

三、教学成果支撑与佐证材料明细表

（七）学生代表性应用型论文发表情况

序号	作者	论文题目	期刊	发表时间
1	于绍伟等	中小企业财务管理模式分析	北方经贸	2017.05
2	齐元铭等	人力资源视角下微商团队培训研究	管理观察	2018.02
3	王柏林	产业结构变化对烟台市经济发展的影响分析	现代商业	2018.03
4	张现梅等	企业招聘面试中的策略分析和误区规避	现代商业	2018.03
5	杨嘉宁	论网络经济时代市场营销策略的转变	财经界	2018.03
6	陈偲倩等	老字号瑞蚨祥的品牌文化传承	管理观察	2018.03
7	莫齐燕	商品包装对企业营销的影响	经营与管理	2018.04
8	徐卉怡	优化“烟台苹果”生产经营模式的思考	中外企业家	2018.04
9	宁帅艺等	农村生活垃圾难题及其治理方向	农村经济与科技	2018.10
10	范东雨等	民营小微企业自主创新困境与政策优化研究：以山东省为例	内江科技	2019.01
11	诸葛锦元等	开封市人力资源结构与产业结构的协调适配度研究	企业改革与管理	2019.02
12	周滨	大学校园个体工商户生存现况及发展对策研究	中小企业科技与管理	2019.05
13	王正宇等	共享经济发展存在的问题及对策探讨	对外经贸	2019.06
14	梁群等	烟台苹果行业营销渠道优化研究	智库时代	2019.07
15	田玉洁等	共享单车发展探究	物流工程与管理	2019.08
16	徐天航	浅析小额贷款公司财务风险管理	财经界	2019.08
17	刁燕霞等	返乡农民工稳定非农就业的影响因素研究	冶金管理	2019.09

序号	作者	论文题目	期刊	发表时间
18	董雪宇等	校园快递配送模式服务评价	合作经济与科技	2019. 10
19	张云爽	某饮品公司在长春市场推广问题与对策研究	现代营销	2019. 11
20	郭圆圆等	考虑客户分类的果品同城配送路径优化研究	农村经济与科技	2020. 01
21	王诗涵	人工智能背景下财务智能机器人探究	现代商业	2020. 07
22	孟欣玥等	基于 CSA 视角下的家庭农场开发与设想 —— 以福山福昊庄园为例	现代农村科技	2020. 08
23	刘云	跨境电商对农产品出口的影响及对策研究	北方经贸	2020. 12
24	徐佩等	新媒体背景下海鲜企业品牌价值塑造研究——以青岛某海鲜企业为例	现代商业	2021. 10
25	陈方聪	乡村振兴背景下“高校+基地+合作社+农户”新型农业模式研究—以栖霞市为例	数字农业与智能农机	2023. 07
26	于晓婷	三螺旋理论视角下财经类高校大学生创业胜任力模型及培养路径研究	产业与科技论坛	2023. 08
27	严画等	安踏“数智化”物流助力提升品牌商业价值	中国储运	2024. 04
28	刘悦等	“农户+公司+银行”型绿色供应链金融决策研究	中国储运	2024. 05
29	娄煜婷等	资源协同视域下大学生创业能力影响因素与发展机制研究	产业与科技论坛	2024. 07
30	楚梅芸等	山东省先进制造业绿色创新的影响因素研究—以万华化学集团股份有限公司为例	企业科技与发展	2024. 07
31	杨欣艺	数字智能时代平台企业“助农”实施路径与价值创造研究	新农民	2024. 09
32	张翠雅等	“枣”日致富——基于AISAS模型的延川狗头枣农产品营销策略研究	河北农业	2024. 09
33	张鑫等	乡村振兴背景下山东省大学生返乡创业意愿调查研究	商展经济	2024. 09
34	殷鹏等	乡村振兴背景下苍溪县红心猕猴桃产业的发展现状、制约因素及对策研究	果农之友	2024. 12

中小企业财务管理模式分析

于绍伟,李振杰

(烟台大学 经济管理学院, 山东 烟台 264005)

摘要:高度开放的市场经济环境下,中小企业在我国经济结构中的重要地位越发凸显,并日渐成为社会稳定的中坚力量。在良好的社会经济发展形势影响下,全球经济一体化,为我国中小企业发展迎来了前所未有的机遇。同时激烈的竞争环境,也使之面临着更加严峻的考验。现在对中小企业财务管理状况作出分析的基础上,剖析了中小企业财务管理存在的问题,并就中小企业财务管理模式优化策略进行了研究。

关键词:中小企业;财务管理;存在问题;模式优化

中图分类号:F253.9 **文献标识码:**A

文章编号:1005-913X(2017)05-0081-02

一、中小企业财务管理状况分析

近年来,受整体社会经济形势的影响,我国中小企业发展迅速,数量与规模都有所上升,在此过程中管理控制问题日益凸显出来,其中以财务管理为重。现主要采用绩效分析和层次分析两种方法,分析了中小企业财务管理状况。

(一) 绩效分析

中小企业财务管理绩效分析,是基于财务指标具体分析的综合性评价,能够有效反映企业经营状况。在中小企业发展的进程中,营运能力及成长能力作为其综合能力的核心构成,直接决定了它的成就。其中,企业营运能力的评估指标包括应收账款周转率、流动资产周转率以及总资产周转率,这些指标越高则表明企业的营运能力越强,发展后劲也会更加充足。而反映企业成长能力的财务管理指标,包括主营业务收入增长率、总资产增长率以及净资产增长率,是评估企业发展潜力的重要参数。以YTH企业为例,根据过往连续三年采集数据计算得出表格。

年份	应收账款 周转率 (次)	流动资产 周转率 (次)	总资产 周转率 (次)	主营业务 收入增长 率(%)	总资产 增长率 (%)	净资产 增长率 (%)
2011	14.7894	1.5789	0.3928	41.6744	10.7986	18.5325
2012	12.9818	1.4779	0.3653	-2.21	0.0804	-17.4534
2013	24.4957	3.1026	1.2052	465.0059	142.3811	39.8084

数据来源:新浪财经

收稿日期:2017-03-06

作者简介:于绍伟(1994-),男,山东莱州人,本科学生,研究方向:会计信息化、财务管理。

(二) 层次分析

由美国匹兹堡萨蒂教授首创的层次分析法简称为AHP,它利用少量定量信息精准分析企业决策过程,有利于复杂问题简单化,具有很强的实用性和系统性。市场经济体制下,我国中小企业获得了更加优越的生存空间和发展条件,规模数量的急剧增长,使之面临着更加严峻的财务管理问题。对于财务结构上不完整的中小企业而言,相关人员的专业弱化行为都可能会导致决策失灵,从而影响自身可持续发展。而层次分析法在中小企业财务管理中的应用,能够帮助企业细分财务风险,即使在数据资料不完整的情况下,也可以作出科学的评价。根据层次分析法要求,绘制企业财务管理风险评估梯形模型。



二、中小企业财务管理存在的问题

中小企业财务管理是一项系统工程,工作本身具有一定的繁琐性,其实效受多重因素的影响。根据上文的财务管理状况数据报表,深度分析来看,中小企业财务管理普遍存在以下几种问题。

(一) 意识薄弱

意识决定行为。现阶段而言,大多数中小企业财务管理问题都是由意识薄弱引发的。整体来看,在良好的社会经济发展形势影响下,我国中小企业随着规模、数量等都出现了大幅增长,但是其本身对财务管理存在不同程度的轻视问题,管理者的能力及素质依然是薄弱环节。部分中小企业决策层一味地追求短期利益最大化,缺乏应有的可持续发展观念,重视会计核算,轻视财务管理,进而误导了其

人力资源视角下微商团队培训研究

齐元铭, 崔 沪

(山东工商学院, 山东 烟台 264005)

摘要: 微商是随着移动互联网的发展, 移动设备走进千家万户后应运而生的一种商业模式。近些年微商不断壮大, 成为一个个有分工、有组织的微商团队。本文从人力资源的角度, 通过归纳分析当前微商团队培训的状况及形式, 从中发现微商团队培训存在的一些问题, 提出一些解决问题的对策, 并结合工作实际探索发展的新思路。

关键词: 微商团队 人力资源 培训形式 培训工作

中图分类号: F272.92 **文献标识码:** A

21世纪是知识经济的时代, 在这样一个飞速发展的背景下, 人才是一个企业、团队竞争的王牌。因此, 人力资源管理在企业中的地位显得愈加重要。而人力资源培训是能够提升人才业务水平, 提高员工专业素养, 挖掘团队内在潜能最直接、最有效的手段。

微商团队作为一个初具规模的经营团体, 对其开展人力资源培训非常必要, 也是能让微商团队得到更好发展的有效途径。对微商团队的培训, 通过在线上、线下的一系列专业知识技能的讲授形式, 培养员工正确的工作理念, 纠正员工不正确的工作态度, 从而引导员工能在实际的工作当中, 充分发挥自己的专业技能, 达到提高整个团队的工作效率和工作成绩的目的。虽然很多微商团队已经开始关注培训工作, 但在现实的运作当中仍然存在很多问题。移动互联网背景下的微商团队竞争愈加激烈, 应更多地从人力资源培训的角度, 去重视微商团队的培训工作, 发现问题并解决问题。

1 微商的概念

微商是在移动互联网发展的基础之上, 以人们普遍使用的社交软件为载体, 通过一系列的人际关系纽带形成的新的商业模式。微商的主体不局限于个人, 还包括企业或其他商业组织。企业和个人均可以利用一些通讯社交软件进行商业活动。这包括基于公众平台的企业面

向企业的模式, 即B2B; 也有普遍存在的企业对终端消费者的模式, 即B2C; 还有基于个人社交关系, 以朋友圈为载体的个人面向个人的模式, 即C2C。

微商以其运营便利, 入门门槛低, 投入成本小等特点吸引了大批人。近些年微商高速发展, 成了电子商务产业中的主力军。然而在迅猛发展的背后, 存在着服务机制不健全, 法律法规约束力不强等问题。因此, 本文所说的微商、微商团队以及对于微商团队的培训, 是在不考虑这些不健全因素对微商概念界定的前提下, 从人力资源管理的视角, 对微商团队的培训提出一些合理化工作思路与构想。

2 微商团队培训的形式

培训是一项可以得到较大产出的投资活动, 也是非常有价值的一种投资行为。21世纪是知识经济时代, 企业最宝贵的资源不再是金融资本, 而是人力资源。^[1]现代培训始于第一次和第二次工业革命时代, 其最大的特征是流水线式的培训和标准化的课程。不同于传统意义上的培训, 在当今以社交为载体, 以销售为手段的电商培训中, 消费者的需求是多种多样的, 同时也使培训变得更加具体和精准。因为传统的培训方式难以满足当今消费者的需求, 所以现代的微商团队培训的形式, 从对内部的销售人员的业务培训到对外部的消费者的理念培养都发生了相应的变化, 形成了当

前微商团队的培训形式, 即线上和线下两种途径。

2.1 线上培训

智能手机的普遍应用让微商实现了掌上数字化。这使微商的培训能够以更加现代化的方式展开。线上指的就是通过电脑手机等现代化的通讯载体进行培训, 这颠覆传统的集中式的、教学式的培训, 使培训的形式更加灵活, 不受时空的限制。线上培训通过各种APP平台开展, 一般可以分为以下两种形式。

一对一网络培训。这种方式一般是培训讲师通过微信、QQ等通讯社交软件, 与微商团队的主要负责人进行一对一的课程讲授, 再由微商团队的负责人传授给自己的代理。这种培训主要以宣讲为主, 特点是方式单一, 效果明显。这是微商团队培训普遍采用的一种方式。

一对多网络培训。一对多的网络培训是通过更为丰富的载体, 如YY直播等直播平台、喜马拉雅FM等录播平台、微信群、QQ群等即时通讯社交平台。培训讲师一人讲授, 而接受培训的团队员工则不受人数的限制。这种方式是较为高效的培训方式, 不仅超越了时间空间的限制, 而且能够最大限度地提高培训的效果。这种模式受到广大微商团队青睐。

2.2 线下培训

培训讲座。这是较为传统的一种线下培训方式。一般是在特定的时间和特

3. 王柏林 产业结构变化对烟台市经济发展的影响分析

District economy

| 区域经济

产业结构变化对烟台市经济发展的影响分析

王柏林 山东工商学院 山东烟台 264005

摘要:产业结构变化是影响区域经济发展的重要因素。它是由区域中劳动力资源、农业资源、矿业资源、财富资本等各方面的资源配置决定的。一个地区的产业结构是否适宜、优良,决定着地区未来经济发展的速度和规模。优良的产业结构将对区域经济的发展提供不竭动力;反之,甚至会遏制当地经济的正常、健康发展。因此,各地区应因地制宜,因地制宜,合理配置各方面资源,完善产业结构,提高经济发展的效率。

关键词:产业结构变化;区域经济发展;烟台市

DOI:10.14097/j.cnki.5392018.07.035

一、产业结构概述

(一)产业结构的概念

结构是指事物本身的各个组成部分及其之间的相互作用的关系。顾名思义,产业结构就是指国家的社会生产过程中各个产业(如农业、重工业、轻工业、建筑业、服务业等)之间的比例分布及相互之间的关系。各个产业部门独立的发展,同时又对其他部门产生不同的影响。不同的产业结构对经济发展的影响大不相同,只有完善区域资源配置,将产业结构不断向高度化的方向发展优化,各个产业部门之间才能相互促进、相互发展、相得益彰,最终对经济发展起到促进、推动作用。

(二)产业结构分类

产业结构的研究探讨要分门别类地进行,本文将依照社会生产的时间发展顺序对产业结构进行分类,分类方法为三次产业结构分类法。从生产产品的性质上来说,生产的产品是从自然界中直接获得的部门叫做第一产业,对初级产品进行加工、包装的部门叫做第二产业,在生产过程及买卖过程中提供服务的部门叫做第三产业。这个分类方法是当前应用比较广泛而且受到认可的方法之一。

第一产业:农业(包括种植业、林业、畜牧业和渔业)。

第二产业:工业(包括制造业、采掘业、煤气、电力、水的生产和供应业)和建筑业。制造业是关乎国家命脉,历史上的工业革命大部分是由制造业引起的相关服务业的变化。

第三产业:除了第一、第二产业之外的其他的各个产业。根据我国的现实情况,第三产业可以分为两个部分:一个是流通部门,另一个是服务部门。

二、烟台市地理及资源情况

(一)烟台市地理位置及行政区划

烟台市是山东省的一级城市。2016年GDP排名居全国第20位,山东省第二位,位于山东省东部偏北区域,与威海、潍坊、青岛接壤,南临黄海,北临渤海,与辽东半岛隔海相望,日本、韩国隔海相望。全市陆地面积13745.95平方公里,海岸线长909公里,有63个岛屿。全市共有7个市辖区(芝罘区、莱山区、浮山区、牟平区、经济技术开发区、高新区、昆山区),7个县级市(蓬莱市、莱州市、龙口市、招远市、栖霞市、莱阳市、海阳市)1个县(长岛县)。烟台市是环渤海经济圈的重要一环,山东省半岛蓝色经济区的核心城市,中国首批14个沿海开放城市之一,与日本、韩国、东南亚等国家和地区进行经济、技术交流十分便利。

(二)烟台市资源状况

海洋资源:烟台市是山东省四个沿海城市之一,海洋渔业资源丰富。如海参、梭子蟹、扇贝、海带等产量丰富,质量上乘,尤其是长岛海参,在全国都享有相当的声誉;近海有芝罘湾、八角港等十处大港口,对外出口便利。

矿产资源:烟台市的金、银、铜、铁、铝、滑石等矿产资源产量居山东首位,岩金、菱铁矿等保有量甚至在全国都占有一席之地。

水资源:烟台市水资源丰富,夏季雨水多,冬季多雪,更有“雪窝”之称,年降水量一般在500毫米以上。河流众多,五公里以上的河流达120条,流域面积300多平方公里。

旅游资源:烟台市旅游资源丰富,拥有龙口南山旅游景区、蓬莱阁旅游景区等5A级景区,李沁葡萄酒博物馆、昆崙山景区、磁山景区等著名景区也是时常人头攒动。

三、烟台市及国家产业结构发展和调整的历史

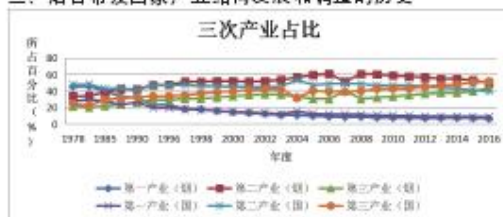


图1 烟台市及国家三次产业增加值结构变化(%)

由图1可以看出,烟台市的产业结构变化分为三个阶段。第一阶段,即1980年代中期以前,第一产业主导了三个产业,其次是第二产业,第三产业所占比重最小;第二阶段,即80年代末至90年代初,第一产业增加值比重下降,第二、第三产业增加值比重上升,结果是第二产业处于主导地位,第一产业次之,第三产业处于末位;第三阶段是1990年代中期以后,第一产业增加值比重继续下降,第二、第三产业增加值比重继续上升,结果是第三产业超过第二产业处于主导地位,第一产业处于末位。

综上所述,烟台市产业结构的发展变化是符合经济发展的一般规律的。第一产业增加值比重降低,第三产业增加值比重持续升高。1995-2016年20年间烟台市的第三产业增加值比重降低了百分之十七,第二产业增加值比重上升了百分之二点八,第三产业增加值比重上升了百分之十四。第一产业增加值比重下降最多,第二产业降低相对较少,第三产业增加值比重明显提升。20世纪90年代中期以来,烟台市第三产业增加值结构比重已达到国内先进水平。但和国家制定的整体指标仍有差距,第三产业增加值比重一直低于全国整体水平。这与烟台市整体的城市发展定位有一定联系,烟台市将自己定位于旅游城市,这就会使第三产业迅速发展。但从横向比较来看,与北京、上海、杭州等国内发达城市来说,第三产业的发展仍有很大差距。

4. 张现梅等 企业招聘面试中的策略分析和误区规避

Human Resources | 人力资源

企业招聘面试中的策略分析和误区规避

张现梅 俞国方 山东工商学院 264005

摘要: 企业的竞争归根结底是人才间的竞争, 如何选用、任用、留用高素质的人才已经成为了管理者的重要课题。作为招聘中普遍运用的遴选方式, 面试对招聘的成功与否至关重要。本文对面试中可以采用的策略进行研究和

关键词: 招聘; 面试; 策略研究; 面试官; 误区

DOI:10.14097/j.cnki.5392201809.022

一、前言

随着市场机制的日益完善, 企业之间的竞争已趋向白热化。人力资源是壮大企业竞争力量的关键性战略资源, 企业应把人才视为持续发展的重中之重。面试是企业招聘中平均效用最高的招聘手段之一, 但由于面试操作难度较高、对面试官的要求较多、随意性较大, 因此提高面试的成功率就成为企业在招聘工作中的重点研究内容。

二、企业招聘面试概述

企业要想在风云变幻的市场中取得优势, 就必须重视吸纳、培养和留住人才, 招聘是人力资源补充和再配置的最主要途径, 面试作为关键的一环, 在人员招聘中处于关键地位, 在举贤任能中扮演着重要角色。

招聘是企业吸纳高素质人才的渠道之一。根据组织长期发展的战略需要, 企业相关人员按照工作分析和人力资源规划的要求, 通过发布信息和申请甄选, 将适合的人员安排到适合的岗位的过程。

面试是经过预先设计, 在特定场景下, 通过求职者与面试官当面对接、交流, 全面且深入把握应聘人员的特征、道德素质及求职动机等, 据此评估求职者是否满足岗位要求的人员选拔方式。

在当代社会, 企业愈发看重工作人员的实践能力和发展潜力, 通过面试场景、环节和问题等的科学设定, 面试官可以从知识层次、工作能力、道德品质等多方面考察应聘者的综合素质, 还能够由应聘者的外在表现推测某些内在特征, 进而更加准确地判断应聘者能否胜任岗位工作。另外, 面试官向应聘者介绍企业相关信息, 有利于应聘者将个人期望与实际情况相比较, 理解自己在组织中的定位和发展前景, 避免因实际与预想不符而产生心理落差。

三、企业面试中的策略研究分析

聘用不合适的人员进入空缺岗位, 会严重浪费企业的招聘成本, 后续将给企业带来难以预估的损失。因此, 重视对面试策略的研究和应用, 确保面试的有效性, 选取合适的人员显得尤为重要。

(一) 面试前做好准备工作

1. 选择和培训面试官。通过选择和培训, 一名合格的面试官应满足以下几点要求。

首先, 具有良好的个人修养和道德品质。在评价应聘者时, 面试官要公正廉明, 避免因应聘者的外表、身份背景等影响评价的客观公正性。

其次, 明确用人标准, 精准定位。面试官要了解岗位规范、工作说明书、应聘者的申请表或简历, 掌控面试中的节奏, 对应聘者提出的问题对答如流, 没有知识缺口。

最后, 深刻了解经营管理理念、企业文化和战略规划等。作

为企业形象的代表, 面试官应具有良好的表达能力, 能准确地向应聘者说明企业的相关信息。若面试官有得体的言谈举止和良好的精神风貌, 则会增加企业的吸引力, 为企业带来良好的声誉。

