

增信释疑 国企寻求构建大宣传格局

■ 本报记者 万斯琴

黑格尔说过,“在公共舆论上,真理和无数错误往往直接混杂在一起。”

而不巧的是,中国国有企业改革发展的实践和摸索似乎就印证着黑格尔的话。

近年来,国企改革取得了举世瞩目的重大成就,得到了社会各界的广泛赞扬,这离不开新闻宣传工作营造的良好外部舆论环境。但同时,伴随着国企改革之路左右的各种各样的误解、指责、抹黑甚至是攻击也层出不穷。

推进国有企业舆论宣传方式改革与创新已然成为当务之急。3月1日,国资委原主任王勇在加强和改进国有企业新闻宣传工作视频会上说,“要运用公众喜闻乐见、易于接受的方式,围绕主题主线,集中宣传国企改革发展的新成就、推进自主创新的新突破、履行社会责任的新实践、参与国际竞争的新进展,唱响主旋律,壮大主流舆论。”

可以预见的是,当前和今后一个时期,国有企业将努力做好正面宣传、增信释疑、形象建设等工作,以求构建大宣传格局。

“有声”时代“微”话语

中央企业大多处于关系国家安全和国民经济命脉的重要行业和关键领域,社会影响面大,公众关注度高。

不容忽视的是,“央企垄断”、“国进民退”、“奢侈低效”等负面评价严重挫伤了国有企业改革的自信心。

为了帮助国有企业重拾自信心,国资委一直在致力推进和改进国有企业的新闻宣传工作机制和体制,以更好地应对“有声”时代。

事实上,自国资委刚成立时,就积极推动新闻宣传工作的有效健康开展,并在2003年11月,印发了《国务院国有资产监督管理委员会新闻宣传管理工作暂行办法》。

近些年,国资委为了进一步提高国有企业特别是中央企业新闻宣传工作水平和舆论引导能力,做好企业突发事件的新闻处置工作,更是多形式、多渠道展开新闻宣传工作。

2012年2月20日,国资委向社会公布了2012年中央企业新闻发言人信息,目的是畅通企业与媒体、公众沟通交流的渠道。

2012年6月26日,国资委组织召开全国国资系统新闻宣传工作座谈会,围绕如何加强和改进国有企业新闻宣传工作进行了研讨,同时,还安排了新闻宣传业务专题培训。

借助“有声”时代的“微工具”,已成为很多央企的选择。近几年,为了更好地加强与社会公众的沟通,部分央企重视利用微博、手机报等新媒体方式增强传播效果,有的央企甚至开通了官方微博,以便更好地传递正能量。

春运前夕,中国航空在其推出的首款面向移动互联网的手机应用软件“航旅纵横”上,另辟蹊径,创新信息发布方



张永会 / 摄

“

要运用公众喜闻乐见、易于接受的方式,围绕主题主线,集中宣传国企改革发展的新成就、推进自主创新的新突破、履行社会责任的新实践、参与国际竞争的新进展,唱响主旋律,壮大主流舆论。

——王勇

式,开发了微博“机器人”服务。今年1月18日,昆明长水国际机场出现大雾,造成航班延误、备降。机场官方微博与“航旅纵横”合作,为旅客及时提供透明、实时的航班信息,使得航班运行正常,航站楼内秩序正常,旅客候机登机情况良好。

值得一提的是,2011年3月,受日本大地震核泄漏的影响,社会上出现了食盐供应紧张、盐要涨价等传言,自3月16日开始,全国部分地区发生食盐抢购现象。

中盐总公司采取有效的应对措施,在各大网站及时开通官方微博,与网友即时沟通、互动交流,增信释疑,取得了良好效果,仅一天时间,有关中盐总公司的微博就达500万条。中盐总公司通过微博发布权威信息进行引导,得到社会公众的支持。

形象公关PK舆论场

近年来,国资委和国有企业致力做着同一件事情——修复形象。

在当前的形势下,品牌形象建设事关国企的前途命运和健康发展,要实现做强做优、培育世界一流企业目标,离不开良好的品牌形象和公共关系。

事实上,在舆情监测和应对媒体方面,央企的投入并不少。为了增进与公众的沟通,化解这种“误会”,国资委和央企均在试图改变,无论是好还是坏,都积极应对,主动回应关切。“黄金4小时法则”的运用被众多央企看做是提高舆情处理机制的方式。

