



河北企业 HEBEI QIYE

2025 年第 11 期
(月刊,总第 436 期)

创刊于 1989 年

目 次

经济纵横

- 1 卷烟零售户满意度价值感知模型的研究与应用 / 陈明狄
- 7 机器人应用是否会抑制企业伪善?
——基于 ESG 漂绿视角 / 刘志军
- 13 人工智能对我国农业生产率的影响
——基于省级面板数据 / 张 琛
- 18 数字素养影响网络维权行为的代际差异分析 / 孔文欢
- 23 人工智能推荐失败对消费者持续使用意愿的影响机制研究
——基于感知有用性的中介效应 / 陈 洋 谢浩芬
- 28 财务数智化转型助力经济社会高质量发展 / 王柏涵
- 32 融资约束、研发支出与企业绩效
——基于生物医药行业上市公司的经验数据 / 王慧敏 曹晓晴
- 36 科技企业孵化载体创新服务与创新氛围对在孵企业创新绩效的作用机理分析 / 李伟保 韩天明 冯嘉淇 尹佳豪
- 40 国家审计与内部审计的关系演变与协同路径 / 仲 悦
- 44 研发投入与人才规模对经济增长的门槛效应研究
——基于山东省 16 地市面板数据 / 张梦琦 宋学林

战略运营

- 48 数字金融对融资约束的影响研究与机制分析 /

吴风奇 杜 帆

主管:河北省人民政府国有资产
监督管理委员会

主办:河北省企业联合会秘书处

出版:河北企业杂志社有限公司

编辑:《河北企业》编辑部

编委会主任:刘建业

副 主 任:张 海 张书华

王 勇 赵 莉

主编、社长:赵 莉

副主编、副社长:赵 丽

在线投稿网址:

<https://hbqy.cbpt.cnki.net/>

发 行 部:韩 虹

广 经 部:王祖赛

经 管 部:贾晓松

责任编辑:黄浩然

排 版:蔺亚平

发 行:本刊发行部 河北省报刊发行局

发 行 范 围:公开发行

国内邮发代号:18—179

中国标准连续出版物号:

ISSN 1008-1968

CN 13-1230/F

广告发布登记号:130108202000003

印刷:河北纪元数字印刷有限公司

出版日期:2025 年 11 月 10 日

定 价:18 元

编辑部地址

石家庄市育才街燕港新村

31 号楼 1 单元 201 室

电话:(0311)85879745 85825749

85889628

66619532(广经部)

邮编:050021

网址:<http://www.hbqyzz.com>

<http://HBQY.chinajournal.net.cn>

在线投稿网址:

<https://hbqy.cbpt.cnki.net/>

著作权授权声明

本刊已许可中国知网、维普资讯、万方数据以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊稿酬(含著作权使用费)与审稿费、版面费相抵,不足部分由作者支付。所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议,请在投稿时说明,本刊将按作者说明处理。

本刊免费赠送河北省企业联合会会员单位。

如有印刷质量问题,请联系编辑部调换。

53 企业数字化转型的实践探索

——基于中国建筑第五工程局有限公司的探索性案例研究 /

姚佳琪 吴红霞

57 “一带一路”背景下 FDI 对安徽省服务业的影响研究 /

李 颖 卞俊懿 詹冰晔

61 京津冀装备制造业“两链”融合发展测度与评价

——基于复合系统协同度模型 / 孟 宇

管理荟萃

65 基于平衡计分卡的海尔智家绩效评价研究 / 邱丛枝 刘佳萌

69 电商平台供应链金融风险管理的问题研究

——以京东为例 / 潘昊旻

73 数字化转型背景下制造业企业审计质量提升研究

——以河钢集团为例 / 李献国 韩艺鸣

77 吉利汽车标准化建设驱动价值创造的机制研究 / 高 薇

81 我国企业社会责任信息披露问题与对策研究 / 肖 倩

公共管理

85 公共服务包容性:公共服务均衡可及发展新趋势

——基于甘肃省定西市的调查研究 / 康胜利

91 服务型政府视角下新疆 C 市网上行政审批办理便捷度优化路

径研究 / 张美玲

营销新枝

95 人口老龄化背景下我国康复医疗器械产品的营销策略探讨 /

刘绍敏 汤钊颖 赵羚伊 李恒宇 汤倩

99 新经济形势下企业品牌管理的市场营销措施分析 / 刘燕飞

财税金融

103 互联网企业税务合规计划策略研究

——以京东为例 / 杜永奎 赵 婷

107 万科集团财务风险研究

——以被举牌为例 / 房小蝶

- 111 轻资产企业财务绩效分析与提升
——以海天味业为例 / 崔 萍
- 115 绿色债券市场与金融市场间的溢出效应分析
——基于中美两国视角 / 周志彪
- 119 企业社会责任、技术创新与财务绩效关系研究 / 闫姣琳
- 123 基于全生命周期理论的成人高校国有资产管理绩效评价指标体系的构建 / 胡静丽
- 127 降本增效视角下房地产企业营销预算与费用管控联动体系的构建
——以河北省房地产企业为例 / 路雨凡
- 131 公立医院内部审计从新质生产力汲取新动能的路径探索 / 肖锦菁

人力资源

- 135 领导正念对中小型互联网企业员工创新行为的影响研究 / 卢佳芮
- 141 河北省促进高职毕业生高质量就业对策研究 / 赵 亮

企业文化

- 145 守正创新视域下紧固国企基层“螺丝钉” / 谢孝宏

经济与法

- 149 目标公司股权回购型对赌协议履行问题研究 / 曾旭宇
- 153 消费民事公益诉讼之自认限制 / 张玉玲
- 157 我国劳动者离线权的实现路径研究 / 杨轶博

学术编委会名单

(排名不分先后)

于志军	牛晓耕	边秀端
佟林杰	张玉苗	张 森
张 燕	李 巧	李志勇
李洪英	连季婷	邵 芳
周兴荣	周荣敏	周雯珺
席增雷	袁青川	彭金媛



刊名题字：袁宝华

顾问：吕志成 魏建厂 赵波 岱焯 于勇 蔡东晨

河北企业杂志理事会

理事长：刘建业

副理事长单位：(排名不分先后)

河钢集团有限公司

冀中能源集团有限公司

河北建设投资集团有限公司

河北交通投资集团有限公司

唐山三友集团有限公司

敬业钢铁集团有限公司

河北海生实业集团有限公司

石家庄高新技术产业开发区供水排水公司

河北科技大学经济管理学院

开滦(集团)有限责任公司

河北港口集团有限公司

河北高速公路集团有限公司

河北省国有资产控股运营有限公司

中国石油天然气股份有限公司华北油田分公司

津西钢铁股份有限公司

三河汇福粮油集团有限公司

邯郸正大制管集团股份有限公司

卷烟零售户满意度价值感知模型的研究与应用

陈明狄

广西壮族自治区烟草公司梧州市公司

摘要:为巩固和提升卷烟零售户满意度,增强企业核心竞争力,提出借鉴 SERVQUAL 模型理论,构建价值感知模型,通过对比分析法找到影响客户满意度的关键指标,运用因素分析法找到末端影响因素,开展需求分析,梳理价值感知差距成因,制定并实施精准管服策略,强化显性增值活动,使隐性增值活动显性化,提高客户的价值感知度,推动客户满意度提升。经实践验证,运用该模型指导实施管服策略后,关键指标的满意度得分率可提升 6%~21%,实现卷烟零售户满意度的工作效率和得分效益双提升。

关键词:卷烟零售户;价值感知模型;精准管服;满意度

中图分类号:F270.7;F274

文献标识码:A

卷烟零售户是烟草行业的终端末梢,是烟草行业发展的基础支撑,卷烟零售户关系的融洽度、配合度、满意度和忠诚度对烟草行业持续健康发展至关重要。2022 年 2 月,国家烟草专卖局印发《关于启用“提升企业核心竞争力指标体系”开展省级工商企业对标工作的通知》,把卷烟零售户满意度作为衡量烟草企业核心竞争力的重要指标。2024 年,中国烟草总公司印发《关于持续开展“让客户更满意,我们在行动”主题营销活动的通知》,把提高卷烟零售户满意度作为应对卷烟营销面临新形势、新挑战、新任务的重要举措^[1]。如何运用新技术、新工具、新方法指导专卖、营销人员创新卷烟市场服务和管理方式,巩固和提升卷烟零售户满意度,在提升烟草企业核心竞争力方面具有重要意义^[2-3]。

卷烟零售户对烟草部门的满意度评价是对其管理和服务活动过程和结果的评价,是否给予其高分肯定,要看其是否对零售户增值盈利有积极作用,更要看其是否能让零售户感知到其所提供的管理和服务对增值盈利有促进和促进作用。借鉴 SERVQUAL 模型理论,构建价值感知模型,寻求解决问题的策略措施,增强卷烟零售户价值感知,提高期望值的匹配度和获得感,可有效提高卷烟零售户满意度和忠诚度,推动烟草企业核心竞争力提升^[4-6]。

一、卷烟零售户价值感知模型构建

(一)价值感知模型理论基础

在构建卷烟零售户满意度感知模型之前,首先需要明确客户满意度的理论基础。客户满意度是客户期望与客户实际体验的匹配程度,匹配越好满意度越高^[7]。具体表现为客户对产品或服务的可感知效果与其期望值相比较而得出的心理指数。在卷烟零售行业,客户满意度涉及多个维度,包括产品

质量、客户服务、市场管理、内管规范、价格稳定性等。感知模型的构建将基于这些维度,考虑顾客的主观评价和客观体验。

(二)价值感知模型构建过程

卷烟零售户价值感知模型基于问题导向,聚焦影响满意度的关键因素,以解决实际问题为出发点和落脚点,模型的构建过程遵循以下步骤。

1.对比分析:利用对比分析法,通过纵、横两个方向分析前期满意度评价结果,筛选出影响满意度提升的评价指标,将其确定为需要改善提升关键指标。

2.因素分析:运用因素分析法,深度分解剖析指标构成因素,准确定位关键指标的末端因素及对应的管理或服务活动^[8]。

3.需求分析:针对末端因素,通过市场调研和客户访谈,收集客户的需求和期望。对比现有产品与服务质量,梳理价值感知差距点,计算出感知差值。

4.概念模型:基于需求分析,从产品供应、客户服务、市场管理、内管规范、价格稳定性五个维度,构建初步的客户满意度感知概念模型。

5.理论框架:借鉴 SERVQUAL 模型理论,构建价值感知理论框架^[4-5]。制定并实施弥补价值感知差距的策略措施,强化显性价值活动,使隐性价值活动显性化,同时控制不增值活动,提高零售户价值感知,促进其满意度和忠诚度提高^[9]。

6.模型验证:选取试点单位,运行模型解决实际问题,评估分析实施效果,对概念模型进行验证和调整。

(三)模型的主要构成要素

构建的客户满意度价值感知模型包含以下几个关键要

作者简介:陈明狄(1972—),男,广西壮族自治区梧州市人,本科,注册会计师、公职律师,主要研究方向为法律风险管理、国有资产、资产管理、税务管理。

素。

1.产品供应:卷烟供应质量的稳定性、市场的适销性、选择的多样性、货源分配的公平性和合理性等,直接影响客户满意度。

2.客户服务:客户服务包括营销人员对零售户经营培训和业务指导的及时性、专业性、实效性和个性化程度,以及对客户分档的公平性和合理性。

3.管服质量:营销人员服务质量、专卖市场管理质量、内部规范工作质量是客户满意度的核心,包括服务的可靠性、响应性、保证性、关怀性和实际性。

4.价格感知:客户对卷烟零售价格稳定性的感知,包括包价、条价的价格指数,品规的溢价率等。

5.价值体验:与价值体验影响因素相关的活动可划分为显性增值活动、隐性增值活动、不增值活动。显性增值活是指烟草批零双方均认可的,能给零售户盈利增值带来直接帮助的活动;隐性增值活动是实际能促进零售户盈利增值的活动,但由于零售户自身认知的偏差,未感知到价值存在;不增值活动,是对零售户增值盈利无帮助的活动^③。价值体验是要采取措施给零售户盈利增值带来的价值感知,体现在期望值与实际体验值的匹配和对比上。

6.信息技术应用:运用数字化工具与信息技术,提升市场管理和客户服务质量和效率^④。

二、影响客户满意度的关键因素分析

(一)对比分析,定义问题,确定关键指标

1.提出假设。根据烟草行业专卖专营的特殊性和历年满意度得分数据分析,提出卷烟零售户总体满意度得分 95 分及以上为理想值的假设前提。

2.定义问题。从表 1 可知,2021—2023 年卷烟总体零售户满意度最高得分为 94.89 分,最低得分为 89.41 分,定义问题为零售户满意度未达理想状态。

表 1 卷烟零售户满意度分析表

时间	单位	总体 满意度	客户服务 (25%)	卷烟供应 (30%)	盈利状况 (25%)	市场管理 (20%)
2021 年	全国	89.41	96.46	82.75	85.95	92.05
	广西	93.98	97.86	90.27	91.01	95.54
	梧州	91.94	96.27	87.67	88.58	94.00
2022 年	广西	94.37	98.05	92.32	91.12	96.92
	梧州	94.89	98.26	93.29	91.62	97.19
2023 年	广西	92.58	97.70	91.72	85.64	96.14
	梧州	92.89	97.98	92.18	85.95	96.26

3.确定关键影响指标。卷烟零售户满意度属于提升企业核心竞争力的—级指标,其二级指标有客户服务、卷烟供应、

盈利状况、市场管理等四个,指标权重分别为 25%、30%、25%、20%。经对比分析,客户服务、市场管理两个二级指标近 2 年得分均大于 95 分,卷烟供应、盈利状况两个二级指标的得分相对较低,是影响总体满意度提升的关键指标。

(二)因素分析,剖析指标,确定末端影响因素

确定关键影响指标后,接下来的任务是要分解指标,明晰关键影响指标的构成因素,找到有利或不利因素形成的过程和最终原因,其最好的方法是采用因素分析法进行深度分解剖析。

1.第一层分解,梳理细分指标。要梳理出关键指标的细分指标,弄清楚指标得分的计算方法和指标架构。卷烟供应、盈利状况为卷烟零售户满意度的二级指标,往下分解还存在三级指标。卷烟供应指标由供应总量、货源分配、无捆绑销售等 3 个三级细分指标组成,权重分别为 50%、40%、10%,卷烟供应的得分计算方法为: $D=d_1\times 50\%+d_2\times 40\%+d_3\times 10\%$ 。盈利状况没有细分的三级指标。

2.第二层分解,找到末端影响因素。利用因素分析法对卷烟供应、盈利状况两个关键指标及其细分指标进行深度分析,通过图 1 关键影响指标因素分析图可以看出,三级指标供应总量指标的满意度主要受到总量控制政策、零售户档级、货源分配策略三个末端因素影响;货源分配指标的满意度主要受到紧俏烟货源组织、零售户档级、货源分配策略三个末端因素影响;无捆绑销售指标得分受到内管规范监督和营销人员规范执行力度两个末端因素影响。盈利状况指标得分受到卷烟总量、紧俏/高档烟数量或占比、卷烟零售价格、经营能力与技巧等因素影响;往更深一层分析,盈利状况指标最末端的影响因素是总量控制政策、紧俏烟货源组织、零售户档级、货源分配策略、诚信经营水平、卷烟市场充足度、培训指导、自身经营能力等。

3.汇总分析,确定关键影响因素。对分析出来的末端指标进行汇总整理,确定下一步分析评价的关键影响因素。从上一步分析可知,总量控制政策、紧俏烟货源组织、零售户档级、货源分配策略这四个因素同时影响着零售户对卷烟供应和盈利状况两个指标的满意度评分评价。经汇总整合后,影响关键指标评分评价的末端因素共有 10 个,分别是总量控制政策、紧俏烟货源组织、零售户档级、货源分配策略、内管规范监督、营销人员规范执行力度、诚信经营水平、卷烟市场充足度、培训指导、零售户自身经营能力。

(三)需求分析,明晰差距,确定满意度影响因素

1.分析客户需求和期望。2023 年初,通过网络调查问卷、

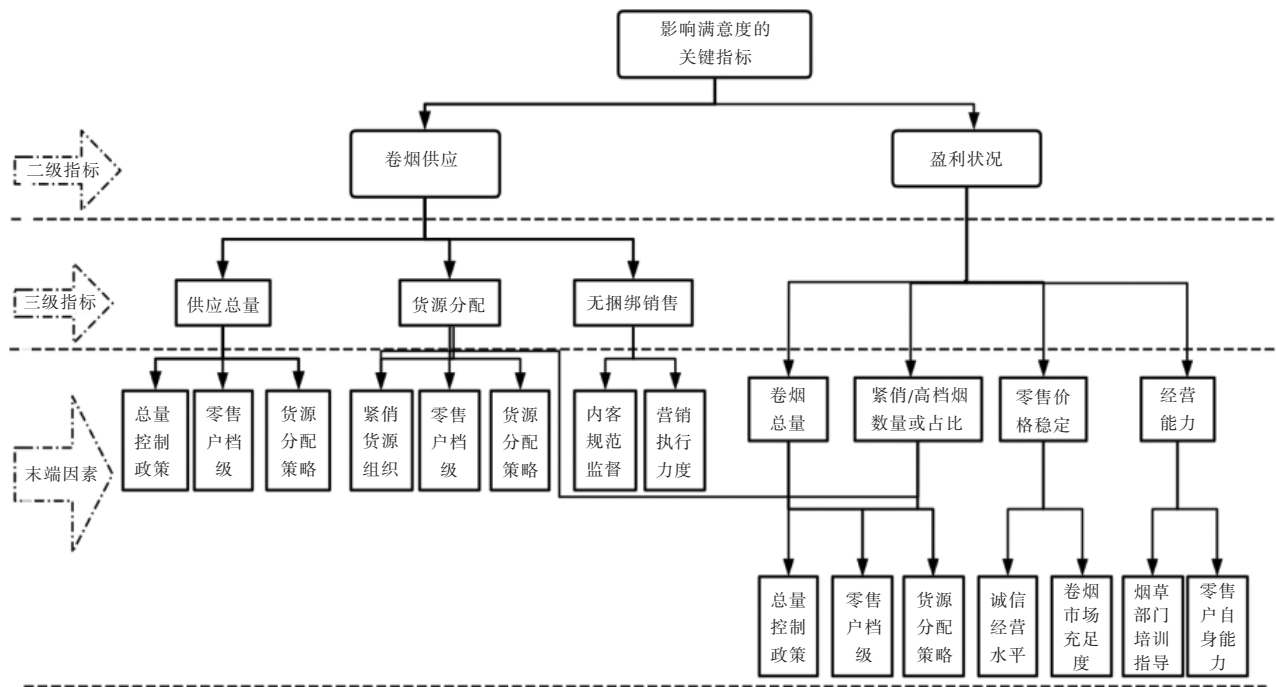


图1 关键影响指标因素分析图

诚信小组座谈会、访谈调查等多种形式,开展为期三个月的客户需求调研,并汇总分析近两年来零售户举报投诉和处理记录,发现影响关键指标评分评价的与客户需求相关的末端因素主要集中在货源充足,满足多样化选择;客户分档分级公平性和合理性;货源分配公平、合理、透明;内管规范,尊重客户经营自主性选择;诚信经营,价格稳定;培训和业务指导内容有利于盈利能力提升,培训方式和时间安排合理,不妨碍正常营业活动等方面。从期望值角度看,货源充足、分档公平合理、分配策略公平合理透明、零售价格的期望值和关注度很高。培训与业务指导与盈利的相关度低于前面几个因素,其期望值处于中等。内管规范监督与执行的受关注度和期望值较低。

2.对比现有管服水平,明晰价值感知差距。从外部环节获悉客户的需求和期望后,接下来的任务是要从内部环节梳理对应管理和服务活动,对比或计算出客户期望与管服质量的匹配性和感知差距,从感知差距视角具体分析以下五个方面。

(1)卷烟总量方面。卷烟总量供给相关的活动与零售户价值感知的差距最大,原因主要有两个方面:一是需求满足率差距。烟草行业在总量控制政策导向下,无法完全满足客户的需求,导致卷烟零售客户的需求满意率较低。二是认知偏差。从烟草公司角度,总量控制、稍紧平衡是为实现自身的

持续健康发展,有助于稳定卷烟价格,实现零售户盈利率稳步提升。但大部分零售客户认为,如果自己得到更多数量的卷烟,就可以获得更多的利润,而忽略了投放数量与价格的反比关系。这是一个典型的价值感知差距,也是导致零售户满意度低的主要原因。

(2)货源分配和客户分档方面。货源分配策略和零售客户分档分级的感知差距较大,原因主要集中在规则的透明度和操作的公平性上。从烟草公司角度看,其按要求公布了规则,并按规则公平实施货源分配、客户分档分级。而部分零售户看到周边的零售户档级比自己高,所得货源充足,盈利更多,就认为烟草公司货源分配不公平,分档定级不合理。部分零售户对分档定级、货源分配对其盈利增值的影响产生负面价值感知,这是导致其满意度低的另一原因。

以上几个方面批零双方价值感知差距较大,但其属于认知不一致等主观因素结果,并不能客观影响零售户的盈利能力,因此属于隐性增值活动。

(3)客户培训、业务指导方面,批零双方的盈利增值认知相同,只是对培训方式和时间安排合理性方面略有看法,价值感知差距中等。

(4)诚信经营稳价增利方面,批零双方价值感知是相同的,只是零售户对投放量与价格的关系认识不足,其价值感知差距较低。

批零双方对客户培训、业务指导、诚信稳价对盈利增值作用认识相同,普遍认为其对销售盈利有明显影响,属于显性增值活动。

(5)内管规范方面。烟草部门为规范市场行为执行强制性规定,零售户对此关注度较低,普遍认为这对其销售盈利无影响,感知差距低,属于不增值活动。

三、构建模型,确定提升满意度策略措施

(一)确定模型维度

借鉴 SERVQUAL 模型理论,从产品供应、客户服务、市场管理、内管规范、价格稳定性五个评价维度构建客户满意度价值感知模型^[4-5]。基于问题导向,将满意度的关键影响指标卷烟供应和盈利状况相关的末端影响因素,对应归集到五个维度中,结合需求分析结果,可以看到产品供应、客户服务两个维度是改进重点,市场管理和内管规范满意度评价较高,可保持现有水平。

(二)确定精准管服策略措施

在确定满意度价值感知差距成因的基础上,围绕产品供应和客户服务两个维度,将研究重点放在隐性增值活动的显性化上,针对差距成因制定相应的策略措施,有效实现价值呈显,配以期望值管理,促使零售户在满意度评价时发自内心的给予高分肯定。

1.加强业务培训与技能提升。工欲善其事,必先利其器。要想为客户提供优质服务,让客户感知到所提供的管理和服务对其盈利增值有利,要先加强员工专业能力与服务意识的培养,把客户经理打造成业务精英、培训专家和营销能手。更要注重培养零售户内训师,让他们讲好经营故事,传播服务价值观,通过开口营销、管店理念、数据应用等培训和业务指导,为客户提供有价值的服务,进而提升客户满意度和忠诚度。

2.帮算账,明实值,强化价格感知。做好政策宣传解释,明晰适度投放对市场稳定和价格稳定的积极作用。通过“帮算账”方式,计算卷烟充足时零售户的盈利水平与卷烟稍紧情况下零售户的盈利情况,用盈利率增长数据来证实“稍紧平衡”政策的利好作用。

3.注重规则的公平合理性和透明度。首先要公开公示客户分档定级规则,建立科学的分档测算模型,让零售户体会到公平公正。其次是通过客户分享提档升级经验,引导其他客户销售更高档次的卷烟,提升终端形象和管店水平。最后是提高货源分配规则的公开透明度,让零售户体会到公平公

正。

4.优化货源投放与期望值管理。认真分析客户订单需求,加强工商协同,优化货源调配和投放策略,并让零售户知道烟草部门为其能得到更多紧俏烟所付出的工作和努力。同时,要做好期望值管理,提高零售户的获得感和满意度。

5.利用信息技术提升服务效率。运用好订货网站、云 POS 终端管理系统、客户移动应用智慧客服系统等平台,提高客户卷烟订购和管店经营便捷性和智能化,提升营销服务工作效率和效率。创新利用微信群组、腾讯会议、公众号等线上培训、远程指导媒体等线上技术,改进培训方式,优化培训时间,提高价值传播速度和覆盖面,提升服务的可靠性、响应性、保证性、关怀性和实际性^[6]。

四、模型实践验证与评估

(一)选择试点单位,确定关键指标

价值感知模型的最终效用是,在实际工作中,通过分类施策来提高客户价值感知度和满意度。下面,通过一个县级营销部应用实例来验证价值感知模型的效用。

2023 年度,梧州市烟草专卖局(公司)聘请第三方机构对辖区零售户满意度开展了三期调查。第一期调查显示,苍梧营销部满意得分靠后。卷烟供应指标得分低于 80 分,盈利状况指标得分低于 90 分,是导致其整体得分低的主要原因,见表 2。对卷烟供应、盈利状况作进一步分析,卷烟供应的下一级指标无捆绑销售得分很高,达到了 99.75 分,只要保持现状就可以了,无须花费精力和时间去改进。苍梧营销部把供应总量、货源分配、盈利状况三个指标作为关键提升指标,见表 3。

表 2 2023 年第一期满意度得分分析表

营销部	总体满意度	客户服务	卷烟供应	盈利状况	市场管理
		(25%)	(30%)	(25%)	(20%)
整体	93.89	98.90	87.67	92.52	98.67
城区	92.63	98.62	87.87	88.55	97.40
苍梧	90.84	98.14	79.97	89.87	99.22
藤县	93.28	99.14	85.29	92.29	99.19
岑溪	97.91	99.90	94.86	98.29	99.52
蒙山	92.72	96.95	86.88	92.20	96.83

表 3 2023 年第一期苍梧营销部满意度细分指标得分分析表

单位	卷烟供应		盈利状况	
	供应总量 (50%)	货源分配 (40%)	无捆绑销售 (10%)	盈利状况 (100%)
苍梧	77.22	78.48	99.75	89.87

(二)因素分析,确定满意度影响因素

通过因素分析法分解剖析上述三个指标的末端影响因素,其主要影响因素有总量控制政策、零售户档级、货源分配策略、紧俏烟货源组织、卷烟零售价格和培训指导。确定末端影响因素后,苍梧营销部开展需求分析,通过实地走访零售户、诚信互助小组会座谈、发放调查问卷等多种形式,深入调查零售户不满意的工作节点和形成原因。经汇总分析调查结果,零售户满意低的原因主要集中在三个方面:一是卷烟总量供应不足,不能满足其需求。在部分零售户的意识中,只要卷烟足够多,就能赚更多的钱。二是货源分配不公平。看到其他零售户所得的卷烟,特别是紧俏烟比自己多,就感到不公平。三是卷烟零售市场价格坚挺。整体单包价格指数 106,条包价格指数 100.4,多种品规处于溢价状态。零售户认为获得的卷烟货源越多,获得的利润也越多。这三个方面原因与总量控制政策、零售户档级、货源分配策略、紧俏烟货源组织、卷烟零售价格等因素密切相关。零售户认为获得更多的卷烟货源,就必定会盈利增长,是基于卷烟市场零售价格坚挺的认知。满意度低的成因主要集中在卷烟供应和客户服务两个维度。

(三)模型分析,制定并实施管服策略

利用价值感知模型分析,从营销系统导出辖区零售户的销售卷烟数据,结合前后两年卷烟市场零售实际价格进行同比分析,辖区总销量同比下降 1.03%,销售额同比提高 4.38%;毛利率 29.93%,同比提升 0.32 个百分点。95%的零售户盈利水平同比提升,5%的零售户由于中途停业或周边环境发生

变化等其他不正常原因导致盈利水平没有同比提升,正常经营的情况下,按现有的政策水平和货源分配策略,零售户经营卷烟是能够实现盈利提升的。零售户满意度不高的原因是其在价值认知上存在偏差,没有感知到烟草部门的政策宣传解释、培训和指导、零售户档级划分、实施货源组织与分配等活动对其盈利提升的作用,价值感知不足是导致其满意度低的主要原因。针对零售户价值感知度不足导致满意度低的情况,应开展内部人员培训,有针对性地提高员工服务意识和业务技能,把数字化工具和信息技术贯穿应用于具体实施操作中,实施六项细化措施来提高客户满意度,具体见表 4。

(四)数据分析,评估模型实施效果

经过近两个月的努力,辖区零售户对烟草部门的管理和服务活动有了新的价值认知,卷烟零售户的满意度快速提升。在第二期满意调查中,苍梧营销部的供应总量指标得分 93.64 分,环比提高 21.27%;货源分配指标得分 94.85 分,环比提高 20.86%;盈利状况得分 95.76 分,环比提高 6.55%;总体零售户满意度得分 96.97 分,同比提升 7.17%,满意得分排名由末位跃升到首位。详见图 2。

五、结论与建议

(一)研究结论

价值感知模型通过对比分析法确定落后指标,找出存在的问题。以问题为导向,运用因素分析法找到末端影响因素。再以末端影响因素为基点,深入分析客户需求,梳理价值感知差距,计算出差距值或差距程度,确定改进方向,通过模型确定并实施精准管服策略措施,有效提高客户价值感知度。

表 4 零售户价值感知度提升细化措施表

序号	措施名称	具体实施方法
1	明晰总量控制利好	①做好宣传解释。利用订货平台、腾讯会议、微信群等线上渠道和诚信小组会、培训会 and 走访服务等线下渠道,做好政策宣传解释,从宏观到微观深度明晰“稍紧平衡”的重要性和必要性 ②对比分析,用数据说话。把总量充盈时卷烟零售价格走低,零售户之间恶性竞争激烈,导致经营卷烟利润微薄的情况,与实行“稍紧平衡”政策后,卷烟市场零售价格坚挺,经营获利稳步提升的情况进行对比,使零售户清晰感知总量控制带来的盈利增长
2	“帮算帐”明实值	①计算出每一位零售户同比盈利增长的数量和比率 ②利用诚信小组会或走访服务的机会,同零售户摆账目,让零售户知悉真实盈利提高数据,举例说明这些盈利提高同烟草政策、管理和服务相关性
3	提高规则透明度	①通过订货平台、微信群等公布货源分配规则和零售户分档规则,并及时更新 ②向广大零售户作出书面承诺,保证公平公正按规则分配卷烟货源和实施分档分级
4	做好期望值管理	在紧俏烟供应方面,前期降低零售户的期望值,让他们感觉到货源紧缺,所得数量极少。在实际订购和配送时,让零售户感觉到营销部门为他们得到更多卷烟而努力,使其实际得到的卷烟数量超过了期望值
5	示范引领,传播正能量	发挥零售户内训师和小组长的作用,让他们参与培训工作,重点是讲好经营中的故事,分享经营盈利提升的经验,连带谈及烟草部门为零售户盈利提升所作的努力,举出具体措施实例
6	对点服务,重点攻关	①按片区梳理出工作配合度低、平时意见大、牢骚话多的零售户,作为重点攻关户 ②专销结合,集中力量,分组分片对重点攻关户进行对点服务,做好政策宣贯,分析客户档级低的原因,协助其拟定提档次增利润方案,并跟进落实,转变其价值观念,提高其满意度

通过实践验证,关键指标供应总量得分提高 21.27%,货源分配提高 20.86%,盈利状况得分提高 6.55%;共同推动总体满意度得分提升 7.17%,超过 95 分的理想值水平。可见,应用价值感知模型可以有效提高卷烟零售户满意度和忠诚度,具有很强的操作性和实效性。价值感知模型还可以应用于客户服务相关的其他领域,有效提升企业的关系竞争力,推动企业核心竞争力提升^[2]。

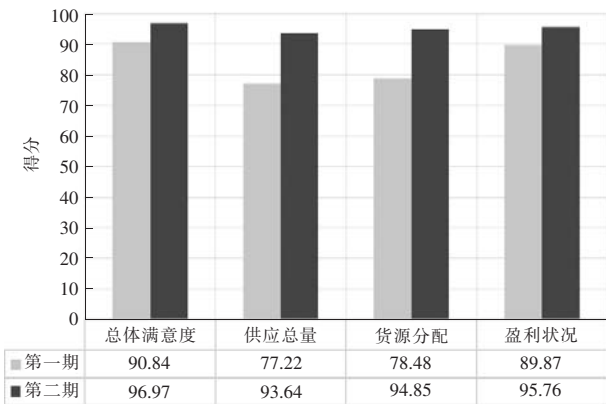


图 2 苍梧营销部 2023 年第一、二期满意度对比分析图

(二)对满意度工作的建议

卷烟零售户满意度是衡量烟草企业核心竞争力的重要指标,对于巩固和提升卷烟零售户满意度,融洽批零关系,增强零售户价值感知度、工作配合度和忠诚度、经营依存度,以及烟草行业全面持续健康发展有着积极作用^[1]。对于价值感知模型的运用要长期坚持优质服务和精益管理,只有不断创新运用科学理论和信息技术工具,方能真正实现零售户价值感知度、工作配合度和忠诚度、经营依存度的稳定提高。

(三)研究局限与未来研究方向

随着国际国内经济形势快速变化,卷烟增量空间日趋收窄,消费行为更趋谨慎,新的供求矛盾显现,要重新审视该模型现使用的五个评价维度与新烟草形势的切合度。下一步仍要坚持问题导向,深入分析客户新的需求和期望,调整评价维度和策略措施,实现模型循环升级,巩固和提升客户满意度和忠诚度,为企业高质量发展助力赋能^[1]。

参考文献:

[1]梁娟,何荣英.高质量发展背景下卷烟零售户满意度调查研究——基于柳州市烟草专卖局(公司)的调查数据分析[R].南宁:广西烟草学会 2020 年学术年会,2020:173-183.
[2]陈明狄.因素分析模型在烟草商业企业核心竞争力指标分析中的应用研究[J].河北企业,2024(8):14-17.
[3]刘巍,董雪磊.浅谈如何运用顾客让渡价值理论提高

零售客户服务满意度[D].北京:中国烟草学会 2017 年学术年会论文集,2017:1-8.

[4]陈宇.文创产品不同维度创新对消费者购买意愿影响——基于创新价值感知的中介效应[J].对外经贸,2024(9):59-63+68.

[5]陈洪根,林晓玲,杨文蕾.基于 SERVQUAL 模型的在线学习平台服务质量评价研究[J].科技风,2024(29):144-147.

[6]林慧.新零售背景下叙事人称对品牌价值感知的影响[J].商业经济研究,2023(22):84-87.

[7]王光琴.感知价值视角下同侪效应对顾客消费意向的作用机制[J].商业经济研究,2023(21):68-72.

[8]杨清清.基于大数据的营销分析对客户满意度的影响[J].中国战略新兴产业,2024(30):47-49.

机器人应用是否会抑制企业伪善？

——基于 ESG 漂绿视角

刘志军

南京审计大学会计学院

摘要:企业社会责任领域中的伪善行为逐渐成为学界关注焦点,其中企业 ESG 漂绿这一典型伪善现象备受瞩目。在“数字+绿色”双转型的时代背景下,基于 2013—2023 年中国 A 股上市公司数据,采用高维固定效应模型实证探究机器人应用对企业 ESG 漂绿行为的影响。研究表明,机器人应用能够对企业 ESG 漂绿行为产生显著的抑制作用,即机器人应用发挥了积极的绿色治理功效。进一步深入分析发现,相较于非国有企业与高科技行业,机器人应用在国有企业和非高科技行业中,对企业 ESG 漂绿行为的改善效果更为突出。研究结论不仅为推动企业借助机器人技术进行漂绿治理的政策制定提供了关键的经验证据,而且为企业在数字与绿色双转型进程中的战略决策提供了极具价值的参考依据。

关键词:机器人应用;ESG 漂绿;绿色治理;数字与绿色双转型 **中图分类号:**F812.2 **文献标识码:**A

引言

在全球碳中和进程加速与数字技术革命深度融合的背景下,环境社会治理(ESG)已成为企业可持续发展的核心议题。截至 2023 年,全球 ESG 投资规模突破 30 万亿美元,中国上市公司 ESG 报告披露率亦从 2018 年的 24.7%跃升至 2023 年的 41.79%。然而,企业 ESG 实践正陷入象征性合规与实质性作为的伦理困境。典型诸如中国神华(股票代码:601088)虽连续多年入选 MSCI ESG 评级 A 级企业,但其 2021—2023 年间累计环境处罚金额达 0.22 亿元;顺丰控股(002352)在 ESG 报告中强调绿色物流创新,但其单位包裹碳排放量仍高于行业均值;启迪环境(000826)虽多次在互动易强调“重视环保、严守法规”,却因持续环境违规累计被罚超千万元。此类案例折射出制度性伪善的深层矛盾:当 ESG 承诺异化为“漂绿工具”,企业通过选择性披露与模糊化修辞构建环境责任假象,不仅导致绿色资源错配,更可能引发资本市场“劣币驱逐良币”。因此,如何破解 ESG 漂绿困局已成为全球可持续发展治理的关键命题。

以工业机器人为代表的智能技术革命为治理漂绿行为提供了新路径。根据国际机器人联合会(IFR)的统计,2013 至 2023 年间,中国每万名产业工人对应的工业机器人数量实现了跨越式发展——从初始的 25 台激增至 392 台,这一数值已达到全球同期平均水平(126 台)的 3 倍有余。已有研究表明,机器人渗透可通过重构生产函数实现绿色转型:其一是通过工艺标准化降低环境治理边际成本^[1],其二是借助数据可追溯性打破信息孤岛^[2],其三是依托智能监控系统压缩机会主义行为空间^[3]。但现有研究多聚焦机器人技术对绿

色绩效的直接影响,却忽视其对 ESG 行为策略的治理效应。这一理论缺口导致政策制定者难以精准设计“技术赋能治理”的干预方案。

基于此,本文选取 2013—2023 年中国 A 股上市公司数据,考察了机器人应用对企业 ESG 漂绿行为的影响。研究发现,机器人应用能显著抑制企业进行 ESG 漂绿。进一步分析表明,相较于非国有企业和高科技行业,机器人应用对企业漂绿行为的改善作用在国有企业和非高科技行业中更明显。本研究的贡献主要在于:一方面,从理论上丰富和拓展了机器人应用与企业 ESG 漂绿行为的研究体系,为理解数字技术对企业伦理行为的影响提供了新视角,弥补了相关领域理论研究的不足。另一方面,在实践上为监管部门设计“技术+制度”协同治理方案提供了经验证据,也为企业在数字与绿色双转型中平衡技术投资与可持续发展提供了决策参考。

一、文献回顾与研究假设

(一)文献回顾

1.有关企业 ESG 漂绿的动机与影响因素的现有研究。第一,从动机看,既有研究从不同视角展开了深入分析。企业进行 ESG 漂绿的动机主要有两方面:一是短期利益追求与声誉获取。企业为在短期内获得竞争优势或公众认可,常采取漂绿行为夸大或伪造环境资质^[4]。在市场竞争中,为吸引注重环保的消费者、提升企业声誉,部分企业会过度宣称自身环境承诺^[5],即便实际行动与之不符。二是应对监管与合规压力。企业为满足最低合规要求,选择进行漂绿而非开展实质性环境行动^[6]。政府监管政策可能存在漏洞或执行力度不足,使得企业有机可乘,通过表面上的环境报告来应对监管,避免因

作者简介:刘志军(2000—),男,湖北省黄石市人,硕士研究生,会计学学硕,主要研究方向为政府会计。

违规而受罚^[7]。第二,有关ESG漂绿的影响因素,既有研究主要从组织内部与外部环境视角展开研究。首先,在组织内部层面,集中决策和层级结构等组织因素会促使企业进行漂绿^[8]。在垂直管理的企业中,高管往往更注重短期财务绩效^[9],导致ESG披露流于形式。企业内部信息不透明也为漂绿提供了土壤^[10],利润驱动型企业会利用信息优势,通过可观察的投资进行漂绿。其次,在外部环境层面。从监管角度看,政府的惩罚机制能有效遏制企业漂绿行为^[11]。严格的环境监管可促使企业遵守规定,减少虚假环境报告。基于行业竞争视角,随着消费者环保意识增强,企业为在市场中脱颖而出,可能会采取漂绿手段。媒体关注可作为外部监督机制,增加企业透明度和外部监督力度,减少ESG漂绿机会^[12]。

2.有关机器人应用经济后果的现有研究。既有研究基于“机器换人”和“人机协同”视角,发现机器人应用具有劳动力替代效应、互补效应、创造效应。研究发现,机器人可替代中低端技能岗位并与高技能劳动力形成优势互补,触发从业者的职业危机感知,进而驱动人力资本积累。通过供需关系动态适配机制,该替代-互补范式显著提升劳动力市场配置效率,实现劳动力市场的结构性优化与人力资本升级^[13]。从微观企业运营层面,机器人技术深度应用,借自动化生产降本、高精度操作提质;用智能系统优化资源配置,提升管理与数字化能力;借技术溢出带动研发创新,形成创新盈利模式;并通过提升能源效率、运用清洁生产技术,实现绿色可持续发展^[14]。在宏观经济层面,机器人应用展现出更强的乘数效应。一方面,推动传统产业智能化改造,加速产业结构向高端化、绿色化、融合化方向演进;另一方面,通过技术扩散效应改变区域间产业转移模式,形成以技术密集型产业为核心的新型产业分工体系。这种技术变革不仅促进产业内包容性增长,提升中国企业在全球价值链中的分工地位^[15],更通过全要素生产率提升推动经济发展质量变革、效率变革和动力变革^[16]。综上所述,现有研究更多聚焦于机器人应用对劳动力和企业运营等方面的影响,而鲜有将机器人应用与企业ESG行为策略相结合展开研究。故本文着力于探究机器人应用对ESG漂绿行为的治理效应,对全面理解企业可持续发展行为和推动经济绿色转型具有重要意义。

(二)机器人应用对企业ESG漂绿行为的理论分析与研究假设

基于印象管理理论与组织退耦理论的双重视角,本研究构建机器人应用影响企业ESG漂绿行为的理论框架。

首先,印象管理理论揭示企业通常具有塑造良好形象以

获取市场竞争优势的动机。随着可持续发展理念的日益普及以及投资者对企业ESG的关注度不断提高,部分企业可能会为了短期利益而采取漂绿手段,并可能成为企业理想的“战略噪声”^[17]。而机器人部署作为显性技术创新投入,通过双重路径重构企业形象管理机制。其一,对外形成技术承诺信号,彰显企业通过实质性创新践行可持续发展的长期主义取向。其二,对内形成路径依赖,倒逼生产流程优化与环境治理能力提升,构筑真实绩效支撑的声誉防护机制。

其次,组织退耦理论指出,组织为满足社会期望可能只是表面上遵守特定政策与规则,造成正式政策和实际组织实践脱节。就企业而言,为获取外部ESG合法性,在利益相关方的要求下,往往会披露超出实际表现的ESG信息。因此,ESG漂绿为企业应对此类状况所采取的一种退耦策略。机器人应用从根源上消解了这种“象征性合规”的动机。一方面,通过能耗监控系统与智能排产算法,机器人可直接降低单位产值碳排放强度^[18],提升环境治理实质绩效。另一方面,自动化改造带来的效率红利^[19],缓解了企业短期业绩压力,降低通过漂绿平衡多重目标的必要性。这种技术治理特征使ESG实践从制度性承诺转向技术性承诺,形成不可逆的可持续发展路径。基于上述理论分析,本文提出以下研究假设。

H₁:在其他条件一定的情况下,机器人应用能够有效抑制企业ESG漂绿行为。

二、研究设计

(一)样本选择与数据来源

本文的研究样本选定为2013—2023年沪深A股上市公司。数据来源:构建机器人渗透度所需的机器人数据来自IFR,测算企业ESG漂绿行为指标用到的ESG信息披露数据取自彭博社数据库,ESG绩效评价数据源自华证数据库和Asset 4数据库,其余财务数据则均来自国泰安中国经济金融数据库(CSMAR)。数据处理:首先,剔除金融、房地产行业以及ST类公司样本;其次,去除资产负债率异常,以及利息支出和负债情况存在矛盾的异常样本;最后,剔除关键变量数据缺失的样本。经处理,共得到8315个观测值。另外,为减轻极端值的影响,对变量进行了首尾1%的缩尾调整。

(二)变量定义

1.被解释变量。本文被解释变量为企业ESG漂绿行为(Gwash)。参考已有研究^[20],本文通过如下模型构建企业ESG漂绿指标,用于衡量企业ESG漂绿行为:

$$Gwash_{it} = \frac{ESG_{Dsit} - \overline{ESG}_{Dsit}}{\sigma ESG_{Dit}} - \frac{ESG_{Rait} - \overline{ESG}_{Rait}}{\sigma ESG_{Rit}} \quad (1)$$

其中, $ESG_{Dsi,t}$ 代表 i 企业在 t 年的 ESG 信息披露情况, 该指标数值越高, 表明企业向外部披露的、对自身有利的 ESG 相关信息越多; $ESG_{Rsi,t}$ 表示 i 企业 t 年的 ESG 表现, 用于衡量企业真实的 ESG 绩效, 企业在环境、社会及公司治理方面贡献越大, 该指标值越高。 $\overline{ESG_{Dsi,t}}$ 、 $\overline{ESG_{Rsi,t}}$ 分别是 i 企业 t 年所在行业的 ESG 信息披露均值与 ESG 实际表现均值; $\sigma ESG_{Dsi,t}$ 、 $\sigma ESG_{Rsi,t}$ 分别为 i 企业 t 年所在行业的 ESG 信息披露标准差与 ESG 实际表现标准差; $Gwash$ 数值越大, 反映出企业 ESG 漂绿程度越重。

2. 解释变量。本文的核心解释变量为机器人应用水平 ($\ln robot$)。借鉴孟庆伟和胡林杉^[21]构建巴蒂克工具变量的思想, 通过计算加权后的中国行业机器人密度, 并对其取自然对数得到该变量, 具体过程如下:

$$\ln robot_{jt} = \ln \left[\frac{PWP_{j,i,t=2013}}{MedPWP_{t=2013}} \times \frac{MR_{j,t}^{robot}}{L_{j,t=2013}^{robot}} \right] \quad (2)$$

其中, $\ln robot_{jt}$ 为 j 行业 i 企业 t 年工业机器人应用程度, $MR_{j,t}^{robot} / L_{j,t=2013}^{robot}$ 为中国 j 行业工业机器人渗透率, $MR_{j,t}^{robot}$ 为中国 j 行业 t 年工业机器人存量, $L_{j,t=2013}^{robot}$ 为中国 j 行业以 2013 年为基期的就业人数, $PWP_{j,i,t=2013}$ 为 j 行业 i 企业以 2013 年为基期的生产部门员工占比, $MedPWP_{t=2013}$ 为我国全部企业 2013 年生产部门员工占比的中位数。

3. 控制变量。借鉴既有研究^[22], 本文选取了一系列控制变量, 具体包括企业规模 ($Size$)、资产负债率 ($Leverage$)、总资产利润率 (ROA)、经营性现金流 ($Cashflow$)、固定资产比率 (PPE)、营业收入增长率 ($Growth$)、独立董事比例 ($Director$) 以及前十大股东持股比例 ($Top10$)。表 1 详细列示了主要变量及其测度方式。

(三) 模型构建

为验证 H_1 , 建立如下基准回归模型:

$$Gwash_{it} = \alpha + \beta_1 \ln robot_{it} + \gamma X_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

其中, 被解释变量为企业 ESG 漂绿行为 $Gwash_{it}$, 其数值越大说明企业的 ESG 漂绿行为越严重, 解释变量 $\ln robot_{it}$ 为机器人渗透度取对数, 该数值越大表示企业机器人应用水平越高。 X_{it} 为控制变量, μ_i 为个体固定效应, λ_t 为时间固定效应, ε_{it} 为误差项。若 $\ln robot_{it}$ 的系数 β_1 估计值显著小于 0, 意味着企业机器人应用与 ESG 漂绿行为呈负相关关系, 即 H_1 得以成立。

三、实证结果与分析

(一) 描述性统计

表 2 呈现了各变量的描述性统计结果。就企业 ESG 漂绿行为 $Gwash$ 而言, 其最大值达 2.810, 最小值为 -3.257。该变量的中位数为 -0.515, 均值为 -0.466, 二者均显示样本企业的 ESG 漂绿水平整体偏低。同时, $p75$ 分位数为正值, 这意味着样本企业中至少 25% 的企业, 其漂绿程度大于 0。此外, 标准差为 1.229, 表明样本企业间 ESG 漂绿程度存在较大差异。企业机器人应用水平的均值为 1.621, 最小值为 -2.079, 最大值为 2.701, 中值为 1.897, 标准差为 0.958, 可见, 不同企业间的机器人应用水平差异较大。除此之外, 其他各变量的描述性统计结果也基本符合预期。

表 2 基本描述性统计

变量名称	N	Mean	SD	p50	p25	p75	Min	Max
$Gwash$	8315	-0.466	1.229	-0.515	-1.310	0.315	-3.257	2.810
$\ln robot$	8315	1.621	0.958	1.897	1.229	2.317	-2.079	2.701
$Size$	8315	23.400	1.316	23.300	22.470	24.200	20.630	27.140
$Leverage$	8315	0.482	0.190	0.495	0.338	0.627	0.078	0.863
ROA	8315	0.050	0.060	0.041	0.017	0.078	-0.142	0.249
$Cashflow$	8315	0.063	0.066	0.059	0.022	0.100	-0.125	0.260
PPE	8315	0.238	0.177	0.197	0.096	0.347	0.002	0.726
$Growth$	8315	0.148	0.323	0.100	-0.013	0.239	-0.476	1.830
$Director$	8315	37.660	5.675	36.360	33.330	42.860	33.330	60.000
$Top10$	8315	60.300	15.850	60.710	49.010	71.810	24.160	92.830

(二) 基准回归结果

机器人应用与企业 ESG 漂绿行为的基准回归结果如表 3 所示。在列 (1) 的回归分析中, 仅采用解释变量针对企业

表 1 变量定义与测度

变量性质	变量名	符号	变量测度
解释变量	机器人应用水平	$\ln robot$	机器人渗透度取对数
被解释变量	企业 ESG 漂绿行为	$Gwash$	根据公式 (1) 计算所得
控制变量	企业规模	$Size$	企业总资产取自然对数
	资产负债率	$Leverage$	负债总额与总资产的比值
	总资产利润率	ROA	净利润与总资产的比值
	经营性现金流	$Cashflow$	经营性现金流净额与总资产的比值
	固定资产比率	PPE	固定资产与总资产的比值
	营业收入增长率	$Growth$	本年营业收入与上一年营业收入的比值减 1
	独立董事比例	$Director$	独立董事人数与董事会总人数的比值
	前十大股东持股比例	$Top10$	前十大股东持股数与总股数的比值

ESG 漂绿行为展开回归。而列(2)则在此基础上增添了控制变量,同时对个体固定效应以及时间固定效应加以控制。回归结果显示,相较于列(1),列(2)的调整 R^2 有所提升。且机器人应用的系数均为负值,在 1% 的显著水平上呈现出显著性。这充分说明,随着机器人应用程度不断加深,企业的 ESG 漂绿行为受到了有效抑制,进而验证了 H_1 。

表 3 基准回归结果

变量	(1)	(2)
	<i>Gwash</i>	<i>Gwash</i>
<i>lnrobot</i>	-0.0349*** (-3.0720)	-0.0344*** (-3.0249)
<i>Size</i>		-0.0410 (-1.0505)
<i>Leverage</i>		0.1011 (0.6172)
<i>Roa</i>		0.6903** (2.2058)
<i>Cashflow</i>		-0.4735** (-2.1573)
<i>PPE</i>		0.0040 (0.0216)
<i>Growth</i>		0.0716* (1.7813)
<i>Director</i>		-0.0019 (-0.5721)
<i>Top10</i>		0.0061*** (3.1768)
<i>Constant</i>	-0.4152*** (-19.6247)	0.1820 (0.2035)
<i>Firm FE</i>	YES	YES
<i>Year FE</i>	YES	YES
<i>N</i>	8,315	8,315
Adjusted R^2	0.470	0.472

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

(三)稳健性检验与内生性分析

1.样本筛选。为减少异常值对回归结果的影响,本文对全部连续变量进行 5% 水平的缩尾处理。处理后的回归结果呈现在表 4 列(1),结果表明,*lnrobot* 的系数仍在 5% 显著性水平下通过检验,与基准回归结果相符。

2.加入年份行业交互项。为进一步提升回归分析的精确性与结果可信度,本研究采用了纳入交互固定效应的方法。在实际操作中,将年份与行业的交互项纳入模型,通过这种方式,能够有效控制行业内随时间变化的不可观测因素,捕捉逐年变动的行业特定效应,进而显著减少因遗漏变量而产生的估计偏误。从表 4 列(2)的回归结果来看,在充分考虑行业每年的差异性后,机器人应用对企业漂绿行为的抑制作用

依然显著。这一结果进一步证实了机器人应用在约束企业绿色伪装行为方面的有效性,增强了研究结论的稳健性与可靠性。

表 4 样本筛选、加入年份行业交互项、倾向得分匹配法

变量	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)
	<i>Gwash</i>	<i>Gwash</i>	<i>Gwash</i> (1:1)	<i>Gwash</i> (1:2)	<i>Gwash</i> (1:3)
<i>lnrobot</i>	-0.0276** (-2.2455)	-0.0350*** (-2.7020)	-0.0489*** (-3.1170)	-0.0419*** (-3.2294)	-0.0421*** (-3.5184)
<i>Constant</i>	-0.9282 (-0.9977)	-1.5547 (-1.4204)	0.3535 (0.2834)	0.2183 (0.2132)	0.0180 (0.0191)
<i>Controls</i>	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Firm FE</i>	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Year FE</i>	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Industry&Year FE</i>	NO	YES	NO	NO	NO
<i>N</i>	7,491	7,463	4,495	6,613	7,559
Adjusted R^2	0.466	0.465	0.464	0.466	0.471

3.安慰剂检验。为剔除其他不可观测且随时间变动因素对企业 ESG 漂绿行为的干扰,本文开展 500 次随机匹配的安慰剂检验。在此过程中,详细记录机器人应用水平对企业 ESG 漂绿行为的影响系数,并据此绘制 T 值核密度图。结果如图 1 所示,进一步支持了本文结论。

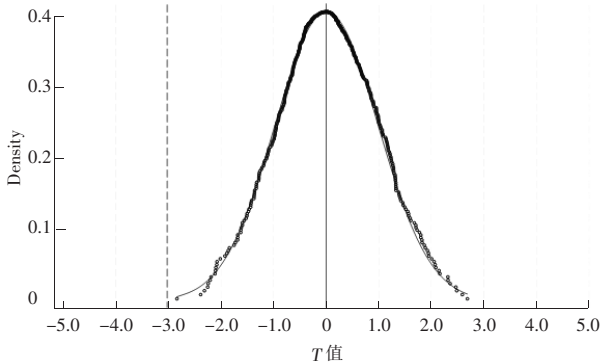


图 1 安慰剂检验

4.倾向得分匹配法。为排除其他混杂因素产生的内生性问题,本文采用倾向得分匹配法进行内生性检验。具体操作如下:首先,将连续的解釋变量转化为离散型变量,以机器人应用水平的平均数为基准进行分组,在组内,若机器人应用水平大于该平均数,则将倾向得分匹配解釋变量赋值为 1;若小于平均数,则赋值为 0。其次,为保证倾向得分匹配的均衡性,以控制变量作为协变量,设定卡尺值为 0.05,在此范围内分别执行 1:1、1:2 和 1:3 逐年有放回的近邻匹配。完成匹配后,对样本进行回归分析。结果表明,基准回归的结论具有稳健性。

四、进一步研究

(一)产权性质分类研究

国有企业与非国有企业在资源获取、经营目标以及价值

取向等方面存在显著差异。国有企业凭借其资源优势以及政策扶持,在机器人技术应用方面具备更强的实力,能够更为顺利地实现产品、服务、流程以及管理的优化升级,从而在提升经济效益的同时兼顾非经济效益。为深入探究企业在不同特征下对 ESG 漂绿行为的影响差异,本文以产权性质为依据,将样本企业划分为国有企业和非国有企业两组,并分别开展回归分析。表 5 列(1)和列(2)展示了分组回归结果。其中,在国有企业样本的回归中,机器人应用变量的系数为 -0.0372,且该系数在统计上呈现出显著性;而非国有企业样本中在统计上不显著。这表明国有企业中机器人应用能够更有效地改善企业的 ESG 漂绿行为。

表 5 产权性质异质性与行业高科技属性异质性

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	国企	非国企	高科技行业	非高科技行业
lnrobot	-0.0372** (-2.4329)	-0.0175 (-0.9466)	-0.0145 (-0.8848)	-0.0512*** (-3.0152)
Constant	1.2608 (0.8964)	-3.6809** (-2.5584)	-1.6191 (-1.2138)	-0.3759 (-0.2338)
Controls	YES	YES	YES	YES
Firm FE	YES	YES	YES	YES
Year FE	YES	YES	YES	YES
N	4,246	3,221	3,933	3,546
Adjusted R ²	0.473	0.491	0.509	0.446

(二)行业高科技属性分类研究

本研究参考国家统计局颁布的《高技术产业(制造业)分类(2017)》,同时,结合上市公司行业分类标准对样本企业所处行业进行细致划分,将其分为高科技行业与非高科技行业。考察机器人应用在不同行业高科技属性背景下对 ESG 漂绿行为的影响差异。根据表 5 列(3)和列(4)的回归结果,在非高科技行业样本中,企业机器人应用的回归系数为-0.0512,且在统计上高度显著;而在高科技行业样本中统计显著性相对较低。可能的原因是非高科技行业因多依赖传统模式,资源浪费与污染问题突出,引入机器人可显著优化流程、提效,切实提升 ESG 表现,降低漂绿必要;而高科技行业自身科技与 ESG 形象好,研发投入易契合 ESG 理念,且行业复杂,使机器人应用的 ESG 提升效果难以快速凸显。

五、结论与建议

在实体经济迈向高质量发展的征程中,绿色无疑是其鲜明的底色。然而,相伴而生的 ESG 漂绿行径却如悄然滋生的“蚁穴”,对实体经济的高质量发展根基造成了侵蚀。在“数字+绿色”双转型政策的指引下,以机器人为代表的先进人工智能技术在社会经济各领域的深度渗透能否有效矫治企业普遍存在的 ESG 漂绿这类“口惠而不实”的伪善之举,已然

成为备受瞩目的关键议题。因此,为顺应全球可持续发展趋势与科技赋能产业变革的浪潮,本文从企业 ESG 漂绿视角出发,探究机器人应用能否有效抑制企业 ESG 漂绿,主要有两方面发现:第一,机器人应用能显著抑制企业进行 ESG 漂绿。第二,在国有企业和非高科技行业中,机器人应用对企业漂绿行为的改善效果,相较于非国有企业和高科技行业更为显著。

基于研究结论,本文具有如下启示:第一,企业应重视机器人应用对可持续发展及 ESG 实践的关键作用,将其纳入提升 ESG 绩效的核心战略。国有企业与非高科技行业企业更应发挥示范作用,加大引入力度。第二,监管部门需关注机器人应用对 ESG 领域的影响,及时调整监管策略与规范框架。一方面,要求企业全面、透明披露机器人应用于 ESG 活动的详情,防止虚假 ESG 宣传与漂绿行为;另一方面,强化 ESG 报告审核,借助先进技术剖析漂绿迹象,依法严惩违规企业,维护市场诚信与投资者权益,引导企业践行 ESG 理念。第三,政府应强化机器人技术与绿色发展协同政策设计,通过财政补贴、税收优惠等方式重点扶持中小企业机器人技术采纳,降低绿色转型门槛。建立行业差异化机器人环境治理标准,将机器人应用纳入绿色产业规划,引导企业通过技术创新提升 ESG 绩效,推动经济高质量绿色转型。

参考文献:

[1] 邝劲松,杨坤宇,石校菲,等.省域人工智能发展对绿色全要素生产率的空间效应[J].经济地理,2024,44(7):144-154.

[2] 张雷,陈小平,冯连世.科技助力:新时代引领我国竞技体育高质量发展的主要驱动力[J].中国体育科技,2020,56(1):3-11.

[3] 陈洪波,张骁潇.国家大数据综合试验区如何促进城市绿色转型:基于碳排放量增速和碳生产率增幅的双重视角[J].中国软科学,2024(11):172-188.

[4] ZHANG D.Green financial system regulation shock and greenwashing behaviors:evidence from Chinese firms[J].Energy Economics,2022,111:1-11.

[5] 邹艳芬,肖志文.ESG“漂绿”对企业绩效的影响研究[J].当代财经,2024(11):152-164.

[6] MIAO X,FENG E,SIU Y L,et al.Can China's carbon intensity constraint policies improve carbon emission performance?Evidence from regional carbon emissions [J].Journal of Environmental Management,2023,348:1-40.

- [7]陈琪,王嫣然.数字化转型对企业 ESG 策略性信息披露行为的影响[J].财会月刊,2024,45(23):17-24.
- [8]YU E P,VAN LUU B,CHEN C H.Greenwashing in environmental,social and governance disclosures[J].Research in international business and finance,2020,52:1-68.
- [9]李醇,史恩义,王鑫.高管海外经历影响企业供应链话语权的机理研究[J/OL].财经论丛,1-15[2025-01-10].https://doi.org/10.13762/j.cnki.cjlc.20241126.002.
- [10]王利莎,王子琳,王永昭.平台生态标签情境下的漂绿行为演化与监管研究[J/OL].管理评论,1-13[2025-01-10].https://doi.org/10.14120/j.cnki.cn11-5057/f.20240724.001.
- [11]MENG Q,LIU Y,LI Z,et al.Dynamic reward and penalty strategies of green building construction incentive:an evolutionary game theory-based analysis[J].Environmental Science and Pollution Research,2021,28:44902-44915.
- [12]LUO Y,XIONG G,MARDANI A.Environmental information disclosure and corporate innovation:the "Inverted U-shaped" regulating effect of media attention[J].Journal of Business Research,2022,146:453-463.
- [13]许和连,赵泽昊,金友森.人力资本如何驱动企业工业机器人应用?——基于中国“高校扩招”的准自然实验[J].数量经济技术经济研究,2024,41(9):178-198.
- [14]肖挺,叶浩.工业机器人应用对于企业加成率的影响研究[J].科研管理,2024,45(8):41-50.
- [15]黄亮雄,林子月,王贤彬.工业机器人应用与全球价值链重构——基于出口产品议价能力的视角[J].中国工业经济,2023(2):74-92.
- [16]沈坤荣,乔刚,林剑威.智能制造政策与中国企业高质量发展[J].数量经济技术经济研究,2024,41(2):5-25.
- [17]LONG L,WANG C,ZHANG M.Does social media pressure induce corporate hypocrisy?Evidence of ESG greenwashing from China [J].Journal of business ethics,2024:197(2):311-338.
- [18]胡洁,于宪荣,韩一鸣.ESG 评级能否促进企业绿色转型?——基于多时点双重差分法的验证[J].数量经济技术经济研究,2023,40(7):90-111.
- [19]孙早,陈玉洁.机器人角色、生产分割与生产方式转换[J].中国工业经济,2023(4):5-23.
- [20]ZHANG D.Subsidy expiration and greenwashing decision:is there a role of bankruptcy risk? [J].Energy Economics,2023,118:1-11.
- [21]孟庆伟,胡林杉.工业机器人应用与供应链效率提升——基于供应链治理与营运效率的双重视角[J].华东经济管理,2025,39(1):117-128.
- [22]王林辉,周慧琳,钱圆圆,等.机器人应用冲击、职业可迁移技能和职业-技能合意性[J].管理世界,2024,40(11):85-104.

人工智能对我国农业生产率的影响

——基于省级面板数据

张 琛

延安大学

摘要:数字经济时代,智能技术应用引发各界人士担忧。现有文献多从制造业角度研究人工智能对生产率的影响,缺乏农业行业层面的研究,且结论不一。探讨了人工智能对中国农业生产率的具体影响,以弥补现有研究在农业领域定量分析的不足,为政府制定农业智能化政策提供依据。基于 Aghion 等的理论模型,选取 2010—2019 年中国 29 个省级面板数据,以国际机器人联合会(IFR)提供的农林牧渔业工业机器人累计安装存量作为人工智能替代变量,构建双向固定效应回归模型,分析人工智能对农业生产率的影响,并通过稳健性检验与区域异质性分析验证结果的可靠性。研究发现,人工智能对中国农业生产率整体呈现显著抑制作用。区域异质性分析表明,京津冀及中部地区因农业技术基础较强,人工智能能显著促进农业生产率提升,而西部和长三角地区抑制作用明显,东北地区影响不显著。因此,提出需加强农村技术培训、推动人工智能与农业交叉学科建设、完善基础设施等的对策建议,以优化人工智能在农业中的适配性,助力农业现代化发展。

关键词:人工智能;农业生产率;工业机器人安装量 **中图分类号:**F323.5 **文献标识码:**A

引言

近年来,国内外局势迅速演变。在此背景下,人工智能作为科技革命的“新宠”,被视为经济增长的新引擎,预计将会为经济发展注入新动力。2017 年 7 月,国务院发布了《新一代人工智能发展规划》,该规划明确提出,到 2030 年我国在人工智能理论、技术与应用方面应达到世界领先水平。2021 年,《“十四五”智能制造发展规划》和《“十四五”机器人产业发展规划》相继发布,强调集聚优势资源,重点推进工业机器人的研制与应用。同时,党的二十大报告明确提出全面推进乡村振兴,强化农业科技和装备支撑,到 2035 年基本实现农业现代化。因此,研究人工智能对我国农业生产率的影响具有重要意义,有助于政府更有针对性地制定相关公共政策,从而有效应对人工智能给农业企业和从业人员带来的机遇与挑战。

一、文献综述

根据中国科学院发布的《2019 年人工智能发展白皮书》,人工智能被定义为对人的意识和思维过程的模拟,利用机器学习和数据分析方法赋予机器类人的能力。人工智能技术作为一种全新的通用目的技术,其突破不断涌现,但许多国家反而在近十年内发生了生产率减速,并且减速的范围很广,从 OECD 国家到许多大型新兴经济体,都面临着相同的困境^[1]。1987 年,Robert Solow 针对美国半导体等信息技术产

业迅速发展但生产率增长缓慢的现象,提出了“计算机到处都能看得见,就是在生产率统计上看不见”的论断。这种信息技术投资高速增长与生产率增长缓慢共存的现象被称为生产率悖论或索洛悖论^[2]。

目前,关于人工智能对生产率影响的主要研究结论可以分为三类,即正面、负面和不确定。一方面,一些学者认为人工智能通过降低生产成本、创造就业机会和增加研发投入等方式提升了生产效率^[3]。许多学者通过实证研究证明了人工智能可以提高企业全要素生产率^[4-7]。另一方面,亦有学者对以上观点表示质疑,认为索洛悖论在人工智能领域同样适用。因为技术突破应用与生产率提升之间存在较长的时滞效应^[8],所以,在当前阶段人工智能对生产率的提升作用并不显著。有学者认为,中国高新技术企业存在大量未被计量的无形资产,从而导致了人工智能时代的索洛悖论^[9]。还有学者认为,人工智能的生产率效应和替代效应同时存在^[10],对工业企业而言索洛悖论依旧存在^[11]。针对不同行业,当前有研究表明人工智能可以显著提高我国制造业全要素生产率^[12-13],而生成式人工智能对我国服务业就业同时存在创造效应和替代效应^[14]。周晓时等通过跨国面板数据实证分析得出,人工智能在现阶段对高收入国家农业生产率有显著促进作用,而对中低收入国家农业生产率则存在显著抑制作用^[15]。

总体来看,现有文献多是针对人工智能对宏观经济的数

作者简介:张琛(1995—),女,陕西省延安市人,工商管理硕士,主要研究方向为工商管理。

理推导和定性分析,并且主要集中于对发达国家的研究。针对我国人工智能对生产率影响的研究主要集中于制造业领域,目前尚未发现人工智能对我国农业生产率影响的定量研究。基于此,本文选取了2010—2019年间我国29个省级行政区的面板数据,结合Aghion等的理论模型^[16],通过回归模型实证分析了人工智能对我国农业生产率的影响,并在验证结果稳健性的基础上,进一步结合地区分析了人工智能对农业生产率的异质性影响。

二、研究模型、变量设定与数据来源

(一)理论模型

根据Aghion等的模型^[16],人工智能是一种最新的自动化形式,在此基础上假定GDP是商品的CES函数组合,且不同商品间替代弹性小于1:

$$Y_t = A_t \left(\int_0^1 X_{it}^\rho di \right)^{\frac{1}{\rho}} \quad (1)$$

其中, A_t 表示外生的标准技术增长,技术变革的另一部分来自自动化。商品未曾自动化生产时由劳动力一对一生产,已经自动化生产时用一单位的资本来代替,即

$$Y_{it} = \begin{cases} L_{it}, & \text{未自动化时} \\ K_{it}, & \text{未自动化时} \end{cases} \quad (2)$$

推导可得出以下新古典生产函数形式:

$$Y_t = A_t F(B_t K_t, C_t L_t) \quad (3)$$

其中, $B_t = \beta_t^{\frac{1-\rho}{\rho}}$, $C_t = (1-\beta_t)^{\frac{1-\rho}{\rho}}$, β_t 指商品在时间 t 被自动化的份额。由式(3)可知,人工智能会通过劳动节约型效应和资本消减型效应影响生产率。

(二)实证模型构建与数据

基于上述理论模型构建以下实证模型:

$$\ln productivity_{m,n} = \alpha + \beta \ln AI_{m,n} + \sum_{i=1}^{10} \gamma_i control_{m,n} + u_m + v_n + \varepsilon_{m,n} \quad (4)$$

其中, $\ln productivity_{m,n}$ 指农业生产率的对数, m 指省份, n 指年数, $\ln AI_{m,n}$ 指第一产业工业机器人累计安装量的对数, $control$ 指控制变量, u 表示省份的个体效应, v 表示年份的时间效应, ε 指随机误差项。

1.被解释变量。参照周晓时等的做法,使用劳均增加值作为农业生产率指标^[15]。具体而言,农业生产率等于各年份各省农林牧渔业增加值除以该省份该年份农林牧渔业的就业人数。

2.解释变量。在当前研究中,国际机器人联合会(IFR)提

供的工业机器人存量被广泛应用于间接衡量人工智能的发展程度。本文中使用的各省第一产业工业机器人累计安装存量的计算借鉴了康茜和林光华^[17]以及芦婷婷和祝志勇^[18]的方法,首先收集各年份IFR联盟公布的中国农林牧渔业工业机器人安装量,然后从《中国劳动统计年鉴》里收集农林牧渔业各个省份就业人数占全国总就业人数的百分比,使用Bartik工具变量法计算各省工业机器人累计安装台数,具体公式为:

$$B_{it} = R_t \times I_{it} \quad (5)$$

其中, B_{it} 指 i 省 t 年工业机器人安装台数, R_t 为 t 年工业机器人安装存量, I_{it} 是 i 省 t 年城镇单位农林牧渔业就业人数占当年城镇单位就业总数的比重。

3.控制变量。为了更准确地评估人工智能对农业生产率的影响,本文参考了周晓时等^[19]、田成诗等^[19]以及耿子恒等^[20]的研究,对影响农业生产率的一些相关因素进行了控制。由于海南和西藏的相关数据缺失较多,因此控制变量的数据来源于2010—2019年除海南和西藏以外29个省的统计年鉴和中国统计年鉴,针对个别年份的数据缺失,采用线性插值法进行补充。具体各变量名称及所表示内容如下:

(1) GDP 指各省份人均地区生产总值,即各省份生产总值的绝对值与该年平均人口的比值。

(2) exp 指经营单位所在地进口额, imp 指经营单位所在地出口额,均指在所在地海关注册登记的有进出口经营权的企业实际进出口额。数据来源于海关总署。

(3) rd 指规模以上工业企业的研发经费,即年主营业务收入达到2000万元及以上法人工业企业的R&D经费。

(4) $increase$ 表示人口自然增长率,计算方法为一定时期内人口自然增长数(出生人数减去死亡人数)与该时期内平均人口数的比值。

(5) $farm$ 表示农作物总播种面积,指农业生产经营者在日历年度内收获农作物的播种或移植面积,涵盖耕地与非耕地。凡是本年内收获的农作物,无论是本年还是上年播种,都算作播种面积,但不包括本年播种下年收获的农作物面积。

(6) $machine$ 指农用大中型拖拉机数量。

(7) $earning$ 指农村人均可支配收入。

(8) $government$ 指地方财政农林水事务支出,包括农业、林业、水利、扶贫及农业综合开发支出等。

(9) edu 指每十万人中高等学校在校生的平均人数。

以上各变量的描述性统计如表1所示。

表 1 描述性统计

变量名称	符号	单位	平均值	标准差	最小值	最大值
农业生产率	<i>productivity</i>	元	7.49	13.71	0.07	97.05
工业机器人累计安装数量	<i>AI</i>	台	10.20	31.03	0.01	344.43
人均地区生产总值	<i>GDP</i>	元/人	50,260.04	26,062.27	12,882.00	161,776.00
经营单位所在地进口额	<i>exp</i>	千美元	74,647,617.16	128,582,403.24	293,533.00	646,500,791.00
经营单位所在地出口额	<i>imp</i>	千美元	62,408,366.11	100,996,535.92	159,143.00	455,217,592.00
规模以上工业企业 R&D 经费	<i>rd</i>	万元	3,291,660.97	4,231,800.62	61,644.00	23,148,566.00
农作物总播种面积	<i>farm</i>	千公顷	5,627.36	3,831.10	88.55	14,902.72
地方财政农林水事务支出	<i>government</i>	亿元	507.08	252.47	67.14	1,310.89
农村居民人均可支配收入	<i>earning</i>	元	11,582.95	5,198.98	3,747.00	33,195.00
农用大中型拖拉机数量	<i>machine</i>	台	175,502.80	208,809.47	2,025.00	1,060,600.00
每十万人口高等学校平均在校生数	<i>edu</i>	人	2,577.26	837.43	1,082.00	6,196.00
人口自然增长率	<i>increase</i>	%	5.02	2.68	-1.01	11.47

三、实证结果和分析

(一)基准回归分析

根据豪斯曼检验结果, p 值为 0.0011, 因此在 1% 的显著水平下拒绝原假设, 使用双向固定效应模型进行回归分析。为了减少各省份数据之间的绝对差异, 避免个别极端值的影响, 同时为了避免共线性和异方差以尽可能满足经典线性模型的假定, 对一些变量进行取对数处理。回归结果如表 2 列 (1) 所示。回归结果显示, 工业机器人保有量对农业生产率的弹性系数为 -0.08, 即工业机器人存量每增加 1% 会导致农业生产率降低 0.08%。这是由于我国目前仍属于中低收入国家, 人力资本积累水平相对较低。在农业生产中, 劳动和人工智能存在错配现象, 这对提高生产率产生了负面影响^[15]。此外, 2019 年我国成为全球工业机器人累计安装存量最大的国家, 但这些工业机器人的应用主要集中在第二、第三产业, 从而加速劳动力向第二、第三产业流动, 导致农业生产率下降。此外, 虽然目前人工智能在我国农业中的应用逐渐增多, 主要包括农业计算机视觉、农业智能装备系统、农业专家系统、农业语音识别等, 但整体上仍然处于起步阶段^[21]。当前面临的挑战包括智能农机装备水平低、设备供给不足和核心技术弱等问题^[22], 这些因素使得人工智能尚不能有效促进我国农业生产率的提升。

(二)稳健性检验

分别通过设置 $\gamma=0$ 即不添加控制变量、对解释变量 $\ln AI$ 滞后一期、剔除直辖市数据、对解释变量和被解释变量进行上下 5% 的缩尾处理, 再回归四种方法进行稳健性检验, 四种回归方式弹性系数依次为 -0.11、-0.19、-0.06、-0.08, 与原回归结果对比可得被解释变量的系数在大小、方向、显著性水平方面基本一致, 说明以上估计具有稳健性。

表 2 人工智能对我国农业生产率的影响

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	双向固定 效应	不添加 控制变量	滞后 一期	剔除 直辖市	上下 5% 缩尾
<i>lnAI</i>	-0.08*** (-3.53)	-0.11*** (-3.87)	-0.19*** (-5.71)	-0.06** (-2.11)	-0.08*** (-3.50)
<i>lnGDP</i>	1.08*** (6.12)		1.08*** (5.44)	1.12*** (6.96)	0.98*** (5.07)
<i>lnexp</i>	-0.12*** (-4.04)		-0.10*** (-3.62)	-0.09*** (-3.77)	-0.06** (-2.06)
<i>lnimp</i>	-0.04 (-1.39)		-0.04 (-1.20)	-0.03 (-1.06)	-0.05 (-1.55)
<i>lnrd</i>	-0.18*** (-3.90)		-0.21*** (-4.43)	-0.19*** (-4.25)	-0.24*** (-4.75)
<i>increase</i>	0.02*** (2.68)		0.02*** (2.66)	0.01 (1.39)	0.02** (2.09)
<i>farm</i>	0.00*** (2.84)		0.00*** (3.09)	0.00 (1.09)	0.00*** (3.30)
<i>lngovernment</i>	-0.30*** (-4.14)		-0.29*** (-4.09)	-0.11 (-1.62)	-0.23*** (-2.90)
<i>lnearning</i>	1.67*** (3.57)		2.14*** (4.09)	2.05*** (4.59)	1.33*** (2.61)
<i>lnmachine</i>	-0.03 (-0.90)		-0.04 (-1.17)	-0.09** (-2.55)	0.09** (2.36)
<i>edu</i>	0.00*** (3.81)		0.00** (2.14)	0.00 (0.58)	0.00*** (4.40)
<i>constant</i>	-19.39*** (-5.96)		-23.65*** (-6.43)	-22.75*** (-7.63)	-17.21*** (-4.87)
变量个数	290	290	261	250	290
R^2	0.91	0.83	0.90	0.95	0.89
时间固定	是	是	是	是	是
省份固定	是	是	是	是	是

注: *** 表示 $p < 0.01$, ** 表示 $p < 0.05$, * 表示 $p < 0.1$, 括号内为 t 统计量。下表同。

(三)异质性分析

借鉴耿子恒等的做法, 考虑相邻省份的相似性和国家经济发展区域划分, 将中国省份区域划分为东北、京津冀及中部、长三角及东南沿海和西部四个地区^[20]。其中, 东北地区包

括黑龙江、吉林、辽宁;京津冀及中部地区包括北京、天津、河北、山西、山东、河南、湖北、湖南;西部地区包括内蒙古、重庆、四川、贵州、云南、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆;长三角及东南沿海地区包括上海、江苏、浙江、安徽、福建、江西、广东、广西、海南。对以上四个地区分别进行双向固定效应回归,回归结果如表3所示。

表3 人工智能对农业生产率的异质性分析				
变量	(1) 京津冀及中部	(2) 西部	(3) 长三角及东南沿海	(4) 东北
lnAI	0.13*** (3.18)	-0.12** (-2.08)	-0.12*** (-2.87)	0.79 (1.60)
lnGDP	0.61 (1.61)	1.68*** (6.22)	-0.71* (-1.75)	1.17 (1.05)
lnexp	0.12 (1.01)	-0.09*** (-3.12)	0.38*** (3.19)	-0.03 (-0.26)
lnimp	-0.03 (-0.28)	-0.02 (-0.65)	-0.04 (-0.41)	-0.34 (-1.56)
lnrd	-0.09 (-0.72)	-0.17** (-2.53)	0.49*** (3.27)	0.13 (0.53)
increase	0.02 (1.19)	0.03** (2.04)	-0.00 (-0.10)	-0.05 (-0.88)
farm	0.00 (0.93)	-0.00 (-0.13)	0.00 (0.83)	0.00** (3.45)
lngovernment	-0.95*** (-4.22)	0.09 (0.86)	-0.27** (-2.43)	-0.55* (-2.24)
lnearning	-3.05*** (-2.90)	0.72 (0.92)	-0.97 (-0.58)	-5.20 (-1.51)
lnmachine	0.14 (0.92)	-0.01 (-0.20)	-0.07 (-0.88)	-1.19 (-1.49)
edu	0.00 (1.23)	0.00 (0.78)	0.00 (0.73)	-0.00 (-1.86)
constant	23.03** (2.55)	-19.60*** (-3.46)	4.90 (0.46)	56.48 (1.73)
变量个数	80	100	80	30
省份数量	8	10	8	3
R ²	0.93	0.98	0.96	0.99
时间固定	是	是	是	是
省份固定	是	是	是	是

由表3可知,人工智能在西部和长三角地区对农业生产率表现出显著的抑制作用,而在京津冀及中部农业生产率却明显促进了农业生产率。对于东北三省,人工智能对农业生产率的作用不显著,造成这一现象的原因可能与国务院2010年发布的《全国主体功能区规划》有关。根据该规划,京津冀及中部地区位于黄淮海平原主产区,属于优化开发区,能支撑并带动全国经济发展,要在此地发展都市型现代农业,因此该地区的农机应用水平较高,农民科学种田水平较高,高水平人力资源充足,从而使得人工智能的应用对农业生产率产生促进作用。相比之下,东北地区被划为重点开发

区域,重点在于加强生态保护和加快封山育林,这使得人工智能对农业生产率的影响不显著。

四、结论与建议

(一)结论

本文基于Aghion等^[9]的模型,利用2010—2019年省级面板数据,用IFR提供的农林牧渔业工业机器人累计安装存量作为人工智能替代变量,通过构建回归模型实证分析了人工智能对我国农业生产率的影响,结论表明,人工智能目前对我国农业生产率具有显著抑制作用。基于我国不同区域的异质性分析表明,人工智能对我国京津冀及中部地区具有显著正向促进作用。

(二)建议

首先西部、长三角及东南沿海地区政府应加大对农业基础设施建设的投资力度,特别是在偏远的农业地区,当务之急是提升网络覆盖和数据采集处理能力。同时,政府应大力推进各类农业机械的智能化升级,这样不仅可以提高生产效率,而且可以降低生产成本,为农村经济的可持续发展注入新活力。

其次,健全就业和再就业培训制度,尤其西部地区要在农村深入开展与人工智能相关的培训服务。邀请相关领域专家深入农村,提供技术支持和现场指导,帮助农民掌握人工智能的基本概念和在农业方面的应用。

最后,教育质量的提升尤为重要,各大高校应聚焦于人工智能和农业交叉学科的建设,从而培育出更多专业人才,为农业智能化转型提供智力支持,推动整个农业产业的升级与发展。农业企业应与科研机构紧密合作,将理论与实践相结合,培养既了解农业发展需求又有人工智能专业背景的复合型人才,从而奠定人力资源基础。

参考文献:

[1]程文.人工智能、索洛悖论与高质量发展:通用目的技术扩散的视角[J].经济研究,2021,56(10):22-38.

[2]李金城,王林辉.工业智能化会引发新索洛悖论吗?——来自城市层面的经验证据[J].东南大学学报(哲学社会科学版),2023,25(6):66-76,144.

[3]杜传忠,曹效喜,任俊慧.人工智能影响我国全要素生产率的机制与效应研究[J].南开经济研究,2024(2):3-24.

[4]刘征驰,高翔宇,陈文武,等.数字技术跃迁与企业全要素生产率——从自动化到智能化的比较分析[J].经济评论,

2024(4):73-89.

[5]王启超,孙广生.智能化的“去错配”效应与全要素生产率增长[J].管理评论,2024,36(4):39-48.

[6]宋德勇,陈梁.数字技术应用对企业全要素生产率的影响效应研究——兼论破解新“索洛悖论”[J].科研管理,2024,45(9):33-42.

[7]丁锋.人工智能技术应用与上市企业全要素生产率[J].云南财经大学学报,2024,42(10):56-69.

[8]蔡跃洲,陈楠.新技术革命下人工智能与高质量增长、高质量就业[J].数量经济技术经济研究,2019,36(5):3-22.

[9]程文,何涵琦.人工智能时代高新技术企业存在索洛悖论吗?[J].产经评论,2024,15(4):118-127.

[10]刘林志,刘长庚.人工智能对人力资本溢价的影响机理研究——基于任务替代视角的分析[J/OL].[2025-03-19].工程管理科技前沿.<https://link.cnki.net/urlid/34.1013.N.20250318.1845.002>.

[11]娜梅雅,逯海勇,宋培.从缓解到根治:数字技术如何克服鲍莫尔病?[J].商业研究,2024(4):74-83.

[12]宁楠,惠宁.人工智能驱动制造业新质生产力发展——基于全要素生产率的视角[J].经济问题探索,2025(1):1-22.

[13]李健斌,周浩.人工智能、资本-技能互补与企业全要素生产率[J].经济评论,2025(1):20-36.

[14]孔祥利,莫正晖.生成式人工智能对我国服务业就业影响研究[J].陕西师范大学学报(哲学社会科学版),2025,54(1):102-114.

[15]周晓时,李俊鹏,吴清华.人工智能发展对农业生产率的影响:基于跨国面板数据的实证分析[J].华中农业大学学报(社会科学版),2021(5):158-167,199.

[16]AGHION P,JONES B F,JONES C I.Artificial Intelligence and Economic Growth[M].Cambridge,MA:National Bureau of Economic Research,2017.

[17]康茜,林光华.工业机器人与农民工就业:替代抑或促进[J].山西财经大学学报,2021,43(2):43-56.

[18]芦婷婷,祝志勇.人工智能是否会降低劳动收入份额——基于固定效应模型和面板分位数模型的检验[J].山西财经大学学报,2021,43(11):29-41.

[19]田成诗,刘彦霞,盖美.低生育率背景下人工智能的劳动力替代效应研究[J].西北人口,2024,45(5):64-75.

[20]耿子恒,汪文祥,郭万福.人工智能与中国产业高质量发展——基于对产业升级与产业结构优化的实证分析[J].宏观经济研究,2021(12):38-52+82.

[21]欧非凡.人工智能在农业领域应用的现实基础及优化路径[J].广西农学报,2021,36(3):51-54,85.

[22]曾振宇.人工智能在我国农业发展中的应用与优化路径[J].乡村科技,2023,14(17):140-143.

数字素养影响网络维权行为的代际差异分析

孔文欢

中央民族大学管理学院

摘要:截至2023年12月,我国网民规模达10.92亿人,随之而来的则是愈发常见的网络侵权问题。在此背景下,群众常常通过网络来维护自身及他人权益,这对于保证人民生活幸福感至关重要。基于中国综合社会调查(CGSS)2017年的截面数据,实证分析数字素养对70后、80后和90后网络维权行为的影响效应。研究表明:数字素养对网络维权行为具有显著的正向影响,且影响效应具有显著的代际差异。其中,对90后网络维权行为的促进效应最大,对80后网络维权行为的促进效应次之,对70后网络维权行为的促进效应最小。另外,数字素养影响网络维权行为的代际差异在网民影响力认同方面具有异质性。研究启示则主要包括三点:重视70后公众数字素养的培养和提升;加大对各类侵权行为的治理力度;完善互联网相关法律法规,保证网络空间的清朗。

关键词:数字素养;网络维权行为;代际差异;CGSS;Logistic回归 **中图分类号:**F49;G206 **文献标识码:**A

随着互联网的普及,网络成为聚集百姓意见、开展民主互动的有效渠道。习近平总书记曾指出:“各级党政机关和领导干部要学会通过网络走群众路线……”“让互联网成为我们同群众交流沟通的新平台,成为了解群众、贴近群众、为群众排忧解难的新途径,成为发扬人民民主、接受人民监督的新渠道。”通过互联网发扬民主有助于丰富民主形式,拓宽民主渠道,发展更加广泛、更加充分、更加健全的全过程人民民主。互联网技术促进了电商平台、社交平台的发展,随着平台用户的迅速增长,网络纠纷屡见不鲜。在这种时代背景下,网络维权行为越发常见,成为了群众维权途径的重要选择,数字化社会中的网络维权问题也日益引起人们的关注。

网络维权行为是指民众为了维护个人权益和集体权益,借助线上渠道解决矛盾纠纷的行动^[1],是公民以网络为媒介,呼吁网民、法律人士、政府部门关注受害者或者弱势群体,进而解决违法、违规事件的一种新型维权方式^[2]。根据网络维权形成逻辑的相关研究,网络维权是以回应式民主为制度背景并被纳入我国社会治理体系的互补性维权方式^[3]。与传统的维权方式相比,网络维权具有隐匿性、时效性、成本低、见效快等特征。

当前网络维权的渠道主要包括微博、抖音、小红书等社交媒体,而社交媒体的使用对于群众来说具有一定的知识和技术门槛,因此,网络维权行为可能受到个体数字素养水平的显著影响。数字素养是指在工作、学习和生活中熟练以及创新使用数字化技术的能力^[4],是在数字环境下利用数字技术手段和方法,发现和获取信息、理解和评价信息、整合和利用信息、交流和共享信息的综合素养^[5]。

目前,对于网络维权的研究主要集中在网络维权事件的传播机制、治理策略方面,但对网络维权影响因素的研究较少。有研究表明,社会资本能够显著提升网络维权意愿,促进

网络维权行为;此外,该研究也表明教育能够正向且显著影响个体的网络维权意愿和网络维权行动^[6]。关于数字素养的研究多集中于其培育路径、框架构建等角度;实证研究方面则主要将数字素养作为核心解释变量,探讨数字素养对劳动力就业、个体创新、居民消费等变量的影响。

基于前人研究,文章将通过具体分析70后、80后和90后在数字媒介、信息、沟通、金融素养水平及其在网络维权行为上的差异,探讨个体数字素养水平影响网络维权行为的代际差异,旨在提升公众对数字素养和网络维权的了解,为数字化社会的健康发展贡献理论和实践价值。

一、理论分析与研究假设

(一)数字素养与网络维权行为

数字素养最初是指阅读、理解多媒体内容的能力,也被称为媒体素养,后被正式界定为对数字技术的获取、理解和运用的综合能力。随着信息技术的进步,数字素养的内涵不断丰富和扩展,相关学者对数字素养的定义也各有不同。Allan Martin认为,数字素养是个体通过信息技术终端获取、整合、评估信息,并与他人沟通的意识、态度和能力^[6];胡智慧 and 孙耀武则把数字素养界定为数字能力和数字意识的综合,即个体使用数字工具的能力和态度,如使用手机电脑的能力以及使用数字技能和数字知识的态度^[7]。在数字素养水平的评价测量方面,目前已有许多研究成果。联合国教科文组织对2018年之前的数字素养定义和框架进行总结,提出了包括设备操作、信息处理、交流写作、内容创作、安全保护、问题解决及特定职业相关域等7个领域的测量框架;国内学者李晓静等从信息和数据素养、沟通与协作素养、数字内容创建素养、数字安全素养和问题解决素养等五个维度来构建评价指标体系^[8]。

维权即维护权益,根据受益对象不同,维权行为可分为

作者简介:孔文欢(2000—),女,河北省邢台市人,硕士研究生,主要研究方向为数字经济管理。

自我维权行为和利他维权行为^①;根据渠道不同,则可分为线下维权行为与网络维权行为。随着互联网的普及和发展,人们在网络空间中的活动增加,个体对于维护自身权益和合法利益的需求也日益增加。互联网为群众提供了一个便捷和高效的平台,使得信息的获取和传播变得更加直接、迅速。通过互联网,个体能够更快速地发现和曝光侵权行为,更便捷地寻求法律和社会支持。在这样的背景下,网络维权行为得以在更广泛的范围内展开,并且更容易获得公众的关注。

网络维权行为作为一种个体的自发性网络行为,很大程度上受到个体对互联网了解程度和使用频率的影响,而数字素养正是对个体数字意识和数字能力的评价指标。根据前人研究,数字素养可以被界定为数字媒介素养、数字信息素养、数字沟通素养和数字金融素养四个维度^②。从数字媒介素养维度来看,高数字素养个体能够更有效地利用各种数字工具和平台来处理和传播信息,运用社交媒体和网络论坛来进行网络维权行为;从数字信息素养维度来看,拥有高水平数字素养的个体更善于从网络上收集信息,分析信息来源、真实性和权威性,避免受到虚假信息的误导,从而更高效地实施网络维权行动;从数字沟通素养来看,高素养个体能够清晰地表达自己的诉求,与他人进行互动、协作,增强网络维权行动的影响力;从数字金融素养角度来说,高数字素养有助于个体利用线上商务平台进行费用筹集、资金流转等活动,支持长期维权行为。综上所述,高数字素养有助于个体更有效地参与到网络维权活动中,从而实现维护自身或他人利益的目标。

因此,可以提出假设 1:高数字素养能够促使网络维权行为的发生。

(二)数字素养影响网络维权行为的代际差异

中国的互联网虽然起步较晚,但是发展迅速,几十年间给经济社会和人民生活带来了翻天覆地的变化。不同年代的居民与互联网的接触频率和程度不同,对互联网技术的接受和学习能力也不同,导致各年龄段居民的数字素养存在差异。

同时,由于不同年代居民的受教育程度和价值观念都受到时代背景的影响,进而影响到其法律意识、知识水平和网络维权态度。例如,年轻人可能更关注网络隐私、数据安全等问题,也更了解如何在网络上行使权利;而年长者对于权利意识的了解可能较为有限,最终导致数字素养对不同年代居民网络维权行为的影响存在差异。此外,不同年代居民在社交网络上的参与度和活跃程度也存在区别。与年长者相比,年轻人的社交网络活跃度通常更高,他们可能更习惯于在网络上表达观点、组织和动员其他网民参与维权行动,这也可能导致不同年代居民网络维权行为受数字素养的影响存在差异。

综上所述,可以提出假设 2:数字素养对不同年代居民网络维权行为的影响存在显著差异。

二、研究设计

(一)数据来源与样本选取

研究数据来自于中国人民大学调查与数据中心组织实施的中国综合社会调查(CGSS)数据,该调查采用多阶段分层概率抽样方法收集 18 岁以上中国居民的基本信息。虽然中国社会综合调查已经进行了 13 次,但由于最新数据中只有 2017 年的调查涉及网络维权的相关问题,因此本文使用的是 2017 年的 CGSS 数据。同时,为了考察数字素养对不同年代居民网络维权行为影响的差异,研究分别筛选出 70 后、80 后和 90 后三代居民的调查数据,其中,70 后居民的样本规模为 2108 个,80 后居民的样本规模为 1844 个,90 后居民的样本规模为 1281 个。

(二)变量测量

1.被解释变量。本文的被解释变量是居民的网络维权行为。根据 CGSS 问卷内容确定具体测量问题为“过去一年中通过网络维护自己权益或为他人伸张正义的网络行动频率”,回答类别分为“从不”“很少”“有时”“经常”“总是”,将问题答案赋值为“从不=1,很少=2,有时=3,经常=4,总是=5”。

2.解释变量。本文的解释变量是数字素养因素和代际因素。在数字素养因素方面,借鉴前人的研究,从数字媒介素养、数字信息素养、数字沟通素养和数字金融素养等四个方面测量数字素养,具体的测量指标及赋值如表 1 所示。利用因子分析得到 KMO 值为 0.702,表示题项之间相关性较好,Bartlett 球形检验显著性小于 0.001,因子载荷较高,因子分析结果有效且因子对各指标解释程度较好。在计算过程中通过计算加权平均值将四个指标合并为一个指标,代表数字素养水平,指标数值越高,数字素养水平越高。在代际因素方面,借助出生年代这一指标来测量代际变量,具体表示为 70 后居民、80 后居民和 90 后居民,分析不同年代的居民在网络维权行为方面的差异。

表 1 数字素养测量指标体系及因子分析结果

维度	具体测量指标及赋值	因子载荷
数字媒介素养	我会使用智能手机下载安装 App;非常不符合=1;不符合=2;无所谓符合不符合=3;符合=4;非常符合=5	0.993
数字信息素养	过去一年中从网上获取信息(如搜索信息、浏览新闻等)的网络行动频率:从不=1;很少=2;有时=3;经常=4;总是=5	0.625
数字沟通素养	过去一年中通过网络进行社交活动(如通过 E-mail、QQ、微信、Skype 等与人交流)的网络行动频率:从不=1;很少=2;有时=3;经常=4;总是=5	0.816
	过去一年中通过网络进行自我展示(如将微信朋友圈、QQ 空间、微博等作为自我展示的平台,记录与分享自己的心情)的网络行动频率:从不=1;很少=2;有时=3;经常=4;总是=5	0.808
数字金融素养	过去一年中通过网络进行商务交易(如网上转账、支付、网购等)的网络行动频率:从不=1;很少=2;有时=3;经常=4;总是=5	0.549

3.控制变量。网络维权行为不仅受到个体数字素养水平的影响,还会受到居民个体因素、家庭因素、社会因素的影响。根据已有的研究结果,网民影响力的认同和互联网连接的便利性会影响到网络维权行为^[1]。因此,研究把居民的性别、受教育程度、政治面貌、户籍、对网民影响力的认同、互联网连接的便利性作为控制变量纳入分析模型。变量名称、相关说明及描述性统计结果如表2所示。

表2 变量说明

变量	变量符号	变量说明	均值	标准差
解释变量1	数字素养	由因子分析法计算得到	3.051	1.778
解释变量2 (代际因素)	80后居民	80后居民=1,70后居民=0	0.352	0.478
	90后居民	90后居民=1,70后居民=0	0.245	0.43
被解释变量	网络维权行为	用被调查居民过去一年中通过网络维护自己权益或为他人伸张正义的网络行动频率衡量,从不=1,很少=2,有时=3,经常=4,总是=5	2.05	0.99
控制变量	性别	女性=1,男性=0	0.533	0.499
	受教育程度	没有受过任何教育=1,私塾、扫盲班、小学=2,初中=3,职高、普高、中专、技校=4,大专=5,大学本科=6,研究生及以上=7	4.211	1.649
	政治面貌	中共党员=1,其他=0	0.09	0.286
	户籍	非农=1,农业=0	0.465	0.499
	对网民影响力的认同	用被调查居民对互联网影响力最大群体的观点来衡量,网络大V、普通网民群体=1,其他=0	0.564	0.496
	互联网连接的便利性	用被调查居民家里能否上网来衡量,能=1,不能=0	0.904	0.295

(三)研究模型

由于被解释变量网络维权行为的选项是多个且有序的,所以采用有序多分类logistic回归模型^[10],如式(1)所示:

$$behavior=f(digital,inter,controls)+\mu \tag{1}$$

在式(1)中, μ 为随机扰动项; $behavior$ 为网络维权行为,分别为“从不”“很少”“有时”“经常”“总是”五个有序的等级水平,依次赋值为1、2、3、4、5。

有序多分类logistic回归模型的基本形式如式(2)所示:

$$\ln\left[\frac{p(y\leq j|x)}{1-p(y\leq j|x)}\right]=\mu_j-\left(\alpha+\sum_{i=1}^k\beta_ix_i\right) \tag{2}$$

在式(2)中, $p(y\leq j|x)$ 表示分类 j 及以下类别的累积概率,计算公式如式(3)所示:

$$p(y\leq j|x)=\frac{e^{\mu_j-(\alpha+\sum_{i=1}^k\beta_ix_i)}}{1+e^{\mu_j-(\alpha+\sum_{i=1}^k\beta_ix_i)}} \tag{3}$$

在式(3)中,被解释变量 y 即网络维权行为; j 表示网络维权行为的五个选项, $j=1,2,3,4,5$; x_i 表示网络维权行为的

第 i 个影响因素, $i=1,2,\cdots,k$; α 代表截距项; β_i 是偏回归系数; μ_j 为分界点; e 为自然常数。

三、实证检验

(一)基准检验

在进行回归分析之前,文章首先进行了多重共线性分析,得到容忍度均远大于0.1,方差膨胀因子均小于10,因此不存在多重共线性问题。之后,文章对模型进行了平行线检验,结果显示显著性为0.748>0.05,平行线假设成立,即有序多分类logistic回归模型的比例优势假设成立,可以使用该模型进行分析。

为了验证研究假设,文章利用stataMP 16进行了回归分析,结果如表3所示。

表3中模型1检验了未加入控制变量和代际因素情况下数字素养对居民网络维权行为的影响,模型2加入了控制变量,模型3又加入了代际因素。从拟合结果来看,模型1~模型3都通过了显著性检验。在未加入控制变量和代际因素情况下,数字素养对网络维权行为具有显著的正向影响效应;在加入控制变量后,数字素养仍然显著正向影响网络维权行为,研究假设1得到验证。

从模型3的结果可以看出,与70后居民相比,80后居民的数字素养对其网络维权行为的影响效应提高了47.7%;同样地,与70后居民相比,90后居民的数字素养对其网络维权行为的影响效应提高了124.5%。即数字素养对90后网络维权行为的促进效应最大,其次是80后,对70后网络维权行为的促进效应最小。因此,研究假设2得到验证。

(二)稳健性检验

为了缓解模型可能存在的内生性和反向因果等问题,文章采用改变回归模型、删除部分样本量和添加控制变量的方法来进行稳健性检验^[11-12]。

1.改变回归模型检验。为了检验基准回归结果的稳健性,用OLS回归模型替代有序多分类logistic回归模型来检验数字素养对网络维权行为影响的代际差异。结果得出,数字素养对网络维权行为的回归系数为0.176, p 值<0.001,且代际差异显著,结果与前文一致。可以看出回归结果不因回归模型的改变而改变,文章检验结果较为稳健。

2.删除部分样本量。由于对网民影响力的认同影响到网络维权意愿,因此在稳健性检验中删除了网民影响力认同为1的样本数据,使用剩下的样本数据进行分析。结果如表4所示,可以看出,数字素养与网络维权行为的回归结果仍呈正向显著,与前文保持一致,并未随样本量的改变而改变,表明实证分析结论可信度较高。

3.增加控制变量检验。为避免遗漏变量可能导致的内生性问题,进一步在回归模型中增加身体健康情况和家庭经济状况两个控制变量。在添加两个控制变量之后,数字素养对网络维权行为的回归系数为0.341, p 值<0.001,呈正向显著,

表 3 回归结果

变量类型	变量	模型 1		模型 2		模型 3	
		β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)
解释变量 1	数字素养	0.606***	1.832	0.429***	1.535	0.352***	1.421
解释变量 2	80 后居民					0.39**	1.477
	90 后居民					0.809***	2.245
控制变量	性别			-0.138	0.871	-0.125	0.883
	受教育程度	1		0.015	1.015	0.227	1.255
		2		-1.128**	0.324	-0.747	0.474
		3		-0.39	0.677	-0.128	0.88
		4		0.025	1.026	0.194	1.214
		5		-0.197	0.821	-0.128	0.88
		6		0.061	1.063	0.1	1.105
		7		0	1	0	1
	政治面貌			-0.326	0.722	-0.134	0.875
	户籍			-0.174	0.84	-0.012	0.988
	对网民影响力的认同			0.296**	1.344	0.233*	1.262
模型拟合效果	互联网连接的便利性			-0.52	0.595	-0.485	0.616
	N		1389		1389		1389
	-2 log L		2166.436		3287.452		3395.145
	Pseudo R ²		0.099		0.089		0.112
	p		0.000		0.000		0.000

注：* 代表 $p<0.05$ ，** 代表 $p<0.01$ ，*** 代表 $p<0.001$ ；Exp(β)表示事件发生比；在代际因素中，以 70 后居民为参照组。下表同。

同时代际差异依然显著，与前文分析结果一致，证明文章的研究结论可靠性较高。

表 4 删除部分样本量回归结果

变量类型	变量名称	仅保留网民影响力为 0 的样本	
		β	Exp(β)
解释变量 1	数字素养	0.865***	2.376
解释变量 2	80 后居民	0.396*	1.485
(代际因素)	90 后居民	0.601**	1.825
控制变量	性别	0.176	1.193
	受教育程度	1	0.15*
		2	-0.258
		3	0.039**
		4	0.572
		5	0.351
		6	0.356
		7	0
	政治面貌	-0.154	0.857
	户籍	0.045	1.046
	互联网连接的便利性	-0.31	0.733
模型拟合效果	N		768
	-2 log L		1853.983
	Pseudo R ²		0.065
	p		0.000

(三)异质性检验

基于前文分析，个体因素(对网民影响力的认同)会对数字素养和网络维权行为的代际差异产生影响，为深入探究网民影响力认同在数字素养影响网络维权行为代际差异中的作用机制，研究将网民群体依据其影响力认同水平划分为高

认同组和低认同组，并分别进行回归分析。

检验结果得到，组间差异检验的 p 值为 0.002，低于 0.05，表示两组样本具有显著的组间差异。同时，数字素养对高网民影响力认同个体网络维权行为的代际差异显著。与低认同组的个体相比，高认同组的个体更能体现数字素养影响网络维权行为的代际差异。在高认同组中，80 后居民数字素养对网络维权行为的影响效应比 70 后居民数字素养对其网络维权行为的影响效应高 35.6% ($p<0.05$)，90 后居民数字素养对网络维权行为的影响效应比 70 后居民数字素养对其网络维权行为的影响效应高 93.2% ($p<0.001$)，这也再次验证了数字素养对不同年代居民网络维权行为的促进效应具有显著的代际差异。而在模型 1 中，70 后与 80 后居民在数字素养对网络维权行为的影响效应上不存在显著差异，90 后居民数字素养对网络维权行为的影响效应比 70 后居民数字素养对其网络维权行为的影响效应高 53.1% ($p<0.05$)。综上所述，当个体对网民影响力的认同程度不同时，其数字素养对网络维权行为影响的代际差异也存在显著不同，这种代际差异在网民影响力认同程度高的个体上表现更为明显。

四、结论与讨论

(一)研究结论

文章基于中国人民大学调查与数据中心组织实施的中国综合社会调查(CGSS)2017 年的截面数据，利用有序多分类 logistic 回归模型实证分析了数字素养对网络维权行为的影响及代际差异，研究结论如下。

第一，数字素养对网络维权行为具有显著的正向影响。

实证分析结果表明,在未控制个体特征及代际因素的情况下,数字素养正向影响居民的网络维权行为;而在逐步加入代际因素和控制变量之后,数字素养依然对居民网络维权行为具有显著的正向影响。因此,具有高数字素养的居民对于互联网技术和生态有着更深入的了解,在自身或周围人的权利受到侵害的情况下,也将更有可能利用互联网去维护自身或他人权益。

第二,数字素养对网络维权行为的影响呈现出显著的代际差异。实证结果表明,这种差异主要体现在70后与80后、70后与90后之间。相较于70后,80后的数字素养对其网络维权行为的促进作用更为显著,而90后的促进效应则更加突出,说明数字素养对较年轻群体的网络维权行为具有更强的影响力。

第三,数字素养影响网络维权行为的代际差异在网民影响力认同方面具有异质性。对于高网民影响力认同的群体,数字素养对网络维权行为的代际差异更加明显。与70后相比,80后和90后在网络维权行为上的促进效应更为显著。而在低网民影响力认同的群体中,70后与80后之间并未表现出显著差异,只有90后数字素养对网络维权行为的影响相对较强。综合来看,数字素养对网络维权行为的影响不仅表现出代际差异,还受到网民影响力认同的差异化作用。

需要指出的是,由于文章所采用的数据仅为2017年一年的截面数据,未能涵盖新一代00后的行为表现,也未构建起连续多年的面板数据进行分析,所以文章所揭示的代际差异可能存在一定局限性。在未来的研究中可以搜集更多相关统计数据,从而更全面、更准确地解释数字素养和网络维权行为之间影响机制和其代际差异。

(二)研究启示

首先,重视70后公众数字素养的培养和提升。文章的实证结果显示,与80后、90后相比,70后在数字素养和网络维权行为上的表现较弱。要想帮助公众增强数字技能、提高综合素养,应该将70后作为重点和关键。具备较高的数字素养之后,公众将能够更加清楚和全面地了解如何识别和应对侵权行为,学会如何正确使用和保护自己在网络空间中的信息和权益。

其次,加大对各类侵权行为的治理力度。在数字化的时代背景下,每个人都面临着个人信息和隐私泄露的巨大风险;另外,由于互联网各类社交平台的普及,人与人在网络上发生冲突的概率大大提升,网络暴力等各类事件层出不穷。在这种网络环境下,互联网公司和相关部门都应当采取有效措施治理网络恶性行为,从源头制止侵权事件的发生。

最后,完善互联网相关法律法规。从文章的分析结果来看,在数字素养影响网络维权行为这一方面,90后的表现优于80后,80后优于70后,而高数字素养将会促进网络维权

行为的出现,因而随着互联网的普及和社会教育水平的提高,网络维权行为将出现得愈发频繁。虽然网络维权行为有助于个人权益的维护,但由于其往往与舆论紧密相关,这种错综复杂的信息和舆论往往让公众难以判断其真实性,网络环境可能受到一定程度的影响。因此,相关部门需要根据时代需要及时完善相关法律法规,既保护好个人及组织权益,又营造好网络空间的清朗环境。

参考文献:

- [1]边燕杰,王学旺.迈向依法有序的网络维权:社会资本的力量[J].福建论坛(人文社会科学版),2022(4):164-178.
- [2]朱光,颜燧,杨沁蓉.基于SEIR演化博弈模型的网络维权策略及衍生舆情传播研究[J].情报科学,2023,41(3):89-99.
- [3]郭琳琳,王阳.网络维权的形成逻辑及其治理策略——基于T市多人网上实名举报事件舆情传播机制的分析[J].社会治理,2023(2):71-79.
- [4]王国新,张浣柳,叶彤彤.数字素养如何影响基层公务员创新行为? [J].中国人力资源开发,2024,41(5):6-19.
- [5]潘燕桃,班丽娜.从全民信息素养到数字素养的重大飞跃[J].图书馆杂志,2022,41(10):4-9.
- [6]MARTIN A.A European framework for digital literacy [J].Nordic Journal of Digital Literacy,2006,1(2):151-161.
- [7]胡智慧,孙耀武.中国居民数字素养指标体系构建和实证研究[J].科学与管理,2022,42(2):79-87.
- [8]李晓静,陈哲,夏显力.数字素养对农户创业行为的影响——基于空间杜宾模型的分析[J].中南财经政法大学学报,2022(1):123-134.
- [9]贺亚琴,刘衍朵,郭锦墉,等.数字素养、社会网络与粮食种植户有机肥替代技术采纳强度——基于CRRS数据的实证[J].农林经济管理学报,2024,23(5):643-651.
- [10]徐怡恬,阎佩智.农户感知的生态补偿政策效果影响因素分析——基于有序多分类 Logistic 回归[J].山西农经,2023(11):124-127.
- [11]于长永,喻贞,叶贝,等.职业技能培训影响劳动力失业风险的代际差异分析[J].兰州学刊,2024(7):95-114.
- [12]叶贝,喻贞,拜茹,等.中国劳动力失业风险的代际差异研究[J].社会保障研究,2024(1):44-55.

