下如何创新企业市场营销

曲致艺

锦州国泰实业有限公司, 辽宁 锦州 121000

摘 要： 市场营销是企业经济管理的重要组成部分，根据市场需求和竞争环境，通过产品、价格、渠道、促销等策略，来满足和创造顾客需求，实现企业目标的一系列活动。随着经济全球化发展，市场营销已经成为企业可持续发展的重要因素，在市场竞争日益增长的今天，企业想保持其市场优势就需要对市场营销策略进行不断创新。基于此，本文通过明确市场营销对企业的重要性，分析经济全球化对市场营销的影响，探究当前企业市场营销创新方向，以此提高市场竞争力，助力企业可持续发展。

关 键 词： 经济全球化；创新；企业；市场营销

How to innovate enterprise marketing under the economic globalization environment

Qu Zhiyi

Jinzhou Guotai Industrial Co., LTD. Jinzhou, Liaoning 121000

Abstract： Marketing is an important part of enterprise economic management, according to the market demand and competitive environment, through products, prices, channels, promotion and other strategies, to meet and create customer needs, to achieve the enterprise goals of a series of activities. With the development of economic globalization, marketing has become an important factor for the sustainable development of enterprises. In today's growing market competition, enterprises need to constantly innovate their marketing strategies to maintain their market advantages. Based on this, this paper clarifies the importance of marketing to enterprises, analyzes the impact of economic globalization on marketing, and explores the current direction of enterprise marketing innovation, so as to improve the market competitiveness and help the sustainable development of enterprises.

Keywords： economic globalization; innovation; enterprise; marketing

经济全球化是世界各国经济在生产、分配、交换和消费缓解的全球趋同化趋势，互联网的快速发展推动跨国企业的发展，经济全球化已成为不可逆转的历史潮流。经济全球化进程的加快使得商业环境发生巨大改变，市场营销不再局限于本土，而是扩展到全球，全球市场正在扩大与整合，同时国际竞争更加激烈，如何通过市场营销为企业在保障市场地位的同时获得优势地位成为企业面临的新难题^[1]。企业应重新审视自身的市场营销策略，不断地调整并更新市场营销策略，以适应经济全球化所带来的挑战与机遇。

一、市场营销对企业的重要性

市场营销是企业与消费者之间的“桥梁”，关系着企业的生存与发展，通过市场调研掌握目标群体的需求、偏好、购买力，根据数据对当前市场进行预测，分析消费者的需求趋势，帮助企业抓住潜在的市场机遇，规避因市场变化产生的经营风险，也为后续产品设计、研发、推广、定价提供决策依据^[2]。同时市场营销可以帮助企业突出产品或服务的卖点，针对特定群体用户，打造产品或服务的差异化，满足其个性化的产品需求，通过有效的市场营销策略，灵活的营销活动，来吸引消费者，帮助企业吸引更多的潜在客户并转化为实际购买者，扩大企业市场占有率，提高市场份额^[3]。

作者简介：曲致艺（1993.03-），男，汉族，本科，研究方向：智慧营销，邮箱：616162344@qq.com。

二、经济全球化对企业市场营销的影响

（一）市场环境变化

经济全球化使得全球市场的扩大与整合，近年来国际贸易壁垒的降低和跨国公司的崛起导致市场环境发生改变，中国企业在国际市场上逐渐大放异彩，让世界认识中国制造，不断扩大企业世界市场的占有率，获得更加广泛的客源^[4]。但是同时，经济全球化的推进也使得消费者接触到更多的产品和文化，企业不仅要考虑到消费者需求的多样化和个性化趋势，还要考虑不同国家和地区文化差异对营销的影响。企业想要扩大国际市场占额首先要尊重各个国家的文化，考虑不同国家的文化差异，文化差异主要体现在价值观、语言、宗教、风俗习惯等方面。例如，红色颜

色在不同文化中有不同的象征意义，在中国红色是中华文化的代表色之一，象征着吉祥、繁荣、幸福和革命等积极向上的含义。在春节、婚礼等重要节日和场合，到处都能看到红色元素，如红灯笼、红喜字等，但是在西方文化中，红色象征爱情、热情、警告、危险。对于一些红色包装的产品部分西方消费者可能会将红色解读为具有危险性的信号，因此在设计时应该根据当地文化进行色彩调整，避免文化冲突与误解。其次，不同国家和地区消费者消费习惯和偏好都有所不同，其对产品的功能、外观、质量等方面的要求也不同。例如，欧美消费者更看重产品的环保性，亚洲消费者更注重产品功能与性价比。

（二）竞争态势加剧

经济全球化打破了地区的限制，企业虽然扩展了国际市场，但是同时也会面临全球的竞争对手，跨国公司凭借品牌、资金、技术等方面的优势在我国内进行市场扩充导致本土企业竞争压力增加，不仅要面临国内同行还要与国际同行竞争。其次，竞争手段逐渐多元化、复杂化，全球化环境背后各个企业竞争不再局限于价格竞争，还涵盖产品创新、品牌建设、渠道拓展、客户服务等多个方面^[9]。企业需要通过综合运用多种竞争手段来提升自身的竞争力。

（三）技术发展的冲击

随着互联网技术的快速发展，企业市场营销渠道正在改变，推动线上电子商务平台的发展。电子商务平台使企业能够直接与全球消费者进行交易，打破了传统的销售渠道限制。社交媒体成为企业与消费者互动的重要平台，企业可以通过社交媒体进行产品推广、品牌传播和客户关系管理^[9]。其次，人工智能、大数据、云计算、虚拟现实、增强现实等新技术给企业市场营销带来巨大改变。人工智能可以用于个性化推荐系统，提高消费者的购物体验；大数据可以帮助企业更好地了解消费者需求，进行精准产品推送；云计算提供了强大的数据处理和分析能力，可以对消费者线上购物产生的数据进行实时分析，挖掘信息中的有效特征，为个性化推荐、精准营销奠定数据基础；虚拟现实和增强现实技术可以应用于产品展示和体验，增强消费者的参与感。

三、全球化环境下企业市场营销创新方向

（一）全球化环境下的市场细分

1. 市场细分

市场竞争愈发激烈，企业想要在偌大的市场中脱颖而出，需要对市场进行深入的细分与精准的目标定位。市场细分的目的是将不同需求、特征或行为的消费者群体进行划分。通过市场细分，企业可以更好地了解各个细分市场的需求和购买力，从而制定更有针对性的营销策略。例如，在化妆品市场，可根据消费者的年龄、性别、肤质、消费能力、地域文化等将市场细分为多个子市场，针对年轻女性、中年女性、不同肤质消费者等分别设计产品和营销方案，以满足消费者需求的多样化。全球化市场下的市场细分还要对各个国家的经济发展水平、文化差异、政治法律环境、消费习惯等方面进行市场调研，根据全球地理区域、文化

群组、经济发展阶段进行市场细分。在全球市场中按照区域划分为欧美成熟市场、亚太新兴市场、非洲潜力市场等大的区域；按照文化差异可以将市场分为儒家文化圈市场、伊斯兰文化市场、基督教文化市场等，企业应该针对不同文化背景下消费者对产品的不同需求和价值观念来制定营销策略^[7]。

2. 目标定位

目标定位是在细分市场的基础上，在企业要进入的特定市场中明确自身产品在该市场中的定位。在目标定位时企业要结合自身能力、技术、资源、资金等方面选择合适且具有潜力的目标市场，适合一些中小型企业。例如，小型化妆品企业受资金、资源等方面因素影响没有办法对整个化妆品市场进行覆盖，但是可以根据目标定位选择合适的化妆品领域进行深耕，将有限的资源与资金投入化妆品细分领域中，通过独特的品牌定位和产品特色吸引目标客户^[9]。

3. 精准定位满足不同市场需求

精准定位是提高企业市场竞争力的关键。需要根据目标市场特点，调整产品定位、包装、价格、销售渠道、促销策略，从而满足目标市场的需求。在产品定位方面，需要考虑不同市场对产品功能、外观、质量等方面的要求。例如，汽车企业在欧美市场可能更注重汽车的安全性能和高端配置，主要原因在于当地消费者对于汽车的行车安全和驾驶体验有较高的要求，而亚洲市场更注重汽车的功能与性价比。在全球化环境下，企业对于产品价格的制定需要因地制宜。根据不同国家的消费水平定制产品，在高收入国家，消费者对价格的敏感度相对较低，更注重产品品质与品牌形象，企业可以采取中高端定价策略，而在低收入国家或对价格敏感的市场，企业则需要提供更具性价比的产品，制定低价渗透策略。销售渠道位要结合当地的商业环境和消费者购买习惯，以中国为例，互联网网络较为发达，各种线上购物平台，消费者已经习惯网络购物的方式，因此企业要加强电商渠道的建设；而一些以线下零售渠道为主导的地区，需要与当地零售商合作。促销策略要考虑当地文化和媒体特点，选择合适的广告宣传和促销活动。

（二）产品与服务的创新

1. 研发适应全球市场的产品

全球化环境下间接提高企业产品质量，主要原因是企业想要竞争国际市场要具备全球视野的研发团队，对国际市场进行调研，根据不同国家和地区的需求和标准进行产品设计^[9]。例如，以电器产品为例，各个国家的技术标准有所不同，产品的电压、频率标准不同。中国的民用电压是220V，日本的家庭用电的电压通常为100V，美国的家庭用电的电压通常为110 ~ 120V。中国的电网频率为50Hz，但是美国加拿大等国家的电网频率为60Hz。其次，在产品设计时还要考虑不同国家的文化差异、喜爱偏好、消费习惯。例如，家居产品在设计时会考虑不同国家的风格偏好，欧洲消费者可能喜欢简约现代的设计风格，而亚洲消费者可能更倾向于融合传统文化元素的设计。此外，产品的包装也要考虑全球市场的多样性，尊重当地文化，避免因包装设计不当而影响产品销售。

2. 提供个性化与定制化服务

现代市场竞争较为激烈，为了满足消费者多样化和个性化的需求，企业要及时调整营销策略，为消费者提供个性化定制服务。借助互联网大数据技术和人工智能技术，深入分析消费者购买行为、偏好及需求，收集消费者的个性化需求信息，从而提供定制化产品或服务^[10]。以海尔集团为例，海尔集团提出了“您来设计我来实现”的新口号，鼓励消费者提出自己对家电产品的需求模式。通过工业互联网平台 COSMOPlat，为消费者提供从交互、设计、营销、采购、生产、物流和售后等全流程的解决方案，帮助企业实现端到端的信息融合和协同制造，助力大规模制造向大规模定制的转型，不仅可以精准把握消费者的需求，提高消费者满意度和忠诚度，还迎合市场趋势，增强企业在市场中的竞争力。

（三）市场营销渠道与传播的拓展

1. 社交媒体营销与口碑传播

社交媒体在全球营销的重要渠道之一，通过社交媒体平台建立全球品牌形象，与目标受众建立联系，进行互动和沟通，提高企业品牌知名度和用户黏性。不同国家和地区有不同的主流社交媒体平台，企业需要根据目标市场选择合适的平台进行营销。例如，在欧美地区的社交平台主要是 Facebook、Instagram、Twitter 等；在中国的社交平台主要是微信、微博、抖音等，根据目标受众制定针对性营销策略。

2. 内容营销

优质的营销内容可以吸引和留存目标客户，促进销售与转化，建立长期客户关系，增强企业品牌知名度、信任度、忠诚度。企业根据目标客户的兴趣、需求、行为模式，定制有针对性

的内容，通过精准定位发布有吸引力的内容，如产品介绍、使用教程、用户故事等，吸引消费者关注和分享，准确挖掘潜在消费者，提高营销效果。有趣、有深度的内容更容易激发消费者的兴趣和好奇心，自发开展对内容进行点赞、转发、评论等互动行为，不仅可以增加企业品牌或产品的曝光度，还会提高消费者对品牌的忠诚度。

（四）全球化营销团队的组建与管理

全球化环境下，企业市场营销想要扩大品牌或产品在国际市场的影响力，需要组建一支具有多元文化背景和专业技能的营销团队。团队成员应具备多元化文化背景、跨文化交流等能力，对目标市场较为熟悉。企业可以从目标市场进行人才招聘，通过不同的文化视角和市场经验，帮助企业品牌或产品可以更好地理解和适应当地市场。在团队管理方面，企业要针对成员建立跨文化沟通和协作机制。多元文化背景下的团队成员由于文化背景不同，在沟通方式、工作习惯、价值观等方面存在差异，企业需要通过培训、团队建设等活动来促进成员之间的交流，团队成员之间的信息共享和沟通顺畅，同时还要注重团队文化建设，培养团队精神，激发团队的积极性和创造力，以应对国际市场的挑战。

四、结语

在全球化环境下，市场环境的变化导致企业面临生存和发展难题。想要发展就需要对当前市场营销策略进行创新。市场营销创新是一个持续不断的过程，企业要紧跟市场趋势和消费者需求，不断探索出符合自身特色 and 市场需求且适合自身企业发展的市场营销策略，确保可以在激烈的市场竞争中脱颖而出。

参考文献

[1] 王梦怡. 经济全球化背景下的企业市场营销战略研究 [J]. 中文科技期刊数据库 (全文版) 经济管理, 2024(4):0142-0145.
[2] 杨先. 新经济形势下企业市场营销策略创新研究 [J]. 现代商贸工业, 2024, 45(4):162-164.
[3] 杨朝科. 经济全球化背景下企业市场营销战略新思维研究 [J]. 中文科技期刊数据库 (全文版) 经济管理, 2023(4):46-49.
[4] 武梓通. 大数据环境下企业市场营销策略创新的路径选择 [J]. 全国流通经济, 2023(11):65-68.
[5] 刘晓茜. 市场经济下电力企业市场营销的创新策略 [J]. 质量与市场, 2023(17):67-69.
[6] 陈媛. 数字经济背景下化工企业市场营销战略创新思维研究 [J]. 塑料工业, 2024, 52(3):183-183.
[7] 尹爽. 大数据环境下企业市场营销策略创新的路径选择 [J]. 中文科技期刊数据库 (全文版) 经济管理, 2024(1):0192-0195.
[8] 关蕾, 侯凯珩. 新经济背景下国有企业市场营销战略新思维研究 [J]. 中文科技期刊数据库 (全文版) 经济管理, 2024(4):0038-0041.
[9] 刘岩. 数字经济背景下中小微企业市场营销战略新思维分析 [J]. 现代商业, 2024(3):27-30.
[10] 闫紫函. 大数据时代企业市场营销战略创新研究 [J]. 商业观察, 2024, 10(4):37-40.

政府会计监督对企业债务融资成本的影响研究 ——基于财政部会计信息质量检查的准自然实验

车璐阳
天津工业大学, 天津 300380

摘 要： 随着经济社会的发展，会计信息失真问题在各行各业层见迭出，会计监督的有效性至关重要。政府会计监督作为我国会计监督体系中最具权威性的分支，其成效有极大的研究意义。本文基于财政部会计信息质量随机检查制度，手工整理出2003–2023年检查公告中披露的问题企业，探究政府会计监督对于企业债务融资成本的影响。研究发现财政部会计信息质量随机检查显著增加了企业债务融资成本。本文的结论为政府会计监督完善资本市场信息环境建设、维护经济市场平稳运行提供了经验证据。

关 键 词： 政府会计监督；财政部会计信息质量随机检查；债务融资成本

Research on the influence of government accounting supervision on corporate debt financing cost — a quasi-natural experiment based on the accounting information quality inspection of the ministry of finance

Che Luyang
Tianjin University of Technology, Tianjin 300380

Abstract： With the development of the economy and society, accounting information distortion problems have emerged in various industries, and the effectiveness of accounting supervision is of great importance. Government accounting supervision, as the most authoritative branch of China's accounting supervision system, has great research significance for its effectiveness. Based on the random inspection system of accounting information quality issued by the Ministry of Finance, this paper use the manually selecting data about the problem enterprises disclosed in the inspection announcements from 2003 to 2023 to explore how the government accounting supervision impacts on enterprise costs of debt. The study found that the Ministry of Finance's random inspection of accounting information quality significantly increased enterprise debt financing costs. The conclusion of this paper provides empirical evidence for the government accounting supervision to improve the information environment in the capital market and maintain the stable operation of the economic market.

Keywords： government accounting supervision; random inspection of accounting information quality of the ministry of finance; debt financing cost

引言

会计信息在企业经营和投融资活动中发挥着及其重要的作用，高质量的会计信息有助于提高资本投资效率^[1]，降低融资成本，等等。尽管有严格的法律法规对会计行为进行规范，会计造假行为却一直持续存在，历史上不乏会计造假导致严重后果的案例。适度的监督可以有效遏制这一不良现象，因此会计监督的成效一直是社会各界重点关注的问题。

我国政府会计监督以财政部门为主导，统筹安排审计、税务、海关、人民银行、证券监管、银行保险监管等部门各自实现相应的会计监督的职能。尽管有如此多的部门参与其中，政府会计监督仍然存在不少问题：各部门之间沟通的缺乏会导致职责权限模糊、责任归属不明确的问题，不仅可能会造成空白检查和重复检查，也可能造成监督失灵的问题^[2]。因此，用实证方法对政府会计监督进行严谨科学的评估尤为必要。

作为全国财税领导部门，财政部掌握着会计监督中相对较高的话语权，会计信息质量随机检查是其履行监督职能的方式之一。自1999年以来，会计信息质量检查在全国各地广泛展开，由财政部统一安排，财政部驻各地财政监察专员办事处和地方财政部门组织实施。会计信息质量随机检查制度为学术界创造了一个天然的外生事件，进而为评价政府会计监督的效果提供了绝佳的研究机会。

一、制度背景、文献回顾与假设提出

（一）制度背景

自1999年修订《会计法》以来，我国逐渐形成“三位一体”会计监督体系，即由企业内部控制监督、社会会计监督和政府部门监督构成的监督主体多元化的体系。其中，政府会计监督以其更高的格局性和权威性稳占领导地位。

依托于财政部这一财政主导部门，会计信息质量随机检查制度遵循“双随机、一公开”的要求，具有强制性和广泛性的显著优势。财政部对经社会审计后的企业年度财务报表实行会计信息质量检查工作，对于检查出的违规会计行为，按照政务公开的原则以发布公告的方式向社会公众说明。会计信息质量检查揭露了企业真实的财务和经营情况，从根本上维护了经济市场秩序。

（二）文献回顾

早期关于政府会计监督的早期文献多数探讨其在“三位一体”会计监督体系中的地位。陈国辉等（2000）^[9]认为，对于无法修补的市场缺陷，应当顺其自然，避免政府过度监管而造成政府失灵现象。葛家澍等（2002）^[10]认为财务舞弊的责任不应全部归咎于以注册会计师为代表的社会审计监督，独立董事和市场力量的作用有限。实证研究集中于政府审计监管以及证监会监管^[5]，研究发现政府审计对企业的银行贷款利率有显著正向影响，起到警示而非治理作用^[9]。发现证监会随机抽查制度能够抑制公司的盈余管理，提高其信息披露质量。此后，对于以这一制度为代表的政府会计监督逐渐被学术界所关注^[7]。研究发现财政部会计信息质量随机检查遏制了企业避税行为，提高了纳税贡献^[9]。研究发现财政部会计信息质量检查有效降低了上市公司应计和真实盈余管理。

企业债务融资成本受多方面影响，会计信息质量^[9]、公司治理、内部控制、盈余管理以及外部法律环境和市场化程度等是目前学术研究的主要视角。研究表明有内部控制缺陷企业的贷款利率显著高于没有内部控制缺陷的企业^[10]。研究发现处于金融市场化程度较高地区企业的债务融资成本普遍低于处于金融市场化程度较低地区的企业^[11]。

作为财政部履行会计监督职责的最重要方式之一，会计信息质量随机检查制度并未得到学术界的极大关注，就财政部的领导性以及权威性而言，探究由其主导的会计信息质量检查对于债权人的保护以及对于市场经济秩序的维护成效是非常有意义的。

（三）假设提出

作为政府会计监督最重要的制度之一，财政部会计信息质量检查具有随机性、强制性和全面性的优点^[9]。

基于风险视角的债务定价决策认为，贷款利率取决于债权人对企业的风险评估，股东和债权人之间在不同程度上存在冲突，因此在为债权定价时，债权人需要估计企业股东及管理层的选择和道德风险会在多大程度上增加违约风险，并以此决定债权的风险溢价^[12]，风险溢价越高，贷款利率越高。其在债务人一方形成了债务融资成本，是债务人使用资金的价格。财务风险、经营风险以及信息风险等违约风险是债权人最主要的关注内容。

检查公告的发布卸下了问题企业的伪装，促使企业内部经营和

财务的真实状况暴露在大众视野，同时也反映出企业的道德风险问题。因此，检查公告发布后企业的违约风险超过了公告发布之前债权人对于企业的预期，从而提高了债权人索取的风险溢价，增加了债务人资金使用成本。基于以上分析，本文提出以下假设：

假设：财政部会计信息质量随机检查公告发布后，企业债务融资成本显著上升。

二、研究设计

（一）样本选择与数据来源

本文以2003年-2023年手工整理出的财政部网站中会计信息质量随机检查公告所公布的被检查的A股非金融上市公司为实验组，以A股非金融其他上市公司为对照组，实验组剔除检查年度早于上市年度的公司，且同一家公司多次被检查时保留第一次检查的数据，最后得到249家样本企业。进一步地，剔除ST和PT以及数据缺失样本。最终筛选出39861个非均衡样本数据。为避免极端值对结果的影响，对所有连续变量在1%与99%水平上进行Winsorize处理。债务融资成本数据来源于Wind数据库，控制变量均来源于国泰安数据库。

（二）模型设计与变量定义

本文采用双重差分模型来检验会计信息质量随机检查对企业债务融资成本的影响，具体模型设定如下：

$$\text{Debtcost}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{Did}_{i,t} + \gamma \text{Controls}_{i,t} + \mu_{i,t} + \tau_t + \varepsilon_{i,t}$$

$\text{Debtcost}_{i,t}$ 为债务融资成本， $\text{Did}_{i,t}$ 为本文主要关注的核心解释变量，等于实验组虚拟变量与检查虚拟变量的乘积，系数 β_1 表示财政部会计信息质量随机检查对企业债务融资成本的净影响。 $\text{Controls}_{i,t}$ 控制变量， $\mu_{i,t}$ 与 τ_t 分别为个体固定效应和时间固定效应。为了控制横截面中可能存在的相关问题，本文所有回归均使用经过公司层面进行聚类（Cluster）调整的标准误。

被解释变量方面，本文借鉴Pittman等（2004）^[13]的研究，采用以下两个具体指标衡量债务资金成本：（1） Debtcost1 ：财务费用明细中的利息支出与期末总负债之比；（2） Debtcost2 ：净财务费用与期末总负债之比，其中净财务费用等于企业财务费用明细中的利息支出加上手续费和其他财务费用。

除此之外，参考胡宁（2020）^[14]的研究，选取以下控制变量（Controls）：公司规模（Size）、财务杠杆（Lev）、上市时间（Lnage）、成长性（Growth）、经营性现金流（Cashflow）、有形资产比率（Tang）、管理层持股（Mshare）、第一大股东持股比例（Top1）、产权性质（Soe）、四大审计（Big4）、，本文还控制了个体固定效应（ μ ）和年份固定效应（ τ ）。

三、实证结果分析

（一）基准回归

表1报告了基准回归结果。其中，第（1）、（2）列的被解释变量为债务融资成本 Debtcost1 ；第（3）、（4）列的被解释变量为债务融资成本 Debtcost2 。第（1）、（3）列未考虑控制变量，

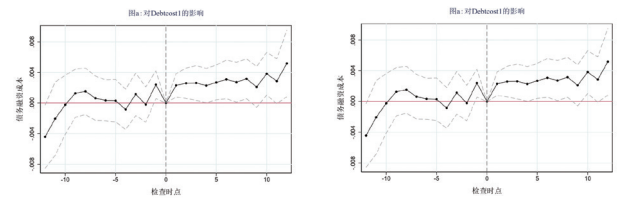
交乘项 Did 回归系数为0.002，且在1%的水平下显著为正；第（2）、（4）列考虑了控制变量，交乘项系数为0.002，且分别在1%的水平下和5%的水平下显著为正。R²在0.45以上，说明模型纳入了比较充分的变量来解释债务融资成本的数值，四次回归结果均控制了个体固定效应和年度固定效应，且都经过了个体层面的聚类。这些结果表明，会计信息质量检查公告的发布增加了被检查企业的债务融资成本，与本文研究假设一致。

表1 基准回归结果

	(1)	(2)	(3)	(4)
	Debtcost1	Debtcost1	Debtcost2	Debtcost2
Did	0.002*** (2.83)	0.002*** (2.71)	0.002*** (2.71)	0.002** (2.57)
Size		0.000 (1.60)		0.000 (1.52)
Lev		0.019*** (19.71)		0.018*** (18.32)
Lnage		-0.001*** (-3.88)		-0.001*** (-4.44)
Growth		-0.003*** (-19.20)		-0.003*** (-18.37)
Cashflow		0.010*** (7.80)		0.011*** (8.12)
Tang		0.008*** (6.31)		0.008*** (6.38)
Mshare		-0.000*** (-5.04)		-0.000*** (-4.36)
Top1		-0.000*** (-4.11)		-0.000*** (-4.24)
Soe		-0.000 (-0.10)		-0.000 (-0.36)
Big4		0.000 (0.06)		-0.000 (-0.48)
Constant	0.019*** (452.19)	0.004 (0.75)	0.021*** (479.43)	0.007 (1.20)
Firm FE	YES	YES	YES	YES
Year FE	YES	YES	YES	YES
Observations	39,861	39,861	39,861	39,861
r2_a	0.508	0.546	0.509	0.542

（二）平行趋势检验

本文进行平行趋势检验来证实政策的实施是有效的。图 a 和图 b 分别表示 Debtcost1 和 Debtcost2 的平行趋势检验。如图所示，政策实施前，实验组的各期数对于债务融资成本的回归系数是不显著的，在 0 附近波动，且 95% 的置信区间跨越了零点；政策实施后，图形明显向上偏离 x 轴，且 95% 置信区间不包含零点，实验组各期数对于债务融资成本的回归系数显著不为 0。结果表明，基准回归结果是稳健的。对于实验组，政策前的区间对于被解释变量没有显著的作用效果，而政策后的区间对被解释变量有了显著的作用效果。



四、结论与政策建议

本文基于自 1999 年以来实行的财政部会计信息质量随机检查这一准自然实验，选取 2003 年 -2023 年共计 20 年非金融 A 股上市公司作为样本数据，探究政府会计监督对企业债务融资成本的影响。研究发现，在会计信息质量随机检查公告发布后，公告中被检查出问题的企业，其债务融资成本增加。同时，经过平行趋势检验，验证了本文研究结论是稳健可靠的。研究结果表明，财政部会计信息质量随机检查有效揭示了企业真实经营状况，保护了债权人利益。

基于以上结论，本文提出如下建议：第一，企业方面要坚决抵制会计造假行为，避免虚假财务报表的披露，加强财务会计人员职业道德教育；适当建立公开透明的信息获取渠道，将信息传递到外部投资者以减少他们感知到的信息不确定性。第二，政府方面要制定更加完善的法律法规，适当加重企业会计违规行为的法律后果，最大程度保护债权人的利益；在会计信息质量检查制度中做好统筹规划工作，对各省各市的检查资源调配进行统一筹划，尽量减少资源的浪费，避免重复查账，以期将检查的效率发挥到最优。

参考文献

[1] Biddle G C, Hilary G, Verdi R S. How does financial reporting quality relate to investment efficiency? [J]. Journal of accounting and economics, 2009, 48(2-3): 112-131.

[2] 王思卉. 关于如何完善会计监督体系的几点思考 [J]. 中国外资, 2011,(08):109-110.

[3] 陈国辉, 李长群. 论会计市场失灵与政府监管 [J]. 会计研究, 2000,(08):24-28.

[4] 葛家澍, 黄世忠. 安然事件的反思——对安然公司会计审计问题的剖析 [J]. 会计研究, 2002,(02):3-11+65.

[5] 梁上坤, 赵刚, 俞俊利, 等. 政府审计与银行贷款定价 [J]. 审计研究, 2020,(03):40-47.

[6] 滕飞, 夏雪, 辛宇. 证监会随机抽查制度与上市公司规范运作 [J]. 世界经济, 2022,45(08):109-132.

[7] 李建发, 袁璐, 李文文, 等. 政府财会监督与企业税收规避——来自财政部会计信息质量随机检查的证据 [J]. 管理世界, 2023,39(08):154-171+195+172.

[8] 柳光强, 王迪. 政府会计监督如何影响盈余管理——基于财政部会计信息质量随机检查的准自然实验 [J]. 管理世界, 2021,37(05):157-169+12.

[9] Bushman R M, Smith A J, Wittenberg - Moerman R. Price discovery and dissemination of private information by loan syndicate participants [J]. Journal of Accounting Research, 2010, 48(5): 921-972.

[10] Kim J B, Song B Y, Zhang L. Internal control weakness and bank loan contracting: Evidence from SOX Section 404 disclosures [J]. The Accounting Review, 2011, 86(4): 1157-1188.

[11] 魏志华, 王贞洁, 吴育辉, 等. 金融生态环境、审计意见与债务融资成本 [J]. 审计研究, 2012,(03):98-105.

[12] Smith Jr C W, Warner J B. On financial contracting: An analysis of bond covenants [J]. Journal of financial economics, 1979, 7(2): 117-161.

[13] Pittman J A, Fortin S. Auditor choice and the cost of debt capital for newly public firms [J]. Journal of accounting and economics, 2004, 37(1): 113-136.

[14] 胡宁, 曹雅楠, 周楠, 等. 监管信息披露与债权人定价决策——基于沪深交易所年报问询函的证据 [J]. 会计研究, 2020,(03):54-65.

市场竞争下的现代企业市场营销管理研究

谭静

中国航空无线电电子研究所, 上海 200233

摘 要 : 市场经济蓬勃发展下, 现代企业的经营环境发生了不同程度的变化。近几年, 受市场竞争的影响, 现代企业的运营存在一定风险, 尤其是在市场营销方面, 企业的市场营销管理面临较大挑战。此次论文先是对市场竞争下现代企业市场营销管理内容进行了分析, 随后又对现代企业市场营销管理现状展开了探讨, 最后提出了几点市场竞争下现代企业市场营销管理策略, 以期为相关人员提供参考。

关 键 词 : 市场竞争; 现代企业; 市场营销; 营销管理; 管理策略

Research on marketing management of military enterprises under market competition

Tan Jing

Institute of Aviation Radioonics of China, Shanghai 200233

Abstract : Under the vigorous development of market economy, the operating environment of modern enterprises has changed to different degrees. In recent years, influenced by market competition, there are certain risks in the operation of modern enterprises, especially in marketing, the marketing management of enterprises is facing great challenges. This paper first analyzes the content of modern enterprise marketing management under the market competition, then discusses the current situation of modern enterprise marketing management, and finally puts forward several modern enterprise marketing management strategies under the market competition, in order to provide reference for relevant personnel.

Keywords : market competition; modern enterprise; marketing; marketing management; management strategy

对于一些具有垄断性、层次性、有限性以及准入性等特点的行业, 企业竞争压力较小。但随着高新技术的不断发展, 各类产品的生产技术越发先进, 且产品附加值逐渐升高, 建设规模逐步扩大, 市场竞争日益激烈。为了进一步扩大市场占比, 现代企业需要注重市场营销, 加强市场营销管理, 通过合规合法营销活动的举办开拓市场, 避免市场被其他企业所挤占。与此同时, 现代企业需要制定合情合理的市场营销策略, 提高自身市场营销水平, 借此强化自身核心竞争力, 为企业的可持续发展提供坚实保障。

一、市场竞争下现代企业市场营销管理内容分析

(一) 研发创新

市场竞争中, 现代企业的竞争优势主要体现在专业知识与高端技术两方面。为此, 在激烈的市场竞争下, 现代企业的市场营销管理需要注重研发与创新, 合理利用专业知识与高端技术研发与生产高品质产品, 提高产品质量, 随后还需要实时关注市场需求变化情况, 适时调整市场营销策略, 确保研究创新产品满足市场需求。与此同时, 现代企业需要注重与专业化机构或高校的合作, 例如科研机构以及高等院校等, 不断引进与应用高新技术, 聘请专业、高素质研发人才, 以便于研发出更具创新性以及市场竞争性的产品^[1]。

(二) 客户管理

不同于其他企业, 现代企业的客户存在一定限制, 为了能够

在激烈的市场竞争中占有一席之地, 现代企业市场营销管理工作的开展需要注重客户管理, 积极拉近与客户之间的距离, 尽可能与客户之间构建友好、和谐以及长久的合作关系, 以此保证固定市场份额。合作时期, 现代企业需要为客户提供高品质产品的同时, 还需要注重服务质量的提升, 做好售后服务, 同时还需要及时解决客户相关问题, 满足客户合理化需求, 以此稳固客户关系。

(三) 渠道管理

市场营销管理工作中, 渠道管理属于重要内容, 其是现代企业产品销售好坏的重要环节, 良好的渠道管理可以助力企业更好的完成市场推广以及销售任务, 拓宽企业市场营销范围, 提高现代企业市场竞争力。不同时期, 市场的发展趋势不同, 渠道管理需要现代企业管理人员实时关注市场发展趋势, 了解市场发展动态, 掌握产品销售渠道特点, 以便于营销方案的合理制定, 营销

模式的科学选择以及销售渠道的最终确定等^[2]。

二、市场竞争下的现代企业市场营销管理现状研究

（一）市场营销理念有待创新

在一些特种产品销售方面，企业往往具有一定的卖方垄断地位，加之受原有特种产品采购模式的影响，部分现代企业的商业观念以及市场营销管理理念等有待进一步创新，企业管理人员的营销意识较为落后，进而导致部分现代企业管理的重点在于新技术的研发与产品的功能开发，忽视了市场营销管理，即所谓的“重生产、轻营销”，致使企业的市场营销重心主要是技术研发与产品，久而久之可能会导致产品滞销，军品无法满足客户需求^[3]。与此同时，过分重视技术研发会忽略市场调研，不利于企业了解作战需求，进而可能会失去市场竞争优势^[4]。

（二）市场营销机制有待完善

市场营销管理工作涉及诸多内容，大部分现代企业因市场营销机制有待进一步完善，所以其营销管理工作的开展存在市场竞争力偏低的现象。在机制较为落后的背景下，现代企业市场营销管理存在企业管理层级较多，各部门之间权责模糊以及缺少完善考核与激励机制等现象。因管理层级较多，所以数据信息传递的时间较长，信息共享容易滞后，容易出现纰漏，加之各部门之间权责模糊，所以营销管理工作的开展存在相互推脱的现象^[5]。

（三）市场营销策略有待明确

目前，部分现代企业市场营销策略的制定有待进一步明确。针对营销市场的分析，相关工作人员缺乏专业性，可能会导致市场分析缺乏科学性以及可信性等，且不利于市场相关数据信息的全面收集与充分利用等。与此同时，部分现代企业因过分重视技术研发，忽略市场营销，进而导致企业内部缺少可行性的年度营销方案，不仅不利于市场营销工作的开展，还会导致市场营销工作的开展缺乏导向性，市场营销管理目标的制定缺乏针对性^[6]。

三、市场竞争下的现代企业市场营销管理策略分析

立足于现代企业市场特性，结合市场竞争现状，灵活选择最佳的营销管理策略，以期提升营销管理水平，为企业带来更加理想的经济效益。具体策略如下。

（一）形成现代化的营销理念

新时期，市场经济发展快速，市场竞争下，现代企业市场营销管理工作的开展需要注重现代化营销理念的形成，同时还需要注重营销理念的创新性，重在促进企业营销管理工作的现代化发展^[7]。意识决定行为，现代企业市场营销能力的提升需要优先从创新思想理念入手，重视营销管理理念的现代化发展，正确看待市场竞争，逐步形成开放、竞争的管理意识。与此同时，企业管理人员需要明确军品市场竞争趋势，注重现代化管理理念的融入，不断提高人员的竞争意识以及营销管理能力等，始终坚持服务客户，满足客户需求，同时还需要在加强技术研发的基础上重视市场营销，组织人员学习市场营销管理知识，强化企业人员“面向

市场，以客户为中心”的意识理念，运用现代化理念开展市场营销管理工作^[8]。

（二）建立健全市场营销机制

市场营销机制具有指导以及约束等作用，激烈的市场竞争需要良性循环，建立健全市场营销机制可为现代企业市场营销管理工作的开展提供制度指导，可以保证营销管理决策做出的正确性^[9]。首先，创建现代化市场营销机制，以客户为导向，规范企业市场营销管理，尽可能确保市场供需的稳定性，规范市场营销人员营销行为，保证营销管理方法合规合法。其次，创建沟通机制，加强各部门之间的联系，通过沟通机制为数据信息共享创造良好条件，确保数据信息传输的时效性以及有效性等，以便于保证市场营销方案的制定符合客户需求。最后，建立与完善考核、激励机制，奖罚分明，以此促进营销人员工作积极性，提高企业经济效益。与此同时，有助于提高企业服务水平，提升客户满意度。

（三）逐步完善市场营销策划

市场变幻莫测，为适应市场变化趋势，满足客户需求，现代企业需要逐步完善市场营销策划，以此保留或强化企业市场竞争力。首先，市场营销工作人员需要全面分析业务地位与产品销售环境等，明确产品优势、劣势，以此为基础制定市场营销策划，强化项目策划，正确把控市场营销方向。建立常态化市场调研机制，采用深度访谈、问卷调查、行业报告分析等方式，持续跟踪国内外市场动态，掌握客户需求变化等信息。运用大数据手段深度挖掘和分析收集的数据信息，从中提炼出目标客户群特征、偏好，为精准营销提供可靠数据依据。根据市场调研结果，明确产品定位、渠道定位、价格定位，实现营销活动更为精准、高质量展开。其次，深入研究行业产品研发、生产需求，牢牢抓住目标市场，策划市场营销方案，随后可以适当进行下一级市场产品的研发，以此扩大市场占比，强化市场竞争力。另外，市场营销策划十分重要，企业需要确保市场营销大方向准确^[10]。最后，营销策划的完善需要注重差异性，重点突出产品的营销特色，注重营销策划的创新性，以此促进现代企业市场营销的创新性发展，提升企业市场营销策划水平。依据客户需求，推行定制化服务，充分契合客户需求，提高客户粘性。由于某些行业较为特殊，面向的受众也较为特殊，可以制定差异化营销策略，吸引潜在客户，凸显出企业特色。灵活运用公关、广告、直销和促销等营销手段，塑造良性的品牌形象，提高品牌美誉度和认知度。

（四）不断创新市场营销策略

市场竞争日益激烈，现代企业若想在激烈的市场竞争中脱颖而出，便需要注重市场营销策略的创新。首先，定价策略创新。社会对于产品价格的关注度逐渐提高，且产品价格审核越发严格，合理且科学的定价策略可以保证在价格审核通过的基础上实现经济效益最大化目标，以此提高企业市场竞争力，扩大企业市场销售份额。其次，渠道策略创新。渠道策略的制定可为现代企业营销数据的获取提供沟通渠道，策略的创新需要抓住客户渠道，全方位了解客户变化需求与相关决策，精准获取市场数据信息，确保渠道策略创新的有效性。最后，公关策略创新。客户的

保密性较强,进而营销沟通机会较少,公关策略的创新可以进一步提高产品营销的保密性,加强买卖双方沟通交流^[11]。

四、结束语

受经济全球化发展的影响,市场竞争日益激烈,国内现代企业若想在激烈的市场竞争中占有一席之地,便需要注重市场营销

管理,了解研发创新、客户管理、渠道管理、数据分析以及定位与品牌建设等市场营销管理内容。当前,国内现代企业的市场营销管理存在市场营销理念有待创新、市场营销机制有待完善、市场营销策略有待明确以及营销策划缺少客户导向等现象,需要企业通过形成现代化的营销理念、建立健全市场营销机制、逐步完善市场营销策划以及不断创新市场营销策略等措施给予改善。

参考文献

- [1] 李亚中,贺峻华,曹婧,等.以客户关系为视角的军工企业营销策略[J].航天工业管理,2023,(08):7-10.
- [2] 侯卓楠. R 军工产品公司营销策略优化研究[D].河北经贸大学,2023. DOI:10.27106/d.cnki.ghbj.2023.000252.
- [3] 王海云. H 公司军工产品营销策略优化研究[D].云南师范大学,2021. DOI:10.27459/d.cnki.gynfc.2021.001684.
- [4] 白祥志. A 军工公司市场营销绩效评价与管理优化策略研究[D].西北农林科技大学,2021. DOI:10.27409/d.cnki.gxbnu.2021.002156.
- [5] 黄黎伟,方迪,杨德喜.市场竞争下的军工企业市场营销管理解析[J].今日财富,2021,(05):54-55.
- [6] 陈吉彬.市场经济条件下军工市场营销的模式选择[J].中国市场,2020,(05):134+150. DOI:10.13939/j.cnki.zgsc.2020.05.134.
- [7] 毛汝俊.探究新形势下军工电子企业市场营销之路[J].广西质量监督导报,2019,(09):153.
- [8] 王艳秋.军民融合背景下J公司反无人机产品营销策略研究[D].电子科技大学,2019. DOI:10.27005/d.cnki.gdzku.2019.000206.
- [9] 顾辉.军工企业市场营销创新的方向探析[J].中国市场,2019,(26):131-132. DOI:10.13939/j.cnki.zgsc.2019.26.131.
- [10] 张婧.论市场经济背景下军工市场营销的模式选择[J].中国市场,2019,(02):141+143. DOI:10.13939/j.cnki.zgsc.2019.02.141.
- [11] 刘小姣,马云飞.军民融合背景下的军工市场营销模式[J].现代营销(下旬刊),2019,(04):88-89.

财务大数据分析在电网企业中的应用现状与优化路径

王东锋

北京中电普华信息技术有限公司, 北京 100192

摘 要： 信息技术的日新月异，促使我们步入一个数据驱动的时代，而大数据技术的广泛应用标志着大数据时代的全面到来。而在电网企业中，财务大数据分析作为一种新兴的管理工具，其已经成为了企业精准决策、优化运营、提升竞争力的关键驱动力。本文核心在于深入地探讨财务大数据分析在电网企业中的应用现状，并细致剖析当前实践中存在的问题与挑战。针对于此文章还提出切实可行的优化路径与策略，以期能为电网企业有效利用财务大数据分析资源、推动财务管理转型与升级提供有益的参考和启示。

关 键 词： 财务；大数据分析；电网企业；应用现状；优化

Application status and optimization path of financial big data analysis in power grid enterprises

Wang Dongfeng

Beijing China Power Information Technology Co., Ltd. Beijing 100192

Abstract： The rapid development of information technology has prompted us to step into a data-driven era, and the wide application of big data technology marks the comprehensive arrival of the era of big data. In power grid enterprises, financial big data analysis, as an emerging management tool, has become a key driving force for enterprises to make accurate decisions, optimize operation and enhance competitiveness. The core of this paper is to deeply discuss the application status of financial big data analysis in power grid enterprises, and carefully analyze the problems and challenges existing in the current practice. In view of this article, feasible optimization paths and strategies are also put forward, in order to provide useful reference and enlightenment for power grid enterprises to effectively use financial big data analysis resources and promote the transformation and upgrading of financial management.

