

新技术、企业组织变革与财务管理

谢志华 李 莎 沈彦波

摘要：新技术的发展促进了经济、政治、社会等宏观领域的发展，微观企业组织也深受其影响，作为企业管理的重要组成部分的财务管理，将在新技术的潮流中发生根本性的变革。新技术虚拟化、场景化、网络化、集成化、链接化、实时化、动态化的特征，将使企业的组织结构从以实体为基础的组织形态向以信息为基础的组织形态进行转变，进而使财务管理的主体、客体、目标、体制、对象、价值创造方式和信息发生相应转变。本文深刻分析了企业组织在新技术环境下的巨大变革和财务管理的根本变化，为财务管理的重新定位提供了相应的经验和启示。

关键词：新技术；企业组织；财务管理

中图分类号：F275 **文献标志码：**A **文章编号：**2095-8838 (2020) 01-0004-14

以“大智移云物”和区块链等为基础的新技术，对世界经济、政治、社会等宏观领域带来了革命性变化，微观的企业组织也深受其影响（丰成军和姚能伟，2015），作为企业管理的重要组成部分的财务管理，在这种企业组织的变革中也必然带来洗心革面的根本变化。

一、新技术的基本特征

从根本上说，新技术的基本特征就是信息化。信息化以现代通信、网络、大数据、云计算、人工智能、区块链等技术为基础，对所反映和研究的自然世界和人类活动的各种要素、各种形态及其结构和变化进行充分的揭示、分类

汇总至信息平台，并满足特定人群、特定组织的行为需要。它不仅可以使人们对自然和社会的认知力得到大大提升，也使得人们和组织的行为方式得到大大改进，行为效率得到大大提高，这必然带来人类社会的极大进步。整体来说，新技术具有以下特征：

（一）虚拟化

虚拟化最早产生于计算机科学，计算机中的虚拟化（Virtualization）是一种资源管理技术，将计算机的各种实体资源，包括服务器、网络、内存及存储等进行抽象、转换后予以再现，进而可以破解实体结构之间的不可切割性障碍，使用户以更好的方式应用这些资源。从人类社会的视

收稿日期：2020-01-03

基金项目：北京市社会科学基金重大项目（15ZDA51）；北京工商大学国有资产管理协同创新中心项目（GZ20130801）

作者简介：谢志华，北京工商大学教授，博士生导师；

李 莎，通讯作者，中央财经大学会计学院博士生；

沈彦波，大华会计师事务所（特殊普通合伙）授薪合伙人。

角度来看,虚拟化是与客观世界相对应的一个概念,我们可以把客观世界称为实体的世界。自人类诞生以后一直在孜孜不倦地探索客观世界,也就是要认知实体的世界,实体的世界反映到人们的大脑中形成场景,人类运用各种信息载体(其中最基本也是最主要的就是文字),将所认知到的场景进行传播,就形成了信息。可以看出,一方面是实体的世界,另一方面是以信息所反映的世界,这一世界用信息的方式予以呈现,虽然反映的是实体的世界,但已经不是实体世界本身,所以就称之为虚拟的世界。实体的世界被信息化了,也就被虚拟化了。任何实体世界的物质都是处在一定的时空中的,这种时空的差异性使得人们不可能在同一时间去感知整个世界所有物质的存在状态和变化情况。但是在虚拟化的信息世界,人们可以通过信息的传播在同一个时间了解不同空间的实体世界的状况,所以虚拟化打破了人们在认知上的空间和时间的障碍。值得说明的是,自人类诞生之日起,人们就需要认知客观世界,进而产生信息并进行传播。信息社会早已有之但不是信息化社会,信息化社会是以新技术为基础的,现代信息技术对信息社会的最大推动莫过于构筑起了网络化和数字化的活动环境(蔡立新和崔也光,2007)。可以说虚拟化是通过信息化来实现的,两者不可分割,或者说是一个问题的两个方面。

(二)场景化

所谓场景就是客观世界的事物在人们大脑中的反映状态。一方面,场景是以客观世界的事物为背景的,或者说是以实体世界为背景的,离开了客观世界的事物,场景就失去了存在的基础;另一方面,场景不是客观世界的事物本身,而是这种事物在人们大脑中的反映。人的大脑对客观事物的反映很难完全一致,这不仅由于在一定的时空下人们的认知能力是有限的,也在于事物总是处在不断的变化之中。正因为这样,人的大脑对客观事物反映的这种不一致才形成了场景的概念。在人类交往中,人们就是要将自身对客观事物的这种场景感知及其自身的认识传导给他人,由此形成了信息及其传播。在信息传播的过程中,这种感知的场景越真实,传播的质量和效率就越高,对他人的影响力就越大。人之于动物有区别关键是创造了文字,通过文字对人们感知的场景进行信息传播,是人类历史的重大进步,早期的象形文字更是对客观事物的形象生动的场景描述,比如月亮的“月”就具有月的特征。尽管如此,用

文字语言再现和传播场景仍然存在根本的缺陷,人们一直在探索能否找到一种技术更好地再现客观事物的外貌和内核、再现客观事物的变化过程。以新技术为基础的信息化社会就能超越以前的一切社会形态,对客观事物进行更为真实的场景反映。物联网技术、虚拟现实技术是实现实体世界的场景再现的最新技术,这些技术能够对模拟的客观事物由计算机生成实时动态的三维立体逼真图像,并能反映动态的变化过程。

(三)网络化

从技术上说,网络的本意是指把互联网体系整合成一台巨大的超级计算机,以使计算资源、存储资源、数据资源、信息资源、知识资源等实现全面共享。网络可以是小规模,也可以是大规模的,可以是局域的,也可以是全域的。其根本特征并不是它的规模和域面,而是资源的互联互通和共享以消除资源孤岛,并最终实现共赢。网络是一种新技术,而网络化则是利用这种新技术,包括通信技术和计算机技术,把分布在不同物理空间的计算机及各类电子终端设备互联互通,按照事先约定的网络协议相互联通,以实现协议各方都可以共享软件、硬件和数据资源。

以通信技术和计算机技术所形成的网络在人类政治、经济、社会 and 文化的方方面面都得到了广泛的应用。至少可以从两个层面来理解人类社会进入网络化社会的基本场景:一是任何一个在具体空间和特定时点的个人和组织都可以把自身所感受的实体世界的某一场景,通过网络传播给其他的人,也可以通过网络将其他人在具体空间和特定时间所感受的实体世界的某一场景传播给自身。这就意味着任何一个人或组织无需亲力亲为就能够获得实体世界的全部场景状态,既能实现对实体世界的全部场景的感知,也能适时选择对实体世界的某一场景的感知。这不是因为实体世界已经连成一起,而是由于网络化把实体世界在人们大脑中所形成的场景用信息收集和传输的方式传送给了某一具体空间和特定时间的个人和组织。二是每一个个人和组织都可以结合自身的需要形成自身的局域网络,通过运用这个局域网络上的各种资源实现自身的目标。网络化的世界通过网络把世界连接起来,同时也让每一个个人和组织按照自身的需要形成特有的局域网络。所以网络化的世界既是一体化的,也是可以局域化的,一体化是局域化的前提,局域化是一体化的实现形式。每一个个人和组织在使用信息网络时都有自身特定的需要,从而

形成局域化的网络,正是在这个意义上讲,局域化的网络才是被真正使用的网络。局域化的网络资源的使用包含两个方面:一是作为网络资源获取者的个人或组织将根据自身的需要从网络中获取相关有用资源。二是作为网络资源的传送者将根据其他个人和组织的需要输出相关有用资源。这种资源首先是信息资源,其次是以信息资源为载体最终获得实体资源。如果不首先获得实体资源的信息,实体资源的最终获得可能是一个难以实现的事情。局域网中的个人和组织既是网络资源的获取者,也是网络资源的提供者,当无数相关的个人和组织相互提供或者获取网络资源时必然形成相互交织的各种局域网。尽管如此,就某一个个人和组织而言,所形成的局域网一定是满足其自身特定目的而形成的。

