

舆情

法门寺事件：当商业侵入宗教

有消息称，宗教部门已经准备起草相关详细法规文件，在不久的将来宗教文化不但能受到更多的法律保护，也会对那些借宗教之名赚取商业利益的集团予以束缚。

■ 李志坚

2011年5月9日，十一届法门寺国际文化旅游节上，西安曲江新区管委会副主任、陕西法门寺集团董事长兼总经理刘兵在招商洽谈会环节，首次对法门寺景区项目做推介，有意与资本市场对接，这被舆论解读为法门寺景区欲上市圈钱。也正是刘兵此次对外的信息披露，点燃了法门寺上市的舆情。

两日后，香港文汇报就此刊发了标题为《陕西法门寺景区研港上市》的报道，而后，被腾讯网、新浪网、凤凰网等门户及财经类网站转载传播，同时，亦有网民加入围观、热议行列，又一场声势夺人的舆论在社交媒体中泛起。

6月，面对再次燃起的舆论，法门寺集团常务副总经理唐喆在接受《每日经济新闻》记者采访时称，媒体对法门寺景区马上上市的解读是错误的，且就媒体把对接资本市场的说法理解为马上上市，表示不赞成。

新闻走势： 舆论多次掀起热潮

宝鸡市市长上官吉庆公布了法门寺景区摘牌上市的消息后，截至7月10日，媒体对该事件的关注出现多个峰值，从新闻走势看，舆情起落不稳。各类媒体的报道集中在6月中下旬，新闻报道密集出现。尤其是《中国企业报》刊发的调查报道《西安法门寺被指“舍利提款机”》被广泛传播后，同类媒体亦加入报道队伍。先后有《国际金融报》、《证券时报》、《证券日报》、《中国经济时报》、《每日经济新闻》、《21世纪经济报道》、《中国证券报》、《人民日报》、《南方周末》等平面媒体的报道及评论文章发表。平面媒体参与报道过程中，尤以6月17日《中国证券报》刊发的4000多字调查报道《法门寺投资方融资账本 明建景区暗做房产》最受网络媒体关注，先后几天时间被400多家网媒转载、传播。

4月底，上官吉庆向媒体透露暂时摘牌法门寺景区上市的消息，《21世纪网》首先对这一信息做了报道。数日之后（5月3日），《南方周末》也对法门寺景区上市计划搁浅的事情，予以关注报道，并就背后的原因和法门寺景区做了推测、解读。该报刊发的文章，至4日被30多家网站转载。

6月中下旬，数十家报纸媒体相继跟进报道，法门寺景区上市事件也受到网民的关注、热议，舆情进入高潮期。此后的数日至7月4日，舆情回落，直到《工人日报》的评论文章《佛门净地为何争着喧嚣上市？》刊发，舆情再度“回暖”。

7月4日，《工人日报》发表的文章，先后被网络媒体转载传播180多次，加上《新华每日电讯报》等报纸媒

体的相关报道，当日新闻量再度走高，接近300条。此事件在经历了多次“过山车”后，于4日舆情呈平稳下降走势。

网民观点基本一致： “寺庙上市，太荒谬了！”

从抽样选取的近两百位网民在不同媒体表述的观点分析，反对法门寺上市言论比例最大，占46%，网民认为不应把宗教文化当做某些利益集团圈钱的工具。其中，创新工场董事长李开复也持同样的观点，其在微博上看到寺庙上市信息后，转发评论道“寺庙上市，太荒谬了！”

支持法门寺上市的网民占到28%，之所以有如此可观的比例，多数网民认为法门寺景区是作为公园景区上市的，不同于正规宗教场所上市，因此一些人投了赞成票，然而，这部分网民亦向景区管理方提出要求，景区项目建设要有节制，不能对宗教文化产生消极影响。

另有26%的网民认为，如果上市能给投资者带来收益，则可以上市。持此观点的网民，相比持前两种观点的网民来讲，在言语表述上相对折中一些，通过拟定条件和假设意境——能否给投资者带来收益，确定是否支持法门寺景区上市。

