

FINANCE AND MANAGEMENT

财经与管理

Volume 5 • Issues 3 • March 2021 • ISSN 2529-783X (Print) | ISSN 2529-7848 (Online)



AOSCI
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



9 772529 783214

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 3月 第 5 卷第 3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

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

Yuantai Xie Jianhua Sun Kejian Yang Yue Lv Jingshuo Zhao

Fuhua Bao Chaoxiang Li

- 1 新建本科院校金融类复合型人才培养的探索——以构建《证券承销与发行（IPO）》实训体系为例 / 欧阳梦缙
- 4 新时代下“网络直播带货”助推“精准扶贫”销售模式及对策研究——以中国广东徐闻为例 / 杨紫欣 杨军伟 刘智 郑梓超
- 7 关于商品房精装修收款及实施的税收筹划路径研究 / 付东彬
- 10 自制饮品驿站在高校中的营销研究 / 白云 万净 王欣茹
- 15 铁路内部审计信息化研究 / 张立超
- 18 疫情防控常态化下推进中国北京国际交往中心功能建设的途径探析 / 马鑫
- 21 浅谈出版企业财务管理的问题与对策 / 刘超
- 24 行业独立董事内部控制与企业并购绩效 / 林舒仪 陈铃洁
- 28 突出建设项目审计，确保优质安全规范 / 王慧
- 31 基于大数据背景下中国台州乡村产品营销策划——以中国黄岩区南城街道贡橘为例 / 胡敏
- 35 引入社商合作机制创新医保管理方法带来的几点思考 / 陈富强
- 39 信息技术在市场营销和财务管理中的应用探究 / 余炳涛
- 43 国有企业保密工作的隐性漏洞及对策研究 / 肖丽婷
- 46 中国农业保险的现状与发展路径 / 徐菁
- 49 大数据环境下政府审计质量控制问题研究 / 李加亮 李昊岩
- 52 “云”心愿银行现状分析与问题研究 / 陈冰冰
- 56 数字经济助力地方文化产业升级 / 武亦文
- 59 房地产信托投资基金风险评价探究 / 刘航言
- 62 分析医保支付方式改革对医院财务管理的影响及应对 / 申然
- 65 新形势下垄断行为法律责任条款实施困境分析与对策研究 / 孙开宏
- 68 企业组织模式创新 / 顾尹超
- 74 高科技行业协议收购溢价影响因素探讨——基于沪深上市公司数据 / 陈芳平 窦文章
- 1 Exploration on the Cultivation of Financial Compound Talents in Newly-Built Undergraduate Universities——Taking the Construction of *Securities Underwriting and Issuance (IPO)* Training System as an Example / Mengti Ouyang
- 4 Research on the Sales Mode and Countermeasures of “Live Broadcast with Goods” Boosting “Targeted Poverty Alleviation” in the New Era —— Taking the Xuwen, Guangdong, China as an Example / Zixin Yang Junwei Yang Zhi Liu Zichao Zheng
- 7 Research on the Tax Planning Path of the Collection and Implementation of the Fine Decoration of Commercial Housing / Dongbin Fu
- 10 Research on Marketing of Self-Made Beverage Post in Colleges and Universities / Yun Bai Jing Wan Xinru Wang
- 15 Research on Informationization of Railway Internal Audit / Lichao Zhang
- 18 Approaches to Promoting the Functional Construction of Beijing International Communication Center under the Normalization of Epidemic Prevention and Control / Xin Ma
- 21 Discussion on the Problems and Countermeasures of Financial Management in Publishing Enterprises / Chao Liu
- 24 Internal Control and M & A Performance of Independent Directors / Shuyi Lin Lingjie Chen
- 28 Highlighting the Construction Project Audit, Ensuring the Quality and Safety Standard / Hui Wang
- 31 Marketing Planning of Rural Products in Taizhou, China Based on Big Data ——Taking Gongju in Nancheng Street, Huangyan District, China as an Example / Min Hu
- 35 Some Thoughts on Introducing Social Business Cooperation Mechanism to Innovate Medical Insurance Management Method / Fuqiang Chen
- 39 Research on the Application of Information Technology in Marketing and Financial Management / Bingtao She
- 43 Research on the Hidden Bugs and Countermeasures of State-Owned Enterprises’ Confidential / Liting Xiao
- 46 The Current Situation and Development Path of China’s Agricultural Insurance / Jing Xu
- 49 Research on the Quality Control of Government Audit in the Big Data Environment / Jialiang Li Haoyan Li
- 52 Current Situation Analysis and Problem Study of “Cloud” Wish Bank / Bingbing Chen
- 56 Digital Economy Boosts the Upgrading of Local Cultural Industries / Yiwu Wu
- 59 Research on Risk Evaluation of Real Estate Trust Investment Fund / Hangyan Liu
- 62 Analysis on the Impact of Medical Insurance Payment Method Reform on Hospital Financial Management and Countermeasures / Ran Shen
- 65 Analysis of the Dilemma in Implementing the Legal Liability Clauses of Monopoly Actions and Countermeasures / Kaihong Sun
- 68 Innovation of Enterprise Organization Mode / Yinchao Gu
- 74 Discussion on Influencing Factors of Agreed Acquisition Premium in High-tech Industry: Based on Data of Listed Companies in Shanghai and Shenzhen / Fangping Chen Wenzhang Dou

Exploration on the Cultivation of Financial Compound Talents in Newly-Built Undergraduate Universities

——Taking the Construction of *Securities Underwriting and Issuance (IPO)* Training System as an Example

Mengti Ouyang

Chengdu College of University of Electronic Science and Technology of China, Sichuan, Chengdu, 611731, China

Abstract

With the rapid development of economy and the continuous improvement of the capital market, cultivating compound talents is a new requirement for finance majors in newly-built undergraduate universities. The *Securities Underwriting and Issuance (IPO)* training system integrates the application of multi-disciplinary and cross-professional knowledge in securities, finance, law, corporate management, etc. By analyzing the method of constructing the system and the existing problems, this paper explores and thinks about the training of financial compound talents in newly-built undergraduate universities.

Keywords

finance major; compound talents; training system

新建本科院校金融类复合型人才培养的探索

——以构建《证券承销与发行（IPO）》实训体系为例

欧阳梦缙

电子科技大学成都学院，中国·四川成都 611731

摘要

随着中国经济的飞速发展和资本市场的不断完善，培养复合型人才是社会对新建本科院校金融类专业提出的新的要求。《证券承销与发行（IPO）》实训体系中融合了证券、财务、法律、企业管理等多领域跨专业复合型知识的应用。论文通过分析构建该体系的方式以及其中存在问题，对新建本科院校金融类复合型人才培养进行探索与思考。

关键词

金融类专业；复合型人才；实训体系

1 引言

随着中国经济的飞速发展，资本市场不断完善，社会对新建本科院校金融类专业人才培养提出了新的要求。新时代的金融类人才不仅需要掌握系统的专业知识，还需要具备较

高水平的财务分析能力以及对宏观经济、法律知识等相关领域有所把握。而公司上市作为资本市场上的重要一环，其流程中涉及诸多证券、财务、法律、企业管理等跨专业工作。因此，论文通过分析构建《证券承销与发行（IPO）》实训体系的方式以及存在的问题，对新建本科院校金融类复合型人才培养的进行探索与思考。

【作者简介】欧阳梦缙（1990-），女，研究生学历，讲师，从事货币银行学研究。

【基金项目】四川省高等学校人文社会科学重点研究基地新建院校改革与发展研究中心 2019 年一般项目——“新建本科院校金融类复合型人才之证券承销与发行（IPO）实训体系构建”（项目编号：XJYX2019B04）。

2 以培养复合型人才为目标的实训体系构建

2.1 实训体系的内容

2.1.1 实训体系模拟公司上市流程建立

为了更加真实地模拟公司首次公开发行股票与上市全过

程,《证券承销与发行(IPO)》实训体系主要分为三个板块:公司设立与发展、发行准备与审核以及上市交易。上述三大板块的主要任务与目标如下。

(1) 公司设立与发展板块

学生组队成立多家拟上市公司团队,完成拟上市公司的基础资料准备。同时由其他学生成立证券公司、会计师或律师事务所等团队,熟悉公司首次公开发行股票的流程,为今后阶段指导公司上市做好知识储备。

(2) 发行准备与审核板块

上述各团队分工准备上市调查报告、招股说明书、法律意见书等上市申报材料,完成上市申请。再由教师扮演的交易所独立审核部门审核发行人公开发行并上市申请,股票上市委员会给予审议意见。

(3) 上市交易板块

上阶段通过审核同意注册的公司正式发行上市。其余团队解散,团队学生成为交易市场投资者,进行股票交易。成功上市的“公司团队”里学生也可以通过发布相关信息影响股价,使学生学有所用、学用结合,实现实训目的^[1]。

2.1.2 设置任务丰富的模拟角色供学生扮演

《证券承销与发行(IPO)》实训体系通过模拟公司首次公开发行股票与上市过程中的“多角色”供学生扮演、设置“多任务”供学生完成,从而让学生更加全面真实的体会公司上市的全部流程,并在此过程中提升学生的多方面技能,达到培养复合型人才实训目的。可供学生在实训过程中扮演的主要角色有拟上市公司、证券公司、会计师事务所或律师事务所、交易所团队以及个人或机构投资者等等。上述团队在实训过程中的主要任务如下。

(1) 拟上市公司

拟上市公司在教师提供的参考资料的辅助下,准备、提供公司基础资料,包括但不限于公司所处行业的前景、业内竞争等情况分析、财务资料以及其他资料等。

(2) 证券公司

证券公司协助公司改制、对公司进行尽职调查、组织协调各团队制作发行申请文件、出具发行保荐报告等。若其协助的公司在模拟实训中成功上市,证券公司还需担任证券发行的主承销工作,与公司团队成员共同组织路演、询价定价等工作。

(3) 会计师事务所与律师事务所

前者的主要任务之一是“公司设立与发展”实训板块,

辅助拟上市公司团队编制财务资料。另外,在“发行准备与审核”实训板块,负责公司上市过程中的财务资料的审计工作。后者在“公司设立与发展”实训板块负责指导公司改制,在“发行准备与审核”实训板块负责IPO过程中各类法律文本的准备和审核。

(4) 交易所团队

交易所团队负责指导与安排公司上市的流程,在“上市交易”实训板块扮演交易员组织股票交易。本类型角色任务相对较简单,可由担任前述角色的学生兼任扮演。

(5) 个人或机构投资者

这类角色主要在上市交易板块供学生扮演,可扮演本角色的为上阶段未成功上市的公司及相关团队的所有学生。个人和机构投资者主要参与模拟交易前阶段成功上市的公司股票,参与网下配售与网上申购、正式上市交易等环节,探析股价波动背后的原理。

2.2 实训体系对培养复合型人才的作用

构建本实训体系对培养复合型人才方面所起到的作用主要体现在鼓励促进学生运用多方面知识技能,是实现培养复合型人才目标的第一步。本实训体系的开展时间一般设置在大一的暑假前小学期及大二上半学期,面向的是已学完前置理论课程的学生。通过本实训体系的三大板块和多角色扮演任务,可将学生目前阶段掌握的金融类、财会类、法律类以及计算机类基础知识进行融汇贯通。例如,在“发行准备与审核”板块,拟上市公司团队、证券公司团队以及会计师事务所或律师事务所团队需通力合作完成招股说明书、财务报表及审计报告、法律意见书等。通过完成上述资料的准备,能全面调动学生动用金融、财务、法律类知识储备,培养学生对所学技能的综合运用能力,从而进一步实现培养复合型人才的目标^[2]。

3 实训体系构建中的困难与解决对策

3.1 困难

3.1.1 师资力量不足

构建《证券承销与发行(IPO)》实训体系,培养复合型人才,要求教师队伍本身就具备跨专业、跨领域的教育背景或工作背景。而现阶段新建本科院校的金融类专业教师主要还是由“从学校毕业即到学校任教”的青年教师组成,这些青年教师往往缺乏相关的实务工作经历。另外,教师队伍

中也难以找到对证券、企业管理、财务、法律等方面均有涉猎的人士。因此如何将理论向实践转换以及如何厘清各参与角色的工作职责与联系是在构建培养复合型人才实训体系时所面临的主要难题之一。

3.1.2 资料获取与制作难度高

完成实训体系的构建需要金融类专业教师准备大量学习资料与实训材料。但证券承销与发行过程极其复杂,牵扯诸多工作岗位,所需资料涉及诸多专业领域,而目前市面上几乎没有同类型的实训体系或课程以及相关的实训教材可供参考,因此对实训体系的构建造成一定困难。

3.1.3 “上市交易”实训板块模拟方式的选择

本实训体系在设想与试运行阶段时,所有实训板块均采用手工实训的方式开展。在“上市交易”板块进行模拟交易时,需提前印制前阶段成功上市公司的股票,然后由多名学生身穿红马甲扮演股票交易员,而其他学生扮演机构或个人投资者利用交易筹码(即模拟货币),进行喊价交易。如此设计实训环节的主要目的在于让学生更为直观的体会股票交易的机制、理解五档交易图的形成、思考股价变动的影响因素。根据学生反馈,采用这种类似“大富翁”游戏式的模拟方式非常有趣,能够特别充分的调动学生的积极性与参与度。但这种方式与目前实际采用的股票交易方式不符,从而在一定程度上违背了“理论联系实际”的实训目的。所以,对模拟方式的选择是未来完善实训体系所要考虑与探索的首要问题之一。

3.1.4 学生对跨专业知识技能掌握程度与运用能力不足

本实训开展时间定为大一暑假前小学期或大二上学期,本阶段学生已经完成相关证券金融、财务、法律及计算机知识的理论学习。但实际开展时,学生对理论知识掌握程度不高、难以将书本知识与实际运用联系起来等问题层出不穷,特别是在需要他们运用财务、法律等学科知识时表现尤为突出^[3]。

3.2 解决对策

3.2.1 加强师资队伍建设

强大的师资队伍是培养复合型人才的中坚力量。为完善师资队伍建设,新建本科院校应从多方面入手。首先,从人才市场引进既有教学能力又具备实务经验的“双师型”教师,为培养复合型人才提供理论与实践的双支撑。其次,学校更应重视对现有教师队伍的培养,鼓励和帮助教师提升自身的

知识积累和技能储备。

同时,学校应鼓励跨专业、跨学科的师生交流。在面临缺少跨领域人才、筹备教学资料困难等难题时,校内现有的证券、财会、法律类教师应加强沟通,通过彼此交流学习,提升跨专业知识技能储备,从而进一步解决在培养复合型人才道路上师资力量不足等问题。

3.2.2 金融实验室的创建与完善

为实现兼备趣味性与实际性的实训过程,可通过创建或完善金融实验室,购买或开发证券交易所模拟交易系统,形成微型的电子化交易平台。使学生通过该平台开展“上市交易”板块实训,既能模拟真实交易场景,又能够直观的感受有价证券的交易全过程,深入的理解交易背后的原理。

3.2.3 深化校企合作

复合型金融人才的培养,不能脱离市场和企业的需求。同样,作为输出人才的本科院校,其师资队伍也不能与社会需求脱节。在构建实训体系的初期阶段,教师可深入企业、机构以及事务所展开调研交流,寻求专业技术支持。另外,学校可聘请企业机构专家开展相关专业讲座,从实务角度向学生传递行业前沿讯息以及市场对复合类金融人才的要求,提升学生对掌握跨领域知识与技术的积极性。学校亦可深化与企业和合作,开展联合培养模式,进一步实现复合型人才培养目标。

4 结语

跟进时代的步伐、满足市场的需求,复合型人才的培养是新建本科院校金融类专业所必须考虑的重要问题。构建《证券承销与发行(IPO)》实训体系是在探索培养金融类复合型人才的道路上的其中一步。通过构建本实训体系有助于培养兼备证券、财会、法律等专业知识技能的复合型人才,同时对进一步实现跨专业师资队伍建设、深化校企合作有所助力。

参考文献

- [1] 王竹. 跨界融合趋势下高校复合型人才培养的探索与创新——以厦门华夏学院金融投资类专业课程为例[J]. 经济师, 2020(7): 161-162.
- [2] 陶立敏. 应用型高校投资类金融实践课程教学探讨[J]. 科技资讯, 2020(30): 92-99.
- [3] 孙燕云. 论金融人才培养与金融教学改革[J]. 科技资讯, 2020(31): 192-194.

Research on the Sales Mode and Countermeasures of “Live Broadcast with Goods” Boosting “Targeted Poverty Alleviation” in the New Era —— Taking the Xuwen, Guangdong, China as an Example

Zixin Yang Junwei Yang Zhi Liu Zichao Zheng

Beijing Institute of Technology, Zhuhai, Zhuhai, Guangdong, 519088, China

Abstract

In the context of China's full fight against poverty, the Covid-19 has impacted the development of many industries and has also instantly changed people's lifestyles. Taking the pineapple innovative sales channel in Xuwen, Guangdong Province, China as an example, this paper analyzes the problems and optimization path of the sales mode of “live broadcast with goods” boosting “targeted poverty alleviation” in the new era, builds an e-commerce platform conducive to the healthy operation of rural economy, so as to scientifically respond to the Covid-19, reduces the impact on rural economy, guide the healthy development of the sales mode of “live broadcast with goods” boosting “targeted poverty alleviation”, and make the industry poverty alleviation have the stamina and the consumption poverty alleviation sustainable.

Keywords

new era; live webcast with goods; targeted poverty alleviation

新时代下“网络直播带货”助推“精准扶贫”销售模式及对策研究——以中国广东徐闻为例

杨紫欣 杨军伟 刘智 郑梓超

北京理工大学珠海学院, 中国·广东·珠海 519088

摘要

在中国全面打响脱贫攻坚战的大背景下, 新冠疫情冲击着众多行业的发展, 也瞬间改变了人们的生活方式。论文以中国广东徐闻菠萝创新销售渠道为例, 分析了新时代下“网络直播带货”助推“精准扶贫”销售模式存在的问题及优化路径, 搭建有利于农村经济健康运行的电子商务平台, 以科学应对疫情, 减少对农村经济的影响, 引导“网络直播带货”助推“精准扶贫”销售模式健康发展, 使产业扶贫有后劲、消费扶贫可持续。

关键词

新时代; 网络直播带货; 精准扶贫

1 背景分析

1.1 网络直播带货 + 精准扶贫

扶贫, 不仅需要“用心”, 还要敢于“用新”。网络直播带货作为时下最火的营销模式, 受益于科学技术的迅速发展, 同时使得农业生产者对农产品销售渠道有了新的认识, 越来越多的农业生产者加入到了电子商务直播平台。“网络直播带货”的销售模式是依靠电子商务平台来展示农村生产和生活场景, 从而转化为农产品交易平台, 以帮助农民脱贫致富, 促进农村经济的发展^[1]。

1.2 疫情防控下搭建新农村电商直播平台的必要性



图1 2017—2020年中国直播电商市场规模预测

2019年, 中国电商直播行业的总规模达到4338亿元, 同比增长226%。新冠疫情冲击着当下众多行业的发展, 而电

商直播业态却更加丰富,搭建有利于农村经济健康运行的电子商务平台,科学应对疫情,减少对农村经济的影响,引导“网络直播带货”助推“精准扶贫”销售模式健康发展,才能使得产业扶贫有后劲、消费扶贫可持续。2017—2020年中国直播电商市场规模预测如图1所示。

1.3 “网络直播带货”一战“疫”、扶贫两不误

在祖国大陆的最南端——广东省徐闻县,有着30多万亩的菠萝产区,人称“菠萝的海”,全国每三个菠萝至少有一个来自这里。受新冠疫情影响,徐闻菠萝的流通中断、客商受阻,菠萝的价格一路狂跌甚至烂在地里都无人问津,农民们一度“哭着卖”。

面对疫情,广东省徐闻县快速启动“网络直播带货”销售模式,当地干部、农民摇身变成“网红”,直播销售菠萝等特色农产品,直播带来的订单使徐闻菠萝销路大开。

在全国许多贫困地区,“网络直播带货”销售模式解决了农民的燃眉之急,使得这些地区战“疫”、扶贫两不误,为全面建成小康社会打下坚实基础。

2 “网络直播带货”助推“精准扶贫”销售模式面临三大困境

2.1 扶贫机制之困

习近平主席指出,发展产业是打赢脱贫攻坚战的根本之策。然而产业扶贫的成功与否并不依赖于政府职能的发挥,而是取决于市场机制配合作用的效果^[2]。“网络直播带货”是电商扶贫产业的新型延伸,通过“搭建平台、开拓市场、引导消费”开辟出一条“政府搭台,经营主体唱戏,贫困户受益”的开发式扶贫道路,本质上仍期寄于以市场化方式实

【作者简介】杨紫欣(1999-),中国广东汕头人,本科在读,从事高等教育研究。

杨军伟(1986-),中国河南安阳人,研究生学历,高级政工师,从事思想政治教育研究。

刘智(1983-),中国辽宁丹东人,研究生学历,高级政工师,从事思想政治教育研究。

郑梓超(2000-),中国广东广州人,本科在读,从事高等教育研究。

【课题项目】2020年国家级大学生创新创业训练计划项目(课题编号:202013675009);2020年广东省高等学校党的建设研究会课题(课题编号:2020MB025)。

现社会资源最大范围和最大程度的整合,但仅凭一方小小的直播间,实难破解机制瓶颈。

2.2 农产品品牌之困

在互联网不断深入发展和中国相关政策的扶持下,一些农产品品牌逐渐走向大众视野,但目前中国农产品品牌依旧难以规模化发展。在“网络直播带货”助推“精准扶贫”的大背景下,部分农产品品牌在各大电商平台上得以宣传。但由于农产品品牌上线趋势猛增,导致线上农产品品牌的密集度高,消费者对单一品牌的感知减少,品牌难以深入影响消费者。更重要的是,大多数的农户都没有接受过品牌管理和电子商务相关教育,难以科学的进行品牌传播。

2.3 人力资本之困

人力资本对于“网络直播带货”助推“精准扶贫”销售模式的推广应用也会有所阻碍。农民需要接受优秀的教育,并且学以致用。但是,让农户接受相关知识的培训并不现实。高质量的农户职业教师缺少实践的背景,使得实践与理论脱钩,难以贴合农民成人教育的实际;更重要的是,农民对接受教育的积极性不高,使得最后的实际效应并没有达到期望效应。同时,贫困地区还面临着人才外流的问题,人才的外流使得贫困地区减少了人力资本存量,这是扶贫事业的一个隐形伤口。

3 “网络直播带货”助推“精准扶贫”销售模式优化路径

3.1 加强“网络直播带货软、硬件”基础设施建设,建立完善产业扶贫制度

“网络直播带货”助推“精准扶贫”的销售组合模式,一定程度上带动了经济的发展,也助力着脱贫攻坚目标的实现。另一方面“网络直播带货”的模式使农产品的销售变得更加便利的同时也带来了极大的竞争压力。

基础设施建设是改善贫困地区人民生活生活条件的重要途径,更是发展“网络直播带货”助推“精准扶贫”销售模式的重要条件。目前,在中国的一些偏远的贫困地区,硬件设施跟不上发展需求,需要不断加大农村网络工程建设力度,让农村的“网络直播带货”搭乘上5G快车,使互动交流更加顺畅,消费体验更加友好。

同时,在“软件”设施建设上要培育一批懂农业、懂网络、爱农业和爱农民的农业综合型人才,引进一批有经验、有技

术和有能力的专业人士^[3],不断优化“网络直播带货”助推“精准扶贫”的销售模式,建立起完善的产业扶贫制度。

3.2 提升农产品供应链能力建设

“网络直播带货”助推“精准扶贫”的销售组合模式,对农产品供应链的建设提出了更高的要求和挑战。如图2所示,通过电子商务服务中心将物流信息进行具体化整理和分析,建立买方和卖方的供求关系,能够提升农产品交易的标准化运作^[4]。

“网络直播带货”作为新兴行业,为农产品生产者、农产品电商及消费者三者构建沟通渠道,在一定程度上加强了农产品供应链的竞争,实现农产品供应链上下的平衡运作与资源共享,真正实现农产品整体利益最大化。

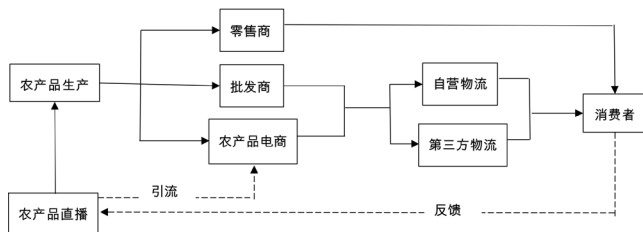


图2 农产品供应链体系

3.3 加大农产品品牌化建设力度,打造特色产业品牌

要使得“网络直播带货”推动“精准扶贫”,在做好基础建设的同时,还需要对农产品进行相关的包装,让农产品更容易被消费者接受,其中一个有效的手段就是加强对农产品品牌化的建设。

在“网络直播带货”助推“精准扶贫”销售模式的背景下,品牌定位与建设将直接影响直播带货效果和结果。在高质量生活时代,消费者对绿色的、安全的农产品需求更加旺盛。农户可以把农产品品牌定位成绿色的、健康的和安全的,给农产品品牌树立形象,吸引消费者,从而在消费者的心中拥有一个不同的定位。

3.4 打造专业品牌营销人才队伍,精准培育电商人才

专业人才是推广运用“网络直播带货”助推“精准扶贫”组合销售模式不可或缺的中坚力量。加强对品牌营销人才队伍的培养,提升专业人才在知识层面的层级,并且通过相关的政策激励人才留在或者前往农村地区参与到中国的脱贫攻坚事业中。同时,将理论和实践相结合,充分发挥互联网技术的作用,为农产品品牌的传播和农产品营销铺好道路,不断探索建设一条适合农村发展的品牌营销道路。

4 结语

打赢脱贫攻坚战,与全国人民一起携手奔向全面小康社会,是人民群众的希冀,也浓缩着中国共产党人矢志不移的初心、孜孜以求的情怀。

习近平主席说过,电商扶贫作为新兴行业,既可以拓宽农产品的销售渠道,同时又能够推动乡村振兴事业的发展,是大有可为,大有作为的。新时代下“网络直播带货”助推“精准扶贫”销售模式使中国的精准扶贫事业更加网络化、多样化,帮助贫困地区的农民脱贫致富,推动农村经济发展,为全面建成小康社会打下了坚实的基础。

参考文献

- [1] 李玉,丁建航.疫情背景下“互联网新农村”电子商务直播平台研究——以山东省菏泽市虎头李村为例[J].商业经济,2020(4):111-112.
- [2] 人民论坛网.产业扶贫要做到“目中有人”[EB/OL].人民论坛网站,2020-11-21. <http://www.rmlt.com.cn/>
- [3] 侯智先.“互联网+农产业”扶贫模式研究——以湖南省安化县黑茶产业扶贫为例[J].科技和产业,2019(4):33-38.
- [4] 许媛.基于“互联网+”的农产品物流可持续发展思考[J].农村经济与科技,2019,30(18):50-51.

Research on the Tax Planning Path of the Collection and Implementation of the Fine Decoration of Commercial Housing

Dongbin Fu

Central South Regional Headquarters of PowerChina Real Estate Group, Zhengzhou, Henan, 450000, China

Abstract

Profit, as the core goal of a company's operation and survival, reflects the company's operating results in a certain period of time, and is one of the most important indicators for investors, shareholders, and corporate managers. However, in the market situation of "housing to live without speculation" as the main tone, supplemented by "restricting housing prices" and other regulatory means, how to legally and legally carry out tax planning, improve the absolute value and relative value of profits has become an urgent problem for the managers of real estate development enterprises. This paper first describes the necessity of fine decoration, and then analyzes various kinds of fine decoration collection and implementation schemes in the current market based on the classification standard of collection subject and contract signing subject, studies the advantages and disadvantages of various methods, and finds the scheme suitable for the enterprise from the research conclusion. Finally, the paper analyzes the problems that need to be solved one by one, and draws the corresponding suggestions and conclusions.

Keywords

fine decoration; tax planning; path selection

关于商品房精装修收款及实施的税收筹划路径研究

付东彬

电建地产集团中南区域总部, 中国·河南 郑州 450000

摘要

利润作为企业运营存续的核心目标,反映了企业在一定时期内的经营成果,是投资者、股东、企业管理者最为重视的指标之一。但在以“房住不炒”为主要基调,并辅以“限房价”等调控手段的市场情形下,如何合法合规地进行税收筹划,提高利润的绝对值和相对值成为了房地产开发企业管理者亟待思考的问题。论文首先简述了精装修的必要性,然后对当前市场上以收款主体和签约主体为划分标准的多种精装收款及实施方案加以举例分析,研究了各种方式的优劣势,并从研究结论中寻找适合本企业的方案。最后,针对该方案落地需要解决的问题进行逐一分析,得出相应的建议及结论。

关键词

精装修; 税收筹划; 路径选择

1 精装修必要性

1.1 精装修迎合市场需求

中国中产阶级人数早已过亿,伴随中国经济不断增长,这个日益庞大的中产阶级消费群体,将从各方面引领消费升级,对高品质住房的追求将会是此次消费升级中极为重要的方向^[1]。与此同时,装修经验匮乏,没有装修时间等原因催生了消费者对精装房极大的需求。在地产行业竞争不断加剧的今天,提升住宅的品质和服务将为房地产企业决胜市场提

供有力支持,精装房逐渐并将最终成为主流房屋消费趋势^[2]。

1.2 精装修提升盈利空间

“房住不炒”是中国为当前的房地产市场定下的基调,是中央对房地产市场的重要表态。为配合房地产市场严控的基调,地方政府自去年下半年以来相继出台了包括“限购、限贷、限价、限商、限售”的房地产“五限”调控政策。面对政策不断加码,开发成本却不断高企的现实情况,如何在限房价的基础上提升房屋的整体盈利空间,提高产品溢价是每一家房地产企业都亟待思考和解决的问题。精装房成为解决该问题的一个很有效的突破口。

【作者简介】付东彬(1985-),男,中国河南息县人,研究生学历,中级会计师,从事财税方向研究。

2 精装房实施路径分析

通过对当前市场的调研,并以收款主体和签约主体不同进行分类,可以将精装房的路径分为以下四类。

2.1 开发商签约, 开发商收款

该操作路径是当前市场主流的一种操作路径,即开发商为装修实施主体与业主签订装修合同,并由开发商收取装修款项。市场上成熟的操作案例如郑州亚新茉莉花苑项目等。

该操作路径优势有:①市场常规操作路径,政策风险低;②购房者接受度高。

该操作路径劣势有:①预缴税负较重;②精装价格限价政策无法突破;③存在后续因精装带来的直接客诉风险。

2.2 开发商签约, 第三方收款

该路径在实际操作中采用较少。因为开发商与购房者签订装修合同,但却让第三方收取装修款项,开发商承担了上述第一种模式下的所有风险,却无法使精装修回款正常流入开发商,且开发商及第三方存在双重纳税风险。

2.3 第三方签约, 开发商收款

该种路径是由第三方与购房者签订装修合同,但由开发商代为收取装修款项。开发商通过与第三方装修公司签订委托协议,以第三方装修公司的名义收取装修款,以第三方装修公司的名义开具收据或者发票给购房者,开发商作为一个委托收款的角色。具体案例如佛山中海万锦公馆项目。

该操作路径优势有:①资金正常回流开发商;②表面上减少精装客诉风险。

该种路径劣势有:①购房者接受度不高;②开发商及第三方存在重复征税风险。

2.4 第三方签约, 第三方收款

该种操作路径是由第三方与购房者签订装修合同,并由第三方收取装修款项,开发商既不是精装修合同签约主体,也不是精装修款项收款主体。目前郑州市市场上康桥地产开发的所有项目均按此路径操作。

该路径优势有:①存在突破地方精装修限价政策可能性;②可减少未来精装修客诉的直接风险;③降低开发商及第三方的整体税负及资金压力。

该路径劣势有:①精装修收款的资金及利润回流路径较复杂;②精装质量及进度掌控力度弱;③购房者接受度不高。

3 适合某央企地产公司精装修路径分析

通过第二部分对市场上精装修收款及实施四种路径的优劣分析对比,结合某央企地产企业性质,当前可选择的路径为路径一和路径四。

路径一是较为常规的操作模式,路径四有较大的节税空间,本部分重点探讨路径四的节税效果及实施路径四的需解决问题的针对性方案,并以某央企地产公司中部城市某项目数据为例说明路径四的节税效果。

3.1 项目整体税负测算对比

项目位于中部某城市经济技术开发区,项目总占地面积 59,928.72m²,项目整盘含税收入为 331,499.99 万元,其中:毛坯含税收入为 297,741.89 万元,精装修款项含税收入总额 33,758.10 万元。毛坯备案均价为 17722 元/m²,精装成本为 22,533.96 万元,精装以 2322 元/m² 价格销售。项目整体税费测算明细如表 1 所示。

表 1 项目整体税费测算明细

税种	预缴阶段				差额
	路径一	路径四			
	开发商	开发商	第三方	合计	
增值税	9,040.91	8,120.23	613.78	8,734.01	-306.90
土地增值税	13,789.50	8,751.43	—	8,751.43	-5,038.07
企业所得税	7,372.36	6,496.12	61.38	6,557.50	-814.86
合计	30,202.77	23,367.78	675.16	24,042.94	-6,159.83

根据上表可以看出,预缴阶段,和路径一相比,路径四整体将少预缴税款总额 6,159.83 万元,其中:增值税 306.90 万元,土地增值税 5,038.07 万元,企业所得税 814.86 万元。在后续清算阶段,不考虑第三方装修公司自行进行税收筹划的空间,第三方装修公司将根据实际装修业务进度分年度补缴增值税 409.93 万元、企业所得税 2,371.75 万元。如前期预缴税款无法退回,项目整体税负至少降低 3,378.15 万元。

现阶段地方政府财政压力较大,清算结果核定流程繁杂,短期全部或部分退税难度均较大,因此降低预缴税款能为降低项目整体税负带来直接的影响,同时也避免了因前期预缴税负过重导致资金成本增加。

项目整体利润率较低,在当前市场调控环境下,降本增

效提升项目的盈利水平是现阶段需要思考和解决的问题,路径四和路径一相比较,路径四节税效果明显。

3.2 落实路径四某央企地产公司需要解决的问题

落实路径四首先需要解决第三方装修公司以谁为实施主体的问题,考虑规避操作阶段的风险,同时要实现资金及利润回流某央企地产公司,第三方装修公司主体必须为集团内部关联企业,集团内部关联企业分为某央企地产公司内部关联企业及外部关联企业,出于沟通协调便利性及利润回流某央企地产公司可落地性出发,建议选择某央企地产公司内部关联企业。

一般全项目精装修工程总合同额远大于2000万元,根据建筑装修装饰工程专业承包资质的要求,承担单项合同额2000万元以上的建筑装修装饰工程必须为一级资质,目前某央企地产公司内部关联企业中北京某市政园林工程有限公司(以下简称“园林公司”)拥有装修装饰工程专业承包二级资质,正在申请一级资质中。

因此第三方精装修公司主体选择为某央企地产公司控股的园林公司较为合适,后续应加快一级资质的取得工作。若第三方精装修主体选择为园林公司,在实际操作过程中仍需解决以下问题:

3.2.1 解决园林公司利润分配及资金回流的问题

因园林公司属于某央企地产控股公司,某央企地产公司占股70%,其他小股东占比30%。在征得小股东同意后,会计核算上通过辅助核算单独核算该精装修项目实际利润,后续通过不对称分红的方式解决利润回流某央企地产公司的问题。园林公司在收到客户精装修款后专户归集,专户余额每月末上移某央企地产公司总部,某央企地产公司以往来款形式下拨项目公司使用。后期精装修款项园林公司申请下拨专户正常列支。上述内容应以股东会决议形式予以明确。

3.2.2 解决区域总部及项目公司考核问题

从财务核算及统计月报上看,因精装修事项带来的项目回款增加及利润增加无法在区域总部及项目公司层面体现,对区域总部及项目公司考核带来一定的影响。可与某央企地产公司战略与运营管理部及财务产权部沟通,通过账外台账登记的方式将园林公司收取精装修款项及利润指标完成情况等汇总至纳入区域总部。

3.2.3 解决精装施工管理及招标问题

解决精装修施工进度及质量管控问题也是避免开发商后期交付投诉一个核心问题。建议园林公司仅做为精装修合同签订主体及代为收支主体,而供应商的选择仍由区域总部及项目公司主导,确保精装修施工进度质量受控。

4 结语

鉴于精装修商品房项目目前在某央企地产公司内部数量较多,后续应市场需求也将会在新项目开发中不断出现,从项目降本增效的角度出发,建议以中部某城市项目为试点,总部及区域总部协调联动,充分论证其可行性,并做好风险评估。

考虑到当前的税收环境,从节税及实操角度出发,一方面要做好与主管税务机关的积极沟通,维护好税企关系;另一方面站在某央企地产公司层面,主动积极推动相关重点事宜的落实,后续路径四方能得以落地实施,只有这样才能达到预期税务筹划的效果,探索出一条适合某央企地产公司的精装修收款及实施路径。

参考文献

- [1] 童仕明. 房地产精装修模式下税收筹划[J]. 当代会计, 2019, (21):121-122.
- [2] 洪正康. 浅析房地产企业精装房的税务筹划[J]. 经济管理, 2016(08):66-67.

