

政府搭台 企业唱戏

颍淮大讲堂·企业品牌高峰论坛在安徽阜阳隆重举行

■ 王轩 王建中 肖炳华
本报华东首席记者 宗毅

金秋是个收获的季节。由中共阜阳市委宣传部、阜阳市经济和信息化委员会联合主办，阜阳市企业品牌促进会与企业家人报社共同承办的“颍淮大讲堂·企业品牌高峰论坛”日前在安徽阜阳隆重举行，中共阜阳市委宣传部李涛副部长主持会议。阜阳市企业品牌促进会会长、安徽阜阳商厦总经理张志峰致欢迎词。

张志峰说：“首先向为阜阳经济发展和企业品牌建设做出贡献的各界朋友们，表示衷心的感谢！并特别感谢中国《企业家日报》社多年来对阜阳企业品牌建设的关心与支持，感谢阜阳商厦、阜阳建工集团、安徽宣酒集团有限公司、安徽天筑建设集团有限公司、对本次论坛的倾情支持！我们相信，本届论坛将是一次整合品牌资源、交流、学习、合作的良好契机，一次见证和把脉阜阳企业品牌发展的盛典！”

张志峰说：“阜阳市委、市政府历来高度重视我市企业品牌创建工作，成立了‘阜阳市名牌战略推进委员会’、出台了一系列推进名牌战略实施的政策和措施，对全面提升我市企业产品质量意识、产品竞争力，促进企业结构调整、转型升级，培育、引导更多的企业争创名牌，实施阜阳名牌发展大战略，推动阜阳经济社会全面发展发挥着积极的推动作用。近年，通过政府和广大企业的不懈努力，我市企业品牌发展势头强劲，品牌建设不断跃上新的台阶。目前，我市共有 26 个企业产品荣获省、市名牌产品称号，拥有金种子、醉三秋、文王、中能晋煤等 4 个中国驰名商标和华信等一批省著名商标，最近安徽天筑建设集团



阜阳市企业品牌促进会会长张志峰致欢迎词



阜阳市企业品牌促进会会长张志峰致欢迎词



阜阳市企业品牌促进会会长张志峰致欢迎词

荣获了中国建筑业最高殊荣——鲁班奖，可喜可贺。这些名牌和著名商标以及成就的取得，对我市的经济社会发展起到了很好的推动和示范引领作用。但与此同时，我们也应看到，与品牌强市相比，我们还有不小的差距。为建设品牌强国、品牌强市摇旗呐喊，擂鼓助威正是我们在座各位的责任，也是我们阜阳市企业品牌促进会义不容辞的责任。

“阜阳市企业品牌促进会在市委市政府的亲切关怀和大力支持下，于今年 3 月 28 日隆重成立。自成立以来，促进会就着力以‘探寻自主品牌发展路径、提升自主品牌竞争实力、推动自主品牌整体崛起’为己任，以‘打造

百年企业、铸就百年品牌’为孜孜追求的目标，致力于为我市企业品牌的发展和壮大尽绵薄之力。

“据权威机构调查显示：2%的领袖品牌占据 80%的市场份额。在经济转型期残酷无情的市场竞争中，二线品牌或小微品牌要么狠抓品牌创新，提升品牌价值，成功实现品牌突围；要么在举步维艰的追逐中渐渐衰落，淡出公众视线。品牌竞争，间不容发，这也恰恰给广大的企业品牌领导者、管理者、品牌经理人提供了一个大展身手的舞台。伟大的品牌源自于梦想。千帆竞发、仁者无敌。让你的妙手点石成金，突破品牌成长瓶颈，成功走向辉

煌！

“2013 年，国家主席习近平在两会闭幕式上首次提出‘中国梦’，今天中国已经成为世界第二大经济体，但是中国品牌还没有取得与经济大国相称的地位。实现中国梦离不开品牌梦的实现，品牌战略已经成为众多企业的核心战略，品牌化已经成为企业生存的共识。李克强总理在今年两会政府工作报告中提出，扩大内需是中国经济的重要手段，经济核心是要培育知名品牌。对品牌认知的不断提升，正成为中国经济影响世界的着力点。

“中国最大的品牌就是中国梦。我们中国是一个品牌，中国人是一个品牌，中国梦

是中华民族最大的品牌！但愿在你的产品托举下，让中国成为全球的中心，让我们中国人、让全球人因为中国品牌而活得更幸福、更和谐！”

据了解，本次论坛以共谋品牌大计，共商品牌发展为契机，向与会的 500 多个阜阳企业家剖析了如何打造品牌的理念。为此，主办方特邀了著名品牌专家杨兵先生发表主旨演讲。杨兵就企业品牌的创建、打造、市场营销、如何应对同行竞争等多个角度进行举例剖析和应对。3 个小时演讲，场内互动热烈，没有一个离席。这也是阜阳市第一次由政府组织和主办的企业论坛。