2. 规范面试流程。制定科学化、规范化的面试流程(如图1所示)可以将复杂的过程条理化, 使面试官们紧紧围绕着面试目标有条不紊地进行。这在很大程度上降低了面试官主观因素的干扰, 有助于提高面试的效率和客观公正性, 使企业招聘到真正合适的人才。



图1 面试流程图

3. 设计科学合理的面试评价指标和面试问题。

依据工作说明书编制符合招聘要求的评价指标, 然后形成一份面试评价量表。面试过程中面试官所接收和感知的信息比较多, 面试官统一以此为依据评价应聘者会在很大程度上避免主观臆断。提前设计合理的问题也有利于面试官对应聘者的回答进行分析, 避免面试官在提问时跑偏, 提高面试效率, 控制面试进程。

在面试评价量表和面试问题的双重指导下, 面试官可以减少主观偏差, 客观评价应聘者的表现。

(二) 面试中做好提问记录工作

1. 提问中采用STAR原则。单纯地通过应聘者的简历难以准确把握求职者的理论知识、专业技能等的掌握水平和性格特征、做事风格等情况。运用STAR原则可以对求职者做出更加全面深入的判断和评价。

首先, 要了解求职者工作业绩取得的背景(Situation), 通过追问与工作业绩相关的背景问题, 了解求职者取得优秀业绩的前提条件, 判断出工作业绩与求职者个人的关系大小。

其次, 要详细了解求职者为达到工作要求, 布置的工作任务(Task)是什么, 每一项任务对应的实际情况如何。由此可以得知求职者的工作经历和收获的经验, 从而判断这些工作经历与经验是否符合招聘岗位的要求。

再次, 获悉求职者采取何种行动(Action)来完成这些工作任务。这些行动方案又是如何促使他达成工作目标的。通过这些可以进一步了解他的思维能力、行为方式和工作风格。

最后, 关注工作的结果(Result), 某项工作任务在采取行动后的情况如何, 导致结果产生的原因有哪些。

采用STAR原则提问, 面试官使求职者的回答更加深入, 发掘出更加细致的部分, 为最终科学决策做出有效的参考。STAR原则既能帮助企业全面地了解应聘者, 也能帮助应聘者展现自我、推销自我, 是一种互惠互利的提问方式。

论网络经济时代市场营销策略的转变

山东工商学院工商管理学院 杨嘉宁

摘 要:当前社会市场经济的不断发展,网络经济时代的到来,企业之间的竞争日益加强,在网络经济时代背景下,需要不断改革企业的营销策略,要充分利用网络技术实现企业的发展。信息技术和网络技术的发展为网络经济时代的到来提供前提条件,人们生活观念逐渐发生着变化。本文将从网络经济时代市场营销策略的转变方面进行分析,提出相应的措施。

关键词:网络经济时代 市场营销 策略 转变

DOI:10.16266/j.cnki.cn11-4098/f.2018.06.031

当前随着网络技术和科学技术的快速发展,促进网络经济时代的到来,人们的生活观念逐渐发生着变化,需求也越来越高。市场上企业之间的竞争日益加强,对于市场的发展需要时刻顺应经济发展的趋势,企业也要不断更新管理理念,转变营销策略促进自身的发展,营造一个良好的市场环境。

一、市场营销策略转变的重要性

当前社会市场经济的不断发展,网络经济时代的到来,网络技术的不断发展,促进了企业的进步和发展,为企业带来机遇的同时也带来相应的挑战,企业之间的竞争也日益加剧,网络技术也为大众的生活带来很大的便利,已经深入到大众的生活中。大众对于网络的依赖也逐渐加大,这就需要企业在发展的过程中,不断适应当前的社会发展趋势,加强企业中网络信息化的建设,不断转变企业的营销策略,将企业的营销与网络信息技术充分结合起来,利用网络技术的便利性,创建一个网络营销模式,利用网络的便利性提高企业产品的曝光率,使产品可以更好的销售出去。利用网络技术建立一个良好的信息交流平台。

二、网络经济时代营销环境的特征

当前随着网络经济的不断发展,企业之间的竞争日益加剧,企业充分利用

的一种市场发展趋势,整合了企业所具备的优势,对于企业的营销环境进行改变。网络经济时代营销环境主要体现在:一是市场范围的扩大,在网络经济时代,打破了时间和空间上的限制,已经形成一种虚拟的市场环境,有着很大的优势,人们的交易环境完全不受限制,不会存在时间和空间上的局限。作为一种新型的网络营销环境,可以大力的推动消费产业。例如淘宝就是一种新型的网络经营店铺,不会受到时间和空间上的限制,人们可以随时进行产品的选择,选择自己需要的产品,这样有利于企业能够充分利用网络技术,将企业的发展推向更高点。二是产品交易的手段不断发生变化,传统的交易中,只是通过现金进行交易,网络经济时代,产品的交易方式是多种多样的,其中有信用卡、电子现金等的付款方式,也是十分便捷的,新型的支付方式具有一定的可靠性和安全性,也是当前市场发展的一种新趋势。三是电子商务营销模式流行,在网络经济时代,电子商务营销模式成为当前比较流行的营销模式,在进行市场交易的过程中,充分利用线上的交易方式满足消费者的消费需求,线上交易可以降低成本,提升企业的经济效益;四是市场竞争逐渐扩大,在网络经济时代下,企业之

网络环境还比较弱,对于网络化的建设需要进一步提升。在当前网络经济发展的时代下,建立完善的网络市场也是十分重要的,网络技术已经成为当前营销中的重要突破方式,企业在发展的过程中,需要不断改善营销方式。网络经济时代下,市场营销方式还存在很多的不足之处:一是在网络经济时代背景下,人们的思想观念还没有转换过来,对于网络技术的认识不够,网络营销服务理念和服务水平还处于较低的层次,没有进行完善;二是网络经济时代背景下,对于营销活动的监管不到位,监督管理意识比较薄弱,营销者的个人服务意识不高,对于网络营销的认识不到位,网络营销与传统的营销方式存在很大的差异,在产品的质量上也存在很大的差距;三是网络经济时代的营销模式比较单一,营销者大多都是创办营销平台,通过发布广告,借助相关的信息平台进行产品的宣传,这种方式比较单一,很难引发消费者的关注。

四、网络经济时代下市场营销转变策略

(一)不断转变营销理念

当前社会市场经济的快速发展,信息技术和网络技术的普遍应用,导致市场上企业之间的竞争日益加强,面对新

老字号瑞蚨祥的品牌文化传承

陈德倩, 俞国方

(山东工商学院, 山东 烟台 264005)

摘要:本文运用文献研究、理论分析和案例分析等方法的结合来研究“中华老字号”在品牌文化方面的传承与创新。首先介绍了老字号瑞蚨祥的品牌历史背景;接下来分析了瑞蚨祥在品牌文化方面所做出的新的实践及其所存在的问题;最后针对分析,提出了以瑞蚨祥为代表的服装业老字号品牌文化传承策略,以实现中华老字号的有效传承。

关键词:瑞蚨祥 老字号 品牌文化 文化传承

中图分类号:F276.6 **文献标识码:**A

1 “瑞蚨祥”品牌历史背景及其现今经营情况

1.1 “瑞蚨祥”品牌历史背景

从春秋战国时期开始,商人们开始使用招牌进行宣传,招牌之上通常为自家商品冠以标识。到了明清时期,品牌名称开始出现个性化趋势,“瑞蚨祥”这个品牌名称就是在这样的背景下孕育而生。“瑞蚨祥”源于一个叫“青蚨还钱”的典故,据传“青蚨”产卵时必须依附于花草的叶子,即使它的卵被人拿走,不管多远那母青蚨也一定知道藏卵的地方。这意味着,钱花出去,还能再飞回来,神蚨母子血浓于水的亲情又喻企业与员工荣辱与共,祥和“吉祥”“祥和”。因此,“瑞蚨祥”三个字,代表着瑞气吉祥,财源茂盛。

孟传珊于1863年在济南创建瑞蚨祥,之后到上海、青岛、天津等地设立连锁店,经营规模逐渐扩大,经营品种也日益增多。清光绪十九年以后,孟洛川成立北京瑞蚨祥绸布店,由于瑞蚨祥资金雄厚,经营有方,不久就占据了八大祥的首席,成为北京最大的布店。然而1900年庚子事变,一把大火把北京最繁华的商业区全部焚毁,但瑞蚨祥仅用一年时间便在原址重新盖起了一座中西合璧的新店堂。直到现在,这座精美的建筑依旧完好地耸立在大栅栏。如今“瑞蚨祥”这个百岁老人,重返青春,步履矫健,与时代并进。

1.2 “瑞蚨祥”现今经营情况

瑞蚨祥如今在北京有三家实体店,

分别是位于前门外大栅栏街的前门总店、位于金源新燕莎MALL的体验店和地安门店。北京瑞蚨祥的前门总店基本保持了原来的建筑风貌,营业面积有一千多平方米,拥有百余名训练有素的员工。其经营范围是绸缎、呢绒、棉布、皮货、化纤、民族服装服饰等。除了布匹、成衣外还提供旗袍定制和现场制作蚕丝被。

百余年来,“瑞蚨祥”因其深厚的文化底蕴、颇具实力的经营管理手段,“至诚至上、货真价实、言不二价、童叟无欺”的经营宗旨始终在丝绸业及手工缝制行业中处于领先地位。“瑞蚨祥”提供从选料到成衣制作始终是“一条龙”服务,在遵循传统制作技艺的镶、滚、拼、叠、贴、落等的同时,又增加了手工刺绣等技艺,特别是在加工展示女性风貌美的旗袍上成绩斐然,深受女性喜爱。

作为百年老字号,瑞蚨祥拥有特色的工艺和可靠的质量保证,但是如果太过于在意曾经所创下的辉煌成就而不注重当下的创新变革,就会陷入故步自封的地步,于是瑞蚨祥在品牌文化创新中进行了一些尝试。

2 瑞蚨祥在品牌文化创新的尝试

2.1 设计新广告 提升品牌定位

瑞蚨祥在创建品牌管理团队后,明确其中式服装定制业务是品牌核心竞争力。同时,考虑到定制原料成本高昂,以及百年字号传统技艺、手工打造等高附加值等因素,瑞蚨祥明确品牌定位,不再经营中低档布匹布料,专心瞄准中高端旗袍定制和婚庆礼服定制两大市

场,着力打造“高级定制的中国服装领导品牌”。

针对这一定位,瑞蚨祥提出了品牌口号——值得等待的奢华,“值得等待”一语双关,既传达瑞蚨祥悠久的历史,又暗示了虽然在瑞蚨祥定制服装等待的周期较长,但是为了更精致的成品和更舒适的体验,一切等待都是值得的;“奢华”这一词直接反映出品牌的高端定位形象。这七个字与著名服装品牌华伦天奴的广告语“时间成就经典,岁月铸造永恒”有着异曲同工之妙,准确凸显了品牌的优点与特点。

2.2 传统与时尚结合 树立品牌新形象

在英语中,时尚和时装是同一个单词——fashion,可见,在所有的有关时尚的产品中,服装占据着时尚非常核心的位置。瑞蚨祥作为中式服装老字号品牌,不仅有着百年传承的传统技艺,还不断创新产品设计和制作手法工艺,特别是在对于具有东方特色的旗袍的设计上,瑞蚨祥聘请海外优秀时装设计师对传统旗袍的襟型、领型、袖型等形态进行再设计,做出收拢绕身、前短后长的裙摆、去袖、露背等创新,定期推出与时俱进的时装款式。

现在消费者对服装的需求越来越趋向于个性化、定制化,瑞蚨祥主打的高级定制服务围绕“九大流程”,即由专属助理、形象顾问、量体师、制版师、剪裁师、缝纫师、整烫师、叠扣技师以及刺绣技师组成的多人团队,实现“一个团队为一个人服务”,为每一位顾客提供全方位的贴心服务。

商品包装对企业营销的影响

■ 山东烟台 / 莫齐燕

摘要:随着经济发展、科技进步和时代变迁,消费者对精神娱乐和个性化的追求越发强烈。商品包装作为面向消费者的“第一人”,其价值地位也得到了前所未有的提高。所以,企业注重商品包装设计,以艺术的且实用的包装打动消费者,与消费者互动交流,拉近与消费者的距离,就能提升包装的商业价值,获得营销的成功。

关键词:商品包装;重要性;商业价值;策略

DOI:10.16517/j.cnki.cn12-1034/f.2018.05.014



一、商品包装在营销中的重要性

(一) 商品包装是无形的推销员

企业通过对商品包装的精心设计,通过文字、图像等信息传达可以起到激发消费者购买欲望、促成购买的作用。可以说,商品包装是一位无形的推销员,推销员给消费者留下怎么样的感知影响着消费者的购买决策。良好的商品包装给人一种高端、大气的感觉,这样的产品自己用有品位,送人有面子。而劣质的包装则会使商品大打折扣,让人觉得粗糙、俗气,拿不出手,这样的商品即使质量很高也因包装问题而影响销量。商品包装给消费者留下的直接感受决定着这一推销员的销售能力,关系着产品销量问题即企业的利益问题,企业

不能不重视。

在人们对颜值追求越来越明显的新时期,普通乏味的商品包装早已让人嫌弃,个性亮眼的商品包装才是人们青睐和追捧的对象。作为企业品牌形象代表的商品包装,在软性竞争中的影响力越来越凸显,有如人与人初次见面一般重要,高“颜值”总能让人赏心悦目、印象深刻。良好的商品包装也因独到的设计让人赏心悦目,产生购买的欲望。另外,大多数人在购物时往往没有明确的计划,尤其是女性较注重商品的外观、形状,很容易在感情因素的影响下产生购物冲动,此时商品包装的设计就显得无比重要了。为了将商品更好地销售出去,企业要重视商品包装设计,用商品包装打动消费者,促进销售。

(二) 商品包装成为与消费者互动的新手段

随着电商的发展,人们到实体店购物的频率开始下降,网购、外卖成为日常。也就是说,企业(商品)与消费者的线下互动变得困难起来,这既是挑战也是机遇。线下互动变得困难便转移到线上互动,线上互动无疑是广告、微博或微信营销、视频或事件营销等。那么,有没有第三种互动方式呢?有,商品包装就是自带的互动。现在人们大都是手机(网络)的重度依赖者,只要有热点,他们很容易被吸引。于是创意满满的包装营销开始出现,企业通过设计个性独特的包装实现与消费者之间的互动,传达价值,引起情感上的共鸣,实现商品的自我销售。

其实,创造性的商品包装一直都有,只不过现在的时代感才将商品包装的价值感凸显。人们可能通过新闻热点或视频广告或朋友圈中的产品的图片就对某产品产生兴趣,这都是商品包装带来的潜在消费。产品能不能成为爆款,商品包装开始说得上了话了。比如,前段时间火了的丧茶,一改传统茶饮的名称与包装,将网络段子(丧文化)印在杯子上,颠覆消费者的认知也赚足了消费者的眼球,引得许多消费者忍不住前来购买。

优化“烟台苹果”生产经营模式的思考

文 / 徐卉怡

本文在分析烟台苹果的背景和当下经营情况的基础上,对烟台苹果行业市场,利用STP战略进行市场细分,通过对经营状况和市场的分析,进一步分析烟台苹果在经营管理中存在的问题,并提出了相应的解决对策。

一、“烟台苹果”的背景及其现今经营情况

(一)“烟台苹果”的背景

2011年11月29日,“烟台苹果”被国家工商总局商标局认定为中国驰名商标。2015年,烟台苹果的品牌价值高达105.86亿元,在水果品牌价值中位列第二。

(二)“烟台苹果”现今经营情况

苹果行业属于完全竞争行业,同业之间为抢占市场份额的竞争激烈。甘肃、陕西苹果种植业的发展,挤占了烟台苹果的市场份额,并且收购商为打价格战,占领市场份额,压低苹果收购价,给果农造成了销售困境。

由于现在苹果行业的苹果分类和挑选大部分还是依赖于人工,以至于无法识别病害苹果,造成无法准确管控产品质量。当顾客购买的苹果质量不佳时,会产生对烟台苹果的负面印象,如果客服处理不恰当,就降低了二次购买的机率。虽然市场上已有相关设备,但是需要投入大量固定设备完善生产线,造成企业财务压力,因此企业的机械化程度不足。

烟台苹果果皮比较薄,轻微的碰撞挤压便很可能在顾客收到货时呈现出大面积的损坏。物流是一个瓶颈,通过电商、微商等线上渠道销售的苹果在运输过程中不确定因素多,可能会产生不同程度地磕碰,从而破坏苹果质量,让消费者在线上购买苹果产生疑虑。

国家政策方面为了加速我国的农业转型,为了向机械化生产转变,国家大力推动科技扶持政策,宣传和推广农业科技工具进入新农村的建设过程中来,所以发展趋势仍较好。

二、“烟台苹果”的市场分析

(一)地理变量细分市场

根据地区细分可将市场分为烟台市、家乡和朋友所在地区。烟台市本地的购买来自各大高校学生、教师,也就是线下购买,可以采取价格优惠政策,甚至在未来战略规划中可以采取商场零售模式。家乡和朋友所在地区的购买来自家乡的亲人、朋友,由于各地区不同的饮食口味、生活习惯和差异化定价形成不同购买力的区域市场,随着未来市场扩增,地区可分为华北、华东、东北、西南,甚至是海外市场。

(二)人口变量细分市场

第一,性别。分为男性和女性。男性商务场合较多,关注产品的整体档次,因此偏爱于高端礼品装,主要用于送礼;女性注重实惠,关注苹果产品的口感与口味,因此偏爱于普通装,主要用于家庭食用。

第二,年龄。不同年龄层次的人对产品需求不同,影响苹果深加工产品开发与目标群体的确定。儿童热衷于薯片等零食,并且需要补充各种维生素,可以将苹果脆片的目标群体确

定为儿童;青年人追求苗条身材,并且希望通过饮食减肥,可以将苹果醋的目标群体定位于青年人;中年人注重身体健康,并且牙口较好,喜欢酸甜食物提味,可以将脆苹果的目标群体定位于中年人;老年人牙齿老化严重,并且需要补充各种营养,应将绵苹果的目标群体定位于老年人,并需要根据开发新产品,加之人口老龄化加剧,老年人群体激增,市场需求扩大。

(三)心理变量细分市场

第一,购买动机。求实者注重苹果产品的质量、口感,所以口感优良的苹果适于求实者;求廉者注重苹果产品的价格,只要苹果产品便宜就构成购买动机,所以残果、疤痕果、规格不达标的,价格低于市场价格的苹果产品适于求廉者;求美者注重苹果及其包装的外观,所以外表美观的苹果产品适于求美者;求新者注重苹果产品的上市时间、是否为新品,所以上新苹果产品(如苹果脆片、苹果薯片、苹果酒等)适于求新者;求名者注重产品的名气,所以“烟台红富士”名气远扬的苹果产品更适合求名者。

第二,生活方式。不同兴趣爱好、家庭结构决定了购买的需求量和产品类型,从而影响市场细分。独居奋斗型,迫于生活压力,追求物美价廉;热恋中青型,顾及自己形象,希望向男或女朋友表现出自己大方的特点,追求苹果产品美观和附加意义;有老有小型,追求经济实惠,通过货比三家,购买综合价值最高的苹果产品。

三、“烟台苹果”经营管理中存在的问题

(一)品牌广而不精,缺乏推广认知

烟台苹果在品牌推广上并没有向烧饼、豆浆这样的纵深开展,只是单纯依靠品牌旅游和品牌特产的名气进行销售,缺少品牌文化的塑造。近年来,虽然烟台苹果注册了一些品牌,但品牌品牌附加值低,标识不够清晰,市场整体缺乏凝聚力。在政策扶持和自身完善的体系下,烟台苹果应结合自身优势,将品牌意识转换为品牌战略,从现有的产业链结构入手,将品牌认知度从表层深入,实现力度推广。

(二)纵向发展潜力有限,市场再推广力度不够

随着经济发展进入全新的环境模式,多数企业都面临着改革和转型的境遇,经营者如何抓住机遇利用好新环境所提供的机会,成为改革和转型的核心。

第一,就烟台本地而言生产加工销售龙头企业少,带动作用弱,苹果产业链条还不长,市场体系基础薄弱,加之信息不对称导致产销不配套,造成苹果供求的不均衡。

第二,苹果种植者大多是文化程度较低的农民,所以思想观念落后,影响了整个产业链向纵深发展。另外,传统销售模式的保有,致使新的销售模式无法介入或介入作用不明显,在“互联网”大形势下无法发挥作用。

农村生活垃圾难题及其治理方向

宁帅艺, 王崇梅

(山东工商学院 工商管理学院, 山东 烟台 264005)

