



中国社会科学院金融研究所
Institute of Finance & Banking, Chinese Academy of Social Sciences



特华博士后科研工作站
Tehua Postdoctoral Programme

中国金融论丛

Thesis Series on China's Finance

2011

总编◎李 扬 李光荣
主编◎王 力 黄育华

Thesis Series
on
China's Finance



经济科学出版社
Economic Science Press



中国社会科学院金融研究所

Institute of Finance & Banking, Chinese Academy of Social Sciences



特华博士后科研工作站

Tehua Postdoctoral Programme

Thesis Series on China's Finance

中国金融论丛

(2011)

总 编 李 扬 李光荣
主 编 王 力 黄育华

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国金融论丛. 2011 / 王力 黄育华主编. —北京:
经济科学出版社, 2011. 1

ISBN 978 - 7 - 5141 - 0207 - 9

I. ①中… II. ①李… III. ①金融 - 研究 - 中国 -
文集 IV. ①F832 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 245890 号

责任编辑: 吕 萍 于海汛

责任校对: 杨 海

版式设计: 代小卫

技术编辑: 邱 天

中国金融论丛 (2011)

总编 李 扬 李光荣

主编 王 力 黄育华

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

总编辑部电话: 88191217 发行部电话: 88191540

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

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

北京汉德鼎有限公司印刷

德利装订厂装订

710 × 1000 16 开 23.25 印张 380000 字

2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 0207 - 9 定价: 35.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

如何成为一个受尊敬的企业

(代序)

近年来,“受尊敬的企业”这一概念越来越为大家所熟知。这一概念不仅出现在各式各样的企业评选中,而且正逐步成为社会大众对企业价值的重要评判标准。扪心自问:一个有理想、有追求的团队,谁不希望自己成为受尊敬的职业经理人?谁不希望自己成为受尊敬的员工?而个体受社会尊敬的前提就是要把企业做成一个受尊敬的企业。

中国有句古话:“敬人者人恒敬之;爱人者人恒爱之。”这句话同样适用于现代企业。受人尊敬的前提是尊重别人,企业也是一样,一个受尊敬的企业一定要懂得尊重发展环境、尊重规律和尊重自己。要成为一个受尊敬的企业,就必须符合社会发展的要求、符合行业发展的要求,也必须符合自身责任文化的要求。

一、何谓受尊敬的企业?

企业的基本定义是独立的营利性组织。但企业作为社会的细胞,在人类社会发展的不同阶段,在国家经济发展的不同时期,被赋予的时代意义是有差别的。“受尊敬的企业”概念的内涵正是源于对传统企业价值评判标准的反思和完善。

曾几何时,追求利润的最大化是社会对企业的第一要求,更是企业立足社会的不二选择。但随着经济的不断发展和认识水平的逐步提高,人们开始反思企业和社会中所扮演的角色。如今,当新中国经历了六十年风雨洗礼之后,当中国的企业在市场经济的土壤上摸爬滚打了三十年之后,当中国已经开始以一个大国的身份在世界上履行自己的责任之后,我们是否也应该反思,作为一家中国企业,究竟要怎样才能做成受尊敬的企业?

毋庸讳言,仅靠企业规模、利润率等单纯的经济指标来衡量一个企业

的价值是远远不够的。一家真正的好企业不但要拥有持续的良好业绩，更重要的是，能够赢得整个社会的认可和尊敬。那么，成为一个受尊敬的企业要素是什么？我想至少有三点。

第一，一个受尊敬的企业必须紧扣国家和社会发展的脉搏。

作为一个受尊敬的企业，首先要具备的条件就是能够紧随甚至是引领时代发展的潮流。一位著名的企业家说过一句话，一个优秀的企业和一个伟大的企业的区别在于优秀的企业可以提供优秀的产品和优质的服务，而伟大的企业不仅可以提供优秀的产品和优质的服务，同时还在于它能够竭尽全力让世界变得更加美好。从世界范围看，能够成为受尊敬的企业概出于此。连续十几年荣登“亚洲最受尊敬跨国企业”冠军的微软，其受人尊敬的首要因素就在于它引领了当今信息社会的发展潮流，在满足了众多消费者需求的同时，也实现了自身的经济价值和社会价值；通用电气（GE）连续多年名列全美最受尊敬公司榜单之首，主要原因就是该公司一直致力于环保事业，协助客户面对新时代环境挑战的同时共同保护地球生态。