(四)集成化

一般而言,集成(integration)是将一些分散、独立的事物或者要素运用某些方式集中在一起,形成有机联系以构成一个有机整体的过程。信息系统的集成化涉及三个方面的技术特征,分别是网络的一体化、软件(或者语言)的一体化和信息的集中化。前两者属于软硬件范畴,不在此讨论,作为新技术条件下的信息体系的主要特征就是信息的集中化。

信息集中化主要体现在三个方面:一是如何将分散在不同空间和不同时间的各种不同性质的信息汇集到信息平台之中,形成信息库或者数据库。这是一个由分散到集中的过程。从技术层面看,数据库是按照某种数据结构集中起来并存放在存储器中的数据集合。数据库的这种特征要求分散在不同空间、不同时间的各种不同性质的信息进行规范化、标准化、通用化、系统化,只有这样来自各种渠道的信息才能够归入到数据库中。二是如何将信息库或者数据库中的信息或数据按照某种结构(信息结构或数据结构)进行存储。目前可以将数据信息细分为结构性、非结构性以及半结构性数据,其目的是为了便于信息或数据的存储、处理和使用(涂奉军,2019)。由一般的信息(数据)库向大数据库,再到云平台的转变,从某种意义上说,是一种信息或者数据存储方式的变革。三是如何将集中并结构化了的信息或数据根据用户的需要进行处理和传输。不同客户所需要的信息或数据是不相同的,同一客户的不同决策事项所需要的信息或数据也是不相同的,同一客户的同一事项在不同时间的决策所需要的信息或数据还是不相同的。通

过对人工智能的运用,对数据和信息进行分析就能满足这些特定的需要。信息集成化是一个贯穿信息的收集、存储、处理和输出的过程,在这个过程中,如何使信息能够更好地满足使用者的需要就成为了其出发点和落脚点。

(五)链接化

在计算机领域中,链接是指在电子计算机程序的各模块之间传递参数和控制命令,并使它们能够组成一个可执行的整体。链接也可以称为超级链接,即从一个网页指向一个目标的链接关系。这里的目标可以是另一个网页,也可以是相同网页上的不同位置,或者图片、电子邮件地址、文件、应用程序等。在互联网上之所以能够形成局域网内以及局域网间的链接关系,都是由于网上各要素或者各局域网之间存在内在的相互关系。这种关系主要表现在以下方面:

1. 链接关系是为了实现某一特定目标组合而成的。任何链接都是有目的的,或者是政治的或者是经济的,或者是社会的或者是个人的。目的的多样性使得网络的链接呈现出多样性,目的的变化性必然会改变链接的内容和链接的方式而形成新的链接结构。
2. 链接关系是一种合作关系。这种合作关系当然是建立在网上各要素或者局域网独立存在的基础上的,没有这种独立性就不会产生合作。合作的基础除了有共同目的外,还必须是这些要素或局域网之间存在互补关系、存在一致行动的必要,如果相互之间不存在互补关系和一致行动的必要,链接也是无法实现的。
3. 链接关系是建立在分享的基础之上的。有了共同的目标和互补关系及一致行动的意愿仍然不够,最终需要通过网络实现共享的各要素、各局域网分享链接后能够带来的利益。分享利益必须重视利益分配的均衡性,任何分配的均衡性都是以一定的标准为基础的,所有链接要素和局域网都必须就分配标准达成一致。当分配的标准存在分歧时,就必须相继进行调整,这是一个动态博弈的均衡过程,唯其如此,链接才能持续。

值得说明的是,链接化是互联网时代一种普遍的现象和趋势,链接的形式有:纵向链接(如企业的供应链关系链接)和横向链接(如跨部门的协同行动和不同行业的融合链接);网络链接,是一种纵横交错的链接形式,如在企业供应链体系中还形成不同行业的深度融合的链接;星系链接,如同浩瀚的“星空体系”,无数“行星”围绕“恒星”

运转,无数“卫星”围绕“行星”运转。任何一种链接形式都呈现出了上述三种链接关系的特征。

就链接的本质而言,一方面是虚拟世界信息资源的链接。新技术所形成的信息网络体系使这种链接变得更为简捷、更为迅速、更为广大、更为整体,可以超越实体世界的空间阻隔和时间限制(伦蕊,2018)。信息不再仅仅是指资讯、消息、通讯等系统传输和处理的对象,或者说人类社会传播的内容,而是一种有用的资源、一种有价值的资产。另一方面是实体世界资源的链接。仅仅只是在信息层面进行链接是不够的,更需要把信息所反映的实体世界的资源按照特定目的进行链接,使实体世界的有限资源进行合理有效的配置。

(六)实时化

从新技术的视角说,实时化是指信息系统在外界事物(实体世界)产生和变化时,就能够即时地做出反应,生成和接受信息,并同步进行处理,处理的结果又能在规定的时间之内满足系统的特定需要,最终确保系统协调一致运行。即时响应和高可靠性是实时化的最根本特征。传统的信息收集、传播、处理和使用受技术手段的限制,很难实现实时化,往往是外界事物(实体世界)产生和变化后,一定的时间内才能收集、传播、处理和使用相关的信息,具有明显的滞后性。新技术对人们获取和使用信息所获得的根本性突破就是能够即时获取和使用事物(实体世界)变化的信息。新技术为此提供了真实情境再现或者全面写真的可能,在传输、处理和使用信息的过程中也能保证信息的内容不会发生偏差,因此具有高可靠性。

以新技术为基础形成的信息体系能够对不同空间地域和时间维度的个人和组织都进行即时响应,使他们之间在信息的获取和使用的实时性上不会存在明显的时间差异。同时,实时化也能使个人和组织不会由于他们的权力的大小、位置的高低和领域的差异而在获取和使用信息上存在时间差异。当获取信息的时间差异被越来越缩小,甚至完全处于同等的即时响应时,也许人类社会人与人、组织与组织、人与组织之间的关系将被全面改变,以致要进行重新定义。

归结起来,实时化要求社会中所有的人和组织都能够技术上即时提供和使用信息;实时化也要求在信息获取和使用上,人人都享有信息即时响应的平等的社会权利。

(七)动态化

哲学上的动态性指事物作为一个运动着的有机体,其稳定状态是相对的,而运动状态则是绝对的,也就是说事物处于永不停息的运动之中。事物不仅作为一个功能实体而存在,而且作为一种运动形式而存在,表现为事物内部的联系及其变化以及事物与环境的相互作用。事物的功能是时间的函数,因为不论是事物的状态和功能,还是环境的状态或联系的状态都是随时间的变化而变化的。信息系统一方面要具备反映这种事物变化过程的功能,另一方面要根据用户的需要传输事物变化的全过程的信息。如果说实时化着眼的是信息获取、处理和使用的时间与信息产生的时间的无限逼近,强调同时性,它与信息的滞后性是相对应的,那么,信息系统动态化着眼的是要取得事物变化的全过程的信息,强调过程性、持续性,它与信息的结果性是相对应的。正如写真一样,早期的写真是静态的,而任何一种静态都是一种结果。后来出现了动态写真,表现为一个连续变化的过程。

