

# 混合所有制经济是长久动力

本报记者 裴泳翔 实习生 袁荃荃/文

诞生7年,资产规模从100多亿元,跃增到1500多亿元;营业额从30多亿元,跳涨至1300多亿元;融合200家中小民营企业,结束行业无序竞争乱象;玻璃纤维产能世界第一、水泥产能世界第三、石膏板产能及品牌亚洲第一……

这就是中国建筑材料集团有限公司(下称中国建材),推行混合所有制改革以来所创造的业绩。中国建材以无可争辩的事实,见证了混合所有制经济的活力;证明了混合所有制对国企改革所具的方向意义。

## 混合所有制经济:历史趋势

“‘十二五’期间,所有国有独资企业将改制为混合所有制企业。”这是陕西、甘肃等省份在“十二五”开局之年定下的国企改革目标之一。据悉,各省、自治区、直辖市基本陆续确立了“十二五”时期大力发展混合所有制经济的战略目标。

自十六届三中全会始,我国就把大力发展混合所有制经济作为一条方针确定下来;党的十七大报告再一次重申“以现代产权制度为基础,发展混合所有制经济”。随着“十二五”规划的开展,国有企业改革怎样保持强大活力?混合所有制作为一种具有科学而富有效率的企业形式和多种经济成分优势互补的企业制度,被人们投以更多的期待。

多年前,经济学界便提出:应当按照现代生产力的发展要求,在发展混合所有制经济方面实现改革的新突破,以形成中国经济持续增长的动力。经济学家厉以宁在媒体公开指出:“除了极少数行业是国家独资和控股以外,混合所有制是今后发展的趋势。”

何为混合所有制经济?通常我们认为,它是指在同一经济组织中,不同的产权主体多元投资、互相渗透、互相贯通、互相融合而形成的新的产权配置结构和经济形式。

它最初产生于资本主义社会,是在完全自由放任的市场经济难以以为继的时候开始崭露头角并发挥作用的。法国经济学家让·拉费、雅克·勒卡莱在其合著《混合经济》中指出:“在大多数发达国家,整个国民经济都变成了混合经济,以至看来已经成为一种特定的社会组织制度。混合经济的根本思想,就是必须有一个强有力的国家及其计划机制实施市场调控和监督,从而对市场缺陷进行纠正和救治。”

诺贝尔经济学奖获得者萨缪尔森也表示,“看不见的手”虽然是一个有价值的见解,但是经过思考和两个世纪的经验之后,我们必须认识到这一学说的局限性。据此我们可以认为,混合经济是一种非常



中国建材创造的混合所有制成功经验,正是中国经济体制改革向纵深发展的有益参照。

智慧的经济形式。

恩格斯曾说,在建设社会主义过程中实行社会占有所有生产资料,只有在实现它的物质条件已经具备的时候才成为可能,才成为历史的必然。目前我国的生产力水平和性质决定了我们将长期处于社会主义初级阶段,私有制将在相当长的时间存在,不可能搞纯而又纯的公有制经济。

显然,混合所有制经济作为一种我国更好地实现社会主义公有制的经济形式而被鼓励和发展壮大,是有着理论依据和历史镜鉴的。

## 混合所有制经济的本质:优势嫁接

所有制经济走向融合是由其自身的利弊所决定的。

公有制经济以国家和民族的利益为重,优势主要体现在:产权主体是国家,资本实力雄厚,发展目标一般具有战略性,团队凝聚力强,以全社会的整体长远利益为出发点,能自觉承担社会责任,注重追求社会效益。但公有制经济在实践中也有自身的劣势:产权主体抽象,产权不明晰,生产资料名义上是全体公民共有,实际上对每一个人来说都不属于自己,在这一点上公与私的矛盾很难处理,大锅里的“饭”人人都想吃,但“做饭”的时候都没了奉献精神,消极怠工、瘦公肥私的现象难以避免,影响社会主义经济的活力;另外,单一的公有制结构往往船大难掉头,机制不够灵活,也不利于管理。

私有制经济的最大特点是产

权明晰,产权主体对财产有很高的关切度;由于利益机制是私有制经济的唯一导向机制,所以追求利益最大化是其唯一目标,可内生出极高的积极性、巨大的动力和很强的竞争力。另外,私有制对市场反应灵敏,经营灵活,自我调试快。但它的劣势也是显而易见的。追求利益最大化是资本的本能,容易出现不惜违背道德、违反法律,为追求利益最大化不择手段的现象,包括完全不顾及企业应负的社会责任、道德血液的浓度难以保证等等。