得益于改革开放，中国经济实现了腾飞，但为了降低改革成本，中国的改革开放是渐进式的，采取先易后难原则，从农村到城市，从沿海到内地，从运行机制改革到所有制改革，从非公有制经济到公有制经济，从体制外到体制内逐步推进。这种改革方式的优势在于能够逐步摸索和积累经验，避免政治和经济的波动，但其弊端也是显而易见的——中国的贫富收入差距在30多年的改革过程中不断扩大，公平与效率的矛盾日渐突出，企业的社会责任被推到历史潮头。正是在这样的背景下，新一届政府提出了构建和谐社会，践行科学发展观的发展理念——这就是当下中国社会经济发展的时代脉搏。于是我们看到了众多在竞争日益激烈的环境中紧扣时代脉搏，不断成长的受人尊敬的国内企业，他们志存高远、心忧天下，以差异化的长期竞争优势开创出一片又一片“蓝海”，社会效益和经济效益都收获了巨大的回报。

对于任何一个现代国家来说，一定的经济增长都是必要的，对中国这样的后发国家尤其如此。然而，一旦增长变成治国理念，变成增长压倒一切，就可能造成“增长的幻象”，乃至更为严重的问题。当下的中国正处于这样一个转型时期，以往的超常规经济增长模式是一把双刃剑：它在创造“中国奇迹”的同时，也产生了严重的经济、社会、政治乃至文化精

2011

神问题。执政者意识到了增长主义的不可持续性，前瞻性地提出了构建“和谐”社会、践行科学发展观等与时俱进的政治理念，目的即在于引领企业朝着健康、可持续发展的方向。正如温总理在全球金融危机爆发时所提倡的“企业家要流着道德的血液”，以及在本届人大闭幕后的记者招待会上所指出的“一个国家只有经济的发展，没有公平正义，那是不健全的”，“经济发展要关乎公平正义……公平正义比经济发展重要，公平正义比阳光更重要”。因为公平正义是社会的底线，缺乏这个社会底线，经济的发展将失去其赖以存在的基础，最后必然导致社会的不稳定和动荡。在这样的大背景下，“受尊敬企业”的概念更具有鲜明的时代气息。

第二，一个受尊敬的企业必须符合行业长远发展的要求。

以中国保险业为例，纵观中国保险业这些年的发展，从监管部门到每个保险主体，一直在努力地探索着符合国情的发展模式。现代保险不仅具有经济补偿功能和资金融通功能，而且具有社会管理功能，其中对社会管理功能的理论阐释是党的十六大以来，中国保险业的一项重大理论创新。从整个行业的发展现状来看，保险行业一度被社会舆论所误解，保险人的社会地位相对不高，甚至有人曾经用“不能承受的生命之轻”来形容保险业履行社会责任不够充分，“社会稳定器”与“经济助推器”的功能发挥不够。对错姑且不论，权当一面镜子，“有则改之，无则加勉”，但这似乎从另外一个侧面说明中国的保险密度和保险深度还远远不够，保险业大有可为。

第三，一个受尊敬的企业必须符合公众的利益。

作为一个经济实体，企业追求利益是题中之意，无可厚非，但其前提是不能漠视公众利益，更不能肆意践踏公众利益。这不只是对一个受尊敬企业的要求，也是应该对任何一个企业的基本要求。而令人遗憾的是，现实情况远非如此。

屹立于全球金融界多年，被尊称为神话的华尔街投行整体沦陷，硕果仅存的高盛日前也被美国证券交易委员会（SEC）诉上法庭，被指控其在次级抵押贷款相关金融产品交易中涉嫌欺诈，导致投资者损失大约10亿美元。虽然事态的发展目前还无从定论，但次贷危机的警示让我们深刻地认识到，华尔街投行在设计及销售产品的过程中漠视、践踏公众消费者利益是一个不争的事实，他们滥用了理论、扭曲了理念、绑架了理性，其结果自然是受到市场的惩罚。

2011

中国金融论丛

风光一时的“三鹿”，为了降低成本，谋取不正当利益，在已经知道奶粉中含有过量的三聚氰胺的情况下仍继续生产，刻意隐瞒，最终走向了它为自己挖好的坟墓，经济规律与道德法庭再一次惩罚了漠视公众利益的商业行为。

