

中国人民大学经济学院以研究生毕业同等学力

申请硕士学位论文写作报告

姓 名： 訾双荧

资格证号： 81040900

专业名称： 企业经济学

拟定学位论文题目：互联网思维下的数字化转型对中国民营制造业企业竞争力的影响分析

一、选题依据

|  |
| --- |
| 1.目的及意义（800字以内）（主要内容：阐述选题要解决什么问题，选题有何理论和现实意义）  【研究背景】  2021年中国互联网公司排行榜显示，中国排名前100的互联网企业，其全部的业务总收入高达4.1万亿元，同比增长16.9%。而中国2021年全年的GDP为114. 37万亿元。虽然企业营收和GDP并非简单的直接加总关系，但全年GDP的3.5%仍是一个不容忽视的占例。百强企业营业利润总额达4426.9亿元，同比增长29.4%，平均利润率高达10.8%。但在几年前，互联网公司给人们的普遍刻板印象还是不盈利甚至有巨大的亏损。  不仅如此，在国际商业舞台上，中国的互联网企业的表现也同样优异。《麻省理工科技评论》自2010年开始，每年都会选出50家“全球最聪明公司”，而在2017年“全球50大最聪明公司”榜单中，上榜的中国企业有史无前例的9席，互联网公司腾讯、阿里巴巴、蚂蚁金服、百度均位列其中。  与中国互联网企业的蓬勃发展形成鲜明对比的，是中国的制造业企业。中国依然是是制造大国，但还不是制造强国。目前国内工人的工资不断上涨、劳动密集型产业不断减少，新的高端制造业还没有明显的顶级佼佼者，同时伴随着社会老龄化加剧，实体经济呈现衰退的趋势。如果实体制造业类型的企业无法实现升级换代，就很容易使整个行业甚至社会卡进中等收入陷阱里。  【研究目的和意义】  互联网企业取得成功的关键因素之一，是较好地利用了互联网思维和数字技术，紧跟全球数字经济和数字贸易的发展步伐，推动着中国进入新的数字经济时代。而在这一过程中，我国的制造产业出现了两类情况：一类传统的制造业企业，企业战略和治理原则在短时期内无法调整，很难跟上发展步伐，导致在激烈的竞争环境中败下阵来；一类新兴的制造业企业，在成立之初就将互联网思维和数字化注入企业的基因和企业的产品之中，逐渐在竞争中脱颖而出，甚至引领了所在行业的进步和发展。  制造业依然是我国实现持续、稳定、高质量发展的根基，一个个企业组成全体社会的生产力，每个企业的成功与发展组成了整个社会生产的高质量发展。  本文将通过对上述两类国内的制造业企业的对比分析，同时借鉴国外制造业企业案例，分析数字化转型和互联网思维对企业实现营收增长和商业模式转型的影响。通过一系列的实证研究和事实分析，为如何利用好互联网思维和数字技术，实现中国制造业企业的产业转型，尝试提供新的视角。 |

