

“去家族化”背景下美的公司股权激励实施效果研究

伍思

重庆缙悦旅游开发有限公司

DOI:10.12238/ej.v7i8.1806

[摘要] 纵观全球,家族企业是比较常见的企业组织形态,在我国市场经济发展的过程中也有着极为重要的影响,是国民经济的重要组成部分。世界经济总是在显性或隐形的动荡,中国经济也随之不断变动,唯有适应变化,进行变革,才能长期稳定的发展。早期家族企业以其强大的凝聚力推动企业发展壮大,但随着经济的高速发展,家族企业不再适应现代市场经济的发展,种种弊端不断暴露出来,显示出去家族化的必要性。股权激励具有完善公司治理、激励优秀人才、快速扩张企业等作用,常常作为去家族化的重要手段。本文以股权激励作为切入点,分析美的公司去家族化后股权激励实施方案和动机,通过财务和非财务指标分析其实施效果,提出建议,最后得出相应的结论。

[关键词] 股权激励; 去家族化; 美的集团

中图分类号: F276.6 **文献标识码:** A

Research on implementation effect of equity incentive in Midea Company under the background of "de-family"

Si Wu

Chongqing Jinyue Tourism development Co.,LTD

[Abstract] Throughout the world, the family business is a relatively common business organization form, in our country market economy development process also has a very important impact, is an important part of the national economy. The world economy is always in the explicit or invisible turbulence, China's economy is also constantly changing, only adapt to the changes, carry out changes, in order to long-term stable development. Early family business with its strong cohesion to promote the development and growth of enterprises, but with the rapid development of economy, family business no longer adapt to the development of modern market economy, a variety of drawbacks continue to expose, showing the necessity of family. Equity incentive plays an important role in improving corporate governance, motivating outstanding talents, and rapidly expanding enterprises, and is often used as an important means to de-family. Taking equity incentive as the starting point, this paper analyzes the implementation plan and motivation of equity incentive after the de-family-oriented Midea company, analyzes its implementation effect through financial and non-financial indicators, puts forward suggestions, and finally draws corresponding conclusions

[Key words] equity incentive; De-family; Midea Group

引言

中国家族企业作为具有强大生命力的民营企业,以其强大的凝聚力,在改革开放时期发挥了极其重要的作用,但随着现代经济的不断发展,家族企业不再适应现代社会,将面对更多艰巨的考验。家族企业通过去家族化的方式,进行变革,使之成为现代化企业。在去家族化的动态过程中,必然会出现所有权和经营权相分离的委托-代理关系。而股权激励作为去家族化的重要手段,通过给出公司一部分股权来激励高管或核心人员,使其参与公司决策,共同承担风险,与公司同进退,可以有效的解决去家

族化过程中产生的一系列问题。

1 美的公司去家族化过程与股权激励方案相关内容

1.1 去家族化的过程

美的集团由何享健于1968年,创建于广东省顺德,业务板块遍布200多个国家和地区。1993年,“美的电器”在深交所上市,实现了我国首例从乡镇企业到上市公司的改制和跃升。

