2023年世界贸易组织的发展历程 世界贸易组织发展论文(大全5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

世界贸易组织的发展历程篇一

关于农村专业合作经济组织

发展情况的调研报告

12月12日县政协主席会议通过

县委、县政府：

208月下旬，县政协副主席...带队，县政协经济委员会对全县农村专业合作经济组织发展情况进行了调研。经过听取汇报、实地调查、组织座谈后，委员们一致认为：我县农村专业合作经济组织还处在发展的初级阶段，具有很强的发展生命力和市场竞争力，有很大的发展空间和发展后劲；但在组织运行、管理规范、辐射广度等方面存在一些问题，亟需高度重视、加强领导、政策扶持、规范管理，促使其健康发展。

一、我县农村专业合作经济组织的发展特点

（一）多元化兴办的特点

龙头企业型。为了增强企业加工原料来源的稳定性，与农户以合同的形式结成较紧密的联合体，企业领头创办了农村专业合作经济组织。

...有限责任公司是省级农业产业化龙头企业，以精深加工稻谷、小麦等农产品为主。获全国“放心粮”食品称号。20组建为国家控股的股份制公司，注册资金1,020万元。企业与农户之间实行订单合作方式，企业为农户提供种子和技术服务，按市场价回收稻谷。年合同订单中稻10万亩，其中优质稻2.4万亩,合同订单稻谷1,200万斤。2005年已加工稻谷和小麦1,500万斤，销售收入2,000万元，实现利润20万元。

...有限公司是全省农业产业化百强企业，市级农业产业化龙头企业，以收购、加工、销售棉花为主。2005年改制为国家控股的股份制公司，注册资金600万元。公司与农户之间实行订单合作方式，公司为农户发放周转金、提供技术服务，回收籽棉加工。年，加工籽棉2,400万斤，实现利润100万元。

...有限公司是市级农业产业化龙头企业，以生产优良种猪、出售牲猪为主。2004年改制为国家控股的股份制公司，注册资金400万元。2004年，销售优良种猪和肉猪13,000头，实现利润230万元，股本分红160万元。

一般公司型。为了适应市场竞争的要求，提高自身进入市场的组织化程度，部分从事专业生产的能人自主创办了农村专业合作经济组织。

...有限责任公司由黄鳝养殖大户...等人自主创办，公司拥有...乡特种水产养殖场，实行“公司加基地加农户”的经营模式。成立了黄鳝养殖协会，到2005年已发展会员382名，其中科技人员24人、营销人员58人、管理人员7人。目前黄鳝养殖达到1万亩、8,000箱，跨3县10多个乡镇，仅秦市乡就达到900户、6,000亩。2005年,秦市乡黄鳝养殖协会被纳入省级农民专业协会试点单位。

...有限责任公司由...于2005年创办，实行“公司加基地加农户”的经营模式。养鸡户向公司交一定的押金后，由公司提供鸡苗、饲料、回收肉鸡。公司现有固定资产270万元，流

动资金500万元，已发展到10,000只的’种鸡场。2005年发展养鸡户52户，养鸡12万只。

...村经济联合社成立于，实行“经联社加农户”的经营模式。主要以订单方式为...公司进行棉、油良种繁育。2004年，经联社组织农户为荆楚种业繁殖棉花良种1,000亩、油菜良种700亩，实现利润3.5万元。经联社以每斤籽花高于市场价0.25元、菜籽每斤高于市场价0.3元回收，可使农户增收几十万元。

行业协会型。为了适应市场竞争，在各级政府和有关部门的倡导下，相同行业人员创办了以服务为宗旨、以自律为目的的农村专业合作经济组织。

....协会成立于，2005年发展到会员180名，会员基本辐射全县。2004年，会员养鸭18万只，通过协会销售成鸭4万只、鲜蛋6万斤，加工鲜蛋50万枚。2005年，协会孵化鸭苗10万只，会员养鸭30万只。2004年，...协会被纳入湖北省100家农民专业协会试点单位。

...协会成立于20，有会员72人。2005年，发展到拥有大型收割机34台，小型收割机35台，旋耕机7台。每年夏、秋季节，协会组织农机到河南、山东、河北等地收割作物，实施跨区作业。

...协会成立于20，有紧密型会员22人，分散型会员80人。2004年，菊花种植面积在1,000亩左右，2005年，菊花种植面积达到1,500亩。2005年,...镇菊花协会被纳入省级农民专业协会试点单位。

...协会成立于2004年，有会员50名。协会提供“四供两销售”服务，即供鸡苗、供饲料、供药品、供防疫，销售成鸡、销售蛋品，促进了养鸡业发展，2005年会员养鸡22万只。

...协会由...领头创办，目前正在组建筹备中。

（二）多形式并存的特点

世界贸易组织的发展历程篇二

文章尝试把文化和当代经济学理论结合起来，论述了华人企业的经理激励与约束机制。作者认为华人企业对经理的激励与约束深受中国传统文化的影响，尤其是“关系”和“情”起了非常重要的激励作用，这不仅表现在精神层面，而且还表现在物质层面。无论是家族经理还是非家族经理，他们对家族利益都具有较高的“认同感”和“忠诚度”，能够较好地实行自我激励与约束，从而有效降低代理成本。但是，“关系”和“情”的潜在激励作用是有限的，不利于华人企业规模的大型化。

二战后，以港台和东盟五国为主体的海外华人企业在世界经济中迅速崛起，引起了国内外学者广泛的关注，已有不少文献对此做了描述和探索。这些对华人企业管理特点的研究，基本上都是从文化角度进行的，这也是当前中外学者较为普遍接受的看法。文化的作用无疑是重要的，它决定了人们的工作态度和工作方式，从而决定不同民族企业的管理模式。例如，“人际关系”在美国只是保健因素，但在东亚却成为激励因素，而且与日本人相比，对中国人具有更大的激励性。但是，笔者认为单纯从文化角度研究华人企业是不够的，还应把文化和当代经济学理论结合起来进行分析，从而推进对华人企业管理模式的研究。本文正是基于这一观点，对华人企业的经理激励与约束机制展开研究的。

一、华人企业的委托—代理问题

因经营权与所有权分离所产生的委托—代理问题最早是由伯利和米恩斯(1932)明确提出来的。委托—代理关系其实在古典企业中就已经存在，但成为“问题”却是随着现代股份公

司的产生而出现的，并随着股份公司的发展而严重起来。现代企业管理的主要内容之一就是如何对经理实施监控，设计良好的激励与约束机制降低经理的代理成本，从而确保企业管理的效率。关于欧美日企业对经理的激励与约束机制，已有不少论文进行过系统的研究和比较，但是对华人企业的经理激励与约束机制进行具体研究的文献却很少，也未引起足够的注意。之所以造成这种情况，是因为很多学者认为华人企业家族色彩浓厚，经营权与所有权仍未分离，基本上不存在委托—代理问题。华人企业固然具有浓厚的家族色彩，但对于大多数大型华人企业来说，经营权与所有权并非完全合一的，在高层经理中不仅启用了一些专业经理人，而且即使在家族经理人员中，也并非都是主要所有者，所以华人企业无疑是存在委托—代理问题的。