Research on Marketing of Self-Made Beverage Post in Colleges and Universities

Yun Bai Jing Wan Xinru Wang

Xi'an Traffic Engineering Institute, Xi'an, Shaanxi, 710300, China

Abstract

This paper analyzes the current situation of beverage store marketing in colleges and universities, and then studies the marketing advantages and existing problems of self-made beverage post station in school through SWOT analysis and 4P theory.

Keywords

self-made beverage machine; SWOT analysis method; 4P theory

自制饮品驿站在高校中的营销研究

白云 万净 王欣茹

西安交通工程学院, 中国·陕西 西安 710300

摘 要

论文对高校饮品店营销的现状进行了分析, 然后通过 SWOT 分析法以及 4P 理论对自制饮品驿站在学校中的营销优势以及存在的问题进行了研究。

关键词

自制饮品机; SWOT 分析法; 4P 理论

1 引言

SWOT 分析法, 是一种企业竞争态势分析方法, 是市场营销的基础分析方法之一, 通过评价自身的优势 (Strengths)、劣势 (Weaknesses)、外部竞争上的机会 (Opportunities) 和威胁 (Threats), 用以在制定发展战略前对自身进行深入全面分析以及竞争优势的定位。

4P 理论即产品 (Product)、价格 (Price)、渠道 (Place) 和促销 (Promotion) 四类营销因素。这四类营销因素表现在目标市场上, 企业可以决定销售合适的产品, 制定合适的价格, 采取合适的销售渠道以及采用合适的促销方式来适应外部环境的变化, 以满足消费者的需求, 营销目标也可最终实现。

近年来, 随着生活水平的提高, 奶茶果汁等饮品成为很

多人的逛街休闲首选, 餐饮企业的饮品消费水平高, 需求量大, 覆盖面广已成为现代餐饮市场的共识。本次研究采用调查问卷和面对面采访的方式进行, 一共发放了问卷 300 份, 去掉无效的问卷, 最终收回的有效问卷为 280 份。问卷的回收率为 93.3%, 女性占 80%, 男性占 20%。问卷中的主要问题有: 大学生对于饮品的主要需求以及饮品的口味、价格、类别等方面进行调查, 最后根据调查结果进行总结分析。

2 高校饮品店营销的现状和问题

2.1 高校饮品店营销的现状

2.1.1 产品现状

当下, 各高校里的饮品店数量可谓层出不穷, 店里的饮品种类也很丰富, 主要有普通饮品类、果汁类、茶类、咖啡饮品类等。随着网红同款的兴起, 很多饮品店推出了网红饮品, 饮品种类丰富。普通的饮品店主要秉承着“卫生、新鲜、味美”的理念, 主要是为了贴合学生追逐时尚, 讲求效率的消费心

【作者简介】白云 (1979-), 女, 中国山西长治人, 副教授, 从事教学管理和创新创业教育研究。

理。其中主要表现在每天制作饮品的原材料及时供给,饮品一定要现做现售,同时制作饮品的环境要干净卫生,这样可以保障饮品的口感和新鲜度。制作好的饮品有两种包装方式,若是冷饮,则使用一次性塑料杯装入,然后用封口膜封口,用一次性塑料吸管进行使用;若是热饮,则使用纸杯和一次性塑料吸管,用纸杯盖封口。

2.1.2 价格现状

饮品的价格对于饮品店来说是很重要的,因为这决定着其赚取利润的多少,在饮品的价格上,有71%的学生会接受5~10元的饮品,也有一些学生能接受10~15元的饮品,只有很少一部分学生会接受15~20元,选择25元以上饮品的屈指可数。究其原因发现,因为大学生的经济来源很单一,生活费大多是由父母给的,饮品价格的高低对他们很敏感,很多学生都希望买到价廉物美、经济实惠的产品,他们更偏向于理性消费。由此,饮品店的饮品价格与外面商场饮品店的价格比较,通常偏低。而且很多饮品店会利用节假日做活动,如免费发放小额代金券、买二赠一、现金折扣等一系列营销手段,从而吸引更多的顾客,进一步扩大市场。

2.1.3 渠道现状

高校的饮品店市场相对于其他的市场而言,有所不同,其他市场的目标对象比较松散,而高校的市场比较集中。饮品店在售卖时一般都是直接销售,尽可能减少售卖时的中间环节,以便更好的赚取利润,还可以快速的了解市场变动。除了终端零售,现在又多了一种营销渠道,随着互联网的发展,在高校内兴起了“校园跑”“校园外卖”等点餐潮流,这使得饮品店在售卖饮品的同时还可以收取配送费,大大增加了收益。

2.1.4 促销现状

高校饮品店进行促销的方式主要有发宣传单、张贴海报、办理会员卡等。其中,具体有以下几种方式。

(1) 会员制

凡到店购买饮品的消费者,消费到一定金额时,就可以免费办理成为会员,得到一张会员卡,以后购买饮品时会将消费金额以相应的比例转换成对应的积分,积分达到一定等级时可兑换饮品。

(2) 广告促销

饮品店会在人流量大的地方张贴广告,宣传小店的爆品,

以此来吸引顾客。

(3) 新品免费品尝

每当有新品上架时,饮品店通过广播宣传,让学生免费尝试。

2.2 高校饮品店营销的问题

2.2.1 产品单一

目前来看,高校饮品店面临着饮品种类单一的问题,很多店里都缺少应季的产品,并且很多高校的饮品店都是各类品牌的加盟店,主要有公司总部派专业人员对店面进行装修、并对小店的经营、管理、制作技术进行总体指导等,同时对饮品原料进行统一的配送和管理,从根本上保证加盟店的饮品质量。但是导致了饮品缺少创新,容易流失客户。

2.2.2 价格战现象明显

由于近年的饮品行业发展迅猛,根据中国国家统计局数据显示,中国饮料已超过20%的年均增长率快速增长。饮品市场已成为中国食品市场中发展最快的市场之一。很多学生购买饮品的次数很多,对饮品的价格也很了解,当有其中一家饮品店降价销售时,其他的竞争者也会采取相同的方式降低饮品价格,还会存在恶性竞争的行为,影响饮品市场的良好发展。

2.2.3 饮品包装不环保

现在市面上常见的饮品包装主要有塑料瓶、纸盒、易拉罐等,通过问卷调查发现,当代大学生有很强的环保意识,更多的人选择纸杯包装的饮品。所以饮品店应当改变饮品的包装,使用环保的、可降解的包装材料,保护环境。

3 自制饮品机的 SWOT 分析

自制饮品机的 SWOT 分析如表1所示。

4 自制饮品驿站的营销策略

4.1 高校自制饮品及销售的产品策略

4.1.1 产品定位

高校自制饮品驿站针对的消费群体大多数为18~23岁的高校大学生,当代大学生对饮品会有一定的需求与热爱,愿意去尝试新的事物,对新鲜事物有充足的好奇心与消费冲动,且年轻消费群体追求高质量且个性新颖的产品。根据问卷调查发现,大学生的环保意识很强,所以高校自制饮品机的产品定位主要突出以下三点。

表 1 自制饮品机的 SWOT 分析

S 优势 (Strengths)	1. 竞争对手多为直营店，自助饮品机市场较为空缺，市场环境良好； 2. 自助机的智能化符合社会发展趋势，互联网与非人工化乃大势所趋拥有非常好的发展前景； 3. 投资量小，节约门店费用以及人工费用，占地小可以大规模投放； 4. 饮品种类多，容易吸引消费者的尝试，充分满足学生群体的个性化需求；
W 劣势 (Weaknesses)	1. 大学生创业资金有限，影响规模； 2. 直营店对顾客人群的影响根深蒂固； 3. 产品刚进入市场知名度不高市场占有率太小； 4. 无法满足精品精美爱好者的需求以及多样化的需求； 5. 自动化机器在试运营期容易出现故障。
O 机会 (Opportunities)	1. 如今饮品自助机的市场空缺，同行业竞争对手少，拥有良好的市场环境； 2. 中国市场广，人口大，消费群体众多。特别在高校与写字楼的投放，可以拥有稳定的消费群体； 3. 产品绿色健康口味独特，拥有很好的市场竞争力。人们越来越喜欢便捷的购买方式，对直营店的消费兴趣降低。
T 威胁 (Theats)	1. 直营店的竞争激烈，直营饮品市场饱和，面对各种形式的竞争压力； 2. 外卖行业的兴起，对直营店有很大程度的扶持作用； 3. 人们对饮品口感的要求越来越严格； 4. 各种替代品的威胁，例如学校超市和餐厅的饮品会抢占部分销售市场。

(1) 方便快捷

饮品机投放范围广，占地面积小，整个流程机械化操作，保证饮品的口感同时方便快捷，更能吸引消费者。让大学生在购买中感受到自制饮品驿站不仅可以动手制作符合自己口味的饮品，而且充分满足他们的多样化的个性化需求。

(2) 健康有机

因为地处西安，在不同的季节盛产不同的水果，在线下与扶贫区县的果农种植户收购当季新鲜水果，保证饮品的新鲜、健康与安全。

(3) 绿色环保

包装采用可降解的环保材料，拥有独特的包装设计图案，杯体图案精致，吸引更多消费者购买。

4.1.2 产品创新

表 2 调查消费者对饮品类别的喜欢程度及消费比例

饮品类别	人数分布	消费比例
茶类	90	32%
果汁类	55	20%
咖啡类	26	9%
奶茶类	109	39%

根据表 2 调查问卷的统计结果显示，消费者对于饮品的种类需求很大，各自有各自喜欢的饮品类别，自制饮品机根

据不同的季节,推出应季的特别限定款,比如夏季推出鲜榨系列、刨冰系列等产品,冬季推出暖心热饮系列。定时的更新饮品,敢于在饮品方面做出创新。随着人们生活水平的提高,驿站可以现做饮品,不添加任何防腐剂,满足当前健康生活理念的同时在饮品的色泽外观和口感上都有所创新。例如,根据季节变化推出限定,如三月樱花季,八月夏日清凉,九月开学季;节假日限定,又如520与浪漫邂逅,七夕表白爱意,圣诞特定杯等。

4.2 高校自制饮品驿站的价格策略

表3 调查消费者对饮品价格的接受程度及消费比例

饮品价格	人数分布	消费比例
5-10 元	200	71%
10-15 元	50	18%
15-20 元	20	8%
20-25 元	10	3%

4.2.1 定价目标

由表3可以看出,消费者对饮品的价格很敏感,5~10元为消费者普遍接受的价格,价格太高,购买的人数大大下降。由于当前饮品市场规模较大,在激烈的竞争当中,自制饮品驿站定价目标的前提是确保产品质量和服务质量,在此基础上提高饮品的价值,定期进行问卷调查,从而调整合理的产品价格,不断的提高产品销售量和市场占有率,最终达到规模经济效益。

4.2.2 定价策略

(1) 折扣定价策略

常见的折扣定价主要是数量折扣,主要是通过驿站后台消费数据统计显示,针对购买数量较多的消费者在消费时给予一定的现金优惠策略,消费数量越多的消费者享有的现金折扣越大;代金券也是现金折扣的一种,在特殊节假日期间可以分发放代金券,在宣传驿站的同时还可以鼓励消费。

(2) 心理定价策略

根据走访调查,分析当代大学生消费心理主要包括盲目从众心理和求廉的心理。因此,可以特选几款口味俱佳包装追随时代潮流销量第一的饮品作为招牌吸引顾客,同时其他饮品定价合理,让顾客在驿站消费后产生“物美价廉,物有

所值”的感觉^[1]。

(3) 顾客差别定价策略

自制饮品驿站主要针对的消费群体是年轻一代的大学生,因此,驿站的产品定价倾向于中等或低等价位。每个人的消费水平不同,根据调查显示,分析出大多数顾客可以接受的饮品价格,对相同类似的系列产品定制不同的价格,以此满足不同消费水平的高校学生群体的需求。例如,相同类似的系列产品可以采用大杯中杯小杯形成价差。

4.3 高校自制饮品驿站销售的渠道策略

4.3.1 渠道目标

高校自制饮品以及展必须明确渠道设计所要达到的目标。即学生购买产品或服务的便捷性表现为一切以学生的满意为中心,达到“我动手,我快乐”这一理念。以最便宜的途径让学生购买到产品,以最快的速度对学生的需求和评价做出反应。

4.3.2 渠道改进策略

开发多元化直销策略。根据走访市场发现市场饮品店销售渠道主要是直销。

第一,自制饮品驿站可以利用校园资源销售群,驿站有新品推出时会第一时间在群里告知顾客,消费者可以第一时间在群里进行预约购买。

第二,可以和学校的校速跑合作在微信公众号上点击下单后,在空闲时间前往驿站动手自制饮品^[2]。

4.4 高校自制饮品驿站营销的促销策略

4.4.1 促销目标

自制饮品驿站在定制促销目标前期,以问卷调查为主,走访调查为辅的方式全面了解学生对饮品口味的喜好、饮品价位的接受程度等因素进行全面分析,通过分析总结并制定出大多数学生可以接受的促销方式并实施,最终将信息以宣传的方式传递给学生,并激起学生的购买欲望。

4.4.2 促销策略

(1) 薄利多销

通过线下于贫困地区的果农进行沟通,可以较低的价格购买滞销的水果作为原材料,即我们自制饮品驿站里的饮品价格低于市场价格,在通过加大力度宣传,加大销售量,以获得规模效益。采取促销策略,现金折扣,对购买某种产品的顾客实行积,分制减免。大学生在创业期间可以加大促销

力度 从而提升市场占有率、品牌知名度、提升业绩来实现零库存击败对手^[3]。

(2) 建立会员档案

自制饮品驿站可以根据顾客的消费水平为顾客建立会员档案。例如,会员可以享受团体价,节假日促销推出优惠特价等,这也有利于有效的统计消费群体,总结重复消费率,为准确的进行目标市场定位和设立合理的促销策略提供理论基础。

(3) 利用环保产品

高校自制饮品驿站可以使用可回收再利用的环保型纸杯,或者鼓励学生自带杯子动手制作饮品,并对自带杯子的顾客给予一定的现金折扣来回馈他们对于环保事业的支持。

(4) 积极响应脱贫攻坚工作

高校自制饮品驿站应投入中国脱贫攻坚工作中,帮助贫困地区的果农销售水果,这种做法不但会得到大学生的响应和支持,而且会切实有效的提高饮品驿站的形象,这样可以

真正达到“你动手、我快乐”的设计初衷,成为大学生联系社会的桥梁,为大学生能够很好的融入社会做准备,成为大学生的情感依托^[4]。

5 结语

论文对自制饮品驿站在高校中的营销策略进行了各方面的研究,有利于自制饮品机在高校进行营销时,更好地了解市场,把握市场,以及自制饮品驿站的良好发展。

参考文献

- [1] 宋晓欣.我国大学生市场营销[J].经济与管理研究,2004(02):60-62.
- [2] 尹剑峰.饮品制作与饮品店经营全攻略[M].北京:中国经济出版社,2006.
- [3] 曹永欣.大学生饮品消费现状与需求分析[J].合作经济与科技,2019,611(12):148-149.
- [4] 王崇彩,陈敏,韩维维.4P理论在高校饮品店营销中的运用研究[J].技术经济与管理研究,2009(003):73-75.

Research on Informationization of Railway Internal Audit

Lichao Zhang

Audit Department of China Railway Shenyang Group Co., Ltd., Shenyang, Liaoning, 110000, China

Abstract

The rapid development of information technology represented by big data, intelligence, mobile Internet, cloud computing, etc. not only changes the business management methods of various organizations, but also profoundly changes the internal audit environment, affecting the quality and effectiveness of internal auditing. Traditional audit technology and methods are facing huge challenges. Railway auditors need to adapt to new technologies, new methods, and new changes caused by informatization, actively explore new technologies and new methods, and continue to accelerate the construction of railway internal audit information to promote railway high quality development.

Keywords

informationization; audit technology; audit research

铁路内部审计信息化研究

张立超

中国铁路沈阳局集团有限公司审计部, 中国·辽宁 沈阳 110000

摘要

以大数据、智能化、移动互联网、云计算等为代表的信息技术的飞速发展不仅改变着各个组织的业务管理方式,也深刻改变了内部审计的环境,影响着内部审计的工作质量和成效。传统的审计技术方法正面临着巨大的挑战,铁路审计人员需要适应信息化导致的新技术、新方法、新变革,积极探索新技术和新方法,不断加快铁路内部审计信息化建设,促进铁路高质量发展。

关键词

信息化; 审计技术; 审计研究

1 引言

当前,以大数据、智能化、移动互联网、云计算等为代表的信息技术的飞速发展不仅深刻改变着各个组织的业务管理方式,也深刻改变了内部审计的环境,深刻影响着内部审计的工作质量和成效,传统的审计技术方法正面临着巨大的挑战。习近平主席在中央审计委员会第一次会议上指出:“要加强科技强审,加强审计信息化建设”,这为内部审计技术方法的变革与创新指明了方向。铁路内部审计人员必须紧跟时代步伐和落实习总书记的指示,深入学习、积极探索新技术和新方法,不断加快铁路内部审计信息化建设,才能为推动铁路内部审计提质增效奠定基础,从而为促进铁路高

质量发展提供更具增值价值的审计服务。

2 铁路信息化产生的背景及目前的审计现状

2.1 铁路信息化产生的背景及特征

中国铁路信息化进程是随着改革开放之后铁路运输需求不断增大而启动,并不断前进的。在近30年中,中国铁路信息系统从无到有,从小到大,从单机版本到多层次的网络应用。据不完全统计,中国铁路总公司拥大大小小80个铁路信息系统,内容涵盖铁路工务、电务等各个运输系统的各项基础生产统计数据。铁路各个信息系统看似独立,实则是一个整体,系统内数据之间存在着某种内在联系,通过分析各种关联数据的分析,可以发现管理中存在的不规范之处和薄弱环节。面对大量的业务数据,需要解决审计工具问题、技术问题及人员问题来实现数据利用。然而现实是,审计方式的创新与变革受到了多重方面的制约。

【作者简介】张立超,男,中国河北石家庄人,会计师,从事审计管理研究。

2.2 目前的审计现状

2.2.1 审计工具方面的制约

铁路内部信息系统拥有四个特征：一是数据体量巨大；二是数据类型繁多；三是价值密度低；四是各系统独立存在。而这四个特征也决定了利用信息化系统进行审计相比其他技术审计方法更加迅速、优化、直观。然而，由于目前铁路各信息系统独立存在，数据没有做到相互共享，相互关联，使得审计工具的不适应性成为了制约审计发展的软肋。审计人员需要探索新的处理和检索的方法，研究全套的审计工具系统进行分析并发展新型的数据挖掘技术，使数据的处理与分析更加便捷有效。

2.2.2 审计技术方面的制约

原有的审计人员在面对数据的处理方式一般针对某项经济业务，分信息系统查找相关统计数据，将数据关联起来综合分析进行分析，工作量大，过程繁琐，而且受审计经验的影响往往不同的人得出不同的结论，导致审计分析成果往往和真相相距甚远。审计全覆盖要求审计人员从单纯查错、纠偏、正纪，转到以真实性为基础，兼顾效率、追责、治乱，继之以“反腐、改革、发展”为主线，建构审计“免疫系统”，综合性地履行职能上来。全覆盖对审计技术提出了高标准、严要求。审计人员往往在一项业务领域选取部分经济业务进行审计，而恰好选取的这项经济业务是特殊情况，不具有代表性，则恰好会导致对该项业务领域整体的结论是错误的，全覆盖要求审计人员对数据进行完整的把握，撇开清晰的假象和特例，通过数据的完整性来找出数据的规律性，从而达到预判的目的，实现效益审计。

2.2.3 审计人员方面的制约

《国务院关于加强审计工作的意见》提出要强化审计队伍建设。着力提高审计队伍的专业化水平，推进审计职业化建设，建立审计人员职业保障制度。审计职业化这一概念的提出对干部的道德素养及专业水平有了新的要求。现如今，铁路内部审计干部年龄断层严重，专业性不高，相当一部分审计人员虽然有丰富的财会审计知识和经验，但却缺乏计算机知识，对综合性事物的处理能力较弱，而另一部分人员虽然掌握一定的计算机知识，但仅掌握浅层次的计算机基础知识和运用技能，如何筛选出更有价值的信息是审计人员的首要难题，这不仅需要审计人员具有相关的专业知识，还需要

职业敏锐性及经验较丰富。然而审计事业专业性较强，审计人员往往只具有财务相关的背景履历，要对铁路各系统的运转机制有所了解则需要审计人员在日常生活中多听多看多钻研，对审计人员的自主学习能力要求很高，同时还需要在短时间内从庞大的数据中运用审计经验预判出对自己有利的信息资源，又对审计人员的职业素养提出了要求，这种具备经验及专业水平的综合性人才在铁路系统并不多见。铁路审计人员的数据分析能力、综合判断能力、思路创新能力、跨专业知识运用能力均有待提高^[1]。

2.3 内部审计面临的信息化挑战及审计现状采取的措施

铁路各个信息系统综合起来涵盖了铁路生产经营的全过程的各项数据，如何利用铁路信息系统的数据综合分析出生产经营过程中存在的问题和不足，是最大难题和挑战。近几年，中国铁路总公司一直在转变审计思路和创新审计技术和方法，正在探索建立信息化审计模型，通过审计模型的建立实现数据自动分析，得出结论。但审计模型如何自动从不同信息系统中取得数据，如何将数据关联起来还是目前的一个难题。

3 信息化审计方式方法的创新途径

在大量的数据中，查询、分析精确的因果关系常常需要耗费大量精力且不一定能够成功实现，庞大的数据量中暗藏的勾稽关系则较容易通过计算机手段筛查出来，这种相关关系虽然不能准确解释事情发生的原由，却能揭示事情正在发生，同时可以预测与之相关的其他事情也会发生，这种揭示及预判的能力对审计工作大有裨益，审计人员往往只用关注到某一个事项就能捕捉到事物的现在和未来，例如，如果A事项和B事项存在勾稽关系，如果A出现了问题，B相应也会出现问题，通过数据的“自然发声”，审计人员就能节约大量的人力物力完成工作，明确“是什么”，忽略“为什么”。这种利用信息化系统数据的综合分析，是审计手段的一次革新，而如何探索信息化审计方法的创新，如何利用信息化引发的效益审计革命，需要从以下几点入手。

3.1 关注内控制度，加强风险防范

在铁路信息化的环境中，被审计单位内控制度的优良不再仅依赖于原始纸质资料的记载，可以通过信息系统数据之间的勾稽关系是否对应核查出来，避免了因通过舞弊手段人为篡改原始资料而造成审计结论失真的情况。在调查了解阶

段,就可以通过数据所表现出的逻辑性判断出审计组是否需要实质性测试,同时可以通过数据所表现出来的特征有针对性的制定审计方案。现在铁路审计系统和财务 5.0 系统,没有做到财务数据时时共享,需要基层单位每月将数据从 5.0 系统中推送到审计系统数据库中,还需要耗费大量的人力、物力对这些数据分别进行维护。尚若审计系统与财务 5.0 系统共用数据库,或者在财务 5.0 系统设计中嵌入审计程序,开发独立的审计模块,对财务信息进行实时监控并加密传输,既实现了审计的时效性又保护了数据的安全性。审计人员通过口令确认身份对被审计单位的权责分离情况、权限设置情况进行审查,防止越权操作和计算机舞弊行为的发生,检查被审计单位有无设置防火墙、有无建立外部访问局域网、有无系统安全管理体制和安全保密技术。

3.2 建立计算机审计制度保障体系,完善计算机审计程序

3.2.1 确定软件开发者终身责任制,完善内部控制制度

计算机审计软件的开发应采取开发单位终身责任保障制度,定期对软件隐藏的风险进行清理,维护系统正常运行,对病毒及危害网络安全的程序实时监控查杀,通过对用户的安全级别来规范其职责与权限,严格执行定期轮岗制度,定期调整内控人员权限,防止团伙串联作弊,定期抽查内控制度执行情况,开发系统自动监测功能,对违反内部控制制度的行为进行自动报警,完善内部控制制度相对薄弱的环节。

3.2.2 加强安全技术研究,完善外部控制制度

通过局域网的号段设置功能,将每个端口的主机进行分

组隔离,只允许符合该端口号的主机通过访问,同时通过识别认证和访问控制技术将内部网和外部网互相隔离,在内部局域网中实现被审计单位会计信息和管理信息系统的数据集成,实时财务报告由会计人员对数据库信息进行网页化处理后供审计人员浏览,设置防火墙提高网络系统数据的保密性,定期升级优化防火墙系统,提高抵御病毒及攻击能力。设置数字签名环节,对每个用户的身份口令进行保密,有效解决法律纠纷和因网络数据传输造成的责任推诿事件。

3.3 打破技术“瓶颈”,创新计算机审计软件开发

中国铁路总公司应研发便于铁路审计人员直观处理的软件程序,加强数据提纯的效率。通过软件将各信息系统的关联数据进行提取并进行自动分析,得出结论,减轻审计人员的工作量,节省审计时间和审计资源。

3.4 培养复合型人才,提升内部审计人员素质

信息化审计是一种需要参与者具备会计、审计、计算机背景知识的复杂学科,刘家义审计长在二十世纪末便已经预测出计算机审计对未来审计事业发展的重要性。中国铁路总公司应鼓励内部审计人员积极参加国家审计部门、审计协会举办计算机培训班;每年定期举办审计人员信息化审计培训班,加快造就一批复合型人才,提升铁路内部审计人员的素质^[2]。

参考文献

- [1] 李雪. 审计信息化发展的现状及问题[J]. 中国审计, 2012, (20): 63-64.
- [2] 严永斌. 我国计算机审计的现状与建议[J]. 会计之友, 2006, (06): 57-58.

Approaches to Promoting the Functional Construction of Beijing International Communication Center under the Normalization of Epidemic Prevention and Control

Xin Ma

Beijing Academy of Social Sciences, Beijing, 100000, China

Abstract

Faced with the superposition and resonance of the global COVID-19 pandemic and the unprecedented changes in the world, the external environment for Beijing to promote the function construction of the international communication center is more complex. Therefore, it is necessary to apply bottom-line thinking, carry out precise management, and provide services and guarantee for major state events. On the premise of controllable risks, we should gradually restore and solidly promote Beijing's foreign exchange functions, and focus on promoting the functional construction of Beijing's international exchange center.

Keywords

epidemic prevention and control; functional construction of international communication center; Beijing

疫情防控常态化下推进中国北京国际交往中心功能建设的途径探析

马鑫

北京市社科院, 中国·北京 100000

摘要

面对新冠疫情全球大流行同世界百年未有之大变局叠加共振, 中国北京推进国际交往中心功能建设的外部环境更加复杂, 需要运用底线思维, 进行精准管理, 服务保障好重大国事活动; 在风险可控的前提下, 逐步恢复并扎实推进北京对外交往职能, 突出重点推进北京国际交往中心功能建设。

关键词

疫情防控; 国际交往中心功能建设; 北京

1 引言

2020年突如其来的新冠疫情为各国交往按下了“暂停键”, 尤其是各国首都城市往往都是疫情重灾区, 短期内忙于应对疫情, 开展国际交流合作的精力资源有限。对于北京而言, 疫情期间, 在京重大国事访问活动减少, 中国—中东欧领导人峰会等重大国事活动择期举办。同时, 疫情对重大国际节、会、展、赛, 入境游等依赖跨境人员流动的行业和领域带来巨大影响, 大量活动被迫取消或延期, 入境游陷入停滞^[1]。

面对新冠疫情全球大流行同世界百年未有之大变局叠加

共振, 多极化提速, 全球化受阻, 世界经济濒临衰退等情况, 中国北京推进国际交往中心功能建设的外部环境更加复杂。在新的历史大变局和疫情防控常态化的客观背景下, 需要运用底线思维进行精准管理, 服务保障好重大国事活动; 在风险可控的前提下, 逐步恢复并扎实推进北京对外交往职能, 突出重点推进北京国际交往中心功能建设。

2 疫情对中国北京国际交往中心功能建设的影响

2.1 服务保障中央外事活动的责任加大

疫情不确定性增加高质量服务保障好重大主场外交活动的难度, 对构建安全有效的保障措施提出更高要求^[2]。北京外籍人口多、大使馆和国际组织聚集, 后疫情期服务管理压力较大。严防“境外输入”将是一项涉及面广的长期性综合

【作者简介】马鑫(1982—), 女, 博士学历, 助理研究员, 从事城市外交研究。

挑战,各项精准防控措施面临持久性考验。

2.2 国际交往中心能力建设面临不少困难

一些有影响力的国际会议、展会延期召开;大规模国际人员跨境交往活动停滞;世界机器人合作组织、世界剧院联盟等国际组织落户北京滞后;外籍高层次人才引进受出入境限制影响而受阻;“三城一区”等重点区域新建的国际教育、国际医疗和国际人才社区实质性、标志性项目落地面临考验。

2.3 严峻复杂的国际环境为推进国际交往带来挑战

疫情加快了世界分化,“中美脱钩”、全球化倒退对如何拓展对外开放的广度和深度,如何在经贸、科技、文化等各领域创新国际合作提出一系列挑战。

3 疫情凸显北京国际交往中心功能建设的必要性和紧迫性

疫情的全球扩散,伴随国际体系和国际秩序深度调整,人类命运共同体理念深入人心,城市作为国家经济发展引擎,在全球治理中的主体作用进一步凸显,又为北京提供了新拓展对外交往提供了机遇。

3.1 中国北京建成匹配大国国际地位的国际交往之都是时势所需

国际格局正在向“一超弱化”“多极分化”方向加速发展。特别是面对疫情的全球冲击,“中国之治”与“西方之乱”形成鲜明对比,我国的国际影响力全面提升^[3]。北京作为首都和国际交往中心,把握发展机遇,以中国特色大国外交核心承载地为己任,尽快建成承担中国重大外交外事活动的首要舞台、引领全球科技创新和交流合作的核心枢纽、展现中华文化自信与多元包容魅力的重要窗口、彰显中国参与全球治理能力的国际交往之都,成为匹配大国国际地位的伟大社会主义祖国首都。

3.2 人类命运共同体理念深入人心,北京打造全球治理中心城市正逢其时

突如其来、席卷全球的疫情使人们前所未有地认识到世界各国是如此休戚与共、命运相连,认识到加快构建人类命运共同体是如此重要和紧迫。疫情为中国全面参与全球治理提供契机。北京应在中央指导下,密切跟踪国际治理格局的调整变化,洞见未来,把握先机,加快规划建设国际组织集聚区,完善配套政策措施,加大宣传推广力度,加快引进具有全球影响力的国际组织在京落户,吸引更多高水平国际会

议活动在京举办,全力打造人类命运共同体的全球治理中心,使习近平外交思想在京华大地落地生根,形成生动实践。

3.3 中国国际影响力塑造力显著提升,北京当好展示中国改革开放和现代化建设成就的首要窗口刻不容缓

疫情发生以来,中国率先取得抗疫成功、率先推进全面复工复产^[4]。特别是,中国积极在全球抗疫中展现大国担当,以一国之力向多国提供防疫物资捐助并派遣医疗队,毫无保留地分享抗疫经验,为遏制疫情全球蔓延、助力全球经济复苏作出了重要贡献,赢得了国际社会的广泛认同。北京作为中国对外展示的首要窗口,要把握好这次全球抗疫营造的良好国际氛围,继续统筹利用国际国内两个市场两种资源,驰而不息坚持改革开放,不断释放国际交往中心功能建设能量,打造提升中国国际影响力塑造力的示范城市。

4 推进北京国际交往中心功能建设的建议与对策

4.1 推进北京国际交往中心功能建设的建议

当前,国际交往中心功能建设进入全面铺开、大抓落实的新阶段。要深入学习贯彻习近平主席关于统筹推进疫情防控和经济社会发展工作重要讲话精神,做好较长时间应对疫情带来外部环境变化的思想准备和工作准备,既要结合重点任务落实稳住“基本盘”,又要把握转型发展的契机开辟国际交往中心功能建设的新亮点。

一是准确把握国际体系分化趋势,探索新国际体系下首都对外交往职能。后疫情时代,世界阵营将重新划分,全球化面临“脱钩”巨大风险。全球供应链、产业链进一步破碎化,经济全球化或将由目前的“一个世界”蜕变为“两个阵营”。再次背景下,地方外事被赋予更多责任使命。北京作为首都,既要发挥地方外事灵活机动的特点优势,又要在一定程度上传递国家信号、领出姿态。加快推进国际交往中心功能建设,提升首都外事领域治理能力,以策应大国战略博弈、服务中央总体外交的迫切需要,发挥首都引领作用。

二是在有限资源下,北京对外交往由“全面开花”转向“重点深耕”。中国的“举国体制”在抗疫过程中所体现出来的有效性,更加强化了美国等西方精英对中国体制的担忧,体现在行动是在经济、科技等领域全方位的围堵中国。纵观全球,非洲或将成为中国未来对外的主要发展方向。非洲不仅是北京转移出去的劳动力密集产业的天然承接地,也是北京共建“一带一路”的理想伙伴。一方面,完善北京友城在非洲

的布局。目前北京 55 个友城中非洲城市只有 3 个,为北京拓展友好城市关系留有大量空间。另一方面,以“抗疫”、“减贫”等中非共同关系的议题召开城市峰会。

三是加快推进国际交往中心重点设施的防疫功能布局。一方面,加快建设、培育优质和特色的国事活动新场所,推动雁栖湖国际会都、国家会议中心二期、第四使馆区等重点项目按年度计划完成预期目标。另一方面,针对疫情对重点功能设施、主要体育场馆和各类服务设施扩容、完善和提升,增加隔离医疗区域,强化通风设施,布局紧急疏散空间或通道,增加智能设备在硬件设施、人流监控等领域的运用。

四是“外防输入”、坚持底线思维,建立长期的、后疫情时代对外交往机制。

4.2 推进北京国际交往中心功能建设的对策

(1) 建立独立、可控的对外交往机制

建立一套切实可行的风险评估指标机制。服从国家总体外交大局,保障好重大国事活动以外,对商务洽谈、普通旅游等来京外国人士进行风险评估,在风险可控下部分恢复北京对外交流^[5]。

(2) 尽快编写疫情防控常态下国宾党宾外事接待指南

设立独立的行李检测、核酸检测通道,划定专门的外事接待宾馆,培养韧性的接待队伍,根据不同层次、不同类别需求,设计不同的参访套餐。

(3) 加大对使馆区等外国人聚集区病毒筛查力度

在使馆区、外交公寓等区域投放自助核酸检测亭,通过匿名检测的方式降低外交人员对身体信息泄露的隐忧;在三里屯、使馆区等设立不定期、临时核酸检测路卡,对过往人员一律实施强制核酸检测;强化对外交公寓的公共区域、排泄物等开展新冠病毒环境抽样检测。

(4) “多管齐下”运用数字化、网络化等公共治理手段,完善常居北京外籍人士的信息,细化管理流程和措施

第一,制定突发公共危机状态下,针对常居、旅居北京的外籍人士的管理应急预案并制定涉外人员防控流程基本规则。

第二,“化危为机”完善出入境、海关、公安等部门涉外人士的数据共享、信息通报,并建立入境人员核查机制;建立并完善外籍人员的统一大数据管理体系。

5 结语

当前,北京国际交往中心功能建设进入全面铺开、大抓落实的新阶段。要深入学习贯彻习近平总书记关于统筹推进疫情防控和经济社会发展工作重要讲话精神,做好较长时间应对疫情带来外部环境变化的思想准备和工作准备。需要运用底线思维,进行精准管理,服务保障好重大国事活动;在风险可控的前提下,逐步恢复并扎实推进北京对外交往职能,突出重点推进北京国际交往中心功能建设。

参考文献

- [1] 北京市委关于制定十四五规划和 2035 年远景目标的建议”[N/OL]. 北京日报,2020-12-7.
- [2] 董城,张景华.北京国际交往中心功能建设彰显首都风范[N/OL]. 光明日报,2020-10-29.
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1681833410896718493&wfr=spider&for=pc>
- [3] 北京市服务保障重大国事活动能力显著提升[N/OL]. 光明日报,2020-9-28. https://politics.gmw.cn/2020-09/28/content_34231306.htm
- [4] 王义桅,刘雪君.“一带一路”与北京国际交往中心建设[J]. 前线,2019,461(02):41-44.

Discussion on the Problems and Countermeasures of Financial Management in Publishing Enterprises

Chao Liu

Shandong Education Press, Jinan, Shandong, 250003, China

Abstract

Publishing enterprises should always put social benefits in the first place, but also provide readers with high quality spiritual food, publish as many books and good books as possible, to achieve a win-win situation for both social and economic benefits. In recent years, the restructuring of many publishing companies in China and the increasing development of new technologies and new media have ushered in new opportunities for publishing companies, and at the same time brought new challenges to the transformation and development of publishing companies. However, due to the greater pressure of competition in the publishing industry, and diversified development has also increased the risks in business operations, financial management, as an important part of business operations, should be paid more attention to by publishing companies. The paper starts from the meaning of financial management and the problems of publishing enterprise financial management, analyzes the reasons and puts forward some suggestions to enhance the financial management ability of publishing enterprises and enhance the competitiveness of publishing enterprises.

