

信号传递视角下员工持股计划的激励逻辑与优化路径

员工持股计划(ESOP)作为现代企业重要的长期激励机制,近年来在A股上市公司中加速落地。2022年至2025年间,沪深两市实施员工持股计划的公司数量逐年攀升,覆盖行业从传统制造扩展至新能源、半导体、生物医药等新兴产业。然而,一份方案从公告到落地,究竟是在向市场传递“企业高增长”的积极信号,还是仅仅沦为一场资本游戏?本文从信号传递理论出发,解析员工持股计划的激励逻辑、效果评估与优化方向,为上市公司完善长期激励机制提供参考。

一、信号传递:员工持股计划的双向信息桥梁

信号传递理论由迈克尔·斯密斯提出,其核心观点是:在信息不对称的市场环境中,拥有信息优势的一方可以通过采取特定行动向信息劣势方传递关于自身真实质量的信号,从而降低逆向选择成本。

将这一理论引入员工持股计划的分析,可以从内外两个维度理解其激励优化机制。

第一,向外部资本市场传递信号。上市公司的管理层和核心员工掌握着企业未来盈利能力、技术研发进度等内部信息。当企业实施设定严格业绩考核目标的员工持股计划时,管理层和核心骨干需要用自有资金(或通过公司奖励基金)购买公司股票并锁定一定期限。这一

行为本身就是向外部投资者传递“看好公司未来发展前景”的积极信号。研究表明,盈利能力较强、股价被低估的企业更倾向于实施员工持股计划,其背后正是信号传递动机的驱动。

第二,向内部员工传递信号。持股计划的具体条款本身就是公司战略导向的信号载体。有挑战性的业绩目标向员工传递了公司追求卓越的决心;合理的行权条件和广泛的参与面,则传递了公司愿意与员工共享发展红利的诚意。这种内部信号的有效传递,能够统一管理层与员工的利益预期,形成组织凝聚力。

二、激励效果的双重验证

员工持股计划的激励效果,可以从外部市场反应和内部价值创造两个维度加以评估。

短期市场反应是检验信号接收效果的直观窗口。从大量A股上市公司的实践来看,实施员工持股计划的公司通常在公告窗口期内呈现出正向的累计异常收益率。当持股计划设置了明确且具有挑战性的业绩考核指标时,其信号传递的强度和市场的正向反馈往往更为显著。

内部价值创造效应则更为根本。员工持股计划是否真正激发了核心人才的积极性,最终要体现在人均创收和人均创利等效率指标上。从行业实践来看,实施员工持股计划的企业在计划落地后的1至3年内,人均创利水平通常出现明显跃升。即使在企业员工规模快速扩张的

背景下,有效的持股计划仍能推动人均效益指标持续改善。这说明,持股计划通过向内部传递积极信号,将员工利益与企业长远发展深度绑定,确实能够激发价值创造活力。

三、信号弱化的担忧

尽管员工持股计划在激励效果上总体正面,但从信号传递的视角审视当前A股市场的普遍实践,仍存在两个可能导致信号弱化的突出问题。

第一,业绩考核标准单一,信号维度不足。相当数量的上市公司将营业收入增速作为持股计划解锁的唯一或主要考核指标。这种以规模扩张为导向的指标虽然能够直观展现企业拓展市场份额的决心,但所传递的信息较为有限。外部投资者难以从单一的营收指标中判断企业的盈利质量、研发转化效率或资本回报能力。尤其当企业进入成熟期后,若仍仅关注规模指标而忽视净资产收益率、经济增加值(EVA)等质量维度,可能传递出“重规模、轻效益”的模糊信号,甚至引发市场对于为达标的短期冲动的担忧。

第二,锁定期偏短,长期激励效果不足。员工持股计划的本意是通过使员工持有公司股份,减少短视行为,维护企业的长期利益。然而,当前A股上市公司员工持股计划的锁定期普遍为1至3年,部分计划甚至在第三年即实现全部解锁。相较于欧美企业普遍设置的5至7年锁

定期,国内企业在持股期限上明显偏短。特别是对于采用“零成本”或低成本授予方式的计划,员工无需付出实质性成本即可获得激励股权,若锁定期较短,员工有可能在解锁后集中减持,不仅难以实现长期利益绑定,还可能向市场传递管理层套现离场负面信号。

