

数字经济时代企业运营管理模式的优化路径探索

丁宇

(中国五矿集团有限公司, 北京 100044)

摘要:

大数据、云计算以及人工智能等领域的突破性发展,正推动着传统经营模式的重塑,并引领着经济和社会向更先进的方向发展。本文以数字经济为背景,分析了数字经济时代企业运营管理现状,阐述了数字经济时代企业运营管理创新策略,并提出了企业运营管理的变革方向,旨在推动企业稳定发展,提高社会整体经济效益。

关键词: 数字经济; 企业; 运营管理

一、引言

数字时代的迅猛发展为各行各业带来了颠覆性的变革。在这样的大背景下,企业管理工作也迎来了前所未有的挑战与机遇。企业在开展内部管理工作时,应从管理观念、经营战略、制度建设与人才培养等维度入手,创建科学有效的新管理模式,通过模式的合理性与规范化,确保经济管理效能得到充分发挥,推动企业更好立足新市场经济环境。

二、数字经济的内涵及特征

数字经济涵盖的范畴十分广泛,其以信息技术、互联网+和大数据为核心,更侧重知识资源的广泛应用,从而催生出创新的经济发展模式。在这样的背景下,企业运营管理的方式也必须与时俱进,调整策略以适应数字化大潮。首先,技术创新是数字经济的动力源泉。企业应积极运用AI、物联网、云计算等新兴技术,利用新型工具优化生产流程、加强市场预测能力及提高决策的科学性。此外,数据成为了驱动企业发展的宝贵资产,智能化的分析手段能够准确捕捉市场动向,从而为企业定制更为精准的发展策略。其次,数字经济要求企业具备更高水平的网络基础设施。宽带网络的覆盖、无线连接的稳定性是企业数字化过程中不可或缺的基础条件。只有确保信息传输无阻碍,企业才能更好地融入全球化的经济体系中[1]。再次,随着数字经济的推进,劳动者的职业技能需求也在不断提高。企业需要重视人才培养,提高员工的数字素养和技能水平,确保他们能够熟练运用现代信息技术,并且能在快速变化的市场环境中保持竞争力。最后,数字经济推动了商业模式创新。电子商务平台和社交媒体等网络工具已经成为连接企业与客户的新桥梁。这种方式不仅可加强企业与客户之间的互动,还能加快反馈速度,提高服务效率。更重要的是,借助于网络平台的力量,企业能够更加快捷地对市场变化做出响应,灵活调整营销策略,实现资源的最优分配。

三、数字经济时代企业运营管理现状

1. 人力资源管理缺乏智能化数字技术思维

在数字化浪潮席卷全球的今日,企业管理正面临着一场由内而外的革新。尤其是人力资源管理领域,智能化技术的应用成为了推动发展的关键力量。但部分企业仍旧停留在传统管理思维上,未能及时了解和掌握智能化数字技术,这一现象在国内诸多生产型企业中尤为突出。数字经济的兴起为企业运营管理带来深刻影响。数字技术不仅仅是一个工具或平台,更代表着一种全新的工作方式与思维模式[2]。至关重要的一点是,人力资源管理部门必须重构其管理模式,以适配快速变化的数字环境。受地域限制的传统生产模式已不能满足时代的需求,数字技术打破了物理界限,使得跨区域、全时段的协调与管理成为可能。例如,阿里巴巴集团的总部位于杭州,却能够实现对全球范围内人才资源的有效管理。借助先进的数字技术,能够实现无间断的业务运转和人力资源管理,确保企业业务的持续性与高效性。相比之下,很多国内企业还未能利用智能化数字技术融合到各项人力资源管理流程中,这在一定程度上限制了利用数字化手段提