Keywords

publishing enterprise; financial management; financial risk early warning mechanism; problems; countermeasures and suggestions

浅谈出版企业财务管理的问题与对策

刘超

山东教育出版社有限公司, 中国·山东 济南 250003

摘要

出版企业始终要将社会效益放在首位, 同时也要为读者提供优质的精神食粮, 尽可能多出书、出好书, 实现社会效益和经济效益的双赢。近年来, 中国众多出版企业的转企改制和新技术、新媒体的日益发展, 为出版企业迎来了新机遇, 同时也给出版企业的转型和发展带来了新挑战。但由于出版行业竞争压力较大, 而且多元化的发展也加大了企业经营中的风险, 财务管理作为企业经营中的重要一环, 更应得到出版企业的重视。论文从财务管理的意义、出版企业财务管理上的问题出发, 分析原因并提出一些建议, 以增强出版企业的财务管理能力, 提升出版企业的竞争力。

关键词

出版企业; 财务管理; 财务风险预警机制; 问题; 对策和建议

1 出版企业加强财务管理的重要意义

财务管理是企业管理的一个重要组成部分, 企业根据财经法律法规政策, 按照财务管理的原则, 组织企业财务活动, 处理财务关系的一项经济管理工作^[1]。

随着中国文化产业的蓬勃发展, 出版行业的整体发展呈现上升趋势, 但随着出版企业数量的增加以及网络和移动设备的普及, 对出版企业造成的冲击也在所难免, 在当前出版

新形势下, 无论是业务发展的需要, 还是竞争的需要, 出版企业更应重视并加强企业财务管理。在当前形势和政策变动的情形下, 出版企业更应重视和加强现代化的企业管理模式, 运用预算管理、成本优化、内部控制等财务手段来提升财务管理水平, 进而提高出版企业的行业竞争力。出版企业新的经营管理模式下运作, 构建一个更能适应目前出版企业的科学完善的财务会计制度, 提升财务会计管理水平, 是出版企业的必然选择。

2 出版企业财务管理中出现的問題

2.1 出版企业财务管理观念比较固化

虽然在外部市场以及政策变动的影响下, 出版企业已经

【作者简介】刘超(1985-), 男, 中国山东泰安人, 中级会计师, 从事文化单位转企改制后财务管理、出版行业财务风险管理、出版行业存货管理及财务核算等研究。

加强了对财务管理的重视,但是出版企业多数人员对现代企业管理下的财务管理模式和理念并没有全面的认知,管理者没有抓住出版新形势下出版企业财务管理体系建设的重点,也没有设立明确且合理的财务管理目标,同时企业复合型人才培养缓慢,缺乏管理型、决策型财务人员,无法从财务角度为管理者提供支持。很多出版企业由事业单位改制为企业单位后,并没有很快转变角色,还是用固有的思想来管理出版企业,出版企业并没有完全依托市场来生存和发展,出版企业财务目标的设置不明确导致了财务管理界限的模糊,影响出版企业财务工作的正常发展^[2]。

2.2 出版企业缺乏风险预警机制

财务风险预警机制,是指企业在财务风险管理中所形成的各种相互依赖,相互制约的预警职能体系,是降低财务风险的关键。财务风险管理主要针对财务工作中出现的风险进行设置,在当前的出版企业财务工作中,随着时代的发展,现在出版企业所面对的财务风险更加复杂,却依旧没有建立足够完善的财务预警机制,或者很多预警都是针对以前遇到的风险,没有结合市场去做相关的预警,导致财务风险预警机制无法适应新时代的发展,无法对经营风险和财务风险及时控制,结果就会造成出版企业一定的损失。同时出版企业的风险预警机制比较单一,导致很多出版企业在预估财务风险的时候不够全面,预警缺乏针对性,对出版企业的财务风险管理推进极其不利^[3]。

2.3 出版企业缺乏内部控制制衡机制

当前一些出版企业开展的内部控制工作缺乏科学和规范的制衡机制。例如,在业务审批流程和销售对账等环节,存在一人多岗、制单人和审批人未区分等现象,造成工作错误几率增加;在职务权限的设立工作上,没有分离不相容职位,例如业务办理和授权的分离、会计记账和审计监督的分离、财产保管和业务办理的分离;没有注意授权责任的明确,在经营活动发生问题时,无法快速有效展开责任的落实和追究工作。

2.4 出版企业财务人员普遍专业水平不足

随着信息技术的发展和社会主义市场经济的不断深入,企业财务人员要不断更新财务知识,不断完善自身的财务知识体系。但由于早期传统出版企业财务人员存在整体专业水平参差不齐的情况,财务人员面对财务问题的时候,往往由

于财务知识的落后,对企业财务管理方面的难题都难以达到要求,使出版企业的财务管理工作陷入困难。并且现代出版企业需要的是既懂得财务知识又懂得相关法律知识和计算机知识的复合型人才,目前很多出版企业都存在复合型人才缺乏的状况^[4]。

3 出版企业财务管理问题的对策和建议

在出版新形势下,出版企业面临的经营风险加剧^[5]。出版企业需要在构建现代企业管理制度的基础上,构建现代出版企业财务会计管理制度,加强人员思想建设,完善财务管理体系,建立完善的财务风险预警机制,培养和提高财务人员专业素质,增强风险防范意识,构建以财务管理为核心的企业管理模式。

3.1 出版企业应优化人员思想建设,完善财务管理体系

企业创新财务管理的基础条件是管理理念、模式以及流程等的优化,所以出版企业要加大对各人员实施知识培训的重视,明确财务管理发展方向,参照出版同行优秀企业的经验来完善本企业财务管理建设目标、制度,同时不定期组织出版企业各人员学习现代企业管理、财务管理相关知识,为出版企业创造良好的企业管理氛围和优秀管理人才的培养。

3.2 出版企业应构建完善的风险预警机制和企业组织结构

第一,在分析财务风险成因的过程中,应进行综合考虑,在建立财务风险预警机制的过程中,要从多方面进行机制的构建,这样才能提高出版企业抵御财务风险的能力^[6]。第二,出版企业应尽可能清晰的界定和确认董事会、监事会和管理层在内部控制方面的权利、义务和责任,保证决策权和经营权的分离和权利制衡,同时应当科学界定内设机构权责,不断建设和完善企业的内部结构,合理划分各部门的职责,并建立相关监督制度,已达到风险控制的最优效果。

3.3 出版企业应培养和提高财务人员专业素质,增强风险防范意识

财务管理人员的素质对财务风险管理的工作有着至关重要的影响,因此出版企业应积极推进财务人员队伍建设,引进业务水平高的财务人员,并通过定期培训、学习反馈、沟通交流等方式加强出版企业财务人员的专业水平,增强相关人员的风险防范意识,让出版企业财务人员能及时、准确、

有效的识别各类财务风险,再进一步通过实际业务中存货与往来账款监控、现金流量支出等具体的措施和方法进行财务风险管控,维护出版企业的正常经营,真正发挥风险预警机制和内部控制对于防范财务风险的作用。

4 结语

随着时代的发展,出版企业转企改制后,面对竞争越来越激烈的出版市场,一旦企业财务出现问题,对企业的运行势必带来不可估量的打击,因此出版企业要重视财务风险管理。只有明确出版企业自身可能遇到的财务风险,做好财务风险管理工作,不断增强风险意识,建立健全财务风险预警机制,完善企业内部组织结构,提高出版企业的经营优势,才能实现出版企业的可持续发展。

参考文献

- [1] 叶红,杨光明.出版社企业成本控制的误区及对策探讨[J].时代经贸,2017(9):21-23.
- [2] 高磊.企业风险管理研究现状及发展趋势[J].财经界(学术版),2018,492(19):59-59.
- [3] 孙正浩.出版企业财务风险管理探究[J].出版发行研究,2017,(08):27-30.
- [4] 刘佳.加强房地产企业财务风险控制的探讨[J].时代金融,2013(01):37-38.
- [5] 潘晓莉.出版企业财务管理信息化建设的对策分析[J].商讯,2020,205(15):12-14.
- [6] 赵继亮.大数据背景下企业财务管理模式的创新[J].经济管理文摘,2019,735(21):195-196.

Internal Control and M & A Performance of Independent Directors

Shuyi Lin Lingjie Chen

Yangzhou University, Yangzhou, Jiangsu, 225000, China

Abstract

As personal assets, the industry experience of independent directors may influence them to perform their functions. Taking the merger and acquisition of unlisted companies (unrelated) by Chinese listed companies in 2020 as the research sample, this paper discusses the impact of independent directors' industry experience on the performance of the acquirer in the merger and acquisition of listed companies. The results show that if the acquirer has independent directors with industry experience to participate in the merger, the acquisition effect will be improved. Based on the experience of the independent director industry, the paper provides a new concept and empirical basis for studying the role of independent directors in mergers and acquisitions.

Keywords

independent director; industry experience; M & A events

行业独立董事内部控制与企业并购绩效

林舒仪 陈铃洁

扬州大学, 中国·江苏 扬州 225000

摘 要

作为个人资产, 独立董事的行业经验可能会影响他们发挥自己的职能。论文以 2020 年中国上市公司并购非上市公司(非关联)的事件为研究样本, 探讨了上市公司并购事件中独立董事的行业经验对收购方并购绩效的影响, 结果表明收购方如果有行业经验的独立董事参加合并, 收购效果就会得到提高。论文从独立董事行业的经验出发, 为研究独立董事在并购中的作用提供了新的构想和实证依据。

关键词

独立董事; 行业经验; 并购事件

1 研究背景及意义

至 19 世纪的两产业革命使小生产走向组织化规模化的生产, 企业通过并购实现资本积累、转变生产模式以适应经济的发展。相较于西方国家经历了五次并购浪潮, 中国并购兴起的年限虽短, 但发展势头迅猛。2002 年中国加入世贸组织, 标志着中国真正进入了建立在市场基础上的并购时代。至 2015 年, 中国的并购交易达到顶峰。2019 年, 中国并购

市场共完成了交易 2500 多笔, 金额达到了 1300 亿美元。

企业的并购行为能够优化资源配置、实现企业规模效益。当然, 并购能否创造价值受到如经济环境、并购的类型和动机、支付手段等许多因素的影响, 还可能与并购方的治理机制密切相关, 独立董事作为完善公司治理结构、促进上市公司规范运作以及保护中小股东权益的重要角色, 在并购问题中也颇受关注。国际的一些案例表明独立董事正以其所拥有的社会资本和专业经验, 逐渐为企业所认可和倚重。那么中国的上市公司独立董事, 是否可以影响并购活动, 增加收购方并购绩效从而改善公司治理呢? 由此, 论文将从收购方独立董事是否具有目标方公司所处行业的相关任职经验这一角度来研究其对收购方公司股东财富的影响。

【作者简介】林舒仪(1996-), 女, 中国江苏镇江人, 研究生在读, 从事财务会计研究。

【基金项目】扬州大学大学生科创基金项目(项目编号: X20200841); 扬州大学研究生科研创新计划项目(项目编号: SX2020014)。

2 文献综述

2.1 独立董事与并购的文献综述

国际大多数学者都认为,独立董事会影响企业的并购绩效。Hermalin 和 Weisbach (1998) 认为独立董事为了自己在劳动力市场上的声誉,会保持独立性,通过对有害股东的投资项目和决策发表异议,以影响并购。Colesand 和 Hesterly (2000) 研究发现当公司受到并购威胁的时候,独立董事有一个关键的监督作用,独立董事可以选择是否支持管理层做出反收购的计划。杨远 (2012) 对 109 家在 2010 年宣告并购的公司做了实证研究,结果表明上市公司的并购绩效与代表董事会独立性的独立董事比例正相关。万良勇等 (2014) 以 2003—2011 年的 A 股上市公司为样本进行了实证检验,发现独立董事在董事网络中的位置越趋于中心,越更有利于促进上市公司开展并购活动^[1]。

由此可见,独立董事制度在并购能够起到重要的作用,而之前的文献以独立董事的动机、个人特征、网络联结和地域等方面为主研究其与并购绩效的关系。

2.2 独立董事行业背景的文献综述

近年来,独立董事的个人特征的角度研究这一问题的文献增多,认为董事会在提供资源、建议和咨询方面发挥着关键作用。同时,相关研究也表明董事的历史经验对公司经营绩效具有一定影响。Hillman 和 Dalziel (2003) 提出了董事会资本 (BoardCapital) 的概念,并将经验视为其中人力资本的一部分。独立董事可以在构建与外部环境之间的网络关系、获取“关系资源”以及战略供给方面的承诺、建立与外部组织之间的沟通渠道、有效处理与外部环境的关系等方面为企业提供帮助,因而有利于提升企业绩效 (Dalton, 2003) 独立董事的能力问题有关于其具有财务会计专业知识的影响的研究 (Agrawal 和 Chadha, 2005; Guner 和 Malmendier, 2008) 但总体而言,这类研究一直是稀缺的。以上文献显示独立董事的行业经验确实与经济行为有关联,这为论文研究独立董事行业经验对并购事件的影响提供了理论基础^[2]。

3 理论分析与研究假设

3.1 理论分析

论文研究首先依靠社会资本理论展开研究。社会资本是管理组织间关系的宝贵的附加资产,拥有较少社会资本的企业更容易受到机会主义行为的影响,并且不能建立与合作伙

伴一段时间内有效合作行为的持久历史;而可用的社会资本越多的企业,其管理现有关系所需的资源越少,可用于建立新关系的资源越多。因此,企业可获得的社会资本越多,企业可以通过形成新的关系来增加企业。

支撑论文的另一理论为委托代理理论。在委托代理的关系中,委托人追求的是自己的财富更大,而代理人追求自己的工资津贴收入、奢侈消费和闲暇时间最大化,这必然导致两者的利益冲突。代理问题也体现在公司的并购活动中,经理人机会主义行为等会降低企业的并购绩效,主要原因是经理人会以自身利益为重,支付过高的收购价格,使资金的配置效率低下,最终导致一次失败的收购^[3]。

3.2 研究假设

在上述理论的基础上,论文认为,独立董事的行业经验影响着独立董事发挥职能的效果,从而影响并购事件。独立董事应该起到监督和咨询的双重作用 (Adams 和 Ferreira, 2007; Adams 和 Hermalin 和 Weisbach, 2010)。

据此,论文研究提出研究假说:

假说:拥有目标方行业经验的独立董事会提升并购绩效。

引入虚拟变量 LED 来代表在本次并购事件发生之前,收购方公司的独立董事是否拥有目标方的行业经验;用并购方的托宾 Q 值来代表并购方的并购绩效,运用 OLS 回归模型进行实证检验^[4]。

4 样本选择与研究设计

4.1 样本选择

论文选取首次公告日为在 2020 年一年里中国上市公司并购非上市公司的事件为研究对象。借鉴 Lehn 和 Zhao (2006) 与 Masulis 和 Wang (2007) 的研究,对并购事件进行筛选:①要求并购交易成功或已完成;②上市公司与非上市公司非关联;③剔除论文所需上市公司高管个人特征信息以及并购基本信息缺失的样本;④剔除金融行业的样本。经过上述样本筛选程序后,论文最终样本包含 1434 起并购事件。此外,为减轻潜在的异常值的影响,论文对所有连续变量在 1% 和 99% 的水平上进行了缩尾处理。

论文所用上市公司独立董事信息、并购事件以及衡量并购绩效的指标主要来源于 CSMAR 数据库,并经过手动搜索补充缺失值;其他上市公司财务、股价等数据主要来源于 CSMAR 数据库^[5]。

表 1 变量统计描述

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max	相关系数
Stkcd	1,434	245895.8	235770.6	16	688122	/
IED	1,434	0.790	0.407	0	1	0.0560*
TQ	1,434	2.237	1.971	0.849	14.777	1
EvaluationValue	1151	29301	128044	-144191	1006480	-0.0894
BookValue	1151	86858	535093	-16020	4672666	-0.0491
EvaluationChange	1151	-91115	624686	-4651106	69319	0.0411
EvaluationRatio	1151	1.235	19.771	-127.015	67.742	-0.0156
ExpenseValue	1,151	14566	53663	0	1250000	0.0685*

注: * $p < 0.05$

4.2 主要变量定义

4.2.1 拥有行业经验的独立董事 (IED)

通过搜集 CSMAR 数据库, 并经手动搜索查阅了并购事件发生时在收购方的独立董事背景资料, 判断出独立董事在并购事件发生之前, 是否有目标方行业的从业经历, 将拥有行业背景经历的独立董事参与的并购事件赋值为 1; 同时将没有拥有行业背景经历的独立董事参与的并购事件赋值为 0。此外, 缺失或遗漏的数据由上市公司公告和百度搜索进行补充。

4.2.2 收购方企业价值 (托宾 Q 值)

对于并购绩效的衡量很多学者都会采用财务指标法进行研究, 论文借鉴李善民, 曾昭灶等 (2004) 的做法, 选用托宾 Q 值来衡量公司绩效^[6]。

5 实证结果与分析

变量统计描述和回归分析由表 1、2 所示。一方面, 表 1 分别列出了总样本中 2020 年一年里并购事件发生的数量以及收购标的的评估价格、账面价格、评估增值、评估增值率以及收购方支出的价格。可以看到, 2020 年的收购标的的评估价格均值低于其账面价值均值, 而收购方支出的并购金额的均值为 14566 万元, 远远大于其评估价值, 这表明均为溢价收购, 收购方可能多是看中被收购的企业的发展前景, 愿意付出额外的金额去购买该公司商誉。另一方面, 衡量并购绩

效的变量托宾 Q 值的均值与中位数为 2.23 和 1.62, 二者皆为正值^[7]。

表 1 中还显示了相关性分析与回归分析的结果, 报告了独立董事的行业经验对企业并购绩效的影响, 解释变量 IED 的回归系数 0.271, 在 10% 的水显著, 表明在收购方中, 有拥有相行业验的独立董事参与企业的并购事件将会提升企业的并购绩效。总体而言, 回归结果支持了文章提出的假设, 即独立董事目标方行业经验会增加收购方企业的并购绩效。

表 2 回归分析

	OLS
IED	0.271* (0.128)
N	1434

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$, 括号内为标准误

6 结语

论文以 2020 年一年里中国上市公司并购非上市公司 (非关联) 事件为样本, 研究了收购方独立董事行业经验对收购方并购绩效的影响。实证研究发现: 在拥有行业经验的独立董事参与收购事件的情况下, 该行业独立董事可以提升企业的并购绩效。原因可能是由于独立董事可以凭借其专业知识, 为管理层提供技术、财务、行业管理等方面的建议, 以“专

家的角色为公司服务;同时,也可以通过把从业时的人脉和社会关系转换成为管理层所用的关系资源,降低收购方和目标方之间信息获取和交流的成本,增强其履行职能的效果,提高股东财富。

参考文献

- [1] 刘春,李善民,孙亮.独立董事具有咨询功能吗?——异地独董在异地并购中功能的经验研究[J].管理世界,2015,(03):124-136.
- [2] 陈仕华,姜广省,卢昌崇.董事联结、目标公司选择与并购绩效——基于并购双方之间信息不对称的研究视角[J].管理世界,2013(12):117-132.
- [3] 刘淑莲.上市公司并购重组演变与理论研究展望[J].会计师,2010,115(04):4-6.
- [4] 李善民,毛雅娟,赵晶晶.高管持股、高管的私有收益与公司的并购行为[J].管理科学,2009,22(06):2-12.
- [5] Bhaumik S K,Selarka E.Does ownership concentration improve M&A outcomes in emerging markets?:Evidence from India[J]. Journal of Corporate Finance, 2012,18(04):717-726.
- [6] Terence Tse, Khaled Soufani. Wealth Effects of Takeovers in Merger Activity Eras: Empirical Evidence from the UK[J]. International Journal of the Economics of Business, 2001,8(03):365-377.
- [7] Lin Y C,Peasnell K V.Fixed Asset Revaluation and Equity Depletion in the UK[J]. Journal of Business Finance &Accounting,2000,27(34):359-394.

Highlighting the Construction Project Audit, Ensuring the Quality and Safety Standard

Hui Wang

Audit Department of China Railway Shenyang Group Co., Ltd., Shenyang, Liaoning, 110000, China

Abstract

With the increase of investment in infrastructure in China, the scale of railway construction is expanding. In view of the outstanding problems existing in the current economic construction, especially in the field of engineering construction, the audit of construction projects should be strengthened to ensure the safety of construction funds and construction safety projects. To strengthen the special treatment of outstanding problems in the field of engineering construction, it is necessary to reveal problems, investigate and deal with problems through auditing, and promote the field of engineering construction to comply with the law, be of good quality, and be clean and efficient. The internal audit institution must shift the focus of audit to the project audit to ensure that the construction project audit is "fully covered and without omission". While strengthening the audit of construction projects, we should urge all construction management institutions to strengthen the management of construction projects and attach great importance to the management and use of construction funds, set up the overall situation consciousness, study conscientiously, and ensure the realization of the goal of "large-scale railway construction in an orderly, high-quality and efficient construction".

Keywords

project audit; safety specification; infrastructure

突出建设项目审计，确保优质安全规范

王慧

中国铁路沈阳局集团公司审计部，中国·辽宁 沈阳 110000

摘要

随着中国对基础设施投入的加大，铁路建设规模不断扩大。针对当前经济建设尤其是工程建设领域中存在的突出问题，加大建设项目审计力度，以保证建设资金安全，建设安全工程。加强对工程建设领域突出问题的专项治理，就是要通过审计，揭示问题、查处问题，促进工程建设领域依法合规、质量优良、廉洁高效。内部审计机构，必须把审计重心转移到工程项目审计上来，确保对建设项目审计的“全覆盖，无遗漏”。在加强对建设项目审计的同时，要督促各建设管理机构切实加强建设项目的管理，高度重视对建设资金的管理和使用，树立大局意识，认真学习，确保“大规模铁路建设有序优质高效推进”目标的实现。

关键词

项目审计；安全规范；基础设施

1 引言

随着中国加大对基础设施的投入，铁路建设规模不断扩大。针对当前经济建设尤其是工程建设领域中存在的突出问题，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于开展工程建设领域突出问题专项治理工作的意见》的通知，目的是确保工程建设项目顺利实施，确保投资活动依法依规，确保国

民经济健康、持续、高效发展。国铁集团、沈阳局集团公司为更好的开展此项工作，也相继出台专项治理工作相应办法和实施方案，其目的也是确保国铁集团及沈阳局铁路工程建设高效、安全、廉洁运行。从国铁集团到集团公司，各级领导都对加强建设项目审计提出了较高的要求。国铁集团和各集团公司两级审计机关也都把：加大建设项目审计力度，确保建设资金依法、合规、合理使用，纳入到当前重点工作安排中，意在通过突出开展建设项目的审计，加强建设管理，保证建设资金安全，建设安全工程。

【作者简介】王慧，女，中国吉林长春人，审计师，从事审计管理研究。

2 切实履行职责, 为建设安全工程保驾护航

审计部作为集团公司的内部审计机构, 突出开展建设项目审计, 加强对工程建设领域突出问题的专项治理, 就是要通过审计, 揭示问题、查处问题, 促进工程建设领域依法合规、质量优良、廉洁高效。但审计揭示和查处问题并不是根本目的, 根本目的是要通过问题的揭示和查处, 分析产生问题的深层次原因, 从而促进工程建设领域严格依法、严格规范; 推动工程建设领域相关制度更加完善, 用制度来规范操作, 使决策更加科学、合理, 提高建设管理水平; 用规章来卡控资产、资金安全, 防范建设资金管理使用过程中的风险, 促进建设资金的规范管理和合理使用, 使资产、资金的管理和使用时时处于可控状态。工程建设领域是腐败高发、多发的重点领域、高危领域, 必须从源头抓起, 把问题消灭在过程中, 防患于未然, 才能防治腐败等各类违纪违规问题的发生, 铁路建设才能有序优质高效推进^[1]。

3 消灭监督死角, 确保集团公司的工程建设成为安全工程、阳光工程

近几年沈阳局的铁路工程建设比较集中、任务比较繁重, 面对如此多建设项目, 如此大的投资, 必须加强对建设项目的审计, 加大对建设资金管理使用情况的监督力度。对此, 审计部作为局集团公司的内部审计机构, 必须把审计重心转移到工程项目审计上来, 必须抽调全部骨干审计力量, 组成若干审计组, 对独立开设银行账户的项目管理机构建设资金的管理和使用情况进行全面审计, 对暂未独立开设银行账户, 由其他建设管理机构代为管理的支出, 同样纳入审计范围, 确保对建设项目审计的“全覆盖, 无遗漏”。通过全面审计, 警醒各项目管理机构按制度办事, 建设安全工程; 督促各环节按规章去完成, 阳光操作, 监督和推进对我局工程建设高效、廉洁运行。

4 抓住问题主线, 促进建设项目按程序运行、确保资金安全

建设项目审计的内容涉及: 决策、程序、环境、土地、质量、资金等多个环节, 但核心是资金问题。作为内部审计就是要以资金管理为主线, 重点从资金的管理和使用上监督建设项目, 在促进建设项目按程序运行的同时确保资金安全。重点审计以下几方面。

4.1 建设资金管理

建设资金是否及时足额到达, 配套资金是否及时足额到位; 建设管理机构是否按规定存储建设资金; 是否挪用建设资金于企业营运、投资、担保、拆借、违规滞留等行为; 拨付工程款的依据是否充分、及时、足额; 外来投资、基建收入以及其他与建设项目有关的资金是否按规定入账等; 建设管理机构各环节对建设资金的管理控制制度是否健全、有效。

4.2 建设资金使用

各建设项目是否按规定正确归集建设成本, 是否存在挤列建设成本、虚报投资完成的行为; 管理费的支用是否符合中国、国铁集团、集团公司的规定, 是否有控制支出的具体措施; 有无乱发奖金、补贴的行为; 建设单位组织招标活动的费用是否及时入账, 是否存在“小金库”以及支出中的严重违规行为; 征地拆迁、设计、监理等相关费用的支付是否符合规定, 手续是否完备; 验工计价手续是否完备、内容是否真实、计算是否准确等; 建设管理机构执行相关的法律、建设法规、财经纪律等情况, 各环节对建设成本的管理控制制度是否健全、有效^[2]。

4.3 其他方面

建设项目是否存在前期规划、可研、初步设计、规模、标准和概算变化的审批手续不全等情况。建设单位有无未批先建、违规审批以及决策失误造成重大损失等问题; 有无违规招标投标, 物资采购是否合规; 有无指定分包、重新分标等问题。施工企业是否存在违法转包、违规分包, 不履行合同。

5 树立大局意识, 务求制度完善、问题整改彻底

在加强对建设项目审计的同时, 要督促各建设管理机构切实加强建设项目的管理, 高度重视对建设资金的管理和使用, 要充分认识工程建设领域还存在诸多问题, 是腐败高发、多发的重点领域、高危领域。一些单位的历史教训也告诫我们, 必须树立大局意识, 认真学习、贯彻中央的决定, 把思想统一到法律的规定上来, 统一到中央办公厅、国务院办公厅的通知意见上来, 统一到国铁集团以及集团公司的统一部署上来。要从制度入手, 对尚未建立各项制度的建设管理机构, 抓紧制订, 制度不完善的单位抓紧完善, 务求各项制度规范、执行有力。确保“大规模铁路建设有序优质高效推进”目标

的实现^[3]。

各建设管理机构要注重以前审计及各种检查发现问题的整改。对以前中国、国铁集团、集团公司及社会组织各种检查发现的问题,要认真分析产生问题的原因,举一反三,杜绝此类问题的发生,以保证工程建设管理走上规范化的轨道,保证建设工程安全。各单位不仅要整改审计和检查发现的问题,更应该开展自查自纠工作,提高对自查自纠工作的认识,认真查找工作中存在的薄弱环节和漏洞,并认真分析原因,深刻吸取教训,研究制定整改措施,明确整改重点,落实整改责任,做到整改及时到位。审计结果大大促进了建设项目的各级管理部门对建设资金、建设程序、财经纪律等方面的管理,纠正了重大、大的违规违纪行为,对铁路建设资金的安全使用起到了保护作用,教育了参与建设项目管理单位的部分干部^[4]。

6 结语

总之,审计部门在认真履行自身职责的同时,加大建设

项目审计力度,发挥其内部审计服务职能,必将是一个新的起点。进一步规范建设项目的审计行为,有效促进对建设项目的管理步入更加规范有序的轨道,使有限的建设资金发挥其更大更好的作用,在大规模铁路建设过程中起到保驾护航的作用。

参考文献

- [1] 查晓丽.政府投资建设项目审计管理系统设计与实现[D].江苏:南京邮电大学,2018.
- [2] 黄国芬.政府投资建设项目审计思考[J].合作经济与科技,2017(13):94-95.
- [3] 吴蕙旻.政府投资建设项目审计完善建议[J].合作经济与科技,2016(21):163-165.
- [4] 田万里,向长奉.强化规范管理 确保安全畅通 搞好优质服务 塑造安新形象——河南高速安新公司运营管理工作纪实[J].决策探索,2002(02):22-23.

Marketing Planning of Rural Products in Taizhou, China Based on Big Data ——Taking Gongju in Nancheng Street, Huangyan District, China as an Example

Min Hu

Taizhou Vocational College Of Science & Technology, Taizhou, Zhejiang, 318020, China

Abstract

With the development of information technology, big data analysis has become an indispensable part in the marketing of agricultural products. Taking Huangyan Gongju in Taizhou, China as an example, by integrating culture into the product Gongju, this paper endows the product with new connotation, promotes the construction of O2O e-commerce platform by using big data platform, and creates a consumption mode of online drainage and offline experience, so as to promote the popularity of Gongju and promote rural development at the same time.

Keywords

big data marketing; Huangyan Gongju; rural revitalization

基于大数据背景下中国台州乡村产品营销策划——以中国黄岩区南城街道贡橘为例

胡敏

台州科技职业学院, 中国·浙江 台州 318020

摘要

随着信息技术的发展, 大数据分析已成为农产品营销中不可或缺的一环。论文以中国台州黄岩贡橘为例, 通过将文化融入产品贡橘之中, 赋予产品新的内涵, 利用大数据平台推进产品 O2O 电子商务平台建设, 打造线上引流、线下体验的消费模式, 以期在提升贡橘知名度的同时带动乡村发展。

关键词

大数据营销; 黄岩贡橘; 乡村振兴

1 引言

传统农产品的营销存在渠道单一、定位不够精准、信息渠道不通畅等问题。随着信息技术的发展, 大数据技术在农产品营销中的应用也越加广泛和深入。“十里富庶地, 澄南梅橘源”。橘源, 指的就是南城西面永丰河畔蔡家洋村的黄岩贡橘源, 位于黄岩名山委羽山和土屿山中间, 土地肥沃, 物产富饶。民间流传有“本地早个曲(吃)功, 饭店嫂个讲功”,

句中的本地早, 指的就是蔡家洋和澄江两岸的本地早蜜橘。黄岩蜜桔虽已具备较高的知名度, 但近年来随着乡村产业的发展、潜在竞争者、新入竞争者、替代品的威胁, 其市场份额有一定的下滑。如何维稳当前市场份额的基础上再拓展其市场份额、挖掘和传承贡橘文化显得尤为重要。论文尝试利用大数据分析来辅助台州市黄岩区南城街道贡橘的营销策划, 以期拓宽其销售渠道, 提高其品牌影响力。

2 研究基础

2.1 黄岩区南城街道贡橘文化起源

根据 1983 年版《黄岩县地名志》记载: “蔡家洋村, 据明万历年间县志记载就有蔡家洋村。祖先姓蔡, 现蔡家洋宗祠还在。该村地势较低, 又在一片平地当中, 由此得名。

【作者简介】胡敏(1990-), 女, 中国湖北宜昌人, 研究生学历, 助教, 从事内部控制研究。

【课题项目】2020 年校级乡村振兴课题(课题编号: TKXZ2020014)。

名称一直沿用至今。”

平安宫，是南城街道蔡家洋村民间信仰场所，地脉上又有卧龙在田，形成《易经》上九龙卦的义理，九条神龙共同守护一方平安，故名平安宫。根据《黄岩地名志》和《黄岩文史》记载，相传这九条神龙来自隔壁一公里之遥的瓦瓷窑村。北宋年间，仙村岭西边山脚下，有一座叫“万善堂”的寺院，有一户陈姓人家在此寄居。这陈老汉有八个儿子和一个妹妹，共开设九窑，专事烧制陶瓷器物。这一带烧制陶瓷是他家独家经营，每在烧窑时，就有九支大烟囱的黑烟冲向天空，形如九条乌龙在天空漫舞，气势磅礴。后来被小人诬陷为“九龙透天”上告朝廷，皇上派人追杀，兄妹九人走投无路，投水自尽。

传说，陈氏兄妹实是天庭的九条神龙下凡在人间，选择了黄岩南乡一带，幻化成龙形水沟，选择隔壁委羽山南面的蔡家洋村，潜龙在潭，见龙在田。他们这次有了前车之鉴，九龙中的八位兄弟幻化成平安宫四角翘檐上的飞龙，静静守候着这一方平安，妹妹幻化成一条长龙，静卧田间。从此，这里风调雨顺，百业兴旺，柑橘作为仙果，长势喜人。同时，天上的“福、禄、寿”三仙尝了蔡家洋本地早后，留下拐杖长成三颗百年老橘树的神话传说。

2.2 大数据营销

大数据作为一种资源如今已渗透各行各业，通过探索数据间的关联关系，挖掘其中信息，发现更为精准的规律^[1]。在大数据技术支持下，“营销经历了从量变到质变的跨越式发展”。不同于传统营销寻找利用上门推销、广告资源投放等盲目途径寻找潜在消费者，在大数据的背景下，可以通过

网络海量数据资源及数据平台，完成消费者地区描述、人群类别描述、流量关键词搜索热度、消费者年龄分布、性别等信息构建消费者画像，进而实现精准营销^[2]。

大数据营销虽然得到广泛认可，现有文献呈现快速增长趋势，但大部分偏重定性研究，鲜有定量研究。杨宇萍等通过检索2010-2018年10年间相关文献381篇，利用CITESPACE分析工具追踪热点发现随着大数据技术的出现，传统的营销开始转型向数据营销时代发展^[3]。2014-2015被认定为是大数据营销研究快速发展的时期，研究主要集中于精准营销、营销策略、营销模式、传统媒体转型以及逐渐将数据营销导入到金融、出版、企业管理中，这一阶段的摸索为后期研究发展奠定基础。2016年则是研究趋势向广告业营销、新媒介营销以及数字化营销等方面倾斜，随着研究领域的不断细化，内容生产、用户画像、场景营销以及全媒体营销收到学术界的追捧。

3 基于大数据背景下黄岩贡橘营销策划

3.1 基于大数据背景下贡橘产品市场潜力分析

经检索相关资料，橘子品种：砂糖桔、蜜桔、贡桔、长兴岛桔、黄岩桔、枰柑、脐橙、柑桔、四季桔、金蛋果、代代、甜橙、福桔、叶桔、天台山蜜桔、黄岩蜜桔，共计16种。运用百度指数查询检索热度可以得到消费者对品类的认知，进而帮助确定竞争对手。此处以蜜桔、砂糖桔、脐橙为例（由于贡橘未被作为关键词，再次以蜜桔为例介绍分析），30d热度中蜜桔远低于后两者（如图1所示），这或许与季节有一定的关系。

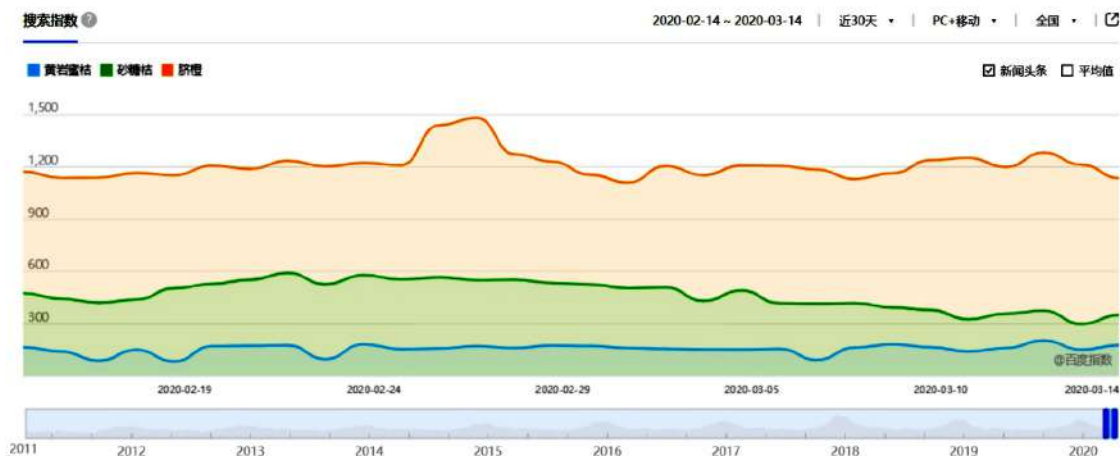


图1 三种水果30d检索热度对比

同时结合地区分布,不难发现蜜桔受制于季节影响,蜜桔的销量远低于两外两种关联水果;销售地区分布上以浙江为主要销售区域,浙江周边省份略有知名,但全国范围却缺乏宣传(如图2所示)。

同时结合人物画像分析,不难看出消费人群集中表现为20~39年龄阶段人群,非常有意思的是较之两外两种水果,女性更为偏好黄岩蜜桔。而对于群体兴趣分布而言,蜜桔的爱好者各种兴趣之间差异度不明显。(如图3所示)