Keywords： finance; big data analysis; power grid enterprise; application status; optimization

引言

在当今数字化时代，大数据技术的发展为企业的财务管理带来了新的机遇和挑战。其中电网企业作为国家重要的能源基础设施企业，内部财务管理涉及大量的数据。而财务人员如何有效地利用这些数据进行分析，来为企业的决策提供支持，成为了当前电网企业面临的重要问题。财务大数据分析作为一种新兴的财务管理手段，其能够帮助电网企业实现数据的深度挖掘和分析，进而提高财务管理的效率和决策的科学性。

一、财务大数据分析的概念及特点

（一）概念

财务大数据分析是指相关人员利用大数据技术对企业的财务数据进行收集、整理、存储、分析和挖掘，以获取有价值的信息，进而为企业的决策提供支持。一般情况下，财务大数据分析不仅包括传统的财务报表分析，同时其还包括对企业的非财务数据进行分析，如市场数据、客户数据、供应商数据等^[1]。

（二）特点

- 数据量大：电网企业的财务管理涉及大量的数据，如财务报表数据、业务数据、市场数据等等。由于这些数据的规模庞大，所以传统的数据分析方法难以对其进行处理。
- 数据类型多样：财务大数据不单单只包括结构化数据，如财务报表数据，其还包括非结构化数据，如文本数据、图像数据、音频数据等。而这些数据类型的多样性增加了数据分析的难度。

姓名：王东锋（1984.10-），女，北京市平谷区人，硕士研究生，汉族，研究方向：智能财务管理、企业数字化转型、大数据分析与应用、工业工程技术。

3. 数据处理速度快：大数据时代数据的产生速度非常快，企业必须及时地对这些数据进行处理和分析，从中获取有价值的信息。因此财务大数据分析需要具备快速的数据处理能力，才能够满足企业的决策需求。

4. 数据分析深度高：财务大数据分析能够对企业的财务数据进行深度挖掘和分析，进而发现数据中的潜在规律和趋势，最终为企业的决策提供更加科学的依据。

二、财务大数据分析在电网企业中的应用现状

（一）在预算管理中的应用

1. 预算编制：电网企业利用财务大数据分析技术，能够对历史财务数据、业务数据、市场数据等进行分析，并以此为基础预测未来的收入、成本、费用等指标，进而为预算编制提供科学的依据。

2. 预算执行监控：电网企业通过财务大数据分析技术，可实时监控预算执行情况，确保能够及时地发现预算执行中的偏差，并对其采取相应的措施进行调整。

（二）在成本管理中的应用

1. 成本核算：利用财务大数据分析技术，电网企业可以对成本数据进行分类、归集和核算，进而提高成本核算的准确性和及时性。例如其通过对原材料采购成本、生产成本、销售成本等数据的分析，即能够准确核算企业的成本。

2. 成本控制：借助财务大数据分析技术，电网企业可对成本数据进行分析，从而找出成本控制的关键点，再对其采取相应的措施进行成本控制。比如通过对成本结构的分析，企业可找出成本占比较高的环节，及时地采取措施以降低成本。

（三）在风险管理中的应用

1. 风险识别：电网企业利用财务大数据分析技术，可对企业的财务数据、业务数据、市场数据等进行分析，以此识别企业面临的各种风险，如市场风险、信用风险、操作风险等^[1]。

2. 风险评估：通过财务大数据分析技术，电网企业可对识别出的风险进行评估，进而确定该风险的大小和影响程度。如其通过对风险发生的概率和损失程度的分析，能够评估风险的大小；而通过对风险对企业财务状况和经营成果的影响程度的分析，则能够评估风险的影响程度。

3. 风险应对：根据风险评估的结果，电网企业可及时地对其采取相应的风险应对措施，从而降低该风险的影响。对于市场风险来说，企业可以采取套期保值等措施进行风险对冲。

（四）在决策支持中的应用

1. 投资决策：电网企业利用财务大数据分析技术，可对投资项目的可行性进行分析，最终为投资决策提供科学的依据。举例来说，对投资项目的预期收益、风险、回收期等指标进行分析，企业可评估投资项目的可行性。同时通过对不同投资项目的对比分析，企业还可以选择出最优的投资项目。

2. 经营决策：电网企业通过财务大数据分析技术，对企业的经营状况进行分析，进而为经营决策提供支持。其中经过对企业

的销售收入、成本、利润等指标的分析，就能够了解该企业的经营状况。

三、财务大数据分析在电网企业中应用存在的问题

（一）数据质量问题

1. 数据准确性不高

电网企业的财务数据来源广泛，其中包括了财务系统、业务系统、外部数据等。因此由于数据采集、传输、存储等环节存在问题，就容易导致数据准确性不高。

2. 数据完整性不足

电网企业的财务数据涉及到了多个部门和业务环节，若对于数据管理不善，则会导致数据完整性不足。具体来说：某些部门的数据没有及时录入系统，或者某些业务环节的数据没有被采集到，还会有某些数据在传输过程中被丢失等。

3. 数据一致性差

因为电网企业的财务数据存在多个版本，而由于数据更新不及时、数据口径不一致等原因，即会导致数据一致性差。如不同部门使用的数据版本不同，同一数据在不同系统中的口径不一致以及数据更新不及时，均会导致数据不一致等^[3]。

（二）技术应用问题

1. 大数据技术应用水平不高

当前电网企业虽然已经认识到了财务大数据分析的重要性，但其在大数据技术应用方面还存在不足。缺乏专业的大数据技术人才、大数据技术应用平台不完善与大数据分析算法和模型不够先进等，都是电网企业需要解决的难题。

2. 数据安全问题

财务大数据涉及企业的核心财务信息，因此数据安全问题至关重要。然而电网企业在数据安全方面还存在一些隐患，如数据存储安全、数据传输安全、数据访问安全等。其中数据存储设备可能会出现故障，进而导致数据丢失；数据传输过程中可能被黑客攻击，致使数据泄露；同时数据访问权限管理不善，就可能导致数据被非法访问等。

（三）人才短缺问题

1. 财务人员数据分析能力不足

如今电网企业的财务人员大多熟悉的是传统的财务会计知识和技能，而对大数据分析技术了解较少，且数据分析能力不足。展开而言，大部分财务人员不熟悉大数据分析工具和方法，且其不具备数据挖掘和分析的能力，也就不能有效地利用大数据分析结果为企业决策提供支持等。

2. 缺乏复合型人才

财务大数据分析需要既懂财务又懂信息技术的复合型人才。可电网企业目前缺乏这样的人才，进而导致财务大数据分析工作难以顺利开展。

（四）管理体制问题

1. 部门之间协作不畅

因为财务大数据分析涉及多个部门，如财务部门、业务部

门、信息技术部门等。所以部门之间职责不清、协作不畅，就会导致财务大数据分析工作难以顺利开展。

2. 缺乏有效的管理机制

目前电网企业在财务大数据分析方面缺乏有效的管理机制，如数据管理制度不健全、数据分析流程不规范、数据分析结果应用不充分等等。其中数据管理制度不完善会导致数据管理混乱；而数据分析流程不规范会导致数据分析效率低下；数据分析结果应用不充分，则可能导致数据分析价值无法体现等。

四、财务大数据分析在电网企业中的优化路径

（一）提高数据质量

实践当中，电网企业应建立健全数据治理体系，以此加强对数据的采集、传输、存储、使用等环节的管理，提高财务管理相关数据的质量。对此其应制定数据采集标准和规范，以确保数据采集的准确性和完整性；并且还要建立数据传输安全机制，从而防止数据在传输过程中被篡改和丢失；同时还需建立数据存储备份机制，防止数据损坏和丢失^[4]。

不仅如此，电网企业必须定期对财务数据进行清洗和整合，去除数据中的噪声和错误，进一步提高数据的准确性和一致性。例如，其应该利用数据清洗工具对数据进行清洗，从而去除重复数据、错误数据、异常数据等；或者利用数据整合工具对数据进行整合，达到统一数据口径和格式，提高数据一致性和可用性的目的。

（二）提升技术应用水平

基于电网企业人才现状，其应加强对大数据技术人才的培养，提高自身大数据技术应用水平。首先通过内部培训、外部培训、人才引进等方式，企业可培养一批专业的大数据技术人才；其次应建立大数据技术人才激励机制，以提高人才的积极性和创造性；最后需加强与高校、科研机构的合作，与其共同培养大数据技术人才。

对于电网企业自身而言，其应完善大数据技术应用平台，不断地提高数据处理和分析能力。为此企业需要建立数据仓库，在其中存储企业的历史财务数据和业务数据，并建立数据分析平台，在该平台上利用大数据分析工具和算法对数据进行分析 and 挖掘。

（三）培养复合型人才

电网企业应采取多种措施来加强对财务人员的培训，以此提

高财务人员的数据分析能力。第一，企业可组织财务人员参加大数据分析培训课程，促使其学习大数据分析工具和方法；第二，企业应邀请大数据分析专家进行讲座和培训，进而提高财务人员的数据分析意识和能力；第三是通过开展内部数据分析竞赛和交流活动，来激发财务人员的学习热情 and 创新能力。

除此电网企业还应加大对复合型人才的介绍力度，以满足财务大数据分析工作的需要。针对于此，企业可通过招聘、引进等方式，引进一批既懂财务又懂信息技术的复合型人才，接着在内部建立复合型人才激励机制，从而提高人才的待遇和发展空间。

（四）完善管理体制

加强部门之间的协作是电网企业发展的关键，对此其需建立健全部门之间的数据共享机制和沟通协调机制，进而提高财务大数据分析工作的效率和质量。例如明确各部门在财务大数据分析工作中的职责和权限；建立数据共享平台，以实现部门之间的数据共享；以及定期召开部门之间的沟通协调会议，及时地解决财务大数据分析工作中存在的问题。

另外电网企业还应建立健全财务大数据分析管理机制，借此机制规范数据分析流程，与提高数据分析结果的应用价值。其中企业要制定财务大数据分析管理制度，以此明确数据分析的目的、方法、流程和结果应用等，建立数据分析流程规范，从而确保数据分析工作的科学性和规范性。以及建立数据分析结果应用反馈机制，确保自己能够及时了解数据分析结果的应用情况，进而不断改进和完善数据分析工作^[5]。

五、结语

经研究明确，财务大数据分析在电网企业中的应用具有重要的现实意义。因为通过对财务大数据的分析，电网企业可以更好地进行预算管理、成本管理、风险管理和决策支持，进而提高企业的管理水平和经济效益。然而目前财务大数据分析在电网企业中应用还存在一些问题，如数据质量问题、技术应用问题、人才短缺问题和管理体制问题等。而为了解决这些问题，电网企业应在实践中采取相应的优化路径，如提高数据质量、提升技术应用水平、培养复合型人才和完善管理体制等。只有这样，电网企业才能充分发挥财务大数据分析的作用，进而为电网企业的发展提供有力的支持。

参考文献

- [1] 杨林峰. "大数据 + 财务" 背景下企业财会变革现状分析及创新管理路径探究 [J]. 企业改革与管理, 2021, (7).
- [2] 张雅雯. "互联网 +" 时代下中小企业财务管理存在的问题及对策 [J]. 投资与创业, 2024, 35(4): 67-69.
- [3] 张颖. 电力大数据在电网建设中的应用现状 -- 评《电力大数据技术及其应用研究》[J]. 水利水电技术, 2020, 51(04): 10012-10012.
- [4] 吴文靖. 财务风险管理在房地产企业中的应用与优化路径研究 [J]. 经济师, 2024, (03): 98-99.
- [5] 高娜. 大数据应用背景下企业财务的数据挖掘与分析 [J]. 中国新技术新产品, 2023, (12): 133-136.

电网企业虚拟共享中心构建的实践与思考

王振宇

北京中电普华信息技术有限公司, 北京 100192

摘 要 : 在当今这个信息技术日新月异的时代, 企业管理的理念与实践正经历着前所未有的变革。特别是随着云计算、大数据、人工智能等先进技术的广泛应用, 促使作为国民经济关键支柱的电网企业, 积极地去探索如何利用这些技术优化内部运营。而在此背景下, 虚拟共享中心作为一种创新的管理模式, 凭借其高效、灵活、低成本的优势, 已经逐渐成为了电网企业提升财务管理效率、降低运营成本、增强核心竞争力的关键途径。为此本文主要以财务信息为主要切入点, 深入地探讨了电网企业虚拟共享中心的构建实。

关 键 词 : 电网企业; 虚拟共享中心; 构建; 实践; 思考

Practice and thinking on the construction of virtual sharing Center of Power grid enterprises

Wang Zhenyu

Beijing China Power Information Technology Co., Ltd. Beijing 100192

Abstract : In today's era of rapidly changing information technology, the concept and practice of enterprise management are experiencing unprecedented changes. Especially with the wide application of cloud computing, big data, artificial intelligence and other advanced technologies, power grid enterprises, as the key pillars of the national economy, are encouraged to actively explore how to use these technologies to optimize their internal operations. In this context, as an innovative management mode, virtual sharing center, has gradually become a key way for power grid enterprises to improve financial management efficiency, reduce operating costs and enhance core competitiveness with its advantages of high efficiency, flexibility and low cost. Therefore, this paper mainly takes the financial information as the main entry point, and deeply discusses the construction of the virtual sharing center of power grid enterprises.

Keywords : power grid enterprise; virtual sharing center; construction; practice; thinking

引言

在当今数字化时代, 电网企业面临着日益复杂的市场环境和激烈的竞争挑战。而为了提高运营效率、优化资源配置与提升企业价值, 电网企业需要积极地探索创新管理模式。虚拟共享中心作为一种新兴的管理模式, 其是通过整合信息技术和业务流程, 来实现财务等职能的集中化、标准化和自动化, 因而其能够为电网企业的可持续发展提供有力支持。本文聚焦于财务信息这一核心领域, 通过对电网企业虚拟共享中心构建实践的深入剖析, 旨在揭示其运作机制、实施成效及面临的挑战, 并提出针对性的思考与建议, 旨在为电网企业实现财务管理的全面转型升级提供有价值的参考和启示。

一、电网企业虚拟共享中心的概念与特点

(一) 概念

电网企业虚拟共享中心是指利用信息技术, 将企业内部的财务、人力资源、信息技术等职能进行整合, 从而实现跨地域、跨部门的业务协同和资源共享。它主要以数字化平台为支撑, 接着通过标准化的流程和统一的管理, 进而为企业提供高效、优质的服务^[1]。

(二) 特点

1. 集中化管理

虚拟共享中心能够将分散在各个部门和地区的财务业务集中到一个中心进行处理, 以此实现了业务的标准化和规范化, 并提高了工作效率和质量。

2. 信息化支撑

依托先进的信息技术, 如大数据、云计算、人工智能等, 虚拟共享中心能够实现财务数据的实时采集、传输、处理和分析,

姓名: 王振宇 (1983.01-), 男, 汉族, 黑龙江省双鸭山市人, 硕士研究生, 研究方向: 企业信息化管理、智慧共享财务管理、业财融合管理, 工业工程技术。

以此为企业决策提供准确、及时的信息支持。

3. 服务专业化

虚拟共享中心的工作人员均经过专业培训，因此其具备较高的业务水平和服务意识，能够为企业提供高质量的财务服务。

4. 成本效益优化

通过集中化管理和信息化支撑，虚拟共享中心降低了企业的运营成本，提高了资源利用效率，并且还实现了成本效益的优化。

二、电网企业虚拟共享中心构建的实践

现阶段随着信息技术的飞速发展和企业管理理念的创新，虚拟共享中心已经成为了电网企业提升财务管理效率、降低成本以及增强核心竞争力的重要手段。

（一）构建目标

1. 提高财务管理效率：虚拟共享中心具备集中化、标准化的业务处理流程，因此其能够减少重复性工作，与提高财务数据的准确性和及时性，以及提升财务管理效率。

2. 降低运营成本：整合资源，以减少人员和设备的重复投入，进而降低企业的运营成本。

3. 提升服务质量：为满足企业内部各部门和外部客户的需求，企业需要借助虚拟共享中心提供专业化的财务服务。

4. 增强企业核心竞争力：虚拟共享中心可优化财务管理流程，进而提高企业的决策支持能力和风险管控水平，并增强企业的核心竞争力。

（二）构建步骤

1. 需求分析：对电网企业的财务管理现状进行深入调研，从中了解企业内部各部门和外部客户的需求，以此为基础确定虚拟共享中心的建设目标和功能需求。

2. 方案设计：根据需求分析结果，制定出虚拟共享中心的建设方案，其中需要包括组织架构、业务流程、信息技术架构等方面的设计。

3. 系统建设：选择合适的信息技术平台，再进行系统开发和测试，如此可确保系统的稳定性和可靠性。同时还需要对企业内部的财务数据进行清理和整合，为系统上线做好准备^[2]。

4. 人员培训：电网企业要对虚拟共享中心的工作人员进行专业培训。只有提高其业务水平和服务意识，才可以确保虚拟共享中心的顺利运行。

5. 上线试运行：将虚拟共享中心的系统上线试运行，目的在于对系统的功能和性能进行测试和优化，并需要及时地解决试运行过程中出现的问题。

6. 正式运行：在试运行成功的基础上，企业才可以将虚拟共享中心正式投入运行。同时其依然需要不断地完善和优化业务流程和系统功能，从而提高虚拟共享中心的服务质量和效率。

（三）关键技术应用

1. 大数据技术：利用大数据技术对财务数据进行采集、存储、分析和挖掘等操作，可为企业决策提供准确、及时的信息

支持。

2. 云计算技术：采用云计算技术构建虚拟共享中心的信息技术平台，能够有效地实现资源的动态分配和弹性扩展，进而提高系统的稳定性和可靠性。同时云计算技术还可以降低企业的信息化建设成本，帮助企业提高资源利用效率。

3. 人工智能技术：企业应用人工智能技术，如智能财务机器人等，可实现财务业务的自动化处理，与提高工作效率和质量。例如智能财务机器人可以自动完成财务报表的编制、审核等工作，以此帮助企业减少人工干预，并降低错误率。

（四）业务流程优化

1. 财务核算流程优化：企业需将分散在各个部门和地区的财务核算业务集中到虚拟共享中心进行处理，以此实现财务核算的标准化和规范化。并且通过信息化手段，其还能实现财务数据的自动采集和传输，进而减少人工录入的工作量，提高数据的准确性和及时性。

2. 资金管理流程优化：建立统一的资金管理平台，才可以实现资金的集中收付、资金预算的统一编制和执行监控等功能。而通过优化资金管理流程，就能提高资金的使用效率，并降低资金风险。

3. 财务报表编制流程优化：信息化可帮助企业实现财务报表的自动编制和合并，从而提高财务报表的编制效率和准确性。同时经过对财务报表的分析和挖掘，还能为企业决策提供更多的信息支持。

（五）组织架构调整

1. 建立虚拟共享中心的组织架构：设立虚拟共享中心的管理团队和业务团队，其中需要明确各团队的职责和权限，才能确保虚拟共享中心的高效运行。

2. 调整企业内部的组织架构：为了适应虚拟共享中心的建设和运行，企业内部的组织架构也需要进行相应的调整。例如，企业应将原来分散在各个部门的财务人员集中到虚拟共享中心，从而实现财务人员的专业化管理^[3]。

三、电网企业虚拟共享中心构建的思考与建议

（一）加强技术保障

1. 选择合适的技术平台

电网企业在构建虚拟共享中心时，必须选择成熟、稳定、可靠的技术平台。据此其可以通过对市场上的各种技术方案进行评估和比较，来选择出最适合本企业需求的技术平台。如企业可以考虑选择具有丰富行业经验的软件供应商，以确保技术平台能够满足企业的业务需求和发展要求。另外企业还应关注技术平台的可扩展性和兼容性，以便在未来能够便捷地进行技术升级和功能扩展。如其可以选择采用开放式架构的技术平台，从而便于以后与其他系统进行集成和数据交互。

2. 加强数据安全治理

一方面企业需建立完善的数据安全管理制度，其目的是在企业内部明确数据安全责任和权限。其中需要对财务数据进行分类

分级管理，并对其采取不同的安全措施，以确保数据的安全性和保密性。例如企业应对核心财务数据进行加密存储，并对敏感数据进行访问控制，及限制只有授权人员才能访问。

另外一方面来说，企业还需要加强网络安全防护，应用防火墙、入侵检测、数据加密等技术手段，来防止网络攻击和数据泄露。并且还应定期进行内部网络安全审计和漏洞扫描，确保能够及时地发现和修复安全隐患。

3. 持续进行技术创新

电网企业需持续关注信息技术的发展趋势，并积极引入新的技术和工具，从而提升虚拟共享中心的技术水平和服务能力。具体而言，其应积极地探索人工智能、大数据、区块链等技术在财务管理领域的应用，借助先进技术手段来提高财务数据的分析和处理能力，进而实现财务业务的智能化管理。

同时企业还应加强与科研机构、高校等的合作，与其共同开展技术创新研究，为虚拟共享中心的发展提供技术支持。例如企业可与高校合作开展财务数据分析项目，利用高校的科研资源和人才优势，来提升企业的技术创新能力^[4]。

（二）注重人员培养

1. 提升人员专业技能

制定详细的人员培训计划，即需要针对不同层次的财务人员开展有针对性的培训。其中培训内容应包括信息技术、数据分析、财务管理等方面的知识和技能。对于实践来说，企业可以组织财务人员参加数据分析培训课程，帮助员工们学习数据挖掘、数据分析工具的使用等技能；或者邀请专家来企业为财务人员进行财务管理前沿知识讲座，以此拓宽财务人员的视野。

基于此，企业还需要鼓励财务人员积极参加行业内的培训和交流活动，促使其能够迅速地了解最新的财务管理理念和技术。为此企业可以为财务人员提供在线学习平台，方便他们随时随地进行学习和提升。

2. 促进人员转型发展

企业必须为财务人员提供转型发展的机会和支持，以帮助他们适应虚拟共享中心的工作模式和要求。比如设立内部转岗机制，从而鼓励财务人员向数据分析、业务支持等岗位转型。又如为财务人员提供跨部门工作的机会，以此让他们能够了解到企业的业务流程和管理需求，提升其综合素质。

另外为财务人员建立职业发展规划体系，给予其明确的职业

发展路径和晋升通道也是至关重要的。企业可设立财务专家、技术专家等岗位序列，确保财务人员在不同的职业发展方向上都有晋升的机会。

3. 留住优秀人才

为吸引和留住优秀人才，企业应建立合理的薪酬福利体系，提高财务人员的待遇水平。一方面其可以根据财务人员的工作绩效和贡献，给予员工相应的薪酬奖励；另一方面企业还可以为财务人员提供良好的福利待遇，如健康保险、带薪休假等^[5]。

（三）优化管理机制

1. 推进业务流程再造

企业成立专门的业务流程再造团队，以确保对企业的财务业务流程进行全面梳理和优化。当中团队成员应包括财务人员、业务人员、信息技术人员等，且要促使其共同参与业务流程再造工作。

2. 完善绩效考核体系

只有企业建立了科学合理的绩效考核体系，才能确保自己全面地评价了虚拟共享中心的工作绩效。对此其考核指标应包含财务指标、服务质量指标、技术创新指标等多个方面。同时其还需加强绩效考核的过程管理，以确保考核的公平性和公正性。

3. 加强内部沟通协调

电网企业应加强虚拟共享中心与外部机构的沟通协调，帮助其建立良好的合作关系。其中企业可以与税务部门、审计机构等建立定期沟通机制，以确保其能够及时地了解政策法规的变化，从而保证财务工作的合规性。

四、结语

电网企业虚拟共享中心的构建是一项复杂而艰巨的任务，其需要企业在技术、人员、管理等方面进行全面的规划和实施。电网企业需要通过构建虚拟共享中心，以实现财务管理的转型升级，与提高运营效率、降低成本、提升服务质量和增强核心竞争力。而在构建虚拟共享中心的过程中，企业需要充分认识到面临的挑战，并对其采取有效的措施加以应对。同时企业还需要在实践当中不断地探索和创新，并持续优化虚拟共享中心的建设和运行，才能为企业的可持续发展提供有力支持。

参考文献

- [1] 刘雅琪. 建筑企业构建财务共享服务中心的思考[J]. 大众投资指南, 2023,(16):170-172.
- [2] 张彦甫, 姜啸啸. 以“五个深融”管理机制创新助推高质量发展——基于中央企业媒体融合实践的创新与思考[J]. 中国出版, 2022,(11):37-40.
- [3] 王建国. 构建集团企业财务共享服务中心的原则与措施——基于省级国有资产控股公司财务共享中心建设实践的思考[J]. 企业改革与管理, 2019,(15):156-157.
- [4] 曲洪坤. 集团企业财务共享中心建设的实践与思考[J]. 中国总会计师, 2021,(06):42-44.
- [5] 陈丽君. 关于集团企业财务共享中心建设的实践与思考[J]. 大众投资指南, 2023,(19):112-114.

全球化背景下地勘企业国际经营评价标准的适应性调整策略

刘小娣

中国煤炭地质总局, 北京 100038

摘 要： 随着全球化进程的加速，地勘企业国际经营面临诸多新机遇与挑战。传统的经营评价标准难以契合当下复杂多变的国际形势，亟待适应性调整。本文围绕全球化对地勘企业国际经营的影响展开分析，剖析现行评价标准的局限性，进而从经济效益、技术创新、风险管控、社会责任以及国际合作等维度提出针对性的调整策略，旨在构建一套契合时代需求的国际经营评价标准体系，助力地勘企业提升国际竞争力，实现可持续发展。

关 键 词： 全球化；地勘企业；评价标准；适应性调整；短期财务指标

Adaptive adjustment strategies for international business evaluation criteria of geological exploration enterprises in the context of globalization

Liu Xiaodi

China National Administration of Coal Geology, Beijing 100038

Abstract： With the acceleration of globalization, geological exploration enterprises face many new opportunities and challenges in their international operations. Traditional business evaluation criteria are difficult to fit the current complex and changing international situation, and urgent adaptive adjustments are needed. This article analyzes the impact of globalization on the international operations of geological exploration enterprises, explores the limitations of current evaluation criteria, and proposes targeted adjustment strategies from the dimensions of economic benefits, technological innovation, risk management and control, social responsibility, and international cooperation. The aim is to build an international business evaluation criterion system that meets the needs of the times, helps geological exploration enterprises enhance their international competitiveness, and achieves sustainable development.

Keywords： globalization; geological exploration enterprises; evaluation criteria; adaptive adjustment; short-term financial indicators

引言

在当今时代，经济全球化的浪潮正以汹涌之势席卷全球，各国之间的经贸往来愈发频繁，资源的跨国勘探、开发与利用已然成为常态。地勘企业紧跟时代步伐，大步迈向国际经营的新赛道。海外市场环境错综复杂，不同国家的政治局势变幻莫测，经济发展水平参差不齐，文化差异更是天差地别，地质条件也各有难题。传统经营评价标准多围绕国内业务搭建，眼界受限，面对国际业务时漏洞百出，既难以精准洞察经营成果，又不能在战略规划、资源调配关键处给出靠谱建议。因此，深挖适应性调整策略，迫在眉睫且意义非凡。

一、全球化对地勘企业国际经营的影响

在全球化进程席卷下，地勘企业的国际经营格局被深度重塑，机遇与挑战纷至沓来。本章节将围绕全球化产生的多方面影响展开剖析，厘清其给地勘企业国际业务带去的利弊，探寻企业在复杂国际环境中找准定位、稳健发展的关键线索。

（一）市场拓展与机遇增多

全球化打破地域壁垒，地勘企业可触及全球范围内资源富集区域，挖掘潜在项目。新兴市场国家工业化、城市化快速推进，

对矿产资源需求飙升，为地勘企业创造庞大市场空间；同时，国际矿业资本频繁流动，有利于企业吸纳多元投资，拓宽资金渠道。当前，国际矿业形势初显新生机，加之国家全面推进“一带一路”、京津冀协同发展等重大战略，我国地质勘查行业进入重大机遇期，地勘单位应该把握新机遇，快速调整工作思路，改进勘查手段，实现转型升级，使地质勘查工作融入国家对矿产资源勘查开发、环境、灾害、工程等多领域多层次的需求之中^[1]。

（二）竞争压力加剧

全球矿业巨头凭借先进技术、雄厚资本与成熟运营模式，抢

占优质资源，压缩中小地勘企业生存空间；加之不同国家地勘企业纷纷“出海”，国际市场竞争白热化^[2]。此外，部分发达国家利用技术壁垒、环保规则，限制他国地勘企业准入，抬高竞争门槛。

（三）技术与知识交流加速

各国地勘技术各有所长，全球化促使企业间技术合作、知识共享常态化。通过国际学术交流、联合科研项目，地勘企业能接触前沿勘探、开采技术，加速自身技术革新；国际标准与规范的引入，也促使企业提升作业精细化、专业化水平。

（四）政治与法规风险凸显

不同国家政治体制、法律框架差异巨大，地缘政治局势动荡、政策频繁变动，给地勘企业海外项目带来诸多不确定性。例如，部分资源国有化政策调整，可能致使企业资产受损；严苛的环保法规、劳工政策，稍有不慎就会引发高额罚款甚至项目停滞。

二、现行地勘企业国际经营评价标准的局限性

在全球化浪潮的席卷下，地勘企业国际经营格局日新月异，经营评价标准却未能与时俱进。本章节旨在剖析现行标准的局限性，从经济效益、技术创新，到风险管控、社会责任及国际合作效益，揭示其滞后之处，探寻后续调整的关键切入点。

（一）经济效益指标片面性

在全球化背景下，传统地勘企业的国际经营评价体系弊端凸显。该体系长期聚焦短期财务指标，如净利润、资产回报率，将其奉为评判经营的主臬，却与地勘行业特性相悖，形成了企业发展的阻碍。

地勘项目前期勘探就得大额投入，购置设备、聘请专家，耗时长、成果转化慢。若企业仅凭短期效益决策，削减研发、勘探投入，会危及长远根基^[3]。同时，国际业务涉及多国，货币结算多样，税收政策不同。汇率波动会使海外收益大幅起落，复杂税收规则让成本难以厘清，可现行经济效益指标未涵盖这些关键变量，评价结果失真，无法精准指导企业运营，亟待革新。

（二）技术创新评估不足

技术革新堪称地勘企业保持行业竞争力、攻克复杂地质难题的核心驱动力。遗憾的是，现有国际经营评价标准对技术创新层面的关注度严重不足^[4]。多数情况下，仅停留在简单统计专利数量、新技术应用项目个数这类浅层次指标上。可单纯的专利数量难以精准衡量一项技术在国际市场的转化价值，即这项技术能否切实降低开采成本、提升资源利用率，能否契合不同国家、地区复杂多变的地质条件与作业环境，这些关乎技术实用性、先进性的关键维度统统被忽视。

由于缺乏深度且系统的技术评估体系，企业难以洞悉前沿技术研发的实际效益与潜力，技术研发人员积极性受挫，进而无法形成有效的激励机制，促使企业持续投入大量资源深耕前沿技术研发，长此以往，企业技术升级步伐放缓，国际竞争力随之削弱。

（三）风险管控维度缺失

国际市场风云变幻，地勘企业海外经营绝非坦途，政治局势动荡、经济波动频繁、地质条件复杂，各类风险相互交织、层层叠加。面对如此严峻的风险态势，现行的地勘企业国际经营评价标准却暴露出致命短板——未构建起一套成熟、系统的风险评估体系^[5]。

风险预警与应对机制近乎形同虚设，企业在项目筹备、决策阶段，难以借助现有评价标准量化不同风险可能引发的潜在损失，进而盲目乐观地推进项目。一旦国际形势突变，危机来袭，企业毫无防备，应变能力薄弱，往往只能被动承受巨额损失，甚至导致海外项目中途夭折，前期投入付诸东流。

（四）社会责任考量缺位

在全球化的大背景下，企业社会责任早已不再是可有可无的“附加项”，而是关乎企业国际声誉、项目能否持续推进的关键要素。地勘企业海外作业涉及诸多敏感问题，土地征用关乎本地居民切身利益，生态环境保护牵扯当地生态平衡，稍有不慎就可能引发当地社区抵制与国际舆论谴责。

但当前的国际经营评价标准却鲜少将社区关系维护、环保成效评估等关键社会责任指标纳入考量范围^[6]。企业因缺乏明确指引与约束，易忽视当地居民诉求与生态保护责任，引发一系列社会矛盾，致使企业国际形象受损，项目陷入停工、整改困境，可持续性无从谈起。

（五）国际合作效益忽视

国际合作是当下地勘企业深度融入全球产业链、整合优质资源、提升国际影响力的必由之路。然而，现行评价标准完全没有跟上这一发展趋势，忽视了对国际合作效益的精准考量^[7]。合作深度、资源共享程度以及联合品牌建设成果等关键指标一概缺失。

企业间合作倘若仅流于项目表面分工协作，未能深挖各方优势资源、实现技术、人才与管理经验的协同创新，那么合作带来的附加值微乎其微，企业国际竞争力自然难以实现实质性提升，错失借助国际合作弯道超车的良机。

三、适应性调整策略

在全球化浪潮的席卷下，地勘企业国际经营环境剧变，既有广阔机遇，更面临重重挑战。原有经营评价标准已难匹配当下需求，适应性调整迫在眉睫。接下来，将从经济效益、技术创新、风险管控、社会责任及国际合作这几大维度，详述调整策略。

（一）经济效益评价维度优化

经济效益是企业存续与发展的根基，国际经营让地勘企业的效益核算愈发复杂，传统的短期财务指标已显得力不从心。故而，引入契合国际业务特性的指标与模块势在必行。一方面，项目全生命周期净现值（NPV）、内部收益率（IRR）这类长期投资回报指标的加入，能打破只看眼前利润的局限，将勘探、开发、运营各环节连贯起来，细致梳理各阶段现金流走向，让企业精准洞察项目在整个周期内的盈利潜能，做出更具前瞻性的决策^[8]。考虑到国际业务资金回笼受不同国家经济环境、支付习惯等因素影

响较大，动态回收期指标的设置就显得尤为关键，督促企业依据实际情况合理调配资金，规避资金链断裂风险。

另一方面，国际市场汇率波动频繁，各国税收政策千差万别，增设汇率风险调整系数、国际税收成本核算模块，依据国际金融市场实时走势以及各国间税收协定细则，量化这些外部因素给企业效益带来的冲击，企业便能提前规划应对之策。同时，建立海外项目成本对标体系，对标同区域先进企业，深入剖析成本结构差异，从中精准挖掘降本增效的可行路径，提升成本管控水平。

（二）强化技术创新评价

构建技术先进性评估模型，从技术原理突破、国际专利引用频次、行业专家认可度等维度量化技术领先程度；设立技术适用性指标，考量新技术在不同地质条件、作业环境下的应用效果，确保技术“落地生根”。

跟踪技术成果市场转化率，统计新技术催生的新增资源储量、开采效率提升幅度、成本降低比例，将无形技术转化为直观经济效益数据；鼓励企业参与国际技术标准制定，依据参与度、主导权给予加分，提升企业技术话语权。

（三）完善风险管控评价体系

分层分类梳理国际经营风险，设立政治风险敏感度指标，结合东道国政治稳定性、政策连贯性评分；量化经济风险，如通货膨胀预期下原材料采购成本波动范围、资源价格下行压力测试^[9]；地质风险则依托专业机构勘查报告，评估项目地质复杂程度与潜在灾害损失。

建立实时风险预警机制，利用大数据、人工智能技术采集分析国际形势、市场动态、项目进展信息，预设风险阈值，触发预警后自动生成应对预案；定期复盘风险事件处置效果，优化风险管控流程与策略。

（四）融入社会责任评价指标

设立生态保护成效指标，核算项目开采过程中的土地复垦率、水资源循环利用率、废弃物减排达标率；监督企业遵循国际环保公约，采用绿色勘探、开采技术，减少生态破坏；引入第三方环保审计，确保数据真实性、可靠性。

重视社区关系维护，考核原住民就业安置比例、社区基础设施援建投入、文化遗产保护举措；定期开展社区满意度调查，将反馈结果纳入企业社会责任绩效，激励企业积极融入当地社会，营造和谐经营环境。

（五）凸显国际合作效益评价

衡量合作深度，统计联合研发投入占比、关键技术共享程度、高层互访频次，反映企业间合作紧密度^[10]；评估合作成果转化效率，对比合作前后企业在国际市场份额、项目中标率变化，验证合作实效。关注联合品牌建设，监测国际媒体曝光度、行业奖项获取情况、国际客户口碑；鼓励企业整合合作方优势资源。

四、调整策略实施保障

任何精良的策略若缺乏切实地实施保障，都易沦为空谈。在地勘企业国际经营评价标准的适应性调整中，人才、信息化与制

度文化层面的支撑尤为关键。它们相互关联、协同发力，从人力智力补给，到数据高效利用，再到理念制度适配，全方位护航策略落地。

（一）人才队伍建设

培育复合型专业人才，既懂地勘专业知识，又熟悉国际商务、法律、金融规则。高校地勘专业增设国际经营课程，企业定期组织内部培训、海外轮岗，提升员工跨文化沟通、国际项目管理能力；引进国际化高端人才，充实企业智囊团，为评价标准调整与执行提供智力支持。

（二）信息化平台搭建

构建国际经营数据集成平台，整合全球地质信息、市场动态、项目运营数据；利用大数据分析挖掘技术，实时生成各类评价指标数据，提升评价效率与精准度；通过平台实现信息共享，打破部门壁垒，保障评价标准调整策略协同推进。

（三）制度与文化适配

企业修订内部管理制度，将适应性调整后的评价标准嵌入绩效考核、薪酬激励、项目审批流程；培育国际视野企业文化，倡导开放包容、合作创新理念，增强员工对新评价标准的认同感与执行力。

五、结束语

全球化浪潮不可逆，地勘企业国际经营之路机遇与挑战并存。适时调整国际经营评价标准，是企业顺应时代潮流、提升竞争力的关键之举。通过优化经济效益评价、强化技术创新评估、完善风险管控与社会责任考量、凸显国际合作效益，辅以人才、信息化与制度保障，构建科学合理、动态适应的评价标准体系，地勘企业方能精准把握国际市场脉搏，合理配置资源，化解经营风险，在国际舞台稳健前行，实现经济效益与社会效益双赢，为全球资源开发与利用贡献积极力量。未来，随着国际形势持续演变、技术革新加速，评价标准亦需不断迭代升级，持续契合地勘企业国际经营发展需求。

参考文献

- [1] 国家多层次需求为地勘单位提供新机遇[J]. 现代矿业, 2015, 31(11):121.
- [2] 朱德好, 周永波. 改革背景下地勘经济发展战略研究[J]. 今日国土, 2022, (09): 30-32.
- [3] 李玲玲. 加强地勘单位财务精细化管理的思考[J]. 财会学习, 2022, (09):35-37.
- [4] 刘锋, 霍颖. PPP 模式下地勘事业单位的发展方向[J]. 中国高新区, 2018, (11): 270.
- [5] 樊茜. 国有地勘企业的国际化战略研究[D]. 电子科技大学, 2018.
- [6] 涂扬堃. 试论国有地勘单位高质量发展的问题与对策[J]. 冶金管理, 2023, (21): 7-9.
- [7] 黄超. 地勘单位国际化经营战略研究[D]. 中国地质大学(北京), 2016.
- [8] 王萱. 事业单位改革背景下国有地勘单位转型发展探析[J]. 中国乡镇企业会计, 2023, (07):56-59.
- [9] 翟颖. 地勘单位改革背景下财务管理模式优化研究[D]. 山西大学, 2023. DOI:10.27284/d.cnki.gsxiu.2023.000171.
- [10] 黄伟娟. 新时代地勘经济高质量发展研究[J]. 中国金属通报, 2022, (09):237-239.

浅析上市企业的债券融资成本

——以某汽车企业为例

刘宇璇

上海理工大学, 上海 200093

摘 要： 随着新能源汽车行业的快速发展，债券融资成为企业资本运作的重要组成部分。债券融资成本直接影响公司资金运作效率及未来发展战略。本文以某企业2023年和2022年的财务数据为基础，分析其债券融资成本的变化趋势，探讨影响融资成本的主要因素，并提出相应的优化建议。通过对比分析，本文旨在为该企业及其他新能源汽车企业提供参考，帮助其有效控制融资成本，提升市场竞争力。

关 键 词： 债券融资；融资成本；新能源汽车；资本结构

Analysis of the debt financing cost of listed enterprises —— take an automobile enterprise as an example

Liu Yuxuan

Shanghai University Of Technology, Shanghai 200093

Abstract： With the rapid development of the new energy vehicle industry, bond financing has become an important part of enterprise capital operation. Bond financing cost directly affects the efficiency of the company's capital operation and its future development strategy. Based on the financial data of BYD in 2023 and 2022, this paper analyzes the changing trend of its bond financing cost, discusses the main factors affecting the financing cost, and puts forward corresponding optimization suggestions. Through comparative analysis, this paper aims to provide reference for BYD and other new energy vehicle enterprises, to help them effectively control financing costs and improve market competitiveness.

