

解构数字化张力：人工智能时代企业管理的三重困境与协同重构

——基于 ChatGPT 与 Deepseek 应用实例的启示

尚博雅

(劳伦森大学工商管理硕士 361001)

摘要:数字化浪潮对现有工商管理实践提出了模式再治理的问题。本文根据 ChatGPT、Deepseek 等人工智能技术的应用经验,发现数字化在企业组织中带来的三重张力:企业科层制组织结构与敏捷化管理需求的技术文化冲突, AI 辅助技术应用与企业品牌建设的品牌与法律风险张力,人工智能做出决策与法律伦理边界之间存在的决策空白张力。本篇以一些公司的应用经验为例,发现数据孤立困境使智能应用技术应用效果大大减弱,生成式人工智能引起的风险可能威胁市场稳定性,算法黑箱使得财务决策结果不确定性升高。三重困境启示企业推进人的与物的交互协同的三维度突破,即从组织文化、权力结构与财务决策维度设立 AI 训练师制度与设立伦理沙盒解决文化认知困境,战略决策与算法应用双模式与评级建立结构激励,“AI+Expert+动态能力强化技术赋能”的使用效果。可见,企业在文化观念、行为方式、发展策略维度产生模式化的变迁,是避免在保护企业核心竞争力的同时企业充分释放智能技术管理赋能的出路,对于正处于数字化浪潮变革阶段的企业来说,具有重要的现实参考意义与价值。

关键词: 数字化时代; 企业工商管理; ChatGPT; Deepseek; 人工智能应用; 管理创新

一、前言

数字化经济带来经济形势与模式的转折与变化,工商管理这一现代经济的神经中枢,所面临的大转型和新机遇,大挑战和新问题都前所未有。对于新技术,如智能“ChatGPT”、“Deepseek”等新兴技术的采用和普及,给工商管理带来机会的同时也呈现了工商管理在管理架构和技术方面的悖论。^[1]企业科层制结构在原有管理理念和经验的影响下,对智能技术的应用和管理层转型有较高需求和较大需求却有一定担忧。新的技术应用场景由基础性的工作提升到了战略和管理层面,即“ChatGPT”的客户服务方面基于语言系统的人机互动、基于“Deepseek”寻找供应链过程中的实时信息流更新和智能化,现有的结构将面临新场景下的转型挑战。由于智能技术是对传统组织中人的管理和解决技巧和手段的替代,现有的管理工作模式受到了很大冲击,当智能决策系统成为企业管理决策的主要工具时,如何能够协同好算法技术工具和工作管理活动显得尤为重要。这种结构决策层面和管理领域、管理流程的两极化区别产生的弊端是明确存在的,例如对品牌传播风险的决策、法律的执行和伦理等问题,现代管理学将面临一个新型三重困境的挑战。^[13]

为此,本文将提出的走出“文化误区”、挣脱“行为误区”、跳出“发展误区”这三步策略,是对传统管理理念的一种反思,也是面对当前发展环境下的一种指引。走出“文化误区”。企业需要摆脱陈旧的思想,创建企业自身的企业文化,符合时代的发展潮流;挣脱“行为误区”,挣脱“行为误区”,需要企业改变战略思路,避免跟风;跳出“发展误区”,侧重发展角度,确保数字化转型具有延续性。这不仅仅为在智能技术应用中遇到的“数据孤岛”“算法黑箱”等实际难题开出一剂“处方”,也是引导企业在未来如何平衡技术与自身核心竞争力。

二、数字化的理论解析

数字管理通过将数据元素作为重组企业价值创造的战略性资产这一特征来定义的,它是与企业信息化有本质区别的一种管理方式。^[15]数字管理是利用数字流动进行组织过程再造的方式,从而整合为不同的组织结构形成新价值网络,其特征主要体现在如下三个层面。^[1]

对系统的高能实感性是其主要特征。在 Deepseek 等“互联网+”信息系统支持下,能够针对供应链端的资源提供“实时优化”,甚至能够将原先根据传统方式进行处理所涉及的“一天级”,变为“实时化”的“分钟级”。这不仅指的是数据的即时性,还指体系具备进行即时判断,如制造企业的实时制造流程修正,实现尽快落实到市场的回馈。