在当代欧美日发达国家，家族企业并没有占据优势地位，而是以中小企业为主。华人大型企业之所以家族色彩浓厚，无疑是中国家族主义文化的反映，但这不仅仅是因为华人企业对家族经营有特殊的偏好，而是因为在华人社会聘请专业经理人的代理成本太高，过高的代理成本使有益的合作化为泡影。委托—代理理论认为，经营权与所有权分离只是经理产生代理问题的前提条件，并不是充分条件。尽管委托人和代理人的效用函数不完全一致，但是如果信息是对称的，委托—代理也不会成为问题，因为这时委托人与代理人签订的将是完全契约，由此委托人可以“迫使”代理人选择委托人希望的行动。但是，现实的情况是委托人和代理人之间的信息是不对称的，代理人拥有委托人不可知的“私有信息”，双方签订的契约是不完全的，代理人往往可以采取机会主义行为增进个人效用，从而损害委托人的利益。为解决代理问题，委托人可以激励和监督代理人，以使其为自己的利益尽力；同时代理人可以用一定的财产担保不侵害委托人的利益，否则以此给予补偿。即使如此，代理人的行动与使委托人效益最大化的行动仍会有差异，由此造成的委托人利益的损失被称为“剩余损失”。所以，詹森和麦克林认为代理成本包括以下三个部分：(1)委托人的监督成本；(2)代理人的担保

成本；(3)剩余损失[1](p6)由于一般信任较低以及法制极其薄弱，华人社会的契约具有更大的不完全性，从而导致严重的机会主义行为和很高的代理成本，而且所需的担保成本尤其大。尽管依据大数定律，家族成员的专业知识和管理能力一般要低于专业经理人，但是为了防范严重的机会主义行为，华人企业的最优选择只能是启用强有力的家庭信任，形成以家族成员为主的管理核心。相反，如果完全推行专业化管理，其结果由于代理成本过高，只能“望才兴叹”。某香港老板甚至直截了当地说：“我知道许多华人公司把自己的亲属放在非常关键的位置上，因为如果你是我的兄弟，你不可能带了我的钱逃走”[2](p132)

尽管华人社会的代理成本很高，但并不意味所有的专业经理人都缺乏道德操守。其实，很多华人企业懂得聘请专业经理人的重要性，并寻求家族经营与专业化管理的平衡。我们发现，几乎所有知名的华人企业家都非常重视启用专业经理人，帮助自己创建和发展家族事业。例如，担任过台塑总经理的王金树、新光人寿总经理的吴家禄和盘谷银行总裁的黄闻波等，他们都曾经是知名的专业经理人。如果没有专业经理人的辛勤工作，华人企业也不可能得到发展壮大。但需要指出的是，能够升任高层经理的外来人员通常与主要所有者有业缘或地缘关系，他们是忠于企业的“资深职员”或“亲信”。尽管华人企业对外来专业经理人和家族经理人员的管理有相同的方面，比如说都重视“关系”和“情”的激励作用，但是在激励方法和措施上又有明显的差异，在中国传统文化的影响下，华人往往自觉不自觉地奉行差别对待的原则。所以，我们将分别论述华人企业对家族经理人员和非家族经理人员的`激励与约束机制。

二、对家族经理人员的激励与约束

对家族色彩浓厚的华人企业来说，我们首先要明确，需要激励的家族经理人员不是主要所有者，而是主要所有者的子女、女婿和兄弟等家族成员，他们还没有成为企业的重要股东。

即使在子女任总经理的情况下，有时也不持有任何股份，因为按照中国的财产继承制度，父母家长一般是在年迈时或临终前把家庭财产平分给诸位儿子。总体上说，如下几个方面对家族经理人员能起到较好的激励与约束作用：

1．父家长权威有利于消除家族成员的意见分歧，约束机会主义行为，从而节约监督成本。在一般信任较低的华人社会，非家族成员普遍存有伺机跳槽的心态，企业所有者的监管虽然能起到一定的约束作用，但很容易招致他们的反感。相反，企业所有者对家族成员享有甚高的权威，子女一般都必须无条件地服从父亲的意志。当家族内部存在利益冲突和意见分歧的时候，家族成员因慑于家长权威往往会自觉压制自利动机，维持团结。即使父亲退出总经理宝座，甚至不担任董事长，他还是最高精神领袖，而且往往还是最高权力统领，对家族事业的发展起着重要的平衡作用。

2．家族内互通有无的氛围可以大量节约信息搜寻费用，提高决策效率。在信息不对称的条件下，搜寻信息是要花费成本的，而中国人“看人说话”的习惯更加重了信息搜集的难度。然而，在家族内，中国人有互通有无的传统，“一家人不说两家话”，家族成员之间能够做到倾心交谈，一般不容许有私人秘密，这无疑大大缓解了信息不对称的程度。

3．家庭利益至上的共同信念可以自觉抑制搭便车行为，提高政策的执行力度，减少监督和激励成本。企业管理是一种“团队工作”，管理绩效是经理层共同努力的结果。但是，管理活动是最难测度的，即使加强监督和报酬激励，也很难抑制搭便车行为。华人的行为取向是集体主义的，且更偏向于强烈的家庭集体主义，他们为家庭利益能够无私奉献和采取集体一致行动，从而有效克服个体理性的偏差，使政策得以顺利贯彻执行。

4．家族内的声誉机制是一种无形资本，几乎大得可以超过担保成本，并可以激励家族成员努力工作。血缘关系是中国人

际交往关系中的硬核，是剪不断的，可以说家族成员之间的交往耐心是足够大的。所以，不管在家庭中扮演何种角色，华人都非常注重个人在家族内的声誉，即使是盗窃犯也不太会在家族内进行偷盗和行骗。因此，家族内的声誉机制是一种无形资本，完全可以充当担保成本，从而减少代理成本。而且，华人做人的基本意义就在于通过干出成绩、振兴家业以提高自己在家族中的地位和声誉，所以“光宗耀祖”也就成为激励他们努力工作的动力。

5．家产继承的均分制犹如股票期权，是对子女最为强大的长期激励，可以大大减少剩余损失。与欧洲和日本实行长子继承制不同，中国实行家庭财产的诸子均分制。尽管均分制会导致家族分裂，但不失为一个非常有用的激励工具。华人企业对经理的报酬激励是比较保守的，报酬结构一般由基本薪资、奖金和福利三部分组成，很少有长期性的股权激励。然而，这种报酬结构并不影响对子女的长期激励，因为家产均分制有如股票期权，而且它设置的期限更长，10年、20年或者更多，这使公司的未来发展与他们的长期利益更加紧密相连。所以，作为准所有者，他们能够像主要所有者那样实行自我激励与约束。

6．华人家族内尤为看重的亲情关系也是一大激励。重情尤其是重血缘之情是中国人的性格，中国人珍视的父子之情、母子之情以及兄弟之情都是血缘之情。所谓“血浓于水”，可见华人对亲情的重视程度。虽然家族成员之间也存在利益冲突，甚至是争吵，但是亲情总是无法割舍的。所以，厚重的亲情使华人能够突破短期的成本—收益计算，面向长期的互惠，有时甚至是不计报酬的帮助和奉献。

