

# 企业管理没有“灵丹妙药”

■ 蒋坛军 资深管理顾问

《经济日报》发表过一篇题为《中国企业平均寿命为什么短》的评论文章,文章称,在百年老店方面,中国的企业数量远远落后于发达国家。搞清楚企业生命周期背后的原因,总结企业发展经验教训,才能更好引导当前创新创业、提升创新创业绩效、推动宏观经济企稳回升。

在“成功学”大行其道的今天,不少企业不幸也染上了这种毛病,以至于总想在一夜之间就获得企业管理上的“灵丹妙药”,以盼在复杂的市场环境中一招制胜,试图一劳永逸地独步天下,梦想着蜻蜓点水般的管理可成就百年老店。

笔者并非反对与时俱进,但“黑瞎子掰棒子,掰一个丢一个”的做法实不足取。推行六西格玛,质量问题涛声依旧;推行精益,整改几条生产线后就再也无心恋战;实施

tpm(全面生产维护),把设备表面擦得干净点就以为深得精髓;上马稻盛经营哲学,将其只视为对员工洗脑的妙方,把几台设备进行自动化改造,就宣称实现工业4.0了……一年一个新模式、或一任领导一个新模式,企业管理成了目不暇接的炫技秀,员工们无所适从但敢怒不敢言。

勿忘常识。企业应清醒地看到,唯有为客户创造价值,企业方能盈利乃至生存下去——若上管理模式时偏离、背离了这个本质性的常识,则该管理模式就是不需要的、或至少是需要调整的。美其名曰的“管理模式创新”,若既不能增加客户的价值获得感,亦不能为企业自身增加收益,你却还说它好,它又到底好在哪里呢?

分清主次。企业应具备顶层设计的思维,在充分考虑自身特点的基础上,选其中一种切合自身的管理模式作为基本框架,然后在必要时选取有补充作用的其他管理模

式,而不宜为了赶时髦而贪大求全地同时上马多种管理模式。例如在一些设备密集型的食品企业(例如牛奶、月饼、矿泉水等),因为食品安全一次事故,就可能会导致不可承受之痛,故宜以haccp(hazard analysis critical control point,危害分析的临界控制点)为基本框架,辅以精益与tpm,可收到较好的综合效果。若眉毛胡子一把抓,什么管理模式都齐头并进却又都浅尝辄止,反而会连一种管理模式的精髓都吸收不了。

打持久战。如同“现代管理之父”彼得·德鲁克所云:“管理是一种实践,其本质不在于‘知’而在于‘行’;其验证不在于逻辑,而在于成果”。上述种种管理模式,虽有其巨大优点,然均需长期实践(少则三五年),方可成系统地运行、收到较好效益。但“鸡蛋还没下出来,就想数小鸡”的企业仍不在少数,总期盼有万金油式且成效斐然的管理模式可直接套用。推行精益,却畏惧优化整个价

值链之艰辛;推行tpm,然害怕改善每一台设备之繁琐;推行六西格玛,但厌烦数理统计之枯燥……世界上其实没有什么捷径,一旦准确地选好要推行的管理模式,就应将其基本原理充分结合本企业的实际情况,然后规划出详细的实施路径,且在推行时予以全程紧密跟踪、不断优化。同仁堂之所以是我国为数极少的百年老店之一,是因为持久地坚守了其对联所宣示的价值取向:“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力。”

数据表明:我国中小企业的平均寿命只有约25年;大公司的平均寿命是7到9年(刘兴国《中国企业平均寿命为什么短》,2016/06/1经济日报)。由此可见,在企业管理上确实不存在什么“灵丹妙药”,否则我国企业就不会这么短命了。执迷不悟地苦觅子虚乌有的“灵丹妙药”,反倒往往会白费财力和精力、贻误发展。

## “公布 + 惩戒”才能让失信者处处受限

■ 徐建辉 职员

3月1日上午,最高法在北京举行新闻发布会,公布了新修订的《最高人民法院关于公布失信被执行人名单信息的若干规定》(以下简称《规定》)。《规定》明确了“老赖”上榜期限:被执行人具有本规定第一条第二项至第六项规定情形的,纳入失信被执行人名单的期限为二年。被执行人以暴力、威胁方法妨碍、抗拒执行情节严重或具有多项失信行为的,可以延长一至三年。失信被失信人俗称“老赖”。(3月1日中国新闻网)

