

[5] 12/2022

ISSN 2661-3271 (O)

2661-3263 (P)



财经与市场



Universe Scientific Publishing Pte Ltd

财经与市场

Capital and Market

主编

Editor-in-Chief

Massimiliano Ferrara 雷焦卡拉布里亚地中海大学法律与经济系, 意大利

副主编

Associate Editors

张传国 厦门大学经济学院

王铁龙 铁岭市科学馆

魏浩 北京师范大学经济与工商管理学院

编委成员

(排名不分先后)

Editors

Rajeshkumar G. Patel	桑卡尔昌德帕特尔大学, 印度	杨万平	西安交通大学经济与金融学院
Sheridan Titman	亚利桑那州立大学, 美国	文传浩	长江师范学院财经学院
Vincenzo Quadrini	安科纳大学, 意大利	周洲	常州市常蒸蒸发器有限公司
Andrea Gianni	意大利伦巴第大区贝加莫省劳威尔	石建勋	同济大学财经研究所
周清杰	北京工商大学经济学院	张本照	合肥工业大学经济学院
杨光	南开大学	余振	武汉大学经济与管理学院
时文东	中国人民大学经济学院	王金营	河北大学
贺炎林	对外经济贸易大学金融学院	秦菲	历峰商业有限公司

合作支持单位

Cooperative & Support Organizations

中国智慧工程研究会国际学术交流专业委员会

新加坡万仕出版社

新加坡前沿科学出版社

北京春城教育出版物研究中心

美国恩柏出版社

北京春城教育出版物研究中心

马来西亚唐博科学研究院

中国《城市建设》杂志社

北京万象兴荣科技文化发展有限公司

澳大利亚百图出版社

新加坡亿科出版社

<http://cn.usp-pl.com/index.php/cjsc/index>

Address: 73 upper Paya Lebar road #07-02B-03 centro bianco Singapore 534818

目 录

□财经论坛

价格由价值的分配决定	曹国奇 (1)
新时代背景下国际金融市场发展态势研究	赵 晋 梅笑涵 周子涵 (5)
产业融合视角下区块链技术促进实体经济高质量发展	李国栋 (8)
财务共享下国企财务转型思考	蒋 丹 (11)
结构性通货膨胀与货币政策挑战	张婧瑄 崔婉琪 王 畅 (14)
网红经济背景下大学生自媒体创业的问题和建议	董子涵 崔馨月 任晓骏 包佳怡 (17)

□财经视野

美的集团股利分配政策研究	张雨庭 (20)
Z县减税降费政策实施现状及问题研究	何 丹 (23)
手工艺品网络竞价盲盒市场调研	邹燕茹 黎思淇 马利艳 甘兆婷 玉忠宁 李华龙 (26)
浅析商业银行私人银行业务发展	徐俊杰 (29)
企业EVA价值评估模型及应用	刘雨琳 (32)

□财务管理与审计

浅谈建筑施工企业应收账款管理	侯继勤 (36)
房地产企业土地增值税的清算及其税收筹划风险研究	王 永 (39)
浅谈企业人力资源管理的发展趋势	王 倩 (42)
探析国企混改动因及实现路径	陈 曦 (45)
数字经济时代行政事业单位会计信息化建设的挑战与应对	邵甜甜 (48)
如何提升液化天然气公司内部审计问题整改成效	刘 萍 (51)

国企全面预算管理与资金集中管理结合探析 谭晓玲（54）
 企业财务风险管理问题及应对策略分析 周晓英（57）
 基于业财融合的出版社财务管理体系建设 刘安娜（60）

□管理科学

ESG 视角下关于比亚迪汽车转型的探究 吕文婕（63）
 扩大内需背景下高校营销类专业双创人才培养机制研究 刘美艳（66）
 建筑业管理体制的创新研究 龚黎明（69）
 华为股权激励有效性分析 郭 琳（72）
 电力工程投资管理优化模式探析 张 伟 张纯社（75）
 企业公关营销活动中社会化媒体应用 秦 菲（78）
 手机银行对泰国素叻他尼府客户满意度的影响研究 王 思（81）
 企业会计核算存在的问题及规范化管理方法 李小彬（88）

□综合论坛

基于 SWOT 分析宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业发展研究 罗雅茜 王 曦 黄世婷（91）
 乡村振兴背景下数字治理分析 杨春春（94）
 吉林省文旅融合发展中的优秀案例 谭栢欣（97）
 大数据技术在寿险业务中的实践应用 王 佳（99）
 基于国潮文化的民族旅游销售模式研究 杜海洋 王 鹏 吕欣雨（102）
 试论新时期如何进行群众文化创新 徐新建（105）
 论述企业文化建设在企业行政管理中的重要性 徐瑞山 杨子郁 秦东坡（108）
 管理会计在企业经营决策中的应用 林 跃（111）
 试论城市规划管理对城市规划设计的影响分析 张建国（114）
 冷热转换成辉煌业绩，心系行业彰显情怀担当 蒋紫贺（封三）

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125049

价格由价值的分配决定

——供求平衡时的价格决定问题研究

曹国奇

湖北电视剧制作中心, 中国·湖北 武汉 430000

【摘要】财富分配是很重要的概念,但是理论中没有价值分配这个概念相呼应。文中认为价值是财富的量,价格是要素分得财富的量,所以商品本身固有的价值(财富量)与其分得的价值(财富量)没有必然的一致性。经典的各种价值在本文中都不再是价值,而是分配尺度,在不同层面起作用。其中,劳动量是终端消费中分得价值的主要尺度^①,而商品交换是当今最普适的分配手段。

【关键词】意识工具; 价值分配; 分配机制; 价值价格

Price is Determined by The Distribution of Value

——Study on Price Determination When Supply and Demand Are in Balance

Guoqi Cao

Hubei TV&Drama Production Center, Hubei TV Station, 430000, Wuhan, Hubei, China

[Abstract] Wealth distribution is an important concept, but there is no corresponding concept of value distribution in the theory. The paper holds that value is the quantity of wealth, and price is the quantity of wealth shared by elements. Therefore, the inherent value of commodity itself (wealth quantity) is not necessarily consistent with its shared value (wealth quantity). In this paper, the classical values are no longer values, but distribution measures, which function at different levels. Among them, the amount of labor is the main measure of the share of value in the end consumption, and Commodity Exchange is the most popular means of distribution today.

[Keywords] Conceptual tool; Value distribution; Distribution mechanism; Value; Price

经典价值理论都是依照“谁创造归谁”这个分配原则而构建的,都有天生的逻辑困境——即价格是价值的同义重复,这直接导致价值分配理论缺失。此时要说明谁的所得是合理的,就一定要证明其创造的价值就是这么多——即商品本身固有的价值就是这么多。国民收入一次分配、二次分配等等,都只是为这种逻辑困境打补丁,这与地心说中的本轮、均轮这些补丁的作用是类似的。在数学上看,经典价值(价格)理论中都没有时间轴,都是静态分析。价值分配理论首先要考虑价格在时间和空间上的变化,是动态分析。由此,本文有如下逻辑关系:

- 一、价值是财富的量。
- 二、价格是要素分得财富的量。
- 三、商品交换是当今最普适的分配手段。
- 四、经典的各种价值都是分配尺度。
- 五、劳动量是人们分得工资的主要尺度。
- 六、货币是测量(计量)财富多少的尺度。

比如大米价格2元/斤,表示出卖1斤大米分得的社会财富

有2元这么多;比如工资5000元/月,表示劳动一个月分得的社会财富有5000元这么多。

我们认为所有东西都有价值,剩下只是我们考察还是不考察。价值(价格)理论中只考虑需要考察物品的价值(价格)。比如多数废品和旧房都有残值,但是价值理论中通常不考察它们的价值。

那么价值究竟是什么?客观的世界是否真的有价值这种东西?我们认为客观世界没有价值这个东西。这里我们必须明确一点,即我们的意识不能直接接触客观世界,而是通过一种意识领域的工具来感知客观世界。这种意识工具有四大类,即:质、量、数、字。

确定一事物是该事物的东西,就是该事物的本质。一种事物的质的多少,我们称之为量。价值是一种经济学量,价格也是一种经济学量。将量表达出来就需要数,不然我们只能说很多很多、很久以前这些有用的废话。数的发明消除了这种有用的废话。但是仅有质、量、数这三种元素是不成的,还得

有字，不然像“1 堆米有 10 公斤，甲的年纪是 30 岁”这种表述不可能变成白纸黑字，看不见。字，铺就了人类文化发展的高速公路。

到目前为止的所有价值理论中，都没考虑过质、量、数、字的基本规范，对计量和测量知识了解甚少，想怎么说就怎么说，量与纲不分，一片乱象。确定事物是该事物，即为纲；确定事物有多少，即为量。所谓量纲就是这个意思的合成。我国对量纲方面的知识，几乎没有进行过教学，理工科也不例外，这是很奇怪的事儿。这直接导致我国在价值理论研究中压根没有这种知识储备，于是想怎么说就怎么说，什么东西都可以被我们定义为价值，千奇百怪。

1 马克思价值理论中的问题

首先，与西方价值理论不同，马克思价值理论中是注意量纲的，虽然它在量纲上也出了问题。马克思价值理论虽然是直奔供求平衡时的价格决定问题而去的，但是逻辑问题不少。

价值转型就是价值分配的一种形式，所以《资本论》中最大的逻辑问题就是其一二卷与三卷脱节，衔接不上。由于一二卷中没有价值转型的影子，是依照“谁创造归谁”构建的，从而导致没有价值分配理论支撑其骨架，则其中所有用于论证的事实、数据和原理，至少有一个方面是虚构的，不是实际的事实和数据。比如社会必要劳动时间就与倍加关系相互冲突。前面刚说价值的多少由社会必要劳动时间决定，后面紧接着就说同样劳动时间内，复杂劳动创造的价值是简单劳动的倍加，二者明显冲突。下面剖析《资本论》中的两处实例，以指明我们应该怎样发展马克思价值理论。

1.1 尺度与本体不分

劳动量究竟是测量价值的尺度，还是价值的本体？1954 年版《资本论》中是这样描述价值的：

一个使用价值或财货有价值，只因为抽象的人类劳动，对象化或物质化在它里面。然则，它的价值量要如何去测量呢？由其中包含的“形成价值的实体”——劳动——量去测量。劳动量由劳动时间测量，劳动时间又用一定的时间部分，例如小时、日等等去测量。

这里的大问题是结论直出，没有论证。比如劳动量为什么能够测量价值的多少？没有任何解释。测量与计量是一门很专业的学问，这里也不多谈，只分析其中三个小问题：

第一个小问题：劳动究竟是价值的本体（原体），还是测量价值多少的尺度？

第二个小问题：劳动是一种人类活动，是一种运动，那

么请问运动能凝结吗？能物质化到商品中去吗？

第三个小问题：既然劳动量是测量价值多少的尺子，为什么还要用另外一把尺子——劳动时间，去测量劳动量这把尺子的多少？

计量学里有两个基本规范：一是尺子自己不可以测量自己；二是尺子本身的大小不可以再测量。任何尺子本身的大小以及相应的计数和进制，都是法律强制规定的，与学术无关。秦始皇统一度量衡所体现的正是这种法律强制性。因此，“劳动量又用劳动时间测量”是非法陈述。

学术没有权力规定计量单位是什么，不是什么。小时、日、月、年等只能是时间的计量单位，构成时间的量纲，而非马克思说的测量②。马克思在这里是量纲挪用，将时间的量纲挪用为劳动量（价值）的量纲。

量纲是标明事物类别的，具有客观性，唯一性；计量单位是表述事物多少的，具有主观性，唯一性。

计量包含测量原理和测量操作两部分，学术的任务是提供测量原理，法律的任务是提供计量单位及其进制。商品交换就是测量的实际操作。马克思举例“三角形面积等于二分之一底乘高”是指三角形面积的一种测量原理，而非他说的共通物。

再举一个例子说明计量单位是怎么来的，以便阐明这里在讲什么。比如温度的计量单位“开尔文 (K)”，力的计量单位“牛顿 (N)”，是国际计量组织为了纪念开尔文和牛顿这两位科学家而强制规定的，这与秦始皇统一度量衡没有两样区别，都是强制规定。所以价值（价格）的计量单位是什么，是法律或者国际计量组织说了算，与学术无关。

1.2 为何劳动力对价值没有贡献？

这里的质疑是：既然资本家购买的是劳动力，不是劳动，且目的在于获取劳动力创造的剩余价值，那么请问：当劳动力对价值的多少没有贡献时，资本家为什么要购买它？马克思明显遗漏一个事实，即生产同一件商品懒惰耗费的时间比勤快长。这样有，由于在同样的劳动时间内懒惰生产的商品少些，从而出卖商品后换回的货币也少些，懒惰没有占勤快的便宜。例如：勤快挑 100 斤，懒惰挑 80 斤，同时挑到 1 公里的地方，谁创造的价值大？

将“只要支出社会平均劳动力”这个假设恢复成实际情况，并利用微积分运算，我们很快能得出“劳动量等于劳动力乘以劳动时间”这个数学公式，即 $q = f \cdot t$ 。这是对马克思价值理论极其重要的发展。实际中也是提倡同工同酬，没有提倡同工时间同酬，其根本就在于 $q = f \cdot t$ 讲的道理。高职称比低职称的工资

多些，也在于 $q = f \bullet t$ 讲的道理。

由于群体的总工资量必须与总财富量（GDP）相匹配，不然就会出现生产过剩或生产不足。所以尽管支出的劳动量相同，但是群体总产出多时工资会高些，反之工资会低些。这就是美国的工资比我国高，北京的工资比武汉高的原因。

2 价值分配的四大机制

合作、分工、组织和再生产，它们共同构成经济系统的经脉和络脉，从而确定经济系统大循环，最后决定供求平衡时商品的价格是多少。这四大分配机制是：

合作——平均分配机制

分工——竞争分配机制

管理——组织分配机制

再生产——成本分配机制

目前，地球村就是最大的经济群体，其相应的个体是国家。但是国家又是一个经济群体，其相应个体是部门和地区，以此类推，最小的经济群体是家庭，最小的个体是个人。人类财富的分配，是依照群体和个体这两个概念的衍生脉络，不断分割下去的。

2.1 合作——平均分配机制

地球的生命体可以分两大类，即群居生物和独居生物^③。从经济学的角度看，二者的最显著区别就是合作。只有群居生物才有合作，独居生物没有合作。在合作角度看，任何商品都是大家一起创造的，是大家共有之物，所以其产权是群体的。但是消费又一定是个体（个人）的，没有任何人可以代替另一个人吃饭、穿衣和睡觉。这便导致生产的群体性与消费的个体性之间出现了矛盾。为了解决这个矛盾，就必须先分配群体的共有财富，使之个体化。价值分配理论由此而产生，产权理论也由此而产生。

群体层面的财富分配是依照平均分配规律进行的，即：在利益可分割的条件下，群体中各同类体获益均等。平均分配法则主要由平均利润率、平均税率、平均工资这三个指标来描述，为实际成交价格的偏高和偏低提供参照系。没有这个参照系，我们的价值（价格）理论逃不脱“成本决定价格”的魔掌。

平均分配法则就是斯密没有看见的那只手，竞争机制是在平均分配机制搭建的平台上展开的，导致系统出现破缺，于是系统的邹折连绵，既有高山也有大海，一些人多分一些财富，另一些人就少分了一些财富，且二者相等。由此决定的实际是，共同富裕不等于同等富裕。

2.2 分工——竞争分配机制

分工既是大群体分成小群体的机制，也是系统生机勃勃的机制。在自私性的作用下，每个人都希望分得比别人多一些的财

富，竞争由此而展开。竞争机制是经济系统中不可缺失的部分，是系统活力的保证。它只会导致贫富差距，不会导致共同富裕，从而迫使人们竞相多劳动，多创造。贫富差距由此而形成，由价格第三规律（价格差规律）完成数学表达^④。新型产业正是在这个规律的作用下得以迅猛发展的。在这个规律的作用下，著名的三大差别可以缩小，但是不能消灭。缩小到什么程度，取决于组织机制——主要取决于政府的执政理念和国家的人文理念。

合作与分工之间也是一种合作与分工的关系，是相互协调的互补关系。从哲学角度表述，合作与分工的关系服从结合法，不服从二分法或对立法。经典理论都是用二分法或对立法来处理二者的关系的，这不恰当。马季创作的相声《五孔争功》讲的就是结合法，是对现实生活中乱用对立法的一种批判。

正是因为群体与个体之间的关系服从结合统一法，因此群体中有另一个重要机制，即将众多因素组合在一起的机制——组织机制。群体的人文观念、政治制度、经济制度、法律和道德等，都从属于组织机制。

2.3 管理——组织分配机制

凡群居的生物群体，一定有组织机制在起作用，其中又分无组织群体和有组织群体两类。凡有组织的群体必定有个头，且是少数个体当头，这便是头规律。人类是有组织群体，等级制度因此而产生。蚂蚁、沙丁鱼、麻雀等等，是无组织群居动物，它们没有头，从而没有等级制度；狮、像、狼、鲸鱼、角马、羚羊等等，都是有组织的群居动物，它们都有头，有等级制度。人类是组织程度最高的一种群居动物，政府因此而生。经典价值（价格）理论都认为政府是守夜人，是其视角不够，没有跳出三界外，从而失去了学术的中立性。

有组织群居动物中，是那些少数个体当头，仅仅取决于群体建立的选拔机制是什么。这样的选拔机制将决定这样的少个体当头，那样的选拔机制将决定那样的少数个体当头。不同国家、不同地方和不同企业，因所处的实际情况不一样，所建立的选拔机制也往往不一样。明确这点很重要，这不仅是对马克思的制度理论的有益补充，也为不干涉他国内政提供重要的理论依据。

头规律决定了任何有组织群体的构架一定是罗网构架，决定了群体的支配权一定归少数人^⑤。

同样的生产要素下，由于组织构架的不同其释放的生产能力大不相同，从而产出大不一样。我国当年提出的猫论，其诉求就是要求以产出的高低作为主要评价指标。人还是那多人，地还是那多地，但是实行承包到户后，两年就基本解决全国性的粮

荒问题。

总之，经典价值理论和制度理论中都没有看到组织机制对各生产要素间的组合方式的直接决定性，都没有看到组织机制对生产力大小的决定性^⑥。

2.4 再生产——成本分配机制

再生产是经典理论高度关注的一个机制，它最低要保证我们的社会生产绵延不断，从而人类繁衍也绵延不断。

我国不少人士对马克思剩余价值理论要达到的目的拿捏不准，以为是要达到人人具有同等的生产指挥权。马克思对社会再生产是肯定的，其剩余价值理论不是批判剩余价值有过错，而是在于为广大百姓争夺生产指挥权及其分配权。他批判资本家不该获得剩余价值，言外之意是剩余价值该分配给工人，由工人支配。但是，剩余价值分配给工人仍然不是马克思要达到的目的。马克思从来没允许工人阶级将剩余价值吃掉喝掉，而是仍然要将剩余价值投入再生产。所以马克思的真正目的是工人阶级拥有剩余价值后，便天生拥有生产指挥权及其分配权。毫无疑问，一旦工人阶级掌握了分配权，自然在社会财富的分配过程中始终对工人阶级有利，从而工人的工资就不会只够“维持劳动力简单再生产”，而是要比这多，能提高生活质量和品质。

在《资本论》中，马克思正是从“财富支配”和“尺度”这两个概念引申出价值这个概念的。由谷书堂、程恩富等引领的正比论，虽然解决价值总量够用问题，但是由于没有价值分配理论作支撑，仍然不能较饱满地解释实际的价格现象。

相对于1954年版《资本论》，1975年版中将这段话中的测量改成计量。这是不得要领的，纠正这段话中的一些语病，但是又增添新的语病。

现代记录影片显示，这种分类不是非常明确，有模糊地带。一摄制组为了不浪费最后一晚，于是来到湖边拍点什么，无意中拍到犀牛在夜晚是群居的，在聚会、唱歌、谈恋爱。

见曹国奇《价格论》一书第十六章、第十七章，延边大学出版社，2002年；见曹国奇《价格形成机制体系研究》一书第36—38页，九州出版社，2021年。

管理学中有一个统计学规律，大意是任何人能直接联系的人数在20至50人以内。这样，国家、企业、学校的人数多了就要依照这两个规律分家，分成省县乡，分成总公司分公司、分成院系班等。

马克思定义生产力是人们征服自然改造自然的能力，这没问题，但是进一步的释义为“生产力有三要素”就语法不通了。相反，是三要素结合后才派生出生产力。

注释：

①在《资本论》中，马克思正是从“财富支配”和“尺度”这两个概念引申出价值这个概念的。由谷书堂、程恩富等引领的正比论，虽然解决价值总量够用问题，但是由于没有价值分配理论作支撑，仍然不能较饱满地解释实际的价格现象。

②相对于1954年版《资本论》，1975年版中将这段话中的测量改成计量。这是不得要领的，纠正这段话中的一些语病，但是又增添新的语病。

③现代记录影片显示，这种分类不是非常明确，有模糊地带。一摄制组为了不浪费最后一晚，于是来到湖边拍点什么，无意中拍到犀牛在夜晚是群居的，在聚会、唱歌、谈恋爱。

④见曹国奇《价格论》一书第十六章、第十七章，延边大学出版社，2002年；见曹国奇《价格形成机制体系研究》一书第36—38页，九州出版社，2021年。

⑤管理学中有一个统计学规律，大意是任何人能直接联系的人数在20至50人以内。这样，国家、企业、学校的人数多了就要依照这两个规律分家，分成省县乡，分成总公司分公司、分成院系班等。

⑥马克思定义生产力是人们征服自然改造自然的能力，这没问题，但是进一步的释义为“生产力有三要素”就语法不通了。相反，是三要素结合后才派生出生产力。

参考文献：

[1] 郭大力，王亚南译，马克思著. 资本论[M]. 人民出版社，1954.

[2] 程恩富著：新的活劳动价值一元论，<https://bbs.pinggu.org/thread-15630-1-1.html>.

[3] 王今朝，龙斧. 马克思价值决定价格理论的数理阐释——对中国价格管理体制的一种思考[J]. 马克思主义研究，2011(11): 63-69.

[4] 刘珩译[美]，麦特·里德雷著. 美德的起源：人类本能与协作的进化[M]. 中央编译出版社，2004.

[5] 吴汝康，吴新智，林圣龙译. 理查德·利基著. 人类的起源[M]. 上海科技出版社，1995.

[6] 曹国奇著. 价格论[M]. 延边大学出版社，2002.

[7] 曹国奇著. 价格形成机制体系研究[M]. 九州出版社，2021.

作者简介：

曹国奇(1964-)，男，汉族，湖北省武汉市人，中专，湖北电视剧制作中心，一级灯光师，研究电影灯光理论、马克思价值理论。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125050

新时代背景下国际金融市场发展态势研究

赵 晋 梅笑涵 周子涵

重庆工商大学金融学院, 中国·重庆 400000

【摘要】目前伴随着我国经济的迅速发展,在全球化发展的推动之下的国际市场中,我国的商业贸易活动也在持续的开展。由于多个行业地区的发展状况不同,各国之间的发展活动逐渐密集,为了推动整个国际市场的紧密联系,降低市场发展中的差异,就必须结合当下的实际发展情况提出有力的发展对策,由此更好的降低市场交易难度,促进各国之间的贸易流通。本文通过分析当前国际金融市场发展中的文化差异形式,提出相对应的发展手段,由此更好地促进国际金融市场发展的可持续性发展和运营。

【关键词】国际金融; 市场发展; 对策

Research on the Development Trend of International Financial Markets in the New Era

Jin Zhao, Xiaohan Mei, Zihan Zhou

Chongqing Business University School of Finance Chongqing 400000

[Abstract] With the rapid development of China's economy and the promotion of globalization in the international market, China's commercial trade activities are also ongoing. Due to the different development conditions of multiple industries and regions, development activities between countries are gradually becoming intensive. In order to promote close connections in the entire international market and reduce differences in market development, it is necessary to propose strong development strategies based on the current actual development situation, in order to better reduce the difficulty of market transactions and promote trade circulation between countries. This article analyzes the cultural differences in the current development of the international financial market and proposes corresponding development measures to better promote the sustainable development and operation of the international financial market.

[Keywords] International finance; Market development; Countermeasure

目前的国际发展主要是由各国的企业在跨本国之外进行海外的市场经营活动,在此过程中企业文化和交流是整个国际全面发展中不可缺少的因素。由于国内外的市场竞争环境在多个企业的角逐中日显激烈,这对企业原本的发展要求也提出了严格的目标和基准,因此为了降低发展交易难度,解决各国之间的价值观差异性,就必须在降低差异影响的条件下,通过全面探查各国之间的差异性而解决发展中的交流矛盾,尊重各国文化,保证相关的发展活动能够顺利的开展。

1 国际金融市场发展文化差异表现

所谓的国际金融市场发展文化差异主要表现在各国文化发展背景和征程中不同的价值观念。每个国家的群众产生的文化价值观不同,在物质生活和消费观念上也存在着非常大的差异性。很多国家由于地区和环境不同,生活习惯随着国家历史发展不断的延续。在产品进行国际输出时,各国依旧以本国的文

化特点来打出相应的发展广告,这些不同风格的发展广告会依照整个国内群众的消费观念而设定。但在走向国际市场时,由于交流语言和整体环境具有非常大的差异性,就导致发展手段可能不尽人意。例如美国的产品一般在广告输出环节,就如同电影一般,画面感非常的强烈。而在欧洲地区如法国和英国各种产品就具备浪漫和绅士的特征。而在国际市场中为了确保发展的针对性,在整个国家价值观差异性着重分析的过程中,就必须尊重各国文化,降低语言交流之间的困难。为了避免由于语言沟通而产生的误会,在发展活动的推广过程中,需要提前了解合作国家和本国之间的文化差异,确保理解方式和表达能够使外来国家接受。降低发展活动深入推广的困难,通过调节明确信息传递的目标,由此逐渐克服语言和文化上的矛盾。

在国内的企业打破壁垒走进国际市场的过程中,首先要做到的就是了解合作国家的文化背景。结合不同的生长环境和群

众的生活风俗习惯,对于自身的产品进行一定的改良完善。在市场发展过程中要考虑到对外输出的国外的一些节日和生活习俗。在明确沟通交往过程中的文化差异后,结合双方的审美眼光,对于产品进行一定的包装和介绍。例如中国在很多产品的包装上会使用红色,在国内红色是喜庆且热烈的颜色,春节或者其他重要节日时,总会见到红色的各种产品包装。而在对外市场发展,就拿美国举例,美国人非常的忌讳红色,在美国和西方文化中,红色并不是像中国定义的喜庆颜色,反而代表着赤字和警示。他们都认为红色有着动荡和血腥的意思,反而中意白色和黄色,他们认为这是纯洁和和谐的象征。这种文化的差异在一定程度上会给国际金融市场发展带来严重的影响。再加上每个国家文化构成中都具备一定的宗教信仰。在实际的国际市场发展中,由于信仰的差异性,也会给整体的发展带来一定的影响波动。由此在考虑到诸多因素后,为了更好的提高国际市场的整体发展质量,就必须从多个角度对合作的国家进行分析,结合本国的产品特点进行相关的描述和介绍,降低差异所带来的矛盾与冲突,规避国际市场中合作国家忌讳的内容,尊重各国之间的文化背景和风俗,更好的推动双方之间的长久合作。

2 新时代背景下国际金融市场发展态势

结合近几年的国际市场情况分析可以看出,由于疫情的影响,各国的经济都受到了一定的重创。在对市场的环境进行分析时,一定要根据实际的国际企业发展进行相关的调整。由于国际市场在不同的环境之下一直在持续的变化,发展过程中就必须结合当下的实际发展条约做出一定的调整。在国家与国家建立友好经济合作的基础上,面对当下文化包容和经济融合的市场环境,可以共同打造政治互信的利益共同命运体。尤其是中国一带一路的合作倡议提出,在世界上受到了非常大的瞩目。相关国家在持续投资的情况下,与周边的国家建立了责任共同机制。

由我国提出的一带一路倡议一经确认就收获了大量的目光。在近几年的倡议推动下,很多跨国工程承包企业在国际市场上的发展都在不断的向前推动着。很多利民惠民的大型基建工程与各国之间展开了良好的合作。在国际工程市场发展不断的革新和进步,目前国际环境处于疫情和俄乌冲突,中美贸易冲突等多个变动之下。欧洲政局和美国中东势力的变化也导致了国际市场的一系列重大变动。近年来表现突出的贸易战和经济制裁以及各国货币支付规则的变化都是国际市场产生着强烈的动荡。由于大国关系的博弈变化趋势,在美国霸权经济制裁的影响下,一些中小国家就不得不考虑后续的合作发展,其中一些一带一路合作中我国关系密切的国家受影响较大,而为了在国际市场的强烈动荡

中占有一席之地,除了明确目前的国际市场环境和政治因素外,就必须消除各方差异,降低由于矛盾而带来的发展风险。

3 国际金融市场发展中发展对策

3.1 实施适应性策略

首先在目前的国际金融市场发展活动开展的过程中,必须要对于无障碍交流投入一定的针对性对策。发展成功的关键取决于沟通的顺利和愉快的交流。在区域文化背景和环境要素不断变化的过程中,首先要对各国的文化差异进行相关的比较和分析。在缩小差异的计划下,要安排专业的国际金融市场发展人才与对方国家的人员进行亲密的交流活动,展示本国文化和产品,也要在尊重对方文化的情况下,提前做好市场调研。考虑到对方合作国家的文化背景,在产品的选择和宣传中,做好以人为本的优质性服务,通过降低文化因素的影响,提高整体国际金融市场发展的成效。在发展活动开展过程中,深入的调查文化差异性和近几年的变化情况,对于各国的大众行为数据进行相关的掌握。另外,明确多国文化发展背景要对文化差异诱发的问题进行剖析和记录。通过筛选和习俗的判定,科学掌握当地语言的正确使用,在沟通和交流过程中,避免因为文化冲突和语言的差异性所带来的不必要的矛盾与冲突。

3.2 落实本土化策略

国际市场的发展对于各国的日常生活和产品丰富都起着非常重要的作用。目前在国内能够见到多国生产的各种产品,包括日用和多样的食物。我国的一些基建工程队伍也逐渐的走进国际市场中。例如今年举办的卡塔尔世界杯的决赛球场就是由中国企业建造的“大金碗”造型,中国铁道建筑集团在2016年中标该体育场,在运用本国的施工建筑技术进行设计施工过程中又尊重当地的卡塔尔文化,融入了中东特色独有的卢塞尔体育场文化,利用阿拉伯传统的珐琅灯作为设计灵感,将体育场设计成双层幕墙,且设计感十足的产品。与此同时,还响应了国际当下的绿色环保思想,在节约能源的同时引入数字技术和中国制造理念。成为了设计标准最高和国际化程度最高的标志性建筑。这种尊重当地文化差异性的产品一经输出,也为我国施工企业在国际上的发展创造了非常良好的基础。此类产品一经推出,不仅在市场发展中能够达到硬性宣传的效果,也在国外的合作国家中迎来了美好的口碑。

3.3 拟定发展策略

在目前现代化的发展过程中,广告是必不可少的推广手段和促销方法。为了更有效地扩大本国产品的宣传范围和影响度,就必须在结合产品种类特点,融入风俗习惯和区域的特色。例如在本国产品推销时,针对法国的一些消费群众,就可以借助一定

的情感特色和浪漫因子。利用符合他国文化影响和吸引力的发展广告来推广本国的产品。针对美国就可以融入一些美式幽默或者具备娱乐精神的广告,各个广告在拟定过程中一定要结合对外输出中的针对性促销策略模式。明确发展过程中面向的终端消费群众的具体需求。对于中间的发展环节要进行科学的把控,在发展的附属产品中可以增加一些优惠券和特价产品或者赠品等等。在掌握文化需求和习俗的过程中,可以针对条件而参照消费人群选出差异性突出的文化规范内容。推销工作实施时可以进行文化敏感性的锻炼和具体的调节。针对社交礼仪和价值观念进行有效分析后,在发展前确定稳定的文化输出环境和交流关系。突出承诺和信赖的重要性,在此可以通过详细的发展计划来对公司的整体形象发展活动进行科学的保护和包装。

3.4 实施人才合作策略

我国在进行国际市场活动时,国际金融市场发展作为主导方向,能够更好的推动国家一带一路政策的落实和发展。目前我国国际市场的已经销量比重有着非常好的上升状态,在不断开展市场发展经济活动时,国家对于发展人才的需求量也在逐步的提升。目前所需要的发展人才不仅是要有良好的口才和发展手段,更要有非常高的情商和处理应急事件的能力,在交流和建设过程中良好的发展人才能够更好的对发展活动起到关键性的推动作用。因此在发展中就必须要有积极的进行人才培养和开发,引进文化交流的人才合作推动发展融合和发展,以此来逐步提升我国的国际市场综合经济竞争力。优秀的发展人才能够保证我国在国际金融市场发展中占有一定的文化主导力,在此就必须对国内的一些专业的优秀发展人才进行培养,推出定期的培训和学习活动。首先应当与国家的各高校进行科学的合作。建立人才交流培训基地,建立信息化的实习岗位和实训基地。利用产教融合的科学方法增加我国市场发展活动中专业人才占有的比重,另外,在实训过程中可以输送我国的优秀人才与国外进行交换学习,在交流合作的过程中也能够加强两国之间的联系。此外也可以为他国来我国学习的优秀青年提供良好的学习岗位,通过双方的人才交流合作,更好的了解双方的文化交流情况。从而在掌握异国文化,也能够逐渐的加强经济活动的主导性。借鉴国外优秀文化,使人才能够在不断的学习和锻炼中累积经验,为后续的国际金融市场发展活动和交流做好准备。

3.5 提倡世界文化包容策略

针对国际金融市场发展进行调整时,一定要明确文化背景对于各国之间的经济贸易所产生的影响内容。在调查不同国家之间文化的共性和差异性,是提出一个世界的认知。在保证国

际贸易活动长稳发展的情况下,始终坚持多元文化的经济和谐发展目标,促进国际市场活动的繁荣发展。基于目前国家党的政策和各国的文化差异,以友好尊重的形象来进入贸易活动区间。深入往来的过程中,可以逐渐的渗透中国文明文化的传统优良美德。

与合作国家进行良好交流,能让对方感觉到我国对于外来文化的包容和友好的交流理念。在多元化发展的过程中,又能展现出我国独有的历史韵味和文化背景。对于交流和经济交叉渗透,给予文化的共性发展。传统的发展方式主要是通过厂家直销和零售,而伴随着信息化的发展和互联网的推动,发展方式也应当出现一定的改变。为了更好的促进全球客户的便捷和使用,目前在国际金融市场发展中可以引入线上线下的混合式发展策略。目前比较典型的为电商发展在紧跟潮流创设社交媒体,直播发展以及线上文字推广发展,包容多国的多元化发展手段。利用抖音直播、淘宝、京东等一系列的线上APP实现多元化发展,也让他国看到了我国产品输出的便捷性。不仅能为国际金融市场发展的产品宣传打响名号,也能从侧面让国外看到我国多种多样的国内产品。由此在不同文化的背景下,用户可以结合自身需求,选择各国的优秀产品。企业也能够在国际化发展中降低国内的市场竞争,在获取国外资源和技术上有着良好的选择。打响国内外品牌知名度,克服自身的劣势。利用国家的优秀政策资源来强化自身的国际观。加强产品创新的途中策划出完美的发展计划,通过创新的发展方式来取得成功的国际金融市场发展方案。

4 结束语

综上所述,在国际金融市场发展活动的不断发展中,企业要了解国家发展的具体环境,在开拓国外发展市场时,尊重各国之间的文化差异,消除壁垒的交流障碍,在企业长效发展中结合具体战略思想,对文化差异进行合理的分析和计划制定,以此更好的拟定科学的市场发展策略。突破文化差异的发展限制因素,提高企业在国际市场中的地位,增强核心竞争力。

参考文献:

- [1] 刘宁, 万良杰. 经济全球化下的国际金融市场发展[J]. 经济论坛, 2002 (09).
- [2] 徐家冰. 面向经济全球化的国际金融市场发展策略探索[J]. 现代发展(经营版), 2019 (09).
- [3] 科学研究、技术发展与经济活动[J]. 电子科技文摘, 2002 (05).
- [4] 郭碧翔. 国际贸易与国际金融市场发展的差异性[J]. 国际贸易, 1986 (02).

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125051

产业融合视角下区块链技术促进 实体经济高质量发展

李国栋

中共渭南市委党校, 中国·陕西 渭南 714000

【摘要】区块链技术作为一种新兴的去中心化技术,在实体经济高质量发展中发挥着日益重要的作用。从产业融合视角,深化区块链技术促进实体经济高质量发展的研究对实现经济发展具有重要现实意义和理论价值。本文从产业融合的视角出发,探讨了区块链技术对实体经济高质量发展的促进作用以及面临的挑战。在此基础上,提出了以构建跨界融合网络、优化规范管理机制、深化区块链技术细分应用为核心的实践路径。

【关键词】产业融合; 区块链技术; 实体经济高质量发展

Blockchain Technology Promotes High-quality Development of the Real Economy from the Perspective of Industrial Integration

Guodong Li

Weinan Municipal Party School of the Communist Party of China, Weinan 714000, China

[Abstract] As an emerging decentralized technology, blockchain technology is playing an increasingly important role in the high-quality development of the real economy. From the perspective of industrial integration, deepening the research on blockchain technology promoting high-quality development of the real economy has important practical significance and theoretical value for achieving economic development. From the perspective of industrial integration, this article discusses the promotion role and challenges of blockchain technology for high-quality development of the real economy. On this basis, a practical path centered on cross-border integration, standardized management, and segmented applications is proposed.

[Keywords] Industrial integration; Blockchain technology; High quality development of the real economy

引言

实体经济是国家经济乃至全球经济发展的基本支撑。区块链技术由于其去中心化、可追溯、可验证性等优势,被广泛认为有助于实体经济的数字化、智能化和价值网络构建。在过去几年,国内区块链技术应用不断推进,涉及金融、物流、医疗等各大领域,有着广泛的应用前景。从产业融合的视角来看,区块链技术在实体经济中有着广泛的应用。例如,在物流行业中,政府利用区块链技术搭建了全国性货运信息追踪平台,实现了货物溯源、合同变更等业务模式的智能化,解决了传统物流场景下中间环节诚信、信息透明等问题。尽管区块链技术应用领域已经逐渐扩展,但在实际应用过程中,仍然面临着一些挑战。如何针对实际情况提出实施路径,是当前需要解决的问题。本文旨在从产业融合视角出发,探讨区块链技术如何促进实体经济高质量发展,

以及如何应对面临的挑战。

1 产业融合视角下区块链技术促进实体经济高质量发展面临的挑战

1.1 信任问题

区块链技术以其去中心化、不可篡改的特性,被广泛应用于金融、物流、医疗等领域,成为各产业间相互协作的重要手段。据普华永道的一项调查显示,63%的高管认为缺乏统一的标准和认证机构是区块链技术面临的最大挑战之一。然而,在实际应用中,由于产业间信息壁垒的存在,各个经济主体之间的信任难以建立。根据链安科技发布的数据,2019年全球数字货币欺诈案件涉及金额超过10亿美元,相比2018年上升了160%。多数的区块链平台缺少统一的数据标准和可信认证机构,导致存在大量虚假信息 and 欺诈行为,这同时也降低了用户对平台的信任。以中国

为例,在区块链产业融合中,互联网金融、实体经济、物流等产业涉及欺诈行为多发,涉及涉众假冒、无实物资产抵押等不法行为。根据2019年第三季度发布的《2019 互联网金融风险防范白皮书》数据,仅在第三季度,全国互联网金融平台已经发现了1,181起高风险事件。其中,网络借贷信息中介机构、互联网保险公司和小额贷款公司是风险动态最活跃的三种业态。因此,如何消除不同产业间的信息壁垒,建立起各经济主体之间更高的相互信任,并提供可信的数据证明,是区块链技术需要解决的重要挑战。

1.2 标准缺失

在产业融合的过程中,区块链技术的优势在于其数据共享和互通的特性,因此被广泛应用到金融、物流、医疗等诸多领域。然而,由于区块链技术的去中心化和自治等特点,不同领域、不同主体之间的数据标准难以互操作,这在实践应用中成为了重要挑战之一。为了解决这个问题,综合评估组织(ISO)在2019年发布了区块链和分布式分类帐技术的ISO标准草案,为制定全球标准提供了基础。然而,观察到,该草案对于关键安全方面的讨论不够深入,而且跨区块链技术拓展也相对不足,这导致区块链技术相关标准缺失,难以发挥对实体经济的促进作用。例如,在供应链金融领域,通过建立全球性、可信的物流信息数据共享平台可以大大提高多国货物运输效率和质量。然而,在实际应用中,由于缺乏全球统一的标准,各国之间的物流标准和规范存在较大差异,阻碍了供应链金融的高效运作。因此,为促进区块链技术在产业融合中更好地发挥作用,制定全球通用的标准、建立多方参与的认证体系、开展安全策略和风险评估极为必要。只有补足标准,才能实现区块链技术在实体经济中的高质量发展,从而达到多方互利和共赢的目标。

1.3 安全隐患

区块链技术在产业融合的视角下有巨大的潜力,能够促进各个行业之间的数据共享和整合,从而推动实体经济高质量发展。然而,区块链技术本身也存在一些安全隐患,如加密算法的可破解性、分布式节点的安全风险、智能合约漏洞等,这些隐患可能会影响到实体经济的稳定和安全运行。首先,加密算法安全隐患。尽管目前的加密算法是非常安全的,但随着计算机算力的不断提高,这些算法的安全性可能逐渐降低。如果算法被破解,黑客可以轻松攻击区块链网络,从而导致数据篡改、用户资产丢失等一系列问题。在这种情况下,区块链技术可能会失去公信力,从而影响到实体经济的运作。其次,分布式节点安全隐患。虽然

分布式节点的构建能够使区块链网络比较稳定和具有高度的分散性,但是如果某个节点遭受攻击或者被恶意操控,就可能会对整个区块链网络造成影响。这可能会导致网络中出现错误或者伪造的交易,造成实体经济的混乱和不稳定。最后,智能合约安全隐患。智能合约是区块链技术的核心应用之一,通过自动化执行智能合约,可以保证合约的执行过程具有可靠性和透明性。然而,智能合约本身也存在一些漏洞,比如重入攻击、整数溢出等。如果这些漏洞被恶意攻击者利用,就可能会对区块链网络造成意想不到的后果,甚至直接导致区块链系统崩溃,从而严重影响到实体经济的运作。

2 产业融合视角下区块链技术促进实体经济高质量发展的实践路径

2.1 构建跨界融合网络

实体经济是国民经济的重要组成部分,是国家经济发展的根基。然而,传统的实体经济发展中,由于信息孤岛等问题,各个行业之间的相互交流较少,难以完成有效协同。而区块链技术的诞生使得实体经济可以更加高效地进行跨界融合,助力实体经济的高质量发展。构建跨界融合网络是实现实体经济融合发展的重要途径之一。跨界融合网络需要包括跨领域、跨行业、跨地域等元素。区块链技术可以通过智能合约等手段实现跨领域、跨行业间的数据共享和协同,整合企业各类资源,提高社会资源利用效率,降低社会成本。例如,在供应链中借助区块链技术实现各个环节之间的数据共享,更加精准高效地定位质量问题,并实现相关问题的溯源和风险防范。为了实现跨界融合网络的构建,在政府、企业、社会机构等各相关方需要加强对区块链技术的认识和应用,推动不同领域之间的资源共享和交流合作,通过合作、联合等方式互补各自的优势,创造更大的经济效益和社会价值。

2.2 优化规范管理机制

随着区块链技术应用的不断拓展,监管和规范问题已经成为了应用中的核心问题之一。在实践路径中优化规范管理机制可以为实体经济高质量发展提供有力保障。就政府而言,政府应出台科学的监管机制,明确区块链技术的应用标准和安全标准,并严格执法,保护消费者权益和网络安全。同时,政府需要与区块链技术企业积极互动,了解区块链技术的更新进展,及时调整管理标准,并充分利用区块链技术的优势优化公共服务,提高行政效率。就企业而言,各企业要掌握相关法律法规知识,依照相关的标准规范方法实施应用,并持续加强

内部管理和审核, 严防违规操作。同时, 企业和政府应该建立相应的投诉和监管机制, 对存在问题的区块链技术产品和服务及时反馈, 及时修复和完善。

2.3 深化区块链技术细分应用

随着区块链技术的不断更新迭代, 其已经开始在实体经济中发挥越来越重要的作用。大力推进区块链技术的深度应用, 一定程度上可以促进实体经济的高质量发展, 为实现经济转型升级提供有力的技术保障。一方面, 需要发掘实体经济领域中的重要应用场景, 深入研究其需求特征, 为区块链技术的深度应用提供解决方案。例如, 可以将区块链技术运用于供应链管理中, 应用于金融行业的数字化贸易融资、安全支付、数据保密等领域, 应用于政府行业的城市管理、公共数据存储与共享。另一方面, 需要进一步优化区块链技术的性能和效率, 解决区块链技术在特定场景下的瓶颈问题。细言之, 在供应链管理场景中, 区块链技术需要实现节点的实时验证、数据记录和信息共享, 这就要求区块链技术需要有更快速的交易处理速度, 更高的数据存储容量能力, 更好的交易确认能力等。

3 结束语

随着区块链技术的不断发展和应用, 其在实体经济中的重要作用日益凸显。通过利用其优势, 如数据共享和互通特性, 区块链技术可以推动产业融合, 促进不同行业之间的协同发

展。在实践中, 我们需要充分理解区块链技术特性与应用场景, 发展标准机制, 提高安全能力, 来应对当前面临的挑战。同时, 需要在跨界融合、规范管理机制和深化细分应用等方面继续探索。只有通过这样的努力, 才能为实体经济发展提供更强的技术支持和保障。区块链技术的快速发展和广泛应用, 将会改变不同领域的传统商业模式和产业链, 从而为实体经济带来诸多机遇。从产业融合视角, 打通区块链技术促进实体经济高质量发展的实践路径, 才能真正意义上让区块链技术为实体经济创造价值, 打造更具活力、更安全、更便利的社会生态体系。

参考文献:

- [1] 杨军. 中国式现代化视角下推动实体经济高质量发展的创新路径[J]. 中州学刊, 2023 (3): 36-42.
- [2] 庄雷. 区块链与实体经济融合的机理与路径: 基于产业重构与升级视角[J]. 社会科学, 2020 (9): 51-63.
- [3] 付小颖. 区块链技术与实体经济深度融合发展路径研究[J]. 学习论坛, 2020 (7): 62-67.

作者简介:

李国栋 (1982.10—), 男, 汉, 陕西渭南人, 陕西师范大学经济学在职硕士, 中共渭南市委党校经济学助理讲师, 研究方向: 经济学国民经济研究。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125052

财务共享下国企财务转型思考

蒋 丹

葛洲坝易普力湖南二化民爆有限公司, 中国·湖南 常德 415300

【摘 要】国有企业的规模不断扩大,其所涉及的领域也更加广泛,国有企业需要尽快完成转型以此实现可持续发展,特别是财务管理方面,规模的增大,使得财务管理工作的开展难度大幅增加。为了能够有效解决这一问题,国有企业需要建立财务共享中心,利用信息化手段来完成财务转型。本文研究了财务共享的概况,并分析了当下国有企业财务管理的现状,阐述了现阶段财务转型的意义,重点研究了财务共享模式下国企财务转型的措施,旨在通过本文的研究,提高财务共享中心在国企的应用水平,推动国企财务转型的完成。

【关键词】财务共享; 国企财务; 转型思考

Thoughts on the Financial Transformation of State-owned Enterprises Under the Financial Sharing

Dan Jiang

Gezhouba Yipulli Hunan Erhua Civil Explosive Co., LTD., Changde 415300, Hunan, China

[Abstract] The scale of state-owned enterprises continues to expand, and their fields are more extensive. State-owned enterprises need to complete the transformation as soon as possible to achieve sustainable development, especially in terms of financial management, the increase of scale makes the difficulty of financial management work greatly increased. In order to effectively solve this problem, state-owned enterprises need to establish financial sharing center and use information means to complete financial transformation. This paper studies the general situation of financial sharing, and analyzes the present situation of state-owned enterprise financial management, expounds the significance of current financial transformation, focus on the financial sharing mode of state-owned enterprises financial transformation, through the study of this paper, improve the application level of financial sharing center in state-owned enterprises, promote the completion of state-owned enterprises financial transformation.

[Keywords] Financial Sharing; State-owned Enterprise Finance; Transformation Thinking

引言

国有企业的集团化发展使得传统的财务管理模式已经不适用于目前的发展,因此,需要借助财务共享模式对财务管理工作进行调整,进而促进国有企业的财务转型,促进国企健康可持续发展。

1 财务共享概况

财务共享是指借助信息技术,在财务工作流程的基础上来对组织结构进行优化,以此来提高企业运行的效率,减低企业

成本,为客户提供更加专业服务的分布式管理方式。现阶段,大数据以及智能化的发展推动了财务共享模式的应用。

财务共享中心的建设会面临诸多困难,管理人员需要综合市场内外的各种因素来进行综合的考虑。在建设财务共享中心过程中需要借助“1+4+1”的模式,首个1指的是战略定位,起统领意义;4主要包括业务流程以及运营管理等,该部分是建设的具体。最后一个1指的是风险管理,其体现在财务



图1 财务共享中心建设路径图

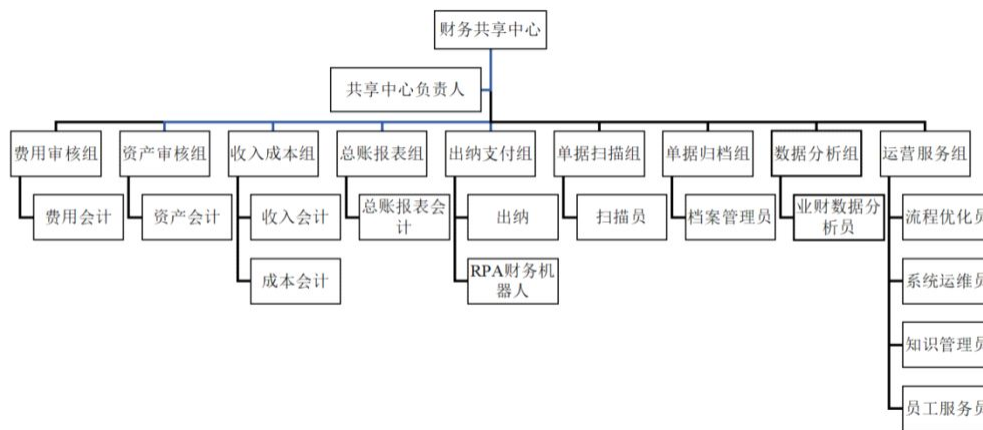


图2 财务共享中心人员岗位设计图

共享的整体工作中。具体情况如图1所示。国有企业实现财务共享后，工作流程得到了简化，部门的职能势必会发生转变，财务人员也将面临改变。财务共享的建立，使得会计人员的工作变得标准且集中，员工之间的分工也更加明确。有关人员应当对员工所负责的任务进行重新分配，以此来实现高效工作，具体的岗位设计如图2所示^[1]。

2 国有企业财务管理的现状

一般来说，国有企业的规模普遍较大、员工众多、业务涉及的范围也比较广，并且随着国有企业改革的深入，国企的发展方向开始向集团化转移，越来越多的分支机构开始出现。如此一来，虽然可以拓展市场以及业务，但是却给财务工作增加了管理难度。通过分析现阶段国企财务工作来看，还具有以下几个方面的不足：

管理人员并不足够重视财务工作。国有企业大部分属于国家控股，国企的运作多数依靠国家财政拨款支持，法人并不掌握国企的资产，而是只能对资产进行管理。因此，在很长一段时间里，国企的管理人员会更加重视对外业务板块，在一定程度上忽视了内部的管理，特别是财务方面。引发此种现象的原因包括有关人员管理意识的缺失，还包括早期国企财务工作并不具备较大难度。

国企规模的扩大使得分支机构的数量也在不断增加，相应的，财务管理部门的数量也在增加。各个分支机构的财务管理部门相对独立，难以协调地开展工作的，在此背景之下，不仅各个部门之间的信息流通不畅，还增加了公司对于总体财务工作的监管难度，阻碍了国有企业的可持续发展^[2]。

信息化手段是推动国有企业改革的重要方式，然而，财务管理工作具有分散性特点，不同的管理系统与模式之间具有差异性，难以做到信息的及时传递。所以，就算管理人员想用信息化手段来开展财务工作，最终也收效甚微，财务管理信息

化工作还需要进一步研究。

3 财务共享下国企财务转型的意义

3.1 深入贯彻国家政策

某年颁布的有关规范中规定，拥有分支机构的企业集团要充分利用信息技术来开展财务管理工作，集中会计工作，创建财务共享中心。在此背景下，国有企业的财务转型有利于深入贯彻国家的有关政策，提高国企财务管理水平。

3.2 规避财务以及管理风险

现阶段，经济全球化的进程加快，我国的市场经济受到来自多方面的影响，逐渐变得复杂。国有企业要想在持续变化的市场中谋求发展，并最大程度地减少经营以及财务方面的风险，必须从宏观的角度出发，制定符合本企业实际情况的发展战略，深入分析企业的数据，在此基础上开展财务工作。为了能够更好地实现信息的传递，有关人员可以借助财务共享的手段，建立健全有关机制，并将资料提供给相关企业，帮助企业对数据以及信息进行分析，对企业的经营情况做出判断，在危机来临之前，实施预防以及解决的措施，减少风险给国有企业带来的损失，最终促进企业的稳步发展^[3]。

3.3 促进财务管理效率的提升

传统的财务管理具有零散的特点，财务共享服务中心建立以后，能够将较为零散的财务工作进行整合，省去诸多重复无意义的工作，极大地提高了财务管理工作的效率。借助财务共享的方式，一方面可以推动国企财务的转型，另一方面能够让国企会计工作变得更加简洁、智能，提升了财务工作的质量，规模大、工作量繁重的国企在应用此方式以后的效果更加明显。

3.4 减少财务方面的成本

财务共享模式的出现为国企的财务转型提供了平台，还在一定程度上促进了部门之间的信息传递。财务共享中心构建之后，通过组织结构的调整能够减少人力以及物力的消耗，全方位地

降低国有企业的成本,最大程度地提升价值。信息化的应用,规范了国企的经营体系,使其变得愈发标准,企业的管理水平也得到了极大的提升。

4 财务共享下国企财务转型的策略

4.1 深化共享意识

企业的文化氛围会对财务共享服务中心的创建产生影响,并且国有企业是否拥有共享服务的观念也是财务工作能否成功转型的重要因素。企业文化指的是在某种特定的时间内,企业因管理模式与生产活动所形成的具有企业特征的精神财富,其体现了企业的面貌,会对企业的发展产生影响。企业的管理人员要提高对于财务共享的重视程度,将财务共享的意义体现在具体的文件中。与此同时,还要优化企业内部的氛围,利用积极举措来激发员工学习共享知识的兴趣,为财务共享工作的开展打下良好的基础。除此之外,有关人员还要将财务部门与业务部门进行联系,重新定义财务部门的主要职能,使财务工作体现到企业运营的各个方面。作为财务工作人员,要尽快明确财务共享模式下的工作内容,负责数据核算,还要将业务信息等进行整合,更好地适应国有企业财务工作转型。国企管理人员以及财务工作人员要顺应时代的发展,打破固有的传统思维,树立良好的企业文化,推动了财务工作的转型。

4.2 利用新技术推动信息化,促进财务工作的转型

现阶段,互联网技术已经开始大范围应用,我国国企财务管理工作也不例外,为了能够更好地实施财务管理,有关人员可以借助大数据、人工智能等手段来开展工作,将查询、核算等工作进一步完善,在国企财务工作中体现出先进的技术的作用,确保财务信息化体系具有科学性、准确性。与此同时,加强各个部门之间的联系,打破各个板块之间的限制,推动国企各部门之间由分散走向集中,进而提高企业的工作效率,降低成本。先进技术的应用使得财务工作的流程得到简化,让财务共享系统能够充分发挥其价值,最终实现财务工作的转型,促进国有企业的进步。

4.3 对财务工作进行科学的分工

财务共享中心的应用使得国企内部的财务管理发生了一定程度的改变。以往国企各个部门之间的财务管理都是相对独立的、比较简单的,此种工作模式难以与新型模式相适应,阻碍了转型工作的开展。因此,国企的有关人员应当对财务部门的职能进行明确,加强财务部门与其他部门的联系。与此同时,推动财务部门与其他部门的交流以及沟通,使得财务部门提供的资源数据能够推动国企的顺利运营。国企方面应当借助财务共享中心,加强各方之间的交流,使财务部门能够了解到国企的实际运营情况,以此为基础为企业制定计划,并为国企节约成本,保证国有企

业能在竞争激烈的市场中谋求较快发展,最大程度地发挥财务共享机制的价值^[4]。

4.4 提高会计人员的工作水平

财务共享,使得国有企业的财务管理工作产生了变化,财务工作由单纯的核算发展为财务管理方向,此种变化增加了对财务人员的要求,会计人员需提高自己的专业能力以适应此种变化。第一,观念方面要发生改变,财务人员需要认识到财务共享模式的意义,真正提高对于财务共享的重视,并且能够主动的学习有关知识与能力,使自身的专业水平能够适应国企财务转型;第二,国有企业要对财务人员进行培训,一方面培训计算机技术与人工智能技术,使得有关人员能够尽快适应技术的发展,为国企的转型贡献自身的力量,另一方面,组织员工学习财务分析以及管理的课程,让财务人员能够更好的对数据进行分析,最大程度的发挥数据的价值,最终提高财务管理人员的综合素质;第三,借助外部专业团队的力量,将国有企业内部的财务管理工作完善,使得内部的财务人员能够更好的适应国有企业的转变,推动国企更加顺利的完成财务转型,促进国企科学可持续发展。

4.5 开展有效的监督工作

在对国有企业财务内部实施举措以外,还要对其进行监督。国有企业要完善内部控制系统,定期对企业内部进行审核,发挥内审工作的作用,避免财务工作出现问题。与此同时,还要提高对于外部监管的重视,外部监管不仅可以对企业财务工作进行监督,还可以对会计管理人员进行审查,借助专业的监管机构,来对内部的财务工作进行评判,使得国有企业内部的工作能够有序开展。

5 结束语

综上所述,现阶段国有企业的财务管理存在着一些不足,因此有关人员要建立财务共享服务中心来促进国企财务的转型,其可以借助重新分工、提高财务工作人员的水平等措施来开展国企财务转型工作,进而实现国有企业的可持续发展,推动我国的经济建设。

参考文献:

- [1] 张春媚. 财务共享下国企财务转型思考[J]. 合作经济与科技, 2023(8): 162-163.
- [2] 付聪. 财务共享背景下国企转型升级财务分析制度的策略[J]. 全国流通经济, 2022(12): 51-53.
- [3] 熊云霞. 国企转型期财务共享模式下财务分析制度优化[J]. 财讯, 2022(4): 1-3.
- [4] 陆海欧. 财务共享下国企转型升级财务分析制度的提高策略[J]. 审计与理财, 2021(3): 22-23.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125053

结构性通货膨胀与货币政策挑战

张婧瑄 崔婉琪 王 畅

河北金融学院, 中国·河北 保定 071000

【摘要】如今, 新冠疫情爆发下全球性通货膨胀已经形成, 为探讨当前结构性通货膨胀是“暂时性”还是“长久性”, 本文通过对全球通货膨胀现状进行分析, 将发达经济体和新兴市场经济体的代表性国家CPI指数进行比较, 观察其发展趋势, 并且分析驱动结构性通货膨胀的因素, 说明不同经济体下央行目前所面临的挑战, 最后提出结论和建议: 提高中央银行独立性、提高政策透明度和信誉度以及实行适度的财政节制。

【关键词】结构性通货膨胀; 美联储; 货币政策

Structural Inflation and the Challenge of Monetary Policy

Jingxuan Zhang, Wanqi Cui, Chang Wang

Hebei Institute of Finance, Baoding, Hebei, China 071000.

[Abstract] Nowadays, global inflation has been formed under the outbreak of COVID-19. In order to discuss whether the current structural inflation is temporary or permanent, this paper analyzes the current situation of global inflation, compares the CPI indexes of representative countries in developed economies and emerging market economies, observes its development trend, and analyzes the factors driving structural inflation, explaining the challenges faced by central banks in different economies. Finally, it puts forward conclusions and suggestions: improving the independence of central banks, improving.

