

有界理性的央企考核

徐旭红

诺斯指出,制度的变迁决定了人类历史中的社会演化方式,因而是理解历史变迁中的关键。

2003年国资委的成立涉及国资监管的制度变迁,从多龙治水到国务院特设机构行使出资人的权利,建立现代企业制度,决定了国资监管必然朝着市场化的方向改革。国资委对央企负责人实行三年为一个任期进行考核,已形成制度,从公司治理的制度层面上有效规范了考核行为。

尽管有媒体戏称央企“内战内行,外战外行”、“主业不强,投机很强”,但从某种意义上折射了央企考核的难度。

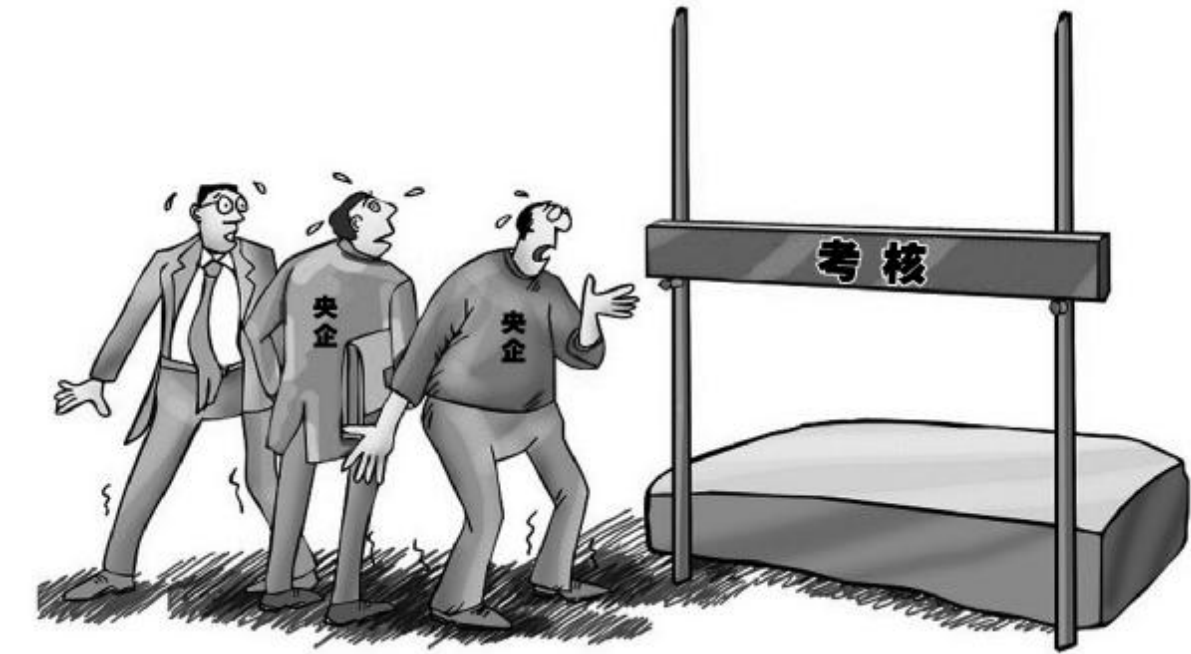
人们的主观上希望自己是一个理性的决策者,但客观上其理性也是有限的。在市场经济中,考核一般是针对于经理人业绩,而对央企负责人的考核更多封闭在某一圈子内,要真正做到管资产与管人、管事考核的三者相统一,国资委所面临的对央企的理性考核,环境与手段相对复杂很多。

国情导致国资考核在行政监管与市场解决之间做选择。在围绕做强做优中央企业、培育世界一流企业的国资委“十二五”战略目标中,加大有资本经营预算的支持力度,探索完善分类监管和分类考核,成为当前刻不容缓的任务。