新技术条件下信息系统的动态性包含了三个方面的特征:一是信息系统能够持续地获得实体世界发展变化的全过程信息,并能将这种变化可靠、真实、生动地再现出来。二是信息系统能够将实体世界发展变化的全过程信息进行动态的记录和储存。没有这种动态的记录和存储技术就很难再现实体世界发展变化的过程,也就不可能进一步传输到信息使用者手中。三是信息系统能够实时地将实体世界发展变化的全过程信息生动逼真地传输到信息使用者手中。在这一传输过程中必须能够响应使用者的需要,既能够实时传输,也能够不断重复传输,最终就是要能够实现信息使用者持续不断和反复不断地获得实体世界发展变化的全过程信息。可见,新技术条件下信息系统的动态化是三位一体的,对客体世界发展变化的全过程信息进行动态反映,并进行动态记录和存储,最终实现动态的传输。

新技术七个方面的特征有着内在的逻辑:虚拟化是信息得以存在的基础;网络化是信息得以传输的前提;场景化使传输的信息能够更加可靠、真实、生动;集成化能提高已有信息的共享程度、使用效率、针对性和有用性;链接化将相关信息连接起来以满足特定使用者的需要;实时化使所提供的信息能够及时地满足特定使用者的需要;而动态化则为特定的使用者提供全程化的、可持续的信息。只有这样,新技术条件下的信息体系既可以获得全面的、

持续的、完整的信息,也可以提供个性化的、特定需要的信息。

总之,新技术条件下所形成的信息体系具有整合和共享的特征。所谓整合就是能够实现实体世界与虚拟世界的整合;实现网络一体化与信息孤岛的整合;实现场景化与客观事物的整合;实现集中与分散的整合;实现分工与协同的整合(链接就是一种协同);实现实时与事后的整合;实现过程与结果的整合。如此等等无不说明新技术条件下所形成的信息体系就是要将实体世界的时空差异和事物的属性差异通过信息化实现整合,在整合的基础上进一步实现共享,共享信息体系的所有信息资源,共享客体世界的所有资源,最终使得资源的利用达到最大的效率和效用,以提高整个人类社会的价值创造力和社会福祉。

二、新技术与组织变革

在新技术条件下,传统的以实体为基础的组织形态必然向以信息为基础的组织形态进行转变。一方面,组织的实体形态仍然存在,并以相互独立的形式进行组织交往,产生组织的联系;另一方面,组织的信息形态使得组织的边界被打破,组织与组织之间的交往模式及其所形成的关系也会发生根本性的改变。我们可以用实体组织与信息组织两个概念对此做出明确的界定,主要表现在以下方面:

(一)组织虚拟化

新技术对组织所带来的最重要的影响之一就是组织虚拟化。传统意义上的组织都是建立在实体基础上的,任何一个组织都有自身的实体的组织架构,实体的人、财、物等资源,还有实体的组织行为过程和行为结果。这种实体的组织也必然有存在的具体空间和具体时间,当我们对一个实体组织进行描述和定义时都离不开这些实体的因素,具有看得见和摸得着的实体存在感。以信息为基础的组织是虚拟化的,这种虚拟化表现在一个实体组织中的所有实体要素都以信息的形式而存在,信息是人们对实体组织所感知的场景的一种描述和表达,它既源于实体组织,但又不是实体组织本身,这就是虚拟性。

仅仅以市场经济最具特色的市场组织而言,人们都可以在现实的世界中看到各种各样的有形市场,如北京新发地的农产品市场,义乌的小商品市场,每一个人都可以感觉到实体市场的存在,正因为这样,过去人们对市场的定义就是商品交易的场所,这一定义就是实体组织在人们大

脑中的场景反映结果。自有市场以来,没有人会怀疑这一定义的真实性和科学性。在市场产生和发展的过程中人们的直觉所感觉到的实体市场经历了杂货铺、百货大楼、超市、shopping mall、奥特莱斯等的历史变迁,似乎这种变迁的根本动因就是要在一个实体的市场中通过空间的扩大和时间的延长,让更多需要商品的人和提供商品的人在这一市场中完成实物商品的交易。但问题在于我们根本无法制造一个巨大的物理空间,让全世界所有的商品和需要商品的人进入这一市场空间进行交易;也无法在任何时间都开放这一市场空间让每一个人进行交易,实体市场的发展受到了根本的掣肘。其实,表面上看市场是商品交换的场所,但实质上市场是信息集中和互换的场所。在市场的商品交易中,人们交易的最大困难是提供商品的人不知道谁需要商品,而需要商品的人不知道谁能提供商品,如果双方都能知道这一信息,就可以直接进行交易,而无需通过建设一个有形的市场来完成交易。

但是伴随着新技术为基础的信息化社会的到来,实体市场的物理空间限制和时间制约问题的解决产生了根本的转机。电子商务平台的出现使得全世界所提供的商品的信息和所需要商品的信息全部集中到这一平台,这一平台所集中的这两类信息的触角延伸到哪里,市场就扩张到哪里。由于信息的收集、储存和传播无物理空间限制和时间选择限制,实体市场的发展过程中遇到的问题就迎刃而解了。每个人随时随地都可以通过电商平台提供供应商品和购买商品的信息,个性化的需要和整体化的整合完美地结合在一起。这里仅仅信息的提供和需要的结合(也称为线上市场)就能达成这一目标,而实体市场可以不必存在(也称为线下市场),实体的物流体系也可以基本维持现状。从这个意义出发,我们不得不定义市场的本质就是信息集中和互换的场所。

从上述分析可以看出,信息组织(或者虚拟组织)与实体组织的最大不同就是可以不受物理空间和时间差异的限制,这恰恰是实体组织在行为过程中遇到的根本难题。

(二)组织平台化

凭借新技术为基础形成的虚拟化和网络化的信息体系,使得在单个的、独立的实体组织之上形成了线上的组织,它是协同的、集中的、整合的、可超越空间距离和时间差异的信息组织(虚拟组织),这种组织称为平台或平台组织。比如,阿里巴巴本身是一个上市公司,是实体组织,但

阿里巴巴所构造的平台却可以使无数的生产者和消费者、物流服务者和被服务者等都可以进入这一平台进行运作。这就是线上的组织，也就是平台组织。在现代新技术条件下任何一个组织都既可以是实体的组织，也可以是在信息化后所形成的平台组织。平台组织的根本特征就是要运用现代技术构造一个庞大的网络信息平台，但支撑这一网络信息平台的运行及其内容的仍然是线下的实体组织：一是进行平台组织建设和运营的实体组织；二是参与平台运行并通过平台开展自身活动的实体组织。前者是平台组织的建设者、管理者，后者是平台组织的参与者、使用者。随着“大智移云物”和区块链技术的使用和普及，仅仅就经济的微观组织企业而言，在供应链、生产过程、营销领域已经发生了翻天覆地的变化，一个企业可以同时为全球消费者以自动化智能化的方式提供多种服务，可以在很短的时间内处理数量巨大的交易，可以用成千上万个词语标签对消费者进行画像，更令人咋舌的是可以在几小时之内应对市场需求上百倍的暴涨。

与实体组织相比较，平台组织（也即信息组织、虚拟组织）的特征是：一是无边界化。平台组织不仅能实现实体组织内部信息的自由流动，更重要的是能实现组织外部所有关联组织之间的信息的自由流动。只要实体组织进入平台组织，任何一个实体组织都可以凭借平台获得相关的信息，而任何一个实体组织也必须为平台提供自身相关的信息，各个实体组织的信息在信息网络平台上进行收集、集中、处理、传输。单一的、独立的实体组织的存在都是有空间距离和时间差异的，但平台组织通过信息网络进行信息交换就会使实体组织不受空间距离和时间差异的限制。随着实体组织不断地进入平台组织，既向作为平台的信息网络提供信息，又从中获取信息，这是一个无限的过程。这种无限的过程不仅使得平台无边界，而且也使得实体组织的获取和使用信息无边界。二是虚拟化。平台组织是依靠信息网络来构建并进行运营的，而平台组织本身的资源是信息资源或者说是大数据。正是由于平台建设的实体组织为进入网络平台的所有组织提供了信息资源，而获得相应的利益，这样信息资源就成为了平台组织的资产，它是一种虚拟的资产，却能够为组织带来利益。三是去中心化。平台组织只是为所有进入的组织提供信息互换和交易的行为平台，任何进入到平台的组织之间都是平等的交易伙伴，它们以平等的身份进入，又以平等的身份获得信息，并以

