

中国企业 500 强发布 离“世界一流”目标还远

策划词 中国企业联合会、中国企业家协会 8 月 31 日在昆明发布 2013 中国企业 500 强榜单,中石化以 2012 年营业收入 28306 亿元连续 9 年领跑榜单,中石油、国家电网、工商银行、建设银行、农业银行、中国银行、中国移动、中国建筑、中海油分列第二至第十位。统计数据显示,与前几年的一路高歌猛进相比,2013 中国企业 500 强正面临四大困局,中国大企业离“世界一流”目标依然很远。

中石化夺得九连冠 500 强整体收入放缓

张轶骁

中国企业联合会、中国企业家协会 8 月 31 日在昆明发布 2013 中国企业 500 强榜单,中石化以 2.83 万亿元的收入连续 9 年位居 500 强榜首。上榜企业门槛由去年的 175.06 亿元提升至 198.67 亿元,增幅为 13.48%。新入榜的企业有 42 家,仅占上榜企业总数的 8.4%。

TOP10 去年进账超 10 万亿

今年的中国企业 500 强保持稳定,其中前十名企业和上一年度名单未出现任何变化,依次为中石化、中石油、国家电网、工商银行、建设银行、农业银行、中国银行、中国移动、中国建筑、中海油,10 家企业共实现营业收入 11.93 万亿元,占上榜企业营收总额的 23.9%。

500 强榜单折射中国大企业四大困局

何宗渝 李怀岩 周洪鹏

2013 中国企业 500 强企业的营业收入、资产总额、利润总额等主要经营指标均实现增长,与世界 500 强的差距进一步缩小;86 家内地企业进入世界 500 强,比排名第三位的日本多 24 家。中国大企业群体崛起,正成为改变世界企业版图的重要力量。

但统计数据显示,与前几年的一路高歌猛进相比,2013 中国企业 500 强正面临四大困局:规模扩张明显放缓,经营效益增速下滑,重化工业成亏损“重灾区”,国际化步伐放缓,中国大企业离“世界一流”目标依然很远。

规模扩张:增速仍可能继续下滑

2013 中国企业 500 强入围门槛提高 13.48%,达到 198.67 亿元;这 500 家企业的整体规模首次突破 50 万亿元,相当于 2012 年度全国 GDP 的 96.32%;进入世界 500 强的企业比上年度增加 16 家……这些耀眼的数据,见证着中国大企业群体的崛起。

但是,另外几组数据更应引起重视:自国际金融危机以来,中国企业 500 强营业收入增速已经显著放缓;2013 中国企业 500 强营业收入总额同比增长了 11.41%,但增速大幅回落了 12.22 个百分点;资产总额同比增长了 15.99%,但增幅下降了 4.41 个百分点。

“中国经济正从连续 30 年的‘高速挡’转向‘中速挡’,宏观经济下行直接影响了这些大企业的经营空间;从这些大企业来看,普遍缺乏应对经济中速增长的适应能力,中国企业 500 强中占据绝大多数的制造加工业、资源能源业、金融业企业依旧习惯于过去经济快速增长的惯性和模式。”中国企业研究院首席研究员、中国企业改革与发展研究会

在前十名中,四家能源企业累计实现营业收入 7.92 万亿元,占前十名营业收入总额的 66.3%。

作为传统的“最赚钱行业”,本次中国企业 500 强共有 15 家商业银行入选,15 家银行总计实现营业收入 4.26 万亿元,占上榜企业营收总额的 8.5%,平均收入利润率为 23.6%。其中,工农中建交五大国有商业银行营业收入总额只有 500 强总和的 6.2%,但利润却占到 500 强总额的 35.6%。



副会长李锦说。

李锦认为,当前世界经济低速增长态势仍在延续,中国经济中长期潜在增长率正在逐步下降,未来中国企业 500 强的扩张速度仍可能继续下滑。

“中国经济进入中速增长通道,无论是环境所致,还是主动调控的结果,都是打造升级版经济、走向新繁荣的重要契机。对于中国的大企业来说,关键是要认真审视经济中速增长条件下企业的战略定位和发展模式,抓住机遇推进产业结构调整与升级。”中国企业联合会研究部副主任缪荣说。

