

FINANCE AND MANAGEMENT

财经与管理

Volume 5 • Issues 2 • February 2021 • ISSN 2529-783X (Print) | ISSN 2529-7848 (Online)



AQSCI
Asia-Pacific Science Citation Index

CC creative commons

CNKI 中国知网
www.cnki.net
中国知识基础设施工程

Google
scholar

Crossref

My Science Work

ISSN 2529-783X



中文刊名: 财经与管理

ISSN: 2529-783X (纸质) 2529-7848 (网络)

出刊周期: 月刊

出版语言: 华文

期刊网址: <https://ojs.s-p.sg/index.php/cjygl>

出版社名称: 新加坡协同出版社

Serial Title: FINANCE AND MANAGEMENT

ISSN: 2529-783X (Print) 2529-7848 (Online)

Frequency: Monthly

Language: Chinese

Web: <https://ojs.s-p.sg/index.php/cjygl>

Publisher: Synergy Publishing Pte. Ltd.

Database Inclusion



Asia & Pacific Science
Citation Index



Creative Commons



China National Knowledge
Infrastructure



Google Scholar



Crossref



MyScienceWork

版权声明 /Copyright

协同出版社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协同出版社所有。

All articles and any accompanying materials published by Synergy 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). Synergy Publishing Pte. Ltd. reserves the final interpretation of the copyright of the article(s) in this journal.

Synergy Publishing Pte. Ltd.

电子邮箱 /E-mail: contact@s-p.sg

官方网址 /Official Website: www.s-p.sg

地址 /Address: 12 Eu Tong Sen Street, #07-169, Singapore 059819



FINANCE AND MANAGEMENT

财 经 与 管 理

2021年 2月 第 5 卷第 2期

国际标准刊号: ISSN 2529-783X (纸质版) ISSN 2529-7848 (网络版)

International Standard Serial Number: ISSN 2529-783X (Print) ISSN 2529-7848 (Online)

主编

王世明

副主编

杨尚东 张恒军 孙杰 方晶 王飞

编委

王君 王纬 王佳璇 谢元忭 孙建华 杨克俭 吕月 赵竟硕 包富华 李朝相

Editor-in-Chief

Shiming Wang

Associate Editor

Shangdong Yang Hengjun Zhang Jie Sun Jing Fang Fei Wang

Editorial Board Members

Jun Wang Wei Wang Jiaxuan Wang Yuantai Xie Jianhua Sun Kejian Yang
Yue Lv Jingshuo Zhao Fuhua Bao Chaoxiang Li

- 1 基于新会计准则下经营租赁激励措施的会计与税务处理研究
/ 吴福喜
- 4 论生态农产品与电商扶贫耦合发展的可能性——以中国贵州省为例
/ 许笛
- 7 企业财务会计内控管理的有效方法
/ 阙徐程
- 10 加密货币的发展和对中国央行数字货币发行的推动作用
/ 蔡侄君
- 13 后疫情时代医院管理会计应用实施策略研究——基于已有文献可视化分析
/ 唐莉
- 17 基于区块链的旅游交易系统设计
/ 姚波 包富华 丁文凯
- 22 中国河南省进出口贸易与经济增长关系的实证研究
/ 卢冰
- 26 广告营销、销售营销与财务绩效——基于中国家居制造行业数据的实证研究
/ 樊林培
- 32 农业企业财务造假审计研究——以振隆特产为例
/ 鲁小静
- 38 浅析企业税务分析工作中存在问题及整改建议
/ 王传伟
- 41 浅谈电子商务对未来市场营销方式的影响
/ 范海东
- 44 探究国际贸易理论发展思路及新趋向
/ 王浩
- 47 互联网金融发展与监管研究
/ 张爽
- 50 数据驱动产业互联网公司人才管理决策的研究
/ 陈伟 陈琼琼
- 55 基于美食旅游视角下的潮汕旅游资源开发
/ 陈美媚 张婉仪
- 59 大数据背景下中国医院财务管理创新路径
/ 申然
- 62 浅谈财务账表一体化的实施
/ 侯志国
- 66 浅析央企产业基金模式表外 PPP 项目管理
/ 李坤 薛吉萍

- 1 Research on Accounting and Tax Treatment Based on Operating Lease Incentive Measures under the New Accounting Standards / Fuxi Wu
- 4 Discussion on the Possibility of Coupling Development of Ecological Agricultural Products and E-Commerce Poverty Alleviation——A Case Study of Guizhou Province, China / Di Xu
- 7 Effective Methods of Internal Control Management of Enterprise Financial Accounting / Xucheng Que
- 10 The Development of Cryptocurrency and Its Role in Promoting the Issuance of Digital Currency by the People's Bank Of China / Zhijun Cai
- 13 Research on the Implementation Strategy of Hospital Management Accounting Application in the Post Epidemic Era——Visual Analysis Based on Existing Literature / Li Tang
- 17 Blockchain-Based Tourism Transaction System Design / Bo Yao Fuhua Bao Wenkai Ding
- 22 Empirical Research on the Relationship between Import and Export Trade and Economic Growth in Henan Province, China / Bing Lu
- 26 Advertising Marketing, Sales Marketing and Financial Performance——Empirical Research Based on the Data of Home Manufacturing Industry in China / Linyu Fan
- 32 Research on Audit of Financial Fraud in Agricultural Enterprises——Taking Zhenlong Specialty as an Example / Xiaojing Lu
- 38 Analysis of Problems in Tax Analysis of Enterprises and Suggestions for Rectification / Chuanwei Wang
- 41 Discussion on the Influence of E-Commerce on the Future Marketing Mode / Haidong Fan
- 44 Research on the Development Ideas and New Trends of International Trade Theory / Hao Wang
- 47 Research on the Development and Supervision of Internet Finance / Shuang Zhang
- 50 Research on Data-Driven Talent Management Decisions of Industrial Internet Companies / Wei Chen Qiongqiong Chen
- 55 The Development of Chaoshan Tourism Resources from the Perspective of Food Tourism / Meimei Chen Wanyi Zhang
- 59 The Innovation Path of Chinese Hospital Financial Management in the Context of Big Data / Ran Shen
- 62 Discussion on the Implementation of the Integration of Financial Accounts / Zhiguo Hou
- 66 Analysis on Off-Balance-Sheet PPP Project Management of Central Enterprise Industrial Fund / Kun Li Jiping Xue

Research on Accounting and Tax Treatment Based on Operating Lease Incentive Measures under the New Accounting Standards

Fuxi Wu

School of Management, Zhejiang Shuren University, Hangzhou, Zhejiang, 322000, China

Abstract

The main direction of the new accounting standards for operating lease incentives is the accounting standards for special businesses and special industries. But in the long-term accounting treatment, especially in accounting standards, there are many problems. Many scholars point out the deficiency of current operating lease incentive measures in lessee accounting treatment from the perspective of accounting procedures such as confirmation, measurement and reporting. The establishment of contract theory in economics points out a new direction for the study of new accounting standards. Under the guidance of contract theory, this paper reinterprets the new accounting standards for operating lease incentives from the perspective of accounting policy and tax policy selection. Based on the study of accounting problems related to operating lease incentive measures, this paper puts forward effective measures to perfect the new accounting standards of operating lease incentive measures in China, which will play a certain role in promoting the accounting of operating lease incentive measures in China.

Keywords

new accounting standards; operating lease; incentive measures; accounting; tax treatment

基于新会计准则下经营租赁激励措施的会计与税务处理研究

吴福喜

浙江树人大学管理学院, 中国·浙江 杭州 322000

摘要

新的经营租赁激励措施会计准则内容主要的方向是特殊业务和特殊行业的会计准则。但在长期的会计处理中, 尤其是在会计准则方面存在着许多问题。许多学者从确认、计量和报告等会计程序的角度指出了现行经营租赁激励措施在承租人会计处理中的不足。经济学中契约理论的建立为新会计准则的研究指明了新的方向。论文在契约理论的指导下, 从会计政策和税收政策选择的角度重新解释了新的经营租赁激励措施会计准则。通过对经营租赁激励措施相关会计问题的研究, 论文提出了完善中国新的经营租赁激励措施会计准则的有效措施, 这将对对中国经营租赁激励措施的会计核算起到一定的促进作用。

关键词

新会计准则; 经营租赁; 激励措施; 会计; 税务处理

1 引言

《经营租赁激励办法》中新会计准则第21号的颁布, 对于规范出租人和承租人激励措施的会计处理具有重要意义。随着融资租赁激励措施的不断发

展, 企业租赁激励措施的类型逐渐多样化。但从经营租赁激励措施的会计处理来看, 可分为经营租赁激励措施、融资性经营租赁激励措施和售后回租会计处理。论文针对出租人的会计处理和经营租赁激励措

2 经营租赁激励措施新会计准则存在的问题

2.1 标准主观性大, 缺乏可操作性

承租人在经营租赁激励措施开始日的最低经营租赁激励支付金额现值, 几乎相当于经营租赁激励措施实施日经营租赁激励资产的公允价值; 出租人在经营租赁激励措施开始日的最低经营租赁激励支付金额现值, 几乎相当于经营租赁激励措施开始日激励措施资产的公允价值。对“几乎相当”的理解是, 最低经营租赁激励措施收入和支付金额的现值占经

【作者简介】吴福喜(1979-), 中国浙江义乌人, 研究生学历, 讲师, 从事税法研究。

营租赁激励措施资产公允价值的90%以上。但是,支付金额与中国最低经营租赁激励措施的金额存在差异,其现值也可能存在差异。在这种情况下,对于同一交易的经营租赁激励措施,双方对该业务的分类可能不相同^[2]。

2.2 采用公允价值作为计量标准

公允价值是指在公平交易中,熟悉的各方自愿交换资产或清偿债务的金额。中国原新会计准则要求对经营租赁激励的会计处理采用账面价值,而现行新会计准则对经营租赁激励要求采用公允价值进行会计处理,这主要是基于新会计准则的国际经营租赁激励措施。租赁激励措施作为金融经营的对象,主要涉及机械设备等大型固定资产的新技术^[3]。

2.3 或有租金的处理问题

对于承租人,现行准则规定或有租金应当在实际发生时计入当期损益。或有租金支出是由于承租人的财务运作和租赁激励交易而产生的,将来必须支付。根据准则的规定,自金融经营租赁激励措施交易日起至未来会计期间,不包括或有租金,且不披露相关信息。仅在实际发生时反映,计入当期损益。

2.4 经营租赁激励措施内含利率问题

经营租赁激励措施所含利率的确定,是指经营租赁激励措施实施之日经营租赁激励措施收入最低金额的现值。现值与未担保余值之和等于经营租赁激励资产公允价值与出租人初始直接成本之和的折现率。从出租人内部收益率的角度来看,出租人的内部收益率包含在内部收益率中。

2.5 对出租人初始直接费用的处理

在出租人初始直接费用的处理上,将现行标准作为《应收融资性经营租赁奖励办法》的一部分,由原标准计入当期费用。这样可以认为出租人的初始直接成本增加了租赁资产的价值,并应作为其投资回收的一部分。但是,承租人因经营租赁激励措施交易而发生的“长期应付款—融资性经营租赁奖励金”不包括也不能包括出租人的初始直接成本。出租人在应收融资性经营租赁激励措施科目中计算的初始直接成本永远无法收回,也就是说将不能收回的投入和支出都包括在内,这显然是不合理的^[4]。

2.6 未担保余值减值的处理

未担保余值仅与出租人的会计处理有关。未担保余值发生减值时,现行会计制度和新会计准则对其处理如下:出租

人应当定期对未担保余值进行检查,至少每年一次。有证据表明未担保余值发生减值的,重新计算经营租赁激励措施的利率,由此减少的经营租赁激励措施投资净额确认为当期损失。在此期间,按照修订后的经营租赁激励措施投资净额和重新计算的经营租赁激励措施利率确认融资收益。

3 完善中国融资经营租赁激励措施会计的对策与建议

3.1 融资经营租赁激励措施交易界定标准的改进

在对经营租赁激励措施业务进行分类时,应加强会计人员的职业判断,正确运用实质重于形式的原则。要不断提高会计人员的职业道德,特别是处理会计事务的能力。一方面,提高企业正确运用实质重于形式原则的能力,减少企业租赁激励分类错误造成的会计信息失真。另一方面,为了更好地运用实质重于形式的原则,避免人为因素对经营租赁激励措施业务分类的干扰,本标准可以进一步明确融资性经营租赁和经营性租赁激励措施的分类标准,并建立相应的谈判机制。为落实这一原则,有必要与注册会计师事务所的中介机构合作,建立详细的信息备查^[5]。

3.2 公允价值作为计量标准的改进

以公允价值计量经营租赁激励措施比以账面价值计量更为科学合理。但只有在完善的市场评价体系下,才能有效发挥其作用。根据中国实际情况,不采用公允价值计量。如上所述,中国市场经济尚不发达,经营租赁激励措施相关信息不对称,资产交易市场不够活跃。此外,经营租赁激励措施的会计处理要求高于一般会计处理,也比一般会计处理复杂。然而,会计从业人员的整体素质,尤其是从事经营租赁激励的会计从业人员,尚不足以对公允价值做出合理判断。

3.3 或有租金的核算

或有租金的核算应参照或有负债(或预计负债)。从或有租金的定义可以看出,从承租人的角度来看,或有租金具有类似或有负债(或预计负债)的特点。一是过去交易形成的条件。对于融资租赁激励措施,是指企业因融资租赁激励措施的交易而需要支付的或有租金。二是过去经营租赁激励交易产生的现时义务。不需要通过未来不确定因素的发生或不发生予以确认。根据合同,付款仅根据实际情况(如销售量、消费量、价格指数等)计算。如果租赁激励合同规定了或有租金,承租人必须支付因激励措施而产生的或有租金。因此,

经济利益流出的概率为 100%。三是债务金额不能可靠计量。或有租金的“不可靠计量”是指在经营租赁激励措施实施之日不能可靠计量^[6]。

3.4 经营租赁激励措施内含利率的确定应剔除不可确定的因素，尽量保证利率的准确性

基于《经营租赁奖励办法》中提到的两个问题，可以从以下几个方面加以改进：一是未担保余值对经营租赁激励措施隐含利率计算影响问题的解决办法。经营租赁激励措施实施之日未担保余值预测不准确，计算困难，而剩余价值的金额不大，因此在计算隐含利率时，不能考虑经营租赁激励的剩余价值（包括未担保的剩余价值），这也符合会计实质性原则。在不影响会计信息真实性的前提下，不但简化了会计处理工作，而且使会计信息的收益大于会计处理的成本。二是解决最低经营租赁激励措施对经营租赁激励措施隐性利率计算的影响问题。采用经营租赁激励措施中嵌入的利率，用收益率计算承租人的资本成本率，出租人提供的资金。如果将经营租赁激励措施中的利率表示为出租人的投资回报率和承租人的资本成本，则成本比率就是将最低经营租赁激励和最低经营租赁激励统一起来，使两者数额相等。

3.5 出租人的初始直接费用应该列为费用支出

按照会计核算匹配的要求，收支相匹配。在经营租赁激励措施交易中，出租人取得财务利益所发生的初始直接成本。因此，将其列为费用更为恰当^[7]。

3.6 对未担保余值减值问题处理的改进

根据重要性原则，应简化未担保余值发生减值时的会计处理。减值发生时，不再重新计算纳入经营租赁激励措施的利率，仍按原经营租赁激励措施所含利率计算确认融资收益。由于未担保余值是出租人投资总额的一部分，应与应收融资性经营租赁激励措施的会计处理相同，也可采用计提减值准备的方法。

4 结语

由于融资租赁激励措施的会计核算比一般会计更为复杂，因此评价其对会计准则的理解和应用水平也可以作为考核高级会计师的主要内容之一。以考核他们对会计核算原则的理解程度和运用水平。经过二十多年的发展，中国在经营租赁激励措施会计实务和理论上都取得了一些进步，但是与国际经营租赁激励措施新会计准则和世界发达国家的经营租赁激励措施新会计准则相比，中国现行制度还有一些差距和不足。由于中国对经营租赁激励措施会计研究起步较晚，经营租赁激励措施实务在中国没有得到充分发展，也使经营租赁激励措施会计的发展速度缓慢^[8]。

参考文献

- [1] 财政部.企业新会计准则第21号——经营租赁激励措施[M].北京:中国财政经济出版社,2017.
- [2] 陈湛匀,门明.金融经营租赁激励措施实务[M].北京:对外贸易教育出版社,2017.
- [3] 严世廉.经营租赁激励措施会计学[M].长沙:中南工业大学出版社,2019.
- [4] 罗勇,莫云.中美融资经营租赁激励措施会计处理比较[J].北京工商大学学报,2019(04):39-40+60.
- [5] 郭鹰.试论租赁在PPP项目中的创新应用[J].山东商业职业技术学院学报,2010(01):15-19.
- [6] 杨春华.融资经营租赁激励措施在图书馆电子阅览室建设中的应用研究[J].科技创新导报,2009(14):182-183.
- [7] 张亚杰.融资租赁承租人会计处理的财务视角分析[J].财会月刊,2007(10):25-26.
- [8] Jonghwa Choi, Dongkyoo Shin. Attribute-based analysis of hunters' lease preferences[M].IEEE Transactions on Consumer Electronics, 2017.

Discussion on the Possibility of Coupling Development of Ecological Agricultural Products and E-Commerce Poverty Alleviation——A Case Study of Guizhou Province, China

Di Xu

Guizhou Normal University, Guizhou, Guiyang, 550018, China

Abstract

Guizhou Province, China has unique natural conditions, strong ecological system stability, and a variety of characteristic agricultural products. In the current market environment, Guizhou Province has established poverty alleviation and poverty alleviation goals based on the development of ecological agricultural products, and is constantly trying to integrate ecological agricultural products with the e-commerce industry. Taking Guizhou Province as an example, the paper briefly analyzes the basic connotation of the coupled development of ecological agricultural products and e-commerce poverty alleviation, and conducts an in-depth exploration of its possibilities.

Keywords

ecological agricultural products; e-commerce poverty alleviation; coupling development; possibility; Guizhou Province

论生态农产品与电商扶贫耦合发展的可能性——以中国贵州省为例

许笛

贵州师范学院, 中国·贵州 贵阳 550018

摘要

中国贵州省自然条件得天独厚, 生态体系稳定性强, 具有多种特色农产品。在当下的市场环境当中, 贵州省确立了以发展生态农产品为基础的脱贫、扶贫目标, 并不断尝试将生态农产品与电商产业相互融合。论文以贵州省为例, 简要分析了生态农产品与电商扶贫耦合发展的基本内涵, 并其可能性进行了深入探究。

关键词

生态农产品; 电商扶贫; 耦合发展; 可能性; 贵州省

1 引言

与其他各个省份相比, 中国贵州省的经济发展相对较为滞后, 且具有较大的农村贫困面。长期以来, 贵州省的产业生产强调生产与流通, 产品种类单一, 产业链条短, 无法实现“脱贫”的宏观目标。随着市场整体对于农产品需求的转变, 发展生态农产品已经成为农业生产的基本方向。

【作者简介】许笛(1986-), 男, 中国贵州贵阳人, 毕业于法国巴黎 IPAG 商学院, 研究生学历, 讲师, 从事金融类以及信用管理研究。

2 生态农产品与电商扶贫耦合发展的基本内涵

生态农产品属于生态农业的组成部分, 其具有典型的前后向关联、产业带动能力和附加值增益等特点。前后向关联能通过关联对其他产业部门而产生相应的影响, 进而促使整个产业结构发生变化。其中, 前向关联指的是通过供给关系, 促使供应者与其他产业部门发生关联; 后向关联指的是依靠需求关系, 推动消费者与其他产业部门发生关联。产业带动能力则是在前后相关联的基础上, 进一步推动整个产业或者相关产业的发展。而附加值增益则指的是生态农产品因为附加值的存在而导致自身价值上升, 最为典型的价值则属于经

济价值。

电商扶贫指的是依靠电子商务来开展扶贫工作的一种形式。随着中国电子商务产业的不断发展,其在扶贫领域的应用范围不断扩大,并成为新时代扶贫的代表形式。电商扶贫具有以下几种特点。

一是劲市场性。在信息化技术的推动之下,与产品相关的信息可以通过互联网在全国,乃至全球范围内快速传播,且产品信息的传播路径中无任何间接参与者,即无中间商,产品直接面向广大消费者。从卖家角度来看,电子商务的近市场性可以在最大程度上保障卖家利益。

二是产业带动效应。电商扶贫的具体范围较大,一般是以地区或者产业进行划分,且在集约化经营理念的影响之下,无论是农产品获取还是线上经营销售,全部在农村地区实现,从而在最大程度上吸纳农村剩余劳动力,全面发展电子商务产业。

三是导向作用。导向作用指的是电商扶贫可以为广大贫困农民提供发展的基本思路,鼓励农民参与到创业过程当中^[2]。

生态农产品与电商扶贫之间的耦合发展是两种事物形态将自身特点相互融合、彻底发挥的必然结果。耦合发展思路指的是立足中国贵州省的独特生态环境,以生态农产品为主要产品类型,大力发展电子商务产业,优化生态农产品的销售渠道,构建完善的产品销售体系。同时,在电子商务的推动之下,既有利于贵州省的生态农产品形成品牌效应,也有利于其在市场当中传播和持续发展。此外,电子商务的引入意味着产品链条的延伸,农村贫困农民可以依据自身能力参与到生态农产品产业链条的各个环节当中,最终达到脱贫、致富的目标^[2]。

3 可能性分析

3.1 微观层面的互动发展

生态农产品与电商扶贫属于耦合发展过程中的两个系统,二者的相互结合即可构成耦合主体。在这一耦合关系当中,两个系统的各项资源均可以实现高度互动与共享,包括政府资源、产品生产、电商企业、地方农户等。在各项因素当中,政府和电商企业之间的关系较为关键,二者之间的紧密性越强,越有利于实现扶贫资源的高效利用,从而在满足企业经济需求的基础上,不断带动农村经济发展。此外,农村扶贫对象需要从传统理念中的个体脱离出来,即涵盖地方困难企

业,要积极寻求企业与农户之间的关联性,并力求实现互相“脱贫”的效果。扶贫工作的推动者需要积极促进农业生产模式的转变,要在尊重农户基本受益的基础上,加快农户与电商企业之间的合作速度,尽快实现生态农产品规模化、品牌化发展。需要注意的是,良好的通信基础是发展电商扶贫的关键所在。鉴于电商扶贫措施可以在最大程度上提高广大农村居民的参与主动性和积极性,故地方政府需要加快通信基础设施建设,并为农户提供电商知识培训课程,鼓励农户自主创新,参与电商扶贫项目的良好局面^[3]。

3.2 中观层级匹配发展

在中观层级当中,生态农产品与电商系统之间因为微观层级的耦合载体之间的相互作用而实现了互相促进的效果,具体表现为产业融合发展。

中国贵州省独特的自然气候环境和地理环境为生产生态农产品奠定了良好的基础条件,且不同区域各有各的生态农产品,种类繁多,呈现出了多样化发展的良好局面。但不可否认的是,得天独厚的自然条件并不意味着生态农产品可以成为一个区域的特色产品和支柱型产业,这主要与市场、生产等多方面因素密切相关。从中国贵州省特色农产品的生产现状可以发现,由于受到技术等元素的限制和影响,高品质农产品产出明显不足,且产品单一性明显,无法满足市场的多样化需求。在电商扶贫的推动之下,电商行业迅速进入了贵州省的各个县、乡、村,这不仅实现了区域内部的生态农产品资源整合,且有利于实现规模化发展、标准化生产以及品牌化营销。随着区域内部同类型特色农产品的生产规模不断扩大,产品品牌的持续形成,其在中国市场中的知名度也会相应增加,从而赋予了农产品额外的附加值,这无论是对于地方农民还是对电商企业均有利而无害^[4]。

电商的存在实现了农业生产的创新化发展。农产品电商由于没有中间商参与,电商能直接与广大消费者相互接触,从而在保证价格的基础上,充分了解消费者对于特色农产品的基本需求。从某种角度来看,消费者的需求决定了市场的基本导向,而迎合消费者需求进行产品生产和创新则是一种行之有效的路径。在这一过程当中,农产品生产本身也会处于持续化发展的状态当中,包括产品种类更新换代,种植结构调整等。而在形成规模化、标准化生产之后,可以进一步发展农产品加工企业,延长特色农产品的产业链条,构建多行业协同发展的良好局面。此外,电商的参与解决了农

民与市场之间相互脱节的问题,这一问题的解决也为脱贫致富创造了必要的基础条件。由于中国贵州省农村地区的发展情况落后于中国其他地区,农民自身没有农产品销售渠道,销售范围局限化,且在了解市场导向的基础上,无法针对市场变化趋势适当调整农产品种植比例和结构。电商自身具有跨区域贸易的特征,电商的参与可以直接强化特色农产品的市场容量,农产品销售额大幅度提升,尤其是在形成品牌化效应的情况下,更能在市场定价权中占有一席之地^[5]。

3.3 宏观层面融合发展

在耦合发展的基础上,中国贵州省农村将成为一个具有多功能特征的特殊市场,在收入增加的推动之下,各方主体的参与积极性相对较高,并愿意持续参与其中。在以往的生态农产品发展体系当中,农民不具备左右市场价格的能力,且缺乏对生态农产品的包装和宣传,农业生产所获取的经济回报率极低,最终导致农民不愿意继续从事农业生产,农村出现大规模劳动力流失的情况。在强调生态农产品与电商扶贫耦合发展的今天,中国贵州省农村地区的电商产业发展迅速,甚至个别地区已经成为规模较大的产业园区,并为广大农民提供了大量的就业机会和工作岗位。在这一背景之下,中国贵州省出现了农民从城市返回农村的现状,且在回乡农

民数量持续增多的情况下,农村劳动力资源充足,原有的乡镇企业也不再面临“招工难”问题。由此可见,生态农产品与电商扶贫耦合发展能实现对农村资源的高效整合,提高农村生产力。

4 结语

综合来看,生态农产品与电商扶贫耦合发展具有较强的实用价值,中国贵州各个地区需要坚持耦合发展的基本原则,加强发展力度,打造贵州特色农产品品牌,为农民脱贫致富奠定良好基础条件。

参考文献

- [1] 杨爱君,范志方.论生态农产品与电商扶贫耦合发展的可能性——以贵州省为例[J].贵州大学学报(社会科学版),2020,38(01):73-81.
- [2] 范志方.贵州生态农产品与电商精准扶贫耦合机制构建[D].贵州:贵州财经大学,2019.
- [3] 王国丽,颜强.“互联网+”战略下农村电商扶贫的实践——以贵州省农村电商为例[J].农村经济与科技,2017,28(13):145-147.
- [4] 谢俊华.兴国走上电商扶贫特色路[J].老区建设,2017(09):27.
- [5] 王国丽.推动贵州生态农产品与电商精准扶贫耦合发展[N].贵州日报,2017-04-16(008).

Effective Methods of Internal Control Management of Enterprise Financial Accounting

Xucheng Que

Nortech Systems (Suzhou), Ltd., Suzhou, Jiangsu, 215123, China

Abstract

For an enterprise, in order to achieve scientific, stable and efficient development, it is necessary to strengthen the internal control management of the enterprise, use reasonable internal control means to correctly grasp the development direction of the enterprise, hidden dangers faced in the management of enterprises, and provide valuable opinions for the future development of enterprises. Only in this way can the healthy development of enterprises be guaranteed. Based on this, this paper focuses on the effective methods of internal control management of enterprise financial accounting for reference.