这些信息为基础进行平等的交易。它们根据自身进入平台组织的目的与关联组织之间各自互换信息、进行交易，没有哪一个进入平台的组织会成为中心，即便是平台组织能够为所有进入平台的组织提供信息，也是通过信息网络进行的，它本身也不会成为整个平台的中心。去中心化不是不需要中心，而是由信息网络上的组织自由选择中心、自由决定中心，中心组织与其他组织之间的关系是相互依存、相互依赖的关系，是利益共享的关系。四是整合化。平台组织的基本功能就是对分散的组织、分散的资源、分散的信息进行整合，这种整合之所以能够得以实现，是以信息网络为技术手段、以信息的无差别化为基础、以信息的可传播为动能、以信息的可存储为载体、以信息的可组合可匹配为实现方式、以整合各方的共同意愿为目的的。实际上，从组织形成的初始动因看，任何组织都具有平台的特征，如公司组织就是为了实现价值最大化，将政府提供的环境要素、所有者提供的物资要素、经营者提供的决策要素和员工提供的执行要素进行整合的平台。正因为这样，所有的组织都是平台，所有的平台都是为了整合。但问题在于，实体组织因其自身目标的特定性，以及与此相关的要素资源的对应性，使得其整合能力自然受限。唯独以新技术为基础所构造的信息网络平台，因其所收集、储存、处理和传播的信息的无差别化，使这种组织平台的整合能力达到了前所未有的程度。可以设想，我们可以把全世界所有的信息资源都装入这个平台，也可以让这个平台的信息为全世界所有的组织所使用，这就是信息网络平台作为组织的整合功能的显著特征。正是这种结果，才需要所有的实体组织进入平台组织，但仅仅这样还是不够的；所有的实体组织之所以愿意进入平台组织，是因为效率提升所带来的利益能够为其分享，由此出发，利益共享成为了平台组织设立的前提条件。

（三）组织扁平化

以新技术为基础形成的网络信息平台不仅产生了实体组织与平台组织（信息组织和虚拟组织）的差别，而且也会带来实体组织内部的组织结构及其运行模式的深刻变化，这种变化的根本特征就是组织扁平化。互联网时代企业组织结构具有网络化、扁平化、柔性化的趋势（孟韬等，2019）。组织扁平化的本来含义是指通过减少管理层次、压缩职能机构、裁减人员，从而使企业的决策层和执行层之间的层级尽可能减少，将组织更多的决策权下放至组织的

执行层,它是区别于传统的金字塔状的科层组织模式的。随着组织的规模不断扩大,为了进行管理和控制所采取的传统办法就是增加管理层级,而扁平化则要求减少组织层级、增加管理幅度。当管理层次减少、管理幅度增加时,金字塔状的组织就被“压缩”成扁平状的组织。之所以能够实现这样一种组织转变,是由于网络化和数字化的运营环境可以消除地理、距离和时间的界限,大大减少交易环节,显著降低交易成本(蔡立新和崔也光,2007)。尤其是区块链技术的发展,使得管理活动呈现出无管理权限设置、无金字塔层级和无中心节点的特征(曾雪云等,2017)。

从虚拟的信息体系视角看,实体组织一方面表现为为了履行某种特定的功能而形成的一种组织实体,另一方面也可以认为是一个信息体系。这一信息体系将整个组织体系的最底层或者作业层面所发生的内外部信息,按照信息收集、分类、归纳、加工、汇总、输出的流程,提供给组织内部需要相关信息的主体,使其能够根据这些信息进行预测、决策、执行、控制、考核、评价等活动。在信息技术不太发达的条件下,传统的组织必然依靠组织层级进行信息的收集和处理,当组织的规模越大,组织履行的功能越多和越复杂时,组织必然要通过增加层级来进行上述信息活动。伴随着新技术的出现,组织内的信息的收集和处理不再依靠人工或者组织的层级来完成,而是通过在实体组织内部建立以新技术为基础的信息网络体系来完成。

通过建立这一信息网络体系使得上述信息活动的完成呈现出了以下特征:一是信息的收集、分类、归纳、加工、汇总和输出完全可以通过以新技术为基础形成的信息网络体系自动完成。它既可以将组织体系中最底层或者作业层面所发生的内外部信息进行处理,直接传达到各个信息使用的主体,从而使得组织的中间层级大部分可以被去掉;它也可以按照组织内各信息使用主体的要求,运用大数据技术和人工智能技术直接为预测、决策、执行、控制、考核、评价提供有用信息,从而使得组织中为管理活动提供信息的专职部门可以被去掉,这正是扁平化的重要特征。二是以新技术为基础所形成的信息网络体系能够提供真实可靠的场景化信息。传统的组织所提供的信息并不能直接反映组织内的所有成员行为的真实场景,大多用文字和数字的方式进行描述,具有相对的抽象性。但以新技术为基础的信息网络体系的形成,使得无论组织中的成员所进行的活动处在哪一时空,也无论组织中的成员所进行的活动有多

么复杂,从组织的最高决策层到组织的每一个层级和每一个环节都可以按照事先约定的权限获得场景化信息,从而使得组织内部由于分层分环节管理而导致的信息不对称问题得以解决。三是以新技术为基础所形成的信息网络体系能够提供实时的、动态的信息。传统组织提供的信息往往具有滞后性和结果性,而以新技术为基础提供的信息可以实现实时响应和动态反映。这意味着组织内的每个信息使用主体不仅能够获得真实可靠的场景化信息,而且能够获得每一时点上的信息和全过程的信息,全过程的每一时点的场景化信息的集合就形成了全景信息,全面地支撑组织内的每个信息使用主体进行管理和开展业务活动。当每一个信息使用主体都能获得这种全景信息时,组织完全可以去中心化、去组织化。所以组织的扁平化不仅仅只是在形式上缩小了层级,减少了部门,更重要的是组织内的每一个主体都可以根据自身获得的信息进行自主决策,开展各项业务活动。

(四)组织权变化

权变的含义就是指灵活应对随时变化的情况。权变理论认为,在组织管理中要依据环境和条件的变化,随机应变采用适当的管理方法。在组织中不仅管理要适用变化了的环境和条件,更为重要的是组织本身也必须使用变化了的环境和条件。传统的组织的科层结构和部门职能结构最大缺陷是组织结构的固化和运行机制的僵化,其结果必然导致组织没有适应环境和条件变化的能力,使组织的运行效率极其低下,组织的目标不能实现,最终导致组织的消亡。一个组织不具备自组织能力,关键在于能否适应环境和条件的变化,能否适应这一变化又取决于是否能够可靠、及时、动态、全面地掌握环境和条件变化的信息,新技术所形成的信息网络体系为组织的权变化提供了根本的前提。

组织的权变化或者自适用性主要表现在两个方面:一是实体组织必须按照服务对象变化的需要,实时调整组织的结构和运行机制。二是实体组织中的每一个部门和每一个成员都必须响应服务对象需要的变化,并根据这种变化进行调整。传统上,实体组织是会按照服务对象需要的变化,对组织的结构和运行机制进行实时调整,但是,由于实体组织内部科层结构和职能部门结构特别是岗位的固化性,导致实体组织的灵活应对能力难以实现。所以从根本上来讲,一个组织的自组织和自适应能力关键取决于每个