|  |
| --- |
| 2.文献综述（3000字左右）（主要内容：做文献梳理和研究动态的综述，归纳已有的研究所做的工作，形成了哪些共识？列举出在哪些问题上仍未形成共识？各种不同的观点是什么？针对目前的研究，你发现了哪些问题想要继续研究？）  **【形成的共识】**  **共识一：中国的制造业需要通过不断创新实现产业升级。**  经济全球化以来，中国因为充足的自然资源和巨大的人口数量，逐渐成为“世界制造工厂”。在飞速发展的历史进程中，我们先后经历了“到中国来制造”“全都在中国制造”“以中国为中心的制造”几轮跨越。  制造业是强国之本、立国之基，在推进制造业结构升级的过程中，需要推进科技创新与制造业的深度融合，以改善制造业市场需求不足、产能过剩、竞争无序等弊病。在构建双循环新发展格局下，我国经济已从过去的高速发展转变为高质量发展，因此更应该把握好新的发展的机遇，不断推动制造业结构的转型升级。钟诗韵（2022）  中国工业是以制造业为核心，随着技术创新，可以实现产业转型升级，推动经济发展。刘伟和蔡志洲（2008）  中国制造业的产业升级是自主创新、提升企业能力的过程，其中信息化和信息技术给企业带来了科技性和知识性，科技更新了制造业的生产技术，提高了制造业的生产效率，再通过制造业产业集群和产业链的整合，在科技和知识的外溢中实现制造业的整体升级。杜鹏（2012）  中国的制造业升级需要工业流程创新升级、产业环境创新升级、高端集群创新升级、产业链条创新升级等。刘志彪（2012）  **共识二：互联网思维是适应时代发展的创新，能够引领企业做出以用户价值为导向的创新，从而提升企业的竞争力。**  互联网技术在当今的世界已经无处不在，渗透进人们生活的方方面面。提及互联网，人们首先想到的便是互联网巨头企业，先进的信息通讯技术、云计算、大数据与人工智能、５Ｇ与区块链技术等等，各大优质软件平台，各种便捷商务服务对人们的日常生活带来了颠覆性的变化。中国也走在了互联网技术发展的前列，涌现了一批互联网的龙头企业。  其中百度公司创始人李彦宏先生（2011）最早提出了“互联网思维”这一概念。他认为，无论是否居于互联网相关的产品或行业，做事的方式应当逐渐的“互联网化”。  小米科技的创始人雷军先生（2013）认为互联网思维需要时刻关注：“专注”、“极致”、“快”以及“口碑”这几个字。他强调互联网不是技术，是一种观念和方法论。    从1969年的始于美国的阿帕网，经过50多年的发展演变，互联网不再仅仅是一种同外部世界建立联系的简单工具或通信符号，已然已经成为人们工作和生活的一种思维方式和状态。  诸多的研究学者也提出了对互联网思维的看法：董大海（2015）认为真正的互联网思维具有以下三个特征：第一是始终以顾客导向为核心；第二是价值原则为其核心支撑，具体表现为拥有互联网思维的企业都重视资源整合及企业价值链重塑，第三是互联网思维时常引领着企业从价值、营销、营利及运营角度实现商业模式的创新。冯雪飞（2015）  认为，互联网技术的应用己经逐步渗透在了人类社会经济活动的各方各面，随之而来的是传统商业形态的深刻变革。与此同时，互联网思维也己然成为了指传统企业模式改变的核心理念。传统企业想要实现转型，需要对企业各个价值环节进行全面改革。在思考问题是需要转换角度，不再单纯的从既有资源来分析发展计划，而是最大限度探求顾客真实需求，来实现从客户价值创造角度完成创新转型。    **共识三：数字化转型（DX）对制造业企业提升竞争力有非常积极的推动作用**  《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出，加快数字化发展，建设数字中国，要充分发挥海量数据和丰富应用场景优势，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式，壮大经济发展新引擎，为企业数字化转型指明方向。  通过对目前已有文献的学习和了解，发现既存的研究大部分更偏向于信息化、信息技术、信息产业等对制造业结构升级的影响。但无论是信息化、还是发展信息技、培育信息产业，都是企业进行数字化转型的反映和表现。  Kelvin（1999）和Anna（2004）等国外学者认为信息技术的快速发展会通过企业的生产方式方面影响企业效率。Giunta 和Trivieri（2007）发现信息技术对意大利中小型企业的规模、R&D投入及进出口等有着重要影响。Moosa和Larry（2011）发现中  国上市公司中的“两化融合”制造业企业通过信息化网络拓宽了生产模式，实现制造  网络化、制造集约化。Castiglione（2012）通过C—D函数论证了信息通信技术对制造业技术效率存在正向作用。  毕克新和吕健（2010）通过回归分析法研究国内216家制造业企业，研究结果表明，信息化与企业的工艺创新存在着正向发展关系。孙群英和毕克新（2010）运用结构方程模型进行验证协同学理论，发现信息化会促进企业工艺创新中的技术因素和非技术因素协同，从而提升全行业制造创新能力。李月起和杨继瑞（2020）发现数据要素将推动汽车产业的数字化、网联化、智能化发展，实现制造业升级。  张兵（2020）为数字化转型赋予新的定义，并将数字化转型和企业的运营管理变革相结合：企业数字化转型，是将数字化技术应用于企业的实际业务中，并对企业运营模式、组织架构、管理理念等方面进行系统性变革，实现运营管理数字化，流程、决策数字化，产品与服务数字化。其作用是促进企业与组织在变革的数字化世界中，通过技术创新创造更大的价值，获得更强的生命力，促进业务的创新与增长，通过将企业业务数字化，实现“转型升级”的目的。  在互联网时代蓬勃发展的背景下，人工智能、5G等新一代信息技术对企业的发展造成较大冲击，企业只能进行数字化转型，才能探寻最适合自己的发展道路。数字化转型需要长期推进，并且过程中会遭遇各种问题和挑战，企业作为转型升级主体，必须有明确的发展规划和目标。目前，无论制造业、工业还是金融保险等领域，都已经进行到数字化转型升级的关键阶段，企业不得不从生产、运营、管理中入手，积极寻求改革创新方法，制订符合时代变革下的战略计划，以获取经济效益，促进企业可持续发展。（闫小飞，2022）  **共识四：从我国整体的情况来看，绝大多数制造业企业的数字化转型战略还处于探索阶段。**    埃森哲公司在《2021中国企业数字转型指数》中指出，中国企业数字化转型有显著成效的仅占16％，虽然同 2020年相比的11％已经有了显著提升，但这也意味着大部分企业的数字化转型并非一帆风顺。许多企业缺乏数字化转型的整体战略规划，数字化转型着力点不清晰，数据应用能力不足，由此导致数字化转型的脚步停滞不前，或因盲目投入使得资源浪费却收效甚微。  但是，互联网和数字化，必将持续改变原有的市场运行方式，企业也必须依靠数字化转型去迎合市场和用户的变化，促进我国制造业企业深化改革和转型升级。    中国整体制造业的产业结构的转型，是积少成多、量变引起质变的结果。只有每个制造业企业都能够转变思路，积极融入数字经济的浪潮，转变传统的盈利模式，打造新的以用户为导向的商业模式，同时利用数字化的手段提升企业内部的管理、决策、组织的效率，才能提升我国整体制造业的水平，解决当前面临的问题，  **【不足之处】**  互联网和数字化正在被越来越多的国内外学者探讨，其内容逻辑以及对现实企业的指导价值也越来越被凸显出来，基于目前的了解，其中并无明显不足。仅有2点内容，将会在本文中，尝试提供进一步的分析和探讨：  1. 前人在使用用互联网思维分析企业行为和战略时，绝大多数内容是基于互联网思维对市场营销的指导意义所进行的分析。忽略了如何利用互联网思维做出用户真正需要的好产品。但是，对于一个企业，特别是制造业企业来说，产品是企业的基础，没有立足于用户、站在用户角度解决用户实际痛点的好产品，再多的互联网营销都只是对资源的浪费，是没有效率、无法盈利的。  2. 同时，对于数字化转型同互联网思维的相互关系分析也并非完全透彻和全面。一个企业是否具有互联网思维，是否能将互联网思维融入到企业的经营管理和企业战略之中，很大程度上决定了企业的数字化转型是否能够成功。而成功的数字化转型，也会进一步提升企业对互联网思维的理解和内化。 |

