

舆情

“风光国有化”从“戏称”到平息

■ 纪新宇

《黑龙江省气候资源探测与保护条例》(以下简称《条例》)规定,8月1日起,在黑龙江探测开发风能及太阳能资源必须向气象部门申请《气候资源开发探测许可证》,并须将探测出来的数据汇总给有关部门,而且探测出来的资源属国家所有。

这就是被网民戏称为“风光归国有”一事的起源。

争议、辩驳没有停息
焦点在于是否“违宪”

黑龙江省6月14日颁布此条例,次日,《法制日报》首发此消息,随即引发国内能源行业热议。事件蔓延至网络后,在论坛上、论坛上,充斥着各种对于这一条例的“吐槽”言论。

6月15日,《法制日报》首发报道了黑龙江省颁布《黑龙江省气候资源探测与保护条例》一事,从曲线走势中可以看出,舆情经过了三天常规发酵后,于6月18日产生爆发式蔓延,此前几天的小范围报道突增至407条,次日再次增长300余条,达到了745条。

6月20日,舆情总量有所降低。但同日,黑龙江省气象局针对质疑给出第一次官方回应称“规定合法”,于是,在6月21日,当天报道对此前官方回应的转载,亦有社会人士对此的评论声音;6月22日,舆情走势迅速回落,但关于此事的质疑声音中加入了一种新的观点——“违宪”;此后几日内,伴随着黑龙江省相关部门对于“条例”的详细解释,舆情走势逐渐趋缓,稳定在较低水平上。

从“条例”发布至今的近半个月时间内,黑龙江省的相关部门一直处于风口浪尖,对于公众的质疑、媒体的追问、能源行业的焦虑,官方从一开始的简要释疑,到后来的“或删除条款”,采取了一系列的舆情危机应对措施。

尽管如此,由于此事涉及一向被认为属于自然资源的风能和太阳能,其覆盖面太广,因此引发的争议声并未因官方的辩驳而有停息之势。直至本文刊发前,此事的源发媒体《法制日报》刊发文章,黑龙江人大立法专家库成员回应称,气候探测保护条例是最终版本不会进行修改。在接受采访时,黑龙江省人大常委会立法专家库成员姜启凡称,该条例的通过具有国家战略发展的前瞻性,涉及争议条款不会删除或修改,该立法没有越权越位,完全具有法律依据。

该篇报道中,官方对于“风光归国有”的具体原因进行了事发以来最详细的解释,并正面回应了网民对于此事的各种质疑,有理有据,算是为“风光”之争画上了一个还算合乎情理的句号。

观点

家族企业如何破人力资源管理瓶颈

■ 吴荣嘉

改革开放以来,我国一些家族企业经历了由作坊式的“单打作战”到跨行业、跨领域的“规模化、集团化”迅速发展。据统计:我国的家族企业在中国企业中至少占据90%以上,成为我国最大的企业群体,已牢牢成为中国经济发展的主力军。随着全球经济一体化进程的加快,家族企业面临世界经济的严重挑战。企业的前进,归根结底都依赖于人的推动,依赖于员工团队智慧的发挥和有效的协作。这一观念在许多家族企业中得以认同,由传统的人事管理向人力资源管理转变的热潮逐渐升温。

家族企业人力资源管理
四大问题

家族式管理不规范。企业管理不是靠科学的制度,而是靠老板主观的常识和经验决策,以简单的信任和亲情约束人。这样极易造成决策的盲目性、人力资源管理混乱,导致家族企业走向衰败。

人力资源管理缺失。部分家族企业尚未接受以人为中心的管理理念,没有设置专门的人力资源管理部门。

培训机制不完善,显得急功近利。对员工的培训缺乏系统性、长期

有重大影响力媒体
都参与了报道评论

考虑到“风光归国有”一事辐射的部门利益、产业结构、行业兴衰等多方面的内容,因此,在媒体报道规格中,央媒占据逾六成的比例亦属正常。

黑龙江省颁布条例一事由央媒《法制日报》首发,随后几乎所有中央媒体、地方媒体均对此进行转载,评论文章迅速跟进。由此证明,此事的舆论地位之高,社会影响之巨,民众反响之密。

