

国家引导基金需要一颗“透明的子弹”

江金骥

大众创业、万众创新——不再是动员和号召,而是迎来了真金和白银。

国务院总理李克强1月14日主持召开国务院常务会议,决定设立额度为400亿元的国家新兴产业创业投资引导基金,用于支持“踴躍”起步阶段的创新型企业,促进技术与市场融合、创新与产业对接,推动经济迈向中高端。

按照“基金原理”,400亿元只是国家层面的、具有种子性质的资金规模,也就是说,这笔钱生成后,将能带动几倍甚至十几倍的社会资本进入,由此,整个基金的预期规模可以想见。所以,对创新型企业来说,这个400亿元基金,释放的是中央高层对创业创新的高度重视;对企业的创新来说,有望通过“四两拨千斤”的机制,获取更多社会资本及资源的“眷顾”与倾斜。

此言何出?大家都知道,在一个充分竞争的市场环境中,任何一个市场主体都明白,创新创业有着与生俱来的风险。长期以来,包括VC和PE在内的各种社会资本,对包括生物医药、节能环保、新能源与新材料等在内的创新创业投资,无不显得保守、迟钝乃至麻木。也就是说,创新和创业先天就失

如果还有人将政府基金当做“唐僧肉”,那么从基金落地的第一天起,就应该为基金的规范化运作准备一枚“透明的子弹”。扣扳机、射子弹的人不是政府、不是企业,而是基金利益之外的第三人。

去了市场偏爱的可能,在这种情况下,由政府设立引导基金,利用政府的信用,吸引各种社会资金集腋成裘,目的是为创新创业的投资,形成一个充盈的资金池。

事实上,我国早在2002年就拥有了第一只政府引导基金——中关村创业投资引导基金,总规模5亿元。不过,2007年之前,创业投资引导基金一直是走走停停,直到2007年之后,引导基金才开始进入快速发展期,从中央到地方,都开始筹划设立创业投资引导基金。目前,各级政府共成立了大约200家的引导基金,累计形成了大约1000亿元的投资规模。

千亿的投资规模,在“资金杠杆”作用下,背后能自然形成一个巨大的乘数效应,换句话说,在“种子基金”引导下形成的资金集约数,其规模之大,也许要超出我们的想象。那么,这么大

的资金规模有没有问题?回答是肯定的。不过,在各种问题中,投资方向和效益评估是两大困扰。

困扰来自我们对政府引导基金的认识和把控。与发达国家相比,我国的政府引导基金起步较晚,在管理上还存在一些软肋,一个最不容回避的问题就是,如何确保资金发挥应有的效用而不会滋生腐败。

毋庸讳言,我们身边有很多的企业,一见公共福利,就忍不住“任性”,因此,对类似于“厕所里面能敛财”,“病死猪肉可囤钱”,“死人也能领低保”等荒唐“套现”行为,大家几乎见怪不怪了。

运用财政资金成立的创新基金,与其他形式的国家财政补贴,都具有一定的公共性。后者既然有人为此绞尽脑汁大动手脚,那么对具有公共资源性质的创新基金来说,就更容易被

利益集团俘获。

道理很简单,因为对基金的出资者来说,他既是代理人又是委托人。作为代理人,他们代表政府行使公权,如果缺乏约束,他们可能难以有效地行使这些权力。作为委托人,他们需要选择投资机构作为代理人来使用资源,而政府公务人员,很可能缺乏商业判断能力,使得他们无法有效选择优秀投资机构,也无法对投资机构的运作实施有效监督。

当政府部门打着支持创新创业的旗号,争取到大量财政资金,将其运用于某些利益集团而非公共利益时,这些资源就会被滥用和侵占。因此,在选择项目时,如何强化“按市场规则运作”的要求,如何防止基金成为“唐僧肉”,如何充分发挥基金的引导和“种子”作用,是基金管理必须面对的问题。

为了确保政府引导基金在投资方向和效益评估上的合理和客观,一方面要严格按照国务院这次配套出台的四项举措,在运作方式、投资重点、收益分配上确保规范操作、有效运行;另一方面,还需要一颗“透明的子弹”,引进第三方监管、第三方评估,杜绝利益集团借“引导”之名,行政府企业“强强联手”之实,防止个体利益凌驾于国家利益之上。

