国际经济与发展

International Economy and Development

ART AND TECHNOLOGY PRESS INC.

(517 666 0904)

263 S KENWOOD ST 560

CASPER,WY 82601

Copyright © 2025 by ART AND TECHNOLOGY PRESS INC. (United States)

Complimentary Copy

ART AND TECHNOLOGY PRESS INC
(United States)

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.

Ting E
MARS FOODS (CHINA) CO. LTD.

目录 CONTENTS

国际经济与发展

International Economy and Development

第3卷 第10期　2025年10月刊

主　管　ART AND TECHNOLOGY PRESS INC.

主　办　ART AND TECHNOLOGY PRESS INC.

编　辑　《国际经济与发展》编辑部

ISSN(O): 2995-4355

ISSN(P): 2995-4339

地　址：263 S KENWOOD ST 560

CASPER,WY 82601

网　址：https://arttechpress.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：

1. 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。
2. 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。
3. 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。
4. 论文未曾以任何形式公开发表过。
5. 作者所投本刊稿件，本刊编辑部拥有修改权。

001　光伏企业国补应收账款减值实务研究
——减值识别、计提与财务影响分析　毕丹
Practical Research on Impairment of Receivables from National Subsidies in Photovoltaic Enterprises — Identification, Provisioning, and Analysis of Fina　Bi Dan

004　阿拉善碱矿资源绿色开发与工业基地建设研究　李鑫
Research on Green Development of Alxa Alkali Mineral Resources and Industrial Base Construction　Li Xin

007　人工智能驱动下现代企业管理模式创新与实践路径研究　张芸骥
Research on Innovation and Practice Path of Modern Enterprise Management Model Driven by Artificial Intelligence　Zhang Yunji

010　数智赋能与情境重构：甘肃乡村旅游数字营销的困境突破与路径优化　李乐，李秋娟
Digital Intelligence Empowerment and Contextual Reconstruction: Breaking Through Dilemmas and Optimizing Paths of Digital Marketing for Rural Tourism in Gansu　Li Le, Li Qiujuan

013　企业数字化转型中的财务风险管理机制探索研究　刘盎
Exploratory Research on Financial Risk Management Mechanisms in Enterprise Digital Transformation　Liu Ang

016　金融财税赋能吉林省养老产业发展的对策研究
——基于养老事业与养老产业协同发展的视角　王金翎，李静
Research on Countermeasures for Financial and Tax Policies to Empower the Development of Elderly Care Industry in Jilin Province — From the Perspective of Synergistic Development of Elderly Care Services and Elderly Care Industry　Wang Jinling, Li Jing

020　品牌店播增长与内容电商转化路径研究　胡雪
Research on the Growth of Brand Store Broadcast and the Conversion Path of Content E-commerce　Hu Xue

024　长期护理保险筹资机制发展现状及其法治进路探析　肖子俊
Current Development of Long-Term Care Insurance Financing Mechanisms and Exploration of Legal Pathways　Xiao Zijun

027　“县域货源＋跨境直播”模式的落地困境与突破路径
——以武功县为例　潘宇婷
Implementation Challenges and Breakthrough Paths of the "County-Level Supply Chain + Cross-border Live Streaming" Model
— A Case Study of Wugong County　Pan Yuting

030　数字化赋能智慧管理视角下住宅小区物业服务品质提升研究
——以慈溪恒元悦城玖号为例　王少雄
Research on the Improvement of Property Service Quality in Residential Communities from the Perspective of Digital Empowerment for Smart Management — A Case Study of No.9 Hengyuan Yuecheng, Cixi　Wang Shaoxiong

033　企业虚拟社区边缘用户共享行为影响因素研究
——以华为互动社区为例　姜蕴莉，周逸寒
Research on the Influencing Factors of Edge User Sharing Behavior in Enterprise Virtual Communities
— A Case Study of Huawei Interactive Community　Jiang Yunli, Zhou Yihan

光伏企业国补应收账款减值实务研究
——减值识别、计提与财务影响分析

毕丹
中民新能宁夏同心有限公司，宁夏 吴忠 751300
DOI:10.61369/IED.2025100001

摘　　要： 随着光伏行业补贴政策由“普惠性支持”转向“精准化、市场化调控”，“竞价上网”“平价上网”政策全面落地，存量项目补贴发放节奏调整，导致补贴资金到位延迟、拖欠规模累积、回款周期显著拉长，已成为民营光伏企业现金流与经营稳定的核心挑战[1]。尽管已纳入合规项目清单的可再生能源补贴（以下简称“国补”）应收账款享有国家信用背书，其核心信用风险并非本金违约，而是延迟支付导致的资金占用成本，即货币时间价值损失。依据《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》和“谨慎性”原则，企业必须根据预期信用损失模型合理计提减值准备，以防止资产与利润虚增[2]。本文从光伏企业财务管理实务出发，系统探讨国补应收账款的减值迹象识别逻辑、计提比例确定方法，并分析其对会计核算与全面预算管理的具体影响，旨在为企业构建规范、可操作的国补应收账款管理体系提供实践参考。

关 键 词： 光伏企业；国补应收账款；预期信用损失模型；减值迹象识别；计提比例；财务核算；预算管理

Practical Research on Impairment of Receivables from National Subsidies in Photovoltaic Enterprises — Identification, Provisioning, and Analysis of Fina

Bi Dan
China New Energy Ningxia Tongxin Co., Ltd.Wuzhong, Ningxia 751300

Abstract: With the shift in the photovoltaic industry's subsidy policy from "extensive support" to "targeted, market-driven regulation", and the full implementation of the "competitive bidding for grid access" and "grid parity" policies, the disbursement pace for subsidies of existing projects has been adjusted. This has led to delays in subsidy fund arrivals, accumulation of payment backlogs, and significantly extended collection cycles, which have become a core challenge for the cash flow management and operational stability of private photovoltaic enterprises[1]. Although the accounts receivable for renewable energy subsidies (hereinafter referred to as "national subsidies") included in the compliant project list are backed by national credit, their core credit risk is not default on the principal, but rather the capital occupation cost caused by delayed payments, i.e., the loss of the time value of money. In accordance with the "Accounting Standards for Business Enterprises No. 22 – Recognition and Measurement of Financial Instruments" and the "prudence principle", enterprises must reasonably recognize impairment provisions based on the expected credit loss model to prevent the overstatement of assets and profits[2]. Starting from the practical perspective of financial management in photovoltaic enterprises, this paper systematically explores the logic for identifying impairment indicators of national subsidy accounts receivable, the methods for determining impairment provision ratios, and analyzes their specific impacts on financial accounting and comprehensive budget management. The aim is to provide practical references for enterprises to establish a standardized and operable management system for national subsidy accounts receivable.

Keywords: photovoltaic enterprises; national subsidy accounts receivable; expected credit loss model; impairment indicator identification; impairment provision ratio; financial accounting; budget management

引言

在全球能源转型与“双碳”目标驱动下，我国光伏产业依托固定上网电价补贴政策实现了规模化发展，但也累积了巨大的补贴资金

作者简介：毕丹（1981.03-），女，汉族，宁夏银川人，会计师，本科，研究方向：财税管理。

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

缺口[3]。2018年“5·31新政”及平价上网时代的开启，标志着政策导向转向市场化调控，虽遏制了新增拖欠，但存量项目形成的“国补应收账款”其兑付时效具有高度不确定性，回款周期远超正常信用期[4]。这类享有国家信用背书的资产，其核心风险并非本金违约，而是延迟支付导致的货币时间价值损失。依据《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》，企业必须基于预期信用损失模型对其计提减值准备，以真实反映资产价值[2]。然而，如何识别此类特殊应收账款的减值迹象、如何确定科学的计提比例，以及减值处理对财务管理有何影响，是当前光伏企业面临的共性实务难题。本文旨在系统研究这些问题，为企业构建规范化的管理体系提供操作指引。

一、光伏企业未发放国补形成的背景及其减值的必要性

（一）国补形成的政策背景与现状特征

我国光伏补贴政策旨在通过经济激励推动产业成长与能源结构优化。然而，装机规模迅猛增长与可再生能源基金征收的滞后，导致收支长期失衡，形成“寅吃卯粮”的巨额资金缺口。截至2021年底，全行业可再生能源补贴拖欠累计已超过4000亿元，光伏领域问题尤为突出[5]。尽管2018年“5·31新政”等政策加速了平价上网进程，遏制了新增补贴债务，但历史遗留的存量补贴拖欠问题依然严峻。行业数据显示，截至2024年初，全国累计未支付的光伏补贴规模预计已超1000亿元，其中民营企业承受了大部分资金压力[5]。补贴资金的长期拖欠严重侵蚀了企业流动性，迫使企业增加融资以维持运营，进而推高财务费用，陷入“应收账款积压→融资成本攀升→盈利能力下滑”的恶性循环。

（二）减值的必要性：基于准则与风险管理的双重视角

从会计准则遵从性角度看，国补应收账款虽由电网公司代付、信用等级高，但其回款时间存在重大不确定性，实际回收周期普遍长达4-6年，远超合同约定的1-2年信用期。根据《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》，金融资产的信用风险显著增加时，企业必须基于预期信用损失模型计提减值准备[2]。预期信用损失模型的核心不仅在于评估违约概率，更在于衡量货币时间价值的损失[6]。对于国补应收账款而言，漫长的回款延迟本身所带来的资金占用成本（机会成本或替代融资利息），已构成实质性的信用减值。若企业不计提或不足额计提减值，将导致资产账面价值与当期利润被高估，财务报表无法公允揭示企业真实的资产质量与财务风险。

从企业内部风险管理视角看，国补应收账款通常在流动资产中占比很高（可达30%-50%或以上），其可回收净值直接关系到企业的营运资金效率、偿债能力与再融资空间。因此，对其合理计提减值，不仅是满足外部会计准则的强制性合规要求，更是企业进行审慎财务规划、识别核心流动性风险、从而优化资源配置和支撑战略决策的关键管理工具。

二、多维度识别光伏企业未发放国补减值迹象

（一）基于应收账款账龄与历史回款的定量分析

对于已纳入国家可再生能源补贴合规清单的项目，理论回款周期为1-2年，但受核查、资金统筹等因素影响，民营企业国补平均拖欠周期已达4-6年，部分早期项目甚至超过8年[7]。具体识别指标包括：

账龄结构恶化：若企业国补应收账款的平均账龄从2年延长至4年及以上，或1年以上账龄余额占比超过80%（行业正常水平通常低于50%），则表明款项的可回收时效性显著降低，减值风险上升。

回款率持续下降：计算历年实际回款金额占年初应收余额的比例（回款率）。若该比率呈现逐年递减趋势（例如从2019年的30%降至2023年的5%以下），则表明补贴发放效率系统性降低，货币时间价值损耗加剧，构成减值迹象。

企业应建立“国补应收账款动态台账”，按季跟踪账龄分布与回款进度，作为减值判断的量化依据。

（二）基于政策环境与信用背景的定性分析

尽管可再生能源补贴累计拖欠规模巨大，但政策化解路径已明确：相关部门推进“分类核查+分批兑付”，国家电网已定期启动补贴资金转付[7]。这有效缓解了行业流动性压力。

基于国家信用的最终保障，国补应收账款发生本金违约的信用风险极低。因此，当前减值风险的核心在于回款节奏的不确定性对货币时间价值损失计量的影响。此外，项目合规性风险是另一关键定性因素。若项目因手续不全、规模与备案不符等问题被核查认定不合规，将面临补贴被核减、追回甚至取消资格的风险，此时信用风险已明显增加或已经发生信用减值[8-10]。

三、光伏企业国补应收账款减值计提比例的确定路径

（一）依据项目合规性分类评估减值比例

为加强资金管理，国家相关部门对存量项目开展核查，并将项目区分为三类处理，这直接决定了减值计提的基础[9]：

1.合规项目：已纳入国家可再生能源补贴合规清单，各项指标符合要求，财政资金有序兑付，信用风险较低[9]。可结合账龄分析法，低比例计提减值（如账龄超3年计提10%-20%）或对账龄短（≤2年）且回款迹象明确的项目暂不计提。

2.待整改项目：存在部分合规瑕疵，需补充材料或完成整改。在最终确认资格前，应采用“个别认定法”，结合整改进展、纳入清单的可能性及账龄，审慎估计预期信用损失以确定计提比例。

3.排除类项目：经核查认定不符合补贴条件且无法整改恢复资格[10]。应按相关规定退还已获补贴，并依据会计准则全额计提坏账准备，核销相应应收账款。

企业需建立“项目合规性档案”，跟踪每类项目的核查与整

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

改动态，作为分类计提的核心依据。

（二）结合项目类型与回款历史进行比例校准

根据补贴发放的优先顺序与政策导向，光伏项目主要分为两类，其减值考量应有差异：

1.扶贫电站：其补贴在发放序列中享有最高优先权，回款保障程度高（实际周期多在3年以内）。若项目已合规且无瑕疵，正常回款周期内（账龄≤3年）可暂不计提；账龄超3年时，可计提1%-5%的低比例减值。

2.商业电站：需综合项目合规性状态、历史回款数据、区域发放节奏、账龄结构及企业风险偏好动态确定计提比例。例如：账龄≤2年不计提，2-4年计提3%-10%，4-6年计提10%-25%，6年以上计提25%-50%。

建议企业构建基于账龄与合规状态的减值矩阵，并定期回溯校准。

风险阶段	情况描述与风险特征	计提比例参考	会计核算与评估方法说明
第一阶段：信用风险未显著增加	项目已正式纳入国家可再生能源补贴合规清单，且账龄在3年以内。回款具有国家信用支持，预期能够全额收回，仅存在因正常支付流程导致的货币时间价值损失。	0% - 2%	适用于金融工具减值的三阶段模型中的第一阶段。尽管风险较低，适用于三阶段模型中的第一阶段。需确认12个月内预期信用损失，可参考同类资产历史损失率象征性计提少量减值以反映时间价值[6]。
第二阶段：信用风险已显著增加	1. 1. 已申报待审核，结果未定，不确定性高。2. 项目在清单内，但实际回款周期已超过3年，时间价值损失显著，回收不确定性增加。	3% - 20%	适用于第二阶段，需确认整个存续期预期信用损失。应结合账龄、历史回款、区域支付节奏及行业情况，采用账龄分析法与迁移模型测算[5][6]。
第三阶段：已发生信用减值	1. 项目合规性存疑或手续不全，被移出清单风险极高。2. 已确定无法纳入清单，款项收回可能性极低。	50% - 100%	适用于第三阶段。债权已发生信用减值，需按预计可收回金额现值计量，计提大比例乃至全额准备。确定无法收回的应核销[6]。

四、计提国补减值对财务核算与预算管理的影响及应对策略

（一）对财务核算的影响

1.对财务报表的直接影响：计提减值直接减少应收账款账面价值、总资产及净资产；同时，信用减值损失压缩净利润，使财务报表更真实反映资产质量与盈利水平。

2.核算复杂性与证据要求：企业需执行“三阶段减值测试”，并保留完整证据链，以支持计提比例的合理性，对财务人员的专业判断与数据跟踪能力提出更高要求[6]。

（二）对全面预算管理的挑战

1.利润预算偏离：减值损失作为非付现成本，会导致实际利润低于预算目标，需在预算执行分析中识别此因素并进行动态调整。

2.现金流预算不确定性加剧：国补回款时间与金额的不确定性，直接影响经营性现金流入预测精度，可能导致资金缺口。

（三）财务管理应对策略

1.构建动态化的减值核算体系：制定专项管理办法，明确分类标准、阶段划分规则及审批流程。建立业财联动数据跟踪机制，实现计提比例动态更新。

2.推行弹性化的预算管理模式：基于政策预判，对国补回款设计多情景现金流预测，并据此编制弹性预算。在年度预算中预留风险准备金，并强化与主管部门的沟通，将政策信息转化为预算编制的可靠依据。

五、结论与展望

本文系统梳理了光伏企业国补应收账款减值的实务管理逻辑，构建了“政策－账龄－分类－预算”一体化的管理框架。随着可再生能源政策持续优化与市场化进程深入，企业应结合自身特征，细化减值测试方法、增强预算弹性，助力企业在后补贴时代实现高质量可持续发展。

参考文献

[1] 国家发展改革委 . 关于完善光伏发电上网电价机制有关问题的通知 [Z]. 发改价格 (2019)761号，2019-04-28.

[2] 财政部 . 企业会计准则第22号——金融工具确认和计量 (财会 [2017]7号)[Z]. 2017-09-08.

[3] 澎湃新闻 . 光伏融资系列 (二)—我国光伏产业财政补贴研究 [EB/OL]. (2021-04-10).

[4] 国家发展改革委，财政部，国家能源局 . 关于2018年光伏发电有关事项的通知 [Z]. 发改能源〔2018〕823号，2018-05-31.

[5] 澎湃新闻 . 光伏融资系列 (三)—光伏补贴巨大缺口分析、问题及策略 [EB/OL]. (2021-05-06).

[6] 财政部会计司 . 企业会计准则应用问题【金融工具】: 关于预期信用损失的计提问题 [EB/OL]. (2024-11-14).

[7] 国家电网有限公司 . 国家电网有限公司关于2022年年度预算第1次可再生能源电价附加补助资金拨付情况的公告 [EB/OL]. (2022-07-15).

[8] 中国能源网 . 史上最严格“补贴核查”: 存量补贴风光项目等待“生死判决”[EB/OL]. (2022-08-17).

[9] 财政部办公厅 . 关于开展可再生能源发电补贴项目清单审核有关工作的通知 [Z]. 财办建 (2020)6号，2020-01-20.

[10] 财政部，生态环境部 . 关于核减环境违法等农林生物质发电项目可再生能源电价附加补助资金的通知 [Z]. 财建〔2020〕591号，2020-12-30.

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

阿拉善碱矿资源绿色开发与工业基地建设研究

李鑫

内蒙古社科院阿拉善分院，内蒙古 阿拉善 750300

DOI:10.61369/IED.2025100002

摘　　要： 中国内蒙古自治区阿拉善盟于2018年探明超大储量天然碱矿石，谋划碱矿资源绿色开发与工业基地建设，对于优化完善中国纯碱产能格局具有重大作用，对于促进阿拉善经济发展同样具有重大作用。目前阿拉善打造纯碱工业基地存在水资源不足、生态保护刚性约束较为严苛、基础设施滞后、相关管理及技术人才较为匮乏，谋划纯碱工业基地需要持续完善基础设施建设、加强金融支撑保障、加快推动人才招引培育工作。阿拉善纯碱工业基地建设应以纯碱产业为基础，以绿色基础化工、新能源综合利用产业、新材料为主导产业，形成纯碱产业集群。

关 键 词： 纯碱；资源开发；工业基地

Research on Green Development of Alxa Alkali Mineral Resources and Industrial Base Construction

Li Xin

Alxa Branch of Inner Mongolia Academy of Social Sciences, Alxa League, Inner Mongolia 750300

Abstract: In 2018, Alxa League in Inner Mongolia Autonomous Region of China discovered ultra-large reserves of natural soda ash ore and planned the green development of soda ash resources and the construction of an industrial base, which plays a significant role in optimizing and improving the soda ash production capacity pattern of China and promoting the economic development of Alxa. Currently, the establishment of a soda ash industrial base in Alxa faces challenges such as insufficient water resources, stringent ecological protection constraints, lagging infrastructure, and a shortage of relevant management and technical personnel. To plan the soda ash industrial base, it is necessary to continuously improve infrastructure construction, strengthen financial support, and accelerate talent recruitment and cultivation. The construction of the Alxa soda ash industrial base should be based on the soda ash industry, with green basic chemical industry, new energy comprehensive utilization industry, and new materials as leading industries, forming a soda ash industrial cluster.

