

美的集团股权激励对企业绩效的影响研究

易瑞莲

三峡大学经济与管理学院, 湖北 宜昌

收稿日期: 2024年7月13日; 录用日期: 2024年11月22日; 发布日期: 2024年11月29日

摘要

本文旨在研究股权激励对企业绩效的影响。首先, 通过阅读归纳国内外相关文献, 提出了股权激励、企业绩效的概念, 分析了股权激励对企业绩效的影响以及股权激励契约设计等方面的研究现状。接着以美的集团为例, 运用案例分析的方法, 对其现有的股权激励方案进行分析, 并研究股权激励对企业绩效的影响。研究表明, 股权激励可以激励员工的工作积极性和创造性, 提高企业的绩效, 但在具体实施中还需要注意激励方式、激励对象和激励期限等因素的合理配置。本文的研究结论有助于企业更好地理解股权激励对企业绩效的影响机制, 提高股权激励的有效性和实施效果。

关键词

股权激励, 企业绩效, 盈利能力, 营运能力

Research on the Influence of Equity Incentive on Corporate Performance in Midea Group

Ruilian Yi

School of Economics and Management, China Three Gorges University, Yichang Hubei

Received: Jul. 13th, 2024; accepted: Nov. 22nd, 2024; published: Nov. 29th, 2024

Abstract

This article aims to study the impact of equity incentives on enterprise performance. First of all, by reading and summarizing relevant literature at home and abroad, the concept of equity incentive and enterprise performance is put forward, and the impact of equity incentive on enterprise performance and the research status of equity incentive contract design are analyzed. Then the paper takes Midea Group as an example, uses the method of case analysis to analyze its existing equity

文章引用: 易瑞莲. 美的集团股权激励对企业绩效的影响研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 6589-6600.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1341901

incentive scheme, and studies the impact of equity incentive on enterprise performance. The research results show that equity incentives can motivate employees' enthusiasm and creativity, and improve the performance of the enterprise, but in the specific implementation, it is also necessary to pay attention to the reasonable allocation of factors such as incentive methods, incentive objects and incentive periods. The research conclusions of this paper will help enterprises better understand the impact mechanism of equity incentives on enterprise performance, and improve the effectiveness and implementation effect of equity incentives.

Keywords

Equity Incentive, Enterprise Performance, Profitability, Operating Capacity

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

二十世纪八十年代, 西方国家为了避免缴纳高额的企业所得税, 推出了股权激励计划。二十世纪九十年代引入中国, 万科成为中国股权激励制度的首位实施者, 之后便开启了漫长的探索与发展阶段。2005年, 我国在解决了股权分置问题, 进行试点并出台了一系列的政策之后, 国内大量企业开始注意到股权激励能够降低委托代理成本, 为公司带来更多的利益, 陆续开始实施股权激励计划。经过多年的研究发展, 从目前的研究文献中, 我们可以看出大量学者认为股权激励对企业绩效具有正向激励作用。然而, 也有研究认为股权激励可能存在负面影响, 例如引起员工之间的不公平感和不满意情绪, 降低企业的稳定性和长期发展。因此, 进一步探讨股权激励与公司业绩之间的关系, 无论在理论上还是在现实中都是非常有价值的。

家电行业在高速发展的同时面临着激烈的竞争, 近年来, 不少家电行业公司(诸如海信电器、国美电器、格力电器等)都实施了股权激励计划, 而美的集团作为其中之一, 截至 2023 年年报公布, 公司已推出了多种类型的股权激励计划。和其他企业相比, 美的集团独特的分层级股权激励模式更具丰富性与层次性, 能最大限度地发挥其在满足员工更高需求层次方面的作用, 针对不同类型的激励对象, 运用不同的激励方案, 因此取得的效果也较好。基于这样的背景, 本文选择美的集团的股权激励作为案例分析, 更具有可行性与代表性。

