

经济学研究

Economics Research



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

Ding Liu
Chongqing University

Ling Liu
School of Economics, Inner Mongolia University of Finance and Economics

Xuefeng Li
Hulunbuir College

Lin Lin
Shandong University

Zhe Wu
Nankai University

Yong Qiao
Hubei Minzu University

Gang Liu
Taizhou College of Science and Technology, Nanjing University of Science and Technology

Ming Zhang
School of Economics, Shanxi University of Finance and Economics

Shouyu Yao
Faculty of Management and Economics, Tianjin University

Yu Chen
Inner Mongolia University of Finance and Economics

Dong Huang
Retail Customer Department IV, Xi'an Branch, Shanghai Pudong Development Bank

Zhengfang Bi
Rennes School of Business

经济学研究

Economics Research

第2卷 第8期 2025年8月刊

主管 ART AND TECHNOLOGY PRESS INC.

主办 ART AND TECHNOLOGY PRESS INC

编辑 《经济学研究》编辑部

ISSN(O): 2997-0598

ISSN(P): 2997-058X

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:

- 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。



001	平衡计分卡驱动文化企业战略落地路径 Balanced Scorecard Driving the Strategic Landing Path of Cultural Enterprises	张志军 Zhang Zhijun
004	绿色资产证券化对企业投资效率的影响研究 Research on the Impact of Green Asset Securitization on Enterprise Investment Efficiency	黄诚 Huang Cheng
007	探索人口变化与经济发展耦合关系及相关因素研究 Research on the Coupling Relationship between Population Change and Economic Development and Related Factors	林爱彤 Lin Yuantong
011	政企联动下农业保险的农村金融赋能作用 Empowering Role of Agricultural Insurance in Rural Finance under Government-Enterprise Linkage	李昕 Li Xin
014	企业离岸研发平台的构建机制与数字化解决方案 Mechanisms for Building Corporate Offshore R&D Platforms and Digital Solutions	张彤 Zhang Tong
017	数字经济背景下审计数据处理技术教学改革路径研究 Research on the Reform Path of Teaching Audit Data Processing Technology in the Context of the Digital Economy	林岚, 王子萱 Lin Lan, Wang Zixuan
021	数字经济对我国服务业出口的影响研究 Research on the Impact of Digital Economy on China's Service Industry Exports	富立友, 安苏娜 Fu Liyou, An Suna
025	数字经济驱动农业农村现代化的作用机理、现实困境与实现路径 The Mechanism, Practical Dilemmas, and Implementation Paths of Digital Economy Driving the Modernization of Agriculture and Rural Areas	胡东枚 Hu Dongmei
028	甘肃银行养老金融发展对策研究 Research on Development Strategies for Elderly Finance in Gansu Bank	王金翎, 韩艳芳 Wang Jinling, Han Yanfang
031	直播电商增长路径与转化优化机制研究 Research on Growth Pathways and Conversion Optimization Mechanisms in Live Streaming E-commerce	胡雪 Hu Xue
035	社会效益与经济效益协同视角下服务区经营模式创新研究 Research on Innovation of Service Area Business Models from the Perspective of Synergy between Social and Economic Benefits	多鑫欣 Duo Xinxin
038	供应链金融、高管权力与企业内部薪酬差距 Supply Chain Finance, Executive Power, and Internal Compensation Disparity within Enterprises	刘旭强 Liu Xuqiang
041	农产品区域品牌建设对产品溢价的驱动作用研究 Research on the Driving Effect of Regional Brand Building of Agricultural Products on Product Premium	周克锦 Zhou Kejin
044	数字金融服务对农户家庭消费水平提升效应研究 Research on the Effect of Digital Financial Services on Enhancing the Consumption Level of Rural Households	石宇 Shi Yu

平衡计分卡驱动文化企业战略落地路径

张志军

中国对外文化集团有限公司，北京 100007

DOI:10.61369/ER.2025080001

摘 要： 平衡计分卡可将文化企业抽象战略转化为可执行的具体举措，破解战略与执行脱节、部门协同不足等现实难题。立足文化企业兼具社会效益与经济效益的特质，从财务、客户、内部运营、学习成长四个维度，结合 IP 开发、内容创作等实际业务，探索适配其发展的战略落地路径，梳理各维度核心重点与实操方法，助力文化企业将战略规划转化为实际成效，实现高质量可持续发展。

关 键 词： 平衡计分卡；文化企业；战略落地；路径探索

Balanced Scorecard Driving the Strategic Landing Path of Cultural Enterprises

Zhang Zhijun

China Arts and Entertainment Group Ltd. Beijing 100007

Abstract： The balanced scorecard can transform the abstract strategy of cultural enterprises into concrete measures that can be implemented, and solve practical problems such as the disconnection between strategy and implementation and the lack of coordination among departments. Based on the characteristics of cultural enterprises with both social and economic benefits, this paper explores the strategic landing path suitable for their development from the four dimensions of finance, customers, internal operation and learning and growth, combined with the actual business such as IP development and content creation, and sorts out the key points and practical methods of each dimension to help cultural enterprises transform their strategic planning into practical results and realize high-quality sustainable development.

Keywords： balanced scorecard; cultural enterprises; strategic landing; path exploration

引言

文化企业的发展关乎文化传承与产业升级，战略落地质量直接决定核心竞争力与长远发展潜力。当前，不少文化企业存在战略规划流于形式、核心业务与战略导向脱节、各环节衔接不畅等问题，即便有清晰战略，也难以渗透到日常运营各层面。平衡计分卡兼顾短期成效与长期发展、量化与质性要求，契合文化企业内容创作、IP 运营等业务特点，结合企业发展实际探索其驱动战略落地的具体路径，可破解落地梗阻，衔接战略与运营，为高质量发展提供切实支撑。

一、平衡计分卡视角下文化企业战略落地的核心困境

（一）财务维度与文化价值实现存在失衡

平衡计分卡是当代企业常用的绩效评价手段，旨在通过财务、客户等不同角度客观评价企业绩效。新时代背景下，面对愈发复杂的市场环境，基于财务指标体系创建的绩效评价体系局限性愈发突出，难以为企业发展提供助力^[1]。

文化企业兼顾经济效益与社会效益，部分企业在战略推进中过度关注财务收益，弱化文化价值的长期培育。企业将营收增长作为主要目标，压缩内容创作与 IP 培育投入，使得作品质量与文化内涵下降。财务资源配置缺乏系统性规划，内容研发、市场推

广等关键环节投入失衡，核心业务发展缺少稳定支撑。IP 开发与跨界合作缺少风险把控，盲目投入加剧运营压力，财务安排与战略方向难以匹配，最终导致整体战略推进缓慢，长期发展目标难以有效实现。

（二）客户需求与业务布局匹配度不足

客户是文化企业战略落地的核心导向，而当前许多文化企业在战略落地过程中，未能精准把握客户需求，导致业务布局与市场需求脱节。部分企业缺乏对目标客户群体的深入调研，不了解不同受众的文化偏好、消费习惯与需求痛点，盲目推出文化产品与服务，难以获得市场认可。在客户服务层面，部分文化企业缺乏完善的服务体系，从产品体验到售后反馈的全流程服务不到

位，难以提升客户粘性与满意度，导致客户流失严重。部分文化企业忽视品牌建设与客户沟通，未能搭建有效的客户互动渠道，无法及时获取客户反馈并优化业务布局，使得战略落地过程中缺乏市场支撑，难以将战略目标转化为实际市场成效，制约了企业战略的有效落地。

（三）内部运营流程难以适配战略推进

内部运营流程是文化企业战略落地的核心载体，当前部分文化企业的内部运营流程存在诸多弊端，难以适配战略推进需求。在内容创作环节，缺乏规范的创作流程与质量管控机制，部分作品存在同质化严重、创新不足等问题，无法契合战略规划中的精品化发展导向。在部门协同层面，各部门各自为战，缺乏有效的沟通协作机制，内容创作、市场推广、IP运营等环节衔接不畅，出现流程冗余、效率低下等问题，导致战略推进受阻。部分文化企业缺乏完善的内部管理制度，对运营过程中的各个环节缺乏有效管控，难以保障战略举措的有效执行，同时忽视运营流程的优化升级，无法及时适应市场变化与战略调整，进一步加剧了战略落地的难度。

二、财务维度：夯实战略落地的财务支撑基础

（一）优化财务资源配置适配战略目标

结合文化企业战略规划，科学划分财务投入优先级，将资源向核心业务倾斜，实现财务资源与战略目标的精准匹配。聚焦精品内容创作、核心IP培育等战略重点领域，合理分配资金投入，保障优质内容的产出与IP的长期开发，兼顾经济效益与文化价值的双重实现。优化成本管控模式，梳理内容创作、市场推广、运营管理等环节的成本构成，精简冗余支出，提高资金使用效率，避免盲目投入。结合文化企业业务特点，建立灵活的财务调配机制，根据战略推进进度与市场变化，及时调整资金投入方向，确保财务资源能够有效支撑战略落地。注重财务投入的长效性，避免短期利益导向，为企业长远战略推进提供稳定的财务保障。

（二）构建多元盈利模式保障战略推进

立足文化企业核心资源，挖掘多元盈利增长点，打破单一盈利模式的局限，为战略落地提供稳定的收益支撑。依托优质IP资源，拓展IP衍生业务，涵盖文创产品开发、跨界合作、版权授权等领域，延伸文化产品价值链，提升IP的商业价值与文化价值。结合数字化发展趋势，布局线上线下融合的盈利模式，拓展线上内容传播、线上体验服务等业务，扩大受众覆盖面，提升盈利水平^[2]。积极争取政策支持，对接文化产业相关扶持政策，争取资金补贴与政策倾斜，缓解财务压力。注重盈利模式与战略目标的契合度，确保多元盈利模式的构建能够助力战略推进，实现企业可持续盈利与战略落地的双向赋能。

（三）强化财务风险防控护航战略落地

结合文化企业业务特点，建立完善的财务风险防控体系，防范战略落地过程中的各类财务风险。加强对IP开发、跨界合作、市场投入等环节的风险评估，提前预判风险点，制定针对性的防控措施，避免盲目投入导致的财务损失。规范财务管理制度，加

强对资金使用、成本支出、收益核算等环节的管控，确保财务数据真实准确，为战略决策提供可靠支撑。建立财务风险预警机制，实时监控财务指标变化，及时发现风险隐患并快速处置，保障企业财务稳定。加强财务团队建设，提升财务人员的专业能力与风险防控意识，确保财务风险防控措施落地见效，为战略落地保驾护航。

三、客户维度：锚定战略落地的市场导向方向

（一）精准对接客户需求优化业务布局

深入开展市场调研，全面了解目标客户群体的文化偏好、消费习惯、需求痛点与支付意愿，建立客户需求数据库，为战略落地提供精准的市场导向。结合客户需求，优化文化产品与服务布局，聚焦客户关注度高、需求迫切的领域，推出具有针对性的内容产品与服务，提升市场认可度。注重文化产品的差异化打造，结合自身资源优势，挖掘中华优秀传统文化、地域文化中的独特元素，打造具有辨识度与感染力的产品，满足不同客户群体的个性化需求。建立客户需求动态跟踪机制，及时关注市场变化与客户需求调整，优化业务布局，确保业务发展与客户需求同频同步，为战略落地奠定坚实的市场基础。

（二）完善客户服务体系提升客户粘性

构建全流程客户服务体系，从产品咨询、体验到售后反馈，实现服务的规范化、精细化，提升客户体验与满意度。建立便捷的客户沟通渠道，涵盖线上客服、线下体验中心、社群互动等多种形式，及时响应客户咨询与诉求，解决客户遇到的问题。注重客户反馈的收集与应用，定期收集客户对产品质量、服务水平的意见建议，将其融入产品优化与服务升级过程中，持续提升客户体验^[3]。推行客户分层管理，针对不同层级的客户提供差异化服务，重点维护核心客户，通过专属服务、权益保障等方式，提升客户粘性与忠诚度，为战略落地提供稳定的客户支撑，推动战略目标的实现。

（三）强化品牌建设扩大市场影响力

将品牌建设融入战略落地全过程，立足文化企业核心价值，打造具有鲜明特色的品牌形象，提升品牌知名度与影响力。结合文化产品特点，制定针对性的品牌传播策略，依托短视频、社交媒体、线下活动等多种传播渠道，讲述品牌故事，传递文化价值，扩大品牌曝光度。注重品牌口碑建设，以优质的产品与服务为基础，积累良好的品牌口碑，通过客户口碑传播，扩大品牌影响力。加强品牌维护，规范品牌使用，注重品牌形象的统一性与稳定性，及时应对品牌负面舆情，维护品牌信誉。通过品牌建设，提升企业市场竞争力，为战略落地提供有力的品牌支撑，推动战略目标的实现。

四、内部运营与学习成长维度：筑牢战略落地的核心支撑

（一）优化内部运营流程提升执行效能

梳理文化企业内部运营各环节，精简冗余流程，优化业务衔

接，建立高效协同的运营体系，适配战略推进需求。在内容创作环节，建立规范的创作、审核、修改流程，加强质量管控，确保产出的内容符合战略导向与市场需求，避免同质化与质量短板。在部门协同层面，打破部门壁垒，建立跨部门沟通协作机制，明确各部门在战略落地中的职责分工，确保内容创作、市场推广、IP运营等环节高效衔接、协同推进。完善内部管理制度，明确各环节的工作标准与流程规范，加强对运营过程的监督管控，提升运营效率与执行质量。结合数字化趋势，引入数字化运营工具，优化运营流程，提升运营的精准度与效率，为战略落地提供高效的运营支撑。

（二）强化人才培育夯实战略落地根基

立足战略落地需求，构建完善的人才培育体系，培育一支兼具专业能力与文化素养的人才队伍，为战略落地提供人才支撑。针对内容创作、IP运营、市场推广、财务管理等不同岗位需求，开展针对性的专业培训，提升员工的专业技能与业务水平，确保员工能够适配战略推进要求^[4]。注重人才梯队建设，培养核心骨干人才与后备人才，建立健全人才激励机制，激发员工的工作积极性与创造性，留住优秀人才。加强企业文化建设，营造积极向上、协同创新的工作氛围，引导员工认同企业战略，主动参与战略落地过程，形成推动战略落地的强大合力。注重跨领域人才培养，适应文化企业跨界发展需求，提升企业战略落地的综合能力。

（三）推动创新升级适配战略长远发展

将创新升级融入内部运营与学习成长全过程，助力战略长远

落地。在内容创作方面，鼓励创新思维，挖掘新的创作视角与内容形式，推出具有创新性、时代性的文化产品，避免同质化竞争，契合战略发展导向。在运营模式方面，积极探索数字化、智能化运营模式，依托大数据、人工智能等技术，优化运营流程，提升运营效率与服务质量，适应市场变化与战略调整。在学习成长方面，建立常态化学习机制，鼓励员工主动学习行业先进经验与技术方法，提升自身能力，推动企业整体创新能力提升。加强与行业内优秀企业的交流合作，借鉴先进的运营模式与创新经验，结合自身实际优化战略落地路径，确保战略能够适应行业发展趋势，实现企业长远可持续发展。

五、结语

本文围绕平衡计分卡驱动文化企业战略落地路径展开，立足文化企业兼具社会效益与经济效益的核心特质，破解战略落地过程中的财务失衡、客户适配不足、运营低效等现实困境。从财务、客户、内部运营、学习成长四个维度，结合文化企业实际业务，提出了针对性的落地举措，通过优化财务配置、对接客户需求、完善运营流程、强化人才培育与创新升级，构建全方位、可实操的战略落地体系。平衡计分卡为文化企业战略落地提供了科学的导向与支撑，唯有将各维度举措融入日常运营，实现各环节协同发力，才能推动文化企业战略落地见效，助力文化企业实现高质量发展，更好地发挥文化传承与产业升级的重要作用。

参考文献

[1] 奚岚. 试析平衡计分卡在 S 公司绩效评价中的应用 [J]. 老字号品牌营销, 2024, (07): 197-200.
[2] 段冠楠. 平衡计分卡在企业绩效管理中的应用 [J]. 活力, 2024, 42(23): 55-57.
[3] 宋丹. 基于平衡计分卡的全面预算管理绩效评价研究——以 D 公司为例 [D]. 江苏: 江苏科技大学, 2019.
[4] 林健辉. 平衡计分卡视角下紫金矿业连续并购的绩效研究 [D]. 福建农林大学, 2025.

绿色资产证券化对企业投资效率的影响研究

黄诚

北京中电汇智科技有限公司, 北京 100080

DOI:10.61369/ER.2025080002

摘 要： 在“双碳”引领绿色低碳转型背景下，绿色产业融资难、周期长，传统信贷难满足需求，绿色资产证券化作为创新融资工具重要性凸显。本文以2015–2023年中国A股绿色资产证券化活跃行业上市公司为样本，用多期双重差分（DID）模型、中介效应与调节效应检验，考察其对企业投资效率的影响、传导路径及边界条件。研究发现，绿色资产证券化可显著降低企业非效率投资水平、提升投资效率，缓解投资不足与过度投资；融资约束缓解是关键中介渠道，它通过提供低成本长期资金、改善融资可得性优化投资决策；媒体关注度发挥正向调节作用，放大其对投资效率的提升效果。PSM–DID及分样本检验验证了结论的稳健性。本文研究丰富了相关文献，为推动绿色资产证券化市场发展、助力企业绿色转型与提升资源配置效率提供理论依据与实践参考。

关 键 词： 绿色金融；绿色资产证券化；企业投资效率；融资约束；媒体监督；资本配置

Research on the Impact of Green Asset Securitization on Enterprise Investment Efficiency

Huang Cheng

Beijing Zhongdian Huizhi Technology Co., LTD., Beijing 100080

Abstract： Under the background of "dual carbon" leading green and low-carbon transformation, green industry financing faces difficulties and long cycles, while traditional credit cannot meet the demand. The importance of green asset securitization as an innovative financing tool has become prominent. This paper takes listed companies in active green asset securitization industries in China A-shares from 2015 to 2023 as samples, and uses a multi-period difference-in-differences (DID) model, mediating effects, and moderating effects to examine their impact on corporate investment efficiency, transmission paths, and boundary conditions. The study finds that green asset securitization can significantly reduce corporate inefficient investment levels, improve investment efficiency, and alleviate underinvestment and overinvestment. The easing of financing constraints serves as a key mediating channel, as it provides low-cost long-term funds and improves financing accessibility to optimize investment decisions. Media attention exerts a positive moderating effect, amplifying its impact on enhancing investment efficiency. PSM–DID and subsample tests validate the robustness of the conclusions. This research enriches the relevant literature and provides theoretical basis and practical references for promoting the development of the green asset securitization market, assisting corporate green transformation, and improving resource allocation efficiency.

Keywords： green finance; green asset securitization; corporate investment efficiency; financing constraints; media supervision; capital allocation

在“双碳”目标驱动绿色低碳转型的背景下，绿色产业发展面临融资难、周期长等现实挑战，传统信贷模式难以满足其资金需求，拓展多元化绿色融资渠道、创新金融工具迫在眉睫^[1]。绿色资产证券化作为重要的绿色直接融资工具，以绿色资产现金流为基础发行证券，在基础资产、资金用途、信息披露等方面有严格要求，兼具环境效益与金融效率^[2]。当前学界对其研究多聚焦宏观与中观层面，关于其对企业微观投资效率的影响探讨不足，且相关观点存在分歧^[1]。基于此，本文旨在考察绿色资产证券化对企业投资效率的影响效应、传导路径与边界条件，通过规范分析与实证检验结合的方式，为理解其微观经济后果提供新证据，为政策制定与企业实践提供参考。

一、绿色资产证券化的核心特征、运作模式与发展现状

绿色资产证券化延续传统证券化核心功能，具有基础资产绿色化、资金用途明确、信息披露严格、享受政策支持等特征，相较于其他绿色融资工具，在盘活存量资产、优化财务结构、灵活适配融资主体、分散风险等方面具备独特优势。实践中，“双SPV”结构因能解决基础资产现金流不稳定、权属界定复杂等问题被广泛应用，通过两层SPV的资产转让、证券发行、信用增级及资金划转分配完成运作，典型案例实现了存量资产盘活与新增投资的衔接。中国绿色资产证券化市场自2016年起快速发展，发行规模、资产类型、参与主体持续拓展，但仍面临认定标准不统一、信息披露待规范、流动性不足等挑战，未来伴随“双碳”战略推进与政策完善，市场将持续规范扩容、创新升级，更好发挥资金引导与绿色转型支撑作用^[2]。

二、绿色资产证券化影响企业投资效率的理论机制与传导路径

（一）核心机制

融资约束是制约企业尤其是绿色项目主导企业投资效率的关键因素，绿色资产证券化可多途径缓解这一约束。一方面，绿色项目投资回收期长，传统银行信贷存在期限错配压力，而绿色ABS能将项目未来长期现金流证券化，为企业匹配长期资金，减少再融资频率和不确定性，减少“投资不足”行为；另一方面，因政策支持和市场偏好，绿色ABS发行利率通常比同等级普通ABS或债券有优势，更低的利息支出增加企业自由现金流，为新增投资释放空间，该成本优势源于政策溢价、吸引特定绿色投资者、风险分散效应三方面；此外，绿色ABS信用更多依赖基础资产质量和现金流稳定性，而非发行主体综合信用评级，使拥有良好绿色资产但主体信用评级不高或缺乏抵押物的中小企业有机会进入资本市场融资，打破壁垒^[3]。在技术衡量层面，可采用基于企业规模与年龄构建的SA指数定量衡量企业融资约束程度，该指数外生性强。计算公式如下：

$$SA = -0.737 \times \ln(Size) + 0.043 \times [\ln(Size)]^2 - 0.04 \times Age$$

其中，Size为企业总资产的自然对数，Age为企业成立年限。SA指数的绝对值越大，表明企业面临的融资约束越强。绿色资产证券化实施后，预期企业的SA指数绝对值将有所下降。

（二）资产负债表优化与资金周转加速效应

绿色资产证券化可优化企业资产负债表、加速资金周转，赋能企业投资效率提升。它借助“真实出售”机制实现资产出表，降低企业资产负债率、改善杠杆水平，健康的资产负债表能提升再融资能力、降低财务风险，让企业决策更有底气；资产出表回收的现金可充实货币资金储备，增强投资弹性。同时，绿色资产证券化将企业未来应收账款或收益权提前变现，提高应收账款与总资产周转率，盘活沉淀资金、提升资金周转效率。某环保工程

公司承接大量政府污水处理项目，有较大规模长期应收账款，通过将部分项目收费收益权证券化，完工后快速回收大额资金，投入新工程，加快业务扩张，避免资金长期占用错失投资机会^[4]。

（三）公司治理改善与投资决策优化效应

绿色资产证券化能通过改善公司治理水平、优化投资决策逻辑，提升企业投资效率：绿色ABS募集资金有指定绿色项目用途，且设监管账户，约束管理层对自由现金流的支配权，减少其投资“形象工程”或低效扩张项目的行为，抑制“过度投资”现象。同时，在绿色ABS发行及存续期，企业需信息披露，接受第三方认证评估和多重外部监督，形成有效的公司治理外部补充机制，促使管理层投资决策更审慎，注重项目长期效益。此外，成功发行绿色ABS可向资本市场传递积极信号，彰显企业核心优势，提升企业声誉与形象，吸引资金入驻，形成“治理优化—声誉提升—资金集聚”的良性循环，增强企业长期投资能力，推动投资效率升级^[5]。

三、媒体关注度的调节作用分析

媒体关注度通过信息传播效应与公司治理效应发挥调节作用：信息传播层面，媒体借助报道解读绿色ABS、强化信号传递、普及绿色金融知识，降低信息不对称，放大其市场价值并培育投资者基础；公司治理层面，媒体通过监督资金流向、追踪环境效益、约束管理层行为，形成舆论压力，规范企业操作，保障投资效率与资金使用合规性，强化绿色资产证券化对企业投资效率的提升作用。

四、实证检验设计与主要发现

为验证上述理论机制，本文基于中国A股市场数据进行实证分析。

（一）研究设计

1. 样本选择：运用2015–2023年“电力、热力、燃气及水生产和供应业”“水利、环境和公共设施管理业”“建筑业”等绿色资产证券化活跃行业的A股上市公司，在经过数据清洗之后，最终确定了246家公司作为研究样本，当中发行过绿色ABS的9家公司形成处理组，其余237家则是对照组。

2. 变量定义

被解释变量企业投资效率：运用Richardson模型给予估算，此模型对企业成长机会、现金流、杠杆等因素之于投资水平的影响进行回归控制，回归残差的绝对值可代表非效率投资程度，其绝对值越大，则投资效率越低。模型设定如下：

$$INV_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Tobin_{i,t-1} + \beta_2 Size_{i,t-1} + \beta_3 Lev_{i,t-1} + \beta_4 Cash_{i,t-1} + \beta_5 Age_{i,t-1} + \beta_6 Ret_{i,t-1} + \beta_7 INV_{i,t-1} + \sum Year + \sum Industry + \delta_{i,t}$$

其中， $INV_{i,t}$ 为i公司t年的新增投资支出，经期初总资产标准化。

核心解释变量：去构建多期双重差分模型里面的交互项Treat×Post，其中Treat属于分组虚拟变量，Post属于时间虚拟

变量，处理组的公司从首次发行绿色 ABS 的那个年份开始以及此后都取值为 1，而在这之前取值为 0，对照组公司在各个年份都取值为 0，

中介变量：融资约束，依靠前文所给出的 SA 指数来给予衡量。

调节变量：媒体关注度，它是报刊以及网络媒体对公司年度新闻报道的总量再除以 1000，

控制变量：包含企业规模、资产负债率、现金持有水平、盈利能力、成长性等内容。

3. 实证模型：

（1）基准回归模型（多期 DID）：

$$Inveff_{i,t} = \alpha + \beta(Treat_i \times Post_{i,t}) + \gamma Controls_{i,t-1} + \mu_i + \lambda_t + \epsilon_{i,t}$$

其中， μ_i 和 λ_t 分别代表公司个体固定效应和年份固定效应。

中介效应检验模型：在基准模型显著的基础上，依次检验核心解释变量对中介变量（SA）的影响，以及加入中介变量后对投资效率的影响。

调节效应检验模型：在基准模型中加入调节变量（Media）及其与核心解释变量的交互项（Treat $\times$ Media）。

（二）主要研究发现

基准回归呈现出，发行绿色资产证券化可切实降低企业非效率投资，提高投资效率，此点符合 H1，中介效应检测核实，绿色资产证券化是借助缓解融资约束以提高投资效率的，这验证了 H2 以及核心传导途径，调节效应检测说明，媒体关注度对上述提高作用存有正向调节，支持了 H3。PSM-DID 以及分样本检测的稳健性分析，确定结论是可靠的，并且绿色资产证券化对于投资不足以及过度投资都有缓解成效。

表 1：主要变量描述性统计

变量名	均值	标准差	最小值	最大值	说明
Inveff	0.040	0.024	0.011	0.100	投资效率（值越大效率越低）
Treat $\times$ Post	0.034	0.182	0	1	绿色 ABS 发行虚拟交互项
SA	3.911	0.384	2.085	4.684	融资约束指数（绝对值）
Media	1.182	5.833	0	90.000	媒体关注度（千条）
Size	23.450	1.551	19.160	28.700	公司规模（对数）
Tobin 'sQ	1.381	0.707	0.765	9.348	托宾 Q 值

五、研究结论、政策启示与展望

（一）主要研究结论

本研究经过理论和实证分析得知，绿色资产证券化可把企业投资效率提高，同时对投资不足与过度投资问题缓解，融资约束缓解是二者间的关键中介途径，该工具依靠提供优质资金、改善融资可得性来优化企业投资决策，媒体关注度起到正向调节作用，可将绿色资产证券化的信号和治理效应放大。总的来讲，其是绿色金融工具创新，又能让企业融资与投资端联动，改善微观财务行为、提高资源配置效率，

（二）政策启示

为了推动绿色资产证券化市场的健康发展、帮助企业绿色转型和效率提升，有如下政策启示：完善制度框架及标准体系，统一并细化认证、披露以及评估规范，提高审批流程，强化政策激

励并培育市场，借助财税支持来降低融资成本，引导中长期资金进行配置，且加强对投资者的教育，强化全过程的监管以及约束，构建出多元协同的治理格局，完善中介机构责任的机制，在风险可控的前提下鼓励产品给予创新，探寻新型基础资产的证券化，使风险评估管理的工具得到完善。

（三）研究展望

本研究把重点放在绿色资产证券化对企业投资效率的平均效应和核心机制上，未来可以从四个方面来加深研究：展开异质性的分析，去剖析对不同类型企业的影响差别，考察它对企业投资效率的长期动态效应和绩效溢出效应，细化环境效益向着财务收益转化的机制，引入国际比较这个视角，以借鉴成熟的经验。绿色资产证券化对中国经济的绿色转型有极为关键的意义，完善市场建设和监管可充分地发挥它的资源配置功能，帮助“双碳”目标的达成。

参考文献

[1] 胡謨, 钟美. 绿色资产证券化发展思考 [J]. 合作经济与科技, 2023(8):60-62.
[2] 王彦红. 绿色资产证券化：确认、处理与列报 [J]. 财会通讯, 2024(11):97-100.
[3] 茅爱欣, 李哲. 绿色资产证券化能否提升融资租赁企业绩效水平？——基于多时点双重差分法的实证分析 [J]. 金融经济, 2025(4):16-27.
[4] 周郭唯, 赵芷珊. 绿色资产证券化对商业银行盈利模式的影响——以兴业银行为例 [J]. 湖北经济学院学报（人文社会科学版）, 2023, 20(11):74-77.
[5] 胡杏. 绿色资产证券化对企业价值的影响——以比亚迪为例 [D]. 四川：西南财经大学, 2024.
[6] 苑泽明, 尹琪, 于翔. 数据资产化对企业投资效率的影响——基于信息机制的分析 [J]. 会计与经济研究, 2025, 39(03):69-96.
[7] 陈文银. 资产证券化能提升企业投资效率吗？ [D]. 深圳大学, 2023.
[8] 齐岳, 廖科智, 耿若绮. 新基建背景下资产证券化对企业投资决策的影响：基于融资优序理论的解释 [J]. 未来与发展, 2020, 44(08):32-39.
[9] 喻慧敏. 华电福新能源企业实施绿色资产证券化案例研究 [D]. 江西：江西财经大学, 2020.
[10] 王硕. S 公司绿色资产证券化风险管理研究 [D]. 安徽：安徽大学, 2024.