【摘要】该文主要参考各类垃圾处理类的文献, 来分析如何解决农村生活垃圾问题。该文先阐述农村生活垃圾的处理现状, 分析存在的问题, 最后提出了处理农村生活垃圾的解决方案和方法。

【关键词】农村; 生活垃圾; 垃圾处理

【中图分类号】X799.3 【文献标识码】A

农村生活垃圾问题与社会经济水平息息相关。传统的农村几乎不生产垃圾; 一方面, 农村物质条件极端匮乏。在有限的生活条件下, 物质的利用不得不维持在很高的水平。另一方面, 农村垃圾的主体是有机垃圾, 而这部分在农民眼里都是好肥料。

但是改革开放以后, 社会经济高速增长以及快速城市化的冲击, 农村社会的经济面貌发生巨大改变, 垃圾产量迅速增加。

在农村的垃圾问题中, 有相当大的一部分来自城市的垃圾转移。在一些地区, 农村被视为城市的天然垃圾场, 除了占用大量的土地填埋在外, 由于达不到卫生填埋标准, 也引发了严重的环境问题。除了城市的生活垃圾之外, 许多工业废弃物甚至有害废弃物也被大量运往农村丢弃或填埋, 造成了严重的生态环境问题。这些问题的出现, 是错误的城市化思想导致的, 而非农村自身的问题。在此次论文中不讨论这一类话题, 主要集中讨论农村产生的生活垃圾的治理问题。

1 农村生活垃圾的特点

农村生活垃圾产量与社会经济发展水平密切相关。近二三十年来, 随着我国社会经济快速增长, 我国农村生活垃圾的总产量和人均产量增长十分明显。

农村生活垃圾的成分也日趋复杂。过去农村生活垃圾几乎都是有机垃圾。随着生活水平的提高, 农民的生产生活方式发生变化, 化工产品走入农民的生活, 垃圾成分、含量也越来越复杂。

农村生活垃圾的另一个特点是季节性波动大。一般夏季和冬季产生量比春季和秋季大。可能原因是蔬菜、瓜果等的生产和消费差异导致有机垃圾产生量的变动, 以及取暖等燃料消费导致炉渣等垃圾产量的变化。

2 农村生活垃圾处理难题

垃圾问题是我国快速城市化过程中的最头疼的问题之一。相对的, 经长期建设, 城市生活垃圾收集——清运——处理体系已经基本建成, 无害化处理水平也在不断提高。但是农村生活垃圾的治理才刚刚起步, 基础设施建设严重滞后。全国绝大部分地区的农村还没建立专门的垃圾收集、运输和处置系统。

许多不发达地区如今仍未建立村级的垃圾收集点。即便在部分发达的地区, 农村环卫与城市差距也很大。许多农村的生活垃圾直接堆在田地里、村口、路边, 自然地成了天然垃圾池。据统计, 全国农村一年就能产生1亿多吨生活垃圾, 这些垃圾被随意堆放。这不仅是占了大量的土地, 还会污染水体, 而且成了苍蝇、蚊虫等病原体滋生的场所。而且, 垃圾在堆放过程中会生成甲烷等可燃气体, 遭遇明火或者发生自燃易引发火灾事故。

除了环卫建设的滞后, 农村生活垃圾处理的法律法规建设也不完善, 责、权、利不明。对于城市生活垃圾的处置, 我国已经有好几部法律法规提出了具体说明。在1992年施行的《城市市容

和环境卫生管理条例》就规定: “城市人民政府在进行城市新区开发或者旧区改造时, 应依照国家有关规定, 建立生活废弃物的清扫、收集、运输和处理等环境卫生设施, 所需经费应当纳入建设工程概算。”2005年4月1日施行的《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》又明确: “县级以上地方人民政府环境卫生行政主管部门应当组织对城市生活垃圾进行清扫、收集、运输和处置”。

与这形成鲜明对照的是, 农村垃圾的处置则几乎没有相关规定, 只有《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》规定: “农村生活垃圾污染环境防治的具体办法, 由地方性法规规定。”但是, 地方性法规规定在绝大多数地区仍没有明确规定。

此外, 需要关注的是, 农村生活垃圾泛滥也和我国长期以来的小农经济影响有关。前面已经说过, 小农经济就是各家管好自己的地, 缺少公共意识和共享精神; 同时小农们更加在乎物质财富, 而忽视服务、文化、环境等无形财富。所以, 小农们的私人空间——包括庭院、田地等, 都会做到干净整洁; 但是走出院子, 脏、乱似乎就和小农们脱离了关系。由于农村生活垃圾在很大程度上隶属村级公共物品, 因此, 这些不是小农关注的焦点。每户人家打扫自己的院子, 然后把垃圾倒在村头村尾, 往往是一种再正常不过的现象。过去之所以不会造成严重的环保问题, 一方面是人少, 垃圾也少; 另一方面是有村规等能够有效地进行自治, 保证集体行动有效进行。但是, 我国快速工业化与城市化的进程, 使农村社区自治机制逐渐消失, 垃圾产量又快速增加, 小农经济对生态的破坏就无可避免地出现了。

3 农村生活垃圾处理成本有效性难题

生活垃圾的收集处理体系具有明显的规模经济效应。农村人口局部比较分散, 加上快速城市化进程的影响, 农村的空心化趋势不断增强, 因此人口集中度远低于城市。在这种情况下, 建立类似城镇的垃圾收集处理体系, 收集、运输和处置的成本都会比较高。考虑到垃圾收集处理支出主要依赖地方财政, 而农村地区的财政实力远不如城市, 相对而言成本的压力也会更大。

成本的分担也是影响农村生活垃圾综合整治的一大难题。如果由政府包揽, 农民往往缺乏积极性, 尤其是那些距离垃圾收集点有一定距离的农民, 在没有监管处罚机制的情况下, 更可能将垃圾倒在附近的沟畔路边。在一些农村地区, 政府为每家每户的农民配了垃圾塑料桶, 结果过了一段时间, 垃圾桶全部被盗。如果采取向农民收费的方式, 可以预见难度将非常大。道理很简单, 在城市都无法实施的垃圾收费, 在农村地区信息不对称更加严重的情况下, 收缴率根本无法保证。

当前我国农村生活垃圾绝大部分是填埋。但是随着人们对生态环境问题的日益关注, 以及土地的日益稀缺, 填埋的成本会不

【收稿日期】2018-07-16

民营小微企业自主创新困境与政策优化研究：以山东省为例

◇ 山东工商学院 范东雨 邹佳桐 郑宏越 汪蔚文 陈书敏 刘 丹

政府创新政策未落实和部分政策不匹配是制约民营小微企业的创新活动的重要原因。本文从供给侧、需求侧和环境侧政策工具三方面梳理山东省民营小微企业的创新政策，在分析其自主创新困境的基础上，对现有自主创新政策进行评价，并提出自主创新政策优化建议，为政府更好地助力创新发展战略目标的实现提供依据和参考。

民营小微企业是最具创新活动的企业组织，在国民经济中的贡献不断提升^[1]，真正成为我国企业自主创新的关键力量。民营小微企业受自身规模限制，自主创新往往难以成为其主要的盈利渠道。政府相关部门能否适时的出台促进创新激励政策，营造公平竞争的市场环境，是民营小微企业依靠自主创新实现可持续发展的重要外部条件。

1 山东省民营小微企业创新政策概述

为深入实施《“十三五”国家科技创新规划》、《山东省国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》，发挥科技创新在全面创新中的引领作用，各级政府相继出台促进民营小微企业自主创新的激励政策，按照政策作用领域不同，可分为供给侧政策工具、需求侧政策工具和环境侧政策工具三方面。

1.1 供给侧政策工具

供给侧政策工具主要从科技资金投入、技术支持和教育培训等方面鼓励企业科技创新。

(1) 有关财政方面的政策。《山东省小微企业升级高新技术企业财政补助资金管理办法》中规定，采用后补助方式补贴民营小微企业的研发活动10万元；《山东省高新技术企业科技保险补偿财政扶持办法》中规定，对高新技术企业的三个研发险种进行保费补贴；在《山东省人民政府办公厅关于进一步促进科技成果转化实施意见》中指出，省财政对高新技术企业购买的产品研发责任保险、关键研发设备保险、产品质量保证保险等项目予以补贴。

(2) 有关技术支持方面的政策。在《关于加快全省技术市场发展的意见》中的健全技术交易政策保障机制部分中强调，山东省通过与高校共建实训基地，重点在法律法规、公共政策、合同认定和操作实务等方面对技术经纪人进行培训，提高其服务水平和执业能力。

(3) 有关教育培训方面的政策。《关于加快推进农业科技创新的意见》中指出要通过加强国际交流与合作，发挥重点带动作用；加强与国内优势院校交流，招研引智合作发展；加强

产学研合作交流，发挥协同创新作用等一系列措施促进农业发展。

1.2 需求侧政策工具

需求侧政策工具是为增加创新需求所采取的一系列措施^[2]，主要包括服务采购和服务外包两方面。

(1) 有关政府采购方面的政策。山东省先后出台《山东省政府采购代理机构考核办法》、《山东省政府采购评审专家管理实施办法》、《关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》、《关于进一步做好政府采购信息公开工作有关事项的通知》等文件，加强政府采购的源头管理，科学合理地确定采购需求，从而提高政府采购效率和质量。

(2) 有关服务外包方面的政策。济南、青岛、东营、淄博、日照等地都出台了《进一步促进服务外包产业发展的意见》，从加快园区建设、培育壮大市场主体、培养和引进人才、建设金融互联网、承接离岸外包业务、支持培训机构发展等方面加强对服务外包产业的政策扶持，促进服务外包产业持续健康发展。

1.3 环境侧政策工具

环境侧政策工具通过提供税收优惠政策以及制定相关法律法规等扶持民营小微企业的发展。

(1) 有关税收优惠方面的政策。在山东省颁布的《关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》指出，提高小微企业的应纳税所得额，小型微利企业的应纳税所得额仅按照一半计入征税，并且按照20%的所得税率进行缴纳。

(2) 相关法律法规。为解决小微企业融资难的问题，提高财政资金的使用效率，制定了《山东省小微企业知识产权质押融资项目管理办法》；为促进知识产权保护和运用，加快提升产业核心竞争力，规范重点产业知识产权保护联盟的培育工作，颁布了《山东省推进重点产业知识产权保护联盟工作办法》和《山东省举报假冒专利行为奖励办法（试行）》等法律法规。

2 山东省民营小微企业自主创新困境与政策评价

2.1 山东省民营小微企业自主创新困境

(1) 高层次创新人才匮乏。创新型人才的稀缺是制约民营小微企业自主创新能力提高的关键因素。目前山东省民营小微企业难以吸引高学历人才，究其原因一是工资待遇低，发展空间不足等局限性。对现有员工的培训和培养力度不足，形式单一。

(2) 产学研沟通不畅。民营小微企业内部创新资源匮乏，

开封市人力资源结构与产业结构的协调适配度研究

诸葛锦元 高毅蓉

(山东工商学院, 山东 烟台 264005)

摘 要: 笔者通过比较2005—2017年开封市与全国三次产业结构比重的变化趋势得出: 与全国平均水平相比, 开封市产业结构变化相对滞后, 其中, 第一产业比重稳步下降, 第二产业比重在区间(40%, 50%)上小幅波动, 第三产业比重先呈稳态继而转为增势。同时, 从开封市三次产业从业人数的实际情况出发, 使用结构偏离度分析测度了产业结构与人力资源的适配现状。此外, 构建模型回归分析验证分析结果, 并在此基础上, 分析得出二者的相互作用机制, 最后提出合理建议。

关键词: 开封市; 人力资源; 产业结构; 结构偏离度

一、引言

新常态以来, 经济转型的热度空前高涨, 与此同时, 提质增效成为我国经济发展的本质要求。这就意味着, 我国经济发展不再局限于经济增长速度这个单一维度, 而是转变为综合把握速度、结构和动力这三条主线, 通过放缓经济增长速度、提倡创新驱动、进一步释放市场活力来不断推动经济结构优化。

然而, 经济结构的优化与产业结构的升级一脉相承, 产业结构升级又与人力资源息息相关。显然, 加快地区经济转型的关键在于协调人力资源结构与产业结构。河南省历来就是我国的农业大省, 目前正处在经济转型关键期。由于开封市是河南省经济发展的重要组成部分, 又因地理位置的特殊性, 所以对于中原经济区的发展而言同样不可或缺。但是, 目前开封市经济发展存在着诸多问题, 其中最突出的问题是人力资源与产业结构的协调适配性差。

张延平、李明生^[1]界定了协调适配度的不同等级, 把全国30个省市区域(不包括西藏)分别归为弱度失调、中度失调、低度协调和高度协调四种类型。吉冠秋^[2]在对云南省“十一五”以来的产业结构与人力资源就业结构的研究中, 虽然详细分析了三次产业从业人数的演进过程, 但却没有深入研究其中的问题也没有给出对策及建议。赵光辉^[3]在细分了人才的结构基础上, 研究了人才结构与产业结构的互动规律。吴中伦、陈万明^[4]构建了系统的区域人才结构评价指标体系, 并肯定了人才结构对区域经济发展的影响。倪进峰、李华^[5]研究了产业集聚——人力资本——区域创新能力的链式关系, 认为当地人力资本状况会影响协同集聚创新效应。唐辉亮^[6]以严密的逻辑推理和充分的论证揭示了目前我国各区域人力资本结构不完全匹配产业结构的高端化升级, 因而难以支撑产业结构转变为技术密集类型的矛盾, 但是缺乏对二者互动机制的探讨。

不难发现, 虽然国内很多学者对产业结构和人力资源的适配情况做了不同程度的研究, 但大多都只停留在国家和省份的层面, 很少对一级行政区划之外的领域进行研究。对于像开封市这类经济较为落后的地区的研究更是少之又少, 于是研究结论与实际应用相脱节的现象时有发生。鉴于此, 本文选取2005—2016年的数据对开封市人力资源结构与产业结构的偏离度进行分析论证, 并以此为基础, 深度剖析二者的协调适配情况。

二、开封市产业结构分析

2017年河南省GDP总量为44988.16亿元, 第一、二、三产业依次增加4339.49亿元, 21449.99亿元, 19198.68亿元, 相应的增长率分别为7.8%、4.3%、7.3%、9.2%(以去年为基期)。三次产业结构比重为9.6: 47.7: 42.7。与去年相比, 第三产业增加值在GDP总量中占比提高了0.9%, 增加值的增加速率提高1.5%, 人均生产总值47130元, 增长了7.4%。与此同时, 开封市2017年GDP增速为8.2%, 较之上年虽有下滑, 但增幅略高于全省平均水平(7.8%), 居全省第7位。然而, GDP总量仅1934.95亿元, 在全省18个市中位列13。三次产业结构为15.1: 40.4: 44.5, 二、三产业比重差距不大。

开封市是河南省下辖地级市, 共辖龙亭区、鼓楼区、金明区、禹王台区、顺河回族区、杞县、尉氏县、通许县、兰考县、开封县五区五县。开封市位于中部地区, 经济发展水平相对落后。2005年, 开封市的三次产业结构为29.7: 40.2: 30.1。第二产业比重最大, 一、三产业所占比重相仿。显而易见, 近年来, 开封市第一产业比重下降, 二、三产业比重持平几乎已成常态。2016年第三产业比重首次超过第二产业, 虽然二、三产业差距甚微, 但“三二一”型的产业结构已初步形成。随着产业结构的继续调整, 开封市的经济发展有了明显进步, 但尚未达到国内人均GDP水平, 同时和省内其他城市相比仍有差距。下面详细分述开封市的三次产业结构的量和质。

1. 2005—2017年各产业结构量的变化



图1 开封市三次产业结构比重趋势

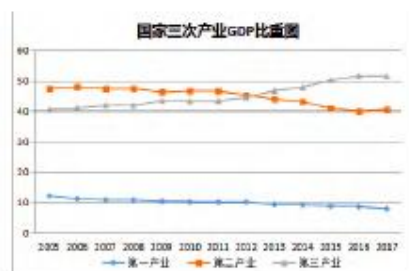


图2 国家三次产业结构比重趋势

12. 周滨 大学校园个体商户生存现状及发展对策研究

服务体系
Service System

大学校园个体商户生存现状及发展对策研究

Research on the Survival Situation and Development Countermeasures of
Individual Merchants in Campus

周滨

(山东工商学院, 山东 烟台 264003)

ZHOU Bin

(Shandong Technology and Business University, Yantai 264003, China)

【摘要】在大学校园内,存在着许许多多的个体商户,他们经常出现因恶性竞争而最终导致倒闭的情况,这不仅严重影响了校园内个体商户的发展,也影响了学生对于物质文化生活的更高需求。论文通过实地调研的方式,对烟台市主要高校内的商家进行实地走访,得出通过减少同类商户的数量、做好进销存记录、进行多元化宣传、各商家之间进行合作共赢以及推行微型快递来改善校园个体商户的发展问题。

【Abstract】In the campus, there are many individual businesses, which often go out of business due to vicious competition. This not only seriously affects the development of individual businesses on campus, but also affects students' higher demands for material and cultural life. Through field research, this paper conducted field visits to merchants in major universities in Yantai City, and concluded that the development of individual merchants on campus could be improved by reducing the number of similar merchants, making inventory records, carrying out diversified publicity, carrying out win-win cooperation among merchants and carrying out micro-express.

【关键词】大学校园;个体商户;生存现状;发展对策

【Keywords】campus; individual merchants; survival situation; development countermeasures

【中图分类号】J524

【文献标志码】A

【文章编号】1673-1069(2019)05-0121-02

1 引言

从国家市场监督管理总局获悉,改革开放40年,我国个体工商户的数量增长了500多倍。据国家市场监督管理总局统计,1978年全国个体经营者只有14万人,私营企业在允许登记后的1989年,总数也不过9.05万户。到2018年十月底,全国实有个体工商户7137.2万户、私营企业3067.4万户,分别增长了500多倍和338倍^[1]。

2 生存现状

在对山东工商学院、烟台大学、鲁东大学、滨州医学院等几所高校内个体工商户的调查过程中发现,校园内的个体工商户种类繁多,其中餐饮类商户最多,其他由超市、打印社、美容美发、药店、快递点、洗衣店、数码店、书店等组成;在经营人员方面,店家经营人员均较少;在成立年限方面,0~3年店家最多,我们调查到由于校园房租较高,新店开业后生意不景气等原因,很多店家出现开业不到半年便入不敷出被迫停业转让的现象,校园内个体商户生存年限过低;年收入方面,多数店

家年收入在5~15万元,校园内店家由于店面经营能力都较小,在营业收入不会出现特别高的现象;在宣传方面,绝大多数为广告牌宣传和宣传单页宣传,广告牌宣传范围有限,学生在就餐路上会接到各种各样的传单,对于传单早已麻木,因此广告牌和宣传单页宣传效果不太明显,少数商家开始使用网络宣传,但也仅仅是微信朋友圈与QQ空间宣传;所有商家全部可以微信支付付款,少数商家使用扫码枪;在进销存记录方面,绝大多数商家依旧是采取缺少什么货物补充什么货物,没有库存进销记录,只有极少数商家对进销存存有记录。

表1 经营人员数量占比

经营人员数量	2~3人	3~5人	5人以上
经营人员数量占比	87%	9%	4%

表2 成立年限占比

成立年限	0~3年	3~5年	5年以上
成立年限占比	65%	30%	5%

表3 年收入占比

年收入	5万以下	5~15万	15万以上
年收入占比	5%	70%	25%

【作者简介】周滨(1997-),男,山东德州人,在校大学生,从事工商管理研究。

共享经济发展存在的问题及对策探讨

王正宇 李 勇

(烟台大学 经济管理学院, 山东 烟台 264005)

【摘 要】近年来,共享经济弥补了传统经济模式中无法涉及的利基市场,解决了人们的需求难题,方便了百姓的生活。探讨共享经济的内涵、特征,分析其发展现状,发现还存在过度化趋势明显,行业矛盾冲突较严重,社会补贴逐渐取消,消费者粘性减弱,社会信用体系不完善,市场监管缺位,信息风险大等问题。提出以下对策建议:完善市场准入和竞争制度,打造公平的市场竞争环境,加大政策支持力度,推动社会信用体系建设的不断完善,建立全方位监管治理体系,加强信息安全的管控。

【关键词】 共享经济; 信息安全**【中图分类号】** F49**【文献标识码】** A**【文章编号】** 2095-3283(2019)06-0044-03

Discussion on Existing Problems and Countermeasures in the Development of Sharing Economy

Wang Zhengyu Li Yong

(School of Economics and Management, Yantai University, Yantai, Shandong, 264005)

Abstract: In recent years, the sharing economy has made up for the niche market that cannot be involved in the traditional economic model, solved the problem of people's needs and facilitated people's life. Discuss the connotation and characteristics of sharing economy and analyze its development status. It is found that there are still some problems. Such as an obvious trend of excess, serious industrial conflicts, gradual elimination of social subsidies, consumer stickiness, imperfect social credit system, Absence of market supervision, and high information risk.