2. 文献综述

2.1. 国外研究综述

在国外的研究中, Ruonan Liu (2022)考察了 CEO 相对于 CFO 的增量股权激励和 CEO 的权力是否限制或加剧了 CFO 管理收益的股权激励。发现 CFO 的股权激励减轻了实际收益管理活动[1]。Mohamed A. Shabeeb Ali (2020)等人使用多元回归模型, 研究了 CEO 和 CFO 的股权激励与盈余管理的关系, 发现 CFO 股权激励与更高的盈余管理和收入有关[2]。

2.2. 国内研究综述

在我国, 万里霜(2021)认为股权激励能够降低代理成本从而提高企业绩效[3]。曹小武等(2021)认为股权激励能显著促进企业长期业绩的增长[4]。扶青等(2020)认为股权激励的强度、激励人数及高管占比都

会影响股权激励的效果[5]。在此基础上,王斌等(2022)发现目前中国上市公司股权激励强度普遍偏低,与证监会规定的股权激励比例不超过公司总股本的 10%还相距较远[6]。股权激励的有效性有待加强。并且从激励效果来看,陈文哲等(2022)认为提升企业绩效的条件是股权激励业绩考核指标严格、有效期长[7]。另外,封海燕(2020)认为实施股权激励能够促进企业研发[8]。胡景涛(2020)等认为员工股权激励有助于公司业绩的提升[9]。吴卫红等(2024)认为高管股权激励通过研发投入对创新产出有影响,核心员工股权激励通过研发投入转化影响创新产出[10]。辛珍珍(2023)和何静等(2022)通过研究美的集团股权激励方案,认为股权激励对于美的的绩效起到了正向促进作用,企业绩效保持向上稳定增长[11][12]。吴瑾晖(2021)、李长昌(2021)、李昕潼等(2021)认为虽然总体来说,美的集团实施股权激励计划后,企业的经营业绩得到了稳步提升,但是美的集团股权激励方法的制定上也存在着一定的不合理性。比如:行权条件门槛过低和股权激励较专注短期利益等[13]-[15]。在股权激励契约设计方面,方正(2020)认为要仔细考量企业内外环境再制定并选择最佳推出期。并且要挑选适当的激励方法及对象,要结合公司的财务情况及发展战略,根据公司历年的财务情况做出合适的行权条件,还要注意股权激励的异质性、长期性、制约性和平衡性,与市场环境相适应[16]。

2.3. 国内外研究述评

通过国内外相关文献中对股权激励的描述可知,总体来说,股权激励的实施降低了委托代理成本,对企业的业绩水平有正向促进作用,并且严格的股权激励行权条件和较长的激励有效期能够促进企业创新。国内目前实施股权激励的企业较多,但是也存在相应问题,在实施股权激励时,企业应充分考虑自身条件和外界环境,挑选适当的激励方法及对象,并根据公司的财务情况结合公司的具体情况去选择合适的行权条件,还要注意股权激励的异质性、长期性、制约性和平衡性等。只有不断调整股权激励计划,与企业自身和市场发展相适应,才能充分发挥股权激励的促进作用。

3. 研究方法和内容

3.1. 研究方法

本文拟采用以下方法进行相关研究:

- (1) 文献研究法:根据课题查阅互联网资料、期刊,能够了解企业的股权激励以及对企业绩效产生的影响的相关研究成果,再对文献进行总结归纳,从而全面地、正确地掌握企业实施股权激励的效果。
- (2) 案例分析法:本文通过对美的等国内家用电器公司的案例进行剖析,以了解该公司股权激励计划的执行现状,并对其执行效果进行分析,从而发现该公司在执行该计划过程中出现的问题。
- (3) 经验总结法:通过对美的集团实施的股权激励方案分析,总结适合美的集团进一步改进的相关建议,为研究提供理论性和经验性的支撑,使研究结果具有可行性。

3.2. 研究内容

根据查阅的资料,本文准备进行如下研究:首先介绍股权激励和公司业绩等有关的概念;再介绍美的集团的概况以及美的集团实施的四种股权激励方案并对股权激励方案进行分析;接着,再从财务方面分析美的集团股权激励对公司业绩的影响;最后根据以上相关内容的研究和分析,总结美的集团股权激励方案的实施效果,存在的一些潜在风险并针对性地提出建议。