1996年,何享健聘请新的职业经理人,进行分权于放权,开启“去家族化”道路。

1997年,美的罕见地出现业绩下滑,何享健逐渐意识到传统

表 1.1 美的公司股权激励方案具体内容

激励模式	时间	激励数量 /万股	行权价格 /元	激励 人数	激励对象	激励 期限	行权条件
股票 期权	2014年	4051.2	48.79	691	公司董事中 高级管理人员及 业务骨干	5年	净利润增长不低于上年的15%；净资产收益率不 低于20%，归属于上市公司股东的净利润及扣除 非经常性损益的净利润不能为负，且均不能低于 授予日前最近三个会计年度的平均水平；
	2015年	8430	31.54	738			
	2016年	12753	21.35	931	中基层管理 人员及业务技 术骨干人员	4年	净利润不低于前三个会计年度的平均水平
	2017年	9898.2	33.72	1476		6年	
	2018年	6208	57.54	1341			
	2019年	4724	54.17	1150		4年	净利润不低于前两个会计年度平均水平
	2020年	6526	52.02	1425			
	2021年	8248	82.98	1901		5年	
	2022年	10779.1	54.61	2815			净资产收益率不低于前两个会计年度加权平均
限制性 股票	2017年	2424	16.86	140	董事、高管及其 其他管理人员	4年	净利润不低于前三个会计年度的平均水平
	2018年	2501	28.77	344	高级管理 人员及 其他核 心人 员	6年	
	2019年	3035	27.09	451		4年	净利润不低于前二个会计年度的平均水平
	2020年	3418	26.01	520			
	2021年	1057	41.49	147		净资产收益率不低于前二个会计年度加权平均	
	2022年	1245	26.47	197			

数据来源：美的集团 2014—2022 年发布的股权激励公告。

表 1.2 美的公司股权激励方案具体内容

激励模式	时间	计提的持股计划专项基金	存续期	激励人数	激励对象	业绩考核条件
全球 合伙人持 股	2015年	1.15 亿	6年	31	核心管理 人员	加权平均净资产收益率不低于20% (其中2015年 归属母公司所有者的净利润增长率较上年不低 于15%)
	2016年	0.81 亿		15		
	2017年	0.99 亿		15		
	2018年	1.83 亿		20		
	2019年	1.86 亿		16		
	2020年	1.84 亿		17		
	2021年	2.01 亿	15	不低于前两个会计年度的平均水平		
	2022年	2.12 亿	5年			15
事业 合伙人持 股	2018年	9785 万	4年	50	核心管理 人员	加权平均净资产收益率不低于20%
	2019年	9300 万		45		
	2020年	9750 万		46		净利润不低于前两个会计年度平均水平
	2021年	16421 万		44		
	2022年	15909 万		55		

数据来源：美的集团 2015—2022 年发布的股权激励公告。

的家族企业、创始人的“个人英雄主义”早已不适应现代经济环境,只有寻求创新,全方位对企业管理体制进行改革,才能打破传统家族企业存在的问题,为企业寻求新的生命。1997年,美的结束了垂直管理模式,改为分层的治理结构,分别设置了空调、电饭煲、小家电、风扇和电视机五个事业部,为企业培养了一批以方洪波为首的优秀管理人才,引入MBO改变公司所有权及股权结构,使集团更加符合现代化的运作。公司产权改制结束时,何享健彻底控制美的集团,拥有30.68%的股权。何享健为保障美的公司的长远发展,引入职业经理人,培养了一批具有专业能力的职业经理人。美的公司通过增发股份的方式,引进了珠海荣睿、鼎晖投资等外部投资者,形成了管理层、外部投资者以及何氏家族共同持股的多元化股权结构。美的通过调整集团内的产业体系以及事业部的重组合并,吸收合并美的电器实现上市。上市之后,黄健、黄晓明等元老相继离开了美的集团,提拔了更多具有专业管理知识的人才作为企业的高级管理者。

2012年,方洪波担任集团董事长,美的集团完全走上了“去家族化”的道路。

1.2美的公司股权激励方案的内容

美的集团对企业管理结构进行了一系列的调整后,逐步实现去家族化,进而迈进现代企业的范畴,2013年通过换股吸收合并的方式在深交所重新上市,2014年引入股权激励制度。美的集团从单一的股权激励模式,至2017年开启混合的股权激励模式,始终在寻找更适合企业自身发展的激励方案。具体激励方案内容如表1.1、表1.2所示。