Keywords： bond financing; financing cost; new energy vehicles; capital structure

引言

该汽车企业自成立以来，已成为全球领先的新能源汽车制造商之一。随着新能源汽车行业的蓬勃发展，企业在资金需求上呈现出高速增长的趋势。债券融资作为企业获取资本的重要途径，越来越受到该企业的重视。债券融资成本直接影响着该企业的财务状况与资本结构，是评估公司经营效率与市场竞争力的重要指标。本文旨在深入分析该企业债券融资成本的构成因素，并探讨未来可能影响其融资成本的变化趋势。

一、债券融资成本

（一）融资成本的构成

债券融资成本是指企业为融资所支付的所有费用，包括利息支出和债务的发行费用等。融资成本不仅影响公司资本的使用效率，还决定了公司资金的获取成本，因此是企业融资决策中的重要考虑因素。

债券融资成本的核心构成因素包括：

①年平均债务：这是指企业在一定时期内负债的平均数额，是计算债务融资成本的基础。年平均债务反映了企业资本结构中债务部分的规模。

②利息费用：企业为获得债务融资所需支付的利息支出。利息费用通常根据债务的票面利率与实际负债金额来计算。

③融资成本比例：这是评估债券融资成本的重要指标。根据

“年平均债务 / 利息费用”公式计算，融资成本比例能够直观地反映企业为每单位利息支出所承担的债务负担。较低的融资成本比例意味着企业能够以较低的利息支付获得更多的融资资源。

根据该公式，融资成本比例越低，表示企业融资成本越低，债务负担相对较小。因此，通过控制融资成本比例，企业可以更有效地管理其债务结构，从而减少资本获取的总成本。

（二）某企业的债务融资成本

根据某企业2023年和2022年的财务数据，我们可以计算出其债券融资成本的相关指标。2023年该企业的年平均债务为4,507,781.83万元，利息费用为14,748.94万元，因此融资成本比例为：

融资成本比例 = 年平均债务利息费用 / 年平均债务 = $\frac{14,748.94}{4,507,781.83} \approx 0.327\%$

作者简介：刘宇璇（2000.05-），女，汉族，河南省洛阳市，硕士，在读，会计。

0.327% 而在2022年，年平均债务为2,820,033.74万元，利息费用为16,179.57万元，融资成本比例为：

融资成本比例 $= \frac{2,820,033.74}{16,179.57} = 0.574\%$ 从
成本比例 $\} = \frac{2,820,033.74}{16,179.57} = 0.574\%$ 从中
可以看出，尽管该企业在2023年大幅增加了债务总额，但融资成本比例却明显下降，表明公司在融资过程中有效地控制了利息费用，从而降低了融资成本^[1]。

二、某企业面临的主要问题

（一）债务规模膨胀带来的偿债压力加大

某企业的债务规模持续增长，尤其在2022年和2023年，债务总额分别为3,724,708.09万元和5,290,855.57万元，负债增加意味着公司需承担更多的利息费用。虽然其融资成本比率在2023年有所下降（0.327%），但由于债务总量庞大，年平均债务依然高达4,507,781.83万元。高负债导致的偿债压力，尤其是利息负担，将进一步影响公司的财务灵活性和盈利能力。高负债在经济环境不确定、市场利率上升或盈利波动的情况下，可能会增加财务风险，限制公司未来的投资和扩张能力。

（二）融资成本波动性较大，债务结构需优化

尽管该企业的融资成本比率在2023年有所下降，但从数据来看，其融资成本呈现较大波动性。例如，2020至2022年间，公司的融资成本出现负值，表明短期债务占比过高，且在经济不稳定时，短期债务的利息支出较为沉重。融资成本的波动表明公司尚未形成一个稳定、合理的债务结构。短期债务的比例过高使得公司在利率上升或信贷环境紧张时，容易受到较大影响。因此，优化债务结构，尤其是提高长期债务的比重，能够有效降低融资成本的波动性和财务风险。

（三）资金流动性和财务稳健性风险

随着债务规模的扩大，尤其是在短期负债比例较高的情况下，比该企业临较大的资金流动性风险。短期债务的集中到期将迫使公司在短期内筹集大量资金偿还或再融资，这可能导致其财务状况紧张，影响公司运营的稳定性。资金流动性不足可能限制公司对突发市场变化的应对能力，也可能影响其对未来发展机会的把握。因此，公司需要加强流动性管理，避免依赖短期债务。

（四）资本成本控制能力待提高

尽管该企业在融资过程中取得了一定的成本降低（如2023年融资成本比率为0.327%），但从整体来看，其债务成本仍然较高，且波动较大。这反映出公司在资本成本控制方面的能力还有待提升。通过优化资本结构、降低对短期融资的依赖、加强资金的管理和使用效率，该企业能够进一步降低融资成本，提升财务稳健性。

三、该企业对应的解决措施

（一）减债降压，优化负债规模

优化债务期限结构是该企业提升财务稳健性的重要策略之一。具体而言，公司可以通过精心策划，减少短期债务的比例，同时增加长期债务的比重，以此来构建一个更加均衡和可持续的债务期限结构。这种策略的核心在于，在债务到期时，进行适时

的再融资操作，确保债务的滚动接续，从而平滑偿债压力，避免因短期债务集中到期而引发的资金链紧张。长期债务不仅通常拥有更低的利率优势，其支付计划也更为稳定，这有助于该企业在长期发展中保持财务的平稳运行，有效缓解短期内的财务压力，为公司的战略转型和业务拓展提供充足的资金支持^[2]。

在资产负债表优化方面，该企业可以采取一系列主动管理措施，如资产处置、并购或出售非核心资产，以缩减负债规模，减轻偿债负担。通过剥离那些与公司核心业务关联度低、盈利能力较弱的资产，不仅可以提高资产的运营效率，还能有效减少负债总额，优化资本结构，增强公司的财务健康度。同时，这些举措还能为该企业集中资源，专注于新能源汽车、电池技术等核心领域的发展，提升市场竞争力。

此外，通过资本市场增资或引入战略投资者，也是该企业优化资本结构、降低财务风险的有效途径。资本市场增资不仅可以直接增加公司的自有资本，还能通过引入新的股东，为公司带来新的资金、技术和市场资源，促进业务发展和创新能力提升。而引入战略投资者，则可以在为公司注入资金的同时，带来行业经验和战略协同，帮助该企业在激烈的市场竞争中占据更有利的地位。这些措施不仅有助于降低负债比例，提升资本结构稳定性，还能为公司的长远发展奠定坚实的基础，实现价值最大化。

（二）优化债务结构，降低融资成本波动性

为了构建更加稳健与可持续的财务结构，该企业应当积极策略性地增加其长期融资的比例。具体而言，公司可以通过发行长期债券这一途径，吸引那些寻求稳定回报的投资者，同时利用银行提供的长期贷款服务，与金融机构建立更为紧密的合作关系。这些举措不仅能够锁定当前相对较低的利率环境下的长期资金，还能显著减少因市场利率变动而导致的融资成本波动性，为公司的长期发展奠定坚实的财务基础。

在融资渠道方面，该企业应秉持多元化原则，不拘泥于传统的银行贷款和债券融资模式。探索并实施股权融资策略，比如通过增发新股或引入战略投资者，不仅可以为企业带来急需的资金，还能优化资本结构，增强市场信心^[3]。此外，项目融资作为一种针对特定大型项目的融资方式，能够根据项目本身的收益和现金流进行融资安排，非常适合该企业在新能源汽车、电池技术等领域的重大项目推进。同时，积极响应全球绿色发展趋势，发行绿色债券，不仅能筹集到低成本的资金，还能提升企业的环保形象和社会责任感。

面对复杂多变的金融市场环境，该企业还需灵活运用财务风险对冲工具，以增强财务稳定性。特别是在利率上升的预期下，利用利率衍生品，如利率互换等金融工具，可以有效地对冲短期债务因利率变动而产生的成本增加风险。这类对冲策略不仅能够平滑融资成本曲线，还能帮助公司在不确定的市场条件下保持财务灵活性，确保资金链的安全与高效运转。

（三）提高资金流动性，确保财务稳健性

提高现金流管理效率是该企业财务管理中的关键环节，直接关系到公司能否在债务到期时拥有充足的流动资金来满足偿债需求，从而维护财务稳定。为实现这一目标，该企业应进一步强化对资金流动的全面管理，从现金流预测到资金调度，每一环节都需精心策划与执行。通过采用先进的财务管理系统和技术手段，该企业可以更加精准地预测未来一段时间内的现金流入与流出情

况，确保资金流的平衡与稳定^[4]。在此基础上，公司还应根据市场环境和业务发展的需要，灵活调整资金调度策略，确保在关键时刻拥有足够的流动资金来应对偿债压力，避免资金链的紧张。

建立流动性储备是该企业应对突发资金需求、保障财务安全的重要措施。公司应当设定合理的流动性储备目标，并保持一定比例的现金、银行存款或可用的信用额度，以形成一道坚实的财务安全网。这些流动性储备不仅能够有效应对债务到期时的资金缺口，还能在市场环境发生变化、如原材料价格波动、市场需求调整等情况下，为公司的资金流动性提供有力的保障，确保公司能够灵活应对各种挑战，保持经营的稳定与连续^[5]。

在应收账款和存货管理方面，该企业同样需要采取积极的策略，以提高资金周转率，释放更多流动资金，增强财务灵活性。对于应收账款，公司可以加强与客户的沟通与合作，优化收款流程，缩短回款周期，减少坏账风险。同时，通过信用评估、合同管理等手段，提升客户信用管理水平，确保应收账款的及时回收。在存货管理方面，该企业应实施精细化的库存管理策略，根据市场需求和销售预测，合理安排生产计划和采购计划，避免库存积压和资金占用。通过采用先进的库存管理系统和数据分析技术，公司可以实时监控库存动态，优化库存结构，提高存货周转率，从而为公司的现金流管理创造更多的空间^[6]。

（四）提升资本成本控制能力，降低财务成本

提高资本使用效率是该企业实现财务优化和可持续发展的关键路径之一。通过优化投资项目，该企业可以确保每一笔资本都投入到回报率高、前景看好的领域，从而最大化资本的价值创造。同时，公司应严格审视并减少不必要的资本支出，避免资金浪费，确保每一分钱都用在刀刃上。这种精细化管理不仅能够直接降低融资需求，减轻融资成本，还能提升公司的整体运营效率，为股东创造更大的价值。

为了进一步提高资本使用效率，该企业必须加强财务管理和资本预算的制定与执行。公司应建立一套科学、精细的资本预算体系，确保每一项投资决策都经过严格的论证和评估，合理规划资金的使用路径。同时，财务部门应严格把控财务支出，确保每一笔支出都符合预算要求，实现资金的优化配置。通过对各项融资活动的成本效益进行深入分析，该企业可以更加明智地选择最具成本效益的融资渠道，进一步降低融资成本^[7]，提升财务效益。

此外，建立长期稳定的融资关系对于该企业来说同样至关重要。与多个金融机构建立稳固的合作关系，不仅可以为企业提供更多样化的融资选择，还能在谈判中争取到更为优惠的融资条件，如更低的利率、更长的还款期限等。这种多元化的融资结构有助于降低因单一融资渠道产生的成本风险，确保公司在不同市场环境下都能获得稳定、低成本的资金支持。同时，长期稳定的融资关系还能增强金融机构对该企业的信心，提升公司的市场声誉和融资能力，为公司的长远发展奠定坚实的财务基础。

总而言之，该企业在面对债务规模膨胀、融资成本波动性大、资金流动性不足和资本成本控制不足的问题时，可以通过优化债务结构、加强流动性管理、增加长期融资、提升资金使用效率等手段，逐步化解这些风险。这些措施不仅有助于降低融资成本，还能提升公司财务稳健性和抗风险能力，为企业未来的可持续发展奠定坚实的财务基础^[8]。

四、该企业的未来展望

（一）技术创新与研发投入驱动未来增长

企业的核心竞争力之一在于其强大的技术研发能力。未来，技术创新将继续驱动该企业的市场扩展。尤其是在电池技术、电动化平台、智能驾驶技术等方面，该企业有望通过持续的研发投入，推出更具市场竞争力的产品，提升品牌附加值和市场份额。技术的突破不仅有助于提升该企业产品的市场需求，还能通过提高生产效率、降低单位成本，间接提升公司财务表现。为此，未来该企业应进一步加大在技术研发方面的投入，同时与国内外顶尖科研机构及高校进行合作，以进一步提升技术创新能力。

（二）国际化布局与全球市场拓展

尽管该企业已在中国市场取得显著成绩，但未来的增长空间将更多依赖于国际市场的开拓。随着全球对新能源汽车的需求激增，尤其是欧洲、美国等发达市场的需求，该企业需要加速国际化步伐，积极布局海外市场^[9]。未来，该企业可以在海外设立更多生产基地、研发中心和销售渠道，进一步扩大其在国际市场的份额。在拓展国际市场的同时，该企业还需根据不同地区的市场需求进行产品和营销策略的本地化调整，增强品牌认知度和客户粘性。

（三）政策支持与绿色转型

全球范围内，尤其是中国政府对新能源汽车行业的支持政策持续加码，这为企业的发展提供了有利的外部环境。该企业应继续紧抓政策机遇，在绿色转型、智能化发展等方面推动技术创新与产业升级。随着环保法规的日益严格以及消费者环保意识的提高，该企业的绿色产品和技术将会成为其未来竞争的核心优势。此外，公司还可以通过争取政府补贴、税收优惠等政策支持，进一步降低运营成本，增强市场竞争力。

（四）风险防控与财务透明度提升

随着债务规模的扩大，未来该企业可能面临更大的财务风险，尤其是在全球经济不确定性增加的背景下^[10]。该企业需要在未来加强风险管理，提升财务透明度，确保资本市场能够更好地评估公司的财务状况。通过实施更为精细的风险管控措施，提前识别并应对潜在的财务风险，该企业能够确保其长期可持续发展。

参考文献

- [1] 高雪莹. 上市企业发行绿色债券融资的动机与绩效研究——以该企业为例[J]. 财务管理研究, 2023,(02):53-60.
- [2] 吴树畅, 汤树丽, 郭云. 绿色债券发行的相关问题分析及对策建议——以比亚迪为例[J]. 财务与会计, 2023,(16):19-22.
- [3] 冯彦迪. T公司绿色债券融资的动因及经济后果研究[D]. 重庆理工大学, 2024. DOI:10.27753/d.cnki.gccqg.2024.000634.
- [4] 姚羿宇. 双碳背景下企业绿色债券融资动因与绩效——以比亚迪为例[J]. 现代企业, 2024,(02):167-169.
- [5] 牛彪, 杜雨晴, 于翔, 等. 数据资产信息披露与债券融资成本[J]. 广东财经大学学报, 2024,(39)(05):88-101.
- [6] 刘华微, 元晓, 张冬. 企业融资中直接融资和间接融资成本分析[J]. 管理观察, 2017,(25):149-151.
- [7] 魏冉. 新能源车企绿色债券融资绩效研究[D]. 华东政法大学, 2023. DOI:10.27150/d.cnki.ghdzc.2023.000619.
- [8] 郭晓伟. 企业债券融资和资本市场发展相关性探讨[J]. 金融文坛, 2024,(01):82-84.
- [9] 高燕燕. 比亚迪绿色债券融资动因及效益分析[D]. 广州大学, 2023. DOI:10.27040/d.cnki.ggzdu.2023.001983.
- [10] 葛福婷, 张卫国, 龚学, 等. 我国跨境债券发行规模影响因素及流动性风险度量[J]. 系统工程, 2024,42(05):105-117.

如何构建我国上市公司治理模式

李柱文

中国国际海运集装箱（集团）股份有限公司，广东 深圳 518000

摘 要： 随着全球化进程的加快，我国上市公司不仅要面对国内市场的竞争，还要应对国际市场的挑战。构建一个高效、透明、规范的治理模式，有助于提升我国上市公司的国际竞争力，从而去吸引更多的外资投入。针对于此本文首先分析了上市公司治理模式的理论基础，随后说明了治理模式构建的重要性，并针对实际构建中存在的问题，提出了相对应的优化策略，期望通过这些策略的应用能帮助我国更好的构建上市公司治理模式。

关 键 词： 上市公司；治理模式；公司治理体系

How to construct the governance model of listed companies in China

Li Zhuwen

China International Marine Containers (Group) Co., Ltd. Shenzhen, Guangdong 518000

Abstract： With the acceleration of globalization process, Chinese listed companies should not only face the domestic market competition, but also deal with the challenges of the international market. Building an efficient, transparent and standardized governance model is conducive to enhancing the international competitiveness of listed companies in China, so as to attract more foreign investment. In view of this, this paper first analyzes the theoretical basis of the governance model of listed companies, then explains the importance of the construction of governance model, and in view of the problems existing in the actual construction, puts forward the corresponding optimization strategies, hoping to help our country better build the governance model of listed companies through the application of these strategies.

Keywords： listed company; governance model; corporate governance system

引言

在全球经济一体化的大背景下，我国上市公司治理模式的构建显得尤为重要。一个健全的公司治理结构不仅能够保障投资者的利益，还能促进企业内部管理的规范化和透明化，从而提高企业的整体运营效率和市场竞争力。当前，我国上市公司治理模式的构建面临着诸多挑战，如股权结构不合理、内部控制机制不完善、信息披露不充分等问题。这些问题的存在，不仅影响了公司的长期稳定发展，也制约了我国资本市场的健康发展。

一、上市公司治理模式的理论基础

（一）公司治理的定义与内涵

对于公司而言，进行内部治理是指一系列规则、过程和法律，用以指导和控制公司内部的管理活动，来进一步确保公司管理层能够以符合股东和其他利益相关者利益的方式行事。公司治理的内涵不仅包括了公司内部的组织结构和权力分配，还涵盖了公司与外部利益相关者之间的关系，如投资者、债权人、供应商、客户以及社会公众等。在当前的市场环境之下，公司良好的治理能够提高公司的透明度，增强投资者信心，从而吸引更多的投资，降低资本成本。

（二）公司治理模式的分类

在如今的商业环境下，公司治理模式的分类主要可以分为几种典型类型，并且每种类型都有其独特的特点和适用环境。首先是股东导向型治理模式，这种模式主要在英美等国家的企业当中应用较为普遍。在这种模式下公司的主要目标是为股东创造最大的价值，公司管理层的决策往往以股东利益最大化为依据。其次是利益相关者导向型治理模式，这种模式强调公司不仅要关注股东的利益，还要考虑员工、客户、供应商、社区等其他利益相关者的利益。欧洲大陆国家和日本等国家较多采用这种模式。第三种是国家导向型治理模式，这种模式下，政府在公司治理中扮演着重要角色，通过国有企业或对私有企业的干预来实现国家的宏

作者简介：李柱文（1981.08—），男，汉族，广东省佛山市三水區人，硕士，研究方向：上市公司合规治理、ESG、节能环保低碳。

观经济目标。中国和一些东南亚国家在某种程度上体现了这种治理模式的特点^[1]。

（三）公司治理理论的发展趋势

随着全球化和经济环境的不断变化，公司治理模式也在不断地发展和演变。一些公司开始尝试混合型治理模式，结合不同模式的优点，以适应复杂多变的市场环境。例如一些股东导向型的公司开始重视利益相关者的反馈，而一些利益相关者导向型的公司也在逐步引入更多的股东价值创造机制。未来随着技术进步和企业社会责任的日益重要，公司治理模式可能会出现更多创新和融合的趋势。

二、构建我国上市公司治理模式意义

（一）提升了企业竞争力与市场表现

在提升企业市场竞争力这一层面，构建公司治理模式至关重要意义。对于上市公司来说，具有一个完善的治理结构可以极大的提高决策效率和质量，确保企业能够迅速响应市场变化，抓住商机。除此之外一个透明的治理机制还能帮助企业减少信息不对称的情况产生，从而降低投资者风险吸引长期资本的流入。在当前全球化竞争日益激烈的背景下，我国上市公司治理模式的构建显得尤为迫切。通过借鉴国际先进的治理经验，结合我国国情，形成一套既符合国际标准又具有中国特色的公司治理模式，将有助于我国企业在国际市场上获得更大的话语权^[2]。

（二）增强了投资者信心与吸引外资

对于我国而言，构建上市公司治理模式的意义重大，在相关体系构建之下不仅可以提升企业竞争力与市场表现，还带来了其他多方面的积极影响。具体而言，在市场中一个良好的公司治理结构往往能够确保企业决策的透明度和合理性，从而增强投资者的信心。在投资者层面，他们更愿意投资于治理结构健全、风险可控的公司，这有助于企业获得更稳定的资金来源，降低融资成本。

（三）促进了可持续发展与社会责任履行

随着全球人口增长和经济活动的不断扩张，是的当前资源的有限性和环境的脆弱性日益凸显。其中由于气候变化、生物多样性丧失、水资源短缺等问题频频发生，这不仅威胁到人类的生存环境，也对经济社会的长期稳定发展构成严重挑战。因此推动可持续发展，实现经济增长、社会进步与环境保护的协调统一，已成为全球共识和当务之急。而上市公司作为经济活动的重要参与者，其治理模式的优化不仅能够提升企业自身的竞争力，还能推动整个社会的可持续发展。通过强化公司治理上市公司能够更加注重长期价值的创造，而非仅仅追求短期利益。这促使企业在经营决策中充分考虑环境保护、社会责任和公司治理（ESG）因素，从而在实现经济效益的同时，也兼顾了社会效益和环境效益^[3]。

三、构建我国上市公司治理模式中的阻碍

（一）股权结构不合理导致的治理难题

在当前，我国上市公司股权结构的不合理性主要表现在多个

方面，其中之一是一股独大和股权分散。一股独大是指某一个股东或股东集团持有公司股份的比例过高，从而在公司治理中拥有绝对的话语权。这种股权结构容易导致大股东滥用控制权，损害中小股东的利益。例如，大股东可能会通过关联交易、资产转移等方式，将公司的利益转移到自己手中，而中小股东由于持股比例低，难以对大股东的行为产生有效的制约。在股权结构的另一方面股权分散则意味着没有一个股东能够对公司形成有效的控制，这可能导致公司治理中的“搭便车”现象。由于单个股东对公司决策的影响力有限，他们可能缺乏积极参与公司治理的动力，从而导致管理层缺乏足够的监督和约束^[4]。

（二）内部控制机制不健全引发的管理风险

近些年来在经济全球化和市场竞争不断加剧的时代背景下，使得当前企业面临的治理难题和管理风险日益凸显。其中股权结构不合理导致的治理难题主要表现在股权过于集中或分散，从而使得公司决策效率低下，甚至出现大股东滥用控制权损害小股东利益的情况。除此之外还存在部分企业股权结构的不合理现象，产生时还可能引发管理层与股东之间的利益冲突，导致公司战略目标的偏离^[5]。

（三）法律法规执行力度不足带来的合规挑战

在法律法规层面，执行力度不足带来的上市公司治理中的合规性挑战同样不容小视。当前尽管我国已经建立了较为完善的公司治理相关法律法规体系，但是在一些地方的实际管理中，会由于监管资源有限、执法力度不够以及地方保护主义等因素，导致法律法规的执行效果并不理想。这种执行力度的不足，使得一些上市公司在治理结构上存在诸多漏洞，进而影响到公司的合规性。股权结构不合理导致的治理难题也是上市公司面临的重要问题之一。例如在一些上市公司中，它们内部的股权持有过于集中，进而导致大股东拥有绝对的话语权，而中小股东的利益往往得不到充分保障。这种股权结构容易造成“一言堂”现象，使得公司的决策过程缺乏必要的制衡和监督，从而增加了公司治理的风险^[6]。

（四）信息披露不透明影响投资者信心与市场效率

随着现在我国资本市场的快速发展，使得上市公司治理模式的构建与更新显得尤为重要。然而在这一过程中，企业信息披露不透明现象已经逐步成为了一个显著的阻碍。在公司的治理运营当中，往往会由于各方信息不对称，导致投资者难以获取准确、及时的公司运营数据和财务信息，这直接影响了他们的投资决策和信心。市场效率因此受到损害，资源配置无法达到最优，进而影响整个资本市场的稳定性和健康发展。具体而言信息披露不透明会导致投资者面临较高的投资风险。由于缺乏足够的信息，投资者难以判断公司的实际经营状况和未来发展前景，这使得他们往往采取更为谨慎的投资策略或者干脆放弃投资，从而降低了市场的活跃度和流动性^[7]。

四、构建我国上市公司治理模式的优化策略

（一）完善股东权利保护机制

在当前的市场环境之下，相关部门为了进一步优化我国上市

公司治理模式，就需要完善股东权利保护机制。这其中包括确保股东能够充分行使知情权、参与权和表决权等基本权利。例如上市公司应定期向股东披露详尽的财务报告和 Company 运营情况，确保信息的透明度。除此之外公司应通过股东大会这一平台，让股东能够就重大事项进行讨论和投票，从而实现对 Company 决策的监督和影响。同时相关部门为了进一步加强股东权利保护，还应建立有效的股东诉讼机制。当股东认为自己的权益受到侵害时，可以通过法律途径寻求救济^[8]。

（二）建立健全内部控制体系

随着我国资本市场的快速发展，相关部门为了抓住这一时代的机遇，进行上市公司治理模式的优化就显得尤为重要。对于企业自身而言，构建一个高效、透明的治理结构，不仅有助于提升市场竞争力，还能增强投资者的信心。所以企业应建立健全内部控制体系，这包括但不限于财务报告的准确性、合规性以及运营效率的提升。在这一策略的实际开展中，该系统的设计需要能够实时监控财务数据，确保信息的及时性和准确性。同时在合规性方面，公司还应制定详细的操作手册和政策，确保所有业务活动都符合国家法律法规和行业标准。例如针对反腐败政策，公司不仅在员工手册中明确列出相关条款，还通过定期的培训和考核，确保员工能够理解和执行这些规定。

（三）加大对违法行为的处罚力度

针对于执法力度不足导致的企业合规性挑战这一影响我国上市公司治理模式的问题，相关部门的优化策略首先应从进一步完善相关法律法规入手。通过相关法律法规的完善，相关部门可以进一步确保其具有足够的威慑力。具体做法包括提高罚款上限，引入更为严厉的行政处罚措施，如市场禁入、限制业务范围等。其次相关部门还需要加大执法力度，确保法律法规得到有效执行。具体措施包括增加监管机构的人员和资源，提高监管效率。同时应建立跨部门的联合执法机制，形成监管合力，对违法行为进行快速、精准打击。与此同时相关部门还应积极强化对上市公司的日常监管，通过建立持续的合规性检查制度来显示。在

实际的开展中，监管机构应定期对上市公司进行合规性审查，包括财务报告的真实性、内部控制的有效性以及信息披露的完整性等。对于发现的问题，应要求上市公司及时整改，并对整改情况进行跟踪监督。

（四）强制上市公司按照统一标准进行信息披露

为了提高我国上市公司的透明度和投资者保护水平，强制上市公司按照统一标准进行信息披露是至关重要的。这就要求相关部门应联合制定和完善信息披露的法律法规。在这一策略的实施过程中，要求中国证监会应与相关部门合作，出台更为详尽的信息披露规则，明确上市公司必须披露的信息种类、披露时间、披露方式以及违规披露的法律责任。这些规则应涵盖财务报告、重大交易、管理层讨论与分析、公司治理结构、股东权益变动等关键信息。除此之外中国证监会还应与地方单位联合建立统一的信息披露平台，如证券交易所网站或证监会官方网站，要求所有上市公司通过该平台发布信息。这样可以确保所有投资者都能在同一时间获取到相同的信息，避免信息不对称。

五、结语

综上所述，构建和完善我国上市公司治理模式是一项系统而复杂的工程，它不仅关系到企业的长远发展，也影响着整个资本市场的稳定与繁荣。通过优化股权结构、加强内部控制、严格执行法律法规以及提高信息披露的透明度，可以有效提升上市公司的治理水平，增强投资者信心，促进资本市场的健康发展。同时，这也要求监管机构、上市公司以及投资者共同努力，形成合力，共同推动我国上市公司治理模式的持续优化与创新。未来，随着技术进步和市场环境的不断变化，公司治理模式也将不断演进，以适应新的挑战 and 机遇。只有不断学习和借鉴国际先进经验，结合我国实际情况，才能构建出既符合国际标准又具有中国特色的公司治理模式，为我国经济的高质量发展提供坚实的制度保障。

参考文献

- [1] 周超. 协议控制下的公司治理问题研究 [J]. 现代商业, 2023, (20): 165-168. DOI: 10.14097/j.cnki.5392/2023.20.040.
- [2] 刘非同. 《公司法》修订背景下国有上市公司治理模式的改革——股东会中心主义和董事会中心主义之间的取舍 [J]. 金融经济, 2022, (09): 72-81. DOI: 10.14057/j.cnki.cn43-1156/f.2022.09.004.
- [3] 冯纪. 我国同股不同权制度研究 [N]. 山西科技报, 2023-09-18(B07).
- [4] 黄凯. VIE 模式的法经济学分析及治理路径 [J]. 南方金融, 2021, (09): 68-77.
- [5] 王森. 我国跨境上市公司监管的法律协调模式研究——以公司治理为视角 [J]. 金融监管研究, 2021, (09): 83-99. DOI: 10.13490/j.cnki.frr.2021.09.006.
- [6] 王聪, 韩金红. VIE 模式企业的公司治理风险分析及应对措施 [J]. 天津商务职业学院学报, 2021, 9(04): 10-14. DOI: 10.16130/j.cnki.12-1434/f.2021.04.002.
- [7] 谢红. 浅谈上市公司财务舞弊模式、原因及治理建议 [J]. 现代商业, 2021, (21): 150-152. DOI: 10.14097/j.cnki.5392/2021.21.047.
- [8] 陈泉. 上市公司内部审计管理模式对公司治理的影响研究 [J]. 企业改革与管理, 2021, (11): 117-118. DOI: 10.13768/j.cnki.cn11-3793/f.2021.1216.

财务管理在企业价值创造中的作用与影响

韩玲

国家电投集团山东新能源有限公司，山东 济南 250000

摘 要： 在竞争日趋白热化的商业世界里，商业的生存和发展遇到了空前的挑战和机遇，企业价值创造已经成为了衡量一个企业兴衰成败的核心尺度。其中财务管理做为企业经营的中枢神经在企业发展过程中发挥着功能和作用，既关系到资金的募集和使用又和企业战略规划、资源配置和风险把控息息相关。通过深入探讨财务管理对企业价值创造的影响机理和深远意义，有利于企业管理者准确把握财务脉搏和科学决策，从而带领企业在市场的激烈竞争中获得卓越发展。

关 键 词： 财务管理；企业价值创造；财务战略；资本运作

The role and influence of financial management in enterprise value creation

Han Ling

State Power Investment Group Shandong New Energy Co., LTD. Jinan, Shandong 250000

Abstract： In the increasingly fierce competition in the business world, the survival and development of business has encountered unprecedented challenges and opportunities, enterprise value creation has become the core measure of the success or failure of an enterprise. Among them, financial management, as the central nerve of enterprise management, plays a function and role in the process of enterprise development, which is not only related to the raising and use of funds, but also closely related to enterprise strategic planning, resource allocation and risk control. By deeply exploring the mechanism and far-reaching significance of financial management's influence on enterprise value creation, it is helpful for enterprise managers to accurately grasp the financial pulse and make scientific decisions, so as to lead enterprises to achieve excellent development in the fierce market competition.

Keywords： financial management; enterprise value creation; financial strategy; capital operation

引言

在经济全球化、市场竞争日趋激烈的今天，企业正面临如何不断创造价值从而获得可持续发展这一严峻考验。财务管理作为企业配置资源、控制风险的核心工具，在企业价值创造中发挥着越来越重要的作用，通过对财务活动的合理筹划、资本结构的优化、投资项目的科学决策和利润分配的恰当安排，财务管理可以对企业的内外部资源进行有效的整合，提高资源利用效率和降低风险水平则会促进企业价值增加和提高。因此深入研究财务管理对企业价值创造的作用和影响，对复杂多变市场环境下企业制定科学、合理的战略决策、获得长远、稳定的发展有着极其重要的理论意义和现实意义。

一、财务管理与企业价值创造的理论溯源

（一）财务管理理论概述

1. 财务管理的概念与职能

财务管理是一个企业安排财务活动和处理财务关系所进行的综合性经济管理，它的基本功能是财务规划、资金筹集、资金投放、资金运营和利润分配^[1]。财务规划的目的是为企业确立长或短期财务目标和策略；资金筹集承担着获得企业运营与发展所需资金的责任；资金投放决定着企业资金投向和分配；资金运营注重日常运营过程中资金周转和使用效率；利润分配又涉及到企业利润的合理配置，使企业发展和股东回报之间达到均衡。

2. 财务管理的目标演变

财务管理的目标经历了从利润最大化到股东财富最大化再到

企业价值最大化的演变过程。利润最大化的目标早期受到人们的普遍重视，但是因为它忽略了时间价值、风险因素和企业的长远发展，所以渐渐地被股东财富最大化代替。股东财富最大化重视股东权益市场价值最大化而比较狭隘注重股东利益，在追求企业价值最大化的过程中要综合权衡了股东、债权人、员工和政府等各方的利益，视企业为一个不可分割的整体并致力于实现其未来现金流量现值的最大化，这更加契合现代企业的复杂利益结构和长远的发展策略需求^[2]。

（二）企业价值创造理论解析

1. 企业价值的内涵与度量

企业价值内涵丰富，在经济意义上表现为企业未来期望现金流按一定折现率进行折现之后现值的总和，体现着企业创造财富能力与潜能。有许多方法可以用来衡量企业的价值，其中最常见

作者简介：韩玲（1984.10-），女，汉族，山东日照人，本科，中级会计实务，研究方向：财务管理。

的是现金流折现模型（DCF），这个模型通过预测企业未来的自由现金流量并选择适当的折现率将其折现到当前，从而确定企业的价值；另外也有相对估值法（P/E）和市净率（P/B），它们是通过比较同行业中可比公司的估值指标而对公司价值进行估值。

2. 价值创造的驱动因素

企业价值创造有各种驱动因素，创新能力是其中一个至关重要的因素，它包括产品创新、技术创新和管理创新并且可以让企业从市场上崭露头角，打开新的利润增长点并增强其市场竞争力以创造出更大的价值。核心竞争力比如特有的技术优势、品牌价值和有效的供应链管理，使得企业能够在长久的竞争中处于有利地位并为价值创造打下坚实的基础。资源配置效率同样重要，合理配置人力、物力、财力能够保证资源流到具有高价值创造潜能的经营与项目中去，才能提升企业的整体运营效率并获得最大价值。

二、财务管理核心环节对企业价值创造的作用机制

（一）财务战略规划与企业价值导向

1. 财务战略的类型与选择

企业财务战略主要包括扩张型、稳健型和收缩型财务战略。扩张型财务战略通常在企业面临良好发展机遇、市场前景广阔时采用，表现为积极筹集资金、加大投资力度、扩大企业规模等以追求快速增长和市场份额的扩大，其有助于企业迅速抢占市场并提升品牌影响力，但也伴随着较高的财务风险。稳健型财务战略注重企业财务状况的稳定性，在资金筹集和投资决策上相对保守，保持适度的资产负债率和资金流动性，适合于处于稳定发展阶段或风险承受能力较低的企业且能够确保企业在相对平稳的环境中持续创造价值。收缩型财务战略则在企业面临困境、市场萎缩或经营不善时实施，通过削减成本、处置资产、减少投资等方式来优化企业资源配置以降低财务风险，以维持企业生存并寻求转型机会，为企业价值的稳定和恢复创造条件。

2. 战略规划中的价值考量要素

制定财务战略时需考虑诸多价值考量要素，一是市场机会方面，对市场需求变化趋势、行业竞争格局和可能存在的市场空白点进行了深入剖析，以保证财务战略和市场机会的匹配，从而让企业及时抓住商机并获得价值增长。二是对风险因素进行分析，主要有市场风险、信用风险和利率风险，综合评价在不同财务战略中可能遇到的风险程度从而制定风险应对措施来确保企业价值不受巨大风险的影响。另外还要考虑到企业本身的资金实力、技术水平和人力资源等资源和能力，以保证制定出来的财务战略处于企业资源可以承受的限度之内，发挥企业优势以达到资源最优配置和价值创造^[3]。

（二）资金筹集管理与资本结构优化

1. 资金筹集渠道与成本分析

企业资金的筹措渠道有股权融资、债务融资、内部融资等。股权融资以发行股票的方式来吸引投资者的投资，具有不需要偿还本金并可提高企业信誉与实力、可淡化股东控制权等优势且股权融资成本较高，包括股息支付以及投资者对企业未来收益的预

期回报。债务融资例如银行贷款和债券发行，其优点是资金的使用费用比较固定，利息可以税前扣除，因此减轻了企业的税负，会加大企业财务风险，企业需要按期归还本息不然就会陷入财务困境。企业的内部融资主要依赖于企业自身累积的留存收益，这使得资金成本相对较低并且不会改变企业的股权结构和控制权，但是企业的盈利水平和资金积累速度常常限制了内部融资的规模。另外企业选择资金筹集渠道时需对不同渠道成本和风险进行全面权衡才能确定出最能满足其发展需要的资金筹集组合^[4]。

2. 资本结构理论与最优资本结构确定

资本结构理论有MM理论和权衡理论。MM理论提出了理想假设下企业价值不受资本结构影响的观点，但是考虑到所得税和其他实际因素，提出债务融资可以因利息税盾而提高企业价值；权衡理论进一步强调权衡债务融资产生的税盾利益和财务困境成本来决定最优资本结构。而所谓最优资本结构是指债务和股权按比例结合以实现企业价值最大化，企业在决定最优资本结构时需考虑其经营风险、行业特征和税收政策。通常情况下经营风险小并且盈利能力强，资产抵押价值大的公司可以适当增加债务融资比例；而经营风险大并且盈利能力不稳的公司应该对债务水平进行比较保守的控制，从而减少财务风险和最大化企业价值。

三、财务管理在企业不同发展阶段的价值创造策略

（一）初创期企业的财务管理与价值启动

1. 初创期的财务特征与挑战

处于初创期的企业普遍面临着资金短缺、盈利能力较弱、现金流不够稳定、风险较大等财务特征。资金短缺的主要原因来自于企业初始投入的有限性并且还没有形成与现金流来源相匹配的稳定盈利模式，很难满足其经营与发展对资金的需求。盈利能力薄弱的原因在于市场份额少，产品或者服务还没有被普遍接受导致销售收入少，同时研发和销售等费用昂贵。现金流的不稳定性体现在经营活动中现金流入的减少并受到市场波动和客户付款周期的显著影响，而高风险主要源于产品或服务市场的不稳定性、技术研发的失败风险以及企业管理经验的不足，以上这些都是严重限制企业价值创造的因素。

2. 针对性的财务管理策略

企业根据初创期财务特征和所面临的挑战就应该采取相应财务管理策略。在融资上积极争取包括天使投资、风险投资、政府创业扶持基金在内的各种融资渠道来获得启动资金与发展资金的同时，对股权稀释比例进行合理的调控^[5]。在资金投放方面要注重核心业务研发与市场推广，保证资源向更多有潜力项目集中以提升资金利用效率。同时强化成本控制、严控各项费用支出、优化运营流程、降低运营成本等，在此基础上建立并完善财务预算与风险预警机制对企业财务状况与风险水平同时进行适时监测，以便能够适时调整战略来确保初创期企业能顺利渡过难关并逐渐开始价值创造。

（二）成长期企业的财务管理与价值扩张

1. 成长期的财务变化与需求

在企业步入成长期的过程中市场份额逐步增大并且销售收入

增长较快、盈利能力增强、现金流状况得到改善。但企业还面临资金需求进一步加大的压力来支撑生产规模扩张、市场拓展和新产品研发。与此同时企业规模不断扩大，其管理复杂度也不断提升，对于财务管理的精细化和规范化提出了更高要求，所以就必须构建更加健全的财务管控体系才能确保企业价值不断膨胀^[6]。

2. 财务管理策略调整与价值加速

处于成长期的企业要调整财务管理策略并加快价值创造。从资金筹集的角度来看可以考虑从银行贷款、发行债券以及其他债务融资中获得资金来发挥财务杠杆效应以增加股东权益的回报率，但是要注意对债务的规模与风险进行合理的把控。在资金分配方面要增加市场拓展、新产品研发等方面投资，不断扩大生产基地建设、增加产能、进一步提高市场份额、增强竞争力。同时要优化企业资本结构，依据企业发展战略及市场环境对股权及债务所占比重进行动态调整，以此来保证资本结构的合理性^[7]。

（三）成熟期企业的财务管理与价值巩固

1. 成熟期的财务状况与瓶颈

成熟期企业财务状况比较稳定，销售收入、利润已达较高并增长趋平并且其现金流比较充足、资产负债率比较合理。但企业在价值创造方面也遇到了一些瓶颈问题，比如激烈的市场竞争造成产品价格下降、利润率降低等问题；企业规模大、管理效率下降且缺乏创新动力等；现有业务发展空间受限进而无法面对新兴企业、新技术等挑战。

2. 价值巩固的财务管理举措

企业根据成熟期特征可以通过一系列财务管理举措实现价值巩固。从资金筹集上看要强调内部资金高效使用、合理分配利润分配并且提高留存收益使用效益，但也可以适当低成本债务融资以优化企业资本结构或者战略性投资^[8]。另外在资金分配方面要强化现有业务精细化管理，以技术改造和流程优化来降低成本来提升产品质量与附加值、稳固市场份额；与此同时我们也在积极寻求新的投资机遇，比如进行多元化投资或者并购重组以扩大企业业务领域、培育企业新利润增长点等。在此基础上还要强化财务风险管理，构建全面风险管理体系来防止市场风险和信用风险对企业价值造成侵蚀，以精细化财务管理保障成熟期企业能平稳经营并固化现有价值成果。

四、财务管理在企业价值创造中的协同与整合效应

（一）财务管理与企业内部各部门的协同关系

1. 与市场营销部门的协同

财务管理要和市场营销部门的紧密合作，市场营销部门担负着市场调研、产品推广、销售渠道拓展的任务，它的决策与活动直接关系到企业的销售收入与盈利。为了确保市场营销活动如广告推广、促销活动和市场拓展的费用能够顺利进行，财务管理部门提供了必要的资金援助。同时财务管理部门运用财务分析工具来评价市场营销活动中的成本和收益，有助于市场营销部门实现资源的优化配置和制定更加合理的营销策略，如通过对不同商品和不同市场区域销售利润率和销售增长率的分析，在明确重点营销对象及资源投入方向的同时以提高市场营销活动投资回报率来推动企业价值创造^[9]。

2. 与生产运营部门的协同

生产运营部门承担着企业产品或者劳务的生产制造与运营管理任务、生产效率、成本控制以及产品质量等直接影响着企业盈利与市场竞争力。财务管理部门协同生产运营部门进行生产资源配置，以财务预算为依据，以成本效益分析为基础来合理分配资金购置生产设备、原材料采购和人力资源配置保证生产运营活动有效开展。在成本控制中财务管理部门帮助生产运营部门制定本核算体系、对成本构成进行分析、寻求降低成本的契机等，例如通过对生产流程进行优化等来完善工艺技术并依靠降低库存水平的途径来降低生产成本^[10]。

五、结语

财务管理对企业价值创造起着无可取代的关键作用，无论是理论根源、核心环节运作、还是不同发展阶段的策略适配、内部协同整合等都深刻地影响了企业的价值趋向。企业只有深刻认识和充分利用财务管理手段来优化财务战略并合理分配资金来科学地进行投资决策和利润分配，在推动各部门协同合作的同时才能够复杂和多变的 market 环境下实现价值最大化、增强竞争力、保障可持续发展、为实现企业长期目标打下坚实的财务基石，开拓广阔的价值成长空间。

参考文献

- [1] 林健. 管理会计与财务会计在企业财务管理中的运用 [J]. 今日财富, 2024, (05): 161-163.
- [2] 黄关平. 企业财务管理内控制度建设及财务风险规避 [J]. 今日财富, 2024, (07): 155-157.
- [3] 朱敬彤. 浅谈财务报表分析在企业财务管理中的应用 [J]. 财讯, 2024, (03): 174-176.
- [4] 金玉如. 财务管理在企业内控建设中的作用分析 [J]. 市场瞭望, 2024, (03): 123-125.
- [5] 张红星. 企业价值创造型财务管理探究 [J]. 新会计, 2024, (05): 42-44.
- [6] 王玉秀. 业财融合在企业财务管理中的应用 [J]. 财富时代, 2024, (01): 122-124.
- [7] 周萍. 新经济形势下税务会计在企业财务管理中的应用 [J]. 质量与市场, 2024, (01): 63-65.
- [8] 冯正龙. 激励机制在企业财务管理中的应用探讨 [J]. 中国物流与采购, 2024, (02): 94-95.
- [9] 张冬云. 全面预算管理在企业财务管理中的应用策略 [J]. 今日财富, 2024, (03): 164-166.
- [10] 尹林. 管理会计在企业财务管理中的应用研究 [J]. 老字号品牌营销, 2024, (02): 144-146.

新时代企业家精神培育的重要意义及现实困境与实践路径

张东祥

宁夏社会科学院，宁夏 银川 750001

摘 要： 弘扬企业家精神，是学习贯彻落实党的二十届三中全会精神的必然要求。培育新时代企业家精神，发挥企业家作用，对于实现企业长远发展、履行社会责任以及促进经济社会发展具有重要的意义。新时代背景下，企业家精神在创新意识、诚信意识、社会责任的培育上还有较大提升空间，存在诸多困境和挑战。为此，需要营造有利于新时代企业家精神培育的政策环境、制度环境、市场环境和社会环境，进而让更多的企业家为构建高水平社会主义市场经济体制，助力中国式现代化积极贡献力量。

关 键 词： 企业家精神；高质量发展；实践路径

The significance of cultivating entrepreneurship in the new era and the practical dilemma and practice path

Zhang Dongxiang

Ningxia Academy of Social Sciences, Yinchuan, Ningxia 750001

Abstract： Promoting entrepreneurship is an inevitable requirement for studying and implementing the spirit of the Third Plenary Session of the 20th CPC Central Committee. Cultivating the entrepreneurial spirit in the new era and giving play to the role of entrepreneurs is of great significance for realizing the long-term development of enterprises, fulfilling their social responsibilities and promoting economic and social development. Under the background of the new era, entrepreneurship has great room for improvement in the cultivation of innovation consciousness, integrity consciousness and social responsibility, and there are many difficulties and challenges. To this end, it is necessary to create a policy environment, institutional environment, market environment and social environment conducive to the cultivation of entrepreneurship in the new era, so that more entrepreneurs can actively contribute to the construction of a high-level socialist market economic system and help Chinese-style modernization.