4. 美的集团股权激励方案的实施现状分析

美的集团的第一个股权激励项目于 2014 年启动,其形式是股票期权。截至 2024 年年中,美的集团

实施了四类股权激励，共计 29 期，包括股票期权 9 期，限制性股票 7 期，全球合作伙伴 8 期，事业合伙人 5 期。(本文将对四类股权激励方案进行分析，主要分析股票期权方案。)

4.1. 股票期权激励计划

美的集团上市之后实施的第一期股权激励方案是股票期权，主要针对的是技术研究等业务骨干，激励研发制造人员，稳定企业的核心竞争力。以下是股票期权的具体实施情况：

Table 1. Stock option incentives of Midea Group
表 1. 美的集团股票期权激励情况

	第一期	第二期	第三期	第四期	第五期	第六期	第七期	第八期	第九期
实施时间	2014.02	2015.03	2016.05	2017.03	2018.03	2019.04	2020.04	2021.04	2022.04
有效期	5 年	5 年	5 年	4 年	6 年	6 年	4 年	5 年	5 年
激励人数	693	738	931	1476	1341	1150	1425	1901	2849
数量(万股)	4051	8430	12753	9898	6208	4724	6525	8248	10907.4
占股本总额	2.41%	2.00%	1.99%	1.53%	0.94%	0.72%	0.93%	1.17%	1.56%
行权价格 (元/股)	48.79	31.54	21.35	33.72	57.54	54.17	52.02	82.98	56.28
行权条件	每个行权期的净利润增长较上个年度 ≥ 15%，年度净资产收益率 ≥ 20%。	每个行权期的净利润增长较上个年度 ≥ 15%，年度净资产收益率 ≥ 20%。 激励对象前一年度考核得分在 B 级及以上，所在经营单位考评得分在 80 分及以上。	每个行权期的净利润不低于前三个会计年度的平均水平。	基于前面情形，激励对象在前一年度考核得分在 B 级及以上且所在经营单位层面业绩考核为“达标”的，全额参与行权；考核为“一般”的，65%可行权；考核为“较差”的，不可行权。	基于前面情形，激励对象在前一年度考核得分在 B 级及以上且所在经营单位层面业绩考核为“优秀”的，全额参与行权；考核为“合格”的，80%可行权；考核为“一般”的，65%可行权；考核为“较差”的，不可行权。				

见表 1，美的集团的行权价格总体呈现上升趋势，从第一期的 48.79 元/股到第九期的 56.28 元/股，股票的价格在 2021 年达到最高峰 82.98 元/股，2022 年有所下降，但是总体趋势良好。美的集团在执行的时候，还会对员工的数量进行调整，采取多种股权激励方式，同时进行，这样才能保证员工的覆盖范围。不仅如此，美的集团第一期股票期权的行权条件只对财务指标当中的净利润增长率和净资产收益率做出了要求，但是在之后的股票期权方案中，逐渐加入了对员工个人和所在经营单位的考核标准，第四期开始更是进一步细化了个人和单位考核要求，分为“一般”、“合格”和“优秀”，根据不同的业绩考核标准设定可行权比例。

见表 2，对比分析美的集团 9 期股票期权的激励人数以及激励对象，可以看出研发人员由 290 人增长到了 1033 人，增长幅度很大，而且研发人员和制造人员在激励人数中占有很大的比重，这说明了美的集团的股票期权着重激励公司的制造人员和研发人员。另外，股票期权的激励人数从第四期开始新增了品质人员，说明公司对企业产品研发以及产品质量十分重视。

见图 1，美的集团 2014~2023 年的研发支出不断增加，尤其在 2021 年和 2023 年，增长趋势十分明显，而同期的股票期权激励方案中，通过考核的人数中，研发人员的人数最多，其持有的可行权股票期权数量所占比例也最高。2014~2023 年美的集团的研发人员数量不断增加，这表明美的集团的股票期权激励方案在一定程度上对研发人才起到了吸引作用，充分发挥了股票期权对员工的激励作用。

Table 2. Number of incentive participants for Midea Group’s 8th phase stock option plan
表 2. 美的集团 8 期股票期权计划激励人数情况