做企业需要包容

宋志平企业观之五

包容的本质是包容不同,同时在不同中寻找相同。企业越有包容性,社会资源就越愿意向它集中,与它合作。如果彼此都能兼容并蓄,找到最大公约数,企业就会越做越大,越做越成功。

宋志平

几年前,中国建材集团在湖南衡山开董事会。会议期间,我特别安排董事们到福严寺听大岳法师讲了一次禅。大岳法师用6个字概括了他对佛教的理解——知足、包容、感恩,其中“包容”两字对我的启发尤其大。后来,我给干部们发了星云大师和刘长乐的对话集《包容的智慧》,这本书的核心就是包容。

可以说,对包容这个词,我情有独钟。近些年,我在各个场合经常提及包容这个概念,还将自己的一本书命名为“包容的力量”,讲的就是做企业需要包容。崇尚包容,既源于经营管理企业的客观需要,也源于我的性格特点。

从性格上看,我是个中庸的人,主张待人宽厚、处事宽容。在这一点上,上小学时跟着祖母一起生活的经历对我影响很大。祖母出生在一个家道中落的大户人家,她通情达理,为人善良,愿意帮助别人,在街坊邻里中备受尊敬。那时邻居间经常互相借米借面,祖母每次还别人米面时,一定要多还。那时,也常有乞丐来我家门口讨饭,祖母总让我去拿些干粮给他们,她常跟我讲“好心有好报”的道理。跟着祖母一起生活了5年,我不记得她和谁红过脸,她的爱心和同情心给我留下了深刻的印象。

后来插队时,我的房东是一户十分淳朴和善的农民,房东大娘对我像对自己的孩子一样。尽管插队生活很苦,但在他们的关心和帮助下,我一直都生活在一个人情温暖的小环境中。我在那里当过生产队长,记得派活时,也学着村里人对大家以“大伯、大叔”相称,很快就融入了他们的生活,和他们像一家人一样。

若干年过去了,当年插队的村子里还留有我当队长时的笑话:“志平当队长时,他让我们干活时不要交头接耳。”那时,我看到妇女摘棉花时总说话,怕这会影响到工作效率。现在想起来,我也觉得好笑。

早年的这些经历对我包容性格的形成以及后来领导风格的养成,起了重要作用。包容,不仅是个人品德和内在修养的体现,也是做企业的经营理念。我一直主张“做企业需要包容”。

中国30多年改革开放的历程,既是社会价值观日趋多元化的过程,也是不同价值观冲突和协调的过程,还是社会整体包容性越来越强的过程。企业也是如此。随着社会的不断发展变迁,企业的成长方式和设立的目标越来越体现出强烈的包容性:从最初只考虑投资者的利益,到后来满足投资者、客户和员工的利益,再到今天关注整个社会的利益以及资源和环境的可持续性。

换句话说,现在的企业已经不再以独立的、个体的身份存在,而是逐渐与多层面的关系相互交织、相互融合,其所作所为必须符合社会要求和公众利益。需要考虑和照顾的层面多了,企业的包容性也相应提升了。

怎么包容呢?其实就是兼容并蓄,融合各方所长,取最大公约数。这包含两层意思:

首先,包容的实质是包容不同,有时还要包容缺点。如果大家都一样,就不需要谁去包容谁了。大家所处的位置不同、看问题的角度不同、价值观不同、利益诉求不同,客观上还需要彼此关照、互相协作、达成共同目标,自然需要敞开心怀、容纳不同。(下转第九版)

“奶农倒奶”呼吁构建政企利益共担机制

孙赵兵

最近,山东、北京、河南、江苏等地相继曝出乳企拒收奶导致奶农大面积杀牛和倒奶事件,这让人很自然地想起中学教科书上所描写的1929年资本主义经济危机时大萧条景象。其实,“倒奶杀牛”现象一直都没有停止过,在无法抵御成本上升、奶价下跌等风险时,中国奶农唯有靠这一方法止损。那么怎么解释“社会主义倒奶”和“资本主义倒奶”呢?提出这种惊人问题的,不是我们,而是2006年全国研究生入学考试政治科的真题。

奶农倒奶杀牛事件绝非今天独有,曾多次发生。“倒奶”甚至“杀牛”,对散户奶农而言,都是不愿见到的局面。之所以会出现需要倒奶的情况,无非是农产品往往会呈现产量的周期性波动,在奶产品的波动中,摆在奶农面前只有三种选择。