美的公司2014年-2016年为单一激励计划,2016年的激励人数相较于2014年增长了35%。2017年进入混合激励计划模式,2018年-2020年股票期权激励计划人数有所下降,但从混合模式的激励人数看,2017年-2022年激励人数相加后,分别为1616人、1685人、1601人、1945人、2048人、3012人,均保持在1600人以上,且人数在不断增长。单从限制性股票激励计划看,激励人数也在逐年增长。美的集团股权激励对象在不断变化,从公司董事、中高级管理人员及其他业务骨干,到其他核心管理人员,涉及对象愈发多样。美的集团的业绩考核条件愈发严格,起初单单针对净利润有所要求,后期采用加权平均净利润为标准进行考核,考核标准更加细化。美的公司逐年不断调整股权激励计划的具体实施方案,逐渐形成了更加科学合理有效,适应本公司生长的一套股权激励架构。

2 美的公司实施股权激励方案动因及实施效果

2.1股权激励方案的动因分析

股权激励不应是生硬的搬用其他企业的激励计划,而是制定符合企业自身发展战略的激励政策,针对企业不同阶段,不同部门、不同背景、不同时期、不同对象,有针对性的进行不同的激励计划。基于此,对美的集团2014年-2022年,去家族化阶段的股权激励进行分析。

2.1.1激励对象角度分析

美的2014年开启单一的股票期权激励模式,激励人数为693人,到2016年,激励人数增加了238人。2017-2022年为股票期权和限制性股票相结合的混合模式。这一时期激励人数增长幅度较大。股票期权和限制性股票激励对象,起初为董事及高管,到后期新增了中基层管理人员、业务骨干以及核心人员。全球合伙人持股和事业合伙人持股激励对象都为核心管理人员,计提的专项基金总体呈上涨趋势。股权激励是将个人利益和公司利益相捆绑,通过员工为自己谋取福利的利益取向,激发员工的能力,与企业共同承担风险,获得收益。美的集团不断拓展员工激励的对象和激励人数,加强了企业和不同部门人员的联系,激发员工的工作积极性,间接吸引了更多优秀人才,而合理的股权激励框架模式,能够促进企业长期向好发展。

2.1.2行权期限角度分析

美的公司实施的股权激励计划的有效期限均在四年以上。2014年至2019年的行权方式,采用等比例分次行权,2020年开始以20%、30%、50%逐渐上涨的比例分次行权。行权比例的扩大,有利于维持股权激励的活力,不断调动员工的工作积极性。每期的股票期权激励的等待期都为自授予日起的12个月。美的采用较短的等待期,更利于快速调动员工的积极性。员工通过努力,达成股权激励要求的绩效,并在短期内获得收益。减短付出与回报的时间差距,让员工快速获取收益,能够获取员工的信任,明白激励计划并不是空谈,能够为自己真正获取利益,才能从根本上刺激员工的工作动力。

2.1.3行权条件角度分析

美的的行权条件随着美的股权激励的实施,不断完善。首先是股票期权激励计划。2015年,由于家电行业加大对品质的提高,因此2016年美的针对此形势,提升了评价标准,更加贴近个人业绩的考核。例如:个人的考核结果是“一般”,那么他就不能得到全部的授予,只能得到其中的65%。由此可知,想要使用自身的权利,就必须提升个人业绩考核的完成质量。2020年起,限制性股票激励计划行权条件为净利润必须不低于前两个会计年度平均水平。针对业务部门,提高到更具体的四个层次绩效评估。融资的成本以及投资的风险与经营业绩标准以及股票价格相关。针对全球合伙人计划,首期规定归属母公司股东盈利增速比2014年提高15个百分点,每年的加权平均净资产收益率应不低于20%。之后,美的集团归属标的股票额度,不仅与财务指标相关,也涉及个人的业绩考核,提升了企业、单位和个人三个层面的绩效评估合理性。美的集团全球合伙人计划最初行权条件要求加权平均净资产回报率应不低于20%。2021年,又提高了公司层面、部门层面和个人层面的要求。美的集团通过不断完善行权条件,使员工为公司获取的利益和员工自身利益联系更加紧密。由此,员工从意识上明白,企业的发展与自身获益为共同体,付出与回报成正比,方能形成企业与员工的捆绑。