	第一期	第二期	第三期	第四期	第五期	第六期	第七期	第八期	第九期
公司董事、高管	2	1	0	0	0	0	0	0	0
研发人员	290	123	349	568	604	455	556	735	1033
制造人员	193	275	220	321	190	200	268	334	427
营销人员	112	127	149	0	0	0	0	0	0
信息技术人员	0	48	55	0	0	0	0	0	0
品质人员	0	0	0	119	54	81	86	106	149
其他业务骨干	96	164	159	468	493	414	515	726	1240

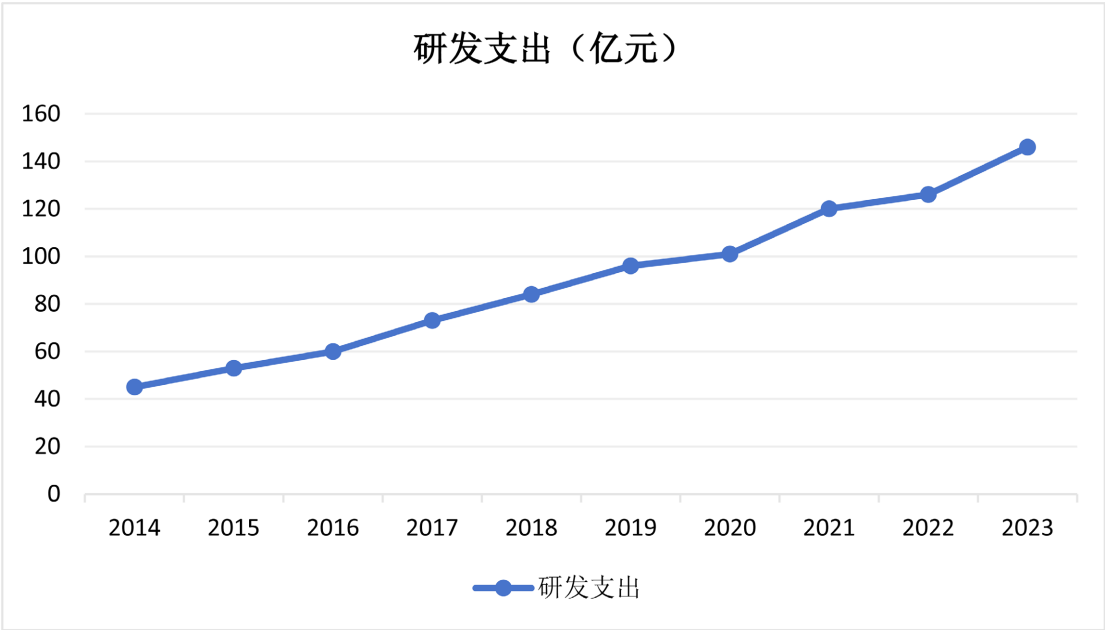


Figure 1. Trend of R&D expenditure changes in Midea Group from 2014 to 2023
图 1. 美的集团 2014-2023 研发支出变化趋势

4.2. 限制性股票激励计划

自 2017 年起，美的公司每年都会向中高层管理团队发放一次限制性股票，截至 2024 年中，美的公司共发放并执行了 7 次：

2017 年，美的集团为了适应“人机新世代”发展战略，进一步降低代理成本，激发员工的工作积极性，开始展开针对管理层的限制性股票激励计划。实施以来，美的集团的限制性股票激励方案激励人数不断增加，并且从第三期开始，覆盖层级中增加了中层管理人员和业务骨干。但是 2021 年美的集团的数字化转型取得了一定的成果，在一定程度上可以代替中层管理人员的部分职能。见表 3，随着公司发展，在 2023 年激励人数达到 416 人。美的集团相应地减少了对中层管理人员的激励，增加了对高层管理人员的激励。激励人数和股票数量也相对下降。除此之外，限制性股票的行权价格逐年提高，这也体现了美的集团这一系列的股权激励措施的实施增加了企业利润，拉高了公司的股价，促进了员工利益与公司利益的捆绑。

