

“十二五”国家重点图书·中国公司治理发展报告
中国公司治理分类指数报告Ⅳ·NO.2 (2014)

Report on Entrepreneur Ability
Index of China's Listed Companies
(2014)

(2014)

中国上市公司 企业家能力指数报告

高明华 万峰 等/著

企业家能力指数评价范围及方法·企业家能力指数排名及比较·企业家能力分项指数排名及比较·企业家因素及实证分析·董事会治理与企业家能力·高管薪酬与企业家能力·企业家能力、产权性·企业家能力、股权制衡与投资者回报·企业家能力、产权性质与技术创新·集团控制、企业成本·企业家背景特征与企业国际化战略·市场化进程·企业家能力与经济增长·案例分析与企业家能力·提升企业家能力水平的政策建议·2013年中国上市公司企业家能力指数排名·分行业上市公司企业家能力指数排名



经济科学出版社
Economic Science Press

“十二五”国家重点图书·中国公司治理发展报告
中国公司治理分类指数报告Ⅳ·NO.2 (2014)

Report on Entrepreneur Ability
Index of China's Listed Companies
(2014)



(2014)

中国上市公司 企业家能力指数报告

高明华 万峰 等/著



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中国上市公司企业家能力指数报告. 2014 / 高明华等著.

—北京: 经济科学出版社, 2014. 11

(中国公司治理发展报告)

ISBN 978 - 7 - 5141 - 5182 - 4

I. ①中… II. ①高… III. ①上市公司 - 企业家 -
领导能力 - 研究报告 - 中国 - 2014 IV. ①F279.246

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 261923 号

责任编辑: 齐伟娜 金 梅

责任校对: 杨晓莹

责任印制: 李 鹏

中国上市公司企业家能力指数报告 (2014)

高明华 万 峰 等/著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮箱: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京季蜂印刷有限公司印装

787 × 1092 16 开 25.25 印张 570000 字

2014 年 11 月第 1 版 2014 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 5182 - 4 定价: 65.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

作者简历

高明华：男，1966年8月生，教授，博士生导师，国家社科基金重大项目首席专家。南开大学经济学博士，北京大学经济学博士后，先后就职于南开大学、北京大学和中国银行总行。现为北京师范大学公司治理与企业发展研究中心主任，兼任教育部工商管理类专业教学指导委员会委员，新华社特约经济分析师，上海证券交易所第一届信息披露咨询委员会委员，清华大学政治经济学研究中心高级研究员、南开大学公司治理研究中心学术委员、中国社会科学院民营经济研究中心研究员、中央财经大学中国发展和改革研究院研究员等职务。



2001年初，高明华教授创立北京师范大学公司治理与企业发展研究中心，这是公司治理领域最早的专门研究机构之一。早在20世纪90年代初期，作为最早研究中国公司治理问题的学者之一，高明华教授就提出了国有资产三级运营体系的设想，对国有企业治理进行了较深入的探索，其关于国有资产三级运营体系、国有企业分类改革和分类治理、国有企业董事会制度等观点均为国家及有关政府机构所采纳。20多年来，作为中国公司治理理论的探索者和先行者，高明华教授和他的研究团队取得了丰硕的成果，奠定了其在学术界的领先地位，在国内外产生了广泛的影响。2008年，在国内外率先提出“中国公司治理分类指数”概念，并创立“中国公司治理分类指数数据库”，推出“中国公司治理分类指数系列报告”，该系列指数报告被认为是“可以列入公司治理评级史册的重要研究成果”。

高明华教授曾经和正在主持和参与国内外各类各级研究课题四十余项，独立、合作出版著译作43部，发表论文和研究报告二百余篇。相关研究成果（包括合作）曾获第十届和第十一届孙冶方经济科学奖等各种奖励，其代表性著作主要有：《关于建立国有资产运营体系的构想》（论文，1994）、《权利配置与企业效率》（专著，1999）、《公司治理：理论演进与实证分析》（专著，2001）、《完善公司董事会》（译著，2008）、《公司治理学》（专著，2009）、“中国公司治理分类指数报告系列”（2009~2014）（包括高管薪酬、信息披露、财务治理、企业家能力和董事会治理等五类11部），主编《治理译丛》，其中，主译《政府公司的法人治理》（2010）、《治理公司：全球化时代的规制和公司治理》（2011）。

