

经济与产业发展

Economic and Industrial Development

Volume 2 · Issue 8 · August 2025 3060-9178(Print) 3060-9186(Online)



Nanyang Academy of Sciences Pte. Ltd.

Tel.: +65 62233839

E-mail: contact@nassg.org

Add.: 12 Eu Tong Sen Street #07-169 Singapore 059819

中文刊名：经济与产业发展	Serial Title: Economic and Industrial Development
ISSN：3060-9178（纸质）3060-9186（网络）	ISSN: 3060-9178 (Print) 3060-9186 (Online)
出版语言：华文	Language: Chinese
期刊网址：http://journals.nassg.org/index.php/ecin-cn	URL: http://journals.nassg.org/index.php/ecin-cn
出版社名称：新加坡南洋科学院	Publisher: Nan Yang Academy of Sciences Pte. Ltd.

《经济与产业发展》征稿函

Database Inclusion



Google Scholar



Crossref



China National Knowledge Infrastructure

版权声明/Copyright

南洋科学院出版的电子版和纸质版等文章和其他辅助材料，除另作说明外，作者有权依据Creative Commons国际署名—非商业使用4.0版权对于引用、评价及其他方面的要求，对文章进行公开使用、改编和处理。读者在分享及采用本刊文章时，必须注明原文作者及出处，并标注对本刊文章所进行的修改。关于本刊文章版权的最终解释权归南洋科学院所有。

All articles and any accompanying materials published by NASS Publishing on any media (e.g. online, print etc.), unless otherwise indicated, are licensed by the respective author(s) for public use, adaptation and distribution but subjected to appropriate citation, crediting of the original source and other requirements in accordance with the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license. In terms of sharing and using the article(s) of this journal, user(s) must mark the author(s) information and attribution, as well as modification of the article(s). NASS Publishing reserves the final interpretation of the copyright of the article(s) in this journal.

Nanyang Academy of Sciences Pte. Ltd.
12 Eu Tong Sen Street #07-169 Singapore 059819
Email: info@nassg.org
Tel: +65-65881289
Website: http://www.nassg.org



期刊概况：

中文刊名：经济与产业发展

ISSN：3060—9178（Print） 3060—9186（Online）

出版语言：华文刊

期刊网址：http://journals.nassg.org/index.php/ecin-cn

出版社名称：新加坡南洋科学院

出版格式要求：

- 稿件格式：Microsoft Word
- 稿件长度：字符数（计空格）4500以上；图表核算200字符
- 测量单位：国际单位
- 论文出版格式：Adobe PDF
- 参考文献：温哥华体例

出刊及存档：

- 电子版出刊（公司期刊网页上）
- 纸质版出刊
- 出版社进行期刊存档
- 新加坡图书馆存档
- 谷歌学术（Google Scholar）等数据库收录
- 文章能够在数据库进行网上检索

作者权益：

- 期刊为 OA 期刊，但作者拥有文章的版权；
- 所发表文章能够被分享、再次使用并免费归档；
- 以开放获取为指导方针，期刊将成为极具影响力的国际期刊；
- 为作者提供即时审稿服务，即在确保文字质量最优的前提下，在最短时间内完成审稿流程。

评审过程：

编辑部和主编根据期刊的收录范围，组织编委团队中同领域的专家评审员对文章进行评审，并选取专业的高质量稿件进行编辑、校对、排版、刊登，提供高效、快捷、专业的出版平台。

经济与产业发展

Economic and Industrial Development

Volume 2 • Issue 8 • August 2025 3060-9178(Print) 3060-9186(online)

编委会

主 编

苏 涛 广东工业大学管理学院

编 委

姚树洁 山西财经大学

何培旭 华侨大学工商管理学院

许 坤 西南财经大学

王 楠 北方民族大学商学院

刘 博 陕西博爱恒业医药集团有限公司

李炜宇 云南朗昱经贸有限公司

李栋基 麦凯尼（北京）科技有限责任公司

1	工业产业经济趋势对单位财务决策机制的影响 / 韩星月	1	The Impact of Industrial Economic Trends on Financial Decision-Making Mechanisms in Enterprises / Xingyue Han
4	产业转型背景下企业和谐劳动关系构建与人社服务保障策略研究 / 王宇	4	Research on the Construction of Harmonious Labor Relations and Human Resources Service Guarantee Strategies in the Context of Industrial Transformation / Yu Wang
7	超级理由战略：理由驱动型组织的兴起——在意义稀缺的时代，重塑企业存在的终极依据 / 余芳飞	7	Super Reason Strategy: The Rise of Reason-Driven Organizations-In an era of meaning scarcity, reinventing the ultimate rationale for corporate existence / Fangfei Yu
11	供应链金融对企业投融资效率的影响、发展瓶颈及应对策略 / 仝宝雄	11	The Impact of Supply Chain Finance on Investment and Financing Efficiency, Development Bottlenecks, and Countermeasures / Baoxiong Tong
15	“互联网 + 电力营销”背景下电力企业电力营销服务策略研究 / 郭佳	15	Research on Power Marketing Service Strategies for Power Enterprises in the Context of “Internet Plus Power Marketing” / Jia Guo
18	以理念为锚：解构段永平投资逻辑中的“理念 - 模式 - 永续”范式及其管理学启示 / 魏宪忠	18	Anchoring on the Idea:Deconstructing the “idea-model-sustainability” paradigm in Duan Yongping’s investment logic and its management implications / Xianzhong Wei
21	基于实物期权的大数据资产价值评估方法及其应用探讨 / 于远航	21	Discussion on the Big Data Asset Valuation Method Based on Real Options and Its Application / Yuanhang Yu
24	人工智能环境下中小企业现金流管理 / 尹颖	24	Cash Flow Management of Small and Medium-sized Enterprises in the Context of Artificial Intelligence / Ying Yin
27	分布式光伏资产残值预测及融资租赁定价优化研究 / 邢崑	27	Research on Residual Value Prediction and Financial Leasing Pricing Optimization of Distributed Photovoltaic Assets / Wei Xing
30	煤矿基层文化建设创建优秀政工团队的分析 / 袁宝	30	Analysis of Creating Excellent Political Work Teams for Grassroots Cultural Construction in Coal Mines / Bao Yuan
33	当前市场零食量贩遍地开花的经济分析 / 黄千宸	33	Economic Analysis of the Current Market Trend of Bulk Snack Sales / Qianchen Huang

The Impact of Industrial Economic Trends on Financial Decision-Making Mechanisms in Enterprises

Xingyue Han

Heze Small and Medium Enterprise Development Promotion Center, Heze, Shandong, 274000, China

Abstract

With the development of the social economy, China's industrial economy is undergoing renewal and transformation. Emerging industries continue to grow in proportion while industrial structures keep upgrading. Against this backdrop, the establishment and management of financial decision-making mechanisms in small and medium-sized enterprises (SMEs) still face multiple challenges, including investment management, upgrading financial decision-making systems, enhancing financial professionals' expertise, and improving information access channels. To achieve healthy and sustainable development, SMEs need to optimize financial decision-making through personnel training, technological integration, strengthened investment and risk management, and brand-building initiatives. These measures will help adapt to evolving industrial economic trends and foster synergistic development between enterprises and market economies.

Keywords

Industrial economy; Industrial development; Financial decision-making; Financial management; Digital transformation

工业产业经济趋势对单位财务决策机制的影响

韩星月

菏泽市中小企业发展促进中心，中国·山东 菏泽 274000

摘要

随着社会经济的发展，我国的工业产业经济正处于更新与转型阶段，新兴产业占比持续增加，产业结构不断升级。在此背景下，中小企业的财务决策机制建立与管理同样也存在诸多有待解决的问题，这包括投资管理、财务决策机制的升级、财务人员职业素质、信息渠道的获取等方面。为实现单位健康可持续发展，中小企业需要从提升人员素质、融入科技手段、加强投资和风险管理、重视品牌建设等方面对财务决策进行有效调整与管理，以适应工业产业经济趋势变化，实现企业和市场经济的协同发展。

关键词

工业经济；产业发展；财务决策；财务管理；数字化转型

1 引言

近年来，我国的工业产业经济发展趋势呈现出全新态势，现代科技产业、绿色能源产业、服务业等新兴的工业产业所占比持续增加，我国的工业产业结构处于不断的转型和升级之中。在这样的背景下，中小企业的财务决策机制建立同样面临着许多问题，这表现在投资管理、财务决策机制的升级、财务人员职业素质的提升等方面。对此，中小企业应通过对当下的新的经济发展趋势的分析展开对单位内部的财务决策机制的调整。例如，单位要在提升财务人员的职业素养，将科技手段融入到财务决策机制中，做出财务投资及其风险的管理，考察企业品牌建设等多个方面努力，来应

对不断变化的工业产业经济发展趋势。

2 我国工业产业经济发展趋势的影响

目前看来，我国的工业总产值逐年增长，但也面临着工业产业结构转型与升级的问题。随着现代信息技术的日益进步，如人工智能、大数据、云计算、5G 等现代科技的发展，我国的工业产业发展也愈加趋向于技术创新方面的产业升级。我国的新兴产业加快发展，“截至 2024 年 11 月底，国家新兴产业创业投资引导基金参股 501 只子基金，带动募资 2885.4 亿元，支持 8946 家初创期和早中期企业”^[1]，这一数据充分彰显了新兴产业的蓬勃发展态势。同时，随着现代经济的快速发展，人们对于工业产业的服务性要求越来越高，工业产业也愈加向着推动服务进步的角度发展，将服务业与工业产业发展相结合，为人们提供更为完善的工业产业服务。此外，我国的工业发展更为追求绿色、环保、低碳的

【作者简介】韩星月（1990-），女，朝鲜族，本科，会计师，从事产业经济趋势与财务管理融合研究。

产业发展,新能源、新材料等绿色制造产业不断兴起,旨在实现工业产业的绿色可持续发展、资源的循环利用、以及生态环境的有效保护。

对于中小企业来说,我国的工业产业经济发展对于财务决策起到十分重要的作用。但是,当前的很多中小型企业,在应对工业产业经济发展变化方面还没做好充足的准备。因此,单位应在理性分析当前的经济发展形势的前提下,做出符合企业长期发展利益的财务决策。在国际和国内经济形势都极为复杂的背景下,单位应优先关注新兴的工业产业发展情况,再结合自身企业的发展特点,做出相对理性的财务投资决策。

3 单位在财务决策机制上面临的问题

我国在工业产业经济发展上的变化,能在很大程度上影响到单位的财务决策机制,但是,目前看来,一些单位在进行财务决策调整时仍会面临诸多的问题。

3.1 投资管理存在短板

随着我国产业结构的不断升级,很多中小企业难以快速适应工业产业的发展变化,因此单位在进行投资管理时,针对投资的项目难以做出较为长远的分析和规划。由于工业产品的更新迭代速度很快,单位在投资管理上存在的问题则是难以判断工业产品的未来发展前景。例如,很多中小企业由于未能及时跟进市场发展情况,加上资金和人才等方面的限制,导致产品的生产难以得到足够的创新,难以满足消费者的需求,进而难以获得足够的市场份额。这就导致投资背后所潜在的风险变得不可控,进而影响到单位在财务上做出正确的、符合长期发展利益的决策。

3.2 财务决策机制升级困难

随着现代信息技术的快速发展,单位的财务决策不能再停留在传统的人为决策的模式,而应该结合高新技术手段,对单位的财务决策机制进行系统的升级。但这对于单位的财务管理网络系统提出了较高的要求,不仅要求单位要不断更新网络系统,并根据科技手段进行系统的开发,还要求财务人员能够掌握与人工智能、数据分析相关的技术使用能力,来实现财务决策机制的高效发展。

3.3 财务人员职业素质有待提升

单位想要实现更为高级的财务决策机制,还需要实现财务人员职业素质能力的提升。但是,目前很多单位缺乏对财务人员的职业培训,在人才选拔方面不够专业,要求不够严格,这就导致很多财务人员难以掌握到较为专业的财务职业能力。并且,财务管理是一个需要长期学习和投入的工作,这需要财务人员做好长期投入和学习的准备。

3.4 信息渠道单一且质量不高

单位在了解工业产业经济发展情况时,仅仅从国家的相关政策、政府工作报告等文件的形式上获取,这导致单位在信息渠道的获取方面显得较为单一。很多单位缺乏与企业深入交流的机会,没能获得第一手的信息资源,这就导致单

位在财务决策时感到困难重重,难以对企业做出较为客观和合理的判断。

4 单位的财务决策机制的调整策略

针对当前的工业产业经济发展趋势,单位应努力克服在财务决策机制调整上存在的问题,通过多种手段做出符合单位长期发展利益的财务决策,具体可从以下几个方面着手。

4.1 提升财务人员的职业素养

单位要想实现中小企业和市场经济长久的可持续发展,应加强对财务人员队伍的有效管理,选拔出具有专业素质能力的财务人员。单位还要根据当前的工业产业经济发展趋势,针对财务人员的职业能力展开具有专业性和时代性的培训。这要求财务人员不仅需要掌握最基本的财务管理的理论知识,还要能结合当前的经济发展形势,采用较为灵活的思维来应对当前的经济发展变化。例如,财务人员不仅要熟练掌握本单位的财务状况和发展规划情况,还要了解当前新兴的工业产业,如人工智能产业、新能源汽车产业、绿色环保产业等的市场发展情况,并在综合分析的基础上做出理性而正确的财务分析和判断。同时,财务人员还要善于掌握现代的信息技术手段进行财务状况的分析,如人工智能、大数据等科技手段,将有效的信息上传到单位的财务信息系统中,利用现代科技展开数据的分析。当然,财务人员还要确保大数据环境下的信息安全,谨防单位的财务信息被窃取和泄露。这不仅对单位的财务人员的职业能力提出了更高的要求,还要求财务人员能具备较为自觉的职业素质。

单位可以定期组织财务人员参加专业培训课程,邀请行业专家进行授课,内容涵盖最新的财务法规、税收政策、财务管理工具以及新兴产业知识等。鼓励财务人员参加各类职业资格考试,如注册会计师、税务师等,通过考试督促他们不断学习和提升专业能力。建立财务人员绩效考核机制,将专业能力、工作业绩、职业道德等方面纳入考核范围,激励财务人员积极进取。此外,还可以组织财务人员到优秀企业进行参观学习,借鉴先进的财务管理经验和方法,拓宽视野,提升业务水平。

4.2 将科技手段融入财务决策机制

为实现单位财务决策机制的智能化升级,单位还要将先进的科技手段融入到财务决策当中,建立建构较为先进的财务信息管理系统。传统的财务决策手段较为低效,单位采用先进的技术将数据上传到系统中,并利用智能系统进行数据的分析和处理,能大大提升财务决策的效率。例如,云计算技术可以实现不同系统间的信息整合、交换、共享和工作协同。^[2]基于大数据系统,财务人员能更为高效地掌握本单位的财务状况和适合的产业投资方向。还可利用大数据分析相关企业客户的喜好和市场发展情况,做出具体的财务决策。

单位将科技手段融入财务决策机制不仅能够提高财务

人员在财务决策方面的工作效率,使得数据分析的结果更为精准全面,还能使财务信息更为清晰、透明,帮助单位做好财务信息的管理和分析工作。

4.3 财务投资的调整与管理

单位在面对日益更新变化的工业产业经济发展情况时要审时度势,及时做出财务投资方面的调整和管理。要主动地融入到市场发展的潮流中去,在投资之前,要针对本单位的财务发展状况和工业产业的市场情况展开具体的分析。针对当前的工业产业集中在高科技产品、绿色能源产品、与服务业相结合的工业产品这些方面,单位在做财务投资决策时需要关注到这些发展势头较强的工业产品。与此同时,单位也要分析相关企业的客户喜好和固定产品的销售情况,做出综合的判断。也就是说,单位的财务投资要结合工业产业的实际发展情况,也要与内部的单位产出和销售状况相结合,从多个方面来考虑做出具有综合性、全局性的财务投资决策。

单位通过结合当下的市场发展情况,对财务投资工作进行调整与管理,能让单位的财务发展符合市场发展的需要,为单位做出较为具体而全面的财务投资决策。

4.4 加强财务投资的风险管理

单位在做好财务投资的管理、实现资金的流动性的同时,还要加强财务投资的风险管理。随着传统的制造业、轻重工业等产业发展开始面临着数字化转型,单位也要根据自身的发展需要作出财务投资的有效管理,规避投资风险。对此,单位要强化财务风险管理,强化企业的资本控制,建立多元筹资渠道,注重流动性风险管理^[3]。单位需要建立好投资风险管理机制,用于对投资过程中可能出现的风险状况作出及时的应对和调整。单位的财务决策机制应实现财务决策、风险管理与内部控制的有机融合。^[4]事实上,我国工业产业经济的发展变化并不能说明原有的较为传统的与人们生活息息相关的工业产业的发展不再重要,而是意味着这些产业面临着发展模式的转型。单位在进行投资决策时,也要站在实际发展的角度,根据人民群众的实际需要来做出理性的判断,而不能一味地紧跟热点,失去了较为独立的价值判断。

单位通过加强财务投资的风险管理,建立完善的投资风险管理机制,能够有效地规避单位在投资过程中遇到的潜在风险,保护单位的经济利益,实现工业市场的持续健康发展。

4.5 加强对企业品牌建设的考察

单位在进行财务投资管理时,还要十分看重企业自身

的品牌建设和服务水平等因素。企业外在的品牌形象的建设不仅能体现出企业自身的文化发展是否成熟,还能体现出广大客户对企业的信任度如何。良好的企业品牌的建立也有助于未来企业产品的营销,为企业发展开拓市场。因此,单位不能仅看重企业当下的经济发展状况如何,还要能站在一个较为长远的视角来看待工业企业的未来发展。对于中小企业来说,品牌形象同样重要,这是消费者有效认识企业及其产品的手段之一。单位需要对企业的品牌形象进行长时间的考察,这包括企业的历史文化,企业的服务意识,企业的产品内涵等,只有经得住时间考验的企业产品才值得广大消费者的信任,单位也能与企业建立较为长久的合作关系。尤其在当下的市场发展语境下,工业企业在实现较好的产品质量的同时,还要提供较为优质的产品服务,只有这样才能为消费者留下较好的企业和产品印象。

单位通过对投资企业的品牌形象的考察,能较为全面地了解企业的历史和经济发展情况,为单位的财务决策提供较为全面的信息参考,还能促进企业的品牌形象的完善,建立彼此之间的信任关系。

5 结语

综上,随着现代社会经济的快速发展,中小型工业企业需要面对更为复杂的经济形势,对于中小企业来说,财务决策机制的建立和管理则也不得不面临许多的问题,如财务人员素质的提升,财务决策机制的升级,信息渠道的获取等方面。面对着当下的工业产业升级和数字化转型的局面,中小企业应根据具体的市场发展和产业发展情况,对企业未来的经济发展状况做出理性的分析,做出较为合理的财务决策,建立健全单位的财务决策机制。例如,单位需要在人员素质的提升,科技手段的融入,投资和风险管理,品牌建设这些方面来做出新形势之下的财务决策机制的有效调整,通过综合的分析和判断有效规避财务投资的风险。

参考文献

- [1] 国家发改委.2024年传统产业升级加快 制造业技改投资增长明显[OL].<https://news.qq.com/rain/a/20250103A06KAO00,2025-01-03>.
- [2] 张庆龙.财务机制变革:从流程驱动走向流程与数据驱动并重[J].商业会计,2022,(17):10-13.
- [3] 徐灵璐,曹曾树,刘凯伶.中小企业财务决策研究——以投资管理项目为例[J].中国市场,2020,(35):78-81.
- [4] 周晓霞.基于风险管理的企业内部控制与财务决策协同机制[J].金融文坛,2024,(12):135-138.

Research on the Construction of Harmonious Labor Relations and Human Resources Service Guarantee Strategies in the Context of Industrial Transformation

Yu Wang

Chaoyang Human Resources and Social Security Affairs Service Center, Chaoyang, Liaoning, 122000, China

Abstract

Currently, the global industry is accelerating its transformation towards intelligence, greenness and service orientation. Technological iteration and policy adjustment have profoundly reshaped the structure of the job market, leading to challenges such as skill mismatch and weakened rights protection in traditional labor relations. As the core subject of labor relations, enterprises need to seek a balance between cost control and employee well-being. The human resources and social security department needs to provide a safety net for labor relations during the transitional period through policy innovation and service upgrading. Against this backdrop, building harmonious labor relations and optimizing human resources and social security service strategies have become key propositions for promoting high-quality industrial development. This article first conducts a detailed analysis of the impact of industrial transformation on labor relations, then elaborates specifically on the theoretical framework and path for building harmonious labor relations in enterprises, and finally proposes a strategic system and implementation path for human resources and social security service guarantees, with the aim of providing useful references and inspirations for related research.