Table 3. Restricted stock incentive plan of Midea Group
表 3. 美的集团限制性股票激励计划情况

	第一期	第二期	第三期	第四期	第五期	第六期	第七期
实施时间	2017.03	2018.03	2019.04	2020.04	2021.04	2022.04	2023.04
覆盖层级	高层管理人员及其他管理人员	高层管理人员及其他管理人员	中高层管理人员，业务骨干	中高层管理人员，业务骨干	高层管理人员及其他管理人员	高层管理人员及其他核心人员	公司核心研发人才及其他核心人员
激励人数	140	344	451	520	147	199	416
股票数量(万股)	2979	2501	3035	3418	1057	1263	1837.5
占股本总额	0.46%	0.34%	0.46%	0.49%	0.15%	0.18%	0.26%
授予价格	16.86 元	27.57 元	27.09 元	26.01 元	41.49 元	28.14 元	28.39 元
限售期	12 个月	24 个月	24 个月	12 个月	24 个月	24 个月	12 个月
	行权年度净利润不低于前三个会计年度平均水平；个人业绩考核和所在经营单位业绩考核均达标按 100%授予，所在经营单位考核为“一般”按 65%授予。			行权年度净利润不低于前三个会计年度平均水平；个人业绩考核在 B 级及以上，所在经营单位业绩考核为“优秀”按 100%授予，“合格”按 80%授予，“一般”按 65%授予。			个人业绩考核在 B 级及以上，所在经营单位业绩考核为“优秀”按 100%授予，“良好”按 90%授予，“合格”按 80%授予“较差”的不解除。

4.3. 合伙人持股计划

合伙人持股计划包括全球合伙人持股计划和事业合伙人持股计划。美的集团从 2015 年至 2024 年年中，共开展 8 个阶段的全球合伙人持股计划。并从 2018 年开始进一步实施事业合伙人持股计划。现将其详细内容汇总如下：

Table 4. Global partner shareholding plan of Midea Group
表 4. 美的集团全球合伙人持股计划情况

	第一期	第二期	第三期	第四期	第五期	第六期	第七期	第八期
实施时间	2015.03	2016.03	2017.03	2018.03	2019.04	2020.04	2021.04	2022.04
激励人数	31	15	15	20	16	17	15	15
专项资金(亿元)	1.15	0.805	0.99	1.83	1.858	1.841	2.015	2.122
存续期(年)	5	4	4	4	4	4	4	5
购入均价(元/股)	34.85	30.69	34.77	54.98	49.79	52.04	82.7	56.28
归属期	2016.4~2018.4	2017.4~2019.4	2018.5~2020.5	2019.5~2021.5	2020.5~2022.5	2021.5~2023.5	2022.5~2024.5	2023.5~2025.5
归属比例	各期占 1/3	40%、30%、30%	40%、30%、30%	2021 年一次性归属	2022 年一次性归属	40%、30%、30%	40%、30%、30%	40%、30%、30%

续表

归属锁定期	24 个月	2019 年统一解锁	2020 年统一解锁	2021 年统一解锁	2022 年统一解锁	2023 年统一解锁	2024 年统一解锁	2025 年统一解锁
行权条件	归母净利润增长率 $\geq 15\%$ ；加权平均净资产收益率 $\geq 20\%$	加权平均净资产收益率 $\geq 20\%$	加权平均净资产收益率 $\geq 20\%$	加权平均净资产收益率 $\geq 20\%$	加权平均净资产收益率 $\geq 20\%$	各归属期归属母公司净利润 $\geq$ 前两个会计年度平均水平；个人考核结果在 B 级以上	归属期归属母公司净利润 $\geq$ 前两个会计年度平均水平的 110%；个人考核结果在 B 级以上	归属考核期内 2022 年和 2023 年加权平均净资产收益率不低于 20%及 2024 年加权平均净资产收益率不低于 18%；个人考核结果在 B 级以上

Table 5. Shareholding plan of Midea Group’s business partners
表 5. 美的集团事业合伙人持股计划情况

