

职业经理人： 开启国企未来之门



王利博制图

见习记者 陈青松 / 文

目前,我国国企职业经理人市场正发生着巨大变化,中石油、海尔等纷纷高薪聘请职业经理人,中粮集团在对外开疆拓土的同时,也在内部大力培养职业经理人队伍。

中粮集团董事长宁高宁更是以职业经理人自居,向员工灌输作为“职业经理人忠心与良心”的管理理念,引导中高层干部从“国有企业干部”向国际型“职业经理人”转变。

宁高宁认为,执掌国企是在为国企“放牛”,一时成为企业界的热门新闻。研究表明,在现代市场经济环境中,国企的职业化经理人群体正向着职业化和市场化的方向阔步前进。

国企人力资源改革必由之路

从改革开放之初到现在,我国先后对国有企业实行了扩权让利、承包经营责任制、股份制等方面的改革,使国有企业逐步转变为“产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学”的现代企业。

但是,国企在快速发展和改革过程中遇到了许多问题,其中较为突出的就是缺乏职业化的职业经理人队伍。

市场和企业内部环境等多方面制约因素,造成在一些国有企业中没有建立真正意义上的现代企业制度。职业经理人对企业没有自主经营权,同时又由于相应的管理体制不配套,国有企业职业经理人队伍建设缓慢。尤其是经验丰富的职业经理人在国有企业内更是稀缺。

另外,一些国企管理者素质不高,不是当今社会最富有经营才能的人才,他们的目标不是追求企业利润的最大化,而是以维护“官本位”的既得利益为标准。职业经理人队伍的素质不高,直接造成企业竞争力低下。

中国人民大学人力资源研究所所长吴春波对《中国企业报》记者表示,一些国企管理者不够职业,其职业素养、职业能力、职业态度很低。他们还因《劳动合同法》而手握无固定期限劳动合同,他们的待遇是与垄断性的企业效益挂钩。

全国人才交流中心副主任陈军认为,我国职业经理人的综合职业能力与美国、日本、德国等国家企业管理者存在一定差距,集中表现在市场意识、全

球视野、经营能力和职业化精神等方面。

大力推进我国职业经理人职业化建设,提升职业经理人适应现代市场竞争需要的素质与能力,培养一批既具有国际化视野,又具有本土实际工作经验的职业经理人已经迫在眉睫。

然而目前我国国企领导人尤其是一把手,并非从职业经理人团队中挑选。虽然国务院国资委试行过在全球范围内招聘央企副总一职,在社会上引起广泛赞誉,但是从总体上来看,仍然没有扭转行政选拔的大局。反过来,央企高管一纸任命就能从企业领导人变成政府官员。

企业经理的行政任命制具有先天的不足,这一制度使企业领导往往不会把经营企业作为自己的职业,领导人不会为企业的长远发展和利益考虑。行政任命制导致了一系列问题,主要有:一是导致短期行为和虚假行为;二是导致腐败行为,经济犯罪和国有企业资产流失。政府行政授权为基础的委托代理方式,必然导致违背经济规律的决策出现。

吴春波认为,从当前我国国有企业的总体情况看,绝大多数国有企业尚无真正的职业经理人。经理人产生的前提,是市场化的企业。如果企业不自主,就不会产生经理人,而只能产生“干部”。

政府任命的方式决定了职业经理人的职业化而不是市场化。这种机制同时决定了经理人的选拔、任命和考核标准是按照政府官员的标准,而不是按照市场的竞争需求来进行的。

国务院国资委研究中心主任温彦震表示,要组建全国、省、市各级层次的职业经理人市场,大力扶持企业经营管理者人才行业协会,逐步形成政府宏观调控监督、市场主体公平竞争,行业协会严格自律的全方位职业经理人制度,为国企职业经理人在人力资源市场上的合理流动搭建平台。

职业经理人成长需制度守护

新闻集团副总裁、星空传媒中国CEO 高群耀在《职业经理人的生存智慧》一文中指出,商业社会是否成熟的非常重要的一个标志就是职业经理人这个阶层的存在和成熟。

不过,现在国企经理人市场建设不

完善,角色错位,出现败德现象等问题,严重制约了职业经理人队伍的建设。加快建立国有企业职业经理人制度、建立科学的国有企业职业经理人评价机制、市场选拔机制、完备的法律和市场监督机制,是我国国企改革当务之急。