毛主席曾说过“人总是要有点精神的”。企业也是一样，要有一定的精神境界。我曾经和大家交流过，这种境界大概有四层：境界最低的，以谋取个人私利为目的，以损人利己、损公肥私为手段，唯利是图，不择手段，前面说的华尔街投行和三鹿就是这种；境界较低的，坚持商业规则，做到利己而不损人，这种境界虽然守住了道德底线，但不够大气，企业无法做大；境界较高的，懂得“利他而后利己”，先舍而后得，小舍而大得，能正确处理企业与客户、企业与社会之间的关系；境界最高的，以利他为利己，融利己于利他，能够紧扣时代脉搏，甚至舍生取义，典型的代表就是2006年诺贝尔和平奖获得者尤努斯及其格莱珉银行，这是一个受全世界尊敬的企业。

当今社会，一个企业不但要承担并履行经济责任，更要承担社会责任，为丰富人民的物质生活，为国民经济的快速稳定发展发挥自己应有的作用。一个企业，作为社会的一分子，除了要在履行经济责任的过程中促进经济发展，为社会提供产品、就业、税收外，更要关注公众利益，承担社会责任，要追求更高的境界，力争成为一个受尊敬的企业，这应该是一个企业、企业家、企业人追求的愿景目标。

二、怎样才能成为一个受尊敬的保险企业？

从某种程度上说，把企业做成一个受尊敬的企业是我所追求的愿景目标。要实现这一目标，需要有正确的世界观作统领，科学的方法论作指导，扎实的创新实践作基础。落实到华安保险的实际，责任文化是华安人的世界观，只有在此理念统领下，华安成为一个受尊敬的保险企业才有可能，这是前提条件和必要条件。但只有理念是远远不够的，还要有理论和理性。我们必须坚持以科学的方法论作指导，重视理论研究，重视学习，实事求是，遵循内在规律，尊重外在变化，避免走弯路或少走弯路。理性操作更深刻的内涵是可持续创新，即尤其要注意创新的层次性，既要埋头赶路也要抬头看路，既要高瞻远瞩更要脚踏实地，精耕细作带来的每一点进步都是创新，战略突破与精细管理的结合才是持续创新的科学内涵，模

式创新与细致创新共同构成持续创新的发展外延。

因此，从战略方向来看，就是要以责任文化为统领，以经济规律为指导，以持续创新为手段，打造以客户为中心的持续稳健的盈利模式，培育成为一个受尊敬的保险企业。

第一，秉承理念，以责任文化为统领，深化思想认识。

对于以责任文化为统领的发展理念，在我看来，一家企业要向受尊敬的企业发展必须首先统一“三部曲”的思想基础：

其一，责任文化下的长期行为与经济效益不是对立的，是可以协调统一的。作为一个经济组织，企业关注经济效益是天经地义，但企业坚持责任文化下的长期行为也要同样关注社会效益，要懂得经济效益服从社会效益，社会效益反哺经济效益，二者在本质上就是相互促进、相辅相成的，完全可以统筹兼顾。

其二，有了对经济效益和社会效益关系的深刻认识，企业责任文化下的长期行为才能有更明确的发展方向，更广阔的发展思路。

其三，有了更明确的发展方向和更广阔的发展思路，责任文化下的企业经营模式才能更科学，更具可持续发展能力，并终将实现成为一个受人尊敬的企业的愿景和目标。

第二，回归理论，以经济规律为指导，研究市场本质。

理论是指导实践的强大思想武器。身处金融这一知识密集型的行业，如果想实现可持续发展，必须加强理论学习，打造学习型团队，成就学习型企业。要沿着“调查研究—实践—理论—再实践”的思路不断地把握事物本质，并更好地指导实践。比如，我们从事金融保险业，我们就要认真研究消费者行为理论、金融企业价值理论，等等。再比如：消费者行为理论（效用论）研究的是市场需求形成的过程，“偏好”概念从人性的原始欲望出发，找到了市场需求的源头。所谓偏好，就是爱好或喜欢的意思，偏好是消费者进行消费（市场需求）的原动力，偏好也是划分客户群的原始依据，因此，研究不同人群的不同偏好就为发掘或创造客户需求提供了工具和标准。

又如：通过对金融企业三大属性的理论分析框架的研究我们发现：在社会责任思维意识下的盈利模式的培育和打造，可以将金融企业的三大属性，即自然属性、金融属性和社会属性有机地协调统一起来。以华安保险所推广的学贷险和农贷险为例，首先，这类险种本身隐含的参与社会管理

