“慈孝工资”让企业有了家的“温度”

■ 徐甫祥

近日,《工人日报》记者在采访中发现,在浙江宁波江北区,一家名为浙江宝成机械科技有限公司出现了这么一桩新鲜事:企业会额外给员工加一份工资,每月汇到员工父母账户上。这项被该公司称为“饮水思源、温暖感恩”的计划已经实施了两年,让近70个员工父母受益。(10月11日《工人日报》)

这是一条难得一见、却让人心头一热的新闻:近些年来,面对激烈的市场竞争,某些企业要么工资久拖不发,要么想方设法压低劳动力成本,总想在工人利益上“做文章”。然而,这家公司却偏偏反其道而行之,公开宣称:凡在工厂工作满18个月的员工,如果愿意寄钱供养没有社保的家乡父母,厂里不但帮着汇款寄钱,还会给他添上一份钱。说实在话,这样的企业,眼下并不多见。

初看这条新闻,笔者曾疑其为哗众取宠,有炒作之嫌。但在百度了该企业的有关情况后,顿感释然:首先,这家生产环保机械的企业,竟然拥有博士后工作站及省级研发中心,每年坚持用销售额的5%以上投入产品研发。难怪乎建厂短短十六年,就演绎了年销售过亿、进入首批国家级高新技术企业行列的传奇,成为当地的利税大户,其活力及创新精神可见一斑;其次,这又是一个有“温度”的企业,懂得感恩和回馈员工。早在2009年,就首开先河,为老员工颁发每人每月300元的“千里马奖”。如今,“慈孝工资”的施行,更让企业有了家的“温度”。

由此看来,该企业推出“慈孝工资”,并非心血来潮,更不为追求“眼球效应”,而是秉承新型企业理念的自然流露:在一些人眼里,企业是老板的,工人不过是“雇佣”的角色。其实,任何企业的生存和发展,缺失了工人们的“主人翁”精神及全方位参与,都只能是一句空话。近些年来,某些企业面临的“用工荒”及技术人才的青黄不接,似乎已经或正在印证这个看似简单然却颠扑不破的真理。

用企业负责人的话来说,此举既是企业对员工的回馈,也是借此引导员工对父母的感恩。这话不假,家是一个温馨的字眼,有父母的地方就是家,有家的地方就有爱。而在具有远见卓识的企业家看来,有员工的企业同样也是一个家,而且是一个大家。“慈孝工资”看似一个小小的举动,却用“感恩”的红线,把两个家连在了一起。试问,在这样的企业工作,会不会有在家一样暖呼呼的感觉?

事实上,企业对员工的爱已经得到了回馈:首先,企业由此彰显的社会责任感获得了积极的社会评价,被称之为“花的是小钱,办的是大事”;其次,培育了一批懂得“饮水思源、温暖感恩”的好员工。不少员工,或许以前只是逢年过节给父母带点钱、买点东西,而现在每月定时给父母寄钱,成了雷打不动的习惯;其三,员工对企业有了更深的归属感。建厂以来,在不少企业频遭“用工荒”打击的情况下,该厂的员工流动率几乎为零。显然,这样的结果顺理成章。工作在如此有爱的企业,没有谁会三心二意。换句话说,即使有员工起了去意,恐怕其父母也不会答应吧?

其实,“慈孝工资”引发的连锁效应,又岂止是一举三得。正如该企业负责人所说,“懂得孝顺父母的员工,才会是好员工!”从另一个角度讲,懂得感恩员工的企业,又何尝不是一个好企业呢?这样的企业,有爱,有“温度”,生活在企业的员工,会让爱包裹,让“温度”融化。相信这样的企业,被所有的员工热爱着、帮衬着、护佑着,定会在市场经济的大潮中如鱼得水、再造辉煌。

雅戈尔忙转型
凸显传统行业“秋寒”

■ 毕舸

就在两个月前,雅戈尔还以冬奥会特别版衬衫的营销创意,赢得业界一片赞誉。然而,近期雅戈尔旗下的一家针织厂却发生大规模员工劳资争议事件。显示这家明星企业在致力于发力转型地产与投资新业务之时,既有的传统业务却成为了其软肋甚至拖累。