	第一期	第二期	第三期	第四期	第五期
实施时间	2018.03	2019.04	2020.04	2021.04	2022.04
持股计划资金额	9785 万元	9300 万元	9750 万元	1.6421 亿元	1.5909 亿元
占净利润比例	0.53%	0.46%	0.40%	0.60%	0.56%
锁定期	12 个月				
存续期	4 年				5 年
业绩考核标准	年度加权净资产收益率 $\geq 20\%$ 。	归属考核期内各期归属于母公司净利润不低于前两个会计年度的平均水平。		归属考核期内各期归属于母公司净利润不低于前两个会计年度平均水平的 110%。	归属考核期内 2022 年和 2023 年加权平均净资产收益率不低于 20%及 2024 年加权平均净资产收益率不低于 18%。
依据归属考核期持有人的考核结果确定其对应归属的标的股票额度。					

美的集团实施的合伙人持股计划，实际为业绩股票。激励对象主要为公司的总裁、副总裁，事业部的总经理以及经营单位的核心责任人。美的集团用于其全球合伙人持股计划的资金非常充足，从表 4 可以看出，从第四期开始，提取的专项资金开始维持在 1.8~2.1 亿元，但是其提取的专项资金所占前一会计年度净利润的比重不高，平均稳定在 0.8%左右，这说明美的集团的盈利能力得到增强，经营状况也持续向好。而且美的集团的全球合伙人持股计划在实施的过程中不断地增加激励力度，同时也增加了行权条件的实现难度。前四个阶段是以公司的财务指标为主要考量因素，但从第六阶段起，则是以财务指标为主要考量因素，并综合考量股东的绩效。而且 2015~2023 年公司加权平均净资产收益率分别为 29.06%、26.88%、25.88%、25.66%、26.43%、24.95%、24.09%、22.21%和 22.23%，实际业绩完成情况可观，这也说明了全球合伙人计划是成功的。2018 年，为了满足“人机新时代”战略计划的人才需求，开始进一步实施事业合伙人计划，见表 5，用于持股计划的专项基金也不断增加，同时，美的集团的平均回购股价从每股 55 元上涨到了每股 82.7 元，虽然 2022 年有所下降到每股 56.28 元，但仍大于初始平均回购股价，股价的上涨在很大程度上增加了管理层对企业经营的信心。

5. 美的集团股权激励财务绩效分析

影响企业业绩的因素是多方面的。从宏观上来看，行业和市场经济环境、国家政策规定、社会文化和科技环境等都对公司的发展起着十分重要的作用，从企业本身来看，企业的规模、治理水平、资本结构以及内部控制等也决定着企业的经营管理水平。本文接下来以美的集团的财务指标来具体分析2014~2023年度美的集团的财务状况以及实施股权激励之后美的集团的经营状况。

