

北大 商业评论

专题 创建品牌优势

品牌是顾客与产品之间的感情纽带，也是企业高利润率的主要来源。全球 1000 个成功品牌具有哪些特征？企业如何快速建立品牌优势？又如何避免品牌建设中的诸多陷阱？

视野

当『好点子』成了『大点子』

——迅速做大战略的背后

北大案例

工资改革的风波

执行

产品开发中的达芬奇密码

管理创新

小肥羊：中餐标准化管理

Vol.34

2007/05



PKU
Business Review

ISBN 978-7-301-12076-7



9 787301 120767 >



全神贯注110%



F270-53/4
:2007(5)
2007

我们深谙王者之道。

埃森哲对全球500家成功企业的深入调研表明,卓越绩效企业更能心无旁骛,将精力高度集中于成就企业的首要目标。欲知更多关于卓越绩效的深层见解及经验,敬请访问accenture.cn/research

• 管理咨询 • 信息技术 • 经营外包

>
accenture
埃森哲
成就卓越绩效

对于一个组织，二十年的时间勉强可以称为历史。以此而论，中国的企业开始有历史了。

众所周知，改革开放是从1978年12月党的十一届三中全会开始的，但早期主要是解放思想、转变观念。随后开始营造市场，有了市场才开始有了真正意义上的企业。2004年许多著名企业都举行了成立二十周年的庆典，如联想、海尔、万科、上海大众；2005年则有中国惠普、中兴通讯、飞利浦、诺基亚、英特尔；2006年有北大方正和吉利；2007年有招商银行、华为、娃哈哈、摩托罗拉、达能、肯德基……

最近我读了吴晓波写的《激荡三十年——中国企业1978~2008》、凌志军写的中关村发展史《中国的新革命——1980~2006年，从中关村到中国社会》，又翻了翻关于企业历史的书。我手边有关联想的书有4本：从1996年陈惠湘写的《联想为什么》，到《联想15年》、《联想局》和《联想风云》；关于海尔的书有5本：美国人迈克尔·波顿写的《首席执行官》、胡泳写的《海尔，中国造》、《张瑞敏如是说》；关于万科的书有4本，主要以王石为主线展开；其它还有关于华为、长虹、科龙、创维、娃哈哈、吉利、阿里巴巴、淘宝、三九、希望、托普、IBM、微软、方太、中兴等等企业的书。可见，对中国企业历史的研究已经拉开了序幕，一批专注于企业史的记者和财经作家正在涌现，如研究海尔的胡泳、研究联想的凌志军、研究企业失败的吴晓波，后者带领“蓝狮子”团队致力于公司史的研究和写作，已经小有成就。

如果不回顾历史，或许极少人知道中关村的历史是从一个叫陈春先的中科院物理所研究员开始的：他在1980年12月15日创办了一个颇为特别的机构，名为“北京等离子学会先进技术发展服务部”；后来中关村就有了“两通两海”——四通、信通、科海、京海——的崛起；再后来，有了以联想和大批网络新经济公司为代表的灿烂群星。

虽然对于公众而言，成功的故事更激动人心，但对于企业家和企业管理者而言，失败的故事则更有教益。由于采访失败者、收集失败企业的一手资料都非常困难，因此这类报道就更显珍贵。我读这类书时常感心情沉重，也体会了所谓的“扼腕三叹”。我看过的第一本关于失败企业的书是在十年前，记者孙玉红写的《风雨爱多》；前些天读《21世纪财经报道》记者王云鹏送我的《俘获者》，书中详细记录了德隆从初露败相到最终解体的600天，有大量的一手资料。在感叹德隆的失败和对失败的挽救之余，我也感叹作者的用心。2004年，当联想、海尔、万科、上海大众庆祝自己的二十周年时，同样在1984年成立并一度辉煌的巨人集团和健力宝或已沉没，或正风雨飘摇。去年《北大商业评论》做了一期关于失败企业家的专题，勾画出了28位失败企业家的图谱，显然这还不是全部。

管理科学的两位泰斗人物泰罗和德鲁克都是从观察企业开始的。但总体而言，学界对企业的观察研究仍显不足。由于工商管理教育的普及，案例开始被广泛地使用。凡是企业中发生的事都可以叫做“案例”，但严格地说案例可以分成三类：教学案例、商业案例、研究案例。教学案例是将企业的某件事去对应管理教学上的某个知识点，在写作时，它所对应的理论和知识都隐藏在故事后面；商业案例则是直接为了企业借鉴，因此会尽量清晰地描述企业里发生了什么问题，如何分析，如何解决，结果如何。而研究案例的目的是采集案例来证明某个研究假设，以便形成理论。无论哪一种案例，都离不开对企业的近距离观察和深入采访，财经记者们花大量时间和精力对企业史的写作，就可以看作一种商业案例。一本优秀的企业史包含了企业不同时期的商业案例，学者可以在这个基础上提取加工教学案例和研究案例。大量的企业史素材，让今天的案例写作比1997年我们刚刚开始做的时候容易得多了。