雅戈尔曾经在服装行业收获满满,2014年实现销售收入590亿元。然而,以往亮丽的成绩挡不住越来越浓的大环境寒意。

根据国家统计局数据的显示,2015年1~5月服装行业规模以上企业15273家,累计实现主营业务收入8008.96亿元,增幅较2014年同期减少3.26个百分点。利润总额440.20亿元,增幅较2014年同期减少4.09个百分点。服装行业规模以上企业亏损面收窄,但亏损企业亏损总金额和平均金额都有所增加,经营不善的企业困难进一步加大。

服装业各项指标增速进一步放缓,出口内销两个市场需求持续不振,以及服装消费个性化、多元化的需求趋势,年青一代网上购物的消费方式转变,都对传统服装业构成了日益严峻的外部挑战。雅戈尔间接剥离针织厂引发的员工维权风波,就是再明显不过的案例体现。

受困于曾经的主业衰退的雅戈尔,很早就开始尝试从利润空间逐渐被压缩的传统服装业走出去,转而寻求在更具有增值前景的房地产业打拼一番。在如今被誉为“股神”的雅戈尔新半年报里,我们能够看到,曾经的主业服装业占据雅戈尔的份额正在逐渐压缩,对于公司整体业绩的贡献能力也在不断减弱,相反,其地产板块实现营业收入62.02亿元,较上年同期增长22.88%;而2014年度的年报数据显示,当年雅戈尔通过投资中信股份获得收益1771万元。

从曾经的制衣大佬到如今的逐渐“衣衫薄”的边缘化业务,如果不是有投资和地产业务的转型支撑,作为服装企业的雅戈尔显然已经很难抵御大环境的寒意。

而超出雅戈尔这家公司本身,反观整体服装业的秋寒,这也是在经济转型期传统行业遭遇的阵痛体现。国内物价的不断上涨导致CPI屡创新高,居民消费信心指数下滑。而经济增速持续放缓,投资需求受到抑制,在投资、出口、需求“三驾马车”都相对疲软的态势下,众多行业都承受着产能过剩的巨大压力,开工不足,利润下滑,上半年第一产业和第二产业增速仅为3.5%和6.1%,比去年同期下滑了0.4和1.3个百分点。

对于负重前行的中国经济而言,服装业上半年虽然相比去年出现了止跌回升的态势,但复苏道路阴晴不定,无论是服装业自身还是消费者的信心与预期依然不高,这也就给雅戈尔为代表的中高端服装企业带来了沉重压力。波司登、利郎、百丽都在忙着关店……感觉到有点冷的不是一家服装企业,而是家家都要做好过冬的应对。

当然,转型所带来的阵痛不可避免,传统行业在整体经济环境发生改变的情况下,如何调整公司经营结构、适应经济新常态,重新获得生产经营的活力,将会是摆在传统行业公司高管面前的一道亟需解决的难题。

5A摘牌,
对旅游乱象“最后通牒”

■ 张涨

今年九月份以来,特别是十一假日期间,国家旅游局对旅游投诉较多的部分5A级景区开展了服务质量暗访检查。国家旅游局规划财务司司长彭德成向媒体通报称,取消河北省秦皇岛市山海关景区5A级资质;丽江古城、西溪湿地、东方明珠广播电视塔、明十三陵景区等6家5A级景区被严重警告,全国通报并限期整改。

随着收入增加、假期增多,旅游不仅成为国人一种时尚的生活方式,更成为推动国民经济发展的新引擎。刚刚过去的这个国庆假日,全国共接待游客5.26亿人次,同比增长10.7%。但随着出游人数的增多,种种乱象也暴露出来。整治旅游乱象,不能再等。

此次国家旅游局对部分景区严重警告,甚至首次对5A景区“摘牌”,透露了国家规范旅游市场的决心。除了被摘牌的“天下第一关”山海关之外,被警告的也都是名声在外的热门旅游地;而被查处的出租车不打表、餐饮乱收费等问题,也都极具代表性。把一些众人瞩目的旅游景点率先晒出来,把一些绝大部分旅游者都经历过的乱象亮出来,国家旅游局的明察暗访,大有杀鸡儆猴之意。对那些名气稍逊、乱象更甚的小景区而言,无疑是“不点名的警告”。旅游市场乱象,冰冻三尺非一日之寒。其成因当然是多方面的,但景区和地方政府普遍“重申报轻管理”的心态应负首要责任。不论是申报5A还是申遗,往往花大力气搞突击,评上就一劳永逸,只管坐地收钱。长期以来,对旅游市场的监管过于疏松,才给各种乱象以生根发芽的机会。今年4月,雁荡山风景区古洞景点存在强制烧香现象,被曝光后却仅被景区管委会处以60元的“重罚”。由此可见,让各项规章制度“通上电”,提高违法成本,就是这些受到警告或者被摘牌的景区后期整改的核心任务。

