

2012:从怕“热”转而惧“冷”

本报记者 董伟

又到了卜卦的时刻,喜鹊和乌鸦同时飞上了枝头,2012年似乎也是悲喜难料。不过,和去年不同,今年分析师的忧虑发生了变化,从怕“热”转而惧“冷”。经济增长重新成为话题中心,政策放松再次成为大势所趋。虽然各家普遍认为新兴国家,尤其是中国,今年依然会有坚挺表现,但是乐观情绪太过局限,人们不得不做好更坏的打算。

2011年,受中东与北非地缘政治动荡、日本大地震灾害和欧美主权债务风暴升级等因素的冲击,全球经济持续疲软,金融市场大幅动荡。欧美各国政策频繁转向,以应对“二次衰退”风险。与此同时,以中国为代表的新兴国家还要承受通货膨胀之苦。

前3个季度,中国央行提了6次存准率,加了3次息,在利率及数量型政策上实行双重紧缩的策略。尽管如此,通货膨胀却一直持续飙升,直至9月才回落。这轮物价上涨,食品又是特别抢眼。猪肉涨价疯狂的时候,国务院办公厅甚至下发文件,要求主销区和沿海大中城市地方猪肉储备规模不低于当地居民10天消费量。厦门则对猪肉实施了凭证限购。

随着2011年的远去,物价上涨将不再

是人们闹心的主因。刚刚公布的数据显示,去年12月CPI同比上涨4.1%,创下近15个月以来的新高。问题是,按下葫芦浮起瓢。经济增长的压力日益凸显。招商银行一位分析师对中国青年报表示,当前的情景均与2008年年末的金融海啸似曾相识。究竟未来的欧债危机是否会演变为当年的金融海啸?未来希腊、意大利对于欧盟而言是否堪比贝尔斯登、雷曼之于美国?这一切均有待时间去证实。他们用一句诗概括自己的看法:山雨欲来风满楼。

花旗银行提供的报告中也悲观地认为,2012年将是一个全球经济增长放缓和分歧较大的一年。“经过连续6个月的下调,我们再次调降2012年全球经济增长预测,预计全球经济增长将放缓,从2010年的4.2%,2011年的3.0%至2012年的2.5%。欧元区陷入经济衰退而美国仅维持温和增长。”他们甚至提出,中国的经济增长将会明显放缓,GDP增幅可能在7.5%左右,这已经低于中国政府8%的底线。

花旗银行的理由是,尽管中国有很大可能避免硬着陆的发生,但是需要转型来适应一个低速平衡增长的经济。“在‘十二五’计划的第二年,投资会呈现加速,但还是无法抵消房地产下滑造成的冲击。

估计通胀还会在4%左右,短期通胀得以控制,但是长期压力还未纾缓,如薪资、资本、土地,以及原材料,很可能导致成本飙升。”

另外,花旗银行认为以下4种风险可能打击中国宏观经济的稳定性:欧债危机的扩散、美国的第三拨量化宽松政策、房地产修正以及资本大搬家。

中国银行在谈及全球经济方面与花旗保持一致。他们对中国青年报记者表示,2012年,全球经济增长率将显著下行,特别是债务危机将导致欧洲经济步入衰退,与此同时通胀压力不会明显消退,全球迈向新型“滞胀”时期。为应对新的形势变化,各国政策将保持“紧财政”而“松货币”的新常态,金融市场波动性不减。

不过,在中国经济上,中国银行分析师明显更乐观得多。他们预测,2012年,中国GDP增长8.8%左右,CPI上涨3.5%左右。即便如此,也不是可以稳坐钓鱼台。“从发展趋势来看,全球经济复苏放缓影响出口、楼市调整影响投资和地方政府债务问题持续‘三碰头’是2012年我国面临的最大风险,因此‘稳增长’将成为宏观政策的主要任务。”

对于举国关注的楼市,中国银行认为,在国家一系列调控政策影响下,2011

年我国房地产市场明显降温,并由上半年的“量跌价稳”向最近几个月的“量价齐跌”转变。“预计2012年房价仍将持续缓慢回落,全年销售量跌幅约在15%左右,将呈现‘前低后高’的震荡趋势。”

房价的下跌自然为购房者所乐见,但是它给经济增长、商业银行和地方政府带来的风险却不能忽视。目前,房地产投资占中国固定资产投资约1/5左右,房价下跌将直接影响投资和经济增长。房价下跌和市场调整还会使开发商面临较大的资金