探索人口变化与经济发展耦合关系及相关因素研究

林爱彤

温州大学, 浙江 温州 325000

DOI:10.61369/ER.2025080003

摘 要： 本研究以浙江省及温州市为例，采用改进的 Logistic 模型、GM(1,1)模型和 ARIMA 模型预测未来30年人口经济趋势。结果显示：至2052年，温州市和浙江省人口将分别达844.69万和6295.97万人；两地人口自然增长率趋近于零，老龄化严重（浙江省60岁以上人口超60%，温州市超40%）。经济方面，ARIMA 模型预测将保持稳定增长。回归分析表明，人口增速、失业率和老年人口占比抑制经济增长，城镇化率和合理性别比则具有促进作用。研究成果为区域人口经济协调发展提供了决策依据。

关 键 词： 改进 Logistic 模型；GM(1,1)模型；PLM模型；ARIMA 模型；回归模型

Research on the Coupling Relationship between Population Change and Economic Development and Related Factors

Lin Yuantong

Wenzhou University, Wenzhou, Zhejiang 325000

Abstract： Taking Zhejiang Province and Wenzhou City as examples, this study employs an improved Logistic model, GM(1,1) model, and ARIMA model to forecast demographic and economic trends over the next 30 years. The results indicate that by 2052, the populations of Wenzhou and Zhejiang Province will reach 8.4469 million and 62.9597 million, respectively. The natural population growth rates in both regions will approach zero, accompanied by severe aging (with the population aged 60 and above exceeding 60% in Zhejiang and 40% in Wenzhou). Economically, the ARIMA model predicts sustained stable growth. Regression analysis reveals that population growth rate, unemployment rate, and the proportion of the elderly population inhibit economic growth, while the urbanization rate and a reasonable sex ratio exert a promoting effect. The findings provide a decision-making basis for the coordinated development of population and economy in the region.

Keywords： improved Logistic model; GM(1,1) model; PLM model; ARIMA model; regression model

引言

人口与经济的协调发展是区域可持续发展的关键议题。浙江省作为我国经济发达地区，其人口结构变迁与经济增长的互动关系具有典型研究价值。本研究选取浙江省及温州市为研究对象，通过构建改进的 Logistic 模型、GM(1,1)模型和 ARIMA 模型，系统预测未来30年人口规模、结构演变及经济发展趋势。研究重点分析老龄化加剧背景下人口因素对经济增长的影响机制，旨在为区域人口政策优化和产业结构调整提供科学依据。研究成果不仅有助于理解发达地区人口经济互动规律，也可其他地区制定可持续发展战略提供参考。

一、问题重述与分析

（一）人口趋势预测

本研究基于浙江省及温州市历史人口数据，运用灰色预测模型（GM(1,1)）和 Logistic 增长模型，预测2023–2053年人口规模、增长率及结构变化。重点分析老龄化（60岁以上人口占比）和生育率下降对人口发展的长期影响。人口预测是区域发展规划的基础工作，需综合考察出生率、死亡率、迁移率等关键指标，

以准确把握未来人口变动趋势。

（二）人口与经济关系建模

通过构建回归模型和 ARIMA 时间序列模型，本研究将量化分析人口增速、老龄化率、城镇化水平等要素对区域经济（GDP、人均收入等）的影响机制。特别关注少子老龄化、劳动力萎缩等结构性问题的经济冲击效应，为制定人口经济协调发展政策提供数据支持。经济发展与人口结构存在密切关联，需要建立科学的评估体系来预测不同人口情景下的经济走势。

作者简介：林爱彤（2003.11—），女，壮族，广西壮族自治区南宁市人，学生，大学本科，研究方向：应用统计学。

本研究通过系统分析人口经济互动关系，旨在为浙江省及温州市的可持续发展提供决策参考。研究成果不仅有助于理解发达地区人口经济演变规律，也可其他地区制定相关政策提供借鉴。

二、浙江省和温州市人口变化对经济的影响

为了进一步探究影响经济的因素。本节的实证分析主要在年龄结构中老年人口（60岁以上）占比，人口性别比、城镇化率、失业率几个指标对经济（通过人均GDP来反映）的影响来进行。

表 7-1 浙江省 2012-2022 年影响经济指标的因素						
年份	人均GDP	人口增速	失业率	城镇化率	性别比	60 岁以上人口占比
2012	61097	0.38%	3.01%	63.20%	1.0287	17.89%
2013	65105	0.57%	3.01%	64.00%	1.0754	18.68%
2014	68569	0.67%	2.96%	64.90%	1.0998	19.54%
2015	73276	0.29%	2.93%	65.80%	1.0737	20.37%
2016	78384	0.77%	2.87%	67.00%	1.0856	21.10%
2017	85612	0.95%	2.73%	68.00%	1.1148	21.85%
2018	93230	0.85%	2.60%	68.90%	1.0797	22.46%
2019	98770	0.78%	2.52%	70.00%	1.0764	22.87%
2020	100738	0.60%	2.79%	72.20%	1.09	23.43%
2021	113839	0.53%	2.60%	72.70%	1.0945	23.66%
2022	118496	0.29%	2.40%	73.40%	1.0939	24.74%

数据来源：浙江省统计局，温州市统计局，国家统计局

表 7-2 温州市 2012-2022 年影响经济指标的因素						
年份	人均GDP	人口增速	失业率	城镇化率	性别比	60 岁以上人口占比
2012	40334	0.23%	2.10%	66.70%	1.079	14.50%
2013	44042	0.88%	1.94%	67.00%	1.079	15.20%
2014	46839	0.80%	1.90%	68.00%	1.079	15.90%
2015	49942	-0.30%	2.00%	69.00%	1.079	16.50%
2016	54461	0.86%	2.10%	69.00%	1.077	17.10%
2017	57220	0.77%	1.83%	69.70%	1.074	17.70%
2018	63573	0.51%	1.80%	70.00%	1.074	18.30%
2019	69256	0.44%	1.80%	70.50%	1.073	18.80%
2020	71553	0.17%	1.80%	72.16%	1.072	19.20%
2021	79647	-0.11%	1.79%	72.80%	1.071	19.50%
2022	83107	-0.12%	1.80%	73.70%	1.070	21.00%

数据来源：浙江省统计局，温州市统计局，国家统计局

（一）变量描述

表 7-3 浙江省人口增速与、年龄结构与经济指标描述性统计						
		最大值	最小值	均值	中位数	标准差
浙江省	人均 GDP	118496	61097	87010.5	85612	19578
	人口增速	0.1	0.003	0.006	0.006	0.002
	失业率	0.03	0.024	0.028	0.028	0.002
	城镇化率	0.734	0.632	0.682	0.68	0.036
	性别比	1.115	1.029	1.083	1.086	0.022
	老年人口占比	0.2474	0.1789	0.2151	0.2185	0.021
温州市	人均 GDP	83107	40334	59997.6	57220	14512
	人口增速	0.009	-0.003	0.004	0.004	0.004
	失业率	0.021	0.018	0.019	0.018	0.001
	城镇化率	0.737	0.667	0.699	0.697	0.023
	性别比	1.079	1.07	1.075	1.074	0.004
	老年人口占比	0.21	0.145	0.176	0.177	0.02

（二）模型检验

1.ADF 检验

自适应差分阈值检验（ADF 检验）是一种用于时间序列数据的统计检验方法，主要用于检验一个时间序列是否具有单位根，

即时间序列是否是平稳的。ADF 检验的原假设是序列具有单位根，即非平稳，而备择假设是序列是平稳的。如果 p 值小于显著性水平（通常设为 0.05），则拒绝原假设，认为序列是平稳的。下面我们对原序列进行检验，由于原序列中仍然有很多对经济的影响因素是不平稳，序列中存在单位根。为了消除“伪回归”这一严重后果，需要将这些序列进行一阶差分后再进行平稳性检验。以下是各变量经过一阶差分后 ADF 检验结果，此时全部统计量的 p 均小于 5%，实现了序列的平稳性，通过了序列非平稳的问题。

（三）基于回归模型探究人口变化对经济的影响

本文选取了浙江省和温州市的 2012–2022 年人口增速、失业率、城镇化率、性别比、老年人口占比来定量分析人口变化对浙江省和温州市经济的影响。为了防止模型中可能存在的未考虑到

$$RGDP+\lambda_1x_{RKZS}+\lambda_2x_{SYL}+\lambda_3x_{CZH}+\lambda_4x_{XBB}+\lambda_5x_{LNH}+\varepsilon$$

其中，

RGDP 为人均 GDP，X_{RKZS} 为人口增速，X_{SYL} 为失业率，X_{CZH} 为城镇化率，X_{XBB} 为性别比，X_{LNH} 为老年人口占比，ε 为随机干扰变量，λ_i(i=1,2,3,4,5) 为权重参数。

一般来说，线性回归都可以通过最小二乘法或梯度下降法求出其方程，可以计算出对于 y=bx+a 的直线。将上述公式表示成矩阵形式，为

$$RGDP=X\lambda+\varepsilon$$

使用最小二乘法得到 λ 的解

$$\hat{\lambda}=(X^TX)^{-1}X^TY$$

其中，(X^TX)⁻¹X^T 称为 X 的伪逆

斜率 b 为：

$$u(b)=\frac{\sigma}{\sqrt{\sum (x-\bar{x})^2}}$$

截距 a 为：

$$u(a)=u(b)\sqrt{\frac{\sum x_i^2}{n}}$$

利用最小二乘法对上述模型进行分析，得到结果如表 7-7 所示，由检验结果可知，浙江省 F 检验值为 284.304，R² 检验值为 0.996，调整的 R² 为 0.993，这说明根据所提模型解释了人均 DDP 变化的 99.3%，拟合效果较佳。温州市 F 检验值为 284.304，R² 检验值为 0.984，调整的 R² 为 0.967，这说明根据所提模型解释了人均 DDP 变化的 96.7%，拟合效果较佳^[6]。

当路径系数为正值时，说明两个变量之间存在正相关；当路径系数为负值时，说明两个变量之间存在负相关。

对于浙江省的经济而言，人口增速，失业率，老年人口占比的增加会对经济增长起到负面作用，而城镇化率，性别比会对经济增长起到正面作用。

表7-7 回归分析结果			
地区		浙江省	温州市
F		284.304	60.325
		0.984	
调整的总 p 值		0.967	
0.996			
0.993		0.000***	
0.000***			
p 值	人口增速	0.016**	0.036**
	失业率	0.004***	0.000***
	城镇化率	0.002***	0.006***
	性别比	0.023**	0.001***
	老年人口占比	0.012**	0.007***
标准化路径系数	人口增速	-0.047	-0.032
	失业率	-0.380	-0.010
	城镇化率	0.943	0.324
	性别比	0.058	0.312
	老年人口占比	-0.419	-0.346

注：***、**、* 分别代表 1%、5%、10% 的显著性水平

具体表现为（以下以浙江省为例进行分析）：

人口增速系数为 -0.047， $p=0.016<0.05$ ，这表明人口增速在 5% 的显著性水平下，人口增速会一直浙江省的经济增长，人口增速每增加 1%，人均 GDP 会减少 0.047%。进一步分析，人口增速与总人口呈正相关，而总人口的增加会对人均 GDP 的增长带来消极作用，因此为了限制人口增速过快，国家出台二胎政策等限制生育的措施。

失业率系数为 -0.38， $p=0.004<0.01$ ，这表明在 1% 的显著性水平下显著性水平下，失业率会抑制浙江省的经济增长，人口增速每增加 1%，人均 GDP 会减少 0.38%。因此要提高浙江省经济，可以从降低失业率方面着手，如降低失业保险费率，实施普惠性失业保险稳岗返还政策等等。

城镇率系数为 0.943， $p=0.002<0.01$ ，这表明在 1% 的显著性水平下显著性水平下，城镇化率率会促进浙江省的经济增长，人口增速每增加 1%，人均 GDP 会增加 0.943%。城镇化可以集中人力，财力，物理等资源，形成高效率的生产和服务体系，提高经济效益。人口在城市聚集，产生规模经济效应，降低平均成本和边际成本，促进专业化分工和经济效益的提升。政府可以采取加强城市规划和建设，加快农业人口就地城市化速度，积极推进撤乡改镇等等措施提高城镇化率进而促进经济增长。

三、政策建议

（一）应对人口老龄化的系统性策略

1. 完善养老服务供给侧改革^[7]

- 实施“9073”养老工程（90%居家养老、7%社区养老、3%机构养老），重点建设智慧化社区养老服务中心，推广“时间银行”互助养老模式
- 建立养老机构星级评定制度，通过财政补贴引导社会资本

建设 CCRC（持续照料退休社区）等高端养老项目

- 试点“以房养老”金融产品，盘活老年群体存量资产
- 2. 培育银发经济新动能
 - 设立省级养老产业投资基金，重点扶持康复辅具、适老化改造、老年健康食品等产业集群
 - 打造“浙里长寿”品牌体系，发展候鸟式养老、医养结合等新型业态^[8]
 - 建立老年人力资源数据库，推动“银龄专家”再就业计划
- 3. 构建全周期健康管理体系统案全省联网
 - 将老年健康体检纳入基本公共卫生服务，建立电子健康档案

全覆盖

- 试点长期护理保险制度，建立失能等级评估标准体系

（二）人口经济协调发展的政策组合

1. 人口政策优化
 - 实施差异化生育支持政策：对温州等生育率较高地区维持调控，对低生育率地区放宽落户限制^[9]
 - 建立“人才蓄水池”计划：重点引进 35 岁以下技能型人才，优化人口年龄结构
 - 推行弹性退休制度：建立养老金领取年限与缴费年限的弹性挂钩机制
2. 经济结构升级
 - 数字经济赋能：建设“未来工厂”，降低制造业对年轻劳动力的依赖
 - 发展适老型产业：培育老年教育、老年旅游等消费新增长点
 - 完善失业预警：建立“失业率-GDP”联动响应机制，当失业率超过阈值时自动触发稳岗补贴
3. 空间布局优化
 - 实施“双城联动”战略^[10]：推动杭州、温州形成人口经济双中心
 - 建立人口流动监测平台：实时预警区域人口失衡风险
 - 推广“产城人”融合模式：在产业园区配套建设人才公寓和普惠托育机构

四、结束语

本研究通过改进的 Logistic 模型、GM(1,1) 模型和 ARIMA 模型，系统预测了浙江省及温州市未来 30 年的人口与经济趋势。结果显示，两地将面临严峻的老龄化挑战（老年人口占比超 40%-60%），但经济仍具增长潜力。研究发现，人口增速、老龄化程度与经济增长呈负相关，而城镇化率和合理性别比对经济有正向作用。基于此，建议构建“养老服务+银发经济+健康管理”三位一

体的老龄应对体系，同时通过优化生育政策、促进人才引进、发展数字经济等措施实现人口与经济的协调发展。未来需建立动态监测机制，及时调整政策组合，以缓解人口结构变化对经济发展的冲击，推动区域可持续发展。本研究为制定科学的人口经济政策提供了量化依据，但后续可进一步结合更多社会因素进行深入分析。

参考文献

- [1]王豪. 人口增长、初始禀赋与经济增长 [D]. 杭州师范大学, 2023.
- [2]查淑玲, 屈改珠, 王璇. 基于灰色模型的西安市人口数量预测分析 [J]. 首都师范大学学报 (自然科学版), 2023, 44(06): 16–19.
- [3]陈霞, 肖岚. Logistic模型的改进与中国人口预测 [J]. 成都信息工程大学学报, 2020, 35(02): 239–243.
- [4]刘畅. 人口结构变化与经济增长的关系 [D]. 吉林财经大学, 2019.
- [5]杨洋, 田定胜, 张宝安, 等. 基于 ARIMA模型的城市经济与人口预测研究 [J]. 综合运输, 2023, 45(11).
- [6]赵唯辰. 东北三省人口老龄化对经济增长的影响研究 [D]. 吉林财经大学, 2023.
- [7]曾德金. 银发经济驱动商业长护险高质量发展 [N]. 经济参考报, 2024-01-31(005).
- [8]牟倩莹, 易艳阳. 数字普惠金融助力乡村振兴的逻辑与路径 [J]. 新疆农垦经济, 2023, (10): 24–34.
- [9]陆文, 李强. 人口学视角下的金融政策探析: 2015—2025年中国人口未来的前景与挑战 [J]. 商展经济, 2025, (19): 112–115.
- [10]张培丽, 姜蒙. “双城”联动释放倍增效应 [N]. 兵团日报 (汉), 2025-09-13(001).

政企联动下农业保险的农村金融赋能作用

李昕

中国人寿财产保险股份有限公司呼伦贝尔市中心支公司，内蒙古 呼伦贝尔 021000

DOI:10.61369/ER.2025080004

摘 要： 本文基于农村金融协同理论与农业强国建设战略，运用 2018—2024 年呼伦贝尔农业保险数据，探讨政企联动模式下农业保险对农村金融的赋能作用。研究表明，政企联动可在风险保障、信贷增信、产业升级等方面发挥重要作用。呼伦贝尔农业保险保费超 5 亿元，理赔管控成效显著，2024 年商业农业险利润近 400 万元，“保险 + 信贷 + 供销”模式带动农牧户贷款超千万元。其赋能机制体现为政策协同降成本、科技提效率、产业扩边界，但仍存在认知不足、产品适配性弱、数据共享不畅等问题。构建“政策引导 — 科技支撑 — 产业融合”三维联动体系，可为北方农牧区农村金融发展提供借鉴。

关 键 词： 政企联动；农业保险；农村金融；赋能作用；呼伦贝尔

Empowering Role of Agricultural Insurance in Rural Finance under Government-Enterprise Linkage

Li Xin

Hulunbuir Central Branch, China Life Property & Casualty Insurance Co., Ltd., Hulunbuir, Inner Mongolia 021000

Abstract： This paper applies rural financial coordination theory and the strategy of building a strong agricultural country. Using agricultural insurance data from Hulunbuir for 2018—2024, it examines the empowering effect of agricultural insurance under government-enterprise linkage on rural finance. Results show that government-enterprise linkage plays a significant role in risk protection, credit enhancement, and industrial upgrading. In Hulunbuir, agricultural insurance premiums exceeded 500 million yuan, with effective claims management; commercial agricultural insurance profit reached nearly 4 million yuan in 2024, and the "insurance + credit + supply and marketing" model helped farmers and herdsmen obtain loans of over 10 million yuan. The empowerment mechanism includes policy coordination to reduce costs, technology to improve efficiency, and industrial linkage to expand boundaries. However, problems such as insufficient awareness, poor product adaptability, and inadequate data sharing remain. Constructing a three-dimensional linkage system of "policy guidance — technology support — industrial integration" can provide a reference for rural financial development in northern farming and pastoral areas.

Keywords： government enterprise linkage; agricultural insurance; rural finance; empowerment; Hulun Buir

中央金融工作会议明确提出建设“金融强国”，要求做好普惠金融等“五篇大文章”，为农业农村发展提供高质量金融服务。农业保险作为农村金融体系的重要组成部分，其赋能效果深受政策环境与市场机制的双重影响。内蒙古呼伦贝尔作为我国重要的农牧业产区，近年来通过政府与保险机构深度联动，在农业保险领域取得显著成效，2018—2023 年政策性种植险累计保费 2.85 亿元，赔付率 50.90%，居全区最低水平。这种政企联动模式如何破解农村金融供需矛盾？农业保险在风险保障之外，如何实现对信贷、产业的多维赋能？基于呼伦贝尔具体实践，本文聚焦政企联动机制下农业保险的金融赋能路径、实效与优化方向，为同类地区提供可借鉴的经验。

一、理论基础与实践背景

（一）政企联动的农村金融赋能理论逻辑

政企联动下的农业保险金融赋能，根植于金融共生理论与政策协同理论。金融共生理论强调，政府、保险机构、农户等主体

在农村金融生态中，通过资源交换形成互利共生关系。政策协同理论则指出，政府通过政策设计与资源投入，可降低市场交易成本，破解农业保险市场的“逆向选择”与“道德风险”问题。已有研究表明，农业保险的金融赋能并非单一维度的风险保障，而是通过与信贷、期货、产业政策的联动，形成“风险保障—信贷

作者简介：李昕（1984.10—），男，汉族，河北阳原人，本科，经济师，研究方向：农业保险。

增信－产业升级”的链式赋能效应。政企联动恰好为这种链式效应提供了制度保障，政府的政策支持与组织协调，能够有效弥补市场机制在农村金融领域的天然缺陷，使农业保险的金融赋能作用得到充分释放。

（二）呼伦贝尔农业保险政企联动的实践背景

呼伦贝尔农牧业生产兼具规模化与分散化特征，草原牧区与耕地种植区并存，农业生产面临自然风险与市场风险双重压力。长期以来，农村金融领域存在的信贷门槛高、风险防控难、服务覆盖不足等问题，制约着当地农牧业高质量发展。为破解这一困境，呼伦贝尔市政府与中国人寿财险等机构建立深度联动机制，将农业保险纳入乡村振兴与农业现代化发展总体规划。政府层面出台保费补贴、风险补偿等政策支持，搭建政企沟通平台；保险机构层面依托央企资源优势，投入资金用于防灾减灾，创新推出森林碳汇保险、食用菌种植保险等特色产品，还联合供销合作社推进“三位一体”综合合作。这种“政府引导、企业运作、农户参与”的联动模式，为农业保险发挥金融赋能作用奠定了坚实基础。

二、政企联动下农业保险的农村金融赋能路径

（一）风险保障赋能：筑牢农村金融安全底线

政企联动通过政策支持与专业运作，强化农业保险的风险保障功能，为农村金融稳定运行筑牢安全底线^[1]。政府层面通过保费补贴降低农户参保成本，扩大保险覆盖面，呼伦贝尔对政策性农业保险给予重点扶持，使种植险、养殖险覆盖主要农作物与牲畜品种，还拓展至林草碳汇领域。保险机构则依托政企联动搭建的服务网络，引入第三方公估公司提升理赔公正性，实现“精确承保、精确理赔”。2018－2023年，呼伦贝尔政策性种植险累计发放赔款1.45亿元，在2024年莫旗、阿荣旗遭受严重旱灾的情况下，借助第三方公估高效定损，总体赔付率仍控制在合理范围，远低于同区域其他主体。这种风险保障机制不仅直接降低农户生产经营风险，更间接减少金融机构信贷违约风险，为农村信贷市场稳定运行提供基础支撑。

同时，政企联动推动风险保障从事后赔付向事前预防延伸。政府协调气象、农业等部门与保险机构共享数据，保险机构投入防灾减灾费用，开展病虫害防治、灾害预警等服务。2022－2024年，呼伦贝尔保险机构持续加大防灾减灾投入，通过“冬夏双模”无害化处理等技术手段，实现风险关口前移，有效降低灾害损失程度。这种“防赔结合”的风险保障模式，进一步提升了农村金融体系的抗风险能力。

（二）信贷增信赋能：破解农村融资约束难题

政企联动下，农业保险通过保单增信机制，有效破解农户“贷款难、贷款贵”问题，实现对农村信贷的赋能。政府牵头推动银行、保险机构与供销合作社三方合作，将农业保险保单作为信贷审批的重要参考，建立“保险＋信贷”联动机制。呼伦贝尔推出的活畜抵押保险，通过政府背书、保险保障、银行放贷、供销评估的四方联动，为养殖户提供信贷支持，2024年在鄂温克支公

司开展的肉牛扑杀保险，帮助养殖户实现贷款1000万元。这种模式通过保险机构分担信贷风险，降低银行放贷顾虑，使缺乏传统抵押资产的农户获得信贷支持。

政策协同进一步强化信贷增信效果。政府对参与“保险＋信贷”模式的农户给予保费补贴，对相关信贷业务给予贴息支持，降低融资成本。同时，政企社联合构建信用评价体系，将农户在供销合作社的交易信用、参保情况、理赔记录纳入信用评级指标，为银行精准评估还款能力提供依据。呼伦贝尔通过这种信用联动机制，使优质参保农户获得更优惠的贷款利率与更便捷的审批流程，有效提升农村信贷的可及性与便利性。