Keywords: Sharing Economy; Information Safety

一、共享经济内涵及特征

共享经济是以追求经济利润为目的,依托于互联网技术,整合社会闲置资源,从而实现点对点服务的一种新经济模式。它弥补了传统经济模式中无法涉及的利基市场,解决了人们的需求难题。如共享单车缓解了“最后一公里”的难题。

多样化的共享经济大都具有三个重要特征:1. 利用平台。共享经济基于互联网技术形成新的平台,在此平台上信息共享共通;2. 高效便捷,依托于电子信息技术,消费者可以跨越时间、空间的局限,根据需求变化,灵活调整应对措施,降低最小机会损失;3. 双权分置,以租代买。部分转让闲置产品的使用权,从而实现了资源利用率最大化。

二、共享经济的现状

《中国共享经济年度发展报告(2019)》的数据显示,2018年我国共享经济交易规模同比上涨41.6%。共享经济参与人数持续增长。但共享经济领域融资规模首次出现负增长,同比下降23.2%。共享经济作为一种新

兴的经济模式,虽然当下的发展速度有所放缓,但依旧充满活力,前景光明。

在共享经济发展的初期,产品类型单一且主要以闲置二手物品交换为主,过去的几年中,大量的共享产品涌入市场,生活、工作、娱乐等方面都有所涉及。越来越多的人开始享受共享经济给生活带来的改变,网约车的出现改变了过去打车难、打车贵的状况。共享洗衣机、共享自动售货机的出现,节省了时间。共享单车不仅锻炼了身体,还践行了绿色生活的环保理念。共享产品风靡一时,成为热点话题及生活中重要的工具。当下,共享经济正逐渐渗透到人工智能等互联网高新技术产业当中,并在其中发挥着重要作用。

随着共享经济的蓬勃发展,一系列社会问题逐渐暴露,一些商人过度追逐利益导致共享行业乱象丛生。一方面,共享充电宝、共享马扎等进入公众视线,这些产品是否符合质量标准,是否具有市场尚未得到肯定;另一方面,某共享单车品牌在短时间内发生的剧烈变动引起了社会各界对共享经济前景的质疑和忧虑。

【作者简介】王正宇(1998-),男,汉族,山东威海人,学士学位,研究方向:工商管理;李勇(1979-),男,山东菏泽人,博士,副教授,硕士生导师,研究方向:顾客满意度、小微企业。

【基金项目】烟台大学大学生科技创新基金(项目编号:54496)。

烟台苹果行业营销渠道优化研究

梁群 万腾腾

(烟台大学经济管理学院, 山东烟台 264000)

摘要: 苹果产业是烟台农民增收的支柱产业, 具有独特地位和优势。但是随着陕西、甘肃、新疆等新苹果产区的崛起, 烟台苹果市场面临的竞争越来越激烈, 外部环境也越来越严峻, 在苹果应季市场经常会出现“售难”问题; 因此, 对营销渠道进行优化意义重大。

关键词: 烟台; 苹果行业; 营销渠道; 渠道优化;

中图分类号: S661.1

文献标识码: A

文章编号: 2096-4609 (2019) 17-050-002

一、烟台苹果营销渠道现状

走访调查所得, 烟台市果农主要采用以下三大类营销渠道进行果品销售: 果农+消费者的直销模式, 果农+专业批发市场模式, 果农+合作组织模式。

其中农户+消费者模式是最传统的线下模式, 但是目前采用人数不多; 线上模式是随着互联网兴起的, 普及范围较少, 发展不太成熟; 农户+专业批发市场使用范围最为广泛, 也是果农认可度最高的渠道模式; 其中农户+(基地)+农业合作社模式是国家支持、政策倾向的一种渠道模式, 虽然比例逐年增加但是果农的认可度不高; 以龙头企业为依托的农户+(基地)+龙头企业模式相对稳定, 企业盈利农民受益, 但是市场占有率较小。

二、烟台苹果营销渠道存在的问题及原因分析

(一) 市场信息传播途径堵塞, 果农获取交易信息的能力低

烟台苹果种植大多以家庭为单位的小户经营模式, 使农民在市场上一直处于弱势地位。农民相对于其他职业, 劳动强度大, 收入低, 年轻劳动力大多选择外出打工, 农村劳动力的流失严重, 现在留在土地上的人大多年龄偏大; 造成农民整体素质低, 对新事物接受较慢, 获取市场信息能力差等问题。造成对市场信息的把握具有盲目性和盲目性, 降低市场稳定性。

(二) 渠道上游组织规模化程度低

政府鼓励专业合作社发展的目的就是解决“小生产与大市场”之间的矛盾, 但是目前的农业合作社本身就存在许多问题, 不能发挥该发挥的作用, 主要原因有: 以行政手段建立起来的合作组织并不一定符合当地市场或农民的需要, 有些组织的成立甚至侵害到果农的利益; 甚至有一些市场主体利用合作社来控制资源, 降低了整个苹果市场流动性; 农村市场没有完备的市场竞争机制, 缺

乏公开公正的交易环境。

(三) 批发市场职能匮乏

虽然批发市场周边的冷库基本满足市场所需, 但是缺乏完备的冷链运输机制, 苹果出库以后, 在运输途中极易出现损耗。目前烟台苹果的批发市场大多只行使最简单的批发交易功能, 环境简陋, 管理机制不健全, 只能进行简单的分拣与包装, 没有质量检测和配套服务功能, 与发达国家相比, 职能匮乏严重。

(四) 销售渠道单一, 以果商收购为主 这种渠道模式中环节多, 对渠道成员协调性要求高。在该种模式下果农和果商都有利益风险: 一方面, 主观上果农整体素质偏低, 市场意识薄弱, 客观上果农生产规模狭小, 经济实力不强, 没有谈判优势。另一方面, 产地市场对外地果商的利益维护不到位, 由于渠道特性以及市场环境的影响, 使果农、导致果商与店主之间利益产生冲突。产区政府职能部门应当完善市场保障体系, 维护三者利益, 确保交易顺利进行。

(五) 营销渠道成员之间冲突激烈

烟台苹果营销渠道冲突大多为垂直冲突(也称渠道上下游冲突)。产生冲突的主要原因是渠道成员目标不一致。大多数渠道成员之间是一种暂时的交易关系, 他们在进行交易时更看重眼前的利益, 每次议价都是为了获得相邻级别渠道成员的部分利益, 越靠近县乡这种问题发生的概率越大。渠道成员加入或退出市场的成本很低, 缺乏强有力的约束。长此以往, 会影响整个烟台苹果行业的发展。

(六) 网络渠道的发展受到诸多因素的制约

虽然网络渠道的优势突出, 但市场占有率少。主要体现在以下两个方面。其一, 受自身素质的局限性, 果农对新事物接受能力慢, 传统的生活习惯、耕作方式、价值观念没有改变, 对电商陌生。其二, 门户网站建设不完善。虽然这几年烟台苹果有许多网络

销售途径, 但是由于网站的运营者不够专业, 导致网站设计缺乏新意, 没有专业的烟台苹果及苹果周边产品专营网站, 影响烟台苹果的知名度以及产品档次地提升。

三、烟台苹果营销渠道优化的策略和措施

(一) 培育和创新烟台苹果营销渠道上游主体

上游主体生产分散、农民组织化程度低是解决烟台苹果营销渠道问题的根源。要想解决这些问题, 必须提高果农的组织化程度, 提高其在整个渠道环节的谈判能力, 改变弱势地位, 从整体上提高上游主体的市场竞争力, 从而解决小生产和大市场需求的矛盾。

1. 实施苹果行业产业化战略

增强上游主体组织性可以提高市场竞争力, 开发其分销能力, 使产业链成员获得更多利润。需要做到以下几点: ①加强对果农的培训, 提高农户综合素质。烟台各地政府和服务组织, 定期组织果农进行培训, 使其掌握先进的生产种植技术, 提高苹果质量和产量; 同时还需要对市场专业知识进行传播和培训, 让其了解市场运行规律, 掌握分析和处理信息的能力, 跟上经济发展的步伐。②建立适应苹果产业化经营的社会服务体系, 延伸产业链条。

2. 完善合作组织运行机制, 促进合作组织发挥功效

相关组织应撮合果农、合作组织与果品贸易公司等合作, 使其发挥聚集效能。同时在技术资金等方面给予一定的支持, 为合作组织吸引优秀人才, 完善其运行机制。①合作社的建立必须遵循“入社自愿、退社自由”的原则, 让果农认识到合作社能够对苹果的产、供、销起到引导作用的一般事实。②对合作社进行正规化管理, 引用社员代表大会、监事会和理事会制度, 依照法律法规制度与现实情况相符的规章制度, 双管齐下, (下转第 75 页)

共享单车发展探究^{*}

□ 田玉洁, 李 勇

(烟台大学 经济管理学院, 山东 烟台 264005)

【摘要】在互联网技术被广泛使用的当今社会,共享单车及其发展成为人们关注的热点话题之一。共享单车凭借其自身的优势迅猛发展,各色单车几乎遍布大街小巷,但随着共享单车的发展,共享单车存在的问题也显现出来。文中主要探讨共享单车发展存在问题及其相应的对策。

【关键词】共享单车; 存在问题; 对策

【中图分类号】 F491.2

【文献标识码】 A

【文章编号】 1674-4993(2019)08-0151-02

Research on the Development of Sharing Bicycles

□ TIAN Yu-jie, LI Yong

(School of Economics and Management, Yantai University, Yantai 264005, China)

【Abstract】 In today's society where Internet technology is widely used, sharing bicycles and its development have become one of the hot topics of concern. Sharing bicycles have developed rapidly with its own advantages, and all kinds of bicycles are almost all over the streets, but with the development of sharing bicycles, the problems of its have also emerged. The existing problems in the development of sharing bicycles and its corresponding countermeasures are mainly discussed in this paper.

【Key words】 sharing bicycle; existing problem; countermeasure

1 共享单车内涵

共享单车是由政府、企业或个人提供的公共自行车,方便出行为其宗旨,使用时需支付一定租金的新型出行工具。

2007年,我国从欧洲引入共享单车。起初,共享单车是政府经营的有桩单车。现已发展成为由个人、企业主导的无桩共享单车,凭借其低碳环保、随走随停的优势,它深受消费者的喜爱,既方便了人们出行,又解决“最后一公里”问题。自2016年,共享单车发展迅猛,许多品牌的单车涌入市场,几乎遍布大街小巷,短时间内出现了30多种品牌,如:摩拜单车、哈罗单车、ofo共享单车、小鸣单车等。

2 共享单车发展存在问题

随着移动互联网、大数据、云计算等技术的发展,共享单车发展迅速,但在其发展过程中也存在不少问题,本文指出共享单车发展存在问题如下:

2.1 共享单车分布不均

共享单车迅猛发展的初期,许多企业为了占据市场份额,争先恐后地涌入市场,各大品牌的单车大量投入市场。起初,共享单车主要分布在一二线城市,北京是第一个投放共享单车的城市,随后扩展到二、三线城市。由于投放数量大,导致部分地区供大于求,出现资源闲置的问题,使得资源不能被充分利用,大量的闲置单车被堆放在路边,挤占车道,影响交通,而

有部分地区的共享单车却供不应求,消费者在需要时却很难找到一辆单车。共享单车在各地区投放不合理,使得单车的利用率降低,管理人员的管理难度加大,行业的收入降低。

2.2 押金退还不及时甚至不退还

押金,无疑是消费者关注的热点问题,尤其对于大学生来说。消费者在使用共享单车时,需交押金作为担保,在一定程度上,押金能够督促消费者文明用车,如单车被破坏,则押金作为对生产者的补偿。一般情况下,消费者使用完单车就可以把押金退回,但是退回押金手续繁琐且需要一定的处理时间,一般24小时到账,消费者为了避免每次交押金、退押金繁琐的程序,一般不将押金退回。但随着单车使用数量的增加,越来越多的押金存放在企业手中,企业高层管理者用此来扩大企业的规模或者进行再投资的可能性非常大,使得流动资金减少,使得在其生产状况不佳的情况下,消费者所交的押金可能有退不出来的风险,出现押金“打水漂”的现象,给消费者带来一定的损失。比如ofo共享单车,在其宣布破产的时候,千万人在APP、支付宝排队或去公司所在地进行押金的退还,但根据《破产法》的规定,破产清算清偿要按照先后顺序进行,由于押金属于无担保的债权,其比员工工资的发放更靠后,所以退回押金的可能性较小,这无疑会引起更多的关注。

2.3 共享单车破坏严重

【收稿日期】 2019-06-15

【基金项目】 烟台大学大学生创新创业训练计划项目;烟台大学大学生科技创新基金(54496)

【作者简介】 田玉洁(1997—),女,山东章丘人,2016级国际经济与贸易专业学生。

李 勇(1979—),男,山东菏泽人,博士,副教授,硕士,研究方向:顾客满意度、小微企业。

浅析小额贷款公司财务风险管理

烟台大学经管学院 徐天航

摘要:近几年以来,在政府和有关部门大力推动小额信贷的发展,推出了小贷新型企业组织模式,并在全省开展小额贷款公司的试点。当前小贷组织模式刚开始起步,面临着众多潜在风险,归根究底风险产生的后果会直接影响企业财务成果,因此健全财务风险体系是解决问题的关键所在,也是小额贷款模式发展的有利保障。本人在结合所学的专业知识,并基于大量的参考文献的基础上,以某小额贷款公司为例,探讨现阶段小额贷款公司的现状,分析产生问题的原因,以期给小额贷款公司财务风险管理提供借鉴。

关键词:财务风险 途径 管理 成果

DOI:10.16266/j.cnki.cn11-4098/f.2019.15.096

一、金融企业财务风险管理概述

(一)金融企业财务风险含义

财务风险管理是一种预示性的概念,表示对于未来企业经营发展的一种不确定性,表示某种风险发生之后会对企业的收益或者损失造成一定偏离期望值或者是预期的可能性,也表示为企业对于将来的发展方向及分析的态度和看法。研究财务风险是研究金融企业发展问题的重要组成部分,将财务风险降至最低使金融企业承担的风险更小,其本质特征是有预测性地、积极地进行事前管理。认真分析金融企业的财务风险问题,有助于帮助金融企业明确目标,能够有意识地规避风险,科学地构建风险结构,稳健地获取风险报酬。多年来经历了的金融危机让我们能够对金融风险有一定的认识,也对很多金融企业的风险意识有了更高的要求。

(二)金融企业财务风险种类

总体来说,在实际工作当中,金融企业的财务风险有以下几个大的方面:

1.潜在交易对手的风险

也就是信誉风险,指的是双方所签订的合同可能因对方缺乏责任感而导致不履行义务的可能性,包括期货期权及其结算过程,交易对手因为违约给金融企业带来财务损失。很多金融企业因为发放贷款或者进行场外交易时因此面临信誉风险。

2.经营风险

通常因为财务信息系统的失灵、业务流程的中断、内部控制失效而导致的经营风险,亦或是由于企业成本的压力所迫,减少审核及复核的次数,大大降低了经营的安全性,使经营压力变大。

3.市场风险

市场是随时变化的,有一定的波动和周期,所以对于金融企业来说很难控制市场行情,许多金融企业因为市场的波动没有做出合理的判断从而引发自身的危机陷入困境,给自己带来

麻烦。

(三)金融企业财务风险管理内容

随着我国金融业的不断改革,小额贷款公司作为一个新型小型金融企业,在全国大多数省份的试点工作已经展开,截至2018年12月31日,全国成立小额贷款金融公司机构数量达几千家,贷款余额达几千亿元。以山东省的某小额贷款公司为例,去年2018年整整一年,该公司累计发放贷款5560万元,荣获当年区政府的“先进民营企业”的称号。伴随小贷行业的迅猛发展,制约小额贷款公司发展的因素逐渐凸显,如法律法规制度的不健全、风险管理缺失等,这些因素的存在为企业的发展埋下隐患,更为甚者财务风险管理一直是小额贷款公司的劣势,所以,建立健全小微公司的财务风险管理体系,切实解决制约企业发展的瓶颈问题,保障小额贷款行业健康发展,才是当下对金融型企业的的首要问题。

在目前的经济下,省政府虽文件大力支持金融贷款企业的发展,但相对于发展比较成熟的银行、保险等金融机构,小额贷款公司依然存在许多不确定性的财务风险。现阶段存在很多分散、短期、无担保的金融需求,小额贷款公司的出现为他们带来机会。由于小额贷款公司正处于发展初期,金融风险管理体系不完善,如何在考虑企业财务风险的同时,实现企业利润最大化。利润最大化是每个企业追求的最终目标,本人在专业知识和阅读的大量参考文献帮助下,以我省济南地区的某小额贷款公司为例,来分析小额贷款公司在财务方面存在的风险。本文从筹资风险、投资风险、资金回收风险,和财务操作风险对某小额贷款公司存在的财务风险加以阐述,并分析形成原因,就防范管理措施进行论述。

本文的研究目的是在财务管理风险理论的指导下,结合山东省某小额贷款公司的发展特点,从新的角度探索适合小额贷款公司的财务风险防控体系。最后,财务风险防控体系的完善是企业获取竞争优势的重要因素,也是企业快速发展的前提。同时也为我国其他小额贷款公司及相关学者提供参考。

返乡农民工稳定非农就业的影响因素研究

山东工商学院 刁燕霞 高毅蓉 邵皓怡 刘文慧 王洪云

摘 要:随着供给侧结构性改革的不断推进和去产能任务的落实,农民就业受到很大影响。近几年大量的农民工返乡,使我国当前的就业形势异常严峻。返乡农民工就业存在一系列的困难和问题,尤其是非农就业的机会少且竞争激烈。通过走访调查、发放问卷的方法对返乡农民工的再就业现状进行调查,深入了解了返乡农民工稳定非农就业的影响因素。采用多元回归分析的方法对数据进行分析,并得出农民工个人因素、农村的变化、农业的不稳定性等是影响返乡农民工稳定非农就业多重因素的结论。

关键词:返乡农民工;返乡农民工就业;非农就业

基金项目:本文为山东工商学院2019年大学生创新创业项目“返乡农民工稳定非农就业的影响因素研究”(20191168076)的阶段性研究成果。

从改革开放到现在,我国的农业和农村建设经过了四十多年,农民工为我国的现代化建设视野做出了巨大的贡献,日益成为影响我国经济和社会发展的一个特殊群体。由于产业梯度和区域经济的发展,还有劳动密集型企业的转移,带来的是农民工在城市中的生存困难问题。与此同时,我国为解决就业问题,提出了“大众创业,万众创新”的鼓励政策,这就直接影响了农民工的返乡数量以及返乡农民工回到家乡以后的就业选择。

农民工返乡是农民工外出打工的派生现象或者说是必然结果,在中国外出打工的农民工现在已经在陆续返乡,可以说是一种自然的、必然的现象,现在也已经引起了学术界的广泛关注。2008年的金融危机导致农民工返乡的大潮,从民工潮变成了民工荒,而在2015年的供给侧改革中,劳动密集型企业的关闭带来的更是一场严重的农民工返乡热潮。返乡农民工在返乡之后的就业选择是本文的研究重点,原因是他们在外的打工生活,让他们有了很强的非农化倾向,并且手中也会有相应的技术和资金。但是现状是大部分的农民工返乡之后没有稳定的工作,也没有从事农业,本文基于这样的现状进行分析,找出返乡农民工稳定非农就业的影响因素,并提出切实可行的对策。

一、文献回顾

学术界对于农民工返乡的影响因素已经进行了较为深入的分析,他们认为返乡农民工的返乡决策不仅受到其人力资本的影响,也与家庭因素、社会交往需要、联系以及输出地的经济发展程度有关(胡帆,史宇鹏,2012)。农民工基于现实需求返乡之后需要从头开始,根据以往学者的研究发现,大部分的返乡农民工都会选择非农就业,其中包括从事第二、第三产业或者是创业。

部分学者认为农民工选择非农就业的影响因素中,最主要的是家庭到邻近城镇的近距离,其次是农民工所在自然村的非农人数,最后是行政村中的企业数目(刘纯彬,俊威,2009)。而在基于地区分析的文献中,学者认为年龄、文化水平、培训次数是影响非农就业的关键因素,返乡农民工在家乡的社会关系网络也会影响他们的就业选择,此外,学者认为性别也是影响返乡农民工非农就业的关键因素(李玉,中鹏,2018)。

综上所述,之前的学者对于返乡农民工的家乡的社会网

络以及家乡的环境分析较多,但是对于返乡农民工自身的经历、技能等未进行分析。所以本文在此基础上,对返乡农民工在城务工的经历、自身的转变、社会导向进行分析,找出返乡农民工稳定非农就业的主要影响因素,并提出对策。