短缺压力,房地产开发贷款将面临较大的违约风险。另外,房价的下跌将让房地产市场交易活跃度下降,政府通过土地交易所获得的收入必将大幅减少,导致地方陷入财政危机。

在此种情况下,中国银行预计,2012年,存款准备金率还有下调的空间、必要性和可能性,短期内利率保持总体稳定。房地产调控方向短期不会改变,市场“调整”还将延续;人民币汇率双边波动幅度增大,预计全年人民币升值幅度不会太大。

国家电网首次发布《公司的价值》白皮书

本报记者 陶涛

“中央企业虽然取得了巨大成绩,但并没有得到应有的社会认可,美誉度没有随着中央企业的发展壮大而提升。”国务院国资委宣传工作组局长卢卫东认为,导致出现这种情况的重要原因就是中央企业注重提高经济价值,对经济、社会和环境等综合价值的提升做得不够。作为全球最大的公用事业企业,国家电网公司于1月12日发布了我国企业首个《公司的价值》白皮书,积极引导企业和社会从实现经济、社会和环境的社会价值最大化的视角关注企业的成长与发展。

“在很多人看来,企业只是一个单纯的营利组织,这导致对企业社会属性、社会价值研究不足,认识也不一致,进而影响了企业社会功能的发挥。”国家电网公司党组成员、副总经理曹志安介绍,白皮书从电力、电网、电网企业入手,阐述了电网企业对于经济社会发展的价值,指出电网企业是服务千家万户的可靠供电保障主体,是关系国计民生的能源战略实施主体,是影响产业转型升级的自主创新引领主体,是公众高度关注的社会资源配置主体和社会公民培育主体。从保障卓越供电、建设卓越组织两个方面,阐述了国家电网公司实现综合价值最大化的战略路径。保障卓越供电的核心是统筹考虑经济、社会和环境因素,实现安全供电、高效供电、绿色供电、和谐供电。

大家对用电的安全可靠习以为常,但是对电网企业保障可靠供电的过程却很陌生。曹志安表示,国家电网公司希望通过发布白皮书,提醒公众关注现代电力的重要性,让社会各界了解企业的社会价值及其创造机制,与企业建立基于价值认同的信任关系,更好地帮助、监督和支持企业,提升创造社会价值的能力和水平。

情感认同和价值认同的核心是建立道德认同,让社会公众真切感受到你是负责任的企业,体会到企业的发展与人们的生活有直接关系,让公众理解企业创造社会价值真实完整的逻辑,企业才能赢得公众的认可。“大部分中央企业没有认识到自身做大做强的成长逻辑,与社会公众所关注的公平、效率、分享的逻辑,在认识上出现了偏差,很多企业认识不到位。”卢卫东认为,解决这个问题,央企需要和社会公众在建立情感认同、价值认同、社会信任关系方面有所突破和作为。国家电网发布《公司的价值》白皮书,成为企业和公众建立情感认同成功的范例,在打造“责任央企”方面迈出了重要一步。

“十一五”期间,中央企业认真贯彻落实国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》,积极探索开展符合国情和中央企业实际的社会责任工作。近期,国资委又印发了《中央企业“十二五”和谐发展战略实施纲要》,要求大力推进责任央企建设。国家电网公司发布白皮书,标志着央企的社会责任工作又迈上了新的台阶。中国社科院工业经济研究所党委书记黄群慧认为:“现代企业对各类社会组织,特别是企业的社会价值缺乏深入研究,这在很大程度上影响了企业社会功能的充分发挥,也使得企业看待社会的视角有失偏颇。”白皮书提出企业综合价值,比目前流行的企业社会责任论更能触及企业的本质,更能推动企业改变发展方式,更能促进企业理论研究的深化与进步。

上海交大发布2011中国企业及企业家舆情报告 民营企业企业家成网络舆论关注焦点

本报记者 周凯

1月12日,上海交通大学公共关系研究中心和舆情研究室在沪联合发布《2011中国企业及企业家舆情年度报告》,对2011年影响较大的248起企业舆情事件和35名企业家、53起企业家舆情案例进行分析,解析2011年全年企业舆情及危机应对的总体特点,对重点舆情行业、不同所有制企业及上市公司的舆情情况、企业家舆情进行分析。

《报告》显示,2011年企业家的网络声誉和网络影响力引起越来越多公众的关注,主要表现为以下五大特点:

首先,民营企业企业家成网络舆论关注的焦点。在统计的35名企业家中,绝大部分来自民营企业,其次为港澳台企、国企。民营企业频频引发舆论关注,其原因主要归结为以下五个方面:民营企业一直是我国国民经济最活跃的经济增长点之一,近几年“国进民退”的呼声使得民营企业及企业家备受关注;其次,大多数企业家的民营企业都有着一段感人励志的成长史,被广为传颂和知晓;再次,各类财富排行榜,使许多民营企业不断出现在媒体视野中,引发如潮关注;另外,部分民营企业家的慈善社交行为也使其频频出现在公众视野中。

其次,网络关注度较高的企业家主要集中在信息技术产业、房地产业。上述35名企业家,29%来自于信息技术产业,如搜狐的张朝阳、阿里巴巴的马云、当当网的李国庆、百度的李彦宏、凡客诚品的陈年、巨人网游的史玉柱等几大互联网企业的老总均榜上有名,相关舆情涉及企业战略调整、企业诚信、同行炮轰等问题,其中所属电子商务类企业的企业家舆情尤为突出,电子商务市场的急剧发展使得相关企业及企业家备受瞩目。其次为房地产业的企业家,占14%,房地产行业是近年来增长速度最快的行业之一,与百姓生活密切相关,因此,任志强、潘石屹、黄文仔、吴向东及李嘉诚等房产大亨的一举一动也成为舆论关注的焦点。餐饮业、文化娱乐业的名企高管均占9%,如俏江南集团总裁汪小菲偷拍门、俏江南锅炉油问题成为2011年最受关注的企业家之

上海交大发布2011中国企业及企业家舆情报告

民营企业企业家成网络舆论关注焦点

一、阳光传媒集团主席杨澜因捐款门而饱受争议。此外,家电业、食品加工业、商务服务业及综合性企业的企业家、高管均占6%,如因家暴事件风波不断的疯狂英语创始人李阳、日本大地震后亲赴日本街头捐款的陈光标、荣获2011年度法治人物的企业家曹德旺等,都成为2011年网络关注度较高的企业家。

第三,企业家参政、议政,投身慈善公益,引发舆论关注。2011年,35名网络影响力较大的企业家中,有48.57%曾担任过全国或省市人大代表、政协委员,还有一小部分在各类行业协会、商会中任职。2011年影响较大的企业家参政议政舆情事件有全国政协委员、广州星河湾地产公司的董事长黄文仔,因回应温家宝总理的“房地产商的身上也应该流着道德的血液”以及“想赚钱就别当官,想当官就别怕晒”等言论引起媒体关注;还有全国政协委员、北京星牌体育用品集团有限责任公司董事长兼总裁甘连舫“给富人加税,放百姓一马”的言论引发舆论热议。当然,也有企业家未履行参政议政职责或参政议政行为不当引发负面舆情的情况,如腾讯首席执行官马化腾作为深圳市人大代表,长期未履行代表职责,而在2011年“两会”期间提出的“一号提案”,为“自己企业代言”的建议引起许多网友的非议,深陷“提案门”。

2011年,还有许多企业家积极投身公益、慈善事业。除了捐款,一些企业家更关心社会公共生活的治理,如薛蛮子就曾与一些学者联合发起了随手拍解救儿童活动,曹德旺不但积极捐款,还开创“捐款问罪”先河,广州星河湾地产股份有限公司董事长黄文仔呼吁“官员财产公示”等言论都反映了企业家积极参与社会公共生活管理,社会责任感在逐渐增强。