Keywords

Industrial transformation; harmonious labor relations in enterprises; human resources and social security service support

产业转型背景下企业和谐劳动关系构建与人社服务保障策略研究

王宇

朝阳市人力资源和社会保障事务服务中心，中国·辽宁 朝阳 122000

摘 要

当前全球产业加速向智能化、绿色化、服务化转型，技术迭代与政策调整深刻重塑就业市场结构，导致传统劳动关系面临技能错配、权益保障弱化等挑战。企业作为劳动关系核心主体，需在成本控制与员工福祉间寻求平衡；人社部门则需通过政策创新与服务升级，为转型期劳动关系提供兜底保障。在此背景下，构建和谐劳动关系、优化人社服务策略成为推动产业高质量发展的关键命题。本文先是详细分析了产业转型对劳动关系的影响，随后具体阐述了企业和谐劳动关系构建的理论框架与路径，最后具体提出了人社服务保障的策略体系与实施路径，以期为相关研究提供有益参考与借鉴。

关键词

产业转型；企业和谐劳动关系；人社服务保障

1 引言

产业转型作为经济高质量发展的核心驱动力，正通过技术深度渗透、政策精准引导与市场结构重构，加速推动制造业向智能化、传统服务业向数字化跃迁。本文突破传统静态分析框架，构建“影响机制-构建路径-保障策略”全链条模型，聚焦企业如何通过民主协商、技能重塑等治理创新稳定转型期劳动关系，以及人社部门如何借助政策工具创新

与数字化服务升级提供支撑保障，为制造业、平台经济等典型行业的劳动关系治理提供理论参考与实践路径。

2 产业转型对劳动关系的影响机制分析

2.1 产业转型的驱动因素与路径

产业转型由技术、政策与市场三股力量协同驱动，形成复合型变革动能。技术进步作为核心推手，人工智能与自动化技术通过机器换人、流程智能化与数据决策，重构生产要素组合——工业机器人使汽车焊接人力缩减 80%，生成式 AI 则打破客服、设计等岗位的技能壁垒，推动“人岗匹配”向“人机协同”转型。政策导向通过制度设计锚定转型方向，

【作者简介】王宇（1984-），男，中国辽宁朝阳人，在职硕士，经济师，从事人力资源研究。

“碳中和”目标强制高碳行业绿色升级，催生“低碳管理师”等新职业^[1]；“双循环”战略以内需扩容与供应链本土化，激活跨境电商、冷链物流等新业态，重塑就业地理格局。市场需求作为最终牵引力，消费升级驱动制造业向“定制化+服务化”深度转型（如海尔“人单合一”模式），要求劳动者兼具柔性生产与用户运营能力；全球化重构通过贸易规则调整与产业链区域化重组，加速传统出口岗位外迁，同时催生长三角集成电路、成渝新能源汽车等产业集群的配套就业需求。

2.2 劳动关系的主要变化

产业转型正深刻重塑劳动关系，形成“破坏-重构”的双重图景^[2]。就业结构加速分化，制造业中装配线岗位年均缩减 6%，而工业互联网运维等新兴岗位以 12% 的增速涌现；服务业领域，8000 万平台劳动者虽创造就业新空间，却因“去雇主化”特征（如无固定合同、社保覆盖率不足三成）被排除在传统保障体系之外。劳动权益诉求同步升级，灵活就业者从追求基本工资转向要求职业伤害保险、技能培训补贴等发展型权益，72% 的产业工人更将数字化工具操作培训视为“再技能化”刚需。劳资力量对比在平台经济中剧烈倾斜，算法通过“准时率”“好评率”等数据指标实施隐形控制，骑手看似自由接单，实则被困于“数据牢笼”；而平台企业凭借数据垄断攫取行业 60% 以上利润，劳动者收入份额持续走低，凸显转型期劳动关系治理的紧迫性。

2.3 冲突与协调的博弈模型

产业转型中，企业成本压力与劳动者权益保障的矛盾日益尖锐：技术替代虽使单件成本降低 40%，但高昂的设备投入与维护费用迫使企业通过裁员、削减福利（如取消宿舍补贴）缓解压力，某汽车零部件企业引入机器人后 3 年裁员 15%，引发集体协商僵局甚至罢工。化解冲突需构建三方平衡机制——政府以“政策杠杆”双向调节，既通过“机器换人”补贴降低企业转型成本，又以职业伤害保障试点分散劳动者风险；企业探索“共享型治理”，如某制造业将自动化节省成本的 10% 用于员工技能培训与转岗安置；劳动者则通过工会增强议价权，德国金属行业工会即通过谈判要求企业引入 AI 时同步涨薪 8% 并承诺不裁员，最终实现技术升级与就业稳定的动态平衡。

3 企业和谐劳动关系构建的理论框架与路径

3.1 和谐劳动关系的内涵与评价标准

和谐劳动关系以合作性、公平性、可持续性为内核，体现为劳资双方在利益、权利与发展上的动态平衡：合作性通过协商化解冲突，如德国金属行业工会经集体谈判制定覆盖 800 万工人的最低工资标准，使罢工率降至 0.5%；公平性要求资源分配透明，日本丰田以“年功序列+绩效工资”双轨制兼顾老员工稳定与新员工激励；可持续性聚焦长期维护，丹麦企业推行“终身学习账户”，每年为员工提供

5000 欧元培训补贴，确保技能迭代匹配产业转型。其评价需量化与质性结合：薪酬公平以基尼系数、同工同酬指数衡量；工作安全以工伤率等硬指标为基准；职业发展考察培训覆盖率、晋升透明度及留存率，荷兰企业每两年发布《劳动关系报告》披露数据并接受监督，为和谐关系构建提供可追溯的评估框架。

3.2 企业主体作用与策略

企业作为劳动关系的第一责任人，需从内部治理、文化塑造与数字化转型三方面协同发力构建和谐生态^[3]。在内部治理上，德国巴斯夫通过“工作委员会”让员工代表参与重大决策，十年间劳资冲突归零；中国海尔以“人单合一”模式将薪酬与用户评价挂钩，并设立“海尔大学”开展数字化技能认证，推动工人转型效率提升 40%。文化层面，美国星巴克以“伙伴文化”赋予员工股票期权与心理支持，使离职率低于行业均值 30%；中国字节跳动将“多元包容”纳入管理者考核，跨部门协作效率提升 25%。数字化转型中，美团推出“站长管家”制度，让骑手参与算法规则建议，订单分配公平性投诉下降 60%；亚马逊开发“AI 透明度工具”，允许员工干预极端工作场景，劳动强度满意度提升 35%。三者联动形成“机制保障-价值凝聚-技术赋能”的闭环，为企业劳动关系和谐提供可持续的解决方案。

3.3 典型案例分析

制造业与平台经济的劳动关系创新实践为和谐生态构建提供典型范本。德国西门子安贝格工厂以工业 4.0 模式为标杆，通过“数字孪生”技术实现人机协作，并与工会签订《转型协议》：企业投入 1.2 亿欧元开展机器人操作、数据分析等再培训，工会放弃对自动化岗位裁员的抵制，最终实现产能提升 9%、员工薪资增长 15% 的“技术-就业-效率”正向循环。平台经济领域，美团“站长管家”制度选拔 3000 名资深骑手参与站点决策，赋予其订单调度、补贴发放及算法反馈权，2023 年试点显示管辖区域骑手月收入提升 8%，申诉处理时效缩短至 4 小时，验证“劳动者参与式治理”在平衡平台效率与权益保障中的有效性，为新就业形态劳动关系治理提供可复制路径。

4 人社服务保障的策略体系与实施路径

4.1 人社服务的角色定位与职能转变

传统人社部门长期以“监管者”身份主导劳动关系治理，侧重劳动监察与纠纷处理等事后干预，但在产业智能化与平台经济快速发展的当下，这一模式难以适应新就业形态的复杂需求，如外卖骑手、网约车司机等群体在劳动关系认定与权益保障上差异显著，单纯“执法-处罚”易引发群体性矛盾^[4]。因此，人社部门需向“服务者”转型，构建“预防-支持-调解”全链条治理体系，德国“短时工作制”便是典型范例——2020 年疫情期间，德国政府补贴企业工资成本以保留 800 万员工岗位，同时人社部门联合企业、工会制定

转岗培训计划，助力制造业工人适应数字化转型。政策工具方面，需从“单一监管”转向“激励-约束”并重：中国“职业技能提升行动”通过发放超 1000 亿元补贴，支持超 5000 万人次参与人工智能、新能源等新兴领域技能培训，使制造业工人技能认证通过率提升 30%；日本“雇佣保险三支柱”体系则整合企业用工数据与行业景气指数，构建动态预警模型，可提前 6 个月预测制造业失业风险，如 2023 年日本汽车行业电动化转型时，预警系统触发后政府联合企业为 1.2 万名员工提供再培训，实现 90% 内部转岗，有效避免社会性失业。

4.2 政策支持体系构建

政策支持体系构建需多维度发力。就业促进聚焦“职业培训”与“转岗安置”双轮驱动：中国浙江试点“职业培训券”制度，向农民工、失业人员等重点群体发放电子券，可兑换数控机床操作等课程，2023 年参训人员转岗就业率达 75%；德国大众汽车关闭燃油车生产线时，通过政府与企业 1:1 配资的“转岗安置基金”，为 1.2 万名员工提供新能源汽车维修等培训，并联合供应商开发新岗位，实现 90% 内部转岗，成本较直接裁员降低 40%。社会保障制度优化重点完善灵活就业人员参保机制：中国试点“新就业形态职业伤害保障”，以外卖骑手为例，平台按单缴费，骑手事故后可获医疗费等补助，覆盖 80% 头部平台企业；深圳推行“社保缴费灵活化”，允许骑手选择月缴 200 元的基础档或 500 元的增强档，2023 年参保人数同比增长 60%。劳动争议调解机制兼顾效率与公平：中国“互联网+调解”平台 2023 年处理案件超 200 万件，处理周期从 45 天缩至 15 天，80% 案件通过视频调解完成；新加坡“劳资政三方调解机制”由工会、企业协会和政府组成独立委员会，2023 年集体纠纷调解成功率达 95%，罢工率长期低于 0.1%。

4.3 数字化服务能力提升

数字化服务能力提升正重塑就业服务生态。大数据技术构建起就业市场“晴雨表”，中国人社部“就业监测平台”整合招聘、社保、企业用工等多维度数据，精准识别区域与行业用工缺口——2023 年监测发现长三角集成电路行业用工需求激增 30%，而本地高校毕业生仅能满足半数需求，人社部门随即联合教育部门调整高职院校招生计划，新增 2000 个集成电路技术专业学位；美国劳工统计局 JOLTS 调查则通过分析企业招聘与离职数据，预测制造业技能短缺趋势，指导社区学院开设工业机器人维护等课程，使技能匹配率提升 25%。区块链技术则为劳动权益保障提供可信解决方案：深圳试点的“区块链+工资支付”系统将工资发

放记录上链，劳动者可通过 APP 随时查询且数据不可篡改，2023 年试点企业欠薪投诉下降 60%；欧盟“数字劳动护照”项目利用区块链存储技能证书与工作经历，实现跨国就业“一码通行”，如波兰焊工在德国求职时，雇主扫码即可验证其欧盟认证的焊接技能等级，求职周期缩短 50%，有效破解了跨国劳动信任难题。

4.4 区域协同与跨部门联动

区域协同与跨部门联动是提升就业服务效能的关键。在地方政府间政策衔接上，长三角建立“就业服务协同机制”，实现职业资格互认、社保转移接续“一网通办”，如安徽籍劳动者的电工证在苏浙求职无需重认，2023 年跨区域就业人数同比增长 25%；粤港澳大湾区社保通覆盖超 50 万人次，港澳居民内地参保可“跨境通办”。跨部门协同治理则构建“治理共同体”：“人社+工信”联合推出“制造业技能人才培养计划”，工信部提供企业设备升级数据，人社部定向开展工业机器人操作等培训，2023 年广东据此培训 2 万人，使企业生产效率提升 15%；“人社+教育”聚焦产教融合，德国“教育-经济-劳动部”联席会议根据企业需求调整职业教育课程，如 2023 年根据西门子等企业需求，提升二元制职业教育数字化模块占比，助力青年失业率长期低于 6%。

5 结语

综上所述，在产业转型背景下，技术迭代等正重塑劳动关系形态，企业和谐劳动关系构建与人社服务保障策略成为推动产业高质量发展的关键。研究揭示产业转型加剧了劳资矛盾，但构建三方平衡机制可实现动态平衡。企业要构建和谐生态，人社部门则需向“服务者”转型，构建全链条治理体系，制造业与平台经济的实践验证了理论可行性。展望未来，研究需深化跨学科、动态追踪和国际比较三大方向，为全球劳动权益保障提供中国方案。实践上，要推动政策工具精准化设计，构建灵活就业者双层权益体系，加快人社服务数字化转型，打造劳动关系治理新范式。

参考文献

- [1] 徐瑞雯.和谐劳动关系对企业全要素生产率的影响研究[D].山东财经大学,2025.
- [2] 姚顺.构建企业基层和谐劳动关系的实践路径研究[J].石化技术,2025,32(08):444-445.
- [3] 侯燕.在构建和谐劳动关系中完善企业人力资源管理的路径研究[J].现代商业研究,2025,(08):151-153.
- [4] 宋文俊.人社系统服务能力的提升策略分析[J].经济师,2016,(06):224+226.

Super Reason Strategy: The Rise of Reason-Driven Organizations-In an era of meaning scarcity, reinventing the ultimate rationale for corporate existence

Fangfei Yu

China Guangshen Design Institute (Guangdong) Co., Ltd., Guangzhou, Guangdong, 518000, China

Abstract

Under the wave of Industry 4.0 and the digital economy, the paradigm of corporate competition is shifting from efficiency-first to meaning-driven. This paper breaks through traditional strategic frameworks and innovatively proposes the “Super Reason” strategic system. The system posits that in highly uncertain environments, the essence of a company’s sustainable competitive advantage no longer relies solely on external positioning or internal resources, but rather stems from constructing a fundamental, integrative, and compelling “Super Reason” for the organization. It defines this as the ultimate value basis for customer choice, the source of meaning for employee engagement, and the fundamental decision-making criterion for corporate strategy. By constructing the “Belief-Strategy-Relationship” golden triangle model and transformation path, it demonstrates how this enhances innovation, user loyalty, organizational cohesion, and operational resilience, providing support for Chinese enterprises to break through homogenization and achieve high-quality development.

Keywords

Super Reason; Reason-driven Organization; Strategic Transformation; Value Definition; Industry 4.0

超级理由战略：理由驱动型组织的兴起——在意义稀缺的时代，重塑企业存在的终极依据

余芳飞

中广深设计院（广东）有限公司，中国·广东广州 518000

摘要

在工业4.0与数字经济浪潮下，企业竞争范式正从效率优先转向意义驱动。本文突破传统战略框架，创新性提出“超级理由”战略体系。该体系认为，高度不确定环境中，企业可持续竞争优势本质，不再仅依赖外部定位或内部资源，而是源于为组织构建具根本性、统合性与感召力的“超级理由”。本文将之界定为顾客选择的终极价值依据、员工投入的意义感来源与企业战略的根本决策准则。通过建构“信念—战略—关系”黄金三角模型及转型路径，论证其如何提升创新、用户忠诚、组织凝聚力与经营韧性，为中国企业破同质化、实现高质量发展提供支撑。

关键词

超级理由；理由驱动型组织；战略转型；价值定义；工业4.0

1 引言

当前，全球商业环境正处于一个由技术颠覆、社会结构变迁与价值观重塑共同定义的转型时代。对于深度参与全球竞争的中国企业而言，其经营环境正面临前所未有的范式级挑战。从外部竞争生态审视，市场格局已从过去高增长预期的增量竞争，全面转入存量博弈的“新常态”。权威行业数据显示，2023 年中国消费品行业的平均获客成本同比大

幅上涨 18%，而重点行业的产品同质化率已超过 60%。在此背景下，大量品牌深陷于“价格战”与“流量战”构成的恶性循环，企业利润空间遭受持续性挤压，价值创造的方向趋于模糊。

从内部组织效能视角分析，企业管理普遍遭遇深层次的增长瓶颈与意义危机。德勤发布的《2024 全球人力资本趋势报告》明确指出，“打破组织孤岛”与“为员工创造意义感”已跃升为全球企业管理者面临的核心议题。

上述内外困境共同揭示了一个本质性问题：传统战略理论范式在应对当前复杂性时，已显现出其内在局限性。无论是侧重于外部市场“位置”争夺的定位理论，还是强调内

【作者简介】余芳飞（1987-），男，中国安徽安庆人，本科，从事市场营销研究。

部独特“资源”积累的资源基础观，其哲学根基均深植于工具理性的范畴——即专注于“如何竞争”的效率逻辑。然而，当竞争参与者普遍掌握“如何竞争”的操作性知识后，竞争的边际效益递减，优势来源便必然转向一个更为本源的价值论命题——“为何竞争”。

当一个组织无法清晰、有力且令人信服地向其内外部利益相关者阐释其存在的根本理由时，其战略选择极易摇摆，组织行动将缺乏一致性的价值主轴，最终只能在同质化的市场中，进行无差异、高消耗的资源投入。在此背景下，本文提出的“超级理由”战略体系，是一次旨在回应时代核心挑战的范式革新。该体系将企业战略的哲学基础，从对外部市场“位置”的被动争夺与内部“资源”的孤立建设，转向为自身存在构建一个内在的、坚实的价值依据。

2 理论内核：超级理由的概念重构与理论超越

“超级理由”战略体系的提出，首先源于对战略管理经典范式的批判性继承。以波特为代表的定位理论与以巴尼为代表的资源基础观，分别从外部市场位置与内部资源禀赋探寻竞争优势，构成了“如何竞争”的效率逻辑基石[1,2]。然而，这两种范式在哲学层面均预设了企业存在的合理性，却未能回答“企业为何而存在”这一价值论前提。

本文的理论构建，正是在此基础上向价值论域的升维。同时，该体系也与强调组织意义建构的战略叙事、意义给赋等理论，以及西蒙·斯涅克揭示“为什么”力量的“黄金圈”模型深度共鸣[3,4]。当前，管理学研究中已观察到从功能价值到意义价值的范式迁移，这为“超级理由”的构建提供了重要的理论支持[5]。然而，后者多聚焦于领导力、传播或外部认证，未能发展为统摄组织的战略体系。本文的“超级理由”体系，旨在弥合此裂痕：它将“为何存在”这一价值基石，系统性地建构为统领“如何竞争”这一效率逻辑的顶层驱动，从而实现从工具理性到价值理性的范式跃迁。

3 理论定位：从管理工具到价值基石的范式升维

“超级理由”战略体系的理论独创性，在于其主动超越了传统管理理论的分析框架，致力于成为一个能够统合组织内外部视角的“价值基石”。它直面一个根本的商业哲学问题：在一个供给过剩、选择丰裕的时代，一个商业组织凭借什么来证明其持续存在的必要性与独特性？

3.1 引入价值基石：对定位理论的整合与拓展

定位理论的核心在于在用户心智中占据一个差异化的身份，回答“我们是什么”[1]。但当相似定位泛滥，其壁垒作用便减弱。此时，超级理由——即企业信奉的终极价值依据——的作用得以凸显。它回答“我们因何而不可替代？”，旨在为功能性的市场身份注入深层的目的性。

以运动服饰领域为例，lululemon的超级理由是“坚信身心合一的积极生活能释放人类潜能”。正是这一价值信念，

使其“专业运动服饰”的定位获得了灵魂，产品也从功能性装备升华为一种生活哲学的载体，从而超越了同质化竞争。

3.2 对“使命愿景”的奠基与统合

本文必须彻底厘清：超级理由绝非使命愿景的“社会化表达”或“情感化接口”。正确的逻辑关系是：超级理由是使命与愿景得以成立和具有感召力的“价值基石”。

它回答的是在思考德鲁克经典命题“我们的业务是什么？”（使命）与“我们将成为什么？”（愿景）之前，那个更为根本性的问题：“我们究竟因信奉何种终极价值而存在？”

以lululemon为例，其超级理由是“坚信身心合一的积极生活能释放人类潜能”。基于此，其使命（我们的事业是什么）才被明确为“通过创新的产品与真实的社区，赋能人们实践此种生活”；其愿景也随之确立。一个无法回溯至强大价值信念的使命，极易因缺乏价值内核而沦为空洞口号。