二、数据搜集与描述性统计

(一)数据来源

本文问卷调查主要分为两个阶段:首先搜集与研究主题相关的文献资料,研读大量文献,在借鉴现有研究成果之上,设计返乡农民工稳定非农就业的问卷表,在临沂沂水县通过访问调查,选择30位返乡农民工进行小规模测试,运用可靠性和验证性因子分析等技术,对收集的数据进行初步分析,修正测量模型和问卷,对问卷中的相应题目进行适当增删和删减,最后进行大规模问卷发放工作,问卷调研的起止时间是2019年3月至2019年5月,接受调查的对象是烟台、临沂、泰安等地市所属的乡镇返乡非农就业农民工。问卷通过实地调查和微信平台形式发放,三个地市共发放问卷673份,回收524份,回收问卷填写有较多遗漏和明显应付倾向的问卷57份,得到有效问卷467份。

(二)样本统计

为了了解样本的结构特征,项目小组成员运用SPSS软件对返乡农民工性别、年龄、文化程度、所需赡养人数、先前经验等变量进行了描述性统计,如表1所示。

(1)年龄对稳定非农就业的影响

从调研数据来看,农民工返乡选择非农就业的年龄特征:主要集中在31-50岁年龄段,这些人年轻时在外打拼,积累经验和资本,返乡后不愿再从事农业工作。

(2)文化程度对稳定非农就业的影响

从实际调研数据来看,文化程度对返乡农民工是否选择非农就业有较小影响,虽然返乡农民工的文化程度普遍偏低,但并不阻挡返乡农民工从事非农就业。

(3)所需赡养老人人数对稳定非农就业的影响

赡养老人人数是影响返乡农民工选择非农就业的一个重要因素。只需赡养一个老人的农民工最少,赡养2个和3个老人的农民工最多,由此可见,返乡农民工迫于家庭压力,选择非农就业成为一种更好出路。

(4)先前经验对稳定非农就业的影响

问卷中,先前经验是用返乡农民工在返乡前是否参加过职业培训或跟他人学习过技术这一指标衡量的。调查数据显示,37.9%的返乡农民工有过非农经验,62.1%的返乡农民工没有非农经验。当今社会高速发展,生活越来越智能化,返乡农民工的思想观念不在保守与单一,越来越多的返乡农民工把从事非农就业作为实现自我价值的重要渠道。

三、实证分析

(一)回归分析

为了进一步明确返乡农民工的个人信息、先前工作经历等要素对其稳定非农就业的影响程度,以返乡农民工的婚姻状况、年龄、文化程度、赡养人数和家庭年消费的各指标作为自变量,以非农就业人数作为因变量,性别、先前工作经验和农村环境作为控制变量,进行多元回归分析,根据回归结果中的检验系数,揭示各指标对返乡农民工稳定非农就业影响的大小程度。(见表2)

回归系数 $R^2=0.87$,表明返乡农民工稳定非农就业不仅受

校园快递配送模式服务评价

□文 / 董雪宇 褚悦 张兆珍 郭圆圆

(山东工商学院工商管理学院 山东·烟台)

[摘要] 随着互联网技术与快递行业的迅速发展,校园快递配送模式成为影响客户满意度的重要因素。本文建立校园快递配送模式服务评价指标体系,采用层次分析法进行评价,以山东工商学院为例,研究不同模式下的服务满意度。结果表明:最受欢迎的校园快递配送模式是智能自提模式。

关键词: 校园快递;配送模式;层次分析法

资助项目: 国家级大学生创新创业训练计划项目(编号:201811688035)

中图分类号: F259.22 **文献标识码:** A

收录日期: 2019年6月2日

互联网经济的繁荣发展带来快递业务的迅速增长。为了与校园规划相适应,更好地满足大学生签收快递的需要,大学校园内部出现多种快递配送模式。陈佳伟、刘文君研究了代理入驻、学校监管和学校直接代理两种模式,并对两者的优势进行分析,得出代理入驻、学校监管模式更有效的发挥学校与代理商的优势,更加符合学校根据实际情况制定的更好地满足全校师生需求的快递服务方案。李道国、李欢引入层次分析法对六个具有典型代表的物流公司从客户满意度、工作效率和相对有效性三个维度对快递公司进行评价。胡玉洲、邓玲对不同校园快递配送模式在提高校园快递服务质量方面产生的不同影响进行研究,并结合惠州学院具体状况提出了借助现有的学校与企业合作建立的配送中心平台,整合校园内的其他商家,建立校园网上购物超市,由配送中心统一配送货物的校园发展建议。国内研究大多是对企业校园快递服务质量进行分析,较少涉及到顾客对校园快递配送模式的满意程度对企业发展产生的影响的分析。

本文针对山东工商学院现有配送模式服务满意度为评价标准,构建指标体系,采用层次分析法对模型进行评价,以求能够找出适合学校的配送模式。

一、配送模式分析

根据《校园快递行业发展报告(2016)》显示,其中与山东工商学院实际情况相结合得出以下4种模式:

(一) 物流数据平台模式:该模式以菜鸟驿站为主要代表,供驿站代收、代寄包裹业务,在校园内拥有运营网点,入驻商家有韵达、中通、圆通等,营业时间为

8:00-22:00。

(二) 上门服务模式:该模式以顺丰速运为代表,在校内未设立营业网点,通过网络、电话或者短信预约上门取件、派送快递等,营业时间为8:00-18:00。

(三) 智能自提模式:“近邻宝”快递服务中心入驻学校,与各大诸如的快递公司合作,工作人员在签收快递投放至快递柜时,手持终端机自动向客户发送签收短信,学校师生通过验证码自助领取货物,智能快递柜为24h自助取件。

(四) 分散自提模式:诸如申通、百世快递等物流公司,在校内设置专门的营业网点或者与校园内商铺合作开展收发快递业务,营业时间为9:00-21:00。

二、基于AHP的校园快递配送模式服务评价体系

层次分析法(AHP)是美国运筹学家 Saaty 教授提出的,是指将与决策问题有关的元素分解成目标、准则、方案等相关层次,并且以此为基础进行定性分析

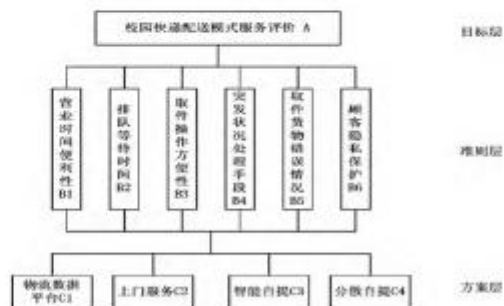


图1 校园快递配送模式服务评价递阶层次结构图

某饮品公司在长春市场推广问题与对策研究

张云爽

(山东工商学院工商管理学院)

摘要:随着人们生活水平的不断提高,我国含乳饮料行业迅速发展。在这样的环境下,全国性乳品企业不断扩张市场,抢占各地方市场。某饮品公司系列产品由于品质高、养胃、助消化等优点,自推向市场以来,在国内很多地区都得到推广。近期某饮品公司系列来到长春市场进行推广。本文通过长春市含乳饮料市场需求分析和竞争分析,某饮品公司长春市促销策略分析,从而总结出某饮品公司长春市市场推广存在的问题与对策。

关键词:市场推广;市场细分;含乳饮料;某饮品公司

一、某饮品公司系列产品简介

(一)简介

某饮品公司有限公司是建于1997年的股份制公司,位于山东半岛最东端,一面接陆,三面环海。已投产运营的工业园占地30亩,拥有各类灌装生产线6条,年加工能力4万吨。同时公司先后与国际大型连锁超市家乐福、沃尔玛、大润发、乐购、和国内大型连锁超市大商集团、北京联华、南京苏果、山东家家悦等超市建立了合作关系。某饮品自投放市场以来,以其优质的品质赢得了广大消费者的欢心。

(二)“养味”系列产品简介

公司现生产产品四大系列20多个品种,系列主要是绿养味系列中性奶、蓝养味系列72小时发酵乳饮料、藏秘灵菇发酵型酸奶、培尔先生。在长春市场主推的是绿养味系列和蓝养味系列。绿养味系列为220毫升玻璃瓶包装,产品由牛奶及水果原浆调和而成。含牛奶成分且水果原浆最大限度保留水果纤维。口味分为草莓、椰子、香蕉、零脂肪、哈密瓜五种。蓝养味系列72小时发酵乳饮料分为330毫升常规装和1000毫升家庭装,产品经72小时长时间发酵,产生的乳酸,能起到增加人体肠胃的作用。口味分为原味、百香果、草莓三种。

二、长春市含乳饮料市场分析

含乳饮料是一种常见的营养型饮料,分为中性型乳饮料和酸性乳饮料。中性乳饮料主要以水、牛乳为基本原料,加入其他风味辅料,也就是绿养味系列。发酵型乳饮料是指以鲜乳或乳制品为原料经发酵,添加水和增稠剂等辅料,经加工制成的产品。由于杀菌方式不同,可分为活性乳酸菌饮料和非活性乳酸菌饮料。蓝养味系列72小时发酵乳饮料是活性乳酸菌饮料。

(一)长春市含乳饮料需求分析

2017年末,长春市全市户籍总人口为748.9万人。其中,市区人口438.3万人。长春是近海沿边开放城市,近年来,长春经济率先在东北地区从低速增长区间回到合理区间,经济增速持续领跑东北四市。

长春市是一个多民族的地区,特别是满族、朝鲜族、蒙古族等生活聚居区较多,出产的特产也有别于其他地区,形成了吉林人特有的饮食文化和习惯。因为少数民族的影响,含乳饮料在长春区域有着良好的销售市场。当前长春市场月整体含乳饮料销量在500万左右,一年销量六七千万。不仅在儿童

群中流行,在青年、中年群体也广受欢迎。

(二)长春市含乳饮品竞争分析

某饮品在长春市主推的蓝绿两个养味系列含乳饮料均为常温乳制品,在常温乳品竞争层,某饮品在长春及周边地区含乳饮料市场的竞争对手可分为三种类型:

1. 全国型

全国型一般规模较大、品种较全,市场占有率较高、知名度较高、美誉度较高,多为大型企业。在长春及周边乳品市场上有光明、伊利、蒙牛等著名企业。

2. 区域型

区域型一般规模适中,品种较多,区域内市场占有率较高,知名度较高、美誉度一般,多为中小企业。在长春及周边乳品市场上有广泽、完达山、宏宝莱等实力较强的乳品企业。

3. 地方型

地方型一般规模较小、品种较少,市场份额较小,知名度与美誉度不高,多为地方小企业。在长春及周边乳品市场上有长白山、军垦、喜乐等实力较弱的乳品企业。

三、某饮品公司长春市促销策略分析

针对当前企业投入少见效快的大方向,应炒热局部市场,以点带面。针对性地找相对市场和人群作为主攻方向。初期主要以流通市场、校园店、小特产、便利店开始,后期进入KA卖场。

(一)引入期促销措施

1. 特价

流通市场、生鲜超市,是家庭型消费者离不开的场所,非常适合1000毫升家庭装大桶蓝养味的开展。2018年5月份,蓝养味在长春市每日生鲜连锁店针对家庭型消费者做连续15天的1000毫升家庭装特价活动进行引流。原售价13.5元的蓝养味家庭装特价9.9元。长春市每日生鲜七家店15天整体销售425箱(1×6瓶)结算22950元,在此活动中销量比上月提升了3倍,提升了消费者对喜盈门蓝养味的认可和关注,效果明显。但后期销量下滑较为严重。

2. 宣传展示

220毫升玻璃瓶主要针对学生型消费者,所以希望在大学、步行街、写字楼进行重点推广和宣传,在个体店进行重点陈列和广告宣传(易拉宝、宣传单、海报等)。原计划在当前所管控的1500家左右便利店,三步开拓,初期目标是在800家有

考虑客户分类的果品同城配送路径优化研究

——以山东××公司为例

郭圆圆, 李静宜

(山东工商学院工商管理学院, 山东 烟台 264005)

【摘要】 随着科学技术与经济的发展, 顾客的满意度对于商家的影响日益加剧。顾客对于产品的质量、个性化与交货期的要求越来越严格。对于果品同城配送路径优化问题的研究, 本文结合企业真实案例, 基于RFM模型对客户进行分类, 并运用节约里程的方法进行同城配送方案的选择, 从而优化配送的时间、路径与资源投入, 让果品更好地保存, 减少商家损失, 提高顾客购买的体验。

【关键词】 顾客分类; 路径优化; 同城配送; 聚类分析

【中图分类号】 F252

【文献标识码】 A

引言

我国是一个农产品生产和消费的大国, 水产肉类、果蔬等生鲜农产品产量连续多年居世界第一。由于我国经济的持续发展与居民生活质量的稳步提高, 居民的消费结构与需求也发生了巨大改变, 在生鲜农产品领域, 人们越发追求高质量的产品。对果品同城配送的路径进行优化研究, 可以减少配送的时间和配送的里程, 加快配送效率, 提高车辆利用率, 从而降低配送成本, 提高客户满意度。随着大数据时代的到来, 就物流行业而言, 大数据已形成一定规模, 其多样性、价值密度低以及实时性的特征对物流行业的发展是挑战也是机遇。在进行配送业务时, 对客户实行分类管理成为提高客户满意度的有效方法之一。识别和维护优良客户, 既避免了企业因资源分散而导致的浪费, 又促进了企业的长久发展。通过收集客户与企业交易而产生的数据并对其进行分类, 保证了客户分类结果的科学合理性, 也避免了侵犯客户隐私而带来的法律风险。

关于果品同城配送的问题, 国内外学者做了相关研究。1959年, Dantzig和Ramser提出车辆路径优化问题(VRP), 很快引起了物流科技、组合数学以及运输规划制订者的高度关注, 成为组合优化领域的热点。唐佩佩、冯晓威、宫英丽总结归纳了生鲜产品配送环节中存在的普遍问题, 并建立了电子商务环境下生鲜农产品同城配送路径优化模型, 应用遗传算法进行求解; 谭佩娟、刘蕊、郭泓、袁真研究了带时间窗的同城配送路径优化最小费用运输问题, 同时, 给出了某快递公司的货物配送实例并指出现实生活中配送的不合理之处; 刘丹霞构建了基于创新模式的同城配送路径优化模型, 并使用改进禁忌搜索算法对带时间窗的同城配送取货问题进行优化求解; 梁佩云构建了带有软时间窗和客户优先级配送的车辆路径优化模型并利用遗传算法进行求解, 提出最优配送路径选择方案; 邱洪全以厦门为例, 分析模型中促进城市同城配送与城市经济协调发展的关键影响因素, 并以投资比例、人才晋升方式和城市共同

配送的程度三个角度进行策略模拟, 并利用Vensim PLE平台进行仿真模拟。综上所述, 尽管很多研究从不同的角度来做出路径优化的方案, 但将客户分类与果品同城配送路径优化相结合的研究仍旧较少。

因此, 本文提出基于客户分类的果品同城配送路径优化研究方案并引入实例, 将客户进行分类, 再运用节约里程的方法对其进行配送路径方案的选择, 帮助企业正确识别客户价值, 提高运营效率。

1 问题描述

生鲜农产品在运输过程中随着时间的增加与温度的变化, 会影响商品的价值, 更严重的是影响人民群众的健康, 因此, 保证时间的有效性成为生鲜农产品行业发展的重点。而在配送过程中, 企业往往因为资源的有限性, 无法将所有用户的需求在第一时间满足。为了最大限度地保证客户满意度, 保留企业重点客户, 本文随机选取案例企业的三十位客户, 用K-Means聚类分析的方法将其分为优先服务客户以及普通客户, 并以其十位客户为例, 运用节约里程方法实现配送计划, 通过比较分析得出更科学的配送路线, 帮助案例企业节约资源, 提高效益。

2 理论依据

2.1 RFM模型

RFM模型是衡量客户价值和客户创利能力的重要工具和手段。在众多的客户关系管理的分析模式中, RFM模型是被广泛提到的。该模型通过一个客户的最近一次消费(Recency)、消费频率(Frequency)以及消费金额(Monetary)3项指标来描述该客户的价值状况。研究表明, 客户的R值越低, 那么它对企业的价值会越高; F值越高, 说明客户的购买频率越高, 则对企业的价值越高; M及客户消费的金额, 其值越大, 表示顾客的价值越大。一般来说, 通过比较各类客户的RFM均值以及总RFM均值, 单个指标的大小对比结果可以实现客户的重要性

【收稿日期】 2019-09-27

【作者简介】 郭圆圆(1998—), 女, 山东省济宁人, 山东工商学院物流管理专业本科在读; 李静宜(1976—), 女, 内蒙古海拉尔人, 硕士, 副教授, 研究方向: 物流供应链管理。

人工智能背景下财务智能机器人探究

王诗涵

烟台大学经济管理学院 山东烟台 264005

摘要:人工智能时代已经到来,各行各业都逐渐踏入数据集成化与机器自动化的大门。在财务管理领域,随着智能型财务机器人的问世,财务人员的简单重复性工作将被取代,财务机器人的高效化、专业化成为会计行业的最新发展方向,其优良性能对当前财会人员产生了巨大冲击,促使财务人员进行内部行业转型,发展“业财一体化”,通过跨专业学习,不断提升自身价值,成为财务机器人不可取代的高素质复合型人才。

关键词:人工智能;财务机器人;业财一体化;转型

中图分类号:F275 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-5889(2020)14-0170-02

DOI:10.14097/j.cnki.5392/2020.14.075

一、“人工智能”全面引领新业态

(一)人工智能走入大众视野

2019年第四届GAITC在南京召开,京东总裁申元庆发表“云+AI”的企业获取信息的数字化转型新方式,麒麟科创园展示出“智汇南京”企业管理平台在人工智能下的运用,为期两天大会覆盖人工智能在行业应用、技术、健康、伦理等前端话题,视线聚焦智能驾驶、癌症免疫治疗、大数据分析等不同领域人工智能科研成果的诞生。在这个人工智能大展宏图的年代,信息一体化、管理集成化、决策智能化在不同行业中都代表高、尖、新的领跑方向,未来10年将是人工智能在信息处理与应用的大面积普及与新技术爆发的重要时期,运用人工智能引领市场发展需求,高效转型迎合科技变革速度,都将展现未来信息的全新生态。

(二)RPA引领行业先机

RPA(Robotic Process Automation)是一种基于计算机编码和规则的技术,通过执行重复的基于规则的任务来实现手工活动的自动化。通过计算机对软件智能化处理,可以实现自动模拟人类进行业务操作,进而达到迅速转化为生产力、高效完成模块任务的目的。通过RPA处理的数据不仅节约了大量重复性工作的时间,帮助资源流向更需要决策的治理层,更因其合规合律带来了更高的处理效率与顾客满意度,在重复性操作方面达到“零失误”的效果,为企业提高市场公信力,打造良好的竞争优势带来不可忽视的贡献。

二、财务智能机器人概述

(一)财务智能机器人的行业现状

近年来财务智能机器人应时代需求诞生,在财务行业掀起巨浪。德勤展现了新型财务机器人多个优良方面,缩短了审核与批准的处理等待期,提高了财务运作的整体水平;普华永道不仅在传统财务领域更上一层楼,更延伸了处理范围,在与财务匹配的税务、审计等多领域开辟了智能机器人的应用与延展方向;安永的智能机器人着力于RPA板块进行定性升级,结合AI大幅度提高数据处理的深度与广度,对财务功能的深度挖掘与改革发挥着重要的引领与带

头作用;毕马威主要致力于劳动效益的数字化,其试点合作机构主要集中在金融机构,对复杂特殊业务处理与企业战略性发展决策具有突出效用,未来也将进一步提供规模化高质量决策,提高管理层面运作的有效性。

(二)财务智能机器人的市场预测

人工智能背景下的财务机器人还处于新兴阶段,目前仅在规模较大、业务成熟的企业开设试点,财务配置主要还需要人力进行,但是未来发展势头强劲,更处在人工智能全球化的浪尖,辅之于国家政策的重点关注,在2017年的市场规模就突破二百亿大关,近几年只增不减。在行业升级转型的今天,财务机器人的发展模式也将更加成熟,与位于不同生命周期的企业相结合,助力企业财务领域的自动化发展。

三、财务智能机器人的“通才”练级

(一)财务智能机器人优良性能

1.人力费用降低。财务机器人凭借全自动、标准化的流程处理方案,从源头降低了人员的招聘与培训费用,无需处理基期程序,可以全天随时待命;同时培养成本固定,并随业务熟练度的提高逐年降低,除保留必要的调配人员外不需要额外的操控师,只需进行程序调试与定期更新,把更多人力向企业决策与发展层面集中,合理配置了运营资源,降低单位产品的人工成本,使得企业产品的价格竞争力更强,从而广开销路,进一步提高企业的营业利润。

2.学习能力增强。财务机器人自我学习、升级的能力将随企业需求改进。通过不断处理复杂业务积累经验并生成与之配套的处理规则,并随着业务量的增加优势将更加明显,通用业务的处理速度将趋于瞬时性,并可以根据不同需求设置定时,满足不同行业的需求。同时建立独特的信息处理空间,将不同行业同质业务处理流程归类分类,在处理特殊新业务时主动匹配已有流程处理库,根据相似业务模拟出多种处理方案,并通过试错否定次优方案,分析错误原因,进而提高处理库的备选门槛,使得每一次提供的处理方案都经过层层筛选而更专业高配。