（三）产业升级赋能：拓宽农村金融服务边界

政企联动推动农业保险从单一风险保障向产业服务延伸，通过赋能特色产业，拓展农村金融服务边界。政府根据区域产业布局，引导保险机构开发特色农产品保险，呼伦贝尔针对当地木耳等特色产业，量身定制保险产品，为木耳种植户提供风险保障，助力“一村一品”产业发展，还创新推出森林、草原碳汇保险，助力绿色发展。保险机构则依托政企联动平台，整合产业资源，联合科技公司、环保企业构建协同机制，为农户提供技术指导、市场信息等增值服务，促进产业升级。

三、政企联动下农业保险金融赋能的实践成效与约束

（一）呼伦贝尔实践的金融赋能显著成效

1. 风险保障效能持续提升

政企联动下，呼伦贝尔农业保险的风险保障覆盖面与精准度不断提升。2018－2023年，政策性种植险累计保费2.85亿元，发放赔款1.45亿元，日历年度赔付率50.90%，连续五年低于全区平均水平，2023年综合赔付率仅58.31%。养殖业保险方面，通过无害化处理技术防控道德风险，2023－2024年肉羊天气指数保险承保6.13万只，提供风险保障7887.01万元，简单赔付率控制在60%以内。林草保险领域，累计为大量森林和草原提供超亿元风险保障，碳汇保险创新引领行业发展。这种低赔付率、高保障的成效，既体现了保险机构的专业风控能力，也得益于政府在防灾减灾、政策引导等方面的支持，有效稳定了农户生产预期。

2. 信贷增信作用逐步显现

通过“保险＋信贷”模式，农业保险的信贷增信作用得到充分发挥。呼伦贝尔推出的活畜抵押保险，2024年在鄂温克支公司实现保费17.28万元，帮助养殖户获得贷款1000万元。商业性农业保险与信贷的联动更为紧密，银行将商业性收入保险保单作为信贷发放的必备条件，2024年商业险农险保费收入777.07万元，同比增长333.75%，信贷增信带动金融资源向农村倾斜的效果显著。同时，信贷增信也促进了保险业务拓展，形成“保险增信－信贷投放－产业发展－保险扩面”的良性循环。

3. 产业赋能成效不断凸显

农业保险通过政企联动实现对特色产业的精准赋能。呼伦贝尔针对菇娘、木耳等特色农产品开发专属保险，助力特色产业规模化发展，莫旗菇娘产业成为“一村一品”优势产业。草原保险

的推广则兼顾生态保护与产业发展，2023年草原保险承保面积94.94万亩，保费收入189.87万元，同比增长28.51%，有效提升牧民抗风险能力，促进草原生态保护与畜牧业协调发展。2024年商业农险实现近400万利润，体现了产业赋能与市场效益的双赢。

（二）金融赋能面临的现实约束

尽管成效显著，呼伦贝尔政企联动下农业保险的金融赋能仍面临多重约束。从需求端看，部分农户对农业保险的认知不足，风险防范意识薄弱，对“保险+信贷”等创新模式的接受度不高，导致保险覆盖面与赋能效果受影响。从供给端看，农业保险产品仍存在适配性不足问题，针对新型农业经营主体与规模化经营的定制化产品较少，难以满足多元化金融需求。数据共享方面，政府部门与保险机构之间的信息壁垒尚未完全打破，土地确权、生产数据等信息共享不及时，影响保险定价与理赔效率。

（三）约束形成的深层原因

这些约束的形成，源于农村金融市场的特殊性与联动机制的不完善。农户认知不足，既与农村金融教育滞后有关，也与部分保险机构服务不规范、理赔不透明等问题相关，影响农户信任度。产品适配性不足，反映出保险机构对地方产业特色的调研不够深入，政企联动在产品创新中的协同性有待加强。数据共享不畅，主要是缺乏统一的数据共享平台与制度规范，各部门数据标准不一、更新不及时，增加了信息整合成本。

（四）优化赋能效果的实践路径

1. 强化政策引导与主体培育

政府应进一步加强农村金融教育，联合保险机构开展“保险知识下乡”活动，通过典型案例讲解、理赔流程演示等方式，提升农户对农业保险的认知与信任。优化政策补贴结构，将补贴与保险覆盖面、理赔效率、产业赋能效果等挂钩，激励保险机构提升服务质量^[2]。建立农户信用评价与保险参与的联动机制，对参保积极性高、信用良好的农户给予信贷优惠、保费减免等激励，激发内生需求。

2. 推动产品创新与科技赋能

保险机构应深入调研呼伦贝尔农牧业产业特色，联合政府部门开发更多定制化保险产品，扩大特色农产品保险、气象指数保险、活畜抵押保险等覆盖面^[3]。强化科技赋能，推广遥感监测、

无人机查勘、大数据定损等技术应用，提升承保理赔效率，2021年以来呼伦贝尔已在种植业保险中使用遥感技术，应进一步扩大应用范围。搭建“物联网+N项综合服务”的数联网服务平台，实现风险监测、信贷评估、产业服务的一体化，提升金融赋能的精准度与效率。

3. 完善数据共享与协同机制

加快建立统一的农村金融数据共享平台，整合政府部门的土地、气象、生产数据与保险机构的承保理赔数据，制定统一的数据标准与共享规范。强化政企协同，建立常态化沟通机制，及时解决保险产品创新、服务推广、风险处置中的问题^[4]。推动保险机构与供销合作社、农业龙头企业等合作，利用供销合作社的渠道优势与企业的产业资源，拓宽农业保险的服务边界与赋能路径，形成“政企社企”多方联动的良好格局。

4. 加强人才培养与队伍建设

政府与保险机构联合开展人才培养计划，鼓励高校设立农业保险相关交叉学科，定向培养“懂农业、通保险、会技术”的复合型人才。加强基层服务队伍培训，定期组织农技知识、数字工具、保险实务等方面的培训，提升基层人员专业能力。完善基层人员薪酬待遇与职业发展路径，增强岗位吸引力，稳定服务网络，确保农业保险的金融赋能作用能够直达基层、惠及农户^[5]。

四、结束语

政企联动为农业保险发挥农村金融赋能作用提供了有效路径，通过政策引导、资源整合与机制创新，农业保险能够在风险保障、信贷增信、产业升级等维度实现多元赋能。其累计保费超5亿元、赔付率连续五年低于全区平均水平的成效，以及“保险+信贷”模式的成功探索，为北方农牧区农村金融发展提供了宝贵经验。尽管面临主体认知不足、产品适配性有限等现实约束，但通过强化政策引导、推动产品创新、完善数据共享、加强人才培养等举措，能够进一步提升农业保险的金融赋能效能。未来，应持续深化政企联动机制，构建“政策引导—科技支撑—产业融合”的三维体系，让农业保险在农村金融中发挥更大作用，为农业强国建设与乡村振兴提供坚实金融保障。

参考文献

- [1] 赵燕. 金融科技赋能农村金融发展路径研究：以毕节市为例 [J]. 山西农经, 2024(07): 206-208
- [2] 次旦群宗. 金融赋能乡村振兴发展的对策分析 [J]. 河北农机, 2024, (15): 163-165.
- [3] 王曙光, 郭凯. 金融赋能现代化农业强国建设：顶层设计与制度创新 [J]. 贵州社会科学, 2024, (02): 156-161.
- [4] 陈晓静, 王思洋, 于滢. 保险赋能农业供应链金融研究 [J]. 上海保险, 2023, (12): 43-46.
- [5] 江世银, 杨芳, 张成翠. 数字经济时代东西典型省份“互联网+农业保险”促进乡村振兴研究 [J]. 区域经济评论, 2023, (04): 40-48+2.

企业离岸研发平台的构建机制与数字化解决方案

张彤

上海对外经贸大学金融管理学院, 上海 201620

DOI:10.61369/ER.2025080005

摘 要 : 在世界创新网络不断重组以及数字经济迅猛发展背景下, 企业建立离岸研发中心以集聚全球创新力量是增强其国际竞争优势的有效方式。本文从全球创新网络理论、资源基础观以及交易成本理论出发阐述企业离岸研发中心设立必要性, 并以华为全球研发中心、阿里云云计算研发中心以及微软全球研究院离岸研发体系为例进行论述。研究表明, 数字化技术对于离岸研发中心发展起到重要作用, 它能够实现资源有效整合、促进协同研发以及优化管理模式等。为解决数字技术应用不平衡、跨文化制度差异、资源整合不足以及创新生态协同不足等问题, 文章提出了数字赋能体系建设、跨文化协同机制、全球资源整合平台以及“双生态”协同等数字化方案来提高离岸研发中心的工作效率与创新能力, 供企业建设离岸研发中心并促进全球化研发合作提供借鉴。

关 键 词 : 离岸研发; 数字化转型; 全球创新网络; 研发协同; 创新生态

Mechanisms for Building Corporate Offshore R&D Platforms and Digital Solutions

Zhang Tong

School of Finance, Shanghai University of International Business and Economics, Shanghai 201620

Abstract : Against the backdrop of the restructuring of global innovation networks and the rapid development of the digital economy, establishing offshore R&D centers to integrate global innovation resources has become an effective approach for enterprises to enhance their international competitiveness. Based on global innovation network theory, the resource-based view, and transaction cost theory, this paper analyzes the necessity of establishing offshore R&D centers. It further illustrates the discussion through cases including Huawei's global R&D network, Alibaba Cloud's cloud computing R&D system, and Microsoft's global offshore R&D institute system. The study finds that digital technologies play a crucial role in the development of offshore R&D centers by facilitating resource integration, promoting collaborative R&D, and optimizing management models. To address issues such as imbalanced application of digital technologies, cross-cultural institutional differences, insufficient resource integration, and weak coordination within innovation ecosystems, this paper proposes a set of digital solutions, including the construction of digital empowerment systems, cross-cultural coordination mechanisms, global resource integration platforms, and a "dual-ecosystem" collaboration framework. These measures aim to improve the operational efficiency and innovation capacity of offshore R&D centers and provide references for enterprises seeking to establish offshore R&D platforms and promote global collaborative innovation.

Keywords : offshore R&D; digital transformation; global innovation networks; R&D collaboration; innovation ecosystem

一、企业离岸研发平台构建机制文献综述

企业离岸研发平台是企业摆脱本土资源束缚, 在母国外部国家和地区建立相对独立的研发机构, 利用世界各地的技术和人才资源进行研究开发以及推广应用, 其特点是国际化、资源优化配置以及以创新为目的。与传统的研发外包不同的是, 离岸研发平台对企业研发过程拥有更大的自主性, 可以根据母公司的发展需要安排研发工作, 所以它是企业获得最新信息、融入全球化创新体系的有效途径。随着信息技术的进步, 大数据、人工智能和云

服务等新技术被越来越多地应用到跨境研发合作当中, 这也对企业离岸研发平台的资源配置方式及运作方式带来了一定的影响。利用数字化手段可以促进各地的研发人员相互交流、协作, 提升跨地域间研发资源流动速度, 提升跨地域间研发资源流动速度。

相关理论为离岸研发平台的研究奠定基础。近年来, 全球创新网络理论认为, 跨国企业通过在不同国家和地区建立研发机构并与当地高校、科研机构和产业主体开展合作, 逐步形成跨区域创新网络, 从而实现知识与技术在全球范围内的流动与共享(张翌等, 2021)。在数字技术不断发展的背景下, 企业能够通过数字平台加

强不同地区之间的信息交流与研发协作，从而更加高效地整合全球创新资源并提升技术获取能力。资源基础观认为，企业竞争优势来源于对稀缺资源的获取与整合，而数字技术的应用降低了企业获取海外创新资源的成本，使技术、人才等要素能够在全球范围内更加灵活地配置（Li & Zhang, 2024）。同时，交易成本理论强调企业组织边界取决于市场交易成本与内部管理成本之间的权衡，数字技术通过提升信息传递效率并降低沟通与监督成本，为企业在海外设立和运营研发平台提供了新的制度与技术条件。

从具体机制来看，大多数学者认为数字技术促进离岸研发平台运作主要是由于其有助于资源整合及协作效率提高。协同创新理论认为，多方参与合作是提高创新能力的一个重要因素，而数字技术可以帮助企业与其所在国高校、科研院所和其他产业界合作伙伴进行有效沟通与合作，从而实现多方创新力量结合与协作（刘精，2023）。此外，在资源整合上，大数据与人工智能可以使得企业更好地发现并接触世界最先进技术发展情况，并利用数字化的知识管理系统把研究所的研究成果以及行业资讯收集汇总起来，以加快这些新技术的学习和再创造过程（Li and Zhang, 2024）。

二、企业离岸研发平台构建的必要性

中国企业建立离岸研发中心的重要性从以前主要用来解决创新资源缺乏问题发展到现在已成为促进技术创新以及增强企业全球化竞争能力的重要手段，在数字经济时代下，离岸研发中心不再只是大企业所选择的一种方式，由于信息技术的发展使得企业可以更加便捷地融入到全球创新体系之中。

（一）弥补本土创新资源短板，破解技术追赶瓶颈

中国企业在世界范围内大多处于技术追赶阶段，本土创新资源难以完全满足前沿技术攻关需求（张翌等，2021）。刘佳佳（2024）认为，离岸研发平台为企业获取海外技术资源和高端人才提供了重要渠道。如华为公司在德国、法国、英国、日本、加拿大、印度等地设立研发中心，构建覆盖全球的研发体系。在进行5G相关研究开发时，不同地区研发中心承担差异化任务，利用数字化研发平台进行联合研发，比如在深圳总部进行总体方案规划，在慕尼黑研发中心进行芯片开发，在班加罗尔研发中心进行算法改进。同时，华为在俄罗斯和法国等地设立研究机构，通过对接东道国技术优势与人才资源拓展创新能力。通过整合海外技术资源与国内研发体系，企业能够在一定程度上缓解关键技术研发中的资源约束。

（二）适配全球市场需求，拓展国际业务纵深

在经济全球化环境中，技术与产品本地化是企业进入国际市场必要手段。汪泓（2024）认为，离岸创新有助于根据不同地域技术资源以及市场需要进行技术创新。阿里云搭建起遍布全球云计算基础设施和技术服务平台，为跨国企业开展本地化技术研发打下良好基础。它基于分布式云计算模式，依托云操作系统“飞天”以及相关数据库、人工智能等平台构建技术生态系统。此外，阿里云采取“全球一朵云”的方式，在多个地方建立统一云

服务平台，让应用可以在各个地方迅速上线。利用这种一致的技术基础以及遍布全世界的设施，公司可以针对不同的市场进行技术的应用及产品的本地化，以此提高技术进步与海外市场的需求的相关性。

（三）对接全球创新网络，提升国际竞争能级

在全球创新网络日益扩大过程中，企业借助国外技术创新平台开展国际化创新活动以增强自身创新能力已成为一种趋势。例如微软长期依托全球实验室体系开展前沿技术研发，截至2025年4月，微软研究院已在亚洲、欧洲、印度等地设立研究机构，并持续加大亚洲区域研发投入。微软全球研发体系具备高度数字化特征，依托 Azure 云平台、DevOps 工具链与 GitHub 协同系统搭建统一研发环境。不同地区研发团队可依托统一管理体系实现跨国协同开发，数字技术构成其全球研发的核心运行机制。凭借云计算与分布式协作架构，微软有效降低跨境研发成本，实现全球研发资源动态调配。依托成熟的全球化研发布局，企业可以深度嵌入全球创新网络，吸纳各地优质创新资源，持续夯实技术优势，以此提升自身在全球技术体系中的行业影响力与国际竞争能级。

三、企业离岸研发平台的数字化构建机制

企业离岸研发平台的数字化建设要遵循数字赋能与生态协同两大原则。数字技术既是资源集聚和合作手段也是重塑平台架构以及运营方式的基础性设施，在此基础上形成跨越地域界限且成本低廉的合作虚拟社区让企业的研发工作可以方便地联接全世界的创新资源。要重视教育回炉和互助，加强企业和高校的资源联动，并通过高校链接更多社会资源（徐同等，2022）。生态协同是以技术委员会为核心带动公司的管理层、研发人员和服务人员同时与外界高校、科研院所和企业进行互动从而完成整个研究开发过程。同时，平台机制应该具有灵活性，能够根据不同企业的大小不同行业的特点以及东道国的情况不同而采取不同的组织结构和运作方式，特别是对于中小企业来说，要利用数字平台连接外部的创新资源，以一种低投入、低风险的方式开展业务。

离岸研发平台的功能定位以及空间分布需要借助数字化手段，以促进全球创新资源分配及企业发展目标相契合，在此基础上利用数字平台集中最新技术跟踪、关键技术突破以及产品本土化适应等功能，并根据当地创新资源、市场需求和发展水平等因素差异性设置，进而使研发资源实现合理配置。

从研发组织形式来看，数字平台能够支持跨区域协同研发。互联网和数字技术的发展为企业创新活动提供了新的协作方式，不同地区的研发主体可以通过在线平台实现信息共享与协同创新，从而提高研发效率并降低沟通成本。研究表明，数字技术能够通过促进信息交流和知识共享，提高企业整体创新效率（任跃文，2022）。

从治理方式看，离岸研发中心需要采取契约治理和关系治理相辅相成的方式进行治理，明确跨境研发的具体目标、各方投入责任，和知识产权跨境归属和转化的相关约定，化解不同地区带来的制度衔接障碍（刘精，2023）。同时还需要有跨境协同机制

以及分层评估制度以促进合作团队良好合作并且有效率的研发工作开展，使离岸研发中心正常运转并不断发展。

四、企业离岸研发平台构建的问题和数字化解决方案

企业建立离岸研发中心的过程中都会遇到数字技术的应用、制度环境、资源分配以及创新合作等问题，都需要用一套完整的数字化手段来应对。

数字技术应用失衡会导致协同效率低下，有些企业只是用简单的数字工具进行交流，而不将其融入到研发过程管控；还有一些企业过分依赖数字工具，忽略人与人之间接触对于隐性知识传递的作用。因此需要有层次地进行数字赋能，在研发过程中使用大数据、人工智能来发现技术发展趋势以及确定研发方向，在合作中借助云技术提供一个共同工作平台以及项目管理软件。在安全方面，利用区块链、权限管理保护企业知识产权和信息安全等，同时也要有数字技术应用评价，根据不同研发阶段及合作需要灵活调整数字水平，防止工具化或者盲目跟风现象发生。

跨文化和制度差异增加了离岸研发中心沟通成本以及合规风险，各国对于知识产权保护、数据跨境流动及技术出口均有不同规定。这就要求构建跨文化与制度协同机制，在母国与东道国之间派驻谙熟当地情况的人士进行协调工作并且开展跨文化交流培训以及利用数字工具消除误解，另外组建专业的法律团队整理东道国相关法律规定并设计符合当地要求的数据跨境流动及技术研发合作模式并且积极与政府有关部门以及行业协会等进行交流合作从而避免因制度差异造成不必要的麻烦。

离岸研发中心在资源调配以及人才引进上也有诸多挑战，在设立过程中一些企业对目标国的优势产业和科研资源了解不足，造成创新资源调配低效，而且高端研发人才短缺且流动性较强。

对此可以借助数字化工具搭建全球创新资源对接平台，连接当地大学、科研院所及上下游企业，促进合作共建联合实验室或者联合研发中心；从人才角度看，使用数字化手段开拓国际人才市场，并与当地院校进行定向培养，另外还可采取多种方式留住人才，比如增加薪资待遇、实施股权激励以及提供良好的晋升空间等。

绩效评价体系和风险控制制度不健全也会对离岸研发平台产生不利影响，部分企业在对平台进行评估时更注重短期研发成果而忽略了其在全球范围内整合资源以及持续创新能力的作用，在这种情况下需要制定合理的绩效评价标准，把技术创新程度、专利质量和数量、资源整合能力以及人才培育情况等作为衡量依据并与资源分配及员工奖励相联系；另一方面要建立健全全面的风险管理体系防止由于技术外泄或者政府政策变动造成损失。

进一步看，数字技术与研发场景不匹配也是影响平台效率一个原因，很多企业使用通用型数字工具，无法解决跨国界交流问题、不同地域间研发进度管理以及隐形知识积累等问题，在此基础上需要根据离岸研发特点设计专门数字产品，如建立支持多种语言即时翻译、技术文档多人协作撰写及在线审查等功能研发平台，并利用数字孪生和大数据分析等手段仿真并改进研发过程，从而达到全方位数字化研发目的。

离岸研发平台也有可能出现创新生态系统协同不足情况，在离岸研发平台上如果只专注于自身研发活动而忽视与所在国产业体系以及母国产业链衔接，则易造成“技术孤岛”。要解决这个问题就需要有“双生态协同机制”，即积极对接所在国产业创新系统，与本土企业、商会协会及科研院所等进行合作交流，使研发工作符合当地产业发展需要；同时还要畅通海外研发成果回国转移转化路径，利用母国产业园区或孵化器促进国外研发项目在國內开展小试、中试甚至量产。

参考文献

- [1] 张翌、司月芳、曾刚. 中资企业离岸研发研究进展：经济地理学视角 [J]. 热带地理, 2021, 41(1): 167-176.
- [2] Li Y, Zhang Q. Company digitalization and globalization of R&D [J]. Sustainability, 2024, 16: 9262.
- [3] 刘精. 粤港澳大湾区离岸科技创新中心建设路径研究 [J]. 中国高科技, 2023(2): 115-117.
- [4] 刘佳佳. 离岸科创中心为人才创新赋能 [J]. 中国人才, 2024(7): 40-41.
- [5] 汪泓. 用“离岸创新”带动“离岸支点” [N]. 文汇报, 2024-01-24.
- [6] 徐同飞, 高伟. 从“双创”教育到“三创”教育的升级路径——基于“三全育人”视角的分析 [J]. 创新与创业教育, 2022, 13(03): 47-52.
- [7] 任跃文. 政府研发资助、互联网发展与中国创新效率 [J]. 当代财经, 2022, (07): 38-51.

数字经济背景下审计数据处理技术教学改革路径研究

林岚, 王子萱

广州新华学院, 广东 东莞 523133

DOI:10.61369/ER.2025080006

摘 要 : 数字经济的深度渗透推动审计行业向智能化、数据化转型, 审计数据处理技术已成为审计专业人才培养的核心要素, 更是衔接审计理论与实务的关键纽带。结合我国高校审计专业教学现状, 本文系统剖析当前审计数据处理技术教学中课程体系滞后、实践环节脱节、师资能力不足、评价机制单一等核心问题, 探究问题产生的根源在于教学理念未适配数字经济需求、产教融合深度不足、资源保障体系不完善。在此基础上, 从课程重构、模式创新、产教融合、评价优化、资源保障五个维度提出针对性教学改革路径, 为高校审计专业教学改革提供理论参考与实践借鉴, 助力审计行业数字化转型与高等教育人才培养质量提升。

关 键 词 : 数字经济; 审计数据处理; 教学改革; 产教融合; 复合型审计人才

Research on the Reform Path of Teaching Audit Data Processing Technology in the Context of the Digital Economy

Lin Lan, Wang Zixuan

Guangzhou Xinhua University, Dongguan, Guangdong 523133

Abstract : The deep penetration of the digital economy is driving the audit industry towards intelligence and data-driven transformation. Audit data processing technology has become a core element in cultivating audit professionals and serves as a crucial link between audit theory and practice. Based on the current teaching status of audit majors in Chinese universities, this paper systematically analyzes core issues in the teaching of audit data processing technology, such as outdated curriculum systems, disjointed practical components, inadequate faculty capabilities, and a singular evaluation mechanism. It explores the root causes of these issues, which lie in teaching philosophies that have not adapted to the demands of the digital economy, insufficient depth in industry-education integration, and an imperfect resource support system. On this basis, targeted teaching reform paths are proposed from five dimensions: curriculum reconstruction, model innovation, industry-education integration, evaluation optimization, and resource support. This provides theoretical references and practical insights for the teaching reform of audit majors in universities, aiding in the digital transformation of the audit industry and enhancing the quality of talent cultivation in higher education.