人工智能与人类创造的混合。目前,人工智能工具正在变革客户服务工作的内容方式和接触模式,实现由单一的指示性话语(the order follows)到混合生成性话语(the mix generates)的过程,包括 ChatGPT 等工具所呈现的新型知识混成创造过程(co-created knowledge processes)——从人机对话完成的标准化合客知识,在解决问题的语音交互中,非标准化的问题转化为人力处理,再从人力资源的处理结果转输回人工智能工具,甚至分享在人工智能的知识库,使得企业组织的知识得以成倍积累。

管理风险源自算法不确定性。基于金融决策分析表示,黑盒子的深度学习容易使系统决策变得不可解释,在风控模型方面更加突出。金融机构使用智能信贷系统后提高了审批速度,却由于算法原理不明导致客户的投诉量有较大幅度上升,显现出技术应用过程的信任风险。^[2]

可即时、共享、算法优化构成的数字化管理的矛盾统一关系分别是:可即时要求冲破组织边界、跨部门协作,但是目前“组织内”的数字化数据“孤岛”仍然客观存在;共享象征人与数据合为一身,共享资源的可能性;但是“工具理性和非工具理性的分裂,可能影响数据结果的可信性”,要求数据结果必须“同时和共享”;算法优化追求“优化过程预测”,但这也将随着相关因素的变化“加剧数字化管理的不可测性”。企业需要构建动态认知模型并用其平衡“技术-数字化管理”,目前该模型需要关注的内容从技术适用性转移到了组织适用性上,这是后一阶段企业对技术应用问题思考的前提。

三、企业工商管理面临的挑战

(一) 管理体制的挑战: 组织架构难以适应敏捷需求

组织层级管理制度与互联网环境下的实时响应相悖。海尔集团在使用智能排程系统的过程中,由于各级组织数据沟通对

接机制不完善,引发系统的优化建议难以在组织内部进行开展,不仅影响内部决策效率,还会造成资源的无效浪费。对实时决策敏感的机构级管理等级过多,在生产调度上往往需要经过多项环节的审批,容易错失市场变化的机会。

计划实行扁平型组织的弊端。公司人力资源扁平化架构缺乏时代所需的合理性。“高度集权的体制下信息流通不够,往往耽误了时间。各个部门之间缺乏配合与沟通,因此在执行扁平化组织时也缺少执行效率”这句话充分揭示了传统科层式组织结构与网络时代扁平化架构矛盾下带来的弊端。

“长流程”和“即时化”之间严重脱节。万达集团,“一个百货公司的一个门店的库存数据及时生成的,但是下单你就要走5道手续。”智能化手段收集供应链各方库存信息几乎及时,但公司从下单到最终收到货物,需要经过长周期、长流程的审批,即五级审批,这时系统可能会及时有预警消息发出,但处置反馈时间大概有1到2天以上。长流程是长管理链,即科层制所特有的权力高度集中的分配特性,“长流程”和“即时化”本身就存在着根本性的矛盾。^[1]

此外,智能技术的应用也带来新的权利义务冲突。在三一重工企业使用 Deepseek 做出机器维修维护决策的过程中,车间主管与系统之间产生指令冲突,体现了人工智能系统决策与人为决策权利义务界定上的冲突问题。^[5]在以往组织的规则制度下,很少有条款或法律对算法决策负有责任和义务,当算法做出建议而被证明是有害时,通常会陷入本部门相互推诿和指责以及因算法技术进行谴责的两难困境。这种状况更多出现在需要多部门合作的情况下,如某种市场预测系统需要调取生产系统、财务系统等系统的数据,但不同部门的利益与责任考核存在不一致性,这就影响了系统的数据来源问题。

上述冲突点同样折射出治理结构改革的迫切性:一方面要打破信息共享的部门藩篱,另一方面要重塑支撑数据智能治理机制的权责结构。以顺丰速运构建的跨部门数据工作组为代表,在公司范围内将数据共享纳入考核范围,同时促使业务+AI 的应用效率提升50%上下,可见,体制机制变革必须和激励配套改革一并考虑,方能兼顾赋能和增效两方面。^[15]