Keywords: soda ash; resource development; industrial base

前言

天然碱作为重要的基础化工原料资源，是生产纯碱和小苏打的核心原料，对一个国家夯实工业基础，构建工业体系，推动区域经济发展具有深远意义。中国是全球最大的纯碱生产国，2025年纯碱产业突破4000万吨，但同时美国纯碱产能也极为丰富，并凭借成本优势和丰富矿产资源等条件在国际具有很强的竞争力，中国纯碱进口也主要来自美国[1]。其他例如土耳其、越南、印度等也有纯碱生产。中国内蒙古自治区阿拉善盟于2018年探明超大储量天然碱矿石，属超大型天然碱矿。阿拉善地方政府谋划碱矿资源绿色开发与工业基地建设，对于优化完善中国纯碱产能格局具有重大作用，对于促进阿拉善经济发展同样具有重大作用。

一、阿拉善纯碱工业基地建设现状与发展难点

（一）阿拉善纯碱工业基地建设现状

阿拉善依托丰富天然碱矿资源优势，以天然碱开发利用项目为核心，推动天然碱加工利用循环经济产业发展，大力打造以天然碱延链产业聚集为牵引的工业基地，目前阿拉善纯碱产能已突破500万吨，下一步将突破800万吨，将成为亚洲最大的天然碱矿开采加工区；小苏打产能已接近50万吨。同时天然碱下游延链产业才刚刚起步，还非常缺乏天然碱精深加工能力，开采的初级碱产品只能通过外销来实现增值价值转化，外送物流成本较高，

课题信息：本课题系内蒙古自治区社会科学院2025年度分院课题，课题编号 SKYFY2025110。

作者简介：李鑫（1984.11-），男，汉族，硕士研究生，内蒙古阿拉善人，经济学副教授，从事经济政策研究工作，邮编：750300。

 | Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

急需加快本地区天然碱延链产业聚集发展。

（二）阿拉善纯碱工业基地建设的难点

1.水资源不足。众所周知，水资源是中国西部工业的生命线。阿拉善处于中国内蒙古自治区最西部，地处干旱半干旱区，年均降水量不足200毫米，而蒸发量高达数千毫米，水资源是这里最稀缺的生产要素。目前依靠从黄河接通一条供水渠道，使得项目生产用水基本得到保障，但下一步对于天然碱延链产业的布局，水资源已然十分稀缺。

2.生态保护刚性约束较为严苛。2020年9月，中国在第七十五届联合国大会上正式提出“2030年前实现碳达峰、2060年前实现碳中和”的目标，是真正去践行生态保护倡议的国家。因此阿拉善发展纯碱工业基地一定受到生态刚性约束，必须脆弱的生态环境相协调。

3.基础设施滞后。阿拉善处于中国西部地区，交通路网密度低，区位交通条件较差，基础设施相对滞后。同时阿拉善远离主要的消费市场，本地天然碱精深加工产业还未构建完成，只能依托初级碱产品外送获取收益，天然碱相关产品外送成本较高，利润较小。另外，本地电力设施也相对落后，电网架构不强，导致电网的供电能力和安全可靠性难以保障。

4.相关管理及技术人才较为匮乏。阿拉善地处偏远，是地广人稀的代表地区，人口稀少环境恶劣，使得招聘成熟的管理人才、产业工人和技术人才均十分困难，目前新型科技人才缺乏，技术与应用型人才用工缺口很大，人才培养和人才梯队建设压力很大。同时因本地区较为偏远，需用更高薪酬吸引人才，使得企业用工成本较大。远期必须通过工业基地综合配套不断完善，构建产业工人生活、培训、交流等综合服务要素完备的人才成长环境，保障工业基地人才吸纳能力。

二、阿拉善纯碱工业基地建设的总体思路

谋划建立阿拉善纯碱工业基地规划与建设领导机构，负责纯碱工业基地产业发展、招商引资、配套要素等方面的协调安排。建立重大项目进入会商审批机制，非主导产业不得进入工业基地。建立纯碱工业基地协调部门联席会议制度，统筹协调园区建设过程中遇到的重要事项和重大问题。积极发挥企业、行业协会、咨询机构、专家学者等各方面作用，协调解决相关问题。

（一）持续完善基础设施建设

基础设施是工业基地发展要先行解决的问题，需要加紧落实基地内水源地、热电、污水处理与排放、固废集中处理等环境保护基础设施建设，加快完善基础设施和配套服务功能，尤其是基地内生产生活配套服务区的基础设施，推进各产业项目的建设与发展。积极推动建设绿电就地消纳示范基地，按照适度超前、系统布局的原则，供电等基础设施建设符合源网荷储建设和绿电替代行动要求。推进园区5G基站、大数据中心、工业互联网、人工智能等新基建基础设施建设，提升园区信息服务支撑能力。

（二）加强金融支撑保障

鼓励各类金融机构到阿拉善纯碱工业基地设立服务网点，加强与银行等金融机构的合作，加大贷款力度[2]。持续推动中小企业融资服务，对吸纳就业强、产品有前景、守信用的中小企业，通过信贷产品和服务方式创新，加大支持力度。设立战略性产业引导基金，政府、金融和社会共同出资设立产业发展基金，实行企业化管理、市场化运作。通过设立创业投资引导基金，落实税收优惠政策，引导社会资金流向创业投资企业。

（三）加快推动人才招引培育工作

围绕绿色基础化工、新能源、新材料等重点领域，以产业需求为导向，积极与国内高校机构合作开展专业技术人才培养计划，引进符合全盟工业发展的各类人才和基础技能人才。采取技术咨询、学术交流、兼职顾问、短期聘用、项目开发与课题研究等灵活多样的方式，柔性引进各领域的技术专家、学科带头人等高端人才。鼓励和支持企业参与，给予人才培养经费补贴，推进纯碱工业基地与各大高等院校在人才方面的合作，与职业院校共建现代学徒制、订单培育、定向培育、冠名班等技能型人才培养试点，为园区企业提供人才定向培养，储备人才库。

三、关于阿拉善纯碱工业基地建设的建议

阿拉善纯碱工业基地建设应以纯碱产业为基础，以绿色基础化工、新能源综合利用产业、新材料为主导产业，形成纯碱产业集群。

（一）大力推动阿拉善绿色基础化工产业发展

整体来看，中国的天然碱工业已形成较大规模，在产量和消费量都已超过美国，但在产品结构、环保节能方面存在短板。阿拉善可利用后动优势，依托丰富天然碱资源优势，持续扩大纯碱产能，加大要素保障力度，带动下游产品发展，注重煤碱互动、节能环保，推动工业级纯碱向电子级、医药级、食品级纯碱发展，向医药、日化用品延伸，提升碱化工价值链，着力打造纯碱及其高端产品，构建天然碱延伸基础化工产业体系[3]。

1.构建阿拉善天然碱循环经济产业链。主要采取天然碱法生产部分轻质纯碱及小苏打产品，生产剩余的母液、高盐卤水和二氧化碳废气，均可再利用。例如含碱母液未完全反应的碳酸钠和其他化学物质，可进一步用于工业混碱产品的生产，二氧化碳废气提纯处理后可用于化学利用或生物利用。通过构建阿拉善天然碱循环经济产业链，逐步调整中国纯碱行业产品结构，发展生态循环纯碱产业，提升中国纯碱产业的国际竞争力。

2.探索碱精细化工产业发展。在技术上，在现有技术基础上研究更加先进的离子膜电解工艺，进行离子膜烧碱生产，并不断推动阿拉善的纯碱生产向电子级、医药级、食品级的方向发展。这些新兴领域的需求增长为离子膜烧碱市场带来了新的增长点，使得离子膜烧碱的整体市场处于稳步扩张的态势。

3.推动碱硅联产化工产业发展。随着科技进步，硅酸钠的应用领域不断拓展，市场对于硅酸钠的需求也随之日益增加，例如在环保领域可作为废水处理剂和土壤改良剂。中国是全球硅酸钠的主要生产国，2023年全球硅酸钠市场规模大约为66.2亿美元。硅酸钠作为一种利废、节能、低污染的高绿色度材料，推动碱硅

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

联产化工产业发展必然会有良好的市场效益。

（二）大力推动阿拉善新能源综合利用产业发展

阿拉善地区地广人稀，风光资源富集，配套发展风电、光伏新能源基地建设，构建稳定的新能源供给体系，实现纯碱工业基地内绿色能源的全覆盖和高效应用，越过控碳减碳转型阵痛期，从起点打造“零碳园区”。

1.推动风电、光伏新能源基地建设。中国政府大力推动风电、光伏建设向沙漠、戈壁、荒地等地区聚集，提升大规模的闲置土地利用率，阿拉善可乘势而动谋划风电、光伏新能源基地建设，力争多个千万千瓦级的清洁能源基地落地阿拉善，打造全国重要的“绿电成本洼地、绿能经济高地”。

2.谋划光伏设备生产。光伏组件生产各环节对能耗要求较高，且用水量可控，与阿拉善风光资源丰富及缺少水资源的地区实际情况相符合，与构建纯碱产业基地的园绿电消纳和节水发展的要求相吻合。同时，阿拉善规划光伏装机量大，市场近在咫尺，光伏设备生产在工业硅、多晶硅、单晶硅等方面均具有明显的成本优势，周边其他地区规划光伏装机量也在持续增高，能充分发挥可预期的低成本优势。

（三）大力推动阿拉善新材料产业发展

阿拉善可在纯碱产业基础上，以可再生能源优势为支撑，依托另一重要的丰富矿产萤石矿资源开发，发展本地高端氟化工，延伸多种新型材料制造产业。高端氟化工能耗需求大，电力成本大约占综合成本的 40%，而阿拉善本地风电、光伏等清洁能源能充分满足大规模的电力消纳，且清洁能用电价较低，与以电化学氟化为关键生产环节的高端氟化工产业发展高度吻合。

1.谋划发展含氟精细化学品深加工产业。谋划发展含氟精细化学品，推动阿拉善本地产业结构的优化和升级，从基础化工产品向高附加值的精细化学品转型，主要的定位可考虑放在含氟中间体的生产加工上，例如含氟医药中间体、含氟农药中间体。

2.谋划发展电子级氢氟酸产业。氢氟酸是一种弱酸，具有极强的腐蚀性。电子级氢氟酸是氢氟酸的一种高纯度形式，在电子工业中常被用作重要的化学试剂，尤其是在硅片加工、集成电路制造、半导体材料处理等方面有着不可替代的作用。由于其高纯度，能够减少对电子设备的污染，提高产品质量和性能，符合向高附加值和绿色化的政策导向，符合多元化市场需求的新要求，在新能源、新材料以及半导体等新兴行业中的需求呈现出迅速增长的态势。

3.谋划发展全氟化工产业。电解氟化产生的氟气是开展全氟化工的产业基础。利用电极反应一步将氟元素直接引入有机或无机物，生产全氟三丁胺、聚偏二氟乙烯、全氟醚橡胶等产品，这类产品已成为多个行业的重要原料和辅助剂。阿拉善可同步谋划发展全氟化工产业，再推动后续产品的开发、生产、应用。

结束语：阿拉善立足天然碱资源禀赋和产业基础，加快推动纯碱工业基地建设，大力开展招商引资，谋划碱矿资源绿色开发与工业基地建设，吸引国内头部企业入驻园区，精心筛选引进高质量、高效益项目，积极构建现代工业产业体系，力争建成国家现代天然碱产业示范基地，对于促进阿拉善经济转型升级，打造阿拉善盟经济发展新引擎，不断提升区域经济核心竞争力，推动阿拉善经济社会发展的意义重大。重多企业的落地，能有效带动当地就业，对于提升本地百姓民生福祉水平同样意义重大。

参考文献

[1]徐赛赛 .我国纯碱行业现状及发展趋势 [J].纯碱工业 ,2025(05):3-5.

[2]张韶斐 .国内盐类赋存特征及开发利用现状 [J].中国井矿盐 ,2025(05):13-14

[3]天然碱的发现为纯碱工业绿色低碳提供历史机遇 [J].纯碱工业 ,2025(02):9

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

人工智能驱动下现代企业管理模式创新与实践路径研究

张芸骥

韩国庆熙大学国际校区，韩国 龙仁市 17104

DOI:10.61369/IED.2025100003

摘　　要： 在数字经济迅速发展的今天，人工智能已经不是一种简单的技术工具，而是成为引领企业管理变革的重要力量，颠覆传统的管理模式和界限。本文从企业管理实践出发，关注人工智能对企业管理所带来的变化，剖析传统的企业管理模式在人工智能时代所遇到的问题，思考人工智能带来的企业管理模式的变化趋势，给出切实可行的操作建议，帮助各种类型的企业利用人工智能改善管理、增强自身实力，促进企业高质量发展。

关 键 词： 人工智能；现代企业；管理模式；创新；实践路径

Research on Innovation and Practice Path of Modern Enterprise Management Model Driven by Artificial Intelligence

Zhang Yunji

Kyunghee Univ.Global Campus,Yongin-si,Gyeonggi-do, Republic of Korea 171044

Abstract: In today's rapidly evolving digital economy, artificial intelligence (AI) has transcended its role as a mere technical tool to become a pivotal force driving corporate management transformation, revolutionizing traditional management models and boundaries. Grounded in real-world business practices, this study examines how AI reshapes enterprise management, analyzes challenges faced by conventional management frameworks in the AI era, explores emerging trends in AI-driven management paradigms, and provides actionable recommendations. These insights aim to empower businesses of all types to leverage AI for operational optimization, strategic empowerment, and sustainable high-quality development.

Keywords: artificial intelligence; modern enterprise; management model; innovation; practical approach

引言

目前，人工智能已经融入企业生产和运营、管理与决策以及人力资源管理等方面，此前是大型科技公司“专利”，现在越来越多中小企业也开始使用人工智能提高管理水平并降低成本[1]。传统的管理模式是以层级制和经验为导向，存在着反应慢、工作效率低、浪费严重及对员工管理松散等问题，无法满足新时代竞争环境的要求。而人工智能的应用不仅可以替代一些重复性的管理工作，还可以重新定义管理模式、合理分配资源、激发组织活力。因此，本文基于企业管理实际情况，从人工智能如何改变企业管理方式的角度出发，分析其带来的变化以及具体做法，摒弃空洞说教，注重实用性，使研究结果能够真正应用于企业管理。

一、人工智能驱动下现代企业管理模式创新的核心逻辑

（一）管理逻辑从“经验驱动”转向“智能赋能”

人工智能技术的应用能够提升企业决策效率，并确保企业管理层决策更加科学、准确。企业通过互联网、共享平台实现对资源的有效监控和调剂使用，提高资源使用效率，还可以为管理层投资、融资等重大经济活动提供参考。此外，企业应用人工智能技术，使工作人员获取数据信息的能力不断增强，通过深挖数据、分类数据，及时发现预算指标差异形成的原因，为企业下一步规范业务流程、完善制度、堵塞漏洞提供决策依据[2]。

（二）管理结构从“层级僵化”转向“扁平协同”

现代企业越来越重视客户体验的提升，人工智能技术在这方面发挥了重要作用。通过分析客户的行为和消费偏好，人工智能技术能够为客户提供个性化的服务。例如，推荐系统能够根据客户的历史购买记录，向其推荐相关产品，从而提高交叉销售的机会。同时，智能客服系统可以不间断地为客户提供支持，解答疑问和处理投诉。这种个性化的服务不仅提升了客户的满意度，还增强了客户的忠诚度，培养了长期的客户关系[3]。

（三）管理焦点从“管控约束”转向“人本赋能”

传统企业管理大多以“控制”为主，重视对员工行为的限制和工作完成情况的监控，而忽视了员工个人需求和发展，易造成

作者简介：张芸骥（2002.08-），男，汉族，山东省宁阳县人，硕士研究生，研究方向：工商管理。

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

员工缺乏工作热情、离职率居高不下等问题。在许多企业中，考勤规定仅要求员工准时上下班，而不关注其工作效率和工作感受；培训也采用统一方式进行，无法满足各个岗位和每位员工的不同需求。

二、人工智能驱动下现代企业管理模式创新面临的现实困境

（一）认知存在偏差，盲目跟风引入 AI工具

很多企业管理者对于人工智能的认识存在误区，有的过分高估人工智能的作用，以为引进 AI就能解决一切管理问题，盲目追求高端 AI产品，不考虑企业实际情况和发展状况；也有的对人工智能有偏见，认为 AI会取代人工导致下岗，不愿采用新技术，从而放弃提升管理水平的机会[4]。对于中大型企业而言，虽然很多企业已经采用 AI供应链管理系统、智能化生产线调度系统或者 AI辅助决策软件等，但是由于这些工具与实际业务相脱离或者是员工不愿意学习使用等原因造成 AI并没有达到预期效果，反而产生错误判断、生产停滞等问题以及客户或者合作伙伴不满情绪；同时也有不少企业对 AI持怀疑态度而选择继续用传统人工管理方式和凭经验进行决策的方式，从而使得企业在生产力水平、供应链敏捷程度以及市场竞争优势方面越来越落后于竞争对手。

（二）技术应用浅层化，未与管理实际深度融合

目前大多数企业的人工智能的应用还停留在表层，只是把人工智能当作一种代替人工的“工具”，用来完成一些简单的事务性的工作，而未能将其与企业的战略规划、流程再造、人力资源管理等重要管理工作相结合，造成人工智能的作用得不到发挥。这种浅层次的应用实际上是“换汤不换药”，并没有改变原有的管理模式以及管理理念。比如很多企业购买了 AI客服产品，只是用它来回答顾客的一些问题，而不去利用其进行客户的需求分析、客户关系维护等工作，从而不能借助 AI来了解客户需求并提高顾客满意度；有的公司购买了 AI数据分析软件，只用于对数据进行汇总和归档，而不运用 AI的强大分析功能为公司的经营决策提供帮助，造成大量数据被闲置[5]。这样的应用不但不能促进管理方式的变化，反而会使技术和管理相脱离，“技术闲置”。

（三）人才储备不足，难以支撑 AI管理落地

基于人工智能管理模式的变革，需要同时掌握企业管理以及 AI技术的复合型人才，他们既能够根据企业实际情况提出合理的 AI管理计划方案，也能够指导员工使用 AI工具、改进 AI应用过程。对于中大型企业而言，在进行人工智能的应用方面也存在复合型人才不足的问题，目前，很多企业已经在营销、供应链管理以及智能客服等方面使用 AI相关的工具和产品，但是能够理解企业的主要业务逻辑并且了解人工智能的技术原理的复合型人才却很少。一方面，目前的一线业务人员普遍缺少对于人工智能的工作原理及局限性的全面了解，在提炼业务需求、判断模型输出的结果上存在障碍，业务和技术之间的结合很难做到深入；另一方面，公司内部的技术人员主要负责系统的研发维护工作，对于复杂的业务场景、行业特点以及合规的要求了解不足，因此很难把人工智能的能力变成促进业务发展和创造价值的动力[6]。

（四）成本投入偏高，中小企业难以承受

人工智能的应用、安装以及维护都需要较大的支出，如购买 AI软件、部署系统、培养人才及日常运维等费用。对大企业来说，资金充足，可以负担得起这些开支，但是对于绝大多数中小企业而言，由于缺乏足够的财力，很难进行大规模的 AI投资，这也是制约中小企业实施管理变革的一个障碍。在中大型企业进行 AI应用时，成本问题也是不容忽视的问题。对大多数中大型企业来说，引入人工智能不仅要花费前期购买软硬件的成本，而且还要有较大的开支用于数据治理、系统的维护以及相关技术人员的招聘及培养等。特别是像智能供应链调度、生产质量检测、设备预测性维护这样的重要系统，对于及时性和精确度都有很高的要求，在不断的模型优化以及计算能力的需求增加下，后期的技术升级和维修费用往往会超出预期。一些已经完成 AI项目一期建设的企业由于无力承担后续不断增加的技术改造以及维修开支而使得系统功能越来越不能适应业务的发展需要甚至出现了“建而不用”的现象[7]。

三、人工智能驱动下现代企业管理模式创新的实践路径

（一）树立正确认知，结合实际规划 AI应用

对于中大型企业来说，不需要一开始就去搭建一个全方位覆盖所有业务流程的大规模 AI系统，可以从高频出现、痛点清晰并且能够迅速见效的应用场景入手。比如在人力资源部门里，有大量的简历筛选以及初步面试沟通的工作量，可以采用 AI辅助招聘的方式来进行候选人的初步筛选以及基本信息核对；在内部员工的服务上，对于工资查询、请假申请等高频率的问题，在企业协同平台或者内部服务平台中加入智能问答机器人即可做到全天候即时回复；而在合规审查及文件管理方面，则可以通过运用 AI文本识别技术和自然语言处理技术来快速找出重要条款或者是问题所在之处从而提高风控以及内控工作效率[8]。

（二）深化技术应用，推动 AI与管理深度融合

在战略决策上，借助 AI工具收集企业内部以及外部的各种信息如市场变化、行业发展态势、公司自身经营状况等，在此基础上运用 AI进行分析处理，为公司的战略规划及决策提供有力支持，避免凭空想象而产生的错误。例如公司在做产品研发之前，可以用 AI工具了解市场需求以及竞争态势，从而明确产品的定位，降低研发的风险。在流程优化方面，利用 AI工具对企业的现有管理模式进行梳理，找出其中多余的步骤或者存在的问题并加以改进，提高工作效率。例如对于公司的报销制度来说，可以使用 AI工具来进行自动化审核以及自动化的报销操作，减少人为因素的影响，加快报销的速度[9]。在人才管理中，借助 AI工具完成人才的选拔、评估与培养等工作，比如通过 AI简历筛选工具来准确地找到适合该职位的人才，提高招聘的质量；借助 AI考核工具公正合理地评定每一位职工的工作绩效，做到公开透明；借助 AI培训工具向不同类型的员工推送相应的学习资料，帮助他们成长