南北车筹划合并“婚后”总资产或超 3000 亿元

面对国际竞争需求，南车、北车再度合并成巨无霸，铁路、核电等行业国企巨头重组大幕开启。

在“分别”十几年后，当年由中国铁路机车车辆工业总公司一分为二的中国南车、中国北车再度走到了一起。10 月 31 日晚间，中国南车、中国北车同时发布相同公告称，因公司拟筹划重大事项，将继续停牌，预计停牌时间不超过一个月。上周一，两家公司同时停牌，筹划合并的消息随后被确认。

此前，为了引入竞争格局，石油、通讯、民航、航天、邮电、铁路等多个行业，经历了从计划经济部门，变为政企分开成立国有公司，再

分拆成多家竞争者的过程。现在，竞争的需求从国内变为国外之际，铁路、核电等行业再度出现了合并的需求，这些行业的国企巨头合并的新一轮大潮由此徐徐开幕。国资委专家分析认为，例如南北车的这种合并，可以使企业在资源、规模达到一定的级别，在国际市场上提升话语权。

如果合二为一，新的“两车”总资产将超过 3000 亿元，年度营收或于明年接近甚至超过 3000 亿元。

南北车合并传闻并非第一次传出。

今年 9 月，有报道称国资委正在力推两家公司合并，以便增加中国高铁的海外竞争力，避

免双方互相压价，且双方均已上报整合方案。随后，两家公司均发布公告否认了这一消息。而在更早的 2011 年，因为两家公司的业务重合度很高，产品同质化严重，曾传出过合并传言。

与前两次出现合并传言不同的是，此次消息传出后，双方均未否认。上周一，两家公司同时发布相同的停牌公告，双方均称拟筹划重大事项，10 月 31 日为原定停牌期的最后一个工作日。

10 月 31 日晚间，双方在公告中一致表示，“因公司拟筹划重大事项，鉴于该事项存在重大不确定性，为保证公平信息披露，维护

投资者利益，避免造成公司股价异常波动，经公司申请，公司股票自 2014 年 11 月 3 日起继续停牌，预计停牌时间不超过一个月。公司将尽快确定是否进行上述重大事项。停牌期间，公司将及时履行信息披露义务，发布重大事项进展公告。”

中国北车、中国南车于 2000 年由中国铁路机车车辆工业总公司一分为二，从此成竞争对手。两家公司主业都是轨道交通装备制造业，由国资委管理，起初业务按南北地域划分，但目前地域界限已然不在。两家公司的发展始终势均力敌，无论国内市场还是国外市场，两家公司的竞争愈发激烈。

财报显示，今年前三季度，两家公司净利润表现也是不相上下。中国北车三季报显示，前三季度实现营业收入 641.66 亿元，同比增长 9.84%，归属上市公司股东的净利润为 39.58 亿元，同比大幅增长 65.1%。中国南车三季报显示，前三季度实现营业收入 848.9 亿元，同比增长 50.19%，归属上市公司股东的净利润为 39.74 亿元，同比大幅增长 58.29%。

根据发展规划，中国南车在 2015 年预计实现营业收入 1500 亿元，中国北车的目标则是 1400 亿元。如果合二为一，新的“两车”总资产将超过 3000 亿元，年度营收或于明年接近甚至超过 3000 亿元。（赵嘉妮）

慈善事业——企业承担社会责任的方式

在巨富中死去，是一种耻辱——安德鲁·卡内基

■ 彭景理

2014 年 9 月 23 日，中华慈善总会在北京举办成立 20 周年纪念会，据中华慈善总会常务副会长王树峰介绍，近年来慈善事业负面新闻频出，慈善组织的公信力被破坏，慈善事业遭受挫折，一些慈善组织甚至举步维艰。尽管如此，中华慈善总会每年募集的款物仍然在逐年增长：2011 年比上一年度增长了 20%，2012 年、2013 年比上一年度分别增长了 30%、36%。王树峰同时也指出，2013 年所募资金首次突破 100 亿元人民币，但来自境外慈善机构、跨国公司的捐赠数额比例占 90%以上，而国内本土企业捐赠数额所占比例不到 10%。