管理制度困扰,即组织体系、信息管控、企业文化、信息安全等方面的困扰,需要企业从思想到做法全面革新才能满足数字化时代对企业的需要。企业要克服“文化误区”,挣脱“行为误区”,跳离“发展误区”,在管理理念和管理实践中完成向数字化时代的转型,才能在日益激烈的竞争市场中成功胜出。

(二) 品牌管理的挑战:智能工具引发品牌信任危机

基于海量信息的时代语境,品牌的经营迎来了挑战。对品牌经营格局和发展而言,品牌经营战略已力不从心,应与时俱进,采用全新的数字化背景下适合品牌发展的经营策略。

智能化智能服务提供了高效的服务速度与服务准确性,但与此同时,伴随着内容合规性问题,如特斯拉车企的智能化客服产生错误性的回复内容,造成用户对企业的质疑,同时也打破了用户体验与企业服务之间的一种信任,势必会造成用户不良体验以及品牌形象的损失。^[3]同时还存在着由于产生内容的问题,在法律规范以及道德伦理中包含的问题,将直接带来监督的罚款,因而对企业的风控能力提出更高标准。

针对 ChatGPT 来说,一方面,由于智能客服可以即时为消费者答复诉求,同时也提示品牌面临一个严重的风险——机器生成内容的不确定性。比如,作为业内豪华汽车品牌的奔驰,因为其虚拟聊天机器人“MercedesMeConnect”对于一系列棘手的高难度问题的回答,让网友联手抵制导致奔驰公司股价大跌。因此如何规避品牌面临技术应用与价值维护之间的矛盾,将成为许多消费者品牌识别策略需要厘清的问题。^[7]

生成内容的偏见风险是企业品牌面临的头号困扰。智能文本产生的内容可能会由于数据训练中样本数据的偏差、文本上下文理解错误或偏差,导致违背品牌价值观的内容输出。2018年,欧莱雅美妆品牌应用的 AI 客服,在回复用户某一款产品的成分解释时,使用了未经过权威研究而被证实的科研结论,导致受到相关部门的约谈。在微博等社会化媒体的信息传播渠道上被放大,使企业陷入应付的姿态中。^[4]

对话感与真实感的心理落差恶化消费的忠实感。用户对于人文主义的感受和要求其实是很高的,在这样的一个背景之下,AI 聊天机器人回复的逻辑式话语不免让人觉得有“冰冷感”,从康师傅连锁餐饮集团的问卷中可以看出,在客服通过 ChatGPT 解决客户投诉后,消费者满意度有所降低,其投诉的大部分原因是“机器人不理解我的立场”。而这部分心理落差如果长时间不能解决,就会对企业带来忠实力的价值损耗。

首先是缺乏对新技术应用的积极主动的风险防控思维。许多品牌管理者对 AI 技术语言生成、审核、投放到广告主活动 ROI 转化的数据链路缺乏全流程、全场景、跨部门的系统监管手段。例如阿里巴巴在使用某营销工具搭建的 AI 广告语推荐模板过程中,由于模板中对广告投放“买一赠一”优惠活动价格计算的语法错误,在线上2个小时内触发广告推荐超过5次,导致阿里某官方公众号的推文显示当天为全年最低的0.02元,造成口碑效应及经济损失巨大。究其原因还是以品牌管控的传统方式对即时性和响应力相对较弱的 AI 工具表现出了明显不适应的特性。^[8]

深度算法产生的新法律问题。AI 生成策划案时,无意之间使用他人享有版权的素材内容,由此产生侵权问题。例如,达能集团发生过 AI 生成的包装设计被知识产权主体起诉赔偿的例子,这样不清晰的侵权状态、突然爆发的损失,对企业法务的处理能力提出考验。^[17]

上述问题的出现是因为企业在采纳新科技时更多的是想到如何加快本身的工作效率,而较少地考虑智科技本身会对公司品牌价值体系产生什么样的系统作用。公司的技术采纳更多是一种“排雷行动”,忽略了品牌管理所应该实现的系统性与完整性,揭示出数字化运营过程中所存在的思维误区。公司要实现效率与风险的融合,使两者协同进化,形成新的整合。

