

观念突破 | Guannian Tupu

# 上海荣正投资董事长：中国股权激励才“小学二三年级”水平

财商

“我所定义的股权激励的成功就是股东、高管个人和公司都受益的‘三赢’。”上海荣正投资咨询有限公司董事长郑培敏在接受记者采访时指出，目前上市公司推出股权激励已经显示出了成熟和进步，在未来的5到6年中，将近一半的上市公司有望推出股权激励方案，其中民营高成长企业将是主流。

记者：你怎么看近一年来上市公司股权激励方案密集推出的现象呢？

郑培敏：股权激励的密集推出反映了三个事实：一是金融危机以来，经过一年的调整，推出股权激励的公司认为其所在行业的实体经济运营走出谷底，正在走上通道；二是在今年股市的点位，很多上市公司认为从长期来讲他们的股票是有投资价值的；三是经过百家公司的摸索，上市公司股权激励方案比较成熟，在专业性和对政策的认识方面不像之前那么盲目。

记者：这一轮推出股权激励的公司，在类型上和2008年有何不同？

郑培敏：这次，民营企业是推出股权激励的主流，国有企业只有两家，光明乳业和二重重装。

民营企业占绝对主流。其中，浙江和广东的民营企业仍然比较多，这一点和2008年时是一样的。从上市地来看，还是深交所上市公司推出的居多，尤其是中小板。在激励工具方面，期权相对少了一些，限制性股票多了一些。这一方面是因为目前的股价比较低，用限制性股票比较划算；二是因为限制性股票的缴税比期权少，这也说明上市公司成熟了。

光明乳业推出股权激励的符号象征意义比实质激励意义要大得多。国务院国资委出了相关的规范意见之后，国有企业做股权投资的热情大大降低。

记者：什么样的股权激励方案适合中小企业？

郑培敏：适合企业的不一定得到监管部门的批准。期权是监管部门比较熟悉的，也比较容易得到批准，限制性股票批得比较慢。

股权激励都是跟踪股价的，股价高估的时候，下跌概率比较大，所以用期权比较好，因为它不用个人出钱，是一个权利不是义务；在股价低估的时候，建议尽量用限制性股票。

记者：现在哪些行业和公司更加适合采取股权激励？

郑培敏：前提是企业的业绩要增长，但目前中国经济的发展阶段，成长性企业并不局限于高科技，还包括消费行业。所以，在分布上没有什么行业特别强。当然像IT、软件这些行业会比较多。因为这些行业的竞争对手都有股权激励，比如在纳斯达克上市的很多美国硅谷的公司，股权激励在IT行业里是比较流行的。

记者：能否分析一下几个典型的成功和失败的例子？

郑培敏：央企的安泰科技是一个比较成功的例子。既给国资委起了标杆示范作用，高管个人也确实得到了好的收益。我定义的股权激励的成功就是股东、高管个人和公司都受益的“三赢”。

导致失败的原因有很多，比如在方案设计时的过度激励或者对业绩的过度乐观，但金融危机来了，公司业绩在2008年和2009年大幅下滑，方案无法执行，比如宝钢股份。

记者：A股市场股权激励发展趋势将是怎样的？

郑培敏：这将是一个持续渐进的过程，我预计五六年以后，将有三分之一到一半的公司会推出股权激励，方式方法多样化。中国股市的成熟程度大概到了大学三年级，中国股权激励的程度大概才小学二三年级。

人事变局 | Renshi Bianju

# 思科副董林正刚微博曝退休 这是第二位电信行业的高管通过微博宣布离职



郑兰 张浩

在业内传闻了很久之后，思科中国副董事长林正刚7月30日凌晨在其个人微博上宣布了自己即将离职退休的消息。林正刚表示：“等待了很久，今天公司终于宣布我在月底退休的消息了，以后请不要再称呼我‘林总’了，各位晚安”。

截至发稿时，思科中国并未作

出任何回应。但林正刚的微博资料显示，他个人未来应会专注于公益与教育事业。

## 架空源自2008年

林正刚1998年加入思科，2002年5月升任思科公司副总裁，领导思科亚太区客户服务业务部。2005年11月，林正刚正式担任思科系统(中国)网络技术有限公司总裁，统领销售、市场与整体运营管理，全面负责思科中国业务的发展。