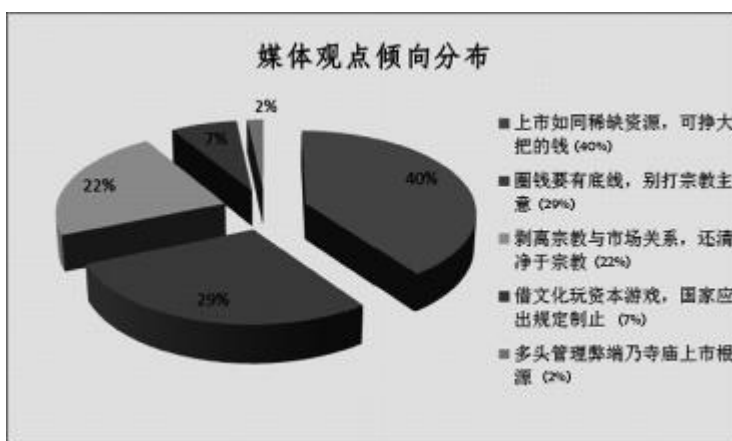
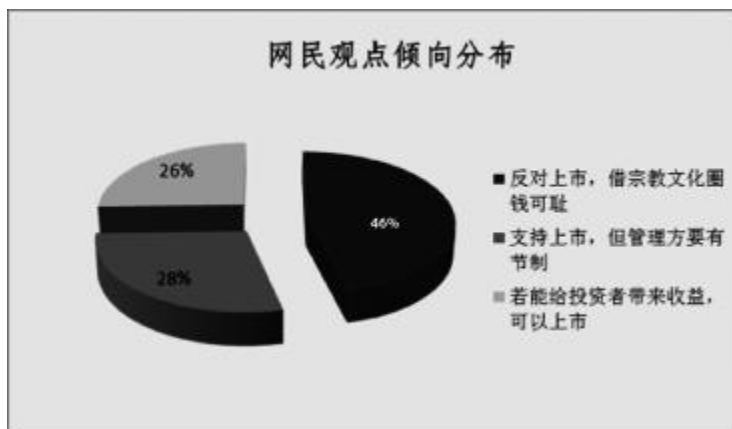
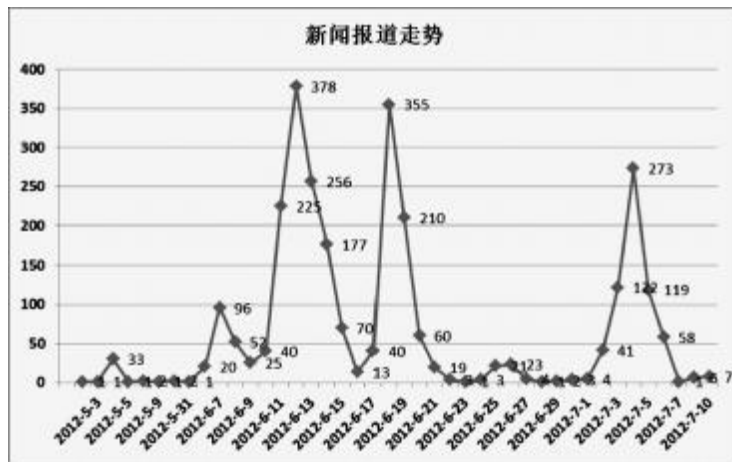
媒体观点： 上市如同稀缺资源，挣大钱

40%媒体观点是：“上市如同稀缺资源，能挣大钱”。《工人日报》刊发的评论文章《佛门净地为何争着喧嚣上市？》分析认为，之所以“佛门净地”争相上市，是因为能给一些利益集团带来圈钱的机会。“为什么大家都要扎堆上市？就像经济学家谢国忠所言，因为在我国，上市是一个稀缺资源，上了市就能赚钱。”

29%媒体观点是“圈钱要有底线，别打宗教的主意”。《每日经济新闻》刊发了叶檀的评论文章《圈钱不能圈到宗教资源头上》，认为，“如果全球所有的政府公共资源从卢浮宫到黄石公园、故宫全部打包上市，如果所有的宗教资源，西班牙巴塞罗那的教堂、柬埔寨的吴哥窟、中国的法华寺全都打包上市，这样的资本市场离天堂远，离地狱近。”《证券时报》的评论文章《警惕以文化名义玩资本游戏》认为，在当前的法律法规框架下，伪文化产业即便上市计划遭到曝光，其付出的成本和代价几乎可以忽略不计。然而一旦浑水摸鱼成功，其将攫取稀缺的上市资源，收益与风险不可相提并论。