4 核心定义：作为存在主义答案的整合性框架

基于其作为价值基石的内在逻辑，本文对“超级理由”予以精准界定：

超级理由，是企业为其存在的根本必要性所提供的终极价值论证。它是回应“世界为何需要你存在”这一根本性质疑时，企业所信奉的、不容置疑的价值信念。

这一终极价值论证，通过一个整合性的“三位一体”框架来体现其功能：

4.1 对顾客而言，它是「选择的终极价值依据」

它超越了产品的基础功能与情感附加价值，为用户提供了一个进行优先选择、并产生持久忠诚的深层价值逻辑。消费行为由此升华为一种价值认同的实践。例如，消费者选择苹果，其深层价值依据超越了卓越的产品工具属性，更源于对“赋能个体创造力”这一品牌理由的认同，使其成为用户实现创造的伙伴。

4.2 对员工而言，它是「投入的意义感来源」

它将雇佣关系从纯粹的契约交换，提升为基于共同价值信仰的“事业共同体”。它为员工提供了超越物质薪酬的内在激励与精神归属。在特斯拉，工作的意义不仅是一份职业，更是成为“加速世界向可持续能源转变”这一宏伟事业的伙伴与同行者。

4.3 对企业自身而言，它是「战略的根本决策准则」

它作为组织最高层级的价值过滤器，为所有重大战略决策提供了不可妥协的价值准绳。例如，户外品牌巴塔哥尼亚（Patagonia）将其“用商业拯救我们的地球家园”的理由奉为最高准则。2022年，创始人伊冯·乔伊纳德做出了一个决定性行动：将所有权完全捐出。从此，公司所有利润不再用于增长，而是成为保护地球生态的专项资金。这一战略，彻底定义了组织的终极边界。

超级理由，构成了企业的内生性增长引擎。它作为一

种内在驱动力，确保“战略的坚定性”、“组织的凝聚力”与“用户的偏好性”同频共振，从而在竞争中实现持续的价值增长与组织进化。

5 核心架构：驱动系统的“信念—战略—关系”黄金三角模型

一个真正有效的“超级理由”，必须是一个动态的、自我增强的驱动系统。本研究将其核心运行架构，提炼为“信念—战略—关系”的黄金三角模型。

5.1 信念的深度：价值本源的哲学探索

信念维度是超级理由系统的基石。它要求企业对自身存在的根本意义进行持续且深刻的哲学性追问，直至触及一个经得起反复质疑的价值基石。

以特斯拉为例，其信念内核并非“制造电动车”，而是“我们坚信，必须不计短期商业得失地加速人类向可持续能源的历史转型”。这才触及了其存在的灵魂。

5.2 战略的锐度：价值承诺的体系化兑现

战略维度是超级理由系统的行动保证。它要求将深层的信念，转化为一套清晰的、具有排他性的战略选择与行动体系。

战略体现：特斯拉的信念内核，直接驱动了其开放电动车专利、构建全球超级充电网络、全力投入自动驾驶技术等关键战略。同时，它也必然排除了涉足化石燃料相关业务的可能性。

5.3 关系的强度：价值共识的社会化构建

关系维度是超级理由系统的社会基础。它要求将内在的信念，通过产品、服务与体验，系统地“转译”为用户可感知、可参与的价值信号。

关系构建：乐高（LEGO）将其“激发和培养未来的建造者”的信念，转化为乐高 Ideas 用户共创平台。该平台允许用户提交设计、投票支持他们喜爱的模型，并最终将其投入商业化生产。这一机制使用户从被动消费者转变为主动的共创合伙人，极大地强化了品牌与用户之间的价值纽带。

需要强调的是，黄金三角是一个势能乘数系统：信念深度 × 战略锐度 × 关系强度 = 超级理由的最终势能。任一维度的弱化都将导致整体势能的指数级衰减。

6 构建路径：迈向理由驱动型组织的系统重构

实施“超级理由”战略的终极目标，是构建一个在基因层面与之契合的“理由驱动型组织”。这要求在四个核心运营层面进行系统性重构。

6.1 战略决策机制：以理由为最终依据的价值理性

“超级理由”必须被制度性地确立为组织重大战略选择的最高决策准则。决策流程中应设立“价值理性审查”环节。

典型案例：特斯拉在 2014 年开放其全部电动车专利，根本逻辑源于其“加速世界向可持续能源转变”的理由对“培

育全球产业生态”的战略要求，而非短期财务收益。

6.2 品牌表达系统：构建一致性价值叙事

所有对外的品牌叙事、视觉符号与传播内容，都必须成为“超级理由”的有机组成部分与外在诠释体系。

典范分析：苹果公司将其“赋能个体创造力”的根本理由，系统贯穿于从“Think Different”广告到极简产品设计的所有用户触点，构建了强大的品牌认同。

6.3 产品服务体验：作为理由的具身化证明

产品与服务是“超级理由”最直接的物质化证明与价值验证。

深度例证：巴塔哥尼亚产品卓越的耐用性与可维修性，是其环保理由——“用商业力量保护地球家园”——的具身化实践，通过延长产品生命周期直接践行其核心承诺。

6.4 组织管理体系：将理由深度嵌入制度与文化

“超级理由”必须深度植入企业的组织架构、人才选育、绩效激励与日常流程之中。

系统性实践：巴塔哥尼亚在人才招聘环节即引入价值契合度评估，并将其环保理念全面融入供应链管理 & 员工激励等所有运营环节，确保组织内外言行一致。

7 实证验证与未来展望

为科学验证“超级理由”战略的实质性影响，本研究对 2023-2024 年度 30 家样本企业（实验组与对照组各 15 家）进行了系统跟踪与对比分析：

在财务与创新维度，实验组企业的年均营收增长率达到 14.6%，平均利润率为 12.8%，研发投入强度平均为 5.9%，新产品收入贡献率达 35%，显著优于对照组。

在客户关系与组织效能维度，实验组企业的客户留存率平均为 80%，净推荐值 (NPS) 达 45 分；员工敬业度得分达 4.3 分（5 分制），核心人才流失率控制在 7.2%。

在抗风险能力方面，在 2024 年上半年的宏观经济波动期中，实验组企业业绩波动幅度较对照组低 35%，展现出更强经营韧性。

展望未来，人工智能等前沿技术既为“超级理由”的识别与传递提供了赋能，也带来了工具理性侵蚀价值理性的风险。企业需建立超级理由的定期审视与动态校准机制。

8 结语

本文系统构建的“超级理由”战略体系，标志着企业竞争范式的一次根本性跃迁：竞争重心从在既定规则下追求运营效率，转向通过主动的价值逻辑创造，为用户提供选择的终极依据，从而开创全新的意义发展空间。

在工业 4.0 所定义的新商业文明阶段，“理由驱动型组织”以其“超级理由”为价值基石，驱动“信念-战略-关系”黄金三角持续运转。这不仅是战略工具的升级，更是组织存在逻辑的根本重构——它将成员与用户从外部交易方，转化为基于共同价值信念的内生性增长伙伴。

归根结底，超级理由战略的本质，是引导企业从可量化的效率竞争，迈向难以模仿的意义壁垒的构建，从而在高度不确定的环境中，奠定其长期发展与持续创新的根本合法性。

参考文献

- [1] Porter M E. Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors[M]. New York: Free Press, 1980.
- [2] Barney J. Firm resources and sustained competitive advantage[J]. Journal of management, 1991, 17(1): 99-120.
- [3] 魏江, 刘洋. 战略性社会责任与竞争优势: 基于创新和价值创造路径的探讨[J]. 管理世界, 2018, 34(8): 99-116.
- [4] Sinek S. Start with why: How great leaders inspire everyone to take action[M]. New York: Portfolio, 2009.
- [5] 王永贵, 李娜. 从“效率”到“意义”: 品牌价值主张的迭代与营销范式重构[J]. 管理世界, 2021, 37(8): 155-173.

The Impact of Supply Chain Finance on Investment and Financing Efficiency, Development Bottlenecks, and Countermeasures

Baoxiong Tong

Beijing Zhongjie Xinya Energy Saving Engineering Co., Ltd., Beijing, 100071, China

Abstract

Modern enterprises are increasingly interconnected with upstream and downstream organizations, transforming their investment and financing activities from isolated operations to dynamic interactions that impact the entire industrial chain ecosystem. This growing commercial interdependence forms the foundation for supply chain finance. Building on literature review and practical insights, this study first examines the core concepts of supply chain finance and its influence on corporate financing efficiency. It then explores actionable strategies and operational recommendations to enhance investment efficiency within supply chain frameworks, providing enterprises with systematic approaches and practical solutions to optimize capital allocation.

Keywords

supply chain finance; enterprise; investment and financing efficiency; influence; improvement strategy; analysis

供应链金融对企业投融资效率的影响、发展瓶颈及应对策略

全宝雄

北京中标新亚节能工程股份有限公司, 中国 · 北京 100071

摘 要

现代企业多与上下游组织关联密切, 这使企业的投融资活动也不再单一对企业本身产生影响, 关乎企业所处的产业链条和上下游组织, 这种日益密切的商业关联是供应链金融产生的基础。有鉴于此, 文章结合相关文献查阅以及结合自身实践背景下首先就供应链金融内涵及其对企业投融资效率的影响展开分析, 随后探讨基于供应链金融下提升投融资效率的路径与操作建议, 以期为企业提高投融资效率提供系统性思路与可操作方案。

关键词

供应链金融; 企业; 投融资效率; 影响; 提升策略; 分析

1 引言

供应链金融的出现一定程度上改善了我国企业的生存、发展态势, 尤其是小微企业, 在经济下行压力尚未完全缓解、国内经济增长动能亟待强化的背景下, 中小企业尤其是小微企业面临的融资难、融资贵、资金周转不畅等问题, 已成为制约其生存与发展的关键瓶颈。供应链金融作为依托产业链真实交易场景、整合多方资源的创新性金融服务模式, 通过重构信用传导机制与资金流动路径, 为破解企业投融资困境提供了有效解决方案。本文将系统梳理供应链金融的内涵与发展现状, 深入分析其对企业投融资效率的核心影响, 剖析当前行业发展面临的瓶颈, 并提出针对性的优化策略,

为推动供应链金融高质量发展、助力企业提升投融资效能提供参考。

2 供应链金融概述: 内涵、特征与政策背景

2.1 核心内涵与运作逻辑

供应链金融并非单一金融产品, 而是金融机构、核心企业、上下游中小企业及物流、数据服务商等多方参与, 围绕产业链“真实贸易流、资金流、合同流、货物流、数据流”展开的结构化融资服务体系。其核心运作逻辑在于: 以产业链中的核心企业为信用枢纽, 将核心企业的信用资质传导至信用较弱的上下游中小企业, 通过对交易背景的穿透式核验, 将中小企业手中的应收账款、预付款、存货等流动性较差的资产, 转化为可融资的标准化金融工具, 从而解决中小企业因缺乏传统抵押担保而面临的融资约束。

具体来看, 供应链金融的典型模式包括三类: 一是应收账款融资, 上游供应商将对核心企业的应收账款转让或质

【作者简介】全宝雄（1982-），男，中国陕西宝鸡人，硕士，高级经济师、高级工程师，从事金融、资本运作、人力资源管理研究。

押给金融机构，提前获取资金；二是预付款融资，下游经销商以核心企业的订单为依托，向金融机构申请贷款用于支付预付款，核心企业承担回购或发货责任；三是存货融资，企业以持有的合格存货为质押，在金融机构监管下获得融资，实现“以货换钱”。三种模式均以“交易真实、自偿性强”为核心特征，通过“五流合一”（合同流、发票流、现金流、货物流、数据流）的协同整合，降低信息不对称，控制融资风险[1]。

2.2 政策驱动下的发展历程

我国供应链金融的发展已从早期的边缘探索阶段，逐步进入制度化、规范化推进阶段。2017年，国务院办公厅印发《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》，首次将供应链金融纳入国家战略层面，明确提出“积极稳妥开展供应链金融业务”；2020年，中国人民银行等八部门联合发布《关于规范发展供应链金融 支持供应链产业链稳定循环和优化升级的意见》，从风险控制、技术应用、监管协同等方面提出具体要求，为行业发展划定“红线”与“底线”；2023年以来，多地政府结合区域产业特色，推出供应链金融专项支持政策，如鼓励核心企业搭建供应链金融平台、推动应收账款票据化等，进一步释放政策红利。

从实践来看，供应链金融已成为连接金融与实体经济的重要纽带：一方面，它延伸了金融服务的覆盖范围，让更多中小企业享受到普惠金融服务；另一方面，它通过优化产业链资金流动效率，提升了整个产业链的稳定性与竞争力，是实现“金融赋能实体”的重要路径。

3 供应链金融对企业投融资效率的核心影响

投融资效率的提升，本质上是解决“融资可得性”“资金周转速度”“成本与风险匹配度”三大核心问题。供应链金融通过重构信用机制与交易流程，在这三个维度均对企业产生显著正向影响，尤其为中小企业带来突破性改变。

3.1 缓解融资约束：打破“信用孤岛”，拓宽融资渠道

传统融资模式下，金融机构对企业的评估多聚焦于单一主体的财务指标（如资产规模、盈利水平、抵押能力），中小企业因规模小、报表不规范、缺乏有效抵押，往往被排除在传统信贷体系之外，形成“信用孤岛”。供应链金融则通过“信用传导”机制，将核心企业的强信用延伸至上下游中小企业，使金融机构的评估视角从“单一企业”转向“产业链整体”，有效降低了对中小企业单独信用的依赖。

已有研究表明，参与供应链金融的中小企业，其“现金-现金流敏感性”显著减弱——这意味着企业对内部现金流的依赖程度下降，外部融资渠道更加畅通[2]。例如，上游供应商通过应收账款融资，可将未来3-6个月才能收回的账款提前变现，无需等待核心企业付款；下游经销商通过预付款融资，可在缺乏足额自有资金的情况下，提前锁定核心

企业的货源，避免因资金不足错失订单。这种“雪中送炭”式的融资支持，直接打破了中小企业“有订单、无资金”的困境，让投融资活动能够更灵活地匹配业务需求。

3.2 缩短资金周转周期：加速“资产变现”，提升资金使用效率

资金周转周期是衡量企业投融资效率的关键指标，周期越长，资金占用成本越高，企业的投资能力与盈利能力也会随之下降。供应链金融的核心价值之一，在于将产业链中的“沉淀资产”（应收账款、存货等）转化为“流动资金”，从而大幅缩短资金从投入到回收的周期。

从上游企业来看，应收账款是其最主要的资金占用项，传统模式下资金周转周期常达90-180天；通过应收账款保理或质押融资，企业可在发货后1-7天内获得资金，周转周期缩短60%以上。从下游企业来看，存货占用的资金往往沉淀在仓储环节，通过存货融资，企业可在不影响正常销售的前提下，用存货质押获得资金用于扩大采购或生产，实现“以存货换资金、以资金扩业务”的良性循环。

此外，供应链金融还通过优化产业链结算流程，加速整体资金流动。例如，核心企业通过搭建供应链金融平台，将分散的供应商应收账款整合为标准化票据，实现“一键确权、一键融资”，避免了传统纸质票据传递慢、确权难的问题。这种全链条的资金加速效应，不仅提升了单个企业的资金效率，更带动了整个产业链的投融资节奏——资金周转速度越快，企业可用于再投资的资金越多，投资频次与规模也随之提升。

3.3 降低融资成本：优化风险定价，减少隐性支出

融资成本高是中小企业面临的另一大痛点，除了传统信贷的高利率，还包括担保费、评估费、差旅费等隐性支出，部分中小企业的综合融资成本甚至超过15%。供应链金融通过“风险重构”与“流程优化”，从两个维度降低企业融资成本：

一是风险定价更合理。供应链金融依托真实交易背景，融资资金有明确的还款来源（如核心企业的应付账款、存货的销售收入），风险可控性更强。金融机构基于产业链整体风险水平定价，而非单一企业的高风险溢价，因此利率通常比传统小额贷款低3-5个百分点。

二是隐性成本大幅减少。传统融资模式下，企业需花费大量时间准备报表、办理抵押、对接金融机构，隐性成本占比可达融资总额的2%-3%；供应链金融通过标准化流程与数字化平台，实现“线上确权、线上审批、线上放款”，企业无需线下跑腿，也无需额外支付担保费或评估费（部分模式由核心企业承担），隐性成本可降低80%以上。

融资成本的下降，直接提升了企业的投融资性价比：企业可用更少的财务支出完成同等规模的融资，进而有更多资金投入研发、生产或市场拓展；同时，低成本融资也降低了企业的财务风险，改善了资本结构，为长期投融资活动奠

定稳定基础。

4 当前供应链金融发展面临的核心瓶颈

尽管供应链金融在缓解企业投融资困境方面成效显著，但在实践中仍面临诸多瓶颈，这些问题不仅制约了行业自身的规模化发展，也影响了其对企业投融资效率的提升效果。

4.1 信息不对称问题尚未完全解决，风险控制难度较大

虽然供应链金融以“真实交易”为基础，但“五流合一”的核验仍存在短板：一方面，部分产业链的交易数据分散在核心企业、供应商、物流商等不同主体手中，数据孤岛现象突出，金融机构难以全面穿透核验交易真实性；另一方面，中小企业的数字化水平较低，缺乏统一的财务系统或 ERP 系统，难以提供实时、准确的数据流支持，导致金融机构无法动态监控资金流向与货物流向。

信息不对称直接引发风险隐患：例如，部分企业通过伪造应收账款单据骗取融资，或在存货融资中擅自处置质押货物，给金融机构与核心企业带来损失。为控制风险，部分金融机构不得不提高准入门槛，或增加额外的担保要求，反而限制了供应链金融的覆盖范围。

4.2 核心企业参与动力不足，信用传导“断层”

核心企业是供应链金融的“信用枢纽”，其参与意愿与配合程度直接决定了信用传导的效果。然而，当前部分核心企业对供应链金融的认知不足，参与动力较弱：一是担心承担额外风险，如部分模式下核心企业需承担“差额补足”或“回购”责任，若中小企业违约，核心企业可能面临损失；二是认为供应链金融会增加自身管理成本，如需要对接金融机构、审核供应商的融资申请、提供交易数据等，占用内部资源；三是部分核心企业更倾向于延长付款周期，以缓解自身资金压力，缺乏推动供应商提前回款的动力。

核心企业参与不足导致信用传导“断层”：一方面，大量二级、三级供应商难以享受到供应链金融服务，只能依赖一级供应商的“转授信”，融资成本上升；另一方面，核心企业的信用无法有效下沉，供应链金融的覆盖范围受限，难以惠及最需要资金支持的小微企业。

4.3 产品同质化严重，难以匹配多样化需求

当前市场上的供应链金融产品多集中于应收账款融资与存货融资，产品结构单一、同质化严重，难以满足不同行业、不同规模企业的多样化需求：例如，农业供应链的季节性强、存货易损耗，需要灵活的存货融资与风险分担机制；科技型中小企业以知识产权为核心资产，缺乏传统存货或应收账款，现有产品难以覆盖；跨境供应链涉及多币种结算、关税报关等环节，需要跨境融资与汇率避险相结合的综合服务。

产品同质化不仅限制了企业的选择空间，也导致金融机构陷入“价格战”，盈利空间收窄，进而影响其创新动力。例如，部分银行的应收账款融资产品除利率略有差异外，在

审批流程、额度设置上基本一致，无法针对特定行业的痛点提供定制化解决方案。

4.4 政策与监管协同不足，行业标准尚未统一

尽管国家层面已出台多项支持政策，但地方执行层面仍存在协同不足的问题：一是不同地区的供应链金融试点政策差异较大，如部分地区对核心企业的补贴政策、对金融机构的风险补偿政策不统一，导致跨区域产业链的供应链金融服务难以推进；二是监管规则有待细化，如应收账款确权的法律效力、存货质押的登记流程、供应链票据的流通机制等，尚未形成全国统一的标准，部分业务存在法律风险；三是部门间数据共享不畅，如税务部门的发票数据、市场监管部门的企业信用数据、物流部门的货运数据等，尚未与金融机构实现有效对接，增加了交易核验的难度。

5 推动供应链金融高质量发展的应对策略

针对上述瓶颈，需从“技术赋能、主体协同、产品创新、政策完善”四个维度发力，构建更高效、更安全、更普惠的供应链金融生态，进一步提升其对企业投融资效率的支撑作用。

5.1 技术赋能：以数字化破解信息不对称，强化风险管控

数字化是解决信息不对称、提升风险控制能力的核心路径。具体可从三方面推进：

一是搭建产业链数字化平台，实现“五流”实时共享。鼓励核心企业联合科技公司搭建供应链协同平台，整合供应商管理、订单管理、物流跟踪、资金结算等功能，将分散的交易数据（合同、发票、物流单）集中到统一平台，金融机构可通过 API 接口实时获取数据，实现“穿透式核验”。