Keywords

enterprise; financial accounting; internal control management; methods

企业财务会计内控管理的有效方法

阙徐程

北科电子科技(苏州)有限公司, 中国·江苏 苏州 215123

摘要

对于企业来说,要想实现科学、稳定、高效的发展,就必须加强企业内部控制管理,利用合理的内部控制手段来正确把握企业的发展方向,合理评估企业经营管理中面临的风险隐患,并针对企业的未来发展提供有价值的意见。只有这样,才能为企业的健康发展提供保障。基于此,论文重点针对企业财务会计内控管理的有效方法进行详细地分析,以供参考。

关键词

企业; 财务会计; 内控管理; 方法

1 引言

财务管理是中国企业经营活动中必不可少的一个环节,对企业的生存与发展有着积极的影响。在社会经济发展水平逐渐提高的背景下,企业面临的市场竞争压力也越来越大,于是将更多的精力都集中到产业的快速升级方面,对财务会计内控管理方面则有所忽视。各种财务问题的频繁出现,制约企业的稳定发展。在这种情况下,必须对企业财务会计内控管理中存在的问题进行详细的分析,并制定出针对性的解决方法。

2 企业财务会计内控管理的内涵与特点

2.1 企业财务会计内控管理的内涵

在企业的日常经营管理工作中,之所以实施财务会计内

控管理,就是为了保证会计账目和财务报表的完整性,提升会计账目和财务报告的真实性和准确性,进而加强企业资产的安全管理。一般情况下,财务会计内控管理的方式和方法非常多,而资产实物控制、授权和批准控制等为最主要的控制方式;风险控制、会计系统控制以及预算控制则是最常用的控制方法。加强企业财务会计内控管理,不仅可以对企业的资产进行有效的保护,还可以提升企业资产的实际利用效率,杜绝贪污受贿、徇私舞弊等现象的出现^[1]。

2.2 企业财务会计内控管理的特点

企业财务会计内控管理主要表现出了以下四大特点。

2.2.1 全面性特点

即企业的财务会计内控管理几乎涉及了企业内部所有部门的经济活动。在开展内控管理的过程中,不仅要有效控制财务部门的各种经济活动,还要严格考核企业投资的资产和成本,进而形成一份有价值的信息,为企业管理者制定正确

【作者简介】阙徐程(1985-),男,中国江苏苏州人,本科学历,中级,从事会计以及财务管理方面研究。

决策、控制方法提供支持,满足企业发展的需求。

2.2.2 潜在性特点

即企业财务会计内控管理并不会在企业的日常管理工作中进行突出的表现,更多的是以隐蔽的方式渗透企业内部各大部门的审计环节当中。无论企业使用什么样的控制方式,遵守什么样的内控机制,只要企业可以维系正常的运行状态,财务会计内控管理就必然渗透其中,并发挥着不可替代的作用。

2.2.3 经常性特点

与企业内部其他部门的管理工作相比,财务会计内控管理同样也需要做好日常的检查工作与考核工作。只有这样,才能将企业内部各部门之间的经济活动建立紧密的联系,确保资源和信息之间的即时共享。

2.2.4 关联性特点

在企业的日常经营管理过程中,任何一项管理工作都不是孤立存在的,必然与其他管理工作存在着某种联系。无论哪一个管理环节出现异常,企业管理者在制定决策的时候都会受到相应的影响。财务会计内控管理同样如此^[2]。

3 企业财务会计内控管理中存在的问题

在信息时代下,企业财务会计内控管理也开始引进各种信息技术手段。尤其在人工智能改革的不断推进下,智能财务管理系统也开始重视智能管理会计、智能财务共享平台等的有效应用。按照财务会计内控管理的流程,人工智能 AI 技术可以对相关信息展开自动化搜集和分析,并逐步减轻工作人员的工作压力。但是,在实际的财务会计内控管理过程中,依然存在着以下几方面的问题。

3.1 财务会计内控管理体系不完善

目前,中国的很多企业都没有制定出完善的财务管理制度,与之相应的内部控制制度体系也没有得到优化和完善。在这种情况下,很多企业的财务会计内控管理工作都很难顺利的开展。另外,很多企业内部还没有配置充足的财务会计内控管理人员,进而也对财务会计内控管理工作的正常开展产生了影响。分析中国各大企业的规模,发现大型企业的数量并不多,中小型企业则非常多。但是与大型企业相比,中小型企业的管理比较混乱,财务会计内控管理工作的实时充满阻碍。其实,财务会计内控管理工作应当由企业的管理者直接负责。只有这样,才能将财务会计内控管理的价值有效地发挥出来。

3.2 财务会计人员综合素质参差不齐

目前,中国会计从业人员的综合素质参差不齐,是一个非常突出的问题,相当一部分的会计从业者只能做一些基础性工作。而在企业经营过程中,只会做一些基础性工作的会计人员,更换频率又相对较高,甚至个别会计人员仅工作了一周就辞职。这样一来,企业的财务会计工作内容衔接性就会出现偏差,财务会计管理工作的进度也会受到影响。另外,现阶段中国非常缺乏经验丰富的高端型管理人才,而企业又迫切需要专业的财务会计人才。如果无法引进这样的人才,企业的财务会计内控管理工作的正常开展就难以进行^[3]。

3.3 财务会计内部控制监督机制不健全

很多企业由于没有意识到监督审计制度的重要性,所以并没有制定出健全的内部控制监督制度体系。与此同时,很多企业也没有意识到相应监督机制的重要性,所以企业管理者将所有的工作精力都集中到了经济效益的获取方面,并没有针对市场中的财务风险进行有效评估。在这种情况下,企业财务管理工作在开展的过程中,就很难对内控管理的各个环节进行有效的监督,进而使财务会计工作滋生了很多不良现象,如徇私、舞弊等。这些不良现象如果得不到及时、有效的遏制,将会对企业的可持续发展产生严重的影响。

4 企业财务会计内控管理的有效方法

4.1 优化企业财务会计内控管理制度

针对企业财务会计内控管理制度的优化,需要注意以下几方面。

首先,对国家相关部门出台的与财务会计有关的法律法规进行研究和熟悉,并以此为基础,结合企业的发展现状,制定财务会计内控管理制度,然后要求企业内部所有的财务会计人员对这一制度进行落实。

其次,企业要对内控管理方式进行创新,积极向国际企业借鉴先进的财务会计内控管理经验,提升企业自身的财务会计内控管理能力,进而为企业的稳定发展提供保障。

最后,企业要不断地提升财务会计内控管理工作的独立性,设置独立的财务会计内控管理部门,提升财务会计内控管理工作的透明度^[4]。

4.2 提升企业财务会计人员的综合素质

针对企业财务会计人员的综合素质的提升,建议从以下几方面做起。

首先,高薪聘请经验丰富的、专业素质较强的审计控制人员,对企业的坏账、旧账等问题进行有效处理。

其次,与各大高校建立长期稳定的合作关系,加强优秀会计专业毕业生的引进力度,并对这部分毕业生制定长期的职业发展规划,使其留在企业,并通过自身优势的发挥提升企业的经济效益。

最后,企业领导层还要对财务会计人员、财务审计人员等进行定期的培训,使其了解当下最先进的财务审计理念,可以借助最先进的技术手段来提升自身的工作能力^[5]。

4.3 加强信息化技术的应用

在信息时代下,越来越多的企业已经开始在企业内部进行信息化改革,在各种网络技术与计算机技术的辅助下,企业的管理工作信息化程度越来越高。但是,绝大多数的企业只将信息化的管理模式引入了财务信息管理方面,企业财务会计内控管理工作的信息化水平还非常低。对此,企业需要重点加强财务会计内控管理工作的信息化建设,重点提升企业财务会计内控管理工作的信息化水平。只有这样,才能从根源上实现财务会计内控管理工作效率的提升。

4.4 健全财务会计内部控制监督机制

针对财务会计内部控制监督机制的健全,需要注意以下几方面。

首先,按照国家出台的相关法律法规,制定完善的内部控制监督制度体系,让财务会计部门的管理人员和基层人员进行相互监督。

其次,对外部市场经济的发展趋势予以高度的关注,并以此为基础加大财务风险审核力度,加强外部市场经济情况

的及时掌握。

最后,企业要对自身每一个发展阶段的财务风险进行有效的评价,并提升企业内部控制管理水平,保证企业内部控制管理质量^[6]。

5 结语

综上所述,加强企业财务会计内控管理,对企业的稳定发展有着积极的影响。但是,受各种因素的影响,中国企业的财务会计内控管理现状并不理想。要想解决企业财务会计内控管理中存在的各种问题,就必须优化企业财务会计内控管理制度,提升企业财务会计人员的综合素质,加强信息化技术的应用,健全财务会计内部控制监督机制。

参考文献

- [1] 郭炯,刘学英.企业财务管理会计内控的措施分析[J].财会学习,2020(31):187-188.
- [2] 曹方林.企业财务会计内控管理机制的构建研究[J].中外企业文化,2020(09):69-70.
- [3] 施李妍.关于企业财务管理会计内控策略的思考[J].环渤海经济瞭望,2020(04):101.
- [4] 崔云刚.关于企业财务管理会计内控策略的相关探索[J].财会学习,2020(01):132-133.
- [5] 李秋瑾.企业财务管理会计内控策略和方法研究[J].市场论坛,2019(12):29-31.
- [6] 黄巧岩.企业财务内控管理措施的有效方法探析[J].财经界(学术版),2019(27):192.

The Development of Cryptocurrency and Its Role in Promoting the Issuance of Digital Currency by the People's Bank Of China

Zhijun Cai

Canvard College, Beijing Technology and Business University, Beijing, 101118, China

Abstract

The cryptocurrency, represented by bitcoin, has developed for 12 years since it appeared in 2009. Cryptocurrency has gradually entered people's field of vision and greatly impacted the traditional financial system. Despite the tortuous development of bitcoin, people still have confidence in the future of cryptocurrency. The Libra white paper launched by Facebook, the world's leading social platform, in June 2019 has aroused worldwide attention, China is also following the process of accelerating the issuance of digital currency by the central bank. Starting from the development history, theoretical basis, advantages and challenges of cryptocurrency, this paper analyzes the development status of central bank digital currency, and looks forward to the development prospect of central bank digital currency.

Keywords

Cryptocurrency; bitcoin; currency denationalization; blockchain; central bank digital currency

加密货币的发展和对中国央行数字货币发行的推动作用

蔡侄君

北京工商大学嘉华学院, 中国·北京 101118

摘要

以比特币为代表的加密货币自2009年出现到今天已经发展了12年。加密货币逐渐进入人们的视野,极大地冲击了传统的金融体系。尽管比特币的发展路程曲折,但人们对加密货币的前景信心依旧。全球领先的社交平台Facebook于2019年6月推出的Libra白皮书,引发了全球广泛的关注,中国也紧跟着加速央行数字货币发行的进程。论文从加密货币的发展史、理论基础、优势及面临的挑战入手,分析了央行数字货币的发展现状,展望了央行数字货币的发展前景。

关键词

加密货币; 比特币; 货币非国家化; 区块链; 央行数字货币

1 加密货币的发展史及理论基础

2007年令全球损失巨大的金融危机使一批有识之士加深了对信用货币制度及传统金融体系的质疑。在此背景下,中本聪(Satoshi Nakamoto)于2008年10月在P2P Foundation网站上发布了一篇文章《比特币:一种点对点的电子现金系统》,详细地介绍了如何创建一套去中心化的电子交易系统。2009年第一枚比特币诞生,次年第一个公允汇率诞生。2011年部分大型机构组织开始接受比特币的捐赠,同时一些小型企业尝试采用比特币作为付款方式。近年间比特币价格走势

总体呈上升趋势,实际用途日益广泛,随之而来的是各国对其日益加强的监管。

中本聪提出的以无中央控制的新兴货币为核心的金融体系,契合了1974年诺贝尔经济学奖得主哈耶克的“货币非国家化思想”。哈耶克在其著作中提出了一个革命性建议,即废除中央银行制度,个人可以自由发行货币并且自由竞争。比特币严密的内在逻辑及蓬勃的发展势头让我们看到了实现货币非国家化的可能性^[1]。

自比特币诞生至今,支持者逐渐增多,比特币在2017年底的价格暴涨可谓是全球加密货币热潮的催化剂。当下主流的加密货币有比特币、莱特币、以太坊、泰达币、瑞波币等,当比特币的市值仍居第一。加密货币从比特币一枝独秀发展

【作者简介】蔡侄君(1993-),女,中国湖南常德人,研究生学历,助教,从事组织行为学和国际金融研究。

到了当下百花齐放的态势,并且规模仍在继续扩大^[2]。

2 加密货币的优势和面临的挑战

加密货币的实质是密码学与当代网络信息技术快速发展的产物,它与人们传统认知中的货币流通方式有着极大区别。比特币的运行依赖着区块链技术,区块链技术不仅在加密货币领域举足轻重,在医疗、食品、物流等许多行业的交易数据方面也有初步应用。客观地说,区块链技术具有去中心化、匿名等优势,引领了人类信用进化史的革新,但是随着区块链的快速发展与普及,其潜在的安全漏洞也逐渐浮现^[3]。

2.1 加密货币的优势

2.1.1 去中心化

加密货币不需要中央控制中心来管理发行和交易,而是通过众多网络节点对信息的处理来完成货币交易。加密货币采用区块链的分布式记账的机制,进行交易确认的权限被分开,没有人掌握更改交易记录的特权。加密货币去中心化的特性可以否定央行货币的垄断地位,若各国政府允许加密货币参与到与法定货币的竞争中来,市场势必会选择出良币。

2.1.2 交易匿名性

加密货币基于密码学中的哈希算法使交易对手都可以隐藏自己的身份,实现两个或多个账户之间金融交易的分布式记账。任何人可以自由创建账户并生成交易地址。每位用户会获得一对公钥和私钥,公钥用于对外公布账本,而私钥用于接受转账和确认交易。加密货币可以无障碍地在全球流通而无人知晓交易对手在现实世界中的真实身份^[3]。

2.2 加密货币的风险与挑战

2.2.1 加密货币易包庇洗钱犯罪行为

匿名交易降低了货币交易准入门槛,无法确认交易者真实身份,不利于对洗钱犯罪分子的持续追踪。高效便捷的跨境服务为不法分子提供了便利,不同国家的反洗钱政策各不相同,跨境追踪困难重重^[4]。

加密货币币值不稳定。加密货币相较于其他金融资产波动性巨大,隐含着较大的风险。比特币在2017年底暴涨20倍,却于2020年3月受到全球新冠疫情影响呈现了超过20%的跌幅。过山车似的价格变化在一定程度上限制了加密货币的稳步发展。

2.2.2 加密货币的监管尚未完善

当今加密货币热潮出现,货币流通平台动机不一,技术

水平参差不齐,易出现黑客攻击或者非法盗币和恶意欺诈用户的情况。部分国家和地区对于加密货币的监管政策尚未完善,而加密货币交易不可逆的特点使消费者的合法权益面临巨大的风险。2013年12月,中国人民银行发布的《关于防范比特币风险的通知》。认为比特币不是由货币当局发行,不具有法定货币的法偿性与强制性等属性。不应当在市场上流通,限制了比特币在中国的进一步推广。

2.2.3 密码算法并非万无一失

加密货币的分布式记账所依靠的区块链以区块为基本组成单位,在交易过程中,区块会不断增加,在连接过程中会受到区块链状态不一致和分叉的威胁。密码算法的有效性支撑了加密货币的流畅运行,但是对密码算法的高度依赖恰好成为加密货币的软肋。攻击者可以利用算力的提升暴力破解或者利用系统漏洞造成用户私钥泄露从而引发安全问题。

3 央行数字货币发展前景展望

3.1 当下发展进程

当2019年Facebook发布了Libra白皮书之后,各国开始加速推进数字货币的战略部署,中国央行也加速了数字货币的落地和试点工作。国家或组织的信用担保使这类加密货币有望真正步入全球货币体系,加密货币的大规模应用时代即将到来。客观地说,央行发行的数字货币与其他加密货币没有直接的竞争关系。针对是否“中心化”这一点来进行比较,央行数字货币是由国家信用背书,是完全中心化的,而比特币恰好是去中心化的,由交易玩家们来维护其共识价值。早在2014年,央行就开始设置专门小组进行数字货币的研发工作,此小组后来发展为数字货币研究所。2019年中国于深圳成立移动支付试点。2020年4月,央行在农行系统内部进行测试检验,同期苏州开始尝试用数字货币替代纸币工资^[4]。

3.2 前景展望

3.2.1 央行数字货币短期内不会超出传统货币的功能

传统货币具有四大功能,即价值尺度、流通手段、支付手段以及价值贮藏。数字货币同样也具有这些功能,但是如果加载额外功能如智能合约,将有可能使数字货币最终沦为有价凭证,有损人民币的信誉。

3.2.2 央行数字货币将与现金长期共存

我们都可以预见数字货币将很快走进每个人的生活,全球数字货币时代的大幕已经拉开。即便如此,短期来看现金

也将继续存在,第三方支付也将长期与数字货币支付并存。民众生活和企业商业行为的改变并非一日之功,对于新鲜事物的接受也有一定的过程。现金仍会占据个人交易的重要部分,但是数字货币的便利化和大力推行将带领数字货币逐渐深入人们的生活。央行数字货币将有力推动中国的数字化进程,培养用户习惯,发挥普惠金融的强大作用。

3.2.3 央行数字货币将广泛用于跨境支付

数字货币具有交易的效率高、阻碍小、节约成本等特点,优于当下跨境支付所依赖的 SWIFT、CHIPS 等系统。央行数字人民币的广泛应用将极大程度地优化跨境贸易流程,实现自动结算、优化用户体验。除此之外,数字货币具有的信息高透明度有利于加强跨境贸易监管和保障交易对手方的合法权益。人民币跨境结算的便利和安全性将大大提高人民币国际地位,加快人民币国际化进程。

3.2.4 整合数字企业力量,探索中国数字货币发展新模式

中国拥有多家实力雄厚的数字企业,应引入市场力量,借鉴其在研发上的高效性、创新性等优势,打造数字货币生态体系。利用大型科技公司的电子支付经验、研发实力和用户基础,多次测试数字货币的应用。此外,国家应推出相应政策以支持和激励研发工作。

3.2.5 深化法定数字货币国际化合作,构建货币领域全球优势

除中国以外,世界上许多国家例如美国、德国、日本、英国都在加快法定数字货币的研发。中国应该实时关注其他国家和地区的发展进度,做好协调和沟通,共建法定数字货币金融基础设施,完善技术标准和行业规范。中国在国际合作中要立足优势,发挥“一带一路”、区域合作组织、上合组织、金砖五国等规模效应,与友好邦交进行合作,提升人民币的国际影响力和话语权^[6]。

4 结语

随着现代信息技术和密码学的发展,加密货币依托区块链技术孵化并不断成熟。以比特币和 Libra 为代表的加密货币不断完善,用户也逐渐增加。加密货币所呈现出的百花齐放的局面促使各国加速推进加密货币的研发和落地,以争取在数字货币的竞争中抢占先机,中国央行数字货币发行势在必行。相较于私人数字货币,以国家信用背书的法定数字货币具有法定性和币值稳定性等优势,不仅能满足人们对货币主要功能的需求,还能拓宽传统货币服务范围,提高服务质量,提升用户体验,完善普惠金融服务生态体系。在各国推动数字货币发展的同时,若中国能加强国际间技术交流以及国家和高科技数字企业之间的合作,那么央行数字货币将成为全球数字货币竞争中最强劲的对手。中国快速稳健发行数字货币对于提升人民币国际地位和构建人民币全球货币优势有着深远的战略意义。

参考文献

- [1] 戴鹏. 比特币体系内在逻辑与哈耶克货币非国家化思想的契合 [J]. 现代商贸工业, 2017(26):47-49.
- [2] 孙英, 辛建轩. 加密货币的创新发展 [J]. 哈尔滨工业大学学报(社会科学版), 2021(01):154-160.
- [3] 江沛佩, 王骞, 陈艳姣, 等. 区块链网络安全保障: 攻击与防御 [J]. 通信学报, 2021, 42(01):151-162.
- [4] 张奎. 关于数字货币发展和风险管控的几点思考 [J]. 金融经济, 2021(01):3-8.
- [5] 周爽, 刘赞. 央行数字货币的现状与前景分析 [J]. 中国商论, 2020(24):65-66.
- [6] 戚聿东, 褚席. 国际私人数字货币对中国的经济影响与应对之策 [J/OL]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/21.1096.F.20210101.1101.002.html>, 财经问题研究:1-11[2021-01-31].

Research on the Implementation Strategy of Hospital Management Accounting Application in the Post Epidemic Era ——Visual Analysis Based on Existing Literature

Li Tang

Guangxi Maternal and Child Health Hospital, Nanning, Guangxi, 530003, China

Abstract

since the outbreak of COVID-19, the hospital has become an important anti epidemic position. Hospital management, medical cost control and hospital performance appraisal are facing new challenges, providing a rare opportunity for the hospital to accelerate the application of management accounting. This paper first uses the visual analysis method to search and analyze the literature on the application of hospital management accounting, it is found that although the number of literatures on the application of hospital management accounting has increased rapidly in recent years, the overall research level is not high, the research mainly focuses on the hospital management accounting system, the application of hospital management accounting tools, and the training of management accounting talents; Then it analyzes the deep reasons that lead to the difficulty in the application of hospital management accounting; Finally, puts forward some strategies on how to carry out the management accounting in order to provide guidance for speeding up the application of hospital management accounting.

Keywords

management accounting application; hospital; visualization; implementation strategy

后疫情时代医院管理会计应用实施策略研究——基于已有文献可视化分析

唐莉

广西区妇幼保健院, 中国·广西 南宁 530003

摘要

新冠疫情发生以来, 医院成为重要的抗疫阵地。医院管理、医疗成本控制、医院绩效考核面临着全新挑战, 为医院加快管理会计应用提供了难得的机遇。论文首先运用可视化分析方法对医院管理会计应用文献进行检索分析, 发现目前关于医院管理会计应用的文献虽然近年来发表数量快速增长, 但整体研究水平不高, 研究主要集中在医院管理会计体系、医院管理会计工具应用、管理会计人才培养等方面; 然后分析了导致当前医院管理会计应用难的深层原因; 最后针对医院如何进行管理会计提出策略, 以期为加快医院管理会计应用提供指导。

关键词

管理会计应用; 医院; 可视化; 实施策略

1 引言

至 2016 年财政部发布《管理会计基本指引》《政府会计准则——第一号存货》等文件以来, 加快医院特别是公立医院会计制度改革以及医院管理会计应用已形成共识, 很多医院开展了积极地探索, 有的医院也取得了很大进展。特别是

【作者简介】唐莉(1978-), 女, 中国广西全州人, 本科学历, 会计师, 从事管理会计研究。

至 2020 年初爆发疫情以来, 医院成为抗击疫情的最重要的阵地, 国家投入了巨大资源用于各项防疫工作, 医院也打破日常管理模式, 形成疫情期间防疫和日常经营相结合的运行机制, 各种资源投向疫情防控, 给医院的管理带来了巨大挑战。但同时也给中国医疗卫生管理机制改革、医院加快管理会计应用提供难得的机遇。论文先对现有文献进行可视化分析, 分析目前医院管理会计应用存在的问题, 然后在此基础上就如何加快管理会计应用提出建议。

2 已有文献可视化分析

2.1 文献增长趋势分析

笔者以医院管理会计为主题进行搜索,剔除非学术论文后,共搜到文献 793 篇,来自《财会学习》《中国卫生经济》等 40 多种期刊,最早公开发表的论文是 1988 年。从历年发表数量分析(见图 1),医院管理会计相关研究虽然早在 1988 年就开始提出医院管理会计应用问题,但从论文发表数量来看,真正开始引起各方重视的是从 2014 年开始,特别是近两年以来,论文数量急速增长,反应出医院管理会计问题引起了大家重视。说明国家财政部等推进政府会计制度改革,大力推进管理会计应用,起到了巨大作用。随后对所有论文进行筛选,以发表在核心期刊为指标进行二次检索,共检索到文献 71 篇,占到全部文献的 8.95%,其中最早在核心期刊发表的是 2000 年,2018 年发表在核心期刊的文献数是 15 篇,2019 年是 7 篇,2020 年是 13 篇,分别占到当年发表文献总数的 12.9%、4.48%、7.39%

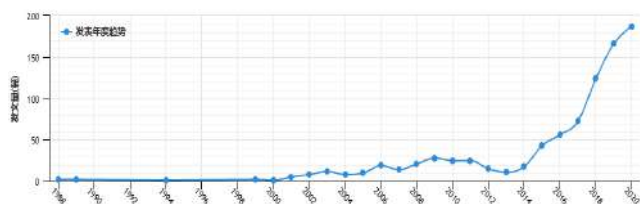


图 1 公开发表论文趋势图

从发表的文献总数和发表在核心期刊的文献数来看,虽然近年来医院管理会计相关研究和实践取得了一些进展,但有价值和指导意义的成果不多。

2.2 研究主题分析

笔者对所有 793 篇文献,按研究主题进行归类,选取了频率最高的 20 个主题(见图 2),所有主题中管理会计主题有 585 次,其次是公立医院主题出现频率 222 次,公立医院管理会计频率 141 次,最少的是在医院中主题。

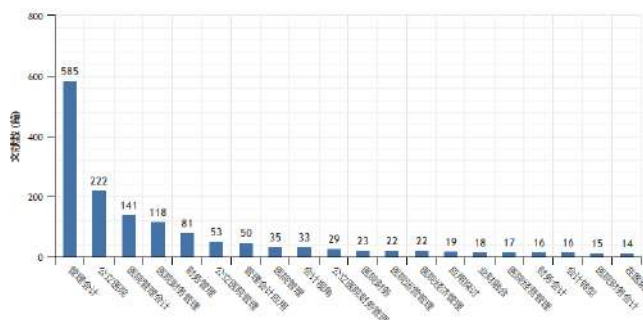


图 2 研究主题频率统计图

为了更好地反映中国医院管理会计研究的热点问题,笔者对检索的发表在核心期刊上的 71 篇文献进行了关键词网络分析(见图 3)。

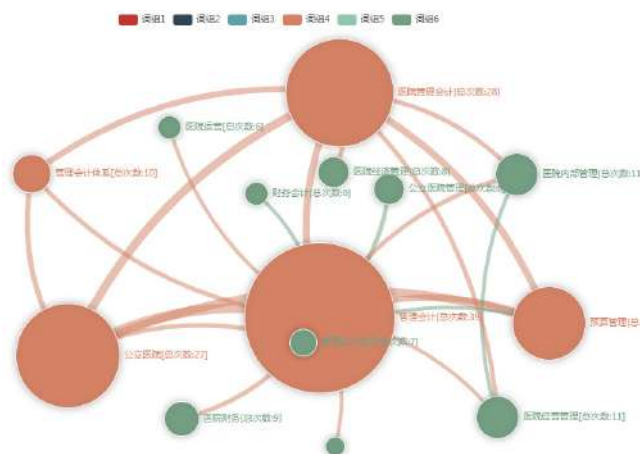


图 3 关键词网络共现分析

2.3 分析结果

通过对文献发文数量趋势、研究主题及关键词网络分发现,研究主题主要集中在管理会计、医院管理会计、公立医院管理会计、预算管理等方面,从研究内容上看主要集中在以下几个方面。

2.3.1 对医院管理会计应用体系的研究

臧芝红、李建军等^[1-4]他们认为医院要建立完整的管理会计体系,要构建包括管理会计的目标体系、全面预算体系、标准成本体系、绩效考核体系、管理会计报告体系,要综合使用各种管理会计工具,提高医院管理水平,为医院创造更大的价值。

2.3.2 对如何实施管理会计的相关研究

刘颖、刘爱萍等认为要强化预算的刚性约束,规范会计流程,加快管理会计人才培养^[5-7]。

2.3.3 对管理会计工具应用方面的研究

针对平衡记分卡、全面预算、战略管理等方面开展了实践和研究。平衡记分卡、全面预算等管理会计工具在医院管理会计应用中得到了较好的应用,并发挥了比较重要的作用。

2.3.4 对业财融合的研究

近年来,业财融合成为一个重要的研究方向,陈林吴玉清^[8-9]等认为业财融合是未来发展的重要方向。

2.3.5 对医院管理会计应用人才培养的研究

薛林南等针对医院管理会计应用的人才培养问题进行研究,并提出要加快管理会计人才队伍建设,实行人才引进和

内部培养相结合的模式。

3 医院管理会计应用问题的原因

通过对已有文献分析,笔者认为现有的研究和实践虽然取得一定进展,但是对医院管理会计应用难、推广效果不佳的关键问题缺乏深刻认识,对医院管理会计应用缺乏整体把握,所以造成目前存在的“已知在做”“已知不做”“不知在做”和“不知未做”等几种现象。

笔者认为医院实施管理会计应用难主要是由以下三个核心因素导致的。

3.1 医院管理会计应用的动力机制缺乏

企业的核心目标是股东利益最大化,以利润为主要目标,这驱动着企业管理者使用一切价值创造工具为企业所用,企业管理者有强烈的动力去加快管理会计应用。而医院不同于企业,医院具有很强的公共属性,特别是公立医院,所有权归各级政府,各级卫健委有很强的管理权限,医院承担了大量的公共卫生保障等公共服务职能,其目标核心是保障公共卫生并提高人民医疗服务能力,医院经济利益只是次要目标,甚至基本不予考虑。再加上医院领导的任命一般由上级主管部门任命,医院收益水平并不是管理者升职的必要条件,这就导致了医院管理者失去了开展管理会计应用的动力。管理者认为只要与主管领导搞好关系,医院的管理创新、管理会计应用怎样并不重要,这是当前医院管理会计应用难的最核心问题。

3.2 医院管理会计人才缺乏

由于医院的公共属性,加上管理会计也是近几年才引起相关管理部门和一些医院有识之士的重视,管理会计人才缺乏是制约医院管理会计应用的重要瓶颈。这种人才既包括具有管理会计相关知识的管理者,还包括具有实践经验的管理会计工具应用者。很多医院财务人员知识老化,专业结构不合理,甚至由原来的护士等转行而来,有的根本不具备所需的专业知识,更别说掌握必要的管理会计知识了。由于专业人才缺乏,很多医院在管理会计应用过程中效果不佳,往往与预定的目标南辕北辙,最后只好放弃。另外,由于医院管理人员特别是高级管理人员管理会计相关知识缺乏,对管理会计的重要作用认识不足,不能从顶层推进。

3.3 公立医院管理体制运行机制不合理

主管部门对医院的管理职责不清,存在错位、越位现象,

表现在主管部门大包大揽,政事不分,对医院日常经营管理随意干预。医院缺乏足够的经营自主权,对经营盈余的处置没有自主权,内部绩效奖励制度受到多方限制。医院产权制度不清晰,资产保值、增值问题无法有效解决,医院自主经营,自负盈亏的责任也难于落实。虽然医院承担大量的公共卫生职能,但财政补偿机制不健全,造成医院内部市场化倾向严重。由于管理体制、运行机制存在问题,造成管理会计应用动力不足,管理会计应用往往受到一些部门以及个人的抵制,导致管理会计应用困难。

4 后疫情时代加快医院管理会计应用策略

笔者认为,医院管理会计应用是一个长期渐进的过程,不是简单照搬经验就可以成功,需要根据自身特点以及管理模式有步骤地推进,见图4。



图4 医院管理会计应用进程图

4.1 要构建促使医院主动开展管理会计的动力

为了让医院主动重视管理会计并实施管理会计,就要建立健全的动力机制。这种动力机制应该包括两个方面:一个是外源动力;另一个是内源动力。外源动力来自于主管部门,主管部门要理顺权责关系,下放经营自主权,医院要实现自主经营、自负盈亏;要改革现有考核指标体系,要把管理会计相关指标纳入考核指标中,要改革现有医院领导任命模式。内源动力应该是来自医院自身目标驱动,医院要建立合理的利益分配机制、绩效考核机制,把员工的利益和医院的发展紧密结合,增强员工的主动性。

4.2 加强人才队伍建设

管理会计应用是专业性很强的管理活动,需要不同层次的专业人才,要通过多种方式大力培养具备管理会计理论和实践经验的初、中、高级人才,特别是加强医院管理者管理会计的相关知识培训,这是人才培养的重要一环。

4.3 管理会计应用要逐步进行

谢志华等认为管理会计是通过运用管理会计工具方法,参与单位规划、决策、控制、评价活动并提供有用信息,推动单位实现战略规划,以持续创造价值为核心,促进单位可持续发展^[10-12]。管理会计是一个复杂的信息系统,除了必要的内外部环境,还要有一系列的工具、方法,涉及方方面面,

因此管理会计应用需根据医院自身的特点、管理模式、已有信息系统基础,有选择、有步骤地推进,不能贪大求全。例如,可以结合疫情阶段,运用作业成本法,对不同项目分别进行成本核算,以便分清医院日常经营成本和抗议专项成本等,结合当下医院编制预算的要求,重视预算管理工具的作用,科学合理地编制医院的全面预算等,只有当一种管理会计工具取得成效后再延伸拓展,引入其他管理工具,最终实现比较完整的管理会计体系应用,实现管理会计的价值创造。只有这样才能提高管理会计的应用效果,促进医院应用管理会计应用的积极性。

5 结语

新冠疫情不仅给全球经、公共卫生管理、应急管理带来了巨大的挑战,也给医院管理带来了巨大的冲击,这为医院加快管理会计应用、充分发挥管理会计的价值创造功能提供了难得的机遇。论文在对已有文献的分析基础上,指出当前医院管理会计应用的内在影响因素,并提出了医院实施管理会计的策略,希望能为促进医院管理会计应用提供参考。

参考文献

- [1] 臧芝红. 公立医院管理会计应用体系的创建与实践——基于价值创造的视角[J]. 中国注册会计师, 2018(09):107-109.
- [2] 李建军. 公立医院现代经济管理理论设计与探索[J]. 会计之友, 2020(21):2-8.
- [3] 余磊. 基于 HRP 的公立医院管理会计体系建设研究[J]. 会计之友, 2020(16):38-43.
- [4] 王华丽. 医院管理会计体系的构建[J]. 会计之友(上旬刊), 2009(08):93.
- [5] 刘颖. 公立医院管理会计开展情况及路径选择[J]. 卫生经济研究, 2018(05):69-71.
- [6] 刘爱萍. 管理会计在医院中应用途径研究与优化[J]. 中国注册会计师, 2018(10):105-108.
- [7] 郑明端. 完善公立医院管理会计应用措施分析[J]. 财务与会计, 2018(02):64-65.
- [8] 陈林. 基于业财融合的医院管理会计应用[J]. 会计之友, 2017(13):76-79.
- [9] 吴玉清. 业财融合在医院中的运用研究[J]. 中国卫生经济, 2018, 37(06):81-84.
- [10] 薛林南, 钱春艳, 郭宛丽, 等. 公立医院管理会计人才能力框架研究[J]. 卫生经济研究, 2017(09):69-71.
- [11] 郑大喜. 公立医院发展转型、财务管理升级与会计人才培养研究[J]. 中国卫生经济, 2017, 36(03):81-83.
- [12] 谢志华, 敖小波. 管理会计价值创造的历史演进与逻辑起点[J]. 会计研究, 2018, 36(2): 3-10.

