

摘 要

数字经济的快速发展，在全球范围内掀起一股数字浪潮，为了应对波诡云谲的经济环境，我国转变经济发展模式，大力发展数字经济，推动实现经济高质量发展的目标。由于我国数字化转型开始较晚，在转型的路径和影响效果方面需进一步明确。白酒行业是传统的劳动密集型企业，传统的商业发展模式面对目前的市场环境挑战存在一定劣势，通过研究白酒行业的数字化转型对本行业数字化转型具有一定借鉴意义。

本文以贵州茅台为研究对象，以行业到个例的形式，分析其数字化转型的方式、路径和对企业绩效的影响效果，为白酒行业进行数字化转型提供一定的借鉴和启示。本文基于价值链理论、协同效应理论、流程再造理论，分析贵州茅台转型的动因、路径，通过财务绩效、非财务绩效以及因子分析法，对贵州茅台数字化转型对企业绩效的影响效果进行分析。

研究发现，贵州茅台通过产品和服务、营销、传播、经营管理四个方式影响贵州茅台的企业绩效，在四种方式下分别通过提升企业创新服务能力、销量和直营收入、资源利用效率、新客户群体吸引力四条路径对企业绩效产生影响。从财务绩效横向、纵向分析来看，贵州茅台自“智慧茅台”建设开始，其盈利能力、营业能力、偿债能力和发展能力在一定程度上都得到加强，短期偿债能力得到优化，但是存货和应收账款占流动资产的比率较大，过多资金闲置降低了资金流动性，需要通过合理规划资金用途；从非财务绩效分析来看，通过建立自有的线上营销渠道和传播平台，以线上+线下的营销模式提高产品的销量，降低了销售费用率，打造数字化信息共享平台，从源头入手保证了产品的质量与安全，通过培训方式，提升了员工和技术人员创造价值的能力；从综合绩效分析来看，数字化转型提高了贵州茅台的综合因子得分，对企业绩效产生正向促进作用。本文进一步明确了白酒行业数字化转型的动因、路径及影响效果，丰富了数字化转型对企业绩效的影响方面的研究，为白酒行业进行数字化转型提供案例支持。

关键词：数字化转型；企业绩效；影响路径；贵州茅台

Abstract

The rapid development of digital economy has set off a digital wave all over the world. In order to deal with the unpredictable and unpredictable economic environment, our country has transformed the model of economic development, vigorously developed the digital economy, and promoted the goal of high-quality economic development. Due to the late start of digital transformation in China, the path and impact of transformation need to be further defined. The liquor industry is a traditional labor-intensive enterprise, and the traditional business development model has certain disadvantages in the face of the current market environment challenges. The study on the digital transformation of the liquor industry has certain reference significance for the digital transformation of the industry.

This paper takes Kweichow Moutai as the research object and analyzes the ways, paths and effects of its digital transformation on enterprise performance in the form of industry to individual cases, so as to provide certain reference and inspiration for the digital transformation of liquor industry. Based on value chain theory, synergistic effect theory and process reengineering theory, this paper analyzes the motivation and path of Kweichow Moutai's transformation, and analyzes the impact of Kweichow Moutai's digital transformation on enterprise performance through financial performance, non-financial performance and factor analysis.

The research finds that Kweichow Moutai influences its corporate performance through four ways: product and service, marketing, communication, and operation management, and through four ways: improving its innovative service ability, sales volume and direct revenue, resource utilization efficiency, and attraction of new customer groups. From the perspective of horizontal and vertical analysis of financial performance, since the construction of "Smart Moutai", Kweichow Moutai's profitability, business capacity, debt paying capacity and development capacity have been strengthened to a certain extent, and its short-term debt paying capacity has been optimized. However, the ratio of inventory and receivables to current assets is

relatively large, and excessive idle funds reduce the liquidity of funds. The use of funds needs to be rationally planned; From the perspective of non-financial performance analysis, by establishing its own online marketing channels and communication platforms, using online + offline marketing mode to increase product sales, reduce sales expenses, build a digital information sharing platform, ensure product quality and safety from the source, and improve the ability of employees and technicians to create value through training; From the comprehensive performance analysis, digital transformation improves the comprehensive factor score of Kweichow Moutai, and has a positive promoting effect on enterprise performance. This paper further clarified the motivation, path and impact of the digital transformation of the liquor industry, enriched the research on the impact of digital transformation on enterprise performance, and provided case support for the digital transformation of the liquor industry.

