

调查 | DiaoCha

对于社会公众曾经掀起的对企业家“原罪”问题的讨伐,以及公众普遍对企业家“为富不仁”的认识,有逾三成企业家表示受到了负面影响。

商人 中国式生存

近年来,国有企业携政策、法律、资金、资源等优势,强力扩张,挤压民营经济的生存空间,让许多民营企业家备感压力。不仅在国企垄断的传统领域,甚至在部分竞争程度较高的领域也听到了国资挺进的号角。人们担心,新一轮“国进民退”的旋风正席卷更多非传统国资涉足的领域,从而进一步挤压民营企业发展空间。2010年8月,中国工商联调查发布了一个简单的不等式:500强民营企业的利润总和比不上两家央企巨头。这一数据让人们看到民营企业和国有企业的差距,令人不禁想问,民营企业到底路在何方?

2011年2月17日在亚布力中国企业家论坛第十一届年会上发布的《2010年中国企业家生存环境调查报告》指出:尽管民营企业家总体看好中国经济发展,但大多数企业家表示在与国企和外企竞争中备感压力,认为政策环境是当前民营企业面临的最大挑战,而政策的公平性和稳定性是企业家最为普遍关注的问题。

□ 民营企业在竞争中备感空间受挤压

调查显示,近七成(66.7%)民营企业的老总称在与国企和外企的竞争中,感觉到压力大,其中近两成(18.9%)的老总表示“压力非常大”。其中,中小企业,尤其是二线城市和中西部地区的中小型民营企业压力更大。

调查进一步发现,造成其压力的原因既有来自市场的因素,也有来自非市场的因素。在非市场因素方面,政府政策倾斜度是一个重要因素。在所有表示“有压力”的企业家中,34.2%的人认为政府对民营企业与国有企业和外资企业的政策倾斜力度不一样,15.7%的人认为政府给民营企业的优惠政策远不如给国有企业和外资企业的着力,可见国有企业的先天政策优势和外资企业的超国民待遇是让民营企业备感压力的重要原因。

此外,调查还显示,半数(50.5%)企业家表示政府对国有企业和民营企业政策上有失公平,其中认为“非常不公平”的比例为11%。进一步分析发现,服务业、中小企业对政策有失公允感受更强烈。

其次,在市场因素方面,日益激烈的市场竞争是民营企业感到压力的另一重要因素。数据显示,35.7%的企业家表示其压力源于在与国企和外企竞争中,企业运营成本的增加。此外,有22.9%的企业家表示其企业与国企和外企在争夺优秀人才上竞争激烈。此外,与国企和外企在市场价格(20%)、品牌知名度(20%)和技术革新(15.7%)等方面的较量比拼也是企业家感到压力的另一些因素。

□ 政策变动令民营企业疲于应对

近年来政府各个部门对经济活动的调控越来越频繁。政府对市场的干预,提高了未来不确定性,这让很多民营企业家们疲于应对,甚至感到不安。本次调查显示,近八成(77.6%)企业家认为国家政策变动对其企业的影响程度较大,其中有24.3%的企业家认为“非常大”。

而对于国家大力调控的房地产行业,其受政策影响的程度更大。此次调查的21位房地产企业老总中,有19位表示政策变动对其企业影响大,比例高达90.4%。其中10位认为“影响非常大”。分析还发现,对于不同规模的企业,政策变动对其影响程度有所不同。26.7%的中小企业的企业家认为影响“非常大”,这一比例比大型企业的企业家(11.8%)高出15个百分点。

此次调查访问的很多企业家认为,目前民营企业在中国面临的最大的挑战还是政策方面的问题,其中政策公平性和稳定性问题最受关注。多数企业家认为,在中国,要想企业发展得好,跟紧政策和跟对政策是民营企业家的必修功课。为了做好功课,企业家们往往会在研究政策、与政府官员打交道和如何获得话语权上花费更多时间和精力,以应对政策不确定性带来的影响。实际上,民企空间的萎缩感也正体现了当前公权力与

