

利乐被罚6.7亿到底冤不冤？

董克伟

11月16日,经过历时4年多的漫长调查,“利乐案”——这一号称“中国《反垄断法》实施以来规模最大、最密集的调查行为”,终于尘埃落定。

根据调查,利乐在2009—2013年间,凭借其在设备市场、技术服务市场的支配地位,在提供设备和技术服务过程中搭售包材;通过限制供应商与其竞争对手合作、限制供应商使用有关技术信息,妨碍供应商向其竞争对手提供原料纸等行为妨碍包材市场的公平竞争。

最终,国家工商总局认定,利乐的上述行为违反了我国《反垄断法》的有关规定,责令利乐停止违法行为,包括不得在提供设备和技术服务时无正当理由搭售包材,不得无正当理由限制包材原纸供应商向第三方供应牛底涂布液包白卡纸,不得制定和实施排除、限制包材市场竞争的忠诚折扣等;并处罚款近6.7亿元。

中国消费者每喝10罐液态奶或者软饮料的纸质包装中,至少有7罐是由利乐提供的生产线和包装材料生产的。人们耳熟能详的伊利、蒙牛、三元、光明、汇源等乳业和饮料的龙头企业,几乎都是利乐的客户。而且,在中国市场上,乳品包装居然占了销售成本的40%。

翻一翻历史不难发现,利乐的“捆绑”经营模式,并不只在中国市场。早在1991年,利乐公司就因为在欧洲液体包装纸盒市场实施了滥用垄断地位和捆绑销售、限制竞争等不正当行为,被欧盟以及欧洲法院判处7500万欧元的罚款。

事实上,早自2003年起,就有一些包装企业吐槽,利乐利用市场强势地位,把“捆绑销售”写进合同,与客户约定,若干年中客户使用约定数量的包装耗材来抵扣包装设备余款,并且客户在合同约定的期限内无权选择其他包装材料公司,从而达到排斥竞争对手的目的。业界对利乐的这种垄断质疑,也曾引起市场监管部门和学界的注意。但并未有实质性的改变。直到2012年1月,工商总局



王利博制图

开始对利乐公司立案,2013年7月,对其涉嫌滥用市场支配地位行为正式予以立案,并组织20个省市工商机关进行调查。反垄断机关四年之功,终于给利乐长达数十年、涉及数家企业的垄断经营行为贴上了一个不菲的标签,应该说这个结果来之不易。但很难说它带给我们的是满满的胜利的喜悦。也许还该有更多思考和期待。

2014年国家工商总局刚公布反垄断调查进入认定阶段时就曾有行业人士对可能对利乐实施的处罚做过测算,在当时利乐可能面临将近1.8亿元的罚款。而如今对于利乐的罚金已经提升至6.68亿元,这个金额对利乐来说高不高?冤不冤?根据我国《反垄断法》相关条款,利乐近6.7亿元罚单自有计算的标准和依据。并且,这样的罚款数额,虽然听起来很多,但是相对于这种大型的企业而言,并不会伤筋动骨甚至导致不能经营的状况。可以说,既起到了惩罚的作用,也稳定了市场。

但更值得关注的是反垄断处罚

所带来的影响和意义。垄断破坏市场竞争,损害消费者利益,世界各国均对其十分警惕,大多数国家都制定了较为严格的反垄断法,对垄断施以严厉处罚。有统计显示,美国反垄断法的执行,每年为消费者节省数百万到数十亿美元。欧盟反垄断法的执行力度大,以严格执法著称。它对世界重量级企业,例如微软、苹果、谷歌、可口可乐等,都发起过调查,实施过制裁。近年来,欧盟反垄断法大力推进公共服务行业的市场开放和自由化。比如,2007年以前,欧盟内国际长途资费、短信资费、上网资费都很贵。欧盟从2007年开始逐步在电信业打破垄断引入竞争机制,现在,欧盟内这三种资费已经下降了80%。