部门、每个成员是否能够及时响应服务对象需要的变化。为此,就必须把外部服务对象的需要依照组织内部的分工链条进行传递。更为彻底的变革是,在组织内部按照外部服务对象需求的变化实时调整组织结构和运行机制,从而实现组织权变化。这就要求组织的内设机构不能固化,响应服务对象需求的变化随时组合、随时调整。这就是权变式的组织。

权变式的组织有两个特征:第一,组织内的每一个单元都是为响应外部服务对象需要而实时组建并运行的,当外部的服务对象的需要发生变化时又随时调整。第二,组织内的每一个单元都有着自身清晰的利益边界,它既可以响应组织外部服务对象的需要,也可以响应组织内部需要服务的对象的诉求。组织内组建的每一个利益单元既可以从组织内获取资源,也可以从组织外获取资源,这样单一的实体组织的边界就被打破,从而实现组织无边界,组织成为了一种资源聚集的平台。在这个平台上公司内部的成员之间、公司内部成员与外部成员之间都可以进行自由组合,公司内部的资源和外部的资源也可以进行自由组合,以满足实现公司目标的需要。这样公司就实现了自组织、自驱动、自增值、自调整(自迭代)。

之所以传统的实体组织出现了权变化的特征,根本上是以新技术为基础所形成的信息化的各种特征所致,在实体组织内外部的信息网络虚拟化、场景化、网络化、链接化、集成化、实时化和动态化的条件下,组织中的成员都可以进行自组织、自运行、自管理。一旦组织权变化,就可以发现只要组织内所建立的组织单元能够响应服务对象的需要,整个实体组织就能响应服务对象的需要;只要组织内所建立的组织单元能够利用组织内外的成员和各种资源,整个实体组织就必然成为开放的平台;只要组织内所建立的组织单元都有自身的利益,且利益边界得到明晰的界定,组织内的每一个单元及其成员的积极性就能得到最大限度的发挥。

三、组织变革与企业财务管理变迁

传统的财务管理是建立在实体企业基础上的,其财务管理的目标、财务管理的主体和客体、财务管理的体制、财务管理的内容和财务管理的方式都是在这一基础上形成的。本质上说,实体企业的财务管理都以其所要履行的生产经营职能为基础,这种财务管理以价值最大化为目标,

通过为实体企业的生产经营进行筹资和投资,进行合理的资源配置,以保证生产经营活动有序有效进行。这种实体企业中的财务管理主要特征是:第一,财务管理的目标就是为了实现价值最大化,具体经历了股东价值最大化、企业价值最大化、利益相关者价值最大化的变迁。无论哪一种价值最大化都是与特定的主体(或特定的群落)相联系的,更为重要的是,强调的是特定主体的价值最大化。第二,财务管理的主体表现为单一性,这种单一性首先表现为企业自身是财务管理的主体,在企业内部,又可以分为出资者财务、经营者财务、财务经理财务和员工财务,每一个主体都按照自己的权力义务行使财务管理的职能。由于分工,企业内部也有专门行使财务管理职能的主体,主要是主管财务的副总或总会计师、财务总监、首席财务官和财务部门。第三,财务管理的客体也仅限于企业自身以及企业内部的各个业务环节和各个职能部门与岗位,每一个财务管理的客体都存在于单一企业之内,财务管理是为单一企业自身服务的。第四,财务管理体制主要是在企业内部处理和调整集权与分权的关系,可以分为集权的财务管理体制、分权的财务管理体制以及集权与分权相结合的财务管理体制。第五,财务管理的内容主要是实体企业自身的资金运动及其财务关系。资金运动是紧紧围绕企业的生产经营活动展开的,在组织资金运动过程中必然涉及到处理各种财务关系。第六,财务管理的方式主要是以企业内部的分工为基础,为实现价值最大化目标合理有效地进行资金的配置。财务管理不仅要为各个主体配置好资源,还需要调动各个主体的积极性以提高生产经营效率,降低成本费用,不断提高收益水平。为此必须要对其进行业绩评价和考核,评价和考核主要采取财务指标为主的评价方式。但并非所有行为结果都能体现为财务指标所反映的财务成果,所以考核往往不容易体现部门和岗位的真实业绩。明晰地界定企业内不同部门和岗位的业绩边界,就成为了传统企业要解决的根本问题。

以新技术为基础的信息化所带来的组织变革,直接影响了企业的组织结构及其运行机制,进而导致财务管理的变革,主要表现在以下方面:

(一) 财务管理主体由单一主体向协同主体转变

站在企业的视角看,传统的实体企业的财务管理主体就是企业自身,是单一主体。即便是企业内部的股东、经营者、财务部门以及岗位所进行的分层财务管理也是以单

一企业的权责利边界,或者以法人财产权为基础的,离开了这一单一实体企业,它们就失去了进行财务管理的基础(谢志华和杨超,2019)。单一企业的权责利边界或者法人财产权既是企业行权的基础,也是企业行权的边界,企业及其财务管理的主体都不可以越过这一边界进行管理。但是伴随着新技术所带来的组织的虚拟化、网络化、链接化、集成化,实体组织之间的边界日益模糊,组织与组织的协同性变得越来越重要,实体组织之间的权责利边界也被突破,组织之间既共享资源,又分享利益。其结果带来财务管理的主体在两个层面发生深刻的改变:一是在虚拟的平台层面,任何一个实体企业可以通过建立网络平台形成平台组织,在网络平台上,所有与此相关联的企业和消费者都可以进入这一网络平台,进行各种市场交易活动。为了让进入平台的企业和消费者能够共享平台,共享资源,平台组织的设立者就必须设计相关的规则,特别是利益分享的方式,使得平台组织中的各利益相关方愿意参与平台。二是平台组织中的各相关参与方也要与平台组织的设立者及其关联方共同确定平台组织中的交易规则、运行方式和运行机制,只有达成共识,平台组织才能有效运转。这里决定性的因素是参与平台运作的各主体要达成共同的意愿,从这个需要出发,财务管理的主体就不仅仅是单一主体而是多主体的协同,从而形成了协同主体的这一特征。

实体企业不仅可以通过建立网络平台开展线上业务,也可以以实体业务为基础进行线下的业务。伴随着分工的精细化和以新技术为基础所形成的信息化,实体企业与实体企业之间的价值创造关系形成了价值链、价值网络和价值星系的价值关系(谢志华和敖小波,2018)。为了协同链上和网上所有实体企业的行为,仅仅依靠单一实体企业的财务管理是无法实现的,而是必然要求链上、网上、星系的所有企业的财务管理行为的联动,形成多主体协同,从而成为协同主体。

(二)财务管理客体由企业内部向企业外部扩展转变

传统实体企业的财务管理是以企业为边界的,强调财务管理客体的企业属性。伴随着新技术所带来的组织的虚拟化、网络化、链接化、集成化,平台组织得以形成。平台组织的设立者不仅要把自身的线下实体企业作为财务管理的客体,也必须把平台组织上所有的参与企业、消费者以及其他交易相关方作为财务管理的客体。这一方面在于平台组织的设立者负有对整个平台管理和监督的责任,财务

管理通过资金管理,对平台上各方资金的监控,能够有效促进平台组织上各方按照交易规则、运行方式和运行机制开展交易活动,具有不可替代性。另一方面在于平台组织一旦设立,在平台上的各参与方会通过平台的集中效应产生整合收益。