首先,应该完善现代产权制度。职业经理人制度是依托现代产权制度而存在的,“产权清晰、权责明确、政企分开、决策科学”是建立现代职业经理人制度的根本出发点和落脚点。只有摆正位置明确职权,职业经理人才能在企业大展拳脚、释放才华。但是,目前国企改革还没有完成,政企关系并没有完全理顺,所有权和经营权的关系还没有到位。

第二,必须构建法人治理结构。通过规范的法人治理结构配以相关法律法规等诸多要素,才能使得职业经理人经营管理企业时能够在出资人意愿的轨道上健康有序地运行。

第三,应完善激励体系。要引导职业经理人把维护企业利益作为决策的根本原则,发挥职业经理人的最大潜能,就必须按照市场规律设计国有企业职业经理人激励模式,使那些真正为国家做出贡献的职业经理人通过正当渠道获得应有回报。股票期权已成为西方各大公司企业家的主要激励因素。职业经理人参股使得职业经理人利益的增长只能与企业效益的长期增长相联系。同时,激励方式要丰富多样,物质激励与精神激励相结合,激励他们把自身的需要提升到自我实现的层次。

第四,制定监督约束制度。主要包括国家法规条例、财会制度的监督以及所有者通过股东会、董事会、监事会对职业经理人考核监督等。同时要健全国有企业职业经理人的信用机制,把职业道德作为经理人市场的重要准入条件之一。国有企业职业经理人的违规行为将会对其职业生涯产生重大而长远的影响。

最后,还要制定科学的评价体系。为了能够顺利地为企业选拔高素质的职业经理人以及保证国企职业经理人的高绩效水平,必须建立一套科学的职业经理人评价体系。评价能够为选拔、激励、监督机制的形成提供客观的依据和标准,既是出资者自身利益考虑的需要,也是职业经理人经营管理能力的综合反映。



目前,以中粮、海尔为代表的央企职业经理人队伍和制度建设上取得了不错的成绩,为国企改革树立了标杆。随着国企改革职业经理人市场的发育完善,高素质的职业经理人必将大量涌现,国企的竞争能力也将随之明显增强。

中粮董事长宁高宁认为,国有企业的未来一定是由职业经理人开启的。

新闻分析



央企提升 舆论应对术

在信息发布方面,根据霍夫兰的说服理论,信息源可信度越高越具有传播效力。在事件发生后,公众渴望得到权威性的说法,央企除了自身要积极主动地对外回应外,还应寻求相关权威人士或权威部门的支持,应注重寻找立场中立的第三方来佐证自己的观点。

实习生 阳丹梁 / 文

近来,央企不断掉入舆论漩涡之中。前段时间中石化广东分公司天价酒单事件刚刚平息,最近中海油渤海漏油事件又让央企成为舆论焦点。这一系列事件中,有些的确是因为央企管理漏洞导致的,有些则属于跟风炒作。

一直有评论家认为央企在应对负面新闻时反应过慢,但实际上央企对这些负面新闻都非常迅速地做出了回应、提出处置措施。但是,他们的解释却几乎被负面新闻本身所掩盖,央企的回答少有人理睬或者买账。央企怎样在舆论环境建设上做得更好?

或许传播理论可以帮助央企开阔思维,有助于回答这个问题。

在信息发布方面,根据霍夫兰的说服理论,信息源可信度越高越具有传播效力。在事件发生后,公众渴望得到权威性的说法,央企除了自身要积极主动地对外回应外,还应寻求相关权威人士或权威部门的支持,应注重寻找立场中立的第三方来佐证自己的观点。

比如在“中海油人均年薪 38 万”的新闻被报道后,中海油出面告诉公众人均 38 万“不是年薪而是人力成本”,尚且中海油有不少高级工程师以及外籍雇员。这样解释事实当然有力,但如果让第三方的咨询机构或其他金融机构来说明中海油的情况的话,显然效果会更好。

当受者与传者立场不一致,并且受者对问题又熟悉时,两面性的说服比一面性说服更有效。有时央企在回应事件时只顾及自己好的、积极的一面,而对不好的、消极的一面尽量少谈,这就容易造成“解释就是掩饰”的效果,给公众留下消极回应的印象。因此在对公众作出回应与解释时,央企应当做到不回避、不遮掩,从事情的两面讲清事实。