研究方向：公司治理、企业理论、国资监管与国企改革、企业发展战略等。

国家社会科学基金重大项目（批准号 14ZDA025）阶段性成果
国家社会科学基金重点项目（批准号 12AZD059）阶段性成果
国家“985”支持项目

课 题 组 组 长：高明华

课 题 组 副 组 长：万 峰 张祚禄

课 题 撰 稿 人：高明华 万 峰 杜雯翠 谭玥宁
张祚禄 蔡卫星 杨一新 柯希嘉
付亚伟 黄晓丰 赵 旋

数 据 库 开 发：孙运传 夏 烨 严红理

数据收集和录入：张祚禄 苏 然 谭玥宁 黄晓丰
杨一新 付亚伟 王建武 康凯恒
朱雅迪 徐黎明 裴朋圆 赵 旋
余俊彪 王剑军 颜昭莹 张文松
李 征 赵 彤 高 曼 桑 楠
祝 伟 李 莹 赵弥文 马 莹
曹沥方 徐圣雪 姚燕玲 黄慧婷
闫 格 刘 翀 高方喆

课 题 组 秘 书：杨一新

目 录

中国上市公司企业家能力指数报告(2014)

导 论	(1)
第1章 企业家能力指数评价范围及方法	(12)
1.1 企业家能力指数评价样本和指标体系	(12)
1.1.1 企业家能力评价对象	(12)
1.1.2 企业家能力评价样本	(13)
1.1.3 企业家能力指数指标体系	(13)
1.1.4 企业家能力指标计分方法	(15)
1.2 企业家能力指数计算方法	(17)
1.3 企业家能力指数影响因素	(18)
1.3.1 个人层面因素	(18)
1.3.2 企业层面因素	(18)
1.3.3 环境因素	(21)
第2章 企业家能力指数排名及比较	(23)
2.1 企业家能力指数总体分布及排名	(23)
2.1.1 企业家能力指数总体分布	(23)
2.1.2 企业家能力指数前100名	(24)
2.1.3 企业家能力指数后100名	(29)
2.2 分地区企业家能力指数比较	(34)
2.2.1 区域间上市公司企业家能力指数比较	(34)

2.2.2 省份间上市公司企业家能力指数比较	(35)
2.3 分行业企业家能力指数比较	(37)
2.4 分所有制企业家能力指数比较	(41)
2.5 不同证券板块企业家能力指数比较	(43)
2.6 ST 与非 ST 公司企业家能力指数比较	(45)
2.7 本章小结	(46)

第3章 企业家能力分项指数排名及比较

3.1 企业家能力分项指数总体情况	(48)
3.2 企业家人力资本分项指数排名及比较	(50)
3.2.1 企业家人力资本分项指数总体比较	(50)
3.2.2 分地区企业家人力资本分项指数比较	(51)
3.2.3 分行业企业家人力资本分项指数比较	(54)
3.2.4 分所有制企业家人力资本分项指数比较	(55)
3.2.5 不同证券板块企业家人力资本分项指数比较	(57)
3.2.6 ST 与非 ST 公司企业家人力资本分项指数比较	(58)
3.3 企业家关系网络能力分项指数排名及比较	(59)
3.3.1 企业家关系网络能力分项指数总体比较	(59)
3.3.2 分地区企业家关系网络能力分项指数比较	(60)
3.3.3 分行业企业家关系网络能力分项指数比较	(63)
3.3.4 分所有制企业家关系网络能力分项指数比较	(65)
3.3.5 不同证券板块企业家关系网络能力分项指数比较	(67)
3.3.6 ST 与非 ST 公司企业家关系网络能力分项指数比较	(67)
3.4 企业家社会责任能力分项指数排名及比较	(68)
3.4.1 企业家社会责任能力分项指数总体比较	(68)
3.4.2 分地区企业家社会责任能力分项指数比较	(70)
3.4.3 分行业企业家社会责任能力分项指数比较	(72)
3.4.4 分所有制企业家社会责任能力分项指数比较	(74)
3.4.5 不同证券板块企业家社会责任能力分项指数比较	(75)
3.4.6 ST 与非 ST 公司企业家社会责任能力分项指数比较	(76)
3.5 企业家战略领导能力分项指数排名及比较	(77)
3.5.1 企业家战略领导能力分项指数总体比较	(77)
3.5.2 分地区企业家战略领导能力分项指数比较	(78)
3.5.3 分行业企业家战略领导能力分项指数比较	(81)
3.5.4 分所有制企业家战略领导能力分项指数比较	(83)
3.5.5 不同证券板块企业家战略领导能力分项指数比较	(84)