所谓的“黄金4小时法则”,就是在负面舆情发生后,4小时之内回应是最好的时机,一旦错过4小时,负面信息就会加速扩散。

国资委和央企为应对不实舆论,打响了形象公关攻坚战。

把公共关系管理引入新闻宣传领域,是中央企业开展新闻宣传工作的重大突破与创新,拓宽了新闻宣传的空间。

通过加强新闻宣传和社会沟通交流,全面协调企业与政府、媒体、公众、相关利益方等多方关系,这是国企新闻宣传的创新路径。

去年,国资委指导组织央企开展了一系列主题宣传和典型宣传活动,如“国企改革发展成就”,迎接十八大“科学发展,成就辉煌”等系列主题宣传,集中宣传了一批国企的先进典型。

通过种种努力,国有企业的舆论环境在一定程度上有所改善。据中国传媒大学舆情所对2012年涉及国企和国资委的舆情事件的统计分析,国内舆情中,正面事件占比23%,中性事件占比48%,负面事件占比29%;国外舆情中,正面事件占比25%,中性事件占比65%,负面事件占比10%。涉及央企事件的舆情话题约2060个,话题倾向以中性为主,占比为61.2%,正面占比12.4%。

不再是“沉默的羔羊”

党的十八大报告明确提出要深化国有企业改革,完善各类国有资产管理体制,国有企业要不断增强国有经济活力、控制力、影响力。

而这里的影响力不单单是指国有

企业的经济地位,同时也包含了国企在国内外整体形象的影响力,以国际通行的惯例来讲,即声誉管理所带来的世界影响力。

声誉管理工作是一种看似无形,实际上又有形的软实力。

国资专家李锦研究员建议,应从战略高度重新看待和审视新闻宣传工作,更为清楚地看到,加强国有企业新闻舆论工作不仅仅是维护国家基本经济制度,同时也是捍卫国家经济安全的需要。

同时,从资源建设上,把功夫用在优化配置软实力资源上来,加强协调指导,构建大宣传格局,形成工作合力。

如今,国有企业实施“走出去”的战略,形成两个战场,两种资源。然而,国有企业的公众形象面临着考验,并处于舆情的“弱势地位”。

目前,中央企业5000多单位,4000多企业,3万多亿资产都在境外,利润规模2000多亿,“走出去”有很多的不适应,这其中就包括舆论环境压力。

近期,一些西方跨国公司与国家已经把中国国有企业当做比汇率更大的威胁。近乎“妖魔化”的把中国企业在发展中国家的投资和贸易污蔑为“新殖民主义”,给国有企业的发展制造障碍。

对此,国有企业需要采取有效新闻宣传措施予以说明和回击。

近些年,也有诸多例子证明央企有效利用软实力资源,不再是“沉默的羔羊”。例如,中国石油、中国石化、中国华能、中国铁建、中钢集团等企业组织中央媒体赴南非等十多个国家,对开拓海外市场、履行社会责任等情况进行集中采访报道。

而中国五矿在收购澳大利亚OZ项目过程中,有针对性地开展新闻宣传工作,确保项目顺利收购。中国化工推出了中英法三种语言的网站,建立了海外公司直通集团的信息桥梁。

事实上,中国经济能否崛起,取决于世界级一流企业的数量,而在世界一流企业的打造过程中,社会公众更多地理解和支持也会成为其中不容小视的正能量。

论企业成本管理

■ 庞亚青

现代企业之间的竞争,从某种意义上说就是企业所提供的产品和服务的成本与差异化之间的竞争,结合集团公司开展的学台塑降本增效活动,笔者从成本的角度讨论关于企业如何从业务层面和作业层面对企业的成本进行分析、管理及控制。