Keywords： entrepreneurship; high quality development; practice path

“完善中国特色现代企业制度，弘扬企业家精神，加快建设世界一流企业”^[1]。企业家精神的弘扬与培育不仅是社会主义精神文明建设的重要内容，也是社会主义经济建设的关键一环。近年来，国内学者对该问题进行了广泛深入的研究，形成了丰富的研究成果。然而，新时代以来，经济社会发展表现了不同的特点，此前的研究围绕企业家精神的多个层面展开探讨，研究范围较广，深度不够，对企业家精神培育的研究不足。因此，亟需明确企业家精神培育的现实意义，培育新时代企业家精神。

一、新时代企业家精神培育的重要意义

2019年12月，国务院首次发布实施《关于营造企业家健康成长环境、弘扬优秀企业家精神、更好发挥企业家作用的意见》，第一次以文件形式表述了企业家精神的重要地位和社会价值，这也表明我国在保护与弘扬优秀企业家精神方面迈出了坚实一步。新时代培育企业家精神，发挥企业家作用，对于实现企业长远发展、履行社会责任以及促进经济社会高质量发展具有重要的意义。

（一）新时代企业家精神对实现企业长远发展的重要意义

具有创新精神、工匠精神与国际视野的企业家，通常关注企业的创新发展与科技应用，力求实现企业高质量发展、绿色发展，不断向国际领先企业学经验、比差距，始终将安全、环保、质量作为企业长远可持续发展的生命线。新时代的企业家更加注重科技创新，支持研发投入，积极推动产业绿色发展与转型升级，引入5G、人工智能、工业互联网等科技，全力打造现代化的智慧工厂，加快企业实现工业自动化、信息化、数字化、智能化发展^[2]。同时，为应对市场竞争和面对各种风险挑战，必须大力推

作者简介：张东祥（1974.12—），男，汉族，甘肃陇南人，大学，副编审，研究方向：经济管理学。

动企业多元化发展，通过产业更新换代，大力与国内外科研机构合作研发高附加值的产品，形成产业的研发、生产、加工、销售的绿色产业链。在企业家的带领下和企业家精神的感召下，企业的发展才能不断突破瓶颈，在产业规模、工艺技术、生态环保等方面赶超行业先进，勇夺行业领军企业与龙头企业桂冠，并通过发展核心产业和核心技术，实现企业长远发展。

（二）新时代企业家精神对促进经济社会发展的重要意义

具有家国情怀和担当精神的企业家，始终坚持以国家利益为重，助力地区经济发展，通过积极融入“一带一路”“西部大开发”等国家战略，不断创新创业，守法经营，凭借专业化的团队扎根特定行业和地区，不断形成具有集聚效应的产业规模。在企业家的带领下，众多大型企业积极响应国家重大战略，树立了做对社会有价值的企业的发展使命，围绕供给侧结构性改革，淘汰落后产能，始终坚持科技创新、绿色发展，不断助推行业发展。通过工业园区、产业园区的聚集，以及特定行业、产业基地建设，建成具有完整产业链的循环经济产业集群，树立行业标杆，有效促进特定产业的高质量发展，为社会发展贡献力量，为国家经济安全做出积极贡献。在优秀企业家的带领下，紧密结合国家政策方针，积极打造具有全球领先技术的产业项目，推动产学研融合发展，探索资源能源与工业产业的协同发展，全线开启企业的“碳中和”道路，通过争创建设率先实现“碳中和”的工业企业，积极为推动产业与行业更新、助力构建新发展格局、实现经济社会高质量发展贡献企业力量。

（三）新时代企业家精神对履行社会责任的重要意义

企业治理的高效，不仅要有健全的企业法人治理结构，而且要勇于承担社会责任，这一切都离不开企业家精神。新时代企业家是社会慈善事业与公益事业的引领者。新时代企业家积极响应国家号召，积极投身生态修复、环境治理、教育、扶贫等事业，保护绿水青山的生态环境，让贫困地区的孩子接受良好教育，不断致力于消除贫困，致力于全面推进乡村振兴战略。同时，积极关心社会弱势群体和困难职工，帮助特定群体度过难关，积极为社会传递正能量。新时代企业家以实际行动诠释了积极健康的人生追求和高尚的道德情操。新时代企业家身上充分体现出了创新精神、担当精神、工匠精神、契约精神、共享精神与国际视野，立足企业长远发展，积极履行社会责任，不仅为经济社会发展贡献着力量，也彰显出了新时代企业家的应有风范和责任担当^[3]。

二、新时代企业家精神培育的现实困境

企业家是我国改革开放与经济发展的重要参与力量，也是中国特色社会主义事业的建设者。身处不同时代与发展阶段，能够形成不同特征的企业家精神。新时代背景下，企业家精神有了新内涵、新特点、新要求，企业家也被赋予了新的历史使命，但当前企业家精神的塑造尚有较大提升空间，企业家精神培育仍面临诸多挑战^[4]。

（一）对创新意识的培育还需要进一步加强

企业家如果缺少创新意识，在思维方式上因循守旧，缺少创

新的积极性与主动性，小富即安，安于现状，仅满足于现有的产品与市场，不愿投入资金进行产品创新与研发，那么企业生产的产品显然没有竞争力，出现诸如所谓“山寨产品”等现象。这样一来，产品缺乏创新，进而企业创新能力愈加匮乏，在很大程度上阻碍了企业家精神的发挥。同时，企业在生产经营中必然要应对各种风险挑战和不确定性，这就意味着需要发挥企业家精神，开拓进取，敢为人先，大胆创新，这样才能在市场中不被淘汰^[5]。因此，需要进一步加强对企业家创新精神的培育，避免出现个别企业家在企业初创阶段尚还愿意大胆创新，但随着企业的发展壮大和自身年龄的增长，出现“躺平”现象。因此，只有不断增强创新精神，不断突破局限，才能实现人无我有，人有我优，掌握核心技术，实现跨越式发展。

（二）在践行诚信意识上有待进一步提高

随着社会转型的加快和现代传播技术的迅猛发展，各种思想文化交流交融交锋频繁，由于科学文化素养的差异，企业家们的思想更加多元多样多变，在思想观念、价值取向、利益诉求和行为方式上存在差异。如果企业家一味追求利润，而不重视依法依规经营，忽视企业风险防范，甚至无视法律和道德底线，制假售假、偷税漏税、破坏环境，必然会付出惨痛的代价。市场经济是信用经济、法治经济，诚信经营是企业的立身之本。弘扬新时代企业家精神，诚信意识是题中应有之义。虽然，诚信经营是市场的主流，但也存在部分企业在巨大的利益面前经受不住考验，心存侥幸去触碰底线。企业失信经营行为，不仅损害了消费者权益，甚践踏了诚信底线，也触碰了法律红线，企业也将面临的是法律的制裁以及丧失社会公众的信赖。

（三）在承担社会责任上需要更加有为

现代企业法人治理中，通常把履行社会责任作为一个重要的方面。现实中，为职工谋取福利，保障企业员工的合法权益，是承担社会责任的重要体现^[6]。但也存在一些企业与员工签订不利于员工一方的劳动合同，甚至连国家规定，不缴纳社会保险；以及在特殊行业安全生产经营落实不到位，从而发生安全生产事故，不仅不利于企业的长远发展，而且也是缺乏社会责任的基本表现，长此以往会影响经济社会健康发展。另外，在对待公益事业上，还需要进一步弘扬企业家精神，调动企业家积极性，把公益事业作为企业回馈社会的重要方式。如果企业家从事公益事业的动机不纯，将公益捐赠用于提升企业的知名度和宣传营销的方式，或者通过公益捐赠达到税收优惠的目的等，显然与承担社会责任和发展公益事业的初衷相违背。因此，要通过及时纠偏，矫正个别企业家认为发展生产是企业该做的事儿，而公益事业是政府的事的认识偏差，正确认识企业发展与社会发展的关系，营造健康的企业文化，积极投身公益事业，充分发挥第三次分配在共同富裕中的作用^[7]。

三、新时代企业家精神培育的实践路径

一是积极创建宽松的政策环境。要在政策制定前就要多了解企业家们的需求与意见，真正理解企业家面临的发展困难，这样

才能确保政策制定的对症下药。在政策执行方式上,执行人员不能操之过急,要在政策执行前对执行人员进行培训,以免出现政策理解偏差,出现执行纰漏,破坏企业家的生产积极性。同时,要疏通政策执行反馈机制,倘若政策执行出现错误,能够及时修正,也有利于总结经验,分析政策执行的经验教训,促成问题的高效解决。最后,要出台相关政策,引导非公有制经济人士提振发展信心、强化政治自信,有利于激发企业家能够增强企业攻坚克难的强大精神力量,有利于企业家精神的培育与发扬,也有利于帮助解决企业在转型升级中遇到的困难问题,释放企业发展的动力和自身的潜力,营造帮扶企业转型升级的良好外部环境。

二是创造良好的法律制度环境。制度环境对企业家精神的形成与培育有着深刻的影响,主要涉及教育、监督、法律等方面的制度,制度环境的建设需要公民的支持,也需要企业家的积极参与。完善的制度体系不仅有利于企业家创新创业,更有助于激发企业家精神。要持续进行企业家精神评价,努力建设有助于企业家精神发挥的制度环境。同时,要紧抓诚信监督制度,促进企业家的自查自省,进而永葆企业家精神发光发热。还要对法律制度进行完善,以法律制度建设保障企业家合法权益^[9]。

三是打造公平竞争的市场环境。要明晰政府与市场之间的边界,要发挥市场调节作用,坚持市场对资源的决定性配置。政府对市场经济的不当干预会降低市场效率,滋生官僚主义甚至腐

败,还会导致市场价格调控机制出现扭曲,长期如此会影响社会主义市场经济秩序的健康运行。政府应将主要精力放在对企业行为的监管上,以及切实为企业发展提供好服务,促使更多企业家在市场经济活动中充分发挥作用,进而利用市场规则,激发与弘扬企业家精神。要守住法律这条底线,用“亲”来密切政商关系,积极主动同党委政府部门多通、多交流,反映企业发展面临的突出困难和思想困惑、讲真话、说实情、建诤言,满腔热情支持地方发展;用“清”来规范政商关系,与政府官员可以“近”但不能“黏”,保持清白纯洁的“君子之交”,把心思和精力放在企业发展上,遵纪守法办企业,光明正大搞经营^[9]。

四是健全包容失败、鼓励创新的社会环境。对于创业创新失败的企业家,要从制度上给予合理安排,给予企业家更多尝试失败、尝试挫折的机会,要营造包容企业家失败的氛围,给予企业家更多的支持与呵护^[10]。鼓励并支持社会大众积极践行新时代企业家精神,从而有利于在社会上形成弘扬企业家精神的自觉意识,进而落实到个人的实际行动中去,也将有利于形成敢于担当、甘于奉献、敢于创新创造、踏实肯干的工作作风,摒弃浮夸浮躁、不思进取、安于现状的社会生活态度。一段时期以来,青少年盲目追星、崇拜偶像风气盛行,也可以通过对青少年的教育引导,倡导青少年向优秀企业家学习,树立他们敢干事、干实事、干大事的理想信念,也将有助于企业家精神的传承和发扬。

参考文献

- [1] 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗 [N]. 人民日报, 2022-10-17(002).
- [2] 任保平. 数字经济与制造业深度融合推动新型工业化的机制与路径 [J]. 山东社会科学, 2024, (01): 82-89.
- [3] 周亚, 袁健红. 新时代企业家精神的塑形要素、内涵特征及构建路径 [J]. 学习与实践, 2022, (12): 48-58.
- [4] 叶龙祥, 钟锦宸. 弘扬新时代企业家精神的理论逻辑与对策探析 [J]. 中共福建省委党校(福建行政学院)学报, 2023, (02): 143-151.
- [5] 孙桂生, 唐少清, 陶金元, 等. 企业家精神、创新文化与高质量发展的内在逻辑分析 [J]. 中国软科学, 2024, (S1): 454-461.
- [6] 晁罡, 钱晨, 王磊. 从“差序格局”到“天下格局”: 中国优秀企业家精神的演化过程 [J]. 经济管理, 2024, 46(02): 5-29.
- [7] 刘方平. 论共同富裕与社会主义基本经济制度的政治经济学逻辑 [J]. 学术界, 2023, (01): 151-162.
- [8] 周亚, 袁健红. 新时代企业家精神的塑形要素、内涵特征及构建路径 [J]. 学习与实践, 2022, (12): 48-58.
- [9] 李金河, 高国升. 构建“亲”和“清”的新型政商关系 [J]. 红旗文稿, 2016(22): 22-24.
- [10] 张东祥. 大力弘扬新时代企业家精神 [J]. 学习月刊, 2022, (11): 38-39.

国有企业对标管理中的主要问题及对策研究

蔡彬

国家能源泰安热电有限公司, 山东 泰安 271000

摘 要 : 当前, 国有企业正处于深化改革与转型升级的关键时期, 对标管理作为提升企业核心竞争力的重要手段, 在提升国有企业管理效能、推动企业高质量发展方面扮演着至关重要的角色。本文旨在深入剖析国有企业在对标管理中遇到的主要问题, 并结合实际情况, 提出针对性的改进策略, 以期为国有企业有效实施对标管理提供有益的参考和借鉴。

关 键 词 : 国有企业; 对标管理; 主要问题; 对策研究

Research on the main problems and countermeasures in benchmarking management of state-owned enterprises

Cai Bin

State Energy Tai'an Thermal Power Co., Ltd. Tai'an, Shandong 271000

Abstract : Currently, state-owned enterprises are in a critical period of deepening reform and transformation and upgrading. Benchmarking management, as an important means to enhance the core competitiveness of enterprises, plays a crucial role in improving the management efficiency of state-owned enterprises and promoting high-quality development of enterprises. This article aims to deeply analyze the main problems encountered by state-owned enterprises in benchmarking management, and propose targeted improvement strategies based on actual situations, in order to provide useful references and guidance for the effective implementation of benchmarking management in state-owned enterprises.

Keywords : state-owned enterprises; benchmarking management; main issues; countermeasure research

一、国有企业实施对标管理的意义

对标管理作为一种先进的管理方法, 对于正处于改革与转型阶段的国有企业而言, 具有十分重要的现实意义。主要体现在以下几个方面:

首先, 对标管理能够有效推动国有企业的管理创新。在快速变化的市场竞争环境中, 国有企业通过对比行业内外优秀企业的管理实践, 能够及时发现自身管理上的短板, 学习并借鉴先进的管理理念和方法, 从而更好激发企业内部的管理创新活力, 这不仅有利于推动企业管理体制和机制的深化改革, 还能逐步构建起更加科学、高效的管理体系^[1]。以电力行业为例, 国有企业普遍存在管理体制僵化、创新能力不足等问题, 通过对标管理, 电力企业可以学习、借鉴标杆企业在管理创新方面的成功经验, 如引入先进的项目管理工具、推行扁平化管理模式等, 从而激发内部管理活力, 提升管理效率。

其次, 对标管理能够显著提升国有企业的运营效率。通过对比分析标杆企业的业务流程和运营模式, 国有企业能够精准识别自身在运营过程中的低效环节, 并采取针对性的措施进行优化和改进。同时, 对标管理还有助于国有企业优化资源配置, 减少资源浪费, 提高资源利用效率。在电力行业中, 国有企业存在着运营成本高、效率低的问题, 通过对标管理, 电力企业可以学习借

鉴标杆企业在精益管理、供应链管理等方面的先进做法, 优化自身的业务流程和运营模式, 从而降低运营成本, 提升运营效率^[2]。

最后, 对标管理能够增强国有企业的市场竞争力。通过对比标杆企业的产品和服务策略, 国有企业能够精准把握市场需求和竞争态势, 进而调整自身的发展策略, 提升企业在市场中的竞争力。同时, 通过对比标杆企业的发展路径和成功经验, 国有企业能够更加清晰地认识自身在行业中的位置和发展方向, 制定更加符合自身实际的发展战略和规划, 避免盲目跟风。以国家能源集团为例, 在新能源发展方面, 通过对标国际国内领先的企业在风电、光伏等领域的布局和成果, 企业能够制定更加科学的新能源发展战略, 科学推进能源结构调整, 进而提升企业的可持续发展能力。

二、国有企业对标管理中存在的主要问题分析

(一) 对标管理体系与机制不健全

尽管有些国有企业已经引入了对标管理, 但实际操作中, 缺乏一个全面的、系统的管理机制作为支撑。对标管理往往被当作一项临时任务或形式工程, 对标活动工作开展局限于个别部门或项目, 未能深入到国有企业的核心业务和管理流程中, 无法在国有企业的长期战略规划和日常管理运营形成持续性的改进动力。

作者简介: 蔡彬 (1989.07-), 男, 汉族, 山东省临沂市, 供职: 国家能源泰安热电有限公司, 经济师, 研究生, 研究方向: 企业管理、对标管理、绩效考核、制度建设、公司治理等。

同时由于缺乏系统性的对标管理工作规划，国有企业的对标管理实施过程往往缺乏明确的指导和监督，对标管理的效果并不理想。以电力行业为例，作为资本密集型和技术密集型行业，其业务涵盖发电、输电、配电等多个环节，对标管理体系要覆盖全链条，但实际操作中往往难以做到全面兼顾，导致对标管理在某些关键领域存在盲区^[3]。此外，在对标管理中，部分国有企业仍依旧沿用传统的管理方法和手段，未能充分利用大数据、云计算等现代信息技术手段来优化对标流程、提高对标效率，这不仅增加了对标管理的成本，也限制了对标效果的价值发挥。

将对标管理应用到国有企业的运营管理和发展指导中，是国有企业开展对标管理的最终目的。然而，在实际操作中，由于国有企业内部存在沟通不畅、责任不明、激励不足等问题，导致员工对对标管理缺乏足够的重视，对标管理缺乏有效的执行力和推动力。一些国有企业还存在“重形式、轻实质”的现象，对标管理往往停留在文件上、会议中，未能真正融入国有企业的日常运营和管理中，对标管理结果无法有效转化为具体的改进措施和行动计划。

（二）对标对象与指标选择不科学

科学合理的选择对标对象和指标是国有企业对标管理的核心环节，然而，在实际中，有些国有企业在对标对象的选择上存在盲目性和随意性。它们简单追求行业标杆或国际一流企业作为对标对象，而忽视了自身的实际情况，选取的对标对象不切实际，难以达到预期的改进效果。另外，在对标指标选择方面，一些国有企业过于注重对标指标的数据表现，忽视了对标指标背后的管理内涵和改进参考价值，将对标指标简化为一系列数字指标，导致指标选择流于形式，无法找到真正需要改进的地方。例如，一些国有电力企业在设定对标指标时，往往过于注重发电量、售电量、利润等财务指标，忽视了安全、环保、售电服务等非财务指标的重要性，对标指标设置单一，可能导致对标管理的方向偏离电力企业长期发展战略^[4-5]。

（三）专业对标管理人才不充足

对标管理作为提升国有企业竞争力的重要手段，其有效实施离不开专业人才的支撑。然而，在实际操作中，很多国有企业在对标管理中面临严峻的人才短缺挑战，缺少掌握对标管理核心理论和实践技能、经验的专业人才，导致对标管理的实施过程难以保证科学性和规范性，同时，由于对标管理涉及跨部门协作，对人才的沟通协调能力、团队合作能力要求较高，复合型人才缺失在一定程度上制约了国有企业对标管理的有效、有力开展。部分国有企业在实施对标管理时，由于专业人才不足，导致对标管理过程缺乏科学性和规范性，对标结果难以得到有效应用。

三、国有企业高质量开展对标管理的对策和措施

（一）建立健全对标管理工作机制

完善的工作机制是国有企业高质量开展对标管理的重要保障。首先，国有企业要建立全面、系统、精细的对标管理体系，明确对标管理的目标、实施计划以及过程监控等相关工作内容。

在目标设定方面，国有企业应基于自身的长期战略规划和短期运营目标，明确对标管理的总体方向和阶段性的具体目标，确保对标活动与国有企业的发展紧密相连。例如，国家能源泰安热电公司来说，对标管理目标可以设定发电量、利润总额、单位完全成本、安全环保等，与企业的发展战略相结合。同时，国有企业还要制定详细的实施计划，明确对标管理的时间节点、责任分配、资源调配等具体内容，促使对标管理活动有序、有效的开展。此外，完善对标管理的监控机制，定期对标管理的进展情况进行跟踪和评估，及时发现问题并调整计划^[6]。

其次，要强化对标管理的制度保障，重点细化国有企业内部各部门的对标管理职责，避免职责不清导致的推诿扯皮影响对标管理的效率。同时，建立激励与约束机制，将对标管理成效纳入绩效考核体系，对表现突出的部门和个人给予奖励，对表现不佳的进行问责，这有助于激发员工的积极性和创造力，推动对标管理工作的深入开展。此外，国有企业要建立跨部门协作的对标管理工作机制，促进对标管理信息共享和资源整合，在企业内部形成良好的对标管理合力，共同推动国有企业对标管理的高效实施，通过跨部门协作，可以打破部门壁垒，实现资源的优化配置和高效利用，提升对标管理的整体效果。

最后，建议国有企业成立专门的对标管理工作小组，负责对标管理的整体规划、协调推进、监督指导等工作，确保对标管理的各项任务得到有效落实。通过工作小组的设立，可以确保对标管理工作的专业性和规范性，提高对标管理的效率和效果。

（二）科学选择对标对象与指标

科学选择对标对象与指标是国有企业高质量开展对标管理的关键步骤。首先，在对标对象选择方面，国有企业应基于自身的实际情况和发展战略，通过深入的市场调研和行业分析，科学选择具有可比性的对标对象。在对标对象选择过程中，国有企业应综合考虑多个因素，比如企业规模、业务结构、技术水平、市场地位等。可以选择行业内的领先企业作为对标对象，学习其先进的管理经验、技术水平和市场拓展策略等，提升自身的管理能力。或者是选择处于相似发展阶段但表现更优的企业作为对标对象，通过对标找到自身存在的问题和差距，借鉴成功经验结合自身情况进行改进。不论选择哪一种对标对象，要注重对标对象的可比性和可学习性，确保所选对象能够为企业带来实际的借鉴价值。同时，要定期对对标对象进行复审和调整，确保对标管理的时效性和针对性^[7]。

其次，在优化对标指标体系方面，国有企业应建立多维度、多层次的对标指标体系。对标体系应能够全面反映国有企业的管理和发展需求，例如，对于国有电力企业来说，对标指标既要关注发电成本、利润总额等财务指标，也要涵盖新能源发展、安全生产、环保绩效、控降非停等指标，体现企业的综合竞争力和可持续发展能力。在构建指标体系时，要确保指标具有可测量性、可达成性和相关性，也就是说对标指标应是能够量化衡量的，便于数据收集和分析。并且，指标要设定在合理的范围内，与企业的战略目标和实际运营情况紧密相关。这样，对标管理才能真实反映企业的管理水平，并为企业的持续改进提供有力支持。

最后，国有企业应建立对标对象和指标的动态调整机制。根据市场环境、政策导向、技术进步等外部因素的变化，及时对标对象和指标进行调整和优化，确保对标管理的时效性和针对性。例如，电力国有企业在实施对标管理时，应充分认识到新能源技术的快速发展、智能电网的推广以及电力市场的逐步开放等外部因素对企业运营和绩效的深远影响，根据这些变化不断更新对标对象和指标，以适应市场的发展和企业的实际需求^[8]。

（三）建立高水平的对标管理队伍

人才队伍建设是国有企业深化改革的重要内容，要从多个角度建立高水平的对标管理队伍，夯实对标管理人才基础。首先，国有企业要强化内部培训。通过定期举办对标管理培训班、研讨会等培训活动，以及邀请行业专家或具有丰富对标管理经验的人士进行授课，帮助员工深入理解对标管理的核心理念和实践方法，提升现有员工的对标管理知识和技能。

其次，国有企业应加大人才引进力度。通过招聘具有对标管理经验和专业知识的人才，特别是那些在行业内成功案例的专业人士，快速补充企业对标管理的人才库，提升整体的对标管理水平。同时，要建立完善的人才激励机制，为对标管理人才提供

广阔的发展空间和晋升机会，激发他们的积极性和创造力^[9]。

最后，要建立跨部门协作机制，鼓励不同部门之间的员工进行交流与合作。通过定期召开跨部门对标管理交流会，分享成功案例、挑战与解决方案等，共同提升对标管理工作效率和质量。同时，要创新激励机制，除了传统的奖金、晋升机会外，还可以考虑设立“对标管理创新奖”、提供外出考察学习机会、设立内部讲师资格等非物质激励，满足员工个人成长和职业发展的需求。此外，建议国有企业利用云计算、大数据等技术，构建在线对标管理知识库，实践报告、工具模板等资源，便于员工随时查阅与学习，这同时也是国有企业总结对标管理经验、不断进步提升的重要措施^[10]。

四、结束语

对标管理对国有企业的持续稳健发展具有十分重要的意义，国有企业应从自身实际出发，完善对标管理机制、科学选择对标对象和指标，建立高水平对标管理队伍，不断提升对标管理的能力和水平，助力企业高质量发展。

参考文献

[1] 龚成. 国有企业对标管理体系的构建研究 [J]. 今商圈, 2022(8):4.
[2] 李春艳. 国有企业如何开展对标管理 [J]. 现代商业研究, 2023(8):11-13.
[3] 李济深, 尹海儒, 王旭, 等. 开展对标达标提升专项行动存在的问题及对策研究 [J]. 机械工业标准化与质量, 2024(1):4-7.
[4] 许寅皓, 顾一鸣, 吴冉, 等. 电力企业同业对标全过程管理的策略研究 [J]. 中国产经, 2023(3):132-134.
[5] 蓝莹. 依托市场化对标管理实现企业高质量发展措施研究 [J]. 财经界, 2022(2):65-67.
[6] 杜双, 李海元. 国有企业实施对标管理的步骤与路径探讨 [J]. 企业改革与管理, 2024(1):29-31.
[7] 蔡沛珊. 大型国有企业战略对标管理策略分析 [J]. 全国流通经济, 2022(32):31-34.
[8] 何余. 成本对标提升国有企业管理绩效研究 [J]. 纳税, 2023(14):52-54.
[9] 黄满盈, 刘思睿. 国有企业对标世界一流管理提升——以国网江苏电力为例 [J]. 时代经贸, 2022, 19(10):91-97.
[10] 王焱, 陈峙森, 万黎明, 等. 运用对标管理提升企业效率效益 [J]. 国企管理, 2022(18):54-57.

弹幕对视频平台用户粘性的影响机理研究

张吴蝶

南京航空航天大学，江苏 南京 211106

摘 要： 弹幕作为一种独特的用户互动形式，已经成为许多视频平台的重要组成部分。它不仅为用户提供了一个即时表达观点和情感的平台，还促进了用户与平台以及用户之间的交流与互动。本研究基于信息系统持续使用理论和社会认同理论，结合视频平台弹幕功能的具体特征，从用户感知视角出发，构建弹幕对平台用户粘性的影响路径，并通过问卷调查和实证分析验证了模型的合理性。研究发现，弹幕功能可以通过提升用户体验、增强社交属性以及构建独特的社区文化等方面，对视频平台用户粘性产生显著正向影响。

关 键 词： 用户粘性；弹幕；感知互动；身份认同；社会临场感

Research on the impact mechanism of bullet screen on user stickiness of video platforms

Zhang Wudie

Nanjing University of Aeronautics and Astronautics, Nanjing, Jiangsu 211106

Abstract： As a unique form of user interaction, bullet screen has become an important part of many video platforms. It not only provides a platform for users to express their views and emotions instantly, but also promotes communication and interaction between users and the platform as well as among users. Based on the Theory of Information Systems Continuance and the Theory of Social Identity, this study combines the specific features of the bullet screen function of video platforms, constructs the influence path of bullet screen on the platform's user stickiness from the perspective of user perception, and verifies the reasonableness of the model through questionnaire surveys and empirical analyses. It is found that bullet screen has a significant positive impact on user stickiness of video platforms by enhancing user experience, strengthening social attributes, and building a unique community culture.

Keywords： user stickiness; bullet screen; perceived interaction; identity; social presence

互联网视频平台是指在完善的技术平台的支持下，用公共互联网向计算机、手机用户提供视频节目服务的平台。在过去十多年的时间里，随着在线视频数量的不断攀升，它已成为年轻一代的主要休闲方式^[1]。这一庞大的用户基础在为在线视频行业开辟更广阔的发展空间的同时，也带来了一个艰巨的挑战。在众多在线视频网站激烈竞争的背景下，每个运营商都渴望吸引更多的用户，以增强自身的市场竞争力^[2]。

但目前来看，各大在线视频网站之间的品牌区隔并不明显，影视资源有较多重合之处，更为重要的是，吸引用户付费的更多是内容驱动。当多家网站均能提供用户感兴趣的内容时，用户就会摇摆不定，难以抉择购买哪一家的会员。对于消费者来说，由于网络上的转换成本较低，在网站之间的跳转只需要简单的点击即可实现。因此如何保留用户、挖掘用户需求、为用户提供更好的服务、增强用户粘性成为企业发展中必然面临的重要问题。

为了响应用户在观看在线视频时对于社交互动的需求，在线视频网站运营商不断探索将社交媒体功能整合进平台中，旨在满足用户在数字化服务环境中日益增长的社交期望^[3]。在这种需求的驱动下，“弹幕”这一功能便应运而生。弹幕作为一种实时评论系统，与其他形式的用户评论不同之处在于，它不会独立于视频内容之外，而是直接嵌入视频播放界面中。这一特性允许用户在观看视频的同时，既能阅读到其他观众的即时评论，也能即时分享自己的感受，从而赋予其强大的社交互动性^[4]。因此，在年轻观众群体中，支持弹幕功能的在线视频正迅速成为流行趋势^[2]。

通过查阅文献可知，现有关于弹幕的研究大多关注于视频弹幕与在线视频本身的关系，鲜少有研究将弹幕与在线视频网站的用户行为相结合，探究视频弹幕对于视频平台用户粘性的影响机制。基于此，本文将目光聚焦于弹幕这一新型社交形式，通过研究弹幕功能对于在线视频平台用户粘性的影响，为视频平台如何更好的吸引、留存和转化用户，实现营销目标提供相关建议。

一、理论与概念

（一）视频平台用户粘性

网络平台用户粘性的这一概念，不同学者从不同研究领域依据不同的视角，给出的界定也不一而足。本文将用户粘性定义为用户在使用互联网产品过程中逐渐形成的一种心理倾向，具体表现为对产品的偏好、持续使用的习惯以及坚定不移的忠诚度，这种忠诚度具有稳定性，不易受外界因素的干扰或打断，并能持续至未来。网络视频平台用户行为实质上是用户通过视频平台实现在线发布、浏览和分享视频作品等活动。视频平台用户粘性是指互联网用户在日常生活中使用某一平台而对其形成的持续使用意愿、忠诚度及行为习惯。

（二）感知互动

Rafaeli 在 1988 年最早提出互动性这一概念，将其解释为一种可以递归的交换传播^[5]。随后不同学者经过研究又提出了不同的定义，但共同之处都是包含了信息交流的双方。本研究是站在用户的视角，研究用户在使用视频网站过程中各项行为的动因，因此选择从感知视角开展互动性研究。感知互动性是一个多维度的构念，在不同的互动情境下，维度的划分会有所不同。基于弹幕和弹幕视频的特征，本研究选择从人机互动（用户与弹幕视频互动）与人际互动（用户通过弹幕与其他用户的互动）两方面划分视频网站用户的互动感知维度。

（三）社会临场感

Gefen 和 Straub（2003）率先在营销领域引入了社会临场感的概念，将其定义为消费者在虚拟网络环境中感知到的与其他人共同存在的感受^[6]。随后，Hassanein 和 Head（2007）在此基础上进行了扩展，指出社会临场感不仅涵盖共在感知，还应包括个体与他人之间的互动程度以及个体自身的人际体验^[7]。弹幕作为一种即时交互工具，能够通过其独特的表现形式，营造出强烈的“围观”体验和“共在感”，从而大大增加了用户身临其境的媒介体验，这就是我们所说的社会临场感。因此，本文将弹幕视频中的社会临场感界定为：“在视频观看过程中，用户不仅感知到其他观看者的存在，还深刻体会到他们在情感和认知层面上的相互影响与共鸣。”

（四）信息系统持续使用理论

Oliver 于 1980 年提出了期望确认理论，该理论认为顾客对产品的心理预期与实际体验之间的差异，通过用户满意度的中介效应，对顾客的重复购买意愿产生影响^[8]。基于这一理论，Bhattacharjee（2001）进一步指出，用户持续使用某一信息系统的行为与消费者的重复购买行为具有相似性，都是基于初次使用或购买后的满意度来评估是否满足使用前的预期，从而决定是否继续重复购买或持续使用该信息系统^[9]。他将期望确认理论应用于信息系统领域，并在期望确认模型的基础上整合了技术接受模型，构建出专门针对信息系统用户持续使用意愿的研究模型。

（五）社会认同理论

社会认同理论最早是由 Henri Tajfel 基于社会知觉方式和对种族主义、偏见和歧视的社会认知提出，随后被引申到消费者的

身份认同与价值重建^[10]。为了提升自己在社会中的相对地位、赢得更高的外界认同及满足自我内心优越感，个体会自然而然地采取包括消费行为在内的多种手段来改善自我感受及外界对自己的看法；引申到营销领域，消费者也往往将商品视为自我社会身份的一个组成部分，用以构建、展现、强调并确认自我概念的存在。

二、模型与假设

（一）弹幕与感知互动

首先基于通讯技术的分类维度，将弹幕技术特征进行归纳总结。在采用弹幕系统的视频网站平台上，弹幕评论能够和视频时间轴实现精准同步，将评论内容直接嵌入视频画面中。这种特性不仅促进了用户间的互动交流，还帮助用户更准确地理解特定播放时刻的视频内容。基于上述分析，提炼出弹幕的四个技术特征，即拟同步性、感知临近、信息补充和情感支持。

拟同步性反映弹幕技术特征的时间维度。Lim 等人（2012）研究发现，如果个体认为自己与他在时间维度上更接近，那么他们能够获得更高质量的互动^[11]。尽管观看视频时所见到的弹幕并不是即时的，但这种机制依然能够让用户在当前的观看体验中感受到一种虚拟的现场感，仿佛弹幕评论是与视频同步发生的。因此，提出假设：

H1：拟同步性正向影响用户感知互动。

H1a：拟同步性正向影响用户感知人机互动。

H1b：拟同步性正向影响用户感知人际互动。

感知临近反映弹幕技术特征的空间维度。弹幕会直接出现在视频内容中，成为用户观看时视觉体验的重要组成部分，因此用户会感觉自己的观点更可能会被他人看到。Bar-Anan 等人（2007）指出当用户感觉与他人之间的空间心理距离较近时，他们倾向于认为通过某个产品或系统进行交互的质量较高，从而增强了共同的体验感受^[12]。因此，提出假设：

H2：感知临近正向影响用户感知互动。

H2a：感知临近正向影响用户感知人机互动。

H2b：感知临近正向影响用户感知人际互动。

信息补充和情感支持反映弹幕技术特征的群体活动支持维度。在视频观看的过程中，用户借助弹幕获取额外的信息，这不仅有助于他们更好地理解视频内容，还能促使他们对其他用户的观点以及行为背后的动机进行深入分析和推测，进而增强他们的社交互动参与感。Fogg（2003）提出的显著性解释理论认为如果当用户把弹幕看作是视频内容的补充时，他们的感知侵扰程度会降低^[13]。同样，Páez（2015）等人也指出，情感同步能够促使个体产生身份融合，实现社会整合，并带来正面情感。在弹幕环境中，这种情感同步使用户更加认同自己的团体身份，感受到来自社会的支持以及积极的情感氛围，进而减轻了感知侵扰^[14]。因此，提出假设：

H3：信息补充正向影响用户感知互动。

H3a：信息补充正向影响用户感知人机互动。

- H3b: 信息补充正向影响用户感知人际互动。
- H4: 情感支持正向影响用户感知互动。
- H4a: 情感支持正向影响用户感知人机互动。
- H4b: 情感支持正向影响用户感知人际互动。

（二）感知互动与身份认同

用户可以通过浏览弹幕进一步补充了解视频相关的信息，与自身认知相结合，会产生不同程度的认同感。蒋索（2008）等人提出，当用户发送弹幕时，他们会更加清晰地意识到自己的潜在愿望，这种自我展示和表达有助于用户建立起自尊感，加深自我认同。除此之外，通过与弹幕的互动，用户能够发现彼此之间的相似与差异，通过对比和自我归类，加强与相似个体间的情感联系和关系联结，进而满足构建群体归属感的需求^[15]。因此，提出假设：

- H5: 感知互动正向影响身份认同。
- H5a: 人机互动正向影响身份认同。
- H5b: 人际互动正向影响身份认同。

当用户在视频网站中体验到更高层次的自我认同时，他们会更强烈地感受到自我独特性，进而提升自尊感。这种自尊感的提升与自我认同的深化，共同促进了用户自我价值感的增强。用户对自我价值的正面认知，又会反过来增加他们对平台的满意度和依赖度，促使他们保持或增加访问量。用户在平台上越是认同自己的群体身份，接受并享受情感联结，他们所感知到的归属感就越强烈，进而对平台的满意度和持续参与的意愿也会更加高涨，这种正面反馈循环会进一步巩固他们对平台的依赖，提升使用频率和访问深度。因此，提出假设：

- H6: 身份认同正向影响用户满意度。
- H7: 身份认同正向影响用户粘性。

（三）感知互动与社会临场感

Hassanein 等人（2009）提出，通过增强人与机器的互动性可以有效提升用户的社会临场感，网络营销者可以通过优化和完善网页中的文本与图片内容来实现这一目标^[16]。赵宏霞等人（2014）则以网店为研究焦点，指出消费者与网店或其他消费者之间的互动水平对消费者虚拟触觉的形成具有显著的正向作用，而虚拟触觉正是社会临场感的一种表现形式^[17]。因此，提出假设：

- H8: 感知互动正向影响社会临场感。
- H8a: 人机互动正向影响社会临场感。
- H8b: 人际互动正向影响社会临场感。

社会临场感指的是媒介为用户提供与其他用户建立人际联系的能力。在视频网站的使用情境中，随着观看人数的增加和弹幕互动的增强，形成了一个实时且多维度的社交观看环境，用户在这种环境中感知到更高的互动真实性、体验深度以及与他人存在并互动的程度。这种高水平的社会临场感会在一定程度上影响用户对网站的满意度，使他们感受到与他人的联系更加紧密，从而对该媒介持有更积极的态度，更倾向于沉浸在这种社交场景中，进而延长在网站上的使用时间。因此，提出假设：

- H9: 社会临场感正向影响用户满意度。
- H10: 社会临场感正向影响用户粘性。

（四）感知互动与用户满意度

在现有的相关研究中，很多学者都曾经从感知角度切入，对不同媒体平台的用户满意度影响因素进行了研究。Zhao 等（2009）针对网络顾客进行的研究表明，互动感知对顾客的满意度及其使用行为的意愿均产生了积极的影响^[18]。郭国庆等人（2012）的研究也指出，网站具备良好的交互性以及充分的双向沟通，能够对用户的满意度产生积极的影响^[19]。因此，提出假设：

- H11: 感知互动正向影响用户满意度。
- H11a: 人机互动正向影响用户满意度。
- H11b: 人际互动正向影响用户满意度。

当用户对某一信息系统有过使用体验并形成积极态度时，这种态度会增强他们继续使用该系统信息的意愿。众多研究一致表明，多种因素通过正面提升用户的满意度，进而对其持续参与该信息系统的意愿产生重要影响。例如，Murray 等（2002）的研究认为满意度会直接影响用户的行为意愿，其满意度的产生是由于先前的预期与实际得到的效用相符合^[20]。因此，提出假设：

- H12: 用户满意度正向影响用户粘性。

（五）弹幕与用户粘性

计划行为理论认为信念决定态度，而态度又影响行为。本研究以网络视频平台为研究对象，结合了 SOR 理论和信息系统持续使用理论，确定了“弹幕－用户感知－用户行为”的大致研究框架，再引入身份认同和社会临场感两个中介变量进行进一步完善，设计出弹幕技术特征对网络视频平台用户粘性的影响机理模型，如下图所示。

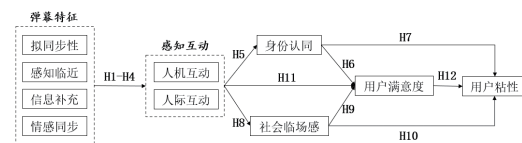


图1 弹幕对视频平台用户粘性影响机理模型

三、研究设计

（一）问卷设计

本研究采用问卷调查的方法进行数据收集，并对提出的模型进行假设检验。调查的目标人群是那些了解弹幕功能且有观看弹幕视频经历的用户。在正式开始填写问卷之前，为确保参与者确实理解弹幕的概念，设置了一道关于弹幕定义的筛查问题。若参与者对视频弹幕的理解存在错误，其问卷填写过程将被终止。

在本研究中，所有变量的测量均采用了现有研究中的成熟量表。为了贴合弹幕视频的研究背景，我们对英文量表进行了细致的翻译工作，并经过多次反复校正与调整，以确保其准确性和适用性。此外，我们还邀请了本专业的师生对问卷进行了严格的审核，以进一步提升问卷的质量和有效性。所有变量均采用 Likert 7 点量表，1 表示“非常不同意”，7 表示“非常同意”。本研究还测量和控制了人口统计学变量，如性别、年龄、教育水平等。

（二）数据收集

鉴于本文中变量的参考量表部分借鉴了国外学者的学术成

果，为了确保这些量表在不同文化和地域背景下具有较高的适用性，我们在正式发放问卷之前先进行了预调研。在问卷的预调研部分，总计收到了来自弹幕视频用户的有效初始调查问卷305份，并根据预调研数据的样本分析结果，对量表的用词与语法进行了小幅度的修订及完善，形成正式的研究问卷。

本研究的调查对象为了解弹幕功能并且看过弹幕视频的用户，问卷通过在线问卷网站见数进行收集，每个参与者只能提交一份问卷，调查持续时间为7天，共收到1000份答卷。剔除无效问卷后，最终收回有效问卷为976份，有效回收率为97.6%，同时满足样本容量与核心变量问项个数比例大于十的原则。最终样本描述性统计结果如下所示：

表1 样本描述性统计分析结果

变量	题项	频率	百分比（%）
性别	男	449	46.00
	女	527	54.00
年龄	<18	26	2.66
	18-25	266	27.25
	25-30	382	39.14
	31-35	205	21.00
	36-40	66	6.76
	>40	31	3.18
教育水平	高中及以下	127	13.01
	专科	350	35.86
	本科	432	44.26
	硕士及以上	67	6.86
最常用支持弹幕功能的视频网站	爱奇艺	171	17.52
	抖音	91	9.32
	快手	57	5.84
	芒果TV	122	12.50
	咪咕视频	40	4.10
	搜狐视频	37	3.79
	腾讯视频	263	26.95
	优酷	72	7.38
	AcFun	20	2.05
	BILIBILI	98	10.04
接触弹幕时间	其他	5	0.51
	3个月以下（含3个月）	98	10.04
	3-6个月（含6个月）	227	23.26
	6-12个月（含12个月）	254	26.02
	1-2年（含2年）	161	16.50
	2-3年（含3年）	108	11.07
平均每 天视频 网站使 用时长	3年以上	128	13.11
	1小时以下	113	11.58
	1-3小时	504	51.64
	3-5小时	299	30.64
	5小时以上	60	6.15

变量	题项	频率	百分比（%）
常用观看弹幕视频设备	电脑	258	26.43
	平板	281	28.79
	手机	414	42.42
	其他	23	2.36
最常观看弹幕视频节目	热门影视剧	286	29.30
	文化教育节目	105	10.76
	新闻节目	192	19.67
	直播节目	38	3.89
	综艺娱乐节目	345	35.35
	其他	10	1.02

上表展示了样本描述性统计的结果：男性占比46%，女性占比54%；几乎所有样本对象（87.39%）的年龄在18-35岁之间；约半数（51.12%）样本对象拥有学士及以上学位；样本对象最常使用的支持弹幕功能的视频网站为腾讯视频、爱奇艺和芒果TV，占比分为26.95%，17.52%和12.5%；大约三分之二的样本对象（67.7%）接触弹幕的时间超过半年；绝大部分样本对象（88.42%）每天使用视频网站的时长超过1小时；接近半数样本对象（42.42%）使用手机观看弹幕视频；样本对象最长观看的弹幕视频节目类型为综艺娱乐节目和热门影视剧，占比高达35.35%和29.3%。

四、实证分析

（一）测量模型分析

为了检验文中所提模型和假设，本文采用了偏最小二乘法（PLS）对模型进行处理分析。PLS的结构模型方法需要的样本量较小，且不要求样本服从正态分布。同时，Chin等学者发现PLS路径模型在验证分析回归分析和协方差分析方面更有优势^[21]。因此，本研究采用SmartPLS 4结构方程模型软件进行分析。

本次研究使用三个标准进行信度验证：克隆巴赫系数（Cronbach's α 值）、组合信度（CR）、平均提取方差值（AVE）。由表2可知，所有变量的Cronbach's α 值都大于0.7，说明问卷的内部一致性较高；组合信度均大于0.8，证明所有潜变量都能被问卷中的指标一致性地说明；AVE都大于0.5，说明本次研究使用的量表有很好的信度。

表2 信效度相关分析结果

变量	题项	因子载荷	Cronbach's α 值	CR	AVE
拟同步性（SYN）	SYN1	0.778	0.783	0.860	0.606
	SYN2	0.736			
	SYN3	0.793			
	SYN4	0.807			
感知临近（PROX）	PROX1	0.757	0.741	0.837	0.562
	PROX2	0.742			
	PROX3	0.752			
	PROX4	0.748			

变量	题项	因子载荷	Cronbach's α 值	CR	AVE
信息补充 (COM)	COM1	0.869	0.753	0.858	0.668
	COM2	0.782			
	COM3	0.799			
情感同步 (EMO)	EMO1	0.822	0.700	0.834	0.627
	EMO2	0.711			
	EMO3	0.837			
人机互动 (HCI)	HCI1	0.816	0.808	0.874	0.634
	HCI2	0.789			
	HCI3	0.761			
	HCI4	0.819			
人际互动 (II)	II1	0.842	0.809	0.874	0.635
	II2	0.771			
	II3	0.789			
	II4	0.784			
身份认同 (ID)	ID1	0.759	0.775	0.855	0.596
	ID2	0.775			
	ID3	0.765			
	ID4	0.789			
社会临场 感 (SP)	SP1	0.729	0.724	0.828	0.547
	SP2	0.723			
	SP3	0.719			
	SP4	0.785			
用户满 意度 (USA)	USA1	0.762	0.773	0.854	0.595
	USA2	0.720			
	USA3	0.790			
	USA4	0.810			
用户粘性 (UST)	UST1	0.869	0.792	0.865	0.617
	UST2	0.745			
	UST3	0.755			
	UST4	0.767			

本次研究使用三个标准进行收敛效度验证：因子载荷系数、组合信度（CR）、平均提取方差值（AVE）。由表2可知，所有变量的因子载荷系数都大于0.7，CR大于0.8，AVE大于0.5，说明收敛效度良好。

表3 区别效度分析结果

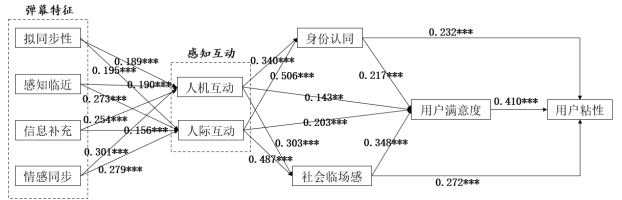
	HCI	II	COM	EMO	PROX	SYN	USA	UST	SP	ID
HCI	0.796									
II	0.666	0.797								
COM	0.666	0.610	0.817							
EMO	0.651	0.616	0.690	0.792						
PROX	0.634	0.651	0.628	0.655	0.750					
SYN	0.548	0.594	0.532	0.521	0.633	0.778				
USA	0.407	0.603	0.411	0.316	0.351	0.324	0.771			
UST	0.461	0.655	0.456	0.384	0.462	0.361	0.659	0.785		

	HCI	II	COM	EMO	PROX	SYN	USA	UST	SP	ID
SP	0.422	0.612	0.450	0.429	0.382	0.390	0.619	0.602	0.740	
ID	0.513	0.656	0.482	0.464	0.481	0.502	0.580	0.610	0.628	0.772