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

进步。在风险管理中，借助 AI工具对企业日常运作过程中出现的一些隐患进行监视，例如财务风险、市场风险、运营风险等，一旦发现问题立即报警，提醒相关人员注意防范。

（三）加强人才储备，打造复合型管理团队

人才是 AI管理落地的重要保障，企业要根据自己的实际情况，注重复合型人才的培养与引进，建设一支既了解管理又掌握AI技术的人才队伍来弥补人才不足的问题。

一方面，加大现有管理人员的培训力度，使他们掌握一定的AI技术知识，提高他们的 AI技术水平，使其能够将 AI应用于企业管理，并合理利用各种 AI工具，促进管理模式变革。例如，经常开展针对管理人员的 AI管理方面的培训活动，让他们学会如何操作 AI工具以及如何运用这些工具来解决工作上遇到的问题，从而提升自身的 AI管理水平；另一方面，招聘专业 AI技术人员进行 AI工具的安装调试、日常维护及更新迭代等工作，以保证其良好运作并发挥最大功效。在小型企业中，可采取聘用或外包等形式聘请此类人才，以减少开支。同时，制定合理的奖惩措施，促使职工学习并积极应用 AI技术。对于表现突出者予以表彰，以调动大家的积极性。创造性[10]。

（四）优化成本投入，搭建差异化 AI应用体系

对中大型企业来说不需要一开始就追求所有的核心业务系统都自主研发，可以依据自身的业务发展战略的重要性进行“购买成熟的产品 +定制开发”的方式。比如一些非重要或者通用性较强的业务方面可以直接采购成熟的 SaaS化的智能化工具产品，例如使用云上的智能化供应链管理系统、租用基于 AI的合规检查工具或者是与科技公司合作采用按需付费的方式获取智能化的电话外呼客服等，这样就可以用较少的一次性投入迅速弥补自身不足之处并且不会过多地把精力放在非核心技术的研发上。在与外部合作伙伴的合作过程中，中大型企业更应重视技术架构兼容性和数据可控性。与金融科技公司或者 AI服务商进行灵活的联合开发或者技术外包合作，不仅可以降低企业的系统研发及维护成本，而且可以利用第三方的专业力量不断优化和完善自身的技术方案。但是，企业必须把握住自己掌握的核心数据资产以及重要的业务流程，保证引入的外单位的技术可以很好地融入到自己的企业内部系统当中去。而对于大型企业，则需要科学地安排资金预算，在重点管理部门应用 AI的同时防止浪费现象的发生并且严格把控好每一笔关于 AI的投资使其真正物有所值。

（五）完善保障机制，推动管理创新持续落地

人工智能驱动管理模式变革是一场持久战，需要有相应配套措施支持才能保证这项工作不断深入进行下去并且取得实效而不是“一阵风”。

一方面，完善 AI管理相关制度，制定 AI工具使用规则、责任划分等规定，使 AI应用有据可依、有序开展。例如：制定 AI工具操作规程，规定员工操作流程；明确管理者、AI开发人员以及一线员工职责，做到出现问题能及时追责、迅速处理。另一方面，建立动态改进措施，在一定时间内对 AI应用效果进行检验，根据企业自身发展状况及外部环境变化适时调整 AI应用策略、更新 AI工具，保证 AI工具始终符合企业管理需求。同时，注重企业文化建设，“创新、包容、协作”是我们的企业文化理念，我们倡导全体员工积极投身到管理改革中来，为提高工作效率建言献策，形成上下一心、齐心协力的局面。

四、结论

人工智能的迅速发展给企业经营管理带来新的契机，突破传统管理方式所面临的瓶颈问题，使企业管理走向智能化、扁平化、人性化方向发展。本文从企业管理的角度出发对人工智能带来的企业管理模式变革进行探讨并提出一些切实可行的做法建议，即树立正确的观念认识、加大技术研发力度、培养相关人才、合理安排资金预算以及建立健全相应的制度规定等。对于现代企业而言，人工智能不是“高大上”的技术概念，而是能够解决实际管理问题、提升管理效率、降低管理成本的实用工具。企业在推进管理模式创新的过程中，无需追求高端技术和复杂系统，关键是结合自身实际需求，将 AI技术与管理实际深度融合，让 AI真正赋能管理、服务企业发展。

参考文献

[1]王向阳 . 人工智能背景下企业财务管理的变革与创新研究 [J]. 投资与合作 ,2025,(04):108-110.

[2] 罗灏飞 . 新经济背景下人工智能企业高质量发展的策略研究 [J]. 品牌研究 ,2022(9):11-13.

[3]王磊 . 人工智能时代下企业会计信息化发展路径研究 [J]. 商业2.0,2023,(22):86-88.

[4]林芳 . 浅析“人工智能 +”对国企数字化转型的推动作用 [J]. 天津化工 .2025,39(4).149-151.

[5]王心圆 . 企业管理决策引入人工智能技术的影响因素研究——以 CT 公司为例 [D]. 四川 : 西南财经大学 ,2024.

[6]朱悦萌 , 周远航 . 人工智能与大数据驱动的企业管理模式创新研究 [J]. 营销界 ,2024,(16):101-103.

[7]张亚莉 , 李辽辽 , 丁振斌 . 组织管理中的人工智能决策 : 述评与展望 [J]. 外国经济与管理 .2024,46(10).

[8]陈剑 , 黄朔 , 刘运辉 . 从赋能到使能——数字化环境下的企业运营管理 [J]. 管理世界 .2020,(2).

[9]李晓华 , 李纪珍 . 人工智能在组织管理中的应用 : 基于赋能与增益视角的分析 [J]. 当代经济管理 .2023,45(4).

[10]涂扬举 . 智慧企业关键理论问题的思考与研究 [J]. 企业管理 .2017,(11).

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

数智赋能与情境重构：甘肃乡村旅游数字营销的困境突破与路径优化

李乐，李秋娟
兰州职业技术学院，甘肃 兰州 730070
DOI:10.61369/IED.2025100004

摘　　要： 甘肃乡村旅游资源丰富但分布分散，当前营销模式存在内容同质化严重、决策依赖主观经验、转化链路断裂等结构性问题。本文基于叙事传输理论与数据驱动决策模型，深入剖析甘肃乡村旅游营销痛点，并提出“情境化内容重构”与“数据化精准运营”的双重破局路径。研究发现，通过挖掘地域文化故事构建沉浸式情境，能显著提升游客的情感共鸣与记忆深度；而建立基于完播率、转化率等核心指标的数据闭环，能有效规避经验决策的盲目性，实现营销策略的动态优化。本文以甘肃典型乡村旅游案例为实证对象，验证了该模式在提升品牌曝光、增强用户粘性及促进消费转化方面的显著成效，旨在为西部欠发达地区乡村旅游的数字化转型提供理论支撑与实践范式。

关 键 词： 甘肃乡村旅游；短视频营销；情境重构；数据驱动

Digital Intelligence Empowerment and Contextual Reconstruction: Breaking Through Dilemmas and Optimizing Paths of Digital Marketing for Rural Tourism in Gansu

Li Le, Li Qiujuan
Lanzhou Vocational Technical College, Lanzhou, Gansu 730070

Abstract: Gansu's rural tourism resources are abundant but dispersed, and the current marketing model faces structural problems such as serious content homogenization, decision-making relying on subjective experience, and broken conversion links. Based on narrative transmission theory and data-driven decision models, this paper deeply analyzes the pain points of rural tourism marketing in Gansu and proposes a dual breakthrough path of 'contextualized content reconstruction' and 'data-driven precision operation.' The study finds that by mining regional cultural stories to create immersive scenarios, the emotional resonance and memory depth of tourists can be significantly enhanced; while establishing a data loop based on core indicators such as completion rate and conversion rate can effectively avoid the blindness of experience-based decisions and achieve dynamic optimization of marketing strategies. Using typical rural tourism cases in Gansu as empirical examples, this paper verifies the significant effectiveness of this model in enhancing brand exposure, increasing user stickiness, and promoting consumption conversion, aiming to provide theoretical support and practical paradigms for the digital transformation of rural tourism in underdeveloped western regions.

Keywords: rural tourism in Gansu; short video marketing; situational reconstruction; data-driven

引言

甘肃省地处西北内陆，拥有独特的地貌景观、深厚的历史底蕴和多彩的民俗文化，是发展乡村旅游的天然沃土。同时，甘肃也是“中国地理的缩影，华夏文明的故乡”，东、中、西三个地理和文化空间特色鲜明，传统农业发展的劣势反而成了乡村旅游发展的优势[1]。“十四五”以来，得益于国家“乡村振兴”战略的纵深推进，甘肃乡村旅游迎来了规模扩张的黄金期。据统计，全省乡村旅游累计接待游客7.2亿人次、实现综合收入2276亿元，两项指标分别是“十三五”时期的1.7倍和2.4倍[2]，呈现出蓬勃的发展态势。然而，这种高速增长主要依赖于资源禀赋的自然释放与政策红利的驱动，尚未完全转化为数字经济时代的核心竞争力。在数字技术全面重塑文旅产业的背景下，甘肃乡村旅游的营销模式仍显滞后：大量优质资源仍停留在“靠山吃山”的传统粗放阶段，缺乏现代化的传播手段与

基金项目：2024年甘肃省大学生创新创业训练计划项目（项目编号：S202412833012）
作者简介：李乐（1983-），女，汉族，陕西蒲城人，管理学硕士，副教授，研究方向：经济管理研究。

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

精准的营销策略支撑。这导致行业内部出现了显著的结构性矛盾——一方面是资源富集与客流规模的持续扩大，另一方面却是品牌溢价能力弱、市场转化效率低的“冷清”困境，制约了产业的高质量可持续发展。

短视频平台的崛起为乡村旅游提供了弯道超车的机会，但也带来了新的挑战。算法推荐机制下，内容的质量与数据的反馈直接决定了流量的分配。当前，甘肃许多乡村旅游项目在短视频营销中陷入误区：内容上多为简单的风景堆砌，缺乏叙事深度与情感连接；运营上依赖管理者个人经验，缺乏对数据的科学分析与利用。这种粗放式的营销模式不仅造成了资源的浪费，更难以在激烈的市场竞争中形成持久的品牌影响力。

如何破解甘肃乡村旅游营销中的“同质化”与“盲目性”难题？如何利用数字技术将资源优势转化为市场优势？本文聚焦甘肃乡村旅游营销的实际痛点，从“内容情境化”与“运营数据化”双重视角出发，试图构建一套适用于西部欠发达地区的数字化营销优化模型，为甘肃乃至整个西部地区的乡村旅游从业者提供可操作、可复制的转型路径。

一、甘肃乡村旅游营销的现实困境

（一）内容同质化：景观展示有余，情境叙事不足

当前，甘肃乡村旅游的短视频内容普遍存在“千村一面”的现象。大多数账号仅满足于拍摄自然风光、农家饭菜或简单的民俗表演，缺乏对地域文化深层内涵的挖掘。这种“打卡式”的景观展示虽然能在短时间内吸引眼球，但难以引发游客的情感共鸣。

心理学研究表明，人类的记忆与情感高度依赖于具体情境。单纯的视觉刺激往往转瞬即逝，而融合了人物故事、历史传说或生活细节的情境化内容，才能构建深刻的记忆锚点。甘肃拥有丝绸之路、黄河文化、红色革命等众多独特IP，但在实际营销中，这些文化元素往往被剥离了具体的情境，变成了枯燥的符号。

（二）决策经验化：数据意识淡薄，精准投放缺失

在营销决策方面，甘肃许多乡村旅游经营者仍沿用传统的经验主义模式。他们往往凭借个人直觉判断内容好坏、选择发布时段或制定促销策略，缺乏对平台数据的深入分析。

短视频平台的算法逻辑是基于数据反馈的动态优化系统。完播率反映了内容的吸引力，互动率体现了情感的穿透力，转化率则直接衡量商业价值。然而，许多经营者对这些关键指标视而不见，或者仅关注播放量这一表面数据，忽视了用户画像、流失节点等深层信息。这种“盲人摸象”式的决策方式，导致营销资源无法精准触达目标客群，常常出现“高流量、低转化”的尴尬局面。例如，某些视频虽然播放量很高，但受众并非潜在游客，或者视频内容未能有效引导消费行为，最终无法转化为实际的旅游收入。

（三）转化链路断裂：流量变现困难，长效运营乏力

除了内容与决策问题，甘肃乡村旅游营销还面临转化链路断裂的挑战。许多账号在积累了一定粉丝后，缺乏有效的变现手段。视频内容与旅游产品（如门票、住宿、特产）之间缺乏有机的连接，导致用户“只看不买”。

此外，缺乏私域流量的沉淀与运营也是普遍问题。公域流量具有不稳定性，若不能将一次性访客转化为长期的私域用户，营销效果将难以持续。许多经营者在视频爆火后，未能及时建立社群、提供后续服务或进行复购引导，导致流量如潮水般退去，未能留下任何品牌资产。这种“一锤子买卖”的思维，严重制约了乡村旅游的长效发展。

二、理论框架与分析逻辑

（一）叙事传输理论与情境重构

叙事传输理论（Narrative Transportation Theory）由Green和Brock提出，认为当个体沉浸在故事中时，会发生心理上的“传输”，暂时脱离现实环境，进入故事世界[3]。这种状态能显著降低心理防御，激发强烈的情感共鸣，并改变态度与行为意向。

在乡村旅游营销中，情境重构是应用该理论的关键。它要求营销者不再单纯展示景观，而是通过挖掘地域文化中的“人、事、物”，构建具体的、可感知的生活情境。例如，将静态的古建筑转化为返乡青年创业的故事背景，将传统的农耕活动转化为亲子互动的体验场景。通过第一人称视角（POV）、沉浸式音效及细节特写，让用户在观看视频时产生“身临其境”的错觉，从而触发情感共鸣，激发出行意愿。

（二）数据驱动决策与精准优化

数据驱动决策（Data-Driven Decision Making, DDDM）强调利用数据分析来指导战略制定与执行。在短视频营销中，这意味着建立“监测－分析－优化”的闭环机制。

核心指标包括：完播率（内容质量标尺）、5秒流失率（开头吸引力预警）、互动率（情感穿透力指标）及电商转化率（商业价值衡量）。通过对这些指标的实时监控与深度拆解，营销者可以精准识别内容短板、洞察用户偏好，并据此动态调整选题方向、剪辑风格、发布时段及促销策略。这种基于数据的敏捷迭代，能有效规避经验决策的盲目性，实现营销资源的配置最优解。

三、甘肃乡村旅游营销的优化路径

（一）内容策略：深耕地域文化，构建沉浸式情境

针对内容同质化问题，甘肃乡村旅游应实施深度的情境重构策略，将文化资源转化为具有情感张力的故事内容。2024年，甘肃紧扣“天水麻辣烫”热点，并未局限于美食本身的静态展示，

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

而是通过央省媒体联动，构建了包含“店主热情服务”、“游客真实体验”、“城市温情故事”在内的全方位情境叙事。这种策略成功触发叙事传输机制，相关话题全网浏览量突破729亿次，点赞量达83.5亿次，并获评“世界城市品牌大会”优秀案例[4]。这一现象级传播有力证明，富含情感张力与生活细节的情境重构，是引爆乡村旅游流量的关键密钥。

第一，挖掘“人”的故事，赋予景观生命。甘肃乡村有着丰富的“守艺人”、“新农人”故事。营销者应聚焦于具体的人物，讲述他们与土地、与传统、与现代生活的连接。例如，在推广庆阳香包时，不应只展示成品，而应记录绣娘一针一线的专注、传承中的艰辛与喜悦，以及香包背后的民俗寓意。这种人性化的叙事能瞬间拉近与观众的距离，引发情感共鸣。

第二，打造“沉浸式”体验，强化感官刺激。利用短视频的多媒体特性，构建全方位的感官情境。采用第一人称视角拍摄，模拟游客的真实游览路径；收录现场的原声（如风声、鸟鸣、方言叫卖），增强临场感；通过快节奏剪辑与特效处理，突出视觉冲击力。例如，在推广甘南草原时，可以制作“云游牧”系列视频，让观众跟随镜头体验骑马、挤奶、住帐篷的全过程，使其在云端完成一次“心灵之旅”。

第三，系列化IP打造，形成品牌记忆。避免零散的内容输出，策划具有连续性的主题系列，如“陇上寻味”、“河西走廊奇遇记”、“非遗守艺人”等。通过持续的内容迭代，培养用户的追更习惯，逐步建立起鲜明的品牌形象与独特的文化标签。

（二）运营策略：依托数据反馈，实现精准迭代

针对决策经验化问题，甘肃乡村旅游必须建立科学的数据驱动运营体系。

第一，建立多维指标监控体系。摒弃单一的播放量崇拜，重点关注完播率、互动率及转化率等核心指标。利用平台提供的数据分析工具，每日复盘视频表现。例如，若发现某条视频前5秒流失率过高，应立即分析原因（如开头冗长、画面平淡），并在后续创作中针对性优化，确保“黄金3秒”抓住用户眼球。

第二，构建精细用户画像，实施精准推送。深入分析粉丝的地域分布、年龄结构、兴趣标签及消费习惯。甘肃乡村旅游的目标客群可能是一线城市追求“诗与远方”的年轻人，也可能是周边省市寻求周末休闲的家庭用户。基于画像，定制差异化的内容风格与推广策略。例如，针对年轻群体，侧重“小众秘境”、“拍照打卡”等内容；针对家庭用户，侧重“亲子互动”、“安全舒适”等卖点。

第三，推行A/B测试，动态优化策略。对于同一景点或产品，制作不同版本的内容（如不同叙事角度、不同背景音乐、不同封面图），在小范围流量池中进行测试。依据数据反馈，筛选出最优版本进行大规模投放，废弃或重构表现不佳的版本。这种“小步快跑、快速迭代”的模式，能最大程度降低试错成本，提升营销效率。

（三）转化策略：打通全链路，实现价值留存

针对转化链路断裂问题，需设计短链路、高效率的变现闭环。

第一，场景化植入，自然引导消费。在视频内容中自然融入旅游产品，避免生硬的广告推销。例如，在展示农家美食制作过程时，顺势挂载食材或半成品链接；在介绍民宿环境时，提供预订入口。通过“所见即所得”的体验，缩短用户的决策路径。

第二，公私域联动，沉淀品牌资产。利用直播间互动、粉丝群福利等方式，将公域流量引导至微信社群等私域池。在私域中，提供深度攻略、专属优惠及个性化服务，建立长期的信任关系。通过持续的运营，提升用户的复购率与口碑传播意愿，将一次性流量转化为长效的品牌资产。

第三，跨界融合，拓展变现边界。联合当地餐饮、交通、文创等商家，推出“视频同款”套餐或联票，通过异业联盟提升客单价。同时，开发具有甘肃特色的文创产品，延伸产业链条，实现多元化增收。甘肃省文旅厅2024年举办的“百人百场”直播活动提供了最佳实践范本。该活动通过“流量扶持+达人带货+商品挂载”的模式，将公域流量直接转化为交易订单。截至2024年11月，仅72场直播便实现销售额4451万元，订单量超93万单[5]。这一数据表明，打通“内容－交易”的短链路闭环，能显著提升乡村旅游的商业变现效率，解决了长期存在的“叫好不叫座”难题。

四、结语

甘肃乡村旅游拥有丰富的资源禀赋，但在数字化浪潮中面临着内容同质化、决策经验化及转化链路断裂等严峻挑战。本文研究表明，突破这些困境的根本出路在于数智赋能与情境重构。

通过深耕地域文化，构建具有情感张力的沉浸式情境，可以有效解决内容同质化问题，引发游客的深层共鸣；通过建立基于核心指标的数据驱动运营体系，可以彻底扭转经验决策的盲目性，实现营销策略的精准迭代与高效转化。这一模式不仅适用于甘肃，对于整个西部欠发达地区的乡村旅游数字化转型也具有普遍的借鉴意义。

未来，随着人工智能、大数据等技术的进一步发展，甘肃乡村旅游营销将更加智能化、个性化。从业者应始终保持对技术的敏感度与对文化的敬畏心，在“数”与“术”的结合中，讲好甘肃故事，绘就乡村振兴的壮美画卷。

参考文献

[1]把多勋 . 我省乡村旅游发展的优势和路径选择 [N]. 甘肃日报 ,2019.9.

[2]白永萍 . 甘肃文化旅游业发展成果亮眼 [N]. 甘肃日报 ,2025.11.

[3]Green, M. C. & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives[J].Journal of Personality and Social Psychology.

[4]甘肃省文旅厅打造“四大矩阵”开展品牌推广 [EB/OL].2025.1.2 https://baijiahao.baidu.com/s?id=1820126609769659464&wfr=spider&for=pc.

[5]激活冬春季文旅市场 解锁“如意甘肃”的流量密码 [EB/OL].2024.12.24 https://baijiahao.baidu.com/s?id=1819286098056624615&wfr=spider&for=pc）.

