

宜家何以用“国标”对抗“国法”？

江金骥

宜家从北美召回问题抽屉柜,但拒绝在中国召回类似产品,理由是这一产品“符合中国国家标准”。然而,作为一款对消费者健康安全存有重大隐患的产品,中国的法律早已作出保护性规定,为何宜家只看到“国标”而忽视了法律?无论是哪个国家的消费者,生命和健康权都同等重要,为何宜家却有选择性地重视?

曾创下“一年四召回”记录的宜家,对危机公关的处理也算是个“老江湖”了,但这次小聪明玩过了头。

事情缘起宜家在北美热销的家具“马尔姆MALM”系列橱柜,因压倒并致死6名儿童,6月29日被宜家召回。宜家从北美召回的抽屉柜,在中国也有销售,但宜家明确表示不会从中国召回类似产品。至于原因,宜家中国回复称:在中国销售的抽屉柜符合中国国家标准,还称,这对中国不存在歧视。

宜家的霸气一直扛着,直到7月7日下午,在强大的舆论压力下,宜家才遮遮掩掩地表示:愿意为中国消费者免费提供墙体连接配件并免费上门安装;如果墙体不能满足固定要求,宜家接受退货。

不过,宜家的傲慢引发了中国消费者的一片唏嘘,包括中央电视台在内的各大媒体,对此也连发质疑。无论从情理上还是先例上,我们都认为,产品被召回,根本问题是因为产品存在质量瑕疵或安全漏洞。也就是说,宜家今天给北美消费者造成的伤害,在中国同样存在隐患。宜家拿“标准”做挡箭牌,显然是避重就轻,唯利是图。

首先,我们并不否认我们制定的质量标准还有疏漏之处,即使是我们的“国标”,也还有提升的空间,这一点从近期发生的“校园毒跑道”、“吃人电梯”、“问题桶装水”等事件中找到佐证。但是,这不能成为我们闭目塞听的借口,尤其是事关消费者健康和安全的品质问题或管理漏洞,对任何一个有责任感的市场主体来说,“闻者足戒”才是最该有的态度。

令人遗憾的是,宜家作为全球知名的家居配套商,竟然以这种不负责任的态度,回应了中国消费者多年来的厚爱和信任。



宜家自1998年进入中国。到目前为止,它在全球设立了16个贸易区域,其中有3个在中国大陆,分别为华南区,华中区和华北区。至2016年4月,宜家在中国内地的零售商场达到19家,据说开店计划已经排到了2025年,所需仓储容量也由10万立方米扩大到40万立方米以上。销售方面,去年宜家在中国的销售额比上年增长将近20%,总额突破105亿元。这些数字意味着,中国已成为宜家业务增长最重要的空间之一,在宜家的全球战略中,中国市场具有举足轻重的地位。

也许正是由于宜家在中国业务的快速增长,才给了宜家的自信和傲慢,以至于宜家中

国区零售经理不久前说出了这样的一句话:“宜家不需要在中国改变的是品牌的形象。”

我们不必对这一句话做过度解读,但宜家作为一个跨国企业,在中国市场上的一些做法和态度,确实让人怀疑它秉持的商业逻辑。

还以宜家最熟悉的“产品召回”来说事。且不说过去三年,有大约20种问题产品被宜家宣布召回,最耐人寻回味的是,宜家曾经创下“一年四召回”的记录,分别涉及儿童帐篷、咖啡壶、衣柜玻璃镜门。有人说,宜家频繁发布“召回令”,这是大企业认真负责的表现。对这一说法,我们姑且不论有理与否,我们只想问一句:谁能证明这不是它的一种自我宣传呢?

解读



如何定量评价人力资源的效益

郭昉

什么是人效指数？

人效是指人创造的产出效益,指数是反映现象总体数量变动的相对数。人效指数就是反映人力资源创造效益的计量指标,不仅是度量人力资源管理成效的核心指标,而且是反映企业竞争力的关键指标,反映企业价值的基础性指标。

(一)理论基础

人效指数的理论基础是劳动生产率论和现代企业效益理论。

1、劳动生产率

劳动生产率理论最早可以追溯到古希腊。到机器大工业时代,生产率理论体系逐步建立并日臻完善起来。由于研究者研究问题的角度不同,对生产率认识的层次不一,研究方法的多样,形成了不同的认识。主要集中在以劳动价值论为基础和以西方经济学经济增长理论为基础的生产率质的研究;二是劳动生产率的计量经济模型等领域,并且推及到全员劳动生产率。