如上表3所示，本研究的每个变量的 AVE 的平方根大于该变量与其他变量之间的相关系数，说明本研究中各个变量之间具有良好的区别效度。此外，本研究进行了方差膨胀因子（VIF）检验，最终结果均小于2，说明研究数据不存在多重共线性问题。

（二）结构模型分析

基于前文的信效度分析结果，进行了进一步的回归分析，利用 SmartPLS 4 软件的 bootstrap 方法（5000次重复抽样）来对路径显著性进行验证。从图中可以看出，用户粘性的 R^2 为0.698，说明整个模型解释了约70%的用户粘性的方差变动，选取的各个变量对于网络视频平台用户粘性具有一定的解释力度，模型的拟合优度较高。此外，人机互动、人际互动、身份认同、社会临场感和用户满意度五个变量的 R^2 依次为69.8%、65.5%、63.7%、55.6% 和67.1%，说明模型具有较好的预测力。



> 图2 结构模型分析结果

模型结果表明，弹幕技术特征的拟同步性对于感知互动的人机互动（ $\beta=0.189$, $p<0.001$ ）和人际互动（ $\beta=0.190$, $p<0.001$ ）有显著影响，假设 H1a 和 H1b 成立；感知临近对于感知互动的人机互动（ $\beta=0.189$, $p<0.001$ ）和人际互动（ $\beta=0.189$, $p<0.001$ ）有显著影响，假设 H2a 和 H2b 成立；信息补充对于感知互动的人机互动（ $\beta=0.189$, $p<0.001$ ）和人际互动（ $\beta=0.189$, $p<0.001$ ）有显著影响，假设 H3a 和 H3b 成立；情感同步对于感知互动的人机互动（ $\beta=0.189$, $p<0.001$ ）和人际互动（ $\beta=0.189$, $p<0.001$ ）有显著影响，假设 H4a 和 H4b 成立；感知互动对于身份认同（ $\beta_1=0.190$, $p<0.001$ ； $\beta_2=0.190$, $p<0.001$ ）、社会临场感（ $\beta_1=0.190$, $p<0.001$ ； $\beta_2=0.190$, $p<0.001$ ）和用户满意度（ $\beta_1=0.190$, $p<0.01$ ； $\beta_2=0.190$, $p<0.001$ ）都有显著正向影响，假设 H5a、H5b、H8a、H8b、H11a 和 H11b 均成立；身份认同对于用户满意度（ $\beta=0.189$, $p<0.001$ ）和用户粘性（ $\beta=0.189$, $p<0.001$ ）有显著影响，假设 H6 和 H7 成立；社会临场感对于用户满意度（ $\beta=0.189$, $p<0.001$ ）和用户粘性（ $\beta=0.189$, $p<0.001$ ）有显著影响，假设 H9 和 H10 成立；用户满意度对于用户粘性（ $\beta=0.189$, $p<0.001$ ）也有显著正向影响，假设 H12 也成立。

五、总结与展望

（一）研究结论

本研究以网络视频平台作为对象，研究弹幕这一新兴功能及

其带来的社交互动属性对于平台用户粘性的影响,并探讨了身份认同和社会临场感的中介作用,具体结论如下:

首先,总结了弹幕的技术特征。本文将弹幕功能看作是一种新兴的通讯交流技术,并根据通讯技术通常按照时间、空间和群体活动支持三个维度进行分类的标准,提炼出弹幕的拟同步性、感知临近、信息补充和情感支持四个技术特征。在此基础上,本文通过实证分析,证实了用户在观看弹幕视频的过程中,弹幕的技术特征对于用户感知到的与平台以及平台的其他用户的交互程度有显著的正向影响。

其次,证实了弹幕互动对于网络视频平台用户粘性的正向影响。基于SOR理论和信息系统持续使用理论,本研究认为用户在观看弹幕视频的过程中,其感知到的互动性水平的高低会显著其对于网站的依赖程度。研究结果也证实了这一点,表明弹幕功能的交互性越强,用户的体验感越好,越能够满足其社交需求,用户对于某个视频平台的持续使用意愿也就越强烈,这也为平台更好地如何留存用户指明了方向。

再次,验证了身份认同和社会临场感的中介作用。研究发

现,在用户与平台的交互过程中,通过用户获取的信息内化和用户的自我表露,能够促进其形成独特的自尊感和精神连结,进一步强化对平台的依赖程度;在此过程中,用户感受到的与他人的联系越紧密,对平台的态度也就越积极。

(二) 不足与展望

(1) 本文主要是通过网络问卷调查,无法保证每一个被调查者在填写问卷过程完全认真核实题目,自汇报的用户行为数据也并不能完全替代真实的行为数据,样本选取的局限性也影响了研究结果的通用性和可推广性。未来研究可以通过获取用户的平台访问等相关数据,或者采用机器学习、实地实验等方法,进行更全面的分析。

(2) 本研究着重于弹幕的技术特征带来的互动感知对于平台用户粘性的影响,忽略了弹幕的内容以及弹幕的其他特征(如位置、字号、颜色等)会对用户的感知及其对平台的依赖程度产生的影响。未来研究可以通过获取弹幕的内容数据,进行文本分析,或通过实验方法,控制变量,进一步探讨弹幕在改善和提升用户体验方面的作用。

参考文献

- [1] Fang J., Chen L., Wen C., et al. Co-viewing experience in video websites: The effect of social presence on e-loyalty [J]. International Journal of Electronic Commerce, 2018, 22(3): 446-476.
- [2] Chen Y., Gao Q., Rau P.L.P. Watching a movie alone yet together: Understanding reasons for watching Danmaku videos [J]. International Journal of Human-Computer Interaction, 2017, 33(9): 731-743.
- [3] Pagani M., Mirabello A. The influence of personal and social-interactive engagement in social tv websites [J]. International Journal of Electronic Commerce, 2011, 16(2): 41-68.
- [4] Shen Y., Chan H.C., Hung I.W. Let the comments fly: The effects of flying commentary presentation on consumer judgment [J]. International Journal of Systems Science, 2014, 12(12): 1469-1475.
- [5] Rafaeli S. Interactivity: From new media to communication. Sage annual review of communication research [J]. Advancing communication science, 1988, 16(CA): 110-134.
- [6] Gefen D., Straub D. Managing user trust in B2C e-services [J]. e-Service, 2003, 2(2): 7-24.
- [7] Hassanein K., Head M. Manipulating perceived social presence through the web interface and its impact on attitude towards online shopping [J]. International journal of human-computer studies, 2007, 65(8): 689-708.
- [8] Oliver R.L. Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings [J]. Journal of Retailing, 1981, 57(3): 25-48.
- [9] Anol Bhattacharjee. Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model [J]. MIS Quarterly, 2001, 25(3): 351-370.
- [10] Tajfel Henri. Individuals and Groups in Social Psychology [J]. British Journal of Social Psychology, 1979, 18(2): 183-190.
- [11] Lim S., Cha S Y., Park C., et al. Getting closer and experiencing together: Antecedents and consequences of psychological distance in social media-enhanced real-time streaming video. Computers in Human Behavior, 2012, 28(4): 1365-1378.
- [12] Bar-Anan Y., Liberman N., Trope Y., et al. Automatic processing of psychological distance: Evidence from a Stroop task. Journal of Experimental Psychology: General, 2007, 136(4): 610-622.
- [13] Fogg B J. Prominence-interpretation theory: Explaining how people assess credibility online. In: Proceedings of the CHI' 03 extended abstracts on human factors in computing systems, 2003, 27(5): 722-723.
- [14] P á ez D., Rim é B., Basabe N., et al. Psychosocial effects of perceived emotional synchrony in collective gatherings. Journal of personality and social psychology, 2015, 108(5): 711-729.
- [15] 蒋索, 邹泓, 胡茜. 国外自我表露研究述评 [J], 心理科学进展, 2008, 16(1): 114-123.
- [16] Hassanein K., Head M., Chunhua J.A Cross-cultural comparison of the impact of social presence on website trust, usefulness and enjoyment. International Journal of Electronic Business, 2009, 7(6): 625-641.
- [17] 赵宏霞, 才智慧, 姜参. 基于虚拟触觉视角的在线商品展示、在线互动与冲动性购买研究 [J]. 管理学报, 2014, 11(1): 133-141.
- [18] Zhao M., Roy Dholakia R. A multi-attribute model of web site interactivity and customer satisfaction: An application of the Kano model [J]. Managing Service Quality: An International Journal, 2009, 19(3): 286-307.
- [19] 郭国庆, 李光明. 购物网站交互性对消费者体验价值和满意度的影响 [J]. 中国流通经济, 2012, 26(2): 112-118.
- [20] Murray D., Howat G. The relationships among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian sports and leisure center [J]. Sport Management Review, 2002, 5(1): 25-43.
- [21] CHIN W W, MARCOLIN B L, NEWSTED P R. A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study [J]. Information Systems Research, 2003, 14(2): 189-217.

女性健康类 APP 用户体验设计研究

——以花晓 APP 为例

罗荣荣, 赵飞, 刘婧婧, 张育萌, 李芳芳
西安翻译学院, 陕西 西安 710105

摘 要： 科技进步与移动互联网普及深刻改变了人们的生活方式，健康管理和生活模式调整备受瞩目。女性因其独特生理心理特性，对健康需求更为细致全面，开发女性健康 APP 显得尤为重要。女性健康涉及生理、心理、营养、运动等多方面，且随年龄和生理周期变化而面临不同挑战，如月经周期管理和孕期保健。移动互联网发展使 APP 成为女性获取健康信息、管理健康的关键工具，利用零碎时间管理健康成为新趋势。社会对女性健康重视度提升，政府、企业等积极推动其发展。开发女性健康 APP 不仅普及健康知识、增强健康意识，还促进相关事业发展。

关 键 词： 健康管理；女性健康 APP；生活模式

Research on User Experience Design of Female Health Apps - Taking Huaxiao APP as an Example

Luo Rongrong, Zhao Fei, Liu Jingjing, Zhang Yumeng, Li Fangfang
Xi'an FanYi University, Xi'an, Shaanxi 710105

Abstract： Technological advancements and the widespread use of mobile internet have profoundly changed people's lifestyles, with health management and lifestyle adjustments becoming increasingly important. Due to their unique physiological and psychological characteristics, women have more detailed and comprehensive health needs, making the development of female health apps particularly significant. Female health involves various aspects such as physiology, psychology, nutrition, and exercise, and women face different challenges as they age and go through physiological changes, such as menstrual cycle management and healthcare during pregnancy. The development of the mobile internet has made apps a crucial tool for women to access health information and manage their health, and utilizing fragmented time to manage health has become a new trend. Society's increasing emphasis on women's health has led to active promotion by governments and businesses. The development of female health apps not only popularizes health knowledge and enhances health awareness but also promotes the development of related industries.

Keywords： health management; female health apps; lifestyle patterns

引言

随着社会发展，女性对自身健康需求的重视程度日益提高。本研究致力于打造一个更加开放、包容、和谐、科学且严谨的女性用户信息交流平台。花晓 APP 作为专为女性设计的健康管理应用，以其独特的预测月经功能受到广大用户青睐。本研究旨在通过花晓 APP 的应用和普及，唤起全社会对女性健康的重视，提升女性健康意识和自我保健能力，共同为女性创造一个更加健康、美好的生活环境。

一、理论基础与文献综述

（一）相关概念与理论框架

（1）健康管理

深入探讨女性健康类 APP 的用户体验设计研究，并以花晓 APP 作为研究对象时，首要任务是清晰界定健康管理的内涵。健

康管理涉及对个体或群体健康风险因素的系统性监控与管理，其过程涵盖了对这些风险因素的监测、评估和干预这三个相互循环的环节^[1]。该管理的核心目标是解决健康问题，鼓励被管理者主动参与并自觉维护健康，同时高效利用有限的资源以实现最佳的

项目来源：花晓相伴，“婷”情绽放——数据可视化下的女性健康检测
项目编号：S202412714071。
作者简介：罗荣荣（2004.07-），女，汉族，陕西省安康市，本科学历。

测和干预服务,助力女性用户深入洞察并有效管理自己的健康状况,旨在实现疾病的早期预防和生命质量的提升。

(2) 营销策略

营销策略,是企业或个人为达成营销目标,精心制定的全面规划与执行方案,旨在与目标市场建立并维持一种互惠的交换关系。这一策略涵盖了市场定位、产品、定价、促销以及渠道等多个维度^[2]。针对花晓 APP,应该精准锁定女性健康市场,提供独具特色的健康管理服务;通过持续优化产品功能和用户体验,提高用户的满意度和忠诚度;利用社交媒体、线上线下活动等多种渠道,积极推广,增强品牌知名度和影响力;依据市场反馈和数据分析,不断调整和改进营销策略,以适应市场的动态变化和用户的具体需求。

(3) 风险预测

风险预测过程涉及利用现有数据和专业知识,对潜在风险事件的可能性及其潜在后果进行预测和评估。对于花晓 APP 来说,风险预测的范围广泛,不仅限于用户健康风险评估,还包括技术、市场、数据安全等多个维度的风险考量。通过搜集和分析用户健康数据,花晓 APP 运用大数据和人工智能技术,提前预测用户可能遭遇的健康风险,并给出针对性的预防建议^[3]。APP 还需密切关注技术更新、市场竞争和用户隐私保护等风险点,并制定有效的风险应对策略,以保障应用的稳定性和用户的信赖与满意。

(二) 研究综述

女性健康类 APP 的用户体验设计正成为研究热点,设计应重点考虑用户隐私保护、数据安全、界面友好性及功能实用性^[4]。色彩心理学和服务设计理念的融入,能显著增强用户体验。色彩心理学在界面设计中的应用,通过色彩搭配激发用户情感共鸣,提升使用愉悦感。服务设计理念在已婚已育女性健身 APP 设计中得到实践,强调以用户需求为核心,提供全面个性化服务。

隐私和数据安全是根本,需高度重视;界面和功能应简洁直观,便于用户操作。结合心理学原理和服务设计理念,提供更细致个性化服务,提升用户满意度和忠诚度^[5]。女性健康类 APP 设计应重视综合性、创新性和用户导向性,持续优化用户体验,满足女性用户不断增长的健康需求^[6]。通过综合考虑隐私、界面、功能及用户心理,打造既安全又贴心的健康管理工具,提升女性用户的整体满意度。

二、现状与趋势分析

(一) 行业现状概览

女性健康 APP 市场潜力巨大,中国女性网民超 6 亿,占比 53%,全球市场销售额持续增长,年复合增长率预计达 19.8%,显示广阔前景,女性健康管理重视度提高,市场活跃度增强^[7]。技术融合与创新推动市场发展,大数据、人工智能、信息可视化技术提升健康管理效率和精确度,通过数据分析提供定制化健康建议,助力用户掌控身体状况。

服务范围拓展,从月经周期追踪至营养、饮食、体重管理、健身等多领域,满足全方位健康需求,成为女性生活伴侣,提供丰富健康知识,助力用户了解生理机制及保健方法。用户群体多元化,中年和老年女性开始关注使用,社会关注度提升,政府和非政府组

织加大投入,推动市场健康有序发展,为行业带来机遇和广阔市场空间^[8]。女性健康 APP 市场正迎来全面发展和新机遇。

(二) 存在的主要问题

质量不一,功能专业性弱

女性健康 APP 市场产品质量参差不齐,许多 APP 仅提供基础功能,缺乏专业性和个性化,无法满足女性用户对个性化健康管理的需求,损害用户利益,削弱行业声誉。数据整合精度不足是女性健康监测服务的一大挑战,女性生理周期复杂,需要细致健康数据进行分析,但许多 APP 在这一领域存在明显不足,影响监测精准度,限制 APP 在健康管理领域的深入发展^[9]。

随着个人健康数据广泛收集,隐私保护和数据安全问题愈发突出,部分 APP 存在安全漏洞,可能导致用户信息被非法利用或泄露,侵犯用户隐私权,对日常生活和工作造成负面影响,构建健全数据保护体系,确保用户信息安全,成为行业发展的当务之急^[10]。女性健康 APP 市场需提升产品质量,加强数据整合精度,强化隐私保护和数据安全,以满足用户需求,促进行业健康发展。

(三) 发展趋势预测

借助当下先进的深度学习算法,女性生理周期管理 APP 能够以前所未有的精确度预测女性的生理周期,进而为用户提供高度定制化的健康管理方案。通过智能化的信息采集和处理手段,这些 APP 不仅极大地降低了用户的时间成本,还显著提升了使用效率和体验。鉴于月经周期管理 APP 在全球范围内存在着巨大的市场需求,众多相关企业正在积极开拓国际市场,力求将服务推广至全球。为此,它们纷纷推出多语言版本,并提供丰富多样的本地化服务,以确保能够更有效地满足不同国家和地区用户的个性化需求。

三、实证研究与分析

花晓 APP 研发中,采用科学系统方法,前期设计问卷搜集目标用户信息,招募志愿者并深入分析学术论文。中期筛选分析数据,揭示月经不调普遍性及影响因素,指明功能开发和产品优化方向。后期启动 APP 运行机制,建立反馈系统,持续优化产品满足用户需求。整个过程中,专业导师和团队成员提供宝贵支持。

数据收集处理方面,通过社交媒体、自动售货机等渠道搜集用户数据,涵盖基本信息、行为习惯等。数据整合后,执行清洗、去重、格式化操作,提升数据集质量。利用数据分析工具深入挖掘数据,揭示用户行为模式等。通过机器学习构建用户画像,实现细致划分。依据分析结果调整营销策略,采用 A/B 测试等评估效果,实时调整参数。定期审查和更新数据收集处理流程,确保精准营销和高效转化,满足用户需求,提升市场竞争力。通过数据驱动,不断优化策略,推动花晓 APP 发展。

实证分析结果

花晓 APP 融资 300 万,出让 20% 股份,平衡资金与股权,奠定长远发展基础。收入多元稳定,含 VIP 会员、广告销售及商家合作,年收益预计 10 万元,盈利能力显著。资金重点投入研发、营销、客服及设计,优化体验,增强竞争力。随全球及中国女性健康市场扩大,花晓 APP 收入有望持续增长,利润预期逐年

提升。实证分析显示其财务规划合理，发展潜力大，盈利空间显著，预示稳健可持续发展。精准融资与高效运用助力花晓 APP 迈向更广阔市场，创造辉煌业绩。

四、问题挑战与对策

（一）面临的主要问题与挑战

（1）花晓 APP 设计面临用户隐私保护挑战，需收集敏感个人数据，如健康信息、生理周期等，若隐私防护措施不健全，易遭不法分子窃取，导致隐私泄露，损害 APP 声誉和用户信任。因此，保护用户隐私至关重要。

（2）数据安全防护亦是紧迫问题，用户敏感信息在存储和传输中易受黑客攻击或内部人员不当处理，数据处理逻辑和算法可能存在安全漏洞，数据安全无法保障将严重损害用户信任。随着技术进步，黑客攻击策略不断演变，APP 安全防护措施需及时更新。

（3）系统稳定运行面临挑战，如卡顿、频繁闪退、加载迟缓和等问题，影响用户体验，系统崩溃或无响应状态更损害用户满意度和忠诚度。随着用户基数增长和功能丰富，APP 负载压力上升，需持续优化系统架构和性能。

（4）提升用户留存率和活跃度是花晓 APP 设计的核心难题，部分用户因缺乏吸引力内容或服务而选择删除 APP 或降低使用频率，活跃度不足表现为长期不登录、不更新数据等。市场竞争加剧，用户选择丰富，若花晓 APP 不能提供独特价值内容和服务，用户易转向竞争对手。因此，需不断创新与优化，提升用户体验，吸引和保留用户。

（二）对策建议

（1）加强隐私保护措施

优化隐私政策，确保其详尽透明，向用户清晰阐述 APP 收集、利用及保护个人信息的具体方式，保障用户的知情权得到充分尊重。加强数据加密措施，运用尖端加密技术对用户的敏感数据进行安全存储和传输，以防止数据在传输途中遭受截取或篡改。严格限制对用户数据的访问权限，确保仅授权人员能够接触到用户的个人信息，从而加强内部数据管理。定期开展安全审计和漏洞检测，以便及时发现并解决可能存在的安全风险，保障用户数据的安全不受威胁。

（2）提升数据安全防护能力

采纳前沿的数据安全技术，包括部署防火墙、入侵检测系统

以及实施数据加密措施，从而构建一个多级别的数据安全防护网络。周期性地对 APP 进行安全升级和细致维护，以便及时修补已知的安全缺陷，确保系统的持续稳定与安全。制定全面的数据备份与恢复方案，以便在数据遭遇丢失或损害的情况下，能够迅速予以恢复，维护用户数据的完整性与可用性。定期为员工提供数据安全培训，增强他们的数据安全防护意识，预防由于操作不当造成的数据泄露或损害。

（3）优化技术架构和用户体验

引入分布式架构与负载均衡机制，旨在增强系统的并发处理能力，并加快响应速度。实施微服务架构，把系统解耦为多个独立的服务单元，这样做既简化了系统结构，也提升了其维护和扩展的灵活性。简化用户操作流程，并改进界面设计，使用户能够迅速掌握 APP 操作，轻松找到所需功能。强化个性化推荐功能，依据用户的健康数据和偏好，提供专属的健康建议与服务。引入实时反馈系统，例如加载进度条和操作提示，以增强用户对系统反应的感知，从而提升满意度。

（4）拓展合作与市场推广

与医疗机构及健康管理组织建立协作关系，共同研发健康服务产品，以此增强 APP 的专业形象和权威性。与著名健身品牌及营养补充品生产商携手，推出联名产品或举办促销活动，以吸引更多潜在用户。通过社交媒体平台和健康论坛等线上渠道发布健康资讯和用户故事，从而提升 APP 的可见度和知名度。举办线下活动，例如健康讲座和健身挑战赛，以加强与用户的互动，提高他们的参与度和忠诚度。

五、结束语

花晓 APP 在女性健康应用领域面临挑战，但成长空间巨大。通过强化隐私保护、提升数据安全、优化技术架构与用户体验，及拓宽合作与市场营销，花晓 APP 有望提升竞争力与用户满意度。随女性健康意识提升和科技发展，花晓 APP 需坚持用户优先，持续创新产品功能与服务。加强用户沟通，深入挖掘需求，提供定制化、精确的健康解决方案。团队努力下，花晓 APP 有望成为女性健康领域领军者，提供全方位、专业、便捷的健康管理服务，助力女性享受更健康生活。本研究为花晓 APP 用户体验设计提供参考，实际操作需灵活调整优化。通过不断努力，花晓 APP 将为用户带来更优质的健康体验。

参考文献

- [1] 毛诗宁，罗斐然. 基于色彩心理学的女性健康 APP 界面设计 [J]. 东方娱乐周刊, 2023, 15(10):123-125.
- [2] 牛政荣，任冠豪，李林琳. 基于服务设计理念的已婚已育女性健身 App 设计方法与路径研究 [J]. 上海包装, 2023, 9(7):157-159.
- [3] 黎睿. 运动健康类 App 的使用与满足研究 —— 以 “咕咚” 为例 [J]. 新闻研究导刊, 2016, 11(9):1-3.
- [4] 张汗灵张松. 基于 “6A” 用户体验模型的慢性病健康管理 APP 设计策略研究 [J]. 包装工程, 2022, 43(24):39-46.
- [5] 毛慧琴，黄丽娟. 基于用户体验的老年人健康类 APP 界面设计研究 [J]. 2020, 5(1):33-35.
- [6] 刘昭，康逢月. 基于老年用户体验的文艺类 App 适老化界面设计研究 —— 以适老化文艺 App “天乐老年” 为例 [J]. 2024, 7(2):185-188.
- [7] 茅洁，李璇，张叶，等. 大学生体质健康预测监控 APP 设计 [J]. 运动, 2020, 5(1):3-6.
- [8] 张潇桐. 基于用户体验的宠物类 APP 情感化设计研究 —— 以 “宠萌” 为例 [J]. 大众文艺. 2020,(3).
- [9] 杨扬. 健康类微信公众号用户持续使用意愿影响因素研究 [D]. 武汉: 华中科技大学, 2021.
- [10] 何利娜. 鞋跟高度、面积、负重比例及经验水平对用户体验的影响 [D]. 西安: 陕西师范大学, 2018.

新时代物资采购模式创新与合同管理效率提升研究

曹宏

山西和信电力发展有限公司, 山西 太原 030000

摘 要： 本文以新时代物资采购模式实施物资采购合同管理，研究提高合同管理效率的目标，进一步提高效率。通过改变合同签订和管理方式，最大限度地提高物资采购的效率，确保物资采购的及时供应和平衡。物资采购模式的创新实现了提高采购效率的目标，反映出通过改进采购模式，运营效率显著提高。为了完善制度结构和业务流程，有必要统一合同管理流程，控制物资采购风险，加强合同管理效率。

关 键 词： 物资采购；合同管理；创新

Research on innovation of material purchase mode and improvement of contract management efficiency in the new era

Cao Hong

Shanxi Hexin Electric Power Development Co., Ltd. Taiyuan, Shanxi 030000

Abstract： This article implements material purchase contract management based on the material purchase mode in the new era, aiming to improve the efficiency of contract management and further enhance overall efficiency. By changing the way contracts are signed and managed, we maximize the efficiency of material procurement, ensuring timely supply and balance of material procurement. The innovation of the material procurement model has achieved the goal of improving procurement efficiency, reflecting a significant improvement in operational efficiency through improved procurement methods. To improve the institutional structure and business processes, it is necessary to unify the contract management process, control material procurement risks, and strengthen contract management efficiency.

Keywords： material procurement; contract management; innovation

在新时代背景下，物资采购模式创新与合同管理效率提升是企业实现高效运营、降低成本、增强竞争力的关键路径。由于物资采购的不同类型、不同计划和合同签订的不同频率，会产生时间不均、分散和供应周期短等情况，导致合同管理效率较低。合同管理必须在物资采购模式创新中得以改善，以提高管理效率。为了在合同管理中发挥良好作用，应依靠创新物资采购模式来提高合同签订效率，加强对整个物资采购过程的管理，进一步加强降低项目成本的内部控制。随着市场经济的发展，建设项目的竞争日益激烈，建设项目的合同价格持续下跌，因此控制项目成本对项目的生存和发展至关重要。据统计，采购成本通常占项目总成本的55%–65%，影响了公司的长期发展，建设项目的管理范围很广，物资采购模式的选择如果不符合项目进度的要求，将无法有效节省采购成本。必须选择合适的物资采购模式，以满足项目进度的要求，提高质量和效率，降低采购风险。一个有效的物资采购模式可以实现不同层次的采购管理，满足项目进度要求，提高采购效率，实现效益最大化。

一、物资采购模式概述

一是集中化采购模式。随着企业规模的扩大和市场竞争的加剧，集中化采购模式逐渐成为主流。通过整合企业内部的采购需求，实现物资集中采购，从而获得价格优惠，以此降低采购成本。集中化采购便于企业对采购活动进行全面控制和协调，提高采购效率和效益。二是供应链协同采购。供应链协同采购是企业与供应商之间的紧密合作，通过建立长期的合作关系，确保物资供应的稳定和质量，优化合同管理效率。供应链协同采购有助于企业快速应对市场变化，加强与供应商的合作，建立长期稳定的

供求关系，提高市场竞争力。三是智能化采购。随着互联网技术的发展，电子化、网络化采购模式日益普及^[1]。企业通过建立电子商务平台，实现线上全流程电子化操作，这种模式不仅提高了采购效率，还增强了采购过程的透明度。利用大数据等先进技术，企业可以实现采购需求的智能预测、采购合同的智能审核与签署等功能，这些智能化手段不仅提高了采购决策的准确性和效率，还为企业实现物资采购的全流程电子化，提升了采购效率并降低了成本。四是绿色采购。在采购过程中优先考虑环保、节能、低碳的材料和产品，推动企业的绿色转型，推动物资的循环利用，减少资源浪费，降低采购成本，同时提升企业的社会形象。

二、影响物资采购模式的因素

如采购成本管理和控制不力、采购权分配不合理、合同管理不善等，如果这些问题不能得到有效解决，将严重制约物资采购的效率和质量。物资采购和合同管理研究，包括物资管理、财务管理、计划管理、合同管理等，理想的物资采购要求所有数据都是影响采购模式的因素之一，其影响可以根据采购环境条件来确定。在实际的采购过程中，有许多因素会影响最佳采购模式的选择，这些因素在不同的情况下可能会有所不同，所有因素都是可变的，这些因素的准确数据无法获得，通常只能通过管理经验进行评估，使用相对定量的方法来评估这些因素，这个过程需要更复杂的分析^[9]。

三、物资采购模式创新要点

（一）构建物资采购管理体系

在采购规模上构建物资采购管理体系，能够有效避免采购风险，降低采购成本，提高采购效率。构建物资采购管理体系，应严格遵循物资采购管理流程，在适当的情况下，了解整个物资采购过程，并加强对采购过程的监控和管理。要有明确的责任和组织结构，建立管理批量采购的体系，财务部门是物资采购的决策机构，应加强对整个采购流程的管理，实施与物资采购有关的措施，物资采购方式将采购决策从采购管理转变为验证采购模式的方法，可以有效避免物资采购管理问题，降低采购过程中潜在的风险^[3]。

（二）完善管理机制

为了解决物资采购管理模式中的问题，需要完善管理机制。要规范采购过程和程序，为了提高实施采购模式的经济效益，应该促进采购模式的转型，实现整合并改善物资采购管理。应建立物资采购规划管理系统，以解决在实施采购时对合同履行的监测和控制过程中的问题，确保采购合同的准确性、完整性，避免诚信风险。此外，还要密切监控采购合同的执行情况，确保合同按照要求执行。为完善管理机制，应加强数据收集和整理，探索和制定管理策略，通过建立和完善规章制度，实现物资采购中更科学的供需关系。

（三）加强采购层级分类管理

加强采购层级分类管理，包括物资采购的评估，评估体系的组织主要是通过采购中介机构，为了加强采购层级分类管理，应进一步加强采购评估的管理方式，提高管理水平。目前加强采购层级分类管理的方法是，采购部门成立采购工作组，采购层级分类管理应设定在评估标准中，每个环节的详细信息可以根据单独的评估标准确定，以采购达到合同水平的业务，采购工作组负责组织和执行，直到合同签订，并对合同的执行和付款结算进行监督和控制。因此，加强对整个采购和付款过程的监测和管理是很有必要的，应从需求来源和规划中确定采购的种类和数量，采购工作组应审查和监测在付款中的执行情况，以实现采购从被动到主动执行的管理，完善从采购到行动的层级分类管理机制^[4]。

（四）加强降本增效激励机制

降本增效是物资采购中最重要的措施之一。可以加强激励机制，以此降低成本、提高效率，可以设立物资采购专项基金，为参与采购的团队和成员提供一些物质激励，在成本控制、风险防范等方面发挥重要作用。将通过制定降本增效激励机制，创新采购方式，充分发挥集中采购的优势，实现物资采购标准化的功能。项目的初始采购预算根据合同期限划分采购成本指数，以此在采购量和价格中发挥重要作用。在对公布的指标进行经济评估，完成初步预算采购成本指数的调整，并对采购货物的成本进行纵向和横向分析^[5]。

四、影响合同管理效率的因素

一是人为因素。反映在合同管理效率的需要上，由于物资采购合同的不合理性，往往导致合同的频率和数量的增加。由于采购单位无法有效控制物资消耗、需求动态等，因此只能使用基于需求实体为执行采购任务而制定的采购计划，这样将直接影响影响合同管理效率。采购人员没有充分了解与合同协议所载采购项目有关的程序和要求，导致一些经常采购的代表性物资没有列入采购清单中。二是操作系统的限制。主要原因是同时使用采购管理信息系统、合同管理系统和资源规划系统，物资采购是在资源计划系统中进行的，没有具体的管理标准，无法满足物资采购需求。三是环境因素。一些物资需要及时管理采购的供应，随着重大项目及其管理的深入，情况变得更加复杂，采购合同的管理无法严格按照采购管理措施进行^[6]。

五、采购合同管理效率提升方法

（一）优化合同管理流程

签署合同是一个自然过程，在采用合同模式标准的基础上，必要时将合同授予和签署过程与供应商的合同授予过程分开，并单独进行管理。由于这些合同与经济利益密切相关，因此在合同的管理和审查中，应注意避免合同纠纷，有必要严格管理和控制合同条款的内容。一旦合同签订，双方的权力将在合同的有效履行中发挥重要作用，必须检查合同涵盖的物资的质量和数量，关于质量标准，应与公司标准、行业标准和国家标准相结合，并注明编号、名称代码，仔细检查供应合同的条款，特别是采购过程中可能出现的任何风险，买方应尽早确定向另一方交付的方式，仔细检查如何支付合同中约定的价格。应在购买产品和产品数量方面采取适当措施，以避免出现预付款问题等。严格控制违约责任，证明造成的经济损失，注明仲裁机构的所在地和全称。在诉讼的情况下，双方明确诉讼方式，在解决现有冲突方面具有一定的灵活性。此外，一些合同纠纷在确立事实方面比在法律上更有效，需要更多的专业知识^[7]。

（二）优化物资定价方案

采购价格的变化意味着买家和供应商都面临着不确定的风险，为了降低合同管理违约率，需要改进初始定价机制，找到双

方都能接受的定价条件。受价格波动严重影响的材料，应根据材料价格标准确定约束价格。通过以价格为条件，可以在公平贸易的基础上与供需双方接触，避免因时间限制而导致的价格变化带来的风险。实施过程中有两个最重要的环节，在购买前必须接受检查环节的付款状态，财务管理必须仔细检查与付款流程和采购材料相关的合同条款，严格按照提交的合同检查项目以进行付款。如果在履行合同过程中出现问题，则应向合同管理部门报告违约情况，有必要向有关部门提供证据和相关材料，以便双方通过谈判达成解决方案。项目管理使用信息网络技术，合同管理的日常负责风险控制，与高效的合同管理相结合，可以全面了解合同管理在项目管理中与实际合同的关系^[8]。

（三）优化合同管理技术

一是合同管理数字化转型。采用先进的合同管理软件或电子签名工具，实现合同创建、审批、签署和存储的数字化流程，不仅可以减少纸质合同的使用，降低存储和管理成本，还可以提高合同处理效率和透明度。同时，数字化合同管理还便于实时跟踪合同执行情况，及时发现和解决问题。二是标准化合同模板与流程。建立标准化的合同模板和流程，确保所有合同遵循一致的格式和条款^[9]。这有助于加快合同的谈判和签署速度，减少错误和误解。同时，标准化流程还能提高合同的执行效率，确保合同的顺利履行。三是合同风险评估与监控。在合同管理过程中，建立风险评估机制，对潜在风险进行识别和防范。同时，对合同的执行情况实时监控，及时发现和处理可能的问题，确保合同目标的实现。

这有助于降低企业的法律风险和财务损失。四是跨部门协作与信息共享。合同管理不仅仅是法律部门的职责，它需要销售、采购、财务等相关部门的紧密合作^[10]。通过定期的部门间会议和信息共享机制，提高合同管理的效率和质量。同时，建立统一的合同管理平台或系统，实现合同信息的集中存储和共享，提高信息利用效率和准确性。

六、结语

在新时代背景下，物资采购模式的创新与合同管理效率的提升，已成为企业优化资源配置、提高市场竞争力的关键举措。本研究深入探讨了采购模式创新与合同管理之间的相互作用，揭示了它们之间协同发展的内在联系。通过案例分析和理论研究，我们发现，创新的采购模式能够为企业带来更广泛的供应商选择，降低采购成本，而高效的合同管理则确保了交易的顺利进行，减少了法律风险。实践证明，将创新采购模式与强化合同管理相结合，有助于企业降低采购成本、提高履约效率，增强企业的市场适应性和灵活性，进而提升整体竞争力。随着发展，企业应继续深化采购模式改革，加强合同管理，以实现可持续发展。通过不断优化采购流程，提高合同执行的透明度和效率，企业将能够更好地应对市场变化，把握发展机遇，最终在激烈的市场竞争中脱颖而出。

参考文献

[1] 韩洁芳. 医院物资采购内部控制存在的问题及对策 [J]. 行政事业资产与财务, 2022(16): 74-76.
[2] 梁晓彤, 丁晖. 医院供应链管理内部控制评价体系研究 [J]. 中国医院, 2022(09): 66-68.
[3] 许熠莹, 徐帅. 加强公立医院政府采购内控管理的探讨 [J]. 现代医院管理, 2023(02): 105-107.
[4] 丁萍, 李乐波. 基于财务角度的公立医院采购过程内部控制探讨 [J]. 中国医院, 2022(01): 106-108.
[5] 练彩飘. 公立医院物资采购内部控制存在的问题与对策 [J]. 中国物流与采购, 2024(04): 83-84.
[6] 张胜学. 建立物资质量全过程管控模式的研究 [J]. 石油石化物资采购, 2014 (11): 48-53.
[7] 国务院. 关于调整工业产品生产许可证管理目录加强事中事后监管的决定 (国发〔2019〕19号) [Z].
[8] 林滢. 供应链视角下企业物资采购问题的研究 [J]. 活力, 2024(09): 169-171.
[9] 赵晶, 路鹏. 石油企业物资采购管理中信息化技术运用分析 [J]. 石化技术, 2024 (03): 272-274.
[10] 沈先亮. 铁路工程项目的物资采购管理模式构建措施研究 [J]. 中国物流与采购, 2024(05): 99-100.

金融科技与保险业高质量发展的困境与对策

王思维¹, 邓玉琦²

1. 中国人民人寿保险股份有限公司, 北京 100020

2. 中国工商银行股份有限公司北京市分行, 北京 100020

摘要： 金融科技目前已成为社会经济发展的热点，信息技术以多种形式渗透到各行各业，已经越来越引起各行业关注和重视。金融科技在中国的发展已经走在了快车道，金融行业的发展趋势从互联网金融已经走向了金融科技，与银行机构相比，同为金融行业，金融科技在保险领域的应用和发展还相对滞后。

关键词： 金融科技；数字经济；保险业

Dilemmas and countermeasures for high-quality development of financial technology and insurance industry

Wang Siwei¹, Deng Yuqi²

1. People's Life Insurance Company of China, Beijing 100020

2. Beijing Branch, Industrial and Commercial Bank of China Limited, Beijing 100020

Abstract： Financial technology has currently become a hotspot in socio-economic development. Information technology has penetrated into various industries in multiple forms, attracting increasing attention and focus from various sectors. The development of financial technology in China has been on the fast track. The trend in the financial industry has shifted from internet finance to financial technology. Compared to banking institutions, the application and development of financial technology in the insurance sector, which is also part of the financial industry, is still relatively lagging.

