

任正非对法国说:
忽略细节 一起浪漫

A2

腾讯与 360 之争将落幕
中国互联网立法将更进一步

A3

1号店董事长于刚:
创业十悟

A4

外企经理人:
成功职业经理人就是不断突破瓶颈

B1

封面话题

任重道远 中国家族企业社会责任四问?



什么是 社会责任? 做慈善并非全部

企业社会责任的理念本是个舶来品,诞生于20世纪初的一些发达国家。改革开放以后,中国企业的社会责任开始得到重视。

提到企业的社会责任,很多人或许会想到,在重大灾难发生时,当社会上有困难群体需要救助时,爱心企业伸出的援手。根据中国慈善捐助信息中心发布的《2012年度中国慈善捐助报告》显示,2012年,来自各类企业的捐赠474.38亿元,其中,民营企业捐赠275.06亿元,占企业捐赠的57.98%。而且,自2007年有全国性的捐赠统计以来,民营企业的捐赠数额一直都占据企业捐赠总量的一半以上。

但是,慈善并非企业特别是家族企业社会责任的全部。随着民营经济做大做强和在社会发展中承担着越来越重要的角色,在更多的方面,他们都有承担更大责任的可能。那么,家族企业的社会责任究竟是什么?

关于什么是企业的社会责任,学界有不同的指标选取。作为由全国工商联研究室、中国民(私)营经济研究会家族企业委员会和两岸四地的多所大学合作完成的首份《中国家族企业社会责任报告》,这份报告通过对全国工商联和国家工商总局最新回收的5073份全国私营企业主调查问卷,获得了有效的大范围样本数据,并选取了6个社会责任指标:经济责任、法律责任、环境责任、顾客责任、就业与员工责任和公益事业。

研究发现,随着中国的家族企业群体发展到了一定的规模,家族企业已经开始有能力到履行社会责任,并且已经开始将履行社会责任视为一种必须的责任,不仅增加投入,履行的层次也有所提高。除了在社会公益、教育和环保领域的投入和捐赠,一些家族企业甚至成立了慈善基金会。

跟踪研究家族企业发展问题多年的中山大学管理学院教授、中山大学中国家族企业研究中心主任李新春对记者说,家族企业的社会责任定义是比较宽泛的,绝非简单的慈善行为。事实上,一个企业遵纪守法,解决就业,对员工加强培训,为员工缴纳社保,治理污染,增进社会公共利益等方面的行为和付出,都是家族企业社会责任的内涵。



A 中国特色何在? 继承儒商传统

在赵兹的记忆里,印象深刻的一件事是,几年前在一家家族企业家的会议上,一个家族企业老板发言的开场白竟然是首先否认自己的家族企业身份。在这位老板看来,家族企业这种自古有之的企业组织形态似乎至今仍不合时宜。

短短的一个表态,给中国民(私)营经济研究会家族企业委员会秘书长赵兹带来了不小的冲击,以至于他在向记者回忆儿时仍然颇有感触。

“他在怕什么?是家族企业主的社会名声不好吗?这样的表态背后,反映了观念与现实的冲突,一方面,家族企业正在迅猛发展,对社会做出的贡献越来越大;另一方面,社会打量他们的眼光不同,有褒有贬,有误解也有支持。”赵兹说。

“在当下,中国的家族企业群体已经引起了全社会的广泛关注,尤其在履行社

会责任方面,无论从理念上还是行动上均发展迅速,也因此他们的一举一动,不仅是‘家事’,也是社会的大事。”

纵观不少中国家族企业,不仅开始积极履行社会责任,并且形成了自身的特点。

首先应当被关注的是,中国家族企业社会责任观中的传统儒商特色。应该说,善行公益、扶危济困一直是中华商道崇尚之风,这种企业文化上的继承,使中国家族企业自有其特点,在理解和实践社会责任时更倾向于具有长期发展和传承导向。同时,由于家族对企业经济活动的巨大影响,失去声誉往往会伴随企业形象的损失,因此,家族企业会更加关心自身形象和声誉,更愿意建立和保持良好的形象与声誉。

其次,许多家族企业在履行社会责任方面不断寻求创新与突破,进行符合企业

特点的探索,而这一点,也是当下中国家族企业群体履行社会责任的一个显著特点。

赵兹列举了几个有借鉴意义的例子:比如有着124年历史的李锦记家族,把促进营造中国家族企业健康和可持续发展的良好环境,视为其履行企业社会责任的一种创新,为此,公司专门成立了家族企业群体事务部,与其他家族企业分享企业传承的经验与教训。李锦记健康产品集团董事长兼行政总裁李惠森作为全国政协委员,已连续6年提交了建议国家重视家族企业传承与发展的提案,他们把这些看作日常承担其他社会责任的同时履行社会责任的一种社会创新。还有匹克集团,其董事长许景南就说,公司要创建百年老店,就应该承担起创建国际品牌的责任,这也是民营企业最大的社会责任。

B 履责有何意义? 良好的声誉是无形资产

有一种观点认为,企业履行社会责任会增加成本费用,势必会影响企业的财务绩效,这也会进而影响企业履行社会责任的积极性。换言之,除了企业受各种法律法规、社会法则制约必须履行社会责任之外,对企业自身有什么好处可言呢?