Keywords : digital economy; audit data processing; teaching reform; industry-education integration; compound audit professionals

引言

数字经济作为经济高质量发展的核心引擎, 已深度渗透到各行各业, 推动生产方式、管理模式与服务形态的全方位变革。

审计行业作为市场经济监督体系的重要组成部分, 受大数据、人工智能、区块链、RPA 等数字技术的冲击, 正从传统的“凭证导向型”审计向“数据导向型”审计转型, 审计工作的核心逻辑、实施流程与技术手段发生根本性改变。传统审计依赖人工核查凭证、核对账目, 效率低下且难以应对海量异构数据的审计需求; 而数字经济背景下的智能审计, 以全量数据处理为核心, 通过数据采集、清洗、建模、分析实现风险精准识别与审计效率提升, 审计数据处理技术已成为审计人员必备的核心技能。

教育部明确提出要推动文科专业与数字技术深度融合, 打破学科壁垒, 培养具备数字素养的复合型人才。审计专业作为经管类核心专业, 其人才培养质量直接关系到审计行业的数字化转型进程与市场经济的健康发展。然而, 当前我国高校审计数据处理技术教学仍停

基金项目:

2025 年度广州新华学院教学质量与教学改革工程项目“审计数据处理技术虚拟教研室”(编号: 2025JYS005);

2025 年度广州新华学院教学质量与教学改革工程项目“AI 赋能下大数据审计课程体系重构与实践路径探索”(编号: 2025J075)。

留在传统模式，难以适配数字经济下审计行业的人才需求；课程内容与行业实践脱节、实践教学缺乏真实场景支撑、师资队伍数字素养不足等问题凸显，导致毕业生难以快速适应智能审计岗位的工作要求，出现“高校培养与行业需求错位”的现象。在此背景下，探究审计数据处理技术教学改革路径，构建适配数字经济需求的教学体系，具有重要的理论价值与实践意义。

一、数字经济背景下审计数据处理技术教学的核心问题及根源分析

（一）核心问题表现

1. 课程体系滞后，技术与业务融合不足

传统审计专业课程体系以《审计学》《会计学》《财务管理》等理论课程为核心，对审计数据处理技术的覆盖不足且存在碎片化问题，难以适配数字经济下的人才需求。技术课程设置单一且滞后。多数高校仅开设《计算机审计》《会计电算化》等基础课程，缺乏对 Python、SQL、RPA、Power BI 等核心数据处理技术的系统教学，学生难以掌握数据采集、清洗、建模、可视化分析的全流程技能。部分高校虽增设了大数据审计相关课程，但教学内容仍停留在理论层面，缺乏实操训练，学生仅了解技术概念，无法熟练运用技术解决审计实务问题。数字经济下，区块链审计、智能风控、审计算法模型、数据安全审计等新兴领域快速发展，但多数高校的课程体系未纳入相关内容，教学内容与行业实践存在代际差。此外，课程内容更新缓慢，难以跟上数字技术的迭代速度，导致学生所学知识无法适配行业最新需求。

2. 实践教学脱节，真实场景演练匮乏

审计数据处理技术具有极强的实践性，需依托真实审计场景与海量数据开展实训，但当前高校审计数据处理实践教学仍存在诸多短板，难以实现“以练促学、学以致用”的目标。实训数据同质化、简单化。多数高校的实训数据采用模拟的标准化数据集，数据格式统一、逻辑简单，缺乏真实企业中“数据缺失、数据异构、账实不符、异常交易隐藏”等复杂场景，学生难以应对实际审计中的数据难题。实训平台功能单一，支撑能力不足。多数高校的审计实训系统仍以账务处理模拟、凭证核查为主，缺乏数据挖掘、可视化分析、智能风险识别等模块，无法支撑审计数据处理全流程实训。部分高校虽搭建了大数据审计实训平台，但平台稳定性差、数据更新不及时，且缺乏与企业审计系统的对接，无法模拟真实的审计工作环境。

二、数字经济背景下审计数据处理技术教学改革的具体路径

针对当前审计数据处理技术教学的核心问题及根源，结合新文科建设理念与审计行业数字化转型趋势，构建“课程重构—模式创新—产教融合—评价优化—资源保障”五位一体的教学改革路径，实现教学理念、教学内容、教学方法、评价机制的全方位变革，培养“技术+业务+思维”复合型审计人才。

（一）重构课程体系，强化技术与业务的深度融合

以“适配行业需求、强化交叉融合、接轨前沿趋势”为核心，重构模块化、多层次的课程体系，打破传统课程壁垒，实现

技术课程与业务课程的深度融合，具体分为四个层面：

1. 基础层：筑牢数字与专业基础

基础层聚焦学生数字素养与审计专业基础的培育，开设通识课程与专业基础课程，为后续技术学习与业务应用奠定基础。通识课程包括《计算机基础与人工智能导论》《统计学》《数据科学基础》《数据安全与合规》等，重点培养学生的数字思维、数据安全意识与基础的数据处理能力；专业基础课程包括《审计学原理》《会计学基础》《财务管理》等，重点传授审计专业核心理论与业务逻辑，确保学生掌握审计的基本原理与工作流程。同时，优化课程内容，在《审计学原理》等课程中融入数字经济对审计行业的影响、智能审计的基本概念等内容，引导学生树立“数字审计”思维。

2. 技术层：强化核心技术教学

技术层聚焦学生审计数据处理核心技术能力的培育，增设针对性的技术课程，实现技术教学的系统化与实操化。核心课程包括《Python 审计数据分析》《RPA 流程自动化与审计实务》《大数据审计工具应用》等，课程内容以实操训练为主、理论讲解为辅，重点培养学生的数据采集、清洗、建模、分析与可视化能力。同时，引入线上学习平台，提供技术教学视频、实操案例、习题题库等资源，方便学生自主学习与课后练习。

3. 应用层：推动技术与业务融合

应用层聚焦学生技术应用能力与审计业务逻辑分析能力的融合培育，打造“技术+业务”的交叉课程，实现技术服务于审计业务的目标。核心课程包括《大数据审计实务》《智能风控与数据核查》等，课程内容以真实审计项目为载体，结合具体审计业务场景，训练学生运用数字技术解决审计实务问题的能力。同时，梳理课程间的衔接逻辑，建立课程矩阵，确保技术课程与业务课程的内容相互呼应、深度融合，避免“两张皮”现象。

4. 前沿层：接轨行业发展趋势

前沿层聚焦学生创新思维与行业前沿认知的培育，引入数字经济下审计领域的新兴内容，确保教学内容与行业发展同步。核心课程包括《区块链审计》《审计算法模型》《智能审计系统应用》等，课程内容结合行业最新实践与科研成果，讲解区块链在审计溯源、数据确权中的应用，审计算法模型的构建与优化，智能审计系统的操作与应用等内容。同时，邀请行业专家、企业高管开展专题讲座，介绍行业最新动态与前沿技术，拓宽学生的视野。

（二）创新教学模式，深化真实场景的实践训练

以“提升实践能力、适配行业需求”为核心，创新教学模式，构建“校内实训+校外实习+项目实战”三位一体的实践教学体系，强化真实场景的演练，实现“以练促学、学以致用”的目标。

1. 引入项目式教学与 CDIO 教学模式

打破传统的“教师讲授+学生听课”的教学模式，引入项目式教学法与 CDIO（构思-设计-实现-运作）教学模式，以真实审计项目为载体，开展全流程实践教学。教学过程中，将学生分为若干项目小组，围绕具体的审计项目，完成从项目构思、方案设计、数据处理、风险识别到审计报告撰写的全流程工作。

2. 搭建多元化实训平台

加大资金投入，建设智能审计虚拟仿真实验室，利用虚拟现实、大数据处理等技术，还原真实的审计工作环境与复杂审计场景，为学生提供沉浸式实训体验。实验室应配备专业的审计数据处理软件、智能审计系统、虚拟仿真教学平台，涵盖财务审计、内部审计、税务审计、区块链审计等多个领域的实训项目。同时，实验室应实现与企业审计系统、会计师事务所实训平台的对接，共享相关审计数据，提升实训的真实性与针对性。

3. 推行“双导师制”与校外实习常态化

推行“校内理论导师+企业实务导师”的双导师制，为每位学生配备校内导师与企业导师，全程指导学生的学习与实践。校内导师主要负责理论教学、学习规划与学术指导，帮助学生掌握审计理论与数字技术知识；企业导师主要负责实践指导、案例讲解与职业引导，结合自身的实务经验，引导学生运用数据处理技术解决审计实务问题，了解行业惯例与职业需求。同时，建立校外实习常态化机制，与企业、会计师事务所签订长期实习合作协议，安排学生在大二、大三暑假进入企业、会计师事务所实习，参与真实的审计项目，深入了解审计数据处理的实际工作流程，提升实务能力。实习结束后，学生需提交实习报告、审计数据处理成果，由企业导师与校内导师共同进行考核，考核结果纳入学生的综合成绩。

（三）推进产教融合，打造双师双能型师资队伍

以“提升师资素养、适配教学需求”为核心，推进产教融合、科教融汇，构建“引企入教、教师入企、校企共育”的师资培养机制，打造兼具理论知识、数字技术与实务经验的双师双能型师资队伍。

1. 引企入教，充实师资队伍

建立企业专家兼职教师制度，邀请会计师事务所的资深审计师、企业审计部门的负责人、科技企业的技术专家进入高校担任兼职教师，参与课程设计、教学授课、实训指导等工作。兼职教师主要负责讲解审计数据处理实务、行业最新动态与前沿技术，开展实践教学与项目指导，将真实的审计案例与实务经验融入教学过程，提升教学的实用性。同时，建立兼职教师考核机制，对兼职教师的教学效果、实训指导情况进行定期考核，确保教学质量。

2. 校企共育，提升数字素养

建立校企共育师资机制，与科技企业、会计师事务所合作，开展教师数字技能培训，系统提升教师的数字技术应用能力。培训内容包括 Python、SQL、RPA、大数据分析等核心技术，智能审计系统的操作与应用，审计算法模型的构建与优化等。同时，鼓励教师考取 CDA（数据分析师）、CPA（注册会计师）、智能审计工程师等职业资格证书，参与数字经济与审计相关的科研项

目，提升自身的综合素养。此外，建立师资交流平台，促进校内教师与企业专家、同行教师的交流与合作，共享教学资源、教学经验与科研成果，提升师资队伍的整体水平。

（四）完善评价机制，聚焦复合型能力综合考核

以“以评促教、以评促学”为核心，打破单一的评价模式，构建多维度、动态化、多元化的综合评价体系，全面考核学生的理论知识、实践能力、技术应用能力与创新思维。

1. 构建多维度评价指标体系

围绕“技术+业务+思维”复合型人才培养目标，构建多维度的评价指标体系，涵盖理论知识、技术操作、实践能力、创新思维、团队协作等五个维度。理论知识维度主要考核学生对审计理论、数字技术理论、行业前沿知识的掌握程度；技术操作维度主要考核学生对 Python、SQL、RPA 等核心数据处理技术的熟练运用程度，包括数据采集、清洗、建模、分析与可视化等操作；实践能力维度主要考核学生运用数字技术解决审计实务问题的能力，包括审计项目方案设计、风险识别、审计报告撰写等；创新思维维度主要考核学生在审计数据处理中的创新能力，包括审计模型构建、技术应用创新等；团队协作维度主要考核学生在项目实训、小组合作中的沟通协作能力。每个维度设置具体的评价指标与权重，确保评价的全面性与针对性。

2. 采用多元化评价方式

打破终结性评价为主的模式，采用“过程性评价+成果性评价”相结合的多元化评价方式，全面反映学生的学习情况与能力提升。过程性评价占比60%，主要包括课堂参与、实操训练、小组讨论、项目进展、平时作业等，定期对学生的学习过程进行考核，及时发现学生的问题与不足，给予针对性的指导；成果性评价占比40%，主要包括期末实操考试、审计项目成果、实习报告、职业资格证书等，考核学生的综合能力与学习成果。例如，期末实操考试采用真实的审计数据集，让学生独立完成数据处理、风险识别与审计报告撰写，考核学生的技术应用能力与实务能力；审计项目成果主要考核学生在项目实训中的表现，包括项目方案、数据处理成果、审计报告等，由校内导师与企业导师共同考核。

3. 实现评价主体多元化

打破单一的校内教师评价模式，构建“校内导师+企业导师+行业专家+学生自评+小组互评”的多元化评价主体，确保评价结果的客观性与针对性。校内导师主要评价学生的理论知识、学习态度与校内实训表现；企业导师主要评价学生的实践能力、技术应用能力与实习表现；行业专家主要评价学生的审计成果与行业适配度；学生自评与小组互评主要评价学生的学习主动性、团队协作能力与创新思维。不同评价主体根据自身的评价角度，给出客观的评价意见，综合形成学生的最终成绩。同时，建立动态反馈机制，根据评价结果、学生的学习情况与行业需求的变化，及时调整教学内容、教学方法与评价指标，实现“以评促教、以评促学”的良性循环。

（五）强化资源保障，筑牢教学改革基础

教学改革的顺利推进需要充足的资源保障，高校应从资金、

数据、制度三个方面强化资源保障，构建完善的资源保障体系，为审计数据处理技术教学改革提供有力支撑。

1. 加大资金投入，完善教学设施

高校应提高对审计数据处理技术教学改革的重视程度，加大资金投入，完善教学设施与实训条件。一方面，投入资金建设智能审计虚拟仿真实验室、校企联合实训平台，配备专业的审计数据处理软件、智能审计系统、大数据分析平台等，提升实训平台的支撑能力；另一方面，投入资金购买相关的审计数据集、教学案例库、线上学习资源等，丰富教学资源；此外，设立教学改革专项基金，用于课程开发、师资培养、实践教学等方面的工作，激励教师参与教学改革，提升教学质量。同时，积极争取政府、企业、社会的资金支持，拓宽资金来源渠道，保障教学改革的顺利推进。

2. 整合数据资源，构建案例库

建立审计数据资源整合机制，整合高校、企业、会计师事务所、政府部门的审计数据资源，构建标准化、多样化的审计数据集与案例库，为教学与实训提供支撑。一方面，与企业、会计师事务所合作，获取相关审计数据，包括结构化数据与非结构化数据，涵盖不同行业、不同类型的审计项目，满足多样化的实训需求；另一方面，组织教师与企业专家共同开发教学案例库，案例库应包括典型审计案例、复杂场景案例、行业前沿案例等，每个案例均包含审计背景、数据资料、问题设计、解决方案等内容，引导学生运用数字技术解决审计实务问题。同时，建立数据资源与案例库的更新机制，及时更新数据与案例，确保其与行业发展同步。

3. 完善管理制度，强化激励机制

建立健全审计数据处理技术教学改革的管理制度与激励机制，规范教学改革流程，激励教师与学生参与教学改革。一方面，制定课程开发、实训教学、师资培养、评价考核等方面的管理制度，明确教学改革的目标、任务与要求，规范教学行为，确保教学改革有序推进；另一方面，建立激励机制，对参与课程改革、师资培养、实践教学的教师给予表彰与奖励，将教学改革成果纳入教师的绩效考核、职称评定与评优评先，激励教师主动参与教学改革；对表现优秀的学生给予奖学金、荣誉称号等奖励，鼓励学生积极参与实训项目、项目实战与职业资格考证，提升自身的综合能力。同时，建立教学改革监督机制，定期对教学改革的实施情况进行监督与评估，及时发现问题并加以解决，确保教学改革取得实效。

三、结论

数字经济背景下的审计数据处理技术教学改革，本质上是一场以人才培养适配行业变革为核心的系统性重构。从课程体系的模块化搭建到实践模式的场景化创新，从双师队伍的协同化培育到评价机制的多元化升级，每一项改革举措都紧扣“技术赋能审计、教育支撑转型”的核心逻辑。这一过程既需要高校打破传统教学的路径依赖，以开放姿态深化产教融合，也需要充分考量技术迭代与行业需求的动态变化，保持教学体系的弹性与活力，最终实现审计教育与行业发展的同频共振，为数字时代审计事业的发展筑牢人才根基。

参考文献

[1] 张璐, 方昌健, 陆红如. 大数据审计实践类课程教学改革的思考与探索 [J]. 电脑知识与技术, 2024, 20(15): 168-171.
[2] 耿洪英. 大数据时代基于社会人才需求的应用型高校审计教学研究 [J]. 现代审计与会计, 2023(06): 32-34.
[3] 赵美娜, 宁垣, 蔡宇桐. 大数据审计课程的教学设计与实践 [J]. 集成电路应用, 2023, 40(05): 340-341.
[4] 彭冲, 沈凡凡. “新文科”下大数据审计课程教学体系建设的思考 [J]. 商业会计, 2022(05): 102-104.
[5] 张璐, 方昌健, 陆红如. 大数据审计实践类课程教学改革的思考与探索 [J]. 电脑知识与技术, 2024, 20(15): 168-171.
[6] 耿洪英. 大数据时代基于社会人才需求的应用型高校审计教学研究 [J]. 现代审计与会计, 2023(06): 32-34.

数字经济对我国服务业出口的影响研究

富立友, 安苏娜

上海电机学院, 上海 200120

DOI:10.61369/ER.2025080007

摘 要 : 在当代, 全球经济数字化趋势发展明显, 数字经济正在极大地推动世界经济的增长。数字经济推动各国贸易向发展更加便利化, 多样化, 数字化发展, 给全球贸易发展带来新的能量。经济全球化和贸易格局在演变, 服务贸易成为各国抢占优势的重点领域。本文基于2011–2023年中国30个省份数字经济与服务出口额的面板数据, 从贸易成本、服务创新和竞争力三个维度探讨数字经济对我国服务贸易出口的影响及内在机制。研究发现, 数字经济显著推动了我国服务业出口额的增长。

关 键 词 : 数字经济; 服务业; 贸易成本; 服务创新

Research on the Impact of Digital Economy on China's Service Industry Exports

Fu Liyou, An Suna

Shanghai Dianji University, Shanghai 200120

Abstract : In contemporary times, the trend toward digitalization of the global economy has become increasingly evident, and the digital economy is significantly driving the growth of the world economy. The digital economy has promoted the development of trade among countries toward greater facilitation, diversification, and digitalization, injecting new momentum into the development of global trade. Amid the evolution of economic globalization and the trade landscape, trade in services has become a key area for countries to gain competitive advantages.

Based on panel data of the digital economy and service exports from 30 Chinese provinces for the period 2011—2023, this paper examines the impact of the digital economy on China's service trade exports and its underlying mechanisms from three dimensions: trade costs, service innovation, and competitiveness. The study finds that the digital economy has significantly boosted the growth of China's service exports.

Keywords : digital economy; service industry; trade costs; service innovation

引言

当前, 世界变局加速演进, 大数据、云计算、人工智能等数字技术正在重组全球要素资源、构建国家竞争新优势。随着技术的进步, 数字经济的发展势头也更加猛烈。其包含了电子商务、移动支付、人工智能等领域, 这些方面的发展与应用极大的推动了经济的变革。习近平总书记强调, 加快发展数字经济, 促进数字经济和实体经济深度融合, 打造具有国际竞争力的数字产业集群, 是赋能经济社会高质量发展, 推动中国式现代化建设的重要举措。近来, 我国数字经济和实体经济融合发展继续拓展深化。我国服务业也发展迅速, 通过服务贸易, 可以提高资源的利用效率。服务贸易可以帮助我国企业进入更广阔的市场。通过开展服务贸易, 企业可以拓展海外市场, 吸引更多外国客户, 增加销售额和盈利能力。服务贸易和货物贸易被认为是我国对外贸易的“两条腿”。

那么, 数字经济的发展会影响我国服务业出口贸易嘛? 如何影响我国服务业出口贸易? 本文基于2011–2023年中国30个省份数字经济与服务出口额的面板数据进行探究。

一、文献综述

数字经济概念最早由美国商人唐·塔普斯科特(1994)提出, 数字经济是以数字形式出现的新经济或知识经济。刘助仁

(2002)认为数字经济通过数字信息在网络上流动, 实现网上交易, 推动了商品的流动和各业的发展。陈晓龙(2011)认为数字经济是经济系统, 包含信息化产业、基础设施信息话等。同时, 孙红和张季东(2012)数字经济是信息化, 是一个数字化的、崭

新的经济系统及政治社会。安宇宏（2016）认为数字经济由新的技术革命创生出来，一种从未出现过的经济形态和配置方式。李长江（2017）认为数字经济是主要以数字技术方式进行生产的经济形态。彭文生（2020）认为数字经济是数字与经济的互动。

出口技术复杂度这一概念最早由 Michaely（1984）提出，反映了不同产品之间的技术含量或复杂度差异。随后，Hausmann（2005）在此基础上对指标的权重进行改进，构建了出口技术复杂度指标，反映出口商品的技术含量和生产效率。Mishra等（2011）用服务贸易代替货物贸易测算出口技术复杂度。戴翔（2015）发现，出口技术复杂度与 GDP 的交互作用，推动了服务业出口的发展。陈虹和曹毅（2020）发现国家的对外直接投资水等都对新兴服务贸易出口技术复杂度有一定的推动作用。姚亭亭和包雅楠（2024）发现人工智能显著促进了服务出口技术复杂度提升。王智新和何景琦（2025）研究发现产业智能化网络强度对中国出口技术复杂度有显著的正向作用。

数字经济对服务业的影响也逐渐引起学者的关注。姜珂和陈怀超（2022）运用动态系统 GMM 估计和面板门槛模型进行研究，发现：贸易伙伴国数字经济产生“成本降低效应”和“市场需求效应”能够促进中国服务出口贸易。谢谦和刘洪愧（2022）发现数字技术的快速发展加速了服务贸易数字化转型，使数字服务贸易成为国际贸易的新引擎，推动经济高质量发展。张鑫（2023）研究发现，数字经济的发展能够通过减少两国之间的服务贸易效率损失。王小梅和张岩（2024）发现，数字经济发展有利于提升出口国的服务出口效率。孙春露和甯家洋（2024）发现，数字经济的发展对 RCEP 国家的服务贸易出口有显著的影响。

基于此，本文的边际贡献在于聚焦于服务业出口，探究数字经济对我国各省服务业出口的影响。

二、理论分析与研究假设

模型发现数字经济的发展对我国服务业出口产生了深远的影响，其中降低成本、服务创新和提升竞争力是三个重要的方面。

从交易成本理论视角来看，市场交易的核心障碍在于信息不对称与契约执行成本，而服务贸易因服务的无形性、异质性特征，其交易成本通常高于货物贸易。数字经济发展降低了服务贸易成本。数字经济可以提升服务贸易的形式，降本增效，降低进入市场成本。

其次，数字经济的发展促进服务创新。熊彼特创新理论指出，创新是经济发展的核心动力，其形式包括产品创新、技术创新、业态创新等。数字技术还加快了服务业的数字化转型，提升了服务质量与效率，并推动了新型服务模式的出现。

最后，数字经济通过提升竞争力来增加服务出口。波特的竞争优势理论指出，一国产业的国际竞争力取决于生产要素、需求条件、相关产业支持等多个维度。而要素禀赋理论则强调，生产要素的质量与数量是决定一国产业比较优势的核心因素。综合以上分析，本文提出以下待检验的假设：

假设 1：数字经济的发展可以促进我国服务业出口额的增加。

假设 2：数字经济的发展可以通过降低成本、服务创新和提升竞争力三个渠道提升服务业出口。

三、研究设计

（一）基准回归模型

为检验数字经济对我国服务业出口的影响，本文借鉴马兆良等人的研究方法，构建如下面板数据固定效应模型：

$$\ln(\text{ESP}_{it}) = \alpha_0 + \beta_1 \text{Digital}_{it} + \beta_2 \ln(\text{GDP}_{it}) + \beta_3 \text{FIN}_{it} + \beta_4 \text{OPEN}_{it} + \beta_5 \text{GOV} + \mu_i + \gamma_t + \varepsilon_{it}$$

其中， $\ln(\text{ESP}_{it})$ 表示省份 i 在 t 年服务业出口额的对数（消除异方差）， Digital_{it} 表示数字经济发展水平，本文参考郭峰,王靖一,王芳等测度方法，围绕数字基础设施建设、数字产业发展和数字普惠金融 3 个指标进行测度，具体指标如表 1 所示。随后，通过熵值法进行综合评价。

在参考相关文献的基础上，本文选取 $\ln(\text{GDP}_{it})$ 省份 i 在 t 年国民生产总值的对数， FIN_{it} 财政支持力度， OPEN_{it} 服务贸易开放度（服务贸易进出口总额 / GDP）， GOV_{it} 政府干预程度为控制变量。

表 1

一级指标	二级指标	三级指标	指标属性
数字经济 发展水平	数字基础设施	域名数(万个)	正向
		IPv4 网址数(万个)	正向
		互联网宽带接入端口数(万个)	正向
		移动电话普及率(部/百人)	正向
		单位面积光缆长度(公里/平方公里)	正向
	数字产业发展	信息化企业数(个)	正向
		每百家企业拥有网站数(个)	正向
		有电子商务交易活动的企业比重(%)	正向
		电子商务销售额(亿元)	正向
		软件业务收入(亿元)	正向
	数字普惠金融	覆盖广度指数	正向
		使用深度指数	正向
		数字化程度指数	正向

（二）中介效应模型

检验降低成本、服务创新和提升竞争力这三条路径是否存在，构建如下中介效应模型：

$$\text{Lnesp}_{it} = \theta_0 + \theta_1 \text{DigitalX}_{it} + \theta_2 \text{Lnesva}_{it} + \theta_3 \text{Cos}_{it} + \theta_4 \text{M} - \text{s}_{it} + \sum \theta_k \text{Controlsk}_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it}$$

本文选取以下几个变量为中介变量：服务业创新（Lnesva），本文运用的是各省申请的专利数来衡量。服务业成本（Cos）数字经济降低服务贸易成本，进而强化比较优势，所以将服务业成本作为中介变量。借鉴杨荷等人的研究设定，将服务业竞争力（Ms）作为中介变量。

数据来源

本文数据来源为北京大学数字金融研究中心、世界银行数据库、CEPII 数据库、历年《中国工业统计年鉴》《中国统计年鉴》以及各省份统计年鉴。

四、实证结果

（一）基准回归结果

本文首先进行了 Hausman 检验，发现 p 值均为 0，本文采用

年份和地区的双向固定模型。表2的列（1）在不考虑其他因素的影响下，在1%的水平上显著，表明数字经济的发展对我国服务业出口有显著的促进作用。列（2）-（5）加入控制变量后，也都在

5%水平上显著，说明模型有一定的稳健性。经济发展水平、服务贸易开放度、政府干预程度、财政支持的回归系数均为正，说明它们对于我国服务出口发挥一定的推动作用。

表2

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	lnESP	lnESP	lnESP	lnESP	lnESP
Digital	2.514*** (4.787)	2.538*** (2.729)	2.427*** (2.594)	2.065** (2.188)	2.205** (2.337)
OPEN		6.257*** (5.385)	6.260*** (5.389)	5.786*** (4.930)	5.473*** (4.634)
lnGDP			0.468 (1.065)	1.060** (2.077)	1.647*** (2.747)
GOV				3.072** (2.243)	2.562* (1.841)
FIN					0.206* (1.847)
_cons	2.811*** (34.128)	2.383*** (17.804)	-2.009 (-0.487)	-8.285* (-1.669)	-14.216** (-2.411)
N	390	390	390	390	390
R ²	0.065	0.213	0.216	0.228	0.236

***p<0.01", **p<0.05", *p<0.10

（二）中介效应检验

为验证数字经济对服务业出口的影响是否通过服务业创新（lnesva）、成本（cos）和竞争力（ms）三条路径传导，本文采用逐步法进行中介效应检验。数字经济对服务业出口的影响完全通

过服务业创新、成本、竞争力三条路径传导，即数字经济先作用于服务业创新、成本和竞争力，再由这些中介变量最终影响服务业出口。

表3

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	lnesp	lnesva	cos	ms	lnesp
digitalx	1.636** (2.103)	1.372*** (3.589)	0.294*** (3.677)	0.215*** (13.790)	-0.149 (-0.155)
lngdp	0.720*** (6.069)	1.254*** (21.521)	0.046*** (3.759)	-0.001 (-0.407)	0.352** (1.988)
fin	0.122* (1.711)	0.291*** (8.296)	0.047*** (6.340)	-0.010*** (-7.262)	0.197** (2.448)
gov	-6.420*** (-7.737)	-1.897*** (-4.654)	0.065 (0.766)	0.009 (0.538)	-5.660*** (-6.840)
open	7.160*** (9.140)	-1.699*** (-4.414)	-0.540*** (-6.699)	0.075*** (4.764)	6.068*** (7.497)
_cons	-3.303** (-2.545)	-11.879*** (-18.631)	-0.396*** (-2.969)	0.023 (0.904)	0.129 (0.072)
N	390.000	390.000	390.000	390.000	390.000
r2	0.808	0.919	0.410	0.643	0.828
r2_a	0.806	0.918	0.401	0.638	0.824

（三）异质性检验

数字经济对服务业出口的影响，在地区方面呈现差异化。在数字经济较为发达的地区，数字经济对服务业出口的影响呈现显著的正相关，主要是由于发达地区数字基础设施完善，数字经济

与服务业出口形成“良性互动”。而数字经济欠发达地区，数字经济对服务出口的影响不仅不显著而且为负，主要可能由于欠发达地区数字技术应用“水土不服”。

表4		
	数字经济发达地区	数字经济欠发达地区
	lnesp	lnesp
digitalx	1.721* (1.79)	-9.631 (-1.56)
_cons	0.942 (0.41)	-15.41** (-2.33)
N	166	224
r2	0.478	0.382

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

（四）稳健性检验

为检验数字经济对服务出口的稳健性，本研究分别采用了替换核心解释变量衡量方式和滞后一期解释变量两种方法进行稳健性检验。将数字经济的熵值法换成主要成分分析法进行衡量，数字经济对服务业出口有显著的影响。第二种方法为将解释变量滞后一期，系数为2.613，在10%的显著水平下显著，数字经济滞后一期对服务业出口仍有显著正向影响，体现了数字经济影响的持续性。

表5		
	主要成分分析法	解释变量滞后一期
	lnesp	lnesp
digitalx	0.344* (1.874)	2.613** (2.300)
_cons	-14.338** (-2.421)	-9.416 (-1.351)
N	390	360
R ²	0.23	0.210

***p<0.01", "**p<0.05", "p<0.10

五、结论与建议

本文针对2011-2023年期间，中国的30个省份数字经济与服务出口额的面板数据开展实证分析，来探讨数字经济对于服务出口的关系。研究发现，数字经济通过促进服务业创新水平提升、降低交易成本和信息成本，优化运营成本和提升竞争力，增强差异化竞争优势这三个方面来促进服务出口。本文提出相关建议：

各省积极培育新兴服务业态：各省应结合自身优势，聚焦发展数字金融、在线教育、远程医疗等新兴领域。其次鼓励企业进行创新服务模式，引导服务企业利用数字平台开展全球资源整合与协同生产。

第二，努力提升服务出口竞争力，各省需要加强数字技术应用，支持企业加大对人工智能、大数据、云计算等数字技术的投入，提升服务质量与效率。加大数字基础设施的建设与完善，加速各省数字化进程，与此同时。打造差异化服务产品，提升我国各省市的服务也创新。

第三，各省可以打造属于自己的IP产品，与地方特色结合，既可以推动文化出海，又促进服务出口。与此同时，不同省份可以相互结合，相互帮助，促进我国服务业“花团锦簇”。扶持数字经济发展欠缺的地方，实现共同发展，共同富裕。

参考文献

- [1]刘助仁. 数字经济的国际比较[J]. 云南科技管理, 2002, (01): 34-38.
- [2]陈晓龙. 数字经济对中国经济的影响浅析[J]. 现代商业, 2011, (11): 190.DOI: 10.14097/j.cnki.5392/2011.11.170.
- [3]孙红, 张季东. 数字经济国际发展比较及对我国城市的启示[J]. 中国名城, 2012, (09): 39-45.
- [4]安宇宏. 数字经济[J]. 宏观经济管理, 2016, (12): 76-77.DOI: 10.19709/j.cnki.11-3199/f.2016.12.021.
- [5]李长江. 关于数字经济内涵的初步探讨[J]. 电子政务, 2017, (09): 84-92.DOI: 10.16582/j.cnki.dzzw.2017.09.009.
- [6]彭文生. 从数字经济到数字货币[J]. 新金融, 2020, (07): 11-18.
- [7]Michaely M. Trade, income levels, and dependence[M]. Amsterdam: North-Holland, 1984.
- [8]Miraskari S R, Asfiji N S, Siadat S A, et al. The Effect of the Internet on Trade Flows[J]. Economic and Finance Review, 2011, 1(6): 100-106.
- [9]戴翔. 服务出口复杂度与经济增长质量：一项跨国经验研究[J]. 审计与经济研究, 2015, 30(04): 103-112.
- [10]陈虹, 曹毅. 双向国际投资对服务业出口技术复杂度的影响——基于新兴服务贸易领域跨国面板的实证研究[J]. 宏观经济研究, 2020, (09): 140-152.DOI: 10.16304/j.cnki.11-3952/f.2020.09.013.
- [11]姚亭亭, 包雅楠. 人工智能促进服务出口技术复杂度提升吗？——来自29个主要经济体的证据[J]. 中南财经政法大学学报, 2024, (02): 149-160.DOI: 10.19639/j.cnki.issn1003-5230.2024.0022.
- [12]王智新, 何景琦, 邢双美. 产业智能化网络对中国出口技术复杂度的影响[J]. 世界经济研究, 2025, (02): 73-88+136.DOI: 10.13516/j.cnki.wes.2025.02.002.
- [13]姜珂, 陈怀超, 崔文卉. 贸易伙伴国数字经济对中国服务出口贸易的影响[J]. 金融与经济, 2021, (12): 63-70.DOI: 10.19622/j.cnki.cn36-1005/f.2021.12.007.
- [14]谢谦, 刘洪愧. 数字服务贸易助推经济高质量发展：理论机理与政策建议[J]. 经济体制改革, 2022, (06): 20-27.
- [15]张鑫. 数字经济发展与服务贸易出口效率——基于中国与“一带一路”沿线国家的实证[J]. 商业经济研究, 2023, (13): 135-138.
- [16]HAUSMANN R, HWANG J, RODRIK D. What you export matter[J]. Journal of Economic Growth, 2007, 12 (1) : 1-25
- [17]王小梅, 张岩. 数字经济发展对服务出口效率的影响[J]. 统计与决策, 2024, 40(15): 155-160.DOI: 10.13546/j.cnki.tjyj.2024.15.027.
- [18]孙春露, 甯家洋. 数字经济发展对国际贸易服务出口效率的影响——基于 RCEP 国家的实证研究[J]. 商业经济研究, 2024, (15): 141-144.