Blockchain-Based Tourism Transaction System Design

Bo Yao Fuhua Bao Wenkai Ding

School of Economics and Management, Xianyang Normal University, Xianyang, Shaanxi, 712000, China

Abstract

The combination of blockchain technology and tourism makes the decentralization of tourism transactions become a new trend in the future development of tourism. Starting from the concept of blockchain and designing tourism trading system according to the trading needs of the tourism market, this paper discusses the core functions, overall framework, tourism trading chain, tourism transaction interaction rules and data sharing models of tourism trading system based on blockchain. At the same time, from tourists and travel agencies, Systematic analysis is carried out from the perspective of the relevant cohesion departments. The purpose of the research is to solve the security of data and the consistency of data statistics in tourism transactions by building a new platform, and to optimize the experience of tourists with information services.

Keywords

blockchain; tourism transaction; system design

基于区块链的旅游交易系统设计

姚波 包富华 丁文凯

咸阳师范学院经济与管理学院, 中国·陕西 咸阳 712000

摘 要

区块链技术与旅游的结合,使旅游交易的去中心化将成为未来旅游业发展的新动向。论文从区块链的概念入手,根据旅游市场的交易需求进行旅游交易系统的设计,分别探讨了基于区块链的旅游交易系统的核心功能、总体构架、旅游交易链、旅游交易交互规则和数据共享模型等的构建。同时,从旅游者、旅行社以及相关各衔接部门的角度进行了系统分析。研究目的在于通过搭建新的平台,解决旅游交易中数据的安全性和数据统计的一致性,最大优化旅游者对信息服务的体验感。

关键词

区块链; 旅游交易; 系统设计

1 引言

随着旅游业的快速发展,相应的旅游统计工作也成为各

【项目基金】文化艺术和旅游研究项目信息化发展专项项目《区块链在旅游交易统计中的应用》(项目编号: MCT2020XZ07); 陕西省软科学研究计划——重点项目“陕西省地方 GDP 核算失真问题研究”(项目编号: 2020KRM216); 陕西省社科基金项目“数据化生态下政府统计模式构建研究”(项目编号: 2016D054); 陕西省社科界 2020 年度重大理论与现实问题研究项目“‘十四五时期’陕西文化旅游高质量发展的路径”(项目编号: 20ZD195-92)。

【作者简介】姚波(1971-),男,中国贵州兴义人,管理学博士,教授,从事大数据与战略管理研究。

一些统计障碍,使旅游统计也产生了诸多问题^[1]。例如,①旅游统计口径混乱,难以在规定范围内被统计;②统计调查方法体系不健全,甚至不惜修正旅游概念以适应一般统计调查方法的需要,没有真正把基础理论与统计调查方法很好地融合在一起,缺少统一的旅游统计调查方法。同时,对于旅游消费而言,目前的互联网旅游消费已经成为共识^[2]。绝大多数的游客都会选择旅游前在第三方平台查找旅行最佳攻略和景区景点信息以及预定房间等等工作。但总会有游客在第三方平台预定房间,抵达后却被通知已没有房间或现实的房间和在平台上预定的房间差别较大使游客无法接受,亦会有临时涨价的问题出现,景区的体验感并没有平台上说的那么好,致使游客对景区和失去信任等事件早已屡见不鲜。因此,如何解决旅游统计口径的混乱、统计方法的非标准化及旅游属性消费交易的非一致性问题成为当前旅游交易研究中需要

解决的重要问题。在此背景下,迫切需要寻找一种新的技术和方法,通过构建统一的透明旅游交易平台解决以上问题。区块链网络是一个透明的数据库,能提供精准的数据统计。在未来,通过区块链技术与旅游的结合,使旅游交易的去中心化成为旅游业发展的新动向^[1]。

区块链的概念最早是由一位名为“中本聪”的学者所提出^[4]。区块,就是数据块,按照时间顺序将数据区块组成一种链式结构,以密码学、共识算法等方式来保证数据分布的一致性、不可篡改性以及不可伪造性。所有数据区块以时间顺序相连接,从而形成区块链。由区块链形成的数据库是综合了现有的密码学技术、P2P 网络技术等多种计算机技术的整合。它能有效地解决互联网各节点之间的信任问题,其具有高度透明、去中心化、去信任化、且集体维护、匿名等特点^[5]。对于旅游交易来说,使用区块链技术的交易系统会完善旅游市场的建设以及给旅游产业带来新的机遇。去中心化的 P2P 交易模式将会颠覆传统旅游交易行业的交易流程。在旅游产业中所有的交易都会记录在区块链中,区块链中的数据不能被篡改、可溯源、高度透明、去中心化等特点对于旅游者和服务提供商而言没有了第三方平台收取的佣金,减少了双发不必要的支出,减少了损耗时间的成本,增强了旅游者和服务提供商之间的信任度。就宏观而言,区块链在旅游产业中的使用对于旅游交易信息的安全性、旅游数据的口径的一致性等技术支撑,同时对未来新型旅游产业业态的生成也具有催化作用。因此,本研究探讨基于区块链的旅游交易系统设计,以期能为未来的旅游交易系统平台的搭建提供一定的借鉴。

2 区块链介绍

区块链一词最早源于 Ben Cong 在 2008 年《比特币:一种点对点的电子现金系统》的书中提出,于 2009 年,比特币系统开始运行,比特币诞生了。比特币发展至今,区块链技术毫无疑问是其最成功的应用场景之一。以太坊等主流平台的大量诞生使区块链技术的潜力被不断挖掘不断应用到各行各业。区块链是一种独特的数据库,区块就是一个单独的数据块,它以时间顺序为绳索将单独的数据库连接起来,将各个绳索之间以加密算法、共识机制以及智能合约等技术,融合而成区块链技术。

区块链技术将多项基础技术集成在了一起,具有去中心

化、集体共同维护、可溯源、不可随意篡改数据等特性^[6]。区块链目前主要有公有链、联盟链及私有链 3 类,数据层、网络层、共识层、激励层、合约层和应用层构成了区块链底层基础架构^[7]。目前主要在金融领域应用成熟,主流开发平台有以太坊和超级账本。基于区块链技术的去中心化、去信任化等特点,其在多种交易方式中以无第三方平台等中间商赚取高额佣金或差价的方式赢得信任的基础。区块链技术应用将是对传统交易模式的一种颠覆一种创新。

区块链按照网络范围、应用场景以及体系范围可分为三种类型:第一类是公有链;第二类是联盟链;第三类是私有链。其中,出现最早的是第一类的公有链,它最能体现区块链完全去中心化的属性特点^[8]。随着社会发展的需要,私有链和联盟链被推向市场以适应不同需求。私有链和联盟链都是部分去中心化,只是私有链的去中心化程度最低。公有链是完全对外开放的,且真正具备完全去中心化特点的区块链,用户可以自由在上面访问网络、进行交易等活动。其用户的交易信息是不可篡改的,可以快速建立起信用体系;公有链的共识机制一般采用 Pow 或 PoS,因为其高度透明、去中心化的特点,也仅仅应用于数字货币类型而已。最常见的以太坊就是其通用开发平台^[9]。

联盟链仅供联盟成员之间使用,依据联盟的规则制定用户的使用权限。联盟链对数据的安全性要求高,权益证明和 Raft 算法等共识机制经常会用于证明系统的工作量。私有链一般会用于私有机构中,根据每个机构的规则的差异,私有链会确定不同的机构权限^[10]。为了更好地自我保护、抵御攻击,私有链会被应用于个人私营企业的审计和特定的数据库的管理方面。

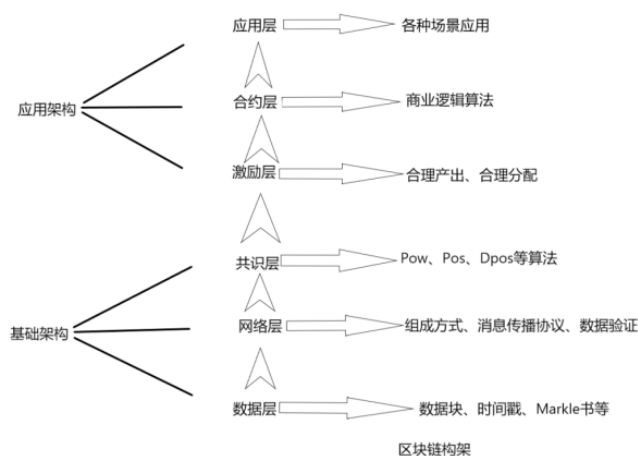


图1 区块链的架构

区块链的基础架构由自上而下可分为应用层、智能合约层、激励层、共识层、网络层和数据层。各层级之间是相互合作的关系,根据相互之间的合作关系而形成区块链的整体基础架构^[11]。区块链的架构如图1所示。

基于应用层模块,区块链可以实现各种应用场景的应用和现实案例的。基于智能合约模块,可以开发实现区块链的底层商业逻辑及算法,由此实现不需要人为干预的自主运行,并且能快速上链并实现数据的存储、且低成本运行的系统优势。激励层模块主要由激励参与区块链技术发展并遵守规则的节点和惩罚不遵守规则的节点组成,由此确立系统经济激励的发行制度和分配制度。共识层使在分布式系统中解决了数据的高效传输问题,共识层将授权股份证明共识机制(DPoS)、拜占庭共识机制(BFT)、权益证明共识(PoS)、工作量证明共识(PoW)等共识机制纳入其中,解决了共识程度底下的问题。网络层作为区块链的基础模型架构之一,主要是点对点机制、数据传播机制和数据验证机制。数据层主要包括哈希数值、时间戳、交易数据、随机数以及公钥私钥等具体信息。

区块链是综合技术发展的产物,其最大特点就是与产业界紧密结合。时至今日,业界之内出现了许多的区块链项目,这些项目的具体实现既有相似之处又各有独特^[12]。针对不同需要、链接不同方法,所产生的效果也是不尽相同的。本研究针对旅游交易场景的应用,基于区块链的技术,设计相应的交易系统。

3 基于区块链的旅游交易系统设计

3.1 基于区块链的旅游交易系统功能设计

交易系统设计主要功能是产品交易以及数据共享两个方面,其主要是基于区块链的交易链,旅游各企业通过交易链中的智能合约进行产品交易和信息共享。基于区块链的旅游交易的核心功能如下。

3.1.1 重塑旅游交易诚信体系

在区块链中的旅游企业可以在该系统中发布统一的大家共识的特定数字货币,且为该数字货币进行信用背书,在区块链中的各旅游企业之间就可以使用这种货币进行交易,这种数字货币是彼此之间的信任基础也是交易凭证,由此实现旅游交易的诚信。

3.1.2 处于区块链中的各旅游企业可以实现透明的交易过程

区块链中的智能合约将会对交易信息的合法性进行验证,将合法的交易信息传递给服务供应商,同时会将交易的内容以及交易完成结果记录在区块链之中,以此来保证交易过程的安全性可靠性以及交易信息的透明性和可溯源性。

3.2 基于区块链的旅游交易总体构架

基于区块链的旅游交易系统总体构架如图2所示。

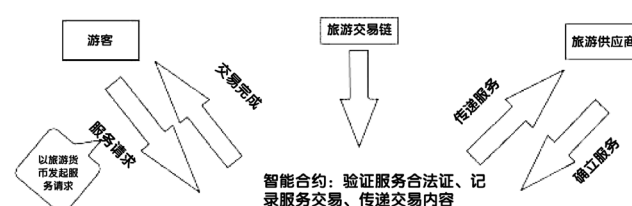


图2 基于区块链的旅游交易系统总体构架

基于区块链的旅游交易系统总体构架包括了三大部分:游客用户端、旅游供应商端和交易链端。

3.2.1 游客用户端

游客(或潜在游客)发起服务请求,系统受到请求后,进行旅游服务交易确认,在确认无误之后发出许可。因此,在游客端,系统可以感知旅游交易的过程,获悉交易的数据并记录在系统中。

3.2.2 旅游交易链

旅游交易链指的是系统的智能合约通过连接游客和旅游供应商完成整个旅游信息的传递服务。智能合约通过验证旅游交易服务的合法性、记录并传递交易内容以搭建整个旅游数据的交易过程,由此形成事实上的旅游交易链。

3.2.3 旅游供应商端

旅游供应商端早收到智能合约层传递的旅游交易信息后需要进行信息的确认。在确认服务后,旅游供应商确认该交易,并进行信息反馈,由此完成整个旅游信息的传递和服务交易。

3.3 基于区块链的旅游交易链设计

旅游交易链是旅游交易系统的功能基础。交易链采用联盟链模式,不同的节点有不同的权限,消费个体用户进入后会到自己选择的交易系统中,旅游企业需要国家的相关部门授权后才能进入。交易链是根据智能合约进行的,智能合约会对交易的彼此双方进行身份以及交易信息的验证,并对交易中的资金管理以及结果进行判定,最后会对此次交易的所有过程进行记录。和旅游产业相关的企业都可以进入交易系

统中,大到国有企业以及外商企业,小到景区个体商铺。

交易链中基于智能合约其工作流程如下:旅游者利用该系统将交易需求发送给服务提供商;系统中的智能合约会对交易信息以及合同、资金等进行验证;通过验证后再将信息传递给服务供应商,服务供应商确定无误后,再通过智能合约反馈给旅游者。交易结束后交易系统基于智能合约将会自行记录下本次交易的过程以此形成区块,添加到交易链之中(如图3所示)。



图3 旅游交易链模型

3.4 旅游交易系统交互规则设计

基于区块链技术的旅游交易系统是以分布式存储数据,旅游产业涉及领域广泛其交易所产生的数据是十分庞大的,包括企业之间、商铺之间以及旅游者与旅行社之间的交互。因此,对于旅游统计系统而言,需要制定交互规则,以此保障交易时的交互信息能有效处理。

在交易系统交互中,主要参与交互过程的有旅游者、服务提供商以及交易智能合约。旅游者通过向智能合约发送自己所需要的服务信息和资金以此来发起交易,智能合约收到消息后会将旅游者的需求传递给相应的服务供应商,等服务供应商完成旅游者所需服务后,会通过智能合约将结果反馈给旅游者。在此交易期间,智能合约会对交易实行实时监控直至交易结束。整个交易过程分为两个阶段,具体内容如下。

第一阶段,旅游者将交易信息发送给智能合约,其中交易信息包含服务产品信息、资金以及产生的具有法律效力的合同等,其具体信息为:

$$【TL+Z, TPC(w, o, r, ld)】$$

设定T为旅游者需求服务信息,L代表旅游者,Z为服务供应商,交易由旅游者发起,服务供应商执行,TPC为交易的具体信息,w为旅游者所需要的服务,o代表服务所需要的资金,r为服务交易中的合同信息,ld为服务交易完成所

需要的时间。(参考来源于数学中的一次函数: $Y=kx+b$)

第二阶段,智能合约收到旅游者交易信息的请求后会对其交易信息进行审核,符合规定的将会传递给相应的服务供应商,不符合交易规则的将会驳回。智能合约与服务供应商之间的具体交互为:

$$【NS+P, ING(TPC, ES)】$$

N为服务需求信息,S为智能合约,P为服务提供商,ING为智能合约发送给服务提供商的交易信息,TPC为交易的具体信息,其内容就是旅游者的服务需求信息,ES为智能合约收到旅游者发起交易的时间。

服务提供商收到交易信息后会对信息进行验证,符合规则的接受并进行反馈,不符合的就会拒绝。接受交易后智能合约会进行实时监督,在交易结束时,智能合约会对交易完成情况进行核查。

交易流程结束后,交易智能合约会将交易中的所有交互信息存储在区块中,最后将区块存储在交易链上,便于以后查询验证与统计。

3.5 基于区块链的旅游交易数据共享模型

网络信息技术发展的同时带给了人们便捷,然而用户信息的泄露也越来越多。当用户进行交易时就会留下关于个人信息的数据在网络中,由于数据具有复制性,因此当信息处于网络中时,个人信息数据就会很容易被不法分子所利用。而区块链技术是一种分布式的存储机制,其去中心化、不可篡改等特点并且对于链上的交易数据进行实时监控。这种技术正是实现数据共享的关键技术,此种技术将会对数据共享产业产生重大的变革。基于此种技术进行数据共享模型,如图5所示。

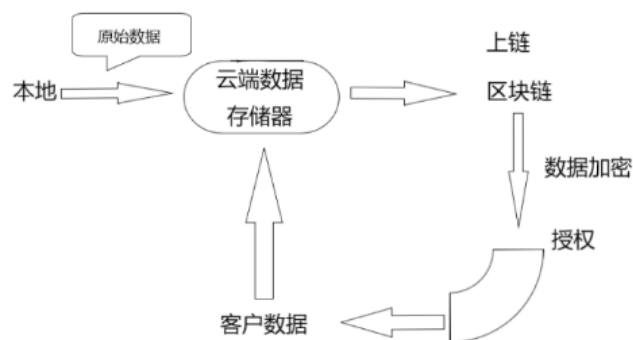


图5 旅游交易共享数据模型

第一步,将交易的原始数据进行区块链记账,利用区块链技术的不可篡改特点,从而保证交易数据的准确性。

第二步,对数据进行加密,采用国密算法的非对称加密技术,精确到每一条数据,以此保证数据安全性。旅游交易系统采用的是区块链中的私有链加公有链的联合架构。私有链用户根据自身服务的需求,通过智能合约与服务提供商进行交易,进而交易数据生成区块,将区块头提交给公有链,在数据请求共享时,请求方将会通过公有链得到数据提供方的数据,数据拥有方将会根据授权机制向请求方提供数据,这种数据共享将会使数据更安全、更方便。

4 结论与展望

4.1 结论

本研究从区块链的概念、特征、类型等入手,根据旅游市场的交易需求进行旅游交易系统的设计。研究主要基于区块链技术智能合约层进行旅游交易统计系统设计,分别探讨了基于区块链的旅游交易系统的核心功能、总体构架、旅游交易链设计、旅游交易交互规则设计,并进行了旅游交易数据的共享模型构建。同时,从旅游者、旅行社以及相关各衔接部门的角度进行了分析。本研究的目的在于解决旅游交易中数据的安全性和数据统计的一致性,最大优化旅游者对信息服务的体验感。基于本研究的系统设计而研发的旅游交易平台不但能解决目前旅游交易统计中的“尴尬”,而且会最大化地使旅游信息产业、旅游信息使用者(现实和潜在游客)、旅游数据统计和管理部门等受益。

4.2 展望

区块链技术发展迅猛,但缺乏相关理论支撑,目前的价值分析和理论构想都需要硬核技术的实现。因此,为了满足区块链的旅游交易系统功能的需求,还必须加强技术的研发

和应用,同时配备相应的基础设施。只有综合发挥良好的区块链应用环境,才能抓住区块链技术的机遇,从容改革,实现创新。

参考文献

- [1] 钟籍,王本晨,杨娇梅.旅游业发展引发的社会弊端探析[J].农村经济与科技,2017,28(10):79-81.
- [2] 徐晨曦.互联网+旅游:技术只是手段服务才是目的[J].中国战略新兴产业,2018,(09):46-47.
- [3] 杨振之,郭凌波.基于区块链技术的旅游业去中心化知识共享机制刍议[J].旅游学刊,2019(08):1-3.
- [4] 李国权,闫黎.区块链澎湃第四次工业革命浪潮[J].高科技与产业化,2017,07(33):39-44.
- [5] 詹碧华.“区块链”是什么?——去中心化的可信数据库[J].中国周刊,2019,232(11):23-24.
- [6] 郭策.区块链综述[J].信息周刊,2019(09):0164.
- [7] 孙善勇,张玉清.区块链技术[J].首都师范大学学报(自然科学版),2020,041(02):81-84.
- [8] 栗祥.区块链技术对国际贸易单证的影响及对策[J].现代营销,2020(02):112-113.
- [9] 邓铭巍,欧崑,杨杰.几种典型区块链共识机制的安全性分析[J].计算机与现代化,2020(06):34-39+45.
- [10] 肖风.从公有链到私有链:区块链回归现实[J].当代金融家,2016(02):35-37.
- [11] 雷凯,束方兴,黄磊,等.面向跨域可信的泛中心化区块链DNS架构研究[J].网络与信息安全学报,2020(02):19-34.
- [12] 周钰.区块链的思考与创新[J].中国金融,2018(02):68-70.

Empirical Research on the Relationship between Import and Export Trade and Economic Growth in Henan Province, China

Bing Lu

School of Economics, Henan University of Economics and Law, Zhengzhou, Henan, 450046, China

Abstract

Based on the time series data of Henan province from 1978 to 2019, this paper USES ADF unit root test, co-integration test and Granger causality test to study the relationship between foreign trade and economic growth in Henan Province. It can be concluded as follows: There is a one-way Granger causality between LGDP, LT, LIM and LEX of Henan Province, that is, foreign trade of Henan Province is the Granger cause of economic growth, but GDP is the Granger cause of import growth, not the Granger cause of total trade and export trade, while there is no Granger causality between import and export trade of Henan Province. Based on this, the paper puts forward the policy Suggestions to promote the development of Henan's foreign trade.

Keywords

foreign trade; economic growth; unit root test; co-integration test; Granger causality

中国河南省进出口贸易与经济增长关系的实证研究

卢冰

河南财经政法大学经济学院, 中国·河南 郑州 450046

摘 要

论文基于河南 1978—2019 年时间序列数据, 运用 ADF 单位根检验、协整检验和 格兰杰 (格兰杰) 因果检验, 研究中国河南对外贸易与经济增长的关系。得出如下结论: 河南省的 LGDP、LT、LIM 和 LEX 之间存在着单向的格兰杰因果关系, 即河南省的贸易总额以及进出口是经济增长的格兰杰原因, 进出口是贸易总额的单向格兰杰原因, 而河南省进、出口贸易间不存在格兰杰因果关系。基于此, 论文提出促进河南外贸发展的政策建议。

关键词

对外贸易; 经济增长; 单位根检验; 协整检验; 格兰杰因果检验

1 引言

一国的发达程度很大一部分是取决于这个国家的经济发展情况, 而一国的经济要想迅速发展起来, 单单依靠国内的投资和消费是远远不够的。自 1978 年改革开放以来, 中国的对外开放程度越来越大, 中国的经济也因此得到了迅猛的发展。作为一个内陆省份, 中国河南省对外开放起步较晚, 内向型经济长期占据主导地位, 近年来紧跟国家“稳增长、调结构、促平衡”的经济政策。此外, 河南省是中国中原地区, 是中国的陆上交通重要节点, 位于“丝绸之路经济带”的西边、

南边以及海上“丝绸之路”的交汇点, 也被称为“中国高等级的国际综合交通枢纽”。中国河南省的对外贸易取得了长足的发展, 成为省内国民经济和社会发展的主要推力。论文选取 1978-2019 年中国河南省外贸进出口、外贸总额和河南省 GDP 的年度数据, 利用 Eviews 软件对数据进行单位根检、协整检验和格兰杰因果检验, 探讨河南外贸与经济增长的长期关系。

2 河南经济增长与对外贸易现状

2.1 经济增长现状

自中国改革开放以来, 河南省的 GDP 一直处于上升趋势, 从 1978 年的 162.92 亿元上升至 2019 年的 54259.2 亿元, 年均增长率为 14.83%, 从 2003 年之前增速较缓, 2003 年之后

【作者简介】卢冰 (1997-), 女, 中国河南封丘人, 研究生在读, 从事经济思想史研究。

增速开始上升,如图1所示。

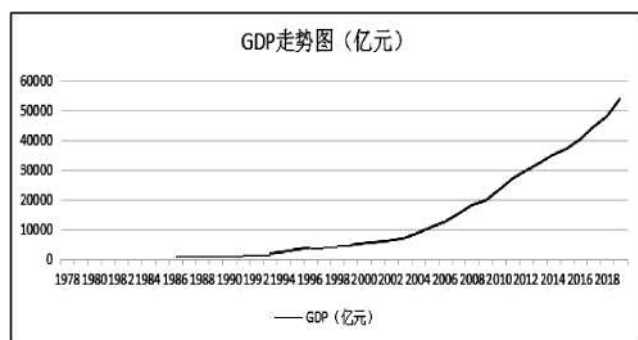


图1

2.2 对外贸易现状

河南对外贸易总额方面,1978年贸易额仅为1.99亿元,2019年达到5711.6亿元,进出口总额是1990年的50.17倍。其中,出口从1978年的1.72亿元增加到2019年的3754.6亿元;进口从1978年的2708万元增加到2019年的1957亿元。河南对外贸易出口增速远大于进口增速,且对外贸易所选取年份均保持顺差。河南外贸的主要特点是中小企业是外贸的主力军。在外贸结构方面,出口主要是制成品,进口主要是初级产品,贸易结构初步得到改善。但应该注意到河南的出口仍然主要是低附加值产品,缺乏核心技术和自主创新能力的现实。

3 实证分析

3.1 数据来源

论文构建了河南GDP与进出口贸易、出口贸易和进口贸易的回归模型,并从长期角度研究了河南经济增长与这些变量的关系。选取河南1978-2019年相关数据,数据来自《河南统计年鉴》,运用最小二乘法分析贸易和GDP的关系。对外贸易以美元计价,在分析时应对数据进行以下初步的处理。

首先,进出口贸易单位是美元,按照当年的平均汇率换算成人民币。

其次,为了使时间序列数据具有可比性并消除价格的影响因素,论文以(1990=100)为基期用消费价格指数(CPI)对数据GDP平减,剔除价格波动的影响,使之在纵向具有可比性。

最后,取对数处理,可以有效消除时间序列数据可能存在的异方差,同时可以减小数据的剧烈波动。论文中,GDP、进出口总额、出口总额、进口总额分别用LGDP、LT、LEX、LIM表示。

3.2 单位根检验

单位根检验是指检验序列中是否存在单位根,因为存在单位根就是非平稳时间序列了。其中,单位根就是指单位根过程。可以证明,序列中存在单位根过程就不平稳,会使回归分析中存在伪回归。当单位根检验的ADF值大于临界值存在单位根;当ADF值小于临界值即不存在单位根。单位根检验是协整检验和格兰杰因果检验的基础,必须所有变量是同阶单整序列时才能进行下一步的检验。

表1 单位根检验结果

变量名	检验类型	ADF 值	临界值 (1%, 5%, 10%)			结论
LGDP	Trend and Intercept	-0.615	-3.601	-2.937	-2.607	非平稳
ΔLGDP	Intercept	-5.601	-3.610	-2.939	-2.608	平稳
LT	Trend and Intercept	-2.770	-4.205	-3.527	-3.195	非平稳
ΔLT	Intercept	-4.914	-3.606	-2.937	-2.607	平稳
LEX	Trend and Intercept	-2.472	-4.199	-3.524	-3.193	非平稳
ΔLEX	Intercept	-5.452	-3.610	-2.939	-2.608	平稳
LIM	Trend and Intercept	-1.626	-4.199	-3.524	-3.193	非平稳
ΔLIM	Intercept	-6.223	-3.606	-2.937	-2.607	平稳

从表1中可以得出,在5%的显著水平下,变量LGDP、LT、LIX和LEX均存在单位根,即这四个变量的水平序列是不平稳的,但是这四个变量在一阶差分后,在5%的显著水平下都是平稳的,说明变量LGDP、LT、LIX和LEX是一阶单整序列,因此这四个变量满足进行协整检验的条件。

3.3 协整检验

单位根检验表明,LGDP、LT、LEX、LIM都是一阶单整的,这四个变量之间应该存在一个平稳的线性组合,也即LGDP、LT、LEX、LIM之间应该存在一个长期的稳定关系。关于变量之间的协整检验,主要有Engle-Grange两步法和

Johansen 检验。前者主要针对两变量的协整检验；后者可用于多变量之间的协整检验。论文采用 Johansen 检验对以上四个变量进行协整分析，其检验结果见表 2。

表 2 Johansen 检验结果

原假设	特征值	迹检验统计量	5% 临界值	检验结果
$r=0$	0.6050	31.6324	25.4538	无协整关系
$r \leq 1$	0.3458	13.3541	14.7358	最多一个
$r \leq 2$	0.1653	11.7854	9.4563	最多两个
$r \leq 3$	0.2564	5.8321	3.8723	最多三个

根据表 2 中的检验结果，由于迹检验统计量 $31.6324 > 25.4538$ ， $13.3541 < 14.7358$ ， $11.7854 > 9.4563$ ， $5.8321 > 3.8723$ 所以在 5% 的显著水平下，只有存在一个协整向量，即序列 LGDP、LNIX 和 LNEX 之间只存在唯一的协整关系。我们进行协整回归，可以得到回归方程如下：

$$DLGDP = 0.03874DLT + 0.0274DLEX + 0.0125DLIM + 0.0584 - 0.1967ECM_{t-1} + e_t$$

$$t=1.6523 \quad 3.4836 \quad 2.4783 \quad -1.4536$$

$R^2=0.9072$ $DW=1.8349$ $F=77.8943$ ，其中 ECM 是误差修正项

我们从回归方程的结果可以看出，协整方程的总体拟合优度为 0.9072，DW 量为 1.8349，说明方程拟合较好且不存在序列相关，并且各个系数的估计值比较显著，因此说明 LGDP、LT、LEX 以及 LIM 之间存在长期的均衡关系。