在中国，有二十年历史的企业是值得骄傲的。但同样只有二十多年历史的微软公司，去年的销售收入和利润达到443亿美元和126亿美元；思科公司达到285亿美元和56亿美元，其利润比中国绝大多数“同龄”企业的销售收入还要多。每年我们还会看到一些曾经优秀、也有着悠久历史的公司陷入困境甚至消失。对于领先的中国优秀企业而言，要向优秀的世界企业学习，从失败的中国企业中汲取教训。我希望中国企业领导者的书架上尽量多摆一些企业史的书籍，希望我们的财经记者、咨询专家、教授和企业家们写出更好的企业史。团结中国最优秀的研究人员、写出中国企业的资治通鉴、让中国管理者有史可鉴，这也是北京大学管理案例研究中心的使命。

我们期待着中国企业走过三十年、四十年、五十年以至一百年，成为世界企业发展史的主流之一。



何志毅
本刊执行主编

北京大学管理案例研究中心主任
中国企业社会责任同盟秘书长
北京大学贫困地区发展研究院副院长
北京大学光华管理学院教授、博导



新知识 新视野 新平台



长江后EMBA

特为已完成EMBA/MBA学习的您而设计
助您实现EMBA之后的超越!

长江后EMBA课程 2007年6月1日开课

- 全新课程设置延伸EMBA/MBA课程所学，进一步扩展学习的深度和广度，侧重对企业管理实践更具指导意义的、原创性的研究成果，为您带来更多更新的管理思路和灵感。
- 超越企业管理范畴本身，跳出管理看管理，提升思维高度，拓展全新视野；同时首开在管理教育体系中引入人文课程之先河，全力打造企业管理者胸怀天下的人文情怀，助您不断超越自我。
- 汇聚国内外各大名校商学院的EMBA/MBA精英，打破封闭的校际交流通道，真诚沟通搭建全新平台，共同切磋事业成功之经验，结识新朋友，获取新契机。

七大模块

中国企业国际化^{NEW}
战略联盟^{NEW}
企业风险与危机管理^{NEW}
利润操控
执行力与平衡计分卡^{NEW}
人文精神与管理之道
自我调节与压力管理

优 明 取
術 道 勢

垂询专线: 北京 86-10-8518 5017 上海 86-21-62696238 广州 86-20-28852583
更多信息请登录学院网站 www.ckgsb.edu.cn

主办单位 北京大学出版社
北京大学光华管理学院
北京大学管理案例研究中心

协办单位 中国企业家与企业管理研究院
北京大学贫困地区发展研究院
北京大学民营经济研究院
北京大学高新技术开发区研究院
北京大学战略管理研究所

编辑委员会主任 厉以宁 北京大学光华管理学院名誉院长, 教授
编辑委员会 曹凤岐 北京大学金融与证券研究中心主任, 教授
海 闻 北京大学副校长, 教授
何志毅 北京大学管理案例研究中心主任, 教授
刘 伟 北京大学经济学院院长, 教授
王其文 北京大学光华管理学院党委书记, 教授
王明舟 北京大学出版社社长, 教授
于鸿君 北京大学校长助理, 教授
朱善利 北京大学中小企业促进中心主任, 教授

学术指导委员会 白长虹 南开大学教授
江明华 北京大学教授
李 飞 清华大学教授
梁 能 中欧国际工商学院教授
刘 峰 国家行政学院教授
刘 力 北京大学教授
刘 学 北京大学教授
马 浩 北京大学教授
彭剑锋 中国人民大学教授
谢贵枝 香港大学教授
徐 飞 上海交通大学教授
张新民 对外经济贸易大学教授

主编 厉以宁
执行主编 何志毅
副主编 陈春花 刘颖悟
主编助理 黄 芳 叶康涛 杨 军
艺术顾问 叶毓中

编辑部主任 冷元红
编辑部副主任 王正翊
高级编辑 薛玺成 林君秀
编辑 党永嘉 陆 森 苏 静

研究部 郑新德 涂 铸 赵占波 张丽萍

视觉设计 天 洋
插图设计 罗敏文
广告总监 张 磊
行政总监 刘 玉
市场主管 何建湘
编辑部 电话: 010-82689340转212
传真: 010-82689340转209
E-mail: bbr@gsm.pku.edu.cn

发行公司 北京北商伟岸文化传播有限公司
发行电话 010-8268 9340/8268 9146/8268 9346
传真 010-8268 9340-209
24小时客服电话 010-8266 8298
电子邮箱 Service@pkubr.com
网址 www.pkubr.com
地址 北京市海淀区海淀路52号
太平洋科技发展大厦11层
邮编 100080
合作发行公司 北京商儒国际文化传播有限公司