人工智能推荐失败 对消费者持续使用意愿的影响机制研究

——基于感知有用性的中介效应

陈 洋 谢浩芬

云南财经大学

摘要:信息同质化与个性化推荐质量的动态博弈是人工智能推荐系统优化用户留存的核心挑战,因此,基于技术接受模型(TAM),运用双因素方差分析与 Bootstrap 中介效应检验,揭示两者对消费者持续使用意愿的交互机制。结果表明:高信息同质化情境下,提升个性化推荐质量可显著增强用户持续使用意愿与感知有用性;低推荐质量时,高度信息同质化加剧负向作用,导致用户流失风险倍增;感知有用性在二者间存在显著中介效应,尤其在信息同质化背景下。研究成果为破解“茧房效应”与“算法失灵”悖论提供了理论框架,为企业构建“多样性-精准度”平衡的智能推荐体系提供了实证依据,对提升用户黏性与商业转化具有双重价值。

关键词:人工智能推荐;方差分析;TAM;持续使用意愿

中图分类号:F274

文献标识码:A

引言

互联网的普及在缓解信息过载的同时,也因海量数据加剧了用户决策的复杂性。人工智能(AI)推荐系统虽能通过个性化推荐优化决策效率,但在实际应用中常因用户需求多变导致服务失败,进而影响客户的持续使用意愿。现有研究多聚焦 AI 推荐的采纳动因、算法公平性及隐私问题,对其如何抑制客户持续使用意愿的机制探讨不足。本研究基于技术接受模型(TAM),旨在揭示 AI 推荐失败的核心影响因素,感知有用性在失败特征与持续意愿间的中介作用。理论层面,研究可深化技术接受场景下的消费者行为认知;实践层面,为企业优化算法、制定服务补救策略提供依据,最终提升用户体验与品牌竞争力。

一、相关文献回顾

(一)技术接受模型(TAM)

Davis 将理性行为理论 TRA 和计划行为理论 TPB 应用到信息系统领域,提出了技术接受模型,其核心逻辑是用户对信息技术的接受行为由感知有用性(Perceived Usefulness, PU)和感知易用性(Perceived Ease of Use, PEOU)共同驱动。根据原始 TAM 框架,PU 指用户认为技术能提升其效率或体验的程度,PEOU 指用户感知的技术使用难度,二者直接影响客户的使用态度和未来使用意向。支凤稳等学者通过 TAM 开展研究后认为,行为意向由使用态度和感知有用性决定,使用态度又由感知有用性和感知易用性决定^[1]。随后的研究将其其他外部因素纳入 TAM,并将信任作为新兴技术接受度的关键因素进行了检验。

在人工智能推荐技术的应用场景中,技术接受模型的理论适用性已通过大量实证研究得以验证。根据 TAM 的核心框架,推荐系统的外部技术特征作为关键外部变量,通过影响用户对系统的感知有用性间接作用于其行为决策。具体而言,信息同质化与个性化推荐质量作为两类典型的外部变量,其高低水平差异对 PU 的影响呈现显著分化。高水平信息同质化(如推荐内容重复性高、差异化不足)会削弱用户对系统价值的感知,使其认为技术无法满足自身的多元化需求(PU 降低);而低水平信息同质化(即内容多样化)则可能通过激发用户探索兴趣间接提升 PU。与此同时,个性化推荐质量水平的高低对比更为鲜明。高质量推荐(如精准匹配偏好、动态优化结果)通过提升用户决策效率与体验直接强化 PU;低质量推荐(如偏差显著、与需求脱节)则可能引发用户对技术可靠性的质疑,导致 PU 大幅下降。本研究基于 TAM“外部变量→核心信念→行为意向”的理论链条,将人工智能推荐失败的信息同质化与个性化推荐质量的高低水平视为外部干扰因素,重点解析二者通过 PU 的中介路径对客户持续使用意愿产生的非对称性影响(即负面因素的破坏效应可能强于正面因素的促进作用)。这一逻辑契合了 Davis 原始模型中“技术特征需通过 PU 间接驱动行为”的核心假设,为技术失效场景下的用户行为机制提供了兼具理论纵深感与现实解释力的分析框架。

(二)AI、AI 推荐和失败因素

对于人工智能的定义,比较著名的是 Bellman 将人工智能定义为“AI 是那些与人的思维、决策、问题求解和学习等有

作者简介:陈洋(2002—),女,湖南省娄底市人,硕士研究生,主要研究方向为消费者行为;谢浩芬(2001—),男,福建省龙岩市人,硕士研究生,主要研究方向为品牌管理。

关活动的自动化”。近年来,人工智能在多个领域的应用取得了快速发展。Rai 指出,可解释人工智能技术通过提升算法决策透明度,增强用户对社交媒体平台推荐机制的信任与接受度^[2];Pillai 等学者则验证了人工智能驱动的自动化零售商店通过优化交互体验与个性化服务,显著提升了消费者的在线购物行为意向^[3]。推荐算法作为人工智能中应用最广泛的技术之一,主要是通过算法或统计模型模拟人类的知觉、认知和对话等能力,向消费者提供相关建议,并试图获得消费者采纳。基于推荐算法的基本思想和设计特征,学界将其大致分为三类:基于内容的、基于协同过滤的和基于表示学习的推荐算法。

但算法并不总是有效的。基于内容的推荐算法利用历史用户-项目交互数据来推荐与用户先前偏好项目具有相似特征的项目,虽能保障信息与兴趣的契合度,却导致用户信息范围逐渐收窄。对此,戴建华和韩孟昊等指出,过度依赖此类算法将引发信息同质化程度提升,产生“信息茧房”现象,即高信息同质化程度^[4]。而基于协同过滤的推荐算法又有分类,其中基于用户数据的协同过滤推荐系统通过识别偏好和口味相似的同类用户,可以将某些用户已经搜索、喜欢或购买的项目推荐给其他用户;但受潮流影响,大数据倾向于推荐出大众性物品,导致推荐结果的相关性较弱,个性化推荐质量低。此外,李剑锋等又证实了新用户或低活跃用户会遇到冷启动问题,即系统难以为这些用户提供准确的推荐^[5]。最后,基于表示学习的推荐算法更多关注于技术层面的优化和算法性能的提升,这与本文的研究目标和焦点不完全吻合,不作讨论。

(三)消费者持续使用意愿

持续使用意愿是指消费者在初始了解或使用某种信息系统或产品后继续使用该系统或产品的主观意向。人工智能推荐作为快速发展的新技术,首次采用固然是其传播过程中的关键一步,但 Xie 等强调,就技术的长期可行性和可持续性而言,持续使用比首次采用产生的影响更深远^[6]。在人工智能领域,Mou 等结合短视频 App 场景,证实推荐算法、产品特性及隐私因素与持续行为的显著关联^[7];施雨等基于 TAM 与 ECM-ISC 模型,揭示功能特性通过用户感知间接驱动客户的持续使用意愿^[8];王文韬等则反向论证关闭推荐引发的信息质量下滑与冗余会直接触发用户倦怠及中止意愿^[9]。

综上所述,现有研究多聚焦人工智能推荐功能对客户持续使用意愿的促进效应,对其失败因素的抑制作用探讨不足。鉴于持续使用行为难以直接测量,且其与客户意愿紧密关联,本研究基于 TAM 模型,聚焦推荐失败场景下信息同质化程度与推荐质量水平对客户持续使用意愿的影响,并引入

感知有用性(即系统能否帮助用户实现目标,如提升决策效率)作为中介变量。研究发现,在推荐失败时,以结果为导向的用户因核心价值缺失更易降低持续意愿;而长期来看,感知有用性相较感知易用性对持续意愿的驱动更为显著,故选择其作为单一中介。

二、研究模型与假设

(一)信息同质化、个性化推荐质量对消费者持续使用意愿的影响

人工智能推荐技术通过算法优化重构了信息检索模式,其核心价值在于缓解大数据时代的“信息过载”困境。然而,技术赋能的另一面是风险外溢——个人隐私泄露、“信息茧房”效应、算法价格歧视及诱导性消费等问题频发,引起了公众的关注和担忧。从机制上看,推荐算法基于用户历史行为数据的偏好强化逻辑,天然倾向于推送相似主题内容,导致信息供给视角持续窄化。这种以精准为名的同质化推送,实质上剥夺了用户接触多元化信息的权利,将其禁锢于自我强化的“信息茧房”之中。当用户意识到推荐内容与自身真实需求错位,如渴望知识拓展却反复接收娱乐资讯,易触发心理抗拒甚至规避行为,如弃用平台。由此提出假设 1。

H₁:在信息同质化低水平下,消费者对人工智能推荐系统的持续使用意愿更高。

与此同时,信息质量作为智能推荐系统的核心要素,显著影响用户对推荐质量与信息源的信任度。其中,个性化推荐质量通过算法解析用户行为数据构建偏好模型,其准确率与用户满意度及决策效率呈正相关。研究证实,该技术能最大化信息价值,实现供需双方共赢。然而,李凤草指出,推荐算法本质依赖人类输入的数据逻辑,其程序属性导致内容质量辨别能力缺失,易因预测偏差引发用户算法回避倾向^[10]。由此提出假设 2。

H₂:在个性化推荐质量高水平下,消费者对人工智能推荐系统的持续使用意愿更高。

进一步地,信息同质化可能削弱个性化推荐的技术效能:当用户深陷同质内容时,即使推荐质量较高,其感知价值也会因信息多样性缺失而衰减;反之,低质推荐在同质化场景下会加剧用户对系统可靠性的质疑。这种交互效应构成持续使用意愿的动态阈值。由此提出假设 3。

H₃:信息同质化和个性化推荐质量共同影响消费者的持续使用意愿。

(二)信息同质化、个性化推荐质量对感知有用性的影响

信息同质化表现为推荐内容主题与类型的高度趋同,导致内容多样性缺失。这种同质化倾向不仅限制了用户探索新

兴趣与多元内容的机会,更从认知层面削弱其对系统价值的认可——长期暴露于单一内容会窄化用户接触新信息的渠道,使系统“信息筛选者”或“兴趣引导者”角色逐渐失效。研究表明,信息多样性是用户评估系统有用性的关键维度;多样化内容可满足用户多场景、多目标的使用需求,如知识拓展、娱乐消遣;而同质化则被视为算法缺陷的外显信号。当用户认为系统无法支持目标达成,如无法帮助用户发现新商品、获取差异化信息时,其感知有用性显著降低。由此提出假设 4。

H₄:在信息同质化低水平下,消费者的感知有用性显著高于信息同质化高水平。

与此同时,个性化推荐质量通过算法精准性提升用户感知价值。高质量推荐通过精准匹配用户需求,如电商商品精准推送、流媒体内容动态适配,显著降低用户的信息搜索成本、提升决策效率,从而强化其智能助手价值。用户基于技术有效性形成对系统的工具性依赖,认为推荐系统是提升自身效用的可靠手段。低质量推荐则因偏离用户兴趣,如重复推送已购商品暴露算法缺陷,触发用户对技术可靠性的质疑:当系统无法稳定输出有价值的信息时,用户可能将其归类为“低效工具”甚至“决策干扰源”,导致 PU 的结构性衰减。由此可见,推荐质量通过“精准满足需求-增强功能依赖”与“偏离需求-削弱技术信任”的双向路径,系统性塑造用户对感知有用性的评价,这一机制在电商、流媒体等场景中尤为显著。由此提出假设 5。

H₅:在个性化推荐质量高水平下,消费者的感知有用性显著高于个性化推荐质量低水平。

根据认知负荷理论,用户对推荐系统的评价受信息处理效率与认知资源消耗的双重影响。当个性化推荐质量较高时,精准匹配能降低用户信息筛选的认知负荷,此时即使存在一定信息同质化,如主题趋同但内容深度递进,用户仍可因高效决策而维持较高感知有用性;反之,当推荐质量较低时,信息同质化会加剧用户的重复性认知投入,如反复验证低质推荐,导致其感知有用性断崖式下降。因此,信息同质化对感知有用性的抑制作用并非线性关系,而是受个性化推荐质量的非线性调节。由此提出假设 6。

H₆:信息同质化和个性化推荐质量共同影响感知有用性。

(三)感知有用性的中介作用

感知有用性指用户对系统提升任务效率的认知信念,是技术采纳与持续使用的核心驱动力。研究表明,信息同质化与时效性缺失会抬高用户信息筛选成本,削弱内容价值感知,进而降低其对推荐系统有用性的评价;反之,高质量个性化推荐通过精准匹配需求可显著增强用户的价值认同。技术

接受模型进一步验证,个人对信息系统的行为意向直接或间接地受到感知有用性的影响。早期实证中,Kowatsch 和 Maass 已证实的有用性感知不仅驱动消费者采纳决策,更持续作用于用户使用在线推荐系统的意图以及使用后的购买意愿^[2]。由此提出假设 7a 和假设 7b。

H_{7a}:感知有用性在信息同质化对消费者持续使用意愿的影响过程中起中介作用。

H_{7b}:感知有用性在个性化推荐质量对消费者持续使用意愿的影响过程中起中介作用。

基于上述研究假设,本文构建了关于个性化推荐质量、信息同质化、感知有用性与消费者持续使用意愿之间关系的理论模型,如图 1 所示。

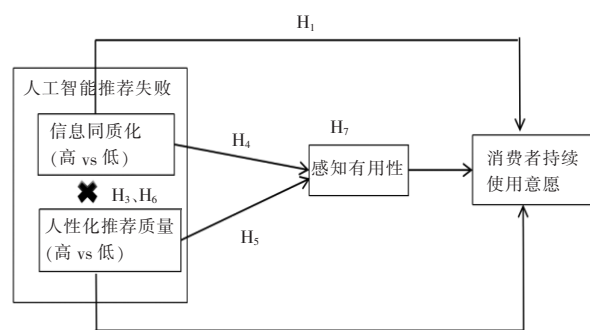


图 1 推荐系统用户持续使用意愿的研究模型

三、数据调查与分析

(一)数据收集

数据是通过问卷星发布的在线调查收集的。问卷共 19 个问题,分为两部分,包括研究模型中的测量项目和人口统计学信息问题。所有测量项目都是从以前的相关研究中改编而来的,并根据本研究背景进行了修改。个性化推荐质量项目改编自 Sean 的研究,共 4 个题项;信息同质化改编自 Holly Crawford,共 4 个题项;感知有用性改编自 Davis 的研究,共 4 个题项;持续使用意愿改编自 Bhattacharjee 的研究,共 3 个题项。利用李克特五级量表对变量进行衡量。从 1 到 5 分别表示非常不同意、不同意、一般、同意、非常同意。

(二)数据分析与结果

1.描述性统计。本研究共收到 174 份回复,剔除作答时间过短问卷数 24 份,有效问卷 150 份,问卷有效率 86.2%。通过对数据进行描述性统计,本次调查中的男女比例符合要求。其中,25~44 岁是本次调查的主要群体,本科及以上学历的受访者占据了大多数,其中本科占比最高(36%),其次是硕士(24%)和博士及以上(10.7%),这对研究的深度有积极影响。学生和上班族是主要的受访者群体,反映了研究主题与这些群体的相关性较高。

2.信度与效度分析。信度是对问卷内容可靠性和一致性程度进行检验,即问卷的可信度。运用 SPSS 软件对数据进行信度分析,信息同质化、个性化推荐质量、感知有用性、持续使用意愿的 Alpha 系数均大于 0.7,各量表内部一致性要求通过。效度是对量表有效性的分析,能够验证测量量表是否能够准确反映和解释所研究的对象及问题。通过采用因子分析来检验量表的结构效度,得到 KMO 系数值为 0.875>0.5, Bartlett 的球形度检验 $p=0<0.05$,适合进行因子分析。

3.基于信息同质化和个性化推荐质量的双因素方差分析。

(1)消费者持续使用意愿的方差分析。本文用双因素方差分析来研究人工智能推荐失败对消费者持续使用意愿的影响。表 1 方差齐性检验的结果表示,变量 $F=2.554, p=0.058>0.05$,不能拒绝原假设,即 4 个组的观测样本数据表明它们的方差是相等的,符合方差分析的基本假定。

表 1 持续使用意愿方差齐性检验

F	df_1	df_2	显著性
2.554	3	146	0.058

以信息同质化高、低水平和个性化推荐质量高、低水平为自变量进行双因素方差分析。结果显示,信息同质化和个性化推荐质量的交互作用对被试者持续使用意愿的影响显著, H_3 成立。简单效应分析结果显示:在个性化推荐质量较低时,信息同质化显著影响消费者的持续使用意愿,低同质化程度下消费者持续使用意愿更高;而在个性化推荐质量较高时,信息同质化消费者对持续使用意愿无显著影响。此外,个性化推荐质量在信息同质化程度较低时显著提升消费者的持续使用意愿;但在信息同质化程度较高时,个性化推荐质量对消费者持续使用意愿的影响不显著。综上所述,信息同质化和个性化推荐质量对消费者持续使用意愿的影响是相互依赖的,且这种影响受到两者交互作用的调节。 H_1 部分成立, H_2 成立。

(2)感知有用性的方差分析。通过双因素方差分析检验信息同质化、个性化推荐质量的高、低水平对感知有用性的影响及二者是否存在交互效应。表 2 显著性 p 值大于 0.05,满足方差分析的假定,能够进行方差分析。

表 2 感知有用性的方差齐性检验

F	df_1	df_2	显著性
1.765	3	146	0.156

进行双因素方差分析的结果显示,信息同质化和个性化推荐质量的交互作用对感知有用性的影响显著,拒绝原假设,接受备择假设,信息同质化和个性化推荐质量之间存在

显著的交互效应,共同影响消费者的感知有用性, H_6 成立。具体来讲:在个性化推荐质量低时,信息同质化显著影响感知有用性,低同质化水平下消费者感知有用性更高。当个性化推荐质量高时,信息同质化对感知有用性无显著影响。此外,在信息同质化低水平下,个性化推荐质量显著提升消费者感知有用性;而在信息同质化高水平下,个性化推荐质量同样显著提升感知有用性。这些结果表明,个性化推荐质量在不同信息同质化水平下对感知有用性有显著影响。 H_4 部分成立, H_5 成立。

4.感知有用性的中介效应。中介变量的意义在于揭示自变量对因变量的作用机制。本研究运用 SPSS 软件的 process 插件来检验感知有用性的中介效应,参照 Hayes 的方法 (Model 4, Bootstrapping 5000 次, 95% 置信区间),构建以信息同质化为自变量,消费者持续使用意愿为因变量,感知有用性为中介变量的模型。在间接效应 95% 的置信区间内,如果不包含“0”,则说明中介效应显著。结果显示,信息同质化对持续使用意愿的预测作用显著。加入中介变量后,信息同质化对感知有用性有显著的预测作用,感知有用性对持续使用意愿也存在显著预测作用,但信息同质化对持续使用意愿的影响不再显著。

由表 3 可知,信息同质化对持续使用意愿的直接效应的 95% 置信区间的上下限包括 0,而感知有用性的中介效应的 95% 置信区间的上下限不包括 0,说明感知有用性在信息同质化与持续使用意愿之间起完全中介作用,故 H_{7a} 成立。

表 3 总效应、直接效应即中介效应分解表 (自变量:信息同质化)

效应	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
感知有用性的中介效应	-1.6621	0.3106	-2.2671	-1.0546
直接效应	0.0621	0.2827	-0.4965	0.6208
总效应	-1.6000	0.3709	-2.3329	-0.8671

其次,构建以个性化推荐质量为自变量,消费者持续使用意愿为因变量,感知有用性为中介变量的模型,利用 process 插件中的模型 4 对感知有用性的中介效应进行检验。结果显示,个性化推荐质量对持续使用意愿的预测作用显著。加入中介变量后,个性化推荐质量对感知有用性的预测作用显著,感知有用性对持续使用意愿的预测作用显著,但个性化推荐质量对持续使用意愿的影响不再显著。

由表 4 可知,个性化推荐质量对持续使用意愿的直接效应和感知有用性的中介效应的 95% 置信区间的上下限不包括 0,且个性化推荐质量对持续使用意愿的直接效应仍然显著,通常 $p<0.05$ 也被认为是统计学上显著的。说明感知有用性在个性化推荐质量与持续使用意愿之间起部分中介作用,

故 H_{7b} 成立。

表 4 总效应、直接效应即中介效应分解表(自变量:个性化推荐质量)

效应	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
感知有用性的中介效应	1.6540	0.3039	1.0909	2.2981
直接效应	0.8428	0.2853	0.2789	1.4068
总效应	2.4968	0.3361	1.8325	3.1610

四、结论与启示

(一) 结论

本研究通过双因素方差分析与 Bootstrap 中介效应检验,揭示人工智能推荐系统对用户行为的影响机制。

1.持续使用意愿的双重驱动路径:低信息同质化与高个性化推荐质量对持续使用意愿具有显著提升作用,且二者通过正向协同效应强化用户留存, H_2 、 H_3 成立;当推荐质量处于高位时,用户对精准性的核心诉求会覆盖信息多样性需求, H_1 、 H_4 部分成立,表明系统效能存在“精准性优先”的认知补偿阈值。

2.感知有用性的传导机制:高推荐质量直接提升感知有用性,并通过弱化信息同质化的抑制作用间接优化用户体验, H_5 、 H_6 成立。

3.中介效应检验(H_{7a} 、 H_{7b})进一步揭示:感知有用性在“同质化→意愿”路径中承担完全中介角色,而在“推荐质量→意愿”路径中呈现部分中介特性。

(二) 启示

企业若需在人工智能推荐系统的用户留存竞争中构建优势,应围绕“精准推荐与多样性平衡”双轨策略展开:一方面,需基于用户行为数据持续优化算法内核,确保推荐内容与个体兴趣的高度匹配,以此提升感知有用性与满意度,驱动持续使用意愿;另一方面,需警惕过度同质化引发的“信息茧房”,可通过动态引入跨领域内容、建立用户反馈闭环等方式,在推荐池中注入可控多样性,满足用户对信息广度的潜在需求。最终,通过技术效能与体验设计的协同优化,实现用户黏性与商业增长的双重目标。

五、研究的局限性

本研究旨在探讨人工智能推荐系统中信息同质化和个性化推荐质量对消费者持续使用意愿的影响,以及感知有用性的中介作用。我们采用双因素方差分析和中介效应检验,这些方法适合评估变量间关系和中介效应。虽然未采用结构方程模型 SEM 可能限制了对因果关系的深入理解,但鉴于本研究旨在探索变量相关性,所选方法已足够有效。研究集中于信息同质化和个性化推荐质量,未考虑社会影响、个人偏好等其他因素,表明有进一步研究空间。此外,横断面设计

限制了因果关系确定,未来研究可采用纵向设计以验证效应稳定性和因果性。

参考文献:

[1]支凤稳,张萌,赵梦凡,等.双路径视角下科学数据共享行为的影响因素研究[J].信息资源管理学报,2021,11(6):40-50.

[2]RAI A.Explainable AI:from black box to glass box[J].Journal of the Academy of Marketing Science,2020,48(1):137-141.

[3]PILLAI R,SIVATHANU B,DWIVEDI Y K.Shopping intention at AI-powered automated retail stores(AIPARS)[J].Journal of Retailing and Consumer Services,2020,57:1-45.

[4]戴建华,韩孟昊.考虑信息茧房现象的网络舆情演化研究[J].情报理论与实践,2023,46(6):111-117.

[5]李剑锋,陈海龙,翟军,等.完全冷启动下的个性化推荐算法[J].计算机工程与设计,2024,45(8):2329-2335.

[6]XIE Y,ZHAO S,ZHOU P,et al.Understanding continued use intention of AI assistants[J].Journal of Computer Information Systems,2023,63(6):1424-1437.

[7]MOU X,XU F,DU J T.Examining the factors influencing college students' continuance intention to use short-form video APP[J].Aslib Journal of Information Management,2021,73(6):992-1013.

[8]施雨,高静,茆意宏.个性化算法推荐阅读服务用户持续使用意愿影响因素研究[J].图书馆学研究,2024(3):87-97+112.

[9]王文韬,钱鹏博,丁雨辰,等.个性化内容推荐关闭对移动社交媒体持续使用意愿的影响[J].图书情报工作,2023,67(11):88-100.

[10]施雨,高静,茆意宏.个性化算法推荐阅读服务用户持续使用意愿影响因素研究[J].图书馆学研究,2024(3):87-97+112.

[11]李凤草.算法推荐机制下信息同质化的思考与应对[J].声屏世界,2021(13):15-16.

[12]KOWATSCH T,MAASS W.In-store consumer behavior:how mobile recommendation agents influence usage intentions,product purchases,and store preferences[J].Computers in Human Behavior,2010,26(4):697-704.

财务数智化转型助力经济社会高质量发展

王柏涵

南京审计大学会计学院

摘要:在高质量发展背景下,财务数智化转型成为企业适应数字经济时代的关键举措。新《会计法》对会计信息质量、内部控制提出更高要求,而财务数智化转型通过数据驱动、智能化应用和业财融合,能够有效满足这些要求,同时提升企业运营效率和决策科学性。通过减少信息不对称、优化资源配置,财务数智化转型促进了经济持续增长和社会公平。然而,部分企业由于缺乏总体规划以及复合型人才,面临着很多挑战,导致转型效果不佳。因此,企业应加强顶层设计,注重人才培养,选择合适的转型路径,以实现高质量发展。同时,政府应完善政策支持体系,缓解企业资金压力,为财务数智化转型提供坚实保障。

关键词:财务数智化转型;新《会计法》;经济高质量发展;内部控制 **中图分类号:**F812.2 **文献标识码:**A

一、新《会计法》与内部控制

中国经济发展迅速,企业数量不断增加,竞争日趋激烈,经济社会对财务信息处理和管理的越来越高,高质量的会计信息对提高市场信誉、稳定市场预期和增强市场信心具有重要意义^[1]。但是,企业提供虚假财务信息的现象也有愈演愈烈之势。造假成本过低是恶性财务造假等会计违法行为频发的重要因素之一。

新《会计法》颁布,最引人注目的是加大了会计的法律责任和会计违法行为追究力度。对于不依法设立会计账簿,随意改变会计处理方法,向不同的会计资料使用者提供编制依据不同的财务会计报告等 10 种会计违法行为,提高了罚款限额,严格规范执法。新《会计法》首次对企业提出了健全内部控制的明确要求,内部控制是现代企业管理中最基本的一环,是一家企业良性发展的关键。内部控制对于规范企业经济活动,防范内外风险,提高管理效率与效果,保证目标实现,都起着至关重要的作用。只有当一家企业拥有了比较健全的内部控制体系之后,才能保证企业的各种资料是真实可信的,企业财务报表上的信息是可靠的,同时还能防止公司出现重大欺诈行为。

在这样的背景下,财务智能化转型成为实现内部控制健全化的重要手段,能够帮助企业更好地应对新《会计法》对内部控制的要求。通过引入大数据、人工智能、区块链等先进技术,企业能够构建更加智能化、自动化的财务管理体系,从而有效提升内部控制的质量和效率。财务智能化转型利用电子信息技术,帮助企业减少和消除人为操纵因素,确保内部会计控制的有效实施。同时,智能化系统能够实时监控和分析财务数据,及时发现潜在的风险点,从而实现风险预警、风险识别、风险评估、风险分析和风险报告等全面风险管理。这种智能化的风险管理机制,能够有效堵塞漏洞、消除隐患,防止

并及时发现、纠正错误及舞弊行为,保护单位资产的安全、完整。例如,云天化股份有限公司通过财务数智化转型,打造了集“战略财务、共享财务、业务财务”于一体的数字化、集团化财务管理体系,实现了财务管控的标准化、精细化,提高了业务操作的准确性和及时性,增加了数据透明度。这种转型不仅提升了企业的内部管理水平,还通过提升供应链韧性,保障了供应商和客户稳定,降低了存货、应收、坏账等风险。

二、财务数智化转型与经济社会高质量发展

党的二十大报告提出,“加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合”;财政部《会计改革与发展“十四五”规划纲要》提出,切实加快会计数字化转型步伐。

(一)财务数智化转型的内涵

财务数智化转型是指通过运用大数据、人工智能、区块链、云计算等数字技术,对财务管理和会计工作进行全面、系统的变革和升级^[2],实现财务信息的智能化处理、分析和决策支持,包括财务流程自动化、数据分析与洞察、智能财务决策、财务共享服务等方面。企业在进行数字化转型时所采取的具体途径和策略因其所处行业、规模、发展阶段、内部管理体制、技术能力和财务状况等多种因素而异。苏宗伟等指出,数字化转型对于企业来说是一场彻底的、由上而下的改革,不仅涉及运营生产等方面,还包括商业系统、组织结构的创新^[3]。数字化转型的核心在于运用高新技术,把它与生产结合起来,从而达到提高生产效率,降低生产成本,获得更大生存空间的效果。企业数字化转型是一个持续且缓慢的过程,需要制定合适的方向。中国制造业企业数量占据中国企业的大部分,在进行数字化转型时,它们是主体和中坚力量。数字化转型应以智能制造为核心。转型期间,企业应将“机器换人”策略与传统生产工具的自动化新机制相结合^[4],以全面改进和完善。

作者简介:王柏涵(2002—),女,江苏省徐州市人,硕士研究生,主要研究方向为政府会计、管理会计。

财务数智化转型以数据为核心驱动力,通过提升数据采集、加工和运用能力,实现从传统的“价值守护型”财务向“价值创造型”财务转变^⑤。这种转型不仅优化了财务流程,还通过数据分析为企业战略决策提供支持,释放数据价值。财务数智化转型通过引入人工智能、机器学习、机器人流程自动化(RPA)等技术,实现财务流程的智能化和自动化。数智化转型促进了财务与业务的深度融合,通过打破数据孤岛,实现业财数据的深度对接和流程的全面打通,这不仅提升了财务对业务的支持能力,还通过智能化工具为业务决策提供实时数据支持。财务数智化转型通过构建智能化的合规风控模型,实现对风险的实时监控和预警。这种技术驱动的风险管理方式能够提前发现问题并形成闭环管理,提升企业的合规性和抗风险能力。数智化转型不仅改变了财务的技术应用,还重塑了财务的组织架构和职能边界。通过财务共享中心建设,企业能够实现财务流程的标准化和自动化,同时将财务人员从基础核算工作中解放出来,使其更多地参与战略规划和价值创造。财务数智化转型注重基于业务场景的灵活应用,通过低代码平台快速构建模型工具,满足不同业务场景的需求。这种场景化应用不仅提升了财务的敏捷性,还为企业快速响应市场变化提供了支持。财务数智化转型通过智能化工具和数据分析,为企业提供前瞻性规划和模型化决策支持。这种转型使财务从传统的后端核算角色转变为前端价值创造的引领者,为企业战略落地提供有力支撑。

(二)经济社会高质量发展的意义

经济社会高质量发展是新时代我国经济社会发展的核心目标和战略导向,它不仅是经济增长的量变,更是经济结构、社会公平和治理能力的全面优化与提升。高质量发展通过创新驱动和产业升级^⑥,提升经济增长的质量和效益,避免了单纯依靠要素投入的粗放式增长模式,从而优化了资源配置,增强了经济的韧性和稳定性,为经济长期可持续增长奠定基础,推动经济从高速增长向高质量发展转变。高质量发展对国家治理体系和治理能力提出了更高要求,旨在推动国家治理现代化水平的全面提升。在这一过程中,优化营商环境是关键一环。通过简化行政审批流程,降低企业运营成本,激发市场主体活力,为企业发展创造更加有利的条件。

经济高质量发展强调以创新驱动为核心,通过技术赋能实现产业升级^⑦和经济结构优化。财务数智化转型正是这一理念的体现,它通过大数据、人工智能、区块链等技术,推动财务管理从传统的核算型向决策支持型转变,为企业高质量发展注入新动力。高质量发展要求资源配置更加高效,避免资源浪费和低效利用。财务数智化转型利用智能化的数据分析和决策支持工具,能够精准识别企业运营中的风险与不足,

优化资源配置,提升运营效率。财务数智化转型通过打破财务与业务之间的数据孤岛,实现业财一体化,使企业内部各部门协同合作、形成合力,推动企业内部协同创新,提升整体运营效率。高质量发展强调企业战略的清晰性和前瞻性。财务数智化转型通过智能预测和数据分析,为企业战略决策提供有力支持,帮助企业更好地应对市场变化,实现长期价值创造。

(三)财务数智化转型对经济社会高质量发展的影响

在数字经济时代,财务数智化转型已成为推动经济社会高质量发展的重要力量。从信息不对称视角来看,财务数智化转型通过引入大数据、人工智能、区块链等技术,能够显著提高财务信息的透明度和可获取性。例如,区块链技术的去中心化账本和智能合约功能,可以确保财务数据的真实性和不可篡改,从而减少信息不对称。这种透明度的提升使得市场参与者能够更准确地评估风险和收益,为市场参与者提供更多投资机会,从而优化资源配置,提升市场效率。在传统经济活动中,信息不对称可能导致逆向选择^⑧和道德风险,例如企业内部管理层可能隐瞒真实财务状况,损害投资者利益。财务数智化转型通过实时监控和数据分析,能够及时发现异常行为,降低管理层的道德风险。包括智能审计系统在内的技术手段,可以实时分析财务数据,发现潜在的舞弊行为,不仅保护了投资者的利益,还提升了企业的治理水平。财务数智化转型能够为企业提供更全面、更准确的财务数据和分析工具。通过大数据分析,企业可以更好地预测市场趋势,优化生产、销售和投资决策。这种基于数据驱动的决策模式提高了企业的运营效率,还增强了企业的市场竞争力。在金融市场中,信息不对称是导致信贷风险^⑨和金融危机的重要原因之一。财务数智化转型通过信用评分系统和智能风险评估工具,能够更准确地评估借款人的信用状况。这种技术的应用不仅降低了金融机构风险,还提高了金融市场的整体稳定性。信息不对称是市场经济中普遍存在的问题,而财务数智化转型通过提高信息透明度、降低逆向选择和道德风险、优化企业决策等方式,能够有效缓解信息不对称带来的负面影响。

经济社会高质量发展是我国在新时代背景下提出的重大战略目标,它不仅是经济增长模式的转变,更是经济社会全面进步的必然要求。通过创新驱动、协调发展、绿色低碳、开放包容和共享发展,高质量发展能够推动经济可持续增长,促进社会公平与和谐,实现绿色低碳发展,提升国家治理能力,增强国际竞争力,并满足人民对美好生活的向往。这一战略目标的实现,将为我国经济社会的长期稳定发展提供坚实保障,为全球可持续发展贡献中国智慧和方案。财务

数智化转型是适应数字经济发展的必然选择,也是实现新《会计法》要求、提升会计工作质量和效率、推动经济社会高质量发展的重要途径。企业和会计从业者应积极拥抱这一变革,不断提升自身的数字化能力,以更好地适应新时代的发展需求。

三、我国财务数智化转型的现状与挑战

(一)我国财务数智化转型的现状

近年来,国家政策对财务数智化转型的重视程度不断提升,为企业的数字化转型提供了明确的方向和指引。从国家“十四五”规划和《“十四五”数字经济发展规划》,到财政部颁布的《会计信息化发展规划(2021—2025年)》,以及国资委颁布的《关于中央企业加快建设世界一流财务管理体系的指导意见》,都体现了国家对智能财务的高度关注。这些政策不仅强调了数字化技术在财务领域的应用,还推动了财务管理模式从传统的核算型向价值创造型转变。业财融合成为企业财务数智化转型的重要抓手。通过将财务数据与业务数据深度融合,企业能够更精准地进行资源配置、风险防控和决策支持。建立业财一体化的全面预算系统,实现了企业的预算编制、执行和监控的自动化和智能化,提升了企业的运营效率和管理水平。此外,财务数智化转型还推动了财务职能从传统的核算和监督向价值创造和战略支持转变。

随着人工智能、大数据、云计算、区块链等新兴技术的快速发展,我国企业的财务数智化应用逐渐普及。电子发票、会计电子档案、移动支付等技术已成为普及程度较高的智能化应用。同时,以 ChatGPT 为代表的新一代人工智能技术正在进入应用转化阶段,未来将成为推动智能财务发展的关键因素。财务共享中心作为企业财务数智化转型的重要基础设施,其建设数量和应用水平不断提升。财务共享中心通过集中化、标准化的财务管理流程,实现了财务核算、资金管理、税务管理等功能的优化和提升。随着财务共享中心的成熟,数据驱动成为其进一步发展的关键驱动力。

中央企业在财务数智化转型中发挥了重要引领作用。国资委明确提出以司库体系建设为切入点,推动中央企业实现管理体系化、业财信息数字化、经营决策智能化等“五个升级”。然而,由于不同企业的行业特征和发展历史不同,中央企业的财务数智化水平仍存在较大差异,部分企业在核算系统统一、全面预算一体化、风险防控智能化等方面仍面临挑战。

(二)我国财务数智化转型面临的挑战

在人才技术方面,大数据、人工智能等技术在财务领域的应用还不够成熟,存在技术瓶颈和数据安全问题,影响财务数智化转型的推进速度和效果。财务数智化转型需要既懂

财务又懂技术的复合型人才,但目前我国这类人才相对短缺,制约了财务数智化转型的发展,导致企业在转型过程中难以有效整合财务与业务数据,无法打破数据孤岛,实现业财一体化。这种人才短缺不仅影响了企业的转型效率,还导致企业在面对复杂的技术和业务需求时难以作出科学决策。

在高质量发展背景下,部分企业的财务管理体系仍存在诸多不足,尤其是缺乏对财务数智化转型的总体规划和顶层设计,企业的财务数智化转型往往效果不佳。许多企业在推进财务数智化转型时,未能结合自身实际情况制定明确的战略目标和实施路径,导致转型过程中缺乏方向性和系统性。一些企业在转型过程中盲目跟风,没有根据自身业务需求和管理现状制定合理的方案,导致资源浪费和转型失败。此外,由于缺乏高层管理者的支持和全员参与,许多企业的转型项目难以持续推进,最终沦为形式上的技术堆砌。

四、财务数智化转型的策略与路径

(一)顶层设计与战略规划

财务数智化转型的顶层设计是企业转型成功的关键前提。企业应将财务数智化转型纳入整体战略规划体系,明确其在企业战略中的定位与目标。转型目标应与企业的长期发展战略相契合,聚焦于提升财务决策支持能力、优化资源配置效率、强化风险管控能力以及提升财务运营效率等关键领域。通过制定清晰的转型愿景,为财务数智化转型提供明确的方向指引。在顶层设计的基础上,企业需制定科学合理的转型路线图。该路线图应充分考虑企业的现状、资源以及行业特点,将转型目标分解为多个阶段性任务,并明确各阶段的任务目标、实施步骤、时间节点以及预期成果。路线图的设计应遵循由易到难、由基础到高级的原则,确保转型工作的有序推进。例如,初期阶段可重点聚焦于基础数据治理与关键流程的自动化改造,中期阶段逐步引入数据分析与智能决策工具,长期阶段则致力于实现财务与业务的深度融合以及财务职能的战略转型。

(二)组织架构与人员能力的优化

财务数智化转型不仅涉及技术层面的变革,更需要组织架构与人员能力的协同优化。高层管理者应积极参与转型过程,提供必要的资源支持,并推动企业文化的变革,营造数字化转型的良好氛围。加强对现有财务人员的培训,提升其数智化技能和数据分析能力,培养既懂财务又懂技术的复合型人才。积极引进具备大数据、人工智能、区块链等技术背景的专业人才,充实财务数智化转型的技术力量。组织架构的调整应以适应数智化转型需求为导向,打破传统财务部门的职能壁垒,构建更加灵活、高效的组织模式。一方面,可设立专门的数据管理与分析团队,负责企业数据的整合、治理与深

度分析,为财务决策提供数据支持;另一方面,通过建立跨部门协作机制,促进财务与业务部门之间的信息共享与协同工作,实现财务与业务的深度融合。

(三)业务流程优化与信息技术融合

业务流程优化是财务数智化转型的核心环节。企业应以数据驱动为核心,对现有财务流程进行全面梳理与优化,识别并消除流程中的低效环节,实现财务流程的自动化、标准化与智能化。引入先进的数智化技术,实现财务流程的高效执行与动态优化,提升财务运营效率与数据质量。信息技术融合是实现财务数智化转型的技术基础。企业需构建统一的财务数智化平台,整合各类财务信息系统与业务系统,打破信息孤岛,实现财务数据与业务数据的实时交互与共享。系统集成应注重数据的安全性与合规性,确保财务数据的真实性、完整性和保密性。同时,企业应关注系统的可扩展性与灵活性,以适应未来技术发展与业务变化的需求。通过信息技术融合,企业能够实现财务数据的集中管理和深度分析,为财务决策提供全面、准确、及时的数据支持,推动财务职能向价值创造型转变。

五、结论与展望

本文通过对财务数智化转型的深入探讨,结合新《会计法》的相关要求,系统分析了财务数智化转型在推动经济社会高质量发展中的重要作用和实现路径。研究结果表明,财务数智化转型不仅是企业适应数字经济时代发展的必然选择,更是实现经济社会高质量发展的关键驱动力。

首先,财务数智化转型的数据驱动、智能化应用、业财融合等特征,显著提升了企业的运营效率和决策科学性,优化了资源配置,增强了企业的核心竞争力。这种转型不仅满足了新《会计法》对会计信息质量、内部控制和数据管理的更高要求,还为企业的可持续发展提供了有力支持。其次,从经济社会高质量发展的角度来看,财务数智化转型通过减少信息不对称、优化资源配置、提升市场透明度和稳定性,促进了经济可持续增长和社会公平。企业在财务数智化转型中既面临机遇,也面临挑战。人才技术和财务管理体系等方面的不足,导致企业的财务数智化转型效果不佳。在企业实施路径方面,本文提出了顶层设计与战略规划、组织架构与人员能力优化、业务流程优化与信息技术融合等维度的实施策略。这些策略为企业财务数智化转型提供了清晰的指导方向,有助于企业在转型过程中更好地应对挑战,抓住机遇。

财务数智化转型不仅是企业适应数字经济时代发展的必然选择,更是推动经济社会高质量发展的关键举措。通过顶层设计,企业能够明确转型目标与路线图;通过优化组织架构与人员能力,企业能够构建适应数智化转型的组织模式

和人才队伍;通过业务流程优化与信息技术融合,企业能够实现财务流程的自动化、智能化,提升数据管理与应用能力。财务数智化转型将为经济社会的可持续发展注入新的动力,助力实现高质量发展目标。未来,随着技术的不断进步和政策的持续完善,财务数智化转型将在经济社会发展中发挥更大的作用,为实现高质量发展目标提供坚实保障。

参考文献:

- [1]傅樵,韩蓓.重构平台企业信息披露模式的思考——以共赢增值表为例[J].会计之友,2023(21):29-34.
- [2]朱相宇,袁茹阳,高原.我国财务数智化转型研究现状、热点与趋势[J].会计之友,2025(3):119-126.
- [3]苏宗伟,周豫汝,曹春辉.CEO调节焦点对企业数字化转型的影响研究[J].软科学,2025(4):48-56.
- [4]黄先海,高亚兴.数实融合加速新质生产力形成的内在逻辑与实践路径[J].经济纵横,2024(10):46-56.
- [5]易魁,李懿,王斐.科技共情:数智会计的“信赖”品牌形象建构[J].会计之友,2024(215):66-73.
- [6]李治国,孔维嘉,王源辛.“一花独放不是春”:政府数字关注度如何赋能区域创新均衡发展[J].管理学报,2025(1):134-139.
- [7]倪晓然,张宸瑞.数字化转型与企业资本配置效率[J].统计研究,2025,42(2):43-57.
- [8]凌鸿程,阳镇,陈劲.数字普惠金融如何赋能企业数字化转型[J].经济与管理评论,2025,41(1):69-82.
- [9]陈东晖,章一帆.金融新质生产力能否实现企业绿色发展[J].财经科学,2025(1):44-61.

融资约束、研发支出与企业绩效

——基于生物医药行业上市公司的经验数据

王慧敏 曹晓晴

常州大学怀德学院

摘要:生物医药行业作为国家大力扶持的新兴产业,亟须创新,而创新的推进离不开融资支持。近几年,生物医药行业投融资规模逐步下降,势必会对其研发投入产生影响,进而影响企业绩效。以2019—2023年我国A股生物医药上市公司的数据为研究样本,对融资约束、研发支出与企业绩效的关系进行实证分析。研究结果表明:生物医药上市企业的研发支出与企业绩效呈正相关关系;相较于面临高融资约束问题的企业,低融资约束企业的研发支出对企业绩效的促进作用更加明显。

关键词:融资约束;研发支出;企业绩效;主成分分析 **中图分类号:**F27 **文献标识码:**A

基金项目:本文系2022年度江苏高校哲学社会科学研究一般项目“融资约束、研发支出与企业创新绩效关系研究”的研究成果,项目编号:2022SJYB2375。

引言

自2006年以来,国务院、药监局、市场监管局等多部门都相继出台了支持、规范生物医药行业的发展政策,涵盖了生物医药发展技术路线、生物医药研发生产规范、资金扶持等内容。此外,国家也出台相对应的政策扶持生物医药细分领域的发展,如疫苗、诊断试剂等。地方省市加快招商引资,出台重大项目产业化扶持政策,加快生物医药行业关联企业在当地形成集聚化效应。国内生物医药行业起步较晚但发展迅速,20世纪80年代开始起步发展,经历2005—2017年的快速发展阶段后,从2017年开始进入爆发增长阶段。中国生物医药产业已经成为一个具有强大生命力和成长性的新兴产业,也是医药行业中最具投资价值的子行业之一。随着行业整体技术水平的提升以及整个医药行业的快速发展,生物医药行业仍具备较大的发展空间。

生物医药产业具有研发周期久、技术含量高、投资回收期长等特点。本文探究生物医药行业研发支出与企业绩效之间的关系,将融资约束这一因素考虑其中,分析和探讨研发投入支出对企业绩效的影响,促使决策者对于研发过程中内部资金流合理使用的重要性有更充分的认知,加强对研发资金的管理和研发流程的监督,以此起到提高企业绩效的作用。

一、文献综述与研究假设

(一)研发支出与企业绩效

由熊彼特的技术创新理论可知,实现创新可以制造新的产品,采用新的生产方法,开辟新的市场,获得新的供应商,形成新的组织形式。创新不仅增强企业核心竞争力,也可以推动经济的发展。研发支出是创新最具代表性的表现形式,通过研发投入,促进新产品、新技术迭代,优化生产流程,降低生产成本,提高生产效率,继而提升企业绩效。梁红丹的实

证结果表明,高新技术企业研发投入可以在一定程度上促进企业财务绩效的增长^[1]。徐杰和刘佳基于双重差分法实证检验得出,虽然当期的研发支出对企业绩效没有显著影响,但对滞后的企业绩效存在正向影响^[2]。王珊珊的实证研究表明,技术创新投入不仅对当期企业绩效产生正向影响,还对滞后一期、二期企业绩效产生正向影响^[3]。胡莹分析得出,企业研发支出强度对企业盈利、发展、创新和效率等指标具有显著的正向调节作用^[4]。

基于以上分析,提出假设1:研发支出与企业绩效呈正相关关系。

(二)融资约束、研发支出与企业绩效

Fazzari等在1988年提出,企业融资过程中存在约束,不存在真正意义上的完美资本市场。企业在进行融资活动时,外部融资的使用比内部融资要频繁得多,就会出现内部和外部融资成本的差异,因此就产生了融资约束问题。胡晓平认为,内源融资约束程度的增加,对企业绩效产生负面作用,这种负面作用在非国有企业中更为明显^[5]。马雨萱的实证研究也表明,随着融资约束增加,企业绩效会下滑^[6]。李鑫认为,融资约束会使得科技型中小企业减少创新研发的资金投入^[7]。徐珍珍基于沪深两市制造业企业研究结果表明,融资约束会抑制企业研发投入,并且这种抑制作用会随着融资约束程度的加深而变得更加明显。面临不同融资约束程度的企业,其研发投入对企业价值的影响是不同的,特别是在高融资约束组,企业的融资难问题会加大这种负面调节作用^[8]。企业研发支出与财务绩效之间的关系在不同融资约束水平下有明显的差异,融资约束程度低的企业研发投入与企业绩效之间的相关性比融资约束程度高的企业的更强。

当企业面临的融资问题较重时,企业难以从外部获得资

作者简介:王慧敏(1992—),女,江苏省淮安市人,讲师,会计学硕士,主要研究方向为公司理财与治理;曹晓晴(2000—),女,江苏省南通市人,本科,主要研究方向为产业金融与财富管理。

金,没有过多自由支配的资金,企业无法开展新的研发活动,甚至可能导致正在进行的研发活动无法继续,继而导致研发失败甚至企业破产,在一定程度上抑制了研发支出对于企业绩效的促进作用;当企业面临的融资问题较轻时,企业可以轻松地获得研发所需要的资金,所以管理者在这种情况下,可以较为轻松地支配资金,聘请优质的研发人才和管理人员,开展新的研发活动,研究出新的专利、产品或者生产线,从而促进研发效率的提升,在一定程度上提高了企业的研发支出对企业绩效的促进作用。

基于以上分析,提出假设 2:相较于高融资约束企业,低融资约束企业的研发支出对企业绩效的促进作用更加显著。

二、融资约束、研发支出与企业绩效研究设计

(一)样本选择

本文选取上交所和深交所 2019—2023 年间的 A 股生物医药上市公司作为研究对象,剔除 ST、*ST 以及财务报表不完全和财务数据明显异常的企业,筛选后共获得 160 家企业 800 个观测值。数据来源于国泰安数据库。

(二)变量设计

1.被解释变量:企业绩效(ROA)。总资产收益率是净利润与平均资产总额的比值,ROA 的高低直接反映了公司的盈利实力和发展能力,也是决定公司是否需要举债经营的重要依据。

2.解释变量:研发支出(RD)。目前多数学者主要通过以下三类指标来衡量企业的研发能力与水平,即研发支出(研发支出/资产总计)、研发支出强度(研发支出/营业收入)、研发人员投入(研发人员/人员总计)。本文选取第一项指标研发支出作为解释变量,该指标反映企业资产中有多大比例会投入研发活动中,体现企业对研发的重视程度、资源的配置情况以及资产的利用方向。

3.控制变量。

(1)企业规模(SIZE):企业规模是影响企业发展的一大特征,通常用年末总资产的对数来表示企业规模大小,规模较大的企业更容易获得融资,对企业绩效也会有有一定的影响。

(2)资产负债率(LEV):该指标的计算公式为负债总计/资产总计,可以反映企业的偿债能力。

(3)营业收入增长率(GROWTH):该指标的计算公式为(本年营业收入-上年营业收入)/上年营业收入×100%,可以反映企业的成长能力,数值越大则发展趋势越好。

(4)总资产周转率(TURN):该指标的计算公式为营业收入/资产总计,可以反映企业的经营能力。

4.融资约束指数设计。融资约束指数(FCI)根据现金比率(CR)、资产负债率(LEV)、净资产收益率(ROE)、现金持有量(CASH)、托宾 Q 值(TQ)、全部现金回收率(CF)这 6 个财务指标进行主成分分析获得。

(1)因子相关性检验。从表 1 中的检验结果来看,本文选取的 6 个财务指标经过了 SPSS 中的分析—降维—因子—变量选取—描述—旋转等一系列操作后,得出最后结论。KMO 的值为 0.631,根据 $0.5 < KMO < 1$ 的定律分析,说明所选取的 6 个财务指标之间存在着非常强的相关性,适合主成分分析法。在巴特利特(Bartlett)球形度检验中,最终显著性(Sig)的值为 0.000,低于 0.05 的显著性界定值。综上所述,由此可得主成分分析法适用于本文所选取的现金比率(CR)、资产负债率(LEV)、净资产收益率(ROE)、现金持有量(CASH)、托宾 Q 值(TQ)、全部现金回收率(CF)这 6 个财务指标。

表 1 KMO 和巴特利特检验

KMO 取样适切性量数		0.631
巴特利特球形度检验	近似卡方	660.491
	自由度	15
	显著性	0.000

(2)主成分提取、因子旋转和因子解释。因子相关性的检验结果通过之后,本文根据 160 家上市医药公司 5 年的财务指标数据,将上述 6 个财务指标代入,继续按照因子相关性操作的步骤,进一步进行抽取、旋转、得分等一系列操作,最后得出总方差解释、旋转后的成分矩阵和成分得分系数矩阵,如表 2 所示。

从上述 6 个财务指标中提取出两个主成分,其中因子初始特征值最高为 2.146,最低为 0.403,四个主成分的累计贡献率为 53.913%。综上所述,上述两个主成分替代因子数据所呈现的效果较为显著,可达到本文 6 个财务指标进行主成分分析法的效果。

表 2 总方差解释及成分得分系数矩阵

总方差解释										成分得分系数矩阵	
成分	初始特征值			提取载荷平方和			旋转载荷平方和			成分	
	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %	1	2
1	2.146	35.761	35.761	2.146	35.761	35.761	2.110	35.167	35.167	现金比率(CR)	0.352 -0.153
2	1.089	18.152	53.913	1.089	18.152	53.913	1.125	18.747	53.913	资产负债率(LEV)	-0.396 0.120
3	0.955	15.910	69.824							净资产收益率(ROE)	0.072 0.575
4	0.804	13.396	83.220							现金持有量(CASH)	-0.159 0.680
5	0.604	10.068	93.288							托宾 Q 值(TQ)	0.320 0.056
6	0.403	6.712	100.000							全部现金回收率(CF)	0.259 0.263
提取方法:主成分分析法										旋转方法:凯撒正态化最大方差法	

(3)成分得分系数矩阵。根据表 2,推算出 2 个主成分的计算公式如下:

$$F_1=0.352\times CR-0.396\times LEV+0.072\times ROE-0.159\times CASH+0.320\times TQ+0.259\times CF$$

$$F_2=-0.153\times CR+0.120\times LEV+0.575\times ROE+0.680\times CASH+0.056\times TQ+0.0263\times CF$$

综上,计算出融资约束指数综合值 FCI 的计算公式: $FCI=35.167\times F_1+18.747\times F_2$

变量小结见表 3。

表 3 变量名称及定义

变量类型	变量名称	变量符号	变量定义
被解释变量	企业绩效	ROA	净利润/资产总计
解释变量	研发支出	RD	研发支出/资产总计
控制变量	企业规模	$SIZE$	企业年末总资产的对数
	资产负债率	LEV	负债总计/资产总计
	营业收入增长率	$GROWTH$	(本年营业收入-上年营业收入)/上年营业收入 $\times 100\%$
	总资产周转率	$TURN$	营业收入/资产总计

(三)模型构建

本文采用如下数据模型探讨研发支出与企业绩效。

$$ROA_{i,t}=\beta_0+\beta_1RD+\beta_2SIZE+\beta_3LEV+\beta_4GROWTH+\beta_5TURN+\varepsilon_{i,t}$$

其中, $i=1,2,\cdots,160;t=2019,\cdots,2023$ 。 i 表示公司个体, t 表示年份。

三、融资约束、研发支出与企业绩效实证分析

(一)描述性分析

根据融资约束中间值,将总样本分为高低融资约束组,对不同融资约束程度下的数据样本进行分析,描述性统计如表 4 所示。

表 4 变量描述性分析

变量	总样本					低融资约束组				高融资约束组			
	N	Min	Max	Mean	Std	Min	Max	Mean	Std	Min	Max	Mean	Std
ROA	800	-0.847	0.366	0.057	0.087	-0.847	0.226	0.049	0.098	-0.429	0.366	0.064	0.073
RD	800	0.013	49.890	2.026	0.121	0.013	10.548	1.064	1.368	0.022	49.890	2.988	5.137
$SIZE$	800	19.997	25.728	22.308	1.024	19.997	23.910	21.770	0.734	20.375	25.728	22.846	0.989
LEV	800	0.014	0.886	0.336	0.178	0.045	0.878	0.318	0.160	0.014	0.886	0.353	0.193
$GROWTH$	800	-1.158	32.964	0.201	1.491	-1.105	32.964	0.226	1.686	-1.158	24.659	0.175	1.267
$TURN$	800	0.027	6.969	0.581	0.450	0.027	1.756	0.526	0.253	0.082	6.969	0.636	0.579
FCI	800	0.896	1,897.054	113.953	6.055	0.896	59.423	27.376	15.885	59.672	1,897.054	200.529	234.604

表 5 变量相关性分析

变量	总样本						低融资约束组						高融资约束组					
	ROA	RD	$SIZE$	LEV	$GROWTH$	$TURN$	ROA	RD	$SIZE$	LEV	$GROWTH$	$TURN$	ROA	RD	$SIZE$	LEV	$GROWTH$	$TURN$
ROA	1	0.122**	0.071*	-0.387**	0.083*	0.109**	1	0.198**	0.096	-0.401**	0.105*	0.251**	1	0.111*	-0.031	-0.420**	0.049	0.034
RD	0.122**	1	0.495**	0.071*	0.000	0.057	0.198**	1	0.529**	0.057	0.037	0.382**	0.111*	1	0.466**	0.052	-0.006	-0.013
$SIZE$	0.071*	0.495**	1	0.351**	-0.021	0.118**	0.096	0.529**	1	0.184**	-0.011	0.197**	-0.031	0.466**	1	0.459**	-0.018	0.023
LEV	-0.387**	0.071*	0.351**	1	0.011	0.182**	-0.401**	0.057	0.184**	1	0.004	0.141**	-0.420**	0.052	0.459**	1	0.023	0.193**
$GROWTH$	0.083*	0.000	-0.021	0.011	1	0.049	0.105*	0.037	-0.011	0.004	1	0.129**	0.049	-0.006	-0.018	0.023	1	0.019
$TURN$	0.109**	0.057	0.118**	0.182**	0.049	1	0.251**	0.382**	0.197**	0.141**	0.129**	1	0.034	-0.013	0.023	0.193**	0.019	1

注:**在 0.01 级别(双尾),相关性显著。*在 0.05 级别(双尾),相关性显著。

在总样本中,企业绩效最小值为-0.847,最大值为 0.366,数据跨度区间较大,上市公司之间盈利能力参差不齐,有着较大的差异;研发支出最小值为 0.013,最大值为 49.890,均值为 2.026,说明医药企业对于研发创新的重视程度不同,整体投入强度不高;融资约束指数最小值为 0.896,最大值为 1897.054,各企业之间所受到的融资约束程度具有显著差异。

在低融资约束组中,研发支出最小值为 0.013,最大值为 10.548,均值为 1.064;企业绩效最小值为-0.847,最大值为 0.226,均值为 0.049。在高融资约束组中,研发支出最小值为 0.022,最大值为 49.890,均值为 2.988;企业绩效最小值为-0.429,最大值为 0.366,均值为 0.064。

(二)相关性分析

总样本及分组样本相关性分析如表 5 所示。

依据表 5 数据可知,不同参数的相关系数绝对值不到 0.5,绝大多数相关系数甚至小于 0.3,所选取变量之间具有较低的相关性,两两之间不具备多重共线性问题。研发支出同企业绩效之间的相关系数为 0.122,并且在 1%的显著性水平下显著,说明研发投入与企业绩效之间的关系是正相关关系,初步验证了假设 1。

在低融资约束组,研发支出同企业绩效之间的相关系数为 0.198,并且在 1%的显著性水平下显著;在高融资约束组,研发支出同企业绩效之间的相关系数为 0.111,并且在 5%的显著性水平下显著,初步说明研发投入与企业绩效之间的关系是正相关关系。并且,相较于高融资约束组,低融资约束企业的研发支出对企业绩效的正相关关系更为显著。初步验证了假设 2。

(三)回归性分析

进行回归分析能否顺利,一定程度上取决于变量数据之

间是否满足相对独立,是否不具有多重共线性这些条件,之后进行回归性分析,以此来验证假设是否成立(表6)。

表6 变量回归性分析

变量	总样本	低融资约束组	高融资约束组
	ROA	ROA	ROA
RD	0.001***	0.005***	0.001***
SIZE	0.017**	0.012**	0.014**
LEV	-0.240***	-0.281***	-0.203***
GROWTH	0.005***	0.004***	0.004***
TURN	0.032**	0.101	0.017**
调整后的 R ²	0.231	0.271	0.223
F	49.093	30.720	23.951
自由度(N)	794	394	394
DW	1.516	2.015	2.035
VIF	1.041	1.210	1.045
C	-0.269	-0.184	-0.198

注:***表示在1%显著性水平显著相关,**表示在5%显著性水平显著相关,*表示在10%显著性水平显著相关。

由表6数据显示可知:DW的数值普遍在2附近,说明了样本与样本之间的相对独立,满足回归分析所需的要求;VIF的数值普遍小于5,说明样本间不存在多重共线性,满足回归分析要求。

根据总样本回归,研发支出与企业绩效之间呈正相关关系,并且在1%的显著性水平下显著,满足假设1。企业重视研发活动,加大对于研发支出所需现金的投入比例,更为合理地运用这部分资金,从而创新出尚未出现在市场的新型产品、专利技术以及效率更为优异的生产线,提高生产效率,占有更高的市场份额,满足消费者的更多需求,从而获取更高的企业绩效。基于以上总样本回归分析结果,得出企业绩效、研发支出、企业规模、资产负债率、营业收入增长率、总资产周转率、融资约束指数之间的定量关系(回归方程)如下:

$$ROA = -0.269 + 0.001 \times RDS + 0.017 \times SIZE - 0.240 \times LEV + 0.005 \times GROETH + 0.032 \times TURN$$

根据分组回归,在高融资约束组中,研发支出的回归系数数值为0.001,而在低融资约束组中,研发支出的回归系数数值为0.005,系统值有所上升。故而可知,在其他条件不变的情况下,当企业出现融资约束时,相较于高融资约束组,低融资约束企业的研发支出对企业绩效的正向作用更为显著。从而验证了假设2。

基于以上分组回归分析结果,低融资约束回归方程如下:

$$ROA = -0.184 + 0.005 \times RD + 0.012 \times SIZE - 0.281 \times LEV + 0.004 \times GROETH + 1.101 \times TURN$$

高融资约束组回归方程如下:

$$ROA = -0.198 + 0.001 \times RD + 0.014 \times SIZE - 0.203 \times LEV + 0.004 \times GROETH + 0.017 \times TURN$$

由控制变量可知,当企业存在融资约束时,企业绩效不仅仅受到研发支出的影响,还与企业规模、资产负债率、营业收入增长率、总资产周转率有一定的相关性,也就说明了企

业绩效的提升是受到众多因素影响的,当企业想要达到提升企业绩效的目的时,需要考虑多方因素对其带来的影响。

四、结论与建议

本文主要研究生物医药行业上市公司融资约束、研发支出与企业绩效的关系,得出以下结论:研发支出与企业绩效呈现正相关关系,相对于融资约束程度较高的企业,低融资约束企业的研发支出对企业绩效的促进作用更为显著。

本文提出建议:一是重视企业创新,加大研发投入,瞄准核心技术和关键环节,注重技术创新和产品升级,优化研发资源配置,确保研发资金高效使用。二是拓宽融资渠道,探索多元化融资渠道,提升信用评级,降低融资成本,加强与金融机构的合作,建立长期合作关系,提高融资成功率。三是企业应发挥规模经济效应,确保规模扩张与绩效提升同步;控制负债水平,保持合理的资本结构;关注市场拓展,扩大市场份额,保持长期竞争力;优化资源配置,提高资产运营效率,促使生物医药行业高质量发展。

参考文献:

[1]梁红丹.企业研发支出对企业财务绩效的影响研究——以高新技术企业为例[J].中小企业管理与科技,2023(24):70-72.

[2]徐杰,刘佳.研发支出资本化对高新技术企业绩效的影响研究[J].中国集体经济,2023(2):78-81.

[3]王珊珊.创新投入对企业绩效的影响研究[J].全国流通经济,2023(15):88-91.

[4]胡莹.高新技术企业研发支出与企业绩效关系研究[J].现代商业研究,2024(10):5-7.

[5]胡晓平.融资约束与企业绩效的实证研究[J].黑河学院学报,2021,12(10):56-60.

[6]马雨萱.论融资约束对企业绩效的影响——基于决策权配置视角[J].中小企业管理与科技(上旬刊),2021(6):49-52+55.

[7]李鑫.融资约束对科技型中小企业研发投入的影响研究[J].农场经济管理,2023(12):44-47.

[8]徐珍珍.融资约束、研发投入和我国制造业企业价值[J].经营与管理,2023(2):36-41.

科技企业孵化载体创新服务与创新氛围 对在孵企业创新绩效的作用机理分析

李伟保¹ 韩天明² 冯嘉淇¹ 尹佳豪¹

1.北华航天工业学院;2.北京海畔凯风文化科技有限公司

摘要:作为科技创新和科技成果转化支撑平台,科技企业孵化载体在助力科技企业创新绩效提升过程中发挥着重要作用。利用《中国火炬统计年鉴》相关统计数据对科技企业孵化载体创新服务与在孵企业创新绩效的关系进行了统计分析,结果显示二者的回归关系不够显著;为了深入分析孵化载体创新服务与在孵企业创新绩效的内在联系,融合资源基础理论(RBV)和能力-动机-机会(AMO)模型,提出了科技企业孵化载体创新服务、创新氛围与在孵企业创新绩效作用关系的机理模型。研究对于破解孵化结构黑箱、把握孵化效率不足、实现孵化绩效跃迁具有重要的理论和现实意义。

关键词:创新服务;创新氛围;创新绩效 **中图分类号:**F204 **文献标识码:**A

基金项目:河北省社会科学发展研究课题“科技企业孵化载体创新服务与创新氛围对孵化绩效的跨层次影响研究”,项目编号:202402008。

引言

科技创新是推动经济高质量发展的核心动力。科技企业孵化载体作为培育初创企业、促进科技成果转化的关键平台,在国家创新体系中发挥着重要作用。我国政府高度重视科技企业孵化载体发展,不断完善创新创业服务体系,强化科技企业孵化载体功能^[1]。但随着孵化载体的不断发展,重规模轻质量、同质化竞争严重等问题也日益凸显,总体孵化质量和效率不尽如人意。如何实现孵化载体由规模和数量增长向高质量发展转变,以及如何提高在孵企业创新绩效成为科技企业孵化载体高质量发展亟须解决的问题。

目前,国内外学者对科技企业孵化载体与在孵企业创新绩效的关系展开了研究。刘祯等运用超效率SBM-DEA模型测算了科技企业孵化器人力、财力和物力投入在孵化能力、技术创新、经济效益和社会效益四个方面的产出效率^[2];胡玲等运用改进熵值法和灰色关联度分析法验证了孵化机构物质资本资源、人力资本资源和组织资本资源对在孵企业绩效提升具有显著的正向影响^[3];张育广和张超分析了众创空间人力、物力、财力和服务投入所产生的经济、社会、创新和孵化效益^[4]。通过文献梳理发现,学者们主要分析科技企业孵化载体的人力、物力、财力、组织和服务等方面的投入对在孵企业创新绩效的影响。本文将科技企业孵化载体的各项投入统称为创新服务,为了进一步验证创新服务与创新绩效的关系,基于已有统计数据,对二者的关系进行回归分析。

一、科技企业孵化载体创新服务与在孵企业创新绩效的回归分析

(一)数据来源

为了全面直观地对我国科技企业孵化载体的创新服务效果进行统计分析,本文以科技部火炬高技术产业开发中心编制的《中国火炬统计年鉴》统计数据为数据来源,选取与孵化载体创新服务及在孵企业创新绩效相关的统计指标作为研究变量。

《中国火炬统计年鉴》中入统的科技企业孵化载体包括科技企业孵化器、众创空间和国家大学科技园。由于国家大学科技园的统计数据中缺少有关在孵企业创新绩效的相关指标,因此,本文选取国家级孵化器和国家备案众创空间这两种典型的孵化载体为研究对象。鉴于数据可获取性,科技企业孵化器采用2014—2023年我国31个省区市(不包括港澳台地区,下同)的统计数据,众创空间采用2017—2023年31个省区市的统计数据。

(二)变量设计及指标计算

1.科技企业孵化器。本文从《中国火炬统计年鉴》的统计数据中摘取了12个指标对孵化器的创新服务和在孵企业的创新绩效进行描述。其中,创新服务分别从人、财、物3个方面的投入来衡量^[2,4],形成5个自变量;在孵企业创新绩效从创新能力、融资能力、融资水平和收入水平4个方面来衡量^[3],形成5个因变量。具体的变量名称及对应的统计指标和

作者简介:李伟保(1985—),女,河北省沧州市人,讲师,博士,主要研究方向为科技创新管理;韩天明(1982—),男,陕西省西安市人,副教授,博士,主要研究方向为数字化管理;冯嘉淇(2005—),女,河北省沧州市人,本科,主要研究方向为技术创新;尹佳豪(2005—),男,贵州省遵义市人,本科,主要研究方向为技术创新。

计算方法如表 1 所示。

表 1 科技企业孵化器创新服务与在孵企业创新绩效变量设计及指标计算方法

变量类型	变量名称	指标计算
自变量	人员 X ₁	管理机构从业人数/在孵企业数
	人员 X ₂	创业导师人数/在孵企业数
	资金 X ₃	孵化基金总额(千元)/在孵企业数
	资金 X ₄	对公共技术服务平台投资额(千元)/在孵企业数
	场地 X ₅	孵化场地总面积(平方米)/在孵企业数
因变量	创新能力 Y ₁	高新技术企业数/在孵企业数
	融资能力 Y ₂	当年获得投融资企业数/在孵企业数
	融资水平 Y ₃	当年获得的风险投资额(千元)/当年获得投融资企业数
	收入水平 Y ₄	在孵企业收入/在孵企业数
	收入水平 Y ₅	收入达 5 千万元企业数/当年毕业企业数

2.众创空间。本文从《中国火炬统计年鉴》的统计数据摘取了 17 个指标来描述众创空间的创新服务和在孵企业及创新团队的创新绩效,其中创新服务分别从人、物、服务 3 个方面的投入来衡量^④,形成 6 个自变量;在孵企业及创新团队的创新绩效主要从创新能力、融资能力和成长能力 3 个方面来衡量^⑤,形成 4 个因变量。具体的变量名称及对应的统计指标和计算方法如表 2 所示。

(三)回归分析

1.科技企业孵化器。本文收集了全国 31 个省区市 2014—2023 年 10 年间的数据,根据表 1 的变量设计和指标计算方法,以 Y₁ 至 Y₅ 为因变量,以 X₁ 至 X₅ 为自变量进行多元线性回归分析,回归结果如表 3 所示。

从表 3 的回归结果汇总可以看出,就因变量而言,除了 Y₁、Y₄ 与多数自变量显著相关外,其余因变量与自变量的回归关系不够显著。如 Y₂ 只与 5 个自变量中的 X₁、X₂、X₃ 显著相关,Y₃ 只与 5 个自变量中的 X₃、X₅ 显著相关,Y₅ 只与 5 个字变量中的 X₄ 显著相关。并且,Y₂ 和 Y₃ 回归方程的回归系数负数较多,表明人力和场地投入越多,创新绩效就越差,这与常理不符;就自变量而言,除 X₃、X₄、X₅ 对多数因变量有一定的解释力外,其他自变量与大多数因变量的回归关系均不

显著。总体来说,结果显示 5 个自变量与 5 个因变量的回归系数不够显著,表明孵化器创新投入对在孵企业创新绩效的促进关系没有得到实证检验的足够支持。

表 3 科技企业孵化器创新服务与在孵企业创新绩效回归结果汇总

因变量	创新能力 Y ₁	融资能力 Y ₂	融资水平 Y ₃	收入水平 Y ₄	收入水平 Y ₅
常数项	0.061	0.073	3943.844	1811.852	0.212
人员 X ₁	0.046**	-0.045***	-146.079	-3014.365	-0.199
人员 X ₂	-0.005	0.016*	-1251.037	3481.269**	0.031
资金 X ₃	0.00***	0.00***	3.251***	1.186***	0.000
资金 X ₄	0.01***	0.000	-0.710	22.16***	0.001**
场地 X ₅	0.02**	0.000	-2.071**	2.20*	0.000
R ²	0.189	0.106	0.324	0.092	0.023
F 统计值	14.149***	7.194***	29.076***	6.127***	1.452
样本量 n	310	310	310	310	310

注:***、**、* 分别表示在 0.01、0.05 和 0.1 的水平上显著。下表同。

2.众创空间。本文收集了全国 31 个省区市 2017—2023 年 7 年间的数据,根据表 2 的变量设计和指标计算方法,以 Y₁ 至 Y₄ 为因变量,以 X₁ 至 X₆ 为自变量进行多元线性回归分析,回归结果如表 4 所示。

表 4 众创空间创新服务与在孵企业创新绩效回归结果汇总

因变量	创新能力 Y ₁	创新能力 Y ₂	融资能力 Y ₃	成长能力 Y ₄
常数项	-0.001	-0.167	0.189	0.136
人员 X ₁	-0.014	-1.683	0.083**	-0.231**
人员 X ₂	0.003	0.55*	0.061*	0.043
场地 X ₃	0.001	0.219***	-0.012***	0.028***
服务 X ₄	0.001**	-0.015**	0.000	0.001
服务 X ₅	0.000	0.038***	0.000	0.005**
服务 X ₆	0.082***	0.663	-0.119**	0.36***
R ²	0.318	0.548	0.089	0.391
F 统计值	13.922***	42.301***	3.392***	22.33***
样本量 n	186	216	216	216

3.因变量 Y₁ 缺少 2017 年 31 个省区市的统计数据,因变量 Y₂、Y₃、Y₄ 缺少 2017 年西藏的统计数据。

表 2 众创空间创新服务与在孵企业创新绩效变量设计及指标计算方法

变量类型	变量名称	指标计算
自变量	人员 X ₁	众创空间服务人员数/(当年服务的创业团队数+当年服务的初创企业数)
	人员 X ₂	创业导师人数/(当年服务的创业团队数+当年服务的初创企业数)
	场地 X ₃	提供工位数/(当年服务的创业团队数+当年服务的初创企业数)
	服务 X ₄	举办创新创业活动场次/备案众创空间数
	服务 X ₅	开展创业教育培训场次/备案众创空间数
	服务 X ₆	当年获得技术支撑服务的团队和企业数/(当年服务的创业团队数+当年服务的初创企业数)
因变量	创新能力 Y ₁	(常驻创业团队拥有有效知识产权数+常驻初创企业拥有有效知识产权数)/(当年服务的创业团队数+当年服务的初创企业数)
	创新能力 Y ₂	(常驻创业团队拥有有效发明专利数+常驻初创企业拥有有效发明专利数)/(常驻创业团队拥有有效知识产权数+常驻初创企业拥有有效知识产权数)
	融资能力 Y ₃	(当年获得投融资的创业团队数+当年获得投融资的初创企业数)/(当年服务的创业团队数+当年服务的初创企业数)
	成长能力 Y ₄	新注册企业数/当年服务的创业团队数

从表4的回归结果汇总可以看出,就因变量而言, Y_1 与 X_4 、 X_6 显著相关,但回归系数接近于0。 Y_2 与 X_2 、 X_3 、 X_4 、 X_5 等4个自变量显著相关,但与 X_4 的回归系数为负值。 Y_3 、 Y_4 与自变量的回归系数也均出现负值,表明创新投入的增加导致创新绩效下降,这与常理是不符的;就自变量而言,与因变量显著正相关,且回归系数显著不为0的回归关系只出现在 X_2 与 Y_2 、 X_3 与 Y_2 以及 X_6 与 Y_4 之间,其他变量之间则没有表现出充分的解释力。总体来说,结果显示6个自变量与4个因变量的回归系数不够显著,表明众创空间创新投入和创新服务对创业团队和初创企业创新绩效的促进作用没有得到实证检验的足够支持。

(四)统计分析的不足之处

1.数据汇总导致的差异性缺失。不同科技企业孵化载体提供的创新服务存在差异,其对在孵企业创新绩效的影响也不尽相同,创新服务和创新绩效相关性的精确衡量,有赖于对单个孵化载体创新服务的准确度量。但是火炬高技术产业开发中心编制统计年鉴时不得不采用汇总方式,得到的是省级层面汇总后的结果,这就把孵化载体之间创新服务的差异水平平均化了,回归结果是创新服务平均数与创新绩效平均数之间的相关性,这显然不能准确体现单个孵化载体创新服务对在孵企业创新绩效的影响。

2.基于可得数据的变量设计局限导致的变量之间关系的不准确,本文采用了《中国火炬统计年鉴》的数据指标来衡量创新服务和创新绩效,虽然数据来源是权威、可信的,但统计年鉴中的数据指标不足以全面准确地描述二者的关系。对于在孵企业的创新过程来说,孵化载体的创新服务是外因,在孵企业自身掌握的异质性创新资源和创新能力才是决定在孵企业创新绩效的内因,即核心解释变量。孵化载体的创新服务是对在孵企业已有创新资源的有益补充,对在孵企业的创新起到加速和调节作用。但是统计年鉴不可能对单个在孵企业的创新资源进行统计,因此无法实现对调节作用的检验。本文认为,要准确刻画孵化载体的创新服务对在孵企业创新绩效的影响路径,需要获得孵化载体层和在孵企业层的更多研究变量的数据,进行更为严格的变量设计和调研设计。

3.统计指标差别导致的统计分析不一致。科技企业孵化器 and 众创空间是同一类型的孵化载体,但是《中国火炬统计年鉴》中对二者的指标设计却不尽相同,这导致了变量设计和回归分析要分开进行。对两种性质相同的孵化载体的实证分析也应该纳入一个统一的模型里,因此需要建立全新的分析模型,并通过调研获取研究数据,以弥补基于统计数据分析的不足。

二、孵化载体创新服务与创新氛围对在孵企业创新绩效的作用机理模型构建

前文分析指出,科技企业孵化载体创新服务对在孵企业创新过程具有调节作用,这与其他学者的研究是一致的。资源基础理论(Resource-Based view, RBV)认为,孵化载体通过聚合资源、建立关系网络、供给知识等为在孵企业提供创新服务,促进孵化绩效的提升^[3-6];孵化载体为在孵企业提供高度匹配的创新资源,降低在孵企业的资源搜寻成本^[7]。而根据能力-动机-机会(AMO)模型,良好的创新氛围也能调节组织创新过程,提高创新绩效。组织环境(即机会)与个体能力和动机协同作用,共同提升组织创新绩效^[8]。良好的组织创新氛围通过增强个体的“情怀”激发个体层面的创新行为,促进创新成果的持续产出,间接提高组织层面的创新绩效^[9-10]。AMO模型主要关注企业内部的个体员工与组织两个层面之间的关系,而孵化载体与在孵企业的关系与此类似。因此,我们认为科技企业孵化载体营造的创新氛围也可能对在孵企业的创新绩效有着重要影响。

基于上述讨论,本文融合RBV理论和AMO模型,提出了科技企业孵化载体创新服务与创新氛围对在孵企业创新绩效的作用机理模型(见图1)。在孵企业层,创新过程可以表示为“创新资源→创新能力→创新绩效”这样一个因果链条;孵化载体层,科技企业孵化载体为在孵企业提供创新服务,并营造良好的创新氛围,以调节在孵企业层的创新过程。

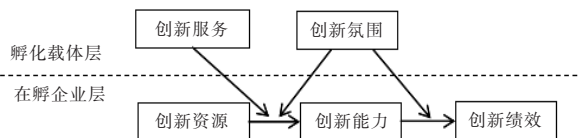


图1 科技企业孵化载体创新服务与创新氛围对在孵企业创新绩效的作用机理模型

(一)创新服务促进在孵企业创新资源向创新能力转化

创新资源包括创新活动所需的高质量信息、先进知识和关键技术,是创新的根基。科技企业孵化载体通过不断扩张社会资本网络,可以为在孵企业提供优质的异质性资源^[1],这些异质性资源具有难以模仿性和稀缺性,成为在孵企业已有创新资源的重要补充^[10];在孵企业获取的创新资源禀赋增加,将对创新能力的提升产生更大程度的促进作用^[11]。

创新需要企业、研发机构、高等院校、政府部门以及服务部门等多个创新主体协同互动来实现,构建和扩张由各创新主体构成的社会资本网络显得尤为重要,孵化载体在这个网络中居于枢纽地位。首先,孵化载体通过促进产业链上下游

企业合作,建立信息共享机制,破除在孵企业研究成果产业化中的信息壁垒和匹配瓶颈^[9],创新产出能够迅速产品化、产业化。其次,科技企业孵化载体通过与研发机构和高等院校建立稳定的技术合作渠道,为在孵企业的突破性创新提供先进知识和关键技术,催生高质量创新要素。再次,科技企业孵化载体通过政策解读、资源对接等方式,协助在孵企业与政府部门建立长期合作关系,以获取产业扶持政策、资质认证等行政支持。最后,通过与金融机构合作,为在孵企业寻求稳定的投融资渠道或潜在投资者^[12];通过聘请创业导师对在孵企业进行全流程的创新创业指导,开展行业专家讲座、技术交流活动等来促进各创新主体间的交流与合作,获取更多专业知识。不断扩张社会资本网络,驱动网络内部创新资源流动,帮助在孵企业积累创新资源,增强创新集聚效应,有效提升创新能力和创新绩效。

(二)创新氛围催化在孵企业创新过程

创新氛围是科技创新的土壤^[10],它不仅能够促进在孵企业的创新资源转化成创新能力,还能加速在孵企业的创新能力形成创新绩效,有效催化在孵企业创新过程。

创新氛围对在孵企业创新过程的催化作用可以从个体和群体两个层面展开。首先,个体层面,良好的创新氛围可以激发创新者的创新情怀,提升其创新行为的内驱力,进而加速创新资源转换成创新能力的进程。个体创新能力的提升激发更多的创新成果产出,从而提升在孵企业创新绩效。其次,群体层面,宽松、包容的创新氛围为在孵企业营造开放环境,塑造文化认同^[13],鼓励相关领域在孵企业交流互动,实现知识共享、资源互补,激发创意碰撞,促成更多创新成果。在充满活力的创新氛围里,创新者和创新团队更易解除思想包袱、突破思维局限,大胆创新,更好地发挥创造力和提升创新能力,催生更多创新想法。同时,良好的创新氛围能够吸引更多创新创业团队和科技型初创企业加入孵化载体,为孵化载体注入更多的创新活力。

结语

本文利用权威的统计数据,通过详细的变量设计和指标计算,对孵化载体创新服务与在孵企业创新绩效之间的关系进行了实证检验,结果显示二者回归关系不够显著,本文给出了三个可能的解释。在统计分析基础上,结合 RBV 理论和 AMO 模型,提出了如图 1 所示的带有调节作用的理论模型,用以刻画孵化载体创新服务和创新氛围通过调节在孵企业创新资源转化为创新能力、最终影响在孵企业创新绩效的过程。该模型提出的变量概念及变量关系是本文的贡献所在。对于图 1 所示的理论模型,未来还需要进行实证检验。需要通过编制详细的测量量表,制定严格的抽样方案,进行有效

的问卷调查以获取可信的调研数据,并利用多层次线性模型(HLM)进行数据分析,以期获得对图 1 理论模型可信的实证支持。

参考文献:

- [1]中共中央办公厅,国务院办公厅.中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要[DB/OL].https://www.gov.cn/xinwen/2021-03/13/content_5592681.htm,2021-03-13.
- [2]刘祯,何慧芳,李传举.基于空间效应的科技企业孵化器运营效率俱乐部收敛研究[J].科技进步与对策,2022,39(19):20-27.
- [3]胡玲,郭凯琪,金钟文.区域孵化机构资源对在孵企业绩效的影响——基于资源基础理论的视角[J].科技管理研究,2023(4):136-145.
- [4]张育广,张超.区域协同创新视角下广东省众创空间运行效率评价研究[J].科技管理研究,2024(17):67-76.
- [5]黄钟仪,吴潇,张廷玉.政府支持如何影响孵化服务与入孵企业创新的关系——基于中国众创空间数据的研究[J].重庆工商大学学报(社会科学版),2025,42(3):112-126.
- [6]梁祺,苏涛永.孵化器知识服务对创新孵化绩效的影响[J].科研管理,2022,43(1):98-104.
- [7]赵敏如.社会资本对在孵企业创新绩效影响的跨层次分析[J].中小企业管理与科技,2021(12):118-120.
- [8]李潭,张均辉,陈伟.制造企业智能化转型绩效影响因素的组态效应——基于“动机-能力-机会”(AMO)理论分析框架[J].科技管理研究,2024(10):143-152.
- [9]AMABILE T M,CONTI R,COON H,et al.Assessing the work environment for creativity[J].Academy of Management Journal,1996,39(5):1154-1184.
- [10]桂黄宝,李文静,王梦蕾,等.创新氛围对创新型企业根植的影响机制研究[J].科研管理,2024,45(6):33-44.
- [11]康健.资源获取视角下战略性新兴产业创新能力提升[J].科研管理,2017,38(4):39-45.
- [12]彭华涛,吴双.社会网络视角下内源与外源融资对创业绩效的影响[J].科技进步与对策,2023,40(15):32-42.
- [13]项钰雯,龙姝洁,吴文清.协同创新视角下科技企业孵化器价值共创组态路径模式研究[J].管理学报,2025(6):1-10.

