

Out of the Dilemma of Coasean Firm Theory:
A Theory about Firm Should Be Explained
as the Optimal Orgnization Form of
Prompting Dynamic Knowledge Innovation

走出科斯的**企业理论**

——最优的**知识共享组织形态** 与企业的**本质**

雷国雄 / 著

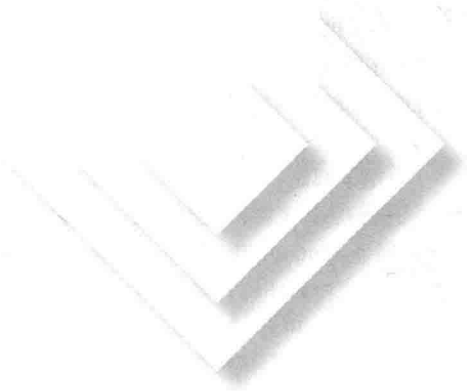
中国财经出版传媒集团
 经济科学出版社
Economic Science Press

Out of the Dilemma of Coasean Firm Theory:
A Theory about Firm Should Be Explained
as the Optimal Orgnazation Form of
Prompting Dynamic Knowledge Innovation

走出科斯的企业理论

——最优的知识共享组织形态 与企业的本质

雷国雄 / 著



中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

走出科斯的企业理论：最优的知识共享组织形态与企业的本质/雷国雄著. —北京：经济科学出版社，2018. 11

ISBN 978 - 7 - 5141 - 9801 - 0

I. ①走… II. ①雷… III. ①企业管理 - 知识管理 - 研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 229576 号

责任编辑：谭志军 李 军

责任校对：王肖楠

责任印制：王世伟

走出科斯的企业理论

——最优的知识共享组织形态与企业的本质

雷国雄 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 - 88191522

网址：www. esp. com. cn

电子邮箱：esp@ esp. com. cn

天猫网店：经济科学出版社旗舰店

网址：http://jjkxchs. tmall. com

北京中科印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 12 印张 170000 字

2018 年 11 月第 1 版 2018 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 9801 - 0 定价：39.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换。电话：010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 举报电话：010 - 88191661)

电子邮箱：dbts@ esp. com. cn)

前 言

如果说经济学是镶嵌在社会科学皇冠上的那串明珠，那么，企业理论就可说是其中最为璀璨的那颗了。这是因为，经济学研究人的行为，而企业，作为与消费者相并立的另一类“行为者”，不仅在现实社会经济中发挥着越来越重要的作用，而且还表现出了远远超出一般行为者的复杂性。一套难以简明地演绎出企业理论的人的行为理论不会被认为是合格的人的行为理论。的确，在短短的半个世纪中，诺贝尔经济学奖已经数次颁发给在企业理论领域作出重大贡献的学者，如科斯（Ronald H. Coase）、西蒙（Herbert A. Simon）、威廉姆森（Oliver E. Williamson）、哈特（Oliver Hart）、莫里斯（James A. Mirrlees），等等。企业理论还吸引了一大批耀眼经济学明星，如奈特（Frank Hyneman Knight）、熊彼特（Joseph Alois Schumpeter）、彭罗斯（Edith Penrose）、科兹纳（Israel Kirzner）、德姆塞茨（Harold Demsetz）、阿尔奇安（Armen Albert Alchian），等等。企业理论的重要性由此可见一斑。

按照库恩的范式理论，任何科学都会经历范式形成—范式瓦解—新范式形成的循环过程。当前的企业理论就处在了科斯建立的交易成本范式中。交易成本范式的企业理论逻辑严密，但并未得到现实中企业家的认同，已经处在了困境之中。企业理论有必要审视企业研究领域中的其他范式路径，通过马歇尔式的理论综合走出科斯范式，构建起受企业家认同的新企业理论。