可以结合相关数据平台查询,利用饼状图、折线图完成市场潜能、行业趋势分析。

3.2 贡橘 O2O 电子商务平台建设

B2B、C2C、B2C、O2O 为目前公认的四种电子商务模式。

O2O 即 Online To Offline,也即将线下商务的机会与互联网结合在了一起,让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以用线上来揽客,消费者可以用线上来筛选服务,还有成交可以在线结算,很快达到规模。该模式最重要的特点是:

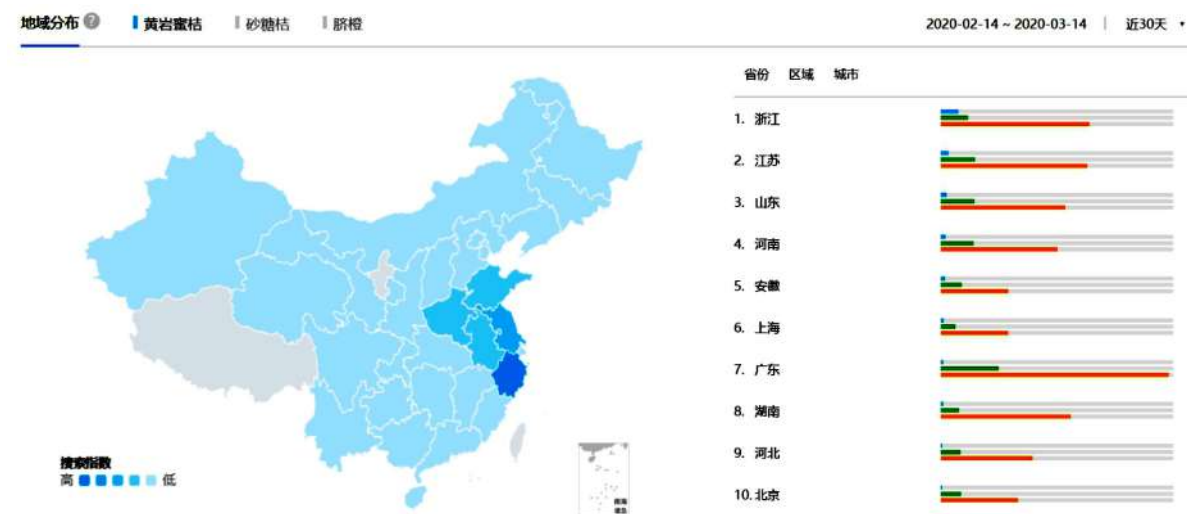


图2 三种水果销售区域分布



图3 黄岩蜜桔人群画像分析图

推广效果可查,每笔交易可跟踪^[4]。O2O 模式的优势有:充分挖掘线下资源、消费行为更加易于统计、服务方便、优势集中、促使电子商务朝多元化方向发展。

O2O 为新兴模式,在传统电子商务的基础上增加线下体验,线上下单、线下体验的模式更能增加购物体验,黄岩区南城街道贡橘有自己的文化底蕴,对同城消费者可以利用 O2O 模式挖掘消费潜力;外省消费者通过旅游的形式打造线上线下购物体验模式。

3.2.1 线上引流

(1) 借助 O2O 平台实现精准营销

电子商务本质借助信息技术实现营销。O2O 电子商务平台的建立,可以实现低成本扩张。传统营销模式对于产品营销采用大面积、大规模的广告投放,营销方式虽然可以产生轰动的效果,但却导致营销成本的升高。O2O 电子商务平台的建立,借助大数据,可以实现精确营销,产品营销的成本得以降低。基于精准营销是建立在数据挖掘的基础上,顾客定位可以做到更为准确,营销手段保证了针对性,营销效果可以更为突出^[5]。借助精准营销,其优势不仅体现保证了产品宣传的效果,还可以降低顾客对广告内容的甄别时间等,需求方对于营销信息会更加认可,在惯性心理作用下,提升了营销效率,电子商务也因此实现了低成本扩张目。

(2) 满足消费者个性化需求

在营销的不同环节中,借助精准营销可以实现从最初的产品研发到最后推广到需求方的精准,产品生产的过程会精准满足需求方的需要,这主要由于电子商务平台可以在电子商务中积累营销数据,借助大数据挖掘,可以更好地满足个性化需求。特别是当前市场上由于产能过剩,商品数量已趋于饱和,营销要想在饱和状态中实现突破,获得市场,需要开发出可以满足需求方个性化需求的产品。面对不同的商品,需求方的选择体现出较强的个性化,更倾向于使用特点,强调产品的功能性^[6]。电子商务平台为满足需要创造了条件。交易双方借助大数据经营可以确保产品的期望值。精准营销

作为一种新的营销模式,由于电子商务平台的支持,更易于实现,电子商务深入需求方中,与需求方实现了近距离。

3.3.2 线下体验

结合黄岩区南城街道当地特色,将贡橘文化融入旅游,打造贡橘文化长廊、贡橘博物馆,以文化和历史特色提升品牌的层次和消费者认同度。针对同城消费者开放选择自提方式取货,在虚拟线上购买,在实体取货;针对异地消费者开放旅游购买选择,将贡橘的购买与当地旅游产业融合,增强购物体验。

4 结语

随着网络信息技术的突飞猛进、大数据技术对生活的渗透,人们的生活正在悄无声息中发生巨大变化。各项数据的不断积累助力于未来数据的挖掘和分析,对现有数据的清洗、挖掘、分析和运用已成为生活密不可分的一部分。借助大数据力量优化农产品营销策略,通过对产品、客户、市场分析,提高农产品销售的精准度,加强其销售效率和质量,对传统农业转型、乡村振兴战略实施大有裨益。

参考文献

- [1] 陈林菁.大数据时代下我国企业市场营销策略分析[J].现代营销(经营版),2020(02):122-123.
- [2] 杨宇萍,陈章旺.大数据营销的研究热点及趋势——基于知识图谱的量化研究[J].商业经济研究,2020(03):87-89.
- [3] 余吉安,秦敏,罗健,等.电影精准营销的大数据基础:以《头号玩家》为例[J].文化艺术研究,2019,12(01):8-16.
- [4] 王自力.基于大数据精准营销视角下 O2O 电子商务平台建设的必要性分析[J].现代营销(经营版),2020(02):101.
- [5] 佟伟.大数据时代背景下农产品营销模式与创新策略[J].农业经济,2019(06):138-140.
- [6] 王允斌.大数据时代下的白酒品牌营销策略分析[J].纳税,2019,13(35):185.

Some Thoughts on Introducing Social Business Cooperation Mechanism to Innovate Medical Insurance Management Method

Fuqiang Chen

Rugao Social Medical Insurance Administration, Rugao, Jiangsu, 226500, China

Abstract

The profit-seeking nature of commercial insurance is different from the pure public welfare of social medical insurance sponsored by the government, but as a supplement to social insurance, it plays an indispensable role in the field of people's livelihood security. In line with the tenet of "social insurance people's office, do a good job of ensuring for the people", medical insurance centers in various localities make innovative use of the advantages of the management system of commercial insurance companies and introduce them into social medical insurance management. From the advantages of commercial insurance companies in undertaking social insurance to the experience of medical insurance practice in Rugao City of Jiangsu Province in recent years, this paper expounds that the cooperation between social security departments and commercial insurance companies has brought good management effect, and demonstrates that it is a trend cooperation in line with the current medical insurance fund management.

Keywords

social business cooperation; innovation; medical insurance management

引入社商合作机制创新医保管理方法带来的几点思考

陈富强

如皋市社会医疗保险管理处, 中国·江苏 如皋 226500

摘 要

商业保险的逐利性与政府主办的社会医疗保险的纯公益性看似风马牛不相及,但是作为社会保险的补充,在民生保障领域却发挥了不可忽缺的作用。各地医保中心本着“社会保险人民办,办好保障为人民”的宗旨,创新性地利用商业保险公司管理制度的优越性,将其引入社会医疗保险管理,解决了医保部门在单一行政管理机制上存在的问题,克服管理瓶颈,加强医保基金监管,提高服务水平,促进了医保事业健康、安全的发展。论文从商业保险公司的社商承办优势,到中国江苏省如皋市医保近几年工作实践的心得,阐述了社保部门与商业保险公司合作共同焕发生机,带来了良好的管理效果,论证这是符合当前医保基金管理的一种趋势性合作。

关键词

社商合作; 创新; 医保管理

1 社商合作的背景及如皋做法

1.1 社商合作的背景

由政府主办的社会医疗保险是一项基本民生保障工程,当前中国医疗保障水平与人民群众健康需求及经济社会发展要求不相适应的矛盾还比较突出^[1]。

城乡和区域医疗卫生事业发展不平衡,资源配置不合理,农村、社区医疗医疗保障水平比较薄弱,医疗保障制度不健

全,医疗机构管理体制和运行机制不完善,政府对医疗的投入不足,医疗费用过快上涨,个人负担过重,人民群众反映强烈^[2]。

1.2 中国如皋社商合作的基本情况

2018年,如皋市社会医疗保险管理处在充分论证的基础上,开拓了一条医保管理新思路——社商合作,充分利用商业保险公司的经办优势,让商业保险公司参与医疗保险管理,分别将城镇职工大病医疗保险交由中国人民财产保险股份有限公司承办,城乡居民大病医疗保险交由中国人寿保险股份

【作者简介】陈富强(1975—),男,中国江苏如皋人,本科学历,高级经济师,从事医疗保险研究。

有限承办,城镇职工自费补充医疗保险交由利安人寿保险股份有限公司承办,城镇职工基本照护保险交由上述三家公司联合承办。

2 社商合作的管理优势

2.1 用人机制的优势

医保经办机构作为政府的职能部门,用人是以级别和定员为依据,不利于人员主观能动性的激发,留不住优秀人才和个别不适应人员的流出现象较明显,很难突破编制内用人机制。而商业保险公司经营体制是以经营目标为用人准则,只要经营成本能够承受,按实际工作需要去确定进多少人和进什么人,执行严格的考核制度,对各个岗位人员进行考核,个别不适应岗位人员,执行退出制度,形成能进能出,充分保证队伍的稳定和技能的提升,解决了用人机制的瓶颈。

如皋市社会医疗保险管理处将部分业务委托给商业保险公司后,商业保险公司根据所承办项目灵活自主招聘了具有相应计算机、会计、医学、药学等相应需求专业人才,派驻医保各科室,共同参与。

通过业务委托服务,三家保险公司共配备52人(其中派驻23人)参与医保业务管理,解决了医保工作用人难题,保证了医保各项工作的稳步推进。

2.2 人才培养专业优势

经济社会的发展、人民群众的就医需求的增加,给医保事业的发展提出了更多的要求^[3]。很多专业人才和业务在相关地区都是创新性的,因此对专业人才的需求也有其特殊性。

如何系统性地快速培养所需专业的人才队伍是值得医保经办机构思考的问题。而大型商业保险集团是一个人才聚集地,还可以通过商业保险公司本身的核保、核赔、调查及精算队伍配备情况,灵活地面向社会定向招聘人才、根据需要培养人才,根据经营项目组建人才队伍,为承办项目提供专业技能的支撑,对新项目人员进行专业化和系统性培训,使之能快速适应岗位要求,融入医保管理的各个岗位。同时,各商保公司均成立了“健康保险事业部”,抽调具有核赔、调查方面丰富工作经验的管理人员充实到项目经办工作中,专人专职服务承办项目,直接增强了医保经办的业务能力和水平。

2.3 制度管理的系统优势

社会医疗保险是不以盈利为目的,坚持收支平衡,略有

节余原则^[4],有利于统筹社会各种要素,形成管理服务平台,但对于发现问题和解决问题的迫切性往往没有商业保险经营机制强烈。

商业公司经营机制是一种重过程管理的制度,在经营目标确立的前提下,及时发现问题和解决问题,对问题的解决具有内生动力的机制,具有完善的经办模式和制度体系,经办资质也得到监管部门的认可。其制度健全,运营模式合理,系统建设高效,拥有总部统一开发的大病保险、照护保险、异地委托调查等项目经办业务系统,能快速适应项目需求、组建业务队伍、提高人员的专业性和权威性,为辅助管理医保基金提供系统支持。

2.4 异地服务网络优势

经济越发展,人口的流动性就越趋频繁、地域越趋广泛,做好异地就医服务管理、加强对异地医疗服务行为的监管是当前医保工作急需解决的问题^[5]。

如皋医保社商承保险公司均为大型的国企(利安公司是江苏省政府主办,具体有全省性的服务网点),拥有得天独厚的遍布全中国的网点,均能充分发挥公司内部的协查机制,降低了异地调查的成本,提高了调查效率,为跨省、市的异地调查工作提供有力保障。2018年,城乡居民大额费用和外伤异地调查2399例,拒付外伤84例,涉及金额280万元,查获虚假发票一例,涉及骗取医保基金200多万元,有力保障了基金的安全。

2.5 医疗保障待遇互补优势

商业保险产品作为社会保险的补充,在加强自我政策宣传的同时,可以利用社商合作平台,深入调研,因地制宜,开发出适应本地区的医疗保险补充产品,供群众自主选择,减轻患者的就医负担,协同减少“因病致贫、因病返贫”的现象,提升人民群众生活的满意度和幸福感。

3 当前社商合作的面临的困难

3.1 项目受政策的测算影响,容易造成赤字的风险

引进商业保险参与医保管理是一个新颖事物,各统筹地区都在尝试性开展,但由于开展项目内容不同,没有一个可以完全借鉴的成熟经验和方法。在做项目预算时,只能以历史数据和个人的主观经验进行模型类推,稍有不慎,易造成赤字。

2018年,如皋医保分别将城乡居民大病医疗保险、职工

大病医疗保险、职工自费医疗保险、职工照护保险委托给中国人寿保险股份有限公司、中国人民财产保险股份有限公司、利安人寿保险股份有限公司和这三家公司联保经营,职工大病医疗保险、职工自费医疗保险、职工照护保险均能本微利运营,但城乡居民大病医疗保险定价缺乏历史经验数据,待遇标准实施市级统一,结果导致承办单位 250 多万的年度亏损,严重影响了承办公司的积极性。

3.2 对承办项目缺少按实调整机制

作为商业保险公司,需要坚持收支平衡、略有节余的经营原则^[6]。政府对重大项目均采取招标的方式,一旦招标文件确定,招标过程完成,合同双方均根据招标合同完成承办项目。但由于各统筹地区的经济发展水平(筹资能力)、地区发病率的特点、医疗机构的服务能力、人民群众的就医习惯、地方政策的调整等都不完全一样,招标测算时形成的数据的滞后性(有的项目是参照国家标准、有的是参照其他地区、有的是参照本地区历史数据)与真实执行会有一定差距,一旦写入合同,双方只能按合同结算,如出现偏差,无法进行按实际运行情况修正调节,否则就是违反合同标的,变为违规操作,形成责任风险,还容易违纪被纪委问责,如不进行调整却又违反了商业保险参与承办项目“保本微利”的经营原则。而且,合同一旦签订,往往都是三年或以上,中途不得改变,也就是说承保公司要连续多年处于亏损状态,严重影响承办公司的积极性,也不利于项目的健康持续发展。

3.3 商业保险公司人员的稳定性不足

商业保险公司灵活用人机制弥补了政府用人机制的缺陷,但其所聘人员的待遇基本都不是太高,属于中下等水平,不利于激发人员的活力,没有一个好的薪酬待遇,难以留住优秀人才,一旦有好的去处,跳槽是正常的事。而且容易引起连锁反映,不利于承办项目岗位的稳定性和项目的连续性,会影响到项目执行的效果。

4 思考与启示

4.1 加大对社商合作的支持力度

政府还有不少人商业保险公司参与政府项目的观念还停留在“逐利”二字上,带着有色眼镜看待商业保险公司,视商业保险公司如洪水猛兽,认为商业保险公司参与社会医疗保险的目的就是为了攒钱,所以对商业保险公司参与社会医疗保险管理不太支持,甚至明确反对,在招标采购、标的

落实、项目执行上不是给予政策和监管,而是人为设限,不利于商业保险公司积极参与到社会医疗保险的管理中来。

4.2 要在制度上予以保障

办好医疗保险,满足群众需求不仅是医保一个部门的职责,更需要财政、卫计、药监、物价、审计、纪检等部门通力配合。各部门应各司其职,完成好本职工作,又要发挥联动机制,共同加强对定点机构的监督,为医保事业的发展想办法、出主意,创造更多的有利于医保事业发展的条件,对开拓性的工作要及时提出指导性意见,创造更好的保障机会。

建立项目盈亏调节机制,对于承保单位因政策性原因带来的亏损要根据实际情况,予以合规合理的适当调节,从制度上调动商业保险公司的积极性和项目的延续性。

4.3 医保部门要加强对商保的监管考核

在社商合作中,要做到职责分明,医保部门主要是负责政策的制定与落实,起主导和决策作用。

商业保险公司侧重于日常的运转和过程操作和管理,起辅助作用。千万不能本末倒置,让商业保险公司主导承办项目。

医保经办部门应制定可行的考核方案,加强对商保公司的日常行为管理和考核,包括派驻人员的管理、业务经办的水平、员工的能力提升、项目的推进序时、是否有定期汇报分析制度等,制定出各岗位的考核办法,结合年度指标、主要工作和年度预算,实行年(季)度考核,根据考核结果拨付项目资金,商业保险公司在年度产生的利润如超出限定的比例,必须将多余部分及时返还,实现盈利共享、风险共担的机制,确保商保公司严格按招标协议执行。

4.4 引入第三方评价机制,接受社会监督

社商合作是一个新鲜事物,项目的履行情况不能仅由医保中心说了算,最重要的是引进由财政、纪检、审计等部门联合的第三方审计制度,对项目招标的必要性和合理性、双方协议的履行情况、产生的社会效应等进行全过程的评估审计,要得到社会和人民群众的认可。符合协议要求的,才能给出资金拨付的建议,对于不符合的情况,责令相关方进行整改,以增加医保工作的社会透明度,获得群众的支持。

探索完善基本医疗保险管理体系,有效整合基本医疗保险经办资源^[7],从整体着眼,细节入手,创造医保管理新动力,社商合作是必然趋势,合作双方也应借助合作平台,探索创新思路和方法。

相信在医保行政主管部门的领导下,在社会各部门、各界支持下,这种合作的道路将会越来越充满活力。

参考文献

- [1] 聚焦社会民生热点 解决社会民生难题 [EB/OL].
<https://wenku.baidu.com/view/82ce8ad10242a8956aece409.html>.2013.10.12
- [2] 朔漠.浅谈对新医改的看法和建议 [EB/OL].<https://wenku.baidu.com/view/f2da7ab387c24028915fc3ec.html?fr=search-1-income6-ps-rec1&fixfr=%2BHZsW98kxEoBOSXMo0l0hQ%3D%3D>.2015.6.29
- [3] 白丹,薛秦香.探讨城乡居民医保整合工作中存在的问题及应对措施 [J]. 饮食保健,2018,5(16):296.
- [4] 杨波.探究医疗保险实施中的安全基金管理 [J]. 现代经济信息,2011(16):38-38.
- [5] 徐艳丽.医疗保险基金监管中存在的问题及建议 [J]. 现代经济信息,2014(19):159-159.
- [6] 季晨明.社保医疗保险与商业保险公司合作焕发生机 [J]. 商情,2014(43):238-238.
- [7] 国务院.国务院关于印发医药卫生体制改革近期重点实施方案(2009—2011年)的通知(国发〔2009〕12号)[J]. 中华人民共和国国家卫生和计划生育委员会公报,2009(05):10-15.

Research on the Application of Information Technology in Marketing and Financial Management

Bingtao She

Chaozhou Branch, Guangdong Co., Ltd. of China Mobile Communications Group, Chaozhou, Guangdong, 521000, China

Abstract

Traditional business marketing is to separate products and discounts in physical channel stores. Generally, after opening the product in the BOSS system, the front-end manual or back-end batch method is used to handle discounts for customers. This kind of marketing method is costly and inefficient, the customer experience is poor, and the enthusiasm for participating in marketing activities is greatly reduced; it is also difficult for companies to control marketing revenue, and it is prone to exceed budget or revenue failure. This paper proposes to build an intelligent business marketing system of app, WeChat and SMS. The marketing system adopts a distributed architecture to provide customers with the processing channel of app, WeChat and SMS instructions. In the business process design, it realizes the intelligent association of multiple systems, and finally realizes the "one click processing" of products and preferential delivery schemes on mobile phones. After the system is put into use, it greatly improves the business marketing efficiency and company revenue, and realizes the controllability of input resources and enterprise revenue in finance.

Keywords

marketing; intelligence; information technology; financial management

信息技术在市场营销和财务管理中的应用探究

佘炳涛

中国移动通信集团广东有限公司潮州分公司, 中国·广东 潮州 521000

摘要

传统的业务营销是在实体渠道店进行产品和优惠分离操作,一般是先在BOSS系统开通产品后通过前台人工或后台批量的方式为客户办理优惠。这样的营销方式高成本低效率,客户体验较差,参与营销活动的积极性大幅降低;企业对营销收入的控制也比较困难,容易出现超预算或收入不达标的情况。论文提出构建APP、微信和短信的智能化业务营销系统,营销系统采用分布式架构,为客户提供APP、微信和短信指令的办理通道,在业务流程设计上实现多系统智能化关联,最终实现产品和优惠赠送方案在手机上“一键办理”。系统投入使用后,大幅提升业务营销效率和公司收入,并在财务上实现了对投入资源和企业收入可控性。

关键词

市场营销; 智能化; 信息技术; 财务管理

1 市场营销和业务支撑中存在的问题

1.1 营销渠道覆盖不足

目前,在中国移动的业务销售渠道中,营业厅和社会渠道点服务是面向客户的最直接手段,然而单单营业厅和社会渠道点服务不能够完全满足整个客户群服务需求,还有广阔的农村市场和边远山区个人客户未能覆盖。在营销渠道中,不同分类的客户需提供差异化的特定服务,而这恰恰对营业网点的覆盖率提出较大的挑战。

【作者简介】佘炳涛(1979-),男,中国广东潮州人,研究生学历,高级经济师,从事工商管理研究。

1.2 业务支撑效率低下

当前大多数渠道的主要销售方式仍为线下人员“一对一”模式,一般是客户在前台办理产品之后再办理优惠,或者再由后台批量开通优惠,但无论是通过前台单独办理或者后台批量办理,均需要经过种种校验(如方案互斥检验、目标客户校验)等数据处理后才能办理。对于前台人员,校验是通过手工进行的,如果活动优惠幅度较大,前台容易排起长队,如果客户不满足其中一个条件,还要先为客户处理其它情况后再办理,从而降低营销效率。对于后台支撑人员,要进行业务批量办理需要经过“多次提数、数据匹配、多次领导审批、

批开前短信告知”等环节,才能最终实现业务办理。在激烈的电信市场竞争环境下,整个业务支撑的流程就显得费时费力,效率十分低下。

1.3 客户体验较差、业务收入可控性差

近些年来,中国电信市场发展突飞猛进,在此过程中为应对产业竞争往往过分关注销售业绩,而忽视了用户体验这个重要环节。如用户在办理许多业务时仍旧需要前往就近网点进行咨询办理,过程繁琐且耗时耗力,拖沓的业务办理环节不可避免影响了用户的使用感知;其次,一些对价格不敏感的客户会放弃优惠,从而降低营销的效果;而且传统的优惠营销都是先开业务,然后通过后台 BOSS 批量赠送优惠,客户感知差,赠费到账至少要 30d 以上,有的甚至 60d,效率低,容易引起客户投诉。

另一方面,当参加人数暴增,业务的赠送优惠较大时,投入资源会超出预算,容易引起公司减收;而当参与人数不足时,业务办理较少,企业收入指标会完成不了。这样对企业管理非常不利。

2 存在问题分析与对策

首先,客户对服务的要求越来越高,要求渠道能提供及时、便利、不间断的服务,给渠道的响应提出了更高的标准要求。这就需要不断加大对渠道网点的建设力度,力求完善服务区域的渠道覆盖率。但随着人群的流动性及不确定性,实体渠道的建设往往较为被动,不能第一时间满足线下人群的服务需求。随着移动互联网的普及,手机应用已经被广泛应用,微信、短信、APP 已经成为人们常用的终端应用服务。假如将应用和短信的做成一个业务办理渠道,则具有广泛的客户基础,又能解决渠道的覆盖问题。

其次,客户的体验式消费意识不断增强,要求渠道提供交互式、体验式的线上服务,线下“一对一”的服务模式已经过时,产品和优惠分离办理的人工或者半人工的做法已经不能满足 4G 时代的竞争需要,高效的服务机制和良好的客户体验将成为赢得市场竞争的关键。假如运用信息化手段打通各业务办理系统的关联,实现“产品优惠一键式”办理,且所有的办理情况通过手机终端直接给客户反馈,则可以将前台服务和后台支撑的工作整合为全自动化线上办理,在提升客户体验的同时也提升营销效率。当所有业务通过线上办理,企业收入和资源投入情况基本可以实现实时统计,则

可以在财务上做到可控。

因此,论文提出构建基于手机终端的信息化营销平台的解决方案,实现客户在手机上通过短信或手机应用软件进行产品和优惠的办理。

3 基于手机终端的信息化营销平台

3.1 营销平台的模块化架构

信息化营销平台的后台系统由以下各模块组成:①业务引擎模块:负责处理活动核心流程;②分发引擎模块:负责将短信上行、微信或和商汇 APP 的参与活动的用户分发到各个业务引擎处理;③后台管理模块:配置活动、查看活动办理情况、短信日志等;④定时任务模块:定时调度处理,如每天定时上传当天活动办理情况到指定服务器;⑤多渠道调用模块:提供接口,接受短信、手机应用、微信等渠道的客户参与活动的申请;⑥短信组件模块:与短信营业厅交互,获取通过短信上行的参与活动的用户;下发短信;⑦ ECOP 接口模块:系统通过 webservice 接口与 ecop 能力平台连接,再通过 ecop 接口实现与 boss 的交互,实现方案查询、方案办理、余额查询、激活日期查询等一系列功能;⑧缓存服务:用于存放活动指令以及活动目标号码,提高活动流程的处理速度。

3.2 营销平台性能指标设计

通过并发压力测情况来看,各线上渠道的上行并发能力每秒可以达到 300~400 之间,且服务器不会出现异常情况。当一个活动总共调用 4 次 BOSS 接口,那么该活动的处理量一小时可达到 12000 条左右;当一个活动是单纯登记(无任何目标号码、无需调用 BOSS,只登记号码),单个业务引擎一分钟可以登记 360 条,一小时可以登记 21600 条^[1]。

3.3 主要业务功能

3.3.1 数据业务查询

①提供业务活动办理列表的查询、导出 EXCEL 功能,点击详细可以查询用户办理过程中的办理明细。②办理列表的信息包括:手机号码、业务活动编码、业务活动名称、办理状态(办理中、成功、失败、取消)、节点状态、办理时间、完成时间、取消时间、办理渠道、办理工号(如果是短信办理则显示系统工号)、接入方式、备注。③办理明细的信息包括活动的信息、用户的信息,用户目前所处的流程的节点,以及用户办理业务活动的交互明细,交互明细信息包括:节点、上行指令、节点状态、上行时间、下行内容、下行时间、

下行状态。

3.3.2 短信日志查询

为方便进行业务分析/故障处理等工作,平台提供短信上行下行日志查询功能。具体包括:按手机号码、上行时间范围、上行端口、下行端口查询短信日志;短信日志的信息包括:手机号码、上行端口、上行时间、短信内容、下行端口、下行内容、下行时间、递送状态、下行内容、下行时间、递送状态、下行内容、下行时间、递送状态^[3]。

3.3.3 数据配置管理

为更明确调用接口的调用者信息及调用的安全性,为每个需要调用接口的IP授权,并记录调用着的信息,调用接口的类型。具体包括:①提供端口的创建功能,接口配置信息包括:接口调用标识,接口调用人员,授权ip,调用接口类型,调用频率;②提供接口配置的编辑功能;③提供接口配置的删除功能,支持批量删除;④提供接口配置的查询功能;⑤提供多渠道接口让外围系统(微信,和商汇,app)调用短厅活动。

3.3.4 号码群管理

为支撑业务活动办理,系统提供号码群(目标号码和非目标号码)管理功能,包括号码群的创建、编辑、删除、查询、批量导入导出,有部分号码群需要每天新增号码。如果群已经失效,在业务活动的目标号码中不再做判断。在群信息中可以查看到该群是否被有效活动所使用^[3]。具体包括:①提供目标号码的创建功能,号码群信息包括用户手机号码,号码群的信息包括:群名称、生效时间、失效时间、创建时间、创建人、最后更新人、最后更新时间。点击可以查看详细的号码,在创建的时候可以导入号码;②提供号码群的编辑功能,提供号码的单个和批量删除,导入时在现有目标号码的基础上新增,如果该号码群属于事件营销类,将对新推送过来的号码以短信方式进行业务的推广;③提供号码群的查询功能,按号码群名称模糊查询。

4 信息化营销平台的业务流程仿真设计和营销应用

4.1 业务流程设计

除了购机优惠和预存优惠外,大部分的营销活动均可以在信息化营销平台进行加载营销。要实现在信息化营销平台上加载,市场部支撑人员需要根据产品经理提供的活动方案利用VISIO软件设计业务流程,并为每个流程配置一个短

信指令,再送程序员进行流程开发、测试。业务办理完全仿造BOSS系统的功能且可以实现与其他业务流程的关联,最终实现的效果与人工操作完全相同。

每个营销活动的业务流程最终以JAVA代码的形式在系统的业务引擎中运行,可以实现以下主要自动化功能:①目标客户判断:通过将营销目标号码事先加载进短厅数据库,可实现业务内容的精准推广;②重复办理判断:在调用BOSS接口的前提下,能实现方案办理情况的判断,避免重复办理;③是否充值:通过接口能检测到短信上行号码的余额变动情况,如流入、流出,以及精确到具体的充值金额;④业务办理校验:针对一些特殊营销案例在办理过程中出现的冲突情况,能事先校验是否办理通过,避免后续的流程冗余;⑤激活时间判断:针对一些需判断激活时间节点的营销活动,能精准判断用户的激活时间;⑥低值养卡黑名单判断:如客户为低值养卡黑名单用户,则提前下发引导短信;⑦特殊方案判断:在设置营销活动之前可先将一些已办理的方案进行判断,如已办理则下发短信结束流程;⑧方案办理成功判断:通过短厅加载为用户办理的业务,能根据接口返回的报文判断是否已办理成功;⑨是否已上行过相同指令:针对一些业务如不能重复办理,需限制用户的办理次数;⑩办理失败挂起:如系统问题等,能通过灵活设置挂起时间,在特定的时间节点继续为用户办理方案^[4]。

4.2 流量套餐优惠活动的案例应用

为进一步培养用户流量使用习惯,激发流量使用需求,结合2017年中国潮州公司收入考核指标要求,潮州公司在2017年4月至11月持续开展360元流量套餐优惠活动。在充分考虑营销渠道的自动化功能以及流量套餐业务特点的情况下,开发设计出LLNB业务流程。LLNB业务流程经程序员转化成JAVA代码后放在营销系统的业务引擎运行,实现了在业务营销系统上加载360元流量套餐产品及赠费优惠。在业务流程正式上线对外开放时,潮州移动客户可以通过短信、潮州移动微信公众号、手机应用发送一个指令LLNB即可完成产品和优惠的自动化办理。

5 在营销实践中的应用成效

5.1 整体应用成效

系统自2015年底投入使用,累计开发的不同业务流程(业务指令)超过50个,每年客户上行量超过200万,业务办理

量超过 100 万,为公司创收超过 1.5 亿元。业务实现在手机端线上办理后,为公司业务支持中心和市场部大量节省了后台业务支撑的工作量并降低了人工提数的出错率,同时大幅节省了县区分公司人力物力并提升了营销效率。

5.2 创造单日业务办理超过 6 万户的历史最高纪录

2016 年 5 月,潮州移动开展“517 电信日充值 50 元送 50 元优惠活动”,针对以往在电信日出现大量客户在前台排长队办理的问题,本次活动首次启用智能化业务营销系统进行业务办理,客户通过空中充值、微信、前台等进行充值后发送短信 CZWS 到 1008611,实现单日业务成功办理量超过 6 万户的历史最高纪录,比营业厅前台人工办理量(每日 6000 户)提升了 10 倍,实现零排队;每个客户充值 50 元,则单日创收 300 万元。

5.3 流量年包优惠单个活动创收近 1 亿元

结合 2017 年潮州公司收入考核指标要求,潮州公司在 2017 年 4 月至 11 月,持续开展 360 元流量年包优惠活动,累计参与业务量 53 万次,项目成功办理用户 28 万户,每户产生收入 360 元(每户每月 30 元*12 个月),日均成功办理 1300 户,合计创造收入近 1 亿元

6 实现创新点

6.1 产品和优惠一键化办理信息化

运用信息化手段实现产品和优惠的远程同步办理,让客户“足不出户,产品和优惠一键办理”,为公司渠道体系增添了一个信息化渠道对提升了提升公司服务和业务收入具有重大意义。

6.2 在市场营销中实现人机交互人性化

平台能通过短信下发或业务弹窗的方式对问题进行提示和引导,特别是及时说明业务办理不成功的原因和解决办法。在提升用户使用感知的同时,很大程度上缓解了营业前台的工作积压问题,减少前台人员工作压力。

6.3 企业财务收入可调性

营销平台可实时监控客户的办理情况,整个营销活动的资源投入和收入情况可以实时统计。当收入指标完成时,可以将用户的需求指令自动延后到下个月或以后某个时间再办理,即把客户需求挂起后通过短信告知和解释,等于是把收入调节到以后月份;当收入指标未完成时,立即启动 10086 外呼业务推广,将客户数据送至 FTP 平台,营销平台定时下载这个 FTP 的数据,通过批量办理的方式为客户自动开通业

务以提升收入。

7 应用领域展望与意义

第一,系统接口模块是独立可扩展的,有较强的可扩展性和兼容性;如果未来有其它热门手机应用或应用系统开发出来,我们系统可以通过扩展系统接口模块进行整合;比如,当前广东移动 10086APP 访问量很大,未来系统升级可以将广东 10086APP 整合进来。第二,购机业务是我们重点业务,但目前仍不能在系统上实现办理;如果系统能打通微信支付与 BOSS 系统对接,加上物流配送环节的辅助,“足不出户,一键购机”完全可以实现。第三,论文所提到的微信和和商汇仅指是潮州本地“潮州移动微信公众号”和“潮州和商汇;在全省集中化 IT 支撑的背景下,此次业务营销系统的成功研发和应用,对于研究和开发基于“广东移动微信公众号”、“广东移动和商汇”的全省性智能化业务营销平台具有重大借鉴意义。省公司可以在接口扩展、容量拓展和地市分区方面做进一步的研究和探索。第四,由于 BOSS 接口调用比较费时,单个业务流程中调用 BOSS 的次数越多,则单位时间内的业务办理数量会下降,因此在开展重大节日营销前,要先根据业务流程的复杂程度充分评估系统的处理能力,并以此决定系统开发中业务引擎的数量。

8 结语

论文针对当前市场营销中存在的问题进行了深入的分析,提出了建设基于手机终端的信息化营销平台的解决方案,重点阐述了平台构建、业务流程设计以及在营销实践所带来的效益。经营销实践证明,该系统的成功研发和应用,丰富了公司渠道体系,降低营销成本,提升客户感知和公司收入。后续将根据运行的情况,开展针对性系统优化,不断契合当下市场营销需求,为公司业务版图的扩展“保驾护航”。

参考文献

- [1] 杨耸立.电信营销渠道现存问题及原因分析[J].信息通信,2013(04):235-236.
- [2] 黄帝媛.微信营销的现状与发展趋势[J].智富时代,2016(07):55-56.
- [3] 夏铭翊.新经济背景下企业市场营销战略分析[J].经营管理者,2011(18):170-170.
- [4] 汤利颖.电信企业客户服务质量感知与客户满意度研究[J].统计与决策,2010(08):100-102.

Research on the Hidden Bugs and Countermeasures of State-Owned Enterprises' Confidential

Liting Xiao

Beijing Institute of Precision Electromechanical Control Equipment, Beijing, 100076, China

Abstract

In the era of network and information technology, with the continuous progress and development of state-owned enterprises, the work of keeping secrets in China has become more and more onerous, which has increased the difficulty of keeping secrets to a certain extent. The confidentiality work of state-owned enterprises is related to national security and core competitiveness. If there is an incident of breach of confidentiality, it will cause serious losses to the enterprise and the country. Therefore, state-owned enterprises must conduct a comprehensive analysis of the hidden bugs in the confidentiality work during the construction and development, formulate effective corrective countermeasures, and ensure the quality and efficiency of the confidentiality work.