3.5.6 ST 与非 ST 公司企业家战略领导能力分项指数比较	(86)
3.6 本章小结	(86)
第4章 企业家能力影响因素及实证分析	(88)
4.1 企业家能力分项指数的相关性	(88)
4.2 企业家能力影响因素与研究假设	(89)
4.2.1 影响因素变量	(89)
4.2.2 企业基本因素与研究假设	(91)
4.2.3 企业治理因素与研究假设	(92)
4.2.4 企业绩效因素与研究假设	(93)
4.2.5 CEO 个人因素与研究假设	(94)
4.3 企业家能力影响因素与企业家能力指数	(94)
4.3.1 企业基本因素与企业家能力指数	(95)
4.3.2 企业治理因素与企业家能力指数	(96)
4.3.3 企业绩效因素与企业家能力指数	(97)
4.3.4 CEO 个人因素与企业家能力指数	(98)
4.4 总体指数多元回归分析	(100)
4.5 分项指数多元回归分析	(103)
4.6 本章小结	(106)
第5章 董事会治理与企业家能力	(107)
5.1 理论分析与研究假设	(107)
5.2 研究设计	(109)
5.2.1 变量定义	(109)
5.2.2 模型设定	(110)
5.2.3 研究样本和数据来源	(110)
5.3 实证检验	(110)
5.3.1 描述性统计	(110)
5.3.2 相关性分析	(111)
5.3.3 回归分析	(113)
5.4 本章小结	(117)
第6章 高管薪酬与企业家能力是否匹配	(118)
6.1 文献综述与研究假设	(118)
6.2 研究设计	(121)
6.2.1 变量定义	(121)

6.2.2	模型设定	(121)
6.2.3	研究样本和数据来源	(122)
6.3	实证检验	(122)
6.3.1	描述性统计	(122)
6.3.2	回归分析	(123)
6.4	本章小结	(130)
第7章	企业家能力、产权性质与现金持有	(131)
7.1	文献综述与研究假设	(131)
7.1.1	文献综述	(131)
7.1.2	研究假设	(133)
7.2	研究设计	(133)
7.2.1	变量定义	(133)
7.2.2	模型设定	(134)
7.2.3	研究样本和数据来源	(135)
7.3	实证检验	(135)
7.3.1	描述性统计	(135)
7.3.2	相关性分析	(136)
7.3.3	回归分析	(136)
7.3.4	进一步分析	(141)
7.4	本章小结	(142)
第8章	企业家能力、股权制衡与投资者回报	(144)
8.1	理论分析与研究假设	(144)
8.2	研究设计	(146)
8.2.1	变量定义	(146)
8.2.2	模型设定	(147)
8.2.3	研究样本和数据来源	(147)
8.3	实证检验	(147)
8.3.1	描述性统计	(147)
8.3.2	回归分析	(148)
8.3.3	稳健性检验	(154)
8.4	本章小结	(155)
第9章	企业家能力、产权性质与技术创新	(157)
9.1	理论分析与研究假设	(157)

