

企业共创共享文化的价值创造机理及路径

王清刚¹, 汪 帅¹, 乐 辉¹, 石少军²

(1. 中南财经政法大学会计学院, 湖北 武汉 430073;

2. 金徽酒股份有限公司, 甘肃 陇南 742500)

摘 要: 员工是对企业发展影响最直接、最活跃的生产要素, 员工情感认同和创新能力对企业绩效及价值创造能够产生重大影响。员工文化是企业文化的重要构成, 基于对金徽企业的调研数据和财务指标, 运用结构方程模型, 实证分析“共创共享”员工文化的价值创造机理及路径。研究发现, “共创共享”员工文化对员工绩效具有显著的正向效应, 且情感认同及创新行为在此过程中发挥中介作用。优秀的员工文化还能提高企业行业竞争力和科技创新能力, 有利于企业长久地创造价值。企业应重视和完善员工文化建设, 增强情感认同, 将企业文化内化于员工行为, 形成价值共创共享命运共同体, 激发员工情感认同和创新活力, 助力企业高质量发展。

关键词: 价值创造; 企业文化; 员工绩效; 价值共创共享命运共同体

中图分类号: F425

文献标识码: A

文章编号: 1005-0566(2024)08-0154-13

Research on value creation mechanism and path of firm's co-creating and sharing culture

WANG Qinggang¹, WANG Shuai¹, YUE Hui¹, SHI Shaojun²

(1. School of Accounting, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan 430073, China;

2. Jinhui Liquor Co., LTD, Longnan 742500, China)

Abstract: Employees are the most direct and active factor of production affecting firms' development. Employees' emotional identification and innovation ability have a significant impact on enterprise performance and value creation. Employee culture is an important component of corporate culture. Based on the survey data and financial indicators of JINHUI, we used the structural equation model to empirically analyze the value creation mechanism and influence path of employee culture. We found that co-creation and sharing employee culture had a significant positive effect on employee performance. Employee affective commitment and innovative behavior play a mediating role in this process. Further research showed that excellent employee culture can improve the competitiveness, technological innovation capability and long-term value creation of the firm. We suggest that firms should emphasize and constantly improve employee culture, enhance emotional identity, internalize corporate culture into employee behavior, create a community of value co-creation and sharing and stimulate employee innovation vitality to contribute to the firm's high-quality development.

Key words: value creation; enterprise culture; employee performance; community of value co-creation and sharing

收稿日期: 2024-03-22 修回日期: 2024-06-05

作者简介: 王清刚(1970—), 男, 安徽淮北人, 管理学博士, 湖北省中国特色社会主义理论体系研究中心研究员, 中南财经政法大学教授、博士生导师, 研究方向为内部控制与风险管理、企业社会责任。

一、问题的提出及文献综述

中国式现代化是以人民为中心的现代化,人民是中国式现代化的价值主体、实践主体和成果享受主体。共建、共享、共富的辩证统一,确立了中国式现代化的价值指向^[1]。价值共创共享是实现这一目标的重要路径。

文化作为软实力建设的灵魂和经纬,能以非强制性方式影响人心、塑造观念和引领价值取向,对于社会和国家繁荣发展具有重要引领作用^[2]。党的二十大报告明确提出要推进文化自信自强,建设社会主义文化强国,为实现中华民族伟大复兴增强精神力量。华为任正非强调:“资源是会枯竭的,唯有文化才能生生不息。”国内外学者普遍认同文化对经济的贡献率不断提高,文化因素与正式制度互补,能够对市场各类经济主体行为产生深远影响^[3]。企业文化能引导员工行为与企业核心价值观一致,形成和谐的劳资关系,实现组织与员工协同发展^[4]。优秀的企业文化不仅对内部能够产生凝聚、导向及约束作用,促进企业财务绩效的提高^[5],而且对外界还具有传递企业精神风貌的辐射功能,对企业商业信用、竞争力产生推动作用^[6],这有助于企业高质量发展转型。2023 中央经济工作会议指出要激发各类经营主体的内生动力,为推动高质量发展、加快中国式现代化建设持续注入强大动力。而企业文化正是内生动力的重要来源之一,大量的案例研究表明,强大的企业文化一直是美国公司持续成长的幕后驱动力。亚马逊从初创就坚持客户至上、用户体验、重视员工、长期主义等核心价值观,这是成就其全球性商业帝国的关键。

科技创新是第一生产力,而人是企业活动中最活跃的要素^[7]。企业高质量发展离不开高素质的人才支持。长期以来,华为视员工为公司最重要的财富,“以奋斗者为本”的员工文化为企业创新和可持续发展提供了不竭的动力。员工文化是企业文化的重要内容,是一种价值观和独特氛围,包括员工行为准则、工作态度、精神风貌、职业发展、对企业的情感认同等方面。不少研究表明,优秀的员工文化对企业发展有显著的推动作用,能

影响员工态度和员工表现,进而对个人绩效、企业创新绩效和经营绩效产生正向作用,且不同类型员工文化作用方式不同。从员工态度看,员工文化会影响员工离职意愿、工作压力、工作满意度和工作幸福感。杜鹏程等^[8]发现当新生代员工感受到企业文化中的差错反感因素时,其创新积极性会降低,致使其成长受限,从而离职率上升;而高度整合的组织文化能营造轻松、和谐的工作氛围,削弱负面因素对离职倾向的正向作用^[9]。Jacob 等^[10]发现融入“关爱成分”的组织文化能够减轻或消除员工在工作场所的压力,促进员工致力于组织活动,帮助他们实现既定流程和结果导向的组织目标。武文等^[11]发现员工之间的信息分享文化有助于消除新员工工作焦虑,提高其工作幸福感。从员工表现看,员工文化会影响员工的创新积极性和工作投入程度。李伟等^[12]发现企业设立以员工发展为导向的绩效考核及在工作中授予员工权力,有利于员工产生创新构想,实施创新行为。王雁飞等^[13]发现上下级之间的认知一致性越高,相互间的信任水平越高,员工工作积极性也会更高,其创新行为和个人绩效也会随之提高。谢倩芸等^[14]发现员工对团队的效能、乐观和希望的一致性感知有助于消除团队分歧,增强员工个人工作满意度和投入程度,进而提高个人绩效。

综上所述,已有研究主要从员工态度和员工表现视角考察员工文化的经济后果,为本文的进一步研究奠定了良好的文献基础。但少有学者融合情感认同和创新行为,采用问卷调查和实地调研探究企业文化的价值创造机理。本文以“人类命运共同体”为指导,结合价值共创共享理论,尝试将中国企业的优秀实践提炼升华为中国式理论,提出“价值共创共享命运共同体”理论。基于这一理论,本文从情感认同和创新行为两个角度,借助问卷调查和实地调研,运用结构方程模型,以金徽文化为例,研究“共创共享”员工文化的价值创造机理及路径,具有重要的理论价值和实践意义。文化是企业的血脉,案例公司文化的价值观、企业精神和经营理念等,是将马克思主义基本原理同中国具体实际、同中华优秀传统文化相结合的一种新尝试。