广告总代理 时代创展广告有限公司
北京 电话 010-67111161
传真 010-67171161
上海 电话 021-64263401
传真 021-64263403
电子邮件 kwunkee2000@yahoo.com.cn

标准书号 ISBN 978-7-301-12076-7/F·1595
出版 北京大学出版社
印刷 北京华联印刷有限公司

零售价 人民币 80元
美 元 20元
欧 元 18元

图书在版编目(CIP)数据
北大商业评论. 2007年. 第5期/厉以宁主编. —北京: 北京大学出版社, 2007.5

I.北… II.厉… III.企业管理—文集 IV.F270-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第056746号

文章观点只代表作者个人意见, 不代表《北大商业评论》、北京大学光华管理学院及北京大学的立场。未经本刊编辑部同意, 不得以任何方式全部或部分翻印或转载本刊文章。



You & Us

瑞银与您

金融巨擘，融入中国，助您尽揽环球契机

瑞银集团，秉承瑞士银行稳健经营理念，汇聚140年丰富专业经验，致力于提供投资银行、财富管理和环球资产管理一体化金融服务。在中国，更以世界级的领先金融服务，助您洞悉全球最新动态。逾70,000名遍及全球的瑞银专业人才，随时监测和评估市场中的每一个变化，为您及时解读，精准把握每一理财契机。纳环球优势，携手共创卓越——这就是“瑞银与您”的精髓所在。www.ubs.com

财富管理 | 环球资产管理 | 投资银行

You & Us



UBS 瑞银集团

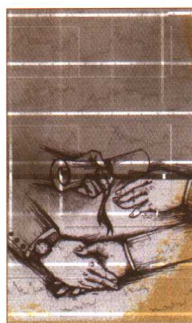
014 风向标

016 时 评

高管激励的重新审视

宁向东 吴晓亮

高管股权激励为何在中国变成了一场“套现竞赛”？美国的经验表明，股票期权等单一方式并不能有效激励高管，量身设计恰当的激励方式组合才是正途。



023 视 野

当“好点子”成了“大点子”——迅速做大战略的背后

David Kirsch

Brent Goldfarb

“第一名很伟大，第二名也不错，但第三名就有麻烦了。”上世纪90年代互联网兴盛时期，出于对先发优势的崇尚，尽快做大做强成为普遍的商业战略。然而，事实证明，大部分采取这一战略的公司最终被淘汰出局，更多的幸存者那些遵循传统增长道路的小公司。



028 顾客视角的城市品牌

白长虹 郝胜宇

城市也可以像企业一样，通过品牌来提升竞争力和吸引力。建设城市品牌的关键是要明确城市顾客的需求，找到他们期望的价值点。

附：丽江如何打造城市品牌

白长虹 宋大海



036 总裁论道

信息化：扁平世界的公司治理

林正刚

1996年，思科全公司的结账周期是两周，如今只需要四个小时。在世界变得扁平的今天，信息化与管理效率、公司治理休戚相关。然而，中国许多企业CIO的角色还不清晰，“信息中心主任”常常变成了“维修处主任”。思科（中国）公司总裁林正刚，以思科的多年实践讲述利用信息化进行公司治理之道。



040 专题：创建品牌优势

品牌是顾客与产品之间的感情纽带，也是企业高利润率的主要来源。全球1045个成功品牌具有哪些特征？企业如何快速建立品牌优势？又如何避免品牌建设中的诸多陷阱？

042 品牌是顾客体验的总和

陈春花

品牌的内涵只有一个——顾客意图。只有确定了顾客意图，使品牌构建的方向符合顾客成长的方向，企业才能真正构建自己的品牌。中国企业犯的错误，就是只关注产品或服务本身，而没有关注顾客内心的价值需求。

046 品牌经营的法则与戒条

江明华

品牌维护有“五戒”：一戒虚假承诺，透支消费者信任；二戒忘记品牌目标，大打价格战；三戒过度放大原产地效应；四戒把名称当品牌，把知名度当购买意愿；五戒诋毁竞争品牌，甚至落井下石。



2006年度 中国最受尊敬企业

他们是从379家候选企业中脱颖而出的25家2006年度中国最受尊敬企业；
他们因在责任感、创新能力、管理水平、企业形象与领导力、国际化及对中国的长期承诺等方面的杰出表现而成为推动中国商业文明的榜样；
他们因在商业社会中执着的坚守人类社会的精神准则，而被时代记录。