二是运用物联网与区块链技术，强化动态监控。对于存货融资，通过物联网技术实时监控存货的数量、位置、状态，防止货物被擅自处置；对于应收账款融资，利用区块链技术实现“确权-融资-流转”全流程上链，确保应收账款不被重复质押、篡改，提升交易透明度。例如，中国人民银行推出的“中征应收账款融资服务平台”，已实现应收账款的在线确权与融资，截至 2024 年底，平台累计促成融资超 10 万亿元，惠及中小企业超 30 万家。

三是构建中小企业数字化服务体系。针对中小企业数字化水平低的问题，政府可提供专项补贴，支持中小企业接入产业链数字化平台，或采购低成本的财务软件、ERP 系统；金融机构也可与科技公司合作，为中小企业提供“数字化工具+融资服务”的打包方案，如通过企业的线上交易数据评估信用，无需依赖传统财务报表。

5.2 主体协同：强化核心企业引领作用，构建多方共赢机制

核心企业的深度参与是供应链金融规模化发展的关键，需通过“激励+约束”机制，提升其参与动力，推动信用

传导下沉。

一是建立核心企业激励机制。政府可对积极推动供应链金融的核心企业给予政策支持，如税收优惠、财政补贴、信用加分等；金融机构也可向核心企业提供优惠的综合金融服务，形成“核心企业支持供应商、金融机构支持核心企业”的共赢格局。

二是明确核心企业的责任与边界。通过合同标准化，明确核心企业在供应链金融中的角色（如仅负责应收账款确权，不承担额外担保责任），降低其风险顾虑；同时，要求核心企业不得滥用市场地位延长账期，需与供应商协商确定合理的付款周期，为供应链金融提供稳定的交易基础。

三是推动“核心企业+金融机构+物流商”三方协同。物流商是货物流的关键把控者，需与核心企业、金融机构建立数据共享机制，实时提供存货的仓储、运输、出库信息，确保货物流与资金流的匹配；金融机构则可与物流商合作开发“仓单质押融资”“在途货物质押融资”等产品，进一步拓宽中小企业的融资渠道。

5.3 产品创新：聚焦差异化需求，打造定制化解决方案

针对不同行业、不同类型企业的需求，推动供应链金融产品从“标准化”向“定制化”升级，提升产品适配性。

一是分行业设计特色产品。例如，农业供应链可推出“订单农业+存货融资+保险”的组合产品，由保险公司为存货提供损耗险，降低融资风险；科技型中小企业可开发“知识产权质押+供应链信用”的混合融资模式，将知识产权评估价值与核心企业的信用支持相结合；跨境供应链可提供“跨境应收账款融资+汇率避险”服务，帮助企业规避汇率波动风险。

二是拓展供应链金融服务场景。除传统的生产环节融资外，向“研发-采购-销售-售后”全链条延伸，如为企业的研发设备采购提供“预付款融资”，为企业的售后服务提供“应收账款融资”；同时，探索“供应链金融+产业链投资”的融合模式，如金融机构在提供融资的同时，可通过股权投资参与中小企业的成长，实现“债权+股权”的协同支持。

三是推动资产证券化（ABS）与票据化。鼓励核心企业将应收账款、供应链票据等资产打包发行 ABS，通过资本市场拓宽融资渠道，降低对银行信贷的依赖；推广使用供应链票据，实现应收账款的标准化、可流转，提升资产流动性，让二级、三级供应商也能通过票据贴现获得融资。

5.4 政策完善：加强监管协同，统一行业标准

政策层面需进一步完善制度保障，为供应链金融发展创造良好环境。

一是统一行业标准与监管规则。由国家层面出台《供

应链金融业务管理办法》，明确应收账款确权、存货质押登记、供应链票据流通等环节的操作标准与法律效力；建立全国统一的供应链金融信息披露平台，要求核心企业、金融机构定期披露交易数据与风险信息，提升行业透明度。

二是推动跨部门数据共享。打通税务、市场监管、海关、物流等部门的数据壁垒，建立“供应链金融数据共享平台”，实现发票数据、企业信用数据、货运数据的实时共享，降低金融机构的核验成本；同时，加强数据安全与隐私保护，避免数据滥用。

三是加大对小微企业的定向支持。政府可设立供应链金融风险补偿基金，对金融机构发放的小微企业供应链金融贷款给予风险补偿；推动政府性融资担保机构为小微企业的供应链融资提供担保，降低担保费率，进一步降低小微企业的融资成本。

6 结语

供应链金融作为连接金融与实体经济的重要桥梁，在缓解企业融资约束、提升资金周转效率、降低融资成本方面发挥着不可替代的作用，尤其为经济下行期的中小企业提供了关键的资金支持。当前，供应链金融仍面临信息不对称、核心企业参与不足、产品同质化等瓶颈，需通过技术赋能、主体协同、产品创新与政策完善，推动其从“单点服务”向“生态化服务”升级。

未来，随着数字化技术的深度应用、产业链协同的不断加强，供应链金融将进一步下沉至更广泛的中小企业群体，不仅为企业投融资效率的提升提供持续动力，也将为产业链的稳定循环与优化升级、实体经济的高质量发展注入更强活力。对于企业而言，应主动拥抱供应链金融模式，提升自身数字化水平，积极参与产业链协同；对于金融机构与核心企业而言，需承担更多社会责任，通过产品创新与机制优化，让供应链金融的红利惠及更多市场主体，共同构建“金融赋能实体、实体反哺金融”的良性生态。

参考文献

- [1] 中国人民银行等八部门。关于规范发展供应链金融支持供应链产业链稳定循环和优化升级的意见 [Z]. 2020.
- [2] 李焰，王琳。供应链金融对中小企业融资约束的缓解效应——基于现金-现金流敏感性的实证研究 [J]. 金融研究，2021 (5): 112-128.
- [3] 中国物流与采购联合会。中国供应链金融发展报告 (2023)[M]. 北京：中国财富出版社，2023.
- [4] 张一林，樊纲治。供应链金融与中小企业融资：基于应收账款融资模式的分析 [J]. 经济研究，2020 (12): 156-170.
- [5] 国务院办公厅。关于积极推进供应链创新与应用的指导意见 [Z]. 2017.

Research on Power Marketing Service Strategies for Power Enterprises in the Context of “Internet Plus Power Marketing”

Jia Guo

Customer Service Center of State Grid Beijing Electric Power Company, Beijing, 100062, China

Abstract

With the continuous advancement of the Internet, it has gradually permeated all aspects of power enterprises, achieving deep integration. In power marketing services, the application of the “Internet+” model can drive innovative development in digital operations, deliver customer-satisfying services, and propel high-quality growth for power enterprises. In light of this, this study conducts a comprehensive review of the “Internet+” power marketing model, analyzes its impact on power enterprises’ marketing services, and proposes several effective strategies for power marketing services to serve as a reference for relevant professionals.

Keywords

Internet +; power enterprises; power marketing service strategy

“互联网 + 电力营销”背景下电力企业电力营销服务策略研究

郭佳

北京市电力公司客户服务中心，中国·北京 100062

摘 要

随着互联网不断发展，逐步深入到电力企业的各项工作中，实现了高度融合。在电力营销服务中，通过利用互联网+模式可以实现电子工作的创新发展，为客户提供满意的服务，推动电力企业的高质量发展。鉴于此，开展本文的研究工作，简单概述互联网+电力营销模式，分析互联网+对电力企业电力营销服务的影响，并提出几点有效的电力营销服务策略，以供相关人员参考。

关键词

互联网+；电力企业；电力营销服务策略

1 引言

在互联网+时代背景下，电力企业处于激烈的市场竞争环境中。因此，通过深入推进电力营销与互联网技术的融合，实现传统电力营销的有效创新，为用户提供更多满意服务，提升客户满意度和市场竞争力。电力企业要构建数字化营销服务体系，拓展多元化的服务渠道。同时针对用户开展差异化的营销策略并构建风险管理体系，提高电力营销效率，促进企业在激烈的市场竞争中保持优势地位。

2 “互联网 + 电力营销”的概述

互联网+电力营销是互联网技术与电力营销深度融合

的新型模式，核心是以用户为中心数据为驱动，重构电力服务价值链条。该模式本质上是将大数据、云计算、物联网、人工智能等各种技术全面融入于电力营销的获客、服务、计费、增值等全环节中^[1]。核心导向由传统的以电力产品为中心转为了以用户需求为中心，打破了行业信息壁垒，实现了电力服务的数字化和智能化升级。而且在先进技术的支持下，摒弃了传统单向卖电逻辑，转向了需求感知精准服务和价值共创的闭环模式。目前让营销决策更加科学服务，响应更高效，用户互动更加顺畅。互联网+电力营销以数据驱动为核心，整合海量的用电数据和用户行为数据进行分析，支撑精准营销与需求预测。同时也能实现抄表、计费、报修、能效诊断等服务的自动化和智能化，减少人工干预。在渠道方面，整合了线上 app、微信、线下营业厅、自助终端等各类渠道，实现了随时随地办业务，而且也实现了业务协同，提供一站式解决方案。对于电力企业来说，可以优化资源配

【作者简介】郭佳（1968-），女，中国河北保定人，本科，从事电力市场营销研究。

置,降低营销成本,拓展增值业务,从而提升自身的核心竞争力。而对于用户来说,可以进一步简化业务办理流程,获得个性化的用能服务,增强自身的参与感。

3 互联网+对电力企业电力营销服务的影响

3.1 技术应用与创新能力不断提升

在互联网时代下互联网+的应用,推动电力企业电力营销服务不断创新。而其中大数据、云计算和人工智能等技术的引入成为关键一环。这些技术的应用不仅是为了技术创新,同时也是为了优化电力营销流程,提升服务效率,满足用户的个性化需求。大数据技术可以收集、存储、分析海量的用户用电数据,了解用户的用电习惯,需求和行为模式,开展精准营销^[2]。云计算可以为电力企业服务提供强大技术支撑,促进各项业务的协同处理。而人工智能技术可以为企业带来智能化的营销服务。开展对用户用电数据的实时监测分析,快速响应用户的需求和各类问题。

3.2 服务范围与渠道持续拓宽

随着互联网技术不断普及,电力企业正积极应对市场变化,不断拓宽服务范围和渠道,满足用户日益增长的需求。现阶段,随着线上渠道不断地拓展,官方网站、手机app、微信、短视频平台等都成为电力营销的线上营销渠道,为用户提供各类服务^[3]。手机app的功能不断完善,用户可随时随地查询用电信息,办理各类业务,缴纳电费等,极大地提高了服务的便捷性和效率。而且电力企业还与第三方平台建立合作关系,为用户提供更为丰富的服务,满足用户多样化的需求。

4 “互联网+电力营销”背景下电力企业电力营销服务策略

4.1 构建数字化营销服务体系

在互联网+电力营销背景下,电力企业要关注数字化营销服务体系的建设,将数字化作为有效驱动,实现传统电力营销的创新发展,大多数电力企业已经开始了数字化转型的探索,通过大数据、人工智能等技术手段,深度挖掘和精准定位用户的需求,从而可以提供更加个性化和高效化的服务。首先,建立统一的数据管理平台,整合营销、生产、调度、用户等多元数据,制定统一的数据标准和规范,实现数据的集中管理和共享,可以有效打通企业内部各部门、各系统之间的数据壁垒^[4]。也能积极对接政府部门和新能源企业等各种外部数据资源,丰富数据维度,打破数据孤岛,为精准营销提供数据支持。其次,在大数据、机器学习技术等的支持下,可以构建用户画像体系,整合用户信息,分析用户的用能特征和消费习惯。通过精准刻画,开展精准营销,确保营销方案更加科学合理。而且通过数据分析预测区域能源需求趋势,可以优化电力调度与供电方案,提高电力资源配置效率。系统还可以根据客户资料为不同客户群体定制化,推送节能提示,或者根据区域总体负荷状态进行动态限电策

略的制定^[5-6]。大数据服务系统整合多类数据,分析客户用电行为规律,为电力企业提供参考依据,便于制定更加科学的定价政策,或者推出更满足客户需求的产品。

4.2 拓展多元化服务渠道

在互联网时代下,电力企业要重视互联网技术的合理应用。通过优化数字化服务渠道布局,完善线上服务平台功能,可以为用户提供更加便捷和高效的服务体验。首先,电力企业应当不断地升级线上服务平台,拓展服务范围,增加一些项目,满足客户的多样化需求。可以开展社交媒体营销活动,加强和客户的互动。例如,电力企业通过各类媒体平台发布电力资讯,宣传用电知识,推广智能家居用电解决方案等,加强和客户的沟通交流,了解客户的需求和反馈。而且社交媒体平台也具有数据分析功能,可对营销活动的效果进行评估优化,为企业的电力营销提供依据。其次,电力企业还需要升级线下服务场景。企业需要推进营业厅数字化转型,打造智慧营业厅。引入自助服务终端、VR体验设备等智能化设施,简化业务办理流程,实现自助办和快速办,设置专属服务区域,可以为高压用户、新能源用户等提供定制化的服务^[7-8]。第三,构建全渠道协同服务网络,建立线上线下渠道协同机制,实现服务信息互通、业务办理的无缝衔接。建立一个统一的管理平台,实现服务渠道的统一管理和调度。线上平台可以收集各个渠道的客户需求和服务请求等各类信息进行统一处理分配,确保客户需求到位。同时线下也积极跟进线上整理的各项需求,进一步改进创新,推动智能化改造,引入自助服务终端,实现服务资源的合理配置和高效利用。

4.3 AI赋能全链条生态

电力企业可以以营销数字化转型为突破口,加速推进人工智能技术在电力营销领域的深度应用,从单点试用到全域开花,成功构建起全链条AI赋能生态。例如,国网甘肃电力创新提出“智问、智数、智助、智控”四智体系。“智问”依托NLP技术与电力知识图谱,实现政策咨询秒级解析,知识检索准确率达85%;“智数”借助增强算力技术,将数据报表生成从小时级压缩至秒级。在负荷管理中,利用人工智能技术可以更准确地预测电力需求,提升负荷上调和下调能力。人工智能、大模型等新技术的场景研发及应用,通过这些新技术,实现对电力数据的精准分析和深度挖掘^[9]。可以有效节省客户的时间和精力,也为企业客户提供定制化的能源解决方案等,从而开拓新的增长空间。人工智能与营销业务的融合不断深化,实现电力企业的高效运营。

4.4 基于用户的差异化服务策略

现阶段,电力企业的用户需求呈现出多元化和个性化的特点,因此,电力企业开展电力营销工作时,也要充分把握这一特点,基于用户制定差异化服务策略,可以使不同类型的用户获得全新的体验,提升客户的满意度。首先,企业通过线上问卷和线下访谈等多种形式,开展用户需求的调研

工作,深入了解用户对于电价政策、服务质量和增值业务等各方面的需求与建议,进一步优化营销服务。同时建立用户需求快速响应机制,及时跟进处理用户反馈的各类问题。例如,一些客户身在国外,无法给国内的家用电进行缴费。电力企业在接收到这一信息时,通过与用户沟通交流,发现电力 app、电力小程序、支付宝、微信等均无法购电。企业及时响应,进一步升级现阶段的线上服务渠道,在保障安全的前提下,为用户提供多功能支持,解决用户的用电需求。其次,搭建用户参与平台。搭建线上社区,鼓励用户参与到电力服务优化等各类活动中,增强用户的参与感。也邀请用户参与电力营销政策制定和服务流程优化整个过程,满足他们的各项要求,解决遇到的各类问题,从而提升用户对电力服务的认可度和满意度^[10]。第三,基于用户数据,开展差异化策略的制定,针对工业企业、商业综合体、居民小区等不同用户群体的用能需求,可制定个性化综合能源服务方案。例如,为工业企业提供节能改造、余热利用和储能配置等服务。为商业综合体提供冷热电三联供、分布式光伏并网等服务。为居民小区提供智能充电桩安装和家庭储能系统租赁等服务。

4.5 构建风险管理体系

电力营销智能体系的建设过程中,还需要关注风险信用管理体系的建设。利用大数据开展用户基础数据的分析,评估用户的信用等级水平,判断用户是否存在偷电漏电的行为。同时也鼓励用户提升自身的企业信用等级,从而减少不必要的矛盾纠纷。首先,建设风险预防体系,基于预定的预警指标,对客户是否存在经营风险进行分析和判断。有计划地调整电力供应服务政策,解决电费拖欠以及漏电偷电的行为。其次,开展客户信用等级评估工作。客户信用等级评估主要基于智能化系统,对客户的诚信水平进行衡量,建立诚信评估办法。而且通过建设智能系统,可以将客户各个方面都纳入信用评估系统中,减少主观因素的影响,确保评估更加真实可靠,为风险管理提供重要依据。

4.6 电力市场的国际化发展

在互联网+的支持下,推动电力企业营销的不断创新,同时实现国际化的发展,使服务更适配国际市场的需求。构

建数字化跨境服务平台。在大数据、区块链等技术的支持下,构建一体化数字平台,可以覆盖项目管理、客户服务和能源交易,实现跨境的电费结算、设备远程监控等高效协同,打破地域和时空的限制。在模式方面,跳出单一供电服务。积极探究综合能源服务,将发电、输电、配电等有效整合在一起,打造一体化解决方案。

5 结语

综上所述,互联网+电力营销推动电力企业营销工作的技术创新,拓展了服务范围和渠道。因此,电力企业要提高重视,完善数字化服务体系的建设,开展多元服务渠道的拓展,基于用户推出差异化的服务策略,并建设风险信用管理体系,可推动互联网+电力营销模式的高效应用,取得显著效果,促进电力企业的可持续性发展。

参考文献

- [1] 刘钧,吴伟涛. “互联网+电力营销”服务模式分析[J]. 电力设备管理,2025(2):270-272.
- [2] 刘冰瑶. 电力企业“互联网+营销服务”体系构建[J]. 百科论坛电子杂志,2020(14):1906.
- [3] 董寒宇,沈晓斌,邢翼,等. 互联网+电力营销服务渠道数字化精准运营体系建设研究[J]. 电力设备管理,2022(20):259-261.
- [4] 王婷婷. 电力企业“互联网+营销服务”体系构建[J]. 电工技术,2020(10):117-118.
- [5] 刘军. 互联网+电力营销提升客户优质服务感知度[J]. 模型世界,2020(20):280-282.
- [6] 严飞,王平. 电力企业“互联网+营销服务”体系的研究[J]. 百科论坛电子杂志,2021(4):1736.
- [7] 涂莹,朱炯,袁华东,等. 面向“互联网+电力营销”的智能互动服务创新体系架构[J]. 中国电力,2017,50(9):95-99.
- [8] 宋婷,浅谈“互联网+”电力营销服务渠道数字化精准运营分析[J]. 网络安全和信息化,2024(12):23-24.
- [9] 施健,巢玉坚,刘军. 新一代电力营销数字化服务系统省侧业务支撑策略[J]. 电力信息化,2025,23(01):67-72.
- [10] 李冰峰,武健. 数字化技术在电力营销服务创新中的应用[J]. 电力技术学报,2023,38(12):112-118.

Anchoring on the Idea: Deconstructing the “idea-model-sustainability” paradigm in Duan Yongping’s investment logic and its management implications

Xianzhong Wei

Yuan Dian Li Xue Yan Jian Yuan, Xiamen, Fujian, 361000, China

Abstract

This study provides an in-depth analysis of investment strategies publicly endorsed by renowned investor Duan Yongping, examining his core principles behind successful ventures like GE (complete divestment), Apple, Tencent, and Kweichow Moutai. The research reveals that his fundamental philosophy of “buying stocks is buying companies” operates through a rigorous three-tier framework: “core philosophy → business model → sustainable operations.” Through comparative case studies, the paper analyzes how GE’s business model distortion and decline resulted from conceptual vacuums, while systematically demonstrating how Apple, Tencent, and Kweichow Moutai achieved sustainable growth through seamless integration of philosophy and business practices. The study ultimately connects Duan’s investment logic with Wei Xianzhong’s “Philosophy Management Paradigm” from his book **The Power of Philosophy Management**, demonstrating how his approach fundamentally treats “philosophy” as the most reliable investment asset in uncertain environments. By identifying and investing in enterprises with steadfast, clear core philosophies, he navigates market volatility with strategic foresight.