升管理效率的潜力。

2. 企业运营管理缺乏创新精神

许多企业都在朝着市场经济的方向稳步迈进,但是在这个过程中,一些企业在技术应用水平上显得力不从心,特别是在智能化数字管理方面缺乏有效落地策略,这一点对企业的运营管理发展产生了制约作用。首先,在很多企业中,决策层对于传统经营的依赖性较强,传统思维成为企业发展数字经济的一大障碍。企业领导者往往对于数字化转型的理解并不深刻,对于智能技术的应用也缺少足够的科学认知。这种情况下,企业很难在日益激烈的市场竞争中保持活力和创造力。其次,在日常的运营管理流程中,包括产品开发、采购、生产计划、加工制造、仓储物流到市场营销等各个环节,依然沿用着传统的管理模式,缺乏数字化思考与实践。在信息技术迅速发展的今天,这种格局限制了企业在数字管理方面的探索与创新,而数字化运营已经成为提升企业竞争能力的必由之路。

3. 企业运营管理缺乏智慧供应链

数字经济带来的变革是多方位的,现代技术和原材料供应链正在经历深远的改变,如智能物流系统、互联网零售模式的革新,以及区域性共享经济平台的兴起等。然而,尽管数字经济提供了诸多机遇,但仍有不少企业在智慧供应链的构建上显得力不从心。

四、数字经济时代企业运营管理创新策略

1. 数据互联互通下用户价值主导与企业目标的转变

尽管企业试图通过改进运营或引入新的服务来提升市场反应速度,依然难以迎合日益增长的消费者期望。这种滞后不仅导致了创新的步伐难以跟上市场节奏,还可能造成消费者对企业的快速转移。企业若只是单纯地加大资源投入,而未能有效地调整发展战略,就容易失去自身的核心竞争力,并且可能会将工作重心偏离于技术层面的创新,忽视了对顾客终端体验的优化,会导致顾客满意度下降,进而影响顾客忠诚度。然而,随着数字经济的兴起,形势有了翻天覆地的变化。数字化技术架构起了一个庞大而顺畅的信息网络,这个网络不仅连接着各个企业,还把用户纳入进来,为消费者提供了一个参与并影响企业产品和服务的平台。如今,企业之间的边界逐渐模糊,用户的需求和价值观开始被重新放在核心位置上。

2. 数字化赋能下智力资本价值提升与公司治理结构的变革

(1) 数字化赋能彰显智力资本价值

智能化设备在处理既定数据时的高效率和准确性,正在改变着传统产业的劳动模式。一些前瞻性的企业,通过引进高度自动化的机器设备,轻松替代了那些重复性高且耗时的人工劳作,如此一来,生产效率自然提高,生产成本也随之降低。这一系列的转变并非孤立发生,背后是大数据的强力驱动。企业对用户行为、消费习惯等一系列数据的深入剖析,使得它们能够更加精准地把握市场脉动,从而在生产管理上实现靶向精确。

(2) 智力资本价值汇聚下利益相关者的价值整合

作为推动社会经济前行的强大力量,创新能力成为了企业

发展不可或缺的核心动力。员工的主观创造性能够充分体现智力资本的价值，而这种创造力是企业进步的重要源泉。因此，在数字化的浪潮中，加强信息的互动交流，创建有利于员工创造性思考的环境显得尤为关键。数据的海量获得与智能算法的不断进化是产品创新的重要基础。在数据洪流中探寻创新灵感，唤醒消费者群体的热情，进而为企业注入新的生机与发展潜能，并通过此提高服务质量，这本身也是企业价值增长的一个方面。企业在追求卓越的过程中，除了重视用户体验，还应加强内部员工对治理资本的贡献[3]。一线员工通常对客户需求有着更直接的认识，他们对市场变化有更敏锐的感知，因此在产品创新的方向和时机选择上，一线员工往往能提供最有价值的建议。

(3) 智力资本价值提升下有限合伙制与双重股权结构

在数字经济的波澜中，企业之间的信息交流更为便捷，企业为追求持续成长，开始探寻新业态下的价值创造路径，从而强化自身的市场地位。然而，单纯扩张并非稳健之策，关键在于如何保持品牌核心的同时，巧妙地借助外围技术来攻克难关。在这样的背景下，有限合伙制成为了企业财务结构的新选择。这种灵活性高的投资机制，既包容着网络经济的多变特性，又能适应科技发展带来的不确定性。有限合伙人旨在维护创业者的主导权，同时激活其他股东的积极性，形成集体前进的合力。传统的企业运营管理模式对内控严格，目的是护航中小投资者利益，防范短视而来的不利冲击。但这也可能导致创始团队的智力资本无法充分发挥，甚至引起管理层动荡。针对这一问题，有限合伙制配合双重股权结构应运而生，其可以通过数字化技术全面掌握多领域数据，洞察各种市场动向，并据此做出明智的战略决策。这不仅激发了企业之间、行业之间的竞争，更促使企业形成了所谓的“跨界创新”。