主办单位：MCCP 经济观察报
北京大学管理案例研究中心 The Economic Observer



特别媒体支持：



周末画报

东方企业家

协办媒体：



独家网络支持：



支持媒体：中国企业家 南方周末 南方都市报 经理人 东方早报 三联生活周刊

指定礼品赞助：



指定服饰赞助：



“中国最受尊敬企业评选”组委会联系方式：

经济观察报社联系人：陆小妹 赵阁宁 电话：010-65257355, 010-65258675-645 邮箱：luxiaomei@eeo.com.cn zhaogening@eeo.com.cn

地址：北京市东城区东安门大街55号王府世纪420室 (100006) 活动招商联系人：王静 电话：010-65258675-634

北京大学管理案例研究中心联系人：闫婧 电话：82689146-228 网址查询：http://www.eeo.com.cn 或 http://mccp.pku.edu.cn

050 打开品牌成功的五扇门

Andreas Buchholz

Wolfram Wordemann

为什么有些品牌几乎与它们的竞争对手没有什么区别,却能高速增长?作者研究了全球各行业 1045 个顶尖品牌后发现,成功品牌通过 5 扇大门——发现品牌隐性优势、引导价值观、重新定位与“编程”、定义身份和个性、利用情感和爱来激活消费者头脑中的购买动机。

060 “快品牌”的四种策略

刘登义

星巴克、Google、三星等的经验证明,凭借有效的策略和方法,新品牌也可在 10 年、20 年甚至更短时间里获得成功。

064 创业品牌规划的六个步骤

Don Sexton

品牌建设能否事半功倍?创业伊始就规划你的品牌吧:选择目标市场、进行品牌核查、确定品牌定位、在组织内部和外部传播品牌、实施品牌监控。

068 全球化下的混合品牌战略

George S. Day

David J. Reibstein

在全球化与本土化的拉锯之下,什么样的品牌战略更有效?如何管理品牌组合,协调品牌之间的资源配置?不妨看看联合利华和 MTV 是怎么做的。

074 贴牌危机与出路

针织名城象山爵溪百家企业调查

浙江万里学院课题组

在爵溪 102 家针织企业普遍面临贴牌危机之时,浙江巨鹰集团却走过了从贴牌到设计再到自建品牌的历程,利润率大大高于同类企业。或许,它的发展可为其他企业提供镜鉴。

079 北大圆桌

百货业品牌的困境与出路

专卖店、连锁超市、网上购物等零售商的蓬勃发展,让国内百货商店面临客户和供货商不断流失的双重威胁。在中国消费市场格局酝酿巨变的当前,百货商店靠什么样的价值来吸引和留住顾客?该如何整合参差不齐的进场品牌?怎样使自身品牌与各商品品牌相得益彰?又可向美国联邦、伦敦哈罗兹、巴黎老佛爷等国际知名百货品牌借鉴些什么?

主持人:何志毅

本刊执行主编、北大管理案例研究中心主任

部分嘉宾:(排名不分先后)

李 飞 清华大学经济管理学院教授

中国零售研究中心常务副主任

房向前 广州友谊百货公司总经理

张跃进 北京燕莎商城有限公司总经理

张荣明 北京爱慕内衣有限公司董事长

夏 华 北京依文集团董事长

陈富国 Interbrand(中国)公司总裁

088 北大案例

工资改革的风波

吕峰 王新超

北京 WCB 公司人力资源总监张然最近头痛得很。新工资方案出台以后,他每天都不得不面对匿名信、小字条等各种形式的诽谤和攻击。“只有变革公司才能生存下去,为什么这么多人反对呢?”

点评:

改革阵痛的原因

孙健敏

艺术性地兼顾内部公平

肖广瑞

将变革做到位

何春盛

沟通是关键

李勇

光华“管理大师讲坛”系列课程

新产品和服务管理

提升战略竞争优势

MANAGING NEW PRODUCTS
AND SERVICES FOR STRATEGIC
COMPETITIVE ADVANTAGE



光华管理学院
Guanghua School of Management

如何获得市场引领能力？
如何在全球商业舞台上保持战略竞争优势？

光华管理学院特邀美国西北大学凯洛格商学院院长
Dipak C. Jain教授为您讲授以客户为核心的新产品/
新服务创新战略，激发您的客户洞察力，帮助您将
商业战略和新产品设计开发相融合，在市场上获得
竞争优势。