二、研究方案

|  |
| --- |
| 1.论证方法及数据来源（主要内容：说明论证拟采用的方法，如数理模型法、计量分析法等等，以及需要用到的数据及其来源）  【文献分析法】  通过对课题相关的期刊，书籍等资料进行查阅与研究，获取互联网思维、特征以及数字化转型等相关理论知识，为本文提供理论研究基础。同时也通过过往文献中存在的相关案例分析为本文提供实证支持。  【实证分析法】  在本文中主要分析小米科技、比亚迪汽车，两家民营科技制造业企业的真实案例，探索、整理和归纳在其飞速发展的过程中，是如何通过互联网思维实现数字化转型，从而超越原本强劲的老牌国际竞争对手。同时为其他类似的制造业企业提供互联网背景下的转型建议和对策。公司信息将主要来自于公开信息：公司新闻，公司财报，调研公司报告，相关行业研究报告、相关论坛数据等。 |
| 2.核心观点（主要内容：初步阐述可能得到的观点及结论）   * 依然有很多企业数字化转型策略没有带来实质进展和结果 * 互联网思维对企业形成更符合当前时代需求的数字化转型策略具有积极作用 * 为提高我国企业的竞争力，成功实现数字化转型提供对策和建议 |
| 3.创新之处（主要内容：简要阐述创新点，比如方法创新、方向创新、观点创新等等）  【研究观点创新】  以实际案例，研究企业的互联网思维如何影响企业的数字化转型策略，从而影响企业竞争力。逻辑层面更加严谨，问题研究与样本研究更契合度更高，具有时代特点，因此更具有现实参考意义。 |