相比较,混合所有制经济突破了单一所有制的局限,实现了公有和私有两种或两种以上所有制的优势互补,同时抵消了各自的劣势,是一种功能优势互补的最适宜市场经济发展的企业组织制度。在混合经济条件下,国家根据企业的性质,可依具体情况实行控股经营或参股经营。无论股份比例的大小,国家与普通投资人一样可享受平等的权利,真正实现了财产组织的社会化、产权结构多元化、企业财产法人化、出资者责权有限化、管理制度科学化。

## 混合所有制经济的效果:转型升级

在中国经济改革的进程中,并不乏实践混合所有制的成功经验。中国建材创造的混合所有制成功经验,正是中国经济体制改革向纵深发展的有益参照,混合所有制正是中国经济转型升级的动力。

水泥是中国建材的第一主业。2006年,我国水泥市场还处于“小、散、乱”的无序竞争格局:全国

约有5000多家水泥企业,但行业前十大企业,总产量仅占全国的15%左右,这与发达国家60%的数字形成鲜明对比。众多中小企业无序竞争,纷纷打价格战,最终使国内水泥价格远远低于国外,国内水泥企业纷纷陷入亏损状态。

正是在这种情况下,中国建材以资本参股的方式,成功重组180家中小型私有水泥企业。到2010年,中国建材的水泥产能一下由5年前的1100万吨跃升至2亿吨,大大提高了我国水泥产业的行业集中度,消除了该行业竞争乱象,带动了相关产业转型升级。过去5年来,中国建材四大业务模块,共消耗工业废弃物8300万吨,节能110亿度,节煤390万吨,减排二氧化碳750万吨,创造了良好的环境效益。

中国建材混合所有制实践还成功地突破非公经济融资成功率偏低、资金和人才匮乏、抗风险能力弱等困境,大力拓展金融市场,先是让股份公司海外上市,四次发行股票;以集团总部名义为水泥、玻纤等产业模块多次进行权益融资;5年间,直接融资超过150亿元,极大地弥补了原来200多家民营企业的资本短板,实实在在地帮助这些企业突破了融资瓶颈,提升了公有经济和集团事业的凝聚力,促进了相关产业的快速发展。

## 实现混合所有制的关键:产权改革

混合所有制经济也不是“一合就灵”,也有其“合”的规律。从中国建材混合所有制的摸索来看,有些规

律值得重视:

明确经济适用领域,是建设混合所有制的战略前提。中国建材以少量的国有资本撬动大量的非公有资本,形成了以公有资本为主体,以非公资本为辅的资本联盟,使行业形成既有宏观引导又有充分自由的共生空间,带动了技术创新、节能减排和结构调整,同时也极大地开发了市场的积极性和创造性。

科学理顺权益比例,是建设混合所有制的灵魂。混合所有制从资本属性上说,是一种公私联盟的股份制。中国建材提出“股份正三七开”、“融资义务倒三七开”的权益分配方案。正因为有了权益比率安排,非公资本才能被引入到了中国建材这家央企的内部,并与国有资本融为一体,竭尽全力地推动企业做大做强。

精密设计治理结构,是建设混合所有制的护身铠甲。由于股份复杂,国有资本只是相对控股,所以在混合所有制企业内,“决策——成本——利润”就成为众多股份关注的焦点。这个问题处理不好,极有可能造成“混合所有制企业彻底崩溃”的现象。中国建材设计了董事会和“决策、成本、利润三大中心”并以数字化透明管理的办法,及时、准确地维护各类股东的权益,使企业免受“利益分配”和“市场盲区”的双重伤害。

善于运用金融创新,是建设混合所有制的核心动力。中国建材设计有“倒三七开”的“金融磁石”,成立了专门的股份公司作为融资模块,极大地支持了原来200家私人企业的跨越式大发展。

善于吸纳人才技术,是建设混合所有制的先进工具。中国建材对于国内人才建立了严格的职业经理人制度,使200个私人股东变成了兢兢业业的职业经理人。拥有13家科研院所和1万名科研人员,并在主业领域拥有1000多项发明专利。对于国际先进技术和人才,能将核心技术成功引入国内,为国内生产服务。

事实证明,混合所有制已是现代市场经济发展的一种必然趋势。它具有市场经济微观基础的多元化混合性质,使不同所有制经济的生产要素合理流动和优化组合,以促进经济效益的提高。混合所有制既能使国有企业摆脱传统经营模式,成为真正的市场经济微观主体,也能使民营企业获得更有效的激励与约束机制而加快做大做强。