Keywords

state-owned enterprise; bug; hidden bugs; corrective countermeasures

国有企业保密工作的隐性漏洞及对策研究

肖丽婷

北京精密机电控制设备研究所, 中国·北京 100076

摘要

在网络、信息化时代,随着国有企业不断进步和发展,中国秘密事项保密工作越来越繁重,在一定程度上增加了保密工作的难度。国有企业保密工作事关国家安全和核心竞争力,如果出现失泄密事件,对企业、国家将造成严重的损失。因此,国有企业在建设发展中要对保密工作存在的隐形漏洞进行全面分析,制定有效的纠正对策,保证保密工作开展的质量和效率。

关键词

国有企业; 保密工作; 隐形漏洞; 纠正对策

1 引言

国有企业是中国市场经济中不可缺少的主体,在建设发展过程中,经常接触到国家秘密事项,同时自身人事调动、专业技术、战略决策等多个方面的信息需要加强保密工作力度,避免对企业发展造成严重损失,影响企业健康长久发展,威胁国家战略安全。

2 国有企业保密工作阐述

2.1 含义

保密工作的开展需要对国有企业的秘密进行严格保守,不能出现任何失泄密事件,主要包含企业实际经营状况、发

展规划等相关信息进行保密,是国有企业健康持续发展的必然要求。中国保密法中规定,对不同密级需要采用相应的管理措施进行严格保密。

2.2 必要性

保密工作对国有企业的创新发展和改革具有重要影响,对企业的生存发展具有一定的决定性作用。国有企业的保密工作出现任何漏洞,就会造成相关机密事件向外泄露,造成企业受到严重的经济损失,进而对企业的综合实力和市场竞争能力产生严重影响,对企业的稳定长远发展带来不良影响^[1]。因此,国有企业在经营管理发展中,需要对自身保密工作的实际情况进行综合性分析,不断创新和拓展工作思路和模式,充分发挥保密工作开展的重大价值,促进企业更好的改革发展。

【作者简介】肖丽婷(1986-),女,中国湖北汉川人,研究生学历,中级政工师,从事保密管理研究。

3 国有企业保密工作的隐形漏洞

3.1 人员缺乏较强保密意识

部分国有企业保密工作开展过程中仍然采用传统工作思路和模式,已经难以满足现代化企业保密工作的实际需求,造成管理人员缺乏较强的保密意识。管理人员对保密工作的重要性缺乏正确认知,没有高度重视。管理人员在实际工作中对计算机缺乏加密管理,密码随意使用,同时基层工作人员保密意识较弱,对工作开展的实效性产生一定影响。

3.2 保密工作管理不到位

部分国有企业对于保密工作的管理,主要采用责任书签订、工作奖惩机制、网络硬件隔离等相关方式,在实践管理工作中存在流于形式,过于表面化的现象。另外,保密工作具有自身的特点,企业中只有关键少数人员开展保密工作,基层工作人员对其缺乏足够的关注和重视,在日常工作人员缺乏有效的排查检查工作^[2]。另外,保密工作涉及比较广泛的内容,如网络系统软硬件的信息材料、对外联系的信息交互等多个范围,增加了保密管控工作难度,造成管理不到位,存在一定的隐形漏洞。

中国科学技术不断进步和发展,对保密工作理念和方式带来较大的转变。但是,部分国有企业的保密工作存在一定的落后性,在日常工作中缺乏较高的重视程度,出现是泄密事件后,才会对损失进行估算,没有做好工作预防措施,对企业的发展产生制约。另外,企业在保密工作开展中没有投入充足的资金作为支持和保障,缺乏专门的保密机构,专业保密人员匮乏,大大降低了工作开展的质量和效率。相关管理部门对保密工作缺乏充足的精力投入,各个部门之间没有进行良好的沟通协作,增加了机密泄露的风险。

3.3 窃密现象严重

信息时代背景下,社会上存在不法分子,采用各种类型先进的窃密技术,远程控制国有企业的服务主机,非法窃取多种机密信息资料,增加保密工作难度。另外,目前,云计算技术和大数据在人们日常工作中进行普及和广泛应用,在很大程度上减少了窃密成本,同时扩大窃密范围,出现了人员、网络等多元化的窃密手段,造成窃密现象严重。因此,国有企业要加强保密工作管理力度,对自身工作中存在隐形漏洞进行全面分析,制定针对性的解决措施,提升工作开展的实际成效。

4 国有企业保密工作纠正对策

4.1 提升企业人员保密意识

国有企业人员的保密意识需要进一步提升,保证工作顺利有效的开展。企业可以制定科学合理的保密工作培训方案,定期开展相关专业知识和技能的教育培训,结合自身工作开展的实际情况和人员保密意识强弱程度,不断丰富培训内容,同时积极创新和优化培训形式,调动企业人员主动参与培训的积极性,提升全体职工的综合能力。另外,相关保密工作管理部门,在日常工作中多组织丰富多彩的保密宣传教育活动,可以针对企业人员的实际情况进行分层次、多方面的宣传教育,如制定保密工作宣传日、周、月、组织保密知识问答活动等,有效提升企业人员的保密意识。

企业可以通过多种宣传渠道,对企业各个部门基层人员进行宣传,在企业官网中设定保密工作宣传栏,发布专业知识,为企业人员提供学习的机会和平台,不断更新保密知识储备。同时,企业开展相关保密法律法规的宣传,增强人员的法律意识,创造良好的保密氛围,扩大工作开展范围和影响力。工作人员可以在日常工作环境中设置相应的保密标语,如在计算机、打印复印机等相关设备上粘贴保密提示语,提升人员日常工作的保密意识。

4.2 加强保密工作管理力度

第一,国有企业要针对保密工作的开展,制定完善的管理体系,根据相关法律法规保证工作开展的有效性。企业加强保密工作管理力度,制定科学合理的考核制度,增强日常工作检查,明确详细的考核指标和细则,结合考核结果,对工作人员的实际工作情况进行全面掌握^[3]。另外,企业要制定相应的监督管理机制,对保密工作人员的日常工作行为规范进行有效约束,在每个工作环节全面落实执行相关规章制度。企业可以采取自评的方式,对涉密载体、保密人员管理等多个方面进行自查自评,提升管理的实际成效。企业要制定科学合理的奖惩制度,结合人员考核结果、日常行为规范等各个方面,对优秀员工和部门进行物质和精神上的奖励,全面调动人员保密积极性,提升国有企业整体的保密水平。

第二,国有企业结合保密范围,对涉密岗位和人员进行明确,在涉密人员开展严格的岗前培训,签订保密责任书。涉密人员在实践工作开展中,需要对保密工作注重事项进行全面了解,认真履行工作职责。同时,涉密人员在离职之前,

需要接受相应的保密教育,全部清退涉密载体,签订保密承诺书。

4.3 注重网络信息安全建设

新时代发展背景下,国有企业在发展过程中,逐渐依赖网络系统。但是,网络系统存在一定的安全问题,增加了失泄密的风险。国有企业网络信息安全受到多种因素的影响,如工作人员操作失误不法分子的恶意侵入等相关因素的影响,造成网络信息系统安全管理存在隐形漏洞,对企业的健康发展产生一定的威胁。因此,国有企业要对网络信息安全建设进行高度重视,结合网络信息安全管理现状,对重要信息、技术等加强防护,定期排查网络信息安全,及时发现安全问题,制定针对性的纠正对策,增强网络信息安全可靠性。企业相关管理人员需要对互联网门户网站加强检查力度,同时制定相应的访问权限,保证用户访问安全资源。企业不断完善信息公开保密机制,增强公共信息网络信息资料的管理,对于违反规定,为企业造成严重经济损失的工作人员进行严格处

罚,情节严重的可以移交司法部门进行处罚,最大程度保证国有企业保密工作的开展的实效性。

5 结语

国有企业保密工作是长期的、艰巨的,需要管理人员开拓创新、精细管理,分析其存在的隐形漏洞,不断转变工作理念,创新和优化工作模式,更加适应现代化国有企业发展的实际需求,避免出现失泄密事件,为企业的持续发展带来不良影响。

参考文献

- [1] 苏亚明.浅析如何做好新形势下国有企业保密工作[J].赤子,2019(05):197-198.
- [2] 杜小芳.电力企业保密工作的问题与应对策略分析[J].办公室业务,2019(08):93,127.
- [3] 朱文君.浅谈国有企业基层单位如何抓实保密工作[J].企业文化(中旬刊),2019(04):241.

The Current Situation and Development Path of China's Agricultural Insurance

Jing Xu

Jingzhou Vocational College of Technology, Jingzhou, Shandong, 434000, China

Abstract

With the development of economy, agricultural insurance also develops. According to the relevant national guidelines, policy-oriented agricultural insurance has been popularized in most parts of China, but the income of agricultural insurance is still declining. This paper analyzes the existing problems in the development of agricultural insurance, and analyzes and discusses the innovation of agricultural insurance to support the development of agricultural insurance.

Keywords

agricultural insurance; current situation; development path

中国农业保险的现状与发展路径

徐菁

荆州理工职业学院, 中国·湖北 荆州 434000

摘要

随着经济的发展, 农业保险也随之发展。根据中国有关指导方针, 政策性农业保险已在中国大部分地区普及, 但农业保险收入仍在下降。论文分析了当前农业保险发展中存在的问题, 并对农业保险的创新进行了分析和讨论, 以支持农业保险的发展。

关键词

农业保险; 现状; 发展路径

1 引言

日前发布的《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》明确提出, 把全面推进乡村振兴作为实现中华民族伟大复兴的一项重大任务, 举全党全社会之力加快农业农村现代化, 让广大农民过上更加美好的生活。中国农业保险的发展在应对农业生产风险中发挥着重要作用。尽管农业保险的发展在中国取得了巨大的成功, 但在农业保险的发展中仍然存在一些需要改进的问题。鉴于农业保险对农业发展的影响以及农业保险发展的现状, 研究了农业保险的发展策略, 这是农业保险全面促进农业发展的重要基础。

2 在基层推行以政策为基础的农业保险的重要性

农村地区和城市是互惠互利的, 共同构成了人们生活的

场所^[1]。农村发展与建设繁荣社会有关。因此, 加强农村发展至关重要。与其他风险相比, 农业风险更加不确定。农业基本保险的引入减少了农业风险带来的损失, 对实现乡村振兴发挥了重要作用。

2.1 增强抗风险能力

农业生产主要受到自然气候的影响, 目前对自然气候的预测和控制超出了人类的控制范围, 导致农业风险增加。此外, 农业生产是季节性的。因此, 农民在农业生产上的花费基本上是相同的, 从而导致农产品价格的一致性。结合现代农业生产的工业化和高科技生产, 农产品的产量不是很高, 这增加了农村农业生产的经营风险^[1]。在这种情况下, 基本农业保险的引入将提高应对各种风险因素的能力, 并减少农业风险造成的损失。

2.2 提高农业生产效率

尽管中国是个农业大国, 但中国农业发展中的机械化程度仍然很低。因此, 为了更好地促进中国农业发展, 有必要

【作者简介】徐菁(1989-), 女, 研究生在读, 助教, 从事经济管理(农业保险经济管理)研究。

不断利用相关技术知识来提高农业生产效率。农业保险可以提高农业生产效率,降低农业技术研发成本,避免研发过程中的风险。随着农业生产的不断发展和全球农业发展竞争的日趋激烈,中国已开始意识到改善农业生产技术和机械化的重要性。农业保险可以通过聚集社会力量来预测相关风险,从而更好地降低农业技术研发和应用的风险,并不断提高农业生产效率^[2]。

2.3 确保农民收入

自然灾害的发生具有明显的区域特征。自然灾害更有可能在固定区域内发生。在这些地区采用基于政策的基本农业保险,进一步确保了农民收入的稳定,并在消除贫困方面发挥了积极作用^[2]。

2.4 最大限度地减少农业风险损失的扩大

农业风险本身的特征决定了农业风险的相关性,即农业风险的发生会导致其他风险的发生,从而导致农业风险损失的增加。在基层推行基于政策的农业保险,可以提前防范农业风险,对减少农业风险损失具有非常大的影响。

3 农业保险产品和服务的现状

3.1 农民对保险的意识偏低

众所周知,农业保险直接面向大量农民,农民是农业保险市场需求的主体。但是,中国农村经济发展相对缓慢,农民收入水平低,长期以来限制了保险投资。保险是一种消费品,但不是日常必需品。只有涵盖了基本的食物,衣服,住房,交通等基本消费,人们才能将剩余的钱投入到保险中。低收入水平决定了大多数农民无法获得保险。另外,农村文化教育水平相对滞后,农业保险宣传力度不够,传统观念滞后限制了农村保险的发展。

3.2 基于基本保险的农业保险覆盖面不大

基于基本保险的农业保险是针对种养殖业的农业风险保险业务。根据当前的准则,水产养殖业的覆盖面并不大^[3]。对于种植业,尽管覆盖范围有所增加,但满足小农作物种植者的保险需求的农业保险种类较少,因此当出现农业风险时,他们无法承受农业风险。

3.3 保险产品供求不平衡

当前,大多数保险公司将相对较大的自然灾害列为例外。原因是农业自然灾害风险不是理想的可保风险。为了避免“农业保险遭受越来越多的损失”,保险公司不得不放弃某些类

型的保险。由于高风险和高损失率,经营该业务的保险公司是无利可图的。即使保险公司尽力而为,也无法实现无害发展。从业务目标来看,应该意识到农业保险和商业保险之间的冲突。如果农业保险与商业化相协调地运作,同时又承担着自然和市场的“双重风险”,则应当以高额保险费来补偿,以分散现有风险。但是,中国农业投保人支付保费的能力很低。如果保费很高,则保单持有人负担不起^[3]。当保费较低时,保险公司将无法维持其后续业务。正是这些矛盾长期制约了中国农业保险的发展。

3.4 政策型农业保险的发展需要创新

基于基本保险的农业保险的实际经营单位是一家保险公司,而农业保险则是通过保险公司的技术支持来投保的。在支持基本的政策性农业保险方面,国家补贴很高,但是农业保险的补贴率仍然很低。在这种情况下,仅依靠政府补贴就难以维持政策型农业保险的发展,并且不可能建立适当的防御机制来应对灾害。

3.5 区域结构复杂

中国幅员辽阔,自然环境复杂多样,具有明显的地区差异。这就确定了农业风险区域性强,农业保险表现出差异。风险,目标类型,风险事故类型和周期,不同区域之间的频率和强度。这导致了农业保险部门的困难,保费率的确定和区分以及资金投资的复杂性,技术成本非常昂贵。

4 促进农业保险在农业发展中的应用的战略

4.1 更新农民保险概念

由于传统的自给自足概念在自然经济中的影响,中国农民的风险意识仍然很弱,风险发生的心态随机。即使他们知道风险的存在,他们也只需要政府的救济,也不知道农业保险是弥补风险损失的重要方法。除非改变农民的保险概念,否则风险的可能性就不可能转化为明确的保险需求。在当前情况下,可以利用公共服务广告,知识讲座等来提高参加农业保险的紧迫性,以便农民可以更多地了解农业保险。

4.2 完善农业保险创新财政补贴制度

首先,中国应根据经济技术发展,灾害发生的频率和地方当局的经济实力,根据当地情况,明确界定谁应该缴纳多少保费,以确保各级责任切实发挥作用。并且可以被有效地感知。同时,对于创新型农业保险产品,中国政府应根据产品和服务的运营成本以及研发管理费用向农业保险公司提供

适当的财政补贴,并鼓励其发展。根据当地实际情况开发适合当地农业发展的可持续农业保险产品以及优质的农业保险产品。

4.3 政府应加大支持力度

在推广和应用农业保险中,地方政府的支持密不可分。但是,当前政府的支持需要改进^[4]。因此,可以在现有《农业保险条例》的基础上从以下三个方面着手:第一,政府必须不断完善与农业保险有关的规章制度。它限制了保险工作和农民的行为,并积极鼓励农民学习如何使用相关的规章制度和法律武器来保护他们的切身利益。第二,政府应积极充当保险公司与农民之间的桥梁。通过鼓励双方之间的积极沟通,应有效解决农民对购买农业保险的担忧。如果农民遇到索赔,政府应积极跟进。加快理赔进度,帮助农民树立对农业保险的信心。第三,在保险公司与农民之间发生纠纷时,有必要采用适当的调解方法,以帮助双方达成友好和解^[4]。

5 结语

中国的农村经济发展仍然非常缓慢,农业正在现代化规模偏低。越来越多的农民放弃耕地到城市,城乡之间的贫富

差距也在扩大。这将不可避免地导致土地贫瘠,资源浪费以及在一定程度上威胁国家粮食安全的两难境地。同时,迫切需要在国家一级促进农业发展。自2004年以来,中华人民共和国中央委员会一号文件已将农业发展和连续15年实施《农村振兴计划》列为国家工作的重中之重,利用农业保险可以作为推动农业经济发展的动力。

参考文献

- [1] 张丽娟,张东玲,陈景帅.农业保险与农业经济耦合协调发展分析——基于山东省1997-2016年的数据[J].青岛农业大学学报(社会科学版),2019,31(01):10-17.
- [2] 芮敏.农业保险发展与农业经济增长关系的实证分析[J].中国农业文摘-农业工程,2019,031(01):63-64.
- [3] 唐金成,曹斯蔚.新型农业经营主体保险需求分析及发展对策研究——基于农业供给侧结构性改革视角[J].农村金融研究,2018(08):50-55.
- [4] 陆亚琴,王峰,马爱民,等.政策性农业保险在如东县西兰花产业发展中的作用与推广措施[J].现代园艺,2018,362(14):204-205.

Research on the Quality Control of Government Audit in the Big Data Environment

Jialiang Li Haoyan Li

Changchun University of Finance and Economics, Changchun, Jilin, 130000, China

Abstract

On the basis of restrictive bottleneck analysis and government auditing model, the thesis conducts a comprehensive analysis of data quality control related technologies in the big data environment, combines auditing practices with big data applications, and builds a government auditing model that adapts to the big data environment. It is closely integrated with the transformation of government audit functions and the environment with the characteristics of big data, and all aspects of the government audit model are verified and perfected in the audit practice, so as to better perform the audit function and improve the government audit level. Conduct research and audit practice for different types of audit projects, and analyze the key link in controlling the quality of the electronic data of the audited entity, and propose ways to improve the quality control of data by using existing audit tools in key links, the ultimate goal is to implement the method in the actual case of the audit project.

Keywords

audit data; government audit; big data environment; audit mode

大数据环境下政府审计质量控制问题研究

李加亮 李昊岩

长春财经学院, 中国·吉林 长春 130000

摘 要

在制约瓶颈分析和政府审计模式基础上, 论文对大数据环境下数据质量控制相关技术进行综合分析, 把审计实务与大数据应用相结合, 建造出一个对大数据环境所适应的政府审计模式。与转变政府审计职能和大数据特点环境紧密结合, 在审计实务中将政府审计模式的各个方面验证完善, 进而做到更好的执行审计职能, 提升政府审计水平。进行研究审计实务中对不同审计项目类型, 将控制被审计单位电子数据质量是关键环节做分析, 并对如何将现有的审计工具在关键环节中运用对数据进行质量控制提出改进方法, 最终目的是在审计项目实际案例中将方法实现。

关键词

审计数据; 政府审计; 大数据环境; 审计模式

1 引言

审计取证的重要依据是被审计单位获取的电子数据, 但是在 20 世纪 80 年代后期有很大一部分的电子数据被审计单位用来购买或开发和自己单位业务相匹配的信息系统, 用来进行储存和管理会计数据及业务数据。日益增加了审计数据质量对审计结果及其风险的影响作用, 审计的过程和手段以及审计工具在这一重大变化下与传统审计相比有相当大的差异。信息系统单适用范围被飞速发展的信息引领着不断扩大。

【作者简介】李加亮(2000-), 男, 中国江苏连云港人, 本科在读, 从事政府审计研究。

2011 年 5 月大数据有关概念被易安信(EMC)提出, 大数据也因这一概念正式登上历史舞台, 但是问题也随之而来, 数据越来越大的运行和储存量, 导致越来越复杂的数据组合和组成的规模, 相应的也增加了进行处理数据的难度。应时而出的审计信息化系统工程——金审工程, 就是为了用来应对大数据环境给中国审计带来的一系列挑战的。

2 大数据环境下政府审计质量控制问题的现状

传统审计模式伴随着飞速进步的信息化技术被完全颠覆, 审计发展也在不断进化, 已经形成了通过全方位掌握和搜集各个部门的资源数据、开启数据通道、扩大数据来源的大数据审计的全新模式。作为行政权力制约监督体系的重要

组成部分的审计,在已经成为共同承认的“资源即数据”的环境下,大数据审计的重要性已经在最近几年的审计实践中得到充分证实^[1]。传统的审账模式,在源源不断地被各行各业中产生的数据所改变。在审计监督的工作过程中,财务收支账本、财政的采集所包含和显现的信息量数据并不能使审计需求满足,这都要归结为中国把审计监督纳入中国治理的重要组成部分,所以发必须要发展开启数据通道、充分利用大数据开展远程监督、数据说话、全面掌握政府各部门资源数据目录、扩大数据来源的新审计模式。

3 大数据审计带来的机遇与挑战

审计人员的审计模式在大数据环境下发生了转变,淘汰了传统的审计抽查样式,变为以审计总体为主审计抽样为辅的方式,能够有效避免风险,在计算机审计以数据作为基础的方式,这样不仅可以避免结论审计片面,也可以改进因为样本少重大疑点审计不容易发现的缺陷^[2]。与此同时,审计方法因大数据技术而多元化。通过技术方法的多元化,可以使审计人员从被审计单位获得大量的相关数据进行分析,使得出的结论审计更加严谨、科学。

大数据审计带来的挑战主要有以下几方面:

3.1 大数据环境导致硬件无法适应

一是大数据环境并不需要落后、老旧的服务器配置。二是大数据环境与原先的网络安全政务平台不适配。三是在大数据环境下,县级的审计机关因现有要求的标准化机房投入量大,很多地区的标准化机房建设不能达标。四是在大数据环境下,审计人员的计算机配置落后,无法实施项目审计主题。

3.2 大数据环境导致软件无法适应

一是缺少相似度大数据分析以及电子图片差异分析系统。二是在大数据环境下,主要利用SQL语言进行对比分析、关联分析的AO等工具不能进行聚类、机器学习、聚类、统计回归等等大数据分析技术来分析已经过时,所以并不能满足大数据审计的需要,也不能满足审计人员的使用。

3.3 缺乏了解大数据审计的人才和对大数据审计认知的不足

一是在之前中国并没有过于重视大数据的发展,导致在大数据飞速发展的现如今懂得计算机审计的人才匮乏。二是在大数据环境下,人们对大数据的了解知之甚少,大多数的审计人员还停留在传统的数据结构分析上。

3.4 数据管理分散、被审计单位电子数据来源获取单一

在审计工作中,审计人员在项目审计结束后,并没有将数据向数据管理部门统一上报,数据没有形成采集统一、分配管理统一使用的管理体制,使数据管理不仅分散使用率还很低。而且审计人员在工作时只注重被审计单位的业务及财务的电子数据,并不关注网络舆情、日志数据等数据^[3]。

4 大数据环境下审计质量控制出现的问题

4.1 审计目标相对传统,无法适应中国治理新需求

现如今,政府审计目标仍是在传统模式下,聚焦于财务收支或财政收支,表现的具体职能是“依法进行审计监督、财务收支的真实、合法及效益”。“促进廉政建设、维护中国财政经济秩序、保障社会健康发展及国民经济、提高财政资金使用效益”是各级审计机关对于自身的定位,对于基层审计实践的审计机关来说,难以顾及财务收支的效益和真实性、合法性。

4.2 缺乏专业人才,无法应对特殊专业胜任需求

因为扩充了审计范围,被审计单位的业务在审计过程中,已被审计纳入重点。由于飞速发展的大数据环境,爆发性增加的业务系统的数据量,现在是通过凭借云平台或者是某一信息系统进行对被审计单位的业务管理,早已不是通过纸质的方式进行对被审计单位的业务管理模式^[4]。不仅需要审计人员熟练掌握基本的财务知识,还要对数据进行分析时掌握熟练的计算机技术,知道被审计单位的特点专业。这显然提高了对审计人员专业知识的要求。

4.3 组织方式缺乏灵活性,审计力量难以科学分配

当今社会,在大数据环境的覆盖下对于传统审计模式损耗的人力与工作量激增,在传统审计模式中先确定项目目标再组织审计人员成立审计组到现场调查后完成审计报告费时费力,还使专业审计人员在现场调查中从事一些其他审计人员也能完成的常规性、基础性工作,不能发挥专业领域能力的优势,导致在现有的审计力量下审计监督深度和监督面下降,也是对专业审计力量的浪费。所以在大数据环境下传统的政府审计模式已经不能适应需求^[5]。

5 针对审计质量控制出现的问题提出的对策

5.1 根据时代需要更新审计目标

审计机关将传统模式的聚焦点变为对机制体制中存在的

趋势性、苗头性、普遍性;对中国治理主体行为业务的合规性、审计财务财政收支的效益性、民生相关公共主体中央政策的情况落实等问题。应用大数据技术增加效率审计,完整利用当前资源审计,进行技术手段拓展,改变现有的审计管理模式。

5.2 培养专业的审计人才

对审计机关专业结构人员进行调查、统计。就接受调查的相关审计机关进行专业知识的培训、学习,为每个相关审计机关配备相关专业组织人员,对于专业人才进行合理的调动分配,做到不浪费每一个专业人才的能力,科学分配。采用大数据模式的新型审计方式,减少相关人员的工作量,进而提高监督深度,扩大监督面^[6]。

5.3 建立适应大数据环境的政府审计模式

把核心模块设为审计管理数据,通过临时采集、定期报送、在线实时报送等方式采纳外部数据源,使用数据模块的管理调用数据展开指挥管理现场审计、调配组织项目,为了积累支撑科学管理数据,将管理模块收纳进管理数据通过形成审计组织管理过程^[7]。建立适应大数据环境的政府审计模式最终目的是在审计实务中应用,关键在政府审计实务方向改进的提出,故模式的建立一定要考虑成本效益以及可行性的关系。

6 结语

论文通过在制约瓶颈分析和政府审计模式基础上,对大数据环境下数据质量控制相关技术进行综合分析,把审计实务与大数据应用相结合,建造出一个对大数据环境所适应的

政府审计模式。审计取证的重要依据是被审计单位获取的电子数据,日益增加的审计数据质量对审计结果及其风险的影响作用,审计的过程和手段以及审计工具在这一重大变化下与传统审计相比有相当大的差异。但是在上世纪80年代后期有很大一部分的电子数据被审计单位用来购买或开发和自己单位业务相匹配的信息系统,用来进行储存和管理会计数据及业务数据。把政府审计水平提升的目的。进行研究审计实务中对不同审计项目类型,将控制被审计单位电子数据质量是关键环节做分析,并对如何将现有的审计工具在关键环节中运用对数据进行质量控制。

参考文献

- [1] 许莉,胡钧歌.高质量政府审计实施方案编制及实现路径研究[J].财会通讯,2021(05):112-117.
- [2] 许萍.论国家审计的工作质量控制与考核[J].中国乡镇企业会计,2021(01):134-135.
- [3] 李欣欣.基于大数据背景下的政府审计质量控制路径研究[J].信息记录材料,2020,21(12):45-46.
- [4] 韩勇.艺术展厅室内装饰空间设计手法浅析[J].建筑结构,2020,50(13):144.
- [5] 边莹.大数据下的政府审计质量控制路径研究[J].现代营销(下旬刊),2020(05):210-211.
- [6] 蔡晓琨.浅谈基层政府审计质量控制问题[J].行政事业资产与财务,2020(03):112-114.
- [7] 杨智慧.基于大数据的政府审计质量控制新路径[J].中国内部审计,2019(11):82-87.

Current Situation Analysis and Problem Study of “Cloud” Wish Bank

Bingbing Chen

Chengdu Institute Sichuan International Studies University, Chengdu, Sichuan, 610000, China

Abstract

Wish saving is to set their own wishes, and then according to their need to complete the wish of the time, every month to the inside of the regulation of how much money, users to the inside of the deposit will also produce income. With the continuous progress of society, people's concept of material life is changing constantly. In order to enjoy their life in advance and improve their living standards, most young people now use up their life savings in advance and then take out a series of loans and borrow money online. In order to solve this phenomenon, we came up with a way, it is the desire savings, and we think that the desire savings is one of the best ways to solve this problem.

Keywords

IT time; online business bank; wish saving

“云”心愿银行现状分析与问题研究

陈冰冰

四川外国语大学成都学院, 中国·四川成都 610000

摘 要

心愿储蓄就是设置自己的心愿, 然后根据自己需要完成心愿的时间, 每个月规定往里面存多少钱, 用户往里面存钱还会产生收益。随着社会的不断进步, 人们的物质生活观念不断发生着变化。为了能更提前地享受自己的生活, 提高自己的生活水平, 现在的年轻人大多都会提前用完自己的生活储蓄, 继而进行一系列的贷款, 网上借钱的活动。为了解决这一种现象, 我们想到了一种办法, 它就是心愿储蓄, 而笔者认为心愿储蓄则是解决此问题最好的方法之一。

关键词

IT 时代; 网商银行; 心愿储蓄

1 研究背景、目的、意义

随着社会的不断进步, 人们的物质生活观念不断发生着变化。为了能更提前地享受自己的生活, 提高自己的生活水平, 现在的年轻人大多都会提前用完自己的生活储蓄, 继而进行一系列的贷款, 网上借钱的活动。同时国内人口老年化日益增加, 网上银行可以足不出户就能完成基本的银行服务,

老年人再也不用大老远跑去银行排队等待办理业务。老年人把钱存在云银行里还可享受比银行高的利息。

在如今超前消费, 享受消费的社会里, 这一款软件无异于与逆风而行。以节俭为主, 减少不必要的开销, 将这些开销存起来, 去做自己想做的, 值得做的事情。以积少成多理念, 潜移默化地改变现在年轻人的消费方式, 使之合理化, 高效化。用定期存款的方法, 提高年轻人的执行力。让用户在消费中进行适度消费原则, 保持理性消费, 养成理财的习惯最后树立正确的消费观。

【作者简介】陈冰冰(1998-), 本科在读, 从事商务英语研究。

【指导老师】刘治国(1979-), 男, 中国四川成都人, 副教授, 从事商务英语与国际商务研究。

【基金项目】论文系 2020 年四川省大学生创新创业训练项目国家级立项“‘云’心愿银行”的研究成果(项目编号: S202013673035)。

2 网商银行独特的组织架构

网商银行将基于云计算的技术、大数据驱动的风险控制能力, 采取“轻资产、交易型、平台化”的运营思路^[1]。

网商银行系统架构共有四层,如图1所示。



图1 网商银行系统架构

最底层是基础设施云（IAAS），可以实现对设备，对网络的管理；之上是中间件平台金融技术云（PAAS），可以提供可伸缩，高可用的分布式事务处理与服务能力，以及弹性资源分配与访问管控；再向上是金融数据云（DAAS），具有海量数据处理与计算能力，以及实时的数据处理与流转能力；最上层是金融业务云（SAAS），这是个开放的金融应用开发平台。在这四层“云”的基础之上，可以支持丰富的应用场景：存款、支付、生活、保障、融资、理财、投资等，以及多渠道（移动互联网、p_c机、可穿戴设备等）的打通能力^[2]。

网商银行提供银行所有业务最基础的，最稳定的沉淀下来的服务，在这个基础上构建存款，贷款、结算、数据服务。

3 “云”银行的特点

3.1 虚拟性

心愿储蓄是在互联网上进行直接存款、取款业务，没有固定的银行，学生存入钱规定一个时间，在规定时间内不得取款，在此期间还可获得一定的利息。

3.2 开放性

银行在研发和创新金融服务的同时，与第三方的合作也将更加频繁，将大量专业性很强、数据量很大、实时性要求很高的服务部署在云端，根据授权让客户轻松获取、灵活应用。

3.3 平等性

基于互联网的云银行其边际传播成本趋于零，为所有银行提供了一个平等创新的平台，小银行与大银行一样可以通过云平台进行创新，并随时将创新服务发布并延伸到全球任何一个角落，提高了银行的知名度和品牌价值，摆脱了网点少的束缚^[3]。

3.4 社区性

云银行是SNS模式的社区银行，银行工作人员在与接入社区的 客户交流的同时，可以让客户学习到金融知识、体验到个性化的金融服务，完成金融服务的营销，发展客户群^[3]。

3.5 创新性

打破常规的到网点存取现金，心愿储蓄属于更加开放的云技术运用，利用互联网客户直接进行业务办理，节约时间和空间。

3.6 集中性

云银行不再是单一提供金融服务的机构，而是以银行基本职能为中心，广泛连接世界万千企业、政府和亿万个人的超级云计算中心，客户一点接入便可联通世界，享受银行提供的金融服务和其他服务^[4]。

3.7 移动性

心愿储蓄可以提供移动金融服务，满足了客户在 任何时候、任何时间办理金融业务的需求。

3.8 安全性

对于在心愿储蓄的用户信息设置使用使用期限，在48h内未进入系统软件，该软件将自动清除用户信息，避免将用户信息简单粗暴的一下子全部清除。

4 “云”银行的盈利模式

云银行业务运营模式分析如下。

4.1 连接纵横格局形成

形成了“一对多”的连接格局，客户通过PC或移动终端可以同时与国内外多家银行连接。其运营模式为：品牌—用户感知—产生兴趣—行动—与银行建立连接—交互沟通—购买银行产品—体验银行服务—分享。

4.2 云支付的普及

云银行使用的交易结算货币将不再是实体货币，而是信用凭证货币。中央银行将不再发行纸质货币，而是运用特定的方式发行电子货币，发行电子货币对于国外不仅创新了交易方式，增加中国与各国的贸易总额同时改变了全世界人民的消费方式。现金交易在不久的将来即将退出市场，电子货币早晚会取而代之，只是时间长度，以及社会受众群体的接受度上升问题。

4.3 公共平台的交流与应用

QQ、微博、微信等语音识别技术在互联网信息时代交流沟

通手段的广泛应用,建立了一种新型云银行客户服务体系。银行在帮助客户完成业务操作的同时,帮助客户解决问题,倾听客户困扰烦恼,提高用户体验感。

4.4 管理与个性相结合

云银行的智能化表现在:一是服务智能,可以为客户提供计划策略,监控策略,组织策略,在方方面面达到了精细化管理,并制定客户细分策略和优惠计划,更加有针对性地研发新产品,为一些特定的客户制定个性化服务方案;二是财务智能,为公司及其分支机构提供财务盈利状况分析、现金管理分析、资产负债管理分析等;三是营销智能通过对营销活动、销售渠道、产品、客户行为和个性化服务的分析,及时调整销售策略,发现销售机会,提高营销的针对性。

4.5 商业化介入

在日常生活中,由于商业化不成熟,买卖双方均很难满足各自的需求云银行平台与国内外客户通过移动终端与云银行进行在线联系,信息,财富,金融很大程度上受到了便利,就可以货比万家且不受地域限制,在第三方平台的基础上实现买家与卖家直接交易,减少中间环节,缩短交易时间,方便、快捷、安全地完成电子交易。

4.6 互联网交互式客服体验

云银行将多种渠道集成互动,从物理和化学上分为网上银行,手机银行,电视银行。在大数据时代下,现代化与传统渠道进行集合。建立一个可持续发展的金融服务营销管理体系,从目前的客户驱动型菜单式服务发展成为以客户为中心、以关系为纽带、以工具为基础、以应用为选择的主动服务。

4.7 移动办公

现在大多数银行都与互联网的关系源远流长,办公地点,办公形式,可以在上班途中,上班结束后进行大数据形式工作,云银行实现的办公已经实现了现代化技术发展,保持理论与实践的统一的创新精神。

5 “云”银行现状分析

近期,大量长期从事传统金融行业服务的老员工转而从新兴的互联网金融行业工作,这与传统金融机构和互联网企业不同的体制机制有着不可分割的联系。一方面由于传统金融行业的发展空间没有达到这些在金融行业中阅历丰富的老员工的期望;另一方面属于金融行业的体制问题。线下网上银行传统的贷款制度造成许多问题,

如贷款业务,向银行贷款后为银行赚钱和亏钱的人,他们个人的收入差别并不大,导致人们对贷款的个人主动性和积极性并不高。除此之外因为相关业务人员不愿给自己制定非常高的任务,于是在每年年初制定计划时,便会将相对去年的增长率压的较低,可实际上他们可能完成的更多,但是新型互联网金融企业不同于传统金融企业,他们以公司的业绩说话。阿里去年业绩不好,于是所有的员工就都没有奖金。在新兴金融企业中,未来没有打工人,只有合伙人。企业与她的员工是一个利益共同体,也许员工工资比之前少,但公司可能会给予较高的期权或股票收入。鲍忠铁说:“网商银行估计也是如此,那么在股份商业银行打工的人和网商银行打工的人相比,工作状态和工作效率是不一样的。”在网商银行的工作环境中,员工并没有减少,只不过是办公场地减少了,其次主要是线下银行员工的工作效率增加了节约了时间成本。这就使得新型互联网金融行业运营成本更低,使利益最大化。鲍忠铁说:“虽然技术人员的薪水可能会高过柜台人员几倍,但他们对银行发挥的作用却可能会超过几十倍,他们创造出的技术效率可以大大降低银行的运营成本。”。例如,发放贷款时的成本,线下会是线上的几百或者几千倍^[2]。

6 “云”风险存在的问题分析

传统银行的风险主要有五个方面分别为:信用风险、市场风险、利率风险、国家风险以及操作风险,它通过系列的制度、指标等构成的不完整信息来控制风险程度。网商银行只会强调“大数据的风险控制的能力”。

从网商银行之前对阿里的小额信贷公司来分析,其发放贷款时根据自己在生态系统中长时间经营积累下的数据来进行风险授信。中国北京市金融工作局党委书记霍学文曾经表示,这些数据有其局限性,因为它们的主要来源集中在淘宝、天猫,京东等功能相近的平台积累起的关系,而这些关系有着高度的关联性,可其金融的风险分散的基本理论就是尽量降低资产之间关联性的。但与此同时,霍学文也认为随着阿里生态圈内加入更多的平台关系,数据来源越来越分散,风险评估与后期的风险监控都将更加准确^[2]。

7 “云”银行问题解决措施

7.1 与线下银行合作,提高可信度

随着互联网的便捷,大多数人都愿意去各类商业银行

进行交易,不少商业银行受到网点数量的限制,线下服务遭到寒冬,而大数据的发展,新兴产业的兴起,借用互联网平台,促进线上与线下银行的转型发展。云心愿银行的业务与电子商务相结合;为客户提供一对一私人管家服务;另一方面,线上除了心愿储蓄功能外与社交平台结合的微信零钱通,支付宝笔笔赞、京东金融等网络服务渠道,满足客户的多方面需求,加强第三方平台合作。

7.2 加大对信息保护系统投入,增加软件可信度

信息化时代,使用任何软件都可能产生信息泄露风险,针对这种情况,合理收集用户信息,尽量减少用户个人信息的公开,有利于维护公民隐私权。首先,对于在心愿储蓄的用户信息设置使用期限,在48h内未进入系统软件,该软件将自动清除用户信息,避免将用户信息简单粗暴的一下子全部清除。其次,在互联网背景下,只有在用户同意后才可以将个人信息公开;对于不愿公开的信息,做好一定的保护措施。最后,用户在公共场所使用该软件时,软件将自动调暗屏幕亮度,提示用户保护好隐私。

8 结语

21世纪已经是一个互联网的时代,任何以前的旧名词与新名词相碰撞,都会引发新热点话题。当代高中生或者大学生对于如何理财都没有具体的概念,心愿储蓄的目的就是从使用者日常费用中抽取小部分转入我们的软件中作为存款金额,满足了自己的存款金额后方可做自己想做的事。在如今这个快速消费的时代,适当的慢下来将会体验到不一样的感觉。

参考文献

- [1] 时磊.做一家有情有义的信用银行——专访浙江网商银行行长俞胜法[J].中国银行业,2015(08):17-19.
- [2] 金博.DT时代的云上银行[J].金融博览,2015(08):12-13.
- [3] 尤洋,许长华.电子商务基础学习辅导与练习[M].北京:高等教育出版社,2010.
- [4] 杨坚争.《电子商务基础与应用(第五版)》学习指导与练习[M].西安:西安电子科技大学出版社,2007.