企业业务层面的成本管理及控制

企业在业务层面上成本的含义并非仅指生产经营过程中实际耗费的显性成本,还包括企业失去市场、委托代理成本等一些非显性的成本。对显性成本,应侧重于寻求合理的能够使公司的价值得到最大化的成本水平。另外,对于非显性的成本,成本战略侧重于保证市场信誉而加强产品质量的控制、处理好委托代理关系等等。同时,企业采用差异战略也要在目标实施的过程中做好成本控制,避免在某一环节上发生资源浪费。

在资源稀缺的现代化经济社会里,实现产品的成本的有效控制是企业市场竞争中取得优势地位的基本保障。

1、业务层面的成本控制与管理——显性成本。对于实际发生的资源耗费的货币价值体现的显性成本,成本管理与控制的关键在于企业要在同行业中取得成本领先的优秀,即处于本行业中其他企业的最合理水平或保持在一个很合理的水平,所谓合理并非简单的低成本,而是该成本水平能够使公司的价值得到最大化。为达到这一目的,关键是更新公司的管理理念,设计一个成本分析的系统框架,并且研究影响成本行为的重要驱动因素与它们之间的重要关系,研究企业价值链的构成及链上的各个环节之间的相互关系。

2、业务层面的成本控制与管理——非显性成本。对于管理者来说,成本不仅包括显性成本,还包括非显性成本,即非实际构成资源耗费,难以用货币价值体现但又客观并且长期存在经营风险。例如市场信誉的丧失、委托代理成本等等,这些成本如果处理不好将很可能导致公司经营失败。为了保证企业在市场中的信誉,产品质量、功能等是非常重要的。在成本战略中,如何调动经营者的工作能力和积极性不可忽视,公司除了要进行严格的内部控制之外,还需要花费必要的财力,通过招募能手、定期培训等方法来提高经营者的工作能力,同时还要建立有效的考评和激励机制来调动经营者的工作积极性,使他们能够为企业创造更大的财富。

然而,一旦激励机制失效,将导致有重要贡献的员工不努力工作,离开企业带走了客户、技术、经验等等。或通过违规的手段来骗取奖金、挪用公款等,这无疑给企业带来巨大的损失。

作业层面的成本管理与控制

作业层面的成本管理与控制主要的方式是运用作业成本法来确认各个作业环节的真实成本以及在此基础之上的成本动因分析及提出改进措施,作业成本计算法以作业为间接费用的归集对象,通过资源动因的确认、计量,归集资源费用到作业上,再通过作业动因的确认、计量,归集作业成本到产品或顾客上去的间接费用分配方法。ABC为产品、服务、客户等提供了一个更精确的间接成本分配方法。其主要的实施步骤如下:

1、分析定义作业中心。作业成本中心划分得正确、详简得当与否是整个作业成本核算体系的关键所在。在一个生产部门中可能有几十个,甚至数百个作业。在实践中,确认作业可以以作业贡献于最终产品或劳务的方式和原因,即作业动因为依据进行分析和划分。这些作业分别以不同的形式吸纳资源,又分别以不同的方式为最终产品提供服务。同质的资源应整合为一个作业,同类的作业应整合为一个作业中心,不同类的作业应分解为不同的作业中心。作业中心不一定正好与组织的传统职能部门一致。有时候,作业中心是跨部门的;有时候一个部门就包含几个作业中心。具体作业中心分析和确定可以根据人员名单对每一工作部门和生产部门走访。

2、分配资源进各作业中心。作业中心建立后,需衡量各个作业中心消耗的资源费用。这需要仔细分析各项费用,按资源动因归集进各个作业中心,往往要反复几次才能最后确定。所谓资源动因,是指资源被各作业消耗的方式和原因。资源动因反映了作业对资源的消耗状况,因而是把资源分解到各作业中心的依据。

3、确定作业动因。作业动因是将作业成本库成本分配到产品或劳务中去的标准,也是将作业耗费与最终产出相沟通的中介。选择作业动因时,要考虑作业动因资源是否易于获取。若在现有的原始资料收集系统中就可以直接获得或经一定加工整理即可获得,则成本不高;如果通过现有的原始资料收集系统无法获得,需采取其他的方式获得,则成本可能会比较高。