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

企业数字化转型中的财务风险管理机制探索研究

刘盎
漯河市工业发展促进中心，河南 漯河 462000
DOI:10.61369/IED.2025100005

摘　　要： 在数字经济浪潮下，企业数字化转型已成为提升核心竞争力的必由之路。数字化转型通过整合大数据、云计算、人工智能等技术，重构企业财务管理模式，推动财务工作向智能化、自动化和战略化方向发展。然而，转型过程中财务风险管理面临新挑战，如数据安全风险加剧、系统集成风险增加、人才转型压力凸显等。本文通过分析数字化转型对财务风险管理的影响，结合企业实践案例，探讨构建适应数字化环境的财务风险管理机制，提出从技术赋能、流程重构、组织升级、合规闭环等方面强化风险防控，为企业数字化转型提供理论支持与实践指导。

关 键 词： 数字化转型；财务风险管理；技术赋能；流程重构；合规管理

Exploratory Research on Financial Risk Management Mechanisms in Enterprise Digital Transformation

Liu Ang
Luohe Industrial Development Promotion Center, Luohe , Henan 462000

Abstract: In the wave of the digital economy, enterprise digital transformation has become an inevitable path to enhancing core competitiveness. By integrating technologies such as big data, cloud computing, and artificial intelligence, digital transformation reconstructs enterprise financial management models and drives financial work towards intelligence, automation, and strategic development. However, financial risk management faces new challenges during the transformation process, including heightened data security risks, increased system integration risks, and prominent talent transformation pressures. This paper analyzes the impact of digital transformation on financial risk management and, drawing on practical enterprise cases, explores the construction of financial risk management mechanisms adapted to the digital environment. It proposes strengthening risk prevention and control through aspects such as technological empowerment, process reengineering, organizational upgrading, and compliance closure, providing theoretical support and practical guidance for enterprise digital transformation.

Keywords: digital transformation; financial risk management; technological empowerment; process reengineering; compliance management

引言

随着新一代信息技术的快速发展，企业数字化转型已从战略选择演变为生存必需。数字化转型不仅改变了企业的运营模式，也对财务管理提出了更高要求。传统财务风险管理以事后控制为主，依赖人工经验与手工操作，难以适应数字化环境下风险形态的动态变化。数字化转型背景下，财务风险呈现复合型、动态性、跨界性特征，数据安全、系统集成、合规管理等问题成为风险防控的重点。因此，探索适应数字化转型的财务风险管理机制，成为企业实现高质量发展的关键课题。

一、数字化转型对财务风险管理的影响

（一）风险载体从流程转向数据

数字化转型浪潮下，数据已跃升为企业核心资产的关键地位，财务数据更是其中的核心组成部分。传统财务风险管理主要聚焦于业务流程的规范与控制，通过制定严谨的流程制度来防范风险。然而，在数字化时代，数据成为风险防控的核心载体。财务数据涵盖了企业的资金流动、成本核算、利润分析等关键信息，其安全性与完整性直接关系到风险防控的成效。一旦财务数据发生泄露，企业可能面临客户信息被窃取、商业机密外泄等严重后果，进而引发法律责任与声誉损失。[1]数据篡改则可能导致财务报表失真，误导企业决策，造成经济损失。数据滥用更是可能

作者简介：刘盎（1990.06-），女，汉族，本科学历，党员，高级经济师财政税收专业；现就职于漯河市工业发展促进中心，中级经济师。

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

使企业陷入不正当竞争的漩涡，损害行业生态。因此，数据安全风险成为数字化转型中财务风险管理面临的首要挑战。企业需构建全方位的数据安全防护体系，包括数据加密、访问控制、安全审计等措施，确保财务数据在采集、存储、传输、使用等全生命周期中的安全性与完整性，为风险防控奠定坚实基础。

（二）风险传导从线性转向网状

在数字化环境下，企业业财系统实现了高度集成，打破了传统业务与财务之间的信息壁垒，实现了数据的实时共享与交互。这一变革虽然提升了企业的运营效率与决策能力，但也使风险传导呈现出网状扩散的特征。传统线性风险防控模式主要关注单一环节或单一链条上的风险，难以应对网状风险传导。以供应链金融平台为例，其算法模型错误可能引发一系列连锁反应。一方面，算法错误可能导致对供应商的信用评估不准确，进而引发信贷违约风险，使企业面临资金损失；另一方面，信贷违约可能影响企业的资金流动性，导致资金链紧张，甚至引发流动性危机；同时，信贷违约与流动性危机还可能损害企业的声誉，影响客户与合作伙伴的信任，进而影响企业的业务拓展与市场竞争力。

（三）合规风险从境内拓展至跨境

数字化转型打破了地域边界，企业数据跨境流动与云服务全球化部署成为常态。这一变革虽然为企业带来了更广阔的市场与更高效的资源整合机会，但也增加了合规复杂性。不同国家与地区的监管要求差异显著，对数据保护、隐私政策、税收政策等方面有着不同的规定。企业在进行数字化转型时，需面对跨境数据合规挑战，确保数据流动符合各国法律法规要求。这要求企业建立全球合规管理体系，动态跟踪各国法规变化，及时调整合规策略与措施。同时，企业还需加强与云服务商等合作伙伴的合规协同，确保云服务部署符合跨境数据合规要求，避免因合规问题引发的法律风险与声誉损失。

二、数字化转型中的财务风险管理机制构建

（一）技术赋能：以智能手段升级风险感知与响应

1.搭建动态风险预警中台

在数字化转型进程中，企业面临着复杂多变的风险环境，搭建动态风险预警中台成为关键举措。该中台整合财务、业务、舆情等多源数据，打破数据孤岛，实现数据的全面融合与共享。[2]运用机器学习算法构建风险预测模型，这些模型能够自动学习历史数据中的风险模式，并根据实时数据进行动态调整。以供应链金融风险为例，通过分析采购订单频率、供应商舆情等数据，模型可以提前识别出潜在的风险信号，如供应商经营异常、订单异常波动等，从而及时发出预警，为企业采取应对措施争取时间。

2.强化数据全生命周期安全管控

数据是企业的重要资产，其安全至关重要。建立数据分类、加密、审计与销毁的全流程管控机制，能够确保数据在不同阶段都得到妥善保护。采用区块链技术实现数据溯源，可清晰记录数据的来源、流转和使用情况，一旦发生数据泄露或篡改，能够快速定位问题环节。部署零信任网络确保数据传输安全，对任何访问请求都进行严格验证，防止非法访问。针对自动化工具设置操作日志审计与异常行为拦截规则，能够实时监控工具的使用情况，及时发现并阻止异常操作，保障数据安全。

（二）流程重构：在效率与风控间建立动态平衡

1.业财流程的“风险节点嵌入式”设计

传统业财流程往往侧重于效率提升，而忽视了风险防控。在数字化转型中，采用“风险节点嵌入式”设计，将风险管控点巧妙嵌入自动化流程中。例如，在合同审批环节设置条款匹配度校验，能够自动检查合同条款是否符合企业规定和法律法规要求，避免因条款不合理引发的风险。在发票校验环节设置 OCR 识别与税局底账比对，可快速准确地识别发票信息，并与税局底账进行比对，防止虚假发票和重复报销等问题，实现风险防控与效率提升的协同发展。

2.构建弹性化的资金管理流程

资金是企业运营的血液，构建弹性化的资金管理流程对于应对市场变化和风险挑战至关重要。建立实时监控、压力测试与动态调度的资金管理机制，通过 API 对接银行与支付平台，能够实时抓取资金头寸数据，及时掌握资金状况。运用蒙特卡洛模拟等工具模拟极端场景下的流动性缺口，提前制定应对策略，确保企业在面临市场波动、突发事件等情况时，能够保持资金的稳定性和流动性，避免资金链断裂风险。

（三）组织升级：从财务管控转向生态协同

1.财务团队的数字化能力跃迁

数字化转型对财务人员的能力提出了更高要求。推动财务人员向“数字风控专家”转型，需要他们掌握数据挖掘与模型验证工具，能够从海量数据中提取有价值的信息，并运用模型进行风险评估和预测。同时，财务人员还需理解业务场景的数字化逻辑，如电商平台的预售模式对收入确认的影响，以便更好地为业务部门提供支持和决策建议。通过培训和学习，提升财务人员的数字化素养和综合能力，使其能够适应数字化转型的需求。

2.跨部门风险治理共同体

在数字化时代，风险不再局限于单个部门，而是具有跨部门、跨领域的特征。打破财务单打独斗模式，建立数据安全、战略投资等风险治理的跨部门协同机制至关重要。例如，数据安全风险涉及 IT、法务与业务部门，需要各部门共同参与治理，IT 部门负责技术防护，法务部门提供法律支持，业务部门规范数据使用。战略投资风险需财务、技术与市场部门联合决策，财务部门评估投资回报，技术部门分析技术可行性，市场部门预测市场前景，通过跨部门协同，提高风险治理的效率和效果。

三、数字化转型中财务风险管理机制的实施路径

（一）制定数字化转型战略与风险评估框架

企业开展数字化转型，首先要明确清晰且契合自身发展的转型目标与实施路径。这需要综合考虑企业所处行业特点、市场竞争态势、自身资源与能力等多方面因素。例如，制造业企业可能侧重于通过数字化实现生产流程自动化、供应链智能化；零售企

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

业则可能聚焦于线上线下融合、客户体验数字化提升。[3]

在明确转型方向后，要对转型过程中可能面临的风险进行全面评估。安全风险方面，要关注数据泄露、网络攻击等，这些可能导致企业核心信息丢失、业务中断；隐私风险涉及客户和员工个人信息保护，一旦泄露会损害企业声誉和面临法律诉讼；监管风险随着数字化转型，相关法规不断更新，企业需确保合规运营；技术风险包括新技术应用的不确定性、系统兼容性问题等；财务风险涵盖投资回报不确定性、成本超支等。

（二）推进财务信息系统集成与数据治理

在企业数字化转型中，财务信息系统集成与数据治理是关键环节。过去，企业不同部门使用的系统往往相互独立，形成数据孤岛，导致信息流通不畅、数据不一致等问题。因此，要打破系统壁垒，通过技术手段实现财务、业务与供应链等多源数据的自动采集与统一治理。

采用先进的集成技术和平台，将各个业务系统的数据实时汇聚到财务系统中，确保数据的及时性和准确性。例如，通过企业服务总线（ESB）实现不同系统之间的数据交互和共享。同时，建立统一的数据标准和规范，对数据进行清洗、转换和整合，消除数据中的错误和重复信息，提升数据质量。

（三）培养数字化财务人才与组织文化

数字化转型的成功离不开具备数字化技能的财务人才。企业要加强财务人员的数字化技能培训，包括数据分析、人工智能、区块链等新兴技术的应用。通过内部培训、外部课程学习、在线教育等多种方式，提升财务人员对数字化工具的掌握和运用能力。同时，培养财务人员的跨界融合能力，使其能够理解业务需求，将财务知识与业务场景相结合，为业务部门提供更有价值的决策支持。例如，财务人员要了解市场营销中的数字化营销模式，能够从财务角度评估营销活动的效果和风险。

建立激励机制鼓励员工积极参与数字化转型。设立数字化转型专项奖励，对在数字化转型中表现突出的团队和个人进行表彰和奖励，激发员工的积极性和创造力。营造开放、创新、包容的企业文化，鼓励员工提出新想法、新思路，勇于尝试新的技术和方法。打破部门之间的壁垒，促进财务与业务、技术等部门的沟通与协作，形成全员参与数字化转型的良好氛围，共同推动企业财务风险管理机制的有效实施。

四、结论

数字化转型为企业财务管理带来了前所未有的机遇，也提出了新的挑战。构建适应数字化环境的财务风险管理机制，需从技术赋能、流程重构、组织升级与合规闭环等方面综合施策，实现风险防控的智能化、自动化与协同化。

参考文献

[1]邱慧 . 企业数字化转型中财务风险的识别与防控 [J]. 中国管理信息化 ,2025,28(03):27-30.

[2]张原培 . 企业数字化转型中 ERP 系统与风险管理体系的协同机制研究 [C]// 重庆市继续教育学会 . 智能教学创新发展学术研讨会论文集（数智教育专题）. 上海大学 ,2025:171-174.

[3]郭怡然 . 企业数字化转型中财务管理的定位与优化路径 [J]. 会计师 ,2024,(20):35-37.

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

金融财税赋能吉林省养老产业发展的对策研究
——基于养老事业与养老产业协同发展的视角

王金翎，李静
长春大学，吉林 长春 130000
DOI:10.61369/IED.2025100006

摘　　要： 随着吉林省人口老龄化程度持续加深，养老事业与养老产业协同发展面临迫切需求。本文系统分析了吉林省养老产业金融财税政策的现状、问题与优化路径。研究发现吉林省养老产业面临融资渠道单一、信贷门槛高、政策碎片化等突出问题，金融政策与财税政策的协同效应不足制约了政策效能的发挥。金融政策通过信贷、保险、资本市场提供资金供给，财税政策通过税收优惠、财政补贴、政府购买降低企业成本，二者协同能够产生“1+1>2”的政策效应。为此，应从完善养老产业金融支持体系、健全财税激励政策、构建政策协同机制、强化配套保障措施四个维度协同发力，形成政策合力，为吉林省应对人口老龄化、发展银发经济提供决策参考。

关 键 词： 养老产业；金融政策；财税政策；协同发展

Research on Countermeasures for Financial and Tax Policies to Empower the Development of Elderly Care Industry in Jilin Province
— From the Perspective of Synergistic Development of Elderly Care Services and Elderly Care Industry

Wang Jinling, Li Jing
Changchun University, Changchun, Jilin 130000

Abstract: As the aging population in Jilin Province continues to deepen, there is an urgent need for the coordinated development of the elderly care industry and the elderly care sector. This paper systematically analyzes the current situation, problems, and optimization paths of the financial and tax policies for the elderly care industry in Jilin Province. The study reveals that the elderly care industry in Jilin Province faces problems such as a single financing channel, high credit thresholds, and fragmented policies. The synergy effect of financial policies and tax policies is insufficient, which restricts the exertion of policy effectiveness. Financial policies provide capital supply through credit, insurance, and capital markets, while tax policies reduce enterprise costs through tax incentives, subsidies, and government purchases. The synergy of the two can produce a "1 + 1 > 2" policy effect. Therefore, efforts should be made from four dimensions: improving the financial support system for the elderly care industry, perfecting tax and financial incentive policies, establishing a policy coordination mechanism, and strengthening supporting measures, to work together and form a policy synergy, providing decision-making references for Jilin Province in responding to population aging and developing the silver economy.

Keywords: elderly care industry; financial policies; tax policies; coordinated development

引言

据2025年最新统计，吉林省60岁以上人口占比已超过28%，老龄化程度在全国排名已提至全国第三位，吉林省正以快于全国平均水平的速度加速老龄化。人口老龄化的持续加剧，催生了海量、多元、个性化养老需求，既对传统养老服务体系提出了严峻挑战，也为养老产业发展带来了历史性机遇。但长期以来，由于公益属性的养老事业与市场属性的养老产业常被混为一谈，导致养老事业不堪重负，而养老产业又发育迟缓，形成了“需求井喷与供给乏力”的错位。如何构建金融财税政策支持体系，才能促进吉林省养老事业与养老产业协同发展是当下急需关注的重点问题。

项目来源：长春大学人文社会科学研究基金项目（吉林省老龄化社会创新发展战略研究专项）《长期护理保险制度下居家养老照护服务供给优化研究》项目编号：2023JBF10W39。
作者简介：王金翎（1976-），女，汉族，吉林省蛟河市人，副教授，博士，研究方向：产业政策、财税理论与政策。

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

一、养老事业与养老产业的概念界定

养老事业是以保障全体老年人基本生活权益、维护社会公平正义为核心目标，以政府为主导，以财政投入为主要资金来源，提供普惠性、基础性、兜底性养老服务的公共服务体系，其核心任务是确保“老有所养”的基本底线。

养老产业是以利润最大化为核心目标，以市场为主导，以社会资本为主要资金来源，满足有支付能力、有差异化需求的老年人多样化、多层次、个性化需求，提供养老相关产品与服务的产业体系。其本质是市场机制下的经济活动，核心特征是营利性和市场化。

二者虽有明显不同，但都是服务于老年人福祉，只有二者协同发展，才能推动吉林省养老产业发展[10]。

二、吉林省养老事业与养老产业发展现状

到2024年末，吉林省人口老龄化程度仅次于辽宁省和上海市，且以60-69岁低龄老人为主（占比约55%左右）、80岁以上高龄老人（占比15%）则快速提升。农村地区老龄化程度普遍高于城市。东部山区和西部欠发达地区老龄化程度较高，长春、吉林等中心城市老龄化程度相对较低。吉林省养老需求从单一需求的生存需求向健康需求和精神需求等多元化需求转变，从基本保障向品质提升转变，从被动接受向主动参与转变，从家庭供给向社会供给转变，对市场化、社会化服务的依赖程度不断加深。这些趋势为养老产业发展提供了广阔空间，也对养老事业和养老产业协同发展提出更高要求。

（一）吉林省养老事业发展现状

近年来，随着吉林省养老事业财政投入力度持续加大，基本养老服务体系建设取得显著进展。社区居家养老服务中心、助老餐厅、农村养老大院（互助站点）等基本养老服务设施建设不断完善；医养结合床位、老年教育分校、“互联网+老年教育”老年课堂、老年人法律援助站等基本养老服务项目不断丰富；通过提升城市低保月人均标准、城乡特困人员基本生活补贴、对困难老年人兜底保障力度持续加大。但仍存在财政投入不足，且城乡差异明显等问题。

（二）吉林省养老产业发展现状

吉林省养老产业规模持续扩大，2024年吉林省银发经济规模约为2300亿元，养老服务市场多元主体参与、服务类型丰富，涵盖机构养老、社区养老、居家养老三大领域，以及医养结合、康养旅游、智慧养老等新兴业态。截至2024年底，全省养老机构1594家，从业人员1.5万人。但仍存在市场主体发育不足，抗风险能力弱，养老服务供需缺口明显，养老机构区域分布不均，城乡差距显著，人才总量不足，结构失衡等问题。

（三）吉林省养老事业与养老产业协同发展现状与不足

1. 协同发展现状

吉林省在政策、资金和实践层面已初步探索养老事业与养老产业的协同发展。政策层面，2025年省政府办公厅印发《吉林省推进银发产业高质量发展行动计划》，明确将养老服务、中医养生、休闲康养、医疗服务四类业态作为银发经济发展的主攻方向，既强化事业基础保障，也为产业发展明确方向。资金保障层面，设立每年1亿元省级银发经济高质量发展专项资金和4.3亿元养老服务高质量发展专项资金，同时支持基本养老服务设施建设和银发产业发展。金融支持层面，鼓励金融机构提升服务适老化水平，推出支持银发经济的金融产品。

2. 存在的主要问题

一功能定位不清。养老事业与养老产业边界模糊，部分本应由政府兜底的基本养老服务被推向市场，导致困难老年人服务可及性下降；部分本应由市场提供的高品质服务被纳入政府购买范围，挤出社会资本，造成财政资源低效配置。功能边界不清导致政策工具错位，制约协同发展[10]。

二政策缺乏统筹协调。养老服务相关政策分散于民政、卫健、人社、发改、金融、税务等多个部门，各部门职责分割，政策制定缺乏协同，执行缺乏合力，政策效果大打折扣。

三资源整合利用不足。政府主导的养老事业掌握大量财政资金和公共设施，但市场化运作不足、效率不高；社会资本主导的养老产业具有市场活力，但缺乏稳定的政策预期和资源支持。两类资源未能有效整合，难以形成“事业托底、产业提升”的协同效应。

三、吉林省养老产业金融财税支持政策梳理及存在的问题分析

（一）吉林省现行养老产业金融支持政策

吉林省养老产业金融支持政策覆盖面逐步扩大。银行信贷方面，2025年人民银行吉林省分行实施“三创三优”行动方案，推动金融机构通过制定专项优惠政策、建立养老企业白名单等方式支持养老产业发展[1]。普惠养老专项再贷款政策取得突破，交通银行延边分行发放全省首笔普惠养老专项贷款140万元并申请首笔专项再贷款[2]。人民银行延边州分行向金融机构推送养老机构融资对接名单3批、208户，截至2025年3月末，延边州养老领域贷款余额达7.16亿元[3-4]。

保险支持方面，《吉林省养老服务条例》明确支持保险机构开发商业健康保险、长期护理保险、意外伤害保险等产品，推动养老保险产品创新，支持创设多层次个人养老金投资产品[5]。

金融支持效果明显，2025年第一季度吉林省老年人养护服务销售收入同比增长43.31%，老年人护理机构服务业销售收入增长79.19%。但仍存在突出问题：一是融资渠道单一，主要依赖银行贷款；二是信贷门槛高，中小养老企业融资困难；三是金融产品供给与创新不足，保障范围有限、市场接受度低；四是政策协同不够，养老产业债券发行尚处探索阶段，未形成成熟机制[9]。

（二）吉林省现行养老产业财税支持政策

吉林省对养老产业的税收优惠和财政补贴非常明确。税收优惠政策方面，根据《吉林省养老服务条例》，养老服务设施建设、运营享受相应税费优惠，为健康产业重点企业建立“发展档

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

案”[5]。对养老机构提供的养老服务免征增值税。对购买健康监测手环等适老化智能穿戴设备给予30%价格补贴，最高2000元；财政补贴方面，2025年安排1700万元提升失能老年人照护服务水平。助老餐厅城市社区每年不超过2万元、农村每年不超过1万元，连续补助3年。2023年出台养老护理员奖励制度，入职本科及以上给予1万元一次性奖励；工龄从第4年起每月补贴100元，每满1年增加50元，最高300元；获得高级技师职业资格给予3000元一次性奖励[7]；政府购买服务方面：项目涵盖生活照料、助餐助浴等内容。