但2008年4月，思科公司资深副总裁史瑞夫(Jim Sherri)空降出任思科中国董事长。思科中国区总裁林正刚继续负责销售业务。

今年2月，思科又重组亚太区组织架构。原亚太区组成部分的中国内地、香港和台湾共同组成独立的思科大中华区。大中华区仍由史瑞夫负责，林正刚升为思科大中华区副董事长，不但要向史瑞夫汇报工作，还要将与中国区平行的亚

大区总裁汇报工作。

业内分析人士认为，史瑞夫2008年的空降是思科大调整的开始，今年2月的调整之后，林正刚相当于被架空。而从去年12月开通个人微博以来，林正刚非常活跃，每天都保持着相当多的发帖数量，粉丝人数已超过6万个。

换个角度看，一位跨国公司的中国区副董事长如此“不务正业”从另一个角度印证了林正刚的被架空。不出意外，林正刚退休后，思科中国仍将由史瑞夫全面主管各项业务。

## 中国区份额不到4%

创立于1984年的思科是目前全球最大的电信级网络系统设备厂商。2009财年，思科净营收达到361亿美元，实现净利润61亿美元。361亿美元的营收数字远高于爱立信的271亿美元和华为的215亿美元。而且，思科的主要产品以高端路由器、数据中心和网真视频会议系统为主。

英特尔中国在其全球销售额已经达到13%，但据思科总裁钱伯斯6月在上海世博会期间透露：“思科中国在全球收入中的比重约为3%~4%。中国、印度和美国是思科未来增长的三大引擎。”

与其他跨国公司中国业务占比普遍在10%不同，思科中国业务在全球的比例明显偏低。这或许是林正刚被架空的导火索之一。

巧合的是，思科股价在美国东部时间周四盘中一度上涨至26美元附近，一度触及涨停板，纳市在上午10:41一度停止交易思科股票，但在10:46分恢复交易，纳斯达克称思科涨停时股价为25.6960美元。此后，思科股价跌至23.08美元，跌幅为1.33%。

值得注意的是，这已经是第二位电信行业的高管通过微博的方式宣布自己离职的消息。今年1月15日，索尼爱立信集团副总裁兼中国区主管卢健生也是首先在微博确认从公司离职。

# 朱新礼：与可口可乐收购价没可比性

财文

从两年前可口可乐收购时的122港元/股，到现在的6港元/股，虽然价格缩水了一半多，但还能还是选择从汇源果汁全部撤出。

据第一财经日报报道，7月29日，会见媒体的汇源果汁集团董事长朱新礼看上去心情不错，坐在他左手边的是汇源果汁的第二大股东赛富基金首席合伙人阎焱，右手边是已经正式分手的达能中国区总

裁秦鹏。

不过，经历了2009年的可口可乐收购案失利，汇源正在试图从一场重大创伤中慢慢恢复。“我要澄清一下，我没有说过有合适的机会就会出售股份，而是说不拒绝合作。”朱新礼近日首先表示。从当初的决意退出，到如今的再次表态，朱新礼的态度也在悄然发生变化。

“今天的6港元与可口可乐的122港元没有可比性。”回答记者的提问时，朱新礼表示，当时可口可乐

是全部收购，而现在只是第二大股东手中的股权，是部分收购，在他看来，“目前这个价格是合理的。”这是一个多赢的举动。

朱新礼表示，经过2008年的经济危机，全球股市以及全球的上市公司市值都被打了折扣，此时的情况与2008年可口可乐计划收购时相比，已经发生了很大变化，让他满意的是，赛富仍然能以溢价的方式收购，还给公司管理层带来了巨额期权奖励作为“厚礼”。

对于这个收购价格，阎焱也表示两个价格不可比。“我们认为汇源的市场价值是被扭曲的，这个价格对我们来说是合理的，对达能以及对汇源管理层来说也是合理的。”他说。

耐人寻味的是，尽管汇源和赛富都在争先恐后地对收购价格表示支持，唯独股权的受让方达能，始终没有对这个价格做出评价。毕竟与当初达能的进入价格相比，此次退出几乎没有获得实际性盈利。

[上接A1版]