值得我们特别注意的有两项研究。其一是熊彼特的创新者企业家理

论。这是最受企业家认同的理论，但其核心——创新——却被科斯企业理论排除在外了。其二则是西蒙的研究。我更愿意称西蒙的研究为管理学派的企业理论。管理学侧重过程、侧重细节，对企业以及企业的核心——企业家——进行了深入细致的观察。经济学侧重逻辑，侧重建构，这使其远离了事实。作为管理学家、人工智能之父的西蒙对企业、企业家、企业家决策的观察与思考为我们建构企业理论提供了丰富的思想元素。我们知道，科斯强调他的商科即管理学背景在启发其建构企业理论方面发挥了重要作用，但他的观察与思考主要针对的是产业而不是企业，他作出了重大的发现，但该重大发现对建构企业理论的作用却并不如他所想象的那样重要。

企业理论研究领域还存在另一条研究路径，即康潜龙—奈特研究路径。本书将通过演绎说明，科斯企业理论也遵循着这一研究路径。现实中有不少企业与企业家将其成功归之于某一次或几次豪赌型的决策，说明了我们并不能完全丢掉康潜龙—奈特—科斯的研究传统。我们需要提出一个综合性的框架，将熊彼特的企业理论与康潜龙—奈特—科斯的企业理论综合起来。

本书的标题略显傲慢，这并不意味着本书作出了堪比前人的研究。之所以如此，只是想提振一下沉溺于模仿与枝节问题研究的中国经济学研究而已。在这个浮躁的时代，我当然也免不了低俗。我只能说，作为一项在有限时间中作出的探索性研究，本书可谓粗糙、简略。如果非得说出本书的一点创新的话，我想，书中第6章提出的企业与企业家的判断能力和创新能力的综合性分析框架或许稍具价值吧。

感谢经济科学出版社的李军老师。没有李老师的催促提醒与精心编排，拖沓的我可能根本没有动力完成这本谋划了数年的作品。当然，本书的瑕疵与不足均应由我自己承担。

雷国雄

2018年9月3日

目 录

1 导论	1
1.1 有关企业与企业家的若干典型性事实	2
1.2 本书的研究目标	21
2 企业与企业家理论：从康潜龙到奥地利学派	25
2.1 从康潜龙、萨伊的两条理论路径到马歇尔的第一次 综合	25
2.2 熊彼特关于企业家创新特质的阐述	29
2.3 奈特的预测师企业家理论	32
2.4 西蒙的企业理论	35
2.5 科兹纳的企业理论	40
2.6 一个简短的评价	41
3 科斯企业理论的基本逻辑及其批判	43
3.1 科斯企业理论的思想起源	43
3.2 科斯企业理论的基本逻辑	45
3.3 科斯企业理论与现实企业现象的差异	54
3.4 科斯企业理论的非完整性	57
3.5 科斯企业理论的逻辑差误	61
3.6 新制度经济学家对科斯企业理论的拓展及其不足	67

3.7	对科斯及科斯主义企业理论的简短评价	70
4	卓越的行为者——个人企业家模型	72
4.1	经济问题的分类与经济分析的框架	72
4.2	一则应对考试型问题的实例	84
4.3	一个应对考试型问题的行为者模型	88
4.4	作为卓越行为者的企业家及其分类	99
4.5	附录	103
5	作为最优知识共享组织形态的企业模型	121
5.1	知识共享的规模及其效应	121
5.2	企业契约——达成社会最优的知识共享的重要机制	129
5.3	企业网络与最优的知识共享组织形态	139
5.4	企业中的权威	144
5.5	附录：社会最优的知识共享规模的数理推演	152
6	企业与企业家的两种能力：断与谋	156
6.1	企业与企业家的两种能力：断与谋	156
6.2	企业模型中的断与谋	160
6.3	断与谋的相互关系	163
6.4	断与谋孰更重要	165
6.5	附录	172
7	结论与进一步研究的方向	174
7.1	本书的主要结论	174
7.2	进一步研究的方向	176
	参考文献	179