四、金融财税赋能吉林省养老产业发展的对策建议

（一）完善养老产业金融支持体系

1.优化信贷供给体系

设立养老产业专项贷款，由省财政厅、人民银行吉林省分行引导商业银行设立专项信贷额度，重点支持普惠型养老机构建设、社区养老服务设施改造、智慧养老平台开发等领域，且“先贷后补”给予贴息支持。落实普惠养老专项再贷款政策，由民政部门建立融资需求清单并向金融机构推送，简化申报流程，借鉴延边州首笔140万元贷款经验在全省推广。创新信贷产品，开展长期护理保险保单质押等贷款业务。建立养老企业信用评价体系，形成信用档案，引入第三方评级，评价结果与银行授信、财政补贴挂钩。

2.完善保险保障与风险分担机制

开发商业长期护理保险、养老机构责任保险等专业化产品。探索“保险+养老社区”模式，引导保险资金投资养老产业。由省财政出资设立养老产业风险补偿基金，对养老产业贷款给予一定比例风险补偿，对因不可抗力或市场变化导致经营困难的养老机构提供临时救助。推进社会长护险与商业长护险功能互补与待遇衔接。

2.拓宽直接融资渠道

支持符合条件的养老企业发行养老产业专项债券、资产支持证券，探索以未来收费权为基础资产的证券化。设立规模不低于10亿元的养老产业发展投资基金，采用“母基金+子基金”架构市场化运作。建立上市后备资源库，支持养老企业在新三板挂牌和上市融资，形成多元化的融资结构。

（二）健全养老产业财税激励政策

1.完善税收优惠政策

对养老机构提供的养老服务免征增值税，对小型微利养老企业减按20%税率征收企业所得税。对开发智慧养老产品、适老化设备等发生的研发费用，按规定给予企业所得税税前加计扣除；对认定为高新技术企业的养老企业，减按15%税率征收企业所得税[8]。

2.加大财政补贴力度

建立建设运营补贴动态调整机制，建设补贴与投资规模、服务床位挂钩，运营补贴与服务质量、入住率挂钩。参照省级银发经济专项资金政策，对民办养老机构、旅居康养项目给予最高200万元支持[6]，对老年用品产业项目给予最高500万元支持。落实养老护理员入职奖励（本科及以上1万元）、工龄补贴（每月最高300元）及技能等级奖励（最高3000元），增强职业吸引力[7]。参照养老服务消费补贴政策，对中度以上失能老年人通过“民政通”平台发放电子消费券，抵扣比例30%-60%。

3.扩大政府购买服务范围

将居家养老、社区养老、健康服务等纳入政府购买服务目录，通过公开招标择优选择承接主体，建立养老服务供应商库并实行动态管理。探索“服务券”制度，由老年人自主选择供应商。建立绩效评价机制，从服务质量、用户满意度等方面综合评价，评价结果作为预算安排和合同续签的依据。明确政府购买服务与长期护理保险的功能边界，鼓励保险机构与养老服务供应商合作，提供“保险+服务”组合产品，实现政策协同。

（三）构建金融财税政策协同机制

金融政策与财税政策的协同效应不足是制约养老产业政策效能发挥的重要因素，从以下两个方面构建协同机制。

1.建立政策协调机制

由财政、税务、金融监管、民政、发改等部门组成联席会议制度，统筹制定养老产业金融财税政策，定期研究解决跨部门政策冲突问题。建立政策效果评估机制，对各项政策的实施效果进行定期评估，根据评估结果动态调整优化。搭建政策信息共享平台，实现部门间企业信用信息、融资需求、政策享受情况的数据互通，为政策协同提供信息基础。

2.创新政策协同工具

针对养老产业不同发展阶段和融资需求，探索多元化的政策协同工具组合。一是“财政贴息+信贷支持”模式，由财政对养老产业贷款给予贴息，引导银行扩大信贷投放；二是“税收优惠+保险支持”模式，对投资养老产业的保险资金给予税收激励，引导长期资金进入；三是“政府引导基金+社会资本”模式，通过母基金撬动社会资本设立子基金；四是“风险补偿+信贷支持”模式，由财政出资设立风险补偿基金，分担银行信贷风险，降低融资门槛。

（四）强化配套保障措施

养老产业金融财税政策的有效实施，离不开配套保障措施的支撑。

1.加强部门协调联动。建立民政、财政、税务、金融监管、发改、人社等部门工作协调机制，明确职责分工：民政负责产业规划与行业管理，财政负责资金保障，税务负责税收政策落实，金融监管负责金融支持政策落地，人社负责人才培养与就业促进。定期召开联席会议，建立联合督查机制，确保政策落地见效。

2.完善养老服务标准体系。制定养老服务机构等级评定标准，从设施设备、人员配备、服务质量、运营管理等方面综合评定。建立服务质量第三方评估机制，评估结果与财政补贴、政策优惠挂钩。完善养老服务价格形成机制，基本养老服务实行政府定价或指导价，市场化服务实行市场调节价。健全从业人员职业标准，建立养老护理员职业资格认证制度[8]。

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

五、结语

综上所述，提出如下政策建议：完善养老产业金融支持体系，实现信贷、保险、资本市场协同发力；健全养老产业财税激励政策，实现精准施策；构建金融财税政策协同机制，创新协同工具，强化配套保障。未来应进一步深化金融财税政策协同效应的实证研究，探索与长期护理保险制度的联动机制，跟踪评估政策实施效果并动态优化，为吉林省应对人口老龄化、发展银发经济提供决策参考。

参考文献

[1] 中国人民银行吉林省分行 . 中国人民银行吉林省分行推动完善养老金融供给 服务支持养老事业发展 [EB/OL]. 中共吉林省委金融委员会办公室，2025-07-10.

[2] 人民银行延边州分行 . 人民银行延边州分行强化金融赋能 做好“养老金融”大文章 [EB/OL]. 中共吉林省委金融委员会办公室，2025-04-23.

[3] 吉林省人民政府 . 延边州：构建养老金融新生态 [EB/OL]. 吉林省人民政府官网，2025-05-07.

[4] 中国人民银行吉林省分行 . 人民银行吉林省分行组织银行机构开展养老金融服务宣传活动 [EB/OL]. 中国人民银行长春中心支行，2025-01-03.

[5] 吉林省人民代表大会常务委员会 . 吉林省养老服务条例：吉林省第十四届人民代表大会常务委员会公告第60号 [A/OL]. 2025-07-30.

[6] 吉林省人民政府办公厅 . 吉林省推进银发产业高质量发展行动计划：吉政办发〔2025〕14号 [A/OL]. 2025-09-12.

[7] 吉林省民政厅，吉林省人力资源和社会保障厅，吉林省财政厅 . 关于建立养老（孤残儿童）护理员奖励制度的指导意见：吉民发〔2023〕10号 [A/OL]. 2023.

[8] 高洁 . 养老服务发展与创新研究 [M]. 成都：西南财经大学出版社，2022：1-209.

[9] 王昱翔 . 关于“双强模式”对养老产业与养老事业推动作用的理性思考——以“保险行业”作为优质资本 [J]. 中国市场，2025(14).

[10] 邝蓉 . 养老事业与养老产业协同发展路径研究 [J]. 中国经贸导刊，2025(18).

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

品牌店播增长与内容电商转化路径研究

胡雪
北京明达鼎传媒有限公司，北京 100000
DOI:10.61369/IED.2025100007

摘　　要： 从流量红利驱动到经营效率驱动，品牌店播正逐渐成为品牌内容电商的核心场景。区别于过去单次活动＋价格驱动的直播形式，现在品牌店播更多地注重内容承接、用户理解和信任建立及持续转化，而品牌的直播也不再是简单的即时转化。但又承担着产品价值表达、消费场景重构、用户关系沉淀以及长期经营协同等功能。如何实现店播场景下的稳定增长？如何利用内容电商提升转化率？已成为品牌直播经营的关键性问题。因此必须基于品牌自身特质构建更为稳定的转化内容系统，并由此在下文给出品牌店播增长的路径模型及优化方向，旨在为品牌直播经营、内容电商转化和长期店播机制建设提供借鉴。

关 键 词： 品牌店播；内容电商；直播电商；转化路径；店播经营

Research on the Growth of Brand Store Broadcast and the Conversion Path of Content E-commerce

Hu Xue
Beijing Mingda Ding Media Co., Ltd.Beijing 100000

Abstract: From being driven by traffic dividends to being driven by operational efficiency, brand store broadcasting is gradually becoming the core scenario of brand content e-commerce. Unlike the past single event+price driven live streaming format, brand store broadcasting now focuses more on content acquisition, user understanding, trust building, and continuous conversion, while brand live streaming is no longer simply about instant conversion. But it also undertakes functions such as product value expression, consumer scenario reconstruction, user relationship precipitation, and long-term business collaboration. How to achieve stable growth in store broadcasting scenarios? How to use content e-commerce to improve conversion rates? It has become a key issue in brand live streaming operations. Therefore, it is necessary to build a more stable conversion content system based on the characteristics of the brand itself, and provide a path model and optimization direction for brand store broadcast growth in the following text, aiming to provide reference for brand live broadcast operation, content e-commerce conversion, and long-term store broadcast mechanism construction.

Keywords: brand store broadcast; content e-commerce; live streaming e-commerce; conversion pathway; store broadcasting operation

引言

本文结合品牌店播增长与内容电商转化路径，以品牌店播基本特征、常见问题、转化逻辑和经营机制为切入点，分析内容效率、用户承接、商品表达、直播节奏、达人协同和数据复盘等关键影响因素。认为品牌店播的增长并非一战定输赢，而是由短视频种草＋直播承接＋用户理解＋信任建立＋成交转化＋后端复盘组成的结果路径。品牌店播与达人直播在信任结构、内容责任及经营目标方面均有较大不同，

直播电商是数字商业的重要部分。在早期阶段，直播更多的是被看作一种高效率卖货的方式，在这个过程中，品牌更多的是利用节点、促销资源以及达人来带量，从而带来短暂的成交爆发。但是随着直播场景越来越普遍，消费者决策也更加理性化，并且内容也在不断丰富之后，越来越多的品牌开始意识到，单纯依靠一场活动＋流量投流的方式已经很难形成稳定的长线增长。尤其是随着品牌自播逐渐常态化后，官旗直播间不仅要卖货，更要承担起内容表达、用户教育、产品认知、信任建立等工作。品牌店播正由“活动直播”向“经营直播” 转变。

作者简介：胡雪（1987.03-），女，汉族，天津人，本科，直播电商（实体店和品牌和达人直播）。

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

与达人直播相比，品牌店播具有更加明确的长期经营属性。达人直播的核心优势往往在于主播人设、内容吸引力和即时带动能力，而品牌店播则更依赖品牌稳定输出、官方信任、产品理解和场景表达。因此，品牌店播的增长逻辑，不能简单照搬达人直播的打法，更不能停留在“上人、讲货、促销、成交”的粗放路径上。当前很多品牌店播存在的问题，并不是不直播，而是虽然开播了，却没有形成有效的内容承接与转化机制，导致直播间出现“有曝光、低停留”“有流量、低点击”“有点击、低成交”的现象。

从内容电商的角度看，品牌店播的关键不在于单次直播是否热闹，而在于直播能否成为品牌与用户之间高效率的内容连接器。用户进入直播间，并不只是为了看价格，而是希望通过内容更快理解产品解决什么问题、适合什么场景、与同类产品相比优势在哪里，以及为什么值得购买。品牌店播的增长，本质上是内容能力与经营能力共同提升的结果。基于此，研究品牌店播增长与内容电商转化路径，不仅有助于解释当前品牌直播中的普遍现象，也有助于为品牌构建更加稳定、可持续的直播经营机制提供参考。

本文采用的问题归纳与机制分析相结合的方法，对品牌店播增长与内容电商转化路径进行结构化研究。具体而言，文章并不以单场直播表现作为分析对象，而是围绕品牌店播长期经营过程中反复出现的共性问题展开讨论，包括内容效率不足、商品表达缺乏场景化、转化节奏不成熟以及店播经营与品牌整体经营脱节等典型现象。在此基础上，进一步从内容触达、直播承接、用户理解、信任建立、成交转化和后端复盘等环节，对品牌店播增长链路进行拆解。

本文的分析重点，不在于总结某一次直播活动的执行技巧，而在于解释品牌店播如何从“活动型直播”转向“经营型直播”。因此，研究框架主要包括三个层面：第一，分析品牌店播的基本内涵及其与达人直播之间的结构差异，明确品牌店播在官方表达、专业信任和长期经营方面的独特属性；第二，围绕内容效率、商品表达、直播节奏、达人协同和数据复盘等关键因素，识别影响品牌店播增长与转化的主要机制；第三，在前述分析基础上，归纳形成“前端种草—直播承接—用户理解—信任建立—成交转化—后端复盘”的路径模型，以解释品牌店播增长由流量驱动走向内容驱动、由短期转化走向长期经营的内在逻辑。

品牌店播不仅是直播电商中的一种经营形式，更是品牌内容电商体系中的重要组成部分。

一、品牌店播的基本内涵与核心特征

（一）品牌店播的基本内涵

品牌店播是指品牌方以官方账号、官方直播间或品牌授权经营体系为主体开展的直播经营活动。其核心并不只是销售产品，而是通过持续、稳定、可识别的内容输出，完成品牌价值表达、产品认知建立、用户关系维护和交易转化。与传统店铺页面相比，店播场景在信息传递、互动反馈和情绪感染方面具有更强的即时性；与达人直播相比，品牌店播又具有更明显的体系化、专业化和长期经营属性。从经营实践看，品牌店播的目标通常包括三类：一是提升单场成交和阶段性经营效率；二是建立更稳定的品牌内容输出和用户信任结构；三是把直播纳入品牌整体经营体系，形成与短视频、投放、私域、门店和售后协同的经营链路。因此，品牌店播不是一个孤立动作，而是品牌内容电商体系中的组成部分[1]。

（二）品牌店播的核心特征

品牌店播有三大特点：一是品牌店播承担内容责任更大。品牌方不仅要做“带货”，更要说明产品的价值所在、构建消费场景、解答用户的疑惑，并通过持续性的内容生产，让其在用户心中产生认知；二是品牌店播的信任基础不同。达人直播更多的是基于个人魅力及人设的认可，品牌店播则更多地依靠品牌信任感、专业化表达和产品力本身。第三，品牌店播经营期会更长。品牌并不会因一场或者几场直播的效果好与不好而放弃，而是希望直播能够作为长期的经营手段[2]。

（三）品牌店播与达人直播的差异

品牌店播与达人直播是两种不同的直播电商形式，其增长路径和转化逻辑有本质不同：达人直播主要靠内容吸睛、个人魅力带货，交易转化建立在信任的基础上；而品牌店播则更看重官方场景、产品解释、持续经营。达人可以靠情绪感染＋强节奏＋快决策实现成交，但品牌店播则更加注重在专业性、可信度以及让用户懂之间的平衡。也因此，品牌店播若一味照搬达人直播模式，则易出现内容失衡及转化低效等问题[3]。

二、品牌店播增长中的主要问题

（一）内容效率不足

当前很多品牌店播的问题首先表现在内容效率不足。部分直播间虽然具备品牌和产品基础，但在内容组织上仍停留在重复性讲解或单一促销层面，难以快速回答用户“为什么继续看”“为什么值得买”。在信息极度丰富的直播场景中，内容效率不足往往直接导致停留下降和流失增加[4]。

（二）商品表达缺乏场景化

不少品牌直播在商品表达上存在“讲参数多、讲场景少”的问题。用户在直播间中最需要解决的，不是参数记忆，而是实际决策。品牌若不能把产品置于真实生活场景或消费问题之中，用户很难快速建立购买理由。特别是在功能型、耐用品和高客单产品中，缺乏场景化表达往往会直接削弱点击和成交。

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

（三）转化节奏不成熟

品牌店播中常见另一类问题，是直播节奏设计不成熟。表现为：开场冗长、信息密度不均、产品切换过快或过慢、优惠释放与内容节奏脱节、互动组织不足等。这些问题都会影响直播承接效率。品牌直播并不是越专业越好，也不是越促销越好，而是要在专业表达、节奏推进和转化动作之间形成协同[5]。

（四）店播经营与品牌整体经营脱节

部分品牌把店播当作单独渠道来做，没有真正与短视频内容、营销节点、达人协同、售后评价、货盘结构和复购机制结合起来。这导致直播虽然开起来了，但不能形成长期经营能力，既难积累稳定用户，也难沉淀有效模型。品牌店播如果不能进入整体经营体系，最终很容易退回到活动型执行层面[6]。

三、内容电商转化路径的构成逻辑

（一）短视频种草与前端触达

品牌店播的转化通常不是从直播间开始，而是从前端内容触达开始。短视频、图文内容、达人内容联动和活动预热，往往构成用户进入直播间前的预期基础。种草内容的价值，在于提前建立用户兴趣、降低理解成本，并为直播间承接创造条件。前端内容越清晰，直播间越容易进入有效转化状态[7]。

（二）直播承接与用户理解

用户进入直播间后的第一关键，不是立即成交，而是建立理解。品牌直播必须迅速让用户明白：当前直播讲的是什么、产品的核心价值是什么、与自己有什么关系、继续停留会获得什么信息。直播承接做得好，用户停留会更稳定，互动意愿会更高，点击行为也会更自然。反之，直播间即使有流量，也容易因承接不足导致快速流失。

（三）信任建立与决策推进

品牌店播中的信任建立，主要依靠三类因素：品牌官方身份、产品表达的专业程度、用户问题回应的完整性。相比单纯促销，用户更容易被“清晰、可信、具体”的内容打动。当用户完成理解和信任建立之后，价格、优惠和活动节奏才会真正发挥推动决策的作用。因此，直播中的成交不是单点刺激结果，而是内容理解与信任积累后的自然转化[9]。

（四）成交转化与后端复盘

内容电商转化的最终结果仍然体现在成交，但成交只是路径的一个节点。品牌若想实现长期店播增长，还必须重视成交后的复盘工作。包括不同商品点击率、转化率、停留表现、互动表现、退款情况和复购表现等，都应被纳入持续分析。通过复盘不断修正直播模型，品牌才能形成更稳定的增长路径。

四、品牌店播增长的关键机制

（一）官方直播间的稳定输出机制

品牌店播增长的底层逻辑之一在于稳定输出。官方直播间需要保持相对稳定的开播频率、内容风格和货盘策略，以形成可识别、可复购、可持续迭代的内容经营方式。稳定输出不仅有助于提升用户预期和看播习惯，也有助于品牌逐步建立长期信任关系和持续经营基础[5]。

（二）内容承接与商品表达机制

品牌店播第二类机制是内容承接+商品表达。在这种模式下，内容和商品之间没有界限，在一次成功的品牌直播过程中，消费者能够在内容的观看中了解产品，在产品观看的过程中体会使用场景，继而在场景感受中产生购买行为。内容承接层是解决“为何看”，即通过有趣的故事展示及呈现吸引用户眼球的商品表现层是解决“为何点”，即通过清晰的产品特性及产品使用的优势激发用户点击的兴趣，转化设计层是解决“为何买”，即通过优惠促销、限时抢购等手段来刺激用户的购买欲。这三点相辅相成，是品牌店播实现转化的重要三要素。

（三）达人与店播协同机制

品牌店播与达人直播不是替代关系，而是协同关系。达人直播负责外部内容触达和影响力放大，品牌店播负责官方表达、信任建立和长期经营。当品牌店播能够与达人内容、品牌短视频和活动节点形成协同，品牌直播的增长效率通常会更高。其关键不在于简单叠加，而在于分工清晰、各自承担不同经营任务。

（四）数据复盘与迭代优化机制

品牌店播增长的第四个机制叫做数据复盘。因为对于一个真正想要做好内容电商的品牌而言，在关注总 GMV 的同时，还要注意停留时长、点击分布、落地页情况、讲解的关键点、优惠券释放的时间、主播类型等等。而对上述数据进行定期的复盘，品牌能明确知道哪些环节是阻碍转化的关键点并进行内容和动作上的优化。没有复盘，品牌只能依靠运气成长；有数据复盘，则可以将运气转化为确定性，让品牌真正从数据和事实出发稳步向前发展。

五、品牌店播增长的路径模型与实践启示

（一）品牌店播增长路径模型

品牌店播增长可以简化成“前端种草—直播承接—用户理解—信任建立—成交转化—后端复盘”的路径模型，前端种草决定用户进入意愿，直播承接决定停留和关注，用户理解和信任决定点击和下单，后端复盘决定模型能否持续优化。从路径来看，品牌店播增长不是某一个节点的放大，而是一体化的内容电商效率。

（二）对品牌经营的启示

对品牌而言，店播要实现长期增长，关键在于三方面转变：一是将直播由促销工具转为品牌内容经营场景；二是由追求短期爆发转向稳定转化和长期经营；三是由依赖单点经验转向内容、货盘、主播、活动与复盘的联动机制。只有如此，品牌店播才能形成持续增长能力。

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

六、结束语

品牌店播增长与内容电商转化路径研究，回应的是当前品牌直播经营中最核心的问题，即如何让直播从单场活动行为转变为长期经营机制。研究表明，品牌店播的真正增长，不依赖单纯流量冲击，也不依赖机械促销，而是依赖内容承接、用户理解、信任建立和转化优化所构成的完整路径。品牌店播之所以重要，不在于它替代了其他渠道，而在于它为品牌提供了一个可以持续表达产品价值、建立用户关系并形成经营结果的场景。未来，随着内容商业化和数字经营不断深化，品牌店播的竞争重点将进一步从流量竞争走向内容转化能力竞争，从短期节点竞争走向长期经营能力竞争。

参考文献

[1] 商务部服务贸易和商贸服务业司 . 最新年度报告：中国直播电商行业蓬勃发展、深刻变革 [EB/OL]. 2024-10-14.