近年来,一方面随着经济社会的迅猛发展和改革进程的持续加速,社会经济活动空前活跃,经济形势和社会型态都正经历着深刻的变动,社会变革进程中特有的规则与秩序的“空窗期”不可避免。另一方面,社会法治与信用建设仍相对滞后与不够完善,从而导致“钻空子”规避制约的现象多了起来,社会生活各个领域中的失信违约现象频频发生。老赖横行,令守法守信之人和社会诚信环境乃至整个社会经济秩序都深受其害。

人无信不立,国无信不强,要对失信乱象横刀立马,给老赖当头棒喝,有效遏制当前失信现象多发易发的势头,必须在法治的轨道上全面加强社会信用建设,堵塞规则漏洞,全方位增大对失信行为的制约和惩戒力度。失信现象之所以多见,说到底还是由于当前条件下无法给守信行为足够的鼓励,特别是没能对恶意失信之人形成有效的制约和严厉的惩治。一句话,老赖猖獗,还是因为多能尝到“甜头”,却很少会吃到“苦头”。

众所周知,公开失信行为人信息,将老赖形象上墙、上网、上媒体,令其失信行为大白于天下,信用形象扫地,不仅对老赖本人是一种有效的惩罚,对其他人的失信企图也是一种有力的震慑。但是,在最高法《规定》发布生效前,这种公开制度在诸多方面都还不够规范、完善,例如公开的时限以及中止公开的条件等都未有统一规定。这就影响了失信公开措施的效力发挥。此次《规定》出台,无疑令失信公开制度更加规范、有力,也为建立常态、统一的失信公开机制提供了法治保障。

然而,加强对老赖的打击力度,提升对失信行为的信用惩戒实效,在全社会“徙木立信”,树立诚信的价值与影响,应当说将老赖上榜只是第一步。因为将其失信情况公诸于众,从根本上说最多只能令其在公众面前“丢面子”,而对于一些脸皮比城墙厚的“资深”老赖来说,可能对此感觉并不强烈。因此,要真正发挥信用的规范与惩戒作用,除了公开,还要落地处罚。包括在融资投资、行业准入、交通出行、高消费等各方面根据失信恶劣程度作出相应限制,让失信违法的老赖感到寸步难行,得不偿失。

也就是说,不仅要让老赖“脸红”,还要进一步让其“疼痒肉痛”。

## 何妨像治酒驾般严惩假货？

■ 邓海建 媒体人

2017年2月27日,阿里巴巴集团向全社会发公开信,呼吁完善法律法规,严格执法,加重刑罚,加大打击制假售假的执法力度。“制假售假成本太低,是导致当下社会假货困境的最重要因素。只有让制假售假庞大链条上的每一个犯罪分子受到应有的刑事处罚,才是从中国世界工厂走向自主创新,引领未来发展的可行之路和必经之路。”公开信宣布,阿里巴巴为此“不惜成为制假售假者最恨的人”。(2月27日第一财经日报)

这些年来,网络上的制假售假成为让人尴尬的话题:假货不是电商生产的,电商却跟着“背锅”;打假不是电商主业,电商却在风口浪尖。阿里也好,京东也罢,在被假货打脸的同时,亦面临着困扰。不过,很多人恰恰忘记了一点——当年“便宜货”横行的北上广的秀水街、襄阳路和华强北,实体店虽雨打风吹去,源远流长的假货,却在“互联网+”之前,早就转战于暗夜妖娆的电商平台。莆田鬼市的案例不过再次说明:不是网购的风险大了,而是假货的路子广了。

打假自然不能只靠“315”,假货也不只是中国式的难题。网络售假多么猖獗,数字足以窥斑见豹:根据国际商标协会(international trademark association)的数据显示,2016年全球买卖的假货产品价值400亿美元,而且大部分假货买卖发生在网上。西班牙公司red points的最新研究揭示了假货转手的“热点地区”:前10大假货买卖网站中有6个来自远东地区,中国电商平台尤为突出。去年底,美国贸易代表办公室再次将淘宝列入“恶名市场”(notorious marketplaces)名单,但事实上,全球电商贸易的假货问题,显然非一家平台能解决。而此前,全国打假办亦表态称,2017年将重点打击互联网售假。

互联网上的假货,如电子贸易中的“病毒”。无论是源头治假还是平台打假,眼下来看,提高罚则标准、打出法治痛感,是迫在眉睫的事情。

有些数据,相对于汪洋大海般的假货来说,更显现出深切的无力感:比如以阿里巴巴的数据为例,2016年全年,阿里巴巴平台治理部门共认定和处理制假售假案件线索445条,案值均高于目前刑法所规定的5万元起刑标准;执法机关接收线索1184条,截至目前通过公开信息能够确认已经有刑事判决结果的仅33例。细算下来,制假售假受到刑事处罚的比例不足1%。更为无奈的,还有下面这些数据:据称阿里建立了一支200人的专业队伍,每年投入超过10亿元,号称大数据打假;然而,手段呢,除了撤下38亿个商品页面、关闭18万间违规店铺和675家运营机构,没有执法权的企业,在防不胜防的假货面前依然像个理想主义的“堂吉珂德”。一个道理是显而易见的:开店关店的麻烦,相较于制假售假的收益,几乎是可以忽略不计的;而如果刑罚的概率尚且不到1%,暴利灼灼之下,作奸犯科者又如何会自动洗心革面?