[Keywords] Structural inflation; Federal reserve; Monetary policy

1 引言

1.1 结构性通货膨胀现状

目前, 全球在受金融危机冲击后仍处在缓慢回暖的阶段, 加之受2019年爆发的新冠疫情的影响, 经济复苏的进程基本停滞。虽然如今全球已基本进入后疫情时代, 但疫情冲击所带来的余震仍未消除, 其对全球公共卫生系统的影响巨大, 也引发了结构性通货膨胀。由于各国应对极端灾害的防治体系完善程度不同、应对策略不同, 导致所受损害的程度不同, 从而产生经济体之间的通胀不平衡现象。其具体表现在生产者物价指数(PPI)、消费者物价指数(CPI)以及GDP在国际间的不平衡现象。疫情加速了世界格局的重大改变, 结构性通货膨胀全球化已经形成。

纵观世界, 全球经济体在2022年的通胀率自疫情爆发以来节节攀升。根据数据显示, 全球CPI指数逐年递增, 且增幅较快。大多数新兴市场经济体的CPI指数在2019-2022年之间都有所上升, 以中国、俄罗斯、巴西为例, 截止2022年10月31日中国的消费者物价指数较2020年同比增长约为3.4%, 而俄罗斯的CPI指

数截止2021年12月31日较2020年同比增长约8.4%; 截止2021年12月31日, 巴西较2020年CPI指数同比增长约8.1% (IMF, 2022)。值得一提的是, 2022年俄乌冲突给两国带来的经济冲击巨大, 卢布贬值, 资源进出口受限, 能源价格飞升, 助长通货膨胀并且延长其持续时间和影响规模, 金融影响在国际间传导, 最直观的感受是全球石油和天然气价格飙升, 居民生活成本加大。全球GDP走势向下, 也会间接抬升通胀率。而相较于疫情爆发之前, 几乎所有发达经济体和新兴市场经济体的通胀率涨幅更大, 并且逐年递增。不过, 当前各国都在积极应对通胀问题, 比如美联储以自上世纪80年代初以来最快的速度提高基准利率来抗击通胀, 也有的国家通过收紧货币政策的方式应对通胀, 通过各国的努力, 目前全球大宗商品的价格逐步下降, IMF预测通胀预计将于2022年下半年达到峰值。

1.2 结构性通货膨胀“暂时性”与“长久性”之争

1.2.1 “暂时性”观点

以美联储为代表的持“暂时性”观点的人们认为, 导致疫情过后通货膨胀快速增长的原因有: 第一, 全球供应链在疫

情的冲击下出现大规模停摆、失衡等现象,由于行业特征和性质不同,所受影响有所差异,个别部门供应不平衡而导致结构性通货膨胀;第二,在疫情爆发初期总需求有所下降,出现全球通缩现象,导致2020年消费者物价指数基数偏低,而这种短暂的“基数效应”实则积压了更大的隐患,放大了2021年的相对通胀水平(Bernstein&Tedeschi, 2021)¹。第三,European Parliament (2021)²曾表明,在各国疫情基本得以控制和稳定后,之前在疫情大爆发时消费者所积压的“过度储蓄”和强烈的消费意愿迅速反弹,甚至出现报复性消费现象,加之美国当局推行刺激消费的宽松货币政策,更是加强居民的总需求(Ha等, 2021)³。持“暂时性”通胀观点的人们认为,导致通货膨胀的原因并不是永久性的,当供应链问题得以解决,供需渐渐平衡,全球经济逐渐复苏,通胀的波动就会逐渐趋于正常范围内。目前人口老龄化逐渐加剧,经济全球化深入发展,科技发展日新月异,都会压低物价上限,使通胀率波动在一个可接受的范围内(Powell, 2021)⁴。

1.2.2 “长久性”观点

近几年,美国物价逐年大幅上涨,经济表现出过热现象,有数据显示美国农产品价格普遍上涨约70%,建材价格上涨约153%,能源价格上涨了81%,通货膨胀十分严重。对此,美联储所持通胀“暂时性”的观点遭到不少学者的质疑,朱民(2021a)⁵指出目前美联储仍未给予国内高通胀问题足够的重视,美政府为保就业实行巨大的财政刺激和宽松的货币政策,其埋下的隐患不容小觑。由于目前世界经济处于缓慢回升阶段,为刺激经济复苏,美联储在一年内加息六次,全年共加息375基点,造成严重的经济泡沫,如果美联储能够及时收紧过于宽松的货币政策,降低经济复苏的不平衡性,削减国会开支,则通胀问题可能会较快有所缓解,否则通胀预期仍可能会大幅提升(Summers, 2021)⁶。持“通胀持久理论”观点的人认为,受疫情影响的大宗商品供应国出口价格抬升,使美国进口大宗商品成本增加,但居民工资水平只有小幅提升,美国国内部分行业如医疗行业价格上升,促使从事医疗服务和医药制造工作的人工资上升,造成居民收入不平衡,从而形成结构性通胀(朱民, 2021b)⁷。另外,美联储在面对就业失衡和物价过高的两难问题上更倾向于优先解决就业问题(吴秀波, 2022)⁸,当国内失业率很高时,即便通货膨胀率已经达到很高的水平,美联储依旧会使通胀问题让位于就业问题。

2 结构性通货膨胀的驱动因素

2.1 各国经济抵御风险能力的差异

疫情爆发初期,各国经济体都受到不同程度的猛烈冲击,不同经济体结构自身抗风险能力的强弱会造成国内物价波动程度的差异,进而产生结构性通货膨胀。有时,国家政策反应不及时,或者存在政策效应的时滞性,若经济体内部结构不合理,物流体系恢复节奏不一,在疫情冲击下局部主要生产要素供不应求,会形成结构性价格上涨。比如医药品制造业,以中国市场为例,国内对于口罩、防护服、消毒液等医疗防护用品需求急剧上升,而为减少疫情传播实行的停工停产,使总供给与需求难以匹配;相反,居民多为居家办公减少外出,对于能源行业的需求下降,能源价格下降,造成不同行业的结构性通胀。当疫情得以控制,人们对于原材料和石油等大宗商品需求快速增加,能源价格也快速增长,但通常能源供给难以在短时间内快速增加,同时由于全球实行“低碳”、“减碳”的发展目标,相应的能源供应更是难以保证,从而形成供应链瓶颈,导致国内消费者价格指数和生产者价格指数反向波动,呈现不一致的增长趋势。王道平等(2018)⁹表示,本次全球性大宗商品、能源价格的上涨会导致通货膨胀“自我实现”式上涨,这也是本轮全球通胀持续上行的主要原因。如果国家经济结构体系完善,抗风险能力强,经济变动对于政策反应灵敏,则因对于行业需求不同而产生的结构性通胀程度就会大大降低。

2.2 宏观政策作用的强弱差异

刘东华等(2022)¹⁰表示,在经历全球性金融危机后,通胀目标制的作用逐步显现。总体来看,实行通胀目标制的多为新兴经济体国家,其宏观经济恢复能力要优于未实行通胀目标制的国家。以事先制定未来通胀目标的方式能够整体统筹经济发展,具有“稳”通胀预期的作用。近年来,央行在针对经济的不稳定现象中使用的货币政策手段发挥着越来越重要的作用。“预期管理”是央行提高政策透明度和政策可理解性的重要手段,搭配传统的货币政策工具可以提升公众预期,避免公众对于政策理解上的误差而做出错误的投机行为,造成风险。因此宏观经济政策十分关键,当局使用的货币和财政政策对于经济的调节力度差异是导致各经济体内部出现行业间通胀不平衡的重要原因。例如,部分国家为减少疫情传播限制境内外人员流动,限制进出口商品,使旅游业、物流业、服务业、交通运输业等领域的收入减少,增加了食品业、医疗业等领域的需求,为减少行业之间供需不平衡造成的结构性通货膨胀,国家通过宏观调控政策针对不同行业给予相应优惠政策,例如减税降费、政策补贴、银行降准等。

2.3 各国消费能力、经济结构和贸易收支的差异

相对于发达经济体, 新兴市场经济体在计算通货膨胀时食品行业比重更高, 因此在受疫情冲击影响较大的食品行业价格飙升时, 新兴市场国家所受影响就比发达经济体国家严重, 因此产生的通货膨胀不平衡。同时, 由于很多国家为履行防疫政策, 都在不同程度上限制进出口, 全球供应链扰动, 推动世界经济不稳定。另外, 不同国家医疗发展水平不一致, 研制疫苗的进度、疫苗有效性和普及率有所差异, 各国对于防疫的重视程度和控制力度有差异, 都会引发投资者恐慌, 金融市场不景气, 投资者谨慎投资, 进而造成本国资本外流、本币贬值, 大量美元从新兴经济体流向发达经济体, 本国证券市场价格下降, 进一步助长结构性通货膨胀。由于大部分新兴市场经济体的外汇储备不高, 且所持货币也不是国际储备货币, 因此疫情带来的债务危机严重, 限制了他们放宽货币政策和财政政策以应对疫情带来的冲击的力度, 造成国家间结构性通货膨胀。

3 央行货币政策的挑战

疫情之下, 全球结构性通货膨胀压力逐渐上升, 各经济体央行对此所做出的反应不同, 所使用的货币政策的不确定性给世界带来巨大挑战。

2021 年以来, 美国始终坚持无限量宽松化的货币政策, 造成国内通货膨胀极其严重, 为抑制不断上行的通胀, 美联储已经开始采取行动, 比如通过不断提升基准利率, 但这样做成果甚微, 美联储主席鲍威尔也在议会中声明加息对于经济“转着陆”的效果不佳, 并且承认抑制通胀的努力可能导致经济衰退。从历史经验来看, 全球的经济都深受美联储加息的影响, 各国央行实行的货币政策也会因其做出调整, 美加息促使美元不断升值, 诱导各国资本外逃, 外汇储备规模减小, 新兴市场经济体面临本币贬值风险, 提高债务违约风险, 也埋下了国内通货膨胀的隐患。因此, 为应对美加息带来的负面影响, 全球各大央行倾向于跟随加息, 以预防美联储之后紧缩货币政策的冲击。对新兴市场经济体而言, 如果美联储能够使其货币政策逐渐正常化, 并且对政策前景的沟通更明晰, 不在短时间内剧烈变动货币政策, 给市场缓冲和适应的时间, 那么美联储提前加息对其的影响就不会很大, 否则, 当通胀难以控制时, 美联储紧急实行强硬的收紧政策对于全球, 特别是新兴市场经济体的消极影响是非常大的。

4 结论与建议

根据上述分析, 中央银行的调控力度始终是把握通胀的关键, 因此应当着力提高央行对于宏观经济的把控能力, 提高中央银行独立性。同时提高政策可理解性, 加强中央银行与公众的沟通和联系, 及时对根据经济形势变化所做出的政策决定进

行公开阐释和解读, 增强公众对于货币政策的理解和支持, 提高政策信誉度。加强央行自身专业性, 使央行所做出的决定具有前瞻性指引, 提高“预期管理”所带来的效益。另外, 财政节制可以帮助对抗通胀, 在促进经济复苏的进程中可以适当缩减政府开支。

参考文献:

- [1] Bernstein J, Tedeschi E. Pandemic Prices: Assessing Inflation in the Months and Years Ahead[R]. The White House Blog, 2021
- [2] European Parliament. Rise in Inflation: Temporary or Sign of a More Permanent Trend? [R]. European Parliament Monetary Dialogue Papers, 2021. 9
- [3] Ha J, Kose M A, Ohnsorge F. Inflationary Pressures Likely Temporary but Challenging for Policy Design[R]. VoxEU, 2021a
- [4] Powell J H. Monetary Policy in the Time of COVID [R]. Board of Governors of the Federal Reserve System (US), 2021
- [5] 朱民. 未来十年, 这三股力量将深刻影响世界[C]. 中国发展高层论坛, 2021.
- [6] Summers L. The Inflation Risk is Real[N]. The Washington Post, 2021. 5.
- [7] 朱民. 美国经济“拜登过热”和通货膨胀之剑[C]. 财经年会, 2021b
- [8] 王道平, 贾显宁. 投资者情绪、大宗商品价格与通货膨胀——基于微观调查数据“大宗商品信心指数”的分析[J]. 国际金融研究, 2018(2): 77-86.
- [9] 刘东华, 姚驰. 国际金融危机后的通胀目标制: 宏观经济政策效应及影响机制[J]. 经济学家, 2022, No. 286(10): 96-107.

作者简介:

张婧瑄(1999.07—), 女, 蒙古族, 籍贯: 辽宁辽阳人, 河北金融学院研究生部, 22级在读研究生, 硕士学位, 专业: 金融学, 研究方向: 金融科技。

崔婉琪(2000.4—), 女, 汉族, 籍贯: 河北保定人, 河北金融学院研究生部, 22级在读研究生, 硕士学位, 专业: 金融专硕, 研究方向: 金融科技。

王畅(2000.8—), 女, 汉族, 籍贯: 河北邢台人, 河北金融学院研究生部, 22级在读研究生, 硕士学位, 专业: 金融, 研究方向: 金融科技。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125054

网红经济背景下大学生自媒体创业的问题和建议

董子涵 崔馨月 任晓骏 包佳怡

宿迁学院, 中国·江苏 宿迁 223800

【摘要】在原有自媒体高速发展的基础上,随着网红经济的迅速发展,大学生在自媒体创业方面可能会产生各种各样的问题。本文主要探究大学生在网红经济背景下进行自媒体创业中可能会遇到的问题以及解决方法并提出相应的建议。

【关键词】网红经济; 自媒体创业; 大学生; 建议

Problems and Suggestions of College Students' We-media Entrepreneurship under the Background of web Celebrity Economy

Zihan Dong, Xinyue Cui, Xiaojun Ren, Jiayi Bao

Suqian University, Jiangsu Suqian 223800

[Abstract] On the basis of the rapid development of the original we-media, with the rapid development of web celebrity economy, college students may have a variety of problems in the aspect of we-media entrepreneurship. This paper mainly explores the problems and solutions that college students may encounter in the we-media entrepreneurship under the background of web celebrity economy and puts forward corresponding suggestions.

[Keywords] Online celebrity economy; Self media entrepreneurship; College students; Suggestions

引言:

随着互联网的高速普及,不论男女老少都开始使用互联网。其中大学生作为使用互联网的主力军,他们的择业观会受到互联网的影响。国家对电子商务发展、促双创、互联网+升级战略等政策的实施,为大学生提供了新的择业选择也促进大学生往互联网方面就业。因此研究网红经济背景下大学生互联网创业非常有意义。本文以宿迁学院学生为主体开展调查。

1 相关概念

1.1 网红经济

网红经济是指围绕网红形成的一种新型的经济模式,是将自己所获取的网络资源变现的商业模式。而大学生普遍是接触网红经济最大的群体。现如今,网红经济已经形成成熟的产业链:产业链上游是网红产品的开发,产业链中游是高度发达的自媒体平台,下游是将自己在互联网上的流量变现。无论是上、中、下都是通过网红所带来的影响力而获得的经济效益。网红经济最主要是通过短视频模式、直播带货模式、平台直播模式。其中短视频模式是指各种平台的博主通过团队创作或者

个人创作将自己提前录制好的视频发布到各种自媒体平台上,获取粉丝流量的一种模式。短视频模式最主要的变现方法便是“接广告”,广告商通过博主的流量来对自己的产品进行宣传以增大自己的销售规模,获得效益。直播带货模式则是首先与厂家协商找到供货源,然后将商品通过直播像观众展示,直播带货模式相比较以前的电商的好处是观众可以看到该商品的使用效果或者上身效果,大大减少了购买商品与预期不符的风险。直播带货模式也成为了网红经济最主要的组成部分,也是最快变现的方式,相比于短视频模式和平台直播模式,直播带货模式也是获得经济效益最大的一种模式。平台直播模式则是通过直播获得打赏和广告费而获得收益的一种模式,该模式获得利润具有不确定性。

1.2 自媒体创业模式

“自媒体”是2002年美国专栏作家丹·吉尔默首次提出的概念。他将传统媒体定义为“新闻媒体1.0”,新媒体是“新闻媒体2.0”,自媒体则为“新闻媒体3.0”。由于互联网的高速发展,并结合自媒体的开放性、包容性这一特点,使得

自媒体发展速度显著提升。如今常见的微博、抖音、小红书、b站等自媒体社交平台,不仅为使用者提供了快速获取信息的途径,还为创业者提供了一个优良的平台。

2 研究现状及主要内容

2.1 国、内外研究现状和发展动态

国务院总理李克强2014年9月在夏季达沃斯论坛上公开发出“大众创业、万众创新”的号召,“双创”一词由此开始走红。2015年教育部成功举办了首届中国大学生互联网创新创业大赛,大学生创新创业也与日俱增。但是在创新创业过程中遇到的能力不高、融资难、成本高等问题也难以解决。

在网红经济的大背景下自媒体行业从2008年开始经过2009年新浪微博上线,2012年微信公众号上线,2012-2014年视频、电商等涉足自媒体领域,平台开始多样化,2015-2017年短视频和直播又成为自媒体内容的创新热门。如今自媒体行业已经逐渐成熟。而自媒体创业的低门槛、传播快、受众广、发挥自己特长的优势对大学生而言无疑解决了不少的创业难题。而随着互联网的发展,自媒体的载体也从以往的文字类向直播、短视频等形式发展,形成自媒体“多元化”的格局。这也拓宽了我们大学生通过自媒体创业的途径。

2.2 研究内容

通过问卷调查的形式对宿迁学院两百多名学生进行调查,宿迁学院的200名学生中使用自媒体平台的比例高达百分之百,其中抖音一项自媒体平台的使用人数就高达193人,但有意愿通过自媒体行业创业的大学生却只占少数。创业意愿这一观点最早由Bird(1988)提出,他将创业意愿定义成一种心理状态,即创业者为了创业这个目标而将自己的行为引向某个地方的状态。在创业意愿影响因素的实证分析上,相关学者分别从宏观制度环境层面、中观家庭环境层面和微观个人特质层面展开研究,其中宏观制度环境的影响主要为创业政策中观家庭环境层面主要包括家庭经济状况、政治背景、创业情况等因素,微观个人特质层面主要包括年龄、性别、专业等。根据走访调查,我们学校学生不愿意进行自媒体创业的最多原因是认为资金不足然后是自己没有经验及自身的创业能力不够而害怕创业失败。认为经验不足占32.7%,启动资金不足占27.35%,缺乏好的想法占25.61%。其中根据我们的调查拥有创业意愿的男生明显多于女生,一般而言,社会普遍认为男性比女性更有优势也更适合创业,女性则应该选择稳定、轻松的工作,做好工作的同时,更要兼顾家庭事务。因为男性赚钱养家的社会特征,表现出的社会需求和动机也强于女性。由于算学专业不同对于自媒体创业的意愿也不同,其中占比最高的是信息工程学院和商学院的学生。因为所学专业更有利于自媒体创业,因此专业意愿

也更高。其中农村学生的创业意愿也高于城市学生的创业意愿。城市和农村在社会经济发展水平、教育水平以及社会成员的素养、价值观念等方面都有较大差异,决定了来自农村与城市大学生成长环境的差异。农村学生本身的物质环境差更加促进了他们创业的意愿。仅有家庭环境对创业能力和创业意愿的调节作用显著,学校和政府政策尚未起到调节作用。同时创业能力对创业意愿呈正相关关系,提高创业能力,才能提高创业意愿。在创业环境方面,创业环境是创业者个人无法左右的,缘于自身外部所处的政治、经济、文化社会环境,能对个人创业的意愿、动机造成影响的外部因素。在研究创业者特质的时候,不仅需要从个人角度出发,还需要加入外部环境这个变量。从现有文献来看,关于国家创业政策的研究比较多,普遍结论是创业环境越好创业意愿越强。即家庭支持创业或有创业经历的更愿意创业,宽松的创业政策更能激发创业热情。

3 大学生自媒体创业的优势、劣势及建议

3.1 网红经济下大学生自媒体创业的优势:

3.1.1 大学生受众群体广泛,更容易获得流量

根据调查,绝大多数的大学生都在课余时间使用抖音、小红书、b站等不同的自媒体软件,因此在学校里面通过自媒体软件成为“网红”会相对于在学校外面较容易,如我们学校内一名大二的同学仅仅在注册抖音账户一年内就获得13.4w的粉丝,其中大部分粉丝是本校同学或者周边学校的学生。

3.1.2 大学生思维活跃,创意丰富

网红的类型主要包括才艺型网红、koc型网红、kol型网红。才艺型网红顾名思义就是通过自己的才艺如舞蹈、唱歌、幽默风趣的表演来获取流量的网红,大学生凭借各种各样的才艺和出众的外貌更容易“圈粉”。绝大多数普通高校的学生是才艺型网红,此类型网红相比其他类型网红更容易获取流量。如传媒学院的四颗福星即通过记录宿舍搞笑日常获得流量,如今已成为130w粉丝的大网红。Koc型网红是以自身行为能力作为关键意见消费者,借此影响粉丝行为方式的一类网红。Kol型网红是指通过自身思维能力来影响粉丝行为方式的一类网红。大学生思维更加活跃,因此创作的内容更加丰富也更生动。

3.1.3 大学生具有更良好的技术优势

由于大学生对自媒体非常的熟悉也从一定程度上促使他们将自媒体创业当做自己的首选创业项目。并且大学生在学校内部学习了更多的关于互联网的相关技术,运用起来更加熟练,具有技术优势。并且大学生具有年龄优势他们更年轻、更热血、更有拼劲。自媒体本身的创业门槛就不高,这也是大学生选择自媒体创业的主要原因。比如,今日头条门槛低,但需求仍很大,创业形势依然客观,已然成为内容创业崛起的风口,并且平台对短视

频创作者提供补贴,同时还对优质原创短视频给予加权推荐。再如,腾讯针对短视频创作者推出的扶持政策——春雨计划,全年为创作者共提供1000亿流量及30亿现金扶持。这样的支持无疑是对大学生最大的帮助。

3.1.4 政府支持

当今仍受疫情影响,经济不景气。而自媒体受疫情影响较小,因此许多政府都给予了一定程度的支持。如今自媒体行业蓬勃发展,创业门槛低,涉及范围广,受众人群广,这些无疑是对创业的最好条件了。因此我们身为大学生要抓住机会,顺应国家和学校的号召,积极投身到自媒体创业的队伍中发挥自己的余温。

3.2 网红经济下大学生自媒体创业的劣势:

3.2.1 运营难度大

首先,大部分大学生缺少团队和公会的支持。其次,大部分流量被头部主播占据,只有形成自己独特的视频和直播风格才能让人眼前一亮,通过短短几十秒让人印象深刻极其考验创业者的个人能力。开始阶段需要投入的人力、物力成本。大学生需要在兼顾学业的同时完成视频的创作、剪辑、拍摄,压力很大。自媒体在初始创业阶段也并没有固定收入。

3.2.2 合作途径较少

仅仅停留在短视频模式下取得利润收益较少,如今直播带货模式仍是自媒体创业模式获益最大的模式,通过发布短视频的话,仅仅靠广告收入很难实现创业的成功,并且风险较大,如何快速吸粉并且与网红经济上游产业取得合作成为又一难点。

3.2.3 影响大学生的价值观

由于自媒体这一行业门槛较低,所以各种学历的人都有所涉及,甚至有些头部主播通过低俗、搞怪获得流量,然后大肆宣传低学历和高收入的观点。大学生作为学生心理尚不成熟,容易受到影响。大学生也开始盲目追求成为网红但创作内容没有价值,长此以往,会形成浮躁、败金等不良社会风气,而大学生将自己的精力,时间全部投入进成为“网红”这一事项会导致学业衰退,形成不良价值观。

3.2.4 疫情对创业的影响

在刚刚经历疫情后,大部分家长对孩子的择业观发生了变化:一定要让孩子进事业编。由于疫情,许多中小型企业在过去的两年内破产、倒闭,中小型企业的活跃度也直线下降。而作为事业编制中的老师、医生、公务员的稳定也开始被人们重视,于是掀起了高考择校师范热潮、大学毕业考公热潮。一股脑的涌入事业编也导致考编和考公变的更加残酷,而家长却看不到竞争的激烈,要求孩子去随波逐流,这也是影响大学生创业的又一诱因。

3.3 利用swot分析对大学生自媒体创业的建议:

3.3.1 发挥优势,利用机会

作为祖国的建设者,老师和周边企业都会为我们提供不同的帮助以实现大学生的价值。如宿迁学院商学院的老师为了提高学生的就业率,准备创办一所小公司,主要内容是直播带货,他们为学生提供一个平台,提供创业所需的工具,更方便学生学习自媒体创业。

3.3.2 利用机会克服弱点

明确好自身定位,在垂直领域发布直击目标痛点和快点的高质量内容。精准的内容定位可以满足部分目标群体的需求偏好,形成自身竞争优势。通过大数据对消费群体的消费决策进行分析,明确不同群体的不同需求,以及不同自媒体内容对消费者消费决策的影响。对产品进行全面、立体地进行展示和讲解,解答其推荐产品的有关问题,且根据平台用户的偏好发布相关的博文和视频时,用户对网红的认可度会增加,从而增加消费意愿。

3.3.3 利用优势,回避威胁和劣势

由于互联网的高速发展,自媒体创作内容更新迭代迅速,因此要求我们在确定自己的大致创作方向和内容等核心竞争力后,要深入了解和调查自己创作内容所对应群体的喜好和偏好,及时作出调整。只有在竞争中形成自己独特的风格,避免被同行竞争者和潜在加入者抄袭和替代,才能获得持续竞争优势,才能避免“网红”的快速过气。避免内容低俗与相似,只有不断寻找让观众耳目一新的内容才能与观众保持新鲜感。大学生作为可以作为知识网红通过互联网进行知识分享,真正体现了知识就是力量,知识就是财富,用自己的专业知识为陌生人提供解答或进行科普从而催生和扩大自身的影响力,不过这要求我们本身具有丰富的基础和知识。大学涵盖的所有专业都可以对应知识网红经济中的某一垂直领域,所以在大学里能掌握和运用的本专业知识的优秀大学生都有成为相关领域知识网红的潜力,这是属于大学生的优势。

结语:

随着互联网的高速发展,自媒体行业已经逐渐成熟。大学生应该发挥技术优势在进行自媒体创业时应该保证创作内容内涵的丰富性,以及所传达的价值观的正确性,避免内容低俗与相似,形成自己独特的竞争优势。正确的辨识和避免网红经济带来的不好的影响,实现自我目标和自我价值。

参考文献:

- [1] 陈炳曦. 自媒体时代背景下大学生创业思路分析[J]. 福建农机. 2022 (04).
- [2] 李方琳, 衡鉴东, 方圆. 网红经济的商业模式分析[J]. 中国市场. 2023 (02).
- [3] 邓婷婷. 网红经济热潮对大学生心理影响及对策分析[J]. 新闻研究导刊. 2022 (24).

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125055

美的集团股利分配政策研究

张雨庭

南安普顿大学, 英国 · 南安普顿 SO17 1BJ

【摘要】股利分配政策是企业一项重要的财务决策, 不仅关乎股东自身的利益, 也对企业生产运营、融资以及长远的发展产生影响。美的集团是中国家电行业的龙头企业, 一直坚持高额的股利分配政策, 在股票市场备受关注。本文以美的集团作为研究对象, 主要采用案例分析法和对比分析法, 对美的集团近五年来股利分配政策的现状以及财务效应做出详尽的分析, 研究结果表明, 美的集团的股利分配政策具有连续性和稳定性且分红金额高这样的股利分配政策一方面会引起企业价值提升、促进公司股价上涨, 但另一方面也会给企业带来融资压力, 降低企业的营运能力。针对美的集团的股利分配政策的特点与不足, 本文建议美的集团不仅优化公司股权结构, 还应该制定多元化的股利分配政策, 平衡好企业股利分配与投资的关系, 制定合理的股利支付率。希望能对美的集团以及同行业企业上市公司制定股利分配政策提供理论支持。

【关键词】美的集团; 股利分配政策; 股权结构; 现金股利

The Research on Dividend Distribution Policy of Midea Group

Yuting Zhang

University of Southampton, Southampton SO17 1BJ, UK

[Abstract] Dividend distribution policy is an important financial decision for a company, not only for the shareholders' own interests, but also for the production and operation, financing and long-term development of the company. Midea Group is a leading company in China's home appliance industry and has been adhering to a high dividend distribution policy, which has attracted much attention in the stock market. This paper takes Midea Group as the research object and mainly adopts the case study method and comparative analysis method to make a detailed analysis of the current situation and financial effect of Midea Group's dividend distribution policy in the past five years. On the other hand, it will also bring financing pressure to the company and reduce the company's operating capacity. In view of the characteristics and shortcomings of Midea's dividend distribution policy, this paper suggests that Midea should not only optimise its shareholding structure, but also formulate a diversified dividend distribution policy, balance the relationship between dividend distribution and investment, and set a reasonable dividend payment rate. It is hoped that this will provide theoretical support to Midea Group and listed companies in the same industry in formulating dividend distribution policies.

[Keywords] Midea Group; Dividend distribution policy; Equity structure; Cash dividends

1 美的集团股利分配政策分析

美的集团自2013年上市以来共获得了9次分红, 从2016年至2021年, 公司共派发了456.72亿元的现金红利。并且公司每股分红均在1元以上, 可见自2013年起, 美的集团便一直实行着较高的现金分红政策, 并且平均股利支付率达到了41.40%, 远远高于行业平均水平(约为30%)。通过上述分析可见美的集团的股利分配政策十分稳定, 且分红金额较高, 美的集团的股利发放具有持续性、稳定性强、并以现金股利为主要特征的股票, 这在上市公司中并不多见。

2 美的集团股利分配政策财务效应分析

一个公司的股利分配政策必须与公司的经营业绩和发展规划

相结合, 为投资者提供一个合理的回报。科学、合理的股利分配政策, 可以使公司获得更高的利润, 提升企业价值。但是美的集团的连续高额现金的股利分配方式给公司带来了积极和消极两方面的影响。

2.1 积极的财务效应

2.1.1 有利于提升企业价值

上市公司的一切行为的最终目的都是为了提升自身的企业价值, 股利分配政策同样能对企业起到这样的作业, 提升企业的价值。本文选取托宾q值来分析美的集团的企业价值。托宾q值是指公司市场价值对其资产重置成本的比率, 反映了企业两种不同价值估计的比值, 一般来说, q值越大, 企业的价值越大。

根据整理计算,美的集团的托宾q值从2016年1.62增长至2017年最大值2.1,2018年稍有回落,但在2019年后再次回升,2020年度上升至2.53,于2021年度稍有跌落至1.96.,但是近五年美的集团的均大于1,说明公司市场价值较好。基于前文的分析,公司在2018年的下降,很有可能是因为整个家用电器产业的环境,而2020年度可能是受到一定程度上疫情的影响。另外,美的公司在2016-2021年度的托宾q值与股利支付率之间存在着相似的变化趋势,出了近两年受疫情影响之外。股利支付比率增加,托宾值增加,股利支付比率降低,托宾指数降低。总体而言,托宾的q值均大于1且有增长趋势,表明美的公司的市场价值在持续增长。

2.1.2 促进公司股价上涨

根据信号传递理论,股利分配政策向外界社会传达了公司的财务水平和经营状况,持续、稳定的股利分配政策显示了管理层对公司的经营状况的高度信心,能够提高外部投资者对公司股票的购买积极性,从而引发股价上涨的积极作用。

根据数据显示,美的集团2016年-2021年度均进行分红,且每次股利宣布日后股价会有一定程度的提升,除了2018年,根据前文分析可能是因为整个家用电器产业的环境,但总体而言是呈现上升状态,尤其是2020年5月27日宣告分红,2020年5月28日美的集团的股价直接由54.08元上升至55.05元,2021年5月26日宣告分红,股价由81.86元上升至82.73元,都接近整整1元。在2022年4月30日宣布2021年度分红计划之后,紧接着在五一小长假之后的5月5日的收盘价为58.7元,上涨了大于1.5元。美的集团采取连续稳定的分红模式且分红数额高,每年固定分红一次,会导致股价上涨,产生良好的市场效应。

2.2 消极的财务效应

2.2.1 企业营运能力下降

企业营运能力是指企业各项资产能够赚取利润的能力,营运能力可以揭示企业资金的运营周转情况。在本文中,选取美的集团流动资产周转率和股东权益周转率来对美的集团的营运能力情况进行分析。

根据美的集团历年年报数据所得,美的集团的流动资产周转率从2017-2020年都处于一个下降的阶段,从2017年的1.66下降至2020年的1.24,因此可以看出美的集团分发大量现金股利在一定程度会导致企业的营运能力下降,虽然美的集团的流动资产周转率在2021年度有所回升,但从总体看,依旧是有下降。这反映了美的集团经营流动资产来创造营业收入的能力有一定下降,美的集团营运能力应逐渐采取措施来提高其流动资产的使

用效率,提高其营运能力。美的集团的股东权益周转率依旧是在2017-2020年度呈下降状态,由3.17下降至2.45,与流动资产周转率变动趋势相同,依旧是在2021年度有所回升,说明企业已经开始注重管理企业的营运能力和效率。美的集团股东权益周转率的下降也说明企业在利用所有者资产方面效率降低,营运能力下降。

综上所述,美的集团采取连续分发高额的现金股利政策会对企业营运能力产生消极影响。

2.2.2 增加企业的融资成本

通过上述分析可知,美的集团自上市起就支付了大量的现金股利,导致大量的货币资金流出,仅仅只是2016年至2020年五年时间,分红金额高达339亿元。然而在执行高分红股利分配政策的同时,美的集团的负债也在不断的增长,随着美的集团高派现之后,大量的现金流出美的集团,这就导致了公司的内源性融资能力下降,公司的留存利润下降,外部融资的成本也会随之上升,这时候融资会给美的集团带来更大的压力。

通过美的集团历年年报可得,美的集团的有息负债总额逐年增加,尤其是从2017年开始,2017-2019年的有息负债总额在400亿左右,而2020年度直接上涨至590.67亿元,接近600亿元,2021年度稍有缓解但仍然占据了有息负债的很大一部分。在有息负债的各个项目中,长期借款的变动最大,从2016年仅仅只有22.54亿元到2021年的540亿元,增加了几乎20倍,这些债务的增加会进一步增加企业还款压力,增加企业的债务风险,同时也增加了美的集团的债务资本成本,对企业价值产生消极影响。

3 完善美的集团股利分配政策的建议

3.1 根据自身发展实际去合理调整股利政策

美的集团在制定股利分配政策时应从多方面进行考虑,衡量企业发展情况、财务状况、今后的发展目标、行业环境以及投资者的角度等等。美的集团可以采取灵活的股利分配政策,若企业当年行业环境、盈利状况、现金流量情况均较好,可以考虑采取派发高额现金股利的股利分配政策,在不影响自身财务状况的同时给股东们进行分红;而若企业当年盈利情况不错,但现金流量不足,则可采取多样化的股利分配方式,并不是必须每年都进行现金分红,例如股票股利或转增股。这样做可以避免企业产生高额负债从而影响自身偿债能力,对企业产生不利影响,另一方面,又可以依然向市场及投资者传递良好的信号。因此,我国上市公司在制定股利分配政策的同时都需要考虑到公司的实际财务状况和经营状况,不能一味追求不停发现金股利。

3.2 平衡投资与股利分配的关系

由前文的分析可知,美的集团已出现大量的长期借款,企业的债务风险已有一定的增加,在这种情况下,美的集团需要平衡投资与股利分配之间的关系,促进美的集团长远和健康的发展。目前美的集团已进入成熟期,如果一旦进入衰退期,公司的运营风险就会增加,现金流也会下降,在市场中缺乏竞争力。因此,美的集团要对现有的净利润、资本等进行合理的规划。为了不让公司盲目的追求更高的现金分红,必须要具备充足的利润和自由现金,保证公司未来的发展和投资,且有足够的金额去偿还短期债务。同时,要根据公司的经营状况,对当前的股利分配政策进行适当的选择,制定合理的股利支付率。在回报股东的同时,还可以确保公司的战略发展,投资计划等项目的顺利实施,从而提高公司的运营效率,确保美的集团的可持续发展。

4 结论

本文立足于美的集团案例,主要研究了美的集团股利分配政策。发现美的集团每年坚持采取现金分红政策,具有一定的连续性以及稳定性,且分红数额大。并通过进一步的研究,发现美的集团这种高现金股利分配政策会对美的集团产生正面和负面两方面的影响:提高企业价值以及提升股价,但会导致企业

营运能力下降和增加企业的融资成本。最后本文建议美的集团可以根据自身实际发展状况调节股利分配政策以及平衡投资与股利分配的关系,有利于美的集团长期健康发展。

参考文献:

- [1] 潘伟. 我国家电行业股权结构对现金股利分配的影响——以TCL和海信为例[J]. 统计与管理, 2019 (05): 45-51.
- [2] 郑蓉, 干胜道. 不同渠道上市民营企业现金股利分配比较[J]. 经济与管理研究, 2013 (02): 105-112.
- [3] 史金艳, 余聪慧, 郭思岑, 李延喜. 现金股利公告的跨市场效应: 信号传递、代理冲突抑或财富转移? [J]. 投资研究, 2021, 40 (10): 133-149.
- [4] 宋蔚蔚, 王瑞琪. 财务柔性、内部控制与现金股利政策[J]. 财会通讯, 2021 (06): 71-74.
- [5] 韦秀仙, 刘文, 王腾飞. 上市公司股利政策与公司绩效相关性研究[J]. 中国管理信息化, 2014, 17 (07): 5-7.
- [6] 王俊卜. 养元饮品高派现股利政策动因及后果研究[D]. 吉林财经大学, 2021.

作者简介:

张雨庭 (2000.6—), 女, 汉族, 湖北宜昌人, 英国南安普顿大学在读硕士研究生。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125056

Z 县减税降费政策实施现状及问题研究

何 丹

西安财经大学, 中国·陕西 西安 71010

【摘 要】财政部 2022 年中国财政政策执行情况报告中显示, 全年新增减税降费和退税缓税缓费超 4.2 万亿元。国家实施减税降费的核心旨在让市场主体轻装上阵, 增强企业活力, 提高企业市场竞争力, 打造优质外部营商环境。本文以 Z 县为例, 发现其部分减税降费政策在具体实施中难以推行, 通过回顾我国税收制度的发展历程, 分析 Z 县减税降费政策的实施情况, 了解问题根源, 并结合全球税收竞争的背景和经济现状, 提出相应的改善措施, 明确税制规划的重要价值和意义。

【关键词】减税降费; 政策实施; 问题研究

Research on the Current Situation and Problems of Tax and fee Reduction Policy in Z County

Junjie Xu

Xi 'an University of Finance and Economics, Xi 'an 710100, China

[Abstract] According to the 2022 report on the implementation of China's fiscal policies by the Ministry of Finance, the annual increase in tax reduction and fee reduction, as well as tax refunds and deferred fees, exceeded 4.2 trillion yuan. The core purpose of the national implementation of tax reduction and fee reduction is to make market entities light, enhance enterprise vitality, improve market competitiveness, and create a high-quality external business environment. This article takes Z County as an example and finds that some of its tax and fee reduction policies are difficult to implement in specific implementation. By reviewing the development process of China's tax system, analyzing the implementation of the tax and fee reduction policies in Z County, understanding the root causes of the problem, and combining the background of global tax competition and economic status, proposing corresponding improvement measures to clarify the important value and significance of tax system planning.

[Keywords] Reducing taxes and fees; Policy implementation; Problem research

1 绪论

1.1 Z 县减税降费政策实施的现状分析

1.1.1 Z 县财政总收入情况

2022 年全县财政总收入完成 50134 万元, 占预算 44100 万元的 113.68%, 同口径增长 16.21%。其中地方一般公共预算收入完成 22151 万元, 占调整预算 21000 万元的 105.48%, 同口径增长 10.43%。2022 年全县财政一般公共预算支出完成 243494 万元, 占调整预算 241471 万元的 100.84%, 同比增长 14.28%。2022 年县本级地方一般公共预算收入完成 22062 万元, 占调整预算的

105.05%, 同口径增长 11.23%。2022 年县本级一般公共预算支出完成 227322 万元, 占调整预算 227271 万元的 100.02%, 增长 14.94%, 实现了收支平衡目标。

1.1.2 减税降费具体成效

减税降费政策给税收带来的影响, 主要体现在了增值税、企业所得税、个税以及“六税两费”收入减少方面等各方面。

就 Z 县而言, 当地全年实现生产总值 93.73 亿元, 增长 6.6%; 社会消费品零售总额 18.85 亿元, 增长 7.4%。项目建设快速推进, 104 个重点项目完成投资 109.5 亿元, 70 个项目

表 1 税种增减情况 (万元)

税种	资源税	城市维护建设税	房产税	印花税	城镇土地使用税	土地增值税	车辆购置税	耕地占用税	契税
2022 年入库额	5500	5684	1300	820	2610	13450	3300	5885	16890
2021 年入库额	5280	4500	1850	1460	2590	16340	4005	12465	15320
变化率 (%)	4.2	26.3	-29.7	-43.8	0.8	-17.7	-17.6	-52.8	10.3

完成年度投资任务, 特医食品等 37 个项目建成投产投用, 18 个前期项目开工建设。争资引资再创新高, 落实招商到位资金 115.48 亿元, 争取专项资金 10.3 亿元。全县金融机构人民币存款余额 89.96 亿元、贷款余额 42.96 亿元, 分别增长 12.76% 和 8.31%, 县域经济保持了增长稳健、结构趋优、质量向好的态势。

1.1.3 减税降费政策实践措施

坚持内外同步推进。对内利用线上资源学习不断提升人员专业素养, 同时推出百余条便民办税措施, 实行“十税”合并申报、主附税整合申报等制度, 依法治税的成效突出; 对外通过线上平台开展面向纳税人和缴费人的全面、全程辅导服务, 并强化与政府各部门协同共治、数据共享, 构建协税护税的良性机制。

坚持线上线下互动。政府坚持广泛宣传减税降费政策, 提升惠民政策的“全覆盖”, 借助文字、图片、视频等宣传产品, 在办税服务厅、政务大厅等场所播放, 增强线下政策解读的通俗性; 在此基础上, 结合对象实现精准互助, 帮助各类型企业用好、用活各项惠民政策。到目前为止, 累计办理网上申报缴款类业务 2100 笔、受理办税类事项 305 笔, 申报进度 95.23%, 网报率达到 97.72%, 确保了业务的有序运转。

坚持全流程监督。一方面, Z 县积极稳妥推进 2021 年度纳税信用评价工作, 共完成 5310 户企业的信用等级评价工作, 并利用软件与人工结果比对, 完成留抵退税企业划型初审终审工作, 累计办理 1800 户; 另一方面, Z 县税务部门通过风控、法制、纪检监督及自我审查, 充分发挥其职能作用。

2 Z 县减税降费政策实施的问题分析

2.1 政策制定方面

2.1.1 分税制财政体制的影响

经济环境改变和科学技术进步的双重压力下, 分税制制度的局限性日益凸显。由于中央政府管理范围和能力的拓宽, 财政收入迅速增加, 而地方政府权力受限, 两者平衡被打破。中央与地方关系呈现出财政权力“倒金字塔”的现状, 这迫使地方政府加大征税范围和强度, 而部分新兴企业的经济压力加重, 一定程度上严重阻碍了减税降费政策的进一步实施。

2.1.2 政策整体性不足

近年来, 我国在制定具体的减税政策时, 大多由国家税务总局颁发。但政策法律效力缺失较为严重, 时效性不足, 执行过程缺少规范保障, 加之政策形式多样化, 政策体系庞杂, 增加了纳税人纳税成本, 很可能因此放弃享受减税降费政策。其次, 地方性的财政收入与减税降费中的矛盾难以协调。一方面由于政府职能日益完善, 在秉持减负原则的同时, 也要致力于经济的增长, 如此二者之间的矛盾凸显, 导致政府工作动力

不足, 政策落实情况也大打折扣; 另一方面, 一味地增长执行力度会导致地方财政收入的增长速度放缓, 影响本县地方政府的财政权力, 不利于经济的健康增长。

2.2 政策执行方面

2.2.1 可行性不足

就 Z 县而言, 其地理位置优势明显, 当地拥有丰富的矿产资源。Z 县以生态建设为中心, 大力发展旅游业。但是由于资源相对匮乏, 人才稀缺等因素的制约, Z 县的税源严重不足。此外, 税制文件中问题没有明确, 制约了征管水平提高, 且没能将智能化管理体系完全落实到现实生活中, 纳税人无法及时地适应相关电子设备和政策的迅速变化, 因此相关政策地操作空间受到了限制。

2.2.2 普及力度小

政策的宣传力度在一定程度上直接影响着其实施的效果, 根据“便民办税春风行动”满意度调查显示, Z 县企业对于减税降费政策认为“效果不佳”和“未享受或不清楚该政策”的企业比例达 10% 以上。尽管国家对减税政策重视度不断提高, 加快了政策更新速度, 但大多数政策具有明显限制标准, 同时没有获取足够的信息、丰富的专业知识储备和设备支持去详细地把握这些减税政策。

2.2.3 税收管理过程中的干预

据 Z 县纳税人满意度调查显示, 认为相关政策实施中效果不佳或不了解该政策的企业至少达 15% 以上, 其中部分企业认为政策宣传力度还需要进一步加强, 少部分认为政策的帮助作用不明显。一方面, 经济环境被大量信息充斥, 由于相关人员对政策变化不敏感, 对政策理解不深刻, 从而导致对政策宣传力度不够, 公民理解不到位, 没有使其真正成为政策的受益方; 另一方面, 税收管理过程中存在许多人为干预, 严重影响了政策实行效果, 加之公民法治意识淡薄、相关内容和操作过程复杂等, 都制约了相关政策的落实。

2.3 评估体系方面

2.3.1 政策评估缺乏科学性

政策实施效果大打折扣。一方面, 由于相关领导对减税降费的认识不够, 存在“唯数字论”的不良现象, 未能客观地分析政策执行情况, 更无法对症下药, 以解决税收管理过程中的问题; 另一方面, 由于申报方式的多样性, 数据收集面广、信息量庞杂, 部分信息还可能存在虚假、谎报的现象, 从而导致数据缺乏准确性、真实性, 从而影响了后期政策实施。

2.3.2 政策评估缺乏准确性

评估主体的多元化是政策执行评估的基础和前提。评估方式的多元化有助于从各个方面进行综合评价, 客观准确的评估政策实施中存在的问题。在当地政府的管理下, 基层税务部门对

减税降费政策的评价受政策制定者与执行者的干扰,而执行评估者与被评估者之间的关系难以保证结果的客观性。

3 2 县减税降费政策实施建议

3.1 政策制定方面

3.1.1 加强税收创新

政府推出的优惠政策无法惠及一部分的小微企业,为此应加强政策针对性,切实解决实际问题;应加大鼓励小微企业进行创新的力度,给予更大的税前扣除范围,降低企业相关成本,激发小微企业自主创新和研发的积极性,从而助力经济发展。

3.1.2 优化税制结构

首先,要进一步地明确当地政府收费权限,实现收费法定、公开合理,加大执法和监管的力度,严格执行税收制度,发挥各部门联动,提高治理效益;

其次,要积极转变当地政府的职能,净化市场发展经济的环境,加强政策落实过程全监督,进一步规范和保障实施路径;

最后,纳税人也应转变观念,做合格的参与者和监督者,敢于发表自己的见解,同时也要充分认识到减税降费政策带来的积极影响,为政策的持续实行奠定基础。

3.1.3 增强政策针对性

内外部环境瞬息万变,对相关政策进行再细分是很有必要的。一方面,市场监督管理部门、财政部门等多方应协手管理,积极沟通,做到信息共享,从细节到整体更加全面的落实每一项政策;另一方面,面向纳税人群体应借助互联网、新媒体平台,多渠道多角度地宣传减费政策,增强政策实施地透明度,在公共场所建立反馈机制和问题咨询平台,有利于纳税人更好的表达他们的诉求,为政策地设定与改善提供更多的理论依据。

3.2 政策执行方面

3.2.1 加强政策宣传

税收相关政策出台后,相关部门还需采用多种方式进行政策的宣传和普及,以提高纳税人对政策的了解和关注程度,增加其在实际中的实施可能性。例如充分利用视频号、微信、官方网站、手机APP等“互联网+”平台,增加其出现频次、提升公众关注度;同时,拓宽宣传范围和受众群体,创新运用人民群众更容易接受和喜欢的形式,从而逐步加大宣传力度。此外,由于税收政策表述的专业程度较强,以致纳税人无法准确地理解部分政策,为进一步减少企业成本,相关部门可依据行业类别、规模大小、生产周期等标准对政策做出进一步细分。

3.2.2 化解政策矛盾

减税降费政策的实行对本地政府收入产生了一定的消极影响:收入的增长速度明显放缓,但部分支出无法削减,这就导致政府被迫处于一种很窘迫的状态。为应对这一挑战,应制

定合理的财政收支预算,发展当地优势拓宽收入来源,挖掘和培养高品质产业,吸引外资;节约不必要的财政支出,提高资金的使用率,尽力平衡二者之间的矛盾,为政策的落实提供保障。若忽视减税降费政策可能带来的影响,不仅会影响原政策正常实施,还增加了地方财政的风险。

3.2.3 简化办税模式

办税模式直接影响着税收征管工作的水平,而在一定程度上税收征管的水平也决定着整个税收管理系统水平。因此,提升征管水平首先要搭乘科技发展的顺风车,学会利用各种智能平台和手段,在筛选数据、前台服务等方面融合人工智能,为纳税人提供更多的便利。其次仍要加强宣传税收政策、法律法规,增强公民们的法制意识和知法守法的自觉性,有利于在维护自身合法权益的同时,遵守市场秩序,形成良好的社会风气。

3.3 政策评估方面

3.3.1 多方法全面评估

对提出的政策进行进一步评估,能够有效的提高其可行性、针对性,也能预见实践中更多的未知。一方面,要立足于更深层次的税收制度与我国经济发展之间的内外部联系,而不仅仅只着眼于数字的增减变化,以保证评估结果更加准确、可信;另一方面,保障数据实时共享。税收数据的准确性直接影响着政策的变动方向、执行力度,所以应建立多部门联动,通过搭建信息共享平台,为进一步的数据分析提供有效信息。

3.3.2 多渠道全面评估

为提高评估结果的准确性,就要逐步丰富评估的方法和手段。拓宽评估思维和范围,设立更为系统专业的评估体系,综合收集各类指标的变动情况;此外,要明确合作各方的职责所在,取长补短,共同实现更加合理的政策评估。

3.3.3 多层次全面评估

各个部门之间要相互做好配合,税务机关各级、各层次之间也要加强沟通协作,明确各自的工作内容和权限,加强上级机关对下级的业务指导,同时下级机关也应及时反映基层政策实行效果,给予充足的数据支持。此外,各级职员都应熟悉系统操作,夯实理论基础,实时了解政策变化。

参考文献:

- [1]史耀斌.深化财税体制改革 全面贯彻实施预算法[J].行政管理改革,2019, No. 113(01): 4-10.
- [2]王小妮.减税降费政策实施中的问题研究[D].南昌大学,2020.

作者简介:

何丹(1998.9—),女,汉族,陕西商洛,会计专业,硕士研究生,西安财经大学,主要方向:企业会计理论与实务。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125057

手工艺品网络竞价盲盒市场调研

邹燕茹 黎思淇 马利艳 甘兆婷 玉忠宁 李华龙

广西外国语学院, 中国·广西 南宁 530022

【摘要】竞价盲盒是一种基于互联网技术的新型营销模式, 这种模式下, 购买者不知道自己购买的物品具体价值, 全凭运气获得。同时将盲盒与自己的DIY作品结合起来, 通过线上商城的推广和线下体验店的售卖, 既能实现手工艺品的营销和推广, 又能让消费者通过体验产品获得参与感, 进而促进手工艺品的发展。本文介绍了手工艺品竞价盲盒产生和发展现状, 阐述了竞价盲盒的发展前景。

【关键词】手工艺品; 盲盒; 创新; 市场营销

Handicrafts Online Bidding Blind Box Market Research

Yanru Zou, Siqi Li, liyan Ma, Zhaoting Gan, Zhongning Yu, Hualong Li

Guangxi University of Foreign Languages, Nanning 530022, China

[Abstract] Bidder blind box is a new marketing model based on Internet technology, in which buyers do not know the specific value of the items they buy, and they are all obtained by luck. At the same time, the blind box is combined with their own DIY works, through the promotion of online shopping malls and the sales of offline experience stores, which can not only realize the marketing and promotion of handicrafts, but also allow consumers to gain a sense of participation through experiencing products, thereby promoting the development of handicrafts. This paper introduces the current situation of the emergence and development of handicraft bidding blind boxes, and expounds the development prospects of bidding blind boxes.

[Keywords] Handicrafts; Blind boxes; Innovation

1 前言

1.1 研究背景

近年来, 随着盲盒经济的崛起, 潮玩市场备受关注。根据弗若斯特沙利文报告, 全球潮流玩具的零售市场规模预计会进一步增长至2024年的448亿美元, 年增长率为17.7%; 中国潮流玩具零售市场的增长更为快速, 预期于2024年将增加至人民币763亿元, 复合年增长率为29.8%。

据弗若斯特沙利文数据显示, 近年来国内潮玩市场规模增长迅速。2015年, 国内潮玩零售市场的规模为63亿元, 到了2019年, 国内潮玩市场规模已经达到207亿元, 年均复合增长率为34.6%。其中, 盲盒的销售规模约为100亿元, 占比约为一半。其次礼物是各种节日及纪念日的必需品, 在这个追求创新、新奇的年代, 我们需要更有意义的东西来表达我们的心意, 因此亲自动手DIY一个作品对我们而言是极好的选择, 这也体现了送礼者的心意。

1.2 研究意义

随着经济水平的提高, 人们越来越重视各种节日及纪念日, 追求标新立异的东西, 因此DIY手工制作的市场规模会不断扩大, 增长趋势也会不断上涨。通过调查发现, 人们对DIY手工制作的需求较大, 然而市场上关于DIY手工制作的商铺较少, 因此行业竞争对手少, 项目可行性较高。在追求个性化的今天, DIY随心所欲的乐趣已经成为现代人的新宠。DIY所倡导的自己动手的概念, 极大地满足了现代人的心理需求, 必定会带来巨大的市场前景, 市场需求量大, 未来销售可观。因此把DIY手工制作品与盲盒结合。利用顾客的好奇心理及对未知事情的期待感, 从而刺激顾客产生消费意愿, DIY手工制作的消费理念及卖点并不是产品本身, 而是制作的过程。对消费者来说是将自己的创意变成现实, 体验自己亲自创造的快乐, 对创业者来说是一种全新的创业方式。DIY手工制作主要以自己动手、自己创造为经营模式, 制作出来的作品是独一无二、别具匠心的, 因此具有很强的创造性、先进性和独特性。本文希望能够更好地了解当下消费者的心理及对盲盒市场的态度, 了解消费者购买意愿, 解析盲盒受到青

睐的原因, 并从市场角度提出相关建议, 促进盲盒经济更好的发展。

2 手工艺品网络竞价盲盒调查

2.1 问卷设计与实施

为了尽可能反映不同人群对于手工艺品盲盒的关注, 问卷主要通过关于手工艺品、关于盲盒、关于手工艺品与盲盒这三个方面, 因此开展手工艺品网络竞价盲盒调查, 采取问卷调查的方式, 对手工艺品网络竞价盲盒进行问卷调查, 共发布了150份调查问卷, 回收率为100%, 为本论文的写作提供资料, 给论文研究提供数据方面的支撑, 进而达到论文研究的目的。

2.2 问卷数据分析

2.1.1 关于手工艺品

开展调查中, 首先对手工艺品基本情况进行了解, 具体数据如下所示。

男性的占比有42%, 女性的占比为58%; 在对于手工艺品的了解程度上, 有42%的群众表示了解过, 并且体验过, 30%的群众表示听过, 但是没有体验过, 28%的群众表示不了解; 在是否接触过手工艺品的制作方面, 有53.33%的群众表示从未动手制作过, 46.67%的群众表示经常动手制作。

在DIY手工艺品发展过程中存在的困难方面, 有34.67%的群众表示DIY手工艺品的价格太贵, 57.38%的群众表示制作过程太长且步骤繁琐, 48.67%的群众表示DIY手工艺品的市场机制不完善, 43.33%的群众表示DIY手工艺品的受众面小。

2.1.2 关于盲盒

关于盲盒的调查, 具体数据如下所示。

在是否了解盲盒方面, 48.67%的群众表示了解, 51.33%的群众表示不了解; 在是否购买过盲盒方面, 有36.67%的群众表示购买过, 63.33%的群众表示从未购买过。

对于盲盒的属性, 有56.67%的群众表示是因为其创意独特, 50%的群众表示是因为盲盒的不确定性带来的体验感, 40%的群众表示因为盲盒的品牌属性。

2.1.3 关于手工艺品与盲盒

关于手工艺品与盲盒的调查, 具体数据如下所示。

对于手工艺品与盲盒是否会带动两者的发展, 有44.67%的群众表示不会, 55.33%的群众表示会; 对于把手工艺品打造成盲盒发展的前景如何方面, 有44.67%的群众表示前景一般, 24%的群众表示会有良好的发展趋势, 31.33%的群众表示不看好。

关于手工艺品盲盒在发展过程中存在的困难, 有42%的群众表示商品质量参差不齐, 38.66%的群众表示盲盒价格过高, 52%

的群众表示售后服务无保障, 56.67%的群众表示商家过度营销, 虚假宣传。

2.3 问卷调查结论

通过上述问卷数据的搜集整理可以得出以下问卷调查的结论:

第一, 从关于手工艺品方面得出, 女性的占比为58%; 在对于手工艺品的了解程度上, 有42%的群众表示了解过, 并且体验过; 在是否接触过手工艺品的制作方面, 有53.33%的群众表示从未动手制作过; 在DIY手工艺品发展过程中存在的困难方面, 57.38%的群众表示制作过程太长且步骤繁琐。

第二, 从关于盲盒方面得出, 在是否了解盲盒方面, 51.33%的群众表示不了解; 在是否购买过盲盒方面, 63.33%的群众表示从未购买过。

第三, 从关于手工艺品与盲盒方面得出, 对于手工艺品与盲盒是否会带动两者的发展, 55.33%的群众表示会; 对于把手工艺品打造成盲盒发展的前景如何方面, 有44.67%的群众表示前景一般; 关于手工艺品盲盒在发展过程中存在的困难, 56.67%的群众表示商家过度营销, 虚假宣传。

3 手工艺品网络竞价盲盒发展存在的问题

通过调查手工艺品网络竞价盲盒发展具体分析如下。

3.1 产品定价过高

虽然现在的人群生活消费水平普遍提高, 但该产品的受众人群主要是学生, 学生的消费水平相对来说是比较低的。在调查中有80.05%的人能够接受手工艺品在百元之内, 但由于手工艺品的原料价格一直居高不下, 所以价格也降不下来, 因此让很多想要体验此产品的望而却步。

3.2 市场机制不合理

在中国的DIY市场上, 缺乏必要的准入规则 and 标准, 也没有专门对DIY手工业运作的制度, 虽然有些一线城市已经制定了适合手工DIY发展的制度, 但像南宁等三四线城市手工DIY行业的发展是比较缓慢的。再加上手工DIY原材料质量参差不齐, 价格从十元到几百不等, 价格便宜的原材料大多操作较为简单, 但质量较差, 成品较为粗糙, 样式较少。价格较高的原材料样式较多, 质量较好, 但是操作步骤较为繁琐, 需要较好的DIY技术, 制作周期也会比较长。而大多DIY商家都是在闭门造车, 缺少创新意识, 在更新迭代如此快的社会, 不能更好的吸引消费者。

3.3 过度营销、虚假宣传

流量造假已经成为了一种社会的普遍现象, 这种现象让人非常的无奈, 没办法去改变它。原本一个产品的销售数据可以

有效的展现出这个产品在市场上的竞争力，由于市场上大量的数据造假，消费者们不再相信这些数据，这些数据也就失去了它们存在的意义，而这些数据也将成为商家自导自演的一场“戏”！

3.4 售后服务无保障

在DIY手工行业，售后服务一直是一个痛点，客户购买DIY原料或购买DIY产品后，得到的东西并未达到他认为应该达到的质量标准，或者不知道该怎么正确操作，在操作过程中遇到问题没有办法解决等问题。

3.5 市场前景一般

现在的DIY手工艺品行业的受众人群大多数青年人，青年人中大多数是学生，而学生的消费水平较为有限，而DIY手工艺品想要扩大受众人群并不是一件容易的事，中老年人对DIY手工艺品这种事物的认可度并不是很高，DIY手工艺品行业市场发展的局限性太大。

4 手工艺品网络竞价盲盒发展存在问题的解决对策

4.1 降低成本、合理定价

针对产品定价过高，我们需花费更多精力寻找消费者会喜欢的产品，而不是一味的购买“手工品牌”作为盲盒的礼品，因为品牌普遍会拉高盲盒自身的成本价。所以需要寻找价格适宜，更令消费者喜爱的产品，之后从厂家直接拿货，而不是从商品店购买，这样可以有效的对产品的成本进行降低，定价也随之降低。

4.2 完善手工艺品的市场机制

当消费者购买的盲盒次数增多，那么他的消费积极性也会随之降低。所以我们的产品需要不断更新和完善，满足消费者对未知探索的快感和新鲜性。我们可以将手工艺品结合节日、国风、一些很火因素结合起来。提高盲盒的不确定性和新鲜性。

4.3 加大宣传力度、提高影响力

比起夸大宣传，我们应当把重心放在产品的选择上，消费

者对产品满意后，通过消费者口中宣传将会更加有效。营销者需要的是前期在朋友圈或者微博同城等地方进行一些宣传，以及选择人流量较大地方进行售卖，做个醒目招牌，引起人们的注意。进而提升宣传力和销量。

4.4 提高售后保障服务

制定完善售后服务，在七天内无人为损坏的可以进行维修或者换新。也可以购买一些其他的类型的手工艺品，价格比盲盒的手工艺品价格低，当消费者对盲盒开出的手工艺品不喜欢的情況下可以与这些产品进行交换，这不仅能让消费者有更好的体验，还能提升盈利。

4.5 联合营销、合作共赢

针对市场前景不好，这就需要我们用努力去弥补，需要我们去走访一些店铺，采取联合营销，试着将盲盒摆上更多地方的货架上，进而提高人们可见度和兴趣，从而改变发展前景一般这困难局面。

参考文献：

- [1] 蒋俊哲, 梁端莹. 基于“Z世代”消费者的潮玩盲盒品牌营销策略研究[J]. 中国市场, 2022, No. 1101 (02): 126-127.
- [2] 中智玉, 张曦鹏. 浅析盲盒经济多元化背后的“着迷密码”[J]. 现代营销(下旬刊), 2022, No. 792 (12): 35-37.
- [3] 黄文倩, 池晨宇, 赵佳赞等. “萌经济时代”盲盒产品顾客购买意愿分析[J]. 合作经济与科技, 2022, No. 695 (24): 56-59.
- [4] 何嘉淇, 褚家路, 张冰岩等. 大学生环保手工艺品制作市场需求分析——以北京科技大学天津学院为例[J]. 才智, 2022 (29): 136-138.
- [5] 邱燕珍. 传统手工艺品在现代社会的发展空间探索[J]. 天工, 2022, No. 59 (11): 6-7.
- [6] 蒋艺芝. “互联网+”背景下的传统手工艺品营销策略研究[J]. 上海商业, 2023, No. 528 (02): 53-55.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125058

浅析商业银行私人银行业务发展

徐俊杰

西安财经大学, 中国·陕西 西安 710100

【摘要】近些年来,经济的持续发展推动了市场的高速发展,我国私人银行业务的发展离不开财富增长所带来的推动。中国的金融体系逐步从单一框架发展为全面立体结构,在种类繁多的金融市场并存,这意味着独立运行机制下的各部门无法满足投资者的需求,打造全面全方位的金融高端服务将会成为金融业以及商业银行间的发展大趋势,由于私人业务的对象有着典型的特殊性,本身又具有综合性、复杂性,因此对于信息技术和从业人员专业素质有较高的要求。本文以国内外学者关于商业银行私人银行业务的研究理论及研究结论为基础,以及与我国商业银行经营的实际数据相结合,对私人银行业务发展现状、问题及对策进行全方面的分析。

【关键词】私人银行; 金融市场; 商业银行

A Brief analysis of the Development of Private Banking Business in Commercial Banks

Junjie Xu

Xi 'an University of Finance and Economics, Xi 'an 710100, China

[Abstract] In recent years, the sustained development of the economy has promoted the rapid development of the market, and the growth of wealth has promoted the development of china's private banking business on the other hand. Over the past 30 years of reform and opening-up, China's financial system has gradually developed from a single framework to a comprehensive three-dimensional structure, coexisting in a wide variety of financial markets, which means that no department under the independent operating mechanism can meet the needs of investors, to create a comprehensive and comprehensive full range of high-end financial services will become a major trend of development between the financial industry and commercial banks, because the object of private business has a typical particularity, itself has comprehensive and complex, Therefore, there are high requirements for information technology and professional quality of practitioners. Based on the research theories and conclusions of domestic and foreign scholars on the private banking of commercial banks, and combined with the actual operation data of commercial banks in China, this paper analyzes the current situation, problems and countermeasures of private banking development.