经营效益:“利润鸿沟”正继续扩大

统计数据显示,2013 中国企业 500 强的归属母公司利润总额 2.17 万亿元,同比仅增长了 3.58%;有 216 家企业的净利润出现负增长,亏损企业由 13 家增至 43 家,7 家企业亏损进一步扩大。特别是制造业领域,2013 中国制造业企业 500 强净利润同比减少了 17.47%,连续两年下降,且下降幅度比上年扩大了 3.81 个百分点。

在全部 76 个行业中,有 18 个行业平均收入利润率不足 1%,比上年增加 10 个;37 个行业平均收入利润率不足 2%,62 个行业平均收入利润率不足 3%。“在劳动、财务等成本持续上升,国内外需求萎缩的背景下,平均收入利润率不足 2%的行业企业,生存压力非常大!”缪荣说。

而与此形成鲜明对比的是,2013 中国企业 500 强中的 15 家银行的平均收入利润率高达 23.6%,5 家最大的国有商业银行营业收入总额只有 500 强总和的 6.2%,但利润却

500 强整体收入放缓

榜单显示,2013 中国企业 500 强共实现营业收入 50.02 万亿元,首次跨上 50 万亿元台阶,其中有 86 家企业入围世界企业 500 强,入围企业数量排在美国之后位居世界第二位,比第三位的日本多出 24 家。

与去年相比,中国企业 500 强整体规模继续扩大,但营业收入增速已经显著放缓。数据显示,2013 中国企业 500 强营业收入总额增长了 11.41%,增速回落 12.22 个百分点;资产总额增长了 15.99%,增幅下降 4.41 个百分点。

与此同时,2013 中国企业 500 强总计实现利润 2.17 万亿元,同比增幅仅为 3.58%;有 216 家企业的净利润出现负增长,亏损企业由 13 家增至 43 家。其中,中国制造业企业 500 强净利润同比减少了 17.47%,已是连续两年下降。

占到 500 强总额的 35.6%,这也是连续两年五大国有商业银行利润超过 500 强中制造业企业利润。商业银行与制造业企业之间的“利润鸿沟”不仅没有缩小,反而在继续扩大。

“‘保险公司跑着挣钱、证券公司坐着挣钱、银行躺着挣钱’,正是中国金融业盈利模式的生动写照,金融改革滞后正严重影响实体经济发展。”李锦说。

重化工业:短时间难以走出“重灾区”

根据中企联发布的数据,按照母公司净利润计算,2012 年鞍钢亏损 100.48 亿元、中冶亏损 50.85 亿元、中铝亏损 49.61 亿元、中国远洋亏损 23.96 亿元、河南煤业化工集团亏损 27.51 亿元……

即使在“大个头”较为集中的石油石化行业,除中石油和延长石油净利润实现正增长,中石化、中海油、珠海振戎均出现净利润负增长;上榜 2013 中国企业 500 强的 27 家煤炭企业营业收入增速同比大幅回落近 20 个百分点,净利润增速骤降 17.3 个百分点。

除此之外,许多进入 2013 中国企业 500 强的房地产、建筑、建材、汽车、家电生产及连锁销售、航运、船舶等行业企业,主要经营指标也出现不同程度下降甚至亏损。

李锦认为,这些行业企业经营效益不佳,很大程度上是因为产能过剩和刺激政策的退出。“政府不大可能再出台新的刺激政策,更不可能直接向企业‘输血’,短时间内这些企业难以走出‘重灾区’。”

“我国正处于工业化中后期发展阶段,重化工业企业占主体的大企业结构在短期内仍然难以改变。我们必须研究并有效解决这些行业存在的体制机制性问题。”缪荣说。

打造“和与灵”的企业文化

企业最高层次的经营其实就是经营文化,徐浩然如是说。

徐浩然目前兼任《远东报》的主编,他很好地利用这个媒体平台紧抓企业文化建设。远东文化继承了中国传统文化中“以和为本”的价值观,而且在多年的经营实践中摸索总结出了“以灵为术”的文化方法论。“灵”是以“和”为本的价值观的文化表现形式。“和”与“灵”的企业哲学和艺术,是远东企业文化的核心和精髓。



与美国 500 强经营质量差距拉大

中企联将中国企业 500 强和美国企业 500 强进行纵向对比后发现,2013 中国企业 500 强的营业收入、资产总额增速都高于 2013 美国企业 500 强,但资产净利率、净资产收益率、收入利润率明显低于美国企业,这说明两国大企业的规模差距在缩小,但经营质量差距却在拉大。