3.4 格兰杰因果检验

协整检验结果只告诉我们 LGDP、LT、LEX 以及 LIM 之间是否存在长期的均衡关系，但是这种关系是否构成因果关系还需要进一步验证，而格兰杰因果关系检验可以解决此类问题。格兰杰因果关系检验的基本思想是：在做 y 对其他变量（包括自身的过去值）的回归时，如果把 x 的滞后值包括进来能显著地改进对 y 的预测，就认为 x 是 y 的格兰杰原因。格兰杰因果关系检验结果如表 3 所示。

由表 3 可知，河南省的 LGDP、LT、LIM 和 LEX 之间存在着单向的格兰杰因果关系，即河南省的贸易总额以及进

出口是经济增长的格兰杰原因，进出口是贸易总额的单向格兰杰原因，而河南省进、出口贸易间不存在格兰杰因果关系。

表 3 格兰杰检验结果

原假设	F 统计量	Probability	结论
LGDP 不是 LT 的格兰杰原因	1.44640	0.2491	接受
LT 不是 LGDP 的格兰杰原因	8.42357	0.0010	拒绝
LGDP 不是 LEX 的格兰杰原因	1.87198	0.1689	接受
LEX 不是 LGDP 的格兰杰原因	3.64492	0.0365	拒绝
LGDP 不是 LIM 的格兰杰原因	0.94499	0.3984	接受
LIM 不是 LGDP 的格兰杰原因	13.7952	4.E-05	拒绝
LT 不是 LEX 的格兰杰原因	3.39597	0.0449	拒绝
LEX 不是 LT 的格兰杰原因	2.92212	0.0271	拒绝
LT 不是 LIM 的格兰杰原因	3.15371	0.0550	接受
LIM 不是 LT 的格兰杰原因	2.92212	0.0271	拒绝
LEX 不是 LIM 的格兰杰原因	0.65778	0.5243	接受
IM 不是 LEX 的格兰杰原因	0.39627	0.6758	接受

4 结论与建议

4.1 结论

由协整检验结果可知，1978-2019 年河南省经济增长与进、出口贸易之间存在着长期的均衡关系。即在长期中，河南省的进口每增长 1%，GDP 将增长 0.0125%；而出口每增长 1%，GDP 将增长 0.0274%，出口对于经济的影响更大，在短期内，河南省对外贸易与经济增长的长期均衡关系发生了偏离，但是这种偏离向长期均衡调整的速度相对较快，具体而言，每年的经济增长的实际值与长期值得偏差有 19.67% 被修正。

由格兰杰因果关系检验结果可知，河南省的 LGDP、LT、LIM 和 LEX 之间存在着单向的格兰杰因果关系，即河南

省的贸易总额以及进出口是经济增长的格兰杰原因,进出口是贸易总额的单向格兰杰原因,而河南省进、出口贸易间不存在格兰杰因果关系。

4.2 建议

4.2.1 重视出口

重视出口对河南经济的促进作用,出口是促进河南产业结构升级,引进先进技术和的重要途径。引进河南急需的先进机械设备、关键零部件和其他生产要素,将极大地促进河南的产业结构升级和经济增长。有利于提高河南企业的科技和管理水平,有助于企业的自主创新和研发能力提升,进而提升产品的国际竞争力,扩大市场份额。

4.2.2 充分利用河南政策优势和区位优势

河南地处位于“丝绸之路经济带”的西边、南边以及海上“丝绸之路”的交汇点,充分享受国家政策和自治区政府政策和财政的支持,大力拓展国际市场,努力发展服务贸易。积极实施多元化战略,在巩固欧美和日韩等传统市场合作关系的同时,努力开发新兴市场,有效利用电子商务平台和传

统市场相结合的方式,不断提高河南省产品在国际市场上的曝光率和占有率。在注重增强传统出口商品的优势时,还应努力发展服务贸易,积极推动服务贸易和货物贸易相互促进、协调发展。

参考文献

- [1] 杨全发,舒元.广东对外贸易促进经济增长分析[J].世界经济文汇,1999(04):8-11.
- [2] 许晓红.对外贸易与山东经济增长的格兰杰因果分析[J].中国商贸,2009(15):159-160.
- [3] 邢国繁,王爽,刘运良.海南省对外贸易与经济增长的关系实证分析[J].对外经贸,2017(12):26-28.
- [4] 姬宇,王成新,李雅楠,等.改革开放以来中国对外贸易与经济增长关系实证研究[J].对外经贸,2017(04):4-7.
- [5] 苏小莉.我国对外贸易与经济增长关系的实证研究[J].现代管理科学,2018(02):87-89.
- [6] 张玉,寇明龙.新疆对外贸易与经济增长关系研究[J].市场研究,2019,(008):57-58.

Advertising Marketing, Sales Marketing and Financial Performance——Empirical Research Based on the Data of Home Manufacturing Industry in China

Linyu Fan

Xiamen University Tan Kah Kee College, Zhangzhou, Fujian, 363105, China

Abstract

This paper takes A-share household Manufacturing Listed Companies in Shanghai and Shenzhen stock exchanges from 2016 to 2019 as the sample space, and uses multiple linear regression to study the influence of advertising expenditure and sales Investment on enterprise performance. The results show that: advertising marketing investment has a positive impact on both turnover and operating profit, but the impact on operating profit is significantly decreasing. At present, sales marketing investment has a significant negative correlation effect on current operating profit. The influence of advertising marketing on operating profit is obviously stronger than that of sales investment. This study is instructive for the industry enterprises to formulate marketing strategies, the government to guide the industry, and realize the optimal allocation of market assets.

Keywords

advertising marketing; sales marketing; financial performance; home manufacturing industry

广告营销、销售营销与财务绩效——基于中国家居制造行业数据的实证研究

樊林垵

厦门大学嘉庚学院, 中国·福建 漳州 363105

摘要

论文以2016年-2019年沪深两市A股家居制造业上市公司为样本空间,以多元线性回归研究该行业广告支出、销售投入对企业绩效的影响。结果表明,广告营销投入对营业额及营业利润均为的正向影响,但对营业利润的影响幅度在明显下降,现阶段销售营销投入对当期营业利润呈显著负相关效应。广告营销对营业利润的影响程度明显强于销售投入。本研究对该行业企业制定营销策略、政府对行业的引导有启发性,实现市场资产最优配置。

关键词

广告营销; 销售营销; 财务绩效; 家居制造业

1 问题的提出

为了生存和发展,企业通常会进一步增加资源投入,在市场争夺中获取生存空间,构建竞争壁垒。在这一过程中,企业营销战略起着关键作用,尤其是在企业面临资源约束的困境下,如何证明营销有助于企业价值的创造与提升,成为一个重要的研究课题。

营销作为制造业企业价值实现的最后一个环节和重要节

点,对于直接面向消费者的产品而言,广告营销则是其由价值创造转化为价值实现的重要渠道。当下除了报纸杂志、电视、展览、网页等传统的广告宣传方式,也涌现出很受商家青睐的抖音、快手等短视频直播带货等营销方式。为了扩大商品的曝光率和销售量,企业必须进行广告营销或明星代言带货,而高昂的营销费用最终会转嫁给消费者或者挤轧制造商的利润空间。广告营销、销售营销不合理的资源配置可能会同时削弱二者对财务绩效的促进效应。对于面向终端消费这家居制造业来讲,当前阶段的广告投入和销售投入是不足还是过渡、有没有对产品销售对企业价值达到最佳的效用这些问

【作者简介】樊林垵(1990-),女,中国福建厦门人,研究生学历,讲师,从事财务管理研究。

题值得实业界企业家的深思,也需要学术界通过理论和实际数据来论证。

论文以沪深两市 A 股家居制造业上市公司为样本空间,选出 2016-2019 年进行广告支出、销售投入明细披露的所有企业,对其与企业财务绩效的影响关系进行论证,试图探究该行业现阶段的变化趋势。以促使服装、纺织、制鞋、家具等家居业乃至整个终端消费品行业在正视广告营销和销售营销效应前提下制定发展战略和经营策略,实现企业价值增值。

2 文献综述

Lambin 以不同知名度的企业为研究样本,发现企业的广告投入与其品牌知名度呈显著负相关的关系,即越低知名度的企业为争取或保持企业的市场占有率,更愿意选择更大的广告投放。而高知名度品牌则无此倾向^[1]。

牛志勇、王军以符合条件的 2004-2011 年中国制造业为样本空间,实证方式发现广告支出、销售支出分别对企业绩效呈现出正向的长期效应、短期效应,并且前者更显著。市场竞争分别能正向、负向地显著调节广告支出、销售支出对企业绩效的影响^[2]。但样本几乎是持续多年的广告投入状态,研究本身所用是各年截面数据,无法区分当期财务绩效是由当期还是往期贡献的,各年之间的广告投入有无交互影响并未知晓。这也为后续学者探究其中关系提供了思路。

赵保国、阙人超考虑到不同广告投放规模及广告强度随着量上的变化,对企业绩效未必是显著的线性关系,引入门槛回归的方式,对传统制造业企业 2005-2007 年的 127537 个样本进行平衡面板研究^[3]。研究发现传统制造业的最佳广告强度区间为 [0, 0.463]。

马艳艳、逯雅雯等以医药制造业、日化制造业、通讯及电子制造业为样本空间分别进行了关于广告、研发投入与企业绩效的关系的实证分析,发现三行业的企业经济效益与其广告投放额的关系存在显著的行业差异性,研发与绩效均具有倒 U 型关系^[4]。但其仅对 2005 年至 2007 年的三年其数据进行分行业研究,时间序列过短,数据上仅一年由减转增即得出倒 U 型的结论不具有说服力。

论文以家纺、服装、制鞋、家具等家居终端消费行业上市企业为样本空间,研究该行业广告营销投入、销售营销投入与企业财务绩效关联性。如果研究当期广告营销对滞后期经济绩效的影响关系,会存在较强的内生性问题,而且很难

区分是当期还是滞后期同期的广告投入对滞后期绩效的影响。在媒体充斥消费者生活的当下,研究广告投放的视觉和听觉的即时效应更有意义,所以论文只做当期的影响分析。

3 实证研究

3.1 研究设计

3.1.1 研究假设

假设一:广告营销投入与当期营业收入、营业利润均显著正相关。

假设二:销售营销投入与营业利润显著正相关。

3.1.2 样本选取与数据来源

论文以 2012 年证监会对上市公司行业划分标准,当前 A 股制造业中纺织、服装、皮革毛皮及制鞋业、家具等家居终端消费行业为样本空间,2019 年度空间总容量为 123 个。论文拟议 2016 年 -2019 年四年的数据进行研究,为最大程度地保持研究样本总量,采用 5 年期的截面数据进行实证。通过对细分行业的上市公司附注中有具体列示广告投放、销售投入的企业进行筛选,共 376 个样本。论文数据均源自国泰安数据库(2021 年 2 月)。

3.1.3 变量设计

(1) 被解释变量

营业额的增加是广告营销及销售营销最直接目的,但企业更关注扣除各项营业费用之后的营业利润是否增长。故本研究将营业收入 Y、营业利润 R 设为被解释变量。

(2) 解释变量

广告营销投入(advertisement for sales,简记为 Ad),部分研究仅把单纯的广告费归为解释变量的范畴。但是财务记账时仅将取得第三方公关营销公司或广告公司开具的广告费发票上载明费用作为广告费的明细列示。而对于实质上同样是为了营销宣传的展览费以及自行印制海报、展板等费用,却排除在外。论文从广告本质出发,将广告费、展览费、宣传费、品牌推广费用等都涵盖进来,以规避不同企业对广告营销细则不同划分口径的干扰。另外,对于财报中有披露广告明细、但某期数据为空的,为避免样本空间的进一步缩小,将该样本的广告投入数值赋值为 1 元。

销售营销投入(promote for sales,简记为 Pro),销售投入包含两大类:以差旅费、单独列出的交通费、业务招待费为代表的促进销售合同达成的支出,即业务员的出差开销、

同城或异地用车费用、对客户业务招待支出等；以销售人员的基本工资、福利费、绩效提成、外派业务员薪酬等固定或半固定的销售投入。

(3) 控制变量

为规避样本的规模差异对实证结果的干扰，论文以总资产规模取对数作为控制变量，记为 *size*。

3.2 描述性统计分析

论文以所选样本四年数据进行描述性统计分析，篇幅所限 2019 年详细数据和 2016 年、2017 年、2018 年各变量均值列示至表 1。

结果显示：近四年家纺、服装等家居类行业的企业规模在明显上升，整体行业平均营业额也由 28.947 亿元（79 家）上升到 35.356 亿元（101 家），该行业明显出于上升态势，整个市场规模和需求均在扩大。行业平均利润呈小幅度下降趋势，但考虑到行业样本规模在扩大，整体行业利润仍然出于上升趋势。行业毛利率由 2016 年的 33.78% 平稳上升到 2019 年的 34.33%，也显示出该行业的市场竞争并未如食品行业激烈。2015 年广告均值为 34.40 百万元，结合表 1 至 2019

年广告均值快速上升至 81.278 百万元，并且广告占销售费用比例余额 14%，呈现升高趋势，越 14%。营销人员的薪酬、销售费用均随营业额的增加逐年升高。

3.3 回归分析及模型检验

论文为验证研究假设，分别以广告投入 *Ad*、销售投入 *Pro* 为自变量，企业总资产取对数作为控制变量 *size*，运用 SPSS 软件进行分析以最小二乘估计法进行多元线性回归分析，探究其对营业收入、营业利润、销售毛利率的相关关系。具体回归结果及模型检验结果见表 2、表 3、表 4。

3.3.1 广告投入对营业收入影响的回归分析

依据假设一建立模型 $Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 * Ad_t + \alpha_2 * size_t + \varepsilon_t$ ，回归及模型检验结果见表 2。

表 2 结果显示，近四年的回归模型均在 1% 的显著性水平通过了 T 检验和 F 检验、标准误差较小，且拟合度逐年升高（调整后 R^2 均在 50% 以上），调整后 Beta 值显示 *Ad* 与 *size* 对营收的影响比重约 0.2:0.6，且近四年 *Ad* 解释力度明显递增。

表 1 2016–2019 年描述性统计结果

变量指标	2019 统计结果					2018 μ	2017 μ	2016 μ
	N	最小值	最大值	标准差	2019 μ			
资产亿元	101	6.125	806.613	90.271	56.943	55.038	51.763	51.966
营收亿元	101	3.311	219.697	40.528	35.356	34.379	32.525	28.947
营利亿元	101	-22.664	45.322	7.979	2.794	2.823	3.190	3.003
广告百万元	101	0.012	643.844	128.970	81.278	79.058	64.986	47.419
薪酬千万元	101	0.095	173.585	27.950	18.306	15.104		
差旅费百万	101	0.000	141.507	23.216	14.802	19.221		
销售费用亿	101	0.147	51.746	8.225	5.560	4.681	4.349	3.486
广告强度	101	0.0008	0.469	0.113	0.132	0.148	0.154	0.129
营业毛利率	101	-0.124	0.750	0.157	0.343	0.3384	0.343	0.3378
ROA	101	-0.570	0.175	0.114	0.030	0.027	0.065	0.058
有效 N	101							

表 2 广告投入对营业收入的影响回归及检验结果

N	变量	非标准系数		标准	T	显著性	R	调整 R2	标准误	F	sig.
		B	标准误	Beta							
2019	C	-589.60	62.422		-9.445	0.000	.836	0.693	22.45	113.88	.000
	Ad	0.112	0.02	0.357	5.725	0.000					
	size	64.447	6.603	0.609	9.76	0.000					
2018	C	-605.31	67.612		-8.953	0.000	.785	0.608	24.95	76.22	.000
	Ad	0.078	0.022	0.244	3.486	0.001					
	size	66.454	7.163	0.65	9.278	0.000					
2017	C	-586.23	69.245		-8.466	0.000	.756	0.562	26.18	63.34	.000
	Ad	0.086	0.027	0.228	3.132	0.002					
	size	64.473	7.346	0.639	8.777	0.000					
2016	C	-574.49	78.783		-7.292	0.000	.749	0.550	26.83	48.69	.000
	Ad	0.114	0.041	0.231	2.785	0.007					
	size	62.938	8.366	0.625	7.523	0.000					

表 3 广告投入对营业利润的影响回归及检验结果

N	变量	非标准系数		标准	T	显著性	R	调整 R2	标准误	F	sig.
		B	σ	Beta							
2019	C	-71.785	17.66		-4.064	0.000	.615a	0.366	6.353	29.87	.000
	Ad	0.022	0.01	0.354	3.951	0.000					
	size	7.618	1.86	0.366	4.077	0.000					
2018	C	-72.509	18.65		-3.888	0.000	.569a	0.309	6.882	22.73	.000
	Ad	0.020	0.01	0.31	3.335	0.001					
	size	7.732	1.97	0.364	3.913	0.000					
2017	C	-35.801	9.29		-3.853	0.000	.756a	0.563	3.513	63.54	.000
	Ad	0.030	0.00	0.598	8.231	0.000					
	size	3.892	0.98	0.287	3.949	0.000					
2016	C	-58.291	15.48		-3.765	0.000	.691a	0.464	5.273	34.79	.000
	Ad	0.042	0.01	0.476	5.249	0.000					
	size	6.240	1.64	0.344	3.796	0.000					

回归模型中广告投入 Ad 回归系数均为正, Ad 及资产规模的系数均以较高显著性水平通过 T 检验, 显示出广告投入对于企业营收高度正相关。但是 16-18 年年 Ad 系数明显递减, 19 年反弹, 反映出家居行业广告营销带来销售额的增长效应大致呈减弱态势。

2019 年回归模型为 $Y_{19} = -589.60 + 0.112 \cdot Ad + 64.447 \cdot size + \varepsilon_{19}$, 其余年份模型类似。

3.3.2 广告投入对营业利润影响的回归分析

依据假设一建立模型 $R_i = \beta_0 + \beta_1 \cdot Ad_i + \beta_2 \cdot Size_i + \varepsilon_i$, 回归及检验结果见表 3。

近四年的回归模型 R 方及调整后 R 方值均较高, 模型的拟合度较强, 且 F 值误差相对较小。近四年模型的 F 检验中显著性水平 sig. 值均为 0.000, 极高可信度通过 F 检验。

近四年模型的回归结果中, 解释变量的回归系数均在 1% 显著性水平内通过 T 检验。广告投入的系数为明显的递减正数 0.042、0.03、0.02、0.022, 广告投入对企业营业利润具有显著正相关, 但影响幅度呈现递减效应。标准化处理后的广告投入 β 系数显示, 广告投入对当期营业利润的贡献度也呈下降趋势, 至 2019 年约 0.354。

2019 年的回归模型为 $R_{19} = -71.785 + 0.022 \cdot Ad_{19} + 7.618 \cdot size_{19} + \varepsilon_{19}$, 2016 至 2018 年模型类推。

3.3.3 销售投入对营业利润影响的回归分析

依据假设二建立模型 $R_i = k_0 + k_1 \cdot Ad_i + k_2 \cdot Pro_i + k_3 \cdot Size_i + \varepsilon_i$, 回归及检验结果见表 4。

两年的回归模型均在 1% 的显著性水平下通过了 F 检验, 模型本身 R 均超过 0.5, 调整后 R 方虽没有前面两类模型理想, 但也超过 0.3, 统计出来的实际变量之间关系依然可以较大程度的可解释力, 超过大多数实际经济实证的拟合度。在说明并且模型的偏差 σ 只有 6.19 左右, 较为理想。故有理由相信该回归模型的解释度。

该模型的解释变量回归系数 β 的 T 检验的置信度均在 90% 以上, 广告投入对营业利润回归系数分别为 0.013、0.031, 二者显著正相关, 销售投入对营业利润显著负相关。广告投入、销售投入标准化处理之后的 β 值的比例 0.51:0.27, 广告投入对营业利润的影响程度高于销售投入。

2019 年回归结果为 $R_{19} = -83.008 + 0.031 \cdot Ad - 0.074 \cdot Pro + 8.864 \cdot size + \varepsilon$, 2018 年类似。

表 4 销售投入对营业利润的影响回归及检验结果

年限		2018				2019			
变量		C	Ad	Pro	size	C	Ad	Pro	size
非标准	B	-62.271	0.013	-0.079	6.579	-83.008	0.031	-0.074	8.864
	σ	19.225	0.007	0.043	2.047	17.81	0.007	0.03	1.89
标准	β		0.196	-0.213	0.31		0.509	-0.27	0.426
T		-3.239	1.768	-1.856	3.213	-4.662	4.734	-2.472	4.69
显著性		0.002	0.08	0.067	0.002	0.000	0.000	0.015	0.000
R		.590				.645			
调整 R2		0.327				0.397			
标准误		6.795				6.194			
F		16.69				22.99			
sig.		.000				.000			

4 研究结论

近四年来家居制造业企业广告投入对营业额及营业利润均为的正向影响,但对营业利润的影响幅度在明显下降,现阶段企业仍可以适度广告营销策略来进行市场渗透和开发,但应警觉拐点的到来。销售人员薪资、提成、差旅等销售行为对当期营业利润呈显著负相关效应。广告营销对营业利润的影响程度明显强于销售营销投入,企业的营销资源可在两者之间进行适当平衡。政府层面营造公正客观的传媒环境使企业优秀的产品以可信的广告营销渠道推向消费者。政府在政策导向时亦应适当引导企业资源整合,不盲目扩张,鼓励自我创新,鼓励企业在各环节各层面资源的合理配置。

5 展望

样本中解释变量差旅费用的记录是否规范统一,有的企业并未将差旅费单独列出,为了避免样本的流失造成实证的拟合度降低,论文将样本中未载明差旅费、招待费的以其他项目的数据折半估算。

样本空间方面,介于数据的取得限制,本研究暂时以国

泰安数据库中所选行业的上市公司为样本,而数量更多的非上市公司,无法纳入样本空间,故研究结果对整个行业的普适性可能有所偏差。本研究模型中为了最大程度地避免样本流失,未采用连续多年的面板数据,仅就截面数据进行行业分析。后续会弥补该方面的不足,继续探究企业在持续时期内的发展态势。

参考文献

- [1] Lehmann D R, Reibstein D J. Marketing Metrics and Financial Performance[M]. Cambridge: Marketing Science Institute, 2006.
- [2] 牛志勇,王军.市场竞争、营销投入与企业绩效——基于中国工业企业数据的实证研究[J].山西财经大学学报,2017,39(06): 113-124.
- [3] 赵保国,阙人超.传统企业广告投入与企业绩效的非线性关系研究——基于工业企业数据的门槛分析[J].北京邮电大学学报(社科版),2016,18(04):92-100.
- [4] 马艳艳,张晓蕾,逯雅雯.研发支出、广告支出与企业经济绩效——基于中国不同制造业子行业的实证研究[J].大连理工大学学报(社科版),2015,36(04):30-34.

Research on Audit of Financial Fraud in Agricultural Enterprises——Taking Zhenlong Specialty as an Example

Xiaojing Lu

Xiamen University Tan Kah Kee College, Zhangzhou, Fujian, 363105, China

Abstract

Under the background of the steady development of China's socialist market economy, in the face of the complex market, whether investors can make correct investment decisions in enterprise investment, the role of Certified Public Accountants is increasingly revealed, and the influence of their audit function in the market economy is expanding. However, in today's market trading activities, there are many cases of CPA audit failure. In recent years, the major financial fraud cases disclosed by China Securities Regulatory Commission are closely related to the audit failure of its company's audit unit. Once the audit fails, it will damage the trust of investors and affect the normal order of the securities market. Due to the audit cost and inventory storage characteristics, the audit failure of agricultural enterprises occurs frequently. For this reason, this paper believes that it is necessary to study the causes of audit failure of agricultural enterprises and its audit particularity, analyze the causes of audit failure, and find appropriate preventive measures for the existing problems, which will help to reduce the possibility of audit failure

Keywords

financial fraud; agricultural enterprises; Zhenlong specialty

农业企业财务造假审计研究——以振隆特产为例

鲁小静

厦门大学嘉庚学院, 中国·福建 漳州 363105

摘要

在中国社会主义市场经济稳健发展的大背景下, 面对纷繁复杂的市场, 投资者在企业投资方面能否做出正确的投资决策, 注册会计师的作用日益显露, 其审计职能在市场经济中的影响力日益扩大。然而, 在现今的市场交易活动中, 注册会计师审计失败的案例屡见不鲜。近年来, 证监会所披露的重大财务造假案例都和其公司的审计单位审计失败密切相关。审计一旦失败将会损害投资人的信心, 影响证券市场的正常秩序。由于审计成本和存货储存特性, 农业企业的审计失败问题频发。出于此因, 论文认为有必要针对农业企业审计失败的原因及其审计特殊性进行研究, 剖析造成审计失败的原因, 并对其存在的问题寻找适当的防范措施, 以降低审计失败的可能性。

关键词

财务舞弊; 农业企业; 振隆特产

1 引言

在现如今社会主义市场经济蓬勃发展、中国市场快速扩张之际, 财务造假、财务报告错误披露等现象频频发生。万福生科、绿大地、草原兴发、蓝田股份等农业上市公司未能按照会计准则反映公司实际情况, 虚假披露公司的财务报表信息; 会计师事务所由于各种主观客观条件的限制, 也未能发挥其监督保证职责, 出具了与实际情况不符的审计意见,

引发社会公众对公司发布的财务信息的公允性和可靠性的怀疑, 对会计师事务所客观性和专业性的质疑, 严重影响了市场秩序。

因农业行业独特的行业特点, 使其对农业行业的审计, 必须运用并合理掌握各项生产的特殊规律, 不仅要考虑自身经济规律的制约, 还要考虑自然规律的影响。论文通过对农业上市公司财务造假手段进行统计分析, 重点分析了振隆特产审计失败的财务报表层次和认定层次重大错报风险原因, 依据这些原因深入分析, 得出防范有关农业企业财务造假的措施。论文在现存资料的基础上就振隆特产审计失败案例进

【作者简介】鲁小静(1987-), 女, 中国河南新野人, 研究生学历, 讲师, 从事审计及内控研究。

行了进一步的解析, 充实了农业企业上市时财务舞弊和审计的研究^[1]。

2 农业企业财务造假现状分析

通过查阅数据库以及 2000-2019 年中国证券监督管理委员会上发布的数据, 现筛选并整理曾进行财务舞弊造假的农业上市公司数量, 如图 1 所示。财务舞弊的农业上市公司被曝光的时间如图 2 所示。

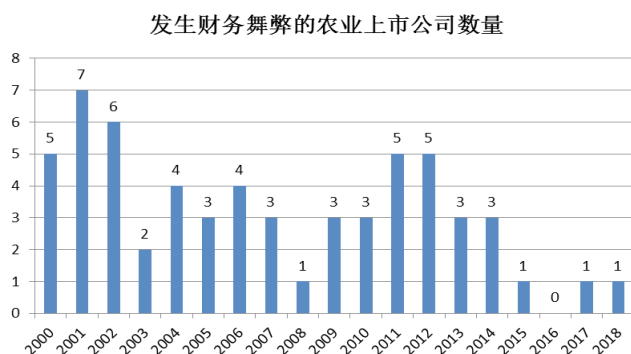


图 1 2000-2018 年发生财务舞弊的上市公司数量

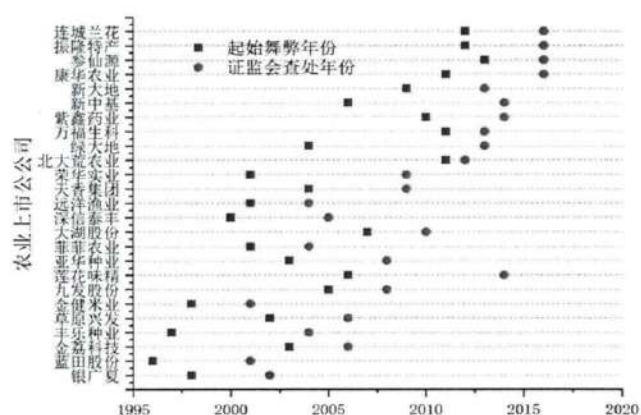


图 2 财务舞弊的农业上市公司被曝光的时间

通过图 1 的柱形图,我们发现从 2000-2018 年,几乎每年进行财务舞弊的上市公司都涉及农业企业,但自 2013 年开始,进行财务舞弊的数量有了下降的趋势,主要是由于 2013 年被披露的万福生科事件,该事件让中国注册会计师协会和中国证监会对农业企业财务舞弊情况的重视与关注,与审计农业上市公司的外部审计机构进行了长达三年的连续约谈,明确指出了农业上市公司审计的风险点,使这些农业上市公司的财务舞弊行为开始收敛。通过图 2 我们发现,调查舞弊行为的时间始终滞后于农业上市公司开始实施财务舞弊的时间。即外部审计机构在对财务舞弊的农业上市公司进行审计时,审计人员未能勤勉尽责,审计程序和审计证据还不够,未能识别出这些企业的财务舞弊行为^[2]。

2000-2019 年中国农业上市公司造假舞弊手段如表 1 所示。

表 1 2000-2019 年中国农业上市公司造假舞弊手段汇总

舞弊手段	数量	百分比
虚假资产负债表类		
虚增资产	10	40%
虚增存货、生物性资产	7	28%
虚增货币资金	5	20%
虚减负债	5	20%
虚列资产结构	2	8%
虚假利润表类		
虚增主营业务收入	20	80%
其中：虚构收入	15	60%
虚减成本或费用	10	40%
虚列收入	3	12%
违规披露类		
延迟披露	4	16%
不完整披露	18	64.3%
其中：隐瞒关联事项	12	48%
虚假披露	4	16%

由表 1 可以看出, 中国农业上市公司主要采用的财务舞弊手段是隐瞒关联方关系进行交易、虚增资产、虚增主营业务收入、虚减成本或费用, 从而粉饰其报表。由此, 论文从舞弊手段的“重灾区”入手, 借用振隆特产股份有限公司, 这一同样为典型的农业企业, 对该类型企业常用的舞弊手段进行分析。

3 振隆特产上市公司财务造假案例

3.1 案例背景

该公司前身是阜新振隆土特产有限公司,成立于2000年,是一家中外合资企业,拥有外贸出口自营权,2011年进行股份制改革,更名为辽宁振隆特产股份有限公司。该公司主营干果类和坚果类食品的加工和出售。其中,南瓜子和瓜子仁是辽宁振隆特产股份有限公司里最大的业务链,其存货占该