显而易见,央企考核交给市场解决有一系列的前提条件。首先,我们界定的是市场化的企业,非市场的企业要剔除出来,这就涉及对国有企业的定位和分类问题。因此,要先给这些国有企业定性,明确哪些是需要承担社会目标和政府公共职能的企业,在定位清晰的前提下,再来讨论是否应先把它们划出来,国家对垄断性的企业给它们什么政策、什么样的发展目标、薪酬如何定,等等。如果是竞争性企业,则可以完全放开,按市场规则办事,找它们要的就是效益。

根据不同行业和企业的特点,分类考核突出了行业的差异性,使得业绩考核更具针对性,同时有效地处理并突出了企业管理短板和企业发展阶段,使得企业的发展更具可持续性。

理性的考核完全可以通过市场方式来解决,比如说经理人可以进入职业经理人的市场。但国有企业领导人的使命不光是经营企业,还有其他使命,这就需要考核具有有界的理性。例



如中石油的老板必然要考虑国家石油安全的问题。如果企业领导人涉及国计民生、国家安全的部分,其主要领导人通过市场来选拔,国家经济安全将难以保证,显然国家也是不放心的。因此,很多显而易见的方法在中国很难完全用起来,有界理性的考核是根本,因为考核不仅仅关系到个人利益,更牵涉到整个组织命运。

2010年社会热议的国资委增加对中央企业全面实行经济增加值考核,业内专家认为并不具备普适性。尽管对中央企业实行EVA考核,可以使企业的管理体系密切关注股东财富的创造,以股东价值最大化为导向,并以此指导企业决策的制定和营运管理。但通过近两年来的经济增加值考核实践表明,事实上,确定合理的企业资本成本率和建立客观的实施效果评价标准成为推行经济增加值考核的难点,通过企业整体上市,企业资产完全证券化,从而参照资本市场的资金成本和市场价格是一种可能的解决路径。

观察人士分析央企考核应设立经营规模、盈利能力、资产质量、债务风险等指标。

中央企业的目标是成为世界一流企业,以国际化的考核指标来对其对标考核尤为重要。央企如果跟国内的企业比较,市场占有率、营业收入、利

润多少等等,就如同一个大人跟一个小孩在比较身高、体重和力量的差异等,没有太大实际意义。要比就要跟国际同类企业对标。好比CBA与NBA的对标,央企通过对标全球知名企业集团,合理确定对标指标,包括财务指标、人员规模、人均水平、专利技术等各方面,只有跟国际同类企业比较,才能反映央企经营业绩的不足。

在全力推进发展方式转变的经济转型过程中,中央企业应深化改革,构建优势互补、结构合理的产业链,推动资金、技术、人才等资源向价值链高端集中,逐步摆脱或避免低端、低层次竞争,融入全球化竞争体系。与此同时,必须注重提高各类投资和并购重组质量,增强资本回报意识,在投资决策时,严控投资方向,把握投资节奏,提高投资水平,加强并购重组论证,提高并购重组效果,防止“盲目扩张铺摊子,赔了血本赚吆喝”。

业内专家认为,在对央企的考核中,还存在一些深层次的问题,诸如指标选取、央企负责人收入不透明等等。

单纯以财务指标作为考核依据反映的是历史的、静态的数据,只是企业管理众多指标的一个维度,并不反映企业全面情况,也不反映企业持续经营的能力。如企业所拥有的专利、知识产权和企业的人才等具有核

心竞争力的指标都没有反映。财务指标也并不能完整反映企业经营好坏。

央企普遍承担着相应的国家责任,即央企的经营事关国家利益安全,事关国民经济发展命脉。国资委在指标的选取上只能选择通用的指标而不能根据行业特点,选取突出国家责任的考核指标。

在国资委公布的央企考核结果中,公布了央企考核的档次和排名,没有公布央企负责人相应的薪酬收入水平。社会对央企关注度高的还是央企负责人的薪酬收入水平。若是社会最关注的信息不公布,这与央企负责人经营业绩考核的初衷实不相符。