4、计算成本动因分配率,分配作业成本到产品上。在确定了作业及作业动因后,需计算作业动因分配率,即单位作业所负担的资源成本。设j(j=1,2,3,……m)表示作业中心编号,作业中心j的成本动因分配率为R'j,作业动因消耗量为Aj,作业中心的作业成本为CR,则:R'j=CR/Aj,计算产品成本时,根据产品成本表中产品消耗作业动因的数量和某作业中心的成本动因分配率R'j,计算产品的作业成本。设某一产品消耗的j作业中心的作业动因消耗量为Bj,则该产品的作业成本Cp为:Cp=ΣBj×R'j。我们在制造部设计了作业成本分配表以便于计算。

作业成本法需要先进的管理水平与之配套,要求企业拥有先进的管理水平和高素质的员工队伍。如果没有先进的管理水平相配合,利用作业成本法所计算出来的大量成本信息将很难真正运用于成本分析、作业成本预算、绩效评价指标的制定、产品定价及内部转移定价的制定、顾客及合同的选择等作业分析及作业成本管理,作业成本法的效果将很难显现出来。

十年改革创辉煌 而今迈步从头越

(上接G01版)

未来5到10年,中国企业将承受来自内部的巨大压力:“十二五”经济转型任务的实现与否直接关系到中国经济发展的成败;进入社会矛盾凸显期的中国,民生问题更加复杂,社会公平、生态环保、绿色经济等更高要求和期待都已列入议题;而政府的放权、让利、退税又做到何种程度。企业怎样适应这种环境,不断调整自己?深化企业改革,处理企业与社会关系协调,将成为企业家不可回避的必答题。

未来5到10年,在现代化进程中的新阶段,如何增加自身的前进动力,如何在自我消化发展起来的矛盾问题中实现自身的平稳前行?联系当前和未来中国改革所面临的现实矛盾,我们内心深处存在着一种“纠结”。纠结在改革推动者和所有社会

成员所赖以存在的体制,又是改革的对象或者改革的内容之所在。可以说,改革改到深处,必然面临一个很严肃的问题——“自己砍自己的手”。企业既要走市场化道路,又要恪守社会主义原则,公益性国企与盈利性国企这个标准迟早要分,不能不正视这一问题。

未来5到10年,在转变发展方式的关键时期,到底能否转变,以企业为主体的创新体制与机制到底能否实现。对于第三次工业革命,对于新能源与信息革命,这些将决定中国转型工业化的道路,决定企业的发展方向。

未来的5到10年,中国如何建立中国特色社会主义的企业理论体系,完善中国特色社会主义企业的制度,开辟中国特色社会主义企业道路,需要明确,需要厘清。中国这样的国家,

研究企业发展的不乏言必称欧美的,过多的数字公式改变了经济学研究方向。企业活生生的创新实践却置之不理,对金融危机中经济泡沫现象推波助澜,对企业生存环境的艰难不肯说实话。我国的企业发展离不开理论指导。无疑,企业乃至经济理论与思想界转型的任务,亦是今后5至10年企业发展的重中之重。

天下风闻的国有企业改革指导意见,为万人瞩目,而总是解决经济发展问题的三中全会更为人们期待。党的十八大将为这一关键阶段企业的“现代化转型”指明方向。我们在这个关键时刻能开拓更清新、更广大的视野,中国企业前行的路将会变得更宽阔,中国将拥有更经得起风浪的沉着、避得开暗礁的本领。我们当然期盼这个时刻为企业转型创造更好的条件,刮来阵阵东风。

邓小平指出:“第三步比前两步要困难得多”,我们感觉到了。未来5到10年,发展的机遇依然属于中国,转变的希望仍然属于中国企业,从中共十八大会议中可以找到答案,从即将出台的国企改革指导意见中会看到希望,看到更大的希望。

十年飞跃,而今迈步从头越。张相《诗词曲语辞汇释》:“为头,犹云从头,或开始也。”有从头再开始的意思。3月24日是这个刻度,标志着新的开始。

每个重要时间节点背后,都蕴藏着一段大历史。它不仅连接过去,也将现在标注成意味深长的瞬间,更能透露以后十年历史的走向。

3月24日,我们将走向新的10年,我们将铭记过去的10年。因为我们从这里一起走过10年,我们还将一起走过更加有希望的下一个10年。