数字经济驱动农业农村现代化的作用机理、现实困境与实现路径

胡东枚

重庆师范大学, 重庆 401331

DOI:10.61369/ER.2025080009

摘 要 : 数字经济是赋能农业农村现代化、推进乡村全面振兴的核心新动能。本文立足于中国式现代化发展背景, 剖析数字经济赋能农业农村发展的内在逻辑, 从产业赋能、民生改善、生态优化、治理现代化四大维度厘清其作用机理。研究发现, 当前数字经济与农业农村融合发展存在产业数字化转型滞后、城乡数字普惠差距明显、绿色数字化体系不完善、乡村数字治理效能偏低等现实困境。对此, 本文从产业、民生、生态、治理四个层面提出优化路径, 旨在破除城乡发展壁垒, 释放数据要素价值, 推动数字经济与农业农村深度融合, 为加快农业农村现代化建设提供理论参考与实践依据。

关 键 词 : 数字经济; 农业农村现代化; 作用机理; 数字乡村; 乡村治理

The Mechanism, Practical Dilemmas, and Implementation Paths of Digital Economy Driving the Modernization of Agriculture and Rural Areas

Hu Dongmei

Chongqing Normal University, Chongqing 401331

Abstract : The digital economy serves as a core new driving force for empowering the modernization of agriculture and rural areas and advancing comprehensive rural revitalization. Based on the context of Chinese-style modernization development, this paper analyzes the internal logic of the digital economy empowering agricultural and rural development, clarifying its mechanism from four dimensions: industrial empowerment, livelihood improvement, ecological optimization, and governance modernization. The study finds that the current integrated development of the digital economy with agriculture and rural areas faces practical dilemmas such as lagging industrial digital transformation, significant gaps in digital inclusion between urban and rural areas, an imperfect green digital system, and low efficiency in rural digital governance. In response, this paper proposes optimization paths from four aspects: industry, livelihood, ecology, and governance, aiming to break down barriers to urban-rural development, unlock the value of data elements, promote deep integration of the digital economy with agriculture and rural areas, and provide theoretical references and practical bases for accelerating the modernization of agriculture and rural areas.

Keywords : digital economy; modernization of agriculture and rural areas; mechanism; digital countryside; rural governance

引言

党的二十大明确提出, 到2035年基本实现农业现代化的战略目标, 党的二十届三中全会进一步强调“坚持农业农村优先发展”。农业农村现代化作为中国式现代化视域下“三农”领域的核心目标, 是农业、农村、农民现代化的有机统一, 也是破解城乡发展不平衡、农村发展不充分矛盾的关键。当前, 农业农村现代化仍是我国现代化建设的短板, 需要以新动能来突破发展瓶颈。

数字经济作为继农业、工业经济后的主要经济形态, 以数据为关键要素、现代信息网络为载体, 具备高创新性、强渗透性、广覆盖性的特征。《“十四五”数字经济发展规划》将其列为经济社会转型核心引擎, 中央一号文件连续8年部署数字农业、数字乡村建设, 为二者融合发展提供政策支撑。在“梅特卡夫法则”驱动下, 城市数字用户市场饱和后, 农村成为数字经济扩张的重要场域, 数字乡村建设应运而生。数字乡村以“数字+互联网”推动乡村全领域数字化转型, 是赋能乡村振兴、筑牢数字中国根基的重要路径。

现有研究围绕数字经济对农业农村发展的影响已形成较为丰富的研究成果, 核心体现在三个方面: 一是推动农村交易模式变革与产

业转型升级，通过提升信息透明度强化产业联动，构建紧密衔接的产业链条；二是促进城乡融合发展，拓宽农村居民收入渠道、提升农业与非农收入，有效缩小城乡收入差距；三是加速农业新质生产力形成，优化要素配置、市场匹配与产品流通效率，赋能农业高质量发展与乡村振兴。

基于此，本文聚焦数字经济驱动农业农村现代化的核心议题，系统探究其作用机理与驱动逻辑，深入剖析实践中的现实困境，进而提出针对性地实现路径与具体举措，为加快农业农村现代化、全面推进乡村振兴提供理论支撑与实践参考。

一、数字经济驱动农业农村现代化的作用机理

数字经济以数据作为新型生产要素，通过对农业农村发展各领域的深度渗透与系统重构，形成产业赋能、民生改善、生态优化、治理现代化的多维驱动机制，在技术扩散、要素重组、结构转型与制度创新的共同作用下，推动农业农村发展由传统路径向现代化形态加速演进，其内在作用机理可从四个层面系统阐释。

（一）产业赋能机理：重塑现代农业发展体系

数字技术通过对农业生产、经营、流通与服务全链条的渗透改造，推动传统农业向集约化、精准化、融合化方向转型^[1]。在要素重构理论视角下，数据要素与土地、劳动力、资本、技术等传统生产要素深度耦合，打破资源配置的时空限制与信息不对称约束，提升要素边际收益与配置效率。依托大数据、物联网、智能装备等技术支撑，农业生产逐步由经验主导转向数据驱动，实现耕、种、管、收全过程精准调控，有效降低生产成本、提升产出效率与产品质量^[2]。同时，数字平台打通生产端与消费端的联结通道，推动农产品上行渠道扁平化、供应链协同化，促进农村一二三产业深度融合，催生新业态、新模式不断涌现，进一步完善现代农业产业体系、生产体系与经营体系，为农业农村现代化提供坚实的产业基础与动能支撑^[3]。

（二）民生改善机理：推动城乡发展均衡普惠

数字经济以网络化、普惠性特征突破城乡空间分割，推动公共服务资源在城乡间高效流动与均衡配置，契合基本公共服务均等化理论的内在要求。通过数字化载体，优质教育、医疗、养老、文化等服务向农村地区延伸覆盖，缩小城乡公共服务差距，提升农村居民获得感与发展能力^[4]。与此同时，数字平台拓宽农村就业场景与收入来源，促进农村劳动力灵活就业、自主创业，推动农民收入结构由单一经营性收入向多元收入结构转变，不断提升农村消费能力与生活现代化水平^[5]。数字技术在改善居住条件、便利日常生活、丰富精神文化等方面持续发挥作用，推动乡村生活方式向现代化、便利化、品质化转型，真正实现以人的现代化带动农业农村整体现代化。

（三）生态优化机理：强化乡村绿色低碳转型

数字技术为农业农村绿色发展提供精准化、智能化实现路径，充分体现可持续发展与生态经济理论的核心逻辑^[6]。通过全域环境监测、资源利用数字化管控、污染排放精准识别，实现对水土资源、农田生态、乡村环境的动态感知与智能调控，推动农业资源由粗放利用转向集约高效利用。数字手段能够有效支撑农业面源污染治理、废弃物资源化利用、碳足迹追踪与生态补偿机

制运行，促进生产方式绿色化转型。同时，数字化赋能生态价值转化，推动生态农业、绿色产品认证、乡村休闲旅游等业态高效发展，实现生态效益、经济效益与社会效益协同统一，为农业农村现代化筑牢绿色底色与可持续根基^[7]。

（四）治理现代化机理：完善乡村协同治理格局

数字技术推动乡村治理结构由分散、被动、粗放向协同、精准、高效转型，符合协同治理理论与治理现代化理论的基本逻辑。借助数字化平台，政务服务下沉、村务公开透明、民意诉求快速响应，提升基层治理运行效率与规范化水平。大数据分析为乡村规划、公共政策、风险防控提供科学依据，推动治理决策由经验判断转向数据支撑。同时，数字渠道打破政府、村集体、社会组织、农户之间的信息壁垒，促进多元主体参与、协商共治、同向发力，构建共建共治共享的现代治理格局。治理能力的提升有效降低制度运行成本、增强乡村发展稳定性，为农业农村现代化提供可靠的制度保障与环境支撑。

二、数字经济驱动农业农村现代化的现实困境

当前数字技术与农业农村融合发展仍处于初步深化阶段，受基础条件、结构差异、制度供给与主体能力等多重约束，数字经济赋能效应未能充分释放，在实践中面临多层次现实困境。

一是产业数字化转型深度不足，现代农业体系构建存在瓶颈。农业数字化基础设施覆盖不均衡，偏远乡村、欠发达农村地区的高端数字化设施供给不足^[8]，智能装备、数据平台的研发与应用成本偏高，小型农户受经营规模、资金实力、技术储备限制，难以承担转型投入，导致小农户与现代数字农业衔接不畅，难以共享数字化发展红利。同时，农业数据标准不统一，不同部门、不同主体采集的数据在格式、口径上存在差异，数据孤岛现象突出，跨领域数据共享机制不健全，数据要素价值难以有效变现。此外，农村产业融合层次较浅，数字技术多停留在流通销售环节，对生产端的精准管控、加工端的提质增效改造力度不足，未能形成全链条数字化协同模式，全产业链协同效应不足，制约现代农业体系构建。

二是城乡数字普惠发展不均，民生服务均等化水平有待提升。城乡数字基础设施与终端普及存在明显差距，农村地区高速网络覆盖率、智能终端拥有率仍低于城市，部分农村老年群体、低技能群体因经济条件、认知能力限制，存在数字使用障碍，数字鸿沟问题依然显著。优质公共服务数字化下沉不足，教育、医疗等资源的线上供给缺乏针对性和实用性，难以满足农村居民多

样化需求。同时，农民数字化增收渠道不稳定，多数农户参与数字化创业就业时，面临数字技能缺失、运营经验不足等问题，且缺乏有效的市场引导和风险防控机制，数字红利获得感存在明显群体差异，影响城乡民生服务均等化推进。

三是绿色数字化治理体系不完善，生态协同发展约束明显。农业生态环境监测网络不健全，监测站点布局不合理，数据采集覆盖面有限、精准度不足，难以实现生态环境动态感知与精准预警。资源集约利用、污染精准管控的数字化应用场景偏少，部分绿色数字化技术与农业生产实际结合不够紧密，推广难度较大，导致农业资源粗放利用、污染治理效率偏低。此外，生态价值数字化转化机制不健全，绿色认证、碳汇核算、生态补偿缺乏科学数据支撑，生态效益与经济效益难以形成良性互动，制约乡村绿色低碳转型。

四是乡村数字治理体系不健全，治理现代化效能不足。基层数字治理平台分散化、碎片化，不同部门的治理平台缺乏有效整合，数据共享与业务协同不足，造成治理资源浪费、效率偏低。治理数字化偏重于政务流程线上化，对村集体、社会组织、村民等多元主体的赋能不足，村民自治的数字化渠道不够畅通。同时，数据安全、隐私保护、平台权责等制度规范不完善，治理决策的科学性和精准度有限，传统治理思维与数字化治理模式未能有效适配，影响治理现代化效能提升。

三、数字经济驱动农业农村现代化的路径探索

针对上述现实约束，以数据要素赋能、城乡融合发展、绿色低碳转型、治理体系创新为方向，从四大维度构建系统性实现路径，推动数字经济与农业农村现代化深度融合。

一是深化产业数字化转型，构建现代化农业产业体系。聚焦农业数字化转型短板，加强农业数字新基建统筹布局，重点向偏远乡村、欠发达农村地区倾斜，推进物联网、大数据平台普惠化应用，通过政策补贴、校企合作等方式降低小农户接入成本，推动小农户与现代数字农业有效衔接。建立统一的农业数据标准与共享机制，打破部门、区域数据壁垒，推动农业生产、加工、流通等各领域数据高效流通，促进数据要素价值化变现。推动数字

技术贯穿农业生产、加工、流通、溯源全链条，强化数字技术对生产端精准管控、加工端提质增效的赋能作用，促进农村一二三产业深度融合，培育智慧农业、农村电商、冷链物流等新业态，完善产业链配套设施，强化产业链韧性与核心竞争力^[9]。

二是推进数字普惠均衡发展，促进城乡民生服务均等化。加快农村网络设施提质升级，推进5G网络向乡村延伸覆盖，缩小城乡数字基础设施硬件差距，推动智能终端向农村普及^[10]。开展针对性数字技能培训，结合农村居民需求，重点面向老年群体、低技能群体开展通俗易懂的数字操作培训，提升农民数字素养与就业创业能力。推动优质教育、医疗、养老等公共服务资源数字化下沉，优化线上服务内容，增强服务针对性与实用性，扩大普惠服务覆盖范围。拓宽农民数字化增收渠道，培育农村电商主播、数字农技服务等新型就业形态，完善企业与农户的利益联结机制，加强市场引导与风险防控，让数字红利更广泛、更公平惠及各类农村居民，推动城乡民生服务均等化发展。

三是强化数字技术绿色赋能，推动乡村生态可持续发展。构建全域覆盖、精准高效的农业生态环境智能监测网络，优化监测站点布局，提升数据采集精度与实时性，实现对农业资源利用、污染排放的动态管控与精准预警。加大绿色数字技术推广力度，普及精准施肥、节水灌溉、智能管控等适配农业生产实际的技术，降低农业资源消耗与污染物排放，提升资源利用效率^[11]。建立健全生态产品价值数字化实现机制，完善绿色农产品认证、溯源体系，规范农业碳汇核算标准，健全生态补偿制度，推动生态优势转化为发展优势，实现生态保护与经济发展协同共进。

四是完善乡村数字治理体系，提升基层治理现代化水平。整合分散的乡村数字治理平台，打破部门壁垒，推动跨部门、跨层级业务协同与数据共享，避免资源浪费与重复建设，提升治理效率。搭建多元主体参与的数字化治理渠道，强化村民在线议事、村务公开、监督反馈功能，引导村集体、社会组织、村民主动参与乡村治理，构建共建共治共享的治理格局^[12]。健全乡村数字治理制度规范，完善数据安全、个人隐私保护相关规定，明确平台权责划分，依托大数据分析支撑乡村治理科学决策与风险预警，推动传统治理思维与数字化治理模式深度适配，全面提升基层治理精准化、高效化、规范化水平。

参考文献

- [1] 夏显力, 陈哲, 张慧利, 等. 农业高质量发展: 数字赋能与实现路径 [J]. 中国农村经济, 2019, 12(2).
- [2] 刘长全. 关于智慧农业的理论思考: 发展模式, 潜在问题与推进策略 [J]. 经济纵横, 2023, 8: 63-70.
- [3] 李国英. 农业全产业链数字化转型的底层逻辑及推进策略 [J]. 区域经济评论, 2022, No.59(05): 86-93.
- [4] 李周, 温铁军, 魏后凯, 等. 加快推进农业农村现代化: “三农” 专家深度解读中共中央一号文件精神 [J]. 中国农村经济, 2021, 4: 2-20.
- [5] 唐红涛, 谢婷. 数字经济与农民收入消费双提升 [J]. 华南农业大学学报 (社会科学版), 2022, 21(02): 70-81.
- [6] 陈伟雄, 李宝银, 杨婷. 数字技术赋能生态文明建设: 理论基础, 作用机理与实现路径 [J]. 当代经济研究, 2023, 337(9): 99-109.
- [7] 张圆圆, 田文娟, 郭英之. 乡村旅游赋能和美乡村建设——内涵, 逻辑与研究框架 [J]. 经济地理, 2024, 44(6): 224-231.
- [8] 王胜, 余娜, 付锐. 数字乡村建设: 作用机理, 现实挑战与实施策略 [J]. 改革, 2021, 4: 45-59.
- [9] 连宏萍, 韩文静. 数字经济赋能乡村产业融合发展的实证研究 [J]. 中国特色社会主义研究, 2025, No.181(01): 55-66.
- [10] 王海霞. 数字基础设施建设对乡村振兴的影响效应与经验证据 [J]. 中州大学学报, 2025, 42(05): 29-37.
- [11] 王学婷, 张俊飏. 双碳战略目标下农业绿色低碳发展的基本路径与制度构建 [J]. 中国生态农业学报 (中英文), 2022, 30(04): 516-526.
- [12] 冯献, 李瑾, 崔凯. 乡村治理数字化: 现状, 需求与对策研究 [J]. 电子政务, 2020, 6: 73-85.

甘肃银行养老金融发展对策研究

王金翎¹, 韩艳芳²

1. 长春大学, 吉林 长春 130000

2. 长春市云启食品有限公司, 吉林 长春 130000

DOI:10.61369/ER.2025080011

摘 要 : 养老金融不仅关乎老年人的生活质量, 更是完善社会保障体系、促进经济可持续发展的关键一环。基于这样的宏观背景, 甘肃银行作为西北地区重要的法人金融机构, 立足本土, 扎根甘肃, 其养老金融业务发展既受限于西北经济社会发展水平, 又具有鲜明的地域特色。本文以甘肃银行为研究对象, 探讨甘肃银行养老金融发展的现状、问题及对策, 旨在为甘肃银行养老金融业务进一步发展提供参考, 也为其他地方性金融机构探索养老金融发展路径提供借鉴。

关 键 词 : 老龄化; 甘肃银行; 养老金融

Research on Development Strategies for Elderly Finance in Gansu Bank

Wang Jinling¹, Han Yanfang²

1.Changchun University, Changchun, Jilin 130000

2.Changchun Yunqi Food Co., Ltd. Changchun, Jilin 130000

Abstract : Elderly care finance not only affects the quality of life of the elderly, but also is a crucial link in improving the social security system and promoting sustainable economic development. Based on this macro background, Gansu Bank, as an important legal financial institution in the northwest region, based on its local conditions and rooted in Gansu, the development of its elderly care finance business is both limited by the economic and social development level of the northwest region and has distinct regional characteristics. This paper takes Gansu Bank as the research object, discusses the current situation, problems and countermeasures of Gansu Bank's elderly care finance development, aiming to provide references for the further development of Gansu Bank's elderly care finance business and also offer insights for other local financial institutions to explore the development path of elderly care finance.

Keywords : aging; Gansu bank; elderly care finance

前言

随着我国人口老龄化程度持续加深, 养老负担日益加重, 养老金融需求快速增长。2022年, 监管部门鼓励金融机构开发适合老年人的金融产品, 以构建多元化老年福利制度。截至2024年末, 甘肃省60岁以上人口占比20.06%, 老龄化程度接近全国平均水平。对于地处西北的甘肃银行来说, 结合当地养老需求制定方案, 为老年人和养老产业提供优质金融服务, 可有效提升老年人福祉, 促进区域养老产业与经济发展。

一、甘肃银行养老金融发展现状

甘肃银行是唯一甘肃省属城商行, 整体实力处于省属金融业前列。银行开展公司银行、个人银行和金融市场三大业务板块, 涉及存款业务与贷款业务、交易业务与投资管理等诸多领域的业务, 并在甘肃省市属城市商业银行中拥有最高的市场占有份额。区别于大型国有银行机构, 其在普惠金融与农业发展方面拥有更具有鲜明的区域差异性和服务优势。甘肃银行以传统存贷款业务为基础, 同时拓展财富管理、投资银行和绿色金融等新兴领域。

(一) 养老金融产品多样化

甘肃银行在养老金融领域不断探索过程中, 成效显著。20世纪末, 甘肃银行聚焦老年客群最基础的金融需求, 提供养老金代发、储蓄存款等服务, 为老年人资金提供安全保障, 使其日常生活开支来源稳定。随着养老金融市场需求的不断增长, 甘肃银行养老金融产品呈现多元化发展。一是积极与保险公司、理财公司合作, 研发并推出“长寿人生”系列保险产品和颐养天年专享理财系列产品, 为老年客户在养老规划、资产传承以及财富增值等方面提供更多选择。二是上线发行三代社保卡, 并设立105家“社

项目来源: 长春大学人文社会科学基金项目《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。

保卡一站式服务网点”，极大便利了老年客户社保相关业务的办理。三是借助金融科技，打造手机银行、自动取款机、智能柜台的“颐年版”服务功能便捷老年客户金融服务需求。甘肃银行分别在养老金融（如“颐享年金”养老保险、“福寿盈”养老理财）、养老服务金融（如乐龄贷“消费贷款”、医养通“联名卡”）和养老产业金融（如“颐养贷”专项贷款等）中的特色养老金融产品，其不同类别的产品针对不同类型人群且呈现着不同的产品特点。

（二）养老金融规模不断扩大

甘肃银行养老金融规模从基础储蓄与保险产品发展到涵盖理财与社保等多领域的综合产品体系；从少数网点扩展到覆盖甘肃省内的多家特色网点和一站式服务网点；从传统的线下服务，转变为“线上+线下”的全方位服务模式，利用金融科技提升服务便捷性；从无品牌到有品牌，打造了“甘养乐”品牌，提升了市场影响力和客户认可度等，体现着甘肃银行养老金融业务在规模、产品、服务和品牌建设等方面均取得了显著进展，逐步形成了具有特色的养老金融服务体系。截止2024年末，甘肃银行已与省内10余家养老龙头企业建立合作关系，养老金融覆盖机构养老、社区养老、居家养老三大领域，合作项目布局集中于兰州、天水、白银等老龄化率较高城市，项目融资金额累计超5亿元，提升农村养老覆盖，养老金融规模不断扩大。

二、甘肃银行养老金融发展存在的问题

（一）产品与服务创新不足

甘肃银行在养老金融领域的服务模式与产品设计，尚未完全适应老年群体日益复杂的需求变化。一些储蓄和理财产品本质上与普通个人金融产品功能高度重叠。如“颐享存”本质上仍是定期存款，而“安享盈”理财产品的风险等级、收益结构与其他银行发行的低风险理财几乎无异。这种同质化导致在银行官网的养老金融专区显示的只是换个名称的普通产品，并没有真正针对养老场景的专属功能。此外，对于甘肃省12%的失能老人，其最大需求是护理费用分期支付、长期护理保险等金融工具，但这些特定老年群体的痛点需求，并没有充足的养老金融产品相对应。此外，甘肃银行虽然已经为甘肃省的120万退休老人按时发放了退休金，但是在将业务范围扩展方面仍旧有很大余地，比如在陇南地区，为健康护理业增长提供帮助的投融资渠道仍然不足。

（二）养老金融适老化发展不充分

手机银行上线“养老专区”、网点增设智能设备等数字化转型与老年客户的真实体验暴露出深层次矛盾。许多老年人不熟悉自助终端机，机器字太小，操作步骤过于繁琐，操作慢会耽误后面排队的顾客，虽然网点挂着“适老化服务示范点”的牌子，但值班经理坦言：“我们主要教客户用手机银行，但老人家学了就忘。”的情况也时有发生。对于偏远地区，距离网点偏远的老年人办理业务也是难上加难，并且对于养老产品知识了解的也是少之又少，对于不识字、不会用智能手机的老年人，使用手机银行更不现实。

根据兰州中心支行调研表明，甘肃农村地区70岁以上客户中，仅15%能独立使用线上渠道。这种“一刀切”的数字化推进，反而让不会用智能设备的老人感到被边缘化。大字版界面和老年版ATM机确实存在，但关键服务环节仍存在断层。例如，

当老人想咨询以房养老政策时，超过70%的网点无法提供专业顾问。在有些网点，工作人员甚至将“适老化服务”简单等同于“帮老人填单子”。这种表面功夫导致越是需要金融服务的农村老人，越难获得有效支持。