2011

中国金融论丛

功能的社会属性是该模式长久立足于社会的基石，这是许多其他产品所不能比拟的；其次，以银行贷款为标的的责任险具有期限相对较长、现金流支持相对稳定的特点，有利于金融属性的发挥；最后，由于是新生事物，需要有培育试点的时间和包容创新的心态，只要保有一定的规模，遵循保险风险管理的内在规律，通过技术上的精细化管理，社会责任型险种的自然属性（即经济效益）没有理由得不到实现。

综合而言，社会责任型盈利模式兼具了三种属性，正是这三种属性在此盈利模式下的协调发展才能将一家企业打造成为受尊敬的企业，这也是我所在的华安保险公司的未来发展之路。

再如：金融企业价值三要素理论告诉我们：一个有价值的金融企业必须具备三个基本要素，即相对成熟的销售网络、有竞争力的产品和一定规模的忠实客户群。统领这三要素的核心价值观就是以客户为中心。以客户为中心的关键则是要清晰定位目标客户群。没有相对成熟的销售网络就无法筛选足够数量的目标客户并充分反馈市场需求信息；产品缺乏竞争力，或者说产品同质化，就无从谈起满足特定客户群的特定需求，消费者的效用界定模糊就无法定位目标客户，更不能沉淀忠实客户群；没有一定规模的忠实客户，金融企业可持续发展能力将严重受制，而且边际成本居高不下，成本负担过重。

进一步而言，金融三要素理论也指出了搭建盈利模式的基本思路和方法：在目标客户群定位清楚的前提下，围绕目标客户，有针对性地满足金融三要素要求，即搭建销售平台、开发适销对路的产品、做好客户服务与管理，而其中任何一个要素的差异化 and 效益化都可以培育为金融企业的核心竞争力，如果三要素能够有机结合并形成良性循环，就能够打造成为持续稳健的盈利模式，进而提升综合竞争实力，提升可持续发展能力。

以上的理论分析，以经济规律为指导，让我们逐步认清了市场和自身的若干特性。事实上，从文化理念出发，我一直倡导的责任文化的基石——“四个四”理念，要求站在“四个源头”做事，也一脉相承地揭示了打造盈利模式的内在规律：站在政策源头，研究宏观经济变化，理解政府政策取向，以社会责任为切入点，把握社会目标可市场化的方向；站在信息源头，了解市场信息，了解消费者信息，以客户为中心；站在知识源头，以理论为武器，研究特定人群的偏好，发掘或创造保险需求，科学定位目标客户群；站在操作源头，沉淀忠实客户群，培育核心竞争力，进

而打造持续稳健的盈利模式，实现差异化发展，从而提升综合竞争实力，提升可持续发展能力。

第三，操作理性，以持续创新为手段，培育竞争优势。

金融业属服务行业，这是与一般生产型企业的根本区别。既然是服务业，那就首先要解决两个基本问题：金融为谁服务？怎样服务？只有知道为谁服务，了解服务对象的偏好，才能有针对性地满足需求，做到有的放矢，这就是前述的目标客户选择和定位问题；而随着客户偏好的变化，金融企业必须相应地、主动地调整服务供给，这就是“怎样服务”的过程，同时也是主动精细化管理、不断细致创新的过程。这两个问题要想解决好，必须以持续创新为手段，理性操作，不断地进行自我完善，而这两个基本问题能否解决好，也就决定了这家企业是否构建了长期、稳健的盈利模式。

第四，“三理”统一，以队伍建设为根本，稳步实现愿景。

人是一个企业的根本，理念不清、理论不足、理性不够，说的都是“人”，要打造受人尊敬的企业，要解决问题就先要从“人”入手，以队伍建设为根本；要不断深化对责任文化的认识，让每一个企业员工都能准确把握公司的发展理念；要不断加强理论学习和研究，让每一个员工都为创新盈利模式的构建贡献力量；要不断增强理性意识，在实践中持续优化发展战略，让每一个员工都为成就受尊敬的企业发挥所长。

一个受尊敬的企业与一般企业有着质的区别，区别就在于对社会责任的认识问题，这正是一个企业的文化具有强大生命力和创造力的根源所在，关于这一点，我也希望我的想法能起到抛砖引玉的作用，引起诸位共同思考。

李强

2011年1月

2011

中国金融论丛

目

录

金融危机篇

次贷危机冲击下的美国金融监管体系变革	陈 斌 (3)
后金融危机时期中国经济战略选择	孙亦军 (10)
后危机时期我国宏观经济刺激政策的退出方略	王光宇 (24)
全球金融危机后新资本协议改进及对银行业的启示	王光宇 (31)