总体来看,实行了将近三期的央企考核在提升央企自身的实力方面取得了一定的成就,在实践的基础上,不断按照国际上好的办法来完善央企的考核办法,使得央企在近几年全球经济形势严峻的情势下,为国民经济的稳定持续发展做出了应有的贡献。

考核是一个评价和反馈的过程,同时也是价值倡导的过程。尽管央企考核仍有许多问题需要完善和面对,我们更希望有界理性的考核体系能真正体现企业所倡导的价值观和理念,同时央企在不断改进的考核下创新进取、加强管理,打造出世界一流企业的品牌。

天下



美国“元旦占领”不太平

振宇

新年第一天,正当百万人在纽约热闹庆祝2012年到来之时,“占领华尔街”示威者发起“元旦占领”示威,引发新的冲突事件,几十人在2012年的第一天就被逮捕,使得美国新年开始便不吉利。这场占领发生在元旦,又发生在华尔街,时间地点具有极大的新闻性,引起世界的关注。

其实这场占领已经有小半年时间了。从2011年9月17日起,纽约爆发了一场名为“占领华尔街”的民众抗议活动,并一直持续至今。目前抗议浪潮已向洛杉矶、波士顿、芝加哥、华盛顿、英国伦敦、加拿大温哥华等82个国家950多个大城市蔓延。抗议活动的矛头主要指向华尔街“贪婪”、金融系统弊病和政府监管不力以及高失业率等社会问题。

占领华尔街的人,不少是失业者,他们的“占领”是他们的理由。示威活动是对着金融危机来的。华尔街的贪婪和腐败是金融危机的直接原因。美联储在4到5年中不断降低利率,华尔街则趁着这个机会,大搞金融衍生品,实际上是大搞金融泡沫,谋取高额利润,制造虚假繁荣。美联储加息,没有稳定收入、付不起利息的那些购房者只好把房子退还给贷款机构,从而引发次贷危机。危机的最大受害者自然是老百姓,老百姓起来说说话、示示威,也是很自然的。

华尔街不是一般地方,是美国资本主义制度和金融体制的象征。很明显,“占领华尔街”有对这个制度和体制发出抗议的意思,此次“占领华尔街”运动的兴起,直白地将美国政治经济制度弊病和社会深层次矛盾揭露在世界面前。

美国金融危机的爆发自然使人想起导致危机爆发的制度。经济危机频发暴露了资本主义经济制度的根本缺陷最重要的表现是产能过剩、贫富悬殊、失业率高。上个世纪大萧条前,因为生产出来的商品无法售出,形成了所谓的产能过剩,也就是说生产力大大超过了黄金的总量,最著名的一个场景就是资本家宁愿将牛奶倒入大海,也不愿降价出售。但另一方面,有多少婴儿因为没有牛奶喝而营养不良,甚至死亡。

罗斯福的新政中有一条,把美国民间所有的黄金都收归国有,从而废除了金本位制;然后发行信用货币,这才度过了大劫难。如果说那次危机是金本位惹的祸,其实只说对了一半儿,更关键的原因是财富的不均。罗斯福把黄金收归国有的做法,实际上是在一定程度上做了均贫富的事。

“占领华尔街”活动既是对决策机制失灵的现象予以抗议,也是草根阶层试图改变政治决策的尝试,是他们对自我贫富不均现象的倾诉。

至于这样的运动是不是起作用,自然不必过于抱什么希望。哥伦比亚大学政治学教授珍妮·科恩说:“不必担心他们没有领导,不必担心他们的诉求不统一、目标不明确,因为这不是政治党派在谋求权力,而是社会运动在谋求影响。”科恩表示相信,抗议活动最终会对华盛顿的政治决策产生影响,促使其在诸如投资教育和基础设施、创造就业、鼓励创新等方面作出正确决定。这是说对了,老百姓希望得到的是政府对民生问题的重视。