7．职位的优先升迁对家族成员的激励也是不可忽视的。权力欲乃人的本性之一，而管理人员往往是权力欲望更强的人，职位对他们具有较大的激励作用。无论是企业所有者子女还是其他家族成员，到华人家族企业工作，一般都能获得一官半职。对那些能力强的家族成员，通常委以重任，升迁快；

对能力较差的家族成员，通常也会给予适当的照顾。特别是那些非子女家族成员，职务对他们的激励作用要更大一些，不仅有权力欲望的满足，而且还可以得到高报酬和能力的锻炼，为他们今后的创业打好基础。

华人企业虽然不能很好地获得专业经理人带来的专业管理收益，但家族经理人员的尽心尽力足以弥补这一损失，使企业有更大的发展。灿坤集团负责人吴灿坤曾表示，当年他两度发生危机时，若主要干部不是家族成员，企业早就解体了。“经营之神”王永庆甚至指出，如果没有致力追求管理，那么越大众化，后果越可怕[3](p25)□所以，在某种意义上，有能力但不努力的经理比没有能力但努力的经理更糟糕[4](p24)□当然，华人企业已普遍认识到，在未来的商业竞争中，企业必须由受过专业训练的管理人才来领导，因此他们往往把自己的子女送到欧美各国的名牌大学去深造。这在很大程度上改善了华人企业的经营管理水平，不少新一代接班人做得非常出色，例如泰国正大集团、马来西亚丰隆集团、香港新鸿基以及远东集团等。

三、对非家族经理人员的激励与约束

虽然专业经理人在华人企业未能占主导地位，但华人企业仍然重视对高级专业经理人的激励。华人企业对非家族经理人员的激励与约束主要呈现如下四个特点：

1．比较重视能力和业绩表现。美国企业是重视能力和业绩的典型代表，这归因于美国以唯我为中心的个人主义。相比美国企业来说，华人企业的用人制度显然有重关系而轻能力之倾向，因为要保持家族控制就不可能很好地做到以能力为标准。但是，相比日本和韩国企业来说，华人企业更加重视管理人员的能力和业绩表现，在干部中推崇美式的能力主义[5](p129□131)□特别是对外来管理人员更是如此。华人企业虽然也重视管理人员的忠诚意识，但并不像日本那样对他们有终身服务之要求。至于华人企业为什么更能引进美国业

绩主义，这要从文化上探讨。华人的集体主义是偏向家庭集体主义的，但在家庭之外则表现出较强的个人主义，这一点接近美国的个人主义文化。因此，华人企业在尽量留住本企业关键管理者的同时，另一方面又能欣赏美式人才市场机制，认为只有不断到人才市场上去“买”最合适的管理者才是企业发展的最佳选择。无论是从内部提拔，还是从外部寻觅空降部队，华人企业一般都能做到以能力和业绩为主要标准，这就是中国人所说的“知人善任”。“知人善任”不仅是对专业经理人的莫大激励，而且还可以在企业内部形成经理市场，这对高层经理行为能起到约束作用。

2．权力距离大，授权有限。华人企业仍不习惯授权，董事长作为公司的领导人，通常由主要所有者担任。即使主要所有者不担任董事长，也会担任“名誉董事长”或“终身董事长”，成为幕后的掌门人。而且，主要所有者采取多重任职的方式，在集团内兼任多个公司的董事长，对整个集团实行层层控制。例如，李嘉诚不仅是长江实业的董事局主席兼总经理，而且还兼任和记黄埔和香港电灯等公司之主席。虽然很多人反感用人疑人的做法，但是到他们自己开设公司时，却又效法旧上司的家长式管理方法，忘却了自己正是为了摆脱这种诸多规限的企业文化而创业的[6]。何以出现这种情况呢?首先，在法制不健全和充满机会主义行为的华人社会，担保成本太大，也就是说人们的可信度比较低。如果授权太多或监督不力，显然会给企业带来更大的损失。所以，只有适当授权和加大监督才能减少代理成本，也只有把资产交给家人和亲信管理才是可信的。其次，华人重“权”的性格也决定了上司对下属的有限授权，而且授权模糊。因为一旦管理契约制度化，剩余控制权就会减少，这显然违背了华人习惯于自由使用权力的意志，构成对“家长权威”的挑战。有限授权虽然不利于经理能力的发挥，造成剩余损失，但是在约束经理机会主义行为方面却是有效的。

3．以“情”加固私人关系。监督虽然可以减少代理人的担保成本，但同时也会带来可观的监督费用，比如建立庞大的保

安、验货、审计、出纳、会计等制约和监督体系。我国著名的民营企业家刘永行对此有深刻的体认，他在参观美国一家饲料企业后发现，他们凭着契约信誉省去了许多监督环节的成本[7]。而且，有限授权和过度监督也会降低代理人的积极性。如何做到既授权又减少代理成本，同时维护所有者的权威，可以说是华人家族企业所面临的挑战。华人企业特别重视以“情”加固私人关系的方式，达到提高外来经理的忠诚度，以及激励他们努力工作。华人企业强调管理人员的能力并不意味轻视忠诚，甚至把忠诚作为第一考量，只是华人相信通过给予好处和用“情”感化的手段能够达到使他们忠诚的目的，因为中国传统文化在某种程度上是一种感恩文化。对于中国人来说，“关系”不是简单的业务关系，关系中包含“情”的成分，情可以促进关系的加深。有了情作为基础，关系之人便会着重于长期的互惠，而不太会因一时的得失采取机会主义行为，所以用“情”作为激励手段是华人企业的一大特色。连号称“铁锤”管理的王永庆也认为，“做任何事情都是经营，经营要懂管理，管理不外人情，人情便是管理”。王永庆曾创造过“五顾茅庐”的佳话，他的五次登门最终打动了丁瑞央的心，同意出任副总经理，为台塑此后的发展立下汗马功劳。这种以情收买人心的做法在华人社会是十分有效的，它减少了许多监督成本和担保成本，同时也维护了所有者的权威。

华人虽然把家族成员作为“家人”的硬核，但根据对家庭有利之需要常把一些“外人”拉进来当作“家人”看待，即以“荣誉家庭成员”[2](p290)的身份出现。在华人企业，被拉进来的“荣誉家庭成员”通常是那些对家族事业能起重要作用的高层经理人员。不管是通过何种关系进入“家人”圈，华人企业对他们都做到关怀备至、厚爱有加。比如说，每遇不景气必须裁员之时，华人企业先裁遣低层人员，而把资深之高级经理人留下来共渡难关，体现以道义情份为重。与此相反，欧美国家企业在不景气时多数先裁遣高级职员，体现以效率与成本为重。在华人企业界，此般关系深厚正是专业经理人做事环境的最高境界，对他们不能不说是一种有效的

激励。但值得指出的是，对于一般的经理人，即使他们能力强，华人企业通常会把他们当外人看待，以一种比较理性的态度对待他们。这种做法使中层管理人员难有上升的通道，故而他们离职他就或自行创业，导致企业经常处于中层干部的匮乏状态中[8]。