公司的原材料比重很大。辽宁振隆特产股份有限公司由于其生产产品的自然特性,其生产的稳定性易受自然环境因素的影响,很容易由于天气、季节性的因素,出现农产品生产质量产量波动大、存货腐烂变质的问题。此外,由于其业务也遍布于海外,给了该公司造假舞弊之便。而公司高层也进行自我催眠,把舞弊造假虚构为公司为了上市、融资所必要的举措,进行自我合理化。

3.2 造假手段

振隆特产运用了多种手段虚增营业利润进行财务舞弊,如虚增存货数量、虚增营业收入、虚增利润、设法阻止审计单位抽盘等方式。

3.2.1 虚增存货数量,未合理计提存货跌价准备

辽宁振隆特产股份有限公司大部分存货都属于农副产品,其原材料大部分是南瓜子、松子、开心果、面粉等,容易受天气情况和收购周期的影响,有很大的不确定性和季节性,很容易发生腐烂变质,且其存货数量非常多,占公司总资产的比例很大,存货的跌价风险高。

但从该公司披露的财报可得知,公司存货一直处于增长状态,从2011年的2亿余元骤增至2013年的近3亿元,这三年中,存货增长率高达43.27%,相比其同行业领军者——恰恰食品,其存货比重是恰恰食品的两倍之多,且远高于同行业的平均水平,且振隆特产的财务报表中并没有披露其存货的腐烂变质损失,令人不得不怀疑振隆特产股份有限公司是否存在虚增存货数量、未合理计提存货跌价准备的舞弊行为^[3]。

经过证监会的调查,发现辽宁振隆股份有限公司的确存在虚增存货数量的行为,该公司不计提已经处理的腐烂霉变的农产品,即不计提存货损失,于2012年至2014年间总计虚增存货3254.14吨、虚增利润7616.19万元,如表2所示。

表2 虚增的存货、利润金额及虚增金额所占比例表

	2012年	2013年	2014年
虚增存货	568.58 万元	1328.97 万元	1356.61 万元
虚增利润	1962.44 万元	2863.20 万元	2790.57 万元
虚增金额占利润总额的比例	34.13%	53.66%	99.76%

3.2.2 利用海外交易便利关系,谎报利润数据

境外贸易的监管不便,是企业财务造假的突破口,振隆特产股份有限公司也利用了注册会计师审计成本及其在海外的客户难以被完全查明的漏洞,伪造了一系列虚假合同,以此来夸大交易量和收益额。在2012-2014年的三年中,有将近8300万元的销售收入是由于其虚增了产品的销售单价,因此其利润也有了极大的增长(如表3所示),该公司为了掩盖其虚增的大量的销售收入的金额,又通过虚构应收账款、第三方回款、海外企业的其他应收款等方式来调节账面现金不符^[4]。

表3 虚增收入与其所占总利润比例表

	2012年	2013年	2014年
虚增收入	662.05 万元	1813.52 万元	5792.97 万元
虚增利润占总利润比例	8.62%	20.83%	67.34%

3.2.3 伪造存货数量,设法阻止审计单位抽盘

振隆特产股份有限公司从账面更改了农产品的产量、原材料的成本和库存量,在账面上不计提已腐坏或过期的农产品存货,借此在账面上虚增存货数量和收益。此外,在面临审计人员的调查时,谎报财务报表上的存货额、营业额及其他数据,同时又谎称自己的农产品存货上喷洒了有毒的杀虫剂,阻碍审计单位对存货实际数量和存货是否完好的进一步盘点,并且利用审计单位的工作疏忽,如实际监盘过程中,检查的比例低于实际应检查的数量比例,即在实际存货监盘过程时,审计工作小组的成员只是从该企业堆放农产品的每一堆中随机抽样部分存货进行核实重量与检查其质量,进而推断整堆存货的质量。

3.3 振隆特产上市公司审计失败原因分析

3.3.1 振隆特产公司财务报表层次的重大错报风险

财务报表层次的重大错报风险与财务报表整体存在密切联系,此风险进而会影响某一特定或者多项各类交易、账户余额和披露相关的具体认定。

振隆特产公司财务报表层次的重大错报风险与该公司薄弱的控制环境息息相关,被审计单位的股权结构、内部控制、经营管理方式等都存在一定问题。

(1) 股权高度集中

从股权结构方面,振隆特产的在股权上具有集中的鲜明

特点,黄丽琴在振隆特产中的股份占到了51.28%,而天岳投资占有振隆特产25.31%的股份,成为名副其实的 second 大股东,但第一大股东黄丽琴和第二大股东黄跃为姐弟关系。由此可见,黄氏亲属所持有的股份占到了振隆特产全部股份的76.59%,对振隆特产有很强的控制力,在实际决策中,小股东可能无法干预,在很大程度上,振隆特产更像是家族企业。

(2) 内部控制失效

振隆特产内部监管机制形同虚设,内部控制失效。担任公司监事会主席职务的王玉良在振隆特产刚成立不久就加入其中,作为原始股份持有者与公司的实际控制人关系密切。此外,孙力群兼任董事、审计委员和财务总监,不恰当的人员设置使审计委员会形同虚设,丧失功效。此外,其他两名监事会员工对于专业知识的掌握能力有限,甚至对财会审计知识一无所知,照此看来,作为股东的监事会主席失去独立性,从而不能进行有力的监督,对于存在的问题难以通过正常渠道向上级汇报,也难以从根源上得到解决,公司内部的审计部门成了摆设,在发挥审计和监督方面的作用微乎其微。

(3) 经营风险导致管理层舞弊

农产品是振隆特产在生产加工产品时需要最多的原料,而产品销售的途径大多是出口,所以公司的经营活动很容易受到存储风险、市场价格调整和市场供应量短缺等情况的影响,同时也会被汇率调整和全球经济及供求状况所影响。振隆特产作为民营企业融资的意愿强烈,想提高自己的行业的地位,在这种利益的驱动下,振隆很可能为了达到上市的要求,有意将公司的经营业绩、财务数据、主营业务进行伪造和编纂以抵消不确定因素的影响,掩盖经营业绩和盈利水平下滑的事实,由此产生了伪造财务信息的压力和动机。

3.3.2 振隆特产公司认定层次重大错报风险

振隆特产股份有限公司主要是以出口贸易农业产品的上市公司,故该公司财务报表认定层次的重大错报风险主要集中在存货这个科目。

(1) 存在性认定方面

振隆特产是以农业产品为主的上市公司,大部分农产品用于出口贸易,数据显示,2012年至2014年,振隆特产公司其中出口创造的总收入占该公司主营业务收入的73.25%、84.4%、85.27%,振隆特产各年末存货余额分别占资产总额的44%、39%及26%。经过审查,振隆特产分别通过调节出成率、调低原材料的采购单价对账面收入和成本进行调整,使财务

报表中的利润和存货虚增。通过这种虚增手段,导致该企业2012-2014年财务报表收入多记了1962.43万元、2863.19万元、2790.5万元,呈现逐年上升的趋势。

(2) 计价与分摊认定方面

①数量难以精确问题

农产品是农业企业重要且特有的存货,所占资产的总体比例较大,由于农产品范围过大,且有较强季节性、地域性,容易受到天气、温度、湿度等自然环境影响,加上自然灾害导致的损失难以证实,核查的难度大导致企业会计上对存货数量的虚增有可乘之机。

②计算复杂问题

农业行业企业主营业务收入大多来源于农业产品,而如今市场上农产品的种类多样,却没有统一的计算方案。一般对常规产品来说,主营业务收入是由数量×单价组成,然而农产品的单价因季节变化或市场行情波动起伏较大,在单位价格下降时,企业没有统一标准的单价,易在单位价格方面做手脚,即调高收入的单位价格,数量方面也如此,以至于最终的计价问题成为农业企业可能造假的一个重要方面。

③计提资产减值损失问题

振隆特产上市公司未对各个分厂中存放的农产品存货计提适当的存货跌价准备,其中因恶劣天气等客观因素未在账面确认已处理霉变存货损失的占有一定比例,最终导致财务报表中成本虚减,利润总额虚增。

3.4 瑞华会计师事务所不当的审计程序

3.4.1 风险评估程序的不完善

(1) 询问、观察程序过于形式化

审计人员对振隆特产公司实际情况的询问只是形式化的相信被审计单位工作人员的片面字词,对询问内容没有进一步核实,未能保持高度的职业怀疑态度;并在实地观察存货、原材料的数量、质量上存在疏忽,因被审计单位一味的阻碍理由就减少了监盘数量,实际抽盘的程序也不完善。

(2) 审计人员分析程序的缺失

振隆特产财务报表中显示原材料、存货等产品单价调增,最终使收入呈现突增现象,但审计人员未对原材料、存货等价格增长情况进行分析,最终使审计单位不能掌握收入突增的根本原因。

通过横向的比较,振隆特产公司的产品成本、毛利率等数据自身变动较大;结合纵向比较,将其与行业内平均水平

相比也应该对数据的真实性存在职业的怀疑,然而在此问题上,瑞华会计师事务所依然没有进行进一步的分析程序,并未结合农业企业的发展前景和实况进行分析,最终导致审计失败。

3.4.2 风险应对程序执行力不足

报表项目	风险评估结果	应对措施	执行情况
营业收入	重大错报风险	全面细致的检查原始凭证及合同条款	未执行
		实行函证	执行,但未保持函证真实可靠性
存货	认定层次完整性风险	实行严格的存货监盘	未执行
		加大抽盘数量和范围	未执行
营业成本	重大错报风险	核对实际进销账目与财务账目数额是否相同	未执行

3.4.3 存货监盘程序未能有效实行

存货监盘是指注册会计师现场观察被审计单位存货的盘点程序以及检查存货实物,并对已盘点存货进行适当抽盘的过程。

2013年瑞华会计师事务所在对振隆特产的风险评估及总体应对措施中提出,应当更加严格地审查被审计单位包装箱中的货物,理应设计并且实施进一步审计程序。然而,瑞华会计师事务所却以振隆特产存货密集堆放的情况为借口没有对垛中心存货进行检查,只“用现场随机方式进行抽样”,“分别在顶层、侧面、外围进行抽样”,此监盘方式很大程度上会忽视振隆特产存货总额造假的现象,在顶层、外侧、外围抽样出的存货可能是振隆特产事先为了应付审计人员将完好未变质的存货放在易于检查的位置,从而迷惑审计人员,违背了审计检查中随机抽样的原则(即保证全部存活被抽到的概率相等)。

既然审计单位已经评估出存货以及相关领域存货存在舞弊导致的重大错报风险,审计人员更应当减少检查风险,全面对存货进行盘点,确定已经适当整理和排列,并按顺序附有盘点标识,防止少记或重复记录,而瑞华不但未做到全面盘点,加大抽盘范围,增加抽盘数量,而且作为审计人员的注册会计师在对调查组的回答中混淆“检查存货”和“执行

抽盘”两个内涵不同的概念,其注册会计师专业性也应收到质疑。

存货监盘的难度需要第三方专业鉴定机构对货物进行检查,瑞华会计师事务所虽然做到了这一点,但鉴定机构却只是对存货的基本状况进行了评价,不能认证为证实存货存在有力的审计证据。除此之外,根据申辩意见中提及的审计底稿,瑞华会计师事务所核对库房进销存账与财务账是否一致这一程序并未如底稿所示的那样执行^[5]。

因此,可得出这样的结论:审计人员没有按照正确严谨的抽盘程序造成审计漏洞,审计期间的大部分抽盘程序是对振隆特产审计失败的原因之一。

4 对农业上市公司审计风险的防范建议

4.1 关注被审计单位及行业特点

审计单位应了解并关注被审计单位的行业特色、所处的经营环境、战略目标等,有助于识别财务报表中可能存在的舞弊风险以及可能存在的造假手段,制定出更加合理有效的审计策略。在本案例中,振隆特产是农业类企业,由于受多种因素的影响,收益具有较大的波动性,且其正筹备上市,因此其收入的舞弊风险可能性较高。

4.2 缜密的执行存货盘点程序

存货盘查的难度高,存货价格难以确定是农业企业的一大特点。核算方法较复杂且工作量大,这往往也是财务造假的高发地带。审计人员在面临期末集中审计工作量大的情况下,可能会简化审计程序以节约时间和减少审计成本。振隆特产在审计的过程中未将全部的存货纳入检查范围,只是从一堆存货中抽取部分检查,大大提高了审计风险和审计失败的概率。因此,审计单位应实施严格的存货监盘程序,对于存货余额比较大的企业,采用较高的抽盘比例。对需要估计数量的存货,审计人员需保证估计数的合理性,用往年同期或同行业平均水平与估计数进行对比,观察是否存在异常情况^[6]。

4.3 保持职业怀疑

大多数农业企业造假的方向一般是调整利润,而调整利润实践中需要虚构各种各样的原始凭证,如验收单、合同、出入库单、银行回单等,只有在内控制度未建立健全或者未得到有效执行的情况下,原始凭证造假才有可能顺利开展。因此,在开展农业企业审计时,应在审计单位整体层面和业

务流程层面充分了解和评价内部控制体系,并在此基础上有针对性的实施内控测试程序。当发现企业内部控制制度未建立健全或内部控制制度未有效执行时,注册会计师应当高度怀疑企业是否进行了财务舞弊,并验证其是否存在伪造原始凭证的行为。

4.4 适当调整风险评估

审计单位在对中国农业上市公司进行审计时,第一,应重点关注公司审计年度的经营、监管、市场等环境变化。根据这些大环境背景,及时调整对其审计的风险评估元素以及风险的大小,适当调整改进风险评估机制,结合以前年度对该农业上市公司的审计经验,合理预测存在的风险,然后加以妥善应对。对其内部控制体系审计时,始终坚持风险导向,并将对风险的评估结果结合到对该公司内部治理的评估,在此评估基础上,进一步调整审计程序,将被审计单位内部治理机制可能存在的风险降到可接受的低水平。如果在审计过程中,发现内部控制形同虚设,就要适当调整风险评估要素

和权重,在后续审计程序中,对其提供的资料持怀疑态度。并进行后续的跟踪检查,将检查风险降低到可接受范围内,提高发现该农业上市公司是否存在舞弊的可能性。

参考文献

- [1] 方焱冬,罗文兵.注册会计师审计失败案例研究——以振隆特产IPO案为例[J].管理工程师,2018,23(05):25-30.
- [2] 赵晓双.审计策略选择对审计失败的影响探究[D].重庆:西南政法大学,2017.
- [3] 吴秀静.基于GONE理论的我国农业上市公司财务造假的动机及识别研究[D].济南:山东大学,2018.
- [4] 魏梦妍.振隆特产财务舞弊分析——基于审计目标与审计程序视角[J].中国商论,2018(20):127-128.
- [5] 方焱冬.注册会计师审计失败案例研究——以振隆特产IPO案为例[J].管理工程师,2018(05):26-30.
- [6] 李艺.农业类上市公司审计中易出现的风险与对策[J].财务与会计,2015(06):63-65.

Analysis of Problems in Tax Analysis of Enterprises and Suggestions for Rectification

Chuanwei Wang

Shandong Lijiu Industrial Co., Ltd., Zibo, Shandong, 255000, China

Abstract

There are some problems in enterprise tax analysis, such as low quality and insufficient depth. Aiming at the problems of corporate tax analysis, the paper puts forward solutions from the aspects of clarifying the content of corporate tax analysis and optimizing the internal and external analysis environment.

Keywords

tax analysis; tax administration; tax; tax-related; enterprise value

浅析企业税务分析工作中存在问题及整改建议

王传伟

山东力久实业股份有限公司, 中国·山东 淄博 255000

摘要

企业税务分析工作存在着分析质量不高、深度不够等问题。论文针对企业税务分析工作存在的问题,从明确企业税务分析的内容、优化内外部分析环境等方面提出解决建议。

关键词

税务分析; 税务管理; 税收; 涉税; 企业价值

1 引言

在税收法定进程加快,大数据管税、控税的税收征管环境下,企业税务管理水平的高低将会对企业的经营发展产生深远的影响。为适应新形势,企业需要主动调整税务管理策略,逐步提高涉税数据分析能力,获取税收效益,防范税务风险,不断提升企业价值。

2 企业税务分析工作中存在的问题

2.1 税务分析的深度不够

从税务分析内容上看,它是全方位和多角度的分析,包括企业税种增减变化分析、税收政策执行情况分析、各涉税基础数据分析等,涉及企业经营的各个业务部门和业务环节;从企业税务分析的方法上看,它不仅仅是简单的数据之间的对比,而是在对大量的基础数据资料进行整理、加工、提炼

的基础上进行的科学、综合的对比分析。然而,现阶段企业的税务分析工作还停留在仅就税费的增减变化数据进行的简单对比分析,没有跳出“就数字论数字、就分析开展分析”的僵化模式。

2.2 税务分析的数据质量不高

真实、准确、完整的涉税数据是做好税务分析工作的前提和基础。然而,目前企业在会计核算、税法遵从度、核算软件的应用等层面良莠不齐,这就导致企业税务分析的基础数据的准确性大打折扣。与此同时,企业无法通过网络或行政机关公示信息获取可靠的行业涉税参照数据,这就导致企业涉税分析数据质量不高,基于这样的数据做出的分析,很难得出令人满意的结论。

2.3 企业税务管理人员综合素质偏低

税务分析是一项综合性工作,分析人员不但要具备一定的会计、税法知识,而且还需要掌握宏观经济、行业、业务、统计学、计算机技术等多方面的知识,只有具备了较高综合

【作者简介】王传伟(1988-),男,中国山东潍坊人,本科学历,从事财务管理研究。

素质,才能更好地进行科学有效的分析,也只有有效的分析,才能体现税务分析工作的价值。从目前企业实际情况看,税务管理人员综合素质参差不齐,大部分人员对税务分析技术不甚了解,对税收政策也是不求甚解,对宏观经济变化敏感度不高,不仅会影响税务分析的质量,也必然会影响企业的税务管理水平。

2.4 企业管理层对税务分析工作的关注度不够

很多中小型企业管理层本身对税法知识缺少了解,思想上没有意识到税务管理对企业的重要性,又受制于企业成本控制的需要,在企业内部管理制度设计时并没有对税务管理作出相应的要求,将税务管理工作直接交由企业会计核算管理,导致企业税务管理工作长期局限于数据搬运层面,甚至出现违法而不自知的现象。在企业受到行政处罚,遭受经济损失,因纳税信用等级低下,蒙受社会信誉损失的时候才意识到企业税务管理与分析工作的重要性。

3 企业税务分析工作可以创造的价值

3.1 为管理层提供决策依据

企业所处的经济发展状况和趋势对企业税费有连动作用,通过开展税务分析,在微观上可以了解本企业销售状况、采购情况、税负情况、资产增减变动情况等。宏观上可以了解本行业发展状况、国家及地方对产业的调整方向等。有效的税务分析可以为企业适时调整营销策略、降低资金占用、产业转型、调整企业组织架构等决策提供理论支撑。

3.2 能为企业创造税收收益

有效的税务分析能为企业相关经营活动提供最有利税收政策支持,帮助企业获取税收收益。

3.3 有助于提升企业管理水平

通过对本企业涉税数据与行业数据的比较分析,揭示企业运营中存在的薄弱环节,进而优化内部管理流程,不断提升内部企业管理水平。

3.4 有助于防范涉税风险的发生

通过对重点税种的纳税分析,反映企业在税务核算和纳税过程中存在的问题,及时自查自纠,有效防范非主观因素形成的涉税违法违规行。

4 提升企业税务分析工作价值的几点建议

目前,企业税务分析工作普遍存重视、税务管理人员素

质不高等问题,这就导致其在企业经营中创造的价值较低,综合上述情况,对企业涉税分析工作提出以下几点具体应用建议。

4.1 明确税务分析的内容

4.1.1 企业基本情况分析

(1) 纵向比对分析

对本企业销售收入、对外投资、成本费用、利润、资产、负债、职工人数、工资、税款等各项指标与上年同期数据进行比较分析,分析增减变动情况,并挖掘形成原因。

(2) 横向比对分析

将本企业税负与同行业纳税人的税负进行比较分析,如果税负偏高或偏低,则需要深入分析形成原因。同时,企业应将各税费种的独立申报数据进行横向勾稽比较,如将企业所得税汇总表中列示的房屋及建筑物原值与房产税中房源登记信息比对。

4.1.2 税费变动原因分析

(1) 宏观环境引起的税费变化分析

主要分析国家有关政策,国际、国内市场变化、自然环境等因素对企业经营导致的利弊影响。

(2) 企业自身因素引起的税费变化分析

主要分析企业的生产经营规模的扩大或缩小,对外投资的增加或减少,经营状况的好坏等因素对税费的利弊影响。

(3) 税收政策因素引起的税费变化分析

主要分析正在执行的税收政策和新出台的短期内将要实施的税收政策对企业的影响,如正在执行的税收优惠政策即将到期,或新的税收政策将增加或减少企业纳税金额等。

4.1.3 税费预测分析

根据企业预算对企业涉及的主要税费种可能发生的变化进行预测分析,合理预计企业在未来期间的纳税情况,灵活安排企业资金使用及各种经营决策。

4.2 优化税务分析工作的内外部环境

4.2.1 提高管理层对税务分析工作的重视度

企业税务分析工作是一项技术性、时效性、针对性、综合性较强的工作,需要财务部门上下级之间和同级各个部门间的相互协作和信息沟通,只有多部门密切协作配合才能更好地完成工作。这就需要企业管理层在公司层面为企业税务分析营造良好的内外部环境,提升企业税务分析的价值高

度^[1]。在实际工作中,除了要打破财务部门单一的报表汇总、分析写作的税务管理模式,还要由管理层牵头逐步建立由企业财务部门、生产部门协调配合建立一个职责明确、全方位、多层次的涉税事务工作机制,确保税务分析的质量和 value 发挥^[3]。

4.2.2 提高企业税务管理人员综合素质

提高企业税务管理人员素质、提升其税务分析能力是做好税务分析工作的根本保证。因此,在实际工作中要加强对企业税务管理人员的专业能力、税收政策掌握能力、综合分析能力的培训,多方面提高税务管理人员的综合素质。

(1) 加强税务管理人员内外部培训交流学习

聘用专业团队采取以会代训、专题培训、长短期培训结合等形式,加强对企业税务管理人员的系统培训,同时要拓宽视野,通过外出考察等方式,充分借鉴其他企业优秀的税务分析案例,并与之开展经常性的经验交流,不断开拓分析思路,切实提高税务管理人员的综合素质。

(2) 税务管理人员需要提高税收政策的研究能力

如果不注意加强对税收政策变化情况的研究,就容易造成丧失税收收益或引发税务风险的不良后果。因此,需要税务管理人员及时从大量的涉税信息中提取有利用价值的信息,对企业自身情况及税费政策进行分析、判定,实现税收优惠政策的应享尽享^[2]。

(3) 税务管理人员应加强税务知识学习能力

为确保企业合法、合理、准确纳税,需要税务管理人员加强对税收法律的学习,充分了解各税种申报数据之间的勾稽关系,掌握必要的税收分析技巧。

4.2.3 税务分析要加强对宏观经济环境的研究

目前,影响企业税费变动的因素日趋复杂,如果忽视对企业本身所处地区、所处的营商环境、市场环境、所处行业、上下游企业发展情况的调查研究分析,就难以揭示企业税费

增减变化的外在原因,就不能较准确、客观反映企业目前税费的变动情况及未来发展趋势。因此,在实际工作中,要注重区域经济发展情况对企业的影响,要注重能源和原材料价格变化对税费的影响,新税收政策措施对税费的影响等,只有这样,税务分析才能更全面的反映企业当期的实际情况,才能对企业税务管理工作提出针对性的措施,发挥其价值。

4.2.4 提升企业财务核算软件的应用功能

随着企业的不断发展壮大,财务管理工作的需求也日益复杂,这就需要企业财务核算软件随之不断升级,这为企业税务分析工作提供了必要的基础条件^[4]。税务分析人员要充分利用现有软件平台,甚至可以根据实际税务分析的需要,对现用软件进行二次开发,实现涉税数据采集,分类整合、综合对比等基础功能,减轻税务管理人员的工作负担,及时、准确、全面地生成涉税分析所需要的基础数据报告。

5 结语

税务分析工作是企业管理中的重要一环,企业管理层和税务管理人员要充分认识到税务分析在企业管理中的重要价值,从多方面改善企业税务管理环境,提升企业税务管理能力,跟上时代和税收制度改革脚步,真正把数据变为会说话的分析,更好地推动企业实现价值最大化的目标。

参考文献

- [1] 王宏伟.大企业税收管理问题研究[D].北京:首都经济贸易大学,2010.
- [2] 张艾灵.企业税务管理中存在的问题及其优化对策[J].长江大学学报:社会科学版,2013(01):75-76.
- [3] 杨丽芸.探究企业税务管理中存在的问题及其优化对策[J].财经界(学术版),2015(01):327-328.
- [4] 林文波.企业税务管理中存在的问题及其优化对策[J].经济管理,2017(03):152.

Discussion on the Influence of E-Commerce on the Future Marketing Mode

Haidong Fan

Xuhai College, China University of Mining and Technology, Xuzhou, Jiangsu, 221008, China

Abstract

With the continuous development of economic society, the development of network communication industry is in rapid change, the most representative of the emerging industry is “live”, live at the same time of passing information, also makes the traditional market marketing industry has received the unprecedented impact, for the future marketing way also play a huge impact. In the face of the aggressive new network media, the whole market will more or less resist and escape from reality. However, in China's media industry, an integrated media body belonging to the network, new media and economic trade is gradually forming and self-regulating.

Keywords

e-commerce; future marketing methods; publicity and promotion

浅谈电子商务对未来市场营销方式的影响

范海东

中国矿业大学徐海学院, 中国·江苏 徐州 221008

摘 要

随着经济社会的不断发展,网络通讯行业的发展也在发生日新月异的变化,最具代表性的新兴行业就是“直播”。直播在传递信息的同时,也使传统的市场营销行业受到了前所未有的冲击,对未来市场营销方式也产生了巨大的影响。整个市场在面对来势汹汹的网络新媒体时,或多或少都会有抗拒和逃避现实的想法。但是,在中国传媒行业里,一个属于网络、新媒体和经济贸易的融合媒介体正在逐步形成和自我规范。

关键词

电子商务;未来市场营销方式;宣传推广

1 引言

网络新媒体的发展并不代表传统的销售营销方式完全被取代,依旧占为主流的传统市场营销方式也无法取代电商的市场,二者的关系并不是“有我没你,有你没我”,而是“你中有我,我中有你”。近几年,二者的协同发展给传媒行业带来了光明的前景和方向。以芒果TV为代表,传媒行业注入了新的活力和想法,这考验的不仅是开发的勇气,还有运营的技术、维护的难度,促使更多的消费升级和改变。

2 新时代电子商务的发展现状

2.1 多家自媒体对商品进行网络制作与推广

在疫情期间,民众大部分被要求居家隔离,他们对媒体

的依赖性和关注度就会迅速提升,很多信息的掌握都来自于自媒体而非官方媒体。自媒体平台承担着电商的重担,如利用抖音、快手、新浪等客户端在疫情期间制作和推广了许多相关作品,提升了商品的宣传和推广速度,带动全社会形成了“同心抗疫,居家消费”的良好风气。有许多一线记者和自媒体平台的负责人,结合相关医疗最新信息,制作小视频、网络电影等,旨在塑造打动人的真实故事,建立良好的社会凝聚感,在实现经济效益的同时,也实现了社会效益^[1]。

2.2 以主流传播方式为中心,多种传播方式为途径

首先,在相关电子商务活动的推进过程中,出现了许多有关“扶贫”的农产品的身影。官方媒体负责人实时收集贫困地区的新闻素材,进行记录或拍摄,同时也出现了外卖小哥、快递员、农民等的身影,作为之后报道的重要资料,给予消费者和大众最真实和准确的互动和反馈。

【作者简介】范海东(1999-),男,中国河北张家口人,本科在读。

其次,相关平台还会对线下种植及收集作物进行日记式记录,提高了产业的整体形象,提高了产品的口碑^[2]。另外,在生活中,不难发现的是,很多品牌建立了相关的微信公众号,主要利用网络平台的有利条件,发布品牌设计的各项通知,将消息进行快速传播。这充分发挥了网络信息技术的时效性,满足了消费者对于产品信息的要求。

最后,公益广告及线上电商宣传节目起到了传播的良好效果,“以人为本”是公益广告和各大卫视进行线上宣传的主要原则,在整合营销传播的指导下,很多公益广告起到了很好的教育作用。因此,创新是吸引用户目光的重要手段,大多数线上销售平台宣传海报综合了文字、漫画以及二维码,是多种传播媒介的综合利用。

2.3 电子商务发展现状

新时期,企业在发展过程中面临复杂的经济环境,需要有效评估风险,制定更加科学合理的营销战略,及时加强企业营销防线,从而更好地规避可能遇到的各种风险,促进企业在新时期的发展。在企业的日常管理过程中,要注重归纳和分析市场交易信息,立足市场需求进行定位,根据需求关系制订营销方案,更好地开展市场营销。随着电子商务的快速发展,各种网络技术和大数据技术被广泛应用于市场营销中,极大地促进了市场营销的发展。通过大数据技术,企业能分析客户的喜好,用数据挖掘客户的潜在购买需求,及时推荐相关产品,激发用户购买兴趣。另外,信息系统的应用还能对用户群体进行分类,根据用户的属性信息推荐个性化产品,通过用户的年龄、性别、购买习惯以及消费水平等信息有效划分用户,从而更好地提高个性化服务水平。在经济常态化发展的今天,企业要合理利用线上和线下资源,结合用户购买需求制订最佳的营销方案,从而更好地促进企业在经济新常态下的健康发展。

3 电子商务对未来市场营销产生的影响

3.1 弱化了中间商的影响

在中国的传统交易模式中,中间商的重要性不言而喻。但是,在电商的大环境下,交易实现了虚拟且安全的要求。在这样的环境中,交易的模式也更加多元化,使国际贸易更加便捷,极大地提高了消费者的选择权。通过电子商务平台,消费者能了解产品的成分和相关过敏物质,提升了安全系数^[3]。同时,弱化了中间商的影响,消费者实现了提升性价比

的目标,实现了双赢。一方面,网络平台的发展为电商的升级提供了渠道,一些视频号、公众号、订阅号里面有丰富的资源和便利条件,拉近了现实生活与新媒体发展的距离。另一方面,微信不再是一个仅仅用来通讯的工具,而是一个多媒体介质,一个文化交流和传播平台,舆论风向引导的成功与否也体现在各种评论和转发上面,激励平台与用户更加趋向信息化和现代化。

3.2 促使行业规整化、透明化

俗话说,“无规矩不成方圆”,每个新兴行业都存在着或多或少的行业乱象,但是市场并不会因为存在时间的长短而去顾及这个行业的。论文前面也提到,直播作为网络新媒体的一股新浪潮,在游戏直播、网络购物、才艺输出等方面有许多忠实的追捧者和狂热的爱好者。但是,在这个行业的规则没有完全建立起来的时候,有些人就会钻法律的空子,非法售卖三无产品,诱导粉丝网络暴力他人,一些带有色情暗示的主播甚至也出现在平台中^[4]。现如今,手机用户的年龄逐渐趋于低龄化,网络新媒体一定要重视这些问题的存在,加大整治力度,净化传媒环境。

3.3 改善了未来市场营销的发展方向

随着经济的发展,每个人的生活中都不可缺少智能手机,享受忙碌生活过后来之不易的闲暇时间。科学技术的发展也打破了终端设备之间的壁垒,蓝牙连接、电视投屏,让许多家庭感受到了科技的魅力。同时,在以短视频和推文为主导的APP中,出现了网剧制作、偶像养成计划,这使媒体融合得到了新的突破和进展,许多明星代言和同款商品更是带火了一个又一个单品,那个“用手机只能编辑短信,拨打电话”的时代已经过去了,取而代之的是随时随地线上实时交流,电视屏幕下方也早已悄悄出现“微信摇一摇,购买同款”的字样。实际上,生活已经悄然改变了模样。在未来的行业中,既要注重技术的研发,更要注重人才的培养,形成人才主导、技术护航的新营销模式。

4 电子商务发展中面临的主要问题

4.1 监督机制不健全

在直播平台生存和电商发展的道路上,激烈的市场份额的竞争使部分企业在没有建立明确的监督体系的情况下就开始生产和运行。有些企业则为了应付上级的监察,迫于无奈建立了监督管理部门,但却形同虚设,没有起到监督的作用

和效果^[5]。就现在的发展情况而言,很多企业缺乏配套的商品检测方案,这就导致工作人员忽略了对于经营生产运行中的细节操作的关注,严重影响了电商行业的发展进程。

4.2 执业人员不专业

相关企业应该重视培养员工的责任意识,加强操作人员技术培训力度,培养员工对待工作的热情及责任感以及归属感,从而提高整个电力行业的水平。

俗话说,“工欲善其事,必先利其器”。要想满足大众对电商行业的期待,就必须从操作人员入手,加强对生产人员及操作人员的技能培训。其目的就在于优化系统操作人才,提高技能和操作水平,建立健全主播人才培养体系,更新劳动知识和水平结构,提升管理人员的工作效率。

5 结语

在科技迅速发展的今天,“互联网思维”不再是一个晦涩难懂的词语,而是体现在生活的方方面面的现实要求。“互联网+”是时代赋予这一代人的新要求,互联网与传统

媒介、网络新媒体与电子商务等都是如此。在日后发展中,我们要重视电子商务带来的转变,迎合市场变化,完善市场监督管理机制,加强执业人员业务能力与专业素质的考核与培训,只有牢牢把握住市场的营销方向才能实现真正的现代化服务。

参考文献

- [1] 赵平. 浅谈电子商务对未来市场营销方式的影响[J]. 现代商业, 2018(09):24-25.
- [2] 向林双. 电子商务对未来市场营销方式的影响探究[J]. 现代营销(经营版), 2018(11):110-111.
- [3] 陈思, 徐子胜. 电子商务对未来市场营销方式的影响探究[J]. 农家参谋, 2020(24):258.
- [4] 谢解莲. 电子商务对未来市场营销方式的影响[J]. 商场现代化, 2020(15):36-38.
- [5] 孙颖晖. 浅谈电子商务对未来市场营销方式的影响[J]. 现代营销(下旬刊), 2019(01):58.