四、优化方向

要让员工持股计划真正成为高质量发展的助推器,上市公司可从以下两方面优化信号体系。

第一,构建多维业绩考核的“信号矩阵”。在保留营收指标的基础上,应引入反映盈利质量的核心指标,如经济增加值(EVA)、净资产收益率等。对于技术密集型行业,还可将研发投入转化率、国产品市场渗透率以及ESG评级等纳入考核维度。通过复合型的业绩评价机制,企业能够向资本市场传递“既求规模,更求效益与创新”的完整信号,也有助于吸引注重长期价值的投资者。

第二,适当延长锁定期,强化长期主义承诺。建议上市公司将零成本或低成本持股计划的锁定期延长至5年或以上,并采用分期解锁模式,使核心员工利益与企业长期战略周期深度绑定。同时,应在方案中明确减持节奏的约束性条款,减少市场对短期套利的猜测,真正实现收益共享、风险共担的长期激励初衷。

五、结语

员工持股计划不仅是企业内部治理的工具,更是向资本市场和内部员工传递核心战略信息的重要载体。一份设计精良的持股计划,能够通过有约束力的业绩目标、合理的行权条件和适当的锁定期安排,向外界传递企业高质量发展的信心;而指标单一、期限偏短的方案,则可能因信号含混而削弱激励效果。对于正处于转型升级关键期的中国企业而言,将信号传递逻辑嵌入员工持股计划的设计之中,让每一份激励方案都成为传递信心的战略承诺,这不仅是对传统激励模式的超越,更是重塑市场信心、推动高质量发展的现实路径。

作者:宋婷婷(河北经贸大学)

参考文献

- [1]雍红艳,袁浩洋.“零成本”员工持股计划:共同富裕还是谋谁之利? [J].管理世界,2025,41(4):218-242.
[2]沈莹潇,刘洪彬.信心重塑视角下员工持股计划激励优化的探究——以格力电器为例[J].管理会计研究,2025(3):92-104.
[3]张会丽,江贻如,杨理钧.员工持股计划与企业绩效——基于企业生命周期视角[J].会计与经济研究,2025,39(3):97-114.

守住税收法定底线 厘清地方财税调控边界

构建全国统一大市场,统一税制、公平税负是打通要素流通堵点的关键支撑。分税制改革确立“中央统一领导、地方分级管理”的财税治理框架,允许地方在法律授权范围内出台配套财税举措适配区域发展。但基层财政收支压力、区域招商引资竞争,催生部分地方越权开展财税变通:擅自增设税收附加、突破法定税率、违规出台区域性税收返还政策,不仅触碰税收法定法律红线,还制造区域税负壁垒,破坏市场公平竞争秩序。依托宏观调控纵向分权理论与现行财税法律体系,清晰划定地方财税权限边界,平衡中央统筹与地方发展需求,是当下财税法治化建设的重要课题。

一、纵向分权理论定调

宏观财税调控权的纵向划分,是界定地方财税行为边界的底层逻辑,包含两大刚性准则。

其一,宏观调控权专属中央。财税调控调节国民经济总量、统筹全国收入分配、维护财政主权,属于全局性事务,宏观财税立法权归全国人大及其常委会,行政调控权归中央政府掌握。地方仅拥有区域微观经济调节权限,无权出台对冲、修改中央税制的政策。地方所有财

税调整,只能是中央宏观政策的落地细化,不能自主变通改造。

其二,集权为主、有限法定分权。我国财政配置以中央集权为核心,地方不天然拥有财税变通权力,全部调节权限均来自法律、行政法规明文授予,变通仅作为法定例外,不能普遍适用。法律未授权的财税增收、减免事项,地方不得以政府文件、规章自行扩权。

在此基础上,财税分权确立四项不可突破的法定原则。一是税收法定原则,2015年《立法法》确立税收法律保留制度,2023年修法,第十一条第六项进一步巩固该规则,税种设立、新增税种附加、税率设定只能由法律规定;《中华人民共和国税收征收管理法》明确,任何机关不得擅自调整税收开征、停征、减免,与上位法抵触的地方政策自始无效。二是统一领导与分级管理结合,地方自主调整必须以全国统一税制、宏观政策为前提,不能各行其是。三是权责清晰,财力均衡,中央通过转移支付弥补欠发达地区财力缺口,缓解地方增收压力,同时禁止地方财税政策拉大区域税负差距。四是授权法定原则,区域性财税改革试点、差异化税收举措必须取得上位法授权,地方无权自行开展税制试点。