(三) 财务管理的挑战:算法决策面临双重约束

数字化潮流的到来,财务管理也不例外,面临全新的机遇和挑战,财务作为企业核心职能之一,财务也是数字化时代的倒逼,首先传统财务管理模式,在大数据浪潮、信息高速流动的时代背景下显得无能为力,传统的财务报告分析、成本管理以及资金管理手段的滞后性已无法适应数字时代财务实时性、精确性和灵活性的需要,企业要建立更加快捷、自动的金融管理制度,满足快速变化的市场,作出数据导向型决策。

智能财务系统的合规性和伦理性的风险。比如,华为通过智能系统对汇率风险测算时由于没有对影响金融活动的地区性政策性因素进行参数设定,致使企业的资金业务严重犯错。可见,智能系统算法对决定性因素把握不当,金融的复杂环境很难做到合理评估,因此,可能导致其执行行为违反行业规范及伦理要求。而且智能系统决策隐匿性强,不利于审计及追究责任,又进一步扩大了其风险性。^[2]

信息化大背景下,企业会计风险管理已经出现由计算机处理账务问题的系统性风险。基于计算机处理的风险已具备了计算机的一些劣质因素,也会间接影响到相关会计风险管理。针对国外 SHEIN 跨境电商在风险度评估时,由于风险度计算机操作未能察觉到国家地区风险意识,企业的资金处理出现了根本性的失误。出现这种现象是基于计算机会计风险管理存在问题,

计算机会计管理在这一层面上会存在以下三点隐患。^[6]

模型方法与复杂场景的匹配度问题。财务相关的决策的内外部情境参数是多层次的复杂多变的，而算法主要以客观历史数据为基础来建立模型。一旦遇到不确定性、阶段性政策或非标准的信息，模型就会出现误导。如中国石油公司引入了智能预算模块，由于模型无法读懂行业协会组织的座谈会、动员会等传递的政策性信息，结果与“季度计划”的真实需求“背道而驰”。^[9]

另外，它还具有不可见性。运用算法进行投资风险决策的风险点难以察觉，例如投资资金的使用可能会触犯纳税法规，智能机器人可能会制定相应的避税方案，而由于这种避税行为可能导致纳税法规的处罚，这属于不可见性风险。此外，算法本身并不是静态的，而具备自主学习、自主意识的智能系统的运行本身带有不确定性，在算法随时可能发生变化的前提下，审计工作不具有时效性，可能会出现滞后等问题。

第一，风险“锅”谁来背。机器决策失误“甩锅”，是传统人力资源管理中的技术商、最终操作者与企业共同的难处，即无法确定谁该为算法决策失误的风险买单。当中石油等国有企业智能财务管理系统曾误判供应链环节出现的风险，并依据系统自动会计处理计提了巨额减值损失。但考虑其技术合同一般都有免责条款，所以此时所谓的追责变成了无罪辩护。^[18]

第二，数据不透明引发不信任现象。DNN 因无“透明”可言而使复杂的财务推荐难以解释，降低了 CEO 选择和投资的信心，并且被外部审计师质疑，技术运用中所涉及的披露水平与银行决策所建立的信任之间存在着矛盾。有的银行智能贷款程序因为不提供透明的拒贷通知而受到用户的诉讼，这是技术运用与信息不透明问题之间引发信任的问题。

上述问题反映的是系统性不平衡。组织原有的管理体制与数字化新技术运行机制是不同的，数据共享机制的缺乏导致技术赋能的效用不高，算法风险的模糊导致管控的模糊，要解决这些问题就需要从治理、风控、决策到效能全面提升，只有通过提升效能管控，才能构建更加科学的管理体系。