在回应事件时,由于当传播者的动机与自身利益不一致时说服力会更强,因此央企要注意不要一味地从自己的角度来解释事件,否则无法取信于公众。

中石化表示“内部食堂萝卜都要分几部分吃”,本意是想要告诉公众自己一向有勤俭节约的优良传统。但中石化只顾及自己“诉苦”而不从公众的角度考虑,忽略了公众此时真正想看到的是中石化怎样弥补自身管理漏洞而不是萝卜怎么吃,结果就导致萝卜不仅没有改变中石化的负面形象,反而沦为公众的笑柄。

在信息发布之后,信息在传播的过程中会受到睡眠者效应的影响,这一规律应该被重视与运用。睡眠者效应是指,时间推移会使人们容易忘记信息的来源,而只保留对内容的记忆。

二战时期,美国为了让士兵想要“参战”,让他们看战争教育电影,但士兵们并不受影响,因为他们知道这是用来教育他们的。但是几个月后,士兵们的战斗欲望开始莫名其妙地出现。借此事例是想提醒,央企应该持续性地将信息通过媒体传播出去,以便公众形成记忆。

网络目前是最快速的传播媒介,在选择传播方式上央企应该对网络进行更多地运用。央企目前更习惯的是通过传统媒体或者新闻发布会的方式发布信息,而时常忽略网络的传播效力。

今年 3 月,中盐集团就利用微博发布信息,在及时制止谣言传播的同时还以平等的态度与网民进行了交流,取得了非常好的效果。

网络能够让央企搭建与公众沟通的互动平台,也能让央企与公众长期保持近距离,无论是短期的消息回应还是长期的形象建设,央企都应该将网络更多地运用起来。

我们相信,更多的央企通过尊重与合理运用传播规律,在处理负面新闻上会做得更好、更积极,可以更多地掌握舆论环境建设的主动权。

从本质上来说,要建立一个良好的企业形象是一个长期过程,这不仅需要央企在公关上有耐心而细致地付出,更需要央企从改善自身做起,这才是在舆论中能经受住考验的正道。

东宝生物：领跑中国明胶及胶原蛋白生物产业

上市首日涨幅创今年新股涨幅纪录,同时诚招销售商

7月6日,包头东宝生物技术股份有限公司(以下简称东宝生物, SZ300239)上市首日上涨 198.89%,创下了今年以来新股首日上涨的最高纪录。

东宝生物有 50 多年明胶生产历史,是中国领先的明胶生产企业,在明胶行业具有极高的知名度,在明胶和小分子量胶原蛋白方面的技术积累开发、先进生产工艺应用等方面拥有行业内领先的竞争优势。公司的主营业务是明胶系列产品以及小分子量胶原蛋白的研发、生产、销售,副产品为磷酸氢钙。东宝生物同时也是真正掌握小分子量胶原蛋白制备技术并能够稳定实现规模化工业生产

的少数企业之一。根据中国明胶协会的统计数据,东宝生物在明胶行业近三年在市场占有率、产能以及实际产量方面均名列前茅,截至 2009 年底,公司拥有 4000 吨/年骨明胶的生产能力。本次募集资金投资项目完成后,公司将形成年产 6500 吨骨明胶、1200 吨/年小分子量胶原蛋白产品的生产能力。

胶原蛋白是一种天然蛋白质,具有丰富的营养、较强的生物活性、良好的生物相容性、较强的生物降解性,被广泛用于保健、化妆、医药、食品等领域。东宝生物在与中科院理化所经过了两年多的技术合作后,在国内真正掌握干

层级道尔顿分子量胶原蛋白制备的高新技术,该技术的突破,一方面使得公司的产业链在明胶的基础上得以向高端产品延伸,实现了产品价值的成倍增长;另一方面,使公司开拓了新的市场,成为国内能够规模化生产小分子量胶原蛋白的少数企业之一。总参总医院对东宝生物生产的圆素牌胶原蛋白进行了推广应用,使其与国外厂商高端产品的竞争在产品的技术指标方面站到了同一起跑线上。

东宝生物借股票上市之机面向全国诚招经销商和高级专业销售人员,凡有意经销圆素牌胶原蛋白产品者或有应聘销售人员者,均可与包头东宝生物联系。



经销商联系人:杨虹
销售人员联系人:鄧洁
也可以通过公司网站了解详细内容:东宝生物网:<http://www.dongbaoshengwu.com>

办公电话:0472-5319861
办公电话:0472-5319950

手机:13009560206
手机:15148222889

邮箱:helenyang1978@126.com
邮箱:546620898@qq.com