基于 CSA 视角下的家庭农场开发与设想

—— 以福山福昊庄园为例

孟欣玥 孙 璐 于雪洁

(山东工商学院 山东 烟台 264005)

摘要: 本文运用文献研究法、理论分析法和案例分析法等方法研究家庭农场在社区支持农业的视角下的开发与设想。首先阐述了社区支持农业对发展家庭农场的重要作用与家庭农场发展现状; 然后分析了 CSA 视角下制约福昊农场发展的因素; 最后, 提出了基于 CSA 视角的福昊农场开发与设想路径。

关键词: 社区支持农业; 家庭农场; 开发; 设想; 福昊庄园

随着时代的发展, 人们的生活节奏越来越快, 众多城市居民逐渐产生了外出休闲放松的强烈需求, 与此同时, 家庭农场的建设空间和发展活力越来越大, 家庭农场不再单单依靠农作物经营, 而逐渐开始经营集农业、休闲、旅游等为一体的综合性项目。但是许多家庭农场盲目的跟风, 忽略了自身可以开发和挖掘的亮点, 同时食品安全、环境破坏、资源浪费等问题日益显现, 针对此现象, 社区支持农业(简称 CSA)模式在此背景下逐渐发展起来, 基于社区支持农业的视角对农场进行开发, 既符合当前的社会需求, 又能促进农场更好发展。

1 相关概念界定及理论基础

1.1 社区支持农业的概念。 CSA 模式的生产者和消费者属于同承风险、共享收益的合作伙伴关系, 农业的耕种和生产方式必须以有机、绿色低碳、生态环保为原则, 以确保农作物具有无污染纯天然的食用健康与安全性, 生产者与消费者双方交往过程中呈现出来的是一种既绿色又健康的合作理念。CSA 以共享、有机、信任为主要理念, 以位于城市区域附近从事农业生产的场所为载体, 以寻求既能保障饮食方面的安全, 又能走进自然、休闲体验等为需求动机的农业生产模式。

1.2 家庭农场的概念。 家庭农场是以家庭为单位的从事农业生产规模化、集约化和商品化经营, 把通过经营农场获得的收入作为家庭的主要收入来源的新型农业经营模式。与传统的农业经营模式相比, 家庭农场的管理方式具有企业化管理的特征。其经营模式的优势也是多方面的, 例如能够保护农业、传承文化以及促进农业可持续发展等。

2 社区支持农业对发展家庭农场的重要作用

2.1 社区支持农业为家庭农场提供了新的吸引要素。 中国传统的农业种植、生产与收割文化、传统农业和

现代农业的碰撞会对人们产生很大的吸引力, 而基于 CSA 模式的家庭农场可以为客人提供从耕种到管理再到收获的整个生产实践活动, 在这个过程中, 人们既体验了农业生产的辛苦, 又感受到了作物丰收的喜悦, 既感受了自然美又感受到了人与自然的和谐美, 丰富了体验记忆, 也实现了拥有一片属于自己的田园的美好愿望。

2.2 实现了家庭农场经济效益与生态效益的双赢。 CSA 模式遵循自然规律, 采用的是绿色有机的耕种和生产方式, 在这种方式之下, 生态污染得到了控制, 乡村的景观受到了保护, 环境压力有所减轻。消费者提前支付的费用缓解了农场运营初期资金缺乏的窘境, 顾客也会提前把自身需求告知生产者, 避免了因盲目和过度生产而造成损失的问题, 在灾害面前, 消费者与农场共担风险, 提高了农场的抗风险能力, 并且农场主可以获得比普通农产品高出至少一倍的收益。此外, 在农产品的流通过程中因没有中间商, 而降低了交易成本, 提高了生产者的议价实力。

2.3 拉近了城乡间的距离, 为农场经营注入新的活力。 首先, 城市居民由于缺少闲暇时间或者闲暇时间较短, 与乡村的距离越来越远。家庭农场中的社区支持农业模式可以解决人们闲暇时间不充裕的问题, 在平日里或者周末的闲暇时间中, 人们可以随时从城市来到农场里亲自体验农事劳作。其次, 现在越来越多的家庭农场开始经营农家乐、游客采摘等活动, 而这些只能满足客人基本的物质需求, 实际体验感不强, 而采取社区支持农业模式的农场可以让游客享受到悠闲的、慢节奏的乡村时光, 同时, 还能参与农产品从耕种到收获的全过程, 既体验到劳作的艰辛, 又体会到了收获的喜悦。

3 家庭农场发展现状

我国地域辽阔, 不同地区因地理位置的不同导致气候、土壤等自然条件具有较大差异, 地区间的家庭农场在管理技术、发展水平与成果等方面也具有较大差距, 且经营规模大小不一, 目前大多数农场仍然是以小型规模为主。

福山富昊庄园位于烟台市张格庄镇, 福山因受雨热同期和优质土壤的影响, 再加上北纬 37° 黄金海岸带的优越地理位置, 庄园内的四季水果园、大樱桃采摘园等尤其受到众人喜爱, 除此以外, 还建有有机蔬

跨境电商对农产品出口的影响及对策研究

刘云

(山东工商学院 经济学院, 山东 烟台 264005)

摘要:农产品一直是我国传统的贸易产品,但是近几年我国农产品出口状况却不乐观,其主要原因还是出口成本过高和贸易方式亟待转变。随着互联网经济的快速发展,跨境电商作为一种新的贸易模式正在迅速崛起,我国农产品出口也因此受到了影响。本文分析了我国农产品出口的现状,以及跨境电商在降低农产品出口成本、转变贸易模式和简化农产品出口贸易流程中所起的作用,并且提出培养农产品跨境电商人才;改善国内冷链物流的基础建设;建立健全农产品质量认证体系;树立品牌意识,提高国际竞争力等建议。

关键词:跨境电商;农产品出口;贸易

中图分类号:F724.6 **文献标识码:**A

文章编号:1005-913X(2018)12-0080-03

一、我国农产品出口现状

(一)农产品进出口总额分析

加入WTO以来我国农产品进出口贸易额不断加大,至2016年已达到1845.6亿美元,且贸易逆差逐步缩小。2013年我国农产品贸易逆差为510.4亿美元,同比增长3.7%,至2016年贸易逆差缩小为385.8亿美元,同比下滑16.5%。虽然农产品贸易逆差仍然存在,但是贸易逆差正在逐步缩小,农产品出口企业应抓住契机,寻求广阔的发展。从表1可以看出我国农产品出口额逐年扩大,进口额逐年减少,2013年出口额为678.3亿美元,至2016年出口额增长为729.9亿美元,同比增长3.3%,虽然2015年出现小幅度的降低,但整体呈现增长趋势,2013年进口额为1188.7亿美元,至2016年降低为1115.7亿美元,同比下滑4.5%,除2014年出现小幅增长外,整体呈现下降趋势。

(二)农产品出口结构分析

从出口结构看,我国农产品出口中水海产品出口占比最大,接近30%,2013年出口额为194.3亿美元,至2016年已达199.96亿美元,一直呈上升趋势。

其次为蔬菜类,所占比例为15%,出口额一直处于增长状态。其余占较大比重的为水果类、茶叶及谷物类至2016年所占比例依次为3.43%、2.03%、0.67%。

相较于出口,进口农产品中大豆所占比重最大,近几年一直高达30%,2016年进口额为33981.15百万美元,但是进口额呈降低趋势。尤其是近期发生的中美贸易摩擦,中国将大豆等美国农产品列入征税清单,导致大豆进口大幅减少。

据海关总署5月8日发布的最新数据显示,前4个月,中国进口大豆同比减少3.8%,每吨均价下跌8%。除大豆外其余农产品进口均不足10%。

二、跨境电商的定义、行业特征及行业模式

跨境电商是指不同关境的企业或个体通过电子商务平台进行国际贸易的一种跨国交易模式。通过跨境电商进行国际贸易可以降低成本、拓宽出口渠道、提高物流配送。具有全球性、无形性、即时性、快速演进等特点。

我国跨境电子商务主要分为B2B、B2C和C2C三种贸易模式。近几年国内发展较好的电商平台有阿里巴巴、敦煌网、eBay等。据中国商务新闻网报告显示2016年中国电商交易额占全球电商交易总额比重超过40%,已成为全球最大移动支付市场。

跨境的迅速发展促进了农产品出口,据阿里研究院统计,2016年阿里平台完成农产品销售额超过一十亿元,同比增速超过40%,远超过电商的平均增速。由此可以看出我国农产品贸易在跨境电商平台仍然具有很大的发展空间。

三、我国农产品出口成本的构成

我国农产品出口成本较高的原因主要包括两个方面:一是物流成本,二是生产成本。

表1 2013年-2016年我国农产品进出口贸易额

(单位:亿美元)

年份	出口额	同比增长%	进口额	同比增长%	贸易总额	贸易逆差	同比增长%
2013	678.3	7.2	1188.7	5.7	1866.9	510.4	3.7
2014	719.6	6.1	1225.4	3.1	1945	505.8	-0.9
2015	706.8	-1.8	1168.8	-4.6	1875.6	462	-8.7
2016	729.9	3.3	1115.7	-4.5	1845.6	385.8	-16.5

注:数据来源海关总署统计数据

收稿日期:2018-08-30

基金项目:山东工商学院科研立项大学生创新创业训练计划项目(1168818044)

作者简介:刘云(1996-),女,山东潍坊人,本科学生,研究方向:国际商务。

24. 徐佩等 新媒体背景下海鲜企业品牌价值塑造研究——以青岛某海鲜企业为例

THE BUSINESS CIRCULATE

| 商业流通

新媒体背景下海鲜企业品牌价值塑造研究

——以青岛某海鲜企业为例

徐佩¹ 梅敬松²

1.烟台大学经济管理学院 山东烟台 264000

2.烟台大学土木学院 山东烟台 264000

摘要:新媒体背景下,企业品牌塑造在有了新内容和新方向。本文以青岛某海鲜企业品牌作为主要研究对象,分析其品牌影响力、品牌价值、品牌关注度、品牌市场占有率等,并以千家品牌实验室、世界通用品牌价值计量模型及中国特色品牌价值计量模型作为基础,结合该企业及所处行业的发展潜力和市场成熟度进行品牌价值塑造的综合分析。结果表明:企业地域优势,行业发展潜力,品牌市场获利能力,品牌市场占有率对品牌价值有正向影响,从而对企业品牌的塑造有正向促进作用。

关键词:新媒体;品牌塑造;管理

中图分类号: F272.5 **文献标识码:** A **文章编号:** 1673-5889(2021)19-0016-03

DOI: 10.14097/j.cnki.5392/2021.19.005

一、引言

建立企业核心竞争力是全方位的,不仅包含了企业产品质量的管控,而且包含了企业形象、品牌价值等内容。以青岛某海鲜企业为例,在塑造品牌时,其品牌原产地的地域优势、当地产业链的基础设施成熟度,以及当地产业的原生态基础对青岛海鲜品牌塑造产生了重大影响。但随着新媒体的发展,消费者普遍从新媒体上了解、购买、反馈该品牌产品,新媒体流量转化能力对企业发展同样显现出了重要作用。新媒体背景下,塑造企业形象、品牌有了新的内容和方向,企业品牌塑造有了不一样的环境,产品信息的传达更广泛,速度更快。传统品牌塑造模式在新媒体环境下能否行得通;企业该如何利用新媒体的优势塑造企业品牌;企业品牌价值在新媒体背景下该如何进行有效评估;这些问题都是企业在品牌塑造的过程中应着重考虑的问题。

在新媒体时代背景下,随着产业链发展成熟,产品的投入产出成本逐渐透明,不再简单的只通过打价格战来争夺市场。企业通过塑造具有一定价值的品牌,通过品牌提升产品附加值,提高企业核心竞争力,从而提升企业盈利能力。品牌塑造在国外开展比较早,欧美等发达国家的老牌企业对于品牌塑造十分重视。比如,德国的奔驰、宝马等汽车制造企业,以高超的技术打造了品牌产品差异化竞争的实质,以百年来的服务口碑及售后服务水平巩固、扩大了品牌影响力,借助各类活动更是提高了品牌影响力。我国企业由于市场化时间较短,在品牌塑造方面仍有所欠缺。因此,本文在相关文献的基础上,研究国内青岛海鲜品牌的塑造。

二、文献综述

现有关品牌塑造的文献研究成果集中于品牌塑造的内卷化现象,即企业自身内部对品牌塑造的影响因素的相关研究。段晓婧(2020)指出中小企业在品牌塑造过程中应加强科研投入,通过阶段性的品牌塑造策略构建品牌影响力;徐健好等(2020)

指出品牌塑造应构建相应的体系建设过程,企业宜结合自身实力与外部市场环境,顺应市场情势,合理利用市场发展特征,塑造具有一定价值的品牌;张杰(2020)指出品牌塑造应贯穿于企业创立、发展的全过程,在企业生产管理环节中,应先树立企业、员工塑造品牌的意识。

在品牌价值衡量的相关研究中,国外相关实验室给出了品牌价值衡量的基础公式,以企业财务表现值作为衡量标准之一,在计量投入、产出比的前提下,衡量企业在市场上的溢值或者实际获得值,以此来衡量该企业的品牌价值。但在新媒体背景下,由于新媒体带来的聚集效应及溢出效应远超出了传统媒体时代,因此在新媒体背景下如何衡量企业品牌价值成为当今学界争论不休的问题,我国通用品牌价值实验公式指出品牌的市场创利能力、超值盈利能力及发展潜力是衡量一个企业品牌价值的关键三要素。

三、新媒体背景下青岛海鲜品牌发展现状

(一) 品牌影响力

新媒体背景下,品牌影响力决定了消费者初次购买或选择的概率。理论研究表明,品牌影响力越大,则消费者初次购买或选择的概率将越大。以公式表示品牌影响力与消费者初次购买或选择概率之间的关系如下式所示:

$$C(I)=\begin{cases} 0 \\ f(y,s) \end{cases}$$

上式中,如果品牌影响力不足,则消费者初次购买或选择的概率为0,反之,当品牌影响力足够时,则消费者初次购买或选择的概率会介于(0,1)之间。以消费者初次购买或选择的行为结果来看,当消费者初次购买或选择达成时,则 $C(I)=1$ 。从品牌塑造本身的目标来看,提高品牌影响力是公司或企业提高消费者购买率,选择概率的途径之一。新古典经济学认为企业塑造品牌是为了差异化竞争,提高企业的竞争优势。因此,在可预见的消费者初次购买或选择概率增大的情况下,

25. 陈方聪 乡村振兴背景下“高校+基地+合作社+农户”新型农业模式研究——以栖霞市为例

数字农业与智能农机 第7期 2023年7月

乡村振兴背景下“高校+基地+合作社+农户” 新型农业模式研究 ——以栖霞市为例

陈方聪

山东工商学院, 山东 烟台 264005

摘要:在乡村振兴战略的时代背景下,当前小农户面临的弱势地位受到广泛关注,农村发展不平衡不充分问题日益严重,需要同“扶志扶智”相结合予以解决。为促进乡村振兴,解决目前尚且存在的问题,从山东省栖霞市出发,探索新型农业模式,通过发展“高校+基地+合作社+农户”新型农业模式,以高校、基地、合作社和农户4个主体作为出发点进行新型模式的构建。通过推动构建新型农业模式来发展农业经济和推进农业农村现代化,是解决当下农村发展不平衡不充分问题的重要举措。“高校+基地+合作社+农户”新型农业模式将成为解决当前问题的有效措施。

关键词:乡村振兴战略;农业经济;新型农业模式

中图分类号:F325

DOI: 10.3969/j.issn.2097-065X.2023.07.002

0 引言

党的十九大报告指出,农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题,必须始终把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重,实施乡村振兴战略。在国家相关部门有力领导下,农业产业调整初见成效。农村经济的发展成为推动农村发展的核心,在乡村振兴的进程中发挥了最重要的作用,但目前农村劳动力数量不足、信息、交通、技术等要素依然是阻碍农村发展的决定因素。

研究表明,“扶志扶智”的目的是在对农户进行职业水平和自身造血能力得到提高的同时,又能激发农户自身的积极性、创造性。通过发展“高校+基地+合作社+农户”新型农业模式,能够进一步解决农村发展不充分和不平衡的问题。该项目从产业创新角度,融合三联合(农户+高校+合作社)、四要素(农户+地权+资金+技术)农业创新理念,以期推动农业新产业、新业态、完善地权制度、延伸农村产业链,建立较为完善的现代科技创新创业平台,达到产业兴旺、乡村振兴的目的。

本文以山东省栖霞市为例,探讨推进“高校+基地+合作社+农户”新型农业模式,推动栖霞种植业的发展;在栖霞利用农业合作社助力推动乡村振兴的过程中,促进栖霞的规模化经营。将先进技术、优良品种实践于农业生产,形成生产不断规范发展、向品牌正规化、农业产业系统化的发展方向。

1 栖霞市农业发展存在的问题

1.1 分散经营,缺乏规模效应

栖霞虽然土地面积辽阔,但人均土地少,种植方式依然是分散零散经营,由于栖霞市长时间分散的经营模式,农业发展面临“小、低、弱”的问题。以栖霞市苹果种植业为例,由于缺乏统一经营,每个苹果种植者就是个体经济的企业主,他们既是苹果种植者,又是销售者。“由于农户间科技素质和生产经营能力差别较大,导致农户间农业生产产量差异较大,农业生产没能达到其应有生产潜力”^[1],即农户发展规模小,产量和效率低,竞争力弱,无法形成规模效应,农产品销路不稳定。

各个主体利益联结不够密切,合作合同关系模糊,没有明确定义,尤其是企业、基地和农户相互独立,各类矛盾纠纷不断出现,农民的利益权益无法得到有效的保护,“利益均沾,风险共担”的利益联结机制尚未建立;土地托管也面临一定的问题,推动土地托管的组织成本高昂。“单一的服务主体和管理模式与农民多样化需求产生冲突,村两委在土地集中整合过程中困难重重”^[2],因此,在进行苹果规模化生产经营时困难较大,即使有良好的苹果品质,也无法形成规模效应,打造品牌效应,提高产品的市场影响力。

1.2 资金短缺,设施落后

栖霞农村作为山东烟台唯一的一个内陆县,经济发展水平长期低于其他兄弟县区,同时栖霞也是山东省六十几个财政困难县之一,在20世纪90年代经济转型的过程中,许多国有和集体企业倒闭(或

基金项目:2022年度省级大学生创新创业训练计划(S202211688036)

• 4 •

三螺旋理论视角下财经类高校大学生 创业胜任力模型及培养路径研究

——以山东省财经类高校为例

□于晓婷

【内容摘要】随着社会经济的发展,我国将建设创新型国家建立为主要的发展理念,此理念推动了全社会创新创业主题活动的崛起。创业与创新已成为国家赢得未来的关键所在。2015 年,国务院发布《关于积极推进全社会创新创业若干政策措施的意见》。由于我国经济发展步入新形势,落实“大众创业、万众创新”,实现国家文明和谐,提升群众生活品质,实现社会公平正义,才能更有助于民族复兴的中国梦实现。

【关键词】大学生群体;创业胜任力;人才培养;三螺旋理论

【基金项目】本文为国家级大学生创新创业项目“三螺旋理论视角下财经类高校大学生创业胜任力模型及培养路径研究——以山东省财经类高校为例”(编号:202111688009)研究成果。

【作者单位】于晓婷,山东工商学院公共管理学院

政府、企业与大学是知识经济社会内部创新制度环境的三大要素,它们根据市场要求而联结起来,形成了三种力量交叉影响的三螺旋关系,这就是所谓的三螺旋理论。创新日益成为促进社会经济发展的核心要素。面对世界机遇风险与挑战,我国加入创新创业队伍的高校大学生也越来越多,成功创业的大学生团队也日渐增长,这样一来创新创业活动引起全社会的关注。财经类专业从课程安排到人才的培养,都有着别的专业所不具备的创业文化教育优点,大学生是自主创新创业的中坚力量。因而,探寻提升和有效培养财经金融类大学生的自我创业发展能力,有益于整体提升中国财经类院校自主创业特色文化体系的科研教育体系质量效益以及国际竞争参与能力,在统筹处理中国财经类大学生面临就业双重压力风险的重大前提下,也必将有利于促进大学生在真正实现其自身核心价值最大化的同时有效实现自主创业价值。

一、国内外大学生创业现状

(一)国内高校学生创业现状。当代经济迅速发展的同时大学生就业难的问题逐渐显现,于是更多的大学生开始创业,热情高涨,想要通过自主创业缓解就业压力。

但是我国大学生创业处于起步阶段,而且创业胜任力低、创业情绪波动大,并没有大量大学生真正自主地加入创业行列中;大学生没有全面并充分地了解创业模式及机制,不知道创业过程中应注意何种问题,出现问题后不能得心应手地解决,这些导致了大学生频繁出现创业质量差的现象;大部分大学生选择有关于高新技术的项目进行自主创业,但是这些项目成本要求高、技术手段要求先进,脱离了学校的大学生就显得势单力薄。此外,风险投资公司也不愿意冒险对没有社会经验和实践能力的大学生进行投资,大学生进行自主创业的资金来源渠道少之又少。