[Keywords] Private Banking; Financial Markets; Commercial Banks

【课题信息】双碳目标下自然资源离任审计的绿色治理效应研究 (课题编号: 22YC027)

1 引言

当前,我国社会金融经济取得了迅猛的发展,人民的生活水平日益提高。对于我国来说,经济持续发展促进了资本市场的高速发展,财富的增长给我国私人银行发展带来了机会。中国的金融体系从单一框架逐渐发展为复杂的结构,意味着独立运作下的各类部门无法满足高端投资者的需求,打造全方位的金融服务业务将成为金融市场的大的发展趋势。对于这样的情况,目前我国商业银行中私人银行业务是根据实际需求开展的,然而,在实践中也能够充分看出,我国私人银行业务在经营发展过程中存在较多的问题,对此需要深究问题的根源,从根源出发找到关键并提

出切实可行的应对对策,以使我国现代商业银行私人银行业务这项核心业务得到充分的完善和优化。

2 商业银行私人银行业务发展现状

2.1 私人银行业务的基本概念

私人银行业务是指在与特定客户充分协商和沟通的基础上,主要的商业银行或主要国际金融机构所开展的银行业务活动。签订有关投资或资产管理类型的合同,相关机构按照合同约定的投资计划、范围和方式,代理客户执行有关投资和资产管理操作的综合委托管理及投资服务。

简言之,私人银行业务就是根据客户的需求不同而制定不

同类型的投资理财理财产品,对客户进行全方面、全过程的投融资服务。包括资产的结构配置、财富管理以及投融资的咨询服务等,包含了财富保障、投资以及其他高附加值服务。通过协调整合各种产品服务资源,加强客户接触点或接触渠道管理,并形成良好的口碑效应。

2.2 私人银行业务发展历程

2.2.1 国外私人银行业务发展历程

西方大部分国家私人银行业务起步较早,以美国为例,1812年的6月,纽约城市银行正式成立,也就是花旗银行的前身,哪怕到今天它也还是世界上规模最大的商业银行。花旗银行的核心业务就是私人银行业务,创收最高,未来前景可期,发展潜力巨大。当花旗银行的私人银行客户走在世界上任意一个花旗银行网点内,其系统就会做出反应对服务进行调整,它的一举一动也会被相应的客户经理所得知,花旗银行私人银行还会根据自身的平台优势,为高端客户定制例如医疗、行程规划、艺术品鉴赏等非金融增值服务。

由美国私人银行业务的发展来看,国外私人银行业务的发展还是比较超前的,并且发展速度非常迅猛,目前已经成为商业银行各项业务中不可或缺的重要业务之一。

2.2.2 国内私人银行业务发展历程

我国国民收入平均水平和居民收入从90年代以来得到了迅速的发展,富裕家庭和人群不断上升,财产资产管理市场也在蓬勃发展,但一直到2007年我们才看到在市场上出现了专门为高净值客户所服务的私人银行业务。历经了多年的发展,中国大陆现有20多家银行针对高净值客户开展私人银行业务,同时,信托、证券、基金等金融机构也纷纷效仿。按照我国经济发展速度,金融市场监管与发展环境逐步完善,私人银行业务的前景十分广阔,与之配套的高水平投资理财顾问需求缺口也随之越来越大。

2.3 我国私人银行业务发展现状

围绕私人银行这一块业务的发展,我国央行、银保监会等金融监管部门也出台了一系列配套的监管政策。主要包括市场准入、合规性、风险管理、金融消费者保护和破产保护5个方面。2018年资管市场一系列新法规的出台,为私人银行业务带来革命性的变化。一方面,资管新规致力于让资产管理和财富管理行业回归“受人之托、代人理财”的本源。另一方面,资管新规要求加强投资者适当性管理。在资管新规落地实施后,私人银行业务会面临客户资金重新配置的挑战和机遇。未来在私人银行服务和产品体系逐渐全面化,以及国民财富管理

需求增加的背景之下,我国私人银行市场发展潜力将进一步被释放。

表 2.3 2019-2020 年我国私人银行业务资产管理规模

银行	2020上半年AUM	2019年AUM	较年初增长	户均AUM
工行	18299	15547	17.70%	1732
建行	16743	15094	10.93%	1088
农行	16296	14040	16.07%	1198
交行	6953	6092	14.13%	1301

资料来源: 前瞻产业研究院

3 商业银行私人银行业务发展中存在的问题

3.1 私人银行业务对商业银行产生影响

过去十年,各大商业银行通过比较产品收益率来寻求规模扩大,加上“刚性兑付”的必要存在,使客户风险偏好在很长一段时间停留在“低风险-高收益”状态。在当前宏观经济形势以资源短缺、回报率低、风险增大为特点的情况下,高性能的产品是不可持续的。无论是从客户需求还是从市场容量来看,私人银行业务已经显露出了旺盛的生命力,有助于推动商业银行深化金融改革、完善交易体系、实现零售转型。从社会经济发展来看,私人银行业务的高速发展也证实了我国高端客户人群增多,有利于助推商业银行零售业务转型发展以及我国经济产业的蓬勃发展。私人银行业务在一定程度上促使了商业银行资金链的加快流通,使商业银行的银行业务规模在一定程度上扩大。私人银行业务的发展推动商业银行公信力进一步提升,公信力的提升也有助于商业银行资本规模扩展,从而有助于增加用户流入量。

3.2 私人银行业务发展中所暴露的问题

3.2.1 私人银行获取客户能力以及经营能力需要提升

客户是私营企业发展的先决条件,客户来源的稳定性和连续性是私营企业发展的基础。国内目前大部分商业银行私人银行获取客户还是依靠零售部门以及分支行,在已有客户的基础之上来获取目标客户人群,这种零售支付模式有助于在短期内快速培训客户,并降低开发私人银行的初始成本,但并不利于培养和维护客户的粘性,在竞争对手高额利率诱惑下很容易造成客户流失。

3.2.2 从业人员专业能力需要提升

较高的专业水平能够提升金融的创新能力。为进一步提高对专业从业人员的知识和专业能力,经营能力不再是唯一的指标,还需要具有竞争的勇气,富有开拓性,以及商业化的理

解。特别是在私人银行对高层次客户进行综合咨询服务之时,从业人员必须具备税务、投融资、法律等方面的知识,这无疑需要财富顾问具备高度的专业素养。

3.2.3 资源投入不足

首先,主要表现在银行内部壁垒重重,各项业务协调不够。比如,在涉及公私互动的业务中,由于绩效考核,业务进展缓慢,审批周期过长,往往难以满足客户需求。表面上的问题是,一个完整的业务链并没有建立起来,但本质上反映了部门之间缺乏协调。其次,理财顾问数量相对较少,业务估值体系有待完善,现阶段,银行正在扩大私人银行的群体,仅靠外包招聘,显然无法完全满足需求。在现行考核绩效和机制下,理财顾问的收入可能低于客户经理,缺乏激励和不认可,并不利于银行间专业人才的建设和培育。

4 商业银行私人银行业务未来发展应对对策

4.1 树立以客户为中心的发展方向

首先,要从“产品质量中心化”向“客户满意中心化”转变,即以客户需求为中心,设计开发金融产品。制定相应的资产配置方案和组合,最大限度地满足客户的需求,而不是想推销产品。这就要求私人银行关注客户真实的投资意向,并在深入了解以及反复沟通之后做出相应的方案。其次,从“满足顾客的个性化需求”转变为“满足顾客的全部需要”,在需求细化分离的基础之上,广泛的满足客户的各种金融以及非金融目的和需求。以为高端客户提供优质服务为基础,根据客户不同的专业背景,提供针对化的服务,在更大程度上有效地满足客户最多样化、最定制化的需求。

4.2 私人银行业务理念创新

为了满足各种类型客户对金融产品和非金融产品的不同需求,以及对不同风险和收益特征的产品的需求,必须不断开发高质量的金融产品。只有推陈出新,随着市场的竞争和吸引力不断提高新产品的开发程度,才能满足客户的个性化需求,避免产品同源化的发生,以保持市场竞争力在同一行业中处于上游地位。同时,改进服务类型,扩大产品功能,积极寻求与其他组织的合作,以促进其他组织的竞争产品。还应当将金融

科技与私人银行业务相结合,需要通过加强从业人员科技手段的应用能力,加强从业人员与产品的沟通、交流以及服务,有效匹配客户风险回报与产品风险回报,提高服务的便捷能力、便利性和速度性。

4.3 资源整合与利用

近年来,随着我国民营银行的发展,其产品种类和数量日益丰富。要加强对原有产品结构的适应,有效衔接国内外市场,搭建丰富的产品选择平台。首先必须建立一个合作的制度和机制,包括评价和评价的支持规则和鼓励分裂的措施。与其他私人银行机构相比,商业银行的优势在于拥有更多的资源,通过构建平台建设、整合资源、全方位管理,用以满足客户多样化的需求。其次是根据客户的表现和风险种类的不同所带来的周期性变化,制定长期和短期资产配置计划,以提高产品稳定性、流动性和盈利能力。特别是要将战略配置和战术配置有效结合起来,获得短期资配和长期资配的稳定而又灵活的特性。

5 结论

总体而言,从以上分析可以充分看出,目前,中国金融市场发展显著,私人银行业务投资需求进一步增加。要使这一趋势有效地持续下去,各国商业银行决不能满足于现有的业绩,而必须认清自己的短板和不足,积极学习国际银行的先进理念。促进我国私人银行业务健康持续发展,不仅需要同类型商业银行内控的不断努力,而且离不开良好的社会、经济、法律、金融等外部环境。提升我国银行业的整体水平,从而打造高竞争力、高水准的我国现代化私人银行,为国民推动经济做出必要的努力。

参考文献:

- [1] 刘轩. 中国银行N分行私人银行业务竞争策略研究[D]. 内蒙古: 内蒙古财经大学, 2019.
- [2] 李润洁. 我国私人银行业务初探[J]. 河南科技学院学报, 2016 (5).

作者简介:

徐俊杰(1999年2月),男,汉族,陕西西安,会计专业,硕士研究生,西安财经大学,主要研究方向: 财务会计理论与实务。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125059

企业 EVA 价值评估模型及应用

刘雨琳

西安工程大学, 中国·陕西 西安 710048

【摘要】近年来,受到新冠肺炎疫情的影响,国际国内大环境发展不容乐观,企业发展较为困难。但是当前我国股票市场还处于弱势有效市场,投资者不能通过分析当前或者以前的价格对未来的价格进行预测。如何对一家企业进行经济评估,是投资者和管理者比较关注的问题。传统的企业价值评估工具有很多但是大部分没有考虑到企业的权益资本成本,但是经济增加值避免了这个短板,能够更好的体现企业发展的实际经营状况。本文从对EVA的理论与计算过程的详细介绍再将其运用到新东方教育科技集团有限公司,通过对新东方相关财务资料的收集和分析,来分析企业的股价和实际差异,有助于为别的企业提供参考借鉴。

【关键词】EVA; 新东方; 价值评估

Enterprise EVA Value Evaluation Model and Its Application

YulinLiu

Xi'an Engineering University, Shaanxi, Xi'an 710048

[Abstract] In recent years, affected by the new crown pneumonia epidemic, the development of the international and domestic environment is not optimistic, and the development of enterprises is relatively difficult. However, my country's stock market is still in a weak and efficient market, and investors cannot predict future prices by analyzing current or previous prices. How to carry out an economic evaluation of an enterprise is an issue that investors and managers pay more attention to. There are many traditional enterprise value assessment tools, but most of them do not take into account the cost of equity capital of the enterprise, but the economic value added avoids this shortcoming and can better reflect the actual operating conditions of enterprise development. This paper introduces the theory and calculation process of EVA in detail and then applies it to New Oriental Education Technology Group Co., Ltd., through the collection and analysis of the relevant financial information of New Oriental, to analyze the stock price and actual differences of the company, which is helpful for other Enterprises provide references.

[Keywords] EVA; New Oriental; Value assessment

1 EVA 价值评估模型的相关概念

经济增加值 (Economic Value Added) 缩写 EVA, 在 20 世纪 80 年代首次提出后, 经过国内外许多学者的研究已经逐渐成熟和完善。作为广泛运用的指标, 在于其扣除了资本成本, 考虑了机会成本, 更能反映企业的实际经营状况。通过对成熟的证券市场上公司的排名进行观察, 我们会发现企业资产价值相近的企业, 创造的利润有可能一样, 但是资产价值相差较大的企业, 市值可能却相近。为了对这种现象进行分析, 我们需要了解经济增加值的原理。

1.1 EVA 的计算公式

总的来说: 经济增加值=税后净营业利润-资本成本, EVA 的调整主要涉及研发费用、营业外支出, 坏账准备, 减值准备, 递延所得税和在建工程等科目。因此 EVA 计算公式如下:

$$EVA = NOPAT - WACC \times TC$$

式中, NOPAT 表示税后净营业利润, TC 表示资本总额, WACC 表示加权平均资本成本。

1. 税收净营业利润的计算:

税后净营业利润=息前税后利润+少数股东权益+递延税款贷方增加额+本年新增的各项准备金+本年商誉减值+研发费用资本化金额-递延税款借方增加额-营业外收支 $\times$ (1-平均所得税率)

息前税后利润指未扣除利息但已经扣除所得税的利润, 其计算公式为:

息前税后利润=(净利润+利息费用+所得税) $\times$ (1-平均所得税率)

2. 资本总额 (调整后) 的计算

资本总额（调整后）指扣除无息流动负债和在建工程后的 均所得税率）

全部资本，其计算公式如下：

资本总额（调整后）= 权益资本 + 债务资本 + 投资资本调整

权益资本 = 少数股东权益 + 普通股股东权益

债务资本 = 长期借款 + 一年内到期的非流动负债 + 应付债券

+ 短期借款

投资资本调整额 = 本年新增准备金 + 累计商誉减值 + 研发费

用资本化金额 + 递延税款净额 - 在建工程 - 营业外收支 $\times (1 - \text{平}$

3. 加权平均资本成本的计算

加权平均资本成本 WACC 的计算公式：

$$WACC = \frac{E}{E+D} \times K_e + \frac{D}{E+D} \times K_d \times (1-T)$$

式中，E 为权益资本， E_e 表示权益资本成本，D 为债务资

本， K_d 表示债务资本成本，T 表示平均所得税率。 K_d 通过银

表 1 新东方 2017-2021 年税后净营业利润 单位：亿元

项目	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
净利润	2.768	2.972	2.278	3.549	2.300
+ 所得税	0.506	0.594	0.857	1.344	0.836
+ 利息费用	0.615	0.848	0.975	1.161	1.415
息税前利润	3.889	4.414	4.11	6.054	4.551
息前税后利润	2.917	3.311	3.083	4.541	3.413
+ 少数股东权益	0.234	0.111	-0.102	-0.585	-1.044
+ 本年商誉摊销	0.141	0.317	0.796	0.804	0.733
+ 坏账准备增加	0	0	0.014	0.0329	0.311
+ 存货跌价准备增加	0.11	0.15	0.265	-0.8	-1
+ 长期投资减值准备增加	0.237	0.284	-0.142	2.714	1.344
+ 固定资产减值准备增加	1.445	2.054	2.134	2.299	-3.643
+ 营业外支出 $\times (1 - T)$	0.686	0.941	-0.0142	0.271	2.015
+ 递延税款贷方增加额	0	0	1.731	0.863	4.375
税后净营业利润	5.769	7.168	7.766	10.139	6.503

表 2 新东方 2017-2021 年资本总额 单位：亿元

项目	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
权益资本：	17.201	22.151	25.254	28.695	50.179
债务资本：	15.473	20.573	20.737	27.491	39.727
加：坏账准备	0	0	0.525	0	0.318
存货跌价准备	0.045	0.015	0.113	0.321	1.089
固定资产减值准备	0	0	0	2.3	-34.6
营业外支出 $\times (1 - T)$	0.686	0.941	-0.014	0.271	2.015
递延税款借方余额	0.289	0.433	0.615	0.633	1.036
营业外收入 $\times (1 - T)$	7.219	4.633	7.634	7.542	7.685
调整后资本总额	25.897	38.614	38.366	50.901	50.007

表3 新东方 2017-2021 加权平均资本成本

项目	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
权益资本比例 /%	0.53	0.52	0.55	0.51	0.56
负债资本比例 /%	0.47	0.48	0.45	0.49	0.44
无风险利率 /%	1.75	1.75	1.5	1.5	1.5
市场的风险溢价 /%	6.9	6.7	6	2.3	8.1
β	1.15	1.18	1.06	0.99	1.12
权益资本成本 /%	9.69	9.66	7.86	3.78	10.57
税后债务资本成本 /%	3.26	3.26	3.26	3.26	3.26
加权平均资本成本 /%	6.64	6.58	5.79	3.53	7.34

表4 新东方 2017-2021 年 EVA

项目	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
税后净营业利润	5.769	7.168	7.766	10.139	6.503
调整后资本总额	25.897	38.614	38.366	50.901	50.007
加权平均资本成本/%	6.64	6.58	5.79	3.53	7.34
EVA	4.05	4.54	5.55	8.342	2.832
EVA率/%	15.639	11.757	14.466	16.389	5.663
利润率/%	15.378	12.145	7.358	9.916	5.378

行一年期贷款利率加权平均得到。 E_e 是企业通过发行普通股筹集资金而付出的代价,可选用资本资产定价模型计算而得,公式: $Ke = Rf + \beta \times (Rm - R)$,其中 Rf 表示无风险收益率。通常一年期存款利率因而被公认为存款基准利率,可用于计算市场无风险收益率。 β 表示市场系统性风险, Rm 是市场中投资者的期望回报率, $Rm - Rf$ 为投资者因承担风险所需的溢价,将年GDP增长率作为市场风险溢价的代理变量。

2 案例简介

2.1 公司简介

新东方教育, 全名新东方教育科技集团有限公司, 1993 年成立, 在 2003 年美国纽约证券交易所上市, 是中国大陆第一家在美国上市的教育机构。公司业务包括外语培训、中小学基础教育、学前教育、在线教育、出国咨询、图书出版等各个领域。除此之外, 还有诸多子品牌。经过多年的发展, 其企

业有一定的规模, 企业实力雄厚。虽然近期受“双减”政策的影响, 利润减少。但是依靠转型发展, 企业业绩虽有波动, 但是总体呈现上升趋势, 对运用 EVA 评价模型有较好的基础。

2.2 EVA 在企业价值评估中的应用

总体思路如下, 第一步求出新东方 2016-2020 年各年的 EVA, 第二步, 根据求出来的 EVA 和根据最近新东方的实际企业发展及相关财务数据, 预计后 5 年的经济增加值。最后, 根据预测出的 EVA 带入模型中, 得出企业的内在价值。

2.3 应用过程如下:

第一步: 根据前面所给出的公式, 计算出新东方 2017-2021 年相关数据。(见表 1-4)

第二步: 根据上述资料, 对新东方的企业实际价值进行分析。

其中, 表三中无风险利率取各大银行发布的一年定期存款利率, 市场风险溢价取自国家公布的 GDP 增长率, 其他未列明

数据均为0。从表一中可以看出新东方税后净营业利润的调整事项主要集中在固定资产减值准备,递延所得税,营业外支出等科目。新东方的各项研发支出全部进行费用化处理,没有在表中进行列示。调整后的税后净营业利润总体上呈现上升趋势,分别为5.769亿元,7.168亿元,7.766亿元,10.139亿元,6.503亿元。表二主要反映新东方资本总额的调整情况,主要集中在递延所得税,营业外支出,存货跌价准备。调整后的资本总额为25.897亿元,38.626亿元,38.366亿元,50.901亿元,50.007亿元。表三反映了新东方各年的加权平均成本,通过计算企业的权益资本成本和债务资本成本进行加权平均得到。从表三中可以看出,新东方权益资本和负债资本都维持在相对平衡的位置,说明企业很好的使用的财务杠杆,资本结构较为合理。为了更好的看出新东方的横向发展,如表四,计算出了新东方2017-2021年的EVA率和利润率。EVA率是EVA值与资本总额的比值,而利润率是净利润与主营业务收入的比值,没有加上营业外收入。如表四所示,EVA总体上呈上升趋势,而EVA率和利润率保持相对一样的增长趋势,但是2019年和2020年新东方的EVA率和利润率却相差比较大,是因为这段时间新东方开始探索新的业务模式,并且不断地建校区,进行了扩张,而导致利润率较低,EVA值偏高。如果忽略后期政策的出台,此时新东方的决策,EVA率能更好的体现。2021年下半年由于“双减”政策的出台,对于新东方打击比较大,利润和EVA下降幅度较大。

2.4 2022年至2026年EVA预测

从现阶段发展前景来看,教育行业前几年一直发展不错,在可预测的期间有较大的发展空间。但是由于2021年8月陆续实施的“双减”政策对教育行业的冲击力比较大,新东方更是因此砍掉了自己的大部分业务。但是新东方也立即顺应国家的政策,而转变了自己的发展战略。虽然2021年净利润较低,2022年上半年利润也较差,但是随着新东方的转型,不断扩充国外业务和托育服务,并且由于新东方直播间“东方甄选”的火爆,预计2022年下半年利润会有所增加。

从权益资本可以看出,股东权益资本一直在增加,说明投

资者对新东方的前景发展持乐观的心态。且从偿债能力来看,表明企业的财务风险较小,有抵抗财务风险的能力。从整体来看,企业前期发展状况良好,近期由于转型成功,虽会有波折,但后期经营利润会有所增加。因此,通过上述分析,预计其在2021年到2026年间总体呈现上升趋势。

2.5 公司价值的预测浅层分析

通过今年上半年新东方披露出的上半年财报可以看出,新东方在2022年第一季度亏损1.4亿,而在第二季度营业收入5.24亿,虽然净利润还是显示亏损,但是其EVA却还是保持增加。截止2021年已发行普通股16.97亿,而企业得出调整后资本总额为50.007亿,说明企业价值被低估了。这是由于大家对于新东方未来的发展方向和发展态势持保留意见,都在想看清楚其发展策略后再进行决策。

3 结论

尽管在进行EVA价值评估时,会涉及分析者的主观性,但是却也会根据现在内外部环境的变化,而结合企业的具体情况进行科学谨慎的调整,从而可以避免传统价值评估模型的缺点,考虑到企业的资本成本,有效的反映企业的实际价值。运用EVA进行价值评估时,通过对涉及的多个项目进行调整,从而得出最真实的会计利润,能够减少其他外部因素对经验利润的影响,例如会计制度或者管理的短期行为。因此,在未来就会得出更加真实有效的,科学合理的结果。

参考文献:

- [1]温素彬,蒋天使,刘义鹄.企业EVA价值评估模型及应用[J].会计之友,2018(02):147-151.
- [2]刘劲.基于EVA的上市公司价值评估[J].合作经济与科技,2014(09):74-75.D0I:10.13665/j.cnki.hzjjykj.2014.09.039.
- [3]刘敏.基于EVA模型的企业价值评估应用研究[J].中国资产评估,2012(08):30-32.
- [4]施祝君.基于EVA的企业价值评估模型及应用分析[J].才智,2011(36):22-23.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125060

浅谈建筑施工企业应收账款管理

侯继勤

西安工程大学, 中国·陕西 西安 710048

【摘要】随着我国市场经济的发展,为了满足国家基础建设的需求,建筑业已经成为国民经济的支柱产业,且其中大多数企业为中小型民营建筑施工企业。企业间竞争激励,为了抢占市场不得不放低回款要求,最终导致应收账款数额增大,企业资金链维系困难。本文就将针对建筑施工企业的应收账款,找出建筑施工企业应收账款管理中常见的问题,并针对其存在的问题给出解决措施。

【关键词】建筑施工企业; 应收账款; 问题及对策

Accounts Receivable Management of Construction Enterprises

Jiqin Hou

Xi'an Engineering University, Xi'an, Shaanxi, 710048

[Abstract] With the development of China's market economy, in order to meet the needs of national infrastructure construction, the construction industry has become the pillar industry of the national economy, and most of them are small and medium-sized private construction enterprises. In order to seize the market, enterprises have to lower the payment collection requirements, which eventually leads to the increase of the amount of accounts receivable, and it is difficult to maintain the capital chain of enterprises. This paper will find out the common problems in the management of the accounts receivable of the construction enterprises, and give solutions to the existing problems.

[Keywords] Construction enterprises; Accounts receivable; Problems and countermeasures

1 应收账款概述

应收账款的本质是一项债权,它在过去的日常经营中形成,是一项企业可以在未来期间收回货币资金或得到商品、服务的权利。就建筑施工企业来说,其成因主要来源于按照书面合同约定应向建设单位收取的项目工程款。

应收账款的存在有两方面的正向反映:(1)可以增强企业与客户之间的粘着性,使得原有客户与企业之间的合作机会或者可能性增强。(2)针对建筑施工企业来说,存货有两种情况,一是实物存货,但这种在建筑施工企业来说是少量情况,大多建筑施工企业的存货以大量的已完工未结算的工程存在,建筑施工企业大多情况下会努力促成工程的结算,催促客户审核确认自己已经完成的工作量,以此来确认债权。

而应收账款既定形成,在企业的日常经营中,也存在着以下的负面影响:(1)应收账款会导致企业收益虚增,因为我国会计准则规定,企业以权责发生制为基础来核算企业收入、费用、成本及其利润。以赊销为基础来确认收入以及债权,但并没有实际意义上的现金流入,收入的确认时间早于实际发生的情况,这在企业实际运营中并不少见,这在一定程度上导致企业的收益失真。(2)应收账款会导致企业资产负债率高,增加资金周转的风

险及难度;由于应收账款的回款是由客户来掌握主动权的,如果客户经营状况不佳,应收账款无法及时回笼,则会企业资金流短缺,无法正常采购产品、原材料、支付劳务费,导致整个施工过程的延缓,经营受阻,更是无法扩张新的领域。(3)应收账款会导致企业总成本的增加,其成本增加的形式主要表现在以下三个方面:①应收账款的存在,导致企业无法将原有资金进行正常的投资收益活动,则存在着应收账款的机会成本;②为了管理应收账款,企业则必须付出收集客户信息费用、应收账款监管费用、催收费用、诉讼费等;③最后则是应收账款坏账成本。

2 应收账款管理目标

应收账款的存在过程中,其负面影响是多于正面影响的,为了解决应收账款的负面问题,企业进行应收账款管理势在必行。

应收账款管理,企业最终要达到的效果有:(1)在最大程度上维护好与客户之间的关系,注重日常与客户之间的沟通;(2)在最大程度上收回应收账款,减少坏账概率及坏账金额;(3)增强企业资金的流动性,以最快的速度收回应收账款,使得企业的资金快速流转起来。(4)降低应收账款的管理成本及机会成本。

3 建筑企业应收账款管理存在的问题

3.1 缺乏信用管理观念

目前我国采取信用交易的方式不为少见,但西方发达国家信用制度已经较为全面,而我国的信用制度还处在建设阶段。国内大多数公司,包括建筑公司在内目前并没有意识到信用管理的重要性。大多数企业管理者还是处在追求项目数量以及项目金额的思路中,正是因为观念的缺失,大多数公司都缺少针对信用管理、应收账款管理的制度、组织、以及人员。在面对新的订单时,无法对客户信用做出有效的评判,这种缺乏事前对应收账款的把控,没有办法从源头上进行应收账款坏账的管理。一旦承接了劣质客户的项目,是否回款的主动性把握在客户的手中,大概率增加了出现应收账款坏账、呆账的可能性。

3.2 建筑施工企业竞争环境不规范

近年来,我国建筑施工企业的数量由于国家建设的需要随之报增,根据国家统计局公开数据显示,2013年,我国建筑企业单位为7.89万家,截止2021年,我国的建筑企业单位已经达到12.87万家,企业数量的持续增加导致建筑市场的竞争愈发激烈起来。为了取得营业额,在投标中占有优势,建筑施工企业不得不降低对应收账款的要求,市面上为了抢的项目而垫资的企业不在少数,建筑公司应收账款的问题也是在这种环境中愈演愈烈的。

3.3 企业缺少应收账款管理制度

在企业的日常管理中,在与客户已经敲定合同后,项目实施期间,与客户阶段性的结算后,则产生了应收账款。大多数企业缺乏对应收账款的专门管理,当应收账款产生之后则变成了一个挂在账面上的数据。(1)缺少相应的财务人员定期对应收账款进行分析,没有计提坏账准备,没有人知道哪些客户的应收款已经挂了多少时间,是否逾期,则难以对应收账款有下一步的动作。(2)企业缺少人定期发送对账单给客户,对账单是提醒客户账款存在的有效单据,是企业掌握客户对应收账款态度的手段之一。(3)缺少催收流程,对客户的欠款原因进行分析,进行合理催收。(4)缺少内部奖惩制度,公司针对销售人员的业绩考核,往往是建立在其取得项目金额的程度上来进行核算的,而忽略了其项目的回款情况,出现坏账的情况。由于奖惩制度的缺失,没有对客户坏账的惩罚,更加没有对回款有效项目的奖励,导致项目回款程度与业务人员完全没有关联,则导致业务员对回款情况毫不担心,甚至是业务员在承接相应项目后出现了离职情况,而项目在进展后期出现坏账情况的话,那应收账款的再收回只能是难上加难。

3.4 缺少对应收账款债权的有效利用

应收账款作为一项债权,其在金融市场上进行流通是存在可操作性的。在国外,对应收账款进行质押已经是一项成熟的业务。而我国自从2007年应收账款质押系统开放以来,根据数

据统计,我国的应收账款融资的数量也是在逐年稳步上升。通过对应收账款的融资可以有效缓解企业资金流动水平,为管理者筹资方式提供了新的方式,减轻管理者筹措资金的压力、减轻了企业对应收账款的催收管理工作,将应收账款所存在的风险进行转移。且可以通过对应收账款融资的业务,敦促企业重视自身信誉状况。而国内大多数管理者还缺乏着对应收账款质押融资的意识,筹措资金的渠道被限于银行贷款。

4 应收账款管理建议

4.1 建立公司内部信用管理制度

虽然国内大环境下信用制度欠缺,但是这种欠缺可以通过企业内部建立信用管理制度来进行弥补。应当根据企业自身状况,在销售部实力强劲,大局观较强,可以和财务部团结一致的情况下,则可以选择以销售部为主导设立信用管理组织。如若公司财务部更为强势,会计已经具有管理职能的情况下,则应该以财务部牵头设立信用管理组织。但无论以哪个部门主导进行信用管理,都应该成立专门的信管科,从以下两步入手。

建档:公司应当在每个项目投标前对客户展开调查,获取客户以下信息来建立客户信用档案:①客户基本信息(客户名称、注册资本、成立时间以及具体地址等);②客户的主营业务、业务发展状况、员工人数以及员工人数变动;③客户股东结构及其关联方信息;④客户的财务状况(主要包括客户的资产额、负债额、收益额、现金流状况以及建设资金状况)⑤客户的信用记录(客户是否存在违约情况、客户的违约、贷款、抵押、担保记录)。

制定信用评估制度:对客户从品德以及还款能力两方面制定出合理的评估制度。①品德评估是客户信用状况的基础,从上一步骤的建档过程中信用记录就可以制定合理的参数和比重来为客户的品德进行打分;②上一步骤中客户的主营业务、股东结构、财务状况是我们对客户偿还能力的评估信息来源,制定合理的评分方法则可以对客户的偿还能力打分。

经过以上两个步骤后,我们则可以屏蔽掉分数较低的客户,规避潜在风险。

4.2 对应收账款进行分类分期管理

应收账款的分类管理指的是按照客户种类来对应收账款进行分类,针对不同类型的客户对其账款的管理措施需要区分。根据上一节所述,在投标前,也就是在承担业务之前已经得出了客户的信用等级以及其品德分数、偿还能力分数。根据这两种分数,针对品德分数高,偿还能力强的客户,公司不需对该客户进行特殊管理。而针对品德分数较低的客户,则需要业务人员进行特殊管理,对其财务状况进行密切关注。如对方存在恶意拖欠的情况,可以安排业务人员上门催收、发函、诉讼等方式来解决问题。

应收账款的分类管理指的是对应收账款按照账龄进行分类;应收账款坏账的概率与应收账款账龄的长短是密切相关

的,所以按照账龄对应收账款进行分类时极为重要的。该种分类方式需要首先根据公司自身情况制定出公司应收账款合理的周转天数,财务部应当及时对应收账款进行账龄分析,根据已经得出的应收账款合理周转天数来对应收账款账龄进行分类。

在合理天数以内的应收账款,不应当作为关注对象,超过应收账款合理回款天数账龄的账款,则应当对其进行合理的关注,对已经达到或者临近诉讼时效的债权更应当根据实际情况,采取合理的催收方法。

4.3 展开应收账款融资

应收账款融资虽然其在外国的运用已经趋于普遍,但目前在国内是一项比较新兴的融资业务,各大融资机构针对国家对应收账款融资坚决鼓励的态度,陆续的推出相应业务,为企业进行应收账款融资在一定程度上提供了便利条件。

目前国内应收账款的融资分为四种模式:(1)质押,这种融资模式对于债务方有着一定的信用要求且审核过程较为严格,但是融资过程较为方便,可以短期内弥补企业资金缺口。(2)应收账款保理,即出售应收账款。该种融资方式又以是否存在追索权分为两种模式。(3)应收账款证券化,这种融资模式的流程比较复杂,对于中小型企业来说使用起来比较复杂,主要是大型企业使用较多。

应收账款融资在实际应用中,银行对融资企业的审核较为严格,对企业的资信状况、经营状况都有着较高的要求,很多建筑企业可能在实践中无法满足银行的要求。在对应收账款融资时,如果采用的是质押融资且银行有追索权的情况下,若债务人未按时履约,进行还款,那么金融机构则是拥有向企业追款的权利的,这种情况下不仅影响了企业的信誉并且会造成资金流出。为了使得自己的融资渠道多样化,解决应收账款回收困难的问题,企业应当按照前面所述建立起自己的信用审核制度,挑选出信用度较高的客户进行合作。又由于银行或者金融机构在融资初期,需要对企业及企业客户的基本信息、信用度、经营状况、资信等情况进行调查,这些都是需要花费成本与时间。该部分成本在融资交易过程中势必会转移给企业,为了减少融资成本,缩短融资资金到位的时间,企业应当与金融机构保持长期合作关系。

4.4 建立应收账款考核制度、催收制度

由于没有与应收账款挂钩的考核制度,所以导致了业务员在承接业务时对回款状态的忽视。为了引起员工对应收账款的重视,则应当建立完善合理的应收账款坏账考核制度,明确各部门、各岗位对应收账款的职责。对于业务部门来说,要加强其对应收账款管理的认识。在业务员承接项目时,要深入的对客户信誉、经营情况进行调查,在承接业务时除了对已承接项目、金额的奖励,更应该对整个项目的运转过程起到作用。对每个已经承接的项目,要将项目进行过程中的管理、项目结

束后催收等工作责任到人。尤其是在项目进行过程中,应当及时、合理对已施工部分进行结算、定期对负责客户发送对账单、与客户时常联络感情、随时关注客户的经营状态、资金状态。对于经营不善、资金不充裕的客户,要给予密切的关注。在项目结束后,按照合同及时清算与客户之间的保证金、质押金等。对于已经逾期的应收账款,要根据逾期时间、逾期金额对责任人进行考核。

对于催收,应当考虑客户逾期的时间、客户的信用程度、以及欠款金额这些相关因素,制定出较为明确、完善的催收制度。而对于催收制度,企业可以采取面谈、停工、聘请更有经验的第三方来进行催收。如果在这种情况下还是无法有效的收回应收账款,那么可以采取诉讼方式,借助法律的力量来规范客户对应收账款的清欠,避免损失。

5 小结

对应收账款的重视、建立应收账款管理的相关制度、利用应收账款融资保理等功能都是解决应收账款难题、缓解企业资金压力的有效手段。加强法律意识、如果遇到客户恶意拖欠,通过法律的手段来维护自身合法的权益也是各企业应当树立的意识,以此也可以惩罚恶意拖欠者、建立一个有秩序的信用环境。

参考文献:

- [1]刘遂月.基于业财融合模式的企业应收账款风险控制研究[J].企业改革与管理,2022(12):103-105. DOI: 10.13768/j.cnki.cn11-3793/f.2022.0686.
- [2]仲樱.中小企业应收账款管理问题及对策[J].现代商业,2022(15):156-159. DOI: 10.14097/j.cnki.5392/2022.15.049.
- [3]许芳芳.建筑施工企业应收账款成因及对策分析[J].企业改革与管理,2021(15):153-154. DOI: 10.13768/j.cnki.cn11-3793/f.2021.1550.
- [4]陈昕.XY建筑施工企业应收账款管理研究[D].西安石油大学,2021. DOI: 10.27400/d.cnki.gxasc.2021.000944.
- [5]苏泉.关于加强建筑施工企业应收账款管理的思考[J].中国集体经济,2021(17):149-150.
- [6]翟莹.Z建筑施工企业应收账款管理问题研究[D].太原理工大学,2021. DOI: 10.27352/d.cnki.gylgu.2021.001028.
- [7]郑剑峰.论应收账款融资[J].纳税,2020,14(31):156-158.
- [8]王喆.建筑施工企业应收账款融资工具分析[J].中国总会计师,2019(12):78-80.
- [9]魏欣.XW公司应收账款融资模式研究[D].沈阳理工大学,2019. DOI: 10.27323/d.cnki.gsgyc.2019.000092.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125061

房地产企业土地增值税的清算及其 税收筹划风险研究

王 永

重庆爱普地产(集团)有限公司, 中国·重庆 400043

【摘 要】土地增值税的税率偏高,成为影响房地产企业经营收益的最直观因素。因此,房地产企业对于土地增值税管理的重视度较高。如何采取合法措施减轻房地产企业的税负成为行业发展中需要共同面临的问题。鉴于此,下文围绕房地产企业土地增值税的清算要点展开研究,并且分析对土地增值税进行税收筹划的重要价值,最后探究税收筹划过程中的风险问题和应对对策,以期能够借助税收筹划手段减轻房地产企业的税负压力,提高企业经营效益。

【关键词】房地产企业; 土地增值税; 税收筹划风险

A Study on the Liquidation and tax Planning Risks of Land Value-added Tax in Real Estate Enterprises

Yong Wang

Chongqing Aipu Real Estate (Group) Co. LTD, Chongqing, China 400043

[Abstract] The land value-added tax rate is on the high side, which has become the most intuitive factor affecting the operating income of real estate enterprises. Therefore, real estate enterprises pay more attention to the management of land value-added tax. How to take legal measures to reduce the tax burden of real estate enterprises has become a common problem in the development of the industry. In view of this, the following research focuses on the liquidation points of land value-added tax of real estate enterprises, analyzes the important value of tax planning for land value-added tax, and finally explores the risk problems and countermeasures in the process of tax planning, in order to reduce the tax burden pressure of real estate enterprises by means of tax planning and improve the operating efficiency of enterprises.

[Keywords] Real estate enterprise; Land value added tax; Tax planning risk

房地产企业经营中需要缴纳的税收主要包括土地增值税、增值税、企业所得税等,其中以土地增值税的税率最高,税费占比最大,且土地增值税的清算规定较为明确,如出现错误清算的状况便可能引发税务风险。于房地产企业而言,因其在开发过程中包含的成本类型众多,致使土地增值税的清算难度较大,经常由于清算不准确产生风险问题。为此,要想促进房地产企业的健康发展,既要关注土地增值税的清算问题,做到对土地增值税的科学清算,也要做好税收筹划工作,降低税收筹划风险的发生率。

1 房地产企业土地增值税税收筹划的价值

1.1 优化企业资金运营结构

房地产开发项目普遍存在成本投入大、建设周期长、回收期长和资金周转缓慢的特征,对于企业的资金运营能力提出了

高标准的要求,如不能实现对资金资源的合理配置,则很可能由于资金链断裂出现开发项目停工的问题,甚至威胁企业的生存与发展。而土地增值税税收筹划工作的开展,可以实现对企业资金运营结构的科学优化,既能对资金进行合理分配与利用,还可实现避税经营的目标。

1.2 降低企业税收压力

土地增值税在房地产企业所需缴纳的税费中占比较大,是造成企业税负压力的主要因素,对其进行合理筹划不仅可以延缓税收清算的时间,使企业有更多资金用于经营和建设,使企业有限的资金资源创造更大的收益,还可在一定程度上增加可扣除项目金额,起到降低企业税收压力的作用,对于强化企业税收管理水平也具有积极作用。

1.3 控制企业税务风险

税收筹划的过程中,相关筹划人员需要对国家的最新税收政策进行全面解读才能达成合理、合法避税的目标,即在法律允许的范围内尽量减少税收费用。此举,可以有效规范企业的税收管理工作,避免因不合理和不规范的操作现象引发的税务风险,且可降低偷税、漏税等行为的发生率,发挥控制企业税务风险的作用价值。

1.4 实现利润最大化目标

目前来看,房地产企业缴纳的土地增值税费用会被纳入企业财务报表的利润表中,这意味着土地增值税方面的费用投入状况直接影响企业利润。因此,企业针对土地增值税进行税收筹划,通过合理的筹划与管理来降低税费支出,以保障企业利润的最大化。

1.5 强化行业的宏观调控效果

针对房价持续上涨的问题,我国出台了多项政策措施加以控制,致力于通过政策手段对房地产市场进行宏观调控,其中以税收政策的调控效果最为突出。房地产企业经营的过程中是根据最新的税收政策要求以及房地产自身的资金实力对新项目的预期收益进行准确评估和分析,根据评估结果来确定新项目的经济收益水平,从而降低企业经营风险。从税收筹划的层面来看,可以保障税收政策调控作用的最大程度发挥,起到强化行业宏观调控效果的作用。

2 房地产企业土地增值税清算的要点

2.1 明确清算条件

首先,房地产企业应进行土地增值税的清算:1) 房地产开发项目全部竣工且完成销售的;2) 整体转让未竣工决算房地产开发项目的;3) 直接转让土地使用权的。其次,对于已经竣工和验收完成的房地产项目进行销售转让时,有如下几种状况需要进行土地增值税清算:1) 销售面积达85%以上的;2) 销售面积未达到85%,但剩余的部分面积已经出租或者自用的;3) 取得销售(预售)许可证满三年仍未销售完毕的;4) 申请注销税务登记,但未办理土地增值税清算的。再次,进行土地增值税清算前,需要先将未转让的部分房产去除后再计算成本与收入。最后,对于部分在清算土地增值税时未能完成转让的房产,需要在后期转让时按照规定要求清算并缴纳土地增值税。

2.2 计算获取收入

房地产开发项目中涉及的获取收入有货币收入、实物收入和其他收入几种,土地增值税清算过程中,需要将项目开发中所产生的所有获取收入计算在内。对于房地产获取收入的计算需要综合参考多方面的资料内容,主要包括立项报告、销售合

同和许可等。结合以往的土地增值税清算经验,在确认房地产收入时,要注意如下问题:1) 可根据商品销售的发票来确定收入;2) 认识到销售发票并不代表全部收入,还需将相关销售合同中约定的收入作为收入确认标准;3) 在房款预收的阶段,如房屋验收时发现实际面积与销售合同中注明的面积不符,需要进行房款补退的则需及时调整土地增值税的清算信息。

2.3 划定可扣除项目金额

进行房地产土地增值税清算时可按照相关税法规定扣除部分可扣除项目金额,税收政策中明确指出房地产土地增值税清算中可扣除的项目包括开发费用、开发成本、房产转让税金和土地使用权支付资金等,这其中开发成本的占比较大,因此在进行税收筹划时可以将开发成本作为税收筹划工作的切入点。此外,要确保房地产开发过程中的土地征用、拆迁、工程费用、开发间接费用以及公共配套设施费用等的合法性与合规性,确保在进行土地增值税清算时,均能提供合法凭证予以有效扣除。

3 土地增值税税收筹划的常见风险及应对策略

3.1 销售定价筹划风险与应对

(1) 风险表现。我国针对普通住宅项目推出了一系列优惠政策,目的是引导房地产开发企业集中力量开发住宅项目,符合普通住宅项目优惠政策的情况下,可以通过申报降低土地增值税的税务压力。但从具体施行的过程中来看,部分房地产企业为了达成降低税负的目的,存在盲目申报的现象,即对于不符合普通住宅项目认定条件的开发项目也以普通住宅项目的标准进行申报,此举属于违规操作行为,无疑会增加企业的税务风险。产生此类问题的主要原因是相关的税收筹划人员不能做到对优惠税收政策的正确解读,致使采取错误的避税方式降低企业税收负担,此种状况下便增加了企业的税务筹划风险。

(2) 应对策略。对于税收筹划方面存在的销售定价风险,要求相关的税收筹划人员细致解读税收政策,对于满足优惠政策要求的条件进行有效梳理,在此基础上编制税收筹划方案才能达成合理避税的目标。根据土地增值税的税费标准来看,房地产的销售定价越高,需要缴纳的土地增值税税率也就越大,因此可以认为,对销售定价的合理控制是减轻税收压力的重要途径。需要特别注意的是,为了保障房地产企业的项目开发收益,在进行销售定价时不得过于盲目,在考虑土地增值税税费因素的基础上,还需结合房地产开发成本、市场需求和行业发展趋势等因素进行科学定价,这既可将税收筹划风险控制可控范围之内,也可同时保障企业的经济收益。

3.2 利息扣除筹划风险与应对

(1) 风险表现。在土地增值税清算时通常采取计算扣除的方法扣除开发费用,而在财务费用中利息支出则有两种扣除方法,一种为计算扣除,一种为据实扣除,由于两种扣除方法所产生的税收结果不同,可以将此作为税收筹划的切入点。计算扣除操作方法如下:一种是对企业利息费用偏大的状况,且能够出具金融机构证明的情况下,可进行转让项目计算分摊,如不高于银行同类型贷款的利率则可据实扣除;一种是对企业利息费用较少或者利息费用偏大,但无法提供金融机构证明的情况下,则不能采取转让项目计算分摊的方式,此时则需要以项目开发成本和土地使用权支付资金之和的10%来扣除开发费用。实际进行税收筹划时可以对这两种扣除方式哪种费用更低,且符合企业实际情况,选择最优的筹划方案达成控制税负的目标。但实际落实的过程中可以发现,存在企业认定标准与税务机关认定不一致的状况,致使企业需要面临较大的税务风险。

(2) 应对对策。对于此类问题,建议企业相关的税收筹划人员积极学习最新的税收政策和法律法规,并且与税务机关建立有效的联系,对于其认定标准和习惯进行全面了解,通过有效的沟通掌握税务机关的审核规律。在此基础上,方能使企业的税收筹划行为均符合标准要求,确保税收筹划方案制定均在合法范围内,满足优惠政策和税收认定的基本要求。通过规范税收筹划的行为和选择正确的筹划手段来控制税务风险。

3.3 可扣除项目金额筹划风险与应对

(1) 风险表现。增加可扣除项目金额是税收筹划的常用手段之一,但部分情况下,企业存在盲目增加项目成本费用的状况,希望通过增加成本费用的扣除金额来降低土地增值税。而实际上,并不是所有的成本费用均在可扣除项目金额的范围之内,且税务机关对于此种避税方法并不认同,当税务机关针对企业进行税务稽查时,如出现不合理增加项目成本费用作为扣除项目金额的状况则会增大漏税和逃税风险。

(2) 应对对策。为能有效控制税收筹划风险,需要在确定可扣除项目金额时全面符合优惠税收政策中的条件和土地增值税中的清算规定,最好是与税务机关做好沟通,确保在可扣除项目金额认定方面得到税务机关的认同。另外,在土地增值税的相关法规中指出,普通标准住宅的土地增值额如未超出可扣除项目金额的20%,即可免征土地增值税。因此,企业可以立足于相关税法规定的条件,对收入和扣除项目金额进行合理调整,使其具备免征资格,达成减轻税负的目标。

结语

房地产企业的经营收益在很大程度上受到税费支出的影响,尤其是其中的土地增值税占比较大,且房地产的成本类型众多,也为土地增值税的清算工作带来了较大的难度,一旦项目清算不全则会带来税收风险。因此,在今后的税收管理工作中需要重点关注土地增值税的清算问题。此外,还要求相关的税收筹划人员科学解读税收法律法规以及优惠税收政策,通过有效的调整使企业满足优惠税收政策要求,达成合法避税的目标。

参考文献:

- [1] 黄小迪, 王伟. 房地产企业土地增值税税收筹划相关问题及对策[J]. 老字号品牌营销, 2023(03): 53-55.
- [2] 李连仲. 大连市房地产企业土地增值税税收筹划研究[D]. 河北经贸大学, 2022.
- [3] 张丽. 房地产企业土地增值税税收筹划及清算技巧探索[J]. 会计师, 2022(06): 32-34.
- [4] 沈小丽. 基于税收临界点的房地产企业土地增值税筹划分析[J]. 纳税, 2021, 15(36): 38-40.

作者简介:

王永(1986.04—), 男, 汉族, 重庆人, 本科, 中级会计师, 研究方向: 房地产企业税收筹划

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125062

浅谈企业人力资源管理的发展趋势

王 倩

河北省煤田地质局第二地质队, 中国·河北 邢台 054001

【摘要】人力资源管理是企业经营的一个重要环节,它对企业的整体发展起着举足轻重的作用。随着计算机技术的迅速发展,企业人力资源的信息化管理成为必然。从企业经营的角度来看,企业的发展与竞争主要依赖于人力资源管理工作成效。

【关键词】人力资源; 企业管理

Discussion on the Development Trend of Enterprise Human Resource Management

Qian Wang

The Second Geological Team of Hebei Coalfield Geology Bureau, Xingtai 054001, Hebei China

[Abstract] Human resource management is an important link of enterprise management, it plays a decisive role in the overall development of enterprises. With the rapid development of computer technology, the information management of enterprise human resources becomes inevitable. From the perspective of enterprise operation, the development and competition of enterprises mainly depend on the effectiveness of human resource management.