孟子有云：穷则独善其身，达则兼济天下。中华民族素有扶危济困、赈灾救人的优良传统。春秋战国时期的范蠡，《史记》记载其“十九年之中三致千金，再分散与贫交疏昆弟”；东汉樊重，家中多“池鱼牧畜，凡有求鱼及牲畜者，有求必应”；北宋大峰和尚，《祖师记录碑》载其“劝喻潮人造桥、修路、施棺、殓殓、救人、赠药、赈灾、恤困等善举，毕生不倦”。在一个轻商、抑商的时代，商人们尚且乐善好施；反观当下，市场经济蓬勃发展，一些企业大亨在市场上翻云覆雨，获取巨额收益，但在贡献慈善事业、履行企业社会责任方面却蜻蜓点水、行动不多。近年来我国慈善事业屡受挫折，发展举步维艰，确实是时候需要社会各界认真思考和反省了。笔者认为，造成这种局面的原因主要有：

首先，慈善事业程序运作的透明度不高。据《2012 年中国慈善透明度报告》显示，2012 年度我国的慈善透明度为 32.39（总分为 100），《2013 年中国慈善透明度》显示，2013 年度我国的慈善透明度为 43.11（总分为 100）。一些企业明确表示不知道所捐善款去向，因此募捐积极性受挫。特别是近年来诸如郭美美事件、李亚鹏事件等负面事件的影响，使得公众对慈善组织的公信力产生极大的质

疑。由于慈善事业程序运作的透明度不高，企业对自己所捐善款无法进行有效监督，不知道善款具体用在何处，取得什么样的效果，因而导致一些企业对慈善公益组织的信任度不断降低，这也直接影响到企业对慈善事业的大力投入。

其次，企业自身缺乏成体系的慈善计划。当前，不少企业没有规范化的年度慈善项目，慈善运行机制缺乏制度化、规则化，比较随意，经常变动。不少企业对每年慈善事业的规划，往往取决于当年的经营情况，也受到时事和新闻媒体的影响。一些企业的慈善理念落后，对于慈善的观念还处于传统的思维模式，认为慈善事业的投资回报率太低，对企业的经营无法带来可以量化的收益。有的企业认为投入慈善事业的回报是泡沫收益，无实际价值，因而将资金投入在明显看得见收益的地方。

第三，现有法律规定欠缺可操作性。根据《中华人民共和国企业所得税法》第九条规定：“企业发生的公益性捐赠支出，在年度利润总额 12% 以内的部分，准予在计算应纳税所得额时扣除。”即纳税人通过民政部门认可的慈善团体进行捐赠，可以在缴纳企业所得税时进行税前扣除。事实上，企业在捐赠前还需要事先了解其所捐赠的慈善团体是不是被认可——查明慈善团体资格合法的义务。加之进行税前抵扣的手续过于繁琐，许多企业不愿意花费大量的时间去做慈善。一些政府在激励企业发展慈善事业方面的举措不完善，形式较简单，企业得不到有效的政策扶持。而慈善事业通常伴随着巨大的资金投入，出于降低生产成本，提高利润的考虑，企业对慈善事业的投入比较慎重。

即使如此，笔者认为企业积极发展慈善事业是必要的，也顺应了时代之所需、民生之所求。慈善事业不仅是企业承担社会责任的主要方式之一，也是企业实现自身价值、发展企业文化、培养企业精神的重要途径。它有助于缓解贫富差距，实现社会财富的第三次分配顺利

进行。未来的有效路径是，通过将慈善事业与企业发展战略相结合，方能更好的打造企业品牌，促进企业良性发展。具体而言，企业承担社会责任的理由有四：第一，慈善事业是企业承担社会责任的理由有四：第一，慈善事业是企业承担社会责任的主要方式之一。企业不断地追求利润——理所当然。但是，企业在追逐利润的同时，必须看到其所应当承担的社会责任。企业的生产经营必须要占用社会资源，通过对社会资源的消耗生产商品。在有限的社会资源的条件下，企业消耗得越多，个人所拥有的社会资源就越少。企业在生产经营过程中，会带来环境污染等问题，除了企业自身解决一部分之外，社会直接或间接的也要为这些问题买单。没有无权利的义务，也没有无义务的权利，企业在获取利润的同时，必须承担相当的社会责任。通过慈善捐助，企业将所得利益之部分回馈社会，是企业对社会负责的表现。第二，大力发展慈善事业，是发展企业文化、培养企业精神、实现企业自身价值的重要途径。企业的目标不仅仅是获得丰厚的利润，它应当有自己的文化内涵。衡量一个企业是否成功的标准，不单单是能否获取高额利润，其中诸如企业文化、企业精神等也是企业价值衡量的重要内容。企业不是一个冷漠而机械的人口集群，否则，这种企业是无法长远发展的。发展慈善事业，员工能够感受到这个企业的人文关怀，体会到自身工作不一样的意义，员工有一种企业归宿感和自豪感。这就是企业的文化内涵，也是企业的精神价值，更是企业不绝的、强大的财富创造力。第三，大力发展慈善事业，有利于促进社会财富的第三次分配。改革开放以来，我国经济发展取得了举世瞩目的成就。但是，社会问题也不断突显，特别是贫富差距矛盾一直是我国经济发展面临的瓶颈问题。在原有按劳分配的原则下，贫富差距日益扩大，社会两极分化日益严重，最终会影响社会稳定，不利于社会和谐发展。一个混乱的社会环境，企业最终也会受到伤害。然而，政府主导的二次分配在均衡贫富差距方面的压力巨大。通过鼓励企业发展慈善事业，将企业所得财富有计划、

