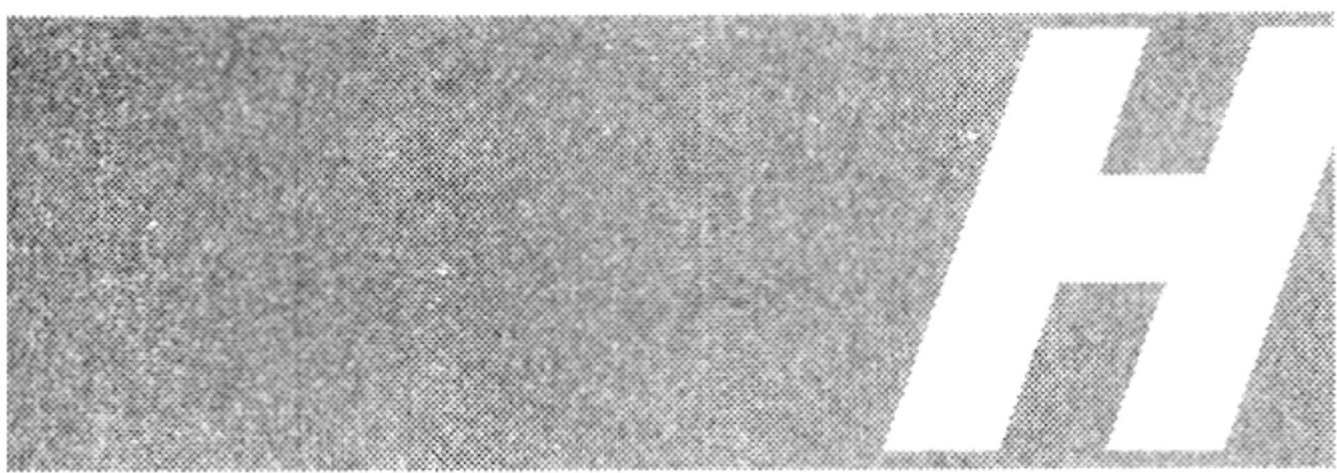




和谐共赢价值观下的 家族企业财务管理策略

■ 辛金国 龚 恺

（一）家族价值观视角下的财务管理策略

我国家族企业要顺利完成“子承父业”的换代，不能忽视家族价值观问题。大多数家族企业的传承都伴随着家族企业向现代企业的转变，企业的理财主体更加细化和多元化，家族企业应在传承过程中不断调整企业的价值取向，以达到与环境的契合。传承不只在传接物质资产的所有权和控制权，更重要的是向继承者有效传承、调整甚至重塑上一代的社会资本和价值观理念，这种家族价值理念的传承和发展将影响企业财务管理的核心理念及操作理念。一些家族企业创业者和管理者受我国传统儒家思想影响深远，在制定财务管理策略时强调和谐共赢价值观。该理念正是传统儒家思想的企业化行为，将驱动企业财务管理战略发生较大变化。与传统的股东至上主义不同，和谐共赢价值观强调企业结合实际情况，确立科学的财务管理目标，并分析哪些关系会对企业理财产生影响及其内在作用机制，综合平衡相关方的利益要求而进行具体的财务管理活动。

（二）森马的财务管理策略

浙江森马服饰股份有限公司（以下简称森马）创建于1996年，2011年3月在深交所上市，是一家以虚拟经

营为特色，以休闲为主要风格，以儿童、青年服饰为主导产品的家族企业。森马坚持“和谐共赢”的核心价值观和“小河有水大河满”的经营管理哲学，强调多方共赢的财务管理策略。

1. 企业主体之间利益共享，降低内部代理成本

森马服饰创始人邱光和始终坚持企业内部共享，大大降低了家族企业代理成本。家族成员的所有权涉入培育了企业忠诚度和相互依赖的互利机制，强化了家族内部利益分配机制。在这种传承机制和家族利益共享实现共同认知的情况下，家族成员所有权的涉入有利于提高企业价值。

2. 合理的利益分配机制，共享企业所有权

森马服饰自上市以来，一直保持股利政策的连续性和稳定性。股东是企业投资者，是企业产权的所有者和经营风险的主要承担者，企业的剩余索取权和剩余控制权由大小股东共享，维护了小股东的利益。以2013年为例，现金分红额为6.7亿元（含税），归属于上市公司股东的净利润为9.02亿元，占合并报表中归属于上市公司股东净利润的74.28%。