4．实行高薪报酬制度。薪酬虽然不是唯一的激励手段，但无论何时都是最重要的激励形式之一，因为它不仅是个人工作的回报，也代表对个人的能力和成就的肯定。美国崇尚个人英雄主义，注重经理能力和业绩表现，习惯以高薪进行激励。据美国经济政策研究所对全球ceo收入情况统计表明，美国ceo的薪酬是普通工人的34倍，欧洲大陆的ceo薪酬是普通工人的约20倍[9]。但在日本，大企业高级经理人的平均收入大约是普通职工的17倍。华人虽不像美国人那样崇尚个人主义，但相比日本表现出更浓的个人主义色彩，华人企业因此更加注重外来经理人的能力和业绩表现，通常以高薪激励高级经理人，从同行企业以高薪挖人也是华人企业惯用的手段。据1997年的调查显示，香港经理人的薪酬已超过东京的经理人，成为亚洲受薪最高的经理，甚至与美国公司ceo的年薪相差不多。对于那些忠心耿耿的高层经理，华人企业除给予优厚的薪金外，还会对他们进行额外的补偿，通常以年终派发“红包”的方式给予私下奖赏。另外，在福利方面，高层经理也能够享受优厚的汽车、住房、退休金和俱乐部会员资格等待遇。

从1980年代以来，欧美企业特别是美国企业开始注重经理的长期激励，基本薪资在整个收入所占的比重越来越小，而股票期权的收入所占比重越来越大，逐渐实现高级管理层向所有者转化。据统计，目前世界500大企业中至少有89％实行了股票期权，日本企业也在积极推行股票期权制度，如索尼、日本电气等上市公司实行了股票期权。但是，华人企业由于要保持家族控股地位，对实行股权激励仍相当保守。所以，专业经理人尤其是中下层经理在华人企业中难以成为有归属

的所有者，除非“跳槽”另立门户。日本学者原口俊道在台调查发现，尽管企业的管理干部具有较强的晋升和成功意识，但是他们的归属意识比一般员工差，很少有人愿意长期在同一个岗位上工作，大多倾向于去高工资的岗位[5](p160□162)□

四、结论

华人大型企业之所以家族色彩浓厚，不仅仅是因为华人企业对家族经营有特殊的偏好，这只是现象的表层；更深层的原因是因为在一般信任较低和法制很不完善的环境下，聘请专业经理人的代理成本太大，相反启用有血缘关系的家族成员能够有效防范机会主义行为和降低代理成本。当然，华人企业家也非常重视启用专业经理人来帮助发展家族事业，不过那些能被委以管理重任的非家族成员通常是一些与主要所有者关系密切和可信任的人，而且华人企业善于用“情”来加固与他们之间的关系。中国传统文化对华人企业的经理激励机制所产生的影响是多方面的，这种影响不仅涉及到精神层面的激励，而且还涉及到物质层面的激励。例如，对于担任经理职务的子女来说，不仅有来自家庭责任和情义的激励，还有来自对家庭财产继承的强大激励。在华人企业，往往是“关系”越密切、“感情”越深厚，物质激励的程度也越强烈。所以，无论是家族经理还是非家族经理，他们对家族利益都具有较高的“认同感”和“忠诚度”，能够较好地实行自我激励与约束，从而达到降低代理成本的目的。

然而，重视“关系”和“情”的激励作用，就难免不产生差别对待了，从而使外来经理人尤其中下层经理人员缺乏归属感和长期激励；同时，对“关系”和“情”的重视很容易导致“人治”现象，使管理制度难以规范化。尽管以血缘为基础的关系能在一定程度上降低代理成本，但它难以获得专业化管理收益，而且随着企业规模的扩大，关系变得更加复杂化，利用关系进行激励的作用就变得越来越有限，相反，关系的组织费用呈急剧递增趋势，因而不能支撑庞大的企业规模。所以，在竞争日益全球化的环境里，如果华人企业不甘愿当

配角的话，就应该对经理的激励与约束机制有所调整，不能过分依赖“关系”和“情”的激励作用，而要注重推进包括股权等制度化的激励措施。当然，这是一个艰难的过程，还需要整个社会的诚信建设和法制水平的提高。笔者认为，以上论述同样适合于我国民营企业，因为我国民营企业与海外华人企业具有相似的社会文化背景。

世界贸易组织的发展历程篇三

文章尝试把文化和当代经济学理论结合起来，论述了华人企业的经理激励与约束机制。作者认为华人企业对经理的激励与约束深受中国传统文化的影响，尤其是“关系”和“情”起了非常重要的激励作用，这不仅表现在精神层面，而且还表现在物质层面。无论是家族经理还是非家族经理，他们对家族利益都具有较高的“认同感”和“忠诚度”，能够较好地实行自我激励与约束，从而有效降低代理成本。但是，“关系”和“情”的潜在激励作用是有限的，不利于华人企业规模的大型化。

二战后，以港台和东盟五国为主体的海外华人企业在世界经济中迅速崛起，引起了国内外学者广泛的关注，已有不少文献对此做了描述和探索。这些对华人企业管理特点的研究，基本上都是从文化角度进行的，这也是当前中外学者较为普遍接受的看法。文化的作用无疑是重要的，它决定了人们的工作态度和工作方式，从而决定不同民族企业的管理模式。例如，“人际关系”在美国只是保健因素，但在东亚却成为激励因素，而且与日本人相比，对中国人具有更大的激励性。但是，笔者认为单纯从文化角度研究华人企业是不够的，还应把文化和当代经济学理论结合起来进行分析，从而推进对华人企业管理模式的研究。本文正是基于这一观点，对华人企业的经理激励与约束机制展开研究的。

一、华人企业的委托—代理问题

因经营权与所有权分离所产生的委托—代理问题最早是由伯利和米恩斯(1932)明确提出来的。委托—代理关系其实在古典企业中就已经存在，但成为“问题”却是随着现代股份公司的产生而出现的，并随着股份公司的发展而严重起来。现代企业管理的主要内容之一就是如何对经理实施监控，设计良好的激励与约束机制降低经理的代理成本，从而确保企业管理的效率。关于欧美日企业对经理的激励与约束机制，已有不少论文进行过系统的研究和比较，但是对华人企业的经理激励与约束机制进行具体研究的文献却很少，也未引起足够的注意。之所以造成这种情况，是因为很多学者认为华人企业家族色彩浓厚，经营权与所有权仍未分离，基本上不存在委托—代理问题。华人企业固然具有浓厚的家族色彩，但对于大多数大型华人企业来说，经营权与所有权并非完全合一的，在高层经理中不仅启用了一些专业经理人，而且即使在家族经理人员中，也并非都是主要所有者，所以华人企业无疑是存在委托—代理问题的。