国家审计与内部审计的关系演变与协同路径

仲悦

南京审计大学

摘要:自1983年我国正式建立内部审计制度以来,国家审计与内部审计的关系一直处于不断发展演化的过程中。将二者关系的演化分为探索初创阶段、巩固调整阶段、转型发展阶段和全面提升阶段等四个阶段。在不同历史阶段,国家审计和内部审计在审计职能方面各有侧重,两者的关系也从最初的主从关系逐渐发展为如今的协同合作。在对国家审计与内部审计之间关系进行梳理的基础上,深入探究推动二者关系演化的主要因素和现实需求。最后,从协同工作机制、审计计划协同、审计实施协同、审计成果运用协同四个方面提出了新时代国家审计与内部审计协同合作的路径与建议。

关键词:国家审计;内部审计;关系演变;审计协同 **中图分类号:**F239.4 **文献标识码:**A

引言

自1983年我国正式建立内部审计制度以来,国家审计与内部审计的关系便在时代的演进中不断重塑,从最初的主从依附逐步迈向协同共生的新阶段^①。两者关系的演变,既是适应时代发展的必然选择,也是提升审计监督整体效能的内在要求^②。然而,在推动审计全覆盖、实现审计高质量发展的征程中,如何进一步深化国家审计与内部审计的协同合作,仍面临诸多挑战。本文通过系统梳理两者关系的历史演进脉络,深入剖析演变背后的动因,以期为新时代构建更加科学高效的审计协同机制提供有益借鉴,助力国家审计事业在服务经济社会发展中发挥更大作用。

一、国家审计与内部审计关系发展概述

自1983年我国正式建立内部审计制度以来,国家审计与内部审计的关系经历了一系列的变化发展,从最初的“主从依附型”转变为如今的“协同共生型”。本文将该发展历程划分为四个阶段。

(一)探索初创阶段(1983—1992年)

1983年,中华人民共和国审计署成立;同年7月,审计署提交的《关于开展审计工作几个问题的请示》中,首次提出要建立和健全部门、单位的内部审计,实行内部审计监督^③。自此各企事业单位开始组建内部审计机构,其内审工作接受本单位及审计机关的“双重领导”。1985年8月,《国务院关于审计工作的暂行规定》中第十条对建立内部审计监督制度等作了较明确规定^④,这是新中国第一次有了关于内部审计的规定,不仅提高了内部审计在法规中的地位,更为建立内部审计制度提供了法规依据;同年12月5日,审计署发布《关于内部审计工作的若干规定》,对内部审计工作的相关细则进行规定,明确内部审计是部门、单位加强财政监督的重要手段,是国家审计体系的组成部分^⑤,推动了内部审计工作向前发展。1987年4月,中国内部审计学会成立。1989年,审计署颁布了《审计署关于内部审计工作的规定》。作为专门规

范内部审计工作的部门规章,该文件从职责界定、工作流程、监督要求等方面对内部审计进行了明确,成为早期指导我国内部审计实践的重要制度准则。

在这一阶段,内部审计的发展还不成熟,尚在萌芽阶段,针对内部审计的法律法规等在许多方面有待进一步补充完善。它的探索与进步,需要国家审计的领导与推动,国家审计与内部审计在这一阶段呈现出“主从依附型”关系。

(二)巩固调整阶段(1993—2002年)

1993年11月,党的十四届三中全会通过了《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》,社会主义市场经济的发展、经济的多元化突出了企业内部管理的重要性,内部审计逐渐成为一个聚焦点。1994年8月,《中华人民共和国审计法》颁布,将建立健全内部审计制度上升为一项法律规定,从法律层面明确了内部审计在国家审计体系中的地位,也为国家审计与内部审计关系的规范化发展提供了保障。1995年,审计署以1号令的形式对《审计署关于内部审计工作的规定》进行了首次修订。2002年,中国内部审计学会正式更名为中国内部审计协会,对内部审计进行专业管理。

在这一阶段,内部审计逐渐脱离国家审计的庇护,从制度和法律层面逐渐巩固自身地位,不断向着规范化、专业化方向发展。人们认识到内部审计在建立社会主义市场经济、深化企业改革中的重要作用。

(三)转型发展阶段(2003—2014年)

2003年3月,审计署全面修订《审计署关于内部审计工作的规定》。2006年2月28日,第十届全国人民代表大会常务委员会第二十次会议对《中华人民共和国审计法》进行了修订,规范了建立健全内部审计制度的相关表述。2010年2月2日,国务院第100次常务会议修订通过了《中华人民共和国审计法实施条例》,首次明确了内部审计自律组织的法律地位,并规定“审计机关可以通过内部审计自律组织,加强

作者简介:仲悦(2001—),女,江苏省宿迁市人,南京审计大学硕士在读,主要研究方向为政府审计。

对内部审计工作的业务指导和监督”^[6]。2014年10月,国务院印发《关于加强审计工作的意见》,为内部审计从传统模式向现代化转型提供了关键指引。

在这段时期,内部审计向着更加专业化的方向前进,审计法对内部审计的相关表述,以及内部审计自律组织法律地位的确定等既是内部审计发展到新阶段的一个标志,又是内部审计脱离国家审计保护独立发展的一个标志。

(四)全面提升阶段(2015年至今)

2015年12月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于完善审计制度若干重大问题的框架意见》《关于实行审计全覆盖的实施意见》等相关配套文件,对完善国家审计作出重大部署,也为进一步完善内部审计工作提供政策导向,在完善审计制度的大框架下,促使国家审计与内部审计在目标、职能等方面更好地衔接与协同。审计署在2018年1月再次以审计署第11号令的形式公布了新修订的《审计署关于内部审计工作的规定》,进一步拓展了内部审计职责范围;同月,审计署同步印发《审计署关于加强内部审计工作业务指导和监督的意见》,针对《审计署关于内部审计工作的规定》的核心内容展开进一步细化,为内部审计工作的落地执行提供了更为清晰的指引。2018年5月,中央审计委员会第一次会议强调:“要加强对内部审计工作的指导和监督,调动内部审计和社会审计的力量,增强审计监督合力”^[7]。”这不仅为国家审计与内部审计的协同发展划定了核心方向,更从政治战略层面深刻凸显了两者协同对于完善审计监督体系的关键价值,为后续工作奠定了顶层设计基础。2018年9月,内部审计指导监督司正式成立,与中国内部审计协会建立紧密协作机制,通过政策引导、资源整合与专业支持,携手推动内部审计事业迈入规范化、专业化发展的新阶段。

在这个时期,国家审计与内部审计的发展均渐趋成熟,随着审计全覆盖工作格局的全面实施,国家审计与内部审计的协同合作、协调发展成为主旋律,双方的关系呈现为协同型。

二、国家审计与内部审计关系发展的推动因素

(一)政策法规推动

结合上文分析不难看出,政策法规既是国家审计与内部审计关系演变的客观表现,也是关系演变的主要推动力。1983年内部审计初创,急需指引与领导,大部分“规定”类政府文件旨在强调建立内部审计制度,推动内部审计扩散式发展,并提出国家审计机关要起到指引与领导作用^[8]。国家审计领导内部审计的制度性安排,对于内部审计在我国的早期探索发挥了重要作用,为我国内部审计提供了发展的立足点。直至巩固调整与转型发展阶段,政府相关部门推出一系列政策法规激励内部审计发展与转型,国家审计与内部审计逐渐脱离,内部审计向内寻求更系统更专业的内部审计体系,向

外寻求更加独立与自由的发展空间^[9]。在相关政策推动下,国家审计与内部审计各自寻求突破。2015年,《关于完善审计制度若干重大问题的框架意见》《关于实行审计全覆盖的实施意见》等一系列政策文件将国家审计与内部审计的协同发展提上日程,双方关系进入了全新的阶段。与国家审计相关的一系列法律法规逐渐完善,国家审计与内部审计的职责、权限和工作要求进一步加以明确,为二者关系发展提供了制度保障。

(二)经济体制改革

在计划经济时代,我国经济运行主要依靠国家指令性计划调配资源,国有企业和事业单位作为经济活动的主体,其经营管理严格遵循国家计划安排。此时,国家审计凭借行政权力主导内部审计工作,内部审计机构作为国家审计在单位内部的延伸,主要职责是监督国家计划的执行情况,确保资源分配符合国家战略需求^[10]。

随着社会主义市场经济体制的逐步确立,经济主体呈现多元化特征,国有企业、民营企业、外资企业等共同参与市场竞争,经济活动变得更加复杂和多样化。企业为了在激烈的市场竞争中生存和发展,需要强化内部管理,提升运营效率和风险防控能力,内部审计的独立性和重要性日益凸显。以国有企业改革为例,在混合所有制改革过程中,内部审计从单纯的财务收支审计转向风险管理审计和效益审计,重点关注企业的战略决策、投资并购、内部控制等领域,评估企业经营活动的合规性、有效性和经济性^[11]。

(三)国家治理需求

国家治理现代化是我国全面深化改革的总目标之一,审计作为国家治理体系中的“免疫系统”,在维护国家经济安全、促进权力规范运行、推动政策落实等方面发挥着重要作用。国家治理需求的不断升级,对审计监督体系的完整性、有效性提出了更高要求。国家审计与内部审计作为审计监督体系的重要组成部分,需要加强协同合作,实现审计监督全覆盖。国家审计从宏观层面监督国家政策的执行、公共资源的分配和使用等情况,为国家治理提供决策依据。内部审计则从组织内部微观层面促进单位完善内部控制、防范风险、提高管理水平。国家审计与内部审计协同发展,能够形成从宏观到微观的完整审计监督链条,及时发现国家治理和组织管理中存在的问题,并提出针对性的建议,推动各单位和部门加强管理、完善制度,促进国家治理体系和治理能力现代化水平的提升。

(四)技术创新驱动

大数据、人工智能、云计算等数字化技术的飞速发展,深刻改变了审计工作的环境和方式。在审计数据采集方面,传统的手工查账方式逐渐被电子数据采集和分析所取代,审计人员可以通过网络获取被审计单位的财务数据、业务数据等

海量信息。在审计分析环节,人工智能技术能够对数据进行快速处理和深度挖掘,自动识别异常交易和潜在风险点,提高审计工作的精准度和效率。技术创新促使国家审计与内部审计加强合作,共同应对新技术带来的挑战和机遇。双方需要共享数据资源和技术工具,打破数据壁垒,实现信息互联互通。同时,新技术的应用也带来了新的审计风险,如数据安全风险、信息系统漏洞等。国家审计与内部审计需要共同研究应对策略,加强对信息系统审计和网络安全审计的合作,确保审计工作的安全性和有效性。

(五)审计理论演进

审计理论的发展对审计实践具有重要的指导作用。早期,审计理论主要围绕财务审计展开,关注被审计单位财务报表的真实性、合法性。随着经济社会的发展,审计理论逐渐向风险导向审计、绩效审计等领域拓展。风险导向审计强调以风险评估为基础,通过确定审计风险点确定审计重点和范围。绩效审计则侧重于评价被审计单位经济活动的经济性、效率性和效果性,关注资源的使用效益和政策目标的实现程度^[1]。审计理论的演进促使国家审计与内部审计重新审视自身职能定位和合作关系。在绩效审计方面,国家审计从宏观层面出发,对国家重大政策措施的落实情况、公共资金的使用效益等进行评价,为政府决策提供依据;内部审计则从微观层面,对企业内部的业务流程、项目运营等进行绩效评估,提出改进建议,促进组织优化管理。两者在审计目标、范围和方法上相互补充、相互融合。

(六)国际方面影响

一方面,随着国际贸易和投资的快速增长,我国企业跨境经营活动日益频繁,经济活动的复杂性和关联性显著增强。在此背景下,国家审计需要从宏观层面保障国家经济安全,防范国际经济风险传导;内部审计则要协助企业应对海外经营的合规性、市场风险等挑战。为满足跨国企业的审计需求,国家审计与内部审计需要加强信息共享和协作,提高审计效率和质量。另一方面,国际审计与鉴证准则理事会(IAASB)不断更新和完善国际审计准则,我国审计准则逐步与国际接轨。这促使国家审计和内部审计在审计理念、技术方法和质量控制等方面进行调整和改进,推动二者在遵循统一标准的基础上加强合作。并且我国积极参与国际审计组织活动,积极与其他国家审计机关开展合作与交流。这种国际间的互动不仅带来了先进的审计理念和技术,也促使国家审计与内部审计共同借鉴国际经验,联合开展相关审计工作,推动二者关系朝着协同合作的方向发展。

三、国家审计与内部审计协同的现实需求

(一)实现审计全覆盖的必然要求

在我国,审计对象不仅包括传统的党政部门、国有企业事业单位,还包括一些基金会、社会团体及个人,数量庞大、类

型复杂。审计内容涵盖政策执行、财务绩效、内部控制、风险防范以及生态环境、民生保障等各个方面。仅依靠国家审计的力量难以实现真正意义上的全覆盖。内部审计作为组织内部的监督机制,分布广泛,能够深入各个单位和部门的日常经营管理活动中。通过国家审计与内部审计的协同,国家审计可以借助内部审计的力量,对被审计单位进行更全面、细致的监督,弥补国家审计在覆盖面和审计频率上的不足,从而实现审计监督的全方位、无死角覆盖。

(二)提升审计质量和效率的有效途径

在当前审计任务日益繁重的情况下,国家审计和内部审计都面临着审计资源有限的问题。如果二者各自为政,不仅会造成审计资源的浪费,还可能导致审计质量下降。通过协同合作,国家审计可以充分利用内部审计的工作成果,如内部审计已经完成的审计项目资料、发现的问题线索等,减少重复劳动,节约审计时间和成本。同时,内部审计可以借鉴国家审计的先进审计技术方法和丰富的审计经验,提高自身的审计质量。此外,二者在审计过程中相互交流、协作,能够从不同角度发现问题,提高审计的准确性和全面性,进而提升审计质量和效率。

四、国家审计与内部审计协同路径探索

(一)建立健全协同工作机制

1.完善协同制度建设。国家审计机关应联合相关部门,制定国家审计与内部审计协同工作的具体制度和规范,明确协同的目标、原则、范围、方式以及双方的权利和义务等内容。例如,规定在特定类型的审计项目中,内部审计机构应提前向国家审计机关报送审计计划和工作重点,国家审计机关根据内部审计工作情况,合理安排审计资源,避免重复审计。同时,建立协同工作考核评价机制,对国家审计机关和内部审计机构在协同工作中的表现进行考核评价,将考核结果与单位绩效、个人奖惩等挂钩,以激励双方积极参与协同工作。

2.加强信息共享与沟通协调。搭建国家审计与内部审计信息共享平台,实现审计数据、审计报告、问题线索、整改情况等信息的实时共享^[2]。内部审计机构应及时将本单位的重大经济活动、内部控制缺陷、风险隐患等信息上传至平台,国家审计机关可以通过平台随时了解被审计单位的内部审计情况,为制定审计计划和开展审计工作提供参考。建立定期沟通协调机制,国家审计机关与内部审计机构定期交流审计工作进展情况,共同研究解决协同工作中遇到的问题。在审计项目实施过程中,加强现场沟通,国家审计组与内部审计人员保持密切联系;另外,双方可以共同对审计成果进行分析研究,总结审计发现的普遍性、倾向性问题,为政府部门制定政策、完善制度提供依据。

(二)强化审计计划协同

1.统筹制定审计计划。国家审计机关在编制年度审计项

目计划时,应充分征求内部审计机构的意见,了解被审计单位的内部审计计划安排、重点审计领域以及已发现的问题等情况。同时,内部审计机构在制定自身审计计划时,也应参考国家审计机关的年度审计重点和工作要求,结合本单位实际情况,合理确定审计项目和审计重点。通过双方沟通协调,对审计项目进行统筹安排,避免重复审计,提高审计资源的利用效率。

2.合理安排审计时间。根据审计项目的特点和重要程度,合理安排国家审计与内部审计的实施时间。对于一些时效性较强的审计项目,如专项审计调查,可以优先安排内部审计机构开展前期审计工作,收集基础数据和信息,国家审计机关在此基础上进行重点审计和复核,缩短审计周期,提高审计效率。对于一些常规审计项目,可以根据内部审计的工作进度,让国家审计机关适时介入,对内部审计工作质量进行监督和评价,同时利用内部审计成果,减少审计工作量。

(三)推动审计实施协同

1.联合组建审计组。在一些重大审计项目中,国家审计机关可以联合内部审计机构共同组建审计组。根据国家审计和内部审计人员的专业特长和经验,合理分工,明确各自的工作职责^[4]。例如,国家审计人员在宏观政策把握、法律法规运用等方面具有优势,可以负责审计项目的总体把控和重大问题的定性;内部审计人员对被审计单位的业务流程和内部管理情况熟悉,可以负责具体业务的审计和问题线索的挖掘。通过联合组建审计组,实现双方优势互补,提高审计工作的深度和广度。

2.共享审计技术方法。国家审计机关在长期的审计实践中凭借资源优势和人才优势积累了丰富的审计技术方法,尤其是在大数据审计技术的应用方面,优势明显^[5]。内部审计机构可以积极学习和借鉴国家审计的先进技术方法,提升自身的审计能力。同时,内部审计机构在日常审计工作中也总结了一些适用于本单位的审计技巧和方法。国家审计和内部审计通过共享审计技术方法,相互学习,共同提高审计工作的科学性和有效性。

(四)促进审计成果运用协同,推动问题整改

2023年5月23日,二十届中央审计委员会第一次会议指出:“审计整改‘下半篇文章’与揭示问题‘上半篇文章’同样重要,必须一体推进^[6]。”国家审计与内部审计应共同关注审计发现问题的整改情况,建立问题整改跟踪机制。内部审计机构负责督促本单位对审计发现问题进行整改,并及时向国家审计机关报告整改进展情况。国家审计机关对整改情况进行监督检查,对整改不力的单位进行重点跟踪和督促。对于一些涉及体制机制等深层次问题,国家审计机关和内部审计机构应共同分析原因,提出完善制度、加强管理的建议,推动被审计单位从根本上解决问题,提高整改效果。

参考文献:

- [1]饶曦,黄蓉兰,邱铭,等.我国国家审计与内部审计关系演进研究综述[J].金融教育研究,2020,33(6):49-55.
- [2]余冬梅.中国特色现代内部审计的制度表达研究[J].财会月刊,2024,45(21):84-88.
- [3]国务院批转审计署关于开展审计工作几个问题的请示的通知[J].中华人民共和国国务院公报,1983(18):812-814.
- [4]国务院关于审计工作的暂行规定[J].中华人民共和国国务院公报,1985(25):858-861.
- [5]审计署关于内部审计工作的若干规定[J].中华人民共和国国务院公报,1985(36):1193-1195.
- [6]中华人民共和国审计法实施条例[J].中国审计,2010(5):25-29.
- [7]习近平:加强党对审计工作的领导[DB/OL].新华网, https://www.xinhuanet.com/politics/leaders/2018-05/23/c_1122877538.htm,2018-05-23.
- [8]鲍国明.继往开来推动内部审计事业再创时代辉煌——在中国内部审计协会庆祝新中国成立70周年大会上的讲话[J].中国内部审计,2019(10):4-9.
- [9]李越冬.国家审计指导监督内部审计的路径研究[J].会计之友,2021(8):2-8.
- [10]王海兵,周焱,贺妮馨,等.内部审计发展文献综述:历史、演进和未来[J].财会月刊,2022(17):88-93.
- [11]党江艳.内部审计开展研究的实践框架探索[J].会计之友,2022(16):146-152.
- [12]邓宗艺.国家审计利用内部审计工作及成果的优化对策研究[J].中国内部审计,2024(2):81-86.
- [13]刘国常,陈金鹏.国家审计与内部审计协同治理问题研究[J].财会通讯,2022(13):19-23.
- [14]孙宇光.国家审计与国有企业内部审计协同发展探析[J].财务与会计,2022(11):76-77.
- [15]习近平.在二十届中央审计委员会第一次会议上的讲话[DB/OL].人民网, <http://politics.people.com.cn/n1/2023/1101/c1024-40107387.html>,2023-11-01.

研发投入与人才规模对经济增长的 门槛效应研究

——基于山东省 16 地市面板数据

张梦琦 宋学林

山东经贸职业学院

摘要:作为我国重要的工业基地和经济大省,山东省正全力推进新旧动能转换综合试验区建设,以促进经济增长。伴随产业结构升级和经济高质量发展,山东省对高素质技术技能人才的需求日益迫切。高等职业教育作为科技创新与科技型人才输出的重要阵地,对经济高质量发展提供科技和人才支持,因此,其科技创新水平和人才规模成为关注的焦点。科技创新离不开各地市的研发投入,人才规模则主要通过毕业人数反映,因此,以各地市研发投入和高职教育毕业人数作为门槛变量,选取 2014—2023 年山东省 16 地市的面板数据进行门槛回归的实证分析。研究发现,受研发投入水平和高等职业教育毕业人数的影响,山东省高等职业教育与经济增长表现为复杂的非线性关系,存在研发投入单门槛效应和高等职业教育毕业人数单门槛效应。为充分发挥高等职业教育对经济增长的促进作用,高等职业教育规模要保持在合理水平,同时,高等职业教育规模应当与当地研发投入水平相协调。

关键词:经济增长;研发投入;人才规模;门槛效应 **中图分类号:**F127;G719.2 **文献标识码:**A

基金项目:本文系山东省教育科学“十四五”规划 2023 年度课题“职业教育促进山东各地市经济发展的实证研究”的阶段性研究成果,项目编号:2023 ZC271,主持人:宋学林。

一、问题提出

在全球产业链重构与国内经济转型升级的双重驱动下,科技创新成为推动经济增长的关键动力,社会对科技型人才的需求日益旺盛,这不仅包括高层次科技研发人员,也包括具备实践创新能力的基层技术性人才。高等职业教育是培养技术性人才的主要阵地,也是连接教育链、人才链与产业链的关键纽带,在支撑区域经济高质量发展中的重要性日益显著。对于经济大省山东而言,随着其“十四五”规划中“建设制造业强省、海洋强省”目标的提出^[1],以及新旧动能转换综合试验区等国家战略的叠加落地,其对具备实践能力与创新素养的技术技能人才产生了爆发式需求,高职教育的经济价值日益凸显。此外,在山东省大力推进“职教高地”建设的背景下,各地市高职教育资源投入持续加大,高职教育规模也不断扩张。但部分地区也暴露出专业设置与产业需求错配、校企合作深度不足、研发投入水平低等问题。因此,如何打破发展瓶颈、发挥高等职业教育对经济增长的积极作用,成为关注的热点。本文以高职教育资源投入中的研发投入与人才规模(高职教育毕业人数)为门槛变量,深入探索高等职业教育与经济增长之间的动态关系。

二、文献综述

国外学者对高等职业教育与经济增长关系的研究起步较早。人力资本理论的代表人物舒尔茨强调,教育是一种对

人力资本的投资,能提升劳动者素质,从而促进经济增长^[2],这为研究高职教育对经济增长的作用奠定了理论基础。Kong 等指出,职业教育通过提高劳动者技能水平,进而提升生产效率,最终推动经济增长^[3]。在实证研究方面,部分学者运用计量经济学模型,分析职业教育投入与经济增长的关系,普遍认为二者存在正向关联。

国内相关研究也取得了丰硕成果。大部分学者聚焦高等职业教育对区域经济增长的促进作用。许尚立等提出,高职教育的技术技能人才培养显著促进我国区域经济的稳步增长,且存在区域差异性^[4];何佑石、祁占勇就我国高等职业教育对区域经济增长贡献率及作用机制进行研究,发现高等职业教育对区域经济增长具有显著的正向贡献作用,且贡献率为 0.9%^[5]。还有部分学者对高等职业教育与经济发展耦合协调度进行研究。石伟平等的研究表明,高职教育与经济发展的耦合协调度逐渐提升^[6]。周明芳认为,高职教育与经济发展水平之间存在长期均衡关系,当经济发展短期偏离长期均衡点时,系统将进行反向调整^[7]。

现有研究虽然在高等职业教育对经济增长的促进作用、作用机制以及贡献程度等方面取得了一定成果,但仍存在不足。在研究方法上,多从线性关系出发,忽略了二者之间可能存在的非线性关系,未能全面揭示高等职业教育对经济增长的复杂影响。在研究内容上,在对高等职业教育与经济增长

作者简介:张梦琦(1996—),女,山东省潍坊市人,助教,硕士,主要研究方向为金融科技;宋学林(1982—),男,山东省潍坊市人,副教授,硕士,主要研究方向为金融科技。

关系的考察中,鲜有将科技创新投入、高等职业教育规模等纳入考量范围,难以综合考量各因素相互作用下的实际影响。在研究对象上,部分研究样本数据的时效性和全面性有待提升,导致研究结论的普适性受限。基于此,本研究以山东省为例,运用门槛模型深入分析高等职业教育发展与经济增长的非线性关系,同时综合考虑科技创新投入、高等职业教育规模、政策环境等因素,拓展研究广度与深度,为山东省高等职业教育发展与经济增长提供更具价值的理论支持和实践指导。

三、研究设计

(一)模型设定

本文聚焦高等职业教育与经济增长的关系研究,考察以研发投入、高等职业教育毕业人数为门槛变量时,高等职业教育与经济增长之间的相互关系。门槛回归方法作为计量经济学领域的非线性分析工具,其核心优势在于能够通过自动识别并估算门槛值,实现对变量分组效应的统计检验。从检验逻辑来看,若实证结果未检测到显著的门槛效应,则可判定高等职业教育与经济增长呈现线性相关关系;若门槛效应通过统计显著性检验,则表明二者的关系具有非线性特征。本文以 Hansenc 提出的门槛回归模型为理论框架^[9],探究在研发投入、高等职业教育毕业人数这两种门槛约束下,高等职业教育对经济增长的影响效果。

$$PerGDP_{it}=\alpha_{it}+\beta_1Edu_{it}I(q_{it}\leq\gamma)+\beta_2Edu_{it}I(q_{it}>\gamma)+\theta X_{it}+\mu_{it}$$

上述公式中,下标 i 和 t 分别代表地市和年份; $PerGDP_{it}$ 是各个地市的人均实际生产总值,反映该地市的实际经济增长情况; Edu_{it} 表示高等职业教育; $I(q_{it}\leq\gamma)$ 和 $I(q_{it}>\gamma)$ 为示性函数; q 为单门槛模型中选定的门槛变量; γ 表示特定门槛值; X 为影响经济增长的一组控制变量; β_1 和 β_2 分别表示各解释变量对于被解释变量的相关性系数; μ_{it} 为随机干扰项。

(二)变量选取

1.被解释变量:经济增长。基于变量的可衡量性,在计量时,以人均实际生产总值($PerGDP$)作为替代变量。该指标的测算过程中,通过扣除价格波动因素有效剔除了名义价值变动对数据真实性的干扰,能够更精准地反映不同地区在特定时期内的经济实际发展水平。

2.解释变量:高等职业教育。科技创新在引领经济高质量发展中发挥着关键作用,科技创新离不开高素质人才的支持,高等职业教育是人才培养的重要来源。因此,本文将高等职业教育作为解释变量,衡量其对经济增长的促进作用。高等职业教育主要通过人才输出的方式支持经济发展,而高等职业教育人才的统计口径一般有三种,即高等职业教育招生人数、高等职业教育在学人数以及高等职业教育毕业人数。高等职业教育招生人数、高等职业教育在学人数都可能存在

一定的滞后效应,因此,同样基于变量的可衡量性,在计量时,本文选用高等职业教育的毕业人数(Edu)作为替代变量。

3.门槛变量:研发投入总量($R\&D$)、高等职业教育毕业人数(Edu)。研发投入总量是衡量一个国家或地区科技创新投入水平的核心指标,其规模与结构直接反映该区域在科技创新领域的资源配置力度。已有研究中,周芬、李希璠以研发投入总量衡量各省政府在科研创新领域的研发投入强度,并指出充足的研发资金供给能够为科技创新活动的开展提供物质保障,同时为经济增长注入持续动力^[9]。基于此,本文选取各地区研发投入总量作为门槛变量。同时,范晓婷等认为,高等职业教育对经济增长具有规模效应^[10],因此,本文既将高等职业教育毕业人数(Edu)作为高等职业教育计量时的替代变量,亦将其作为一个门槛变量。

4.控制变量:产业结构($Stru$)、城镇化水平(Urb)以及对外开放程度($Open$)。一是产业结构($Stru$)。王永华以第三产业产值与总产值之比衡量产业结构,通过实证分析指出,产业结构的优化升级能够推动生产要素向高效领域集聚,提升经济发展的质量与效率,进而对经济增长产生显著的促进作用^[11]。因此,本研究采用第三产业产值与总产值的比值作为衡量产业结构的量化指标。二是城镇化水平(Urb)。城镇化通过创造就业等方式成为经济增长的一个主要来源,是经济增长的重要推动力量。因此,本研究用各地市城镇人口与各地市总人口之比来衡量城镇化水平。三是对外开放程度($Open$)。本文采用进出口总额与地区生产总值之比来衡量各地市对外贸易发展程度。

(三)样本选择与数据来源

本文以 2014 年作为样本研究的起始年份,因数据更新限制,各地市可获取数据的最新年份为 2023 年。因此,本文选取 2014—2023 年山东省 16 地市的面板数据进行分析。其中,相关数据均来自山东省 16 地市统计年鉴。

四、实证研究

(一)变量描述性统计及多重共线性检验

在完成对上述变量样本期内所有观测数据的整理与核验后,本文采用 Stata 18 统计分析软件对各变量进行描述性统计分析,为后续实证检验的前提假设与模型结果解读提供基础数据支撑。描述性统计结果如表 1 所示。

表 1 变量的描述性统计

变量	定义	观测数	均值	标准差	最大值	最小值
$PerGDP$	人均实际 GDP/万元	160	7.63	3.55	17.66	2.64
Edu	高职毕业生人数/万人	160	1.87	1.67	8.36	0.17
$R\&D$	研发投入总量/百亿元	160	1.00	0.79	4.34	0.09
$Stru$	产业结构	160	0.48	0.06	0.63	0.30
Urb	城镇化水平	160	0.55	0.10	0.78	0.31
$Open$	对外开放程度	160	0.27	0.19	0.71	0.04

为确保模型可靠性,通过方差膨胀因子检验是否存在多重共线性。经计算,如表 2 所示, VIF 的平均值为 3.41, $0 < VIF < 10$,说明模型不存在多重共线性问题,不再进行修正处理。

表 2 多重共线性结果

变量	VIF	$1/VIF$
Edu	4.78	0.2090
$R\&D$	6.15	0.1626
$Stru$	2.26	0.4435
Urb	2.64	0.3791
$Open$	1.24	0.8036
$Mean$	3.41	—

(二)回归结果分析

1.门槛效应检验。本研究选取 16 地市中研发投入总量($R\&D$)、高等职业教育毕业人数(Edu)作为门槛变量,采用自助抽样法进行 300 次重复抽样,计算得到 F 统计量及相应的 P 值,以此作为门槛效应显著性判断的核心依据。计算结果如表 3 和表 4 所示。数据显示,以研发投入总量($R\&D$)为门槛变量时,对应的 P 值在 5%的统计水平上显著,表明高等职业教育与经济增长的关系中存在显著的单一门槛效应,且估算得出的门槛值为 113 亿元;另外,该模型未通过双重门槛检验,进一步证实不存在第二个显著门槛。当以高等职业教育毕业人数(Edu)为门槛变量时,对应的 P 值同样在 5%的统计水平上显著,此时也存在单一门槛效应,且估算得出的门槛值为 1.71 万人,该模型也未通过双重门槛检验,不存在第二个显著门槛。

表 3 门槛估计值结果

门槛变量	门槛效应检验	F 值	P 值	1%临界值	5%临界值	10%临界值
$R\&D$	单一门槛	29.68	0.0367**	34.8451	25.8104	22.6473
	双重门槛	7.69	0.5667	30.9371	23.8977	19.8451
Edu	单一门槛	26.53	0.0300**	28.6804	24.1443	20.4025
	双重门槛	8.11	0.5300	21.9953	20.1595	17.6310

注:***、**、* 分别表示在 1%、5%和 10%的统计水平上显著。下同。

表 4 门槛值估计结果

门槛变量	门槛模型	门槛估计值	95%置信区间
$R\&D$	单一门槛模型	1.1300	[1.0800,1.1600]
Edu	单一门槛模型	1.7200	[1.6800,1.7500]

综上,上述检验结果均证明,高等职业教育对经济增长存在非线性关系;研发投入总量($R\&D$)和高等职业教育毕业人数(Edu)为门槛变量时,模型都仅存在单一门槛效应。

2.门槛模型估计。表 5 呈现了以研发投入总量($R\&D$)和高等职业教育毕业人数(Edu)为门槛变量时,门槛效应模型的具体估计结果。如表 5 所示,当以研发投入总量($R\&D$)作为门槛变量时,该模型为单一门槛模型,对应的门槛值为 113 亿元;依据该门槛值,全部样本被划分为两组,分别对应研发

投入总量($R\&D$)低于 113 亿元与高于 113 亿元的两种情形。当研发投入总量($R\&D$)低于 113 亿元时,高等职业教育对经济增长呈现正向促进作用,但作用效果较小,影响系数为 0.2693,即高等职业教育毕业人数每增加 1 万人,对经济增长的促进效果为 0.2693;当研发投入总量($R\&D$)跨越 113 亿元时,高等职业教育对经济增长的影响在 1%水平上显著,此时,高等职业教育对经济增长的促进作用增强,影响系数为 1.0467,即高等职业教育毕业人数每增加 1 万人,对经济增长的促进效果提升 1.0467。由此可以看出,在研发投入总量($R\&D$)的不同区制下,高等职业教育对经济增长的促进效果也表现出差异,存在显著的门槛特征。根据门槛变量与门槛值的大小关系,将样本划分为低区制(即低于门槛值)和高区制(即高于门槛值)两个区间。以 2023 年研发投入总量($R\&D$)数据为例,山东省共有 8 个地市位于高区制,分别为济南、青岛、淄博、潍坊、烟台、日照、德州、临沂,这些地市的高等职业教育能够显著地促进经济增长。

表 5 门槛效应模型估计结果

门槛变量	$R\&D$	Edu
门槛值	113(亿元)	1.71(万人)
$Edu()$	0.2693* (0.1938)	0.0345* (0.2425)
$Edu()$	1.0467*** (0.1473)	0.7563*** (0.1532)
Str	9.2592*** (2.8153)	10.8324*** (2.9140)
Urb	9.4837*** (2.1481)	9.8312*** (2.1823)
$Open$	5.1128*** (1.1349)	4.7445*** (1.1477)

当以高等职业教育毕业人数(Edu)作为门槛变量时,该模型为单一门槛模型,对应的门槛值为 1.71 万人,依据该门槛值,全部样本也被划分为两组。当毕业生人数低于 1.71 万人时,高等职业教育对经济增长呈现正向促进作用,但作用效果较小,影响系数为 0.0345,即高等职业教育毕业人数每增加 1 万人,对经济增长的促进效果为 0.0345。也就是说,当高等职业教育规模较小时,即使毕业生人数增加,但对于经济增长的作用效果较弱;当毕业生人数高于 1.71 万人时,此时高等职业教育对经济增长的促进作用增强,影响系数为 0.7563,即高等职业教育毕业人数每增加 1 万人,对经济增长的促进效果提升 0.7563。由此可以看出,高等职业教育规模不同,高等职业教育毕业生人数对经济增长的促进效果也表现出差异,存在显著的门槛特征,这也说明高等职业教育对经济增长的促进效果存在规模效应。根据门槛值划分为低区制(即低于门槛值)和高区制(即高于门槛值)。以 2023 年高等职业教育毕业人数数据为例,山东省共有 10 个地市位于高区制,分别为济南、青岛、淄博、潍坊、烟台、济宁、泰安、

威海、日照、滨州,这些地市的高等职业教育能够显著地促进经济增长。

五、研究结论与政策建议

(一)研究结论

高等职业教育对经济增长的影响存在研发投入总量和高等职业教育毕业人数的单门槛效应,只有当研发投入总量和高等职业教育毕业人数达到一定门槛时,高等职业教育才能显著推动经济增长。伴随研发投入总量的增加,高等职业教育对经济增长呈现逐步促进的影响效果。在研发投入总量低于门槛值时,高等职业教育会对经济增长产生积极的促进作用,但影响的力度较小;当研发投入总量跨越门槛值时,高等职业教育开始显著促进经济增长。这是由于持续的科技创新投入为经济增长提供一定的物质基础,形成良好的创新环境;与此同时,高等职业教育所培养的高技能、创新型人才,可以加速科技创新成果向新产品转化,以此推动地区经济水平的提升。

伴随高等职业教育毕业人数规模的扩大,高等职业教育对经济增长呈现出促进的影响效果。在高等职业教育毕业人数规模低于门槛值时,高等职业教育会对经济增长产生积极的促进作用,但影响的力度较小;当高等职业教育毕业人数规模跨越门槛值时,高等职业教育开始显著促进经济增长。这也说明,高等职业教育存在规模效应,只有当高等职业教育规模达到一定程度时,高等职业教育带来的产教融合才能真正促进产业结构优化升级,为行业 and 产业发展输送高质量技术技能型人才,从而促进地区经济的快速增长。

(二)政策建议

1.强化政府财政投入引导作用。进一步加大地方政府在科技创新领域的财政预算占比,科技创新投入水平处于低区制的地市,可制定专项扶持方案,明确研发投入强度提升目标,通过设立专项奖励资金、优化研发费用加计扣除政策等方式,加大创新保障力度,推动其科技创新水平尽快达到高等职业教育促进经济增长的最佳区间。

2.支持高职院校参与产业技术创新。鼓励高职院校联合企业、科研机构组建产业技术创新联盟,聚焦地方产业升级中的技术痛点、难点问题开展联合攻关;支持高职院校依托自身科研优势,为中小企业提供技术咨询、工艺改进、产品研发等服务,推动科研成果向现实生产力转化,助力企业降本增效,为经济增长注入创新动能。

3.科学统筹规划职业教育规模。一方面,高等职业教育要顺应地方区域发展优势,契合地区产业发展需要,对高等职业教育规模进行适度扩展,以更好地服务于地方经济发展;另一方面,也要建立高等职业教育规模动态调整机制,根据专业发展情况对专业人数进行调整,进一步优化高等职业教

育规模。

4.推进高职教育与地方经济增长协同升级。高职院校根据地方产业发展趋势调整专业设置和课程体系,将企业生产标准、技术规范融入教学内容;深化校企合作办学模式,推行“订单班”“学徒制”等人才培养方式,引入企业技术骨干参与教学实践,培养适配地方经济发展的技术技能人才,实现高职教育质量提升与地方经济高质量发展的双向赋能。

参考文献:

- [1]山东省“十四五”制造强省建设规划[DB/OL].http://www.shandong.gov.cn/art/2021/9/7/art_97902_429688.html, 2021-09-07.
- [2]SCHULTS T W.Investment in human capital[J].American Economic Review,1961,51(1):1-17.
- [3]KONG D M,ZHANG B,ZHANG J.Higher education and corporate innovation[J].Economic Journal,2017,128(614): 2282-2320.
- [4]许尚立,张晓平,梅象华.基于LSRA的高等职业教育与区域经济发展关联性实证研究[J].职业技术教育,2022,43(35):40-44.
- [5]何佑石,祁占勇.高等职业教育对区域经济增长的贡献率及作用机制研究——基于2008—2017年31个省域面板数据的实证分析[J].当代职业教育,2025(1):92-101.
- [6]石伟平,范栖银,黄松洁.我国高等职业教育与区域经济耦合协调的机理、评价与启示[J].现代教育管理,2024(4): 106-118.
- [7]周明芳.高等职业教育与经济发展的互动关系研究——基于向量误差修正模型的分析[J].西部素质教育, 2025,11(8):42-45.
- [8]HANSENC B E.Sample splitting and threshold estimation[J].Econometrica,2000,68(3):575-6031.
- [9]周芬,李希璠.政府R&D资助对企业创新产出的影响研究——基于中国31个省级行政区划单位面板数据的实证分析[J].南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学),2020,57(3):65-72.
- [10]范晓婷,张梦琦,陈倩,等.研究生教育规模推动科技创新的门槛效应研究——基于1999—2019年31个省份的面板数据分析[J].学位与研究生教育,2022(8):38-45.
- [11]王永华.我国人力资本与区域创新能力的非线性关系研究——基于面板门槛模型的经验证据[J].经济问题,2015(6):47-50.

数字金融对融资约束的影响研究与机制分析

吴风奇 杜帆

湖南工业大学经管学院

摘要:数字金融通过技术革新,极大地优化了金融服务,有效缓解了企业的融资难题。这一变革对于支持企业成长、推动经济高质量发展具有极其重要的意义。基于2018—2022年沪深A股上市公司数据,实证探究数字金融对企业融资约束的影响。结果显示,数字金融在缓解企业融资约束上作用显著,这一结论在稳健性检验中得到了进一步确认。经机制检验发现,融资成本在其中起到了中介作用,数字金融通过降低融资成本,从而有效减轻了企业的融资压力。异质性分析结果表明,这种影响在不同类型和地区的企业中存在差异,其中在国有企业和东部地区表现得更为明显。研究成果不仅提供了理解数字金融与融资约束关系的新视角,也为企业的发展决策提供参考。

关键词:数字金融;融资约束;融资成本;中介效应 **中图分类号:**F276;F275 **文献标识码:**A

引言

数字金融是金融服务与业务中数字技术应用的体现,它涵盖了信息技术、互联网技术和移动技术等,通过充分发挥数据的生产力作用,构建了与数字经济时代相契合的金融环境。2021年颁布的《“十四五”数字经济发展规划》着重指出了推进数字金融建设刻不容缓。该规划明确表明,要借助数字资源这一新兴的生产要素,为经济增长增添全新的驱动力,助力经济持续向前发展。

数字金融的崛起为企业带来了新的融资曙光,它为企业提供了多样化的融资渠道和方式,有助于缓解融资难题,为企业成长注入新动力。在数字化技术的推动下,传统金融市场正经历着深刻变革,金融服务变得更为普及和高效。因此,研究数字金融如何影响融资约束,不仅有助于深入理解这一变革对企业融资环境的实际影响,还能为政策制定者提供有价值的参考。

一、文献综述与研究假设

(一)数字金融与融资约束

数字金融是数字化技术与大数据进步的结晶,展现了金融领域的新趋势。借助数字技术,数字金融可高效处理海量商业数据,精准识别客户需求并智能管理信贷风险,有效解决了传统金融体系在企业融资中的难题^[1]。皮天雷等的研究表明,金融科技融合大数据与人工智能手段,借助银行信贷途径,从多个维度对企业信用状况展开综合性评价^[2],如此一来,企业的真实实力得以更全面展现,信息不对称问题得到缓解,信用风险能够被精准识别,资源配置也更趋合理。

经过理论研究发现,企业与金融机构之间的信息不对称问题是造成融资障碍的重要原因。易行健和周利的研究表明,数字金融以其低服务门槛、低交易成本以及突破地域和

时间限制等独特优势,提高了金融的普惠性,并改变了社会的传统互动模式^[3]。任晓怡指出,数字金融使得企业能够以更加合理的成本获得融资,有效缓解了信息不对称给企业带来的融资约束^[4]。廖婧琳等的研究也发现,数字金融能够利用其信息整合优势来完善我国的征信系统,从而有效降低金融市场中的信息不对称^[5]。贺建清则认为,数字技术能够推动金融创新,为其创造出更多高质量的金融产品和跨地区的金融服务,解决了企业因地域发展不平衡导致的融资难题^[6]。基于上述分析,我们提出了以下假设。

假设1:数字金融能够有效缓解企业融资约束。

(二)数字金融、融资成本与融资约束

从资金需求方视角,数字金融推动企业在内外信息感知层面实现变革。内部信息的透明化和高效流转,有助于企业优化内部管理;而外部信息的快速收集与分析,则增强了企业的风险应对能力和投资决策的有效性,进一步推动了企业价值的增长,并加强了投资者对企业的信任^[7]。当投资者看好企业未来发展,其对高风险补偿的诉求会降低,这为企业融资成本下降创造了条件。同样,陈廉等的研究也表明,企业内部控制数字金融降低债务融资成本中发挥重要作用^[8]。余珍和周磊进一步强调了数字金融在提高企业风险管理和治理能力方面的作用,从而促进了企业价值的增长,并降低了企业的股权融资成本^[9]。

从资金提供者的视角来看,邱兆祥和栗勤两位学者指出,数字金融为众多资金提供者开拓了全新的渠道,使他们能够高效收集和整理资金需求方的信息^[10]。这一变革打破了传统银行对企业信息的独占局面,减少了银行在信贷市场上利用信息不对称而收取高额融资费用的可能性。数字金融的技术优势简化了银行的贷款审批流程,降低了审批过程中的

作者简介:吴风奇(1972—),男,湖南省茶陵市人,正高级会计师,硕士生导师,主要研究方向为公共管理及财务会计理论实务;
杜帆(2001—),女,湖南省岳阳市人,会计专硕在读,主要研究方向为企业财务会计。

人力和物力成本,从而减少了交易费用^[1]。根据交易成本理论,资金提供方成本的降低将直接反映在资金需求方融资成本的下降上。基于上述研究,提出以下假设。

假设 2:数字金融可以通过减少融资成本从而减轻企业融资约束。

二、实证研究

(一)研究设计

1.样本选取与数据来源。本文将沪深 A 股上市公司选定为研究对象,实证研究的时间跨度设定为 2018—2022 年。基于初始样本,为确保实证结果精准可靠,参照过往文献的通用做法,依次筛选以下几类样本:一是被标记为 ST 的公司样本,二是金融行业的样本,三是主要观测数据存在缺失的样本。同时,针对所有连续变量实施了 1% 和 99% 水平的 Winsorize 处理操作,用以排除极端值干扰。经上述步骤处理后,最终获取了 16253 个公司年度样本观测数据。本文中有数字金融的数据,源自北京大学数字金融研究中心课题组;其他数据信息,则取自国泰安数据库(CSMAR)。

2.变量选取与界定。本文的被解释变量是融资约束(KZ)。本文参考谭跃和夏芳,以及魏志华等的方法,选取 KZ 指数来衡量企业融资约束^[12-13]。KZ 指数借助剖析公司投资与资本结构间的关联,来判定公司是否受融资约束影响。KZ 指数越高,表明上市公司面临的融资约束程度越高^[13]。

本文的解释变量是数字金融(Dif)。根据国内数字金融相关文献参考发现,通常使用北大数字金融研究中心编制的数字普惠金融指数作为数字金融的代理变量^[14]。该指数由北京大学数字金融研究中心与蚂蚁科技集团研究院联合课题组编制,涵盖数字普惠金融指数以及数字金融覆盖广度、使用深度、数字化程度这三个维度。其中,使用深度指数又细分为支付、信贷、保险等业务分类指数,其覆盖中国内地 31 个省份约 2800 个县。本文选取省级数字金融指数作为代理变量,以提升实证分析可靠性。

本文的中介变量是融资成本(Fcost)。本文借鉴何剑等研究,企业融资成本可通过财务费用与总负债的比值进行测算。若该比值上升,表明企业借助融资渠道获取资金的代价增大^[15]。

参考已有文献,为保证回归模型解释力,排除虚假关联对研究结论的干扰,本文对公司特征及可能影响被解释变量的因素加以控制,设定如下控制变量:资产规模(Size)、资产负债率(Lev)、公司成长性(Growth)、第一大股东持股比例(Top1)、经营现金流量(Cflow)、审计意见(Audit)、经济发展水平(GDP),并控制年份(year)和行业(Ind)的影响。变量定义如表 1 所示。

3.模型构建。为了检验企业数字金融对融资约束的影响,本文基于双向固定效应模型,构建了模型(1)来检验 H₁。

$$KZ_{it}=\alpha_0+\alpha_1Dif_{it}+\sum control+\sum Year+\sum Ind+\varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中,i 和 t 分别表示企业和年份;KZ 表示融资约束;Dif 代表数字金融指数;controls 为控制变量组,包括资产规模(Size)、资产负债率(Lev)、公司成长性(Growth)、第一大股东持股比例(Top1)、经营现金流量(Cflow)、审计意见(Audit)、经济发展水平(GDP);Year 和 Ind 分别为控制的时间效应和行业效应。若 α₁ 为负数,则表明数字金融能够减弱融资约束,验证了假设 1,数字金融能有效缓解融资约束。

表 1 变量定义

变量类型	变量名称	变量定义
被解释变量	融资约束	KZ 指数
解释变量	北京大学数字普惠金融指数(Dif)	北京大学数字金融研究中心编制的中国市级数字普惠金融指数
	覆盖广度(Dif_Breadth)	数作为核心解释变量,并取其
	使用深度(Dif_Depth)	自然对数
	数字支持服务程度(Dif_Digitalize)	
中介变量	融资成本(Fcost)	财务费用/总负债
控制变量	企业规模(Size)	企业总资产的自然对数
	资产负债率(Lev)	企业总负债/总资产
	公司成长性(Growth)	(本期营业收入-上期营业收入)/上期营业收入
	第一大股东持股比例(Top)	企业第一大股东持股比例
	经营现金流(Cflow)	经营活动产生的现金流净额/总资产
	审计意见(Audit)	根据五种审计意见类型分别取值 1~5
	经济发展水平(GDP)	采用上市公司所在省份的 GDP 总值进行衡量

探讨企业融资约束时,融资成本无法回避。高昂融资成本会加大融资难度,加重融资约束程度。前文研究实证检验了数字金融与融资约束关系,在这个基础上,进一步探讨两者之间的作用机理和传导路径,在基准回归的基础上考虑中介效应,模型如下:

$$Fcost_{it}=\beta_0+\beta_1Dif_{it}+\sum control+\sum Year+\sum Ind+\varepsilon_{it} \quad (2)$$

$$KZ_{it}=\gamma_0+\gamma_1Dif_{it}+\gamma_2Fcost_{it}+\sum control+\sum Year+\sum Ind+\varepsilon_{it} \quad (3)$$

其中 Fcost 是融资成本。本文借鉴王璟等的方法,利用财务费用/总负债计算企业的融资成本,来反映企业融资费用的高低^[16]。若 β₁ 和 γ₂ 两者系数均显著即表明间接效应显著;当两者间至少有一个不显著,需进行 Bootstrap 检验。在间接效应显著的前提下,γ₁ 显著且 β₁、γ₂、γ₁ 同号则是部分中介效应,反之为遮掩效应;若 γ₁ 不显著,说明是完全中介效应。

(二)描述性统计

本文通过运用 Stata18 软件对各类变量进行描述性统计分析,分析结果如表 2 所示,共有 16253 个样本观测值,并在表 2 中进行了详细列示。观察数据发现,融资约束(KZ)的平

均数和中位数分别为 0.79、1.06，最小值为-6.52，最大值为 6.65，极差达到 13.17。*KZ* 指数差距大说明企业在融资方面所面临的约束程度存在显著差异，有的企业在获取外部资金以满足其运营和投资需求时，面临很大困难。当金融市场环境不佳、融资渠道受限时，公司面临更高的融资约束，*KZ* 指数升高。对于数字金融，采用北京大学数字金融指数衡量，数据显示其平均值为 376.7，但最小值只有 266.8，方差和极差较大，直接反映了当前各地区在普惠金融服务的覆盖面、可得性和使用情况等方面的水平差异显著。由于各省份的经济发展水平、金融基础设施建设、政策支持力度不同，所以有的省份在数字金融服务方面具有较高水平，而有的省份则相对滞后。控制变量中经济水平(*GDP*)数据显示，仍有省份经济水平低下，最低值只有 3705，远低于平均水平，降低了科技创新能力，制约了金融基础设施建设，从而影响数字金融服务的覆盖面和效率。

表 2 描述统计表

Variable	N	Mean	P50	SD	Min	Max
<i>KZ</i>	16,253	0.790	1.060	2.390	-6.520	6.650
<i>Dif</i>	16,253	376.7	379.5	45.86	266.8	460.7
<i>Dif Breadth</i>	16,253	361.1	362.1	48.96	256.1	455.9
<i>Dif Depth</i>	16,253	380.2	377.9	59.40	227.5	510.7
<i>Dif Digitalize</i>	16,253	421.9	421.7	24.42	351.4	467.2
<i>Size</i>	16,253	22.38	22.17	1.300	20.04	26.50
<i>Lev</i>	16,253	0.420	0.410	0.190	0.0600	0.880
<i>Growth</i>	16,253	0.310	0.120	0.770	-0.710	6.550
<i>Top</i>	16,253	33.01	30.58	14.56	7.860	73.56
<i>Cflow</i>	16,253	0.0500	0.0500	0.0700	-0.160	0.270
<i>Audit</i>	16,253	1.060	1	0.470	1	5
<i>GDP</i>	16,253	63,121	53,735	35,283	3,705	130,000

(三)回归分析

为验证上述假设，本文进行如下实证回归，结果见表 3。表 3 列(1)是控制了行业、年份和相关控制变量的回归结果，*Dif*对 *KZ* 指数在 1%的水平上显著，这一结果验证了 H_1 。意味着数字金融给企业融资带来新发展，其发展将有助于改善企业的融资问题。

进一步分析数字金融指数的三个层面：覆盖广度、使用深度和数字支持服务。如表 3 列(2)~列(4)所示，这三个指标均通过了 1%的显著性检验，数字金融覆盖广度、使用深度和数字支持服务对于企业融资约束的回归结果通过 1%的显著性检验，数字金融的广泛覆盖意味着更多企业能够接触到数字金融服务，从而更容易获得融资支持，缓解资金短缺的问题。企业深度使用数字金融服务，如在线支付、电子票据等，能够降低交易成本，提高资金流转效率，进而减轻融资压力。数字金融提供的支持服务，如风险评估、信用评级等，能够更准确地评估企业的信用状况，帮助企业更容易获得贷款和其他融资方式，从而降低融资约束。

表 3 回归分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>KZ</i>	<i>KZ</i>	<i>KZ</i>	<i>KZ</i>
<i>Dif</i>	-0.001*** (-3.78)			
<i>Dif Breadth</i>		-0.001*** (-2.97)		
<i>Dif Depth</i>			-0.001*** (-4.21)	
<i>Dif Digitalize</i>				0.003*** (-5.32)
<i>Size</i>	-0.192*** (-19.85)	-0.192*** (-19.83)	-0.193*** (-19.90)	-0.192*** (-19.87)
<i>Lev</i>	7.533*** (116.34)	7.536*** (116.37)	7.532*** (116.37)	7.528*** (116.33)
<i>Growth</i>	-0.065*** (-4.59)	-0.065*** (-4.58)	-0.065*** (-4.61)	-0.065*** (-4.60)
<i>Top</i>	-0.014*** (-18.47)	-0.014*** (-18.47)	-0.014*** (-18.50)	-0.014*** (-18.46)
<i>Cflow</i>	-18.542*** (-113.28)	-18.543*** (-113.25)	-18.540*** (-113.28)	-18.536*** (-113.30)
<i>Audit</i>	0.131*** (5.92)	0.131*** (5.95)	0.130*** (5.91)	0.129*** (5.86)
<i>GDP</i>	-0.000*** (-6.95)	-0.000*** (-7.25)	-0.000*** (-6.76)	-0.000*** (-6.71)
<i>Year</i>	控制	控制	控制	控制
<i>Ind</i>	控制	控制	控制	控制
<i>N</i>	16253	16253	16253	16253
adj. <i>R</i> ²	0.704	0.704	0.704	0.705
<i>F</i>	1,335.770	1,335.130	1,336.175	1,337.404

注：***、**、* 分别为 1%、5%、10%显著性水平，括号内汇报的为聚类稳健标准误。

(四)稳健型检验

改变解释变量：为了结论的可靠性，参照刘亚莉的做法^[17]，构建 *WW* 指数，作为 *KZ* 指数的代理变量重新回归。表 4 列(1)的回归结果表明，结论成立。

缩小样本区间：由于新冠疫情的影响，不少企业受到严重打击。为了排除此期间对本文研究结果可能造成的干扰，剔除 2021 年、2022 年样本再回归，回归结果通过 10%显著水平检验，见表 4 列(2)。

滞后一期：由于企业数字金融是一个长期的发展目标，它的作用可能存在一定滞后性。为了更准确地分析这种影响，对解释变量进行了滞后一期的处理。根据表 4 中列(3)的数据，滞后一期的数字化转型系数在 5%水平上显著，结论成立。

三、进一步分析

(一)机制检验

由表 5 可知，数字金融在 1%显著性水平下降低企业债务融资成本，根据列(1)、列(3)发现，数字金融始终负向影响企业融资约束。随着数字金融的蓬勃发展，其高效、便捷的金

融服务模式为企业带来了前所未有的便利,不仅减少了企业在信息搜集和交易过程中的成本投入,更直接降低了企业的融资成本。这一变革为企业获取资金支持提供了更为通畅的渠道,从而有效缓解了融资约束问题。数据表明,数字金融通过降低融资成本从而降低融资约束缓解的影响路径成立,债务融资成本发挥中介效应,假设 2 成立。

表 4 稳健性检验			
变量	(1)	(2)	(3)
	替换解释变量	缩小规模	滞后一期
<i>Dif</i>	-0.000*** (-3.80)	-0.001* (-1.65)	-0.001** (-2.41)
<i>Size</i>	-0.049*** (-181.40)	-0.176*** (-13.71)	-0.201*** (-18.79)
<i>Lev</i>	0.040*** (21.24)	6.974*** (80.56)	7.588*** (104.39)
<i>Growth</i>	-0.005*** (-13.48)	-0.075*** (-4.19)	-0.054*** (-3.33)
<i>Top</i>	-0.000*** (-12.61)	-0.012*** (-12.50)	-0.012*** (-14.77)
<i>Cflow</i>	-0.163*** (-35.06)	-18.910*** (-84.91)	-18.685*** (-101.09)
<i>Audit</i>	0.010*** (14.60)	0.137*** (5.49)	0.113*** (4.48)
<i>GDP</i>	-0.000*** (-7.61)	-0.000*** (-6.08)	-0.000*** (-6.10)
<i>Year</i>	控制	控制	控制
<i>Ind</i>	控制	控制	控制
<i>N</i>	13763	9250	12035
adj. <i>R</i> ²	0.797	0.686	0.719
<i>F</i>	1,862.198	748.349	1,101.347

(二)异质性检验

1.基于产权性质异质性检验。对比表 6 中数字金融与国有企业、非国有企业的回归系数可知,国有企业在 1%的水平显著,说明数字金融更有利于缓解国有企业融资约束。国有企业享有政府的直接支持和信用担保,使其在融资时更具优势。非国有企业在信息披露和透明度上往往不如国有企业,这增加了投资者对其风险评估的难度,限制了数字金融在缓解其融资约束方面的作用。政府政策往往更倾向于支持国有企业,数字金融平台在提供融资服务时也可能受到这种政策导向的影响,使得非国有企业难以充分享受数字金融带来的便利。

2.基于区域异质性检验。由于经济发展差异,东部地区经济发达,数字金融发展成熟,企业接受度高,能够更有效地利用数字金融工具缓解融资约束。相较之下,受区域政策、企业结构或市场成熟度等因素影响,中西部地区数字金融对企业融资约束的缓解作用尚未充分显现。表 6 列(3)~列(5)显示了地区实证结果差异,东部地区分样本系数为 0.002,通过 1%显著性检验,中、西部地区未通过显著性检验,实证结果验证了上述理论猜想。

表 5 机制检验			
变量	(1)	(2)	(3)
	<i>KZ</i>	<i>fcost</i>	<i>KZ</i>
<i>Dif</i>	-0.001*** (-3.78)	-0.000*** (-3.67)	-0.001*** (-3.01)
<i>fcost</i>			9.309*** (30.30)
<i>Size</i>	-0.192*** (-19.85)	-0.001*** (-4.19)	-0.183*** (-19.40)
<i>Lev</i>	7.533*** (116.34)	0.089*** (55.30)	6.704*** (97.62)
<i>Growth</i>	-0.065*** (-4.59)	-0.002*** (-5.76)	-0.046*** (-3.35)
<i>Top</i>	-0.014*** (-18.47)	-0.000*** (-10.80)	-0.012*** (-16.36)
<i>Cflow</i>	-18.542*** (-113.28)	-0.006 (-1.58)	-18.482*** (-116.05)
<i>Audit</i>	0.131*** (5.92)	0.001* (1.75)	0.122*** (5.67)
<i>GDP</i>	-0.000*** (-6.95)	0.000 (0.53)	-0.000*** (-7.27)
<i>Year</i>	控制	控制	控制
<i>Ind</i>	控制	控制	控制
<i>N</i>	16253	16253	16253
adj. <i>R</i> ²	0.704	0.243	0.720
<i>F</i>	1335.770	181.156	1394.844

表 6 区域异质性检验					
变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	国有	非国有	东部地区	中部地区	西部地区
<i>Dif</i>	-0.001*** (-3.21)	-0.000 (-0.93)	-0.002*** (-3.67)	-0.002 (-0.89)	-0.003 (-1.10)
<i>Size</i>	-0.235*** (-16.39)	-0.195*** (-14.93)	-0.163*** (-14.41)	-0.306*** (-11.81)	-0.263*** (-9.35)
<i>Lev</i>	7.796*** (90.02)	7.059*** (76.73)	7.567*** (98.79)	7.726*** (46.42)	7.379*** (40.60)
<i>Growth</i>	-0.099*** (-4.71)	-0.026 (-1.53)	-0.090*** (-5.26)	-0.027 (-0.77)	0.011 (0.30)
<i>Top</i>	-0.019*** (-18.25)	-0.007*** (-6.63)	-0.014*** (-15.86)	-0.012*** (-6.39)	-0.013*** (-5.99)
<i>Cflow</i>	-18.623*** (-87.08)	-17.733*** (-73.13)	-18.644*** (-96.38)	-18.413*** (-46.03)	-17.740*** (-36.91)
<i>Audit</i>	0.120*** (4.48)	0.155*** (3.91)	0.135*** (5.27)	0.077 (1.23)	0.165*** (2.71)
<i>GDP</i>	-0.000*** (-2.97)	-0.000*** (-7.09)	-0.000*** (-6.26)	-0.000* (-1.71)	0.000 (0.37)
<i>Year</i>	控制	控制	控制	控制	控制
<i>Ind</i>	控制	控制	控制	控制	控制
<i>N</i>	10588	5665	11854	2395	2004
adj. <i>R</i> ²	0.686	0.748	0.702	0.730	0.696
<i>F</i>	797.097	600.543	964.412	241.249	164.871

四、结论和建议

(一)结论

本文通过对 2018—2022 年沪深 A 股市场的深入研究

与实证检验,探究了数字金融对企业融资约束的影响,并特别关注了融资成本在其中所扮演的中介角色。在经历了一系列稳健性检验和机制检验后,综合实证分析结果,本研究得出以下结论:数字金融的兴起显著减轻了企业的融资约束状况。数字金融作为资本市场的一股革新力量,凭借先进的信息技术手段,显著提升了金融服务的效率与普及程度,大幅度降低了企业获取资本的门槛与成本。这一变革促使更多企业能够更为便捷地接入资金资源,不仅增强了单个企业的运营活力,也进一步推动了整体市场的发展与繁荣。

数字金融通过降低企业融资成本显著缓解了融资约束,其中对国有企业的作用尤为突出,这得益于其固有资源与政策优势同数字金融形成的协同效应。非国有企业虽同样受益,但程度相对有限,需更多关注其融资需求以保持市场均衡。此外,数字金融在东部地区效果明显,而中西部地区受限于经济水平、基础设施及政策环境等因素影响较浅,提示应因地制宜推进数字金融,促进区域企业均衡发展。

(二)对策建议

1.发挥政策协同作用。中西部地区受基础设施不足、区位偏远和人才匮乏等限制,数字金融发展滞后,缓解企业融资约束的效果较弱。需采取多维度政策支持:通过税收优惠激励企业参与,设立区域监管沙盒鼓励创新,推动政务数据开放和基础设施建设,并提供专项贴息降低融资成本。中央与地方应协同发力,破除中西部数字金融发展的结构性障碍。

2.推动基础设施完善。对于不同地区基础设施建设不平衡的问题,建议加快中西部5G基站、数据中心等新型基础设施建设,提高网络覆盖质量;支持商业银行设立数字化普惠金融服务点,延伸县域及农村地区服务触角。整合工商、税务、社保等政务数据,对接央行征信系统,建立区域性企业信用信息数据库;引入区块链技术确保数据真实可信,降低金融机构信息获取成本。

3.鼓励企业积极参与。通过提升中小企业数字金融参与意愿和使用能力,可有效改善其融资可获得性,充分发挥数字金融价值。建议选择典型地区开展试点,总结经验后逐步推广。设立实体数字金融服务中心,提供技术培训、融资对接、纠纷调解等一站式支持,弥补纯线上服务的不足。对通过数字金融平台融资的中小企业给予贴息优惠,对按时还款企业提高授信额度。将数字金融使用情况纳入企业信用评价体系,形成“越用越便利”的正向循环。还可以通过推动核心企业供应链数字金融平台建设,依托真实贸易数据为上下游中小企业提供融资服务。支持产业集群搭建联合数字金融平台,实现企业间信用共享。

参考文献:

[1]陈媛媛.数字金融对中小企业融资影响研究[D].长沙:中南林业科技大学,2024.

[2]皮天雷,刘焱森,吴鸿燕.金融科技:内涵、逻辑与风险监管[J].财经科学,2018(9):16-25.

[3]易行健,周利.数字普惠金融发展是否显著影响了居民消费——来自中国家庭的微观证据[J].金融研究,2018(11):47-67.

[4]任晓怡.数字普惠金融发展能否缓解企业融资约束[J].现代经济探讨,2020(10):65-75.

[5]廖婧琳,胡妍,项后军.数字普惠金融发展缓解了企业融资约束吗?——基于企业社会责任的调节效应[J].云南财经大学学报,2020,36(9):73-87.

[6]贺建清.金融科技:发展、影响与监管[J].金融发展研究,2017(6):54-61.

[7]马连福,杜善重.数字金融能提升企业风险承担水平吗[J].经济学家,2021(5):65-74.

[8]陈廉,易露,陈强.数字金融、中小企业债务融资与债权人异质性[J].贵州财经大学学报,2021(5):53-60.

[9]余珍,周磊.数字金融如何影响企业股权融资成本?——机制检验、异质性特征与经济后果[J].财会通讯,2022(3):57-60.

[10]邱兆祥,栗勤.信息不对称条件下银行业市场结构与市场竞争研究综述[J].金融研究,2008(8):192-202.

[11]LIVSHITS I,MAC GEE J C,TERTILT M.The democratization of credit and the rise in consumer bankruptcies[J].The Review of Economic Studies,2016,83(4):1673-1710.

[12]谭跃,夏芳.股价与中国上市公司投资——盈余管理与投资者情绪的交叉研究[J].会计研究,2011(8):30-39+95.

[13]魏志华,曾爱民,李博.金融生态环境与企业融资约束——基于中国上市公司的实证研究[J].会计研究,2014(5):73-80+95.

[14]郭峰,王靖一,王芳,等.测度中国数字普惠金融发展:指数编制与空间特征[J].经济学(季刊),2020,19(4):1401-1418.

[15]何剑,魏涛,倪超军.数字金融何以纾解中小企业融资之困? [J].武汉金融,2021(3):29-36+45.

[16]王璟.ESG表现对企业债务融资成本的影响研究[D].蚌埠:安徽财经大学,2024.

[17]刘亚莉.数字普惠金融对甘肃省农村居民消费影响研究[D].石河子:石河子大学,2022.

企业数字化转型的实践探索

——基于中国建筑第五工程局有限公司的探索性案例研究

姚佳琪 吴红霞

华北理工大学经济管理学院

摘要:数字化转型是企业适应时代发展的必然选择。以中国建筑第五工程局有限公司为案例,基于公开数据与核心领导层的访谈资料,通过单案例研究方法,系统分析其从标准化、信息化到数字化的转型路径,揭示资源编排理论在数字化转型过程中的关键作用。研究表明,数字化转型通过重构业务流程与优化资源配置,显著提升管理效率、降低运营成本并增强市场竞争力,其本质是管理理念和业务流程的深度革新。研究结论为建筑行业及其他传统领域企业提供了宝贵的转型经验和实践指导。

关键词:数字化;资源编排理论;企业转型升级;案例研究;建筑行业 **中图分类号:**F062.9 **文献标识码:**A

基金项目:2025 年华北理工大学专业学位教学案例(库):《工程信息管理》教学案例(库)建设;2023—2024 年度华北理工大学专业学位综合改革项目,项目编号:YB18010223-14。

通信作者:吴红霞

一、调研背景

在全球化和信息化的大背景下,企业面临着前所未有的挑战和机遇。企业的转型升级要求已经近在咫尺,同时我国政府高度重视数字化发展,并出台了一系列政策和指导意见。党的二十大报告明确提出了要加快建设网络强国、数字中国。国务院印发了《“十四五”数字经济发展规划》(国发〔2021〕29号),明确了我国数字经济发展的总体思路、发展目标、重点任务和重大举措。习近平总书记在中共中央政治局第三十四次集体学习时强调:“近年来,互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链等技术加速创新,日益融入经济社会发展各领域全过程,数字经济发展速度之快、辐射范围之广、影响程度之深前所未有,正在成为重组全球要素资源、重塑全球经济结构、改变全球竞争格局的关键力量。”^[1]

数字化是指通过互联网、人工智能等新一代数字技术的深入应用,塑造一个全感知、全联接、全场景、全智能的数字世界,触发企业颠覆性变革,对企业管理模式、商业模式、业务模型等进行全面重塑的过程^[2]。企业进行转型升级离不开数字化,依托数字化可以提升竞争力和效率,优化生产流程、降低成本,并增强产品和服务的创新能力。通过数字化转型,企业能够抓住新的市场机会,探索新的商业模式,从而在未来的商业环境中占据领先地位。

住建部印发的《“十四五”建筑业发展规划》(建市〔2022〕11号)明确提出,到2025年,“智能建造与新型建筑工业化协同发展的政策体系和产业体系基本建立,装配式建筑占新建建筑的比例达到30%以上”。然而,当前建筑行业的数字化程度还不能满足实际的发展需要,若不加快数字化转型,建筑企业将面临效率低下、竞争力不足等风险,最终在新型建

筑工业化浪潮中被边缘化。企业从传统经营模式转向数字化与智能化的发展模式已成为必然趋势^[3]。

本文通过单案例纵向深度解剖(2002—2024年),完整梳理了企业“标准化阶段—信息化阶段—数字化阶段”的动态转型升级框架,验证了资源编排理论在建筑行业长期转型中的辅助作用,弥补了现有研究对建筑行业数字化转型长期演化机理关注的不足,为复杂转型过程研究提供了可借鉴的质性研究范式。

二、理论基础

(一)资源编排理论

资源编排理论是一种新兴的管理理论,它着重于分析和解释组织如何在不断变化的市场和技术环境中,通过策略性地整合和协调其内外部资源以实现竞争优势。该理论认为,资源不仅仅是静态资产,还是可以通过动态管理来增强其价值和效能的活跃要素。在数字化转型背景下,资源编排理论提供了一个框架,用以理解组织如何利用数字技术优化资源配置,提高运营效率,以及创新商业模式。

资源编排理论的核心要素包括资源识别、资源获取、资源整合和资源利用。这些要素构成了一个循环往复的过程,组织通过这一过程不断地调整和优化其资源配置,以适应外部环境的变化和内部战略的需求。具体而言,资源识别要求组织敏锐捕捉市场机会和技术趋势,明确所需的关键资源;资源获取强调通过战略合作、技术引进等方式快速补充资源短板;资源整合注重将分散的资源系统化,形成协同效应;资源利用则聚焦于将资源配置到最能创造价值的领域,实现效益最大化。这一动态过程使组织能够灵活应对数字化时代的挑战,提升核心竞争力。

作者简介:姚佳琪(2001—),女,辽宁省葫芦岛市人,硕士研究生,主要研究方向为数字化转型、智慧物流;吴红霞(1977—),女,河北省石家庄市人,教授,硕士生导师,主要研究方向为城镇化管理与创新、区域经济、数字化转型。

(二)数字化转型与资源编排

数字化转型是一个深远且多维度的过程,它不仅涉及技术的升级换代,更是对组织文化、业务流程、客户体验以及商业模式的一次全面革新。在这一过程中,组织必须重新思考和定义其核心价值与运营方式,以适应数字化时代的需求。中建五局的数字化转型实践表明,资源编排理论为这一系统性变革提供了方法论支撑。通过数字化工具与策略,企业能够增强其对资源识别、获取、整合与利用的能力,最终在市场竞争中构建差异化优势。

资源识别的数字化:通过实施先进的数据分析技术和人工智能算法,组织能够更加精准地识别关键资源和能力,包括但不限于人才、资本、信息和知识产权等。中建五局通过构建集团级可视化管理系统,将管理规则显性化与数据化,为资源识别奠定基础。

资源获取的数字化:数字化平台和网络的兴起为组织提供了新的资源获取渠道。中建五局建立了数字化管理运营平台对接供应商数据库,实现了资源获取渠道的多元化与高效化。

资源整合的数字化:数字化工具诸如企业资源规划系统、供应链管理系统等,使得组织能够实现跨部门、跨地域的资源整合。这些集成系统不仅提高了资源配置的效率,还加强了不同业务单元之间的协同作用。中建五局发布了 70 册运营管控标准化丛书,将管理规则转化为可执行的数字化流程,为跨部门资源整合提供制度保障。

资源利用的数字化:物联网、大数据分析和云计算等技术的应用,使得组织能够实时监控资源的使用情况,优化资源分配,并提高资源的利用效率。此外,数字化还使得组织能够更加灵活地调整其业务流程,快速响应市场变化,从而提升客户体验和满意度。中建五局积极运用物联网、云计算等技术,通过数字化技术实现了资源利用的精细化与敏捷化。

(三)资源编排理论在数字化转型研究中的优势与独特性

与传统管理理论相比,资源编排理论在数字化转型研究中更具优势和独特性。

首先,资源编排理论更关注资源整合与利用过程。与动态能力理论侧重企业获取、整合和重构资源,以适应市场环境变化不同,资源编排理论强调在具体情境下对资源进行精细编排和优化配置。在数字化转型中,企业需将大数据分析、人工智能等技术资源与传统资源组合,该理论可帮助企业精准识别并利用资源协同效应,实现效益最大化。

其次,资源编排理论更注重数字化技术对资源的赋能作用。与知识管理理论关注信息和知识共享利用不同,资源编排理论强调数字化技术如何改变资源形态和利用方式。例如,物联网技术使设备互联互通,将物理资源转化为可实时

监控调度的数字化资源,提升资源利用效率和灵活性。

最后,资源编排理论更强调资源动态循环利用。在数字化转型中,资源利用应形成不断优化的循环过程。该理论通过强调资源识别、获取、整合和利用的循环,助力企业持续优化资源配置和创造价值。如借助大数据分析挖掘业务机会和风险,企业可据此调整优化资源配置,应对新挑战和机遇。

三、研究设计

(一)研究方法

本文采用单案例研究方法。单案例研究是社会科学研究中的一种重要方法,其特点是通过特定案例的深入分析,揭示现象的复杂性和内在逻辑。该方法之所以非常适合本研究,原因在于:一方面,它能够有效回答“如何(How)”类问题,有助于揭示案例发展的内在机制;另一方面,通过对案例情境的深入剖析,可以挖掘现象背后的深层次原因,从而准确把握事物的本质^[9]。本文聚焦于中建五局的数字化建设实践,旨在探索数字化如何助推企业转型升级这一动态过程。

(二)案例选取

党的二十大报告明确提出“把发展经济的着力点放在实体经济上”,这一重要论述为建筑业的高质量发展注入了强劲动力,进一步坚定了建筑业转型升级的信心^[9]。在这一政策背景下,建筑业作为实体经济的重要组成部分,正面临着从传统制造向智能制造、绿色制造转型的关键机遇期。数字化转型不仅是提升建筑业核心竞争力的重要手段,更是实现高质量发展的必由之路。基于此,本文选择中国建筑第五工程局有限公司(以下简称“中建五局”)作为研究案例,主要基于以下三个核心理由。

首先,中建五局作为全球最大的建筑地产集团、世界 500 强排名第 13 位的中国建筑集团有限公司的骨干成员企业,不仅连续三年稳居“湖南三强”“中建三甲”,而且总资产近 2000 亿元,累计投资额超 4500 亿元,年合同额超 4000 亿元、营业额超 2000 亿元,体现了其在行业内的先进性和典型性。其次,中建五局在数字化建设方面具有完整的发展过程,与本文的研究主题高度契合。作为现代化投资建设集团,中建五局不仅在房屋建筑施工、基础设施建造、投资与房地产开发等主营业务上成绩显著,在数字化转型上也走在行业前列,实现了业务与信息技术的深度融合,这与本文探讨的数字化对企业转型升级的作用高度一致。最后,中建五局在数字化转型方面的成果尤为突出。企业通过数字化管理运营平台的建设,荣获 IDC 中国“未来运营领军者”大奖,并且先后 9 次通过外部专家评审,被评为“国内领先”企业。中建五局的成功经验不仅在行业内树立了标杆,而且对国内其他企业在数字化转型方面具有显著的借鉴和指导作用。

综上所述,中建五局的行业地位、典型性以及数字化转型方面的卓越成就,使其成为探讨数字化对企业转型升级

作用的理想案例。

四、中建五局数字化转型升级过程

(一)标准化阶段——奠定基础

中建五局在标准化建设过程中,逐步实现了管理体系的数字化映射。2007年之前,通过引入ISO 9000质量管理体系、ISO 14000职业健康安全体系及ISO 18000环境管理体系,实现了以质量为核心的三体系认证体系管理,为后续数据化治理奠定了基础^[6]。2007—2009年间,中建五局导入卓越绩效模式,明确了关键绩效指标,推动管理从经验驱动向数据驱动转型,初步实现了绩效数据的可视化与可追溯。2010—2012年,中建五局发布了70册运营管控标准化丛书,将管理规则转化为可执行的数字化流程,进一步强化了标准化在资源配置中的作用。自2013年起,中建五局全面推进标准化工作,构建了集团级可视化管理系统,为信息化与数字化阶段的深入发展提供了坚实基础。这一阶段的标准化建设,不仅实现了管理规则的显性化与数据化,还为后续资源编排中的资源识别与整合奠定了重要基础。

(二)信息化阶段——积蓄力量

在信息化建设过程中,中建五局逐步实现了业务流程的数字化整合。2002年以前,中建五局以财务核算岗位信息化为起点,开启了专业岗位信息化的初步探索。2003—2007年间,信息化建设从专业岗位扩展至部门层级,促进了信息在不同部门间的流通与整合。2008—2014年,中建五局通过集成业务与财务系统,进入了一体化建设阶段,实现了业务流程与财务管理的深度融合。自2015年起,中建五局重点推动业务移动化与数据自动化,标志着其正式进入数字化转型阶段。这一阶段的信息化建设,不仅优化了内部资源配置效率,还为后续数字化阶段的资源整合与激活提供了重要支撑。

(三)数字化阶段——实现飞跃

在数字化阶段,中建五局采取了分步走的策略,逐步实现了从数字化建设到数字化驱动的全面升级。首先,中建五局致力于构建全面、集成、高效的数字化基础设施,通过整合云计算、大数据等先进技术,打造了强大的数据管理和分析平台。这一平台不仅实现了数据的集中管理与深度利用,还显著优化了内部流程,提升了决策效率与准确性,为企业的长期发展奠定了坚实基础。

2019年,中建五局进入数字化驱动阶段,将数字化技术广泛应用于业务创新与运营优化。通过引入移动平台,中建五局实现了业务流程的自动化和智能化,业务办理效率提升75%,大幅提高了业务灵活性与市场响应速度。此外,中建五局还通过数字化手段,加强了与客户的互动和市场响应,提升了客户体验与满意度,推动了业务模式的创新与市场竞争力的提升。

在数字化建设与数字化驱动的双重作用下,中建五局实

现了业务的全面升级。2021年以来,中建五局全面开启了以数字化管理运营平台建设为标志的信息化4.0工程,标志着其数字化建设进入新阶段。中建五局由各层级业务部门深度参与,信息化管理部门技术统筹,完成了71项数字化创新成果研发,并在全局1500多个在建项目推广应用,保障了数字化转型目标达成^[7]。

(四)资源编排——贯穿全程

在中建五局数字化转型过程中,资源编排理论的应用贯穿始终,支撑了企业资源的动态优化与高效配置。首先,通过云计算平台和大数据分析工具,对内外部资源进行了全面识别和获取。通过这些工具,中建五局能够快速收集和分析来自不同项目和市场的数 据,从而识别关键资源和潜在的资源缺口。其次,通过建立统一的数据管理和分析平台,实现了资源的集中整合。这一平台不仅整合了企业内部财务、人力、物资等资源,还整合了外部供应链、合作伙伴和市场信息。通过集中整合,中建五局能够实现资源的最优配置,提高资源利用效率,降低运营成本。再次,通过移动化和自动化技术,优化了资源配置和利用,确保项目按计划进行;最后,通过持续的数字化投入,中建五局能够不断优化资源编排策略,以适应市场变化。中建五局数字化转型历程如图1所示。

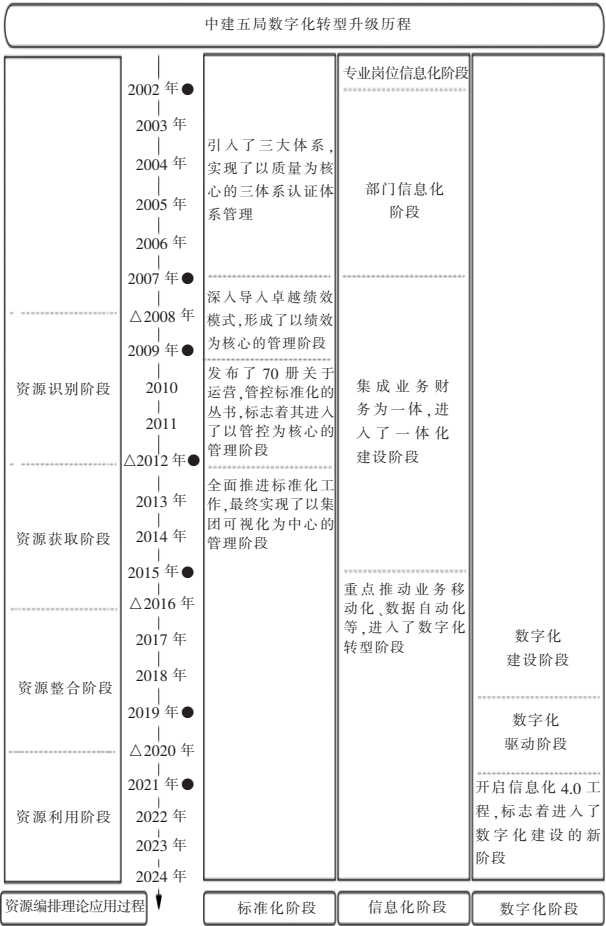


图1 中建五局数字化转型历程

五、中建五局数字化转型的关键成功因素

(一)领导层的重视

中建五局数字化转型的成功,首先得益于高层管理者对转型目标的坚定支持与直接推动。在中建五局的数字化转型过程中,该企业始终坚持将“一把手”工程作为核心战略。这一战略不仅要求企业的最高领导者亲自参与和指导数字化建设,而且要求各级管理层和各业务部门的主要负责人在其职责范围内承担起“一把手”的角色。他们不仅参与数字化转型的规划和实施,而且负责资源的组织和协调工作,确保数字化转型顺利进行^[7]。

标准化阶段,领导层推行 ISO 三体系认证和卓越绩效模式,发布了 70 册运营管控标准化丛书,将管理规则转化为可执行的数字化流程;至信息化阶段,管理层主导业务与财务系统集成,通过跨部门协作机制显著提升采购效率;进入数字化阶段后,领导层直接推动“信息化 4.0 工程”,推动数字化转型迈入新阶段。这种贯穿各阶段的领导推动模式,不仅加强了数字化转型的执行力,也为整个组织树立了积极榜样,促进了跨部门和层级的沟通与协作,从而为数字化转型成功奠定了坚实基础。

(二)转型规划的合理

数字化时代下,企业需要正确认识数字化发展的要求,并结合自身行业发展现状和业务模式,制定符合企业自身发展需求的战略^[8]。中建五局数字化转型规划以问题为导向,遵循“标准化→信息化→数字化”的渐进路径。标准化阶段,企业通过引入 ISO 质量管理体系、卓越绩效模式及发布 70 册运营管控标准化丛书,将粗放的管理规则转化为可执行的数字化流程。信息化阶段,中建五局通过集成业务与财务系统,打通部门间数据壁垒,同时,推动业务移动化与数据自动化,显著提升了跨部门协作效率。数字化阶段,企业聚焦数据驱动决策,构建了覆盖全业务的数字化管理平台,依托大数据分析优化资源配置。这一分阶段推进的规划模式,确保了转型路径与业务需求的精准匹配,保证了其数字化战略的制定与企业的整体发展方向一致。

(三)转型投入的持续

中建五局在转型过程中始终保持资源投入的长期性与针对性,形成了“长期投入—精准配置—价值创造”的良性循环。在标准化阶段,企业编制标准化操作手册,而非急于引入技术工具,为后续数据治理奠定了制度基础。信息化阶段持续加码基础设施建设,初步实现业务流程的数字化整合。数字化阶段则加大技术研发投入,研发数字化管理运营平台,推动数字化转型进一步发展。中建五局的数字化转型投入不仅仅局限于资金的持续注入,而是涵盖了人才发展、技术研发、市场拓展等多个维度,形成了一个全方位、多层次的投入体系。这种分阶段、重实效的投入模式,既通过精准配

置资源确保了转型动力的持续性,又通过技术—业务协同创新为企业构建了差异化的市场竞争优势,从而为企业在数字化时代的长期发展提供了坚实支撑。

结语

本文以中建五局数字化转型为案例,基于资源编排理论分析其三阶段发展路径,揭示三大核心动因。研究表明,数字化转型重构了业务流程、提升了管理效能,增强了企业竞争力与创新能力,为其他企业提供了宝贵参考。

中建五局数字化转型源于对行业趋势的深刻洞察。面对建筑行业竞争加剧和利润率下降,传统管理模式难以为继。基于资源编排理论,中建五局制定了“三步走”战略:先通过标准化夯实基础,再以信息化为支撑构建企业级数字化平台,最后全面推进数字化升级,引入前沿技术打造智慧建造能力。这一渐进式路径降低了变革风险,确保转型稳步推进。

中建五局的案例表明,数字化转型是企业提升竞争力、优化流程、降低成本及增强创新能力的有效途径。其经验凸显了领导层在数字化转型中的重要作用,以及科学合理规划 and 持续投入的必要性,可帮助企业减少试错成本,实现业务模式创新和市场竞争力提升,为行业乃至跨领域企业提供了可复制的转型方法论,具有重要借鉴意义。

参考文献:

- [1]于子青,王潇潇,把握数字经济发展趋势和规律 推动我国数字经济健康发展[N].人民日报,2021-10-20(01).
- [2]黄丽华,朱海林,刘伟华,等.企业数字化转型和管理:研究框架与展望[J].管理科学学报,2021,24(8):26-35.
- [3]杜勇,曹磊,谭畅.平台化如何助力制造企业跨越转型升级的数字鸿沟?——基于宗申集团的探索性案例研究[J].管理世界,2022,38(6):117-139.
- [4]黄江明,李亮,王伟.案例研究:从好的故事到好的理论——中国企业管理案例与理论构建研究论坛(2010)综述[J].管理世界,2011(2):118-126.
- [5]曹裕,李想,胡韩莉,等.数字化如何推动制造企业绿色转型?——资源编排理论视角下的探索性案例研究[J].管理世界,2023,39(3):96-112+126+113.
- [6]鲁贵卿.工程建设企业管理信息化实用案例精选[M].北京:中国建筑工业出版社,2019:2-26.
- [7]田卫国.中建五局数字化转型实践与思考[J].施工企业管理,2024(6):23-25.
- [8]吴鹏.数字经济时代企业数字化转型的实现路径分析[J].现代商业,2024(16):70-73.

“一带一路”背景下 FDI 对安徽省服务业的影响研究

李颖 卞俊懿 詹冰晔

安徽大学经济学院

摘要:服务业是国民经济发展的主引擎,外商直接投资是连接中国与世界经济的关键纽带,“一带一路”经济合作倡议的实施为我国与沿线国家服务贸易的开展提供了重要途径,同时也对引进外商直接投资的服务企业提出了更高要求,进而影响服务业的产值和发展水平。以 2010—2022 年安徽省服务业的经济发展数据为样本,构建外商直接投资对安徽省服务业影响的 OLS 模型,研究“一带一路”背景下 FDI(外商直接投资)对安徽省服务业发展的影响。研究结果表明:实际利用外资的程度对服务业产值增加具有显著的正向作用,且结果具有稳健性;服务业就业人数、R&D 投入额等其他可能的影响因素对服务业产值的影响具有差异性,未来企业发展需加大创新资本、人才投入力度,以创造新的经济增长点。

关键词:外商直接投资;服务业;一带一路;安徽省 **中图分类号:**F719 **文献标识码:**A

基金项目:2024 年安徽大学校级“大学生创新创业训练计划”项目的阶段性成果,项目编号:X20241304。

引言

自 2013 年“一带一路”倡议提出以来,我国与沿线国家在服务贸易领域的合作增长态势显著,对外资的吸引力大幅提升,外商针对我国服务业的直接投资规模亦呈现逐步扩张趋势。至 2017 年,我国已成功跃居为全球第二大外商投资来源地。“一带一路”倡议着重对外拓展与内引外资,在此战略导向下,外商直接投资(FDI)获得了更为明确且广阔的发展机遇。

2023 年我国实际吸收外资 1632.5 亿美元,其中第三产业实际利用外资占比 64.4%,外商投资主要集中于制造业和科研技术服务领域。2023 年,“一带一路”合作伙伴国在我国境内新投资设立的企业数量达到 13693 家,创历年来的最高。

近十年来,安徽省服务业经历了从量到质的飞跃。2013—2017 年,安徽省服务业开始加速发展,增加值稳步提升,占 GDP 比重逐渐增大。伴随着多项推动服务业发展政策措施的实施,服务业的内部构造逐渐得以优化,新兴的服务形态持续涌现。

2018—2020 年,面对复杂多变的国内外经济环境,安徽省服务业展现出较强的韧性。政府持续增强政策扶持,促使服务业增加值迅速增长。同时,服务业内部结构进一步调整,使高技术服务业、现代金融服务、电子商务等新兴领域成为新的增长点。自“十四五”规划开启以来,安徽省的服务业步入了加速发展的轨道。2023 年,安徽省服务业发展成效显著,服务业增值额达到了 24682.2 亿元,同比增长 5.8%,为历

年来最高;全年规上服务业营业收入突破 6000 亿元大关,比上年增长 8.8%,连续 8 个月呈回升态势。这些数据不仅展现了安徽省服务业强劲的发展态势,也宣告着服务业作为第三产业,在经济发展中的地位日益突出。不能忽视的是,安徽省服务业向前发展的进程中暴露出了一些问题。相较于沪苏浙等经济较发达地区,安徽省服务业在融合发展深度、产业集聚程度以及市场主体的竞争力方面,仍存落后现象。未来,安徽省将践行高质量发展原则,致力于提高服务业的竞争力,为经济进步贡献更大的力量。

一、文献综述

关于 FDI 对服务业影响的研究分析,大多数学者表示,“一带一路”下的服务业通过吸引外资能在合作共赢中起到提升服务业国际竞争力、促进贸易强国建设的积极作用。但也存在真实开放度不高等现实问题,具体研究也是层层推进、多角度进行的。

李筱乐、张席斌、张军研究发现,在服务业外资开放、一体化企业污染排放强度下降等方面,一体化企业与外包企业在减排效果上存在明显差异^[1]。这一结论为服务业进一步扩大开放、推动制造业绿色转型升级提供了新的政策启示。王跃、孙浩进研究了“一带一路”建设对我国 FDI 技术溢出效应的影响,采用 DID 模型进行分析,结果表明,“一带一路”倡议通过优化对外政策环境、改善基础设施配套、加强对外经贸合作、增进人文交流,促进以跨国公司为载体的生产要素国际流动,增强 FDI 技术溢出效应^[2]。赵红军、高恒宇、黄丹煌研

作者简介:李颖(1971—),女,山东省济南市人,博士,副教授,研究方向为数字经济与区域经济;卞俊懿(2004—),女,安徽省淮北市人,本科在读,研究方向为国际贸易与服务贸易;詹冰晔(2004—),女,安徽省六安市人,本科在读,研究方向为国际贸易与服务贸易。

究了“一带一路”建设与中国吸引外商直接投资间的关系,得出“一带一路”在带动中西部内陆地区“沿海化”发展、促使当地外商直接投资比重上升的同时,也给东南沿海地区外商直接投资带来了显著的负面效应,客观上表明“一带一路”倡议还具有优化外商直接投资区位布局的有利影响^[3]。白雪洁与刘莹莹指出,生产性服务业领域的外商直接投资,通过契合其内在的技术进步需求,不仅加速了中国制造业生产力的增长,而且促进了旧设备淘汰和先进设备引进^[4]。根据刘建江、姜竹青的研究,外商直接投资对我国生产性服务业产生了明显的技术溢出效果,同时也对外资呈现出了显著的技术追赶效应,这一现象主要依托于供给方面的推动力^[5]。徐传寓、刘华通过对我国服务业自主创新 FDI 外溢作用检验的研究,得出线性回归中 FDI 正向服务业自主创新外溢作用的结论^[6]。陈强远等实证检验了 FDI 对所在国企业生存的影响。调查发现,东道国引入 FDI 的行为对东道国企业生存起到了溢出效应而非挤出效应的作用,并在较大程度上提升了东道国产业安全水平^[7]。赵颖以外商直接投资最活跃的地区之一——深圳市为例,分析了外商直接投资对产业结构的影响机制,发现外商直接投资对深圳三大产业间产业结构演进的推动作用是比较明显的^[8]。

上述研究内容广泛涵盖了 FDI 背景下当前服务业发展特征,深入探讨了 FDI 在促进服务业增长、优化产业结构、促进人力资源开发以及推动技术创新等多个维度上的具体表现,还探讨了服务业在发展过程中存在的不足,如市场竞争力不足、创新能力有限等。尽管现有研究已较为丰富,但仍缺乏直接聚焦于 FDI 对服务业影响机制的深入研究文献,尤其是具体到 FDI 如何作用于特定地区,如安徽省服务业发展的细化研究。提高安徽省利用外资的质量与水平,不仅对推动安徽省经济加速构建贸易强省具有重要意义,也是提升国际竞争力的重要力量。安徽省服务业在吸引外资方面虽已取得一定成就,但仍面临着一系列挑战。如外资退出机制不健全、服务贸易领域存在限制性制度障碍、人口就业结构不匹配以及环境污染等问题,均亟待解决。因此,本研究的核心难点在于如何有效地应对上述挑战。通过深入剖析 FDI 对安徽省服务业的具体影响路径,提出切实可行的策略建议,以期提升安徽省服务业外资的利用效率。

二、理论基础与政策背景分析

(一)理论基础

FDI 是指一个国家或地区的投资者为获取长期利润或控制权,向另一国或地区转移生产要素,如资本、技术和管理经验等,通过跨国经营方式进行的行为。这种投资形式不仅涉及资金流向,还涵盖了多方面内容,比如技术的转移、管理经验的分享、市场的准入等,可以为东道国带来促进经济结

构优化和升级的先进经营理念和管理模式,促进相关产业的发展。在“一带一路”倡议下,FDI 发展得到了较大的政策推动。

服务业作为现代经济体系的重要组成部分,在拉动经济发展、引进外资流入、促进技术创新以满足消费者多样化需求等方面起着至关重要的作用。在数字经济时代,服务业与信息技术深度融合,新兴业态层出不穷。同时,服务业吸纳就业能力不断增强,可缓解社会就业压力,社会效益日益显现。如果能达到较高水平的引进并实际利用外商直接投资,服务业创造就业岗位能力、自主创新能力会得到提高,从而提供高质量的服务和产品,为经济增长释放无限动力。

(二)“一带一路”倡议对 FDI 与服务业发展的影响分析

1.基于“一带一路”政策沟通平台,有效对接 FDI 与服务业发展。通过政策沟通与协商,签署双边或多边协议,简化审批环节流程,改善投资环境,降低投资壁垒,增强投资信心,为 FDI 创造稳定的政策环境。对于安徽省而言,可依据国家间政策沟通的成果,制定配套政策对接需求,吸引 FDI 流向物流、文化创意产业等特色服务业,同时积极应对如何确保政策落地的挑战。

2.设施联通助力 FDI 与服务业发展提质增效。基础设施建设和新基建的完善使人员和物流流动更加便捷,国际骨干通道建设,如“中欧班列”,极大提高了服务业的运行速度和交易成本,也增强了对 FDI 的吸引力,促进产业集聚和协同发展。在安徽省,交通便利促使合肥、芜湖等地区形成服务业聚集区,同时合肥“中欧班列”的常态化运行,推动了物流效率的提高和贸易范围的拓展,为本地物流服务业带来新的发展机遇,但也面临着如何保持和提升竞争力,以应对瞬息万变的国际贸易挑战的问题。

3.贸易畅通推进国际贸易合作便利化,扩大市场份额,促进跨境电子商务、数字贸易等新兴服务业的增长,助力 FDI 与服务业的发展。跨境电商的蓬勃发展带动了支付结算、仓储物流、售后服务等配套服务业的发展,检验检疫通关便利化等措施推动了服务业出口和其国际化水平的提高。安徽省服务企业应抓住机会,促进外资企业与本地企业合作,利用跨境电商平台扩展海外市场,带动相关产业发展。同时,积极应对贸易摩擦、贸易规则差异带来的挑战。

4.民心相通为深化双边和多边合作奠定坚实的民意基础,增进国家间的相互了解和传统友谊,促进 FDI 和服务业的社会发展。通过广泛开展文化交流、人才交流、科技合作、健康服务、志愿服务等领域的务实合作,为 FDI 营造良好的投资氛围和社会环境,使外国投资者在当地的经营更加顺畅,减少文化冲突和障碍。安徽省应努力提升服务业的竞争力,弘

扬传播文化,延长产业链、提升附加值,促进安徽服务业的国际化发展。同时,应对人才资源稀缺如何留住人才、文化创意如何有效标新立异等挑战。

三、研究假设与研究设计

(一)研究假设

基于上述分析,本文作出如下假设。

假设:在其他条件相同的情况下,服务业实际利用外资能力的提高可以显著促进经济增长。

(二)样本选择与数据来源

本文研究选取了 2010—2022 年安徽省服务业增加值、服务业就业人数、服务业实际利用外资额、R&D 投入额的最新数据。为保证数据的连续性和有效性,选取了连续 13 年的样本值。数据均来源于历年《安徽省统计年鉴》和国家统计局。数据处理和分析软件分别为 Excel 和 Stata 17.0。

(三)模型设定

为研究服务业实际利用外商直接投资的程度与经济发展的关系,本文建立了回归分析模型(1):

$$SVA=\beta_0+\beta_1FDI_3+\beta_2NEP_3+\beta_3R\&D+\varepsilon_1$$
 (1)

其中,SVA 是服务业增加值, β_0 是截距项, β_1 、 β_2 和 β_3 分别是服务业实际利用外资额、服务业就业人数和 R&D 投入额的系数, ε_1 是误差项。

(四)变量定义

1.被解释变量。服务业经济增长的数值是反映服务业发展的重要因素。将服务业增加值(SVA)(单位:万亿元)作为被解释变量。

2.核心解释变量。将安徽省服务业实际利用外资额(FDI_3)(单位:万亿元)作为模型中的核心解释变量,探讨外商直接投资的影响程度。

3.控制解释变量。探讨人力、人才资源流入和技术进步对服务业的影响。 $R\&D$ 为研发投入经费,是衡量企业技术创新投入水平的指标。将服务业就业人数 (NEP_3)(单位:亿人)、 $R\&D$ 投入额(单位:万亿元)作为控制解释变量。

四、实证结果及分析

(一)描述性统计

从表 1 可以看出,2010—2022 年间,服务业增加值的均值是 1.2008,标准差是 0.6748,最大值和最小值分别为 2.29 和 0.42,说明服务业增加值较小,但是整体处于平稳增长的态势;服务业就业人数的均值是 0.16,标准差为 0.0163,最大值和最小值分别为 0.18 和 0.14,说明服务业带动了就业缓慢增长;服务业实际利用外资额的均值为 169.5831,标准差为 168.6901,最大值和最小值分别为 531.56 和 33.96,表明服务业实际利用外资能力提高,但在不同部门之间参差不齐,存在差距; $R\&D$ 投入额的均值是 5.4385,标准差是 3.3546,

最大值和最小值分别为 11.53 和 0.28,行业技术创新能力整体显著提高,但存在技术阻塞流通的问题。

表 1 描述统计

Variable	Obs	Mean	Std.Dev.	Min	Max
SVA	13	1.201	0.675	0.42	2.29
NEP_3	13	0.16	0.016	0.14	0.18
FDI_3	13	169.583	168.69	33.96	531.56
$R\&D$	13	5.438	3.355	0.28	11.53

(二)回归分析

通过构建变量之间的回归模型进行实证分析,探讨分析实际利用外商直接投资对安徽省服务业的经济效应。表 2 报告了服务业实际利用外资额程度对服务业增加值的回归结果。研究结果列(1)显示服务业实际利用外资额(FDI_3)的系数为 0.003,在 1%水平上显著正相关,说明服务业实际利用外资的能力提高有利于服务业产值增加。本文为排除其他因素对服务业增加值的影响,在列(1)回归分析基础上进一步控制服务业就业人数 (NEP_3)。研究表明, FDI_3 的回归系数在 1%水平下显著为正,意味着服务业实际利用外资能力越强,相应的服务业增加值就越多。列(3)在列(1)、(2)的基础上进一步控制研发与科技投入即 $R\&D$ 投入额后,最大程度上控制了影响服务业实际利用外资程度对服务业增加值的其他因素,回归系数与列(1)、(2)的回归系数一致,核心解释变量的回归系数仍显著, $R\&D$ 投入额系数也显著,因此得出服务业实际利用外资额在服务业经济增长中起到重要的影响作用。遗漏变量导致的内生性问题同之前一致。

表 2 回归分析

Variable	(1)	(2)	(3)
	SVA	SVA	SVA
FDI_3	0.003*** (5.788)	0.004*** (5.359)	0.001** (2.883)
NEP_3		1.457 (0.215)	0.935 (0.364)
$R\&D$			0.151*** (7.784)
_CONS	0.612*** (4.353)	0.372 (0.331)	0.038 (0.088)
N	13	13	13
R^2	0.753	0.754	0.968

注:*** $p<0.01$,** $p<0.05$,* $p<0.1$ 。下表同。

(三)稳健性检验

1.缩减样本期。缩减样本期为 2010—2019 年。如表 3 中列(1),缩短研究年限后,核心解释变量 FDI_3 、控制解释变量 NEP_3 在 1%的显著性水平下仍是显著的,结果同之前近乎一致。

2.更换解释变量。更换解释变量 $R\&D$ 。本文将衡量服务业技术创新能力的解释变量 $R\&D$ 投入额更换为研究与开发机构 $R\&D$ 合计人数,如表 3 中列(2),核心解释变量服务业

实际利用外资额(FDI_t)较之前一致,显著性较强,通过了稳健性检验。

表 3 稳健性检验

Variable	(1)	(2)
	SVA	SVA
FDI_t	0.003*** (14.60)	0.004*** (14.17)
$R\&D$	0.036** (3.53)	
NEP_t	8.514*** (6.70)	9.180*** (5.72)
RD_t		-0.033 (-1.70)
Constant	-0.951*** (-5.09)	-0.920** (-3.47)
Observations	10	10
R-squared	0.994	0.991
year FE	Yes	Yes
Ind FE	Yes	Yes
Code FE	Yes	Yes

五、结论及发展建议

(一)研究结论

第一,安徽省服务业通过实际利用外商直接投资,对其服务业经济发展有正向作用,推动了服务业产值增加,优化了资源配置,深化了结构性改革,促进了产业转型升级。

第二,服务业就业人数、服务业实际利用外资额、R&D 投入额在影响服务业增加值的程度上存在差异性,只有服务业实际利用外资额在目前具有较明显的正向作用。因此,企业在注重利用外资的同时若能够注重行业技术创新的发展,将会激发富有活力的经济增长点。

(二)发展建议

基于上述结论,对安徽省服务业未来发展提出以下建议。

第一,要推进产业升级,提升自主创新能力,适应贸易自由化国际环境。在“一带一路”倡议实施过程中,我国服务业的总体实力相对不足,相较于发达国家,在高端领域的研发能力较弱,对外依存度高。基于此,安徽省服务业应深化改革供给侧结构性改革,转变经济发展方式,减少对传统资源优势的依赖,将以要素主导的粗放型经济增长方式转向以技术创新为中心的集约增长方式上来,从而带动安徽服务业转型升级。降低企业在技术溢出上的消极影响,保护关键技术和核心资产,吸引外资流入并加大自身研发投入,助推实现关键技术突破。

第二,应加强基础设施建设和服务平台建设。完善轨道交通、高速铁路等运输建设,提升物流运输效率,降低运输成本;加大 5G 网络、数据中心等新型基础设施建设力度,便利外资企业流入;积极发展软件信息服务、电子商务等现代服

务业,为未来开拓数字服务贸易合作奠定基础;简化审批流程,提升政务服务水平,发展跨境电商平台。安徽省政府需要不断提升服务能力,优化营商环境,加强知识产权保护,增强外资在安徽省投资的信心,以促进外资和服务业企业有机结合。

第三,重视人才培养,健全就业保障制度。在引进外资的同时,政府应加大对服务业人才的培养力度,既要关注国内人才的培养发展,也要开展多元文化交流,吸引国际人才的流入。同时,政府应有序推行补贴和帮扶政策,帮助中小企业较快发展,如提升服务业从业人员的素质门槛、扩大劳动技能知识培训规模等。鼓励劳动、知识、人才、创造等协同发力,吸引外资向人才和技术领域投入,而非继续投向依赖于劳动要素投入的劳动密集型领域。

第四,提升对外开放水平,增进国际贸易合作。为了实现安徽省服务业发展提质增效,应当积极主动地扩大服务业的对外开放程度。需要坚持“引进来”与“走出去”两者并重的战略方针,在“推动建设更高水平的对外开放新格局”政策指引下,通过加强与“一带一路”沿线和外延国家的双向投资合作、跨国公司引入等,实现国内国际双循环相互促进。

参考文献:

[1]李筱乐,张席斌,张军.服务业外资开放、生产外包与减排表现[J].财贸经济,2024(2):122-140.

