



【运筹帷幄】

在发展之初,华为股票分红激励的人群和干活的骨干人群基本一致,而如今,分红激励人群和骨干开始逐渐错位。

从华为股票陷阱看企业股权设计

张运辉

华为2012年分红分掉125亿,每股1.41元。消息公布后,有人欢喜有人忧,10年以上工龄的老员工们很欢喜,觉得又发了笔财;干活的骨干们忧,觉得花了娶媳妇买房的钱,扣税后以及利息后收益也只有10%左右。华为早年为了激励员工和内部集资的需要,采用给骨干发虚拟受限股的形式。每年根据公司资产变更情况,给员工增发配股,需要现金或贷款购买,员工可以通过股票每年享受公司分红收益。刚开始配股时,华为业绩增长不太理想,大家一度对华为的股票没什么信心,包括华为的一个现任高级副

总裁,当年都曾经闹过退股的事。2003年后华为股票分红逐步可观起来,股票分红成为华为员工一份重要的收益,也成了华为员工薪酬包的重要组成部分。华为的股票分红制度,为华为人才战略带来极大的竞争力,也带来超高的执行力。华为在最初发展的十几年里,股票分红激励的人群和干活的骨干人群基本一致,随着员工的老去和新增,分红激励人群和骨干开始逐渐错位。股票分红激励的是有10年工龄以上的老员工,而真正需要被激励的新鲜血液——那些真正干活的骨干,却很难从分红中受益。此时该激励的没有所得,不该激励的却财源滚滚。出现这个现象的根本原因在于,

华为股票制度在投资和激励定位上的含糊。如果股票分红仅仅是一种投资行为,员工并不靠分红获得激励,而是以工资和奖金获得激励,就不会出现这个问题。社会上很多企业包括上市公司股票都是这种形式,并不会干扰企业的激励和人才竞争力。如果分红是激励手段,则需要有股票的回购和退出机制,这样才可能有足够的股票来激励新来者。因为股票退出需要公司支付大量现金流,华为为了保证内部融资的需要,一直就不愿意把老员工股票收回。如果股票没有回购过来分配给新鲜血液,单靠企业的利润增量,对企业经营压力太大了,除非企业一直能高速增长。具体来说,华为2012年分红125

亿,如果125亿按股票分配,则老员工占大头,骨干激励不够;如果按年终奖来分配,则骨干占大头,骨干的激励就够了;骨干激励不够,自然就降低了公司的执行力。这里并不是说老员工不该有投资收益,而是说,作为利润的投资收益分配多了,拿掉了本该是薪酬包的人力成本,降低了人力资源的竞争力。去掉这份投资收益后,新进员工薪酬竞争力下降了,影响了公司的人力资源政策。华为的股票制度很多公司在学习,很多也学得不错,但从华为的实践看,这个股票制度确实是有一定生命周期的。发展的早期,股票的分红激励是公司的主流人群,此时分红的价值和奖金是基本一致的,无所谓是分的利润,还

是人力资源成本,最终进入的是同一群人的口袋,需要激发的也是这群人。而公司发展的后期,真正需要激励的人群已经变了,或者说已经不仅仅是原先那批人了,作为利润包的分红和作为薪酬包的奖金,进入的不是同一群人的口袋了。广大中小公司在学习华为股票激励模式的同时,也要兼顾股票制度的生命周期,就算企业规模没华为这么大,但只要年限足够长,也要考虑两个问题:要么有早期的退出机制,让有限的分红能循环激励需要激励的人,毕竟利润包就那么小;要么在适当的时候转型退出激励模式,让投资是投资,让激励是激励,这样企业才更可能长治久安。(作者系深圳财经评论人士)