[2] 商务部新闻办公室 . 商务部电子商务司负责人介绍2024年前三季度我国电子商务发展情况 [EB/OL]. 2024-11-26.

[3] 中国互联网络信息中心 . 中国互联网络发展状况统计报告 [R].

[4] 中国社会科学院财经战略研究院 . 数字经济与平台商业研究报告 [R].

[5] 卢子跃 . 宁波发展论集 [M]. 宁波出版社 .

[6] 董虹蔚 . 贸易便利化与全球价值链分工 [M]. 中国社会科学出版社

[7] 陈劲松 . 跨境电商中绿色农产品品牌塑造研究 [M]. 中国社会科学出版社 .

[8] 谢谦 . 贸易便利化、经贸发展与中国的改革实践 [M]. 中国社会科学出版社 .

[9] 余淼杰 . 大变局中的中国经济“双循环”[M]. 科学出版社 .

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

长期护理保险筹资机制发展现状及其法治进路探析

肖子俊
长沙学院，湖南，长沙 410022
DOI:10.61369/IED.2025100008

摘　　要： 随着我国人口老龄化程度不断加深，老年人口基数日益增多。传统的家庭照护的方式难以满足日益增长的需求，从而导致需要额外的护理人员提供照护。当前，我国长期护理保险筹资机制仍处于试点探索阶段，由于缺乏统一的法律规范，各地筹资模式碎片化问题突出，政府、企业、个人等多方主体的责任边界模糊，财政补贴的长期稳定性存疑，商业保险参与机制尚未健全，制约了制度的公平性和可持续性发展。

关 键 词： 长期护理保险；筹资机制；发展现状；法制进程

Current Development of Long-Term Care Insurance Financing Mechanisms and Exploration of Legal Pathways

Xiao Zijun
Changsha University, Changsha, Hunan 410022

Abstract: With the deepening of population aging in China, the number of elderly population is increasing day by day. Traditional home care methods are unable to meet the growing demand, resulting in the need for additional caregivers to provide care. At present, the financing mechanism of long-term care insurance in China is still in the pilot exploration stage. Due to the lack of unified legal norms, the problem of fragmented financing models in various regions is prominent. The responsibility boundaries of multiple parties such as the government, enterprises, and individuals are blurred, and the long-term stability of financial subsidies is questionable. The participation mechanism of commercial insurance is not yet sound, which restricts the fairness and sustainable development of the system.

Keywords: long term care insurance; funding mechanism; development status; legal process

引言

长期护理保险作为我国一种重要的社会保障制度，其建立和完善已成为社会关注的焦点。长期护理保险的保险给付旨在为被保险人获得符合人性尊严的基本生活而提供支持与扶助，减轻家庭和社会的负担。想要长期护理保险制度的正常运行和持续发展，离不开科学合理的筹资机制。我国长期护理保险制度历经“试点－评估－扩大试点”的渐进过程。因此，深入分析我国长期护理保险筹资机制的发展现状，探讨其法治进路，对于推动长期护理保险制度的健康发展具有重要意义。

一、长期护理保险筹资机制发展现状

（一）筹资主体

长期护理保险的筹资主体涉及多个方面的参与者，主要包括政府、用工单位、个人和其他。这些主体为确保长期护理保险制度的可持续运行承担相应的责任。

首先，政府作为长期护理保险主要的筹资主体，在长期护理保险中兼具制度设计者和风险兜底者的功能，其不仅通过制定相关政策和法规来引导和规范长期护理保险的发展，还承担着重要的财政责任。在我国试点地区，政府会为长期护理保险提供相应的财政补贴或税收优惠，来降低用工单位和个人缴费的负担，包括承担基础保障责任，财政补贴、医疗基金的划拨。作为雇主，用工单位有责任为员工提供必要的福利和保障，而长期护理保险正是其中之一。部分地区用工单位会按照员工工资总收入的一定比例为员工缴纳长期护理保险费，这不仅有助于提升员工的福利水平和归属感，还有助于减轻员工因长期护理需求而产生的经济负担。个人同样也担任筹资的主要责任。作为长期护理保险的直接受益者，按照权力与义务需对等的基本关系，个人有责任按照一定比例缴纳保险费，以获取相应保障。这不仅体现了对自己未来可能面临的长期护理风险的预防和储备意识，还有助于形成全社会共同关注和支持长期护理保险的良好氛围。

姓名：肖子俊（2004.05-），男，汉族，佛山三水人，本科学历，研究方向：法学。

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

（二）筹资模式

我国目前各个城市之间的筹资模式也各有不同，大致分为社会保险模式、政府补贴主导模式、个人账户积累模式和混合筹资模式。

社会保险模式主要依靠医保基金划拨，以基本医疗保险基金划拨为主，以财政补贴和个人缴费为辅。在筹资比例上医保基金占60%-70%，个人缴费占10%-20%，政府财政补贴占10%-20%。其依赖医保基金的快速启动，但也可能挤占基本医保资源，典型地区为青岛、广州；财政补贴主导模式主要以财政补贴为核心，个人和医保基金均衡分担，其主要依赖政府的托底。在筹资比例上财政补贴占40%-50%，医保基金划拨占30%-40%，个人缴费占10%-20%。这种模式可以强化政府责任，但也过度依赖地方的经济实力，这种模式的典型地区为南通、苏州；个人账户积累模式是指从医保个人账户划转资金，强调个人储蓄责任，由职工医保个人账户按比例划转，无财政补贴和企业缴费。其特点为覆盖人群有限，适合职工参保群体，但难以惠及城乡居民。典型地区为重庆；最后一种筹资模式为混合筹资模式，长期护理保险资金来源于政府、企业、个人和社会资本的共同参与，比例按动态调整，特点是灵活性高，但需要协调多方利益，该筹资模式典型区域为上海、成都。

二、长期护理保险筹资机制存在的问题

维护长期护理保险的稳定运行，离不开稳定有效的筹资机制。目前来看，随着国家对人口老龄化国情的不断重视，我国长期护理保险筹资机制也逐渐趋于完善，但仍存在以下问题。

（一）长期护理保险定性不明确

我国目前还未设定长期护理保险的法律法规，对老年人长期护理需求还几乎处于零状态，老年人权益的法律法规呈现碎片化的现象，[1]更多的是以政策性文件的形式颁布与施行。长期护理保险尚未被纳入《社会保险法》等法律框架，主要依赖地方试点政策文件，缺乏全国统一的法律支撑，导致政策权威性不足，可持续性存疑。

首先，从政策层面来看，尽管长期护理保险已被视为我国社会保障制度的重要组成部分，被称为在养老、医疗、工伤、失业、生育五项社会保险之外的社保“第六险”，但在具体的制度设计和实施过程中，其定性却并未得到完全清晰的界定。例如，人社部办公厅《试点意见》没有对长期护理保险性质做出明确规定，而只是提出社会保险经办机构在保障长期护理保险基金有效运行与监督管理前提下，可以通过委托商业保险机构管理，或者购买、定制护理服务与护理产品。这导致在实践中，长期护理保险缺乏明确定位，究竟是属于社会保险，又或是商业保险；其次，这种定性不明确还体现在长期护理保险与现有社会保险项目的衔接上。由于长期护理保险定性不明确，其与养老保险、医疗保险等现有社会保险在筹资渠道、保障范围、待遇标准等方面存在交叉重叠，这在一定程度上影响了制度的整体效能和可持续性；此外，定性不明确还导致长期护理保险在资金筹集、给付模式、服务范围等方面存在诸多问题。例如，在资金筹集方面，尽管《试点意见》规定资金筹集以单位和个人缴费为主，但实践中长期护理保险基金对医疗保险基金的依赖程度很大，这在一定程度上影响了制度的独立性和稳定性。

（二）筹资渠道单一

我国试点城市长期护理保险的资金筹集在原则上应该由参保者个人、用工单位以及政府财政补贴三方责任主体共同承担。一些城市只是提出参保人与用人单位承担保费，但事实上并没有进行强制性缴纳费用。假如长期护理保险制度缺乏参保者本人缴费，那么要保持该项制度良性运转，就需要从其它渠道来获取制度良性发展所需要的大量资金。三方责任主体中的任何一方不去积极履行其应当承担的责任，就无疑会加剧其他责任主体的压力以及诱发重大隐患。就拿如今的城镇职工养老保险来举例子，部分参保人没有按要求缴纳费用，导致长期护理保险在参保者个人责任主体上筹集不到应筹集的资金，若要维持好这一制度继续运转，就需要通过划拨国有资产、社会保险基金等途径来补充差额，这无疑加大了其他两个责任主体的筹资责任。

三、长期护理保险筹资机制发展优化路径

（一）明晰长期护理保险之性质

长期护理保险作为应对老龄化社会的制度性安排，正逐渐从政策构想走向实践操作。这项制度既非传统社会保险的简单延伸，也不是商业保险的纯粹市场化运作，而是以风险共担为基础、多元主体协同为特征的新型保障机制。其本质属性在社会保障功能与市场运行规律的交织中呈现出独特形态，其在我国社会保障体系中占据着日益重要的地位，也被称作社保的“第六险”。[2]从保险类别上看，长期护理保险属于健康保险范畴。其标的物为个体的身体健康情况，与普通的健康保险不同，它更侧重于因年老、疾病或伤残导致失能、失智人群的保障。这类人群需要长期的护理服务，长期护理保险旨在为他们提供护理保障和经济补偿，以应对日常生活照料和医疗护理所产生的费用。按照《关于扩大长期护理保险制度试点的指导意见》对长期护理保险的定义，“以互助共济方式筹集资金、为长期失能人员的基本生活照料和与之密切相关的医疗护理提供服务或资金保障的社会保险制度。”从中可以看出，长期护理保险的保障对象是“长期失能人员”，保障内容是“基本生活照料”“基础医疗护理”。这些关键词表明，长期护理保险保障的是长期失能人员的生存权。长期护理保险具有其独立的社会保险属性。它是独立于养老、医疗、失业、工伤、剩余这五项传统社会保险之外的一项制度安排。虽然与其他社会保险在保障目标上有所差异，但同样遵循社会互助共济的原则，不仅涵盖了医疗费用，还包括非医疗费用，如生活照料、陪伴服务等，为特点人群提供全方位保障。

（二）明确各方主体筹资责任

随着全球人口老龄化加速，长期护理需求激增，传统家庭照护模式逐渐瓦解，公共财政压力日益凸显。长期护理保险作为应对这一危机的核心制度，其筹资机制的设计决定着制度的可持续

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

性和公平性。单一依赖政府或个人的筹资模式已无法满足需求，构建政府主导、社会参与、市场补充、家庭共担的多元化筹资体系势在必行。

个人筹资责任。参保人应当承担筹资财务的首要责任。其一，长期护理保险本质上是一种社会契约，通过个人缴费或储蓄来换取未来护理服务权利。通过预先支付护理成本，避免个人将风险完全转嫁给公共财政。个人作为长期护理保险的直接受益者，直接享受着长期护理保险所带来的福利，依循权利义务相一致原则，享有权利与履行义务互为原因和结果，唯有履行义务才可享有权利。参保人作为长期护理保险的直接享有者和受益者，理应以履行相应义务为对价。[3]其二，财政可持续性的制度保障。个人承担部分筹资责任，能够强化参保人风险和责任意识，避免过度依赖公共财政。长期护理服务具有“准私人产品”属性，收益群体相对特定，完全由政府承担成本易引起道德风险。根据国际经验显示，德国、日本等国的长期护理保险均要求个人按收入比例缴费 (如德国个人缴费占保费50%)，通过成本分担机制控制服务滥用。同时个人筹资可拓宽资金来源，缓解公共财政压力。

用人单位筹资责任。现代企业不仅是经济组织，更是社会契约的参与者。国际劳工组织第102号公约明确要求，雇主应该承担劳动者因失能导致收入中断的风险。用人单位作为劳动收入分配的主要主体，基于法定的劳务合同所要承担的用工责任，用人单位应对本单位职工承担对应的照顾义务，其中便包括对职工进行生活保障层面的投入。基于职工应对未来必然风险和雇主所应承担的社会保障义务之间的联系，雇主应按照雇员工资的一定比例缴纳保险金，以保障雇员退休后的生活。

政府筹资责任。按常理来说，长期护理保险本应当视为传统意义上的个体风险，其责任应当由个人承担，国家不应该主动介入。但随着我国老龄化不断的加剧，当“未复先老”遭遇“少子化”浪潮，传统家庭的护理功能加速瓦解，长期护理风险从个体的风险慢慢转化为社会风险，此时如何应对该种社会风险的责任自然而然的落到了国家的手中。其一，长期护理保险作为应对人口老龄化、保障失能人员基本照护需求的社会保险制度，政府筹资责任是维持该制度可持续运转的核心。我国《关于扩大长期护理保险制度试点的指导意见》明确指出“财政补助是重要筹资渠道之一”。在社会保障体系框架下，长期护理保险具有准公共产品的属性。若仅靠市场机制调整，商业保险公司对高龄、失能失智的群体普遍采取规避策略，政府的介入能够去矫正市场调节的天然缺陷。基于此，当国家公民无法承担长期照护风险时，政府应当承担相应的兜底责任；其二，我国东西部财政能力差距较大，沿海与内陆地区人均收入不平衡，若政府不加以干预，这种区域失衡将导致基本公共服务供给出现“马太效应”，威胁长期护理保障的公平性。政府不仅要承担长期护理保险中的兜底责任，保障公民的生存权，也应当动态调整平衡区域间的保障水平。

此种支持与扶助并非仅指经济上的，而是针对被保险人获得自立、尊严的生活状态。

四、结语

在老龄化社会日益凸显的今天，以长期护理保险来应对老龄化失能的社会风险已经成为学界共识和制度实践，但学界对这一制度赖以形成的理论研究仍然十分匮乏，如何维持长期护理保险制度稳定运行成为重要难题。通过上述分析与探讨，长期护理保险作为应对人口老龄化挑战的重要制度设计，资金问题是长期护理保险能否长远发展的命门，其筹资机制的科学性与可持续性直接决定了整个制度的生命力。在老龄化加速深化的背景下，推进长期护理保险筹资法治化建设，不仅关乎社会保障体系的完善，更是实现 "老有所养 "民生承诺的制度保障。长期护理保险筹资法治化的核心价值在于确立权责对等的制度伦理。长期护理保险做为一项独立的社会保险制度，独立筹资、独立建账。在构建多渠道筹资机制的过程中，需要明确政府、单位、个人三方筹资责任，按照权利义务对等、社会互助共济、各方共担责任的原则优化筹资结构，提高单位和个人缴费责任。[4]长期护理保险筹资法治化本质上是对社会契约的法律确认。通过法律形式固化筹资规则，不但能为制度运行提供稳定预期，还能增强公众对制度的信任度和参与度。值得注意的是，法治化建设不能简单等同于制定条文，更需要建立配套的筹资监管机制、争议解决程序和权益救济等相关渠道为制度可持续发展奠定坚实的社会基础。

参考文献

[1] 李林烨 . 加快建立全国统一的长期护理保险制度 [J]. 人民论坛 , 2024.

[2] 黄亚德 . 我国老年人长期护理保险法律问题研究 [D]. 西北大学 , 2019.

[3] 郑泽惠 . 我国老年人长期护理保险筹资机制研究 [D]. 山西财经大学 , 2022.

[4] 鲁晓明 , 洪嘉欣 . 构建长期护理保险多元筹资机制的法治进路 [J]. 学术研究，2024.

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

“县域货源 + 跨境直播”模式的落地困境与突破路径——以武功县为例

潘宇婷
浙江万里学院，浙江 宁波 315100
DOI:10.61369/IED.2025100009

摘　　要： 返乡创业政策推动下，中西部县域兴起“县域货源 + 跨境直播”的跨境电商新模式，这一模式在实际落地过程中面临诸多困境。本文以陕西省武功县为例，基于政府公开报告、媒体报道及学术文献等资料，分析该模式的作用机制与困境表现。研究发现，返乡创业者在跨境电商实际运行中存在五大困境：区域品牌建设滞后、流量获取受限、物流成本畸高、文化适配偏差。困境根源在于县域资源禀赋与跨境运营能力的结构性错配、平台生态与县域条件的冲突以及政策支持与实际需求的脱节。据此本文提出“本土孵化 + 区域品牌建设 + 设施共享 + 精准政策”的四维优化路径，为后续完善中西部县域跨境电商模式提供参考。

关 键 词： 跨境电商；返乡创业；乡村振兴；县域经济；武功县

Implementation Challenges and Breakthrough Paths of the "County-Level Supply Chain + Cross-border Live Streaming" Model — A Case Study of Wugong County

Pan Yuting
Zhejiang Wanli University, Ningbo, Zhejiang 315100

Abstract: Under the impetus of policies encouraging returnee entrepreneurship, a novel cross-border e-commerce model combining "county-level supply chains with cross-border live streaming" has emerged in central and western Chinese counties. However, this model faces multiple challenges during implementation. Using Wugong County in Shaanxi Province as a case study, this paper analyzes the operational mechanisms and challenges through government reports, media coverage, and academic literature. The research identifies five key obstacles for returning entrepreneurs: lagging regional brand development, limited traffic acquisition channels, exorbitant logistics costs, and cultural adaptation gaps. These challenges stem from structural mismatches between county-level resource endowments and cross-border operational capabilities, conflicts between platform ecosystems and local conditions, as well as policy support misalignment with practical needs. The study proposes a four-dimensional optimization framework comprising "local incubation programs + regional brand building + facility sharing mechanisms + targeted policy interventions," providing actionable insights for refining cross-border e-commerce models in central and western Chinese counties.