[2]王跃,孙浩进.“一带一路”倡议对我国 FDI 技术溢出效应的影响[J].中国流通经济,2023,37(10):63-78.

[3]赵红军,高恒宇,黄丹煌.“走出去”与“引进来”——“一带一路”倡议与外商直接投资的区位调整[J].财经研究,2022,48(3):19-32+63.

[4]白雪洁,刘莹莹.生产性服务业外商直接投资对中国制造业生产率的影响检验——基于体现型技术进步视角[J].软科学,2021,35(12):29-35.

[5]刘建江,姜竹青.外商直接投资对我国生产性服务业的技术扩散效应[J].湖南师范大学社会科学学报,2021,50(4):78-88.

[6]徐传寓,刘华.外商直接投资对我国服务业自主创新的溢出效应:基于吸收水平的门槛检验[J].商业经济研究,2023(16):167-170.

[7]陈强远,钱则一,陈羽,等.FDI 对东道国企业的生存促进效应——兼议产业安全与外资市场准入[J].中国工业经济,2021(7):137-155.

[8]赵颖.外商直接投资对产业结构的影响分析——以深圳市为例[J].时代经贸,2022,19(1):117-119.

京津冀装备制造业“两链”融合发展测度与评价

——基于复合系统协同度模型

孟 宇

河北工程大学

摘要:产业链与创新链(“两链”)融合是推动产业升级、提升核心竞争力的关键路径。为响应京津冀协同发展战略和加快建设制造强国号召,以京津冀地区为研究对象,基于复合系统协同度模型,对其装备制造业“两链”融合发展水平进行测度与评价。研究通过构建包含产业规模等7个一级指标和企业单位数等20个二级指标的装备制造业“两链”融合评价指标体系,结合2018—2023年京津冀装备制造业面板数据,运用熵值法确定指标权重,测度复合系统协同度,探析其时空演化特征。研究表明:京津冀三地装备制造业“两链”融合度较低,整体处于低协同状态;产业链是制约三地“两链”融合发展的关键因素;影响三地单链有序度的主要因素不尽相同。为此,应采取以下措施:京津冀三地应针对各自短板制定相关政策;重视产业链发展,消除其制约作用;构建跨区域“两链”统筹机制和动态监测评估系统,助力打造世界级装备制造业集群。

关键词:装备制造业;产业链;创新链;“两链”融合;复合系统协同度模型 **中图分类号:**F426.4 **文献标识码:**A

引言

党的二十大报告明确提出,要建设现代化产业体系,必须坚持把发展经济的着力点放在实体经济上,推动新型工业化,加快建设制造强国、质量强国“推动制造业高端化、智能化、绿色化发展”^[1]。作为国家综合实力的支柱产业,装备制造业位列核心工业领域,包含国民经济行业分类中的八个制造业门类。在京津冀战略发展区域,装备制造业凭借坚实的产业积淀、创新资源集聚及制度保障优势,已构建起涵盖精密制造装备、智能驾驶系统、清洁能源技术等领域的现代化产业体系,成为推动区域经济高质量发展的重要力量。然而长期以来,京津冀装备制造业在发展中仍面临资源配置效率不足、产业链与创新链融合度较低等问题,制约了区域整体竞争力的提升。因此,京津冀地区要实现装备制造业的高质量发展,必须将提高产业链与创新链(以下简称“两链”)的融合水平作为核心抓手,构建“创新驱动—集群发展—区域协同”的新型产业生态,形成具有全球竞争力的产业体系。

一、文献综述

目前,学术界关于“两链”融合的研究较为丰富。学者们对“两链”融合的研究主要包括理论分析和实证研究两个方面。^①理论分析。刘婧玥和吴维旭指出,两链融合可以通过创新链端向产业链端延伸、产业链端向创新链端延伸和搭建两链融合“桥梁”三种路径实现,其协同机制涵盖创新资源配置、项目统筹管理、产学研协同创新和资源共享四个维度^[2]。巫强等强调了实体经济对“两链”融合的根基作用,提出应以科技创新驱动、协同创新为支撑,以产业链自主可控为导向,

构建科技创新与产业发展精准对接的“两链”融合发展体系^[3]。^②实证研究。现有研究主要采用主成分分析法、复合系统协同度模型和耦合协调度模型来测度“两链”融合发展水平。陈雄辉等选取广东地级市样本,通过主成分分析法构建“四链”融合指数,结合聚类分析法揭示了区域发展的差异性^[4]。孙琴和刘戒骄利用复合系统协同度模型对集成电路产业2009—2020年数据进行分析,研究发现其三链协同度在2018年后才形成持续上升态势,主要是受制于产业链与创新链的有序度波动^[5]。梁树广等利用耦合协调度模型对新能源汽车上市公司数据进行纵向研究发现,新能源汽车产业三链协调度呈周期性波动特征,样本期内均值在0.5左右,这表明新能源汽车产业存在协同失调风险^[6]。

综上所述,学术界围绕“两链”融合机理已经形成较为系统的研究体系,现有研究主要呈现三方面特征:^①研究视角多聚焦于国家或区域宏观层面,或者针对某一特定行业展开研究,但鲜有研究对装备制造业“两链”融合展开分析;^②研究内容侧重于理论机制构建,对“两链”融合发展的实证研究相对不足;^③研究样本多集中于长三角、珠三角地区,对京津冀这一国家战略区域的关注度与其战略定位不相匹配。京津冀协同发展是当前我国三大国家级战略之一,三地装备制造业“两链”融合发展对打造以首都为核心的世界级城市群具有引领示范作用。因此,本研究构建包含7个一级指标和20个二级指标的装备制造业“两链”融合评价指标体系,运用复合系统协同度模型对其2018—2023年的面板数据进行测度分析,并结合研究结果给出相关建议。

作者简介:孟宇(2002—),男,河北省巨鹿县人,硕士研究生,主要研究方向为产业组织创新与管理。

二、“两链”融合评价指标体系设计及模型构建

本研究基于复杂系统理论,将京津冀地区装备制造业“两链”融合视为动态演化复杂网络,结合装备制造业行业特点,创新性地构建“两链”融合发展的评价指标体系,并参考孟庆松和韩文秀的研究,引入复合系统协同度模型进行实证研究^[7]。

(一)评价指标体系设计

产业链是指各个产业部门之间基于一定的技术经济联系而客观形成的链条式关联形态,包含价值链、企业链、供需链和空间链四个维度,包括原材料生产、技术研发、中间品制造、终端产品制造乃至流通和消费等环节^[8]。本文将装备制造业产业链划分为上游原材料与零部件供应(钢材、铝合金、碳纤维和电子器件等)、中游核心部件制造(电子设备、主要部件等)和下游整机组装与技术服务(包括设备总装、装备销售、装备维修和技术咨询等)。结合已有研究^[9-12],并在装备制造业数据可得的基础上,本文从产业协同、产业规模、产业效益和产业升级四个方面构建产业链指标体系。①产业协同:包括技术协同能力(e_{11})、业务协同能力(e_{12})和市场协同能力(e_{13}),基于京津冀地区各年份装备制造业8类子行业年度专利申请数、年度资产总计和年度营业收入,代入赫芬达尔指数计算得出。②产业规模:产业规模反映产业的整体竞争力。本文用企业单位数(e_{14})、总产值(e_{15})和资产总计(e_{16})来衡量。③产业效益:产业效益反映产业的收益能力。本文用利润总额(e_{17})、营业收入利润率(e_{18})、劳动生产率(e_{19})和每百元资产实现的营业收入(e_{110})衡量。④产业升级:产业升级是推动经济高质量发展的必然要求。本文用高端产品比例(e_{111})和单位产值能耗(e_{112})衡量。其中, e_{18} =利润总额/营业收入, e_{19} =营业收入/平均用工人数, e_{110} =营业收入/资产总计, e_{111} =装备制造业高端产业产值/总产值, e_{112} =能源消耗总量/总产值。参考梁树广等人的研究,装备制造业高端产业包括汽车制造业、铁路、船舶、航空航天等其他交通运输设备制造业,计算机、通信和其他电子设备制造业以及仪器仪表制造业^[11]。

创新链是科技创新成果在从产生到商品化一系列过程中集成成的链型结构,包括基础研究、应用研究、产品开发与试制、商品化、产业化5个阶段^[13]。本文将装备制造业创新链概括为创新投入、创新产出和创新环境三个方面。结合已有研究^[5,11,12],并基于数据可得性,本文用R&D人员全时当量(e_{21})、R&D经费(e_{22})、R&D经费投入强度(e_{23})作为创新投入的衡量指标,用发明专利申请数(e_{24})、新产品销售收入(e_{25})、新产品销售收入占比(e_{26})来衡量创新产出,用政府支持度(e_{27})和科研院所协同度(e_{28})来衡量创新环境。其中, e_{23} =R&D

经费/GDP, e_{26} =新产品销售收入/营业收入, e_{27} =科学技术支出/一般公共预算支出, e_{28} 用从事科学研究和技术服务的法人单位数表示。

(二)模型构建

装备制造业“两链”融合系统是由产业链(S_1)与创新链(S_2)构成的复合系统,即 $S=\{S_1, S_2\}$ 。各子系统包含 $n(n \geq 2)$ 个序参量,即 $e_j=(e_{j1}, e_{j2}, \dots, e_{jn})$,其中 $j=1, 2$ 。各序参量的值域限定为 $\beta_j \leq e_{ji} \leq \alpha_{ji}$ 。假设将序参量划分为两类:前1个序参量($e_{j1}-e_{j2}$)呈正相关有序性,即数值越大,子系统有序度越高;其余序参量($e_{j1+1}-e_{jn}$)则呈负相关有序性,即数值越小,子系统有序性越高。

用 $\mu_j(e_{ji})$ 表示序参量 e_{ji} 的有序度,序参量有序度的计算公式为:

$$\mu_j(e_{ji}) = \begin{cases} \frac{e_{ji} - \beta_{ji}}{\alpha_{ji} - \beta_{ji}}, & i \in [1, 1] \\ \frac{\alpha_{ji} - e_{ji}}{\alpha_{ji} - \beta_{ji}}, & i \in [1+1, n] \end{cases} \quad (1)$$

在上式中, $\mu_j(e_{ji}) \in [0, 1]$ 。

各子系统 S_j 的有序度可通过其内部序参量有序度的集成计算。本研究采用线性加权法计算,将子系统 S_j 的有序度表示为 $\mu_j(e_j)$,其计算公式为:

$$\mu_j(e_j) = \sum_{i=1}^n \lambda_i \mu_j(e_{ji}), \lambda_i \geq 0, \sum_{i=1}^n \lambda_i = 1 \quad (2)$$

在上式中, $\mu_j(e_j) \in [0, 1]$ 。

“两链”复合系统协同度测度是基于子系统时序演变特征。设复合系统在时刻区间 $[t_0, t_1]$ 内,第 j 个子系统的有序度分别为 $\mu_j^0(e_j)$ 和 $\mu_j^1(e_j)$,则系统协同度SSD可通过下式计算:

$$SSD = \theta^2 \sqrt{\prod_{j=1}^2 \left| \mu_j^1(e_j) - \mu_j^0(e_j) \right|} \quad (3)$$

$$\theta = \frac{\min_j \left[\mu_j^1(e_j) - \mu_j^0(e_j) \neq 0 \right]}{\left| \min_j \mu_j^1(e_j) - \mu_j^0(e_j) \right|}, j=1, 2$$

在上式中, $SSD \in [-1, 1]$,SSD的值越靠近1,复合系统协同度越高;越靠近-1,复合系统协同度越低。

(三)数据来源、处理与指标权重的确定

本研究数据来自于《中国统计年鉴》《中国工业统计年鉴》及京津冀各省份统计年鉴、科技统计年鉴,同时整合京津冀三地科学技术厅的公开数据。针对存在数据缺失的指标项,本研究运用插值法进行填补,最终获得2018—2023年的京津冀装备制造业“两链”融合发展测算数据。为消除各指标之间的量纲差异,采用最小最大标准化法对原始数据进行归

一化处理。基于熵值法分别计算出北京、天津、河北三地各评价指标的权重值。

比较北京、天津和河北这三地的子系统,以下指标权重相对较大:①产业链子系统方面。北京的 e_{11} 和 e_{16} 权重值相对较大;天津的 e_{11} 权重值相对较大;河北省则在 e_{11} 和 e_{12} 这两个指标上权重值相对较大。②创新链子系统方面。北京的 e_{21} 、 e_{22} 和 e_{26} 权重值相对较大;天津的 e_{22} 和 e_{27} 权重值相对较大;河北省则在 e_{21} 上权重值相对较大。

三、实证分析

(一)装备制造业“两链”之单链有序度测算

归一化处理后的数据代入公式(1),可分别求得子系统 S_1 和 S_2 内各序参量的有序度 $\mu_j(e_j)$ 。再将各序参量有序度及其权重值代入公式(2),最终获得京津冀装备制造业“两链”之单链有序度,见表1。

表1 京津冀装备制造业“两链”之单链有序度

年份	北京		天津		河北	
	S1	S2	S1	S2	S1	S2
2018	0.2509	0.0826	0.4147	0.3698	0.3838	0.0390
2019	0.2116	0.3707	0.3895	0.2662	0.2532	0.0803
2020	0.3879	0.3152	0.3490	0.4663	0.3538	0.2420
2021	0.6292	0.4316	0.4545	0.5932	0.6328	0.4123
2022	0.6860	0.5106	0.6521	0.6834	0.5089	0.7216
2023	0.6400	0.7565	0.4880	0.7480	0.5973	1.0000
均值	0.4676	0.4112	0.4580	0.5212	0.4549	0.4159
方差	0.037	0.041	0.010	0.029	0.018	0.120

由表1可知:①北京地区创新链有序度在2019与2023年高于产业链,其余年份稍显不足,但整体上两个链条均保持增长态势,其中产业链有序度均值略高且发展相对平稳。②天津地区创新链有序度均值较产业链略高,自2019年起创新链有序度持续攀升,产业链有序度在样本区间内较为起伏,且近期出现降低现象,创新链波动性相对较大。③河北地区在2018—2021年产业链有序度高于创新链有序度,但在2021年以后,创新链有序度显著升高;产业链波动性相对较大,在样本区间两链走势差异明显,缺乏规律性。

比较三地单链有序度可以看出:①就产业链而言,2020年京津冀三地呈现趋同特征,其余年份差异显著。具体表现为:2019年以前天津产业链有序度保持领先,河北次之,北京最低;2021年以后北京产业链有序度反超,天津和河北两地互有高低。②就创新链而言,京津冀三地创新链有序度都呈上升趋势,其中河北增幅最为显著,但三地差异持续存在,互有高低。另外,单从均值来看,北京的产业链有序度是三地中最高的,天津次之,河北最低;天津的创新链有序度是三地中最高的,河北次之,北京最低。

(二)装备制造业“两链”之复合系统协同度测算

复合系统协同度的测算方式有两种:相邻基期法和相同基期法。前者以上年为初始时刻 t_0 ,侧重揭示短期协同性波动规律;后者以初始年份为时刻 t_0 ,适用于观测系统在较长周期内的协同演化。本研究以2018年为初始时刻 t_0 ,采用相同基期法,将各地子系统协同度代入公式(3),计算出2018—2023年间北京、天津和河北三地装备制造业“两链”的复合系统协同度(见表2)。

表2 京津冀装备制造业“两链”复合系统协同度

年份	北京	天津	河北
2018	null	null	null
2019	-0.1063	-0.0511	-0.0735
2020	0.1784	-0.0796	-0.0781
2021	0.3633	0.0943	0.3049
2022	0.4315	0.2728	0.2922
2023	0.5120	0.1664	0.4530
均值	0.2758	0.0806	0.1797
方差	0.049	0.018	0.047

由表2可见,京津冀地区装备制造业“两链”融合水平呈现以下特征:①横向区域比较来看,北京、天津和河北三地的“两链”协同度均值都低于0.3,整体处于低协同状态。②纵向时间比较来看,2019年北京、天津和河北的协同度均为负值,但总体来看三地“两链”协同度呈上升趋势。③从波动性来看,北京和河北的“两链”协同度波动性相对较大,天津的较小。

四、结论、政策建议及展望

本研究选取2018—2023年京津冀装备制造业面板数据,运用复合系统协同度模型对装备制造业“两链”融合发展水平进行测度,主要结论如下:①在观测期内,三地装备制造业“两链”协同度均值都低于0.3,整体都处于低协同状态;②北京的产业链与创新链有序度呈现交替领先特征,天津和河北的产业链有序度偏低,产业链有序度是制约三地装备制造业“两链”融合发展的关键因素;③影响三地装备制造业子系统有序度的主要因素存在差异。

基于实证分析结果,提出以下政策建议:①影响装备制造业“两链”融合的主要因素方面,北京的技术协同能力和新产品销售收入占比是主要因素,天津的技术协同能力和R&D经费是主要因素,河北的技术协同能力和R&D人员全时当量是主要因素,各地政府应针对各自短板,着力促进本地装备制造业“两链”融合发展。②高度重视科技创新和产业创新。科技创新和产业创新是推动经济高质量发展的核心驱动力,通过构建“政产学研用”五位一体的协同创新体系、打出税收优惠等政策组合拳、加快布局5G工业互联网创新应用场景

等维度的系统性产业政策,打破“两链”融合之间的梗阻,尽快消除装备制造业产业链对其“两链”融合发展的制约作用。

③建立跨区域产业链创新链统筹机制。京津冀三地产业主管部门可以组建专项工作小组,重点破解产业基础能力薄弱与创新要素错配双重困境,通过构建“产业需求牵引创新供给、技术突破反哺产业升级”的闭环体系,着力提升“两链”融合发展水平。

④构建“两链”融合动态监测与评估体系。加快构建现代化产业体系,构建包含多维度的“两链”融合评价体系,通过整合企业运行、专利信息、金融信贷等多源异构数据,搭建智能化监测平台,实现月度动态追踪、季度全景扫描、年度深度评估的监测评估体系,精准反映产业链创新要素流动效率,为制定靶向性补链政策、优化创新资源配置提供量化依据。

尽管本文对京津冀装备制造业“两链”融合发展提供了有益启示,但研究还不够深入,未来需要进一步研究的有:①构建更完善的评价指标体系,运用更多的数学模型对其展开实证研究;②将调查范围扩展到其他区域,对比分析不同区域的融合发展水平。

参考文献:

- [1]王燕梅.装备制造业高质量发展与现代化产业体系建设[J].理论学刊,2024(2):103-111.
- [2]刘靖玥,吴维旭.产业政策视角下创新链产业链融合发展路径和机制研究:以深圳市为例[J].科技管理研究,2022,42(15):106-114.
- [3]巫强,胡蕾,蒋真儿.产业链与创新链融合发展:内涵、动力与路径[J].南京社会科学,2024(2):27-37.
- [4]陈雄辉,陈铭聪,孙熹寰,等.“四链”融合发展水平评价研究——以广东地区为例[J].中国科技论坛,2021(7):107-114.
- [5]孙琴,刘戒骄.集成电路产业“三链”融合协同发展——机理分析与实证研究[J].中国科技论坛,2023(7):63-73.
- [6]梁树广,谢冉冉,冯倩倩.新能源汽车产业“三链”耦合:理论逻辑、测度与路径[J].财会月刊,2024,45(22):117-123.
- [7]孟庆松,韩文秀.复合系统协调度模型研究[J].天津大学学报,2000(4):444-446.
- [8]盛朝迅.推进我国产业链现代化的思路与方略[J].改革,2019(10):45-56.
- [9]贺正楚,曹德,潘红玉,等.全产业链发展状况的评价指标体系构建[J].统计与决策,2020,36(18):163-166.
- [10]张虎,张毅,韩爱华.我国产业链现代化的测度研究[J].统计研究,2022,39(11):3-18.
- [11]梁树广,张芃芃,臧文嘉.中国制造业产业链与创新链耦合协调及其影响因素研究[J].地域研究与开发,2023,42(3):1-6+26.
- [12]张亚军.高技术制造业产业链与创新链协同发展测度及动态演化分析[J].管理现代化,2024,44(3):128-138.
- [13]鲁洁,秦远建.创新链的构建与协同治理研究[J].武汉理工大学学报(信息与管理工程版),2017,39(1):585-588+593.

基于平衡计分卡的海尔智家绩效评价研究

邸丛枝 刘佳萌

河北经贸大学会计学院

摘要:平衡计分卡是一种绩效分析工具,它可以更好地反映出财务和非财务衡量方法的具体实践和平衡效果,帮助企业把战略目标、中长期目标和短期目标结合在一起,推动管理业绩和经营业绩等方面发展的有效平衡^[1]。以海尔智家为例,基于平衡计分卡的财务、客户、内部流程、学习与成长这四个维度,对其绩效进行了全面分析。研究表明,海尔智家在资本结构、客户满意度、供应链管理和人才培养等方面存在优化空间。有针对性地提出了优化资本结构以提升盈利能力、提高客户满意度以扩大市场份额、优化供应链管理以提升运营效率、加强人才培养以提升创新能力等建议,为企业绩效改进提供参考。

关键词:平衡计分卡;海尔智家;绩效评价;战略管理 **中图分类号:**F275;F272.5 **文献标识号:**A

引言

作为兼顾财务和非财务指标的战略管理会计工具,平衡计分卡广泛应用于企业的绩效分析、经营决策及战略选择之中^[2]。它不仅构建了一套全面的企业绩效评价指标体系,还融入了战略管理的决策框架,对当下会计改革和企业改革都具有重要意义。传统的财务指标如 ROE、ROA、利润等,虽然能够提供一定的财务健康状况,但忽略了非财务因素对公司长期发展的影响。如今,“平衡计分卡+战略地图”的组合模式愈发受到企业的青睐。借助这一模式,企业能够全面评估自身的经营状况、财务表现以及管理效能,从而直观地获取关键信息,为推动战略发展规划和执行方案的不断优化提供支持,进而促进战略目标和财务目标的达成。

一、基于平衡计分卡的海尔智家绩效评价

(一)海尔智家公司概况

海尔智家股份有限公司成立于 1984 年,专注于智能家电领域。作为国内智能家居市场的领军企业,海尔智家的服务已覆盖全球。公司核心产品涵盖洗衣机、冰箱、热水器等家电,致力于通过智慧家庭场景的创新应用,满足消费者在日常生活中的多样化需求。海尔智家始终坚持创新战略和多元化经营战略,秉承“为人服务、为智慧家庭生活服务”的理念,成功打造了一个集研发、生产制造和市场营销于一体的综合竞争格局。2023 年,海尔智家全球营业收入达到 2614.28 亿元,同比增长 7.3%;净利润为 165.97 亿元,同比增长 12.8%;扣非净利润为 158.24 亿元,同比增长 13.3%^[3]。因此,以海尔智家为例,运用平衡计分卡对其绩效进行分析与评价,具有很强的代表性和典型意义。

基于平衡计分卡理论,本文在评价海尔智家集团的绩效

时,从财务、客户、内部流程、学习与成长四个维度进行分析,尽可能全面、系统地评估企业的绩效,避免单一财务指标的局限性,同时将企业的长期战略目标与短期绩效相结合^[4]。海尔智家主要选取以下三个战略。一是产品差异竞争战略。海尔智家主要为用户提供成套家电产品与家庭场景解决方案,打造海尔智家高端品牌的全屋定制业务,通过提供差异化服务提高市场竞争力^[5]。二是生态品牌战略。即以客户需求为导向,借助物联网,根据用户日常生活的动态需求及时提供个性化的场景服务^[6]。三是共享财务战略。面对复杂的经营与市场环境,海尔决定采用财务共享服务系统^[7]。

(二)海尔智家绩效分析

1. 财务维度。对于海尔智家这样的上市公司,财务表现是投资者、股东和其他利益相关者关注的核心。财务指标,如营业收入增长率、净利润率等能够直接反映企业的经营成果,帮助判断海尔智家是否实现了可持续的盈利增长,是否有效利用了资源;将财务维度划分为传统的二级财务指标,包括偿债能力、盈利能力、营运能力和发展能力。在此基础上,再划分主要的三级财务指标,例如净利润增长率、净资产收益率 ROE、流动比率等。

(1) 偿债能力。由表 1 可知,2019—2023 年海尔智家的流动比率波动上升,但仍低于合理值 2,说明海尔智家的流动资金变现速度有所提高,但短期偿债能力仍比较弱,这是家电行业存货多的性质导致的。速动比率维持在 1 左右,说明企业的每 1 元流动负债就有 1 元易于变现的流动资产来抵偿,企业对于债务偿付是有保障的。而海尔智家 2019—2023 年的速动比率维持在 0.7 左右,说明企业每 1 元流动负债仅有 0.7 元易于变现的流动资产,这可能是由于家电行业

作者简介:邸丛枝(1975—),女,河北省石家庄市人,硕士生导师,主要研究方向为管理会计;刘佳萌(2000—),女,河北省邯郸市人,硕士研究生,主要研究方向为管理会计。

存货周转速度较慢,影响了海尔智家企业速动比率的提升。这表明海尔智家的短期偿债能力不足,资金的变现能力不够强,需关注流动性风险。

表 1 海尔智家 2019—2023 年偿债能力数据

年份	2019	2020	2021	2022	2023
流动比率	1.05	1.04	0.99	1.10	1.11
速动比率	0.76	0.78	0.67	0.75	0.78
资产负债率/%	65.33	66.52	62.67	59.85	58.20

一般认为,企业资产负债率的适宜水平是 40%~60%。海尔智家近几年资产负债率呈下降趋势,处于比较健康的水平,长期偿债能力有所提高,长期财务状况有所改善,债权人贷款的安全性提高。

(2)盈利能力。评估一个公司盈利能力的高低,关键在于其所获得的利润。一般情况下,公司正常运营获得的利润反映其盈利水平。

ROE(净资产收益率)是净利润与净资产的比率,该指标是衡量企业盈利能力的重要指标,也是衡量股东资金使用效率的重要指标,指标值越高,说明投资带来的收益越高。由表 2 可知,海尔智家的净资产收益率波动下降,表明企业运用股东资金创造价值的的能力降低。这是因为海尔持续在全球建厂,资本开支多,历史分红少,净资产累计多。

表 2 海尔智家 2019—2023 年盈利能力数据

年份	2019	2020	2021	2022	2023
销售毛利率	29.83	29.68	31.33	31.33	31.51
销售净利率	6.14	5.40	5.83	6.05	6.40
净资产收益率	19.12	17.67	17.29	16.81	16.85

2019—2023 年海尔智家销售毛利率波动上升,说明其为股东创造盈利的能力增强。随着 CPI(股票股价)和原材料价格的上涨,以及市场逐渐进入寡头垄断阶段,白色家电公司提价时阻力较小。另外,海尔首创高端品牌卡萨帝,国内高端家电排名第一,整体毛利率较高。

根据表 3 可以看到,2021—2023 年海尔智家的销售费用均高于美的与格力,尤其是 2023 年销售费用达 409.8 亿元,几乎等于当年美的与格力销售费用总和的 80%。而 2023 年海尔智家的营业收入为 2614 亿元,美的和格力的营业收入分别为 3737 亿元及 2050 亿元,海尔智家营收只占它们总和的一半,这也导致海尔智家的销售净利率偏低。销售费用高的根本原因是海尔始终维持庞大的销售团队,从总部、省级分公司、县市机构到商超驻场,销售人员数量最多。此外,海尔在线下建了很多省级分公司,为了推广高端品牌和全套智能家居,建立了很多自营实体店,2022 年仅卡萨帝线下自营

店就在全中国建立了 1 万家,数量增长 30%,导致了高额的销售费用。

表 3 2021—2023 年白色家电主要企业销售数据对比

年份	海尔			美的			格力		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
销售费用/亿元	365.5	385.9	409.8	286.5	287.2	348.8	115.8	112.9	171.3
销售费用率/%	16.06	15.85	15.67	8.34	8.31	9.33	6.11	5.93	8.36
销售人员/人	18283	18844	18424	8561	9093	14063	2964	3002	2528

(3)营运能力。公司的营运能力也就是其通过自身具备的各类资产获得的盈利能力。本文通过分析海尔智家的存货周转率、应收账款周转率与总资产周转率来探究其营运能力的强弱。

海尔智家的存货周转率近五年整体呈现下降趋势,这表明海尔智家对存货的管理效率有所不足,存在存货积压情况。2019—2023 年,海尔智家的应收账款周转率呈上升趋势,表明公司收账效率提升,平均收账周期缩短,坏账风险降低,资产流动性增强,偿债能力得到改善。一个公司的总资产周转率越高,资产周转速度越快,相应的资产利用程度就越高。由表 4 可知,海尔智家总资产周转率整体水平较高,处于行业中上游。说明海尔智家资产投资的效益较好,资产利用效率较高。

表 4 海尔智家 2019—2023 年营运能力数据

年份	2019	2020	2021	2022	2023
存货周转率	5.56	5.11	4.52	4.11	4.42
应收账款周转率	8.06	7.62	7.84	9.11	9.61
总资产周转率	1.13	1.07	1.08	1.07	1.07

(4)发展能力。通常来说,营业收入增长率越高,意味着公司的业务正在扩张,具有更多的市场份额、更大的竞争优势。由表 5 可知,海尔智家的营业收入增长率呈下降趋势,这跟市场竞争激烈、价格战加剧有关。净利润增长率方面,2021 年行业普遍面临铜、铝等原材料价格上涨的挑战,导致海尔智家 2022 及 2023 年净利润增长速度不如 2021 年,但仍保持上涨趋势。在这样的大环境下,海尔智家持续推进数字化转型,优化组织运营效率与费用投放效率;此外,海尔智家旗下的高端品牌卡萨帝,注重物联网生态转型,实施“三位一体”的本土化战略,因此也带来了更好的业绩。

总资产增长率也就是企业年底总资产上增量与年初总资产额度的比值,反映企业当年资产规模的增长情况。海尔智家的总资产增长率波动下降,这是由于家电市场竞争激烈,导致企业的销售额及利润下降,从而影响企业的资产规模和财务实力。

表 5 海尔智家 2019—2023 年发展能力数据

单位:%					
年份	2019	2020	2021	2022	2023
营业收入增长率	9.52	4.46	8.50	7.01	7.36
净利润增长率	9.66	8.25	47.23	12.49	12.81
总资产增长率	12.45	8.54	6.88	8.45	7.44

2.客户维度。对海尔智家来说,客户是其生态品牌战略的核心,客户满意度和市场份额直接影响企业的财务表现。客户维度关注的是企业如何通过满足客户需求、提高客户满意度来提升其市场竞争力,通过客户维度的指标,可以了解海尔智家在用户体验、品牌影响力等方面的表现。客户维度的关键绩效指标包括客户满意度、市场份额、品牌认知度等。

根据图 1 可以看到,海尔智家的市场份额在不断增加。客户满意度方面,海尔智家空调(主要家电之一)2021—2023 年客户满意度评分一直居于行业第二位,分别是 83、84 及 83 分。客户对于海尔智家产品的认可度较高,其服务质量、产品质量获得市场认可。

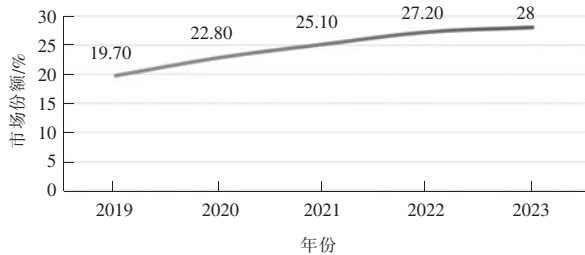


图 1 海尔智家 2019—2023 年市场份额

3.内部流程维度。海尔智家的智慧家庭解决方案需要高效的研发、生产和供应链支持,内部流程维度的分析能够揭示其运营中的优势和不足,评估其是否具备快速响应市场变化的能力。而内部流程维度关注的是企业内部的流程效率和管理水平。我们主要深入研究与评估海尔智家的营运流程。企业想要拓展销售渠道、调整业务结构及开展各类宣传活动,都需要大量的资金投入。因此,选取管理费用率作为评估企业营运流程是否合格的关键指标。

表 6 2019—2023 年白色家电代表企业管理费用率

单位:%						
指标	公司	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
管理费用率	格力电器	1.89	2.11	2.14	2.78	3.19
	美的集团	3.41	3.24	2.99	3.35	3.61
	海尔智家	5.03	4.82	4.59	4.45	4.40

2019—2023 这五年间,海尔智家的管理费用率不断降低,这与海尔智家深入推动数字化转型升级的战略有关,数字化转型帮助海尔智家优化了供应链,实现低成本高效生产,并缩短了研发周期,提升了运营效率。此外,海尔智家通

过实施高端化战略,提升了品牌形象和产品附加值。高端产品的利润率通常较高,并且随着销售额的增长,固定成本被更多地分摊,有助于降低相对费用率。

4.学习与成长维度。学习与成长维度关注的是企业如何通过提升员工技能、创新能力和技术研发来实现持续发展,从此维度进行分析能够了解公司的长期竞争力。海尔智家的生态品牌战略也需要强大的技术研发能力和高素质的人才队伍。管理会计绩效管理应用指引指出,学习与成长维度的企业常用指标有研发费用、员工保持率、员工生产率、培训计划完成率、员工满意度等。

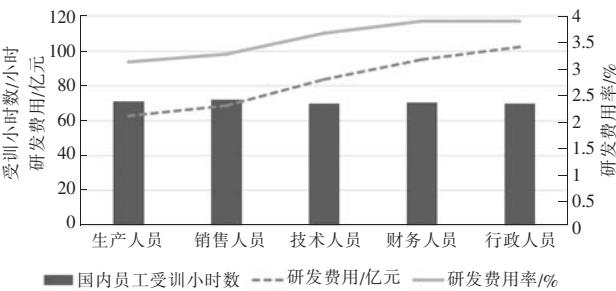


图 2 2023 年海尔智家学习与成长维度数据

海尔智家构建了全方位、多层次的人才培训体系,通过课程培训、专题研修、挂职交流等方式为员工提供多样化的学习资源,以促进不同需求的多维度人才成长,助力员工提升职业素养、专业能力和领导能力。2023 年,海尔智家实现了国内全体员工培训覆盖率 100%,人均受训时长达 72 小时^④。根据海尔智家年报数据,企业研发费用从 2019 年的 62.7 亿元增长到 2023 年的 102.2 亿元,研发费用率从 3.1% 上升至 3.9%,研发费用及费用率均呈现出稳步增长的趋势。这表明海尔智家持续加大研发投入,致力于技术创新和产品升级,确保每一分钱的投入都能带来相应的技术成果和市场回报。

二、基于评价结果的海尔智家绩效改进建议

(一)优化资本结构,提升盈利能力

在财务维度上,海尔智家的战略目标应紧密围绕收入提升和经济利润增长展开,以实现企业价值的最大化。近几年,海尔智家的资产负债率虽然呈下降趋势,但仍处于较高水平,尤其 2023 年为 58.20%,表明企业的财务杠杆较高,偿债压力较大。净资产收益率近年来呈现下降趋势,表明企业运用股东资金创造价值的能力有所减弱。海尔智家可以通过增加股权融资,减少对债务融资的依赖;优化资产配置,剥离非核心资产,提升资产使用效率;加强现金流管理;加强成本控制,减少不必要的费用支出,尤其是销售费用和管理费用的

支出。

(二)提升客户满意度,扩大市场份额

客户满意度是企业盈利能力的重要驱动因素。从企业整体层面而言,满意的顾客作为一种资产,可以为企业带来未来的经济回报^[1]。提升客户满意度、扩大市场份额是实现企业绩效提升的关键路径。因此,海尔智家应加强售后服务体系建设,提升服务响应速度和质量。通过大数据分析,深入了解客户需求,提供个性化的产品和服务,以达到提升客户忠诚度、提升市场竞争力的战略目标。海尔智家的市场份额虽然逐年增长,但在激烈的市场竞争中,仍需进一步提升市场占有率,加强市场推广,尤其是改进在新兴市场和海外市场的布局;优化产品定价策略,提升产品的性价比。关注当前市场中个性化与差异化管理的重要性,深入分析不同客户群体的独特需求和价值定位,确保企业服务或产品能够满足并超越客户的期望。

(三)优化供应链管理,提升运营效率

存货管理是企业整体经营管理活动中非常重要的环节,也是企业创造收入、增加利润的重要来源^[2]。海尔智家的存货周转率近年来呈现下降趋势,表明企业在存货管理方面存在一定问题。海尔应采取确保产品质量卓越、推动创新发展、有效控制成本等战略。通过优化内部流程,实现更高效的运营;提升产品或服务的附加值,巩固市场地位;加强市场需求预测,减少不必要的库存积压。海尔智家的管理费用率虽然逐年下降,但仍高于行业平均水平,表明企业在内部流程管理方面仍有改进空间。可以积极推动组织架构优化,减少管理层级,提升决策效率;加强流程自动化,减少人工干预,降低管理成本;推动数字化转型,提升内部流程的透明度和效率。

(四)加强人才培养,提升创新能力

海尔智家的研发费用虽然逐年增长,但在技术创新方面仍需进一步提升,尤其是在物联网和人工智能等前沿技术领域。海尔智家可以通过加强组织执行能力,提升员工的专业技能、团队协作能力和创新能力^[3];建立完善的职业发展通道,提升员工的职业发展空间和满意度;利用信息数据资源来驱动决策优化和业务增长,有效提升企业的战略发展能力。此外,海尔应将评价结果与奖惩激励机制紧密结合,使绩效表现成为员工薪酬调整和职位晋升的重要参考依据。通过这种方式,有效激发员工的积极性和创造力,推动个人与企业的共同成长^[4]。

结论

在海尔智家的绩效评价体系中,利用平衡计分卡这一工

具,深入分析四个核心维度,全面收集绩效数据,为企业战略优化提供强有力的支持。针对企业在经营决策、投资运营、客户管理和资金周转等关键环节中面临的挑战^[5],海尔智家需制定并实施有针对性的管理措施,以确保持续保持高水平的财务绩效和运营安全。借助大数据技术,海尔智家可以实现动态、全方位的绩效评估,获取更加精准和高效的决策支持信息,提升企业的可持续发展能力,并强化风险管控能力,确保企业在激烈的市场竞争中保持稳健前行。

参考文献:

- [1]郑小平,朱瑞笛.基于改进平衡计分卡的美的并购库卡绩效研究[J].会计之友,2021(17):51-57.
- [2]刘运国,金淞宇,周颖.平衡计分卡:构建、应用和发展[J].会计之友,2024(2):128-139.
- [3]刘丽.基于平衡计分卡的企业绩效评价研究——以海尔智家为例[J].全国流通经济,2023(24):59-62.
- [4]汪艳涛,盛童.基于企业战略视角的财务报表分析——以海尔智家为例[J].会计之友,2022(7):87-92.
- [5]马明辉.财务共享模式下青岛海尔营运资金管理及其绩效研究[D].南昌:华东交通大学,2020.
- [6]李媛.家电企业实践 ESG 对企业价值的影响[D].广州:广州大学,2024.
- [7]于茂荐.服务企业客户满意度对企业绩效的影响研究[J].生产力研究,2023(4):145-150.
- [8]李宇燕.谈存货周转率指标的缺陷及改进建议[J].全国流通经济,2024(21):175-178.
- [9]马蔡琛,林江.平衡计分卡在公共部门预算绩效管理中的应用分析——基于学习与成长视角的考察[J].云南财经大学学报,2024,40(1):32-40.

电商平台供应链金融风险管理的问题研究

——以京东为例

潘昊旻

南京审计大学

摘要:随着电商平台与日常生活的联系更加密切,电商平台供应链金融作为一种新的金融服务模式,受到企业与国家的共同重视。而电商平台供应链金融发展的过程中,如何在保证电商平台利益的同时,为上下游企业提供更好的金融服务成为一大关键问题。以京东集团为研究案例,回顾京东供应链金融的发展历程,分析京东供应链金融的运作模式,探讨电商平台供应链金融风险管理中存在的问题,并为电商平台供应链金融的风险管理提供建议:坚持内部控制与外部监督并重;建立动态响应机制,防范风险,定期合规检查,保护用户隐私;加强与其他平台合作与数据共享。

关键词:供应链金融;风险管理;电商平台 **中图分类号:**F426.21 **文献标识码:**A

一、研究背景与文献综述

(一)研究背景

在数字经济的浪潮中,随着互联网技术的不断革新与应用深化,一系列互联网电商平台的层出不穷,其便捷性改变了人们的购物习惯,重塑了零售行业的格局。很多头部电商平台通过优化资源配置、提高效率、降低成本、增强响应速度和提升客户满意度来推动业务的持续增长和竞争力,自主完善供应链建设。供应链金融是供应链建设中不可或缺的一环,它能够帮助平台、商家以及供应链上的其他参与者解决资金流问题。2023年,国务院发布的《关于推进普惠金融高质量发展的实施意见》提到,要规范发展小微企业供应链票据、应收账款、存货、仓单和订单融资等业务,并鼓励开展贸易融资、出口信用保险业务,加大对小微外贸企业的支持力度。如何在保障电商平台与中小微企业利益的同时,深化供应链金融发展,更好地服务实体企业发展,促进金融与产业的深度融合,值得进一步研究。

京东是与生活关系密切的电商平台之一。正是由于其商家与用户的数量巨大,其积累了大量的交易及用户数据。京东运用这些大数据对商家与用户的信用风险进行评估,为供应链金融平台的建设奠定了基础;并且随着其金融平台的建成,与其他业务形成了强大的战略格局,为其发展注入了能量。自2012年起,京东积极推进供应链金融项目,推出了诸如京保贝、京小贷等一系列金融服务,并有效融合大数据、人工智能等技术,建立健全的信用评估体系及风险预警机制,实现了供应链金融业务的高效风险管理,树立了电商领域供应链金融建设及风险管理的典范。鉴于此,本文选取京东的供应链金融建设及风险管理作为研究案例,深入探讨电商平台在开展供应链金融业务时所面临的风险管理挑战与对策,

并为该领域的理论研究与实践操作提供有利参考。

(二)文献综述

1.供应链金融。在大数据、人工智能等技术加持下,供应链金融近年来发展迅猛,也广受学者们的关注。陈涵等系统性地梳理了供应链金融的发展历程,并探索推出新的动态金融模式,保障供应链金融的专业性作用^[1]。夏雨等通过回顾供应链金融的理论发展,分析了从传统供应链金融模式到互联网供应链金融的演变过程,并揭示了这一领域发展的内在逻辑。区块链技术是传统供应链金融创新发展的一大关键技术^[2]。戎袁杰等、许获迪以及张路等的研究均深入探讨了区块链在供应链金融中的应用价值,指出区块链技术通过提高交易透明度、增强信任、降低操作成本和欺诈风险,有效解决了传统供应链金融中的信息不对称问题,在保障供应链安全稳定运行的同时,促进供应链金融的高效运作和创新发展^[3-5]。龚强等人进一步结合企业数字化趋势,强调了区块链技术在推动供应链金融创新中的核心作用^[6]。

2.电商平台供应链金融。电商平台供应链金融是互联网金融与传统供应链金融融合的产物,助力电商平台的蓬勃发展。周敏认为,电商平台供应链金融打破了传统供应链金融的时空限制,能够有效降低风险与成本、提升效率^[7]。李志鹏等研究了电商参与下的供应链金融融资模式,指出通过大数据、云计算等技术的应用,能有效降低信息不对称,提高融资效率和风险管理水平^[8]。鲍新中等对比分析了B2B电商平台上的不同模式,揭示了各模式的优势与局限,为实践提供了参考^[9]。在风险监管方面,杨青提出,在电商背景下,加强供应链金融风险的监管机制建设,是保障该领域健康发展的关键^[10]。

3.供应链金融风险管理。伴随供应链的快速发展,风险

作者简介:潘昊旻(2001—),女,江苏省泰州市人,硕士研究生在读,主要研究方向为管理会计、智能会计等。

管理成为不可忽视的关键议题。近年来,学者们围绕供应链金融的风险特征、管理框架、风险控制策略等展开了广泛研究,形成了丰富成果。郑昱和张凯夕从中小企业融资视角出发,探讨了供应链金融风险管理的策略与实践,强调了针对中小企业特性构建风险管理体系的重要性^[1]。李光荣等则深入分析了供应链金融的信用风险特征,提出了分析框架与管理对策,指出信用风险是供应链金融的核心挑战之一^[2]。在风险控制策略方面,冯珊珊和李永梅研究发现,区块链技术能够降低供应链金融风险,切实解决上下游中小企业的融资需求,促进供应链金融的持续稳定发展^[3]。金香淑等创新性地引入收益共享-双向期权契约模型,为供应链金融风险管控提供了一种新的思路和工具^[4]。赵成国和江文歆从供应链金融生态发展逻辑出发,分析供应链金融生态风险问题,构建内外供应链金融生态风险管理架构与协同共生机制^[5]。宋华指出,供应链金融应全面把握供应链交易过程和资产基础,构建用户画像,进行信用风险动态管理,预测企业可能的行为和运营状况,有针对性地开发和操作金融活动^[6]。

二、京东供应链金融风险管理的案例分析

(一) 京东介绍

京东以自建物流体系为核心竞争力,迅速成长为全国第二大电商平台,十几年的时间就成功在美国上市,成为中国人所熟知并常用的电商平台,以“正品行货”的经营理念,特别是在电子产品、家电等品类方面深受国人的信任。近年来,京东不仅在电商领域深耕,还积极拓展至云计算、数字科技、健康、金融科技等多个领域,形成了一个庞大的生态体系。京东供应链金融与公司的整体布局紧密相连,加强了与上下游企业的联系,共同构建一个高效、协同、互惠互利的供应链生态系统,提升了自身供应链的竞争力,并为推动实体经济发展、促进产业升级贡献了力量,如图1所示。因此,本文认为京东供应链金融能够作为一个电商平台供应链金融风险研究的典型案例。

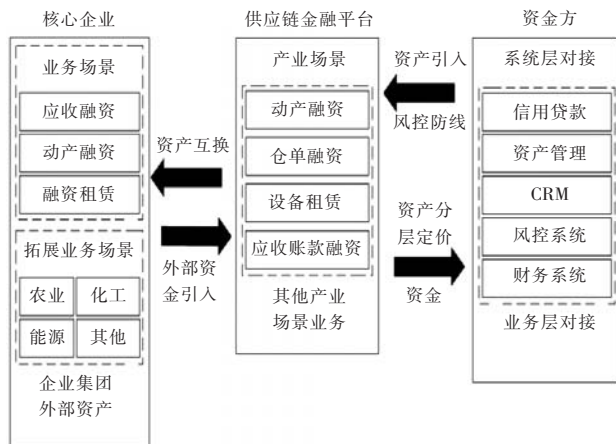


图1 京东供应链金融平台与公司整体布局

(二) 京东供应链金融的发展历程

1.合作起步阶段(2012年)。2012年11月27日,京东供应链金融服务正式上线,京东与中国银行北京分行签订战略合作协议。此时,京东拥有超1万家的供应商,中国银行合作向京东的供应商提供金融服务,以信用和应收账款作为抵押,帮助供应商从韩国取得贷款,为中小企业提供了融资支持,提高了供应商的财务流动性。京东自此开始进入供应链金融领域,为其独立自主发展供应链金融奠定了基础。

2.独立发展阶段(2013—2016年)。2013年起,京东开始独立利用自身供应链以及现有的平台优势,不断优化业务模式,布局供应链金融业务,为供应链上下游企业提供多样化的金融服务。2013年,京东推出了“京保贝”产品,为京东自身的自营供应商提供快速、便捷的融资解决方案。次年10月,京东推出了“京小贷”产品,为京东平台商家提供无抵押的信用贷款服务,其根据商家在京东的经营情况进行信用评级,提供授权额度并有多数据模型控制贷款流程及贷后监控,具有贷款便捷、全线上操作、有竞争力的贷款利率、个性化还款方案等特点。2015年9月,京东推出了“动产融资”产品,在京东科技、京东零售、京东物流的系统链接和大数据风控,为已入仓的货物提供精准估值,并以此为基础,向商家提供融资服务。

3.技术升级阶段(2017年至今)。2017年前后,京东科技在供应链金融业务的布局中,为了增强客户黏性,持续加大资源投入。尽管此时其盈利能力较弱,但随着业务的深入发展,京东科技逐渐证明了其“科技+金融”模式的可行性和必要性。2018年6月,京东金融与国际金融公司达成合作,获得4亿元人民币贷款,专门用于发展数字农贷业务,这标志着京东供应链金融在特定行业深化服务,同时,其大数据风控技术案例被世界银行《2019世界发展报告》引用,在风控领域获得国际认可。2019年以后,京东供应链金融继续深化其在金融科技领域的探索,利用区块链、人工智能等技术提升供应链金融的效率和安全性,实现业务的线上化、自动化和智能化,进一步降低供应链中的信息不对称问题。

(三) 京东供应链金融风险管理的现状

京东供应链金融的风险管理是一个贯穿于供应链全流程的动态过程,涉及了战略规划、风险评估、实时监控、控制措施、反馈机制和技术支持等多个环节,如图2所示。公司管理层的治理与政策程序相辅相成,保证公司的供应链金融按着公司战略的方向发展,并且对全流程予以细化的规范管理,保证供应链金融业务的合规管理。

为了及时有效地应对各种潜在风险,京东运用先进的技术工具,时刻关注市场需求与宏观环境的变化对供应链可能产生的影响,在事前环节进行风险防范,以便即时做出反馈。

与此同时,在大数据与机器学习等技术的支持下,京东能够对商家与用户的信用风险进行评估,判断是否应该为其提供金融服务以及应该提供怎样的金融服务。但是在实操环节也必然存在一定的风险,包括大数据存储的安全性、先进技术的可靠性、评估信用风险模型的全面性以及一些外部难以控制的环境因素。

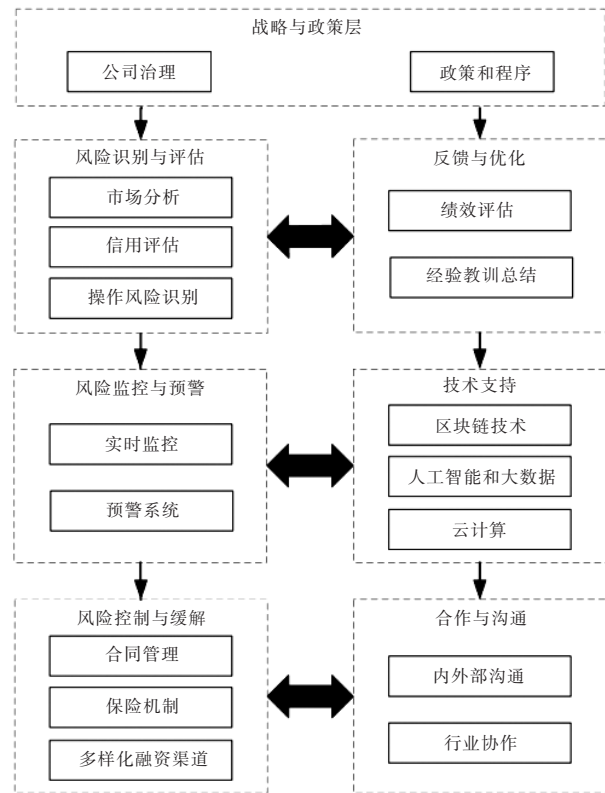


图2 京东供应链金融框架

在这样的背景下,京东建立了实时监控系统,对风险作出即时预警。京东运用信息系统持续跟踪交易数据和市场动态以确保能够迅速响应市场异常情况。预警系统这时就起到了至关重要的作用,通过建立一系列指标与标准,当风险超过既定标准的时候,系统就会自动作出反馈,提醒公司采取行动。预防与预警系统将风险控制在初期阶段,即使发生损失也会控制在尽可能小的可控范围之内。合同管理就是风险规避与防范的重要一节,严谨的条款能够使公司在面对风险时明确责任划分,从而确保企业财务保持良好状况,并不至于产生超出预期的不可控的财务损失。此外,京东保持多样化的融资渠道,减少对单一资金来源的过度依赖,增强公司在金融市场上的灵活性和适应能力。

环境是不断变化的,风险管理也不是静态的,它要随着市场环境的变化予以反馈和优化。京东会定期了解哪些措施有效,哪些需要改进,检查风险管理的效果,根据实际情况对风险管理的战略进行调整,从已发生的事件中总结教训,

改进风险管理实践,从而推动整个风险管理框架的改革与进步,更好应对未来可能遇见的情况。

技术支持则贯穿在整个风险管理过程中,确保风险管理系统健康合理运行。例如,区块链技术的应用增强了供应链的透明度,保证了交易记录的真实性和不可篡改性;人工智能和大数据分析提高了风险预测的准确性和响应速度,使京东能够在复杂多变的环境中作出快速而明智的决策;云计算则提供了强大的计算能力和灵活的业务扩展支持,满足了大规模数据处理的需求。

合作与沟通对于企业整体管理与运转来说是至关重要的,同样在风险管理环节也不可或缺。无论是在企业内部还是外部,确保沟通的开放透明都是必不可少的。及时分享信息,确保所有利益相关者都能了解最新的风险状况和应对措施。同时,积极参与行业协会和标准的制定,与同行共同提升行业整体的风险管理水平,也为京东供应链金融的长远发展奠定了坚实基础。

(四)京东供应链金融风险管理的问题

1.数据收集存在错漏与不真实情况。京东供应链金融的风险管理主要依赖于大数据与风控系统的支持,这就要求企业所获取的信息必须具有较高的可信度和精准度。然而,现实之中绝大多数中小型企业都没有要充分、可靠地披露相关信息的认知,其提供的数据或多或少地存在不完整、不真实的情况。并且各个企业所属行业不同,各个行业因其自身的特殊性,准确判断风险情况的标准也是不一样的。要让风控人员了解每个行业的特性、在风控系统内建立完全合理准确的评估体系是不现实的。

2.风险止损机制不完善。尽管京东已经建立了相对完善的大数据风险控制系统和风险预警装置,但由于互联网环境的不稳定性和模型预测的不确定性,仍存在不可预测的风险。特别是当资金贷出后,如果出现故意不还款等情形,可能会存在处理成本过高的情况,或若不及时处理,不仅会导致京东自身的高恶性负债率,甚至还可能影响平台其他供应商的正常经营。因此,京东需要进一步加强风险防范机制,以应对突发状况并降低潜在损失。

3.用户隐私信息保护不足。在电商平台供应链金融提供服务的过程中,企业或个人需向平台提供各种信息才能获得金融服务。京东在收集这些信息后,需要对其进行整理和核实,容易导致大量用户的数据泄露。如果不法分子盗用这些数据进行非法活动,将给用户造成严重损失,在互联网发达、信息大爆炸的今天,极可能对京东的品牌形象产生负面影响。因此,如何确保用户信息的安全性是一个亟待解决的问题。

4.信用风险评估的局限性。虽然京东拥有先进的数据分析能力和大量的历史交易数据,但中小企业通常规模较小、

管理水平较低,信誉记录可能不够健全。这意味着即使有大数据的支持,对于某些新进入市场的小型企业来说,准确评估其信用风险仍然是一个难题。这种情况下,可能会导致误判,从而增加不良贷款的可能性。

三、应对电商平台供应链风险的建议

(一)强化内部控制,加强外部监督

“内部控制+外部监督”的双重体系能够对信息错报与漏报的问题实现有效监管。从内部控制来看,应建立完善的数据采集标准化流程,规范数据格式与更新机制;明确从采集、存储、传输到使用各个环节中的数据责任主体,实现数据责任的可追溯性;在与用户签订的合同中对数据真实性作出明确要求,要求数据可验证,禁止随意篡改,树立用户的数据责任意识。从外部监督来看,政府应牵头成立电商数据审计中心,对平台数据的完整性、真实性进行核查;企业应引入外部的第三方审计机构,对公司所获得的大数据进行审计,确保信息的完整性与真实性。

(二)建立响应机制,动态防范风险

电商平台应建立动态的风险响应机制,整合多维度数据,运用算法模型进行实时分析,针对信用风险的高低,将借贷企业分为不同等级,并对不同风险等级分别实施精准化防控措施。面对信用风险较低的企业,应快速放款,提高业务效率,吸引用户,后续即时进行监控,以防范为主;面对信用风险中等的企业,应暂停继续提供金融服务,并要求增加抵押增信,避免其信用风险增加导致资金不可追回;面对风险较高的企业,应当立即启动资产保全措施,必要时运用法律程序对其债务进行追偿。

(三)定期合规检查,强化隐私保护

企业应建立系统化的隐私保护合规机制,将隐私保护纳入内控审计的流程。审计部门联合法务、信息安全等部门定期对核心数据库访问信息进行溯源审查,对可能发生的信息泄露访问源进行干预。这就需要企业完善应急响应预案,确保在信息泄露后的黄金时期内采取行动。对前两次违规行为以教育培训为主,扣减考核绩效、取消短期内晋升资格等惩罚为辅,提升数据使用者的信息保护意识;对多次违规行为可以考虑解除劳动合同,以避免更多隐私泄露行为对企业声誉与信用的影响。同时,在技术层面,对数据采集、存储、传输全流程加强防护体系建设。

(四)联合其他平台,完善信用管理

电商平台应与其他企业或单位合力,共同构建跨平台信用管理体系,为电商行业供应链金融风险防控作出贡献。一是与市场监督管理局、税务局、央行等国家机关建立长期战略合作关系,构建数据借口,实现数据共享,识别隐性的关联风险;并且国家机关数据相对于需借款企业自己提供的数据

来说,更加真实可靠,也可通过不同数据源的数据一致性分析其信用风险。二是跨平台合作,与其他企业建立共享数据平台,互认信用评级结果,如共享税务评级、合同履约率、投诉率等核心指标,从而提高信用风险评级效率、降低信用审批成本。

参考文献:

- [1]陈涵,詹江,谢家智.供应链金融前世今生与模式推陈出新的探索[J].财会通讯,2025(2):139-145.
- [2]夏雨,方磊,魏明侠.供应链金融:理论演进及其内在逻辑[J].管理评论,2019,31(12):26-39.
- [3]戎袁杰,段京平,刘明巍,等.区块链技术赋能供应链金融创新模式研究——基于行业联盟链的管理模式[J].价格理论与实践,2024(11):191-196+226.
- [4]许获迪.区块链技术在供应链金融中的应用研究[J].西南金融,2019(2):74-82.
- [5]张路.博弈视角下区块链驱动供应链金融创新研究[J].经济问题,2019(4):48-54.
- [6]龚强,班铭媛,张一林.区块链、企业数字化与供应链金融创新[J].管理世界,2021,37(2):22-34+3.
- [7]周敏.金融科技背景下电商平台供应链金融发展趋势研究[J].中国集体经济,2023(3):109-112.
- [8]李志鹏,朱淑珍,吴筱菲.电商参与下的供应链金融融资模式选择研究[J].系统工程,2019,37(2):129-138.
- [9]鲍新中,谢文静,陈柏彤.B2B 电商平台供应链金融典型模式及其比较分析[J].金融理论与实践,2020(3):1-7.
- [10]杨青.电商背景下供应链金融风险的监管机制[J].金融发展研究,2020(6):53-56.
- [11]郑昱,张凯夕.供应链金融风险管理研究——基于中小企业融资视角[J].金融发展研究,2020(10):45-51.
- [12]李光荣,官银学,黄颖.供应链金融信用风险特征、分析框架与管理对策[J].商业经济研究,2020(13):167-169.
- [13]冯珊珊,李永梅.区块链技术在供应链金融信用风险管理中的应用研究[J].征信,2022,40(2):59-65.
- [14]金香淑,袁文燕,吴军,等.基于收益共享-双向期权契约的供应链金融风险控制研究[J].中国管理科学,2020,28(1):68-78.
- [15]赵成国,江文歆.金融生态视角下供应链金融风险管理体系构建[J].财会通讯,2021(6):130-133+171.
- [16]宋华.数字平台赋能的供应链金融模式创新[J].中国流通经济,2020,34(7):17-24.

数字化转型背景下 制造业企业审计质量提升研究

——以河钢集团为例

李献国 韩艺鸣

河北经贸大学会计学院

摘要:数字化转型作为经济发展的新动力,是建设现代化产业体系的重要推手。如何适应数字化转型背景,提升制造业审计质量,是当前企业需要研究的课题。采用案例分析法,以河钢集团为例,分析数字化转型对制造业企业提升审计质量带来的积极和消极影响,并对提升审计质量面对的问题提出建议。通过提升内部控制质量、会计信息质量及降低企业风险等内部因素提高审计质量;事务所培养复合型人才、强化关键审计事项的披露以及监管力量等外部因素,也推动审计质量提升。对于制造业企业提升审计质量面对的问题,监管层、审计需求方及审计供给方需各司其职,以保证和提升审计质量。丰富数字化转型在审计领域的研究内容,对数字化转型的制造业企业提升审计质量具有借鉴意义。

关键词:数字化转型;审计质量;信息化;制造业 **中图分类号:**F239 **文献标识码:**A

引言

国务院出台《“十四五”数字经济发展规划》,加强数字基础设施建设,赋能传统产业转型升级,为构建数字中国提供有力支撑。党的二十大报告指出,面对数字化革命浪潮,将前沿科学技术与中国现实情况充分结合,以数字化转型推动中国式现代化建设。为响应国家号召,企业不断进行转型升级。中国注册会计师协会制定和发布的《注册会计师行业信息化建设规划(2021—2025年)》,也凸显出注册会计师行业信息化建设的重要性,推进数字化转型进程,驱动注册会计师行业高质量发展。

数字化转型不断在企业中深入,企业内部管理、经营模式都会发生变革,同时也影响着审计工作的开展。大数据、云计算、区块链等数字技术的发展推动着传统企业转型升级,帮助企业收集数据并发挥其价值,为注册会计师开展审计工作提供信息,提高审计效率;同时,数字技术的应用也给企业带来了挑战,企业经营活动存在不确定性,从而影响审计质量。

制造业是我国现代化产业体系的基础,推动制造业产业转型升级是建设制造强国的必然要求。在此背景下,审计质量会受到什么样的影响?本文以河钢集团有限公司(以下简称“河钢集团”)为例,探讨数字化转型对制造业企业审计质量的影响。

本文的贡献点在于:第一,本文的研究内容有一定的创新性,从数字化转型视角分析制造业审计质量影响因素及提升对策,丰富了数字化转型领域的相关研究;第二,本文的研

究方法具有一定创新性,以河钢为案例,通过积极和消极两方面对河钢进行针对性分析,对制造业企业在数字化转型过程中提高审计质量具有一定的借鉴作用。

一、文献综述

(一)企业数字化转型的影响

学者对企业数字化转型的影响研究较为丰富。张咏梅等研究发现,企业数字化转型显著提高了盈余持续性^[1];戚聿东和肖旭认为,数字经济推动企业内部管理模式的变革^[2];齐飞等提出,数字化转型通过提高会计监督效率来提升会计信息质量^[3];杨德明等认为,数字化转型使审计师面对更高的重大错报风险从而增加审计费用^[4]。部分文献关注其对企业绩效的影响。易露霞等认为,企业数字化转型是自身主业绩效提升的驱动力,有利于提升自身的内部控制能力^[5];马苓等提出,企业数字化转型显著提升了碳绩效,并通过绿色创新正向影响企业碳绩效水平^[6]。

(二)审计质量的影响因素

审计质量由审计供给方和审计需求方共同影响。从审计需求方来看,雷倩华和乔薇以上市公司为样本,发现业绩期望落差与审计质量显著负相关^[7];孔莉等研究发现,企业披露的数据资源显示,通过削弱企业内部控制质量,增加对区块链与人工智能的使用程度,从而降低审计质量^[8];阎源和鲁清仿认为,数字金融以及数字化程度能通过创新投入提高审计质量^[9];田峰等研究发现,大数据税收征管降低注册会计师的业务风险和审计风险从而提高审计质量^[10]。从审计供给方来看,韩洪灵等认为,审计机构组织治理过程中的正当性机制

作者简介:李献国(1977—),男,河南省洛阳市人,经济学博士,硕士生导师,主要研究方向为数字财务会计、数字经济;韩艺鸣(2000—),女,河北省保定市人,硕士研究生在读,主要研究方向为注册会计师审计。

影响审计质量^[11];王海洪和王艺璇通过分析案例发现,数字化赋能审计管理可以提高审计质量^[12];张玲丽和陈汉文认为,相较于分所独立审计,分所联合审计提高了审计质量^[13];周敏李等认为,审计重要性水平影响审计质量,审计师运用更严格的重要性水平可以提高审计质量^[14]。

(三)数字化转型与审计质量

目前,对于数字化转型与审计质量的相关研究较少,学者们从积极影响和消极影响两方面进行了分析。翟华云和李倩茹认为,企业数字化转型可以降低企业风险承担,从而提高审计质量^[15]。也有学者认为,在面对复杂的环境变化时,数字化转型降低审计质量。如王笑凡认为,数字化转型为管理层盈余管理提供了空间,利用信息系统进行粉饰财务数据,从而降低审计质量^[16]。

综上所述,在数字化转型的影响领域,研究视角较为广泛,部分学者从企业管理模式、经营效率、会计信息质量、企业绩效等方面进行研究。在审计质量的影响因素方面,学者从审计供给方和审计需求方两方面进行研究,数字化转型对审计质量影响的相关文献较少,数字化转型可以通过降低企业风险承担而提高审计质量;也有学者的研究存在分歧,认为数字化水平会降低审计质量。

二、案例分析

我国将数字化、智能化作为制造业企业的发展方向,高度重视制造业数字化转型,积极推进基础设施建设,审议通过《制造业数字化转型行动方案》《“十四五”数字经济发展规划》等政策,为良好的市场环境提供了保障。

我国制造业正加快向高端化、智能化转型升级,数字化背景下,传统制造业在生产流程、精细化管理等方面得到了优化,企业实现降本增效,增强了企业创新驱动能力。但制造业数字化转型存在一定困难,制造业数字化转型面临产业链长、地区差异大、技术复杂等挑战,同时也对技能岗位提出了新要求。面对制造业企业数字化转型的需要,不同主体应充分发挥其自身作用,推进制造业企业数字化转型进程。

本文遵循理论抽样原则,选取河钢集团作为案例研究对象。首先,此案例具有代表性。河钢集团作为制造业头部企业,对大多数制造业企业具有参考意义。其次,此案例具有典型性。河钢集团入选首批中国工业数据治理“领跑者”企业名单,激发产业发展新动能,在数字化转型方面取得瞩目成就。最后,此案例具有启发性。从企业内外部分析数字化转型对审计质量的积极和消极影响,提出启发性建议。

河钢集团是目前中国规模最大、历史最为悠久的钢铁材料制造和综合服务商之一,纵向推进钢铁产业链条向高端制造延伸,横向推进同类业务结构性重组。在数字化转型背景下,河钢集团已经走在了数字化转型的前沿,它坚持“内外结

合、相互促进”的原则,将数字化与产业化相结合,将数据赋能制造、经营管理当中,为市场提供数字产品和服务。

作为河钢集团控股的一级子公司,河钢数字技术股份有限公司为河钢集团数字化转型提供重要支撑。河钢集团加强创新体系建设,丰富了科技创新平台。项目管理平台用于项目申报、合同签订、项目验收及信息存储,减少管理者资料收集、整理、统计、查询工作量。建立河钢集团专家信息库,助力集团科技工作提高效率,优化资源配置。作为钢铁企业,安全性是生产经营过程中不可或缺的部分。河钢集团利用信息化手段,建立“互联网+”的安全管理体系,促进各层级数据互联互通,形成信息实时监管及时、管理规范化的格局。河钢集团 DAC 供应链平台的建设,构建起产业生态圈,实现了集团内各企业间的协同管控。

表 1 河钢集团数字化进程

年份	进程
2015	河钢集团各类子公司的信息化项目已达数百个。河钢数字前身——河北沃享信息技术有限公司应运而生
2019	在河北沃享信息技术有限公司基础上组建成立河钢数字。打造钢铁行业“5G+智能制造”标杆。WeShare 物联网大数据平台正式发布
2020	新区投产,打造数字化工厂;河钢集团中央数字中心业务服务平台正式上线;“河钢在线”智能工作平台上线
2022	对 WeShare 工业互联网平台全面升级,发布 WeShyper(威赛博)工业互联网平台,聚焦数字技术与钢铁工业的深度融合
2023	河钢数字荣获“2023 钢铁行业数字化杰出供应商”奖项

(一)企业数字化转型对审计质量提升的积极影响

1.企业内部方面数字化转型对审计质量的影响。

(1)数字化转型通过提升内部控制质量而提高审计质量。良好的内部控制为企业提供高质量的监督,从而提高审计质量。河钢集团将数字化与经营活动相结合,打造数字钢铁新业态,在采购、生产、销售等流程中将数字技术贯穿到各个环节当中去,使组织结构网络化、生产流程扁平化,提高生产效率的同时方便管理人员获取相关数据;管理层根据反馈到的信息进行智慧管控,增强控制力提升管理效率,进而提高内部控制质量^[17]。同时,河钢集团拓展了机器人与无人装备的应用范围,打造低风险低强度的劳动岗位,取代高重复性的人工岗位,降本增效,实现从人工到智能的飞跃,优化企业资源配置,提高内部控制质量,进而降低了审计风险,提高了审计质量。

(2)数字化转型通过提升会计信息质量而提高审计质量。河钢集团搭建数据服务平台,将数据片段进行整合,对各方面数据进行统一管理,实现集团数据标准化,为管理决策数据有效性打下坚实基础。数字技术的应用,将企业在生产经营过程中的数据结构化、透明化,帮助企业对信息价值进行

挖掘和分析,提高信息的透明度,改善企业信息环境,以便于企业内外部了解企业当前状况,使注册会计师能够获取有价值的信息,提高审计质量。另一方面,信息不对称理论易使管理者进行盈余操纵,而数据信息的标准化降低了信息不对称的程度;同时,数字化给企业创新提供支撑,帮助企业业绩提升,降低了管理者盈余操纵的空间,提升了会计信息质量,从而提高审计质量。

(3)数字化转型通过降低企业风险而提高审计质量。河钢集团在销售、管控、采购等业务上制定标准,使用大数据技术对价格、过程、结算等进行统一管理,利用平台将数据透明公开,在采购方面形成集团和子公司一站式采购;搭建客户服务平台,各业务端在平台实现链通,在生产经营过程中多部门客户信息在平台共享,帮助管理人员适时调整销售策略,降低企业经营风险。数字化转型优化了企业管理流程,利用结构化数据提高企业决策效率,同时降低管理成本,为企业带来了经济价值,帮助企业提高风险应对能力,提高审计质量。

2.企业外部方面数字化转型对审计质量的影响。

(1)事务所通过培养复合型人才提高审计质量。作为河钢聘请的审计机构,中兴财光华会计师事务所通过数字化提升做好自己,引进财智共享平台,帮助事务所提升管理及业务效率。在数字化进程中,会计师事务所也进行了信息化建设,审计数字化转型的加快给审计工作带来了挑战,信息化的复杂环境增加了审计风险,审计人员技术水平变得尤为重要。为此,事务所在积极培养数字化审计人才方面不断努力。审计师具有技术专长,易对企业数字技术的应用进行分析,并对财务和非财务风险进行定位,可提供更好的审计服务,以降低审计风险,提高审计质量。

(2)数字化转型促使关键审计事项披露,进而提高审计质量。中兴财光华会计师事务所对河钢关键审计事项进行披露并进行积极应对。关键审计事项是指在审计过程中,审计师认为具有重要性的事项或问题,可能对财务报表的真实性、完整性和公正性产生重大影响。在数字化程度高的企业中,信息化的复杂性会带来一定的业务风险,对信息质量提出更高的要求,审计师面对关键审计事项会更加谨慎,充分披露关键审计事项。在披露关键审计事项时,会给注册会计师带来审计压力,审计师需进行更严谨的审计程序,以增强工作的透明度,降低审计风险,提升审计质量。

(3)其他外部环境影响审计质量。随着数字技术的应用,媒体关注、外部监管有更强的数据挖掘和处理能力,可以帮助外部人员以更多渠道获取企业相关信息,在一定程度上缓解了信息不对称,提高了信息的透明度。数字化转型背景下,

媒体关注、外部监督增加了企业被处罚的概率,发挥着治理效应,使企业更加关注于自身企业形象,减少企业违规行为,降低审计风险,从而提高审计质量。

(二)企业数字化转型对审计质量提升的消极影响

首先,从审计需求方的角度来看,对于正处于数字化转型的企业来说,环境面临着不确定性^[8]。以河钢为例,经济复苏进展不及预期,下游需求增长存在不确定性,钢铁行业将在很长一段时间面临供需失衡的挑战,市场竞争逐渐激烈。企业原有经营模式、管理制度无法适应当下变化,管理层为维护企业声誉对财务状况进行操纵;同时企业缺乏具有相关专业能力的数字化人才和设备,且相关成本较高,给企业造成资金压力,易导致管理层进行盈余操纵,增加企业经营风险,影响审计质量。

其次,从审计供给方的角度来看,当前会计师事务所行业发展面临诸多挑战。数字技术的引进,对只熟悉传统审计方的审计人员来说,增加了审计工作的难度;同时缺乏数字技术专业知识和数字化审计手段,提高了审计风险,降低了审计质量。在数字化较成熟的企业里,其经营战略也逐渐多元化,伴随着企业业务越来越复杂,企业违规行为也越来越隐蔽,使审计工作增加了难度,承担的审计风险也越来越高,对审计质量造成了一定程度的影响。

三、结论与启示

(一)结论

本文以河钢集团这一数字化转型程度高的制造业为例,探讨数字化转型对提升审计质量的影响。通过分析,从企业内部来看,数字化转型通过提升企业内部控制质量、提升会计信息质量、降低企业风险,从而提高审计质量;从企业外部来看,会计师事务所为适应环境变化培养复合型人才,会提高审计质量,对关键审计事项的披露也会提高审计质量;同时,媒体监督、外部监管力量对企业起着监督的作用,推动企业完善自身治理,提高信息质量从而提高审计质量。

当然,数字化转型背景下,制造业企业审计质量的提升也存在问题,审计需求方面面临着环境不确定性、资金压力大、管理层操纵等情况,审计供给方存在技术难度、审计风险增加的情况,这些都会导致审计质量的降低。为应对这些挑战,需要各方面采取综合措施。监管层需进一步完善相关政策,提供技术支持和人才培养,加大新型基础设施投资力度,以发挥企业价值最大化。企业应建设专业人才队伍,制定符合企业发展规划的数字化发展战略,不断完善数字基础设施建设,同时健全内控体系,抑制舞弊行为以提升审计质量。会计师事务所应完善审计作业系统,招聘数字化人才,增强团队

稳定性;同时,注册会计师应不断提升行业专长,以此提升审计质量。

(二)河钢案例对制造业审计质量提升的启示

从监管层面来说,应完善数字化转型的政策,积极推动企业数字化转型。可以根据区域差异性设立补贴,提供技术支持,缓解企业因投入成本带来的压力,激发企业进一步参与到数字化转型进程中,通过业绩提高改善会计信息质量;加大新型基础设施投资力度^[9],适度超前布局数字基础设施,最大化发挥企业价值,帮助企业“想转”且“敢转”^[10];进一步加快数字人才政策建设,鼓励高校开设相关专业的学习,设立激励机制,为数字化转型蓄力,以满足制造业企业多元化的人才需要。

从审计需求方层面来说,为适应不断变化的市场环境,制造业企业建设专业队伍至关重要,能够提升企业挖掘分析数据的能力,为企业创新提供动力;根据企业自身情况选择数字化发展战略,充分发挥数字化转型降本增效、优化决策、提高效率的作用,完善数字基础设施的建设,形成循环经济效应,使企业进一步适应数字化转型,提高审计质量;健全企业内部控制体系,对自身情况进行全面分析,从而有效抑制管理层舞弊行为,以保障企业治理效率,提高审计质量。

从审计供给方层面来说,审计机构可灵活地运用大数据提高数据计算能力和抗风险能力。审计机构可以从会计师事务所审计作业系统进行完善,将数字技术运用到风险评估、审计报告等审计工作中去;会计师事务所可以通过招聘数字化相关人才,增加数据的可靠性,帮助发现审计过程中存在的问题,以更有效地识别企业存在的重大错报风险,降低审计风险,提高审计质量;同时,审计师应不断提高数字化专长,运用数字化审计工具,将专业知识与信息技术有机结合,以应对数字化审计,提升审计效率,提高审计质量。

参考文献:

- [1]张咏梅,王晓艳,赵金凯.以“数”谋“盈”:企业数字化转型对盈余持续性的影响研究[J].审计与经济研究,2024,39(1):75-84.
- [2]戚聿东,肖旭.数字经济时代的企业管理变革[J].管理世界,2020,36(6):135-152+250.
- [3]齐飞,张晓梅,邱双,等.国有企业数字化转型、会计信息质量与审计收费[J].财会月刊,2024,45(5):24-30.
- [4]杨德明,夏小燕,金淞宇,等.大数据、区块链与上市公司审计费用[J].审计研究,2020(4):68-79.
- [5]易露霞,吴非,常曦.企业数字化转型进程与主业绩效——来自中国上市企业年报文本识别的经验证据[J].现代财经(天津财经大学学报),2021,41(10):24-38.
- [6]马苓,刘硕,郑敏娜.企业数字化转型、绿色创新与碳

绩效——碳排放权交易政策与公众环境关注度的调节作用[J].研究与发展管理,2024,36(2):63-73.

[7]雷倩华,乔薇.业绩期望落差与审计质量——基于A股上市公司的经验数据[J].南京审计大学学报,2024,21(6):22-31.

[8]孔莉,肖懿,冷冰洁,等.企业披露数据资源会影响审计质量吗?——基于审计师的多维学习视角[J].审计研究,2024(5):119-132.

[9]阎源,鲁清仿.数字金融、技术创新与审计质量[J].科学管理研究,2024,42(4):142-151.

[10]田峰,马艳艳,杨瑞平.大数据税收征管与审计质量——基于“金税三期”工程准自然实验[J].经济问题,2024(9):121-129.

[11]韩洪灵,曹强,陈汉文.审计机构治理机制与审计质量:基于组织社会学的整合研究框架[J].财会月刊,2025,46(4):8-11.

[12]王海洪,王艺璇.数字化赋能会计师事务所提高审计质量之路径研究[J].中国注册会计师,2024(12):102-106.

[13]张玲丽,陈汉文.分所联合审计与审计质量[J].会计研究,2024(10):179-192.

[14]周敏李,郑石桥,袁秋月.审计重要性水平会影响审计质量吗?[J].会计之友,2021(22):129-136.

[15]翟华云,李倩茹.企业数字化转型提高了审计质量吗?——基于多时点双重差分模型的实证检验[J].审计与经济研究,2022,37(2):69-80.

[16]王笑凡.企业数字化转型背景下审计师风险应对行为研究[J].财会通讯,2024(9):43-47.

[17]汪勇,赵宸宇.数字化转型对企业内部控制的影响:基于2010—2020年制造业上市公司数据的考察[J].北京师范大学学报(社会科学版),2024(5):94-103.

[18]方健,何婧婷.数字化转型下环境不确定性影响审计决策吗[J].会计之友,2024(16):40-48.

[19]温科,李常洪,黄天英.企业数字化转型、竞争战略选择与突破性创新[J].管理现代化,2024,44(3):66-81.

[20]李剑培,韦东明,顾乃华.政府引导、政策赋能与企业数字化转型[J].数量经济技术经济研究,2024,41(11):155-176.

吉利汽车标准化建设驱动价值创造的机制研究

高 薇

南京审计大学

摘要:为探究标准化建设在汽车制造企业价值创造中的作用机制,以吉利汽车为案例,系统分析其标准化建设的实施路径与成效。结合 SWOT 分析框架和 2019—2023 年财务数据,通过梳理吉利汽车标准化建设历程,从技术创新、模块化平台推广、国际化战略等维度,剖析标准化建设对企业偿债能力、营运能力等的影响。研究发现,吉利汽车标准化建设通过技术创新协同、国际标准赋能、新能源布局增长、智能制造增效等机制驱动价值创造,成为吉利从规模扩张向质量跃迁转型的核心引擎,为汽车企业全球化竞争提供了可复制的实践范式。

关键词:吉利汽车;标准化建设;价值创造;财务分析;SWOT 分析 **中图分类号:**F426 **文献标识码:**A

引言

在全球化和数字化的浪潮中,汽车行业正经历着深刻的变革。技术不断创新、消费者需求多样化以及日趋严格的环保政策,使得保持竞争力与实现可持续发展成为汽车企业面临的两大“拦路虎”。在这样的背景下,吉利汽车作为中国汽车行业的领头羊,其在标准化建设方面的实践和成效备受关注。吉利汽车不仅在国内市场取得了显著成绩,还在国际化道路上取得了重要进展。

本文将探讨吉利汽车如何通过标准化建设赋能企业实现价值创造^[1-2],并分析其在技术创新、市场扩展和品牌建设等方面的战略举措,以及这些措施是如何提升吉利汽车在全球汽车行业中的竞争力的。

一、案例介绍

(一)吉利汽车公司简介

吉利汽车控股有限公司总部坐落于浙江省杭州市,专注于轿车、SUV、新能源及电气化乘用车的研发、制造与销售,旗下包括吉利、几何、领克等知名汽车品牌^[3]。公司业务范围广泛,囊括家用、旅行及运动型汽车的生产与销售,同时亦专注于汽车零部件及配套组件的制造与供应,并提供知识产权的授权许可服务。吉利汽车视中国市场为其核心销售阵地,同时,公司正积极地推进国际化战略^[4],致力于将产品出口至全球其他发展中国家,以扩大其市场版图与影响力。对吉利汽车运营背景的再评估是确保其持续健康与繁荣发展的关键。

(二)吉利汽车所处行业 SWOT 分析

接下来,本文将采用 SWOT 分析框架^[5],深入探讨并评估吉利汽车在当前市场环境中的竞争优势与劣势、机遇与挑战,以全面理解其所在行业的战略位置。

1. 优势分析。首先是模块化创新与成本优势。吉利汽车

专注自主研发,广纳全球优质资源,力图强化核心竞争力。吉利汽车平台化架构策略提升制造效率。吉利汽车重视自主创新,积极培养自主开发的企业文化。吉利汽车自主开发的 BMA 架构在核心能力上已达到国际顶级制造商水平,显著增强了其自主研发实力。其次是全球化与本土化。吉利汽车积极进军海外市场,构建了全面的全球化战略。主要的出口目的地包括亚洲、东欧以及中东地区的新兴市场国家。除了直接出口策略,吉利汽车还与本地企业合作,实施本土化生产模式。这种做法不仅显著提高了生产规模的经济效益,还有效控制了成本,降低了市场进入风险。

2. 劣势分析。吉利汽车在质量和技术上已接近合资品牌水准,但品牌形象提升困难重重。长期以来,消费者普遍视吉利为低端亲民品牌,对其中高端车型持疑虑与保留态度。消费者在同等价格区间内偏好认为其他品牌能提升社会认同感,此心理因素限制了吉利在中高端市场的认可度。此外,吉利的低端形象还影响了其高端品牌沃尔沃,使其也面临品牌形象廉价化的风险。由于品牌形象限制,吉利难以提高销售价格,消费者普遍认为其产品不值得高价购买。

3. 机遇分析。2023 年,中国汽车工业协会数据显示,乘用车市场零售总量为 2169.9 万辆,同比增长 5.6%。传统燃油车年度销量下滑 7.2%,新能源汽车销量增长 37.9%,达 949.5 万辆,市场份额快速扩大。纯电动汽车普及推动消费者态度从排斥转为欢迎,反映环保与可持续交通重视度提升。对吉利汽车而言,这是宝贵机遇。此外,海外市场对国产汽车的需求不断增加。根据中国汽车工业协会的数据,2023 年我国汽车出口量达到 522.1 万辆,同比增长 57.4%,首次超过日本,成为全球第一大汽车出口国。如今,海外新能源汽车市场正迅速扩张,这为中国汽车制造商开辟了巨大且充满潜力的国际市场。

作者简介:高薇(2001—),女,安徽省宣城市人,硕士在读,主要研究方向为财务管理。

4.威胁分析。一方面,随着新势力的不断涌入,汽车行业的竞争愈发激烈。汽车行业的投资热潮持续升温,不仅传统汽车制造商在加速技术革新与产品升级,新兴资本也正积极布局,力图在这一领域开辟新的市场空间与品牌。另一方面,全球经济面临诸多挑战,欧美等国家对中国企业的打压也在加剧,例如欧洲的反倾销税政策对中国企业出口造成了一定阻碍。作为国产汽车行业的佼佼者,吉利汽车也面临着被西方国家制裁的风险。再者,全球芯片短缺也对汽车行业产生了重大影响。面对汽车市场繁荣,芯片供应短缺成为行业普遍面临的挑战,制造一辆汽车通常需数百颗芯片,任何供应链的断点都可能引发生产中断。

通过对SWOT分析可知,吉利汽车竞争力主要源于持续技术创新投入与模块化生产体系应用,这些能有效降低成本并加速产品迭代。吉利汽车已构建全面产品线,稳固了二、三线城市市场基础,并积极开拓国际市场,旨在全球范围内增强其影响力。为了保持这些优势,吉利需要确保长期稳定的资金储备以支持研发活动,并提高收入水平,以便有更多的资金用于海外扩张和稳固二、三线城市的市场地位。此外,吉利还需加强成本管控,以确保其产品在价格上更具竞争力。

二、吉利汽车标准化建设的战略动因及建设历程

(一)吉利汽车标准化建设战略动因

1.提升产品质量与国际竞争力。吉利汽车积极参与国家和行业标准的制定,以此推动产品质量的持续提升。作为TC114成员,吉利参与并主导了183项国家、行业及团体标准的制定。这种深度参与不仅提高了吉利产品的质量,还增强了其在全球市场的竞争力。通过标准化建设,吉利能够确保其产品符合国际市场的要求,从而更容易进入全球市场,提升品牌的国际形象和市场份额。

2.响应市场需求与国家政策。吉利汽车的标准化战略是顺应市场趋势和国家政策的关键举措。在国家宏观政策的推动下,吉利通过标准化来适应并引导市场的发展,例如积极参与国家发改委倡导的“数字化转型伙伴计划”。这不仅展现了吉利对国家战略的积极响应,也体现了其对消费者需求变化的迅速适应。标准化建设使得吉利可以更高效地利用资源、降低成本,在激烈的市场竞争中保持优势地位。

3.技术创新与自主研发。吉利汽车的标准化建设彰显了其在技术创新和自主研发方面的实力。吉利一直都在增加研发资金的投入,2021年研发支出高达55.18亿元,同比增长48%。吉利借助标准化建设将自主研发的成果转化为行业标准,特别是在电池、电机、电控等关键核心技术领域。技术创新一方面增强了吉利产品的市场竞争力,另一方面促进了整个行业的技术发展。标准化建设使吉利能够将技术创新迅速

转化为实际生产力,缩短产品上市周期,提升市场反应速度。

4.全球化布局与成本控制。标准化建设是吉利汽车全球化和成本管理的重要手段。在与国际标准对接方面,在四大全球化基础模块架构的支持下,吉利的生产成本得到了有效降低并提高了运营效率。模块化和标准化的生产模式使吉利能够迅速适应市场变化、降低成本,确保产品的质量和一致性。此外,吉利通过标准化建设,能够更有效地实现本土化生产和国际合作,降低风险和成本,形成规模效应,从而在全球市场中获得更强的竞争优势。

综合以上四个方面的分析不难发现,吉利汽车的标准化建设不仅是提高产品质量和国际竞争力的重要途径,也是满足市场需求、促进技术创新和实现全球化布局的关键策略。在这些因素共同推动下,吉利汽车实现了可持续发展和价值创造。

(二)吉利汽车标准化建设历程

全球化竞争日益激烈,标准化建设对企业的核心竞争力和可持续发展至关重要^⑨。对吉利汽车而言,这不仅是提升产品质量和生产效率的过程,更是适应并引领国际规则的体现。从基础建设与标准制定到技术整合与流程优化,再到模块化平台与全球布局,以及当前的数字化转型和智能化升级,吉利汽车的标准化建设历程彰显了其对市场变化的敏锐洞察和对技术创新的持续追求。总体来看,其发展历程可以分为以下几个关键阶段。

1.初始阶段:基础建设与标准制定(1997—2009年)。自1997年进军汽车业,吉利汽车便启动了标准化建设的探索。2001年,吉利正式获得国家汽车公告,标志着其产品获得了合法生产和销售的资格。2003年,吉利轿车顺利通过“3C”认证,这不仅意味着其产品符合国家强制性产品认证标准,也为其进一步拓展市场奠定了基础。2005年5月,吉利在香港成功上市,这为其后续的标准化建设提供了重要的资金支持。同时,上市也使吉利开始接受国际市场的检验,为其在全球范围内提升品牌影响力和竞争力创造了条件。

2.发展阶段:技术整合与流程优化(2010—2018年)。吉利汽车于2010年收购沃尔沃,在提升品牌形象的同时也收获了国际先进的汽车制造技术和管理经验。此后,吉利积极推进技术整合和流程优化,国际标准的引入使其不断提高产品质量和管理效率。2011年,吉利顺应市场趋势,积极采用云计算、物联网、大数据等新兴技术,推动业务创新,实现了业务流程的全面数字化贯通。2018年,吉利加快数字化工厂技术的推广,计划在2019年将其应用于所有生产基地,以提升制造效率。这标志着吉利在制造流程的数字化和标准化方面取得了重要进展。

3.成熟阶段:模块化平台与全球布局(2019—2021年)。2019年,吉利汽车迈入了模块化生产的全新发展阶段。CMA基础模块架构以国际最高标准为设计起点,其在安全性、稳定性和质量上的卓越表现,已在全球范围内设立了新的行业基准。模块化架构的广泛应用成为吉利标准化建设成熟期的重要标志。与此同时,吉利还推出了中国首个原创的用户满意度评价体系“GCPA-101”,这标志着吉利在提升产品和服务标准化方面取得了重要进展。这些成就共同表明吉利汽车的标准化建设已达到成熟水平。

4.创新阶段:数字化转型与智能化升级(2022年至今)。2022年起,吉利汽车的标准化建设开启了数字化转型和智能化升级的新篇章。吉利汽车集团与腾讯达成战略合作,聚焦智能座舱、自动驾驶等关键领域,共同推进汽车全产业链的数字化革新。到了2024年,吉利汽车在中期业绩发布会上宣布,将加速新能源和智能化领域的创新步伐,并计划在下半年推出6款新型智能新能源车型,彰显了吉利在智能座舱和智能驾驶自主研发方面的整合能力。

经过这些阶段的发展,吉利汽车逐步构建了一套符合国际标准的生产和质量控制体系,持续增强其产品的全球竞争力。吉利汽车在标准化建设中的历程,不仅彰显了其对技术创新和市场动态的敏锐反应,也展现了其在全球汽车行业中不断提升自身地位的的决心和实力。

三、吉利汽车标准化建设实现价值创造的机制分析

吉利汽车在标准化建设上的持续推进使其价值创造的机制也日益明显。标准化不仅涉及提高产品质量和完善成本控制,更是企业创新能力和市场竞争力的重要体现^[7]。通过技术创新、国际标准对接、新能源产品布局以及智能制造体系的协同作用,吉利汽车构建了一套多层次、多维度的价值创造机制,具体分析如下。

(一)技术创新驱动产品竞争力提升

吉利汽车在技术创新方面投入巨大,尤其在全栈自研领域展现出强大实力。2023年,其研发投入达55.18亿元,占营收比重5.8%,持续领跑中国自主品牌。其研究院建立了电子电气架构、整车基础软件、智能座舱软件和自动驾驶软件的全栈自研体系,使吉利能在智能化方面迅速响应市场变化,提升产品竞争力。具体来看:(1)智能座舱芯片:吉利自研的7纳米制程车规级SOC“智能座舱芯片”即将量产,标志着其在芯片领域迈出了重要一步。(2)自动驾驶芯片:吉利计划在2023年推出首款7纳米制程的高算力自动驾驶芯片,并在2025年推出5纳米制程的自动驾驶芯片,以全面掌握L5级

自动驾驶技术并实现L4级自动驾驶的商业化应用。

(二)国际标准对接增强品牌溢价

吉利汽车通过深度参与国际标准制定,打破技术壁垒并提升品牌溢价能力。作为全国汽车标准化技术委员会核心成员,吉利主导制定了183项国家及行业标准,并推动多项中国标准被国际汽车法规协调论坛采纳。例如,其电池热失控防护标准被纳入欧盟《通用安全法规》,为极氪品牌进入欧洲市场奠定基础。2023年,吉利汽车出口量达19.8万辆,同比增长68%,其中欧洲市场占比提升至35%。在东南亚市场,宝腾X50车型凭借符合东盟NCAP五星标准的设计,连续两年蝉联马来西亚SUV销量冠军。

(三)智能新能源产品布局注入增长动能

吉利汽车在智能新能源领域的布局为其价值创造注入了新动力^[8]。吉利汽车以标准化为依托,加速完善新能源产品矩阵。据2024年吉利汽车战略发布会宣布,其“智能新能源战略”已推出15款全新车型,覆盖纯电、混动及换电技术路线。以银河系列为例,该平台采用标准化模块架构,实现电池包、电驱系统的跨车型通用,研发成本降低25%。首款车型银河L7于2023年上市后,全年销量突破12万辆,稳居插混市场前三。此外,吉利与奔驰合资的smart品牌推出#1车型,基于SEA浩瀚架构开发,2023年欧洲订单量超5万。根据吉利汽车2023年销量报告,其新能源汽车销量达68.7万辆,同比增长58%,新能源占比提升至40.7%。

(四)智能制造与服务体系赋能全链效率

吉利汽车通过“一网三体系”战略,将标准化贯穿于制造与服务全流程。在智能制造方面,吉利开发了“吉利工业互联网平台Geega”。据2023中国工业互联网研究院案例库,Geega工业互联网平台接入12万家供应链企业,实现订单响应效率提升40%。在智能服务方面,吉利致力于打造以用户体验为核心的全价值链、全链路的智能服务体系,实现100%的用户直接联系,并计划建立超过2000家数字化智慧门店,App用户数量超过1000万。根据J.D. Power 2023年中国汽车售后服务满意度研究,吉利用户满意度提升至91分,高于行业平均水平。截至2024年,1800家智慧门店已完成数字化改造,支持AR看车、远程OTA升级等功能。

上述四大机制通过标准化建设实现深度协同。标准化建设已成为吉利从“规模扩张”向“质量跃迁”转型的核心引擎,这些措施不仅增强了吉利汽车的品牌价值和市场竞争力,还为消费者带来了更高品质的产品和服务,同时也为吉利汽车在全球汽车行业中的可持续发展奠定了坚实基础,并为中国汽车产业参与全球竞争提供了可复制的实践范式。

四、吉利汽车标准化建设实现价值创造的财务效果分析

(一)偿债能力分析

根据表1数据,吉利汽车在2019年至2023年期间的流动比率保持在1.05至1.17之间,速动比率则在0.85至1.13之间,整体呈现轻微上升趋势。这表明吉利汽车的短期偿债能力有所增强,这很可能得益于其标准化建设的不断完善。另外,从2019—2023年,吉利汽车的资产负债率从49.69%上升至55.79%,这一变化可能源于公司在新车型和新技术研发上的持续增加投入。这种投资不仅增强了公司的核心竞争力,而且通过标准化建设,吉利汽车能够确保产品的一致性和可靠性。同时,资产负债率的上升也反映了吉利汽车在利用财务杠杆方面采取了更积极的策略,通过借款进行投资,以期获得超过债务成本的收益。

表1 吉利汽车2019—2023年财务数据

年份	2019	2020	2021	2022	2023
流动比率	1.05	1.22	1.08	1.15	1.17
速动比率	0.85	1.13	0.99	0.99	1.01
资产负债率/%	49.69	42.05	47.73	51.72	55.79
每股收益	0.90	0.56	0.48	0.51	0.51
净资产收益率/%	15.04	8.48	6.88	6.82	6.42
总资产周转率	0.75	0.84	0.76	0.78	0.85

数据来源:根据吉利汽车2019—2023年年报整理。

(二)盈利能力分析

上表1数据显示,2019年至2023年间,吉利汽车的每股收益和净资产收益率均出现显著下降,尤其是净资产收益率,从2019年的15.04%降至2023年的6.42%。这一变化主要受到新冠疫情和复杂的经济政治环境影响,疫情对各行业造成了广泛的经济冲击,导致吉利汽车在疫情期间的净资产收益率大幅下降,销量也出现了显著减少。此外,近年来汽车市场的快速发展也加剧了竞争,吉利汽车的销量下滑部分是由于其他公司推出了更具竞争力的车型。尽管吉利汽车在标准化建设方面取得了一定进展,但在应对市场竞争方面仍需进一步加强。

(三)营运能力分析

如表1所示,2020年到2021年吉利汽车的总资产周转率经历了轻微的下降。不确定的政治环境和2019年年末至2020年的新冠疫情是主要原因。然而,从2022年至2023年,总资产周转率逐渐回升,从2021年的0.76上升到2023年的0.85。尽管在这五年间总资产周转率有所波动,但整体变化幅度相对较小,显示出吉利汽车在行业中的营运能力相对稳定。这种稳定性很可能是由于吉利汽车在标准化建设方面的成熟,使其能够更好地应对市场变化和挑战。此外,吉利

汽车在新能源领域的持续投入和市场表现也为其整体运营效率的提升提供了支持。

结语

深入分析吉利汽车的标准化建设可以发现,标准化不仅提升了产品质量和生产效率,还推动了企业的创新和市场竞争力。在全球化和数字化的背景下,吉利通过技术创新、模块化平台推广和与国际标准接轨等措施,成功实现了价值创造,并巩固了其在国内外市场的竞争地位。未来,随着技术进步和市场扩展,吉利有望继续在全球汽车行业中发挥重要作用,推动中国汽车品牌的国际化进程。

参考文献:

- [1]杜雯秦,王建玲,刘泽惠.企业标准化建设如何赋能企业升级? [J].产业经济研究,2024(6):85-99.
- [2]陈关聚,陆姿合,王喜虹.流程数字化赋能制造企业的价值创造——基于动态能力视角的单案例研究 [J].科技管理研究,2024,44(20):83-93.
- [3]贺海鹏,冯斌星.基于EVA的财务绩效评价研究——以吉利汽车为例 [J].财务管理研究,2024(12):98-103.
- [4]王倩.吉利汽车盈利能力分析 [J].商场现代化,2022(8):23-25.
- [5]莫斯尹.基于SWOT分析国有企业转型升级的发展战略建议——以贺州A集团为例 [J].中国集体经济,2024(30):117-120.
- [6]申莉斯.基于精益思想的X科技型企业标准化体系建设研究 [D].太原:山西财经大学,2023.
- [7]陈关聚,陆姿合,王喜虹.流程数字化赋能制造企业的价值创造——基于动态能力视角的单案例研究 [J].科技管理研究,2024,44(20):83-93.
- [8]苏秀清,江迅杰.基于PEST模型的吉利汽车财务竞争力分析 [J].现代工业经济和信息化,2024,14(12):231-234+240.