# 国酒茅台敬亲人 军企情义谱新篇

7月24日，茅台八一慰问团马不停蹄前往武警四川省总队，武警四川总队杨士武总队长、黄志远政委一行热情接待了慰问团一行。贵州茅台酒股份有限公司副总经理杜光义代表茅台集团向部队官兵赠送了慰问品和雕刻有茅台酿酒工程序图案的和田玉。茅台酒销售有限公司四川片区经理陈敬强介绍，和田玉雕价值不菲，意义深远。这件工艺品制作的内涵是部队官兵和国酒茅台的友情源远流长。记者了解到，玉雕图案的正方刻有“源远流长”四字，另一面是中国酒行业领军者、贵州茅台酒厂集团有限责任公司党委书记、总经理、贵州茅台酒股份有限公司董事长袁仁国亲笔书写的《酒说》诗文，全文运笔迅疾而稳健，文笔痛快淋漓，一气呵成，深沉而热烈地道出了中国酒文化的精髓与灵魂。

杨士武总队长情真意切地说，每一年建军节，茅台集团都要专程来慰问部队，使他们深受鼓舞。茅台和武警部队结下了不解之缘，一段时期以来，武警四川总队对于灾区、库区、藏区的稳定和经济建设做出了突出的贡献，是一支敢于吃苦、敢于打硬仗的队伍。茅台作为国酒，品质优秀，在赢得了市场广泛赞誉的同时，也得到了部队官兵的广泛赞誉，用于庆功酒。而茅台作为国酒，注重品牌建设和自身的发展，特别是近几年来，茅台与时俱进连续跨越式发展，对国家经济建设、部队的建设，做出了很大的贡献。

## 别开生面的慰问：希望派员工参与部队学习

7月25日，茅台八一慰问团到达成都军区基层通讯总站一营，在交流的环节，茅台酒股份有限公司杜光义副总经理表达了想经常和部队基层相互促进和学习业务，而且以后还可派优秀员工深入部队学习，把部队好的传统带到企业，促进



▲慰问通讯营一连。右为贵州茅台酒销售有限公司四川片区经理陈敬强联袂主持知识抢答。

企业高标准要求自己，使企业的管理得到更好的升华，部队领导表示对此非常欢迎。

八一慰问团一行在部队有关人士的带领下，先是参观了部队的学习走廊。学习走廊里，有党的科学发展观、三项基本教育等政治学习内容，这样生动有趣的学习形式，便于官兵闲暇之余在欣赏的同时，增进广大官兵的学习兴趣。其次参观了部队的陈列室。在陈列室里，不仅陈列着部队首长来部队慰问的照片，而且还陈列着该部队的各种荣誉，据了解，该营还获得“全国优秀营”称号。在陈列室里，最吸引注意的莫过于用一个象征意义的树制作的荣誉树，每一个新入伍的战士都将在这里接受集体荣誉的教育。部队相关人士介绍，树干就是连队，每一个树枝上都有一个战士的名字，他们都是为部队争得荣誉的优秀战士。这样的目的，是让每一名战士要有集体作战意识，而且要有争当优秀的意识。

参观完毕，茅台八一慰问团和通讯营一连还举行了一场主题为“心连心、同呼吸、共命运”的国酒茅台情系军营的文艺演出。该文艺慰问汇演由贵州茅台酒销售有限公司四川片区经理策划，并由四川片区经理陈敬强和部队战士即兴联袂主持。部队女兵文艺演出队一曲“谁说女子不如男”拉开了演出的序幕，接

一股浓浓的军民鱼水情意尽显眼底：双方领导紧握对方双手，问寒问暖。成都军区副司令员兼成都军区空军司令员方殿荣、副司令员战厚顺等一行参与了接待。

杜光义副总经理说，成都空军部队和国酒茅台有着深厚的友情，茅台的发展离不开成都空军部队长期以来的支持，我们将把茅台对子弟兵的爱转化为生产动力，酿造更多更好的酒，满足社会需求。

纪委常务副书记罗国庆在宣读茅台集团的慰问信时深情地说，多年来，成都空军牢记人民军队的根本宗旨，忠实履行使命任务，大力提升部队全疆域作战能力，奋勇参加抢险救灾，积极支援地方经济建设，为促进西南地区社会稳定、繁荣与发展做出了突出贡献。我们不会忘记，在雨雪冰冻灾害肆虐贵州的时候，是成空“天兵”及时运来救灾物资，在西南地区遭遇百年不遇的特大旱情时，是成都空军立即调派飞机实施大规模人工降雨，把甘露洒向大地……一切的一切我们不会忘记。

