

# 新能源业密集裁员求自保

■ 本报记者 陈玮英

面对持续亏损,100 家企业的首选或将无不二——裁员。华锐风电裁员事件持续升温,尚德发布报告称,三季度为减产和裁员花费 800 万美元……从一个侧面反映出了行业的现状。

“当经济不景气的时候,很多公司首选裁员。”上海一家专门负责劳动纠纷的律师事务所律师告诉《中国企业报》记者,“今年,裁员高于往年,裁员几十人的已经不算什么了,多的达到上千人。”

分析人士称,若是以正规途径裁员,很多企业需因违约支付相当数额的赔偿金。但从企业目前的经营状况来看,可能无力承担更多支出,选择“消极解约”或是无奈之举。但如此解约对企业声誉将产生较大冲击。

## 变相裁员

今年以来,华锐裁员一波未平,一波又起。有消息称,12 月份,华锐还将有四五百人被“停工放假”。

从今年 5 月份华锐解聘应届毕业生开始,到 8 月份辞退一批在职人员,再到 11 月中旬给部分员工发放“停工放假通知”,2012 年,华锐风电人事变动已历经 3 次。

早在 11 月初,《中国企业报》记者致电华锐风电相关人士时,被告知“公司最近在大范围调整工位”,当追问是否在裁员时,对方表示“我不方便回答,还是问负责媒体的吧!”华锐负责媒体的于佳当时并未给出正面答复。不久,华锐风电曝出“变相裁员”的消息。

根据华锐《关于部分岗位员工停工放假通知》,首轮放假自 11 月 19 日开始,至公司恢复正常生产、正式通知复工之日为止。而其间根据华锐风电的安排,自停工放假之日起,在第一个工资支付周期内停工放假 30 日内,集团公司按照员工正常劳动情况,支付劳动合同中约定的工资;从第二个工资支付周期开始停工放假 30 日以后,按照北京市最低工资标准的 80%支付基本生活费,折合成人民币约为 1000 元。

“这是违规的。”上述律师提出,员工可以申请劳动仲裁或者向法院提起诉讼。“如果依靠法律解决,最好采取集体诉讼的方式。”



CNS 供图

事实上,变相裁员已经成为很多企业裁员的一种方式。今年 9 月中旬,上千名尚德员工被“岗位分流”。尚德电力 CEO 金纬公开表示,因产能调整涉及的员工约 1500 人,主要是公司缩减在无锡的太阳能电池生产规模导致的。而这被业界认为是在变相裁员。

“企业完全可以采取经济性裁员方法。”上述律师解释道,经济性裁员,是指用人单位一次性辞退部分劳动者,以此作为改善生产经营状况的一种手段,其目的是保护自己在市场经济中的竞争和生存能力,渡过暂时的难关。

值得一提的是,《劳动法》第 27 条规定:“用人单位濒临破产进行法定整顿期间或者生产经营状况发生严重困难,确需裁减人员的,应当提前 30 日向工会或者全体职工说明情况,听取工会或者职工的意见,经向劳动行政部门报告后,可以裁减人员。”

“这也在变相地向业内发出公司面临危机的一个信号。”上述律师如是说。

## 断臂求生

以风电、光伏为代表的新能源

行业,2012 年风光不再。

风电、光伏行业亏损潮正在蔓延。截至目前,已有多家风电、光伏上市公司发布了 2012 年业绩预告,几乎全部亏损。

中商情报网行业研究员王健接受《中国企业报》记者采访时表示,新能源企业“裁员”,根本原因是由于行业整体的不景气及前期扩张步伐过快导致产能过剩,“降薪”、“放假”确为无奈之举。

“当然,裁员对企业成本降低有一定的帮助,在本身财务状况不佳的情况下,可以说这样降低成本可以使企业报表不至于过于‘难堪’,但本身意义不大。”王健表示。

中投顾问新能源行业研究员沈宏文告诉《中国企业报》记者,风电企业及光伏企业停产现象严重,员工若是“带薪休假”,无疑加重企业的负担。鉴于新能源行业面临的结构失衡、并网不力等问题无法短时间内解决,企业为了自保而裁员节流是常见做法。