企业“解释无力”， 舆论指责再起

法门寺景区计划上市一事，惹来



数据制作：蔡芳

的反对舆论遍及媒体、专家、学者、网民及宗教界人士。就在反对、质疑舆论广泛在网络媒体上传播发酵时，法门寺集团的一位唐姓负责人，法门寺集团常务副总经理唐喆先后终于在6月中旬，接受了《中国证券报》、《每日经济新闻》等媒体的采访，其否定了“上市计划”，并对媒体报道的“法门寺景区开园后两年50亿各类收入”的说法予以驳斥。

对于唐喆的回应，舆论并不认同，甚至有舆论认为其是自我欺骗。此次回应并没有起到安抚舆论、平息舆情的作用，相反舆论指责声由此再起。6月22日，疑似水军的微博用户，通过新浪微博发布质疑媒体报道目的的文字，和参与报道的媒

体展开了针锋相对的阻击战。最终，媒体揭开了“代笔”人的真面目——屡换身份的“假记者”。至此，质疑媒体或者与媒体对立而行的文字，鲜有出现。

分析这一事件，除了对宗教文化产生些许负面影响外，其积极意义我们也应看到，有消息称，宗教部门已经准备起草相关详细法规文件，在不久的将来宗教文化不但能受到更多的法律保护，也会对那些借宗教之名赚取商业利益的集团予以束缚。

策划：
中国企业研究院 中企舆情实验室
数据提供：
优讯时代(北京)网络技术有限公司

遭遇职业经理人频繁离职

汽车家族企业 凸显管理瓶颈

■ 本报记者 董秋彤

近一时期，关于众泰控股集团有限公司总裁夏治冰离职的消息引起了众人的广泛关注。有消息人士称，今年1月17日加入众泰集团的夏治冰目前已经离任总裁一职并已改任众泰汽车顾问，原众泰集团总裁金浙勇将重新担任总裁一职。

消息传出，舆论哗然。

夏治冰“败走”麦城 是家族斗争的牺牲品？

夏治冰离职的传闻早在5月份就已经不胫而走。一个名叫“普通一冰”的微博博主被网友猜测就是夏治冰其人。不难发现，其4月的微博上还大都关于众泰，而自5月份开始，就已经开始“谈理想，谈人生”了。

在加入众泰汽车之前，夏治冰的职业经历十分简单，他自北大光华管理学院毕业后就一直服务于比亚迪汽车公司，从基层一直做到比亚迪集团副总裁、比亚迪汽车销售公司总经理。他帮助比亚迪在进入汽车行业初期，取得了销量连续翻番的佳绩。当然，他也经历了最近两年比亚迪业绩连续下滑的无奈事实，这也被认为是导致他去年8月份离开比亚迪的重要原因。在沉寂近半年之后，夏治冰加盟了规模相对较小的众泰汽车。

这家较早地涉入了新能源汽车领域的企业成立不到10年，产销规模刚刚突破10万辆的车企，正处在转型向上突破瓶颈的关键时刻。而在夏加入之前，众泰汽车的中高层变动已经有些颇为频繁。

据悉，原总裁金浙勇在刚刚发布了众泰的“三大战略”，誓言5年内创造最年轻的自主品牌后一个月就被卸任；原副总裁樊成伟转投昌河；原众泰新能源汽车公司总经理陶云德回归广汽吉奥……夏治冰的到来，显然不想成为他们中的一员，然而现实却远不是他所能控制的。据了解，夏治冰加入众泰汽车之后的第一件事情就是“做减法”，对内部车型进行调整，停止不赚钱的项目。“我们在调整，面临着车型的取舍和暂停。现在有些项目已经停掉了，调整后只剩几个最主要的车型，这是我们在聚焦内部。”夏治冰曾在接受媒体采访时表示。而在夏加入众泰之前，众泰汽车董事长吴建中曾抛出了一个“32367工程”战略规划，而夏的“做减法”显然与其相背离。