## 与官兵话友情：军企一家亲

7月26日，在四川省军区，夏国富司令员、政治委员叶万勇等接待了慰问团一行。夏国富说，茅台酒作为国酒为社会经济和各项事业的发展起到了很好的推动作用。茅台的品质是值得信赖的，在双拥企业中起到了模范作用，为全国的企业做了很好的榜样。茅台的创新精神和很好的企业文化，都表明国酒茅台有着科学和持续的发展。

7月27日，慰问团一行来到了成都军区空军部队慰问。进入部队，

一股浓浓的军民鱼水情意尽显眼底：双方领导紧握对方双手，问寒问暖。成都军区副司令员兼成都军区空军司令员方殿荣、副司令员战厚顺等一行参与了接待。

杜光义副总经理说，成都空军部队和国酒茅台有着深厚的友情，茅台的发展离不开成都空军部队长期以来的支持，我们将把茅台对子弟兵的爱转化为生产动力，酿造更多更好的酒，满足社会需求。

纪委常务副书记罗国庆在宣读茅台集团的慰问信时深情地说，多年来，成都空军牢记人民军队的根本宗旨，忠实履行使命任务，大力提升部队全疆域作战能力，奋勇参加抢险救灾，积极支援地方经济建设，为促进西南地区社会稳定、繁荣与发展做出了突出贡献。我们不会忘记，在雨雪冰冻灾害肆虐贵州的时候，是成空“天兵”及时运来救灾物资，在西南地区遭遇百年不遇的特大旱情时，是成都空军立即调派飞机实施大规模人工降雨，把甘露洒向大地……一切的一切我们不会忘记。

空军司令员方殿荣说，长期以来国酒茅台与部队官兵结下了很深的友情，国酒茅台不管是在地方经济发展、还是在拥军优属中都彰显了一个大企业、国有企业的良好社会责任。人民子弟兵来自于人民，服务于人民，保卫祖国的神圣领空是中国人民解放军空军部队的天职。我们将不辱使命，打造共和国的钢铁长城。

会谈结束，双方还相互交换了纪念品，茅台向成都空军部队赠送了慰问品，而空军部队则回赠了用铜打造的“越王公鼎”，该鼎显示出处于发展鼎盛阶段的富丽堂皇的华美气派。

成都空军专门为国酒茅台八一慰问团奉献了一台精彩的文艺晚会，成都空军基层连队的节目引人入胜，军民联欢更是将慰问活动推向高潮，为成都的慰问活动画上了圆满的句号。

老总话道 | Laozong Huadao

# 品牌的渗透力

刘鹏凯/文 何兵/图



1. 赴美考察期间，我的室友、青岛海洋研究院的大王再三叮嘱我，见到卖体育用品的商场务必要提醒他买一件乔丹的23号篮球服。“这是出国前儿子提出的唯一要求。”



2. 一天中午，车子停在高速服务区，我老远就看到有个专营运动服的商场，赶快告诉大王。大王研究了半天，很内行地告诉我：“大刘，不是这种，这是训练服，我的儿子要的是比赛服。”



3. 第二天到达洛杉矶。刚住下，大王连脸也没顾上擦一把，便拉上我上街淘NBA“23号”比赛服。“大刘，前面就是！”开心得像小孩子似的大王，指着夕阳下的“NBA专卖店”。



4. 我顺着他指的方向，果然看见一尊乔丹扣篮的高大塑像，飞人造型动感十足，仿佛正驰骋在赛场，全身的肌肉，像柴油机一样充满动力，给人一种坚定的信念。



5. “就是这种！”大王急不可待：“多少钱？”老外导购甜甜地笑道：“186美金。”“拿一件，另外再拿一件训练服！”大王半点犹豫没有，眼睛眨都不眨，接近300美金，买下了两件T恤背心。



6. 看着大王拎着装着“NBA球衣”的塑料袋，我佩服大王对儿子的承诺，更佩服NBA王国的缔造者——斯特恩神奇般的经营手段，将NBA的形象推向市场，成为世界上最知名的品牌。

(作者刘鹏凯系江苏黑松林粘合剂厂有限公司董事长)