Key words: digital transformation; Enterprise performance; Influence path; Kweichow Moutai

目录

摘 要.....	I
Abstract.....	II
第一章 绪论.....	8
第一节 研究背景和意义.....	8
一、研究背景.....	8
二、研究意义.....	9
第二节 国内外文献综述.....	10
一、国外文献综述.....	10
二、国内文献综述.....	13
三、文献述评.....	16
第三节 研究内容和研究方法.....	17
一、研究内容.....	17
二、研究方法.....	18
三、技术路线图.....	19
第二章 相关理论及相关概念.....	20
第一节 概念界定.....	20
一、产业数字化.....	20
二、数字化转型.....	20
三、企业绩效.....	20

第二节 相关理论基础	21
一、价值链理论	21
二、协同效应理论	21
三、流程再造理论	22
第三节 绩效评价方法	22
一、比率分析法	22
二、平衡计分卡	23
三、因子分析法	23
第三章 贵州茅台数字化转型案例介绍	25
第一节 白酒行业数字化转型概况	25
一、白酒行业数字化转型现状	25
二、白酒行业数字化转型内容	25
第二节 贵州茅台概况	26
一、贵州茅台简介	26
二、主营业务及行业地位	26
第三节 贵州茅台信息化向数字化转变的历程	27
一、贵州茅台信息化时期管理信息系统建设情况	27
二、贵州茅台数字化转型时期管理信息系统建设情况	28
第四节 贵州茅台数字化转型的动因	29
一、贵州茅台数字化转型的外部动因	29
二、贵州茅台数字化转型的内部动因	30
第四章 贵州茅台数字化转型对企业绩效的影响路径分析	33
第一节 贵州茅台数字化转型影响企业绩效的方式分析	33

一、贵州茅台数字化转型战略实施过程	34
二、贵州茅台数字化转型的具体方式	34
第二节 贵州茅台数字化转型影响企业绩效的路径分析	40
一、产品和服务数字化，提升企业产品和服务创新能力	40
二、营销渠道数字化，提升企业销量和直营业务收入	41
三、经营管理数字化，降低企业成本费用率	42
四、传播数字化，提升企业新客户群体吸引力	44
第三节 贵州茅台数字化转型阶段性成果	44
一、“智慧茅台”建设起步阶段	44
二、“智慧茅台”建设成长阶段	45
三、“智慧茅台”建设成熟阶段	45
四、“智慧茅台”正式启动运行	45
五、本章小结	46
第五章 贵州茅台数字化转型对企业绩效的影响效果分析	47
第一节 对财务绩效的影响效果分析	47
一、营运能力	47
二、盈利能力	52
三、偿债能力	57
四、发展能力	61
第二节 对非财务绩效的影响效果分析	66
一、客户维度分析	66
二、内部业务流程维度	70
三、学习成长维度	72
四、贵州茅台数字化转型的非财务绩效评价	74
第三节 基于因子分析法对财务绩效影响效果的综合分析	75

一、纵向对比分析与评价	75
二、横向对比分析与评价	81
三、本章小结	89
第六章 结论与展望	90
第一节 结论	90
一、贵州茅台数字化转型帮助企业降本增效	90
二、贵州茅台数字化转型提升产品创新服务能力	90
三、贵州茅台数字化转型提升企业绩效	91
第二节 启示	91
第三节 不足与展望	92
参考文献	94
致谢	98

第一章 绪论

第一节 研究背景和意义

一、 研究背景

科技的不断更迭，数字经济正成为世界经济增长的重要源泉，各国抓住数字经济带来的红利，大力发展本国经济。经过不断探索，我国经济稳中求进，已由高速增长转向高质量发展模式，正处于经济发展的攻关期，为了应对新经济时代带来的机遇和挑战，数字化流势在必行。2016年在《政府工作报告》中明确提出我国要紧跟时代步伐，发展数字经济，2016年9月召开的G20杭州峰会中，由中国主持起草了《二十国集团数字经济发展与合作倡议》。随后，在“十九大”报告中提出推动互联网、大数据、人工智能与实体经济深度融合，党的二十大报告也指出，“数字化中国”是党的二十大提出的国家战略之一。

