

本文围绕“第二份半价”这一常见促销策略，从微观经济学的角度进行深入分析，探究其背后的经济原理。通过构建消费者效用函数与生产者利润模型，结合饮料行业数据验证假设，本研究揭示了“第二份半价”策略如何影响消费者的购买决策和企业的利润最大化。

一、引言

在市场竞争日益激烈的当下，企业为提升竞争力、扩大市场份额，频繁运用各种促销策略，“第二份半价”便是其中备受青睐的一种。这一策略看似简单，却蕴含着丰富的经济学内涵，涉及消费者行为、企业成本与收益、市场结构等多个层面。深入剖析其背后的经济学原理，对企业优化营销策略、消费者理性消费决策以及市场资源的有效配置都具有重要意义。

二、消费者行为分析

（一）理性消费者的选择

在微观经济学领域，理性消费者的经济行为模式表现为在既定的外界环境下，依据自身目标与有限资源进行最优选择。在“第二份半价”促销情境下，消费者基于理性判断，会考虑购买商品所带来的效用和自身的支付成本。根据王首元和孔淑红的研究（2012），比例效用理论提供了一个新的视角，即效用应该与可支配的资源变化量与最终持有量都有关，是变量和存量共同决定的，是变化量与最终持有量二者的函数。

价格策略与消费者行为：对“第二份半价”促销的经济考量

西南财经大学 韦佩依

这为理解消费者在“第二份半价”活动中的购买决策提供了理论基础。

（二）边际效用递减理论

微观经济学基于序数效用论构建了无差异曲线，以此衡量消费者从消费商品中获得的效用。在消费者行为理论中，“边际效用递减理论”占据重要地位。该理论指出，随着消费者对某种商品消费数量的不断增加，总效用虽然会持续上升，但每增加一单位商品消费所带来的效用增加量却逐渐减少。“第二份半价”的促销策略正是利用了边际效用递减规律，通过降低第二份商品的价格，使得消费者在考虑购买第二份商品时，因价格下降带来的成本降低与边际效用递减导致的效用减少相权衡，当消费者认为半价购买第二份商品所带来的效用价值值得其付出时，就会增加购买意愿。

（三）消费者剩余与“第二份半价”

在“第二份半价”活动情境下，消费者往往会运用“消费者剩余”理论来评估自身获得的净效用。需求曲线不仅反映了价格与商品需求量之间的关系，还可以理解为消费者在购买特定数量商品时愿意支付的最高价格。在实际消费过程中，市场价格是由市场供求关系

等因素决定的，对于消费者而言是外生给定的。因此，消费者的支付意愿与实际支付值之间存在一个差值，这一差值便构成了“心理剩余”，即消费者剩余。

这使得原本没有购买第二份需求的消费者，往往会受“获利”心理的驱使，选择额外多购买一份商品。从边际效用学派的理论角度看，消费者在进行购买决策时，会在理性的基础上追求效用最大化，而消费者剩余的增加正是其实现效用最大化的一种体现。在“第二份半价”活动中，消费者通过比较购买一份和两份商品时的消费者剩余，做出对自己更有利的决策。

三、市场中消费者的选择与商品特性

（一）消费者的效用最大化选择

在现实市场环境中，消费者面临着丰富多样的商品选择。基于“经济人”假设，消费者会在众多商品中筛选出能满足自身效用最大化的购买方案。在“第二份半价”活动中，消费者同样会在预算约束下，考虑活动商品与其他商品的边际效用和价格关系，以实现自身效用的最大化。如果“第二份半价”商品在考虑价格因素后，其边际效用与价格的比值更具优势，消费者

就会倾向于选择该商品。

在“第二份半价”活动中，消费者同样会在预算约束下，考虑活动商品与其他商品的边际效用和价格关系，以实现自身效用的最大化。如果“第二份半价”商品在考虑价格因素后，其边际效用与价格的比值更具优势，消费者就会倾向于选择该商品。

（二）商品需求价格弹性与“第二份半价”

通过观察商家常用的“第二份半价”消费场景可以发现，餐饮业中的饮料类商品频繁参与该类营销活动。这一现象与消费者对该类商品的价格需求弹性密切相关。需求的价格弹性用于衡量在一个特定时期内，一种商品需求量的相对变动对该商品价格相对变动的反应程度，在特定环境中也简称为价格弹性或者需求弹性。从边际效用学派强调的消费者理性和效用最大化理论可以推断，对于富有弹性的商品，消费者会对价格变化更为敏感，“第二份半价”这种价格优惠更容易促使消费者增加购买量，以实现自身效用的提升。