[Keywords] Human resources; Enterprise management

人力资本是企业战略资源,是企业核心能力形成和实现战略目标的保证。对战略型人才进行专门的管理,对于实现战略目标具有重大的现实意义。目前,我国经济处于转型期,企业的人力资源管理仍有诸多问题,许多企业的人力资源管理体系主要侧重于技术层面和运作层面,而不能真正参与到企业的战略决策中去。在实施战略的过程中,由于缺乏对人力资源管理的创新意识,不能通过制定人力资源管理的政策和体系,并根据实际情况进行相应的调整,从而获得竞争优势。为此,必须对人力资源的管理进行理论与实际的创新。

1 企业人力资源管理的现状

1.1 人力资源管理缺少战略部署

战略导向、战略驱动和战略约束是企业人力资源管理的重要特征。所谓战略部署,就是把长期、准确的规划,渗透到整个人力资源的各个环节。只有如此,才能实现持续性和动态化的人才管理目的。但是,目前国内大部分的企业,尤其是国有企业,对政策的依赖程度比较高。而由于我国的政策自身的大变动,使得很多公司忽视了人力资源管理战略的制订。据调查,大部分企业领导者对人力资源管理策略的制订和实施不够深入,并不能始终

如一地执行人力资源管理战略,并且还有部分企业仍然沿用摸着石头过河的做法,这就大大降低了人力资源管理的有效性,增加了人力资源管理的风险,从而严重影响人力资源管理的核心能力^[1]。

1.2 人力资源管理缺少制度保障

“以人为本”是一个很有说服力的思想理念,但是“以人为本”的载体是什么,如何贯彻落实这一理念思想,是很多企业都没有深入研究的问题。事实上,这是一个很简单的事实,如果没有健全的制度作为后盾,即使是再开明的领导人,也很难使人性化的管理得以长久地实施。正是由于我国很多企业的领导干部思想不够重视,行动不到位,一旦遇到班子调整、人员升迁等情况,就会不知不觉地改变“以人为本”的作风,使得“以人为本”的人力资源管理思想成为空谈。

1.3 人力资源管理缺少主体意识

人力资源管理的目标是通过各种形式的人性化管理,充分调动员工的积极性和创造性,使员工对公司有一种强烈的归属感和认同感,从而促使员工为公司做出自己的贡献,进而实现自己的价值,达到公司和雇员之间的双赢局面。当前,我国企业职工

主体性意识已经减弱到了令人担忧的地步,企业与员工之间的矛盾日益激化,存在着单纯的利益关系,公司对雇员的吸引力日益减弱,员工对公司的感情也日益淡漠,遇到问题不能及时反映,从而导致问题得不到有效解决^[2]。长此以往,员工自然很难与企业主动团结起来,而人力资源管理主体的缺位危机也逐渐显现。

1.4 人力资源管理缺少自我约束机制

为达到企业人力资源管理目标,必须建立起一套行之有效的人力资本经营体系,建立完善的人力资本管理制约制度,这不仅可以发挥出有效的激励作用,而且也职工自身的行为约束提供了保证。然而,在新旧体制的双重作用下,我国大部分的公司都在进行着持续的变革与摸索。上述问题充分体现了我国企业在人力资源管理中的不够成熟,存在着高度的人政治意识和经验支配意识,这些问题极大地降低了企业的人力资源管理水平,并对其核心能力的形成产生了一定的影响。

1.5 新时期企业人力资源管理的发展趋势

1.5.1 人力资源战略与企业战略趋于统一

目前,越来越多的企业意识到,自身要想取得或维持竞争优势,就必须把战略计划与人力资源战略作为公司未来发展的重中之重,二者必须密切配合。由于企业战略计划中的每一个要素都含有人力资源的因素,这些因素都需要得到人才的支持。人力资源策略是企业发展战略中的重要内容,它主要是为了提升人才的素质,特别是在企业发展过程中要具备的各项能力。通过人力资源的培训和发展,可以使企业的现有技术和企业发展所需要的技术水平之间的鸿沟缩小到最小。人力资源战略的实施,主要是为了给员工创造更多的发展空间,让他们有更好的发展空间,让他们在持续的潜力发展中,与公司共同发展。同时,企业的人力资源管理策略能够促进企业的人力资源管理效率,使人力资源管理工作更具科学性。

1.5.2 更加注重柔性管理模式的应用

随着社会生产力的不断提高,知识经济时代的来临,传统的人力资源管理模式已不能满足新的发展需要,在新的历史条件下,出现了一种更为灵活的管理方式,即柔性管理。这一管理模式核心理念是提升员工管理的质量,缩短管理者和被管理者之间的距离,实现企业与雇员之间的关系从雇佣到合作的转变,从过去的多层次管理到扁平化管理,管理思维方式也变得更加灵活。这样的管理,可以让员工有更多的自由度,让员工的积极性、创造性、主动性、自主性都得到了很大的提升,灵活的管理对员工的需求也会有很大的影响^[3]。避免因为

管理人员太多,导致报告过多,从而延误时间。这样的管理模式有利于更好地实现“人尽其才”的目的,让企业能够在市场竞争中更好地作出正确的决定。灵活的管理可以促进人与人之间的相互联系,还可以增进员工和同事的感情,增强团队的凝聚力,解决后顾之忧,使他们可以专心工作。在信息经济时代,以人为本的柔性管理将成为企业人力资源管理的必然趋势。

1.5.3 更加注重员工职业生涯管理

随着时代的不断发展,员工的职业生涯管理已成为企业人力资源管理的一个重要组成部分,正日益得到企业的重视和应用。职业生涯管理是指企业通过指导、协助员工确定职业发展目标、设计职业发展路线来实现组织和个体的发展目标。马斯洛的需求层级说认为,人的需求水平是有差别的,总体来说,在满足了较低的需求之后;人类会有更高的需求。在当代,人们从事某种职业的目的,除了满足家庭生活的需求外,还具有自我发展和自我实现的更高的需求。工作不仅是一种生活方式,更是一种实现生活价值的机会和舞台。对于企业和员工而言,企业的发展依赖于员工的努力,而员工的个人发展也离不开企业的支持。所以,实行职业规划管理的出发点是要充分面对个体的自我发展和自我实现的需求,将个体的发展和公司的发展目标相结合,实现企业和员工个体的“双赢”。公司必须在充分尊重员工的个性与需求的前提下,根据其自身的能力与潜能,持续地为其指引奋斗的目标与方向,并在企业内部为其提供合适的岗位,为雇员提供平等的就业培训,使他们有充分发挥自己才能的空间,并能达到自己的职业目标。通过这种方式,可以有效的调动员工的主动性和积极性,使他们在工作中获得持续的满足感和成就感,只有如此,企业的经营目标与可持续发展才能得以实现。

1.5.4 重视绩效考核对于管理的推动作用

企业的利益获取与发展目标的实现,依赖于员工的工作表现,为了促进企业发展,取得竞争优势,必须对员工工作行为与绩效考核进行有效的管理。当今世界经济正朝着一体化方向发展,国内竞争和国际竞争日趋激烈,各大公司都在为提升自身的核心能力而奋斗,而现代企业之间的竞争已不再局限于资金和技术,更重要的是,企业的人力资本和企业的人力资源管理能力。绩效评估是企业人力资源管理的一项重要工作,它在实现企业的经营职能方面具有举足轻重的地位。所有的经营行为,其终极目标都是要使其工作效率得到提升。要想提高工作效率,确保管理决策的正确性,就需要对企业的运作和员工的实际工作状况进行全面的分析,从而做出相应的决策,如员

工晋升、工资管理、职位分配等。在绩效管理中, 一个很重要的方法就是通过不断地激发员工工作热情, 来提高他们的工作效率。在员工的工作表现不能满足企业的预期和需求的情况下, 绩效管理应当对其进行改进。基于绩效考评在企业中的重要地位, 企业在开展人力资源管理工作时, 应该更多地从日常工作中解放出来, 注重业绩评价, 以提高员工和公司的整体实力。

1.5.5 人力资源管理的投入将不断增大

从科学技术的视角来看, 由于计算机技术的发展, 科技呈现出几何式的飞跃, 人类已步入资讯大爆炸的时代。对于企业员工来说, 在解决了温饱问题之后, 工作就变成了一种持续的学习, 是一种自我增值的投资。员工不但注重工作质量, 而且注重学习新知识和新技术, 使自己的人力资本增值。因此, 企业可以通过培训活动, 使员工的技术水平得以提升, 个人能力也得到增强, 而企业也因员工个人发展及个人的努力而受益。员工与企业不仅共同承担了培训成本, 并且也共享其利益, 这就是公司与员工之间的共同发展。同时, 由于受过专业训练, 尤其是专业的职业训练, 使得他们在企业的外在价值低于企业的内在价值, 因此他们必然会选择与公司的命运紧密相连。企业可以针对自己的实际情况, 制定多层次、多渠道、多形式的行业培训, 以提升员工的专业技术水平, 改善他们的工作态度。

2 适应企业人力资源管理发展趋势的策略

2.1 不断完善人力资源市场

健全的人力资源市场是评价人力资源价值、合理配置人力资源、创新人力资源管理的有效保证, 并且对于提高企业的核心竞争力也有很大帮助。人力资源市场的建设与完善要依靠国家的支持, 其重点应该是对人才市场进行分类引导和政策规范, 建立公共信息平台, 及时准确地提供有力的监督和调控, 具有前瞻性的规划、引导人才开发等方面的工作。同时, 还要考虑到当前社会所面对的主要矛盾与问题, 例如: 推进城市化发展、转变流动人口、增加财政支出等。为了更好地满足工业化发展对人才的需求, 必须从总体上提升新城市人口的素质。只有如此, 企业的人力资源管理才能在广阔而坚实的活动平台上, 为公司的快速发展寻找到有效的人才支撑。

2.2 不断提升企业战略地位

现代人力资源管理与传统的人力资源管理有很大的不同之处, 就是要从长远的发展角度, 寻求各种人力资源的支撑, 这既要看数量的积累, 也要看结构的优化, 以及综合效率的提

升。我国许多企业因缺少人力资源发展策略, 多数只是“就事论事”, 面对社会发展的迅速改变, 形势发生了逆转, 人们感到不知所措。所以, 企业应该跳出传统的思维方式, 将目光投向更广阔的未来, 从企业的长远发展角度, 对人力资源的各项内容、方法、评估和评估标准进行设计, 并积极地针对公司的实际情况和问题做出相应的调整, 由被动的适应转变为积极主动的创新。

2.3 凝练企业核心动力源

对于一个企业来说, 要想始终维持自己的竞争力, 在激烈的市场竞争中立于不败之地, 就必须有一套以科学发展观为指导的核心价值体系。这不但是一个企业的精神所在, 更是一个永无止境的动力源泉。作为一家企业的人力资源经理, 应当将价值体系的构建当作义不容辞的职责。凝聚核心价值观就是要持续提高企业全体职工所遵守的道德准则, 大力建设企业文化, 真正实现以企业文化建设促进企业健康发展的目的。凝聚核心价值观也要顺应社会发展和市场形势变化, 明确企业的发展目标, 使之与社会、与时代接轨; 凝聚核心价值体系, 就是要为员工创造一个良好的文化环境, 让员工感受、体验、认同这个价值体系, 并从中得到收益, 助力企业可持续发展。

3 结语

总之, 对于企业来说, 人力资源管理理念和管理方式并非一成不变, 是随着时代的发展而变革, 发展趋势与时代紧密相连。企业必须重视人才的培养和发展, 并借鉴国外的经验, 把先进的人力资源管理方法本土化, 创造出适合我国国情的新的管理模式。通过这种方式, 可以有效地提高员工的技术水平, 充分挖掘和发挥员工潜力, 以达到企业的最大价值, 增强企业在复杂、多变的经济环境中的适应能力, 从而保证我国企业能够在国际市场上站稳脚跟。

参考文献:

- [1] 周潇, 胡恩华, 单红梅. 企业人力资源管理实践与工会实践的耦合构念和维度研究[J]. 外国经济与管理, 2021, 43(7): 18.
- [2] 聂琨. 新经济时代下化工企业人力资源管理——评《绩效管理》(第四版)[J]. 塑料工业, 2022, 50(7): 1.
- [3] 唐晓红. 基于企业人力资源绩效管理在大数据背景下的新方法探索[J]. 商业观察, 2021(23): 85-87.
- [4] 许彩霞. 我国中小企业人力资源管理外包的风险及对策研究[J]. 2021(2011-5): 33-35.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125063

探析国企混改动因及实现路径

陈 曦

西安工程大学, 中国·陕西 西安 710600

【摘要】国有企业是我国市场经济份额中不可或缺的一部分,是国民经济的重要组成部分,随着市场经济的发展,国有企业管理和运行的弊端也逐渐显现,面临运行效率低下、竞争力弱、管理机制存在缺失等困境,改善国有企业的运行模式已显得十分重要,而国有企业混合所有制改革,是国有企业焕发企业活力的重要方式,通过混改,能够激发企业活力,提升企业竞争力,完善企业管理机制等,越来越多的国企也必将进行改革。本文通过对国有企业的现状以及混合所有制改革的动因进行研究,阐明混改的实施方式,为后续的国有企业混改提供借鉴。

【关键词】 国企混改; 动因; 路径

Explore the Reason and Realization Path of Mixed Change in State-owned Enterprises

Xi Chen

Xi'an Engineering University, Xi'an, Shaanxi, 710600

[Abstract] State-owned enterprises is an indispensable part of China's market economy share, is an important part of the national economy, with the development of market economy, the disadvantages of state-owned enterprise management and operation also gradually emerged, facing low efficiency, weak competitiveness, lack of management mechanism, improve the operation mode of state-owned enterprises is very important, and state-owned enterprises mixed ownership reform, is an important way of state-owned enterprises, through mixed reform, can stimulate enterprise vitality, improve enterprise competitiveness, improve enterprise management mechanism, etc., more and more state-owned enterprises will also reform. By studying the current situation of state-owned enterprises and the motivation of mixed ownership reform, this paper clarifies the implementation mode of mixed reform, and provides reference for the subsequent mixed reform of state-owned enterprises.

[Keywords] State-owned enterprise mixed reform; Motivation; Path

1 国有企业现状

根据国家调查显示,2020年我国国有企业法人单位数为82155个,而从中央企业产权登记数据了解到,越来越多的国有企业为响应国家政策,走上了国有企业混合所有制改革的新路径,混合所有制国企占比越来越高,成上升趋势,2013年-2017年中央企业及各级子企业中混合所有制企业户数占比65.7%提升至69%。

通过对同花顺 iFind 截止2021年8月31日的收盘数据进行统计,显示在A股上市的一共有4455家企业,其中存在1298家企业都是国有控股上市公司(包括央企国资控股、省属国资控股、地市国资控股以及其他国有控股企业),占比约为29.14%,并且根据其首发上市的日期上研究,仅2021年,就有37家国有控股公司实现上市,从并购数据看,剔除其中并购失败的案例,今年以来,涉及国有控股上市公司的并购事件共512起,其中,142起已完成,还有370起正处于稳步推进中。多方面数据都

在表明,国有企业进行混合所有制改革是国企焕发内生活力的大势所趋。

2 国有企业混改的动因

国有企业是我国经济稳步发展过程中,不可缺少的中坚力量,在面对市场经济新发展局面,国有企业逐渐显现一些弊端,如何进一步发挥国企的优势,提高企业竞争力,是国企现阶段所要解决的问题。国有企业想要转型升级可以从外部环境以及内部需求两个层面来分析原因,首先从外部的环境因素上看,自从国家提出国有企业深化改革,实施混合所有制改革的新方式,国家就不断出台政策文件,帮助和指导企业深化改革,在2015年,党中央、国务院颁布《关于深化国有企业改革的指导意见》,其他相关部门也配套出台了《关于国有企业发展混合所有制经济的意见》等一系列的文件,形成了国企混合所有制改革的“1+N”文件体系,为国企混改的方案提供了顶层设计指引,在2018年的政府工作报告中也将“稳妥

推进混合所有制改革”列入“深化基础性关键领域改革”之中，可以看出国企深化混合所有制改革是大势所趋。从内部需求方面来看，国企股权的集中程度较高，导致公司治理制度存在一定的缺陷，难以发挥外部市场对公司的治理作用；同时，一些国企的用人激励机制不够完善，优秀的人力资源是一个企业发展壮大不可或缺的因素之一，国企往往存在晋升难、激励措施短缺等问题，员工的积极性无法调动，也易造成人才流失等问题；国企虽然拥有较强的资本支撑，若仍保留着相对陈旧的规章制度和不完善的企业机制，会导致企业内部僵化以及运行效率低下等问题。通过混改，引入非公有制的资本以及更为灵活高效的管理机制、企业文化、市场化机制，实现相互融合取长补短，能够有效提升国企的综合竞争力。

3 国企混改实现路径

通过对现有文献以及国企混改的案例研究，归纳出国企进行混改可以通过以下方式实现：

3.1 改制上市

改制上市是指，通过对公司自身的所有制架构进行改变，将原先的完全的国有制改革变成股份制，并在资本市场公开发行股票，完成上市融资的方式，改制上市需要按照《公司法》、《股票发行与交易管理暂行办法》等法律法规的要求，进行股票发行上市，通过改制上市，能够使帮助企业建立完整的产供销运营体系，提高企业的资产运行效率和质量，优化组织架构和资产结构，发挥企业自身优势，给企业注入新的资本活力，提升企业行业地位。国企上市有公司整体上市、子公司上市以及将自身的资产直接投资给已上市的子公司三种上市方式，完善企业的委托代理关系，促使企业的所有权与经营权分离，实现真正的混合所有制改革。改制上市第一步依据本企业的自身情况，寻求上市的时机；第二步聘请中介机构，制定改制上市的重组方案，包括资产重组、人员重组、业务重组以及组织重组；第三步引入战略投资者，签订协议，确定企业股权结构，并将改制方案、股权架构以及想要设立股份公司的申请报省级人民政府批准；第四步进行工商登记，设立股份公司；第五步聘请证券公司等中介机构，依据上市公司的要求，对企业的工作进行指导，在一年后，报中国证监会派驻当地的机构对指导工作进行验收；第六步依照中国证监会首次公开发行上市要求，报送上市申请材料；第七步证监会对材料进行审核，审核通过后，由第三方证券公司组织发行承销企业股票；第八步交易所挂牌上市，通过这八步能够使企业完成对自身的改制上市。例如，大汉控股集团有限公司采用控股子公司上市的方式，大汉控股(集团)钢材贸易有限公司是其旗下的一家子公司，通过对大汉钢贸的改制上市，实现国企的混改新模式。

3.2 并购重组

并购的方式包括横向并购、纵向并购以及混合并购三种，

实施并购会使企业的控制权实现转移；而重组则不会使控制权转移，它是将企业的现有资源进行整合。国有企业的并购重组是通过收购非国有资本来进行实现的，通过两种资本的融合，优化国有资产结构，实现国有资产的增值保值，以此实现企业利益最大化。目前，我国市场经济存在中小企业竞争过度、行业集中度过低等问题，很多国企低效但业务种类繁多，产能过剩，其企业的主营优势不明显，想要实现国有企业的做大做强，并购重组无疑是一种有效的方式，可以推动国有资本开拓前沿性产业、核心领域等产业，向具有核心竞争力的强有力企业靠拢。国企的跨国并购重组，能够打破国外企业的垄断，增加我国国企在国际市场上的影响力与竞争力，维护国家形象，保障国家权益。国企的并购重组要注意制定完善的并购重组方案和决策体系，要保障并购重组过程中有强有力的金融资本支撑，要完善国企并购重组多方利益方之间的协调制衡，建立健全并购重组过程中的监督机制。例如，南京熊猫电子企业通过收购深圳京华电子企业部分股权进行了重大的资产重组，南京熊猫电子企业通过以现金收购的方式收购了熊猫集团所持有的深圳京华电子的股份，在深圳京华电子董事会上占有一席之地，本次交易，是南京熊猫电子企业与熊猫集团之间的交易，它是南京熊猫集团的控股股东之一，这次交易并不会使南京熊猫电子企业的实际控制人发生变更。深圳京华电子企业是世界 500 强、是大型国有综合性 IT 集团企业——中国电子信息产业集团有限公司（中国电子）旗下的高端制造明星企业，主要从事智慧城市、智能装备、智慧办公、高端制造业四大领域产品生态的研发与建设，形成了全年产能超千万台的规模制造平台；公司拥有 40 余年消费类电子产品经验，积累了深厚技术，具备强大的研发能力，具有丰富的行业定制经验，系统、严谨、高效的产品设计生产体系；南京熊猫电子企业以现代数字城市、工业互联网与智能制造、服务型电子制造为三大主营业务，重组双方在业务方面具有一定的重合性，通过两者的资产重组，有利于扩大南京熊猫电子企业电子产品的销售渠道，也可为南京熊猫电子企业研发电子产品提供强有力的技术保障，扩大企业的影响力和知名度，提高企业的资产规模和收入，提升公司的竞争力。

3.3 引入战略投资者

战略投资者是指，具备一定资金、管理、人才等优势的投资人，这些优势能够为企业提供雄厚的资本支持、先进高效的管理经验和管理体系，能帮助企业提高运行效率，提高企业市场占有率，从而提升企业竞争力，这种投资一般是与企业达成长期合作的大型企业，一般来讲，战略投资者往往存在与企业业务高度相关、能够参与到公司治理、资金流稳定、追求长期战略投资等特征，在引入战略投资者时，首先要在符合国家法律法规的前提下与国有企业达成一致，签订认购股票协议，通过两者资本的融

合,实现与国有企业的优势互补。战略投资者的引入可以实现股权分散和制衡的效果,在一定程度上避免国有股东“一股独大”的局面,完善国有企业治理机制,焕发国企活力。例如,中国黄金通过引入中信证券投资有限公司、北京建信股权投资基金等6家新股东,新增注册资本共计58148万元。这些企业为中国黄金的电商平台、拓宽销售渠道以及下游经销商管理扩建提供了强有力的支撑,提高了中国黄金的销售收入,中国黄金销售额在京东商城销售2020年上半年排行第一,也使中国黄金的负债由63.51%降低至39.2%,实现了企业双赢。

3.4 员工持股计划

员工持股计划是一种企业内部激励方式,它诞生于20世纪中期的美国,近年来,在我国混改采用的路径中也较为常见,据调查显示实施员工持股计划的企业在2014年时还仅仅只有2家,而到2017年时,已经有170余家,该路径是企业分配方式的创新形式,其核心就是股权转让的方式,使员工与管理者形成利益共同体,将企业的一部分利润分享给企业的员工,充分调动员工工作的积极性,提升企业生产、销售运行效率,促进企业发展,也实现了利润的公平分配,员工持股计划,有助于完善我国分配制度,解决效率与公平之间的矛盾,如果员工愿意参与到企业的持股计划中去,也能表现出员工对企业的发展前景持正面看好的态度。

3.5 管理层股权激励计划

管理层股权激励计划是员工持股计划里更加具体的一种,它将股权转让的受众范围定义在了管理层,通过发行股票期权或者限制性股票对管理层进行股权的转让,仅仅对于管理层实现激励,有助于发挥管理层的人力资源的优势,有利于留住企业的核心骨干人才,做到防止人才外溢,提升企业人才资本积极性,提升企业运营收入,提升企业运行效率与发挥内在价值。

4 国企混改一般流程

对国企混改过程的归纳,总结出国企混改的一般流程:

1. 可行性研究: 国企应该按照相关文件和政策,对自身进行混改的必要性以及可行性进行充分的评估,参考同行业其他企业的混改方式,根据自己所处的行业类型以及业务范围,对实施的混改进行社会稳定风险作出评估。

2. 制定改革方案: 从制定具体改革实施方案、工作方案以及后续员工安置方案入手,对本企业基本情况、要采用何种混改方式、战略规划、时间安排、基本原则、改革步骤、员工安置以及后续所要达成的效果和目标等情况给予明确。科学设计混合所有制改革之后的股权结构组成以及改革路径,充分降低改革成本,最大化的发挥混合所有制改革的成效。

3. 履行内部决议程序: 拟进行混改的企业应该按照公司章程和管理制度对改革方案进行决策,要保障员工的知情权与参与权,通过商讨决议,将商讨的结果形成合法有效的书面

决议。

4. 履行决策审批程序: 要严格按照《关于进一步推进国有企业贯彻落实“三重一大”决策制度的意见》(中办发[2010] 17号)的实施办法,首先进行调研论证,其次召开决策会议进行集体决策,如果过程中存在产权出让的,应该报国资监管机构审批。

5. 开展审计评估: 评估过程工作主要包括: 清产核资、划定范围、审计评估等环节,在这些环节之中,首先要先明确改革的资产范围和总额,对范围的确定后,再聘请第三方中介机构进行审计,并且履行资产评估备案,从而作为资产交易定价的依据。

6. 引入非公有资本投资者: 如果企业想要通过引入非公有企业实现混改,可以通过市场化平台,以公开、公平、公正的方式进行,主要方式包括: 增资扩股、转让部分国有股权、首发上市(IPO)、上市公司股份转让、发行证券、资产重组等,引入非公有资本投资者在原则上要遵守公平竞争原则。

7. 推进运营机制改革,在混改实施中,不断要完善企业管理制度,健全公司规章制度,规范股权架构,运用各种激励制度,明确国有资本与非国有资本的控制范围和方式,深化三项制度改革,充分调动员工工作积极性和主动性。

5 结语

国有企业从产生以来,对我国市场经济、社会稳定、文化发展做出了不可磨灭的贡献,积极推动我国GDP增长以及国民收入稳步发展,但随着经济全球化以及市场经济的冲击,民营企业崛起,国企在运行等方面也面临着不少的困境,混合所有制改革是国有企业改革发展的重要举措,但很多企业存在“一改就乱”的局面,改革不是一蹴而就的,是要构建一个股权结构合理、治理结构完善的企业,近年来,我国越来越多的国企参与到国企混改的行列之中,积极探索国企混改的新路径新方式,不断提升国企运行效率,帮助焕发国企内生动力。

参考文献:

- [1] 国资委为混改企业深度转换经营机制“鼓劲”明确提高上市公司质量等重点. 网址: <http://finance.ce.cn/stock/gsgdbd/202109/01/t20210901-36867905.shtml>.
- [2] 江平, 卞宜民.《中国职工持股研究》,《比较法研究》,1999年第Z1期.
- [3] 顾远. 引入战略投资者是国企改革战略举措与重要路径[J]. 现代商业, 2019(13): 111-113.

作者简介:

陈曦(1998-),女,汉族,陕西商洛人,研究生,西安工程大学,研究方向: 会计。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125064

数字经济时代行政事业单位会计信息化建设的挑战与应对

邵甜甜

襄阳市公共检验检测中心, 中国·湖北 襄阳 441000

【摘要】数字经济时代,我国会计信息化建设工作已经进入新的发展阶段,面临着新的挑战。行政事业单位要加强会计信息化建设,提升自身管理水平,更好地适应数字经济时代的发展要求。本文分析了当前行政事业单位会计信息化建设面临的挑战,并从优化人才结构、加强基础设施建设、提高财务信息安全质量等方面提出了应对措施,以期为相关从业者提供参考。

【关键词】数字经济; 事业单位; 会计; 信息化; 建设

Challenges and Response of Accounting Informatization Construction of Administrative Institutions in the Era of Digital Economy

Tiantian Shao

Xiangyang City Public Inspection and Testing Center, Xiangyang 441000, Hubei, China

[Abstract] In the era of digital economy, China's accounting information construction has entered a new stage of development and is facing new challenges. Administrative institutions should strengthen the construction of accounting informatization, improve their own management level, and better adapt to the development requirements of the digital economy era. This paper analyzes the challenges faced by the current accounting informatization construction of administrative institutions, and puts forward countermeasures from the aspects of optimizing the talent structure, strengthening the infrastructure construction and improving the quality of financial information security, in order to provide reference for relevant practitioners.

[Keywords] Digital economy; Public institutions; Accounting; Information; Construction

随着数字经济时代的到来,国家对各行业信息化建设的 yêu求越来越高,作为国家治理体系中重要组成部分的行政事业单位,其会计信息化建设也迎来了新的发展机遇。当前,我国已进入数字经济时代,以大数据、云计算、人工智能为代表的数字技术在各领域得到广泛应用,国家对于会计信息化建设也提出了新要求,即要求行政事业单位加快会计信息化建设,提高会计工作效率。

1 概述

会计信息化是会计发展的必然趋势。在信息技术不断发展的背景下,行政事业单位实现会计信息化,能够推动财务管理工作的创新,并使财务管理工作更加智能化、精细化。在信息技术的支持下,行政事业单位对会计业务处理进行信息化升级改造,可以提高会计工作效率、提升会计信息质量。但是

当前,行政事业单位在建设会计信息化过程中存在着许多问题,这些问题严重制约了行政事业单位的发展。因此,在这种时代背景下,我国行政事业单位必须紧跟时代发展步伐,积极探索创新、改革创新,推动会计信息化建设。

2 当前会计信息化建设面临的挑战

近年来,我国数字经济发展迅猛,数字技术在各行业、各领域的应用越来越广泛,为企业发展带来了新机遇。从会计信息化建设来看,一些行政事业单位的会计信息化建设工作已经取得了较大进展,但在信息系统建设、人员素质等方面仍存在诸多问题,严重影响了会计信息化工作的质量和效果。具体表现为以下几个方面。

2.1 会计信息系统建设不完善,信息安全存在风险

目前,我国行政事业单位会计信息化技术水平较低,单位

内仍有部分人员对会计信息化存在抵触心理,认为会计信息化建设会给单位带来安全风险,对会计信息化工作存在排斥情绪。同时,部分行政事业单位领导对会计信息化建设重视程度不足,只关注财务工作的开展,忽视了会计信息化建设对单位的其他方面产生的积极影响。此外,随着我国电子政务的快速发展,政府内部也开始了数字化办公模式,行政事业单位采用电子政务系统进行日常工作汇报、交流和沟通等。但目前我国大多数行政事业单位仍采用纸质文件进行日常办公,纸质文件易受到病毒、黑客等侵害导致无法正常使用。因此在数字经济时代下,行政事业单位要高度重视会计信息化建设工作,不断完善相关技术手段,保障信息安全。

2.2 会计人员素质参差不齐

有的行政事业单位的财务管理人员思想观念落后,仍沿用传统的财务管理模式,无法满足现代社会对行政事业单位财务管理的需求。同时,有些行政事业单位没有意识到会计信息化建设对单位发展的重要性,导致其工作人员对会计信息化建设重视程度不够,对会计信息化建设的认识存在偏差。另外,行政事业单位中很多财务管理人员业务能力不足,不能将信息技术应用到财务管理工作中,缺乏先进的技术手段来辅助财务管理工作,无法及时发现和解决会计信息系统中存在的问题。因此,需要行政事业单位重视会计信息化建设工作,加大对财务管理人员的培训力度,提高其业务能力和职业素养。

2.3 内部控制制度不够完善

行政事业单位在会计信息化建设中,需要制定有效的内部控制制度,这是提高会计信息化建设水平的重要保证。然而,由于受传统思想观念的影响,目前我国很多行政事业单位没有意识到内部控制制度的重要性,没有制定专门的内部控制制度,更没有按照会计信息化建设要求建立完善的内部控制制度,导致会计信息化建设缺乏有效的内部控制制度保障。在当前数字化发展背景下,单位财务管理人员需要认识到完善会计信息化建设内部控制制度的重要性,并针对会计信息化建设过程中出现的问题及时整改。

2.4 软件不兼容

行政事业单位的信息化系统大多是从传统会计软件中改进而来的,无法兼容其他软件。由于各软件之间存在数据接口不一致、数据传输不畅通等问题,导致部分财务数据无法传输到其他软件中,增加了信息孤岛现象。现阶段行政事业单位对会计人员的要求并不高,这导致很多会计人员只会简单地进行会计核算工作。部分会计人员由于没有接受过专业培训、对会计信

息化缺乏了解,所以在日常工作中不能适应单位会计信息化建设需求。三是数据安全存在隐患。数字经济时代下信息技术应用广泛,网络环境也变得更加复杂多变。在实际应用中存在着数据信息泄露、篡改、删除等安全问题。一旦这些问题出现在网络上或传输过程中就会对财务数据造成极大的危害。

2.5 会计信息的真实性难以保证

在数字经济时代下,由于网络信息技术的高速发展,很多会计信息通过网络传输到各个单位中。由于网络环境复杂多变、安全意识不强、系统设计缺陷等问题影响了会计信息的真实性,导致很多单位都存在会计信息失真、虚假等情况。

3 加快行政事业单位会计信息化建设的对策

在数字经济时代,行政事业单位会计信息化建设不仅可以提高会计核算质量,还可以为单位的经营决策提供科学有效的信息支持。从目前行政事业单位会计信息化建设现状来看,普遍存在内部控制制度不够完善、财务管理观念落后、会计信息化技术水平较低等问题。行政事业单位要想有效提高会计信息化建设水平,必须在充分了解数字经济时代下会计信息化建设的必要性基础上,结合实际情况制定科学合理的发展规划,以此为基础促进行政事业单位会计信息化建设的顺利实施。

3.1 加强复合型会计人才的培养

会计信息化建设需要大量高素质复合型人才,这就需要行政事业单位要建立一支综合能力强的专业队伍。首先,要加大对会计信息化方面的培训力度,确保会计人员能够掌握最新的信息技术知识和技能,提高会计人员的职业素质和业务水平。其次,要强化对会计人员的职业道德教育,提高会计人员的职业素养。再次,要加强对复合型会计人才的培养力度,确保行政事业单位能够充分发挥自身的人才优势。最后,要积极引进优秀人才,为会计信息化建设提供优秀人才保障。总之,行政事业单位必须加强对复合型会计人才的培养力度,提高其综合素质和业务能力,为行政事业单位会计信息化建设提供可靠的人才保障。

3.2 加强会计信息化安全管理

行政事业单位应该建立完善的会计信息化安全管理体系,对财务信息系统进行实时监控,保障数据信息安全,避免信息泄露。同时要强化网络安全管理意识,构建完善的网络安全体系。各部门、各单位要积极配合,加强信息交流与沟通,及时发现并解决存在的问题。行政事业单位应该建立健全会计信息化管理制度,为会计信息化建设提供制度保障。

3.3 加大资金投入,提升软硬件建设水平

行政事业单位会计信息化建设, 需要加大资金投入力度, 提升软硬件建设水平, 从硬件方面来说, 要更新传统的会计软件, 使用先进的网络信息技术来进行会计核算工作, 不断提高会计软件的质量和安全性; 从软件方面来说, 要不断更新升级现有的财务信息系统, 满足行政事业单位财务管理的需求。硬件和软件建设都需要投入大量资金, 但是在实际应用中往往难以得到保障, 因此需要在保证硬件和软件建设质量的同时, 加大资金投入力度。一方面要对现有财务信息系统进行更新升级, 另一方面要加大对会计信息化建设所需要的硬件和软件的投入力度。

3.4 转变观念, 加强重视

行政事业单位应转变会计信息化建设观念, 重视会计信息化的重要性。只有将会计信息化建设作为行政事业单位工作的重点, 才能确保其顺利推进。首先, 行政事业单位领导应将会计信息化建设作为工作的重点内容, 积极宣传和推广会计信息化的优势和作用。其次, 行政事业单位领导应重视会计信息化建设工作, 成立专门的工作小组, 协调各部门的资源。最后, 行政事业单位应该提高对会计信息化建设工作的重视程度, 定期组织开展会计信息化相关培训活动, 提高会计人员的信息技术水平。在培训过程中, 行政事业单位可以邀请专业人士讲解先进技术和知识, 让行政事业单位员工学习到先进的信息技术和知识。

行政事业单位在进行会计信息化建设时, 需要加强会计核算工作, 将会计核算和信息技术相结合, 有效提升行政事业单位的会计核算水平。首先, 行政事业单位需要制定相应的考核制度, 加强对财务工作人员的监督和管理, 通过考核制度来促使财务工作人员积极学习新技术, 为其提供更好的工作环境。其次, 行政事业单位应该加强对会计核算工作的监督和管理, 确保各项财务数据真实有效。最后, 行政事业单位要加强对财务管理信息系统的应用和推广, 通过应用信息技术来提高财务管理工作效率。此外, 行政事业单位要强化对会计核算工作的监管力度, 制定相应的规章制度和监督体系来促进会计信息化建设水平的提升。

3.5 明确目标, 科学制定发展规划

行政事业单位要明确会计信息化建设的目标, 科学制定发展规划, 制定发展目标和具体的实施方案, 确保会计信息化建设与发展能够符合实际需要。在制定发展规划时, 要考虑到单位的实际情况和未来发展需要, 不能盲目追求高技术, 否则就

会造成资金浪费, 给单位带来不必要的经济损失。同时, 还应考虑到未来几年会计信息化建设所需资金和资源情况, 避免出现资源浪费。另外, 在制定会计信息化建设规划时, 要充分考虑到未来会计人员的具体需求情况, 确保规划的科学性和合理性。如果对会计信息化建设规划不合理, 就会导致财务部门人员专业水平不足、工作效率不高问题发生。因此, 应充分考虑到未来发展需要和现状, 科学制定会计信息化发展规划。

3.6 加大对信息安全管理力度

在事业单位会计信息安全管理工作中, 要加大对信息安全管理力度, 为事业单位会计信息的安全提供良好的保障。首先, 要建立完善的信息安全管理制度, 通过制度来约束和规范事业单位会计人员的行为, 同时也可以对事业单位会计人员进行相关法律法规知识的培训, 提高他们的法律意识。其次, 要加强对会计信息系统操作人员的管理和培训工作, 提高他们的操作技能和业务水平。再次, 要加强对信息系统管理人员、计算机操作员以及其他相关工作人员进行法律知识教育, 提高他们对信息安全工作重要性的认识。只有通过多方面的努力才能建立健全事业单位会计信息安全体系。

4 结语

在数字经济时代, 行政事业单位的会计信息化建设水平将直接影响单位的财务管理水平, 会计信息化建设不仅能提高会计信息的处理效率, 还能帮助行政事业单位提升财务管理的科学性和规范性。因此, 行政事业单位应不断完善内部控制制度, 创新财务管理模式, 提高财务管理人员业务能力, 加强会计信息化技术的应用, 确保单位会计信息化建设的顺利进行。

参考文献:

- [1] 孙赛男. 数字经济时代行政事业单位会计信息化建设的挑战与应对[J]. 质量与市场, 2023(01): 43-45.
- [2] 单单. 行政事业单位会计信息化建设研究[J]. 中国乡镇企业会计, 2022(12): 172-174.
- [3] 陈少华. 行政事业单位会计信息化建设问题及对策探究[J]. 财经界, 2022(23): 129-131.

作者简介:

邵甜甜(1993.1-), 女, 汉族, 湖北省襄阳市, 大学本科, 中级会计师, 研究方向: 财务、金融。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125065

如何提升液化天然气公司内部审计问题整改成效

刘 萍

中石油江苏液化天然气有限公司, 中国·江苏 南通 226000

【摘 要】审计发现问题的整改是确保发挥审计监督职能、体现审计价值的重要环节。本文结合液化天然气公司组织审计问题整改工作中发现的问题,对审计整改的方式方法进行探究,文章提出了要提高思想认识,全过程参与审计问题整改;全方位落实整改责任与任务;在整改中期了解整改进度;将审计问题整改工作纳入考核体系;审计整改时参照“三种整改方式”等优化措施,力求不断提升液化天然气公司内部审计问题整改成效,为推动液化天然气公司高质量发展迈向新台阶提供坚强保障。

【关键词】液化天然气公司; 内部审计; 问题整改

How to Improve the Rectification of Internal Audit Problems of Liquefied Natural Gas Companies

Ping Liu

Petrochina Jiangsu Liquefied Natural Gas Co. LTD, Nantong, Jiangsu China 226000

[Abstract] The rectification of problems found in audit is an important link to ensure that the audit supervision function is played and the audit value is reflected. In this paper, combined with the problems found in the rectification of audit problems of liquefied natural gas company, the ways and methods of audit rectification were explored, and the article proposed to improve the ideological understanding, the whole process to participate in the rectification of audit problems; Comprehensively implement rectification responsibilities and tasks; Understand the progress of rectification in the middle of rectification; Include the rectification of audit problems into the assessment system; In the course of audit rectification, the "three rectification methods" and other optimization measures are used to continuously improve the rectification effect of internal audit problems of LNG companies and provide strong guarantee for promoting the high quality development of LNG companies to a new level.

[Keywords] Liquefied natural Gas Company; Internal audit; Problem rectification

前言:

在外部经营环境日益变化的情况下,内部审计在提高企业经济效益和管理水平方面的作用,已经不仅仅是在日常的监督活动中才能起到作用了。LNG公司做好内部审计,可以解决各个层面的问题,对LNG公司的发展能起到越来越大的作用,如公司治理、内控、风险管理等。但由于内部审计质量控制水平的高低,影响了作用的发挥程度。因此,作为LNG公司管理的一个重要环节,内部审计质量水平是必不可少的。受到越来越多企业管理者的重视和赋予。

1 内部审计整改工作中存在的问题

1.1 思想上对整改工作不够重视

一个公司不重视内部审计整改工作,主要有三方面原因:一

是个别领导不重视审计整改工作,对分管业务领域查出的问题不落实整改责任,不安排部署整改工作,没有做到重大问题亲自抓、亲自管,导致业务部门对存在问题不够重视,整改工作敷衍了事;二是审计部门“重审计、轻整改”,片面的认为查出问题就已经完成任务,是否整改是相关部门的责任,没有跟踪问题整改情况,对整改完成率低、整改质量差的部门没有考核机制,导致屡查屡犯;三是个别业务部门没能把审计整改作为堵塞漏洞、提升管理的重要途径,认为内部审计是“挑毛病”,对审计部门发现的问题不以为意,导致文字整改甚至不整改。

1.2 整改责任落实不到位

在审计整改工作中,存在整改责任难以落实问题。一是存在“新官不理旧账”现象,领导干部离任经济责任审计、大的工程

建设项目竣工决算审计等项目时间跨度大，且国企内部人员调整频繁，个别人员会以业务不是自己经办、不了解情况为由，拒绝履行整改责任；二是部门之间职责不清，问题整改分工不明确，相互推诿扯皮，没有主动担当意识，甚至认为整改是审计部门的职责，导致整改责任难以落实，问题难以全面、有效整改。

1.3 问题根源挖掘不透整改深度不够

有的部门对问题整改不能透过现象看本质，不去挖掘问题背后的深层次原因，整改工作“玩文字游戏”，认为已经发生的问题再整改也没有意义，没有从源头上堵塞管理漏洞，导致同样问题反复发生。

2 提升内部审计整改成效的措施

针对内审职能由单纯的监督向监督与服务并重转变的实际，内审部门也要及时转变观念，进一步抓好审计问题的整改，充分认识到发现和查处问题仅仅是手段，参与到整改过程中来，对审计中出现的问题，积极指导和帮助被审计单位及时、全面地进行整改，实现审计的最终目的是规范管理，促进管理水平从而使内审监督和服务的功能得到体现。具体措施有：

2.1 提高思想认识，全程参与审计问题整改

当前不少公司内审部在出具审计决定书、内审部对整改材料进行核实后与其他材料一起整理归档后，被审计单位在规定时间内对问题进行整改并将整改情况函告审计机构。此外，对上一次审计中发现的问题整改情况，审计小组在下次审计时进行“回头看”，两种方式都是在没有参与中间环节整改的情况下，只盯着整改的结果进行。在笔者看来，内审处可全程参与整改，试行以下几种方式：一是要进一步强化内部审计的职能定位。在公司成长目标中融入最优化的公司内部审计组织架构，提升公司内部审计的地位和水平。为实现对内部审计工作的统一领导，保证内部审计部门独立、客观地开展工作，公司必须按照独立性的基本原则要求，突出党委对内部审计工作的领导地位。二是强化内审管理，优化内审管理体系，使内审工作走上规范化、制度化、法制化轨道。随着现代公司制度的建立和公司经营管理水平的提高，公司内部审计的范围扩大到了促进公司改革经营管理、提高盈利水平等方面，公司内部审计的范围不断扩大，公司内部审计工作对本公司存在的风险隐患进行评估，确保本公司的高效运作与发展，并通过对本公司组织内部控制进行评估。公司目标及战略的顺利实现。

2.2 全方位落实整改责任与任务

一般来说，审计整改组织实施分为“六个步骤”。第一

步成立整改工作领导小组和实施小组；第二步制定整改计划方案措施，落实责任部门及责任人；第三步按照计划组织实施整改工作，并按照节点通报进展；第四步完成整改工作后组织验收工作，对已完成事项进行销项，未达要求进行完善；第五步编制审计整改报告，并将所有整改资料进行归档备查；第六步总结整改工作及经验，对整改不力单位及人员进行问责。

审计整改工作以各单位主要负责人为第一责任人，业务领域审计整改工作由领导班子成员具体负责。对落实审计意见、采取整改措施的，被审计部门是审计整改工作的直接责任主体。对审计提出的问题逐个提出具体整改措施，被审计部门根据审计决定，组织召开了审计问题整改专题会议。审计组安排审计组长或主审人员列席审计问题整改专题会议，就整改措施是否到位、是否健全完善制度、堵塞漏洞、整改具体办理部门负责、整改时间安排是否合理等每一个问题的整改措施发表审计组长或主审意见和建议，并在审计问题整改方案中予以体现。问题整改的监督管理责任由业务主管部门承担，将整改工作与加强管理、完善制度紧密结合起来，有效促进企业规范经营和管理提升，同时，要加大对重大问题、疑难问题、共性问题、屡查屡犯问题背后的制度漏洞和机制缺陷的分析研究，从完善制度角度提出根治对策。

2.3 在整改中期了解整改进度

根据审计问题整改方案，对整改时间较长的，内审部可以通过报送中期整改情况简报、内审部及时指导帮助解决存在问题、推动问题整改等方式，要求被审计部门对整改进度、整改中面临的困难及需要说明的其他情况进行反馈。体制性、机制性的问题，

要由组织牵头解决。审计查出问题的责任主体分为被审计部门和非被审计部门，审计部门对发现问题的责任主体和责任主体的责任主体进行了划分。对非被审计部门的体制性、机制性问题整改责任主体，内审部将情况上报分管领导并征得同意后，组织召开由相关职能部门参加的审计问题整改专题会议，对审计查出的体制性、机制性问题等重大问题，共同分析原因，研究落实相应整改措施，明确整改部门，明确整改时间。对存在的问题，要从源头上加以解决。同时，对于一些问题的整改，公司有关工作人员要求具体参与。这一点主要是审计部门可以具体参与，与被审计部门共同与其他部门沟通，针对一些重大的、棘手的、牵涉到其他部门的问题进行整改。促进纠风工作平稳推进。

2.4 将审计问题整改情况纳入绩效考

评要考虑将审计问题整改情况纳入部门和个人绩效考评,以落实相关部门整改责任,提高审计问题整改效果。被审计部门的整改结果,与部门绩效考核挂钩,与部门负责人履行职责情况挂钩,与部门绩效考核挂钩。

审计发现问题的整改情况纳入绩效评价,对审计发现问题的整改落实,能够进一步加强审计成果的运用。增强审计监察工作的权威性、严肃性。将被审计部门是否依法配合审计工作、是否在规定时间内按要求落实整改、是否在规定时间内按要求书面报告审计整改结果等工作情况纳入公司的年度绩效考核,并结合实际进行细化量化,以评分机制推动被审计部门增强审计整改的自觉性和主动性,切实提升审计整改成效。该考核措施体现了公司领导对审计发现问题整改工作的高度重视,为进一步织牢审计监督“治已病、防未病”的防护网,遏制被审计部门对审计发现问题屡审屡犯、整改不力的顽症提供了有力的制度保障,有力促进了被审计部门完善内控制度,提升治理能力,为优化液化天然气公司合规管理水平全力护航。

2.5 审计整改时参照“三种整改方式”

一是复原整改方式。通过追回造成损失的资金、调整错误凭证、补充缺失的程序或流程等方式使相关问题达到合规正确状态。二是堵漏整改方式。该方式针对问题已既定事实,具有不可追溯或不可逆性,无法通过复原使其恢复到合规状态或纠错成本过高或已无纠错实际意义。整改这部分问题应着力完善制度、流程,健全机制。三是追责整改方式。对有章不循、有令不行、明知故犯、屡审屡犯,造成公司资产重大损失和重大安全事故,存在违规违纪的事项应移交上级纪检部门,依法依规追责问责。

3 结语

随着 LNG 公司内审范围的不断扩大和内审工作的逐步深入,审计风险也随之扩大,审计职能无法充分发挥,无法充分达到审计效果,无法很好地推动企业发展。为此,对 LNG 公司内

审问题的整改成效和解决问题的措施进行了研究分析。LNG 公司发展的重要导向。

参考文献:

- [1] 喻琴琴. KG 天然气公司内部审计质量控制探讨 [D]. 江西: 江西财经大学, 2016.
- [2] 热烈庆祝新中国内部审计制度建立二十五周年原中国石油天然气集团公司审计部丰任陈维忠: [J]. 中国内部审计, 2008 (10): 37.
- [3] 刘建昌. 中国石油天然气股份有限公司内部审计研究 [D]. 中国石油大学 (北京), 2002.
- [4] Liu Yi. Research on Internal Control Audit of China National Petroleum Corporation [D]. Beijing: China University of Petroleum (Beijing), 2005
- [5] 罗正东. 中国石油天然气集团公司内部审计程序研究 [D]. 北京: 中国石油大学 (北京), 2011.
- [6] Xu Qinghong. Research on Internal Control Audit of China National Petroleum Corporation [D]. Shanghai: Shanghai University of Finance and Economics, 2002
- [7] Zhang Jihai. Research on Internal Audit of Investment Decisions of China National Petroleum Corporation [D]. China University of Petroleum (Beijing), 2002
- [8] 倪立勇. 内部审计在央企财务管理中的影响 [J]. 财会学习, 2023 (3): 100-102.
- [9] 信念唯坚作风唯实理念唯新奋进在新时代的内审人——记中国石油天然气股份有限公司华北油田分公司审计处莫满军 [J]. 中国内部审计, 2021 (6): 68-70.
- [10] 李向敏. 油田企业大数据审计运用实践 [J]. 中国内部审计, 2022 (11): 64-67.
- [11] 于振江. 国有企业内部审计与纪检监察联合监督的探索 [J]. 财讯, 2022 (7): 13-15.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125066

国企全面预算管理与资金集中管理结合探析

谭晓玲

重庆三峡交通旅游产业发展集团有限公司, 中国·重庆 404000

【摘要】 国企是我国市场经济体系下的特殊服务角色, 国有企业的预算管理和资金集中管理工作起着协调其服务行为和保障其服务质量的作用。各个国有企业之间会因所负责的项目不同而出现实际预算管理和资金集中工作侧重点上的差异, 导致国企的预算和资金集中管理存在问题, 影响其社会服务水平。故本文从商业类国企的预算管理和资金集中管理的意义入手, 来展开分析国企预算管理与资金集中管理中现存的问题, 并从国企实际出发, 探讨了强化国企预算和资金集中管理的可行性策略。

【关键词】 国企; 预算管理; 资金集中管理; 问题分析; 策略探讨

Comprehensive Budget Management of State-owned Enterprises Combined with Centralized Management of Funds

Xiaoling Tan

Chongqing Three Gorges Transportation and Tourism Industry Development Group Co., LTD., Chongqing 404000, China

[Abstract] State-owned enterprises are special service roles under the market economic system of our country. Budget management and centralized management of capital of state-owned enterprises play the role of coordinating their service behavior and ensuring their service quality. Due to the different projects that state-owned enterprises are responsible for, there will be differences in the actual budget management and the concentration of funds, which will lead to problems in the centralized management of the budget and funds of state-owned enterprises and affect the level of social services. Therefore, this paper starts with the significance of budget management and centralized fund management of commercial state-owned enterprises, analyzes the existing problems in the budget management and centralized fund management of state-owned enterprises, and discusses the feasibility of strengthening the budget management and centralized fund management of state-owned enterprises from the actual situation of state-owned enterprises.

[Keywords] State-owned enterprises; Budget management; Centralized management of funds; Problem analysis; Strategy discussion

概念上的国企预算管理与资金集中管理工作, 是指财政部门和其他各部门通过责任下放的模式, 进一步将企业的资金按照责任划分制度进行科学的分配和使用, 从而有效保证单位预算管理与资金集中管理工作能够正确落实的新兴国企管理手段。

1 国企全面预算管理与资金集中管理相关概述

1.1 全面预算管理

全面预算管理包括经营预算管理, 投资预算管理和财务预算管理, 是业务数据财务化的理论基础之一, 其属于计划的范畴之内, 全面预算管理涉及企业的各个方面的经济活动, 是一项具有全面性, 全员参与等特点的新型管理模式。全面预算管理相较于传统的资金管理有着更强的资源整合能力, 多以国企经营目的为切入点, 通过全面预算管理来将国企内部的有限资源进行进

一步的整合和分配, 有利于国企经营。

1.2 资金集中管理

商业型国有企业的投资主要来自于国家财政支出投入, 而通过不断的经营来做到资产增值和自给自足, 所以做好国企资金集中管理对于国有资产保值增值具有重要意义, 现阶段国企正面临着复杂市场竞争, 故强化国企资金集中管理体系建设势在必行。

1.3 预算管理和资金集中管理结合

预算管理与资金集中管理相结合能使国企的商业目标较为具象化^[1]。正确做好这类国企的财务预算管理与资金集中管理结合, 可以避免资源的浪费, 并令所关联的项目得到最大化收益, 并且加强收益的可预测性, 其对于有效推动商业类国企蓬勃发展, 进一步保障商业类国企造福社会起着不可忽视的重要

作用。

2 国企预算管理与资金集中管理中的问题分析

2.1 预算管理中存在的问题

2.1.1 预算编制中的问题分析

部分国企预算管理与资金集中管理工作的“编制关”把控不严,存在编制流程敷衍,方法有欠科学,编制基础不充实等问题。例如,个别国企在提交、发布下一年度编制方案时,虽遵照了相关的法律法规、主管部门要求,但是却“遗落”了本身的业务实际,未将战略发展计划规划融合进去,致使编制方案有表无实;个别国企容易在实际的预算草案整理后形成“闭门造车”的局面,其预算人员与业务实际少有接触,而预算草案的审核、评估也缺乏对各方面意见。

预算编制层面的诸上问题,与相应全面预算管理与资金集中管理的战略性目标制定不无关系,现阶段商业类国企战略性目标制定主要有以下两类问题,一是其战略性意识缺乏,偏重了眼前的效益,导致企业进一步发展受到限制,二是在目标制定时好高骛远,脱离企业发展实际。

2.1.2 预算执行中的问题分析

商业类国企是注重整体收入及支出的企业,其预算执行尤其要将预算审批既定程序予以严格落实,并对其中的预算调整活动严格管理。但是,现实中的部分执行操作却在灵活基础上不够严格。例如个别国企的预算调整响应机制偏于迟滞,对国家政策变化、市场经济环境变化等缺少敏锐的嗅觉,不能快速察觉外部环境因素变化对项目预算需求产生的影响,不能及时适应内部发展需求,并相应调整预算等。此外,部分单位的预算执行监督也表现为无力、低效,监督行为单纯向事后倾斜,无暇兼顾事前监督(决策机构针对预算事项细分析、广调查)、事中监督(决策机构应实地调查的需要,督促执行中潜在问题的整改)使得一些本该规避的风险也容易发生。

2.1.3 预算考核中存在的问题

现阶段商业类国企全面预算管理涉及企业已经结束的,正在进行的,还未开展的所有经营业务,但部分国有企业的预算考核并不全面,仅仅从收入等现金流动来进行考核,忽视了生产经营过程中的其他成本对企业战略目标实现的显著影响,难以调动企业各个部门对全面预算管理参与的积极性。

综合来看,执行层面上,部分国企还欠缺一个完备的预算管理与资金集中管理体系^[2],所以其执行操作分散且难以强化管控力度,也直接导致国企的服务水平上升无力。

2.2 资金集中管理现存的问题

2.2.1 资金管理缺乏战略规划

根据笔者对国企的资金集中管理的了解,现阶段部分国企在进行资金集中管理时缺乏一定的合理性和战略性,在进行战略投资时并未从国企自身情况和未来长远发展战略来进行规划,导致这部分国企在进行应有的资金支出时经常会出现好高骛远,脱离实际发展方向的问题,并且由于部分国企的资金管理水平不高,最终导致国企在资金管理上的战略规划存在问题。

2.2.2 资金集中管理缺乏风险管控

当前的国企资金集中管理工作存在着一定的风险,主要是其国企内部的资金管理监督体系需要完善和改进,部分国企的高层领导并没有从以往的传统资金管理理念中脱身出来,对于资金管理的风险认知存在问题,并没有在投资等资金支出过程中考虑到企业自身实际情况和未来发展战略,影响国有企业全面预算管理和资金集中管理成效

2.3 预算管理和资金集中管理结合现存的问题

2.3.1 二者之间结合的重视程度较低

对于现阶段国企的全面预算管理而言,资金集中管理是全面预算管理效果的有效保障条件之一,部分国企在二者之间的有机结合方面还缺乏相应的重视,导致全面预算管理工作无法得到预计的成效,例如一些国企单纯的将工作重心放到预算管理上,却忽视了资金集中管理的重要性,导致国企内部的全面预算管理可控性较低,对合理的预算计划无法及时调动资金进行支持。还有部分国企虽然重视了二者之间的结合,但却在制度落实时缺乏相应的针对性,致使全面预算管理缺乏沦为形式主义。

2.3.2 二者之间结合的模式缺乏创新

对于全面预算管理和资金集中管理而言,二者均属于财务管理范畴,所以若要在保障国企能够正常运行的情况下探究二者结合的全新模式是必要的,但现阶段一些国企缺乏对于二者之间结合模式的创新,没有对其结合模式进行深层次的探究和落实,落实过程中缺乏对于国企自身情况的认知。还有一些国企在进行二者结合时并没有跟上现阶段互联网时代的要求,导致二者无法进行深层次的有机结合和无缝衔接,在这一环节还需进行严格的监督,避免出现公款挪用的情况,导致国有资产受到损失。

3 强化国企预算管理与资金集中管理的策略

3.1 提高预算管理与资金集中管理的重视程度

由于现阶段一些国企仍没有树立正确的预算管理与资金集中管理理念,没有跟上时代的进步速度,单纯地将预算管理与资金

集中管理工作定义为财务行为，与企业业务部门不相关，导致其具体执行过程中业务部门相关工作人员不积极主动参与到预算整体执行过程中，为了更好的加强对预算管理和资金集中的重视程度，相关人员的认知主动性必须被调动起来，要让他们深刻地、系统理解预算管理与资金集中管理二者相结合的意义及必要性。全面预算管理需要资金集中管理作为后盾和支撑，资金集中管理需要全面预算管理进行促进，可以在企业内部以文化宣传、管理制度等形式进行输出，潜移默化地影响每个人的思想，使他们懂得预算管理与资金集中管理二者相互结合的重要性。

3.2 创新预算管理和资金集中管理的结合模式

上文已经提到资金集中管理和全面预算管理二者之间结合的重要性，因其同属于财务管理范畴，所以在二者结合的过程中要充分了解到二者之间的相同点和不同点。特别是要在财务管理的全程中强化财务信息化，透明化，强化大数据相关技术的实际应用，让财政工作进一步提高管理成效，同时现阶段存在着预算支出等相关信息缺乏公开，缺乏人民群众的监督等问题，如果正确落实国企财政财务公开，可以有效的提高预算管理和资金集中管理的整体成效，所以创新二者之间管理的结合模式是必要的。

3.3 加强预算管理和资金集中管理执行力度

预算执行力度直接关系着预算管理和资金集中管理的整体成效，而对于预算执行力度而言，可从岗、人、责、监督几大要素的统一上采取措施，即让以上要素环环重叠，形成一种坚实的责任机制，打消人员的懈怠、推诿思想，推动其以积

极的态度、更强的执行力来落实预算管理与资金集中管理工作。例如商业类国企，其预算执行必须严格围绕既定的预算审批程序进行，同时允许其有灵活操作空间，比如应收款项的回款时间可适当放宽，但是必须以不影响项目实施为前提，其他管理活动规定也如此。相关单位还要着重注意做好内部控制、责任落实体系的建立，借助审计制度和监察制度的建立，让本单位内部员工的预算管理与资金集中管理工作和其绩效考核正向关联，以更好地完善国企内部的预算管理与资金集中管理体制。

结语：

国企的预算管理与资金集中管理工作由于预算编制不够科学、预算管理与资金集中管理流于表面、预算绩效考核机制存在不足等问题的影响，使其有效落实受到了阻碍，所以解决这些问题是目前国企预算管理与资金集中管理工作的重中之重。今天，在全面深化国资国企改革中，将要求用更具科学的眼光和角度来积极探索新模式，有效助推国企高质量发展，为我国社会主义现代化经济体系建设贡献一份力量。

参考文献：

- [1] 潘鸿. 国企全面预算管理与资金集中管理有效融合策略[J]. 财会学习, 2021, 000(021): 69-71.
- [2] 陆红霞. 国企全面预算管理与资金集中管理结合路径[J]. 市场周刊·理论版, 2021(22): 2.
- [3] 李行周逸峰. 国企全面预算管理与资金集中管理有效融合策略[J]. 产城(上半月), 2021(9): 0016-0017.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125067

企业财务风险管理问题及应对策略分析

周晓英

重庆四面山旅游投资有限公司, 中国·重庆 402260

【摘要】企业财务风险管理是企业管理中的一个重要环节。本文针对企业财务风险管理存在的问题进行分析,并提出应对策略。首先,本文对财务风险的概念进行了阐述,并分析了财务风险的来源。其次,本文分析了企业在财务风险管理方面存在的问题,包括财务管理制度不完善、风险意识不强、人员素质不高等。最后,本文提出了应对企业财务风险的策略,包括建立完善的财务管理制度、加强风险意识培养、提高人员素质等。

【关键词】企业; 财务风险; 风险管理; 策略

Enterprise Financial Risk Management Problems and Countermeasures Analysis

Xiaoying Zhou

Chongqing Simanshan Tourism Investment Co., LTD., Chongqing 402260, China

[Abstract] Enterprise financial risk management is an important link in enterprise management. This paper analyzes the problems existing in enterprise financial risk management and puts forward countermeasures. First of all, this paper expounds the concept of financial risk and analyzes the source of financial risk. Secondly, this paper analyzes the problems existing in the financial risk management of enterprises, including the financial management system is not perfect, the risk awareness is not strong, the quality of personnel is not high. Finally, this paper puts forward some strategies to deal with enterprise financial risk, including establishing perfect financial management system, strengthening risk awareness training, improving personnel quality and so on.