二、合规门槛与合法调节渠道

地方承担产业扶持、生态治理、均衡公共服务等职能,法律并未完全收紧财税调节空间,一项财税政策想要合规,必须同时满足三个条件:拥有法律法规明确授权、内容与上位法冲突、贴合国家宏观调控导向,缺一不可。

当前地方合规财税调节分为四大类。第一,税收领域法定区间微调。《中华人民共和国资源税法》《中华人民共和国环境保护税法》授予省级政府幅度税率选择权,各地可结合本地资源、生态情况在法定区间内确定适用税额;针对伴生矿、尾矿等,法律列举情形下地方可自主实施税收减免;税务部门仅能优化征管流程,不能改动实体征税规则。第二,规范管理非税收入。政府性基金、行政事业收费执行全国统一项目目录,如地方教育附加严格依照法定标准征收,地方不得新增非税收费项目,也不能将收费变相等同于税收向企业摊派。第三,财政支出端自主调控,这是地方最灵活的调节手段。在人大批准预算内,地方可对符合国家导向的小微企业、绿色产业发放财政补贴;省级统筹中央转移支付,向基层、欠发达地区倾斜;经人大常委会审批后,还能调整预算支出结构,依靠财政补

贴、产业基金引导区域发展,不触碰税收法定红线。第四,中央专项授权改革试点。经全国人大常委会、国务院书面授权,地方可在限定范围、期限内开展水资源税等试点,试点规则不得突破税收法定核心要求,到期未立法确认则自动废止。

三、明确法律约束红线

地方财税调节超出授权范围即构成违规,按照违法轻重,是否存在审批豁免分为绝对禁止、相对禁止两类行为。

绝对禁止行为为无任何豁免空间,实施即违法。一是私设新税、新增税收附加,仅中央立法机关拥有征税创设权,地方出台产业、生态类附加税费一律无效,企业可拒绝缴纳,上级部门可撤销文件并追究相关人员。二是突破税法规定税率上下限征税,多征税款必须全额退还。

相对禁止行为并非完全不允许,但必须走完完整法定审批流程,未经审批实施即为违规。地方举债额度不得超出国务院划定限额,资金仅用于公益性建设;省以下财政收入划分、上调比例等重大体制调整,需完成人大备案;出台园区、产业差异化税收优惠,必须先开展公平竞争审查,且具备上位法支撑。

四、四维协同完善治理,从源头规范地方财税行为

想要平衡地方发展需求与全国税制统一,需从立法、审查、监督、财政保障四个维度构建长效约束。

第一,细化税法授权条款,增设地方权力负面清单。在资源税、环保税法中明确禁止叠加征税、增设附加,地方调整税率前,必须开展企业税负、市场公平专项评估,同步落实公平竞争审查。第二,建立财税文件双重事前审查机制。所有涉及税费、产业补贴的地方政策,同步开展税收法定合规审查、公平竞争审查,未通过双重审查的文件不得印发,从源头拦截违规政策出台。第三,强化中央常态化巡查与刚性追责。财政部、税务总局开展跨区域财税政策排查,重点整治资源型地区、产业园区违规优惠、乱收费;建立违规文件快速清理机制,细化财政违法处分细则,提高地方越权出台财税政策的违法成本。第四,拓宽地方合规财税政策渠道,重点整治资源型地区、产业园区违规优惠、乱收费;建立违规文件快速清理机制,细化财政违法处分细则,提高地方越权出台财税政策的违法成本。第四,拓宽地方合规财税政策渠道,重点整治资源型地区、产业园区违规优惠、乱收费;建立违规文件快速清理机制,细化财政违法处分细则,提高地方越权出台财税政策的违法成本。第四,拓宽地方合规财税政策渠道,重点整治资源型地区、产业园区违规优惠、乱收费;建立违规文件快速清理机制,细化财政违法处分细则,提高地方越权出台财税政策的违法成本。作者:宋宜璇(北方民族大学)

