

企业“捞浮财”破坏国家品牌生态环境

——访全国人大代表、好医生药业集团董事长耿福能

本报记者 龚友国

P2P跑路、乐视危机、疫苗事件……2018年中国宏观经济上半场风险与挑战并存,各行各业在细分领域周期性发展中面对的产业焦虑还未平复,一波波“贸易摩擦”压力又接踵而至,社会大众几乎在这种难以纾解的紧张氛围中倍感压力。

针对当前社会经济领域出现的各种问题,全国人大代表、好医生药业集团董事长耿福能日前在接受《中国企业报》记者专访时,给出了自己独到的见解和看法。

他毫不避讳地指出,当下,建立与营造诚信、健康、良好的市场经营环境是当务之急,金融资本没有起到支持实体经济的作用,社会仇富的根源在于资本过度投机和暴利,无服务、无创新,为挣快钱,跨行业跨领域恶性竞争,不惜伤害实体经济,破坏企业健康生态。



王利博制图

“浮财思维”扰乱市场秩序

《中国企业报》:作为全国人大代表,也是企业家,你如何看待经济发展、脱贫攻坚和企业社会责任之间的关系?

耿福能:改革开放40年,中国经济飞速增长,人民生活水平得到显著提高,贫困人口减少卓有成效;然而,现实中“脱贫攻坚”依然形势严峻。中国经济取得巨大成就,社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾,地区间发展不平衡,贫富差距依然存在,这给产业带来了巨大挑战和发展机遇。

对医药行业而言,唯有依靠科技研发,以创新和高质量发展方式,才可能解决和满足老百姓日益增加的卫生健康需求。同时,也要积极承担社会责任,如扶贫、捐资助学,参与社会公益事业等等。近年来,好医生集团大力开展产业扶贫,通过附子产业精准扶贫基地的建设,“授人以渔”,带动近万农户摘掉了贫

困帽子。

《中国企业报》:近年来不断出现的P2P跑路、乐视危机、疫苗问题等各种因企业原因引发的社会舆论事件,引发社会各界高度关注,你认为出现这些事件的根源是什么?

耿福能:资本是把双刃剑,近年来出现的很多问题,我个人认为与资本脱不开关系。

资本市场的一夜暴富,资本神话让他们不思进取,为了财富不择手段,巧取豪夺,钻政策与法律漏洞,走捷径,各种不诚信的行为破坏了公平竞争的商业法则,更与社会主义核心价值观背道而驰。

一些人通过生产假货赚了钱,过着奢华生活,去国外打高尔夫,转移财富,没有科研创新投入,这些经营者并没有把质量视为自己企业的生命,这些企业给大众塑造的形象是丑陋的,这些老板根本不懂企业价值内涵,他们是由“浮财”成就的企业。

《中国企业报》:“浮财”这个词比较形象,你认为在今天的社会经济背景下,出现投机钻营、“捞浮财”的原因是什么?

耿福能:对于企业来说,“捞浮财”背后对应的就是“浮财思维”,即不是想通过服务和创新,而是通过投机获得暴利,并不需要付出多少努力就能获得高回报。

在这种意识之下,长期养尊处优的企业经营者们不思进取,企业理念始终停留在搞定关键个人就能搞定一切的低劣竞争套路当中。我认为,这些企业已经在经营理念上发生了重大偏差。中国拥有庞大的市场,企业经营者们要做的应该是抓住机会加快科技创新,强化内功做大做强企业品牌,真正为消费者带去高质量的产品。例如,做疫苗就一定要做出世界上最优秀的疫苗,做中医药大健康就一定要研发高质量的药品提供给消费者。

创建品牌优化社会秩序

《中国企业报》:从你的角度看,在商业领域集中反映出的一些社会矛盾,根本原因是什么?在社会和大众之间,企业扮演着怎样的角色?

耿福能:除了消费者天然处在信息不对称的弱势地位之外,企业没有能够加强与公众进行有效的服务和沟通也是不可忽视的原因。

企业通过经营不断聚集财富,但如果消费者没有得到这些企业的关怀和心悦诚服的服务,必然会产生负面心理情绪。麦当劳、同仁堂等知名品牌,获得了极大的商业成功,大众也没有仇恨

他们,是因为他们的产品好、服务好,真诚地为大众提供品质服务,企业是在脚踏实地做品牌。

《中国企业报》:企业良好的服务和与大众有效的沟通,可以起到优化社会秩序的作用,好的品牌无论是对大众,还是对社会,都有积极的影响,可以这样理解吗?