四、企业工商管理走出困境的出路

本文认为，要解决现实层面工商管理智能化所面临的上述瓶颈问题，必须着眼于文化、行为和战略三个层次提出宏观解决方案。其一是主张人机共生关系的“组织文化”，以“AI 训练师”的角色设计构建人与算法知识模型的相互交流与转化，如有的公司在运营中设置 AI 训练师将员工使用数据共享至系统训练，使其对“智能提示”行为接受度有大幅提升；其二是主张应用“伦理沙箱”试验空间，允许在限定场景试验大语言模型如 ChatGPT 的应用，既能通过这种方式松绑和创新，也有意识地约束人工智能可能带来的各种风险。

（一）走出“文化误区”

第一，随着数字化转型的推进，对数字化时代的文化误解成为制约企业创新发展的基本因素。众多企业在发展智能化技术时只把智能化看作一种提高效率手段，对数字化时代对组织文化重构没有引起足够的重视，从而形成了“机器取代人”的抵触氛围。有互联网企业在引入 ChatGPT 初期因员工过度担心技术会使自己失业，从而对企业大力推广的智能化智能客服大打折扣，技术投入力度过小，整体使用人数远未达预期。这是由传统管理文化中“人类中心论”与数字化时代合作关系“共存”的深层矛盾所决定的。

第二，从“AI 训练师”制度入手，实施知识互补教育。“AI 训练师”制度是从业务团队里挖掘或培养一群对 AI 系统理解能力强的人。AI 团队也需要让算法工程师与业务团队了解彼此的工作和对方的需求。京东规定，算法工程师必须定期参与到客

户开会的业务会议中，由客服向算法工程师普及机器学习培训原理，这样就大大提升了客户的智能建议采纳率。技术人员、技术人员与业务人员之间的知识互补和共享能够打破技术的“黑盒”壁垒，并且达成“人的经验可以纠正 AI 的偏差，AI 可以洞察提示人类管理创新”的正反馈循环。另外，富士康将老员工在设备使用操作方面的经验和技巧转化为可训练的学习知识，并输入到深目 Deepseek 故障预知模型中，预测结果的准确率较之前提升了 40%，实践表明数据知识化是十分可行的文化形式。

第三，改变容错心态。腾讯公司建立了“AI 伦理测试沙盒”，允许在模拟空间内探明 AI 合规底线。如果智能投顾出现了失误（例如出现 2013 年下半年的股灾判断），我们建立“沙盒”对其进行追溯，归纳形成“人工触发机理”，锁定实际损失的同时积累了优化流程的经验。这为企业提供了一种“容错、纠偏、进步”理念，降低了领导层的风险控制忧虑症。^[12]

第四，价值信仰层面的文化转型需要重新建立价值认同。美国医院梅奥医疗中心内部设有 AI+医生“混合型”查房计划，查房流程规范要求 AI 解决检查结果分类问题，医生作出最后诊断结论。通过强调 AI 的工具属性，医生对 AI 的确立规则。实践证明，在这些“硬核”设计下，员工容易建立起 AI 是帮助自己解决手头任务的认知，看到其技术延伸而非替代的价值所在，降低公司变革冲突的成本。

上述实践表明，技术性文化悖论的本质并不是新技术工具的置换，而是技术对组织关系的改变，因而文化的再造就在于释放出既跨越组织的人类文化的包容性，消除因知识阻碍而造成的偏见，又寻求机制的改变而走出彼此心存芥蒂的陷阱，从而产生与机器交互的新文化。

（二）挣脱“行为误区”

企业在开展数字化运营的过程中，常常会出现两种极端的做法，或者走向对人工智能的过于“依赖”，以至于失去管理决策的控制；或者因人工智能的畏难，使人工智能变得非常有限。如何解决呢？那就是要科学构建企业的人工智能、人类智能的协作机制，从而再修订、调整企业的决策权力归属。

第一，人机控制权的动态性。对事关公司长远利益和公司法准则重要事项决策，仍然保留了人的决策权。如亚马逊在做定价时，由公司 AI 系统 Deepseek 通过根据当前市场信息来做出价格建议，但是关键决策仍然由区域经理做出。即“AI 推荐+人控制”，既利用了机器能力的高效，又建立了控制风险的防线。^[10]然而对于一些诸如货物调度、仓储管理等方面，由于利用了人工智能技术，放权给 AI 去自主控制，永辉超市通过 AI 辅助配送大大降低了其人力成本。^[16]