首先就是“降价出售”或叫“抛售”,这点由美国1927年到1933年的牛奶滞销已经证明,这对于奶农是不可行的。

再就是“待价而沽”。这点在楼市体现比较明显,但这种方式显然不适

今天我国的奶农“倒奶事件”,是市场经济环境下奶业市场竞争的一种阵痛和整合现象,其深层次原因,一是整个产业缺乏长远的规划,再就是与全球性“过剩”、与公众对国产奶信心相关。

合奶农。因为牛奶保鲜很困难而且成本很高,等到变质时再倒掉,已经付出了无谓的成本。

还有一种就是“倒奶杀牛”。这种看似残酷的做法,实际是奶农最优选择。

因为牛奶无论是倒掉或是用来浇地或者用来喂猪,整个牛奶市场就由供大于求朝着供求平衡方向发展,价格自然不会再跌。甚至奶牛杀了卖,也是所能做出的最好选择。大家可以简单算一算:一头产奶的牛,每天吃掉饲料和草料的总价在43元左右,而一头奶牛每天所产鲜奶一般是20公斤左右,鲜奶进入2014年11月份以来的收购价格基本维持在3.3元/公斤,这样一头牛一天下来的毛利是23元左右。但是除去人工成本,奶牛看病及配

种成本,一头牛算下来每天的净利润就10元左右。进入2014年11月下旬,河北奶农的奶牛所产鲜奶每天有20%交不上去,也就是一头牛至少4公斤交不上去,4公斤鲜奶的价钱是13.2元左右,这样算下来,每天都在亏钱。所以这个时候,杀掉奶牛以低价卖掉,也成了不二选择。

所以说,今天的这种奶农“倒奶事件”,是市场经济环境下奶业市场竞争的一种阵痛和整合现象,与有些人提出的“经济危机论”没有什么关系。如果要追究深层次原因,首先是整个产业上缺乏长远的规划。我国奶牛养殖和乳品加工脱节,相互独立,乳品企业掌控生鲜乳的收购权和定价权,奶农在价格上没有发言权。其次,在“经济全球化”浪潮推动之下,世界市场不断

向一体化发展。即使是导致“倒奶杀牛”事件的“生产过剩”,也有全球性“过剩”的原因。由于生产条件、养殖环境和技术等原因,国产牛奶的质量总体上确实比不上新西兰等以畜牧业为主的国家。在市场整体“过剩”环境下,国内的奶农自然敌不过奶业生产“巨头”。最后,三聚氰胺事件引起的社会信任危机至今未能完全修复,民众对国产奶依然信心不足,很大一部分消费者情愿高价购买进口牛奶。在此情形下,进口奶制品应需而入,整个国产奶制品产业链遭受巨大冲击。

要让“倒奶杀牛”不再上演,还需要从长远和现实两个维度入手。采取应急措施,出台应急政策,落实奶农救助补贴,督促乳品企业履行收购合同,让奶农渡过“难关”,给整个国产奶业保留相应的竞争实力。从长远规划,一方面,要构建现代奶业生产经营体制,向规模化养殖转变,提高奶农组织化程度和整体竞争力;另一方面,构建合理的企业奶农的利益共担机制,实行养、加、销一体化经营,改善奶牛养殖的环境和技术,提升牛奶品质。唯有如此,才能从根本上避免“倒奶杀牛”现象。(作者系宏源证券分析师)

管理论道

与客户沟通是企业情商在管理中的应用

王军 张艳平

一说企业实力,人们自然想起包括研发、生产、销售等在内的企业硬实力,比如万达集团,2014年以近2000亿元的市场销售,无声地宣示着公司在市场上的强悍,但是,企业在市场竞争中所表现出来的强势,能否证明此企业的软实力也无人匹敌?答案当然是肯定的,比如在去年7月,武汉万达广场有近百辆路虎、保时捷、宝马、奔驰等豪车组成的“一字阵”,对武汉万达广场形成围堵之势,后经了解,这是武汉万达广场的业主们在维权。万达集团虽然是一家实力超群的企业,但在售后服务等软实力上无疑也留有“硬伤”,而这种伤害更多的是在沟通障碍中生成。

武汉万达广场也许只是偶发事件,但对于服务性企业来说,尤其对于物业公司来说,如果沟通不力,不但影响到企业的正常经营,也可能由此窥见企业情商的某种不足。这一点,从近期

发生在河北邢台市“自然城”二期项目的车位、供暖“大战”上可见一斑。

物业公司为保证对小区实施规范化管理,曾发一纸通告,规定“未购停车位”的业主不得驾车进入小区!