Keywords: cross-border e-commerce; rural entrepreneurship; rural revitalization; county-level economy; Wugong County

引言

在国家返乡创业政策推动下，中西部县域兴起 “县域供货 + 跨境直播” 新型跨境电商模式。陕西省武功县作为典范，依托政策红利与资源基础，实现跨境电商辐射 100 余国、2024 年交易额 9500 万亿元的发展成效，为相关研究提供了典型样本。现有研究聚焦农村电商直播困境、返乡创业培训及区域品牌建设，但存在两大缺口：一是对中西部县域 “跨境直播” 落地困境的针对性研究不足，二是缺乏返乡创业政策、县域资源与跨境运营能力的整合分析框架。基于此，本文以武功县为单案例研究对象，采用一手访谈与二手资料结合的方法，核心探究三大问题：该模式在中西部县域落地的具体困境、深层成因及突破路径，为完善县域跨境电商发展模式提供参考。

作者简介：潘宇婷（2002.04-），女，汉族，安徽省亳州人，国际商务硕士在读，研究方向：国际投融资。

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

一、武功县跨境电商发展现状

（一）“县域货源 + 跨境直播”模式的内涵

“县域货源 + 跨境直播”是指返乡创业者依托县域特色农产品或手工艺品，通过 TikTok、Facebook 等海外直播平台，面向海外消费者进行实时销售的新型商业模式。与国内农村电商直播不同，跨境直播面临语言障碍、文化差异、平台规则迥异等额外挑战；与一般跨境电商不同，其货源高度依赖县域本土资源，运营主体多为个体或小微团队 [1]。

该模式呈现四个核心特征。一是货源本土化，依托武功县猕猴桃等特色农产品打造自身核心竞争力。武功县地处关中平原，作为西北地区重要的农产品集散地，丰富的本地货源为跨境直播提供了坚实的产品基础。二是主播返乡化，主播多为返乡青年、新农人，具有本土人脉和货源渠道优势。这些创业者了解本地产品，但与专业主播相比，在直播技能和跨境运营方面存在差距。三是销售跨境化，目标市场为海外消费者，需适配不同国家的消费习惯和审美偏好。武功县的产品主要销往东南亚、中东等市场，不同市场的需求差异增加了运营复杂度。四是运营轻量化，初始投入较低，适合返乡创业者试水。一台手机、一个账号即可开播，降低了创业门槛。然而，这种轻量化运营也意味着抗风险能力较弱 [2]。

（二）武功县跨境电商的发展现状分析

武功县地处陕西关中平原，作为西北重要农产品集散地，自 2014 年布局电商发展，逐步形成 “买西北 · 卖全球” 格局，近年聚焦跨境电商赛道并成效显著。据公开数据，2024 年全县电商销售额 105 亿元，其中跨境电商交易额 9500 万元，2025 年一季度电商交易额同比增长 45.99%；其省级跨境电商产业园已入驻 14 家市场主体，依托亚马逊等平台实现产品销往全球 100 余国。武功县跨境电商发展呈现三大特征：一是政府主导，通过 “电商吹哨、部门报到” 机制、专项扶持政策（年投入 1000 万元）及多平台搭建，构建产业发展高地；二是平台驱动，与京东合作打造智能供应链，全链条优化使农产品损耗率降至 7.3%；三是培训先行，构建完整培训与孵化体系，累计培育专业人才 2000 余人、孵化电商主播百余名，推动农产品品牌溢价 10% 以上。目前，当地农户已初步探索 “直播 + 短视频” 模式，部分企业已实现跨境布局，其发展经验对中西部县域具有借鉴价值，但返乡创业者在实际运营中仍面临多重困境，制约模式可持续发展。

二、武功县跨境电商困境分析

通过定性与定量分析，发现武功县在“县域货源 + 跨境直播”模式运行中存在以下核心困境。

（一）人才短缺

复合型跨境主播供给不足。尽管武功县已开展返乡创业者培训 950 余人次，但跨境直播所需的语言能力、跨文化沟通及专业运营技能等综合素质培育周期长，短期培训难以适配需求，导致培训转化率仅 15%-20%，仅孵化 63 个创业团队（实际参与跨境直播约 150-200 人）。同时，县域缺乏龙头企业与优质产业环境，薪资与就业氛围吸引力不足，造成跨境电商专业人才稀缺，高端人才尤为匮乏，主播直播内容同质化问题突出 [3]。

（二）流量困境

平台获客成本高企。武功县返乡创业者在 TikTok 等海外平台直播时，自然流量稀缺且付费推流成本高；海外平台算法倾向倾斜流量给成熟账号，新手准入门槛高。此外，县域尚未形成多主体协同的直播电商生态圈，创业者多以个体经营为主，缺乏专业运营团队支撑，难以在市场竞争中突围 [4]。

（三）物流困境

跨境供应链成本畸高。尽管武功县与京东合作构建智能供应链，将农产品损耗率降至 7.3%，但跨境物流涉及县域 - 国内枢纽 - 港口 - 目的国多环节链条。中小微电商企业受规模与费用限制，多依赖国际小包或快递，面临配送慢、周期长、追踪难、退换货复杂及包裹破损丢包等问题，物流成本成为县域农产品跨境销售的关键瓶颈 [5]。

（四）文化困境

本土叙事与海外偏好错位。国内直播中 “原生态”“农家味” 等乡土元素可唤起消费者情感共鸣，但海外消费者缺乏相关文化背景，县域创业者沿用的国内营销话术难以获得认可。而创业者缺乏跨文化营销知识与经验，不能构建适配海外市场的叙事体系，文化适配难题凸显 [6]。

（五）品牌困境

区域品牌国际认知度低。武功县 “武功小子” 等品牌在国内具有一定知名度，但国际品牌建设仍处于孕育期，产品多依赖价格竞争，品牌溢价能力弱。目前县域跨境电商市场主体少、贸易渠道窄、交易量有限，产业集群效应不显著，缺乏类似曹县 “产业带 + 跨境电商” 的集群支撑，单个企业品牌建设成本高，制约区域品牌国际化进程 [7] 。

三、电商困境的成因解析与优化路径研究

（一）武功县跨境电商困境成因

1.资源基础与运营能力的结构性错配。

基于资源基础观理论，武功县返乡创业者具备多重先天发展优势：一是依托关中平原农业产区形成的特色货源优势；二是地方政府每年列支 1000 万元电商专项资金所带来的政策扶持优势；三是返乡群体依托本土社会关系形成的本地化渠道与网络优势。但与之形成鲜明反差的是，创业者普遍存在跨境运营能力短板，突出表现为外语应用能力薄弱、跨境平台运营经验不足、海外市场推广知识欠缺及跨文化沟通能力滞后。已有研究证实，政策认知水平对创业绩效具有显著正向影响，但现有扶持政策仍以普惠式培训为主，对专业化运营能力的培育针对性不足。培训转化率数据显示，累计 950 余人次培训仅孵化 63 个创业团队，直接反映出培训供给与实际创业需求存在明显脱节。这种“资源充裕、政策到位、能力滞后”的结构性矛盾，是制约模式发展的根本性原因。

2.全球平台生态与县域发展条件的适配性冲突。

既有研究指出，平台生态逻辑与中小内容生产者之间存在内在结构性矛盾，而这一矛盾在跨境电商场景中进一步凸显。海外电商平台的算法机制更倾向于向成熟账号与高质量内容倾斜流量，显著抬升了县域新手主播的流量获取门槛；同时，平台规则体系复杂且迭代迅速，县域创业者普遍缺乏专业研判与动态应对

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

能力。平台生态所呈现的“头部集聚效应”与“城市偏向特征”，与县域主体的资源条件、运营能力形成明显冲突。此外，县域传统电商主体对跨境模式认知不足，受既有经营模式与思维路径约束，对报关、通关、海外履约等全流程操作缺乏系统性认知，进一步加剧了发展张力。

3.政策供给体系与创业真实需求的错位脱节。

武功县虽已形成力度较大、覆盖面较广的电商扶持体系，但政策实施的精准性与有效性仍有待提升。相关研究表明，创业培训效能高度依赖内容供给与主体需求的匹配程度。当前政策供需错位主要体现在三方面：一是培训内容偏重于通用基础技能，对跨境直播必需的语言应用、跨文化传播、海外合规运营等专业技能覆盖不足；二是补贴机制以培训场次为核心导向，与创业者实际经营业绩、跨境交易成效关联度较弱；三是政策制定与动态调整缺乏需求端反馈机制，培训转化率偏低等现实结果，直观反映出政策供给与创业者真实需求之间存在差距。

（二）优化路径研究

1.构建本土人才孵化体系，提升培训转化效能

基于创业培训与实际需求的适配性原则，构建“培训－实训－孵化”一体化人才培育体系，具体路径包括：其一，课程体系迭代，从通用技能培训转向跨境专项能力培育，增设语言应用、跨文化沟通、海外平台规则解析等核心模块，联动本地职业院校共建跨境直播相关专业，实现人才培养与产业需求的精准对接；其二，培训模式创新，由集中授课转向“师徒制＋场景化实训”，邀请跨境电商实操专家担任导师，强化实操能力与问题解决能力培育；其三，激励机制优化，将单一培训补贴转向创业绩效导向的奖励模式，对成功开播并达成交易的创业者给予专项扶持，以正向激励提升培训转化率与创业存活率。

2.强化区域品牌建设，构建流量协同生态

借鉴“多主体参与的乡村直播电商生态圈”理论，从品牌与流量双维度优化运营策略：一是县域层面整合产业资源，打造“武功出品”区域公共品牌，通过标准化品质管控与统一品牌叙事，降低海外市场信任成本；二是构建“官方旗舰号＋N个达人账号”的矩阵化运营体系，形成账号间导流互哺、协同推广的传播格局，提升品牌曝光度与用户触达效率；三是深化平台协同合作，积极争取跨境电商平台的县域专项流量扶持政策，推动新手流量池倾斜与区域性流量资源赋能，破解流量获取困境[8]。

3.完善跨境物流网络，推进基础设施共享

以降低物流成本、提升配送效率为核心，构建集约化物流服务体系：其一，推进物流需求集约化，整合县域内中小微创业者的物流订单，通过规模效应与物流企业开展集采谈判，获取成本优势；其二，深化头部企业合作，与京东等龙头物流企业共建跨境物流服务节点，完善县域至国内枢纽、港口及目的国的全链条物流支撑[9]；其三，创新物流模式，探索“边境仓”前置布局，在霍尔果斯等关键口岸设立仓储设施，缩短跨境运输周期，提升客户体验。

4.优化政策支持体系，实现供需精准适配

构建需求导向型政策支持框架，提升政策实施效能：一是补贴机制转型，将“按培训场次补贴”调整为“按实际成交绩效补贴”，依据直播GMV（商品交易总额）设定阶梯式激励标准，强化政策与创业绩效的关联性[10]；二是风险保障机制构建，设立跨境直播专项风险补偿金，对试播期内未达预期收益的创业者给予适度补偿，降低创业试错成本；三是政策动态调整机制建立，搭建常态化政策需求反馈渠道，定期归集创业者诉求，动态优化政策内容与培训体系，提升政策供给与创业需求的适配度。

四、结语

本文以陕西省武功县为典型案例，依托二手资料系统剖析“县域货源＋跨境直播”模式的实践困境与优化路径。研究表明，该模式在中西部县域落地过程中，面临人才供给不足、平台流量获取困难、跨境物流成本偏高、跨文化营销适配偏差及区域品牌建设滞后等多重约束，且各类困境相互交织、叠加放大，显著制约模式可持续运行。究其根源，在于县域资源禀赋与跨境运营能力存在结构性错配、海外平台生态与县域发展条件不相适应、现有扶持政策与返乡创业者实际需求存在脱节，其中资源与能力的结构性错配构成根本性制约。据此，研究提出“人－货－场－流－策”五维协同的突破思路，强调人才孵化、流量运营、供应链整合、文化适配与政策支持的系统性优化。 理论层面，本研究将资源基础观引入县域跨境电商分析框架，明晰了“县域货源＋跨境直播”模式的困境谱系与形成机理，拓展了县域电商与返乡创业领域的实证研究。实践层面，研究启示中西部县域发展跨境电商应实现政策扶持从“大水漫灌”向“精准滴灌”、发展重心从硬件投入向能力培育、支持方式从个体扶持向生态构建的转型。受限于研究范围与数据类型，本文以单案例定性与定量分析为主。未来可通过深度访谈、大样本问卷调查等方式进一步量化困境影响因子，并开展多区域、多县域比较研究，从而增强结论的普适性与解释力，为中西部县域依托跨境电商推动返乡创业高质量发展提供更为扎实的理论与经验支撑。

参考文献

[1] 曹琬琪 . 农村跨境电商发展现状及挑战研究——以曹县为例 [J]. 山东开放大学学报，2025(2)：80-83.

[2] 陈自林，蒋思琦，简玉欢，等 . 乡村振兴视域下猕猴桃个体户“直播＋短视频”营销策略研究——以武功县董家村为例 [J]. 新闻传播，2024(1)：70-72.

[3] 张秀芹，等 . 乡村直播电商经济发展的现实困境与优化建议 [J]. 农业经济，2025(8)：138-140.

[4] 方鸣 . 创业培训、政策获取和农民工返乡创业绩效 [J]. 北京工商大学学报 (社会科学版)，2021，36(6)：116-126.

[5] 王平 . 数字经济赋能农村电商直播的逻辑、困境与路径 [J]. 农村农业农民，2025(8).

[6] Zhao，L. (2024). Selling rural China：The construction and commodific tion of rurality in Chinese promotional livestreaming[J]. Media，Culture & Society，46(3)：481-499.

[7] 李纯青，沈媛，王倩楠，董联党 . 基于品牌杠杆理论的区域品牌发展过程模型——数智化赋能武功县电商发展的案例研究 [J]. 管理案例研究与评论，2023(5).

[8] 何园园 . 农产品数智化直播电商发展窘态及破解路径研究 [J]. 中国市场，2025.

[9] 熊义淇，王诚 . 数智化背景下农产品直播电商的发展困境与优化策略 [J]. 农村经济与科技，2025，36(10)：1-4.

[10] 李宇成 . 数字经济时代下农村电商直播策略研究 [J]. 电子商务评论，2025，14(4)：955-959.

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

数字化赋能智慧管理视角下住宅小区物业服务品质提升研究——以慈溪恒元悦城玖号为例

王少雄

慈溪市土地勘测规划设计院有限公司，浙江 慈溪 315300

DOI:10.61369/IED.2025100010

摘　　要： 数字经济浪潮下，数字化转型成为住宅小区物业服务品质升级的核心驱动力。本文主要以数字化赋能智慧管理视角下住宅小区物业服务品质提升研究为重点进行阐述，首先分析慈溪恒元悦城玖号物业服务现状与传统模式痛点、数字化赋能智慧管理在恒元悦城玖号的应用实践，其次从推进适老化改造，破解老年群体数字化适应难题、强化数据安全防护，筑牢业主信息安全防线、深化技术与服务融合，打造有温度的智慧物业几个方面深入说明并探讨，旨意在为相关研究提供参考资料。

关 键 词： 数字化赋能；智慧管理；住宅小区；物业服务品质；恒元悦城玖号

Research on the Improvement of Property Service Quality in Residential Communities from the Perspective of Digital Empowerment for Smart Management — A Case Study of No.9 Hengyuan Yuecheng, Cixi

Wang Shaoxiong

Cixi Land Surveying, Planning, and Design Institute Co., Ltd., Cixi, Zhejiang 315300

Abstract: In the context of the digital economy, digital transformation has emerged as the core driving force for upgrading the quality of property services in residential communities. This paper primarily focuses on the research of enhancing property service quality in residential communities from the perspective of digital empowerment for smart management. It first analyzes the current status of property services and the pain points of traditional models in No.9 Hengyuan Yuecheng, Cixi, as well as the application practice of digital empowerment for smart management in the community. Subsequently, it delves into and discusses several aspects, including promoting age-friendly renovations to address the challenges of digital adaptation for the elderly population, strengthening data security protection to safeguard homeowners' information security, and deepening the integration of technology and services to create a warm and intelligent property management environment. The aim is to provide reference materials for related research.

Keywords: digital empowerment; smart management; residential communities; property service quality; No.9 Hengyuan Yuecheng

在新型城镇化快速推进和居民生活水平不断提高背景下，住宅小区物业服务逐步朝着多元化、高品质服务方向转变。以往物业服务模式依然存在诸多问题，无法满足现代小区治理和业主个性化要求。随着数字化技术、物联网技术广泛运用，为住宅小区物业服务智慧化转型夯实了技术基础。慈溪恒元悦城玖号花园是慈溪市文化商务区核心区域的现代化住宅小区，既配套完善，也规模适中，这一小区物业服务数字化转型实践拥有典型代表性。本文以慈溪恒元悦城玖号小区为案例，深入研究数字化赋能智慧管理下住宅小区物业服务品质提升的成效与优化方向，以期为城市住宅小区智慧化治理与服务升级提供实践借鉴。

一、慈溪恒元悦城玖号物业服务现状与传统模式痛点

（一）小区基本概况

慈溪恒元悦城玖号花园（悦城玖号花园）位于慈溪市文化商务区核心区域，地理位置优越，配套资源完善。项目规划建设高层住宅 8 幢，其中 8 号楼为会所和物业管理办公室，建筑面积 1996.48 平方米；项目总建筑面积约 23.97 万平方米，地上建筑面积约 15.24 万平方米，地下建筑面积约 8.73 万平方米。小区居住规模适中、绿化环境优美，是集居住、休闲、便民服务于一体的现代化高端住宅小区，由宁波悦城玖号物业服务中心负责日常管理与服务工作[1]。最近几年，业主对居住品质、服务效率、安全保障等方面需求不断提升，小区以往所应用的物业服务模式无

 | Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

法顺应当前多元化、个性化需求，推进数字化智慧管理建设迫在眉睫。

（二）传统物业服务模式痛点

（1）服务响应效率低下，业主体验不好

在传统模式下，业主报修、业主投诉等坚持以电话沟通为主，信息共享环节复杂，增加信息泄露、传递偏差等问题的发生。物业人员了解相关需求后，应人工整理、分类，再手动指派维修人员和服务人员，确保精准派单[2]。再加上人工记录工单、跟踪进度等因素响应延迟，多数简单维修工作也要投入更多的时间与精力。多数复杂问题因沟通不够及时、流程不完善，业主难以及时掌握各项工作处理进度，经常出现不好情绪，增加投诉次数，严重影响业主对物业服务总体评价。

（2）安全管理存在漏洞，防控能力薄弱

小区安全管理始终坚持以人工值守为基础，依然存在着很多问题。在小区入口与出口由保安记录访客和车辆，不单单效率低，还增加漏登风险，不管是外来人员，还是一些陌生车辆随意进入小区等，在一定程度上给业主居住安全带来了隐患。公共区域监控设备老旧、覆盖不全，多数楼道、低下车库等拥有盲区，高空抛物问题无法进行追溯。电梯、消防设施等重要设备安全运行都依靠人工，不能进行有效监测，故障预警滞后，易引发电梯困人、消防设施失效等安全事故，难以形成全方位、全天候的安全防控体系[3]。

（3）设施运维成本高，管理精准度不足

慈溪恒元悦城玖号设施设备种类多，如电梯、供电、消防，以往所应用运维模式始终以人工巡检为基础。维修人员每天都要巡查设备设施具体状态，不仅要花费大量时间，还要投入很多精力，难以实现全范围巡检，增加漏检概率。设备维修没有数据加以支持，单单凭借维修人员积累经验进行判断，经常发生维修不到位情况，这样不仅要投入更多运维成本，还会缩短设备运用时间。另外，设施设备的台账采用纸质记录，更新不及时、查询不便，未开展全生命周期精细化管理，造成多数设施始终处于“带病运行”状态。

二、数字化赋能智慧管理在恒元悦城玖号的应用实践

（一）搭建智慧服务平台，破解响应效率低问题

对于传统服务响应滞后、流程繁琐这一问题，恒元悦城玖号采用智慧物业管理系统，建设“PC端后台＋业主移动端小程序”一体化服务平台，使物业服务呈现线上化、智能化，积极应对服务过程中问题。业主不用打电话仅仅登录手机小程序，就能够提交报修申请，必要时上传维修图片，精准叙述需求细节，系统自动呈现工单且记录数据信息，防止信息发生遗漏的问题。物业端依托PC后台直观呈现工单，结合工单具体类型、紧急状态，及时配置相对应的服务人员，实现智能派单，不用人工调度[4]。同时业主登录小程序及时了解工单处理具体情况，完成处理工作后可进行线上评价，呈现“提交－派单－处置－评价”的闭环管理。另外，随着这一平台有效运用，小区物业服务平均响应时间逐步缩短，紧急报修响应时间不超过5分钟，工单办结率明显提高，业主体验感越来越好。

（二）安装智能安防设备，应对安全管理问题

为解决传统安全防控漏洞多、效率低的问题，小区引入物联网技术与人工智能技术，安装智能安防设备，构建事前预防“事前预防、事中管控、事后追溯”的立体安防体系，全方位的夯实了居住安全基础。在小区出口、入口，安装人脸识别门禁和车牌识别道闸，业主仅仅刷脸就能够顺利出入，不用人工验证；访客登录业主小程序预约，获得临时通行二维码，系统直接生成访客具体进出信息，应对外来人员随意进出的问题。不管在楼道区域，还是在电梯区域、地下库区域，安装高清监控摄像头，确保全方位监控，而监控画面都要传递到物业后台系统中，便于物业人员实时掌握小区具体情况[5]。同时，安装高空抛物AI监测设备与消防智能监测终端，高空抛物设备全天运转进行抓拍，AI智能识别异常行为，若是发现高空抛物，应马上发布预警信息传递到物业后台中、业主手机中，便于快速追溯责任人；消防监测终端可直观呈现消防水压数据、烟感数据、温感数据等，电梯运行监测设备实时监控电梯具体运行情况，如果出现异常行为，系统会马上发出预警，工作人员第一时间赶赴现场处置，及时把安全隐患消灭在萌芽状态。

（三）推进设施运维数字化，破解运维成本高、精准度低痛点

为解决传统设备运维坚持以人工、成本高、精准度不足的问题，小区依托数字化技术开展设施设备全生命周期管理，促使巡检工作向着智能化、维修精准化方向转变，在减少运维成本投入的同时，也提高整体管理能力[6]。以下从多个方面进行阐述：其一建设设施设备数字化管理平台，建设电子台账，呈现具体设备型号信息、巡检记录、保障计划信息等，淘汰以往纸质台账，使台账可实施更新、便捷查询，保障设施设备信息能够追溯。其二不管是维修人员，还是巡检人员，都应下载智能巡检终端，明确巡检路线，当人员到达指定位置后，进行终端打卡、上传巡检照片，系统能够快速收集巡检路线，防止出现漏检与代检的问题，实现巡检全覆盖。同时，在电梯水泵等重要设施中部署传感器，主要的作用就是收集设备相关数据信息，实时共享到数字化管理平台中，系统依托大数据技术，识别设备故障风险，提前指定维护保养方案，进而从事后维修转变朝着事前预防方向转变，降低故障维修次数，使设备进行有效运用[7]。另外，依托数据分析，及时了解到高频故障设备与运维薄弱环节，完善运维计划，合理安排运维资源，防止过于关注维修工作，投入不必要成本。|

三、数字化物业服务品质提升的优化策略

（一）推进适老化改造，破解老年群体数字化适应难题

为解决小区老年业主难以快速操作智能设备这一问题，应以数字化＋人性化原则为中心，关联老年群体服务要求，防止出现数字化服务鸿沟。以下从两个方面进行阐述：其一完善业主小程序操作界面，优化才做流程，增加语音播报功能，设计老年专属