第二，开展算法透明监管。可结合欧盟人工智能法案探索实施分级监控制度：对于涉及到个人利益决策结果的 ChatGPT 客户助理，需要对决策依据进行解释；对于 Deepseek 这类进行预测性评估，需要在一定周期内披露数据集的属性。有银行引入算法审计后，减少了很多关于审批问题的投诉，可见透明度的建设能够帮助提高做出的决策公信力。

第三，机器人应用要求机制优化。医院内应用中明确机器人不能出具结论和判断，其内容只能辅助人工进行数据梳理和工作查询；客服工作中应用以转人工座席为 AI 逻辑，转人工座席优先原则则是非常详细的问题才交予人工答复，机器是主动承担较为简单、普通的问题答复。这一“优势互补”原则，有效保留双方长处。格力电器在产品故障问题应用中进行了更进一步的“双重工单”交互设计，在线支持团队经过技术部门训练，将工单传递至产品生产设备，机器人根据故障现象给出相应处理方案，同时将工单及时传递至技术部，由技术员亲自到

现场查看实际状况,以得出准确故障分析后反馈机器人再次优化数据。^[14]

案例显示,在操作不当情况下,人性误区是机械思维,视人与机为替代关系。转型成功企业中,人的角色在规划层面(战略层)为指挥者,在操作层面(实施层)成为赋能者,在管理层面(监察层)构建互检机制,弹性分配职责,既可以规避应用技术的弊端,又发挥机器优势,是对转型成功经验的一种行为方式。

(三)跳出“发展误区”

成长中的企业往往因为迷恋数字化过程本身而沉醉于技术至上,没有聚焦到能力本身,因而通常陷入数字化转型的泥淖。美国的跨境电商曾经引入全自动的“AI 大脑”Deepseek 来做财务决策,误判政策风险后亏损数千万美金就是典型的例子。这一误判暴露了数字化技术驱动的战略模式本身就具有严重缺陷,唯有技术和组织能力的动态匹配,才能帮助组织走出技术迷阵。^[12]

第一,要实现“人工智能+专家”的协同。梅奥诊所规定 ChatGPT 只能回答检验数据归类等问题,医生做最后的诊断,实际上将 ChatGPT 使用的边界限制得非常严格,合理利用其数据计算能力,但依然依托人的综合判断能力。^[11]在工业应用中,海尔将 Deepseek 供应链优化意见与经验丰富的老工人意见综合后作为改进方案,使得机器的故障率大幅下降。事实已经验证,不滥用技术,当人与机器的能力分工界限变得清晰的时候,会避免一些滥用科技所带来的负面影响。

第二,培养组织能力演进。形成技术使用与组织学习的良性循环,依靠技术感知市场,及时引导能力演化重点。美的集团通过 Deepseek 洞察需求后,对员工进行数据素养相关培训,在零售场景下的响应时长缩短了大约 50%。这样反复循环可以将技术与能力整合起来,以适应新技术的发展和应用。

第三,是找到技术投入“突破口”。花大代价的先进技术可能会落入“技术陷阱”,富士康最初投资客服类的 ChatGPT,生产计划与排程类的 Deepseek 等 5 套系统,由于技术打通不了,最终引发效率低下、数据混乱。后来专注对核心生产系统改造,并逐层、有序扩展技术应用,最终达到既有效率又有稳定的诉求结果,可见数字化转型应该落实“抓主要矛盾、逐步提升”的推进方针。^[19]

上述活动告诉我们,打破发展怪圈的关键在于形成能力赋能与能力提升的循环增强机制,是利用智能化技术成为“人的第二助手”而非“人的替代”,坚持人机协同不断强化自身优势,在增效的同时固本强基,从而持续不断地开展数字变革。

五、结语

数字经济条件下企业工商管理正面临严峻挑战,以 ChatGPT、Deepseek 为代表的智能技术的应用给我们展示出了现有管理与数字化实践之间的尖锐冲突:逐级划分的组织结构难以支撑即时性决策,效率机器与品牌风险互为制衡,算法智能的技术特性与法律伦理矛盾冲突;等等,在具体案例实践中则分别表现为数据烟囱降低了系统效率、制度空白导致市场失衡以及算法黑箱拓展了决策盲区等等。