1 导 论

工业革命以来，企业逐渐成为社会经济中主导性的基本活动单位，企业家也逐渐成为企业的核心。但是，企业至今仍只作为一个理论黑箱出现在主流经济理论与教材之中，企业家这一主题至今却仍游离于主流经济理论与教材之外。这一方面是由于主流的经济理论属于那种没有时间维度的静态均衡理论，不可能容留作为均衡破坏者的企业家^①，另一方面则是因为企业家表现出了丰富的行为多样性，这导致关于企业家的理论有数种，但正规分析企业家行为的具有广泛解释能力的统一性数理模型却极少。^②在这一理论发展背景下，要深入地研究企业与企业家理论，必须先较全面地把握有关企业与企业家的程式化事实。

① 鲍莫尔和谢林还认为，微观经济分析是对同质产品生产与消费的最优化的分析，而企业家创新所产生的是异质产品，难于进行最优化分析。但事实上，微观经济学早已发展起了分析异质产品的最优化分析模型，如D-S模型。然而，鲍莫尔和谢林提出的这一理由仍是重要的，因为D-S模型中的异质产品仅仅是基于替代性的异质产品，基于互补性异质产品的分析模型尚未构建出来。见Baumol, William J. and Schilling, Melissa A. "Entrepreneurship," S. N. Durlauf and L. E. Blume, *The New Palgrave Dictionary of Economics*. Second Edition. (*The New Palgrave Dictionary of Economics Online*). London: Palgrave Macmillan, 2008; Dixit, A. K. and Stiglitz, J. E. "Monopolist Competition and Optimum Product Diversity." *American Economic Review*, 1977, 67 (3), pp. 297-308.

② 马克·卡森，企业家，见约翰·伊特韦尔，默里·米尔盖特，彼得·纽曼编，新帕尔格雷夫经济学大辞典（第二卷），北京：经济科学出版社，1996：162-164。

1.1 有关企业与企业家的若干典型性事实

1.1.1 面向未来的问题解决者

企业是什么？企业在经济体系中扮演着什么角色？这似乎是不难回答的问题。在一般人看来，企业就是一个生产某种或某几种产品的组织。新古典经济学认为企业是一个将要素转化为产品的生产函数，本质上并未超出该一般性的见解。应该说，在一两百年前，如此界定企业是恰当的。但在当下，越来越多的企业并不将自己视为一个生产产品的组织结节，而将企业定义为帮助客户解决问题的人，并且是致力于帮助客户解决未来将要面临的新问题的组织结节，见表 1-1。

表 1-1 部分企业对自身的认识

企业	企业使命
迪斯尼	创造高品质娱乐体验
沃尔玛	为顾客省钱,从而让他们生活得更好
阿里巴巴	让天下没有难做的生意
惠普	为人类的幸福和发展做出技术贡献
微软	予力全球每一人、每一个组织成就非凡
ICBC	提供卓越金融服务——服务客户、回报股东、成就员工、奉献社会
通用	建立紧密的人车互动关系
耐克	体验竞争获胜和击败对手的感觉
IBM	无论是一小步,还是一大步,都要带动人类的进步
万科	建筑无限生活
联想	为用户提供安全及高品质的产品组合和服务

续表

企业	企业使命
索尼	激发和满足您好奇心
英特尔	在全球推动创新
华为	使能未来信息社会、构建更美好的全连接世界
百度	用科技让复杂的世界更简单

资料来源：作者根据相关企业网站宣传资料整理。

表 1-1 罗列了部分企业对自己在经济体系中的角色与功能的认识。从这些自我认知中至少可以看出，至少这里罗列的前沿性的企业不再将自己视为某一种或几种产品或服务的提供者，而是将自己视为不断地为客户解决某类较为粗象的问题的解决方案提供者。

的确，在当今快速变化着的时代，企业将自己局限于某类产品与服务的生产者将阻碍企业的发展乃至生存。例如，如果按产品制造者界定索尼公司在经济体系中的角色，那么，索尼公司就需要不断地变更其对公司使命的定位，如晶体管收音机制造者（20 世纪 50 年代）、Walkman（随身听）制造者（20 世纪 80 年代）、手机制造者（20 世纪 90 年代），等等。企业如此变更企业使命时，面临的障碍将是说服利益相关者（投资者、企业员工、消费者等）接受这些变更。