我国企业社会责任信息披露问题与对策研究

肖倩

甘肃政法大学

摘要:企业积极承担并履行社会责任是推动其可持续发展的基石,也是构建和谐社会的重要保障;而社会责任信息披露是企业向公众、投资者及利益相关者展示其积极履行社会责任的关键途径。近年来,我国企业社会责任信息披露愈发标准化、规范化,但仍存在诸如披露内容不完整、行业差异大、披露信息无法满足利益相关者需求等问题,这不仅阻碍了企业的可持续发展,也制约了我国社会责任实践的推广。对此,提出加强监管并构建具有行业特色的社会责任信息披露体系等对策,有助于推动企业提高社会责任信息披露质量,为完善我国企业社会责任信息披露机制提供实用的建议和参考。

关键词:社会责任;信息披露;评级体系;社会责任报告;信息不对称 **中图分类号:**F272 **文献标识码:**A

引言

企业履行社会责任不仅是塑造企业正面形象、增强社会信任与品牌忠诚度的关键途径,也是推动和谐社会构建、促进经济可持续发展不可或缺的一环。如企业履行社会责任的重要途径之一是慈善捐赠,通过慈善捐赠,企业可以从政府、股东等利益相关者处获得关键资源,并实现“利人利己”的目标^[1]。党的二十大报告也指出,企业作为经济发展的直接推动者和社会财富的直接创造者,在追求经济效益的同时,必须积极履行社会责任,从而建立起既健康又可持续的发展模式,继而推动经济高质量发展。此外,已有研究证实,企业社会责任信息披露能够促进信息的传递与沟通,进而缓解企业面临的融资约束问题^[2]、提高投资回报率^[3]、降低股价崩盘风险^[4]、提升绿色全要素生产率^[5]等,表明了企业社会责任信息披露对于企业可持续发展有着极其重要的意义。企业作为社会经济发展的核心动力,在解决就业问题、改善民生等方面发挥着举足轻重的作用,特别是在构建和谐社会、促进绿色发展及建立公正社会主义市场经济体制的大背景下,企业社会责任信息透明化和全面披露显得尤为重要。但不容忽视的是,我国社会责任信息披露还存在诸如信息披露不规范、内容不全面、缺乏统一标准和透明度不高、披露信息行业差异大等问题,这极大地影响了企业所披露信息的真实性和可信度,也对企业的声誉和形象造成了一定的负面影响^[6]。因此,研究企业社会责任信息披露不仅可以促进企业优化内部管理水平,促进企业可持续发展,也对进一步推动我国经济高质量发展具有极其重要的意义。

一、我国企业社会责任信息披露现状

(一)披露内容更加丰富全面

关于社会责任信息披露的内容和模式,学术界观点不尽相同。全球报告倡议组织(GRI)于2013年发布了《可持续发展报告指南》的G4标准,为全球范围内的企业和组织信息

披露提供了一个标准化的框架。在此基础上,经济优先权委员会(CEP)提出了员工薪酬和福利、健康保护以及反对歧视等九个重要的社会责任要素,为企业规范、全面披露社会责任信息奠定了基础。此外,王秀明等^[7]在借鉴西方国家社会责任披露的成熟经验基础上,进一步指出企业应当将气候变化引发的风险与机遇分析、具体的碳排放数据等内容纳入社会责任报告。

依据上海证券交易所发布的数据,2024年共有2107家企业发布了社会责任报告,虽然在披露内容上各有侧重,但均广泛涵盖了经济责任、社会贡献、环境责任、企业非财务信息四个维度的内容,这反映出我国企业对于社会责任信息披露愈发重视,同时企业社会责任信息披露的内容也更为丰富与全面。这种转变折射出两重积极信号:其一,企业对社会责任的认知维度显著拓展,从单一公益投入转向系统性价值创造;其二,头部企业的示范效应持续强化,如中国海油连续12年发布可持续发展报告,其报告不仅披露了国内首个海上油气平台碳中和示范项目,更创新性地引入第三方环境效益审计,将社会责任实践从价值陈述升级为可验证的绩效成果,这种创新体系和信息披露模式不仅展现了卓越的运营智慧,更为同行业乃至跨领域的企业发展与社会责任信息披露提供了极具价值的实践范本。

(二)披露更加标准和规范

近年来,国内对社会责任信息披露领域的重视程度不断提升,再加上相关部门为了规范和引导企业编写社会责任报告,确保其内容的准确性和完整性,相继发布了一系列的指引和指南,使企业逐渐认识到履行社会责任的重要性,并主动寻求通过标准规范的社会责任信息披露来增强公众信任,因而其社会责任信息披露的质量也越来越高,内容愈发丰富。同时,行业组织和证券交易所也积极参与,通过制定行业规范、披露要求及指南等,进一步推动了企业社会责任披露

作者简介:肖倩(1997—),女,甘肃省陇南市人,硕士研究生,主要研究方向为ESG与公司治理。

的标准化和规范化。再加上我国逐步接受并应用国际财务报告准则基金会等国际组织发布的 ESG 信息披露标准,使得企业社会责任信息披露越来越标准和规范。此外,我国在社会责任信息披露领域也在不断实现与国际治理体系的对标融合,如借鉴法国政府的强制性社会责任信息披露制度,构建“法律规范-准则约束-政策引导”三位一体的制度性框架,并配套出台具有强制效力的会计准则体系及指导性文件,构建起涵盖事前审核、过程监控与事后追溯的全周期监管闭环,这种依托政策导向培育企业合规披露的内生动力措施,有效推动了企业社会责任信息披露进一步向标准化、结构化、可比化方向演进,显著增强了企业非财务信息的透明度和可靠性。

二、我国企业社会责任信息披露存在的问题

(一)信息披露不完整

如今,社会不断发展,社会公众等各方利益相关者对企业社会责任信息披露的关注度显著提升,迫使许多企业开始披露社会责任信息。但一些企业在进行社会责任信息披露时依旧存在信息错误,甚至是故意披露虚假信息的情况,导致其披露信息的价值大打折扣。由于我国缺乏专门针对企业社会责任信息披露的法律法规,且没有专门的社会责任审计标准,加之第三方的监督力度不足,导致大多数企业对其应披露的信息不作全面的披露,而采取避重就轻、断章取义的手法,只披露对自己有利的方面,而对未做到的或对社会有消极影响的情况则避而不谈,或只是进行简单的陈述,缺乏对实质问题的深入分析。而且,企业多采用招股说明书、上市公司公告书、财务报告、公司网站等方式进行信息披露,在模式上比较侧重于文字叙述,缺乏定量披露,这也导致信息披露的不充分。如桃李面包在披露 2024 年社会责任报告时虽然内容有所扩充,但关键数据的披露仍然不足,其报告在描述公司的环保措施、品控管理、员工权益保护等方面时,多为定性描述,缺乏具体的数据支持;在环境责任方面,桃李面包虽然表示始终贯彻绿色生产理念,但除了说明公司进行了“垃圾归类处理”“生产区照明分区控制”等,既没有披露更多有关环保的具体措施,也没有涉及环保成效的具体数据。

(二)行业和区域差异明显

随着社会对可持续发展和企业社会责任(CSR)的关注度不断提高,越来越多的企业开始重视社会责任,并不断探索披露社会责任的新方式和新途径,如将社会责任信息融入年度报告一同公布,或是单独发布专门的社会责任报告等。此外,部分企业还选择在招股说明书或公司官方网站上发布相关信息,进一步拓宽了社会责任信息披露的渠道。这些多样化的披露行为对于探索并建立合规的社会责任信息披露机制具有积极的推动作用。然而,相较于国际水平,我国的社会责任信息披露制度仍存在一定的不足。

由于企业社会责任信息披露的外部制度与标准体系尚处于不完善的状态,再加上不同行业的特点和业务需求不同,导致我国不同企业在社会责任信息披露的内容、形式和频率上展现出一定的差异性,极大地影响了披露信息的可比性。例如,餐饮、物流、金融服务业与消费者及社会公众日常生活紧密相连的行业,其社会责任行为时刻处于公众视野之下,更易受到社会的监督和评价,因此这些行业的企业为了树立正面企业形象,加深公众的信赖与支持,往往更加注重社会责任信息的披露。而一些如公用事业、采矿等业务相对封闭的行业,则怠于披露社会责任信息,导致信息披露的整体水平相对较低。此外,由于经济发展水平以及企业文化和价值观等因素的影响,我国企业社会责任信息披露也呈现出一定的区域差异。如华东地区等经济发达地区的企业更有资源和意识去履行社会责任并积极披露社会责任信息,而西北和东北地区等经济欠发达地区的企业则相对滞后。不同行业及不同区域间社会责任信息披露的差异反映出各企业在社会责任认知、实践重点及资源投入上的不同,也给公众、投资者及监管机构对企业进行评价和监督带来了很大困难。

(三)披露信息无法满足利益相关方的需要

企业履行社会责任可以使其与利益相关者之间的联系更加紧密,进而加强彼此间的信息传递和共享,有利于提高企业整合与利用资源的能力,促进企业创新^⑧。但随着社会的不断进步和公众环保、社会责任意识的显著提升,投资者、消费者、企业员工、政府机构以及非政府组织等利益相关方群体不仅关注企业的经济效益,更期望通过详细、全面且透明的信息披露,深入了解企业在社会贡献、环境保护、治理结构以及可持续发展等方面的实际表现。然而,遗憾的是,当前企业所披露的社会责任信息往往多侧重于展示企业的正面形象和业绩亮点,而对于环境负面影响、员工福利保障、社区参与及公益活动等关键领域的披露却不够充分和深入。

企业社会责任信息披露的不均衡性,导致利益相关方难以获得全面、客观的企业社会责任评价依据。如比亚迪公司在其社会责任报告中,虽然针对各个利益相关者进行了公开阐述,并概述了他们的要求和预期的应对策略,但报告内容仍显得较为笼统,仅提供了一个大致的框架,缺乏具体的细节披露,也未深入揭示那些对利益相关者而言至关重要的具体实施细节。而且关于报告中提及的应对策略是否已在实践中得到有效执行,目前仍缺乏明确的证据或跟踪反馈,使得利益相关方难以全面评估比亚迪在社会责任方面的实际表现和承诺履行情况。

三、完善企业社会责任信息披露的建议

(一)强化企业社会责任意识

制度环境(包括正式制度和非正式制度)对于企业社会责任信息披露有着不可估量的作用,其中,正式制度对于企

业社会责任信息披露起着推动和激励作用;而非正式制度,如文化传统的影响、道德伦理的约束以及社会舆论的监督等则是重要的补充^[9]。因此,在不断完善政策和制度的同时,也要强化企业社会责任意识。首先,需要构建一个全面而深入的责任文化体系,将社会责任的理念和内涵根植于企业日常运营之中。例如,可以通过内部培训和日常教育活动不断提升企业员工对社会责任的认知水平,进而激发员工的参与热情,使每一位员工都能成为企业履行社会责任的实践者和推动者,进而实现企业、员工以及社会三方的共赢^[10]。其次,企业也需要制定并执行一系列涵盖环境保护、节能减排、资源循环利用等多个方面的可持续发展原则战略,确保在追求经济效益的同时,也能积极履行对社会的责任,推动企业向绿色、低碳、循环的发展模式转变。在此基础上,还应建立定期评估机制,对企业自身在环境保护、员工福利、消费者权益保护等方面的表现进行客观、全面的评估,并将评估结果及时、准确地公开,从而提升企业的透明度和公信力,并激励企业不断改进和完善,在实现经济效益的同时也兼顾实现社会效益^[11]。

(二)构建并细化具有行业特色的信息披露体系

针对不同行业以及不同地区社会责任信息披露差距大的情况,需要构建具有行业特色的社会责任信息披露体系。这就要求相关部门要深入理解各行业的独特性及其对社会、环境的具体影响,制定出一套既全面又具有针对性的社会责任信息披露体系,确保企业所披露的信息既能够全面反映企业的社会责任表现,又能突出行业特点。

首先,要明确各行业社会责任指标的定义和范围,根据不同行业的特性,制定差异化的披露指标。例如,重污染行业应重点关注环境影响方面的披露,金融行业则更应注重诚信经营和风险管理等方面的披露。通过分类指导,使各行业在遵循统一标准的基础上,能够突出自身的行业特色。其次,要针对各行业的特点和实际情况,建立统一的社会责任信息披露标准和指引,明确披露的内容、格式、时间等要求,确保各行业在披露社会责任信息时遵循相同的规则,提高信息的可比性和一致性。最后,要细化各项准则、指南,在给予企业更大自由度的同时,也要对其行为和披露内容进行规范和约束,避免出现企业完全依据主观判断进行披露社会责任信息的情况。

(三)增强企业和各利益相关方的沟通意识

企业与关键利益相关者之间高效的沟通机制对于推动其社会责任实践进程至关重要。通过积极对话和沟通,企业能够精准捕捉利益相关方对于特定社会责任问题和信息的需求,明确企业未来的战略导向与发展路径,并据此灵活调整社会责任信息的披露内容。如通过定期举行利益相关者论坛、公开咨询会议、在线调研、一对一访谈等多种形式的积极

对话,使企业能够更加精准地捕捉到利益相关方对于环境保护、员工福利、消费者权益保护、公平贸易、社区参与等一系列特定社会责任问题的期望、立场及深层次观点,进而有针对性地披露信息。

具体来说,企业首先要将其与利益相关方之间的核心议题进行量化评估与重要性排序,同时全面且系统地辨识利益相关方的各项诉求,再根据其影响力进行分类整理,然后将不同类别的诉求进行归纳和整理,进而识别出具有代表性的诉求,使企业可以获得方向性指导,从而更有效地响应相关方的需求。在此基础上,企业也可以考虑引入数字技术,确保能够及时进行数据收集、处理、发布等工作,进而提高信息传递效率,提升企业社会责任信息披露质量^[12]。

(四)构建多方共同参与的外部监管框架

虽然现在企业社会责任信息披露的数量和质量较之前显著提高,但频频曝出的社会责任报告造假等现象也反映出监管缺位的问题,因此,需要着力构建政府、社会等多方参与的外部监管框架。其中,政府监管是核心,其对于企业社会责任信息的严格监管,是保障企业社会责任实践透明度与公正性的关键环节。因而政府应当构建一套全面的监督机制,定期对企业的社会责任信息执行情况进行审查与评估,以保障企业遵循既定的规范与标准。此外,还应积极推动企业健全内部社会责任管理体系,倡导企业设立专门的社会责任管理部门或指定专人专岗,负责全面且系统地推进企业的社会责任管理工作,确保企业切实履行其应尽的社会责任。

社会监督是重要补充。社会监督作为一种重要的外部监管力量,对提升企业社会责任信息披露的质量与透明度发挥着至关重要的作用。而媒体与公众的积极参与,是强化社会监督的关键一环,媒体可通过详尽的报道与评论,揭示企业的社会责任表现,进而激励企业提升信息披露的质量^[13],而公众则能借助网络、社交媒体等平台参与并监督企业社会责任信息的披露情况,并及时进行反馈或提出相关意见,以此倒逼企业提高信息质量。此外,审计工作具备高度的独立性,且聘请第三方进行社会责任报告的审计已成为公众衡量信息可信度的重要标准,因此,可以通过邀请第三方对企业社会责任报告进行严格的审计,进而揭示企业存在的问题并识别虚假信息,确保信息的真实性和可靠性。

(五)强化技术赋能

目前,大数据、区块链等新技术的发展如火如荼,其市场规模持续增长,并广泛应用于金融、医疗、教育等领域。大数据技术可以通过多种数据分析工具对数据进行可视化和深入分析,及时实现数据处理和预测分析。因此,利用大数据工具赋能企业社会责任信息披露不仅有助于提升企业信息披露的完整性和实时性,还能进一步提升企业信息披露的质量和效率。而强化技术赋能则需要构建社会责任信息披露大数

据分析平台,利用大数据技术整合包括企业年报、ESG 报告、政府监管数据、舆情监测等数据,在形成全面的企业画像的同时实现对数据的自动化处理和分析,解决当前披露中存在的信息不完整、缺乏定量数据等问题。此外,也需要利用大数据技术建立统一的信息披露标准和评估体系,推动披露信息的标准化和规范化。

四、结论与展望

(一) 结论

在当前全球化和信息化的时代背景下,积极承担并履行社会责任已成为企业运营和发展过程中不可或缺的核心要素。而企业社会责任信息披露作为衡量企业社会责任履行情况的关键手段,对于提升企业透明度、增强与利益相关方的信任关系以及推动企业可持续发展方面均具有深远影响。然而,当前我国企业社会责任信息披露仍面临着诸多挑战与问题,如企业进行选择性披露且主观性较强、信息披露行业差异大,以及披露的信息无法满足利益相关者的要求等等,这些问题极大地限制了信息披露的效果和影响力,也影响了企业履行社会责任的积极性。为了有效应对这些挑战,需要增强企业的社会责任感,建立符合行业规范的信息披露机制,提升企业与各利益相关者的沟通意识,并构建一个包含多方参与者的外部监管架构,以此进一步激励我国企业主动践行社会责任,促进其可持续发展,推动和谐社会的构建和经济社会高质量发展。

(二) 展望

本文主要对于企业披露社会责任信息的困难和对策进行了研究。随着全球对企业社会责任关注度的日益提升,可以深入探索如何构建更加科学、系统的信息披露框架,以充分反映企业在环境保护、社会责任和公司治理等方面的实际表现。同时,还应关注如何利用大数据、人工智能等现代信息技术手段,提高信息披露的效率和透明度,为利益相关者提供更加及时、有用的决策信息。此外,跨文化比较研究也将是一个重要方向,以揭示不同国家和地区在企业社会责任信息披露方面的异同,为构建全球统一的信息披露标准提供有益参考。

参考文献:

- [1]顾雷雷,彭杨.慈善捐赠对企业绩效的影响——企业生命周期的调节作用[J].管理评论,2022,34(3):243-254.
- [2]杨金坤.企业社会责任信息披露与创新绩效——基于“强制披露时代”中国上市公司的实证研究[J].科学学与科学技术管理,2021,42(1):57-75.
- [3]Zamir F,Shailer G,Saeed A.Do corporate social responsibility disclosures influence investment efficiency in the emerging markets of Asia?[J].International Journal of Managerial Finance,2020,18(1):28-48.

[4]董香兰,邓建红,姜熙,等.公司 ESG 表现与股价崩盘风险——基于融资约束的调节效应分析[J].金融理论与实践,2023(9):98-108.

[5]张志红,王露露,宋艺.社会责任信息披露能否提升企业绿色全要素生产率?[J].审计与经济研究,2024,39(4):103-115.

[6]C.A S,H.S F,M.N H,et al.Defining CSR disclosure quality:a review and synthesis of the accounting literature [J].Journal of Accounting Literature,2023,45(1):1-47.

[7]王秀明,龙颖贤,许乃中,等.基于环境管理视角的上市公司碳信息披露规范研究[J].财会通讯,2022(15):11-16+24.

[8]张建明,吴安妮,洪荭,等.企业社会责任行为动机:“合规”还是“伦理”意识?——基于企业技术创新的视角[J].财会通讯,2022(15):79-84.

[9]赖妍,张帆,刘俊.企业社会责任信息披露影响因素研究综述与展望[J].会计之友,2021(15):60-64.

[10]朱月乔,周祖城.企业履行社会责任会提高员工幸福感吗?——基于归因理论的视角[J].管理评论,2020,32(5):233-242.

[11]孙自愿,汪玮,董钰婷.内部审计能使企业社会责任表现更佳吗?——质量与效率双重视角[J].审计研究,2024(1):126-139.

[12]石道元,戴家琳,蒋水全.企业数字化转型、会计信息披露质量与企业创新[J].财会月刊,2023,44(20):80-87.

[13]崔秀梅,温素彬,王家辉,等.负面网络报道、内部控制和社会责任信息披露[J].会计之友,2022(15):102-109.

公共服务包容性： 公共服务均衡可及发展新趋势

——基于甘肃省定西市的调查研究

康胜利

中共定西市委党校(定西市行政学院)

摘要:公共服务均衡性与可及性是当前经济社会发展的突出问题,如何为人民群众提供优质且均衡的公共产品和服务,对消解社会矛盾、提振经济高质量发展意义重大。为此,提出“公共服务包容性”理念,以应对发展中的主要矛盾、为公共服务均衡性与可及性发展提供一个全新的理论支撑,基于此,分析了公共服务在三维空间(县域、城乡和群体间)的不均衡和不可及的主要问题及成因。结果发现,公共服务均衡性与可及性难以最大限度地体现以及实现包容性所蕴含的哲学意蕴,因此提出了在包容视域下符合地市级公共服务均衡可及的对策建议。

关键词:包容性发展;均衡性与可及性;公平正义;不均衡与不可及 **中图分类号:**D630 **文献标识码:**A

一、问题的缘起

进入新时代,我国社会主要矛盾发生历史性变革,人民群众对“美好生活向往”已不再局限于物质需求,而是更加注重在各领域、全方面等均衡的需求增长,尤其对公共服务领域的均衡可及期待更为明显。在这种社会矛盾和社会需求背景下,公共服务均衡性与可及性成为调节经济和社会矛盾,实现高质量发展的重要举措。虽然在2020年我国完成了基本公共服务总体均等化的阶段性目标,但是非均衡与非可及依然成为现阶段阻碍经济社会高质量发展的重要因素,区域、城乡、群体间发展不平衡不充分问题加大,无形中制约着国家和地方社会经济的发展。因此,在新的历史条件和历史使命下,健全公共服务体系,提高公共服务水平,强化各级政府公共服务职能,为人民群众提供优质的公共服务供给保障和公共产品,逐步增强均衡性和可及性,是新时代公共服务发展的新方向,也是各级政府部门所面临的重大课题。

二、公共服务包容性与公共服务均衡可及的理论概述

增强公共服务均衡性与可及性是党在新的历史阶段和历史使命下对公共服务体系提出的新要求,也是新时代公共服务发展的新方向,更是人民群众获得感、幸福感、安全感的重要保障。这部分重点研究了“公共服务包容性”的概念界定、“公共服务均衡可及”的内涵阐释以及“包容”下“均衡可及”的理论分析框架,进而为后期在研究包容性理论框架下提升公共服务均衡性与可及性问题提供充足的理论可行性。

(一)公共服务包容性的概念界定

“包容性”作为一种人类社会发展的创新理念,许多专家学者对此有着不一样的见解。伊格纳齐·塞奇(Ignacy Sach)认为,包容性发展内涵主要包括以下几个方面:一是保障权利的执行,即公民权利和政治参与权利;二是对于福利的全民共享机会,即残疾人福利、妇女儿童福利和老年福利等;三是基于全民的公共服务,即社会、医疗和教育等。2008年5月,世界银行增长与发展委员会在《增长报告:持续增长与包容性发展战略》中提出要保持长期增长的包容性^[1],提倡公正包容性为核心的发展,即包容性发展,从而确保增长和发展成果为民众所共享。2010年,胡锦涛在第五届亚太经合组织会议上曾对“包容性发展”作过两次重要讲话:首次是在9月,发表了《深化交流合作,实现包容性增长》的重要讲话^[2];同年11月,在非正式会议上再次强调,要“倡导包容性增长,增强内生动力”。

已有研究从公共服务体系构建^[3]、公共服务空间维度^[4]、公共医疗服务^[5]、养老服务等方面对公共服务中的包容性进行了初探。国内对公共服务包容性研究仍处于一个新兴的研究领域:有些学者从数字经济视角重点关注公共服务包容性^[6];而有些学者将包容性空间引入公共服务领域。其中,杨剑刚和朱巧玲提出迈向共同富裕的数字包容性发展^[7],关爽在城市治理中引入数字包容的治理向度^[8],汤玉刚和刘亚南提出包容性公共服务为何导致居住群分问题等^[9]。

总体而言,以上研究处于将包容性相关概念引入公共服

作者简介:康胜利(1981—),男,甘肃省定西市人,本科,讲师,主要研究方向为教育技术基本理论。

务领域的初期阶段,从公共服务角度探寻包容性发展的可行性。综上所述,笔者综合以往学者理论研究,将公共服务与包容性相结合,提出公共服务包容性的概念。基于此,将公共服务包容性界定为旨在建立一个公平、公正的社会环境,让所有人都有机会享受到基本的公共服务,实现社会的全面发展。

(二)公共服务均衡可及的内涵阐释

很早就有学者试图从公共服务供给、资源均衡配置、财政制度等视角来探索公共服务不均衡与不可及^[10],以此来解决区域、城乡和群体间存在的不均衡问题^[11]。笔者认为,公共服务均衡性与可及性应从供给端和需求端两个视角进行深入研究。一是均衡性:公共服务供给端的目标导向。均衡性体现的是公共服务在投入(机会均等)和产出(结果均衡)层面的均衡,增强均衡性的目的在于从供给层面缩小区域、城乡和群体间公共服务在空间上的差异性,达到一种相对均衡的状态,是有差异的均衡,而非绝对均衡^[12]。二是可及性:公共服务的需求导向。可及性是在公共服务供给端出现结果不均衡问题时,提供了一种寻找问题和解决问题的理念和思路,目的在于提升供与需的匹配程度和供给效率,增强公共服务的体验感和满意度,主要体现在空间可及性、内容可及性、服务可及性、价格可承受性等方面^[13]。

(三)包容下均衡可及的理论分析框架

包容内含着一种相互理解、尊重和接纳不同观点、文化、信仰等的哲学思想,而均衡可及则折射出一个追求平等和公正的理念,两者相辅相成,都在共同构建一个更加公正和谐的社会。包容性发展强调权利和机会平等、成果共享的发展方式,它更加关注政治、经济、生态、民生等问题的协调、均衡发展,而非一味地以经济发展为中心或是其他单一形式的发展,是一种以人民为主体地位的发展理念^[14]。包容性发展是公共服务均衡性与可及性的目标追求,它的目标定位和价值定位都要求体现均衡可及的公共服务。同时,均衡可及的公共服务则强调全体人民都有获得和享有公共服务的权利,公共服务均衡性与可及性是包容性发展的内在过程,它不仅是消除贫富差距的重要手段,也是提高社会均衡发展的重要举措,更是经济发展方式的战略转变和体现包容发展的理论自觉与价值提升。

三、基于包容下公共服务均衡可及的现状分析

新时代,随着我国经济进入高质量发展阶段,各种社会矛盾和社会需求也发生了新的变化,公共服务均衡性与可及性成为调节经济和社会矛盾,实现高质量发展的重要举措。

2020年,我国完成了基本公共服务总体均等化的阶段性目标,但是非均衡与非可及依然成为现阶段阻碍经济社会高质量发展的重要因素。这部分基于相关数据和发展现状,分析了定西市公共服务均衡性与可及性的主要问题,同时深入研究了形成这些问题的根源。

(一)基于包容下公共服务均衡可及的主要问题

1.公共服务在县域间的不均衡和不可及。从空间结构来看,定西市由六县一区构成,其中一些区县凭借各自的资源禀赋、区位优势和政策倾向等加持,在经济、社会、文化、生态等领域发展迅速。而有些区县因距离较远、交通不便、区位优势不突出以及政策倾向不明显等因素,在经济、社会等各领域发展滞后,难以同步全市高质量发展步伐,致使在县域间的发展差距进一步加大。虽然这些年政府积极引导各区县根据自身区域优势和资源优势拓展发展空间、提升发展质量和改善发展条件,并加大了政策扶持和财政优惠力度,积极推动各区县全面发展,但是,这种差距不但没能得到缓解,反而有拉大的风险。根据统计,2018—2022年,安定区、临洮县、陇西县三个县区实现地区生产总值分别从82.12亿元、68.22亿元、68.78亿元增加到143.18亿元、101.97亿元、97.68亿元;而通渭县、渭源县、岷县、漳县分别从42.1亿元、33.2亿元、37.59亿元、24.27亿元增加到67.3亿元、51.32亿元、63.21亿元、33.26亿元。由此分析,拥有先天资源禀赋、区位优势和政策支持区县在经济、社会、文化等领域经济发展更快,而缺乏资源优势的区县经济发展水平相对较弱,尤其在公共服务领域存在明显差距,不均衡与不可及问题更为突出,经济发展好的区县居民享受医疗、教育、社会保障等公共服务的水平相较于欠发展县区居民水平要高。

从见表1中我们可以看到,通过横向空间比较,各区县城乡居民基本养老保险、失业保险和医疗保险参保人数发展极不平衡,有些区县就是达到相对平衡但在可及程度上又存在不充分,表现参差不齐。例如,从均衡性上看,几个县区参加城乡居民基本养老保险占比都在60%~80%,差距不是太大;但在充分性上来看,全市参加城乡居民基本养老保险占比才66.10%,这个数字显然很低,在充分性上明显发展不足,说明覆盖范围还有待扩大。

2.公共服务在城乡间的不均衡和不可及。长期以来,随着城镇化进程的不断推进,城镇化水平不断提高,在推动城镇经济快速增长的同时也无形中拉大了城乡之间的距离。再加上长期发展形成的城乡二元体制机制,逐渐制约着乡村社会经济的发展,再一次拉开了城乡发展差距。城乡间长期的

表 1 2022 年底定西市城乡人口及社会保障情况

地区	城镇人口/ 万人	乡村人口/ 万人	参加城乡居民 基本养老保险/万人	占城乡人口 比重/%	参加失业 保险/万人	参加城乡居民 基本医疗保险/万人	参加城镇职工 基本医疗保险/万人
全市	100.99	149.59	165.75	66.10	11.22	250.21	18.39
安定区	22.63	19.40	23.60	74.20	3.12	37.16	2.93
临洮县	19.40	28.39	31.19	65.30	1.82	46.13	2.61
陇西县	22.20	20.27	26.13	61.50	2.10	42.23	6.57
岷县	13.69	28.60	26.89	63.60	1.41	44.17	1.96
通渭	9.03	23.06	23.73	73.90	1.32	34.29	1.95
渭源	8.21	19.18	21.42	78.20	1.03	29.11	1.38
漳县	5.83	10.69	12.50	75.7	0.42	17.11	0.99

资料来源:根据《定西统计年鉴—2023》整理。

不平衡发展,形成了城市空间和乡村空间在公共服务供给上的严重失衡。就目前形势来看,全市城乡发展不平衡不充分问题依然严峻,主要表现在医疗、教育、社会保障等公共服务领域。在公共卫生方面,近几年,为统筹城乡发展,在政策和财政上予以倾斜,全市加强了基层公共卫生领域的建设,乡村医疗机构占有率达 95%以上,但核心医疗资源占有率不足 30%,乡村医疗水平远不及县级以上医疗机构。虽然达到了数量和结构上的平衡,但质量和品质上的可及性严重不足,看病难、看病贵依然是困扰老百姓的最大问题,因病返贫风险加大,给巩固脱贫成果和乡村振兴带来巨大挑战。在义务教育方面,2022 年,全市一般公共预算支出 313.92 亿元,财政性教育经费为 65.47 亿元,占比为 24.86%,其中,义务教育保障经费为 5.55 亿元,占比 8.47%。随着城镇化率的不断提高,教育资源还会进一步集中于中心城镇,会加大“中心和边缘化”失衡风险,这样一来,农村教育财政经费和义务保障经费占比预计还不足 24.86%和 8.47%。在社会保障方面,目前还有 34%的人口没有参加城乡居民基本养老保险,城市平均最低生活保障金比农村最低生活保金高出 3325.9 元。在居民收入方面,2022 年,全市城乡居民人均收入比为 3.11:1.04,农村居民人均可支配收入比全省平均水平 12165 元低 1740 元,只有全省平均水平的 86%。

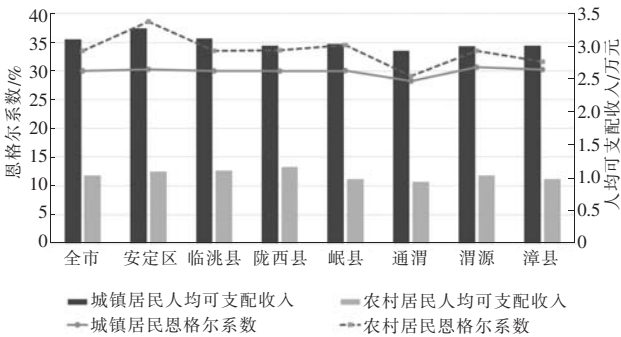


图 1 2022 年底定西市城乡居民收入及恩格尔系数

资料来源:根据《定西统计年鉴——2023》整理。

从图 1 分析,全市各区县城镇和农村居民人均可支配收入差距还是非常明显。例如,安定区、通渭县、岷县、漳县四个区县的城乡人均可支配收入倍差为 3.01、3.11、3.10、3.07,而陇西县、临洮县、渭源县三个县区的城乡人均可支配收入倍差为 2.59、2.84、2.88,倍差值越大,说明城乡贫富差距越大。同时,从城乡居民恩格尔系数对比来看,农村居民的恩格尔系数普遍大于城镇居民,这种差距反映了城乡经济发展水平、收入分配不均衡特征,也反映出城乡居民的生活水平和消费能力存在很大差异。

3.公共服务在群体间的不均衡和不可及。公共服务的目的就是将各类资源在全体社会成员之间实现均衡供给和供给在供需层面实现匹配可及。目前,因城镇化和城乡二元经济结构的长期性,使城市职工报酬以及城市居民的各种福利保障远高于农村,这种历史惯性的不自觉性造成城乡群体间贫富差距更为明显。统计数据显示,2022 年,全市城市居民最低生活保障金为 6896.55 元,农村居民最低生活保障金为 3507.65 元,差距较大。随着这些年城镇化进程的不断推进,各种教育、医疗等资源向城市集中,导致大量农村人口不得不进城买房,再次成为城市新增人口当中的低收入人群。据统计,同年全市城镇化率为 41.5%,新增城镇就业 17127 人。小城市有限的承载力,使得其难以承载自身城市人口就业压力,劳务输转 62.2 万人以缓解群体间居民收入差距。但该群体人均劳务收入仅为 27107 元,新增农村人口势必成为城市当中的新低收入群体。公共服务作为收入分配的调节器,是缩小贫富差距,增强群体间均衡发展的重要手段。然而,公共服务的调节能力和覆盖范围也是非常有限的,仅依靠此方法来解决是不现实的,也是不可取的,采取多种手段相互配合才是正确选择。根据抽样推算,2022 年,全市农村居民人均月收入 868.75 元,其中有 14.28%的农村人均月收入在 800 元以下,1000 元以下的农村人数达 28.6%,64.3%的农村居民月收入在 1000~2000 元,月收入大于 2000 元的人数为

28.5%;而同年城镇居民人均月收入达到 2591.67 元,比大多数农村居民月收入的一倍还多。因此,社会生活的高成本给农村低收入群体带来极大的经济负担,公共服务势必成为农村低收入人群的“奢侈品”,可望而不可即。根据马太效应来看,富者越富穷者越穷,收入差距导致财富加剧分化进而形成群体间不平衡与不可及的局面,加剧了社会的不稳定风险。

(二)基于包容下公共服务均衡可及的成因分析

新时代,随着我国经济进入高质量发展阶段,各种社会矛盾和社会需求也发生了新的变化,公共服务均衡性与可及性成为调节经济和社会矛盾、实现高质量发展的重要举措。2020 年,我国完成了基本公共服务总体均等化的阶段性目标,但是非均衡与非可及依然成为现阶段阻碍经济社会高质量发展的重要因素。这部分分析了定西市公共服务均衡性与可及性的主要问题。

1. 县域和城乡间经济发展不平衡。经济发展的差异性是导致公共服务不平衡不充分发展的根本原因。定西市七县区经济发展受全国经济发展趋势影响,具有城市经济社会发展水平明显高于农村经济社会发展水平的普遍特性。从纵向对比看,长期以来,受全国城市发展战略的趋势影响,全市也将城市优先发展作为经济发展的重点,经济发展资源在城市高度集中,外加政策导向和财政倾向,为城市快速发展创造了优越的发展环境。城市地区有着先天的地理优势、资源优势、交通便利等区位优势,逐渐造成了城乡经济发展的不平衡不充分现状。比如,2023 年,全市城市居民经济收入远高于农村居民,对城市居民而言,工资性收入是其主要收入来源,为 25131 元,而对于农村居民而言,经营性收入(即种地)才是农民的主要收入来源,仅 5326 元,城乡收入倍差为 4.72 倍;从横向对比看,因各区县资源禀赋和地方政府推动力度的不同,也形成了县域间经济发展不平衡、不协调现象。

2. 政府在公共服务理念、制度和实现层面转型滞后。政府是公共服务的主要提供者和管理者,政府在公共服务理念、制度和实现层面滞后与否将严重影响公共服务供给质量、效率和公平性以及公共服务的均衡性与可及性。然而,地方政府受多重因素影响,导致了其在公共服务领域理念落后、制度不完善和实践转型滞后等问题,进而造成了公共服务供给的不均衡与不可及。具体而言,首先,公共服务理念落后。当地之所以发展落后,思想保守、缺乏包容和创新是根本原因。长期以来,受传统观念的束缚和创新意识的缺乏,抱着走一步看一步、学着别人走就不会出错的陈旧观念,公共服务发

展缓慢,虽然通过这些年的不断努力有所进步,但政府在公共服务领域更加关注基础设施建设和提供最基本的公共服务,缺乏对服务质量、用户体验和满足多样化需求的预期判断,使公共服务不均衡不可及问题突出。其次,公共服务制度不健全。公共服务制度是保障公民基本权利和福祉,促进社会公平和社会稳定的关键因素。当地政府在公共服务制度建设方面转型滞后,主要表现为制度建设不完善、监管机制不健全等问题,公共服务领域缺乏完善的法律法规和监管机制,导致服务质量参差不齐、监管不到位。最后,公共服务实现不到位。公共服务的实现是公共服务在投入、产出全过程中环节的最后一道程序,是公共服务全过程获得均衡供给程度的关键点。当地政府因供给主体单一、行政体制不灵活和执行能力不足,从而在公共服务实现层面落实不到位。

3. 公共财政体系不完善。建立和完善公共财政体系是实现公共服务均衡性与可及性的必然要求,没有完善的公共财政体系就难以构建均衡可及的公共服务体系。所谓公共财政,其目的就是为社会提供公共产品和公共服务的政府分配活动,是与市场经济体制相适应的一种财政管理体制。受全国公共财政改革的影响,历经几十年的发展,全市财政管理体制也发生了重大变化,但是,依然没有建立一套完整且有效的以公共服务为基础的公共财政体系。第一,财政支出结构不合理。目前,全市用于教育、社会保障和就业、卫生健康等公共服务领域的财政支出占全市财政支出的比重偏低。据统计,2023 年定西市一般公共预算支出 334.9 亿元,其中用于教育、社会保障和就业、卫生健康占总支出比重分别仅为 18.6%、14.4%、11.8%。第二,政府财政支出越位缺位并存。财政支出的越位主要表现在对应通过市场配置资源的经营性和竞争性领域干预和延伸过多,使政府职能范围和财政压力过大。比如,同年一般公共服务领域占公共预算总支出的 8%,说明有很大一部分财政支出挤占了原有稀缺的公共财政资源,使公共财政失去了应有的公共属性;财政支出的缺位主要是应由政府承担的公共服务领域却得不到很好的财力保障,反而由市场去承担,形成缺位现象。比如,2023 年全市用于科技、教育投入仅占 GDP 总量的 11.1%。

四、基于包容下公共服务均衡可及的对策建议

增强公共服务均衡性与可及性是我国新发展阶段的必然选择,也是各级政府解决社会主要矛盾的重要手段。随着经济的快速发展,国家和地方经济实力不断增强,为公共服务均衡性与可及性发展创造了良好的发展环境。此外,由于国家对公共服务领域的高度重视和有力引导,国内学术界和

理论界在公共服务领域的相关研究也大有进展,并获得了很多该领域的研究成果。这部分在前人的研究基础之上,以定西市情为根本,力求在包容性发展视角下探寻公共服务均衡性与可及性的发展道路,尝试提出探索性的见解,以便有效增强本市公共服务的均衡性与可及性。

(一)强化以现实需求为中心的公共服务职能

从传统意义上来看,政府是公共服务的主要提供者。但伴随着经济社会结构的快速转型,对政府公共服务职能在调控经济、资源配置、公共服务等方面提出了新的需求。因此,要实现公共服务均衡性与可及性,就要求当地政府加快转变公共服务职能,立足新发展阶段,推动当地高质量发展,完善公共服务政策制度体系,优化公共服务供给模式,不断提升公共服务均衡性与可及性。具体而言,首先,提高县域和城乡间公共消费需求,强化政府公共消费职能。公共消费的提高不仅有利于促进经济增长和就业、促进社会公平和公正,还有利于解决人民需求与发展不平衡不充分之间的矛盾^[5]。其次,在转变中不断完善政府公共服务职能,在更好发挥经济调节和市场监管职能作用的同时,需重点关注公共服务职能供给,以人民群众的获得感、幸福感和安全感作为评判标准,为当地群众提供优质的公共服务。最后,当地政府在公共服务职能发挥上需不断努力和进行创新,以适应不断变化的公共需求。一要强化公共服务理念。当地政府应从行政管理者转变为服务提供者,将人民的需求和利益放在首位。二要完善公共服务制度、健全监管机制^[6]。当地政府应加强制度建设和公共服务质量的管理和评估,建立科学的评价体系,监测和评估公共服务的质量和满意度。三要建立多元化服务供给机制。当地政府应该积极引导和鼓励社会力量参与公共服务的提供,充分发挥市场机制和社会组织的作用,通过与社会组织、企业和志愿者等合作,共同提供多样化、个性化的公共服务,满足不同人群的需求。

(二)建立以满足公共需要为目的的公共财政体制

公共财政不仅是增强公共服务均衡性与可及性的经济支撑和重要保障,也是其重要目标和主要用途。其目的是以满足社会公共需要为基准来界定财政职能范围,并以此构建政府财政收支体系。因此,如何有效完善地方公共财政体制,满足社会公共需要,是当地政府急需破解和完成的重要任务。首先,宏观调整财政支出比重,弥补公共服务领域短板,积极构建以公共服务型为主的财政支出体系,在有效保障经济健康有序发展和社会稳定的前提下,以包容性发展理念为

引领,均衡发展为目标,加强公共财政在基本和普惠性非基本公共服务领域的资金投入,并重点关注社会弱势群体在公共服务领域的供需失衡问题;同时,政府可以通过纵向财政支出手段改善县域和农村公共服务供给明显落后于其他区域的公共财政资金支付倾向,缩小县域和城乡间公共服务供给不平衡问题。其次,持续推进市县财政事权和支出责任划分改革,建立健全现代公共财政制度。按照划分原则,明确各级政府的任务和职责,涉及覆盖全市的基本公共服务由市级负责,涉及区县的基本公共服务由区县级负责,跨区域的基本公共服务由市与县共同负责,为建立科学规范的政府间关系创造良好的基础性条件。最后,完善各级政府间转移支付制度,清理整合与财政事权划分不相匹配的转移支付,其中包括一般性转移支付的界定。对保留性专项转移支付仔细鉴别,对救济类、应急类等专项转移支付加强控制;加强各县区以及城乡落后地区的转移支付资金支持,均衡县域间及重点领域的财力,逐步增强公共服务均衡性与可及性。

(三)构建公共服务多元供给格局

一直以来,政府承担着公共服务的主要职责,是公共服务供给的主要提供者。从西方各国在基本公共服务均衡性与可及性的发展历程来看,许多国家逐渐采用政府为主、市场参与的多元格局来有效实现公共服务供给。目前,就全市经济社会发展基本情况来看,社会财富总量小、人均GDP水平低、基础弱、底子薄,仍是全市最基本的市情^[7]。因此,在新时代,各级政府要在兜底保障基本公共服务供给的基础上,发挥政府引导作用,吸引社会力量参与,不断扩大普惠性非基本公共服务供给^[8],增强公共服务的均衡性与可及性。首先,政府可以进一步放宽市场准入标准,放低进入门槛,在引入的同时发挥政府主导作用,将权力该放就放,做到放活不放任,为市场和社会力量参与营造良好的发展环境,以此来激发市场和社会主体活力和创新动能,使普惠共享成果惠及最广大群众,增加公共服务的多样性和灵活性。其次,建立从基层到高层的多层次供给体系,不同层级的机构可以根据自身条件和能力提供相应层次的公共服务,扩大普惠性非基本公共服务的质量和效率。再次,建立公共服务信息化平台,实现不同供给主体之间的信息共享和协同,避免资源浪费和重复建设。最后,建立健全的监管和评估机制,对公共服务供给进行监管和评估,确保供给的质量和效果。

五、结论与讨论

进入新时代,人民对公共服务需求也有了更高的期待。然而,在经济发展的环境下,各级政府难以适应新时代发

展需求,导致公共服务在供给上严重不足,不均衡和不可及矛盾凸显,成为制约地方经济社会发展和实现共同富裕的关键因素。因此,在持续推动基本公共服务均等化的基础之上,扩大普惠性非基本公共服务,增强均衡可及的公共服务,确保不同群体都有分享发展成果的机会,体现公平正义,是各级政府急需解决的一项重大课题。文章在前人的研究基础上,创新性地提出了公共服务包容性概念,将公共服务包容性作为推动公共服务均衡可及的创新势能,这为全面和系统地研究公共服务提供了新的方向。

在研究此问题过程中,虽然做了很多理论层面和实践层面的工作,如研究设计、数据收集和分析等,但是由于笔者的理论性和实践性尚有不足,作为对“公共服务包容性:公共服务均衡可及发展的新方向”这一问题的初步探索,文章的研究还存在局限性和不足之处。当然,公共服务均衡性与可及性问题研究是当前社会发展中的一项重要课题,不仅需要理论创新和实践探索上有所尝试和突破,还需要各级政府、社会组织与市场等各方力量的共同努力,通过不断深化研究和实践,久久为功,多一些包容和接纳,才能推动公共服务均衡性与可及性的进一步提升,为社会发展和人民福祉作出更大贡献。

参考文献:

- [1]吴洋宏,周小亮.包容性绿色增长视域下中国式现代化发展道路探索[J].华东经济管理,2023,37(7):1-10.
- [2]孙雷.地方“十二五”规划应贯彻包容性增长理念[J].团结,2010(6):23.
- [3]任梅,刘银喜,赵子昕.基本公共服务可及性体系构建与实现机制——整体性治理视角的分析[J].中国行政管理,2020(12):84-89.
- [4]史军.高质量基本公共服务体系建构的空间维度[J].理论探索,2024(1):95-101.
- [5]许婵,文天祚,王坤晓.北京市核心区医疗设施可达性研究[J].地域研究与开发,2019,38(3):60-65+101.
- [6]陈旭东,沈利芸,秦文晋.数字经济、财政纵向失衡与区域经济包容性增长——基于双重机器学习的因果推断[J].经济与管理研究,2024,45(9):61-77.
- [7]杨剑刚,朱巧玲.迈向共同富裕的数字经济包容性发展[J].江汉论坛,2023(5):15-21.
- [8]关爽.城市治理中的数字鸿沟何以跨越:基于数字包容的治理向度[J].天津行政学院学报,2024,26(3):63-73.
- [9]汤玉刚,刘亚南.包容性公共服务为何导致居住群分:以定点学校政策为例[J].世界经济,2022,45(11):125-149.
- [10]解建立.我国城乡基本公共服务均衡供给机制和模式研究[M].北京:人民出版社,2021.
- [11]常露露.区域协调发展视角下城乡公共服务均衡化发展的路径选择[J].区域评论,2022(2):141-146.
- [12]钱振明.新时代基本公共服务体系的现代化发展:基于均衡性和可及性的考察[J].中国行政管理,2023,39(10):54-61.
- [13]易承志.以公共服务均衡性和可及性为支撑提升基层治理韧性[J].党政论坛,2023(2):45-47.
- [14]郭广银.始终坚持人民主体地位[J].江苏行政学院学报,2023(1):5-11.
- [15]陈晓雪,时大红.我国30个省市社会经济高质量发展的综合评价及差异性研究[J].济南大学学报(社会科学版),2019,29(4):100-113+159-160.
- [16]余丽生.共同富裕视角下加快浙江省公共服务体系发展研究[J].甘肃社会科学,2024(1):226-236.
- [17]中共定西市委关于制定定西市国民经济和社会发展的第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议[N].定西日报,2021-01-23(01).
- [18]自治区人民政府办公厅关于印发宁夏回族自治区公共服务发展“十四五”规划的通知[J].宁夏回族自治区人民政府公报,2022(7):17-32.

服务型政府视角下新疆 C 市 网上行政审批办理便捷度优化路径研究

张美玲

新疆大学政治与公共管理学院(国家安全学院)

摘要:建设人民满意的服务型政府是我国行政体制改革的总目标。为促进部门间信息共享,深化简政放权、放管结合、优化服务改革,以网上行政审批为主要载体的“互联网+政务服务”成为建设服务型政府的重要手段。通过实地调研,对新疆 C 市网上行政审批办理便捷度优化路径进行探讨,以推动政府职能转变和行政审批制度改革,提升企业和群众的满意度和获得感。目前,新疆 C 市网上行政审批服务改革措施主要包括建设网上审批大厅、动态管理行政职权目录、完善网上审批系统、推动审批与监管互动以及建设政务数据管理系统等。研究发现,C 市在网上行政审批办理便捷度提升方面存在网上可办理事项不全面、事项检索精准度不足、咨询服务响应效率不足、服务时间安排不合理等困境。围绕其面临的困境,提出针对性优化路径,如扩大网上可办事项范围、优化搜索功能、提升服务人员回复效率等,助力政务服务向智能化、精准化发展。其结论的普适性有待更多的地区验证,未来的研究可扩大研究样本范围,更深入、更全面地探讨网上行政审批办理便捷度的优化路径。

关键词:服务型政府;网上行政审批;办理便捷度;政务服务 **中图分类号:**C630 **文献标识码:**A

引言

行政审批作为政府各部门对社会和经济进行管理的手段之一,是一种广泛应用且有效的行政管理方法。我国对于网上行政审批的研究起始于 21 世纪初。网上行政审批是随着电子政务发展起来的,也是电子政务的重要组成部分。网上行政审批将互联网信息技术与传统行政审批相结合,改变了传统的审批流程和服务模式,目的是为办事企业和群众提供更加便捷、高效和优质的行政审批服务。国务院分别在 2001 年、2003 年以及 2004 年先后三次出台政策文件(国发[2001]33 号、国发[2003]5 号、国发[2004]16 号),取消和调整审批项目。2008 年,国务院办公厅又出台了《关于深入推进行政审批制度改革的意见》(国办发[2008]115 号)不断推进网上行政审批事务的完善。在行政审批制度改革过程中,各级政府始终被要求精简冗余的审批项目、简化审批流程、优化审批环节、缩短审批时间,并不断提升行政审批流程的整体效率。2016 年 9 月,国务院印发《关于加快推进“互联网+政务服务”工作的指导意见》(国发[2016]55 号)。网上行政审批开始在全国推广,各地各级政府正在深入贯彻落实中共中央、国务院决策部署,对其进行了积极探索和实践。随着“互联网+政务服务”发展环境持续优化,顶层设计逐步完善,网络设施不断健全,在线政务服务能力稳定提高。提升网上行政审批便捷度,已然成为各地政府优化营商环境、增强公共服务效能的关键突破口^[1]。新疆是丝绸之路的重要枢纽,近年来,随着“互联网+政务服务”的深入推进,自治区各级政府积极推动网上行政审批改革,取得了一定成效。然而,在实际运行过程中,其办理便捷度与民众期待、城市发展需求间仍存

在显著差距,亟待深入剖析并探寻优化路径。

一、文献回顾与概念界定

自 2015 年国务院印发《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》(国发[2015]40 号),政府在行政审批制度改革中积极探索网上行政审批模式,成为实现政府治理能力和治理体系现代化的重大举措。从现有学术成果来看,学者们强调了网上行政审批的必要性,指出实施电子政务是提升审批效率,增强审批公开性、公正性和透明度,降低审批运行成本的重要途径^[2];而一个完善的网上行政审批系统是电子政务体系中不可或缺的关键组成部分。网上行政审批通过充分利用信息资源和信息技术,推动行政审批的规范化和政务公开,成为转变政府职能、创新行政模式的有效手段^[3]。但是在网上行政审批建设方面,学者们发现,建设网上行政审批平台受领导因素、传统观念、体制机制等影响,需要针对性地对行政审批工作进行变革。当前各地网上行政审批平台建设虽有进展,但理论研究滞后,电子监察与网上行政审批不匹配且水平较低,需优化审批业务流程^[4]。此外,在推动网上行政审批过程中,学者针对网上行政审批系统和审批档案电子归档需求,分析了其中的问题和困难并给出了相应对策^[5]。胡税根等以 TOE 为分析框架,运用模糊集定性比较分析方法,研究网上行政审批制度有效改革的必要条件^[6]。张楠迪扬将“服务便捷度”概念引入网上政务服务领域,构建了网上行政审批便捷度测量维度,在实践上为提升网上行政审批便捷度提供观察和评估工具^[7]。

服务型政府理论是一种以公民需求为导向、以公共服务为核心职能的政府治理理念,强调政府从传统的管理者角色

作者简介:张美玲(1999—),女,河南省驻马店市人,硕士研究生,主要研究方向为行政管理、政务服务。

向服务提供者角色转变。党的十八大以来,建设人民满意的服务型政府是我国转变政府职能的核心价值与工作关切。张康之首次提出服务型政府的概念,认为政府应该在制定政策和推行改革时充分站在公众的角度思考问题,将以更好地为公众服务作为行政目标和行动准则,追求公民利益最大化。服务型政府理论要求以公众为导向,在行政审批过程中,就是以行政审批服务的使用者为导向,把人民的需求落到实处,从企业和群众的现实出发来提供相应的行政审批服务。在“互联网+”背景下,行政审批改革中也强化互联网思维。服务型政府强调以民为本,网上行政审批可以简化流程,让群众和企业更方便地办理事务,节省时间和成本,这直接体现了以民为本的理念。政府通过网上平台集中处理公共服务事项,减少对微观经济的干预,专注于提供高效的服务。

二、新疆 C 市网上行政审批改革主要做法与成效

(一)建设网上审批大厅,实现行政审批“一站式服务”

在传统的行政审批模式下,C市的审批项目流程复杂、涉及的审批部门众多、层级结构繁复、审批环节冗长,办事群众要在各个部门之间跑来跑去、进行层层审批等,极大地拖延了企业和群众办理项目的工作进度。2019年11月,C市行政审批局和市民中心正式挂牌成立,该中心共有31个部门进驻,249名工作人员,设9个服务专区,156个窗口。“一个机构”的成立,按照“编随事走、人随编走”的原则,将全市多个部门的多项行政审批事项、审批职能、工作人员划转至行政审批局开展集中审批,切实实现“一支队伍服务、一枚印章审批、一个大厅办事、一个平台保障”的行政审批模式。

新疆政务服务平台建设开始于2019年6月,并在同年7月正式上线运行。网上审批大厅的建设是为了持续深化“放管服”改革,推进“互联网+政务服务”进程。C市以新疆政务服务信息化为突破口,构建功能完备的网上审批大厅,通过整合全市各部门分散的审批系统,打造统一入口、统一受理、统一反馈的综合性平台。技术团队深入梳理各部门审批流程,打通数据壁垒,让原本孤立的业务系统实现互联互通^[8]。

(二)建设行政职权目录动态管理系统,动态管理目录清单

新疆C市以法律法规、部门规章以及上级政策文件为依据,对每一项行政许可、行政处罚、行政强制、行政征收等职权进行详细甄别。工作人员逐字逐句研读条文,明确职权的实施主体、依据条款、适用范围等关键要素。经多轮审核与校对,形成涵盖全市各级政府部门的初始行政职权目录,为后续动态管理筑牢根基。建立跨部门联动机制,确保行政职权目录动态管理的准确性与一致性。当涉及多个部门职权交叉

或调整时,由政务服务管理部门牵头,组织相关部门召开联席会议。如工程建设项目全流程审批分为立项用地规划许可阶段、工程建设许可阶段、施工许可阶段、竣工验收许可阶段四个阶段,每个阶段都有相应的牵头部门,进行“一家牵头、并联审批、限时办结”。将行政职权目录动态管理系统与政务公开平台深度融合,主动向社会公开各级政府权力清单。在市政府官网设置专门的权力清单公开专栏,民众可通过关键词搜索、部门分类查询等方式,便捷获取详细的行政职权信息,包括职权名称、办理流程、责任部门等。

(三)完善网上审批系统,实现行政审批事项的网上办理

信息化、“互联网+”、“数据线上跑”的时代已经到来,并融入人们的日常生活中。新疆政务服务平台的建设是为了持续深化“放管服”改革,推进“互联网+政务服务”进程,提升政务服务的影响力、知晓率和使用率,实现服务事项线上一网通办。随着“互联网+政务服务”工作深入推进,C市政务服务智慧化水平不断提升,百姓办事更方便、更快捷。C市组织专业技术团队通过流程再造,将原本分散在不同业务系统中的审批流程整合至统一的网上审批平台,充分发挥网上行政审批优势,全面推行不见面审批、“非接触式”工作模式,在更大范围实现了一网通办。企业和群众通过网络提交材料申办业务后,由工作人员在线上进行处理。对于暂时缺少申报材料的,则启动“容缺后补”机制,给予先行受理和审批,事后再按规定补齐纸质材料,从而切实解决办事难、办事繁问题。在不懈努力下,“企业少跑腿,数据多跑路”不再是一句口号,而是实实在在的发展新形态^[9]。

(四)推动行政审批与监管网上互动,完善现有监察系统

C市构建了行政审批与监管部门间的专用数据交互通道,将行政审批系统与监管业务系统对接。在行政审批流程中,当企业或个人提交申请并获批后,审批结果、许可期限、经营范围等关键信息通过数据接口推送至对应的监管系统。如市场监管部门完成企业营业执照核发后,企业注册信息瞬间传递至后续监管的执法系统,监管人员可第一时间掌握新设立企业动态,为后续监管工作提供精准依据。同时,监管过程中发现的企业违规经营、异常名录变动等情况,也能反馈至行政审批系统,便于审批部门在企业后续办理变更、延续等业务时,作出综合考量,实现审批与监管信息双向、实时流通,让双方工作协同性大幅提升。在市政府官网设置专门的权力清单公开专栏,民众可通过关键词搜索、部门分类查询等方式,便捷获取详细的行政职权信息,包括职权名称、办理流程、责任部门等。市民可通过在线留言、电话举报等方式反馈意见,若发现权力清单存在问题或不合理之处,将其反馈

给相关部门进行核实处理,并将处理结果向社会公开,确保行政职权在阳光下运行,提升政府公信力。

三、新疆 C 市网上行政审批办理便捷度提升面临的困境

(一)网上可办事项覆盖不全面,服务网站建设有待完善

当前,C 市网上行政审批平台在事项覆盖和服务功能方面仍存在明显不足。首先,大部分办理事项已上网,但还有部分企业、群众最常办理的高频事项未上网。其次,已上网事项的标准化程度亟待提升,突出表现在以下方面:一是材料清单不统一,如在不同辖区需要提交的材料不同。二是办理流程差异大。以食品经营许可为例,A 区实行“受理-审查-决定”三环节,而 B 区仍保留“受理-初审-复审-决定”四环节流程。三是网站建设方面也存在系统兼容性差,仅支持 IE 浏览器,且对移动端适配不足;操作指引不直观,重要提示信息隐藏在二级页面中,如某群众在办理事项时,因未注意到隐藏在二级页面的提示,导致整个流程延误两周等问题。

(二)事项检索精准度不足,分类体系有待优化

第一,C 市网上行政审批服务平台的检索功能存在设计缺陷,现有搜索功能仅支持关键词完全匹配,无法实现语义联想和模糊查询,用户可能需要尝试 2~3 个不同关键词才能找到目标事项。第二,分类体系的问题更为突出。现有分类采用“部门+事项性质”的混合模式,导致用户需要具备专业知识才能准确定位。第三,结果展示方面的问题包括以下方面:一是事项名称过于专业化,如将“公共场所卫生许可”表述为“卫监许字×号事项”;二是关键信息隐藏过深,办理条件、所需材料等核心要素需要点击多次才能查看完整;三是排序逻辑不合理,高频事项未能优先展示。

(三)咨询服务响应效率不高,智能化水平较低

咨询服务体系的短板严重制约着服务效能的提升。人工服务方面存在三大问题:一是专业能力不足,一些接线员只能解答本部门业务问题。二是响应速度慢,复杂问题的平均处理周期达 40 小时以上,远超 24 小时的服务承诺。三是知识更新滞后,新政策实施后往往需要几周才能同步到咨询知识库。服务渠道分散带来的问题同样突出,各咨询渠道间存在严重的信息孤岛现象,如电话咨询记录不录入系统、网站留言回复不及时、现场咨询无记录。

(四)服务时间安排不合理,流程透明度不足

服务时间设置与群众需求严重脱节。现有服务时间存在三大矛盾:一是工作时间与群众作息冲突,朝九晚五的服务时间迫使上班族不得不请假办事。二是应急服务形同虚设,周末未开放应急窗口。三是预约系统不智能,只能预约上下午时段,无法精确到小时。流程透明度不足带来的问题更为

隐蔽且影响深远。主要表现有:第一,流程图专业化程度过高,使用大量专业符号和术语,非专业人士对流程图的准确理解率不足。第二,关键节点缺乏预警。某建筑公司在办理施工许可时,因不了解需要人防审查环节,导致项目延期开工。第三,进度反馈过于笼统,部分用户反映“办理中”状态无法提供有效信息。

四、新疆 C 市网上行政审批办理便捷度的优化路径

(一)扩大网上可办事项范围,加强服务网站的建设与维护

组织专业团队对全市各类行政审批事项进行全面清查和梳理,详细分析每个事项的性质、流程和办理要求,明确哪些事项具备网上办理的条件,哪些需要进一步优化调整才能实现网上办理。按照事项的重要程度、办理频率等因素进行分类排序,为逐步扩大网上可办事项范围提供清晰的路线图。对确定纳入网上办理的事项,制定统一的标准化办理流程和规范,明确申请条件、申报材料、办理流程、办理时限、审批结果等要素,消除不同部门、不同区域之间的办理差异,确保同一事项在网上办理的一致性和规范性。编制详细的办事指南,以通俗易懂的语言和直观的图表形式,向办事群众和企业说明事项的办理步骤和注意事项,方便其在线申报。以用户体验为导向,对行政审批服务网站的界面进行优化升级,采用简洁、清晰的页面布局,合理规划功能区域,如办事指南、在线申报、进度查询、结果公示等,方便用户快速找到所需功能和信息。运用可视化设计理念,增加图表、图片等元素,对复杂的审批流程和政策法规进行直观展示,提高信息的可读性和易理解性。强化在线申报功能,开发智能表单填报工具,通过设置必填项、校验规则等,对申报信息进行实时校验,减少错误率;提供申报材料的在线预览和下载功能,方便用户提前准备和核对材料。

(二)优化搜索功能,增强事项分类清晰度

运用自然语言处理技术,使搜索功能能够理解用户输入的自然语言表述,即使表述不规范或不准确,也能通过语义分析找到对应的审批事项。除了常规的按事项名称搜索外,增加按审批部门、办理时限、申请条件、适用范围等多维度搜索功能。用户可以根据自身需求,从不同角度快速定位所需的审批事项。比如,用户想了解市住建局审批的、办理时限在 10 个工作日以内的事项,就可以通过相应的筛选条件进行精准搜索。对搜索结果进行科学排序,将最符合用户需求、办理频率高、与当前政策关联度大的审批事项排在前列,方便用户优先查看最重要和最相关的信息。在搜索结果中提供详细的摘要信息,包括事项名称、简要描述、办理部门、关键办理要点等,使用户无须点击进入具体页面就能快速了解事项

的基本情况,便于判断是否为自己所需,提高搜索效率。

(三)提升服务人员回复效率,引进 AI 客服技术

定期组织针对网上行政审批业务的培训,内容包括各类审批事项的政策法规、办理流程、系统操作等,确保服务人员业务知识有深入、全面的了解,能够准确、快速地回答用户咨询。建立内部沟通协作平台,方便服务人员之间及时交流和协调。对于复杂的、涉及多个部门的咨询问题,能够迅速开展跨部门协作,共同商讨解决方案,避免用户因部门之间沟通不畅而等待过长时间。收集和整理用户常见的咨询问题及答案,建立完善的常见问题库。服务人员在回复用户咨询时,首先查找问题库,若能找到匹配的问题,可直接引用答案进行回复,大大提高回复速度。选择合适的 AI 客服技术平台,结合 C 市网上行政审批的业务特点和需求,进行定制化开发。例如,基于自然语言处理、机器学习等技术,训练 AI 客服能够理解和处理各类行政审批相关的问题,包括事项办理流程、材料要求、审批进度查询等。再利用大数据分析技术,对用户与 AI 客服的交互数据进行分析,了解用户的常见问题、关注热点以及 AI 客服的回答效果,找出存在的问题和不足,不断优化 AI 客服的知识库和算法模型,提高其回答的准确性和智能性。

(四)优化服务时间安排,提高流程清晰度

对于一些需要申请人现场参与或提交纸质材料的特殊环节,如部分审批事项的现场核验、重要文件签字确认等,推出错峰服务与预约办理模式。在政务服务大厅设置专门的错峰办理窗口,在工作日的非高峰时段(中午 12:00—14:00)以及周末安排工作人员值班,接受申请人现场办理业务。同时,开发网上预约系统,申请人可根据自身情况安排时间,提前在网上预约办理业务的具体时间段,政务服务大厅根据预约情况合理调配资源,减少申请人现场排队等待时间,提高服务效率,也优化服务资源利用。依托网上行政审批系统,构建流程可视化展示平台。以流程图、动画演示等直观形式,将各类行政审批事项从申请到办结的全流程呈现给申请人。在流程图中,每个步骤用不同颜色和图标清晰区分,详细标注该步骤的名称、办理部门、所需材料、办理时限以及前后环节的逻辑关系。例如,在企业开办审批流程展示中,申请人能清晰看到先进行名称预先核准,再提交注册登记材料,然后依次进行税务登记、社保开户等环节,每个环节所需材料以列表形式一一列出,鼠标悬停在图标上还可弹出详细说明,让申请人对整个审批流程一目了然,提前作好准备,减少因流程不明导致的反复沟通和材料补充。

参考文献:

[1]李志杰.部门协作何以突破本位主义的困境?——基于 C 市“审管分离”改革的实证分析[J].天津行政学院学报,

2024,26(2):25-34.

[2]范巧,屈晓东.“放管服”改革、营商环境建设与城市经济增长[J].城市问题,2023(6):46-57.

[3]王由海.行政审批数字化改革:运行机理与法治保障[J].中国行政管理,2024,40(6):17-26.

[4]林伟宏.档案工作数字化改革应用场景研究[J].浙江档案,2021(12):44-46.

[5]王由海.行政审批数字化改革:运行机理与法治保障[J].中国行政管理,2024,40(6):17-26.

[6]胡税根,结宇龙,陈伊伦.行政审批制度改革的路径选择——基于 30 个省会及以上城市的定性比较分析[J].经济社会体制比较,2022(2):112-122.

[7]张楠迪扬.“互联网+政务服务”视阈下网上行政审批便捷度:概念构建与分析维度[J].中国行政管理,2022(1):55-63.

[8]李志杰.职能部门间的横向加码:运行机理、现实功能与优化路径——基于 A 省“放管服”改革的实证分析[J].公共管理与政策评论,2023,12(5):99-111.

[9]张楠迪扬,张子墨,丰雷.职能重组与业务流程再造视角下的政府部门协作——以我国“多规合一”改革为例[J].公共管理学报,2022,19(2):23-32+166.

[10]李志杰.超越新公共管理:中国式政务服务改革的价值取向与实践理路[J].学习与探索,2024(9):63-69.

人口老龄化背景下 我国康复医疗器械产品的营销策略探讨

刘绍敏 汤钊颖 赵羚伊 李恒宇 汤倩 苏畅

浙江外国语学院

摘要:人口老龄化背景下,我国康复医疗器械市场需求不断增长。首先对人口老龄化背景下我国康复医疗器械的市场现状进行了分析,指出了其现有营销模式存在的主要问题。在此基础上,提出了我国康复医疗器械产品营销策略的具体优化建议,即通过市场细分、产品策略升级、渠道创新、品牌价值重塑和服务营销深化等,促进我国康复医疗器械产业提升核心竞争力和实现可持续发展。

关键词:人口老龄化;康复医疗器械;营销策略 **中图分类号:**F763 **文献标识码:**A

一、人口老龄化背景下我国康复医疗器械产品的市场现状

我国是一个制造大国,随着经济和社会的发展,护工成本出现了较大的攀升;再加上老龄化进程加快,养老问题逐渐显现,致使对养老资源的需求快速增长。在此背景下,催生了对康复医疗器械的市场需求。目前,我国康复医疗产业正处于国家政策红利、产业转型升级需求释放、市场需求增长的机遇叠加期,康复医疗器械的应用范围和目标人群逐渐扩大,包括一些社区、老年大学、养老院、康养社区等,对更加便捷、智能、四肢联动的康复医疗器械需求越来越大。

国家对康复医疗器械市场的政策驱动强化明显。康复医疗的重要性日益突出,康复医疗器械的市场增长也越来越快。康复医学、预防医学、保健医学、临床医学一并被世界卫生组织称为“四大医学”。康复医疗器械指可以用来对患者进行评估、测试、训练和治疗,通过评估身体状况、提高身体机能、恢复身体力量和弥补身体功能性缺陷来帮助患者的医疗器具^[1]。随着国家对康复医疗的重视,康复医疗器械的发展迫在眉睫,市场发展前景广阔。对于有关康复项目的建设,国家在“十二五”规划中就推进建设公立医院、社区服务组织等康复项目的展开,已经明确提出相关要求。2017年3月,由国家卫生计生委、国家发改委等13部门联合发布的《十三五健康老龄化规划》中再次提到康复医疗问题,提出发展智慧健康养老新业态,优化老年医疗卫生资源配置,加强医养结合工作,推进与我国国民经济相适应的健康服务体系。我国65岁以上人口占比已达14%,深度老龄化催生超4亿人康复需求群体,行业市场规模连续5年保持12%的复合增长,产业经济底盘持续夯实。

对于康复医疗器械市场,社会需求与消费需求也在不断

升级。家庭照护能力衰退与专业康复服务短缺矛盾凸显。随着经济社会的发展,生活质量的提高推动了人们饮食习惯和结构的变化,致使脑卒中患者人数逐年增加。加之老龄化进程下,老龄化疾病包括关节功能性障碍和脑卒中等发病率也不断升高,易引发偏瘫以及肢体残疾,不但为患者带来精神负担,严重降低了其生活质量,同时也加重了家庭养老负担与经济压力^[2-3]。因此,康复医疗越来越重要,它不仅有利于患者进行康复训练,进而帮助其恢复自理能力,而且对社会、对家庭也意义非凡。在此背景下,家庭结构核心化瓦解了传统的养老模式,推动康复服务从机构依赖型向“居家-社区”融合模式演进,同时,康复医疗需求呈现从“被动治疗”到“主动健康管理”的认知跃迁。

康复医疗器械的技术突破加速,数字化智能康复趋势突出。AI算法、脑机接口(BCI)与经颅磁刺激(TMS)构成了创新三角,2024年BCI康复设备审批批量同比激增150%,智能康复机器人市场规模增速达22.7%,技术转化效率显著提升。以智能康复机器人为代表,智能康复理念兴起,潜移默化地改变了传统观念;智能康复能最大限度地整合多方资源,打通上下游产业链,形成集聚效应,最终实现三级康复网络建设,让设备、用户、机构三者的数据信息互联互通^[4],同时打造智能康复进家庭、进社区,推动康复医疗行业与养老行业深度融合,快速发展。

二、我国康复医疗器械产品市场需求分析

(一)需求主体

社区养老和家庭护理模式的普及进一步扩大了康复医疗器械的市场需求。随着社会养老模式的转变,越来越多的老年人倾向于选择居家或社区养老,这使得家庭护理成为主流的康复模式。国家统计局数据显示,截至2025年,中国

作者简介:刘绍敏(1972—),男,河北省承德市人,教授,博士,主要研究方向为战略管理;汤钊颖(2003—),女,浙江省台州市人,本科,主要研究方向为国际经济与贸易;赵羚伊(2002—),女,浙江省绍兴市人,本科,主要研究方向为国际经济与贸易;李恒宇(2002—),男,浙江省宁波市人,本科,主要研究方向为国际商务;汤倩(2003—),女,浙江省绍兴市人,本科,主要研究方向为网络与新媒体;苏畅(2003—),女,江苏省扬州市人,本科,主要研究方向为国际经济与贸易。

60岁及以上老年人口已超过3亿,其中超过80%的老年人选择在家养老。这一趋势对康复器械提出了更高要求,尤其是需要便携式、易操作的设备,以满足家庭护理中老年人和护理人员对日常康复训练的需求^[9]。

我国康复医疗行业终端受益者包括老年人、脑血管疾病患者、残疾人及病后功能障碍者等,潜在需求巨大。在人口老龄化背景下,康复医疗器械需求主体呈现老龄化与多元化康复需求并存态势。老龄化加剧推高老年康复服务需求,带动市场发展。医疗进步使人均寿命延长,失能老人群体扩大,对日常专业康复需求及治疗要求不断提高。老年人康复需求成行业主要驱动力之一,失能、半失能老人对慢病管理、术后康复及辅助器具需求迫切。轮椅、助行器等基础设备渗透率提升,智能康复机器人、可穿戴监测设备成机构养老新标配。慢性病管理人群庞大,糖尿病、心血管疾病等慢性病患者长期康复需求推动磁刺激、电生理设备等专业治疗仪器需求激增,2023年磁刺激设备市场规模占比已达72%。

(二)产品偏好

康复医疗器械市场呈现出智能化、居家化、高端化三轨并行的发展趋势。智能化设备方面,可穿戴监测设备和智能康复训练系统(如虚拟现实VR康复)的渗透率不断提升,2024年市场规模已超过200亿元。居家康复产品的需求也在快速增长,便携式理疗仪(如家用磁刺激仪)和多功能护理床等产品的市场需求爆发,2023年居家康复器械的增速达到了30%。在高端技术产品领域,磁刺激设备(占比72%)、脑机接口康复设备和康复机器人等因疗效显著而受到医疗机构的青睐,预计到2026年市场规模将达到900亿元以上。这一市场的快速发展得益于技术的不断进步、人们健康意识的提升以及人口老龄化加剧等因素的共同推动。

三、人口老龄化背景下我国康复医疗器械产品现有营销模式存在的问题

(一)产品策略痛点

1.产品同质化严重。我国康复医疗器械行业存在创新性不足问题,同类产品在外观设计、功能模块及品控体系等方面呈现出高度趋同化的特征。以家用血压计为例,各品牌产品在外观形态、数据监测等基础功能领域缺乏差异化创新,导致市场竞争集中于价格维度。一些中小康复医疗器械企业为了降低成本,投入少量资金来模仿和制作市场上已有的热门产品进行售卖,缺乏自主研发和创新能力,导致产品缺乏核心竞争力。

2.产品功能与用户需求匹配度低。目标用户(65岁以上老年群体)在人体工学设计、智能交互及远程医疗整合等方面存在特殊需求,他们需要具备操作简单、有远程监测和提醒功能、便于携带等特点的设备,但是目前部分康复医疗器械产品在设计研发阶段时,没有充分考虑到产品使用的核心群体——老年用户的特殊需求和使用场景。一些康复训练设备字体过小、触摸灵敏度低,操作复杂烦琐,需要专业医护人员配合才能使用,对于身体机能下降、文化程度较低、学习能力较弱的老年人来说,使用难度较大。

3.产品质量参差不齐和比例失衡。我国康复医疗器械行业存在大量中小企业,部分企业生产设备落后,康复理念和设计研发理念落后,导致产品质量难以得到保证。同时,高端康复医疗器械和基础医疗辅助器械比例失衡,高端产品被外资医疗企业占据市场,本土企业利润过低;医用产品设备占比高达78%,而家用康复设备仅占22%。这种比例导致居家养老场景的设备覆盖率低,三、四线城市及农村地区尤其显著。

(二)渠道建设短板

1.传统渠道覆盖能力有限。康复医疗器械的传统销售渠道主要包括医院、药店、医疗器械专卖店等。医院渠道虽然是康复医疗器械的重要销售场所,但进入门槛较高,需要企业具备一定的资质,而且医院采购流程复杂,周期较长,对于一些中小企业来说,进入难度较大。药店渠道主要销售一些小型、常用的康复医疗器械,如血压计、血糖仪等,对于大型、专业的康复医疗器械产品,药店的销售能力有限。专卖店区域分布失衡,主要集中在城市地区,农村和偏远地区覆盖不足。

2.线上渠道建设滞后。随着互联网的发展,线上销售成为康复医疗器械的销售渠道之一,但目前我国康复医疗器械线上销售仍存在一些問題。部分企业线上平台存在信息展示不全、交互体验差等问题,影响消费者决策。线上销售缺乏实体体验环节,虚假宣传风险较高。此外,售后服务体系不完善,设备故障难以及时解决,尤其在基层市场更为明显,制约渠道发展潜力。

3.线上线下渠道协同效率低下。在康复医疗器械营销过程中,传统渠道和线上渠道之间缺乏有效的协同与整合。部分企业在开展线上线下销售时,没有制定统一的营销策略,导致产品的线上线下价格不一致、产品库存信息不同步等问题。线上渠道的低价促销活动可能会对线下渠道的销售造成冲击,影响线下经销商的积极性;而线下渠道的服务优势又未能有效地与线上渠道相结合,无法为消费者提供全方位、一体化的购物体验,不仅降低了营销效率,也影响了企业的品牌形象和市场竞争力。

(三)品牌认知困境

1.低辨识度困境。老龄化背景下医疗养老器械的市场规模增大,但同时市场上出现了大量的相似产品,因此要增强产品的独特性和创新性。比如可以通过创新设计(如差异化标识)或技术壁垒(如智能传感、远程监控)提升识别度。

2.记忆模糊困境。在医疗养老器械市场规模增大的同时,众多种类的医疗器械进入市场,缺乏核心记忆点的产品难以被消费者牢记从而无法产生二次消费。产生记忆模糊困境的主要原因是消费者缺乏对商品的深刻认知。针对这一困境,可将产品结合易记的口号在养老院或医院等潜在消费群体多的区域进行重复宣传,增加品牌的曝光度。

3.竞争干扰困境。与欧洲等发达地区相比,我国进入人口老龄化阶段的时间节点较晚。发达地区的养老医疗器械目前在市场占据一定的主导地位。面对这一境况,我国新兴医疗器械可采取性价比高,或采取符合中国老年人需求的设

计,比如适合亚洲人体型的产品。

4.文化冲突困境。康复产品可能需要考虑文化因素,比如老年人对传统医疗的信任,品牌可以结合中医理念,或者在产品设计中融入传统文化元素,增强亲和力。同时,避免区域与区域之间的文化差异,对特定文化区域进行特定的产品投放,避免产品与当地习惯产生差异而脱节。

(四)价格体系矛盾

价格体系又称价格结构,是指一个国家或者一个区域内的各种商品、服务和生产要素的价格相互关联、相互作用的有机整体。在人口老龄化背景下,我国康复医疗器械产品价格体系中的矛盾主要表现为:康复产品公司需要在技术专业性、市场普惠性、政策相符性等多个目标间寻找平衡,既要维持产品价值认可度,又要满足不同消费能力群体的支付能力。

四、人口老龄化背景下我国康复医疗器械产品营销策略

(一)市场细分

基于不同的市场细分标准对康复医疗器械市场进行精准划分以锚定目标市场,对于优化营销策略具有指向性意义,具体细分如下。

从获得康复辅具的方式来看,可分为个人自助购买、监护人购买、集体采购等。个人自助购买群体多为有一定经济基础和自主决策能力、对自身健康关注度且偏好个性化产品的消费者,他们对产品信息获取渠道广、对产品品牌和功能选择较为挑剔;监护人购买主要针对儿童、认知障碍老人或残疾人等无自主购买能力群体,监护人更注重产品的安全性、适用性和性价比;集体采购涉及企业、机构等批量购买,采购方对产品的统一性、售后服务体系完整性及价格优惠幅度要求较高。

按需求者自身特征细分,主要按人群健康状况,可分为健康人群、亚健康人群、残疾人群、伤患人群等。健康人群、亚健康人群对康复器械需求多聚焦于日常保健、运动康复预防等;残疾人群则对专业康复辅具依赖度高、需求针对性强;伤患人群依据不同伤病类型及康复阶段对器械精准性、有效性要求严苛。

按康复需求人群类型,可分为老年人群、残疾人群、慢性病人、骨伤人群、术后患者人群等。老年人群因身体机能衰退、慢性疾病高发,对日常护理、慢病康复、功能代偿类器械需求广泛且持续;残疾人群依据残疾类型和程度,对辅助器具、康复训练设备存在长期依赖;慢性病人针对不同慢性疾病(如糖尿病、心血管疾病等)的康复管理需求,对相应监测、治疗、康复一体化设备需求较大;骨伤人群在骨折、关节损伤等康复期对固定、理疗、功能恢复器械需求集中;术后患者人群依据不同手术类型及康复阶段,对术后伤口护理、功能康复器械需求个性化。

按医疗机构层级,可分为三级综合医院、二级综合医院、康复专科医院、社区医院等。三级综合医院对高端、前沿康复医疗器械需求强劲,用于疑难病症康复治疗与科研;二级综合医院侧重于常见病、多发病康复,对中端康复设备需求稳

定;康复专科医院对专业细分领域康复器械配备齐全度要求高,如神经康复、骨科康复等专科设备;社区医院则更倾向于采购基础、易操作、适合社区居民日常康复的医疗器械。

按社区内康复类别,可分为社区医院康复科、社区康复中心、居家康复等。社区医院康复科作为社区康复服务核心节点,需配备一定规模和种类的基础康复设备,满足社区居民日常康复诊疗需求;社区康复中心则更注重康复训练场地与设备的适配性、康复指导服务的可及性,设备多以小型化、便携化、多人共用型为主;居家康复场景下,对康复医疗器械的便捷性、居家适用性、智能化程度(便于远程指导与监测)要求较高,像小型按摩仪、智能理疗仪等产品更受青睐。

(二)产品策略升级

1.适老化设计。老年人的身体机能和认知能力与年轻人存在较大差异,因此康复医疗器械的设计必须充分考虑适老化需求。最重要的是要操作简单,按钮设计要大且易于识别,避免复杂的操作流程。对于一些需要长时间使用的设备,应注重设备的可拆卸性,方便携带。同时,要符合人体工程学设计,确保老年人使用时的舒适性和安全性。例如,装备语音播报系统,提醒用户按时服药、及时训练,以及播报康复训练教程。导入实时监测警报系统传递给医护人员及家属,以防训练过程中其他疾病突发,保护用户安全。

2.智能化与数字化。借助新兴技术,如互联网、大数据等,推动康复医疗器械向智能化、数字化方向发展。通过引入智能传感器、VR技术和大数据分析,康复医疗器械可以实现远程监控、智能诊断和个性化康复方案制定。例如,通过VR模拟训练,可进行康复教程实时指导,为患者构建一个立体的训练空间,通过抠相技术,使患者可在屏幕上看到自己或以虚拟图形式出现,根据屏幕中情景的变化和提示做各种动作,以保持屏幕中情景模式的继续,直到最终完成训练目标。此外,引入AI康复程度评估,可以通过患者在使用VR模拟训练时的人脸面部对称对比、手臂抬高程度等初步了解患者在疾病后的健康状况及康复程度,并导入VR系统,实时调整与实施康复目标和康复方案。

(三)渠道创新方案

未来康复医疗器械的发展将紧密围绕消费者需求展开,呈现以下三大主要趋势,其市场需求将逐步扩大并向二级医院、基层医院、民营医院、社区家庭等多元化领域下沉。

一是家庭化趋势突出。随着国民康复保健意识的增强和家庭医疗消费能力的稳步提升,那些在家庭环境或老年人家庭场景中易于使用、操作流程简单、功能相对单一的康复医疗器械具有广阔的发展前景。二是便携性已经成为一个重要的发展方向。现代康复医疗器械应向小型化、低成本、实时监控方向定位和发展。一方面是满足基层医疗机构建设发展的实际需求;另一方面也能满足消费者对于自身身体状况,如病变或缺陷等能实时了解与掌握的期望。三是智能化进程加快。2021年12月,由工业和信息化部、国家卫生健康委员会等部门联合制定《医疗装备产业发展规划(2021—2025年)》中指出,要提高推拿、牵引、光疗、电疗、磁疗、运动治疗、康复

辅具等传统保健康复装备水平,推进系统化、定制化发展。因此,在进行产品研发时要紧跟国家相关政策与市场发展方向,使产品对接市场与需求。

基于此,对于宣传与合作渠道,从以下几个方面进行。

1.拓展线上渠道。随着互联网的普及和电子商务的发展,线上渠道已成为康复医疗器械产品宣传推广的重要途径。企业可以设立门户网站,发布产品具体信息与内容,对于产品的功能与优势进行详细介绍;同时设立线上店铺,开展直播带货活动,邀请专业医生或康复治疗师进行产品讲解和演示,开展线上销售和推广活动,有效提高产品的曝光度和销售量。此外,在网络社交平台上,利用社交媒体平台进行内容营销,利用大数据技术深度挖掘潜在用户,通过发布康复医疗重要性、产品创新点与优势、用户案例分享等内容,吸引潜在客户关注。

根据目标客户群体的不同,对于线上渠道的推广内容与方式进行分层设计。通过微信公众号、视频号推送,抖音视频宣传片播放等形式介绍产品功能。在宣传过程中,要针对不同平台人群特点差异化制作宣传内容。老年康复群体对于养老有着较强的需求和了解的意愿,因此,要着重宣传康复医疗产品对养老生活的重要性与特殊性;而对于慢病管理群体和新兴需求群体,往往对于康复医疗器械有明确的功能需求。因此,要针对不同的特殊需求着重介绍器械功能。

2.积极与二级医院、基层医院、民营医院建立合作关系,将器械直接引入销售,并与医院合作开展推广活动,定期开展康复医疗知识讲座,提高患者对康复医疗器械的认知度和接受度。在未来,社区和家庭是重要的康复场景。通过与康养社区、养老机构等合作,引入康复医疗器械,提高社区居民对康复医疗器械的认知和使用意愿。此外,开发适合家庭使用的康复医疗器械产品,像家用理疗仪等,并提供专业的安装和使用指导服务,帮助老人在家中进行康复训练,提高生活质量^[9]。

(四)品牌价值重塑

品牌定位应突出产品的专业性、安全性和可靠性。通过前期目标客户定位,进一步精准定位品牌。对于康复医疗行业,主要的目标群体就是老年群体。企业可以根据医疗器械产品的特点,在老年康复医疗器械市场中树立独有品牌形象,与其他品牌形成差异化竞争。同时,借助品牌宣传与推广,提升品牌知名度和美誉度,通过举办康复医疗知识讲座、参加行业展会等方式宣传品牌。在宣传过程中,注重传递品牌的核心价值和优势,强调产品对老年人康复的积极影响。同时,利用新媒体平台进行品牌推广。此外,与康复医疗行业有名的专家合作,进行品牌推荐。

(五)服务营销深化

1.完善售后服务。完善的售后服务是提升客户满意度和忠诚度的关键。企业要建立专业的售后服务团队,为客户提供及时的产品咨询、维修、保养等服务。维修服务主要分为定期与不定期两种形式。其中,定期技术维修服务是依据产品所制定的维修计划以及相应服务项目规定的一系列维修类

别进行实施。不定期维修是指产品在运输和使用过程中由于偶然事故而需要提供的维修服务。要及时响应客户需求,提高客户满意度,保障售后服务。此外,可以建立客户反馈机制,优化售后服务流程。

2.康复指导与培训。康复医疗器械的使用效果不仅取决于产品的质量,还与用户的正确使用密切相关。因此,企业需向客户提供专业的康复指导与培训服务,需要为用户培养操作及维修人员。培训环节着重介绍产品机理,协助用户熟悉操作流程及日常养护要点,并适当安排在产品模拟设备或实物上进行实践操作演练。

3.客户关系策略。进行一对一营销。前期根据客户的特殊需求调整和升级系统的服务,最大程度地满足客户的需求。在产品推广初期,采用一对一营销策略帮助企业发现并留住客户,针对客户的痛点进行个性化营销。随着产品逐渐成熟,陆续投放数台样机给潜在客户进行免费试用,让其充分体验产品的魅力。前期大批量购买的客户可以享受更长期的售后保障。根据客户的产品购买数量、频率、返修次数,建立积分累计制度。根据积分确定会员等级,针对不同等级的会员设立不同的优惠,如更低的产品价格、更长的保修时间、更优的售后服务、更细致的定制服务等。

综上所述,在人口老龄化背景下,我国康复医疗器械产业既面临着重要的发展机遇,也面临着诸多挑战。企业必须对营销策略进行全面优化。通过产品策略升级,开发适老化、智能化、个性化的产品,满足老年人的多样化康复需求;通过渠道创新,拓展线上渠道、加强合作、建立社区服务渠道,扩大产品的市场覆盖范围;通过品牌价值重塑,强化品牌定位、加强宣传推广、开展品牌合作,提升品牌影响力;通过服务营销深化,完善售后服务、提供康复指导、建立会员制度,增强客户黏性。

参考文献:

- [1]高之鹏,曹相军,刘艳灵,等.不同测试模式对康复类医疗器械电磁兼容测试结果的影响[J].医疗卫生装备,2022,43(10):72-75.
- [2]耿友军,李国勇,孙靓,等.以上下肢主被动康复训练设备为例浅谈运动康复医疗器械审评关注点[J].中国医疗器械信息,2024,30(11):14-17.
- [3]顾华梅.护理干预对老年人脑卒中偏瘫肢体功能恢复的影响分析[J].健康之路,2018,17(1):134-135.
- [4]顾捷.国产康复医疗器械行业的大变革与新趋势[J].张江科技评论,2020(2):49-51.
- [5]刘兴海.人口老龄化背景下康复医疗器械产品的销售策略探讨[J].企业改革与管理,2025(3):163-165.
- [6]张红叶.QJ公司康复医疗器械社区营销策略优化研究[D].兰州:兰州大学,2022.