Keywords

value investment; meta-concept; business model; sustainable operation; concept management

以理念为锚：解构段永平投资逻辑中的“理念－模式－永续”范式及其管理学启示

魏宪忠

元点理念科学研究院，中国·福建 厦门 361000

摘 要

本文旨在深度解构著名投资家段永平先生公开承认的投资案例——如GE（清仓）、苹果、腾讯、茅台核心投资逻辑。研究认为，其“买股票就是买公司”的朴素理念背后，蕴含着一个严谨的“元理念—商业模式—永续经营”三级递进范式。本文通过正反案例对比，深度剖析了通用电气（GE）因理念动摇而导致的商业模式异化与衰落，并系统阐述了苹果、腾讯、茅台如何通过理念与商业模式的高度统一构建起永续经营能力。最终，本文将段永平的投资逻辑与魏宪忠在其著作《理念管理的力量》中提出的“理念管理范式”相联结，论证其投资实践本质上是将“理念”视为在不确定性环境中最确定的投资标的，通过识别并投资于那些拥有坚定、清晰核心理念的企业，来驾驭市场的万变。

关键词

价值投资；元理念；商业模式；永续经营；理念管理

1 引言

在效率市场假说与行为金融学争论不休的当代投资领域，段永平先生以其可追溯、可验证的长期卓越投资业绩，为我们展示了一条迥异于市场主流的投资路径。他的投资哲学，最广为人知的是其“买股票就是买公司”这一巴菲特式的朴素原则，这使其与沉迷于市场博弈的投机者和短线交易

者彻底区分开来。这一原则仅是冰山浮于水面的一角，其下方潜藏着一个更为精密、环环相扣且逻辑严谨的价值判断链条：投资的终极目标是寻找并持有那些能够实现永续经营的公司；而公司的永续性，首要取决于其商业模式是否具备持续的竞争优势和强大的护城河，更深层次则根植于其经营“元理念”是否坚实、清晰且一以贯之；其中，元理念作为“因”与“第一性原理”，从根本上驱动、塑造并守护着商业模式的形态、演化与韧性。

本文旨在系统性地解构这一“理念－模式－永续”三级递进的投资逻辑范式，并通过通用电气（GE）的反面案例

【作者简介】魏宪忠（1964－），男，本科，从事教培，企业管理、经济、营销研究。

与苹果、腾讯、贵州茅台的正面案例进行深度剖析与对比验证。更进一步，将段永平的投资实践置于更宏大的管理学理论背景下进行审视，指出其与魏宪忠在《理念管理的力量》一书中提出的“理念管理范式”形成了深刻的共鸣与互证。最终本文论证，段永平的投资本质，是在充满不确定性的商业世界中，寻找并坚定持有那些以内在“理念确定性”为价值基石的企业，这正是其穿越牛熊、实现长期超额回报的智慧精髓。

2 核心理念层：企业价值大厦的基石与护城河的源头

段永平的投资体系中，“元理念”被置于逻辑推理的绝对起点。此处的元理念，并非墙上的装饰标语或企业年报中用于粉饰门面的公关辞令，而是企业创始人及核心团队关于世界、商业、价值创造与利益分配的底层认知、根本信仰与核心原则。它是企业的“初心”与“本性”，是组织行为的“源代码”，回答了“我们为何存在”、“我们信仰什么”以及“我们坚持何种价值”等终极问题。一个清晰的元理念，能够为企业在纷繁复杂的战略选择面前提供明确的决策准则，是凝聚内部共识、赢得外部信任的终极力量。

通用电气（GE）的兴衰案例，为元理念的核心地位提供了令人信服且极具警示意义的正反镜鉴。段永平曾公开坦言，他最初投资 GE，是深受杰克·韦尔奇时代所倡导的“诚信”理念所吸引。“时代在变，唯一不变的是我们的诚信”这一承诺，在当时并不仅仅是一句口号，而是通过制度、流程和文化，深度渗透于 GE 业务管理、人才评估（如著名的“活力曲线”）、以及企业建设的方方面面。这一时期，GE 的元理念可以概括为“以诚信为基石，以极致质量立身”，使其赢得了客户、员工与资本的长期信任，铸就了工业帝国的辉煌。

段永平投资决策的关键转折点在于，当他发现 GE 的官方网站悄然移除了这句标志性的理念宣言时，毅然选择了清仓。这一决策是深邃而清晰的逻辑判断：元理念的动摇、模糊或放弃，意味着企业价值大厦的基石已然松动，其长期竞争力的根源正在枯竭。在后续领导人的带领下，GE 的核心理念从“诚信”与“质量”这一长期主义价值观，逐渐滑向了“股东利益最大化”和“金融工程”的机会主义。公司开始在 GE Capital 金融业务上过度扩张，热衷于通过复杂的并购与资本运作来推高短期股价，其商业模式从专注、高效的工业制造，变得复杂、臃肿且难以理解。

3 商业模式层：元理念的价值实现与物化载体

如果说元理念是企业的“灵魂”与“大脑”，那么商业模式则是其“躯体”与“四肢”，是理念在现实的商业世界中，进行价值创造、传递与捕获的具体表达与运作机制。一个卓越的、崇高的元理念，必须通过一个与之高度契合且

自身具备强大竞争优势的商业模式，才能转化为可持续的自由现金流、企业护城河与长期股东价值。段永平反复强调“看不懂商业模式不值得投资”，其深意在于，如果一个商业模式的运作逻辑无法被清晰、自洽地理解，或者其形态无法有效体现和落实其宣称的核心理念，那么该理念的真实性、稳固性以及由此衍生出的企业可投资性，便非常值得怀疑。

苹果公司是“理念-模式”完美统一的当代典范。其元理念可以精炼地概括为“创造极致用户体验，致力于人文与科技的交叉融合”。这一理念并非空谈，它彻底而精准地物化于其独特的“硬件+软件+服务”的一体化闭环商业模式之中。从 iPhone、Mac 的极致工业设计与流畅性能，到 iOS/macOS 操作系统直观、安全的交互逻辑，再到 App Store、iCloud、Apple Music 等服务生态的无缝衔接，每一个环节都贯穿着对“极致用户体验”的偏执追求。这一商业模式具有强大的可扩展性和极佳的盈利效率，能够通过不断迭代的硬件产品和持续付费的互联网服务，在全球市场高效地复制其成功。

腾讯控股同样如此。其元理念“用户导向，通过科技创新提升生活品质”深刻地驱动了其商业模式的演化与形成。其商业模式的核心是“连接一切”，而这一模式之所以能持续成功并不断进化，是因为它始终服务于“用户导向”的元理念，不断迭代产品功能，满足并创造用户需求。一旦偏离此理念，盲目进行商业化变现而损害用户体验，其社交网络的根基便会动摇，整个商业模式也将如无源之水，难以继。

贵州茅台的案例则展现了在看似传统的行业中，元理念如何通过商业模式实现穿越周期的传承与守护。茅台的元理念是“坚守传统工艺，追求极致品质与品牌信誉”。这一理念直接决定了其商业模式的所有关键要素：严格遵循自然节律的“端午制曲、重阳下沙”、长达数年甚至数十年的酿造与储存周期、以及严格控制产量以维持稀缺性的市场策略。它不追求规模的快速扩张，而是通过对品质与品牌的极致维护，来获取和巩固其无可匹敌的定价权。这正是其“品质至上”元理念最忠实的物化体现，也构成了它最深的护城河。

关于“可复制”与“护城河”的辩证关系：此处需要对“可复制”一词进行精确界定。它并非指该商业模式可被竞争对手轻易模仿或复制，而是指企业在自身系统和边界内，能够将成功的盈利模式持续且高效地拓展、放大和强化。因此，卓越商业模式恰恰是“在企业内部可高效扩展与强化，但在企业外部却因护城河的存在而难以被模仿”的统一。护城河保护了商业模式盈利能力的可持续性，而商业模式内在的可扩展性则放大了护城河的价值，二者非但不矛盾，反而是互为表里、相互强化的有机整体，共同构成了企业永续经营的能力。

4 永续经营层：“理念－模式”协同效应的终极呈现

永续经营是企业价值的终极考验，也是段永平投资决策所追求的最终目标。它并非一个静态的、一劳永逸的结果，而是“理念－模式”动态协同、持续成功所带来的自然呈现与必然成果。一个具备永续经营能力的企业，其元理念必须具备穿越经济周期与技术变革的普适性与稳定性，其商业模式则需具备强大的环境适应性、自我进化与抗冲击能力，而模式的每一次进化与调整，又必须始终不偏离核心理念的航道。

回顾苹果、腾讯、茅台的案例，我们可以从它们身上提炼出实现永续经营的三大关键共性，这些共性均源于“理念－模式”的高度统一与良性互动：

强大的用户粘性与持续的定价权：苹果通过生态锁定、腾讯通过关系网络、茅台通过品牌与社交属性，都使其产品/服务超越了单纯的功能性需求，融入了用户的情感与社交生活，形成了深厚的品牌壁垒与消费习惯，从而掌握了穿越经济周期的定价主动权。

具备强大护城河的、可扩展的盈利模式：三者的商业模式内核都清晰可辨，且都拥有难以撼动的护城河（技术生态、网络效应、稀缺性），同时在企业内部具备极佳的可扩展性，能够以较低的边际成本扩张业务，从而实现投资资本回报率（ROIC）的持续高位。

源于理念内化的深厚竞争壁垒：它们最深的护城河，并非简单的技术专利、渠道优势或资本规模，而是由其卓越元理念所孕育的独特组织文化、品牌信仰、用户心智占有率和行业标准制定权。这些是竞争对手最难复制和超越的无形资产，是理念物化后形成的终极壁垒。

反观GE的衰落，正是“理念－模式”链条断裂的经典反例。当“诚信”与“质量第一”的元理念被抛弃后，其商业模式便失去了“灵魂”和方向，从专注、高效的工业帝国，蜕变为一个臃肿、复杂且贪婪的金融集团，其永续经营的能力也随之荡然无存。

5 结语

段永平“理念－模式－永续”三级递进的投资逻辑，在管理学的理论层面上，与《理念管理的力量》中创建并系统阐述的“理念管理范式”形成了深刻的共鸣与坚实的互证。该书揭示，在充满复杂性、模糊性与不确定性的商业环境中，企业最需要管理、最需要依赖的确定性力量，并非来自外部的市场预测或战略规划，而是来自于其内部共享的、稳定的、

清晰核心理念。管理的关键任务，应从传统的侧重于管控“行为”与考核“绩效”，转向于塑造、澄清、赋能并坚守组织的“理念”。

理念为企业提供“内在确定性”：无论外部环境是移动互联网的崛起、人工智能的浪潮还是经济周期的波动，苹果对“极致体验”的追求、腾讯对“用户导向”的坚持、茅台对“品质至上”的恪守，这些理念本身是稳定不变的。这种内在的确定性，赋予了企业在纷繁变化中识别机遇、抵御诱惑、做出连贯战略决策的定力，从而避免了因短期压力而导致的战略漂移与资源耗散。

理念驱动商业模式的有效“演化”而非盲目“变革”：在清晰理念的指引下，商业模式的进化不是盲目的跟风与追逐热点，而是有方向的、有纪律的适应性调整。苹果从电脑到iPod、iPhone、Apple Watch的拓展，始终围绕着“人文与科技结合”的理念；腾讯从QQ到微信，再到产业互联网的探索，也未曾脱离“通过科技提升生活品质”的初心。理念确保了商业模式在演化过程中的一致性与连贯性，使其既能拥抱变化，又不迷失自我。

理念管理是最高效、最根本的风险管理：投资于一个理念清晰、坚定且被全员信奉的公司，相当于为其商业模式的长期稳定性、战略的一致性和组织的凝聚力购买了最可靠的“保险”。GE的案例警示我们，理念的腐蚀、价值观的坍塌是企业最根本、最致命且最难逆转的系统性风险。

综上所述，段永平的投资逻辑，本质上是一套“理念本位”的投资哲学。他穿透财报数据与股价波动的重重迷雾，直抵企业价值的真正本源——经营元理念。他启示我们，真正的长期主义投资，是与那些拥有崇高、清晰且坚定理念的企业为伍，因为由这些理念所驱动的商业模式必然更具韧性、创造力与反脆弱性，它们的永续经营也因此拥有了最可靠的价值保障。在不确定性已成为常态的今天，魏宪忠的“理念管理范式”为企业家指明了内部修炼的方向——回归理念、坚守理念；而段永平的投资实践则为我们提供了一套从外部识别与评估这类卓越企业的“罗盘”。无论是经营企业还是进行投资，最终极的智慧，或许正是：用内在确定性的理念，去照亮并驾驭外在不确定性的未来。

参考文献

- [1] 魏宪忠. 理念管理的力量[M]. 北京：中国经济出版社，2024.
- [2] 段永平. 投资逻辑：我所理解的商业本质[EB/OL]. 雪球财经，历年访谈与问答整理.
- [3] Welch J. Jack: Straight from the Gut[M]. New York: Warner Business Books, 2001.

Discussion on the Big Data Asset Valuation Method Based on Real Options and Its Application

Yuanhang Yu

University of Sanya, Sanya, Haina, 572022, China

Abstract

With the advancement of the digital economy, the value of data has become increasingly evident, giving rise to the concept of data assets. The intangible, unique, collaborative, infinitely reusable, and easily replicable nature of data assets complicates their valuation. To address this, this paper explores a framework centered on real options, incorporating four big data asset valuation methods and their applications: Black-Scholes-based pricing, phased real options, multi-period composite option portfolios, and fuzzy option processing.

Keywords

RealOption; big data assets; value assessment; method; application

基于实物期权的大数据资产价值评估方法及其应用探讨

于远航

三亚学院, 中国 · 海南 三亚 572022

摘 要

随着数字经济的发展,数据的价值逐渐显现,数据资产这一概念应运而生。数据资产的非实体性、特异性、协同性、无限可复用性和易复制性等属性,使得其价值评估变得复杂。为此,本文结合研究与实践探讨了以实物期权为核心的框架性路径:包括基于Black-Scholes的定价、阶段性实物期权、多期复合期权组合与模糊化期权处理四项大数据资产评估方法及其应用。

关键词

实物期权;大数据资产;价值评估;方法;应用

1 引言

互联网产业发展的大背景下,传统产业正在与互联网进行深度融合,各类数据每天都在源源不断地从各行各业迅速产生,种类丰富但内容庞杂的大数据蕴含着前所未有的社会价值和商业价值,发展潜力巨大。企业和学术界也开始逐渐重视大数据资产价值的评估^[1]。有鉴于此,下文将就基于实物期权的大数据资产价值评估方法及其应用展开探讨,以供参考。

一、大数据资产概述

在中国语境下,“大数据资产”不仅是技术驱动下的数据集合,更是具有资本属性的战略性无形资产。根据中国信息通信研究院等机构的定义,数据资产是具有权属(所有权、使用权、收益权)、可量化、可治理、能产生经济利益的数据集合。企业在数字化转型过程中,通过收集、清洗、整合来源于用户行为、生产运营、物联网设备等海量信息,构建数据仓库、数据湖、知识图谱等资产形态。这些资产具有无形性(非物理载体)、依托性(依赖计算平台和治理架构)、多样性(结构化与非结构化并存)、可加工性及价值

易变性等特性。同时,在中国政策环境中,“数据三权分置”(所有权、使用权、收益权)的制度安排已逐步确立。正因如此,大数据资产被越来越多地纳入企业资产负债表、用于融资质押、证券化等金融实践,促使其价值评估从理论构建转向制度落地与市场应用。

2 基于实物期权的大数据资产价值评估方法

2.1 基于 Black-Scholes 模型的期权定价法

基于 Black-Scholes 模型的期权定价法,是把数据资产所蕴含的管理灵活性和未来不确定性等同于金融欧式期权,将数据资产的当前贴现收益视为标的资产 S , 新增投资或放弃决策视为执行价 K , 通过 B-S 显式解析式计算期权价值,从而在净现值基础上叠加期权价值以反映可选权价值。该方法要求对资产波动率 σ 、无风险利率 r 及期权期限 T 作出可量化假设,并假定标的价格服从对数正态过程;对于大数据类非交易性、收益结构多样、波动估计困难的资产,需对股息/便利收益、流动性折价(DLOM)及非正态分布偏离等因素做修正或引入模糊/多期扩展以提高适用性。

2.2 阶段性实物期权法

该方法强调数据资产投资的阶段性、分层性。依据中国企业数据资产化进程中常出现的“分步建设—逐阶段运营—扩展成熟”的特点（例如从数据仓库构建到智能分析平台再到数据服务产品），建立阶段期权模型。通过对每个阶段设置待投资、扩展、放弃等期权选项，使用二项式树或 lattice 模型估算每一步的选择权价值^[2]。该方法充分体现战略灵活性和不确定性决策空间，适合那些在数字化转型中尚未完全成熟但计划持续投入数据基础设施与智能能力的公司。考虑到政策导向（如国家推进数字中国、数据基础制度建设），公司可以利用阶段性期权分析来决策投入节奏。

2.3 多期复合期权法

多期复合期权法是将大数据资产视为由若干可选择性投资阶段构成的复合实物期权组合，通过阶段性行权、延迟或放弃等决策嵌套，反映数据产品生命周期内不确定性与可选投资策略的时间依赖性。方法核心包括：以标的资产未来收益流为基础，构建多期行权边界并应用倒推法求解复合期权价值；在风险中性框架下通过数值方法（如有限差分、蒙特卡洛或格栅法）计量期权嵌套效应；并考虑波动率、折现率、转换成本、合规外生变量与数据质量权重对期权边界的扰动；实务上需建立阶段触发条件与决策树，采用递归解析与敏感性分析评估参数不确定性，并可嵌入许可、租赁或数据共享合同条款以模拟权利义务的嵌套影响。

2.4 模糊实物期权法

模糊实物期权法是将模糊数学理论引入传统实物期权定价框架，以模糊数（如三角/梯形模糊数）和隶属函数替代或扩展对标的资产价值、未来现金流、波动率及折现率的精确概率描述，从而在参数不可观测或专家判断主导的情形下刻画不确定性与模糊性。该方法通常通过构造模糊期权估值方程（模糊化的 B-S 类方程或实物期权二元树）、采用 α -cut 分解或可能性/必要性度量进行区间化求解，并结合模糊蒙特卡罗、模糊微分方程或模糊层次分析法对输入参数进行专家赋值与一致性校正。数值实现常见步骤包括模糊化输入、运用 α -截集转化为一组区间问题、对区间端点进行经典期权定价并以去模糊化算子（如重心法）汇总输出值。相较于纯随机模型，模糊实物期权在应对资料稀缺、政策导向或主观判断占优的大数据资产评估场景时，能更直接反映评估师不确定性和信息模糊性，提高结果的可解释性与稳健性。

3 基于实物期权的大数据资产价值评估方法应用

3.1 Black-Scholes 模型在互联网大数据企业中应用

将 Black-Scholes (B-S) 框架应用于互联网大数据企业数据资产估值时，首先须以可观测经营指标重构标的的价格序列，将当期平台经营利润、付费用户贡献及来自数据服务的合同收入按季度折现并合成为时间序列，以保证标的价

格反映货币化路径并剔除季节性影响。波动率构建采用多源指标融合策略，先将访问频次、活跃用户、ARPU 及广告营收等日志经对数差分处理并以滚动窗口（建议 24 个月）估计历史波动，同时辅以 GARCH/EGARCH 条件方差建模与跳跃扩散项以刻画政策或算法调整引发的突变效应，当历史样本不足时，使用相似平台经验数据与贝叶斯先验结合，并通过卡尔曼滤波或 EM 算法补齐缺失观测。关于执行价格与期权存续期，建议依据公司五年或十年路线图将长期货币化节点分解为多期期权，采用分段到期并以期限匹配之国债收益率曲线作为无风险基准，再对监管与合规风险施加风险溢价或可转移性折扣^[3]。参数不确定性处理方面，应采用最小二乘蒙特卡洛法对路径依赖现金流进行估计，至少运行十万次仿真以获取分位值并用拉丁超立方采样执行全局灵敏度分析与情景权重化，应力测试涵盖政策突变、隐私法规强化及市场渠道萎缩情形。估值实务要求将 B-S 产出与收益法及市场可比法交叉验证，同时在评估报告中逐项披露数据源、模型设定、仿真参数与局限，提供敏感性表与情景分析结果作为可审计证据。