这到底是出于小区安全考虑,还是变相逼迫业主购买高价停车位?更大的矛盾就此衍生出来。

有矛盾不可怕,可怕的是产生矛盾绕着走;当矛盾失去沟通,就意味着矛盾走向对抗,反过来,当矛盾双方围绕焦点能开诚布公,对今后工作的改进,无疑能产生双向利好。比如万达集团,在武汉万达广场出现业主围堵事件后,该公司及时吸取教训,通过总结经验,达到举一反三的效果,现在集团的其他项目,要求各项目管理在同样的问题上不能犯第二次错误。显然,万达“吃一堑”过后起到了“长一智”的效果,相比之下,邢台市的“自然城”二期项目的物业方,就业主诉求的停车、绿地、供暖等问题,沟通效果略显不足。

回到“自然城”二期,在矛盾发生之初,物业方失去主动沟通的良好机会,当矛盾酝酿升级时,物业方又未能评估未来事态,直到矛盾公开化,物业才针对业主提出的问题做一解释,比如针对业主提出的“不购买停车位就不让进车”的问题,他们说,“这个规定我们早在执行前就在小区贴过通知,业主们都是知情的。”而这样做的目的是为了更好地了解管理小区,避免闲杂人员进入小区造成破坏。而对于小区供暖温度不达标的问题,物业回应这一是按开发商的要求执行,二是由于城市集中供热管网暂无法延伸到小区,物业愿意就此问题跟开发商沟通,同时公司表示,至此公司以多出100万元的成本倒贴,加大了燃气锅炉自供暖的投入。

应该说,“自然城”二期项目的矛盾再激化过后,物业与业主、与公众的沟通是充分的,这种充分不仅体现在物业方的态度上,也体现在说理的方式方法上。比如,为了证明小区停车位规划并

不违规,物业方向公众出示了邢台市房管局给出的答复,即自然城小区已建好的车位均是在规划批准的配置比例范围内,不存在“占用业主共有的道路或者其他场地”建设车位的现象。

“自然城”二期的沟通案例说明,事后沟通虽然为企业软实力打造起到一定的效果,但是由于错过良好的时机,企业的实际付出并没有得到相应的回报,这从另一个方面说明,包括万达集团的当事企业,包括开发自然城项目的国有邢台冀兴房地产开发有限公司,在业主、开发商和物业公司之间的信息传递渠道不畅,三方缺少有效的沟通是导致矛盾激化的催化剂。

有些问题一开始并不复杂,作为一家国企地产公司,沟通不畅的局面一旦显现,对国企形象显然是不利的。只有加强国企地产公司与业主之间的沟通联系,才能从根本上缓解双方矛盾的发生,在维护广大业主利益的同时,也保证了一个国企地产公司的形象。

资讯

智慧社区发展高峰论坛研讨未来发展愿景

以“从愿景到实践”为主题的中国首届智慧社区发展高峰论坛,日前在北京举行。全国工商联、住建部、中国互联网协会等单位相关领导,北京市相关领导,中国社科院、清华大学、中国信息通信研究院的专家学者,国内外企业高管等共计700人参与主题探讨。

本次论坛由中国社会工作协会社区工作委员会指导,清华大学国家文化产业研究中心、中国信息通信研究院通信标准研究所、智慧邻里(北京)信息科学研究院、智慧生活产业联盟主办,中国地产资信强企业交流会协办,邻里中国网承办。论坛揭晓了2014中国智慧社区行业年度评选的年度领袖人物、新锐人物、技术创新、创新产品、优秀解决方案、领军社区、创新社区、社区领航者等八大奖项。

遗失声明

中国企业联合会不慎将2014年10月11日给中国航空规划建设发展有限公司开具的发票代码为1100134140,号码为18942104,金额为20000元的增值税专用发票一张遗失。特此声明。

中国企业联合会
2015年1月20日