回看半个月来的舆情细节时,可以发现,国内几乎所有具有重大影响力的央媒都参与了此事的报道、评论,而黑龙江省官方的每一次回应均是直接面对央媒,这一情况可以理解为规格的对等,也可以理解官方对舆情控制所做的努力。从转载量排名看:1、《法制日报》“太阳能国有企业不得乱开发”,转载量318;2、《东方早报》“风能太阳能属国有引网民热议,黑龙江回应质疑”,转载量205;3、《新京报》“黑龙江回应风光归国有”,转载量167;4、《中国青年报》“规范新能源建设还是气象部门扩权”,转载量150;5、《中国经营报》“风电企业审批部门大增 气象文物地震都来设关卡”,转载量120;6、《第一财经日报》“黑龙江气候条例恐无修改可能”,转载量82;7、《法制日报》“条例”存设置行政审批之嫌,转载量65;8、《广州日报》“太阳能宁可浪费不鼓励开发?”,转载量58;9、《新京报》“风光归国有别抬高企业开发的门槛”,转载量50;10、《中国新闻网》“黑龙江规定风能太阳能属国有专家:此举无法律依据”,转载量47。

微博传播趋势
与传统媒体舆情走势同步

在国内影响力最大的两家微博网站上,关于“风光归国有”一事的微博传播趋势与媒体舆情走势基本同步,其区别在于,微博因其传播方式的无律性和不持久性,此后逐渐走低,网民对于此事的态度显然无法像传统媒体那样淡定和理性,随着舆情发酵的进行,网民开始习惯性吐槽,通过各种反讽、暗喻的手段创造与此有关的“段子”,并以相对有些过激的言论对发布“条例”的官方进行抨击。

自媒体发达的时代,这样的现象存在于每一起舆情事件中。

政府部门快速回应
微博舆情迅速走低

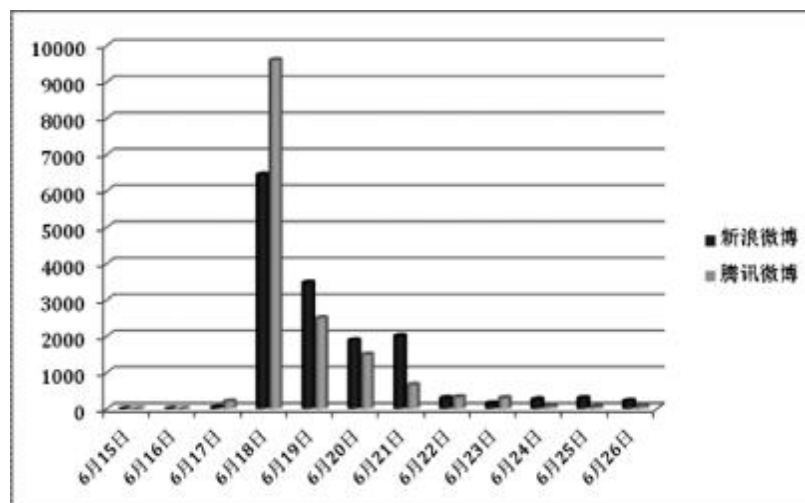
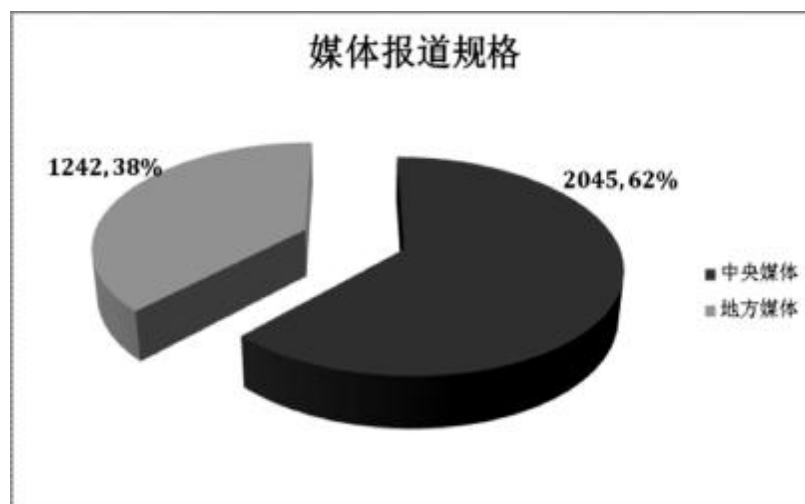
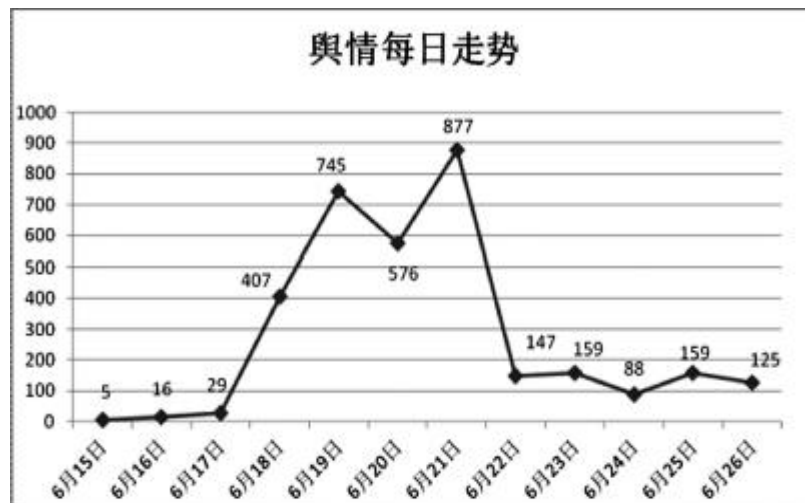
在这样一起最初毫无征兆的舆情事件中,值得庆幸和肯定的是,作为舆情事件的发起方,黑龙江省的相关部门没有坐而任之蔓延,而是在一步步地跟进媒体,应对质疑,将危机逐步稀释。黑龙江省相关部门数次接