二、理论分析及假设

(一) 价值共创共享是企业与员工形成命运共同体

通过契约(签订合同、法规约定、专业标准、行业惯例等)关系,企业与员工、经销商、客户、供应商、投资者、债权人、政府等利益相关者构成了一个相互依存的命运共同体,企业决策和运营需要充分考虑到各方利益和诉求,建立利益联结机制,合作共赢,共同发展。企业与员工也是命运共同体,两者基于共同的价值观念,明确企业目标和愿景,建立共同目标,共创价值,共享成果。企业不仅要关注自身价值,还要关注员工利益和发展,从战略及目标制定、建立利益共享机制、打造优秀团队文化、实施人本管理、优化成长环境、加强沟通协作等促进企业与员工协同发展,共同成长,成为合作伙伴关系,共创共享发展成果,共同面对风险和挑战。2023 年修订的公司法明确规定,企业应充分保护职工合法权益,建立健全工会和职工代表大会制度,工会代表职工就劳动报酬、工作时间、休息休假、劳动安全卫生和保险福利等事项依法与公司签订集体合同。这从制度上奠定了员工与企业之间的命运共同体特征。在这个命运共同体中,员工对企业的情感认同与自身行为相辅相成,共同作用于员工绩效和企业价值,优秀的“共创共享”员工文化是两者融合发挥作用的重要驱动力量。一方面,“共创共享”员工文化能提高员工对企业的情感认同,如继续任职意愿、幸福感、归属感和主人翁意识;另一方面,“共创共享”员工文化能促进员工做出推动企业发展的角色外创新行为,如学习行为、建言行为和团队行为等,进而促进员工绩效和价值创造。这样,企业与员工不仅经济利益上相互关联,而且在精神和文化层面形成共同体。

具有“共创共享”文化的企业在运营过程中,不仅关注自身利益与发展,同时照顾到利益相关者的价值与发展,重视与产业链各环节的交互,形成价值共创共享的和谐关系,关注经济价值与社会价值的总量^[15]。员工是企业价值创造的源泉,是企业重要的利益相关者。本文的“共创共享”员

工文化强调企业与员工是命运共同体,是相互信任、相互依赖、共创价值、共享成果的命运共同体。企业关注员工的需求与状态变化,为员工提供发展平台(如企业激励机制、晋升机制及员工成长计划等)、物质(如工资薪金、生活福利等)和精神(如文体娱乐活动等)3 个层面的支持,让员工对企业的情感和行为产生潜移默化的变化,以提高其工作积极性、创新驱动动力,自觉承担责任及履行义务,并做出有利于组织发展的、不属于其本职工作内的角色外创新行为,从而创造更多价值,最终使企业和员工都能得到较好发展,形成良性循环。

(二)“共创共享”员工文化提升员工绩效

员工绩效是员工行为的实际效果及其对企业的贡献或价值,是员工在数量、质量及效率等方面完成工作的情况。较高的员工绩效意味着企业资源配置合理、竞争环境良好和目标完成度较高,这些都与价值创造息息相关。员工绩效水平越高,说明人力资源政策越恰当,企业整体的工作效率和价值创造也越高;说明企业内部形成了有效的良性竞争,企业整体竞争力提高;说明员工的任务完成效果越好,企业目标完成度越高。换言之,更高的员工绩效能创造更多的价值。本文重点分析了“共创共享”文化对员工绩效的影响,以探讨“共创共享”员工文化的价值创造机理。“共创共享”员工文化主要通过制度、物质和精神三个层面的支持影响员工,激发其情感认同、工作绩效和创新行为,从而反馈企业,与企业一起共创价值,共享成果。

“共创共享”员工文化能激发员工对企业的情感认同,促进员工绩效的提高,创造更多价值。心理契约理论认为员工与企业之间不仅存在雇佣形式的经济契约,而且包含以承诺和感知为基础的心理契约。当员工感知到企业用心培育的“共创共享”员工文化时,得到企业的支持与关怀后员工会产生积极的情感反应,以回报的心理自觉承担责任及履行义务。企业在工作中赋予员工较大权力及为员工提供丰厚的报酬可能会提高员工对企业的信任度、忠诚度;企业营造和谐的工作氛围、开展的关怀活动等有利于员工内部人身份的感知,从而减少员工的职场孤独感及增强员工对企

业的归属感^[16];建设良好的员工文化表明企业重视员工在生产经营中的主体作用,员工可能因为被重视而产生自豪感。员工对企业信任度、忠诚度、归属感及自豪感的提升,增强了员工对企业的情感认同。而高情感认同的员工在组织工作中往往具有快乐、归属和温情的社会感知^[17],也更愿意为组织目标而奋斗,从而促进员工绩效提升。

(三)“共创共享”员工文化促进员工创新行为

员工创新行为不仅指员工在其本职工作内的创新,还包括员工进行的有利于组织发展的角色外创新行为,如员工的学习行为、团队行为与建言行为等。“共创共享”员工文化能激发员工对企业的创新行为,促进员工提出新的想法和解决方案,为企业发展提供源源不断的动力。首先,员工绩效与个人创造力、想象力和解决问题的能力息息相关,当企业构建了完善的员工激励机制、公平的奖惩制度,员工会积极开展学习行为,提高创造力和工作效率,高质高效地完成目标和任务,促进自身绩效的提高^[18];其次,员工绩效与团队工作效率密切相关,企业提供公平公正竞争环境,营造良好合作与沟通氛围,有助于员工积极分享知识、想法与资源,不同思维观点碰撞有助于问题解决与工作创新^[19],促进了团队和员工绩效的提高;最后,员工绩效与内部制度、环境相关,不断完善且符合组织、员工需求的制度体系有助于员工绩效的提高。企业制定有效的反馈机制可能会激励员工发言的积极性^[20],如根据组织发展和个人工作需要,员工向公司反馈具有创新性的意见,有助于企业制度体系的完善进而提高员工绩效。

(四)研究假设

根据上述理论分析,本文认为“共创共享”员工文化能促进企业与员工之间的交互合作,对员工制度、物质和精神层面的支持会激发员工对企业的情感认同和创新行为,从而促进员工绩效的提高。由此提出如下假设:

假设1 “共创共享”员工文化会促进员工绩效的提高,从而创造更大价值。

假设2 情感认同在“共创共享”员工文化促进员工绩效的过程中发挥中介作用。

假设3 创新行为在“共创共享”员工文化促进员工绩效的过程中发挥中介作用。

上述关系中,情感认同与创新行为之间还存在交互作用,即“共创共享”员工文化可能会通过情感认同和创新行为的链式中介效应对员工绩效产生影响。基于社会认同理论,当员工在企业中获得充足的归属感及幸福感时,员工反过来会增强对企业的认同与支持,并在工作中表现得更加积极,为实现组织目标而不懈奋斗。首先,员工对企业的归属感可能会激发员工的主人翁意识,促使员工在企业生产经营中合理投入生产资源,积极利用废料资源;其次,员工感受到团结、友爱的工作氛围可能会激发员工的团队意识,从而帮助同事开展工作^[21];最后,当员工在生活上获得幸福感及在工作上获得满足感时,员工会增强对企业的忠诚度及专注度,主动提高业务能力,为自身及企业的发展更加努力拼搏。因此,“共创共享”员工文化会激发员工对企业的情感认同,从而激发员工的角色外创新学习行为、团队行为和建言行为,促进员工绩效的提升。由此提出以下假设:

假设4 “共创共享”员工文化可能会通过情感认同和创新行为的链式中介效应对员工绩效产生促进作用。

如图1所示,本文构建“共创共享”员工文化对员工绩效的作用机理及路径的研究框架。

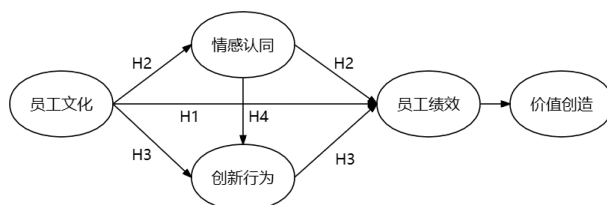


图1 “共创共享”员工文化对员工绩效及价值创造的作用机理及路径

三、研究设计

本文采用问卷调查的方式采集数据,对案例公司员工共计2168人进行了线上问卷调查。本文使用问卷均参考国内国外成熟的心理测量量表,对于英文量表,进行了严谨的翻译—回译程序,以确保量表的内容的准确性。再通过多次小规模测试,结合本土文化和企业实际情况,对问卷

表达的准确度进行调整,以确保所有员工都能理解问卷内容。量表均采用 LIKERT 七点计分法,即选项按七等级给出,1~7 表示满意程度、赞同程度的依次增加,“1”表示非常不满意或非常不赞同,“7”表示非常满意或非常赞同,具体测算的指标体系见表 1。问卷调查内容包括“共创共享”员工文化、情感认同、创新行为、员工绩效和员工基本信息 5 个方面,共计 26 题。以下是具体的测量问卷及代表性条目。

(一)“共创共享”员工文化

具有“共创共享”文化的企业在运营过程中,不仅关注自身利益与发展,同时照顾到利益相关者的价值与发展,重视与产业链各环节的交互,形成价值共创共享的和谐关系。本文重点考察“共创共享”员工文化的积极作用,需要从薪酬、成长和发展方面评估企业对员工的重视以及员工对企业的认知和反馈。因此,本文采用了 12 个测项,包括包括员工对工资、餐饮、体检、员工公寓、家属福利、文娱活动、业务培训活动、表彰奖励制度、员工持股计划、知识竞赛、意见反馈制度、晋升制度等方面的满意程度,从薪资与福利体系、个人成长计划、激励制度 3 个层面分析企业对员工的制度、物质和精神支持以及员工的认知和反馈,反映“共创共享”员工文化的水平。

(二)情感认同

情感认同是指当员工感知到企业用心培育的“共创共享”员工文化时,得到企业的支持与关怀后员工会产生积极的情感反应,此时员工会以回报的心理自觉承担责任及履行义务。因此,参考 Nazir 等^[22]的研究,本文采用了员工继续任职、对企业的信任感、归属感等 3 个测项,问卷问题涉及员工对公司的信任程度、归属感和是否在未来继续任职。

(三)创新行为

本文参考 Demircioglu 等^[23]的研究,采用了员工创新学习行为、建言行为、团体行为等 3 个测项,问卷问题涉及员工是否愿意主动提高个人业务能力与竞争力、团队精神与拼搏意识和为公司发展提出建议。

(四)员工绩效

员工绩效是员工行为的实际效果及其对企业的贡献或价值,是员工在数量、质量及效率等方面完成工作的情况。借鉴已有研究和结合公司实际情况,本文采取工作态度、工作质量、工作应变力、团体表现 4 个测项,问卷问题涉及您在工作中积极服从安排、从不挑肥拣瘦、保质保量地、及时地完成工作、出色地完成领导安排的额外工作和与同事合作愉快。

(五)控制变量

个体特征会对员工的态度和行为产生影响。因此,本文还控制了相关个体特征变量,包含员工性别(0 = “男性”、1 = “女性”)、年龄(1 = “≤25 岁”、2 = “26~30 岁”、3 = “31~35 岁”、4 = “36~40 岁”、5 = “≥41 岁”)、任职年限(1 = “<1 年”、2 = “1~3 年”、3 = “4~6 年”、4 = “7~9 年”、5 = “≥10 年”)和工作职务(1 = “销售人员”、2 = “技术人员”、3 = “财务人员”、4 = “一线员工”、5 = “其他”)等 4 个测项。

具体测算的指标体系见表 1。

表 1 测量指标体系

潜变量	代码	观测变量
“共创共享” 员工文化	EC1	员工评价薪资与福利体系
	EC2	员工评价个人成长计划
	EC3	员工评价激励计划
情感认同	AC1	员工承诺未来继续任职
	AC2	员工承诺提升公司信任度
	AC3	员工承诺增强公司归属感
创新行为	BE1	员工开展创新学习行为
	BE2	员工开展创新建言行为
	BE3	员工开展创新团队行为
员工绩效	EP1	员工评价其工作态度
	EP2	员工评价其工作质量
	EP3	员工评价其工作应变力
	EP4	员工评价其团体表现

四、价值共创共享案例

金徽文化是对金徽酒股份有限公司(简称“金徽酒”)和金徽矿业股份有限公司(简称“金徽股份”)两家企业文化的简称。金徽酒和金徽股份都属于甘肃亚特投资集团有限公司控股下的上市公司,有着相似的企业文化。金徽文化的核心理念表现为“共创价值,共享成果”,认为公司与利益相关方是“价值共创共享命运共同体”。“共创”,即共创百年金徽,与员工、客户、股东、社会共同努

力,做强企业,做大品牌,互惠互利,共存共赢。“共享”,即与员工共成长、与客户共发展,与金徽生态成员共同过上健康、快乐、富足的生活。金徽文化强调以人为本,基于“人人有机会,人人有舞台”的人才理念,以人的发展推动企业发展,是全国模范劳动关系和谐企业。金徽文化注重为员工创造幸福,实行了全员股权激励,为员工提供高标准的免费食宿、带薪休假、生日礼金、新婚礼金等一系列关爱员工措施,形成了员工收入与企业效益同步增长的良好机制。

五、问卷调研结果的统计分析与检验

本文借助微信问卷星设计调查问卷,样本总数 2 168 人,有效回收问卷 1 626 份,回收率 75%。剔除无效问卷及随意填写的问卷 194 份,得到有效问卷 1 432 份。有效问卷占回收样本的 88%,占全样本容量的 66%。

本文实证检验使用了 SPSS 24.0 和 AMOS 26.0 软件。首先利用 SPSS 24.0 对样本进行描述性统计、信度分析及探索式因子分析;然后,利用 AMOS 26.0 进行验证性因子分析及与结构方程模型相关的研究,进而验证本文提出的假设是否成立。

(一)描述性统计

1. 样本特征描述性统计

从性别和年龄来看,企业员工以男性为主,占比达到 71.2%。员工年龄以 26~30 岁及 31~35 岁为主,分别占比 36.0%、27.3%。这主要与公司从事力量型生产活动相关,从工作职务来看,企业中主要是一线生产员工及销售人员,分别占比为 45.6%、27.7%;从工作年限来看,工作不满 1 年的员工占比 26.6%,工作 1~3 年员工占比 21.6%,工作 4~6 年占比 19.5%,工作 7~9 年占比 11.7%,10 年及以上占比 20.6%。金徽企业具有较长的公司历程,因此,既有工作长达 10 年的老员工,也有工作不满 1 年的新员工。样本数据特征见表 2。

2. 潜变量特征描述性统计

表 3 列示了本文潜变量特征描述性统计,表中数值均为百分占比。在“共创共享”员工文化方面,对薪资与福利体系的满意程度达到 5 分及以上的员工占比 86.7%;对个人成长计划的满意程度