辅导员育人视域下大学生理性消费观培育路径研究

高校辅导员作为学生日常思想政治教育与管理工作的一线主体,是引导大学生树立正确“三观”的核心力量。伴随电商直播、分期付款、网红消费文化快速普及,当代大学生消费行为呈现冲动化、攀比化、超前透支等突出问题,非理性消费乱象频发。立足辅导员育人本职,厘清理性消费培育的现实价值,梳理当前培育工作现存短板,探索贴合学生群体的实操路径,对落实立德树人根本任务、护航青年健康成长具有现实意义。

一、辅导员主导培育大学生理性消费观的现实价值

(一)筑牢思想育人阵地,校正青年价值认知
辅导员与学生联系紧密,能够精准把握学生日常消费动态、心理变化与生活困境。依托班会、谈心谈话、宿舍走访等常态化育人渠道,及时剖析超前消费、攀比消费背后扭曲的价值逻辑,引导学生认清物质消费与精神追求的主次关系,抵御享乐主义、消费主义侵蚀,夯实思

政教育根基。

(二)化解校园风险隐患,维护校园稳定秩序
当前部分大学生深陷校园贷、网络分期、直播打赏等透支困境,极易引发心理焦虑、家庭矛盾甚至极端事件。辅导员靠前开展消费引导,可提前识别高消费风险学生,提前介入干预,从源头减少金融纠纷、心理危机,降低校园安全管理压力。

(三)健全全方位育人体系,提升思政工作实效

理性消费教育是劳动教育、财商教育、心理健康教育的融合载体。辅导员将消费观培育融入日常管理,打通课堂教育与课余引导的衔接断点,弥补高校财商教育课程不足的短板漏洞,推动育人工作从理论说教转向生活化、常态化引导。

二、辅导员开展理性消费培育的现实困境

(一)培育形式单一,教育浮于表面

多数辅导员仅依靠主题班会简单宣讲消费常识,内容枯燥、缺乏互动,未结合学生网购、短视频消费等真实场景开展案例剖析;谈心谈话多针对出现负债问题的学生,预防性引导缺失,存在“事前缺位、事后补救”的形式化问题。

(二)多方育人协同不足,教育合力薄弱
辅导员开展消费教育多为单独发力,未能联动专业课教师、后勤、家长、金融反诈部门形成协同机制。家校沟通频次不足,部分家长溺爱式供给加剧学生挥霍习惯;校园反诈、财商讲座等频次有限,无法持续强化学生理性消费意识。

(三)育人专业能力存在短板
部分辅导员缺乏系统财商、金融知识储备,面对网贷套路、虚假营销、消费心理等问题难以给出专业解读;对学生群体消费心理研究不足,难以精准区分攀比消费、冲动消费、从众消费等不同行为的成因,引导方式针对性不强。

三、辅导员育人视角下大学生理性消费观培育实践路径

(一)丰富日常育人场景,做实常态化前置引导

摒弃单一说教模式,依托宿舍座谈、短视频案例分享、消费账单对比、反诈情景剧等多样化形式开展教育;建立学生消费动态摸排机制,通过日常观察、班委反馈等方式及时发现学生大额透支、频繁借贷等异常行为,做到早提醒、早疏导,实现预防式育人。

(二)构建多方协同机制,凝聚消费教育合力
搭建家校协同沟通渠道,定期向家长反馈学生在校消费情况,引导家长树立科学生活费供给观念;联动学校保卫处、银行、司法所开展金融反诈专题宣讲;联合专业课教师将勤俭节约、理性消费理念融入课程思政,打通全员育人链条。

(三)强化辅导员专业储备,精准开展分层引导

学校定期组织辅导员开展财商知识、青年消费心理、校园金融风险处置专项培训,提升专业指导能力;针对家境优渥、低收入、易冲动消费等不同类型学生实施分层谈心,精准拆解消费误区,结合劳动实践、勤工助学活动让学生体会劳动价值,自觉克制非理性消费欲望。

四、结语

消费主义浪潮持续冲击高校育人环境,培育大学生理性消费观是辅导员落实立德树人工作的重要内容。高校辅导员需立立一线育人职责,正视当前消费教育形式单一、协同不足、专业能力薄弱等现实难题,持续丰富教育场景,联动多方育人力量,提升自身指导水平,以常态化、精准化、生活化的方式引导矫正青年消费行为,引导青年学生树立勤俭节约、量入为出、适度消费的健康观念,成长为三观端正、自律自强的新时代青年。