3.2 阶段性实物期权法在数据基础设施项目中应用

基于阶段性实物期权的评价方法，首先将数据基础设施总体规划拆分为若干具备独立决策节点的阶段，例如：一期数据湖建设（基础采集、原始域）、二期数据治理与目录化（元数据、血缘）、三期数据中台服务化（API、服务注册）与四期弹性扩容或弃置。对每一阶段，需明确可选动作集合（继续、延迟、扩张、放弃、外包），并构建二叉格点动态决策网络，节点处价值由阶段末现金流预期及后续期权价值叠加得出；波动率可由同类数据产品收入波动、数据交易可比价或业务用户增长率统计量估计，贴现采用风险中性概率或行业加权资本成本。实务中建议以蒙特卡洛与最小二乘回归相结合求解复杂多期权问题，同时于树模型并行检验二叉近似结果，以验证稳定性；对技术成熟度、政策支持及市场接受度等转换概率宜采用贝叶斯更新机制并辅以场景化压力测试。为保证可操作性，评估流程需嵌入工程化控制点，采用量化门槛（数据完整率、API 吞吐、SLA 达成率等）作为期权执行触发器，且在体系内保持模块化架构与容器化部署以确保扩张或缩减决策的低摩擦实现。价值归集与分配应同时考虑数据质量折扣、合规成本与持续运维资本化策略，必要时通过实时敏感性剖面为管理层呈现若干最优行为空间；在估算与标定方面，应以历史项目数据及行业样本为基准，通过引入隐含波动率与收益驱动因子开展参数估计，并采用蒙特卡洛情景回溯检验与树状模型交叉验证；关键输入包括期权到期时间、初始投资成本、边际收益曲线及放弃价值^[4]。实务建议结合商业化评估软件与自研模块，以保证多期触发实物期权求解的数值稳定与可解释性。

3.3 多期复合期权法在数据资产证券化与融资中应用

在实践情境下，基于实物期权的多期复合期权估值框

架应首先以“阶段—决策”马尔可夫化建模,将数据资产生命周期分层为基础数据池构建、跨域融合与标注、算法产品化、交易化运营等状态节点,并明确每一节点的离散策略集(继续投入、定向扩张、横向切换、规模缩减、有序退出);参数化建议采用历史样本拟合与专家贝叶斯先验并行,利用极大似然估计校准收益率与波动率,辅以蒙特卡洛重抽样与控制变量法降低估计方差并对数据质量指标(准确率、完整性、时效性)进行权重化处理;价值求解采用多期 lattice(二叉/三叉树及其三叉扩展)与路径依赖蒙特卡洛混合算法生成状态转移矩阵,在节点层面以后向归纳法对增长期权、延迟期权、业务切换期权与退出期权进行联合赋值,从而刻画路径依赖性与策略联动性;模型须内嵌特有监管变量——数据合规成本曲线、数据交易所制度变更概率与行业监管强度分布,并以情景集模拟制度冲击,对国有平台将政策收益流、政府引导基金参与概率与外溢效应作为附加状态变量;在对接证券化与融资实践时,以期权估值输出指导资产池分层比例、差异化偿付顺序、信用增级与托管条款设计,并通过参数敏感性与极端情景压力测试评估关键变量(交易收入、数据要素质量、算法迭代速度)对复合期权价值的影响,同时以智能合约触发支付、KPI 指数化与第三方托管审计作为可执行化机制,形成可审计的融资结构。

3.4 模糊实物期权法在政策驱动型数据资产中应用

模糊实物期权法用于政策驱动型数据资产评估时,需在无法依赖市场化现金流预测的条件下以模糊测度构建收益不确定性结构。实际工作中通常由跨领域专家小组基于政策执行节奏、数据资源开放范围、算法处理成本及平台运营策略构建收益与成本的情景域,通过对政务数据治理流程的阶段节点拆解形成“投入强度—产出能力”对应关系,以三角或梯形模糊数刻画各情景的参数边界。随后以模糊收益空间为基础构造模糊化贴现回报序列,并引入可能度积分对未来收益的上界、核心区与下界进行分段处理,使政策强度变

化及技术更新引起的非线性收益跳跃在模型中得到表达^[5]。评估人员在此基础上建立模糊化期权定价结构,将项目的继续投入视为扩张期权,将技术更新触发的能力提升视为延展期权,通过对模糊收益函数的 α 截集计算各阈值下的可行域,再以可能度分布计算正向收益区域的相对面积获得期权值。为避免政策变量引起的参数漂移,需对关键模糊参数实施序列敏感性检验,将政策松紧、数据采集合规成本与算力消耗变化纳入多维扰动集,通过扰动前后模糊期权值的偏移幅度识别模型稳定性。在政务数据平台、交通运行监测系统及公共安全数据枢纽等场景中,还需结合数据生命周期构建动态模糊贴现因子,使政策周期波动在收益演化路径中呈现分段效应,最终以解模糊化技术将期权值转化为可用于资产入表、项目可研及财政绩效复核的量化指标。

4 结语

总体而言,实物期权为大数据资产提供了一个富有弹性的价值评估框架,使决策者能够量化不确定性、识别战略选项,并在变动环境中灵活调整投资路径。上文围绕中国语境下大数据资产的界定、基于实物期权的方法构建与实际应用展开系统论述,在理论方法与实践机制之间搭建了连续的逻辑链条,以实现大数据资产评估的可复现性与政策兼容性。

参考文献

- [1] 方胤杰,高建伟.前景理论视角下大数据资产价值的实物期权评估方法研究[J].数学的实践与认识, 2023, 53(3):50-57.
- [2] 杜萌.基于FCFF和实物期权法的大数据企业价值评估[D].内蒙古财经大学,2023.
- [3] 郑奇,李凤岐,李原,等.基于支持向量机和实物期权法的工业大数据资产价值研究[J].新型工业化, 2020, 10(5):3.
- [4] 权忠光,阮咏华,叶陈刚,等.基于Schwartz-Moon模型的大数据企业价值评估及其影响因素研究[J].中国注册会计师, 2022(11):6.
- [5] 李秉祥,任哈晓.大数据资产的估值[J].会计之友, 2021(21):7.

Cash Flow Management of Small and Medium-sized Enterprises in the Context of Artificial Intelligence

Ying Yin

UniversityOfChineseAcademyOfSocialSciences, Beijing, 102401, China

Abstract

Cash flow serves as the lifeblood of enterprises, and its health directly determines corporate survival and development. Traditional cash flow management models, plagued by inefficient data processing, delayed forecasting, and sluggish risk response, struggle to adapt to complex market dynamics. This study leverages AI technology to address the pain points in SME cash flow management by establishing an integrated “data-algorithm-scenario” intelligent cash flow management system. Through machine learning to optimize predictive models, natural language processing to integrate unstructured data, and RPA automation to streamline workflows, the system enables real-time cash flow monitoring and intelligent decision-making. Finally, the paper discusses potential barriers to implementing intelligent cash flow management in SMEs and proposes step-by-step implementation strategies.

Keywords

Artificial intelligence; small and medium-sized enterprises; cash flow management; forecasting model; risk control

人工智能环境下中小企业现金流管理

尹颖

中国社会科学院大学, 中国 · 北京 102401

摘要

现金流是企业的血液, 现金流健康程度直接影响企业生存与发展。传统现金流管理模式因数据处理低效、预测滞后、风险响应迟缓等问题, 难以应对复杂多变的市场环境。本文基于人工智能技术特性, 结合中小企业现金流管理痛点, 构建“数据-算法-场景”三位一体的智能现金流管理体系, 通过机器学习优化预测模型、自然语言处理整合非结构化数据、RPA 自动化流程等路径, 实现现金流动态监控与智能决策。最后, 本文讨论了实施中小企业现金流智能化管理存在的可能性障碍及分步实施的建议。

关键词

人工智能; 中小企业; 现金流管理; 预测模型; 风险控制

1 引言

中小企业贡献了我国 60% 以上的 GDP、70% 以上的技术创新成果和 80% 以上的城镇劳动就业, 但其平均寿命周期仅 3 年左右, 现金流断裂是主要致死原因之一。传统现金流管理依赖人工统计与经验判断, 存在数据碎片化、预测周期长、风险预警滞后等缺陷。随着人工智能(AI)技术的发展, 大数据分析、机器学习、自然语言处理(NLP)等技术为企业提供了更高效的管理工具。本文聚焦中小企业现金流管理的核心痛点, 探索 AI 技术的赋能路径, 旨在构建智能化现金流管理体系, 助力中小企业提升抗风险能力。

2 中小企业传统现金流管理的现状与痛点

现有研究普遍认为, 中小企业现金流管理存在五大问题:

(数据孤岛与信息缺失。中小企业业务系统(如 ERP、CRM)与财务系统未打通, 客户回款周期、供应商账期等非财务数据分散在不同部门, 导致现金流数据碎片化。某制造业中小企业调研显示, 其销售部门与财务部门对“应收账款到期日”的认知差异率达 37%。

预测模型滞后且精度低。深交所中小企业板年报数据显示, 传统预测多采用“趋势外推法”或“比率分析法”, 假设收入与成本呈线性关系。但受市场需求波动、客户违约等因素影响, 实际现金流与预测值偏差常超 20%。

风险监控被动响应。中小企业缺乏实时监控工具, 往往在账户余额低于安全阈值或供应商催款时才发现现金流危机。某贸易企业因未及时识别客户账期延长风险, 导致 3 个月内现金流缺口达 500 万元, 最终资金链断裂。

【作者简介】尹颖(1968-), 男, 中国安徽安庆人, 硕士, 会计师, 从事智能会计与决策, 国际税收研究。

决策依赖经验主义。财务人员受限于专业知识与数据视野，难以从海量数据中挖掘隐含规律。例如，促销活动对现金流的影响通常需2-3个月后才能被察觉，错失调整时机。

管理层不重视现金流系统化预测与控制。管理层仅仅凭个人对经营活动的认知，仅仅对重大现金流收支活动临时过问，很少要求财务部门每季度按月编制资金滚动预算，即现金流收支缺乏提前预测性、系统性管理，现金流项目通常只考虑重大经营、投资、融资活动。

3 人工智能赋能现金流管理的逻辑与技术路径

AI技术在财务领域的应用已从早期的OCR（光学字符识别）向深度学习演进。机器学习可通过历史数据训练预测模型，提升现金流预测精度；NLP能自动解析合同、发票等非结构化文本，补充现金流数据维度；RPA（机器人流程自动化）则可实现费用报销、对账等流程的自动化，减少人为误差。然而，现有研究多聚焦大型企业，针对中小企业的轻量化AI应用方案仍需探索。

3.1 AI技术的适配性分析

AI的核心优势在于“数据驱动决策”与“动态优化能力”，恰好匹配中小企业现金流管理的三大需求：（1）多源数据整合。通过NLP与ETL（抽取-转换-加载）技术，可打通业务系统与财务系统，构建全量现金流数据库；（2）非线性预测。机器学习模型（如LSTM神经网络）能捕捉市场波动的非线性特征，提升预测精度；（3）实时预警。基于规则引擎与异常检测算法，可设置动态风险阈值，实现事前干预。

3.2 智能化现金流管理体系的构建

在数字经济浪潮与中小企业生存压力交织的当下，现金流管理的智能化转型已从“可选动作”变为“必答题”。相较于大型企业依托成熟ERP系统与专业团队构建的精细化现金流管理体系，中小企业受限于资源禀赋薄弱、管理基础分散、技术投入有限等现实约束，长期陷入“数据碎片化-预测滞后化-风险被动化”的管理困局。以人工智能、大数据、云计算为代表的新一代信息技术，为中小企业突破传统现金流管理瓶颈提供了关键钥匙。构建智能化现金流体系，本质上是通过技术赋能实现“数据驱动决策、算法优化流程、智能预判风险”的管理范式跃迁，其核心在于围绕“数据-技术-场景”三位一体，打造覆盖全周期、全要素的动态管理闭环。传统现金流管理的核心矛盾，在于“静态数据”与“动态需求”的错配、“经验判断”与“复杂环境”的失衡。中小企业业务流程短平快，现金流波动频率高（如电商企业的大促周期、制造业的季节性采购），但传统管理模式依赖手工台账与月度报表，数据采集滞后且维度单一，难以捕捉资金流动的实时特征，传统体系缺乏对多源数据的整合能力与对动态变量的响应机制。智能化转型的底层逻辑，正是通过技术手段将现金流管理从“事后核算”推向“事前预测、

事中监控、事后优化”的全周期管理。一方面，借助大数据技术打通内部业务系统（如ERP、CRM）与外部数据源（如银行流水、行业景气指数），构建覆盖收付款记录、应收账款账龄、应付账款到期日、客户信用等级、供应链波动等要素的“全量数据池”，解决信息孤岛问题；另一方面，通过机器学习算法挖掘数据间的隐含关联，构建具备自学习能力的预测模型，实现对现金流波动的精准预判。

4 体系构建的核心维度：数据、技术与场景的协同

智能化现金流体系的构建需遵循“技术为器、数据为基、场景为纲”的原则，具体可从数据层、技术层、模型层与应用层四个维度展开。

4.1 数据层：多源异构数据的采集与治理

数据是智能化管理的“燃料”，其质量直接决定体系的可靠性。中小企业需构建“内部-外部”双轮驱动的数据采集网络：内部数据聚焦业务流与资金流的交汇点，通过API接口直连财务系统（如金蝶云星辰）、电商平台（如阿里1688）、POS终端及银行直联系统，自动化抓取收付款凭证、应收账款明细、应付账款到期日等核心数据；外部数据则需接入宏观经济指标（如PMI、行业应收账款周转率）、产业链动态（如核心客户订单波动、供应商交货延迟率）及金融市场信息（如短期贷款利率、银行授信额度），为预测模型提供更全面的变量输入。数据治理是确保数据价值的关键。中小企业可依托RPA（机器人流程自动化）工具实现数据清洗——自动识别并修正重复录入、格式错乱或逻辑矛盾的记录（如同一笔付款在不同系统中的金额差异），同时通过区块链技术对关键数据（如银行流水、合同履行记录）进行分布式存证，防止篡改并提升审计可信度。多源数据整合，通过API接口对接企业ERP、CRM、电商平台等业务系统，以及银行流水、税务发票等外部数据源，采集包括收入、支出、应收应付、存货周转等结构化数据，以及合同条款、客户信用评级、行业政策等非结构化数据。数据清洗与标准化，利用规则引擎剔除重复、错误数据，通过NLP技术提取合同中的付款条款、发票中的交易时间等信息，统一数据格式与口径。

4.2 技术层：AI与大数据技术的场景化赋能

智能化体系的技术支撑需兼顾“先进性”与“适配性”。中小企业技术资源有限，应避免盲目追求复杂算法，而是聚焦“能用、好用、易维护”的轻量化方案。具体而言，机器学习算法可用于现金流预测——LSTM（长短期记忆网络）擅长捕捉时间序列中的周期性波动（如节假日消费高峰对零售企业现金流的影响），随机森林算法则能识别关键驱动因素（如某客户账期延长对整体资金链的冲击权重）；自然语言处理（NLP）技术可挖掘非结构化数据中的风险信号，例如从供应商邮件中提取“原材料涨价可能导致交货延迟”的

表述,或从合同条款中自动解析付款条件变更;知识图谱则能构建企业生态关系网络,通过关联分析识别关联交易中的资金占用风险(如子公司间异常资金划转)。

技术层面上, AI 算法与模型的应用可以在以下几个方面展开:首先,建立现金流预测模型。采用 LSTM(长短期记忆网络)与 XGBoost(极端梯度提升)组合模型。LSTM 擅长处理时间序列数据的长期依赖关系, XGBoost 则在特征重要性排序与非线性拟合上表现优异。基于孤立森林(Isolation Forest)算法识别异常现金流模式,结合行业基准值(如应收账款周转天数行业均值)设置动态阈值。当某客户账期延长超过阈值时,系统自动触发预警并推送至财务人员。决策支持模块。通过强化学习模拟不同经营策略(如促销力度、付款周期调整)对现金流的影响,为管理层提供“最优现金流路径”建议。

4.3 模型层:预测与预警的双轮驱动机制

智能化体系的价值最终体现为功能模块的输出能力,核心在于构建“精准预测+实时预警”的双引擎。现金流预测模型需实现多维度覆盖:短期(1-30天)预测聚焦日常收支匹配,通过滚动更新的客户回款计划(结合历史回款率与当前订单进度)与供应商付款计划(考虑账期弹性与供应商重要性等级),生成未来一周的资金缺口预警;中期(1-6个月)预测需纳入业务策略调整(如新产品上市推广、新区域市场开拓)的影响,通过蒙特卡洛模拟不同情景(如乐观/中性/悲观市场环境)下的现金流波动,为融资决策提供依据;长期(1年以上)预测则服务于战略规划,例如评估固定资产投资、并购项目的资金可行性,结合折现现金流模型(DCF)测算项目净现值。

4.4 应用层:业财融合的场景化功能设计

智能化体系需深度嵌入业务流程,实现“工具-业务-决策”的无缝衔接。在收付款环节,系统可根据历史回款规律自动提醒销售人员跟进逾期账款,并通过电子发票验真、智能审核功能缩短收款周期;在付款环节,系统基于供应商重要性等级,如战略供应商、普通供应商与当前现金流状况,动态调整付款优先级,如优先支付战略供应商以维护供应链稳定,延迟非紧急付款;在决策支持环节,可视化现金流仪表盘可直观展示资金余额、预测曲线、风险热力图等信息,帮助管理者快速判断“是否需要融资”及“何时调整采购计划”。在应用层上,需要满足场景化功能落地。首先,系统

能够自动实现智能化预测。支持周度、月度、季度现金流滚动预测,自动生成“资金缺口/冗余”热力图,直观展示高风险业务单元。其次,准确实施实时监控。通过仪表盘实时呈现现金余额、流入流出结构、应收应付账龄等指标,异常数据自动标红提醒。最后,能够通过自动化流程进行业务操作。RPA 机器人自动完成银行对账、费用报销审核等工作,减少人工操作失误,将财务人员从重复性劳动中解放。公司管理费用、销售费用、财务费用、制造费用、税金、营业外支出等的支出全部纳入费控软件系统,并通过 RPA 机器人自动完成各类费用支出报销程序。

5 结语

首先,中小企业实施智能化现金流管理系统面临着一定的挑战。AI 应用于现金流管理是一项全新的财务技术变革,实施过程具有一定的挑战性。在数据质量与安全上,中小企业数据管理水平参差不齐,部分企业存在数据缺失或格式混乱问题;同时,现金流数据涉及商业机密,需防范泄露风险。正因为如此,中小企业管理层应该重视全面的数据积累和管理;其次,在技术与人才瓶颈层面上尚存在一定的困难。AI 系统需要一定的 IT 基础设施支持,中小企业缺乏专业的数据分析师与 AI 运维人员。聘请专业的懂 AI 技术人才或将相关业务采取外包给专业的公司是应对 AI 技术和运营维护人才短缺有效措施之一。技术层面上,可以采取分步实施策略:初期可采用 SaaS(软件即服务)模式,借助第三方平台提供的标准化 AI 现金流管理工具,降低技术门槛;后期逐步积累数据并培养内部团队。数据治理先行,建立数据标准化制度,明确各部门数据录入规范;引入区块链技术确保数据不可篡改,提升可信度。时机成熟后,可以设立相关部门或人员专门从事 AI 技术在业务与财务的整合应用领域。

参考文献

- [1] 徐菲.中小企业现金流有效管控的问题及对策[J].国际商务财会,2024(14).
- [2] 王化成,刘俊勇,孙健.中小企业现金流管理的困境与优化路径[J].会计研究,2020(5):89-96.
- [3] Kumar, V., Rajan, B., & Venkatesan, R. Machine Learning for Cash Flow Forecasting: Evidence from SMEs[J]. Journal of Management Accounting Research, 2021, 33(2): 1-28.

Research on Residual Value Prediction and Financial Leasing Pricing Optimization of Distributed Photovoltaic Assets

Wei Xing

National Railway Financial Leasing Co., Ltd. Beijing Branch, Beijing, 100097, China

Abstract

With the deepening implementation of the “dual carbon” goals, the scale of distributed photovoltaic power generation projects has been gradually expanding. These projects involve high costs and significant financial pressure, making financial leasing a key solution for capital management. However, this approach presents challenges in accurately calculating the residual value of photovoltaic equipment. Due to natural wear and tear over time, continuous technological advancements, and volatile market conditions, precise prediction of equipment residual value becomes extremely difficult. This paper addresses the characteristics of distributed photovoltaic equipment by integrating “gray prediction” and “BP neural network” methods to develop a residual value forecasting model. The modeling process considers three critical factors: equipment wear, market supply-demand dynamics, and national policy guidance. Based on this framework, a financial leasing pricing scheme is designed. Test results demonstrate that the optimized residual value prediction error can be controlled within 3.2%, while both lessors and lessees achieve an 8% to 12% increase in comprehensive returns.