新经济形势下企业品牌管理的 市场营销措施分析

刘燕飞

郑州工业技师学院

摘要:新经济形势下企业品牌管理的市场营销面临诸多挑战与机遇。为改善企业品牌管理的市场营销工作效果,需要切实分析企业品牌管理情况,研究市场营销的措施,对其进行创新优化,促使市场营销水平的提升。基于此,分析新经济形势下企业品牌管理的市场营销情况,研究其重要意义,提出对市场营销措施的创新策略,为促使企业品牌管理中市场营销工作水平的全面提升提供助力。

关键词:新经济;品牌管理;市场营销 **中图分类号:**F273.2 **文献标识码:**A

随着信息技术的飞速发展和全球化的深入推进,新经济形势下企业品牌管理的市场营销面临一定变革,消费者需求日益多样化、个性化,市场竞争愈发激烈,企业在此环境中塑造提升品牌形象,成为影响企业生存与发展的关键。因此,企业在市场营销过程中需要重点按照新经济形势的情况,完善优化品牌管理的市场营销策略,提升工作水平,增强市场营销效果,达到预期目的。

一、新经济形势下企业品牌管理的情况

(一)市场划分精细

新经济形势下市场细分化趋势日益明显,随着消费者需求的多样化发展,企业不得不更加精细地划分市场,与各类消费者的需求相适应,这样在一定程度上能准确进行目标客户的定位,按照客户的差异性开展营销工作,提高市场营销的针对性,例如:针对年轻消费者群体推出时尚且个性化的产品,利用社交媒体等渠道进行精准营销,改善营销效果。

(二)发展速度较快

新经济形势下,企业品牌的发展速度显著加快,积极采用信息技术能快速获取市场信息,调整营销策略,响应消费者需求。价值全球化竞争促使企业不断寻求创新,提升品牌影响力。在快速发展的市场环境中企业品牌需要保持高度的灵活性,具有一定创新性,适应不断变化的市场需求。

(三)品牌价值凸显

品牌价值在新经济形势下愈发凸显,品牌代表企业的产品质量、服务水平,体现企业的文化理念与社会责任,强大的品牌价值能为企业带来持续的竞争优势,提升消费者的忠诚度,改善满意度。因此,企业在新经济形势下更要注重品牌价值的塑造提升,为消费者提供优质的产品与服务,采用积极的品牌形象传播方式,增强品牌的市场影响力。

二、新经济形势下企业品牌管理市场营销的重要意义

(一)有助于企业品牌推广

品牌推广是企业将自身品牌信息传递给目标市场,是建设与提升品牌形象的过程。新经济形势下品牌推广非常重要,有效的品牌推广能提高品牌的知名度,提升市场竞争力。例如,企业市场营销中,精准进行市场定位,清晰设定品牌传播策略,能使品牌信息准确传达给目标受众;新媒体环境下社交媒体、短视频平台等新兴渠道为企业提供多元化的推广方式,企业可利用相关平台,结合创意内容与互动营销使品牌信息以生动有趣的形式呈现,加深消费者对品牌的印象。且品牌推广还能借助口碑传播的力量形成病毒式营销效应,让消费者产生良好体验,在愿意主动分享的情况下,品牌的知名度和影响力将得到显著提升,形成自下而上的推广模式,与传统广告宣传相比更具说服力,更能激发消费者的购买欲望。另外,品牌推广还能促进企业品牌的国际化发展。全球经济一体化的背景下多数企业开始寻求海外市场的拓展,有效开展品牌推广工作,能打破地域限制,将品牌信息传递给全球消费者,提升品牌的国际知名度,增强市场竞争力。

(二)有助于企业拓展市场份额

市场份额是衡量企业在市场中地位的重要指标。新经济形势下企业在激烈的市场竞争中需不断拓展市场份额,提升竞争力,而品牌管理的市场营销正是实现此目标的关键举措。例如,企业在采用品牌差异化策略的过程中,打造独特的品牌形象,凸显产品特点,在消费者心中形成鲜明的品牌认知,有助于企业避免与竞争对手的直接冲突,吸引对特定品牌属性有需求的消费者,开辟新的市场空间。且品牌管理的市场营销还能提升产品附加值,改善服务质量,增强消费者的品

作者简介:刘燕飞(1992—),女,河南省新密市人,本科,助理讲师,主要研究方向为新经济形势下企业品牌管理的市场营销。

牌忠诚度,让消费者对企业产生高度认同与依赖感,愿意持续购买该品牌的产品或服务,甚至愿意为品牌支付更高的溢价,品牌忠诚度的提升将为企业带来稳定的客源与持续的收益增长,助力企业拓展市场份额。另外,品牌管理的市场营销还能利用跨界合作、联合营销等方式,拓展企业的合作网络与资源渠道,使企业能够和各类品牌之间相互合作,全面开发新的产品,塑造新的市场,进行资源的共享,进一步提升市场份额^[1]。

(三)增强企业与消费者的互动

新经济形势下消费者主权日益凸显,企业与消费者之间的互动非常重要,而品牌管理的市场营销能传递品牌信息,利用互动营销等方式增强企业与消费者之间的情感联系,增强信任感。尤其企业在采用社交媒体、线上活动等渠道进行营销期间,能与消费者进行实时互动,分析其需求反馈,调整优化产品或服务,提升消费者的满意度,为企业带来创意灵感,且互动营销还能促进企业与消费者之间的情感共鸣,企业准确把握消费者的情感需求。利用品牌故事、情感营销等方式的过程中,消费者更容易对品牌产生认同依赖,为企业带来更加稳定的客源,产生口碑传播效应,提高企业的营销水平。另外,企业与消费者的互动,可发现新的市场趋势与消费需求,开发更具创新性与竞争力的产品或服务,利用消费者的创意意见,共同创造符合市场需求的产品服务,实现企业与消费者的共赢,满足企业的健康稳定发展需求^[2]。

三、新经济形势下企业品牌管理的市场营销措施

(一)常规的营销措施

新经济形势下,企业面临着更为复杂多变的市场环境与日益激烈的竞争态势。为在市场中提升竞争力,企业需重视产品、服务质量,在品牌管理方面合理采用常规的市场营销措施,提升工作效果。

1.网络营销。网络营销是新经济形势下企业品牌管理和市场营销的重要方式,尤其是网络技术发展速度加快,很多消费者都开始利用网络平台购物,因此企业需抓住新时期的发展机遇,积极开展网络营销,对于提升品牌知名度、扩大市场份额具有重要意义。实际工作中企业需重视网络平台建设,积极建设官方网站、社交媒体账号等展示品牌形象、发布产品信息,与消费者进行互动,收集市场反馈信息等,定期更新内容、优化用户体验,吸引潜在客户的关注,提升品牌忠诚度。内容营销是网络营销的重要组成部分,因此企业需结合品牌特点与目标受众喜好,创作具有吸引力的内容,利用博客文章、视频、图片等提升品牌知名度,采用搜索引擎优化增加网站的曝光率。同时,利用微信、快手等平台,积极进行营销,发布能够吸引粉丝进行关注的信息,积极与意见领袖、网红等合作,借助其影响力扩大品牌传播范围。另外,采用搜索引擎优化与付费搜索广告等形式提升品牌在搜索结果中的

排名,关注搜索引擎的算法变化,优化网站结构与内容,提高网站的自然排名,按照营销目标投放关键词广告,吸引潜在客户的点击转化。

2.渠道营销。渠道营销是企业品牌管理和市场营销的关键部分,有效的渠道网络可帮助企业快速将产品与服务推向市场,满足消费者的需求。因此,企业需要科学采用渠道营销的方式,按照目标市场的特点与消费者的购买习惯选择销售渠道,科学合理完善相关模式,不仅需在线下营销,还需完善线上平台,借助电商或是新媒体平台等,创新营销模式,提高销售效率。完成营销渠道建设后,需阶段性对现有渠道进行评估优化,剔除低效或无效的渠道,重视高效渠道的建设维护,关注新兴渠道的发展趋势,跟进调整渠道策略,做好渠道整合优化,降低营销成本,提高渠道效率。同时,积极与各级经销商、零售商等形成良好的合作关系,实现渠道间的协同与共赢,共享资源、共同开拓市场,增强渠道的整体竞争力;关注渠道商的利益诉求,制定合理的利润分配机制与政策激励措施,提高渠道商的积极性。另外,在市场环境发生改变的情况下,消费者的需求不断提升,企业需要对各类营销渠道进行拓展。例如,积极与电商平台合作开展联名营销活动,利用社交媒体开展直播带货,提升品牌的知名度,增强影响力,为企业带来新的增长动力。

3.目标主体营销。目标主体营销是企业品牌管理和市场营销的核心策略,精准定位目标客户群体,有针对性地开展营销活动,能提高营销效果。因此,企业在品牌管理和市场营销工作中,需科学采用目标主体营销方式,详细分析市场情况,结合消费者的年龄、收入与习惯等特点,将其分成不同类型的群体,结合品牌特点和营销目标选择细分市场作为目标客户群体定位,精准分析目标客户的需求偏好,定制营销方案,科学利用先进的数据技术与智能化技术,全面分析研究客户群体的行为特点,按照具体的数据分析结果,编制完善的销售计划。例如:针对不同客户群体推出不同的产品或服务套餐、定制化的广告宣传等,提高客户的满意度,增强忠诚度,改善品牌竞争力。同时,企业需建设 CRM 系统收集分析客户的个人信息、购买历史、消费偏好等数据,开展客户关怀、售后服务等活动,提升客户的满意度,切实按照目标客户的需求开展品牌管理的市场营销工作。另外,企业需利用社交媒体等平台建立品牌社群,采用社群互动、内容分享等形式提升品牌影响力;创建品牌社群,邀请目标客户加入,定期发布有价值的内容,吸引留住目标客户,采用社群营销开展促销活动、收集市场反馈等活动,提升品牌的知名度^[3]。

4.价格营销。价格营销是企业品牌管理和市场营销的重要方式,通过编制相应的价格设置方案,激发消费者的购买欲望,进一步提高销售的成功率。此情况下企业需积极采用价格营销策略,按照市场调研结果、产品成本、品牌定位等因

素制定合理的定价策略,分析目标客户的消费能力、市场竞争状况、产品差异化程度等因素,保证利润空间的同时提升产品的市场竞争力,增强消费者的购买意愿。同时,需采用价格弹性管理方式,结合市场变化与促销活动等因素预留一定的价格调整弹性空间,科学进行产品价格调控,提高竞争力,减少库存,增加市场份额的占有量,科学控制价格调整的幅度频率,避免价格混乱或市场失信问题。另外,企业需按照营销目标策划打折促销、满减、赠品等促销活动,吸引消费者的关注,提升销售额,并且完善价格体系监管机制与政策执行体系,使各级经销商、零售商等渠道商遵守价格政策规定,加大对渠道商的价格监管与奖惩力度,维护价格体系的稳定性,保障品牌形象,增强市场竞争力^[4]。

(二)创新性营销措施

1.市场营销理念的创新。新经济形势下企业市场营销理念的创新是提升品牌竞争力的关键。传统的市场营销理念侧重于产品功能和价格竞争,而在新经济时代,此类理念已难以满足消费者日益多样化与个性化的需求,因此企业需重点创新市场营销理念。例如,知识经济时代下企业在市场营销期间,应按照自身的文化情况,科学进行形象设计,将产品当作是企业进行文化宣传的基础,在营销活动中利用文化潜移默化影响消费者,展现企业的文化精神,增加营销过程中的价值;或是在产品设计与造型及宣传方面融入文化元素,采用审美宣传与价值宣传的方式,提高营销效益的水平。且随着社会经济转型,消费者需求愈发个性化与多元化,企业应积极与消费者、合作商形成长期关系,沟通交流分析其具体需求,构建稳定的客户群体,构建个性化营销模式,以特色营销理念为主,按照消费者需求有针对性地制定营销方案,实现精准营销,提高营销效率,增强消费者的品牌忠诚度。同时,新经济时代企业应转向柔性营销管理,激发营销人员的主观能动性,整合营销方式,建立企业与顾客之间的双向关怀,优化内部管理机制,提升满意度,提升品牌的市场竞争力。另外,企业应积极改变传统的营销观念,利用大数据信息技术获取消费者的基本消费信息,在网上调研收集客户具体的消费需求与对产品的实际反馈,调整改进产品,提高企业的营销效率,降低营销成本,发挥电子商务平台的作用,扩大自身的经济效益^[5]。

2.多渠道营销模式的构建。新经济形势下企业面临着复杂多变的市场环境,为提升品牌市场占有率,企业需构建多渠道营销模式,实现营销渠道的多元化与立体化目的。此期间企业应调整渠道系统,从原本的结构转变成现代化的模式。例如,原本的销售渠道结构,主要是生产企业、一级经销商到三级经销商,再到零售商,此期间会经历很多流程,容易出现市场风险,且顾客购买的价格较高,不利于产品竞争力的提升。而现代化的营销渠道模式,则是在市场调研的基

础上,科学利用网络平台等营销,生产企业与消费者直接沟通,减少中间环节,设计消费者需求的产品或服务,设置具有竞争力的产品价格。随着电子商务的蓬勃发展,线上销售渠道已成为企业市场营销的重要组成部分,企业应利用电商平台、社交媒体等线上资源开展网络营销活动,扩大品牌影响力,线下实体店与线上渠道相融合实现 O2O 营销,为消费者提供便捷的购物体验,线上线下融合覆盖更广泛的消费群体,提升品牌的市场占有率。按照不同地区与产品情况设计多元化的市场营销渠道系统。例如,企业在一线城市依托大型购物中心、百货商场等高端渠道,二、三线城市选择超市、便利店等大众渠道,尝试与电商平台合作,开展直播带货、网红营销等新型销售模式,多元化组合渠道精准定位目标消费群体,提升品牌的市场竞争力。另外,多渠道营销模式下企业应重视各渠道之间的协同合作,实现资源共享和优势互补。例如,利用线上渠道收集消费者数据,为线下渠道提供精准营销支持;线下渠道则提供优质的售后服务,增强消费者的品牌忠诚度,实现渠道协同提升营销效率,降低营销成本。

3.数据驱动营销技术的应用。数据驱动营销是新经济形势下企业市场营销的重要趋势,企业通过收集、整合并分析消费者数据,精准把握消费者需求,制定更有效的营销策略。例如,企业在实际营销过程中,建设客户关系管理,收集管理客户数据,全面分析购买记录、服务请求和社交媒体互动等情况,利用数据处理技术保证数据质量,应用机器学习算法分析客户行为模式预测客户需求,基于分析结果为客户推荐个性化产品服务,提升客户忠诚度。同时,利用大数据分析预测市场需求与库存需求,优化运输路线、物流计划,研究消费者数据,分析购买偏好与消费习惯,制定精准的营销策略,提高企业的营销效率,降低企业的营销成本。或是采用 AI 技术实现自动化营销与个性化推荐。例如,采用利用 AI 算法分析消费者数据,为消费者提供定制化的产品服务,利用 AI 技术实现智能客服与智能推荐等功能,提升消费者的购物体验,提高企业的营销效率,增强消费者的品牌忠诚度。另外,采用可视化技术将复杂数据以图形、图像等形式展示,直观分析市场趋势、消费者需求。例如,利用数据可视化技术展示销售数据、客户数据等关键指标的变化趋势,为管理层提供决策支持,采用数据可视化技术展示营销活动的效果评估结果,为营销人员提供优化建议,提高企业的决策效率,降低决策风险^[6]。

4.网络营销平台的完善。网络营销平台是企业开展网络营销活动的重要载体,完善网络营销平台,可提升企业的品牌影响力,提高企业的营销效率。因此,企业需要重点完善网络营销平台。例如,企业应选择淘宝、京东、拼多多等电商平台开展线上销售和推广活动,覆盖更广泛的消费群体,提升品牌知名度,增加市场占有率,强化电商平台的运营管理,提

升用户体验与购物便捷性。企业需利用微信、微博、抖音等社交媒体平台的流量与用户黏性,开展品牌推广营销活动,借助社交媒体平台发布产品信息、优惠活动内容,吸引消费者关注购买;采用社交媒体平台与消费者进行互动沟通,分析消费者的需求反馈,提升品牌美誉度。或是采用搜索引擎优化提升品牌网站的曝光率与点击率,吸引更多的潜在客户,优化品牌网站的关键词、内容、结构等,提高网站的质量与用户体验,强化外部链接建设,提高网站的权重排名,在SEO技术支持下提高品牌网站的知名度与流量,提升品牌市场竞争力。另外,企业可利用直播带货直观展示产品特点与优势,吸引消费者关注购买;选择直播带货平台主播,制定直播策略与推广计划,重视直播带货的运营管理,提高直播内容质量,提升品牌知名度,提高销售额,增强消费者的品牌忠诚度^[7]。

随着互联网技术的飞速发展和智能设备的普及,网络购物已经成为现代生活的重要组成部分。直播带货作为新兴的网络营销方式,利用直播形式将产品与消费者的互动体验推向新的高度,网红、明星、企业家等利用直播平台展示产品特点,分享使用体验,为消费者提供直观、真实的购物参考,此类销售模式打破传统电商的界限,为消费者提供全新的购物体验,为企业拓宽销售渠道,提高销售效率。网红直播带货模式的意义在于能在短时间内实现巨大销量,帮助企业清理库存尾货;在新产品上市时进行市场推广,吸引第一批“种子”用户。直播带货还能引导消费者关注企业官方旗舰店,提升店铺等级,增加企业在电商平台上的自然流量。因此,网红直播带货模式对于提升企业品牌知名度、增强市场竞争力具有重要意义。企业应用网红直播带货模式期间,需精准定位目标受众,分析其喜好需求,寻找符合品牌定位的网红资源。网红应具有一定的粉丝基础、口碑传播能力与个人品牌影响力,能够分析受众的喜好需求,制定符合市场趋势的跨界合作策略,将品牌理念传递给目标受众。企业与网红之间的合作模式应不断创新实现共赢。可尝试采取定制产品、联名系列、活动策划等合作形式,创造新颖的消费体验,提升品牌形象,改善市场影响力,使网红在合作中获得更多的曝光收益,实现价值共享,共同打造独特的品牌形象与传播力。在实际合作过程中,企业应挖掘品牌与网红之间的共同点,讲述有温度的品牌故事,将品牌文化与网红特色相互融合,共同打造独特的品牌形象,提高传播力,增强消费者对品牌的认同感,提升品牌的市场竞争力,使消费者在购买产品的同时感受品牌温度与情感连接。由于直播内容是吸引观众的关键,因此企业应重点优化直播内容,提升用户体验,设置限时秒杀、互动抽奖、搭配推荐等环节,增加观众的参与度;主播分享专业知识、使用技巧提升观众的信任度,激发消费者购买意愿,优化直播内容,提高商品的销量,增强品牌的口碑传播效果。为进一步扩大品牌影响力,企业应利用多种渠道进行

传播,除直播平台外,还可结合社交媒体、搜索引擎广告、内容营销等线上渠道与户外广告、展会活动等线下渠道,制定全面的品牌传播策略,整合营销传播,保证不同渠道和品牌接触点上的信息一致性,形成品牌传播合力。需要注意,网红直播带货过程中会面临危机情况,主要是产品质量问题、网红形象受损等。因此,企业应完善危机管理体系,应对处理品牌危机,积极沟通、澄清事实、承担责任等保护品牌形象不受损害,重视与网红的沟通与合作,共同应对可能出现的风险挑战,提升营销工作水平,达到预期目的^[8]。

综上所述,新经济形势下企业品牌管理的市场营销措施创新是企业提升品牌竞争力、市场占有率的重要保障,企业在新经济形势下,需要重视市场营销理念的创新,构建多渠道营销模式,积极采用数据驱动营销技术,建设网络营销平台,不断提升品牌的市场影响力,增强企业的竞争力,吸引留住更多消费者群体,不断提升市场营销的水平,发挥品牌管理的市场营销工作作用价值,提高经济效益,满足企业健康稳定发展的需求。未来随着科技的进步和市场环境的变化,企业应继续探索实践新的市场营销策略,适应新经济形势下的机遇,改善市场营销工作的模式,利用创新方式打破传统工作局限性,进一步提升品牌管理的市场营销工作有效性,满足时代发展需求,获得消费者的青睐,达到预期的市场营销创新目的。

参考文献:

- [1]肖志梅.新经济形势下企业品牌管理的市场营销策略分析[J].老字号品牌营销,2024(5):19-21.
- [2]袁艳娟.新经济形势下企业品牌管理的市场营销措施研究[J].老字号品牌营销,2024(14):9-11.
- [3]李曜轩.新经济形势下企业品牌管理的市场营销策略分析[J].商场现代化,2023(16):62-64.
- [4]白皓元.新经济形势下企业市场营销策略创新研究[J].管理学家,2024(13):22-23.
- [5]张生倩.新形势下供电企业电力市场营销策略研究[J].中文科技期刊数据库(全文版)经济管理,2023(4):43-46.
- [6]孙峥.基于经济新形势下的市场营销新格局研究——以银行理财产品营销为例[J].商展经济,2022(24):61-63.
- [7]张艺.新经济形势下企业品牌管理的市场营销策略析[J].老字号品牌营销,2023(15):9-11.
- [8]冯琳.新经济形势下企业市场营销策略创新实践[J].财富生活,2024(8):128-130.

互联网企业税务合规计划策略研究

——以京东为例

杜永奎 赵 婷

甘肃政法大学经济学院

摘要:互联网行业内部竞争激烈,运营成本普遍较高,税务合规计划成为其战略选择的重要组成部分。为帮助互联网企业加强市场竞争力,节约资金,并为其经济效益的持续增长创造更多价值,从企业战略管理视角出发,采用单案例研究法,以京东为例,通过梳理纳税方面经济结果后发现,商业模式的固化不利于企业降低税负、合理避税,因此从高新技术项目、绿色环保项目、农产品项目三个方向着手,探讨改变商业模式后税务合规计划的经济结果并提出优化建议,为互联网企业税务合规计划提供经验借鉴。

关键词:互联网企业;税务合规计划;商业模式;京东;合法性

中图分类号:F299.23;F275.5

文献标识码:A

引言

近年来,随着互联网企业规模的持续扩大,其经营过程中产生的成本也随之攀升,而在全部成本构成中,税款占相当大的比重。通过合理的税务合规计划,企业能够优化其财务结构,实现资金的高效利用,从而为企业节约资金,并为其经济效益的持续增长创造更多价值。与其他传统企业不同,互联网企业由于其交易速度快、业务灵活性高、跨区域等特点,使其税务合规计划的空间更加灵活。为了有效降低企业税负,增加经济效益,必须根据互联网企业的实际情况,结合互联网企业的商业模式,制定出与之相适应的税务合规计划,对缓解企业融资约束具有重要现实意义。

一、国内外文献综述

(一)文献回顾

1.税务合规计划的动机。关于税务合规计划的动机,有两种主要观点。一种观点认为,税务合规计划可实现企业财务优化,比如合伙企业作为上市公司股权架构中的普遍形式,减持股票纳税成本较高,通常需要进行税务合规计划以降低减持股票税负^[1]。此外,税务合规计划还能助力企业以劳动替代资本^[2]。另一种观点则强调,税务合规计划能提升企业内部实力,比如可显著提升企业当期可持续发展水平^[3]。

2.税务合规计划的应用。在实际应用中,衡量企业税负时须综合考量不得免征和抵扣税额的抵减额及免抵退税额抵减额的影响^[4]。有学者提出可从公益性股权捐赠的税收沿革出发,对公司的股权捐赠行为进行税务合规计划^[5]。就企业内部而言,管理者需考虑劳动力投资影响,确保税收策略

长期增值^[6]。财务人员需准确编制财务报告,并从税法角度解读^[7]。苹果公司的节税案例显示,转移定价税务合规计划风险低、成本低,且节约的现金流可再投入研发,有利于企业可持续发展^[8]。

3.税务合规计划的经济后果。税务合规计划经济后果研究显示,“异常投资”行为在帮助企业实现税收规避的同时,会损害其长期绩效^[9]。此外,企业社会责任的社会、公司治理、环境或经济组成部分不影响税务合规计划。然而,公司规模对税务合规计划有负面影响,即规模较大的公司具有较低的有效税率^[10]。

(二)文献评价

税务合规计划在发达国家已被非常广泛应用,当前这项行为已经成为企业,特别是跨国公司制定企业长远发展战略的重要组成部分。在我国,由于受到多因素制约,企业的税务合规计划工作起步较晚,发展较慢,因此,当前税务合规计划的研究方向多集中于基础涉税业务的规范性研究,仅仅停留在满足企业的各项税务核算、报税等方面。在研究方法上,跨学科视角缺失,较少结合商业模式创新等维度综合分析税务合规计划的驱动机制。今后在税务合规计划理念发展过程中,应更加注重节税和避税等税务合规计划技术手段的延伸和发展,在这种思路导向下,改变企业商业模式来提升税务合规计划效率成为研究的一种新思路。

二、研究设计

(一)研究方法

由于不同行业业务流程不同及税收政策的不确定性,

作者简介:杜永奎(1975—),男,甘肃省庆阳市人,教授,硕士研究生导师,主要研究方向为税务合规计划;赵婷(1999—),女,甘肃省庆阳市人,硕士研究生,主要研究方向为资本运营与财务管理。

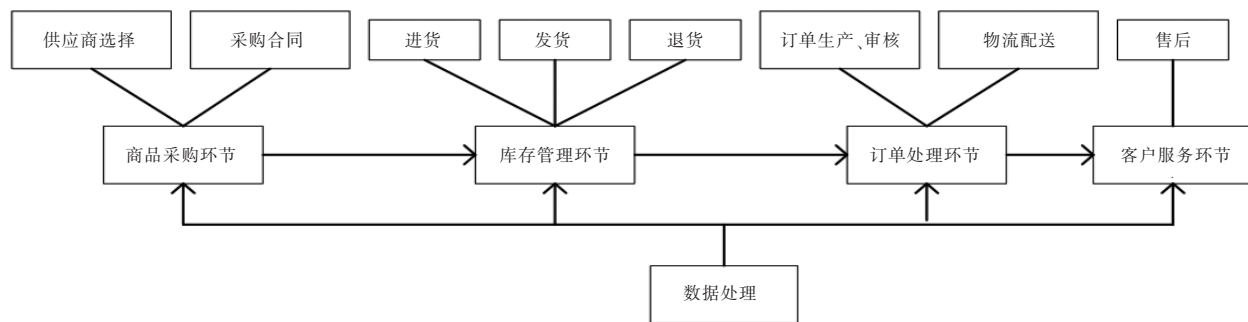


图1 京东业务流程图

导致其税务合规计划本身就具有复杂性,不能简单地将其格式化、理论化,需要各行业结合自身特点及具体业务流程,把握内外部纳税环境,探索出一条独特的税务合规计划路径,具有鲜明的个性化特征。基于此,采用案例研究方法更易于验证计划方案的有效性,提高对策建议的针对性。互联网企业发展至今,已经形成了由少数几家巨头主导的市场格局,产品普及程度高,市场需求也趋于饱和,这些特点都标志着互联网行业发展已经进入了成熟期,不可避免地会出现互联网行业中各个企业的产品及服务出现同质化现象。因此,采用单案例研究的方法,以行业代表性企业为例,对其进行深入分析,识别出案例中的规律,从而推导出一般性的理论,亦有助于其他互联网企业获得借鉴经验,把握税务合规计划要点。

(二)案例选择

近年来,我国政府大力支持互联网行业,出台了一系列鼓励创新、优化创业环境、促进资本市场和互联网企业投资的政策,为行业发展带来巨大机遇。互联网行业随着技术迭代不断壮大,已成为中国经济增长的“新引擎”。2023年中国纳税前十企业中,互联网企业占两席,凸显其经济地位。因此,相关研究需紧跟行业发展,既增加国家税收,又助力互联网经济,制定更合理的税务合规计划方案。基于此背景,本文选取互联网企业进行分析。

互联网企业按照其业务范围可大致分为四类,分别是基础服务类、商务应用类、交流娱乐类和新媒体类。随着京东的发展,公司的商业模式和经营管理模式逐渐完善和成熟,包含了电子商务、互联网金融、社交媒体等大部分互联网企业所涉及的业务范围,选择京东为研究对象具有一定的代表性。且京东目前处于良好的发展态势,是中国超大型的电子商务公司之一,与其他电子商务平台相比,其发货速度占有较大优势,而且其服务优质,因此,以京东为案例,分析其税务合规计划,对互联网企业具有启示作用。

(三)数据资料来源

相关数据资料来自于中经网统计数据库等多个财经大数据服务平台,结合京东官网、东方财富网等,将收集到的数据汇总作为案例资料,保证研究资料的完整性和准确性。

三、案例分析

(一)案例介绍

京东是中国最大的自营式电商企业之一,涉及的税种有增值税、企业所得税、教育费附加、房产税、印花税、个人所得税等。其中增值税与企业所得税是其重要的税种。其业务流程包括商品采购、库存管理、订单处理、客户服务、数据分析等,在其业务流程中需要关注的纳税重点环节有商品采购、存货计价、物流等(见图1)。京东由线上平台和线下实体店相结合,这为其选择多样化的税务合规计划方式提供了条件,其主要业务流程通过合理的税务合规计划,可以降低企业税负,提高企业的经济效益,亦可在激烈的市场竞争中,帮助提高自身竞争力,赢得更多市场份额,促进企业可持续发展。

(二)京东现有商业模式下税务合规计划经济后果

在对京东税务合规计划经济后果的分析中,对比两种占比较大的税种——增值税和企业所得税发现,由于增值税作为一种价外税,其税额并不构成企业的收入或费用,不会直接体现在利润表中。因此,选择所得税作为分析的对象(见表1)。

表1 京东纳税后果相关指标

单位:亿元						
项目	2019	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入	5769	7458	9516	10460	10850	11590
营业成本	4925	6367	8225	8992	9250	9750
毛利	844.2	1091	1291	1471	1597	1839
营业利润	89.95	123.4	41.41	197.2	260.3	387.4
持续经营税前利润	136.9	508.2	-25.80	138.7	316.5	515.4
所得税	18.03	14.82	18.87	41.76	83.93	68.78

由表 1 可知,京东每年的所得税金额较大,尤其是2022—2024 年,仍有较大空间进行税务合规计划;但如果不改变商业模式,从传统商业环节的角度入手去研究税务合规计划路径,就会受到空间的限制。其背后的逻辑在于:京东创业初期,经营面对的市场范围比较有限,单一的商业模式能够集中企业的有限资源进行竞争,以提高企业实力,争得某种竞争优势。但当京东发展到一定规模后,盈利模式变得越来越多样化,无论多复杂的业务流程,仍然可以从其参与的商业环节找到利润;但其商业模式仍然停留在初创时单一的模式,导致税务合规计划可选择的路径单一,极大限制了纳税筹划的效率。因此,京东要提高税收筹划的效率,需打破固化的商业模式,寻找新商业模式下的新税务合规计划措施。

(三)改变商业模式下的税务合规计划策略

1.高新技术项目。京东旗下的京东京造聚焦产品力打造,涉足的智能家居产品有智能音箱、智能门锁等。而智能家居作为物联网、云服务和人工智能技术的产业化应用,涉及计算机视听觉、生物特征识别、新型人机交互、智能决策控制等相关先进技术,是国家重点扶持的高新技术产品之一。如果能将这部分产品的研发业务独立出来,由研发人员成立科技公司,将会有更多的税务合规计划空间。

以京东京造的一批智能音箱举例,假设其售价 3000 万元,研发费用 200 万,材料和制造成本 1000 万,其他成本 800 万。在调整前,企业需要缴纳的企业所得税为 250 万元。如果京东京造能够获得高新技术企业的认定资格,对于其生产研发智能家居产品,减按 15%的税率征收企业所得税,同时享受 100%研发费用加计扣除,此时企业需缴纳所得税为 90 万元,可节约 160 万税款(见表 2)。

表 2 高新技术项目调整前后纳税对比表		
名称	调整前	调整后
销售金额/万元	3000	3000
销售成本/万元	2000	2000
加计扣除/万元	0	400
适用税率/%	25	15
应纳税所得额/万元	1000	600
应纳所得税额/万元	250	90
收益/万元	750	910

2.绿色环保项目。为了全面贯彻绿色发展理念,积极推进绿色税收制度体系建设,我国政府为此制定了一系列税收优惠政策,其中包括企业从事符合条件的环境保护项目所得,自项目取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起,第一年至第三年免征企业所得税,第四年至第六年减半征收企业所得税。京东快递业务如果改变使用传统的快递箱,采用可

以无害化处理的绿色包装原料,将会极大提高京东的税务合规计划空间。

以京东普通快递业务为例,根据京东物流公开的数据:快递费 15 元,成本 5.5 元,其中包装成本 0.5 元,其他成本 5 元。如果企业每年有 100 万单快递业务,此时的企业所得税为 237.5 万元,企业每年可获得收益为 712.5 万元,6 年可获收益总计 4275 万元。如果改用绿色环保项目,包装成本将会涨到 0.8 元,其他成本不变,但企业第一年至第三年免征企业所得税,企业每年可获得的收益为 920 万元。第四年至第六年的企业所得税为 115 万元,企业每年可获得收益 805 万元,6 年可获收益总计 5265 万元,节税金额总计 990 万元。可见,如果京东快递采用绿色环保项目,在前六年均有较为乐观的节税空间(见表 3)。

表 3 绿色环保项目调整前后纳税对比表		
名称	调整前	调整后
销售金额/万元	1500	1500
销售成本/万元	550	580
适用税率/%	25	第 1~3 年:0;第 4~6 年:减半征收
应纳税所得额/万元	950	920
应纳所得税额/万元	237.5	第 1~3 年:0;第 4~6 年:115
收益/(万元/年)	712.5	第 1~3 年:950;第 4~6 年:805

3.农产品项目。京东商城陈列的货物品种繁多,其中包括许多未经深加工的农产品,这些农产品计算增值税时往往因为数量多、种类多而难以与其他商品区分开。如果将这一部分农产品的销售视为销售货物,则应缴纳的增值税税率为 13%,这无疑加重了京东的税收负担;而如果京东可以在其线上商城内打造一个独立的农产品销售平台专卖农产品,则这部分农产品就以 9%的增值税税率进行计算,为京东提供了更多的节税空间。

以销售一箱新鲜的蔬菜为例,售价 100 元,成本 50 元,其中人工成本 20 元。如果销售 100 万箱,则视为销售货物时增值税为 650 万元;如果单独开设平台,以 9%的税率进行计算,此时的增值税为 450 万元(见表 4)。

表 4 农产品项目调整前后纳税对比表		
名称	调整前	调整后
销项税额/万元	10000	10000
进项税额/万元	5000	5000
适用税率/%	13	9
应纳税所得额/万元	5000	5000
应纳所得税额/万元	650	450
收益/万元	4350	4550

结论

通过对京东税务合规计划策略的研究发现,互联网行业

现阶段已经进入发展成熟期,行业生产能力与市场需求接近饱和,各企业间的竞争日趋激烈。基于此,若企业仍然采用初期较为单一商业模式,会极大限制税务合规计划可选择的路径及效率。因此,需通过建立新的商业模式去寻求更高效率的税务合规计划方案。具体来说,互联网公司需结合自身业务与国家税收优惠政策,通过进一步细化业务类型,将符合条件的业务独立出来成立新公司,以此起到降低税负的作用。

(一) 高新技术项目

关于互联网企业税务合规计划的优化策略,聚焦于高新技术项目之上是一个颇具潜力的方向。鉴于此类项目与众多互联网企业的核心业务紧密相连,企业可灵活调整业务结构,加大对高新技术项目的投入与转化力度,并设立独立的纳税核算体系。这一举措不仅能够精准对接国家政策导向,充分利用国家对高新技术项目的税收减免、优惠税率等激励措施,还能在降低企业税负的同时,促进技术创新与产业升级,为企业的长远发展奠定坚实基础。

(二) 绿色环保项目

绿色环保项目在互联网企业税务合规计划中同样是一个不容忽视的亮点。鉴于国家对环保事业的日益重视与政策支持,企业可以积极响应绿色发展的号召,评估并引入环保项目。通过对比环保项目与非环保项目的实施成本,结合国家提供的环保税收优惠政策,企业可以选择税负更低、利润潜力更大的项目进行重点改进。这一策略不仅有助于企业降低税收负担,还能提升企业的社会责任感和品牌形象,为企业的可持续发展注入绿色动力。

(三) 电子商务平台涉农产品项目

鉴于国家对农产品等特定产品实施的优惠政策,互联网企业可以巧妙地将这些政策红利融入自身业务中。但在实际应用中,农产品相关业务与其他业务剥离开来独立核算存在一定难度,但企业可以通过创新方式,如通过单独建立专注于农产品销售的平台、专题、小程序等,进行专门的财务核算。这一举措不仅能够充分利用国家对农产品的税收优惠政策,还能在税务合规计划上创造更大的空间,提升企业的经济效益。

在进行税务合规计划过程中,互联网企业也要同时兼顾供应链相关方的利益,反之将会影响企业的声誉,并可能导致业务流失、合作伙伴疏远以及市场份额的下降等,不利于企业长期发展。此外,还要确保税务合规计划方案的合法性

和合理性,并遵守所有相关的税收法规和社会道德标准,在实现自身利益的同时,维护与其他各方的良好关系,实现长期稳定与可持续发展。

参考文献:

- [1]张琪.合伙企业减持股票之非交易过户税收筹划探析[J].财务与会计,2024(18):58-61.
- [2]DE VITO A.Labor protection,tax planning,and capital investment:Evidence from small-sized enterprises[J].Applied Economics Letters,2024,31(4): 330-337.
- [3]王建文,张玥瑾.税收筹划对企业可持续发展的影响研究——基于研发投入视角[J].华东经济管理,2022,36(11):95-104.
- [4]付春.基于税收筹划视角的出口加工贸易方式抉择[J].会计之友,2022(11):89-95.
- [5]彭芳.基于税收沿革的公益性股权捐赠税收筹划探析[J].财会通讯,2021(2):100-103.
- [6]TRAINI S,GOLDMAN N C,LEWELLEN C M.Aggressive tax planning and labor investments [J].Journal of Accounting,Auditing & Finance,2024,39(3):697-725.
- [7]黄耀奇.企业会计核算中税收筹划的运用研究[J].上海商业,2022(10):102-104.
- [8]张春瑜.基于转移定价的所得税纳税筹划分析[J].财会通讯,2020(8):152-155.
- [9]刘贯春,叶永卫,陈肖雄,等.固定资产折旧、税收筹划与异常投资[J].经济研究,2023,58(4):23-40.
- [10]SILVA F P,Sá C,EUGÉNIO T.The influence of social responsibility practices on tax planning:An empirical study for companies listed on Euronext Lisbon [J].International Journal of Financial Studies,2024,12(3):73.

万科集团财务风险研究

——以被举牌为例

房小蝶

甘肃政法大学商学院

摘要:为了揭示房地产企业财务风险的影响及应对策略,以万科集团被举牌为例,通过财务报表分析与五力模型对万科集团的财务风险进行演变分析。研究发现,万科存在偿债能力显著下降、存货占比过高、盈利水平受市场波动与治理动荡冲击出现阶段性下滑等问题。针对万科存在的问题,建议优化资本结构,构建全周期风控体系,加大技术创新应对市场变化。研究不仅为企业平衡规模扩张与财务安全提供了理论支持,还对行业风险管理具有实践借鉴意义。

关键词:举牌;五力模型;财务报表分析;股权结构;风险防控体系 **中图分类号:**F275 **文献标识码:**A

引言

中国经济的高速增长推动了资本市场的深化发展。房地产行业作为国民经济的重要支柱,其产业链长、关联度高,对经济增长的拉动效应显著。据国家统计局数据,房地产行业产值占国内生产总值比例长期保持高位,并随着城市化进程加速持续增长。居民对居住条件的需求升级以及城市基础设施的完善,进一步扩大了房地产行业的市场空间。然而,行业快速扩张也加剧了竞争,企业需通过优化运营与风险管理以维持竞争优势。房地产行业的特殊性在于其资金密集性强、开发周期长及政策敏感性强。企业普遍面临高负债压力,财务风险尤为突出^①。如何通过有效的财务风险管理实现可持续发展,成为行业核心议题。财务报表分析作为评估企业财务状况的核心工具,能够揭示资产结构、偿债能力、盈利水平及现金流动态,为战略决策提供依据。尤其在房地产领域,通过分析资产负债表、损益表及现金流量表,企业可识别资产负债率过高、现金流不足等潜在风险,并制定应对策略^②。以万科集团为例,作为行业龙头,其市场份额与品牌影响力居于前列,财务数据完整且具有代表性。近年来,万科多次遭遇举牌事件,引发资本市场剧烈波动。宝能系增持股权、深铁集团入主等事件,不仅改变了公司股权结构,更对财务风险水平产生深远影响。通过研究万科案例,能够揭示举牌事件对企业财务风险的传导机制,并为行业提供风险管理的参考路径。本文聚焦万科集团的财务风险,结合财务报表分析与五力模型理论,探讨其偿债能力、营运效率及盈利水平的变动趋势,并剖析举牌事件对财务风险的具体影响。研究旨在为房地产企业优化资本结构、完善风险控制体系提供理论支持与实践启示。

一、文献综述

(一)财务风险概述

Muttanachai 对泰国另类资本市场上上市公司 2017—2021 年 ESG 绩效与企业财务风险的关系展开研究。他以债务权益比率衡量企业财务风险,运用描述性分析、相关矩阵和多元回归对样本数据进行分析,得出的结论是 ESG 绩效与企业财务风险呈负相关,即 ESG 水平的提升有助于降低企业财务风险^③。张潇从企业资金管理模式角度分析,认为企业财务风险的成因主要有四方面:一是企业对资金管控的意识不强,重视程度不够;二是资金管理的配套制度缺失,导致管控效力难以提升;三是资金风险的防控能力不足,管理力度偏弱;四是信息技术缺位,信息化系统对资金管理的支撑乏力^④。闫晶晶从内部控制视角出发,指出企业财务风险产生的原因包括风险防范意识不强、制度建设滞后、缺乏预警机制以及技术手段滞后等,这些因素均会增加企业财务风险^⑤。

(二)房地产行业财务风险防范

刘鑫欣指出,房地产企业虽能获取丰厚利润,但随之而来的巨大风险也不容忽视。因此,房地产企业必须重视自身所面临的风险类型,并采取有效措施来减轻财务风险^⑥。邓创等人从时域和频域两个角度对我国房地产市场的波动特征展开研究。他们指出,金融机构在管控财务风险时,需要顺应房地产调控政策和经济形势的变化,确保信贷发放的合理性,从而增强房地产市场的韧性^⑦。张伟平和曹廷求采用块模型对我国房地产市场系统性风险进行研究,发现房地产企业之间存在系统风险的联动性和溢出效应。具体表现为在市场动荡时期,房地产部门不仅自身面临较大风险,还会放大整个金融系统的风险^⑧。王美铃运用 Z-Score 模型对新城控股的财

作者简介:房小蝶(2000—),女,安徽省蚌埠市人,会计硕士,主要研究方向为资本市场会计与公司治理。

务数据进行分析,认为企业要摆脱困境,需要尽早调整经营方式,降低资产负债率,增强偿债能力,并采取多种手段进行自救^[9]。

(三)文献述评

现有研究从 ESG 绩效、资金管理模式、市场波动特征等维度剖析了房地产企业财务风险的生成逻辑与传导路径,但仍存在三方面研究空白:第一,风险关联要素的研究存在断层,尽管已有成果关注债务杠杆、内部控制等传统因素,但对股权结构变动、行业周期波动与财务风险的三重交互机制缺乏系统性探讨。第二,风险动态监测存在方法论局限,特别是在行业下行期风险共振效应的计量精度不足。第三,风险缓释策略的适配性有待提升,缺乏针对高周转模式下规模扩张和现金流安全矛盾的具体解决方案,且典型案例的实践验证相对匮乏。文章以万科集团为案例,试图弥补上述不足:结合股权争夺事件,分析举牌行为对资本结构、偿债能力的冲击;通过纵向财务数据分析,揭示风险演变的动态特征;提出兼顾风险防控与业务发展的实操策略,如优化资源配置、构建风险预警体系等。

二、万科集团财务风险分析

(一)案例简介

万科集团成立于 1984 年,是中国房地产行业的标杆企业,其业务涵盖住宅开发、商业地产、物业管理、物流仓储及长租公寓等多元领域。自 1991 年成为首家 A 股上市的房地产企业以来,万科凭借卓越的产品品质与运营能力,长期占据行业领先地位。万科的股权结构以多元化著称,机构投资者、个人投资者及管理层共同持股。其中,深圳市国资委曾以 29.38% 的持股比例成为最大股东。2017 年深圳地铁集团(深铁)通过收购华润、恒大所持股份,最终持股比例接近 30%,成为万科第一大股东。这一变动结束了长达两年的股权争夺战,标志着公司治理回归稳定。2015 年,宝能集团通过二级市场持续增持万科股份,持股比例迅速突破 20%,跃居第一大股东。此举引发资本市场剧烈震荡,万科 A 股于 2015 年 12 月紧急停牌。为抵御潜在控制权风险,万科于 2016 年启动与深铁集团的战略合作,拟通过股权交易引入深铁。但原大股东华润对此强烈反对,导致方案暂缓。2017 年,深铁通过受让华润及恒大股权,最终实现对万科的控股,宝能系逐渐退出,股权之争落幕。万科作为行业龙头,其财务风险特征具有普遍性。房地产行业资金密集、开发周期长、政策敏感度高,企业普遍面临高负债、低周转的困境。万科案例不仅揭示了股权结构变动对财务风险的传导机制(如偿债能力弱化、

融资成本上升),也为行业提供了风险管理的典型样本。

(二)宝万股权争夺事件概述

2015 年初,宝能集团通过二级市场悄然增持万科股份,拉开了一场历时两年的股权争夺战。同年 7 月,宝能持股比例突破 5%,触发举牌红线,正式成为万科重要股东。此后其增持势头不减,至 12 月持股比例已超 20%,跃居第一大股东。面对控制权危机,万科于 12 月 18 日紧急申请 A 股停牌以争取应对时间。2016 年初,万科启动反收购计划,拟通过向深铁集团发行股份引入战略投资者,交易完成后深铁将持股 20%。然而,该方案遭到原大股东华润的强烈反对,导致计划搁浅。直至 7 月 4 日,万科股票复牌,但股价因市场恐慌大幅波动,融资环境持续恶化。2017 年,深铁集团通过股权受让正式入局。1 月,深铁收购华润持有的 15.3% 万科股份,成为第二大股东;6 月,恒大集团将 14.07% 股份转让给深铁,助其持股比例升至 29.38%,稳居第一大股东。至此,深铁取代宝能掌控万科,持续两年的控制权之争落幕。同年 6 月 30 日,万科召开股东大会完成董事会改组,创始人王石卸任董事长,标志着公司治理回归稳定。

1. 偿债风险。从表 1 数据可知,万科的偿债能力呈现疲软态势。流动比率虽整体稳定在 1.2 左右,但呈逐年微降趋势;速动比率更长期低于 0.5,表明短期偿债能力不足。若剔除存货因素,流动性压力进一步凸显。存货周转效率低下主因是房地产市场需求波动与供需失衡,叠加万科规模扩张导致库存攀升,资产变现能力受限,加剧短期债务偿付风险。从负债结构看,万科资产负债率持续攀升,五年均值达 82.23%,远超行业安全阈值。2018 年峰值达 84.59%,反映出长期债务累积问题。尽管同期销售业绩稳步增长,但高负债压力未缓解,根源在于两大矛盾:万科为维持市场份额,加大项目投资与土地储备,而房地产融资政策收紧推高融资成本,加剧资金链压力;核心城市土地稀缺性凸显,招拍挂成本攀升,企业被迫依赖债务融资获取资源,进一步推高负债规模。高杠杆模式虽支撑规模增长,但长期债务占比上升导致利息负担加重,叠加存货去化周期延长,现金流承压显著。若市场下行或政策调控加码,万科可能面临流动性危机与再融资风险,需通过优化资产结构、加速库存去化以平衡财务安全与扩张需求。

2. 营运风险。2015—2019 年万科资产周转率表现呈现差异化特征,其中应收账款周转率依次为 88.79 次/年、104.88 次/年、138.48 次/年、197.21 次/年、205.86 次/年,呈持续上升趋势,表明企业在应收账款管理方面成效显著,资金回笼速

度加快,坏账风险降低,销售端信用政策合理且执行有效,对企业现金流稳定起到积极保障作用。流动资产周转率分别为0.39次/年、0.38次/年、0.28次/年、0.26次/年、0.27次/年,整体呈下降态势,虽2019年略有回升但仍处较低水平,反映出流动资产利用效率下滑,可能与存货周转、资金配置等因素相关,需关注流动资产结构以提升运营效率。非流动资产周转率从2015年的3.63次/年降至2019年的1.40次/年,降幅明显,表明非流动资产运营效率降低,长期资产利用效果不佳,或存在非流动资产规模扩张但产出效率不足等情况,需优化其配置与管理。总体而言,万科在应收账款管理方面表现优异,但流动资产与非流动资产周转率的变化趋势需引起重视,企业应优化资产结构,提升流动资产利用效率,合理管控非流动资产规模,以实现资产整体运营效率的提升,保障财务健康与可持续发展。

表 1 万科偿债能力表

年份	2015	2016	2017	2018	2019
资产总额/万元	61,129,557	83,067,421	116,534,692	152,857,936	172,992,945
负债总额/万元	47,498,595	66,899,764	97,867,298	129,295,863	145,935,033
资产负债率/%	77.7	80.54	83.98	84.59	84.36
流动资产/万元	54,702,438	72,129,543	101,755,283	129,507,186	143,898,935
存货/万元	36,812,193	46,736,134	59,808,766	75,030,263	89,701,904
流动负债/万元	42,006,183	57,999,849	84,735,543	112,191,394	127,261,028
流动比率/%	1.3	1.24	1.2	1.15	1.13
速动比率/%	0.43	0.44	0.5	0.49	0.43

数据来源:公司年报。

3.盈利风险。从表3数据可知,万科盈利能力遭受显著冲击。2016年3月停牌期间,销售净利率为11.79%,反映股权争夺导致投资者信心下滑、融资成本上升及经营策略被动调整。这一阶段,市场不确定性加剧叠加内部治理动荡,直接削弱了盈利稳定性。2017年,随着深铁集团入主、股权结构趋于稳定,万科盈利能力指标逐步回暖,销售净利率为15.32%。至2019年,万科再度面临盈利风险抬升。此外,为应对市场下行压力,万科主动调整财务策略,计提存货减值准备及延长项目开发周期,进一步拖累短期盈利表现。其风险

呈现出阶段性特征:2015—2016年,股权争夺直接导致盈利指标断崖式下滑,风险集中爆发;2016—2018年,治理改善与策略调整驱动风险缓释,但未完全修复;2019年后,行业政策收紧与成本压力叠加,盈利风险再度显性化。综合来看,万科在2015—2019年销售净利率、营业利润率和净资产报酬率呈现先降后升再降的波动趋势,部分年份盈利能力较为突出,但资产收益率整体偏低且波动幅度不大,反映出资产整体利用效率仍需优化。

表 3 万科盈利能力表

单位:%					
年份	2015	2016	2017	2018	2019
销售净利率	13.27	11.79	15.32	16.55	14.99
营业利润率	16.94	16.23	20.92	22.67	20.82
净资产报酬率	19.78	18.41	20.89	22.24	21.78
资产收益率	4.41	3.58	3.35	3.43	3.41

数据来源:公司年报。

三、万科集团财务风险产生的原因

(一)资金管理失衡与财务结构缺陷

基于财务报表分析理论,万科集团在2015—2019年的财务数据呈现显著风险特征。资产负债率从77.7%攀升至84.36%,远超行业安全阈值,流动比率与速动比率持续下滑,反映出短期偿债能力不足。存货占流动资产比例长期维持在60%以上,叠加房地产开发周期延长,导致存货去化周期达18~24个月,资金沉淀问题突出^[9]。从五力模型视角看,供应商议价能力的强化是关键诱因:核心城市土地招拍挂制度使土地成本占比超总成本50%,迫使企业依赖债务融资获取资源,进一步推高负债水平。同时,行业内现有企业的激烈竞争迫使万科采取“规模优先”策略,2016—2018年激进拿地支出超5000亿元,加剧了资金链压力,印证了五力模型中“高竞争强度驱动企业高风险行为”的逻辑。

(二)风险控制机制滞后与战略失焦

财务报表分析揭示了万科内控机制的缺陷:应收账款周转率从2015年的88.79次升至2019年的205.86次,表面改

表 2 万科应收账款周转率表

年份	2015	2016	2017	2018	2019
应收账款平均余额/万元	220,236	229,236	175,400	150,946	178,713
主营业务收入净额/万元	19,554,913	24,047,727	24,289,711	29,767,933	36,789,388
应收账款周转率/%	88.79	104.88	138.48	197.21	205.86
平均流动资产总额/万元	50,591,504	63,415,990.5	86,942,413	115,631,235	136,703,060
平均非流动资产总额/万元	5,393,712.5	8,682,499	12,858,644	19,065,079.5	26,222,380
主营业务收入净额/万元	19,554,913	24,047,724	24,289,711	29,767,933	36,789,388
流动资产周转率/%	0.39	0.38	0.28	0.26	0.27
非流动资产周转率/%	3.63	2.77	1.89	1.56	1.40

数据来源:公司年报。

善实则隐含信用政策过度宽松导致的坏账风险。非流动资产周转率从 3.63 次降至 1.40 次,暴露出长期投资效率低下与决策机制的盲目性。结合五力模型分析,潜在进入者威胁与替代品冲击加剧了战略失焦。万科在物流、长租公寓等新业务领域投入超 2000 亿元,但因未充分评估市场进入壁垒,导致回报率低于预期。同时,租赁住房、共有产权房等替代品的兴起削弱了传统住宅业务的议价能力,而公司未能及时调整战略布局,致使 2019 年销售净利率降至 14.99%,凸显风险预警与应对机制的滞后性。

(三)行业竞争环境恶化与系统性风险传导

五力模型与财务数据的双重验证表明,房地产行业竞争环境的恶化放大了万科的财务风险。潜在进入者通过高杠杆抢占市场,加剧价格战;购买者议价能力提升导致销售回款周期延长;替代品威胁挤压利润空间;供应商与现有竞争双重压力推高成本。财务报表数据显示,2019 年经营活动现金流较 2015 年下降 47%,筹资活动现金流净流出 166 亿元,印证了五力模型中“竞争加剧恶化现金流”的结论。这种内外部风险的交织传导,最终导致万科偿债能力弱化、盈利波动加剧,凸显了在复杂市场环境下企业风险防控体系的脆弱性。

四、研究结论

万科集团因被举牌事件导致财务风险上升,公司需强化风险管理,优化资本结构,提升资金效能以应对市场挑战。此举不仅助力企业稳健发展,更为行业提供财务风险识别与管控经验,推动可持续发展。

(一)优化资本结构,提升资金配置效率

房地产企业应建立业务回报率为导向的资金分配机制,动态调整区域投资优先级,优先支持高周转项目以减少低效资金占用。需降低传统银行贷款依赖,推广 REITs、供应链金融等多元化融资工具,如万科 2022 年发行超百亿元供应链 ABS 优化融资成本。通过构建集团财务共享中心整合资金池管理,实时监控子公司现金流,并与银行合作定制理财方案,提升短期闲置资金收益,降低现金管理成本。

(二)构建全域风险防控体系

房地产企业应构建“事前-事中-事后”全周期风控体系。运用大数据与 AI 技术实时监测政策、市场供需及客户信用等风险因子,如万科引入行业风险指数模型量化区域泡沫,提前调整土地储备。将子公司风控纳入总部考核,设定风险容忍度阈值,通过数字化平台实现母子公司债务、担保等关键指标透明化管控。针对股权争夺等突发事件,制定包含“毒

丸计划”、引入战略投资者等在内的反收购预案,并预留应急信贷额度以应对流动性危机。

(三)基于五力模型的竞争策略升级

房地产企业需构建动态竞争策略体系来应对市场变化。制定前瞻性发展策略,通过加大技术研发投入和优化资源整合巩固市场地位。针对潜在竞争者,构建涵盖政策研判、资本流向分析和技术突破预警的多维度风控模型,依托技术专利布局、品牌价值沉淀和规模经济优势形成市场准入壁垒。对于替代品威胁,需通过产品迭代升级强化核心业务的不可替代性。未来应加速数字化转型进程,推动企业向智慧生态平台转型,为可持续发展注入新动能。

参考文献:

- [1]张赓敏.我国房地产上市公司偿债能力分析——以万科集团为例[J].财务管理研究,2024(5):82-86.
- [2]赵晓川,陈雪莲,张柏睿,等.房地产行业上市公司财务风险案例分析[J].时代经贸,2024,21(2):77-80.
- [3]MUTTANACHAI S.ESG Performance and Corporate Financial Risk of the Alternative Capital Market in Thailand[J].Cogent Business & Management,2023,10(1).
- [4]张潇.资金集中管理模式下的财务风险问题论述[J].财会学习,2023(17):22-24.
- [5]闫晶晶.企业内控管理与财务风险防范研究[J].财会学习,2023(27):155-157.
- [6]刘鑫欣.房地产企业财务风险控制研究——以龙湖集团为例[J].江苏商论,2022(9):80-82.
- [7]邓创,赵珂,卢漪.中国的房地产周期及其与信贷周期的交互影响动态[J].吉林大学社会科学学报,2022,62(3):101-111+236-237.
- [8]张伟平,曹廷求.中国房地产企业间系统性风险溢出效应分析——基于尾部风险网络模型[J].金融研究,2022(7):94-114.
- [9]王美铃.基于 Z-Score 模型的新城控股财务风险评价[J].河北企业,2025(1):121-124.
- [10]魏啸.基于杜邦分析法的乳制品上市公司财务报表分析——以光明乳业为例[J].全国流通经济,2023(21):189-192.

轻资产企业财务绩效分析与提升

——以海天味业为例

崔 萍

甘肃政法大学商学院

摘要:为探究轻资产运营模式对企业财务绩效的影响,优化企业资源配置、提升核心竞争力,使企业获得长远发展,选择以轻资产企业中的海天味业为研究对象,探讨其轻资产模式实施动因,并对其轻资产模式下的财务特征及财务绩效进行分析。发现轻资产运营模式下海天味业盈利能力相对较强,短期偿债能力强但是长期偿债能力不足,存在一定的债务风险;货币资金大量积累,未对资金进行有效利用,发展潜力减弱。因此,为提升企业财务绩效,海天味业要提高资金使用效率,提高资产管理水平,持续推进品牌建设与推广,加大研发投入与产品创新,以保持企业核心竞争力,并为行业内其他企业发展提供借鉴。

关键词:轻资产;轻资产运营模式;企业绩效;海天味业

中图分类号:F426.86;F406.7

文献标识码:A

引言

随着市场竞争的加剧和经济全球化的深入发展,企业面临的经营环境更加严峻,正确的经营模式对企业来说至关重要。近年来,轻资产运营模式已逐渐成为企业优化资源配置、提升核心竞争力的重要战略选择。轻资产是与重资产相对应的一个概念,不同于重资产对实体和有形资产的依赖,轻资产侧重于对无形资产的积累和运用。轻资产运营模式最早由麦肯锡咨询公司提出,由美国耐克公司进行实践应用,现代学者将轻资产运营模式概括为以智力资本的管理运营为基础,更有效地利用企业的有限资源,最终实现以较低的投入得到最大化价值的商业运营模式^[1]。简单来说就是用最少的资金,驱动最大的资源,为企业赚取最多的利润。国内外学者通过对不同行业轻资产运营模式的研究发现,轻资产模式在提升企业运营效率和财务表现方面展现出显著的优越性,轻资产运营主要通过作用于竞争力中的研发能力和营销能力,从而显著提升企业价值和效益^[2]。从价值链理论出发,很多企业剥离重资产,实行轻资产运营,目的就是为了保持灵活性,同时谋求更高的价值分配和价值链领导权^[3]。现如今市场竞争激烈,企业发展受到了一定影响,许多企业开始向轻资产运营模式转变,尤其是初创企业以及寻求转型的传统企业,通过选择轻资产运营模式,降低经营风险,提升核心竞争力,实现企业利润最大化。耐克、万达、苹果、格力等公司已经走在了轻资产运营模式的前列,该模式为企业经营带来了积极正向影响。作为我国调味品行业的龙头,海天味业也实行了轻资产运营模式。

一、海天味业轻资产运营概况

(一)海天味业简介

2014年,海天味业在上海证券交易所挂牌上市,是国内调味品行业首家上市公司,其前身是乾隆年间的佛山酱园,

距今已有 300 多年的历史。目前,酱油、蚝油以及调味酱是公司的主要产品。作为一家中华老字号企业,海天味业始终致力于新产品开发和推动产业发展,一直以其强大的品牌影响力和市场地位稳坐龙头位置,被誉为“酱茅”。2023年,海天味业产销量超 400 万吨,其中酱油、蚝油、酱料三项细分品类蝉联中国品牌指数榜单第一,其品牌价值在全球食品品牌价值 100 强榜单中荣登榜单第八名,海天味业正在实现从中国调味品龙头到全球化食品品牌的跨越。轻资产模式公司在财务报表上显现特征为较高的现金储备、无息负债、经营现金流、较低的存货、固定资产、有息负债等^[4]。而通过数据分析显示,海天味业现金储备充足,资金流动十分充裕,而固定资产占比较低,表明海天味业是轻资产运营模式。

(二)企业实施轻资产模式的动因

1. 应对激烈市场竞争。在市场竞争日益激烈的背景下,越来越多的企业为赢得竞争优势而选择轻资产运营的发展模式^[5]。目前,中国调味品企业知名品牌众多,同时还有海外品牌侵占国内市场份额,使得调味品行业处于“内忧外患”的经营环境。消费者对食品安全、质量、品牌、性价比的重视程度越来越高。2022年9月,被爆出“双标”事件后,海天味业市值瞬间蒸发,而主打“零添加”的千禾味业同期线上销售额暴涨,这一危机对海天味业的财务绩效产生了消极影响。此外,近年来消费者对高端调味品的偏好日益增强,这为那些专注于高端调味品市场的企业带来了发展契机,对海天味业在高端产品领域的拓展带来了竞争压力。面对行业竞争激烈,市场需求不断变化,企业必须迅速响应消费者需求的变化,通过轻资产运营,将生产制造环节交给专业供应商负责,减少对固定资产的依赖,使企业能够更快地调整生产和运营策略,将资源和精力集中在产品设计、技术研发、品牌建设以及生态圈构建等关键领域,减少资金占用,同时确保产品质

作者简介:崔萍(2000—),女,河南省洛阳市人,会计硕士,主要研究方向为资本运营与财务管理。

量,以满足市场的新需求,有效提升企业的核心竞争力和市场竞争能力。

2.优化资源配置,提升品牌价值。在现代企业管理中,资源的有效配置是提升企业竞争力的关键,而品牌价值不仅能提升消费者对产品的认知度和忠诚度,还能为企业赢得更高的溢价能力与市场份额。海天味业采用轻资产模式的战略选择,本质上是基于资源效率最大化的战略重构。轻资产模式下,企业通过剥离非核心生产环节,将有限资源精准投向质量管理体系优化与品牌价值沉淀,以高于行业标准的品控能力筑牢产品品质护城河,强化消费者对品牌的认同,使得企业能不断加强品牌、技术和市场优势,巩固和提升企业在调味品行业的地位。另一方面,轻资产模式赋予企业更灵活的市场适应能力。通过大数据洞察消费趋势变化,企业可快速调整产品结构,开发健康化、功能化、定制化的细分产品线,以精准供给来增强用户黏性,提升客户满意度,持续创新保持品牌新鲜度,形成“消费需求牵引品牌进化,品牌势能反哺市场拓展”的良性循环。

(三)轻资产模式下企业财务特征

1.现金储备量高。较高的现金储备是轻资产企业的主要特点之一。企业的现金储备主要由库存现金、银行存款以及其他货币资金构成。一般来说,货币资产在总资产中所占比例越大,就表示公司拥有更多的现金储备。2019—2023年,海天味业货币资金在总资产中的占比在50%以上,而同行业千禾味业货币资金占比从4%增加到37%,虽然千禾味业实现了很大程度的增长,但其占比仍不及海天味业,说明海天味业在发展过程中可以保持较为充足的现金储备。充足的现金储备不仅可以使企业拥有较好的抵御风险能力,降低财务风险,为公司的日常运营提供保障,也为公司应对市场变化、进行战略投资和把握市场机会提供了灵活性。

2.固定资产较“轻”。相比于重资产模式,轻资产模式最大的不同在于其固定资产部分资金投入较少,而无形资产投入占据较多^⑨。因此,分析海天味业近年来的财务数据可以看出,在轻资产运营模式下,海天味业降低固定资产比例,减少资金占用,固定资产占总资产的比重在12%左右,并且呈现小幅度下降的趋势。而同行业的千禾味业,其固定资产占比却在30%左右,可见千禾味业实行的仍是重资产模式,而海天味业早已实现了轻资产运营。在这种模式下,海天味业对固定资产的投资相对稳定,且没有进行大规模的资本支出,这有助于企业优化资金结构,增强资金的流动性。同时,较低的固定资产占比也意味着企业在经济波动或行业调整时,能够更快地进行战略转型,降低经营风险。

3.流动资产灵活性强。高流动资产占比,也是海天味业实施轻资产运营较为显著的财务特征之一。分析海天味业年

报可知,海天味业的流动资产主要由货币资金、交易性金融资产和存货构成,近五年数据显示,海天味业流动资产占比达到80%左右,同行业千禾味业占比维持在50%左右。在同行业中海天味业流动资产占比处于一个较高且稳定的水平。此外,流动资产占比比较高还可能表明海天味业在供应链管理上的优势,通过有效的存货管理和应收账款控制,能够减少资金在供应链中的占用,提高资金使用效率。大量的流动资产不仅为企业短期偿债提供保障,更降低了在轻资产运营下企业的财务风险。

4.流动负债占比较高。海天味业流动负债占总负债的比重在2019年高达97%,近年来也一直维持在90%以上。流动负债包括应付票据、应付账款、预收账款等,这三者均属于无息负债,且占企业流动负债比例较高。这是由于海天味业在供应链中具有话语权,海天味业可以自行主导企业的收付款方式,对上游供应商有较长账期,采用先货后款的模式,海天味业更多地占用了上游供应商的资金;对下游经销商以预收和现款为主,营运资本为负。这使得企业的应付账款较多而应收账款较少,即海天味业占用上游资金做生意,自然减少对外部融资需求,这有利于降低企业的资本成本和利息支出,降低了企业的融资压力,有利于企业的发展。

二、海天味业轻资产运营模式下的财务绩效分析

(一)盈利能力分析

采用销售净利率、净资产收益率、总资产报酬率这三个指标来分析海天味业的盈利能力。从自身角度看,海天味业盈利能力指标近年来整体呈下降趋势,2022年是海天味业下降幅度最大的一年,三个指标依次同比下降9.22%、19.32%、12.08%。海天味业实行轻资产运营模式以来,其盈利能力一直在稳中上升,近年来盈利能力下降的原因很可能是由于外部因素的影响:一方面可能是由于疫情导致企业经营受损;另一方面可能是由于“双标”事件,企业受舆论影响严重。与同行业对比来看,海天味业的三个指标均远高于行业水平,且与同行业相比,海天味业各项指标变动幅度相对较小,说明海天味业的盈利能力较强。这是因为在轻资产运营模式下,企业能够以较低的资本开支维持运营,专注于品牌建设、技术创新和市场拓展等附加值高的活动,并且快速响应市场变化,灵活调整经营策略,从而使得海天味业能够保持竞争优势。

(二)偿债能力分析

流动比率和速动比率可以用来衡量企业的短期偿债能力,通常来说流动比率越大代表企业短期偿债能力越强。相较于流动比率,速动比率剔除了存货的影响,从而更准确地体现了企业在短期内偿还债务的能力^⑩。海天味业的流动比率从2019年的2.54逐年增加至2022年的4.01,然后略微

下降至 2023 年的 3.44, 其速动比率的变动趋势与流动比率相似;且海天味业存货管理较好,不存在大量存货积压情况,进一步证实了海天味业短期偿债能力的增强。而千禾味业的流动比率和速动比率近年来也在基准值之上呈波动变化,表明千禾味业短期偿债能力并不弱。资产负债率可以用来衡量长期偿债能力,通常资产负债率与长期偿债能力反向变动,海天味业的资产负债率从 2019 年的 32.95%逐年下降至 2023 年的 24.44%,这表明公司的负债水平在不断降低,财务结构更为稳健,长期偿债能力得到了增强。此外,海天味业的资产负债率高于千禾味业,这表明其长期偿债能力相对较弱。作为轻资产运营企业,海天味业注重保持资产的流动性,通过有效的资产管理策略,提高了流动资产比例,增强了流动比率和速动比率,短期偿债能力较强,但长期偿债能力不足,存在一定的债务风险。

(三)营运能力分析

采用存货周转率、流动资产周转率和总资产周转率这三个关键指标,来评估企业的营运能力。通过分析发现,海天味业的存货周转率在 2019 年至 2023 年呈现波动趋势,基本在 7 左右;2023 年存货周转率同比降低 10.30%,但同行业千禾味业存货周转率仅在 2~3 左右,海天味业的存货周转率明显更高,这表明海天味业具有一定的存货优势,存货管理方面更为高效。海天味业的流动资产周转率在 2019 年至 2023 年呈现下降趋势,这可能意味着企业流动资产的利用效率有所下降,且其流动资产周转率近五年一直低于行业均值,作为龙头企业,海天味业经营效率低下,在流动资产的管理上不具优势。总资产周转率是评估企业资产营运能力的重要指标,比率越高,表明企业在资产管理方面表现越出色,资产运用效率越高。海天味业的总资产周转率在 2019 年至 2023 年持续下降,从 0.88 下降到 0.68,这主要是由于公司对货币资金的大量积累,导致资金利用效率低;而千禾味业的总资产周转率逐年上升,从 0.68 上升到 0.86,进一步说明海天味业的资产使用效率不及千禾味业,表明海天味业的资产运用效率不高,其在资产管理方面存在一定的不足。这是由于在轻资产运营模式下,企业可能持有过多的闲置资金,并且这些资金未能有效投入企业的生产经营中,导致资产利用效率降低,进而影响总资产周转率。总体而言,海天味业在资金使用效率和资产管理能力方面还有较大的提升空间。

(四)发展能力分析

企业的发展能力可以通过营业收入增长率、总资产增长率、净利润增长率等指标体现^④。营业收入增长率是衡量一个企业产品生命周期的重要指标。海天味业在 2019—2022 年的营业收入增长率从 16.22%下降到 2.42%,到 2023 年变为 -4.1%。同行业千禾味业营业收入增长率一直高于海天味业,

特别是 2023 年,千禾味业的营业收入增长率达到 31.62%。营业收入增长率的下滑表明了海天产品在行业内遇到了强大的竞争者,反映出海天味业的经营效益并不理想,相较于以往,其扩张能力已明显减弱。总资产增长率反映企业在一定时期内的资产积累能力和发展潜力,可用于衡量企业资产规模扩张速度。海天味业总资产增长率从 2019 年到 2022 年不断下滑,2023 年才有所上升;而同行业千禾味业近年来总资产增长率显著上升,从 2019 年的 6.44%增长到 2023 年的 34.56%,其变动与海天味业基本相反。因此,相较于海天味业,千禾味业表现出较好的发展潜力。从净利润增长率来看,海天味业净利润增长率连年下滑,从 2019 年的 22.64%下降到 2021 年的 4.18%,近两年又呈现负增长,反映出其盈利空间正在逐渐缩小。而其同行业千禾味业净利润增长率近年来却猛增,从 2019 年的 -17.40%增长到 2023 年的 54.22%,意味着千禾味业的盈利能力在不断增强,海天味业的市场地位和竞争力面临挑战,其近年来发展能力有所下降。

三、轻资产运营模式下海天味业财务绩效的优化策略

(一)提高资金使用效率

从上文中分析可知,在轻资产运营模式下海天味业突出的财务特征便是现金储备充足。但是通过分析发现,海天味业并没有对资金进行有效利用,货币资金大量积累闲置,资金使用效率低。因此,海天味业应加大对闲置资金的利用,有效提高资产管理水平。首先,海天味业可以通过优化资源配置来提高资金的使用效率,合理规划资金预算,根据企业的战略目标和业务计划,制定详细的资金预算,确保资金分配与企业的发展战略相匹配。同时,将资金投入更具潜力和回报率的项目或业务中,提高资金整体运营效率。其次,强化资金管控,构建资金集中管控平台,达成企业内部资金的统筹调配与管控,以此提升资金运用效能与保障资金安全。最后,海天味业采用先货后款的模式过于强势,这种资金占用模式可能导致与供应商和经销商的关系紧张,影响供应链的稳定性,一旦供应商或经销商的资金链出现问题,可能会影响其市场竞争力和持续发展能力。因此,企业要提高资金周转效率,优化供应链管理,加强与供应商的合作关系,寻求更加平衡和可持续的资金管理方式,以确保企业的长期稳定发展。采用合适的信用政策,减少对供应链上游资产的侵占,树立良好的公众形象和商业信誉。

(二)持续推进品牌建设与推广

品牌形象是企业的一项重要轻资产,良好的品牌形象不仅能为企业带来更多客户资源和销售量,而且有助于吸引更多优质投资者和合作伙伴,甚至在市场不稳定或者经济下行时,强大的品牌可以作为一种风险缓冲,帮助企业维持稳定

的消费群体和市场地位。因此,在轻资产运营模式下,海天味业要持续推进品牌建设和推广,加大品牌营销力度,利用社交媒体、在线广告等手段来提高品牌的在线度和曝光度,不断提升产品质量,提升消费者的使用体验,提高市场占有率。海天在产品质量方面要持续发力,扩大健康营养特色产品矩阵,坚持高标准严要求,严把产品质量关,提升客户忠诚度,增加消费者对品牌的认可度。最后,企业可以加大对员工福利及社会公益项目的投入,为员工提供安全、健康的工作环境,不断扩大员工的福利范围,通过以物资捐赠、公益助学、赈灾济困等形式,开展多元化公益慈善活动。同时,要重视生态环境保护和经济社会可持续发展,将技术进步和管理优化作为关键抓手,全面贯彻绿色生产理念。从生产精益化、能源绿色化、产业数字化、低碳运营等多个维度对业务进行全面梳理和优化,并带动上下游合作伙伴共同践行 ESG 理念。在推动企业发展的同时,也为守护地球家园贡献力量,体现企业的社会责任与担当,不断提升企业形象以及品牌的市场影响力与竞争力。

(三)加大研发投入与产品创新

随着人们生活品质的提升,高品质调味品需求渐成消费新趋势,市场中的高端调味品品牌备受青睐。然而,海天味业在中高端产品领域的竞争力不足,且其研发费用支出较少,表明企业对自主研发创新的关注度有所欠缺。根据海天味业年报显示,海天味业近年来研发费用在 7 亿元左右,近三年同比还有所降低。在轻资产运营模式下,企业可以通过内外部资源的配置整合提高盈利水平,将更多资源投资于研究开发、品牌建设等轻资产上^[9]。当今产品迭代日益加速,持续的研发投入是保持产品创新和技术领先的关键,海天味业应更加重视产品研发与创新,加大研发投入力度,注重提升研发人员的创新能力,为企业的长远发展奠定坚实基础。海天味业的研发创新要紧跟市场趋势和消费者需求,不断推出新产品或改进现有产品,满足消费者健康消费趋势,开发低盐、有机、无添加等健康产品。其次,海天味业在做好自身核心业务的同时,已通过跨界进入新领域,如跨界卖水,但似乎并未引起消费者的过多关注。可见,业务的扩展能给企业带来新的发展机会,但是更多的是给企业带来挑战和阻力,想要进军新的领域仍需持续研发创新。最后,研发创新最主要的是人才,海天味业既要留住和吸引人才,还要有效地培养和发展人才,为企业的持续创新和发展提供强有力的人力资源。

结语

现有研究表明,轻资产运营模式能够提升企业的整体财务绩效,总体上有利于企业发展。本文通过研究发现,海天味业的财务表现为现金储备充足、固定资产较轻、流动资产灵活性较强、流动负债占比较高,这符合轻资产运营企业的一

般财务特征。进一步通过相关财务指标对企业的财务绩效进行评价,发现与同行业的千禾味业进行对比,海天味业盈利能力相对较强,短期偿债能力强,存货管理更为有效;但是长期偿债能力不足,存在一定的债务风险,如货币资金大量积累,未对资金进行有效利用,资产管理水平有待提高,发展潜力减弱。因此,海天味业应充分发挥轻资产模式下的优势,聚焦核心业务发展,尽可能地提高资金的使用效率,持续推进品牌建设和推广,增加品牌美誉度;同时,加大研发设计和新产品的创新投入,通过多举措帮助企业优化资源配置,加强经营管理,快速响应市场变化,抢占更多市场份额,从而保持行业竞争力。

参考文献:

- [1]董帅,及辰,张金池.轻资产运营模式研究综述[J].企业科技与发展,2020(3):134-135.
- [2]周泽将,邹冰清,李鼎.轻资产运营与企业价值:竞争力的角色[J].中央财经大学学报,2020(3):101-117.
- [3]刘闲月,林峰,孙锐.企业轻资产商业模式的内涵、动因及运营中的战略能力[J].中国流通经济,2012,26(5):72-77.
- [4]戴天婧,张茹,汤谷良.财务战略驱动企业盈利模式——美国苹果公司轻资产模式案例研究[J].会计研究,2012(11):23-32+94.
- [5]陈冰玉.轻资产企业财务战略研究——以海尔集团为例[J].财会通讯,2019(14):67-70.
- [6]谢汝璐.浅析轻资产运营模式及其财务绩效[J].现代商业,2018(10):136-137.
- [7]吕泓达.基于哈佛分析框架的海天味业财务综合分析[D].昆明:云南师范大学,2024.
- [8]倪佳.帝王洁具并购欧神诺动因及绩效研究[D].石家庄:河北经贸大学,2020.

绿色债券市场与金融市场间的溢出效应分析

——基于中美两国视角

周志彪

广东外语外贸大学数学与统计学院

摘要:随着可持续发展理念在全球范围内被广泛认同,绿色债券作为引导资本投向低碳项目与环境保护领域的重要金融工具,其作用日益凸显。基于时变参数向量自回归(TVP-VAR)模型,以2014年7月至2023年10月中美两国绿色债券及相关金融市场数据为样本,实证分析绿色债券市场与传统债券、碳排放权、货币市场、黄金及清洁能源市场间的风险溢出效应。研究发现,美国金融市场总溢出指数显著高于中国,且两国传统债券市场均为绿色债券的主要风险溢出源,绿色债券市场在两国均呈现净风险输入特征,而碳排放权、清洁能源等市场对绿色债券的溢出效应较弱。据此建议投资者应注重中美市场差异以优化投资组合,监管者应防范传统债券市场风险传导并强化绿色金融与传统市场的协同效应。

关键词:绿色债券;中美对比;时变参数向量自回归模型;溢出效应 **中图分类号:**F832.51 **文献标识码:**A

引言

金融体系对于实体经济资本的有效引导与配置具有至关重要的影响力,绿色债券的推出有利于建立减少实体经济中碳排放的绿色金融体系。作为新兴金融工具,绿色债券也会受到其他金融市场的影响,导致其波动具有一定的复杂性。从多金融市场角度深入了解不同金融资产与绿色债券的相互关系,不仅有助于把握绿色债券市场的波动规律,也能为政策制定者和投资者提供重要参考。

一、文献综述

近年来,绿色经济的可持续发展问题成为经济学研究的焦点。在可持续发展的金融工具中,绿色债券备受绿色经济研究者的密切关注。章雅洁和钟意探究了碳市场对绿色债券市场的影响^[1]。张国富等使用时变向量自回归溢出效应模型探讨不同频域下中国绿色债券市场与相关金融市场之间的关联性,得到绿色债券与企业债券和国债市场存在双向溢出效应的结论^[2]。

除此之外,绿色债券市场的研究方法和角度也呈现出多样化。Nguyen等结合了滚动窗口方法和小波相关性分析,对包括股票、大宗商品、清洁能源以及传统债券在内的资产与绿色债券进行动态相关性分析^[3]。Wei等将频域与分位数分析方法结合,使用极大重叠离散小波变换(MODWT)把时间序列分解为不同频域,分开讨论不同频域段下原油价格变动与绿色债券市场的分位数格兰杰因果关系变动^[4]。

从研究的国家和地区来看,有些研究者尝试从多国家市场比较中发现绿色债券在不同地区下运行的区别和规律。同样地,我们的研究也期望能为投资者和政策制定者提供更为广阔的视野和信息,因而,我们选择中美两个重要市场作为研究对象,为绿色债券研究领域增加新的理解。

随着各国日益重视绿色经济发展,绿色债券作为为企业等个体提供资金支持的关键渠道,其在金融市场中的影响关系亟待深入研究。本研究旨在探讨相关金融市场与绿色债券市场的溢出效应关系,并将研究眼光放眼至美国以及中国市场,通过静态和动态分析,探究市场间的影响关系。最终,我们期望能够为绿色经济的可持续发展及投资者提供有益的建议。

二、模型构建

TVP-VAR模型由Antonakakis等^[5]提出,该模型基于Diebold和Yilmaz^[6]提出的联通性分析方法,结合了Baruník and Křehlík^[7]的研究,克服了以往联通性分析方法需要选择滚动窗口的缺点。TVP-VAR(1)模型根据贝叶斯信息准则(BIC)可以表达为:

$$y_t = B y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$\text{vec}(B_t) = \text{vec}(B_{t-1}) + v_t \quad (2)$$

其中 y_t 、 y_{t-1} 和 ε_t 均为 $N \times 1$ 维向量,分别表示时间序列及其误差项; B_t 表示时变的VAR系数,为 $N \times N$ 维向量; $\text{vec}(B_t)$ 和 $\text{vec}(B_{t-1})$ 为 $N^2 \times 1$ 维向量。由于联通性分析基于广义预测

作者简介:周志彪(1999—),男,汉族,广东省东莞市人,硕士研究生,主要研究方向为绿色金融。

误差方差分解 (GFEVD), 定义无限阶向量移动平均过程 (MA)代表 $\text{VAR}(\infty)$:

$$y_t = \mu + \sum_{j=1}^p \Phi_j y_{t-j} + \varepsilon_t = \mu + \sum_{i=1}^{\infty} \psi_i \varepsilon_{t-i} \quad (3)$$

广义预测误差方差分解表示变量 j 的冲击对变量 i 的预测误差方差的影响,若提前 h 步捕捉影响,可以表示为:

$$C_{ij}^g(H) = \frac{\sum_{h=0}^{H-1} \sum_{l=0}^{H-1} (e_i' \psi_h \sum_{l=0}^{H-1} e_l)}{\sum_{h=0}^{H-1} (e_i' \psi_h \sum_{l=0}^{H-1} e_l)} \quad (4)$$

$$\tilde{C}_{ij}^g(H) = \frac{C_{ij}^g(H)}{\sum_{j=0}^k \theta_{ij}^g(H)}, \text{ 其中 } \sum_{j=1}^k \tilde{C}_{ij}^g = 1 \quad (5)$$

$$\text{且 } \sum_{i,j=0}^k \tilde{C}_{ij}^g(H) = k \quad (6)$$

其中, e_j 是第 j 个位置上单位的单位零向量;公式得到的结果 $C_{ij}^g(H)$ 表示第 j 个变量在水平 H 对第 i 个变量的预测误差方差贡献, $C_{ij}^g(H)$ 为分解矩阵中每个元素经过归一化后的结果。

可以得到市场之间的联通性以及市场网络的总联通性 (TCI)^[8]:

$$TCI_i(q) = \frac{\sum_{i,j=1, i \neq j}^k \tilde{C}_{ij}^g(H)}{k-1} \quad (7)$$

变量 j 对其他变量 i 的单个市场溢出效应输出程度 (TO) 表示为:

$$TO_{jt} = \sum_{i=1, i \neq j}^k \tilde{C}_{ij,t}^g(H) \quad (8)$$

变量 j 被其他变量 i 影响的单个市场溢出效应接受程度 (FROM) 表示为:

$$FROM_{jt} = \sum_{i=1, i \neq j}^k \tilde{C}_{ji,t}^g(H) \quad (9)$$

三、实证分析

1. 变量选取。本文主要探究美国和中国市场中,相关金融资产与绿色债券市场的风险溢出效应。我们选择传统债券、碳排放权配额、货币市场、黄金市场以及清洁能源作为研究的对象。首先讨论的是美国市场数据的选择。

为了研究美国市场的绿色债券情况,本文选取了 S&P U.S. Municipal Green Bond Index (USGBI) 代表美国绿色债券情况,该指数主要关注美国市政级绿色债券的发行情况。关于与绿色债券市场相关的金融市场选择,我们使用以下指标:① S&P U.S. Aggregate Bond Index (USABI) 代表美国传统

债券市场^[9]。该指数主要反映了美国国债、准政府债券、机构以及公司级别的投资级债券,跟踪在市场公开发行的以美元计价的债券表现。② 选取 Carbon Emissions Futures (CEF) 衡量美国碳排放交易情况。二氧化碳排放量是当前人们衡量污染严重与否的重要指标,而碳排放权期货能够反映人们对碳排放权价格和环保事业的预期。③ 参考 Ferrer 等的研究^[10],本文选择 Dollar Trade-Weighted Exchange Index: Broad, Goods and Services (DTWEXBGS) 指数作为衡量美国货币市场的动态情况。此外,我们还选择 S&P GSCI Gold 和 S&P GSCI Energy TR (CEI) 分别作为美国黄金市场和清洁能源市场的代表。

中国市场指标选择上保证结构与美国市场一致,这方便后续对结果的比较和讨论。① 在中国,绿色债券普遍使用中债-绿色债券指数 (ChinaBond green bond index, CGBI) 衡量。该指数在绿色债券样本选择上几乎覆盖整个中国市场,能较为准确地反映中国绿色债券市场的整体走势。② 选择中债-中信国债及地方政府债券全价指数 (CBI) 代表中国市场传统债券。该指数反映了中国境内地方政府债务情况。③ 选择广东碳排放权配额 (GDCEA) 作为衡量中国市场碳排放权交易情况。相对于中国境内其他的碳排放交易所,广东碳排放权交易所是规模最大、交易额最多的碳排放权交易所,选择广东碳排放权配额能够较为准确地反映中国市场碳排放权情况。此外,我们选择了人民币指数 (RMBI)、上海期货交易所黄金期货价格指数 (CGF) 和中国内地新能源主题指数 (CCEI) 作为中国货币市场、黄金市场和新能源市场的代表。

数据样本期间为 2014 年 7 月 1 日—2023 年 10 月 31 日,其中美国市场拥有 2343 个交易日数据,而中国市场为 2272 个。为了保证数据的平稳性,我们选取数据的收益率作为研究对象。中国地区的数据均来源于 WIND 数据库,美国市场的数据来源于 www.spglobal.com, www.investing.com 以及 fred.stlouisfed.org 网站。

2. 溢出效应分析。在本节中,我们主要探究两个国家所选取金融市场之间的网络溢出效应,观察网络中的主要溢出发出者和主要溢出接受者,从静态和动态的角度解读市场间溢出效应在两个国家之间的差异。

静态溢出效应分析。我们首先展示的是 TVP-VAR 模型下的静态溢出效应结果。表 1 展示的是美国市场的总静态溢

出效应以及动态溢出效应的结果。其中行数据表示接收到其他市场影响的大小数值，列数据表示影响其他市场的情况，溢入指数和溢出指数则分别说明选择市场网络的总共影响以及受到影响大小的数值。该表可以清晰表达出在所选择网络市场中各个市场间影响和被影响情况。下面将解释表 1 的具体结果。

表 1 美国金融市场溢出效应指数							
效应	U.S.GBI	CEF	USABI	CEI	DTWEXBGS	SP_GOLD	溢入指数
U.S.GBI	61.44	1.08	25	2.57	4.16	5.76	38.56
CEF	2.13	84.29	1.93	6.24	3.69	1.72	15.71
USABI	23.11	1.56	59.92	3.78	3.76	7.88	40.08
CEI	2.37	5.64	2.96	79.61	6.73	2.69	20.39
DTWEXBGS	4.15	3.24	3.82	6.64	68.09	14.06	31.91
SP_GOLD	6.72	1.77	9.23	2.9	14.06	65.31	34.69
溢出指数	38.48	13.29	42.94	22.12	32.39	32.1	
净溢出指数	-0.07	-2.41	2.86	1.73	0.48	-2.59	
总溢出指数							36.27

总溢出指数的含义为总体网络可引起变量市场预测误差方差的程度。在表 1 中总溢出指数值为 36.27,表示变量市场中 36.27%的预测误差方差源于所选的整体网络市场。首先,我们重点关注绿色债券市场的结果。表 1 中第一行代表各金融市场对绿色债券市场的影响情况,从中可知,绿色债券市场主要受到传统债券市场冲击,其次为黄金市场和美元货币的影响,而碳排放的影响最小。表 1 中得到的数值为使用预测误差方差分解得到的解释变量对于被解释变量方差波动的解释程度,即市场之间的联通性。具体来说,我们发现传统债券市场与绿色债券市场的关联关系较强;更进一步,传统债券市场可以决定绿色债券市场 25%的方差波动。不仅如此,绿色债券市场对传统债券市场也有着不俗的影响力。对于传统债券市场和黄金市场的波动,绿色债券市场的影响分别占其总方差的 23.11%和 6.72%。其他市场则表现出与绿色债券市场的关联性较弱。从总体来说,其他金融市场总共对绿色债券市场的影响达 38.56%。我们还发现了在本文所选定的市场网络下,传统债券市场既是最大的溢出输出方,也是最大的溢出接受方(分别为 42.94%和 40.08%),而美国绿色债券市场的溢出指数和溢入指数近似,总体表现出净溢出关系,净溢出指数值为-0.07,说明从静态的角度看,美国绿色债券市场在市场网络中更容易受到其他金融市场的影响。

表 2 为中国静态溢出效应情况。首先我们关注中国市场

的总连接指数。相比美国,中国网络市场的联通性表现较弱,总溢出指数仅有 26.93,低于美国市场。这说明在选定同样市场网络的情况下,中国市场之间的联系不如美国市场紧密,代表中国市场之间有着异于美国市场的运行逻辑,不能仅仅通过参考美国市场的表现就直接对中国地区市场作出投资决策,而要结合自身市场特点作出决定。从市场之间的联系看,有且仅有传统债券市场显著地影响绿色债券市场,其方差波动影响比例接近 40%,但绿色债券市场在市场网络中溢出值小于溢入值,说明其市场网络中是溢出效应净输入者。

表 2 中国金融市场溢出效应指数							
效应	CGBI	GDCEA	CBI	CCEI	RMBI	CGF	溢入指数
GBI	55.32	1.32	39.14	1.54	1.51	1.17	44.68
GDCEA	2.47	91.53	1.81	1.15	1.74	1.3	8.47
CBI	32.17	0.96	61.31	2.12	1.87	1.56	38.69
CCEI	2.02	1.26	2.95	88.28	3.33	2.15	11.72
RMBI	2.39	1.76	2.83	2.83	83.74	6.45	16.26
CGF	1.97	1.21	2.57	2.02	7.07	85.16	14.84
溢出指数	41.02	6.51	49.29	9.67	15.53	12.63	
净溢出指数	-3.66	-1.96	10.6	-2.05	-0.73	-2.21	
总溢出指数							26.93

结语

本文基于时变参数向量自回归模型 (Time-Varying Parameter Vector Autoregression, TVP-VAR), 系统考察中美两国绿色债券市场与其关联金融市场在时域维度上的动态溢出效应及其演化特征。该模型能够有效捕捉变量间关系随时间变化的非线性特征,从而更精准地刻画金融市场间溢出效应的时变性与结构性转变,为理解绿色金融资产在复杂金融体系中的风险传导机制提供坚实的计量基础。

实证结果表明,在静态溢出效应框架下,若控制金融市场结构与宏观环境变量,美国各金融市场间的联动性显著强于中国相应市场,反映出美国金融体系成熟度更高、市场机制更为完善、信息传导效率更优。尽管如此,中美两国绿色债券市场与传统债券市场之间均呈现出高度紧密的动态关联性,表明绿色债券尚未完全脱离传统信用市场定价逻辑,其收益率与风险特征仍受传统债券市场主导。相比之下,碳排放权市场、清洁能源股票市场及货币市场对绿色债券市场的净溢出效应相对较弱,说明当前绿色债券与其他环境相关资产或流动性管理工具尚未形成稳定的风险联动机制。

基于以上研究结论,我们将针对不同国家的特点和差异给予以下建议:①由于碳排放权市场、清洁能源市场、货币市

场与绿色债券市场之间的溢出关系较弱,该类资产投资者可以尝试纳入绿色债券,以分散投资组合的风险;但需要注意市场的极端情况可能会导致市场间的联系增强。②应充分认识到中美绿色债券市场在制度环境、政策驱动、市场深度与投资者结构等方面的根本性差异。美国市场以市场化定价和信息披露机制为主导,而中国市场则更依赖政策引导与行政激励。因此,切忌简单移植美国市场交易逻辑或估值模型至中国市场,尤其需高度关注中国“双碳”战略推进过程中的政策窗口期、监管调整与产业导向变化,以规避制度性风险。③对于政策制定者,需要留意传统债券市场对绿色债券市场的风险溢出传导,避免制定相关金融政策时对绿色经济产生不良影响。④通过政策引导和市场激励,提升绿色金融市场与传统金融市场之间的联系,促进更多资金流向可持续发展项目。⑤借鉴国际绿色金融市场的成功经验,积极参与绿色金融市场的制定和推广,提升我国绿色金融市场和绿色技术的竞争力。

参考文献:

- [1]章雅洁,钟意.绿色债券市场和能源行业股票市场的风险溢出效应研究[J].中国商论,2024(4):117-120.
- [2]张国富,齐潇红,杜子平.绿色债券与其他金融市场间的风险溢出研究——基于 TVP-VAR 频域溢出模型[J].江苏大学学报(社会科学版),2024,26(2):44-54+80.
- [3]NGUYEN T T H,NAEEM M A,BALLI F.Time-frequency comovement among green bonds,stocks,commodities, clean energy,and conventional bonds[J].Finance Research Letters,2021,40:1-9.
- [4]WEI P,QI Y,REN X.The role of the COVID-19 pandemic in time-frequency connectedness between oil market shocks and green bond markets:evidence from the wavelet-based quantile approaches[J].Energy Economics,2023,121:1-13.
- [5]ANTONAKAKIS N,CHATZIANTONIOU I,GABA- UER D.Refined measures of dynamic connectedness based on time-varying parameter vector autoregressions[J].Journal of Risk and Financial Management,2020,13(4):1-23.
- [6]DIEBOLD F X, YILMAZ K.Better to give than to receive:predictive directional measurement of volatility spillovers [J].International Journal of Forecasting,2012,28(1):57-66.
- [7]BARUNIK J,KřEHLIK T.Measuring the frequency dynamics of financial connectedness and systemic risk[J].Journal of Financial Econometrics,2018,16(2):271-296.
- [8]FERRER R,SHAHZAD S J H,SORIANO P.Are green bonds a different asset class?Evidence from time-frequency connect edness analysis [J].Journal of Cleaner Production, 2021,292:1-23.

企业社会责任、技术创新与财务绩效关系研究

闫姣琳

甘肃政法大学

摘要:随着新发展理念의 落实,履行社会责任与推动技术创新已成为企业实现高质量发展的关键。在此趋势下,探究企业社会责任、技术创新与财务绩效之间的内在机制具有重要的理论价值。以 2015—2024 年 A 股上市公司为研究样本,探讨企业社会责任对财务绩效的影响,进一步揭示技术创新在此过程中的中介作用。研究结果表明,企业社会责任不仅直接有利于财务绩效提升,也可通过提高企业技术创新间接加强财务绩效表现。建议企业科学配置资源,以实现经济绩效与社会价值的共同提升。

关键词:企业社会责任;财务绩效;技术创新;中介效应

中图分类号:F275

文献标识码:A

引言

随着现代化经济体系的加速构建,我国经济正全面迈向高质量发展阶段。在此背景下,政府、社会公众等利益相关方逐渐形成共识,认同积极承担社会责任是企业应尽的义务,企业有效履行社会责任对提升财务绩效至关重要。然而,实践中仍存在企业违规排污、忽视员工权益、虚假宣传等损害利益相关者权益的行为,引发社会对企业行为的质疑,凸显出企业履行社会责任的紧迫性与必要性。科技创新始终是推动进步的关键力量,作为企业获取竞争优势的核心要素,技术创新对提升长期绩效有决定性作用。基于资源基础观与利益相关者理论,企业在配置资源与技术创新的过程中,需系统考虑外部环境因素,积极构建与供应商、客户等利益相关者的协同互动机制。有效积累关系资本,在提升合作质量与价值共创水平的同时,提升了企业战略韧性^[1]。企业通过履行社会责任,将绿色化、智能化及产品迭代等实践纳入创新战略,实质体现技术能力与社会承诺的结构性融合。企业在社会责任维度上的投入可通过提升技术创新效能,转化为经济效益,形成良性循环。

在企业社会责任(CSR)与财务绩效关系的研究领域,理论界已形成多角度探讨。李茜等提出持续履行社会责任有助于提升企业财务水平^[2];同时,企业能力越强,越能够协同提升社会绩效与财务绩效^[3]。基于战略投资视角,贾娟娟与李健也认为持续性战略短期投资对财务绩效具有正向影响,但随着投资期限的延长,其边际效益呈递减趋势^[4]。另有学者聚焦于特定行业展开分析。赵宇华与姚蕴琪针对文化企业的研究表明,社会责任履行可能对财务绩效产生负向影响,该领域内创新的经济效应尚未充分释放^[5]。然而,亦有研究主张企业社会责任对财务绩效的影响并非单一线性关系。汪茜和陈会

茹提出,CSR 通过促进企业与利益相关者之间的资源交换产生影响,不同强度的社会责任投入带来差异化财务回报,二者呈现倒 U 型关系^[6]。尽管现有文献丰富了该领域的实证发现,学界仍未就“CSR 是否必然促进财务绩效”达成一致结论,对其内在机制的理解仍处于发展阶段。汪茜和陈会茹认为,社会责任行为有助于改善企业融资环境与融资能力,从而提升财务绩效^[7];张劲松与李沐瑶则提出,内部控制通过缓解代理冲突、增强信息透明度优化财务表现^[8];齐秀辉等发现,社会责任实践可增强企业的社会声誉与社会资本,进而激励高质量创新,推动财务增长^[9]。当前竞争环境中,技术创新被视为企业构建持续竞争优势的核心,而社会责任日益成为企业可持续发展战略的重要组成部分。两者在资源需求与管理导向上可能存在张力,如何协同资源配置、实现社会责任与技术创新的“双赢”,已成为企业战略管理中的关键议题。

基于此,本文以技术创新为中介变量,剖析企业社会责任影响财务绩效的内在机制,为相关研究提供新的分析视角。本文可能存在的创新之处:首先,现有文献多聚焦于企业社会责任、技术创新与财务绩效两项变量之间的二元关系,本文构建三者整合的中介效应模型,厘清三者内在联系,拓展企业社会责任经济后果的研究范畴。其次,本文从技术创新这一理论视角出发,为企业社会责任如何推动财务绩效提供了新的机理解释,拓宽二者关系研究的理论视阈。

一、理论分析和研究假设

(一)企业社会责任与财务绩效

根据利益相关者理论,企业可持续发展与利益相关者密切相关,其决策需兼顾多方诉求,并接受利益相关者的监督与约束。当企业积极回应并保障利益相关者权益时,通常可获得积极反馈,进而促进财务绩效的提升。具体而言,企业对

作者简介:闫姣琳(2001—),女,山西省长治市人,硕士研究生,主要研究方向为公司治理。

员工履行社会责任有助于增强员工职业安全感^[9],提高其工作效率;对消费者承担责任可提升顾客忠诚度与市场占有率,改善销售业绩;对债权人履责有助于优化融资环境,保障企业运营稳定;对政府履责,依法纳税、促进就业等,有利于塑造良好企业形象、降低政策风险。此外,企业在环保方面推进绿色转型,可为其长期发展奠定基础。由此可见,社会责任实践实质上构成一项战略性长期投资,可持续推动财务绩效提升。

H₁: 承担社会责任对企业财务绩效具有显著正向影响。

(二) 技术创新与财务绩效

技术创新作为企业获取竞争优势的核心要素,是驱动其绩效长期提升的关键机制。通过敏锐洞察消费者需求与市场趋势,企业可依托技术研发与产品迭代,更精准地响应市场变化,推出符合用户期待的新产品,从而引领产业进步,增强消费者认同并扩大市场份额,最终提升财务绩效^[10]。同时,企业的技术创新成果,如具有独创性与先进性的专利技术,往往难以被竞争者模仿,从而为企业开辟新的市场空间,抢占发展先机,更易获取该领域的稀缺优质资源。基于创新形成的竞争优势,使企业能灵活应对市场波动,有效降低外部环境不确定性带来的经营风险,增强组织韧性,为企业稳健运营与财务绩效增长提供坚实保障。

H₂: 技术创新对企业财务绩效具有显著正向影响。

(三) 企业社会责任、技术创新与财务绩效

企业可持续发展依赖与利益相关者之间的协同与合作。依据社会交换理论,与关键利益相关者建立高质量关系,能够为企业带来稀缺资源与信息优势,进而对财务绩效产生积极影响。然而,并非所有外部资源均可有效转化为企业内部的战略性资产。某些社会责任行为虽可短期内提升企业声誉,却因其难以嵌入组织核心能力体系(如专有技术或动态创新能力),反而可能导致资源冗余或投入回报失衡,最终对财务绩效产生负面效应。从资源内化视角来看,企业社会责任的价值实现取决于其能否被整合并转化为难以模仿的内部优势。若企业通过社会责任实践吸纳外部知识、激发技术创新或形成制度资本(如政府长期支持),则可构建起结构性的竞争壁垒,进而实现社会责任向财务绩效的有效传导。具体而言,企业履行社会责任有助于构建完善的员工管理制度,从而吸引和激励创新型人才,满足组织对人力资源的战略需求;同时增强对优质投资方的吸引力,为技术创新提供稳定的资金支持^[11],保障创新投入的可持续性与成果转化,进而构筑竞争优势并提升财务绩效。面对消费市场的动态变化,企业通过加大研发力度、推动产品迭代与技术升级,能够更

敏捷地响应需求,扩大市场份额,增加营业收入,最终改善财务绩效表现。此外,在企业环保履责过程中,技术创新在实现节能减排、推动绿色化与智能化发展方面发挥着关键作用^[12],凭借其先进性和独特性强化竞争优势,更易获得政府政策支持,进一步促进其绩效提升。企业通过社会责任实践所积累的内外资源,为技术创新提供了制度性与资源性保障,从而形成良性循环:社会责任推动技术创新,技术创新强化核心竞争力,最终推动财务绩效。

H₃: 技术创新在企业社会责任促进财务绩效过程中发挥中介作用。

二、研究设计

(一) 样本选择与数据来源

本文以 2015—2024 年 A 股上市公司为初始样本,并对研究数据进行如下处理:剔除 ST、*ST 上市公司;剔除金融类、保险类上市公司;剔除 2015—2024 年数据缺失的公司,以保障数据可信度与研究精确度。本文数据均来自于国泰安数据库,经过数据收集与筛选,本次研究共得到 5099 个观测样本。

(二) 变量定义与模型构建

1. 被解释变量:财务绩效(ROA)。本文选取资产回报率这一可表示资产获益状况的指标来衡量财务表现水平。

2. 解释变量:企业社会责任(CSR)。本次研究依据利益相关者理论,以每股社会贡献值表示企业对各利益相关方所承担的社会责任;每股社会贡献值=(净利润+所得税费用+营业税金及附加额+财务费用+应付职工薪酬+对外捐赠)/总股数。

3. 中介变量:技术创新(RD)。企业技术创新一般从创新投入、创新产出两种角度来衡量,此次研究选择创新投入,即研发投入作为量化指标。

4. 控制变量:为确保研究的准确性,本文从能够对企业社会责任、财务绩效、技术创新三方面产生影响的角度,进行控制变量的选取,包括资产负债率(LEV)、企业规模(SIZE)、所有权属性(NAT)、营业收入增长率(GROW)、上市年龄(AGE)。

为验证 H₁ 中企业社会责任与财务绩效的关系,建立模型(1)。

$$ROA_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR_{it} + \sum Controls_{it} + \sum Year_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

为验证 H₂ 中技术创新与财务绩效的关系,建立模型(2)。

$$ROA_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 RD_{it} + \sum Controls_{it} + \sum Year_t + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

为验证 H₃ 中技术创新在企业社会责任影响财务绩效过

程中发挥的中介作用,建立模型(3)和模型(4)。

$$RD_{it}=\alpha_0+\alpha_1CSR_{it}+\sum Controls_{it}+\sum Year_t+\varepsilon_{it}$$
 (3)

$$ROA_{it}=\alpha_0+\alpha_1CSR_{it}+\alpha_2RD_{it}+\sum Controls_{it}+\sum Year_t+\varepsilon_{it}$$
 (4)

上述模型中,ROA 为财务绩效,RD 为技术创新,CSR 为企业社会责任,Controls 为相应控制变量, α_0 为常数项, $\alpha_1\sim\alpha_3$ 为各变量系数, ε_{it} 为随机误差项,下标 i 、 t 分别代表公司与年份。

三、实证分析

(一)描述性统计

表 1 为变量描述性统计数据。财务绩效(ROA)均值为 0.061,标准差 0.079,反映出企业整体盈利水平中等且个体存在较大差异。技术创新(RD)均值为 18.842,标准差为 1.308,表明各企业普遍重视技术创新,但投入强度存在差异。企业社会责任(CSR)标准差 1.241,极端值区间较宽,反映企业履责表现分化较为突出。资产负债率(LEV)介于 0.045 至 0.809 之间,标准差 0.192,表明企业负债风险承担能力迥异。营业收入增长率(GROW)从-0.741 到 3.181,标准差 0.543,表明企业成长性差异显著。企业规模(SIZE)均值为 22.357,标准差 1.356,反映样本以大中型企业为主且存在规模异质性。所有权属性(NAT)以民营企业为主,国企占比约两成。企业上市年龄(AGE)均值为 11.150,极差范围合理,表明样本中各企业上市年龄分配较为合理。

表 1 变量描述性统计表

变量	样本量	均值	中位数	标准差	极小值	极大值
ROA	5099	0.061	0.053	0.079	-0.306	1.093
RD	5099	18.842	18.657	1.308	15.874	22.850
CSR	5099	0.931	0.555	1.241	-0.757	7.393
LEV	5099	0.354	0.340	0.192	0.045	0.809
GROW	5099	0.146	0.055	0.543	-0.741	3.181
SIZE	5099	22.357	22.085	1.356	20.150	26.617
NAT	5099	0.219	0.000	0.414	0.000	1.000
AGE	5099	11.150	6.000	8.675	2.000	32.000

(二)回归性分析

本文采用回归分析法检验假设模型。根据表 2 回归结果,列(1)CSR 与 ROA 回归系数为 0.037,在 1%的水平上显著正相关,表明企业承担社会责任推动财务绩效提升,H₁ 成立;列(2)RD 与 ROA 回归系数达 0.008,在 1%的水平上显著正相关,说明企业重视技术创新对财务绩效具有积极影响,H₂ 成立。根据表 3 回归结果,列(1)CSR 与 RD 的回归系数为 0.045,在 1%的水平上显著正相关,表明企业积极履责有利于技术创新发展;列(2)RD 与 ROA 的回归系数为 0.004,CSR 和 ROA 回归系数为 0.036,同时均在 1%的水平显著正相关,表明技术创新在企业社会责任与财务绩效之间发挥部分中

介作用,H₃ 成立。

表 2 基准回归结果

变量	(1)	(2)
	ROA	ROA
CSR	0.037*** (50.57)	
RD		0.008*** (6.08)
Constant	13.121*** (14.26)	13.412*** (11.81)
Controls	YES	YES
Year	YES	YES
N	5099	5099
R ²	0.395	0.097

注:*,**、*** 分别表示在 10%、5%、1%水平上显著。下表同。

表 3 中介效应回归结果

变量	(1)	(2)
	RD	ROA
CSR	0.045*** (4.60)	0.036*** (50.27)
RD		0.004*** (4.19)
Constant	-132.930*** (-10.61)	13.693*** (14.74)
Controls	YES	YES
Year	YES	YES
N	5099	5099
R ²	0.587	0.397

(三)稳健性检验

为确保研究结论的可靠性,本文采用替换被解释变量的方法进行检验,选取净资产收益率(ROE)替代原模型中的总资产收益率(ROA)作为财务绩效的代理变量。ROE 侧重于反映股东权益的回报水平,与 ROA 共同构成企业财务绩效评价体系中的核心指标。如表 4、表 5 所示,主要变量系数符号及显著性水平均与前文一致,H₁、H₂ 与 H₃ 得到验证,表明研究结论具有较高稳健性。

表 4 稳健性检验基准回归结果

变量	(1)	(2)
	ROE	ROE
CSR	0.029*** (41.12)	
RD		0.007*** (6.33)
Constant	8.683*** (9.63)	9.081*** (8.67)
Controls	YES	YES
Year	YES	YES
N	5099	5099
R ²	0.271	0.037

表 5 稳健性检验中介效应回归结果

变量	(1)	(2)
	RD	ROE
CSR	0.045*** (4.60)	0.029*** (40.82)
RD		0.005*** (4.64)
Constant	-132.930*** (-10.61)	9.305*** (10.23)
Controls	YES	YES
Year	YES	YES
N	5099	5099
R ²	0.587	0.274

四、研究结论与建议

本文基于企业社会责任-技术创新-财务绩效的理论框架,以 2015—2024 年 A 股上市公司为样本,对三者间的作用机制展开理论与实证分析。研究结果表明:企业社会责任对财务绩效具有显著正向影响,技术创新有利于企业财务绩效提高,且在企业社会责任与财务绩效之间承担部分中介作用。企业通过履行社会责任,吸引高素质人才、改善融资环境、实现资源共享,为高质量的技术创新提供资源保障,进而增强财务绩效。同时,在回应利益相关者诉求的过程中,企业所形成的新技术和服务能力进一步转化为竞争优势,推动企业绩效的持续增长。

基于本文研究结论,提出如下建议:①企业应将社会责任纳入战略核心,系统构建与利益相关方的长期信任与协作机制,建立健全社会责任管理制度体系,并设立全过程监督与评估,确保社会责任实践的有效落实。②技术创新应作为支撑企业可持续发展的关键路径,拓展多元创新渠道,引进外部知识资源。同时加强知识产权保护,形成企业的核心竞争优势。③推动社会责任与技术创新的战略协同。企业需科学配置资源,充分发挥社会责任对技术创新的引导作用和技术创新对社会责任赋能效应,实现经济绩效与社会价值的共同提升。

参考文献:

- [1]陈旭,哈今华.企业社会责任贡献,技术创新投入与企业价值创造关系研究[J].预测,2021,40(3):92-110.
- [2]李茜,徐佳铭,熊杰,等.企业社会责任一致性对财务绩效的影响研究[J].管理学报,2022,19(2):245-253.
- [3]李健,贾娟娟.差异性战略企业社会责任对财务绩效的影响——来自精准扶贫的启示[J].北京社会科学,2024(5):70-84.
- [4]贾娟娟,李健.投资视野下战略性企业社会责任与财

务绩效关系的实证研究[J].北京理工大学学报(社会科学版),2022,24(3):168-180.