（三）品牌影响力与市场拓展有限

甘肃银行虽已着手布局养老金融领域，但其品牌影响力与市场拓展能力仍存在较大提升空间。甘肃银行养老金融品牌辨识度并不高。在省内，尽管该行已推出了“甘养乐”养老金融品牌，并揭牌19家示范特色网点，但主动选择甘肃银行养老产品的老年客户占比仅35%。与之形成鲜明对比的是，一些国有大行凭借其深厚的品牌底蕴和广泛的客户基础，其养老理财产品在老年客户中的认知度和认可度极高，在养老金融市场中占据了相当大的份额。相比之下，甘肃银行养老金融品牌的宣传推广力度不足，品牌内涵未能有效传达给目标客户群体，导致品牌在市场中的影响力有限。从市场拓展方面来看，甘肃银行主要依赖传统的网点地推和与退休单位合作，线上营销渠道的运用较为薄弱，策略相对单一。在抖音、快手、微信视频号等热门线上平台，甘肃银行养老主题内容更新频率低，粉丝量不足10万。而一些股份制银行，充分利用线上平台进行养老金融产品的宣传与推广。通过短视频吸引大量老年客户及其子女关注，抖音账号粉丝量众多，相关养老金融话题的播放量和互动量都十分可观。

品牌影响力的不足与市场拓展的受限，使得甘肃银行养老金融业务的目标客群触达效率低下。2023年养老产品新增客户中仅12%来自主动营销渠道，难以突破区域市场局限。

（四）专业人才短缺

随着养老金融市场的不断扩大，甘肃银行在养老金融领域缺少具备专业知识与技术能力的人才，也缺少具备科技创新、金融、保险、税法等相关知识的复合型人才。相较于知名度、影响力较高，员工福利待遇更好的国有行，甘肃银行对于人才竞争方面甘肃银行也是面临极大的挑战，许多优秀的人才都会第一时间选择进入国有行去工作。作为区域商行，甘肃银行在人才吸引和储备上面临区域竞争劣势。一系列专业人才短缺的问题都制约着甘肃银行在养老金融领域的发展和自身服务水平的提升。

（五）风险管控体系不够完善

养老金融养老金融业务快速拓展，市场风险多变，甘肃银行当前的风险管理组织仍偏向于传统银行业务，风险管理体系虽取得一定进展，但数字化时代对于风险管控与数据评估水平要求极其高。作为区域性商行，甘肃银行在人才短缺的情况下，尚未针对养老金融业务设立独立的风险管理团队，其风险管理职能缺乏对养老金融业务全流程的统筹管理，养老金融风险管控体系不够完善，养老金融风险评估是突出难题，对于风险管理体系的专业性、安全性、操作性依旧有待完善。

三、甘肃银行养老金融的发展对策

（一）丰富产品种类及优化服务场景

针对甘肃银行在养老金融领域面临的产品与服务创新不足、数字化与适老化失衡、品牌影响力薄弱等核心问题，需从供需匹配、客户体验优化、市场拓展三个维度系统性构建解决方案，形成环环相扣的发展路径。

鉴于目前市场上同质化商品或服务过多，老年消费者忠诚度下降，甘肃银行应按照老年消费者需求来打造有差别性的产品线。即针对12%的行动不变的老年消费者，可以与保险公司合作，推出“养老护理费分期付款”养老护理费分期付款“长期护理险理赔款”等，利用金融工具来缓解家庭养老护理费用支出的压力；借鉴国内的成功经验，尝试应用房屋的逆向抵押方式，有效盘活老年消费者的地产资源，变死资产为活资金。在服务场景拓展上，打破养老金发发的单一服务模式，依托省内120 万代发客户资源，与兰大一院、甘肃省中医院等三甲医院共建“医养结合”支付系统，实现挂号、诊疗、结算全流程线上化；同时设立每年不低于10 亿元的康养产业专项信贷额度，支持天水麦积山康养小镇、敦煌医养综合体等重点项目，将金融服务嵌入养老社区建设、旅居养老服务场景，形成“产品+服务”的生态闭环。

（二）持续完善适老化发展全链条

针对数字化与适老化服务失衡问题，需以老年客户使用痛点为导向进行双向优化。针对农村地区70 岁以上客户线上渠道使用率不足15%、62%老年客户担忧操作风险的现状，手机银行“养老专区”应简化转账、理财购买等核心功能流程，增设语音导航、人脸识别等适老技术；同时开发离线版业务指南、短信指令办理等功能，降低农村老年客户使用门槛。在线下服务端，需将网点适老化改造从设备更新升级为服务升级，通过在80%以上网点配置专职养老金融顾问、建立柜员老年服务培训认证体系，为客户提供财富规划、养老政策咨询等定制化服务；同步推进县域网点智能设备100%适老化改造，解决偏远地区老年客户“跑多次、排队长”的现实困境，实现线上线下服务效能的均衡提升。

（三）提升品牌影响力，拓展市场渠道

对于品牌影响力薄弱与市场拓展受限，构建“品牌塑造一精准触达一口碑传播”营销体系。对标宁夏银行“塞上养老”品牌IP 建设经验，甘肃银行可打造“陇上银龄”专属品牌。通过统一视觉标识、发布养老金融白皮书等方式强化品牌辨识度；在传播渠道上，突破传统网点地推模式，在抖音、微信平台每周更新养老理财科普、康养生活记录等短视频内容，吸引老年客户及其子女群体关注，目标将线上粉丝量提升至50 万以上。同时，以全省1.9 万个城乡社区为载体，开展“金融知识进社区”常态化活动，通过举办养老规划讲座、反诈宣传等贴近老年生活的活动，将品牌渗透至社区；与人社部门合作承接城乡居民养老保险代缴、待遇资格认证等政务服务，既提升客户粘性，又借助政府公信力扩大品牌影响力，

逐步实现从区域银行向养老金融特色品牌的转型。

（四）加强储备专业人才

针对甘肃银行养老金融专业人才短缺，打造专业化养老金融人才团队至关重要。通过加大养老金融人力资源投入，打造具备复合技能的专业人才。让养老金融团队能够用系统化的金融知识去帮助老年客户做好养老保障，同时通过分析甘肃老年客户特征和养老需求，根据各区域客户各种不同的生活环境、生活方式、家庭状况及养老观念等特性，为不同的老年群体匹配个性化、多元化的老年产品，提供个性化、合理化、专业化、综合化的养老方案，为客户提供量身定制的养老规划。甘肃银行也可以与专业养老服务机构、保险公司、股权投资机构及科研院校联合培养养老金融人才，取长补短，和其他各大机构学习培养人才的方式方法，如“轮岗培养计划”让风控、合规部门员工参与养老金融项目，提升复合型能力等方法。

（五）持续完善风险管理体系

针对养老金融业务与传统风控模式适配度低的问题，甘肃银行应突破人才瓶颈，通过内部选拔与外部引进相结合，组建跨部门的养老金融风险管理专职团队。该团队负责从产品设计、客户准入、资金投向到贷后（投后）管理的全流程风险识别与把控，实现对养老金融风险的集中、统一管理。针对养老金融风险评估难的痛点，应加快引入或合作开发适配老年人特征的数字化风险评估工具。重点构建养老产业信贷的专属评估模型，同时利用大数据分析老年客户的消费与履约行为特征，建立差异化的客户风险画像，提升风险识别的精准度与前瞻性。针对适老服务中的操作风险，应定期开展养老金融业务专项压力测试与合规检查，完善线上适老版本及线下网点的操作风险应急预案，确保业务在安全性、流动性约束下稳健运行。

四、结论

通过聚焦甘肃银行在养老金融发展存在的产品服务创新不足、养老金融适老化发展不充分等问题，本文提出通过丰富产品种类及优化服务场景、持续完善适老化全链条、提升品牌影响力拓展市场渠道、加强储备专业人才、持续完善风险管理体系的相关举措，助力甘肃银行提升养老金融市场竞争力，不断完善地方养老保障体系，为区域银行养老金融发展提供借鉴。

参考文献

- [1]李伟,张强.商业银行参与养老第三支柱的理论模型构建[J].金融研究,2021,48(5):23-37.
- [2]王思远.老龄化背景下银发经济与金融适配度研究[J].经济管理,2023,45(2):89-104.
- [3]陈晓等.社区时间银行模式的金融创新路径[J].社会保障研究,2022,19(3):55-68.
- [4]刘振华.农村土地收益权质押养老产品设计[J].农村金融研究,2023,41(4):12-25.
- [5]赵敏等.基于行为金融的养老产品配置模型[J].金融工程,2024,21(1):77-89.
- [6]张宇,李明等.养老金融风险防控的技术创新研究[J].金融科技前沿,2023,35(2):45-58.
- [7]王宁等.基于区块链的养老金数据管理与交易优化[J].财经研究与应用,2022,40(3):102-11.
- [8]李强,王丽等.智慧养老金融服务平台的构建与实践[J].养老产业创新,2024,22(1):76-89.
- [9]林文佳.商业银行养老金融发展路径研究[J].时代金融,2023,(09):78-79+82.
- [10]樊娟,李艳,邹哲.商业银行适老服务提升路径与对策[J].金融纵横,2022,(10):72-76.
- [11]董克用,施文凯.中国养老金融的构成逻辑和发展路径[J].现代金融导刊,2024,(11):10-13.

直播电商增长路径与转化优化机制研究

胡雪

北京明达鼎传媒有限公司, 北京 100000

DOI:10.61369/ER.2025080012

摘 要 : 数字经济持续深化和内容商业化不断演进, 直播电商已经从早期依赖流量红利和单场爆发的粗放增长阶段, 进入更加重视经营效率、内容承接、转化优化与长期经营的新阶段。对于品牌商家、达人账号以及实体门店而言, 直播已不再只是即时销售行为, 而逐渐成为集内容传播、用户教育、信任建立、成交转化和后端复盘于一体的综合经营场景。近年来, 直播电商在消费促进、产业协同和实体商业数字化转型中作用不断增强, 网络零售与数字消费持续增长, 直播相关业态进一步成为电商增量的重要来源。

关 键 词 : 直播电商; 增长路径; 转化优化; 品牌店播; 实体店转型

Research on Growth Pathways and Conversion Optimization Mechanisms in Live Streaming E-commerce

Hu Xue

Beijing Mingda Ding Media Co., Ltd. Beijing 100000

Abstract : With the continuous deepening of the digital economy and the continuous evolution of content commercialization, live streaming e-commerce has entered a new stage of placing greater emphasis on operational efficiency, content reception, conversion optimization, and long-term operation, from the early stage of relying on traffic dividends and single event outbreaks for extensive growth. For brand merchants, influencer accounts, and physical stores, live streaming is no longer just an instant sales activity, but has gradually become a comprehensive business scenario that integrates content dissemination, user education, trust building, transaction conversion, and backend review. In recent years, live streaming e-commerce has played an increasingly important role in promoting consumption, industry collaboration, and digital transformation of physical commerce. Online retail and digital consumption have continued to grow, and live streaming related formats have further become an important source of e-commerce growth.

Keywords : live streaming e-commerce; growth path; conversion optimization; brand store broadcast; transformation of physical stores

引言

本文以直播电商的增长路径及转化优化为视角, 聚焦于直播电商业务从“流量导向”到“效率导向”的发展态势, 对直播增长中前端引流、内容承接、转化优化以及后端复盘进行拆解, 对直播增长中前端引流、内容承接、转化优化以及后端复盘进行拆解, 分析直播电商由流量导向走向效率导向的增长规律。该观点认为, 直播电商的增长不是单一要素促成的结果, 而是流量适配性、内容传播力、直播间节奏感、产品价值传递、消费者动作转化、数据复盘这些要素共同形成的一个经营结果; 前端引流、中端承接、核心转化、后端优化是一个闭环, 只有打通了这个链条, 直播电商才能成为经营而非营销的手段。基于此, 本文提出直播电商增效提质的路径及转化优化机制模型, 希望能为品牌店播经营、达人商业化升级和实体门店数字化赋能等工作提供借鉴。

直播电商已成为我国数字商业生态中不可或缺的一部分, 是消费场景创新的重要表现形式以及内容商业化、零售数字化、实体经营线上迁移的重要载体。与传统电商相比, 直播电商具备实时互动、场景化呈现、即时响应、高感知转化等特点, 在较短的时间内便可实现对用户的触达、激发及推动成交, 因而对品牌营销、商家经营及渠道创新等方面都起着越来越重要的作用。商务部公开信息显示, 我国网络零售和数字消费仍保持增长, 电商对消费促进和产业数字化的带动作用持续增强; 行业研究也显示, 直播电商在供给侧和需求侧两端的渗透持续提升, 已逐渐由新兴销售形态发展为主流消费方式之一。

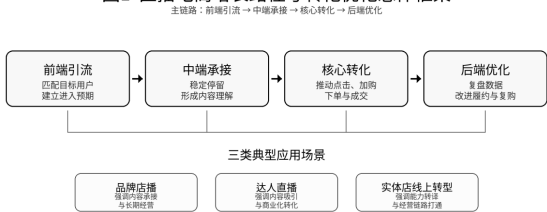
但与此同时, 直播电商也正在经历从“粗放增长”向“精细经营”的阶段转换。早期阶段, 直播电商更多依赖平台流量、头部主播

或节点性促销形成短期爆发；当前阶段，随着用户消费决策趋于理性、内容同质化程度提升、流量成本上升和商家竞争加剧，单纯依赖流量冲击已经难以形成持续增长。大量直播间呈现出“有流量、低停留”“有观看、低点击”“有点击、低成交”的现象，说明直播电商的核心问题正在从“如何把人拉进来”转变为“如何让人留下来、理解、点击并最终成交”。

从经营逻辑看，直播电商真正的难点并不只是开播本身，而在于如何把分散的流量、内容、商品、用户行为和后端数据组织成一套稳定有效的增长机制。对于品牌来说，直播不仅要承担销售职能，还要承担内容教育和信任构建职能；对于达人账号来说，直播不仅需要有人设吸引力，还要具备内容承接和商业化转化能力；对于实体店和传统企业来说，直播更不是简单把线下货品搬进直播间，而是将原有产品能力、服务能力和经营能力重构为适合线上传播与成交的表达体系。因此，研究直播电商增长路径与转化优化机制，具有较强的现实价值和行业意义。

本文试图从增长视角出发，系统分析直播电商的关键构成要素，梳理直播增长从引流到复盘的完整链路，提出适用于品牌店播、达人直播和实体店转型的机制框架。文章重点不在于总结某一场直播技巧，而在于说明直播增长是如何形成的、转化是如何被优化的，以及如何通过机制化思维推动直播电商进入更成熟的经营阶段。

图1 直播电商增长路径与转化优化总体框架



注：该框架用于梳理直播电商增长的关键逻辑，并可进一步展开为品牌店播、达人直播和实体店线上转型等场景分析。

一、直播电商增长的基本内涵与发展趋势

（一）直播电商增长的基本内涵

直播电商增长并不等同于单场成交额、观看人数或曝光量的提升，而应理解为经营质量和链路效率的综合改善。其核心通常体现在流量质量提升、用户停留与互动效率改善、商品点击率和成交转化率提高、投入产出效率优化，以及直播经营稳定性和复购能力增强等方面。因此，直播增长本质上不是某一单项指标的放大，而是内容承接、用户理解、商品表达、成交推动和后端优化等多要素协同作用的结果。一个直播间真正实现增长，并不意味着某次活动表现突出，而是意味着其已形成相对成熟、可持续的经营协同关系^[1]。

（二）直播电商发展趋势的阶段性变化

直播电商经历了从野蛮生长到逐步规范的过程。2019年以来，直播电商进入快速扩张阶段，消费者接受度快速提升，平台生态和产业链也不断完善。进入近两年后，行业增长重心开始转向提升用户体验、提高服务能力和强化经营协同，直播电商越来越被视为零售与内容融合、线上与线下融合的重要业态。商务部相关公开信息也显示，直播电商与产业数字化、农村电商、县域商业建设等方向的结合不断增强，这说明直播已经不再局限于单一销售工具，而在更广泛的经营场景中发挥作用^[2]。

（三）直播电商从“流量竞争”走向“经营竞争”

当前阶段，直播电商的核心竞争已经不再是简单争抢流量，而是提升现有流量的转化效率和经营效率。流量仍然重要，但流量不再是唯一变量。谁能更好地完成内容承接、商品表达、用户信任建立、成交转化和后端复盘，谁就更可能实现长期稳定增长。因此，研究直播电商增长路径，必须把重心放在机制、结构

和效率上，而不是停留在单点技巧层面^[3]。

二、直播电商增长路径的关键环节分析

（一）前端流量获取与匹配

直播增量始于流量，而有价值的是匹配而非总量。直播电商前端流量来源一般有平台推荐流量、短视频导流、粉丝私域流量、广告投放流量以及达人协同流量等，不同的流量具有不同的意图及质量：短视频导流用户往往更加关注内容，粉丝流量更依靠人设信任，投放流量更依靠直播间承接效率。当直播的主题性、产品的类型和引流的内容三者不一致的时候，即便流量进来了，也不容易形成有效的停留和点击。因此，前端流量策略的核心不是“尽可能多拿流量”，而是围绕目标用户实现精准触达。直播间的产品定位、内容结构、主播风格和预热视频设计，应当保持一致，形成相对统一的用户预期，这样才能提升后续承接效率^[4]。

（二）中端内容承接与直播节奏

用户进入直播间后，能否留下来，很大程度上取决于内容承接能力。内容承接不是简单说话，而是通过直播间节奏设计、问题切入方式、产品场景化表达和互动组织，使用户在短时间内形成“继续看下去”的动机。许多直播间的问题，并不在于缺少商品，而在于内容不能迅速告诉用户“你为什么要看”“这个产品为什么与你相关”“现在继续停留能获得什么价值”。内容承接中，节奏的设计非常重要：节奏过慢，用户易流失；节奏过快，用户难理解；促销信息过多，易破坏内容信任度；内容信息分散，无法有效推动转化。成熟的节奏是在内容理解、互动参与、成交推

动上取得一个平衡点，让用户觉得不过于漫长，也绝不会因为断线而放弃离开^[9]。

（三）商品表达与用户理解

商品表达是直播增长中承上启下的环节。它既连接内容，也直接影响点击和下单。很多直播间的转化问题，并非由于产品本身没有竞争力，而是由于商品表达方式停留在参数罗列或价格刺激层面，没有真正帮助用户理解产品价值。有效的商品表达应当至少回答三个问题：第一，产品解决什么问题；第二，适合什么场景；第三，与同类产品相比优势在哪里。对于品牌店播来说，还要兼顾品牌调性、专业性和信任建立；对于实体店转型直播来说，还要把原本在线下成立的产品优势和服务能力，转译为线上用户能够理解的内容语言^[10]。

（四）转化动作与成交推动

成交不是某一句促销话术触发的单点行为，而是多个环节叠加的结果。直播中的转化动作包括商品卡点击、优惠领取、用户咨询、加购、下单等。一个直播间是否具备转化能力，核心在于能否把内容吸引、价值理解和交易推动自然地连接起来。如果前端引流精准、内容承接清晰、商品表达有效，那么转化动作的发生通常会更加顺畅；反之，即使投放增加、活动加码，也难以从根本上改善成交结果^[7]。

（五）后端复盘与持续优化

后端复盘是直播增流路径中不可或缺的一环。停留在哪里？哪些产品被点击最多？最高的场观是多少？转化率如何？ROI 如何？退货率如何？复购如何？这些都是直播优化的关键数据点。没有复盘，直播间只是凭借感觉重复；有复盘，才知道究竟是引流的问题还是内容的问题、是货盘的问题还是主播表达的问题、是活动机制的问题……直播电商真正的增长，往往不是一两次调整就能实现，而是在多次复盘、多轮修正之后才有的结果。

三、直播电商转化优化机制的核心构成

（一）停留机制

停留是转化优化的第一前提。没有停留，就没有点击和成交。影响停留的主要因素包括开场速度、内容吸引力、信息密度、互动设计和用户预期匹配。停留机制优化的重点，不在于简单延长用户停留时间，而在于让用户在停留过程中持续获得信息价值和场景代入感^[8]。

（二）点击机制

点击是用户从“看”走向“感兴趣”的关键动作。点击率高，说明商品表达、价格提示、场景展示和直播节奏较为有效；点击率低，则往往意味着用户尚未形成清晰认知，或直播节奏没有把用户顺利引导到商品环节。因此，点击机制优化应围绕产品价值阐述、场景痛点对应、利益点呈现和引导方式设计展开。

（三）成交机制

成交机制的本质是让用户由关注到购买转化的过程，影响成交因素有产品信任度、内容说服力、价格及利益机制、主播节奏、咨询承接效率。直播成交不应该是强压式的促销，而是基于理解、信任、推进决策之间的连续关系。只有用户对产品有了真正的理解，成交率才有延续性。

（四）ROI优化机制

在今天这个直播电商环境下，ROI 是衡量增长质量的重要指标。只放大了投放却没能提高成交效率，最后还是会带来经营压力。ROI 优化意味着商家要在内容效率、货盘结构、主播匹配度、投放节奏以及后端复盘等方面共同发力。ROI 并不是单纯的财务指标，是整个直播间运营水平的综合表现^[9]。

四、直播电商增长路径与转化优化的机制构建

（一）前端引流机制

直播增长必须先建立匹配性引流机制。通过短视频、活动内容、达人协同和平台分发，使进入直播间的用户与直播主题和商品结构保持一致。前端引流的目标不是简单扩量，而是提高后续承接和转化的基础质量。

（二）中端承接机制

中端承接机制的核心是内容。直播间必须围绕用户关心的问题展开，而不是围绕平台规则或单纯促销话术展开。通过节奏设计、产品场景化表达、互动组织和主播引导，使用户形成理解和参与意愿^[10]。

（三）核心转化机制

核心转化机制围绕停留、点击、下单和成交展开。不同货盘、不同主播、不同促销结构会对转化结果产生不同影响，因此需要通过持续监测和调整，使转化行为更加稳定。直播增长最终能否成立，关键仍然看转化链路是否顺畅。

（四）后端优化机制

后端优化机制是增长持续发生的基础。通过复盘直播数据、调整货盘、优化主播表达、修正活动节奏和改进履约承接，直播间才能从“一次有效”逐步变成“长期有效”。复盘不是简单总结，而是直播经营中不可缺少的机制化环节。

五、结束语

本文所提出的直播电商增长路径与转化优化总体框架，为品牌店播、达人直播和实体店线上转型等不同场景下的增长分析提供了统一的结构基础。直播电商增长路径与转化优化机制研究，回应的是当前直播行业由粗放扩张走向精细经营的现实需求。随着流量红利减弱、用户行为理性和竞争加剧，直播电商已经不

再是简单的卖货场景，而是需要通过内容承接、商品表达、转化推动和后端复盘共同完成的综合经营系统。本文认为，直播增长的本质不是某个技巧的成功，而是增长机制的形成；转化优化的关键，不在于单场活动，而在于多环节协同。只有形成前端引流、中端承接、核心转化以及后端优化的完整闭环，直播电商才有可能真正实现由短期爆发到长期经营，在品牌增长、达人商业化以及实体门店数字化方面持续创造价值。

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] 商务部. 中国数字贸易发展报告2025[R]. 2025.

[4] 商务部流通发展司. 商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见解读 [EB/OL]. 2024-03-14.

[5] 商务部服务贸易指南网. 直播电商相关政策与行业信息汇编 [EB/OL].

[6] 彭珏；何金廖. 电商粉丝经济的地理格局及其影响因子探析——以抖音直播带货主播为例 [J]. 地理科学进展, 2021(07): 1098-1112.

[7] 秦芳；王剑程；胥芹. 数字经济如何促进农户增收？——来自农村电商发展的证据 [J]. 经济学 (季刊), 2022(02): 591-612.

[8] 王明杰；颜梓哈；余斌；卓蓉蓉；郭新伟. 电子商务专业村空间格局演化及影响因素研究——基于2015—2020. 年中国淘宝村数据 [J]. 地理科学进展, 2022(05): 838-853.

[9] 刘玮琳；李松. “数商兴农”背景下农产品直播带货的问题与营销策略 [J]. 北京工业职业技术学院学报, 2023(02): 99-101.

[10] 李霞；王羽. 农产品原产地形象对网络品牌的影响研究——基于电商直播视角下消费者心理距离和感知价值的分析 [J]. 价格理论与实践, 2022(08): 124-127.

社会效益与经济效益协同视角下服务区经营模式创新研究

多鑫欣

河北高速燕赵驿行集团有限公司，河北 石家庄 050000

DOI:10.61369/ER.2025080013

摘 要： 随着我国高速公路网络的完善与公众出行需求的升级，传统服务区单一、粗放的经营模式已难以适应新时代发展要求。当前，服务区普遍面临社会功能履行与经济效益提升难以兼顾的现实困境。基于此，以下对社会效益与经济效益协同视角下服务区经营模式创新进行了探讨，以供参考。

关 键 词： 社会效益与经济效益；协同视角；服务区经营模式；创新研究

Research on Innovation of Service Area Business Models from the Perspective of Synergy between Social and Economic Benefits

Duo Xinxin

Hebei Expressway Yanzhao Yixing Group Co., Ltd., Shijiazhuang, Hebei 050000

Abstract： With the improvement of China's expressway network and the upgrading of public travel demands, the traditional single and extensive business model of service areas has found it difficult to meet the development requirements of the new era. Currently, service areas generally face the practical dilemma of balancing the fulfillment of social functions with the enhancement of economic benefits. Based on this, the following discussion explores the innovation of service area business models from the perspective of synergy between social and economic benefits, for reference purposes.

