

争议董明珠楼 国企经理人的品牌悖论

■ 本报记者 许意强/文

日前,备受争议的清华大学“真维斯楼”一事在争论多日后悄然落幕,不过,这却意外让早在2007年4月便存在于山东大学的“董明珠楼”走红。《中国企业报》记者调查发现,除了山东大学,在北京师范大学珠海分校、海南师范大学、三明特殊教育学校等校园内,还出现了“董明珠”命名的教学楼或奖励学金项目。

不过,与此前争议具有的清华“真维斯楼”,即由企业出资捐助大学最终为企业的产品或品牌获得教学楼冠名权不同,上述涉及“董明珠楼”冠名中,除了三明市特殊教育学校中的“明珠教学楼”由董明珠个人捐资获得外,其它项目均是由珠海格力电器有限公司,或山东格力电器营销有限公司等以公司名义捐资,最终为董明珠个人享受上述“冠名权”。

当前,由山大“董明珠楼”引发的争议也在社会上持续发酵,作为珠海国有控股企业格力电器以及以职业经理人身份担当格力电器总裁一职的董明珠,双方是否在对宣传特别是进行公益事业捐助时可以融为一体?董明珠作为国企的优秀经理人,是否能够代表企业获得并接受社会上一些机构的荣誉和冠名权,最终成为企业新的名片?作为与格力电器存在密切业务关系的山东格力电器通过捐助山东大学获得的“教育基金和教学楼”冠名权,到底是应该回报格力电器还是企业的管理者董明珠,这其中是否涉及到隐性“利益输送”?

截至本报发稿前,一个多月以来,格力电器、董明珠、山东格力电器三方均未就“董明珠楼”一事发表任何形式的官方说明和表态。同时,也未就《中国企业报》记者发去的采访提纲给予回复。

企业出钱个人得名

2007年4月29日上午,山东大学董明珠楼命名暨董明珠奖学金颁奖仪式在山东大学校区公教楼西侧门口隆重举行。珠海格力电器股份有限公司副董事长、总裁董明珠出席仪式。当天,山东大学副校长王琪珑还向董明珠颁发了“山东大学兼职教授聘书”。

这一系列荣誉的获得,主要是来自于当年的4月10日,山东大学与山东格力电器签署校企合作协议,山东格力将在7个年度内为山大捐赠人民币400万元设立董明珠教育发展基金。为感谢格力对学校发展的支持,根据《山东大学社会捐赠项目命名办法(试行)》的有关规定,山东同意将东校区公教楼西侧楼命名为“董明珠楼”,并聘请董明珠为山东大学第一届校董会校董和山东大学兼职教授。

山东格力出资设立“董明珠教育发展基金”,而非董明珠个人。那么,山东格力与珠海格力电器到底是什么关系?作为珠海格力电器副董事长的董明珠为何会同意以“自己的姓名”命名?珠海格力电器对于此事是否知情?

上述疑团尚未解开,在2007年10月,由珠海格力电器出资30万元在北京师范大学珠海分校设立“董明珠奖励助学金”,活动当天董明珠亲自出席,并带去了200本董明珠的新作《行棋无悔》和100辆自行车。

除了上述两例“企业出钱个人得名”外,当年的12月董明珠个人出资50万元在福建三明市特殊教育学校援建一栋教学楼——明珠职业技术教学楼。

目前,《中国企业报》记者通过对公开信息的查阅发现,格力电器、山东格力、董明珠在各地学校捐资设立“董明珠基金”和“董明珠楼”主要集中在2007年,此后的很长时间内,上述三方均未再在其它学校开展上述活动。令人费解的是,《中国企业报》记者还在格力电器官方网站(www.gree.com.cn)的公益事业热心教育栏目中看到,格力电器出资设立北师大珠海分校“董明珠奖励助学金”、山东格力电器出资设立山东大学“董明珠教育发展基金”及“董明珠楼”以及董明珠个人出资设立的“明珠职业技术教学楼”均赫然在列,这是否意味着各方也一直默认并推动着“企业出钱个人得名”的捐资助学方式发展。