达到 5 分及以上的员工占比 83.5%;对激励计划的满意程度达到 5 分及以上的员工占比 78.1%。综上所述,超过 78% 的员工对企业的“共创共享”员工文化比较满意。

表 2 样本特征描述性统计

员工基本信息	选择参数	频率	百分比/%
性别	女	413	28.8
	男	1 019	71.2
年龄	25 岁及以下	236	16.5
	26~30 岁	515	36.0
	31~35 岁	391	27.3
	36~40 岁	137	9.6
	41 岁及以上	153	10.7
职务	销售人员	396	27.7
	技术人员	136	9.5
	财务人员	57	4.0
	一线员工	653	45.6
	其他	190	13.3
工作年限	不满 1 年	381	26.6
	1~3 年	310	21.6
	4~6 年	279	19.5
	7~9 年	167	11.7
	10 年及以上	295	20.6

在情感认同方面,“共创共享”员工文化有助于增强员工的任职意愿,对这一观点的赞同程度达到 5 分及以上的员工占比 87.0%;“共创共享”员工文化有助于增强员工对企业的信任感,对这一观点的赞同程度达到 5 分及以上的员工占比 88.4%;“共创共享”员工文化有助于增强员工对企业的归属感,对这一观点的赞同程度达到 5 分及以上的员工占比 87.4%。综上所述,超过 87% 的员工认为“共创共享”员工文化会影响其对企业的情感认同。

在创新行为方面,公司培训活动可以提升员工业务能力和竞争力,提高员工个人创造能力和持续反思能力,对这一观点的赞同程度达到 5 分及以上的员工占比 88%;公司意见反馈机制促进员工提出合理化建议,帮助企业制度体系完善和创新,对这一观点的赞同程度达到 5 分及以上的员工占比 86.1%;职工运动会促进员工提升团队精神、拼搏意识和竞争能力,促进成员间合作与沟通,有助于知识、想法与资源分享,对这一观点的赞同程度达到 5 分及以上的员工占比 87.6%。综上,超过 86% 的员工认为员工文化会影响其履职行为。

在员工绩效方面,对自己工作态度的评分达到 5 分及以上的员工占比 93.6%;对自己工作质量的评分达到 5 分及以上的员工占比 93.6%;对自己工作应变力的评分达到 5 分及以上的员工占比 92.0%;对自己团体表现的评分达到 5 分及以上的员工占比 93.5%。由此可见,超过 92% 的员工对自己的工作表现感到满意。潜变量数据特征见表 3。

(二)量表的信度检验与效度检验

1. 量表的信度检验

信度检验用于测试调查问卷的一致性,学术界广泛使用克朗巴哈系数(Cronbach's alpha)进行衡量。通常,当克朗巴哈系数大于 0.7 时,即可认为问卷信度好。本文研究结果显示,4 个构面的克朗巴哈系数值都达到 0.9 以上。这个结果表明 4 个构面的信度很高,变量之间具有很好的内部一致性,见表 4。

表 3 潜变量特征描述性统计

构面	代码	观测变量	评分						
			1	2	3	4	5	6	7
员工文化	EC1	员工评价薪资与福利体系	0.8	1.2	2.4	8.9	25.0	40.5	21.2
	EC2	员工评价个人成长计划	1.0	1.6	2.5	11.4	26.5	31.6	25.4
	EC3	员工评价激励计划	1.1	2.0	4.3	14.5	27.9	29.9	20.3
情感认同	AC1	员工承诺未来继续任职	1.0	1.2	2.2	8.7	21.1	29.3	36.6
	AC2	员工承诺提升公司信任度	0.8	1.1	2.2	7.5	22.1	31.5	34.8
	AC3	员工承诺增强公司归属感	1.0	1.4	2.6	7.6	20.9	31.9	34.6
创新行为	BE1	员工开展创新学习行为	0.8	1.7	2.2	7.3	20.4	32.1	35.5
	BE2	员工开展创新建言行为	0.8	1.3	2.2	9.7	20.9	31.4	33.8
	BE3	员工开展创新团队行为	0.9	1.0	2.9	7.6	19.3	32.0	36.3
员工绩效	EP1	员工评价其工作态度	1.2	1.2	0.8	3.3	13.8	38.9	40.9
	EP2	员工评价其工作质量	1.1	1.2	1.0	3.1	15.9	41.8	35.9
	EP3	员工评价其工作应变力	1.1	1.3	0.6	5.0	20.2	39.1	32.7
	EP4	员工评价其团体表现	1.6	0.9	0.8	3.2	13.0	37.8	42.7

表 4 测量模型的信度和收敛效度分析

构面	代码	观测变量	非标准化 因素负荷	显著性	标准化 因素负荷	组合信度	均方差 萃取量	克朗巴哈系数
员工文化	EC1	员工评价薪资与福利体系	1	—	0.841	0.900	0.749	0.903
	EC2	员工评价个人成长计划	1.172	***	0.858			
	EC3	员工评价激励计划	1.256	***	0.897			
情感认同	AC1	员工承诺未来继续任职	1	—	0.922	0.961	0.893	0.951
	AC2	员工承诺提升公司信任度	1.050	***	0.961			
	AC3	员工承诺增强公司归属感	1.075	***	0.951			
创新行为	BE1	员工开展创新学习行为	1	—	0.916	0.928	0.811	0.919
	BE2	员工开展创新建言行为	0.950	***	0.885			
	BE3	员工开展创新团队行为	0.976	***	0.900			
员工绩效	EP1	员工评价其工作态度	1	—	0.914	0.952	0.831	0.952
	EP2	员工评价其工作质量	0.995	***	0.928			
	EP3	员工评价其工作应变力	0.996	***	0.901			
	EP4	员工评价其团体表现	0.998	***	0.903			

注:***、**、* 分别表示在 $p < 0.01$ 、 $p < 0.05$ 和 $p < 0.10$ 上有统计学意义。下同。

2. 量表的效度检验

本文通过探索性因子分析和验证性因子分析来检验问卷效度。首先,借助 KMO 检验和巴特利球体检验来判定主成分分析的适用性。通常,KMO 值大于 0.7,巴特利球体检验中 P 值小于 0.01 时,即满足主成分分析的标准,从而可以进行因子分析。表 5 结果显示 KMO 检验系数为 0.941, P 值为 0.000,符合上述标准,表明问卷具有较好的结构效度,可以进

行探索性因子分析。

其次,进行探索性因子分析。通过对样本数据进行迭代式多轮探索性因素分析后,对指标进行主成分抽取和斜交旋转。表 6 结果显示共提取四个主成分,累计方差贡献率达到 87.328%,表明问卷具有较好的结构效度。同时,第一个因子载荷的是 EC1 ~ EC3 指标,这 3 个指标在员工文化因子项上载荷系数较高;第二个因子载荷的

是 AC1 ~ AC3 指标,这个 3 个指标在情感认同因子项上载荷系数高;第三个因子载荷的是 BE1 ~ BE3 指标,这 3 个指标在创新行为因子项上载荷系数高;第四个因子载荷的是 EP1 ~ EP4 指标,这 4 个指标在员工绩效因子项上载荷系数高。以上结果表明问卷具有良好的区别效度。