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

服务模块，其中包含缴费功能、报修功能以及求助功能，可进行一键操作，提高老年业主运用便捷性。其二保留线下服务窗口，继续提供传统服务模式，配置对应的人员辅助老年业主应用智能设备[8]。同时，在小区公告栏、单元门口张贴小程序操作指南，确保图文并茂，方便老年业主在各个时间进行观看与学习，定期开展老年业主数字化操作培训活动，帮助老年业主提高自身数字化适应水平，实现数字化服务每一位业主。

（二）强化数据安全防护，筑牢业主信息安全防线

数字化物业服务包含业主身份证号、手机号、房产信息、缴费记录等，这部分信息相对重要，数据安全作为数字化转型基本条件，应大力开展数据安全管理。以下从多个方面进行阐述：其一构建完善数据安全管理制度，确定数据采集标准、明确数据运用与保存要求，严禁非法收集、滥用业主信息，规范工作人员的数据操作行为，签订数据安全责任书，明确责任分工，对违规操作行为进行严肃处理。其二依托现代化先进技术防护方法，针对业主隐私数据开展保存，明确分级权限管控标准，各个岗位人员仅仅观看权限中的数据，避免数据出现泄露的问题；做好数据备份工作，防止数据出现丢失，更要安装网络安全防护设备，快速识别网络安全漏洞，及时应对遇到的问题。其三 大力开展工作人员数据安全培训活动，培训内容包含数据安全知识、网络安全防护知识，帮助人员增强自身安全意识，提高其自身防护水平，同时依托业主小程序分享数据安全提示，使业主及时认清保护自身信息重要性，形成“物业防护＋业主自律”的双重安全体系，切实保障业主信息安全[9]。

（三）深化技术与服务融合，打造有温度的智慧物业

现阶段多数数字化服务始终拥有“重技术、轻服务”的问题，业主具体要求和技术应用未融合，缺乏人文关怀，应持续注重技术和服务结合，使数字化服务不仅具备效率，还拥有温度。以下从两个方面进行阐述：其一完善与调整智慧平台功能，结合业主实际要求，增加对应服务模块，如对于老年业主的紧急求助功能、对上班族的快递代收代寄服务等，适配业主多元化要求，确保服务针对性与实用性[10]。其二加强服务人员培训，除了要帮助工作人员提高自身数字化操作水平，还可以有效运用智慧平台处理多样化服务诉求，也要具备较强服务意识以及互动能力，更要注重人文关怀，如对老年业主、独居业主定期进行电话回访，掌握其生活需求，提供上门帮扶服务。另外，还应该构建完善服务反馈机制，整合业主对数字化服务的意见，完善平台功能，优化服务流程，使智慧物业拥有高效性、人文温度，增强业主满意度和归属感。

四、结束语

综上所述，数字化赋能智慧管理为慈溪恒元悦城玖号物业服务品质提升提供了有效路径，通过搭建智慧服务平台、完善智能安防、推进设施运维数字化，有效破解了传统服务痛点。但数字化转型仍需破解老年群体适应难题、强化数据安全、深化技术与服务融合。本文的案例研究与优化策略，可为同类住宅小区物业服务数字化转型提供实践借鉴，助力推动智慧物业高质量发展，切实提升业主居住体验与小区治理水平。

参考文献

[1]何晴 .数字化转型背景下小区物业服务创新探索 [J].住宅与房地产 ,2025,(22):50-52.

[2]李正光 .智慧物业管理系统对多元业态物业的创新与影响 [J].大众标准化 ,2025,(07):160-162.

[3]陈燕 .物业服务“忠信制”，破解行业发展困局 [J].城市开发 ,2024,(09):94-97.

[4]张露云 .小区安全管理及应急救援能力提升数字化方案探讨 [J].住宅与房地产 ,2024,(16):43-44.

[5]胡志明 , 刘畅 , 张辰悦 .智慧城市背景下社区数字化建设研究——基于金华市的调研 [J].科技创业月刊 ,2023,36(12):78-82.

[6]金厚桥 , 江斌 .构建住宅小区物业管理新格局——《宁波市住宅小区物业管理条例》亮点解读 [J].宁波经济 (三江论坛),2022,(07):33-35.

[7]杭州市人民政府办公厅关于印发杭州市加强住宅小区物业综合管理三年行动计划 (2019—2021 年) 的通知 [J].杭州市人民政府公报 ,2019,(06):17-20.

[8]陈月娟 .智能化小区物业管理系统的研究与构建 [J].大庆师范学院学报 ,2018,38(06):76-79.

[9]邢迪 .基于空间可视化技术的三维小区物业管理信息系统 [J].科技与创新 ,2016,(13):12-15.

[10]东艳丽 .住宅小区楼宇对讲的数字化发展趋势解析 [J].科技展望 ,2015,25(14):161.

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

企业虚拟社区边缘用户共享行为影响因素研究——以华为互动社区为例

姜蕴莉，周逸寒
江西财经职业学院，江西 九江 332000
DOI:10.61369/IED.2025100011

摘　　要： 在知识经济背景下，企业虚拟社区已成为用户知识交流与价值共创的重要载体。本研究以华为互动社区边缘用户为对象，基于社会交换理论与计划行为理论构建结构方程模型，系统探究其知识共享行为的影响因素及作用机制。结果表明：个体因素影响最为显著，社区环境因素次之，技术设计因素相对较弱；单纯物质激励对深度沉默型边缘用户无显著影响，参与能力未表现出显著作用。本研究是前期用户画像、用户分层与 SEM 研究的深化与细分延伸，研究成果为企业虚拟社区的精细化运营及边缘用户有效激活提供理论依据与实践参考。

关 键 词： 结构方程模型；企业虚拟社区；边缘用户；知识共享行为；华为互动社区

Research on the Influencing Factors of Edge User Sharing Behavior in Enterprise Virtual Communities — A Case Study of Huawei Interactive Community

Jiang Yunli, Zhou Yihan
Jiangxi Vocational College of Finance and Economis, Jiujiang, Jiangxi 332000

Abstract: In the context of the knowledge economy, corporate virtual communities have become important vehicles for user knowledge exchange and value co-creation. This study takes the edge users of Huawei's interactive community as the research object, constructs a structural equation model based on social exchange theory and theory of planned behavior, and systematically explores the influencing factors and mechanisms of their knowledge sharing behavior. The results show that individual factors have the most significant impact, followed by community environmental factors, and technical design factors are relatively weaker; pure material incentives have no significant effect on deep-silent edge users, and participation ability does not show a significant effect. This study is a deepening and subdivision extension of previous research on user personas, user segmentation, and SEM. The research findings provide theoretical basis and practical reference for the refined operation of corporate virtual communities and the effective activation of edge users.

Keywords: structural equation modeling; enterprise virtual community; fringe users; knowledge sharing behavior; Huawei interactive community

引言

在知识经济时代，知识已成为企业获取核心竞争力的关键战略资源，企业虚拟社区为用户获取信息、交流经验、参与企业价值共创提供开放便捷的平台[1]。华为互动社区自运营以来，积累海量用户生成内容，为产品迭代与品牌忠诚度提升提供重要支撑。当前社区存在大量边缘用户，表现为仅浏览、少互动、低贡献的行为特征，知识共享行为不足，成为制约社区活跃度与知识生态完善的瓶颈。现有研究多聚焦活跃用户与持续贡献者，针对边缘用户这一关键转化阶段的研究相对匮乏。在前期研究中，已通过数据挖掘完成华为互动社区用户画像构建，并将用户划分为边缘用户、浏览用户、社交用户、评论解答用户、建议用户五类；进一步依据生命周期将其归为导入期、成长期、成熟期三个阶段，其中边缘用户与浏览用户共同构成导入期用户群体，是社区最需激活的潜在用户[2]。

基于上述研究基础与实践需求，本研究运用结构方程模型，专门针对导入期中参与度最低的边缘用户群体展开深度实证分析，揭示其知识共享行为的影响路径与差异机制，为前期用户分层运营策略提供微观支撑，推动社区用户激活与精细化运营落地。

基金项目：江西省教育厅资助人文社会科学研究项目“基于用户画像和 SEM 模型的企业虚拟社区用户共享行为研究”（编号：GL24122）。
作者简介：
姜蕴莉（1978-），女，蒙古族，内蒙古呼伦贝尔人，硕士，副教授，研究方向：计算机应用技术、数据挖掘；
周逸寒（1994-），女，汉族，江西九江人，硕士，助教，研究方向：知识管理与知识服务。

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

一、相关理论基础与概念界定

（一）核心概念界定

（1）企业虚拟社区：由企业主导发起，依托互联网平台构建，围绕企业产品、品牌或技术，为用户提供交流互动、知识共享的虚拟空间，其核心价值在于促进用户间的知识流动，降低企业获取用户反馈与创新信息的成本。

（2）边缘用户：指在华为互动社区中参与度极低、几乎不主动发起互动行为、仅偶尔被动进入社区的用户群体，属于用户生命周期的导入期。该群体登录频次极低、互动行为极少，以浅层浏览为主，尚未形成稳定参与习惯，是从“围观者”向“参与者”转化的临界群体。

（3）知识共享行为：指用户自愿向社区内其他成员传递知识、经验、信息的行为。对于边缘用户而言，其知识共享行为多以浅层共享为主，主要包括点赞、转发、收藏等简单操作，深度发帖、专业解答等深度共享行为极为罕见。

（二）理论基础

（1）社会交换理论：该理论认为，个体的行为决策受收益与成本权衡的影响，在企业虚拟社区中，激励机制、信任关系、互惠规范、社区氛围等环境因素，会显著影响用户的知识共享意愿与行为。

（2）计划行为理论：该理论认为，个体行为受行为态度、主观规范和知觉行为控制的共同影响，其中行为态度反映个体对知识共享行为的正向或负向评价，主观规范体现社会环境对个体行为的约束与引导，知觉行为控制反映个体对自身能否完成知识共享行为的感知能力。三者协同作用，共同决定边缘用户知识共享的意愿与实际行为，是本研究分析个体因素影响机制的核心理论支撑[3]。

（3）结构方程模型（SEM）：一种整合因子分析与路径分析的多元统计方法，能够有效检验潜变量之间的因果结构关系，因具备较强的科学性与适用性，已被广泛应用于虚拟社区用户行为相关研究中[4]。

二、华为互动社区边缘用户知识共享现状与问题

华为互动社区的边缘用户以18－30岁技术爱好者和初入职场工程师为主，具备一定知识储备与潜在贡献能力，但缺乏主动参与知识共享的动力，行为上呈现“重浏览、轻互动”特征，主动发帖、回帖参与度极低。基于此，其知识共享存在三大核心问题：一是参与意愿不足，超70%仅停留于浏览，主动回帖、发帖比例分别不足15%和5%；二是内容质量偏低，少数参与者的评论多为浅层表述，缺乏技术深度与经验总结；三是参与持续性弱，行为偶发且易因缺乏反馈、门槛过高退出。结合上述特征与问题，其成因可归纳为三个维度：个体层面，参与动机不足、感知有用性低，参与能力未有效转化；环境层面，社区氛围冷淡、反馈不及时，激励机制失效；技术层面，操作流程复杂、信息推送不精准，增加参与难度并降低参与意愿。

三、研究模型与假设

（一）模型构建

本研究以边缘用户的知识共享行为意愿为内生潜变量，结合现有理论与研究现状，设置三大外生潜变量（用户个体因素、社区环境因素、技术设计因素），构建边缘用户知识共享行为影响因素的结构方程模型，如图1所示。

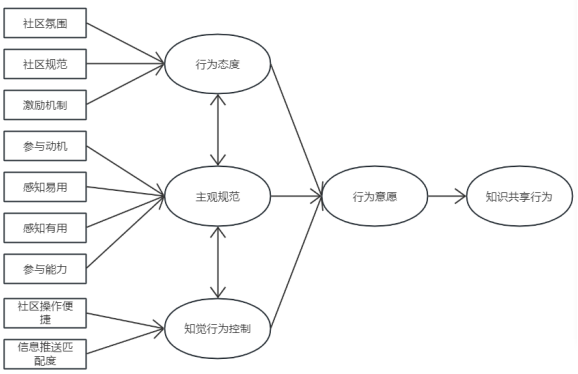

图1 理论模型图

（二）研究假设

H1：用户个体因素对边缘用户知识共享意愿具有显著正向影响

H1a：参与动机越强，边缘用户的知识共享意愿越高

H1b：感知易用性越强，边缘用户的知识共享意愿越高

H1c：感知有用性越强，边缘用户的知识共享意愿越高

H1d：参与能力越强，边缘用户的知识共享意愿越高

H2：社区环境因素对边缘用户知识共享意愿具有显著正向影响

H2a：社区氛围越好，边缘用户的知识共享意愿越高

H2b：社交规范越明确，边缘用户的知识共享意愿越高

H2c：物质激励越强，边缘用户的知识共享意愿越高

H3：技术设计因素对边缘用户知识共享意愿具有显著正向影响

H3a：操作便捷性越强，边缘用户的知识共享意愿越高

H3b：信息推送匹配度越高，边缘用户的知识共享意愿越高

四、数据收集与处理

（一）数据收集

本研究严格以华为互动社区的边缘用户（导入期）为调查对象，通过社区站内信、相关用户微信群等渠道发放调查问卷，广泛收集研究数据。本次调查共发放问卷350份，回收有效问卷312份，有效回收率为89.14%。该样本量满足结构方程模型的基本样本要求，能够保障后续实证分析结果的可靠性。

（二）数据预处理

信度检验采用Cronbach's α 系数对问卷数据进行内部一致性检验，结果显示各潜变量的Cronbach's α 系数均大于0.8，表明本次收集的问卷数据具有良好的内部一致性，测量工具稳

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

定可靠；效度检验通过KMO检验与Bartlett球形检验验证数据的结构效度，其中KMO值为0.892，Bartlett球形检验结果显著（p<0.001），表明数据适合进行因子分析，进一步通过主成分分析法提取因子，方差累积解释率达71.4%，各观测变量在对应因子上的载荷均大于0.6，说明问卷数据的结构效度良好。

五、结构方程模型分析

（一）初始模型拟合

运用AMOS 26.0软件对初始构建的结构方程模型进行拟合检验，结果如表1所示。初始模型的各项拟合指标均未达到理想标准，表明模型结构有待修正。

表1 初始模型拟合指标

拟合指标	χ^2/df	RMSEA	CFI	TLI
初始模型值	3.45	0.087	0.88	0.86
理想标准	<3.00	<0.08	>0.90	>0.90

（二）模型修正

依据模型修正指数及理论合理性，对初始模型进行如下系统性修正：

（1）增加残差相关路径：在“感知易用性”与“感知有用性”的残差之间添加相关路径。该修正的MI值为23.6，且符合技术接受模型的理论预期——用户对系统易用性的感知会正向影响其对系统有用性的判断，因此具有充分的统计依据与理论支撑。

（2）删除“物质激励”观测变量：该变量的路径系数为0.09（p=0.21>0.05），未达到统计显著水平，说明单纯物质激励对深度沉默边缘用户效果不明显，删除该变量可精简模型结构。

（3）删除“参与能力”观测变量：该变量的路径系数为0.11（p=0.14>0.05），未达到统计显著水平，说明参与能力并非制约边缘用户知识共享行为的关键因素。删除后有助于优化模型拟合效果。修正后的理论模型如图2所示。

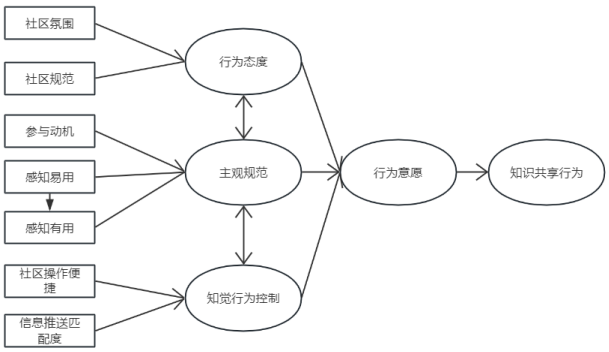

图2 修正后的理论模型图

（三）修正模型拟合结果

对修正后的模型重新进行拟合检验，结果如表2所示。修正模型的各项拟合指标均达到良好标准，表明修正后的模型与样本数据具有较好的适配性。

表2 修正模型拟合指标

拟合指标	χ^2/df	RMSEA	CFI	TLI
初始模型值	2.18	0.052	0.95	0.893

综合上述结果，本研究提出的所有保留假设均获得实证支持。而“激励机制”与“参与能力”两个变量对边缘用户的知识共享行为无显著作用，与初始假设不符。修正模型路径系数检验结果表明，三大外生潜变量均对内生潜变量边缘用户知识共享行为意愿存在显著正向影响，影响程度由强至弱依次为：用户个体因素（路径系数0.45）影响最为突出，其次为社区环境因素（路径系数0.38），技术设计因素（路径系数0.29）的影响效果相对最弱。

六、 影响因素分析与优化促进建议

（一）用户个体因素

根据模型实证检验结果，用户个体因素为影响边缘用户知识共享行为意愿的核心驱动因素，影响效应最为显著。其中参与动机、感知易用性与感知有用性是关键内在变量，直接主导用户的共享意愿与实际行为选择。基于此，平台应重点针对新手用户优化内在感知与参与动力：简化社区入门操作流程，搭建清晰易懂的新手引导体系，降低初期使用门槛，提升用户感知易用性；减少低效物质激励，以积分、勋章、排名荣誉等精神激励手段激发用户内在参与动机，强化共享成就感；同时提供标准化发帖、回帖内容模板，明确知识分享的内容范式，降低首次共享成本，引导边缘用户主动开展知识输出行为。

（二）社区环境因素

社区环境因素是影响边缘用户知识共享意愿的重要支撑因素，影响程度仅次于用户个体因素。社区整体氛围、社交互动环境以及平台行为规范，会显著作用于用户参与体验与心理归属感，进而间接影响其知识共享倾向[5]。对此，平台可搭建专属新人交流专区，为边缘用户提供独立互动场景，通过管理员引导、资深用户帮扶营造包容友善的社区氛围，增强新手用户归属感；健全社区知识共享行为准则与正向反馈机制，对用户的分享、互动行为及时给予回应与认可，形成良性社区互动生态；依托荣誉认证、官方表彰、专属社区权限等精神激励方式，进一步强化用户参与价值感与群体归属感，弱化单一物质激励带来的短期效应。

（三）技术设计因素

技术设计因素是边缘用户参与知识共享的基础保障条件，虽影响力度相对最弱，但仍具备显著正向作用。平台操作便捷度、信息推送精准度等技术层面设计，直接决定用户使用体验，是用户持续参与共享活动的前提。为此，平台需进一步精简发帖、评论、转发等基础操作流程，增设快捷分享、一键回复等轻量化功能，降低新手用户操作成本；依托用户注册信息、浏览偏好、互动行为构建精准用户画像，实现个性化内容智能推送，提升信息匹配度与用户感知有用性；同时上线简易问题推荐模块，筛选贴合新手知识水平、回答门槛较低的内容，引导用户从浅层问答参与逐步过渡至深度知识共享，实现参与层次稳步提升。

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

七、结语

综上所述，边缘用户知识共享意愿主要受个体、社区环境、技术设计三大因素影响，且三者影响强度呈依次递减趋势；其中物质激励与参与能力对其无显著作用，可见其知识共享障碍主要源于“不愿参与”，因此企业虚拟社区运营重点应聚焦于用户参与动机激发与使用体验优化。同时，本研究存在一定局限性，数据采用横截面数据，样本仅聚焦华为互动社区，且模型未考虑用户异质性，这些均可能影响研究结论的全面性与通用性。未来，开展跨社区比较研究以验证结论通用性，完善模型中的负向影响因素以提升研究全面性，探索新兴技术对边缘用户知识共享的赋能路径；同时，延续前期用户分层研究成果，分别对浏览用户、社交用户、评论解答用户、建议用户四类群体开展针对性研究，构建覆盖五类用户的完整研究体系，为企业虚拟社区精细化运营提供更全面的支撑。

参考文献

[1]Yang G Z, Lay Y F. A systematic review of knowledge sharing behavior in Chinese virtual communities: Multilevel influencing factors[J]. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2025, 15(1):1678-1695.

[2]周逸寒 , 姜蕴莉 . 基于数据挖掘与用户画像的华为互动社区用户分层行为与运营策略分析 [J]. 数码设计 ,2025(11):164-166.

[3]崔圣楠，许正良，王海燕，等 . 企业虚拟品牌社区初访用户注册后早期信息行为及服务策略研究 [J]. 情报理论与实践，2023(12):139-148

[4]Matthes J M, Wang X, Lu J, et al. Drivers of knowledge sharing in virtual brand communities: Self-determination perspective[J]. Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, 2025, 35(1):51-71.

[5]胡剑，戚涌 . 开源创新社区用户知识共享行为影响因素研究——基于 SEM 与 fsQCA 的实证分析 [J]. 情报科学，2023, 41(9):59-68.

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.