9.2	研究设计	(158)
9.2.1	变量定义	(158)
9.2.2	模型设定	(159)
9.2.3	研究样本和数据来源	(159)
9.3	实证检验	(159)
9.3.1	描述性统计	(159)
9.3.2	相关性分析	(160)
9.3.3	回归分析	(161)
9.4	本章小结	(168)
第10章	集团控制、企业家能力与代理成本	(169)
10.1	理论分析与研究假设	(169)
10.2	研究设计	(170)
10.2.1	变量定义	(170)
10.2.2	模型设定	(171)
10.2.3	研究样本和数据来源	(171)
10.3	实证检验	(172)
10.3.1	描述性统计	(172)
10.3.2	描述性统计	(173)
10.3.3	回归结果	(175)
10.4	本章小结	(180)
第11章	企业家背景特征与企业国际化战略	(181)
11.1	理论分析与研究假设	(181)
11.2	研究设计	(183)
11.2.1	变量定义	(183)
11.2.2	模型设定	(184)
11.2.3	研究样本和数据来源	(184)
11.3	实证检验	(185)
11.3.1	描述性统计	(185)
11.3.2	相关性分析	(185)
11.3.3	回归分析	(186)
11.4	对研究结论的进一步解释	(190)
11.5	本章小结	(191)

第 12 章 市场化进程、企业家能力与经济增长	(192)
12.1 文献综述	(192)
12.2 理论分析与研究假设	(193)
12.3 研究设计	(195)
12.3.1 变量定义	(195)
12.3.2 模型设定	(195)
12.3.3 研究样本和数据来源	(196)
12.4 实证检验	(196)
12.4.1 描述性统计	(196)
12.4.2 回归分析	(197)
12.4.3 稳健性检验	(204)
12.5 本章小结	(205)
第 13 章 案例分析：MBA 教育与企业家能力	(206)
13.1 教育学习与企业家能力培养	(206)
13.2 MBA 学位 CEO 的企业家能力比较	(208)
13.2.1 企业家能力总体分析	(208)
13.2.2 企业家能力分项指数比较	(209)
13.2.3 简单回归分析	(212)
13.3 个案分析	(214)
13.3.1 案例介绍	(214)
13.3.2 案例解读	(216)
13.4 案例启示	(217)
第 14 章 提升企业家能力水平的政策建议	(219)
14.1 分项并举各有侧重促企业家能力提升	(219)
14.2 规范董事会治理促企业家能力提升	(221)
14.3 推动经理人市场促企业家能力提升	(222)
14.4 强化股权制衡促企业家能力提升	(224)
附表 I 2013 年中国上市公司企业家能力指数排名	(226)
附表 II 2013 年中国分行业上市公司企业家能力指数排名	(303)
参考文献	(381)
后 记	(393)

导 论

《中国上市公司企业家能力指数报告（2014）》是“中国公司治理分类指数报告”的第Ⅳ类，也是北京师范大学公司治理研究团队正式出版的第二部企业家能力指数报告（每类均是隔年、连续出版）。迄今为止，北京师范大学公司治理与企业发展研究中心公司治理研究团队已经正式研制和出版五类十一部公司治理分类指数报告，是国内出版公司治理指数报告最多的单位，同时也构建了国内最大规模的公司治理分类指数专业性数据库。

评价企业家能力的目的是希望对企业家市场选择发挥导向作用，进而促进中国经理人市场（或称企业家市场）的发展。为什么这种评价会有这样的作用？首先必须说明何谓企业家，如何评价企业家能力，以及中国的企业家是如何选择的。

一、重新认识企业家

何谓企业家？尽管众说纷纭，但公认的经典的界定来自熊彼特。熊彼特在1934年出版的《经济发展理论》中指出，企业家就是创新者。任何人，当他在创新时就是企业家；当他退出创新活动时就不是企业家。显然，按照熊彼特的观点，社会任何领域都存在企业家，不仅有企业界的企业家，也有政界企业家、教育界企业家、学界企业家等，这可以说是广义的企业家。姑且不论熊彼特如此广义的企业家界定是否被人们所认同，但就其将企业家核心职能界定为创新活动来说，无疑是正确的。