|  |
| --- |
| 4.参考文献（顺序和格式参考模板如下，参考文献应当主要是近5年的相关资料，填写时，删掉以下参考模板）  马兆远，《制造中国》，北京，北京联合出版社，2022.  麻省理工科技评论，《未来版图》，北京，人民邮电出版社，2018  黎万强，《参与感：小米口碑营销内部手册》，2014  陈光峰，《互联网思维：商业颠覆与重构》，北京，机械工业出版社，2014  周鸿伟，《我的互联网方法论》，北京，中信出版社，2014  马晓东，《企业数字化转型方法论：落地路径与数据中台》，北京，机械工业出版社，2021  祝守宇，蔡春久．《数据治理：工业企业数字化转型之道》，北京，电子工业出版社，2020  张兵，“提升数据管理能力是数字化转型根本”，《中国金融》，2020年第九期，61-62页  田日辉，“数据治理：企业数字化转型必经之路”《互联网经济》，2020（增刊1），44-47页  毕克新, 吕健, “信息化条件下制造业企业工艺创新能力评价指标体系研究”《科技进步与对策》，2010, 27期，124~127页  孙群英, 毕克新，“制造业企业信息化对工艺创新能力影响机理的实证研究”，《科学与科学技术管理》, 2010，05期，94~99页  李月起, 杨继瑞，“工业后期我国制造业创新升级的内在机理和推进策略”，《经济问题》, 2021, 05期， 80~85页  韩翔，“从移动互联网营销传播的创新网络研宄看‘互联网＋’背景下企业营销创新策略”，《商业经济研究》2021，01期，P193  Altenburg T, Schmitz H, Stamm A, *Breakthrough? China’s and India’s Transition from Production*  *to Innovation,* World development, 2008, 36, P325~344.  Castiglione C. *Technical Efficiency and ICT Investment in Italian Manufacturing Firms*, Applied Economics, 2012, 44, P1749~1763.  Hukal P, Henfridsson O, Shaikh M, Parker G. *Platform Signaling for Generating Platform Content*. MIS Quarterly, 2020, 44, P1177~1206.  杜鹏,中国制造业产业升级研究, 武汉, 武汉大学, 2012.  埃森哲．2021中国企业数字转型指数（非出版物），2021，https://m.doc88.com/p-93147151142847.html.  中国企业数字化转型专家组．数字化转型白皮书（非出版物），2021， https://m.doc88.com/p-37516056099681.html?r=1. |

|  |
| --- |
| 5.论文提纲（写到二级标题）  题 目：互联网思维下的数字化转型对中国民营制造业企业竞争力的影响分析  主题词：制造业企业，互联网，数字化转型  第1章 绪论  1.1研究背景及意义  1.2 研究方法与技术路线  1.3 研究案例选取和研究框架  1.4 研究创新点  第2章 相关概念及文献综述  2.1 互联网思维相关理论  2.2 企业数字化转型相关理论  2.3 制造业产业结构调整相关理论  第3章 我国民营制造业企业竞争力现状  3.1 传统制造业的生产经营模式  3.2 国内外制造业的新趋势  3.3 传统制造业企业当前变革策略  3.4 当前策略可能存在的局限性和弊端  3.5 进行数字化转型的意义  第4章 互联网思维影响企业数字化转型案例分析  4.1 小米科技互联网战略分析  4.2 比亚迪汽车数字化转型战略分析  4.3 小米科技及比亚迪汽车对比传统制造业企业竞争力提升原因分析  第5章 基于互联网思维对制造业企业数字化转型的建议  5.1 互联网思维让转变企业视角：从服务用户角度创造产品  5.2 数字化转型与互联网思维的关系：相同目标、不同对象  5.3 建立基于互联网思维的数字化转型策略建议  第6章 结论  6.1 本文结论总结  6.2 本文的局限性 |