市场此消彼长的关系。

□ 逾四成企业家称媒体报道不客观

一直以来,媒体对“问题富豪”、“不良企业”等的报道,加强了公众对企业家群体负面认识。其实,对于社会上的很多大企业,公众是有期待的,希望这些企业能够承担起更多的社会责任,希望能够诞生一批国际品牌,做强做大。然而,“毒奶粉事件”、无良煤老板、昔日首富先后身陷囹圄、企业家炒作股市楼市等现象让不少公众感觉很激愤。而媒体往往将这些新闻点夸大,以迎合民众情绪。

那么,作为这些新闻事件的主角,企业家如何看待媒体的报道,又有多数人受到舆论讨伐的影响呢?《2010年中国企业家生存环境调查报告》指出:企业家自认在与媒体关系上是弱势群体,逾四成企业家认为媒体对企业家群体的报道不客观,三成企业家受到舆论道德“讨伐”的负面影响。

当前,媒体报道常常提及“问题富豪”,把富豪和问题连在一块,觉得民营企业家官商勾结、假冒伪劣等等。然而此次调查显示,逾四成(42.9%)企业家认为,媒体的报道往往并不是事物的全貌,有时候有欠客观。另外三成(30.5%)企业家则认为媒体对企业家群体的报道还是相对客观的,被曝光的企业或企业家属于本身“案底”不够清白。

调查还显示,对于企业家群体与媒体之间的关系状态,近三成(28.6%)企业家认为,企业家在媒体面前基本没有话语权。而另外近七成(68.1%)企业家则持更加理性态度,认为“企业家在不同事情上的话语权和影响力不一样。”只有2.4%的企业家认为企业家群体比较强势,可以影响媒体舆论方向。

□ 公众的道德讨伐让逾三成企业家受影响

对于社会公众曾经掀起的对企业家“原罪”问题的讨伐,以及公众普遍对企业家“为富不仁”的认识,有逾三成企业家表示受到了负面影响。其中1.9%企业家承认社会舆论环境已经对其产生了一定的道德压力,另外15.7%企业家认为这有损其本人和企

业家群体的形象。此外,2.9%的企业家表示社会舆论环境已经对其平时工作和生活造成影响。总体来看,公众的道德“讨伐”对37.6%的企业家产生了负面影响。

对于媒体的报道和公众的认识,此次受访的企业家们表示感到颇为尴尬和无奈。他们觉得,一方面公众没有看到作为富人阶层的民营企业家用其冒险、创新和努力换来的回报,没有看到企业家为社会做出的贡献;另一方面,确实有些民营企业家有爆发户心态、不顾道德法律、官商勾结、生活腐化,在社会上树立了不良形象。但是,他们认为公众和媒体应该辩证看待。

□ 企业家财产和人身安全全感缺失

调查发现企业家安全感较低。对于当前法律环境是否能够保障其财产安全,28.6%企业家认为“不安全”,其中认为“不太安全”的企业家

占23.8%,认为“非常不安全”的占4.8%。此外,当问及平时是否担心自己和家人的人身安全时,竟有近四成(38.1%)企业家表示担心,其中28.1%的人表示“比较担心”,而10%的人表示“非常担心”。

企业家群体是伴随中国经济的发展而诞生的,他们分享着市场经济的财富成果,获得市场创新带来的成就感,得到社会的尊重。然而公众多相信中国的富人都是有“原罪”的,公众中也有一定的仇富心态,加之对制度和政策不确定性的担忧,这让不少企业家缺乏社会安全感。此外,企业家在市场经济中的作用也没有被人们充分认识,作为纳税人也没有享受相应权力,加之相关话语权的缺失,这些让企业家又缺乏相应的社会认同感。“两感”的缺失反映出了表面光鲜的企业家背后矛盾和纠结的心态,这也是促使他们纷纷选择“逃离”、移民海外的理由之一。