四、生产者视角：企业如何从“第二份半价”中获益

（一）价格歧视的前提条件
商家在“第二份半价”活动中

实施价格歧视需要满足一系列前提条件：首先，实施价格歧视的企业不能处于完全竞争市场，必须具备一定程度的制定价格能力。在完全竞争市场中，企业只是价格的被动接受者，无法自主决定价格，也就无法实施价格歧视策略。其次，该商品不存在相似替代品，或者即使存在替代品，但由于产品特性差异，彼此之间无法完全替代。再次，消费者对于该商品具有不同的偏好，即存在部分消费者愿意花更高的价格购买该商品。只有当消费者对商品的价值认知存在差异时，商家才能针对不同支付意愿的消费者制定不同价格，从而实现利润最大化。最后，在不同的消费群体之间不存在倒卖套利行为。若不同消费群体之间可以轻易倒卖商品，那么价格歧视策略将难以有效实施。因为低价购买的消费者会将商品倒卖给愿意支付高价的消费者，这将破坏商家的价格歧视体系，导致价格歧视策略失效。

（二）企业的利润分析

以奶茶等饮品行业为例，这类商品的边际成本通常较低。即使第二份商品以半价售卖，其价格仍然高于边际成本，这意味着商家仍然可以从中获取利润。结合需求曲线

的特性，对于正常品而言，较低的价格往往会吸引更多的消费者购买。

企业不选择直接以半价售卖全部商品来增加销量获取更多利润，原因在于若企业将全部商品以半价售卖，在该价格下愿意支付的消费者数量并不会比“第二份半价”活动情况下更多，反而会损失愿意以全价购买第一杯商品的那部分消费者所带来的收益，最终导致总收益减少。商家通过二级价格歧视，成功夺走部分消费者剩余，实现了自身收益的扩大。

五、结论

“第二份半价”促销策略蕴含着复杂而精妙的经济学原理，涉及微观经济学的多个领域。从消费者角度来看，该策略巧妙地利用了边际效用递减、消费者剩余等理论，影响消费者的购买决策，使消费者在追求自身效用最大化的过程中增加购买量。在市场层面，商品的需求价格弹性以及消费者在不同商品之间的选择机制，决定了“第二份半价”策略在不同商品上的促销效果，尤其是在富有弹性的饮料类商品上效果显著。从生产者角度出发，企业通过实施二级价格歧视，在满足特定前提下条件下，实现了利润的最大化，并且二级价格歧视相较于其他价格歧视方式，更符合市场实际情况和消费者心理，有助于扩大销量。

企业绿色财务管理战略及其对绩效的影响分析

王蕾

近年来，全球气候变化、资源短缺和环境污染问题日益严峻，推动企业从传统经营模式向可持续发展转型。在这一背景下，绿色财务管理战略逐渐成为企业平衡经济效益与环境责任的关键工具。绿色财务管理是将资源的有限性、社会的效益性、环境的保护性以及企业的盈利性综合考虑的一种财务管理，其目的是在保持和改善生态资源环境的情况下，实现企业价值最大化以及企业与社会的协调和发展。这一转型不仅是应对政策与市场压力的选择，更是企业构建长期竞争力、获取差异化优势的主动策略。基于此，文章将系统分析绿色财务管理战略的内涵及其对绩效的作用机制，揭示企业如何通过绿色财务管理实现品牌价值提升以及财务稳定性的增强，旨在为企业的绿色转型提供可操作的策略，助力经济与生态的协同发展。

一、企业实施绿色财务管理战略的驱动因素

（一）经济利益驱动的长期成本节约

企业选择绿色财务管理战略受经济利益的直接驱动，传统经营模式引发了大量资源消耗和污染排放问题，企业面临高昂的环境治理费用和潜在罚款。绿色财务管理强调能源和原材料的循环利用，企业通过引入节能设备、改进生产工艺或采用清洁能源可直接减少能源消耗。生产过程中产生的废料经回收加工后重新投入生产环节，既减少了对新原材料的采购需求，又降低了废弃物处理成本，尽管初期投资绿色技术需要一定资金，但长期节省的能源和资源成本远超投入，形成了可持续的财务回报。绿色财务管理还能帮助企业规避环境风险带来的隐性成本，隐性成本包括污染排放面临政府罚款、法律诉讼、社区抗议，这些风险一旦发生将导致巨额赔偿、生产中断，导致企业被迫投入高额资金用于设备更换以及应急补救，削弱了后续发展动力。而企业通过绿色转型，主动减少废水废气排放、使用环保包装材料则能够避免因违反环保标准而产生的罚款，从而保障财务的稳定性和可预测性。