国家的一系列举措为企业进行数字化转型提供了坚实基础，随着我国数字化进程的不断推进，2020年《“十四五”规划与2035年远景目标纲要》提出，要加快推进产业数字化，推动数据赋能全产业链协同转型，深化企业各环节数字化应用，加快我国大中小企业数字化转型进程；2022年《中小企业数字化转型指南》提出十四条相关举措，助力中小企业进行数字化转型，加强为中小企业提供数字化转型产品和服务的能力，这也进一步为企业数字化转型提供了政策保障。

根据《中国数字经济发展白皮书（2021）》显示，截至2020年我国数字经济规模达到39.2万亿元，占全国GDP比重为38.6%，数字经济核心产业增加值占GDP的比重达7.8%，数字经济增速达到GDP增速三倍以上，数字经济跃居世界第二位。面对疫情冲击和贸易进出口困难的困境，数字化转型为我国企业的发展带来新契机。

本文选取贵州茅台作为案例进行研究，主要是贵州茅台是白酒行业龙头企业，较早开始进行数字化转型并取得一定成效，在白酒行业具有一定的代表性。首先，作为传统制造业，白酒行业传统的业务流程以及发展模式，在一定程度上

上制约着企业经济增长，且难以与现行的经济发展相适应，在成本管理、资金运行效率、企业管理效率等方面难以进一步提升；其次，白酒行业一直以来效益都不错，但是受疫情、八项规定以及限酒令的影响，出现增长减退的想象；除此之外，白酒行业的消费群体正在往年轻化、差异化、个性化的方向转变，对企业用户体验和产品质量提出更高要求；最后，无论是白酒企业还是其他酒类行业，相互之间的竞争越来越激烈，为了进一步抢占市场，扩大市场份额，保证产品销路，打破经济增长停滞或下滑的局面。在此背景下，贵州茅台开启了数字化转型之路，2017年贵州茅台提出“数字茅台”建设，打造原材料智慧供应链、智能厂房、数字化营销平台、数字化管理全过程数字化体系，把传统发展模式与数字化发展相结合，加速数字化转型进程，实现企业高质量发展。

二、 研究意义

（一） 理论意义

近年来，数字化转型一直是各行各业关注的焦点，我国企业在相关政策的扶持和引导下，开始探索数字化领域。企业进行数字化转型的最终目标是能够提升企业经济效益，帮助企业实现更长远的发展，同时数字化转型与企业绩效之间存在何种联系也是各界学者关注的重点。目前，对企业绩效的研究较多，而数字化转型对企业绩效的影响研究较少，且大多都是以实证为主，所以本文以贵州茅台为例，分析数字化转型对企业绩效的影响，对其影响路径进行分析总结，并通过企业财务绩效和非财务绩效两个维度体现，丰富了数字化转型对企业绩效影响的相关研究，拓宽了企业绩效的研究范围。

（二） 现实意义

数字技术运用于企业经营管理的各个环节，为企业的发展带来了新机遇，然而如何在数字化转型过程中找准方向，实现高质量的数字化变革，是企业数字化转型的目标。贵州茅台作为最早开始数字化转型的白酒企业，在其转型过程中取得一定成效，在疫情以及相关限酒令政策背景下，展现了其强大的盈利能力和抗风险能力。贵州茅台从产品和服务、营销渠道、经营管理、组织人才

四个方面进行全流程的数字化转型，从而提高企业的绩效水平，对同行业企业进行数字化转型，提高企业财务绩效，提高企业经济质量具有一定借鉴意义。

第二节 国内外文献综述

一、国外文献综述

（一）关于数字化转型的现状研究

数字化转型一词最早出现在 2000 年，但并没有对这个术语进行概念化。但随着数字技术的发展，对于数字化转型的定义国外学者有不同的见解。Vial(2019)将数字化转型视为一个过程，对数字技术的应用改变企业价值创造路径^[1]。Rogers (2016)认为数字化转型的本质是战略思维的转变与升级的过程^[2]。Loebbecke 和 Picot (2015)认为数字化转型是以信息技术为手段，实现信息共享，提高企业运行效率^[3]。Lynne 和 Frantz (2021)认为数字化转型用来指称实体或过程中的变化以及变化的过程^[4]。