不仅如此，众泰过于浓厚的家族式管理色彩也使得夏治冰的“融合”显得十分艰难。

据众泰相关人士透露，早在当初邀请夏治冰加盟的时候，众泰内部就存在分歧。“内部曾有不同意见，最后是吴总(众泰汽车董事长吴建中)拍的板，但这些夏总并不知道。”一位不愿透露姓名的汽车分析师表示：“夏治冰是一个实干型的人，在业内口碑非常不错。其实，从他去众泰的那一天开始，就成为‘内斗’的牺牲品，所以听到他离职的消息并不意外。在我看来所谓的汽车顾问就是一个过渡期”。

高管离职率陡然攀高， 家族式管理成桎梏

近年来，国内汽车高管离职率陡然攀高。一方面这与汽车市场低迷、车企不得不谋求图存有关；另一方面，像是众泰等民营企业高管的频繁流动，则多与这些企业采取过于集中的家族式管理有关。职业经理人决策空间小，对于那些有雄心抱负的高管来说很难接受。

事实上，遭遇用人瓶颈的自主品牌企业远不止众泰一家，在汽车行业，这样的故事经常发生，华泰汽车就是其中一个鲜明的例子。

据了解，华泰汽车自成立以来，人事变动十分频繁，仅仅是总裁一职，从2004年开始，经历了从张才林到李广凡，再到高凤，徐恒武，童志远和来自华晨的刘志刚六位，而其他高管也是频频换将。这些已经成为华泰过去式的领导，均是汽车行业颇具口碑的领军人物，每个人在走马上任时都是满腔热情，但最终却都逃不脱黯然离任的结局。

2010年7月，原福田汽车的高管侯海靖加盟华泰汽车接任刘志刚，然而仅仅8个月，侯海靖便从华泰汽车离职，与他一同离开的还有华泰汽车公关总监纪建民等多位高管，使原本由9人组成的华泰经管会成员中有5人离职。

频繁的高层动荡使华泰汽车的企业战略缺乏一致性，执行层面工作难以推进。以国内汽车市场高速发展的前几年看，华泰增长的绝对数明显落后于其它国内品牌，而且其35万辆的年产能，目前利用率不到1/3。华泰董事长张秀根似乎也意识到这个问题，在侯海靖加盟华泰后，将管理模式改为董事会授权下的经营管理委员会负责制，这是华泰汽车的首次尝试。对华泰汽车此次放权，多数业内人士持肯定态度，认为是华泰汽车从家族式经营管理走向现代企业制度性管理而迈出的的一大步。可惜的是，这一模式还是没能挽救侯海靖的离职。

为此有业内人士认为，这么大的一个企业，200万元的审批权显然不够。

华泰汽车一位副总裁级别的高管曾对记者表示，华泰高管出逃频繁，其背后原因则是老板与职业经理人之间对企业发展的相关价值判断出现了分歧，会使老板不信任职业经理人，而职业经理人也会有是否选对了“明主”。恶性循环下去，职业经理人离任也就在所难免。

吸引人才并留住人才： 家族式车企共同面临的课题

然而也有人认为在自主品牌中，那些家族企业的人事变动实属正常。

著名汽车人蓝柯认为，在世界范围内，汽车业内的高管人员流动都较为频繁，之所以在国内受到关注，一是自主品牌本身备受媒体关注，二是由于汽车行业是国家的支柱产业，大家将更多的目光聚集于它。

从汽车本身的属性来讲，它是国际化的一个产物，这样一个产品属性带入企业本身，也必然有一个国际化的操作模式、国际化的思维观念才能打造好它。自主品牌从一开始便是由一个纯民资的家族式结构而来，这样的模式发展到一定程度就会自己跳出这个壳，由一个国际化的职业经理人队伍来治理，而这恰恰会带来管理上的一些流动，这很正常。

但蓝柯同时也表示，关键是这样的流动不能太频繁，太频繁必然会对企业造成伤害。他说，发展企业不能朝令夕改，更不能做短期行为，如果职业经理人更换太过频繁，则很难保证企业战略发展的延续。因此家族式企业老板在选择职业经理人时要慎之又慎，绝不能有“先来了再说，不行再换”的想法。