最后,通过验证性因子分析检验问卷的收敛效度。通常,当标准化的因子载荷大于 0.5 且达到显著性水平、组成信度值(CR)大于 0.6;平均变异数萃取量(AVE)大于 0.5,则称问卷满足聚合有效性原则。根据表 3 可知,所有构面的标准化因子载荷量均在 0.8 以上,同时在 1% 的水平上显著,而且 CR 值均高于 0.9,AVE 值也大于 0.7,全部符合上述标准。以上结果表明问卷具有良好的收敛效度。

表 5 KMO 检验和巴特利球体检验结果

KMO 取样适切性量数		0.941
巴特利特球形度检验	近似卡方	19 881.47
	自由度	78
	显著性(p 值)	0.000

表 6 旋转因子载荷阵

代码	观测变量	员工文化	情感认同	创新行为	员工绩效
EC1	员工评价薪资与福利体系	0.734	-	-	-
EC2	员工评价个人成长计划	0.796	-	-	-
EC3	员工评价激励计划	0.744	-	-	-
AC1	员工承诺未来继续任职	-	0.734	-	-
AC2	员工承诺提升公司信任度	-	0.769	-	-
AC3	员工承诺增强公司归属感	-	0.806	-	-
BE1	员工开展创新学习行为	-	-	0.811	-
BE2	员工开展创新建言行为	-	-	0.822	-
BE3	员工开展创新团队行为	-	-	0.806	-
EP1	员工评价其工作态度	-	-	-	0.851
EP2	员工评价其工作质量	-	-	-	0.874
EP3	员工评价其工作应变力	-	-	-	0.852
EP4	员工评价其团体表现	-	-	-	0.829
累计方差解释量(%)		18.933	38.103	59.352	87.328

注:提取方法为主成分分析法;转轴方法是具有 Kaiser 正规化的 6 次最大值转轴法。

(三)基于结构方程模型的研究

1. 结构方程模型拟合度检验

检验结构方程模型拟合度的指标包括绝对拟合度指标、增值拟合度指标及简效拟合度指标三大类,具体包括卡方自由度比(χ^2/df)、拟合优度指数(GFI)、近似误差均方根(RMSEA)、调整拟合优度指数(AGFI)、Tucker-Lewis 指数(NNFI)、递增拟合指数(IFI)、比较拟合指数(CFI)及节俭调整

指数(PGFI、PNFI)。通常,当 χ^2/df 小于 3, RMSEA 小于 0.05, GFI、AGFI、NNFI、IFI 及 CFI 大于 0.9, PGFI 及 PNFI 大于 0.5 时,即可认为模型拟合度良好。表 7 结果显示所有指标满足上述标准,表明本文结构模型达到要求。

表 7 结构方程模型拟合度

分类	绝对拟合度指标			增值拟合度指标			简效拟合度指标	
指标	χ^2/df	GFI	RMSEA	AGFI	IFI	CFI	PGFI	PNFI
结果	2.065	0.942	0.027	0.911	0.914	0.912	0.690	0.640

2. 结构方程的路径系数与假设检验

在模型拟合度良好的基础上,本文利用 AMOS 26.0 计算结构方程的路径系数并检验假设。由表 8 可知:①“共创共享”员工文化会提高员工绩效,接受假设 1;②“共创共享”员工文化会提高员工情感认同,从而提高员工绩效,接受假设 2;③“共创共享”员工文化会激发员工创新行为,从而提高员工绩效,接受假设 3;④“共创共享”员工文化会通过员工情感认同和创新行为的链式中介效应提高员工绩效,接受假设 4。标准化参数估计结果如图 2 所示。

表 8 假设检验结果

假设	关系	标准化路径系数	p	结论
“共创共享”员工文化提高员工情感认同	EC→AC	0.841	***	支持
“共创共享”员工文化激发员工创新行为	EC→BE	0.303	***	支持
“共创共享”员工文化提高员工绩效	EC→EP	0.264	***	支持
员工情感认同提高员工绩效	AC→BE	0.537	***	支持
员工情感认同激发员工积极行为	AC→EP	0.317	***	支持
员工积极行为提高员工绩效	BE→EP	0.184	**	支持

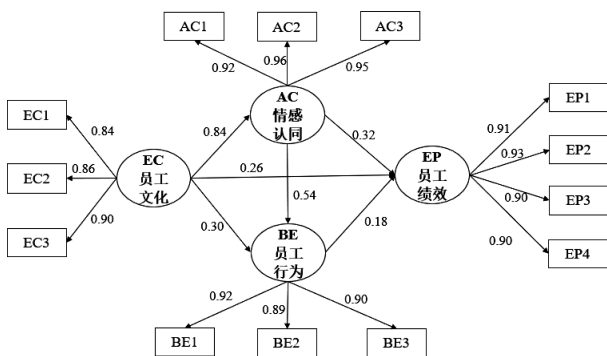


图 2 标准化参数估计结果

3. 中介效应分析

本文利用 Bootstrap 方法检验总中介效应。首

先,当 Z 值大于或等于 1.96 且信赖区间不包含 0 时,即认为间接效果存在,表 8 结果显示满足上述条件,说明“共创共享”员工文化到员工绩效这一路径中存在中介效应。其次,借助 MacKinnon 提供的 Prodcclin2 程序计算间接效果的信赖区间分别检验情感认同和创新行为是否发挥中介效应,表 9 结果显示所有的信赖区间都不含 0,说明情感认同和创新行为都发挥了中介作用。

由图 2 可知,“共创共享”员工文化→情感认

同→员工绩效的相对中介效应为 50.83%,说明情感认同在员工文化影响员工绩效中起到了主要的中介作用;“共创共享”员工文化→情感认同→创新行为→员工绩效的链式相对中介效应为 23.9%,可见情感认同及创新行为的链式中介效应相对较小;“共创共享”员工文化→创新行为→员工绩效的相对中介效应为 17.2%,说明创新行为在“共创共享”员工文化影响员工绩效中发挥的中介作用最小。

表 9 中介效应分析

变数	点估计值	系数相乘积		Bootstrap 检验				中介效应检验	
				置信区间		百分位			
		标准差	Z 值	下限	上限	下限	上限	下限	上限
EC→EP	0.451	0.071	6.352	0.298	0.574	0.323	0.604	-	-
“共创共享”员工文化→员工绩效					-	-	-	-	-
EC→AC→EP					-	-	-	0.152	0.455
“共创共享”员工文化→情感认同→员工绩效					-	-	-		
EC→BE→EP					-	-	-	0.011	0.140
“共创共享”员工文化→创新行为→员工绩效					-	-	-		
EC→AC→BE					-	-	-	0.422	0.710
“共创共享”员工文化→情感认同→创新行为					-	-	-		
AC→BE→EP					-	-	-	0.019	0.176
情感认同→创新行为→员工绩效					-	-	-		

六、进一步研究

高质量发展背景下,企业需要不断创新管理体系和员工文化建设,培养员工主体意识,增强员工工作积极性,以保持行业竞争力。下面以 2019 年金徽酒“共创共享”员工文化基本形成^①为切入点,利用国泰安数据库搜集了 2018—2023 年关于金徽酒及同行业企业的财务指标,观察金徽酒指标的变化并且将金徽酒与行业中位数进行比较,以验证“共创共享”员工文化对企业行业竞争力的影响。同时,通过进一步对金徽酒的跟踪调查,以考察“共创共享”员工文化对企业竞争力和科技创新能力影响的长期性和持续性。