Keywords： financial technology; digital economy; insurance industry

引言

随着数字经济时代到来，我国经济结构正由高速增长向高质量发展稳步迈进。保险业也告别了以往的粗放型高速增长模式，步入全新发展阶段。据统计，2023年我国保险业原保费收入5.12万亿元，同比增长9.13%，增速逐渐放缓。保险行业要走出一条高质量发展道路，必须实现两个转变，一个是从要素驱动的数量型增长模式向创新驱动的质量提升型增长模式转变，另一个是从劳动密集型人海战术向技术密集型科技赋能转型。^[1] 中国保险行业协会统计数据显示，2022年底涉足互联网保险业务的公司数量为129家，实现互联网保费收入4782亿元，同比增长26.6%。保险科技不断发展逐渐独立于金融科技范畴，通过运用新兴技术，不断推动保险产品和服务创新。本文在分析我国保险科技发展现状同时，探讨了保险科技创新面临的挑战，特别是从推动保险业高质量发展角度出发，也通过更多实际应用场景，提出了加强保险科技创新赋能作用的策略。^[2]

一、保险科技现状与发展趋势

（一）传统保险机构积极拥抱保险科技创新

随着科技飞速发展，传统保险机构和互联网保险公司都在积极拥抱保险科技创新，以应对新的市场机遇和挑战。传统保险机构在保险科技浪潮中展现出强烈的进取心。面对数字化浪潮，各类机构持续整合现有的数据信息和电子渠道保险部门，构建拥有金融科技开发与实现能力的保险科技平台，通过核心技术支撑能力的提升，不断优化业务模式和流程，为保险公司的转型升级提

供有力支持。^[3] 中国人保便是佼佼者，他们大力推广大数据、人工智能等前沿科技，打造了“e保通”移动客户营销管理平台。在科技于数据工作的支持下，营销人员的客户服务和管理能力得到显著提高，特别是在销售端的智能化水平和客户端的体验感受方面得到进一步提升。

（二）专业互联网保险公司推动保险科技生态创新

目前，国内有4家主要专业互联网保险公司，众安保险、泰康在线、易安财险和安心保险，充分发挥“互联网+”优势，以科技创新为驱动，开发了一系列创新型场景的保险产品和解决

作者简介：

王思维（1989-），女，满族，吉林长春，硕士研究生，人寿保险；

邓玉琦（1988-），男，汉族，四川自贡，博士研究生，中级经济师、金融管理。

方案。众安保险致力打造一个涵盖健康医疗、消费金融、生活消费、车险航旅等领域的全方位系统。而泰康在线则以保险科技为核心，通过整合“保险+健康+养老+投资”等一体化价值体系，努力构建保险产业-养老产业-金融产业的高价值生态圈。这些创新不仅推动了保险业的数字化转型，也为消费者带来更便捷、个性化服务。未来，随着科技不断进步和应用场景不断拓展，保险科技将持续为保险业注入新活力，推动行业实现更高质量发展。^[4]

（三）互联网巨头借技术与流量优势深耕保险行业

互联网行业巨头企业在大数据、AI、云技术、区块链等技术的加持下，快速进入保险领域。如阿里巴巴、腾讯、百度等企业均发挥自身在互联网快速发展期积累的技术、客户和流量等方面的独特优势，积极布局保险行业。互联网公司布局保险业常见的方式主要包括合资参股、联盟合作、申请牌照、业务创新等方式。蚂蚁金服这一阿里旗下的金融科技旗舰专门成立了保险事业部，负责电商保险渠道销售、保险代理销售和相互保险等业务。2017年起，蚂蚁金服陆续推出多款互联网创新产品，不断明确进军保险领域的战略规划。蚂蚁金服坚持以保险科技持为工具和手段，推进旗下保险业务的高质量发展，其中相互宝产品是蚂蚁区块链技术和芝麻信用相结合的产物，在业界首次实现了“先享保障后付费”的新模式，不断改变传统保险行业的经营思路 and 理念。^[5]

二、保险科技面临的问题

（一）科技开发成本高昂

金融科技在保险公司落地的前提有比较完备的信息技术系统，以中台业务为纽带，将各系统间的信息进行互通。系统的建立都需大批的科技开发人员去开发、测试、维护等。一般企业进行信息技术开发，通常有两种运作模式，一种是公司自有技术开发人员，如阿里、360等互联网公司涉足保险领域，大部分科技开发人员由内部项目部承担，薪资较高，所有系统开发、测试及维护工作均由内部人员完成；另一种借助外部技术开发人员，如人保寿险等公司，将技术开发工作交由第三方科技公司，完成后保险公司支付给他们技术开发费用。《2024年中国金融科技（FinTech）行业发展洞察报告》显示，预计2024年，中国保险机构技术投入将达584亿元，保持每年约10%的增速。

（二）有效监管的挑战

金融科技的创新为保险行业发展提供了更多可能，业务模式打破了对现行的行业监管提出了更高要求，监管的有效性也存在巨大挑战。首先，当前中国的监管架构主要侧重于分业监管模式，这在面对保险科技领域日益增长的跨地域经营及跨界融合的新趋势时，显现出一定的适应性挑战。由于监管控制力存在局限，系统性风险的管理与预防工作因此变得愈发复杂且多变。其次，在监管制度建设方面，现有的规章制度和监控手段未能跟上保险行业创新应用科技工具的进度和步伐，相关法律法规存在一定缺失。随着保险生态系统内保险公司、金融科技企业及第三方

平台的合作日益加深，各方对于构建统一监管框架以有效防范监管套利行为的需求变得愈发迫切。这种需求的增长，源于合作深化过程中，各方对于监管一致性和公平性的更高期待，旨在确保市场稳定与健康发展，避免监管套利行为对保险生态造成不利影响。^[6]

（三）新技术应用风险

保险与科技，作为两个本身就蕴含高度风险的领域，它们的深度融合催生了保险科技这一新兴领域。这一领域不仅面临着诸如道德风险、市场风险以及操作风险等传统类型的风险，而且，随着技术创新的不断推进，还会不断滋生出一系列其他潜在的、更为复杂的风险。这些风险的存在，无疑对保险科技的稳健发展构成了严峻的挑战。首先是信息安全，保险公司及相关合作平台，通过应用金融科技不断开展客户的精准识别活动和客户需求信息挖掘的工作。在大数据的分析于测算下构建客户画像，但数据和信息的使用方，忽略了在这一过程中存在的信息泄露及隐私侵害的风险。其次，大数据应用的法律风险。在业务经营中，客户投保和理赔信息的收集、整理、传输、存储，均可能出现不正当竞争导致数据滥用或数据编造等法律问题，从而降低分析和应用的可信度。最后，是跨行业交叉传递风险，保险科技的应用将打破保险行业的内循环体系，增加相关行业的风险交叉，保险机构也会增加对第三方平台服务的依赖，增加科技创新应用导致自身经营管理水平的降低。

三、保险科技发展对策

（一）完善行业监管体系，适应保险科技发展趋势

金融科技对现行监管框架构成挑战，监管机构需构建适配的监管体系，运用监管科技提升效能，平衡创新与风控。澳大利亚“双峰”监管模式或可借鉴，推动金融科技革新。跨业经营需整合强化管理，保险科技线上线下业务应纳入综合监管框架。对遵循风控准则、促进行业高质量发展的创新项目，监管机构可考虑实施“监管沙盒”等包容性模式，促创新同时控风险，保障消费者权益。监管机制优化需加速法规制度完善，针对区块链保险、大数据风控等新兴领域制定专门法规或标准，填补监管空白。智能保险发展要求规则重构，推动人机协同监管模式建立至关重要。监管技术革新方面，监管机构应加速研发应用人工智能、区块链、大数据等技术，优化监管体系，全面纳入保险机构及其外包服务技术，增强监管穿透力与精确度，遏制监管套利风险，保障保险科技健康发展。

（二）增强核心技术研发，推动保险科技高质量发展

中国保险科技高质量发展面临的主要障碍是基础技术创新能力不足。因此，亟需增强前沿技术的研发投入，特别是在人工智能、大数据深度挖掘、区块链“加速通道”、5G“边缘云协作”等关键技术领域寻求突破性进展。这些技术引领保险行业革新，并解决众多行业难题。为促使新技术深入保险产业链各环节，需拓宽新技术应用场景的探索，为保险科技高质量发展提供坚实的智慧支撑。在人工智能领域，应深化对网络群体智能、脑

机接口技术、情感智能等前沿科技的探索，提升智能保险顾问服务水平，提供更人性化服务，培育“人工智能+保险科技”新生态，推动保险业高质量发展。在大数据应用方面，需加速大数据、人工智能与区块链技术的融合，推进保险科技大数据基础设施建设，统一数据标准，促进数据开放共享，构建可靠且共享的大数据中心，为保险业全面数字化转型奠定坚实基础，注入强劲动力。

（三）重视新技术风险，提升前瞻性防控能力

保险机构在推动保险科技创新进程时，必须审慎关注新技术可能引发的潜在风险，并据此优化其风险管理体系。面对信息安全挑战，保险机构需强化信息安全监控与管理机制，确保能够迅速识别并应对安全威胁。此外，保险机构还需对终端设备及数据传输的安全防护手段进行全面升级，同时进一步加深区块链等技术在信息安全领域的运用程度。面对大数据与云服务所带来的风险，保险机构需明确划分技术外包的范围以及数据共享的界限，从而增强对网络攻击、数据泄露以及合作伙伴欺诈等潜在风险的防范能力。与此同时，在创新业务与传统业务之间建立起一道坚固的防火墙，并制定出详尽周全的应对策略，以有效防范保险科技可能引发的法律及运营风险，这些风险涵盖了数据共享、区块链智能合约的应用、第三方金融云服务等多个领域。在跨行业风险的防控方面，保险机构应将技术防范与人工监督相结合，构建一套风险态势感知与预警系统，以此提升对跨行业风险的识别与防范能力。除了有效应对已知风险外，保险机构还需具备前瞻性的风险预测、识别以及消除能力，确保能够防范系统性金融风险的发生，从而为保险科技的高质量发展奠定坚实而稳固的基础。

（四）完善产学研协同体系，加大保险科技人才培养

鉴于保险科技领域创新挑战艰巨且探索前沿性显著，高等院校、科研机构及企业应共同构建产学研深度融合的保险科技研发平台。此平台的核心目标在于推动区块链、智能技术等前沿科技

实现关键性突破，并提升其在保险行业的实施效率。通过校企合作与产教融合的紧密联结，研究成果向实际应用的转化进程得以加速，为具备高技能与多元化知识背景的人才开辟了广阔的发展空间。高等教育机构需重新布局学科资源，增强培训项目的实效性，例如，在人工智能领域融合保险理论与金融科技课程；而在保险学科中，则可增设数据分析、区块链原理、人工智能基础理论等模块，以培养在保险技术领域具备多样技能的应用型人才。保险公司则应采取互动式教学法、轮岗实践等策略，深化保险专业人士对业务流程的理解，并促使业务人员掌握区块链、人工智能等保险技术基础，了解这些技术的创新性和实际应用案例。国内保险公司还通过引进海外资源，吸纳国际优秀人才加入该领域，以应对转型升级中的复杂挑战。此举旨在汇聚全球智慧，构建一个包容协作的专家智库，专注于监测与分析保险科技的前沿技术与未来趋势。借助科技的力量，该智库将致力于推动保险业的高质量发展，为行业提供战略指引与决策支持。

四、总结

随着金融科技底层技术不断更迭，近年来，保险与科技的融合已成为推动保险行业创新的关键动力。保险科技生态系统中的各方主体正积极开发符合保险消费者和实体经济需求的商业模式和创新产品。这种深度融合显著提升了保险行业的发展质量、管理效率和服务能力，同时也为行业带来了新的增长机会。为了充分发挥保险科技的赋能作用，保险公司和政府监管机构必须关注与新技术相关的新兴风险。这需建立一个适应保险科技特点的监管框架，促进创新和有效防范风险间的平衡。此外，投资于保险科技人才的培养，促进行业、学术界和研究机构间的合作，对于支持保险行业的高质量发展，并为其持续健康增长奠定基础至关重要。

参考文献

[1] 曹毓飞. 我国保险业数字化转型发展趋势 [J]. 中国保险, 2021(3): 11-13.
[2] 张瑞纲, 吴叶莹. 数字经济背景下现代保险业发展研究 [J]. 西南金融, 2022(7): 91-102.
[3] 张静. 科技赋能, 助推保险营销数字化转型 [J]. 营销界, 2022(6): 59-61.
[4] 郝亮, 杜金向. 数字经济对我国保险业的影响分析 [J]. 投资与创业, 2021(9): 56-58.
[5] 黄万鹏. 保险科技助力保险业高质量发展 [J]. 中国保险, 2018(7): 12-15.

以工代赈建设项目绩效考评研究 ——以某省为例

卢光辉

云南能投绿色新材有限责任公司，云南 昆明 650506

摘 要： 结合某省以工代赈项目管理需求与国家、省政策要求，通过对以工代赈建设项目的计划管理、项目管理、资金管理、组织管理、监督检查管理等环节进行深入分析，运用定量与定性分析方法，构建一套科学合理的以工代赈建设项目绩效考评体系，将考评结果作为年度以工代赈项目分配的重要参考，促进以工代赈项目分配公平化、规范化，不断提高扶贫效益与社会效益。

关 键 词： 以工代赈；绩效考评；层次分析法

Study on the performance evaluation of work relief construction projects —— take a certain province as an example

Lu Guanghui

Yunnan Energy Investment Green New Material Co., LTD. Kunming, Yunnan 650506

Abstract： combined with a province to relief project management needs and national and provincial policy requirements, through the relief construction project plan management, project management, fund management, organization management, supervision and inspection management, thorough analysis, using quantitative and qualitative analysis method, build a scientific and reasonable relief construction project performance evaluation system, the evaluation results as an important reference for annual relief project distribution, promote the relief project distribution fairness, standardization, improve the relief project of poverty alleviation benefit and social benefits.

Keywords： work relief; performance evaluation; hierarchical analysis method

1938年《市政工作衡量——行政管理评估标准的调查》一书标志着学术界对政府绩效评估研究的开始，十一届三中全会后，国外先进管理思想传入中国，中央各部门、各省市也积极进行了财政支出绩效评价试点工作，不断创新绩效评价方法，改善公共支出绩效评价效果^[1]。

一、某省以工代赈建设项目绩效考评现状及存在问题

（一）考评现状

为建立以工代赈项目分配激励约束机制，某省发展改革委通过开展省级检查、本地自查、交叉检查等方式监督、了解县级工代赈项目实施情况，激励以工代赈实施单位规范化管理项目、高水平建设项目、充分发挥以工代赈项目的扶贫效益与社会效益。同时省审计、财政、监察等部门通过开展以工代赈的监督检查和审计工作，督促以工代赈资金使用、项目管理的规范性与合法性。

（二）存在的问题

某省各部门对以工代赈项目的监督检查通常属于事后监管，且没有系统的统计评分体系，难以形成稳定的、可比较的、可量

化的评价系统，无法充分反映对以工代赈建设项目投资管理进行绩效考评的要求，也无法对下一年度的以工代赈项目分配提供全面、系统的参考。因此，建立某省以工代赈建设项目投资管理绩效考评体系是当务之急^[2]。

二、某省以工代赈建设项目绩效考评改进建议

（一）明确考评依据、考评主体与对象及考评内容

以工代赈建设项目投资管理绩效考评依据国家《国家以工代赈管理办法》、《某省以工代赈管理办法》等文件为依据^[3]。某省以工代赈建设项目投资管理的省级负责部门是省发展改革委，省发展改革委负责全省以工代赈建设项目的申报、计划下达等重要环节，以工代赈投资按“省负总责”的要求进行分配。因此，

作者简介：卢光辉（1987-4），女，汉族，河南信阳人，现供职单位全称：云南能投绿色新材有限责任公司，中级经济师，硕士研究生，研究方向：产业经济、国有经济。

为创新以工代赈建设项目竞争性分配机制，提高全省以工代赈建设项目的扶贫效益与社会效益，省发展改革委应作为以工代赈建设项目投资管理绩效考评的主体。州（市）级发展改革部门是直接对省发展改革委负责的以工代赈建设项目投资管理单位。州（市）级发展改革部门负责审核、汇总下辖各县以工代赈建设项目的筹备、申报及实施情况。实施省级以上以工代赈建设项目的州（市）级发展改革部门应作为某省以工代赈建设项目投资管理绩效考评的直接对象。实施以工代赈建设项目的县（市、区）是以工代赈建设项目投资管理的基层实施部门，是以工代赈建设项目投资管理绩效考评的间接考评对象。某省以工代赈建设项目投资管理绩效考评主要考察以工代赈项目计划管理、资金管理、投资管理、投资后评价管理的水平及实效；考评实施以工代赈项目的州（市）及县级发展改革部门管理以工代赈项目的能力、规范化水平及以工代赈项目的扶贫效益。

（二）构建科学规范的考评体系

1. 以工代赈建设项目绩效考评指标体系

扶贫效益类指标，选取劳动报酬占项目资金比例作为扶贫效益类最主要的考评指标。计划管理类指标，选取项目前期（可研、审批）完备率、计划及报告按时上报率指标。资金管理类指标。资金管理类，选取是否存在资金违规使用指标。投资管理类，选取按期开工率、按期竣工率、是否擅自变更建设内容、竣工验收率、验收合格率、公示宣传合格率指标^[4]。

2. 指标评价标准

计划标准是以预先制定的目标、计划、预算等作为评价的标准，重点参照我国“十四五”规划建议、《中央预算内投资补助和贴息项目管理办法》、国家及省以工代赈管理办法等规定和要求。历史标准是参照某省以工代赈同类指标的历史数据制定的评价标准。其他标准指以工代赈项目建设涉及的相关行业政策、行业标准及专业技术规范等^[5]。

三、以工代赈建设项目绩效考评方法

以工代赈建设项目绩效考评是以简便、易操作的考评体系激励以工代赈实施部门学习先进、提高效益的应用性考评。因此，以工代赈项目绩效考评采用加权平均排列法作为总考评方法。

（一）指标权重确定

基于上述指标体系，采用层次分析法确定指标权重^[6]，运用 Yaahp 层次分析软件，通过构建以工代赈建设项目绩效考评指标体系的层次结构模型，分别建立决策目标层、中间要素层及备选方案层的判断矩阵，调整判断矩阵通过一致性检验后得出计算结果。

第一，构建层次结构模型。第一层为“以工代赈建设项目绩效考评指标体系”，第二层为“扶贫效益”“计划管理”“资金管理”“投资管理”，第四层为“劳动报酬占项目资金比例”“项目前期完备率”“计划及报告按时上报率”“是否存在资金违规使用”“按期开工率”“按期竣工率”“是否擅自变更建设内容”“竣工验收率”“验收合格率”“公示宣传合格率”。第二，建立判断

矩阵，对判断矩阵进行一致性检验，中间层判断矩阵与方案层判断矩阵 $CR=(CI/RI)=0.0661<0.10$ ， $CR=(CI/RI)=0.0997<0.10$ ，均通过一致性检验。

表1. 中间层判断矩阵

	扶贫效益	计划管理	资金管理	投资管理
扶贫效益		7	3	5
计划管理			1/4	2
资金管理				5
投资管理				

表2. 方案层判断矩阵

	按期开工率	按期竣工率	是否擅自变更建设内容	竣工验收率	验收合格率	公示宣传合格
工期		1	1/2	5	3	7
工期			1/5	7	5	3
擅自变更建设内容				7	9	9
验收率					1/4	3
合格率						3
宣传合格率						

第三，得出计算结果，根据以上计算结果，得出指标体系各层次权重如下^[7]。

表3. 以工代赈建设项目指标体系结构图

指标范畴及权重	指标名称及权重
计划管理（9.06%）	项目前期（可研、审批程序）完备率（7.93%）
	计划及报告按时上报率（1.13%）
资金管理（28.13%）	是否存在资金违规使用（含资金挪用、挤占、报账不及时）（28.13%）
投资管理（6.59%）	按期开工率（1.39%）
	按期竣工率（1.20%）
	是否擅自变更建设内容（3.04%）
	竣工验收率（0.27%）
	验收合格率（0.48%）
	公示宣传合格率（0.21%）
扶贫效益（56.21%）	劳动报酬占项目资金比例（56.21%）

（二）指标评分标准

结合以工代赈建设项目实际，参照功效系数法原理，按百分制计算出各县（市、区）各项指标的评分值，再根据各项指标的权重进行加权平均得出县（市、区）综合评分值，按综合评分值的高低进行排序^[8]。若评分值相等，可依次参照是否存在资金违规使用、劳动报酬占项目资金比例、项目前期完备率、是否擅自变更建设内容来排序，其中县（市、区）综合考评得分 = \sum （单项指标评分值 * 该项指标权重）。

劳动报酬占项目资金总额比例得分 = 劳动报酬支出总额 / 项目资金总额 * 100；项目前期（可研、审批）完备率得分 = 项目前期完成项数 / 项目前期要求完成总项数 * 100，是否存在资金违规使用得分，存在资金违规使用时得 0 分，不存在时得 100 分。计划及报告按时上报率得分 = 季度、年度计划及实施报告按时上报次数 / 季度、年度计划及实施报告上报总次数 * 100；按期开工率得分 = 按期开工项目个数 / 总项目个数 * 100；按期竣工率得分 = 按期竣工项目个数 / 总项目个数 * 100；竣工验收率得分 = 申请验收项目个数 / 按期竣工项目个数 * 100；验收合格率得分 = 验收合格项目个数 / 申请验收项目个数 * 100；公示宣传合格率得分 = 公告

公示制执行情况符合要求的项目个数 / 总项目个数 *100。是否擅自变更建设内容得分,存在擅自变更建设内容时得0分,不存在时得100分。

（三）实施步骤

第一步,成立绩效考评组织,由某省发展改革委牵头,省扶贫办、省财政厅、省水利厅、省审计厅等部门的相关科室及专家参与,组成以工代赈建设项目绩效考评工作组,负责绩效考评的组织管理和实施工作^[9]。第二步,制定绩效考评工作步骤,以工代赈建设项目绩效考评工作由州(市)级发展改革部门按指标体系及时记录、统计县级以工代赈工作进展情况,按季度上报,汇总于省级发展改革委地区处,由地区处审核校对,于季度末组织相关部门与专家考评各州(市)及县以工代赈项目实施情况。具体工作步骤和进度安排如下:

省发展改革委记录以下指标完成情况。(1)计划管理类指标。州(市)以县为单位统计各县计划及报告按时上报率、项目前期完备率等指标并上报。(2)投资管理类指标。州(市)以县为单位记录并上报县级以工代赈项目按期开工率、按期竣工率、竣工验收率、验收合格率、公示宣传合格率指标。(3)后评价类指标。项目完工后,发展改革委、审计、督查等部门确定实施以工代赈各县劳动报酬占项目资金总额比例、是否存在资金违规使用、是否擅自变更建设内容等指标值。(4)以工代赈项目实施年末,省级发展改革部门按各指标值及权重,计算实施以工代赈项目的各县的年度考评得分,按各县当期以工代赈项目资金占州(市)以工代赈总投资的比重加权得出州(市)以工代赈绩效年度考评得分。

四、绩效考评应用建议

一是作为以工代赈项目分配依据。根据以工代赈项目分配参

考因素,选取贫困县属性、贫困人口、贫困发生率、减贫人数、农村居民人均可支配收入、上年度绩效考评分数共6项指标,各指标权重10%、30%、10%、10%、10%、30%为依据,对各指标进行评分,计算综合加权平均值。贫困县属性得分按贫困县性质划分,属于连片特困片区的贫困县计100分,国家级扶贫工作重点县计70分,省级扶贫工作重点县计50分。贫困人口得分以统计局公布的各县贫困人口为依据,贫困发生率得分为贫困人口与县总人口之比,减贫人数得分为以统计局公布的年初与年末贫困人口之差,农村居民人均可支配收入得分以统计局公布的各县农村居民人均可支配收入数为准,上年绩效考核分数得分以省发展改革委通过以工代赈建设项目绩效考评体系计算得出的考评分数为准,根据以工代赈项目分配体系计算得出的各县综合加权平均值占合计总分的比重确定各县项目投资额占全省以工代赈项目投资的比重,加总县(市、区)以工代赈项目投资额即得到各州(市)以工代赈项目投资额。二是以工代赈建设项目绩效考评结果以适当形式公布,并提交省、州市及县级组织部,作为领导干部考核任用、薪酬激励的参考因素之一。

五、结语

通过以上途径,建立符合以工代赈项目实际、科学合理、简便易行的绩效考评体系,有助于找出以工代赈项目管理的亮点和薄弱点,鼓励先进、促强扶弱。同时将以工代赈建设项目考评结果作为第二年年以工代赈项目分配的依据,有助于充分调动各州(市)、县以工代赈工作积极性,充分发挥以工代赈项目的扶贫效益和社会效益^[10]。

参考文献

[1] 杨桦. 完善我国财政支出绩效管理的研究[J]. 财经界, 2021,(16):34-35.DOI:10.19887/j.cnki.cn11-4098/f.2021.16.013.
[2] 胡伟. 我国财政支出绩效管理法律规制:体系、模式与功能[J]. 经济与管理评论, 2017,33(02):79-85.DOI:10.13962/j.cnki.37-1486/f.2017.02.011.
[3] 毛晓杰,官祥庆,刘雨川. 财政支出预算绩效管理改革难题[J]. 中国金融, 2020,(21):100.
[4] 赵鹏,贺创,范新安. 财政支出绩效评价管理[J]. 合作经济与科技, 2020,(17):182-185.DOI:10.13665/j.cnki.hzjyjkj.2020.17.073.
[5] 胡伟. 我国财政支出绩效管理法律规制:体系、模式与功能[J]. 经济与管理评论, 2017,33(02):79-85.DOI:10.13962/j.cnki.37-1486/f.2017.02.011.
[6] 余燕娟. 财政支出项目绩效评价指标研究[J]. 财务管理研究, 2021,(07):97-101.
[7] 马蔡琛,陈蕾宇. 我国预算绩效指标体系的发展演进与实践探索[J]. 理论与现代化, 2019,(02):84-92.
[8] 王海云. 完善财政支出绩效评估“第三方”运行机制的探析[J]. 现代经济信息, 2020,(12):16-17.
[9] 徐松梅. 浅析预算绩效指标体系的构建及运用[J]. 现代经济信息, 2020,(02):95+97.
[10] 朱恒鹏,周彦. 优化财政投入方式提高财政支出绩效[J]. 经济社会体制比较, 2020,(06):13-14.

中国汽车海外销售的风险管理与应对策略

宋军

浙江吉利汽车集团, 浙江 杭州 310000

摘 要： 本研究深入探讨了我国汽车出口市场的当前状况、发展动向以及所面临的主要竞争格局。在此基础上，本文构建了一套针对中国汽车海外销售的风险识别、分析与评价模型。研究提出了构建全面且高效的风险管理体系的指导原则、组织架构和流程制度，并对风险规避、减轻、转移与共担等策略进行了深入探讨和详细阐述。文章强调，在全球化的大背景下，中国汽车企业在面对海外市场风险时，必须综合考虑风险的类型、发生概率、潜在损失等多个维度，制定并执行恰当的风险应对策略。这不仅是为了确保海外销售业务的稳定性和连续性，更是为了在激烈的国际竞争中提升自身的竞争力。本研究为我国汽车企业在应对海外市场风险方面提供了理论上的指导和实践上的参考，有助于企业在全球化进程中更好地把握市场机遇，规避和减轻潜在风险，从而在国际市场上稳固地位，增强影响力。

关 键 词： 中国汽车产业；海外销售；风险管理；应对策略；市场分析

Risk management and coping strategies for Chinese automobile overseas sales

Song Jun

Zhejiang Geely Automobile Group, Hangzhou, Zhejiang 310000

Abstract： This study deeply explores the current situation, development trends, and major competitive landscapes faced by China's automobile export market. Based on this, the paper constructs a risk identification, analysis, and evaluation model tailored for Chinese automobile overseas sales. The research proposes guiding principles, organizational structures, and process systems for building a comprehensive and efficient risk management system. It also conducts in-depth discussions and detailed elaborations on strategies such as risk avoidance, mitigation, transfer, and sharing. The article emphasizes that in the context of globalization, Chinese automobile enterprises must comprehensively consider multiple dimensions such as risk type, probability of occurrence, and potential losses when facing overseas market risks. They should develop and implement appropriate risk response strategies. This is not only to ensure the stability and continuity of overseas sales operations but also to enhance their competitiveness in fierce international competition. This study provides theoretical guidance and practical reference for Chinese automobile enterprises in dealing with overseas market risks. It helps enterprises better grasp market opportunities, avoid and mitigate potential risks in the process of globalization, thereby strengthening their position and influence in the international market.

Keywords： Chinese automobile industry; overseas sales; risk management; coping strategies; market analysis

引言

近年来，得益于国家政策的积极扶持和市场需求的持续增长，我国汽车产业实现了显著的发展成就，引起了国际社会的广泛关注。在国内市场竞争愈发白热化的背景下，众多汽车制造企业纷纷将战略重心转向海外市场，探寻新的增长点。根据相关统计数据，我国汽车出口量呈现出稳定的上升趋势，海外市场已经成为汽车产业发展的一个关键领域。

尽管中国汽车企业在拓展海外市场方面取得了一定的进展，但在销售过程中所遭遇的风险同样值得关注。这些风险不仅可能给企业带来直接的经济损失，还可能对企业的品牌形象和声誉造成长远的影响。因此，深入研究中国汽车海外销售的风险管理与应对策略，对于提升企业的风险防控能力、降低海外运营风险，以及推动我国汽车产业的持续健康发展具有重要的现实意义和战略价值。

一、中国汽车出口市场分析

在深入探讨中国汽车海外销售的风险管理与应对策略之前，

必须对全球汽车市场进行宏观把握，并详细分析中国汽车出口的当前状况、发展趋势，以及在国际竞争中所遭遇的关键对手。以下部分将详细阐述这些关键议题。

（一）全球汽车市场概况

近年来，全球汽车市场呈现出多元化、智能化、绿色化的发展态势。一方面，传统汽车强国如德国、日本、美国依旧占据市场主导地位，其品牌影响力和技术创新能力持续引领行业潮流。另一方面，新兴市场国家汽车产业迅速崛起，尤其是电动汽车的推广，为全球汽车市场注入了新的活力。在此背景下，全球汽车市场竞争愈发激烈，各大车企纷纷调整战略，以期在变革中占据有利地位。

（二）中国汽车出口现状及趋势

近年来，新能源汽车成为全球汽车产业转型升级的主要方向。中国作为全球汽车产量最大的国家和第一大汽车出口国，新能源汽车贸易对我国汽车产业转型升级、提升制造业国际竞争力具有重要作用。当前，中国新能源汽车约占全球市场份额的60%，处于世界领先地位，也是中国出口增长最快的产业之一^[1]。随着我国汽车品牌影响力的提升，以及产品品质和技术水平的不断提高，我国汽车出口市场正逐步向高端市场迈进。未来，我国汽车出口市场有望继续保持增长势头，但也面临国际贸易壁垒、汇率波动等挑战。

（三）中国汽车出口市场的主要竞争对手分析

在全球汽车市场竞争格局中，我国汽车出口市场的主要竞争对手包括传统汽车强国和新兴市场国家。德国、日本、美国等传统汽车强国拥有悠久的历史、成熟的产业链和技术优势，其产品在全球市场具有较高的竞争力^[2]。与此同时，韩国、印度等新兴市场国家汽车产业也迅速崛起，以其性价比优势和特色产品抢占市场份额。面对这些竞争对手，我国汽车产业需进一步加大技术创新、品牌建设力度，提升产品竞争力，以在激烈的市场竞争中脱颖而出。

二、中国汽车海外销售风险识别与分析

在全球化经营的大潮中，中国汽车企业海外销售的征程并非一帆风顺，面临着各种潜在风险。为了确保海外业务的稳健发展，以下将对中国汽车海外销售的风险进行识别与分析，旨在构建一套科学的风险评价体系。

（一）风险识别方法

在复杂多变的国际市场中，风险识别是风险管理的基础和前提。中国汽车海外销售的风险识别方法主要包括系统性分析、历史数据分析、专家访谈、情景分析等。这些方法通过对市场环境、政策法规、企业文化、供应链等全方位的考察，以及对企业历史销售数据的深入挖掘，帮助车企及时发现潜在风险点，为后续的风险评估和应对策略制定提供依据^[3]。

（二）风险类别与影响因素

中国汽车海外销售的风险可分为市场风险、政治风险、汇率风险、法律风险、文化风险等多个类别。这些风险的产生与多种影响因素密切相关，如市场需求变化、国际政治局势、汇率波动、目标国家法律法规、文化差异等。每个风险类别都有其特定的触发因素和传导机制，对企业海外销售业绩产生不同程度的影

响。因此，深入剖析这些风险类别及其影响因素，对于制定有效的风险应对措施至关重要。

（三）风险分析与评价模型构建

为了对海外销售风险进行量化评价，需构建一套科学、合理的风险分析与评价模型。该模型应以大数据分析和实证研究为基础，结合定性分析与定量分析，通过构建风险指标体系、设定权重、计算风险值等步骤，对各类风险进行综合评价^[4]。在此基础上，企业可以针对性地制定风险防范措施，优化资源配置，提高海外市场的适应能力和抗风险能力，确保海外销售业务的持续健康发展。

三、中国汽车海外销售风险管理体系构建

随着中国汽车企业海外市场的不断拓展，构建一个全面、高效的风险管理体系成为保障企业持续发展的关键。以下将探讨中国汽车海外销售风险管理体系的构建，包括设计原则、组织架构以及流程与制度，以期为企业提供一套系统的风险防控框架。

（一）风险管理体系设计原则

在构建中国汽车海外销售风险管理体系时，应遵循全面性、前瞻性、动态性、协同性和成本效益性五大原则。全面性要求覆盖所有潜在风险点，确保无遗漏；前瞻性强调对市场趋势的预判和风险的早期识别；动态性要求体系能够根据市场变化及时调整；协同性强调各部门、各层级之间的信息共享和协同作业^[5]；成本效益性则要求在风险控制与成本投入之间寻求最佳平衡点。

（二）风险管理组织架构

风险管理组织架构是风险管理体系的核心，应当构建一个多层次、跨部门的风险管理组织体系。该体系包括决策层、管理层和执行层，其中决策层负责制定风险管理战略和重大决策；管理层负责制定风险管理政策和流程，监督风险控制措施的执行^[6]；执行层则负责具体的风险识别、评估和应对工作。通过明确各层级职责，确保风险管理活动的有效实施。

（三）风险管理流程与制度

中国汽车海外销售风险管理流程与制度的构建，需围绕风险识别、评估、应对、监控和报告等环节进行。制度设计应确保流程的标准化、规范化和系统化，包括建立健全风险评估标准、风险应对策略库、风险监控指标体系等^[7]。同时，制定相应的风险管理手册和操作指南，确保风险管理活动有章可循，有据可依，从而提升企业整体的风险管理水平。

四、中国汽车海外销售风险应对策略研究

在全球化背景下，中国汽车企业面对海外市场的风险挑战，必须制定科学合理的应对策略。以下是对中国汽车海外销售风险应对策略的研究，涵盖了风险规避、减轻、转移与共担，以及策略的选择与实施，旨在为企业提供应对风险的实战指南。

（一）风险规避策略

风险规避策略，作为一种预防性管理手段，旨在通过精心规

划和调整可能触发风险的商业活动，从而有效防止潜在损失的发生。在海外销售领域，这一策略的贯彻实施尤为关键，涵盖了市场筛选、产品策略、合作伙伴评估等多个维度。企业必须深入进行目标市场的调查研究，主动规避那些政治动荡、法律法规限制过严、市场潜力受限的高风险区域。此外，针对那些技术标准不符或市场接受度低的产品，企业应采取果断措施，进行必要的调整或淘汰，以确保海外销售活动的稳健性和可持续性^[8]。通过这种策略的运用，企业能够最大程度地降低经营风险，保障其在国际市场的健康发展。

（二）风险减轻策略

风险减轻策略的核心在于同步降低风险发生的概率及其可能导致的后果，以保障企业的长期稳定发展。在海外销售过程中，中国汽车企业可采取多方位措施以实现这一目标。企业应优先通过持续的技术创新，提升产品的质量和性能，以此增强市场竞争力，并有效降低由产品问题引起的风险。进一步，采纳本地化生产策略，不仅能显著降低成本并克服贸易壁垒，同时也更贴合目标市场的需求和法规标准。同时，采用多元化的营销策略，可以有效提升品牌在海外市场的知名度和影响力，减少市场接受度不足的风险。

此外，构建灵活高效的供应链体系，是提升企业抗风险能力的关键。通过优化供应链结构，加强供应链管理，企业能够快速应对市场变化，减少供应中断或成本波动的风险^[9]。这些策略的综合运用，将有助于中国汽车企业在面对复杂多变的国际市场环境时，有效减轻潜在风险的负面影响，确保海外业务的稳健运营。

（三）风险转移与共担策略

风险转移与共担策略的实施，涉及将潜在的风险部分或全部转嫁给其他实体，或与多方利益相关者共同承担，以此减轻单一实体的风险压力。在这一策略的指导下，中国汽车企业能够采取一系列措施来优化其风险配置。具体而言，企业可以通过购买出口信用保险、产品责任保险等保险产品，将市场变动、客户信用等风险因素转嫁给保险公司，从而降低自身直面风险的可能性。

此外，企业还可以利用精确制定的合同条款，明确风险转移和共担的具体条款，确保在风险事件发生时，各方的责任和义务得到明确界定。与此同时，与目标市场的本土企业建立合资合作关系，共同进行市场开拓和运营管理，不仅有助于分散企业的经营风险，还能够利用合作伙伴的本地资源和市场知识，增强企业

的市场渗透力和竞争力。

（四）风险应对策略的选择与实施

在选择风险应对策略时，企业必须全面考量风险的种类、发生的概率、可能导致的损失，以及企业自身的风险承受能力等多方面因素。在策略的实施过程中，构建一套涵盖风险评估、策略制定、执行监督、效果评估的闭环管理机制至关重要。这一机制应确保风险管理活动形成良性循环，通过持续的反馈和策略调整，保障风险应对措施与企业海外销售业务的特点相适应，同时确保其有效性^[10]。

具体而言，企业需首先进行细致的风险评估，识别和量化潜在的风险点，为后续策略的制定提供科学依据。在策略制定阶段，企业应根据风险评估的结果，结合自身的资源和能力，选择最适宜的风险转移、减轻或共担策略。执行监督环节则要求企业对策略的实施过程进行严格监控，确保各项措施得到有效执行。最终，通过效果评估，企业能够审视风险应对策略的实际成效，据此进行必要的优化和调整。

这种闭环管理机制的应用，不仅有助于企业在面对海外市场的复杂风险时保持业务的稳定性，还能够通过有效的风险管理提升企业的国际竞争力，为企业的长期发展奠定坚实的基础。

五、结束语

综上所述，本文对中国汽车出口市场的现状、发展趋势及主要竞争对手进行了深入分析，并在此基础上，对中国汽车海外销售的风险进行了识别、分析与评价。通过构建全面、高效的风险管理体系，探讨了风险规避、减轻、转移与共担等应对策略的选择与实施。本文旨在为中国汽车企业在全球化背景下应对海外市场风险提供理论依据和实践指导，以助力我国汽车产业在激烈的国际竞争中稳步前行，实现可持续发展。

面对复杂多变的国际市场环境，中国汽车企业应充分认识海外销售风险，不断完善风险管理体系，灵活运用各类风险应对策略。在此基础上，企业还需持续加大技术创新、品牌建设力度，提升产品竞争力，以在全球化竞争中占据有利地位。展望未来，随着我国汽车产业的不断壮大，相信在政府、企业和社会各界的共同努力下，中国汽车企业必将在国际市场上取得更为辉煌的成就。

参考文献

- [1] 赵青松, 牛艳鑫. 中国新能源汽车出口市场分布及影响因素分析 [J]. 天津商务职业学院学报, 2023, 11(06): 10-17. DOI: 10.16130/j.cnki.12-1434/f.2023.06.004.
- [2] 卢文慧, 问泽霞. 中国新能源汽车出口竞争力影响因素分析——基于面板数据模型的研究 [J]. 现代工业经济和信息化, 2023, 13(11): 194-198. DOI: 10.16525/j.cnki.14-1362/n.2023.11.059.
- [3] 关言. 中国汽车海外打拼要求稳 [N]. 中国国门时报, 2023-11-28(001). DOI: 10.28274/n.cnki.ngmsb.2023.001767.
- [4] 赵子旺. 中国出海：汽车是怎样“链”成的 [N]. 新能源汽车报, 2023-11-27(010). DOI: 10.28896/n.cnki.nxnqc.2023.000409.
- [5] 王欣. 新能源汽车：跟随“一带一路”出海去 [J]. 中国工业和信息化, 2023, (11): 52-56. DOI: 10.19609/j.cnki.cn10-1299/f.2023.11.002.
- [6] 郭文佳. “一带一路”十周年中国新能源汽车走出新格局 [J]. 智能网联汽车, 2023, (06): 27-29.
- [7] 杨让晨, 张家振. 驶向“一带一路”的中国汽车：全球化战略助推高质量出海步伐 [N]. 中国经营报, 2023-11-06(C06). DOI: 10.38300/n.cnki.nzgjy.2023.002572.
- [8] 拱千舒, 魏泓泉, 邱晨希. 中国车企强势突围自主品牌何以享誉海外 [J]. 公关世界, 2023, (20): 19-22.
- [9] 魏泓泉, 拱千舒, 郭小戈, 等. 中国汽车逐浪全球市场 [N]. 南方日报, 2023-10-13(B03). DOI: 10.28597/n.cnki.nnfrb.2023.005721.
- [10] 王云川, 王辉. 中国车企国际化发展路径研究及趋势展望 [J]. 汽车与安全, 2023, (09): 76-78.

智能生态链驱动的工业品营销范式突破

王国栋

山东济南发电设备厂有限公司, 山东 济南 250000

摘 要： 工业品行业在数字化转型和智能技术快速发展的背景下，传统营销模式已难以满足市场需求与客户期望。本研究围绕工业品营销 5.0 模式的构建与应用，探讨智能生态链驱动营销模式的理论基础、实施路径及未来发展方向。通过分析工业品营销模式的演进，提出以智能技术和生态链协同为核心的 5.0 模式，强调数据驱动、生态协同和客户全生命周期管理的重要性。研究指出，智能技术（如大数据、人工智能、物联网）与生态链理论的深度融合，可显著提升营销效率、资源优化和客户体验。通过典型案例分析，总结了智能化、协同化和个性化营销的成功经验，并为企业应对数据孤岛、技术门槛和组织阻力等挑战提出了突破策略。未来，随着区块链、5G 和人工智能等技术的进一步发展，智能生态链驱动的营销模式将在实时响应、精准投放和跨行业协作方面实现全面升级。此外，绿色可持续发展理念将在营销模式中占据重要地位，为企业带来经济效益与社会价值的双重保障。本研究不仅为工业品行业的营销模式创新提供了理论支持与实践指导，也为其他领域的数字化转型和生态协同发展提供了有益参考。

关 键 词： 工业品营销 5.0；人工智能；大数据分析；物联网；生态链协同

Breakthrough in Marketing Paradigm of Industrial Products Driven by Intelligent Ecological Chain

Wang Guodong

Shandong Jinan Power Equipment Factory Co., Ltd. Jinan, Shandong 250000

Abstract： In the context of digital transformation and rapid development of smart technology, the traditional marketing model in the industrial products industry has become difficult to meet market demand and customer expectations. This study focuses on the construction and application of the Industrial Product Marketing 5.0 model, exploring the theoretical foundation, implementation pathway, and future development direction of the marketing model driven by the intelligent ecological chain. By analyzing the evolution of industrial product marketing models, this study proposes a 5.0 model centered on intelligent technology and ecological chain collaboration, emphasizing the importance of data-driven, ecological collaboration, and customer lifecycle management. The research points out that the deep integration of intelligent technologies (such as big data, artificial intelligence, and the Internet of Things) and ecological chain theory can significantly improve marketing efficiency, resource optimization, and customer experience. Through typical case studies, this paper summarizes the successful experiences of intelligent, collaborative, and personalized marketing, and proposes breakthrough strategies for enterprises to deal with challenges such as data islands, technical thresholds, and organizational resistance. In the future, with the further development of technologies such as blockchain, 5G, and artificial intelligence, the marketing model driven by the intelligent ecological chain will be fully upgraded in terms of real-time response, precise delivery, and cross-industry collaboration. In addition, the concept of green and sustainable development will occupy an important position in the marketing model, providing enterprises with dual guarantees of economic benefits and social value. This study not only provides theoretical support and practical guidance for marketing model innovation in the industrial products industry, but also provides a useful reference for digital transformation and ecological collaboration development in other fields.