本报告的企业家是指企业界的企业家，这可以说是狭义的企业家。

企业家是一种特殊的、稀缺的、具有不可替代性的社会资源，是社会的宝贵财富。企业家是组织创新的推动者和实施者，企业家的任务是克服不确定性，设计和发现市场、评价产品及其技术，以及有效管理雇员。在一定程度上，企业家决定着企业的兴衰成败，其数量多寡也反映了一个国家的发展水平。从微观角度看，企业家的综合经营能力是组织能力的源泉，因为培育组织能力所需的各种资源与企业家关系网络的广度和深度存在必然的关系。此外，企业家对内的管理能力，即培育管理团队、设置组织机构、建立正式的和非正式的企业制度（如企业文化的培育）等活动同时影响组织的成本控制、质量优势、柔性优势和技术创新等方面，是组织效率的主要源泉（贺小刚和李新春，2005）。从宏观

角度看,由于企业具有专业知识,擅长经营,勇于创新,积极参与经济活动,因此可以极大地推动社会进步和经济发展。在中国经济转轨的背景下,作为经济发展关键角色的企业家的成长对经济快速发展和竞争机制逐步完善起着至关重要的作用。

在熊彼特的创新意义上,企业内的企业家显然不是一个人,也不是几个人,而是多个人,甚至是一种集体行为。那么对企业家的评价是针对一个人,还是针对几个人,或者是针对一个企业家群体?

企业的发展需要创新,创新者越多,创新越活跃,企业发展就越充满生机和活力。不过,如果因此而评价多个企业家(即创新者),或者是评价一个企业家群体,那么评价对于企业家市场的形成和发育就没有多少针对性意义;或者说,仍然无法从市场上发现高素质的企业家人才,甚至会出现“劣币驱逐良币”的结果。因此对企业家的评价只能针对一个特定的创新者。

如何选择这个特定的创新者?无疑,这个创新者只能是企业的领袖,因为企业的领袖是企业家的典型代表。在现实的企业中,企业的领袖一般有两个人选,或者是董事长,或者是总经理(或称总裁,或称CEO)。如果两职由同一人担任,那就不存在选择的难题;如果两职由两个不同的人担任(这是绝大多数企业的情况),那么选择哪一个来评价?由于这种选择意味着决定由谁来担当企业家的典型代表,因此选择的难题就产生了。

其实,这个难题并非难题,而是人为地制造了难题,原因在于很多人把董事长和总经理的职能误解了。

在中国,董事长通常被确定为企业的法人代表,被视为公司的“一把手”,是董事和总经理的领导者,董事长的权力要高于总经理。其实,公司治理层是通过契约来规范的,是没有“一把手”概念的。根据《公司法》,董事长由董事会选举产生,外部董事或独立董事也可以担任董事长。实际上,董事会是一个会议体,董事的权力是平等的,董事长并非一定是企业的法人代表,他(她)仅仅是“董事会的发言人”或“董事会召集人”,并不是凌驾于其他董事和总经理之上的领导者。董事长的职权具有组织、协调、代表的性质,且限于董事会的职责范围内,向总经理授权进行企业正常经营管理工作的是董事会而不是董事长。

因此应在厘清董事会职能的前提下,高度重视CEO的独立性和能动性。在中国资本市场不健全的情况下,董事长和总经理的职能应该分开,应明确企业的企业家不应是董事长,而是总经理。董事会(包括董事长)负责监督,但监督不是干预,要充分发挥总经理的能动性。为此必须给予其独立性,包括赋予独立权力和独立承担责任。在加快推进职业经理人市场建设的基础上,企业家的选聘和考核要通过职业化的经理人市场来选择,并以贡献(企业价值或股东回报)对企业家进行考核。对于竞争性国有企业来说,应取消CEO的行政级别,使其回归市场,在市场竞争中成为真正意义的企业家。

另外,在企业实践中,董事长也有很多属于兼职角色,这些董事长既不在公司领薪(一般在股东单位或自身所在单位领薪),也不负责公司经营管理工作,通常只是在董事会上“露个脸”,平时看不到他(她)们的身影。如果我们评价的对象是董事长,则意味