无论这场运动最终的结果如何,美国经济都不得不最终直面这一次危机。若不能采取到骨疗毒的经济结构大改革,重新清理金融业和实业的关系,美国经济则不可能真正实现复苏。而类似的抗议游行,则会不断发生。

新年头一天,便出现这样的事,对美国政府来说不是一个好兆。看来,这种示威活动还会一直进行下去的。因为美国经济不振的现象会一直延续下去。

国情



“移民国家”说明中国正在成为市场国家

王振宇

年根岁末,总要盘点上年发生什么大事。从大洋彼岸传来一条消息:中国正在成为移民国家。位于华盛顿的美国“移民政策研究所”评选出2011年度世界十大移民新闻,其中第四大新闻称,随着新兴经济体高速增长,技术人才也在流向中国、印度和巴西等国。与此对照,流向欧美等地的移民势头则有所减缓。有人因此宣称,中国正在成为新的“移民国家”。

这条新闻的意蕴在于,人力资源的流动是因为市场配置的结果,而这种配置大多是经济原因所致。从这个角度看,中国的市场经济已经进入成熟状态。

美国移民服务局日前发布的最新数据显示,2011年投资移民美国的移民中,中国人占了3/4。但与此同时,我国境内的外籍居民人数也在迅速上升。2010年度的人口普查发现,居住在中国境内的外籍人员高达59.3万人,如果加上港澳台同胞,全部境外移民已达到102万人,已是百万之众。

这种论点也来自于我们自己的统计,2010年,中国社会科学院发布的《全球政治与安全》报告显示,中国正在成为世界上最大移民输出国,目前约有4500万华人散居世界各地。

从移民的数量占国民的比重以及外来移民对中国文化的影响来看,中国算不上西方意义上的“移民国家”。但是从中国自身移民来看,从欧美等国移民现象说,这种变化速度太快了,使得人们惊讶于这种发现,把这种现象列入世界移民十大新闻,也不无道理。

其实,中国是一个有着悠久移民历史的国度,传说移民的历史最早始于商朝。唐朝的长安城也吸引了众多外来移民。一些外邦人物,如高仙芝和阿倍仲麻吕,被委派为帝国政府的高级官员。明代永乐年间三宝太监回民郑和下西洋后大批人开始移居南海各国。鸦片战争后有

大量华工移居到欧美及东南亚各国。上世纪90年代初,大批中国技术人才以技术移民的方式走向了世界各地。据悉,近几年来,中国新富阶层迁移的比例在逐年上升,其中包括大老板及其子女们,他们似乎认为对居住在转型的中国有过多的未知数,而移民就是他们求解未知数的最佳方式。

照笔者来看,外国人需要中国的人才,中国移民增多是件好事,说明中国国家强大了、开放了。中国移民不再是黑奴式的打工者,我们心里自然会涌出几分自豪。有的人为此大发感慨,为中国人才外流而痛惜。其实,人才外流是自然现象,也是市场经济的必然规律。水往低处流,人往高处走,人才向更适合自己的地方走,接受配置,这是市场经济的魅力。

我们从中国移民迅速增长可以发现一条重要规律,这便是中国已进入市场经济成熟状态。什么是市场经济,市场经济便是以市场作为配置资源的手段。本土的人往外走,和外国的人走进来,你来我往,就像两国贸易一样。发达国家需要中国培养的科技人才,中国也需要来自这些地区的外国专家。中国人到外国去干什么,一个是出去做技术活,挣大钱,一个是外国市场,东西好,奢侈品多,那是一个高档消费市场。欧美的技术市场和消费市场,吸引着中国的“人才流”和“资金流”。外国人到中国来干什么,一个是投资新兴产业,一个是亚非地区来打工的,是中国的生产市场需要他们的“投资与劳务”。一出一进,全是市场配置的需要,里面没有政府的权力安排,是市场这只“看不见的手”在指挥着人流、资金流、技术流的流动。

正处于市场经济快速发展关键时期的中国,需要外来的劳动力补充因人口老龄化形成的适龄劳动力的缺口,更需要国外的专家和技术人才参与到中国的建设中,目前中国政府也正在做这样的事情,从2011年开始中央人才工作协调小