中国企业研究院首席研究员、中国企业改革与发展研究会副会长李锦在发布会上表示,宏观经济下行直接影响了中国大企业的市场空间;中国企业 500 强中占据绝大多数的制造加工业、资源能源业、金融业企业依旧习惯于过去经济快速增长的惯性和模式,缺乏对经济中速增长的适应能力。李锦认为,当前中国经济中长期潜在增长率正在逐步下降,未来中国企业 500 强的扩张速度仍可能继续下滑。

国际经营:意义重大、差距巨大

新世纪以来,中国企业在不断发展壮大的过程中,加快了“走出去”的步伐,海外发展突飞猛进。据统计,2012 年我国境内投资者共对全球 141 个国家和地区的 4425 家境外企业进行了直接投资,累计实现非金融类直接投资 772.2 亿美元,同比增长 28.6%;中国企业海外并购案例数和并购总额再创新高,平均增长了 1.8%和 6.1%。

“大企业是国家经济实力的重要体现,也是代表国家参与国际经济竞争的核心力量。但无论是位居榜单前列的中石化、中石油、国家电网,还是其他大企业,它们的影响力基本限于国内,都不是真正意义上的跨国企业。”李锦说。

海外营业收入超过 30%是一家企业具有国际经营能力的标志,但达到这一水准的中国企业目前只有 25 家,并且这些企业大多都是以贸易和中间产品为主,缺乏国际化经营的能力。据统计,2013 中国 100 大跨国公司的平均跨国指数只有 13.98%,不仅远低于 2013 世界 100 大跨国公司的 61.06%,而且远低于 2013 发展中国家 100 大跨国公司的 37.91%;中企联将中国企业 500 强和美国企业 500 强进行纵向对比后发现,2013 中国企业 500 强的营业收入、资产总额增速都高于 2013 美国企业 500 强,但资产净利率、净资产收益率、收入利润率明显低于美国企业,这说明两国大企业的规模差距在缩小,但经营质量差距却在拉大。

“如果剔除了银行业,中国实体大企业与美国实体大企业之间的经营质量差距更为显著。”缪荣说,中国的大企业还是太少、太小、太弱,离“世界一流”依然差距巨大。

对外,徐浩然还注重利用公司网站、蒋锡培以及他本人的个人网站、博客等传统和 web2.0 新媒体进行宣。对内,则注意利用《远东报》、电子显示屏、局域网、简报等多种媒体,弘扬主旋律,加强舆论宣传、引导,对加强公司企业文化建设发挥了重要作用。尤其是内部刊物《远东报》,贴近工作、贴近生活、贴近群众,深受广大员工关注,在公司文化建设方面发挥了重要的舆论引导作用。

徐浩然注重打造和谐的内部环境,这将使员工人心向上,工作热情高,远东组织开展的各项文化建设活动,广大员工踊跃参加,在文化活动中思想情趣得到陶冶和提高,工作得到了历练。企业良好的和谐氛围,不仅促进了企业的精神文明建设,也促进了企业经济发展。

个人品牌是企业品牌的助推器

徐浩然在研究个人品牌与产品品牌、企业品牌关系的时候,喜欢画一张“三角关系

“虚胖”的 500 强

冯海宁

今年的榜单至少有三个特点:一是“国资系”企业在 500 强企业中占据 310 席;二是传统的垄断或者半垄断的企业较多;三是进入“千亿元俱乐部”的企业比上年增加 16 家。

这说明中国企业 500 强中,国有企业大多仍处于强势地位,而民营企业仍处于弱势地位,“国强民弱”的局面在延续。而且,国有企业仍然依赖于传统优势和垄断优势逞“强”,创新能力不足,更说明中国经济转型升级到目前还有很长的路要走。另外,“千亿元俱乐部”企业增加,只能说明企业规模增长较快。

有报道指出中国 500 强企业的效益堪忧:营业收入和净利润负增长的企业数量大幅增加,业绩亏损企业的数量明显增多,多个行业绩效大幅下滑。一方面是业绩亏损的企业在增多,另一方面是企业规模快速增长,这似乎表明中国企业更重视规模扩张,而不是更重视经营业绩增长。

能称之为“500 强”的企业,在很多人眼里,不仅要看企业规模,更要看企业业绩。因为企业规模大只能说明企业摊子大,并不等于企业盈利能力强。如果一些企业摊子大并伴随着严重亏损、高负债,这样的企业,规模大并不是优势,恐怕会变成负担。所以,业绩亏损的企业还能进入 500 强,让人不可思议。