【储心积虑】

靠鱼目混珠的方式来赢得市场份额并非上策,广药集团应该以全新的形象出现在消费者面前。

重铸王老吉当从主动放弃红罐开始

储著胜

我从来不喝凉茶,加多宝也好,王老吉也罢,对我都是浮云。可最近两年,这两家口水仗打得实在是凶猛,让我也不得不得关注起来。最近两家又对红色包装罐的所有权展开了争夺,虽然法院还未宣判,但从重铸王老吉市场形象考虑,我认为其权属人广药集团主动选择放弃才是明智的。加多宝和广药集团之所以闹到今天这个地步,根本原因还在于利益的诱惑;广药集团一看自己以前低价转让出去的王老吉竟然摇身一变成了“摇钱树”,在后悔莫及之余,自然就想早点让其回到自己的怀抱;而加多

宝对这棵自己一手养大的“摇钱树”当然就更不肯轻易放弃了,它希望的是“天长地久”而不是“曾经拥有”。就像一千八百多年前借荆州的刘备一样。如此一来,两强相争不可避免。经过法律程序,加多宝最终被迫放弃王老吉商标的使用,所生产的凉茶改为“加多宝”凉茶;而广药集团在收回王老吉商标后则推出全新的“王老吉”凉茶。于是,市场上便出现了两种外观极为相似、相互关系极为复杂的凉茶。为了确定自己的竞争优势,现在双方在为这个外观——独特特色的红色包装罐争夺拥有权。纠纷引发了新一轮官司和口水仗。对于广药集团按时收回王老吉商

标使用权,我毫无异议,但是对于它拼命争抢红色包装罐拥有权,我认为大可不必。广药集团如果相信王老吉商标的神奇力量、相信自己的经营管理和市场拓展能力,那么,它在推出真正属于自己的凉茶时,最应该做的事情是,坚决与加多宝完成切割、彻底地消除加多宝的影响,具体的做法就是能够让消费者很容易区分广药集团生产的王老吉凉茶和以前由加多宝团队生产的王老吉凉茶。以前由加多宝团队生产的王老吉凉茶以红罐作为包装,这已经形成了消费者的固定印象,现在广药集团要推出自己的王老吉凉茶就应该彻底改变包装形式,以黄色、绿色等

其它颜色的罐子来区别加多宝曾经用过的红色罐子。因为前后两种王老吉凉茶无论是配方还是口感都是明显不同的,为了对消费者负责,应该以非常明确的方式让他们能够轻易区分前后两种不同的王老吉凉茶。反而是加多宝凉茶可以继续用原来的红色包装罐,因为虽然其所用的商标变了,但是凉茶本身“还是原来的配方、还是原来的味道”。毕竟消费者喝的不是商标而是味道。现在的问题是广药集团不仅不主动放弃红色包装罐的使用,反而和加多宝拼命争抢,这就实在让人感到非常困惑;广药集团难道是想通过外观的不变,来诱导消费者把现在的王老吉凉茶当成原来的王老吉凉茶,从而可以巧妙

地挤掉加多宝的市场?如果是这样,此举就不显示其对自身经营管理能力及王老吉品牌的不够自信,而且对于消费者也有误导的嫌疑。因此王老吉凉茶非彼王老吉凉茶,配方和味道都完全改变了。考虑到这种红色包装罐是由加多宝老板亲自设计的,广药集团更应该弃之不用才是。靠鱼目混珠的方式来赢得市场份额并非上策。广药集团应该以全新的形象出现在消费者面前,用麾下产品独有的口味征服消费者,通过自己的努力去提升王老吉这个品牌的内在价值。广药集团要想重铸王老吉品牌,当从主动放弃红色包装罐开始!(作者系证券时报记者)



【三思而论】

用中国人的血汗钱去投资美国楼市,显然帮助了美国,但是对于中国的外储,其结局就将似肉包子打狗。

中国外储投资美国楼市不靠谱

陈思进

近日,建议用中国外汇储备投资美国楼市的报道,不断见诸媒体。这种建议值得商榷。过去一年,美国楼市的确有见底回升的迹象,但美国楼市真正回春还有待时日,我不敢断言,美国房价甚至很快将跌回原来的价位。其主要原因是:首先,这次房市复苏是由投资者(甚至是投机炒房者)引导的,他们利用了当前的低利率和低房价,一旦利率和房价一齐上涨,这部分投资者就会退市。在过去的两个世纪中,美国已经完成了城市化的进程。目前,有五分之四以上的美国人居住在城市地区。所