[Keywords] Enterprise; Financial risk; Risk management; Strategy

随着市场经济的不断发展,企业面临的财务风险越来越大。在这种情况下,企业需要采取一系列措施来管理财务风险,以保障企业的经济效益和长期发展。本文将对企业财务风险管理问题进行分析,并提出相应的应对策略。

1 企业财务风险的类型分析

财务风险是指企业在经营过程中,由于市场变化、经济形势、政策调整等因素所产生的财务损失的可能性。企业面临的财务风险主要来自以下几个方面: 1. 市场风险: 市场风险是指企业在市场环境变化中所面临的风险,如市场需求减少、价格波动等。2. 信用风险: 信用风险是指企业在债务违约、付款逾期等情况下所面临的风险。3. 汇率风险: 汇率风险是指企业在国际贸易中所面临的汇率波动风险,如汇率波动导致成本增加、收入减少等。4. 利率风险: 利率风险是指企业在借贷资金时所面临的利率波动风险,如利率上升导致还款成本增加等。5. 流动性风险: 流动性风险是指企业在面临短期资金需求

时无法及时获得资金的风险。

2 企业财务风险管理的优化价值

企业财务风险管理的优化可以为企业带来很多价值。首先,有效的财务风险管理可以保护企业的财务资产,避免财务风险带来的损失。同时,良好的财务风险管理可以提高企业的经营效率和竞争力,为企业的发展提供有力的支撑。其次,优化的财务风险管理可以增强企业的信用和声誉,使其在金融市场和供应链中更具有吸引力。一些高风险的投资者或借款人可能不愿意与没有良好财务风险管理记录的企业合作。相反,具有稳健的财务风险管理系统和记录的企业更容易获取融资和与其他企业建立战略合作关系。此外,优化的财务风险管理可以帮助企业遵守法律法规和合规标准。对于一些特定行业或领域,法律和合规性的要求可能非常严格。优化的财务风险管理可以帮助企业确保其遵守相关规定,避免因违反法律法规而带来的罚款、诉讼和声誉损失等风险。最后,优化的财务风险管理

可以提高企业的决策水平和管理效率。良好的财务风险管理可以为企业提供更准确、及时、全面的财务信息和数据，为企业管理层提供更好的决策支持。同时，优化的财务风险管理可以帮助企业有效地控制风险和降低成本，提高企业的管理效率和利润率。因此，企业应该重视财务风险管理，并采取有效的措施优化其财务风险管理体系，以实现财务风险管理的最大化价值。

3 企业财务风险管理存在的问题

3.1 财务管理制度不完善

企业在财务管理制度上存在缺陷，导致企业在财务风险管理上面临较大的挑战。例如，企业缺乏完善的风险管理制度和内部控制制度，不能及时识别和控制风险。

3.2 风险意识不强

企业在财务风险管理方面缺乏足够的风险意识，往往将财务风险管理放在次要的位置。这样做容易导致企业对财务风险的忽视和低估，进而产生更大的财务损失。

3.3 人员素质不高

企业在财务风险管理方面人员素质不高，导致企业在财务风险管理上缺乏足够的专业能力和经验。这也是企业在财务风险管理方面存在的一个重要问题。

4 企业财务风险管理的要点分析

4.1 风险管理制度的建立

企业需要制定一套完善的风险管理制度，规范风险管理的流程和方法，为企业的财务风险管理提供有效的保障。这包括建立风险管理组织机构，明确风险管理职责和权限，制定风险管理政策和规程，建立风险评估和监控机制等。同时，企业需要加强内部审计和监督，建立健全的内部控制制度，防范企业内部欺诈和财务违规行为。

4.2 风险识别和评估

企业需要及时识别和评估财务风险，确定风险的概率和影响，制定有效的应对策略。风险识别和评估应该基于客观的数据和信息，考虑风险的各种因素和可能的变化情况。此外，企业还应该对风险的累积和互动效应进行评估，确保全面、准确地把握风险的情况。

4.3 风险控制和应对

企业需要采取有效的措施控制财务风险，防范风险的发生和扩大。这包括制定预算和风险控制计划，建立风险监测和预警机制，开展风险管理培训和演练，建立灵活的应急响应机制等。在风险应对方面，企业需要及时调整和修正应对策略，确保风

险的及时控制和处理。

4.4 信息透明和沟通

企业应该注重财务风险管理信息的透明度和沟通效率，及时向内外部各方披露相关信息和数据。这包括建立健全的信息披露机制，制定透明的财务报告和风险披露标准，加强对内外部各方的沟通和交流。此外，企业还应该倡导和建立诚信和信任的文化氛围，提高企业与内外部各方之间的信任度和合作效率。

5 企业财务风险管理的基本原则

5.1 控制原则

控制是企业财务风险管理的核心原则之一。控制原则是指企业应该采取一系列有效措施来降低财务风险的发生概率和损失程度，确保企业财务风险管理的有效性和可行性。(1) 风险评估：企业应该通过对财务风险进行评估，确定风险的类型、规模、概率和影响程度等信息，为企业制定有效的控制策略和应对措施提供科学依据。(2) 内部控制：企业应该建立和完善内部控制制度，包括财务管理、风险管理、审计和内部监督等方面的制度和流程。内部控制的目的是保护企业财产安全，避免财务风险的发生。(3) 监督管理：企业应该建立并有效执行监督管理制度，通过对风险管理和内部控制制度的监督，及时发现和纠正存在的问题，提高企业的财务风险管理水平。

5.2 分散原则

分散原则是指企业应该采取多元化投资和分散风险的策略，避免过于依赖某个行业、某个产品或某个客户。通过分散投资和风险，可以降低单一风险对企业的影响，提高企业财务风险管理的抗风险能力。分散原则需要企业根据自身的情况，合理规划资金投向，避免出现大额投资集中在某一个行业或产品上的情况。同时，企业需要根据市场情况和客户需求等因素，制定多元化的销售策略，避免过度依赖某个客户或市场。

6 提升企业财务管理风险抵抗能力的策略

企业财务风险管理是企业的重要组成部分，企业需要制定科学的财务风险管理政策和措施，建立完善的风险管理和内部控制制度，加强员工风险意识培养，提高员工素质和专业能力，采取分散投资和风险的策略，确保企业财务风险管理的有效性和可行性。同时，企业需要加强对外部环境的监测和分析，及时调整财务风险管理策略，应对市场变化和风险挑战。

6.1 建立完善的财务管理制度

企业应该建立完善的财务管理制度和内部控制制度，以便及时识别和控制财务风险。财务管理制度是企业内部的规章制度，是企业财务工作的基础和保障。企业应该根据自身的特点

和需求,建立适合的财务管理制度,并严格执行,确保财务管理工作的规范性和有效性。同时,企业还应该加强内部审计和风险管理项目的建设,建立健全的内部审计和风险管理机制。内部审计是企业内部的自我监督机制,可以帮助企业发现潜在的风险和问题,及时采取措施进行处理。风险管理部门可以对企业的财务风险进行监测和预警,及时制定应对策略,以保障企业的正常运营和发展。

6.2 加强风险意识培养

企业应该加强员工的风险意识培养,使员工在工作中更加注重财务风险管理,提高企业财务风险管理的重要性。风险意识是企业员工的重要素质,是预防和控制风险的前提。企业应该通过多种方式,如开展培训、举办讲座等,向员工普及财务风险管理的知识和方法,提高员工的风险意识和预防意识。另外,企业应该建立和完善员工培训和教育机制,以提高员工的专业能力和经验水平。企业可以组织内部培训或外部培训,为员工提供更多的机会和平台,使员工在实践中掌握财务风险管理的技能和方法,提高员工的财务管理水平。

6.3 提高人员素质

企业应该重视员工素质的提高,特别是在财务风险管理方面的专业能力和经验。企业可以通过招聘高素质的人才、组织专业培训和知识交流等方式,提高员工在财务风险管理方面的素质。同时,企业还应该建立激励机制,对表现优秀的员工给予奖励。

6.4 确保业务合规性

企业应该遵守相关法规和规定,确保业务的合规性,防范和避免因违反法律法规而导致的财务风险。在进行业务活动时,企业应该注重了解相关法规和规定,对风险进行全面评估,建立风险防范机制,并加强对内部员工和外部合作伙伴的管理和监督。企业应该建立应急预案,以应对突发事件和不可预见的财务风险。应急预案应该包括应急机制、应急人员和应急资源等方面的规定,以便及时有效地应对突发事件,减轻财务风险带来的影响。

6.5 加强信息系统安全

随着信息技术的不断发展,企业在财务活动中越来越依赖信息系统,而信息系统安全问题已经成为影响企业财务风险的重要因素之一。为了确保财务信息的安全性和完整性,企业应该采取措施,加强信息系统安全管理,包括建立安全技术措施、加强用户权限管理、定期进行系统安全评估和风险评估等。

6.6 探索多元化投资

企业应该采取多元化投资的策略,分散投资风险。在进行

投资决策时,企业应该进行全面的市场分析和风险评估,根据企业的实际情况和风险承受能力,采取不同的投资方式和投资组合,实现风险分散和收益最大化的目标。

因此,通过分析企业财务风险管理的应对策略,可以看出,建立完善的财务管理制度、加强风险意识培养、提高人员素质、确保业务合规性、加强信息系统安全、多元化投资和建立应急预案等是企业有效应对财务风险的重要措施。企业应该根据自身的实际情况和风险承受能力,选择适合的策略和措施,建立起完善的财务风险管理体系,以实现财务风险的有效防范。

结语

综上所述,企业财务风险管理是企业管理中的一个重要环节。本文对企业财务风险管理的概念和来源进行了阐述,分析了企业在财务风险管理方面存在的问题,并提出了应对策略。企业在财务风险管理方面需要建立完善的财务管理制度,加强员工的风险意识培养和提高人员素质,以确保企业在财务风险管理方面的有效性和可行性。同时,企业还应该注意财务风险管理的前瞻性和预测性,及时识别和控制潜在的风险。在现代经济中,财务风险管理已经成为企业生存和发展的重要条件之一,企业需要不断提高财务风险管理的水平和能力,以应对市场变化和竞争压力。

参考文献:

- [1] 谢菲. 企业财务风险管理与控制[J]. 商场现代化, 2022 (15): 181-183.
- [2] 敬宇. 如何做好企业财务风险管理[J]. 商场现代化, 2022 (22): 165-167.
- [3] 唐艺. 企业财务风险管理策略探析[J]. 财会学习, 2022 (8): 5-8.
- [4] 朱伟琼. 企业财务风险管理问题和对策[J]. 商场现代化, 2022 (2): 122-124.
- [5] 熊琨. 企业财务风险管理与控制的研究[J]. 中国科技投资, 2022 (9): 88-90.
- [6] 纪笑. 关于企业财务风险管理的探讨[J]. 中国科技投资, 2022 (28): 41-43.
- [7] 胡剑. 大数据环境下企业财务风险管理[J]. 财经界, 2022 (10): 92-94.
- [8] 袁慧姣. 企业财务风险管理存在的问题研究[J]. 全国流通经济, 2022 (12): 85-87.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125068

基于业财融合的出版社财务管理体系建设

刘安娜

中国财政经济出版社, 中国·北京 100142

【摘要】出版社不仅要在工作业务方面展开科学转型,还要关注加强财务管理工作的改革,将精细化管理作为主要管理目标,真正达成业财融合的基本工作目标。同时创建出更为科学的财务管理机制,促进业务与财务之间相互融合、相辅相成,进而实现出版社的经济效益最大化。

【关键词】业财融合; 出版社; 财务管理

The Construction of Publishing House Financial Management System Based on the Integration of Industry and Finance

Anna Liu

China Financial and Economic Publishing House Beijing 100142

[Abstract] Publishers should not only carry out scientific transformation in their work and business, but also focus on strengthening the reform of financial management work, with refined management as the main management goal, truly achieving the basic work goal of integrating industry and finance. At the same time, a more scientific financial management mechanism is created to promote the integration and complementarity between business and finance, thereby maximizing the economic benefits of the publishing house.

[Keywords] Integration of industry and finance; Press; Financial management

出版社在转企改制以后,内部需要进一步实施市场化改革,进而可以提升整体竞争优势,保证出版社发展更为稳定。但是,在出版社不断发展的时候,内部业务部与财务部还是会出现一定程度上的管理壁垒,而且财务管理工作也没有真正做到与业务之间展开结合,财务工作人员缺少对于内部各项工作业务的了解,部门之间合作与沟通能力较为薄弱。所以,在出版社之内实施业财融合,展开财务管理工作迫在眉睫。

1 基于业财融合下的出版社财务管理存在的问题

1.1 核算信息化程度低

企业推进业财融合,对于实现会计信息化具有很大帮助作用。将业务数据以及财务数据进行科学融合,就要做到将现代化信息技术作为主要工作支撑。但是,从当前出版社内部会计核算的实际现状来看,不管是二级出版社还是基层出版社,内部的财务管理机制都处于不完善状态,导致财务管理工作的管理力度不足,内部会计信息管理平台的建设不够完善,内部财务数据获取路径较为狭窄,主要依赖人工进行处理,对于信息化技术的应用不足,所以处理数据的效率较低,针对相应数据信息实施收集不够及时,无法真正保证财务数据信息整体准确性^[1]。

1.2 业务与财务相脱节

出版社在生产经营实践之下,业务部门实际关注点都在出版社工作业务指标方面,过于关注出版社整体经济收益,针对内部的财务数据方面缺少重视。同时,对于财务部门而言,工作人员都比较关注各项财务数据与指标,因为更加详细的财务数据以及指标才可以真正反映出出版社内部实际财务现状与生产经营现状,并且可以做好财务管理精细化的预算管理工作。出版社内部业务管理基本目标是开源,而实施财务管理整体目标则是节流,这两个基本部门的实际工作目标之间存在差异,就会导致出版社在实施业财融合管理基本工作的时候,出现一系列问题。当前,出版社业务部门为了达到业绩指标,存在虚报数据的情况,财务部门属于出版社整体经营数据的整合与汇总管理部门,需要依照业务部门的有关数据整合,保证数据整体的准确性。基于上述,业务部门和财务部门的工作目标缺少一致性,导致业财融合工作的实现具有很大难度。

1.3 业财融合组织架构不完善

对于出版社而言,全面实施业财融合,主要目的就是发挥财务职能作用,更好的推进企业经营发展,为业务活动顺利开

展提供服务。但从目前出版社内部业财融合落实基本现状来看,业财融合工作流程在进行设置以及企业组织架构等方面与出版社管理不匹配,使得财务工作人员对于业务部门工作情况不够了解,不能够把握好出版社内部的具体工作基本流程。在业财融合过程中,财务人员应当积极深入到企业业务活动中,可实际情况是,很多财务人员仍停留在基础性繁琐的核算工作中,如费用报销、单据审核、财报编制、税务申报、审计应对、制度修订等。虽然大部分出版社建立了财务信息系统,提升了财务管理精细化水平,但仍存在大量低价值的体力劳动,如财务档案整理等繁琐性工作,导致业财融合仍停留在浅显层面。可见,不仅未能脱离繁琐的核算工作,也缺乏完善的组织支持,直接影响了出版社业财融合效果^[2]。

2 基于业财融合下的出版社实施财务管理的主要对策

2.1 转变财务管理工作的观念

在新形势的发展背景下,要想科学加强财务管理工作的整体质量,就要真正实现管理会计与财务会计之间的融合发展,充分落实管理会计工作相关内容,出版社内部的财务管理工作需要树立正确的融合管理观念。同时科学有效将管理会计与财务会计展开融合,针对出版社管理人员和财务工作人员而言,要促进其正确对待管理会计和财务会计融合发展对于出版社未来稳扎稳打的关键作用。另外,工作人员需要摒弃自己传统的财务管理工作思想,要对于财务管理工作职能具有更为全面的认识,充分融合财务管理的重要理念,关注和重视与财务相关的资金管理、成本管理、预算管理等多方面工作内容,并且提升整体工作效率,帮助管理者可以充分认识到财务管理各项工作的重要意义,促进出版社整体对于财务管理工作的整体关注度,转变财务管理工作的意识,促进企业财务管理工作获得良好发展。

2.2 提升财务管理信息化水平

业财融合基础上,出版社内部财务管理工作需要展开科学转型,需要通过信息技术作为整改工作的主要支撑,着重加强出版社内部财务管理工作的信息化水准。第一,创建出业财融合管理的信息共享平台。出版社需要在其中投入相应资金以及技术,设立功能更为完善以及运行十分流畅的信息共享工作系统,进一步减少人工工作,针对出版社内部的各项财务数据信息以及业务数据信息实施科学收集,将其上传到数据库之中,保证数据信息整体具有真实性。第二,通过业财融合的信息管理平台,还可以针对大数据技术展开应用,在实施数据对比和分析之后,可以精确分析以及预测出版社内部各项工作实践之中会出现的风险问题,并且创建出具有针对性的解决对策。而且,通过信息系统还能

够真正实现出版社内部与外部的整体沟通以及联系,使得出版社之内的财务管理工作基本现状与相关部门各系统之间展开科学融合,进而及时有效获取到有效的财政信息,从而可以为出版社内部的资金资源展开科学配置,为财务管理工作奠定更为坚实的基础。预算管理在业财融合的背景之下进一步落实,可以真正实现出版社内部全面的战略性分析,针对当前财务预算管理机制可以展开科学完善,从而为出版社内部的重要决策奠定数据方面基础^[3]。在传统财务预算管理模式之下,新型财务预算整体可以发挥出动态化特点,可以针对出版社内部经营实践活动相应工作流程展开科学监管,还可以在这个工作流程当中科学协调好财务管理相应数据信息以及工作业务指标,这样能够为国有出版社整体发展奠定更为全面以及有效的数据信息。同时,进一步加强出版社内部预算管理工作整体信息化管理与决策水准,可以十分全面与有效的评估出出版社当前实际营运现状,为出版社未来战略发展方向的目标制定提供更多支持。

2.3 健全业财融合的管理机制

根据行业之中的相关管理制度与规则,实施精细化的财务预算管理工作,使得最终工作人员所收集、整理的材料可以具有真实性,都依照基本工作流程来展开工作。在更加激烈的市场竞争现状之下,出版社内部实施财务预算管理,要科学结合市场基本发展现状,并且掌握整体变化形式,出版社之内财务预算管理人员,要对于基本发展目标和整体管理效率实施科学总结。因此,出版社内部财务预算管理者应该科学完善内部管理和编制的工作内容,制定科学管理制度,使得编制工作作为预算支撑,创建出财务管理相关体系,完善最终管理机制。科学创建出财务预算管理工作的实际要求,加强管理工作的整体可行性,针对各个工作内容与管理环节,都实施深入了解与分析,与业务部门进一步联系,这样才可以有效保证未来财务预算工作更为完善。在业财融合的财务管理背景之下,出版社要想有效展开精细化管理,就要创建出更为完善的管理体系。第一,要创建出科学的约束性管理机制以及激励制度。其实业财融合管理的主要目的,就是针对出版社内部资源展开有效整合与分配,从而可以对其进行高效运用。但是,当前出版社内部管理人员还要有效分析针对实际节省下的成本费用,对其展开科学分配。激励制度就是通过充分调动员工对于工作的整体热情,使其可以更加积极地展开财务管理有关工作。同时,创建出与出版社相适应的管理责任承担机制以及监督管理机制,加强针对出版社内部员工岗位职责与行为的约束,加强针对出版社内部员工工作职责以及行为的规范性。然后创建出具有科学性的合作交流机制,这样能够促进出版社内

部财务管理部门工作人员与其他部门之间的沟通与交流,进而可以真正提升财务管理部门的工作能力,促进出版社生产经营实践质量获得提升。

2.4 提升财务人员的综合素质

在加强出版社精细化财务管理工作中,要培养财务管理人员的综合能力,财务管理人员要真正参与到每一个工作业务环节,充分理解并且掌握经营业务基本内容,对于收集的财务管理数据展开科学分析以及整理,逐渐形成财务报告,这样可以对出版社内部管理人员展开实际情况的反馈,主要包含出版社实际收入、费用使用情况、收入盈亏情况以及整体运营现状等。所以,培养并且创造出一支专业化的业财融合工作团队,对于出版社内部整体财务管理业务以及在行业之间的生存和发展都具有更为重要意义。财务部门通过岗位轮换工作制度,使得财务管理人员能够进一步掌握好不同岗位的工作内容,比如出纳、财务核算以及预算管理等等工作内容,这些都是财务管理人员需要具备的专业化工作技能。展开这种人才培养模式,才可以真正提升其工作能力,不断加强工作积极性。而且,出版社需要定期针对财务管理人员实施专业化的工作业务方面技能培训,积极鼓励财务管理人员参与一些专业化培训,熟悉自己岗位工作流程,参加更多一线业务实践活动,有效掌握更多工作业务信息,加强财务工作人员对于财务问题的实际分析以及

解决能力,科学协调好自己的工作步骤,从而在领导做出决策时,协助其做出最为优化的战略性决策^[4]。

结束语:

综上所述,出版行业发展变得逐渐深入,市场竞争变得更加激烈,所以,出版社要想获得持久稳定发展,需要关注企业内部财务管理工作。基于业财融合的视角下,创建出新型财务管理体系,属于出版社当前最为关键的工作内容之一。出版社需要真正加强业务部门与财务部门之间工作的融合,科学优化内部资源配置,进而实现发展效益最大化。

参考文献:

- [1] 李红杰. 业财融合视角下企业精细化财务管理研究[J]. 中国集体经济, 2023, (11): 149-152.
- [2] 邱玲月. 浅谈通过加强业财融合提升财务管理水平的关键要素[J]. 老字号品牌营销, 2023, (07): 70-72.
- [3] 朱海瑕. 基于业财融合视角研究建筑企业财务管理转型[J]. 老字号品牌营销, 2023, (07): 166-168.
- [4] 钱淑敏. 基于业财融合的出版社财务管理体系建设探索[J]. 财会学习, 2022, (29): 36-38.

作者简介:

刘安娜,女,研究方向:业财融合、智能财务。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125069

ESG 视角下关于比亚迪汽车转型的探究

吕文婕

北京工商大学, 中国·北京 100048

【摘要】随着 ESG 理念的引入, 企业开始从环境、社会、公司治理三方面进行革新, 以提升企业的自身价值和社会影响。本文以比亚迪汽车有限公司为研究对象以其产品技术转型、工厂生产转型和企业用公益慈善事业助力转型升级为例, 通过文献调查法、比较研究法、概念分析法、调查法等方法, 研究企业如何运用 ESG 理念解决自身转型难题。比亚迪通过加大环保投入, 创新实现绿色技术, 研发出新型电池, 响应国家保护环境的“双碳政策”, 生产车间实现了数智化转型, 以绿色生产为生产准则。其电池的优秀性能搭配比亚迪汽车和配套系统, 吸引诸多消费者购买, 从社会整体层面, 切实实现节能减排, 控制温室气体排放。比亚迪达成中国首个 100 万辆新能源汽车下线, 在成就绿色梦想的道路上, 比亚迪不忘回馈社会, 支持国家扶贫计划, 此举更为比亚迪营造了正面影响, 在某种程度上, 也助力了企业自身的进一步发展。

【关键词】ESG 理念; 社会责任; 比亚迪汽车; 转型

Research on BYD's Automobile Transformation from the Perspective of ESG

Wenjie Lv

Beijing Technology and Business University, Beijing 100048, China

[Abstract] With the introduction of ESG concept, enterprises begin to innovate from the three aspects of environment, society and corporate governance, so as to enhance their own value and social impact. This article takes BYD Automobile Co., Ltd. as the research object to its product technology transformation, factory production transformation and enterprise with public welfare charity to help transformation and upgrading as an example, through literature investigation method, comparative research method, concept analysis method, investigation method and other methods, research how to use the ESG concept to solve their own transformation problems. By increasing investment in environmental protection, BYD has innovated green technology, developed new batteries, in response to the national "double carbon policy" of environmental protection, the production workshop has realized the transformation of digital intelligence, with green production as the production principle. The excellent performance of its battery is combined with BYD automobile and supporting systems, attracting many consumers to buy, from the overall level of society, effectively achieve energy conservation and emission reduction, control greenhouse gas emissions. Byd reached China's first 1 million new energy vehicles off the production line. On the road to achieve the green dream, BYD does not forget to give back to the society and support the national poverty alleviation plan, which has created a positive impact on BYD, to some extent, but also helped the further development of the enterprise itself.

[Keywords] ESG concept and social responsibility of BYD automobile transformation

1 研究背景

随着我国经济的快速发展, 由于人口激增和环保意识较差等原因, 在工业化和城市化的进程中一系列环境问题也日渐凸显。面对资源紧缺、大气污染以及土壤和植被不断恶化的现状, 党的十九大报告中首次准确的提出生态文明内涵, 即推进生态文明建设, 实现人与自然和谐共处; 2020 年 9 月, 我国在第七十五届联合国大会上提出 2030 年前“碳达峰”与 2060 年前“碳中和”的目标, 奠定了我国未来绿色发展的基调, 这一举措也将助力社会转型发展, 推进经济建设与生态文明建

设, 也要求相关企业探索新型生产方式, 关注资源再生与生态保护, 承担社会责任, 实现能源结构的转变与绿色转型。

近年来 ESG 理念逐渐走进大众视野, 企业开始从环境、社会、公司治理三方面进行革新, 以提升企业的自身价值和社会影响。ESG 是环境 (Environment)、社会 (Social) 和公司治理 (Governance) 的简称, 从三个维度对企业可持续发展经营与社会责任承担进行评估。随着 ESG 评价体系在我国的迅速发展, 推动企业从非财务角度上审视自身的优势及不足, 重视自己在环境保护、社会责任履行及公司治理持续性上的行

为履行情况，关键有效的进行公司信息披露，实现自身在高质量发展政策下的企业改革。

2 比亚迪公司概述

比亚迪股份有限公司于 1995 年 2 月在深圳成立，公司拥有包括 IT、汽车及新能源在内的三大产业群；2002 年 7 月 31 日，比亚迪在香港主板发行上市（股票代码：1211.HK）。至今，比亚迪拥有在国内北京等地的九大生产基地，并在北美、欧洲、亚洲部分地区均设有分公司或办事处，全球雇佣员工数量接近 20 万。

比亚迪以生产镍镉电池起家，成功研发了锂离子电池和镍氢电池，并且迅速打破了日本电池对我国国内市场的垄断，一跃成为全球第二大电池供应商，创新研发制造技术和优异的电池质量为比亚迪开发新能源汽车奠定了良好的基础。2002 年，比亚迪着手进行混合动力汽车的研发和生产，这是比亚迪第一次踏入汽车制造行业并且迈向新能源汽车领域。而后，比亚迪没有停止探索的脚步，在私家车方面，比亚迪将不同产品划分为四种定位，分别是王朝系列（包括汉、唐、元、宋、秦）、海洋网（海洋系列和军舰系列）、腾势和高端品牌仰望，定位不同人群推出。除此之外，比亚迪作为电动公交领域的先驱者，首先实现电动公交车规模化应用，并且在国外市场占有率也在逐步攀升，推动城市交通绿色转型，利用新能源实现可持续发展。

作为一家高新技术民营企业，面对困境不断创新发展，在自身发展稳定的前提下，继续自己的研发之路。本文选取比亚迪汽车绿色转型作为研究案例，探究其在 ESG 理念下的行为分析，为未来的发展提出建议。

3 比亚迪 ESG 行为分析

3.1 环境方面 (Environment)

目前电动汽车看似解决了燃油汽车导致的碳排放，石油危机等问题，但是随着电动汽车产业的不断发展，新的问题也在不断出现：生产电池所需的金属资源短缺；退役动力电池回收处理，带来的环境污染与二次资源浪费等问题。比亚迪试图利用 ESG 理念，积极解决电动汽车制造行业面临的一系列问题。

3.1.1 电池生产重节能

中国可开发的镍、锰、铝、钴等金属的资源存量并不充足，需要大量依靠从国外进口，而且开采国内矿产资源对环境的破坏程度极高。目前市面上大量投入生产使用的三元锂电池的正极材料中，主要包含镍、钴、锰 / 铝三种金属元素，但是比亚迪 2020 年研发出的刀片电池却不含镍、锰、铝、钴，这大大减少了国家矿业的开采，刀片电池的制造成本也比制造三元锂电池的成本低 20%，这极大的降低了企业成本制造。

动力蓄电池作为电动汽车的重要组成部分，其实际生产过程中的碳排放是非常大的。对于现在主流电动车采用 30 千瓦时代电池，就会产出 4.5 吨碳排放，意味着买辆电动汽车，即使还没开它碳排放已经相当于汽油车开 4 年。针对这个问题，比亚迪 F3DM 低碳版的电池是铁电池，制作、使用过程中污染都很少，应用了刀片电池的比亚迪汉 EV 平均能耗为 14.04kwh/100km。

3.1.2 电池回收再利用

钴锰属于重金属，回收分解不当会严重污染环境，而刀片电池元素简单，更便于阶梯回收、利用。湿法冶金回收过程是比亚迪给出的低能耗、低成本、低污染且能规模化应用的解决电池回收问题的方法。比亚迪就曾和铁塔集团建立合作关系，将部分回收处理后的比亚迪电池用于基站储能备用。另外，比亚迪还会对动力电池电解液进行回收，防止二次污染。

3.1.3 绿色生产

为响应国家“2030 年碳达峰、2060 年碳中和”政策要求，比亚迪启动坪山工业园首个“零碳园区”项目，打造中国汽车品牌首个零碳园区总部。同时，为提升企业碳排放管控能力和水平，比亚迪正式成立由集团主要领导负责的碳排放管理委员会，下设委员会办公室，把落实双碳目标作为集团和事业部“一把手工程”来抓。

比亚迪成立了政策研究和绿色产品规划组、清洁能源转化组、节能减排推进组、绿色采购和碳资产开发组、碳中和认证组、绿色低碳宣传组和低碳社会公益组等。绿色生产的其中一项重要指标是空气污染排放，2020 年比亚迪挥发性有机物 (VOCs) 排放量同比下降 3.21%；水污染物方面，氨氮 (NH₃-N) 排放量同比下降 12.08%，化学需氧量 (COD) 排放量同比下降 19.06%。2020 年公司在控制污染物排放量上取得了较显著的进步。

3.2 社会方面 (Social)

在比亚迪发展步入正轨后，成立了比亚迪慈善基金会，主要从事社会慈善事业，如救灾、扶贫济困、救助孤残、抗击疫情等，它还帮助改善不发达地区的生活质量，促进教育事业的蓬勃发展等。

3.2.1 公益转型生产口罩

2020 年初，爆发的新冠肺炎造成了对口罩的极为迫切的需求。比亚迪依托公司强大的研发能力和制造实力，跨界援产口罩。期间，比亚迪生产的防疫物资已运往全球 70 多个国家和地区，受到国内外的广泛赞誉。为了让口罩在清洁的工厂里生产，比亚迪先后调动了深圳、西安和长沙代工手机的净化厂房，自制了 1800 条生产线、200 台熔喷布生产设备，努力缓解国内口罩的供应压力，承担社会责任。”

3.2.2+N 扶贫

比亚迪推出了 2+N 多元扶贫模式, 即: 以教育扶贫、结对帮扶为主, 兜底保障、健康扶贫、消费扶贫等多种扶贫为辅。比亚迪秉承“教育扶贫首先要兜底, 其次要因人制宜”的思想, 针对不同学龄期的贫困生, 开展“圆梦行动”公益项目, 同时提出因人制宜的全学龄期教育帮扶模式。

秉持着“发挥当地优势, 推进可持续发展”的原则, 将在未来建立结合贫困地区资源优势的综合性扶贫方式。陕西省城固县老庄镇双井村传统产业单一、集体无积累, 是远近闻名的贫困村。比亚迪慈善基金会为双井村捐赠 100 万, 委托相关产业专业公司建设比亚迪树莓生产及深加工精准扶贫基地, 同时为当地百姓提供了大量务工机会, 每年盈利所得全部用于基地建设以及贫困户分红, 比亚迪公司还打通公司内部采购渠道, 为基地拓展销售渠道, 实现真正的造血扶贫。

3.2.3 公司治理方面 (Governance)

比亚迪具有较为完备的公司治理结构, 由董事会定期举办股东大会, 董事会下设审核、薪酬、提名与战略四个委员会, 审核委员会直接对接审计部另外设有监事会对股东大会实行监察, 共同参与相关重大决策的制定和讨论。

比亚迪在公司治理方面同时注重内部与外部的贪污腐败问题。2022 年 1 月, “廉洁比亚迪”微信公众号发布《至比亚迪合作伙伴的一封信》, 查处内部员工及合作供应商, 并表示违反廉洁交往相关规定的人员及供应商, 比亚迪会根据协议追究其责任, 甚至列入合作黑名单, 为“反贪”新力量。

4 总结与建议

4.1 总结

比亚迪企业在 ESG 理念的引领下, 深入贯彻环境友好、社会责任承担、结构优化调整。

4.1.1 创新是转型的基础

技术方面, 基于对环境问题的考虑, 创新研发出“刀片电池”, 打破行业对三元锂电池的依赖, 大大提高电池的使用效率, 降低电池生产成本和在生产与回收阶段的污染问题, 增加二次资源的产出效率;

在管理方面, 集团采用扁平化的管理结构, 有效地提高了管理效率和执行力, 确保集团的优势得到充分发挥。此外, 集团培育了亲民的企业文化, 致力于倡导“平等、务实、激情、创新”, 创造了让员工有家的感觉的工作环境, 有效激发员工的创造力和工作热情, 确保集团的长期可持续发展。精简的管理结构已经到位, 以提高运营效率, 加强品牌的声誉。

4.1.2 工厂转型是长足发展的动力

对于内部治理的改良, 比亚迪加速推进工厂数字智能化转

型进程, 以平台化推动智能化, 利用垂直整合模式, 保障其供应链体系有相对完整的产业线, 表现出更加优越的经济实用性和更广阔的应用前景; 响应国家双碳目标, 打造零碳园区, 节能减排, 降低生产过程中的空气污染与碳排放, 加快我国交通运输行业与制造业绿色低碳转型。

4.1.3 慈善是企业形象塑造的途径

比亚迪慈善基金会以“承担社会责任、共创美好生活”为宗旨, 以“由爱开始, 让改变更有力量”为理念。基于对社会责任承担, 比亚迪加大在电池材料与结构创新方面的研发投入, 提升电池安全性能, 保障公共安全; 在疫情期间, 跨界援产口罩生产, 缓解国内口罩供应压力, 助力全球抗疫; 还积极投身于教育支持、扶贫济困、赈灾救助等慈善事业, 推出 2+N 多元扶贫模式, 对点精准实行贫困地区因地制宜, 积极响应国家政策。

4.2 建议

通过上文的研究, 不难看出比亚迪一直在正面宣传自身深入贯彻 ESG 理念, 在 ESG 评估报告中, 也着重突出其在环境、社会与公司治理方面符合 ESG 理念的行为, 强调其对相关理论的深入贯彻, 而并未提及在这三个维度中行为的不足之处。相关资料显示, 比亚迪长沙工厂曾因排放导致周围居民出现身体不适, 公司内部也出现过员工跳楼及猝死的事件, 但均未体现在比亚迪的报告中。未来比亚迪需要加强自身的监控, 切实履行社会报告中提及的责任与义务, 对相关问题提起重视, 切实履行社会责任。

参考文献:

- [1] 孙桐桐. 中国品牌车企需加快 ESG 建设[N]. 每日经济新闻, 2022-06-10(007). DOI: 10.28571/n.cnki.nmrjj.2022.004452.
- [2] 邱雨. 比亚迪 ESG 表现及其影响因素研究[D]. 北京联合大学, 2022.
- [3] 中国工商银行绿色金融课题组, 张红力, 周月秋等. ESG 绿色评级及绿色指数研究[J]. 金融论坛, 2017, 22(09): 3-14. DOI: 10.16529/j.cnki.11-4613/f.2017.09.002.
- [4] 毛寓阳. 上市公司公司治理对企业投资的影响——以比亚迪股份有限公司为例[J]. 现代商业, 2014, No. 360(23): 193-194. DOI: 10.14097/j.cnki.5392/2014.23.268.
- [5] 郭腾江. 比亚迪公司新能源汽车竞争优势和基本竞争战略研究[D]. 华东理工大学, 2014.
- [6] 张蕊, 蔡纪雯. ESG 体系在中国发展情境下的嵌入机制与建设路径[J]. 东南学术, 2023(1): 182-194.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125070

扩大内需背景下高校营销类专业 双创人才培养机制研究

刘美艳

哈尔滨金融学院, 中国·黑龙江 哈尔滨 150030

【摘要】在当前扩大内需背景下,我国改革新思路、新方法的落实对高校培养营销类双创人才的需求量逐渐增大,具备双创的复合型人才的培养,能够为市场经济发展提供人才支持。在扩大内需背景下,文章将从市场营销专业与双创人才培养有机融合现状出发,深入探究高校营销类专业双创人才培养过程中存在的营销人才培养与工作脱节严重、系统的营销双创课程实践教学体系缺乏、营销专业教学模式单一化明显问题。鉴于此,提出注重产教融合模式的运用、构筑营销类学生创新创业的实践平台、注重交叉学科知识的渗透的应对策略,以期为高校及一线教育工作者提供经验借鉴。

【关键词】扩大内需; 高校营销类专业; 创新创业; 人才培养

Research on the Cultivation Mechanism of Mass Entrepreneurship and Innovation Talents in Marketing Major in Colleges and Universities under the Background of Expanding Domestic Demand

Meiyan Liu

Harbin Finance University, Harbin Heilongjiang 150030

[Abstract] In the current context of expanding domestic demand, the implementation of new ideas and methods of reform in China has gradually increased the demand for universities to cultivate marketing and entrepreneurship talents. The cultivation of interdisciplinary talents with entrepreneurship and innovation can provide talent support for the development of the market economy. In the context of expanding domestic demand, this article will proceed from the current situation of the organic integration of marketing majors and entrepreneurship and innovation talent cultivation, and deeply explore the obvious problems in the process of cultivating entrepreneurship and innovation talents in marketing majors in universities, such as the serious disconnection between marketing talent cultivation and work, the lack of a systematic practical teaching system for marketing entrepreneurship and innovation courses, and the simplification of teaching models for marketing majors. In view of this, it is proposed to focus on the application of the industry-education integration model, build a practical platform for marketing students to innovate and start businesses, and pay attention to the infiltration of interdisciplinary knowledge, in order to provide experience for universities and front-line educators.

[Keywords] Expand domestic demand; Major in marketing in universities; Innovation and entrepreneurship; Personnel training

【课题】黑龙江省教育科学规划2021年度重点课题“‘双进’工作推进下黑龙江省普通高校立德树人落实机制研究”(课题编号: GJB1422433), 黑龙江省高等教育教学改革项目:《扩大内需战略背景下黑龙江省营销双创人才培养模式研究》(课题编号: SJGY20210375)。

2021年属于国家疫情之后经济修复的时间段,而怎样在扩大内需下有效转变经济发展新模式是扩大高校学生就业的基础保障。高校营销类专业双创人才培养,对满足社会经济发展的需要担负着重要的责任。对此,党的十九大报告指出,我国要“完善职业教育和培训体系,深化产教融合、校企合作”。作为促进产教融合的核心主体,高校需拿好产教融合这把“金钥

匙”,持续推进“人才链+教育链+产业链+创新链”之间的连接,为扩大国家内需提供创新型人才保障^[1]。《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》中表明,要“以产教协同育人方式增强双创人才培养,支持应用型本科高校紧密围绕产业需求强化实践教学”。为深入贯彻教育改革实施意见,高校可举办创新创业教育实验班,促进专业教育同创新创业教

育相融合, 逐渐向我国经济发展的提供人才助力。

1 营销专业与双创教育融合现状

一方面, 以知识掌握为依仗, 提升学生专业逻辑思维。市场营销和双创教育有机融合能够推进高校学生实践能力的提升, 以及通过理论知识课教学帮助实习期学生建立专业学科体系^[2], 使其利用科学思维方式去分析与解决问题。高校营销类专业理论知识的掌握有益于学生形成专业与逻辑思维, 但对其未来就业的技能掌握仍需提升相关实践能力, 采用创新精神及思想去提升学生的营销专业技能^[3]。基于此, 诸多高校双创人才培养成为提升营销类专业学生创新与就业能力核心手段, 而通过专业知识教学同双创教育有机融合, 进而能够培育出同时具备创新创业精神与符合市场高素质应用技能型人才的需求。另一方面, 以专业化为基础, 增强双创“科教融合”教学团队建设。基于新时代双创人才培养发展理念下, 高校学生创新创业能力的提高需实现“科教融合”, 通过双创与营销专业协同合力推动教学团队建设^[4]。高校双创教育中“科教融合”重点表现于师生合作开展创新创业课题研究, 以此有效激发营销专业学生创新研发兴趣, 培养学生科学的创新思维。以此, 高校营销专业学生能更好、更加快速地表发表实践程度较高的论文, 实现营销专业“科教融合”教学团队的建设目标, 推进营销专业双创人才培养目标的实现。

2 高校营销类专业双创人才培养存在的问题

2.1 营销人才培养与工作脱节严重

扩大内需战略背景下, 诸多高校在设置营销类专业双创人才培养目标时, 重点要以培育综合型复合型人才为主。该人才培养模式虽然可为市场输送大量人才, 但这其中仍旧存在部分弊端。也就是说, 该模式培养出来的人才并不具备强大的专业素质, 不符合营销领域及其行业中的用人标准, 且在创新创业能力上也较为欠缺^[5]。另外, 部分高校向市场输送营销人才中发现, 所送人才对专业知识掌握能力不够, 存在所学专业内容与实际工作相脱节的现象。

2.2 系统的营销双创课程实践教学体系缺乏

面向扩大内需, 高校营销类专业双创人才的培养并未发挥出学科与科研优势, 导致双创人才实践教学方法较为单一、实践教学形式及内容革新滞后^[6]。营销类专业双创人才培养课程体系建设缺乏时代性。在营销类专业双创人才培养观念上, 高校多数考虑到扩大内需的需求, 然而在实际中营销课程体系设置仍旧会受到传统教学观念的影响, 理论知识授课比重大于实践操作环节, 课程

比例严重失衡。

2.3 营销专业教学模式单一化明显

在扩大内需上持续加力, 高校营销类专业双创人才培养的工作也应与之同步, 设立与扩大内需的相关先进技术专业课程, 构筑一套完善且全面的新型营销类专业双创人才培养计划。然而, 就实际营销专业教学情况而言, 部分高校教师常常会利用单一模式进行教学, 造成学生被动接受理论知识, 使其严重缺乏学习兴趣。

3 扩大内需背景下高校营销类专业双创人才培养策略

3.1 注重产教融合模式的运用

高校应依据市场内需情况与现实实际需求相应改进双创人才培养计划及方案, 并根据企业需求来精确划分人才类型, 与企业建设起紧密的合作, 利用校企合作的形式协同培育营销创新创业及高素质人才。另外, 高校需重点关注学生实践技能的提升, 将实践与理论教学工作融合, 构建更为完善的校企营销人才供给计划。

3.2 构筑营销类学生创新创业的实践平台

在扩大内需战略背景下, 高校要探索不同形式的校企合作模式, 为营销类专业学生提供良好的双创实践平台, 使其能够提前感受社会实践以及在校期间参与到营销经营活动中, 让双创教育有效融合至日常教学中。概而言之, 营销专业学生双创能力培养需要高校、师生、企业等多方进行协作, 深化教学模式改革, 以此有效满足社会对高素质、高技能人才的需求。

3.3 注重交叉学科知识的渗透

基于扩大内需要求, 高校所培育的营销类专业双创人才能够构建各类互联网、大数据资源汇集平台, 并和其他专业教师协同规划及制定营销专业教学内容, 以此来实现各项资源共享及应用。为培养更多营销人才, 高校亟需采用大数据、互联网等技术构建教学资源库, 提升教师队伍的专业教学素质。同时, 每位教师也应具备交叉学科知识背景, 持续实践及进修, 提高自身的教学水平, 为国家培养更优质营销专业双创人才。

4 结语

面向我国扩大内需战略背景, 高校营销类专业双创人才培养机制探究, 提高该专业学生的基础业务素养与创新创业能力。双创人才培养机制的改革, 主要体现出高校对营销类专业教学的革新, 凸显双创教育意识对高校教学机制的影响作用。近些年, 我国各高校对于营销类专业双创人才培养机制展开实践探索, 有效弥补传统营销类专业双创人才培养机制的不足, 积极开展产教融合模式, 建设学生创新创业实践平台, 提升交叉学科知识

渗透力度,以期能够为相关研究者提供经验借鉴。

参考文献:

[1] 古明宇. 应用型本科院校市场营销专业双创人才培养体系构建[J]. 现代企业, 2021(2): 142-143.

[2] 薛莉莉, 曾海容. 基于学科竞赛的市场营销专业“双创”人才培养实践教学研究——以“社科奖”全国高校市场营销大赛为例[J]. 营销界, 2019(21): 159-160.

[3] 徐新洲. 产教融合驱动行业高校双创人才培养的内涵、机理与路径[J]. 教育与职业, 2021(9): 63-67.

[4] 王培培. 市场营销专业应用型创新创业人才培养模式研究

[J]. 产业创新研究, 2020(19): 148-149.

[5] 罗琼玮. 互联网+背景下“双轮驱动+”创新创业人才培养模式的构建与探讨——以市场营销专业实践为例[J]. 现代营销(经营版), 2019(7): 16-17.

[6] 杨禹军, 师东菊, 安祥林, 等. 基于校企合作的普通高校创新创业人才培养模式的探索与实践——以牡丹江医学院市场营销专业为例[J]. 职业教育(中旬刊), 2018(10): 32-35.

作者简介:

刘美艳(1980.9.13—), 女, 汉族, 黑龙江绥化人, 研究生, 哈尔滨金融学院副教授, 研究方向: 双创教育。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125071

建筑业管理体制的创新研究

龚黎明

重庆市坤达建筑工程有限公司, 中国·重庆 402760

【摘要】新时期发展环境下, 建筑业管理体制创新是2035总体战略中的关键战略之一, 通过加强建筑业管理体制的创新, 能够强化建筑行业对现代化发展环境的适应性, 有助于行业实现可持续发展目标, 进而满足中国建造2035战略发展要求。本文分析了建筑业管理体系创新的可操作性及重要性, 明确了建筑业企业加强管理体制创新的有效路径, 通过构建健全的信用监管体系以及构建健全的项目审批与管理体系, 能够强化行业监管的实效性, 突显管理体制的基础支撑作用。此外, 企业应该加强管理体制创新与数字技术的融合, 构建数字化发展体系, 在各部门协同化管理的背景下, 能够达到提升建筑业管理水平的目的, 助推行业快速稳定发展。

【关键词】 建筑业; 管理体制; 创新发展

Research on Innovation of Management System of Construction Industry

Liming Gong

Chongqing Kunda Construction Engineering Co., LTD, Chongqing, China 402760

[Abstract] Under the development environment of the new era, the construction industry management system innovation is one of the key strategies of 2035 overall strategy. Through strengthening the innovation of the construction industry management system, it can strengthen the adaptability of the construction industry to the modern development environment, help the industry to achieve the sustainable development goals, and then meet the development requirements of China's construction 2035 strategy. This paper analyzes the operability and importance of management system innovation in the construction industry, and makes clear the effective path of strengthening management system innovation in the construction industry enterprises. Through building a sound credit supervision system and building a sound project approval and management system, it can strengthen the effectiveness of industry supervision, highlighting the basic supporting role of management system. In addition, enterprises should strengthen the integration of management system innovation and digital technology, and build a digital development system. Under the background of coordinated management of various departments, it can achieve the purpose of improving the management level of the construction industry and promote the rapid and stable development of the industry.

[Keywords] Construction industry; Management system; Innovative development

对于建筑行业的实际发展来说, 建筑业管理体制发挥着重要的主导作用, 通过针对相关工作进行改革创新, 能够实现对管理模式的优化。为此, 应该加大管理体制的研究力度, 明确实际运行中存在的不足, 结合实际情况, 加强与先进科学技术的结合, 如数字技术、人工智能等, 逐步实现新兴技术与建筑业的融合发展, 确保建筑业的管理体制得到动态化更新与完善, 让行业的稳定可持续发展得到坚实基础。

1 建筑业管理体制创新的重要性与可操作性

1.1 管理体制创新需求的重要性

在建筑行业的实际发展中, 立足于总体发展要求的角度

进行分析, 加强行业大数据开发及管理、健全行业信用体系以及精简审批环节是必不可少的重要内容, 体现出很强的政策创新重要性。从多个主体角度出发进行分析, 建筑业经营管理中, 十分注重与自身利益相关的行业管理体制, 政府部门工作人员十分重视政府权力设置相关政策的创新, 从行业管制主体的角度出发, 分析宏观层面的创新发展需求, 需要加强对信用体系以及信息化工具等监管方式的创新。与政府受调对象相比, 建筑行业在与企业经营活动关系密切的管理内容及管理方式层面的关注较多, 包含不同数据平台的互通、工程项目的审批制度等。

1.2 管理体制创新需求的可操作性

立足于可操作性的角度进行分析,通过研究相关的调查数据,相比较而言,精简审批环节、规范行业协会工作以及行业信用体系的政策创新,在可操作性层面体现出绝对优势。而总结与行业主管部门组织结构设置相关的政策,在创新层面缺乏可操作性。从各利益主体层面出发,政府部门、建筑企业、行业协会是重要的三大主体,可操作性高的为以上三个主体与社会信用体系建设相关的创新措施。可以围绕已经出台的具体措施文件,调整及完善强制招投标范围与项目审批过程,能够使创新需求体现出更强的可操作性。

1.3 管理体制创新需求重要性与可操作性的融合

总结各类调查数据,立足于创新需求重要性及可操作性的角度展开综合分析,明确可操作性均值以及重要性均值的平均值为主要操作基准线,以此为依据,绘制相应的重要性及可操作性水平二维矩阵图,能够明确精简审批环节、推动建筑行业监管信息化、健全行业系统体系以及加强行业大数据开发与管理等四个层面创新需求体现出很强的重要性,且具备很高的可操作性,而整合项目建设流程管理部门的实践应用较难,不利于实现理论与实践的融合,但在行业管理体制创新层面发挥着不可或缺的重要支撑作用。由此可见,基于面向2035的发展新要求,建筑行业的转型发展体现出很强的可行性,以大数据管理、信息化工具为依托,深化建筑工程项目审批制度改革以及加强建筑行业信用体系建设,是未来建筑行业发展及管理体制创新的主要趋势。由此可见,建筑业管理体制创新工作的落实发挥着重要作用,有助于建筑行业实现可持续发展目标。

2 加强建筑业管理体制创新的有效路径

2.1 构建健全的建筑工程项目审批与管理体系

对于营商环境的优化及“放管服”改革工作的深化与落实而言,要求重视加强建设工程项目审批制度与方式的改革,创设具备现代化发展特色的国际化营商环境。为了激发建筑行业的市场活力,建设工程项目审批制度及方式的改革体现出很强的必要性,应该以国际化银行营商环境为标准,科学开展相应的评估工作,确保能够形成健全的建设工程项目审批与管理体系,为建筑行业提供 stronger 的推动力,进一步提升建筑行业的管理体制创新水平。

2.1.1 建立建设工程项目分类分级机制

建筑业的管理体制创新离不开健全的建设工程项目分类分级体系,应该结合实际情况,依托于项目风险与投资方式,建立科学化、差别化监管机制,能够拓展监管工作的覆盖范围。做好

政府投资项目、社会投资项目的细化及分级,结合对多种因素的分析,如技术难度、工程类别、资金来源以及土地获得方式等,制定合理可行的审批流程,配合做好动态化调整,逐步实现差别化、精细化管理。针对各类风险等级项目进行区分,依据建筑高度、建筑面积、区域位置、预期用途等方面的内容,有序落实差异化监管,对于低风险项目的简易审批与验收而言,需增强加快推广意识,构建高风险项目的监管体系,加大监管工作的探索力度,有助于强化对监管成本的有效控制。

2.1.2 建立常态化、系统化审批服务机制

进行建筑业管理体制创新的过程中,应该针对建设工程项目审批服务进行规范,合理优化及调整协作流程,建立科学完善的常态化、系统化审批服务机制,构建高效的联动工作模式。配合建立完善的项目审批涉及部门权力清单,编制合理的部门或者岗位责任清单,并做好相关内容的更新和发布,强化不同部门之间职能和责任界限的清晰性,使得审批权力边界得到有效划分,确保各部门能够认真履行自身责任与义务。同时,加大人防、建设主管、消防等重要部门数字资源的整合力度,保证不同部门间沟通机制的完善性。此外,增强行政审批人员的业务培训意识,配合开展相应的监督检查与绩效考核,进而达到提升服务水平的目的,逐步实现审批效率的提高目标。

2.1.3 建立项目报建审批的数字化建设机制

除了需要规范建设工程项目审批服务,还应该重视全流程在线审批,加大项目报建审批网络化、数字化建设力度,构建高效的全流程在线审批模式,逐步实现“一站式”在线审批体系,结合对信息技术的分析和利用,构建建设工程项目审批管理系统,搭建专门的投资项目在线审批监管平台,进一步突显审批信息系统的互联互通功能,确保形成全流程办理模式,立足于申请受理、审查决定直到证件制作等层面,进一步提升建设工程项目审批水平。此外,加强对BIM技术的利用,构建健全的施工图BIM审图规范化体系,进而达到构建数字化的全流程审批管理模式。

2.2 构建基于数字化共治的信用动态评价管理体系

对于社会信用体系建设来说,工程建设领域信用建设是不可获取的重要内容,立足于中国建造2035战略目标发展的角度,建筑行业需树立高质量发展目标。工程建设领域信用建设应从多个层面出发,如打基础、促应用以及建框架等,转变传统的思想观念,明确融入发展战略、深化应用创新的发展目标。

2.2.1 建立科学的信用评价及应用机制

为了实现行业数字化共治目标,应该积极构建健全的工程建

设领域信用评价与应用体系,创建全新的信用治理格局,结合对行业发展特点的分析,拓展信用评价指标的覆盖范围,定期组织建筑企业进行动态化分类管理。同时,建立科学完善的企业及从业人员信用评价结果管理机制,构建招标投标、执业资格以及资质许可等多个事项相关联的管理模式。此外,建立可行的评价结果互通互认机制,确保建筑行业企业间能够通过专门的信息平台实现对信用评价结果的共享,进一步发挥社会信用体系中信用评价结果的重要作用。

2.2.2 建立完善的信用多元主体协同治理机制

为了突显建筑业管理创新体系的优势,应该加强对建筑市场信用多元主体的分析,构建健全的协同化治理体系,切实发挥政府、市场以及社会等不同层面的协同作用。同时,建立科学完善的跨区域、跨部门信用体系合作机制,有助于实现不同区域之间的管理联动,始终坚持以地方主管部门或者中央为主导的基本原则。给予不同建设主管部门更多鼓励,使其能够积极加强与第三方信用服务机构的合作,在信用信息共享等层面投入更多精力,让信用服务机构得到支持,致力于信用服务产品的开发及红黑名单认定,在政府采购、市场准入以及招投标等行政管理层面,加强对信用服务产品及信用报告的推广和利用,切实发挥第三方信用服务机构在行业发展中的引领和助推作用。在此基础上,建立科学完善的纠纷解决机制及失信奖惩机制,重要作用是为企业的履约守信提供坚实基础,让企业在行业信用环境创设中的调解作用得到充分发挥。

2.2.3 搭建数字化信用监管平台促进数字化转型

选择于地方政府门户网站中设置专门的信息公开共享栏,目的是与当地工程建设领域的信用信息进行有效链接。同时,应增强工程企业与注册执业人员信用的信用档案建立与完善意识,构建专门的数据库,逐步实现与国家企业信用信息公示系统的数据共享交换。同时,重视部级系统与人社部、住建部以及工商部等重要部门的对接,主要依托于相关的信息管理平台针对联合惩戒、工商登记等重要信息进行全面归集与整合,强化与社会信用体系建设的融合。

2.3 构建管理机构横向联合与纵向整合重组统一管理体系

除了需要构建信用监管体系,为了保证建筑业管理体制的完善性,还应该加大管理机构横向联合力度,同时建立科学完善的内部运行机制,逐步形成健全的建筑行业综合统一管理模式,能够在满足现代化发展要求的基础上,避免企业内部各部门之间出现交叉工作任务,强化权责关系的清晰性。建筑业企业应加强对事务统一管理思路的分析,重视加强建筑业管理职能的整合,包含基础设施建设以及工程项目审批验收等,向新的建设主管部门做好整合,确保归口管理工作能够得到全面落实。此外,增强建设主管部门与其他子行业部门职能的界定意识,针对各部门的职责分工进行合理划分,强化部门权责的公平性及一致性。在建筑业建设项目全生命周期中,包含项目规划、项目立项以及项目建设施工等多个环节,应该加强行业管理部门的综合整合,积极构建全流程综合集中化管理模式,强化建筑业管理体制创新机制的完善性。

结语

建筑业的实际发展质量直接影响社会经济建设水平,为了提升建筑业的经营管理能力,应该增强管理体制创新意识。同时,建立科学完善的管理机制,加强与创新发展理念的融合,创设安全稳定的营商环境,构建完善的信用监管体系,强化对行业内各类企业的规范化管理,进一步实现行业的秩序化发展,让建筑业拥有更强的驱动力。

参考文献:

- [1]王广斌,徐雨晴,曹冬平,陈彦羽.我国建筑业行业管理体制创新战略研究[J].土木工程与管理学报,2021,38(04):8-14.
- [2]杨雪.建筑业绿色发展管理创新激励机制研究[J].化工管理,2019(08):49-50.
- [3]何玮.建筑管理体制创新之前景构建[J].中国民商,2018(03):92+132.
- [4]张桦.建筑设计企业在经济转型期间的创新转型发展[J].时代建筑,2017(01):46-48.

作者简介:

龚黎明(1986.11-),男,汉族,重庆人,本科,中级会计师,研究方向:建筑企业会计。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125072

华为股权激励有效性分析

郭琳

兰州财经大学, 中国·甘肃 兰州 730000

【摘要】随着时代经济发展人力资源已逐渐成为公司核心竞争力,为了留住人才,促进公司更好更快发展,越来越多的公司给予员工股权,使其参与公司经营决策,分享企业利润并承担风险,以达激励之效。从长远看来,员工持股计划能够缓解企业所有者与经营者之间的矛盾,同时能够留住创新型核心人才,进而促进企业可持续健康发展。本文以华为股权激励为例,对其员工持股计划进行了剖析,基于委托代理理论、激励理论等理论基础,对华为公司实施员工持股计划进行研究,以期对其他非上市公司实施员工持股计划起到一定借鉴作用。

【关键词】股权激励; 员工持股计划

Analysis on the Effectiveness of Huawei Equity Incentive

Lin Guo

Lanzhou University of Finance and Economics, Lanzhou 730000, China

[Abstract] With the development of The Times, human resources have become the core competitiveness of the company. In order to retain talents and promote the better development of the company, so as to achieve the effect of incentive. In the long run, can alleviate the conflict between enterprise owners and operators, retain innovative core talents, and promote the sustainable and healthy development of enterprises. This paper takes Huawei's equity incentive as an example to analyze its employee stock ownership plan. Based on principal-agent theory, incentive theory and other theoretical foundations, this paper studies huawei's implementation of employee stock ownership plan, hoping to provide some reference for other non-listed companies to implement employee stock ownership plan.