我国《反垄断法》自2008年8月1日生效以来,曾有将近五六年的时间停留在纸面上,迟迟没有出现反垄断执法案例。反垄断起步晚,反垄断部门“战斗”经验少,甚至在如何判定违法和采取处罚措施方面都有不少难题亟待解决。而反观国外,从

1890年《谢尔曼反托拉斯法》颁布算起,美国反垄断的立法和实践已经走过120多年,积累了不少经验。此外,美国反垄断法由三部法律组成,分别是《谢尔曼反托拉斯法》(1890年颁布)、《联邦贸易委员会法》(1914年颁布)和《克莱顿法》(1914年颁布)。相比美国等国家的反垄断法律,我们只有一部单薄的《反垄断法》;相比其他国家的天价反垄断罚单,我们的反垄断罚单往往还是显得有些“温柔”。此外,当前我们的反垄断执法还是主要源于市场主体的举报,反垄断执法机构机制化、常态化的执法还亟待加强。中国的反垄断执法任重道远。

打击垄断行为是为了维护市场竞争,一个法治化的市场,才是一个更具活力和竞争力的市场。中国市场足够大,包括利乐在内,都可以在这个市场找到自己的位置,但是滥用市场地位,人为限制下游、消费者的选择权,阻碍整个行业良性发展,也不利于自身的发展。中国食品包装市场,需要强者,但不需要“独裁者”。

人本论

一顿饭暴露出你的职业化水平

丁是钉

前段时间参加一个公司的聚会,和一些90后青年员工坐在一起,接连遇到了几个让人啼笑皆非的事:

90后小伙A接到同桌嘉宾递上名片,急忙也找自己的名片回送给对方,结果是手机、钥匙什么的掏了一桌子,才找出几张有点皱巴的名片。他当然不好意思把对方的名片直接再放到口袋里,于是就只能放在桌子上。结果在倒酒水的时候,不小心倒洒的酒水把对方的名片弄湿弄脏,场面好不尴尬。

同桌的90后女孩小B,人长得很青春、很阳光,可出乎大家意料的是,她竟然喜欢用筷子剔牙,边吃边剔。弄得她吃过的菜大家都没法再吃,可是她却浑然不觉,一个人吃得兴高采烈,还不停地问别人怎么不吃呀,说老总让她陪好客人,大家吃不好她不好交代。

小C是个热情的女孩,人很美,酒量也不错,不停地张罗着给大家倒酒,挨着个的和大家碰杯,搞得气氛很热烈。只是她每次碰杯的时候都把酒杯举得高高的,让几个年长的客人很不舒服。

网上有篇阅读量很高的文章,大意是看一个人适不适合做男朋友,吃顿饭就知道。虽然并没有细看,但经过这一场聚餐,忽然感觉到看一个人的职业化水平,其倒是吃顿饭就可以清楚了。这家公司不惜搞一场颇为豪华的聚餐,为的就是搞好客户关系,让

大家多签些单子、多一点合作。但是看到这些员工的表现,许多客户都在心里打鼓,就冲他们的这种做事风格 and 水平,项目交给他们会不会搞砸了呢?

参加工作后首先要学习些什么,要掌握哪些知识和技能,是很多年轻人初入职场时面临的困惑。但也许很少有人意识到自己连饭都不会吃、酒都不会敬、名片都不会递吧?作为职场菜鸟,公司一般不会请你做管理,不会让你搞战略,先放下那些高大上的念头,规规矩矩学好职场的基本礼仪和规则,才是最重要的。

就拿上面出场的那几个90后员工来说吧,相信他们的老总在看到他们的表现后,很可能轻易不敢再带他们出来陪客人了吧。回去进行批评教育,让他们改掉这些习惯吗?公司也会很为难。直接褒贬一个人的行为习惯,容易伤别人的自尊,弄不好友谊的小船就会翻掉。大公司也许还可以请人做一点商务礼仪培训,在培训中纠正大家的一些错误行为;小公司嘛,通常就让员工自己去体会和感悟了。