[5]赵宇华,姚蕴琪.数字经济下文化企业社会责任与财务绩效关系研究——基于创新的视角[J].文化产业研究,2023(2):19-37.

[6]汪茜,陈会茹.企业社会责任、融资约束与财务绩效[J].西安财经大学学报,2024,37(3):79-91.

[7]张劲松,李沐瑶.企业社会责任、内部控制与财务绩效关系研究:基于技术创新视角[J].预测,2021,40(4):81-87.

[8]齐秀辉,孙政凌,权飞.国际化经营企业社会责任、研发投入与财务绩效[J].会计之友,2021(5):107-112.

[9]吴迪,赵奇锋,韩嘉怡.企业社会责任与技术创新——来自中国的证据[J].南开经济研究,2020(3):140-160.

[10]许杨杨.环保投资、技术创新与企业财务绩效——基于长江经济带上市公司的实证分析[J].中国注册会计师,2023(4):35-40.

[11]杨海兰,石相娇,王硕.异质性企业社会责任对绿色技术创新的影响[J].山东社会科学,2022(2):165-175.

[12]王正军,谢晓.企业社会责任履行、研发投入与财务绩效——基于内外部利益相关者视角[J].财会通讯,2020(7):51-55.

基于全生命周期理论的成人高校国有资产管理绩效评价指标体系的构建

胡静丽

山东开放大学

摘要:成人高校国有资产绩效评价指标体系的构建对提升成人高校资产管理效能、完善治理体系及推动高质量发展具有多重价值。采用政策文本分析法,系统梳理现行国家及山东省层面的资产管理制度文件,深入分析成人高校资产管理的特点,基于全生命周期理论框架,创新性地构建了具有成人高校特色的制度导向型的绩效评价指标体系。所构建的评价指标体系可以为成人高校完善资产管理机制、提升综合治理能力提供方法论支持,为教育主管部门强化政策规制、优化监管模式提供决策依据。

关键词:成人高校;资产管理;绩效评价;指标体系;全生命周期 **中图分类号:**G647.5 **文献标识码:**A

基金项目:本文是山东省教育会计学会 2024 年课题“成人高校资产管理绩效评价指标体系的构建”的研究成果,项目编号:sdjk2024-YB227。

党的二十大报告指出:“统筹职业教育、高等教育、继续教育协同创新,推进职普融通、产教融合、科教融汇,优化职业教育类型定位。”^[1]这是以习近平同志为核心的党中央全面部署“实施科教兴国战略,强化现代化建设人才支撑”的重要举措。成人高校作为高等教育体系的重要组成部分,在推动终身教育体系建设和社会经济发展方面的作用日趋突显。成人高校治理现代化是国家治理体系现代化的重要构成要素,也是实现学校内涵式发展的制度保障。作为成人高校办学资源的核心组成部分,国有资产在教育教学、科研创新和服务社会等方面发挥着基础性支撑作用。“全面实施绩效管理”是我党针对国有资产管理提出的明确要求。2021 年 4 月 1 日起首次施行的《行政事业性国有资产管理条例》第二十八条规定,“各部门及其所属单位应当按照国家规定建立国有资产管理绩效管理制度,建立健全绩效指标和标准,有序开展国有资产管理绩效管理工作。”^[2]实施资产绩效评估、激发管理效能、优化资源配置效率,已成为提升成人高校治理能力的重要突破口。本研究基于制度导向及资产全周期管理理论,构建符合成人高校实际的绩效评价模型,致力于为成人高校资产管理提供科学评估工具,从而推动资产治理效能的整体提升。

一、高校资产管理绩效评价的制度及文献述评

(一)制度述评

1.国家层面。近年来,我国国有资产管理政策体系不断完善。2019 年,财政部部务会议审议通过《财政部关于修改〈事业单位国有资产管理暂行办法〉的决定》(财政部令 第 100 号),要求研究建立事业单位国有资产安全性、完整性和使用有效性的评价方法、评价标准和评价机制,对事业单位国有资产实行绩效管理;2020 年,财政部发布《关于加强行政事

业单位固定资产管理的通知》(财资〔2020〕97 号),要求建立全过程绩效管理机制,设置具体绩效指标,实施固定资产管理跟踪问效;2021 年《行政事业性国有资产管理条例》(国务院令 第 738 号)正式施行,要求建立国有资产管理绩效管理制度,建立健全绩效指标和标准,有序开展国有资产管理绩效管理工作;2023 年《十四届全国人大常委会关于国有资产管理情况监督工作的五年规划(2023—2027)》出台,明确提出要构建覆盖各类国有资产的绩效评价体系,体现不同类别国有资产的性质功能特点,设置系列指标有效反映管理绩效情况。

2.省级层面。山东省在国有资产管理政策体系建设方面开展了一系列富有成效的探索。2019 年中共山东省委、山东省人民政府发布《关于全面推进预算绩效管理的实施意见》(鲁发〔2019〕2 号),要求将国有资产管理全面纳入预算绩效评价体系,重点评估资产配置的科学性、使用效益和管理效能;2019 年山东省财政厅印发《山东省省级行政事业性国有资产管理绩效评价暂行办法》(鲁财资〔2019〕49 号),要求建立覆盖配置、使用、处置全流程的绩效评价体系,评价结果作为预算安排、资产配置的重要依据,并纳入部门绩效考核;2021 年山东省教育厅、财政厅印发《山东省省属高等学校国有资产管理暂行办法》(鲁教财字〔2021〕16 号),强调建立绩效评价制度,强化绩效导向管理;2022 年山东省教育厅、财政厅印发《山东省省属高等学校国有资产管理绩效评价暂行办法》(鲁财资〔2022〕24 号),要求分类设定资产配置、使用、处置等量化指标,强化绩效结果与资源配置、考核问责挂钩,推动资产高效利用与管理责任落实。

国家及山东省近年来密集出台的资产管理政策法规,充分体现了构建科学绩效管理机制的战略导向。这些政策在推

作者简介:胡静丽(1979—),女,山东省济宁市人,高级会计师,硕士研究生,主要研究方向为会计、审计。

动高校资产管理规范化方面发挥了重要作用,但现行绩效评价体系仍存在若干亟待完善的理论与实践问题。首先,指标体系存在结构性失衡,过度聚焦资产存量规模而忽视使用效益与流转效率等关键维度,难以有效体现“盘活资产”的政策初衷。其次,评价标准缺乏类型学考量,未能针对理工类、人文社科类及继续教育类高校的资产结构差异设计分类评价框架,导致评价结果的效度存疑。更为关键的是,现有指标体系对数字化转型背景下涌现的数字资产、知识产权等新型资产形态缺乏有效评估维度,难以适应高等教育高质量发展背景下资产多元化的管理需求。这些局限性在一定程度上制约了绩效评价政策工具的有效性。未来研究需进一步探索指标体系的科学设计、评价结果的动态反馈机制,推动成人高校资产管理绩效评价的理论创新与实践深化。

(二)文献述评

现有研究在高校资产管理绩效评价领域形成了较为系统的理论框架和方法体系,主要体现在以下三个方面。

1.评价的多维理论支撑:框架、依据与保障兼备。以全生命周期理论为框架、政策导向为依据、内部控制理论为保障,三者的有序结合,为高校资产管理绩效评价提供了多维度的理论支撑。全生命周期理论为高校资产管理绩效评价提供了系统性的理论框架。侯艳艳和赵明,以及王欢欢指出,应基于资产从配置、使用到处置的全过程构建评价体系,全面评估高校资产管理效率;政策导向理论强调以国家与地方政策为依据构建评价框架,以提高高校资产管理的合规性和支撑战略目标的实现^[3-4]。侯艳艳和赵明通过政策文本分析建立了对应的资产评价指标体系^[5]。陈林提出,应从管理效益、效率和效果三个维度出发,结合政策要求构建高校资产评价指标体系^[6]。祁焕露提出,应结合“双一流”战略目标,通过分层级设定考核指标,引导高校优化资源配置;内部控制理论侧重通过制度、流程与监督为提升高校资产管理水平提供保障^[9]。廖韡玮基于 COSO 框架分析高校资产风险,强调风险评估与制度建设^[7]。吴倩通过层次分析法和模糊综合评价法,建立内部控制有效性量化评价模型,为资产管理绩效量化评价提供方法论支持^[8]。姜元娟运用案例研究,分析高校固定资产内部控制现状,提出应完善内控环境与监督机制^[9]。

2.评价的核心思路:定量与定性结合。学者们普遍主张采用多元化的评价方法。侯艳艳和赵明通过对近五年国家和北京市资产政策文本的分析,构建了政策导向下的资产全生命周期管理绩效评价指标体系,该框架定性定量相结合,能够有效识别高校资产管理中的问题,并为优化资产配置提供科学依据^[5]。王欢欢提出通过隶属度理论处理问卷调查获得的定性数据,同时采用线性比例变换法对定量指标进行无量纲化处理^[4]。陈林则创新性地模糊无量纲化方法应用于定量指标,结合专家评分等定性评价方式,构建了综合型评价模型^[6]。于元进一步整合平衡计分卡和层次分析法,实现了

两类指标的有机融合。这种复合型评价体系有效弥补了单一评价方法的局限性^[10]。

3.评价维度的深化:过程与结果指标的融合。研究显示,将管理过程与最终成效相结合能更全面地评估资产管理绩效。王欢欢设计的指标体系既包含信息化建设水平等过程指标,也涵盖教学科研仪器设备体量等结果指标^[4]。陈林从效益、效率和效果三个维度构建评价框架,采用改进版概率权法实现过程与结果的协同评价^[6]。徐磐等通过预算执行进度与执行结果的联动分析,为过程管理优化提供了实证依据^[11]。

当前研究仍存在局限:一是评价指标的科学性与全面性不足,存在重结果、轻过程的倾向;二是绩效评价结果的应用机制不健全,与资源配置、预算编制的衔接不够紧密;三是监督体系的独立性和执行力有待提升。未来研究应着力完善指标设计、建立动态反馈机制、优化监督体系,以推动理论创新和实践深化。

二、指标体系构建

(一)成人高校资产管理及绩效评价指标的特点

1.成人高校资产管理的特点。成人高校资产管理区别于普通高校的特殊性主要体现在资产构成、管理模式和运行机制三个维度上。第一,在资产构成方面,成人高校呈现出显著的实用性特征,其教学设备以职业培训设备和继续教育设施为主,高端科研设备占比较低;校舍资源具有多元化特点,除自有资产外,普遍存在租赁、共建等混合产权形态;信息化资产投入持续增加,远程教育平台、在线教学系统等数字化资产比重较高。第二,在管理模式方面,成人高校普遍面临多校区分散管理、使用主体多元化和资产流动频繁等管理难题。具体表现为校区分布呈现空间分散性,资产使用同时面向学历教育、职业培训和社会服务等多类群体,短期培训项目导致设备调配和场地周转需求突出。第三,运行机制方面,成人高校表现出明显的市场化特征,部分资产通过有偿使用实现保值增值,非经营性资产和经营性资产共存^[7];使用时段集中于晚间、周末等非工作时间;与行业企业的资产共建共享需求突出。

2.成人高校资产管理绩效评价指标的特点。基于成人高校资产管理的上述特征,成人高校资产管理绩效评价指标体系应当采取多维度复合型设计。第一,实行经济效益与社会效益并重的双效评价机制,既设置资产利用率、设备完好率等经济效益指标,又纳入社会培训人次、继续教育满意度等社会效益指标;第二,构建“过程-结果”链式指标体系,将管理过程指标与最终成效指标有机结合;第三,突出数字化转型导向,增设信息化系统覆盖率、数字资产使用效能等创新性评价维度。在指标体系构建方法上,可以采用“基础指标+特色指标”的模块化设计,以准确反映成人高校资产管理的特殊性,更能有效提升资产对学校特色发展的支撑能力,为终身学习体系建设和数字化转型提供坚实的物质保障。

(二)制度分析

本文以财政部官网、山东省财政厅官网等权威制度发布平台为数据源,系统采集现行资产管理制度文本共计 20 份,其中国家层面制度文件 13 项(含国务院、财政部、教育部颁布),省级层面制度文件 7 项(含山东省财政厅、教育厅制定)。采用微词云软件对制度文本进行语义分词处理,经语义网络分析剔除资产、管理、单位等与绩效评价关联性较弱的通用词汇后,选取频次排名前 20 的高频词,形成表 1 所示关键词频次统计表。基于社会网络分析方法测算词语共现频次,构建如图 1 所示关键词共现网络关系图。图 1 中节点尺寸表征关键词的中心性强弱,节点规模与共现频次呈正相关;连接线粗细反映关键词间的关联强度,线条宽度与共现次数正相关。数据分析表明,资产使用、制度建设、预算管理及配置管理构成国家级与省级制度文本的核心主题域,其中预算与配置、规定与处置、审批与处置、监督与报告节点间存在显著强关联,揭示两两管理职能在制度体系中的深度耦合关系。

表 1 国有资产管理体制文本词频统计表

国家级+山东省级		国家级		山东省级	
关键词	次数	关键词	次数	关键词	次数
使用	309	规定	233	预算	164
规定	281	报告	208	配置	144
预算	236	处置	168	使用	93
配置	225	监督	115	共享	53
报告	222	办法	83	规定	48
处置	204	配置	81	办法	33
监督	140	预算	72	制度	29
办法	116	出租	60	监督	25
共享	106	收入	56	信息	25
投资	98	审批	56	调剂	24
盘活	88	共享	53	机制	24
出租	82	盘活	51	闲置	23
制度	78	信息	51	审批	22
审批	78	制度	49	出租	22
信息	76	出借	48	租用	21
收入	72	转让	43	职责	19
机制	66	责任	42	采购	17
调剂	61	机制	42	收入	16
出借	57	基础	39	报告	14
责任	54	安全	37	清查	13

研究进一步基于资产全生命周期理论框架,将筛选后的高频词按制度基础、资产配置、资产使用、资产处置四个维度进行分类编码,绘制图 2、图 3 所示国家级与省级制度关键词分布雷达图。对比分析发现,国家层面制度更侧重基础管理,凸显对资产管理基础框架的制度性关注;省级层面制度则显著聚焦资产配置和使用,体现对资产全流程动态管理的关注。

(三) 指标体系的构建

基于资产全生命周期理论框架,运用层次分析法,结合资产管理结果导向,通过制度文本挖掘与关键词提取,充分

考虑成人高校资产管理的特点,构建了双层次多维度资产管理绩效评价指标体系。研究采用内容分析法对国家级和山东省级制度文件进行系统梳理,运用词频统计与共现网络分析技术提取关键指标要素,最终形成包含5个一级指标和20个二级指标的完整评价指标体系。

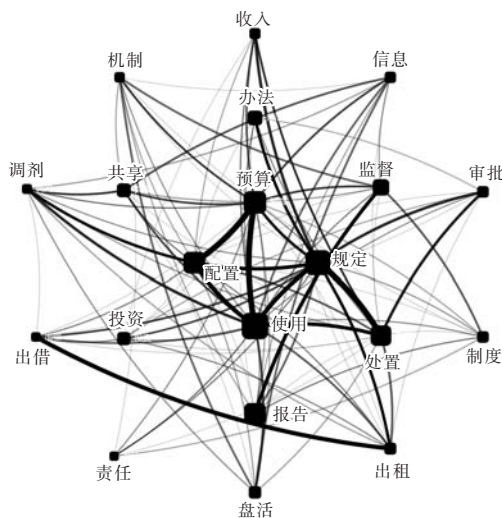


图 1 国有资产管理体制文本关键词共现网络关系

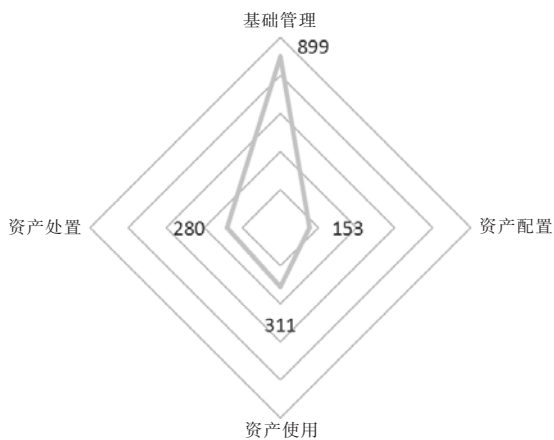


图2 国家级制度关键词分布雷达图

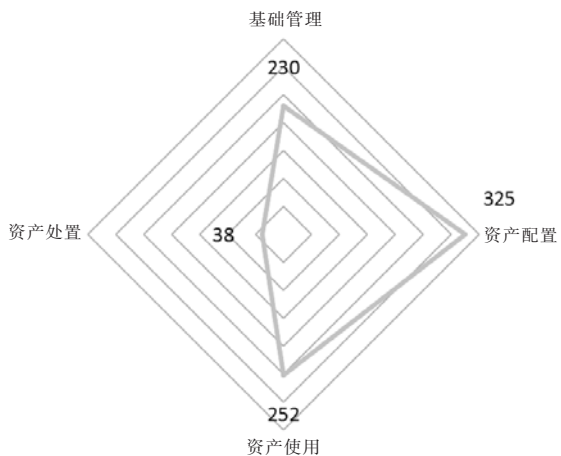


图3 山东省级制度关键词分布雷达图

该指标体系的一级维度包括基础管理、资产配置、资产使用、资产处置和管理效益。其中资产配置、使用及处置三项指标完整覆盖了资产管理的全生命周期过程,基础管理指标凸显政策文本中强化管理根基的价值导向,而管理效益指标则着重反映资产管理的综合产出效益,能够系统反映资产要素对成人高校教育事业发展的支撑效能。在指标构建过程中,研究充分考虑了制度导向与实际管理需求的结合,通过语义网络分析将政策高频词科学归类为二级指标。

二级指标筛选呈现多维复合特征。在指标性质层面,兼顾制度建设等定性评价维度与资源配置效率等定量测度指标;在政策层级方面,既包含监督管理等普适性国家政策要素,又纳入资产平台共享机制等山东省特色政策关注点,同时融入大型仪器设备利用率等成人高等教育资产特性的专属指标;在管理范畴上,实现价值管理(收入实现)与实物管理(实物清查)的双重覆盖;在效益维度方面,构建包含经济收益、社会效益及内涵发展成效的三维评价模型,其中社会培训人次、继续教育满意度表征社会效益,数字资产使用效能、信息化系统覆盖率及远程教育资产的比重则专项衡量成人高校特色化发展水平。

表 2 成人高校国有资产绩效评价指标体系表

一级指标	二级指标	指标解释
基础管理(A)	机构设置(A ₁)	管理机构设置及专业人员配备的合理性
	内部控制(A ₂)	岗位职责分工及控制机制的健全性
	制度建设(A ₃)	资产管理制度体系的完整性与执行有效性
	数字管理(A ₄)	信息化系统覆盖率及数据应用能力
	报告质量(A ₅)	年度资产报告的规范性与分析深度
	监督机制(A ₆)	问题整改及预防措施的完善程度
资产配置(B)	配置方式(B ₁)	调剂、购置、建设、租用等配置方式的科学性
	配置标准(B ₂)	配置标准的合规性
	资产结构(B ₃)	远程教育资产的比重
	协同效能(B ₄)	资产与预算、采购等管理环节的衔接效果
资产使用(C)	资产清查(C ₁)	资产清查的全面性与频次、设备完好率
	共享程度(C ₂)	资产共享平台的利用效率、校际资源共享率、资产调配响应速度
	资产利用率(C ₃)	资产闲置率、大型设备实际运行时间的充分性、分时段使用效率
资产处置(D)	出租出借(C ₄)	资产出租出借行为的合规性及收入核算
	程序合规(D ₁)	资产处置程序的规范性
	处置进度(D ₂)	待处置资产的清理效率
管理效益(E)	收入(D ₃)	收入回收的及时足额性
	资产收益(E ₁)	培训收入等经营收入资产投入比
	社会效益(E ₂)	社会培训人次、继续教育满意度
	创新实践(E ₃)	数字资产使用效能

三、研究结论

国有资产绩效评价指标体系的科学构建是提升成人高等教育机构资产管理效能的关键环节。本文基于全生命周期管理理论,运用制度文本分析方法,创新性地构建了适用于成人高校特点的资产管理绩效评价指标体系。指标体系能够系统涵盖资产配置合理性、使用效率性以及处置规范性等核

心管理环节,并有效识别管理实践中的关键问题域。本文的理论贡献在于为成人高校资产管理提供了科学的评价工具,其实践价值体现在既可为院校层面的资产管理优化提供决策依据,又能为教育行政部门的监管政策制定提供参考框架。需要特别指出的是,鉴于成人高校资产管理的特殊性和动态性特征,本指标体系在权重分配机制和评价标准细化等方面仍需进一步深入研究,这将是未来研究的重要方向。研究不仅拓展了高等教育资产管理的研究视域,也为推进成人高校治理体系现代化提供了新的理论支撑和实践路径。

参考文献:

[1]高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[N].人民日报,2022-10-17(02).

[2]行政事业性国有资产管理条例[N].人民日报,2021-03-24(15).

[3]侯艳艳,赵明.高校国有资产管理绩效评价研究——基于政策导向下全生命周期视角[J].实验技术与管理,2024,41(7):235-240.

[4]王欢欢.高校固定资产管理绩效评价研究[D].重庆:重庆理工大学,2024.

[5]陈林.公立高校资产管理绩效评价研究[D].青岛:青岛大学,2021.

[6]祁焕露.高校预算绩效考核指标体系研究[D].北京:中国财政科学研究院,2020.

[7]廖韡玮.部属高校资产管理内部控制研究[D].上海:东华大学,2021.

[8]吴倩.S 高校资产管理内部控制研究[D].成都:电子科技大学,2023.

[9]姜元娟.高校固定资产内部控制优化研究[D].武汉:中南财经政法大学,2022.

[10]于元.高校财政资金绩效评价研究[D].沈阳:沈阳大学,2024.

[11]徐磐,樊雅文,陶丽萍.A 学院二级管理体系下预算绩效评价结果的应用[J].财务与会计,2023(24):74.

降本增效视角下房地产企业营销预算 与费用管控联动体系的构建

——以河北省房地产企业为例

路雨凡

武汉大家置业有限公司

摘要:以河北房地产企业为研究对象,探讨在降本增效视角下营销预算与费用管控的联动策略。首先对相关概念进行梳理,揭示河北房企在营销预算编制、费用管控及数字化应用方面的现状与痛点,指出营销预算与费用管控联动的必要性及可行性。在此基础上,从协同要素、联动策略、实施路径三个方面构建了房地产企业营销预算与费用管控的联动体系。

关键词:降本增效;房地产企业;营销预算;费用管控

中图分类号:F299.233.42

文献标识码:A

引言

近年来,受房地产行业市场供需关系调整、政策调控趋严、融资环境收紧等因素共同作用,行业从高速增长阶段转向高质量发展阶段。房地产企业普遍面临销售增速放缓、利润空间压缩、资金链承压等挑战,传统的粗放式营销模式已难以适应当前市场环境。河北省作为京津冀协同发展的重要区域,房地产市场既受全国性政策影响,又具有本土化特征,如三、四线城市库存压力较大、环京区域市场波动显著等。因此,如何在保证营销效果的同时优化成本结构、提升费用使用效率,成为河北房地产企业急需解决的问题。

降本增效是企业应对短期市场压力的必要手段,也是提升长期竞争力的关键路径。而营销预算的科学编制与费用的精细化管控则是实现这一目标的核心环节。现有关于房地产营销成本管理的研究多聚焦于一线城市或全国性房企,针对河北区域市场的系统性分析较为匮乏。河北房地产企业在规模、资源、管理能力等方面与全国头部房企存在差距,急需符合区域特点的可操作性方案。本文旨在通过梳理国内外相关理论及实践案例,结合对河北典型房企的调研数据,探讨降本增效视角下营销预算与费用管控的协同机制。通过分析河北本土企业的营销成本结构及管控痛点,提出预算与费用联动的优化策略,为企业在有限资源条件下实现营销效率最大化提供参考,同时为行业制定区域性成本管控标准提供借鉴。

一、房地产企业营销预算与费用管控相关概念

(一)营销预算的概念与构成

营销预算是指企业为实现特定销售目标而对营销活动所需资源进行的系统性财务规划,其核心在于合理分配资金以最大化营销效能。房地产企业的营销预算通常涵盖广告宣传费用(如媒体投放、线上推广、户外广告等)、销售团队费用(包括薪资、销售提成及培训支出等)、营销活动费用(如开盘活动、品鉴会、促销优惠等)以及渠道拓展费用(如分销佣金、

中介合作成本等)。由于房地产项目具有周期长、地域性强、资金密集等特点,房地产项目的营销预算需兼顾短期目标与长期品牌建设,并根据市场动态灵活调整,以确保资源投入的精准性和高效性。

(二)营销费用管控的内涵与重要性

费用管控是指通过规范化、精细化的管理手段,对营销全流程支出进行监督、分析和优化,费用管控的目标是在保障营销效果的前提下降低成本冗余、提升资金使用效率。对房地产企业而言,营销费用管控直接影响项目利润率,关乎企业现金流安全^[1]。尤其在当前行业利润普遍承压的背景下,严格的费用管控能有效避免资源浪费。可通过优化渠道佣金结构降低分销依赖或利用数字化工具减少无效广告投放。此外,科学的费用管控体系还能为企业提供数据支撑,辅助管理层在营销策略制定中精准决策。

(三)降本增效理念在房地产营销领域的体现

降本增效强调通过成本优化与效率提升,双管齐下实现企业价值最大化。在房地产营销领域,降本并非简单削减预算,而是通过结构性调整(如降低高成本低转化的传统广告占比)和技术赋能(如利用大数据精准投放广告)实现成本合理化;增效则侧重于提升单位营销投入的产出,例如通过客户画像分析提高线索转化率,或借助私域流量运营降低获客成本。降本增效理念对房地产企业营销具有双重影响:一方面倒逼企业放弃粗放式投入,转向精益化管理;另一方面推动营销模式创新,可以结合河北本土市场特点,探索社群营销、跨界合作等一系列低成本高黏性的新型营销方式。

二、河北房地产企业营销预算与费用管控现状分析

(一)河北房地产企业的营销模式与特点

当前,河北房地产企业主要采用传统广告营销、线上数字营销、渠道分销和活动促销相结合的多元化营销模式。传

作者简介:路雨凡(1991—),男,湖北省武汉市人,中级会计师,硕士研究生,主要研究方向为财务管理、预算管理。

统广告营销包括户外大牌、报纸杂志、电视广播等传统媒体投放,这类方式在河北三、四线城市尤其受到中老年客群的认可;线上营销近年来快速发展,头部房企已普遍建立自媒体矩阵,通过短视频平台、信息流广告等方式直达年轻人客户群体;渠道分销模式在河北市场十分常见,特别是在石家庄、廊坊等城市的分销渠道贡献了30%~50%的成交量;活动促销则以项目开盘、节日营销为主,通过线下活动营造销售氛围。多元化营销模式能够覆盖不同年龄段和区域的客群,但也存在明显的不足,比如各类营销方式之间缺乏有效协同,资源分配不够优化,对新兴营销模式的探索相对滞后,数字化营销水平与一线城市相比存在一定差距等。

(二)营销预算编制与执行情况

河北房地产企业在预算编制方法上呈现多样化特点。本土中小房企大多数采用经验预算法,依据历史数据和行业经验进行估算,这种方法简单易行但缺乏科学性。部分规模房企开始尝试滚动预算法,根据市场变化动态调整预算,提高了预算的灵活性。零基预算在河北市场的应用比较少,只有个别头部房企在重点项目中进行试点。在实际执行过程中,预算管理暴露出诸多问题,其一是市场波动导致预算调整频繁,特别是在环京区域,政策变化常常迫使企业临时调整营销策略和预算;其二是预算执行偏差较大,平均偏差率高达15%~20%,部分项目甚至出现前松后紧的预算执行现象,严重影响营销效果的持续性。

(三)营销费用管控现状

河北房地产企业的费用管控制度建设参差不齐。大型房企已建立相对完善的费用审批流程,包含预算申报、执行监控、效果评估等环节,但存在流程烦琐、审批周期长等问题。中小房企的费用管控较为粗放,缺乏系统的管理制度。在实际操作中,费用管控面临多重挑战,费用超支现象严重,平均超支率达到12%,其中渠道佣金和活动费用是超支重灾区;费用分配存在结构性失衡,传统广告投放占比过高而数字化营销投入不足;管控手段单一,过度依赖人工审核,缺乏智能化的管控工具。这些问题导致营销费用使用效率低下,严重制约了企业的盈利能力。随着市场竞争加剧,部分领先企业已开始探索数字化管控手段,通过搭建营销费用管理系统来提高管控效率,但整体普及率仍有待提升。

(四)典型案例分析

以河北秦皇岛“中铁·秦皇半岛”项目为例,该项目由中铁置业开发,曾面临销售疲软、成本高等问题。2015年前,项目年销售额不足3亿元,营销费用居高不下,渠道分销依赖严重,代理公司与自销团队并行导致内耗严重,费用超支现象频发。为扭转局面,企业实施了一系列优化措施。首先,改革营销体制,取消自销团队,由代理公司全权负责,并制定严格的奖罚细则以确保责权利统一;其次,优化推广策略,从“广种薄收”转向“定向出击”,减少无效广告投放并推行行销模式,主动拓展客户资源;最后,引入“计件制”佣金机制,按实

际成交额支付推广费用,避免固定成本浪费。

然而该企业在费用管控中仍存在若干问题。一是预算编制仍以历史数据为主,没有充分结合市场动态调整,导致部分推广费用与实际效果不匹配;二是数字化营销应用不足,线上获客占比偏低,依赖传统渠道导致获客成本较高;三是费用审批流程较长,影响营销策略的灵活调整。上述问题的主要原因在于企业长期依赖传统营销模式,对数据化分析工具的应用滞后,而且内部预算与执行缺乏动态联动机制。该案例表明,房地产企业在降本增效过程中,需强化预算的动态管理,并加快数字化转型,以实现营销费用的精准投放与高效管控。

三、降本增效视角下营销预算与费用管控联动的必要性与可行性

(一)联动的必要性

当前,河北房地产市场正面临前所未有的挑战。一方面,受全国性调控政策影响,市场成交量持续低迷;另一方面,本土房企普遍面临资金链紧张问题,使得成本控制与营销效率提升成为企业生存发展的关键。传统的单一预算控制模式往往导致营销投入与市场实际需求脱节,而单纯费用管控又容易陷入“为控而控”的困境,难以实现资源的最优配置。通过建立预算与费用的联动机制,企业可以实现从预算编制到执行监控的全流程闭环管理,既能确保营销投入的精准性,又能有效控制成本风险。例如,卓瑞地产通过数字化手段构建“目标货值定规划→动态货值控执行→付款结算→数据分析”的动态管控体系,使媒体渠道费效分析精度提升至分钟级响应,有效平衡了成本与效益。协同联动不仅是应对短期市场挑战的手段,更是实现企业长期高质量发展的关键路径。

(二)联动的可行性

首先,数字化转型深入推进,河北房地产企业已初步具备实施联动管理的技术基础。ERP系统、BI分析工具等信息化手段的普及应用,为预算与费用的实时监控和动态调整提供了可能。其次,从实践案例来看,万科、龙湖等头部房企的“数字化营销中台”模式以及河北本土企业隆基泰和的“业财一体化”实践,都为联动管理提供了可借鉴的成功经验。最后,河北房企内部普遍存在的数据孤岛问题正在逐步改善,营销、财务、运营等部门间的协作显著增强。通过建立跨部门协作机制,企业可以更好地整合内外部资源,充分发挥联动管理的协同效应。上述有利条件为河北房地产企业实施营销预算与费用管控联动策略奠定了坚实基础。

四、降本增效视角下河北房地产企业营销预算与费用管控联动体系的构建

(一)协同要素分析

1.营销预算的科学编制。

(1)数据驱动的预算编制。在降本增效背景下,河北房地产企业要实现营销预算的科学编制,必须依托数据驱动的方

法论与动态调整机制。数据驱动的预算编制首先需要系统性整合历史营销数据与市场预测模型,通过客户画像技术对目标客群进行精准分层,从而避免传统经验主义导致的资源错配。以猪八戒网的客户行为分析为例,其通过大数据挖掘和识别高价值客户,使营销投入产出比显著提升。同时,预算设计需引入弹性原则,将总预算拆分为固定成本与可变成本。固定成本涵盖品牌建设等长期投入,而可变成本则与销售业绩动态挂钩。例如,龙湖集团采用销售额 2% 的浮动比例作为营销预算基准线,既保障基础曝光需求,又能根据市场热度灵活收缩或扩张资源。

(2) 预算分配优化。预算分配的优化则需要从渠道效率和区域战略两个维度切入。在渠道层面,企业应基于费效比审计结果重构资源投向,逐步削减高佣金、低转化的分销渠道,加大对私域流量池的培育力度。中铁置业的实践表明,通过搭建自有线上平台与会员体系,其自获客占比从 12% 提升至 21%,单客获客成本下降 34%;区域层面则需响应河北省京津冀协同发展的政策,实施差异化预算分配。天润公司“1+5+3”布局策略具有参考价值,该公司将 70% 预算聚焦石家庄、雄安新区等核心城市,剩余 30% 弹性配置给唐山、保定等潜力城市,既确保核心市场占有率,又动态捕捉三、四线城市的政策红利。使用这种结构化预算框架,可以通过数据穿透实现资源的最优空间配置。

2. 数字化费用管控体系构建。

(1) 技术赋能。在降本增效的总体目标下,河北房地产企业需构建以数字化为核心的费用管控体系,通过智能技术赋能和业务流程再造,实现营销费用的精细化、动态化管理。技术赋能的核心模块体现在对智能工具的深度应用上。例如卓瑞地产通过部署案场 POS 系统实现自动化对账,将传统人工核销时间缩短 80%,同时减少了人为误差;明源云的 AI 风险预警系统则能够实时扫描异常费用支出,自动拦截超预算、不合规的报销单据,从源头降低资金浪费。系统集成是数字化落地的关键支撑,龙湖集团的 API 生态互联模式通过开放接口打通 OA 审批、财务核算及合同管理系统,使营销费用数据在各部门间实时同步,消除了信息孤岛,确保了管理层决策基于完整、准确的数据流。

(2) 流程再造。流程再造是数字化体系落地的另一关键环节,其中合同管理的标准化尤为关键。龙湖集团通过建立合作伙伴资源库,对供应商进行分级评估以确保招采流程透明高效;同时引入动态淘汰机制,持续优化合作方质量,最终实现了营销成本压缩至 12%。在费用动态调整方面,卓瑞地产施行周例会审核与熔断机制,设立变更控制小组,每周复盘费用执行情况,一旦某项支出连续两周超预警线即触发熔断机制暂停后续投放,待重新评估后再作调整。敏捷管理模式使企业在市场波动中保持费用可控,避免了刚性预算导致的资源错配。整体来看,数字化费用管控体系的构建不仅依赖技术升级,更需匹配组织流程的优化,最终形成“智能监

测—实时反馈—动态调整”的闭环管理机制。

(二) 联动策略设计

1. 优化营销预算编制与调整机制。河北房地产企业必须从根本上转变传统的预算编制思维,建立以市场为导向的动态预算管理体系。在具体实施中,企业应当构建包含宏观经济指标、区域市场供需、竞品营销动态、历史销售数据等多维度的数据分析模型,采用机器学习算法进行预算智能分配。同时要建立“三级响应”的预算调整机制,常规波动由项目总审批,重大变化需区域管理层决议,特殊情况下可启动集团应急调整程序。可以采用“双轨制”预算模式,将年度预算分解为刚性基础预算和弹性增量预算两部分,基础预算保障常规运营,增量预算则根据月度销售完成率按比例释放,这种模式可以使项目保持合理的费效比。

2. 强化营销费用管控手段。河北房地产企业应构建全过程、全要素、全参与的费用管控体系,在具体实践中要建立费用开支按项目阶段、产品类型、营销渠道、时间周期四个维度设定差异化管控指标。开发费用智能审核系统,通过预设审核规则,实现费用单据自动审批,缩短平均审批时间^[4]。在费用分析方面应从费用总额到单项目,再到具体活动、单个渠道逐层分解,找出费用异常点。此外,可以建立数字化营销驾驶舱,实时显示各渠道的费效比,当某项费用低于阈值时自动预警,可通过该系统及时叫停低效营销活动,节省费用。

3. 营销预算与费用管控的协同联动措施。在降本增效目标下,河北房地产企业要实现营销预算与费用管控的有效协同,必须建立多维度的联动机制,需要从指标体系构建、技术平台支撑和组织协同三个维度进行系统化设计,形成贯穿事前、事中、事后的全过程管理体系。

(1) 建立预算与费用管控的联动指标体系。企业应当突破传统预算管理中以金额控制为主的单一维度,构建包含财务指标、业务指标和风险指标的三维评估体系,使预算编制与费用管控在统一的价值评估框架下运行。财务维度要关注费效比、投入产出比、单客获客成本等核心指标;业务维度需纳入渠道转化率、客户留存率、线索转化周期等过程性指标;风险维度则要设置预算执行偏差率、超支预警线等监控指标。通过建立包含多级指标的评估体系,实现从预算编制到执行评估的全周期精细化管理,提升营销费用使用效率。

(2) 预算与费用管控的实时监控与动态调整。信息化平台的建设是实现预算与费用管控实时监控和动态调整的关键技术基础。为了更好地应对市场变化,企业应当搭建一个集成化的数字管理平台,将预算编制系统、费用审批系统和业务执行系统进行深度整合,并利用数据驾驶舱实现关键指标的实时可视化呈现,从而更直观地了解企业的运营状况。明源云的智能管控系统在这方面发挥了重要作用。该系统能够自动抓取各业务环节的数据,实时监控企业的运营状况。当实际费用偏离预算阈值时,系统会即时发出预警,帮助企业及时发现并解决问题。此外,明源云的智能管控系统还支

持在线调整预算分配方案,使企业能够根据市场变化灵活调整预算,从而有效解决了传统预算管理滞后性的问题。通过这种信息化平台的建设,企业不仅能够实现数据的实时监控和动态调整,还能够提高决策的效率和准确性。

(3)部门间形成联动合力。部门协同合作是确保联动机制顺利实施的关键组织保障。企业需努力消除营销、财务、成本等部门之间存在的数据壁垒,建立常态化的跨部门协作机制^[4]。为了顺利达到这一目的,企业可设立联合工作小组,制定标准化的数据共享流程,促进各部门在预算编制、费用审批、效果评估等关键环节的深度配合,从而提高整体工作效率。另外,要将协同效率纳入绩效考核体系,并采取一系列奖惩性激励措施。以卓瑞地产的“铁三角”管理模式为例,该公司通过将营销、财务、运营部门的负责人组成决策小组,并定期召开联席会议,共同审核预算执行情况,取得了显著的成效。这种管理模式使得企业营销费用的使用效率提升了25%。通过组织层面的协同创新,预算与费用管控得以形成合力,从而为企业带来了更高的运营效率和更好的经济效益。

4.基于降本增效目标的营销策略优化。在大数据精准营销方面,企业应当建立一个完善的客户标签体系,通过整合线上用户行为数据和线下客户到访数据,构建一个包含多个维度的客户画像。这样可以更准确地了解客户需求,从而实现广告点击率的显著提升;在渠道整合方面,企业需要建立渠道价值评估模型,根据各渠道的获客成本、转化率、客户质量等关键指标,动态调整渠道组合。通过优化渠道结构,降低分销渠道的占比,从而节省年佣金支出;在营销创意方面,企业应当注重采用低成本且具有高传播效果的营销方式,以低成本带来高成交量。通过优化营销策略,在控制成本的同时,进一步提升营销效果。

(三)实施路径建议

在实施路径方面,房地产企业可按短期(半年内)、中期(1~2年)、长期(3~5年)分阶段规划设计营销策略。

1.短期策略。首先,房地产企业应启动营销费用历史数据清洗与成本结构诊断工作,重点对近三年营销费用支出进行全面梳理,识别低效投入环节。其次,根据诊断结果优化营销成本结构。建议优先砍减线下展场搭建、低效渠道分销等高成本低转化项目。如隆基泰和在邯郸项目实施的“轻展场重体验”策略,将展场搭建费用压缩60%的同时,通过VR看房提升客户体验。最后,企业还应建立费用动态监控机制,设置异常支出预警阈值,确保短期降本措施落地见效。

2.中期策略。在中期阶段,房地产企业需着力于数据库和营销团队建设工作。首先是搭建区域竞品数据库,从产品功能、市场表现、营销手段等各个维度持续跟踪竞品营销策略、价格变动及去化情况,根据市场变化与竞品动态,精准制定并灵活调整营销策略。其次,采取外部引进和内部培养相结合的方式,打造一支数字化营销团队。如天山集团在石家庄总部设立的数字化营销中心,通过引进腾讯、字节跳动等

互联网企业人才,结合内部员工轮岗培训,在1年内打造了一支50人的专业团队,营销费用ROI实现了大幅度提升。最后,企业应逐步推进营销自动化系统建设,实现从获客到成交的全流程数字化管理。

3.长期策略。从长期策略来看,房地产企业要以可持续发展的眼光,致力于长效机制建设^[5]。在人才培养长效机制方面,建议河北房企与河北大学、燕山大学等区域内重点高校共建营销人才实训基地,参考万科“沃土计划”模式,通过设立专项奖学金、共建实验室、开发实训课程等方式,培养既懂房地产又精通数字营销的复合型人才。在行业规范方面,龙头企业应主动牵头制定区域性营销费用标准,如参照中国房地产业协会《房地产营销费用管理标准》,结合河北市场特点,制定包括渠道佣金上限、广告投放比例等具体规范,荣盛发展与河北省房地产业协会合作制定的《冀北地区房地产营销费用指引》就是很好的实践案例。此外,企业还应积极参与行业数字化转型,如加入全国性的房地产数字化联盟,共享技术创新成果,持续提升营销效能。

参考文献:

- [1]殷桃.房地产企业营销中的财务管理研究[J].商讯,2022(19):53-56.
- [2]余海波.房地产企业营销费用的有效管控与绩效提升研究[J].乡镇企业导报,2025(9):156-158.
- [3]孙克宏.房地产企业成本管控研究[J].质量与市场,2022(7):88-90.
- [4]刘建生.浅析房地产企业投资成本费用管控要点及风险防范措施[J].商业观察,2022(4):44-47.
- [5]朱晓光.河北衡水市F公司房产营销策略研究[D].青岛:青岛科技大学,2023.

公立医院内部审计 从新质生产力汲取新动能的路径探索

肖锦菁

南方医科大学附属广东省人民医院(广东省医学科学院)

摘要:新质生产力强调了当前以科技创新为核心驱动力、推动经济转型升级、实现高质量发展的重要性。在当下,新质生产力的形成不仅仅是理论探讨或未来远景,更是当前我国经济现实的一部分。在我国大力发展新质生产力战略背景下,系统论述了公立医院内部审计目前以及可预见的未来如何从新质生产力汲取新动能的理论逻辑和实践路径:通过深度融合信息技术、知识更新、组织创新和制度文化变革等新质生产力要素,提升审计效能,实现风险防范、管理优化、战略支持和合规保障等多重价值创造,为公立医院的高质量发展提供有力支撑。

关键词:新质生产力;公立医院;内部审计;路径探索

中图分类号:R1-9;F239

文献标识码:A

引言

2024年1月31日,习近平总书记在二十届中央政治局第十一次集体学习时对新质生产力作出系统全面阐释,并进一步明确“发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点”^[1]。新质生产力以科技创新为根本驱动力,以战略性新兴产业和未来产业为依托,以高质量发展为目标和使命^[2],它的形成有助于为各行各业积蓄发展新动能,进而助力中国经济的高质量发展。

受政策环境变化、市场竞争、疫情冲击、内部管理等多种复杂因素交织影响,公立医院业务量和医疗收入减少的同时运行成本增加,医教研防等业务活动、预算资金资产成本管理等经济活动、人财物技术等资源配置活动愈加复杂^[3],新的时代背景对公立医院的运营管理提出了新要求。内部审计作为现代医院管理的重要组成部分,能够通过履行监督、评价和建议职能,在风险防控、资源优化、成本控制、绩效评估等多方面提高公立医院运营管理效率,促进公立医院实现价值增值的战略目标。

新质生产力作为新质态的生产力,能够为社会发展注入源源不断的动力。根据国家统计局数据和相关报道信息,新质生产力正在实践中逐渐形成,并且展示出对高质量发展的强劲推动力和支撑力。因此,研究公立医院内部审计在当下以及可预见的未来如何从新质生产力汲取新动能、能够汲取什么样的新动能,从而充分利用新质生产力的反哺作用,具有重要的研究意义。

一、新质生产力正在实践中逐渐形成

2024年1月,在二十届中共中央政治局第十一次集体学习中,习近平总书记系统阐述了新质生产力的理论内涵和主要特征:“新质生产力是创新起主导作用,摆脱传统经济增长

方式、生产力发展路径,具有高科技、高效能、高质量特征,符合新发展理念的先进生产力质态。”同时,还特别强调了新质生产力“以全要素生产率大幅提升为核心标志”^[4]。

2024年3月18日,国家统计局新闻发言人刘爱华在新闻发布会上通报了2024年1—2月我国国民经济运行情况^[5]。从国家统计局数据来看,具有高科技、高效能、高质量特征且符合新发展理念的产业迅猛发展。2024年1—2月,高技术产业发展向好,规模以上装备制造业增加值同比增长8.6%,规模以上高技术制造业增加值同比增长7.5%,工业经济的产业结构进一步优化升级;新业态继续活跃,实物商品网上零售额同比增长14.4%,比上年全年加快6%,直播带货、即时配送等消费新模式发展向好;发展方式绿色转型颇有成效,规模以上工业原煤生产有所下降,原油、天然气、电力生产稳定增长,绿色低碳产品产量继续保持快速增长,新能源汽车的市场渗透率不断攀升;关键核心技术攻关成果丰硕,人工智能、量子技术等前沿领域创新成果不断涌现。

全要素生产率(TFP)是指产出与综合要素投入之比,综合要素指资本、劳动、能源及其他要素等两种或多种要素的组合。全要素生产率的提高主要来自两个方面:一是企业研发投入或技术引进带来的微观生产技术的进步;另一方面是改善资源配置带来的效率提高,比如生产要素由生产率低的企业、部门或地区流向生产率高的企业、部门或地区^[6]。王鹏等将1997—2021年分为五个期间计算各期TFP对我国经济增长的贡献率^[6]。如表1所示,1997—2021年,我国GDP增长率呈持续下降趋势;但是从TFP增长率以及TFP对我国经济增长的贡献率来看,受2008年国际金融危机的影响,2008—2012年两项指标均出现了大幅下滑,但是在之后的2013—2019年以及2020—2021年,两项指标均呈平稳上升

作者简介:肖锦菁(1997—),女,广东省汕头市人,会计师,硕士研究生,主要研究方向为公立医院内部审计。

态势。

表 1 1997—2021 年 TFP 贡献率和增长率

单位: %

年份	增长率		TFP 对我国经济增长的 贡献率
	GDP	TFP	
1997—2007	9.91	3.48	36.2
2008—2012	9.42	1.56	17.2
2013—2019	6.97	2.32	34.0
2020—2021	5.25	2.45	47.3

2018 年以来,在相关政策文件和国家领导人讲话中多次提及的以新产业、新业态、新模式为核心内容的“三新”经济,在一定意义上是新质生产力的重要表现形式和载体,“三新”经济催生了新的生产方式和组织形态,构成了新质生产力的主体内容。汇总国家统计局数据得到表 2,可见从 2017—2022 年,我国“三新”经济增加值占 GDP 比例不断增长,“三新”经济增加值现价增速也一直高于同期 GDP 现价增速。

表 2 2017—2022 年我国“三新”经济发展情况统计表

单位: %

年份	“三新”经济增加值占 GDP 比例	“三新”经济增加值现价增速	同期 GDP 现价增速
2017	15.7	14.1	11.2
2018	16.1	12.2	9.7
2019	16.3	9.3	7.8
2020	17.08	4.5	3
2021	17.25	16.6	12.8
2022	17.36	6.5	5.3

以上数据均充分证明,当前新质生产力的形成和发展如火如荼,将在实践中有效赋能经济的高质量发展。

二、公立医院运营管理面临新挑战

在政策环境方面,首先,为了破除以药补医的机制,全国公立医院 2017 年全面实行“药品零加成”政策,2019 年起取消医用耗材加成,自此公立医院的主要收入来源从医疗服务收费、药品销售利润和政府补贴转变为医疗服务收入和财政补助收入两大项。对于医院来说,以往从药品实现的收益转变为药品的管理费用负担。其次,随着医疗改革和医保支付方式的调整,医保总额预算管理、DRG/DIP 付费、次均费用控制等政策的实施,公立医院的收入将更多地与服务质量、效率和患者满意度等因素挂钩,而非简单的服务数量,坚持传统管理模式不变的医院的收入增长会受到限制。医保管理部门监管力度的加强在提高公立医院管理规范程度的同时,也以罚款的形式增加了医院的大额支出。最后,分级诊疗制度的推行引导病人流向基层医疗机构,减轻了大型公立医院的医疗压力,但也导致公立医院的病人数量减少,进而影响了医院的收入增长。收入来源的减少和成本费用的增加,使得公立医院需要加强内部管理,优化收入结构,控制成本,提高运营效率,以确保可持续发展。

在市场环境方面,一方面公立医院当前面对比以往更激烈的市场竞争。民营医院的快速崛起与服务质量竞争、跨国医疗机构的技术与品牌优势、公立医院体系内同质化竞争的加剧,都给公立医院运营管理带来新的挑战。这要求公立医院适应市场变化,创新服务模式,有效利用政策等资源,优化内部管理,以提升核心竞争力,应对多元化的市场竞争。另一方面,新冠疫情期间,公立医院业务量下降,运行和疫情防控成本增长,医疗盈余亏损增加,迫使很多公立医院加大借债力度以维持正常运转;疫情结束后公立医院仍需承担疫情期间的债务,同时还需要进行院感防控的转型与升级,大多数公立医院仍处于自我恢复的过渡时期,运营管理面临较大压力。另外,新冠疫情加速了互联网医院的建设进程,在疫情结束后公立医院需要优化服务和管理流程,以进一步适应线上线下业务并行运营的新模式。

面对上述宏观层面的行业变化和随之而来微观层面的医院管理新痛点,公立医院需要顺势而变,在保持公益性的基础上加强运营管理,提高运营效率,从效益中心逐步向成本中心转变。内部审计作为医院重要的监督部门,是促进医院精细化管理的重要力量。在公立医院运营管理面临新挑战和新要求的背景下,内审部门应积极汲取新质生产力新动能,完善审计方法,以更加强有力的审计工具和手段发挥监督、评价和建议职能,审查和评估医院运营过程的适当性、有效性和合规性,发现潜在问题并提出改进建议。探索公立医院内部审计从新质生产力汲取新动能的路径,既是应对医疗行业变革、提升审计效能、保障资源有效利用、促进医院治理现代化、响应国家政策导向的必然要求,也是提升审计人员职业素养、推动审计事业持续健康发展的内在需要。

三、公立医院内部审计从新质生产力汲取新动能的理论逻辑

公立医院内部审计从新质生产力获取新动能的理论逻辑,是通过深度融合信息技术、知识更新、组织模式创新和制度文化变革等新质生产力要素,提升审计效能,实现风险防范、管理优化、战略支持和合规保障等多重价值创造,为公立医院的高质量发展提供有力支撑。

(一)公立医院内部审计能够从新质生产力汲取什么样的新动能

新质生产力以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升为基本内涵,具有强大发展动能,能够引领创造新的社会生产时代。新质生产力的发展催生了新动能,提示各行各业的企事业单位如何在当前时代背景下抓住机遇,实现转型和飞跃。在公立医院内部审计的语境下,新动能主要体现在四个方面。

1. 信息技术应用。生产工具的科技属性强弱是辨别新质

生产力和传统生产力的显著标志。在新质生产力的形成和发展过程中,劳动资料的技术含量不断提高,意味着劳动者可以运用融合了新一代信息技术等的新型生产工具,在更加广阔的生产空间,创造更多新的物质资料,从事更为复杂有效的生产活动。同时,得益于科学技术创新的广度延伸、深度拓展、精度提高和速度加快,劳动对象的范围不断扩大、种类和形态大大拓展。例如,数据作为新型生产要素成为重要劳动对象,劳动者在不同场景下运用全数据直接创造生产价值,同时结合其他生产要素放大价值创造效应^[9]。包括大数据、云计算、人工智能、区块链等新一代信息技术在公立医院内部审计领域的应用,能够帮助内部审计人员实现审计数据的广泛、高效采集、处理、分析和可视化,提升内部审计效率和精确度。

2.知识与技能更新。更高素质的劳动者是新质生产力的第一要素^[9]。新质生产力的发展促使社会整体向更高层次的知识密集型和创新驱动型转变,在这一过程中,持续的知识与技能更新成为个人适应社会发展、企业保持竞争力以及国家推动高质量发展的关键。面对新质生产力对劳动者知识和技能的更高要求,具备跨学科知识结构、熟练掌握新型生产工具和新质生产资料、能够创新创造新质生产力的战略人才不断涌现,为社会带来新生力量。在公立医院,具备丰富业务和专业知识的内部审计人员能够运用法律法规,结合先进的审计工具和分析方法,对医院的业务进行全面审计和评估。

3.组织模式创新。新质生产力的发展不仅改变了生产的技术基础,也对企事业单位的战略定位、运营模式、人才策略等提出了新要求,进而驱动组织模式不断创新,以适应新的生产力条件下的竞争和挑战。例如,技术进步与自动化提升带来生产效率的提高、信息流通的加速和创新驱动重要性的增强,促使企事业单位重新考虑其组织架构,以更加灵活高效的方式整合资源。公立医院内部审计应当借鉴当下不断推陈出新的内部审计组织架构,如扁平化、网格化、项目化的组织结构,以及协同审计、远程审计等新型工作模式,提高审计工作的灵活性和响应程度。

4.制度与文化变革。新质生产力的发展不仅仅是技术层面的进步,更是整个社会生产方式、组织形态和价值观念深刻变化的过程。技术创新带来的数据隐私、网络安全、人工智能伦理等新问题,要求政府和社会建立健全相应的监管体系,保障公民权益;企业内部及行业间生产关系的调整要求制度调整以适应更加灵活和动态的市场环境;新技术的普及和应用影响人们的生活方式和价值观念,要求企业文化和管理理念随之更新;对人才的知识结构和技能的更高要求需要改革传统的教育体系,以适应未来劳动市场的变化。在公立医院内部审计领域,新质生产力的发展推动审计从传统合规性审计向综合、前瞻、技术驱动的风险管理和价值创造方向

转变,这一过程伴随着审计制度的革新和审计文化的重塑。

(二)公立医院内部审计与新质生产力催生的新动能融合路径

公立医院作为公共服务体系的重要组成部分,在内部审计和新质生产力融合路径上,面临着特定的机遇和挑战。新质生产力的发展为公立医院内部审计提供了新的手段和视角,进而能够更高效地支持医院管理、提升服务质量和促进资源合理配置。关键的融合路径需要从技术创新、流程优化、人才培养、跨部门合作等多个层面入手。

1.数字化审计平台建设。首先,构建基于大数据、云计算等技术的内部审计信息系统,实现审计数据的集中管理、实时分析与风险预警,降低人工干预,减少错误与遗漏,提高内部审计工作的准确性和及时性;其次,利用区块链技术去中心化、不可篡改等特性实现审计数据的共享和透明化,确保审计人员能够获取到真实、准确的数据,为内部审计发挥监督、评价、建议职能奠定数据基础;再次,引入智能机器人流程自动化(RPA)、自然语言处理(NLP)等技术,自动化处理重复性高的审计任务,如财务报表分析、合同审核等,释放公立医院内部审计人员精力使其专注于更高价值的分析和咨询工作;最后,内部审计机构可以重新设计审计流程,应用远程审计技术减少现场审计的时间和成本。

2.风险管理和内部控制优化。新质生产力的发展要求公立医院及时调整风险管理策略和内部控制流程。一方面,公立医院内部审计部门应当借助新质生产力的东风,将风险管理嵌入审计计划和执行全过程,建立更加动态的风险评估模型,优先关注高风险领域,及时响应医疗政策调整、市场变化和技术革新带来的新风险;另一方面,公立医院内部审计部门应利用信息技术建立智能内部控制平台,减少人为错误,提升控制效果,确保合规性和运营效率。同时,通过审计发现医院存在的资源浪费和效率低下的环节,推动医院实施精细化成本控制和资源优化配置,帮助医院在“成本为王”的时代保持竞争力。

3.持续学习与能力建设。鉴于内部审计人员需具备跨领域的知识与技能,公立医院应引进具有跨学科知识结构的审计人员,同时鼓励现有人员持续学习和参与培训,进而更加了解公立医院临床医疗、护理、药学、医学工程、行政管理等各个业务领域知识。如及时学习掌握医疗质量控制的最新标准、最新财会理论、医疗卫生领域的最新法律法规、政策文件以及行业规范等,从容应对医疗行业的新业态、新模式、新法规,提供全面、准确的审计评估和前瞻性建议。

4.组织架构建设和跨界合作。首先,公立医院需对行政后勤系统组织架构进行分析,设计符合实际的组织架构,打破部门间壁垒,实现审计资源快速响应和有效整合;其次,内部审计应成为促进信息共享与协同工作的桥梁,建立跨部门

协作机制,整合各部门资源,共同推进内部控制、风险管理、合规管理等工作;最后,积极寻求外部审计、监管机构、行业协会等机构的支持和指导,引入外部专家进行专题研讨或项目合作,共享最佳实践和技术洞见,加速新质生产力的吸收和转化。

5.制度变革和组织文化建设。通过强化审计独立性、培育风险文化、提升全员审计意识,营造一个尊重审计、支持审计、依赖审计的良好氛围,使审计成为医院治理的重要支柱。例如,建立健全内部审计制度,引入风险导向审计等先进理念和技术,提高审计的科学性和有效性。通过审计文化讲座、案例分享会等方式宣传审计价值,提高各部门对审计的认识和认同,将审计纳入单位核心价值观和行为准则。建立有效的反馈机制,加强领导支持和奖惩力度,确保审计结果得到及时、充分应用。

6.注重可持续发展与社会责任。注重可持续发展与社会责任是公立医院内部审计的长远目标。公立医院需遵循公益性质和社会效益原则,关注可持续发展战略和社会责任履行情况。内部审计通过合规性审计、风险管理审计、绩效审计、医德医风审计等方式,拓展审计内容至环境保护、医疗废物处理、公平就医机会、患者就医体验等方面,确保医院在追求经济效益的同时,符合社会期望和长期发展目标。

(三)新动能释放与公立医院内部审计价值创造

识别、融合新质生产力发展催生的新动能,能够帮助公立医院内部审计实现价值创造,这主要包括以下几个方面。

1.风险防范与控制。在不确定性增加的环境下,新质生产力赋能的公立医院内部审计团队能够建立更加科学的风险评估模型,实施更为动态的风险评估和监控机制,利用新一代信息技术更有效地预测、识别、评估并实时追踪和预警可能影响医院运营的风险因素,比如财务风险、合规风险、供应链风险等,进而内审人员能够提出针对性的防控措施,降低医院运营风险发生的可能性及其影响,减少突发事件对医院运营的冲击,保障医院稳健运营。

2.管理优化与效率提升。新质生产力强调利用数据、技术、知识等要素优化资源配置。公立医院内部审计人员可以通过大数据分析、云计算等技术对医院的财务数据、物资采购、人力资源、临床业务数据等进行全面审查,识别医院管理中的成本浪费和效率低下环节,提出改进意见,推动医院流程再造、成本控制、绩效管理等方面的优化,提升医院整体运营效率。

3.战略支持与决策辅助。如前文所述,各公立医院当前正面对来自民营医院、跨国医疗机构、其他同质化公立医院带来的激烈市场竞争。公立医院内部审计部门在新质生产力框架下,从传统的单纯合规审计转向增值审计,运用新质生产力提供的深度分析能力,深入分析医院的业务流程和战略

执行情况,为医院战略规划、重大项目决策等提供数据支持和风险评估,增强决策的科学性和前瞻性,帮助公立医院在激烈的市场竞争中找到差异化的发展路径。

4.合规保障与声誉维护。随着医疗行业监管政策的不断更新和日趋规范与严格,新质生产力发展释放的新动能支持公立医院内部审计队伍实时跟踪最新法规,运用自动化审计工具确保医院各项业务活动在遵守法律法规、行业规范、政策要求等方面不出现重大偏差,避免违规行为导致的经济损失和声誉损害,维护公立医院的社会公信力。

结语

新质生产力的蓬勃兴起,为破解公立医院运营管理面临的新挑战、实现高质量发展提供了根本驱动力和全新视角。本文系统论证了公立医院内部审计通过深度融入新质生产力的核心要素能够使内部审计从传统的合规监督者,转型为价值创造的赋能者。这不仅体现在提升审计效率和精准度上,更在于其能显著增强公立医院的风险防范能力、管理运营效率、战略决策支撑力和合规保障水平,最终服务于医院降本增效、优化资源配置、维护公益属性和实现可持续发展的战略目标。在高质量发展成为时代主题的背景下,公立医院内部审计积极拥抱新质生产力,不仅是应对当前复杂环境、提升自身效能的必然选择,更是推动医院治理体系与治理能力现代化、响应国家发展战略要求的关键举措。

参考文献:

- [1]习近平.发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点[DB/OL].https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202405/content_6954761.htm,2024-05-31.
- [2]张林,蒲清平.新质生产力的内涵特征、理论创新与价值意蕴[J].重庆大学学报(社会科学版),2023,29(6):137-148.
- [3]徐政,郑霖豪,程梦瑶.新质生产力赋能高质量发展的内在逻辑与实践构想[J].当代经济研究,2023(11):51-58.
- [4]国务院新闻办就2024年1—2月份国民经济运行情况举行发布会[DB/OL].https://www.gov.cn/zhengce/202403/content_6939953.htm,2024-03-18.
- [5]樊纲,王小鲁,马光荣.中国市场化进程对经济增长的贡献[J].经济研究,2011,46(9):4-16.
- [6]王鹏,郭凯明,颜色.中国宏观层面全要素生产率测算及国际比较[J].经济管理,2023,2(2):1-26.

领导正念对中小型互联网企业员工创新行为的影响研究

卢佳芮

延安大学经济与管理学院

摘要:本研究旨在剖析领导正念对员工创新行为的作用机制,以回答“如何提高团队员工创新行为”的问题。基于全国互联网行业背景,采用社会认知理论和社会交换理论,借助279份有效问卷,实证检验领导正念和员工创新行为的关系,并在其中引入中介变量创新自我效能和调节变量成长型思维,构建了一个具有调节性的中介模型。结果表明,领导正念对员工创新行为有显著正向影响;员工创新自我效能能在领导正念与员工创新行为间起中介作用;成长型思维在领导正念与员工创新自我效能关系中起调节作用。为组织管理提供了“领导行为转化员工行为”的路径机制新视角,补充了学术界对这一机制的研究空白,但存在对领导正念和成长型思维交互影响挖掘不足及研究方法局限性等问题,有待后续改进。

关键词:领导正念;员工创新行为;创新自我效能;成长型思维

中图分类号:F272.92

文献标识码:A

引言

习近平总书记确立“创新是引领发展的第一动力”的国家战略定位,又强调“强化企业科技创新主体地位”,旨在通过科创企业的蓬勃发展推动整体科技水平的跃升与经济结构的优化升级。在此背景下,互联网行业作为科创板块的关键支柱,承担着经济结构重塑的“主战场”作用。尽管龙头企业占据主要市场,但在国家反垄断政策及“造就拔尖创新人才”导向下,中小型互联网企业依托灵活性、专注性及小众市场洞察力,秉持“不创则淘汰”原则,加速创新人才培养,形成与龙头企业差异化竞争的新兴态势。

然而,多数中小型互联网企业仍面临资源和渠道有限的窘境^[1],在前沿技术研发和设备更新上投入不足且技术实力薄弱^[2],进而导致员工创新能力下降,以及创新人才逐渐流失的情况。此境况从根本上制约了中小型互联网企业的创新能力和发展速度。

基于此,中小型互联网企业迫切需要寻求新路径,来解决当下的问题。研究发现,在众多影响员工创新行为的因素中,领导角色的自身特质深刻塑造着员工对待工作、面对创新机遇时的态度与抉择^[3]。于是,“正念”(Mindfulness)概念跃入人们视野。

“正念”最初起源于佛教,强调个体有意识地去觉察当下,并且不评判所觉察到的体验,由此产生一种独特的觉知力与注意力^[4]。有诸多研究证实,正念在改善个体心理状态和行为方面具有显著功效^[5]。后来,正念逐步被分为状态正念和特质正念。从管理学的视角来看,特质正念被看作一种个体内在的稳定心理特质,具有普遍和持久两个特征,这一特质

体现在先天和后天训练的交互作用特征^[6]。随着学者开始深入探究如何将特质正念融入组织环境之中,他们逐步发现,具备特质正念的领导者可通过调控自身注意力及感知能力,进而聚焦于当下环境并敏锐洞察,全方位思考、判断问题,最终成功引导下属的行为^[7]。

基于社会认知理论的内涵视角,领导正念在组织中作为环境因素深刻影响员工认知^[8],正念领导在组织中强调的开放性和非批判性^[9],有助于塑造员工对创新价值观的认知,使员工重新评估自身创新能力,进而提升其自我创新效能感^[10]。而创新自我效能感(Innovation Self-Efficacy)作为三方交互中的关键认知因素,能使员工抱有信念地推动自身创造力的发挥,进而形成创新行为。

在现有的研究中,学术界多数是从领导正念维度入手去探讨领导正念对员工创新行为的影响^[11-5],也有通过综合方法研究来剖析领导正念与员工创新行为的集体互动过程^[12-13];但现有研究普遍忽视了个体在认知与思维上的差异,未能深入揭示这些因素在领导正念与员工创新行为关系中的作用。

基于以往研究,构建领导正念影响员工创新行为的调节中介模型,引入员工创新自我效能作为中介变量,成长型思维作为调节变量,探讨模型内在路径和边界条件。本研究不仅为组织管理提供新的理论视角和实践指导,同时也在一定程度上填补了以往研究空白,具有重要的理论和实践意义。

一、理论框架与研究假设

(一)领导正念与员工创新行为

在探索领导正念与员工创新行为之间的关联时,社会交换理论为我们提供了一个富有洞察力的视角。这一理论强调

作者简介:卢佳芮(1989—),女,河南省郑州市人,工商管理硕士,主要研究方向为人力资源管理。

了个体之间基于互惠互利原则的互动关系,在职场环境中,领导与员工之间的互动同样遵循此原则。在组织情境下,员工会根据领导的行为来决定自己的行为投入。

对于企业而言,领导的行为和特质对员工的影响更为显著。领导可以通过非言语线索、言语互动和行为一致性来表现正念特质;员工可通过领导的眼神以及积极的倾听姿态,直观感受领导的关注和重视^[14],即员工展现非言语线索感知。拥有特质正念的领导可通过开放式提问与引导的方式,鼓励员工分享不同观点和想法^[15],通过对员工意见的回应,给予建设性的反馈,而不是简单地否定或忽视^[7],这样的言语互动影响着员工的行为投入;员工也会通过观察领导在不同决策情景下是否展现行为一致,来判断领导的可靠性和稳定性,从而增强信任,形成良性互动^[15]。

在此基础上,员工感受到了领导正念所带来的谦逊品质^[16]、尊重和关注^[17]、言行一致^[18],就如同获得了一种情感上的投资,这激发了他们内心的互惠渴望,促使他们寻求合适的方式来回报领导^[19],这一行为也遵循了社会交换理论的酬报原则^[20]。

而在当今中小型互联网行业中,当员工深知企业的创新需求是市场立足的关键并感知到领导的正念行为时,会将创新行为作为回报领导的重要途径^[21]。尤其,在如此的大环境下,创新能力是衡量员工价值的重要指标之一^[22]。员工会为自身职业发展进行多方面考量,从而更为积极地回报创新行为。基于上述内容,提出以下假设。

H₁:领导正念对员工创新行为具有显著的正向影响。

(二)员工创新自我效能和成长型思维的作用机制

社会认知理论强调个体行为、认知与环境相互作用,形成动态交互系统^[23]。经典企业管理案例霍桑实验中,工厂照明条件的变化影响工人认知及生产效率,且工人间互动等环境因素也随之变化,此实验体现了交互关系。本研究将沿循“环境因素→认知→个体行为”的作用链条,尝试解释领导正念作为环境因素,如何通过影响员工的认知因素,进而对员工创新行为产生影响。其中,认知是指个体对自己、他人以及周围世界的感知、思考、理解、信念和记忆等心理过程^[24]。鉴于此,在认知所涵盖的广泛范畴内,本研究引入员工创新自我效能和成长型思维两个变量来分别对标信念和思考这两个层面,以深入探究它们在领导正念与员工创新行为关系中的作用机制。

1.员工创新自我效能的中介作用。基于“环境因素→认知→个体行为”作用链条,聚焦领导正念所包含的开放性、非批判性两个方面的特质^[9],来分别解释领导正念如何通过员

工创新自我效能来影响员工创新行为。创新自我效能感是对自己能够用所拥有的技能创造性地解决特定领域的问题并能够取得创新成果的信念^[25]。这种信念是一种个体认知,能够被周遭环境所影响进而改变。而具有开放性特质的领导,擅长通过接纳新观念与不同意见来营造出包容多元思维的组织环境^[26-27]。在这种环境中,员工能够感受到创新思维被关注及尊重,进而自由地表达新想法^[28]。另一方面,具备正念特质的领导独有的非批判性思维让员工无须担忧想法被否定,他专注倾听员工创意,不轻易批评,引导员工进一步阐述想法优势,帮助员工认识到自身创新思维的价值,从而激发员工深入探索创新思路的信念^[29]。随着时间推移,员工在这种积极环境下,逐渐重新评估自身创新能力,信念增强,创新自我效能感得以不断提升,从而源源不断地推动创新行为的产生^[30,16]。

在互联网中小型企业里,碍于企业资源有限,无法在创新方面投入大量成本网罗人力物力,但激烈竞争和快速技术更新的行业压力又亟待解决^[1-2]。基于此,激活现有员工的创新自我效能以推动创新行为的产生,进而获得创新成果就成为了企业的核心。因此,企业瞄准领导正念所带来的环境影响,积极推动“环境因素→认知→个体行为”三方交互。

2014年互联网转型期,苏宁张近东设立“互联网创新基金”,倡导“先开枪、后瞄准”的创新理念。这一举措为员工营造了创新环境,激发了其创新热情。苏宁智慧门店团队在开放创新环境中,研发出全数字化视觉无人店,实现“即拿即走、无感支付”的智慧零售模式^[31]。此例彰显了领导引导员工于困境中把握创新契机,激发其内在潜力,提升其创新自我效能,催生创新行为,为企业竞争与发展注入活力的作用力,有力印证了互联网企业中领导鼓励创新对员工创新效能及企业发展的关键意义。

基于此,我们提出假设。

H₂:员工创新自我效能能在领导正念与员工创新行为之间起中介作用。

2.成长型思维的调节作用。基于社会认知理论中认知范畴的另一个层面“思考”,成长型思维具有一定代表性,因其核心内涵在于个体坚信自己的能力能够通过不懈努力和持续学习得以不断发展与提升^[32]。

在组织环境中,拥有成长型思维的员工往往展现出更强的挑战接受意愿^[33],他们积极主动地寻求学习和成长契机^[34]。而在面对工作情境时,也更倾向于将各种经历视为提升自身能力的机会。当领导以正念的姿态出现,展现出对员工想法的尊重、给予其充分的表达机会或者提供建设性的反馈时^[35],具有高成长型思维的员工会将这些视为锤炼自身创新能力

的珍贵契机^[36-37]。他们倾向于积极主动地投入创新实践中,从而更为显著地提升创新自我效能感^[38]。相反,成长型思维较弱的员工可能难以充分捕捉与利用这些积极因素,进而在创新自我效能的提升方面表现得相对迟缓。

基于以上脉络和社会认知理论的内涵,可初步推测,在“环境因素→认知→个体行为”这条作用链条内部,我们聚焦讨论的认知中的“信念”和“思考”两个层面有着更为细化的先后作用顺序,即“成长型思维→员工创新自我效能”,且成长型思维在领导正念和员工创新自我效能之中起着关键的调节作用。

以互联网企业米哈游的经历来看,该企业从端游向手游转型时,创始人团队敏锐捕捉到二次元手游市场的潜力,积极鼓励员工探索手游开发,为员工提供学习和成长的资源与环境^[39]。员工秉持成长型思维,主动学习新技术、新理念,研究用户喜好,积极投身创新项目^[40]。凭借此,企业先后成功推出《崩坏学园》系列及《原神》等热门手游,既彰显员工创新成果,又提升其创新自我效能,助米哈游在全球游戏市场站稳脚跟。

综上所述,成长型思维在领导正念与员工创新自我效能的关系中具有不可忽视的调节作用。基于以上深入分析,提出假设。

H₃:成长型思维在领导正念与员工创新自我效能的关系中起调节作用,即员工成长型思维越高,领导正念对员工创新自我效能的正向影响越强。

综上所述,本研究构建一个有调节的中介模型,如图1所示。

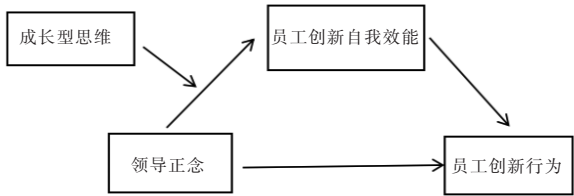


图1 理论模型

二、研究设计

(一)研究样本及描述性分析

本研究样本针对全国互联网行业的大中小企业及团队进行问卷调查的发放,借助问卷星平台,采取“领导-员工”配对方式发放问卷。在问卷星平台设置员工填答模块和直属上级领导或团队长填答模块,员工填答员工创新自我效能和成长型思维两个量表,直属领导填答领导正念和员工创新行为两个量表,彼此填答时互相看不到对方的答案。问卷发放后,通过问卷星平台实时监控回收进度,结束后,对回收的问卷进行后期整理。最终共获得配对问卷284份,剔除无效问卷

后,有效问卷为279份。

1.领导样本。

性别:男64.16%,女35.84%。

教育:本科36.92%>大专32.62%>研究生17.92%。

年龄:41~50岁43.01%>31~40岁30.47%>50+岁15.77%。

工龄:11~15年32.97%>16~20年29.75%>6~10年20.79%。

2.员工样本。

性别:男55.56%,女44.44%。

教育:本科36.2%>大专25.45%>高中及以下21.86%。

年龄:20~30岁37.28%>31~40岁25.81%>41~50岁24.73%。

工龄:0~5年31.9%>6~10年22.58%>11~15年20.43%。

表1列出了四个变量的样本变量统计。

表1 变量统计

名称	样本量	最小值	最大值	平均值	标准差	中位数
领导正念	279	1	4.933	3.638	0.976	4.133
员工创新行为	279	1	5	3.714	0.874	4
员工创新自我效能	279	1	5	3.826	0.804	4
成长型思维	279	1	5	3.591	0.852	3.667

(二)信度和效度分析

1.领导正念(Z)。利用Brown等开发的MAAS量表15题,采取Likert 5点计分法进行测量(1=总是,5=从不)。该量表能有效测量领导正念的特质,契合社会认知理论中领导正念作为环境因素影响员工认知的观点,有助于探究领导正念如何塑造员工对创新的认知,进而影响创新行为。信度 $\alpha=0.959$,效度 $KMO=0.953$,Bartlett显著($p<0.001$),因子分析方差解释率63.74%,该量表非常适合因子分析且具有好的信度和效度。

2.员工创新行为(C)。改编了Farrar等在2003年开发的4题创造力量表,同样采用Likert 5点计分法,利用领导对下级评价的方式进行研究。基于社会交换理论,领导对下级创新行为的评价能反映员工在领导行为影响下的创新投入,所以选用该量表从领导评价角度进行测量,以此验证领导正念与员工创新行为间的关系。信度 $\alpha=0.819$,效度 $KMO=0.779$,Bartlett显著($p<0.001$),方差解释率65.21%,量表数据适合进行因子分析,具有较好的信度和效度。

3.员工创新自我效能(X)。利用Tierney和Farrar开发的单维量表,共4题,采用Likert 5点计分法计量。该量表符合社会认知理论中对个体信念的测量要求,通过测量员工对自身创新能力的信念,可探究其在领导正念影响员工创新行为过程中的中介作用。信度 $\alpha=0.801$ (良),效度 $KMO=0.768$,Bartlett显著($p<0.001$),方差解释率62.63%,结构效度良好,该量表数据适合进行因子分析。

4.成长型思维(S)。改编了Dweck在2006年开发的量表,选取其中3个测试成长型思维的正向题项,采用Likert 5

点计分法展开研究。量表题项能有效测量员工的成长型思维,契合社会认知理论中对“思考”层面的研究,有助于分析成长型思维在领导正念与员工创新自我效能关系中的调节作用。信度 $\alpha=0.711$ (可接受),效度 $KMO=0.673$,Bartlett 显著 ($p<0.001$),方差解释率 63.4%,量表数据比较适合进行因子分析,量表具有比较好的效度。

三、实证分析与实证结果

(一)验证性因子分析

表 2 列出了四个因子的平均方差萃取(AVE)值和组合信度(CR)值。员工创新自我效能、领导正念和员工创新行为三个因子的 AVE 值都超过了 0.5 的阈值,表明测量项目对因子的解释力度较强。成长型思维的 AVE 超过 0.4,说明对因子的解释力度还能接受。CR 值用于评估测量项目的内部一致性,所有因子的 CR 值都超过了 0.7 的阈值,表明测量项目之间的内部一致性较高。

表 2 模型 AVE 和 CR 指标结果

Factor	平均方差萃取 AVE 值	组合信度 CR 值
员工创新自我效能	0.507	0.804
成长型思维	0.454	0.712
领导正念	0.612	0.959
员工创新行为	0.54	0.824

表 3 展示了四个因子之间的 Pearson 相关系数和每个因子的 AVE 平方根值。从表格中可以看出,四个因子均具有良好的区分效度。

表 3 区分效度:Pearson 相关与 AVE 平方根值

变量	员工创新自我效能	成长型思维	领导正念	员工创新行为
员工创新自我效能	0.712			
成长型思维	0.668	0.674		
领导正念	0.584	0.542	0.782	
员工创新行为	0.675	0.631	0.758	0.735

(二)相关性分析

表 4 展示了四个变量之间的 Pearson 相关系数和显著性水平。从相关系数可看出,员工创新自我效能与其他三个变量之间都存在正相关关系。其中,员工创新自我效能与员工创新行为的相关系数最高(0.675**),表明它们之间的关联程度最强。所有相关系数的显著性水平都达到了 $p<0.01$,表明这些相关关系都是显著的。

表 4 Pearson 相关

变量	员工创新自我效能	成长型思维	领导正念	员工创新行为
员工创新自我效能	1			
成长型思维	0.668**	1		
领导正念	0.584**	0.542**	1	
员工创新行为	0.675**	0.631**	0.758**	1

* $p<0.05$,** $p<0.01$ 。

(三)回归分析和中介调节效应检验

1.员工创新行为作为因变量的模型。领导正念对员工创新行为有显著正向影响($\beta=0.494,p<0.01$)。员工创新自我效能对员工创新行为也有显著正向影响($\beta=0.383,p<0.01$)。样本量为 279, R^2 和调整 R^2 分别为 0.656 和 0.652,表明模型拟合度较好。

2.员工创新自我效能作为因变量的模型。领导正念对员工创新自我效能有显著正向影响($\beta=0.584,p<0.01$)。成长型思维对员工创新自我效能有显著正向影响($\beta=0.805,p<0.01$)。领导正念与成长型思维的交互项对员工创新自我效能有显著负向影响($\beta=-0.101,p<0.05$),表明成长型思维可能在不同领导正念水平下对员工创新自我效能的影响存在差异。样本量为 279, R^2 和调整 R^2 分别为 0.526 和 0.519,表明模型拟合度尚可。

表 5 回归模型汇总表

变量	员工创新行为	X
常数	0.450**(2.916)	0.176(0.393)
领导正念	0.494**(12.691)	0.584**(4.195)
成长型思维		0.805**(5.532)
领导正念×成长型思维		-0.101*(-2.440)
员工创新自我效能	0.383**(8.107)	
样本量	279	279
R^2	0.656	0.526
调整 R^2	0.652	0.519
F 值	$F(2,276)=263.314,p=0.000$ $F(3,275)=101.589,p=0.000$	

* $p<0.05$,** $p<0.01$,括号里面为 t 值。

3.员工创新自我效能作为中介变量的效应。表 6 展示了员工创新自我效能作为中介变量时,在不同水平下对领导正念与员工创新行为之间关系的间接效应。当员工创新自我效能处于低水平(-1SD)时,间接效应为 0.118,且置信区间(BootLLCI 至 BootULCI)不包含 0,表明间接效应显著。当员工创新自我效能处于平均水平时,间接效应为 0.085,间接效应同样显著。但当员工创新自我效能处于高水平(1SD)时,间接效应为 0.052,置信区间包含 0,这就表明间接效应不显著。这可能意味着随着员工创新自我效能水平的提高,领导正念对员工创新行为的间接影响逐渐减弱。

表 6 条件间接效应(Conditional Indirect Effect)结果

中介变量	水平	水平值	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
员工创新	低水平(-1SD)	2.74	0.118	0.025	0.072	0.169
自我效能	平均值	3.591	0.085	0.021	0.046	0.126
	高水平(1SD)	4.443	0.052	0.026	-0.001	0.106

4.成长型思维作为调节变量的效应。表 7 展示了成长型思维作为调节变量时,对员工创新自我效能作为中介变量的中介效应的调节作用。其中,调节中介指数为-0.039,且置信区间(BootLLCI 至 BootULCI)不包含 0,表明调节效应显著。

这表明成长型思维能够调节领导正念通过员工创新自我效能对员工创新行为产生的间接影响。具体来说,随着成长型思维水平的提高,领导正念通过员工创新自我效能对员工创新行为的间接影响可能会减弱。

表 7 调节中介指数

调节变量	中介变量	Index	BootSE	BootLLCI	BootULCI
成长型思维	员工创新自我效能	-0.039	0.018	-0.079	-0.007

(四)结果

本研究通过数据分析发现以下结论。

- 1.验证性因子分析结果:所有因子的测量项目均具有较好的解释力度和内部一致性,且各因子之间具有良好的区分效度。
- 2.相关性分析结果:进一步确认了四个变量之间的正相关关系,其中员工创新自我效能与员工创新行为之间的关联程度最强。
- 3.回归分析结果:领导正念和员工创新自我效能均对员工创新行为有显著正向影响,且模型拟合度较好。此外,领导正念对员工创新自我效能也有显著正向影响,而成长型思维在单独作用下同样对员工创新自我效能有显著正向影响。然而,当领导正念与成长型思维共同作用时,它们的交互项对员工创新自我效能产生了显著负向影响,提示在不同领导正念水平下,成长型思维对员工创新自我效能的影响可能存在差异。

四、结论与建议

本研究通过整合领导正念、员工创新自我效能与成长型思维,丰富了领导力与创新行为关系研究。引入社会交换理论和社会认知理论,为理解组织创新行为提供新视角,拓展了相关理论在管理领域的应用。在组织中,领导者应注重培养正念特质,可开展正念培训,提升领导者对员工创新需求的敏感度。同时,应重视挑战性任务设计,关注员工成长型思维培养,引导其积极面对挑战,弱化交互作用负面影响,促进团队创新发展。

本研究的局限性体现在:一是尚未深度挖掘领导正念和成长型思维交互影响下存在何种深层次的原因来对员工创新自我效能进行影响,未来可探究不同组织情景或工作任务特性之下是否会发生变化。二是研究主要基于问卷调查数据,可能存在一定的主观性和测量误差,且数据为横截面数据,难以完全确定变量之间的因果关系,对动态变化过程的捕捉能力有限。未来研究可采用结构方程模型(SEM)验证变量间的动态关系,同时结合纵向设计与多情景对比,深化对变量动态关系的理解,为企业创新管理提供更精准的指导。

参考文献:

[1]李令苏.网络嵌入对中小型互联网平台企业开放式服

务创新的影响研究[D].长春:吉林大学,2024.

[2]荆文君.互联网行业垄断会阻碍创新吗?——兼论熊彼特假说争论的新解释视角[J].财经问题研究,2021(7):44-56.

[3]赵富强,鲁倩,陈耘.多元包容性人力资源实践对个体创造力的影响——二元学习和魅力型领导的作用[J].科研管理,2020,41(4):94-102.

[4]BROWN K W,RYAN R M,CRESWELL J D.Mindfulness:theoretical foundations and evidence for its salutary effects[J].Psychological Inquiry,2007,18(4):211-237.

[5]王萍,陈超颖,王啸天.个体-团队正念匹配对员工相对激情的影响[J].中国人力资源开发,2024,41(7):34-54.

[6]朱永跃,马苗慧.特质正念对制造业员工主动创新行为的影响——职业认同与工作旺盛感的中介效应[J].科技进步与对策,2023,40(17):150-160.

[7]彭伟,陈佳贤,包希慧.正念型领导:概念内涵与整合模型[J].中国人力资源开发,2019,36(11):33-47.

[8]游雨薇.领导正念对企业员工工作偏离行为的跨层影响研究[D].长春:吉林大学,2024.

[9]王伊萌,王振东,汪凤炎.“当局者迷”破解之道:智慧的正念干预研究——个人成长主动性与反思的作用[J].心理发展与教育,2024,40(1):142-152.

[10]王丹,董冉.包容型领导对员工安全绩效的影响:一个有调节的链式中介模型[J].中国安全科学学报,2023,33(1):18-23.

[11]徐世勇,杨春梦,李超平,等.“摸鱼”如何带来创新?恢复体验曲线中介效应的情景实验与调查证据[J].心理学报,2025,57(1):135-151.

[12]MATTHIJS B,BARBARA N,VELDEN T,et al. Specific mindfulness skills differentially predict creative performance[J].Personality and Social Psychology Bulletin,2014,40(9):1092-1106.

[13]申豫星.正念对员工创新行为的影响机制研究[D].郑州:郑州大学,2020.

[14]马俊婷,戴万亮.“身在家中,心在会中”:虚拟会议对员工建言行为的影响研究[J].科技和产业,2023,23(10):183-188.

[15]张子申.领导对下属领地行为影响组织创新的机制研究[D].武汉:中南财经政法大学,2022.

[16]CHEUNG SY,HUANG E G,CHANG S,et al.Does being mindful make people more creative at work? The role of creative process engagement and perceived leader humility[J].Organizational Behavior and Human Decision Processes,

2020,159:39-48.

[17]郝旭光,张嘉祺,雷卓群,等.平台型领导:多维度结构、测量与创新行为影响验证[J].管理世界,2021,37(1):186-199+216+12.

[18]尧璐.基于行动学习的T集团研究院中层管理者领导力提升研究[D].南昌:南昌大学,2024.

[19]刘宁,张洪烈.差序式领导、组织支持感知与员工创新绩效[J].统计与管理,2023,38(5):63-75.

[20]孙琦琦.变革型领导对基层公务员工作绩效的影响研究[D].昆明:云南财经大学,2024.

[21]乔开文,褚福磊.感知领导与员工资质过剩一致性与员工创新绩效:“领导-成员”交换关系的中介作用[J].兰州大学学报(社会科学版),2023,51(6):146-156.

[22]王晓迪,何燕萍.数字化背景下物流企业人力资源管理创新研究[J].中国市场,2024(33):88-91.

[23]袁宁波,李婷,石涌泉,等.数字时代大学生网络素养的影响因素及提升策略——基于社会认知理论视角[J].江汉大学学报(社会科学版),2025,42(1):88-100.

[24]张玉莲.社会认知理论视域下大学生新闻回避行为研究[D].哈尔滨:黑龙江大学,2024.

[25]李言,陈丽君.人才生态及其对创新活力的作用机理研究[J].中国科技论坛,2025(1):99-108+129.

[26]李方方.多元化与包容性领导对员工创造力的影响与机制研究[J].商业2.0,2024(14):105-107.

[27]王越,李子晔.包容型领导对员工创新行为的影响研究[J].现代商业,2024(4):157-160.

[28]尹惠惠.包容型领导对员工创新行为的影响研究[D].合肥:安徽大学,2023.

[29]LLPPINCOTT M.Deconstructing the relationship between mindfulness and leader effectiveness[J].Leadership & Organization Development Journal,2018,39(5):650-664.

[30]辛金娜.失败学习对员工创新行为的影响研究——自我效能感的中介和上级发展性反馈的调节作用[J].产业创新研究,2024(20):148-150.

[31]谷雨萱.新零售时代苏宁易购的战略转型研究[J].现代商业,2023(7):120-123.

[32]杨璐.员工建言、领导风格与团队成长型思维对团队知识创造的影响机制研究[D].北京:北京科技大学,2023.

[33]马岩,洪兆平.风险社会背景下领导力面临的挑战及对策[J].领导科学,2021(20):68-71.

[34]王卫丽,石国伟.成长型思维模式培育路径探索[J].基础教育课程,2020(11):32-37+44.

[35]彭伟,徐晓玮,陈佳贤.正念对员工创造力的影响机制研究——一个有调节的中介模型[J].财经论丛,2022(4):94-104.

[36]王宁,李怡,张谦,等.“求深”还是“求宽”?成长型思维模式对员工双元创新行为的影响[J].科技进步与对策,2023,40(15):138-149.

[37]刁春婷,周文倩,黄臻.小学生成长型思维模式与学业成绩、生活满意度的关系:学业自我效能感的中介作用[J].心理与行为研究,2020,18(4):524-529.

[38]LIU Q,TONG Y Q.Employee growth mindset and innovative behavior:the roles of employee strengths use and strengths-based leadership[J].Frontiers in Psychology,2022,13:814154.

[39]薛智仁.米哈游公司手机网络游戏业务竞争战略研究[D].昆明:云南财经大学,2024.

[40]郭浩.米哈游公司发展战略研究[D].武汉:华中科技大学,2021.