整合收益包括三种类型:第一种是平台组织上的各参与方通过协同所产生的整合收益。比如在平台上通过信息的集中和交换,可以加快交易的速度,提高交易的透明度,从而节约交易费用;通过平台组织上各参与方资源的共享,可以减少资源的闲置浪费,发挥资源的最大效应。在这种情形下,平台组织的设立者需要通过其财务管理更好地实现平台上各方信息和资源的集中与互换,对信息收集使用、资源配置和收益分配的管理要以整个平台上的所有参与方为对象。第二种是平台组织的设立者通过平台所实现的信息整合、资源整合和利益整合效应为自身带来整合收益。财务管理的对象是资金运动所体现的财务关系,通过平台组织的设立,平台上各参与方在交易的过程中都会有大量资金处在支付结算的过程中。更一般而言,会有大量的资源处在交易的过程中,各方在交易过程中往往会产生时间差,平台企业的设立者可以利用这一时间差所形成的资金或者资源的沉淀为自身带来整合收益;平台企业的设立者也可以通过对物流、资金流、人流,还有信息流等各种要素的最佳组配或者融合获得整合收益。由于财务信息具有全面、连续、完整和系统的特征,再加上资金的无差别化,平台组织设立者的财务管理在进行这种整合上有着独特的优势。第三种是平台企业的设立者通过对各方行为的监管获得维持运行秩序的收益。作为平台企业的设立者既需要提供公共平台并维持平台交易秩序,也应该获得相应的收入,平台企业的财务管理在其中可以发挥着信息真实性、及时性、可靠性的管理,平台运行效率的分析和评价,平台参与企业的信用评价和控制等作用。所有上述方面都意味着平台组织设立者的财务管理的客体不能仅仅局限于自身,而是整个平台上所有参与各方。

为了实现链上、网上和星系的价值创造最大化,协调参与各方的利益关系,实现价值共创和共享,也必须要把财务管理的客体扩展到链上、网上和星系中的所有各方。一方面,平台参与者通过组织平台能实现参与者之间的资源流通和信息交换。新技术的发展可以加速组织平台中各方的跨领域交流,打破企业的管理边界,促使各参与者的

财务管理实现由企业内部向企业外部的转变。另一方面,平台的细分有利于平台的专业化运营。因为组织平台不仅能够整合各领域的资源和信息,也能根据产业特征、需求特征等将平台的参与者(包括生产者和消费者)进行分类,细分为各类分平台。从总平台到不同类别的各个分平台,组织平台的参与企业能够更加准确地定位现有客户和潜在客户,针对客户的特定性,提供相应的产品和服务。各分平台内部和各分平台之间可以通过现代技术实现实时的交流和沟通,提升组织平台间的信息透明度。这不仅能促进参与者之间的跨界合作,也会加剧企业之间的竞争,以及加强对参与者的监督力度,为各参与方的财务管理实现从内向外的转变提供可能性和可行性。

(三)财务管理目标由价值最大化向价值共享化转变

工业化对社会所带来的特征是分工,以新技术为基础所形成的信息化对社会所带来的巨大变化是共享,两者之间有着密切的关系。没有分工就没有共享的基础,而分工不能实现共享就很难实现协同合作,实现整合收益。共享经济是指为了获取一定的报酬,将自身资源的使用权暂时让渡的一种经济模式,它是通过新技术所形成的线上信息网络平台来实现的。共享经济就是要使人们以更低的代价享有社会资源,使资源的付出者和享有者都能获得经济红利。实体企业通过搭建线上的平台组织,以及为了进行自身的实体生产经营活动而形成与链上、网上和星系上各类企业和用户的交易关系,无非是为了实现资源的共享,进而实现利益分享。

为了提高生产效率,分工成为了工业化的最基本特征,通过分工的专业化,不仅可以降低成本,提高生产效率,还可以提高产品的质量(谢志华,2015)。在一个实体的生产经营企业,不仅经历了生产经营的分工,也经历了管理的分工,企业内部分工无处不在,专业岗位不断形成。以新技术为基础所形成的信息化社会为分工基础上的协同提供了技术前提,企业和社会不仅要得到分工的效率,而且也要获得协同的效率。前者是为了提升每一个个体的专业效率,从而增加每一个个体的价值;后者是为了提升个体之间的协同效率,也就是要在每个个体的专业效率最大化的基础上,使相互之间的协同效率也最大化。协同效率最大化后所形成的价值,也称为整合收益,必须在所有参与协同的各主体之间进行分配。

传统以生产经营活动为基础的实体企业,或追求股东

价值最大化,或追求企业价值最大化,都是以单一实体企业为基础而形成的。网络化平台组织本身并不进行生产经营活动,而是依靠高度技术化的网络平台为所有进入平台的企业和消费者提供相应的信息资源,其目的就是集中和交换他们之间的相关信息,从而形成所有进入平台的企业和消费者之间的协同效应,取得整合收益。除此之外,实体企业为了开展其实体的生产经营活动,也要与外部的相关企业形成链上、网上和星系的交易关系,实现生产经营活动的外部协同,取得整合收益。要实现这两种因协同而取得的整合收益,前提和关键是所有参与协同的各方都能够合理分享整合收益。财务管理目标所关注的就不仅仅是价值创造的最大化,而是收益分配的共享性和均衡性。财务管理通过平台组织以及链上、网上和星系的交易体系的价值共生,实现整合收益,并必须要切实保证收益的均衡共享,两者不可偏废。

事实上,在公司制企业已经隐含了这一基本的原理。公司的价值创造是由政府提供的环境要素、所有者提供的物质要素、经营者提供的决策要素和员工提供的执行要素四者协同而成的,工业化的早期由于股东所提供的物质要素最为稀缺,股东所分享的价值确实较多,但从分配的角度看,这也不是表现为最大化,不过是市场物以稀为贵规律的体现,这是一种分配的结果。分配就是分享,而不是价值创造本身,分配必然按照各参与者认可的分配标准进行,目的就是要达成收益分配的均衡性。从实体企业的角度看,价值创造就是上述四个主体所提供的四个要素协同作用的结果,任何一个要素提供的主体要想分享更多的价值,就必须要以企业价值最大化为前提,而实现企业价值最大化就需要彼此的协同合作。所以,四个主体提供的四种要素在公司平台上的协同合作实现公司价值最大化,以此为基础进行分配,实现各要素提供主体的利益分享的均衡化,这就意味着均衡分享并不只是一个现在才有的命题,而是一个历史至今都必须遵循的命题。

(四)财务管理体制由单一实体企业内部集权分权的关系协调向对外平等合作、对内形成模拟法人的自组织转变

财务管理主体为了实现财务管理的目标,必须要对财务管理客体进行管控,这通常涉及到财务管理体制。整体上说,财务管理体制分为集权体制、集权与分权相结合的体制以及分权的体制。一般而言少有纯粹的集权体制和分

权体制,这样财务管理体制就涉及到集权与分权的程度。新技术使得平台组织得以产生,实体企业与外部各关联方形成了链上、网上和星系的交易关系;在实体企业内部,以新技术为基础信息化也使得企业内部组织层级扁平化,组织单元自组织化和权变化。在这样的背景下,财务管理体制必然发生相应的变革。

无论在企业内部实行集权还是分权的财务管理体制,实际上是以企业内部的科层结构为基础的,集权或者分权的大小最终都必须保证整个企业组织协同动作,实现组织内部各个层级、各个部门、各个岗位乃至各个作业彼此密切配合、高效协作,最终实现企业的目标。按照科斯的理论,企业之所以存在是因为要替代市场,通过一种科层组织结构避免市场讨价还价所带来的费用。可见,企业替代市场而降低交易费用,是通过行政的科层结构得以实现的,而这种科层结构恰恰是与企业内部的集权与分权相一致的。由于有了这种科层结构,市场的讨价还价的过程及其形成的费用就可以避免。但长期的企业实践表明,伴随着企业规模的扩大,通过企业内部的科层结构进行组织协同的效率越来越低,协同成本越来越高,甚至超过了市场讨价还价所形成的交易费用。在这种条件下,不仅企业与外部相关各方关系的协调是通过市场讨价还价方式进行的,而且在企业内部也开始模拟市场,出现了市场内外部都市场化,并且企业内部市场化与外部市场逐步融合的趋势。