当然，那些经营在传统产业的企业，他们仍将自己定义为产品的生产者。这些产业的发展变化极其缓慢，很长时期都不会有新的产品、新的工艺、新的商业模式等出现，产业市场也不会提出新的要求。大多数传统产业中的企业往往在产业发生较大的变化之前，就死亡了，这些企业可以认为是新古典经济学中的产品生产者。但这并不妨碍我们称其为未来问题的解决者。因为他们确实具备未来问题的解决能力，只不过这些产业中未来所需要面对的问题与当前相同罢了。但是，如果将企业界定为产品生产者，我们将无法正确地认知 Intel、华为等这些深刻主导着我们的生活的企业，也不可能建立起能够解释这些深刻地主导着我们生

产的重要企业的企业与企业家理论模型。

1.1.2 动态变化着的企业

诸多卓著的经济学者均注意到，企业最为显著的特征是企业是动态变化着的。^① 企业的动态首先表现在企业具有与生物体相类似的新陈代谢活动：企业在市场上不断地吸纳原材料，产出产品并投放市场，在这样的再生产循环中，企业得以生存与发展。

企业的职员——特别是基层雇员与中层管理人员——也是变动的。不断地有职员离开企业，也不断地有新员工加入进来。例如，沃尔玛中国的年员工流失率约为 17.8%，是中国流失率最低的非公有制规模以上企业。富士康在中国的制造工厂的员工流失率曾一度高达 35%。但在总体上，企业的职员具有一定的相对稳定性。即便如富士康中国制造工厂高达 35% 的员工流失率，3 年后企业中仍将有 27% 的老员工，5 年后还将有 12% 的老员工。这也就是科斯观察到的企业中的长期雇佣契约特征。^②

企业的所有者也是变化着的。在现代企业中，上市的股份制企业是为投资者带来收益的资本品，资本所有者根据其对企业的收益潜力的判断买卖着企业，企业的所有者因此而不断地变化着。企业兼并重组则更为急剧地改变着企业的所有者，这在当代社会中已相当寻常了。企业的领导者——企业家——也是变动的。爱迪生就曾被摩根挤出通用电气公司的决策圈，乔布斯（Steve Paul Jobs）则在 1985 年被其亲手创建的苹果公司的董事会撤销经营大权，直到 1997 年他才再次成为苹果的 CEO。^③ 企业家还会因年龄或生活兴趣转移而离开了他所服务企业的领导岗位。

① [英] 彭罗斯著，赵晓译：《企业成长理论》，上海人民出版社 2007 年版，第 10、22—23 页。

② Coase, Ronald H. "The Nature of the Firm." *Economica*, 1937, 4 (16), pp. 386 - 405.

③ [美] 沃尔特·艾萨克森著，管延圻等译，史蒂夫·乔布斯传。北京：中信出版社，2011 年。

亨利·福特老病时把公司决策权交给了他的孙子。2014年，为专注运营卫生、教育及慈善事业，比尔·盖茨辞去了微软董事长职位。

几乎所有企业供给市场的产出品都是变化着的。这其中，有的企业进入到新的产业，有的企业缩减或增加了企业的产品种类，更多的企业则是不断改进产品的生产技术，即使那些生产传统产品的企业也不例外。可口可乐公司已历经一百多年，始终以碳酸饮料为其主导产品，虽然其产品配方基本保持了不变，但可口可乐公司在容器材质、外观设计、容量等方面却持续地引入着新的元素。经营在电子产业的 Intel 公司、苹果公司的产品创新则更是层出不穷。图 1-1 显示了 Intel 公司 50 年来产品的历史演变。在短短的 50 年间，这个公司就推出了数十代微处理器产品，集成的晶体管数从 2300 个扩张到 13 亿个。值得注意的是，这些产品的创新常常是缓慢地进行的，新的产品往往只是对其先前产品的细小改动，如增加指令、变更接口形状、改变生产的制程工艺等。但这样缓慢变化的积累却产生了巨大的变化。面对英特尔公司 2015 年推出的 Broadwell (14nm) 微处理芯片，你根本不可能想象得到其 1971 年推出的 4004 芯片的模样和功能，如图 1-1 所示。