“风电、光伏行业一直受到国家政策补贴,而近年来受国际形势的影响,我国风电、光伏面临着产能过剩的问题。”王健分析说,企业很清楚,降薪、裁员并不能真正解决企业

的根本问题,“但就目前来看,‘裁员’是最直接也是见效最快捷的方式,一定程度上可以暂缓资金压力。”

一位不愿具名的风电人士告诉记者,“目前,中国风电行业所遇到的问题,不是哪一家企业就可以解决的。如果可以,公司上下可以齐心协力应对困境。”

“事实上,作为行业内具有影响力的大企业,走出当前困境的方式很多。”王健认为,走出“寒冬”需要实力的支撑,企业应尽快摆脱关键技术依靠国外、核心自主知识产权缺乏等问题。

在沈宏文看来,企业的自救也可通过兼并重组等手段,但仍旧不能避免大面积裁员。

“现在练内功或许是企业最应该做的事。”上述风电人士说。

同时,“希望国家在公共平台的建设上能够再多一些投入,比如,公共实验平台、公共研发平台、公共检测平台等,这样的投入对于制造商能力的发展会有很好的支撑。”上述风电人士还表示,也希望国家加快对整个风电行业的技术标准、技术规范的建设速度,只有把行业规范好了,行业才能走向良性的发展方向。

# 离职潮波及多行业 零售业成重灾区

■ 本报记者 张龙

年底将至,企业用工问题再次成为热点。近期,国内不少研究机构纷纷推出各自的用工情况报告,这些报告显示,企业用工情况难言乐观,不少行业出现了裁员问题。

可以与之佐证的是,西南地区一所重点高校负责就业的人士告诉记者,目前应届毕业生的就业率仅在 60% 上下,接近一半的应届毕业生尚未找到工作。

## 多行业进入裁员期

人力资源咨询公司怡安翰威特近期发布的一项调查报告显示,2012 年全国企业员工主动离职率继续保持增长趋势,达 18.9%。怡安翰威特华北地区全面薪酬管理咨询业务总监洪浩表示,企业员工离职情况分为主动离职与被动离职两种,尽管 2012 年主被动离职率均很高,但它们折射出的含义却不同。但是,无论哪种情况,高离职率对企业、对行业而言,都不是个好征兆。

怡安翰威特的调查报告显示,尤其是内需拉动型行业,如零售业、高科技制造业、快速消费品以及医疗保健行业员工离职率较高。2012 年,这四个行业的企业员工离职率分别为 31%、26.6%、19.5%、19.2%。

中国人力资源市场信息监测中心

的调查也显示,今年第三季度与前一季度相比,制造业减少了 17.5 万人,下降了 8.2%;批发和零售业、住宿和餐饮业的用人需求分别减少了 2.1 万人和 2.8 万人,各下降了 2.5%和 3.9%;租赁和商务服务业、居民服务和其他服务业的用人需求分别减少了 2.1 万人和 7 万人,各下降了 5.1%和 11.7%。

据记者不完全统计,目前有裁员迹象的行业有光伏、煤炭、家电、制造业、简单加工出口、基金证券、IT、风电、化工、零售等多个行业。从今年 8 月起,有关企业裁员的消息开始普遍增多。

李先生已经在美的公司工作了 4 年多,此前他已经躲过了几次裁员。今年的裁员中,李先生未能幸免。

“我从大学毕业就在这家企业工作,没想到会裁掉我。此前还没有心理准备。”李先生说。

在一些劳动力密集行业,英格玛研发中心调研数据对比显示,往年 10、11 月份正是企业进行大批量招工时期,但今年的招聘需求量却减少很多。“这一段企业招工也不像以前几天天招,许多企业一周基本只招一两次,并且很多企业订单不稳定。”英格玛有关负责人称。

安徽一家机械厂副总经理马玉山告诉记者:“没有技能的工人现在很富余,形势不好,必须要裁掉一些才行。但高端的技术人才企业还是很缺的,高端人才是有用工荒问题的。”据马玉山介绍,该公司高端技术人才缺口在

30%。

英格玛研究发展中心总监刘肖鲁表示,在低端行业,企业订单减少势必会提高蓝领招聘的准入门槛,提供的岗位也会随之减少。

有企业已经看准了这样一个商机:即为蓝领提供培训。德国福伊特集团在中国的首个培训中心在江苏省昆山市奠基。该项目总投资额为 7300 万元人民币。福伊特中国培训中心将引入德国成功的“双元制”职业教育模式。在“双元制”职业教育模式下,学校和企业分工协作,共同培养人才。