3. 数字技术应用推动企业内部管理变革

(1) 组织结构趋于网络化、扁平化

在过去，许多企业的组织结构类似金字塔形态，上层领导层层传达指令至基层员工。然而，信息技术的高速发展与应用让企业组织的边界越来越模糊，形成了更加灵活与平坦的网络式架构。此一改变不仅仅是结构上的简化，更是企业文化与运作模式的深刻转变。在数字经济背景下，市场对创新的需求日益增长，产品生命周期缩短，消费者所追求的也从物质产品转向体验和服务。企业为了快速响应市场变化，必须简化内部流程，降低层级数量，形成更扁平的组织结构。这种扁平化并不意味着领导的作用减弱，而是领导者需要更密切地与团队成员沟通，共同把握市场动向，调整战略方向，以快速反应市场需求[4]。另一方面，企业间的合作也由简单的竞争关系，转变为战略联盟或生态系统合作。如今，企业越来越多地通过跨界合作、资源共享等方式，彼此之间形成价值链条，并同步提升自身的核心竞争力。在这一过程中，综合信息处理能力和对外合作的敏锐度成为企业成功的关键因素。

(2) 生产模式趋于模块化、柔性化

现代企业面临着一个重要的转变：如何在迅速响应市场变化和满足客户个性化需求间找到平衡点。这就要求生产流程必须具备高度的模块化和柔性化特征。所谓模块化生产，是指将产品划分为多个独立的功能模块，每个模块都有其标准化接口，可以快速拼合。这种做法允许生产线根据市场的多变需求，迅速组装出具有个性化特征的产品，而不会对整体生产效率造成影响。模块化的优势在于它既能保持产品之间的共性，又能便捷地因应客户的特殊要求，实现定制化生产。与此同时，柔性化生产则是指通过引入先进的数字技术和智能化设备，使生产流程能够轻松应对小批量、多样化的生产需求。现代化的柔性生产线可以在最短时间内调整生产计划，以应对订单的快速变化，这不仅降低了存货和物流成本，也提高了市场响应速度[5]。数字经济的崛起也为柔性化生产提供了强大的技术支撑。数字技术使企业能够实时监控生产过程，预测市场趋势，优化资源配置，并制定更加科学的生产计划。这些因素结合起来，大幅提升了企业的运营管理能力，使得库存周转和资金流动更加迅速。

(3) 产品设计趋于版本化、迭代化

在以往的工业化时代，企业更偏向于满足主流需求来设计

产品，从而专注于提升产品性能，但却未能深入挖掘不同客户群体之间的细微差异并及时响应。而如今，市场需求的精准化提出了新课题：快速反应和灵活调整生产策略是企业适应市场变化和获取竞争优势的关键。企业必须避免因追求产品的完美而错过最佳上市时机，从而影响市场占有率。随着数字经济的蓬勃发展，针对客户反馈快速出台新产品，缩短研发周期和成本，成为企业立足之本。尽管第一次尝试可能不尽如人意，从中获取的宝贵信息能够帮助企业调整研发方向，推出新版本产品，增强企业适应市场变化的能力。在产品性能不断升级和更新的同时，企业须不断追寻客户个性化的需求，提供差异化的解决方案，以真正实现对消费者价值的最大化，并以此来强化企业在市场上的战略地位[6]。