以,美国不存在所谓住房“刚需”的先决条件。其次,从100多年来美国房价的走势可以看出,美国房价仅仅和通胀呈正相关,而不会随着经济增长和股票收益一起上涨。第三,美国的持房成本巨大,仅房产税平均每年2%以上,还需加上其它的费用。而且,在美国投资房产即便赚钱了,也要打很多折扣。且举一例:假如2010年7月,我在迈阿密花16万美元买到一栋独立大洋房,再花费4万美元把老旧的厨房装修一新,这样,我买房的实际成本是20万美元。再假设2012年9月,美国房价反弹,经纪人帮我以25万美元卖掉了洋

楼,由此我获得了5万美元的名义收益。但是,扣除资本利得税、中介费和律师费之后,净得所剩无几。而卖房所得的资本收益,只有同时满足以下条件,才可享受联邦免税(若无特殊情况,资本利得税为15%):1.我或者我太太是这栋洋楼的屋主;2.我和太太在这栋洋楼里5年内居住时间超过24个月;3.我或者我太太并没有在两年之内出售过其它任何房子。否则,当你出手获利时,就不能享受免税优惠,炒房的资本收益就不如想象的丰厚了。第四,目前美国的按揭利率非常低,30年期仅为3.5%,这个利率迟早会升的,一旦升起来人们买房的负担

压力就会增加很多,到那时很多人又会交不起按揭了。2008年的次贷危机就很有可能重演。最后,还有一大关键原因,由于房价低,其实有大量待售的房子根本还未进入市场,如美国的金融机构还有140万套法拍屋,当楼市稳定后就会陆续推上市,从而限制房价的进一步回升。对于美国来说,楼市的复苏将是美国从经济危机走出来的关键点,而用中国人的血汗钱去投资美国楼市,显然帮助了美国,但是对于中国的外储,其结局就将好似肉包子打狗——很可能有去无回!20多年前,日本就曾发出豪言“买下美国”,大肆投资美国楼市,结果深陷泥潭,以巨亏而告终。前车之鉴,不可不察!(作者系国际金融界资深观察人士)

【世说微语】

@风雨下黄山-黄生的博:股市历史中,农业股造假最普遍,最肆无忌惮,远有蓝田股份,近有绿大地、万福生科,所以说什么粮食连续九年增产,我绝不相信,就是因为只要涉及农业,到处都是造假,也许多报可以多得补贴,至于北方国家粮食储备仓库发生大火因为配电箱短路,本人绝对持怀疑态度,没办法,农业领域假的东西太多!
@任志强:(转)一人问禅师:“人的一生中哪一天最重要?”禅师不加思索答道:“今天。”“为什么?”“因为今天是我们拥有的唯一财富。昨天不论多么值得回忆和怀念,它都像沉船一样沉入海底了;明天不论多么辉煌,它都还没有到来;而今天不论多么平常,多么暗淡,它都在我们手里,由我们支配。”



【徐徐道来】

谈恋爱也像做生意,过于计较的人反倒不容易发财。在门当户对这个问题上,不必那么锱铢必较,总分差不多就好。

中国式相亲经济

徐潇

身边常有综合条件不错的女性常年待字闺中,委托我介绍靠谱男青年,通常的说辞是:要求不高,靠谱就行。“靠谱”二字的信息量实在太大,如果用喜闻乐见的中文来解释,大概可以浓缩成四个意味深长又饱含经济学智慧的字:门当户对。“门当户对”的结合其实看起来很高深,操作起来并不难,有点类似于买菜,男女条件包括身高、籍贯、学历、家庭背景、工作单位等统统摆上明面。譬如女方想买十斤的草莓,男方放在秤上,差不多九斤八两,成交。这是个简单易行的方法,对于那些急于解决终身大事,减少时间机会成本的人来说,确实有效。然而,为什么还是会有如此多的好姑娘“剩下”,因为大家往往忽略了这个经济行为中的人情因素,那就是“感觉。”一个看似简单的合同却有如此多的不平等附加条款,即使项目收益再大,也会让人望而却步一下吧。