课程安排

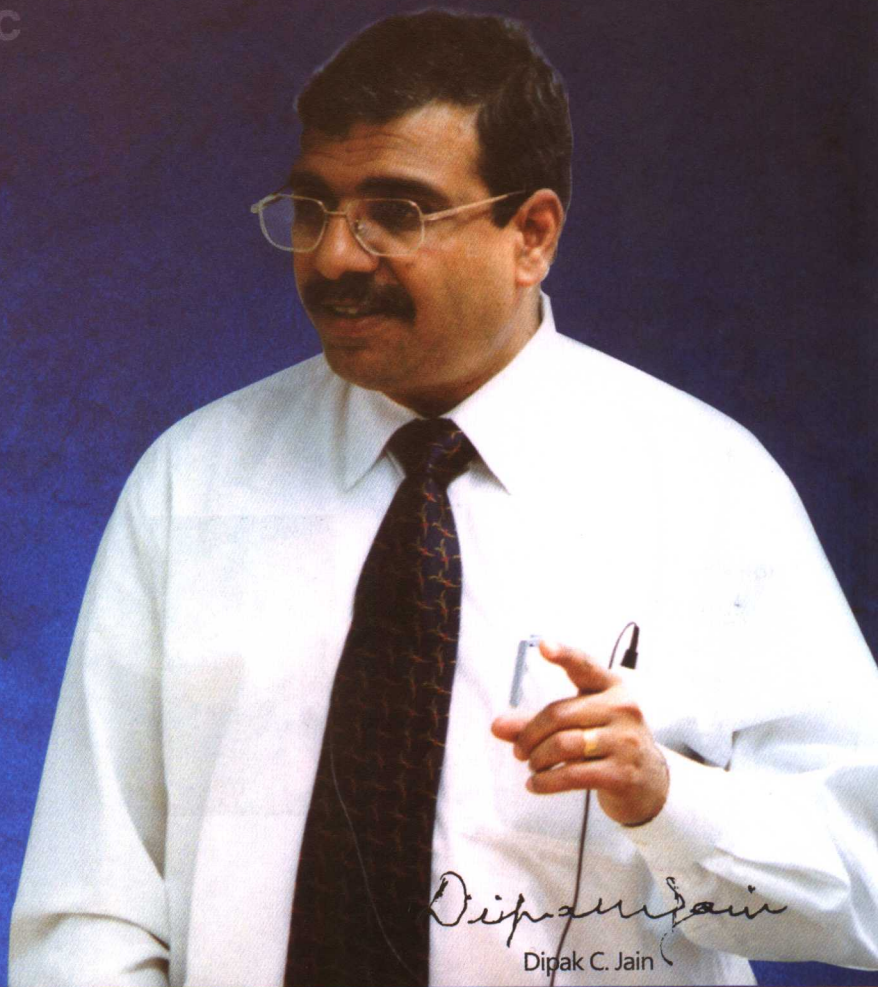
第一天：新产品营销战略
第二天：战略性市场细分和定位
第三天：品牌塑造和价值创造

课程收益

- ★掌握组织中培养创新思维的方法
- ★设计新产品/服务开发流程
- ★为新产品/服务的市场推广制定战略
- ★分析大量定制化过程中的产品定位和流程设计
- ★为整合研发、设计、生产和营销等活动制定战略
- ★学习其他行业经验，寻求最佳企业实践

许多全球顶级企业包括奔驰公司、密尔沃基电力用
具公司、巴西石油公司、比利时UCB制药公司均从
此课程中获得巨大的实践收益，参加这门课程的学
习必将为您及您所在组织带来不可估量的收获。

学员对象：公司总裁、副总裁、营销总监



迪帕克·金 教授
Professor Dipak C. Jain
美国西北大学凯洛格商学院院长

金院长的研究领域涵盖了高科技产品的市场营销；市场分割和市场竞争
结构分析；全球产品推广中的多元文化问题；新产品推广以及市场预测
模型等。金院长在教育领域中取得的成就包括 1995 年的西德尼·利维最
佳教学奖 (Sidney Levy Award)；1991 年的约翰·利特尔年度最佳论文
奖 (John D.C. Little Best Paper Award)；1989-90 和 1990-91 年度
Kraft 研究教席；1987-88 年度 Beatrice 研究教席等。

关于美国西北大学凯洛格商学院：

1908 年成立，世界顶级商学院，曾数次在《经济学人》、《商业周刊》等全
球商学院评比中排名第一。“现代市场营销学之父”菲利普·科特勒，连同
他所在的凯洛格商学院市场营销系的教授们，被公认为当今市场营销领
域最杰出的学者。

课程时间及地点：

2007年6月22-24日
中国·北京

询问课程的详细情况及报名，敬请联系：

苏琦，张静梅

北京大学光华管理学院211-212室 (100871)

Tel: +86 10 62768100-19, 21 62760616 Fax: +86 10 62768266

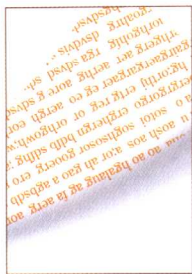
Email: suqi@gsm.pku.edu.cn jmzhang@gsm.pku.edu.cn