从计量来说,劳动生产率是指劳动者在一定时期内创造的劳动成果与其相适应的劳动消耗量的比值,可以用同一劳动在单位时间内生产某种产品的数量来表示,单位时间内生产的产品数量越多,劳动生产率就越高;也可以用生产单位产品所耗费的劳动时间来表示,生产单位产品所需要的劳动时间越少,劳动生产率就越高。全员劳动生产率指根据产品的价值量指标计算的平均每一个从业人员在单位时间内的产品生产量,反映从业人员在生产经营过程中的劳动效率,也是企业生产技术水平、经营管理水平、职工技术熟练程度和劳动积极性的综合表现。一般以平均每个职工在一定时期内完成的总产值(量)表示。计算公式是:期内完成的总产值(量)/期内平均职工人数

2、现代企业业绩理论

产值是以货币形式表现的,企业在一定时期内生产的工业最终产品或提供工业性劳务活动的总价值量,包括已经卖出的和没有卖出的部分。它表明企业生产总规模和总水平,反映的是生产总成果,但不能反映市场的接受程度,不是准确的产出指标。在计划经济时代,由于产品是按统一的计划生产和销售的,售价也是相对固定和统一的,产值基本上等于销售收

入。因此,在计划经济时代,用产值衡量产出的状况是准确和真实的。企业作为商品的生产者和经营者,如果生产的产品很多,但销售的很少,不能实现尽产尽销,甚至根本销不出去,就很难实现增收。在市场经济时代,只有把生产的产品提供给社会,生产出来的东西卖出去,才能加速资金的周转,获得市场的承认。因此,用产值不能准确和有效的反应产出状况。

市场经济的深入发展,用产值为核心的劳动生产率指标检验人力资源的效益有一定的局限性。现代企业发展使得企业的效益指标不仅有产值,而且有营业收入、利润以及经济增加值等指标。

(1)收入

收入是指已经卖出去的产品价值,是以可以实现的货币来计量的。收入是企业运行的初步结果,即企业向市场提供商品、劳务及其他服务而获得的资金流入。企业收入的取得,是企业流动资金一次循环的终点,也是进行下一次循环的起点,也是计算企业的纯收入,全面反映企业经济效益的依据。企业只有从销售自己的产品或劳务中取得销售收入,其资金才可能正常周转,也能实现企业的收益,促使资产增值。但收入不能反映企业获利,收入是没有扣除成本费用的资金表现。如果收入多,但成本费用过高,利润率很低,甚至会亏本销售,也不能实现创利,甚至造成亏损。因此,人均创收率(营业收入/平均人数)可以反映一定程度的人效,但不能全面、准确地反映人效。

(2)利润

利润是按会计准则扣除一定成本的收益指标,其基本公式为:利润=收入-成本费用,利润为正,表明企业盈利;利润为负,表明亏损。利润反映企业在一定期间的运营成效,但不能真实地反映收益的实有性,其主观性、随意性极强,比如,待摊费用及预提费用成了人为调节利润的蓄水池;以何种方法折旧,是用定额法或定率法,会极大地左右企业利润。其次,利润忽略了资金占用的机会成本,虽然扣除了所有的债务资本成本,但并没有剔除股权资本成本,不是真实的、净值性的收益。因此,人均创利率(利润/平均人数)只能反映不含资本成本的人效,

不能完整地、精确地反映人效。

(3)经济增加值

经济增加值(EVA)是在会计利润的基础上,反映企业经济运行真实状况的效益指标。它按照收益的经营性、实在性、实有性等原则调整了被会计计算扭曲了数据,使得计算更科学、更真实。其计算公式为:经济增加值(EVA)=利润-资本成本

一般而言,利润是扣除了运营成本和债权资本成本,承担了经营管理风险和部分财务风险的财富报酬。但是,它没有扣除占用股权资本的成本费用,忽略了占用股权资本的最低风险。经济增加值(EVA)是在会计利润的基础上进一步扣除了股权资本的机会成本,体现的是股东的底线收益;是减去包括债务成本和股东股本所包含的机会成本后的所得,是承担了所有风险的净值性收益,是反映企业效益最真实、最全面的指标。

在市场经济条件下,企业产出效益是一个多层次、多元化的指标体系,以此相关的人效指标也应该包含着多层次、多元化的要素,因此我们认为人效指数应该包括人力资源创造收入、创造利润、创造经济增加值的多层次的效益。