[Keywords] Equity incentive; Employee stock ownership plan

1 绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

随着互联网发展、现代公司规模壮大,公司所有权、经营权逐渐分离,使公司所有者更倾向于追求股东权益最大化,所有者在做决策和投资过程中追求高风险、高回报,而经理层会追求低风险、高收益,最大程度实现个人利益最大化。因此,所有者和职业经理人两者的利益不一致、信息不对称,委托代理问题出现,股权激励应运而生。

1.1.2 研究目的

本文旨在研究华为股权激励计划的发展历程和实施效果,为其他公司实施股权激励制度提供一定参考与指导。第一,分析华为股权激励计划实施历程。目前,学术界股权激励研究对象主要是上市公司,股权激励方案建立在公开发行股票基础之上,而华为作为非上市公司大型民营企业,实施股权激励计划中面临各种情形,不断改进和完善相关股权激励办法,有效激励员工并留住人才。第二,通过分析华为公司股权激励计划实施历程以及公司内部文化,研究华为如何保持高质量发展态势,如何保持股权激励有效性,为其他企业提供借鉴。

1.1.3 研究意义

目前我国处于股权激励制度规范标准化阶段。华为股权激励计划有效提高员工积极性,本文通过分析华为股权激励计划发展历史,介绍员工持股计划动因及成果,能促进我国非上市公司实施股权激励计划,为我国股权激励制度改革与创新提供新思路。

1.1.4 研究内容

通过分析股权激励相关理论,研究华为公司股权激励制度发展历程,得出华为股权激励有效性原因,并从中得出结论与启示。

1.1.5 可能的创新点

通过分析华为股权激励机制的发展历程,为具备一定条件的公司提供思路。华为的成功并非一蹴而就,而是不断摸索前进。华为作为大型民营企业的佼佼者,一般公司模仿不来,但是具备一定条件的民营公司可以借鉴华为股权激励机制改革历程,从华为股权激励的不断改革中收获启示,同时鼓励大型民营企业向华为公司学习。

1.2 国内外研究现状

1.2.1 国外研究进展

员工持股计划最直接的理论基础来自于美国经济学家及律师 Louis Kelso (1967),他的双因素经济理论认为,社会经济的正常运行时,通过资本和劳动力——这两种企业生产的双要素,人

们获得收入并且享有经济发展的成果。Margaret·M·Blair (1999) 依据利益相关者理论, 认为员工的收益与企业的未来发展密切相关, 此外, 员工身为人力资源的所有者, 他们在创造财富中发挥的价值日益突出。对员工进行股权激励是一个合适的方案。

1.2.2 国内研究进展

我国对股权激励计划研究起步较晚, 学者对此研究较少。张小宁 (2002) 进行了实证研究, 结论认为员工持股计划对企业绩效具有积极的作用。丁长发 (2002) 通过调查实施了员工持股计划的383家非上市公司统计数据, 发现员工持股计划与上市公司的绩效表现呈现出正相关关系, 我国1993—1997年进行员工持股计划的非上市公司和所有其他上市公司的平均盈利情况做了对比和综合分析, 发现有员工持股计划的非上市公司为净资产收益率远远超出上市公司平均净收益率。

2 股权激励的理论基础

2.2 相关概念界定

2.2.1 激励理论

激励理论是指企业在经营管理过程中, 以围绕员工为中心, 能够充分调动与激发企业员工工作积极性, 从而促进企业整体向上发展。

2.2.2 股权激励概念

股权激励, 是企业为了吸引并留住核心人才, 将公司股权赋予员工, 员工能够参与公司决策、共享利润、共担风险, 为公司利益以及长远发展提供服务的激励制度。随着经济不断发展, 国内外出现了多种不同的股权激励制度: 股票期权、虚拟股票、限制性股票、员工持股计划等。

2.2 实行股权激励的基础

2.2.1 委托代理理论

委托代理理论基于企业所有者与经营者的信息不对称, 企业所有者与经营者所追求的目标不同, 也会产生信息不对称。委托代理理论的核心是减少企业所有者与经营者之间所产生的利益冲突, 同时降低委托代理费用成本。

2.2.2 技术创新理论

世界经济飞速发展, 企业不再满足于低附加值产品中微薄利润, 具备关键技术产品才能带来高收益。企业不断进行创新, 提高核心竞争力。股权激励制度中员工持股计划, 能够在一定程度激发员工创新, 提高企业创新能力, 保持企业竞争优势。

2.2.3 双因素理论

双因素理论别称激励保健理论, 第一类是保健因素, 包括公司管理制度、薪资水平、人际关系和工作环境等, 上述因素恶劣到一定程度时, 员工会接受不了进而对工作产生不满。

第二类因素是激励因素, 包括工作的挑战性、上级的赏识以及员工自身发展成长的机会。

不同层面保健和激励因素其产生结果也不同, 因此双因素理论为长期股权激励制度奠定了基础。

3 华为公司股权激励计划

3.1 华为公司结构

3.1.1 华为公司简介

1987年, 华为在中国深圳注册成立。华为主要做数据通信网络和无线终端产品, 为世界各地的通信运营商提供相关设备、软件、服务和解决方案。截至目前, 华为的业务覆盖面极广, 华为

公司目前产值超8900亿元, 世界500强中唯一一家中国非上市民营通信技术公司。

3.1.2 华为公司股权结构

华为技术有限公司工会委员会成立了持股员工代表会, 持股员工代表会由每一位配股员工投票选出, 持股员工代表会投票选举公司内部董事会和监事会成员, 董事会、监事会成员对华为公司主要事项进行管理、决策及监督。

3.2 华为公司实施股权激励计划动因

3.2.1 降低融资成本及留住核心人才

实施员工持股计划筹集资金, 能够降低公司融资成本, 在一定程度上能够留住核心员工。第一, 通过员工持股计划融资, 能够减去在金融机构融资所支付的利息和费用, 不需要考虑其融资成本。第二, 相比发行股票以及债券, 利用员工持股计划进行融资, 实际上是通过“金手铐”留着企业核心人才, 更加能够调动员工的工作积极性。

3.2.2 长远发展

通过实施股权激励计划, 公司所有权的主体发生了很大改变, 由股东延展到公司利益相关者, 股权激励制度除了让员工获得法定薪资外, 还可以获得公司分红, 并且有权参与公司管理。

3.3 华为公司实施股权激励计划历程

3.3.1 创业初期

华为公司成立于1990年, 成立初期迅速扩大生产进而占领市场份额, 但是审批贷款困难。此时, 华为创始人任正非提出员工持股计划初始方案, 员工在获得应有薪酬同时, 享受公司额外利润。第一次实施员工持股计划后, 员工所持股份占华为公司总股份61.8%。

3.3.2 网络经济泡沫

2000年, 经济泡沫大规模爆发, 通信行业受到严重冲击。华为公司在收到大量订单时, 核心员工相继离开。华为一时陷入困境, 为了走出泥沼, 在现行股权激励基础上实施改革, 推出新一轮员工持股计划——虚拟受限股。饱和配股计划能够激励中下层员工, 此次股权激励变革, 由实物股激励向虚拟股转变。

3.3.3 “非典”时期

2003年, 非典来袭, 华为再次受到重创, 出口产品收到严重限制。与此同时, 华为部分离职员工入职思科, 华为和思科陷入知识产权纠纷, 内忧外患。华为公司鼓励高层管理人员主动申请减薪, 并配股作为补偿, 但是规定了配股的有效期为3年, 如果持股员工在3年内离职, 则配股自动失效。

3.3.4 2008年全球性金融危机

2008年, 美国次贷危机爆发并席卷全球。作为一个跨国企业, 华为自然受到了极严重的影响。因此, 华为公司再次对其股权激励机制进行改革, 实施饱和配股激励计划。饱和配股制度规定, 不同等级的员工匹配不同数量的股权, 部分持股上限的员工, 不再参与这次股权分配。

3.3.5 TUP计划

国家对股权激励机制不断修正、完善, 对虚拟股的购买做出了一定限制, 华为公司员工只能自筹资金购买公司股票, 这引来华为公司员工纷纷离职, 并大量套现虚拟股。华为基于此, 推出了时间单位计划, 简称TPU计划。时间单元计划主要配股范畴时核心技术人才, 是华为中长期的激励方案, 该股权锁定期一般为五年在第五年实行股权增值交易结算, 此次期权则全部清零。

4 华为股权激励有效性分析

4.1 虚拟股权

华为公司现状为全员持股, 持股对象为企业核心员工, 根据员工不同的工作岗位、工作时间以及工作绩效等, 分配不同数量的期权。TUP股权激励计划没有建立在历史贡献基础上, 避免了老员工坐享其成, 不思进取, 也满足了新员工扎根需求。

4.2 持之以恒的工作激励

华为公司狼性文化非常出名, 狼性文化对内强调团队合作意识, 对外强调对竞争对手猛烈进攻, 最大的价值是内部员工能够多劳多得。激励是公司发展创新的内在动力, 大多数企业实施的股权激励是资本激励, 员工以自身出资额为限, 成为企业的资本所有者, 取得收益。TUP计划的优越之处在于能够在很大程度上稀释老员工所持股份, 员工受到激励而不断长期奋斗, 实现了真正意义上的循环劳动激励, 劳动收益在资本收益之上。

4.3 股权激励、劳动激励相结合

TUP计划对有突出贡献的员工实施股权激励, 是员工得到长期激励, 没有采取短期行为, 华为的前途就是员工自己的前途。TUP计划形成华为内部竞争机制, 优胜劣汰, 老员工一旦满足过去成绩而懈怠, 红利下降, 立竿见影, 这种机制充分保障了人才合理流动。由于劳动激励, 华为内部员工的学习效率极高, 其他企业望其项背。内外部结合, 形成了一个良性循环。

5 分析华为公司股权激励的结论与启示

5.1 结论

5.1.1 华为股权激励激发创新活力

华为员工持股计划通过风险共担和利益共享机制, 对企业的科技创新产生深刻影响。通过分析近两年华为股权激励机制变化, 通过创新占据新市场, 进而取得优秀销售成果, 形成“研发投入-营收-研发投入”良性循环。

5.1.2 华为股权激励促进企业持续健康发展

华为通过实施员工持股计划, 代理成本有效降低, 在很大程度上缓和了企业所有者与经营者之间的矛盾, 能够激励经营者投资高风险高收益的创新项目。

5.2 启示

员工持股计划是长期激励手段, 企业员工能够拥有公司股份并获取收益。通过实施这种股权激励机制, 可以培养员工主人翁意识, 有利于构建企业、员工利益共同体, 缓解企业所有者与经营者之间的矛盾。

第一, 能够借鉴华为股权激励机制的公司, 需要保证自身盈利情况较好, 保证有足够的现金流对员工进行分红; 第二, 能够借鉴华为股权激励机制的公司, 公司没有上市, 能够保证有足够多的股份可以分配给员工, 并且保证自己的股权价格相对稳定, 没有大幅度涨跌; 第三, 能够借鉴华为股权激励机制的公司, 领导的意愿也至关重要, 老板像任正非一样, 有格局, 愿意把大部分股权分配出去。

在具备这些条件后, 可以参考华为公司股权激励机制, 实施股权激励计划依然要注意以下事项。

第一, 在实施员工持股计划时, 要根据员工不同职位、不同贡献分配不同数量股权, 要防止出现平等主义。如果持股数量不合理, 可能会出现“搭便车”问题, 会削弱员工持股计划的激励效果。其次, 要设置合理的锁定期, 避免员工离职套现。员工持股计划是长期激励机制, 为了实现预期的长期效果, 应当适当延长员工持股期限。第二, 重视科技创新, 科技创新是第一发展力。企业应当加大对创新研发的投资, 当然, 国家应当加大对研发的投入, 政府及相关机构应当设立相关专项资金, 对重大创新给予奖励, 鼎力支持高科技企业。第三, 华为公司的股权激励机制历程分为了五个阶段, 为应对不通时局调整不同的激励计划, 这五个阶段对想实施股权激励机制的公司都具备一定的参考作用。处于萌芽阶段可以借鉴华为公司早期的股权激励计划, 处于成熟阶段的公司可以借鉴华为后期的股权激励计划。总体来说, 华为股权激励计划的成功并非一蹴而就, 也是不断摸索前进, 华为近20年的发展历程都具备一定的参考价值。华为现在的成功是一般企业所模仿不来的, 但是可以分阶段摸索, 借鉴华为股权激励改革历程, 寻找适合自己的“鞋子”。

参考文献:

- [1] 张小宁. 经营者报酬、员工持股与上市公司绩效分析[J]. 世界经济, 2002(10): 57-64.
- [2] 丁长发. 职工持股制度(ESOP)的理论研究与实证分析[D]. 厦门大学, 2002.
- [3] 黄桂田, 张悦. 国有公司员工持股绩效的实证分析—基于1302家公司的样本数据[J]. 经济科学, 2009(4): 86-94.
- [4] 李士萍. 我国企业职工持股问题研究[D]. 天津大学, 2010.
- [5] 吴萌萌. 我国上市公司职工持股计划与公司绩效的实证研究[D]. 复旦大学, 2012.
- [6] 章卫东, 罗国民, 陶媛媛. 上市公司员工持股计划的股东财富效应研究—来自我国证券市场的经验数据[J]. 北京工商大学学报(社会科学版), 2016, 02: 61-70.
- [7] 高榴. 我国上市公司员工持股计划的特点、问题及改进对策[J]. 南方金融, 2016(11): 60-65.
- [8] 张望军, 孙即, 万丽梅. 上市公司员工持股计划的效果和问题研究[J]. 金融监管研究, 2016(03): 90-103.
- [9] 杨华领, 宋常. 员工股权激励范围与公司经营绩效[J]. 当代财经, 2016(12): 109-118.
- [10] 朱砚秋, 杨力. 股权激励: 是高管独享还是全员持股?—基于《关于上市公司实施员工持股计划试点的指导意见》的思考[J]. 财会通讯, 2017(18): 80-85.

作者简介:

郭琳(1996.7—), 女, 汉族, 河北衡水, 兰州财经大学会计学院, 21级在读研究生, 硕士学位, 专业: 资产评估, 研究方向: 企业价值评估。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125073

电力工程投资管理优化模式探析

张 伟 张纯社

国网阿勒泰供电公司, 中国·阿勒泰 836000

【摘 要】与传统的工程项目相比,电力设施的投资建设具有重大的意义,它既能够满足当前的社会发展所必需的用电需求,又能够提供稳定、可靠的电力服务。过去,电力项目的投资大部分都集中在提升技术水平上,但由于中国正在迈向新的经济形势,电网的规模正在逐渐扩大,同时,政府也在加大对电网的监管,从而提升了电网的整体运行质量,使得电网的稳定性得到了有效的提升。随着经济的不断发展,电力工程的投资面临着越来越大的挑战。它不仅能够满足当前的能源消耗,还能够推动经济的可持续性,并且有助于企业的长期可持续发展。因此,我们应该加大努力,改善电力工程的投资管理,以期达到更好的经济效益和更加完善的经济结构。

【关键词】电力工程; 投资管理; 优化模式; 对策

Analysis on Optimization Mode of Power Engineering Investment Management

Wei Zhang, Chunshe Zhang

State Grid Altay Power Supply Company, Xinjiang Altay, 836000

[Abstract] Compared with traditional engineering projects, the investment and construction of power facilities is of great significance. It can not only meet the current electricity demand for social development, but also provide stable and reliable power services. In the past, most of the investment in power projects was focused on improving the technical level. However, as China is moving towards a new economic situation, the scale of the power grid is gradually expanding. At the same time, the government is also increasing the supervision of the power grid, thereby improving the overall operation quality of the power grid and effectively improving the stability of the power grid. With the continuous development of economy, the investment of power engineering is facing more and more challenges. It can not only meet the current energy consumption, but also promote economic sustainability and contribute to the long-term sustainable development of enterprises. Therefore, we should increase efforts to improve the investment management of power engineering, in order to achieve better economic benefits and more perfect economic structure.

[Keywords] Power engineering; Investment management; Optimization mode; Countermeasures

改革开放四十年来,中国的经济和社会取得了巨大的成就,其中,电力和能源领域的投资都维持在20%或更多的年份,为中国的经济和社会的发展做出了重要贡献^[1]。然而,当前中国的经济处于一个新的阶段,需要更多的能源和技术的配合,才能实现更好的效率。根据国家能源局的统计,到2022年,中国的总体能源消耗将达到86372亿千瓦时,同比增加3.6%。在过去一年里,我国的经济取得了显著的成果,第一产业的用电量达到了1146亿千瓦时,同比增长10.4%;第二产业的用电量达到了57001亿千瓦时,较上年度大幅度提升了1.2%;而第三产业的用电量则达到了14859亿千瓦时,同比增长4.4%;此外,城市和农村的用电量也达到了13366亿千瓦时。随着技术的不断改善,传统的高消费行业,如制造、建筑、交通等,正在迅速地转

向更加节约的新兴行业,而且这些行业的用电需求也在不断提升,使得整个国家的经济可持续发展。近年来,由于社会用电量的持续减少,电力行业的发展也面临新的挑战,因此,政府应该加大对电力行业的支持,不仅仅是满足人们的日常消费,还应该加强对电力行业的科学发展,提升行业的整体竞争力,实现可持续发展。尽管电力工程项目的投资管理仍然存在一些挑战,但是通过采取有效的预防措施,可以有效地控制这些问题。因此,本文将重点关注当前电力工程投资管理的现状,并就如何提升投资效率、优化发展结构等方面提出有效的改进建议。

1 电力工程投资管理中存在的问题

1.1 电力工程投资的经济性评价重视程度不足

随着时代的发展,人们日益意识到电力工程的重要性,因而改变了传统的投资管理方式。现代的管理方式注重技术的发展,以确保电力工程的可持续发展。因此,政府机构、监管机构以及电力公司正努力提升投资的可靠性,以满足人们日益提升的能源消耗需求。在当前的电力市场中,由于政府的政策和法律的限制,电力行业的投资成本较高,而且回报周期较短^[2]。因此,在这种情况下,企业必须寻求更加有利的方案,才能获得更好的经济效益。为了满足这些需求,政府正在推进电力行业的市场化,并加强了对企业的监督和指导。综上,当前电力工程投资应更关注经济、社会效益,仅关注技术性能不利于投资效益增长,亦不利于经济高质量发展。

1.2 成本管理体系有待完善

随着科技的发展,电力工程的成本管理已不再局限于传统的计划经济模式,而是采用更加灵活的方法,从而使得后期的施工和维护更加高效、精准^[3]。这样,不仅可以更好地把握项目的进度,而且可以更好地满足项目的需求,从而减少后期的财务负担。随着技术的发展,现代的电力工程投资管理不仅要求前期的规划、决策以及后期的固定资产处置,而且要求采用更加灵活的方式,以及更加全面的成本管控,以实现更好的财务效率,并且可以更好地利用这些财务手段,以期获得更高的经济效益。随着技术的发展,电力工程的投资成本的流动性越来越受到关注,从而提高了项目的效率和质量^[4]。然而,在实际操作中,仍有许多细节和问题有待改进,比如设计变更、工程款的合理分配和成本的准确记录。

1.3 缺乏科学的电力工程投资后评估体系

在投资工程实施之后,为了确保工程的顺利实施,必须对投资的实施情况和效果进行综合的后续评估,这不仅仅是一项必不可少的工作,更是推动电力产业可持续健康发展的关键环节^[5]。当前,在进行电力工程投资建设时,人们通常只关心它可以为整体电网带来的生产技术和安全性,却很少考虑它是否可以为用户提供哪些优质的服务和产品。这种做法可能不仅无法满足用户的需求,还可能导致资金的浪费,从而增加企业的负担^[6]。随着社会发展的不断推进,电力投资工程的后评价已成为一项复杂的专业任务,其中包括电力技术、营销管理、经济效益、社会效益、财务广利等环节,而这些环节的准确性往往需要依赖专业的评价标准,因此,目前,中国尚未建立一套全面、可靠的、有效的、能够反映现状的电力投资工程的效益评价与实施效果的评价机制。这不利于电力工程投资后

的经济、社会、技术等方面效益的评估,无法有效且准确地得到电力工程投资的真实效果。为此,在当前新发展阶段,有必要构建一套符合中国式现代化背景的电力工程投资后的管理体系,助力中国电力工程投资高质量发展。

2 电力工程投资管理优化路径

2.1 优化电力工程前期经济性评价

在项目的初期,投资决策至关重要,因为这将会直接影响到项目的总金额、实施时间和结果。为了更好地控制项目的风险,我们必须采取现代企业的方法来实现有效的财务控制。这包括通过评估项目的收益和损失,并确保项目的预期收益能够达到预期的目标。除了企业的经济收入的显著改善外,由于电力工程的建设,使得整个行业的上下游产业链都受到极大的推动,从而给当地的居民带来更多的收入和安全保障,同时也有助于改善当地的社会环境,从而使得当地的公众对于政府的政策和行政的认知得到极大的改善。在未来,我们应该关注投资所产生的经济和社会影响,这将对保证电力项目的持续可持续性至关重要,并且可以为项目的持续发展提供坚实的基础。

2.2 健全电力工程投资全过程成本管理体系

随着科技和技术的飞速发展,电力工程投资面临着越来越多复杂多变的挑战,其中包括各种突发事件,这些事件既会对项目进展产生负面影响,又会对项目结果造成负面冲击,因此,要想达到最佳的项目结果,就必须构建一套完整、科学、合规、高效的项目成本管理体系,以降低项目投入,并最大限度地提高项目收益。为了有效地控制投资的整个生命周期,我们应该首先对其进行有效的财务控制,这可以通过对其财务预算的合规性审查来确保。此外,我们还应该根据项目的特殊性,合理分配和调整所有的财务资源,以确保项目的顺利实施。同时,我们还应该加强对项目的日常运营,确保项目的顺利完成。

为了有效地控制项目的生产进度,我们应该努力减少由于运行期间的变化而带来的风险,以便使项目的正常推进;同时,我们也应该及时收集和整理所有相关的数据,并严格审查所有的原始文件,以便及时完成最终的结算。

2.3 进一步完善电力工程投资评估体系

在电力工程的投资管理上,除了前期的评估和过程的监控外,更应该关注的是它们的实际效果,即它们的实现情况,如果实现了预期的目标,就会产生实际的收益。因此,我们应该从这一系列的实践和反思中,汲取宝贵的经验和教训,从而

更好地指导未来的投资决策。为了有效地进行电力工程投资管理的后期评估, 我们需要采取一些措施: 首先, 要清楚地界定评估的范围, 一般来说, 要考察的范围涵盖建设的科学性、经济的有效性、技术的有效运用、长期的有效利用等; 其次, 要制定一套完善的评估标准, 根据不同的项目, 精心挑选出适宜的重要参数, 构成一个完整的、客观的、公正的、有效的、全面的、客观的评估体系。

参考文献:

- [1] 段可可. 电力工程投资造价管理策划[J]. 中国电力企业理, 2022, 678 (21): 66-67.
- [2] 朱永娟, 李红军, 郑天娇. 我国电力工程投资管理优化模式研究[J]. 合作经济与科技, 2020, 638 (15): 100-101.
- [3] 王明星. 电力工程投资管理失控的原因及防范措施[J]. 花炮科技与市场, 2018, 96 (03): 69-70.

[4] 白文斌. 电力工程投资的风险管理措施分析[J]. 集成电路应用, 2021, 38 (12): 256-257.

[5] 陈琳. 基于全寿命周期成本的电力工程项目投资决策模型研究[D]. 华北电力大学(北京), 2019.

[6] 徐慧声, 沈维春, 董士波等. 中国电力工程技术“走出去”投资模式与管控智库建设创新研究[J]. 项目管理技术, 2018, 16 (06): 62-67.

作者简介:

张伟 (1976.10 —), 男, 汉, 江苏徐州人, 大学本科, 国网阿勒泰供电公司副高级工程师, 研究方向: 电力工程建设管理;

张纯社 (1985.11 —), 男, 汉, 山东省鄆城县, 大学本科, 国网阿勒泰供电公司中级工程师, 研究方向: 电力安全管理。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125074

企业公关营销活动中社会化媒体应用

秦 菲

历峰商业有限公司, 中国·上海 200124

【摘要】随着社会化媒体的快速发展和普及,企业公关营销活动中的社会化媒体应用越来越受到重视。本文分析了企业公关营销活动中社会化媒体应用的现状和不足,并提出了相应的解决策略,包括内容策略和移动终端应用策略等。通过本文的研究,可以为企业公关营销活动中社会化媒体的应用提供参考。

【关键词】企业公关营销; 社会化媒体; 内容策略; 移动终端应用

The Application of social Media in Corporate PR marketing Activities

Fei Qin

Richemont Commercial Co. LTD, Shanghai 200124, China

[Abstract] With the rapid development and popularity of social media, the application of social media in corporate public relations marketing activities has been paid more and more attention. This paper analyzes the current situation and shortcomings of social media application in corporate PR marketing activities, and puts forward corresponding solutions, including content strategy and mobile terminal application strategy. The research in this paper can provide references for the application of social media in corporate PR marketing activities.

[Keywords] Enterprise public relations marketing; Social media; Content strategy; Mobile terminal application

引言

随着社会化媒体的快速发展和普及,企业公关营销活动中的社会化媒体应用越来越受到重视。通过社会化媒体的应用,企业可以增强品牌影响力、提高产品知名度、扩大客户群体等。然而,在实际应用过程中,企业面临着不少问题和挑战。本文将从企业公关营销活动的角度出发,对社会化媒体在企业公关营销活动中的应用进行深入研究和探讨,分析其现状和不足,并提出相应的解决策略。希望本文能够为企业公关营销活动中的社会化媒体应用提供参考和借鉴。

1 企业公关营销活动中社会化媒体应用现状和不足分析

1.1 案例阐述

Nike 是一家全球知名的运动品牌,其社会化媒体上推出的“#justdoit”活动是一个极好的成功案例。该活动邀请用户在社交媒体上分享自己在运动中的照片和故事,该活动结合了用户的个人情感和运动体验,赢得了大量的用户参与和分享。在活动期间,Nike 的社交媒体账户在 Instagram 上增加了

7 万个关注者,Facebook 上的点赞量增加了 1.6 万次。该活动帮助 Nike 提高了品牌知名度和用户参与度,进而增加了销售额和市场份额。

类似的成功案例还有 Coca-Cola 公司的“Share a Coke”活动,该活动邀请用户在社交媒体上分享使用个性化可乐瓶的照片和故事。该活动得到了广泛的关注和参与,帮助 Coca-Cola 公司增加了销售量和品牌忠诚度。另外,美国百货公司 Macy's 的“Believe”活动也是一个优秀的例子。该活动鼓励人们分享他们对圣诞老人的信仰和愿望,Macy's 则会捐赠相应的资金到慈善机构。该活动不仅引起了用户的积极参与和分享,还提高了品牌的社会责任感和公益形象。

1.2 现状

在实际应用中,企业在使用社会化媒体进行公关营销活动,面临以下现状和挑战:①社会化媒体平台的多样性和分散性,使得企业需要同时管理多个平台,而且在不同平台上的受众也有所不同,因此对企业的宣传策略提出了更高的要求;②受众对社会化媒体的信任度和认可度较低,需要企业进行更加真实和有价值的宣传和互动,才能赢得受众的信任和关注;现

有社会化媒体广告形式的单一性和效果的不稳定性,需要企业创新广告形式,提高广告效果的可预期性和稳定性;③社会化媒体所需的维护和管理成本较高,对企业的经济成本产生影响,需要企业进行投入和回报的平衡。以上现状和挑战表明,企业在使用社会化媒体进行公关营销活动时需要具备多样的资源和能力。企业需要深入了解不同社交媒体平台上用户的兴趣和需求,制定不同的宣传策略和营销方案。此外,企业需要从受众的角度出发,考虑如何通过真实、有价值的互动,提高受众的信任度和认可度。

1.3 不足

在实际应用中,企业在使用社会化媒体进行公关营销活动时还存在以下不足之处:宣传内容的简单和单调,缺乏创新和吸引力,不能很好地吸引用户的关注和参与;社会化媒体活动的设计不够精准和有针对性,无法满足不同受众的需求和期望;社会化媒体活动的互动性和参与度不高,缺乏真正的用户价值和意义,影响宣传效果和用户参与度的提高。这些不足之处使企业难以达到预期的宣传效果和目标。因此,企业在设计和实施社会化媒体营销策略时需要充分考虑用户需求和利益,提供真实、有价值的内容和互动,以提高用户的参与度和忠诚度,从而提高品牌影响力和销售额。

2 企业公关营销中社会化媒体应用的内容策略

在企业公关营销中,内容策略是影响受众对品牌认知和态度的重要因素。下面将从优质营销内容、受众内容创造和多平台联动三个方面,探讨企业如何在社会化媒体上制定内容策略。

2.1 打造优质营销内容,聚集受众眼球

在社交媒体营销中,内容是吸引受众关注和建立品牌认知的重要因素。因此,企业需要制定有针对性的营销策略,以打造优质营销内容,聚集受众眼球。

2.1.1 利用数据分析工具了解受众需求,制定有针对性的内容策略

企业需要通过数据分析工具了解受众的需求和偏好,制定有针对性的内容策略。数据分析工具可以从受众的互动、评论、转发和搜索等方面获取数据,从而了解受众的兴趣、需求和行为习惯,为企业制定营销策略提供数据支持。例如,通过分析微博热门话题的数据,企业可以了解受众的关注点和讨论热点,制定相关的营销内容,吸引受众的关注和参与。同时,企业还可以通过分析受众的搜索关键词和浏览行为,了解受众的需求和兴趣,制定更具针对性的营销策略。

2.1.2 突出品牌的独特性和个性化,树立品牌形象和特色

在社交媒体上,企业需要突出品牌的独特性和个性化,树立品牌形象和特色,以吸引受众关注和建立品牌认知。企业可

以通过以下方式,突出品牌的独特性和个性化:制定独特的品牌故事和传播主题,通过故事化的方式吸引受众的关注;强调品牌的核心价值和特色,与受众建立情感共鸣;利用品牌代言人和明星效应,提高品牌的曝光率和影响力。例如,阿迪达斯曾通过在社交媒体上发布“Impossible Is Nothing”(一切皆有可能)的广告,突出品牌的积极向上和不断创新的品牌精神,树立品牌形象和特色。同时,阿迪达斯还邀请了很多明星和体育健儿作为品牌代言人,通过明星效应提高品牌的曝光率和影响力。

2.2 激发受众内容创造,吸引受众参与

社交媒体的互动性是其独特的优势,受众可以在社交媒体上自由发表言论、分享内容,同时也是内容创造者。因此,企业需要通过激发受众的内容创造,以吸引受众的参与和共享。

2.2.1 受众UGC内容的表现形式

用户生成内容(UGC)是社交媒体中另一种重要的营销形式,这些内容的表现形式包括图片、视频、帖子、评论、评分等。企业可以通过激发用户的创造性,鼓励用户分享他们的故事、经验和反馈,从而提高品牌的曝光率和声誉度。例如,美国星巴克曾在社交媒体上发布一张白色圣诞杯,引起了很多消费者的不满。随后,星巴克发布了一项UGC活动,鼓励消费者在圣诞杯上创造自己的艺术作品,并分享在社交媒体上。这一活动得到了消费者的积极响应,提高了品牌的知名度和影响力。

2.2.2 提高受众参与活动的积极性

企业可以通过开展互动式活动,提高受众的参与度和积极性。这些活动包括调查问卷、用户反馈、社交媒体投票等。同时,企业需要制定相应的奖励机制,以激发受众的参与热情,提高互动效果和品牌忠诚度。例如,中国电商平台京东曾通过一项UGC活动,鼓励消费者分享京东的商品照片和使用体验,从而提高品牌的曝光率和口碑。为了激发消费者的参与热情,京东设置了多项奖励机制,如最佳照片奖、最佳使用体验奖等。这一活动得到了消费者的积极响应,提高了京东品牌在社交媒体上的影响力和忠诚度。

3 企业公关营销中社会化媒体的移动端应用策略

随着移动互联网的普及和社交媒体的发展,移动终端的应用在企业公关营销中扮演着越来越重要的角色。企业需要针对移动终端的特点,制定相应的营销策略,以扩大品牌曝光率和提高受众参与度。

3.1 移动智能终端打破传统公关的“活动空间”观

在传统的公关活动中,企业通常会将活动的范围和空间限定在特定的场地和地点,以便控制活动的规模和效果。然而,随着移动智能终端的普及和社交媒体的发展,企业不再需要将公

关活动限制在特定的场地和地点,而是可以利用移动终端的功能和特点,扩大活动的范围和效果。

3.1.1 利用移动终端的直播功能,实现现场活动的虚拟化

通过利用移动终端的相机、视频和语音等功能,企业可以将现场活动的内容和氛围传递到“移动虚拟空间”中,让更多的受众可以参与和分享活动的体验和乐趣。例如,企业可以利用移动终端的直播功能,将现场的演出和表演实时传输到社交媒体平台上,让更多的受众可以通过移动终端参与活动,享受活动的氛围和现场仪式。

3.1.2 通过移动应用程序,设计虚拟的游戏和互动环节,扩大活动的趣味性和互动性

除了将现场活动的内容传递到“移动虚拟空间”中,企业还可以通过移动终端的功能,创造更多的虚拟活动空间,扩大活动的范围和效果。例如,企业可以通过移动应用程序,设计虚拟的游戏和互动环节,让受众可以通过移动终端参与活动,增加活动的趣味性和互动性。

3.2 移动智能终端扩展传统公关的“活动时间”观

在传统的公关活动中,活动的时间通常是有限的,企业需要通过不断的宣传和推广,扩大活动的影响和效果。然而,随着移动智能终端的普及和社交媒体的发展,企业可以利用移动终端的特点和优势,扩展活动的时间和效果,提高受众的参与度和忠诚度。

3.2.1 利用移动终端的即时通讯和推送功能,实现即时营销和宣传

移动终端具有即时通信和推送功能,企业可以通过移动终端向受众发送即时的营销信息和宣传内容,扩大活动的影响和效果。例如,企业可以利用移动终端的短信和推送消息,向受众发送活动的时间、地点和参与方式等信息,提高受众的参与度和活动的效果。此外,企业还可以通过移动终端的即时通讯功能,与受众进行实时互动和交流,提高受众的参与热情和忠诚度。

3.2.2 利用移动终端的社交媒体功能,延长活动的影响和效果

移动终端具有社交媒体的功能,企业可以通过社交媒体平台,延长活动的影响和效果。例如,企业可以在社交媒体上发布活动的照片、视频和内容,吸引更多的受众关注和分享,扩大活动的曝光率和影响力。此外,企业还可以利用社交媒体的UGC(用户生成内容)功能,鼓励受众参与活动,制作和分享与活动相关的内容,提高活动的趣味性和互动性。

3.3 移动智能终端应用要求重新重视“人机关系”

在移动终端应用中,企业需要重新重视“人机关系”,以

提高用户体验和满意度。例如,企业可以通过移动应用程序,设计简单、易用、富有互动性的界面和操作方式,提高用户的使用体验和便利性。此外,企业还需要关注移动终端的安全和隐私问题,保护用户的个人信息和数据安全,增强用户的信任和忠诚度。总之,移动终端应用已经成为企业公关营销中不可或缺的一部分,企业需要针对移动终端的特点和优势,制定相应的营销策略和应用方案,以提高品牌的曝光率和影响力。同时,企业还需要不断跟进移动终端的发展和变化,调整营销策略和应用方案,以适应市场需求的变化和用户需求的变化。

4 结语

本文主要探讨了企业公关营销中社会化媒体应用的现状、不足、内容策略和移动终端应用策略。随着社会化媒体的快速发展和移动终端的普及,企业需要重新审视和调整营销策略,以适应市场的变化和用户需求的变化。在社会化媒体应用方面,企业需要打造优质的营销内容,激发受众参与创造内容,整合各类媒体平台,融入消费者社群,以扩大品牌的曝光率和影响力。在移动终端应用方面,企业需要利用移动终端的直播、推送、社交媒体和UGC等功能,扩大活动的范围和效果,提高受众的参与度和忠诚度。然而,企业在社会化媒体和移动终端应用中仍存在一些问题和挑战。例如,如何平衡内容质量和营销效果,如何处理用户隐私和数据安全问题,如何利用科技手段提高用户体验和满意度等等。因此,企业需要不断学习和探索,积极应对市场和用户的变化,提高自身的竞争力和创新能力。总之,企业公关营销中社会化媒体应用的发展趋势已经不可逆转,企业需要跟随市场的步伐,紧密结合自身的品牌形象和市场定位,制定切实可行的营销策略和应用方案,以提高品牌的曝光率和影响力,促进业务的发展和增长。

参考文献:

- [1] 宋成. 企业公关营销活动中社会化媒体应用研究[D]. 湘潭大学, 2016.
- [2] 陈文晓. N企业公共关系营销策略的优化研究[D]. 南京大学, 2014.
- [3] 刘晓娜. 基于营销道德的企业公共关系模式研究[D]. 西南石油大学, 2012.
- [4] 焦伟晨, 何婷婷. 公共关系在企业中的问题[J]. 河南建材, 2010(06): 147-148.
- [5] 黎敏. 企业公关营销的失误与规避[J]. 企业改革与管理, 2009(12): 73-74.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125075

手机银行对泰国素叻他尼府 客户满意度的影响研究

王 思

常州大学, 中国·常州 江苏 213164

【摘 要】由于银行业竞争激烈, 所有人都在努力留住现有客户并加速拓展新客户, 银行不断创新满足客户需求和客户满意度的金融产品和服务, 为了吸引客户使用银行的服务, 即手机银行。手机银行有必要不断改进服务, 能够导致服务用户的最大满意度。因此, 本研究的目的旨在探索影响使用手机银行服务的客户满意度的营销组合因素。基于文献综述, 提出假设与本研究模型, 并且通过网络形式发放回收了210份有效的调查问卷并使用SPSS23.0对收集到的数据进行了统计分析。本文利用实证分析得出除了人员因素, 产品因素、价格因素、物流因素、渠道因素、促销因素、过程因素, 以及有形展示因素都对满意度因素有积极影响。根据所得出的结论, 本文提出了建议, 最后部分指出了本文的研究缺陷与对未来的展望。

【关键词】手机银行; 客户满意度; 客户需求; 营销组合因素

Study on the Influence of Mobile Banking on Customer Satisfaction in Surat Thani Province, Thailand

Si Wang

Wang Si Changzhou University, Changzhou, China, Jiangsu 213164

[Abstract] Due to the fierce competition in the banking industry, all are trying to retain existing customers and accelerate the expansion of new customers. The bank is constantly innovating financial products and services to meet customer needs and customer satisfaction. In order to attract customers to use the services of the bank, namely mobile banking. Mobile banking is necessary for us to continuously improve the service, which can lead to the maximum satisfaction of the service users. Therefore, the aim of this study was to explore the marketing mix factors affecting customer satisfaction with the use of mobile banking services. Based on the literature review, the hypotheses and the study model were proposed, and 210 validated questionnaires were collected through the network form, and the collected data were statistically analyzed using SPSS23.0. This paper uses empirical analysis to conclude that in addition to personnel factors, product factors, price factors, logistics factors, channel factors, promotion factors, process factors, and tangible display factors all have a positive influence on the satisfaction factors. Based to the conclusions, the research defects and prospects for the future.

[Keywords] Mobile banking; Customer satisfaction; Customer demand; Marketing combination factors

1 研究背景

互联网和信息技术的接入和发展已经影响和改变了我们的日常生活。银行业也受到这些影响。因此, 银行需要改进和开发自己的产品, 以跟上不断变化的技术和竞争对手的步伐。这鼓励银行探索服务客户的新途径^{[1][2]}。如今, 泰国的移动互联网在客户和银行的各种业务运营中发挥着重要作用, 这将增加随时随地和全天24小时进行金融交易的便利性。互联网通过银行网站提供银行服务等多种服务、通过手机应用程序等提供的

银行服务。这使银行在提供此类服务的成本节约方面具有优势。由于通过银行网站和通过手机应用程序提供的银行服务, 与在银行分行进行金融交易相比, 成本更低。并且由于使用了互联网技术, 银行具有了现代化的形象^[3]。泰国是手机银行业务的新来者, 但近年来采用速度很快, 从2013年安装的大约100万个应用程序增加到2017年的超过2500万个。从2010年推出到2017年10月, 交易数量的复合年增长率为22%。根据2018年底进行的一项全球调查, 手机银行的采用率为74%, 远高于

全球平均水平 41%，与瑞典 (71%) 相当。银行正在增强其数字银行能力，同时继续缩减其分支机构网络。例如，很多银行最近升级了他们的手机银行应用程序，以提供更广泛的服务，例如一键转账、购买外币、购买电影票和捐款^[4]。因此，完善手机银行系统，以尽可能满足服务用户的满意度。这是银行应该注意的事情。关于手机银行对泰国素叻他尼府客户满意度的影响研究。这题目使变得有用且重要，因为研究结果可以帮助银行改进手机银行系统以尽可能满足客户满意度的一部分。

2 相关文献回顾

2.1 手机银行相关研究

手机银行是指利用移动通信网络及手机终端办理相关银行业务的新一代电子银行服务。手机银行是网上银行的延伸，也是继网上银行、电话银行之后又一种方便银行用户的金融业务服务方式。作为一种结合货币电子化与移动通信的崭新服务，手机银行不仅可以使人们在任何时间、任何地点处理多种金融业务，而且极大地丰富了银行服务的内涵，使银行能以便利、高效而又较为安全的方式为客户提供传统和创新的服务，而手机终端所独具的贴身特性，使之成为继 ATM、互联网、POS (销售点) 之后银行开展业务的强有力工具^[5]。手机银行的大部分主要功能包括账户管理、转账汇款、行内转账、跨行转账，转账记录查询等功能。信息卡基本信息、交易账单明细、信用卡积分的查询，信用卡还款等功能。代缴水电煤等公共事业费、手机充值等功能。理财产品的购买、查询、撤销等功能。证券交易和其他。手机银行系统架构，根据手机银行的实现技术，主要包括 STK、短信、WAP、APP 客户端等模式。而随着智能终端和 APP 客户端的快速发展，APP 客户端模式占据手机银行的主导地位。手机银行系统通常由手机银行客户端和手机银行服务器端两个部分组成^[6]。

2.2 客户满意度相关研究

顾客满意度是一种心理活动的度量，用来衡量顾客需求被满足后的愉悦感。顾客满意度的概念是 1986 年由美国消费心理学家 Claes Fornell 教授创建。银行顾客满意度的构建是一个复杂的系统性工程，透过该系统借助多种方式和渠道收集客户的意见，不断实时修正评测指标，找出系统中的不足之处，及时调整银行的经营环境和产品及服务并监测调整后的客户满意度变化趋势以期切实提高客户满意度和银行的效益。银行顾客满意的影响因素大

体有以下几个方面：银行口碑、银行产品、服务水平、科技能力、营销能力、客户关怀、客户沟通等多个方面^[7]。

3 研究假设与模型

3.1 产品因素与客户满意度

提供的产品必须是经过质量测试的产品。因为对于消费者来说，首要的是产品本身的质量。与满足其需求和愿望的其他同类产品相比，消费者会喜欢并选择质量更好的产品。通过手机银行访问在线服务系统的便利性是决定客户使用意愿的因素。消费者越容易通过手机访问银行服务，称为产品质量对使用手机银行服务的客户满意度有积极影响^[8]。

H1 产品因素对客户满意度有积极影响

3.2 价格因素与客户满意度

手机银行服务价格是指明确规定为标准费用的各类金融交易费用。让服务对象感到满意。手机银行服务在价格方面具有优势，不收取各种费用，包括向其他银行转账。省际汇款支付手机账单、充值、通行费、水费、电费、不同银行的信用卡账单等^[9]。

H2 价格因素对客户满意度有积极影响

3.3 渠道因素与客户满意度

电子银行的发展带来了额外的渠道，如 ATM、互联网中心、呼叫中心、视频通信、手机银行等。银行服务的复杂性源于它们的种类繁多。银行业最大的特点是说服客户从服务中受益。可以说，营销组合的渠道方面与产品或服务的分销和交付密切相关^[10]。同时，Faris 等 (2016) 发现地点 / 分布与客户满意度之间存在显着关系^[11]。

H3 渠道因素对客户满意度有积极影响

3.4 促销因素与客户满意度

在促销方面，发现它影响了曼谷政府储蓄银行客户使用 MyMo 应用程序的决定。由于手机银行 (MyMo) 服务模式，银行的客户定期通过短信或他们的个人电子邮件等接收信息。让客户充分了解政府储蓄银行的各种消息，因为银行给了客户信心，直到导致下载应用程序 MyMo，以及用户感到满意度^[12]。

H4 促销因素对客户满意度有积极影响

3.5 人员因素与客户满意度

人是指银行各个维度的手机银行服务商。员工及关联方通过常规渠道和网络渠道、无论是在效率还是效果上，都能让服务用

户达到最大的满意度^[9]。

H5 人员因素对客户满意度有积极影响

3.6 过程因素与客户满意度

流程是指将服务交付给客户的程序、机制或活动流程。而且，在研究区域中流程和客户满意度之间存在显着关系。因此，过程与客户满意度之间的关系已经建立^[9]。

H6 过程因素对客户满意度有积极影响

3.7 有形展示因素与客户满意度

在有形展示方面，发现它影响了曼谷政府储蓄银行客户使用 MyMo 应用程序的决定。因为手机银行（MyMo）服务模式是一种标准化服务、有信息安全管理系统、有漂亮的图形。所以，人们喜欢使用 MyMo 应用程序并感到满意度^[12]。

H7 有形展示因素对客户满意度有积极影响

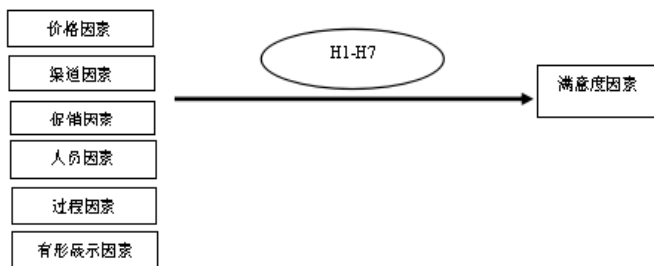


图 3-1 本研究的模型

4 数据收集与分析

4.1 问卷设计

本研究调查对象为泰国素叻他尼府客户通过手机银行使用。调查问卷包括两个部分，第一部分是个人基本信息，例如性别，年龄，收入，学历等。第二部分是影响使用手机银行服务的客户满意度的营销组合因素，包含产品因素、价格因素、渠道因素、促销因素、人员因素、过程因素与有形展示因素。本研究的调查问卷中大多变量的测量问项或者指标参考了以往研究，有良好的结果，问卷的第二部采用李克特量表（Likert5 点量表的形式），分为“非常不同意（1）”，“不同意（2）”，“一般（3）”，“同意（4）”，“非常同意（5）”。

本研究的调查问卷发放时间为2023年3月，问卷发放主要通过“Google Form（谷歌形式）”，本研究采用在线问卷进行调查，共发放问卷 220 份，问题回答不够完整的，删掉这些不合格问卷的答案后，共得到有效问卷 210 份，问卷有效率为 95.45%。样本描述性统计信息如表 4-1 所示。

表 4-1 样本特征量

变量	选项	数量	比例
性别	男	86	41
	女	124	59
年龄	20/<20	2	1
	21-30	73	34.8
	31-40	65	31
	41-50	43	20.5
	51-60	18	8.6
	>61	9	4.3
状况	未婚	124	59
	结婚	81	38.6
	离异	5	2.4
学历	大专及以下	7	3.3
	本科	172	81.9
	硕士	29	13.8
	博士	2	1
月收入水平	15,000 泰铢及以下	26	12.4
	15,001-20,000 泰铢	37	17.6
	20,001-25,000 泰铢	30	14.3
	25,001 泰铢以上	117	55.7
职业	在校学生	11	5.2
	私有企业职工	143	68.1
	私有企业主	23	11
	教师	4	1.9
	保险代理	14	6.7
	其他	15	7.1

表 4-2 测量量表

变量	编号	测量内容	参考来源
产品因素 (X1)	X11	手机银行交易提供正确和受保护的信息	[13] [3]
	X12	手机银行服务更灵活和非常快	
	X13	手机银行的声誉或信誉	
	X14	交易服务的形式多种多样	
	X15	手机银行在不断更新	
价格因素 (X2)	X21	手机银行交易费用是公平的	
	X22	通过手机银行进行交易费用低于在银行分行进行交易费用	
	X23	手机银行交易没有年费	
	X24	免费查看过往财务报表信息	
渠道因素 (X3)	X31	手机银行交易节省时间	
	X32	手机银行随地可用	
	X33	24小时手机银行交易可用	
促销因素 (X4)	X41	这银行正在持续推广通过手机银行进行金融交易的促销活动	
	X42	通过连我(Line)、脸书(Facebook)、短信或电子邮件向服务用户提供新闻和信息	
	X43	使用手机银行的各种好处	
	X44	准确易懂的手机银行接入规则	
人员因素 (X5)	X51	银行员工与电话语音客户服务员工可以快速提供服务	
	X52	银行工作人员与电话语音客户服务工作人员知识渊博, 使用、正确解决问题与提供建议	
	X53	银行工作人员和电话语音客户服务工作人员都很细心, 乐于提供建议	
过程因素 (X6)	X61	交易过程可以快速完成	
	X62	过程易于使用且不复杂	
有形展示因素 (X7)	X71	注意所使用的安全系统的标准	
	X72	风格非常现代, 美观且需要使用	
	X73	关于错误导致用户账户资金受损, 银行愿意承担责任	
满意度因素 (Y1)	Y11	您对手机银行交易感到满意	
	Y12	完成手机银行交易后您很满意	
	Y13	您感觉手机银行交易符合您的需求和期望	

4.2 数据分析

表 4-3 信效度分析

变量	项数	Cronbach's Alpha	AVE	检验结果
产品因素 (X1)	5	0.943	0.783	通过
价格因素 (X2)	4	0.928	0.768	通过
渠道因素 (X3)	3	0.932	0.755	通过
促销因素 (X4)	4	0.94	0.795	通过
人员因素 (X5)	3	0.947	0.667	通过
过程因素 (X6)	2	0.945	0.775	通过
有形展示因素 (X7)	3	0.867	0.785	通过
满意度因素 (Y1)	3	0.953	0.835	通过

本研究采用克隆巴赫系数(Cronbach's Alpha)进行信度分析。一般而言,内部一致性系数(Cronbach's Alpha)值越大,表明其信度就越高。当Cronbach's Alpha值大于0.7时,就说明这个量表信度比较高。本研究用SPSS23.0对数据进行了信度分析,其分析结果如表4-3所示。从表4-3可以看出,本文中各个变量的Cronbach's Alpha值在0.867-0.953之间,全部大于0.7,说明本研究的问卷设计可信度比较高。同时,KMO的值为0.934,而且巴特利特球形度检验的显著性值即P值小于0.05,说明数据适合做因子分析。此外,变量的AVE值都大于0.5,说明测量量表具有较好的收敛效度,因此测量变量的问项有效。

表 4-5 回归分析

模型	因变量: 满意度因素	
	B	标准误
(常量)	0.121	0.153
产品因素	0.205***	0.063
价格因素	0.221***	0.053
渠道因素	0.315***	0.064
促销因素	0.153***	0.054
人员因素	-0.009	0.046
过程因素	0.215***	0.054
有形展示因素	0.193***	0.056
R 平方	0.809	
调整R平方	0.802	
F值	122.071***	
ΔR 平方	0.809	
ΔF值	122.071***	

*P<0.05 ***P<0.001

本研究采用Pearson相关系数分析满意度因素和产品因素,价格因素,渠道因素,促销因素,人员因素,过程因素,有形展示因素之间的相关关系,结果如表4-4所示。可以看到,Y1与

表 4-4 相关分析

变量	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Y1
X1	1							
X2	0.698**	1						
X3	0.767**	0.772**	1					
X4	0.771**	0.747**	0.724**	1				
X5	0.642**	0.708**	0.570**	0.734**	1			
X6	0.701**	0.776**	0.747**	0.747**	0.707**	1		
X7	0.814**	0.701**	0.693**	0.767**	0.736**	0.711**	1	
Y1	0.813**	0.752**	0.819**	0.768**	0.662**	0.793**	0.795**	1

**,在0.01水平(双尾),相关性显著。

X1~X7 都存在正向相关,且在 0.01 显著性水平下,相关性显著。而且,从表 4-5 可以看出:模型是自变量(X)和因变量(Y)的回归分析,回归分析的结果 $F=122.071$ 与 $p=0.000$ 说明模型具有意义, $R^2=0.809$ 说明模型拟合效果越好。产品因素($B=0.205$, $t=3.246$, $P=0.001$),价格因素($B=0.221$, $t=3.402$, $P=0.001$),渠道因素($B=0.315$, $t=4.957$, $P=0.000$),促销因素($B=0.153$, $t=3.332$, $P=0.001$),过程因素($B=0.215$, $t=3.975$, $P=0.000$),有形展示因素($B=0.193$, $t=3.458$, $P=0.001$)都与满意度因素显著影响。但是人员因素($B=-0.009$, $t=-0.192$, $P=0.848$)与满意度因素没有显著影响。

5 研究结论与展望

5.1 研究结论

手机银行对泰国素叻他尼府客户满意度水平比较高。在影响使用手机银行服务的客户满意度的营销组合因素方面,除了人员因素、产品因素、价格因素、物流因素、渠道因素、促销因素、过程因素,以及有形展示因素都对满意度因素有积极影响。

5.2 研究建议

银行应给手机银行应用程序开发的,强调易用性、便利性、速度和各种服务交易,例如汇款、余额检查、商品和服务的账单支付等。风格应非常现代,美观且需要使用,还应明确披露费用。应增加接入渠道,使交易更容易,24 小时可接入,应该通过连我(Line)、脸书(Facebook)、短信或电子邮件向服务用户提供新闻和信息,应注重与竞争对手不同的沟通方式,使其独一无二,难以模仿。同时,存储客户数据以确保安全,并且每次用户遇到问题时都应提供帮助。此外,银行应保持质量水平并不断开发满足客户需求的应用程序,维护老客户群,并扩展到新的客户群,这也让客户有信心和满意度在未来继续使用银行的服务。

5.3 研究不足和展望

在本研究的样本大多是 21 岁-60 岁,但是 20 岁以下或者等于 20 岁,61 岁以上比较少,在该领域继续研究中,可将研究对象扩展,增加 20 岁以下或者等于 20 岁,61 岁以上的泰国素叻他尼府客户,来分析手机银行对所有年龄段的客户满意度的影响,为了得到更清晰的结果。同时,还有其他影响客户满意度和决定在每个银行使用手机银行的因素尚未被研究。并且以后的研究可以关注手机银行对所有年龄段的客户满意度水平,

应该更多地研究其他地区的样本或覆盖全国,为了通过手机银行应用更全面地覆盖服务用户人群。应研究其他外部因素,如文化、经济、社会、政治和技术。同时,其他内部因素,这会影响到使用手机银行应用程序的决定,并利用获得的信息调整策略以满足消费者的需求。

参考文献:

- [1] Jia L, Xue G, Fu Y, et al. Factors affecting consumers' acceptance of e-commerce consumer credit service[J]. International Journal of Information Management, 2018, 40(JUN.):103-110.
- [2] Esterik-Plasmeijer P, Raaij W. Banking system trust, bank trust, and bank loyalty[J]. International Journal of Bank Marketing, 2019
- [3] Na Ayutthaya A D. Factors influencing customer financial transactions through SCB EASY APP Channel of Siam Commercial Bank Public Company Limited in Bangkok [D]. (Master Independent Study), 2021, Bangkok: Siam University.
- [4] Poromatikul C, Maeyer P D, Leelapanyalert K, et al. Drivers of continuance intention with mobile banking apps[J]. International Journal of Bank Marketing, 2019
- [5] 林家宝,鲁耀斌,徐勇.手机银行用户满意度与忠诚度研究[J].信息系统学报,2012(01):97-107.
- [6] 李宏达,李林森.手机银行风险评价体系研究[J].计算机应用与软件,2014,31(12):303-306.
- [7] 林涛,赵玮,吴晶博.商业银行顾客满意度形成机制研究[J].产业与科技论坛,2018,17(06):105-106.
- [8] Prasetyo SH, Witono B. The Effect of Service Quality, Product Quality, Trust and Security on Customer Satisfaction in Using Mobile Banking[J]. The International Journal of Business Management and Technology, 2022, 6(4):205-213.
- [9] Santirattanaphakdi C, Limsarun T. The Influence of marketing mix (7P'S) affecting using Mobile Banking services behaviors case study: Bangkok and its

- vicinity [J]. The Journal of Business Management, 2019, 10(2):120-143.
- [10] Shin N. Strategies for competitive advantage in electronic commerce[J]. Journal of Electronic Commerce Research, 2001, 2 (4): 164-171.
- [11] Kadhim F A , Abdullah T F , Abdullah M F . Effects of marketing mix on customer satisfaction: empirical study on tourism industry in Malaysia [J], 2016, 2 (2): 357-360
- [12] Aumboon N, Services Marketing Mix that Affecting Consumer' s Service and Technology Acceptance Affecting Decision to using Application MyMo of Customer Government Savings Bank in Bangkok [D], 2020
- [13] Jhantasana C. Composite Analysis of Mobile Banking Usage: Dimension and Construct Effect[J]. Asia Social Issues., 2022; 15 (5): 252-257.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125076

企业会计核算存在的问题及规范化管理方法

李小彬

安礼华粤(广东)会计师事务所(特殊普通合伙)重庆分所, 中国·重庆 404100

【摘要】在市场经济体系逐步完善的形势下, 同行业之间的竞争也愈演愈烈, 此种市场环境下, 要想更好的在市场中立足, 除了要提高企业自身的业务水平以外, 还要强化自身的会计核算能力, 为企业既有资源的合理配置与应用奠定良好的基础, 达成企业经营利用最大化的目标, 以此来提高企业在市场中的竞争力。但目前来看, 部分企业在会计核算工作中暴露出一系列问题, 究其原因主要是由于会计核算工作缺乏规范性。为能够改变企业会计核算的工作现状, 下文重点分析会计核算中面临的主要问题, 并试着提出实现会计核算规范化管理的有效方法, 以期能够通过规范会计核算行为来提高会计信息质量, 为企业经营和决策等活动提供可靠的信息参考, 充分发挥会计信息的应用价值。

【关键词】 会计核算; 规范化管理; 核算实操

Enterprise Accounting Problems and Standardized Management Methods

Xiaobin Li

Anlihua Yue (Guangdong) Certified Public Accountants (Special General Partnership) Chongqing Branch, Chongqing, China 404100

[Abstract] In the market economy system gradually perfect situation, the competition between the same industry is becoming increasingly fierce, this kind of market environment, in order to better foothold in the market, in addition to improve the enterprise's own business level, but also to strengthen their own accounting ability, for the reasonable allocation and application of enterprise resources to lay a good foundation, Achieve the goal of maximizing the operation and utilization of enterprises, so as to improve the competitiveness of enterprises in the market. But at present, some enterprises in the accounting work exposed a series of problems, the reason is that the accounting work is lack of standardization. In order to change the status quo of enterprise accounting work, the following focuses on the analysis of the main problems in accounting, and tries to put forward effective methods to achieve standardized accounting management, so as to improve the quality of accounting information by standardizing accounting behavior, provide reliable information reference for enterprise management and decision-making activities, and give full play to the application value of accounting information.

[Keywords] Accounting; Standardized management; Accounting practice

会计核算属于财务管理中的关键环节, 决定着财务管理的整体质量, 同时与企业的经营管理能力也密切相关。因此, 企业方面加大了对会计核算工作的重视, 纷纷采取措施提高会计核算质量, 但受到诸多因素影响, 目前企业的会计核算工作中还表现出核算范围界定不清、核算机制不完善和核算行为缺乏规范性等问题, 对会计核算工作质量带来了一定程度的影响, 这导致会计核算的监管职能也无法有效发挥。鉴于此, 十分有必要探究提高会计核算规范化管理水平的有效方法。

1 企业会计核算规范化管理的要义

1.1 保障会计核算工作的有序性

市场经济环境下的企业需要通过加强内部建设来提高市场竞

争力, 其中财务管理工作的开展是提高其内部建设质量的重要基础, 尤其是会计核算的准确性决定着能否为企业战略决策和经营决策的制定提供真实可靠的参考依据。为此, 企业方面需要加强对会计核算工作的重视, 通过推行较为完善的工作机制来保障会计核算工作的有序落实方能提高会计信息质量。在认识到这一因素后, 企业方面积极开展针对会计核算的规范化管理工作, 并且结合企业的发展实际, 制定规范化管理制度, 保障管理工作的科学可行, 使企业会计核算工作得以有序开展。

1.2 提高会计信息质量

企业管理者需要根据会计核算信息来作出科学决策, 因此对会计核算信息的真实性和准确性提出了高标准的要求。对会

计核算的规范化管理可以显著提升会计信息质量,使其真实性得到保障,确保相关的管理者可以对企业经营状况和各类业务的经济收益具有直观了解,为经营结构的调整以及企业发展战略的制定创造良好的条件。可以说,加强企业会计核算规范化管理工作是强化企业会计工作质量,提高信息真实性的重要基础。

1.3 充分发挥会计监管职能

监督职能是会计工作的主要职能之一,但其职能作用的发挥与会计核算的准确性直接相关,如不能保障会计核算过程的规范性则很难保障会计核算信息的准确性。为此,可以认为会计核算的规范化管理对于强化会计监督职能具有积极作用。从早期的工作实践来看,不够规范的会计核算工作不仅无法保障会计核算信息的质量,导致经营决策出错,还可能造成监督职能失效的问题。

2 企业会计核算中存在的主要问题

2.1 会计核算范围界定不清

结合企业目前的会计核算工作现状来看,存在会计人员对核算工作认知不清的现象,导致在实际开展会计核算工作时,不能对核算范围进行准确划定。尤其是在企业所有权和经营权分开的状况下,企业会计核算人员经常会出现认知上的偏差,致使出现跨月报账和凭证信息填写不完全的问题,此类现象的产生导致所提供的核算信息难以准确反馈企业在阶段内的经营状况,也就不能被作为企业经营决策的有力参考。

2.2 会计核算机制不够完善

现行的部分企业未能在会计事务所的指导之下构建相对完善的会计核算机制,导致在落实会计核算工作时,由于缺乏会计核算机制的指导出现核算任务完成不及时或者不准确的问题。尤其是在会计核算的过程中,因缺乏对会计核算行为的有效监督,经常出现会计核算行为不规范的现象,严重的情况下会由于违规操作对会计信息的安全性造成威胁,会计核算结果的准确性也难以保障,这无疑会失去会计核算信息的应用价值。

2.3 会计人员核算行为缺乏规范性

会计核算人员作为会计核算工作的主导者,其自身的专业能力和职业素养对于会计核算工作的质量具有直接影响。部分企业的会计核算人员专业能力与素质参差不齐,导致会计核算工作的整体质量难以保障。具体表现为,一些资历较好的会计人员在长期工作中积累了大量的会计核算经验,在核算过程中可以灵活应对突发问题,但由于接受会计系统培训的时间较早,部分会计核算知识和技能已经较为落后,尤其是不能掌握现代会计工具的

用法,对会计核算效率和质量带来了一定的影响。而部分青年会计核算人员接受了最新会计理论知识的培训,且能够全面掌握现代会计工具的使用方法,在会计核算过程中能够得心应手的利用新工具和新理论,但由于经验积累不足,很难独立应对突发状况。

3 企业会计核算规范化管理的方法

3.1 强化核算认识水平,规范会计核算范围

鉴于相关会计核算人员对会计核算工作认识不清是导致会计核算工作难以规范化开展的关键性因素,建议相关企业能够积极邀请会计师事务所的专业人员到企业内部开展围绕会计核算工作的知识举办讲座活动,首先强化会计管理层人员对会计核算工作的正确认识,使其能够为今后的会计核算工作作出正确的指导和指示。此外,还需着重开展针对会计部门成员的职业素养教育工作,目的是强化会计人员的责任意识,使其认清自身肩负的重要工作职责,且提高对会计核算重要性的认知。同时,围绕新会计准则的内容要求进行讲解,使其明确会计核算工作的侧重点以及不同阶段需要完成的核算任务,确保对会计核算范围的有效界定,促使今后的会计核算工作均能有的放矢。

3.2 健全完善核算机制,规范指导核算实操过程

企业要想实现会计核算规范化管理的目标,则需以完善的核算机制为依托。因此,需要结合企业的会计核算工作特点与要求,首先建立一个相对完善的会计核算机制,依靠完善的会计核算机制来指导后续工作的落实,提升会计核算工作的规范化水平。具体制定会计核算制度机制时,要对会计核算人员的工作职责和内容进行综合考虑,并且明确界定会计人员的工作任务和内容,对具体工作要求进行精细梳理,其中应涉及报账、对账等会计核算信息的核算要求,充分提升核算机制制度与实际工作的契合度,并且发挥其指导作用和约束作用,有效规范会计核算人员的作业行为。例如,可以基于特定的岗位编制工作手册,在其中细致记录核算工作的要点和需要遵循的具体核算原则,为相关岗位人员提供有利的指导。如记账环节中,要确保账目内容清晰明确,不得存在描述不清的状况,并根据账目内容编写分录,明确现金流去向等。

3.3 加强会计队伍建设,规范会计核算行为

针对因会计核算人员业务能力和综合素质参差不齐引发的会计核算问题,可以通过开展有针对性的教育培训活动的方式强化全体会计核算人员的业务能力和素质。对于资历较好,且工作经验丰富的会计人员可以开展新会计准则、新会计理论知识的学习活动,采取集中培训的方式不断丰富会计人员的知识体系,

并在集中学习结束后安排考试, 检验阶段内的学习效果, 对于部分理论基础较为薄弱的人员引导其利用业余时间进行自学。为能提高会计人员自我提升的积极性, 可以推出相关的激励机制, 针对业务能力进步较快的会计人员给予物质奖励或者提供晋升机会等。针对理论基础较为扎实, 能够全面掌握会计工具使用方法, 但经验积累不足, 难以独立处理问题的青年会计人员则可采取带教培养措施, 即每个资历较老的人员带教 1-2 名青年会计人员, 二者在实际工作中可以进行能力互补, 弥补部分会计人员在会计工具使用方面的不足。此举, 可以有效提升会计队伍的建设水平, 使其会计核算行为得到更好的规范。

3.4 强化内部审计监督, 提高会计核算规范化效果

企业财会工作具有审计监督的作用, 是保障企业资金安全的重要基础。一方面, 要起到约束核算工作行为的作用, 避免出现徇私舞弊等现象。为能达成这一工作目标, 要在企业内部设立专门的审计工作小组, 根据相关法律法规对审计工作内容和审计要求加以明确, 并且制定内部审计工作制度, 为审计工作的具体落实给予指导。同时, 审计工作要贯穿于企业会计核算的整个过程, 一方面辅助会计核算工作的有序开展, 一方面对相关核算人员的核算行为产生约束, 通过加强对会计核算过程的审查来保障核算工作的规范化落实; 另一方面, 要积极开展针对会计核算的监督管理工作, 目的是通过监督管理来规范会计核算工作行为。具体而言, 要结合相关法律规范以及企业自身的会计核算工作要求形成较为完善的监督管理制度, 通过有效推行监督管理制度对会计核算过程进行有效监管, 保障会计核算人员工作职能的有效发挥。

3.5 建设会计核算系统, 利用新技术提高规范化管理水平

企业会计核算规范化管理目标的达成既需要较为完善的管理机制作为支持, 也离不开先进管理工具的作用。从会计工作目前的发展状况来看, 信息技术已经实现了普遍应用, 信息技术成为会计工作的主体工具之一, 为能充分发挥信息技术对会计核算规范化管理工作的辅助作用, 需要建立起对应的会计核算系统, 但在系统构建环节需要注意做好如下几方面工作: 1)

要基于新会计准则、税法以及会计法律法规等对会计核算工作的基本要求对会计核算工作体系进行有效梳理, 并将其完整的呈现在会计核算系统中, 对会计核算的内容和流程进行有效规范; 2) 正确分析会计核算工作与其他部门工作之间的关系, 尤其要处理好核算工作与财务工作的关系, 在系统内形成逻辑清晰的系统框架, 保障各部门信息的高效同步, 并实现与财务部门信息的高效交互与共享; 3) 结合企业经营状况和发展状况对会计核算的科目进行有效明确, 常规的核算科目包括经营费用、业务盈利、技术研发和引入费用、薪酬费用、生产费用和日常办公费用等。

结语

企业会计核算工作的规范化管理是保障企业会计核算工作标准化落实, 并且提高会计核算信息质量的重要途径, 企业管理者也可依据此制定出科学可行的经营计划和战略发展计划, 对于促进企业经济的健康发展具有积极作用。为此, 企业方面需要强化对会计核算工作的认识, 并且积极指导工作落实, 通过制定相对完善的管理机制促进会计核算工作的有序开展, 使其核算项目、内容和流程等均能得以规范, 从根本上提升企业会计核算管理的规范化效果, 为企业长效发展提供助力。

参考文献:

- [1] 龚雯. 建筑安装企业工程项目财务管理与会计核算规范化研究[J]. 中国管理信息化, 2023, 26 (03): 26-29.
- [2] 方法湖. 企业会计核算规范化管理的路径选择[J]. 财经界, 2023 (02): 99-101.
- [3] 孔洁. 企业会计核算中的规范化管理措施分析[J]. 中国市场, 2022 (32): 172-174.
- [4] 王静岩, 田倩倩. 企业会计核算问题与规范化管理策略构建[J]. 纳税, 2019, 13 (05): 12

作者简介:

李小彬 (1984.10—), 男, 汉族, 重庆合川人, 本科, 中级会计师, 研究方向: 税务筹划。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125077

基于SWOT分析宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业发展研究

罗雅茜 王 曦 黄世婷

成都工业学院, 中国·四川 成都 610000

【摘要】宁夏贺兰山东麓地区是中国著名的葡萄酒生产基地,也是世界闻名的酿酒葡萄种植黄金区域,近几年发展迅猛,葡萄酒产业现已经成为宁夏的主要经济支柱产业之一。本文运用SWOT战略分析法,从内部和外部两方面,综合剖析了宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业发展的优势和劣势,机会和威胁,提出宁夏应充分利用良好的区位条件和资源条件的优势,采用将葡萄酒产业与旅游业相结合发展的新方式,借助“一带一路”、“乡村振兴”等国家政策的支持来助推葡萄酒产业的发展。坚持打造优质的品牌形象,以达到发展千亿规模的目的,促进宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业的良性发展。

【关键词】贺兰山东麓;葡萄酒产业;SWOT分析

Study on wine Industry Development at the Eastern foot of Helan Mountain in Ningxia Based on SWOT Analysis

Yaqian Luo, Xi Wang, Siting Huang

Chengdu Technological University, Chengdu, Sichuan 610000

[Abstract] The eastern foot of Helan Mountain in Ningxia is China's famous wine production base, and also the world famous wine grape planting gold area. In recent years, the wine industry has become one of the main economic pillar industries in Ningxia. In this paper, SWOT strategy analysis is used to comprehensively analyze the advantages and disadvantages, opportunities and threats of the development of wine industry in the eastern foot of Helan Mountain in Ningxia from both internal and external aspects. It is proposed that Ningxia should make full use of the advantages of good location and resource conditions, and adopt a new way of combining wine industry and tourism development. With the support of "One Belt, One Road", "rural revitalization" and other national policies to boost the development of wine industry. Adhere to the creation of high-quality brand image, in order to achieve the goal of developing hundreds of billions of scale, promote the healthy development of wine industry in the eastern foot of Helan Mountain in Ningxia.