（二）社会责任意识的内化需求

随着社会对环境保护的重视程度提高，企业逐渐意识到自身不仅是经济实体，也是社会责任的承担者。许多企业将可持续发展目标写入公司章程，明确设定碳排放削减目标、承诺使用可再

生资源，并且通过内部培训和文化建设将绿色理念融入日常运营。员工被鼓励减少纸张浪费、参与环保志愿活动，管理层在采购决策中优先选择环保供应商，主动承担环境责任不仅提升企业形象，还推动了行业向可持续发展方向转型。此外，投资者将环境、社会和治理（ESG）表现作为评估企业价值的重要指标，绿色评级高的企业更易获得资本支持，这促使企业将绿色财务管理从被动应对转变为主动创新，开始主动采用清洁能源、减少浪费并开发低碳技术。这一转变不仅降低了长期成本，赢得了消费者信任，同时还通过资源循环利用和排放控制改善了社区环境，实现经济效益与社会价值的双赢。

二、企业实施绿色财务管理战略对绩效的影响

（一）运营成本下降

企业实施绿色财务管理战略能够直接降低运营成本，通过引入节能设备、升级生产工艺可直接降低电力、燃料等能源消耗，减少单位产品的能源成本；自动化技术和智能监测系统的应用能够精确控制原材料的使用量，避免过量投入；生产过程中产生的废料经分类回收和二次加工后重新进入生产线，替代了部分新原材料的采购需求，进一步降低了采购成本。工厂设备老化导致电力消耗过高，而生产流程设计不合理又会造成原材料损耗增加，绿色财务管理强调采用节能设备和技术，企业通过安装太阳能发电系统、使用高效电机、引入自动化控制系统等可显著减少电力、燃料等能源的消耗；优化生产流程，精简工序、采用数字化管理系统监控资源使用则能精准控制原材料的投入量，直接减少采购成本，为企业带来可见的、持续的成本节约。从另一角度分析，绿色财务管理还能推动企业将废弃物转化为资源。钢铁厂回收废钢重新熔炼能够减少铁矿石采购量；化工厂将废气中的热能回收用于发电，这些实践不仅减少了废弃物处理成本，还直接替代了部分原材料支出。上述实践可促使企业在长期运营中形成了稳定的成本节约效应。

（二）品牌价值提升

随着公众环保意识的增强，消费者开始越来越多地选择对环境友好的产品和服务，在这一趋势下，企业通过绿色生产、使用可回收材料、减少碳排放能够向市场传递负责任的品牌形象，直接吸引注重环保的消费群体。消费者对品牌的信任度提高后，复

购率和客户黏性将会随之上升，企业市场份额逐步扩大。投资者也日益重视企业的环境、社会和治理（ESG）表现，绿色评级高的企业能够以更低成本发行绿色债券或获得可持续发展基金的支持，融资渠道更畅通。此外，政府和行业组织对环保表现突出的企业给予公开表彰、政策倾斜，这有助于进一步强化品牌的公信力，促进企业的品牌价值从市场、资本和人才多个维度获得提升，最终转化为更高的长期盈利能力。

（三）财务稳定性增强

企业传统生产的推进需要消耗大量的不可再生资源，资源价格波动、环境事故等都会导致成本突然上升。绿色转型推动企业使用可再生能源、循环材料和节能技术，减少对化石能源与稀缺原材料的依赖。工厂安装自光伏发电设备后，电力供应不再完全受电网电价波动影响；使用再生塑料替代进口原生塑料则能避免国际市场价格剧烈变化带来的成本压力；节能技术的普及则进一步降低了企业单位产出的资源消耗量，相当于变相“储备”了更多资源冗余空间。当外部环境恶化时，企业能更快适应变化，避免因现金流剧烈波动陷入资金链危机，这表明资源自主性的提升使企业面对外部冲击时更具韧性，财务风险得到有效控制。企业财务稳定性还体现在长期收入的可预测性上，绿色产品和服务符合政策鼓励方向，可获得税收减免、补贴、市场准入优惠，这为企业提供了稳定的额外收入来源；企业通过绿色融资工具还能够置换高息债务，降低利息负担，避免短期财务压力对战略执行的干扰。财务稳定性的增强使企业面临经济周期或行业波动时能够保持更强的生存能力，对于长远可持续发展而言具有重要意义。

三、结语

综上，企业绿色财务管理战略通过整合环境责任与财务目标对绩效提升展现出多维度推动作用，不仅能够降低运营成本，还能提升品牌价值、增强财务稳定性，从而推动企业实现经济效益与社会价值的平衡。未来，随着全球碳中和进程加速，绿色财务管理将深度融入企业战略。因此，可进一步探讨数字化技术在环境数据追踪中的应用，同时加强政策激励与市场机制的协同作用、为理论与实践提供更丰富的指引。