Research on the Development Ideas and New Trends of International Trade Theory

Hao Wang

Xuhai College, China University of Mining and Technology, Xuzhou, Jiangsu, 221008, China

Abstract

With the rapid development of China's economy, the country has paid more and more attention to the development of international trade theory and new research trends. In order to further understand the latest international trade theory, it is necessary to explain the development history of international trade theory in detail according to the actual situation, and clarify the difference between modern trade theory and classical trade theory, keep close to the reality of social development, so that it can give full play to its maximum value and practicality, and improve the level of domestic economic development. Therefore, this paper mainly analyzes the development ideas and new trends of international trade theory, and puts forward reasonable suggestions.

Keywords

international trade theory; development ideas; new trends

探究国际贸易理论发展思路及新趋向

王浩

中国矿业大学徐海学院, 中国·江苏·徐州 221008

摘要

随着中国经济的快速发展,国家越来越重视国际贸易理论发展思路以及研究新趋势。为了进一步了解最新的国际贸易理论内容,需要根据实际情况详解国际贸易理论发展历史,明确现代贸易理论与古典贸易理论之间的差距,不断贴近社会发展实际,使其可充分发挥最大的价值实用,提高中国经济发展水平。因此,论文主要针对国际贸易理论的发展思路及新趋向进行简要分析,并提出合理化建议。

关键词

国际贸易理论;发展思路;新趋向

1 引言

随着全球化进程的加快,国际学者也愈加重视国际贸易的整个内容。相关学者已经开始将一些新的理论知识内容融入于国际贸易理论中,并将其不断完善和革新。国际贸易理论则是指经过长时间的时间发展后,经济贸易所形成的一种特定规律,此时的人们也会主观潜意识认为该种行为合理化,久而久之便会成为标准化的行为准则,即使未能订立相对应的理论规定,但也会对国际贸易理论完善造成较多不良影响。因此,在新形势下,更加需要对国际贸易理论新趋势进行全

面分析,注重对政治关系以及国际关系的联系。

2 国际贸易理论发展新内容

相对传统的国际贸易理论而言,新古典贸易理论和国际古典理论被称之为是典型的国际贸易理论学术,二者之间共同构成了传统的国际贸易理论基本内容。随着工业革命的不断发展,资本主义迅速扩张,不同国家之间的经济水平差距越来越大,资本理论已成为国际贸易主义的最主要内容。与此同时,整个世界的经济格局也产生了新变化,进一步推动了国际贸易理论的进步与发展,且该种情况一直持续到1945年之后。在1945年后,世界经济格局出现新的转变,原有国际贸易理论已不再适用于当时的经济发展情况,故被淘汰^[1]。

【作者简介】王浩(1999-),男,中国江苏盐城人,本科在读。

2.1 优势理论

优势理论的基本思想在于提升社会的基本劳动效率,扩张社会整体性的生产规模,其核心在于当不同国家生产产品时,双方之间需要获取较为理想的经济收益。本质上属于一种双赢性理论。由于国际贸易发展占据着一定的经济性优势,其绝对理论中的理论涵盖存在较大的偏差,理论内容不再具备理论缺失性与片面性,但是并没有在明面上对产品所处的劣势内容进行充分的阐述。相对绝对优势理论而言,很容易发现,无论是哪一个国家都对绝对劣势产品有着较大的关心,故产品存在明显系列,因此要对进口方式进行综合选择,这也是劳动分工模式下国际贸易发展的变化趋势。优势理论在国际贸易发展中占据着较重要的地位,理论的衍生、出现以及发展等各个方面都遇到了较多难点,此时要将其融入社会实践^[2]。

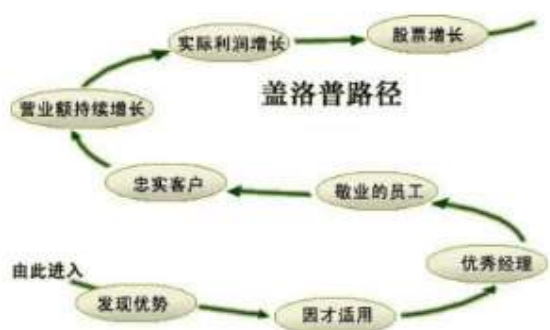


图1 优势理论框架

2.2 要素禀赋理论

要素禀赋理论是一种新型的理论知识,其对国际贸易的整体形成原因具有一种比较深层次的剖析。从这一个理论内容可知,国际贸易的基本发展会过于注重集约化产品以及相关产品出口问题,在原始设定中所产出的产品较为昂贵,而进口产品属于稀少要素的集约化产品。该项理论相对比较优势理论而言,具有一定共性内容,可对自由贸易进行相对加持,促进国际经济水平的快速发展^[3]。将其与古典贸易理论进行对比可知,这一理论无法对生产活动进行综合考量,除却对生活活动的考虑以及考量之外,还明确了该种理论差异之间存在的差异原因。由于要素禀赋理论是以动态的生产需求为主,在一定程度上可对其基本优势理论做好延续。

3 国际贸易理论发展新趋势

3.1 动态发展趋势

在第二次世界大战爆发之后,大多数的学者都对传统的

贸易理论有了一种比较新的认知,认为经济发展的落后性与国际贸易理论规律有着巨大关联,期间所衍生出来的新的贸易理论却并未能详细解释清楚。因此,在新时期背景下,需要对国际贸易理论的发展新趋势进行深层次研究。西方学者将产品周期以及产品设计等要素快速地融入与国际贸易理论中,过于强调产品的相关性因素、出境产品周期的延伸以及提高产品应用时间。在此期间,有相关学者将企业融入与该项理论中,将其作为贸易理论运行的载体,但并未得出较多的实际有用结果,这确实是现代国际贸易理论发展的主要认知点。国际贸易理论属于经济学理论范畴,相对贸易理论来说,社会性的贸易交易往来都涵盖了更多经济学理论知识,其以市场作为主要研究对象,对市场中心以及经济格局进行了全面性管理,可通过对市场竞争以及市场环境的多方因素的分析,了解贸易范畴之间的内容差距,借助双方之间的贸易关系参与到国际贸易过程中,研究国际贸易理论的新趋向。在对传统国际贸易理论进行研究时,有学者指出,贸易活动以及贸易投资与当前的社会替代现象无关,不会传参创造作用和替代作用,但贸易投资会渐渐具体化,完善扩张理论^[4]。在日益复杂的行业环境和日益激烈的市场竞争当中,中国的对外贸易企业要想在国际市场当中占据更多的份额,就要关注各种不同的风险要素,注重对风险的识别和化解。但是从目前的状况上来分析,很多对外贸易企业的管理者对于风险的重视不够,缺乏必要的预警机制,这就直接阻滞了企业竞争实力的增强。

3.2 微观发展新趋势

3.2.1 研究的基本内容

在传统国际贸易理论研究过程中,通常是针对国家之间的贸易活动进行分析,具体研究内容为国家之间的经济交往目的以及交易分工,贸易活动的初衷在于双方之间是否可以获取最大化的经济效益。与现代化国际贸易发展情况进行对比可知,利用微观研究方式进行国际贸易往来,要根据当前理论体系以及微观研究层次作为基本切入点,对国际贸易的现象进行充分研究。一般来说,国际贸易的主体包含国家以及跨国企业等。学者在对相关内容进行研究时可获取到更多的贸易知识内容,并将其转向微观研究层面。20世纪90年代,经济学家开始对产业列贸易进行充分研究,实现内容的微观层面转化,对产品内的贸易变化规律进行梳理。目前需要依附垂直生产引发的投资、贸易以及加工贸易等环节作为主要

切入点,针对国际贸易的具体内容进行详细规划,依据新古典以及古典理论内容对产品推的贸易进行分开研究,促进其全面发展以及综合利用,并将国际贸易的整体框架不断完善。

3.2.2 研究基本方法

众所周知,在国际贸易理论研究过程中,还需要确定基本的研究方法以及假设新贸易理论的利益形成基点,对各个国家的市场供给进行综合分析和考量,明确国家间的生产要素以及资源流动变化值,确保市场竞争的有效性,了解所研究国家的规模性。该种研究方法的主要是显示出静态性的发展特征,但对于国际贸易理论而言,并不属于完全式的竞争模式,可逐步扩张社会市场竞争规模和趋势,明确社会总体趋势下的不良影响,快速对不同要素的变化情况展开的研究,运用新的研究方法以及手段,合理利用管理理论,多层次进行贸易内容分析,并利用微观管理模式了解贸易理论的发展趋势^[5]。

4 结语

综上所述,现阶段国家越来越重视国际贸易理论发展思

路以及研究新趋势。为了解最新国际贸易理论的内容,需要根据实际情况以当前国际关系政治格局以及经济水平情况为依据制定理论,完善国际贸易理论变化的全过程,将国际贸易理论发展中的动态以及静态综合考量,明确其最终的发展趋势,实现新思路以及新趋向的最终探索。即使国际贸易理论正在不断进步,但其依旧存在漏洞,这值得研究学家重视。

参考文献

- [1] 陶海花.探究国际贸易理论发展思路及新趋向[J].商场现代化,2018(07):67-68.
- [2] 陈琳.探究国际贸易理论的发展思路以及新趋向[J].市场观察,2018(09):68.
- [3] 陈欣.国际贸易新方式跨境电子商务探讨[J].商场现代化,2020(24):50-52.
- [4] 张艳艳.国际贸易融资创新的风险及控制策略分析[J].商场现代化,2020(24):53-55.
- [5] 沈靓.探究新形势下国际经济贸易发展所面临的机遇与挑战[J].营销界,2020(52):24-25.

Research on the Development and Supervision of Internet Finance

Shuang Zhang

Xuhai College, China University of Mining and Technology, Xuzhou, Jiangsu, 221008, China

Abstract

With the development of the information age, information technology is closely integrated with the financial industry. The characteristics of low cost, high efficiency, and wide coverage under the Internet finance model have led to the rapid development of Internet finance. However, there are still many shortcomings in the development of the Internet financial industry, such as the lack of complete laws and regulations and supervision over the development of the Internet financial industry. Therefore, the paper refers to some literatures on the development and regulation of Internet finance, summarizes the experience of the development and regulation of the Internet finance industry, and puts forward corresponding suggestions for the development of the Internet industry.

Keywords

Internet finance development; Internet finance supervision; problems; suggestions

互联网金融发展与监管研究

张爽

中国矿业大学徐海学院, 中国·江苏·徐州 221008

摘要

随着信息时代的发展,信息技术与金融行业紧密结合。互联网金融模式下成本低效率高、覆盖面广的特点使互联网金融发展迅猛。但是,互联网金融行业在发展的过程中仍然存在很多不足之处,缺乏完善的法律法规对其进行规范,没有建立专业的监督平台,缺乏对互联网金融行业的发展监督。因此,论文参考了一些互联网金融发展与监管研究的文献资料,总结了互联网金融行业发展与监管的经验,对互联网行业的发展提出了相应的建议。

关键词

互联网金融发展; 互联网金融监管; 问题; 建议

1 引言

互联网金融在发展的过程中,受众者较多,方便、快捷的使用方式能节省出更多的时间用来研究学习,因此互联网金融早已融入许多高中生和大学生的日常生活中。但是,互联网金融的发展缺乏监管,目前未出台完善的法律法规规范互联网金融的发展。特别是互联网金融行业的资金没有安全保障,互联网金融交易没有严格的规范和限制,非常容易让不法分子实施诈骗行为。一些涉世未深的高中生没有经济来源,这种缺乏严格监管的互联网金融平台,会给许多高中生造成很严重的心理阴影,并影响其身心发展。

【作者简介】张爽(1997-),男,中国江苏阜宁人,本科在读。

2 互联网金融发展的过程中面临的阻碍

互联网金融行业在发展的过程中仍然面临较多的阻碍,需要对互联网金融行业进行监管,并且深入分析互联网金融发展过程中问题,主要有法治环境不够健全、资金安全缺乏保障、互联网金融发展模式较为传统以及互联网金融监管难度较大等。

2.1 法治环境不够健全

首先,当前互联网金融行业的发展缺乏健全法律法规,仅仅只是对传统的互联网行业中所存在的问题进行规范,难以适应当前互联网金融行业的发展需要。

其次,立法人员的综合素养不够高,缺乏掌握法学、计算机、管理、金融学等多方面的综合知识的专业人才,

也没有邀请这些专业人才进行专业的商讨和讨论,建立法律法规的时间较长。

最后,未建立专业的部门对互联网金融行业进行严格的监管,没有建立准入机制,导致一些不法服务互联网金融平台进入市场^[1]。

2.2 资金安全缺乏保障

在互联网金融交易的过程中,监管体系仍然不够完善,导致一些消费者的资金安全难以保障,互联网金融在发展的过程中会受到限制。不仅如此,在互联网金融平台的安全建设方面缺乏进行管理和提出一些建设性的建议,导致广大消费者无法自行分辨安全率,资金的安全性受到威胁。除此之外,互联网金融行业在发展的过程中,没有邀请计算机人才深入研究互联网金融行业的资金安全保障等问题。

2.3 互联网金融发展模式较为传统

互联网金融行业的发展模式依然较为传统,手机网银为大家提供互联网的金融服务或者是依托电商平台提供信贷服务创造放贷条件。缺乏为专业的金融服务人员信息交换和资源共享的平台,难以通过金融服务人员的精准推荐和信息匹配,缺乏建立一种线上的信任和交易的欲望。另外,难以通过互联网平台对所有金融机构开放,共享资源金融销售人员没有深入了解客户的需求和客户的特点,没有打造专属的定制金融理财产品。不仅如此,没有让投资需求方的融资需求方进行直接对接,企业直投信息不够透明^[2]。

2.4 互联网金融监管难度较大

第一,互联网金融的监管主体较为混乱,并且监管主体众多对于跨市场的交易活动没有明确具体的监管主体,导致监管效率较为低下。

第二,互联网金融监管取证难度较大,并且互联网数据以电子证据的形式记录和储存对传统的取证制度提出挑战。中国目前仍然没有建立跨市场的监管制度,尤其是缺乏将货币市场与证券市场分业经营的场所进行综合监管。

第三,对互联网的金融市场监管缺乏加强信息披露,没有及时将其涉及的管理信息、经营信息、风险信息告知股东与客户,难以落实监管责任^[3]。

3 促进互联网金融发展的建议

针对上述互联网金融行业在发展过程中面临的阻碍,笔者总结了一些互联网金融行业发展的经验,决定提出以下建

议,主要可以归结为:健全互联网金融的法治环境、加强互联网金融安全的资金保障、及时转变互联网金融的发展模式以及加强互联网金融监管。

3.1 健全互联网金融的法治环境

当前互联网金融行业的发展需要健全法律法规,不能只是对传统的互联网行业中所存在的问题进行规范,需要适应当前互联网金融行业的发展需要。此外,立法人员的综合素养需要提高,并且需要掌握法学、计算机、管理、金融学等多方面的综合知识的专业人才,也需要邀请这些专业人才进行专业的商讨和讨论,建立法律法规的时间较长。不仅如此,这方建立专业的部门对互联网金融行业进行严格的监管,并且建立准入机制,避免一些不法服务互联网金融平台进入市场^[4]。

3.2 加强互联网金融安全的资金保障

在互联网金融交易的过程中,监管体系仍然不够完善,一些消费者的资金安全没有得到保障。不仅如此,在互联网金融平台的安全建设方面需要进行管理,并提出一些建设性的建议,需要广大消费者行分辨安全率,避免资金的安全性受到威胁。除此之外,互联网金融行业在发展的过程中,需要邀请计算机人才深入研究互联网金融行业的资金安全保障等问题。

3.3 及时转变互联网金融的发展模式

首先,互联网金融行业的发展模式需要及时转变,转变手机网银为大家提供互联网的金融服务或者是依托电商平台提供信贷服务创造放贷条件。需要为专业的金融服务人员信息交换和资源共享的平台,可以通过金融服务人员的精准推荐和信息匹配,并且建立一种线上的信任和交易的欲望。

其次,需要通过互联网平台对所有金融机构开放,共享资源金融销售人员也要深入了解客户的需求和客户的特点,并且打造专属的定制金融理财产品。

最后,需要让投资需求方的融资需求方进行直接对接,企业直投信息才能透明^[5]。

3.4 加强互联网金融监管

互联网金融的监管主体需要加强,并且监管主体应当适度削减,对于跨市场的交易活动需要明确具体的监管主体,能提高监管效率。此外,互联网金融监管取证难度,并且互联网数据以电子证据的形式记录和储存对传统的取证制度提

出挑战。中国目前仍然需要建立跨市场的监管制度,尤其是需要将货币市场与证券市场,分业经营的场所进行综合监管。不仅如此,对互联网的金融市场监管需要加强信息披露,并且及时将其涉及的管理信息、经营信息、风险信息告知股东与客户,可以落实监管责任^[6]。

3.5 创新互联网金融监管模式与手段

信息化监管对地方监管部门的监管信息平台专业化程度有着更高的要求,因此地方监管部门为提高信息化监管有效性,就必须配齐金融信息化人才队伍,更加注重提高监管信息平台的技术水平、专业水平,保证监管的信息通畅、网络安全,对监管数据作出准确评估及快速反应。在互联网金融监管方面,还需要突出行业自律组织的地位。对此,地方监管部门就需要加强对金融企业的宣传工作,如积极向金融企业宣传配合监管的重要意义、保证互联网金融安全的重要性等。

4 结语

在互联网金融的模式下,金融交易变得十分便捷,依托于大数据和电子商务的发展,互联网金融用户快速增长。

但是需要对互联网金融加强管理并且建立完善的法律法规严格规范其发展。不仅如此,在互联网金融行业发展过程中可以采用多种发展方式,如金融混业的金融模式和金融交叉的销售模式,促进互联网金融行业的发展。除此之外,需要加强对互联网行业风控和监管,直接将容易发生各类风险问题的网贷平台宣布破产或停止业务。

参考文献

- [1] 王贵臣. 互联网金融对传统银行的影响分析[J]. 产业与科技论坛, 2020, 19(01):93-94.
- [2] 徐侃. 浙江省“互联网+金融人才”培养模式研究[J]. 现代商业, 2020, 566(13):66-67.
- [3] 蒋向明. 浅析互联网金融与传统金融[J]. 财会学习, 2020, 256(11): 240+242.
- [4] 代金红. “互联网+金融”存在的问题及建议[J]. 现代营销(信息版), 2020(07):74-75.
- [5] 孟宪英. 互联网金融监管方式浅析[J]. 纳税, 2020(18):51-53.
- [6] 王睿璇, 张影. 浅谈互联网对商业银行的冲击[J]. 经济与社会发展研究, 2020(04):76.

Research on Data-Driven Talent Management Decisions of Industrial Internet Companies

Wei Chen Qiongqiong Chen

Wenzhou Business College, Wenzhou, Zhejiang, 325035, China

Abstract

In the field of human resource management, it has become increasingly important to discover and solve human resource management problems, display the output and value of talent management, and enhance the competitive advantage of human resource management based on data-driven analysis. Industrial Internet companies for the last few years from the upgrading of traditional enterprise and transformation, how to improve the per capita efficiency and make enterprise talent management decisions is an urgent problem to be solved. By collecting the human resource data of A Company, an industrial Internet company, this study analyzed and built a model according to different positions, to support the formulation of talent management decisions and improve the per capita efficiency and human resource management level of the enterprise. This study not only has important significance for talent management and decision-making of industrial Internet companies, but also provides reference basis for talents needed for the transformation of traditional enterprises.

Keywords

data-driven; talent management; industrial Internet companies; capability model

数据驱动产业互联网公司人才管理决策的研究

陈伟 陈琼琼

温州商学院, 中国·浙江温州 325035

摘要

在人力资源管理领域,根据数据驱动分析,发现并解决人力资源管理问题、展示人才管理的产出与价值、增强人力资源管理的竞争优势变得日益重要。产业互联网公司是近几年从传统企业升级改造而来,如何提高人均效能及制定企业人才管理决策是亟待解决的问题。本研究通过收集产业互联网公司A企业的人力资源数据,根据不同的岗位进行分析并构建模型,以支持企业人才管理决策的制定,提高人均效能与企业人力资源管理水平。本研究不仅对产业互联网公司的人才管理与决策有重要的意义,同时也为传统企业转型所需人才提供参考依据。

关键词

数据驱动; 人才管理; 产业互联网公司; 能力模型

1 引言

由于对经济活动与社会发展具有可预见的重要推动作用,大数据已经进入了世界主要经济体的战略研究计划,国民经济各行各业无不由数据驱动^[1]。在商业、经济及其他领

域中,决策将日益基于数据和分析而做出,而并非基于经验和直觉。行业领先的公司正越来越倾向于用数据说话,为企业管理决策提供决策支持^[2]。在人力资源管理领域,根据数据驱动分析,发现并解决人力资源管理问题,展示人才管理的产出与价值,增强人力资源管理的竞争优势^[3,4]。

随着信息技术与知识经济的不断发展,员工在工作过程中产生了大量复杂的数据,这些数据对企业的发展有着重要的影响,这些海量数据催生了急迫的需求,即如何解读海量数据,获取知识以做出更好的决策并提升绩效。在近年的实践中,越来越多的企业认为数据对以下业务目标有帮助:使用数据技术可以帮助企业管理人员了解员工工作能力,提

【基金项目】2020年浙江省人力资源和社会保障科学研究项目“大数据驱动产业互联网公司人才管理决策研究”(项目编号:2020010)。

【作者简介】陈伟(1986-),男,中国浙江人,副教授,博士学历,现任温州商学院教师,从事大数据分析方向的科研工作。

升员工的工作热情和潜能,提高人岗匹配度;促进企业组织架构优化、提升企业管理水平^[5,6]。虽然越来越多的企业认识到数据的业务价值和人才价值,但是目前最大的挑战仍是将数据转化为能落地实施的洞察力^[7]。分析能力稀缺是当前数据应用方面最大的障碍,每个行业甚至是每个企业都有其特殊性,能否从大量数据中获取有意义的结果成为数据应用的关键^[8]。产业互联网是企业内部及其产业链的互联网化,通过研发、生产、交易、流通和融资等各个环节的互联网化以及整合上下游资源,从而达到提升效率、优化资源配置的目的,让管理者站在产业的角度重新塑造企业的核心竞争力,实现企业的互联网转型升级^[9]。在产业互联网中,企业的人力资源管理,也正在由传统的管理模式向创新式管理模式转变,让人力资源管理变得更加信息化、科学化,使企业在人力资源配置上得以提升,为企业拓展业务战略、提高效率打下了良好的根基(如图1所示)。而落后的人力资源管理不仅制约着产业互联网企业的发展,也严重制约着传统企业的转型升级^[10]。如何提高产业互联网公司的人均效能及合理制定企业人才管理决策是亟待解决的问题。



图1 数据化管理实现科学的人才管理与决策

本研究通过收集产业互联网公司A企业的人力资源数据,根据不同的岗位进行分析并构建模型,以支持企业人才管理决策的制定,提高人均效能与企业人力资源管理水平。

2 员工岗位信息数字化

2.1 员工信息数字化

量化管理的第一步就是将不同岗位的员工的基本资料、绩效、能力、态度行为数据化。目前企业OA系统能把员工基础信息资料进行线上化,但是对于评估员工综合评估缺少量化数据和工具方法。我们明确一个员工的综合价值可以用过“业绩、能力、态度”三个维度进行评估,为了让我们的评估更加的科学合理,必须减少定性判断,建立数据字段,我们最终使用的数据字段信息如图2所示。

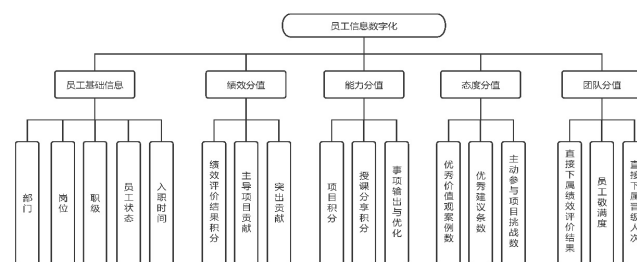


图2 员工信息数字化

2.2 岗位价值数字化

在产业互联网公司中,相对传统企业引入了新的岗位以适应公司的发展。因而通过岗位价值评估工具,对公司的岗位进行价值确认,并对相关岗位进行价值排序的过程。在传统企业升级的过程中会引入新的岗位,如何衡量评估岗位之间的价值就成为关键。岗位价值评估是确定岗位级别的手段,是薪酬分配的基础,也是员工职业发展和晋升路径的参照标准。

表1 评估要素界定与权重

序号	评价要素指标	指标界定	权重(%)
1	岗位基本条件	胜任本岗位工作所需的学历及相关工作经验的要求	10
2	工作条件	本岗位工作所处的环境及潜在的安全风险性	10
3	专业知识	本岗位工作所需的专业知识的要求	10
4	沟通难度	本岗位工作的沟通的难度和频率	10
5	解决问题难度	本岗位解决问题时的难度	15
6	监督范围	本岗位所督导人员的数量和层次类别	15
7	职责范围	从事本岗位工作受控程度及责任范围的广度	15
8	战略地位	本岗位所在部门(总部职能部门或事业部)和在公司战略中的重要性,因决策失误造成的损失大小	15

岗位价值评估中遵循以下几个原则：

- (1) 对岗不对人的原则；
- (2) 适宜性原则；
- (3) 评估方法、评估标准统一的原则；
- (4) 过程参与原则；
- (5) 结果公开的原则。

我们以要素计分法展开岗位价值评估，通过以下七个步骤进行分析：

- (1) 确定评价因素；
- (2) 定义评价因素；
- (3) 划清因素等级；
- (4) 确定各因素权重；
- (5) 对标八因素评价各岗位；
- (6) 确定各岗位点数；
- (7) 确定岗位等结构。

根据分析得到的评估要素如表 1 所示。经过整个评估过程得到的岗位系数如图 3 所示。

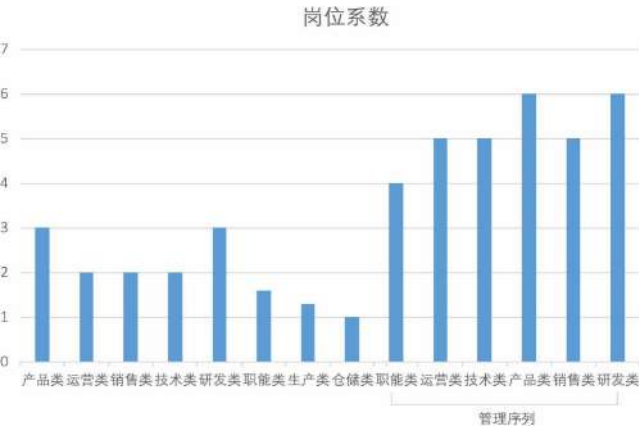


图 3 各岗位的岗位系数

3 能力模型

3.1 能力模型的构建

能力模型（competence model）是某岗位人员为了完成岗位工作，达成岗位的绩效目标所应具备的一系列不同要素的组合。岗位能力模型一般都是可衡量、可观察、可指导、可提升的，对员工的个人绩效与组织绩效的成功具有关键影响。A 公司采用“逻辑推导法”和“行为分析法”进行能力模型的构建：该方法通过 8 个步骤，具体内容如下：