区域金融篇

关中—天水经济区经济发展与金融支持	陈 斌 (43)
增加新形势下农村金融服务的切入点	刘翠兰 (62)
国际金融中心城市的发展规律及其对北京的启示	刘翠兰 (68)
上海离岸金融市场建设的模式及路径研究	刘 丹 (74)
关于北京建设金融灾备中心的研究	李宝峰 (87)

资本市场篇

美国信用违约互换市场动荡的机理与启示	陈 斌 (101)
并购基金的核心技术——杠杆收购融资研究	裴 力 (108)
并购基金公司治理结构的跨边界效应	裴 力 (120)
信用评级与中国的金融安全	孙亦军 (125)

产业经济篇

外包转型助力中国经济可持续增长	刘春生 (135)
中国金融服务贸易的竞争力研究	刘春生 (138)

社会事业篇

对反垄断法的探析	李宝峰 (147)
城市垃圾清洁化处理能力建设	孙亦军 (152)
别让企业社会责任认证陷入“功利门”	李朝辉 (159)
近代民间慈善发展及其现代启示	李朝辉 任俊华 (164)
把最好的事做到最好 ——着力提高慈善组织的公信力	李朝辉 (170)

资本精神与湖湘文化的第二次转型

——评卢德之教授新著《资本精神》 李朝辉 任俊华 (173)

人力资本理论及其实证方法的系统梳理及

评述 姜 峰 潘晨光 (176)

人才资源综合竞争力指标体系的构建及

实证分析 姜 峰 潘晨光 (230)

融媒体时代新闻生产的流程再造 栾轶玫 (238)

台网联动、台网互动、台网融通

——中国广电媒体台网一体“三段论” 栾轶玫 (244)

中国广电媒体的融合化生存 栾轶玫 (249)

银行管理篇

农信社公司治理的进展和问题

——以滨海农村商业银行为例 韩泽县 (259)

完善农信社公司治理的建议

——以滨海农村商业银行为例 韩泽县 (266)

论商业银行的公司治理 韩泽县 (277)

典当与银行信贷的比较研究 金 宏 董大勇 (304)

深化商业银行品质管理面临的问题和对策探讨

——以天津滨海农村商业银行为例 金 宏 (313)

新型农村金融机构激励不相容现状分析 金 宏 刘红生 (318)

金融理财产品法律问题研究 李宝峰 (324)

保险市场篇

保险公司的品牌建设与管理思考	马蒙蒙 (337)
三分天下：保险业综合经营进入集团化时代	马蒙蒙 (342)
产寿险资金特性迥异 监管标准理应有别	詹 昊 (346)
构筑保险集团内部防火墙的关键部件	詹 昊 (349)
尽早构建保险公司另类投资监管体系	詹 昊 (352)
提升保险产品的吸引力	詹 昊 (355)

2011

中国金融论坛

金

融

危

机

篇

次贷危机冲击下的美国金融 监管体系变革

陈 斌

2007年初以来爆发的次贷危机，成为美国金融监管体制改革的新诱因。次贷危机的爆发显示了现代金融市场蕴含的巨大风险。从市场发展的角度来看，次贷危机对监管当局提出一个重大的命题：面对日益综合化的金融机构以及金融产品，如何建立和完善对全面市场风险的管理机制。次贷危机明显暴露了美国监管机制的落后以及监管机构监督不力的弊病。各监管机构的割据化管理模式是次贷危机爆发的重要肇因。经过长达数月的调查和研讨，2008年3月31日，美国财政部正式公布了名为《现代化金融监管架构蓝皮书》（*Blueprint for a Modernized Financial Regulatory Structure*）的改革计划，被视为自20世纪30年代初经济大萧条以来规模最大的金融监管体制改革计划，对美国乃至全球金融市场都具有深远意义。作为持续发展的全球金融中心，美国金融市场的监管体制随着金融市场的发展而经历了复杂的历史变革进程，具有典型的危机驱动特征。从历史的角度来看，该蓝皮书是对1999年金融现代化法案以来，美国金融监管体制改革的继续和深化，是监管体制对于金融市场的机构与产品双重转型趋势的回应。

2011

中国金融
论丛

一、美国金融监管体系现状

美国的金融体系是当今世界上最发达的金融体系，主要由存款性金融机构、保险公司、证券公司、共同基金以及财务金融公司等构成。目前，美国商业银行数量之多，居世界之最。除了商业银行，美国还有许多其他