

<<中国上市公司企业家能力指数报告>>

图书基本信息

书名：<<中国上市公司企业家能力指数报告>>

13位ISBN编号：9787514125887

10位ISBN编号：7514125884

出版时间：2012-12

出版时间：高明华、等 经济科学出版社 (2012-12出版)

作者：高明华

页数：438

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国上市公司企业家能力指数报告>>

内容概要

《中国公司治理分类指数报告4：中国上市公司企业家能力指数报告（2012）》主要内容和特色体现在五个方面：（1）国际首创，首次以指数形式对中国企业家能力进行评价；（2）首次全样本评估中国上市公司CEO的能力水平，这对于促进职业化经理人市场发育、规范资本市场和高管行为意义重大；（3）首次从人力资本、关系网络能力、社会责任能力和战略领导能力四个方面分项评估中国上市公司CEO的能力水平；（4）首次从行业、所有制、地区、上市板块等多角度、全方位剖析中国上市公司CEO能力水平及其影响因素；（5）数据来源全部是CEO及所在公司和监管机构的各种公开数据，不包括任何主观判断因素，具有客观性、透明性和真实性，指数具有可连续性和可重复性。

作者简介

高明华，男，1966年8月生，教授，博士生导师。

南开大学经济学博士，北京大学经济学博士后，入选教育部“新世纪优秀人才支持计划”和北京市“新世纪社科理论人才百人工程”。

先后就职于南开大学、北京大学和中国银行总行。

现为北京师范大学公司治理与企业发展研究中心主任，北京师范大学经济与工商管理学院副院长，公司治理研究所所长，兼任中国经济改革研究基金会国民经济研究所研究员，中国社会科学院民营经济研究中心研究员，清华大学政治经济学研究中心高级研究员、南开大学公司治理研究中心学术委员、中央财经大学中国发展和改革研究院研究员、中国社会科学院研究生院政府政策与公共管理系学位委员会委员等职务。

曾主持和参与各类研究课题近40项，独立、合作出版著作译作36部，发表论文和研究报告200余篇。相关研究成果（包括合作）曾获第十届和第十一届孙冶方经济科学奖、国家级教学成果二等奖、北京市第六届和第八届哲学社会科学优秀成果二等奖和一等奖、天津市第五届和第八届哲学社会科学优秀成果二等奖和一等奖。

代表性著作主要有：《权利配置与企业效率》（专著，1999）、《公司治理：理论演进与实证分析——兼论中国公司治理改革》（专著，2001）、《完善公司董事会》（译著，2008）、《公司治理学》（专著，2009）、《中国上市公司高管薪酬指数报告（2009）》（专著，2010）、《中国上市公司信息披露指数报告（2010）》（专著，2010）、《中国上市公司高管薪酬指数报告（2011）》（专著，2011）、《中国上市公司财务治理指数报告（2011）》（专著，2011）、《中国上市公司信息披露指数报告（2012）》（专著，2012）。