在当代欧美日发达国家，家族企业并没有占据优势地位，而是以中小企业为主。华人大型企业之所以家族色彩浓厚，无疑是中国家族主义文化的反映，但这不仅仅是因为华人企业对家族经营有特殊的偏好，而是因为在华人社会聘请专业经理人的代理成本太高，过高的代理成本使有益的合作化为泡影。委托—代理理论认为，经营权与所有权分离只是经理产生代理问题的前提条件，并不是充分条件。尽管委托人和代理人的效用函数不完全一致，但是如果信息是对称的，委托—代理也不会成为问题，因为这时委托人与代理人签订的将是完全契约，由此委托人可以“迫使”代理人选择委托人希望的行动。但是，现实的情况是委托人和代理人之间的信息是不对称的，代理人拥有委托人不可知的“私有信息”，双方签订的契约是不完全的，代理人往往可以采取机会主义行为增进个人效用，从而损害委托人的利益。为解决代理问题，委托人可以激励和监督代理人，以使其为自己的利益尽

力；同时代理人可以用一定的财产担保不侵害委托人的利益，否则以此给予补偿。即使如此，代理人的行动与使委托人效益最大化的行动仍会有差异，由此造成的委托人利益的损失被称为“剩余损失”。所以，詹森和麦克林认为代理成本包括以下三个部分：(1)委托人的监督成本；(2)代理人的担保成本；(3)剩余损失[1](p6)□由于一般信任较低以及法制极其薄弱，华人社会的契约具有更大的不完全性，从而导致严重的机会主义行为和很高的代理成本，而且所需的担保成本尤其大。尽管依据大数定律，家族成员的专业知识和管理能力一般要低于专业经理人，但是为了防范严重的机会主义行为，华人企业的最优选择只能是启用强有力的家庭信任，形成以家族成员为主的管理核心。相反，如果完全推行专业化管理，其结果由于代理成本过高，只能“望才兴叹”。某香港老板甚至直截了当地说：“我知道许多华人公司把自己的亲属放在非常关键的位置上，因为如果你是我的兄弟，你不可能带了我的钱逃走□”[2](p132)

尽管华人社会的代理成本很高，但并不意味所有的专业经理人都缺乏道德操守。其实，很多华人企业懂得聘请专业经理人的重要性，并寻求家族经营与专业化管理的平衡。我们发现，几乎所有知名的华人企业家都非常重视启用专业经理人，帮助自己创建和发展家族事业。例如，担任过台塑总经理的王金树、新光人寿总经理的吴家禄和盘谷银行总裁的黄闻波等，他们都曾经是知名的专业经理人。如果没有专业经理人的辛勤工作，华人企业也不可能得到发展壮大。但需要指出的是，能够升任高层经理的外来人员通常与主要所有者有业缘或地缘关系，他们是忠于企业的“资深职员”或“亲信”。尽管华人企业对外来专业经理人和家族经理人员的管理有相同的方面，比如说都重视“关系”和“情”的激励作用，但是在激励方法和措施上又有明显的差异，在中国传统文化的影响下，华人往往自觉不自觉地奉行差别对待的原则。所以，我们将分别论述华人企业对家族经理人员和非家族经理人员的`激励与约束机制。

二、对家族经理人员的激励与约束

对家族色彩浓厚的华人企业来说，我们首先要明确，需要激励的家族经理人员不是主要所有者，而是主要所有者的子女、女婿和兄弟等家族成员，他们还没有成为企业的重要股东。即使在子女任总经理的情况下，有时也不持有任何股份，因为按照中国的财产继承制度，父母家长一般是在年迈时或临终前把家庭财产平分给诸位儿子。总体上说，如下几个方面对家族经理人员能起到较好的激励与约束作用：

1．父家长权威有利于消除家族成员的意见分歧，约束机会主义行为，从而节约监督成本。在一般信任较低的华人社会，非家族成员普遍存有伺机跳槽的心态，企业所有者的监管虽然能起到一定的约束作用，但很容易招致他们的反感。相反，企业所有者对家族成员享有甚高的权威，子女一般都必须无条件地服从父亲的意志。当家族内部存在利益冲突和意见分歧的时候，家族成员因慑于家长权威往往会自觉压制自利动机，维持团结。即使父亲退出总经理宝座，甚至不担任董事长，他还是最高精神领袖，而且往往还是最高权力统领，对家族事业的发展起着重要的平衡作用。

2．家族内互通有无的氛围可以大量节约信息搜寻费用，提高决策效率。在信息不对称的条件下，搜寻信息是要花费成本的，而中国人“看人说话”的习惯更加重了信息搜集的难度。然而，在家族内，中国人有互通有无的传统，“一家人不说两家话”，家族成员之间能够做到倾心交谈，一般不容许有私人秘密，这无疑大大缓解了信息不对称的程度。

3．家庭利益至上的共同信念可以自觉抑制搭便车行为，提高政策的执行力度，减少监督和激励成本。企业管理是一种“团队工作”，管理绩效是经理层共同努力的结果。但是，管理活动是最难测度的，即使加强监督和报酬激励，也很难抑制搭便车行为。华人的行为取向是集体主义的，且更偏向于强烈的家庭集体主义，他们为家庭利益能够无私奉献和采

取集体一致行动，从而有效克服个体理性的偏差，使政策得以顺利贯彻执行。

4．家族内的声誉机制是一种无形资本，几乎大得可以超过担保成本，并可以激励家族成员努力工作。血缘关系是中国人际交往关系中的硬核，是剪不断的，可以说家族成员之间的交往耐心是足够大的。所以，不管在家庭中扮演何种角色，华人都非常注重个人在家族内的声誉，即使是盗窃犯也不太会在家族内进行偷盗和行骗。因此，家族内的声誉机制是一种无形资本，完全可以充当担保成本，从而减少代理成本。而且，华人做人的基本意义就在于通过干出成绩、振兴家业以提高自己在家族中的地位和声誉，所以“光宗耀祖”也就成为激励他们努力工作的动力。

5．家产继承的均分制犹如股票期权，是对子女最为强大的长期激励，可以大大减少剩余损失。与欧洲和日本实行长子继承制不同，中国实行家庭财产的诸子均分制。尽管均分制会导致家族分裂，但不失为一个非常有用的激励工具。华人企业对经理的报酬激励是比较保守的，报酬结构一般由基本薪资、奖金和福利三部分组成，很少有长期性的股权激励。然而，这种报酬结构并不影响对子女的长期激励，因为家产均分制有如股票期权，而且它设置的期限更长，10年、20年或者更多，这使公司的未来发展与他们的长期利益更加紧密相连。所以，作为准所有者，他们能够像主要所有者那样实行自我激励与约束。

6．华人家族内尤为看重的亲情关系也是一大激励。重情尤其是重血缘之情是中国人的性格，中国人珍视的父子之情、母子之情以及兄弟之情都是血缘之情。所谓“血浓于水”，可见华人对亲情的重视程度。虽然家族成员之间也存在利益冲突，甚至是争吵，但是亲情总是无法割舍的。所以，厚重的亲情使华人能够突破短期的成本—收益计算，面向长期的互惠，有时甚至是不计报酬的帮助和奉献。

7．职位的优先升迁对家族成员的激励也是不可忽视的。权力欲乃人的本性之一，而管理人员往往是权力欲望更强的人，职位对他们具有较大的激励作用。无论是企业所有者子女还是其他家族成员，到华人家族企业工作，一般都能获得一官半职。对那些能力强的家族成员，通常委以重任，升迁快；对能力较差的家族成员，通常也会给予适当的照顾。特别是那些非子女家族成员，职务对他们的激励作用要更大一些，不仅有权力欲望的满足，而且还可以得到高报酬和能力的锻炼，为他们今后的创业打好基础。