中国的人均GDP已经超过了8000美元,中国已经进入了中高收入国家行列。但是令人难堪的一个事实是,中国人的文明程度并没有同步发展。在公众场所大声喧哗,在旅游地乱刻乱画,这些不文明行为,已经让世界很多国家和地区的民众,对中国人抱有偏见。但中国人文明素养的缺失,更深刻地反映在职场表现上,只不过人

们已经是见怪不怪了。

国家统计局发布的官方数据显示,2015年,中国单位劳动产出只有7318美元,明显低于世界平均水平18487美元。与美国的98990美元相比,差距更大。2015年中国劳动生产率水平仅为世界平均水平的40%,相当于美国劳动生产率的7.4%。什么意思?简单的理解就是,10个中国人劳动所创造的价值,赶不上一个美国人。

中国企业家协会发布的《中国职业经理人发展报告》显示,欧美在华企业在招聘高管的时候,首选欧美职业经理人;其次是选择新加坡和马来西亚的职业经理人;再次是选择香港和台湾的职业经理人;然后是选择有欧美留学背景的中国人;最后才是选择中国大陆本土的职业经理人。从一个选择次序上,我们大体可以了解中国高管的职业化水平以及其在别人眼中的印象。

欧美公司的职业化水平为什么比中国高许多?这里面有文化的原因,也有欧美进入工业文明远比中国早的原因,还有一个原因就是严格的军事化管理。在这种氛围下,企业和员工的服从意识、团队意识、质量意识、时间意识都得到了强化。

二战期间,美国空军降落伞的合格率为99.9%,这就意味着从概率上来说,每1000个跳伞的士兵中会有一个因为降落伞不合格而丧命。军方要求厂家必须让合格率达到100%才行。厂家负责人说99.9%已是极限。为此,

巴顿将军改变了检查制度,每次交货前从降落伞中随机挑出几个,让厂家负责人亲自跳伞检测。从此,奇迹出现了,降落伞的合格率达到了一百之百。

还有两个例子能够证明军事化管理对于职业化水平提高的重要性。二十一世纪初的一项统计显示,二战后在世界500强企业中,西点军校培养出来的董事长有1000多名,副董事长有2000多名,总经理、CEO一级的有5000多名。比世界任何一所名牌大学培养出来的优秀人才都要多。在中国的优秀企业中,华为、海尔、联想、万达都曾实行过军事化或半军事化管理。任正非、张瑞敏、柳传志、王健林等一流企业家,也都曾有过军旅生涯。

职业化素养的形成,需要严格的培养和训练,这既与个人的品格意志有关,也与所在企业的职业化水平和氛围密不可分。对于一些基本的职场礼仪和商务礼仪的培养,个人意识起主要作用。互联网时代为个人学习创造了极大的便利,各种商务礼仪的书籍、视频和培训也随处可见。问题是许多年轻人对此根本毫不在意,并没有认真地学习相关的知识,培养相应的行为习惯。

现在有句流行的话,叫做进什么圈子就有什么样的人生。想要有什么样的人生,想要进什么样的圈子,就必须懂一个圈子的规矩和套路。想要成为职场精英,先从学会遵名片开始吧。

心理谈



从高管心理变态频率增高看企业发展瓶颈

师至洁

不久前,澳大利亚邦德大学和美国圣地亚哥大学的一项研究数据引发了业界的高度关注。这两所大学的研究人员对心理变态特征的研究,颠覆了人们常规的思维:那就是通过对商业供应链管理领域的261名企业专业人士的研究分析,发现其中约21%的人拥有“临床显著的心理变态特征水平”,如为了获得晋升,可能会采取不道德、或是非法的手段。这一数字之所以惊人,是因为临床显著的心理变态特征这一比例在普通人群中只约占1%。