该公司在未来还将会为自己的客户、合作伙伴及本地公司提供培训,以应对更多中国企业面临的中高级技术人员匮乏问题。

据人力资源和社会保障部 2009 年发布的统计数字,中国高级技工占技工总数的 22%,而发达国家的这一比例超过 30%。中国高级技工缺口达上千万人。

## 转型期阵痛

大量的富余人员进入到社会上,随之而来的,就是临时工应聘者开始增多。英格玛研究发展中心有关负责人告诉记者:“今年找临时工工作的人格外的多。来应聘的 10 个里面有 8 个都是找临时工的。”

新华经参仕邦人力资源指数研究院发布的研究报告称,聘用量增幅下

降的现象与整体宏观经济稳中有降的态势一致,虽然经济增速回落是国家的主动调整,但对企业的投资和劳动需求仍然有一定的抑制。

该报告认为,产业结构调整进程引发了聘用量的行业差异。电子商务的蓬勃发展及电子商务城间日益激烈的竞争两大因素,成为交通运输及仓储和邮政业聘用量增长的主要动因;此外,该行业对劳动者特别是外勤人员的学历和技能要求不高,也与我国现阶段劳动力整体供给状况比较匹配。而不同地区的聘用数据则较好地反映出当地经济特别是工业领域的形势。珠三角地区城市经济增速下滑和产业结构的调整引起聘用量的变化,特别是传统制造业的增速放缓拖累了聘用量的增长。其它多数城市的经济平稳运行支持了对劳动力的需求。

国务院发展研究中心一位不愿具名的人士告诉记者,伴随着经济减速,在经济结构调整的过程中,多个行业的企业因为市场需求下滑、成本增加,加之自身寻求转型,裁员成为迫不得已的选择。裁员是经济结构调整的表象。现在不少大中小企业都面临着是否要裁员的艰难选择。

东方证券研究员王鹏认为,本轮裁员风预计将在今年年底到明年年初达到一个高潮。主要原因可能在于,一方面新的大学生毕业生求职季即将到来,另一方面经济形势仍未出现明显好转。

# 洲际宝矿官司传“言和” 同业公会可解酒店纠纷难题

■ 本报记者 彭涵

近日,《中国企业报》记者从多位酒店业内人士处获悉,洲际与宝矿的“离婚”事件可能有了戏剧性的变化:传双方已经庭外和解,上海浦西洲际酒店年底将复牌,仍由洲际酒店集团管理——也就是说,两位“冤家”要“复婚”了。

三个月前洲际酒店集团发布声明,称 9 月 1 日停止对上海浦西洲际酒店的管理,该酒店也不再使用洲际酒店及度假村品牌。之后,浦西洲际的业主方——宝矿集团旗下的上海耀达房地产开发有限公司称,洲际的单方面解约行为违反了双方签订的管理合同,耀达将通过法律途径维护合法权益。

彼时,双方矛盾的核心在于浦西洲际的管理与业绩——“两年多时间,酒店换了 4 任总经理、5 任市场总监、4 任餐饮总监、4 任财务总监,整个酒店每年的员工流失率高达 50%,其平均入住率很长一段时间只有 20%—30%。”华美酒店顾问有限公司首席知识管理专家赵焕焱告诉记者,2011 年浦西洲际的业绩完成不到预期的 30%。这个结果,为此投资 30 亿的耀达肯定无法接受。

而双方签订的合同条款中规定,从开业算起满 19 个月之后酒店达不到相应业绩指标,酒店方将要给予业主一定的差额补偿——据业主测算,洲际应付的差额是 7700 万元。之后就发生了洲际单方面解约的事情——这是变相赖账么? 赵焕焱认为“有法律仲裁”。

既然已经撕破脸,为什么还有“复婚”的传闻? 有业内人士爆料:“宝矿与几大国际品牌酒店集团先后商谈失败,随着与最后一家 Starwood 的谈判破裂,宝矿与洲际的官司庭外和解。”对此,上海星硕酒店管理咨询有限公司首席执行官袁学娅表示:“如果你是管理集团,会接手这样的酒店么?”