河北省促进高职毕业生高质量就业对策研究

赵 亮

石家庄邮电职业技术学院

摘要:随着房地产业、制造业的持续低迷,经济下行压力与日俱增,加之产业转型升级的需要,河北省高校毕业生面临前所未有的就业压力。高职毕业生作为高校毕业生的重要组成部分,他们能否顺利就业、高质量就业,事关社会和谐稳定和整个经济社会健康发展。针对河北省高职毕业生就业过程中存在的直接就业意愿不强、求稳心态加剧、结构性就业矛盾和慢就业等突出问题,通过问卷调查、数据分析等手段,从毕业生就业质量体系建设内容出发,追根溯源,构建了毕业生就业质量评价体系,探索了影响河北省高职毕业生高质量就业的主要因素,给出了不断促进河北省高职毕业生高质量就业的方法和路径,以期为各级政府和高校进一步做好高职毕业生就业工作提供参考。

关键词:高质量就业;慢就业;就业服务体系;就业帮扶 **中图分类号:**C645 **文献标识码:**A

基金项目:本文系 2023 年度河北省发展和改革委员会 2023 年度就业、收入分配和消费领域研究课题“河北省促进高职毕业生高质量就业实现路径研究”的研究成果,课题编号:FGJY-2023-058。

根据人社部的统计数据,2025 届全国高校毕业生规模将达到 1222 万人,同比增加 43 万人,规模创历史新高。近年来,由于国家经济结构调整和新质生产力发展的需要,劳动力市场对劳动者的需求也在悄然发生着变化,市场对高技术、高技能人才需求不断增加,对传统劳动密集型普工需求逐渐减少,整个社会的就业总量压力不断增加。根据全国第七次人口普查数据,河北省总人口为 7461.02 万,其中 15~24 岁的青年群体 796.34 万人,占比达 10.67%,高于全国均值 0.2 个百分点。根据国家统计局的数据,2024 年河北省调查失业率为 5.5%,高于全国调查失业率 0.4 个百分点。

高职毕业生作为大学生就业群体中的重要组成部分,其就业面向、就业期望等均具有自身的特点。近年来高职毕业生结构性就业矛盾日益凸显,一方面有的毕业生由于职业生涯目标不清晰选择有业不就,另一方面有些毕业生由于职业素养和岗位技能无法满足岗位需求而无业可就,因此破解结构性就业矛盾已经成为高职院校就业工作的重中之重。

一、高质量就业的内涵

《“十四五”就业促进规划》指出:“实现更加充分更高质量就业,是推动高质量发展、全面建设社会主义现代化国家的内在要求,是践行以人民为中心发展思想、扎实推进共同富裕的重要基础。”^[1]可见就业质量对于社会发展、人民共同富裕的重大意义。对就业质量的相关描述最早可追溯到 1999 年 6 月国际劳工组织(ILO)总干事索马维亚(Juan Somavia)提出的“体面就业”(Decent Work)的概念,指劳动者在自由、公平、安全和有人格尊严的情况下,得到体面的、生产性的可持续工作机会,其核心内容是劳动者的权益得到保护,有公平的收入、充分的工作保障、良好的工作条件、平等机会与待遇、社会保障、尊严与尊重、参与和发声的权利^[2]。

劳动者和生产资料之间是否实现了高效的配置,以及劳动者对劳动收入的满意程度是就业质量最直接的反映^[2],因此,高质量就业体现在不仅仅是“找到一份工作”,而是要找到“合适且可持续发展的好工作”,让毕业生在职业生涯中不断成长,实现个人价值。由此可见,高质量就业更强调就业的质量和可持续性,确保劳动者获得体面的工作、合理的收入、职业发展机会以及良好的劳动条件,使得劳动者和生产资料之间的结合更加紧密、配置更加高效。具体来说,高质量就业的特征包括薪资待遇合理、职业发展前景良好、就业岗位稳定、工作内容与所学专业匹配、社会价值与个人认同感强、工作与生活比较平衡等。因此,推动高质量就业需要政府、企业和社会共同努力,例如通过优化产业结构、提升教育培训体系、完善劳动法规、加强就业政策支持等措施来实现。

二、毕业生就业质量评价体系

高质量就业对学生本人和所在家庭至关重要,其可以有效阻断贫困的代际传递,真正实现了“一人高质量就业,全家脱贫”。毕业生就业质量是一个综合指标,对于不同的群体来说高质量就业的内涵是不同的,相应地,他们对于高质量就业的评价内容也是不同的,而这些针对不同群体评价内容的集合共同构成了毕业生就业质量评价体系,毕业生就业质量评价体系内容详见表 1。

毕业生认为,高质量就业最需具备的特征是提供具有竞争力的薪酬、良好的福利待遇、就业稳定性、提供培训和发展机会、晋升空间大^[3]。调查发现,薪酬是毕业生选择第一份职业最看重的因素。高职毕业生对初次就业月薪的期望主要集中在 3000~5000 元,占受访对象的 82.59%;月薪要求在 4000~5000 元的受访对象占到了受访总人数的 50.2%。此外,稳定的工作能为初入职场的毕业生提供心理上的安全感和

作者简介:赵亮(1983—),男,陕西省宝鸡市人,硕士研究生,高级政工师,主要研究方向为就业创业政策。

预期的确定感,同时稳定的工作通常伴随着良好的职业发展机会,因此工作的稳定性也是毕业生择业时考虑的主要因素。

表 1 毕业生就业质量评价体系

评价主体	评价指标
高校	总体毕业去向落实率
	毕业生工作与专业相关度
	“规模以上”企业就业学生比例
	毕业生毕业三年后的晋升比例
毕业生	毕业生收入水平
	毕业生就业现状满意度
	毕业生工作与专业相关度
	工作环境
	工作稳定性
	薪资福利待遇满意度
	劳动保障(平均周工作时间、工作条件等)
	职业发展前景(实际职级晋升和职级晋升预期等)
	薪资福利待遇满意度
	企业的社会声誉
毕业生家长	工作环境
	工作稳定性
	职业发展前景(实际职级晋升和职级晋升预期等)
	毕业生与岗位适配度
用人单位	毕业生在岗位上的贡献度
	毕业生对企业文化认同度
	毕业生的职业道德与职业素养
	毕业生忠诚度(流失率)

三、河北省高职毕业生就业现状

(一)直接就业意愿不强,升学意愿较高

从 2020 年开始,专升本考生规模持续扩大,特别是 2022 年升学率达到了 20.1%。可以说,专升本有效缓解了就业压力,维持了就业局势的总体稳定,但是近年来专升本的招生规模正在逐步缩减。根据河北省教育厅《关于优化调整河北省普通专升本考试科目及科目设置的通知》(冀教学〔2023〕19 号)要求,将进一步提升普通专升本人才选拔的科学性和培养质量,并按照教育部有关要求对普通专升本考试科目及科目设置进行优化调整,从 2026 年开始专升本的报名将严格执行报考专业和所学专业必须相关的要求。

然而高职毕业生对于专升本的热情依旧不减,有不少学生从刚入学就树立了专升本的目标,而这些学生往往对于第二课堂活动不是很热衷,相应地也影响了自身综合能力的提升。通过调研我们发现,河北省高职毕业生中有专升本意愿的毕业生占到近 40%,而他们的单位就业意愿并不强,因此在每年秋招时,大部分有专升本意愿的学生由于要备考,基本都会放弃参加秋季校园招聘活动,正好错过了应届毕业生求职关键期。秋季学期正处于校园招聘的高峰期,相应的雇主质量也相对较高;而专升本失败的高职毕业生,无形之中失去了大量高质量就业的机会,这都无益于高职毕业生高质

量就业。

从近年来专升本招生的院校来看,高职毕业生升学院校多为河北省内的一些独立学院,因此这些专升本的学生在两年毕业后会面临更加严峻的就业形势,严重影响了这部分学生的职业发展。

(二)毕业生就业求稳心态加剧

根据国家统计局发布的数据,2025 年 2 月国内制造业采购经理指数(PMI)为 50.2%,比上月上升 1.1 个百分点,虽略高于 50%的荣枯分界线,但仍处于较低水平。在经济不景气的大背景下,毕业生求职时的求稳心态明显加剧。一方面,越来越多的毕业生热衷于大型国有企业。从 2024 年秋季校园招聘情况来看,国有企业招聘会参会学生非常多,但是对于民营企业,哪怕是一些中国 500 强的企业组织的招聘会,参会的学生都不是很多。另一方面,近年来报名“西部计划”和“河北省帮扶乡村振兴计划”的毕业生逐年增多,报名这些基层项目的毕业生大都希望通过这些基层项目丰富自己的阅历,提升自己的竞争力,为将来考公考编奠定良好的基础。

(三)结构性就业矛盾突出

通过跟踪某高职院校近 3 年河北籍毕业生的毕业去向发现,河北籍毕业生出省就业意愿不强,都比较倾向于“离家近”的工作。据统计,河北籍省外单位就业毕业生占单位就业毕业生总人数的 19.17%,这使得河北省高职毕业生所面临的结构性就业矛盾异常突出。一方面,很多毕业生都偏向于金融、计算机和管理类等比较“体面”的工作,对于很多制造业企业的操作类岗位兴趣不大,而制造业作为国民经济的重要基础,所能提供的就业岗位又是比较多的,因此经常会发生制造业企业招不到毕业生的情况^[4]。另一方面,金融、计算机和管理类企业由于行业 and 岗位的特点,用人需求是非常有限的,这就使得这些企业吸纳毕业生的能力也是有限的。因此便出现了有些行业的毕业生供大于求,找不到合适的工作,而有些行业毕业生的供给却相对不足,企业招不到足够毕业生的结构性就业矛盾^[5-6]。

(四)慢就业现象日益明显

1999 年大学扩招以来,我国的大学生也逐步从精英化走向大众化,伴随着毕业生人数的增加,其就业压力不断增加,加上就业求稳心态的影响,河北省高职毕业生慢就业的问题日益突出。有一部分高职毕业生毕业之后不就业也不求职,主动就业意愿不强,求职的内生动力不足,使得慢就业现象屡见不鲜,因此慢就业问题也逐渐成为全社会关注的热点和亟待解决的问题。一方面,高职毕业生毕业后不就业不利于他们的职业发展和人生目标的实现;另一方面,越来越多的高职毕业生加入慢就业的行列,使得技术技能型岗位就业市场有效供给不足,无法满足制造业企业的用人需求,甚至经常出现招人难、用工荒的情况,不利于企业的长期发展,也无法

将大学毕业生转化为社会发展需要的有效的人力资源^①。

(五)职业目标不明确,缺乏职业规划意识

从2008年开始,各高校陆续开设了职业发展与就业指导课程,旨在培养学生的职业规划意识,提升学生的就业能力。通过该课程的学习,指导学生树立正确的就业观,并通过对专业、自我的认知,强化职业规划能力,提高求职技能,增进心理调适能力,维护个人合法权益,进而有效地管理求职过程,助力学生顺利就业。

然而,这种唤醒类和开拓职业发展思路类的课程被很多高职毕业生视为“水课”,在学习过程中不能积极跟随授课教师的思路去思考、训练,无法通过课程的学习掌握职业生涯规划的内容和方法,也没有很好地掌握职业探索、毕业生求职、毕业生权益保障、角色转换等方法,从而无法尽早确立自己的职业生涯目标和实施策略。

可以说,大部分高职毕业生还是没有学到职业发展与就业指导课程的精髓,没有完全唤醒自己的职业生涯规划意识,导致自己的职业目标不明确,缺乏实现职业生涯目标的具体行动,极大限制了就业质量的提升。

四、对策及建议

根据河北省高职毕业生就业现状和当前的就业环境,结合毕业生就业质量评价体系的内容,要不断提升毕业生就业质量,必须由毕业生、学校、家庭、企业、政府和全社会开展多方合作,不断优化毕业生的就业环境,加大就业保障力度,提升就业服务水平,帮助毕业生在职业生涯中不断成长,才能有效满足毕业生职业发展与自我实现的需要,从而真正实现高质量就业。

(一)搭建人才供需对接平台,优化就业信息对称性

要促进高质量就业,高质量用人单位是核心。对各级政府而言,要花大力气开展招商引资,积极引进专精特新企业在河北设立总部或基地,不断优化河北省的产业结构,促进产业升级,逐渐将高能耗、高污染、低投资回报率的企业进行转移,打造专精特新产业集群,从而为河北省提供更多的高质量就业岗位,有效满足高职毕业生高质量就业的需求。

对省级就业主管部门而言,要建立全省统一的就业信息共享平台,打破地区和学校之间的信息壁垒,实现高校与企业资源实时互通。通过这一平台,企业可以及时发布招聘信息,帮助毕业生更好地匹配适合的工作岗位。省内各级人社部门和行业协会要定期发布行业人才需求分析报告,为高校人才培养方案设计、课程设置和学生职业选择提供科学依据。

对高职院校而言,要结合访企拓岗专项行动,积极与优质的企业开展供需对接,千方百计开发高质量就业岗位,搭建高质量就业平台,有效促进毕业生高质量就业。同时要不

断提升自身的核心竞争力与人才培养质量,要能有效满足企业的用人需求,从而有利于高职院校开发更多的高质量就业岗位。

(二)培养毕业生学习能力,有效提升岗位适应能力

当今世界处在一个信息爆炸的时代,人们每天都面对着海量的信息,如何从海量信息中获取有效信息、不断提升自身竞争力,是每个人需要深度思考的问题。相对于某一个特定的工作技能而言,学习能力才是人们不断获取新知识、学习新技能的根本驱动力。

一方面,省级就业主管部门要通过形式多样的特色育人项目,帮助学生有意识地培养自身学习方法和学习能力,提升其发现问题、分析问题、解决问题的能力,引导学生树立终身学习的意识,不断学习新技术、新工艺、新流程,只有这样才能不断提升岗位技能和职业素养,不断提升岗位适应能力。另一方面,高职院校要紧密对接专精特新及高质量企业的产业发展需要,深入研究企业的用人需求,不断优化专业设置和人才培养方案,积极联系企业开展产教合作,提升开设专业的岗位匹配度,帮助毕业生提前了解企业生产经营内容和企业文化,并通过工学交替、岗位实习等环节,提前适应企业的生产工作,为就业作好准备。

(三)深入开展就业教育,提升毕业生就业内生动力

毕业生的就业能力是实现高质量就业的核心,高职毕业生就业质量的高低很大程度上取决于毕业生本人的就业能力和岗位适配度。要不断激发高职毕业生的职业生涯规划意识,使其尽早确立职业目标,同时激发他们的就业积极性和内生动力,为提升就业能力打下坚实基础。

一方面,在全省范围内建立完善的就业指导体系资源库,确保每一个高职毕业生都能获得科学的职业生涯规划指导。不断加强高职院校就业指导课程体系建设,帮助学生从入学开始逐步明确职业目标和发展路径。另一方面,积极鼓励高校与企业合作,提供针对性强的职业培训项目,让学生在校期间就能够掌握实用的职业技能,缩短从学校到职场的适应期。这不仅有助于毕业生更快适应工作环境,也能提升他们的就业竞争力。

(四)精准摸排,深入开展就业帮扶

在推动高职毕业生高质量就业的工作中,各级就业主管部门要积极做好家庭经济困难、残疾等困难群体毕业生的就业工作,确保他们也能同步分享高质量就业工作的成果。要重点关注脱贫家庭、低保家庭、零就业家庭、残疾等就业困难群体毕业生,落实一人一档、一人一策帮扶要求,切实做到优先推荐岗位、优先指导服务、优先组织培训和优先实习实践的“四个优先”,要建立就业工作台账,努力为每一个困难群

体毕业生提供有效帮扶,准确掌握家庭经济困难毕业生的实际困难,主动对接,开展分类帮扶和“一人一策”动态帮扶,开展就业观指导、就业能力辅导、简历诊断、就业岗位推荐、学业指导等“一对一”全过程、全方位的就业指导,有效提升困难群体毕业生的就业能力,帮助他们尽早就业、高质量就业。

高职院校要在就业季开始之初就建立就业帮扶工作台账,要通过问卷调查、访谈、就业咨询等形式了解毕业生就业意愿,对于有慢就业倾向的毕业生要重点关注,科学开展就业帮扶;要精准建立工作台账,真正做到责任到人、一人一策。要安排专人开展就业心理疏导、就业信息推送、就业咨询等工作;对于家庭经济困难的毕业生,可帮助其申领求职补贴等,帮助这些慢就业毕业生群体尽早就业。

(五)建立统一就业服务平台,开展一站式就业服务

为了促进高职毕业生高质量就业,河北省各级就业主管部门、高职院校和企业应不断加强信息互通与资源共享,可以通过信息整合的方式,建立一站式的就业信息平台,将就业信息发布、简历投递、笔试、面试等各个环节进行深度融合,以统一的公共就业服务平台为依托,基于人工智能和更优化的算法,打造全省通用的智慧型公共就业信息化服务平台,简化和优化业务办理流程,实现数据共享;推行网上业务办理制度,实现就业咨询、职业介绍、就业手续办理和体系保障等的自助服务。毕业生只需要注册并登录就业平台,即可享受完善的就业服务,不断降低毕业生的求职成本,方便毕业生随时随地享受到无差异化的就业服务^[8-9]。

此外,河北省各级就业主管部门、高职院校还要强化联动机制,一方面要大力开发更多更优质的就业岗位,另一方面要积极推动就业信息的共建共享,让更多的河北省高职毕业生受益,帮助他们尽早就业、高质量就业。

(六)强化劳动权益保障,营造良好就业环境

各级劳动监察部门要进一步加强对高职毕业生就业权益的保护,确保他们在就业过程中享有公平的薪酬待遇和职业发展机会。具体措施包括建立完善的劳动监察机制,严厉打击用人单位的违法行为,持续改善就业环境,保障高职毕业生的合法权益。

各级政府和就业主管部门要严格落实校园招聘“三严禁”,持续推动企业改善工作环境;特别是在对待初次就业的高职毕业生时,降低对工作经验的过度要求,鼓励企业提供更多实习、见习机会,为高职毕业生积累工作经验创造良好条件;同时要出台相关政策,保障高职毕业生在职场中的心理健康,推动构建和谐的劳动关系。

(七)有效开展毕业生就业质量跟踪调查

毕业生职业发展是一个长期的过程,高职院校毕业生就业质量提升也是一个持续改进、螺旋上升的过程。为了不断

提升高职毕业生就业质量,河北省就业主管部门和高职院校要以毕业生高质量就业为目标,持续做好毕业生就业质量跟踪调查工作,要建立毕业生就业质量跟踪调查机制,关注他们的职业发展,帮助其厘清职业发展道路上的各种问题,畅通职业发展之路。同时将质量调查结果应用到后续的人才培养和专业设置中,持续推动毕业生就业质量稳步提升。

结束语

高职毕业生就业质量事关毕业生职业发展,对所在家庭的生活水平、社会和谐稳定等具有十分重要的影响,各级政府、就业主管部门和高校要不遗余力地做好高职毕业生就业工作,通过搭建高质量就业平台、优化就业工作服务体系、开展精准就业帮扶、优化就业环境等途径,积极促进高职毕业生高质量就业。

但同时也要清晰地认识到,高质量就业永远在路上。促进高职毕业生高质量就业是一个长期和循序渐进的工程,受到国际国内经济环境、世界局势、高职院校办学水平的种种影响;与此同时,毕业生本人的职业素养和就业能力也是影响就业质量的重要因素。因此,不仅需要帮助毕业生树立正确的择业观、就业观,完善公共就业服务体系,拓宽毕业生就业渠道,精准开展就业教育与指导,深入开展就业帮扶,还需要全社会对高职毕业生多一些包容,要关心高职毕业生的成长与职业发展,进一步取消就业过程中的学历歧视等,为促进河北省高职毕业生高质量就业营造更加友好的就业环境。

参考文献:

- [1]廖福玲.赣州出台“十四五”就业促进规划[N].赣南日报,2021-12-24(01).
- [2]谢璐.更高质量就业的内涵与其面临问题的成因分析[D].上海:上海社会科学院,2014.
- [3]李哲武.新时代应用型高校毕业生高质量就业的评价体系研究[J].科教文汇,2023(18):24-27.
- [4]陈言良,张海涛.新形势下高校毕业生就业工作机制研究[J].中国大学生就业,2023(1):38-42.
- [5]岳昌君.高质量充分就业的内涵与实现路径[J].人民论坛,2023(14):63-66.
- [6]杨伟国.实施就业优先战略促进高质量充分就业[J].教学与研究,2023(2):28-36.
- [7]吕冰.高校毕业生就业新趋势及应对策略[J].中国大学生就业,2023(1):3-8.
- [8]孙蕊,王阳.促进高校毕业生就业对策研究观点述评[J].中国劳动关系学院学报,2023,37(3):63-74.
- [9]王婷.促进高校毕业生高质量充分就业的现实问题与对策研究[J].重庆工商大学学报(社会科学版),2024,41(5):116-126.

守正创新视域下紧固国企基层“螺丝钉”

谢孝宏

国家管网北方管道天津输油气分公司

摘要:守正创新是当前国有企业改革的主线和脉络,深入剖析守正创新的理论内涵与实践路径,探讨其在国有企业基层员工中的具体应用。首先,阐释了守正创新的深刻含义和丰富内涵,阐明守正与创新的辩证统一。其次,从马克思主义理论、以人民为中心的发展思想以及中国式现代化建设的三个方面,明确了守正的根基,指出了实践中的创新是行动的关键。最后,聚焦国企基层员工,提出紧固“螺丝钉”的具体方法,突出“螺丝钉”亮度、强度、硬度和紧度。研究表明,守正与创新相结合,能有效提升国企基层员工的履职能力,增强企业的凝聚力和竞争力。结论表明,守正创新、不断紧固国企基层“螺丝钉”是推动国企高质量发展的实践路径,对于基层员工的成长和企业的发展具有重要意义。

关键词:守正;创新;辩证统一;国企基层;螺丝钉 **中图分类号:**F276.1;F271 **文献标识码:**A

在中华民族伟大复兴战略全局与世界百年未有之大变局交织激荡的时代背景下,守正创新作为马克思主义认识论与方法论的创造性发展,正在重塑中国特色的现代化治理体系。守正创新是企业成长和发展的重大原则,在各种挑战面前,企业一定要始终坚守正道,保持初心,不被社会的浮躁和诱惑所动摇^[1]。企业员工要积极追求创新,勇于突破自我,不断尝试新的工作方法和思路。在坚守正道的基础上不断创新,才能在发展的道路上走得更远,实现自己的价值。守正是强基筑根、培元固本,创新是勇于探索、开辟新境。守正与创新互促共进、相辅相成,要把守正与创新统一在进一步深化改革的伟大实践中^[2]。在党的二十届三中全会关于进一步深化改革的号召下,国家管网集团提出“市场化、专业化、区域化、共享化”改革,这些改革措施是国家管网集团深入贯彻落实党中央重大部署,积极推进油气管网运营机制改革的关键举措和重要内容。这不仅仅是一场制度与流程的改革,更是对于思想与精神的革新。在基层组织的重组变革中,需要打牢“学”的基础,突出“做”的关键,把住“改”的方向,体现“革”的决心。

一、守正创新的深刻意义和丰富内涵

(一)深刻含义

中国共产党第二十次全国代表大会的报告中提出:“必须坚持守正创新。我们从事的是前无古人的伟大事业,守正才能不迷失方向、不犯颠覆性错误,创新才能把握时代、引领时代。”^[3]守正,是中国共产党百年奋斗铸就的精神密码,是筑牢中国人民事业根基的“压舱石”。中国共产党始终以马克思主义为思想灯塔,将“为人民服务”的根本宗旨熔铸于血脉之中。正如《诗经》所言“周虽旧邦,其命维新”,这种守正不是简单的因循守旧,而是对中华文明“苟日新,日日新,又日新”革

新精神的创造性转化。从脱贫攻坚战中“一个都不能少”的庄严承诺,到疫情防控中“人民至上、生命至上”的价值坚守,无不彰显着对初心的恪守。创新,则是解码时代命题的金钥匙。当前,量子计算突破经典物理边界,人工智能重构生产生活图景,区块链技术重塑信任机制,全球创新版图正在发生深刻变革。中国高铁穿越千山万水缔造中国速度,5G网络编织数字丝绸之路,“天宫”筑梦叩问苍穹,这些创新实践生动诠释着“惟改革者进,惟创新者强”的深刻哲理。在数字经济与实体经济深度融合的今天,创新已从单点突破转向系统集成,从技术革新升维为制度创新,成为突破“卡脖子”技术瓶颈、构建新发展格局的核心引擎。

(二)丰富内涵

守正创新体现了马克思主义的思想路线,是中华优秀传统文化的思想精华,是习近平新时代中国特色社会主义思想的精髓要义,其内涵之丰富,思想之深邃,意义之重大,需要深刻领悟和切实践行^[4]。守正创新是马克思主义哲学的真理拓展,充分体现了马克思主义的唯物论和辩证法,强调遵循规律进行创造性认识和改造事物。守正是创新的前提和基础,只有揭示新的历史条件下事物发展规律性,实现认识的飞跃,以新认识指导新实践,才能把事物推向新的发展阶段。从脱贫攻坚战的全面胜利到疫情防控的精准施策,从“五位一体”总体布局到“四个全面”战略布局,守正的本质就是遵循客观规律,坚持正确政治方向,确保改革航船不偏离航道。守正创新充分体现了这一思想路线的内在要求,强调在实际工作中既要坚守真理,又要不断创新,以适应时代的发展和变化。

(三)守正创新的辩证统一

守正创新体现了变与不变的辩证统一。守正是本源、根

作者简介:谢孝宏(1975—),男,四川省达州市人,硕士,高级工程师,主要研究方向为长输管道运营与党建工作。

基和前提,为创新立魂、立本、立根,是不变;创新是趋势、方向和动力,推动守正求新、求进,是变。守正创新体现了继承性与发展性的辩证统一。守正创新坚持和发展马克思主义发展观,是马克思主义发展观的中国化、时代化表达。守正与创新的辩证统一,在实践中体现为变与不变的智慧平衡。经济特区建设坚持社会主义方向下的市场机制创新,乡村振兴战略立足农耕文明根基发展现代农业,全过程人民民主在继承政治传统中探索新型治理模式。这种既保持根本又突破常规的实践路径,正是中国式现代化道路的生动写照。唯有在守正中把稳舵盘,在创新中破浪前行,方能在历史的逻辑中前进,在时代的潮流中发展,不断开创中国特色社会主义事业新局面。

二、守正要正确把握“正”的根基

学习是进步的阶梯,是改革的先导。党的二十届三中全会精神指明了国有企业改革的方向,在新的历史时期,必须以更加开放的心态、更加积极的态度去学习^[5]。以平心静气的态度,深入理解改革的内涵与外延,明确改革的目标与方向,为推动改革提供坚实的思想基础。

(一)马克思主义是“正”的根本

马克思主义不仅是科学的理论体系,更是中国共产党始终高举的伟大旗帜和行动指南。作为党的指导思想,马克思主义提供了科学的世界观和方法论,帮助人类正确认识世界、把握规律、追求真理。它深刻揭示了人类社会发展的客观规律,明确了无产阶级和全人类解放的道路,为在复杂多变的时代中坚守正确方向奠定了坚实基础。马克思主义强调实践与理论相结合,倡导在实践中检验真理、推动发展,既要坚守马克思主义的基本原理,又要结合时代特征和具体国情,不断推进理论创新和实践创新。正是在马克思主义的指引下,中国共产党带领全国人民取得了革命、建设和改革的伟大胜利,开创了中国特色社会主义道路。马克思主义是立党立国的根本指导思想,也是实现中华民族伟大复兴的精神支柱和力量源泉。

(二)以人民为中心是“正”的基础

在中国历史长河中,“唯有以人民为中心的价值取向,才能构筑起稳固的政治根基”,这一点不断被验证。孔孟之道早已揭示“民为邦本”的治国智慧。《尚书》有云“民惟邦本,本固邦宁”;孟子更直言“民为贵,社稷次之,君为轻”^[6]。这些思想遗产都在诉说同一个真理:政治合法性的根本在于民心向背。中国共产党提出的“以人民为中心”理念,正是对这种政治智慧的继承与升华。脱贫攻坚战中的“一个都不能少”,疫情防控中的生命至上原则,民生工程里的“关键小事”办理,

都在诠释着新时代的民本思想。当东乡族自治县最后一条“悬崖村”通路竣工时,当大凉山深处建起现代化学校时,人民对美好生活的向往正转化为可触摸的现实。历史经验反复证明,任何脱离人民的政治架构终将坍塌。始终将人民置于价值坐标的原点,这正是中华文明五千年积淀的政治智慧在当代的生动实践。

(三)中国式现代化是“正”的路径

中国式现代化作为“正”的实践路径,深植于中华文明的历史土壤,展现出迥异于西方模式的文明形态。这种现代化道路既遵循人类社会发展的普遍规律,更彰显着中华文明特有的价值追求,在传统与现代的对话中开辟出新的文明境界。中国式现代化拒绝“非此即彼”的思维陷阱,在工业化与生态文明、市场效率与社会公平、技术进步与人文关怀之间构建起动态平衡。中国式现代化始终保持着传统智慧与现代科技的对话,构建起物质文明与精神文明相协调的发展范式。中国式现代化之所以为“正”,在于其始终将“人”作为发展的尺度,将“和”作为文明的底色,坚守着“民惟邦本”的价值根基,在传统与现代的融合中开辟人类文明新形态。

三、创新要在实践中开拓具体工作

在现今快速发展的社会背景下,创新已经成为推动企业、组织乃至国家发展的核心动力^[7]。突出创新在实际工作中的重要性,从“做”“改”“革”三个方面来深入探讨如何将创新理念融入日常工作中,确保其真正得到全面落实。

(一)创新要突出“做”的关键

“做”是创新的起点和基础。没有实际行动,任何理念和想法都只是空中楼阁。将创新全面落实在实际工作中,突出“做”的关键。在实施创新的过程中,必须要有强大的执行力,要有创新的思维和想法,更要有将其付诸实践的决心和行动。只有通过不断的实践和尝试,才能发现创新中的问题和不足,进而进行改进和优化。在创新过程中,细节决定成败,只有关注细节,才能确保创新的每一步都走得稳健、走得扎实。在“做”的过程中,要不断反思和总结,发现不足并持续改进,不断进步,不断优化,最终达到预期的效果。在改革的过程中,必须坚持真抓实干的原则,以实际行动践行改革的理念,以实际行动推动改革的进程。在基层组织的重组变革中,要勇于担当,积极作为,从个人的岗位职责制入手,把每一项工作落到实处,把每一个问题解决在萌芽状态。用实际行动证明,改革不仅仅是口头上的口号,更是实践中的行动和过程。

(二)创新要把握住“改”的方向

“改”是创新的延续和深化。在此过程中,不断地进行改

进和调整,以适应不断变化的环境和需求。在改革的过程中,明确目标,确保改革的方向正确,不偏离主题。改革要顺应时代的发展趋势,紧跟时代的步伐,具有前瞻性和预见性,真正地推动企业的发展。改革的过程,是不断探索前进的过程,要倾听各方面的反馈和建议,充分了解各方面的需求和意见,确保改革的科学性和合理性。改革是时代的呼唤,是人民的要求。在改革的过程中,必须明确方向,坚定信心。要以国家管网集团的深化改革为契机,以基层组织的重组变革为抓手,坚定不移地推进改革的进程,坚决拥护上级关于改革的方案和步骤。坚持以人民为中心的发展思想,以问题为导向,以创新为动力,不断推动改革的深入发展。

(三)创新要体现“革”的决心

“革”是创新的升华和突破,是在一定基础上进行深度的变革和创新,以实现质的飞跃。在革新的过程中,敢于突破传统的思维模式和观念束缚,打破陈规陋习,开创出新的局面。革新不是空谈,要注重实效,要以实际效果为标准,不断优化和调整革新的方向和策略。在革新的过程中,要保持持续学习的态度,不断学习新知识、新技能,不断跟上时代的步伐,实现真正的革新。改革是一场深刻的革命,需要坚定的决心和勇气去推进。敢于直面问题,敢于触碰矛盾,敢于担当责任。“革”作为文明演进的核心密码,始终镌刻在中华民族的精神基因里。从《周易》“天地革而四时成”的哲学思辨,到商鞅“治世不一道,便国不法古”的变法实践,中华文明五千年的沧桑巨变印证着:真正的革新既是刀刃向内的自我革命,更是顺应时势的文明跃升。在数字经济浪潮席卷全球的今天,“革”的内涵已从技术迭代升维为系统重构——当区块链技术重塑信任机制,元宇宙重构交互场景,人工智能突破认知边界,人类正经历着生产关系的深度变革。

四、紧固国企基层“螺丝钉”

国有企业在国家的经济发展和社会稳定中发挥着至关重要的作用,是国家政策的落实处,是群众生活的保障地,它的重要性不言而喻。在国有企业基层的各个角落,有无数的“螺丝钉”正在发挥着他们的作用^⑩。

(一)国企基层“螺丝钉”作用

雷锋将个人比喻为机器上的一颗“螺丝钉”,非常形象深刻地揭示了现代社会中人的社会本质。国企基层的“螺丝钉”,虽然看似微小,却是企业稳定运行不可或缺的部分。首先,基层“螺丝钉”是生产一线的中坚力量。他们直接参与企业的生产运营活动,是产品或服务从设计到生产、再到销售的关键环节。他们的工作态度、技能和效率,直接关系到企业的生产质量和效益。在许多大型的工程项目或复杂的产品生

产中,基层员工的每一项微小操作都至关重要,对保证产品质量、提升生产效率起着至关重要的作用。其次,基层“螺丝钉”在企业文化和员工关系中发挥着不可替代的作用。他们是连接企业管理层和普通员工的桥梁,能够及时反馈员工的意见和建议,协助管理层作出更符合员工需求的决策。同时,他们也是企业文化的传播者,通过日常的工作和交流,将企业的价值观和理念传递给每一位员工,增强企业的凝聚力和向心力。再者,基层“螺丝钉”在创新发展中也起着重要作用。虽然他们的工作可能看似日常而平凡,但正是这些日常的工作中,隐藏着许多创新的火花。他们的一线经验和对工作的深入理解,能够为企业提供宝贵的创新建议和解决方案。

(二)坚守正心,修养品德,抛光“螺丝钉”亮度

国有企业基层员工不断提高个人的思想品德是一项重要的政治任务^⑪。一颗优良的“螺丝钉”,不仅要有足够的强度,还需要有足够的亮度,这样才能在关键时刻发挥其核心作用。修养思想品德,就是要不断提高自己的政治觉悟和思想境界,保持对国家的忠诚和对事业的热爱。只有通过不断学习和修炼,才能使自己的品行修养更加坚定,才能让每一颗“螺丝钉”都更加紧实、更加光亮。在国有企业中,每一颗“螺丝钉”都承担着不可或缺的角色。“螺丝钉”的亮度,代表着谨慎的工作态度和积极的工作热情。时刻保持清醒的头脑,坚定正确的政治方向,不断提高政治觉悟和业务能力,把每颗“螺丝钉”紧固在适当的位置上,不断抛光自身的亮度,使之更加耀眼。每一个员工都要把个人思想品德修养融入日常工作中,无论是在处理业务问题还是在解决实际困难时,都要以国家的事业为重,以人民的利益为先,以集体的收益为前提。

(三)潜心工作,锻炼骨干,保持“螺丝钉”强度

在国有企业基层,技术骨干是推动企业发展的重要力量,他们肩负着企业的各项技术工作,是保障企业正常运转的关键人物。因此,保持技术骨干的强度,不仅是保证企业发展的动力和后劲的关键,也是企业技术团队稳定性和竞争力的重要保障。作为技术骨干,应当不断提升自身的专业技能和业务水平,通过持续学习和实践,掌握新的技术和知识,以应对工作中的各种挑战和问题,为企业的发展提供有力的技术支持和保障^⑫。同时,技术骨干还应注重培养和选拔新的技术人才,为企业的技术团队注入新的血液和活力。加强对新员工的培训和指导,帮助他们尽快熟悉和掌握工作技能和业务知识,为他们提供更多的发展机会和空间,使他们在企业的大家庭中实现自己的价值。此外,技术骨干应以专业的态度

对待每一个细节,潜心工作,不断提升自身的专业能力和技术水平。“螺丝钉”精神是一种职业道德,通过不断学习和实践,将自己锻炼成业务骨干,使自己的专业能力达到一个新的高度,在紧固的过程中保持足够的强度,确保工作的稳定性和可靠性。

(四)争做前列,示范带头,炼就“螺丝钉”硬度

争做行业先锋,勇立时代潮头,在工作中应当示范带头,炼就“螺丝钉”的硬度。抢排头争第一,这不仅是个人的责任担当,也是对个人优秀品质的锤炼,是自信与勇气的体现,更是对工作标准的示范与展现,是值得学习和效仿的榜样。“政治理论学在前”,要不断学习党的最新理论成果,落实“第一议题”活动内容,坚定理想信念,确保思想和行动始终与党中央保持高度一致。“思想工作做在前”,要坚持以人为本,关心关注身边每一位同事的成长和发展,弘扬正能量,引导正方向,树立正确的价值观和人生观。“铁军队伍走在前”,要加强自我约束和素质锻炼,令行禁止,一切行动听指挥,培养出一支纪律严明、作风过硬、敢于担当的队伍,让自身在各项工作中发挥出最大潜力。当急难险重任务来临时,我们要不畏艰难险阻,冲锋在前,敢于迎难而上,用实际行动诠释对国家和人民的忠诚。“规章制度守在前”,要以身作则,严格遵守各项规章制度,确保工作的规范化 and 高效化。“安全生产干在前”,要把安全放在第一位,预知危险,消除危险,确保各项工作安全、稳定、有序地进行。站在排头,突出一点,以点成面,形成一片,以实际行动炼就“螺丝钉”般的硬度,争做排头兵。

(五)爱岗敬业,联系群众,拧固“螺丝钉”紧度

在国企基层工作中,始终坚持以人民为中心的发展思想,密切联系群众、服务群众,是实现企业稳定发展的关键。通过加强与群众的沟通交流,开展座谈会、调查问卷等活动,深入了解群众的需求和诉求,更好地为群众服务、为群众谋福利。加强对员工的关爱和帮助,改善工作环境,提供稳定的人身保障,激发员工的工作积极性和创造力,促进他们更加努力地工作,推动企业的稳定发展。通过多种形式宣传党的方针政策和企业的各项工作成果,增强群众对企业的了解和信任,提升他们的归属感和责任感^[1]。密切联系群众,深入了解人民群众的需求和期望,始终坚持以人民为中心的发展思想,把人民群众的利益放在首位。通过与群众的紧密联系,不断改进工作方法、提高工作效率,使每一颗“螺丝钉”各就各位,为企业的发展提供坚实保障。

守正创新,紧固国企基层“螺丝钉”,是实现企业稳定发展的关键。在守正中正确把握“正”的根基,在创新中实践开拓具体工作。通过坚守正心,修养党性,潜心工作,锻炼骨干,

爱岗敬业,联系群众,发扬国企基层“螺丝钉”精神,每一位基层员工在平凡的岗位上发挥应有的作用,在新时代的征程中行稳致远,为企业的发展贡献自己的力量,为实现企业中国式现代化管理提供强力支撑。

参考文献:

- [1]崔洪亮.在进一步全面深化改革中坚持守正创新[J].新长征,2025(1):50-51.
- [2]任鹏程.进一步全面深化改革必须坚持守正创新[J].政工学刊,2025(1):11-13.
- [3]《求是》杂志发表习近平总书记重要文章必须坚持守正创新[J].中国社会组织,2024(23):1.
- [4]李鑒洋,张丽娟.习近平文化思想守正创新精神的逻辑理路[J].理论观察,2024(11):15-19.
- [5]沈传亮,张伟丽.深入理解新时代进一步全面深化改革的重大原则[J].理论学刊,2024(6):21-28.
- [6]钟青青,裴泽庆.“民为邦本”同“人民至上”契合的内在机理及现实意义[J].中共成都市委党校学报,2024(4):86-97+112.
- [7]肖贵清.守正创新:进一步全面深化改革的基本原则[J].河北师范大学学报(哲学社会科学版),2024,47(6):1-5.
- [8]李丽.螺丝钉精神的理论解读及当代价值[J].新东方,2020(4):59-63.
- [9]吴定恒.深化国企改革中强化党建引领的守正与创新[J].现代国企研究,2024(8):78-84.
- [10]赵然.企业文化建设在国企管理过程中的有效性分析[J].中外企业文化,2022(9):111-113.
- [11]陈国斌,刁薇,包晓梅.国有企业基层党支部建设策略[J].现代企业文化,2022(36):115-117.

目标公司股权回购型对赌协议履行问题研究

曾旭宇

贵州师范大学法学院

摘要:目标公司股权回购型对赌协议的履行问题属于现阶段民商事活动中的焦点问题,最高人民法院在2019年出台了《全国法院民商事审判工作会议纪要》,将减资程序作为该类对赌协议履行的前置条件,但该规定引发了实践中因减资受阻而导致回购难以履行等问题。此外,《公司法》的资本维持原则为保护债权人而对该类对赌协议的履行进行了严格规制,致使该类对赌协议在履行层面困难重重。重点研究该类对赌协议的履行问题,探究该类对赌协议履行过程中股权回购与减资的关联性,并剖析公司资本维持原则和债权人保护制度之实质,最终探索出合适的解决方案,使该类对赌协议在民商事活动中能够发挥更大的价值,为我国社会主义市场经济的繁荣发展注入新动能。

关键词:目标公司;股权回购型对赌协议;减资;资本维持原则

中图分类号:D922.291.91

文献标识码:A

一、股权回购型对赌协议概述及效力认定

(一)股权回购型对赌协议概述

股权回购型对赌协议是指投资者与目标公司或目标公司的股东达成协议,如果目标公司未完成对赌协议中约定的目标,则目标公司或公司股东需要按照约定进行股权回购。投资方在出资时,通过约定这种估值调整机制,能够在一定程度上弥补投资之时对估值的误判所带来的不利后果。如此一来,不仅能够保护投资方利益,还能促进融资方实现约定目标并使融资方不断进步,未尝不是一种双赢的途径。当协议所约定的情形出现时,目标公司或公司股东应当依约进行股权回购,此时就实现了对投资之时目标公司估值的修正,以有效应对该类投资的不确定性。

(二)对赌协议效力认定的历史沿革

“海富案”是关于对赌协议效力认定的最早的典型案例,判决认为投资者与目标公司对赌无效。具体而言,最高人民法院再审时是依照对赌主体来认定此种协议之效力的,对赌协议的效力因主体的不同而存在差异;与目标公司对赌无效,与目标公司股东或实际控制人对赌则协议效力不受影响^①。以对赌主体作为判断对赌协议效力的划分依据与投资实践割裂,这会削弱投资方的投资热情,且不利于目标公司的发展。

而后“华工案”的判决结果与“海富案”的裁判结果却大为不同。在该案中,法院没有否定投资方与目标公司对赌的效力,经过审查认定该协议有效。但是,在履行协议时,相应的财产支出须从公司的利润中扣除或符合《公司法》规定的减资程序,且不能损害目标公司债权人的利益。法院指出,根据投资协议,回购目标公司的股份并未违反相关规定。再者,投资方和目标公司已经达成清晰有效的协议,这表明双方都对对赌协议的内容和可能发生的结果知情并认可^②。上述关

于“华工案”的审判思路表明,法官已经改变了类似“海富案”中基于对赌主体进行审判的思维,并认可了投资方与目标公司对赌的效力。

2019年,最高人民法院发布《全国法院民商事审判工作会议纪要》(以下简称《九民纪要》),明确认可了投资方与目标公司对赌的效力,但该类对赌协议在履行层面须符合《公司法》关于“股东不得抽逃出资”及股份回购的强制性规定,并完成减资程序。自此,不论是与目标公司股东对赌还是直接与目标公司对赌,其效力都得到了认可。然而,股权回购型对赌协议在履行的过程中出现了诸多问题,急需找到有效的解决途径。上文提及,股权回购型对赌协议既可以是投资方与目标公司股东对赌,也可以是投资方与目标公司对赌,本文主要研究后者。

二、目标公司股权回购型对赌协议的履行

(一)目标公司股权回购型对赌协议的履行障碍

虽然现今投资方与目标公司对赌的效力已得到认可,然而,当对赌条件触发时,若投资方要求目标公司履行对赌协议所约定的义务,则需要目标公司完成减资流程,如此一来,投资者欲使相应资金按时足额受偿将十分困难。实践中因减资程序而产生的纠纷,已成为该类对赌协议履行过程的最大障碍。

一方面,减资程序能否完成非常容易受到目标公司股东的影响。根据《公司法》的规定,减资程序属于公司重大事项,若目标公司想要实行减资程序,则必须经过代表三分之二以上表决权的目标公司股东通过减资决议。因此,若目标公司的股东不愿意进行减资而导致投同意票的股东不足三分之二以上表决权时,减资程序将无法进行。另一方面,依据目前规定,一般认为减资程序不具有可诉性,原因在于目标公司减资程序属于公司意思自治事项,外部不得干涉民商事主体

作者简介:曾旭宇(2001—),男,广东省河源市人,在读硕士研究生,主要研究方向为民商法学。

的意思自治。因此,当对赌协议约定的情形发生时,若目标公司拒绝履行相应的义务,投资方将无法通过诉讼方式请求法院判决强制目标公司减资。

(二) 股权回购与减资程序的关联性分析

对于履行回购义务与减资之间的关系这一问题,笔者认为,将股权回购与减资程序相结合的规定存在很大弊端。事实上,减资与回购没有必要呈现出相互绑定的关系。回购与减资的逻辑关系主要在于可以通过回购实现公司资本结构调整,两者并无必然联系^[1]。

《公司法》第二百二十四条规定,公司应当自股东会作出减少注册资本决议之日起十日内通知债权人……债权人……有权要求公司清偿债务或者提供相应的担保。《九民纪要》第五条的规定将减资程序与目标公司回购义务的履行绑定起来,其初衷是通过减资程序中保护债权人的机制来维护债权人的利益。但是,这种方法过于僵化,且未触及减资程序的实质。

减资可以分为实质减资和形式减资,常见的向股东退还减资金额、降低股东认缴出资额等方式都属于实质减资,原《公司法》中有关减资的规定仅指实质减资。实质减资存在着公司资本向外流出的情况,这会导致公司的偿债能力实质性降低,故上述实质减资方式有必要采用保护债权人的机制。但是,新《公司法》第二百二十五条已将形式减资的规定明确纳入其中。具体而言,该种减资方式的实施手段是减资弥补亏损,即公司使用公积金弥补亏损后仍有亏损的,可以减资以弥补亏损。该种方式仅仅是财务上的会计项目调整,不存在公司资本外流的情况,公司的实际偿债能力并没有降低,故该种减资方式无须采取保护债权人的机制,公司只需将相关内容进行公示,债权人无权要求公司提前清偿债务或提供担保,该方式又称简易减资。由此可见,减资并非都要履行《公司法》中的债权人保护机制,保护债权人也并非只能通过减资来进行。

另外,公司注册资本并不是向投资方支付回购款的唯一来源,如果目标公司在自身没有其他任何资金来源的情况下希望通过减资来回购其股权,此时方可视减资中遵守债权人保护相关程序为回购的必要条件。否则,减资以及由此带来的一系列保护债权人的机制就没有必要成为目标公司履行回购义务的必要手段。

三、股权回购型对赌协议履行中的公司债权人保护

(一) 公司资本维持原则

资本维持原则主要是指公司应当保持与其资本额相当的财产,以防止公司资本的实质减少。该原则旨在保护公司债权人,防止公司财产不正当地流向公司股东。资本维持原

则是贯穿现今对赌协议相关规定的一项重要原则。实际上,对于减资前置的规定,以及履行回购义务前对是否属于抽逃出资行为进行审查的规定,都体现了资本维持原则和对债权人的保护。

诚然,通过减资程序来约束股权回购型对赌协议的履行,对于保护债权人具有重要意义,但《九民纪要》完全依赖减资程序来束缚股权回购的履行,具有过度保护债权人嫌疑,这将导致各方利益失衡。我国《公司法》将能够进行回购的情形进行了有限列举,如减少公司注册资本、与持有本公司股份的其他公司合并等,这使得股权回购的操作空间显得非常狭小,其初衷是遵守资本维持原则,但这显得本末倒置,成为股权回购型对赌协议履行过程中的一大障碍。

现实中,不乏目标公司将减资前置和保护债权人作为逃避履行回购义务的借口,这不利于股权回购型对赌协议的良性发展。另外,实务中对于债权人保护中的“债权人”界定较为模糊,有时甚至无法定位具体的债权人主体,使得目标公司以保护债权人为说辞来逃避履行回购义务。笔者认为,应当设置相应的举证环节,证明目标公司拥有所需保护的具体的债权人主体且具有保护债权人的必要性,以防止债权人保护原则被误用和滥用。

资本维持原则为公司管理层和公司股东划定了财产分配的底线,也为司法机关对公司管理层或股东行为合法性提供了直接判断标准和依据^[2]。该原则表明,公司的资本变动一定会受到《公司法》的规制,但这也表明:只要不违反资本维持原则,不降低公司的偿债能力,公司的资产就可以用于回购股份或作其他用途,这是资本维持原则的应有之义。因此,不能认为股权回购一定会违背资本维持原则。在贯彻资本维持原则的过程中,采用减资这种形式判断标准来规制股权回购型对赌协议的履行是不妥的,单纯的形式判断无法发挥该类协议应有的商事活力,限制了此类商行为的发展。因此,针对这一问题,应当灵活运用资本维持原则,避免因僵化理解该原则而导致对赌协议履行问题的恶化。

(二) 股权回购与抽逃出资

抽逃出资是指使用各种方式使公司财产以不合理价格或无偿地向股东转移,从而使股东原先向公司履行的相应出资额回流到该股东手中。《九民纪要》指出,对于股权回购型对赌协议的履行,将按照《公司法》及相关司法解释的规定进行审查,即目标公司履行回购义务时,公司股东、董事及高管不得损害公司资本,不得抽逃出资。原《公司法》及其司法解释从形式上对抽逃出资的情形进行了规制。2018年版《公司法》司法解释——《公司法解释(三)》第十二条列举了几种抽逃出资的情形,如制作虚假财务会计报表虚增利润进行分配、通过虚构债权债务关系将其出资转出等,但此种形式标准并

未触及抽逃出资的本质。抽逃出资的本质应当是相关主体恶意地使公司以不合理的低价或无偿地向股东转移财产而降低公司股本和资本公积金的行为。若公司的财产分配活动不影响公司的股本和资本公积金,则不能将其认定为抽逃出资。

诚然,公司不得使其相应的财产数额因正常经营亏损以外的因素而降低,但法律也不能禁止公司资本因正常经营而遭受损失。资本维持以及禁止抽逃出资的真正含义并非要求公司必须维持资本而不得致其减损,而是禁止公司将资本非法返还给股东^[9]。《公司法》所禁止的“抽逃出资”理应是不正当地从公司到股东的单向财产流动,对赌回购是基于对赌协议产生的财产转移,不构成“抽逃出资”^[10]。

实际上,目标公司进行股权回购并不必然造成上述不良后果。例如,目标公司在履行回购义务的同时,可以寻找新的投资者,若有新的投资者愿意以对应的价格受让该股份,则目标公司可以在完成回购后立刻将该股份转让给新的投资者,这并不会造成目标公司资本的减少,不属于抽逃出资。然而,在司法实践中,多数法院并未采纳该思路。例如,在“济南团谱公司案”二审中,被上诉人即投资者环宇公司辩称,法律并未禁止目标公司通过减少注册资金或股权转让的方式进行股权回购的行为,故目标公司即团谱公司可以通过各种方式对环宇公司履行股权回购义务。但是,法院基于《九民纪要》减资前置的规定,否定了被上诉人提出的通过股权再转让来履行股权回购义务的方式,即法院只认可目标公司以减资前置的方式履行回购义务^③。

四、目标公司股权回购型对赌协议履行问题的完善建议

(一)将履行回购义务与减资程序解绑

股权回购本质上是目标公司对投资者给付相应的财产,若目标公司财产充足,则完全不必进行减资程序。具体而言,公司资本不是公司可用资金的唯一来源,若目标公司有足够的资金,则无须通过减资程序来获取用于履行回购义务的资金。若目标公司因缺乏资金来源而只能动用公司资本时,公司进行减资程序来履行回购义务便具有合理性。此时,若目标公司能够履行其对债权人所负有的清偿债务、提供担保等义务,则目标公司可以如期履行回购义务;若目标公司未能履行上述对债权人所负有的义务且公司无其他资金来进行回购时,则回购操作会出现阻碍,此时将回购受阻视作一种对债权人的保护方式,具有一定的正当性。另外,实践中目标公司进行回购特别是护盘式回购或者为可转债的持有人债转股提供股票而进行回购时,往往都需要针对特定的市场时机而快速进行,若每次都需要履行减资程序则会贻误时机。故应当允许公司在确保回购资金来源合法且合理的情况下自由进行回购,只要公司严守资本维持的红线并遵守资金来源限制之规定,就无债权人置喙的余地^[11]。

若目标公司有足够的资金或其他合法手段来赎回股权,那么回购也能顺利完成,不过,目标公司必须用公司合法可用资金来履行回购义务。关于回购资金的来源,除减资获得资金外,公司仍有以下几种资金来源。

一是公司的可分配利润。依《公司法》之规定,目标公司在弥补亏损、提取足额法定公积金后可以向股东分配利润。目标公司可以利用盈余利润自由地回购一定比例股份,但回购行为不得削弱股本额,不动摇股本是“禁止抽逃出资”的要求^[12]。因此,目标公司可将可分配利润用于履行股权回购义务。

二是任意公积金。任意公积金是指公司在提取了法定公积金后,由公司决议从利润中特别提取的一笔资金。任意公积金的提取是公司意思自治的内容,债权人不得任意干涉,因此目标公司可以使用任意公积金来履行回购义务。而前述法定公积金是依照法律规定必须提取的,此项公积金与公司资本的性质基本相同,又被称为公司的附加资本,故一般不考虑用法定公积金履行回购义务。

三是转让预期股份所得。上文提及,目标公司可以在进行回购的同时积极寻找新的投资者,使新的投资者受让该回购的股份,以保持公司资本的稳定。因此,目标公司可以先将该部分将要获得的股份预先进行转让并获得资金,而后使用该笔资金进行回购。这种方式不违反公司资本维持原则,债权人的利益不会受到损害。

目标公司进行股权回购时,主要考虑的内容应当是履行回购义务后能否使公司保持正常持续经营,是否会降低公司的债务清偿能力,而不是以减资事由为条件进行形式判断。综上,笔者认为,应当将目标公司履行回购义务与减资程序解绑,以改善目标公司股权回购型对赌协议的履行窘境。

(二)探索股转债制度

在股权回购型对赌协议中,当投资者向目标公司完成投资后,投资者就成为了目标公司的股东。而在公司盈利和剩余财产分配顺序上,股东的分配顺序是略后于债权人的,这就导致了投资方处于非常不利的处境,并使得目标公司以优先保护债权人作为由拒绝履行回购义务有了可乘之机。因此,当目标公司不愿履行股权回购的减资前置程序时,若能给予投资者将其股权转化成债权的权利,则投资者就能从分配顺序略后的股东身份转变成分配顺序较先的债权人身份,从而保障标的资金顺利受偿。这种“股转债”的机制可以成为投资方与目标公司抗衡的工具,从而有效避免投资者处于被动地位。在投资行使“股转债”的权利后,投资方将拥有债权人的身份,此时,投资方与目标公司其他债权人将拥有同样的分配地位,此时将不存在保护其他债权人说法,则目标公司应当依照约定向投资方足额偿还对赌协议所约定的相应资金。

当对赌条件触发时,投资方更注重的是相应的钱款能否及时顺利受偿,其并不在意自身在目标公司中的角色。因此,在股权回购型对赌协议中设置“股转债”的机制,能更好地提高该类协议的履约率,也能够更清晰地理解该类协议的本质,从而促使该类协议在民商事交易中发挥更大的价值。

(三)订立协议时要求目标公司先行提供担保

对赌协议实际上仍是合同法律关系,只不过该类合同掺杂了回购权、股权、债权等复杂法律关系。但在该类协议的对赌条件触发时,其本质就相当于金钱之债。值得注意的是,该金钱之债的本质并不能将投资者直接视作公司债权人之身份,原因正如上文所述,股权回购型对赌协议涉及了股权等其他法律关系,不可将该类对赌关系简单认定为单纯的债权债务关系。但笔者认为,该类协议所映射的本质依然可以使其被债之关系以及从属之担保关系所规制。因此,双方在订立对赌协议时,可以对标的金额设立担保。

减资程序的进行需要公司股东决议通过,而投资方无法确保目标公司能依约履行减资程序。进一步而言,即使目标公司愿意履行减资程序,由于其在减资时应当履行保护债权人的相关义务,故其不仅需要向投资者支付相应钱款,而且还要满足公司债权人的要求,这可能会导致目标公司资金紧张,造成挤兑现象,投资者最终可能无法实现协议目的。因此,在支付投资款前,投资方可以要求目标公司对回购款金额先行设立担保。在现有的法律制度的框架内,通过设立担保,即使目标公司因无法进行减资而导致回购受阻时,投资方仍可就担保财产的价值优先受偿,以此取得相应金额,降低自身投资风险。

(四)司法介入回购的可行性

由于减资程序前置,目标公司可能会以此来逃避自身的责任,投资方请求回购股权基本难以获得支持。诚然,司法需要尊重商主体的意思自治,但是,司法更要对不守诚信的一方依法苛以责任,尤其应当杜绝出于各种原因以为维护债权人利益为名,行偏袒对赌失败目标公司之实的裁判思维^[7]。因此,笔者认为,可以适当地让司法介入股权回购型对赌协议中的减资程序。司法介入股权回购应当以目标公司有能力履行而怠于履行回购义务为前提。具体而言,一方面,目标公司存在充足的资金可以履行回购义务;另一方面,目标公司怠于履行回购义务。当满足这两方面条件时,可以允许司法适当介入,调处息争。

民商法给予民商事主体最大程度的意思自治,以促成民商事主体达成交易,促进市场经济繁荣发展,但是,这种意思自治不得被滥用。民商事主体行使权利时不得造成权利滥用,不得违反法律、行政法规的强制性规定,不得违反公序良俗。因此,这种意思自治的自由是有限度的,若自由不受任何约

束,则自由将毫无意义。通过司法介入减资程序,可以提高股权回购型对赌协议的履约率,使该类协议的商事功能得到更好的发挥。

结语

关于目标公司股权回购型对赌协议履行问题的研究现状,学者普遍意识到该类对赌协议的可履行性需要得到更全面的优化。该类对赌协议回购义务的履行与减资程序绑定的弊端十分明显,且回购过程中对债权人的保护机制的灵活性不足,需要进一步完善。本文着眼于该类对赌协议的履行问题,结合《九民纪要》的减资前置程序规定,分析回购与减资的关联性,从而更加全面深刻地理解公司资本维持原则、债权人保护、抽逃出资、股权回购、减资之间的关系,最终提出回购与减资解绑、探索股转债制度等完善建议。

商事交易注重营利和效率,故目标公司股权回购型对赌协议必须满足商主体对营利和效率的价值追求。随着我国社会主义市场经济的不断发展,该类协议在商事活动中被使用的频率越来越高,故完善该类协议的可履行性迫在眉睫。只有解决好该类对赌协议在履行过程中的相关问题,才能使其商事功能得到充分发挥,为我国商事投资市场增添新活力。

注释:

①参见最高人民法院(2012)民提字第11号民事判决书。

②参见江苏省高级人民法院(2019)苏民再62号民事判决书。

③参见山东省济南市中级人民法院(2022)鲁01民终1438号民事判决书。

参考文献:

[1]潘林.股份回购中资本规制的展开——基于董事会中心主义的考察[J].法商研究,2020,37(4):114-128.

[2]冯果.慎重对待“资本维持原则”的存废[J].中国法律评论,2020(3):150-158.

[3]张保华.资本维持原则解析——以“维持”的误读与澄清为视角[J].法治研究,2012(4):63-73.

[4]姚瑶.回购型对赌协议的履行限制[J].广东开放大学学报,2021,30(6):45-49.

[5]刘燕.“对赌协议”的裁判路径及政策选择——基于PE/VC与公司对赌场景的分析[J].法学研究,2020,42(2):128-148.

[6]艾敦义.对赌协议失败后协议可履行性要求与“抽逃出资”的关系[J].海南金融,2020(10):42-49.

[7]翟文喆,张艳红.股权回购型对赌协议履行问题研究——以司法裁判规则为视角[J].福建金融管理干部学院学报,2021(4):42-49.

消费民事公益诉讼之自认限制

张玉玲

贵州民族大学法学院

摘要:为维护社会公共利益,保护消费者合法权益,在消费民事公益诉讼中需要对原告的自认作出相应限制规定。自认制度作为处分原则的典型体现,在私益诉讼中具有简化审理、提升效率之功能,但直接适用于公益诉讼可能引发公共利益不当处分风险。对消费民事公益诉讼原告的自认进行限制是平衡当事人处分权与社会公共利益保护的关键问题。从诉讼担当理论与社会公共利益不可处分出发,探析消费民事公益诉讼原告的自认限制的理论基础,阐述在消费民事公益诉讼中对自认进行限制的必要性合理性。研究发现,现行制度存在自认对象模糊、社会公共利益界定模糊、程序救济缺位等问题。建议通过将自认对象扩大于证据、引入类型化公共利益标准、增设当事人异议程序等方式完善规则,平衡诉讼效率与公益保护的价值冲突,为促进消费领域公益诉讼制度发展提供理论支撑。

关键词:消费民事公益诉讼原告;自认限制;社会公共利益;证据自认;程序救济 **中图分类号:**D92.1 **文献标识码:**A

一、问题的提出

在我国,自认制度具有相当重要的地位,民事自认能够发挥免除对方举证责任的作用,从而使得法院迅速认定案件事实,节约诉讼资源。最初,自认被认为是一方当事人对另一方当事人陈述的案件事实和提出的诉讼请求明确表示承认,而无须再举证的情况。之后,自认对象不包括对诉讼请求的承认。自认概念初步明确,是指在诉讼中,一方当事人对对方当事人所主张的对其不利的事实,作出明确或者默示表示,产生相应法律后果的诉讼行为。在诉讼过程中,一方当事人陈述了于己不利的事实,或者是对于己不利的事实明确表示承认时,另一方当事人无须举证证明。最高人民法院环境资源审判庭认为,自认是指在诉讼中一方当事人所作出的陈述与另一方当事人的主张相一致,且对作出陈述的当事人不利的诉讼行为^①。辩论主义要求,自认能够对双方当事人以及人民法院的裁判行为产生拘束力。但是,均确认当事人的自认可能导致形式上的真实性。在某些涉及社会公共利益的情形下,人民法院可以对当事人的自认进行干预。消费民事公益诉讼是指当消费者购买商品或服务,遭受经营者的损害时,为了保护消费者的合法权益,使与案件无利害关系的主体提起的诉讼。消费民事公益诉讼的起诉对象是损害消费者权益的经营者等民事主体。《最高人民法院关于审理消费民事公益诉讼案件适用法律若干问题的解释》(以下简称《消费民事公益诉讼解释》)第十二条对消费民事公益诉讼原告的自认作出了限制,产生了以下四个问题:第一,《消费民事公益诉讼解释》基于何种原因对原告的自认进行限制?既然对原告的自认进行限制,那么是否也要对被告的自认进行限制?第二,《消费民事公益诉讼解释》将原告自认限制于事实层面,而《最高人民法院关于审理环境民事公益诉讼案件适用法律

若干问题的解释》(以下简称《环境民事公益诉讼解释》)则认为原告自认应包括事实和证据层面。同为公益诉讼,那么在消费民事公益诉讼中原告自认的对象是否可以扩大于证据层面?第三,消费民事公益诉讼中原告的自认损害社会公共利益的标准是什么?第四,当人民法院认为消费民事公益诉讼原告的自认有损公共利益,而对损害公共利益的自认不予确认时,原告对法院不予确认如何救济?原告的自认被人民法院不予确认,将不利于被告,是否也应赋予被告救济的权利?

二、消费民事公益诉讼原告自认限制的理论基础

民事诉讼上的自认,是指当事人在民事诉讼中就对方当事人主张的于己不利的事实承认为真实的意思表示^②。自认能够对当事人和人民法院产生制约作用。使民法不是基于自认事实本身,而是尊重当事人的意见,对待证事实不予争执。但公益诉讼承担着维护社会公共利益的任务,若对当事人的任何自认均予以确认,将会导致社会公共利益受损。因此,对社会公共利益造成损害的自认,即使是出于当事人的真实意志,人民法院仍然有权不予以确认,可以依职权审查。自认的限制是当事人有权承认于己不利的事实,并具有能够自主选择对不利于自己的事实承认的权利,人民法院应对当事人对该项事实的承认予以认可,但是由于法律的特殊规定,当事人对该于己不利的事实不被法院确认^③。

1.民事公益诉讼原告与诉讼结果无利害关系。民事诉讼中每个人都是自己利益最佳判断者,能够站在自身利益的角度作出是否自认的行为,对其行为承担相应的法律后果,当事人自认可能真实性较高。诉讼原告一般为诉讼法律关系的主体,其诉讼权利从实体法中派生,与利益的损害具有直接的利害关系,这是一般原告积极诉讼的源动力^④。但消费民

作者简介:张玉玲(1993—),女,贵州省毕节市人,硕士研究生在读,主要研究方向为民事诉讼法。

事公益诉讼中,原告并不是遭受经营者不法行为侵害的对象,其无法直接从案件中获利,诉讼结果于原告无利害关系。消费民事公益诉讼中的原告是以保护消费者为目的而提起诉讼的,争议的实体利益属于社会公众或者国家。为了防止原告在消费民事公益诉讼中肆意妄为地行使权利,需要对原告的处分权进行监督。

自认制度要求,一旦发生自认,将对法院产生约束力。即无论当事人所自认的事实是否真实,法院都应认定当事人自认的事实为真实。如果法院在当事人自认后继续调查和评估自认的事实,将导致自认制度的效率和经济价值的丧失^[9]。即自认的效力将拘束法院,使得法院根据当事人所自认的内容进行裁判,而不能依职权对其自认内容进行审查。民事诉讼中当事人享有极大的处分权,但当事人只能在仅涉及自己的权利时享有完全的处分权,一旦涉及他人时就需要对其处分权进行限制。《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》(2022年修正)(以下简称“2022年《民诉法解释》”)第九十二条第二款规定,应当由人民法院依据职权调查的事实,不适用前款自认的规定。涉及社会公共利益的事实,无论是原告自认还是被告自认,人民法院都应当依据职权进行调查,而不能由当事人单方面处分,这并不违反法律规定。在《消费民事公益诉讼司法解释》中针对原告的自认作出了限制,未提及对被告的自认损害公共利益时该如何处理。笔者认为,无论原告还是被告,在消费民事公益诉讼中损害社会公共利益的自认对法院都不具有拘束力,法院应当对损害社会公共利益的自认不予确认。因为如果在诉讼中允许自认损害社会公共利益,可能会导致一些不利的后果。例如,某些个人或团体可能会利用自认规则来逃避法律责任,从而损害公众的利益。此外,如果自认规则被滥用,还可能会影响司法公正和社会秩序,破坏社会的法制和道德基础。因此,为了保护社会公共利益,法律通常会对自己认进行限制和规范。在诉讼中,当事人的自认应当基于真实、合法的事实,并且不能违反法律法规和社会公共利益。如果当事人的自认涉及社会公共利益,法院需要对其进行审查和核实,以确保自认的真实性和合法性。无论是原告的自认损害公共利益,还是被告的自认损害公共利益的,人民法院均可根据2022年《民诉法解释》第九十二条规定对自认不予确认。实践中,安福县县城粮油加工厂、萍乡市安源区金马米业经营部侵权责任纠纷案^①中,被告百货公司在萍乡市市场监督管理局询问笔录以及行政处罚决定书中自认,其公司销售2019-02-12批次大米的数量为100包(10千克/包),但在法院审理过程中被告百货公司将自认案涉大米100包更正为15包。后经法院查明无法证明案涉大米为100包。法院根据2019年《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第八条第二款“自认的事实与已经查明的事实不符的,人民法院不予确认”之规

定,对被告百货公司销售涉案不合格大米100包的事实不予确认被告百货公司销售不合格大米的行为,并非普通的合同违约或商业侵权,而是涉及不特定消费者身体健康和生命安全的食品安全问题。尤其是其销售具体数量关系到公共利益的损害。关于销售数量这一关键事实的认定,自认规则被当然排除。由于自认规则不予适用,法院不能被动采信任何一方的陈述,而必须对销售数量这一基础事实进行独立、主动的调查,以探知客观真实。法院得以查明现有证据无法支持100包的数量。该案表明若案件涉及社会公共利益,无论自从来自何方当事人,人民法院均有权依职权探求实质真实。这不仅是对个案的公正裁决,更是司法权力维护社会公共利益的必然担当。

在消费民事公益诉讼中强调对原告自认作出限制,是考虑到消费民事公益诉讼原告作为维护社会公共利益的代表,可能会有意或无意地对公共利益进行二次侵害。为了防止原告的自认对公共利益再次造成损害,有必要对原告自认进行限制。在消费民事公益诉讼中,被告作为侵害公共利益的一方,被告的自认可能会有利于社会公共利益,因此未对被告的自认作出限制。应当注意的是,若被告的自认损害社会公共利益,那么也应当对被告的处分权作出限制,不予确认被告的自认。

2. 基于社会公共利益对原告处分权的必要限制。

(1) 社会公共利益的不可处分性。社会公共利益不可处分性是指,社会公共利益为社会大众所共同享有,任何主体都不能迫使社会公共利益让渡或者转移,也不能利用或剥夺社会公共利益。这也意味着任何主体不能通过损害社会公共利益的方式使得自己获益。这是因为公共利益是社会大众的共同利益,不能分割,具有完整性。如果允许将某些公共利益转化为自己的私人利益,那么就会损害其他社会成员的利益,破坏社会公平正义。

在私益诉讼中,当事人是诉讼结果的接受者。在公益诉讼中,公益关系到社会的共同利益,不能完全由当事人任意支配。正是因为公益诉讼与私益诉讼存在性质的不同,公益诉讼中人民法院对自认的认定需要更加谨慎,从而影响到当事人的处分权受限。在消费民事公益诉讼中,原告的起诉资格是从为了保护公共利益的角度赋予的,原告以自己的名义起诉,但诉讼后果由社会和国家承担,对其自认进行限制是对当事人处分权进行限制,也是对其的监督。

(2) 防止原告对社会公共利益维护不力。对原告的自认进行限制,一方面有助于维护社会公共利益;另一方面,也防止社会公共利益再受损害。实践中存在原告可能因故意或过失行为而未能起到维护公共利益的作用的情况。在消费民事公益诉讼中,如果原告和被告恶意串通,原告明知其自认的后果将会损害公共利益,或者由于自身判断能力的限制,不

知其自认可能会损害公共利益,这都会导致社会公共利益得不到有效保护。如果没有人民法院的监督,将会对社会公共利益造成严重损害。消费民事公益诉讼的原告为国家级或省级消费者协会。法律规定的原告应提起但未提起公益诉讼时,检察院可以作为原告起诉。通过在人民法院案例库检索发现,人民检察院提起过大量的消费民事公益诉讼,这可以反映出消费者协会对提起消费民事公益诉讼的消极态度。原告如果不能充分维护社会公共利益,可能会让不法经营者逃避法律责任,导致消费者的合法权益得不到保障。

三、消费民事公益诉讼原告自认对象可扩展于证据

1992年《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉若干问题的意见》第七十五条第一款规定,当事人自认的对象包括案件事实和诉讼请求。对证据认可最早可以追溯至1998年最高人民法院《关于民事经济审判方式改革问题的若干规定》第二十二条以及2001年《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第七十四条涉及的对证据的自认。2015年《民诉法解释》自认的对象限缩为仅包括事实,将证据排除在自认的对象之外。2019年《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》(以下简称“新《证据规定》”)又专门增设第八十九条规定,再次强调当事人对证据认可,人民法院应确认当事人对证据的认可效力。通过对自认制度历史变迁的梳理,可发现自认制度已从简单粗暴走到精细完善。自认在我国出现之初,其对象被定义为案件事实和诉讼请求。后来,自认的对象被定义为事实和证据,2015年《民诉法解释》又将证据排除在自认对象之外。然而,新《证据规定》又重申当事人可以对证据进行认可。有观点认为,自认乃是主张层面的问题,而非证据层面的问题^①。法官将当事人对证据的承认视为自认,无疑是自认证据化的一种表现^②。对于新《证据规定》第八十九条,实务解释明确提出,法院应当确认的对象是证据的证明能力或证据属性,因此需要单独规定^③。国内通行观点认为,自认只适用于主要事实。自认的对象限于事实在理论上得到一致同意。这是因为当事人对案件事实认可,无论当事人自认的事实是否真实,人民法院都可认定为真实;而证据是客观存在的,当事人不能对证据自认。

《消费民事公益诉讼解释》第十二条规定,消费民事公益诉讼原告可以在诉讼中承认对于自己不利的事实。《环境民事公益诉讼解释》规定,环境民事公益诉讼原告进行自认的对象包括事实与证据。这也意味着消费民事公益诉讼中原告的自认对象仅限于事实,环境民事公益诉讼中原告的自认对象限于事实与证据。环境公益诉讼原告和消费公益诉讼同为公益诉讼,对原告自认对象限制却有差别。笔者认为,消费民事公益诉讼原告自认可以扩展于证据层面。根据新《证据规定》第八十九条可以推出,当事人可以对证据进行认可,为自

认对象包括证据提供了直接规范基础。并且证据认可在我国有着深厚的基础。当事人认可证据能够提升诉讼效率,通过认可无争议的证据,双方和法院可以迅速将庭审焦点锁定在真正关乎公共利益的核心争议证据和事实上。自认对象可以包括事实和证据,对自认对象的扩展也凸显了限制的必要性,是守护公共利益关键保障。消费民事公益诉讼的核心目的在于维护不特定多数消费者的合法权益,原告代表社会公共利益在行使诉讼权利,决定了其处分权必须受到比普通诉讼更为严格的限制。为防当事人的当事人对证据或事实自认可能会导致在实质上不成立或对公益有害的法律事实被法庭确认。因此人民法院对损害公共利益的自认证据,应主动启动实质审查。消费公益诉讼的公益性意味着人民法院在处理公益诉讼案件中更需要对案件更加干预与主导。尽管管理理论上认为自认对象应限于事实,但认可证据真实性可缩短审理周期,通过“证据自认+法院实质审查”双轨制防范公共利益损害,证据认可在我国有着深厚的基础。因此消费公益诉讼原告自认的对象可以扩展于证据层面。

四、消费民事公益诉讼原告的自认损害社会公共利益的标准

社会公共利益通常被称为一艘空船,它所承载的内容在不同时期有所不同^④。消费民事公益诉讼与普通诉讼最显著的区别在于诉讼的公共利益性质,即诉讼利益的特殊性。消费民事公益诉讼是指经营者实施了损害消费者权益的违法行为,导致消费领域的社会公共利益受到损害。衡量社会公共利益的标准是受害人并非特定的,即损害的社会公共利益应具有普遍性。环境民事公益诉讼中将破坏社会公共利益类似于在环境领域污染环境、破坏生态的利益。《消费民事公益诉讼解释》第一条规定,损害社会公共利益情形有两类,既包括消费者实际受到的损害,也包括对消费者造成损害的潜在危险。经营者的违法行为无论是对众多消费者合法权益造成了实际损害还是对不特定消费者合法权益构成潜在危害,均可认定为公共利益受到损害^⑤。消费民事公益诉讼的目的,是为了实现对社会公共利益的救济。在消费民事公益诉讼中,当事人不能随意通过和解、调解、回避等方式终止诉讼程序。人民法院有必要通过社会公共利益审查来决定是否同意终止诉讼。在消费民事公益诉讼中,基于社会公共利益,需要对当事人的处分权进行限制,损害社会公共利益的自认对法院没有约束力。

由于《消费民事公益诉讼解释》中缺乏对社会公共利益的界定,人民法院对原告的自认是否损害公共利益有自由裁量权。立法中缺乏对社会公共利益的明确界定,如果司法机关对社会公共权益的判断标准不一致,当事人可能会对司法机关失去信任,导致公众对司法权威的信任度下降。因此,基于实践的需求,对社会公共利益的判断显得尤为重要。《消费

民事公益诉讼解释》中对侵害社会公共利益的认定,可以认为侵害个人利益的程度达到侵害普遍社会成员时,就是在侵害社会公共利益^[10]。这也意味着消费民事公益诉讼原告的自认对个人利益的损害达到普遍性时,人民法院可以不予认可。

有观点认为,损害社会公共利益的自认行为均不应予以认可,也有观点认为有必要对损害社会公共利益的自认进行定量分析。并非任何损害社会公共利益的自认行为都不应被予以确认,要综合考虑消费民事公益诉讼原告的自认对社会公共利益的影响。消费民事公益诉讼原告自认的事实包括程序性事项和实体性事项。法院为了社会公共利益而不予确认的事实应当是程序性事实。因为程序的瑕疵不会影响被告对众多不特定消费者造成损害的事实认定。从社会公共利益的角度看,人民法院可以对该类程序性事项不予确认。但是,如果是涉及实体性事实的自认,笔者认为,应该根据情况加以考虑。如果原告自认的事实是与损害众多不特定消费者的社会公共利益的事实有关,且有证据证明被告的损害行为具有损害结果或存在损害风险,法院应当对原告的自认不予确认。

五、保障当事人程序救济权

为了防止社会公共利益因原告的不当诉讼行为而受到损害或得不到保护,应在环境民事公益诉讼中对传统民事诉讼中实施的处分原则和辩论原则加以限制^[11]。消费民事公益诉讼也应当限制原告的处分权和辩论权。由于消费民事公益诉讼原告在公共利益中没有直接利害关系,为防止双方当事人合谋利用自认产生的约束作用损害公共利益,若原告在消费民事公益诉讼中的自认损害了社会公共利益,人民法院可不确认原告的自认,即人民法院的裁判不会受到原告自认的拘束。在民事公益诉讼中,原告仅是争议实体权利的诉讼管理人或诉讼担当人,原告的自认不仅可能对诉讼程序产生法律效果,还可能直接处分争议实体利益。可能还会对被争讼的实体利益直接进行处分^[12],即原告的自认会产生程序上与实体上的法律效果,自认是否能得到人民法院的认可对双方当事人具有重要影响。原告作为自认的作出者,更可能希望自认被人民法院确认;同时,因自认是原告对于已不利的事实承认,被告往往也希望原告的自认得到确认。因此,自认是否能够为人民法院所确认不仅关系到双方当事人的利益,还事关社会公共利益。法院需要对原告的自认进行严格的审查,经过审查法院认为原告的自认损害社会公共利益,应对该自认不予确认。对原告的自认有可能损害社会公共利益的,法院应进行初步审查和实质审查,多方考虑,综合考量与社会公共利益相关的各个因素,结合案件的具体情形,判断自认是否导致特定经营者获利或消费者群体受损。为确保消费公益诉讼的程序公正,当人民法院作出不予确认当事人自

认的决定时,应赋予相关主体相应的救济权利。据此,任何一方当事人(原告或被告)若对该决定不服,均有权在法定期限内向人民法院提出书面异议,并申请启动听证程序;人民法院收到异议后,应当组织双方当事人就自认是否应予确认等问题进行听证,听取意见并最终作出裁定。

注释:

①参见江西省萍乡市中级人民法院(2020)赣03民初72号。

参考文献:

[1]最高人民法院环境资源审判庭.最高人民法院环境民事公益诉讼案件司法解释理解与适用(修订版)[M].北京:人民法院出版社,2023:198.

[2]李喜莲.我国民事自认事实“证据化”之省思[J].法律科学(西北政法大学学报),2025,43(1):189-200.

[3]阮崇翔.民事公益诉讼职权主义诉讼模式研究[J].河北法学,2023,41(11):99-115.

[4]俞飞颖.我国食品安全公益诉讼制度的现实考量与改革路径[J].福建师范大学学报(哲学社会科学版),2019(3):89-96.

[5]段文波.我国民事自认的非约束性及其修正[J].法学研究,2020,42(1):100-116.

[6]李喜莲.我国民事自认事实“证据化”之省思[J].法律科学(西北政法大学学报),2025,43(1):189-200.

[7]最高人民法院民事审判第一庭.新民事诉讼证据规定理解与适用(下)[M].北京:人民法院出版社,2020:779.

[8]张钦昱.《民法典》中的公共利益——兼论与公序良俗的界分[J].暨南学报(哲学社会科学版),2021,43(7):34-46.

[9]谢勇.论消费民事公益诉讼的起诉条件[J].数字法治,2024(5):71-75.

[10]兰楠.个人信息保护法中的社会公共利益[J].国家检察官学院学报,2023,31(1):156-176.

[11]吴如巧,雷嘉,郭成.论环境民事公益诉讼与公益诉讼的共通性——以最高人民法院相关司法解释为视角的分析[J].重庆大学学报(社会科学版),2019,25(5):167-178.

[12]阮崇翔.民事公益诉讼职权主义诉讼模式研究[J].河北法学,2023,41(11):99-115.

我国劳动者离线权的实现路径研究

杨轶博

青海民族大学

摘要:随着线上办公的兴起,涉及劳动者的离线纠纷争议开始逐渐增多,离线权的引进成为大势所趋。采用文献分析与案例研究的方法,探讨劳动者离线权在我国的适用性及面临的现实困境,从其面临的法律空白、工作时间界定不清、维权救济困难及思想观念滞后四个方面分析其实现困难的原因,并提出健全立法、完善制度、加强监督等实现路径,为离线权在中国本土化探索提供理论支持和参考。

关键词:离线权;劳动者;线上办公;工作时间界定 **中图分类号:**D922.5 **文献标识码:**A

项目名称:青海民族大学研究生创新项目,项目编号:04M2024197。

一、离线权概述

(一)何为离线权

2024年全国两会上,《关于保障劳动者离线休息权的提案》引起了众多劳动者的关注。在现代职场中,随着工作时长的逐渐模糊,企业管理者借助信息网络就能够在员工的非工作时间内发布指令,而员工则面临着必须“秒回”上级工作安排的压力。这一现象在德国被称为“工作边界消失”^[1],即工作场合与员工休息场合、上班时间与下班时间的界限逐渐模糊。因此,诞生了离线权这一派生性的权利。

所谓离线权,是指劳动者在工作时间段之外排除企业发出工作相关信息干扰的权利。尤其是在劳动者休息、休假期间,有权暂时断开线上与单位的链接。它强调了在如今的职场环境中,劳动者应当充分享有工作与生活分离的权利,避免工作内容和消息的过度渗透而导致的工作与个人生活的失衡。这一权利的提出,是对劳动者权益的进一步保护,在应对现代网络化社会中新型劳动关系的问题上具有重要的前瞻性意义。

(二)离线权和休息权的关系

在现代社会,劳动者的休息权是一项基本人权,它是每位工作者身心健康和工作效率的基石。根据劳动法的普遍原理和基本原则,雇员在非工作时间,即休息期间,是完全自由的,他们无须承担任何劳动的义务。这一规定,旨在确保劳动者有足够的时间进行身心恢复,以维持良好的生活和工作平衡。然而,随着网络信息技术的迅猛发展,这种平衡被逐渐打破。工作不再受限于固定的地点和时间,劳动者在休息时间也可能被要求处理工作事务,这使得其原本明确的休息权变得模糊不清,甚至常常受到侵犯。为了应对这一挑战,离线权作为一个新的概念被提出,旨在保护劳动者在非工作时间不受工作干扰的权利。因此,我们可以看出离线权并非一项独

立的、初始的权利,而是劳动者休息权的一种派生^[2],是为了更好地保障和实现劳动者的休息权而设立的一项权利。离线权与休息权本身就是包含与被包含的关系,是一种权利的延伸。劳动者享有合法权益,包括休息时间不受工作干扰,确保身心休整、休假自由、休闲娱乐及私人生活不受侵扰等权利。通过赋予劳动者在休息时间内的离线权,我们不仅维护了他们的基本人权,也促进了其工作与生活的和谐平衡,这对于构建一个健康、可持续的社会至关重要^[3]。

二、离线权问题产生的原因

(一)现行法律制度的不完善

我国法律明确规定,企业不得强迫或变相强迫劳动者加班,但前提是工作时间必须得到认定。然而,对于线上的回复与安排是否属于加班,并没有确切的法律进行规范。此外,我国《劳动法》第42条规定了在自然灾害、事故、设备故障以及其他情形等情况下延长工作时间的不受本法第41条规定限制。因此企业往往会利用此“其他情形”内容来逃避要求劳动者变相加班的责任。《最高人民法院关于审理劳动争议案件适用法律问题的解释(一)》第四十二条规定,劳动者需承担加班费的举证责任,但若证据表明企业掌握相关事实,应由企业举证。然而,劳动者在劳资关系中的弱势地位,其举证能力受到限制,尤其是面对在线加班等情况,劳动者难以保存完整证据,往往只能依赖聊天记录等间接证据^[4]。

此外,劳动监察力量严重不足是另一大难题。在许多地区,少量监察人员需应对数以万计的劳动者与成百上千的用人单位,导致主动监察难以全面展开。不少用人单位因此逃避责任,而劳动者的休息权得不到保障,相关法律也难以落到实处。这种现状不仅削弱了劳动者的合法权益,还损害了法律的威严,令劳动保护法规形同虚设。要改变这一局面,需加强劳动监察部门监管能力,提升监察效率,以真正实现对

作者简介:杨轶博(1997—),男,河南省平顶山市人,法律硕士,主要研究方向为宪法、劳动法。

劳动者权益的有效保护。

(二) 工作时间界定模糊

在互联网高度发达的今天,劳动者的工作时间界限变得越来越模糊,尤其是依赖于互联网工作的企业在区分工作时间和休息上远远不及传统工业。许多企业通过互联网和工作群开展工作,使得员工即使在下班后仍然需要接收工作指令或参与工作讨论,导致“隐形加班”现象普遍存在。由于缺乏明确的离线权保障,员工在非工作时间无法有效断开与工作相关的联系,身心无法得到真正的休息,长期下来,这种不断扩展的工作时间不仅侵占了员工的个人生活空间,还加剧了员工的压力和焦虑感。

(三) 权利救济的艰难

在霍仙桃与北京市凯伯特建设工程股份有限公司劳动争议一案中,一审和二审法院均持有一致的看法,认为霍仙桃所提交的加班统计表系其个人制作,缺乏证明力。虽然她在办公费用申请表、工作记录表以及微信聊天记录中多次提到加班,但这些表述未能确切证明加班是由公司安排的,以及具体的加班时长等关键细节。并且,凯伯特公司对她主张的加班情况不予认可。由于霍仙桃未能提供确凿的证据来支持她的主张,法院认为她未能履行举证责任,因此必须承担举证不能所带来的不利后果。基于此,法院对霍仙桃的请求未予支持。在霍仙桃提出再审申请后,再审法院同样坚持了这一立场,驳回了霍仙桃的再审请求。她一审到二审又走向再审,最终都未得到支持,得到的只是长达数年的诉累。

劳动者因“数字化工作”模式而面临特殊处境时,由于离线权的保障缺失,即便其遭遇不合理工作安排,也难以在法律框架内寻求有效救济,从而加剧了权利保护的艰难性。在我国,劳动者权益受侵害的现象普遍存在。虽然劳动仲裁制度旨在简化维权流程,但近半数案件仍需诉讼解决,且诉讼结果无法确保劳动者的诉求得以满足。企业有足够资源与劳动者“拖时间”,劳动者即便意识到权益被侵害,但因缺乏与企业对抗的实力,担心维权会导致失业同时造成诉累,最终也会因生活压力选择妥协,放弃维权。

(四) 思想认识的障碍

在技术飞速发展的时代,工作与生活边界日益模糊。许多用人单位通过工作群等方式,让员工在下班后继续接收工作安排,导致“隐形加班”现象普遍存在。在“加班文化”和“内卷文化”的渗透下,劳动者往往担心主张权利会被视为“不尽职”而不敢拒绝领导安排,这种压力使他们在工作之外难以真正休息。“隐形加班”已经成为许多上班族的生活常态,劳动者的生活被数字时代的无形枷锁所束缚。

三、我国离线权的实现路径

(一) 健全法律体系, 弥补制度空白

1.立法保障离线权。我国现有的工时制度,无论是标准工时制还是弹性工作制,都未能有效解决劳动者线上工时过长的问题。因此,通过立法保障离线权就显得尤为必要。可以在《劳动法》第四章中引入离线权内容,如“劳动者享有在非工作时间内,不受企业打扰的权利。企业不得在员工的离线时间内(包括但不限于下班后、休息日、法定节假日等)要求其在线处理工作事务或参与工作讨论。若需在离线时间内工作,需经劳动者同意并支付相应的加班费用。”同时,可以在劳动合同条款中加入离线权的内容^[4],企业与劳动者签订合同时可以明确工作与休息时间,并保证不通过任何电子设备在非工作时间内进行工作安排。另外,也可通过司法解释或地方性法规,对劳动者休息权进行扩大解释,将《劳动法》总则第三条中的休息休假范围扩大解释为包括线上休息。

此外,“谁主张谁举证”的原则同样存在于劳动争议的诉讼活动中,而“举证责任倒置”也仅仅适用一些特殊情况,这样的举证责任分配在本就不平等的企业与劳动者之间显得并不适用。未来的劳动法和司法实践更应当注重争议产生后的举证责任分配。因此,在法律程序中,应当对举证责任进行重新审视,尤其是在涉及“隐形加班”的情况下,在认定加班的问题上,应由掌握更多信息资源的企业来承担举证责任。

2.明确离线权行业适用标准。特定行业的劳动者们往往对单位在工作时间以外、线上发布的指示有着很强的容忍度。这些行业有着明显的特殊性,如经常会出现紧急情况的行业会导致劳动者不得不面临时常线上处理的情况,其由于工作的性质,需要劳动者时常在线。即便工作要求确实特殊,企业也需要采取相应的措施来对劳动者所缺乏的离线权进行弥补。

互联网和金融行业的工作灵活且快速,通常依赖电子设备,且加班和随时在线已成为部分企业文化,隐形加班问题尤为突出。尤其是工程师、产品经理、设计师等岗位,常常需要在休息时间处理工作,导致其离线权受侵害。在这些行业中,弹性工作制与智能设备记录加班时长并提供补贴,是较为理想的解决方案。对于制造业和服务业,工作时间相对固定,离线权的保障主要体现在非工作时间不被打扰。医疗行业工作特殊,需24小时待命,医院应根据情况合理安排轮班和休息制度,且仅在必要时允许线上联系,保障医护人员的充分休息。

即使同属一个行业,不同职业的责任和加班需求也各有不同。准确落实离线权需针对每个行业和岗位的加班需求进

行分析^⑨。此种分析不仅依赖大量数据,还要考虑行业内部及跨行业的差异。在数字化背景下,行业与岗位需求的变化使得劳动法规和监管难以提供具体标准。因此,应发挥行业自律作用,鼓励行业组织根据特点制定时间标准,避免一刀切的规定,解决不同领域的变相加班问题,并有效规制和引导企业的线上加班行为。

(二)厘清劳动边界,规范用工管理

1.准确界定离线时间。2021年,被写入北京市高院、最高法院的工作报告中的“隐形加班第一案”,即李晓艳与北京智能研选科技有限公司之间的劳动争议案,打响了劳动者就隐形加班问题进行维权的“第一枪”。在该案审理时,一审法院发现合同中约定了不定时工作制,但李晓艳提交的值班表未能证明具体工作时长和内容,因此法院未支持其加班工资的请求。二审法院根据《关于用人单位实行不定时工作制和综合计算工时工作制的审批办法》及聊天记录,确认公司实际执行的是标准工作制,并且李晓艳在非工作时间通过微信等平台工作,的确付出了实质性的劳动,明显被侵占了休息时间。因此,二审法院最终支持李晓艳的加班工资请求。此案揭示了现行法律体系在处理现代工作环境下的“隐形加班”问题时所存在的困难和漏洞。离线权的核心是劳动者有权保障自己在非工作时间内不受工作事务的干扰,而“隐形加班”正是因为工作内容在非工作时间被要求处理,使得劳动者无法真正离线,破坏了对劳动者离线权的保障。法院通过劳动者是否付出实质性劳动来裁定,为今后“隐形加班”的认定提供了法理依据。实质性劳动的认定不仅仅看是否有正式的加班记录,更多地关注劳动者是否非工作时间内实际参与了工作任务。

由此看来,在当今远程办公日益普及的背景下,如何界定劳动者离线工作时间显得尤为重要^⑩。根据实质性劳动的说法,我们可以总结出线上工作时间的认定标准,即在实质上无法自由支配的时间里完成任务范围内的工作并为单位创造价值就应当认定为工作时间。工作时间和休息时间的界限取决于劳动者是否能够自由支配这段时间。当劳动者在休息时受到“束缚”,无法完全按照自己的意愿行动,而是必须遵循用人单位的安排去完成任务时,这段受限的时间自然应被计入工作时间。劳动者需要完成的工作内容和范围通常是明确的,因此若其在这段时间内从事的活动符合既定的工作要求,那么也应当属于工作时间。同时,我们需要明确劳动者工作的根本目的——为用人单位创造价值,并以此换取相应的报酬。因此,衡量工作时间的一个关键准则,便是劳动者是否在为单位的利益付出努力。换句话说,如果在某个时间段

内,劳动者的成果能够为用人单位带来收益,那么这段时间无疑应被认定为工作时间。

2.平衡劳动者与企业的冲突。离线权的保护必须考虑到企业和劳动者双方各自的需求,而非单方面的倾斜,离线权的行使应基于员工完成了正常工作任务的前提。建立离线权制度不会影响用人单位的合法利益,反而能有效平衡企业追求最大效益的需求与员工在工作、个人生活及家庭时间之间的协调要求^⑪。所以如何从法律、劳动者权益保障以及企业管理三个方面进行有效调节使二者之间达成平衡才是实现良性劳动关系的重要策略。

明确界定劳动者的工作时间与休息时间,尤其在远程工作或弹性工作制下,确保劳动者在休息时不受企业干扰。企业在兼顾生产效率时也应合理安排工作时间,保障劳动者的休息权,避免过度干预私人生活。在特殊情况下,企业限制劳动者的离线权应说明必要性,并及时提供适当的加班费或充分的休息时间。劳动者也应合理安排工作与休息,避免过度延长工作时间或不适当地依赖工作通信工具。通过双方的共同努力,就能够实现工作与休息的平衡,达到双赢。

(三)强化维权机制,畅通救济渠道

1.完善劳动仲裁,优化救济路径。对于劳动者因诉累等造成的权利救济艰难问题,可以从劳动仲裁领域入手推进专门化审理机制建设。在仲裁机构内部设立“数字劳动关系案件专席”或专业仲裁组,提升仲裁员对离线权的认知与裁判能力。通过定期开展平台劳动、远程办公案例培训,实现裁判口径统一。调整举证责任配置,借鉴工伤、性骚扰案件中“举证责任倒置”的做法,劳动者只需提供初步证据,由企业承担进一步举证义务。可借助第三方技术机构提供数据取证平台,保障证据效力。

加快在线仲裁平台与快裁机制建设,设立快审通道处理小额、时效性强的离线争议;对违反明确约定的行为可快速裁定。调解阶段应引入法律援助或劳动代表,防止形式公正掩盖实质不平等,杜绝对坚持维权劳动者的标记化处置。推动仲裁、监察、司法协同联动,建立“裁判结果+行政问责”双重机制,对重大违法线索可直接移送监察或司法机关,实现多轨共治,提升制度威慑力。

2.监察部门的改进与提高。在我国,虽然人力资源和社会保障部设有劳动监察队伍,但在实际执行中仍存在不少漏洞,亟须改革。可通过设立专门监察小组,按企业类型与地域特点分类管理,提高监察效率。同时,应灵活安排监察时间,结合长期监察、临时检查与突击抽查,增强制度连贯性与实效性。监察人员的职业素养同样关键,应加强培训,防范贿

赂、滥权、失职等问题。

随着科技发展,传统线下监察方式已难以全面应对劳动纠纷,推动监察数字化势在必行。建议设立网络监察员和线上匿名举报平台^[8],既保护劳动者隐私,又激励其积极维权,拓宽监察覆盖面。针对匿名举报可能被滥用的问题,应建立初步核查机制,筛查举报内容的真实性。同时,推动监察信息共享系统建设,强化不同部门和小组间的协作效率,全面提升对违法行为的监管能力,切实保障劳动者的休息权与离线权。

(四)推动观念转型,培育权利意识

1.建立完善的工会系统。我国《工会法》第二十一条规定,工会组织可以代表职工与用人单位进行平等协商,依法签订集体合同^[9]。工会作为工人阶级利益的代表者,发挥着不可或缺的作用。但是,反观我国现状,由于工会的组建率不高,专业能力有限,这就导致工会在面临劳动纠纷问题时并未发挥出其应有的作用,原因之一是,许多企业尚未意识到离线权的重要性,或是为了提高生产效率,继续推行无休止的“隐形加班”文化,这使得工会在与用人单位的协商中,可能面临较大的压力。此外,部分工会组织的职能和活动范围较为有限,缺乏足够的专业能力和资源去推动离线权相关的集体合同谈判和执行。因此,工会在离线权保障方面的作用亟须加强,应根据不同企业类型建立差异化工会,提高工会代表性,确保工会主席和委员由职工民主选举产生。定期培训工会干部,提升法律知识、业务能力与服务意识,并建立考核评价体系,激励其积极性。工会的独立性至关重要,既要确保干部通过民主选举产生,也要切断与企业的经济关系,避免依赖企业资金。工会可通过会费和政府补贴获得资金,以更好地发挥服务职能,完善劳动争议调解机制,提供法律援助和心理咨询等服务。

2.转变思想认识。在中国,由于历史、文化、经济和社会制度的影响,劳动者长期形成了一些特定的价值观。中国劳动者倾向于集体主义,强调团队协作,以集体利益为重。在企业中,员工往往愿意为了企业的整体利益而牺牲个人利益。中国劳动者通常尊重管理层和领导,习惯于遵循等级制度和权威指导。同时,对企业的忠诚被视为重要的品质,员工通常认为对企业的忠诚能够带来职业发展和稳定的收入。虽然这些品质并没有什么问题,但这往往成为用人单位侵犯劳动者离线权的一种“隐形挡箭牌”。中国劳动者传统上可能更倾向于保持稳定和避免冲突,这同样影响他们主动维权。

要改变这种现状,需要提高劳动者的维权意识,增强他们对休息权的认知,避免将加班与忠诚挂钩。鼓励劳动者在

不影响工作的前提下,保护自己的休息时间。同时,企业应改变加班文化,倡导工作与生活的平衡,落实灵活的工作制度;而政府和社会团体则可以加强相关法律的宣传与落实,为劳动者提供更多的支持和法律援助,帮助他们在面对权益受侵害时,能够积极、合理地进行维权。只有通过多方面的努力,才能真正突破“隐形加班”的束缚,保障劳动者的权益。

结论

离线权是保障劳动者休息和安宁的重要权利。要使其真正融入我国劳动者的生活,需要完善法律规范,明确企业侵权责任,提高劳动者维权意识,平衡劳动者与企业之间的冲突,推动双方达成合理协议。同时,准确界定工作时间与离线时间,明确不同行业的适用标准,加强工会建设,提高监督效率等。离线权是时代发展的产物,是关乎企业效率,保障劳动者身心健康的重要武器。因此,在参考域外离线权的发展历程后,我们应当根据中国特色社会主义国情将离线权加以本土化、地方化。

参考文献:

- [1]谢增毅.离线权的法律属性与规则建构[J].政治与法律,2022(11):35-49.
- [2]傅溢.互联网时代劳动者离线权制度保障[J].安徽警官职业学院学报,2023,22(6):24-30+62.
- [3]王健.必要的消失:论劳动者的离线权[J].上海交通大学学报(哲学社会科学版),2023,31(6):77-91.
- [4]卢荣婕.数字时代劳动者离线权入法的必要性探析[J].西南石油大学学报(社会科学版),2024,26(4):75-81.
- [5]谢增毅.数字化对劳动法的主要挑战及其系统回应[J].学术月刊,2024,56(9):102-114.
- [6]谢智菲.信息化办公时代劳动者的离线权[J].中国劳动关系学院学报,2020,34(2):91-97.
- [7]高勇,张佳美.论我国劳动者离线权制度的构建[J].黑龙江省政法管理干部学院学报,2024(6):64-70.
- [8]刘悦文.数字时代我国“离线权”实现的困境与疏解[J].南海法学,2024,8(6):91-100.
- [9]孔东菊,李焱昕.劳动者离线权的理论证成与制度设计[J].河北科技大学学报(社会科学版),2025(4):73-81.