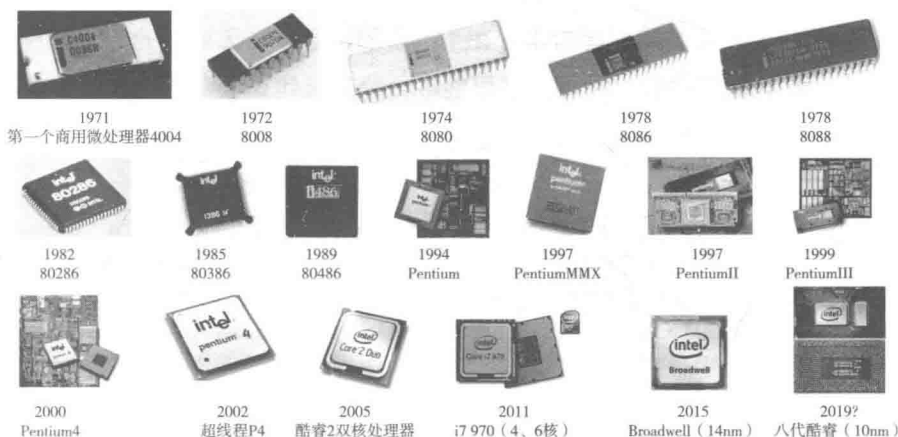


图 1-1 Intel 五十年产品史

资料来源：作者根据相关资料整理。

企业的动态特征还表现在,企业与自然界生物一样都遵循“生命周期”规律,经历着从出生、成长到老化直到死亡的生命历程。^①例如,1908年,威廉·杜兰特(William Durant)在美国组建通用汽车公司。20世纪20年代,斯隆(Alfred P. Sloan)接掌通用汽车,他实施多档次多品牌组合战略,不仅扭转了通用汽车公司的困局,还使得通用汽车在1932年一举超越福特汽车成为世界最大的汽车生产商。到20世纪50年代末,通用汽车已经占据美国汽车市场的半壁江山,迈向辉煌。但在70年代,通用汽车受到制造精良的日本小型车的竞争冲击,并在两次油价暴涨中丢失了相当多的北美市场份额。80年代后,通用汽车在多品牌经营上渐显力不从心,其所经营的几个品牌如土星(Saturn)、悍马(Hummer)、奥兹莫比尔(Oldsmobile)等相继被迫放弃或出售。这一期间,销售下滑、巨额亏损(如1991年亏损44.5亿美元)、裁员经常性地困扰着通用汽车。2005年,通用汽车巨亏86.5亿美元,引发董事会之争,但公司仍在是否放弃多品牌经营方式上迟疑不定。2008年,经济衰退和信贷萎缩再次使通用汽车遭受重创,其世界最大汽车生产商的地位也被丰田所取代。^②2009年6月1日,通用汽车在纽约联邦法庭申请破产保护。通用汽车虽然再次化解了危机,但其蓬勃上升的态势已不再如故了。

现实经济中能如通用汽车这样延续百年的公司相当少见。《达尔文经济学》的作者奥默罗德指出,在不确定的市场中,无论企业的规模有多大,在任何时候都存在破产的可能性,这是现代企业命中注定的。奥默罗德的统计分析表明,美国企业每年消亡的平均比率约为10%,^③专