组推出“外专千人计划”,拟在未来10年内引进500至1000名高层次人才到整个中国来华工作。

显然,从移民现象看,中国已经很多市场经济的标准了。加入WTO后,中国在市场化程度以及与国际经济的联系方面,都表现出了自由市场经济的特征,中国正在成为移民国家进一步说明了中国市场经济的成熟性。目前,全球已有包括俄罗斯、巴西、新西兰、瑞士、澳大利亚等在内的81个国家承认中国市场经济地位,而美国、欧盟及其成员国、日本等仍未予以承认,实在是没有道理。

在市场经济下,市场进步对资源配置发挥基础作用是铁的规律,我们不能改变它,只能适应它。在融入全球经济,成为世界经济积极、活跃的因素的同时,我们应该未雨绸缪,从多方面做好移民政策的制定,在防止人才精英的流失同时,尽可能吸引国外的技术人才服务到中国来。外国人应该做好资源吸引与配置工作。一是成立专门的移民管理机构,加强对移民工作的统筹管理;二是在文化上,求同存异,帮助外来移民者适应当地生活;三是继续推进改革开放,营造公平的环境,引导境内外的企业家精英向国内投资。在未来一段时期内,中国将面临许多从未遇到的移民政策议题,包括身份制度、族群关系、移民的政治权利和社会福利、移民第二代子女的教育问题。

面对中国正成为移民国家的新闻,使得网上议论蜂起,很多是从人才流失的角度说的,说来说去,便绕到另一话题上去,绕到对政府人才政策的指责上去。其实大可不必,中国既然进入市场经济,便应按照市场经济规律办事,中国人应该视野更高些,胸襟更宽一些,思维更开放一些。

读到中国成为世界移民国家这则新闻,应该为之高兴、为之鼓舞。中国成为移民国家正是市场配置的成功,也是中国融入全球经济的有力证据。我们认为,中国已成为市场经济国家,这条新闻便是证明。

乐扣乐扣中国业务再扩大

2011年10月22日,乐扣乐扣在中国的第一家加盟店开业。全新开幕的一号加盟店位于吉林省延吉市的解放路商圈,是该地区最繁华的商业街区。周边商铺鳞次栉比,交通极为便利。拥有100多平方米的大空间。该店拥有近800款各类乐扣乐扣产品,汇聚众多潮流时尚新品的加盟店。

延吉加盟店的开业,标志着乐扣乐扣在中国进一步拓宽了销售渠道。在这之前,乐扣乐扣已经在中国核心城市拥有100多家直营店、200多家代理商、将近2000家大型卖场超市,还与20多家知名电视购物频道和多家著名网站合作。乐扣乐扣的销售网点可以说是遍及中国的各个地方。但是中国市场广大,面对巨大的市场潜力,雄心勃勃的乐扣乐扣并没有止步于此,将发展目光投向了加盟行业。现规划到2015年将设立1000家加盟店,届时,年均加盟渠道销售业绩预计将达10亿元。2011年先在上海开始进行加盟洽谈,从今年起扩展至北京、深圳等主要大都市进行招商。

对于一家进入中国市场仅7年时间的外资企业来说,在激烈的市场竞争下,如何实现跨越式发展,并在一线城市始终保持居于行业榜首的品牌认知度,这一发展离不开成功的市场策略与品牌建设。据调查,乐扣乐扣在上海地区的品牌认知度达到了99%。深受消费者好评,成功实现了100倍以上的发展。不断努力的乐扣乐扣版图还将不断扩大。

据悉,乐扣乐扣董事长金俊一表示,“中国除了大都市以外,人口100万以上的城市达约220个。”应该针对二三线城市才能继续成长。同时,乐扣乐扣大中华区总裁安美国也表示:为了成功创业,我们会给加盟业主公司大幅的支持。



延吉加盟店