国家电商业协会营销委员会副理事长洪仕斌指出,“值得深究的是,山东格力为何要向山东大学捐款400万元冠名‘董明珠楼’?若是想提高格力空调的知名度或是扩大产品销售量,用‘格力空调’四字影响力远

在格力电器官方网站(www.gree.com.cn)的公益事业热心教育栏目中,格力电器出资设立北师大珠海分校“董明珠奖励助学金”、山东格力电器出资设立山东大学“董明珠教育发展基金”及“董明珠楼”以及董明珠个人出资设立的“明珠职业技术教学楼”均赫然在列,这是否意味着各方也一直默认并推动着“企业出钱个人得名”的捐资助学方式发展。



王利博制图

的山东格力电器与格力电器又存在何种关系?在格力电器官方网站上,山东格力电器作为格力电器在山东省的销售公司名义出现。但《中国企业报》记者从山东工商局的企业基本信息查询平台获悉,山东格力电器成立于2005年11月17日,注册资本为1000万元,股东只有两人,分别为段秀峰(出资600万元)、孔维栋(出资400万元)。目前,段秀峰任山东格力电器董事长、孙维栋任山东格力电器总裁。这意味着,山东格力与格力电器并不存在任何资本上的关系,只是格力电器在山东地区的授权代理商,负责格力电器的销售、安装服务等业务职能。

对此,有市场人士指出,“作为格力电器的经销商,山东格力捐款在山东大学设立教育基金,不是以格力电器的名义出现,而是以企业高管董明珠个人名义出现,这背后的疑问太多了。为什么不叫格力电器楼,替企业做宣传不比个人好吗?”对此,亦有企业人士提出不同意见,“虽然格力电器与山东格力没有资本上的关系,但都是经销格力空调。近年来,董明珠在社会上的个人影响力不断提升,已经成为格力空调的代名词,宣传董明珠有什么不可以?”

相对于清华“真维斯楼”,山大“董明珠楼”由于是“公司出钱个人冠名”的模式,还引发人们对于此事是否涉嫌“隐性利益输送”等问题的质疑。对此,北京上泽律师事务所创始合伙人王涛律师表示,“这一事件尚不构成商业贿赂,一方面在这一事件中,钱并没有直接给董明珠,而是给了山东大学;另一方面,当前我国刑法中没有名誉贿赂的规定,属于法律空白。现阶段,只能依靠道德约束。”王涛还指出,“这一事件属于典型的商业行为,董明珠并没有做出贡献,接受这一冠名权存在不妥之处,最终只能依靠社会的评议来判定。”

开物律师事务所律师指出,“当年‘性贿赂’是否该入罪,一度被网络热议。终究由于性贿赂背离贿赂犯罪的立法本意而没有被扶正。如同‘性贿赂’不被法律认可一样,由于‘美名贿赂’远远超出了贿赂犯罪是非法获取物质利益的立法本意,基于罪刑法定原则,对这类‘新型商业贿赂’法律也不会认可。既然董明珠献身公益不具有社会危害性,又不具有刑事违法性,即使山东格力斥巨资400万元为董明珠包装宣传,捞取尊师重教的美誉存

在所谓的‘猫腻’,由于董明珠并非将400万元据为己有,充其量董明珠只是获得了精神满足,没有非法获得任何物质利益。”

经理人为何界定

作为一家国有企业职业经理人,董明珠在进入格力电器10多年来持续推动了企业在国内空调业的“做大做强”,并开创了“格力渠道模式”、“格力核心技术”等多轮的升级转型大幕。可以说,董明珠与格力电器、格力空调相互之间的烙印已经很深。一位格力电器经销商告诉《中国企业报》记者,“从某种意义上看,董明珠就是格力空调”。