华人企业虽然不能很好地获得专业经理人带来的专业管理收益，但家族经理人员的尽心尽力足以弥补这一损失，使企业有更大的发展。灿坤集团负责人吴灿坤曾表示，当年他两度发生危机时，若主要干部不是家族成员，企业早就解体了。“经营之神”王永庆甚至指出，如果没有致力追求管理，那么越大众化，后果越可怕[3](p25)□所以，在某种意义上，有能力但不努力的经理比没有能力但努力的经理更糟糕[4](p24)□当然，华人企业已普遍认识到，在未来的商业竞争中，企业必须由受过专业训练的管理人才来领导，因此他们往往把自己的子女送到欧美各国的名牌大学去深造。这在很大程度上改善了华人企业的经营管理水平，不少新一代接班人做得非常出色，例如泰国正大集团、马来西亚丰隆集团、香港新鸿基以及远东集团等。

三、对非家族经理人员的激励与约束

虽然专业经理人在华人企业未能占主导地位，但华人企业仍然重视对高级专业经理人的激励。华人企业对非家族经理人员的激励与约束主要呈现如下四个特点：

1．比较重视能力和业绩表现。美国企业是重视能力和业绩的典型代表，这归因于美国以唯我为中心的个人主义。相比美国企业来说，华人企业的用人制度显然有重关系而轻能力之倾向，因为要保持家族控制就不可能很好地做到以能力为标

准。但是，相比日本和韩国企业来说，华人企业更加重视管理人员的能力和业绩表现，在干部中推崇美式的能力主义[5](p129-131)。特别是对外来管理人员更是如此。华人企业虽然也重视管理人员的忠诚意识，但并不像日本那样对他们有终身服务之要求。至于华人企业为什么更能引进美国业绩主义，这要从文化上探讨。华人的集体主义是偏向家庭集体主义的，但在家庭之外则表现出较强的个人主义，这一点接近美国的个人主义文化。因此，华人企业在尽量留住本企业关键管理者的同时，另一方面又能欣赏美式人才市场机制，认为只有不断到人才市场上去“买”最合适的管理者才是企业发展的最佳选择。无论是从内部提拔，还是从外部寻觅空降部队，华人企业一般都能做到以能力和业绩为主要标准，这就是中国人所说的“知人善任”。“知人善任”不仅是对专业经理人的莫大激励，而且还可以在企业内部形成经理市场，这对高层经理行为能起到约束作用。

2．权力距离大，授权有限。华人企业仍不习惯授权，董事长作为公司的领导人，通常由主要所有者担任。即使主要所有者不担任董事长，也会担任“名誉董事长”或“终身董事长”，成为幕后的掌门人。而且，主要所有者采取多重任职的方式，在集团内兼任多个公司的董事长，对整个集团实行层层控制。例如，李嘉诚不仅是长江实业的董事局主席兼总经理，而且还兼任和记黄埔和香港电灯等公司之主席。虽然很多人反感用人疑人的做法，但是到他们自己开设公司时，却又效法旧上司的家长式管理方法，忘却了自己正是为了摆脱这种诸多规限的企业文化而创业的[6]。何以出现这种情况呢?首先，在法制不健全和充满机会主义行为的华人社会，担保成本太大，也就是说人们的可信度比较低。如果授权太多或监督不力，显然会给企业带来更大的损失。所以，只有适当授权和加大监督才能减少代理成本，也只有把资产交给家人和亲信管理才是可信的。其次，华人重“权”的性格也决定了上司对下属的有限授权，而且授权模糊。因为一旦管理契约制度化，剩余控制权就会减少，这显然违背了华人习惯于自由使用权力的意志，构成对“家长权威”的挑战。有限

授权虽然不利于经理能力的发挥，造成剩余损失，但是在约束经理机会主义行为方面却是有效的。

3．以“情”加固私人关系。监督虽然可以减少代理人的担保成本，但同时也会带来可观的监督费用，比如建立庞大的保安、验货、审计、出纳、会计等制约和监督体系。我国著名的民营企业家刘永行对此有深刻的体认，他在参观美国一家饲料企业后发现，他们凭着契约信誉省去了许多监督环节的成本[7]。而且，有限授权和过度监督也会降低代理人的积极性。如何做到既授权又减少代理成本，同时维护所有者的权威，可以说是华人家族企业所面临的挑战。华人企业特别重视以“情”加固私人关系的方式，达到提高外来经理的忠诚度，以及激励他们努力工作。华人企业强调管理人员的能力并不意味轻视忠诚，甚至把忠诚作为第一考量，只是华人相信通过给予好处和用“情”感化的手段能够达到使他们忠诚的目的，因为中国传统文化在某种程度上是一种感恩文化。对于中国人来说，“关系”不是简单的业务关系，关系中包含“情”的成分，情可以促进关系的加深。有了情作为基础，关系之人便会着重于长期的互惠，而不太会因一时的得失采取机会主义行为，所以用“情”作为激励手段是华人企业的一大特色。连号称“铁锤”管理的王永庆也认为，“做任何事情都是经营，经营要懂管理，管理不外人情，人情便是管理”。王永庆曾创造过“五顾茅庐”的佳话，他的五次登门最终打动了丁瑞央的心，同意出任副总经理，为台塑此后的发展立下汗马功劳。这种以情收买人心的做法在华人社会是十分有效的，它减少了许多监督成本和担保成本，同时也维护了所有者的权威。

华人虽然把家族成员作为“家人”的硬核，但根据对家庭有利之需要常把一些“外人”拉进来当作“家人”看待，即以“荣誉家庭成员”[2](p290)的身份出现。在华人企业，被拉进来的“荣誉家庭成员”通常是那些对家族事业能起重要作用的高层经理人员。不管是通过何种关系进入“家人”圈，华人企业对他们都做到关怀备至、厚爱有加。比如说，每遇

不景气必须裁员之时，华人企业先裁遣低层人员，而把资深之高级经理人留下来共渡难关，体现以道义情份为重。与此相反，欧美国家企业在不景气时多数先裁遣高级职员，体现以效率与成本为重。在华人企业界，此般关系深厚正是专业经理人做事环境的最高境界，对他们不能不说是一种有效的激励。但值得指出的是，对于一般的经理人，即使他们能力强，华人企业通常会把他们当外人看待，以一种比较理性的态度对待他们。这种做法使中层管理人员难有上升的通道，故而他们离职他就或自行创业，导致企业经常处于中层干部的匮乏状态中[8]。