3. 坚持以人为本的激励机制，尊重人力资本价值

森马始终坚持“为员工创造发展空间，肩负起员工的成长责任”的人才激励和管理理念，竭力构建与竞争战略相对应的薪酬战略。森马制定《员工福利旅游制度》，每年设置专项款组织优秀员工出游，激发员工的工作热情。建立“员工俱乐部”、“图书室”、“音乐休闲吧”及“健身活动室”等员工活动场所，不断从个人发展前景、薪资待遇、工作氛围、工作情绪等层面为员工营造优质的工作条件，形成了“快乐工作、幸福生活”的企业和谐氛围。

4. 实施顾客资源驱动的财务战略，重视研发和品牌投入

森马服饰一向坚持顾客资源驱动型财务战略和以提升客户满意度为导向的品牌战略，重视研发投入，提高产品质量。近五年平均研发投入额高达4 931.5万元，占营收比重为0.76%，高于我国规模以上服装企业研发投入占营收比重的行业平均水平；在产品开发方面，森马以“技术领先，设计领先”的方针为主导，坚持自主研发、自主创新的品牌理念，引进国内外优秀设计师，扩建版房和实验室；不断加强产学研合作。

5. 保证供应链体系稳定，与供应商实现共赢

森马坚持与供应商协同发展的新理念，通过长期的战略合作形成默

美国众筹的发展及其对我国的启示

■ 申 豪

融资难一直是中小企业面临的一个难题,即便是在资本市场较为发达的美国也不例外。尤其在2008年经济危机以后,银行业严重的惜贷心理和投资机构谨慎的投资态度导致中小企业资金链紧张的局面进一步恶化。为了应对恶化的经济形势,新的融资形式——众筹,即创业者以网络为依托,向大众宣传自己的想法并汇集资金,在美国获得了较快发展。数据显示,2010年组织和个人通过众筹共筹集了8.9亿美元,2013年攀升到了51亿美元,活跃众筹网站也超过了800家。随着2012年美国签署《初创期企业推动法案》(Jumpstart Our Business Startups Act, JOBS),众筹的法律地位得到认可。

近几年,我国出现了“点名时间”、“天使汇”等一些模仿国外众筹模式的网站,但是行业仍然处于起步阶段,面临着很多问题,如众筹项目成功率低、投资者权益得不到保障、法律地位仍然模糊等,这些问题都阻

碍着众筹在我国的发展。本文主要通过对美国众筹的介绍,为我国众筹的发展提供建议。

一、众筹的含义、类型及组织架构

1. 众筹的含义

“众筹”的英文为Crowdfunding,最先由美国学者Michael Sullivan在建立众筹网站Fundavlog时提出。众筹带有明显的微金融和众包的特征,因其可以通过众多的社交网络用户来筹集资金,所以被认为是一种独特的融资方式。但是学术界对于众筹却没有统一的定义。Michael Sullivan (2006)将众筹定义为人们通过互联网合作汇集资金,用以支持他人发起的项目。另一个较为流行的观点来自Schwienbacher和Larralde (2010),他们认为众筹是通过网络集体号召的形式,投资者以捐赠、换得商品或股权的形式来资助创业者。Sigar (2012)认为众筹是通过网络向大量的社交网

络用户每人征集少量资金,用以支持创业者的组织或者项目。可以看到,不同学者对征集对象、方式、类型的不同关注导致了不同的理解。总结较为流行的几种定义,本文将众筹定义为:创业者或者创业机构为了文化、社会或者经济的目的,不通过传统融资手段而是通过向大量的社交网络用户征集小额资金,来支持自己想法的实现。

2. 众筹的类型

根据筹资的方式不同,众筹可以分为捐赠、预售、借贷和股权四种模式。在捐赠模式下,投资者将资金捐赠给创业者,并不要求任何回报;在借贷模式下,网络用户将资金以贷款的形式借给创业者,并要求其支付一定的利息;预售模式是当下最为流行的模式,在这种模式下投资者被当作顾客,可以获得有关项目的产品或服务,如电影的投资项目可以使投资者获得观看电影的机会,产品研发的项目可以给投资者更早、更优惠的

契,实现生产策划全面对接。拟定供应商甄选、考核和淘汰机制,培育和优化供应商体系,通过相关业务融合与共同经济利益纽带建立长期互利合作关系,通过提高首付比例和缩短货款支付期来确保供应商具有生产经营所必需的稳定现金流,通过有效

的产品计划和业务指导降低与供应商合作的时间成本和人为损耗。为保证供应链体系的稳定,森马通过合理分配订单数量来保证主要供应商的生产规模。■

[本文受到国家自然科学基金项目(70972119)、浙江省自然科学基金项目

(LY13G020027)、教育部项目(10YJA630233)、浙江省哲学社会科学研究基地课题(13JDWZ02Z)的资助]

(作者单位:杭州电子科技大学浙江省信息化与经济社会发展研究中心 杭州电子科技大学经济学院)

责任编辑 杨亚彬