一者,旅游监管部门要积极作为。国家旅游局对部分5A景区实施明察暗访,推动了5A景区“能上能下”的动态化管理。相比以往的“只上不下”,能给景区管理者持续施加压力,做到申报前申报后一个样。此外,国家旅游局此举也给地方旅游部门做出了表率。一些地方的旅游监管部门,对其辖区景点存在的问题其实心知肚明,但怀着“多一事不如少一事”的态度,不作为、假作为,乱象就在监管人员眼皮底下发生着。拿出动真格的态度进行明察暗访,试问这些乱象哪还有生存的空间?

二者,俗话说旅游分为行、住、玩、购等多方面,要规范旅游市场的秩序,也需要形成多方合力,加强监管力量。眼下,很多地方旅游监管力量分散,缺少统筹和联动。比如单是一个旅游商店,就涉及物价、工商、环卫等多个部门,各自为战往往事倍功半。尤其是像三亚、西安等旅游重镇,更要以旅游为核心统筹多方力量。比如不久前三亚就成立了全国首支旅游警察队伍,三亚市公安局旅游警察支队成立后,黄金周期间已经查处案件30起,行政拘留30人,公安部门对旅游市场的监管实现了常态化、制度化。

三者,地方政府应建立对游客投诉的快速反应机制。实事求是地说,餐饮乱收费、坐车不打表等乱象,要在短时间内将其消灭殆尽,执法难度极大。只有借助公众监督,畅通公众投诉渠道,才能帮助监管部门更快地发现问题。但眼下很多景区对游客投诉左耳进右耳出,游客只能自我安慰出门在外就得做好被人“宰”的心理准备,这其中有多少无奈!回想不久前的“青岛大虾”事件,如果在游客投诉后当地有关部门能更加快速妥善地处理好问题,不仅不会给青岛旅游留下污点,反而会赢得很多赞誉。在互联网时代,好事坏事一经社交媒体放大发酵,便可能产生“蝴蝶效应”,无论是景区运营单位还是相关部门,都不应有侥幸心理。

专车平台
几家欢喜几家忧

■ 南方

专车新政的颁布虽然给专车的合法化正名,但给私家车进入专车市场设立了很高门槛,无论对专车平台、想通过专车补贴油费的车主、还是想便宜乘车的乘客,都算不上是个好消息。

对乘客,想获得专车补贴、想坐低价的顺风车,可能不太行了。因为专车补贴需要提前10天向社会公告,而拼车、顺风车等被视为违法。

对私家车,想用专车赚点油钱,也不太可能了。因为车辆需要取得出租汽车类别的《道路运输证》,这意味着必须遵循8年报废的规则。

对滴滴等专车平台,车辆和司机来源将大受限制,在一定程度上阻碍了平台专车业务的发展。

专车新政颁布后,此前高调获得专车牌照的滴滴,对外表态“青山遮不住,毕竟东流去”。而一直处于政策安全地带的神州专车则显得淡定很多,此前9号神州租车CEO陆正耀在接受媒体采访时说,神州专车从战略和业务上不会有任何的变化。

但无论滴滴还是Uber都各有对策。

滴滴分点进攻,先搞定上海。此次新规,给地方留有很大的自主权,滴滴采取的策略便是搞定各地方政府。10月8日,滴滴快的在上海宣布,获得上海市交通委颁发网络约租车平台经营资格许可。但上海模式能否在其他城市推广开来,尚是问号。

Uber入驻上海自贸区、迁服务器到中国。与此同时,Uber称未来在中国的投资总额将达到63亿元。这么多钱从哪里来?除了此前已经到账的12亿美元融资外,最新消息是海航集团以自贸区境外直接投资备案的方式入股Uber。

神州专车融钱,申证。此前,神州专车刚刚完成B轮5.5亿美元融资,并向上海交通委申请专车牌照。

一种意见认为建立专车业务牌照准入或许意味着私家车作为专车的政策红利期的终结,并不利于Uber和滴滴出行这样的轻资产模式,反而有利于神州专车这样的“重”资产模式。

制造业解困的根本在于
发展中小企业

■ 赵晓

国家统计局10月份发布的数据显示,9月份中国制造业采购经理指数(PMI)为49.8%,较上月微升0.1个百分点。这是该指数最近4个月以来首次出现小幅回升,但仍处于50%的荣枯分界线以下。此外,新业务总量、用工量、采购库存等指标也均不乐观。中国制造业会不会像人们所说的那样,熬过了2008年,却熬不过2015年呢?