性,难以建立高效的管理团队。大多民营企业只关注眼前利益,忽略长远发展目标。

人才流动的频繁性、不稳定性。企业长期依赖对家庭成员的使用,家族成员的主观干涉,对优秀员工不屑一顾,乃至妒忌排挤,引发优秀人员的不断跳槽、人员频繁流动。据专家预测,民营企业优秀人才流失竟达30%以上。由于家族成员掌控企业,没有建立科学的薪酬体系、考核体系,员工激励没有制度保障。薪资结构不合理,对内缺乏公平。

企业人力资源管理的
相应对策

首先在彻底打破家族人员“大一统”管理模式,整合企业内部管理资源,积极引进专业管理人才进行科学管理;根据人力资源长远目标,做好人才规划,每年都在大学校园和社会进行储备干部的招聘工作,有针对性的建设符合公司未来发展战略的人才梯队;员工培训由急功近利转化为系统性长期投资。人才的竞争关键是培训的竞争,通过培训,提升员工整体素质,激发他们的创造力,提高企业的运作效率;企业文化由守旧型向内涵、创新型发展。如浙江雅戈尔的“装点人生”,海宁皮革城“我看世界,风尚看我”,都极具企业特色。优



数据制作 左珊珊

受权威媒体采访,以省部级可以达到的最快速度做出回应,对微博舆情的迅速走低起到了一定作用。

6月27日当天上午,姜启凡接受本次舆情事件的首发媒体《法制日报》的采访时,详细解释了社会各界的质疑,理据充分,并不回避网民发起的敏感话题,从立法的角度说明“条例”颁布的初衷及意义。采访中,对于“条例”的内容进行了权威的解读。

地方政府有制定政策法规的权力,媒体、网民有质疑的权力,那

么,地方政府就相应地必须有回应质疑的义务和能力,只有经过这样磨合而得出的政策法规,才是可行的,也可能是行之有效、行之有效的。

仅就舆情应对的方式方法上来看,黑龙江省在此事中的应对时间、应对方式及措辞都是值得肯定的。

策划:
中国企业研究院 中国企业舆情联盟
数据提供:
优讯时代(北京)网络技术有限公司

七·一话题

正如本报此前发表评论所述,“民营企业当选全国党代表在一定程度上被看做是党中央对民营企业开放和接纳的态度,有利于民营企业所在阶层的利益表达。在经济获得飞速发展的民营企业,正在迎来政治上的春天”。

民营企业家的
红色情怀

■ 本报记者 汪静赫

10年前,十六大首次出现了民营企业家的身影;10年后,十八大的会场上,又将有哪些民营企业家集体亮相——这自然引起了公众的猜想。

2012年6月30日,梁稳根再次当选十八大代表。

民营企业家的阶层已成为中国社会的一支重要力量。民营企业入党,既是个人情怀,也是企业大事。与早年的红色资本家相比,如今的“红色”民营企业家更具时代气息,加之近年来非公经济党建亮点颇多,民营企业家参政议政的路径与空间正在不断加大——至少,入党正变得越来越容易。