主编《治理译丛》，其中，主译《政府公司的法人治理》（2010）、《治理公司：全球化时代的规制和公司治理》（2011）。

主要研究方向：公司治理、企业理论、转型经济、国有资产监管与运营、企业发展战略等。

书籍目录

导论 第1章 企业家能力的理论基础及构成要素 1.1 企业家能力理论研究 1.1.1 经济学理论 1.1.2 创新理论 1.1.3 人力资本理论 1.2 企业家能力衡量指标体系的构成要素 1.2.1 基于企业家能力构成的角度进行测量 1.2.2 基于企业家人力资本的角度进行测量 1.3 既有研究的不足 第2章 企业家能力指数评价范围及方法 2.1 企业家能力指数评价样本和指标体系 2.1.1 评价对象的界定 2.1.2 企业家能力指数评价样本 2.1.3 企业家能力指数指标体系 2.1.4 企业家能力指标计分方法 2.2 企业家能力指数计算方法 2.3 企业家能力指数影响因素 2.3.1 个人层面因素 2.3.2 企业层面因素 2.3.3 环境因素 第3章 企业家能力指数排名及比较 3.1 企业家能力指数总体排名 3.1.1 企业家能力指数总体分布 3.1.2 企业家能力指数排名 3.2 分地区企业家能力指数比较 3.2.1 区域间上市企业家能力指数比较 3.2.2 省份间上市公司企业家能力指数比较 3.3 分行业企业家能力指数比较 3.4 分所有制企业家能力指数比较 3.5 ST公司企业家能力指数比较 3.6 不同证券板块企业家能力指数比较 第4章 企业家能力分项指数排名及比较 4.1 企业家能力分项指数总体情况 4.2 企业家人力资本指数排名及比较 4.2.1 企业家人力资本指数总体比较 4.2.2 分地区企业家人力资本指数比较 4.2.3 分行业企业家人力资本指数比较 4.2.4 分所有制企业家人力资本指数比较 4.2.5 其他维度企业家人力资本指数比较 4.3 企业家关系网络能力指数排名及比较 4.3.1 企业家关系网络能力指数总体比较 4.3.2 分地区企业家关系网络能力指数比较 4.3.3 分行业企业家关系网络能力指数比较 4.3.4 分所有制企业家关系网络能力指数比较 4.3.5 其他维度企业家关系网络能力指数比较 4.4 企业家社会责任能力指数排名及比较 4.4.1 企业家社会责任指数总体比较 4.4.2 分地区企业家社会责任能力指数比较 4.4.3 分行业企业家社会责任能力指数比较 4.4.4 分所有制企业家社会责任能力指数比较 4.4.5 其他维度企业家社会责任能力指数比较 4.5 企业家战略领导能力指数排名及比较 4.5.1 企业家战略领导能力指数总体比较 4.5.2 分地区企业家战略领导能力指数比较 4.5.3 分行业企业家战略领导能力指数比较 4.5.4 分所有制企业家战略领导能力指数比较 4.5.5 其他维度企业家战略领导能力指数比较 第5章 企业家能力指数影响因素及实证分析 5.1 企业家能力分项指标的相关性 5.2 企业家能力影响因素与研究假设 5.2.1 企业基本因素与研究假设 5.2.2 企业治理因素与研究假设 5.2.3 企业绩效因素与研究假设 5.2.4 CEO个人因素与研究假设 5.3 企业家能力影响因素与企业家能力指数 5.3.1 企业基本因素与企业家能力指数 5.3.2 企业治理因素与企业家能力指数 5.3.3 企业绩效因素与企业家能力指数 5.3.4 CEO个人因素与企业家能力指数 5.4 总体指数多元回归分析 5.5 分项指数多元回归分析 第6章 企业家能力、市场结构与经营绩效 6.1 理论分析与研究假设 6.2 研究设计 6.2.1 模型设定与变量定义 6.2.2 研究样本和数据来源 6.3 实证检验 6.3.1 描述性统计 6.3.2 回归分析 6.3.3 稳健性检验 第7章 企业家能力、产权性质与技术创新 7.1 理论分析与研究假设 7.2 研究设计 7.2.1 模型设定 7.2.2 变量定义 7.2.3 研究样本和数据来源 7.3 实证检验 7.3.1 描述性统计 7.3.2 回归分析 第8章 企业家能力、产权性质与投资效率 8.1 文献回顾 8.1.1 企业家背景特征与投资效率 8.1.2 企业家能力、产权性质与投资效率 8.2 理论分析与研究假设 8.3 研究设计 8.3.1 模型设定 8.3.2 变量定义 8.3.3 研究样本和数据来源 8.4 实证检验 8.4.1 描述性统计 8.4.2 回归分析 第9章 企业家能力、融资约束与信息披露 9.1 理论分析与研究假设 9.2 研究设计 9.2.1 模型设定 9.2.2 变量定义 9.2.3 研究样本和数据来源 9.3 实证检验 9.3.1 描述性统计 9.3.2 相关性分析 9.3.3 回归分析 第10章 企业家能力、高管薪酬与在职消费 10.1 理论分析与研究假设 10.2 研究设计 10.2.1 模型设定 10.2.2 变量定义 10.2.3 研究样本和数据来源 10.3 实证检验 10.3.1 描述性统计 10.3.2 相关性分析 10.3.3 回归分析 第11章 企业家能力案例分析 11.1 伊利潘刚：积极网罗社会资源，勇于承担社会责任 11.1.1 案例回顾 11.1.2 案例解读 11.1.3 案例启示 11.2 羽翼下的CEO：财富传承与企业家能力 11.2.1 传承类型 11.2.2 青年群体及其表现 11.2.3 漫长的行程 11.2.4 案例启示 第12章 主要结论及政策建议 12.1 主要结论 12.1.1 关于企业家能力指数排名的分析 12.1.2 关于企业家能力分项指数排名的分析 12.1.3 关于企业家能力指数影响因素的分析 12.1.4 关于企业家能力指数有效性的分析 12.2 提高企业家能力水平的几点建议 12.2.1 激活企业家人力资本 12.2.2 培育企业家关系网络能力 12.2.3 巩固企业家社会责任能力 12.2.4 提升企业家战略领导能力 附表I 2011年中国上市公司企业家能力指数排名 附表 2011年中国分地区上市公司企业家能力指数排名 附表 2011年中国分行业上市公司企业家能力指数排名 附表 2011年中国分所有制上市公司企业家能力指数排名 附表V 2011年中国创业板上市公司企业家能力指数排名 参考文献 后记