104 执行

产品开发中的达芬奇密码

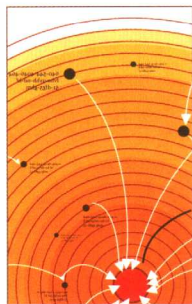
张军

如何将顾客需求真正地融入产品设计?不妨借助四个市场研究工具,破译消费者心灵深处的密码。

108 从外围到核心:
突破管理惯性

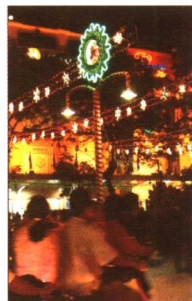
Geoffrey A. Moore

如今稀松平常的许多业务,都曾经为企业创造过竞争优势。然而正如达尔文进化论所描述的那样,企业的“核心”逐渐变成了“外围”。现在要做的是:突破组织自身的惯性,从外围中提取资源重新分配到核心。

116 国际评述
越南商机

宋秉忠

越南正在书写一个大胆开放的经济神话。富起来的越南人、日益升级的奢华之风、强劲的地下经济、狂飙的胡志明股市,都是越南经济崛起和消费抬头的明证。文章基于台商视角来观察越南商机,但对于大陆商家而言同样具有借鉴意义。

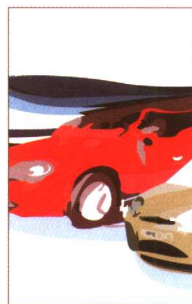


124 环境纵横

本土轿车企业崛起的秘密
——本土与合资轿车企业不同的
“渔鱼”路径

谢伟

在跨国公司与合资企业的合围之下,奇瑞、吉利等仍显出“逆市上扬”之势。研究表明,凭借持续的学习和一系列创新战略,本土轿车企业较合资企业获得了更多的“渔鱼”能力。

134 管理与人文
弱者道之用

周建波

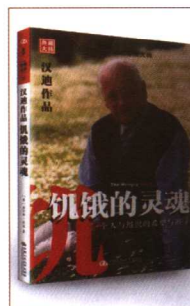
“弱之胜强,柔之胜刚,天下莫不知,莫能行。”《老子》认为,不仅势弱一方不应争上抢先,即使是力量较强的一方,也能从居后、处下当中得到更大好处。



137 书评

人性的回归
——评查尔斯·汉迪《饥饿的灵魂》

Ed Zhang



140 月度人物

姚良松:组织靠什么凝聚?

孙斌

在“带连队、打江山”的初创期后,广东欧派集团董事长姚良松曾满怀热忱地试图推行“泛民主化股份制”,最终却导致自己步步被动;之后他吸取教训,想要凭借“一股独大”求得事业的稳定,却又遭遇了队伍的哗变。几经分合之后,他终于找到了凝聚企业的良方——精神与利益的特殊结合链。



144 管理创新

小肥羊:中餐标准化管理

涮羊肉也能标准化?听起来不可思议的事情,小肥羊餐饮连锁公司却做到了。凭借产品、服务和管理等各个层面的标准化,小肥羊打破了中餐标准化之殇,成功实现了规模扩张和品牌价值提升。

在精确时间完成全球速递任务，
谁能马到功成？



面对这种情况，您需要一位身手矫健的骑手，而UPS的全球速递服务正是如此！现在，UPS让您的速递可以更灵活了！无论您选择早晨9点之前，中午之前，还是工作时间结束之前，UPS都能帮您跨越一切障碍，将货物准时送达！

作为北京2008年奥运会物流和快递赞助商，UPS正全力协助北京奥运，同样也鼎力协助您的速递马到功成！

客服热线：800-820-8388 手机客服热线：400-820-8388

www.ups.com/beijing2008



北京2008物流和快递赞助商
Beijing 2008 Logistics and Express Delivery Sponsor

为您传递更多

提供中国企业成长的思想动力

——《北大商业评论》2007年全国百场巡回论坛



主办单位：



北大 商业评论
PKU Business Review



MCCP
北京大学管理案例研究中心

战略合作伙伴：
012



TCL电脑科技（深圳）有限公司

2006年,《北大商业评论》已在重庆、成都、西安、太原、哈尔滨、青岛、合肥、厦门、深圳、武汉、徐州、天津、南京、北京、苏州、福州、大连、呼和浩特、泉州等30余座城市和地区成功举办了近100场巡回论坛。2007年,我们继续以“为中国企业提供成长的思想动力,帮助中国企业提升管理水平和竞争能力,促进中国社会和谐发展”为宗旨,力邀影响中国管理的专家、学者、企业家,在全国主要城市和地区,针对中国企业关注的热点、难点、焦点问题,进行深度剖析与讲解,“面对面”的为中国企业“传中国管理之道、授中国管理之业、解中国管理之惑”。