耿福能:是的。不难看出,企业或个人做品牌的社会价值,在于它可以化解很多社会矛盾。然而,时至今日,仍然有部分企业经营者,惯用野蛮的资本掠夺行为把社会大众放到了企业发展对立面,将圈财聚富作为经营发展的

唯一目标。一个真正视品牌为生命的企业,是不会这样做的。

企业品牌的形成不仅仅是注册商标,也是一个系统的建设,包含投资、服务、科技、创新来满足消费者的价值,取舍企业品牌形成的过程也是企业主动承担社会责任,对员工和消费者负责,为社会、民族和国家创造价值的过程。

我认为,企业存在的意义,就是不断创新,激活经济活力,为社会经济发展做出贡献。好医生药业集团作为一家医药企业,在发展过程中就是依靠不断创新去创造价值,反哺社会,为大众生命健康谋福祉。

有序竞争理顺营商环境

《中国企业报》:创造价值,服务社会是每个企业生存发展的前提,而在市场竞争过程中,企业如何在兼顾各方利益的同时,实现价值最大化?

耿福能:事实上,企业高质量的价值创造需要依靠良好、有序的营商环境,而越是有序竞争的规范市场,企业就会把自己放的越低,心悦诚服地“讨好”消费者,毕恭毕敬地为消费者服务,最终的受益者一定是消费者;但是,在近乎垄断的非竞争性市场,“只此一家,爱买不买”,卖家完全没必要在意消费者的根本利益和诉求,恶劣低质的服务最终必然会损害企业和消费者利益。

正是懂得这个真理,好医生集团始终坚持把“毕恭毕敬、心悦诚服地为消费者服务”视为企业的核心服务理念,与企业的政治理念、文化理念、生产理念、质量理念、品牌理念、经营理念、价格理念和行业理念视为同等重要来执行,并规范到其自身和每一位员工的行为上。

《中国企业报》:兢兢业业,努力创建品牌的企业是主流,投机钻营的企业给社会经济带来怎样的负面影响?

耿福能:现代社会的焦虑和浮躁源于对正确理念不够重视,健康的产业发展理念被浪费掉了。时代长河中“浮财企业”有三个特殊的历史阶段:改革开放之初,打捞国有资产的浮财;改革开放中期,打捞股民的浮财和特许经营的浮财;进入知识经济时代,特别是互联网数字经济的野蛮生长,由于他们没有产业基础,就恶意打捞驰名品牌的浮财。

这些企业企图不劳而获,不懂得社会发展需要良好的营商环境,好医生药业集团在发展过程中,遇到了非常多的“浮

财企业”拦路抢劫,其中仅“好医生”商标和品牌就被400多家企业和个人非法使用,遭遇了不正当竞争手段破坏。

《中国企业报》:我注意到,你一直呼吁加大知识产权保护力度,支持民族品牌发展,今年是《国家知识产权战略纲要》颁布实施十周年,这对企业商标等知识产权保护有何现实意义?

耿福能:习近平总书记明确指出,加强知识产权保护,是激发民族创新、维护竞争秩序、提升国家核心竞争力的重要举措,也是破解新时代我国社会主要矛盾,满足人民日益增长的美好生活需要的现实路径。

企业商标等无形资产就是企业的资产,就像人们日常生活中把点滴财富存入银行,企业存进去的是服务和创新,是科技和文化,是知识产权和智慧,日积月累的堆积提升才形成了自己的品牌。正因为此,以品牌为标识的企业无形资产,就是企业财富和经营者的心血。对于国家而言,品牌代表着形象,反映着实力,因此打造民族优秀品牌十分重要,加强知识产权保护是完善产权保护制度最重要的内容,也是提高中国经济竞争力最大的激励。

在今年召开的“中国企业商标保护研讨会”上,我曾说过,商标局就是犹如中央银行,中央银行应当履行好管理、保护、优化无形资产的行政管理职能,建立良好品牌生态环境,让企业无形资产得到有力保护和有序发展,民族企业品牌得到长足发展,走出国门走向世界。因此,商标局应绝不能允许任何人任何企业以“偷、拿、骗、混、抢”的形式侵占其他企业品牌的无形资产。如果有,那将是我国知识产权保护的一个笑话,也是社会经济发展中一个耻辱。