2.2美的公司股权激励实施效果分析

2.2.1财务指标分析

表 2.1 美的公司 2018 年-2022 年主要财务指标

指标	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
流动比率(次)	1.40	1.50	1.31	1.12	1.27
速动比率(次)	1.18	1.28	1.14	0.91	1.04
资产负债率(%)	64.94	64.40	65.53	65.25	64.05
产权比率	2.06	1.91	2.01	2.03	1.89
应收账款周转率(次)	14.07	14.62	13.65	14.33	13.01
存货周转率(次)	6.37	6.38	6.83	6.87	5.67
总资产周转率(次)	1.02	0.99	0.86	0.92	0.85
总资产报酬率(%)	9.36	10.89	9.96	9.37	8.17
净资产收益率(%)	25.66	26.43	24.95	24.09	22.21
成本费用利润率(%)	9.54	10.54	11.14	9.70	10.02

数据来源: 美的集团财务报表。

表 2.2 美的集团 2018 年-2022 年超额收益率、累计超额收益率情况

事件窗口	2018 年		2019 年		2020 年		2021 年		2022 年	
	AR (%)	CAR (%)	AR (%)	CAR (%)	AR (%)	CAR (%)	AR (%)	CAR (%)	AR (%)	CAR (%)
-5	-3.52	-4.30	1.37	0.48	1.66	2.92	3.22	-1.71	2.37	4.25
-4	-3.97	-8.27	0.08	0.55	1.24	4.16	-3.55	-5.27	-4.42	-0.18
-3	-1.43	-9.70	-0.34	0.22	-1.12	3.04	0.46	-4.80	-1.64	-1.82
-2	2.33	-7.37	1.49	1.71	0.26	3.30	-0.17	-4.97	0.51	-1.31
-1	-3.01	-10.38	1.72	3.43	0.87	4.17	1.69	-3.28	3.62	2.32
0	-3.26	-13.64	-1.95	1.48	1.30	5.48	-3.75	-7.03	2.57	4.88
1	0.16	-13.48	0.21	1.68	-0.34	5.14	-1.40	-8.44	1.13	6.01
2	1.38	-12.10	-0.57	1.12	-0.13	5.02	-0.90	-9.34	-2.81	3.20
3	-3.21	-15.31	1.50	2.62	3.34	8.35	3.97	-5.37	-0.91	2.29
4	1.24	-14.07	-2.43	0.19	1.37	9.72	-0.05	-5.42	-1.60	0.69
5	-0.43	-14.49	5.86	6.05	1.65	11.37	-2.28	-7.69	-1.57	-0.88

数据来源: 巨潮资讯

通过表 2.1 前四项指标对美的集团偿债能力进行分析。2019 年流动比率相较于 2018 年增长了 7.14%，说明企业短期偿债能力有所增强。而 2020 年-2022 年流动比率有下降趋势，可能是美的集团受疫情影响，导致企业财务负担加重。速动比率由 2018 年的 1.18 增长至 1.28 后，到 2021 年下降至 0.91 又开始增长，说明企业

具有良好的调节能力，短期财务较为安全。企业在进行股权激励前的几年，流动比率接近 1.00，速动比率低于 1.00，说明股权激励有利于增强美的公司的偿债能力。资产负债率先上升后下降，说明企业财务结构较为稳定。产权比率从 2018 年的 2.06 到 2019 年，下降了 7.28%，到 2021 年上涨 6.29% 后，到 2022 年又下降了