综上所述,创业能力是导致我国大学生无法成功创业的关键因素,同时也体现出我国对各高校的创业型人才的培养路径

仍需继续完善,需要高校、企业和政府三方各司其职,盘活资源。

(二)国外高校学生创业现状。

1. 美国。20 世纪 70 年代,美国麻省理工学院研究者彼得·布克公开发表科研成果,他的结论推翻了人们普遍认为大型企业是经济支柱跟新就业机会服务提供者的立场。在他看来,从 1969 年开始到 1976 年,新型的小型的发展公司造就出了美国经济中大约 81.5% 新增的就业岗位。美国的经济由此也持续增长,领军于世界。20 多岁的年青创业者在设计构思、创立和迅速发展新注册公司中能够大胆说出自己的想法,彰显了一个新的创业一代未来的希望。根据他的勤奋程度,她们造就了新的公司,培养出很多年轻的优秀企业家。自主创新创业者和他的创业新项目为美国财富作出了卓越贡献。

2. 英国。英国政府出台了一系列扶持政策推动大学生创业。第一,运行创业新项目,激励大学生毕业创业。第二,创建高效管理方法,推动创业教育行业发展。第三,引进各种各样的投资方式创业,确保教育的完全投入;第四,开展对创业教育的科学研究,积极推进新的教学方式。第五,将互联网项目与大学生创业相结合。英国创业现行行政政策的落实获得了显著成效。新时代青年参加创业人数显著提升,高中生创业能力较强、思想广泛,为销售市场输送了很多专业人才。英国政府的举措推动许多校外能量,例如政府部门、企业、学校来开展创业主题活动,他们与学生一同协作,给予一定资金投入。

二、大学生创业存在的问题

(一)主观因素。

1. 创业青年热情高涨,但未付诸实践。大学生创业是极具挑战性的一项实践,对个人素质和能力方面的要求都很高。近年来,虽然大学生创业的热情在不断走高,但能实际投身于自主创业行列的人并不是很多。由于他们考虑问题不够全面,没有做够充足的市场调查和长远规划,一旦遇到什么困

安踏“数智化”物流助力提升品牌商业价值

文/严画 杨慧娟 庞婉怡 赵沈钰

随着时代的前进与科学技术的不断发展,物流行业也在向着信息化、智能化、一体化的方向发展。为研究现代“数智化”经济下安踏物流发展现状、所面临困境及持续发展路径。智能物流应用是一个综合性的系统,包含了仓储、包装、配送等方面,怎样应用智能物流来降低成本在物流行业中至关重要。本文以安踏为例,对“数智化”背景下安踏物流的应用展开调查与研究。引入安踏公司发展历史,分析安踏传统物流与新兴物流发展差异对比,提出现阶段智能物流的不足之处,并且针对不足之处发现问题并提出解决方法,为安踏智能物流的进一步发展提供借鉴意义。

一、引言

随着时代和科学技术的进步,物流运输得到了飞速的发展和进步,也提高了消费者对物流的要求。自动化、智慧化、数智化是大势所趋,发展中如何打破传统、实现高服务质量、高用户满意度、低成本成了现代物流企业的重中之重。

二、安踏公司简介

1. 发展历程。安踏公司于1991年成立。秉承“安心创业,脚踏实地做人,创百年品牌”的经营理念,从一家小鞋店一跃成为知名的综合性体育用品品牌公司。2001年向综合体育用品品牌过渡。同年,以北京为中心开启大规模推广计划。2007年成功上市,募集到大量资金。2009年向国际进军。2012年,营收超过李宁,成为中国第一运动品牌。2019年成为国际奥委会官方运动服装供应商。2. 传统物流。(1) 物流模式。高效的物流是企业销售环节的重要支撑。安踏物流根据全国的店面建立销售体系,建立了

“中央仓+区域仓+分仓”的物流模式。分仓覆盖邻近的区域进行商品配送;自建物流中心,以招标的方式将干线运输进行外包;最后与同城第三方物流合作,以只控节点的形式搭建物流路线。降低不必要的占地成本,使商品的运输更高效到达消费者手中。然而,传统物流对人力的高度依赖导致的高管理成本令人深思。(2) 信息管理。物流与信息相辅相成。安踏引进国外先进技术,建立ERP信息系统,能在短时间内做出更系统更高效的选择。通过数据分析和及时跟踪,优化了货物分拣的准确性,减少了从收货到货的时间。然而,我国许多物流企业技术化程度低,有待提高。(3) 专线承运商或物流公司。安踏的物流是由本公司的物流部处理。物流部根据销售部门下文的货单对库存商品进行统筹安排,并通过干线承运商和代理商发到全国各地。安踏一般选择中等规模的物流公司,并且与对方达成协议优先发出安踏的货物,加快货物的分拨与发送。但承运的物流公司水平会对品牌的发展产生一定的影响。(4) 缺点与不足。当前,我国物流发展跟不上新时代的市场变化。物流政策不明确,导致我国物流业发展难以突破。高额的劳动力成本、低效率的仓库使用等都成为安踏未来需要切实解决的问题。

三、安踏物流发展现状

1. 多种形式结合的物流模式。随着信息化时代的到来,安踏度时审视,结合电商将传统物流模式演变成中央仓直配全国门店、电商前置仓等多种形式的物流模式。审核后的最终品通过多种形式销往全国各地:①从成品厂仓到地区分仓总仓

绩效考核标准,确保绩效考核能够真正落到实处。针对农村地区配送人员流动性大的问题,物流企业要为员工打通职业晋升通道,给物流配送人员有更多的发展机会,完善激励方式,制定出人性化的管理政策,切实提高员工的归属感与满意度。例如可以为员工修建员工宿舍,对于家庭有困难的员工进行慰问,为员工的家属缴纳商业保险等,员工生日为其举办生日庆祝活动。3. 提升农村末端物流配送人员的凝聚力。一个好的企业文化可以充分调动起员工的工作热情与工作创造性。物流企业要构建起自身的企业文化,物流企业可以定期举办一些活动,例如运动会等,鼓励所有农村物流快递人员都参与进来,以团队的形式参与比赛,取得名次的团队可以给予一定的物质嘉奖。另外,企业还要注重企业文化的发展,加强对不同农村地区物流人才的培养,鼓励并引导相关物流知识的普及,培养出高质量、高素质的现代化物流人才,提升农村地区物流从业人员的整体文化素养与服务水准,尽可能减小不同农村地区物流配送人员的薪酬福利差异程度。4. 构建起科学合理的培训机制。由于农村末端物流配送人员的文化素质、综合素质都不太高,所以物流企业要注意加强对农村地区物流配送人员的培训工作。企业要为员工提供出学习的机会,这也属于精神激励的一种。企业所提供的专业知识培训不但可以有效提高农村物流人员的职业素养,同时也能让员工对物流行业的发展方向有着更加清晰的认识与了解,从而加强员工的责任感,尽可能减少农村地区的物流人员流失率。例如美国联合邮包服务公司从专业知识以及行业技术出发,对于物流专业人才进行重点挖掘培养,这样不但可以极大地提升员工

的工作效率,同时也能有效增强员工的凝聚力,让员工与企业实现共同进步,这些都是我国物流企业在发展农村末端物流配送时需要学习与借鉴的地方^[1]。

结论

员工激励属于企业人力资源管理的重要内容,对于企业发展有着非常关键的作用。而当前我国物流企业对于农村末端物流配送人员的激励还存在着较多不足,尤其是激励形式单一、激励机制不够完善、企业文化欠缺等。这些问题严重影响到我国农村地区物流配送的发展,只有解决好农村地区物流配送人员的激励问题,处理好员工与企业之间的问题,才能让员工与企业实现共同发展,从而构建起良好的劳动关系,促使农村末端物流配送行业得以长远稳定发展。^[2]

(作者单位:湖南省郴州市北湖区可持续发展促进中心)

引用出处

[1] 潘佳慧,胡永铨,苏秋红.农村快递末端配送体系建设研究[J].合作经济与科技,2022(12):94-95. DOI:10.13665/j.cnki.hzjy.kj.2022.12.030.

[2] 李周兰,程红莉,胡司怡,贾磊.农村末端物流“共同配送+众包”的模式及其可行性研究[J].中国储运,2022(05):161-162. DOI:10.16301/j.cnki.cn12-1204/f.2022.05.089.

[3] 姜晓红,王梦珂,吴瑛,刘浩.末端配送服务质量对农村消费者网购行为的影响分析[J].物流科技,2022,45(01):10-14. DOI:10.13714/j.cnki.1002-3100.2022.01.033.

[4] 苗娜娜.我国农村物流末端配送的机遇、挑战及优化[J].农业经济,2020(02):140-141.

“农户+公司+银行”型绿色供应链金融决策研究

文/刘悦 白立昂 徐娜 郑全军

“十四五”时期,农业发展进入加快推进绿色转型的新阶段,健全绿色农产品标准体系,深入推进农业科技创新,促进绿色供应链金融创新,既是实现乡村振兴的内在要求,又是解决“三农”问题的有效途径。本文从“农户—公司—银行”三个维度分析了影响农户融资难和销售难的因素,同时引入“区块链+预付账款融资”模式探究了区块链技术和预付账款融资如何创新“农户+公司+银行”型绿色供应链金融模式,最终为吸引企业和银行进行绿色农业投资和提供农户生产绿色农产品的积极性提供一条切实可行的道路。

一、引言

2021年农业农村部等部门共同发布的《“十四五”全国农业农村发展规划》中指出推进农业科技创新,丰富完善信贷等绿色金融产品体系,鼓励金融机构向绿色农业生产企业提供融资支持,适度扩大农业绿色发展金融投入规模。^[1]在此背景下,农业供应链金融不断创新,金融服务农业现代化的能力和效率进一步得到提升。但是,当前我国农户生产的绿色农产品难以满足市场的绿色消费需求,且绿色农业供应链融资标准尚未规范统一,缺乏针对绿色农业融资的信用体系,缺少绿色农业风险共担机制。因此,加快完善绿色供应链金融体系,利用先进金融技术优化农业供应链融资模式已成为我国当前绿色农业发展的必然趋势。

二、“农户+公司+银行”型绿色供应链金融

(一)绿色供应链金融相关理论及发展现状。1.绿色供应链金融相关理论。绿色供应链金融是对绿色金融、供应链金融和绿色供应链的深度融合,是绿色金融与供应链金融基于绿色供应链相结合所产生的一个更为细分的领域。^[2]本文的绿色供应链金融是针对绿色农业进行的研究,在此供应链中绿色农产品的生产与销售等环节都需要达到国家的绿色环保标准,并且供应链的

上下游均需经过专门机构认定许可后方可使用绿色食品标志。2.绿色供应链金融发展现状。绿色供应链金融可以缓解上下游企业在供应链中融资难、融资贵的问题,发挥供应链上核心企业的增信担保作用,为上游供应商提供绿色融资服务,进而激励上游供应商的绿色生产行为。然而,当前我国有关绿色金融标准体系尚处于探索阶段,缺乏统一的绿色标准和有效的信息共享机制,因此银行难以对绿色金融风险进行及时、有效的识别。另外,在绿色供应链中,企业除了提供信用支持外,难以掌握上游供应商的绿色生产经营状况;银行等金融机构除了能在融资申请前对企业进行综合评估,难以追踪绿色信贷资金的后续用途,供应链中信息不对称、风险管控能力薄弱等问题突出。因此,如何完善绿色供应链金融体系已成为企业和银行开展绿色投资亟须解决的关键问题。

(二)传统农业供应链融资发展现状。一方面,在传统农业供应链融资中,农户等上游供应商受到资金约束时,通常向银行等金融机构贷款,银行根据其信用评级决定是否提供贷款并收取一定抵押物。抵押资产和商业信誉是目前银行等金融机构对贷款企业进行审核的主要标准,但上下游中小企业经营有限,很难达到银行较高信用评级标准且可抵押给银行的固定资产较少,因此很难获得银行融资。^[3]另一方面,农业具有周期长、风险高、市场需求不确定性、销售渠道单一等特点,使得农业生产与销售等环节存在自然和市场双重风险,造成银行和企业融资风险大、经营成本高等问题,最终导致农户存在融资难和销售难两大困境。为促进农业绿色化发展,加快农产品产业化转型升级,则需要金融服务范围遍及农产品生产和销售等环节,为农产品产业化转型提供充足的资金支持。另外,传统农业供应链融资中贷款业务流程繁琐、时间长的的问题也制约着农业供应链融资效率。因

物流服务费专项资金,鼓励第三方物流企业进入农村市场,协助农村电商企业打通货物运输渠道,优化发展环境同时降低农村物流成本。嘉兴政府应在农村地区加大物流基础设施建设力度,包括道路、仓储、配送中心等设施建设,同时优化物流网络布局,增加物流设施覆盖范围以提高物流服务效率,依托物流实体市场优势,加大政策供给和要素供给力度,深入推进电子商务与实体经济线上线下融合发展战略。(二)加大整合资源,拓宽销售渠道,形成物流共享模式。随着客户对电子商务物流服务的要求越来越高,许多品牌和平台商家发现,为了支持最终消费者订单的快速满足,迫切需要实现库存本地化,快速发展具有电子商务综合仓库配送服务功能的嘉兴电商仓配一体化。其基本模式是集接收、仓储、拣货、包装、分拣、配送等功能,由一家企业完成,服务贯穿整个供应链。与每个环节运作的物流服务模式相比,嘉兴电商仓配一体化简化了商品流通过程中的物流环节,缩短了配送周期,提高了物流效率,促进了整个业务流程的无缝衔接,实现了货物的实时跟踪和定位,并降低了物流操作的错误率。同时,货物周转量的减少必然会降低物流成本和货物损坏率。多家农村电商企业可通过整合产地资源形成物流共享模式,提高生产和销售效率,实现物流资源的优化利用,并积极拓宽销售渠道,降低物流成本。(三)加强农村电商物流人才队伍建设,提高

物流服务水平。新兴电商模式与农村电商物流想要良好、稳定发展,政府部门要意识到引入人才的重要性,并加强相关技术方面人才的引进,保证电商行业的人才数量,这样才能推动新兴电商模式与农村电商物流的发展。针对实际情况,相关政府需要加强嘉兴农村物流人才队伍建设,培养高素质人才,提高物流服务水平;通过组织定期培训、考核等方式,不断提高物流服务能力,满足用户需求;积极探索与人才政策的互动发展,为嘉兴农村留住电商专业人才,进一步推进电商健康发展。

五、结论

综上所述,嘉兴农村电商物流的高质量发展是推动乡村振兴战略进一步发展的有效路径,所以更应该抓住新时代赋予的机遇,大力推进嘉兴农村电商物流产业的发展。在发展嘉兴农村电商物流过程中需要正视当下存在的问题,不断探索解决问题的合理对策,结合政府、企业和社会多方面力量做到落实政府的相关扶持政策,解决嘉兴农村基础设施和物流体系中存在的实际问题,积极鼓励专业人才返乡并且引进电子商务物流相关方面的技术人才,加强资源整合与资源共享,多方位拓宽农产品销售渠道,加强人才队伍建设,从而共同促进农村电商物流的发展。□

(作者单位:嘉兴学院)

资源协同视域下 大学生创业能力影响因素与发展机制研究

□姜煜婷 殷程程 张丽华 李瑞德 高 静 吴婷婷 刘仅霖

【内容摘要】纵深推进大众创业万众创新是深入实施创新驱动发展战略的重要支撑。大学生是大众创业万众创新的主力军,提高大学生对于创新创业的主动性至关重要。深入贯彻对大学生创业能力培养,从不同学科视角下采用不同的形式对大学生创业能力影响因素与发展机制进行研究,加强对大学生创业能力分析与研究,有利于提升大学生实践理论,让其理论转换为实际,也有利于社会的进步与发展。大学生是时代进步的推进者,创新创业亦是社会向前行驶的不可或缺因素,社会要发展需要大学生发挥其主体作用,共同推进大众创业,培养更多具有新思想的领军人物。

【关键词】资源协同;大学生;创业能力;发展机制

【基金项目】本文为山东省大学生创新创业项目“资源协同视域下大学生创业能力影响因素与发展机制研究”(编号: S202211688052)成果。

【作者单位】姜煜婷,殷程程,张丽华,李瑞德,高静,吴婷婷,刘仅霖;山东工商学院

在中国特色社会主义的背景下,我国对大众创业万众创新有着很高的投入与贯彻,而且社会经济的发展离不开创业的推动。大学生是推动社会发展的必要因素,也是创新创业中不可或缺的存在^[1]。然而我国对于大学生创业输入较晚,大学生创业意识不够^[2]。所以有必要对大学生创业能力影响因素与发展机制进行研究。只有明晰了影响大学生创业发展的因素有哪些,才能进一步推进大学生主体的创新创业发展,进而提升大学生的创业能力,促进时代向前进步。经过不断的讨论和实践,总结出协同资源视域下大学生创业能力影响因素与发展机制,结合社会与学校目前所拥有的创业资源,为大学生创业能力的培养提供更加广阔的天地。

一、资源协同视域下大学生发展现状

本文根据研究方向设计了《大学生在资源协同视域下的创新创业能力调查问卷》,从资源协同角度入手,细化研究大学生创业能力影响因素与发展机制。经过最后筛选和比对,对烟台市内的几所高校发放问卷。这次问卷主要采用互联网途径,以网络问卷的形式对调查对象进行发放,总计发放问卷300份,有效回收问卷288份,分析调查问卷,得出这些结论:

(一)高校创业教育不断增加。近年来,由于国家对高校创业发展教育越来越重视,各地高校普遍开展创新创业教育,培养大学生新的择业观,提升其自主创业意识^[3]。在所收集的问卷中,被问到“你的创新创业意识来源于哪里”这一问题时,有71.56%的大学生选择“国家以及学校的宣传和教育”,当被问及“学校是否建立了与企业需求相关的信息网络平台并且能否及时更新企业信息”时,50.63%的大学生选择“是”。从上述数据中可以看出,大学生接受的创业知识主要来源于学校的宣传与教育,这表明高校是影响大学生创新创业发展的主要场域,并且越来越重视创业教育。

(二)政府创业政策不断完善。纵观大学生创新创业政策

的发展,越来越多的政策主体参与到了政策的制定过程中,使得我国大学生创新创业政策体系得以不断完善,大学生创业资源得到不断扩展^[4]。在本次搜集到的调查问卷中,关于“你认为政府在大学生创业上应该有哪些方面的扶持”这个问题,选择“大学生科技创业基金支持”“社会化专业化的管理服务机构提供一定服务”“政策支持”“宣传鼓励”四个选项的人数基本持平。由此可以反映出现阶段政府对大学生创业支持力度在不断增大,我国大学生创新创业环境仍在不断完善^[5]。

(三)创业指导方法不断创新。在回答“你对学校开展创新创业指导形式的需求”这一问题时,71.33%大学生回答“个人的职业能力、性格、价值观评测”,65.67%大学生回答“创新创业指导必修课程或选修”,56.33%大学生回答“创新创业指导系列的讲座”,55.67%大学生回答“各类创新创业政策及宣传”,53.67%大学生回答“创新创业实习实训机会”。这说明对于大学生创新创业的指导方式在不断地发展与创新,为了提高大学生创业能力,各高校开展与之相关的课程,比如,创新创业训练课程、创业园、SBY训练、“互联网+”等活动^[6]。并且鼓励大学生积极参与“双创项目”“挑战杯”比赛等各种创新创业实践。这些措施都有助于培养大学生新的择业观、择业观,进而使大学生的创业理念从被动创业到主动创业不断实现转变^[7]。

二、资源协同视域下大学生创业存在的问题

(一)大学生的择业意识较弱。在对大学生创业现状的分析中发现,大多数学生的择业意识较弱。由于创业需要花费大量的时间与财力。并且在风险性相对较高的情况下,大学生在面对需要择业与升学的选项时,大部分都会选择继续升学来规避创业风险。由于部分学生从小受到的教育相对保守,对于风险承担能力较低,心理素质不够强,创业学习相对缺乏以至于对创业信心不足^[8]。这都影响了大学生创业意识的发展,所以

30. 楚梅芸等 山东省先进制造业绿色创新的影响因素研究——以万华化学集团股份有限公司为例

42

楚梅芸, 马祺, 李梦雪. 山东省先进制造业绿色创新的影响因素研究——以万华化学集团股份有限公司为例

◇科技对策与研究◇

山东省先进制造业绿色创新的影响因素研究*

——以万华化学集团股份有限公司为例

楚梅芸, 马祺, 李梦雪

(山东工商学院, 山东 烟台 264026)