在新技术所形成的信息化的背景下,这一过程进一步加速和拓展。主要表现在以下方面:一是在实体企业所设立的平台组织上,任何企业和消费者都可以通过这一平台进行信息互换,完成市场交易行为,企业与企业、企业与消费者之间都是一种平等的市场交易关系。二是随着信息网络的不断扩大,参与到平台上的企业和消费者的边界无限延伸,与实体企业在链上、网上和星系上进行协同的企业和用户的边界也无限扩展,所以它们之间所建立的等价交换的市场边界也无限拓展,由此形成的财务关系也是无限延展的。三是在实体企业内部,由于企业内部的信息网络与外部的信息网络的不断融合,使得企业的信息系统能更准确地捕捉客户的需求(邱惟明和李东,2011),信息网络所提供的信息能够实时化、动态化和场景化,能使企业内部的各责任主体实现自组织、自生产经营,对外部环境的反映更加敏捷。

更进一步地,实体企业内部所形成的各责任主体在响应市场需求变化的过程中,不仅可以利用实体企业内部的各种资源,也可以与实体企业外部的资源进行有效组配,实体企业的组织边界被打破,它直接与外部市场的所有资源进行有效链接。其结果是,实体企业与外部的供应商和用户实现了跨界融合(丰成军等,2016);实体企业内部各责任主体与企业内外部的市场需求及其变化融合在一起,并能够充分利用企业内外部的各种资源,实时进行组织调整 and 开展自身的生产经营活动,从而形成自组织、自行为。正因为这样,企业内部各责任主体之间的关系不再是建立在科层结构下的等级关系,而是模拟市场条件下的平等交易关系;不是固定不变的组织结构关系,而是权变的自组织关系。在这样的背景下,实体组织内部的以科层结构为基础的财务体制的集权与分权关系也被打破,企业内部通过自组织、自行为而形成的各责任主体之间的关系就是一种平等的交易定价和交易结算关系。财务管理体制就是要确保这种关系的平等性。

(五)财务管理的对象由单一实体企业的资金运动及其财务关系向相关企业和消费者的价值共生和价值关系转变

传统的单一实体企业强调通过自身的生产经营活动实现自身的价值最大化,这是以社会分工为前提的。伴随着以新技术为基础信息化社会的到来,社会为了更好地利用分工的成果,为了尽可能充分地利用社会资源,必然通过协同的方式实现价值共生,也就是共同创造价值。正如前面所述,这种价值共生包含了三种形态:第一种形态是通过实体企业所设立的平台组织提供的信息体系,使得市场交易各方产生协同效应,实现共生价值。每一个信息网络化的平台组织的设立都是基于市场交易各方存在着相互依存的供求关系,如果将这种供求关系得以有效的链接,就会产生协同效应从而实现共生价值。第二种形态是实体企业通过链上、网上和星系与各类企业和用户形成链接关系,实现市场交易各方的协调一致创造和实现共生价值。新技术条件下,每一个实体企业可以以信息为基础,及时、动态、精准地了解与单一实体企业相关的链上、网上和星系中的各类相关企业和用户的信息,并通过与它们的协同整合,形成为满足某一特定市场需要的生产经营活动的生态链、生态网络和生态星系,它们共同创造和实现价值,由此就形成了共生价值。第三种形态是实体企业内部各责任主体通过模拟市场直接与内外部市场的需求相链接,形成

权变的自组织；通过企业内部自组织之间的相互协同以及与企业外部的资源共享，从而产生协同效应，实现共生价值。以新技术为基础所形成的企业内外部信息体系，可以为自组织生产经营活动的预测与规划、执行与控制、考核与评价提供依据，也可以为自组织实现内外部资源的有效融合提供前提。

既然上述三种价值创造和实现都源于分工基础上的协同整合，传统的基于对单一企业的资金运动及其关系的财务管理就不再适应，而是要转变到对协同整合各方的价值共生及其价值关系的管理上。主要表现在两个方面：其一，财务管理必须以所有参与方的整体作为价值共生的对象。首先，必须要发现各方业务和资源协同整合所能满足的市场需要，只有找到这种市场需要才能有价值共生的前提；其次，必须要找到满足这种市场需要的各方的业务和资源的相关关系，只有找到这种相关关系，各方业务和资源组合在一起才有了实现价值的可能；再次，必须将满足这种市场需要的所有各方的业务和资源按照成本低、收入高、效率大的价值最大化的原则进行配置，实现所有各方的业务和资源的最优组合，从而创造和实现共生价值。其二，财务管理必须将所有参与方整体作为价值共享的对象，以实现相互之间价值关系的有效协调。价值关系的协调根本上是涉及到共生价值的分配问题。既然共生价值是由各参与方的业务和资源的协同整合而形成的，所有各参与方都必须分享这一价值。财务管理不仅要能够准确地确认这一分享价值，更为重要的是要确定分享这一价值的分配方案。其关键就是要实现共生价值分配的均衡性。

（六）财务管理的价值创造方式由单一企业的大规模标准化的价值创造方式向关联企业协同的个性化、多样化、多变化的价值创造方式转变

只要有人存在就有个性化需求。个人的个性化需要有两种形态：一种是自然的个性化需要，比如不同的人身体形状不同，就决定了服装的形状的不同，每个人的脚型不一样就决定了鞋子的尺寸和式样的不同；另一种是社会的个性化需要，这种个性化的需要会随着每个人的环境变化而变化，具有不确定性。在自给自足的经济状态下，定制是以个体或者家庭满足自身的需要为基础的，每一个个体和家庭的生产行为都是为自身量身定制的，本身就是一种定制行为。在商品经济条件下，个性化不再是自给自足的事情，而是为了满足他人的个性化需要而进行的一种普遍

的生产经营行为。只有满足他人需要的经济才能够实现价值，只有通过以较低的成本满足他人更多的需要才能实现价值最大化。

个性化经历了一个历史的发展过程，在自给自足农业经济时代，生产的目的是为了满足自身的需要，生产者就是消费者，所以生产就是根据自己的需要而进行。到了工业化时代，为了降低成本，采取了大规模标准化的生产形式，从形式上看是与个性化背道而驰的，但是，标准化的大规模生产仍然要满足消费者整体的共同个性需要，如鞋的生产商之所以生产出各种号码的鞋，就是因为不同消费者的脚尺寸不同，这就是个性化，只不过这里的个性化是共同的个性化。之所以难以满足每个消费者个性的特殊化，是由于生产者发现得不偿失，如果这样就必将放弃生产，结果消费者就得不到穿鞋的机会。

随着信息化社会的到来，特别是“大智移云物”和区块链等新技术的整体出现，消费者的个性化需要得以实现的技术前提形成。在个性化定制的条件下，其定制成本能够不断地降低，并能够带来更大的产出效率，从而使得整个经济的价值创造更大化。离开了这一经济前提，我们恐怕仍然只能生活在大规模标准化生产的社会状况下。今后，企业不仅要满足消费者个性化的需要，而且必须在此基础上，必须满足消费者多样化、多变化的个性化需要。

正是在这样的背景下，财务管理的价值创造方式必然由单一企业的大规模标准化的价值创造方式向关联企业协同的个性化、多样化、多变化的价值创造方式转变。这意味着财务管理必须要实现三个方面的转型：一是要通过平台组织所形成的网络体系按照个性化、多样化、多变化的消费需要将与此有关的供应体系进行组配，使得所有的供给者所提供的产品能够满足任何一个个性化、多样化、多变化的消费者的消费需要。在这个过程中财务管理必须要发现个性化、多样化、多变化的消费者能够带来的价值，也需要通过供给体系结构的不断调整响应消费者的这种需要，特别要通过供给侧的协同整合使得供应成本最低化，供应效率最大化。二是要按照个性化、多样化、多变化的消费需要对整个供给侧进行有效的业务和资源组配，通过生产和服务活动，及时提供消费者所需要的产品和服务。如果说前一种情形是通过已有的产品和服务满足消费者的需要，那么，在这里则是根据消费者的特殊需要通过在供给