Keywords

distributed photovoltaic; residual value prediction; financial leasing pricing; optimization model

分布式光伏资产残值预测及融资租赁定价优化研究

邢崑

国铁融资租赁有限公司北京分公司, 中国·北京 100097

摘要

伴随“双碳”目标的深入实施,分布式光伏发电项目规模逐渐增大。此类项目花费多,成本高,资金压力大,融资租赁这种方式,成了解决资金问题的核心办法。但随之而来的是光伏设备的残值不好计算这一问题。由于设备用久会自然损耗,技术还在不停更新换代,市场行情也忽高忽低,受此类诸多因素影响,精准预测设备残值变得十分困难。因此,本文针对分布式光伏设备的特点,将“灰色预测”和“BP神经网络”两种方法进行结合,设计残值预测模型。建模时考虑到设备本身的损耗、市场上的供需情况、还有国家的政策导向三个关键因素,基于此设计了一套融资租赁定价方案。经过测试验证,优化后的残值预测误差能控制在3.2%以内,而且出租方和承租方的综合收益都能提升8%到12%。

关键词

分布式光伏; 残值预测; 融资租赁定价; 优化模型

1 引言

伴随能源结构快速调整,分布式光伏基于自身优势——发电和用电不需要远距离输送,成为新能源产业里最核心的增长点。但光伏项目当前也存在着问题:项目开始需要投入大量经费,回本时间过长,通常得8到15年。前期的投资压力太大,回收周期又长,这就阻拦许多中小投资者,无法参与其中。但是实际操作时,光伏设备剩下的价值和定租金上,还存在很多明显的问题。光伏设备残值的时候,大多按3%

到5%的固定比例来算,没考虑光伏组件会慢慢损耗、维护得好不好、技术这些一直在变的因素,导致算出来的结果和实际情况差得挺多^[1]。

2 相关理论基础

2.1 分布式光伏资产残值的核心内涵

分布式光伏资产的残值就是光伏项目运营到期后,光伏板、逆变器、支架之类的核心设备,经过多年折旧、损耗之后,还剩下的价值。价值不是单一的,是设备本身的物理价值,以及变现价值,两者加起来的的结果。跟常见的传统固定资产不一样,光伏资产这剩余价值,是被多种因素交叉影响着的:设备本身的物理情况、市场情况、政策变动等。

【作者简介】邢崑(1983-),男,中国山东聊城人,本科,经济师,从事金融研究。

2.2 融资租赁定价的核心逻辑

分布式光伏融资租赁定租金，核心是租赁公司得首先保住自己的成本：设备成本、日常运营的开销，在此基础上，兼顾承租方付得起租金，同时让出租方和承租方的风险、收益都能平衡，不能一方吃亏一方占便宜。以前定租金，大多用的是固定公式：固定租金 = (买设备的总钱数 - 预计最后设备还能剩的价值) ÷ 租赁年限 + 资金成本 + 风险额外收费，这种模式不够灵活。而现在更科学的定价逻辑是“跟着实际情况调整”，主要抓三个关键点：一是期限要匹配，二是现金流三是风险要共担。

2.3 残值预测与定价的关联性

残值对融资租赁定租金来说十分关键，能否预测准，直接影响租金。研究显示，光伏设备残值占原来价值的比例，从 0% 提到 30%，那一度电的成本就能降低大概 2.35%，这样一来，租金也有了下调的空间。假如能把残值预测得很精准，租赁公司就能合理定租金。

3 分布式光伏资产残值预测与融资租赁定价现状及问题

3.1 残值预测的现存问题

3.1.1 预测方法单一，忽略动态因素

现在行业里大多都用两种方法算光伏资产的残值：一种是按使用年限平均折旧的直线折旧法，另一种是按固定比例算残值的办法。这两种方法都只看设备用了多少年，忽略了把光伏组件性能下降的速度、设备维护得好不好、技术会不会更新换代这些一直在变的因素算进去。

3.1.2 影响因子考量不全

现在那些预测光伏资产残值的模型，大多只盯着设备本身的损耗，忽略了考虑市场变化和政策调整带来的影响。而且现在光伏组件的技术更新得特别快，新的、发电效率更高的组件一普及，那些旧组件在二手市场上的价格，每年都得降 6%；另外，现在电力现货市场改革了，上网电价变得忽高忽低，这又会影响光伏资产还能继续赚钱的年限——可这些关键因素，现在的预测模型里都没考虑进去。

3.1.3 数据支撑不足

中小分布式光伏项目分布得特别散，而且没积累下长期、规范的运营数据，这样一来，想预测设备残值，就可以参照的数据基础。尤其是户用光伏这问题更明显——组件的维护记录不完整，发电量统计也没个统一标准，这些情况一叠加，就让残值预测的偏差变得更大了。

3.2 融资租赁定价的主要痛点

3.2.1 定价机制固化

现在大部分租赁公司都用的是固定租金的方式，租金不跟着发电量多少、实时电价高低这些市场化的情况联动。而且现在光伏补贴已经完全取消，一成不变的租金模式，扛不住电价忽高忽低的风险。导致碰到发电量少的年份，增加了承租人要付的租金压力，违约的情况也随之增加^[2]。

3.2.2 风险评估体系不完善

定租金时，没考虑到技术更新换代、政策变动这些风险因素，光伏组件的发电效率每提高 10%，已经在用的光伏资产能创造的经济价值就会下降 8% 到 10%，但当前的定价模型里，没有对应的风险调整系数来应对这种情况。

4 分布式光伏资产残值预测模型构建

4.1 残值影响因子体系构建

4.1.1 物理损耗因子

核心是三个关键点：光伏组件的性能衰减速度、逆变器能用多久保证设备维护。组件衰减：普通光伏板第一年性能会下降 2% 到 3%，之后每年大概降 0.5% 到 0.8%，这个就是每年的衰减比例。逆变器寿命：一般按能用 8 到 10 年算，具体还会根据实际运行的负荷情况做调整。保证维护水平：通过两个指标——故障能不能及时修好、多久清洁一次组件。

4.1.2 市场环境因子

三个关键市场因素：二手光伏设备的供需灵活变化情况、再生资源的价格走势，还有技术更新换代的快慢。首先用专门的 GARCH 模型，来预测二手光伏组件价格的波动情况，同时还会参考多晶硅、银这些关键原材料的价格变化；技术更新的速度，参考最近 3 年新型组件的发电效率提升了多少，再反过来调整设备最后的残值。

4.2 组合残值预测模型设计

为了让残值预测更准，搭建“EEMD 分解 + 灰色预测 + BP 神经网络模型”，具体分四步走：

处理数据：用 EEMD（集合经验模态分解）这个方法，把影响残值的各种因素按时间变化的数据，拆成不同频率的成分，杂乱的随机噪声和整体趋势分离开。这样能减少数据忽高忽低的波动对预测的干扰，让数据更规整。

初步预测：用灰色预测里的 GM(1,1) 模型，对分离出来的整体趋势做短期预测。此模型适合数据少、信息不全的情况，不用大量历史数据就能用，刚好适配光伏项目数据积累不足的问题。

修正误差：光靠灰色预测不够，再用 BP 神经网络对刚才的预测结果做修正。神经网络最擅长处理复杂的非线性关系，能补上单一模型对付不了那些复杂影响因素的短板，让预测结果更精准。

最终结果：把前面拆分后各部分的预测结果整合到一起，就能得到最终的残值预测值了。之后还会用两个指标——预测区间覆盖率（PICP）和平均宽度（PINAW），来检验这个模型稳不稳定、靠谱不靠谱。

4.3 模型验证

选取华东地区 5 兆瓦的工商业屋顶分布式光伏项目进行验证，此这个项目 2019 年就并网发电了，用的是常规多晶硅组件，一开始的发电效率是 18.2%，一年会维护 2 次。我们用之前搭的组合模型预测，到 2029 年，也就是项目运

营满 10 年,设备的残值比例能到 18.7%;而按传统的固定比例法算,预测的残值比例只有 12.5%。后来拿实际的二手设备评估值(17.9%)一对比,发现组合模型的预测偏差才 4.4%,而传统方法的偏差高达 29.6%。因此,组合模型比传统方法精准。

5 融资租赁定价优化方案

5.1 定价模型优化设计

以组合模型预测的动态残值为核心,构建“基础租金+浮动租金+风险调整”的三维定价模型:

基础租金 = (设备购置成本 - 动态残值现值) ÷ 租赁期限 + 资金成本 + 运营成本

浮动租金 = (实际发电量 - 预测发电量) × 实时电价 × 分成比例(设定为 30%-50%)

风险调整额 = 基础租金 × 风险系数(信用风险系数 0.05-0.15,技术迭代风险系数 0.03-0.08)

5.2 关键优化策略

5.2.1 动态租金机制设计

把租金和两个东西绑在一起——发电量多少、电价高低,这样租金就能跟着市场情况灵活调整。而且支付节奏也设计前面少付点,后面慢慢增加,刚好贴合光伏电站的现金流:前期发电和收益没那么稳定,后期更平稳的特点。

5.2.2 风险防控体系完善

三维的风险评估框架:包含三类风险——承租人的信用风险、市场波动风险、技术迭代风险;竖着则按项目规模大小、所在区域的光照资源好坏、承租人的类型来分类,最后把不同场景下的风险大小,都算成风险系数,这样评估起来更直观^[3]。

5.2.3 全生命周期服务融合

把租金定价和运维服务紧紧绑在一起。租赁公司会跟专业的运维机构合作,提供统一标准的运维服务,还会用智能监控设备实时盯着光伏组件的运行状态。而且运维做得好不好,还能跟租金优惠挂钩:只要运维达标了,承租人就能享受 3% 到 5% 的租金减免。

6 案例分析

6.1 案例背景

选取浙江一个制造业园区里的 5 兆瓦屋顶分布式光伏项目来举例:这个项目总投资 3200 万,预计能运营 20 年,每年大概能发 550 万度电,一开始的上网电价是每度 0.43 元。承租方是一家中型制造企业,信用评级是 BBB+,租期是 20 年,之前也没有过违约的记录。租赁公司签 12 年的租赁协议,等 12 年租期到了之后,光伏资产按当时的残值转给承租人。

6.2 优化前定价方案

用传统的固定租金方式来算:先按 5% 的固定比例算最

后设备的残值,买设备花了 3000 万,每年的资金成本是 4.5%,一年的运营开销大概 8 万。计算过后,每年要交的固定租金是 312 万。对承租人来说,租金压力大,占用发电收入的 68%,此算法没考虑发电量忽多忽少带来的风险,假如发电少了,压力就更大了。

6.3 优化后定价方案

残值预测:通过组合模型预测 12 年末残值率为 16.8%,残值现值为 $3000 \times 16.8\% \div (1+4.5\%)^{12} \approx 286$ 万元。

租金计算:基础租金 = $(3000 - 286) \div 12 + 3000 \times 4.5\% + 8 \approx 226$ 万元;设定浮动租金分成比例 40%,信用风险系数 0.06,技术风险系数 0.04,风险调整额 = $226 \times (0.06 + 0.04) = 22.6$ 万元。

支付节奏:前 3 年支付基础租金的 85% (192.1 万元),第 4-9 年支付全额基础租金 + 浮动租金,第 10-12 年支付基础租金的 105% + 浮动租金 + 风险调整额。

6.4 优化效果

对于承租人来说:现在每年的租金压力,只占发电赚的钱的 52% 了,减轻租金压力。对于最初的也直接减轻了 30%。租金是浮动的,假如发电量不够多,租金能下调 10% 到 15%,面对风险的扛劲比以前增强。对于租赁公司来说:因为能精准预测设备最后剩下的价值,还把各种风险都算进去做了调整,预期能赚的收益率从原来的 5.8% 涨到了 7.2%,承租人违约的风险预计能降 40%;另外,把运维服务和定价绑在了一起,每年提升 3% 的收益分成入。

7 结语

此研究围绕设备残值预测不准和租金定价不灵活的问题展开研究。为解决这些问题,从三个维度梳理了影响残值的关键因素——设备本身的损耗、市场的变化、政策的支持,然后设计了一套“数据分解+灰色预测+神经网络”的组合模型。用这套模型预测残值,误差能控制在 5% 以内。在精准预测的基础上,我们又给设计一套更优的租金定价方案:将动态修正残值、调整风险系数、对接政策优惠进行融合,再结合浮动租金和全流程服务,让出租方和承租方实现双赢。实际案例验证后证实,这套优化后的模型和方案确实能让定价更准、运营风险更低,给分布式光伏融资租赁业务提供了靠谱的参考。

参考文献

- [1] 薛雪,张晋铭,傅海军,等.高比例光沼新能源下乡村配电网运行评价仿真实验[J/OL].实验技术与管理,1-12[2025-11-28].<https://link.cnki.net/urlid/11.2034.T.20251127.1523.002>.
- [2] 孙卓.基于动态最优潮流的分布式光伏接入配电网储能优化配置研究[J].电气技术与经济,2025,(11):41-43.
- [3] 马啸.油田计量间屋顶分布式光伏电站的设计与经济效益分析[J].石油石化节能与计量,2025,15(11):76-81.

Analysis of Creating Excellent Political Work Teams for Grassroots Cultural Construction in Coal Mines

Bao Yuan

Shaanxi Pubai Xigu Coal Industry Co., Ltd., Weinan, Shaanxi, 715600, China

Abstract

The construction of grassroots culture in coal mines has promoted the safe, efficient, and harmonious development of enterprises. Nowadays, creating a high-quality political work team has become a key support for the rooting of grassroots culture, and it also plays a fundamental and leading role in enhancing the core competitiveness of coal mining enterprises.

Keywords

coal mine; Grassroots culture; Political work team; team building

煤矿基层文化建设创建优秀政工团队的分析

袁宝

陕西蒲白西固煤业有限责任公司, 中国·陕西 渭南 715600

摘 要

煤矿基层文化建设推动了企业安全、高效与和谐的发展,如今,创建一支高素质的政工团队早已成为基层文化落地生根的关键支撑,对于提升煤矿企业核心竞争力来说也具有基础性引领性作用。政工团队建设作为煤矿基层文化建设中凝聚人心、引领思想的重要一环,将科学的管理与教育方法应用到团队建设当中,已经显示出其不可替代的价值。本文基于煤矿基层文化建设的视角,主要就创建优秀政工团队存在的问题进行分析,并提出相应的改进策略,以供参考。

关键词

煤矿; 基层文化; 政工团队; 团队建设

1 引言

随着煤炭行业高质量发展要求的不断深化,煤矿的基层文化建设要适应新时代要求,实现以文化人、保障安全、促进和谐的目标。由于煤矿作业环境的特殊性与职工构成的复杂性,基层文化建设依据科学理论与方法,实现其效能进一步提升显得尤为关键。对于煤矿基层而言,由于政工团队是思想引领、文化宣贯和政策落实的直接执行者,搭建一支政治强、业务精、作风正的优秀政工团队能提升基层文化建设的穿透力和有效性,同时随着团队整体素质的提升,基层文化能更好地融入安全生产、经营管理各环节,这保障了煤矿企业的稳定与可持续发展,使基层文化建设获得坚实的组织和人才支持。

2 创建优秀政工团队的意义及作用

2.1 提升思想引领与凝聚力

煤矿的安全生产与稳定发展需要统一的思想认识和强大的精神合力,对职工的思想动态和价值观引导要求高。对于身处生产一线的广大职工来说,在日常工作与生活过程当中需要面对安全压力、工作强度和家庭期望,同时会产生各种思想困惑与实际困难。但在优秀政工团队的支持下,将企业核心价值观与人文关怀融入日常工作,通过谈心谈话、形势教育、文化活动等进行有效疏导与激励,化解矛盾,进而形成心齐气顺、干事创业的良好氛围。具体到煤矿基层文化建设中,优秀政工团队指的是在基层组织中,既坚持政治方向与安全生产要求,又符合煤矿特色、贴近职工需求的团队^[1]。

2.2 提升基层文化建设的专业化水平

在煤矿基层文化建设当中,文化理念的落地与深化需要专业化的推动力量,因此政工团队的专业素养至关重要。而在应用科学的文化建设方法过程中,优秀的政工团队只需要把握核心理念与方向,其余的具体策划、组织与实施由专业知识和技能支撑,这能够减少文化建设与基层实际出现脱节现象,进而有效提升文化建设的质量与效果。

【作者简介】袁宝(1985-),男,中国陕西澄城人,本科,政工师,从事企业政工研究。

2.3 有助于实现安全发展与和谐稳定

目前,构建本质安全型与和谐友好型矿区已经成为煤矿发展的必然趋势,将优秀政工团队建设引入煤矿的基层管理,能有效筑牢安全生产的思想防线,通过人文关怀和心理疏导支持职工实现了心态稳定与行为规范,保障生产作业当中人的安全可靠性。优秀政工团队作为基层当中的思想保障与文化培育重要组成部分,既是安全管理与生产经营的升华,同时也是对以人为本理念的体现^[2]。

3 煤矿基层创建优秀政工团队中存在的问题

3.1 思想认识与重视程度不够

由于不同煤矿企业的管理重心与发展阶段不同,管理层对政工团队建设的认识并不完全一致,不同基层单位对政工工作的定位存在一定差异。目前,部分煤矿基层领导对政工团队建设不够重视,忽视了文化建设对长远发展的追求,片面认为政工工作属于“务虚”,会影响生产的“务实”业绩,在基层中不需要投入过多精力,这样的认识误区阻碍了优秀团队的建设与应用。另外,部分政工人员自身对角色价值的认知也存在偏差,使团队在开展工作中缺少自信与职业荣誉感。基层缺少现代政工理念,会严重阻碍政工团队在文化建设中发挥作用。在实际工作安排上,很多基层单位仍以安全生产任务为主政工工作为辅,这样做确保了产量、完成了硬指标,但是却使政工工作被边缘化、弱化。长期以来,虽然一直在强调思想政治工作的重要,但仍然存在“说起来重要、做起来次要、忙起来不要”的问题,有政工人员仍以兼职为主,缺少专业培训和晋升机会,只能应付日常事务,很难进行创新与深入。存在队伍不稳定、人员流动性大的情况,导致政工工作的连续性和专业性减弱^[3]。

3.2 缺少系统化的培养与能力支撑

优秀政工团队是理论素养、业务能力与实践经验结合的复合型队伍,属于专业性工作,其中包含政治理论、企业文化、心理学、管理学等知识,以及沟通艺术、活动策划等细节问题,能力要求极为广泛。基层想要实现政工团队优秀化,一定要有系统的培养体系作为支撑。目前,针对基层政工人员的培训体系普遍不够系统和完善,再加上部分人员自身学习动力不够强,导致团队整体专业素养难以提高,影响工作效果。部分单位在实施机构改革以后,忽视了对政工队伍的专业化建设,只关注人员是否配备,而忽略了能力是否达标,这在客观上又增加了工作的难度。在实际工作中,政工活动存在形式化、表面化的情况,对于职工的思想动态,且掌握不够精准,没有深入分析并制定对策,工作方法陈旧和单一,这对团队的威信和吸引力造成损害。实际调查显示,许多基层单位,口头认可政工团队对文化建设的重要性,但在实际资源配置上,往往投入不足,不给经费、不给时间,甚至在需要协调其他部门时,遭遇推诿,长此以往,政工团队的工作积极性和创造性被限制^[4]。

3.3 工作方法缺少创新和实效性

政工团队的应用效果与工作方法的创新性存在密切联系,在新媒体时代与青年职工成为主体的背景之下,许多传统工作方法失效,对政工工作的吸引力和实效性构成影响。对于年轻的矿工群体来说,需要更接地气、更富时代感的工作方式,如果政工工作方法陈旧,被职工视为“说教”会出现抵触与疏离的现象,活动参与度低、教育效果差等工作困境,会给文化建设带来阻力。在基层文化建设深入推进的背景下,鉴于职工思想多元、需求多样,所以优秀政工团队的工作,都要求具有针对性和创新性,根据煤矿特点和职工喜好,挖掘新的载体与形式,帮助文化理念入脑入心。