活动亮点

- 1、中国最好的商学院之一——北大光华管理学院给予学术智慧支持;
- 2、中国最大的案例库——北大管理案例研究中心提供丰富的原创案例资源;
- 3、中国最高水平的管理评论刊物——《北大商业评论》携手20家以上高端财经媒体共同全程报道、宣传;
- 4、中国20余位管理精英——影响中国管理的专家、学者、企业家组成的嘉宾队伍精诚奉献;
- 5、中国20多个管理问题——中国企业关注的热点、难点、焦点问题,将被深度剖析与讲解,内容涉及战略、品牌、企业文化、企业创新、财务、人力资源等主题;
- 6、中国30座以上城市及地区——北京、上海、广州、深圳、大连、成都、重庆、青岛、南京、太原、西安等地将陆续进行巡回论坛;
- 7、中国50000名以上参会人员——企业家、管理专家、政府官员、学者等将亲临现场。

演讲嘉宾(排名不分先后):

- | | |
|-----|--|
| 保育钧 | 全国政协社会法制委员会委员,中国民(私)营经济研究会会长 |
| 王方华 | 上海交通大学安泰管理管理学院院长,教授、博导 |
| 赵曙明 | 南京大学商学院院长,教授、博导 |
| 陆正飞 | 北京大学光华管理学院副院长,教授、博导 |
| 何志毅 | 北京大学光华管理学院教授,北京大学管理案例研究中心主任,《北大商业评论》执行主编 |
| 陈春花 | 华南理工大学经济与贸易学院院长,《北大商业评论》副主编,教授、博导 |
| 梁能 | 中欧国际工商学院管理学教授,EMBA课程主任 |
| 王天有 | 北京大学企业文化研究所所长,北京大学历史学系教授、系主任 |
| 余明阳 | 上海交通大学安泰管理学院教授、博导 |
| 王建国 | 北京大学光华管理学院教授、博导,北大国际MBA与案例教学研究中心主任 |
| 孟宪忠 | 上海交通大学安泰管理学院教授、博导,战略研究所所长 |
| 白长虹 | 南开大学国际商学院教授、博导 |
| 刘学 | 北京大学光华管理学院组织与战略管理系教授 |
| 张玉杰 | 清华大学经济管理学院教授,清华大学中国企业创业研究中心研究员 |
| 张志学 | 北京大学光华管理学院组织行为与人力资源系副主任,副教授 |
| 刘峰 | 国家行政学院领导艺术研究中心主任,教授、博导 |
| 宗庆后 | 杭州娃哈哈集团有限公司董事长总经理 |
| 马蔚华 | 招商银行行长 |
| 刘永好 | 新希望集团董事长 |
| 王健林 | 大连万达集团董事长 |
| 唐骏 | 盛大网络公司总裁 |
| 江南春 | 分众传媒CEO |
| 王均金 | 均瑶集团有限公司董事长 |
| 孙大午 | 河北大午集团监事长 |
| 袁岳 | 零点研究咨询集团董事长 |
| 王璞 | 北大纵横管理咨询公司首席合伙人 |

更多嘉宾邀请中.....

诚挚邀请全国区域合作伙伴,
诚挚邀请更多专家、学者、企业家莅临演讲、对话交流,
共同致力于提供中国企业成长的思想动力!

联系人: 齐晓静

电话: (010)82689340 转 206 13601282582

传真: (010)82689340 转 233

电邮: qixiaojing@pkubr.com

网址: www.pkubr.com



A

3月19日,新颁布的《中华人民共和国企业所得税法》规定,企业从事符合条件的环境保护、节能节水项目的所得,可以免征、减征企业所得税。企业购置用于环境保护、节能节水、安全生产等专用设备的投资额,可以按一定比例实行税额抵免。

B

3月20日,国务院国资委公布,中央企业应当严格控制职工薪酬增长幅度,其中经济效益下降的企业不得扩大职工薪酬规模。国资委在关于中央企业执行《企业会计准则》有关事项的通知中还指出,央企应加强人工成本控制与管理,特别是量化或提供给职工的非货币性福利及辞退福利,都应当按规定纳入职工薪酬核算范围,规范各项报酬的计提与发放。

F

4月4日,中国人民银行副行长吴晓灵在印度孟买举行的“中印金融发展高层论坛”上表示,中国金融业将继续遵循竞争合作、互利共赢的方针,在中外金融机构统一国民待遇的基础上,促进中外金融企业公平竞争。中国鼓励更多的外资金融机构到中国内陆地区和农村开展金融服务,开发具有特色的金融产品。此外,在引进外资金融机构的同时,中国也鼓励中资金融机构积极拓宽对外合作与投资渠道,参与国际金融竞争。