侧组织生产和服务活动以提供新的产品和服务,这具有量身定制的特征。财务管理在业务和资源的有效组配过程中必须要使其成本最低,效率最高,并使得消费者的满足效应最大,从而获取的收益最大。三是要通过对供给侧进行有效的业务和资源组配设计和制造出消费者新的需求,这就是所谓生产创造消费。如果说前两种转型是被动满足个性需要,那么这一种转型则是主动创造个性需要。财务管理必须要预期消费者的个性需求,并为满足这种个性需求低成本高效率地进行资源配置。

总之,传统的单一实体企业的价值创造是大规模的、标准化的、内部化的、分散化的,而新技术条件下的价值创造是供给侧整体协同整合的,并只有在供给侧协同整合的基础上,才能使个性化、多样化、多变化的价值创造方式得以实现。

(七)财务管理的信息由单一实体企业的单纯的财务信息向企业内部信息与外部信息、财务信息与业务信息融合转变

进行财务管理必须要进行相关信息的收集、加工、整理和传递,可以说财务管理的过程就是信息管理的过程。但是传统的财务管理信息体系是以单一的实体企业为主体而形成的,具有两个特征:一是以单一的实体企业为主体构造信息体系,二是以财务活动为主线构造信息体系。在这种情况下财务信息对财务管理的支撑作用受到了很大的限制。财务管理的信息体系的构造,必须要从以下方面进行根本的变革:

1.必须要实现企业内外部信息的全面整合。实体企业本身从事财务管理活动就需要内外部信息的支撑。在以新技术为基础的信息化条件下,实体企业可以设立平台组织形成信息化网络;实体企业也需要通过链上、网上和星系与外部关联方协同进行生产经营活动,在这个过程中必然要形成相应的信息体系;实体企业内部形成自组织机制,在企业内部的每一个自组织既需要获得内部的信息,更需要获得外部的信息。所以在财务管理的信息体系构造中就必然要把内外部信息全面地融合在一起,这种信息融合不仅是全面的,而且是动态的、场景化的和实时的,它们通过企业自身构造的一体化的网络体系进行收集、加工、整理和传递,以满足各主体的财务管理需要。

2.必须要实现业务信息与财务信息的全面整合。传统

的以财务活动信息为基础所形成的财务信息体系是一个封闭的体系,由于没有与业务信息有机地融合在一块,导致业财信息分割,也导致业务活动与财务活动之间不能有机地协同。在个体经营者的场合,业务信息与财务信息是合二为一的,原因在于当个体经营者从事生产经营活动的时候,他不仅要确定生产业务活动是否满足需求者的要求,同时也需要确认所提供的产品和服务是否能够收支相抵,取得盈利,这两个方面是须臾不可分离的,个体经营者不会进行不赚钱的生产经营业务,也不会放弃能赚钱的生产经营业务活动。在这个过程中,业务信息和财务信息完美地结合在一起。伴随着财务与业务的分工,也导致了业务信息与财务信息的分离,业务部门只知道业务活动的开展情况并不知道业务活动是否盈利,财务部门知道整个企业是否盈利,但不知道是什么样的业务或者作业导致企业盈利,业财开始分割,这种分割本质上是由信息分离而形成的。这一点与在个体经营者的场合极不相同,个体经营者集业务信息和财务信息于一体,而在企业内部伴随财务与业务分工,这两种信息就不能集中于同一个主体,而这两者的融合才能判断企业的生产经营活动是否有效和有多大的效率。正因为这样,在业务和财务分工的基础上关键是要实现两者信息的整合并为两者共同使用,也就是说,实践中普遍所说的业财融合是指信息体系的融合。尽管在目前许多企业都在构建财务共享中心,实现财务信息的一体化(谢志华等,2018),但是仍然不能很好地解决企业内外部信息的业财融合问题,只有将业务信息和财务信息有机地融合,才能实现企业信息体系的一体化,也才能实现企业内外部信息的一体化。伴随以新技术为基础形成的信息体系,不仅可以企业内外部信息实现整合,而且能够将财务信息与业务信息进行整合,通过将作为结果的财务信息追索至作为原因的业务信息;将作为整体的财务信息追索至作为细节的业务信息;将作为成果的财务信息追索至作为过程的业务信息,如此等等才能实现业财信息的大融合,形成一个完整的信息网络。只有这样的信息体系才能支撑新技术条件下财务管理变革的需要。

综合上述不难看出,新技术会带来组织的变革,特别是对企业组织带来巨大的变革,而组织的变革会带来财务管理的根本变化,正是这些变化需要我们研究财务管理的重新定位,以及由此带来的财务管理理论和方法的变化。

主要参考文献：

- [1] 蔡立新, 崔也光. 挑战与变革: 基于信息社会环境的会计理性思考[J]. 会计研究, 2007, (2):31-36+92.
- [2] 丰成军, 李纲, 谢新洲, 姚能伟. 智能时代中小企业信息化(二)——信息环境、信息化现状与信息化战略[J]. 信息资源管理学报, 2016, 6(1):73-80.
- [3] 丰成军, 姚能伟. 智能时代中小微企业信息化(一)——我国信息化进程的回顾[J]. 信息资源管理学报, 2015, 5(2):85-89+20.
- [4] 伦蕊. 社会信息化背景下的小型企业竞争优势研究[J]. 统计与信息论坛, 2018, 33(1):50-57.
- [5] 孟韬, 董政, 关钰桥. 区块链技术驱动下的企业管理与创新[J]. 管理现代化, 2019, 39(4):64-70.
- [6] 邱惟明, 李东. 信息系统价值在不同信息化情境的差异分析[J]. 信息资源管理学报, 2011, (1):50-58.
- [7] 涂奉军. 大数据时代下企业管理模式创新探究[J]. 中国管理信息化, 2019, 22(11):79-80.
- [8] 谢志华. 公司的本质——兼论国企混合所有制改革[J]. 北京工商大学学报(社会科学版), 2015, 30(3):1-9.
- [9] 谢志华, 敖小波. 管理会计价值创造的历史演进与逻辑起点[J]. 会计研究, 2018, (2):3-10.
- [10] 谢志华, 凌思远, 敖小波. 新时代背景下我国财务管理的发展趋势[J]. 财务研究, 2018, (1):4-11.
- [11] 谢志华, 杨超. 财务管理改革四十年: 历史逻辑与经验启示[J]. 财务研究, 2019, (2):3-12.
- [12] 曾雪云, 马宾, 徐经长, 马添翼. 区块链技术在财务与会计领域的未来应用: 一个分析框架[J]. 财务研究, 2017, (6):46-52.

New Technologies, Business Organization Changes and Financial Management

XIE Zhi-hua, LI Sha, SHEN Yan-bo

Abstract: The development of new technologies has promoted the development of macroeconomic fields such as the economy, politics and society. Business organizations have also been affected deeply. Financial management, which is an important part of business management, will occur radical changes in the trend of new technologies. The characteristics of new technology, such as virtualization, scenario, networking, integration, chaining, real-time and dynamic, will transform the organization structure of an enterprise from an entity-based organization to an information-based organization, and then bring about corresponding changes of financial management, including subject, object, target, system, pattern of value creation and information. Based on the development of new technologies, this article profoundly analyzes the tremendous changes in business organizations and the financial management, which provide corresponding experience and inspiration for the reorientation of financial management.

Key words: new technologies; business organization; financial management

(责任编辑 周愈博)