Keywords： industrial product marketing 5.0; artificial intelligence; big data analysis; internet of things; ecological chain collaboration

一、绪论

（一）研究背景

近年来，工业品市场正经历深刻变革，传统营销模式在面对

需求多样化、市场竞争加剧以及技术快速迭代时，逐渐显现出效率低下、响应缓慢、用户体验不足等问题。伴随智能技术的快速发展，大数据、人工智能、物联网等新技术的广泛应用，不仅重塑了工业品市场的价值链，还为企业营销模式的创新提供了新的

作者简介：王国栋（1984.11-），男，汉族，山东济南人，本科学士，工业品营销 5.0 模式的构建与应用。

路径和工具。在这一背景下，基于智能生态链驱动工业品营销范式突破成为行业亟需关注的重点方向。

（二）研究意义

本研究旨在为工业品营销模式的创新提供理论支持和实践指导，探索智能生态链驱动下的营销 5.0 模式。理论上，本研究希望通过梳理营销模式的演进路径，结合智能技术与生态链理论，丰富工业品营销理论体系；实践上，通过对典型案例的研究与总结，为工业品企业的数字化转型提供切实可行的指导方案；社会上，本研究对推动工业品行业高效协同与资源优化配置具有重要意义，也为经济高质量发展提供助力^[1]。

（三）研究方法与框架

在研究方法方面，本研究采用文献分析法梳理营销模式的理论演进，运用案例研究法探讨智能生态链在实际企业中的应用效果，并通过实证分析法验证营销 5.0 模式的有效性与适用性。研究内容以理论基础与模式构建为核心，进一步设计实施路径，结合实践案例，总结推广经验，为工业品营销模式的突破提供全面支持。

二、理论基础与工业品营销 5.0 模式构建

（一）工业品营销模式的演进与特征

工业品营销模式经历了从传统到现代、从单一到综合的演进过程，每一阶段都具有独特的特征和侧重点。总体来看，工业品营销模式大致可以分为五个阶段：1.0 模式、2.0 模式、3.0 模式、4.0 模式和 5.0 模式^[2]。

1.0 模式，以产品为中心的交易型营销阶段。在这一阶段，工业品企业的营销活动主要围绕产品展开，关注点集中在产品的质量、价格和供货效率上。营销的目标是尽可能多地完成产品销售，模式较为粗放。市场竞争主要体现在生产能力和成本控制上，而客户关系管理和品牌建设尚未受到足够的重视。

2.0 模式，以客户为中心的关系型营销阶段。随着市场竞争加剧，工业品企业开始意识到客户关系的重要性。在这一阶段，营销活动转向以客户为中心，通过市场细分、客户管理和售后服务等手段提升客户满意度和忠诚度。企业逐步构建起稳定的客户网络，将“关系”视为竞争优势，但这一阶段的客户需求挖掘深度和个性化服务能力仍然有限。

3.0 模式，以品牌为驱动的价值营销阶段。随着工业品市场日益成熟，单纯依靠客户关系维护已无法满足企业发展的需求。3.0 阶段强调通过品牌建设和价值观传递，在目标客户心中建立良好的品牌形象和价值认同。工业品营销开始注重文化内涵的塑造以及社会责任的履行，企业通过品牌传播实现与客户的情感联结，同时提升了市场竞争的非价格属性。

4.0 模式，以数字化为基础的全渠道整合营销阶段。互联网和信息技术的普及为工业品企业带来了全新的营销模式。4.0 阶段通过数字化工具实现线上线下全渠道的整合，利用大数据分析、精准投放和实时互动，显著提升了营销效率。此阶段的重点在于优化客户体验，打造数据驱动的营销决策体系，但其对技术和资源

的高要求也对企业能力提出了新的挑战。

5.0 模式，以智能生态链为驱动的协同营销阶段。在当前的技术和市场背景下，5.0 模式着眼于智能技术与生态链协同，通过大数据、人工智能、物联网等技术的深度融合，推动产业链上下游的资源共享和高效协作^[3]。5.0 模式强调以客户全生命周期为核心，基于实时数据和智能算法实现精准响应，打造个性化、智能化的营销闭环。这一阶段代表了工业品营销的未来发展方向，是传统营销模式向高效、协同、智能化升级的必然趋势（如图 2-1）。



> 图 2-1 工业品营销模式的演进与特征

（二）智能技术与生态链理论内涵

1. 智能技术

智能技术在工业品营销中的广泛应用，显著提升了企业对市场的洞察力和响应能力。其中，大数据分析作为智能技术的核心，能够通过对海量数据的采集、处理和分析，精准洞察客户需求并预测市场趋势。这种能力帮助企业制定更有效的营销策略，降低市场不确定性，提高资源配置效率。

人工智能技术通过智能算法和模型的应用，不仅提升了营销过程的效率，还增强了个性化服务的精准性。AI 可以用于自动化客户服务、智能推荐和营销活动优化，使企业能够实时响应客户需求，提升客户体验，同时降低运营成本。

物联网（IoT）技术通过实现设备、平台和终端之间的全方位连接，为工业品营销创造了新的可能性。物联网不仅能够实时监控产品的使用状态，还能收集用户行为数据，为精准营销和售后服务提供数据支持。通过 IoT 的应用，企业可以实现产品全生命周期管理，打造以客户为中心的智能化营销体系^[4]。

2. 生态链理论

生态链理论强调多主体协同运作，以构建涵盖供应商、企业、客户和服务商的互动网络为核心。在工业品营销中，这种协同机制能够打破传统的孤岛式运营模式，通过资源共享和数据互联实现上下游企业的高效协作，从而提升整体供应链的效率和竞争力^[5]。

资源优化与价值共享是生态链理论的核心追求。在生态链框架下，各参与主体通过协同合作，最大化利用资源优势，同时实现价值的共同创造与分配。这种模式不仅提升了企业的市场适应能力，还有效增强了客户黏性，为企业打造可持续竞争优势奠定了基础。生态链理论的应用推动工业品企业从单一竞争向协作共赢转型，是实现智能化营销范式突破的理论基础。

（三）工业品营销 5.0 模式的提出与理论构建

工业品营销 5.0 模式的提出，是在智能技术和生态链理论不断发展的基础上，为解决传统营销模式存在的局限性而形成的全新理论构建。它不仅是对过去营销模式的延续与创新，更是对智能化、协同化和个性化营销需求的系统回应。

1. 工业品营销 5.0 模式核心理念

营销 5.0 模式以“智能驱动、生态协同、客户中心”为核心

理念，强调通过智能技术的深度应用和生态链的多主体协作，打造面向客户全生命周期的精准营销体系。具体而言：

智能驱动，以大数据、人工智能和物联网为支撑，实现对市场动态的实时感知和快速响应，通过算法优化营销决策，提高资源配置效率。

生态协同是构建涵盖供应商、制造商、客户及服务商的全生态链协作网络，形成多主体协同创新和价值共享的闭环。

客户中心是以客户需求为核心，通过智能化技术提供定制化解决方案，提升客户体验和满意度^[6]。

2. 工业品营销 5.0 模式的构建框架

（1）智能技术基础

智能技术是 5.0 模式的技术支柱。通过大数据分析洞察客户需求，人工智能实现个性化推荐与自动化服务，物联网提供实时监控和反馈，形成以数据驱动的智能营销闭环。例如，通过大数据分析，企业可以深入了解客户需求和市场趋势，从而制定更加精准的营销策略。

（2）生态链协同机制

生态链协同是 5.0 模式的运行保障。通过构建供应商、企业、客户、服务商等多主体之间的互动网络，提升信息共享与资源流动效率，实现产业链上下游的高效协同。例如，企业可以通过区块链技术实现供应链的透明化和可追溯性，增强合作伙伴之间的信任和合作。

（3）客户生命周期管理

客户全生命周期管理是 5.0 模式的核心目标。通过从需求预测、产品设计、销售交付到售后服务的全流程优化，满足客户个性化需求，提升客户黏性和品牌忠诚度。通过客户关系管理系统（CRM），企业可以全面了解客户的需求和行为，提供个性化的服务和解决方案，提升客户满意度和忠诚度。

（4）数据驱动与动态响应

在工业品营销 5.0 模式中，数据是企业决策的重要依据。企业需要建立完善的数据收集、分析和应用机制，通过实时监控市场动态和客户反馈，快速调整营销策略和运营模式。例如，企业可以通过数据分析发现市场机会和潜在风险，及时采取应对措施，保持市场竞争优势。

（5）价值共创与共享

工业品营销 5.0 模式强调企业与客户、合作伙伴之间的价值共创与共享。通过与客户和合作伙伴的深度合作，企业可以共同开发新产品和服务，实现共赢^[7]。例如，企业可以通过开放创新平台，邀请客户和合作伙伴参与产品设计和开发，提升产品的市场适应性和竞争力（如图 2-2）。



图 2-2 工业品营销 5.0 模式的构建框架

3. 工业品营销 5.0 模式的创新点

（1）智能化

工业品营销 5.0 模式最显著的创新点在于全面引入智能技

术，推动营销全流程的智能化转型。通过大数据分析技术，企业可以从海量数据中提取有价值的信息，精准洞察市场趋势和客户需求，帮助决策者制定更科学的营销策略。人工智能的应用进一步增强了自动化能力，如智能客服、精准推荐和自动化投放，不仅降低了人力成本，还显著提升了营销效率。同时，物联网技术实现了设备、平台和终端的实时互联，使企业能够快速捕捉产品运行数据，优化营销资源的动态分配。

（2）协同化

工业品营销 5.0 模式强调生态链上下游的协同运作，这是其区别于传统营销模式的核心特征之一。通过构建供应商、制造商、客户和服务商之间的互动网络，各主体实现信息共享和资源整合，从而提升整体效率。协同化的生态链模式不仅能够减少资源浪费，还能通过快速响应客户需求，缩短交付周期。例如，在客户提出定制化需求后，企业可以迅速联合上下游协作伙伴，共同制定生产和交付方案，实现“一体化”的高效服务。这种模式还通过共享价值链收益，增强各参与方的黏性和长期合作意愿。

（3）个性化

随着市场需求日益多样化和客户期望的不断提升，工业品营销 5.0 模式引入了更高水平的个性化服务。传统工业品营销常以标准化产品为主，难以满足客户的特定需求。而在 5.0 模式中，智能技术为个性化服务提供了强有力的支持，通过分析客户的行为数据、购买历史和偏好，企业可以为每位客户量身定制解决方案。无论是产品功能定制，还是售前、售中的服务优化，5.0 模式都能够实现深度满足客户个性化需求，从而提升客户满意度与忠诚度。

（4）动态化

工业品营销 5.0 模式的另一个显著创新点在于其动态响应能力。传统营销模式往往是以静态分析为基础，面对市场变化时缺乏灵活调整能力。而在 5.0 模式中，实时数据成为营销决策的核心依据。通过智能技术和数据平台，企业可以动态捕捉市场趋势和客户行为的变化，并快速调整营销策略。例如，针对客户需求的突然变化，企业可以实时调整产品供应或优化分销渠道，以最大化市场响应能力。这种动态化特征使得企业能够在高度不确定的市场环境中保持竞争优势。

（5）可持续化

工业品营销 5.0 模式还在可持续发展方面引入了新的理念和实践。生态链协同模式强调资源的高效利用和价值共享，避免了传统营销模式中因信息不对称或资源分散而导致的浪费。同时，5.0 模式推动企业与社会、环境的协调发展，通过智能技术减少生产和营销环节的碳足迹，增强企业的社会责任感。此外，可持续发展的模式也注重长期客户关系的维护，通过价值共创提高客户的黏性和品牌忠诚度，从而实现企业与客户的双赢目标^[8]。

4. 工业品营销 5.0 模式的理论价值

工业品营销 5.0 模式的提出，不仅是对当前技术驱动下营销理论的丰富和创新，也为工业品行业的数字化和智能化转型提供了理论支持和实践指导。

（1）丰富工业品营销理论体系

工业品营销 5.0 模式以智能技术和生态链协同为核心，超越了传统的客户关系营销和品牌驱动营销模式，提出了智能化和协同化相结合的全新理论框架。这一模式补充了工业品营销领域对智能技术深度应用和生态链理论的研究空白，为学术界提供了新的研究视角和理论工具。通过总结和分析营销模式的演进路径，5.0 模式不仅深化了对营销规律的理解，还为未来的理论创新提供了明确方向。

（2）推动营销理论与技术的融合

传统营销理论更多地基于行为学、经济学等学科，而工业品营销 5.0 模式将智能技术与营销理论紧密结合，突破了学科之间的壁垒。通过将大数据分析、人工智能、物联网等技术融入营销理论，5.0 模式拓宽了营销理论的应用边界，为技术驱动型营销模式的研究提供了理论支持。这种技术与理论的融合，推动了营销理论从静态到动态、从经验到智能的转变。

（3）构建生态协同的理论框架

工业品营销 5.0 模式强调生态链上下游的协同合作，提出了基于多主体互动网络的价值创造与共享理论框架。这种理论不仅适用于工业品营销，还为其他行业的营销协同研究提供了参考。通过构建生态链协同机制，5.0 模式为企业提升资源配置效率、降低交易成本提供了理论依据，也为企业与供应商、客户、服务商之间的关系优化提供了指导。

（4）强调客户全生命周期价值

工业品营销 5.0 模式以客户全生命周期价值为中心，围绕客户需求的动态变化进行资源配置和策略优化。这一理论价值在于推动企业从“交易导向”转向“关系导向”，重视客户长期价值的挖掘和维护。5.0 模式提出的智能化客户生命周期管理理论，为企业深度分析客户行为、预测客户需求、提升客户体验提供了理论依据^[9]，也为提升客户忠诚度和品牌价值指明了方向。

（5）为企业数字化转型提供理论指导

在数字化和智能化浪潮中，企业的营销模式亟须创新，而工业品营销 5.0 模式为企业提供了清晰的数字化转型路径。从智能技术的部署到生态链协同机制的建立，再到客户需求的智能响应，5.0 模式为企业数字化转型中的营销环节提供了完整的理论框架。这一理论价值体现在为企业解决实际问题提供了指导，同时也为企业制定数字化转型战略提供了方法论支持。

（6）促进营销理论的可持续发展

工业品营销 5.0 模式倡导可持续发展的理念，不仅注重经济效益，还强调生态系统的长期健康发展。这种理论价值体现在推动营销理论从单纯的经济利益导向向生态系统协同与社会责任转型。通过对资源优化、价值共享和环境保护的关注，5.0 模式不仅为工业品企业的可持续发展提供了理论依据，也为营销理论的可持续发展贡献了新的思路。

（7）提供国际化视角

随着全球经济一体化进程的加速，工业品营销 5.0 模式在理论上为国际化企业提供了参考价值。其强调智能技术的普适性和生态链协同的灵活性，能够为跨国公司在不同市场环境下的营销策略制定提供理论支持。这一模式的国际化视角有助于企业在全

球范围内进行资源整合、文化适配和价值创造，为国际营销理论的发展贡献新的实践经验。

三、智能生态链驱动的营销模式实施路径

（一）智能技术应用与生态链协同机制

1. 智能技术应用

智能技术的应用是工业品营销 5.0 模式的技术基础。通过大数据分析，企业能够从历史数据、市场趋势中挖掘客户需求，优化产品设计和销售策略。同时，人工智能的引入提升了营销的自动化程度和精准性，例如，通过智能推荐算法为客户提供个性化产品选项或服务方案。此外，物联网（IoT）技术进一步扩展了营销模式的边界，通过设备互联实时获取产品性能和客户使用情况数据，为产品迭代和服务优化提供支持^[10]。

2. 生态链协同机制

生态链协同机制强调通过上下游多主体之间的信息共享与资源整合，实现协同运作的高效性。在这一机制中，供应商、制造商、分销商和客户成为一个协作网络的核心节点，通过数字化平台进行实时信息交互和资源匹配。这种协同机制能够降低交易成本，提高资源利用效率，并通过联合开发和价值共创提升客户满意度和品牌竞争力。例如，在生态链协作中，企业可以与供应商共同研发定制化产品，或者通过客户反馈与服务商优化售后流程。

（二）实施路径设计

1. 确定生态链关键节点

实施路径的第一步是明确生态链中的关键节点，包括供应商、分销商、服务商和客户。在此基础上，企业需要分析每个节点在协同机制中的角色和贡献，确保资源配置与节点能力匹配。

2. 搭建智能化数据平台

第二步是构建智能化数据平台，将生态链节点中的信息流、资金流、物流进行数字化管理。通过统一的数据接口，打破信息孤岛，实现上下游数据的实时交互。例如，大数据平台可以整合客户需求数据与供应链信息，为精准营销和生产计划提供支持。

3. 优化协同流程

实施路径的核心是设计高效的协同流程。企业需要利用智能技术建立协同机制，例如通过物联网实时监控产品库存、物流和售后需求，或者通过 AI 技术动态调整营销策略。在协同过程中^[11]，需要定期评估各环节的效率与成果，确保协作网络的持续优化。

4. 推动客户全生命周期管理

最后一步是实现客户全生命周期的智能化管理。从客户需求的预测、产品设计的定制，到销售交付的优化以及售后服务的提升，实施路径需要贯穿客户全生命周期。通过 IoT 和大数据分析技术，企业能够在客户需求变化时快速响应，持续提升客户体验。

（三）关键成功要素分析

1. 数据质量与技术能力

高质量的数据和强大的技术能力是营销模式成功实施的基

础。企业需要确保数据采集的全面性、准确性和实时性，同时需要具备处理海量数据的技术能力，如数据清洗、分析和建模。此外，技术团队的建设和智能系统的更新维护同样是关键。

2. 生态链协同的信任机制

生态链协同需要多主体之间的信任作为基础。为了确保数据共享和资源协作的顺畅，企业需要建立透明的合作规则和信任机制，例如通过区块链技术保障数据传输的安全性，或者通过智能合约实现资源分配的透明化。

3. 客户需求的精准把握

成功实施营销模式的另一个关键要素是对客户需求的精准把握。企业需要通过大数据和 AI 技术实时洞察客户的购买偏好、行为模式和个性化需求，并基于这些洞察优化营销策略和产品设计。

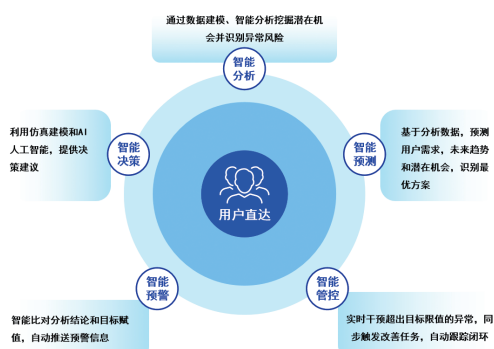
4. 灵活的组织与管理能力

灵活的组织与管理能力是企业适应快速变化市场环境的重要保障。企业需要构建跨部门的协同团队，灵活应对市场需求变化。同时，管理层需要具备整合资源和快速决策的能力，推动生态链中各节点的高效协作。

5. 资源配置的高效性

资源配置的高效性直接决定了实施效果。企业需要确保资金、人力、技术等资源的合理分配，通过优化内部流程和减少资源浪费，提高整体营销效率。

通过上述关键成功要素的实现，智能生态链驱动的营销模式才能真正发挥其应有的价值，为企业在数字化转型中提供强有力的竞争优势（如图 3-1）。



> 图 3-1 智能生态链驱动的营销模式成功要素

四、工业品营销 5.0 模式案例分析与实践探索

（一）工业物联网技术在工程机械制造中的应用

工业物联网技术作为新一代信息技术与制造业深度融合的产物，正在成为制造企业实现数字化、网络化、智能化转型的关键抓手。以某大型工程机械制造企业为例，他们充分运用工业物联网参考架构，对企业价值链各环节进行了系统性、整体性的升级改造，取得了显著成效。

在感知层，该企业在产品和设备上大规模部署了智能传感器、RFID 电子标签、二维码等物联网感知终端。例如，在关键零部件上植入 MEMS 传感器，在整机上安装 GPD 定位装置和工况

监测设备，在装配线上布设机器视觉系统等。通过终端感知，该企业实现了对产品全生命周期和生产设备全工况的数字化采集，奠定了数据驱动智能化应用的基础^[12]。

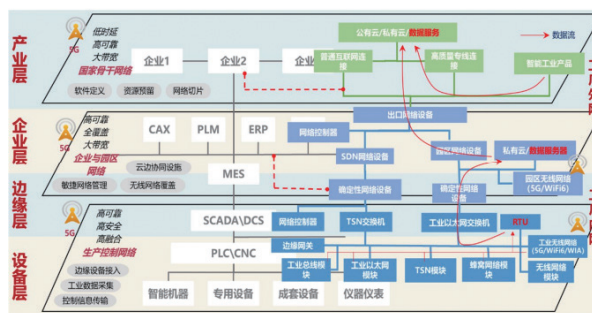
海量的感知层数据采用了 TSN、5G、NB-IoT、工业以太网等多种先进通信技术，构建了一张覆盖全面、异构融合的工业网络。TSN 是新一代工业以太网关键技术，通过对网络流量进行时间同步和调度，可为关键业务提供确定性的低时延传输；5G 则凭借其高带宽、低时延、广连接的优势，使大规模工业设备的实时互联成为可能；NB-IoT 则满足了偏远区域、地下空间等环境下的低功耗、广覆盖设备连接需求；传统工业以太网则继续发挥稳定可靠、应用广泛的特长。多种制式协同，保证了不同场景下工业数据的稳定可靠回传。更值得一提的是，企业还引入了 SDN、NFV 等新型网络技术，对网络基础设施进行了软件定义重构。有别于传统网络的“硬”连接，软件定义网络将网络能力从专用硬件中解耦，以软件方式进行灵活编排。这使得工业网络能够突破物理拓扑限制，按需定义端到端的虚拟通信链路，并对链路进行实时监测和动态优化，从而大幅提升了工业网络的灵活性、弹性和智能化水平。此外，企业还应用 SDN 技术对不同业务数据进行隔离，并在网络边界和关键节点部署可视化的安全监测和防护机制，极大增强了工业网络的纵深防御能力。软件定义和多制式融合让该企业构建起了一张安全隔离、灵活编排、智能优化的新型工业网络。一方面，SDN、NFV 等技术确保了工业数据在纵向跨层和横向跨域传输时的安全隔离，杜绝了数据泄露的风险^[13]；另一方面，不同区域、不同场景的差异化网络需求能够得到灵活满足，在 5G、TSN 等高质量网络覆盖下，关键工业数据的低时延、高可靠传输也获得了有力保障。网络切片、移动边缘计算等新技术的引入，更是让网络层智能化水平得到了进一步提升。

在平台层，该企业自主研发了集 IaaS、PaaS、SaaS 于一体的新型工业互联网平台，作为企业数字化转型的中枢和大脑。该平台采用了先进的云边协同分布式异构计算架构，通过在云端和边缘节点间合理配置和调度计算、存储资源，既满足了车间端实时控制、边缘分析的时效性需求，又能借助云端海量数据汇聚和强大算力，开展大规模数据挖掘和知识沉淀，实现了平台计算能力的弹性扩展和按需匹配。在大数据处理方面，平台建立了从数据采集、传输、存储、计算到服务的全流程数据管理体系。针对多源异构工业数据，平台研发了一整套 ETL 工具，支持物理层、逻辑层、业务层的自动化数据清洗和转换，保证了异构数据的规范化接入；针对高速实时数据，平台还提供了基于 Apache Kafka 和 Flink 等组件的流处理框架，实现了数据的实时汇聚和计算。在数据建模上，平台遵循主流的工业互联网数据语义模型标准，搭建了涵盖设备、产品、工艺、排程等各领域的统一语义模型库，消除了数据“孤岛”，实现了工业知识的共享复用。在工业大数据分析挖掘和机器学习方面，平台集成了一整套端到端 AutoML（自动机器学习）功能，能够根据具体工业场景，自动生成和调优数据挖掘和分析算法，从海量工业数据中高效准确地提炼出设备健康管理、生产过程优化、产品质量预测等关键洞见，形成对设计、生产、管理、服务等环节的精准赋能。值得一提的是，平台

还引入了联邦学习、迁移学习等前沿机器学习技术,在保护数据隐私的前提下,实现了跨车间、跨企业的工业知识协同学习和模型优化,进一步提升了工业大数据智能应用的适用性和准确性。此外,平台在工业微服务、工业 APP 容器化、工业区块链等方面也进行了积极探索。工业微服务让平台对数据服务、算法模型进行了更细粒度的封装复用,提高了智能应用开发的灵活性和效率;工业 App 容器化确保了平台对第三方工业 APP 的安全隔离和弹性管理;工业区块链技术则为关键工业数据搭建起了一套安全可靠、不可篡改的价值交换机制^[14]。

在应用层面，该企业持续构建和丰富智能化应用，促进数据价值的全面释放。这些应用覆盖了从产品研发设计到生产制造、供应链管理、营销服务在内的制造业价值链各个环节，让数据成为驱动企业运营的源动力。例如，在产品研发环节，企业基于 PLM（产品生命周期管理）构建了集市场需求挖掘、概念设计、详细设计、工艺设计、仿真验证于一体的协同研发平台。平台集成了产品数字孪生、三维交互设计、工艺知识库、有限元仿真等先进工具，显著提升了设计效率和准确性。尤其是平台引入人工智能技术后，通过机器学习算法对海量产品数据、工艺数据、测试数据进行挖掘，形成了智能化的设计建议和仿真优化方案，新品开发周期得以大幅压缩。在生产制造环节，企业搭建了集设备互联、生产监控、排程调度、质量管控于一体的智能车间管控平台。平台通过 5G、TSN 等技术实现了数控机床、机器人、AGV 小车等生产设备的互联互通和实时数据采集；通过语音识别、计算机视觉等 AI 技术，平台可自动感知生产全流程，以 AR/VR 等可视化手段为管理者呈现生产状态，并依托机器学习算法进行设备健康预警和产品质量预测，基于强化学习进行自适应生产调度和工艺优化，生产效率和良品率因此大幅提升。在供应链管理环节，企业则构建了覆盖资源采购、订单履约、仓储物流、客户服务等全流程的供应链智能协同平台。该平台基于物联网、区块链等技术打通了供应链各环节的数据孤岛，并应用供应链数字孪生、智能需求预测、动态库存优化等前沿模型，对供需数据进行实时分析和匹配，形成了透明高效的柔性供应链网络。平台还为上下游合作伙伴开放了数据接口和协同工具，显著提高了供应链协同效率，降低了库存成本，缩短了产品交付周期。更为关键的是，企业将研发、生产、供应、销售、服务等环节的智能化应用与 ERP、MES、CRM 等传统业务系统进行了全面集成和业务融合，通过体系化的业务流程再造，实现了从市场需求感知到产品精准交付的端到端数字化运营，构建起了全流程贯通、实时响应市场的智能制造体系。这一体系不仅支撑了企业内部的智能化运营，也为整个产业链的协同优化插上了腾飞的翅膀^[15]。

在生态层面，该企业积极践行开放、合作、共赢的发展理念。一方面，企业基于统一的工业互联网平台，与供应链上下游合作伙伴共享数据，实现协同研发、柔性制造、精准服务；另一方面，平台引入了工业 App Store，向第三方应用服务商开放，聚合了各类行业解决方案，极大丰富了平台应用生态。通过构建跨企业、跨行业的产业互联网，该企业不断拓展着数字化转型的广度和深度。（如图4-1）。



> 图 4-1 工业物联网技术在工程机械制造中的应用

（二）案例总结与借鉴

这家大型工程机械制造企业以工业互联网为抓手，系统性地推进智能制造转型，为制造业数字化、网络化、智能化升级提供了宝贵经验。

该企业坚持以工业物联网为基础，通过在产品、设备上大规模部署智能传感器等感知终端，构建起覆盖全生命周期、全制造过程的泛在感知网络。这不仅实现了生产制造过程的透明可视，更为数字孪生等高级应用夯实了数字化根基。值得关注的是，企业还创新性地利用感知数据，通过人工智能等新技术优化人机交互，彰显了以人为本、人机协作的工业 5.0 理念。可见，面向全生命周期的工业物联网建设，既是智能制造的当务之急，更是迈向工业 5.0 的必由之路。

在网络层面,该企业积极拥抱 5G、时间敏感网络、软件定义网络等新一代工业互联网技术,构建起覆盖全面、时延极低、可靠性高的新型工业网络,为生产设备的互联互通和实时交互提供了有力保障,也为敏捷制造、定制生产等新模式提供了网络支撑^[16]。更为远见的是,企业充分利用新型网络提升生产线柔性,支撑多品种小批量生产,体现了对工业 5.0 理念的积极探索。由此可见,工业互联网与移动互联、人机物融合等新范式的不断融合,正在成为推动制造业向更高阶段演进的新引擎。

在平台层面,该企业自主研发了新型工业互联网平台,堪称其智能制造的“数据大脑”。平台不仅实现了海量多源异构工业数据的汇聚融通,更引入了知识工程和认知推理技术,让机器能够像专家一样进行知识驱动的智能决策。这意味着,平台的智能化水平已经从数据驱动上升到了知识驱动,标志着企业向工业 5.0 迈出了关键一步。值得一提的是,平台还引入了可解释人工智能,让人工智能模型能够同人类专家有机互动,充分彰显了人机协同的理念。可以说,新型工业互联网平台正在成为制造企业数字化、网络化、智能化转型的关键抓手,而其能力由数据驱动到知识驱动再到人机协同的迭代跃升,正是制造业由工业 4.0 向 5.0 演进的生动缩影^[17]。

在应用层面，该企业基于工业互联网平台构建了设计优化、生产调度、预测性维护、供应链优化、远程运维等一系列智能化应用，实现了从客户需求到产品交付的端到端数字化运营。尤其值得关注的是，企业还创新性地将人工智能、虚拟现实、机器人等前沿技术融入智能应用之中，让人本思想和机器智能交相辉映，生动诠释了人机协作的工业 5.0 理念。这昭示着，企业已从单纯的机器换人，迈向了机器帮人、人机共舞的崭新阶段。可

以预见，随着人机物融合、移动互联等工业 5.0 新要素的不断注入，智能应用必将在更广、更深层面重塑制造业的运行逻辑。

构建产业生态，实现开放协同、共创共赢，是该企业智能制造的又一亮点。企业利用工业互联网平台，充分链接上下游企业、设备供应商、服务商等，实现了从研发、生产到服务等多环节的跨界协同。尤其是通过端—边—云一体化部署，企业实现了对客户需求的实时感知分析、对设备状态的预测性维护等，构建起了敏捷高效的智能供应链网络。这种开放协同的发展范式，正是工业 5.0 倡导的产业生态思维的生动实践。显然，跨界协同、共生共荣已成为智能制造的必由之路，制造企业唯有秉持开放理念，以跨企业协同来构筑智慧升级的“筑梦空间”，方能在更大格局中实现自身腾飞。

总之，该工程机械制造企业在感知、网络、平台、应用、安全等智能制造关键领域进行了系统性探索和实践，形成了架构完备、集成贯通的整体解决方案，走出了一条极具示范意义的发展道路。其数字化、网络化、智能化转型的成功经验，对于我国广大制造企业实现高质量发展，加快向制造强国迈进具有重要借鉴价值。

五、智能生态链驱动营销模式的突破与未来展望

（一）主要挑战

尽管智能生态链驱动的营销模式为工业品行业提供了全新的发展路径，但在实施过程中仍面临多方面的挑战。首先，数据孤岛与信息不对称问题显著制约了生态链的高效协同。许多企业在数据共享方面存在顾虑，或者缺乏统一的数据标准，导致上下游信息无法有效流通，削弱了协同机制的效能。其次，中小企业的技术门槛较高，许多中小型企业在资金、技术能力和人才储备方面存在明显短板，难以顺利实施智能化营销方案^[18]。此外，营销模式转型还对企业的组织结构和文化提出了巨大挑战。传统的部门分工方式和运营模式往往与智能生态链的协作需求相矛盾，导致内部阻力增加，影响转型的效率和效果。

（二）突破策略

针对上述挑战，企业需要制定一系列切实可行的策略以实现突破。首先，应积极推动数据互通标准化建设，通过行业协会或政府主导制定统一的数据标准，解决数据共享过程中的技术和信任问题。采用区块链技术保障数据的安全性和透明度，可有效提升生态链协作的信任度和效率。其次，企业应加强对中小企业的技术赋能，例如通过共享技术平台或提供技术培训，降低中小企业接入智能生态链的门槛。同时，企业内部需要优化组织结构，建立跨部门协作机制，推动文化转型，形成开放与协同的创新环境。此外，政策支持在推动营销模式突破中也具有重要作用，政府可以通过税收减免、研发补贴等手段鼓励企业加速智能化转型。

（三）未来展望

在未来，智能生态链驱动的营销模式将进一步融合新兴技术，形成更加智能化和协同化的营销生态。首先，区块链与 5G 技术的深度结合将进一步提升生态链的实时响应能力和信息透明度，推动企业与客户之间的互动更加高效和安全。其次，人工智

能将在未来发挥更加重要的作用，例如在客户行为预测、产品设计优化和供应链动态管理等领域提供更精确的解决方案。此外，随着全球经济一体化进程的加速，智能生态链将推动跨行业和跨区域协作，企业可以通过生态系统的构建，跨越传统行业和地理边界，实现资源的全球优化配置。

在市场趋势方面，未来的客户需求将呈现出更高的个性化与多样化特征，智能生态链驱动的营销模式能够更好地满足这一趋势。通过实时数据洞察和动态响应能力，企业可以为客户提供“千人千面”的产品和服务，进一步提升客户满意度和品牌忠诚度。同时，随着环保意识的提升和政策的推动，可持续发展理念将在智能生态链驱动的营销模式中占据重要地位^[19]。未来的营销模式将不仅关注经济效益，还将注重生态价值和社会责任，通过绿色技术和协同机制实现全方位的可持续发展。

综上，智能生态链驱动的营销模式不仅代表了工业品行业的发展方向，也为其他行业的数字化转型提供了重要借鉴。在技术快速进步和市场需求不断变化的推动下，企业需要不断创新和优化营销模式，以在未来竞争中保持领先地位，同时为构建更加高效、智能和可持续的商业生态系统做出贡献。

参考文献

- [1]Liu W ,Shen X,Liang Y, et al.The conflict handling mechanisms of intelligent logistics ecological chains: a perspective of trust behaviour under information asymmetry[J].European Journal of Industrial Engineering, 2021,15(6):777-802.
- [2]Liu W ,Wang D ,Jin R , et al.The ecological chain oriented design model of intelligent logistics architecture [J]. International Journal of Modelling in Operations Management, 2020,8(2).
- [3]Liu W ,Wang S ,Dong D , et al.Evaluation of the intelligent logistics eco-index: Evidence from China [J]. Journal of Cleaner Production,2020,274.
- [4]Template block chain – global value Template intelligent ecological sharing industry leader [J]. M2 Presswire,2018.
- [5] 郭楚. 加快构建内畅外联的高水平创新生态链 [J]. 科技与金融, 2023,(Z1):61-62.
- [6] 郑思. 加快构建全过程创新生态链 [N]. 深圳特区报, 2024-01-26(A02).
- [7] 王涵铭. 合法性视角下数字化场域制度创业对企业创新绩效的影响 [D]. 西安理工大学, 2024.
- [8] 陈水源, 吴晏, 卢明胜. 基于智慧生态链模式的资产数字化价值和信用评估与交易增值 [J]. 深圳社会科学, 2024,7(03):65-82.
- [9] 肖勇波, 刘敏, 赵翠, 等. 从供应链到生态链: 新管理挑战与研究方向 [J/OL]. 中国管理科学, 1-13.
- [10] 王辰, 曾毅, 任炳冲. 供需深入协同打造智能硬件供应生态链 [J]. 招标采购管理, 2023,(12):30-32.
- [11] 张雪, 王凤彬. 生态系统向心力与离心力的演变——基于小米生态链的纵向案例研究 [J]. 中国工业经济, 2023,(09):174-192.
- [12] 李雨菲. 生态链企业审计风险识别与应对策略研究 [D]. 山东大学, 2023.
- [13] 张磊. 生态链战略布局下 XM 企业财务风险识别与控制研究 [D]. 东北财经大学, 2023.
- [14] 毛靖卿. 海尔智家“生态链”数智化价值创造研究 [D]. 哈尔滨商业大学, 2023.
- [15] 杨萌杰. 智慧营销背景下小米生态链产品“走出去”的实现路径探究 [J]. 商展经济, 2023,(18):107-110.
- [16] 雷珂馨. 频抛橄榄枝华为打造智能化汽车生态链 [N]. 中国商报, 2023-12-01(006).
- [17] 张雪, 王凤彬. 生态系统向心力与离心力的演变——基于小米生态链的纵向案例研究 [J]. 中国工业经济, 2023,(09):174-192.
- [18] 王思力. 小米公司智能家居产品营销策略研究 [D]. 首都经济贸易大学, 2021.
- [19] 陈翠. H 公司智能家居产品营销策略研究 [D]. 华南理工大学, 2021.

关于保险服务与电网生产融合管理模式的研究

刘汉沙

英大长安保险经纪有限公司，北京 100032

摘要： 本研究聚焦于英大长安保险经纪有限公司在保险服务与电网生产融合管理模式方面的探索与实践。深入分析该公司如何利用自身优势，构建创新的融合管理模式，在电网生产的风险评估、保险产品定制、防灾防损以及理赔服务等环节发挥独特作用，从而为电网企业提供全面有效的风险管理解决方案，同时也为保险行业与其他基础设施产业的融合发展提供借鉴范例。

关键词： 保险服务；电网生产；融合管理；风险

Research on integrated management mode of insurance service and power grid production

Liu Hansha

Yingda Chang'an insurance brokerage Co., Ltd. Beijing 100032

Abstract： This study focuses on the exploration and practice of Yingda Chang'an insurance brokerage Co., Ltd. in the integrated management mode of insurance service and power grid production. In depth analysis of how the company makes use of its own advantages to build an innovative integrated management mode, which plays a unique role in the risk assessment of power grid production, insurance product customization, disaster prevention and loss prevention, claim settlement services and other links, so as to provide a comprehensive and effective risk management solution for power grid enterprises, and also provide a reference example for the integrated development of the insurance industry and other infrastructure industries.

Keywords： insurance service; grid production; integration management; risk

引言

随着电力行业的快速发展和电网规模的不断扩大，电网生产面临的风险日益复杂多样。传统的风险管理模式已难以满足电网企业对风险保障的全面需求。英大长安保险经纪有限公司作为专业的保险经纪机构，凭借其在电力行业的深厚背景和专业的保险知识，积极探索保险服务与电网生产的深度融合，致力于构建一套适应电网特性的创新管理模式，以提升电网企业的风险应对能力和运营稳定性^[1]。

一、英大长安在保险服务与电网生产融合的角色与优势

（一）深厚的电力行业背景

英大长安依托于国家电网公司，对电网生产各个环节均有深入、透彻的理解。从发电设施到输电线路、从变电站到配电网络，熟悉电网企业运营流程、设备特性、风险分布等核心要素。较强的行业专业性，能够精准把控电网生产风险状况，为高效开展保险服务奠定了坚实的基础。

（二）专业的保险经纪服务能力

作为专业的保险经纪公司，英大长安拥有专业的保险团队，且具备非常丰富和专业的保险产品知识、风险评估技能、保险方案设计能力。可根据电网企业的特定需求，在保险市场上筛选并定制相应的保险组合产品，为电网企业争取最适宜的保险条款以及费率条件。同时，英大长安还可以在保险合同签订、执行、后续服务等流程提供专业的咨询、指导。

（三）信息整合者与沟通桥梁作用

英大长安在保险公司、电网企业之间扮演着重要的信息整合者与沟通桥梁的角色。一方面，公司通过收集并整合电网企业的详细风险信息与保险需求，将其精准传递给保险公司；另一方面，将保险公司推出的保险产品信息、赔款政策等及时反馈给电网企业，让双方的沟通、交流、合作更加高效、顺畅，使保险服务更具效率性、针对性^[2]。

二、保险服务与电网生产融合管理模式的构建与实施

（一）基于电网生命周期的风险评估体系

1. 规划设计阶段风险评估

在电网项目规划设计前期，英大长安协同电网企业、专业机构，对诸多方面因素综合考量，评估项目开展风险。在选址上，对场地的地质稳定性进行详细分析，避开易塌陷、地震活跃带等区域；在水温条件上，对区域及其周边水域研究调查，远离洪水

常发地段，减少自然灾害对电网设施造成的负面影响。在线路走向规划中，结合当地的历史气象数据，规避雷击高发区域和强风走廊区，减少极端天气对线路的威胁。在设备选型方面，结合电网运行要求、技术发展趋势，对设备耐久性、可靠性、技术更新风险等诸多方面展开评估，以防因设备故障频发、设备过早淘汰造成的电网运行中断。在此基础上，提前制定风险应对策略，如加强基础防护、优化线路布局、预留设备升级空间等，为后续保险设计方案提供数据支持^[3]。

2. 建设施工阶段风险监控

在电网项目工程实施期间，英大长安密切关注关键环节。对于项目高空作业，对工人安全防护措施、脚手架搭建稳定性等进行全面评估；在电气安装中，对线路连接经准确、电气设备绝缘性能等进行全面检查，以防漏电、短路等事故；在大型设备吊运方面，对吊运设备承载力、操作规范性进行检测，以防设备掉落损坏。对项目实施全过程进行监控，及时发现项目实施中的潜藏风险。结合项目风险动态变化，对保险保障范围与额度灵活调整，如在高风险施工阶段提升第三者责任保险额度、保障施工期间可能对周边造成的损害赔偿；增加设备运输险保障，确保设备运输安全，让施工各环节的风险均处于有效保险防护之中^[4]。

3. 运营维护阶段风险预警

在该阶段，英大长安采用了先进的监测技术与数据分析手段，实施监测电网设备运行参数信息。运用智能传感器网络，全天24h采集电力设备温度、电流电压、振动等数据信息，借助大数据分析平台深度挖掘有价值信息，精准预测设备故障风险。一旦发现异常数据，立即组织专业人员展开详细检查与评估，并将预警信息与保险公司共享。保险公司可根据预警信息提前调配理赔资源，组织专业定损团队定制理赔预案，确保事故发生时能快速作出响应，高效处理理赔事宜，最大程度上降低电网企业因设备故障造成的停电损失与维修费用。

（二）定制化保险产品与服务方案

1. 电网资产保险创新

电网企业资产产量庞大、多样，而英大长安可根据电网企业自身情况制定创新保险方案，实现了在传统财产保险保障设备物质损失基础上拓展了保障范围。随着现代化技术的进步以及环保要求的提升，也要适时增加资产减值风险保障。例如，近些年电力产业大力发展新能源技术，部分传统电网设备可能面临提前退役改造，保险可根据这些设备的剩余价值、改造费用等给予相应经济补偿，帮助电网企业顺利实现技术升级、资产更新，降低因技术变革带来的巨大财务风险^[5]。

2. 电力供应中断保险拓展

电网停电不仅会影响企业自身经济效益，还会影响到社会经济，对此英大长安拓展电力供应中断保险。该保险除了涵盖电网企业自身故障引发的供电中断损失，还在保障范畴中纳入了上游能源供应问题，例如因煤炭资源不足导致的发电不足、天然气中断供应影响燃气发电等各类情况，以及外部不可抗力因素（洪水、地震、恐怖袭击等）造成的供电中断对下游用户的赔偿责任。通过更为全面的保险保障，有效缓解在电网中断事故下的经

济压力、社会压力，维护电网企业的社会公信力与形象，保障下游用户的合法权益^[6]。

3. 运营责任保险完善

针对电网运营期间的第三方责任风险，英大长安对既有运营责任保险方案进一步完善。明确保险责任范围，包括因电网故障造成周围居民财产损失、企业中断生产等各类情形。科学确定赔偿限额、免赔额，结合电网企业所处区域、周围环境复杂度、历史事故数据等，合理设定赔偿标准，让制定的保险方案不仅能够第三方权益得到充分保障，还可以让电网企业在可承受保费成本范围内获取全面的责任风险保障，为电网企业日常运营保驾护航。

（三）防灾防损合作机制

1. 风险防范培训与教育

英大长安联合保险公司、专业安全机构，为电网企业员工定制风险方案培训教育活动。主要培训内容包括安全生产法规、强化法律意识、增强合规操作理念；设备标准操作规范，强化员工设备操作技能；自然灾害紧急应对措施，如极端天气（台风、暴雪、暴雨等）下电网设备维护、抢修措施；保险理赔基础与专业知识普及，让员工明确理赔所需资料、标准流程、注意事项等内容。开展系统化培训，可有效减少因人为因素造成的事故风险，加强了员工保险索赔意识、应急处理能力，确保在事故发生的第一时间及时响应，采取正确的处理方案，以免损失扩大^[7]。

2. 防灾设施建设与技术支持

英大长安协助电网企业对引入防灾防损设施与技术进行评估。在雷击频发区域，建议安装智能防雷设备，该设备可自动监测雷电活动、提前预警、高效泄流，从而降低雷区雷击安全事故风险；线路走廊容易受到外力破坏的区域，如树木生长茂盛区、项目施工区，增设监控预警系统，对外界干扰实时监控，第一时间发现破坏行为并制止；借助无人机巡航技术，打破传统人工巡检的局限性，快速、精准地对电网线路展开全方位检查，及时找出线路存在的缺陷、安全隐患。保险公司凭借电网企业在防灾防损设施建设方面的投入与成效，会给予一定的保险费率优惠，鼓励电网企业持续强化自身的防灾能力，形成良性互动的防灾防损合作模式。

3. 应急演练与预案优化

组织电网企业、保险公司共同参与应急演练中，模拟各类电网安全事故场景，包括大面积停电事故、设备火灾爆炸事故等。演练期间，检验电网企业应急响应流程的高效性、资源调配的合理性，以及保险公司理赔服务的及时性、精准性。保险公司可借此更深入了解电网企业应急机制实施情况，为制定理赔方案提供有效依据；电网企业也可通过与保险公司协作，找出应急管理体系中的薄弱环节，对既有应急预案进一步优化，提升对重大事故的综合处理能力，确保在事故发生时，双方紧密配合、高效应对，最大程度上降低事故造成的负面影响^[8]。

（四）高效理赔服务流程

1. 快速响应与现场勘察

一旦发生了电网事故，英大长安第一时间启动理赔服务流

程，将风险通知保险公司并协调双方理赔人员迅速赶往事故现场。理赔人员凭借其自身的专业知识、先进的勘察设备，详细勘察并记录事故发生原因、损失范围、损害程度等信息。同时，建立与电网企业的实时沟通机制，及时获取到事故有关信息，保障理赔工作的高效性、精准性。

2. 理赔资料简化与电子化

为了提升理赔速度，英大长安推动了理赔资料简化、电子化进程。建立理赔资料共享平台，与电网企业、保险公司共同共享理赔资料信息。在平台上即可实现理赔申请、事故报告、定损清单等资料上传与审核。通过电子签名、电子印章等技术措施，使理赔文件流转效率进一步得到提升，减少因人工干预、纸质资料传递等造成的时间成本。

3. 理赔争议解决机制

针对理赔期间可能产生的争议问题，英大长安建立了专业的理赔争议解决机制。组建专业的争议调解小组，成员包括保险专家、电网技术专家、法律专业人士等，小组人员根据保险合同条款、电网行业标准、相关翻绿法规等，公正、客观的对争议事项进行评估、调节。综合采用仲裁、协商等方法，实现理赔争议的妥善解决，维护保险公司、电网企业双方的合法权益^[9]。

三、融合管理模式的成效与挑战

（一）成效

1. 电网企业风险保障提升

英大长安构建的融合管理模式，可对电网全生命周期内各类风险进行全面、精准保障。定制化的保险产品更能满足电网企业各个业务环节、风险状况需求，有效降低了风险事故对电网企业财务状况、运行稳定的影响。

2. 保险服务质量与效率提高

英大长安具有专业服务以及信息整合能力，保险公司能更加深入了解电网生产风险，所制定的保险费率、条款更加合理科学。同时在理赔服务方面，通过建立高效的流程与争议解决机制，显著提升了理赔速度与精准性，使保险服务整体质量、客户满意度得到提升。

3. 行业示范与创新引领

英大长安在保险服务与电网生产融合方面的成功实践，为保险行业与其他基础设施产业的融合发展提供了优秀的范例。其创新的管理模式、产品设计和服

（二）挑战

1. 数据安全与隐私保护

保险服务与电网生产融合中，会涉及到大量电网企业敏感数据，包括财务数据、设备运行数据、用户数据等。如何保障这些数据在收集、传输、存储、使用过程的安全，使需要重点考虑的问题。对此，应建立严格的数据加密、访问、备份等安全机制，遵守行业标准以及相关法律法规^[10]。

2. 技术创新与人才需求

在电网技术不断发展、保险科技持续创新中，想要保持融合管理模式的先进性就必须要进行持续的技术创新。通过持续加强资源投入进行技术研发、应用，综合利用大数据、人工智能、区块链等技术，提升风险评估、保险定价、理赔服务效益。同时，还要积极引入并培养既懂电网技术，又懂保险业务、信息技术的复合型人才。

四、结束语

综上所述，英大长安保险经纪有限公司在保险服务与电网生产融合管理模式方面的探索与实践取得了显著成效，为电网企业提供了全面有效的风险管理解决方案，同时也为保险行业与基础设施产业融合发展积累了宝贵经验。未来，英大长安应继续发挥自身优势，加强与电网企业、保险公司、科技企业以及监管部门的合作与交流，积极应对挑战，持续创新和完善融合管理模式。通过不断提升保险服务质量和风险管理水平，为电网生产的安全稳定运行和电力行业的可持续发展保驾护航，也为保险服务与其他关键产业的深度融合提供更多可借鉴的成功模式，推动整个经济社会的风险管理体系向更加高效、智能、全面的方向发展。

参考文献

- [1] 王靓, 张国威, 刘娟. 打造“多位一体”保险培训模式提升嵌入式服务质效[J]. 中国电力教育, 2023(6):53-53.
- [2] 王一玮. 最优成本 最大保障——英大长安积极提供高质量风险管理与保险经纪服务[J]. 国家电网, 2023(9):52-53.
- [3] 周田, 王景兵, 彭琪, 等. 电网企业智慧化社会风险管理体系建设的对策分析——以国网安徽省电力有限公司为例[J]. 社会科学前沿, 2023, 12(4):510.
- [4] 向少伟, 龙颖. 社会风险管理在电网企业中的作用[J]. 精品, 2018(9):1-2.
- [5] 张杰, 黄建泉, 姜维, 等. 融合保险数据信息的电网资产评价[J]. 山东电力高等专科学校学报, 2023, 26(1):42-46.
- [6] 涂静慧. 大型企业集团风险管理新趋势研究[J]. 今日财富(中国知识产权), 2023(10):2-5.
- [7] 刘凯奇, 李华强, 陆杨, 等. 基于安全性风险评估与保险机制的可用输电能力决策[J]. 电力建设, 2021, 42(8):914.
- [8] 苏永霞, 杨亚萍, 李洋, 等. 依托科学保险策略助力资产应急管理质效提升创新实践——以陇南供电公司为例[J]. 投资与合作, 2022(7):172-174.
- [9] 傅若兰, 李秋念, 赛健. 电化学储能保险创新发展研究[J]. 保险理论与实践, 2022(8):85-98.
- [10] 王靓, 汤杰利, 谢锦涛, 边鑫, 苏倩倩. 基于电网企业自然灾害防灾防损的保险经纪服务体系研究与建设[J]. 智库时代, 2022(34):181-184.