(二)计量方法

现代业绩理论说明单纯用一个产出指标无法反映企业效益的全面性,因此从企业外部来看,我们认为人效指数是包含着人均收入、人均利润、人均经济增加值等多层次的指标体系。

1、评价指标

(1)人均创收率。反映企业员工创造市场收入的效率,但没有扣除成本,其计算公式为:营业收入/平均职工人数。

(2)人均创利率。反映企业员工创造运营利润的效率,但没有扣除资本成本,其计算公式为:运营利润/平均职工人数。

(3)人均创值率。反映企业员工创造经济增加值的效率,扣除了资本成本,其计算公式为:经济增加值/平均职工人数。

但是,人均创收率、人均创利率、人均创值率都蕴含着财力资源(资本)的作用,因此还应剔除财力资源(资本)的影响,即剔除了人均投入资本率,形成剔除资本影响后的人均创收

毕竟,那些被召回的都是小件物品,即使召回了、压仓了,对它的销售业绩也是不痛不痒。再进一步说,隔三差五就出个召回信息,恰恰证明宜家中国的产品质量难以保证。以部分网友的话说:宜家宜家,态度很好,质量很差。

问题还不止于此,有媒体报道,在国外,宜家就是低端家具的代表,以低价实用闻名,进入中国以后,这种特色尤为突出,货源主要依赖全球低价采购或找代工生产,为保证低价和利润,出现质量问题在所难免。看来,这是宜家常有召回的原因所在。只不过,在宜家频发的“召回令”中,以往宜家都承诺“绝不会降低对产品安全的要求”,但这句话在后来就悄然消失了。

安全,是所有经济活动的底线要求。生命健康权,是消费者的最基本人权,在任何国家、任何地区都应受到平等、无差别的保护。我国为保护公民生命健康权,除了在宪法、刑法、民法通则等基本法律上有规定外,还通过《合同法》、《消费者权益保护法》等专门法律予以保护。像这次,对有明显安全瑕疵的商品,宜家如果继续放任在中国市场上销售,虽然其“符合国标”的抗辩貌似合理,但对照既有法律,其“合法”性从何谈起?

我们认为,标准缺失是管理部门的问题,而商家明知故犯,则是商家的经营道德和对法制的态度出了问题。全球市场那么大,无论公司大小,走到哪里都应该法治当先,如果轻视一个国家的法律法规,漠视当地消费者的健康权,往小里说是见利忘义,往大了说涉嫌国别歧视。这一点,以中国政法大学国际法学院教授许浩明的话说:“宜家的表现,不仅涉嫌歧视,更是违反了国际贸易对于发展中国给予特别、差别与优惠待遇的游戏规则!”

率,剔除资本影响后的人均创利率、剔除资本影响后的人均创值率。

2、指标权重

由于人效指数构成的三大指标在其中的重要程度不一,因此应该确定各个指标的权重。我们采用倍数加权法确定权重。倍数加权法首先选择出最次要的评价指标,以此为1;然后将其他评价指标的重要性与该评价指标相比较,得出重要性的倍数,然后再进行统一处理。首先,我们按重要、很重要、最重要定性人均创收率,人均创利率、人均创值率的重要程度,然后将人均创收率确定为0.1,人均创利率确定为0.4,人均创值率确定为0.5,最后归一化处理。

3、评价方法

人均创收率、人均创利率、人均创值率三者相对独立,又密切相关,因此我们采用加权线性合成法整合,以求解各指标评价值的算术平均数。

人效指数的基本公式为:

人效指数X=w₁ x₁ + w₂ x₂+ w₃ x₃

其中:w₁为剔除资本影响后的人均创收率权重,x₁为剔除资本影响后的人均创收率分值;w₂为剔除资本影响后的人均创利率权重,x₂为剔除资本影响后的人均创利率分值;w₃为剔除资本影响后的人均创值率权重,x₃为剔除资本影响后的人均创值率分值。

4、人效指数的特点

人效指数计算不仅简单易懂,且有四大特点:

(1)综合性,三效合一。不仅可以独立反映出人效的三大方面,而且可以综合反映人效,定量地计量人效。

(2)拆分性,延伸分析。可以独立拆分分析,发现重要的影响因子。

(3)加权性,强调重点。根据人均创收率重要、人均创利率很重要、人均创值率最重要的界定,由专家打分法,赋予三大指标不同法人权重,强调重点,引导企业重视价值创造。

(4)可比性,剔除了资本的影响。由于人力资源与财力资源既相互联系,又有一定的独立性,剔除财力资源(资本)影响,具有行业间、企业间的可比性。

(下转第十五版)