1.4. 说明企业的长期偿债能力在增强。在2011年之前美的产权比率高于4.00。综上,美的集团的股权激励能够刺激美的集团的偿债能力。

通过表2.1第五至七项指标对美的集团营运能力进行分析。2018年-2022年,应收账款周转率在14附近起伏不定,但始终保持在13.00以上,相较于股权激励前2012年的10.29,应收账款周转率得到了改善。而存货周转率的波动更小,且都保持在标准值以上,说明企业有一定的变现能力。总资产收益率由2018年的1.02,下降至2020年的0.86,2021年略微上涨后,又下降为2022年的0.85,但整体上高于正常指标。综上,美的集团的营运能力始终在标准值以上,在家电行业中处于较高位置,说明美的集团具有较强的盈利能力。

通过表2.1后三项指标对美的集团盈利能力进行分析。2019年总资产报酬率相较于2018年,上升1.53个百分点后,逐渐下降至2022年的8.17%,但2022年总资产报酬率高于行业平均水平,总体上看总资产报酬最高达到10.89,最低为8.17,其余为8以上,说明企业通过经营产生净利润的能力较强。净资产收益率由2018年的25.66%上涨至2019年的26.43%,逐渐下降至2022年的22.21%,虽略有下降,但始终保持在20%以上,高于行业平均标准,说明股东的权益回报率具有较高水平。成本利润率由2018年的9.54%,上升至2020年的11.14%,后下降又上升,总体上高于9.00%,高于股权激励前的7.73%,说明企业付出较少成本,获得了较高的利润。综上,股权激励计划能够刺激美的集团的盈利能力。

通过分析美的公司近五年关键财务指标的分析,总结可得去家族化背景下的股权激励,对美的集团的发展有正向的促进作用。

2.2.2 非财务指标分析——市场反应分析

本文选择以美的公司股权激励方案的预告公告日为时间日,以事件前后5天的交易日为窗口期,对美的市场反应进行分析。2018年,实施股权激励后,前两天AR均大于零,说明资本市场呈现出比较好的反应。但CAR为负数,说明市场对此股权激励计划持一定的怀疑态度。2019年股权激励计划实施第1天,AR为正值,总体上呈上升趋势,第五天为最大值5.86,说明市场反应态度持上升趋势。整个窗口CAR均大于零,激励计划后第5天,CAR达到6.05,说明相较于前一年,此次股权激励计划的市场反应更好。2020年股权激励计划后,AR仅两天低于零,而CAR持续呈上升趋势,说明市场持看好的态度。2021年股权激励计划当天,集团副总裁辞职,导致股价下跌,AR和CAR均下降至负数。后期AR呈上升趋势,说明企业采取了相应的措施,致使短期市场转而呈现积极反应。2022年,股权激励计划公布后,AR有所下降之后又上升,CAR后两天有上升趋势,且第2-4天为正数,说明市场依然持看好态度。

AR及CAR,在股权激励计划后都有较小的波动,但从整体上看,市场都呈积极向好的态度,说明美的集团的股权激励计划对公司起到了正向作用,有利于企业积极发展。美的集团需要不断完善股权激励计划,以应对内外部变化因素对公司股票的消极影响。

3 问题与对策建议

3.1 美的公司股权激励存在的问题

3.1.1 激励规模不科学

通过分析美的集团具体激励内容,发现美的集团激励对象目前为止仅涉及董事、业务技术骨干、中高层管理人员及核心管理人员,并未涉及核心业务人员、关键销售人员、一线员工等企业重要人员。这样的股权激励规模,存在着一定的缺陷,忽视了不同类型员工,皆有可能为企业创造不可替代的价值。业务人员,自身掌握着一定的人力资源,可以通过整合各个渠道的有利信息,提升企业的业绩。销售人员也能通过自身强有力知识储备和沟通能力,提高企业销售业绩。而一线员工是公司最基层的工作人员,是公司运营不可或缺的部分,对公司发展起着至关重要的作用。未被激励的员工,可能因为自身为企业创造价值,却得不到相应股权激励,转而选择进入其他企业工作,间接为同行业输送人才,最终导致人才流失,降低了企业竞争力。美的公司作为白色家电行业,更应重视业务和销售人员为企业业绩做出的贡献。美的公司不合理的股权激励规模,存在着一定的潜在危险,特别是针对美的公司这样的家电行业,需要较强的企业竞争能力,更应防微杜渐,才能保障企业长期稳定的发展。