作者:高雪峰(华北理工大学人事处)

降赔减损视角下保险企业突围发展路径探析

当前保险行业正处于从规模扩张向质量提升的转型阶段,商业车险综合改革持续推进,非车险险报行合一政策全面落地,行业整体赔付压力持续加大。从经营现状来看,居高不下的赔付率直接影响保险企业的盈利水平和可持续发展能力,高成本、高赔付、低盈利的格局在多数保险企业中仍未得到根本改变。降赔减损是理赔精细化管理的核心环节,直接关系到保险企业的承保利润和赔付管控质量。本文针对当前行业执行层面的薄弱环节,提出保险企业实现突围发展的三条路径。

一、打通管理链条,实现降赔减损有效落地

降赔减损难以有效落地,根本原因在于管理链条存在断层。总公司层面多以指标和文件推进工作,制度内容以原则性要求为主,缺乏针

对一线场景的操作细则和争议处置口径。分公司只充当指标传递角色,没有将减损动作拆解到岗位和案件层面,也没有建立常态化的督导和抽检机制,各项要求在传递过程中不断被稀释。查勘人员和定损人员面对配件价格认定和维修工时核算等具体问题时,没有统一标准可以参照,只能凭经验自行处理。基层既要承担赔付指标又要背负投诉考核,面对客户和修理厂压力时缺乏后台政策支撑,放宽定损成为规避冲突的常见做法。减损工作缺乏正向激励,基层人员多做和少做之间看不到差异,坚持减损原则的动力因此不足。破解这一困局,需要总公司将策略下沉为标准动作,制定一线可直接执行的减损操作规范,明确配件价格标准和工时认定口径,给基层提供明确的作业依据。分公司层面需将减损指标拆解到人和案件,建立回溯追责机制,对明显放宽定损的行为纳入考核追责处理。

二、推进理赔流程线上化管控,压缩赔付水分

修理厂虚高报价和保险企业定损缺乏主导权,是赔付成本居高不下的直接原因之一。保险企业需要推进理赔管控从依赖人为判断转向平台化的系统管控。在配件管理环节,保险企业可以借助第三方风控平台,将受损配件通过平台推送给低故障维修服务商,并通过市场化报价判断配件能否修复,为理赔定损提供参考依据,从而压缩修理厂的报价空间。在物损管理环节,通过平台询价确定物资金额,委托中标服务商提供托底维修服务,可以减少受损方虚报工程量的情况。在人员伤亡案件管理环节,通过线上仲裁预约系统将争议案件推送至仲裁委员会调解,借助仲裁机构的公信力减少人员伤亡黄牛介入,防范二次诉讼风险。线上化管控对于中小保险企业尤为适用,通过与第三

方减损平台合作,可以在不大幅增加人力成本的前提下提升理赔管控能力,实现降本增效。

三、推动风险减量服务转型,降低源头赔付成本

传统模式下,保险企业的核心定位是事后赔偿,风险减量工作被视为附加环节。行业监管部门已明确要求推动行业从风险等量管理向风险减量服务转型,将防灾减损机制前置。在农业保险领域,部分保险企业依托卫星遥感和物联网监测为农业生产提供全周期风险管理服务,从源头减少灾害损失。在工商业财产保险领域,保险企业在仓储等场所部署智能报警设备,在风险发生之前进行干预。推进风险减量服务,需要保险企业持续投入专业人才,组建覆盖多行业的风控服务团队。另外,保险企业需要加强与消防、气象等政府部门的联动,将风险监测数据纳入协同共享,

推动保费优惠与客户安全水平提升之间形成正向机制。风险减量服务的推进,从长期来看也有助于保险企业积累客户风险数据,为后续承保定价和产品设计提供更可靠的依据。

四、结语

降赔减损是保险企业当前实现突围的核心抓手。保险企业需要从管理机制与理赔流程以及风险管理理念三个层面同步推进,打通从策略到基层执行的传导链条,借助线上化平台管控压缩赔付水分,将风险减量服务嵌入经营全流程,从而实现理赔质量和经营效益的协同提升。在行业竞争持续加剧的背景下,能够将降赔减损真正落实到每一个案件处理环节的保险企业,才有条件在经营压力中找到可持续的发展空间。

作者:翟娅娟(中国人寿财产保险股份有限公司洛阳市中心支公司)