着不是所有的董事长都能进入我们的评价范围，这就使评价失去了一般性。而总经理（或总裁，或 CEO）则是所有公司都具有的角色，况且我们评价的目的是引起政府、企业和投资者高度重视总经理的地位，尊重总经理在不违反董事会决策下的自由裁量权并且独立承担责任，因此所选择的企业家的典型代表就只能是总经理（或总裁，或 CEO）了。

二、如何评价企业家

（一）既有企业家能力评价的缺陷

近些年，国内外相关学者对企业家能力及评价进行了深入的研究，然而已有的研究存在两个方面的不足：

第一，在理论研究方面，对企业家的界定各种理论视角仅仅停留在某一层面上，没有一个完整的、有说服力的概念界定。这些理论研究，一方面没有充分体现不同规模企业的企业家的特征，而不同的企业规模，企业家的特质和功能不尽相同。从企业规模角度来界定企业家的概念有一定的现实意义；另一方面，对于企业家善于利用社会资本来运营自己的事业这一特质没有系统的表述。现在越来越多的社会学和经济学的研究表明，企业家通过结网行为得到信息和建议从而能使企业得到持续发展，因此不少研究社会资本的学者建议应从网络分析的角度来深化企业家的概念。

第二，在实证研究方面，大部分学者对企业家能力的研究主要聚焦在理论分析的定性研究层面，实证研究明显不足。尽管也有一些学者运用李克特（Liketer）量表对企业家能力进行问卷调查，但这些调查样本的填写具有很强的主观性。此外，问卷调查大多数是横截面的数据，不具备连续性，样本量小，且存在抽样误差，很难做长期的跟踪和比较研究。所以，这些研究不能完全和真实地反映企业家能力的实际情形。

第三，简单地将人力资源测评方法用于企业家能力评价。有些机构，尤其是一些商业机构（如猎头公司）将人力资源测评方法简单地用于对企业家能力的评价，这显然是对企业家缺乏认知的做法。企业家是重要的人力资源，但人力资源绝不等同于企业家。人力资源的概念很广泛，人力资源测评只是基于个人背景和经历（基本上都是个人提供的成功的经历）所做的一种比较主观的潜在能力评价，至于被评对象的实际能力，尤其是其诚信水平，是难以测评出来的。这也是为什么企业基本上不会光顾猎头公司选择企业家（CEO）的缘故。

企业家是具有特定内涵的。如前所述，企业家的任务是克服不确定性，推动和实施组织创新，设计和发现市场、评价产品及其技术，以及有效管理雇员。这不是一般的人力资源可以做到的。企业家能力评价不像人力资源测评是一种比较主观的潜在能力评价，而是客观地评价实际能力，这种评价显然必须基于充分、真实的信息。不仅有潜在能力的信息，如教育水平、工作年限和经历等，更有实际能力的信息，如关系网络、社会责任、对企业的实际贡献；不仅有成功的信息，如被聘为独立董事、担任人大代表等，也有不成功

的信息，如贷款诉讼（未按期偿还）、投资者低回报或无回报、员工收入增长过慢或不增长、被监管机构谴责；等等。在充分、真实的信息中，体现了企业家诚信经营、敢于创新和担当的品质和精神。而目前能够提供这种信息的只有上市公司。上市公司的信息披露制度使得我们能够获得企业家能力评价的客观信息，而不仅仅是人力资源测评所依赖的个人提供的有限的主观信息。尽管目前的上市公司信息披露制度也存在很多问题，但其提供的信息的客观性和全面性是人力资源测评远不能及的。

（二）企业家能力评价维度

针对既有研究存在的不足，北京师范大学公司治理与企业发展研究中心公司治理研究团队于2012年基于2011年的中国上市公司数据，发布了《中国上市公司企业家能力指数报告2012》（高明华等，2012）。该报告从企业家人力资本、关系网络能力、社会责任能力和战略领导能力等四个方面设计了30个指标，并计算了2011年1939家上市公司的企业家能力指数，这是对中国资本市场开放以来上市公司企业家能力的第一次全面的（全样本）、客观的评估。该评价避免了以往研究中理论和实践相脱节、评价标准缺乏可比性、评价过程过于主观的缺陷，建立起一个通用的企业家能力评价模型。不仅如此，该报告还就企业家能力影响因素——不同市场结构下企业家能力与企业绩效的关系、不同产权制度下企业家能力与技术创新和投资效率的关系、企业家能力与融资约束和信息披露质量的关系、企业家能力对高管薪酬与在职消费之间关系的调节作用等社会关注的重要问题进行研究，这种研究进一步验证了企业家能力指数的客观性和可信性，对于促进中国经理人市场发展更是具有直接的指导意义。