Keywords： social and economic benefits; synergy perspective; service area business model; innovation research

单纯追求经济效益易导致公共服务缺失与体验下降，而仅强调社会效益又可能使运营难以为继。因此，必须打破非此即彼的思维定势，将社会价值创造视为长效经济回报的基础，将经济活力转化为提升社会服务能力的支撑。从协同视角出发，审视服务区价值创造逻辑，系统探索既能有效履行公共服务使命，又能激发市场活力、实现价值增值的创新经营路径。

一、社会效益与经济效益协同视角对服务区经营的重要性

从社会效益与经济效益协同的视角审视服务区经营，其重要性在于它从根本上重构了服务区的价值定位与发展逻辑，为破解当前普遍存在的功能单一、体验不佳与盈利困难等多重困境提供了核心指引。传统经营模式往往将社会公益属性与市场盈利诉求割裂甚至对立，导致服务区要么因过度商业化而削弱公共服务品质、损害公众出行体验，要么因片面强调公益而陷入运营僵化、发展乏力的被动局面。协同视角则要求超越这种二元对立思维，深刻认识到社会效益与经济效益并非此消彼长的零和博弈，而是可以相互依存、相互促进的共生关系^[1]。一方面，卓越的社会效益是服务区赢得公众口碑、吸引稳定客流、塑造品牌形象的基石，通过提供安全、便捷、舒适、富有文化特色的公共服务，能够显著提升用户粘性、与停留意愿，从而为商业消费创造巨大潜在市场，直接或间接地转化为经济效益。另一方面，健康可持续的

经济效益则为服务区持续改善硬件设施、创新服务内容、引入优质商业资源、履行更广泛的社会责任（如应急保障、扶贫助农、绿色环保）提供了坚实的物质保障与内生动力。

二、社会效益与经济效益协同视角下服务区经营模式的特点

（一）多元功能融合特点

协同视角下服务区经营模式呈现出多元功能深度嵌套、有机融合的特征，它彻底冲破了传统服务区只供应加油、餐饮、厕所、停车这些基本功能的束缚，试图塑造出一个包含交通枢纽、休闲驿站、商业中心、文化窗口、信息节点甚至社区空间等众多功能的复合型功能载体。融合不单是物理空间上零售购物、特色餐饮、休闲娱乐、亲子互动、车辆服务、物流快递、旅游咨询、地方特产展销等各种业态的合理布局和联动设计，而且是功能逻辑上的协同，即把地方文化展示融入到建筑和环境的设计当中，

把地域农产品销售和社会责任结合起来，把新能源车充电、房车营地等绿色出行服务和环保理念推广联系起来，使每一个商业活动都承载或者关联着某种社会服务的价值，而每一个公共服务又可以巧妙地衍生出消费场景或者品牌曝光的机会，从而实现功能价值的相互赋能和整体倍增^[2]。

（二）资源整合利用特点

该种经营模式重视内外部资源的系统整合以及高效利用，其本质就是把服务区当作一个开放的平台、资源的聚集地。内部它重视对于场地空间、客流数据、品牌形象这些自有资源的细致管理并加以跨界使用，比如经由大数据剖析客流规律来改良业态搭配与营销举措，把闲置空间改造成多功能厅或者展览区举办文化活动或者商务会议。在外部，它积极引进和整合地方政府、沿线社区、知名品牌商、地方特色产业、文化旅游机构、科技公司等各方面的资源，采用合作共建、特许经营、品牌联名、产销对接等多种方式，把服务区打造成展示地方形象、推广特色产品、提供便民服务的区域性综合平台，整合既充实了服务供给，又削减了独家经营的风险与成本，而且使服务区成了联系高速公路同地方经济社会的重要纽带，从而极大地加强了它的社会与经济影响。

（三）服务品质提升特点

追求卓越的服务品质是协同模式下服务区经营的着力点和明显特点，提升是全方位的、感知式的。它在硬件设施的现代化、人性化、智能化改造上体现出来，比如厕所卫生环境星级化、停车引导智慧化、无障碍设施完善化，在软性服务的精细化、个性化、情感化方面也有提高。经营方会从用户的出行全链条体验出发，设计出免费 Wi-Fi、母婴室、司机休息舱、简易医疗点、天气路况信息推送等服务，并且重视服务人员的专业培训以及温情互动的营造，从而营造出一种宾至如归的氛围^[3]。更重要的是，服务品质的提高有了价值内涵，引进高品质、特色鲜明的商业品牌来改善消费体验，举办节庆活动、艺术展览来增添文化气息，推行绿色运营、垃圾分类来传递环保意识，让高品质的服务本身既是吸引消费、创造经济收益的途径，又是承担社会责任、获得社会认可的直接证明，实现了服务价值和市场价值的统一。

三、社会效益与经济效益协同视角下服务区经营模式存在的问题

（一）经营理念滞后问题

尽管协同发展的理念已被广泛认同，但在具体实践中，许多服务区运营主体的经营理念仍显滞后，未能真正实现从“物业管理”或“租赁收费”思维向“平台运营”和“价值创造”思维的彻底转变。管理层可能仍习惯于将社会效益任务视为上级下达的行政考核指标，将商业招商视为简单的租金收入来源，两者在战略规划、资源配置、绩效考核上常常是“两条线”运行，缺乏顶层设计上深度融合机制。这种理念滞后导致对服务区的长远价值挖掘不足，创新动力不强，往往满足于现状或进行零散的局部改进，难以从全局出发，系统性地设计能够同时激发社会价值与经济价值的创新业态、服务项目与商业模式，使得协同发展停留

在口号或表面，难以形成持续自驱的发展合力。

（二）服务内容单一问题

当前许多服务区在服务内容上仍然呈现出较强的同质化和单一性特征，与协同模式所要求的丰富性、特色化相去甚远。商业部分普遍集中于全国连锁的快餐、便利店和少数标准化的土特产，缺乏具有强烈地域文化标识和吸引力的特色餐饮、文创产品及体验式消费项目，导致服务区“千区一面”，难以给旅客留下深刻印象并激发其消费与停留欲望。公共服务方面，则大多局限于满足最基本的生理与安全需求，在休闲娱乐、文化熏陶、信息获取、应急救援、绿色出行等延伸服务和品质服务方面供给明显不足或形式呆板。这种内容上的单一性，使得服务区难以发挥其作为地域文化“窗口”和旅途“驿站”的潜在价值，既限制了其通过差异化体验创造更高经济效益的空间，也削弱了其提供超出预期的公共服务、提升社会美誉度的能力。

（三）资源配置失衡问题

在追求协同发展的过程中，资源配置的失衡是一个突出的实践难题。这种失衡首先体现在资金投入上，重商业轻公益的倾向依然存在，对于能够直接产生租金收入的商业空间装修、品牌引入往往投入较大，而对于厕所维护、公共区域环境美化、无障碍设施、公益宣传等提升社会效益但直接经济回报不明显的项目，投入则可能相对不足或不可持续。其次，在空间规划上，商业面积挤压公共服务空间的情况时有发生，或者功能分区僵化，未能实现动静分离、商旅融合的流畅布局，影响整体体验。再者，在管理精力与人才资源配置上，往往更侧重于招商管理和营收考核，而在公共服务质量管理、用户关系维护、文化活动策划、跨部门跨区域资源协调等方面投入的专业力量相对薄弱。这种资源配置的失衡，直接制约了社会效益与经济效益的均衡发展及深度融合，容易导致“一条腿长、一条腿短”的局面。

四、社会效益与经济效益协同视角下服务区经营模式的创新对策

（一）理念创新与战略规划

必须彻底摒弃将社会效益与经济效益简单对立的陈旧观念，从顶层设计层面确立“以社会价值创造驱动商业价值实现，以商业活力反哺公共服务升级”的核心发展理念，将服务区重新定位为连接交通网络、地域经济与公众生活的“价值融合平台”^[4]。这意味着在战略规划阶段，就应进行一体化设计，制定明确、可量化、兼顾社会与经济双重目标的综合发展规划，例如设定公共服务满意度指标与商业营收增长目标同步考核，并将地方文化推广、绿色低碳实践、社区关系建设等社会议题深度融入商业开发与品牌建设蓝图之中，确保从愿景到执行路径的每一环节都体现协同思维，从而引领服务区从被动应对需求向主动创造价值转变。

（二）服务创新与内容拓展

创新对策的核心在于打破服务内容同质化的桎梏，着力构建多层次、特色化、体验式的服务体系。这要求深度挖掘服务区所

在地域的文化、物产和旅游资源，引入和培育具有鲜明地方特色的主题业态，如开设非遗工坊体验店、地道风味美食馆、本土农产品直营中心等，将消费行为转化为文化体验与地域认知过程。同时，大力拓展新型公共服务，例如设立功能完善的司机之家与母婴服务中心，提供自驾游路线定制与车辆简易保养服务，布设新能源车超充站与智慧化停车引导系统，并定期举办微型艺术展、读书会或地方节庆主题活动，使服务区成为一个能让旅客愿意停留、乐于探索、享受服务的旅途目的地，而非仅仅是匆匆而过的中转站。

（三）资源创新与高效配置

要实现协同增效，必须彻底改变粗放、孤立、静态的资源管理惯性，全面转向开放、整合、动态、精细化的资源运营新模式，其核心在于将服务区构建为一个充满活力的“价值共创平台”。这意味着对内要深度挖掘并盘活存量资源，不仅是对物理空间的灵活划分与多功能复用，更重要的是利用物联网、大数据和人工智能技术，对客流轨迹、消费偏好、车辆信息、停留时长等海量数据进行实时采集与智能分析，从而精准洞察用户需求，驱动商业业态的动态优化、服务流程的智能再造以及营销策略的精准触达，实现从“经验驱动”到“数据驱动”的决策飞跃。对外则需秉持开放共赢的理念，主动编织一张广泛的资源协作网络，积极与沿线地方政府、风景名胜区、特色农业产区、非物质文化遗产传承人、知名文化IP、高等院校、科创企业乃至社区组织建立深度战略伙伴关系，通过共建地方文化体验馆、开设“乡村振兴”主题展销专区、引入知名品牌快闪店或沉浸式科技体验项目、合作开发文创产品等多种形式，将外部丰富的文化、产品、技术、创意与客流资源有机导入服务区这一特定场景^[5]。

（四）机制创新与人才培养

长效而稳固的协同发展格局，其根基在于构建一套能够激发

内生活力、保障高效运转的柔性组织机制，并培育一支深刻理解并善于践行协同理念的专业化人才梯队。在机制创新层面，首要任务是突破传统条块分割的管理桎梏，探索建立更加一体化、扁平化、敏捷化的组织架构，例如设立融合商业开发、公共服务、品牌营销、技术支撑等职能的跨部门协同工作小组或事业部制运营实体，确保社会效益目标与经济效益目标在决策源头和执行过程中得以无缝对接与动态平衡^[6]。同时，必须配套设计一套科学合理的激励与考核“指挥棒”，彻底改革单一财务导向的考核体系，构建融合顾客满意度、品牌美誉度、社区融入度、文化传播力等社会效益维度，以及营收增长、成本优化、创新项目孵化等经济效益维度的复合型关键绩效指标体系，并将考核结果与团队及个人的薪酬、晋升和发展紧密挂钩，从而从制度上引导和激励全员的行为与协同发展的战略方向保持一致。在人才培养方面，要实施前瞻性的人才战略，一方面积极引进和内部培养一批具备跨界思维、创新意识和战略眼光的核心管理人才，他们需要同时精通商业运营逻辑、公共服务伦理、地域文化特质以及现代管理工具；另一方面，要高度重视一线服务团队的能力建设。

五、结束语

社会效益与经济效益的协同是服务区实现高质量发展的核心逻辑与必然路径。通过理念重塑、业态融合、技术赋能与管理创新，服务区能够构建起公共服务与商业运营相互促进、社会价值与经济价值共同增长的良性生态。持续深化对协同机制的研究与实践，不仅将驱动服务区自身转型升级，更将有力提升高速公路乃至整个交通服务体系的服务品质与综合效能，使其更好地服务于经济社会发展大局和人民美好出行需要。

参考文献

- [1] 张晓静. 服务区招商经营模式创新与可持续发展研究 [J]. 销售与市场, 2025, (08): 7-9.
- [2] 李金祥. 服务区发展地摊经济的思考 [J]. 中国公路, 2025, (03): 78-80.
- [3] 李继琰, 孙娟. 服务区商业模式创新及发展探索 [J]. 中国公路, 2025, (03): 81-83.
- [4] 万伟平. 服务区规划建设及商业运营一体化策划构想 [J]. 中国公路, 2025, (01): 64-67.
- [5] 王廉茹. 输变电工程经济效益与社会效益协同优化研究 [D]. 华北电力大学, 2022.
- [6] 郭正平. 大运河文化带生态建设的社会效益和经济效益协同研究 [J]. 商业观察, 2021, (23): 41-43.

供应链金融、高管权力与企业内部薪酬差距

刘旭强

山西大学 经济与管理学院, 山西 太原 030031

DOI:10.61369/ER.2025080014

摘 要： 本文采用 2013–2023 年中国 A 股上市公司数据，运用最小二乘法实证检验了供应链金融对企业内部薪酬差距的影响，并重点揭示了高管权力在其中的中介传导机制。研究发现：供应链金融的实施显著扩大了企业内部高管与普通员工的薪酬差距，且这一效应主要表现为高管薪酬的显著提升，而普通员工薪酬未出现明显增长；供应链金融通过强化高管在资源配置、薪酬决策中的主导权，进一步拉大了薪酬分配的不均衡性。

关 键 词： 供应链金融；高管权力；企业内部薪酬差距

Supply Chain Finance, Executive Power, and Internal Compensation Disparity within Enterprises

Liu Xuqiang

School of Economics and Management, Shanxi University, Taiyuan, Shanxi 030031

Abstract： This paper utilizes data from Chinese A-share listed companies spanning from 2013 to 2023, employing the least squares method to empirically examine the impact of supply chain finance on internal compensation disparity within enterprises, with a particular focus on uncovering the mediating mechanism of executive power therein. The findings reveal that the implementation of supply chain finance significantly widens the compensation gap between executives and ordinary employees within enterprises, primarily manifesting as a notable increase in executive compensation while ordinary employee compensation remains relatively unchanged; supply chain finance further exacerbates the imbalance in compensation distribution by strengthening executives' dominant roles in resource allocation and compensation decision-making.

Keywords： supply chain finance; executive power; internal compensation disparity within enterprises

引言

供应链金融作为一种新兴的创新型金融模式，通过整合物流、资金流和信息流，将单个主体的信用评估向供应链全链条扩展，有效缓解了企业融资约束、提升了运营效率和整体绩效，成为推动企业高质量发展的重要工具^[1]。企业内部薪酬差距不仅反映公司治理水平，更直接影响员工积极性和企业长期稳定性。适度的薪酬差距可通过“锦标赛效应”激励员工，但过大的差距会削弱内部凝聚力，甚至加剧社会收入不平等^[2]。在供应链金融实施过程中，高管作为核心推动者和决策者，其权力和话语权往往会显著增强，这可能导致新增收益更多向高管层倾斜，进而拉大与普通员工的薪酬差距。

基于此，本文以高管权力为核心切入点，系统探讨供应链金融影响企业内部薪酬差距的传导机制：供应链金融是否显著扩大了企业内部薪酬差距？高管权力在其中扮演了怎样的中介角色？不同产权、规模和行业的企业中，这一效应是否存在异质性？研究结论可为优化企业薪酬治理、完善供应链金融配套政策提供理论依据和实践参考。

一、文献综述

现有研究表明，企业资源配置效率、公司治理结构是影响内部薪酬差距的核心因素，而供应链金融作为关键的资源配置工具，其对企业内部权力结构和利益分配的影响不容忽视^[3]。

一方面，供应链金融通过缓解融资约束、优化资源配置，为企业创造了新增利润空间。但由于高管与普通员工的议价能力存在天然差异，新增收益的分配往往由管理层主导，普通员工难以

获得同等比例的回报，这为薪酬差距的扩大提供了基础。另一方面，高管权力是决定薪酬分配结果的重要因素。权力较大的高管更有可能通过薪酬操纵获取超额收益，而供应链金融的实施恰好为高管权力的扩张提供了契机。

供应链金融涉及复杂的多方协调和资源整合，高管需要主导融资方案设计、信用管理及上下游合作谈判，这不仅提升了其在组织内部的决策权，也增强了其在薪酬谈判中的话语权^[4]。然而，现有文献尚未系统揭示“供应链金融 – 高管权力 – 薪酬差距”

这一传导链条，本文正是针对这一研究缺口展开深入分析。

二、理论分析与研究假设

（一）供应链金融与企业薪酬差距

供应链金融通过整合供应链上下游资源，显著缓解了企业的融资约束，提高了全要素生产率和盈利能力。随着企业整体绩效的提升，其具备了提高员工薪酬的财务能力，但薪酬增长在不同群体间呈现出明显的非均衡性。

高管作为企业资源分配的核心决策者，在供应链金融实施过程中发挥着不可替代的关键作用，其薪酬水平与企业绩效的关联度更高，能够直接分享供应链金融带来的收益增长。而普通员工的薪酬更多受行业平均水平和企业整体薪酬政策的限制，与供应链金融的直接贡献关联较弱，增长幅度相对滞后。

据此提出假设 H1：供应链金融的实施显著扩大了企业内部高管与普通员工之间的薪酬差距。

（二）供应链金融、高管权力与内部薪酬差距

供应链金融的有效实施会从三个维度强化高管权力，进而加剧薪酬分配的不均衡：第一，决策权提升。供应链金融涉及跨部门、跨企业的复杂协调，高管需要深度参与融资方案设计、风险管控及战略合作，这使其在组织内部的决策范围和影响力大幅扩展。第二，资源掌控力增强。供应链金融为企业带来了增量资金和资源，而这些资源的分配权主要掌握在高管手中，进一步巩固了其在企业内部的主导地位。第三，薪酬谈判权提高。供应链金融改善了企业的市场表现和竞争力，高管可以凭借其在这一过程中的关键贡献，要求更高的薪酬回报。而普通员工由于议价能力较弱，难以在收益分配中获得同等话语权。

据此提出假设 H2：高管权力在供应链金融与企业内部薪酬差距之间发挥显著的中介作用，即供应链金融通过提升高管权力扩大了薪酬差距。

三、研究设计

（一）模型设定与变量选取

为了检验企业开展供应链金融对企业内部薪酬差距的影响，构建如下基准模型：

$$\alpha_0 + \alpha_1 SCF_{i,t} + \alpha Controls_{i,t} + Industry + Y_i \quad (一)$$

为检验中介效应假设 H2，构建如下逐步回归模型：

$$Power_{it} = \beta_0 + \beta_1 SCF_{i,t} + \beta Control_{i,t} + Industry + Year + \omega \quad (二)$$

$$GAP_{i,t} = \delta_0 + \delta_1 SCF_{i,t} + \delta_2 Power_{it} + \delta Controls_{i,t} + Industry + Year + \gamma \quad (三)$$

其中 i, t 分别表示企业和年份， $Industry$ 、 $Year$ ，和 $\epsilon_{i,t}$ 分别表示为行业固定效应、年份固定效应和随机误差项，标准误聚类到企业层面。

1.被解释变量：内部薪酬差距（GAP）采用高管平均薪酬与普通员工平均薪酬之比衡量。其中，高管平均薪酬 = 高管薪酬总额 / 管理层人数（董监高总人数 - 独立董事人数 - 未领取薪酬的

董监高人数）；普通员工平均薪酬 = （应付职工薪酬总额变化值 + 支付给职工及为职工支付的现金 - 高管薪酬总额）/ 员工人数。

2.核心解释变量：供应链金融（SCF）采用关键词词频统计法衡量。通过 Python 对 A 股上市公司年报进行文本分析，统计应收类（应收账款融资、保理融资等）、预付类（预付账款融资等）、存货类（存货融资等）及综合类（供应链金融等）关键词的出现频率，加 1 后取自然对数。

3.中介变量：高管权力（Power）参考权小锋等^[5]的研究，采用主成分分析法构建高管权力综合指数，选取董事会规模等指标进行合成。

4.控制变量选取企业规模（总资产自然对数）、资产负债率（总负债 / 总资产）、盈利能力（净利润 / 总资产）、现金流（期末现金流 / 总资产）、企业成立年限、管理层持股比例、第一大股东持股比例、前三大股东持股比例、前十大股东是否存在关联作为控制变量。

（二）样本选择与数据处理

本文以 2013-2023 年中国 A 股上市公司为初始样本，按照以下标准筛选：（1）剔除 ST、*ST 和 PT 类非正常交易样本；（2）剔除金融与保险行业样本；（3）剔除关键变量数据缺失的样本。对所有连续变量进行 1% 和 99% 水平的缩尾处理。最终得到 3272 家企业的 16632 条观测值。财务数据来自国泰安（CSMAR）数据库，供应链金融词频数据通过文本分析自行获取。

四、实证结果分析

（一）基准回归结果

表 1 报告了基准回归结果。列（1）未控制行业和年份固定效应，列（2）控制了双向固定效应，结果显示供应链金融（SCF）的系数均在 1% 的水平上显著为正，说明供应链金融显著扩大了企业内部薪酬差距，假设 H1 得到验证。

进一步将高管薪酬和普通员工薪酬分别作为被解释变量进行回归（列 3-4），结果显示 SCF 对高管薪酬的系数在 1% 水平上显著为正（0.389），而对普通员工薪酬的系数不显著（0.0003）。这表明供应链金融带来的收益主要被高管层获取，普通员工未能显著分享，这是薪酬差距扩大的直接原因。

表 1 基准模型回归检验结果

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	薪酬差距	薪酬差距	高管薪酬	员工薪酬
供应链金融	0.427*** (10.77)	0.256*** (6.31)	0.389*** (6.86)	0.003*** (0.06)
控制变量	未控制	控制	控制	控制
样本量	16632	16632	16632	16632
调整后的 R ²	0.150	0.229	0.434	0.392

（二）内生性检验

选取企业所在省份内其他公司的供应链金融指标平均值作为工具变（SCF_P）。该变量满足相关性（地区供应链金融发展具有协同效应）和外生性（其他企业的供应链金融水平不会直接影响本企业的薪酬差距）。两阶段最小二乘法（2SLS）结果显示，第

一阶段 SCF_P 的系数在 1% 水平上显著为正，第二阶段 SCF 的系数仍在 1% 水平上显著为正，且识别不足检验和弱工具变量检验均通过，说明基准结论不受双向因果问题的干扰。

表2工具变量法回归结果

变量	(1) 第一阶段 供应链金融	(2) 第二阶段 内部薪酬差距
供应链金融		3.872*** (13.70)
工具变量 (SCF_P)	0.818*** (19.73)	
控制变量	控制	控制
行业和年份固定效应	控制	控制
样本量	16632	16632
R ²		0.1923
识别不足检验		429.768 (0.00)
弱工具变量检验		557.454 16.38

(三) 稳健性检验

本文通过以下方式验证结论的稳健性：(1) 替换被解释变量，采用高管与普通员工薪酬之差的自然对数衡量薪酬差距；(2) 替换核心解释变量，采用短期借款、应付票据与应付账款之和占总资产的比值衡量供应链金融。

表3替换被解释变量，替换核心解释变量

变量	(1) GAP1	(2) 薪酬差距
供应链金融	0.050*** (6.69)	0.999*** (2.83)
控制变量	控制	控制
行业和年份固定效应	控制	控制
样本量	16530	16080
调整后的 R ²	0.360	0.227

(四) 高管权力的中介作用

为探讨供应链金融对企业内部薪酬差距的影响机制，本文从理论上提出了两条可能的路径：一是通过增强高管权力影响薪酬差距；二是通过提升企业创新效率影响薪酬差距。为验证这两条路径，本文选取了以下两个中介变量进行机制检验。

前文分析指出，供应链金融的开展能够显著提升高管权力，使其在企业内部资源分配和薪酬谈判中占据更为有利的地位。用主成分分析法对董事会规模、两职合一等指标评估高管权力综合指数。检验结果见表4，首先，列(1)的回归结果表明，供应链金融对高管权力的提升具有显著的正向影响，其估计系数在1%的显著性水平上显著为正。这说明，供应链金融的开展能够为高管在企业中的权力积累提供重要支持；列(2)的回归结果进一步验

证了供应链金融和高管权力对薪酬差距的影响。回归结果显示，高管权力能够在1%的显著性水平下对企业内部薪酬差距起到正向影响。这表明，供应链金融在直接扩大薪酬差距的同时，还通过提升高管权力间接加剧了这一效应。具体而言，高管权力的增强使得高管在企业内部资源分配和薪酬谈判中占据更为主导地位，能够通过薪酬分配机制为自身争取更多的利益，而普通员工由于议价能力较弱，在这一过程中获益较少，从而导致企业内部薪酬差距进一步扩大。由此说明，高管权力在供应链金融对企业内部薪酬的影响中发挥了显著的中介作用。假说 H2 得到验证。

表4机制检验

变量	高管权力	
	(1) 高管权力	(2) 薪酬差距
供应链金融	0.060*** (6.77)	0.245*** (6.03)
高管权力		0.180*** (5.01)
企业创新效率		
控制变量	控制	控制
行业和年份固定效应	控制	控制
样本量	16632	16632
调整后的 R ²	0.672	0.230

五、结论与启示

(一) 研究结论

本文基于 2012–2022 年中国 A 股上市公司数据，实证检验了供应链金融对企业内部薪酬差距的影响及高管权力的中介作用。研究发现：第一，供应链金融显著扩大了企业内部薪酬差距，且这一效应主要源于高管薪酬的快速增长，普通员工薪酬未得到显著提升；第二，高管权力是供应链金融影响薪酬差距的重要传导路径，供应链金融通过提升高管在资源配置和薪酬决策中的权力，加剧了薪酬分配的不均衡；第三，该效应在非国有企业、大规模企业和制造业企业中更为显著；第四，供应链金融还会推高高管超额薪酬，对薪酬分配结构产生负面影响。

(二) 政策启示

提升普通员工议价能力，平衡权力结构企业应完善内部民主治理机制，建立员工代表参与薪酬决策的制度，赋予普通员工更多的话语权。同时，加强劳动保护，推动建立工资集体协商制度，确保普通员工能够公平分享企业发展和供应链金融带来的收益。

参考文献

[1] 宋华, 卢强. 产业企业主导的供应链金融如何助力中小企业融资——一个多案例对比研究 [J]. 经济理论与经济管理, 2017(12): 47–58.
[2] 贺伟, 龙立荣. 实际收入水平、收入内部比较与员工薪酬满意度的关系——传统性和部门规模的调节作用 [J]. 管理世界, 2011(04): 98–110.
[3] 卜君. 供应链金融能提升企业劳动收入份额吗? [J]. 财经研究, 2023(11): 49–63.
[4] 喻宏伟, 刘艳霞, 祁怀锦. 行业垄断对职工工资收入的影响研究——基于我国上市公司数据的分析 [J]. 会计之友, 2019(14): 62–68.
[5] 权小锋, 吴世农, 文芳. 管理层权力、私有收益与薪酬操纵 [J]. 经济研究, 2010(11): 73–87.

农产品区域品牌建设对产品溢价的驱动作用研究

周克锦

重庆师范大学, 重庆 401331

DOI:10.61369/ER.2025080015

摘要： 在消费转型和乡村振兴等国家政策的共同推动下，农产品区域品牌建设已成为农产品摆脱“优质低价”困境、实现价值增值的重要途径。文章基于农产品区域品牌建设和产品溢价的实际情况，对其发展效果和存在的问题进行了系统的分析，并对其差异性特点和关键影响因子进行了分析。研究发现，通过精准定位、质量控制、传播赋能、主体协同等方式，能够对农产品品牌溢价进行多维度的提升，促进农业增效和农户收入增长，为农产品的高质量发展提供借鉴。

关键词： 农产品；品牌建设；产品溢价；驱动作用

Research on the Driving Effect of Regional Brand Building of Agricultural Products on Product Premium

Zhou Kejin

Chongqing Normal University, Chongqing 401331

Abstract： Driven by national policies such as consumption transformation and rural revitalization, the regional brand building of agricultural products has emerged as a crucial avenue for agricultural products to break free from the "high-quality but low-price" dilemma and achieve value enhancement. Based on the actual situation of regional brand building and product premium of agricultural products, this paper systematically analyzes its development effects and existing problems, as well as its differential characteristics and key influencing factors. The study finds that through precise positioning, quality control, communication empowerment, and subject collaboration, the brand premium of agricultural products can be enhanced in multiple dimensions, promoting agricultural efficiency and increasing farmers' incomes, thereby providing references for the high-quality development of agricultural products.