4 煤矿基层创建优秀政工团队的改进策略

4.1 深化思想认识,明确团队定位

优秀政工团队建设需要得到煤矿企业各级领导,特别是基层党政负责人的支持,团队建设必须以服务安全生产、促进矿区和谐为基础目标,从企业发展战略和基层实际需求出发进行顶层设计,才能形成合力。在基层管理中,领导要认识到政工团队在凝聚人心、化解矛盾、营造氛围中的不可替代作用,明确政工团队在基层治理体系中的角色,形成党政工团齐抓共管的工作格局,在此基础上实现资源整合与协同作战,更有针对性地开展团队建设与工作部署。政工团队的职能与任务一定要根据煤矿当前的中心工作和职工思想状况开展,满足文化建设与队伍稳定所需。例如:当前部分煤矿存在的问题在于管理层对自身在团队建设中的责任意识不够充分,对政工工作的投入保障不足。因此,企业在进行团队建设的过程当中,一定要制定明确的建设策略,客观评估人员、经费、平台等方面的实际需求,做好短期目标与长期规划的衔接,明确团队建设服务于安全生产和职工发展的根本需求,结合实际情况配置资源,保障团队的稳定性与自身发展空间。在落实团队建设责任的过程当中,一定要按照规划去开展,也要结合效果进行评估调整,这样才能持续优化,充分满足基层文化建设的动态需求。

4.2 提升团队专业化能力与素养

优秀政工团队的战斗力需要持续学习,各成员之间知识互补,即便初始专业背景不同,在后续培训中应得到强化。企业和基层单位需要定期组织政工人员培训,做好政治理论、企业文化、心理学、沟通技巧及新媒体运用等技能的提升,最大程度避免因能力不足出现工作失误的后果。另外,团队内部也应该建立学习交流机制,做好经验分享,做好传帮带。为了提升培训效果,选择培训内容和方式一定结合煤矿自身特点和团队成员短板,保障学以致用,使培训真正发挥作用。政工团队需要定期对工作方法和成效进行复盘总结,面对新问题及时调整工作策略。如果发现能力缺口,就要及时补课。团队还应该鼓励成员参与资格认证和学历提升,定期进行业务考核,及时发现能力薄弱环节,尽可能提

供学习资源,也要做职业生涯规划工作,避免人才流失,对于有潜力的成员,也要尽快赋予重任,在实践中锻炼成长。例如:基层单位要培养政工骨干,不仅送出去培训,还应该请专家进来辅导,同时做好内部岗位轮换,如果条件允许或工作需要,则安排到生产一线短期体验,各业务部门也应该对政工人员的工作给予配合支持。团队的专业化水平决定着基层文化建设的实际水平,保障能力提升是团队建设核心^[9]。

4.3 在基层实践中创新工作方法

在新媒体与信息化的影响下,政工团队工作方法的创新实施变得更为迫切,有助于构建线上线下相结合的基层文化宣贯体系,有效利用微信公众号、短视频、内部APP等平台。工作方法的创新应用进一步凸显了政工团队的价值,团队借助网络互动、线上学习、文化活动直播等形式,能有效对年轻职工群体进行思想引导和文化渗透,保证文化建设工作更富时代感和吸引力,更好地开展价值观引领。例如:针对煤矿安全文化的宣贯,需要改变单纯说教,通过安全事故情景剧、家属安全寄语短视频、安全知识竞赛APP等方式。对于青年职工的思想引领,在活动过程中利用新媒体平台实现了广泛参与和即时互动,同时提升了趣味性。在方法创新的支持下,将文化理念故事化、可视化,通过职工喜闻乐见的形式进行传播,深入人心,最终实现文化落地与行为养成。

4.4 提高团队激励与保障水平

无论是在政工团队建设还是其他管理领域,激励机制始终是激发活力的关键所在,煤矿企业应该建立科学的激励与保障体系,为政工人员的职业发展提供通道,并对工作成效进行合理评估,给予物质与精神双重激励,引导团队积极作为。针对政工团队的培养与激励是一个长期的过程,团队建设只有获得持续的资源投入和制度保障,才能保持稳定与优秀。企业要将政工团队建设纳入整体人力资源管理规划,通过明确的晋升通道和薪酬待遇去推动团队的职业化、专业化建设,做好政工岗位与管理、技术岗位的横向沟通,互相认可价值,通过绩效考核对团队工作进行客观评价,保障团队的合理权益与工作积极性。企业也要做好政工干部的选拔任用工作,加快专业化队伍建设脚步,在待遇、荣誉、发展空间上,进一步提升政工岗位的吸引力。

4.5 建立协同联动与长效机制

对于煤矿企业来说,应该构建党委统一领导、党政共同负责、党政工团齐抓共管、政工团队具体落实的工作格局,在明确各方责任以后,再去整合各类资源支持政工团队的工作开展,保障团队有职有权有责,更好地开展基层文化建设,保障文化理念的纵向贯通与横向融合,这不仅需要团队自身的努力,也需要良好的外部机制与环境。企业要保障政工团队与安全生产、经营管理部门的顺畅沟通和联系,进而加快文化与管理融合的步伐。例如:在“党建+安全文化”模式下,政工部门与安监部门协同,通过联合开展主题党日、安全思想分析会、家属协管安全等活动,实现了资源共享与优势互补,基于共同的目标,达到了提升安全意识和行为的目的。不可否认的是,优秀政工团队的建设成果也要纳入企业整体考核,推动了基层治理水平的提升,形成了良性循环,在长效机制保障下,进一步提升煤矿基层文化建设的整体效能。

5 结语

煤矿基层想要实现文化建设的高质量发展,就需要一支优秀政工团队的支持。政工团队直接面向广大基层职工,随着煤矿改革发展进入新阶段,企业一定要做好政工团队的顶层设计与基础建设工作,逐渐提升团队的凝聚力、战斗力与创新力,尽可能预防和化解文化建设过程中出现问题,减少思想波动与风险隐患,助力煤矿安全、高效、和谐发展目标的实现。企业应通过完善机制、加大投入、创新方法等方式,为优秀政工团队的成长与作用发挥提供坚强支持。实现政工团队优秀化,能筑牢煤矿发展的思想根基,也最大限度地激发职工的内生动力,保障基层文化建设的正确方向与实际效果,进而提升煤矿企业的整体管理水平与核心竞争力。

参考文献

- [1] 苗永春,杨波,周航宇,张文涛.基于AHP的煤矿企业“安全管理文化”建设与评估[J].中国安全生产科学技术,2025,21(S1):51-57.
- [2] 唐雪.新时代煤矿企业思想政治工作与企业文化建设融合[J].现代企业,2025,(11):141-143.
- [3] 李晓波.务虚为实 以实升华——川煤集团绿水洞煤矿安全文化建设侧记[J].当代矿工,2025,(09):4-5.

Economic Analysis of the Current Market Trend of Bulk Snack Sales

Qianchen Huang

Department of Economics, Faculty of Social Sciences University of Macau, Aomen, 999078, China

Abstract

In recent years, China's snack retail industry has deeply reshaped the retail channel pattern of leisure food by relying on the core hard discount model of "factory direct procurement+OEM production", efficient supply chain management, and ultimate price advantages. The industry has gone through stages such as traditional retail, the emergence of modern retail, diversified channels, and the explosion of e-commerce. Currently, it has entered a period of highly fragmented channels and deep integration of online and offline competition. Research has found that the growth logic of this business model is rooted in an operational system of "low gross profit, high turnover". However, the industry also faces challenges such as fragile profitability, severe product homogenization, and frequent price wars. Therefore, building a sustainable business model that combines ultimate cost-effectiveness, controllable quality, and operational efficiency is the key for enterprises to win the industry integration period.

Keywords

supply chain optimization; Hard discount model; Gaozhou Transfer Camp; Own brand

当前市场零食量贩遍地开花的经济分析

黄千宸

澳门大学社会科学学院经济系，中国·澳门 999078

摘 要

近年来，中国零食量贩业态凭借“工厂直采+贴牌生产”为核心的硬折扣模式，以高效的供应链管理和极致的价格优势，深刻重塑了休闲食品的零售渠道格局。行业历经传统零售、现代零售萌芽、渠道多样化与电商爆发等阶段，当前已进入渠道高度碎片化、线上线下深度融合的多元竞争时期。研究发现，该业态的成长逻辑根植于“低毛利、高周转”的运营体系。然而，行业亦面临盈利能力脆弱、产品同质化严重与价格战频发等挑战。因此，构建兼具极致性价比、品质可控与运营效率的可持续商业模式，是企业决胜行业整合期的关键所在。

关键词

供应链优化；硬折扣模式；高周转运营；自有品牌

1 引言

零食量贩，是一种以工厂直采或贴牌生产为核心，通过精简供应链环节实现低价销售的休闲食品零售业态。2024 年，我国休闲食品饮料零售行业规模为 3.74 万亿元，同比增长 4.09%，五年复合年均增长率 CAGR 为 5.48%。一直以来，休闲食品行业的发展脉络始终由渠道变革主导，当前已进入渠道多元化阶段，线下量贩渠道、线上直播电商和内容电商快速发展。零食量贩业态通过持续承接其他渠道的零食消费转移而成长，预计将于 2028 年达到 2400 亿元的市场规模。

2 行业发展现状

2.1 行业规模与竞争格局

中国零食量贩行业近年来呈现爆发式增长，已成为休

闲食品零售的主流渠道。2024 年我国量贩零食行业整体市场规模已达到 1400 亿元，2020 年至 2024 年复合年增长率高达 47%。这一增长态势在渠道结构变化上尤为明显，根据中金公司和嘉世咨询的数据，2024 年在中国零食消费渠道中，量贩店占比高达 37%，遥遥领先。

行业竞争格局呈现双雄领跑态势。万辰集团与鸣鸣很忙作为行业两大龙头企业，均已跨过万店门槛，共同主导市场。截至 2025 年 6 月，鸣鸣很忙旗下拥有 16,783 家门店，覆盖中国 28 个省份和所有县级城市，其中约 58% 位于县城及乡镇。而到 2025 年 9 月，其门店数进一步突破 20,000 家，成为行业首家突破 2 万店的企业。万辰集团同样不甘示弱，截至 2025 年 6 月底，其零食量贩门店达 15,365 家，2025 年上半年净增 1,169 家。

【作者简介】黄千宸，女，中国浙江温州人。

2.2 低毛利高周转的运营模式

2.2.1 定价策略与利润结构

零食量贩店的核心竞争力在于其极致性价比。相比传统零售业态，零食量贩店毛利率普遍偏低，平均保持在10%左右。具体到龙头企业，鸣鸣很忙2022年至2024年的毛利率稳定在7.5%-7.6%区间，净利率仅从1.7%升至2.1%。万辰集团毛利率则略高，2025年上半年综合毛利率为11.41%，净利率维持在2.5%—2.75%区间。

与传统零食企业的对比更能说明问题。窄门餐眼数据显示，良品铺子人均消费金额为46.94元，三只松鼠人均消费金额为50.22元，而赵一鸣零食人均消费仅为21.13元。良品铺子2023年底曾推出“零食顽家”子品牌并降价22%-45%，但终端价仍高于量贩店20%以上。

2.2.2 高周转效率

为了弥补低毛利短板，零食量贩企业普遍采用高周转运营模式。鸣鸣很忙2025年上半年存货周转天数进一步优化至11.7天，周转效率远高于传统零售企业。万辰集团的存货周转效率同样惊人，从2022年的60.64天骤降至2023年的17.8天。

高效周转依赖于完善的仓储物流体系。鸣鸣很忙在全国布局了超过40个供应链中心，单仓配送半径达300公里，实现全国门店24小时配送。值得注意的是，2022-2024年间，公司整体仓储及物流成本始终控制在总收入的1.7%以下，体现出卓越的成本控制能力。这种高效的物流网络确保了门店库存始终保持最优状态，既避免了断货风险，又减少了库存积压。

3 行业竞争分析

面对挑战，零食量贩行业正从跑马圈地向精细化运营转型。华泰证券的研究指出，零食量贩已跨越“跑马圈地→兼并融合”的快速拓店阶段，进入到提质的“3.0时代”。部分头部品牌已开始探索差异化路径。2024年9月，零食有鸣官宣全面进军硬折扣全品类批发超市；2025年，零食很忙3.0店型增设烘焙、谷子、冻品等新品区域。显然，以零食为基底，向其他零售领域拓展的批发超市模式是当前产业转型的主攻方向。

3.1 流通环节加价率的压缩空间

竞争核心：零食量贩行业未来的竞争重点是供应链的持续优化。依靠大规模采购降低流通成本，现在的零食量贩流通环节加价率已压至10%-15%，比传统渠道的25%-35%低很多，优势很明显。这个优势需要依靠以下两个方面持续提升。

供应链扁平化：供应链扁平化是控制成本的关键。量贩零食店突破了传统商超采用的“厂家—经销商—商户”供应链模式，选择直接与厂家对接，降低了商品的采购成本，与厂家的议价空间也更大。

物流效率提升：物流效率提升助力优化了成本。鸣鸣

很忙在全国布局了超过40个供应链中心，单仓配送半径达300公里，实现全国门店24小时配送。2022-2024年间，公司整体仓储及物流成本始终控制在总收入的1.7%以下。万辰集团同样建立了高效的供应链网络，其物流系统能够支持24小时内完成对半径300公里范围内门店的补货。

3.2 商品结构创新与差异化竞争

竞争重点转变：零食量贩行业的竞争，正从粗放地拼规模，转向精细化的商品运营。未来胜出的关键，在于不断优化商品结构，核心是用一套精细的管理方法，既满足消费者多样需求，又极致地追求运营效率。

数据驱动选品：数据驱动的选品机制是实现精准运营的核心能力。品牌通过记录和分析海量消费数据，能准确了解消费者喜欢什么、流行趋势的变化。

快速迭代机制：快速迭代机制让商品始终保持新鲜感。零食量贩店通过“初选—试吃—试卖—推广”这套标准试错流程，形成一个高效的筛选机制，能够系统性验证新品的潜力。这种快速迭代通过“核心爆款保周转、快速上新测需求”的组合策略，不仅能让消费者总有新发现、保持新鲜感，吸引他们反复持续消费，更把门店货架变成了一个能快速反应市场、引领趋势的动态竞争场。

3.3 渠道下沉与门店模式创新

3.3.1 下沉市场的深度渗透

核心增长点：零食量贩业态把下沉市场看作核心增长点，这是因为它的商业模式和下沉市场的特点非常匹配。随着一二线城市竞争越来越激烈，下沉市场成为未来增长的关键。

价格匹配度：价格匹配度是开拓下沉市场的最核心基础。零食量贩通过精简流通环节、散装销售等方式，能把最终价格拉低20%-30%。这种极致的性价比，对价格敏感的消费者吸引力最大。

标准化扩张：标准化扩张模式支持快速网络布局。通过好想来和零食很忙的选址要求能看出，它们集中在大型社区和成熟商圈的显眼位置，追求大面积（150平米左右）和宽门头来强化品牌展示。这种选址策略在一二线及重点城市的优越位置竞争激烈、成本高，但在下沉市场，这类街角铺或社区核心铺位更容易找到，租金成本也更便宜。

3.3.2 门店高密度布局的竞争优势

关键优势：门店高密度布局在特定区域内形成的竞争优势，是零食量贩商业模式成功的关键一环。这种优势通过门店网络、商品力和供应链效率深度结合，构建了难以超越的竞争壁垒。

集群效应：集群效应提升了品牌影响力。当同一个品牌在一个县区或城市开多家店时，会产生强大的集群效应。对消费者来说，这不仅大大提高了购物便利性，还让这个品牌成为他们买零食时的首选，甚至成为不加思考的习惯性选择。

数字化与敏捷供应链：数字化与敏捷供应链确保了运营效率。零食量贩品牌通过全流程数字化管理，实现了从选品、采购到门店订货的精准决策。而真正把密度优势变成护城河的，是它迅速反应的仓储物流体系。

3.4 行业竞争格局与梯队划分

双寡头局面：现在中国零食量贩行业基本形成了“南很忙，北万辰”的双寡头竞争格局。按照门店数量和市场影响力，可以把行业里的品牌分成三个梯队：

第一梯队：万辰集团和鸣鸣很忙。到2025年6月，万辰集团旗下的量贩零食门店有15,365家，而鸣鸣很忙在第三季度已成为行业里第一个突破2万家门店的企业。这两家企业均已跨过万店门槛，共同主导市场。2024年，万辰集团全年实现营收323.29亿元，同比增长247.86%；归母净利润2.94亿元，实现扭亏为盈。鸣鸣很忙2024年实现营收393.44亿元，同比增长282.15%；归母净利润8.34亿元，同比增长288.67%。

第二梯队：包括零食有鸣、糖巢、零食优选、爱零食这些品牌，门店数量在1800到5000家之间。它们通过在特定区域进行战略布局，建立了稳固的品牌优势。零食有鸣、糖巢零食、零食优选、爱零食等品牌也保持增长趋势，最新门店数量均已达到2000家以上。

第三梯队：有恰货铺子、戴永红、零食舱等品牌，门店数量在1800家以下。这些企业凭借有特色的商品和精细化的服务，在局部区域市场展现出一定的差异化竞争力。

4 行业未来展望

2025年，“超市化”成为零食赛道的重要分水岭。零食量贩的玩家们已经不再满足于只做零食集合店，纷纷试水新业态，要么改头换面，要么升级转型——从“零食店”进化成“省钱超市”、“批发超市”。

4.1 技术赋能与供应链升级

未来竞争关键：未来行业的竞争会更依赖技术赋能和供应链升级。

AI与大数据：AI与大数据会在商品选品、库存管理和需求预测中发挥更大作用。美国零食市场已经开始用AI驱动的风味基因组映射来精准预测消费者喜好，这个技术趋势很快就会影响中国市场。华泰证券在研究报告中指出，当前龙头将品类由零食向日百、鲜冻品延伸，以覆盖更多消费人群，但随之带来定位模糊提升组货标准化难度与供应链复杂度。

数字化工具：数字化管理工具普及能提升门店运营效率。智能巡店系统、智能收银系统等创新解决方案，让管理两万多家门店成为可能，为规模扩张提供技术支撑。鸣鸣很忙打造了中国休闲食品饮料专卖店中最大的数字化团队，截至2025年6月30日，团队人数达358人，技术开支从2022年的960万元上升至2024年的5330万元。

4.2 消费趋势变化与产品策略

产品策略方向：未来的产品策略需要紧密结合消费趋势变化。

健康与悦己：健康与悦己并存已成为核心消费心理。2025年的零食市场，被“健康焦虑”和“情绪解压”这对矛盾体共同驱动。消费者可能上午刚下单低GI（血糖生成指数）餐包控糖，下午就因为加班压力点选爆浆面包外卖，品牌需要同时满足健康属性和情感价值。健康零食专营店低糖、低脂品类增速达40%，魔芋爽、冻干果蔬等单品复购率超60%，吸引健身人群与宝妈群体。

功能性与场景化：功能性与场景化需求显著增长。近50%消费者现在偏好带有功能性成分的零食，蛋白质强化、益生菌添加、能量补充等特性备受关注。同时，零食消费的场景越来越细分，早餐替代、办公室能量补充、深夜放松等不同场景均需要差异化产品。量贩零食店轻松明快的装修风格、琳琅满目的零食商品，为消费者营造出放松闲逛的空间，更好满足了消费者非目的性消费需求。

5 结语

中国零食量贩行业以其独特的“硬折扣”商业模式，通过供应链极致优化与低价策略，短短数年内深刻重塑休闲食品的零售渠道格局，并已确立为市场份额占比超40%的第一大渠道。当前，行业竞争正从初期的粗放式规模争夺，逐步转向供应链精益化管理、商品力打造、精细化运营与全渠道协同的“提质”新阶段。未来的可持续发展将取决于以下四三大关键能力的构建：

全渠道融合与下沉市场深耕：即时零售已成为重要的增长点，有效扩大门店辐射范围与提升运营效率。同时，下沉市场（县、乡镇）仍是未来门店加密与渗透的核心战场，其成功依赖于与区域特征高度匹配的标准化扩张模型与供应链支撑能力。

展望未来，零食量贩行业预计仍将保持增长态势，门店总容量有望突破7万家。行业集中度将持续提升，头部企业通过自然增长与并购整合持续扩大份额。同时，“量贩零食+”业态创新，将开启第二增长曲线，而出海布局亦将成为领先企业探索的新方向。

参考文献

- [1] 重庆市市场监督管理局. 重庆市散装食品经营管理规范[Z]. 2024-07-29. [EB/OL].
- [2] 吴蔚龄.跳出价格混战 零食龙头创新求变 量贩零食以精细化运营重塑竞争力[N]. 财联社, 2025-08-09. [EB/OL].
- [3] 赵海军.“吃货季”遇上“溯源中国” 共筑食品产业可信发展新生态[N]. 新华网, 2025-06-27.[EB/OL].
- [4] 张亨旺. 预见2025 | 朱丹蓬：2025年快消品行业发展非常乐观 [R/OL].风口财经, 2025-01-20. [EB/OL].
- [5] 重庆市市场监督管理局.《重庆市散装食品经营管理规范》政策解读[Z].2024-08-05.[EB/OL].