[Keywords] The eastern foot of Helan Mountain; The wine industry; SWOT analysis

2021年5月25日,经国务院同意,《宁夏葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区建设总体方案》由农业农村部、工业和信息化部 and 宁夏回族自治区人民政府联合印发。根据国家制定的发展战略,以“葡萄酒+”为主线,延伸产品的深度发展,在2035年前,宁夏贺兰山东麓酿酒葡萄基地种植规模将达到100,000亩,每年产葡萄酒6亿多瓶,实现综合产值2000亿元。将综合试验区建设为黄河生态保护示范区、西部特色产业开放发展的引领区、文旅教体融合的实践区、“一带一路”的先行区,建设中国葡萄酒与世界接轨的窗口、农业特色产业深度开发的平台。该地区的葡萄酒生产获得了中央政府和自治

区的大力关注,并获得了一批政策支持。然而,在目前紧张的市场环境下,该产区的葡萄酒生产和经营仍不能占据上风。本文通过SWOT战略分析法,全面剖析了宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业发展的优势(Strengths)、劣势(Weaknesses)、机会(Opportunities)、威胁(Threats),希望能为这一国家级产业的发展提供新思路。

1 宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业内部条件分析

1.1 优势(S)

1.1.1 优越的自然环境有利于产业发展

1.1.1.1 地理位置

宁夏贺兰山东麓地处贺兰山冲积扇与宁夏黄河冲积平原中间,西部与贺兰山山脉相连,东部与黄河相接,宁夏贺兰山东麓地处北纬 38 度至 53 度,是种植酿酒葡萄的优质地区,全年日照达 3000 小时,土壤条件优异,土壤侵蚀度低,有以淡灰钙土为主的土壤,确保了其酸性,适宜种植出高品质葡萄。^[1]

1.1.1.2 气候条件

宁夏贺兰山东麓地区属于典型的大陆性干旱半干旱气候,呈南北走向的贺兰山山脉为西伯利亚和蒙古的寒流以及腾格里沙漠的风沙提供了天然的屏障。宁夏贺兰山东麓地区年平均降雨量在 150-240mm,黄河水的灌溉能弥补降雨不足,加之其昼夜温度波动大,有着充足的日照时间和干燥的气候,使宁夏贺兰山东麓的气候条件能够与法国波尔多葡萄酒产区相媲美。

1.1.2 生产要素成本低为产业发展提供基础性竞争优势

宁夏贺兰山东麓地区土地资源丰富,且与中国东部的其他产区,如河北、北京、天津等相比,宁夏农村地区的土地承包价格相对较低,预估在“十四五”中优质葡萄的种植面积将进一步扩大。葡萄酒产业是一个劳动密集型产业,这就要求在生产过程中投入很多的人力。贺兰山东麓产区地处西北,相对于发达国家,其单位劳动价格相对较低,在区域内有一定的竞争力。

1.1.3 葡萄酒产业和旅游业一体化新模式发展

葡萄酒产业与文化旅游产业融合,葡萄酒产业可以给文化旅游产业带来新的元素,丰富其内涵,文化旅游产业可以为葡萄酒产业提供新的发展方向,并提供宣传载体,有利于扩大葡萄酒产业发展的空间,提高其市场竞争力。2013 年,宁夏被《纽约时报》评为世界 46 大“必去”最佳旅游景点;2019 年 9 月,宁夏获得中国最佳葡萄酒旅游产区称号;2020 年 10 月 22 日,宁夏贺兰山东麓被评为“世界十大最有发展前景的葡萄酒旅游产区”,目前,宁夏全区 47 家列酒庄均有一定的旅游接待能力,酒庄每年可容纳超过 600,000 名游客,有利推动了葡萄酒产业与文旅产业一体化的发展,增强了宁夏全域旅游的活力。^[2]

1.2 劣势(W)

1.2.1 种植葡萄的成本较高

葡萄酒生产费用主要包括葡萄的种植、生产和运送。宁夏贺兰山东麓地区地处中国季风气候带的西部,冬日长,温度较低,春天风力大,葡萄园埋土防止冻害寒的成本很高。埋土防寒,也就是冬天要把葡萄蔓埋起来,春天进行出土,这会给葡萄的种植带来很大的麻烦,而且会大大提高葡萄酒生产费用。

1.2.2 葡萄酒加工能力不足

宁夏贺兰山东麓是全球最适合葡萄栽培的地区之一,宁夏贺兰山东麓因其特殊的区位优势,具备了生产优质葡萄酒的良好环境。但是,宁夏地区缺少具有一定规模的葡萄酒领头产业来带动整体,国内的葡萄酒加工厂产能很小,仅能提供 40% 以上的葡萄来制作葡萄酒,其余的都是将其当作廉价的原酒或者原材料出售到其他地区。这说明宁夏地区的葡萄酒工业发展还不够有力,很多葡萄酒生产厂家还停留在产业链的最后,只靠天然的自然资源培育出了高品质的葡萄,但没有进一步的酿造、加工和销售,也就没有了较高的工业附加值。目前,我国的葡萄酒产业链条较短且脆弱,给整个行业带来了巨大的经济损耗。

1.2.3 品牌认知度和市场份额不高

目前,宁夏贺兰山东麓地区的葡萄酒已经在世界各地赢得了上千项国际奖项,并在海内外享有一定的声誉,但仍未被国内外广大民众所熟知。没有了品牌认知,就会制约着企业的影响力、市场份额和销量从而制约了企业的发展。^[3]

宁夏地区现有 6 家年产量万吨以上的酒庄,部分老厂在发展壮大过程中缺少了品牌观念,引进了来自海内外大厂的资本,导致公司的控股地位发生了转移,对产品的品牌缺乏控制,逐步成为国际知名酒厂的代工作坊。

2 宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业外部环境分析

2.1 机会(O)

2.1.1 相关政策支持

通过技术扶持农民等途径,促进酒庄与农科院的联合,实现育种、栽培、酿造、生产等各个方面的技术革新,促进科研有效的应用。通过多种形式的信贷产品和融资渠道,促进农户自主创业,协助中小酒企发展,突破发展的瓶颈,进一步向高质量产业转化。

2.1.2 国内消费结构转型升级

随着人们物质文化程度的提高,消费者的消费意识和理念也随之改变。葡萄酒已逐渐成为一种时尚消费品。现在,喝葡萄酒除了用于商务活动、朋友聚会等社交活动外,还具有调养、保健、个人爱好和改善生活的作用。2019 年,全国游客总量为 60.06 亿人次,较上年同期增长 8.4%,全年旅游总收入 6.63 万亿元,较上年同期增长 11.1%。以此为根据,我国葡萄酒市场潜力巨大,宁夏应牢牢抓住这一机遇。

2.1.3 “一带一路”倡议带来新机遇

宁夏自古是丝绸之路的重要通道,在“一带一路”战略的推动下,宁夏再次成为了“丝绸之路经济带”的重要枢纽,并与南亚、中亚、西亚等地区进行贸易、人文、重要工业的贸易

往来。近几年，随着“一带一路”战略的实施，宁夏葡萄酒正逐步“走出去”。2019年6月，宁夏葡萄酒搭乘中欧班列走进了欧洲的视野。历时8年协商，《中欧地理标志协定》于2021年3月正式生效，贺兰山东麓葡萄酒被列入保护目录，将更便捷地进入欧洲民众家中，也提供了广阔的商机。宁夏的葡萄酒已出口30多个国家，包括加拿大、法国、美国、澳大利亚等。^[4]

2.2 威胁(T)

2.2.1 关税政策变化加强国外品牌的冲击

在2017年12月，国家开始对一批进口商品的出口产品实行减税，而最近几年，中国开始向包括澳大利亚、新西兰、智利在内的许多国家实行“零关税”政策。一系列关税调整使得大量的国外品牌纷纷涌入中国，而随着国外大量资金涌入，新的本土酿酒厂与之形成了激烈的竞争，使得不少中小型葡萄酿酒厂沦为国外品牌的代工作坊。从2012年到2019年，中国的葡萄酒进口总量和进口额总体上都有上升的态势。与国外知名酿酒厂相比，国内的酿酒厂还有许多需要完善的地方。

2.2.2 国内市场竞争激烈

我国主要的葡萄生产基地均在加大力度，全力发展葡萄酒产业。山东烟台张裕集团已有百余年的发展，拥有众多的葡萄酒品类，涵盖了高、中、低档葡萄酒，并以其别具一格的名称，例如“解百纳”等，受到了众多顾客的青睐。而近些年，葡萄酒产业在甘肃，云南等地也得到了发展。如新天尼雅葡萄酒在广告与品牌上的投资颇多，凭借其高品质、创意创意、品种多样等优势，已是新兴品牌中的新生力量。

3 宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业发展战略因素分析

3.1 SO战略

发挥土地资源、劳动力廉价等特点，在市场上取得低价的竞争优势；抓住发展空间，拓展种植面积，实现规模化生产；在扶持地方发展酒类行业方面，加强公司的经营，加强科研和研发，提升产品质量；在“乡村振兴”与“一带一路”带动下，开发葡萄酒相关的乡村旅游；适时掌握产业动态，开拓农民收入新途径；强化市场推广，建立企业的品牌形象；引进国内外产业技术和资金，扩大行业和公司的规模，提升经营水平。

3.2WO战略

强化技术策略，开展多层面的技术革新，全面提升行业和

公司的技术水平；强化灾害防治技术的研发，提高抗灾能力，提高园区的投资效益，把综合费用的不利因素转化为综合效益；完善技术和服务体系，提高产品品质，把技术服务的弱势转化为优势综合，提升产量；扶持本地企业，建造本地产品品牌、形成成本、品牌、产品三者优势；充分发挥“一带一路”战略的有利条件，拓展我国的葡萄酒市场。

3.3 ST战略

依托于宁夏贺兰山东麓天然的地理条件和悠久的酿造工艺，开发新型市场，将酒类产品 and 旅游有机地融合在一起，既能迎合顾客的功能性和心理需要，又可以提升产品的知名度；致力于打造具有一定影响力的品牌，以满足本地消费者的需求；提高产品质量和生产能力，扩大营销网络，抢占国际品牌的市场；坚持技术革新，提供高品质和差异化的商品，以市场领头者的标准衡量自己的能力；确立提升企业竞争力的策略，自主经营策略，选择具有特点的经营方式，建立商业联盟。

4 结语

宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业具有自然环境优越、生产要素成本低、葡萄酒产业和旅游业一体化新模式发展等优势，但同时存在着技术支持体系滞后、生产效率低、品牌竞争力弱等问题。宁夏贺兰山东麓地区要牢牢把握“一带一路”、“乡村振兴”和“原产地标志产品”等机遇，利用自己的优势，扬长避短，采用特色、合理化的发展战略和竞争战略，以更好地挖掘宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业的发展潜能，提高其核心竞争力，尽早实现千亿产业的美好愿景。在国内的政策支持和国际国内的良好形势下，让宁夏贺兰山东麓葡萄酒走向国门，走向世界。

参考文献：

- [1] 王林伶. 宁夏建设国家葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区研究[J]. 宁夏党校学报, 2021, 23(04): 123-128.
- [2] 许文明. 乡村振兴战略背景下宁夏葡萄酒与文化旅游产业融合发展研究[D]. 宁夏大学, 2021. DOI: 10.27257/d.cnki.gnxhc.2021.000610.
- [3] 宋克玉. 提升宁夏葡萄酒产业经济效益路径探析[J]. 宁夏农林科技, 2020, 61(12): 60-62.
- [4] 王建宏, 曹元龙, 张文攀, 刘梦. 让宁夏的“紫色梦想”绽放全球[N]. 光明日报, 2021-09-27(012). DOI: 10.28273/n.cnki.ngmr.2021.004968.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125078

乡村振兴背景下数字治理分析

杨春春

湖南省怀化市芷江侗族自治县县委党校, 中国·湖南 怀化 419100

【摘要】乡村振兴是当前中国面临的重大问题之一, 数字化治理作为推进乡村振兴的重要手段之一, 对于加强农村经济的发展和推进乡村振兴具有重要意义。本文从乡村振兴背景出发, 系统分析数字治理在乡村振兴中的作用, 并提出了具体的数字治理措施。本文旨在为推进数字治理、促进乡村振兴提供参考和借鉴。

【关键词】乡村振兴; 数字治理; 乡村治理

Analysis of Digital Governance in the Context of Rural Revitalization

ChunchunYang

County Party School of Zhijiang Dong Autonomous County, Huaihua City, Hunan Province, China, Hunan, Huaihua, 419100

[Abstract] Rural revitalization is one of the major issues currently facing China, and digital governance, as one of the important means to promote rural revitalization, is of great significance for strengthening the development of rural economy and promoting rural revitalization. This article starts from the background of rural revitalization, systematically analyzes the role of digital governance in rural revitalization, and proposes specific digital governance measures. This article aims to provide reference and inspiration for promoting digital governance and rural revitalization.

[Keywords] Rural revitalization; Digital governance; Rural governance

随着城市化进程的不断加速, 中国农村人口持续减少, 农业生产效率低下、农产品质量难以保证等问题日益凸显, 乡村振兴成为了当前中国面临的重要问题之一。数字治理作为推进乡村振兴的重要手段之一, 可以提高农民的信息化和数字化素养, 促进农村经济的发展和乡村振兴的推进。本文将从乡村振兴背景出发, 对数字治理在乡村振兴中的作用进行分析, 提出具体的数字治理措施, 旨在为推进数字治理、促进乡村振兴提供参考和借鉴。

1 数字治理在乡村振兴中的作用

1.1 加强信息共享

数字治理可以通过整合和共享农村信息资源, 建立农村信息化平台, 提高信息利用效率和决策效果^[1]。农村信息化平台可以集成政策法规、市场信息、农业技术、气象信息等多种信息资源, 为农民提供全面、准确、实时的信息支持, 促进农村经济的发展和产业的升级。数字化的信息共享平台可以减少重复建设, 提高资源利用率, 同时可以加速信息共享的速度, 实现信息高效共享和高效利用, 从而提高整个社会的信息资源效率。信息共享则可以帮助农村地区更好地利用信息资源,

为农村经济和社会发展提供更准确的决策支持和服务支持。通过数字治理实现信息共享, 农村地区可以更好地利用大数据技术, 提高决策效率和信息利用效率, 同时减少行政成本, 为农民提供更好的公共服务。

1.2 提高管理效率

数字治理可以通过数字化的管理手段, 提高农村管理效率, 减少农村行政成本, 优化资源配置。数字治理可以建立农村基础设施信息管理系统、农村物流信息管理系统、农村公共服务管理系统等, 实现农村各类信息的集成管理和智能化处理, 提高农村管理效率, 减少农民在行政事务中的等待时间和成本, 提高农村公共服务的质量和效率。数字化的管理手段可以优化政府管理方式, 提高工作效率和质量。通过数字治理实现管理数字化, 可以更好地监督和管理农村资源, 提高农村社会治理水平, 推进乡村振兴进程。同时数字化的管理手段可以减少人为干预, 提高工作效率, 提高政府管理水平。

1.3 优化公共服务

数字治理可以通过提高服务的便捷性和质量, 满足农民日益增长的多样化需求, 促进农村社会发展。数字治理可以建立

农村医疗信息平台、农村教育信息平台、农村文化信息平台等,实现各类公共服务资源的整合和共享,提高公共服务的覆盖率和质量,满足农民日益增长的多样化需求。通过数字化的公共服务平台,农村地区可以更好地享受现代化的公共服务,提高服务质量和水平,缩小城乡服务差距,加速农村现代化进程。数字治理还可以加强公共服务的可持续性,提高服务资源的利用效率和可持续性,为农民提供更加优质、可持续的公共服务。

1.4 推动产业升级

数字治理可以促进农村产业的转型升级,推动新型农业经营模式的发展,提高农业生产效率和品质。数字治理可以建立农村电商平台、农村物流信息平台、农村产业信息平台等,为农村产业的转型升级提供信息支持和服务支持,促进农业现代化和农村经济的可持续发展。数字化的产业平台可以促进农村经济的升级和发展,加速农业生产方式的现代化,促进农民增收致富。通过数字治理实现产业升级,可以促进农业现代化和农村经济的可持续发展,同时加强农村产业的国际竞争力,提高农村经济的整体效益。

1.5 促进农村一体化发展

数字治理可以加强农村与城市之间的联系,促进城乡一体化发展,实现农村现代化。数字治理可以建立农村城市信息平台、农村旅游信息平台、农村交通信息平台等,促进城乡一体化发展,加强农村与城市之间的交流与合作,实现农村现代化。数字化的城乡一体化平台可以促进农村与城市之间的交流与合作,加强信息共享和合作,促进资源共享和产业合作,进一步推动城乡一体化进程。数字治理可以为农村现代化提供新的发展机遇,促进城乡一体化发展,实现农村经济的可持续发展和现代化。

2 基于乡村振兴背景的数字治理措施

2.1 建设数字化信息平台

建设数字化信息平台是数字治理推进乡村振兴的重要手段之一^[2]。数字化信息平台可以整合和共享政策法规、市场信息、农业技术、气象信息等多种信息资源,为农民提供全面、准确、实时的信息支持,促进农村经济的发展和产业的升级。数字化信息平台的建设可以通过政府、企业、社会团体等多方参与,共同打造数字化的信息共享平台。(1)整合农村信息资源,为农民提供一站式服务,提高信息利用效率和决策效果。平台应该建立农民信息档案,包括农民基本信息、土地资源信息、种植养殖

信息、产业信息、收入情况等,为农民提供个性化的服务和支持。(2)提高信息共享的速度,实现信息高效共享和高效利用,从而提高整个社会的信息资源效率。平台应该建立信息共享机制,将政府、企业、社会团体等多方信息整合到一个平台,便于信息流通和共享。(3)加强数据安全保障,保护农村信息资源的安全和隐私。平台应该建立数据安全保障机制,加强数据安全,防止数据泄露和信息安全风险。

2.2 推进数字化基础设施建设

数字化基础设施建设是数字治理的重要内容之一。数字治理需要有完善的数字基础设施支持,包括农村宽带网络、数字化物流网络、农村智慧交通网络等。数字化基础设施的建设可以加速信息流通和共享,为农民提供更加便捷、高效的服务和支持。(1)加强农村宽带网络建设,提高数字化治理的覆盖面和普及率。加快农村宽带网络建设进度,提高宽带网络的质量和速度,满足农民的数字化需求。(2)加强农村智慧交通网络建设,提高农村交通的效率和品质。加强农村道路建设,提高道路质量,同时推广智慧交通系统,为农民提供交通信息和服务支持。(3)加强数字化物流网络建设,提高农产品的流通效率和质量。建立数字化物流信息平台,实现农产品从产地到市场的全程追溯和信息共享,提高农产品的质量和市场竞争力。

2.3 推进数字化农业生产

数字治理可以加强数字化农业生产建设,推动数字化农业生产模式的发展,提高农业生产效率和品质^[3]。数字化农业生产可以建立数字化农业信息平台、推广数字化农业技术、建立数字化农业产业链等,为农民提供全面的服务支持,促进农业现代化和农村经济的可持续发展。(1)推广数字化农业技术,提高农业生产效率和品质。加强数字化农业技术的研究和推广,推广数字化农业种植、养殖、加工等新模式,为农民提供科学、高效、可靠的生产技术支持。(2)建立数字化农业信息平台,提供全面的农业服务支持。建立数字化农业信息平台,为农民提供市场行情、气象信息、技术服务、种植养殖管理等信息支持,提高农业生产效率和农产品质量。(3)建立数字化农业产业链,提高农产品的附加值和竞争力。建立数字化农业产业链,推动农产品精细化加工、市场化销售等环节的数字化,提高农产品的附加值和竞争力。

2.4 加强数字化公共服务建设

数字治理可以加强农村公共服务建设,提高公共服务的覆盖

率和质量,满足农民日益增长的多样化需求。数字化公共服务可以实现公共服务的信息化、智能化,提高服务质量和效率。(1)加强数字化公共服务设施的建设,提高公共服务的覆盖率和质量^[4]。建立数字化的农村医疗服务体系,实现在线咨询、网络预约、远程诊疗、药品配送等服务,提高农村医疗服务的可及性和便捷性。(2)建立数字化服务平台,提供全天候、全方位的服务支持,实现公共服务的信息化、智能化。建立数字化教育平台,为农村学生提供在线教育课程和知识资源,提高教育服务的质量和效率。(3)加强数字化公共服务管理和监管,提高服务质量和效率。建立数字化文化服务平台,为农村居民提供在线文化活动和文化服务,加强文化服务的管理和监管,推动文化产业的发展和壮大。

2.5 促进数字化产业升级

数字治理可以促进农村产业的转型升级,推动新型农业经营模式的发展,提高农业生产效率和品质^[5]。数字治理可以建立农村电商平台、农村物流信息平台、农村产业信息平台等,为农村产业的转型升级提供信息支持和服务支持,促进农业现代化和农村经济的可持续发展。(1)推广数字化农村电商平台,扩大农产品市场覆盖面和销售渠道。建立数字化农村电商平台,为农民提供线上销售渠道和物流配送支持,提高农产品的销售效率和附加值。(2)建立数字化农村物流信息平台,提高农产品流通效率和质量。建立数字化农村物流信息平台,实现农产品从产地到市场的全程追溯和信息共享,提高农产品的质量和市场竞争力。(3)建立数字化农村产业信息平台,

加强农村产业的信息化和数字化。应该建立数字化农村产业信息平台,整合农村产业信息资源,为农民提供产业信息咨询、财务支持、人力资源服务等支持,促进农村产业的转型升级和发展。

3 结语

随着数字治理的不断深化,农村经济的发展和乡村振兴将会迎来新的机遇和挑战。数字治理需要充分考虑农民的实际需求和现实情况,加强数字技术的推广和普及,提高农民的信息化和数字化素养,促进数字治理与乡村振兴的良性互动。在未来的工作中,需要进一步加强数字化治理的理论研究和实践探索,探索数字化治理在促进农村经济发展和乡村振兴中的新路径和新方法,为实现乡村振兴战略目标作出积极贡献。

参考文献:

- [1]郭春阳,张晓晖,胡晓丽."基于数字治理的乡村振兴战略思考[J]".现代城市研究,2022,2(2):20-25.
- [2]杨世伟,张俊平,陈望明."数字治理背景下乡村振兴的路径与机制研究[J]".新经济,2021,22(10):131-133.
- [3]张秀峰,赵志鹏,刘长征."数字治理视角下的乡村振兴[J]".经济问题,2021,(5):45-49.
- [4]马丽娟,李婷婷."数字治理背景下乡村振兴的思路与策略[J]".资源开发与市场,2021,37(8):39-42.
- [5]袁兆飞,刘宇昕,王晨光."数字治理背景下乡村振兴的路径探索[J]".河南经贸职业学院学报,2021,37(4):17-21.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125079

吉林省文旅融合发展中的优秀案例

谭栎欣

吉林省文化馆, 中国·吉林 长春 130000

【摘要】通过文化丰富旅游内涵, 利用旅游促进文化产业, 以期实现文化产业与旅游产业互利双赢。本次课题研究中, 以吉林省文旅融合过程中的优秀案例为引导, 探讨了案例的基本方向和具体成果, 为整体研究带来借鉴和帮助。

【关键词】文化; 旅游; 融合发展

Excellent Cases in the Integration and Development of Culture and Tourism in Jilin Province

Lixin Tan

Jilin Provincial Cultural Museum, Changchun 130000, Jilin, China

[Abstract] By enriching the connotation of tourism through culture and utilizing tourism to promote the cultural industry, we aim to achieve mutual benefit and win-win situation between the cultural industry and the tourism industry. In this research project, guided by excellent cases in the process of cultural and tourism integration in Jilin Province, the basic direction and specific results of the cases were explored, providing reference and assistance for the overall research.

[Keywords] Culture; Travel Integrated development

1 文旅融合是满足人们对美好生活需求的必然要求

文旅发展是基于现代文化建设和旅游发展的共同结果, 而从现有的发展理念来看, 这种思路推动的旅游事业发展也将会影响我国的整体发展, 以改革开放为节点, 我国在这一领域获得了比较多的研究结果, 其中包括理论方面和实践方面的共同探索, 从这个思路来看, 代表了人文旅游现代建设的关键所在。

1.1 推动文化和旅游融合发展是提升旅游发展品质的重要手段

对于文化旅游而言, 人文旅游资源是开展旅游的基础, 很多旅游产品都强调自身的特色, 这其中要重视对于人文资源的深刻挖掘。从现有我国旅游形式来看, 所需要的旅游资源无非就是两大类, 其中一种是自然资源, 包括一些景色等; 而另外一种则是人文资源, 包括各种历史文化传统和文化资源等。对于大部分地区而言, 自然旅游资源是不可强求的, 但是深度挖掘人文类资源, 也是推动旅游业发展的关键所在。尤其是近些年来人们不断推动人文旅游资源的全新思考, 也将会让这一部分旅游全新的魅力。从我国旅游现状来看, 大众旅游已经开始进入全新篇章, 传统旅游中的景点观光模式已经不能完全满足游客的旅游意愿, 从这种情况来看, 复合型的旅游模式将更加适合大众, 这也就要求

各地充分利用人文资源, 提高旅游文化内核, 实现历史文化资源和现代旅游模式的整体融合, 建设旅游精品, 实现我国旅游体验的全面进步,

1.2 推动文化和旅游融合发展是传播弘扬中华文化的有效路径

精神文明建设代表了人们思想高度, 从这角度来看, 旅游业是推动群众精神文明建设的关键路径。对于我国优秀文化的传承与弘扬, 有效的利用旅游经济为这部分内容大号基础, 也是我国文化传承的关键所在。在旅游中, 人们可以认识世界并且感悟文化精髓, 这种方式适合所有人进行精神文明建设。正如我国古代所言: 读万卷书, 行万里路。这其中所包含对于人们精神文明的建设, 往往不能是实际活动中所能体现出来的。一些诗人、学者也经常会通过外出游览景色来陶冶情操、激发灵感, 因此, 对于人们来说, 改善精神文明需求, 也将会推动个体精神文明建设的实践效果。而且, 旅游业的发展是构建中国品牌的关键, 在外来人群进入我国旅游时, 利用旅游可以很好的交流文化, 传播文化。以丝绸之路为例, 这就是我国古代进行文化传播的关键, 一方面通过商旅交流实现经济互动, 另外一方面通过这些人的相互交流, 实现我国文化的对外输出, 这其中所包含的形式与方法,

也将为我国现代文化传播带来足够的借鉴和帮助,也是我国对外建设形象最为关键的内容。

1.3 推动文化和旅游融合发展是满足人民美好生活需要的必然要求

丰富健康的文化生活是衡量人们生活质量的重要标志。旅游是人们生活水平提高的一个重要指标,旅游业是提高人民生活水平的重要产业。在满足人民美好生活新期待、提高人民获得感幸福感这个目标上,文化建设和旅游事业的目标是一致的。作为生活性服务业的重要组成部分,作为典型的综合性产业,文化产业、旅游产业又是天然相通的,关联度、融合度越来越高。据联合国教科文组织和世界旅游组织测算,全球近40%的旅游业是由文化驱动的。另据我国研究机构调查数据显示,2019年国庆黄金周国内旅游人次约8亿,其中66.4%的游客参观过人文旅游景点,足以见得文化和旅游产业融合发展的巨大潜力。这就要求我们立足文化和旅游发展内在要求、顺应融合发展趋势,找准最佳切入点、最大公约数,推动文化和旅游相互支撑、优势互补、协同共进,拓展新的发展空间、形成新的发展优势,努力开创文化创造活力持续迸发、旅游发展质量持续提升的新局面,让人们在享受高品质文化、旅游产品和服务过程中,实现精神文化需求极大满足、美好生活指数全面提升。

2 吉林省在文旅融合中的优秀案例

案例一、吉林省敦化六鼎山文化旅游区

六鼎山位于敦化市南郊3公里,是国家AAAA级景区,东北亚著名的佛教旅游胜地,是吉林省第一家文化旅游区试点单位。依史料记载佛教于东汉永平十一年(公元68年)传入中国,距今已有1900多年的历史。佛教文化简单的说就是真诚、清净、慈悲、放下、自在、随缘,人们观景的同时亦可平静心情。景区内的金鼎大佛像体总高48米,坐落于云龙山顶峰,背倚牡丹江,前拥正觉寺,远望长白山,是世界第一高释迦牟尼青铜坐佛。大佛基座是佛教文化艺术馆,整体建筑是佛教建筑艺术的最高体现,寺院内的观音殿和玉佛苑造型独特,巧夺天工,属世界独创,千手观音和独体缅甸玉佛工艺精湛,令人啧啧称赞,驻足观赏。观景、许愿、还愿,吸引人们反复前来旅游。2018至2019年春节游客近十万人,2021年春节期间接待游客2.3万人次。

案例二、吉林省蛟河市富江花海

漂河镇富江村位于吉林省东部蛟河西南方向,距蛟河30公里,富江村拥有10公顷湖畔花海,花海占地面积35公顷,依坡而建,鲜花品种有20多种,既有城市中常见的鸡冠花、矮牵牛、孔雀草、百日草、串红,也有不常见的天人菊、美女樱、千日指。

每年的七月末至十月初,富江花海的自然风光美成了一幅画。当然自然风光需要人文底蕴吸引游人。

富江村的人文资源也有很多,一、富江村西扇子沟屯和松花湖东岸,一直有放河灯的习俗,这里每年七月初七和七月十五都要举行放河灯仪的历史,据专家考证,这一习俗最早可以追溯到明朝永乐年间,富江村一代代村民将这一习俗作为一种文化传承至今,同时吸引游人在这一天前来祈福、观景。二、这里是巴拉文化发源地。巴拉人是女真族后裔,服装、歌舞、民居、风俗、图腾极具特色,开发价值大。来到宣泄人们可以欣赏富江花海、河灯祈福、民俗活动体验。

所以文化资源是最重要的旅游资源。即使是自然资源,也有着丰富的人文元素和文化烙印。俗话说“山不高,神仙有名;水不深,龙才是灵。旅游资源越人性化,越有吸引力。

3 提高文旅相融合的几点建议

(1) 深入挖掘民俗文化内涵,传递特色文化,增强吸引力,为基层文化站发展夯实基础,促进基层文化站为文旅服务高质量发展服务。

(2) 集中投入,面向全省推广。例如蛟河市漂河镇富江村,早在2013年就在文旅融合上作以尝试。2015年更是投入近500万元进行开发,才得以打造了占地十多公顷的富江花海。

(3) 聘请专家设计旅游线路,串联单点景区,使得半日游一日游为多日游,丰富游人赏景、观展、购买当地特色物件与美食的旅游需求。

随着经济社会的发展和人民生活水平的提高,中国进入了大众旅游的新时代。单纯以观光为主的旅游已经不能满足游客“求新、求异、求知、享乐”的欲望。以人力资源为重点,以文化提升旅游品味,将历史文化和现代文明融入旅游经济发展中,大力弘扬优秀的民族文化和民族精神,精心打造更多体现文化内涵和人文精神的优秀旅游产品,使自然景观更加迷人,文化体验充满魅力。

参考文献:

- [1] 张彩虹 段朋飞 尹琳珊,《文旅融合视下乡村振兴路径研究》,2018,《当代农村财经》。
- [2] 钟琼毅,《文旅融合视角下基层文化站建设发展思考》,2019,《颂雅风·下半月》。
- [3] 孙悦,《旅游与传统文化融合发展研究》,2020,百度文库。
- [4] 巴适人生,《文化和旅游融合发展的重要意义》,2021年,搜狐文章。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125080

大数据技术在寿险业务中的实践应用

王 佳

对外经济贸易大学, 中国·北京 100105

【摘要】寿险业务作为保险公司众多业务中不可或缺的一部分,与保险公司未来发展有着密切的联系。在大数据技术的支持与影响作用下,为寿险业务提供诸多发展机会,同时,也面临较大的冲击与挑战。而如何迎合大数据时代做好寿险业务的创新与营销、保险数据的获取保存与利用,已经成为当前保险公司发展所密切关注的问题。文章基于大数据背景下,分析寿险业务发展机遇,并从产品管理、销售管理、运营管理、风险管理等方面提出寿险业务的应用,以期寿险业务的创新与发展提供理论参考和支持。

【关键词】大数据; 寿险业务; 实践应用

Practical Application of Big Data Technology in Life Insurance Business

Jia Wang

University of International Business and Economics, Beijing, China 100105

[Abstract] As an indispensable part of many businesses of insurance companies, life insurance business is closely related to the future development of insurance companies. Under the support and influence of big data technology, it provides many development opportunities for life insurance business, and at the same time, it also faces great shocks and challenges. How to cater to the era of big data to do a good job in the innovation and marketing of life insurance business, the acquisition, preservation and utilization of insurance data, has become the current issue closely concerned by the development of insurance companies. Based on the background of big data, this paper analyzes the development opportunities of life insurance business, and puts forward the application of life insurance business from the aspects of product management, sales management, operation management, risk management and so on, in order to provide theoretical reference and support for the innovation and development of life insurance business.

[Key words] Big data; Life insurance business; And practical application

大数据时代的到来,促进了网络信息的传播与发展,并为各行各业提供了良好的发展机遇,而如何科学有效获取信息数据,并做好保护与利用工作,是当前众多保险公司亟待解决的问题之一。以寿险业务为例,要想在激烈的保险竞争环境中占领先机,促进寿险业务模式推陈出新,就要迎合大数据发展趋势,不断改造与重塑寿险业务模式,凸显寿险业务价值,突破新时期寿险业务同质化严重、个性化薄弱等发展难点。另外,在大数据的支持作用下,保险公司能够准确分析客户信息与需求,进而为客户推荐针对性较强的保险产品,同时,提高保险业务服务的标准,在降低经营成本的基础上,提高客户群体体验感。

1 大数据背景下寿险业务发展机遇

1.1 不断拓宽行业发展空间

数据时代的到来,成为推动各行各业高效高质发展的先决条件,不断拓宽行业发展空间。以保险业务为例,以往可保与不可保风险界限模糊不清,而应用大数据技术,就能进一步

明确可保与不可保风险的界限,促使传统不能承保的模式向可保方向转变,以此拓宽保险公司的经营范围。另外,利用互联网开展寿险业务营销工作,能够深入挖掘潜在客户群体,了解客户群体的产品需求,进而开展针对性的客户服务工作,确保保险业务在激烈的市场竞争环境中站稳脚跟。

1.2 不断增强行业风险管理能力

在大数据技术的积极影响作用下,保险公司能够准确了解客户群体需求,不断增强自身承保风险能力,增强自身理赔能力,促进反欺诈能力的优化,全面提高保险公司的风险管理能力。从精算层面来讲,互联网技术拓宽了风险评估数据,提高风险评估的准确性,健全完善保险公司风险估算模型,以此保障保险产品的精准定位。

1.3 不断增强产品差异化竞争能力

随着保险公司寿险业务的蓬勃发展,深受市场消费者的喜爱与支持,而大数据技术的引入,能够全面且准确的分析客户

消费行为模式,从多角度、全方面考虑客户对产品的需求,以此为依据做好保险产品的创新工作,不断增强产品差异化竞争力^[1]。

1.4 不断提高寿险业务的资金运用水平

借助大数据技术,可准确且精量计算保险公司承保损失,进而制定科学精准的风险投资策略,不断提高保险公司的资产负债管理能力,以促进寿险业务在资本市场中的蓬勃发展,切实提高公司运营投资回报水平。

2 大数据技术背景下寿险业务的实践应用

2.1 产品管理

结合当前中国寿险市场发展情况来看,负债驱动已逐渐取代资产驱动模式,未来很长一段发展时间内,中国寿险市场需结合客户实际需求,提供个性化产品服务^[2]。因此,能否开发与客户需求相符的新型保险产品,已经成为当前保险公司发展的核心所在。

2.1.1 产品设计

传统以精算为核心的保险产品与客户个性化需求背道而驰,为进一步增强客户体验感,要结合客户需求提供精确化保险产品。而大数据技术对于保险产品方案的设计、内容的优化、价格的拟定均发挥着至关重要的作用。一来能够准确分析客户偏好,并提供个性化产品和专业化服务;二来有助于节约产品开发时间与设计成本,促进保险公司高效高质发展。传统保险产品开发周期长,而且不能很好地符合客户需求,融入大数据技术后,既可满足客户对保险产品的需求,又能为客户提供精准化服务^[3]。

2.1.2 产品定价

在大数据技术的广泛渗透作用下,增加了保险产品精准化定价的可能。保险公司可利用大数据收集潜在客户基础信息,其中主要包括年龄、投保情况、生活习惯等,设计针对性强的保险产品组合方案,为不同客户匹配相应的保险产品,提供差异化评价方案^[4]。而大数据可提高寿险精算定价的多样化与精准化,以意外保险为例,可根据客户出行目的提供差异化保险产品与报价策略,同时,实时追踪客户出行情况,为客户提供更为优质的保险增值服务。

2.2 销售管理

销售是保险公司持续化经营之根本,实际销售情况直接影响保险公司的经营效益。在销售领域应用大数据技术,除明确客户性别、年龄等基础信息外,还可准确分析客户所在地理位置,进而开展精准化销售。另外,利用大数据挖掘客户相关信息,以此为依据划分用户群体、构建客户画像,为用户推荐个性化产品,提高客户与公司间的紧密度^[5]。大数据在寿险精准营销领域的应用主要表现在以下几方面:首先,通过建立预测模型预测客户行为,更为精准的预测客户转化概率。其次,通过分析客户偏好与兴趣,更为全面的了解客户群体需求,为不

同客户制定针对性的营销策略。最后,通过大数据判断并分析客户的价值度,以便于对高价值客户展开个性化追踪,促进客户的转化。在销售中引入人工智能技术的根本目的在于实现精准营销,与传统营销模式相比,大数据精准营销更具针对性和有效性^[6]。

利用大数据智能化分析客户的购买意愿,摸准市场销售导向,进而实现寿险的精准营销。如30~45周岁的客户具有更为强烈的购险意愿;女性和男性相比,购买保险的意愿更为强烈;近一年内,有母婴消费需求的客户比普通用户更愿意购买保险。

2.3 运营管理

大数据技术在保险运营管理工作中的应用多集中在以下两方面:一方面,核保处理。借助信息技术实现核保处理工作的自动化发展,简化核保流程,可实现24小时制的自助核保,准确识别高风险客户,避免恶意投保等现象的发生。另外,可帮助目标人群节约大量的时间,以便于在短时间内完成核保工作,全面提高核保效率^[7]。大数据技术除能准确分析海量数据外,也能做好标注预处理工作,并在核保模型构建过程中采用网格搜索、特征分解、协同训练等诸多智能算法,全面优化核保模型结构,提高模型的精准性与科学性。另一方面,理赔处理。如案件办理简单、涉及额度小,就可采用大数据分析后台案件数据库,了解案件损失及自动理赔规则,尽可能提高保险理赔效率,增强消费者的理赔体验,以免出现重复劳动等现象。

2.4 风险管理

随着大数据在保险领域的广泛应用,风险预警能力越强,通过分析内外部数据对承保风险进行评估,更好地预判客户有无逆向选择或恶意投保行为。全方位、多角度分析客户特征,通过设置规则检验保险风险管理效果,准确识别高风险客户,切实提高保险风险管理等级。另外,风险预警能够做到事前防范,在第一时间发现公司内部的风险情况,进而采取行之有效的管控措施。保险反欺诈过程中,可利用大数据技术识别新的欺诈风险,并采取不同方法应对千变万化的欺诈手段^[8]。

构建风险评估模型是开展保险风险预警工作的关键之举。一旦客户申请理赔、承保等相关业务,均可事先评估与审核,对评价结果进行量化,准确识别风险等级。信息技术的融入,整个风险评估工作趋向于自动化发展,无需人员的过多干涉,大大提高风险评估效率。此外,能够促进各项保险资源与数据的整合和优化,建立较为全面的风险控制平台,增强寿险业务的风险管控能力。

3 大数据技术在寿险业务中的未来应用发展趋势

随着大数据技术在寿险业务中的不断普及与发展,使寿险业务逐渐由传统模式向个性化、智能化方向过渡。结合当前寿险业务发展情况来看,未来大数据的应用趋势逐渐向产品管理、销售管理、运营管理、风险管理方面渗透。

3.1 产品管理

3.1.1 产品形态灵活化。大多数寿险公司越发倾向于按需型产品的供应,通过细致化服务使传统客户享受个性化保险服务,在数字技术的作用下,能够简化保险产品、优化购买流程,建立与客户需求相符的保险服务,在降本增效的基础上,提高客户对保险服务的满意度。

3.1.2 产品设计个性化。大数据技术能够准确匹配客户需求,并为寿险公司提供个性化保险设计方案,提高产品设计效率,满足客户对多样化产品的需求,同时,保险定价越发倾向于灵活性。寿险公司要想在激烈的价格竞争环境中站稳脚跟,就要重视个性化增值服务的作用,以此增强客户购险体验感,巩固寿险公司在市场中的竞争地位^[9]。

3.2 销售管理

3.2.1 销售渠道多样化。在大数据技术的引领下,为寿险业务开辟更多的销售渠道,以便于在海量的用户群中筛选精准客户,以稳定保险公司的经营收入。(2) 销售流程高效化。大数据技术是在传统技术基础上的进一步优化,能够更深层次的挖掘客户需求,更深层次的与客户间交流互动,简化销售流程,使销售过程更为直观的展现出来,提高销售效率。简单的销售流程能够进一步增强客户体验感,降低同代理人的联系频率,以起到节约服务成本的作用。大数据系统下的客户名单与传统名单相比更具针对性,通过智能化分析能够准确找出潜在客户,并对潜在客户的购买意愿进行分析,通过精准预测与判断,生成与客户需求相符的销售策略^[10]。

3.3 运营管理

3.3.1 24小时客户服务。通过24小时自动化服务为客户提供保险服务保障,增强客户体验感,大数据技术一改传统寿险公司的互动方式,通过线上服务随时随地满足客户需求,不受时间和地点的约束,全面凸显服务效率与服务质量。(2) 双核流程提速快捷。借助大数据技术实现核保核赔流程的智能化发展,减少医学测试等一些不必要的审核流程,尽可能减少向客户询问问题的数量,借助内外部数据生成精准客户风险头像,在准确判断客户价值的同时,能够更好地预测客户风险,确保双核效率的全面提升。核保核赔流程的优化,能从最大限度上缩短客户获保时间,优化客户体验,降低承保风险。

3.4 风险管理

3.4.1 管控前优化。大数据技术在深度普及与发展的过程中,除能够在短时间内预测风险的发生外,还能及时有效开展风险管理工作,促进风险管控提前化。另外,借助先进设备对客户健康情况予以实时监测,规避不良生活习惯,做好常见疾病的预防与控制工作,降低保险公司赔付率。管理机制方面也要不断健全和优化,以便于在短时间内发现防控内部的欺诈现象,有效制止一系列误导消费等行为。(2) 管控智能化。在人工智能技术发展进步的背景下,风险管控工作逐渐倾向于智能化发

展,不单单能够精准且有效的识别内部风险问题,而且能够在大数据的帮助下,健全完善保险公司内部风险防控体系,以便于更好地应对复杂多变的市场环境形式,帮助保险公司规避风险,全面落实风险预防与控制工作。

4 结语

综上所述,传统寿险服务已无法满足新时期社会发展需求,在大数据背景下,寿险公司逐渐迈入转型阶段,促进大数据技术与寿险业务的融合发展,充分彰显其在产品与销售管理等多个领域的重要作用。未来保险公司要不断改革创新,通过自动化服务提高现金流评估结果的准确度,高效高质落实寿险理赔服务。文章首要分析大数据背景下保险行业发展机遇,并从产品管理、销售管理、运营管理和风险管理等方面提出大数据技术在寿险业务中的实践应用,最后阐述自动化技术在未来寿险行业的发展趋势,希望能为推进寿险行业转型与发展提供理论参考和支持。

参考文献:

- [1] 崔华飞. 大数据技术在寿险业务中的应用与实践研究[J]. 中国产经, 2023(02): 73-75.
- [2] 许健, 孟去非, 张良等. 传统寿险业在“大数据时代”的发展思考[C]//浙江省保险学会. 浙江保险科研成果选编(2016年度). 浙江保险科研成果选编(2016年度), 2017: 639-645.
- [3] 贺奎平, 常培林, 于超佳, 张强, 路娟, 尚楠, 张倩. 大数据内部审计在保险集团公司个人客户综合拓展的探索实践[J]. 甘肃金融, 2022(05): 18-21.
- [4] 张富阳. H保险公司寿险营销模式优化研究[D]. 电子科技大学, 2022.
- [5] 杨文青. “大数据时代+线上课程”非寿险精算学课程实践研究——以天津财经大学珠江学院为例[J]. 山西青年, 2021(21): 64-65.
- [6] 杨钧钧, 解志山. 浅析大数据对保险定价的影响——以寿险为例[J]. 全国流通经济, 2021(24): 154-156.
- [7] 顾佳盛, 徐勤燕, 杨阳, 王伟. 大数据环境下使用神经网络技术实现寿险产品推荐[J]. 数字通信世界, 2017(10): 215-216.
- [8] 丁芬. 保险科技背景下寿险个人代理人展业模式创新研究[D]. 安徽财经大学, 2021.
- [9] 刘伟. 浅析大数据技术在寿险业务中的应用与实践[J]. 保险职业学院学报, 2021, 35(02): 21-26.
- [10] 高翔. 大数据背景下平安人寿LN分公司营销策略问题研究[D]. 沈阳理工大学, 2021.

作者简介:

王佳(1989.09)女,汉族,籍贯河北省邢台市,硕士研究生在读,对外经济贸易大学统计学院在职人员高级课程研修班学员,研究方向:统计学。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125081

基于国潮文化的民族旅游销售模式研究

杜海洋 王 鹏^{指导教师} 吕欣雨

哈尔滨远东理工学院, 中国·黑龙江 哈尔滨 150030

【摘要】随着国潮文化的兴起,带动了全国各地的民俗旅游经济。但是现阶段民族旅游问题发展还存在营销模式不适应等问题,阻碍了旅游经济的恢复与发展。本文在国潮文化的背景下,从多个方面分析民族旅游销售模式存在的问题,并提出一些建议,为推动民族旅游新销售模式提供理论支持。

【关键词】国潮文化; 旅游销售; 模式研究

Research on Sales Model of Ethnic Tourism Based on Guochao Culture

Haiyang Du, Peng Wang^{advisor}, Xinyu Lv

Harbin Far East Institute of Technology Harbin, Heilongjiang, China 150030

[Abstract] With the rise of the state tide culture, it has driven the folk tourism economy all over the country. However, there are still some problems in the development of national tourism at the present stage, such as the marketing model is not suitable, which hinders the recovery and development of tourism economy. Under the background of Guochao culture, this paper analyzes the problems existing in the sales model of ethnic tourism from many aspects, and puts forward some suggestions to provide theoretical support for promoting the new sales model of ethnic tourism.

[Keywords] Guochao culture; Tourism sales; Model study

【项目基金】2022年度黑龙江省大学生创新创业训练计划项目《黔南水乡,银铃声响》项目编号S202213301026X。

《北京青年报》发布数据显示,昆曲《牡丹亭》2021年前三个季度演出场次较2018年全年已翻倍,用舞蹈演绎《千里江山图》的舞剧《只此青绿》更是一票难求,各项数据表明,传统文化的社会热度在不断上升,并且年轻受众在不断增加。调查表明96%的受访青年表示愿意为国风产品买单,可见当代中国过青年对中国传统文化的重视程度以及对传统文化的需求量正在与日俱增^[1]。生活水平日渐富足的今天,凭借新媒体年轻人可以自由追逐、展示自己的喜好,对传统文化的热爱不断被唤醒,自豪地当起传播者的角色。借着新媒体和创作热情,沉寂已久的传统文化魅力迎来释放之日,例如年轻受众较多的视频网站“哔哩哔哩”,单是搜索“非遗”,就能够观看到到立体糖画、剪纸,甚至是三星堆黄金面具的制作过程,上千万的播放量也证明文化传承人及其创作已成为广大年轻受众喜闻乐见的内容。另一方面,传统节日同样作为传统文化不可或缺的一部分,也为人们当前快节奏生活提供了精神寄托。

“国潮”对消费产业来说,是近十年以来乃至未来十年的时代性趋势,这在今天已经成为了我们的产业共识。比如,“国潮”在过去十年中的关注度上涨528%;近五年,中国品牌搜索热度占品牌总热度的比例从45%提升至75%。越来越多的国货将新

技术新潮流融入品牌文化,以全新的姿态再现大众视野,各行各业百花齐放。《百度2021国潮骄傲搜索大数据》指出,国潮在过去十年关注度上涨528%,2021年国货品牌关注度达到洋货品牌的3倍^[2]。

1 现状分析

2022年5月23日,贵州省统计局发布一篇关于贵州旅游业的调研报告,报告内容显示:贵州旅游业发展明显减速减档,已呈系统性全面性特点对全省推进旅游产业化形成严峻挑战。23年旅游业进入全面复苏阶段断,面对市场的转变和民众积攒多年出行需求,急需以“服务民族旅游”为宗旨,形成了可复制、可推广的商业模式,打造一种国内少数民族文化旅游活动开展交流和文创产品售卖空间。

1.1 我国传统旅游销售模式

在非遗文化旅游市场销售模式,主要采用市场推广为主进行贸易活动。随着时代发展,线上销售成为主流,目前旅游零售渠道已实现线上线下融合,各地旅游文化部门组织开展双向销售模式,并进行融合。国潮文化的兴起,为国内文化旅游产业发展提出了新的挑战,传统销售模式需要进行创新,才能推动文化旅游产业的长远发展^[1]。

1.2 传统销售与网络销售

1、传统销售模式

为谋求该模式的长远发展以及追求更好的销售效果,将建立自己的销售团队,团队人才集中,销售能力较强,在线上通过公众号和朋友圈进行宣传,在线下通过受众群体活动较为集中的场所进行产品推介和销售,同时所创立的电商平台将实现快捷高效的购买支付。

2、线上营销模式

(1) 微信平台

微信作为时下最热门的社交信息平台,也是移动端的一大入口,正在演变成为一大商业交易平台,其对营销行业带来的颠覆性变化开始显现。工业和信息化部上半年统计数据显示,中国微信用户就已经超过了4亿人次,电商规模达到了5.4万亿元。消费者只要通过微信公众平台对接微信会员云营销系统,就可以实现微会员、微推送、微官网、微储值、会员推荐提成、商品查询、选购、体验、互动、订购与支付的线上线下一体化服务模式。

(2) 抖音平台

字节跳动算数中心2020年1月发布的《2019抖音大数据报告》显示,抖音目前有4亿日活跃用户,也就是每天有4亿人在玩抖音、看视频、拍视频。这个数据有力地说明了抖音用户的活跃度很高,也从侧面反映了用户对平台的依赖性很强。2020年至2023年初,抖音的用户更是爆发式的增长,用户和短视频创作者的大量增加使得这个APP成为各行各业最热门的宣传阵地,具有较强的营销优势。

2 销售模式存在的问题

目前旅游市场呈现出了巨大的发展趋势。但是存在着一些问题,分三个方面来说:首先,由于旅游产品产品大多,没有形成规模化以及品牌化,所以导致质量参差不齐、市场混乱。其次,一些从业者为了提高利润以及增加销售额而采取低价策略,不重视旅游品质,从而使消费者对旅游及周边产业不信任,影响整体稳定发展。很多旅游开发者不注重旅游产品设计,产品并不符合消费者们的需求。除此之外,产品销售模式过于单一,使得市场营销人员很难进行研究创新,在推广时也难以进行有效宣传。最后,随着国潮文化的兴起,我国现在正在经历新一轮消费升级,消费方式也在不断发生变化。2022年5月23日,贵州省统计局发布的贵州旅游业调研报告,报告内容显示:由于旅游消费特征与防控要求的直接矛盾,2020年以来,贵州旅游业发展明显减速减挡,特别是2022年以来,2020至2023年期间已呈系统性全面性特点,从供给侧和消费端对全省推进旅游产业化形成严峻挑战^[3]。中国青少年对国潮文化的需求量巨大,少数民族地区的民族传统手工业制品独具特色,一旦进入市场,将会引起业界内的轰动,市场规模也会越来越壮大。以“服务民族旅游”为宗旨,形成可复制、可推广的商业模式,打造了一种国内少数民族文化

活动开展交流和文创产品售卖空间。除线下空间体验外,利用线上公众号运营和小程序推广,以传统非遗文化纪念的品牌效应和各项活动吸引的客户流量为基础,综合考虑文化旅游产品开发和周边经济的带到问题。

3 销售模式的创新探索

营销渠道策略是整个营销系统的重要组成部分,对降低成本和提高竞争力具有重要意义。营销渠道的选择将直接影响到其他的营销决策,拟建立线上营销和线下营销的双向旅游产品销售新模式。线上营销包括网络平台(自己的网站或者在淘宝上销售等)、移动终端(微信、微博等)。通过线上的渠道,消费者根据自己的需求和偏好进行产品的浏览和私人定制,线下主要是消费者亲自到实体店进行体验。热点营销通过制造“热点新闻效应”的事件,吸引媒体和社会公众的兴趣和注意,凭借媒体和舆论的力量提高社会知名度,塑造企业良好形象和最终促进产品或服务销售。通过产品设计突出中国元素搭配周边产品,促进经济的恢复。其次,应该满足当代年轻人的需求,推出新渠道销售产品,推出周边纪念品,民族餐饮、风俗体验等项目使年轻消费者,在满足好奇心的同时,感受中国元素与国潮文化的魅力,从而促进旅游产品的销售,推动产业长远发展。通过产品的实用性与创新性实现口碑营销,同时借助四个模块的打造提升空间活力,通过合理的行为流线和人流集散点实现购物的便捷性。平台以小程序为主要载体,能够方便快捷地使用,同时结合微信公众号,建设各大高校内部的电商社群,并依托抖音、b站、小红书等主流平台进行推广^[4]。

分别以认知(Awareness)、兴趣(Interest)、购买(Purchase)、忠诚(Loyalty),人群也相应地分为四类,认知人群、兴趣人群、购买人群和忠诚人群,针对不同群体采取不同的销售模式。

1、认知

新媒体互动支持,随着互联网普及程度的提高,我国社会逐渐向智能化转变,传统产品营销策略已经不适用于当代社会,企业若想在激烈的市场竞争中占据一定地位,就需要将新媒体技术与企业现状相结合。使用新媒体技术进行企业品牌市场营销将会具有许多优势,为企业进一步发展提供更多机遇,同时,也为市场营销搭建新平台。

2、兴趣

品牌兴趣人群。包括广告点击、浏览品牌主页、参与品牌互动、浏览产品详情页、品牌词搜索、试用、关注的人。

(1) 推广员营销活动

代言人参与的品牌线上、线下活动都可以起到激发消费者兴趣的目的。比如代言人吸引消费者到线下门店打卡,在社交媒体上创造话题等。品牌可以在重要的营销节点,比如节日或者新品上市的时候,与代言人携手创造互动小游戏。

(2) 制造紧迫感

做活动的时候, 设置一个时间段和产品数量, 这样可以营造一种紧迫感。气氛越紧迫, 人们就会越想一探究竟, 越想要参与活动。因此, 可以在营销文案中添加一些“限时”、“限量”、“先到先得”、“还剩 X 份”等词汇, 制造紧迫的氛围。通过营造这种氛围, 让消费者感觉错过这个活动有很大的损失, 才能够快速地激发消费者的购买兴趣

(3) 多场景营销

场景营销时代已经到来, 人们都是生活在场景之中, 消费需求也从以往的产品和服务转向场景体验。这就要求企业在营销中更加注重满足消费者的场景价值需求。用户的消费行为都是在特定的场景下进行的, 用户也是透过场景来认知产品的, 在不同的场景下, 用户对产品体验后的感受和记忆也是不同的。因此, 要让产品+场景潜移默化的进入消费者认知, 将产品卖点与用户需求相对接, 才能有效地触动用户的痛点, 引起消费者的情感共鸣。

3、购买

品牌购买人群, 指够买过品牌商品的人群。

(1) 平台直播带货

电商直播带货是现在网络销售最重要并且是最流行的一种方式。在2020年的双十一购物节活动中, 抖音直播带货平台成交额达到187亿元。这说明, 网络直播带货已经成为电子商务发展的新趋势。因此, 可以采取直播带货的形式对产品进行推广。

(2) 电商活动

一项品牌活动得到大众的认可, 一个重要的指标就是得到市场的认可。活动冠名是品牌活动元素之一, 不但减少活动费用的支出, 还能保证资源的独享性, 同时也能根据活动的品牌定位选择相应的主题构架, 提升品牌形象。此外, 还可以在电商平台设计消费者可参与的活动直接促进店铺的销售。例如累计产品销量达到一定数量之后, 消费者可以参与抽奖或者有机会得到特别奖品等活动。

4、忠诚

品牌忠诚人群。包括复购、评论、分享的人。

(1) 节日直发福利

品牌为了提升消费者的忠诚度, 鼓励其完全转变为品牌粉丝, 可以提供一些物质或者精神奖励作为回馈。粉丝也让渡自己的消费劳动、传播劳动和个人数据弥补品牌资产的流出。

(2) 维持客户满足感

企业要提高品牌忠诚度, 赢得消费者的好感和信赖, 一切活动就要围绕消费者展开。为此, 企业应从顾客需求出发, 有针对性地开发产品和服务, 超越顾客期望, 将顾客的满足感维持在一个较高的水平, 以实际行动和诚信形象赢得消费者的信

任和支持, 促使消费者对品牌产生一种情感上的满意、依附和偏好, 从而发展成稳定的忠诚顾客。

(3) 提高转换成本

转换成本是消费者重新选择新的产品或服务时的代价, 它不仅包括货币成本, 而且包括由不确定性而引发的心理和时间成本。由于转换成本使顾客在转换现有企业过程中的成本升高, 因此在顾客维系中发挥重要作用, 也是留住顾客、提升顾客忠诚的有效途径。企业要构建合理的转换壁垒, 使顾客在更换品牌和供应商时感知较高的转换成本, 使其原来所获得的利益会因为转换品牌而损失。企业应重视对目标顾客品牌忠诚度的培养, 强化目标顾客对品牌的好感, 突出品牌概念, 强化忠诚意识, 提升顾客转换的“门槛”, 进而增强顾客的忠诚度。

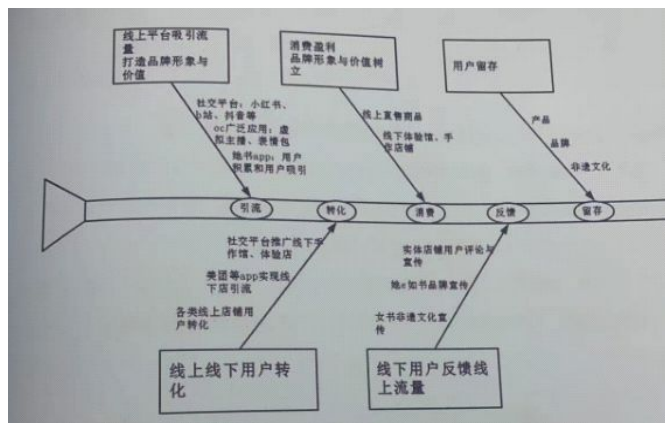


图1 销售模式图

4 结语

在当今社会中, 要想长足发展, 必须重视旅游产品质量, 通过不断研发新产品和优化产品结构, 来满足市场变化与消费者需求。同时注重创新能力, 多渠道开发销售模式, 推出国风系列文创产品, 不断提升民族旅游、文化旅游产品核心竞争力, 推动文化旅游产业健康有序发展。

参考文献:

- [1] 冯学钢. 基层文旅产业的发展困境与突破方向[J]. 人民论坛, 2022 (03): 100-104.
- [2] 王运良. 文化遗产旅游开发与提升要素研究[J]. 中国名城, 2022, 37 (02): 57-63
- [3] 郭赞, 蔡霞, 祝晓春, 黄羽婷. 新媒体时代的旅游营销创新策略研究[J]. 中国市场, 2022 (02): 106-108
- [4] 翁李胜, 刘慧芳. 基于虚拟现实技术的农业文化遗产地旅游营销效果研究[J]. 安徽农业科学, 2021, 51 (02): 13

作者简介:

杜海洋 (2000.12—) 男, 哈尔滨远东理工学院, 本科在读, 专业机械电子工程。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125082

试论新时期如何进行群众文化创新

徐新建

山东省菏泽市曹县人力资源和社会保障局, 中国·山东 曹县 274400

【摘要】随着我国经济快速发展和科学技术的进步,人民群众的生活水平有了极大的提高,对精神层面有了更高的追求。现如今我国的群众文化呈现出百花齐放、百家争鸣的状态,但也存在着一些问题,使得广大人民群众的精神需求得不到满足。本文对新时期我国群众文化的特点进行了研究,并对如何进行群众文化创新进行了策略探讨。

【关键词】群众文化; 创新; 策略

How to Carry out Mass Culture Innovation in the New Era

Xinjian Xu

Human Resources and Social Security Bureau of Caoxian County, Heze City, Shandong Province,
Caoxian County, Shandong 274400, China

[Abstract] With the rapid economic development and scientific and technological progress, the living standards of the people have been greatly improved, and the spiritual level has been higher. Now the masses culture of our country has presented the condition of letting a hundred flowers blossom and a hundred schools of thought contend. However, there are still some problems, which will not satisfy the spiritual needs of the people. This article studies the characteristics of our mass culture in the new period and probes into the tactics of how to innovate the mass culture.