《报告》中对家族企业的抽样调查数据显示,家族企业社会责任的履行,对企业的销售收入与净利润有着正向的影响。

《报告》显示,在公益社会,受访企业

中,近两年发布过社会责任报告的家族企业,平均销售收入和净利润,分别是未发布社会责任报告企业的2.2倍和2.6倍。同样,在慈善捐助方面,2011年的平均捐助额也与销售收入和净利润呈显著的正向关系。此外,在环保投入、员工投入等方面,都与企业的销售收入和净利润正向关系明显。

“社会责任对企业声誉有着重要影响,这种良好的声誉是企业的无形资产,

不可交易也不可复制,是企业核心竞争力的重要内容,也是做百年老店的关键因素之一。”李新春说。

再比如说环保投入,企业只有实行可持续发展,才能不违背法律或政策,获得长期稳步发展。员工投入也是如此,有利于激发员工的积极性,提高人力资源质量,创造和谐的劳动关系。“这些都是企业竞争优势的直接来源。”李新春说。

(叶晓楠)

(21世纪网)

D 今后的路在何方? 传承换代是新契机

不过,研究人士也表示,中国家族企业在社会责任领域还处于起步阶段,特别是一些家族企业由于传承时间较短,尚处于资本积累阶段和传承阶段,在履行社会责任方面表现出诸多不足。

赵兹表示,毋庸讳言,目前中国仍有许多家族企业对于企业社会责任还存在认识上的缺失。特别是仅关注履责中的自身核心利益,欠缺行动的广泛社会性;忽视长远规划和机制建设,倾向于应急和短期行为;多由企业所有者个人偏好主导;形式以传统慈善,如赈灾、捐赠希望小学等为主,缺乏对具体项目社会效益的评估;不能把企业的社会责任履行与自身战略相整合等。此外,还有不少家族企业认为,履行社会责任需额外投入,会增加成本。还有些家族企业认为,承担社会责任主要是国企的事情。

“我们发现一些家族企业在履行社会责任中做出了一些很好的实践,但却拿不

出一份标准意义上的社会责任报告,这说明他们在履行社会责任的制度化建设中还有待加强。”赵兹说。

一个新的挑战是,当下,众多的中国家族企业正开始处在传承换代和创二代崛起的关键时期,在这一背景下,会有越来越多的家族企业以全球的视野审视自身价值,不仅把履行社会责任视为企业健康发展的重要任务,更不断寻求创新与突破。

李新春表示,家族企业要传承下去,



Iphone,android 手机扫描二维码下载安装



IPO 新政 利好股市

证监会近期发布IPO新办法明确提出要逐步推进股票发行从核准制向注册制过渡。尽管如此,本次改革并非以市场化为目标导向,甚至在市场化水平上有所倒退,转而为重视“抑制三高”、“市场维稳”等命题,不惜给予细致的干预。

对于拟上市的企业来说,新办法有以下几个变化。首先是违法处罚加重。出现重大违法问题,发行人得依法回购IPO全部新股,且发行人控股股东得购回已转让的原限售股份;致使投资者在证券交易中遭受损失的,还得依法赔偿损失。——这个规定相当靠谱,但其他规定就有过度干预之嫌。比如,必须没有超募(指IPO募集资金超过公司募投项目所需资金)。若可能超募,得调减发行规模;新股数量不足法定上市条件的,得转让老股。再如,发行人及大股东须维持股价。得提出三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的预案,如回购、增持等;限售期满两年内减持的,减持价不得低于发行价;上市后6个月内如果连续20个交易日的收盘价均低于发行价,或者6个月期末收盘价低于发行价,限售期自动延长至少6个月。持股5%以上的股东减持时,还须提前三个交易日予以公告。

企业以被迫摊上“紧箍咒”的代价,收获了一大利好。新办法称,受理材料三个月内给审核决定,“通过发审会并履行会后事项程序后即核准发行,发行时点由发行人自主选择。”如果未来严格实施,则已过会企业便不用再苦等批文,中国A股也不再出现因为行政命令而暂停IPO一年多的现象。

对于普通投资者来说,得感谢证监会新办法推行的市值配售。申购新股会抽走二级市场资金以利空股市。既然如此,要维稳股市,就规定只有拥有一定流通股市值的人才能打新。如此一来,一、二级市场投资者利益就统一、平衡了。如果市值配售,网上打新股的中签率有望明显提高。目前,两者的流通股市值大约是20万亿元,其中包括很多实际上不会流通、不想打新的国有股、法人股,如五大银行、两油等,至少得扣除7万亿-10万亿元。

假设市值配售是加总计算沪深两市的流通市值,如果上交所发行一只1亿股的中盘股,40%在网上发行,每1万元市值可申购一签。此时,纵使持有几十亿、几百亿元流通市值,申购上限也只有4万股,只相当于4亿市值。再去除各投资者手上不足1万元部分的零散市值,可配售的总流通市值预计将进一步大幅减少,中签率可能会超过2%。如果发行10亿股的大盘股,30%也就是3亿股在网上申购,中签率可能超过15%。而像农业银行IPO那样发行200多亿股,则会出现中签率100%、网上认购不足的情形。倘若市值配售是分别计算沪深两市的流通市值,不能跨市场配售,则网上申购中签会更大幅上升。

我们预计明年一月份的头几批新股都会被炒作,二级市场的IPO首日涨幅偏高,打新收益率可观。此后,随着新股发行速度加快、供应增多,A股IPO的“三高”问题(高发行价、超募、首日涨幅高)有望逐步得到解决,但随之而来的可能是中小盘股的估值水平大跌。因为“市场维稳”与“抑制三高”这两个目标其实是相互矛盾的。