在数字化转型策略方面，国外学者提出了不同的转型建议和策略，Fitzgerald Metal (2013)认为数字化转型是指企业在主要业务改进过程中对社交媒体、移动互联网、嵌入式设备等数字技术和设备的应用^[5]。Frynas 等 (2018)指出数字化转型是利用数字技术实现信息共享一体化，为管理模式增效，帮助企业重塑生产经营相互作用的过程与方式，提升企业资源配置^[6]。Carmelo Cennamo 等 (2020)认为企业数字化转型不是一个单一的 IT 后端过程，而是在整个组织中进行，包括重新定义战略、创业过程、创新和治理机制^[7]。

（二）关于数字化转型的动因研究

在数字化转型动因方面，目前可以划分为从积极动因和消极动因两个方面。

在数字化转型的积极动因方面，国外学者们认为数字化转型对提高企业绩效和提升企业价值、竞争力等方面有积极促进作用。Tapscott (1999)认为数字化转型的发展对于提高企业绩效和生产效率至关重要^[8]。Tambe 和 Lorin(2012)认为数字化技术的持续发展会给企业带来更加广阔的发展空间，企业可以充分

利用互联网技术实现转型升级以此来达到创造更大价值的目的^[9]。Bratianu (2018) 认为在数字经济的引领下, 企业必须进行数字化转型, 因为只有进行数字化转型, 才能更好地优化企业内部的组织结构, 增强自身竞争优势^[10]。Hanelt 等(2021) 认为企业数字化转型益处颇丰, 包括优化组织流程、深度了解客户内需、帮助企业降低成本、助力企业实现创新突破^[11]。Berma 和 Brown (2011) 认为数字技术的普及, 以及人们对数字技术思想的转变, 能推动数字技术发展^[12]。

在数字化转型消极动因方面研究较少, 国外学者的研究主要归集为企业自身的发展和外部环境挑战两个方面。在企业自身发展方面, Bjorkdahl (2020) 指出盲目的数字化转型升级, 可能导致企业错失机会甚至可能面临被市场淘汰的风险^[13]。外部环境的挑战方面, Fletcher 等(2020) 研究发现数字化水平低的企业抵御风险的能力较低^[14]。

(三) 关于企业绩效的研究现状

在企业绩效影响因素方面, 国外最新研究表明绿色技术创新、创新投入等对企业绩效产生一定的影响。Ayinaddis Samuel Godadaw (2023) 通过研究得出产品创新、流程创新、营销创新和组织创新与企业绩效显著正相关, 而产品创新对因变量企业绩效的正向影响最强, 其次是流程创新和组织创新^[15]。Nureen Naila 等(2023) 研究发现绿色创新以绿色供应链管理、绿色人力资本、绿色创新、管理环境知识为中介对企业绩效进行影响^[16]。Kim Seunghyun 等(2023) 研究发现, 对技术创新的研发投入越高, 电动汽车企业的成长潜力和盈利能力越好。这也表明, 提高区域层面集群政策的协同效应对绩效至关重要, 而不仅仅是国家层面的临时政策支持^[17]。

在企业绩效评价方面, 国外最常见的主要有平衡记分卡、因子分析法等, 通过这些方法设定模型对企业绩效进行评价, 进一步为企业的发展提供方向。F.Medel Gonzalez (2013) 把平衡计分卡运用到了绩效评价中, 通过模型设定, 并从不同视角和维度选择不同公司的差异绩效评价的变量, 最后进行回归实证分析^[18]。Games 等(2019) 运用因子分析法从知识管理和企业风险两个维度研究分析其对企业绩效的作用^[19]。Samue 等(2019) 认为杜邦分析法中的利润率指标和资产周转率指标是分析企业股利政策的关键性指标, 这两项指标可以帮助预测企业股利支付的趋势与发展方向^[20]。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/998070137057006137>