信仰的力量

2004年之前,梁稳根还不是一位党员。

2002年,十六大将党章中党员发展对象里“其他革命分子”修改为“其他社会阶层的先进分子”。7位民营企业家首度亮相十六大会场。2007年,十七大提出代表中“要有适当数量的新经济组织和新社会组织的党员”,民营企业党代表人数激增至17名。及至2012年,在目前已经公布的选举结果中,民营企业家人数有十余位,2011年的新首富梁稳根成功连任已是不变的事实。

在三一集团的大事记里,2002年12月22日是个值得纪念的日子。那一天,这家当时拥有300多名党员的民营企业选举产生了第一届党委。在党委成立大会上,梁稳根的身份是“特邀嘉宾”,他的发言其实更像口头入党申请:“我将尽快递交入党申请书,争取早日成为一名共产党员。但愿下次召开公司党代会时,我将以一名共产党员的身份出席。”

5年之后,“2004年入党的新党员”梁稳根当选为十七大代表。“民营企业当了党代表以后,对它本身内在的发展事业的动力,是一个很大的激励。”梁稳根说。

据说,梁稳根有个习惯,每当在公司的高层会议上,遇到新面孔总会问一句“你是共产党员吗?”,如果对方不是,梁稳根都会语重心长地要求他“要有信仰,要向党组织靠拢”。在三一集团,还有个不成文的规定,就是干部提拔前必须要递交入党申请书,否则不可能获得提拔。

梁稳根对党的热情始于多年前,当他还是一名大学生时就提交了第一份入党申请。下海后,他第三次申请入党,但因为当时入党明确要求“私营企业主的雇员人数不能超过7人”,再次未能如愿。很长一段时间里,在三一集团,梁稳根是“最重量级”的入党积极分子。

梁稳根不止一个。许多民营企业也有跟他一样执着的人党情结。2007年6月的一天,湖北省荆州市压力工工贸有限公司总经理王方军实现了多年梦想:成为一名中共预备党员。作为一位年过五旬的民营企业家,王方军的入党情结是源于“入了党就更有责任心,党员就是不一样,工作起来积极主动,不会让一个有质量问题的产品出厂。”

很多民营企业对于党的热爱显得特别直白。有着30多年党龄的十六大代表、广东金潮集团有限公司董事长刘思荣私家车里与众不同,控制台上没有放置护佑平安的吉祥物,而是插着国旗和党旗。在刘思荣看来,这两面旗帜比什么都重要,因为“党和国家的好政策可以推动企业和个人发展”。

“我有一个深刻的体会:三一重工之所以能发展成今天这个规模,都是与党的改革开放政策分不开的,我对中国共产党一直心存感激,心怀敬意。”

这是梁稳根的肺腑之言。

“红色”生产力

2010年8月,三一集团“深入开展创先争优活动暨提升科学发展能力培训”在中央党校正式启动,开创了民企在中央党校开办党建学习班的先河。

早在2005年梁稳根参加十七大时,三一集团的党员已占到员工总数的1/8。现在,三一集团的党员人数已经达到了5400多人,是湖南省党员最多的民企。

“现在的三一,11位董事中有7位是党员,企业的主要经营岗位上,也有大批党员骨干和积极分子,广大党员已成为公司员工中的中坚力量,党建工作已经成为推动三一发展的核心力量,是三一核心竞争力的重要组成部分,是三一实现科学发展的核心因素。”梁稳根说。

2002年,刘思荣当选十六大代表时,他觉得“底气十足”。因为“政治上有地位了,我们干私营企业的更有信心了”。当时刘思荣带了两份建议书参加十六大。其中一个建议就是加快吸收非公有制企业积极分子入党的步伐。相对于一些民营企业“担心党支部监督会使企业发展束手束脚”的疑虑,刘思荣一直很有信心。在他看来,党员的战斗力为非公有制企业凝聚能量,党建工作就是“红色”的生产力。

2011年6月15日,深圳市举办了一个“民营企业入党培训班”,这是深圳建立特区以来规模最大、层次最高的一次民营企业入党专题培训,有196位民营企业企业家参加了培训。另据一份有关深圳市非公有制经济人士入党意愿调查显示,有过半受访老板渴望入党。

“我入党后,第一件事会在自己企业里建起党支部,把企业里的党员组织起来,发挥他们的先锋模范带头作用。”深圳民营企业家家叶枫说。

截至2012年4月底,全国非公企业新建党群组织124万个。

随着企业的发展,党员越来越多,党支部越来越有战斗力——这已成为中国民营企业中的标志性画面。