中国制造业的现状可以用内忧外患来形容:内忧主要表现在成本优势渐失。近年来,随着劳动生产要素成本的上升、土地价格和土地使用税的提高,以及各种资源、原材料价格的上涨,中国已经不再是那个世界上生产成本最低的制造业基地。据统计,中国制造业成本不仅高于东南亚、东欧等地区,达到了美国制造业成本的90%,珠三角、长三角更是达到美国制造业成本的95%,甚至有个别企业家到美国办纺织厂,因为成本比在国内还低;外患主要表现在外部需求骤减。中国制造业对外依存度较高,如今在世界经济疲软、发达国家制造业战略实施以及落后国家成本冲击等多重不利因素叠加影响下,中国制造业面临新出口订单下滑,境外需求乏力等状况。最新调查显示,新接出口订单已创下2009年3月以来最大降幅。

面临如此压力与困境,这或许是中国由制造大国到制造强国的转变所必须经历的阵痛,这种阵痛西方发达国家也经历过,目前当务之急是如何尽快结束这种阵痛,帮助中国制造业走出困境。西方发达国家解决制造业发展困境思路或许值得借鉴,总结起来就是从基础做起,重点帮扶中小企业,进而带动整个制造业发展。

2008年金融危机后,世界各国的制造业均遭受重创,美国和德国也未能幸免,为重振制造业,两国不谋而合地选择了以帮扶中小企业为突破口,美国2009年向中小企业贷款130亿美元、2010年给中小企业提供120亿美元减税、花费7亿美元经费培训50万名工人输送给中小企业,德国同样向中小企业贷款70亿欧元、对中小企业实行减税(企业税费起征点由25万欧元升至50万欧元)、对中小企业工人予以薪金补贴等等。在中小企业复苏之后,美国提出了“工业互联网”、德国提出了“工业4.0”等战略,实现了制造业转型发展,目前来看效果都十分理想。我国现在也提出了“中国制造2025”的概念,这与“工业互联网”、“工业4.0”殊途同归,都是瞄准了新一轮的制造业改革。我们在参考学习发达国家制造业顶层设计的同时,不能忽视它们基础路径选择,那就是以中小企业的快速发展为基础,带动信息技术与传统工业相结合,完成制造业转型。

中小企业一直是支持制造业发展的主力军,中小企业目前占中国制造业企业总数的90%以上,创造了中国60%以上的GDP,65%以上的专利,75%以上的发明设计,80%以上的新产品,这有力地反驳了“中小企业无用论”、“拾遗补缺论”、“落后产业论”等观点,中小企业理应获得更好的生存环境。不仅如此,如果我们从生态论的视角审视中小企业,可以更加明晰地发现中小企业是制造业解困的关键所在。

支持中小企业发展更加适应制造业由工业时代“大鱼吃小鱼”向信息时代“快鱼吃慢鱼”的转变。信息时代,制造业想要生存发展,不再是看谁的规模更大,而是看谁的动作更快,规模成本的缩减效用已远远不及产品研发更迭的效用。特别是当经济出现不景气或结构性衰退时,中小企业的表现往往比“全能全面”的大型企业优异。

支持中小企业发展是促进整个制造业企业生态链健康、有序发展的推动力量。现代制造业是一个远离平衡态的动态系统,企业群体一方面相互依赖,联系更加紧密,另一方面遵从价值规律争夺资源、追求利益,优胜劣汰。在企业群体的演变过程中,新的企业、新的产品、新的产业、新的商业模式不断涌现,这种对立统一的企业关系更加适合中小企业,可以说市场体制下中小企业既是环境变化的原因,又是环境变化的主要承担者,中小企业持续的壮大成为了推动企业群体演变的主要力量。

支持中小企业发展是从“中国制造”走向“中国智造”的关键路径,更是打造中国经济活力,培育核心竞争力的关键。内需战略的有效推进、创新型国家的建立、企业的大规模海外投资、企业由产品制造商向系统集成和服务商的转变等,都需要数以千万计的中小企业担当主体,中小企业的大发展才是中国战略转型和产业格局发生根本改变的关键所在。