(一)与同行业比较

本文选取了企业每股自由现金流、每股收益、息税折旧摊销前利润率及托宾 Q 值作为对比指标。每股自由现金流等于(净利润+非现金开支-股息及资本开支)/发行股票数,是评估公司内在价值

和支付潜力的常用指标,该指标越高,企业越具有投资潜力;每股收益等于税后利润/发行股票数,是反映企业经营成果,预测企业盈利能力的重要指标,该指标越高,企业盈利能力和成长潜力越强;息税折旧摊销前利润率等于(净利润+所得税费用+财务费用+固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销)/(营业总收入)。这项指标越高,说明企业价值创造能力和收入回补相关成本费用消耗的能力越强。托宾 Q 值等于市值/总资产,该指标越高,说明企业投资回报率越高。

图 3 和图 4 为金徽酒与同行业企业每股自由现金流和每股收益的比较结果,可以发现在 2019 年前,金徽酒每股自由现金流和每股收益要低于同行企业中位数,而在“共创共享”员工文化制度改革后,金徽酒每股自由现金流和每股收益均高

^① 2019 年,金徽酒掀起深化改革新篇章,开启二次创业新征程,全面梳理部门岗位,优化资源配置,基于“人人有机会,人人有舞台”的人才理念实施了一系列举措激发了员工工作热情与活力。2019 年,通过非公开发行股票实施第一期员工持股计划,完善了员工与股东利益共享机制。2019 年,公司获得“全国模范劳动关系和谐企业”称号。因此,2019 年是金徽价值共创共享员工文化形成的重要节点。

于同行企业中位数,说明“共创共享”员工文化改革提高了金徽酒的内在价值、盈利能力和成长潜力,提升了其行业竞争力,共同创造共同分享的文化理念能促进员工对企业的情感认同,员工与企业目标一致,激励员工努力工作、承担责任、提高工作热情,为金徽酒发展提供了重要驱动力量。

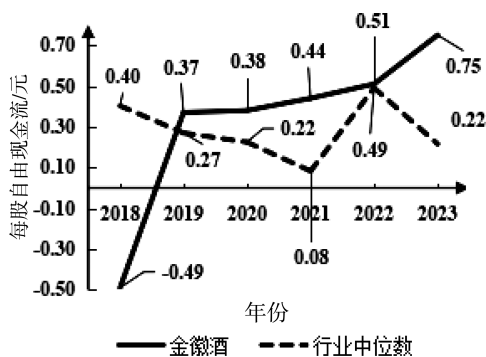


图3 金徽酒与同行业每股自由现金流比较

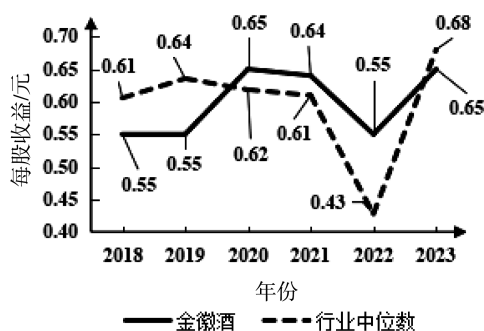


图4 金徽酒与同行业每股收益比较

图5和图6为金徽酒与同行业企业息税折旧摊销前利润率和托宾Q值的比较结果。2019年前,金徽酒的这两个指标低于同行企业中位数,在“共创共享”员工文化改革后,金徽酒的指标均高于同行企业中位数。这说明金徽酒在“共创共享”员工文化改革后,增强了企业盈利能力,促进企业

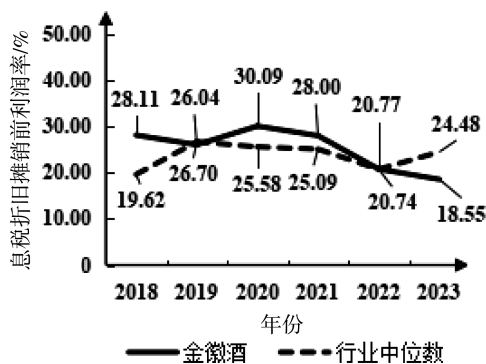


图5 金徽酒与同行业息税折旧摊销前利润率比较

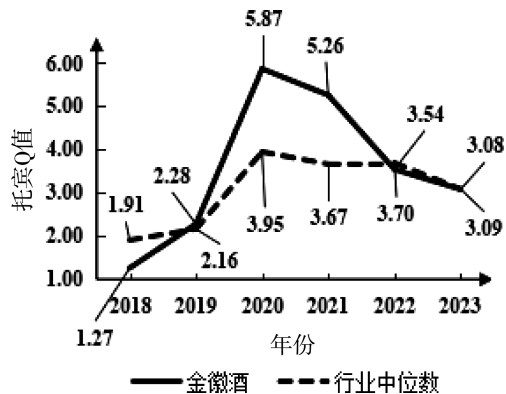


图6 金徽酒与同行业的托宾Q值比较

价值创造效率的提升。2020—2022年金徽酒和同行业企业指标都呈下降趋势,主要系全球重大公共卫生事件导致行业的整体系统性风险所致^[24]。

(二) 追踪研究

本文进一步对金徽酒进行了追踪调查研究,考察其“共创共享”员工文化是否对企业发展具有长期性和持续性的作用。在2022年12月,借助“美世组织脉动”组织效能检测工具,对金徽酒相关指标进行了追踪和评估,包括企业文化、岗位体系、人才规划、人才评价、人才发展、绩效与激励、人才吸引力、人才稳定度、人才贡献度和科技创新能力,并与市场进行对标分析。本次追踪调查共收集问卷2417份,回收率高达91.89%,数据具备合理性和完善性。对标后结果如图7所示,3种不同花纹的柱状依次为行业指标均值、行业指标75%分位数和金徽酒指标值。

由图7可知,至2022年12月,金徽酒相关指标均已高于行业指标均值,除人才贡献度与同行业指标75%分位数持平外,其他指标如企业文化、岗位体系、人才规划、人才评价、人才发展、绩效与激励、人才吸引力、人才稳定度和科技创新能力都明显超越同行业75%的企业。以上结果表明,优秀的员工文化能够对企业发展产生持续性的正向作用,提高企业管理效能、组织活力和科技创新能力,帮助企业获取竞争优势,推进企业高质量发展。