3.1.2 激励机制不灵活

美的集团存在激励方式单一,业绩考核标准固化的问题。激励方式过于单一,不能满足员工真正的需要,则容易导致实际激励效果低于企业付出的激励成本。不同的员工拥有不同的才能,所涉及的专业领域也不同,而相对单一的股权激励方式,不利于员工充分发挥自己的特有才能。有可能导致,激励的内容不符合员工的需要,如研发型员工,需要的不仅是自身报酬的提高,更需要企业提供研发资金,而研发资金不仅能刺激研发人员的工作积极性,更与企业自身利益相关,正向的研发方向,有利于企业更好的发展。

美的集团业绩考核标准仅与净利润和净资产收益率相关,考核标准不够多元,难以随着内外部环境的变化,进行及时调整。通过股权激励内容可以发现,激励方案的行权价格过低,这样容易导致员工懈怠工作,行权价格过高,会导致员工丧失信心,无法努力工作,为企业创造价值。两种结果均会导致企业相关人力资本提升,降低股权激励的有效性,阻碍激励计划的继续执行。由此可知,美的集团的股权激励考核标准较易达到,不利于充分发挥股权激励的效能,造成资本和人力资源的浪费。

3.1.3 激励有效期不合理

根据美的集团的具体激励计划可知,股票期权的最长激励期限仅为6年,存在股票激励计划的有效期不够长的问题,从而企业有一定的潜在风险。较短的激励有效期,并不能达到稳定核心人才的作用,员工有可能在短期达到目标后,快速离职,此时的股票激励的效果更类似基本工资的作用。较长的激励有效期,则会导致员工不能及时获得利益,而失去耐心,对工作产生懈怠情绪,并且让想要进入该企业的人才,因为过长的行权有效期,望而却步。美的公司过短的行权有效期和行权等待期,降低了员工与企业的紧密度,没有形成稳定的核心管理结构,造成人才流失,还可能导致企业管理人员为个人自身利益,剑走偏锋等对企业不利的影 响事件的发生。美的集团股权激励计划已经实施了九年之久,但激励方案较2014年并没有较大的变动,依旧没有提高行权期限的关注度,没有平衡激励期限和激励效果,进而适当提高行权期限和行权等待期,增强股权激励的力度。

3.2 对策建议

3.2.1 调整股权激励规模

企业通过设置合理的激励规模,留住关键性人才,提高人力资源利用率。科学合理的股权激励规模,应当充分考虑企业中不同类型员工能够为企业创造的价值,根据其重要性和不可替代性,设置合理的股权激励比例,并赋予不同员工不同数量的股权。企业应当根据自身的实际情况,以及企业处于不同阶段股权激励的实施效果,进行深入的调查分析,制定出更加科学合理的激励规模,适当增加股权激励的对象、比例和数量;同时对已经纳入激励计划的人员,调整其激励方式,适当取消不再需要进行股权激励的人员。因此不同企业都应科学合理地设置股权激励的规模,提高股权激励发挥的效用。就美的公司而言,则应丰富股权激励对象的类型,留住更多有利于提升企业业绩的人才。同时,通过定期员工持股计划,让一线员工分享公司发展的成果,增加他们的获得感和归属感。美的应随着企业的不断壮大,及时调整股权激励的规模,赋予更多关键性员工一定数量的股权,方能留住人才,刺激其强大的潜力,增强企业的发展能力。

3.2.2 优化股权激励机制

企业为增强股权激励方式的灵活性,应根据员工的不同需求和能力水平,制定多元化的激励措施。针对报酬需求度高的员工,企业应增加他们的现金收入;针对创新能力突出的员工,企业应提供更多的研发项目,激发他们的创造能力。企业的部门和员工类型多种多样,因此股权激励方式也应当与之相适应,增加其全面性和多样性,使之更加灵活。