【背景说明】

此次调查于2010年11—12月针对北京、上海、广州、深圳、重庆、西安、广东、四川、江苏、山西等19个城市和省份的210位中国民营企业董事长、董事、总裁、副总裁和CEO进行。调查涉及制造业、建筑业、房地产业、金融业、信息传输业、计算机服务业及软件业、商务及科技服务业等各行业的民营企业,其中大型企业占16.2%,中小型企业占83.8%。

(本报告由亚布力(中国)企业家论坛发展研究基金会、泰康人寿保险股份有限公司和零点研究咨询集团联合编制发布,部分内容有删减)

生于“70、80年代”的第三代闽商早已不愿拘泥于鞋帽石材等传统行业,而是更乐于开拓新的利润增长点。

第三代闽商传奇

□ 吴勇毅

胡文虎、王永庆、林绍良、林文镜、郭鹤年……在这些声名赫赫的商场前辈身后,是一个在中国企业家群体中风格鲜明的群体——闽商。

据《新财经》报道,比之其他商帮,冒险精神是闽商特有的禀赋。某种意义上说,闽商颇具赌性:抢先一步,敢吃“螃蟹”;极端传播,攀比效仿;豪赌血拼、孤注一掷;产业集群、狼性经济。

据统计,福建海外华侨达到1200多万(不包括港澳台同胞),分布在世界160多个国家和地区;闽籍的港澳同胞约200多万人,而台湾同胞中80%以上祖籍福建,并且近几十年仍然有大量的福建人移民欧洲、日本、美国。据权威机构统计,闽商资产已经超过2万亿美元。

据《亚洲周刊》“国际华商600强”资料统计,扣除台湾地区企业外,在2010年度250家华商企业中,属于闽商的有106家,其中东南亚国家85家,香港特区19家,累计资产总额3000亿美元,分别占到上榜企业和资产总额的40.9%和37.8%。

对于这样的一个企业家群体,业界不无担心,以前的优势是否成为未来的“瓶颈”?闽商如何突破自我?生于“70、80年代”的第三代闽商虽然承袭了“善观时变、爱拼会赢”冒险精神,但却早已不愿拘泥于鞋帽石材更传统行业,而是更乐于开拓新的投资项目,从事新兴战略产业,寻找新的利润增长点。

弘扬优秀商业文化 中国商业文化创新论坛暨中华商帮领袖交流峰会举办

中国商业文化创新论坛暨中华商帮领袖交流峰会近日在安徽省池州市举行,来自国家有关部门的领导及专家学者、企业家近300人参加,安徽省人大常委会副主任郭万清出席并致辞。

郭万清指出,探讨中华民族传统文化在构建现代商业文明中的重要作用,研究当代企业家所应有的人文精神和现代商帮发展的理念,这是一件非常有意义的事情。他强调,弘扬优秀的商业文化,是时代的呼唤。

(徐建 蒋明)

南安商人掘金“低碳”

他认为,从未来长远战略来考虑,新时代的商人,要敢碰新兴产业,从现实竞争力、环境成本等因素上突破,打造具有竞争力的低碳衍生产品,而前提必须是大胆创新。

言,他十分看好低碳产业所衍生的上下游效益。在他眼中,任何产业如果背离了国家产业方向,最后的结果只能是走进“死胡同”。

蔡登科告诉记者,所谓低碳经济,就是在可持续发展理念指导下,通过技术创新、制度创新、产业转型、新能源开发等多种手段。低碳化是一种全新的经济发展模式,同时也是一种新型的生活消费方式,实行消费的低碳化过程中,只要你抓住其中的几个项目,便大有可为。