本年度报告在2012年报告的基础上，借鉴国际先进的评价标准，基于中国国情，着眼于推动职业经理人市场，进一步完善了指标体系，从企业家人力资本、关系网络能力、社会责任能力和战略领导能力等四个维度，力求对中国上市公司企业家能力做出全面的、客观的评价。

1. 人力资本维度

企业家人力资本维度主要从学历（最高学历）、工作年限、工作经历变更、是否担任其他公司的独立董事、是否有海外留学经历、是否有海外工作经历、选聘路径等几个方面进行评价。

很显然，体现人力资本的这些方面对于新应聘担任CEO的这家公司来说，并非是现实的企业家能力，而是潜在的企业家能力。尽管如此，企业家人力资本却是企业家能力中最基础的能力。一旦存在某种或某些动力机制，这些潜在的企业家能力就会很快变成现实的企业家能力。动力机制有很多，比如对企业的激励或约束机制、企业家自由施展自己能力的环境等，通过这些动力机制，能够促使CEO产生把潜在能力变成现实能力的欲望。当然，这些动力机制不属于本报告的研究范围。

2. 关系网络能力维度

企业家关系网络能力维度主要从政府官员是否到企业访问、CEO是否陪同省部级及

以上政府官员出国访问、是否担任党代表、是否担任人大代表、是否担任政协委员、是否曾在军队任职、CEO 任职期间是否获得相关荣誉称号、是否在行业协会任职和是否曾经在政府部门任职等几个方面进行评价。

从规范的市场规则角度，关系网络能力是不应该纳入企业家能力评价范围的，因为关系网络中存在“寻租”问题，把关系网络能力纳入评价范围，有鼓励企业家“拉关系”或“寻租”之嫌。然而中国是特别重视人际关系的国度，即使是西方国家，也越来越重视关系网络能力在企业发展中的地位，因为这种人际关系确实能够为企业带来资源，并进而能够促进企业发展，况且这些人际关系并非必然涉嫌“寻租”，因此忽略关系网络能力对于全面评价企业家能力是不全面的，也不客观。而且，把关系网络能力纳入评价范围，有助于判断中国的企业家更偏重于哪个方面能力的培养，或者比较企业家哪个方面的能力更加突出。比如，人力资本与关系网络能力是否存在替代关系？关系网络能力是否更多地通过履行社会责任而获得？等等，了解这些问题对于发展和培养中国的经理人市场无疑是意义非凡的。

3. 社会责任能力维度

企业家社会责任能力主要从企业是否捐赠慈善事业、CEO 是否在非营利组织兼职（如担任理事）、CEO 个人有没有被证监会谴责、有没有产品质量或安全等问题重大投诉事件、员工的收入增长率是否不低于公司利润增长率、有无股息分红、有无贷款诉讼等几个方面进行评价。

在当今世界，企业承担社会责任已不是可有可无的问题，而是企业必须具有的一种精神，也是企业家的一种品质。企业需要持续发展，而持续发展仅仅依赖于投资者和经营者是远远不够的。企业的持续发展实际上包含着众多利益相关者的努力和投入，其中很多投入具有高度的专用性，一旦损失将难以收回。如员工投入了专用技能和劳动，社区居民可能承受了企业释放的环境污染、顾客可能承担了因产品质量低劣对身心造成的损害，等等，无疑这些利益相关者的努力和投入必须从企业得到回报。社会是由相互依存又相互冲突的不同利益群体组成的，企业作为社会运行的重要元素，只有与其他群体和谐共处，整个社会才能平稳有序，企业也才能健康发展。将社会责任能力纳入企业家能力评价中，目的是引导企业家树立强烈的社会责任意识，承担起更多的社会责任。更重要的是，对利益相关者承担责任，是企业家诚信意识和水平的重要反映，没有这种责任担当，就不能称之为企业家。