其实,无论是此前山东格力捐款设立“董明珠楼”,还是后来的格力电器捐款设立“董明珠奖励助学金”,或是后来董明珠个人捐款设立“明珠教学楼”,各方在推动这一事件的过程中都巧妙地向社会各方传递了“格力是一家有社会责任感企业”等信息。

同样,董明珠也获得了格力电器做大做强的丰厚回报。据格力电器2010年报显示:2010年董明珠年薪高达252万元。以6月24日收盘价23.28元/股计算,董明珠所持有的2114万多股格力电器股票市价已高达4.92亿元多。对于给企业发展壮大带来推动和影响的职业经理人,理应通过建立各种合法合规的激励机制或措施给予奖励和回报,最终为企业与职业经理人构建一条良性、可持续发展的循环体系。

一位国有企业人士指出,“近年来,正是董明珠与格力电器之间牢不可破的良性发展关系,在格力电器或是董明珠在进行公益事业的过程中,可能会忽视谁出钱谁得利的的问题。同样,‘董明珠楼’也引发了国企职业经理人为何界定问题的思考,职业经理人代表能不能代表企业进行个人的宣传包装?企业除了产品名片、技术名片之外,能否打造经理人的新名片?未来,随着国有企业越来越多地参与各个领域的市场化竞争,如何通过制度和规章的制定和完善,为职业经理人提供更为广阔的发挥空间。”

洪仕斌指出,“从一个打工妹走到格力总裁的传奇女性,董明珠这位‘营销女皇’还能一如往常一样霸气固执地向世界宣告:‘我从来都不会犯错,我从不认错,我永远是对的吗?我们期待答案。”

人本观察

用公家粉擦个人脸

丁是钉/文

有粉要往脸上擦,这句老话讲的是一个朴素的真理。但最近发生在格力总裁董明珠身上的一件事,却让不少人对这位业绩颇佳的职业经理人产生了质疑。原因是董明珠用公家的粉擦了地个人的脸。

事情的起因是在一些大学里出现了以董明珠命名的教学楼或奖励学金项目,但这些项目的费用大部分并非董明珠个人捐助的,而是由格力电器或下属企业出资的。

针对这一事情,有人甚至发明了“美名贿赂”这样一个词,指责董明珠占了格力的便宜,而格力一方不回应态度,更是强化媒体和公众这样一种认知。

在许多国企老总过度追求名利大背景下,人们的质疑是有道理的。比如,铁道部个别领导竟然会兼任18个企业的董事长;院士增补名单中出现数十位央企领导;数百名购买假洋文凭的人中80%多是副总以上企业高管;为数不少的企业高管成为一些高校的客座教授……

但是这样的猜测用在董明珠身上,可能是错误的。我姑且相信这是格力对于董明珠的“美名奖励”,尽管格力方面对此没有相应的表示。

原因很简单,尽管在业界素有“打工女皇”、“营销铁娘子”之称的董明珠,无论是面对市场还是面对镁光灯,都是一直冲在前面,已然有足够的曝光度了。而且她并不是格力的“一把手”。虽然格力董事长朱江洪更多的时候是躲在幕后,但对于一个国企来说,无论是董明珠还是其下属,都不会在这样一个敏感的问题上“冒天下之大不韪”。

客观上讲,企业家的知名度和美誉度和企业的业绩是分不开的,同时也会对企业的业绩产生正面的影响。而且在很多时候把企业家作为传播企业理念的载体,会更加生动感人,可传播性更强,传播效果更好。宣传企业家就是宣传企业,对于这一点许多企业家都有更深刻的认知。因此,茅台董事长季克良、海信董事长周厚健等才会选择由自己担任企业形象的代言人,出现在电视广告中。

对于职业经理人来说,最好的粉莫过于业绩的粉。而董明珠是向来不缺少这种粉的。因此,我们可以猜想,这次的“董明珠楼”事件,则是故意营销所做的“炒作”。

至于格力方面不回应的做法,那就很好理解了——人们对于谜会有更多的好奇和兴趣,利用这种心理,会让事件得到更广泛更深入的传播。毕竟,对于一家处于激烈竞争行业的企业来说,卖出产品去才是硬道理。