(三) 拓展分析

世界正进入百年未有之大变局,未来充满变数和不确定性,企业经营的内外环境发生重大变化。发展人才资源、培育人才生态环境对企业发

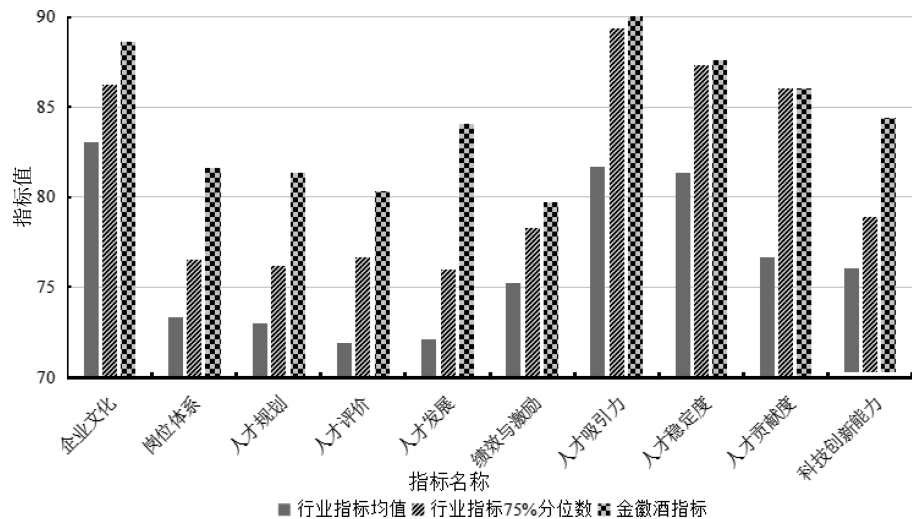


图 7 金徽酒与同行业对标分析

至关重要,管理和激发现有人才创新和工作激情,不仅能提高组织竞争优势,应对外界冲击,还能提高员工个人绩效,创造企业价值^[25]。在这种动荡的全球背景下,“价值共创共享命运共同体”理论对企业发展具有持续性的积极效应,能促进员工对企业的情感认同和创新行为,提高员工绩效和组织绩效,从而为企业、利益相关方和社会创造更多价值。

在快速变化的商业环境中,企业不再仅仅是追求利润的主体,更承载着员工等利益相关方的追求、价值观和社会责任。在这个共同体中,员工文化的价值塑造和共创共享机制的达成,是推动企业持续发展的动力源泉,能使企业核心价值观更好地融入员工的日常工作和行为,形成创新活力推动企业高质量发展。作为金徽文化承载主体的金徽酒和金徽股份,分别属于食品加工行业的白酒酿造和有色金属矿采选行业,完全不同的行业特征没有对本文研究结论的稳健性产生不利影响。从图 8~图 10 可见,近年来,金徽股份人均创利、季度毛利率变化、季度净利率变化等财务指标,均明显优于同行业平均水平及行业中位数。2022 年 2 月,金徽股份在上海证券交易所主板上市,为进一步规范公司治理,综合考虑公司所在地物价和经济发展水平,金徽股份 2021 年调整了人力资源政策,人均薪酬有所下降,与行业平均水平持平,如图 11 所示。通过图 8~图 11 的对比分

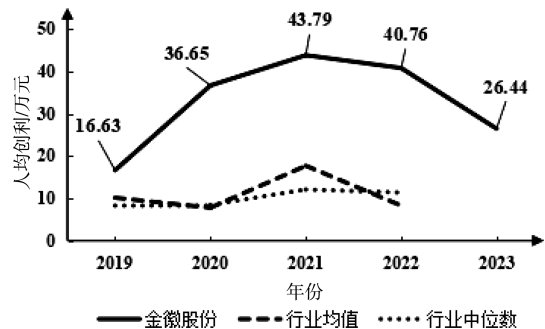


图 8 金徽股份与同行业人均创利比较

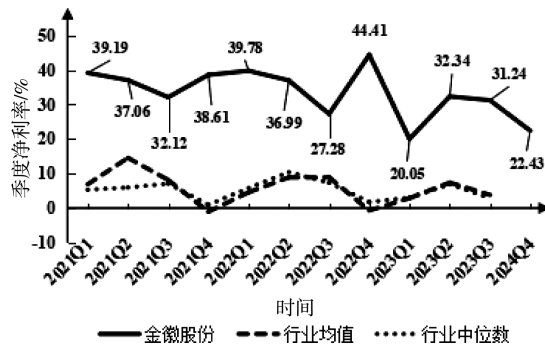


图 9 金徽股份与同行业季度净利率变化比较

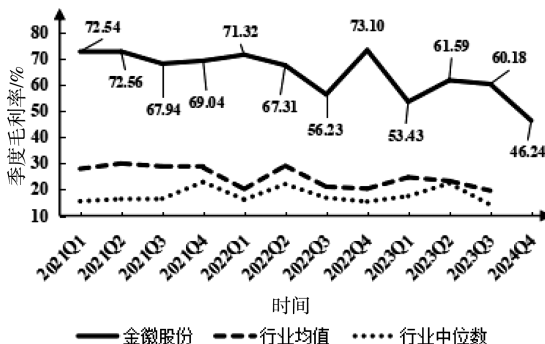


图 10 金徽股份与同行业季度毛利率变化比较

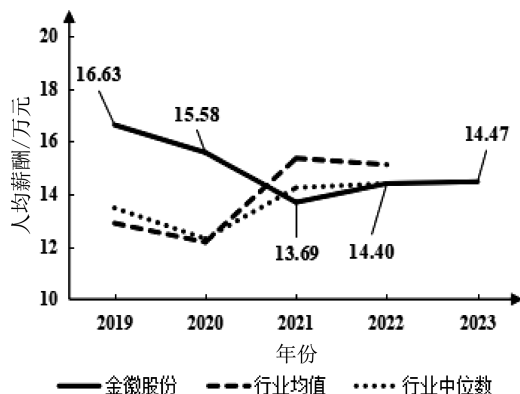


图 11 金徽股份与同行业人均薪酬比较

析,金徽股份人均薪酬的调整下降并未显著影响公司的盈利性,这其中价值共创共享的员工文化发挥了关键作用。

在科技、教育、人才战略的大背景下,越来越多的企业认识到人力资源是企业发展的第一要素,积极改善员工福利,实施人本管理,充分激发员工工作积极性和创新活力,以人的发展推动企业发展。结合中国企业发布的大量社会责任报告、可持续发展报告或环境、社会责任和公司治理报告来看,不同类型、不同规模的企业在不同的市场和行业环境中,都能够通过实施共创共享的文化模式,获得显著的绩效提升和竞争优势。

综上所述,本文尽管采用的是案例研究,但研究经过严格的理论推导与实证分析,依据价值共创共享命运共同体理论总结出来的规律有严谨的逻辑和因果关系,并非特定场景而存在。本文研究结论具有很强的普适性和推广价值,能为其他企业提供借鉴价值。

七、研究结论与政策建议

(一)主要结论

(1)企业与员工等利益相关方是风雨同舟的命运共同体,是相互依赖的伙伴关系,两者基于共同目标,合作共赢,共创价值,共享成果。“价值共创共享命运共同体”是新时代中国企业的优秀实践,是企业层面践行党的二十大精神,推动中国式现代化的重要路径,也是中国对企业管理理论的开拓性创新,对中国企业高质量发展具有重要的理论和实践价值。

(2)员工绩效是员工行为的实际效果及其对企业的贡献,是员工在数量、质量及效率等方面完

成工作的情况。“共创共享”员工文化能够正向显著影响员工绩效,进而提高企业的盈利能力和价值创造能力。企业通过为员工提供优厚的物质福利、丰富的精神活动和良好的发展平台,让员工对企业的情感 and 行为产生潜移默化地积极变化,提高了工作积极性、创新驱动力和工匠精神,自觉承担更多责任和义务。

(3)员工情感认同及创新行为在“共创共享”员工文化正向影响员工绩效的过程中发挥中介作用。“共创共享”员工文化不仅提升了员工对企业的忠诚度、信任度及归属感,而且能激发员工创新行为和工匠精神,进而促进员工绩效的提高。