Keywords： agricultural products; brand building; product premium; driving effect

目前农业已进入由“数量扩张”到“质量提升”转变的重要时期，从基本供给转向多样化的品质、安全和文化体验，为农产品的区域品牌溢价提供了广阔的市场前景。农产品区域品牌是促进农业产业增值的主要载体，是促进农民增收的重要手段。虽然区域品牌的规模在不断扩大，政策支持也在逐步加强，但仍然存在品牌同质化、管理松散、沟通乏力、溢价不均衡等问题。因此，厘清农产品区域品牌与市场价格之间的关系，对促进我国农业高质量发展，促进乡村产业振兴，有重大的科学和现实意义。

一、农产品区域品牌建设与产品溢价的现状分析

（一）农产品区域品牌建设现状

1. 品牌建设成效

根据《2025中国区域农业品牌发展报告》，到2025年将有937个地区农产品入选，包括粮油、水果、蔬菜、茶叶等9大类，比2024年增加89个，水果类和畜禽类等，水果类产品产量位居第一，小宗特产和畜禽产品也保持稳定发展，覆盖31个省市（港澳台以外）^[1]。在政策的支撑方面，全国和当地政府都在持续增加对农业地区品牌的支持，把农业地区品牌的建设列为乡村振兴战略的一个重要内容。各个地区都制定了相应的计划和扶持措施，建立了省、市、县、乡的多个层次的品牌矩阵，促进品牌朝着专

业化、标准化和数字化的方向发展。除了五常大米和烟台苹果之外，还有普洱茶、柳州螺蛳粉和阳澄湖蟹，已经在各自的行业中处于领导位置，并成为区域农业的重要标志，对地方工业的发展起到了积极的推动作用。

2. 品牌建设存在的问题

虽然取得了明显的成绩，但是也出现了一些问题。最大的缺点就是品牌定位不清，同质化现象严重^[2]。很多地区品牌都没有深入地去发掘自己的资源禀赋，只是一味地模仿着，因此，部分农产品特点并不明显，很难建立起区域的差异性竞争优势。特别是，在茶叶类中，绿茶品牌占比更大，大部分品牌都有着相同的定位，很难吸引顾客。

不健全的质量管控体系也限制着品牌的发展，一些地区品牌

没有一个统一的生产规范和质量检验制度，即使有一些品牌已经制定了可追溯制度，但仍然有一些执行不力、信息不透明等问题，从而降低了顾客信任度。

目前，市场上仍然面临着品牌传播力度不够、方式单一等问题，许多中小型的地区品牌仍然依靠着常规的线下销售渠道，缺乏对数字传播的投资，没有能够很好地运用短视频、直播等新媒体来提升自己的影响力，这与借助数字营销的威海苹果和小汤山果蔬等知名的企业相比，有着很大的差异。

在主体协作方面存在着严重的问题，政府、企业和农户之间的权责分工不明确，政府的引导缺位，企业的市场主体功能没有充分发挥，农户的参与积极性也很低，很难在这个过程中形成一股强大的力量。另外，由于品牌保护不力，侵权事件频繁发生，一些著名的名牌被误用，大量的仿冒商品出现在市场上，使企业的声誉受到了极大的影响。

（二）农产品溢价的现状与影响因素

1. 农产品溢价的现状

农产品市场价格上涨表现出明显的差异性，表现为商品类型与区域品牌两个方面。从种类上来说，高增值商品的价格比一般的商品要高得多，比如干羊肚菌的收购价格可以达到80-120元/斤，比一般的食用油要高得多。在地区品牌方面，大型知名企业和中小型品牌之间存在着明显的差异，其中龙头企业具有很强的市场竞争力，其中西湖茶叶的市值达到86.39亿元，其产品价格比一般茶叶的高出50%；莱芜姜的商标价值达到124亿，并出口到世界100余个国家，比一般姜的价格要高得多^[9]。相比之下，很多中小型的区域品牌因为知名度低、质量控制差，所以他们的溢价水平并不高，也很难达到一个比较好的效果。

2. 农产品溢价的影响因素

品牌知名度、产品质量、市场需求和消费水平是农业产品溢价产生的主要原因。品牌知名度的高低直接影响着溢价的大小，具有高声誉的地区品牌通过其长久以来的口碑与影响力，对顾客的购买意向有明显的促进作用，例如，秭归脐橙的品牌价值为90.73亿，依靠其高的品牌认知度，其商品溢价可以达到30%。山东寿光蔬菜采用“数码识别代码”，全程可追溯，在高档超市销售时，价格可达到30%以上；由于质量要求较高，蒙字标认证的农畜产品的价格比一般的农产品要高得多。

市场需求的不同还会对溢价程度产生一定的影响，在高档市场中，对优质、安全、特色农产品的需求量很大，这就促使了有关的地区品牌获得了较高的溢价，比如，作为高档色拉小菜和儿童小吃的拇指西瓜，其零售价格达到80元/斤，具有明显的溢价。在消费水平的提高下，消费者对农产品的品质、安全和文化内涵的需求越来越高，他们愿意为绿色、有机和具有地域文化特征的地区品牌产品付出更多的代价，从而使高质量农产品的区域品牌溢价的空间得到更大的扩展。

二、加强农产品区域品牌建设提升对产品溢价的驱动作用的措施

（一）区域农产品品牌精准定位，确保产品差异化优势

品牌定位是区域品牌溢价的逻辑出发点，其关键是要依靠该地区特有的自然禀赋、产业和文化基础，建立无法被复制和取代

的品牌核心价值，从而完全走出了同质的困境，建立了明确的市场意识和品牌记忆。通过对品牌核心价值的提炼、视觉符号设计和品牌形象的打造，让产品拥有自己独有的溢价基因。为此农产品经营商需要深入发掘各地地区的优势，锚定其不同的品牌内核；根据当地独特的气候、土壤和水文等自然环境，结合品种优势和种植养殖传统，提炼出独特的质量标识。比如山西隰县依托当地高原气候和黄土丘陵地形所造就的特殊生态环境和省级农业科学院培育的优良品种“玉露梨”，准确定位了“稀有好梨”这一品牌的核心价值，并突出了“稀有品种，稀有品质，隰有好梨”的差异化认识，进一步提升了这种梨产品的品牌溢价^[10]。同时，还需要在产品中加入地域的历史和人文因素，使其具有一定的感情价值。将地域民俗、农业历史和人文典故等多种文化因素融入品牌中，达到“商品+文化”的二重价值输出。比如“丽水山耕”农产品区域公用品牌对浙南农耕文化和畲族民间文化的发掘，塑造“山水浸润、耕读传承”的企业文化，打破农产品“价格低廉、质量低劣”的固有观念，不断提高其品牌溢价水平，使其产品平均价格比市面上的其他商品高。

（二）完善农产品品质管控体系，强化质量支撑

质量是农产品区域品牌溢价形成的关键支持因素，而消费者购买区域品牌的意愿实质是基于产品质量和安全标准的信赖。为此，需要建立“全程标准化+数字化追溯+绿色升级”的产品质量控制系统，用标准化保证产品的一致性，用透明提高消费者的信赖，用高档提高产品的价值，为企业的产品溢价打下坚实的基础。在标准化全过程方面：建立一个标准化的技术规范，操作流程和品质标准，促进由分散生产向标准化和规模化转变^[11]。比如江苏“射阳大米”，从育苗、播种、收获、烘干、仓储、加工等环节，建立了完整产业链标准化系统。建立行业组织，严格实施“射阳大米”商标，淘汰不合格品种；通过规范化加工，整精米率、垩白度、食味值等主要质量指标均高于国家标准，使得其成为江苏大米消费的第一选择。数字化追溯方面：通过区块链、物联网、二维码等技术，建立起“从农田到餐桌”的全程可追溯体系，使用户能够直接看到产品生长环境、种植方式、检验报告、物流等信息，减少信息不对称，提高质量信誉。以甘肃“甘谷辣椒”为例子，引导企业和合作社开展“三品一标”认证，已有60多个，并通过了全国农产品可溯源体系，对生产过程进行了全程信息化管理，产品标签可溯源码上市。由于“青、辣、厚”的质量特点，该品种不但远销全国，而且远销东南亚，其价格比一般品种高出35%左右。绿色升级方面：企业加大对绿色有机农产品和地理标志保护产品的认证，用权威的证书对质量进行背书，使消费者对安全、健康和生态的产品更加满意。

（三）强化品牌传播，扩大农产品知名度

提升区域品牌溢价效果的重要手段是品牌传播，而高质量的商品必须经过有效的沟通，建立广泛的知名度和美誉度，从而提升农产品的市场价值。在网络宣传中，通过对新媒体的深入部署，构筑数字传播的制高点。运用短视频、农产品直播、小红书等社交媒体多种传播方式，通过场景化、视觉化、互动化的内容，提高了品牌的曝光率和粘性^[12]。广东湛江遂溪县乌塘镇新屋

村成立了全国第一家“小红书村”，由300多名荔农和100多名义工组建了“全民种草官”，在小红书平台上发布了1000多条荔枝种植、采摘、品尝等内容，并配以精致的图片和短视频，提升了当地农产品的知名度和品牌溢价。另外，加强品牌经营，在各大电商网站上开设店铺，对商品详细页面进行优化，突出品牌故事、质量优势和溯源信息，并与各大平台的推广合作，提升品牌的销售和影响力。线下传播方面，通过深度的场景经验和权威的展示，为企业的品牌树立良好的声誉。通过品牌节、采摘体验、品饮等形式，使顾客身临其境地感受到品牌的价值，从而产生良好的口碑效应。比如，四川“高州荔枝”已持续开展多届荔枝节，通过对百年古树采摘权的竞拍，打造国潮杨贵妃IP，开展荔枝采摘之旅，实现了对旅游和品牌的宣传。在IP的运作上，要建立有个性的IP，加强品牌的识别和感情的连接。通过拟人化、创意化和故事化的IP塑造，使其具有人格化的特征，提高了其附加价值和传播能力。浙江的“音乐小番茄”创意地进行了IP化的创作，推出了“番茄精灵”的动画，并将其与歌曲、农耕情景结合在一起，一经推出，便迅速火遍了青少年的社会生活。

（四）强化主体协同，形成农产品品牌建设合力

农业地区品牌是一种特殊的公共性质，它的构建和价值提升需要政府、企业、农户和行业协会等多种利益主体之间的协作和互动。在政府方面，要加强顶层设计和政策支持，并充分发挥引导和监督的功能；当地政府要把地区品牌建设列入乡村振兴和农业产业发展的计划之中，制定专门的支持措施，进一步健全相关的法律法规，建立商标运用的规范体系，规范商标的授权、准入和退出等环节。在企业层次上，要充分发挥企业的市场主体地位，承担起企业的经营和质量控制的重任。作为品牌落地的主要

载体，龙头企业和合作社应该起到引领作用，加强质量管理，进行产品的开发和创新，扩大营销网络，提高品牌运作的水平。比如湖南湘西永顺县以“政府补贴+利益分配”的方式，把茶农拉进了中华全国供销社的“链条”。带动37个合作社“以农为本”，实现了“农民变股东”的目标，实现了3000名茶农收入增长的目标，真正保证了“永顺茶叶”质量的持续发展。将村级和企业的优势结合起来，打造一万多亩的有机农业园区，统一标准，统一品牌，统一销售，按照一定的利润分成，能更好地促进品牌建设成功。在农户主体方面，提高农户的参与热情，为建立品牌奠定了坚实的生产基础。通过对农民进行的训练，让他们改变了传统的种植和养殖观念，掌握了标准化的种植和养殖技术，并把品牌的质量控制好。在行业组织层次上，要充分利用好企业的桥梁和纽带，对企业的品牌管理工作进行全面的协调工作，进行行业标准的制订，商标的使用的规范，技术的培训，协调各主体之间的矛盾，组织市场的宣传等。

三、结束语

农产品区域品牌的构建推动了产品溢价，其实质是将区域资源优势、质量控制能力、市场沟通效率和行业协作程度进行了整合，是促进农业提质增效和农民增收的一条长期途径。未来农产品企业需要在数字农业和消费升级的深入结合中，对农产品的差异性价值进行更多的锚定，加强全链条的标准化，深化数字化的赋能，从而促进其品牌价值和溢价的不断提升，从而为推进乡村振兴和加快农业农村现代化提供强大的力量。

参考文献

[1] 伽红凯, 荆宝玺, 沈文武, 等. 地理标志农产品赋能全面乡村振兴的价值探析与路径选择 [J]. 农产品质量与安全, 2022, (04): 55-60.
[2] 刘晶晶. 区域特色农产品电商品牌化建设路径与营销模式 [J]. 农村经济与科技, 2025, 36(04): 231-233+246.
[3] 朱志平, 张志强. 价值共创: 服务设计思维下农产品区域公用品牌价值链的构建路径 [J]. 湖北美术学院学报, 2024, (04): 112-119.
[4] 甘伟铭, 曹斌. 农产品区域公用品牌溢价效应研究——基于电子商务平台数据的实证 [J]. 南京农业大学学报 (社会科学版), 2025, 25 (06): 176-187.
[5] 张杰, 闫庆. 特色农产品区域品牌建设对农业经济增值效应研究 [J]. 河南农业, 2025, (14): 10-12.
[6] 于爱芝, 曹景晟, 欧阳日辉. 电商平台上动物福利产品溢价实现机理探究——基于京东商城交易数据的实证检验 [J]. 中央财经大学学报, 2023, (01): 92-104.

数字金融服务对农户家庭消费水平提升效应研究

石宇

重庆师范大学, 重庆 401331

DOI:10.61369/ER.2025080016

摘 要 : 数字金融服务迅速发展, 为破解农村金融抑制、释放农户消费潜力赋予了新的可能。本文以农户家庭消费为理论基础, 从数字金融服务对农户消费水平的影响机制入手进行分析, 得出数字金融通过缓解流动性约束、降低预防性储蓄、提高支付便利性三个途径来提高农户消费水平的观点, 并指出目前数字金融服务在农村地区渗透还存在数字素养缺乏、信贷可得性差、消费场景不匹配等现实问题。本文就以上问题提出了优化数字金融产品设计、加强农户数字能力培训、创建场景驱动消费生态、改善农村信用信息基础设施这四个方面的实践途径, 为提高农村金融服务水平、拓宽农村消费市场提供政策上的参考。

关 键 词 : 数字金融; 农户消费; 流动性约束; 消费场景; 农村经济

Research on the Effect of Digital Financial Services on Enhancing the Consumption Level of Rural Households

Shi Yu

Chongqing Normal University, Chongqing 401331

Abstract : The rapid development of digital financial services has opened up new possibilities for addressing rural financial repression and unlocking the consumption potential of rural households. Based on the theoretical foundation of rural household consumption, this paper analyzes the impact mechanism of digital financial services on rural household consumption levels. It concludes that digital finance enhances rural household consumption through three avenues: alleviating liquidity constraints, reducing precautionary savings, and improving payment convenience. The paper also highlights the practical challenges hindering the penetration of digital financial services in rural areas, such as a lack of digital literacy, poor credit availability, and mismatched consumption scenarios. To address these issues, the paper proposes four practical approaches: optimizing digital financial product design, strengthening digital skills training for rural households, creating scenario-driven consumption ecosystems, and improving rural credit information infrastructure. These approaches provide policy references for enhancing rural financial service levels and expanding the rural consumption market.

Keywords : digital finance; rural household consumption; liquidity constraints; consumption scenarios; rural economy

引言

农村消费市场是国内消费市场的重要组成部分, 其活力释放直接影响内需扩张和乡村振兴战略的实施效果, 金融抑制一直是制约农户消费升级的瓶颈。传统金融服务在农村地区布局失衡, 网点分布不均, 信贷门槛较高, 服务流程繁杂等状况, 造成农户的消费意愿不能转化为实际的消费行为, 出现“想消费却不能消费, 愿消费又不敢消费”的现象。数字金融依靠技术赋能冲破了时空束缚, 用低成本、广覆盖、高效率的特点渗透到农村生产生活方方面面, 手机银行、移动支付、线上信贷等服务形式正在改变农村金融服务的场域结构, 为破解农户消费约束赋予了新途径。本文在长时间的农村金融领域调研和思考之后, 冲破传统的研究束缚, 从理论逻辑、现实困境、实践路径这三个方面, 全面剖析数字金融服务对农户家庭消费水平的提升效应, 从而为农村金融创新和消费市场扩容提供既有理论深度又有实践意义的思路。

一、数字金融促消费的理论逻辑

（一）数字金融的核心功能界定

数字金融是以大数据、人工智能为依托，对传统的金融服务方式进行解构，从而达到资源配置的精准化以及效率的提高。主要功能有三个方面，支付中介功能的数字化转型，使用微信支付、支付宝等工具来提高支付速度，减少农户消费交易费用；信贷中介功能的精准化改进，利用农户线上行为和生产经营数据建立信用评价体系，解决缺少抵押品的问题；财富管理功能的普惠性拓展，使用低门槛的理财和保险产品，提高农户的消费意愿。数字金融把金融服务从“精英化”转变为“普惠化”，精准对接农户的需求，为消费提升提供全方位的支持^[1]。

（二）农户消费行为的特殊规律

农户消费行为会受收入水平、价格状况、农村生产方式以及风险状况等因素的影响。农户既是生产者又是消费者，收入具有很强的季节性、波动性，表现出“丰年多储蓄、歉年少消费”的特点。消费结构以食品、衣着等生存型消费为主，教育、医疗等发展型消费所占比例小。由于农村社会保障的缺失，农户存在很强的预防性储蓄动机，消费受到抑制。另外，农村消费场景单一、线上普及率低，限制了消费的便捷性和多样性，需要数字金融服务准确满足农户的消费行为特点。

（三）金融服务影响消费的作用机制

数字金融对农户消费的促进作用是通过诸多途径来实现的。缓解流动性约束，用线上信贷产品简化程序、降低门槛，给农户提供便利的流动性支持，把潜在的消费转化成实际的行为^[2]。削弱预防性储蓄动机，推出小额保险、健康保险等产品来降低风险的不确定性，释放消费潜力。提高支付便利性，数字支付工具冲破时空界限，削减交易费用，改进消费体验，让消费的频率与规模得以扩充。三条路径互相联系，一起促使农户消费由“被动克制”变成“主动释放”。

二、数字金融服务面临的现实制约

（一）农户数字素养存在明显短板

数字素养缺乏是数字金融进入农村地区的首要障碍，也是阻碍农户使用数字金融服务、释放消费潜力的主要瓶颈。农村地区尤其是偏远农村，中老年人口占比较大，受教育程度低，数字技术接受能力弱，不能熟练使用手机银行、移动支付等数字金融工具，对数字金融服务有抵触心理，认为数字金融操作复杂、存在安全风险，仍然倾向于用现金交易、线下储蓄等方式办理金融服务。即使农户掌握了基本的数字操作技能，但是缺少对数字金融产品的认识和判断能力，不能区分各种数字金融产品的优劣，很容易落入电信诈骗、非法集资等陷阱中，失去对数字金融服务的信任。农村地区数字知识普及程度低，缺少系统的数字素养培训，农户不能获得数字金融相关知识和技能，数字金融服务的普及率不高，很多农户被排除在数字金融服务体系之外，不能享受到数字金融带来的消费便利^[3]。

（二）线上信贷产品可得性偏低

线上信贷产品应该成为缓解农户流动性约束的有效工具，但是农村地区线上信贷产品的可得性仍然较低，不能很好地发挥对农户消费的支撑作用。目前大部分金融机构推出的线上信贷产品，信用评价体系主要是以农户的线上行为数据、消费数据为基础，农村农户的线上活动频次低，数据积累少，造成信用评价无法准确进行，很多农户因为信用评分低而不能获得信贷支持。部分线上信贷产品脱离农户实际需要，信贷额度偏高、还款周期偏短，与农户收入季节性特征不符，农户无法承受还款压力而放弃申请信贷。线上信贷审批流程虽然简单，但是部分金融机构为了控制风险，设置了一些烦琐的辅助审核环节，要求农户提供线下证明材料，违背了线上信贷便捷性的重要特点，增加了农户的信贷成本和时间成本。另外一些金融机构对于农村地区的信贷投放力度不够，把信贷资源偏向城市，造成农村地区线上信贷产品的供给不足，不能满足农户的信贷需求。

（三）消费支付场景适配度不足

数字金融给农户消费赋能，不能缺少相匹配的消费支付场景，目前农村地区数字消费场景建设滞后、适配度低，无法充分发挥农户消费潜力。农村地区线下消费场景，乡镇大集、夫妻店等传统业态，数字化程度较低，大部分只支持基础的扫码支付，没有把数字支付和消费场景深度融合起来，不能给农户提供多样化的消费体验^[4]。线上消费场景的建设也存在着明显的不足，农村地区物流配送体系不健全，偏远农村地区物流覆盖不足，造成线上消费的便利性大大降低，农户线上购物体验差，进而抑制线上消费需求。数字消费场景同质化严重，大部分场景集中于日常购物、生活缴费等基本领域，缺少对农户生产性消费、发展性消费场景的供给，不能满足农户多元化消费需求。另外，农村地区数字消费场景没有针对性地设计，忽略了农户的消费习惯和消费能力，造成数字金融服务同农户消费场景相脱离，不能发挥消费赋能的作用。

（四）风险保障机制建设相对滞后

由于缺乏风险保障机制，农户的风险意识被进一步增强，农户的消费意愿受到影响，数字金融服务对农户消费的提升作用也被限制。农村地区社会保障体系不健全，医疗、养老、失业等保险的覆盖率低、保障水平低，农户面临的风险不确定性大，不得不把大量的储蓄留存在家中来应对突发的风险，从而导致消费意愿被严重抑制。数字金融领域风险防控机制不健全，在线上信贷、数字支付等业务中存在一定的安全风险，电信诈骗、信息泄露等事件时有发生，造成农户对数字金融服务的信任度降低，不愿意使用数字金融工具进行消费和贷款。金融机构对于农村地区风险防控的投入不够，缺少对农户进行风险评估和防控的机制，不能很好地防范信贷风险、市场风险，从而影响数字金融产品的推广和使用^[5]。另外，农村信用体系建设不健全，农户信用信息分散，没有统一的信用评价平台，造成金融机构不能准确地对农户信用进行评价，加大了风险防控的成本，也降低了数字金融服务的可获得性。

三、提升农户消费水平的实践路径

（一）开发适配农户需求的小额信贷产品

针对农户信贷需求的特点，优化线上信贷产品的设计，提高信贷的可获得性，缓解农户的流动性约束。金融机构要按照农户收入的季节性特点来开展小额信贷业务，信贷额度控制在1万至5万元之间，还款期限设定为6个月至3年，允许农户依照自身收入状况挑选分期还款或者到期还款的方式，从而减轻农户的还款负担。依靠大数据、人工智能等技术，重新塑造农户信用评价体系，突破传统信用评价对于抵押担保的束缚，将农户的生产经营数据、线上行为数据、邻里信用数据等诸多方面的情况纳入考量范畴，借助豆包 AI 工具对这些数据进行分析处理，从而创建一套个性化的信用评价模型，精准评判农户的信用水平，提高信贷审批的准确性和效率。简化线上信贷审批流程，去掉不必要的线下审核环节，使信贷申请、审批、放款全流程线上办理，农户只需通过手机银行就能完成信贷申请，审批时间不超过1个工作日，放款实时到账，提高信贷服务的便捷性。根据农户不同的消费需求推出专项信贷产品，教育消费信贷、医疗消费信贷、生产性消费信贷等，精准匹配农户的消费需求，激发农户的消费潜力。

（二）开展下沉式数字能力培训活动

破解农户数字素养短板问题，开展下沉式、有针对性的数字能力培训，提高农户的数字操作技能和数字认知水平。联合金融机构、乡镇政府、村委会等主体在农村地区设立数字素养培训点，根据农户实际需要分层分类开展培训，中老年农户主要培训手机银行、移动支付等基本操作技能，手把手指导农户完成转账、缴费、购物等操作，青年农户主要培训数字金融产品选择、风险辨别等知识，提高其数字金融素养。利用文心一言 AI 工具开发适合农户的数字素养培训课程，课程内容通俗易懂、形式生动直观，采用短视频、动画等农户容易接受的形式，讲解数字金融相关知识和操作技能，农户可以通过手机随时随地观看学习，提高培训的便捷性和实效性。组建数字服务志愿者团队，在农村青年、村干部中选拔一批志愿者深入农户家中一对一提供帮助，解决农户在使用数字金融工具时遇到的各种问题，提高农户对数字金融工具的信任度和使用体验。建立数字素养培训长效机制，定期开展培训活动，及时更新培训内容，适应数字金融技术的发展变化，不断提高农户的数字素养。

（三）构建农村场景驱动的消费生态

聚焦农户消费场景需求，推进数字消费场景下沉，创建场景驱动的消费生态，提升数字金融与农户消费的契合度。推进农村线下消费场景的数字化升级，促使乡镇大集、夫妻店等传统业态加入智能支付体系当中来，推行扫码支付、刷脸支付这些方便快

捷的支付手段，融合线下消费场景同数字金融服务，开展消费满减、优惠券等促销活动，推动农户消费增长。完善农村物流配送体系，联合物流企业，在乡镇建立物流配送中心，在行政村建立物流服务点，实现物流配送全覆盖，提高线上消费的便捷性，鼓励农户进行线上购物，扩大线上消费规模。利用 Notion AI 工具整合农村消费场景资源，创建农村数字消费平台，包含日常购物、生活缴费、农产品销售、医疗预约、教育咨询等多种场景，达成数字金融服务同消费场景的深度整合，给农户提供一站式消费服务。根据农户的生产性消费和发展的消费需求，创建特色消费场景，农业生产资料采购场景、农产品加工场景、农村教育医疗场景等，并且提供相应的数字金融产品和服务，促使农户消费结构升级。

（四）完善农村信用信息基础设施体系

加强农村信用信息基础设施建设，创建起完善的信用体系，给数字金融服务的推广和应用赋予支撑。整合政府部门、金融机构、村委会等主体的信用信息资源，创建统一的农村信用信息平台，收录农户个人信息、生产经营信息、信用记录等各方面数据，达成信用信息的共享和互通，给金融机构的信用评价赋予数据支撑。规范农户信用信息的采集和管理，确定信用信息的采集范围、采集方式，保证信用信息的真实性、准确性、完整性，加强信用信息的安全保护，防止信息泄露，保障农户的合法权益。建立农户信用评价和激励制度，根据农户信用等级将农户分为不同的信用等级，对信用等级高的农户实行信贷利率优惠、额度提高、审批优先等激励措施，促进农户树立信用意识，规范自身的信用行为。加强农村信用文化建设，利用宣传栏、短视频、村民大会等途径普及信用知识，营造“守信光荣、失信可耻”的良好社会氛围，增强农户的信用意识，为数字金融服务的渗透打下良好的信用基础。

四、结论

数字金融服务是破解农村金融抑制、释放农户消费潜力的有效途径，它对于农户家庭消费水平的提高有着明显的赋能作用，经由减轻流动性约束、削减预防性储蓄、改善支付便捷性这三条途径，促使农户消费由“生存型”转向“发展型”，由“被动克制”转向“主动释放”。数字金融对农户消费的改善并不是一次性完成的，而是需要持续改进、不断适应的过程，既不能解决目前存在的现实问题，也不能避免数字金融发展中可能出现的各种风险，使数字金融真正成为助力农户消费、促进乡村振兴、扩大内需的重要力量。

参考文献

- [1]李任平.数字普惠金融、负债结构与农村家庭消费研究[J].当代农村财经,2024,(06):30-34.
- [2]万霞.家庭金融排斥对农村居民消费的影响——基于流动性约束和预防性储蓄的双重视角[J].商业经济研究,2025(6):80-83.
- [3]王芳,张晓静,毛静宜,李奇锴,蔡起华.数字普惠金融与农户创业行为和创业绩效——基于金融资本和社会资本约束缓解的中介效应分析[J].西部经济管理论坛,2025,36(2):14-28.
- [4]王慧敏,朱建军.数字普惠金融如何影响农户农机社会化服务的采纳?——基于 CLDS 数据的分析[J].新疆农垦经济,2024,(02):40-50.
- [5]李佩源.数字普惠金融、流动性约束与共同富裕[J].技术经济与管理研究,2024(1):115-122.