观点

精神压迫下的员工没有生产力

“异化”的企业文化属于负能量

■ 陈昌成

企业文化管理是优秀企业的重要组成部分。但是，如果充满温情和智慧的企业文化，被决策层无理演绎成“欺压员工的权杖”，企业文化就“异化”了。近日发生的两个比较极端的案例恰恰说明，在一些堂而皇之的理由之下，企业文化已经异化为“作恶者”的帮凶。

新闻一：法国近日有30多名电信员工自杀。法国电信CEO隆巴尔多遭到巴黎法院的指控，称其“对公司企业文化侵蚀，对员工造成心理折磨，导致电信员工自杀。”

无独有偶。韩国《东亚日报》曝出又一则新闻。三星集团的“控制塔”向三星电子、三星生命、三星物产等下达命令，要求全体员工早上六点半上班。三星集团“提早上班措施”证明“三星正处于危机，而且比预期还要严重。”由此某教授称：“这将提高员工的危机影响，并将其有效利用。”

这些借“危机”之名设计出的“精神压迫性的危机管理”也能称为

“文化管理”？可以肯定的是，毫无文化支撑、毫无文明情感的“企业文化”完全背离了“以人为本”的管理，绝对不是值得提倡的企业文化。

按照百度百科的释义，真正的企业文化，或称组织文化是：“一个组织由其价值观、信念、仪式、符号、处事方式等组成的其特有的文化形象。”

而且可以肯定的是，这样的文化，一定是一个长期的积累过程。在这个过程中，企业文化首先是自发形成（大多是初期的老板文化），并通过自觉意识、逻辑梳理，最终沉淀为公司的一种行为气质。

显然，在不同的企业生态、竞争环境下，企业文化的呈现形式是不一样的。这过程中有演进、有变化，最终真正适合企业生长的企业文化，还是一种自然选择的结果。像法国电信、三星的“文化”因为其强制性、指令性，只能是“昙花一现”。

在一次浙商文化论坛上，做过国资委企业文化处处长的全国工商联副秘书长王志明再次表示，搞企业文化建设不能不明真谛，不能不求甚解，不能不知深浅。那种跟风逐雨、赶

时髦、表面化、庸俗化的做法，只能造就“假企业文化”、“伪企业文化”，最终则会伤及企业发展乃至生存。

或许可以这样理解，聪明的公司和不聪明的公司的区别就在于，聪明的公司是用文化推进制度，而不聪明的公司则用制度推行文化？笔者强调的是，企业文化是公司人共同遵守的行为准则，而不是公司决策层权力膨胀、借以管制员工的工具。作为管理层、决策层必须有自己优秀的管理思想，无论你的理由如何正当，都绝不能由此去侵害、侵蚀固有的企业文化。即使管理层、所有人发生更替，如果要保证队伍稳定、企业稳定，对企业文化的改造也必须保持一种妥协、包容的姿态。这是因为，企业文化是一种“以人为本”的文化，只有把人本精神、人文关怀放置于首要位置，才可以称为是真正意义上的企业文化。

“凝聚企业文化者，构建人本新世界”。在北师大中国企业文化研究院院长徐文中看来，追求一种正向力量，回归人本本质是企业文化的核心理念。正是基于这种认识，北师大也

成为国家首批开设企业文化方向工程硕士的高等学府。当谈到企业文化是软实力的观点时，徐文中特别强调“企业文化是民族凝聚力和创造力的重要源泉，是综合国力竞争的重要因素。其最本质的内容，就是强调人的理想、道德、价值观、行为规范在企业管理体系中的核心作用，强调在企业管理中要理解人、尊重人、关心人。”

法国电信的老板日前已经受到了惩罚。

7月13日，因为舆情抨击其企业商业责任以及管理水平，三星集团立刻在微博上“澄清自己”：没有要求必须6点半上班。

按照王志明曾经描绘出“像点样子的、名副其实的企业文化是锤炼出来的，它必须经历企业在发展征程上不可回避的成功与失败的反复交战，它必须接受管理学、经济学、社会学、人类学等诸多学科知识的综合滋养与洗礼”……由此才能锤炼出真正能使企业永续发展的不竭源泉的企业文化的成长路径。

企业家们一定要认真思索什么是真正的企业文化。