4．实行高薪报酬制度。薪酬虽然不是唯一的激励手段，但无论何时都是最重要的激励形式之一，因为它不仅是个人工作的回报，也代表对个人的能力和成就的肯定。美国崇尚个人英雄主义，注重经理能力和业绩表现，习惯以高薪进行激励。据美国经济政策研究所对全球ceo收入情况统计表明，美国ceo的薪酬是普通工人的34倍，欧洲大陆的ceo薪酬是普通工人的约20倍[9]。但在日本，大企业高级经理人的平均收入大约是普通职工的17倍。华人虽不像美国人那样崇尚个人主义，但相比日本表现出更浓的个人主义色彩，华人企业因此更加注重外来经理人的能力和业绩表现，通常以高薪激励高级经理人，从同行企业以高薪挖人也是华人企业惯用的手段。据1997年的调查显示，香港经理人的薪酬已超过东京的经理人，成为亚洲受薪最高的经理，甚至与美国公司ceo的年薪相差不多。对于那些忠心耿耿的高层经理，华人企业除给予优厚的薪金外，还会对他们进行额外的补偿，通常以年终派发“红包”的方式给予私下奖赏。另外，在福利方面，高层经理也能够享受优厚的汽车、住房、退休金和俱乐部会员资格等待遇。

从1980年代以来，欧美企业特别是美国企业开始注重经理的长期激励，基本薪资在整个收入所占的比重越来越小，而股票期权的收入所占比重越来越大，逐渐实现高级管理层向所

有者转化。据统计，目前世界500大企业中至少有89%实行了股票期权，日本企业也在积极推行股票期权制度，如索尼、日本电气等上市公司实行了股票期权。但是，华人企业由于要保持家族控股地位，对实行股权激励仍相当保守。所以，专业经理人尤其是中下层经理在华人企业中难以成为有归属的所有者，除非“跳槽”另立门户。日本学者原口俊道在台调查发现，尽管企业的管理干部具有较强的晋升和成功意识，但是他们的归属意识比一般员工差，很少有人愿意长期在同一个岗位上工作，大多倾向于去高工资的岗位[5](p160□162)□

四、结论

华人大型企业之所以家族色彩浓厚，不仅仅是因为华人企业对家族经营有特殊的偏好，这只是现象的表层；更深层的原因是因为在一般信任较低和法制很不完善的环境下，聘请专业经理人的代理成本太大，相反启用有血缘关系的家族成员能够有效防范机会主义行为和降低代理成本。当然，华人企业家也非常重视启用专业经理人来帮助发展家族事业，不过那些能被委以管理重任的非家族成员通常是一些与主要所有者关系密切和可信任的人，而且华人企业善于用“情”来加固与他们之间的关系。中国传统文化对华人企业的经理激励机制所产生的影响是多方面的，这种影响不仅涉及到精神层面的激励，而且还涉及到物质层面的激励。例如，对于担任经理职务的子女来说，不仅有来自家庭责任和情义的激励，还有来自对家庭财产继承的强大激励。在华人企业，往往是“关系”越密切、“感情”越深厚，物质激励的程度也越强烈。所以，无论是家族经理还是非家族经理，他们对家族利益都具有较高的“认同感”和“忠诚度”，能够较好地实行自我激励与约束，从而达到降低代理成本的目的。

然而，重视“关系”和“情”的激励作用，就难免不产生差别对待了，从而使外来经理人尤其中下层经理人员缺乏归属感和长期激励；同时，对“关系”和“情”的重视很容易导致“人治”现象，使管理制度难以规范化。尽管以血缘为基础

的关系能在一定程度上降低代理成本，但它难以获得专业化管理收益，而且随着企业规模的扩大，关系变得更加复杂化，利用关系进行激励的作用就变得越来越有限，相反，关系的组织费用呈急剧递增趋势，因而不能支撑庞大的企业规模。所以，在竞争日益全球化的环境里，如果华人企业不甘愿当配角的话，就应该对经理的激励与约束机制有所调整，不能过分依赖“关系”和“情”的激励作用，而要注重推进包括股权等制度化的激励措施。当然，这是一个艰难的过程，还需要整个社会的诚信建设和法制水平的提高。笔者认为，以上论述同样适合于我国民营企业，因为我国民营企业与海外华人企业具有相似的社会文化背景。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

世界贸易组织的发展历程篇四

1农业生产经营的集中整合力度和对农产品市场的需求匹配程度不够

农产品的市场集中程度，取决于农民的组织化水平。产业经济学常常用某一企业产值总额占全行业的比重来判断产业集中度。就全国来看，甘肃省农产品集中度较高的是粮食、油

料、水果，其余都小于1；就省内来看，底甘肃省共有农户457.14万户，真正通过各种经济组织走向市场的农户还不到20.0%，并且主要集中在河西地区。这就意味着甘肃农业生产经营是由400多万小农独立、分散进行，大部分农产品是由独立、分散的农户通过个体行为向市场提供的，大部分农产品的市场集中度几乎为零。因此，就农产品供给市场来看，甘肃是一个典型的完全竞争市场。

2初级的农民联合体普遍存在

为了逐步体现个体农户的广泛性，个体农户的互联及资源的整合显得尤为重要，从调剂农具余缺、换工协作、共同购买农业机械到各种经济联合，农民的自发组织过程一直在发挥作用。但这个基本都是通过亲属、地域等基本社交网络为主要途径组织起来的，并非正规的农民自组织。非常灵活，在必要时通过口头协商联合起来，在不需要时随时解散，没有注册，没有组织场所与组织机构，组织成本很小，非常容易产生，所以几乎遍地都有。这种组织在甘肃农村分布广泛，功能单一，缺乏明确的运作流程，可靠性有待提高；公众认知度不高；主要作用主要是其组织内部的互动，覆盖面较小，市场导向能力较弱等。总之，这是一种十分原始的初级组织形式。随着农业市场化水平的提升，对非正规组织向正规组织的过度，起到了催化作用，部分联合体经过注册发展成为农民协会，并开始起草协会章程，强化对社员行为的约束，职责明确，管理正规。但整体来说并没有发生较大范围演变的迹象，即使部分演变为各种协会，但协会的正规化程度依然比较低，很大程度上还没有脱离初级农民联合体的母胎。

3产业特征初步显现

目前，产业特征已经初步显现，但从整体看，发展水平依旧较低，组织化与规模化的.程度还需要提高。以农民为主的经济组织和“公司+农户”的市场主导型组织，要实现较高水平的发展，基本是围绕某核心产业的生产销售而形成的。目前，

甘肃省农业产业化经营主要体现的是特色产业及区域优势，例如，种植、畜牧、土豆、中药材、种子饲料草产业等。农民经济组织都集中在优势明显的领域，并建立了相应的生产基地。如甘肃省河西地区位于黑河、石羊河流域，光照充足，地势平坦，适合种子培育，当地制种业已成为全省规模最大、组织化程度最高的农业产业。，全国玉米制种大幅度减产，而甘肃保持了23733.3hm2的制种面积，产种1.2亿kg□调出近1.0亿kg□成为玉米杂交种调出第一大省。甘肃省河西地区，多家规模较大的种子公司近年来通过各种渠道联结到近15万户农户，经过公司与农户间的不断合作经营，形成了较稳定的“公司+合作社+农户”组织形式。例如：甘肃省马铃薯由原来农民解决温饱的自我消费品现如今变成了市场消费品，20马铃薯交易量达到300多万t□居全国第三。甘肃省也是高原夏菜的主要产地，围绕马铃薯和高原夏菜等生产和销售，也形成了一些专业的协会或合作社。目前，全省已建成各类专用农产品生产基地接近666666.7hm2□占全省农作物种植面积的20.0%。虽然这些领域的组织化、规模化、市场化程度有了一定的发展，但和山东、浙江等东部发达省区相比较，差距依然很大，特色产业发展水平不高，更多的还处在初级阶段，发展空间相对较大。除这些领域之外，甘肃省其余各领域的生产基本处于分散化的小农经营状态。