要实现破解这些难题,就需要建立人机协同模式,包括认知理念的三维突破:打破非黑即白的认知模式,借助经验训练和伦理沙箱机制,打造包容性试错的创新氛围,重构人类创新主体和文化基础;设计层面的维度突破:既保留人类的最终决定权(人类终审)在战略维度上,又给智能决策系统更大的决策空间(计算机自动执行)在管理运营维度上;增长维度上的

双重突破:需要兼顾“授人以鱼不如授人以渔”的技术与赋能以及“让子弹飞一会”的赋能与内核的双重突破。

数字化重塑的是一个组织的管理能力、理念,是涉及企业的整个管理逻辑体系与经营方式的变革。为了利用数据和智能化技术解决效率提升问题,还应该谨防被智能化应用技术带来的其他负向后果。未来,管理将成为人机协同、能力融合、组织结构柔性化的工商管理。在这个过程中,管理者应权衡企业创新发展的可能性与现有规范管理的安全性,在解决智能技术可能带来的效率提升的同时,也要减少对其不当应用所可能导致的安全隐患。中国正处于数字化转型的阵痛期和升级换代的重要历史阶段,不能不加强数字化认知,改变组织管理机制与重塑组织管理能力。

参考文献:

- [1]范巧燕.数字化时代工商管理信息化发展的困境及出路[J].经济师,2024,(11):288-289.
 - [2]刘泳芝.数字经济时代企业财务管理数字化转型的实现路径[J].中国集体经济,2025,(1):173-176.
 - [3]李厚明.数字化时代家族企业中层管理者领导力提升研究[J].合作经济与科技,2025,(1):88-91.
 - [4]李晓萍.人工智能背景下企业财务会计数字化转型研究[J].老字号品牌营销,2025(2):103-105.
 - [5]梁宇婷.人工智能视域下国有企业财务管理转型路径分析[J].中国乡镇企业会计,2025(2):172-174.
 - [6]陶颜.高管团队动态管理能力与国有企业数字化转型[J].财会月刊,2025(5):17-22.
 - [7]罗丕.数字经济时代企业工商管理的发展路径研究[J].老字号品牌营销,2024,(16):66-68.
 - [8]王多军.信息化时代背景下企业数字化转型面临的机遇与挑战[J].现代工业经济和信息化,2024,(8):85-86,89.
 - [9]郑明贵&于明.管理者能力、二元创新与资源型企业数字化转型[J].会计之友,2025(1):47-54.
 - [10]云乐鑫.制造企业如何通过资源编排实现数字化转型——基于管理者认知视角[J].财会月刊,2025(3):88-94.
 - [11]江春燕.人工智能技术在数字化档案管理中的应用研究[J].信息记录材料,2025(2):102-104.
 - [12]侯新.数字化转型背景下企业战略成本管理[J].合作经济与科技,2025(2):103-105.
 - [13]刘富成.数字化时代企业会计信息化建设的挑战与对策[J].长春金融高等专科学校学报,2024,(4):46-51.
 - [14]高文霞.数字化时代工商管理模式的创新研究[J].广东经济,2024,(16):61-63.
 - [15]耿雨婕.数字经济时代企业工商管理的优化策略[J].上海企业,2024,(08):66-68.
 - [16]王旭晖.工商管理对企业数字化转型的影响及发展对策[J].中文科技期刊数据库(全文版)经济管理,2024,(9):0124-0127.
 - [17]陈立伟.生成式人工智能在品牌设计中的法律风险与应对策略[J].知识产权研究,2025(3):45-50.
 - [18]张天佑.智能财务系统责任归属机制的构建路径[J].会计研究,2025(4):78-83.
 - [19]林晓峰.制造业数字化转型中技术整合的实践与反思[J].工业工程与管理,2025(2):102-108.
- 尚博雅(1998—),女,汉,工商管理硕士,研究方向为企业工商管理等