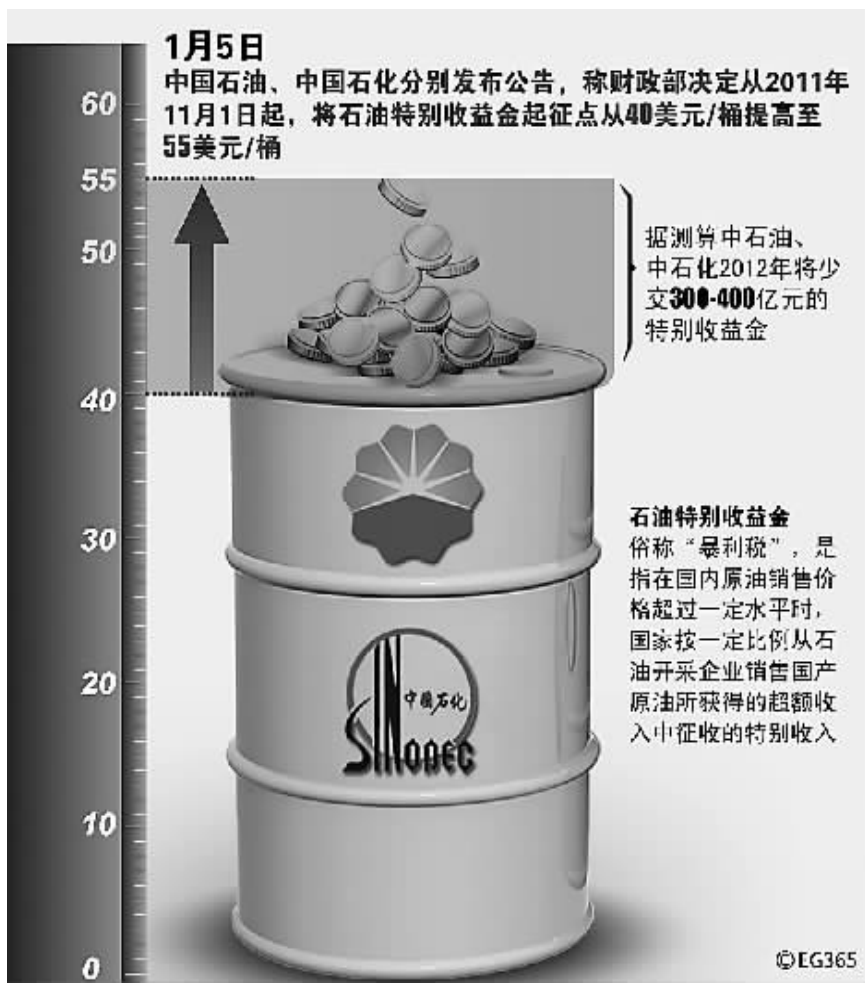
第四,企业家舆情以涉及企业投资或战略调整的事件居多,其次为企业或个人诚信危机。2011年,影响较大的53起企业家舆情事件中,涉及企业投资或战略调整的事件最多,有11起;其次,企业或个人诚信危机舆情有9起,典型的如李阳的家暴门、杨澜夫妇捐款门等;慈善公益使企业家名噪网络的事件有6起,如在温州动车事故中为小伊伊捐款的企业家陈利浩、

微博打拐发起人之一薛蛮子、日本大地震后亲赴东京救灾捐款的陈光标等。此外,产品质量危机、劳资或股权纠纷类事件也是常见的企业家舆情类型,各有6起;因企业家个人言行不当而招致的负面舆情事件各有3起,领导人更迭、个人资产类企业家舆情事件分别有两起,灾害事故及涉嫌违法或违规操作的企业家舆情事件均有一起。

第五,过半舆论关注度较高的企业家网络形象偏负面。2011年,35名网络影响力较大的企业家中,60%的企业家网络形象以负面为主,企业产品质量危机、企业或个人诚信危机、企业家滥用话语权、劳资关系紧张、股权纠纷、涉嫌违法违规经营、管理等问题是造成企业家负面舆情缠身的主要原因,2011年负面舆情不断的企业家代表包括李阳、祝义财、潘石屹、万隆、马化腾、潘庄秀华等。29%的企业家有很好的网络声誉,媒体或网民的评论偏正面。正面评价主要源于企业家的慈善、公益活动、勇于担当、勇于负责的慈善精神以及企业经营管理过程所表现出的人文关怀及不屈不挠的品格,相关企业家诸如陈光标、薛蛮子、任志强、陈利浩、曹德旺、甘连舫、黄文仔等。

从舆情传播和应对来看,2011年企业舆情还具有如下特点:首曝媒介类型中,传统媒体首屈一指,报纸、网络新闻成重要信源;舆情传播时效呈两极分化特征,迅速被曝光和事发后长时间未曝光的比例均较高;企业主动干预意识强,但干预时效总体较2010年的平均水平有所下降;近半数企业舆情有政府机构介入,政府机构对企业合力应对舆情特征明显;企业舆情应对中的第三方使用率提高,第三方主要集中在官方检测机构;仅一成企业进行了危机形象修复,危机后的形象修复依然是企业危机管理的硬伤。

对于2012年的中国企业舆情走势,《报告》中也进行了预测,指出2012年企业舆情将趋于增多且呈现复杂化的态势;传统媒体在企业舆情传播中继续彰显影响力,新兴媒体作用更加突出;同行恶性竞争和房地产舆情或将凸显;企业舆情应对将更加成熟,水平日益提高;企业舆情对社会的影响愈加广泛、深刻。