Digital Economy Boosts the Upgrading of Local Cultural Industries

Yiwen Wu

Yangzhou University, Yangzhou, Jiangsu, 225000, China

Abstract

In recent years, with the rapid development of information technology, the digital economy has become a new round of economic growth power. With its development into the new normal, the new technology permeates from the consumption end to the production end, realizing the upgrading of the whole elements of the industry. Under this background, the digital economy helps the construction of local cultural cities, forms new cultural industry cooperation, expands new industrial chain, integrates cultural resources, optimizes resource allocation, and then promotes the adjustment of industrial structure, and optimize the layout of cultural industry, create a new value system. In addition, the local cultural industry can build a new driving force for the cultural industry with the help of the live broadcast platform, and empower the traditional cultural industry with the mode of "live broadcast + short video + community marketing + selection base of cultural products with local characteristics", so as to put forward a new value path for the upgrading of the local cultural industry.

Keywords

digital economy; culture; live broadcast; industry upgrading

数字经济助力地方文化产业升级

武亦文

扬州大学, 中国·江苏 扬州 225000

摘要

近年来,随着信息技术的飞速发展,数字经济成为新一轮的经济增长动力。随着其发展进入新常态,新技术从消费端向生产端渗透,实现了产业全要素升级,并催生出文化产业发展的新业态、新模式。在此背景下,数字经济助力地方文化名城建设,通过产业互联网多方协作共赢,形成新的文化产业协作,拓展新的产业链,整合文化资源,优化资源配置,进而促进产业结构调整,优化文化产业布局,创造新的价值体系。此外,地方文化产业可以借助直播平台为文化产业构建新的推动力,借力“直播+短视频+社群营销+地方特色文化产品选品基地”模式赋能传统文化产业,从而为地方文化产业升级提出新的价值路径。

关键词

数字经济;文化;直播;产业升级

1 引言

数字经济,是以使用数字化的知识和信息作为关键生产要素、以现代信息网络作为重要载体、以信息通信技术的有效使用作为效率提升和经济结构优化的重要推动力的一系列经济活动。简而言之,数字经济是以IT技术为依托发展起来的经济模式,是主要以数字技术方式进行生产的经济形态^[1],其本质是以共享网络平台为组织形式、以信息技术为手段的

资源配置优化的新形态。2019年中国数字经济增加值规模达到35.8万亿元,占GDP比重达到36.2%。

“十四五”高质量发展要在战略新兴产业上发力,以创新数字技术赋能产业变革引领高质量发展,需要聚焦数字技术基础建设、强化数字技术融合应用、完善数字技术治理体系,从而引领带动中国“十四五”高质量发展。数字经济已经成为了国内经济增长的重要支撑,是赋能产业全局、催化经济社会高质量发展的重要着力点^[2]。数字经济的加速刷新了现代人的生活方式与企业盈利模式。疫情期间,中国数字经济加速化发展,9亿网民的人均上网时长在今年大幅跃升到了

【作者简介】武亦文(1997-),女,中国江苏连云港人,研究生学历,从事金融学研究。

每周30多个小时。其中,有1.2亿的学生,通过钉钉等平台进行网上上课;盒马生鲜推出了“共享员工”,阿里的健康码全国通行;网红李佳琦一个人的收入超过60%的上市公司。在线教育、互联网医疗、线上办公等,数字经济已经深度渗透到了生产、流通和消费的各个场景中。新的数字经济带来了新的产业机会,它不仅体现在企业从横向分工到纵向共享外,更重要的还体现在产业链生产要素的扩展和基础设施的变革,并将改变重构了商业版图和核心竞争力的构成。

2 数字经济助力地方文化名城建设

信息技术广泛应用于各行业并逐步深度融合,由此诞生的新业态成为推动产业升级的主要力量。产业互联网,是利用数字技术,把产业各要素、各环节全部数字化网络化,推动业务流程、生产方式重组变革,进而形成新的产业协作、资源配置和价值创造体系。与消费互联网相比,产业互联网有明显的区别。例如,产业互联网是产业链集群中多方协作共赢,消费互联网是赢家通吃。新基建将助推传统产业数字化,形成具有颠覆意义的产业互联网。

数字经济与产业二者通过深度融合形成合力,促进经济更好更快发展。对地方文化名城而言带来了极大的机遇。

机遇一:通过文化产业要素、产业环节的数字化,形成新的文化产业协作,使潜在的深厚文化底蕴可以助力竞争力的提升。以信息技术为依托的互联网产业从根本上改变了传统的文化产品生产模式、服务方式以及传播渠道,当地历史文化可以渗透到文化产业链各环节之间协同形成合力、不再是独立的发展模式,而是形成完整有序的产业链条。

机遇二:有利于拓展新的产业链,整合文化资源,优化资源配置。地方往往具有良好的文化产业集聚基础,但产业链不够精细化,新业态背景下,人工智能、智慧生活等一大批数字经济新兴产业的兴起为产业精细化创造了条件,产业分工越来越细致,新的产业链环节应运而生,推进特色地域文化资源的有效整合,促进产业要素的合理配置。

机遇三:促进产业结构调整,优化文化产业布局,创造新的价值体系。地方文化资源丰富,数字经济有利于创新商业模式,开发特色文化消费,培育新的文化消费增长点,促进产业结构调整升级。同时要结合现有的人才、技术、信息和资本等方面的优势,满足消费者多层次文化需要,优化文化产业布局,构建新的文化产业价值体系^[3]。

3 数字经济创造地方文化直播新业态

直播是移动互联网领域技术进步引发的一种商业模式创新。直播塑造了数字经济的新业态,作为一种更加立体化的网络销售模式,开创了营销与销售的新渠道,直播赋能企业和消费者,促进经济沿螺旋式路径上升。

对于地方文化产业而言,直播有着巨大的升级潜力和赋能空间,借力“直播+短视频+社群营销+地方特色文化产品选品基地”赋能传统文化产业,打造以著名景区为龙头的直播基地,培育孵化本土网红主播等,整合优化地方特色文化产业及产品供应链,推动形成线上+线下融合发展。可以优化文化要素与美食要素的关联配置,将当地美食打造成具有文化符号性质的预制菜,通过中央厨房加冷链物流形成标准化的零售食品,家庭只要简单加热就能在家也能吃上餐厅大厨的地方特色菜品,巨大的市场前景将衍生出特色地方美食文化产业的新业态,从而创造出巨大的新价值。在此基础上,再整合例如5G直播间这样的科技力量,采用直播的销售模式,在直播的现场与短视频宣传中融当地文化、美食、美景为一体助力地方文化产业升级,名城建设。

4 地方文化产业升级创造新价值的路径

4.1 加大地方数字经济发展

加大对数字经济发展模式的研究,突出互联网技术的引领作用,强化与产业的融合,编制高度契合地方发展状况的数字经济发展顶层规划。加快推动数字产业化,依靠信息技术创新驱动,催生新产业、新业态、新模式,用新动能推动新发展,对传统产业进行全方位、全角度、全链条的改造,提高全要素生产率,释放数字对经济发展的放大、叠加、倍增作用^[4]。

4.2 鼓励新型公司、企业直播平台建设

在企业层面上,要利用数字化技术转型经营模式、创新企业融资模式、创新产品内容、创新文化消费模式。目前地方往往缺少大型文化平台和龙头企业,核心竞争力有待加强,应加强培育创新型、科技型市场主体,提高企业经营活力,为全市经济发展增添新动力、新亮点。努力引导文化直播平台建设,积极赋能,平台要设计合适的机制,为平台的不同用户端创造价值和赋能,从而激发网络效应,助力文化产业升级。

4.3 紧抓产业风口, 培育直播人才、直播基地

在个体层面上, 要注重文化产业人才的复合型培养, 直播是个体经济崛起的产物, 为了更好地发展当地文化产业, 助力产业升级, 未来要大力培育直播带货人才, 制定人才培养计划, 开展相关人才培养, 要注重产学研的深度融合, 支持民间个人 IP 的建立等。多形式多渠道探索电商直播人才培养模式, 积极探索出台优惠政策, 激励“带货达人”成长。同时, 政策扶持鼓励创办相关文化产业直播基地, 培育孵化更多直播人才, 促进直播文化产业链的崛起。

4.4 政策支持地方文化产业升级与品牌形成

数字经济背景下, 文化产业要在数字经济时代高质量的发展, 在政府层面上, 要完善顶层设计, 完善相关政策法规, 坚持双效统一的发展思想, 将数字技术运用在地方文化传播进程中; 政府积极进行政策支持, 从人才、教育、新业态三个方面进行政策扶助。在人才支持方面, 积极进行高级运营人才、创新人才、专业人才培养, 培养优质短视频制作人才以及直播网红, 为当地的文化产业奠定人才基础。在教育支持方面, 推动当地文化教育, 创新思维教育以及创业精神教育, 推动地方文化产业的教育创新, 思维创新。在新业态方面, 大力扶持当地本土人才、特色产品、文创产品、地方景点以及其他文化资源, 促进本地文化产业资源协作, 助力地方文化产业升级与品牌形成^[5]。

5 结语

当前, 中国社会的主要矛盾已由人民日益增长的物质文化需要同落后的社会生产之间的矛盾转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾, 这种矛盾在文化产业方面体现得尤为明显。数字经济时代, 地方文化产业发展的关键在于与数字经济结合, 塑造新的文化产业协作模式, 从个体、企业、政府角度赋能文化产业链条, 整合文化资源, 优化资源配置, 调整产业结构, 优化产业布局, 从而促进地方文化产业转型升级重构, 打造地方文化品牌, 推动数字经济和文化产业高质量发展, 创造新价值。

参考文献

- [1] 李长江. 关于数字经济内涵的初步探讨 [J]. 电子政务, 2017(09): 84-92.
- [2] 张鸿. 以数字技术赋能融合实体经济 引领高质量发展 [N]. 人民邮电, 2021-03-16(05).
- [3] 李凤亮, 潘道远. 文化创意与经济增长: 数字经济时代的新关系构建 [J]. 山东大学学报 (哲学社会科学版), 2018(01): 77-83.
- [4] 冯瑶. 数字经济另辟蹊径助力产业升级 [N]. 金融时报, 2018-05-08(006).
- [5] 荆文君, 孙宝文. 数字经济促进经济高质量发展: 一个理论分析框架 [J]. 经济学家, 2019(02): 66-73.

Research on Risk Evaluation of Real Estate Trust Investment Fund

Hangyan Liu

Yanbian University, Yanji, Jilin, 133002, China

Abstract

Real estate trust investment funds can not only effectively broaden financing channels, but also break the traditional financing pattern, but as a financial tool, they inevitably contain certain risks. Therefore, it is necessary not only to strengthen the risk evaluation of real estate trust investment funds, but also to learn to avoid related risks, so as to reduce operational risks and promote the healthy development of the real estate industry and the financial industry. The paper analyzes the characteristics of real estate trust funds, and elaborates on the risk evaluation of real estate trust funds, and proposes how to avoid the risks of real estate investment trust funds, hoping to reduce the risks of real estate trust funds and promote the scientific development of real estate trust funds.

Keywords

real estate; trust fund; risk assessment

房地产信托投资基金风险评价探究

刘航言

延边大学, 中国·吉林 延吉 133002

摘要

房地产信托投资基金不仅能有效拓宽融资渠道,也能打破传统融资格局,但其作为金融工具,必然蕴含一定风险。因此,不仅要加强房地产信托投资基金风险评价,也要学会规避相关风险,这样才能减少运营风险,促进房地产行业 and 金融行业的健康发展。论文分析了房地产信托基金的特点,并对房地产信托基金风险评价做了具体阐述,提出了如何规避房地产投资信托基金风险,希望减少房地产信托基金风险,促进房地产信托基金的科学化发展。

关键词

房地产; 信托基金; 风险评估

1 引言

加强对房地产信托投资基金的风险规避,不仅能减少风险发生,也能确保众多投资者的资金安全,促进中国金融行业健康发展。因此,地产行业和金融行业,都在积极加强对房地产信托投资基金风险评估的重视,希望通过加强评估,促进市场规范化发展。同时,中国房地产信托基金在发展时,可以适当借鉴国外先进经验,但也要根据中国国情对其进行改革和优化,这样才能形成符合我国特色的经济运行体,促进中国经济积极健康发展。

【作者简介】刘航言(2000-),女,中国吉林长春人,本科在读,从事金融方向的研究。

2 房地产投资信托基金特点

2.1 波动性低,稳定性好

第一,房地产投资信托基金主要盈利来源是房地产的租金、贷款利息……这些收入较为稳定,波动性也较小^[1]。同时,这些信息也相对公开透明,这也是很多投资者会选择房地产投资信托基金的主要原因。

第二,房地产投资信托基金稳定性较好。这是由于世界各国一般都会要求房地产信托基金,筹集的相关资金必须绝大部分投入地产行业,对相关投资比例也有具体要求。一些租金、房地产销售等等收入在其中占据一定比例,这也使得其收益稳定性较好,也比较受投资者的信赖和关注。

2.2 门槛低, 回报率高

房地产相关投资需要资金较高, 很多散户和中小投资者对这一投资望而却步。但房地产投资信托基金却没有过多资金要求。投资者可以根据个人能力, 参与规模较大的房地产投资。同时, 很多上市交易的房地产信托投资基金还能在交易所进行流通, 甚至很多投资者可以退出。这也是其吸引力较大的主要原因。并且, 通过加强相关文献查找可以发现, 房地产投资信托基金回报率较高。例如, 美国的房地产投资信托基金平均收入在 4.16%; 日本的收益是 4.59%; 新加坡的收益甚至能达到 6.3%; 中国香港的年收益甚至可以达到 8.42%, 回报率较高也是房地产投资信托基金广受欢迎的主要原因^[2]。甚至多国为发展房地产信托投资基金, 会针对其颁发一系列税收优惠, 争取帮助投资者获得大部分利润。

3 房地产信托基金风险评价

房地产信托基金风险包括供求竞争风险、市场风险、道德风险、信用风险、政策风险、管理风险、法律风险、监管风险、流动性风险等等。这些风险都会影响房地产信托基金整体发展。因此, 想要加强房地产信托投资基金风险评价, 需要做多方面准备^[3]。

首先, 需要成立专业的评价组织, 必须邀请其领域专家作为其成员。房地产信托基金风险评估专家具有丰富的从业经验和知识水平, 可以加强对风险的全方位评估。

其次, 房地产信托基金风险专家, 需要对不同风险因素进行综合比对, 通过比对可以得出风险因素的所占比例, 可通过比例加强对相关风险重要性的判断。例如, 多位专家可以通过相互沟通, 得出科学的风险因素所占比例。

最后, 房地产信托基金风险专家, 可以通过互动, 对风险评价价值进行综合计算, 通过计算得出房地产信托基金风险。加强对房地产信托基金的风险评价, 不仅能建立加强对风险的提前预知, 也能通过风险评价, 构建完善的风险预警系统, 这样才能将房地产信托基金风险降到最低, 甚至很多风险可以直接扼杀在摇篮里。

4 房地产信托基金风险防控思路

加强对房地产信托基金风险的全方位认知, 可以有效促进房地产信托基金健康发展。笔者根据房地产信托基金特点, 提出一系列抵抗风险的发展思路, 希望可以减少风险, 促进

房地产行业 and 金融行业长期稳步向前。

4.1 加强从业人员道德规范

房地产信托基金项目涉及巨额资金, 少部分从业人员可能存在道德风险, 使相关投资人和金融机构受到欺骗。同时, 由于信息不对称、不透明, 也可能出现委托代理风险。因此, 必须加强从业人员的道德规范, 不仅要对整体行业进行道德管理, 也要积极促进金融机构相关从业人员的综合能力提升, 这样才能保障投资者权益。同时, 具有良好道德的从业人员, 不仅能避免出现道德风险, 也能保持理性, 加强自身敏感度, 深入分析和了解项目可能存在的风险, 从而加强对投资者资金的保护, 确保资金安全。投资者可以根据金融机构过往经营项目, 了解金融机构实力和水平, 从而理智的选取相关产品。

4.2 促进市场规范化发展

中国正处于经济改革关键时期, 整体经济趋于稳定状态。但房地产业发展态势, 会影响投资者对房地产信托投资基金的信心。例如, 中国在迫切发展经济时期, 大力发展地产经济, 这使得很多地区出现地产泡沫现象, 这使得很多房地产信托投资基金市场存在诸多隐患。因此, 必须加强对整体市场的合理规范, 房地产行业市场化规范化, 房地产信托基金才能得到长足发展。一旦市场出现紊乱, 房地产信托基金存在的风险也会不断增大, 这不仅会影响中国金融行业发展, 甚至会对房地产行业造成诸多不利影响。这就需要国家加强政策革新, 积极规范房地产和金融市场。同时, 从业者也要积极加强解读政策, 从而达到预测和防控风险的目的。

4.3 促进制度体系优化

促进制度体系优化, 可以有效加强对房地产信托基金风险的防控。第一, 应加强内外管理和监督, 行业内部不仅要积极进行自我监管, 也要加强对行业标准的遵循, 这样才能积极接受外部监管, 通过监管加强风险防范; 第二, 要对诸多投资者进行普及教育, 不仅要帮助投资者快速成长, 也要引导投资者正确认知房地产信托基金存在的风险, 这样才能使相关投资更加理性, 也能确保投资者的资金安全。例如, 中国房地产信托基金投资者, 以散户居多, 很多中小型投资者对房地产信托基金风险没有正确认知, 对其进行针对性教育, 也能使其推动整体金融市场发展。

4.4 积极完善风险预案机制

中国的房地产信托基金属于新型融资产品, 应对其建立

完善的风险预案机制,加强对其风险的全方位监控,这样才能及时发现风险、抵御风险,也能积极将很多风险扼杀在摇篮里。因此,房地产项目方和金融机构都要加强风险预警,不仅要加强对项目的全方位监控和管理,也要确保及时先发现相关风险,并迅速启动相关应对方案,这样才能实现对房地产信托基金的全方位监管,并减少房地产信托基金风险带来的经济损失和危害。虽然中国房地产信托投资基金正在积极发展,但由于市场尚未成熟,存在的风险很高,投资者应学会理性投资,才能保证在合理范围内积极应对相关风险。

5 结语

虽然中国房地产信托基金尚未成熟,但其中仍存在很多发展机遇。相关从业者应正视其中存在的风险,不仅要加强对风险的全方位评价和认知,也要加强风险源分析,争取为

投资者提供有效投资建议。同时,加强风险分析,不仅能及时发现房地产信托基金中存在的风险,也能积极争取将风险降到最低,这就需要相关专家加强对房地产信托投资基金风险因素的全方位分析,通过分析可以加强了解不同风险对房地产信托基金的影响程度,从而引导投资者理性投资,促进行业健康发展。

参考文献

- [1] 顾春峰. 房地产信托投资基金 (REITs) 产品运作的会计处理 [J]. 中国商论, 2017(11):170-172.
- [2] 王庆德, 闫妍. 我国房地产信托投资基金税收制度的问题与建议 [J]. 税务研究, 2017(08):102-104.
- [3] 张亦春, 郑志伟. 房地产信托投资基金发展的中式框架构建 [J]. 山东社会科学, 2016(08):146-153.

Analysis on the Impact of Medical Insurance Payment Method Reform on Hospital Financial Management and Countermeasures

Ran Shen

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

Abstract

This paper analyzes the impact of medical insurance payment reform on hospital financial management, and explores the strategies to strengthen hospital financial management under the background of medical insurance payment reform, mainly including updating the financial concept, enhancing the awareness of financial risk management and control, adjusting the income structure, reducing the capital pressure, implementing cost accounting, improving cost control, enhancing financial risk control and reducing the cost the generation of bad debts.

Keywords

medical insurance payment method; hospital; financial management

分析医保支付方式改革对医院财务管理的影响及应对

申然

首都医科大学附属北京地坛医院, 中国·北京 100015

摘要

论文分析了医保支付方式改革对医院财务管理造成的影响, 探究了医保支付方式改革背景下加强医院财务管理的策略, 主要包括更新财务理念、增强财务风险管控意识, 对收入结构进行调整、减小资金压力, 落实成本核算、提高成本控制, 增强财务风险控制、降低坏账的产生。

关键词

医保支付方式; 医院; 财务管理

1 引言

医保支付方式的改革, 对于医院财务管理工作来说, 既是良好的发展契机, 也是巨大的挑战, 这就需要财务管理人员增强管控成本的能力, 提高财务风险意识。

识, 最大限度地降低资金、医疗器械资源的浪费, 加强对现代信息技术的运用, 提高医院经济效益的同时, 能够为患者提供更具人性化、更加优质的服务。因此, 医院需要深化医保支付方式的改革, 促进医院财务管理质量的提升。

【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。

2 医保支付方式改革对医院财务管理造成的影响

2.1 影响财务管理的理念

在没有进行医保支付方式改革的时候, 医院是依据服务项目来进行收费的, 这样的收费方式随着医保支付方式的改革, 发生了改变, 变成总金额预付和病种收费这样的方式。参保人员支付部分包括住院线下费用, 封顶线以上费用, 医保制度内规定个人按比例负担的费用, 以及药品和诊疗等医疗保险外费用, 病组支付标准和参保人员部分的差额由医保基金支付。对于医院而言, 这样的改革有助于医院更好地进行资金的配置, 也能使资金变得更透明, 便于财务部门更好地管控各项收支。对于财务管理人员而言, 随着医保支付方

式的改革,其管理理念、工作方式等都发生了改变,更加明确了财务风险防控的重要作用,不断向财务风险防控转变,有助于提高医院的财务管理水平^[1]。

2.2 影响医院的现金流

医保支付方式改革对医院的现金流产生很大的影响,这样的医保报销方式,使得患者在接受医疗服务的过程中,会支付比较少的实际费用,政府和保险公司承担更大部分的费用,这样减少了医院的资金流。患者减少了现金支出,能够优化医疗工作流程,不光是本地病人门(急)诊、住院可以做到持卡实时结算,按照上级部门有关精神,中国北京市基本已经完成异地病人住院持卡实时结算,京津冀跨省异地门(急)诊直接结算也在有条不紊的进行着,这样使患者的利益得到保护,但是对医院资金流造成了一定的限制,对医疗服务也产生了一定的影响。若是医院有着比较大的规模,每天会产生很多的医保支付,对相关信息需要进行系统的处理,会增加财务工作,延长处理的时间。这就需要医院注重财务管理,构建更适合医保支付改革的财务系统,对医院资金流减少问题进行有效的控制。

2.3 影响医院的财务成本控制

中国曾经主要实行的医保支付方式是后付制,最为广泛的就是依据服务项目来进行付费,这种方式有助于调动医疗工作者的积极性,但是可能会产生过度医疗服务。在医保支付方式改革的背景下,使医院在日常运行当中,更加注重财务管理、器械管理、医疗质量等,能够提高医院整体的管理水平,能够将医保支付的杠杆作用充分发挥出来,更好地分配和利用医疗资源。同时,也有助于增强财务内控,引导医院更加重视内部成本监管,有助于医院实现收支的平衡。

3 医保支付方式改革背景下加强医院财务管理的策略

3.1 更新财务理念,增强财务风险管控意识

在医保支付方式改革的背景下,财务管理人员需要做好有效的应对,对成本定价进行及时的明确,并需要财务人员进行成本核算的时候,严格依据成本定价法来进行。对于器械会计来说,要注重对高低值耗材的关注,对器械财务进行合理的优化。财务管理人员要更新理念,对资金漏洞要从根源堵住,要树立精细化管理理念。从职位的细节着手,严格依据制度办事,减少不必要的支出,有效维护医院的利益,

使医院能够有更多的资金来对医疗服务进行改善。在之前的医院财务管理当中,由于缺乏全面的数据、数据缺乏真实性等,使得财务管理的作用没有充分发挥出来。随着医保支付方式的改革,对医院的财务管理提出了更高的要求,同时也改变了财务管理的方式,有助于更好地管控财务风险。需要定期整理统计医保汇款的账目,区分总额预付和其他支付、病种付费。今年,CHS-DRG付费是国家医保支付方式改革的重要内容,医院可以充分利用大数据分析,以次均费用、七日重复住院率等灵敏度高的指标为基础,逐步构建住院质量评价指标体系,从而能够更有针对性的解决问题,提高资金的回笼。医院需要制定完善的规章制度,来对医护人员进行规范,避免由于违规治疗而发生医保机构拒付的问题,由此来减少医院的坏账^[2]。

3.2 对收入结构进行调整,减小资金压力

在进行医院财务管理的过程中,为了缓解资金的压力,需要加强医院医疗器械耗材方面的管理,加强对高低值耗材的管控,对消耗的耗材占比的指标进行降低,还需要对消耗的卫生材料占比进行降低,优化耗材的财务管理工作,能够为医疗服务收入预留空间。国家对药品加成情况进行取消后,有效改善了用药养医的情况,药品和消耗的耗材是零利润,在对药占比、消耗耗材的占比等进行降低的同时,也能从另外的角度对医院成本进行降低。医院需要对医疗服务收入占比、检查检验占比进行增加,从而提高医院的经济效益。

3.3 落实成本核算,提高成本控制

为了更好地适应医保支付方式的改革,综合医院需要着重梳理收入情况,依据医院的实际情况,来制定详细的对策,可以运用定额成本法管控开支。在此模式下,医院对收入架构进行科学合理的调整,对医疗总费用进行控制,强化病种成本核算,在对病种成本进行核算的过程中,医院财务管理通过归集某病种的单位成本,可以更好应对医保支付方式的改革,有利于医院对科室发展的合理规划,还能对医院的运营进行科学评估^[3]。

医保支付方式改革,能够更加细化财务管理项目,需要加强对资金进行更有针对性的管理,这样能够降低财务管理存在的漏洞,主要体现为财务岗位设置的针对性和支付项目的针对性。对于财务岗位设置来说,需要对其职责进行更加明确的划分,对负责的内容进行明确,加强管理的针对性,这样能够将责任得到有效的落实。对于支付项目来说,需要

将收费项目具体明确,使其管理更有针对性。比如,植入性医用材料类、诊疗设备类等需要运用不同的资金管理方式。

3.4 增强财务风险控制,降低坏账的产生

医院需要对医保制度进行完善,加大监督检查工作,对拒付风险进行有效的降低,需要各科室协同合作,对各种财务风险进行预防、监督和控制。财务管理部门需要及时分析各类财务指标,做好风险防范,降低医院的损失。对于欠费和逃费的患者需要建立完善的追费程序,制定结账时间控制标准,比如,出院手续办理完成后一周,患者还没有结账的,就需要运用追费程序,最大限度地降低医院的损失。医保支付方式改革,直接冲击了医院财务管理的方式,需要财务管理人员对工作模式进行创新。为了调动财务人员的工作热情,医院需要不断调整财务管理的体制,完善内部考核办法,转变为各岗位的工作业绩与薪酬发放相挂钩,这样的激励方式,医保资金节约部分按一定比例由医疗机构留用,有助于激发工作的积极性,使财务工作得到更高质量的完成^[4]。

4 结语

在医保支付方式改革不断深化推进的情况下,能够为患者带来更优质的医疗服务,但是,需要对这一改革方式给医院财务管理带来的诸多影响进行全面的认识。医院需要顺应改革趋势,注重对内容的改革,对财务管理方式、对财务风险控制等进行不断的调整,这就需要医院把握好这次改革机遇,提高医院的整体综合实力,使医院树立更加良好的形象,促进医院的健康发展。

参考文献

- [1] 王晓微. 医保支付方式改革对医院财务管理的影响及措施 [J]. 经济技术协作信息, 2020(09):62-62.
- [2] 李勇跃. 浅谈医保支付方式改革对医院财务管理的影响及对策 [J]. 行政事业资产与财务, 2020(04):96-97.
- [3] 陆影. 医保支付方式改革对医院财务管理的影响及应付措施探究 [J]. 商讯, 2019,188(34):28-29.
- [4] 宋善伟. 医保支付方式改革对医院财务管理的影响及对策分析 [J]. 财经界(学术版), 2019,514(10):104-105.

Analysis of the Dilemma in Implementing the Legal Liability Clauses of Monopoly Actions and Countermeasures

Kaihong Sun

Guangdong Hanyu Law Firm, Shenzhen, Guangdong, 518000, China

Abstract

In the era of digital economy, the anti-monopoly law enforcement agencies need to strictly implement the national laws and regulations, make many operators actively comply with the national regulations by establishing the practice demonstration guidance promotion mechanism, and make full use of the compliance self-certification report guarantee mechanism to promote the orderly rectification work of Chinese operators. In the era of digital economy, data flow has become the core element of market competition, which makes the law enforcement process of anti-monopoly agencies face difficulties. In view of the characteristics of the digital economy era, the anti-monopoly law enforcement agencies need to strengthen the comprehensive supervision system, realize the unification of law enforcement path and law enforcement standards, continuously improve the efficiency of law enforcement, and ensure the rationality of the market.

Keywords

digital economy; monopoly; illegal income; comprehensive supervision; administrative penalty

新形势下垄断行为法律责任条款实施困境分析与对策研究

孙开宏

广东瀚宇律师事务所, 中国·广东 深圳 518000

摘 要

数字经济时代背景下, 反垄断执法机构需要严格执行国家法律法规, 通过建立做法示范指引促进机制, 使众多经营者积极遵守国家规定, 同时充分利用合规自证报告保障机制, 促进中国经营者整改工作有序进行。数字经济时代背景下, 数据流量已经市场竞争中的核心要素, 使得反垄断机构执法过程面临困境。针对数字经济时代特点, 反垄断执法机构需要加强全面监管制度, 实现执法路径、执法标准统一, 不断提升执法效率, 保证市场合理性。

关键词

数字经济; 垄断行为; 违法所得; 全面监管; 行政处罚

1 引言

根据中国法律规定表明, 经营者如有达成垄断协议事实, 或者通过滥用市场, 使得企业在市场中处于垄断地位, 则中国反垄断执法机构将责令该经营者停止其违法行为, 并将经营者通过违法行为所获取的利润进行没收, 并按照相关规定对其进行罚款处罚^[1]。近年来, 数字垄断中, 数字封闭问题的存在使得资本并购问题更加严重, 因此在数字经济时代背景下, 反垄断执法机构需要加强执法力度, 整理市场构成。

【作者简介】孙开宏(1962-), 男, 中国湖北人, 研究生学历, 二级律师, 从事民商法研究。

2 新形势下垄断行为法律责任条款实施困境分析

2.1 部分市场在反垄断机构执法前后改变较小

数字经济时代背景下, 互联网技术的发展使得部分市场具有特殊性, 在执法机构执行反垄断法律条款责任前后, 其市场结构改动较小, 甚至未发生改变, 使得执法效果不佳, 无法实现反垄断目标, 对反垄断执法机构造成一定条款实施困境。并且在部分垄断执法案件中, 反垄断执法机构并未执行没收违法所得这一项处罚内容, 使得处罚力度无法引起经营者的重视, 从而导致执法效果不佳。对于垄断案件内容而言, 各垄断企业间的垄断行为差异较大, 因此在进行行政处

罚这一项内容时,其罚款比例以及罚款总额也存在较大差异,使得各行各业经营者对垄断事件存在差异予以高度关注。

2.2 垄断行为具有复杂性,导致执法过程收尾缓解面临困境

针对垄断案件执法过程,其执法过程具有复杂性。执法机构需对经营者违法行为进行责令停止过程,使经营者停止其正在进行的垄断行为,并根据经营者通过违法行为所获得的各项不正当收入进行核算与没收,此项执法行为较为复杂,需要前后查询经营者各项违法行为,工作量较大。另外还有行政处罚执法过程,对经营者上一年度销售额的1%数额进行计算,再计算其上一年度销售额的10%,行政处罚金额需在这两个数额范围内^[2]。各项执法过程需要收集大量证据与数据,执法工作内容复杂,最终在收尾环节更是需要整理众多资料与证据,使收尾环节面临困境。并且在数字经济时期,工业经济竞争要素结构和原理与之前相比具有较大差异,跨界竞争已经成为市场竞争的主流趋势,因此数据流量成为当下市场竞争的核心要素,使得反垄断执法机构面临执法困境。

3 新形势下垄断行为法律责任条款实施困境应对措施

3.1 责令停止违法行为

3.1.1 要求企业提交竞争合规的自证报告

竞争合规为企业合法经营的有效保障,也是经营者为了使得自身企业在市场中的地位具有合法性采取的措施,分为两类:①事前合规。事前合规其属于倡议内容,并不具有强制性质,因此经营者可以根据企业自身需求作出自主选择。大部分国家鼓励企业进行事前合规措施,英国竞争执法机构表明,经营者及时停止自身违法行为,能够申请豁免或者宽恕,达到降低处罚力度,减轻经济罚款的目的^[3]。②事后合规。此类合规的内容与事前合规存在差异较大,其属于竞争执法内容,具有强制性质。因此当企业违法行为被反垄断执法机构认定为垄断行为后,经营者必须按照相关规定停止违法行为。因此要求企业提交竞争合规有利于反垄断执法机构对其违法行为进行责令停止执法过程。企业提交竞争合规时需要将其使用书面的形式进行呈现,合规内容必须完整有效。

3.1.2 认定企业改正违法行为的参考标准

针对部分执法前后市场无变化的企业而言,必须对其改正行为提供参考标准,使得企业有效整改自身经营行为,提

升市场合法性。对于提交竞争合规过程,其仅能够保证责令企业停止违法行为,因此为保证企业改正自身行为,还需对其改正违法行为提供参考标准,使其具体化改正流程与措施,促进市场合理化发展。反垄断法本身具有不确定性,其中也包括在执行责令停止违法行为过程中,较大程度上难以统一各企业的改正标准,使得执法效果存在一定的局限性。因此当给出改正违法行为的参考标准后,有利于统一垄断企业改正违法行为,提升市场合法性。

3.2 确定没收违法所得及其范畴

3.2.1 违法所得范畴

对于企业而言,其进行垄断违法行为的目的为获取利益,因此反垄断执法机构在进行没收违法所得过程时需要收集大量的数据资料与证据,对企业经营过往进行查证,全面保证核算得出企业由违法经营行为所获得的利益,并进行没收。该项执法过程具有复杂性,难以统一标准进行核算,因此需要解决反垄断法在此方面存在的模糊性,统一执法标准,提升执法效率。并且在执法过程中,各垄断案件中的执法核算方式具有差异,使得执法过程中经营者与执法者对各类核算方式的选择存在争议现象,难以统一各项标准,使得执法过程面临困境。因此在实施反垄断法律条款时,执法机构需要统一核算标准,使没收违法所得能够具有一个较为统一的范畴,体现法治社会公平、公正的原则,有利于反垄断执法机构有序进行执法过程。

3.2.2 违法所得的确定

对于执行没收违法所得内容,需要反垄断违法机构对四类事项进行充分证明:①垄断行为的业务。②涉案产品的商业成本。③涉案产品的正常利润。④涉案产品的销售数量。企业由业务销售获取经验利润,因此在没收违法所得内容中,需要对企业的违法所得进行确定,并予以没收处罚。企业经营利润为企业各项销售业务中销售金额除去销售成本后计算得出,在确定企业的违法所得时,需要对企业的违法业务进行确定,并调查得出此类业务的销售数量、销售利润以及商业成本,最终计算得出企业通过违法行为所获得的利润,并对其进行没收处罚。

3.3 合理选择行政罚款路径,加强全面监管工作

实施路径及评价。根据国家规定,反垄断违法行政处罚金额需要控制在违法企业上一年销售额的1%数额之上,在

违法企业上一年销售额的 10% 数额以下。但是在实施该项执法过程时,其实施路径有两类选择:①比例自由裁量模式。②损害赔偿折算模式。来实施路径需要执法机构投入更多的资源进行执法过程,才能保证执法结果的有效性,使得执法过程面临资源困境,新形势下实施行政处罚执法过程时,可以选择适宜比例自由裁量模式进行过渡,节约执法资源。并且在国家各阶段统一上一会计年度的选择标准,有利于统一执法过程,提升执法效果。在企业营业额与罚款比例方面,也需要给出统一标准,便于规范反垄断执法过程,提升执法效率。监管执法为有效避免垄断市场现象出现的有效措施,因此自爱书记经济时代,反垄断执法机构需要充分利用互联网技术,对数据流量、必要设施等垄断问题加强监管力度,提升反垄断机构执法效率,保证市场合理性。

4 结语

反垄断执法机构为保证中国市场合法性的重要执法机

构,其在执行反垄断法律条款责任过程中存在执法效果不理想的困境。针对数字经济时代背景下存在的数字垄断问题,反垄断执法机构需要加强全面执法监管执法力度,并明确执法标准,统一执法路径。根据执法路径中存在的责令停止违法行为、没收违法所得以及行政罚款等环节,加强其执法力度,提升执法效率,使得垄断市场恢复其合理结构,实现经济发展目标。

参考文献

- [1] 刘乃梁.“预防垄断行为”的理论逻辑及其制度展开[J].社会科学,2020(12):90-99.
- [2] 朱秋颖.我国反垄断行政罚款制度研究[J].法制与经济,2020(11):32-34.
- [3] 丁茂中.垄断行为法律责任条款实施困境的消解[J].法学,2017(09):158-167.