在心理学领域,心理变态又被称为“心理异常”或者“心理障碍”。它指的是知觉、思维、情感、智力、意念及人格等心理因素出现了异常表现。但高管群体的心理变态,却足以影响到一个企业的成长与发展。

企业高管,是能推动企业发展、帮助企业长大,也能毁灭企业的一个群体,他们或身居要职、经验丰富,或运筹帷幄、手段老到,或对企业有过显著的战功。自然而然的,这些高管们的一言一行,一举一动都对企业外部与内部有着或大或小的影响。

但能否引发生态的标准之一,则是企业家对这个“高危”又“高智商能”群体的把控与管理。因为这个群体处于无意识中的本能欲望经常要求获得满足,但又因社会的制约而不得不被意识压制下去时,就会形成内心冲突,然后就往往引起焦虑感。不过,为了减轻或消除焦虑时的紧张不安,以保障内心的安宁,在人的心理活动中存在着一系列心理防御机制,防御机制一旦被打破,那么真正的欲求就会出现。

所以说,变态的标准取决于行为和准则是否偏离了社会普遍认可的准则。放在企业中,则是高管是否偏离了企业本身认可的准则及标准。因为,一般来说,变态在任何一种文化中,在世界上任何一个人的身上都能找到。你是允许它安静的待在那里,还是要用外界诱因把它激发出来。这都取决于企业家自己认可的评价标准。

或许,一个高管的心理变态程度不足以在其岗位中对自己职能部分形成什么影响,但是,这种变态却能把一个企业的健康发展引导到非常不利的层面。国内外企业中,由于高管变节而导致的各种损失已经不在少数,那种为了个人私利或者为了少部分人的私利,不惜采用犯罪手段来达到个人目的,危害了公司的利益、国家的利益或者是危害了其他个人的利益也不胜枚举。

人好比一台运行良好的电脑,平时我们看到的电脑界面是我们需要看到的界面,但决定呈现这些界面的程序却隐藏在电脑编好的程序中。因此,我们也受一些看不见的程序的驱使,而表现出现在的行为。这就像一个人如果在小的时候家庭出现问题会在不知不觉中影响自己的一生一样。一个企业高管的心理变态行为同样会对企业的健康发展有着重大的影响,这种影响往往可以还原到高管资深的人格层面,由人格发展到行为,因为每个企业都会有这样或者那样需要组织一起完善的地方,而变态了的高管在企业内部依靠自身的影响力,完全可以把企业引入另外一个歧途。如果任由这种情况自然发展,那势必会对公司的发展形成一定的制约。因为具有心理变态的企业高管,通常会表现的魅力十足,有着非凡的说服力,但是以自我为中心、缺乏同情心、独立、专注等特点,会不利于管控。他们往往很难与他人产生同感,也缺乏懊悔之心,或许还对身边的人进行操纵。典型的心理变态会制造出很多混乱,还喜欢挑拨离间。轻则会让企业面临不可控的人员风险、财务风险,重则会让发展中的企业裹足不前,甚至一蹶不振。

反之,心理健康的高管,则有着一颗包容、博大、公正无私的胸怀,能力推企业高速发展。所以,这就对企业提出了更高的要求。因为在企业用人中,对于高管,大多数企业考核的是变现能力,而往往会忽视隐藏在能力之后的深层的人格稳定的因素。

我们企业在选聘高管的时候,应该先考察候选高管的原生家庭,再考察他们的职业技能,最后再对心理健康程度进行一定的筛选。这就是说,一定要对进入企业的高管进行心理审查,站在企业安全的角度,可以防患于未然。也一定要考核高管对企业文化的融入度以及心理的自我调控能力,最好是要评估出该高管隐藏在深处的人格稳定程度。

大千世界,不同的人格元素组合成了一个个性迥异的个体,不同的社会环境造就着各种独特行为模式、思维模式和情绪反应的个体,但是,“江山易改,禀性难移”,选择一个心理健康、又对企业健康发展有价值的高管吧!