(1) 确定对象员工。根据员工数据量化积分数据，明确绩优和绩差员工。

(2) 工作事项整理。从日常工作任务、建议、典型价值观 / 行为案例、工作总结记录该岗位的工作事项；该岗位做了那些事，通过什么行为做成的；把收集到的行为和任务进行归类，合并，明确任务名称。

(3) 能力提炼。从关键任务中提炼出该岗位的关键能力，包括通用能力与专业能力。

(4) 能力标准确定及能力校准。从日常工作行为记录、典型价值观 / 行为案例、工作总结记录中明确具备该项能力的行为标准；对能力要求及行为标准，进行评审和校准。

(5) 胜任力标准分值测量。针对不同职级，每项能力从难度（30%）、重要性（50%）、频率（20%）进行，标准化打分；绩优员工、业务负责人、人力资源分别打分，加权平均得出标准分值。确定每个岗位的胜任力标准，每项能力的标准分值。

(6) 模型输出。根据以上结果编写行为指标并输出能力模型。

表 2 以拜访客户为例分析其任务步骤、关键动作及完成此项工作需具备的能力

罗列岗位所有的工作任务			此项工作需具备的能力
（四原则：穷尽、动宾、独立、衔接）			
工作任务	任务步骤	关键动作	
		（实现这个步骤具体做什么）	
客户拜访	明确拜访目的	1. 分析近期客户下单、客诉数据，确定本次拜访的目的和目标；	数据分析能力
	掌握拜访流程	2. 对标 / 设计拜访流程，规划拜访路线；	规划能力
	准备拜访物料	3. 对照目的、目标、流程检查相关材料是否准备齐全；	执行力
	客户拜访	3. 解决客户问题、挖掘客户需求等；	问题分析与解决能力
			需求挖掘能力
	做好拜访记录	4. 按照 CRM 要求填写拜访记录，制定下一步行动计划。	计划制定及实施能力

(7)员工能力评估。对员工进行相应职级的能力评估(员工自评,业务主管复评),最终得出每个员工的雷达图及能力分析报告。

(8)人岗匹配。根据模型对现有人员进行诊断,构建人才梯队及人员培养计划,并对未来人员结构优化建议。

3.2 A公司销售人员为例进行胜任力模型专业能力的提炼

通过绩优和绩差员工日常行为分析是提炼专业能力和行为标准的关键,接下来以A公司销售人员为例进行胜任力模型专业能力的提炼。

首先,我们根据岗位按照穷尽、动宾、独立、衔接的四个原则罗列所有的工作任务。然后分析该任务的任务步骤、关键动作及完成此项工作需具备的能力。表2为以拜访客户为例分析其任务步骤、关键动作及完成此项工作需具备的能力。

其次,根据表2分析的结果,为明确管理,胜任力模型类目下每一项能力要求要分成不同的等级,并配上详细的文字描述。其中客情维护能力分级后,如表3所示。

最后,根据以上分析步骤,我们对A公司的销售部门的某员工进行能力模型的量化,其分析结果的雷达图如图4所示。通过能力模型的量化分析,发现该员工在订单全流程管理和客诉处理两面对应的能力水平达标,在客情维护和用户需求挖掘对应的等级差是1.5和2,差距比较明显;客户开发能力、数据分析能力、市场分析能力以及合同管理能力等级差是1。

通过能力模型的量化分析,该员工的综合评估和培养建议如下:

(1)客诉和订单全流程管理比较熟练,日常工作中比较关注用户体验,适合成熟市场维护工作;“客户开发能力”市场分析能力“与标准值等级差1,现阶段不适合进行新区域市场的开拓。

(2)如果该员工要想进一步提升该区域内的订单量,需要加强用户需求挖掘的能力和数据分析能力,用好销售精细化管理工具,做好精准的客情维护。

(3)该员工可以作为新拓市场的第二梯队人员。

运用胜任力模型测评工具,不仅可以用在企业某一单一岗位上个体员工能力水平的分析,也可以用来分析某一类岗位所有员工的平均水平。使用该工具后,公司所有岗位的能力水平都能量化的表示出来,如图4所示。

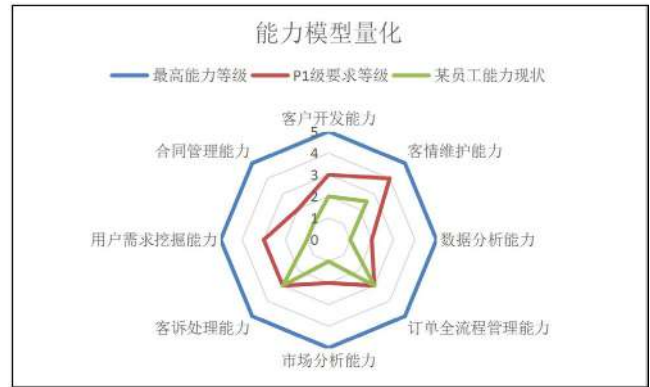


图4 某员工的能力模型的量化雷达图

4 结语

本研究通过收集产业互联网公司A企业的人才数据,对人才数据进行数字化,并对产业互联网中不同岗位的岗位价值进行评估得到岗位价值数据。在数字化的基础上构建胜任力模型。在组织中明确战略目标之后,就是要进行相应的人力资源规划,确定组织能力、关键岗位与核心人才,通过定

表3 客情维护能力的不同等级的行为标准

能力要素	定义	P1 行为标准	P2 行为标准	P3 行为标准
客情维护能力	是产品、服务提供者市场活动中,伴随客户关系建立、发展和维护所必然产生的情感联系。	1. 制定客户拜访计划并执行;(拜访目的,流程), 2. 能给客户解读和执行销售政策; 3. 了解客户终端用户的常用配材,并能匹配适合的平台产品; 4. 按照样品管理及时满足用户对样品的需求; 5. 月活客户占比不低于客户总数的50%。	1. 能协助客户处理下单、生产、交付过程中存在的问题并解决落实; 2. 月活客户占比不低于客户总数的60%。	1. 独立用户处理下单、生产、交付过程中存在的问题并解决落实; 2. 对与个人客户能分级,分类管理,根据客户特点提供个性化服务,满足需求; 3. 月活客户占比不低于客户总数的80%。

性及量的方式（员工价值贡献积分和能力模型），精准预测人员需求，结构和质量，进行量化的绩效管理、培训管理、人才盘点及员工职业生涯规划，提升决策精准度和提高管理效率；可以提升企业的人均效能与人岗匹配度，建立科学的人才选拔晋升机制。本研究不但对产业互联网公司的人才管理与决策有重要的意义，同时也为传统企业转型所需人才提供参考依据。然而，本方法仍然存在人力资源专业精细化要求高，人力资源管理成本高等问题，高度定制化的管理系统应有助于管理效率的提高。

参考文献

- [1] 朝乐门, 马广惠, 路海娟. 我国大数据产业的特征分析与政策建议[J]. 情报理论与实践, 2016(39):10.
- [2] 何军. 大数据对企业管理决策影响分析[J]. 科技进步与对策, 2014(04):71-74.
- [3] Zang S, Ye M. Human Resource Management in the Era of Big Data[J]. Journal of Human Resource & Sustainability Studies, 2015, 3(1):41-45.
- [4] 李宏伟. 基于大数据时代企业人力资源管理变革的分析[J]. 人力资源管理, 2017(01):9-10.
- [5] 邢福生. 大数据环境下的企业人力资源管理分析[J]. 建材与装饰, 2019(17):139-140.
- [6] Adela BARA, Iuliana BOTHA, Anda BELCIU, et al. Exploring Data in Human Resources Big Data[J]. Database Systems Journal, 2016, 6.
- [7] Sivathanu B, Pillai R. Smart HR 4.0 – how industry 4.0 is disrupting HR[J]. Human Resource Management International Digest, 2018, 26(4).
- [8] Terry Bickham. ATD talent management handbook[J]. American Society for Training & Development, 2015.
- [9] 陈春春. 产业互联网的定義和分类[J]. 互联网经济, 2018(C2): 32-35.
- [10] 吴春波. 企业转型期人力资源管理的挑战与转变[J]. 中国人力资源开发, 2014(12):17-24.

The Development of Chaoshan Tourism Resources from the Perspective of Food Tourism

Meimei Chen Wanyi Zhang

Guangzhou College of Technology and Business, Guangzhou, Guangdong, 510850, China

Abstract

Hunger breeds discontentment. As the saying goes, "Eat in Guangzhou, taste in Chaoshan." Chaoshan cuisine is unique with its clean and light style. Chaoshan food culture is rooted in thousands of households and was created by the working people of Chaoshan in a long history. Chaoshan cuisine is one of the carriers of Chaoshan traditional culture, and it is the crystallization of Chaoshan economic and cultural development to a certain extent. Nowadays, the development of Chaoshan food resources is facing various problems, and the market viability and competitiveness need to be improved. In order to further explore the connotation of Chaoshan traditional food culture and fully display the regional characteristics of food culture, the development and optimization of gastronomic resources has become the focus of promoting the development of Chaoshan tourism industry, which can enhance the connotation of food culture, create a strong food culture atmosphere, and facilitate the construction of Chaoshan cultural city and the integrated development of cultural and tourism.

Keywords

food culture; Chaoshan area; tourism development

基于美食旅游视角下的潮汕旅游资源开发

陈美媚 张婉仪

广州工商学院, 中国·广东广州 510850

摘要

民以食为天。俗语说,“食在广州,味在潮州”,潮汕美食以其清、淡的风格独树一帜。潮汕饮食文化植根于千家万户,是由潮汕劳动人民在漫长的历史中共同创造的。潮汕美食是潮汕传统文化的载体之一,是潮汕经济、文化发展到一定程度的结晶。现如今,潮汕美食资源开发面临种种问题,市场生存能力和竞争力有待提升。为进一步挖掘潮汕传统饮食文化内涵、全面展示饮食文化的地域特色,开发与优化美食资源成为推动潮汕旅游产业发展的着力点,可以提升饮食文化内涵,营造浓郁的饮食文化氛围,助力潮汕文化名市建设和文旅融合发展。

关键词

饮食文化; 潮汕地区; 旅游发展

1 潮汕美食

1.1 潮汕美食概述

潮汕美食发展是中国潮汕地区发展的一个缩影,潮汕美食源于民间,先秦时期部分军队被派遣到潮汕地区驻守,同时带来了中原饮食文化;西晋时期,望族文化融入了潮汕地区;南宋末年,宋室南迁带来了御膳风味;到了近代,潮汕美食经过历朝历代的传承发展,逐渐形成了独特的风味美食,成为广东三大菜系之一,在各种力量的推动下,潮汕美食成为全国点心的八大派系之一。潮汕美食主杂,荤素皆有,蒸、煎、烤、炸齐全,品种丰富,口味清鲜,用料讲究,制作精细,乡土风味浓厚。据不完全统计,各类潮汕小吃有 230 多种,

主要烹饪方法有炊、煎、烙、焗、焯、拌、炖、炸等近十种;就口味而言,有酸、甜、咸、辣等,在市区乃至乡村的街头巷尾随处可见,且价格便宜,与大众的消费水平相吻合,因而具有范围较广的消费群。

《舌尖上的中国》导演陈晓卿曾经说过:“潮汕是中国美食的一个特别宝贵的孤岛,如果一个中国人说他是美食家却没去过潮汕,那他不算真正的美食家。”《舌尖上的中国》火热播出全国刮起一股寻找潮汕美食风,很多美食博主纷纷去潮汕地区开启美食之旅,带动了一大波粉丝群体前往消费,进而带动当地旅游业的发展,可见美食资源合理开发与利用的重要性。

1.2 潮汕饮食文化的历史

潮汕饮食文化是粤东人在长期的共同生活中发展起来的一种地方文化^[1]。潮汕美食是潮汕传统文化的载体,潮汕菜的历史可以追溯到汉代,当时的粤菜师傅开创了区别其他菜系的烹饪技巧,其中又以海鲜烹饪最为擅长。潮汕菜历史悠久,它发源于潮汕平原,历经千余年而形成和发展,以其独特风味自成一体。食材讲究、选料广博、做工精细、中西结合、质鲜味美。然而,到了近代,潮汕美食资源开发不够充分合理,发展动力不足,因此要利用好丰富且有悠久历史的美食资源,打造绝佳的产品品质,营造良好的口碑,吸引各地游客前来品尝,让潮汕菜成为中国乃至世界流行的美食,推动潮汕菜成为著名的中餐类型。

2 潮汕美食的旅游价值有待充分挖掘

2.1 潮汕文化旅游产业发展力有待提高

由于行政区划所限以及地处“省尾国角”,中国汕头、潮州、揭阳三市的旅游业发展速度较慢,文化旅游产业规模小,旅游形象模糊不清,缺乏区域合作,旅游产品存在恶性竞争,在广东省同行业中处于发展滞后状态。据《2019 中国旅游业发展报告》对中国省域旅游竞争力和重点城市旅游竞争力的评价和排名显示:广东、江苏、浙江、山东、上海、北京、福建、湖南、江西、贵州十省市进入省域旅游综合竞争力第一梯队;杭州、广州、深圳、西安、厦门进入副省级城市旅游综合竞争力第一梯队。从上可以看出,广东省是中国重要旅游目的地之一,旅游业发展势头迅猛。旅游消费市场主要来自省外周边城市、珠三角地区、港澳台及东南亚地区。2020年2月,《广东省人民政府关于印发广东省进一步稳定和促进就业若干政策措施的通知》要求,省文化和旅游厅牵头落实,支持文旅产业发展,打通文商旅体的消费渠道,对文旅展会、推介会等促进文旅消费活动给予扶持,政府采购、购买服务等适当向文旅企业倾斜。而据马蜂窝《2019 年广东旅游报告》显示,汕头排名第九,揭阳排名第十七,汕尾排名第十九。这可看出潮汕的旅游综合实力偏低。

2.2 产业规模弱、散、小

无论是作为旅游业核心资源的旅游景点、景区及其从业人员的数量,还是旅游业配套设施的宾馆、酒店、饭店及其从业人员的数量来看,潮汕旅游业的竞争力目前在全省仍位居末位^[2]。

2.3 潮汕美食在经营上过于分散,规模普遍较小

很多产品没有质量标准,不符合食品卫生和营养的要求,产品包装十分欠缺,市场策略也缺乏现代化,一些知名的潮汕美食品牌没有得到很好地保护和发展。

2.4 潮菜厨师、烹饪师的培训工作缺乏规范化和规模化

我们经常在国际报纸上看到“高价聘请潮州菜厨师”的广告,也经常听到外地某些“潮州菜馆”提供的是“伪劣”产品,这表明市场上对潮菜厨师有较大的需求。当前的现状是:既缺乏中、长期的培训规划,又缺乏一定的办学规模,甚至至今还拿不出一套潮菜厨师的培训教材。

2.5 潮菜宣传推广力度不够大,产业化发展有待完善

众所周知,潮汕特色美食里有很多已收录于非物质文化遗产的名录中。潮汕美食类非遗项目历史悠久,古法工艺保存完整。非遗项目的传承与保护是一个动态的过程。针对潮汕美食类非遗项目的产业化发展,笔者认为要做到“四化”,即品牌化、市场化、规模化、生态化。

首先,要实现美食类非遗项目的产业化发展,就不能不关注品牌建设。在潮汕美食类非遗项目的传承中,要注意深入挖掘其文化价值、社会价值,提炼文化元素,在创意设计等方面大做文章;对相关文化资源要合理地加以研究和利用,不断提升潮汕美食类非遗项目的文化价值和品牌价值,促其实现品牌化。

其次,要通过市场化,在某种程度上保证非遗项目的传承与发展。可以借鉴别的城市成功的经验,如四川成都、湖南湘潭,这些城市在美食类非遗项目的发展方面做得很不错。潮汕可以参加非遗购物节,或者在网上商城推广湛江本土的美食类非遗产品等。在美食类非遗项目的推广中,还可以通过直播带货宣传等。

再次,要实现美食类非遗项目的产业化发展,也不能不讲规模。当今时代,在美食类非遗项目传承中完全推行手工制作几乎不太可能。为满足市场需求、保证经济效益,就必须进行技术创新,采用现代化的设备和技术进行规模化生产,更好地促进非遗项目的产业化发展。

最后,还要讲整合在非遗传承中要秉承“创新、协调、绿色、开放、共享”新发展理念,强调推动“见人、见物、见生活”的活态传承,联合创意研发、内容生产、推广传播、

版权交易、文化交流等上游、中游、下游企业机构,围绕“国际非遗+”构建产业生态圈,创新生态链的聚合功能,实现政府与企业、社会与企业、企业与企业之间的联合,通过建立更广泛的国际、国内非遗交流及进行更广泛的品牌宣传、产业招商、专业培训、知识产权项目合作、资源整合等,最终更好实现美食类非遗项目的产业化发展。

潮汕享有“美食之乡”的美称,种类丰富,各有特色。虽然有一定的历史条件优势,但潮汕美食在经营上过于分散,规模普遍较小,很多产品没有质量标准,潮菜厨师、烹饪师的培训工作缺乏规范化和规模化,缺乏创新,宣传方式有待改进。此外,无论是作为旅游业核心资源的旅游景点、景区及其从业人员的数量,还是旅游业配套设施的宾馆、酒店、饭店及其从业人员的数量来看,潮汕旅游业的竞争力目前在全省仍位居末位,因此美食资源的开发迫在眉睫,这关乎着潮汕旅游业的发展前景。

3 潮汕美食对潮汕旅游竞争力提升的意义

3.1 潮汕美食文化可以丰富旅游活动的内容

旅客总希望能多游览些景观,多领略些风情。如果在游览中的用餐、歇息,仅仅是填饱肚子,恢复体力,这个过程就是空白。反之,如果引入饮食文化,就既能饱口福,又能饱眼福:既补充了身体需求,又满足了旅客心理愿望,从而使旅客的旅途生活大大丰富。因此,充分发掘潮汕美食原生地优势,打出美食这张“潮汕文化经济牌”,定能受到旅客欢迎,招徕更多旅客。

3.2 潮汕美食文化可以提高旅游活动的品位

旅游是一种较高层次的文化活动,文化是旅游资源的灵魂。我们可以将潮汕美食文化充分融合在旅游当中,让旅客在用餐过程中,领略潮汕悠久的历史文化风韵和潮人独特的风俗人情,从而提高旅游欣赏水平,增长见识。

3.3 潮汕美食文化将在旅游业发展中不断繁荣

汕头是中国优秀旅游城市,旅游产业已经成为经济发展中新的增长点,并日渐成为汕头国民经济的重要组成部分。有关部门应精心设计旅游线路,让潮汕美食文化作为一种富有特色的人文景观和促销项目,穿插在旅游线路中,把潜在市场转化为现实市场,使潮汕美食文化在促进旅游业发展的同时,自身也得到相应的发展^[3]。

3.4 潮汕旅游可以使当地人以目的地的特色饮食为骄傲

当地人常常忘记就其周围的东西的价值,只有通过游客的眼睛,他们才重新审视自身的饮食文化特色。游客们的好奇心给这些美食文化活动注入新的活力,使它们获得重生。

总体来说,潮菜是中国四大菜系之粤菜主干,为广东菜三大流派之一。它发源于潮汕平原,历经千余年而形成和发展,以其独特风味自成一派。潮汕美食既可以丰富旅游活动内容,提高旅游活动品味,甚至在经济发展、文化发展方面对潮汕旅游竞争力有一定的提升。

4 以开发潮汕美食为契机提高潮汕旅游竞争力

4.1 突出个性,学会产品创新

美食资源的开发与优化,应充分揭示和发展其本身独有的特色,把各种美食资源有机地结合起来,形成一个主题,以此来树立当地的旅游形象。有特色就有吸引力,也就有了竞争力。美食资源的开发要突出自然与人文特色,从而充分体现当地的地方特色。

4.2 了解用户,满足市场需求

美食资源的开发与优化应以旅游市场的需求变化为依据,以最大限度地满足旅游者的需求为标准。由于旅游者的旅游动机与市场需求是变动的,美食资源在市场竞争中随时面临着入时或过时、扩大或丧失吸引力的问题,美食资源的开发与优化,应注重旅游市场的调查和预测,随着市场的变化而选择开发重点。

4.3 节约成本,提高经济效益

美食资源的开发与优化,应注重提高它的使用价值和吸引能力,要以较小的投资耗费和较短的建设周期换来较大的经济、社会和文化效益。潮汕美食作为一种重要的旅游资源,我们认为,除了要搞好专门规划、加强研究和培训、扩大对外宣传、有效利用内外资金、建设潮汕美食旅游线路等之外,还应该着重做好产品定位工作。

4.4 分级市场,追求精益求精

潮汕美食应当分为高端市场和低端市场,高端市场主要是高档酒楼的潮汕美食,高档酒楼要加强对菜式口味风格的突破,这样才能更好地树立品牌,进一步巩固市场。低端市场可以在潮汕小吃上面下功夫,卫生和营养合理搭配是潮汕小吃发展的最大难题,卫生环境差的街边货给外地游客留下

了不好的印象。因此,要借鉴西方快餐店的做法,提倡卫生快捷,规范服务标准,打造成具有强大差异化竞争力的旅游产品。

4.5 举办活动,提高潮汕知名度

让广大普通游客也可以肆意享受潮菜,这才是我们的大市场所在。积极推行“一乡一特产”活动,如潮汕牛肉丸、粿条、砂锅粥、潮汕春饼等,并将其编撰成精美图片画成册,利用宣传发行使乡土美食与观光旅游相结合,相互促进,带动了地方经济的繁荣。此外,潮汕旅游业还可以大力开发主题美食路线以及“边吃边学习”的体验式就餐和省钱、省时、省力的旅游套餐等产品,制作外语菜单、营造友善外语用餐环境等,通过网络等媒介做足营销功课^[4]。

饮食文明作为一种传统民俗文明现象,是一种重要的旅游资源,它可以满足旅游者多种需求,同时也可以促进旅游

地的经济开展,在旅游产业中具有重要的作用。潮汕美食资源丰富,各具魅力。弄清潮汕饮食文化与潮汕旅游的关系,全面加强潮汕旅游文化建设,加强潮汕美食的宣传推广力度,提升潮汕旅游饮食文化的品位,对于提高潮汕旅游行业素质、增强市场生存能力和竞争力、促进潮汕旅游产业更快更好地发展具有特殊意义。

参考文献

- [1] 苏英春,陈忠暖.论地理环境对潮汕饮食文化的影响[J].云南地理环境研究,2004(03):65-68.
- [2] 杨晓英.潮汕文化旅游产业发展浅析[J].特区实践与理论,2014(07):79-81.
- [3] 杨蕴.浅谈潮汕美食旅游的发展[J].商场现代化,2010(624):111.
- [4] 陈非,茉莉.潮菜美食:汕头旅游的灵与形[J].中国烹饪,2012(02):40-41.

The Innovation Path of Chinese Hospital Financial Management in the Context of Big Data

Ran Shen

Beijing Ditan Hospital, Capital Medical University, Beijing, 100015, China

Abstract

With the continuous development of China's medical industry, its information technology has also been effectively improved. Especially in the context of big data, it is necessary to strengthen financial management and solve problems in financial management. Therefore, in order to better resolve the contradiction between medical costs and hospital revenue, and to strengthen the effective application of financial big data technology, it is necessary to improve hospital financial management mechanisms and innovate management approaches to further promote the sustainable development of China's medical industry.

Keywords

big data; hospital financial management; medical equipment

大数据背景下中国医院财务管理创新路径

申然

首都医科大学附属北京地坛医院, 中国·北京 100015

摘 要

随着中国医疗事业的不断发展,其信息化技术也得到了有效的提高。尤其是在大数据背景下,需要加强对财务的管理,解决财务管理中的问题。因此,为了更好地解决医疗成本和医院创收之间的矛盾,加强对财务大数据技术的有效应用,需要完善医院财务管理机制,创新管理途径,从而进一步促进中国医学事业的持续发展。

关键词

大数据; 医院财务管理; 医疗器械

1 引言

大数据为中国各个领域的发展带来了便利,强化了各个领域的财务管理职能。特别是其在医院财务管理中的应用,不但优化了流程,而且保障了信息数据的有效性。因此,各大医院要应用大数据技术对财务管理进行创新,促进医院的财务管理网络化,加强数字化的信息建设。但是,一些医院的信息系统不够先进,系统中信息的兼容性也不强,严重影响了财务管理的有效性。基于此,论文在大数据背景下,对医院财务管理的创新途径进行分析。

2 大数据技术在医院财务管理中应用的特点

在以前的医院财务管理中,一般采取人工的方式对相关

的财务信息进行计算,财务数据分析效率非常低下,并且在此过程中非常容易出差错。然而,大数据在此过程中的有效应用,可以让以前复杂的计算过程变得更加简单化,使医院的财务数据分析变得更便捷,提高了数据汇总和分类的速度。

同时,财务管理人员还可以通过大数据技术的计算,优化财务管理的流程^[1]。特别是对医疗器械进行财务管理的过程中,由于其中所涉及的资金比较多,会计人员需要在短时间内对其进行有效的计算,在此过程中加强对大数据技术的合理应用,能降低医疗器械耗材浪费的发生率,提高财务管理在医疗器械方面的工作效率。此外,医院财务部门在进行核算的时候,通过合理应用大数据技术对医院医保定价和人均费用等内容进行分析,可以为医院在社会的可持续发展提供保障。因此,在大数据技术不断发展下,医院的财务管理人员需要结合医院本身的经营情况,创新和完善医院的财务管理制度。

【作者简介】申然(1990-),女,中国北京人,本科学历,从事大数据背景下医疗器械的财务管理研究。

3 当前中国医院财务管理中的问题

3.1 财务费用数据信息整合比较困难

大多数的医院科室间,要对所采集的海量数据进行整合,但是这些数据是相对独立的,其共享率非常低。其中,各自独立的医疗信息系统,会让医院数据不能及时得到共享,严重影响了医院财务管理的质量,导致工作人员在医疗数据进行整合的时候会变得非常困难。在一般情况下,医院各科室的医务人员都有权将各项数据录入系统,但是其录入的数据质量会受到操作人员的影响。

例如,在数据采集量比较大的服务窗口,医务人员会因为忙乱紧张,导致其中的数据出现漏输和误输的情况。由于大数据分析的数据,主要来源于医院的各个工作岗,为了保证这些医疗数据的准确性,需要对原始数据信息进行整合。但是,在实际的财务信息管理中,整合效果并不好。

3.2 创收之间存在矛盾

以前的医院财务管理过程中,大部分医院为了获得更多的经济效益,一般采取了自负盈亏的财务管理方式。这种管理模式在此过程中的有效应用,虽然能提高医疗中相关工作人员的积极性,保障财务管理活动的有效开展^[2]。但是,自负盈亏模式的方式存在一定的局限性,例如,耗材领用方面,自负盈亏如何计算高价值医疗器械的折旧费用,低价值耗材重复领用且使用不充分或存在浪费现象,成本核算容易重复或价格虚高,导致医院抬高商品价格,增强医院经营利润等现象的出现,严重影响了医院在发展中的经济效益,增加了医患之间的矛盾。此外,“自收自支,自负盈亏”的核算制度,还会导致不同科室之间的收入差距不断拉大,严重影响了大数据整合的有效性。

3.3 设备、耗材管理机制不断完善,闲置和浪费现象严重

医疗设备是各个经营活动中的主要内容,更是医院财务管理中的难点。再加上医疗器械的种类非常多,它是一项非常琐碎和繁杂的工作。目前很多医院对于医疗器械耗材依旧采用传统管理方式对其进行管理。例如,所有耗材没有纳入批次和效期的管理,无预警信息;产品和供应商的资质证件均为纸质管理,无法实现电子信息化管理等,这些都并不能满足医院现代化的需求。此外,由于设备、耗材管理机制不够完善,导致设备在应用中、耗材在使用中经常出现浪费现象,

成本核算数据不准确,会造成大量的经济损失。

4 大数据下我国医院财务管理创新的途径

4.1 优化医疗器械耗材的财务流程

在当前激烈的市场竞争下,医院要想在其中脱颖而出,需要实现对医疗设备、器械耗材的智能化管理,按照财务管理的具体要求,针对医院消耗性物资在数量、金额、质量的全面全过程管理,改变“已领代销”的传统管理方式,实现实耗实销管理方式以及医疗器械耗材二级库的管理模式,能准确地了解二级库的使用情况及现有的库存情况,同时清晰地了解科室库存的使用情况,实时掌握科室材料消耗和全院材料的实际库存情况;对过期、安全库存、最高库存、短缺货、证件效期等做到有效预警;为医院减少库存资金占用,提高资金的使用效率,提供有效的分析手段;加强耗材批次管理;更新物流系统,以支持各种账表的多维度查询;建立统一的物资管理信息平台,全面提升医疗器械耗材的管理能力,为医院的成本核算、绩效管理提供更合理精准的核算数据,加强对医疗器械耗材的财务管理。

在大数据技术的基础上,关注高低值耗材,合理优化医院财务管理结构,规划医疗器械耗材的财务流程。将医院的器械耗材管理做细,将供应商、耗材的资质证件通过供应宝——医疗供应链云平台管理起来,将器械耗材的规格型号、有效期等基本信息维护好,积极做好外部数据预警,尤其是在特殊的疫情期间,需要结合疫情感染入院人数、高低值耗材、使用的防护物资等对医疗器械耗材的使用数量和情况进行管理,结合医疗器械耗材的耗占比,从而加强对医疗器械耗材成本的控制,优化预算方案。

4.2 完善医院财务管理机制,建立费用管理机制

为了加强大数据技术在医院财务管理中的有效应用,需要优化医院的财务管理流程,重点加强对医疗器械耗材费用的管理,优化管理流程。在此过程中,需要对互联网技术进行合理应用,构建完善的信息共享平台,主要实现对医院财务中的数据整合,实现信息共享。健全的内部管理机制,可以强化不同科室之间的衔接,实现不同财务信息之间的共享,可以通过与医疗设备之间的衔接,合理选取动态管理方式,制定应急预案,不断降低财务风险。

面对疫情等特殊情况的发生,制定相应的疫情财务管理应急机制,统筹考虑医院基本运行及工作开展资金需求量,

在大数据技术的基础上,确保医院基本运行的前提下,为疫情防控资金的使用留有空间,同时迅速统计医院相关部门的资金需求,及时与上级主管单位进行沟通,反映医院目前资金存量、疫情防控工作资金需求量、物资储备量等,积极争取财政资金支持,在不涉及不正当利益竞争等行风问题的前提下,积极组织争取社会资金的投入来缓解医院资金压力。

此外,还需要建立成本费用管理机制,实现精益管理,加强相关部门和人员对医院财务管理的重视,给予他们物质激励,或者是适当的精神激励,主要目的是调动各部门和各相关人员主动性,强化他们的财务管理能力,加强对医疗器械成本费用的管理。加强对医院财务管理中成本的控制,还可以让医院在实际的发展中获得更多的经济效益。

4.3 优化医疗财务管理流程

第一,需要应用大数据技术制定可行性的财务管理流程改进方案,从总体的设计原则出发,对医院的经营情况进行统一管理,主要包括药品和设备采购管理,改变以前财务管理模式中的不足,为大数据在当前医院财务管理系统中的有效应用创造良好的条件^[4]。

第二,需要结合医疗器械财务管理中的内容,制定科学和完善的人力资源管理结构,避免医疗器械出现闲置和浪费的问题,优化改进流程,保证大数据技术在医院财务管理各

个环节中的有效应用。再加上,财务管理的流程再造是持续性的过程,所以在实际的执行过程中会遇到阻力,这就需要相关的财务管理人员结合实际的情况,调整医院财务管理的目标,实现对财务数据的信息化和自动化的管理。

5 结语

因此,在新时代背景下,需要通过实施规范和统一的财务管理流程,应用大数据技术,对医疗器械的定价进行整合和提前预算,主要目的是不断提高医疗数据透明度,保证临床决策系统的有效性,实现对病人的远程监控,加强对档案信息的管理,让医院在发展过程中获得更多的经济效益,从而进一步优化中国的医院财务管理流程。

参考文献

- [1] 张玫.大数据视角下我国医院财务管理创新路径探讨[J].知识经济,2019(01):93-94.
- [2] 曾红雁.浅议大数据时代下医院财务管理的创新路径[J].纳税,2019(35):60-61.
- [3] 许瑶.大数据背景下医院财务管理创新的实现路径[J].现代经济信息,2019(05):142.
- [4] 李洁,任珊珊.大数据环境下的医院财务管理创新路径[J].财经界(学术版),2019(17):109.