(4) 用工模式趋于多元化、弹性化

在转型升级的阶段，企业更加注重智力资本的作用。由于企业结构与先进技术间常存在匹配缺口，传统的人力资源管理模式已不能满足快速迭代的新技术应用需求。而互联网技术的发展极大地提升了企业的灵活性，现代企业可以根据实际情况，选择适宜的长期或短期人才合作方式，这不仅减轻了企业的成本负担，也为员工提供了更丰富的职业体验和终身学习的机会。灵活用工模式还吸引了对高端技术职位有兴趣的专业人才。云计算等技术的发展，意味着企业在招聘时不再受到地理位置的限制，能够在全球范围内寻找最优秀的人才。这种“零工经济”已经形成了规模，据估计市场可能达到万亿美元量级，并且未来发展潜力巨大。企业通过数字化技术进行数据分析，能够实现项目管理的动态调整，借助互联网平台灵活地聚合和分配人力资源，按项目支付相应报酬[7]。这种经济形态吸引了来自不同背景和地区的工作者，它们能够满足如在线服务、软件开发等多种当下需求。企业监管模式也随之转变，由过去关注过程的监督转向以效果为导向的产出评估，大幅度节省了人力资源成本。企业还可以利用各类创新创业平台，为零工就业人员提供必要资源，推动人才的广泛社会化。在这些平台上，人才能够发挥自身的智力资本优势，为企业创造价值。随着组织边界的变化，用工者的工作方式由计时转变为以项目为导向的效率型业务，消除了层级和时间的限制，形成了一个自由流动、共享利益的群体，从而激发了组织的创新潜力，让企业能够更快响应市场的变动。

五、数字经济时代企业运营管理的变革方向

1. 需求侧的信息化和数据化

首先，企业应着眼于大数据的深度挖掘，通过数据分析洞察潜在用户需求。以用户行为数据为基础，分析消费者偏好、购买习惯等信息，从而制定出更加人性化的产品策略。例如，通过搜索引擎和社交媒体平台的合作，可以获取到广泛而详尽的用户行为数据，利用这些数据为用户推荐与其兴趣相关的产品或服务，不仅能够增强客户黏性，还能显著提升用户的满意度和忠诚度。然而，在实践中，企业在获取并分析数据的过程中往往会遇到诸多障碍。比如，各类平台的竞争导致信息壁垒难以打破，限制了企业获取实时数据的能力。为此，企业需要更主动地寻求跨界合作，如同高德地图等拥有大量实时用户数据的平台建立合作关系，共享双方的数据资源，这样不仅有助于打破数据孤岛，还能够实现资源的优化配置。通过建立良好的数据合作机制，企业能够迅速反应市场变化，同时根据客户群体的反馈调整产品特性，着力于解决用户实际问题与需求。这种以用户为核心的动态调整，不仅可以大幅减少生产与运营成本，而且有利于企业构建长期互利的生态系统。

在当前的数字经济背景下，各类企业在运营管理上需要关注的一个关键问题是如何对待客户数据。传统上，产品的设计和迭代是根据企业对于市场需求的一种宽泛理解来执行，这种方式过去虽然行之有效，但随着信息技术的飞速发展，它已不再适应现代市场的节奏。缺乏精确全面的市场需求数据将会导致误判用户的真正需求，进而带来产品设计的失误，这不仅增加了尝试过程中的成本，也降低了迭代的效率。这样的后果在数字经济时代尤为严重，因为可能影响到企业的持续稳定

发展。在这样的背景下,运用数字技术来精确地搜集和处理客户反馈数据便显得至关重要。现代企业可以利用多种渠道来获取顾客意见,比如企业的官方网站、社交媒体账号或者短视频平台的评论区等。广泛而细致地收集顾客的反馈不仅可以帮助企业洞察产品设计当中存在的问题,还可以深入了解用户的具体需求。如此,企业能够减少设计阶段的不确定性和实验成本,有序引导用户积极参与产品设计与制造过程,推动生产活动朝着更灵活和个性化的方向发展。结果是,企业将能够持续提升产品设计的成功率,增强竞争力,并且促进持续健康的发展。