恋爱与婚姻本来是一件简单而美好的事情,没有必要如此艰辛。为什么我们给这件事情赋予了那么多的附加意义?因为我们所处的社会生活成本太高,个体的力量无法达成的事情,有个势均力敌甚至实力更强的伴侣一起会变得容易,而贫富差异的悬殊,让谁都不愿意输在起跑线上。平心而论,当我们看到曾经的校花因为嫁给了一个普通的小子而住着小房子开着便宜的车子,而一个资质平平的女同学因为婚姻而平步青云,生活滋润丰腴平静,会赞赏校花同学为了爱情奋不顾身飞蛾扑火的壮举雄心呢,还是在内心深处对平凡女同学有那么一点不平的羡慕嫉妒恨呢?然而,或许校花同学从来不会如看客想象一般夜夜垂泪深感命运不公;又或许普通女同学常守空房,幸福感的来源仅仅在于社交平台上的各种晒。如人饮水,冷暖自知。这八个字在当今中国社会可以说更像是一种阿Q自我解嘲法。如果整个社会的价值观就是唯成功论,又如何期待偶期

的男女们随心而动呢?结果必然是,父母们叨叨着成年的孩子找个成功的对象。如果孩子碰巧喜欢上了一位不那么门当户对的青年,便成了父母的噩梦和某种意义上的耻辱。所以,广大剩女们还在等待,傲气的她们总是觉得这世界总有一人会骑着高头白马来迎接的。而这个人到底什么样,在哪里可以找到,其实她们也很茫然。剩的时间一长,父母急了;我女儿条件那么好,怎么就找不到合适的?其实,很多时候,同类产品太多,有核心竞争力的才容易胜出。就像高考填报志愿一样,状元很好选,不够本科线的也好选,但是在分数密集区的那些“学习还不错的”,却纠结得半死不活。于是,我有些好女朋友,学历不低、家庭不错、毫不难看,在经历了一些高不成低不就的感情之后,告诉我她们的交往对象是“一个普通的人。”在经历了各种幻想和幻灭之后,她们交往的似乎是同一个男人:普普

通通,踏踏实实,不十分浪漫、不十分潇洒,但也算体贴。有活聊、有梦在。末了她们总会加上一句:我现在很开心。或许,在我们的少女时代,从来没有想过以后的人生伴侣会是现在这样的。理想中的他是那样高大、洒脱、帅气、才华横溢。而多年以后同学聚会时,却发现身边的人大多是普普通通,平平凡凡,但是却紧紧地依偎了半生。不错的我们,或许并没有找到“很好”的另一半,然而放平心态,却也会得到平静踏实的幸福。谈恋爱也像做生意,过于计较的人反倒不容易发财。在门当户对这个问题上,不必那么锱铢必较,总分差不多就好。如果实在喜欢上了一个总分比较低的也没啥,八个字:“短粗人生,开心就好。”很多人向往成功人士,却不信很多成功人士垂暮之年的这句箴言。也许有一天你会发现,当初买菜时多占的那两便便宜,反倒坏了一锅好汤呢。(作者系北京媒体人士)

@薛蛮子:创业者常犯的通病就是其创业的动力不是基于市场需求,而是基于个人的情结与个人定胜天的虚妄的英雄主义幻想。创业道路上永远是时势造英雄。马云、马化腾、李彦宏、雷军诸君无一不是顺势而为而成功。时势是什么?就是市场出现了巨大的需求而产生的机遇。谁能抢先找到解决需求之法谁就是英雄。
@新浪财经:今年的高考已进入倒计时阶段,北京市123个高考考点周边的旅馆、酒店房源非常紧张。部分考点周边酒店高考期间“已满员”,位置好的酒店出现房源紧张的现象。部分高考房价已涨至千元。
@潘石屹:我现在成了任志强的政务秘书,谁给我付工资呢?(中国上市公司舆情中心辑录)