Discussion on the Implementation of the Integration of Financial Accounts

Zhiguo Hou

China Railway Construction Corporation Yunnan Communications Construction Administration Co., Ltd., Kunming, Yunnan, 650000, China

Abstract

With the development of the Times, high and new technologies such as the Internet, big data, cloud computing, and artificial intelligence are gradually being applied to daily work. The application of such high and new technology improves work efficiency while improving work quality, the popularization of this technology has achieved breakthroughs in many tasks that ordinary people cannot complete, and handed over the basic tasks with low technical content to artificial intelligence to complete, freeing the labor force with professional knowledge reserves from the arduous basic tasks to create more high social value. The financial work is complicated, with a large amount of foundation and strong repeatability. In addition, the professional and technical level of employees is different, and the quality of financial work is uneven, especially the financial accounting and statement work, many units invest a lot of manpower and energy, but the quality and efficiency are still not high, and the creativity is not strong. However, some units do not invest much manpower in the financial work, but focus on the research of the integration of industry and finance, finally it achieved twice the result with half the effort. In order to improve the quality and efficiency of financial work, liberate financial personnel to analyze and manage, and create value for the company's development and operation, the integration of accounts and tables is urgently needed.

Keywords

computer technology; integration of accounts; financial statements; accounting system

浅谈财务账表一体化的实施

侯志国

中铁建云南交通建设管理有限公司, 中国·云南 昆明 650000

摘 要

随着时代的发展,互联网、大数据、云计算、人工智能等高新技术逐渐被应用到日常工作中。此类高新技术的应用,在提高工作质量的同时,也提高了工作效率。该技术的普及突破性地完成了许多常人无法完成的工作,把技术含量不高的基础工作交给人工智能去完成,使富有专业知识储备的劳动力从繁重的基础工作中解放出来,去创造更高的社会价值。财务工作繁杂,基础量大,重复性强,加之从业人员职业技术水平不同,财务工作质量参差不齐,尤其是财务核算和报表工作,很多单位投入大量的人力和精力,但依旧质量和效率不高,创效性不强。然而,有些单位的财务工作投入的人力不多,却侧重业财一体化的研发投入,最终达到了事半功倍的效果。为提高财务工作质量和效率,解放财务人员向分析管理方向,为公司的发展经营创造价值,账表一体化亟待实施。

关键词

计算机技术; 账表一体化; 财务报表; 核算系统

1 引言

账表一体化是指利用新时代的计算机技术,把报表系统与核算系统有机结合,根据报表填制规则自动从核算系统中提取数据,通过简单的取数操作,自动形成财务报表的系统性工程^[1-3]。目前大多数企业的财务报表,依旧是财务人员手工填报,效率较低,时效性不强,质量不高,也不利于财务

人员向管理会计、战略会计转型。账表一体化既能解放财务人员,又能提高报表形成的效率,实现财务报表核算的规范化、标准化,为财务报告使用者提供了更好的决策基础,有利于企业的经营发展^[4-5]。

2 账表一体化的现状

习近平在十九大报告中提到“要增强改革创新本领,保持锐意进取的精神风貌,善于结合实际创造性推动工作,善于运用互联网技术和信息化手段开展工作”。当今时代互联

【作者简介】侯志国(1987-),男,中国河北邢台人,会计师,从事工程建筑行业财务管理相关工作。

网计算机技术迅猛发展,在实践中的应用也备受重视,正在成为提高生产力、工作效率和质量的重要工具,社会各行业都在积极探索互联网计算机技术的应用^[6-8]。例如,财税代理行业已经上线财税一体化软件,利用云计算、大数据和互联网技术,成功实现了票据、报税、记账一体化智能处理的突破,提高了财税代理行业的工作效率和质量。财务核算方面,也应积极探索,利用新技术给行业带来的突破。

中国铁建在2012年12月顺应时代和企业发展的需求,对财务业务进行了大改革,在全系统上线了久其财务共享服务平台,经过几年的探索和完善,大大提高了财务基础工作质量,使财务工作更加标准化,为账表一体化奠定了基础。账表一体化方面,财会行业也在积极搭上互联网计算机技术的快车,积极探索核算系统与报表系统的无缝对接,朝着财务报表一键生成的方向努力。

中国化学工程集团于2011年与久其软件公司合作,着手实施账表一体化项目,尝试报表数据从核算系统自动提取,并取得了阶段性成果^[9]。通过探索和检验,账表一体化给财会行业带来了巨大的成效,已被社会各界认同,各行业也在积极寻求账表一体化的平台和手段,如中冶京诚招标挂网财务共享中心账表一体化咨询服务项目。

虽然财务账表一体化取得了一些的进展,但成效还不太明显,一键取数的效果还达不到对外披露的状态:一是由于财会业务的复杂性和专业性,核算还未完全达到账表一体化的条件;二是新技术应用到行业内需要实践和检验,需要时间过程,不能一蹴而就;三是时代的发展给财会行业带来的新要求、新业务,需要新的披露方式^[10]。

3 账表一体化实施的意义

财务报表由主表(资产负债表、利润表、所有者权益表、现金流量表)及附注组成,是报表使用者对财务数据披露要求的全面反应,是财务数据在核算系统的反应形式到报表系统的反应形式的一种转变。随着社会经济的发展,新的经济活和日常业务也随之出现,对报表生成的质量和效率也提出了新的要求。能否满足新形势下不同的报表使用者对财务报表信息披露的要求,成为财务报表编报工作的一个考验。运用互联网计算机技术,提高核算的标准化,实现报表系统与核算系统的有机结合,达到账表一体化,将是应对挑战与考验的有效手段。

3.1 账表一体化的实施,有助于提高报表编制效率

账表一体化,是利用互联网计算机技术将财务核算系统里的数据通过设定好的取数规则反应到报表系统的过程。一体化的实施,将大大提高财务报表的编制效果,为财务报表披露前的准备、审核、自查等必要性工作争取充分的时间。对于公司内部管理需要的相关报表,也可以通过互联网、计算机技术,编制取数程序和映射规则,根据内部管理需要提取核算系统里的相关数据,通过一键取数等操作形成内控需要的各种报表。山东能源集团有限公司账表一体化的实施,大大提高了报表编制效率,实现了多数表单数据的自动提取,提高了工作效率,煤炭单位的财务报表填报周期由2~3天缩短为1天,非煤单位财务报表的填报周期由1~2天缩短为1天以内。

3.2 账表一体化的实施,有助于提高报表的披露质量

目前,大多数企业的报表编制主要靠财务人员按照核算数据通过复制粘贴形成,报表的质量也就受到财务人员编报水平、职业判断的限制,由于每个财务人员的职业水平不一,形成的报表质量也参差不齐,给集团公司的报表汇总工作带来较大的困难,生成法人层面高质量的财务报表还需要许多工作。账表一体化,是在账、表之间搭建准确顺通的桥梁,通过精准的点对点的数据筛选和数据传输,定义好上下级汇总映射规则,对所有节点的报表设置统一的程序公式,可以实现上下级法人间、法人内部间的报表按照统一标准完成,既降低出错率,又避免手工填报差错的出现,从而提高了报告的质量。

3.3 账表一体化的实施,可以促成财务人员向管理转型

新时代的财务工作,数据分析不再局限于对以往的“决算”分析,更是基于大数据思维和新技术,以决算数据为纽带,关联企业内外部数据,来反映企业发展各方面的动态,通过数据指标的走势、因素分析、经营成果分析等方式分析公司现状,提出有针对性的预测和解决措施,能更好地为公司决策者提供决策数据。账表一体化的实施,将实现把大量基础性的工作交由软件工具来完成,可以快速提取反应公司现状的各项数据,根据需要设定各种分析图表,从而解放财务人员向分析和管理转型,以财务会计的专业角度为公司生产经营服务。

3.4 账表一体化的实施,能降低审计成本

财务核算系统未规范之前,与财务相关的审计、检查,

大都是通过翻看凭证、查阅凭证附件、审阅审批流程等较为原始的方式进行,在规范化的财务核算系统应用之后,实现了核算要求统一、核算标准统一、业务审批统一,大大规避了核算不规范、基础工作不规范的风险,使财务核算达到标准化。账表一体化的实施最终将会按照既定的披露规则完成报表与核算系统的一致性,达到账、表的规范化、标准化。公司内部审计、会计事务所审计时,便可以节省翻阅账表、翻阅凭证、账表核对时间和精力,把审计的侧重点偏向风险把控、预算执行、履约待遇、绩效考核等方向,在降低审计成本、财务风险成本的同时,可以提高审计效果,助力审计工作向高端审计转型。

3.5 账表一体化的实施,能有效倒逼企业整体的合规化

账表一体化的实施,既要有标准化、规范化的核算系统,来提供高质量的财务数据,也要有能满足披露要求的报表系统,来满足报表使用者的需求。账表一体化的实施,将涉及从业务链的开始到形成报表数据的全过程,与财务核算相关的销售业务、采购业务、报销业务、纳税申报业务、发票开具业务、报表报送业务等,都将会在账表一体化的实施下改变以往的随意性,日常业务必须无条件的按照核算系统的要求进行规范,报表也必须是真实反映企业情况的数据,不达标的、不及时的业务申请,都将会被驳回,从而达到业财统一、税财统一、信息统一、数据统一,从源头上把控风险,既有利于提高企业整体的合规性,也将增强企业整体的竞争力。

4 账表一体化实施的措施

4.1 账表一体化的实施,要建设标准化的核算系统

标准化核算系统的建设其实就是在为一键生成财务报表建立数据库,选择技术成熟、通用性好的核算软件,结合公司的实际情况,对各项业务和内控流程进行审定,在财务核算过程中和财务核算结果表现上都实现规范化、统一化,将是账表一体化实施的第一步。中国铁建本着降低成本费用、提高核算质量和效率、加快标准化管理的原则,结合自身的业务和行业特点,于2012年12月份启动了财务共享服务建设,经过几年的建设和完善,财务核算的规范化达到了良好的效果,基本实现了全系统数据定义统一、会计科目设置统一、核算标准统一、业务处理统一、政策执行统一、账表操作统一,从而提高了会计数据的准确性,提高了会计基础工作的标准

化,为账、表一体化的实施做好了前提准备。

4.2 账表一体化的实施,要选择实力雄厚的报表软件

随着互联网计算机技术的发展,社会上层出不穷的各种各样的报表生成软件也在努力探索市场,使用者要研判市场,结合自身的业务特点和行业特色,寻找通用性强、衔接性好、经验丰富、技术娴熟、性能稳定、技术人员稳定、服务跟踪到位的软件公司,对于规模较大、业务量大、核算又复杂的集团公司,报表信息披露质量要求较高,考虑到财会行业账表一体化的发展趋势,报表软件的选择范围自然也小的很,一般选择稳定、可靠的久其在线报表软件。目前,已经在尝试报表一体化的中国化学工程集团、中国铁建等大型集团公司使用的也都是在线久其报表软件,有利于系统内实现报表一体化、报表一键化生成等后续工作的开展。

4.3 账表一体化的实施,要选择熟悉财务知识的软件团队

财会行业属于专业性很强的行业,计算机软件行业也是专业性、技术性很强的行业,账表一体化需要两种专业技术性很强的行业实现无缝对接,利用现代的计算机网络技术,达到财务数据顺畅传输并按照报表披露规则转化为报表数据,对财会行业和计算机软件行业都是一个不小的挑战。账表一体化的实施,是基于报表披露规则运用互联网计算机技术将核算系统的数据转换为报表数据的反应形式,若不了解财务知识,只注重计算机技术的开发维护,将不能达到利用计算机技术反应核算数据的目的,将是无米之炊,账表一体化实施的效果将难以保证。这就需要对财务核算知识、会计准则、报表披露规则、表单之间勾稽关系等基础财务知识熟悉的软件开发维护团队,在新业务出现或者披露要求改变时,能准确、及时地进行程序维护,达到对外披露的条件。

4.4 账表一体化的实施,要选择成熟的程序编制团队

账表一体化的实施,是一项以互联网技术和计算机技术为基础的复杂工程,从账表一体化实施的第一步开始到能一键生成高质量的财务报表,需要程序人员无数次的测试、修改、探索、研究等工作,才能达到利用计算机技术准确传输、高效提取核算系统数据的效果,建立起稳定的数据库、周密的报表数据稽核程序。程序编制工作的替代性不强,若编制团队没有良好的延续性,没有较强的程序维护、编制能力,将对账表一体化的实施带来阻碍和重复窝工的情况,这就需

要账表一体化实施团队相对稳定、延续性较好,避免因技术人员流动而导致技术断层或者不了解具体情况,给账表一体化的实施带来前功清零、重复无获、繁复重复的无效状态。

4.5 账表一体化的实施,要搭建好核算与报表的勾稽关系

核算系统是用会计语言反应经济业务的,报表取数系统是通过程序代码反应核算系统数据的,在核算系统与报表系统之间的传输和取数,是通过一个个的程序代码实现的,把核算系统每个代码下反应的经济数据准确的传输到报表系统中对应的每个表单中,并通过计算机语言固化下来,达到了一一对应的关系,这就需要程序编制人员了解核算系统与报表系统之间的勾稽关系和报表相关表单之间的勾稽关系。例如,应交税费情况表中的各项税金的计提、缴纳数据,要从核算数据库中按照应交税费明细科目的借贷方精准取到,生成应交税费情况表;而应交税费情况表中的合计计提、缴纳数据,需要与现金流量表中的支付的各项税费保持逻辑性;应交税费情况表中的明细项,要与税金及附加明细表中的明细项一一对应。一体化的实施只有搭建好核算系统与报表系统之间的取数规则和报表表单之间的勾稽关系,才能通过一键生成等操作实现高质量的报表,避免重复修改占用大量人力。

4.6 账表一体化的实施,要畅通信息反馈渠道

账表一体化的实施,是一项涉及大量财务人员和大量软件维护程序编制人员的工程,在集团多层级节点的财务人员分别应用的过程中,肯定会出现许多无法预测的问题,如经常出现的上年数据在不同年份没有正确取到,上年同期数据程序对应到了前年同期数,应收账款的信用减值损失没有定义程序等,无法正确反映财务数据。如此共性的问题,在体量庞大的集团报表面前,需要建立高效的问题反馈渠道,由专人负责才能办好,在收到每个报表节点反馈的问题或合理化建议后,经过排查分析,能及时协调软件维护人员修改取数公式,督促软件维护人员避免同样问题重复出现,按照合理建议完善功能设置等,通过大家的智慧和实践,帮助账表一体化高质量快速发展。

4.7 账表一体化的实施,领导重视是关键

目前,账表一体化的实施,无论是从技术上、理论上,还是实践上,都有比较成熟的基础,像共享服务中心建设一样,账表一体化的实施也是“一把手工程”,进展的速度和实施

的成效,或者账表一体化实施能否成功,与单位领导的支持息息相关^[11-12]。

5 结语

新形势下的财务工作,急需搭上新技术的快车,使专业储备丰富的财务人员从繁复的基础工作中解放出来,把机械的基础工作交由互联网和电子计算机技术完成,然后顺应时代的需要,完成向管理方向转型,在一带一路、大海外战略、区位一体化的历史机遇期,以现代化财务管理、战略财务的专业化视角,为企业把控风险、分析形势、辅助决策、创造效益,账表一体化的实施,必将完成时代使命,以高质量的财务数据为基础,助力企业做强做大,提高核心竞争力。

参考文献

- [1] 汪振坤,孟翠湖.财务共享服务中心 FSSC 体系架构与战略会计实施[J].商业会计,2018(01):25-28.
- [2] 毛家慧.人工智能背景下财会行业发展趋势研究[J].2018(28):91+94.
- [3] 关萍,王伟国.基于事项凭证的财务业务一体化会计核算流程的应用[J].商业会计,2011(10):57-58.
- [4] 陈金莲,林永平.基于 Visual Studio 实现会计账表的查询一体化[J].宁德师范学院学报(自然科学版),2017(02):200-201.
- [5] 谢世飞.财务信息获取方法的演变从会计报表到报表分析再到价值评[J].会计改革与创新,2016(20):80-81.
- [6] 唐志勇.财务业务一体化在中国联通的应用与实践[J].财务与会计,2014(05):44-45.
- [7] 王德春,丛众.突破思维定式实现营财一体化[J].中国电力企业管理,2016(09):82-83.
- [8] 霍志明.互联网+与大数据启示录—关于互联网+时代与大数据资源共享认识问题的几点建议[J].信息技术与应用,2017(07):30.
- [9] 杨天天.浅议人工智能浪潮下财会行业的发展趋势[J].财会学习,2017(06):43-45.
- [10] 马秀敏,郭经纬.浅析人工智能对财会人员的影响[J].当代,2017(05):69.
- [11] 杜波.互联网+与建筑行业的融合与发展[J].铁道建筑技术,2018(S1):286-287.
- [12] 曾宗根.关于新形势下建筑业企业信息化问题的思考[J].铁道建筑技术,2017(04):1-11.

Analysis on Off-Balance-Sheet PPP Project Management of Central Enterprise Industrial Fund

Kun Li¹ Jiping Xue²

1.China Investment Fund Management (Beijing) Co., Ltd., Beijing, 100027, China

2.Tianjin Kaishengjie Graphic Design Co., Ltd., Tianjin, 300461, China

Abstract

In recent years, the PPP model has been vigorously developed, in the face of huge PPP projects, in order to optimize resources, improve the efficiency of internal and external funds guidance and use, through the establishment of industrial funds, With the help of financial institutions to introduce public investors to participate in PPP project investment, a large number of off-balance-sheet PPP projects have been formed. By analyzing the causes and current situation of off-balance-sheet PPP projects in the mode of central enterprise industrial fund, this paper summarizes the main problems existing in the management of off-balance-sheet projects at present, and puts forward some suggestions.

Keywords

industrial fund; off-balance-sheet PPP project; project management

浅析央企产业基金模式表外 PPP 项目管理

李坤¹ 薛吉萍²

1. 中交投资基金管理（北京）有限公司，中国·北京 100027

2. 天津凯胜捷图文设计有限公司，中国·天津 300461

摘要

近年来，PPP 模式得到大力发展，面对体量巨大的 PPP 项目，各大央企为优化资源、提升内外资金引导及使用效率，通过设立产业基金的方式，借助金融机构引入社会大众投资者参与 PPP 项目投资，形成了大量的表外 PPP 项目。论文通过分析央企产业基金模式表外 PPP 项目的成因和现状，总结当前表外项目管理存在的主要问题，并提出一些建议。

关键词

产业基金；表外 PPP 项目；项目管理

1 引言

自 2014 年以来，伴随着 PPP 模式的推广，中国各大央企积极探索多种方式开展 PPP 项目建设，通过产融结合大力发展产业基金，引入战略合作投资者，在促进主业发展、去杠杆、降负债、促进产业链协同发展、布局产业上下游等方面起到了重要作用。在此过程中形成了大量的表外 PPP 项目，如何加强表外项目管理、提高表外项目管理效率、成为各大央企需要解决的问题。

【作者简介】李坤（1985-），男，中国湖北十堰人，本科学历，中级会计师职称，注册会计师、注册税务师、资产评估师，房地产估价师，从事私募股权基金投资业务研究。

2 央企产业基金模式表外 PPP 项目产生的原因

表外项目是指资产负债表的表外项目，是按现行会计准则和会计制度的规定，是不能或不需要在资产负债表中加以确认的项目。PPP（Public-Private Partnership），又称 PPP 模式，即政府和社会资本合作，是公共基础设施中的一种项目运作模式。在该模式下，鼓励社会资本与政府进行合作，参与到公共基础设施项目的建设。论文认为大量央企产业基金表外 PPP 项目的产生主要源于各大央企自身的主观诉求。

2.1 财务指标及考核压力

根据《企业国有资产监督管理暂行条例》（国务院国有资产监督管理委员会令第 32 号），国有资产监督管理机构

要对国有企业的运营成果进行考核。出于国资委绩效考核的要求以及上市公司市值管理以及资本市场的合规需要,由于PPP项目的大体量和高负债属性,一旦并入央企报表,可能触发这些指标限制,进而使融资、股价、项目实施受到影响,从资产运营效率及财务指标优化、财务风险等角度考虑,央企会有PPP项目投资出表的需求。

2.2 追求自有资金杠杆效益

央企更希望在单个PPP项目的投资金额越低越好,进而可以同时参与更多的PPP项目,采用产业基金实现“表外融资”的模式,将起到类似于“杠杆投资”的效果,在有限的自有资金下利用较少的资本金投入撬动大项目,进而获取自有资金杠杆投资收益。

3 央企产业基金模式表外PPP项目现状

央企产业基金模式投资的表外PPP项目类型已涵盖高速公路、轨道交通、市政、管廊等多个领域,论文认为此类表外PPP项目现状的基本情况如下。

3.1 项目共同控制,产业基金持股比例较高

央企通过产业基金模式引入外部投资者,并通过项目公司层面股权结构设计,实现“不构成对项目公司的控制”,从而形成表外项目。项目公司层面的股权架构设计,通常为多方共同控制,且产业基金持股比例较高,并拥有委派部分董事会成员的权利,直接参与公司的决策管理。

3.2 项目存在诸多利益相关者

央企产业基金模式表外PPP项目参与的利益相关者较多,利益相关主体主要包括央企集团公司、基金管理公司(通常为央企设立的基金子公司)、工程局(施工单位)、政府、社会投资机构、社会公众等,各方分工协作,构成了表外PPP项目利益相关者体系。

3.3 项目与央企自身形象息息相关

央企产业基金模式下的表外PPP项目,虽然不纳入央企合并报表,但项目整体却与央企自身形象息息相关。首先,项目的发起方通常为央企及其子公司,项目的获取很大程度上是依靠央企的投资能力、品牌形象与市场信誉;其次,产业基金层面的架构设计上,央企往往通过购买劣后级、远期认缴等方式,对基金引入的投资者提供了一定程度的增信;最后,项目公司的经营层通常大多数聘用的,依然是央企自身的员工,项目的投后管理更大程度上依然是依托央企自身

的经营管理能力^[1]。

4 央企产业基金模式表外PPP项目管理存在的主要问题

4.1 各参与主体职责不够清晰

4.1.1 建设职责及项目收益目标实现职责不明确

央企产业基金模式下的表外PPP项目,项目实施过程中,若因投资单位及项目公司的公司治理能力问题,由此带来的建设实施中发生的诸如增加投资、工期延后等问题会导致投资收益降低,安全质量存在风险等,这些投资风险和责任应由哪一方承担、表外项目的基金股东方是否有能力和义务去承担相关的责任,尚不明确。

项目完工验收后,存在后续使用者付费不足或政府缺口补贴无法及时到位、甚至不到位的情况,项目公司作为第一责任人去解决问题的同时,表外基金及基金管理人和项目投资单位分别应承担何种责任也不够明确。

4.1.2 表外项目参与各方的长短期利益不一致,管理易出现分歧

与表外项目长期的投资收益相比,投资主体单位更注重在建设期较短时间内获得的价差收益,而基金投资者需要获得长期的投资收益。在引入基金后,投资主体自有资金出资减少,当建设期获得的价差收益已超出其投资后,作为项目责任主体,其对长期的投资收益的维护动力不足,导致对表外项目的管理重点无法统一。

4.1.3 缺乏统一的表外项目公司治理理念

央企产业基金模式下的表外PPP项目,项目公司主要经营管理人员仍由投资主体派驻,其职权和薪酬仍实质由各投资单位掌控,习惯上仍依赖于投资责任主体原有的行政管理,没有形成新的项目公司治理理念,重大决策单方汇报投资主体或常出现项目公司“先斩后奏”的情况。

4.1.4 缺乏有效的利益激励

相较表内项目,产业基金模式下的表外PPP项目融资落实难,决策程序繁琐、监管机构较多,这都增加了管理难度,但是却缺少对项目公司主要管理人员的直接利益激励,项目公司管理人员依然执行各投资单位表内项目的薪酬标准。对于相对复杂的产业基金模式表外PPP项目管理流程,其经营管理人员并没有得到额外的奖励。由于缺乏有效的激励,项目管理人员并无动力去积极执行表外PPP项目管理要求^[2]。

5 央企产业基金模式表外 PPP 项目管理的建议

5.1 健全组织管理体系,明确责任分工

产业基金模式表外 PPP 项目涉及利益相关主体多,关系复杂,央企应不断健全组织管理体系,由集团主管部门、产业基金管理公司、投资责任主体(施工局)、项目公司四大主体,共同协同,加强组织治理,明确责任分工。

央企集团按照整体发展战略,结合国家政策和相关省市发展规划,制定相关的投资管理制度,投资责任主体(施工局)选择地方财政支付能力较好的政府以及优质的 PPP 项目,产业基金管理公司应根据不同类型 PPP 项目配套提供全方位融资解决方案,设立对应产业基金等金融产品,为项目资本金提供充足的资金来源,有效拓宽融资渠道,降低融资成本,撬动项目投资和建设。在项目建设上,项目公司依托央企集团内部门类齐全、实力强大、数量众多的工程局资源,综合考虑项目营销配合、专业化施工、低成本施工、内部信誉评价、业主意见等五大因素,选择内部最优的工程承包,充分发挥内部建设核心优势,实现投资建设高效一体化^[3]。

5.2 完善基金表外 PPP 项目管理制度,规范运行机制

央企基金表外 PPP 项目应严格遵守投前决策程序,按照项目合规合法、项目区位及项目类别、投资收益分析,风险防范等投资标准来规范表外项目运行机制。制定明确的 PPP 项目操作指引,对 PPP 项目分类、项目信息管理、前期运作、可行性研究、标前管理、合同管理、建设管理、运营管理、投资退出、投资评价等,从责任主体、具体工作、推进原则、工程流程、注意事项、资料文件等进行系统性规范和详细的分解,实现对投资项目的全流程规范和操作性指引,进而实现标准化制作和精细化管控。

5.3 实施差异化绩效考评

建议央企集团对产业基金模式表外 PPP 项目,在表内项目投资单位单独考核的基础上增加新的表外考核的内容。例如,针对产业基金管理公司,可增加其表外 PPP 项目的融资落实率考核指标;对于投资责任主体(施工局),可以细化其投资能力考核指标,严格把关,超过投资能力评价的项目坚决不予审批;针对表外项目公司,根据其多方管理的复杂性,设计差异化的绩效考评指标体系,除投资单位对其经营班子的考核指标外,另增加表外项目特有的考核指标,如项目公司治理情况、三会召开情况、重大事情决策程序履行情况、信息报送情况等,以促进表外项目公司管理。

6 结语

近年来,在“企业走出去”和“一带一路”国家战略背景下,涌现了大量央企产业基金模式的表外 PPP 项目,这些项目虽然不纳入央企的合并报表,且经济上分担了央企的投资风险,但一旦项目投资失败,可能会给央企带来建筑市场与资本市场的双重叠加影响。因此,央企更应该重视产业基金模式表外 PPP 项目的管理,提升表外项目管理效率。

参考文献

- [1] 张慧.高速公路产业基金创新融资模式研究[J].知识经济.2019(01):89-90.
- [2] 周立,马润平,徐立新.产业基金、委托代理与资本逐利——基于“PPP+B”模式风险监管的视角[J].金融与经济.2017(06):92-96.
- [3] 王杨林.PPP项目财务管理与会计核算分析[J].经济研究导刊.2021(01):66-68.

《财经与管理》征稿函

《财经与管理》是由新加坡 Synergy 出版社创办的一本在财经和企业管理研究领域，与全球顶尖学者广泛合作的国际化华文学术期刊。本刊存档于新加坡国家图书馆，以企业管理者、财经类专家学者为主要读者对象，以国际最新财经和管理研究成果为理论基础，旨在共享商业管理界的前沿理论、焦点话题、资本运作等优秀实践经验，打造具有国际影响力的财经资讯平台。

《财经与管理》在世界各地专家学者的支持和协助下，被中国知网（CNKI），谷歌学术（Google scholar）等国际知名数据库收录。

《财经与管理》是一本拥有高水准的国际性同行评审团队的学术期刊出版物，编者鼓励在财经和管理领域有着深入研究的专家学者，对本刊进行有理论和实践贡献的优质稿件投稿。

征稿范围：

《财经与管理》主题涵盖但并不仅限于以下领域：

- 商业文化
- 管理咨询
- 统计与财税
- 金融经济学
- 人力资源管理
- 成本管理
- 资产评估
- 贸易与金融
- 投资与理财
- 国际经济研究
- 项目管理
- 改革与管理
- 风险管理分析
- 国际商务研究
- 国际资本管理
- 职业财经与企业管理

出版格式要求：

- 稿件格式：Microsoft Word
- 稿件长度：字符数 3000 以上
- 出版语言：华文
- 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

出刊及检索：

- 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
- 中国知网（CNKI）、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。