章节摘录

版权页：插图：2.社会责任：钓而不纲，弋不射宿 作为中国最大乳品企业领导者，潘刚长期以来致力于追求领导企业可持续发展，实现行业共赢稳健、和谐发展；作为中国乳品行业第一位倡导“绿色产业链”战略的企业家，潘刚倡导整个行业“绿色”全链条建设，构筑起了一条涵盖乳业上、中、下游平衡稳健发展的“绿色产业链”，有效降低了各环节能耗，将奶源建设、包装材料、生产销售等产业链上的多个链条、多种利益体，以一种有机、可持续发展的模式整合起来，帮助奶农改变粗放的生产方式，保护牧场；与包材合作伙伴一起，持续探索可再生资源的使用，最终为消费者提供健康、有机的乳品。

潘刚提出：“社会公益不是短期行为，企业真正要承担社会责任，应该把社会责任融入企业发展战略”，并切实体现在伊利的战略及日常管理中。

伊利率先在中国商界启用企业“社会责任应急预案”，在重大自然灾害中，是多次第一个将救灾物资送到灾区的企业，为中国企业公益救助树立了标杆。

在2007年夏季召开的达沃斯论坛上，潘刚正式提出自己首创的绿色领导力理念，被与会专家普遍视为中国企业界“未来十年最令人期待的变化”。

绿色领导力可以归结为“三个绿色观”，即实现企业的绿色生产、倡导顾客的绿色消费、追求品牌的绿色发展。

具体来说，伊利坚持的原则，就是要尊重和保护环境，追求安全和健康，不对资源进行掠夺式开发，充分尊重所有相关合作伙伴的长远利益，以实现大家共同的可持续发展。

潘刚认为：“中国企业发展一定要坚持一个原则：不可‘涸泽而渔，杀鸡取卵’。

孔子主张‘钓而不纲，弋不射宿’，这个意思就是说捕鱼不用大网而用钓竿，打鸟不打树上的鸟窝。

几千年前，我们的先祖就拥有这样可持续发展的闪光思想，这真是非常了不起的！

那么我们今天同样强调，绝不为了短期利益，对任何资源做掠夺式开发，给国人塑造白色的健康，给后代留下绿色的世界。

”多年来，“自己出钱支持公益事业，已经成为伊利的一种文化，一个习惯，大家都在自觉地去。做。

”从累计的资金和实物上统计，伊利投入在公益事业上的资金达6亿多元。

每遇自然灾害，伊利总会向灾区人民伸出援助之手；每年投入大量资金支持内蒙古地区的文化体育事业；在全国建了很多宏志班，支持上不起学的中小学生完成学业；资助贫困大学生，等等。

为此，伊利在潘刚的率领下启动了大型奥运公益活动“蒲公英计划”，寓意让爱心像蒲公英一样撒播全中国。

按照计划，从2008年北京奥运会开始，在以后每四年一届的奥运会中，中国代表团每夺得一枚金牌，伊利就向伊利梦想基金注入资金20万元，用于青少年教育和发展事业。

编辑推荐

《中国上市公司企业家能力指数报告(2012)》由经济科学出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>