(4)进一步研究发现优秀的“共创共享”员工文化对企业的经营发展具有持久的积极作用,在人才培养与发展、科技创新等方面都明显超越同行业大部分企业,能够帮助企业获取持续的竞争优势,从而提高企业对抗经营风险、应变外界冲击的能力,实现可持续的价值增长。

(二)政策建议

(1)在高质量发展背景下,企业应将“共创价值、共享成果”思想理念融入企业愿景,融入企业文化,融入管理体系,形成命运共同体。企业不仅要关注自身价值,还要关注员工利益和发展,从战略及目标制定、建立利益共享机制、打造优秀团队文化、实施人本管理、优化成长环境、加强沟通协作等方面践行这一理论。企业内部应凝聚价值共创共享的强大力量,新时代企业文化建设的重要任务就是把价值共创共享、共同富裕的目标和原则转化为企业的使命、愿景和价值观,并将其融入企业管理理论与实践,与新公司法保护职工利益、建立职工代表大会以实行民主管理制度要求相契合。这样可以缓解企业目标与员工目标的冲突,增强企业与员工的双向责任感和使命感,使员工与企业形成“命运共同体”,确保企业、员工共同进步与成长,驱动新质生产力的形成和企业高质量发展。

(2)员工对企业的信任感、归属感、忠诚度等积极情感是在企业生产经营和员工文化建设实践中慢慢积累形成的。一方面,企业要努力增加员工物质利益,通过就业、工资、福利、奖金、住房、医疗等提高员工的获得感;另一方面,企业要坚持以人为本,尊重人才,通过文体活动、精神文明和成

长计划等软实力建设,提升员工的归属感和幸福感,激发员工的工作热情、工匠精神和创新活力,提升员工工作绩效,为企业创造更多的价值。

(3)企业在员工文化建设中,应重视培育员工的情感认同,梳理和辨认影响员工情感认同和创新行为的影响因素和具体路径,激发和培育员工对企业的归属感、主人翁意识、工匠精神、团队精神和角色外创新行为,培育员工对企业的忠诚度和专注度。通过培育员工对企业的情感认同,激发员工的积极行为,促进员工绩效的提升。

(4)“共创共享”员工文化能够帮助企业获得持久的市场竞争优势。一方面,企业应建设员工文化的长效机制,从衣食住行等生活方面到精神文化活动、到职业晋升机制等事业发展方面全方位建设和完善员工文化,持续地为员工创造幸福。另一方面,企业盈利水平和价值创造能力的持续提升,为进一步改善员工福利,实现共同富裕,创造更多发展机遇提供充足的资源,实现了良性循环。企业应重视与员工的价值共创共享,鼓励员工勤劳致富、创新致富,形成价值创造人人尽力、人人享有的命运共同体,让员工利益更加紧密地与企业利益融为一体,把价值共创共享共富转化为企业和员工的自觉行动,形成驱动企业经营发展的内生动力,为推动高质量发展、加快中国式现代化建设持续注入强大动力。

参考文献:

- [1]汪荣有. 共建、共享、共富的辩证统一[N]. 光明日报. 2023-02-20(15).
- [2]张国祚. 中国文化软实力理论创新:兼析约瑟夫·奈的“软实力”思想[J]. 中国社会科学, 2023(5): 188-203, 208.
- [3]陶克涛,赵立娟,史俊宏. 中国特色文化经济学理论探索与实证检验:第六届文化与经济论坛综述[J]. 经济研究, 2020, 55(12): 200-202.
- [4]李秀凤,刘美婷,郭书玉,等. 员工—组织双赢:发展型人力资源管理实践的影响及其作用机制[J]. 中国人力资源开发, 2023, 40(9): 104-118.
- [5]温素彬,李慧,焦然. 企业文化、利益相关者认知与财务绩效:多元资本共生的分析视角[J]. 中国软科学, 2018(4): 113-122.
- [6]张婷婷,王珠珠. 诚至金开:区域诚信文化建设与商业信用融资[J]. 会计研究, 2022(12): 19-34.
- [7]尹艳林. 切实推动高质量发展:经验、要求与任务[J]. 经济研究, 2023(8): 32-42.
- [8]杜鹏程,陈云. 差错反感文化对新生代员工离职倾向的影响[J]. 华东经济管理, 2019, 33(6): 140-146.
- [9]张高旗,徐云飞,赵曙明. 心理契约违背、劳资冲突与员工离职意向关系的实证研究:整合型组织文化的调节作用[J]. 商业经济与管理, 2019(9): 29-43.
- [10]JACOB DA, FRIDAY BT. Corporate culture, employee stress, and leadership support: en route organizational psychotherapy[J]. Journal of business strategy finance and management. 2022, 64(1): 81-90.
- [11]武文,张明玉,邬文兵,等. 同事信息分享对新员工社会化结果的影响机理探究[J]. 中国软科学, 2020(8): 110-121.
- [12]李伟,梅继霞. 领导授权赋能对员工创新行为影响研究:个有调节的中介模型[J]. 软科学, 2018(12): 75-79.
- [13]王雁飞,郑立勋,郭子生,等. 领导—下关系图式一致性、信任与行为绩效:基于中国情境的实证研究[J]. 管理世界, 2021, 37(7): 162-181, 12.
- [14]谢倩芸,钱晓辉,李倩. 团队心理资本对团队与个体任务绩效的影响[J]. 中国软科学, 2022(6): 124-132.
- [15]肖红军. 共享价值式企业社会责任范式的反思与超越[J]. 管理世界, 2020, 36(5): 87-115, 133, 13.
- [16]杨旭华,李野. 员工感恩与工作绩效:两阶段调节的中介效应模型[J]. 经济管理, 2018, 40(7): 146-160.
- [17]熊立,柳波,占小军,等. 平台型领导如何赋能知识型员工“适时应务”:基于沉浸理论的链式中介模型[J]. 管理世界, 2023, 39(2): 124-140, 223, 141.
- [18]罗瑾琨,张志菲,李树文. 科创企业员工创新自驱力生成与迭代机制研究[J]. 科研管理, 2023, 44(9): 171-181.
- [19]周霞,赵冰璐. 晋升机会缺失对知识型员工角色内绩效的影响:内部身份感知与知识共享氛围的作用[J]. 科技管理研究, 2019, 39(6): 142-147.
- [20]崔杨,于桂兰. 上级发展性反馈对员工创新绩效的影响机制研究[J]. 管理现代化, 2019, 39(1): 37-40.
- [21]李烨,涂跃俊. 关系强度对员工创新绩效的影响机制研究[J]. 软科学, 2018, 32(9): 80-83.
- [22]NAZIR S, SHAFI A, ATIF M M, et al. How organization justice and perceived organizational support facilitate employees' innovative behavior at work[J]. Employee relations, 2019, 41(6): 1288-1311.
- [23]DEMIRCIOGLU M A, CHEN C A. Public employees' use of social media: its impact on need satisfaction and intrinsic work motivation[J]. Government information quarterly, 2019, 36(1): 51-60.
- [24]顾雨霏. 行业:不意外,合预期;不悲观,会转暖[N]. 中国食品报, 2022-02-14(4).
- [25]徐芳,高中华,周锦来,等. 人才国际化研究的演化历程及未来展望[J]. 中国软科学, 2021(5): 176-184.

(本文责编:希 文)