显然,公众很好奇,亏损企业为何能进入“2013 中国企业 500 强”,评选标准究竟是什么,是否合理?从相关资料来看,中国企业 500 强是比照国际上通行的做法,由企业自愿申报并经第三方确认,依据企业销售收入或营业收入按年度排出。尽管评选重视企业销售收入或营业收入,但似乎忽视了企业盈亏和负债。

中国企业 500 强,无疑是中国中小企业学习的榜样。中国 500 强企业无论是履行社会责任,还是经营业绩、经营方式等,往往都是中小企业学习的对象。如果有关方面评选的中国企业 500 强,有的经营亏损,有的负面新闻不断,有的负债累累,这样的“榜样”能否带来正能量,值得怀疑。

据悉,中国近 10%的世界 500 强公司处于亏损状态。这似乎说明,世界 500 强的评选似乎也不看业绩看规模。而中国 500 强企业评选大概也是借鉴了世界 500 强评选的做法。从这个角度而言,无论是世界 500 强企业还是中国 500 强企业,都是“500 大企业”,而不是“500 强企业”。“强”与“大”有本质区别。

当然,能从中国企业 500 强来观察企业问题和中国经济问题,“中国企业 500 强”评选还是有一些价值的。但如果能更准确地理解“强”,能区分“强”与“大”,真正把“强”作为评选标准,显然,“中国企业 500 强”评选存在的价值更大。期待“中国企业 500 强”评选机构能够及时调整评选标准,让标准更合理。

表”,在这个表的三角分别是“产品、企业和个人”。

“一个企业的产品品牌要追求品质,实现品牌的独特性;一个企业的企业品牌要追求品格,实现品牌的独特性;而一个企业的个人品牌要追求品位,实现品牌的一致性;这三者最好是形成一个等边三角形,呈现一种正相关的正态分布关系,互相关联,互相促进,也互相消长。”徐浩然说。

徐浩然向来习惯用笔思考,在变身职业经理人之后,也没有停下笔头。对社会的观察和体悟,对热点的关注和思考时时凝于笔端,也会见诸《广州日报》、《现代快报》、《南京晨报》等报刊以及新浪等主流网络,徐浩然认为这种企业的新型传播方式,已经超越了很多传统的宣传方式,当公众看到一个负责任的发言人的时候,同样会对这个企业产生敬佩。

徐浩然希望企业都能重视新闻发言人制度,让企业新闻发言人的身影活跃在企业公关、社会传播的大舞台。

化解企业危机 树立企业形象

第四,一致言行。不能今天说这样的话,明天说那样的话,今天这样,明天那样,变色龙肯定不行。

第五,一身魅力。不管是声音的魅力,还是形象的魅力,作为一个新闻发言人,要让公众对你有一种好感。

做到这“五个一”,新闻发言人将是相当出色、相当棒,这也是企业发言人共同努力的目标所在。

把公共危机“扼杀在摇篮中”

短命是中国民营企业一直难以攻克难题,创立于 1990 年的远东如今已经成长了 22 年,而且连续十年在电线电缆行业中处于排头兵的位置,年均增长 40%,这无论在同行业还是在中国的企业界里都堪称奇迹。不过,就像比尔·盖茨所言,所有的企业管理者都要树立危机意识,作为远东的首席发言人,徐浩然一直非常注重企业的危机处理。

如何做好与新闻媒体、舆论界的沟通工

作,创造一个让企业能够克服困难的、不被干扰和误导的良好舆论环境,是众多企业,尤其是民营企业不得不面对而又亟待解决的一个重要课题。

徐浩然认为,媒介是典型的双刃剑,挥舞得好,可以击退危机的侵袭;挥舞得滥,则会伤害自身,更深入地陷入危机。

无论企业大小,都要重视危机的存在,以最诚挚的态度面对危机,化危为机。对于一个企业来说,建立公关危机的预警机制是非常重要的,最好最完善的危机公关是把公共危机“扼杀在摇篮中”。

企业的媒介攻略可以概括为“四个一”,一个系统:由专门的部门与媒介进行沟通,建立友好关系;一个声音:公司对外统一口径,由指定的新闻发言人对外发言;一个态度:对所有的媒体和记者都坦诚相待;一个形象:对外形象保证一致性。

冰冻三尺非一日之寒,在日常的工作中,徐浩然强调发言人应该主动与媒体建立良好