2. 营销模式趋于精准化和精细化

随着数字经济的兴起,营销策略正趋向于更为精确和细致的方向发展。在过去,传统的营销手段主要依赖于广告推广,这种方式往往较为简单,并且在适应消费者需求上存在局限性。广告的传播媒介较为单一,不能有效覆盖广泛的潜在客户群体,导致推广效果受限,同时也面临传播速度慢、周期长以及成本高昂等问题,这些因素无疑会影响到产品与消费者之间联系的紧密程度,也难以提升潜在客户的转化率。而现今,得益于技术进步,特别是互联网和大数据的普及,企业的营销模式正发生深刻变革。通过有效运用这些数字化工具,企业能深入进行市场调研和数据收集,精准掌握消费者需求,从而优化产品与服务,使其更加符合市场的实际需要。如此一来,营销活动的针对性和精准度大大提高,有效提升了营销成效。另外,多元化的传播手段也是数字经济带给营销领域的另一个重要贡献。借助多种渠道,如社交媒体、内容分享平台和在线广告等,企业可以将产品信息传达给更广泛的目标受众。例如通过小红书发布使用心得,或在抖音上演示产品的独特功能,都能极大程度上拉近与消费者之间的距离,同时也有助于提升品牌知名度和消费者忠诚度。通过这种转型,企业不仅能在激烈的市场竞争中保持优势,还能更好地满足现代消费者日益增长的个性化需求。

3. 研发模式趋于开放化和开源化

随着数字经济的飞速发展,企业研发模式正在经历一场深刻变革。信息流通的加快以及技术的日新月异,为企业带来了前所未有的挑战与机遇,数字化浪潮冲破了消息壁垒,信息传递变得更加畅通无阻。在信息时代,企业可以轻松地掌握到各种市场动态和消费者需求。借助互联网和其他高新技术手段,企业能够快速反应市场变化,及时调整其研发策略,确保产品和服务能够更好地满足用户的需求。此外,众包等协作模式的兴起也为企业提供了新的协同研发方法。通过将研发工作委托给专业技术团队或者直接与用户合作,企业可以有效地利用外部资源,并集中精力在核心竞争力的构建上。而跨界合作,与不同行业的企业进行联合研发,不仅可以拓宽产品的视野,还能挖掘出更多创新的可能性。构建起一个囊括众多合作伙伴的创新生态系统,企业可以借此实现资源共享与合作共赢,推动生产效率和价值创造达到新的高度。随着生态圈的不断壮大,企业的增长速度也将呈现出指数级别的提升,从而为企业带来更为可观的市场份额和客户群体。在这个过程中,对外来知识的获取与吸纳尤为关键。企业需要充分运用现代信息技术,不断地从外界吸取新鲜血液,这不仅能够激发内部的创造活力,还能持续提供产品升级和改进的灵感与动力。

六、结语

在这个以数据驱动的时代,科技的迅猛发展如同春风化雨,深刻地影响着各行各业。数字经济的崛起,已然成为推动社会进步和促进经济增长的关键力量。在数字经济大潮中,企业必须紧跟时代的步伐,突破传统束缚,做到快速反应市场变化,提升运营的灵活性和效率,以达到价值最大化的目标,满足时代发展的要求。而这一切的成功,离不开企业对新兴科技的敏锐嗅觉和对变革的果断拥抱。在数字经济的浩瀚星海中,不断地升级自我,才能乘风破浪,勇往直前。

参考文献:

- [1]张跃东.数字经济时代企业财务管理的智能化发展模式研究[J].中国集体经济,2023(33):122-125.
- [2]徐梅馨.数字经济时代企业经济管理模式的特点内容与规范

化[J].现代企业,2023(9):13-15.

[3]代辛伊.大变局时代企业运营管理模式变革——基于数字技术视角的研究[J].商场现代化,2023(13):123-125.

[4]李达.数字经济时代企业运营管理探讨[J].合作经济与科技,2022(19):138-139.

[5]王天义.数字经济时代下的企业运营与服务创新管理研究[J].商场现代化,2021(24):43-45.

[6]陈晓红,唐湘博,梁伟等.数字经济时代的企业运营管理与服务创新[J].商学研究,2021,28(5):5-12.

[7]陈晓红,唐立新,李勇建等.数字经济时代下的企业运营与服务创新管理的理论与实证[J].中国科学基金,2019,33(3):301-307.