实战测评

测评要素:变革推动

创业时代的管理(五):

腾笼换鸟还是鲶鱼效应

【测评题目】

你是某大型能源技术集团公司的总经理,集团是三年前成立的,当时整合了很多单位和人员,连总部也是从各个组建单位抽调人组成的,由于属于新兴能源技术,组建单位的人员多为技术和科研出身,还有一部分是工程设计人员,组建初期,由于很多新型能源项目还未投产,公司管理一直处于项目管理和科研管理阶段,看起来像个大研究院。去年开始,随着几个大项目逐渐投产,公司的各项工作逐渐铺开,以前的管理模式已经越来越暴露弊端,在经营管理方面的欠缺已经严重阻碍了公司的发展。但是实际情况是,现在几个经营部门的经理都是当初组建的时候上来的,他们在经营管理方面欠缺很多,短时间内不可能有大的改进,为此,你决定增加一批有管理经验和运营经验的人员,但是增加的人和原有的人如何匹配是个问题,是把原来的人换掉,还是新增部门和职务,两种做法各有利弊。

面对这种情况,你该怎么办?

【实战答案】

一位应试者的答案是:我认为把原来的人都换掉是不可行的,这会让原有的人产生很强烈的不安全感,同时也会挫伤他们的积极性,毕竟他们是跟着公司一起创立成长起来的,增加新的部门可能会造成组织机构臃肿,增加新的职务倒是可以考虑,比如在原来的部门增加一些副职,正职不懂,可以增加懂专业有水平的副职,逐渐替换不懂业务的正职,既能提高公司的管理水平又不至于造成太大震动。

【专家点评】

这是一道评估应试者变革推动能力的结构化面试题。人员的更迭和换代是每个创业企业都会面临的问题,在企业发展的不同阶段,需要不同特点和专长的人加入公司,其中,帮助一个企业从作坊走向正规军,从单一的项目管理和业务管理走向全面经营管理的人才尤其是不可或缺,如果一直希望现有的人可以不断适应所有的变化,是不现实的,因此必然要增加人或者替换人,尤其是重要的管理岗位上的人员。如何替换就成为困扰每个创业者的问题。

一种做法是腾笼换鸟。全体起立重新上岗,有能者居之。这样的好处是人员可以以最快速度满足企业发展要求,最大程度减少人员不足带来的阻碍。当然产生的另一问题就是不合格的人在竞争中落选,如何退出,如何重新找到合适的位子,否则可能会引起员工较大的反弹,甚至引起短时间大批人员的流失。

另一种做法就是利用鲶鱼效应。在团队中引入小部分新型人才,设置末位淘汰机制,迫使员工在竞争中力争上游,不断改进自身不足,加快适应企业转型和变革,这种做法的问题是竞争中跟不上的人心理感受会稍微好一点,退出也比较自然和平稳,当然对企业来说就需要一个过渡阶段以及对企业发展速度和水平的阻碍。而且,鲶鱼也有可能被同化,起不到淘汰作用。

从实际经验看,腾笼换鸟是很多激进型企业选择的做法,民营企业与外资企业选择较多,国有企业由于自身退出机制不完善,只能部分引入鲶鱼,甚至只能通过增加职位或者部门来调剂,等到老人逐渐退居二线,再让新人逐渐上位,哪个有效果当然显而易见。

从测评角度看,在这个问题的思考中,考验的是创业者在企业成长速度和个人情感之间的选择,对人际关系和个人情感越关注的人,选择的方式手段越柔和,当然结果未必更理想,最后很可能企业没有成长,员工也伤了心。因此,腾笼换鸟,对笼来说是好事,对鸟来说,如果找到更适合自己的笼,未必不是好事。

诺姆四达合伙人 纪超/供稿