从激励内容看,美的股权激励的考核条件不够严格,行权价格过低,员工不付出过多努力,就能达到行权标准,从而影响激

励计划的持续实施。美的集团应优化股权激励行权条件的业绩考核标准,增加产品质量、销售业绩和市场占有率等考核标准,使之能够灵活应对企业内部或市场环境的变化。恰如其分的考核标准,应符合不同层级的激励对象,不仅能让各层级激励对象充分发挥自身能力,达到激励效果,也不会导致员工徇私舞弊,造成企业的损失。

3.2.3 延长激励有效期限

科学而合理的行权有效期和等待期,能够增强股票激励的强度,促进股票激励的有效性。设置股权激励的有效期,应当充分考虑员工实际需求,平衡行权期限与行权效果,适当调整长度,最终确定最佳行权期限和等待期。以防股票激励期限过长,使员工望而却步,导致激励计划作废;也防止激励期限过短,导致员工产生短视行为,如为了自身利益,而损害企业利益,最终造成激励成本和人力资源的浪费。美的公司应适当延长股权激励的等待期限及行权期限,如上一个行权期限结束时,本次激励计划已经开启。采取此措施,能够促使员工为自身长期利益考量,更加努力地为企业长期服务,而不会导致员工在短期内取得利益,就立即辞职的情况发生。延长等待期限和行权期限有助于减少企业核心人才的流失,降低企业相关成本,提高企业管理的稳定性,提高企业竞争能力。合理的行权期限才能真正发挥企业股权激励计划的效用,使员工真正树立主人翁意识,在工作时自然而然地将企业的发展放在第一位置,为企业的不断壮大努力拼搏。

4 结语

本文阐述了企业去家族化和股权激励内容,剖析了股权激励的激励对象、激励期限、行权条件及股权激励动因。并通过财务和非财务指标,分析股权激励实施效果,得出如下结论:美的公司实施股权激励计划后,盈利能力有所提高,逐渐平稳向好发展。发展能力受政策、市场环境变化影响,而出现不稳定现象,但总体来说美的公司引入股权激励计划后,发展能力保持着向好趋势。从非财务指标中市场反应看,2017年和2019年累计超额收益率的均值都为正值,表示市场对美的公司的股权激励计划持看好态度。总之,在去家族化背景下,对美的集团股权激励前后阶段进行纵向比较,发现股权激励后美的集团得到了更好的发展。

本文仅仅从理论方面,依据美的集团财务数据进行分析,并没有采取实证研究,存在着一定的局限性;加之篇幅较短,探讨深度不够;由于股权激励是一项长时间的计划,本文选取的数据量不够,也会影响实施效果分析的合理性,导致论文存在着一定的不足。未来研究方向将会针对所存在的缺陷,进一步完善不足,并对论文内容进行深化,阅读更多的文献材料,收集更加全面的数据,采用科学合理的论证方法。

本人期待借助此文的分析,对中国的民营企业“去家族化”股权激励研究领域,提供一些观点建议。

[参考文献]

- [1]张宇娇.去家族化背景下股权激励对财务绩效的影响研究[D].云南财经大学,2023.
- [2]秦健.云南白药股权激励对财务绩效的影响研究[D].云南财经大学,2023.
- [3]倪秋云.上市公司股权激励计划的长期股价效应研究[D].山东财经大学,2023.
- [4]毛颢焯.股权激励中的盈余管理后果研究[D].山西财经大学,2023.
- [5]杨空星.华帝股份股权激励方案实施效果分析[D].河北农业大学,2023.
- [6]李锐昌.家族企业传承中代际冲突的成因、类型及影响[J].管理案例研究与评论,2021,14(01):20-36.

作者简介:

伍思(1991--),女,汉族,重庆人,本科,研究方向:财务管理。