刑法学鼻祖贝卡利亚有言:刑罚的必然性和不可避免性,才是对犯罪最强有力的约束力量”。全面法治之下,乱世重典的逻辑,并不算恶惩昭彰,相反,司法对假货温柔有加、暧昧纠结,才真正让网络售假成了治而不理的“重霾”。谁最该“不惜成为制假售假者最恨的人”?不是企业,而是善治的良法与严苛的执法者。一句话,严格执法,加大刑罚,拿出治理酒驾醉驾般的力度来治理网上网下的假货;“315”才不会成为一种年度图腾,电商才不会孤掌难鸣,而消费者权益保护和市场国家身份也才会更加当然铿锵。

## 击垮食品谣言需先建立安全信任

■ 张全林 职员

国新办2月27日举行的发布会上,国务院食安办主任、国家食药监总局局长毕井泉介绍了我国食品药品安全监管工作情况,并就如何粉碎食品谣言、奶粉抽检情况怎样、外卖如何监管、中成药名字为何要整顿等问题进行了回应。(2月28日中新网)

食品谣言层出不穷,如牛奶中的lgf-1和酪蛋白会导致癌症;西瓜子的生产靠人工吐籽;喝咖啡对身体不好,会导致癌症;黄瓜卖相好是因为加了避孕药等等,不一而足。近日,网传一些紫菜由塑料制成,北京市食药监局随后进行了辟谣,指出塑料薄膜做紫菜不靠谱。近三年,北京抽检的紫菜样品中未发现“塑料紫菜”。

食品网络谣言不同于口传谣言,由于网络传播的便捷性和匿名性,影响范围更大,损害后果更严重,而追溯传播源头却困难。尽管法律对网络谣言已有规制,近年来也专门出台了司法解释,有关部门也多次开展专

项治理行动,但是,食品谣言不仅没有绝迹,相反却花样不断翻新。

据相关统计,网络谣言中食品安全信息位居第一,占到45%。这些虚假的食品安全信息对食品企业,甚至整个产业造成了严重的伤害,也对政府监管信息的权威性提出了挑战,严重影响了公众对食品安全的信任。这些虚假食品安全信息,有旧闻翻炒型、利益冲突型、情感宣泄型、调侃型等等,对食品行业企业造成深远的负面影响。

受众之所以轻信这些谣言,背后是对食品安全缺乏信心。本来心中存疑问,正好谣言送上门来。因此,食安部门要加强监管,强化问责,严惩不法厂商,管好食品市场,提升公众对食品安全的信任度,是化解焦虑、恐慌,进而对谣言打问号的首选之策。

应该看到,每一条食品安全谣言的背后,都有一条相同或相似的利益链条。某些无良自媒体会同时运营几十个甚至上百个公众号,利用民众对食品安全的普遍性忧虑,炮制内容和标题夸张的谣言,

戏画闲言

## 敢打击举报者,必遭查办

■ 吴之如 文并画

据《新快报》报道,广东省化州市杨梅镇副镇长陈某,化州市某建筑工程公司广州分公司负责人张某等人通过当地邮局违规调取视频监控确定举报人身份,进而伙同该建筑工程公司总经理梁某强迫举报人撤销举报,并通过扣发工资福利,以调动为名暂停举报人领导职务,不安排工作等方式对其实施打击报复;同时查明张某涉嫌职务侵占公司资金7万元等问题。化州市纪委、中国邮政集团公司茂名市分公司分别对陈某、梁某及其他10名相关人员严肃追责,举报人所

在单位已恢复其名誉,补发工资福利并落实职务待遇。张某涉嫌职务侵占等违法问题移交司法机关处理。

“身正不怕影子斜”。副镇长一伙若向来不做任何亏心事,他们又何须对举报人恨之人骨,必欲整之而后快呢。有道是:“谁敢举报就出手,拂我颜面必‘修整’”;停职饭碗靠不住,扣薪养家亦堪忧!