^① 关于企业生命周期的观点最早见于金伯利和米勒斯的“组织生命周期”观念,管理学家爱迪斯承继了该理念,并将其应用于企业研究领域,写作了《企业生命周期》一书。但事实上,马歇尔较早即指出,企业可视作为一个有生有死的生物有机体。经济学家彭罗斯则最早系统地研究了企业的成长现象,写作了《企业成长理论》一书。见 Kimberly, John H. and Miles, Robert H. eds. *The Organizational Life Cycle*. San Francisco: Jossey - Bass Publishers, 1980; [英] A·马歇尔著,朱志泰译,《经济学原理》,北京:商务印书馆,1961年,第四篇第8至12章; [英] 彭罗斯著,赵晓译,《企业成长理论》,上海:上海人民出版社,2007年,195页。

^② 全琳琛,《通用汽车百年兴衰》[M]. 北京:人民邮电出版社,2009年。

^③ [英] 保罗·奥默罗德著,陈超译,《达尔文经济学》,北京:中信出版社,2009年:19、183。

栏 1-1 中提供的中国经济网的数据也显示,我国每年均有大量的新企业设立,同时也有大量的企业死亡注销。即使是那些曾历经辉煌的大企业,其消亡也是不可幸免的。汉纳对 1912 年的世界百强企业在 1912 ~ 1995 年存续情况的研究显示,1912 年的世界百强企业中,有 29 家企业破产倒闭,有 48 家不复存在(包括被兼并收购),有 52 家仍存活下来,但只有 19 家仍位于百强排名榜中。^①这种行业巨擘轰然倒地的事件在 20 世纪仍在持续上演。仅仅近 10 年间,安然(Enron)、世界电信(Worldcom)、环球电讯(Global Crossing)、凯马特(Kmart)、宝丽来(Polaroid)、安达信(Arthur Andersen)、施乐(Xerox)、Qwest(奎斯特)、雷曼兄弟(Lehman Brothers)、华盛顿互助银行(Washington Mutual)等这些曾位列《财富》世界 500 强的公司均走向了消亡。

专栏 1-1 2015 年中国新登记企业与注销企业情况

根据中国经济网的数据,2015 年中国全国新登记企业 443.9 万户,比 2014 年增长 21.6%,注册资本(金)29 万亿元,增长 52.2%,均创历年新登记数量和注册资本(金)总额新高。平均每天新登记企业 1.2 万户,比 2014 年日均新登记企业 1 万户有了明显提升。2015 年,我国注销企业 78.85 万户,比前一年增长 55.86%。其中,产能过剩行业企业 8243 户,比前一年增长 67%,促进了企业优胜劣汰、推动产业升级转型。

资料来源:中国经济网(北京)。去年我国新登记企业数量和注册资本总额均创历年新高
2016-01-13 15:03:00. <http://money.163.com/16/0113/15/BD7H04BT00253B0H.html>

在新兴产业中,企业的生死更迭更为迅速。美国互联网泡沫破灭

^① Hannah, Leslie. "Marshall's 'Trees' and the Global 'Forest': Were Giant Redwoods Different?," in N. Lamoreaux, D. Raff and P. Temin, Learning by Doing in Markets, Firms and Nations. Chicago: Chicago University Press, 1999.

时，众多上市及创业科技企业迅速倒闭，甚至将英国年破产公司数推到了1.7万家的高位。2017年，由直播、网红、共享经济推动的中国互联网泡沫式微，导致一大批互联网企业倒闭。专栏1-2列举了部分曾显赫一时的阵亡企业，从中可以看出企业生存的艰辛。

专栏1-2 2017年中国知名互联网企业阵亡名单

悟空单车：“悟空单车”于2017年1月7日设立，隶属于重庆战国科技有限公司。在ofo和摩拜等企业已经占据大部分市场份额时，悟空单车难以形成规模。2017年6月，在持续烧个人资金5个多月且账上余额所剩不多的情况下，悟空单车正式终止服务，退出共享单车市场。

光圈直播：光圈直播成立于2014年。2016年4月，其用户量到达40万，主播超5000人。2017年2月17日，光圈直播因融资不利宣布倒闭。

完美幻境：完美幻境成立于2013年，是国内最早进入VR全景相机行业的企业，拥有自主研发的Eyesir系列VR相机产品。2017年，由于行业趋冷，资金链断裂，完美幻境被深圳南山法院查封，宣告倒闭。