石油特别收益金起征点上调

近日,中国石油、中国石化分别发布公告,称经国务院批准,财政部决定从2011年11月1日起,将石油特别收益金起征点从40美元/桶提高至55美元/桶。CFP供图

“保生存谋发展”是帮扶中小企业着力点

本报讯(记者魏和平)1月11日,全国工商联主办的“2011-2012年中国民营经济发展形势分析会”在京举行。中共中央统战部副部长、全国工商联党组书记、第一副主席全哲洵做主旨演讲。这是全国工商联自2003年以来连续召开的第8次形势分析会。

全哲洵指出,2011年,虽然民营经济发展遇到较大困难和挑战,但依然展示出蓬勃生机与强劲活力。全国登记注册的民营企业到去年9月已超过900万家,注册资金总额近25万亿元;个体工商户超过3600万户,注册资金总额超过1.5万亿元。截至去年9月,全国民营企业提供新增就业岗位800多万个,全国近70%的民营企业从事第三产业。民营经济在稳增长、调结构、保民生三个方面发挥了重要作用。

当前民营经济尤其是中小企业的发展机遇与挑战并存,中小企业发展环境进一步改善。“中小企业29条”、“民间投资36条”、国务院专门出台的支持中小企业特别是小型微型企业发展的金融财税等九项政策措施、工信部编制的《十二五中小

企业成长规划》等一系列政策举措,为中小企业发展营造了良好的政策环境。最近召开的中央经济工作会议和中央金融工作会议强调,要加大金融服务力度,支持实体经济发展。以制造业和服务业为主体的中小企业作为实体经济的重要基础,即将迎来大有作为的机遇期。

全哲洵提出,大力帮扶中小企业是一项重要战略任务。当前和今后一个时期,要把“保生存、谋发展”作为帮扶中小企业的重要着力点。要对中小企业特别是小型微型企业实施普惠的税收政策。把直接帮助企业渡过难关作为紧要任务,将小型微型企业所得减免征收作为一项长期政策;把引导企业转型升级作为一项长期任务,发挥好减税在企业调结构、转方式中的积极作用,鼓励中小企业依靠技术创新提高核心竞争力。

全哲洵说,破解民营经济发展中的各种难题,关键在政策,根本在于企业自身。广大民营企业顺应形势一定会在转变经济发展方式上取得新进展,为完成“十二五”经济社会发展目标作出积极贡献。

对中国企业制度少些“分裂式”批评

管理时评

众石

李荣融是首任国资委主任,有媒体称,他在任时可能管理着“世界上最大的资产”。如今他退休了,观点仍掷地有声。不久前,李荣融对媒体一席谈话,尤其是“国进民退是伪命题”的判断,再度搅动舆论热浪。

他的理由很简单。数据表明,中国民营企业而非公经济年年都增长,不存在“国进民退”。况且,不论国有企业、私有企业,本质都是“国家队”。

他说:“就好像一支篮球队,光有前锋没有后卫行吗?不行。今天投篮成绩比较好的可能是国企,但不等于说民企明天就一定就是这个状态,它也会成长。作为国家队,没有理由只有国企成长,不选非公企业。谁优秀谁就出场,都是为中国争光的。做企业没必要分得那么清楚,国有还是非国有,仅仅是投资者不同。”

这番话肯定触动了一些人的神经。中国推进现代公司制的股份制改造这么多年,但对企业“国有”、“民营”到底谁大谁小、谁多谁少、谁先进谁落后,相持不下,几乎有得“精神分裂症”的嫌疑。

尤其在市场低迷时刻,竞争加剧,企业效益下降,这些有关“国进民退”的声音就大起来。他们不去探究“战场上”的真实变化,反而总拿“部队番号”说事儿,轻则说是避重就轻、耽误战机,重则说是转移矛盾、敌我不分。比如,唯独被他们忽略掉的市场趋势,就是“国退洋进”。