“在目前的地产公司和国际品牌的捆绑中,前期得利方一般是地产公司,但是开业后主动权一般都在管理方。目前投资方是弱势群体,因为他们没有队伍可以管理酒店。”袁学娅表示。这让浦西洲际复牌的传言,蒙上了一层无奈的色彩。

“在中国的跨国酒店管理集团中,除了香格里拉和半岛酒店这两家自己有投资,其他企业与中国业主的合作模式大多是轻资产模式,以前对他们来说这基本是没有风险的,现在情况有所改变了。”赵焕焱表示,“此案例说明管理方也有风险——从中长期看是品牌形象,而短期风险是要给予业主的差额补偿。”

赵焕焱认为,成立酒店业同业公会应是可选之策。“同业公会可以协调行业间因竞争而损害到对方利益所造成的不良关系,制定酒店业同业损害评估方法作为行业标准。这可以令行业免于陷入‘囚徒困境’。”赵焕焱表示,“同时对外帮助业主协调与政府、管理公司、旅行社等方方面面的关系,帮助个体业主寻找合适的管理公司。”

“这肯定有益于行业发展,但现在酒店业还没有同业公会。”赵焕焱不无惋惜地告诉记者。

# 大师偶然天成 感悟酒中“内参”

■ 吴乃超

内参,百度释义是供领导者或一定范围内的同志阅读参考的内部情况报道。不适宜公开报道,保密。

国内白酒市场就有一款酒,名为“内参”,并逐步流行于国内政商务消费圈,不经意间开始引起人们的关注。

内参与白酒压根不沾边,为何将酒取名为“内参”?

关于这款高端酒,还有一段故事。早在 1995 年,一位北京来的客人来到“酒鬼酒湘泉城”视察,品尝了酒厂酿酒师傅选取优质基酒调制的专供酒鬼酒,连声称好,并让随行工作人员将余下的带回北京供朋友品鉴。当得知此酒还没有名称时,客人即兴说,既然不对外品鉴,那就叫“内参”吧! 并当场邀请现场陪同的湘西籍知名画家黄永玉大师为新酒设计包装,黄老欣然应允。

2003 年,酒鬼酒公司已将北京客人品鉴标准的新酒正式命名为内参。

黄老将内参酒的包装设计交付酒鬼公司领导,并附一页精致行楷作为产品说明,上面写道:“此酒窖藏数量有限,只供给领有正式牌照之酒仙酒鬼欣赏品尝,不作市场推广活动,所谓:‘喝一瓶少一瓶,喝一口少一口’之义,庶几近之,深望向隅之各路瘾君子原谅。”

“内参”的包装一点儿也不“时髦”,外包装简洁得近乎“简陋”,平淡得几近“平淡”。但那油纸纹褶皱般的古朴酒瓶,排列在当今那流光溢彩、姹紫嫣红的酒器中,宛如在一奢华的酒会上,在那燕尾服和哥特式长裙的喧嚣人群中,有人一袭中式长衫默然而立,云起云落,处之恬然,望而脱俗,凝固着楚巫气血,洋溢着湖湘精神。这是一种品格的差异,更是一种文化的碰撞。

“内参”酒瓶的设计集中体现了黄永玉大师的“雅积大伪,俗存厚德”的创作哲学和艺术价值观,道出了“内参”酒所蕴含的“内部参读,高端专用,秘绝深藏,居高自远”的品牌气质。

目前,“内参”酒已成为中国白酒行业艺术价值与经济价值完美统一的高端产品,因其品质卓越、路线神秘,限量生产,定量销售,尤受高端消费群体青睐。

内参往往只有一定级别的人才知道,因此“内参”显示出一种神秘、低调,同时又彰显出一种尊贵。

“内参”2003 年定名,2004 年小量产,2008 年底才获注册,其间经历了 5 年波折。后于 2011 年被认定为湖南省著名商标。

“内参”不做广告,更多靠口碑相传。尊贵、神秘、低调——窖藏美酒与大师创作完美融合,蕴藉湘西深厚瑰丽的文化,酒鬼酒“内参”一上市即受到政务、商务人士推崇。

酒鬼酒“内参”上市虽短短数年,却成为了酒席上最没有争议的白酒,悄然流行于国内高端政务商务消费圈。