展望神州大地,混合所有制经济已成燎原之势。努力寻求公有制多种实现形式,加快推进企业股份制改造和建立现代企业制度的进程,促进投资主体的多元化,形成混合所有制经济产权结构,已成为我们强国的巨大动力。只要尊重社会主义市场经济发展的客观规律,科学审慎地推进混合所有制经济的发展步伐,中国经济和国企改革就有望获得更大的突破。



事实证明,混合所有制已是现代市场经济发展的一种必然趋势。它具有市场经济微观基础的多元化混合性质,使不同所有制经济的生产要素合理流动和优化组合,以促进经济效益的提高。

# 科技成就新鲜

## 记广东燕京啤酒有限公司创新发展之路

啤酒发展史上的奇迹。2011年6月25日在北京人民大会堂,由中国生产力学会、创新中国企业家联盟和中国生产力学会创新推进委员会共同发起举办的“第三届中国企业创新活动日暨2011(第十一届)中国企业创新论坛”上,广东燕京以卓越的创新成就荣获了“2011中国最佳自主创新企业”,公司总经理阳路德以独特的创新理念获得了“2011中国优秀创新企业家”荣誉称号。

科技创新成就新鲜是广东燕京永恒的追求。以前人们喝啤酒只能从啤酒桶中倒出来喝,三天就会变质。广东燕京通过系统的技术研发,先后创新研发出了纯净酿造技术,引进了一体化全封闭硅藻土过滤技术、低温膜过滤技术、无菌包装技术,首创了中国第一支玻璃瓶装啤酒,保质期达到12个月。鲜啤和普通啤酒的区别就像人们吃新鲜水果和吃水果罐头的区别。水果罐头因为经过高温杀菌的工艺过程,破坏了水果的营养物质,而鲜啤利用高科技的膜片滤除细菌,在无菌条件下灌装,不需要高温杀菌,最大限度保留了啤酒原来的风味和营养成分。广东燕京通过引进

消化吸收再创新使瓶装鲜啤成为现实。

好的产品需要创新市场营销,才能在市场上取得成功。广东燕京为鲜啤的营销制订了“三大聚焦”的营销策略,即:聚焦产品、聚焦终端、聚焦消费者。首先围绕全国首创鲜啤这一产品进行重点突破,采取直销直供终端模式,直接把控终端;同时强化业务员与终端客户的客情关系,用更接近消费者的手段,达成压货目的及生动化维护;最后采用产品组合升级的方法来提升产品影响力。

在正确的销售策略指引下,以高技术含量的鲜啤为抓手,短短几年间,燕京啤酒在广东市场的终端网点由2007年的8万个增长为2011年的近30万个,年销量由2006年的3万吨增长为2010年的40.3万吨,创造了燕京啤酒品牌在广东及海南市场连续四年保持行业增长第一的良好业绩。

管理创新是企业的灵魂和永恒主题。企业的发展壮大必须依靠强有力的系统管理机制支撑。广东燕京以燕京文化作为行动指南,将燕京“以情做人,以诚做事,以信经”的核心价值观念落实到具体的

管理之中,打造了具有广燕特色的系统管理体系。通过以综合计划控制执行为核心,建立了完整的人才培养体系、绩效管理体系、任职资格体系、费用管控体系和激励体系,各管理体系之间相互依存,互相支持,使得广燕特色管理体系为企业发展壮大提供了强有力的支持。广东燕京由2005年建厂之初200多人的小型啤酒生产销售企业至2010年已发展成为有3000多名职工的大型啤酒生产销售企业,平

均每年为社会解决新增就业人数达500多人。同时员工的收入节节增高,逐步位居同行业前列。管理创新的持续推进确保了企业生产队伍的稳定,专业人才不断涌现,实现了企业发展的良性循环。

新鲜,一直是广东燕京不懈的追求;科技成就新鲜是广东燕京的主张。展望未来,广东燕京人以敢为人先的魄力和勇于创新的精神,必将实现广东燕京的一次次跨越式发展,再创新的辉煌!



广东燕京啤酒有限公司总经理阳路德

陈洁 文

广东燕京啤酒有限公司(以下简称广东燕京)始终坚持产品创新、市场模式创新、管理方式创新,秉承以“以情做人、以诚做事、以信经商”的燕京企业文化为

指导,五年间实现啤酒产销量12倍的增长,复合增长率超过65%,目前广东燕京已经发展成为资产达到13亿元,年啤酒产销量40.3万吨,销售收入超过16亿元,年上缴税金1.4亿元,年实现利润9200万元的大型啤酒企业,创造了中国