以为大权在手,就成了某单位某山头的“一家之长”,就能够任性胡来,下属敢于举报自己的违规甚至违法之处,便毫不犹豫地“家法伺候”,这等行径,哪有什么“人民公仆”的气味,又置党纪国法于何地呢!此事再一次提



醒人们:假如不将权力关进制度的笼子里,而任其横行无忌,那么,官员破坏规矩的现象就不会绝迹,腐败就有不断滋生的土壤。

不可一世的副镇长一伙人的违规违法行为,遭到了当地纪委的严肃追责和司法机关的依法查处,理所当然。

## 要让“塑料紫菜”类谣言丧失生存空间

■ 谢晓刚 职员

“给我几万块,不然继续拍!”昨日,阿一波食品有限公司董事长李宁波来电反映,网上出现“塑料紫菜”视频后,包括他在内的多名企业负责人接到上述威胁电话。日前,在晋江市海洋渔业局的主持下,几十家食品企业联合发布《关于紫菜加工企业的联合报告》,呼吁各方采取措施,共同维护紫菜行业的良性发展。(2月23日泉州网)

网络社交平台具有开放和包容的特性,能够让网民便捷享受信息的交流,同样也会让网络谣言滋生蔓延。近年来,随着国家法制的完善,对于网络谣言的打击也上升到了

法律的高度,根据2015年出台的《刑法修正案》,如果一经证实视频拍摄者系故意造谣,相关造谣者将被判刑。

近日网上流传的数则“紫菜由黑塑料制成”视频短片,已经引发全国各地商场下架相关紫菜产品,也让社会民众对“塑料紫菜”产生了偏信,引发了一定的紫菜恐慌。再加上多名紫菜企业负责人接到了一些陌生恐吓电话:“塑料紫菜”谣言传播一定程度上已经上升为故意行为。从这个角度来说,行业性抱团维权很有必要,政府有关部门也应该启动调查程序,既为肃清网络谣言,亦为确保当地紫菜产业经济稳定之必须。

事实上,随着民众认知能力和媒介素养

的提高,几年前甚为流行的“灾难类”“惊天黑幕类”谣言已逐渐失去市场,反而是一些披着“理性”“客观”“科学”外衣的谣言,让民众防不胜防,不胜其烦。而此次网上传播的“塑料紫菜”短视频,恰恰就是披着“科学”“理性”的外衣,在传播过程中被部分遗忘、错误记忆、误读,掺杂主观信息,使部分不明真相的网民信以为真,认为紫菜就是不良商家用塑料制作的。

值得肯定的是,面对网络来势汹汹的谣言,福建沿海紫菜企业纷纷发布声明,出具各种相关证明文件、产品检验报告等,并采用一段媒体的视频报道,说明多年前已经有媒体证实“塑料紫菜”纯属谣

言。与此同时,多家企业也已经向公安部门报警,希望找出视频制作者。企业的这些回应,正是让真相与谣言进行赛跑的过程,从多个层面上,有力回击了“塑料紫菜”谣言信源模糊、整体失实、捏造细节、断章取义等特点。

当然,面对给社会造成一定影响的“塑料紫菜”网络谣言,光靠相关企业把握话语权,用事实粉碎谣言还不够,还必须依靠司法部门将编造、传播谣言者绳之以法,更需要民众遇到此类信息时谨慎辨识、求证,不跟风、不盲目转发。如此,方能真正让类似“塑料紫菜”的谣言丧失生存空间。

对于快递行业来说,当应清楚,凡是具有爆炸、易燃、毒性、腐蚀性、放射性的物品,一律不能邮寄。试想,如果相关快递公司能够严守安全规程,并严格执行物品“验收关”,那么,“快递夺命”的悲剧自然不会上演。近两年来,一些地区的公安机关破获了重大大网售枪案件,面对大批枪支可以轻松通过快递公司邮寄的问题,难道不应当引

起相关监管部门的高度关切吗?从当下的快递行业来看,存在着快递公司既多且乱,诸多“症结”亟待严加治理。

比如说,有些快递员没怎么培训便上岗,根本不清楚哪些物品属于违禁物品;有些小公司无序竞争,为抢接业务,明知是违禁物品也照样收寄……如此种种问题,都是亟待规范和解决。如今,新规的出台,对于改善优化快递市场,无疑是一剂“良方”。当然,快递出台之后,关键还需落实到位。一方面,各快递公司应严格自律,自觉坚守法律法规和职业操守,严防各种乱象滋生;另一方面,相关管理部门,要健全管理制度和完善监管机制,加强对快递公司的约束与监管。