4省内各地区农民经济组织分布和农业产业化水平极不平衡

按照地域划分，农民经济组织大部分集中在农业生产条件较好，农业产业具备一定优势的沿黄灌区、内陆河流域等区域。其农业产业化水平相对较高。对554户样本农户的调查结果表明，农民经济组织水平较高的地区是河西地区。此外，定西地区通过政府大规模动员组建了一些专业协会，但有相当部分有名无实。根据农民经济组织的发育状态基本上可将全省分为三种区域类型。第一种是河西走廊灌溉农业区及沿黄灌区。由于这些区域农业发展条件较为优越，农业市场化程度高，农业产业化和农民经济组织有了一定程度的发展，是甘

肃省农业发展水平最高的地区。第二种是已经解决温饱正在奔向小康的地区，如白银、定西、天水、平凉、庆阳等地的一些区域，农民已解决温饱，发展的核心问题已转变为如何增加农民收入。农民经济组织需要坚实的农业产业作为基础，但受限于自身条件，农民经济组织的主要形式目前还是非正规的联合体或协作体。第三种是刚刚解决温饱但依然比较脆弱的地区。这些地区以农户的自给自足占主导地位，维持生存是农业经营的基本目标，农民市场经济组织几乎没有发育，农户之间的关系也仅仅限于最原始的合伙。这些地区资源匮乏，自然环境恶劣，硬件条件较差，市场化管理水平较低，个体农户最大的要求主要集中在对水、电、路等公共产品供给和生产生活条件的改善方面，从而决定了社区合作经济组织的主导地位。

世界贸易组织的发展历程篇五

一、中国开征遗产税的现状

新中国成立后，由于国民经济一片萧条，所以遗产税仅仅是作为一个税种而存在，并没有开征。在后来的三次重大税制改革中，遗产税都没有被列入计划，时至今日，是否开征遗产税仍是我国社会各界争辩的焦点。

随着经济的发展，国力的增强，人民生活水平的提高及相应家庭资产的增加，中国在是否开征遗产税的问题上出现了分歧。首先是主流派认为中国开征遗产税的有利条件是：由于国民经济的持快速增长，个人拥有的资产也随之大量增加；有比较丰富的国际国内经验可供借鉴；公民的税法观念意识在不断的增强，依法纳税的人群也在不断地壮大；中国税务机关的征收管理能力不断的提高；中国法制的逐步完善有助于遗产税的开征；国家对于开征遗产税给予了很大的重视和支持。

也有人认为我国开征遗产税有着很多不利的条件：中国经济

不很发达，可以征收的财产和纳税人十分有限；中国拥有□k!il财产的人和他们的财产都很分散，谈及遗产税为时尚早；许多公民的依法纳税意识不强；中国目前没有健全的财产登记制度、财产评估制度和个人收入财产监控体系；税务机关对税源的控制能力十分有限，由此会导致收入很低成本很高；担心开征遗产税会影响国民经济的发展并导致居民的投资积极性下降、畸形消费和资本外流；中国税务机关的征管能力有限；担心开征遗产税的税收成本高，税收收入少；担心财产税制的不健全会影响遗产税的开征。

由此可见，虽然中国目前开征遗产税是有很大阻力的，但是我们目前正在将不利的条件逐个突破，遗产税的开征还是指日可待的。

二、中国开征遗产税的必要性和可行性分析

对于开征遗产税的问题不能简单地从遗产税的性质上分析可行陛和必要性，而要综合考虑经济发展水平，居民个人收入水平，税制建设的需要和税收征管水平等因素，才能确定我国是否有开征遗产税的基础和必要性。

i□中国开征遗产税的必要性

(1)开征遗产税是中国经济发展的客观要求。国家的经济实力不断增强，居民的个人收入水平大大提高，而国民经济的发展和个人收入的大幅增长及个^财产的增加是开征遗产税的前提条件。只有个人的资产达到一定的规模以后才会有遗产税存在的基础。

(2)开征遗产税可以对个人收入再分配起到调节作用。遗产税是调节个人收入的一种有效手段，通过开征遗产税，不但可以对个人收入再分配起到调节作用，而且可以和其他调节收入的税种相互配合，互为补充。

(3)开征遗产税是完善中国税制的客观要求，也是与国际接轨的需要。遗产税作为国际上一种通行的税种，用实践证明了遗产税在调节社会财富的`分配，缓减贫富悬殊的矛盾，平衡社会公众心理等方面能起到积极的作用。中国税制发展的目标之一就是实现与国际税收惯例接轨，其中包括建立健全遗产税制。

2．中国开征遗产税的可行性分析

从目前我国的实际情况来看，我国开征遗产税的条件已经具备，在我国开征遗产税是可行的。

(1)中国开征遗产税的条件已经具备。一般衡量一个国家是否有条件开征遗产税，按照世界各国开征遗产税与赠与税的标准，应有三个条件：首先，人均gdp的水平；其次，居民储蓄水平的发展程度，若储蓄发展水平很低，那么遗产税与赠与税的开征实际是没有价值的；第三，高收入阶层在储蓄水平里所占的比重是多少，其衡量之一是银行指标，另一个就是基尼系数。对照中国经济发展的宏观态势，开征遗产税的条件方面来看可行性主要体现在国民经济持续健康快速发展，居民个人收入水平大幅度提高，居民储蓄水平稳定增长，高收入阶层迅速形成，收入分化加大。中国目前的基尼系数达到了0．432，已经超越了国际警戒线，调节收入是迫切问题。

三、中国开征遗产税的税制建构

结合中外遗产税制的各方面经验，针对我国的现实情况，现在从以下方面简要建议我国遗产税制。

1．遗产税与赠与税的相互配合使用

从国外遗产税的实践来看，通常采取遗产税与赠与税配合使用的方式，以弥补遗产税征收过程中的漏洞。从我国的情况看，出于征收管理上的需要，在考虑到还有很多公民的纳税

意识不强，也有必要在开征遗产税的同时开征赠与税。只有同时设立遗产税与赠与税，才能保持税收制度的完整性和管理的严格性。

2．税制模式的选择

借鉴各国(地区)实行的遗产税制度，可以选择的遗产税制模式有三种：总遗产税制、分遗产税制和混合遗产税制。

从中国的实际来看，为了便于征收管理，并考虑到我国家庭财产共有性比较强，遗产分配多在家庭内部进行，税源稳定，但是隐蔽，税务机关控管能力有限的实际情况，中国的遗产税制应当从简，这样有利于加强税源控制，降低税收成本，提高征管效率。因此，可以考虑参照美国、英国等地的作法实行总遗产税制，以财产的继承人受遗赠人为纳税人，以遗嘱执行人或者遗产管理人为扣缴义务人，如果没有遗嘱执行人或者管理人，则由遗产的继承人、受遗赠人直接缴纳遗产税。