Innovation of Enterprise Organization Mode

Yinchao Gu

Jiangsu University, Zhenjiang, Jiangsu, 212000, China

Abstract

With the development of society and fierce market competition, although the traditional pyramid management model is relatively mature and perfect, there are many problems such as low efficiency and high management costs. This paper expounds the motivation of F company's organizational mode innovation and the specific measures of implementing flat management, and finally achieves satisfactory results, reflecting the specific advantages of flat management in modern company management.

Keywords

organizational model; innovation; flat management

企业组织模式创新

顾尹超

江苏大学, 中国·江苏 镇江 212000

摘 要

随着大数据时代的来临和市场竞争的加剧,传统的金字塔型管理模式虽已较为成熟完善,但同时存在效率低下、管理成本高等诸多问题。论文通过阐述F公司组织模式创新的动因及实行扁平化管理的具体措施后最终取得了令人满意的绩效成果,体现了扁平化管理的现代公司管理中的具体优势。

关键词

组织模式; 创新; 扁平化管理

1 事件概况

中国苏州F公司是F集团A事业部于2004年在中国苏州投资的意大利独资企业,主要从事汽车铸锻毛坯件,电子通讯部件,包括铸造毛坯件、压铸模及成品组装生产、研发、销售等。工艺包括铝高温压铸,二次加工,机加工以及表面处理。投资初期总部对中国市场并不确定,公司仅有员工二十余人,四台压铸机,二台机加工中心,厂房租赁。2006年扩大业务,员工团队扩充,管理人员增多,至2018年销售额达5.8亿,压铸机54台,机加工中心85台,专机线14条,员工812人。公司具有省级工程研发中心,连续数年被客户授予优秀供应商的称号,例年被评为苏州区级高新技术企业以及劳动关系和谐企业。但随着业务不断拓展,员工队伍扩大,管理层级逐渐增加。

公司作为劳动密集性企业,实行传统的金字塔管理模式。

【作者简介】顾尹超(1998-),女,本科学历,从事中小外资企业组织扁平化管理研究。

从事事业部董事长到公司总经理就有三层管理层级,中间管理层销售,财务,人力资源,运营,质量,采购部均实行双线报告。生产部作为公司人数最多的一个部门,从运营经理到操作工有六个层级。管理层级过多造成诸多问题:信息传输慢。公司高层下达通知需三天才能通知到操作工层,且信息在传递过程中易发生偏差。曾经有客户对产品要求发生变化,公司高层及时制定调整措施,但由于领班个人理解出现偏差下达指令错误导致产品批量报废;管理人员完全脱产使得工人认为管理者不用干活,工作积极性下降;绩效独立评估使得各班组间竞争激烈,间接员工增多等;考虑到计算机大数据的日常化、员工综合素质提高,2018年A事业部推行扁平化管理,董事长兼任事业部CEO,仅保留财务,人事部门双线报告,其它职能中间管理层取消。扁平化管理减少了沟通批准环节,提高了决策效率,降低了管理成本。鉴于集团扁平化的成功经验,公司管理层把生产部组织扁平化管理提上日程。高、中层管理者通过沟通讨论了扁平化管理的优势及

具体实施方案,逐一排除管理者的疑虑,详细解释了管理冗余人员退位后的任用方案,强调扁平化管理不是单纯的裁员,最终达成了共识,在生产部门采取以下措施:管理岗位设计竞聘上岗制;建立生产管理储备梯队;增强监控管理;设置了员工投诉渠道及反馈程序;开辟绿色通道;扁平化管理实施后,信息传递的速度加快,问题得到及时反馈,工位优化,员工积极性提高,一线员工技术能力增强,一段时间后员工离职率大幅度降低。公司人工总成本平均每月同比减少370万元左右;整体氛围变得更积极正向,员工归属感增强,员工敬业度和满意度提升。

由于以上变化,公司抗风险能力提高。在新冠疫情期间,公司员工及家人无一例感染,员工很快克服困难返岗。在全体员工的共同努力下,结合政府的扶持政策,公司仅一个多月就把疫情造成的亏损补上。至四月份公司净利润率超出了预算目标,公司董事会决定追加1.5亿人民币扩建第二车间^[1]。

2 事件发生的缘由或产生的动因

2.1 扁平化管理理论依据

扁平化管理作为一种人性化的现代管理模式,它否定了传统的金字塔型管理。通过减少管理层次、扩展管理幅度、下放管理权限来提高管理效率。组织扁平化适应了现代竞争的特点,充分利用了信息技术的发展,能有效提高企业整体员工的进取性、整合性和系统性。组织扁平化能使企业迅速地将高层决策传递至企业生产的最前线,使企业能够有效经营并更快地满足客户的要求,成为企业长远而有效发展的重要动力。

扁平化模式和金字塔模式相比有两个最为明显的优势:第一,减少管理中间层次,降低沟通成本。传统的金字塔模式结构是由企业高层、中层、基层管理者和操作层组成,董事长或总裁的指令通过一级一级的管理层最终传达到操作层。在这样的情况下最高层管理者的意图传达到底层时往往很容易失真。随着信息化、网络化的发展,健全的规章制度和流程化管理的形成,使得企业的管理幅度得到扩展,企业的中间管理层次也就可以进行相应的缩减,而扁平化管理正是将原来承担上传下达任务的中间管理层减少,尽量形成一条最短的指挥链以提高企业生产效率。金字塔模式中制约管理幅度增加的最主要原因是处理管理幅度增加之后呈指数化增长的信息量是极为困难的,但现在这已能通过现代技术的发展,

特别是计算机系统强大的信息处理技术变得容易解决。反之在现代社会已经形成买方市场模型条件下,分工越细致、协作越精密势必会加大分工协作和管理沟通的难度,从而降低管理效率。扁平化管理的实质也是效率的提高。第二,企业中优秀的人才资源更容易成长。随着信息技术、生产运营管理技术的发展,以及知识经济时代的到来,现代管理人员的综合管理能力普遍比以往有大幅度提高,使得管理跨度增大、相应的管理层次减少这种做法能够实现。在未来,复合型人才数量的增长会使多功能工作部门或岗位成为生产管理组织发展的基本方向。金字塔状的企业中,各个管理层和操作层往往被动接受并完成任务,企业环境缺乏主观能动性,导致人才的成长周期长,成长速度慢。在分工精密的企业中,员工往往精通于自己所在部门并长期履行的工作职责,对公司其他部门的工作内容和情况并不熟悉。这样需要一大批优秀专业人才的组合才能支撑一个优秀的企业。扁平化管理中,仅有的几个层次的管理人员尤其是一线管理人员必须直接面对市场,独立行使众多职能,对管理人员的组织管理能力和决策能力提出了更高的要求,在实战中人才更容易成长,也更容易形成彼此互补,彼此合作的团队^[2]。

2.2 F公司目前存在问题

2.2.1 管理层级过多,信息链不畅

中国苏州F公司是一家意大利独资企业,2004年在苏州投资,2006年建厂。初期专注于扩大企业规模,推进业务多元化和全球化的进程,在企业内部设置了较多部门与管理层级,每个岗位分工精细,职责明确,上岗前进行相应培训,实施绩效管理。中层管理者负责监控流程、保障执行。但现在在管理层级过多造成信息传递需层层下达、层层反馈,通知从公司高层管理者下达到所有班组知晓时常需要两至三天,有时还会更久,信息传输效率低下,且多层传递的过程容易造成信息遗漏或失真。所以,推进扁平化组织结构,减少管理层次,缩短信息传递时间,快速反馈,密切公司管理者和基层员工的关系,使得公司决策更加迅速,准确把握市场变化和经营机会,已势在必行。

2.2.2 班组之间形成壁垒

随着行业的不断发展与竞争的日趋激烈,班组管理直观暴露出金字塔模式的不足。班组长作为班组最直接、最重要的管理者,通常拥有生产技术方面的特长,能够出色地完成

个人生产任务,但在管理知识和实践方面有所欠缺,表现为缺乏全局观念。加之在金字塔模式下职责划分过于清晰,每个班组都是各司其职。这种情况下各班组长会为了自己班组的利益最大限度地争取公司资源;同时为了保证本班组的绩效,每个班组都会在自己班组内安排操作工担任物料员、质检员,记帐员等,以保质保量完成生产交付任务。班组长会把技能好的员工限制在本班组范围内,不让他有机会去到别的岗位和别的班组,不利于公司资源共享和人才发展。推行扁平化组织结构能够有效减少管理层次,加大管理幅度,打破班组壁垒,让企业强调系统,注重整体目标。

2.2.3 脱产管理人员冗余

人力资源是企业核心竞争力的重要因素,在企业的经营与发展中起着不可忽视的作用,其效率的高低直接影响着企业的竞争力。人员冗余会直接造成企业的人力成本增加包括沟通成本的增加,降低人员工作效率,也容易造成工作氛围懒散,从而进一步导致企业整体薪酬福利水平的降低,造成员工的职业生涯规划不合理,核心员工积极性受挫,工作流程僵化,员工主动性差,企业整体凝聚力弱等严重问题。该企业车间内班组长和线长均为脱产管理人员,车间内管理巡视人员过多,操作工数量不足。有时底层员工在操作机器时会得到多重命令,容易出现混淆、造成失误。推行扁平化组织结构,能够减少冗余管理人员、准确传达信息的同时减少办公设备、活动经费的开支,从而节约管理费用。

2.2.4 员工缺乏主动性

在金字塔式组织架构下员工受到各级管理者的层层管理,职责明确且细化,习惯按照上级的命令做事,不需要动脑,也不需要多做。在这种僵化被动的工作环境下员工既不需要独立思考,也没有主动发现并解决问题的动力,形成消极的工作态度。扁平化组织架构下管理幅度扩大,实行分权管理,权力中心下移。上级指导监督下级的时间机会减少,将决策权和管理权下放。这意味着下属在决策中作用增强、发言机会增多,同时给予下属更多自己可以直接做出决定的机会。员工对自身的工作任务产生责任感和使命感,提高下属面对问题的决策能力和应变能力,同时也会激发员工的主观能动性,有利于下属人员的成长。

2.2.5 企业整体效率不高

以往企业采用金字塔式的层级结构这种传统典型的集权

管理方式,导致企业内部垂直化层级多、指令传达速度慢、时间长。这样层级结构下的沟通模式大部分是机械式的传达与执行——高层决策,中层传递与分配,基层执行。现在企业已经明显感觉到效率的低下,管理人员过多造成对应的辅助部门人员也相应增多,部门之间疲于对接各种报表数据,基层员工主动性低,缺乏创新的动力,如此下去企业的竞争力会越来越低。扁平化的管理可以消除越级管理的思想,提高管理效率同时提高信息传递的准确性;建立下属与管理者之间高效沟通的渠道和信任,创造良好的企业氛围;加强团队的协作能力;提高企业的市场反应速度。

3 解决问题的对策措施或争辩

3.1 争辩

扁平化组织结构是一种富有弹性的新型管理模式,能有效适应快速变化的市场环境并提高企业竞争力,是当前企业组织发展的一种新趋势,但它毕竟与传统金字塔型模式有很大差别,推行扁平化组织必然要突破企业传统的组织结构,涉及人员变动、流程重组、管理方式改变等一系列问题。因此在操作之前必须进行谨慎全面的评估。推行组织扁平化模式前期,公司制订具体方案并评估方案可行性,取得集团管理层支持。通过管理层会议向公司部门经理讲解扁平化模型的运作方式,大力宣传现有组织结构的弊端和推行扁平化组织的重要意义,因为各部门经理作为公司的骨干和中坚力量,他们的理解和支持对是否能够顺利推行扁平化管理以及扁平化管理是否能够成功运作起到关键作用。在充分了解了各部门经理的疑虑后,公司推进扁平化组织模式可能会导致的问题及解决方案得到了进一步明确。

3.1.1 员工减少是否会影响企业的运营

当前企业管理层次过多,机构过于复杂导致整体效率低下。公司此次改革侧重于减少生产的中间环节,即对企业的管理流程进行全方位审核,对部分流程特别是一些核心的审批流程进行调整或删减,不会直接影响生产的交付和质量;为了避免不影响企业运营,企业在删减管理人员的同时设立管理流程绿色通道,允许特事特办。因此中间层级的减少不仅不会影响企业的运营,还能降低运营成本。

3.1.2 权力分散是否会导致决策效率下降

公司实行扁平化管理必然要求管理者承担更多的职责,管理幅度增大导致难以对下级进行深入具体地管理;权力分

散加重了对下属组织及人员进行协调的负担,这些是企业管理者面临的全新挑战,有些管理者和员工短时间内不能胜任。

企业会在推进组织模式创新的同时通过各种方式提高现有员工综合素质、实行竞争上岗,保证关键岗位上的人员能够胜任。

3.1.3 员工激励是否会降低

公司扁平化结构稳定后,公司管理层压缩有利于公司内部办事灵活、氛围民主,能有效减少官僚主义并加强上下级沟通,员工的创造性得到充分调动时能够更加迅速地对包括客户需求在内的环境变化做出反应。但管理层次减少同样加大了基层员工或中下层管理者晋升的难度,更少的层级和过多的竞争会导致人才的流失,妥善安排精简下来的冗余员工并说服他们接受新的工作岗位或协商离职也将成为公司在推进扁平化过程中的一项工作重点。实施扁平化管理并不是简单地撤并机构、减少层级,尤其是在管理关系和生产流程复杂的情况下,在推行组织结构扁平化之前要对管理业务整合和职能调整进行充分的评估。业务流程设计做到职能设置科学,管理流程短,信息传达畅通。管理层的机构岗位设置做到精干高效、责权利对应。作业层整合的原则是工艺相近,区域相邻,集散有度,有效管理。

3.2 具体措施

在公司高、中层管理者达成共识后,中国苏州F公司依照扁平化管理原则,在各部门全面实行新型组织运作模式。其中生产管理扁平化改革最为明显、成效最为显著。以下是生产部推动扁平化模式中采取的具体措施。

(1) 原公司从总经理到操作工人共有七个管理层级。推行扁平化组织后,原组织机构由七级减为五级,运营部门下两个职能部门经理合并为一人,主管下层的领班层和线长层合并,同时减少主管、线长领班人数,领班或线长由全脱产改为半脱产,直接参与车间生产工作。物料员和仓管员职责合并归属到仓库管理,检验员归属质量部。

(2) 实行竞争上岗制,员工通过自我推荐或他人推荐,提出改善现有问题的措施方案,通过公开演讲,由人力资源部总监和相关部门经理评估方案可行性,聘用优胜者。

(3) 建立生产管理梯队储备,新任管理者任期一年,试用期三个月,试用期绩效不达标即下岗,年度绩效优秀者可以连任,连任最长三年。

(4) 作业层整合后,由部门经理根据竞争失败以及冗余管理人员的专业技能,让其任技术员或者操作工,工资福

利待遇不变。

(5) 绩效考核中若发现新任管理者能提高班组整体工作效率,其所得红利工资部分全额返还员工。例如原先班组80人,管理者通过改善工艺提高效率现只需60人即可完成作业量。经财务审核确认后,公司将节省的20名员工工资作为奖金发放给班组现有60名员工。

(6) 设置监控系统,加大监控管理。公司增添监控管理设备,运营经理、主管在办公室甚至家中即可看到车间实时状况,增强现场控制力。

(7) 建立微信工作群,公司文件及重要通知在第一时间发至微信群中,确保员工及时收到。

(8) 设置员工投诉渠道及反馈程序,规定反馈时间。管理者及时倾听员工意见,疏导员工情绪,快速有效解决问题。

(9) 开通绿色通道。特别紧急或重要的事可直达总经理特批。

3.3 遵循原则

扁平化管理不是单纯扩大管理幅度,减少管理层次和增加组织间联系,否则极易造成原有组织混乱,职责不清。公司在设计新型管理模式时遵循以下原则,确保未来组织结构稳定。

3.3.1 组织灵活性

原公司组织层级分明,权责清晰,部门之间相对独立缺乏联系,扁平化管理能有效增强组织灵活性,组织内单位划分不过分固定,权责划分不作硬性规定,人员编制保持弹性,以便根据需要随时调整。组织自身能够积极调整以适应外界环境,组织资源得以充分调用,避免浪费。

3.3.2 组织开放性

原公司组织结构将职务专业化,职权职责从高层向底层垂直分布,决策权集中于高层管理者,扁平化管理强调组织是开放的系统,组织同外界环境、其他组织之间的联系大大加强,增强组织生命力和活力。一个企业是由许多相互作用的部分组成的,在分工的基础上应更强调调整系统,权责划分有一定弹性使得关联单元或部门成为利益共同体,打破班组间壁垒,跨部门合作非常高效,各部门着眼于共同提高公司总绩效。

3.3.3 组织人性化

组织管理本质上是对人的管理,原公司管理模式过于僵

硬死板,对员工关心不够,扁平化组织促进员工综合发展并给予机会,提升民主化程度以激发员工工作热情,上下级沟通以意见交流代替命令控制。组织的活力主要源于组织执行层,直面市场或处于生产一线的员工愿意主动发现市场变化或设法解决实际问题,赋予一线员工一定自主权处理突发性事件,员工工作积极性被充分调动,人与事密切配合,促进公司效率提高的同时体现了民主化原则^[9]。

4 绩效

推行扁平化管理模式后公司整体效率大幅提高,生产部门效率提升最为显著。

4.1 管理层级减少,沟通平台建立,工作效率提高

公司组织机构由七级减为五级,DC和SO经理合并为一人,CNC经理、主管层合并,主管下层的领班层和线长层合并,领班或线长直接参与车间生产工作,提升了生产效率和产品质量。微信工作群的建立为内部实时沟通提供了平台,目视化管理增强现场控制力,ERP系统使得机器状况、产品交付、质量问题一目了然。反馈机制要求相关部门在规定时间内对问题做出反应或上报高层管理者,因此,管理层级虽然减少了,但沟通及反馈的效率反而提高了。公司的要求能够直达团队,团队的问题能够及时反映给公司。信息遗漏失真的难题得到妥善解决,领导和员工不满意程度大大降低。

4.2 打破班组壁垒,跨部门合作成为主旋律

原有管理模式中各班组绩效指标独立评估,班组长为自身班组达到高绩效会为争取配备充足资源,辅助工只为本班组服务。新的组织架构下,领班或线长的下属只有操作工,物料员统一归属到仓库,质检合并到质量部。为保证产品正常交付,领班或线长需要和仓库、质检当班人员沟通协调。压铸和二次加工部门的合并使得前后道工序成为一个部门。经理必须综合考虑整体绩效,避免某个部门为取得高绩效而忽略工艺缺陷把问题流到下一道工序而造成相互指责,推诿的现象。在扁平化的管理架构和职能基础上,公司人力资源部门设计出共享KPI,班组间的壁垒被打破,跨部门合作成为主旋律;关联单元或部门成为利益共同体,公司总体绩效成为共同的目标。

4.3 减少管理冗余人员,降低人工成本

组织结构扁平减少了管理层级,扩大了管理职责范围,精简了管理队伍。传统型组织结构下生产团队共有脱产管理

人员56人,推行扁平化管理后该团队脱产管理人员减少至5人,半脱产管理人员19人,总共减少了21名冗余管理人员。原先担任领班或线长脱产管理人员从间接员工转为直接员工,参与到一线生产工作。这些基层管理者原本就是从作业员中择优提拔的,对产品制造工艺、质量标准十分熟悉,加上专业技能好、工作能力强,进入车间一线工作带动拔高了整体操作工的综合素质,提高了生产效率。扁平化管理重新规划岗位职责,梳理办事流程和程序,直接员工岗位职责范围也随之扩大,操作工从原来的528人降至458人,间接辅助员工从157人降至132人,办公室员工从119人降至117人。公司2020年第一季度人工成本比去年同期减少了近一十万元。

4.4 化被动为主动,员工敬业度和满意度提升

F公司从2016年起由苏州工厂牵头在A事业部内开展了员工敬业度员工满意度调查。公司每两年做一次,并根据调查结果集团要求公司制定改善计划并追踪执行。在2018年度的敬业度调查中,苏州F公司员工敬业度分值为49.86%,满意度分值为45.14%,2020年度的敬业度调查结果显示员工敬业度分值为57.25%,比上一期调查结果上升了7.39%,满意度分值为58.58%,比上一期调查结果上升了13.44%。由此可见,公司组织模式创新后员工敬业度和满意度都有明显提升。

4.5 员工士气高涨,公司整体效率提高

2018年度员工敬业度调查显示,员工对于工作任务、成就感、直接上司、工作流程方面的反馈较高,而在薪酬、福利、多样化、员工价值以及学习和发展方面评分较低。扁平化管理对基层管理者的管理水平提出了更高的要求,领班和线长实行竞争上岗,每个员工都有晋升机会。多技能高素质人才得到重视,员工学习热情高涨,学习训练的机会增多。在追求公司整体高效益的目标引导下,一些技能差工作态度不认真的员工被团队自然淘汰。一段时间后,员工队伍趋于稳定。生产智能化、自动化也提上日程。2020年度员工敬业度调查结果显示:在16个驱动因素中,除了“工作和生活平衡”调查结果基本持平,其它各项都比2018年有明显提升。员工反馈显示在薪酬方面满意度提升了11%,福利方面提升了14%,多样化方面提升了13%,员工价值方面提升了14%,学习与发展方面提升了11%。整体看来,扁平化管理激发了员工的进取心,员工士气高涨,公司整体效率提高。

5 尾声和展望

推行扁平化管理一段时间后,经过最初的动荡,基层管理趋于稳定,生产部逐步建立起一支战斗力强、忠诚度高的生产队伍。员工归属感增强,多技能矩阵成为员工发展的热点;管理和技术储备力量增强,公司抗风险能力提高。2020年春节期间因新冠疫情很多员工滞留外地,40名留守公司的值班员工在没有经理在场的情况下由主管或领班协调分派至不同岗位,支撑起了整个公司的生产运作。封锁限制取消后全体员工克服困难迅速返岗,六名操作工为尽早返回工作岗位生平第一次乘坐飞机返苏,F公司成为苏州第一批复工单位。结合政府的扶持政策与全体员工的共同努力,公司仅用一个多月的时间就弥补上了疫情造成的亏损。至四月份,净利润率已经超出预算目标。基于公司实行扁平化管理后取得重大进展,公司董事会决定追加1.5亿人民币扩建第二车间。

6 结语

现如今,中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。高质量发展的主要内涵就是从总量扩张向结构优化转变。中国企业除了注重在战略上重新完成系统思考以外,管理创新的另一个重点就是企业的战略转型和系统变革。企业家有好的战略思路的同时需要新的组织模式、组织机制做支撑,企业战略目标才有可能顺利实现。企业组织变革和人才机制创新受人力因素和技术因素影响,其中人的因素包括消费者

需求变化、人才需求变化。组织变革与创新才能使得组织真正做到以客户为中心,持续激活组织,释放员工积极性与创造力。技术因素包括技术革命和所面对的数字化、大连接、智能化时代。大数据时代直接改变了组织与人的连接关系,同时为组织模式的创新提供了技术基础平台。苏州F公司此次推行组织模式创新即实行扁平化管理,顺应了时代发展的潮流,使得技能型员工成为企业价值创造的主体,拥有价值索取权和话语权;企业去中心化、去权威化,做到责任下沉、权利下放,尊重个体力量,释放员工潜能;通过互联网资源得以共享,平台赋能激励员工成长,让人才真正有了成长机会和发展空间,最终取得了员工满意度提升,企业效率增强的双赢局面,F公司此次企业组织模式创新的成效在各方面都是显而易见的。

参考文献

- [1] 刘凤勇,张鹏.企业集团组织结构优化与扁平化问题[C].河北省廊坊市社科联.经济全球化与我国经济运行机制创新研究——经济全球化与经济运行机制变革研讨会论文集[A].河北省廊坊市社科联:廊坊市应用经济学会,2004:495-502.
- [2] 孙令君.新时代国有企业采用扁平化管理的必需性和可能性[J].商场现代化,2019(09):107-108.
- [3] 何小龙,王敏涛,马锦燕.国有企业扁平化管理分析[J].财经界,2020(05):70-71.

Discussion on Influencing Factors of Agreed Acquisition Premium in High-tech Industry: Based on Data of Listed Companies in Shanghai and Shenzhen

Fangping Chen¹ Wenzhang Dou^{1,2*}

1. School of Software and Microelectronics, Peking University, Beijing, 100871, China

2. Institute of Strategic Study, Peking University, Beijing, 100871, China

Abstract

High tech industry is the key to promote innovation driven development, enhance national core competitiveness and grasp the opportunities of global market competition in China. Scientifically guiding and standardizing the capital market behavior of high-tech companies is an important strategic starting point to improve the national innovation system and speed up the construction of a powerful science and technology country. This paper takes Shanghai and Shenzhen A-share listed companies in high-tech industry who have completed the negotiated acquisition from 2017 to 2019 as the research object, selects 146 valid samples, and investigates the influence of the target company on the premium of negotiated acquisition from three aspects of financial status, equity structure and industry development. The results show that the company winning the bid of premium acquisition obtains positive agreement premium in the short and medium term before the announcement date of equity transfer, while the premium is negative in the short and medium term after the announcement date. Further research finds that: (1) equity structure factors: the premium level of change of control transaction is higher than that of non control right change transaction; the premium level of listed companies with centralized ownership structure is higher than that of decentralized ownership structure; (2) financial condition factor: the profitability and capital structure of the target company are positively correlated with the agreement premium; solvency and company size are negatively correlated with it; (3) industry development factors: the premium of target companies with higher industry concentration is higher than that with lower concentration; the premium of cross industry acquisition is smaller than that of the same industry.

Keywords

high tech industry; agreement acquisition; premium; influencing factors

高科技行业协议收购溢价影响因素探讨——基于沪深上市公司数据

陈芳平¹ 窦文章^{1,2*}

1. 北京大学软件与微电子学院, 中国·北京 100871

2. 北京大学战略研究所, 中国·北京 100871

摘要

高科技行业是中国推动创新驱动发展、提升国家核心竞争力和掌握全球市场竞争先机的关键。科学引导和规范高科技公司的资本市场行为则是完善国家创新体系和加快建设科技强国的重要战略抓手。论文以2017—2019年发生并完成了协议收购行为的高科技行业的沪深A股上市公司为研究对象,选取了有效样本共计146个,从财务状况因素、股权结构因素和行业发展因素三个层面考察了标的公司对协议收购溢价的影响。研究表明,溢价收购中标的公司在股权转让宣告日前中短期内获得正的协议溢价,而在宣告日后中短期内其溢价则为负值。进一步研究发现溢价协议转让时,第一,股权结构因素:控制权变更交易的溢价水平高于非控制权变更交易;股权结构集中的上市公司溢价水平高于股权结构分散的;第二,财务状况因素:标的公司盈利能力和资本结构与协议溢价成正相关;偿债能力和公司规模与之成负相关;第三,行业发展因素:行业集中度较高的标的公司比集中度较低的溢价大;跨行业收购比同行业收购的溢价小。

关键词

高科技行业; 协议收购; 协议溢价; 影响因素

【作者简介】陈芳平,女,中国广东人,硕士研究生。邮箱:

chenfangpingpku@163.com。

【通讯作者】窦文章,男,中国山西人,博士,教授,博士生导师,

从事战略管理、区域经济研究。邮箱: douwz@pku.edu.cn。

1 引言

作为第一生产力的科学技术,是推动中国产业优化升级和生产整体跃升的重要战略资源,是促进中国经济高质量发展和保障国家安全的核心动力;科技创新,在百年未有之大变局中发挥着关键变量作用,在中华民族伟大复兴战略全局中起着支撑引领作用。近日“十四五”规划《建设》发布并明确指出:坚持创新在中国现代化建设全局中的核心地位,把科技自立自强作为国家发展的战略支撑,完善国家创新体系,加快建设科技强国。科技公司聚焦主业创新发展,借力资本市场突破创新,科技与资本深度融合,正在助力“创新中国”跑出加速度。同时,中国资本市场中高科技行业上市公司的协议收购活动也日益频繁,逐步进入了蓬勃发展阶段,并成为中国公司扩大经营规模、实现规模效应的重要发展战略。

通过对上市公司协议转让溢价以及影响因素的深入研究,探索此类问题形成的背景及内在机理,探求解决办法,一方面有利于上市公司提高溢价股权协议转让的效率,实现规模经济,产生协同效应,优化公司的治理结构,提高公司业绩和价值,增强市场竞争力,完善发展战略,取得经济效益;另一方面也有助于对中国公司进行整合,实现各行业的内部资源整合以及跨行业的重组,从根本上扩大公司资本规模、加强自主创新能力,提升管理团队素质,从而快速培育具备较大市场影响力和竞争力的行业龙头公司。同时,从宏观角度看,也便于政府相关部门制定政策、制度,指导实践,完善监管,保护投资者利益,这对于完善国家创新体系和加快建设科技强国具有重要意义。

2 文献回顾与研究假设

2.1 文献回顾

2.1.1 关于协议收购溢价

国际学者对此都进行了大量的研究和实证分析,由于样本量的选择不同,不同学者的研究结论也不同。国外大部分研究表明收购带动了标的公司的溢价的提升(Schwert, 1996; Bruner, 2002),但同时Agrawal, Jaffe和Mandelker(1992)等学者持相反的观点。而中国大部分学者也认为通过协议收购上市公司会得到正的溢价(冯根福和吴林江, 2001; 陈仕华和李维安, 2016; 刘柏、卢家锐和琚涛, 2020)。

2.2.2 关于协议收购溢价影响因素

中国学者则主要按照标的公司的三大层面进行了探讨性的研究。

(1) 就财务状况因素

学者们主要关注了标的公司的公司规模(Alexandridis et al, 2010; 周宁康, 2018; 袁显平、孔令仙, 2018)、偿债能力(姚海鑫和刘志杰, 2009; 姚海鑫和于健, 2010; 刘丽芳, 2012)、资本结构(魏亚平和杜玉金, 2018)和盈利能力(姚海鑫和于健, 2010; Gondhalekar et al, 2004)等多个视角,并分别选用了适当的财务比率来代表各项能力指标。

(2) 就股权结构因素

学术界普遍认为收购者为获取控制权而支付的超过了正常交易的代价(Hanouna、Sarin和Shapiro, 2002; 潘琰, 2007)同时也指出股权集中度对溢价有显著影响(陈仕华和卢昌崇, 2013; 袁显平、孔令仙, 2018)。

(3) 就行业发展因素

Singh(1971)发现相关行业公司收购时获得的溢价高于非相关行业公司;袁显平、孔令仙(2018)基于10年的数据研究表明,赫芬达尔指数越高,即行业垄断程度越高,则收购溢价更高。同时学者们也认为其他行业发展相关因素对溢价也存在显著影响(Khanna和Tice, 2000; 姚海鑫和于健, 2010)。

关于协议收购溢价影响的研究方法,学者们主要使用了实证分析法(陈仕华和卢昌崇, 2013; 李思勇和张晶, 2017; 袁显平、孔令仙, 2018)和案例分析法(李璐, 2014; 刘好丹, 2016; 吴政言和付浩, 2017)。

2.2 模型研究假设

2.2.1 财务状况因素对协议溢价的影响

基于委托代理理论,孙铮和李增泉(2003)指出,对于经营情况较好和财务状况良好的目标公司来说,通常会有比较充沛的现金,大股东会有“占为己有”的动机,以弥补其为股权或者控制权付出的成本,因此当企业表现良好时,往往会出现第二类委托代理问题,大股东会通过隧道行为从收购交易中攫取私人利益,不顾损害中小股东利益,故亦会要求更高的收购溢价。

(1) 盈利能力方面

如果上市公司盈利能力强,前景光明,投资者判断取得

股权或控制权后能够带来不错收益,则愿意为股权或控制权支付更高的价格。一般认为,(公司净利润/营业总收入)越大,盈利能力越强,公司营业收入获取利润与收益的能力越强,则经营效率越高,对公司投资者和债权人利益的担保程度越高。

(2) 资本结构方面

一般来说,(流动资产/总资产)越高,表明流动比率越高,公司资产的流动性越大,公司也有足够变现的资产用于偿债,等于相对扩大资产投入,增强公司盈利能力。

(3) 偿债能力方面

通常情况下,流动比率与公司资产的变现能力成正比,与短期偿债能力成正比。

(4) 公司规模方面

公司市值是指上市公司通过发行股票按市价计算出的价值,其计算方法为每股股票市场价格乘以总股数,用该指数衡量公司规模,一方面数据现成,另一方面也比较有说服力。

根据上述文献与理论分析,论文提出如下假设:

H1: 标的公司盈利能力越强,协议溢价水平越高。

H1A: 标的公司的(公司净利润/营业总收入)越大,协议溢价水平越高。

H2: 标的公司资本结构越优良,协议溢价水平越高。

H2A: 标的公司的(流动资产/总资产)越大,协议溢价水平越高。

H3: 标的公司偿债能力越强,协议溢价水平越高。

H3A: 标的公司的流动比率越大,协议溢价水平越高。

H4: 标的公司规模越大,则协议溢价水平越低。

H4A: 标的公司的市值越大,则协议溢价水平越低。

2.2.2 股权结构因素对协议溢价的影响

学者郑德理、沈华珊和张晓顺(2003)指出:在一定条件下,股权结构决定着公司治理结构。基于控制权市场理论,陈仕华和李维安(2016)认为通过控制权的转移,可促进上市公司的管理架构和人力资源的迭代与优化,实现对管理层的激励和约束的作用,并达到最大化股东利益的目的。因此,在协议收购交易过程中,如若涉及到控制权转让,转让价格通常会反映为协议溢价,除了包含企业的内在价值,还包括控制权的价格。根据委托代理理论,杜轩、干胜道(2012)认为,在上市公司被收购的过程中,股权集中度越高,则大股东对公司的控制能力越强,对代理人的监督越严,而代理

人的道德风险和逆向选择问题就减少,也轻易不会出现损害股东利益的行为,因此收购溢价越高。通常情况下,使用前十大股东持股数量占总股本数量比例来衡量股权集中度。因此,论文提出如下假设:

H5: 控制权变更交易的收购溢价高于非控制权变更交易。

H6: 股权结构集中的标的公司的收购溢价水平高于股权结构分散的。

H6A: 标的公司的前十大股东持股数量占总股本数量比例与协议溢价水平成正相关。

2.2.3 行业发展因素对协议溢价的影响

基于结构—经营—表现理论,某行业的集中化程度越低,则该行业的垄断越低,业内各公司的竞争越剧烈。伴随行业集中度的提高,行业的垄断会逐步替代竞争,而垄断程度越高,则对于进入该行业的收购方的资本或者其它能力的要求很高,同时也就会需要收购方支付越高的溢价。中国的垄断行业一般具有较强的实力和一定的政府背景,因此在行业中能够长期处于垄断地位,在市场上具有较强的影响力,具有一定的抵御潜在的和新的进入者的能力。因此,新的进入者必须有足够多的资源或足够强大的能力才能进入,否则他们将很快便失败。收购事件中广泛运用赫芬达尔—赫希曼指数来作为衡量行业集中度的指标。

根据管理协同效应理论,在同一行业内进行收购交易时,由于行业内交易双方必然存在竞争,故目标公司的高管必然会通过要求得到更高的溢价来阻止收购的顺利完成。另外,同行业收购一般不需要对公司主营业务进行重组,这样既可以大幅节省业务整合成本,而且也更容易实现公司的协同效应。

因此,论文提出如下假设:

H7: 行业集中度较高的标的公司比集中度较低的溢价大。

H7A: 标的公司的赫芬达尔—赫希曼指数与协议溢价水平成正相关。

H8: 跨行业收购比同行业收购的溢价水平低。

结合上述文献回顾和研究假设,论文搭建了协议溢价影响因素研究模型,其中,标的公司的财务状况因素、股权结构因素和行业发展因素作为主要自变量,标的公司其他因素、收购公司相关因素、交易结构相关因素作为控制变量,如图1所示。除了通过计量模型进行实证分析之外,论文同时也选择了2019年润达医疗将20.02%股份协议转让给下城国投的交易进行详尽的案例分析。

3 研究变量与计量模型

3.1 样本选取与数据来源

论文研究所用数据主要下载自万德金融数据终端、同花顺数据库、国泰安系列研究数据库等。在实证研究过程中,所有的数据处理均由 Stata 和 Excel 完成。同时,论文仅选取于 2017 年—2019 年间沪深 A 股高科技类上市公司发生并完成协议收购交易的事件作为研究对象,其中,高科技类行业参照 Wind 行业分类标准仅包括了医疗保健、信息技术、电信服务这 3 类行业,共 146 个有效样本。

3.2 研究变量

3.2.1 因变量

国际文献对收购溢价的度量多是基于收购方的出价与公告前标的公司市值之差除以公告前标的公司的市值,或是收购方的出价与公告前标的公司股价之比(Cho 和 Arthurs, 2018)。但是,这种计量方法依赖于资本市场的效率,而中国资本市场的效率远远低于西方发达国家,因此不适合用于中国的收购溢价研究。此外,陈仕华和李维安(2016)指出,中国资本市场存在不少特殊因素都可能使类似这种以股价为基础的市场计量方法失去效用,如行政干预、非理性跟随等。

由于中国的收购交易多采用协议转让方式,而且最终的定价多是以标的公司净资产为依据进行协商或评估。因此,中国学者(陈仕华和卢昌崇, 2013; 姜英兵, 2014)通常是

以净资产为收购溢价的衡量基准,因此论文选取了协议收购溢价的具体计算公式也参考这个方法:

$$\text{协议溢价}\textcircled{1} = (\text{每股转让价格} - \text{每股净资产}) / \text{每股净资产}$$

由于论文主要研究协议溢价的影响因素,故后续主要选取协议溢价 $\textcircled{1} > 0$ 的交易案例作为主要研究对象并进行建模分析,同时也以协议溢价 $\textcircled{1} < 0$ (即折价)的交易案例作为对照,分别进行研究与对比分析。

同时,协议收购的股权的交易量普遍较大,有一定的锁定期。因此,标的公司一般会以低于二级市场的价格出售,并对收购方提供的流动资金提供相应的补偿,以便快速成交。成交规模越大,锁定期越长,一般来说,折扣越高。故论文的协议溢价亦会出现负值的情况。

此外,关于溢价的计算,除了上述的直接计算方法外,还有第二种比较普遍的计算方法,即计算收购公告前后标的公司的累计超额收益,以间接计量收购溢价(Dimopoulos, 2014; 温日光, 2015)。根据中国股市的具体情况,考虑到股票价格受多种因素影响而波动范围较大,论文定义公司首次公告收购发生日为事件发生日,并选择了(-5, 0)(-30, 0)(-60, 0)以及后(0, 5)(0, 30)(0, 60)的平均收盘价作为衡量标准来计算溢价。公式如下:

$$\text{协议溢价}\textcircled{2} - \textcircled{7} = [\text{每股转让价格} - \text{交易宣告日前(后) 5/30/60 个交易日平均收盘价}] / \text{交易宣告日前(后) 5/30/60 个交易日平均收盘价}$$

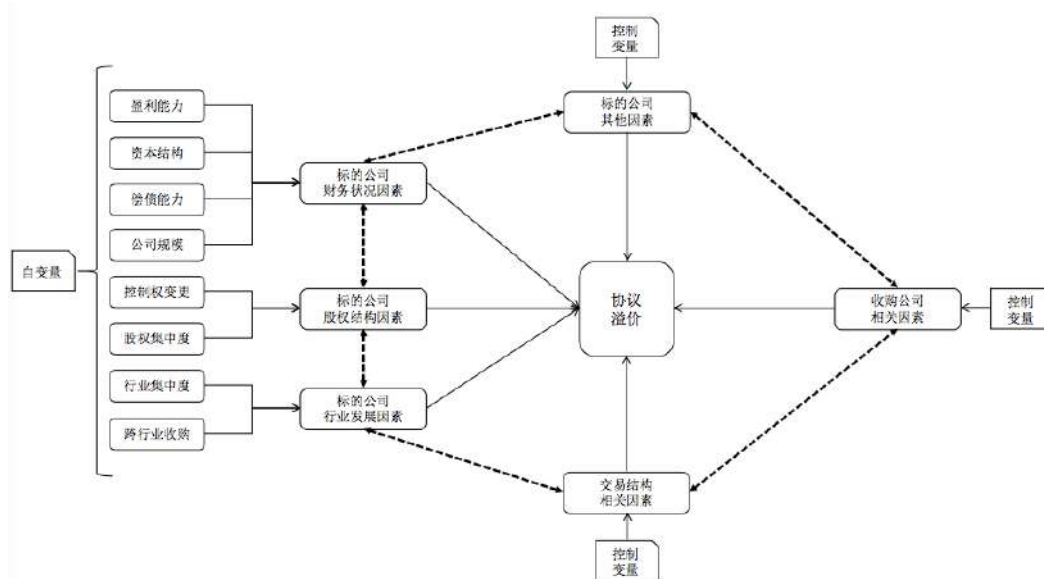


图 1 协议收购溢价以及影响因素模型

(资源来源: 论文整理, 下同)

3.2.2 自变量

自变量定义表如表1所示。

表1 自变量定义表

变量性质	变量分类		变量名称	变量符号
自变量	财务状况因素	盈利能力	净利润 / 营业总收入	PFT
		资本结构	流动资产 / 总资产	CS
		偿债能力	流动比率	SVC
		公司规模	公司市值	SIZE
	股权结构因素	控股权变更	控股权是否变更	CTR
		股权集中度	前十大股东持股数量占总股本数量比例	EC
	行业发展因素	行业集中度	赫芬达尔—赫希曼指数	HHI
		跨行业收购	是否跨行业收购	TTP

(资源来源: 论文整理, 下同)

3.2.3 控制变量

除了上述三种因素会对上市公司协议溢价产生影响外, 影响协议溢价水平的标的公司其他因素、收购公司的相关因素、交易结构相关因素等, 主要包括:

- ①标的公司和收购公司的股权性质。
- ②标的公司和收购公司是否为关联公司。
- ③多元经营, 即标的公司是否同时从事或经营多种相关程度较低或不相关的产业。
- ④收购的财务协同效应, 为标的公司与收购方公司收购前的负债率之差。
- ⑤标的公司股权转让比例。
- ⑥财务顾问, 标的公司在交易中是否聘用财务顾问。
- ⑦年份, 标的公司协议收购交易发生在 2017—2019 年 3 个年份。

3.3 计量模型

基于上文探讨, 建立如下七个影响协议溢价因素的多元回归模型:

$$PR1 = \alpha + \beta_1 PFT + \beta_2 CS + \beta_3 SVC + \beta_4 SIZE + \beta_5 CTR + \beta_6 EC + \beta_7 HHI + \beta_8 TTP + \varepsilon$$

$$PR2 = \alpha + \beta_1 PFT + \beta_2 CS + \beta_3 SVC + \beta_4 SIZE + \beta_5 CTR$$

$$R + \beta_6 EC + \beta_7 HHI + \beta_8 TTP + \varepsilon$$

$$PR3 = \alpha + \beta_1 PFT + \beta_2 CS + \beta_3 SVC + \beta_4 SIZE + \beta_5 CTR$$

$$R + \beta_6 EC + \beta_7 HHI + \beta_8 TTP + \varepsilon$$

$$PR4 = \alpha + \beta_1 PFT + \beta_2 CS + \beta_3 SVC + \beta_4 SIZE + \beta_5 CTR$$

$$R + \beta_6 EC + \beta_7 HHI + \beta_8 TTP + \varepsilon$$

$$PR5 = \alpha + \beta_1 PFT + \beta_2 CS + \beta_3 SVC + \beta_4 SIZE + \beta_5 CTR$$

$$R + \beta_6 EC + \beta_7 HHI + \beta_8 TTP + \varepsilon$$

$$PR6 = \alpha + \beta_1 PFT + \beta_2 CS + \beta_3 SVC + \beta_4 SIZE + \beta_5 CTR$$

$$R + \beta_6 EC + \beta_7 HHI + \beta_8 TTP + \varepsilon$$

$$PR7 = \alpha + \beta_1 PFT + \beta_2 CS + \beta_3 SVC + \beta_4 SIZE + \beta_5 CTR$$

$$R + \beta_6 EC + \beta_7 HHI + \beta_8 TTP + \varepsilon$$

α —常数项。

β_i —回归系数。

ε —误差项。假设随机误差项满足: 无自相关、零均值、等方差。

4 统计分析与结果讨论

4.1 描述性统计

描述性统计如表2所示。

由表2可见, 标的公司股价在股权转让宣告日之前有明显的上涨。

其中, 对于被溢价协议收购的 A 股上市公司, 在收购事件公告前六十个交易日、前三十个交易日至前五个交易日分别可以获得正的收购溢价, 这和国内外的研究结果基本一致: 股价在收购事件披露前有显著增长的异动。另一方面亦可知, 股权协议转让为标的公司创造了较高的协议溢价收益和内幕交易收益, 同时也给收购公司产生了一定的财务压力与负担。

对于被溢价协议收购的 A 股上市公司, 在收购事件公告后五个交易日、后三十个交易日至后六十个交易日, 其收购溢价均值为负值。这主要是由于前期市场过热的炒作使得股价过高, 已经超过了协议收购的实际价值, 与股价的合理水平相去甚远。投资者出于安全考虑, 纷纷抛售股票, 便使得股价持续下跌。

对于被折价协议收购的 A 股上市公司, 无论是在收购前六十个交易日、前三十个交易日至前五个交易日, 还是收购事件公告后五个交易日、后三十个交易日至后六十个交易日, 其收购溢价均值为正值, 且相对溢价收购来讲, 其溢价出现的更快和更高, 且保持更久。

而结合润达医疗协议收购案例来看,其股价在股权协议转让宣告日之前有明显的上涨,其中,对于被溢价协议收购的润达医疗在收购事件公告前六十个交易日、前三十个交易日至前五个交易日分别均可以获得正的收购溢价。之所以出现这种情况的原因可能是协议收购消息已提前泄露,并有投资人参与内幕交易,同时市场也跟随盲目炒作。而在收购事件公告后五个交易日、后三十个交易日至后六十个交易日,其收购溢价也均值为正值,与其他一般协议收购事件在宣告日之后出现溢价走低或者为负不一样,这说明本次协议收购

交易对于润达医疗是重大利好,市场方面持续看好,投资者的继续买进与持有的意愿浓厚,前期的炒作也并非泡沫,协议收购事件对于润达医疗的价值提升起到的促进作用是显而易见的。再者,通过把财务状况因素、股权结构因素和行业因素等的相关具体数据代进模型计算后,可得理论协议溢价为 1.34,略小于实际协议溢价 1.74,则该案例的实际协议溢价属于超溢价。溢价组和折价组自变量描述性统计如表 3 所示。

由表 3 可知,关于财务状况因素,其中盈利能力方面,

表 2 溢价组和折价组因变量描述性统计

序号	变量名称	溢价组					折价组				
		案例数量	均值 (单位: %)	标准差	最小值 (单位: %)	最大值 (单位: %)	案例数量	均值 (单位: %)	标准差	最小值 (单位: %)	最大值 (单位: %)
1	协议溢价①	121	63.7012	1.00828	0.53	513.55	25	-23.9764	0.321296	-138.56	-4.87
2	协议溢价②	121	1.47703	0.202911	-28.3423	112.911	25	7.65395	0.525918	-21.0752	251.704
3	协议溢价③	121	2.31747	0.212612	-32.7798	120.97	25	10.3606	0.544818	-22.8538	260.933
4	协议溢价④	121	1.3988	0.21103	-33.7198	111.914	25	10.3003	0.592904	-26.7952	284.472
5	协议溢价⑤	121	-1.36984	0.195218	-32.6534	75.5333	25	6.00228	0.391435	-21.4519	178.202
6	协议溢价⑥	121	-1.04227	0.214128	-45.469	87.9282	25	4.78926	0.272107	-22.1646	115.304
7	协议溢价⑦	121	-0.281933	0.229174	-52.1444	90.1566	25	4.98922	0.238574	-20.8441	99.3558

表 3 溢价组和折价组自变量描述性统计

变量	数目	溢价组				数目	折价组			
		均值	标准差	最小值	最大值		均值	标准差	最小值	最大值
PFT	121	10.95%	0.130117	-256.26%	159.08%	25	-74.37%	94.4669	-456.63%	-3.06%
CS	121	55.48%	0.083008	10.86%	92.97%	25	51.92%	19.4147	18.46%	89.85%
SVC	121	54.8627	34.8883	0.3177	100	25	68.7188	20.2491	31.1835	103.35
SIZE	121	124.094 亿	185.48	17.74 亿	1742.3 亿	25	79.3412 亿	104.582	15.16 亿	560.29 亿
CTR	121	0.413223	0.082785	0	1	25	0.32	0.093295	0	1
EC	121	56.26%	12.3402	35.60%	88.40%	25	35.26%	21.309	25.50%	65.40%
HHI	121	0.022685	5.14031	0.013318	0.58087	25	1.8782	0.516948	0.013318	0.024131
TTP	121	0.595041	0.0446258	0	1	25	0.64	0.096	0	1

溢价组的标的公司的PFT的平均值、最小值、最大值相对更大,而且大部分为正值,而折价组的相应数据均为负值,两组数据差异较大。资本结构方面,发现折价组和溢价组的标的公司CS的平均值、最小值、最大值的差异不大。偿债能力方面,发现溢价组的标的公司的流动比率平均值、最小值、最大值相对更小,即偿债能力相对更低。而溢价组的公司规模的平均值、最小值、最大值则相对更大。而结合润达医疗协议收购案例来看,润达医疗公司的转让市值为75.11亿元,远低于平均值;盈利能力方面,2019年度公司实现营业收入70.52亿元,同比增长18.24%,业绩保持稳健增长的态势,盈利能力持续稳步提升;资本结构方面,流动资产/总资产为30.5375%,与平均值相比较小;偿债能力方面,流动比率为1.08,与平均值相比差距较大,同比减少9.29%,速动比率为0.81,同比减少3.35%;协议溢价率为1.74,与平均值相比较大。

关于股权结构因素,与折价组相对比,溢价组的标的公司的控制权转移更多、股权集中度更高。而润达医疗协议收购属于控制权转让交易,其EC为57.96%,略高于平均值。

关于行业发展因素,与折价组相对比,溢价组的标的公司的赫芬达尔-赫希曼指数的平均值、最小值、最大值相对更小,而且差异较大,跨行业发生的比例更低。而润达医疗的主营业务属于IVD行业,从中国国内看,IVD行业的公司呈现“小而散”的特点,生产规模总的来说是偏小的,行业集中度也比较低,分布在中低端市场居多。其中,IVD行业的2017年、2018年、2019年的HHI分别为:0.01494、0.014757、0.013963。同时该协议收购为出于横向整合目的的跨行业收购。

可见,对于协议收购的高科技行业A股上市公司,就财务状况因素,盈利能力更强、偿债能力更低的情况下,更有利于促进溢价收购;就股权结构因素,发生控制权转移、股权集中度更高的情况下,更有利于促进溢价收购;就行业发展因素,行业集中度更小、发生同行业收购更有利于促进溢价收购;相反的条件下,交易双方则会倾向于选择折价收购。同时,这些分析结果基本与控制权市场理论、效率理论/管理协同效应理论、委托代理理论等保持一致,也在一定程度上印证了论文的部分假设。

4.2 结果讨论

结果讨论如表4所示。

4.2.1 稳健性检验分析

通过上述关于交易宣告日前5、30、60个交易日和交易宣告日后5、30、60个交易日的稳健性检验,结果表明:标的公司的盈利能力、资本结构、公司规模、控制权变更、股权集中度对协议溢价的影响是稳健的。

4.2.2 模型一的实证分析

从模型一的回归实证结果来看,假设1、2、4、5、6、7、8分别通过了检验。

1) 关于财务状况因素

盈利能力、资本结构和公司规模对应的指标与协议溢价1均通过了5%的显著性检验:

(1) 盈利能力方面

PFT的回归系数为0.814229,且通过了5%的显著性检验,符合论文先前的预期:PFT越高,公司通过营业收入带来的净利润则越多,即公司营业收入获取利润与收益的能力越强,运营效益越好,对公司投资人、债权人利益的保证程度越高,则越容易获得更高的协议溢价,研究假设1和1A获得支持。

(2) 资本结构方面

CS的回归系数为1.30923,且通过了5%的显著性检验,符合假设2和2A提出的预期:CS越高,说明流动资产比率越高,掌握股权所带来的现金流权就越高,新入股东更愿意支付较高的溢价来获得股权,假设2和2A获得支持。

(3) 偿债能力方面

SVC的回归系数为-1.092158,但是其变动方向跟前文预期是不同的。造成这种情况的主要原因是由于流动比率仅代表公司短期偿债能力,流动比率越高,意味着公司短期的现金流越充沛,在股权转让的过程中,新入股东的真正目的并不是为了获取现金流,一般是为了寻求战略合作,或者是通过别的方式获得私人收益,则转让价格反而会更低,所以假设3和3A没有得到支持。

(4) 公司规模方面

SIZE的回归系数为-0.0972633,且通过了5%的显著性检验,假设4和4A提出的预期得到论证:SIZE越高,说明公司市值越高,协议溢价就会越低,这是因为收购规模大的公司更可能带来一种价值风险,一方面,消化一个大公司并产生协同效应是需要花费大量时间、人力与金钱的过程,整个非常复杂的过程还存在巨大的沉默成本和不确定性。另一方面,随着公司规模的增大,公司的管理难度会加大,而相

表4 协议溢价多元回归模型一至七的实证结果

变量	模型一	模型二	模型三	模型四	模型五	模型六	模型七
PFT	0.814229*** (-2.79)	-0.113954* (-1.83)	-0.119972** (-1.8)	-0.113718* (-1.7)	0.0726073*** (-1.28)	0.0800147*** (-1.22)	0.0968275*** (-1.35)
CS	1.30923** (-2.5)	0.0698946*** (0.63)	0.0717873*** (0.6)	0.152306*** (1.27)	0.0313817*** (-0.31)	0.0705181*** (-0.6)	0.0302038*** (-0.23)
SVC	-1.092158 (3.19)	0.0333608*** (-0.46)	0.024459*** (-0.31)	0.0608708*** (-0.78)	0.0281062* (-0.42)	0.0170316** (-0.22)	0.0467704*** (-0.56)
SIZE	-0.0972633*** (1.22)	-0.0490239*** (-2.88)	-0.0536187*** (-2.94)	-0.0474263** (-2.59)	0.0447412*** (-2.88)	0.0313803* (-1.75)	0.0191306*** (-0.97)
CTR	75.6970*** (3.67)	16.2554*** (3.7)	16.6663** (3.54)	16.8460*** (3.57)	15.9721*** (3.98)	13.1163*** (2.83)	14.7919*** (2.91)
EC	0.343357*** (0.08)	1.05526** (1.12)	1.03773*** (1.02)	0.277837* (0.27)	1.38388** (1.6)	1.97565** (1.98)	1.84540* (1.69)
HHI	3.78253*** (-1.39)	1.30953*** (2.26)	1.41539** (2.28)	1.27058** (2.04)	1.019838 (1.93)	0.744727* (1.22)	0.386562 (0.58)
TTP	-2.74866*** (1.45)	-0.382051 (-0.1)	-1.05440 (0.27)	-1.17802 (-0.3)	-3.00258* (0.9)	-4.64145* (1.21)	-5.21556 (1.24)
F 值	5.1	3.35	2.71	2.47	4.93	3.36	2.7
R-squared	0.417	0.3336	0.2974	0.2835	0.3095	0.334	0.3974
Adj R-squared	0.3549	0.2639	0.2244	0.2093	0.2675	0.3643	0.3244

注：系数下面括号内为 t 值；***、** 和 * 分别表示 1%、5%、10% 的显著性水平；限于篇幅，未报告控制变量的回归结果。

关监管部门对其监管程度也会相对加大，这些都会削弱收购方收购的意愿。故假设 4 和 4A 获得验证。

2) 关于股权结构因素

控制权变更和股权集中度对应的指标与协议溢价均通过了 5% 的显著性检验：

(1) 控制权变更方面

CTR 的回归系数为 75.6970，且通过了 5% 的显著性检验，假设 5 和 5A 得到检验：控制权变更交易的溢价水平高于非控制权变更交易的溢价水平，控制权能够给新进大股东带来诸如控制性权力和收益，故收购方获取该项股权的意愿也就越高。

(2) 股权集中度方面

EC 的回归系数为 0.343357，且通过了 5% 的显著性检验，符合假设 6 和 6A 提出的预期：EC 越高，意味着股权集中度

越高，那么大股东联合起来一致反对被收购的意图和心态就越强，收购方与被收购方股东之间的“谈判成本”会比较高，则收购方为了取得股权所需支付的溢价就越高。

3) 关于行业发展因素

行业集中度和跨行业收购对应的指标与协议溢价均通过了 5% 的显著性检验：

(1) 行业集中度方面

HHI 的回归系数为 3.78253，且通过了 5% 的显著性检验，符合假设 7 和 7A 提出的预期：HHI 越高，说明行业集中度程度越高，垄断程度越高，则对于进入该行业的收购方的资本或者其它能力的要求很高，同时也就需要收购方支付越高的溢价。中国的垄断行业一般具有较强的实力和一定的政府背景，因此在行业中能够长期处于垄断地位，在市场上具有较强的影响力，具有一定的抵御潜在的和新的进入者的能

力。因此,新的进入者必须有足够多的资源或足够强大的能力才能进入,否则他们将很快便失败。此外,收购公司与目标公司通过收购能够实现分享资源、经验和技术的规划,同时也能够通过减少竞争对手的数目而提升其行业集中度,提高其市场占有率,达到长期盈利的目标。

(2) 跨行业收购方面

TTP的回归系数为2.74866,且通过了5%的显著性检验,假设8和8A提出的预期通过了检验:跨行业收购比同行业收购股权的收购溢价要低。在跨行业收购的情况下,收购公司需要支付比同行业收购更高的综合业务成本,风险也会相对较高,因此收购公司不会轻易向被收购公司支付溢价。但是,在同行业收购的情况下,被收购公司的管理层会提出更高的收购价格,以防止收购公司轻易进入。另外,在同行业收购过程中,收购公司不需要重建新公司的主营业务,因此收购公司节约了较大的业务整合成本,故不会拒绝支付溢价。此外,同行业并购存在一定的协同效应,这也是收购公司希望得到的,因此收购公司将为收购支付高额溢价。

4.2.3 模型二、三、四的实证分析

从模型二、三、四的回归实证结果来看,假设2、3、4、5、6、7分别通过了检验。就协议收购前中短期内而言,盈利能力方面,其变动方向跟研究假设是相反的:PFT越高,意味着上市公司管理层的能力越强,在协议收购过程中,他们会更多关注公司战略层面的部署以及未来发展的规划,故收购溢价可能会较低。跨行业收购方面,TTP没有通过5%的显著性检验。由于所选取协议收购事件的溢价对应的时间段不同,故溢价也会有所不同,则可能变量的显著性的不一致。

4.2.4 模型五、六、七的实证分析

从模型五、六、七的回归实证结果来看,假设1、2、3、5、6分别通过了检验。对于协议收购后中短期内而言,公司规模方面,其方向与假设相反:公司规模越大,公司的市场竞争力越大,说明公司拥有的资源越充沛,具有的经营管理模式越先进,其它条件都相同的情况下,则标的公司值得越高的估值与溢价;另一方,公司规模越大,股东能够有用的公司资源和获取的利益也就越多,新进股东也会愿意支付更高的溢价,才可能获得这样的股权。关于行业发展因素,行业集中度对应的指标与协议溢价均没有通过了5%的显著性检验。

通过对润达医疗协议收购案例的分析,可知其结论基本

支持了研究假设1、1A、2、2A、4、4A、5、6、6A。而为深入研究该案例出现超溢价情况的背后干扰因素,笔者专门针对标的公司、收购公司、券商投行、投资公司等机构的业内资深人士进行了深度访谈,专家认为主要干扰因素还包括管理团队,收购方的国资/民营背景,收购协议签署前股价波动情况,交易(对赌)方案本身,上市公司股权质押、担保、诉讼等风险等。

5 研究结论及政策建议

5.1 研究结论

在“两个一百年”历史交汇点上,抢抓新一轮科技革命和产业变革重大机遇具有里程碑式的重要意义,坚持创新驱动发展,完善中国创新体系,建设科技强国,全力推动高质量发展、实现“十四五”规划和2035年远景目标。经过对所选取的2017-2019年期间发生并完成的沪深A股高科技类上市公司协议收购事件的有效样本进行研究,得到的实证结果基本和理论预期的一样。主要实证结论如下:

5.1.1 不同时间段里协议收购溢价的变动

研究结论一:溢价收购的标的公司在股权转让宣告日前中短期内获得正的协议溢价,而在宣告日后中短期内溢价则为负值。

之所以出现这种情况,原因可能有三种:①收购信息提前泄露,部分投资者参与内幕交易;②大投资者具备预判结果的分析能力;③市场盲目炒作。第一种和第三种涉及法律监督和行为金融学,第二种取决于投研实力。同时可见,股权协议转让为标的公司创造了较高的协议溢价收益和内幕交易收益,但亦给收购公司产生了一定的财务压力与负担。收购公司在股权协议转让过程中过分乐观估计自己公司的管理或运营能力,导致在收购中支付的溢价过高,从而使得标的公司股价走好并获得较高的溢价收益。收购公司之所以愿意支付较高的溢价,一方面可能是为了壳资源,另外一方面是为了希望通过股权收购实现产业链一体化或经营业务的多元化。

而宣告日后的负值溢价则表明,前期的过度投机导致股票价格超过了收购的实际价值,偏离了股票价格的合理水平。投资者为了安全起见,开始抛售股票,导致股票价格持续下跌。

5.1.2 股权结构因素与协议收购溢价的关系

研究结论二:控制权变更交易的溢价水平高于非控制权

变更交易的溢价水平;股权比较集中的上市公司比股权结构分散的上市公司中所获得的收购溢价要大。

上市公司协议收购交易过程中,控制权发生变更的事件比控制权未发生变更的事件更被投资者看好,反映在三个方面,一是协议交易价格方面,控制权发生变更的标的公司的溢价率高于控制权未发生变更的标的公司;二是收购事件宣告前,控制权发生变更的标的公司股价溢价高于控制权未发生变更的标的公司;三是收购事件宣告后,控制权未发生变更的标的公司股价跌幅远大于控制权发生变更的标的公司。

通过控制权的协议收购,收购公司的管理层和董事会能够取代被收购公司的管理层或者董事会,获取被收购公司的控制权和决策权,从而有效地解决代理成本问题。为了实现增加自己的收益或增强公司对它们的依赖性的目的,一些收购公司的管理层会收购一些能够展示自身能力和实现自身价值的公司。另一方面,收购在实施过程中往往受到标的公司的代理人的阻挠,从而导致收购溢价的被动拉高。在一个公司里,谁有控制权,就意味着谁有权控制、处置和利用公司的资源。这些权利是控制权经济价值体现的一部分,同时也能够使控股股东享有一定的私人利益。因此,想要获得控制权必须比中小股权付出更高的额外代价。

标的公司股权集中度越高,那么大股东联合起来一致反对被收购的意图和心态就越强,收购方与被收购方股东之间的“谈判成本”会比较高,则收购方为了取得股权所需支付的溢价就越高。

5.1.3 财务状况因素与协议收购溢价的关系

研究结论三:高科技行业A股上市公司股权协议转让时,标的公司盈利能力与协议溢价成正相关;资本结构越与协议溢价成正相关;偿债能力与协议溢价成负相关;公司规模与协议溢价成负相关。

其中,偿债能力方面,其变动方向跟前文预期是不同的。造成这种情况的主要原因是由于流动比率仅代表公司短期偿债能力,当流动比率越高的时候,意味着公司短期的现金资源越丰富,则在协议收购过程中,收购公司会更多关注公司战略层面的合作与规划,而不仅仅是为了套现或者谋取私人利益,则溢价并不会太高。而公司规模方面,公司市值越高,协议溢价就会越低,这是因为收购规模大的公司更可能带来一种价值风险,一方面,消化一个大公司并产生协同效应是需要花费大量时间、人力与金钱的过程,整个非常复杂的过

程还存在巨大的沉默成本和不确定性。另一方面,随着公司规模增大,公司的管理难度会加大,而相关监管部门对其监管程度也会相对加大,这些都会削弱收购方收购的意愿。

研究结论四:高科技行业A股上市公司股权协议转让前中短期内,标的公司盈利能力与协议溢价成正相关;资本结构越与协议溢价成正相关;偿债能力与协议溢价成正相关;公司规模与协议溢价成负相关。

其中,盈利能力方面,其变动方向跟前文预期是不同的。造成这种情况的主要原因是由于PFT越高,意味着上市公司管理层的能力越强,在协议收购过程中,他们会更多关注公司战略层面的部署以及未来发展的规划,故收购溢价可能会较低。

研究结论五:高科技行业A股上市公司股权协议转让后中短期内,标的公司盈利能力与协议溢价成正相关;资本结构越与协议溢价成正相关;偿债能力与协议溢价成正相关;公司规模与协议溢价成正相关。

其中,公司规模方面,其变动方向跟前文预期是不同的。造成这种情况的主要原因是由于公司规模越大,公司的市场竞争力越大,公司拥有的资源越充沛,具有的经营管理模式越先进,那就值得越高的溢价,只要没超过收购公司的实力范围和收购欲望的话,协议溢价与公司规模呈正方向变动的关系。此外也有研究表明,公司规模是影响代理人的收入水平的决定性因素之一,故不少代理人会无视付出多大的成本与溢价,寻求通过收购来扩大公司规模。

5.1.4 行业发展因素与协议收购溢价的关系

行业集中度较高的标的公司比集中度较低的溢价大;跨行业收购比同行业收购的溢价小。

5.2 政策建议

由于中国证券市场发展上市公司溢价协议收购交易的时间比较短,加上相关交易方和监管部门也是经验不足,目前大部分协议收购交易都未能如期待中高效完成,实现规模经济,产生协同效应,在很大程度上制约了企业的发展。因此,一方面,为了帮助上市公司提高溢价协议交易的效率,提升公司的业绩和价值,完善发展战略,取得经济效益;另一方面也为了促进对中国公司进行整合,实现各行业的内部资源整合以及跨行业的重组,快速培育具备较大市场影响力和竞争力的行业龙头公司,论文提出以下建议:

5.2.1 设计专业与科学的协议收购策略

由于协议收购会涉及各个行业和公司的综合整合,任一疏忽或失误都可能影响收购交易的成败。因此,买方应慎重选择被收购公司,详尽分析行业发展情况,准确预测溢价,设计科学而精准的协议收购策略与方案。在开展协议收购交易前,应当从公司的财务状况、股权结构、行业发展等因素认真考虑收购交易的可行性。在具体的协议收购活动实施过程中,需要根据交易双方的情况选择适当的支付方式和交易主体。总之,收购公司和被收购公司应根据自身特点和发展战略,制定专业与科学的协议收购交易策略。

5.2.2 严格规范信息披露

加强协议收购双方的信息披露执行与监督力度,明确交易双方需要详细披露的信息,特别是关于上市公司的信息披露义务。具体的来说,一方面,应该制订规范控股股东、大股东、高级管理人员和关联方的合规合法的交易指引,另一方面,应该特别防范和打击,如虚假披露、利益输送、内幕交易和市场操纵等违法违规行为。

5.2.3 优化产权结构

重建上市公司的产权结构,引进民营资本或者机构投资者,建立合适的股权集中度,完善和落实高管和员工的股权激励制度,以达到科学规范治理结构和提高运营效率的目的,从而为上市公司积极推行战略性协议收购交易作好优良的内部制度保障和基础。

5.2.4 完善市场体系

宏观上,中国政府应该根据市场经济运行规律和协议收购交易的实际需要,采取一些特殊的优惠政策和鼓励或限制措施,来引导和规范协议收购交易行为,从而达到完善市场规则和规范市场秩序的效果。同时,政府部门也应该制定和出台相应具有针对性的法律法规,对收购市场和行为进行细化法制层面的约束,提高公司在协议收购交易中获取优化资源配置的作用,也利于建立相对完善的上市公司收购市场体系。

参考文献

- [1] 陈仕华,李维安.并购溢价决策中的锚定效应研究[J].经济研究,2016(6):114-127.
- [2] 陈仕华,卢昌崇.公司间高管联结与收购溢价决策——基于组织间模仿理论的实证研究[J].管理世界,2013(5):144-156.
- [3] 杜轩,干胜道.公司资本结构、股权结构与经营绩效关系的研究——基于中国创业板上市公司[J].商业会计,2012(1):73-75.

- [4] 冯根福,吴林江.我国上市公司收购绩效的实证研究[J].经济研究,2001,54-61.
- [5] 姜英兵.双重政治联系与收购溢价——基于2003--2012年A股上市公司收购事件的实证研究[J].宏观经济研究,2014(2):63-71.
- [6] 李思勇,张晶.我国上市公司并购绩效的实证研究[J].现代商业,2017,0(32):100-101.
- [7] 李璐.中国证券公司并购重组研究——以申银万国并购宏源证券为例[J].管理观察,2014(27):84-86.
- [8] 刘柏,卢家锐,琚涛.管理者过度自信异质性与企业研发投资及其绩效[J].管理学报,2020,0(1):66-75.
- [9] 刘好丹.跨界影视并购动因及效果分析——以海润影视借壳申科股份为例[J].财会通讯:上,2016(1):5-7.
- [10] 刘丽芳.外资并购影响因素的实证研究[J].社会科学辑刊,2012,(3).
- [11] 潘琰.国有股权转让研究——财务与会计视角[M].北京:科学出版社,2007.
- [12] 姚海鑫,刘志杰.外资并购国有企业股权定价财务影响因素的实证分析[J].中国软科学,2009,(10).doi:10.3969/j.issn.1002-9753.2009.10.017.
- [13] 姚海鑫,于健.外资并购国有股权溢价的影响因素分析——基于2002-2007年沪深A股上市公司的实证研究[J].东北大学学报(社会科学版),2010,(3).204-210.
- [14] 孙铮,李增泉.股价反应、企业绩效与控制权转移来自中国上市公司的经验证据[J].中国会计与财务研究,2003,(1):26-33.
- [15] 魏亚平,杜玉金.基于目标文化企业资产结构视角的并购溢价研究[J].会计之友,2018,0(4):38-43.
- [16] 温日光.风险观念、并购溢价与并购完成率[J].金融研究,2015(8):191-206.
- [17] 吴政言,付浩.申银万国收购宏源证券案例分析——着眼于并购理念、并购动因、并购溢价和并购绩效的分析[J].时代金融,2017(17):193.
- [18] 袁显平,孔令仙.煤业上市公司股权结构与公司绩效关系的实证研究[J].煤炭技术,2018,37(2):331-333.
- [19] 郑德理,沈华珊,张晓顺.股权结构的理论、实践与创新[M].北京:经济科学出版社,2003.
- [20] 周宁康.我国高科技上市公司并购绩效影响因素研究[J].管理科学,2018,40(1):101-104.

- [21]Agrawal Anup, Jeffrey F Jaffe, Gershon N Mandelker, The Post-merger Performance Of Acquiring Firms: A Re-examination Of An Anomaly [J]. Journal Of Finance, 1992(04):1605-1621.
- [22]Cho S Y,Arthurs J D.The Influence of Alliance Experience on Acquisition Premiums and Post-Acquisition Performance[J].Journal of Business Research,2018(88):1-10.
- [23]Dimopoulos,T.and S.Sacchetto,Preemptive bidding, target resistance, and takeover premiums.Journal of Financial Economics, 2014,114(3):444-470.
- [24]G.Alexandridis,D.Petmezas,N.G.Travlos.Gains from Mergers and Acquisitions Around the World: New Evidence [J].Financial Management .2010(4):434-435.
- [25]Gondhalekar V B, Raymond Sant R, Ferris* S P. The price of corporate acquisition: determinants of cash takeover premia[J]. Applied Economics Letters, 2004, 11(12): 735-739.
- [26]Hanouna P.A.Sarin and A.Shapiro.Value of Corporate Control:Some International Evidence.[J].Working Paper of Marshall School.2002:2-4.
- [27]Khanna T . Business groups and social welfare in emerging markets: Existing evidence and unanswered questions[J]. European Economic Review, 2000, 44(4):748-761.
- [28]Bruner R F . Does M&A Pay? A Survey of Evidence for the Decision-Maker[J]. Journal of Applied Finance, 2002.
- [29]Schwert G W . Markup Pricing in Mergers & Acquisitions[J].Social Science Electronic Publishing, 1999,50(2):247-264.
- [30]Singh.A,Takeovers,Cambridge University Press,1971.

《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。