G

4月7日,中国联合国采购促进会公布的数据显示,目前联合国在全球已有近6000名指定供应商,而中国在联合国机构注册过的企业仅有2000家左右,其中成为指定供应商的企业还不到200家。近5年来,联合国采购总额更是以年均15.6%的速度递增,每年在全球的直接采购总额超过80亿美元,但中国企业仅占1%左右。由于联合国本身带有一定国际援助色彩,其全球采购倾向于发展中国家的中小企业。中国联合国采购促进会副秘书长王凝表示:只要产品质量、价格和企业诚信有保障,任何企业都可争取成为联合国采购供应商。

H

4月9日,中国国际公共关系协会(CIPRA)发布的《中国公共关系业2006年度行业调查报告》显示,2006年度中国公共关系服务市场(不包括港、澳、台地区)继续保持良好的增长势头,整个行业年营业额估测为80亿元人民币,比上年度的60亿元人民币增长33.33%。

C

3月22日,伦敦中国企业落地服务中心正式启动。它是为中国企业在伦敦实现“软着陆”而设立的,中国企业到伦敦注册设立分支机构没有最低资本额限制,一英镑也可注册一家英国企业,享受英国本土企业所有的便利措施和政府的相应政策。此外,相对其他海外市场而言,在伦敦的上市成本和融资成本都较低。

D

3月29日,国务院下发的《关于加快发展服务业的若干意见》提出,要建立公开、平等、规范的服务业准入制度。鼓励社会资金投入服务业,大力发展非公有制服务企业,提高非公有制经济在服务业中的比重。凡是法律法规没有明令禁入的服务领域,都要向社会资本开放;凡是向外资开放的领域,都要向内资开放。该《意见》还要求,进一步打破市场分割和地区封锁,推进全国统一开放、竞争有序的市场体系建设,各地区凡是对本地企业开放的服务业领域,应全部向外地企业开放。

E

4月2日,北京大学中国经济研究中心公布的研究报告显示,大量外国直接投资(FDI)的增加并没有明显促进中国企业缩小与国际先进技术水平之间的差距,反而会妨碍内资企业通过努力研发,自主创新。与之相反,港、澳、台资进入后,内资企业与港、澳、台资企业在技术上的差距会显著缩小,而且没有发生由于港、澳、台资的进入,不利于内资企业通过研发缩小差距的现象。

I

4月10日,商务部对外贸易司司长王受文在“2007年国际贸易争端形势分析会”上透露,中国正在全面审视实施了近三十年的出口优惠政策,将变“奖出限入”为“奖入限出”,以着力打造促进进出口平衡的中性贸易政策。他同时表示,所谓“奖入限出”并非要限制出口,而是限制某些资源型产品出口,对于企业自主品牌出口和优势农产品出口,要特别鼓励和推动。

J

4月11日,在南昌召开的全国知识产权局局长会议上,国家知识产权局局长田力普介绍了中国国家知识产权局将在推进专利产业化方面出台4项新举措:大力实施全国专利技术展示交易平台计划;通过资产评估扶持国家重点的专利产业化项目;开展同专利运用产业化有关的信息化建设;选择重点行业、重点产业,结合国家发展战略和产业政策,开展知识产权产业化战略研究与试点工作。

K

4月11日,中小企业信息化春季交流会上发布的《中小企业信息化发展研究年度报告》显示:我国中小企业整体信息化水平尚处初级阶段,中小企业信息化率不到10%。在4000多万中小企业中,近68%还没有计算机,真正建立独立网站的企业只有37%,大部分没有独立网站,有的挂在别的网站上。独立网站中85%仅仅是宣传、查询信息,还没有开展交易,真正实现网上交易的只有11%。

高管股权激励为何在中国变成了一场“套现竞赛”？美国的经验表明，股票期权等单一方式并不能有效激励高管，量身设计恰当的激励方式组合才是正途。

高管激励的重新审视

宁向东

清华大学经济管理学院教授

吴晓亮

清华大学经济管理学院博士生

企业高管的激励问题再次成为焦点，这主要由一系列的事件所导致：据上海证券交易所网站披露，在2006年8月28日至2007年1月17日期间，共有5家上市公司的4名董事、3名监事和2名高级管理人员存在违规股票套现行为，其中1名董事、2名监事甚至一次性卖出自己持有的所有股份，实施了股价高位套现，其余高管抛售股票数量占其所持股份的比例则在25.4%~49%之间，大大超过了《证券法》规定的25%的上限。此外，从去年开始纷纷扰扰的关于深振业、伊利、民生银行、万科等企业高管股权激励的争议也始终不绝于

耳。高管股权激励的初衷是给企业管理者一个长期的驱动力，但在当前，这种激励很容易演变成一场急功近利的“套现竞赛”。有必要重新审视企业高管激励，尤其是与长期激励相关的一些问题。

选择恰当的激励组合

为什么要对高管进行激励？这要从股东与高管之间的代理关系谈起。股东聘请高级管理人员管理企业，在他们之间就形成了委托—代理关系。这种关系带来了三个问题：一