借卖网：借卖网于2010年10月上线，隶属于深圳市借卖网电子商务有限公司，是一家从事外贸货源分销的平台，一站式为外贸卖家提供外贸货源采购，仓储库存管理，产品刊登，订单处理，配货包装到全球配送等服务。2017年3月16日，由于公司缺乏盈利模式，财务的入不敷出，资本撤场等原因，借卖网选择关闭其服务。

绿盒子：绿盒子成立于2010年8月，曾连续3年位居淘宝网童装类销量第一。2015年，绿盒子开始在全国各地大量布局实体店，少数

主营，多数加盟，门店总数已经上百家。但由于传统品牌大举布局电商，淘品牌红利不再，童装同质化现象严重，融资失败以及实体店布局导致资金压力剧增等原因，绿盒子在2017年6月正式倒闭。

斯凯智能：斯凯智能是一家无人机公司，曾获得百度原副总裁李明远投资，占股约10%。2017年1月，因行业趋冷，产品滞销积压，资金链断裂，拖欠员工工资等原因，斯凯智能宣布破产倒闭。

微视：微视是腾讯网络媒体事业群的产品，2013年9月上线，是第一批短视频社交平台。2017年4月，考虑到微视在竞争中失去独特性、创新性与领跑优势，腾讯宣布战略放弃微视，关闭了微视应用。

资料来源：根据搜狐网“2017知名互联网企业阵亡名单（最新）”2017-07-01 00:20
http://www.sohu.com/a/153449046_610532 改编。

1.1.3 非均衡的企业内、外部结构

从内部结构看，企业是非均衡的。企业是一个分工合作的组织，各职员从事着不同的工作。但企业内的非均衡并不表现在工作差异上，而表现在职员的地位、权利与责任、收入分配等的差异上。几乎所有的企业都采取了层级官僚组织形式，可分为高层、中层与基层乃至更多的层级。企业高管比较少，一般不超过十人，中层职员一般有数十人，其他的则为基层职员。专栏1-3节略地列出了某企业管理制度列示的高层、中层与基层职员的岗位职责，从中可以看出，高层管理职员主要负责企业的重大决策事务，如企业未来的发展战略，企业的人力、物力、财力保障方式，重大的投资与合作决策、产品价格等。企业中层管理职员则负责向企业高层提供部门性决策咨询建议，组织实施由高层决策的部门性事务，以及主导决策与实施部门性的重大事务。基础职员则主要负责具体的事务性工作。

专栏 1-3 企业代表性岗位的职责

XX 企业岗位职责 (节选)

一、总经理岗位职责

1. 组织制定企业中长期发展战略及经营目标,经董事会审批后组织实施,并进行监督

2. 根据企业发展战略,制订企业各阶段经营管理计划,并对计划执行情况予以监督

3. 负责与董事会沟通,保证企业各项经营计划得到顺利实施

4. 授权各副总经理组织实施各项经营计划,确保年度经营目标得到全面落实

5. 负责企业投资管理、工程项目管理、营销管理、人力资源管理、财务管理的决策工作

6. 主持召开总经理办公会议,听取各副总经理汇报工作,以便监督、检查企业经营计划的执行情况和财务收支计划的执行结果

7. 出席企业重要公关活动,建立、维护与相关部门、媒体机构、重要客户的良好关系

8. 主持企业重大房地产项目的招投标管理工作

9. 负责企业高层管理人员、高级专业技术职务人员的聘任、培训和考核工作

二、设计管理部经理岗位职责

1. 负责联系市规划委、各市政专业企业、设计院等外部单位,沟通设计事宜

2. 负责领导工程设计的招标、协调工作

3. 负责组织编制《工程技术设计任务书》和组织开展设计前期的勘察工作

4. 参与初步设计工作,并审查各阶段各专业的设计成果,全面把关设计质量