有节制地通过捐赠或其他方式返还给社会，实现社会财富的第三次分配，以缓解贫富差距扩大的压力，有利于促进社会和谐发展。第四，将发展慈善事业与企业发展战略相结合，打造企业品牌，有利于保证企业的长远发展利益。慈善事业不是单纯的企业财富的消耗，相反，它能给企业带来意想不到的收获。商界利用慈善事业做宣传，提升企业知名度，打造企业品牌的例子比比皆是。这是一种双赢的局面：通过慈善事业，社会上需要帮助的人得到了实实在在的帮助；而企业在帮助他人的过程，就是一个宣传自身的过程，在这个过程中，企业的知名度和社会认可度得到提升。人们在享受企业善举的同时，对企业及其产品的信任感加强，这种情感上的认同给企业所带来的利益，比企业巨额投资商业广告所带来的利益更可靠、更持久。

基于目前企业发展慈善事业的困境和必要性，笔者对企业未来慈善事业的发展提出如下建议：

第一，建立信息反馈机制，提高慈善组织工作运行透明度。慈善组织应当按周期向公众公布善款所用的方向、数额以及所取得的后果，特别是将信息反馈给捐助的企业。捐助企业可以对善款使用方向是否合理、数额是否合适、援助实际效果以及整个援助过程是否合理提出质疑，慈善组织有义务解答。同时，注意加强慈善组织工作人员的业务能力，比如财务管理方面，必须由有资质的专业人员进行管理，建立严格的财会制度，每一笔善款的流动必须有明细账目，以便于信息公布。捐助企业可以聘请会计师事务所对所捐助的慈善组织定时进行财务进行审计，发现问题的及时督导改正，有违法犯罪行为的依法交由相关部门处理。此外，还要注意利用新闻媒体对慈善组织工作的透明度进行监督。

第二，转变慈善事业理念。企业要改变慈善就是“赔钱赚吆喝”的固有想法，慈善事业给企业带来的是无形资产，这种无形资产在一定条件下能转化为数量巨大的实际财富。

创新慈善事业模式，将企业文化、战略发展融入慈善事业。开发内容丰富、方式多样的慈善活动，慈善活动不限于捐款捐物，可以有多种形式，比如技术性指导帮助、慈善教育事业、科普法律知识普及、就业培训以及提供就业岗位、提供免费医疗服务、修建养老院、救济站和孤儿院等。企业在回馈社会，使社会获得实实在在实惠的同时，通过慈善活动，创造企业文化，凝聚力量；落实发展战略，开辟路径。

第三，政府部门要积极协助各种政策的落实，特别是优惠政策的落实。建议各级民政部门 and 工商联组织积极协助有关部门落实企业发展慈善事业应享受的优惠政策和扶持措施，指导企业发生的公益性支出进行所得税税前扣除。协助企业与慈善组织、慈善需求对接，各级民政部门和工商联组织应进一步掌握本行政区内的优秀慈善组织和优秀慈善项目状况，及时采集、发布求助信息，主动向企业做好推荐工作，为企业与慈善需求对接提供便利。各级民政部门和工商联组织要加強合作，通过联系协调、信息共享等方式，搭建展示交流会、项目推介会等平台，促进企业与慈善组织对接，开展长期、多样、有效合作。宣传企业慈善行为，积极协调报刊、广播、电视、互联网等媒体，大力宣传企业的慈善善举，努力营造有利于企业投身公益慈善事业良好的社会氛围和舆论环境。政府部门还可以在土地供应、设施配套、企业服务等方面，对为公益事业做出杰出贡献的企业提供便利和优惠条件，以达到扶持和激励效果。

中国有一句老话：羊毛出在羊身上。企业的财富根本上还是来源于社会，“我和你深深嵌在这个世界之中”，企业不可能脱离社会而独立存在。作为社会的有机组成部分，每一个企业在获取自身利益的同时，也要懂得回馈社会，“宰羊拔毛”、“杀鸡取卵”的行为不可取。真正成功的企业，应当懂得回报社会，应当敢于承担社会责任。

（作者单位：四川省社会科学院法学所）