“过去南安商人,传统产业做得多一些,内容涉及水暖建材、房地产开发、粮油贸易、食品加工等,但多数没有抓住产业风向标。”他告诉记者,从目前国家产业发展的方向来看,绿

色经济一定是趋势。

他认为,从未来长远战略来考虑,新时代的商人,要敢碰新兴产业,从现实竞争力、环境成本等因素上突破,打造具有竞争力的低碳衍生产品,而前提必须是大胆创新。

创新获利源泉

“没有创新,企业不可能取得长足发展。”除了担任南安商会副会长以外,蔡登科还是长春市克东热能设备科技有限公司董事长,在他的产业规划中,早已经把创新放在了首位。

“创新是企业的生命线,同样也是企业获利的源泉,这一点是企业公认的,做企业的都明白,我现在已经

有所行动。”对于蔡登科而言,刚刚提到的个人创新理论,并不是“本本主义”,而是对资本投入和研发的另一解释。

“搞研发不仅要付出精力,还要有物力。”他告诉记者,现在很多企业开始意识到创新研发的重要性,他们都纷纷用手中资本,建立后方平台,欲做行业的先行者和领导者,只有这样,自己的产品在市场上才能拥有过人的竞争力,适销对路,盈利预期方能大大增强。可见前期研发,对后期的市场支持是显而易见的。

不拼搏难成功

“少年不打拼,老来无名声”、“输

人不输阵,输阵歹看面”始终是南安商人的励志名言。在经商传统的影响下,渐成为南安商人的价值取向。

“创富借脑,这个提法很好,要给年轻创业者树立经商榜样,成功是暂时的,但拼搏是一辈子的事情。”采访即将结束的时候,蔡登科让记者把他的创业理念告诉给“新人”。

他建议,当你准备好的时候,尤其是刚刚迈进学校大门的大学生,不要过多的考虑未来的得失,一个成功的商人,应该具备所有成功商人的特质,激情而又稳重;除了普通的奋斗,更要有富人的拼搏,不拼搏难成功,踏实地走好创业路上的每一步,才是最重要的,年轻人千万不要用浮躁的情绪来面对未来,否则是很可怕的。

天下侃谈 | TianxiaKantan

潮商与潮菜

□ 郭婉华

潮州菜和京帮菜很不同,它没有皇家色彩,却贵气逼人,它完全是被发达的走南闯北的潮商成就的。1978年,潮籍泰国商人在香港开办了一家高档潮州酒楼,成功掀起了一波高端潮菜热潮,虽然价格昂贵,却门庭若市,客似云来,东南亚华侨、日本游客纷纷慕名而来。

上世纪八、九十年代,旅港潮人达百万之巨,潮菜在京、鲁、苏、粤四大菜系中脱颖而出,成为香港的顶级美食,并扩展到大陆和世界各大城市,仅纽约就有高档潮菜馆10余家。

其实乾隆嘉庆以后,海禁渐宽,海上贸易活跃。素有海上贸易传统的潮州商人,践履风波,上溯苏松津门,下至广府雷琼,南洋诸国,视若比邻。帆船贸易,必须等候风讯。候风期间,商人们逗留各地商埠,货栈、商号、会馆应运而生。以会馆为核心,潮州商帮自然形成。商帮会议,商人商业上的和日常的应酬活动,都喜欢在饭店里进行。

异乡用餐,偏嗜乡味,人之常情,潮州菜随着潮州商人挤进各种帮系菜馆林立的通都大邑。李路阳的《中国清代习俗史》“清季上海商贸习俗”一节就讲到,1843年上海开埠以后,各地菜馆纷至沓来,并形成行帮菜馆。这些菜馆以拿手绝活招揽顾客,同时以乡情、地方特色吸引同乡商贾,来发展自己。

于是,在商业都市里,潮州菜在本帮商人的扶持下,与其他行帮菜馆角力。面对本籍和外地众多的食家,潮菜厨师势必在保持本帮菜自家特色的同时,努力吸收他家所长,配置得宜,调和众口。

上世纪纵横商海并成就潮菜的潮汕人,有否想到潮菜有今天如斯这般的光景?

(作者简介:资深媒体人,专栏作家,文字和美食狂热分子,用随笔形式进行美食速写。《中国作家》文学期刊签约作家。)