[Keywords] Mass culture; Innovation; Strategy

引言

随着时代的进步,政府部门对文化建设的重视程度越来越高,群众文化建设取得了巨大的进步。尽管过去的文化建设取得了巨大的成就,但仍然无法满足人们对文化的日益增长的需求。当前,群众文化建设面临着许多挑战,例如资源分配不当、重视程度不足、人才匮乏等。因此,我们应该积极探索群众文化建设的创新方式,以期更好地满足社会发展的需求,并为社会发展做出贡献。

1 新时期开展群众文化活动的重要意义

1.1 党政指导方针以及政策

党和政府政策的出台,是城市群众文化建设的首要目标之一,它能有效地宣传基层居民的思想,也能提高居民的文化意识,确保党和政府政策的有效实施。此外,还可以有效应对旧文化对群众文化活动发展的消极影响,打造现代先进群众文化,使多样化的群众的文化活动适应新时代的需要。

1.2 建和谐社会的基础

群众文化不仅有助于民族文化的传播,而且有助于和谐城市的建设,有助于建立和谐社会,缩短政党之间的距离,以及

在人民生活中传播社会主义精神文化。此外,发展乡镇人民群众的文化活动,可以有效地增强当地群众的团结力和凝聚力,激发乡镇建设新阶段,为实现中华民族伟大理想作出贡献。

2 新时期群众文化活动创新与实现路径

2.1 基层群众对文化建设的重视程度

要密切关注群众文化结构,充分考虑地区、民族和文化差异;不断完善群众文化网络,根据当地不同的法规,促进群众文化建设各方面的和谐统一发展。同时,有关部门和文化中心的高级工作人员要特别注意群众文化活动的规划管理,明确各项工作,确保落实到位,在组织开展群众文化活动的同时,要结合本地区的实际情况,广泛开展文化教育,针对当前社会发展的热点和问题,要切实将群众文化与服务基层、就业过剩结合起来,通过建设群众文化,提高人民的文化面貌,促进群众文化的全面发展。

2.2 创新基层群众文化的内容

在创新群众文化管理的背景下,为了更好地适应和满足群众的文化需求,有关管理部门和领导首先要丰富群众文化的内容,融合新要素、新观点,以确保文化在基层的长期生命力和活力。

同时,要积极组织和引导人民群众积极参加文化活动,增强他们在文化活动中的积极性。在其活动过程中,充分考虑到该区域的实际情况和文化特性,进行详细的研究并制定与人民的实际生活相适应的指导方针,在更为人们所接受的各种主题的结合中,以期文化活动模式得到更新,有效地促进文化活动的凝聚力和吸引力。此外,它还可以鼓励参与者和组织负责人的积极性。文化站领导要切实培养自主创新意识,增强创造能力,致力于创新的组织方法和活动内容。比如说设置抖音营销号引起更多的关注和参与。同时,在开展群众文化活动的同时,要保证群众的妥善管理和组织,要考虑到他们的潜在创造潜力和爆发力是无限的,可以通过各种方式激发群众的积极性,充分发挥他们的创造潜力,为群众文化的创新发展和民族的复兴作出贡献。

2.3 机制,提供制度保障

创新机制在群众文化活动中发挥着重要而不可替代的作用。为了更好地满足基层居民对精神文化活动的多样化需求,必须提高群众文化活动机制的科学性和合理性。政府和有关服务部门要高度重视群众文化活动的开展,提供指导和支持,提供资金、劳动和物质保障,积极整合协调相关资源,确保活动顺利开展。比如说积极引导和鼓励干部学习和掌握现代知识,把先进的多媒体技术如抖音、微博等引进群众文化工作,有效地拓宽活动渠道。

2.4 重视人才的培养

工作人员在这项工作中发挥了重要作用。因此,有关部门必须结合当地实际进行文化交流,使人们发展自己的文化技能。这不仅有利于文化建设,也有利于人才发展。在人才培养方面,先要成立专业小组,然后定期进行人才培训,以确保工作素质。

2.5 扩大服务群体,使更多人获得文化服务

文化应该覆盖整个地区,使本地区所有人士都能享受免费的文化服务,并透过文化活动和咨询,提升他们的文化素质。因此,文化部门必须进一步扩大其文化服务,以增加群众获得这些服务的机会。第一,加强对特定人群的辅导。在有关文化的公众咨询服务方面,文化中心和部门并没有关注无法积极参与文化活动的群体,特别是特定群体。比如说儿童和残疾人很少积极参与文化中心和部门的文化咨询,因此这些群体的文化服务不发达。在这方面,文化中心和部门必须认识到这个问题,积极为残疾人、留守儿童和其他群体提供更详细和更有意义的文化服务,比如说残疾人士可分为不同类别的辅导:听觉受损人士可从艺术辅导入手,例如书画等。视障人士可从音乐、语言等艺术咨询入手。这样可以减少提供文

化咨询的困难,并为他们提供简单可行的文化艺术服务。第二,利用互联网扩大服务范围。尽管文化活动组织以及提供的文化咨询服务,以本区域人口为主要对象,文化中心和部门应继续扩大服务范围,以包容整个社会,利用互联网提供文化咨询,让更多人参与云端文化咨询。

3 新时期群众文化的特点

3.1 形式多样

随着社会经济的飞速发展,人们的追求也在不断改变,从物质文化生活的满足转变为精神文明的追求,群众文化也因此迎来了蓬勃的发展。从乡土文化的浓厚乡土气息,到城市文化的鲜明时代特征,再到校园文化的适宜学生身心发展,再到企业文化的反映工人生产和生活,最后到军营文化的反映战士生活,群众文化都在不断地发展壮大。这些以满足人民需求为目标的群众文化活动,不仅能够提供娱乐,更能够通过教育来影响和改变人们的思想。

3.2 群众参与度增加

群众文化活动的多样性和丰富性使它们成为一个吸引人们参与的热门话题。一些受欢迎的文化活动正在不断壮大,参与者的人数也在增长,参与者的年龄也在扩大。通过这些活动,公众可以放松身心,锻炼体魄,并在娱乐的同时提升自己的艺术欣赏能力。

3.3 地域特色明显

中华大地上的56个少数民族,具有独特的社会历史和文化,他们的居住环境和生活方式也大大影响着他们的社会和经济。伴随时光的推移,他们的社会文化和价值理念正在逐渐融入,从而促进了他们的社会和经济繁荣。近年来,随着社会的进步,地方文化已经成为一种重要的社会现象,它以其独具魅力的风貌、丰富的内涵、浓郁的传统习俗、丰富的社会经济、独具匠心的艺术形式,以及深受欢迎的艺术表演,在各个角落、各个社区、各个景点,都能看到它的身影。当地的各种文化既体现出当地的独特性,又有助于推动当地的经济增长,并为当地居民带来更多的友好关系。

4 新时期如何进行群众文化创新

4.1 创新群众文化体制

随着社会发展的步伐,传统的社会治理机构已经逐渐被市场经济的发展机构取代,社会治理机构也开始更多地关注社会治理机构的发展。因此,我们应该更多地关注社会治理机构,并且通过社会治理机构的发展,来提高社会治理的水平,促使社会治理机构更好地服务于社会。为了更好地推广和传播文化,我们应

该鼓励各界人士，包括政府机构、文化机构和其他相关部门，加入到我们的队伍中。例如，政府机构应该为公众提供更多的机会，让更多的人能够欣赏到优秀的文化作品。为了更好地推广和传播文化，我们应该鼓励各界人士和机构的合作，一起为公众提供更多的精彩和乐趣。

4.2 创新发展模式

在当今的世界，人们的文化生活并非局限在特定的地域或方法。我们应该利用各种各样的活动，扩大人们的生存空间，促进人们之间的互动，并鼓励他们参与文化建设。比如，学习、工作、娱乐、公共服务等领域，都应该融合各自的特色，作为推动社会主义现代化的重要工具。为了更好地推动群众文化的传播，我们需要不断改变传统的方法。比如利用微信公众号和微博这样的平台来传播内容，增强群众文化的影响力和声誉，并推出更多的创新方案。同时，我们还需要注重现阶段的活动社会效益。随着时代的发展，我们应该积极运用信息科学，以更好地适应各种不同的消费者需求，以实现最佳的效果。

4.3 加强文化工作队伍建设

随着时代的进步，人力资源已经成为了社会的第一财富，其影响力不仅体现在经济、政治、教育等领域，而且还体现到了其他领域。因此，为了更好地促进基层的文化建设，我们必须精挑细选出拥有良好的文化素养、积极参与文化活动的优秀人士，以及一支拥有丰富经验和技能的团队，为基层的文化建设注入强大的活力。为了更好地服务于社会，文化部门将会给予这些文化从业人员全面的教育，以帮助其不断增强自身的专业知识与实践经验。

4.4 发扬民间艺术

人类社会的核心力量之一，即公共知识分子。从历史上看，公共知识分子一直都是民俗艺术的创作者。这些艺术形式拥有丰富的公共知识，并且一直得到了公共知识分子的热烈欢迎。这种艺术既美丽又实际，它的表现方式各异，内涵丰富，深受广大民众的欢迎。可以说，群众文化是对民俗艺术的延续和发扬，不管是音乐、戏剧、曲艺，还是手工制作，都与它息息相关。通过推广民俗艺术，我们可以为人们的生活增添多彩，同时也有助于保护并传播中国的传统文化。

4.5 促进群众文化的规模化与产业化

随着时代的变迁，人民的精神追求日益提高，为了更好的服务人民，推动社会的繁荣昌盛，促进社会的平等社会主义，推动社会的持久安定。为此，推动社会主义核心价值观的落实，实现社会主义核心价值观的深入人心，推动社会主义核心价值观的落实，实现社会主义核心价值观的落实，为社会主义核心价值观的落实提供支撑。经过打造民族文化产业园、民俗风情区和传统文化博物馆，并配套引入最新技术，我们希望能够为人们提供更多的精神体验，促进当地的经济增长。

5 结束语

群众文化事业具有巨大的潜能，它既有吸引人的魅力，又有无限的可能性。因此，作为一名文化从业人员，我们应该勇于探索，努力实现创新，推动其取得更多的成就，并在未来的道路上取得更多的成功。总的来说，在新的条件下，城市的创新和文化活动不仅对宣传党和政府的政策政策具有重要意义，旨在满足人民群众的精神文化需求，也为和谐城市建设服务。这样才能有效地吸引人们，巩固他们的思想基础，在创新思想的基础上更新活动内容。采用先进的技术手段，结合完善的管理体系，积极开拓创新，不断完善村庄的文化环境，激励村庄居民参与更多的文艺表演，促进村庄的经济、政治、文教等方面的繁荣，为构筑一个更加美好的未来奠定基础。

参考文献：

- [1] 郝庚伟. 群众文化活动的创新与管理[J]. 中外交流, 2020
- [2] 张桂. 浅析新形势下群众文化的创新和发展[J]. 大众文艺, 2022
- [3] 刘梅花. 新形势下乡镇文化站创新群众文化工作的探讨[J]. 农村经济与科技, 2021
- [4] 熊焰. 打造群众文化活动品牌，促进群众文化事业发展[J]. 大众文艺, 2020 (12): 11-12
- [5] 余辉辉. 公共文化服务下的群众文化活动品牌建设策略[J]. 文化创新比较研究, 2021 (30)
- [6] 王楠. 针对公共文化服务背景下群众文化活动品牌建设的思考[J]. 智库时代, 2021 (6)

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125083

论述企业文化建设在企业行政管理中的重要性

徐瑞山 杨子郁 秦东坡

中国兵器装备集团兵器装备研究所, 中国·北京 102202

【摘要】企业文化是对外宣传的名片,也是企业拥有良好社会口碑的所在,为提升员工的积极性与稳定性,企业必须建立良好的企业文化,增加企业在市场中的份额,致力于提升企业的经济效益,促进企业的良好发展,以提升企业品牌的影响力与发展水平。本文从企业文化建设的内涵进行分析,研究了企业文化建设在企业行政管理中的重要性,并给出了具体的优化对策,旨在为企业的未来发展献策。

【关键词】企业文化; 文化风气建设; 行政管理; 执行力; 经济效益

The Importance of Corporate Culture Construction in Enterprise Administration is Discussed

Ruishan Xu, Ziyu Yang, Dongpo Qin

Ordnance Equipment Research Institute, China Ordnance Equipment Group, China, Beijing, 102202

[Abstract] Corporate culture is the business card of external publicity, but also the enterprise has a good social reputation, in order to enhance the enthusiasm and stability of employees, enterprises must establish a good corporate culture, increase the share of enterprises in the market, committed to improving the economic benefits of enterprises, promote the good development of enterprises, in order to enhance the influence and development level of corporate brands. This paper analyzes the connotation of corporate culture construction, studies the importance of corporate culture construction in enterprise administration, and gives specific optimization countermeasures, aiming to provide suggestions for the future development of enterprises.

[Keywords] Corporate culture; Cultural culture construction; Administration; Execution; Economic benefits

现代企业文化是企业在发展中的精神内核展现,能够显著提升员工的凝聚力,以增强全体员工对企业的认同感,在精神上、理念上,由上至下的形成一种引领,可以使其成为现代企业提升行政执行能力的关键。随着现代市场经济的快速发展,现代企业的生存压力比较大。在激励的市场竞争下,要想获得更大的市场空间,企业的管理者就需要重视企业文化的建设,高度关注文化建设的相关事宜,定期组织文化培训与文艺联欢,从日常的内部报刊及读物上引领文化生活,以树立良好的企业文化风尚,整体提升企业的行政管理效果。

1 企业文化建设的内涵

现代企业要想获得长久有效的发展,就要减少员工的岗位流动率,持续增强企业的文化建设力度,而企业的文化建设需要在了解其整体的发展历程上,充分体现出企业自身的特色与优势,对企业未来的发展前景提出切实的目标,包括远大的发展愿景及其价值观、思想观等,企业文化与员工要具有一定的贴合度,

使内部员工可以充分认同企业文化,能够与企业的发展目标保持高度一致,那么员工就可以在寻求个人发展的途中,为企业贡献力量。企业在发展过程中要逐步根据外部的情况来调整发展步伐,精准地把握市场大环境的流行趋势,顺应国家发展方向,给企业的发展带来显著优势,而企业优秀先进个人也会对其他员工产生激励作用,相同的价值观属于企业文化的核心,要为员工之间树立榜样,员工必须充分认同企业的价值观,与其之间形成交流媒介,充分了解彼此的工作需求,根据其需求做出相应的改革,以顺应企业的高效发展,不断提升其自身的专业技能水平。考虑到现代企业面临的竞争力,必须扩大其生存空间,而文化建设也要和大时代发展趋势融合,而企业文化的建设还有较大的发展空间,管理者仍需从多个方面入手,提升其经济效益的成果。

2 企业文化建设在企业行政管理的重要性

2.1 促进企业行政管理理念的优化

现代企业在市场中的发展区域多元化,这与客观经济市场

的高速运转具有密切的关联性,在企业实际运行的过程中,行政管理人员已经充分认识到企业文化建设的重要性,并不断的创新自身理念,丰富其自身的管理模式,通过企业的文化建设来落实“以人为本”的管理理念,逐步建立起一套科学化的、人性化的管理制度。在企业文化建设的同时,行政管理人员需要对企业的文化风气做出全面的理解,转变其自身的工作意识,在日常的工作实践中要更加积极和主动,为员工之所思所想做出思考,以保证企业内部的高效运行,可以全面提升企业自身的市场竞争力,以优化其内部的行政管理理念。

2.2 规范企业内部基层员工的行为

企业在开展内部员工的培训工作时,要重点对企业文化的信念及企业发展目标的培训,使员工充分认识到企业发展与其自身的职业成长是不可分割的,就能够充分强化其自身的信念,并参与到企业的发展过程中。虽然现代在的很多企业都是依靠行政管理制度来约束内部各项工作的,但却无法对员工的所有行为做到面面俱到的要求。尽管严格的制度管理可以存在一定的而效果,但员工对这种强制性的管理方式始终是抵触的,并不利于企业的长远发展,而文化建设则是从软条件方面使员工自觉服从的,可以从内心接受企业的发展目标,让员工认为企业更有归属感,拥有积极的工作决心,也可以便于行政管理工作的落实。

2.3 推进企业绩效考核管理的改善

现代企业行政管理的重要方法就是绩效考核,将企业文化建设作为基础,制定企业的工作方向与绩效目标,可以为企业的发展确定周密的计划。因为企业制定的经营方案都是随着目标市场发展而不断变化的,所以企业内部的绩效考核模式需要经常调整,构建企业文化对于绩效考核具有一定的指导作用。如果企业只是依照自身的经济目标来制定考核标准,就会使原本制定的经营策略得到实时调整,则后续落实起来就会更加困难。所以行政管理人员通常要根据企业文化建构的内容,与工作人员进行探讨,使各部门的工作人员充分认识到企业文化建设与自己的职业发展是密切相关的,认同并支持企业落实绩效考核工作内容,实现企业的快速发展和自身的综合水平。因为企业在行政管理中通常会带有强制性色彩,所以企业文化作为润滑剂,可以协调各部门工作人员与企业发展规划之间的关系,弥补企业与员工沟通不足的问题,以促进企业的可持续发展。

2.4 提升企业在市场中的竞争实力

企业拥有优秀的文化,是开展行政管理的重要依据,也是实现企业现代化管理的必经之路,对企业未来发展具有导向作

用。在保持企业健康发展的同时,企业的管理者应当思考如何提升企业的核心竞争力,维持企业的可持续发展。企业的行政管理人员应当重视将员工的不同价值观,整合为企业的价值观,再用企业的文化作为正确指引,对原本就认同企业价值观的员工加以激励,而对企业价值观不够认同的员工,可以在企业文化的日益影响下,逐渐产生认同感,使企业员工的团队精神得以持续增强。此外,企业文化对企业的发展目标具有整合作用,当内部所有的员工都能够保持一致的发展目标,共同维护企业的利益,而行政管理中就可以为工作人员树立良好的价值理念,引导员工将为企业创造价值作为实现个人成长的工作目标,也就必然会在工作中互相团结,从和谐的工作关系中找到合作的优势所在,那么在优秀的企业文化的带领下,内部员工的合作意向更强,工作项目的效率也更高。

2.5 发挥企业文化对员工的激励性

现代企业在发展的过程中,客观的工作环境将对员工的个人成长存在着重要的影响,良好的工作环境往往是年轻化员工留在企业的原因,而当前社会中部分企业的岗位之所以流动性较大,就是因为企业的行政管理人员不够重视客观的工作环境,而企业的文化程度体现着企业的格局,员工对企业文化的认可程度也显现着员工的文化程度,所以提升企业员工自身的工作理念与价值观非常重要,保证员工个人认知与企业文化之间的互通性,使其尽快接受企业文化的主旨,各部门的工作可以在工作中建立良好的人际关系,再加以企业文化的熏陶,在社会文化的助力下使企业文化得到延续,企业的内部员工就会团结一致,有效促进现代企业的和谐发展。当企业的内部员工都拥有相同的思想观念,员工在工作上的合作能力会更强,为企业文化传播创造基础条件,而各部门工作人员之间相互配合,员工的号召力与团结力也会更强。

3 企业文化建设与企业行政管理中应用的优化建议

3.1 统一现代企业的价值观念与文化主旨

现代企业的文化建设具有系统性较强且影响力长久的特点,必须维持文化建设的稳定性,不可出现“朝令夕改”的情况,在现代企业上下推行统一化的文化价值观念,需得到大多数员工的认同,因为统一的企业必须尊重多数人的想法,尊重内部员工的劳动奉献,而企业的价值观念并不是靠一个管理者或者几个管理者就能确定的事情,毕竟企业的运营还需要多数的劳动者来维持,应当以多数员工的赞同和认可作为标准。在实践中,企业的管理者可以先分析其自身的特点,确定好企业文化建设的目标,并集思广益的征集企业各级员工的意见,判断员工价值观的大方向是否与企业的价值观符合,如果存在偏差,则企业的管理

者就需要多次会议与员工沟通；最后将员工的意见规划整理，让员工参与投票进行选择，由员工参与的企业文化建设，其文化氛围就会更好的对员工产生引导性作用，也更容易获得广大员工的认同。同时，为促进员工对企业的归属感逐步提升，企业自身的行政管理也应作为企业文化的重要体现，施加人性化管理的方式，将此作为引导，将企业的文化核心逐渐与人性化的管理方式相融合，统一的价值观念可以助力企业制定长远的发展目标，指导各个部门顺利开展相关工作，让员工自身也能树立起明确的职业发展目标，将企业的文化建设发挥实际作用，实现员工个人与企业整体的共同发展，持续提升企业的发展水平，使企业在激烈的同行业市场竞争中拥有更大的优势，可以占据更多的市场份额。

3.2 借助文化来提升员工对企业的归属感

企业的文化建设工作并不是“纸上谈兵”，在具体的行政管理工作中，充分调动各方资源，使企业积极参与其中，依照企业的发展历程来制作企业的历史展示栏，让企业的广大员工可以在工作环境中了解企业的发展历程，与企业之间形成充分的精神交流，而文化展示栏中可以粘贴企业在各个重要时期的重要成果，日积月累、潜移默化地影响员工的思想动态。或者，企业可以采取定期培训的方式，推广企业文化的学习活动，让各部门的员工积极参与到企业文化的学习活动中来，可以根据各个部门的具体工作情况与业务安排来选择培训的日期，并在培训活动结束之后，应设置相应的考核项目，并且为了引起各个部门的重视，企业应当将考核的结果与各部门的绩效工资挂钩，设置相应的奖励机制，以提升员工的参与性，形成良好的文化学习氛围以后，逐步扩大其影响范围，则员工可以充分地了解企业文化的核心，进一步增强员工与企业文化之间的契合度。而企业的文化推广需要高级管理者发挥带头作用，为广大员工群体做出示范，尤其是企业在对外宣传的过程中，应当作为企业文化的讲解者，充分体现出企业的文化特点，主动介绍企业精神，发挥企业的品牌优势，进一步提升企业的核心竞争力，让更多的人可以更全面地了解企业文化，吸引优秀人才的加入，和同行业的其他企业保持良好的合作关系与业务往来，以形成良性循环，为企业的综合发展、健康发展积蓄实力。

3.3 积极培育与企业发展符合的优秀文化

在企业文化建设的过程中，部分企业可能会为了吸引投资或者招揽优秀人才，而存在扩大性描述，或者受到诸多不可抗力因素的影响，如有的企业会说“3年上市计划”等等，虽然这是企业的努力方向，但一味地追求过于夸大的目标，反而会给企业的健康发展造成压力，而目标如果并未达成，就会使得岗位流动

率变高。任何企业的发展都需要优秀的人才资源作为支撑，在企业的行政管理中，运用企业文化可以培育员工的素质，增强员工与企业岗位工作之间的贴合度，进一步激发员工的积极性，以提升企业的生产质量，维持企业的良好运转，毕竟企业文化的重要性是不言而喻的。在企业具体的行政管理工作中，企业可以组织多种活动来提升员工的归属感，使员工认同文化内容，比如在各部门中设置“优秀先进员工”的标兵称号来激励员工，每阶段进行评选，获得此项称号的职工可以获得一定的奖金，或者每阶段召开周会、约会，企业方面应善于听取员工在工作中常见的问题，并及时的给出整改意见，充分发挥员工在企业工作中的主观能动性。管理者必须深刻认识到，企业行政管理工作的本身就是孕育企业文化的过程，而企业文化的发展并不是一成不变的，是跟随企业的发展而不断深化其内涵，也跟随着企业发展历程的延长不断积累经验，企业应当具备洞察市场发展方向的能力，从实际出发、从员工的需求出发、从企业的发展出发，因地制宜的突出企业的特色，将此作为重点，在工作中从点到面的落实文化建设的各项要求，推广文化建设的影响范围，以追求团结务实、力求创新的企业文化氛围。

4 结语

现代企业面临的市场竞争是非常激烈的，建立良好的企业文化可以作为企业价值观的重要体现，并在当今时代呈现出明显的多元化趋势，即不同企业树立的文化中心观念不同，多数与企业自身的发展历程相关，也会受到企业管理理念的影响，乃至作为行政管理理念的优化的指导性价值，进一步对企业的行政管理体系加以完善。而企业的行政管理人员依照企业的经营策略，不断调整企业文化建设的大方向，增强对员工的行为规范、促进员工绩效考核的改进，并从实际工作中体现出企业文化建设的重要性。

参考文献：

- [1] 李炳辉. 论企业文化建设在企业管理中的重要性[J]. 黑龙江人力资源和社会保障, 2022 (01): 79-81.
- [2] 康倩倩. 基于企业文化建设在企业管理中的重要性分析[J]. 商场现代化, 2021 (21): 109-111.
- [3] 许春宁. 企业文化建设在企业管理中的重要性[J]. 商业文化, 2021 (25): 18-19.
- [4] 蒋卫东. 浅析企业文化建设在企业管理中的重要性[J]. 中小企业管理与科技(下旬刊), 2021 (03): 3-4.
- [5] 石磊. 企业文化建设在企业管理中的重要性[J]. 全国流通经济, 2021 (07): 62-64.

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125084

管理会计在企业经营决策中的应用

林 跃

云南康旅教育投资管理有限公司, 中国·昆明 650000

【摘要】如今随着市场环境的日益复杂化,企业如果想要进一步提升自身的经营优势,那么就必须不断提高对成本控制的关注程度。企业在开展经营管理工作时,管理会计制度是其一个必不可少的构成内容,它可以将企业的成本核算作为出发点,在此基础上,来实施改革经营系统的过程,从而促进管理科学性与有效性的提升。企业在进行经营管理工作时,一定要科学且合理地掌控成本,并且制定出一套完整而又完善的管理制度,这样才能实现资源利用率最大化,进而有效地降低经营成本,增强企业的竞争实力。本文主要探讨了管理会计在企业经营决策中的具体应用,希望能够对企业有所帮助。

【关键词】管理会计;企业经营决策;应用分析

The Application of Management Accounting in Business Management Decision-Making

Yue Lin

Yunnan Kanglv Education Investment Management Co., LTD. Yunnan Province, Kunming 650000

[Abstract] Nowadays, with the increasingly complex market environment, if enterprises want to further improve their own operating advantages, then they must constantly improve the degree of attention to cost control. When enterprises carry out the operation and management work, the management accounting system is an essential component of it, it can take the cost accounting of enterprises as the starting point, on this basis, to implement the process of reforming the management system, so as to promote the improvement of scientific and effective management. In the operation and management work, enterprises must scientifically and reasonably control the cost, and develop a complete and perfect management system, so as to achieve the maximum utilization rate of resources, and then effectively reduce the operating cost, enhance the competitive strength of the enterprise. This paper mainly discusses the specific application of management accounting in business decision making, hoping to be helpful to enterprises.

[Keywords] Management accounting; Business decision-Making; Application analysis

引言

近年来,我国的管理会计已经收到了越来越多的重视,这迫切要求开创一个新的管理时代。如今,管理会计逐渐变成企业发展中一个十分关键的因素,在信息来源的作用下,管理会计可以全面且合理地分析企业的实际经济效益和成本投入,从而精准地预测企业的发展趋势,使企业的发展目标更加具有针对性与有效性,在此背景下,可以在最大程度上减小企业所面临的决策风险。随着市场竞争愈来愈激烈,企业如果想要更好地在市场发展中获取有利地位,那么就需要不断地创新与完善内控制度,使应用管理会计过程的顺利性得到充分的保障,并促进其应用合理性与科学性的大幅提升。

1 管理会计的基本概念

管理会计是企业内控体系中一个必不可少的关键内容,本质含义就是在管理工具的作用下,与企业的一些有关决策活动

相融入,使企业获取的管理信息更加准确且全面,能够综合地分析多元化信息,从而使企业的发展目标和对策更加具有科学性。企业在制定决策的过程中,可以全面了解自身的发展空间,同时其想法也更为长远,对企业的长久发展能够起到一定的有利作用。科学且合理地运用管理会计制度可以为企业管理体系的优化奠定良好的基础,是企业决策过程中一个十分重要的因素。会计管理能够将多元化的信息和数据作为基础,来实施定量分析的过程,可以从企业的实际状况出发,来对针对性的管理方案进行构建,最终为企业的决策和经营提供良好的保障条件。

2 管理会计对于企业经营决策的作用分析

2.1 管理会计为企业运营决策提供多方面信息

从会计本质工作内容来看,就是管理企业资金应用状况的过程体现,有效地管理企业的经营成本,科学地归纳企业的资金应用情况,企业在开展经营工作时,会计的主要工作就是全面的核

算多元化的经营活动,并合理地掌控企业的成本和支出,本质目标就是为了最大程度上减小成本并收获最多的经济效益。

2.2 管理会计能配合经营决策的顺利实施

企业在开展经营决策工作时,管理会计往往是其必不可少的构成因素,它可以全面地分析企业的支出情况和税务状况等,从而为企业的决策提供参考条件。从会计工作内容方面来说,可以将一些有关的数据提供给操控人员和管理人员,在综合研究这些数据后,可以使企业的成本进一步减小,最大程度上促进企业投资成效的提升。

2.3 管理会计能严格的监控绩效考评

管理会计在企业的内部管理中能有效地行使其控制职能,充分发挥其对企业供应、生产、销售过程和资金、成本、利润各方面进行检查、分析、考核和评价的作用。在对企业生产经营过程及其结果进行监控、考评的问题方面,根据管理会计关于控制的基本理论和基本方法,既可建立完备的控制系统,又可确定严格的考核措施,从而可随时掌握达到企业目标的实际进程,正确考评企业内部有关部门的工作业绩,并为调整计划、制订决策提供较为客观的依据。

2.4 管理会计能降低企业的决策风险

企业的决策工作会被管理会计所直接影响,主要体现在两个层面:首先,企业在制定目标决策的过程中,在数据分析的作用下,管理会计可以对所存在的不足之处有一个充分的了解,使企业经济效益和社会效益更加具有统一性,并及时地找出存在的问题,能够全面地分析这些信息和数据,从而使企业在进行决策时具备充分的保障条件。其次,企业在制定发展目标时,需要对发展方案进行针对性的构建,要使其应用性得到充分的保障,只有这样才可以在最大程度上降低企业的决策风险。

3 管理会计在企业经营决策中的应用问题

3.1 工作理念滞后

从如今的实际情况来看,我国大部分企业对于管理会计的观念还具有一定的传统性弊端,认为其核心的工作内容是财务因素,所以在对管理会计进行运用时,会充分地结合财务部门的职能内容,通过财务体系的作用来开展管理工作,从而使管理思想缺乏先进性,同时随着企业经营发展步伐的不断增快,行业的发展趋势和企业的竞争环境都在随之而出现转变,所以管理会计体系也要进行改变,对其实施全面地完善与优化,在此基础上,为企业的可持续发展奠定良好的基础。然而如今大部分企业不能够创新管理会计模式,使财务体系受到较大程度的束缚,不能够将其实际的价值充分发挥出来,这也会导致企业的决策缺乏一定的有效性与科学性。

3.2 存在监管漏洞

资本投入往往直接影响着企业的良好发展,同时内部控制体系也是其关键的影响因素,所以企业如果想要使自身的投入和经营工作更加具有合理性,那么就要对综合、长期的发展目标进

行构建,并将企业的实际情况作为基础,来进行有效的调节和控制。大部分企业在成本投入方面的主要目标都是短期效益,所以在实际的决策过程中就会缺乏对后期服务的关注程度,最终导致企业的经营风险进一步增强,如果企业在管理方面缺乏科学性与长期性,那么就会直接制约着企业的稳定发展。在管理会计方面缺乏合理地运用,就会使岗位职责缺乏明确性,最终使员工工作的主动性不断降低,最终使多元化的消极问题不断出现。

3.3 参与性不强

如今大多数企业会使管理会计成为财务体系中的构成内容,并没有在企业决策和经营的过程中对其进行合理的应用,从而导致管理会计的实际价值没有充分发挥出来,管理会计如果不能与生产过程相融合,那么就会影响企业内控体系和管理会计体系的结合。所以大部分企业还存在着较多的不足之处,比如岗位职责内容缺乏清晰性,企业部门合作缺乏一定的协调性,不能够有效地掌控成本等,从而使企业的决策和发展目标的制定缺乏健全性,从而对企业的可持续发展产生较大的制约。

4 管理会计在企业经营决策中的具体应用策略

4.1 提高会计人员综合素质

如今随着网络技术发展步伐的不断增快,信息化的发展趋势愈来愈明显,在此背景下,如果企业想要不断增强自身的竞争能力,那么就要促进管理会计体系科学性的不断提升,促进工作人员专业能力和自身素养的提升,将其实际作用全面呈现出来。企业还应该从基础会计工作、成本核算、财务监督以及资金管理等方面来加强对会计从业人员专业技能以及专业素养的培养,组建一支高效、合理的管理会计队伍,在引进外在综合型高素质人才的前提下,给管理会计部门输入新鲜的血液,带动、激发各个部门的工作,为管理会计对企业经营决策过程产生的有效影响打下良好基础。强化信息平台的建设、对管理会计及时提供数据支持可以让管理会计在获取数据后能够及时分析和处理并制定决策优化方案,以供企业决策。

4.2 成本管理

企业需要对内控制度进行不断的完善,内控制度是健全管理会计制度的一个重要手段,与此同时,企业还应该在资金管理上不断加强,对资金做出科学合理的预算,从而使得企业资金可以被合理地、科学地配置。例如会计人员通过编制企业成本预算表,分析出企业在哪些方面、哪项费用投入较多,哪项产品为企业贡献较大的经济收益,对于该预算表来说,可以科学、合理地管理企业。在开展管理会计日常工作时,应及时分析和整理财务问题,以达到较好的成本管理目标,从而推动企业健康、快速发展。

4.3 多部门协作

企业各个部门间的有效合作可以推动管理会计的科学性与有效性,更好地实现有效性控制的目标,例如部门绩效的控制。

所以企业在决策的过程中,需要协调好各个部门间的配合,增强部门间的统一性,做好会计工作的管理过程,为了给他们提供高效的信息支持。因此,就需要在企业的协调之下,加强各部门的协同作用,是其他生产、市场等部门人员向会计人员提供专业的所需要信息。在建立了相应的多部门协同作业机制后,还需要定期给予督促和检查,使其能够真正获得落实。除此之外,企业的各个部门还应按照上级领导指示做好本职工作,并制定科学、合理的考核机制,以提升企业决策的科学性与合理性。

5 强化管理会计在企业经营决策中作用的有效措施

5.1 树立管理会计意识

首先,企业管理层应及时抛弃传统落后的管理观念与方式,与时俱进,积极进行变革,主动学习和管理会计有关的知识理论,并意识到管理会计对于企业管理工作的优越性,给予其工作发展以高度的重视,从而推动管理会计工作有序进行。其次,企业管理层要把管理会计看成是对传统财务会计进行改造的过程,明确管理会计日常工作的内容以及所承担的范围,从而为管理会计工作的发展提供一个有利的环境。第三,企业在提升管理层思想认知的同时,更重要的是让执行人员在上到下形成对于管理会计的正确认识。

5.2 建立一支高素质的管理会计团队

首先,教育会计人员需要掌握法律知识,指导职工懂法守法,并在法律许可的限度内从事企业需要的全部会计活动。其次,是强化职业教育,保证会计人员知识储备和实操技能可以与社会经济的发展相同步,从而满足企业的发展需要。第三,是强化职业道德教育,使会计人员对企业负责,防止财务信息外流和会计信息失真情况的发生。只有做到这3点,管理会计才能更好地为企业决策提供服务。

5.3 加强普及理论知识,引导管理会计充分发挥作用

加强管理会计理论知识的宣传和普及不但能够促进管理会计理论能力的提高,而且还有助于引导管理会计在企业经营决策工作中参与热情的提升,在企业发展过程中起到了至关重要的作用。而在管理会计理论知识中,最受人们重视的就是三个因素。首先是如何从消费群体、商圈、销售模式和经营模式等方面进行分析,以辅助企业决策者制定销售策略。其次,是如何改善通过对材料成本,人工成本及各种直接费用和简介费用等开支的控制,使企业经营总成本逐渐下降,继而增加企业经营的回报率。第三,是对于新产品的开发与推广而言,怎样在确保公司目标达成的同时对开发,推广阶段的成本进行把控。传统的财务会计工作主要是以核算与报账为主,管理会计不同于财务会计,管理会计在于能够通过管理会计方法的作用来协助企业进一步提升经济效益。

5.4 坚持管理会计只参与决策,不替代决策的原则

企业经营决策除了受财务状况影响外,还受内部和外部等诸多因素的影响,所以会计人员需要参与到管理决策中来,做决策者的参谋助手,但绝不能代替决策。无论是管理会计理论知识还是技巧方法,其本身都没有决策能力,企业在生产经营活动中也不会把会计信息当成决策的唯一依据,同时也要兼顾其市场环境、经营风险、政策变动等诸多外部因素。积极参与与企业经营的决策,管理会计责无旁贷,既不能消极地等待决策者的资料,又不能越俎代庖代替决策,必须要依循这一原则,才能够为企业决策工作中更好地发挥自身的作用,才能够维护管理会计在企业管理工作中的位置。

结论:

总而言之,如今我国经济发展的步伐在不断增长,企业在发展的过程中都充分应用了现代制度,管理会计制度是我国企业制度内容中一个十分关键的构成内容,可以有效地优化企业的内控体系,企业需要使不同部门的工作职责更加明确,并科学地管理多元化的项目资源,综合地管理企业的经营成本,在此基础上,促进企业自身竞争力的不断增强。然而从实际的运营情况来看,还会存在较多的不足之处,企业需要使这些问题得到及时的解决,充分应用管理会计的作用,最终为企业的稳定、有序发展提供良好的保障。

参考文献:

- [1] 苏宝金,雷光美,赵琦玮,等.管理会计在企业经营决策中的应用研究[J].科技经济市场,2019(4):3.
- [2] 甘美芳.“十四五”时期管理会计在企业经营决策中的应用及职能拓展研究[J].当代会计,2022(6):3.
- [3] 杨鸿皓.论管理会计在企业决策中的应用问题与策略[J].经营管理者,2016(11):148.
- [4] 艺苑,晶晶谭.管理会计在现代企业经营决策中发挥作用的[J].2020.
- [5] 孙鹏.企业管理会计在企业经营中的应用价值[J].科学与财富,2019,000(003):159.
- [6] 李增辉.管理会计在企业经营管理中的有效应用[J].2018.
- [7] 莫芳.管理会计在企业经营决策中的运用思考[J].财经界,2021,000(001):125-126.
- [8] 石辉.管理会计在企业经营决策中的应用分析——以西安ZL公司为例[J].环渤海经济瞭望,2019(2):1.

作者简介:

林跃(1982-)女,毕业于北京石油化工学院,本科学历,民族汉,现就职于云南康旅教育投资管理有限公司财务管理部任财务副经理,中级会计职称。

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125085

试论城市规划管理对城市规划设计的影响分析

张建国

曹县综合行政执法局, 中国·山东 曹县 274400

【摘要】当前,在社会建设中需要认真研究城市规划,而且在城镇化建设中城市规划是不可或缺的主要环节。由于城市规划建设中有许多社会因素,所以城市管理工作应该根据一些既定的理念进行。城市规划管理与城市规划设计之间存在着密不可分的关系,只有通过良好的规划管理,才能够确保未来的城市规划设计工作能够顺利进行。因此,本文将深入探讨城市规划管理对城市规划设计的重要性,以期为相关人士提供参考。

【关键词】城市; 规划管理; 规划设计

Analysis on the Influence of Urban Planning Management on Urban Planning and Design

Jianguo Zhang

Cao County Comprehensive Administrative Law Enforcement Bureau, Cao County, Shandong 274400, China

[Abstract] At present, urban planning needs to be studied seriously in social construction, and urban planning is an indispensable main link in urbanization construction. Since there are many social factors in urban planning and construction, urban management should be carried out according to some established ideas. There is an inseparable relationship between urban planning management and urban planning and design. Only through good planning management can we ensure the smooth progress of urban planning and design in the future. Therefore, this paper will deeply discuss the importance of urban planning management to urban planning and design, in order to provide reference for relevant people.

[Keywords] City; Planning and management; Planning and design

引言

当前,我国城市规划设计出现很多问题,容易阻碍城市整体建设。要想确保城市规划设计的规范性和合理性,城市管理人员应该真正发挥其自身的职能作用,加强对城市规划流程的管控,提升设计水平,使所有城市居民都可以生活在良好的环境中,将健康发展的目的认真落到实处。城市规划设计人员应该依照安排,尽可能制定完善的规划方案,让城市建设进一步完善。

1 城市规划管理与设计的含义

1.1 城市规划管理

城市规划管理是指对经批准的城市规划实施的管理,主要包括两个方面。一是对批准的土地利用规划的管理。随着“黄金土地”的颁布,《城市规划条例》的出台,显示出了土地在城市发展中的不可替代的作用。因此,政府应该加强对土地的监督,以确保其合法有效的利用,并且建立有效的监督机制,以保证其有效的运行。所有的单位和个人必须遵守相应的审查流程,获得土地使用权,才能够正式开展城市发展。违

反此条款的,将会受到严厉的惩戒,包括被迫拆除、重新占领、重新开发等。在进行城市规划时,必须对所有的建设进行严格的监督,以确保其符合规定的标准。在开始施工之前,必须提交有效的设计方案,并获得施工许可证,以确保其符合规定的标准,其中包含了对绿地覆盖率、建筑外观、空间布局的规划。不分高低,不分天涯海角。

1.2 城市规划和设计

城市规划设计是实现城市建设目标的关键因素,它源远流长,可追溯到战国时期,随着人类社会的不断发展,它的重要性也日益凸显。

城市规划的流程通常分为六个阶段。首先,我们会对整个项目的地质情况进行详细的考察,以便制作出符合需求的可操作的图纸。其次,我们会按照城市规划的目的和要求,制作出初始的构思,并会收集相关的反馈。最后,我们会制作出详细的施工方案,并且会持续更新。最后,我们会向所有参与者发出最终的设计报告,以便他们能够充分利用我们的专业

知识，为项目的发展提供有力的支持。。为了提高改进的成功率，我们应该将其融入日常工作，以便达到最佳的效果。第五，我们应该邀请专业的技术顾问、工厂管理人员以及客户来参加我们的项目评估，以便不断优化项目。第六，我们应该举办广泛的项目评估会，以便让每个参加的项目都能得到充分的反馈。

2 影响城市规划设计的目的和有关准则

2.1 影响城市规划设计的目的和方案

城市规划管理应该具有较强的宏观意识，不仅要重视城市发展的总体情况，而且要重视城市建设中的局部问题。作为一名城市规划管理者，我们必须尽力把握我们的专业特长，保证我们的工程和总体计划是一致的。我们还需要对我们的城市建设资源进行综合运用，最大限度地开发它们的潜力。此外，我们还需要注重实现我们的目标，不断推陈出新，适应当下的社会和文明。管理者必须认识到，规划管理与都市方案设计相互之间存在着密切的联系，因此，设计者必须从全局视野来审视设计，并结合规划管理，保证设计方案与规划管理的总体趋势保持一致。因此，管理者必须全面评估设计方案，并根据规划管理的总体趋势，做出必要的调整，使之与规划管理的总体趋势保持一致，才能达到最佳效果。为了实现城市的可持续发展，我们必须保证都市的规划和建设遵循严格的标准。例如，我们需要扩大都市的公共空间，提高都市的生态质量，并且都市的建筑和景观也必须遵循严格的标准。因此，我们必须把环保因子纳入到都市的建筑和景观的设计之中，并且保证都市的绿色空间得到充分的利用。显而易见，城市规划管理对于实施有效的城市规划、达成预期效果至关重要。

2.2 决定城市规划设计的有关准则

城市规划设计应该满足相应的准则，通常是由城市规划管理制定这些准则。每个地区、每个时期都有着不同的城市发展水平和需求，所以也必须要及时改变城市规划管理的方法，不可以采取相同的想法。而城市规划设计也有明显的不同。因此，作为设计师，我们应该仔细思考当前地区和时代的发展需求，并结合规划管理的具体要求，制定出符合时代趋势的建筑布局。同时，我们还要根据城市的当前状况，仔细检查建筑布局的科学性，以确保它们能够真正满足城市建设的实际需求。对于城市规划工作而言，城市中心是主要项目，而其质量将城市的设计标准充分反映出来。城市规划师应当从科学的视野出发，结合当地的文化和历史背景，精确地规划和实施城市的核心区域，以便最大限度地实现城市的可持续性和可持续性。他们必须确保规划的结果符

合当地的文化和历史传统，并且确保规划的结果符合当地的社会和经济状况，以便最大限度地体现当地的特色和魅力。随着时间的推移，城市规划管理理论日益成熟，它涵盖了多个不同的学术领域，例如：社会学、心理学、建筑、土地利用和管理。如果城市理论是十分完善的，就表示着城市规划设计也非常合理。必须要保证城市规划设计真正满足社会经济、大众心理等不同的需求，才可以显著提升城市规划设计水平。

3 城市规划管理对城市规划设计的影响分析

3.1 城市规划的管理是决定其设计目标及因素

城市规划设计的成功取决于其明确的目标和方案，而这些目标的实现又取决于城市规划管理的有效实施。因此，城市规划管理的重要性不仅体现在其对城市发展的宏观指导，更体现在其对各项细节的精准把控，从而为城市发展提供有力的支撑。在实施过程中，城市规划设计人员应当严格按照城市规划管理人员的指示，充分发挥自身的专业技能和优势，对城市资源进行全面分析，制定出有效的规划方案，以确保城市资源的有效整合和有效利用，从而达成城市规划设计的最终目标。为了达成这一目标，我们必须从细节上着手，确保城市规划设计方案能够充分反映出我们的意图；此外，我们还必须清晰地认识到城市未来的发展方向，并且通过协调和分析，来提升城市规划的合理性。这方面的影响要求城市规划者服从城市规划者的相关决策，以保证大方向的一致性，避免矛盾问题。

3.2 城市规划管理是决定城市规划设计的原则

城市规划设计的有效实施需要从相关原则上加以控制和制约。为了确保城市规划设计的可靠性，必须严格遵守各项基本原则，并且这些原则也会受到城市规划管理的影响。由于各个城市的发展需求和环境条件都不尽相同，因此，在制定城市规划设计方案时，必须考虑到各种因素，以确保最终的结果符合预期。因此，城市规划设计必须遵守一系列严格的原则，其中最重要的是要深入了解城市的实际状况，把握其发展趋势和需求，以便更好地满足城市的发展要求。在这一过程中，城市规划管理者也起着至关重要的作用。他们具有深入的研究能力，能够准确地把握城市发展的基本趋势，并结合未来的规划需求，提出科学合理的城市规划设计原则，以满足城市发展的需要。

3.3 城市规划管理的影响

城市规划设计的核心在于建筑设计，它不仅仅是一个基础的层面，而且还是影响城市发展的重要因素。此外，建筑设计还可以为城市景观提供独特的视角，从而为城市管理提供更多的参考依据。通过城市规划管理，我们可以深入了解城市的人文特

征,并结合当地的环境条件,制定出更加科学合理的建筑和园林规划,从而使其符合城市的发展趋势和风格要求,实现城市的可持续发展。

3.4 充分展示城市的社会功能

在开始城市规划设计之前,设计师必须熟悉该城市的历史和文化背景,并了解当地的生活习惯。他们还需要考虑当地的风土人情和文化氛围,并制定出有效的改善方案。此外,城市规划设计还必须考虑建筑物的实际价值,以及它们的社会功能。通过深入研究城市的社会功能,我们可以更好地规划和建设适宜当地的空间布局。城市经营不仅改善了居民的生活质量,也优化了城市的空间结构,使其具备更强的社会功能性。

3.5 城市规划设计是城市规划和管理的载体

城市规划设计与城市管理之间存在着密切的联系,旨在实现城市的科学合理布局与设计。这种布局设计需要借助现代技术的支持,并通过创新的方法来实现,以及有效地整合各种资源。采用现代元素、精心绘制的色彩、精心搭配的图案,构筑出一个完美的城市景观。城市规划管理旨在把握城市的总体发展趋势,以实现可持续发展。

3.6 促进更科学的城市规划

城市规划管理与设计之间存在着密切的联系,它们可以共同推动城市发展,并且可以通过规划管理来指引设计,从而实现城市的可持续发展。然而,由于城市规划管理涉及到管理的范畴,因此其内容也会不断发生变化。城市设计是城市发展的关键,它不仅能够提升城市的可持续性,而且还能够帮助城市管理者更好地实现其目标。以某城市为例,它正在积极推动轻工业园区的建设,并且努力争取更多的项目落地。但在实际的城市设计过程中,发现该地区有些地方由于土壤、环境等原因不适合工业发展,促进了规划调整,有利于城市发展。

3.7 有助于促进城乡协调规划与统筹发展的结合

城市规划的成功取决于它对整体环境的控制能力,因此,正确的城市规划管理对保证城市的健康、高质量、安全、环保、绿色、节能等具有至关重要的意义。它既能够帮助我们更好的利用土地资源,又能够更好的保护环境,从而使得我们的居住环境更加优美、舒适、安全。此外,它还能够为我们提供一套完

善的、科学的、系统的、全局性的城市规划体系,从而推动我们的社会经济的持续健康发展。通过鼓励公民的积极性和自觉性,不仅能够提高他们对城市规划的关注度,还能够为城市的建设带来重要的影响。

4 结语

总而言之,城市的和谐发展需要合理的规划管理设计,城市管理人员应该将自身的职能优势真正发挥出来,清楚指明后续的规划设计方向,而设计人员在工作中,除了要与规划设计的基本准则相符,也不能违反有关的法律法规,必须要保证设计方案满足城市建设的基本要求,促进城市持续稳定发展,为城市居民打造既便利又美观的环境。

参考文献:

- [1] 高兆. 基于GI规划设计的山地城市雨洪管理研究[D]. 西南大学, 2022.
- [2] 刘甜. 北欧现代城市公共空间设计中的公众性研究[D]. 湖南工业大学, 2021.
- [3] 李明. 适应性视角的城市色彩规划理论、方法与应用研究[D]. 南京大学, 2021.
- [4] 邹兵. 增量规划向存量规划转型: 理论解析与实践应对[J]. 城市规划学刊, 2021, 05: 12-19.
- [5] 王晓晔. 城市规划管理对城市规划设计的影响分析[J]. 中国新技术新产品, 2022, 22: 146.
- [6] 王东杰. 城市规划管理对城市规划设计的影响[C]//中国智慧工程研究会智能学习与创新研究工作委员会. 2022工程建设与管理.
- [7] 来刚强, 陈钊锋. 城市规划管理对城市规划设计的影响[J]. 智能建筑与智慧城市, 2022, No. 303 (02): 74-76.
- [8] 陈伟昌. 城市规划管理对城市规划设计的影响[J]. 工程与建设, 2021, 35 (06): 1155-1156.
- [9] 陈江源. 城市规划管理对城市规划设计的影响——以泉州市西华洋片区为例[J]. 四川水泥, 2021, No. 303 (11): 241-242.
- [10] 游佩玉. 城市规划设计中城市规划管理的影响及发展策略[J]. 住宅与房地产, 2021, No. 630 (31): 56-57.

冷热转换成就辉煌业绩， 心系行业彰显情怀担当

蒋紫贺 / 文

自20世纪90年代以来，各大跨公司纷纷进入我国蒸发器、冷凝器工业市场，汽车、电工电器、文化办公设备、仪器仪表、通用蒸发器和工程蒸发器等行业的外商投资占比高达80%，久而久之一部分国人开始潜移默化的滋生错误想法：只有国外进口设备是靠谱的，设备来自国外是产品高质量的最强保证。然则，在此大环境下也涌现了大批有志之士，他们积极开展学术研究，以学术推动企业、行业发展，常州市常蒸蒸发器有限公司副总经理周洲就是其中之一。

在过去的10年中，周洲凭借个人专业技术涵养、精准统筹指导安排带领公司更上一层楼。作为技术型企业的领头人，周洲强调，内部员工光会技术还远远不够，在蒸发器企业里，懂技术是必须的，上到总经理下到销售人员都得具备这方面的基础能力，而作为企业的掌舵人，企业未来的布局、研发重点设定、团队凝聚力、向心力提升等都属于日常职责，唯有提升个人在沟通、协调、规划和统整、决策和执行、培训等的能力，才能在企业发展上做出更强指引。

在周洲看来，经验是需要传承的，她直言自己早期从前辈身上汲取不少。为了避免企业管理心得方法的断层，她总结前辈和

个人在企业经济管理上的从业心得，先后在《经济管理》、《今商圈》、《现代营销》等期刊上发表学术成果，参与《企业家精神、管理层权力与企业可持续发展绩效研究》、《企业战略管理》等图书的编写。“我想要将自己多年积累的企业经营管理见解分享出去，让更多业内人士收益，为行业发展做出应用的贡献。”周洲如此说道。

在《今商圈》发表主题为新常态下企业管理创新研究中提到，为适应市场的变化，企业需通过内部控制来实现企业竞争优势和综合实力双提升，从加快先进管理体系建设、强化企业形象维护、把控市场潮流趋向、创新管理理念、完善体系制度内容切入，为企业平稳健康发展创造有利条件。该项学术成果直击当今市场痛点，为行业企业发展指明方向，对推动整个行业发展起到积极效果。

对未来个人的规划想法，周洲表示整体来说挺纯粹：沉淀已挖掘的好方式，创新企业管理路径，在常州市常蒸蒸发器有限公司运营上寻求突破，将个人对企业的理解写下来、传出去，让更多人因为自己的微薄贡献略有不同，用实际行动推动行业获得正向推进。



Universe Scientific Publishing Pte.Ltd

73 upper Paya Lebar road #07-02B-03 centro bianco Singapore 534818

<http://cn.usp-pl.com/index.php/cjsc/index>

定价：30元