4. 战略领导能力维度

企业家战略领导能力维度主要从 CEO 贡献、国际化程度、企业员工数、企业总资产、企业在行业中的地位、企业有无完整的 ERP 系统、企业有无制定战略目标和计划等方面进行评价。

企业家战略领导能力实际上是企业家各种能力的综合体现，企业家其他方面的能力最终要落实在其战略领导能力上。CEO 不仅是战略决策的制定者（批准权属于董事会），也是战略决策的执行人。在存在一个成熟的经理人市场的情况下，CEO 必须本着对企业利

益相关者高度负责的精神，以其敏锐的市场和战略意识，恪尽职守，尽最大努力制定出科学的和可行的企业经营决策，一旦董事会批准该决策，CEO 必须坚决贯彻和执行。需要特别强调的是，CEO 绝不是被动地执行董事会批准的决策，被动接受董事会决策的 CEO 不是真正意义上的企业家。作为 CEO，其企业家能力实际上更多地体现在日常经营决策的制定和执行中，战略性决策更多的是指明方向、勾勒框架，具体如何落实，需要 CEO 的开拓和创新。也正是这一点，体现出把 CEO 作为评价对象的原因。

三、企业家的选择

本报告是把企业家选聘路径纳入企业家人力资本来评价的，原因在于某个经理人在进入一家新企业担任 CEO 之前，他（她）在选聘中显示出来的能力对于这家新企业来说还是潜在的能力。然而在企业家人力资本评价的各个方面中，企业家选聘应该说是最重要的，选聘中显示出来的能力也是最接近于现实企业家能力的能力。因此需要特别强调一下。

在发达的市场经济环境下，CEO 的选择不是问题，按照《公司法》，CEO 是董事会选聘的，而这种选聘又都是市场选择。即使某些 CEO 来自于本企业内部，也同样是市场选择的结果，本企业的潜在 CEO 人选本身就构成经理人市场的重要组成部分。

企业家的市场选择是以成熟的经理人市场为前提的。成熟的经理人有四方面的重要特征：一是经理人是职业化的，即经理人力资本具有高度的专用性，一旦失去经理职务，他（她）们的损失将非常大。二是经理人市场是企业家选择的重要来源，在经理人市场上，经理人就是潜在的企业家，甚至就是现实的企业家，因为经理人市场上的经理人很多就是企业的现任 CEO。三是经理人市场具有信号显示和传递作用，它可将企业的业绩与企业家人力资本价值联系相对应。在经理人市场上，经理人的报酬是其“价格”信号，而经理人以往的努力和业绩则是其“质量”信号。四是信用约束制度的健全，诚实守信是职业经理人的立身之本。在经理人市场上，经理人的信息必须是可靠可信的，提供不真实的信息（比如隐瞒自己的社会关系和失败经历），将被淘汰的概率大大增加。在这样的经理人市场上，一方面它为企业提供了一个广泛筛选、鉴别经理人能力的平台；另一方面又能使企业拥有在发现选错经理人后及时改正并重新选择的机会。成熟的经理人市场的存在，能有效促使在任经理勤勉工作，不断创新，诚实展示自己的水平，并获得与其能力相匹配的高薪酬。否则，市场就会显示他（她）是低能力或低信用的经营者，他（她）非但不能获得高报酬，而且会面临被“炒鱿鱼”的危险。

中国尚不存在真正意义上的经理人市场，如果说有的话，也只是模糊的经理人市场，因为信息的不对称导致经理人能力的信号无法显示。在现实中，企业已经习惯于内部产生或“空降”CEO。当然，在成熟的经理人市场上，内部产生未必一定是对经理人市场的背叛，原因如前所述，企业内部高管本就是经理人市场的组成部分，是潜在的 CEO 人选。但问题在于，在经理人市场不成熟甚至不存在的情况下，这种内部选择也就基本局限于较