

○ 主编寄语

移动互联网时代的
公司治理变革

移动互联网时代来临,技术网络、组织网络和社会网络深度融合,催生了互联网金融等新兴商业业态,在对传统治理造成冲击的同时也为公司治理提供了新的手段,启发了对新兴商业模式有效治理的思考。移动互联网时代的公司治理变革,主要表现在以下几个方面:

第一,公司治理成本降低,致使新的小股东、社群等积极治理主体应运而生。移动互联网时代“任何时间、任何地点、任何对象、任何信息、任何方式”的信息交流观念推动了原来没有能力、缺乏积极性的小股东通过网络投票甚至手机投票等方式参与治理,新的股东主体开始焕发活力;移动互联网使得由基于搜索来查找信息的方式变为精准信息推送,“影响型”朋友成为社交网络传播信息的重要节点,拉动移动互联网络群体及社会化媒体成为公司外部治理的重要主体。

第二,公司治理进入“大数据”时代,新的治理手段开始出现。社群等外部治理主体的广泛化倒逼,使得产品供给由卖方市场转向买方市场,他们的信息交流间接或直接影响着公司市值变化,而以往被冠以弱势之名的中小股东,在股东大会投票的关键环节往往成为“压死骆驼的最后一根稻草”。博客、微博、微信形成企业信息传播的“大数据”,相应地,潜在的顾客“声讨”与投资者意见也成为公司治理的“大数据”。收集这些数据,对潜在外部治理主体和投资者进行分析,有助于倡导“精准治理”,从而更好地适应顾客和投资者这两个“上帝”。

第三,公司治理权力重组,新的治理模式得到创新。移动互联网使得顾客群体、资金众筹变得大众化,进而使高科技网络组织的技术持有者拥有更多的话语权。而控制权对技术持有者至关重要,是技术能够自由流动、使用和发挥应有效果的保障。沿用“垂直化”治理模式,无法保证对技术持有者的有效激励,难以保持企业发展所需的持续动力。所以,对于网络组织来说,“垂直化”治理模式已经不再适用于移动互联网时代,需要调整以技术核心为主的管理层在治理链条中的位置,探索向“扁平化”治理模式发展创新。

第四,信息自披露和非官方披露得到强化,公司治理链的信息不对称得到弱化。移动终端的便捷性促进了信息的易得性与互动性,信息传播渠道增加成为上市公司信息披露的必要补充。这一方面有利于资本市场中的投资者更加快捷地掌握公司的信息,更加及时准确地投资;另一方面也有利于公司内部治理主体了解、共享公司信息,从而降低代理成本。于是,层层推进的信息披露方式得到改革,利益相关者之间的信息不对称得以弱化。

移动互联网时代的技术创新已经领先于管理创新,更领先于治理创新。为适应这一技术创新带来的治理变革,不仅要坚守治理思维,还要不断推动治理创新。如此,现代公司治理才会生机勃勃,向新的台阶迈越。

李维安