摘要: 山东省作为制造业大省,正在积极推动制造业的绿色转型。文章以山东省先进制造领域企业万华化学集团股份有限公司为研究案例,从内部和外部因素层面,探讨影响山东省先进制造领域企业绿色创新的因素。并从政府、市场和企业3个层面提出协同推进山东省先进制造领域企业绿色创新的途径,以期为加快推进先进制造领域企业绿色转型提供实证支持和指导。

关键词: 先进制造业;绿色创新;影响因素

中图分类号: F425

文献标识码: A

文章编号: 1674-0688(2024)07-0042-05

DOI:10.20137/j.cnki.45-1359/t.2024.07.003

0 引言

制造业在实体经济中占据重要地位,是推动经济增长的重要动力。然而,随着工业化的迅速发展,环境污染问题日益严重,对制造业企业的可持续发展构成了巨大的挑战。绿色创新是把环境保护作为目标的一种绿色创新技术,其可以在一定程度上减轻环境污染,降低生态的负面效应。通过绿色创新,企业可以节约原材料,提高材料利用效率,降低生产成本。因此,绿色创新为制造业企业的转型发展提供了新途径,成为推动其高质量发展的重要引擎。

目前,有关绿色创新的研究取得一定进展,例如原毅军等^[1]运用GMM估计法研究环境规制对绿色技术创新的影响,结果表明严格的环境规制会促进绿色创新发展。王馨等^[2]运用双重差分法,探究了绿色信贷政策对绿色创新的影响,研究结果表明绿色信贷行业中的绿色创新活动更活跃。徐建中等^[3]从新制度主义理论和高阶理论视角研究制度压力、高管环保意识对绿色创新的影响,研究发现制度压力与绿色创新呈倒“U”形关系,高管环保意识对制度压力与绿色创新关系呈正相关关系。

山东省近几年正加快推进制造业发展绿色转型。万华化学集团股份有限公司(简称万华化学)是

一家先进制造领域的科技型企业,它专注于高分子材料的研发和生产,其产品涵盖聚氨酯、聚氨酯弹性体、聚酯多元醇等,广泛应用于汽车、建筑、航空航天等多个行业,为各领域提供了先进的材料解决方案。万华化学近年来开展了一系列绿色创新活动,取得了一系列成绩。基于此,本文选择万华化学作为案例企业,从内部和外部因素层面分析影响山东省先进制造领域企业绿色创新的影响因素。

本文的贡献主要体现在以下两个方面:一是帮助先进制造领域企业识别绿色创新过程中的关键资源 and 能力需求,从而优化资源配置,确保在关键领域的投入得到有效利用;二是助力先进制造领域企业明确绿色创新的驱动力,制定有效的战略和政策以促进创新,如提升组织创新文化、优化公司治理结构、加强内部控制等。

1 山东省先进制造领域企业绿色创新现状

山东省是制造业大省,拥有完备的产业体系和庞大的产业规模,涵盖了国民经济行业分类中的31个制造大类、174个制造中类、565个制造小类,其中青岛、济南、烟台等城市在全省范围内发挥着重要的引领和带动作用。为加快制造业发展,中共山东省

*山东省2023年度省级大学生创新创业训练计划资助项目(S202311688163)。

【作者简介】楚梅芸,女,新疆昌吉人,在读本科生,研究方向:审计学;马祺,女,宁夏固原人,在读本科生,研究方向:审计学;李梦雪,女,山东青岛人,硕士,讲师,研究方向:会计理论与公司治理。

【引用本文】楚梅芸,马祺,李梦雪. 山东省先进制造业绿色创新的影响因素研究——以万华化学集团股份有限公司为例[J]. 企业科技与发展, 2024(7): 42-46.

数字智能时代平台企业“助农” 实施路径与价值创造研究 ——以抖音为例

杨欣艺

(山东工商学院 会计学院, 山东 烟台 264000)

摘要:我国是一个农业大国,当前,“三农”问题已成为关系改革开放和现代化建设全局的首要问题^[1]。本课题以抖音平台企业为研究对象,在大量阅读文献基础上,通过抖音官方网站、企业年度社会责任报告、公司高层领导公开演讲、微信公众号、相关新闻报道、期刊版物和非结构化访谈等渠道进行资料和信息广泛收集,深入探究抖音平台实施“助农”活动和业务的具体路径、平台构建的关键支撑要素,以及实现的社会经济价值和商业经济价值的具体表现。期望通过本课题的研究对其他平台企业开展“助农”活动提供具体可借鉴的经验和建议,共同助力乡村振兴发展。

关键词:平台;助农;乡村振兴;数字智能

随着数字化、智能化改造深入推进,我国传统产业整体实力、质量效益以及创新力、竞争力、抗风险能力显著提升。目前,以人工智能、大数据和云计算为代表的数字技术的进步及其在经济社会生活中的不断普及,推动了以平台企业为代表的新型组织形态在各个领域的崛起。乡村振兴战略实施以来,农村地区社会经济得到了有效发展。数字智能是公司基于AI、IOT、大数据等技术精心打造的一款智能化基础服务框架,专注于为不同行业快速搭建智能化系统。随着科技的进步,人们逐步步入了数字智能化时代,消费者的消费方式也得到了一定的更改。数字经济的发展为消费者消费模式转变提供了极大的助力,与此同时,为消费者带来了更好的消费体验,提供了更加便捷的消费方式。但是,农业农村基础差、底子薄、发展滞后的状况尚未根本改变,助农仍是各界服务农村的重点。电子商务蓬勃发展为有效解决“三农”问题提供了新路径^[2],因此,平台助农随之而起。

1 平台助农的进程

1.1 互联网不断普及短视频平台迅速发展

2000年后,中国互联网进入腾飞时代,国民普及

率不断增高。2023年8月23日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第52次《中国互联网络发展状况统计报告》,报告显示,截至2023年6月,我国网民规模达10.79亿,互联网普及率达76.4%;人均每周上网时长29.1h;其中,农村网民规模为3.01亿,城镇网民规模为7.77亿。我国非网民规模为3.33亿,较2022年12月减少1109万人;其中,农村地区非网民占比为59.0%,60岁及以上非网民群体占比为41.9%^[3]。随着互联网的普及,短视频平台开始兴起。报告显示,使用短视频平台的网民高达10.26亿人。随着短视频的发展,越来越多的人开始做电商,在网上进行直播卖货,其中,就包括农产品的售卖。抖音作为中国市场占比最高的短视频APP就在2022年提出了2022新农人计划,以农业、农村、农民为抓手,针对“三农”领域进行大力扶持。具体来说,抖音将拿出亿级流量等合计12亿流量资源,通过“入驻礼包”“农人积分榜”“新农人推荐官”等多种活动,给予“三农”创作者流量包和奖励,帮助其解决冷启动和曝光不足等问题,让美好乡村被更多人看到。抖音还联合“杨凌农科”推出了运营推广小技巧、短视频爆款法则、优质“三农”内容关键要素、直播带货等全方位培训课程^[4],现在“三农”视频的浏览量呈暴增增长。

1.2 农产品交易额上升农村经济快速发展

平台助农为农产品增加了曝光度,使农产品的流通打破了地域的限制,同时产生了一系列的衍生工作,减少销售成本,实现精准扶贫,促进了供给端的转型,并带动发展。2023年9月21日,抖音电商发布《2023丰收节抖音电商助农数据报告》,报告显示,2022年9月—2023年9月,抖音电商共同助力农特产销售47.3亿单,平均每天就有1300万个装有农特产的包裹销往全国各地。平台助农拉动了农产品的销量,解决了很多农产品滞销问题,使农民经济得到提高。

2 平台助农的优势

2.1 降低成本,助力销售提高

以往农产品售卖要涉及到开店,而开店就意味着需要前期的投入,比如,宣传费用、租赁费用、水电

基金项目:2023年度省级大学生创新创业训练计划资助项目(S202311688178)

作者简介:杨欣艺(2003—),女,山东工商学院本科在读。

“枣”日致富——基于AISAS模型的延川狗头枣农产品营销策略研究

张翠雅 化昌永 姚雨晨
山东工商学院

DOI:10.15989/j.cnki.hbnjz.2024.18.030

摘 要:全面建设社会主义现代化国家,最艰巨最繁重的任务仍然在农村。2023年的中央一号文件表明了党中央加强“三农”工作的鲜明态度,发出重农强农的强烈信号。陕西省延安市延川县是革命老区,也是省级乡村振兴重点扶持县。红枣产业作为延川县传统经济产业,近年来在营销方面屡遭难题,陷入营销困境。在国家乡村振兴战略背景下,本文立足地域特色资源优势,选取革命老区延川县特色农产品——延川狗头枣为研究对象,以AISAS模型为理论支撑,从消费者的角度出发,采用多种研究方法,探索延川狗头枣的产品营销新路径,力图改善当地经济现状,提高老区人民生活质量,让革命老区优质农产品走出地方,助农增收,以产业兴旺促乡村振兴,让乡村振兴之路越走越宽。

关键词: AISAS; 延川狗头枣; 营销策略

延川县拥有得天独厚的自然地理环境,作为红枣的最佳产区,种植红枣品类多样,是陕西省乃至全国红枣种植历史最为长久的地区之一^[1]。2006年,延川红枣(狗头枣、团圆枣、骏枣、大木枣、条枣)获得了国家市场监督管理总局地理标志的保护认证。时至今日,地理标志农产品由于其具有独特地域、生产方式、品质和历史文化,现已成为促进农民富裕富足,巩固拓展脱贫攻坚成果的重要抓手,持续为农业高水平进程和乡村全面振兴保驾护航。

乡村振兴战略背景下,本文以陕西省延安市延川县狗头枣为研究对象,基于AISAS理论模型,基于消费者立场,通过文献、问卷、访谈等多种研究方法,发掘延川县狗头枣营销存在的问题,分析消费者心理及消费行为特征,构建特色农产品营销策略,让革命老区优质农产品走出地方,助农增收,以产业兴旺促

作者简介:张翠雅,女,2004年出生,陕西延安人,山东工商学院本科在读,研究方向:管理学。

基金项目:2023年度省级大学生创新创业训练计划资助项目(项目编号:S202311688147)。

乡村振兴。

1 AISAS基础理论模型

AISAS模型是对AIDMA模型的进一步发展,后者最早用于衡量消费者传统购买行动,包含引起注意、提起兴趣、唤起欲望、留下记忆、购买行动五个阶段^[2]。AISAS模型则是电通公司针对互联网与无线应用时代消费者生活形态的巨大变化而提出的一种全新消费者行为分析框架。^[3]该模型描绘了消费者从接触商品到产生购买行动分别要经历五个连续阶段:A—引起注意(Attention);I—提起兴趣(Interest);S—信息搜寻(Search);A—购买行动(Action);S—与人分享(Share),如图1所示^[4]。



图1 AISAS模型示意图

互联网时代,消费者掌握着越来越多实际主动权,以消费者为中心的新型营销模式正在形成,消费者心理及消费行为特征经历了许多细微而复杂的变化,很多学者也注意到这种变化。当下AISAS模型要在用于开展实证性研究基础上,更多地转向于应用到相关领域营销策略构建中去,产生一定的现实价值。因此,本项目以AISAS模型为理论基础,研究延川狗头枣的产品营销策略,助力延川狗头枣产业发展。

2 延川狗头枣营销现状

2.1 产品方面

延川县采取多种措施扶持红枣品牌建设。作为优质土特产,延川狗头枣品质上乘,干鲜兼食,皮薄色红,曾获“后稷特别奖”,并为朝鲜领导人称赞。产品加工系列多样,既有称重零售又有精美礼盒装,既有浅加工又有深加工,包括枣干、枣汁、枣脯、枣酱、枣粉等。多种多样的加工模式,极大地延长了枣业发展的产业链,增加了狗头枣的附加值。

2.2 价格方面

从农户售卖红枣价格而言,近年来延川县红枣呈现价格下行趋势,相关部门尚未制定关于农产品的最

DOI:10.19995/j.cnki.CN10-1617/F7.2024.17.153

本文索引: 张鑫,王子怡,黄晓彤等.乡村振兴背景下山东省大学生返乡创业意愿调查研究[J].商展经济,2024(17):153-156.

乡村振兴背景下山东省大学生返乡创业意愿调查研究

张鑫 王子怡 黄晓彤 林明杰 张伟豪

(山东工商学院 山东烟台 264005)

摘要: 2023年是全面贯彻党的二十大精神开局之年,也是实施“十四五”规划承前启后的关键一年。近年来,乡村振兴战略大力开展和返乡创业工作不断落实,返乡创业政策被更多大众所了解,但目前返乡创业人群中仍缺乏大学生群体。本文旨在山东省范围内展开研究,调查大学生返乡创业意愿,探究大学生返乡创业的驱动与阻碍因素,获取大学生对“返乡创业对策”的支持度,通过SWOT组合发展战略分析法对大学生返乡创业现状进行全面总结,并运用TwoStep聚类分析、二元Logistic回归分析、结构方程模型等方法处理分析,为大学生返乡创业提出优化对策和建议,助力于推动大学生积极返乡创业,为推动乡村人才建设和乡村振兴尽一份绵薄之力。

关键词: 大学生; 返乡创业; 创业意识; 乡村振兴; 人才振兴; Logistic回归分析; Twostep聚类分析

中图分类号: F272.92; F323

文献标识码: A

返乡创业是指在外的工作或学习人员返回家乡,用新的创业思路结合自身所获取的专业知识,根据农村实际情况创办企业,以带动家乡经济发展,在解决自己就业问题的同时,为家乡引进人才,为家乡人员提供更多就业机会。

1 国内研究现状和发展动态

1.1 大学生返乡创业的意愿及影响因素

近年来,大学生愿意返乡创业的整体意愿并不强烈,影响因素大致分为政府、社会、学校、家庭四种。李瑞莲(2022)通过SPSS统计分析,得出仅有31.1%的大学生愿意返乡创业。其中,愿意的原因主要在于:政府政策支持、家庭支持 and 自我价值提高,不愿意的原因在于:当地环境因素、家庭背景因素和市场因素。殷清和杨剑英(2021)基于DEMATEL-ISM集成法,指出高校因子在支持大学生返乡创业过程中发挥着关键作用,市场因子、地方政府因子和国家战略因子对引导、鼓励和扶持大学生投身返乡创业作用突出;李丽群(2019)将大学生返乡创业的动机分为制度动机(返乡创业的政策红利)、机会动机(规避城市就业创业压力、利用家乡资源)和责任动机(参与乡村振兴、农村急需人才)等。

1.2 大学生返乡创业的现状与障碍

目前,大学生返乡创业的意愿并不强烈,且无论是政府、社会、家庭还是学校,均对大学生返乡创业有不同程度的阻

碍。李萌(2017)指出,高校毕业生就业期望较高,农村资源条件难以满足需求,高校毕业生返乡创业意愿不高。在政府影响因素方面,李佳骏(2020)研究发现大学生返乡创业政策体系不完善,政府对创业者资金补贴力度低、银行贷款门槛高,农村基础设施和创业环境不符合创业者的创业需求。在社会影响因素方面,刘斐和贾静丽(2022)认为乡村地区人才地位有待提高,乡村地区缺乏创新动力,导致下乡人才在推陈出新方面难以大展拳脚。在家庭影响因素方面,杨妍和洪岩(2020)指出多数家庭受传统观念影响,普遍不接受大学生返乡创业。在学校影响因素方面,罗晓林(2019)认为高校对大学生创新创业实践指导还处于初始阶段,使得大学生返乡创业的意识培养、角色定位、创业能力等方面均存在不足。

1.3 大学生返乡创业的政策支持及路径分析

推进大学生返乡创业,需要政府、社会、学校、家庭四方面协同合作,支持并培养出具备返乡创业能力的大学毕业生。傅梅烂(2022)提出,政府、乡村、高校三者协同,结合农业产业人才需求,校地合作培育大学生农创客。卢玉光(2020)提到,高校可与地方政府互通互融,建立长效合作机制,整合各类实践资源,教育引导大学生亲身参与实践中。谢顺顺(2021)提到,大学生农村创业需要构建知识结构,培育优化农村创业知识结构,提高大学生农村创业技能。

基金项目: 2023年山东省大学生创新创业训练计划国家级项目“‘体育我以投篮,我报你归故里’——基于乡村振兴背景下的大学生返乡创业意识调查研究”(202311688030)。

作者简介: 张鑫(2002-),女,汉族,山东临沂人,经济统计学专业。

34. 殷鹏等. 乡村振兴背景下苍溪县红心猕猴桃产业的发展现状、制约因素及对策研究



产业发展

乡村振兴背景下苍溪县红心猕猴桃产业的发展现状、制约因素及对策研究

殷 鹏,任奇锋,乔 那,杨 莉,胡一帆

(山东工商学院 山东烟台 264005)

摘 要: 鉴于我国地域辽阔、文化迥异,各地的产业模式存在着差异,在借鉴和实施过程中仍面临着诸多困境。立足于研究现代农业产业的发展现状,以四川省苍溪县红心猕猴桃产业为例,苍溪县红心猕猴桃产业的发展现状,对其制约因素研究分析,发现问题并据此制定相应的改进措施,探究与构建融合型产业发展新模式,助力乡村产业发展,实现乡村振兴。

关键词: 乡村振兴;现代农业产业;融合型产业

2023 年中央一号文件对全面推进乡村振兴,加快农业农村现代化做出重大部署,提出乡村振兴关键是要产业振兴。习近平总书记也曾鲜明地指出:“产业兴旺,是解决农村一切问题的前提”。加快发展乡村产业是实施乡村振兴战略的首要任务和工作重点,也是巩固和拓展脱贫攻坚成果的基础,更是农民致富增收的长远保障。苍溪县红心猕猴桃产业种植面积约 39.5 万亩,年产鲜果 12.6 万吨,年综合产值 60.66 亿元,品牌估值已达 80.99 亿元。已成为苍溪县乡村振兴、富民强县的支柱特色产业。

苍溪县红心猕猴桃产业已经取得了巨大发展,但苍溪县红心猕猴桃发展现状如何?发展遇到哪些问题?如何解决?这些问题的解决对苍溪县红心猕猴桃产业发展具有积极意义。通过查阅文献调查、实地调研等方法,对苍溪县红心猕猴桃产业进行调查分析,以找到实施过程所面临的困境和问题,为进一步改善现状提出优化建议。

1 苍溪县红心猕猴桃产业现状的调查结果及原因分析

1.1 苍溪县红心猕猴桃产业的需求条件分析

以大学生群体为调查对象进行问卷调查,收集有效问卷 310 份,对其结果整理分析。红心猕猴桃在猕猴桃市场的知名度较低。网络检索词中,关于红心猕猴桃最多的则是浦江,苍溪县作为红心猕猴桃主产地和发源地,其知名度却远低于浦江红心猕猴桃。

1.2 苍溪县红心猕猴桃产业的生产要素分析

对 2022 年相关数据分析与计算,得出:苍溪县红心猕猴桃的产量为 0.99 吨/亩,效率优势指数为 5.95,规模优势指数 38.15;眉县猕猴桃的产量为 1.78 吨/亩,效率优势指数为 117.78,规模优势指数 56.57。苍

溪县在效率和规模上虽具有一定的优势,尤其在规模上,有着主产地的优势。但作为走向国际的两大地域性猕猴桃之一,在与眉县的对比中,有明显的差距,在产量数据上远远落后眉县。

1.3 苍溪县红心猕猴桃产业的经营发展分析

通过调研,发现苍溪县境内售卖的苍溪县红心猕猴桃,主要以鲜果礼盒的形式售卖,其加工产品少之又少。苍溪县红心猕猴桃主要是第一产业的形式,第二产业和第三产业有待发展。第一产业的发展容易受到运输业的制约,且第一产业创造的价值远低于第二、第三产业的产业价值,国家对产业融合的指导和支持力度也不足,因此在产业融合方面,做的不到位^[1]。

1.4 苍溪县红心猕猴桃产业的支持因素分析

在“政”方面:苍溪县政府组建了较完善的农技推广中心和中国红心猕猴桃交易会会展中心,成立县猕猴桃产业发展局;在“研”和“学”方面:苍溪县有猕猴桃研究所和全国最大的猕猴桃基因库,与中国科学院武汉植物园、四川省自然资源研究院、四川大学、西北农林科技大学等单位有着长期的产业科研合作(图 1);在“产”方面:苍溪县建有猕猴桃协会 1 家,发展猕猴桃专业合作社 72 家,统筹全县的猕猴桃种植和销售工作。

2 苍溪县红心猕猴桃产业持续发展的问题分析

2.1 需求问题

根据调查结果,发现红心猕猴桃在国内的知名度总体不高,红心猕猴桃中仅浦江红心猕猴桃的知名度较高,主要原因在于拥有成都这个巨大的消费市场,以及借助成都的信息化产业打造的知名度,网上的红心猕猴桃几乎都来源于浦江,因此苍溪红心

基金项目:山东省 2023 年度省级大学生创新创业训练计划资助项目(编号:S202311688044)。