【作者系西山煤电（集团）有限责任公司水泥厂中级会计师】

党建引领下学生思政教育创新模式探索

焦根平

性和参与感，难以激发其学习主动性和积极性，不利于培养学生的批判性思维和创新能力；思政教育是一项长期性系统性工程，需要全社会多方力量共同参与。但目前思政教育主要依靠思政课教师，学校与家庭、社会之间的协同育人机制尚未健全，各方在思政教育中的作用未能充分发挥，导致教育合力不足。传统思政教育考核内容多侧重于学生对理论知识的记忆，忽视了对学生思想品德和行为表现的综合评价和学习过程评价，难以全面反映学生在思政教育中的成长和进步。

三、党建引领下学生思政教育创新模式探索

（一）党建与思政课程深度融合

将党的理论、路线、方针、政策融入思政课程体系，通过精心设计的教学内容和方法，使学生在在学习过程中深刻理解党的先进性与科学性，从而增强对党的认同感和归属感。开展红色文化进课堂是党建与思政课程深度融合的重要形式。丰富的红色文化资源不仅是思政课程的生动教材，更是激发学生爱国情怀和奋斗精神的动力，在课堂上讲述革命先辈们在艰苦环境中的奋斗历程，可以在潜移默化中培养其社会责任感 and 历史使命感；选拔优秀党员教师担任思政课程主讲教师，充分发挥党员的先锋模范作用。

（二）党建引领下的教育方法创新

在党建引领下，教育方法创新是提升思想政治教育实效性的重要途径。通过开展多样化的主题实践活动，可以增强学生的党性意识和爱国情怀。如组织学生参观红色教育基地，让他们亲身体验革命先辈的奋斗历程，感受红色文化的深厚底蕴和强大精神力量；组织学生走进社区、乡村，挖掘身边的红色故事，增强对红色文化的认同感；借助党建微信公众号、党建视频号等新媒体平台，推送党建知识、思政教育内容，以短视频形式吸引学生注意力，通过学生参与线上互动讨论，增强思政教育的吸引力和学生参与度；选取党的先进事迹、优秀党员案例作为思政教育的素材，通过案例分析，引导学生学习党的优良传统和作风。

（三）党建引领下的教育主体拓展

以党组织为核心，整合学校、家庭、社会各方力量，形成党建引领下全方位、多层次的协同育人模式。学校要发挥思政教

育主导作用，学校党组织带头建立多方协同育人机制，如学校可以邀请家长和社区代表参与思政课程设计讨论，结合家庭生活和社会热点问题丰富思政教学内容，同时，学校开放图书馆的教育资源，为社区开展思政教育活动提供场地支持。要强化家庭教育功能，学校党组织与社区党群服务组织联合，开展家庭教育指导活动，可通过开展线上培训或线下集中讲座的方式向家长传授如何在日常生活中培养孩子的价值观和责任感，动员家长积极参与学校组织的思政教育活动。社会为思政教育更好发展提供平台，社区与企业、博物馆等机构合作，开展“思政教育进社区”活动，让学生在参加相关活动过程中体验到思政课程的作用。

（四）党建引领下的考核评价创新

将学生对党的理论知识的掌握以及参与党建活动的积极性等纳入思政教育考核评价体系，能更加全面客观的衡量学生的思想政治素养。党建引领的过程性评价是这一考核评价体系的重要组成部分。通过党组织的监督和指导对学生在思政教育过程中的表现进行动态评价，及时发现并解决学生思想上的问题，这种过程性评价注重对学生学习全过程的跟踪与关注，避免单一结果评价的局限性。同时，建立党组织主导的思政教育反馈机制，定期收集学生和教师对思政教育的意见和建议，广泛听取学生和教师的声音，了解他们对课程内容、教学方法等多方面的看法和需求，并根据反馈结果及时调整教育策略、优化课程设计，以增强思政教育的针对性和实效性。

四、结语

在党建引领下，学生思政教育的创新模式探索是新时代教育事业的重要课题，是培养学生全面发展的必要举措。通过分析当前学生思政教育面临的挑战与问题，研究明确了创新思政教育模式的必要性和紧迫性。从党建与思政课程深度融合、党建引领下教育方法创新、教育主体拓展以及考核评价体系创新等方面提出对策，将党的先进理论与思政教育相结合，丰富了学生思政教育的内涵，增强了教育的吸引力和实效性，为学生的成长成才提供了坚实的思想保障。

【作者系广东理工学院建设学院讲师。本文系2024—2025学年校级党建研究课题“民办高校党建与学生思想政治教育融合路径研究”（编号：DJKT202417）】