李荣融的话对这些不觉悟者,应该算是个公开提醒。陷入国有、民营之争而不能自拔的观点,其实是画地为牢。他们既没有认真了解历史,也缺乏对现实的真切体察。

从历史上看,二战之后欧美各国,“国有化”浪潮一直是大趋势。法、德、英等市场经济大国,看到了不受遏制的竞争所导致的危害,以加大国有股份的方式

改造企业,从而让企业效益更多地转化为广大民众的福利。西欧福利国家的一个基础条件,就是在公用事业等众多要害经济领域,实施“国有化”。

后来,发达国家经济为“滞胀”所困,“私有化”浪潮再度兴起。一直到2008年华尔街搞出了大危机,99%开始反对1%,“国有化”又露端倪。美国两大房贷机构都被政府接管了,美联储又大笔大笔印钱,以国家信用,来为那些所谓“私有”的金融企业买单。

一正一反,可以看出,发达国家经济体的企业制度,本身就是“混合体制”。“私有化”的市场竞争是基础,“国有化”的政府管理和规划,则在危机时成为主导者。前者机制灵活,对市场信息反应敏捷,但容易惟利是图,不顾社会责任,造成两极分化;后者机制稳定,利于推进长期计划和可持续发展,但易僵化、滋生“官僚化”腐败。但两者谁也不能“杀死谁”,只有相互依靠,互为促进,互相监督,才能构成一国真正具有竞争力的企业集群。

再从现实看,国有、民营之争,须放

在当下中国企业进行全球竞争的视野中观察。那么,统筹兼顾国内市场与国际市场两个“战场”,总体而言,中国企业相比跨国公司,不论从技术还是资本上看,仍是弱势一方。

李荣融说得清楚明白,“你说说石油、中石化,垄断什么呀?价格是国家有关部门定的,不是他们自己定的。中国3个石油公司加起来,还不如美国一个埃克森美孚”。

央企如此,何况民企?中国民营企业30年积累下来的有限力量,体现在联想、华为、TCL等几家大企业身上,但看看他们在国际征伐中遭遇的挫折,就会懂得“靠单干”,在国际市场上与跨国公司血拼的成功率并不高。

新东方董事长俞敏洪说,就算是狮子,一旦落了单,也能被牛群给顶死。中国企业在弱势状态下,为什么不能打破我的观念来缔造,让“国有”、“民营”企业发挥各自的优势和特长,组合成一个又一个真正有战斗力的企业集群?

按照日本经济问题专家白益民先生的

话,中国要建立“内和外战”的企业航母编队。毋庸置疑,这个“编队”既要有航空母舰,也要有空中、海上、海底等各类舰只和武器,才能形成真正有效的“集群作战能力”。

从这个意义讲,国有、民营只有投资者属性,而没有决定企业成败的意义。股份是流动的,在现代化公司制度规范之后,企业本身都要在市场上检验自己的效率和能力。市场只认准好企业、强企业,淘汰差公司、弱公司,国有或民营企业,都需要在多层次、全方位的市场格局中,找准自己的定位。这才是关键和根本。

至少李荣融从实际工作中看透了这一点。他说,“现在讲的是市场经济,市场经济讲究优胜劣汰,谁资源配置效率高,就应该支持谁,而不应该问你是国有还是非公”;“只要符合‘三个有利于’,不管他姓资姓社,大家也可以用这个标准来衡量国企。不存在我们挤了谁,谁挤了我们”。

笔者认为,这种态度很开放,也很实际。显然要比各种陷入体制“分裂症”的空论者更懂企业、更懂市场。

空论者的特点,就是往往陷入自我逻辑的“推理陷阱”,被概念和教条所迷惑,而不懂得真实市场竞争中,尤其在事关企业生死的“战场上”,要把战略和策略、目的和手段结合起来,要主动规避“一条道走到黑”的极端思维。

其实,几十年来中国企业在市场上真刀真枪与对手博弈后,换来的最有价值的经验,就是这种主动、灵活的战略战术。

北京航空航天大学企业管理学教授韩德强讲过一个故事:中国春秋时代,齐桓公拜管仲为相,就建立了粮食局、烟叶局等9个“国营商业机构”,用以调节市场供求关系。而国家经济运行的基础,仍是民间的私有市场交易。就是靠这么一套“混合经济体制”,管仲让齐国实现了民富国强。

对中国企业制度总是进行“分裂式”批评的人,多多少少都习惯于搬用西方的“本本主义”,却很少去认真梳理自己国家的历史经验。这使他们看上去振振有词,实质上观点偏颇。

李荣融如今在大学里教EMBA,据说不论国有还是民营的企业家们,都爱去听这位前任央企“大老板”的课。从某种意义上说,他抢了某些“书呆子”的饭碗。难怪,他上述一席话刚说完,那些患有“分裂症”的企业专家,似乎就坐不住了。