霍尔果斯边境旅游发展对策研究

徐平, 乔富豪

伊犁师范大学, 新疆 伊宁 835000

摘 要 : 本文通过对霍尔果斯市区位、资源、政策、交通、现状等的全面梳理, 分析霍尔果斯边境旅游发展情况; 对霍尔果斯边境旅游发展做出综合评价, 结合其现有的独特资源条件和国家设立其为特殊经济开发区的政策扶持, 针对性的提出完善旅游设施、打造边境旅游精品线路、培养引进旅游专业人才、开发边境旅游商品、提升旅游品牌形象等建议, 增强霍尔果斯边境旅游市场的活力, 打造以霍尔果斯为中心的边境旅游区, 促进霍尔果斯经济高质量发展。

关 键 词 : 边境旅游; 对策; 霍尔果斯

Research on the countermeasures of Khorgos border tourism development

Xu Ping, Qiao Fuhao

Yili Normal University, Yining, Xinjiang 835000

Abstract : This paper analyzes the development of Khorgos border tourism by comprehensively combing the urban location, resources, policies, traffic and current situation of Khorgos. This paper makes a comprehensive evaluation on the development of border tourism in Khorgos, combines its current unique resource conditions and the state's policy support for establishing it as a special economic development zone, and puts forward targeted suggestions on improving tourism facilities, creating high-quality border tourism routes, training and introducing tourism professionals, developing border tourism commodities, and enhancing tourism brand image. Strengthen the vitality of the Horgos border tourism market, build a border tourism area centered on Horgos, and promote the high-quality economic development of Horgos.

Keywords : border tourism; countermeasures; Horgos

边境旅游是经批准的旅行社组织和接待我国及毗邻国家的公民, 集体从指定的边境口岸出入境, 在双方政府商定的区域和期限内进行的旅游活动^[1]。新疆是中国陆地面积最大的省区, 与8个国家相邻, 有喀什市、霍尔果斯市等重要边境城市, 边境线长约5600公里, 占全国陆地边境线总长度的四分之一, 是我国邻国最多的省。新疆入境游客人次和入境游客收入占比虽小, 但是都呈现出逐年增长的趋势, 边境旅游具有很大的发展潜力。

一、新疆霍尔果斯发展边境旅游的条件分析

(一) 霍尔果斯概况: 霍尔果斯市位于伊犁哈萨克自治州, 是中国与哈萨克斯坦国的边境城市, 总面积约1908.55平方公里, 距伊宁市90公里, 距乌鲁木齐670公里, 与哈萨克斯坦的阿拉木图市只有378公里。霍尔果斯向西连接中亚五国, 是312国道和连霍公路的最西段, 是丝绸之路经济带重要节点城市^[2]。2006年中哈两国合作共同设立中哈霍尔果斯边境合作中心, 2014年经国务院批准升级为县级市。霍尔果斯下辖一个口岸、四个街道办事处、一个乡和一个国营农牧场及新疆生产建设兵团第四师61团、62团, 是丝绸之路经济带上最年轻的城市。截止2018年霍尔果斯市共有人口约8.5万人, 由汉族、哈萨克族、维吾尔族等民族

构成。

(二) 优势分析:

1. 区位优势: 霍尔果斯是中国西部的边境城市, 和哈萨克斯坦接壤。向西连接中亚五国, 向东联通内地省市。霍尔果斯自古就是丝绸之路上的重要节点、亚欧经济板块的中心地带、一带一路国家战略的关键位置, 自古就有着非常重要的区位优势, 吸引着来来往往的客商。

2. 资源优势: 霍尔果斯市拥有霍尔果斯口岸、霍尔果斯国门景区、中哈国际边境合作区、国际会展中心等旅游资源。霍尔果斯周边还有可克达拉草原之夜、薰衣草庄园、惠远古城等知名景点。霍尔果斯市是少数民族聚居地, 民俗文化丰富多彩, 还有中亚和俄罗斯特色餐饮和丰富独特的旅游纪念品。

基金项目: “一带一路”发展研究院 创建“霍尔果斯边境旅游试验区”可行性研究 YDYL2019ZD008; 伊犁州专家顾问团项目 文化润疆工程框架内伊犁渠系文化保护利用思路与对策研究 YZ2022G003; 新疆社科基金项目 全域旅游视域下旅游业与公共文化协同发展研究 19BYJ051。

作者简介: 徐平 (1966.09-), 女, 汉族, 重庆人, 硕士, 教授, 研究方向: 区域旅游 文旅融合。

3. 政策优势：国家明确提出要重点开发开放沿边国家级口岸、边境经济合作区和跨国经济合作区等。依托政策支持，新疆大力发展边境旅游，中哈国际边境合作中心成为世界唯一的跨境贸易区，只需办理边境通行证便可进入游览和购物^[3]。

4. 交通优势：霍尔果斯连接312国道、连霍公路、中哈铁路，中欧（中亚）班列等可直通内地发达省区和哈萨克斯坦等中亚五国、欧洲，目前共有铁路支线3条、国内铁路5条和国际公路8条纵横连接。随着伊宁机场正式开通航空口岸后，作为乌鲁木齐机场的国际备降机场，积极开通国际航线。霍尔果斯到伊宁开通了铁路公交，新增了普通公交化列车，方便了普通游客出行。

5. 霍尔果斯经济发展优势：

（1）对外贸易：霍尔果斯在外贸的输入和输出体现的尤为明显。1980年霍尔果斯口岸正式对外开放，已成为中国与哈萨克斯坦最大的陆路口岸。霍尔果斯口岸累计实现进出口贸易总额800多亿美元，累计实现进出口贸易额250亿美元，取得了进出口货物和贸易总额“双增”的好成绩。

（2）物流业：霍尔果斯口岸现已有数十家大型仓储物流企业入驻，仓储物流总面积超过60万平方米。海关监管仓库有两家，仓储面积达30.5万平方米；海关临时仓库五家，仓储面积6.5万平方米。霍尔果斯通关的货物和客车接受“一站式作业”检验点，海关、边检、检验检疫三家实施联合检查的通关模式，整个过程全部通过互联网、移动通信等信息化手段。

二、新疆霍尔果斯边境旅游发展现状

新疆旅游业发展进入快车道，霍尔果斯抢抓机遇利用优势条件，旅游发展成效明显。2017年以来霍尔果斯累计接待游客约1694万人次，旅游收益累计达315亿元。2019年达最高水平，接待国内外游客达777.37万人次，旅游收益达142.63亿元，中哈国际合作中心出入人数近660万人次，较2018年增长11.4%。

（一）商品种类繁多。霍尔果斯口岸购物旅游市场潜力巨大，营商环境好，商品种类繁多。生活日用品、旅游纪念品、化妆品、邻国商品、美食、烟酒类等等，还有香港、法国、俄罗斯商品免税店，特色鲜明，服务热情周到。还有很多来自中亚、俄罗斯的美食，吸引着来自各地旅游者。另外中亚的农产品、干果品质优良，琳琅满目。霍尔果斯着力引进哈萨克斯坦等欧亚国家的餐饮和文化产品，增强“一带一路”各国文化旅游合作，旅游综合吸引力不断提升。

（二）边境特色旅游文化活动不断推出。举办旅游文化活动是霍尔果斯边境旅游发展的一个重要举措，霍尔果斯国际马拉松、霍尔果斯“中哈跨国之恋”冬季旅游冰雪节、霍尔果斯跨年音乐会等活动异彩纷呈，特别是与哈方旅游部门搭建合作平台、签订旅游合作协议、建立免签跨境旅游推进和定期会晤、联合举办节庆、论坛等活动，提高了开放合作的水平和效率，形成了边境品牌效应，促进了霍尔果斯边境游的发展。

（三）口岸边境旅游通关技术便利：霍尔果斯口岸只需花费三分钟左右就可办理通行证。在通关效率上，先后实行身份证查

验入区和智能检验系统多点办证，实行7天14小时通关工作制度。开通多条通行证查验办理通道，引入了“刷脸按指纹”自助查验设备，已备案的中国籍旅客持通行证和护照只需10秒钟即可通关，通关效率高。

（四）边境旅游收入和人次逐年增加：在霍尔果斯市各方共同努力下，边境旅游发展收效明显。近年来霍尔果斯旅游相关统计数据逐年攀升，特别是2019年，接待旅游总人数777.37万人次，同比增长45.2%，旅游总收益142.63亿元，同比增长46.6%。霍尔果斯旅游市场发展快、潜力足、优势突出，已成为新疆边境地区旅游市场的新生力量。政府积极出台政策，基础设施建设不断完善，边境游、研学游、文化游、购物游不断发展，霍尔果斯边境旅游客源市场日渐扩大。

三、新疆霍尔果斯边境旅游发展中的问题分析

（一）缺乏5A级景区及配套设施。近些年霍尔果斯政府着力改善城市面貌。但各景区仍存在基础设施建设不完善的情况。在旅游旺季，景区停车场拥堵车位严重不足，旅游公厕数量有限。霍尔果斯要建设5A级景区、建成边境旅游试验区和全域旅游试验区，需要在城市景区公共服务设施和旅游基础设施方面下大力气^[4]。

（二）缺乏边境旅游专业人才。霍尔果斯乃至伊犁州，景区缺少专业化管理人才，尤其是缺少精通小语种导游人才。边境旅游主要以团队的形式进行，开展霍尔果斯边境旅游缺少精通双语的导服人员；同时导游队伍的专业技能、道德素养、服务意识等有待提高。

（三）边境旅游形象感知有待提升，缺少精品旅游线路。旅游者对霍尔果斯边境游的感知力较低。游客进入中哈合作中心能看到两国的一些建筑、雕塑、美食、纪念品、界碑等，游览范围有限，走马观花，停留时间较短，多为边境观光游。由于中亚国家地理位置较为偏远，国内游客路途消耗时间长，存在语言交流困难、社会环境陌生、路途太长易产生疲惫感等不利因素，霍尔果斯与中亚五国的跨境中长线旅游线路还未得以开发。^[5]

（四）边境旅游商品竞争力弱，吸引力不足。霍尔果斯文化旅游资源丰富，旅游商品种类繁多杂乱，没有精品，难以形成品牌效应。旅游商品缺乏统一的规划和开发，缺少统一的标识和包装，旅游商品的研发相对滞后，创新不足，缺乏特色。

（五）城市发展滞后，景区信息化程度低。霍尔果斯是一座有着一百多年通关历史的边境小城，目前发展存在一些困境。地处边境，地域边远；人口较少，人才缺乏；面积较小，空间局限。2019年，国家对全国数万家景区提出了整改意见，全国景区都在向智慧景区转变，构建霍尔果斯智慧旅游体系势在必行。

四、新疆霍尔果斯边境旅游发展路径的建设性对策和建议

（一）建设5A级旅游景区和边境旅游试验区。创建霍尔果斯

国门5A级旅游景区,打造霍尔果斯边境旅游试验区、全域旅游试验区,推动跨境旅游合作;城市美化绿化,增加城市绿化面积;完善基础设施建设,推进霍尔果斯边境旅游集散中心、停车场、旅游标识标牌、应急救援、旅游公厕等设施 and 旅游公共服务设施建设,提升住宿和景区品质等级,形成特色餐饮,民俗文化展示体验的深度旅游产品^[6]。

(二)培养引进边境旅游人才。培养旅游专业人才,加大专业人才引进力度。发展边境旅游,需要培养一批精通中亚国家语言和国际旅游业务的旅游行业专业人员,必须加强导游队伍建设,提高其思想道德、身体等综合素质,培训夯实法律法规、历史文化、国际礼仪等专业知识技能基础;提升旅游行业的创新能力等等。

(三)提高边境旅游形象感知 打造精品旅游线路。打造中哈跨境中长线旅游路线和霍尔果斯深度游,旅行社要进行边境游市场调查,对边境游、跨境旅游线路进行设计,特别是要争取霍尔果斯与中亚五国的边境城市之间的免签,开发中短途跨境旅游线路和自驾跨境游^[7];多渠道大力宣传边境旅游,将中哈自然风光和人

文景观有机结合,推出轻松愉快的旅游线路,增加游客的停留时间,提升旅游收益和和游客的形象感知,推动边境旅游发展^[8]。

(四)研发边境旅游特色商品 增强吸引力。深度挖掘旅游文化,展现霍尔果斯文化旅游资源的独特魅力,丰富旅游商品。定期举办边境特色旅游纪念品大赛^[9],组建设计团队,发挥创新优势,创造别出一格的具有象征意义的旅游纪念品,设计品牌标识和精美包装,开发特色旅游商品,增强边境旅游吸引力。

(五)加大霍尔果斯建设,增强景区信息化程度。互联网技术促进各国经济、文化等方面的交流与合作。霍尔果斯要完善网络环境,建立安全性高的网络体系,运用5G通信技术,增强网络通信速度;整合景区资源进行,通过信息化系统实现景区产品线上化,建立线上营销团队,促进边境旅游产品二次销售;通过大数据进行旅游综合分析,为发展边境旅游提供数据支撑^[10]。新疆霍尔果斯是国家对外开放的最前沿,历史悠久,区位重要,霍尔果斯定会牢牢抓住“一带一路”发展建设黄金期的大好时机,积极与周边国家加强合作,开辟跨境旅游合作新空间,推动新疆旅游业创新发展,履行好稳边兴疆的职责使命。

参考文献

- [1] 边境旅游暂行管理办法 [J]. 中国海关, 1998(1).
- [2] 刘玲. “新丝绸之路”背景下的霍尔果斯口岸发展研究 [J]. 重庆科技学院学报, 2017(12).
- [3] 陈浩. “一带一路”背景下中哈霍尔果斯国际边境合作中心发展对策研究 [J]. 国际经济合作, 2019(03).
- [4] 王丽琴. 也谈云南边境旅游开发 [J]. 临沧教育学院学报, 2006(2).
- [5] 李响等. “一带一路”背景下黑龙江省中俄边境游发展探析 [J]. 黑河学刊, 2019(04).
- [6] 闫敏. 基于在线评论的霍尔果斯边境旅游形象感知研究 [J]. 现代商贸工业, 2017(35).
- [7] 刘林舒. 黑龙江省中俄边境旅游开发研究 [J]. 经济师, 2019(08).
- [8] 王如意. 云南边境地区旅游市场治理研究 [D]. 云南财经大学, 2018.
- [9] 潘颖洁. 塔城地区边境旅游产业发展模式研究 [J]. 西部皮革, 2019(20).
- [10] 李冰洁等. 中哈霍尔果斯国际边境合作中心发展模式研究 [J]. 对外经贸实务, 2019(11).

电子商务环境下的市场营销路径探索

韦欣

上海金昌机电设备有限公司，上海 201600

摘 要： 伴随近几年我国信息技术水平和社会经济的不断发展，电子商务在商业领域中的地位愈发突出。为更好适应新时代发展趋势，企业应深刻认识到电子商务环境下市场营销策略实施的重要性，合理利用网络平台，不断调整发展理念和模式，以此能够在最大程度上满足消费者多样化需求。与此同时，企业还要深入把握电子商务对市场营销的影响，之后根据具体情况，制定具体的营销策略。基于此，文章重点探究电子商务环境下的市场营销路径，旨在为企业可持续发展创造良好条件。

关 键 词： 电子商务；市场营销；路径

Exploration of marketing paths in the e-commerce environment

Wei Xin

Shanghai Jinchang Electromechanical Equipment Co., Ltd. Shanghai 201600

Abstract： With the continuous development of information technology and social economy in China in recent years, the position of e-commerce in the commercial field has become increasingly prominent. In order to better adapt to the development trend of the new era, enterprises should deeply recognize the importance of implementing marketing strategies in the e-commerce environment, make reasonable use of online platforms, constantly adjust development concepts and models, and thus meet the diverse needs of consumers to the greatest extent possible. At the same time, enterprises need to deeply grasp the impact of e-commerce on marketing, and then develop specific marketing strategies based on the specific situation. Based on this, the article focuses on exploring the marketing path in the e-commerce environment, aiming to create favorable conditions for the sustainable development of enterprises.

Keywords： e-commerce; marketing management; route

在现如今数字化时代背景下，电子商务特点鲜明，表现在高效、便捷、全球化等方面，极大地改变人们的购物方式以及商业运作模式。传统的市场营销方式在电子商务环境下面临诸多挑战。在这种背景下，企业应顺应电子商务发展趋势，深入探索新的市场营销路径，从而不断提升自身市场竞争能力。

一、电子商务对市场营销的影响

（一）消费者行为的变化

1. 购物方式发生转变

电子商务能够让消费者不受时间和空间的限制，随时进行购物。具体而言，消费者可直接通过手机、电脑等设备对商品信息进行浏览。在这过程中消费者可通过价格比较、阅读评价等方式，根据自身需求进行购买^[1]。

2. 信息获取渠道的增加

作为消费者，可在电子商务环境下利用多个渠道，如搜索引擎、社交媒体、在线论坛等，以此获取关于商品的信息和评价。这样能够帮助消费者进行理性购物，而这也对企业市场营销提出更多的要求。

3. 个性化需求不断增强

电子商务平台可在大数据分析等技术手段的支持下，对消费者购物习惯和偏好进行全面了解，之后为消费者提供具有个性化的商品推荐和服务。这不仅极大地满足消费者个性化需求，还切实提高其满意度^[2]。

（二）市场竞争格局的改变

1. 竞争范围的扩大

电子商务的出现改变以往地域限制带来的弊端，这使得企业面临的竞争不再局限本地市场，而是来自全球各地。对于这种情况，需要企业不断加强竞争能力，并对市场营销进行创新和探索。

2. 竞争方式的转变

电子商务环境下的价格竞争依然激烈，但是企业更多是从用

作者简介：韦欣（1984-08），男，汉族，大专，江苏泰州人，研究方向：市场营销。

户体验、品牌建设以及服务质量方面进行竞争。在这种背景下，企业应不断提升自身品牌形象和口碑，以此能够吸引更多的消费者^[3]。

二、电子商务平台的优势分析

结合电子商务平台具有的优势，表现在广泛的用户覆盖、低成本高效益、数据分析能力、互动性强等方面。

（一）广泛的用户覆盖

众所周知，电子商务平台拥有十分庞大的用户群体，这给企业带来更为广阔的市场空间。利用该平台，企业能够接触到全球各地的潜在消费者，进而达到拓展市场的目的。另外，平台还为企业提供更为精准的市场推广工具，具体表现在用户画像、定向广告等，促使企业能够精准锁定目标客户，不断提高品牌知名度和产品效率^[4]。

（二）低成本高效益

相较于传统的市场营销方式，电子商务平台在营销成本方面具有更为明显的优势。在实际中，企业可通过对社交媒体营销、搜索引擎优化、电子邮件营销等方式的使用，能够在降低成本的基础上达到预期的营销效果。这些不同的营销方式，既能够帮助企业进一步扩大品牌影响力，还可通过精准定位不断提高转化率，从而实现销售业绩增长的目的。另外，电子商务平台还给企业提供丰富的营销工具和资源，主要包括优惠券、限时折扣等，这有效降低了企业整体营销成本。

（三）数据分析能力

电子商务平台可在大数据分析技术的支持下，对消费者行为和需求进行全面了解。企业可通过平台提供的数据分析工具，对消费者各方面情况进行深入挖掘，包括购买记录、浏览习惯、偏好等，以此为企业提供更为精准的市场定位和营销策略。对于这种数据分析能力，不仅能够帮助企业更好满足消费者需求，还可根据对市场趋势以及消费者行为的预测，制定合理的商业策略^[5]。

（四）互动性强

电子商务平台给企业和消费者提供进行高效且便捷的互动渠道。企业能够通过多种方式与消费者进行实时沟通和交流，如在线客服、评价系统、社区论坛等，以此能够有效掌握消费者的反馈和意见。对于这种互动方式，有助于企业进一步提升服务质量和客户满意度。

三、电子商务环境下的市场营销策略

为更好适应新时代发展趋势，企业在电子商务环境下应采取合理的市场营销策略，以此不断提升市场竞争能力，为实现可持续发展目标创造良好的条件。在制定营销策略方面，企业应从精准定位目标客户、优化网络营销、提升客户体验和建立完善的售后服务体系方面进行。

（一）精准定位目标客户

在现如今电子商务背景下，企业要想保障营销策略实施的有

效性，首先要能够精准定位目标客户群体。在这方面，企业需借助大数据分析技术具有的功能，对消费者的行为数据和偏好信息进行深入挖掘。通过对数据信息的分析，企业可对潜在的目标客户进行精准识别，接着在这基础上制定合理的市场营销策略。具体来说，大数据分析技术可帮助企业从大量的数据中提取具有价值的信息，具体包括消费者浏览行为、社交媒体互动、购买历史等。通过对这些数据深入分析，企业能够构建出具体的消费者画像，进而理解患者需求。接着，根据获取的信息，企业开始设计具有个性化的营销方案。这样做，在提高营销资源利用效率的同时，还给消费者带来更为优质的服务体验^[6]。

（二）优化网络营销

1. 社交媒体营销

企业应结合目标客户群体和营销目标，选择符合需求的社交媒体平台，如利用微信与消费者进行一对一的沟通和服务；利用微博开展品牌推广和事件营销活动；利用抖音平台对产品进行短视频营销，并开展互动活动。针对这些不同的社交媒体平台，需要企业了解其具有的特点和用户行为，随后制定合理的营销策略。如，在微信上通过公众号推送企业产品的内容，以此达到吸引用户关注和分享的目的；在微博上可通过明星代言或话题营销，不断提高品牌的知名度和影响力；在抖音上则可通过展示创意短视频和挑战活动。另外，企业还要注重内容发布的价值。通过提供有趣且有情感的内容，能够更好地引起用户关注。如，在社交媒体平台上发布有关产品的使用教程、生活小贴士等，可满足用户需求；发布搞笑、励志且感人的短视频，能够更好引起用户情感共鸣。

2. 电子邮件营销

（1）建立电子邮件列表

在建立电子邮件方面，需要通过多个渠道，如网站注册、线下活动、社交媒体等，对用户电子邮件地址进行收集。如，在网站上课通过设置注册表单，鼓励用户注册并提供电子邮件地址；在开展线下活动时，对用户的名片进行收集或填写调查问卷，以此获取用户电子邮件地址；在社交媒体平台上，则可通过发布具体的活动信息，引导用户留下电子邮件地址。完成电子邮件的收集后，还要注重对列表的分类和管理。在这方面，需要企业结合用户兴趣爱好、购买行为等多个因素，将用户分为不同的群体，随后制定具有针对性的邮件营销策略。如，针对新用户，可通过发送邮件、优惠券等，引导用户进行首次购买；对老用户，则可通过发送产品推荐和促销活动邮件，不断提高用户复购率。

（2）设计有吸引力的邮件内容

在设计邮件内容时，首先在邮件主题方面，要做到简洁明了，且富有吸引力，这样做能够更好地引起用户兴趣。如，采用“新品上市”“限时优惠”“免费领取”等关键词，激发用户的好奇心，从而打开邮件。其次，邮件内容要简洁、清晰、具有价值。如，通过对多媒体元素的使用，包括图片、图表、视频等，达到增强邮件吸引力和可读性的目的。此外，还可通过提供使用教程、产品推荐、优惠信息等内容，不断满足用户需求。在整体设计方面，应达到美观、大方且专业，与企业品牌形象和风格相

符。如，邮件内容设计过程中可采用企业标志、颜色以及字体等元素，以此不断提高邮件的辨识度。与此同时，还要注意邮件的排版和布局，确保邮件内容容易理解。

（3）定期发送邮件

企业根据实际情况制定邮件发送计划，定期向用户发送邮件，并与用户保持密切沟通与联系。如，企业可每周或每月给用户发送一次邮件，主要目的是向用户推荐新产品、促销活动以及行业动态等内容。在这个环节中，要特别注意邮件发送的时间和频率，避免在用户忙碌时间发送邮件。

3. 内容营销

（1）确定内容主题

企业需结合实际情况，包括产品和服务特点、目标客户群体需求和兴趣等，以此明确内容营销的主题。如，对销售健身器材的企业，可围绕“健康生活”、“运动健身”、“减肥塑形”等方面确定主题。对于内容主题，要体现出针对性、实用性和趣味性特点，只有这样才能够更好地吸引用户关注。与此同时，企业还要注意内容主题的时效性和热点性。根据目前社会热点和行业趋势，制定合理的内容营销策略。

（2）创作高质量的内容

在创作内容方面，要保障其具有价值和质量，以此更好地满足用户需求。如，通过撰写博客文章、拍摄图片、制作视频等，给用户介绍产品的优势、功效以及使用方法等；通过对行业动态、专业观点、用户案例等分析，为用户提供一定的参考。另外，内容要具有专业性、可读性和原创性特点，不可出现抄袭或复制情况，与此同时，企业还要确保内容的形式和风格，只有这样才能更好适应不同用户需求。在这方面，可通过使用生动且有趣的语言，不断增强内容的可读性和吸引力。此外，还可采用图表、视频、图片等多媒体元素，不断丰富内容整体的表现形式。这样做不仅能够更好地吸引客户，还极大地提高内容质量，切实提高企业在市场中的发展水平，满足社会经济可持续发展需求。因而，企业应注重对内容的高质量创作。

（三）提升客户体验

为进一步提升客户体验，企业有必要对网站设计和用户界面进行合理优化。首先，在网站布局方面要做到简洁明了，这便于用户进行浏览和操作，避免用户在浏览网站过程中出现较多的广告和弹窗，进而影响用户体验。在这个环节中，企业可采用扁平

化设计风格，将网站内容划分不同的板块，这样做有助于用户快速获取需要的信息。其次，对网站的导航栏要进行合理安排，促使用户能够更好地对网站页面进行浏览。与此同时，导航栏在设计方面可采用下拉菜单、面包屑导航等多种方式，以此不断提高导航栏的易用性。再者，伴随近几年移动互联网的深入发展，不少用户开始使用平板电脑、手机等移动设备访问网站。为此，网站的设计应采用响应式设计，从而满足不同屏幕尺寸和分辨率要求。

（四）建立完善的售后服务体系

在建立完善售后体系方面，企业应从以下几个方面进行：一是，立足实际建立专业的客户服务团队，以此为用户提供更为优质的服务。对于客户服务团队，应具备良好的沟通能力和服务意识，促使其在实际工作中能够及时且准确地回答和处理用户问题。与此同时，企业还要提供多种客户服务渠道，具体包括电话、邮件、在线客服等。这样做能够让用户随时与客户服务团队进行联系。在这过程中，要能够保障整个客户服务渠道响应及时，切实提高用户满意度。二是，建立合理的售后服务政策，对售后服务内容、流程以及标准进行明确。如，制定具体的商品的退换货政策、维修政策以及质保政策等，促使用户能够清楚了解自身权益和义务。另外，企业要严格按照标准和要求执行售后服务政策，在最大程度上保障用户的权益。三是，结合各方面情况和需求，建立详细的用户问题和投诉处理机制，在第一时间处理用户的问题和投诉。作为客户服务团队，在工作中要能够认真、耐心地听取用户提出的问题和投诉，深入了解用户需求，并及时采取相关措施。针对用户的问题和投诉，需要做好分析和总结，以此找出问题出现的根源以及解决办法，防止类似问题再次发生。

四、结语

综上所述，随着电子商务的持续发展，给企业市场营销带来诸多机遇和挑战，为进一步提高市场竞争能力和水平，企业首先要能够深刻认识到电子商务对市场营销产生的影响，其次在实际工作中能够充分发挥电子商务平台具有的优势，根据具体情况和需求制定合理的市场营销策略，为此满足社会经济可持续发展需求，为自身企业稳定健康发展奠定良好基础。

参考文献

- [1] 王芳芳. 电子商务环境下服装企业市场营销分析[J]. 化纤与纺织技术, 2022, 51(8): 106-108.
- [2] 王睿. 电子商务背景下企业营销策略的变革路径与措施分析[J]. 国际公关, 2022(24): 131-133.
- [3] 高原. 基于乡村振兴的电子商务促进皮革产业发展路径——评《乡村振兴的九个维度》[J]. 皮革科学与工程, 2023, 33(1): 后插2-后插3.
- [4] 何凤丹. 电子商务环境下企业市场营销模式分析[J]. 商场现代化, 2023(4): 25-27.
- [5] 程亚楠. 电子商务环境下的农产品网络营销策略分析[J]. 现代营销, 2022(8): 130-132.
- [6] 邱靖涵. 电子商务背景下市场营销观念转变对企业管理的影响及策略分析[J]. 品牌研究, 2022(4): 36-38.

宁夏滩羊优势特色产业集群发展实践路径

郭勤华

宁夏社会科学院, 宁夏 银川 750000

摘 要： 宁夏享有西部大开发、黄河流域生态保护和高质量发展先行区两大战略“双覆盖”。发展特色优势产业，统筹推进“六新六特六优+N”产业发展，加快推动宁夏优势特色产业高质量发展，推进优势特色产业集群发展，带领各族人民群众走向共同富裕，就必须坚持一切从实际出发，牢牢把握并贯彻创新、协调、绿色、开放、共享等新发展理念。在滩羊优势特色产业向优势特色产业集群转变过程中，要不断完善优势特色产业集群发展政策机制，加大投资力度，培育产业发展领军人才，实现滩羊产业集群高质量可持续发展。

关 键 词： 宁夏滩羊；特色产业集群；创新；绿色

Ningxia Tanyang advantageous characteristic industrial cluster development practice path

Guo Qinhu

Ningxia Academy of Social Sciences, Yinchuan, Ningxia 750000

Abstract： Ningxia enjoys two strategies of "double coverage": western development, Yellow River Basin ecological protection and high-quality development pilot area. To develop characteristic and advantageous industries, coordinate the development of "six new, six special and six excellent +N" industries, accelerate the high-quality development of Ningxia's advantageous and characteristic industries, promote the development of advantageous and characteristic industrial clusters, and lead the people of all ethnic groups to common prosperity, we must adhere to everything from the actual situation, firmly grasp and implement new development concepts such as innovation, coordination, green, open and sharing. In the process of transformation from advantaged characteristic industry to advantaged characteristic industrial cluster, it is necessary to continuously improve the development policy mechanism of advantaged characteristic industrial cluster, increase investment, cultivate leading talents for industrial development, and realize the high-quality and sustainable development of the advantaged characteristic industrial cluster.

Keywords： Ningxia Tanyang; characteristic industrial cluster; innovation; green

党的二十大报告明确部署，加快构建新发展格局，推动战略性新兴产业融合集群发展，构建新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源、新材料、高端装备、绿色环保等一批新的增长引擎。^[1]宁夏滩羊优势特色产业集群建设作为宁夏优势特色农业产业项目，在持续推进扩规提质、延链增值、品牌培优，实现量质齐升等方面值得深入研究。

一、滩羊优势特色产业集群建设的现实基础

首先，优势特色产业集群建设，关乎全区优势特色产业发展质量水平。宁夏综合考量综合考量全区各重点产业比较优势、布局、规模、产值等因素，^[2]选定滩羊核心区盐池县、灵武市、红寺堡区、同心县为项目建设县市，研究产业基础好、比较优势明显、发展前景广阔的滩羊产业为主导产业，为推进全区优势特色产业集群建设奠定了基础。相关数据显示，2023年，宁夏滩羊优势特色产业集群建设项目区滩羊饲养量676.7万只，其中，存栏

343.3万只，出栏333.5万只，羊肉产量6.03万吨，较项目实施前分别增长19.5%、8.6%、33.3%、35.8%。

其次，滩羊优势特色产业在高水平推进中取得决定性成效。一是完成滩羊优势特色产业集群共实施8大类34个子项目，完成22个，正在实施12个，完成率64.7%。二是加工营销能力提升项目，共有子项目9个，完成子项目6个，建设羊屠宰车间1个、加工营销中心1个、营销冷链配送中心3个，购置冷藏车3辆，订单收购滩羊1万只。三是完成科技创新项目子项目1个，完成新品系群营养需要研究及试验羊、育种核心群营养需求及标准制定

基金项目：国家社科基金西部项目“习近平关于扶贫工作的重要论述与‘闽宁模式’研究”（21XZS019）阶段性研究成果。

作者简介：郭勤华（1997.07—），女，汉族，宁夏海原人，大学本科，编审，研究方向：地方历史文化研究。

工作，完成总任务的60%。四是数字畜牧业建设，共有子项目3个，完成子项目1个，购买配套设施设备1000余套，组建完成羊只信息化数字化管理平台系统、羊舍环境监控系统、羊舍自动恒温取暖系统。五是盐池滩羊品牌提升项目，共有子项目3个，完成子项目2个，在重庆、西安开设品牌滩羊肉专卖店2个，设立“盐池滩羊”品牌广告牌178个，拍摄宣传片1部。六是社会化服务项目，共有子项目3个，全部完成，建设饲草加工配送中心1个，产前、产中社会化服务组织1家，支持规模养殖场配套防疫消毒室30家。七是基金支持，共有子项目1个，创新开展“金融机构+企业+合作社+农户”金融扶持发展模式，在保笔数2567笔，7.57亿元。八是产业发展保障项目，共有子项目2个，完成子项目1个，建立“龙头企业+滩羊出村入场基地+养殖农”利益联结模式，订单收购羊肉1500吨，销售额1.2亿元。

第三，联农带农模式促进农村社会和谐。宁夏滩羊优势特色产业建设实施中始终坚持以农为本，探索完善多种利益联结机制。一是订单收购促进农民收入稳步提高。2023年，产业区人均养羊收入2526.4元，占农民人均可支配收入的16.3%。其中盐池县创新“订单养殖、保价收购”模式，滩羊销售淡季组织13家企业按照指导价格认购纯种盐池滩羊50余万只，带动2000余户滩羊养殖户稳定增收。灵武市采取“公司+订单+合作社+农户”“电商+基地+农户”的等利益联结模式，订单收购带动养殖户1310多户，滩羊产业带动就业人数1844人，农民人均可支配收入收入较项目实施前增7.4%。二是改善基础设施和公共服务体系。宁夏滩羊产业区核心区得益于黄河流域宁夏段主要流经区及其延伸区域，这里地域宽阔，黄河引扬黄灌溉全覆盖，且区域交通便利。随着社会参与的一系列行业扶贫，加大财政资金投入和涉农资金整合力度，累计为滩羊优势特色产业集群总投资7.84亿元%。三是创新产业链加工。围绕精深加工、产品研发、市场开拓等关键环节，创新开发适销对路产品。重点支持盐池、灵武等县（区）建设屠宰厂2个，培育加工营销中心5个，研发精细分割新产品30种、预制菜25种、汤料包21种。培育壮大盐池美雅裘皮、灵武西部皮草等皮毛加工企业，开发二毛裘皮等系列产品36种，形成较完整的滩羊产业链加工体系。四是充分利用智慧信息平台。利用“宁夏滩羊”发展空间，利用京东、天猫等电商平台和抖音、快手等新媒体平台，通过“订单生产+精深分割+网络旗舰店”“养殖基地+精深分割+营销中心+直播带货”等营销模式，^[3]开设线上线下销售网点343个，建设滩羊电商销售基地2个、区外品牌营销店3个，设立“盐池滩羊”品牌宣传牌178个，带动宁夏滩羊肉进入全国50个大中城市415家连锁超市和餐饮企业，^[4]成为北京冬奥会、杭州亚运会指定的食材。截至2022年，累计外销羊肉19.34万吨。组织60余家企业参加“农特优新农产品”等推介活动6场，签订订单近4亿元，为宁夏滩羊品牌集群提档升级、迈进中高端市场开辟新渠道^[5]。

二、宁夏滩羊优势特色产业建设经验积累

（一）形成日趋完善的保障机制

坚持“五个一”工作机制。宁夏滩羊产业经历区、市、县

（市、区）、乡（镇）和村再到农合逐渐递进的阶段，实现全社会参与的协同发展路径。推进滩羊优势特色产业建设过程中，坚持“一个产业、一个专班、一个方案、一套政策、一抓到底”的工作机制，对标对表，压茬推进，组织协调，构建起自治区级指导督导、市级领导推进、市县区负责实施落实的三级组织保障体系。形成“四大”功能板块。政府多次组织召开全区滩羊产业高质量发展推进会、专题会、现场会，为滩羊优势特色产业建设定好“主基调”研究，制定《宁夏盐池滩羊优势特色产业建设方案》和各项目县区项目资金使用分配表。按照产业集群建设总体功能布局上形成四大功能板块，合理布局以宁夏盐池县、同心县、红寺堡区全域为重点，辐射带动灵武市的生产区板块；以盐池县、灵武市及红寺堡区、同心县双产业带为主的加工、物流及商贸板块；以盐池县为中心，形成“一心”为主、辐射服务周边的滩羊科技创新服务技术研发板块；以灵武市养殖废弃物无害化处理中心、同心县社会化服务中心、盐池县商贸服务中心和同心县饲草加工配送服务基地共同构成的集群公共服务板块，将集群建设成效纳入自治区乡村振兴战略综合考评，形成上下联运、齐抓共管、狠抓落实的项目推动合力。

（二）发挥滩羊产业的品牌效应

随着优势特色产业的不断推进，提高产品质量和市场占有率，增强产业的市场影响力和抗风险能力是推进优势产业提质增效的必由之路。宁夏通过联合中国农科院高标准谋划滩羊产业集群高质量发展思路，组织区内专家精心编制“滩羊产业集群建设方案”，加强滩羊产业品牌建设，促进产业转型升级，增加产业附加值，注重塑造和发挥“中国滩羊之乡”品牌优势，逐渐形成品牌引领整体推动，品牌牵引推进的滩羊产业集群发展格局。坚持政府和企业协同发力，着力打造“盐池滩羊”区域公用品牌，推行“区域公用+企业+产品”三牌联育，培育昀盐、宁鑫、宁源涛等企业品牌和产品品牌75个，“盐池滩羊”品牌价值达106.82亿元，居于“中国区域品牌影响力百强榜”第31位，畜牧类排名第1。^[6]围绕良种繁育体系、标准化规模养殖基地、精深加工、产销对接营销等关键环节，全产业链整体推动滩羊产业集群发展，滩羊产业实现了量质双增。

（三）建立以产带农、以产促收的利益链接机制

为推动优势特色产业建设，宁夏把建立紧密利益联结机制、促农增收作为滩羊产业集群建设的根本要求，重点推行“两个带头人”联农带农模式、“龙头带动型”联农带农模式和“联合体+品牌赋能型”联农带农模式，把养殖户镶嵌在产业链上，联结发展生产、产品开发、开拓市场，逐步完善利益共享、风险共担的联农带农机制，实现企业受益、农民增收。项目区人均养羊收入2526.4元，占人均可支配收入的16.3%。其中，盐池县农村居民人均可支配收入的一半来自养羊收入。

三、问题与对策

自2022年实施以来，宁夏滩羊优质特色产业建设尽管取得了一定的成效，但还存在一些问题。一是基层管理审批流程

程序 and 标准不明确，项目管理机制尚需完善。国家层面没有制定出台优势特色产业产业集群建设管理办法，基层组织各项规章制度不完善等问题影响优势特色产业产业集群建设。滩羊产业集群建设同样收到影响。全区滩羊产业集群建设涉及8类34个子项目，虽然覆盖了一二三产业，但在健全区、市、县三级管理机制创新上还不完善。二是缺乏能担重任的组织“带头人”，农村村组织缺乏主动性，对驻村第一书记及工作团队的依赖程度较高。大部分工作都集中在处理机械的行政指令事务，缺乏实际灵活运用能力；受人工、防疫、草料等养殖成本刚性上涨，养殖效益下滑，行业可持续发展能力较不强。三是资金持续投资缺乏可持续性。滩羊产业是宁夏自治区第十三次党代会确定重点打造的“六特”产业之一，是宁夏带动当地经济发展主导产业，投资力度不强且不能可持续直接影响农民增收。

可见，因地制宜推动宁夏滩羊优势特色产业产业集群高质量发展势在必行。

第一，坚持一切从实际出发，不断增强农业产业链供应链韧性和稳定性。郭建关于《加快建设农业强国推进农业农村现代化》强调，增强农业产业链供应链韧性和稳定性，为宁夏滩羊优势特色产业产业集群发展指明了方向。从滩羊优势特色产业到优势特色产业产业集群建设，宁夏滩羊随着形势发展，从实际出发完成发展区域、发展方向和发展势态等发生根本性转变。

宁夏作为中国的西部地区，地处黄河上游，地理环境优越，气候适宜，滩羊产业成为区域优势特色产业的重要组成部分，作为宁夏支柱产业之一，在多年的发展实践中，初步形成“总公司+农牧民合作社+基地+家庭庭院”四级联动的经营模式，形成了一个相对完整的产业链。从食品角度看，宁夏滩羊品种大多都是适宜食用的羊种。从经济角度来看，宁夏滩羊以肉、毛、皮、血、骨等多种供给方面表现优异。综合自然、社会 and 经济发展等诸多元素，宁夏尚属于欠发达地区，这就意味着应创造有利条件，从实际出发赶超先进发达地区，全面推进滩羊产业集群高质量发展。

第二，贯彻新发展理念。宁夏滩羊优势特色产业产业集群建设要树立创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念。

创新就是对非现成存在的生产及展现。宁夏滩羊优质特色产

业集群建设，只有想他人之未想，谋他人之未谋，最大限度做到“人无我有，人有我优，人优我特”，才能实现高质量目标。

协调就是指无论在城市还是农村，滩羊优质特色产业产业集群高质量发展过程中，必须贯彻落实农业农村部出台优势特色产业产业集群建设管理办法，明确预期目标成效，持续推进第一二三产业协调融合发展。绿色发展就是在不破坏生态环境的前提下所实现的发展。

绿色发展。就是贯彻绿色发展理念，坚守发展和生态两条底线。滩羊产业集群建设坚持人与自然和谐共生的绿色发展理念，在推进滩羊产业集群实施科学的养殖方法措施，聚焦打造滩羊全产业链，以“宁夏滩羊”品牌为统领、“盐池滩羊”品牌为核心，培育壮大盐池滩羊集团、鑫海公司、灵武福兴神农等龙头企业，提升冷鲜分割肉、调理肉制品、熟肉制品等精深加工转化能力，强化品牌营销体系建设，持续开展“宁夏精品中国行”系列宣传推介活动，加快区外品牌营销店、旗舰店建设，开拓国内滩羊中高端市场。密切企农利益联结，健全完善联农带农机制，祝好“两个带头人”“龙头企业带动型”“品牌赋能型”的模式支持龙头企业通过契约型、分红型、股权型、保护价收购等合作方式，与养殖户、专业合作社、家庭牧场建立企农利益联结机制，实现企业受益，农民增收，^[4]从而实现滩羊产业集群高质量发展。

开放发展。开放发展就是发掘提升具有市场竞争力的商品和服务推动其对外的影响力。宁夏地处不沿海、不沿江的西北内陆，要高质量发展必须进一步解放思想，既实现“走出去”又贯彻“引进来”的战略，大胆引进全国各地的先进技术和经验，加大招商引资力度，把开放的理念落实在滩羊优势特色产业产业集群推进中，最终实现互通有无、互利共赢，助推宁夏与外界的经济文化交流和往来。

共享发展。与全国一样，宁夏的发展是为宁夏各族人民的共同富裕，使广大人民群众获得幸福感。基于此，滩羊优势特色产业产业集群高质量发展过程中，全区各级党委政府要把是否为民造福作为检验自身工作成效的根本标准，敢于同一切形式主义、形象工程等说“不”，植厚人民获得感、幸福感、安全感，并使得滩羊优质特色高能质量反正更有保障、更可持续发展。

参考文献

- [1] 宋葛龙. 加快培育和形成新质生产力的主要方向与制度保障[J]. 人民论坛·学术前沿, 2024-02-04.
- [2] 王超, 张吉祥, 拜丽艳. 宁夏六盘山地区肉牛优势特色产业集群发展研究[J]. 畜牧业环境 2024-05-23.
- [3] 王平. 民族交往视域下宁夏滩羊产业现代化研究[J]. 北方民族大学博士论文, 2023-04-01.
- [4] 王平. 民族交往视域下宁夏滩羊产业现代化研究[D]. 北方民族大学, 2023.
- [5] 王超, 张吉祥, 拜丽艳. 宁夏六盘山地区肉牛优势特色产业集群发展研究[J]. 畜牧业环境, 2024-05-23.
- [6] 王平. 民族交往视域下宁夏滩羊产业现代化研究[J]. 北方民族大学博士论文, 2023-04-01.