5.1. 公司偿债能力分析

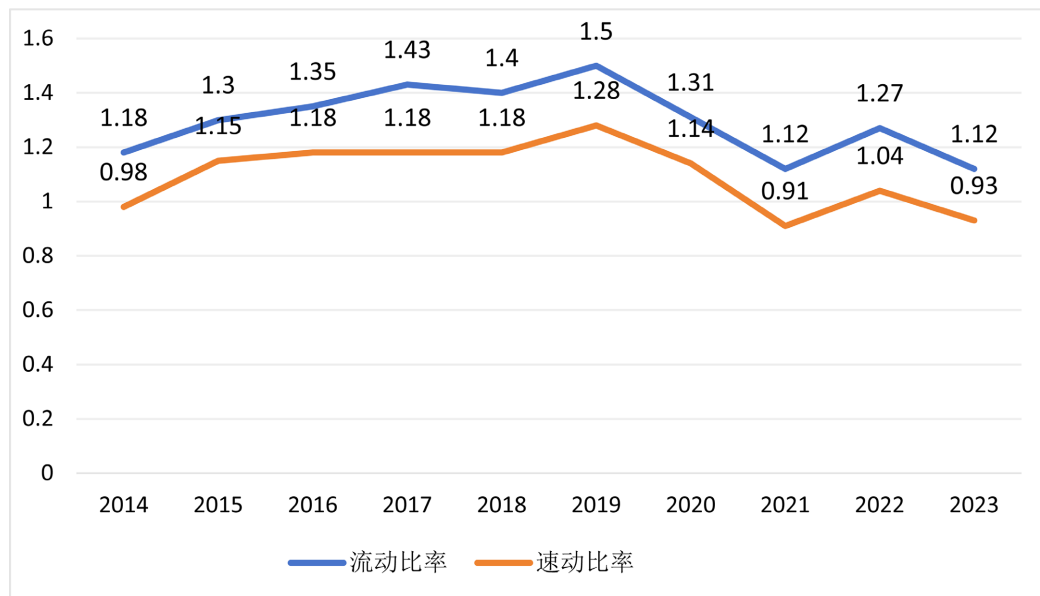


Figure 2. Trend of current ratio and quick ratio changes of Midea Group from 2014 to 2023

图 2. 美的集团 2014~2023 年流动比率和速动比率变化趋势

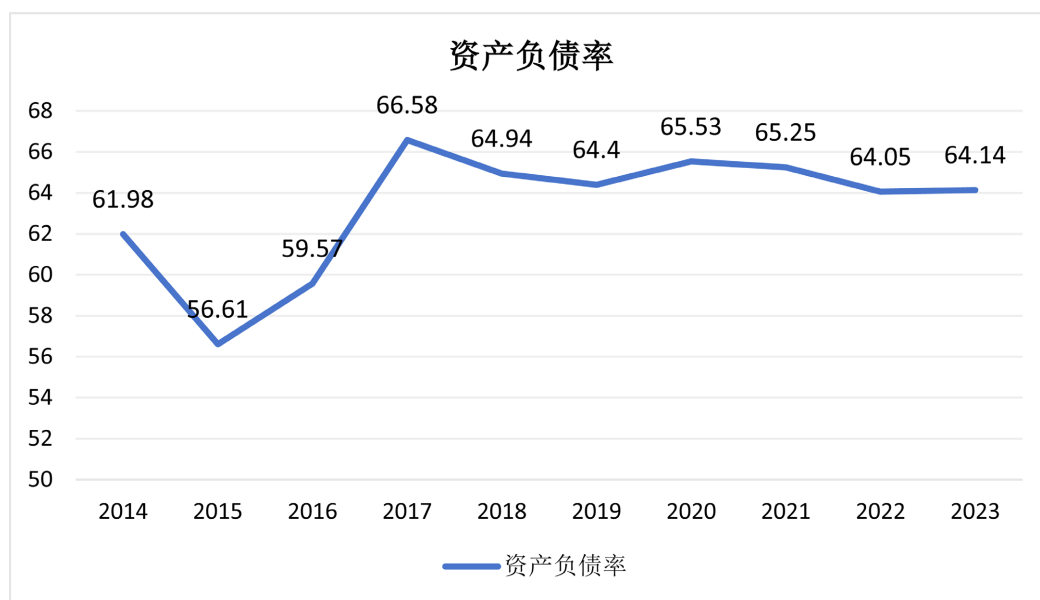


Figure 3. Trend of asset liability ratio changes of Midea Group from 2014 to 2023

图 3. 美的集团 2014~2023 年资产负债率变化趋势

从图 2 可以看出，美的集团流动比率和速动比率的变化趋势都比较平缓，而且在实施了股权激励之后，美的集团的速动比率一直维持在 1.2 左右，只有 2019 年稍微较高，但是也只有 1.29。流动比率虽然没有达到通常认为较好的标准，但是总体来说呈平稳趋势，这都说明了美的集团的短期偿债能力是比较好的。从图 3 可以看到，2015 年美的集团的资产负债率明显降低，而此时刚好是第一个股票期权计划发布一周年，这表明，股票期权对于公司的长期偿债能力起到了很好的促进作用。随后两年明显上升，这并不代表美的集团的经营状况出现了问题，而是其在实施股权激励制度当中使用了大量的现金流，导致 2015~2017 年企业的长期偿债能力减弱。但从 2017 年起，公司的资产负债率就开始下降，而且美的集团也在 2017 年启动了第一期限制性股票激励计划，因此，限制性股票对公司的长期偿债能力有了一定的提升。

5.2. 公司营运能力分析

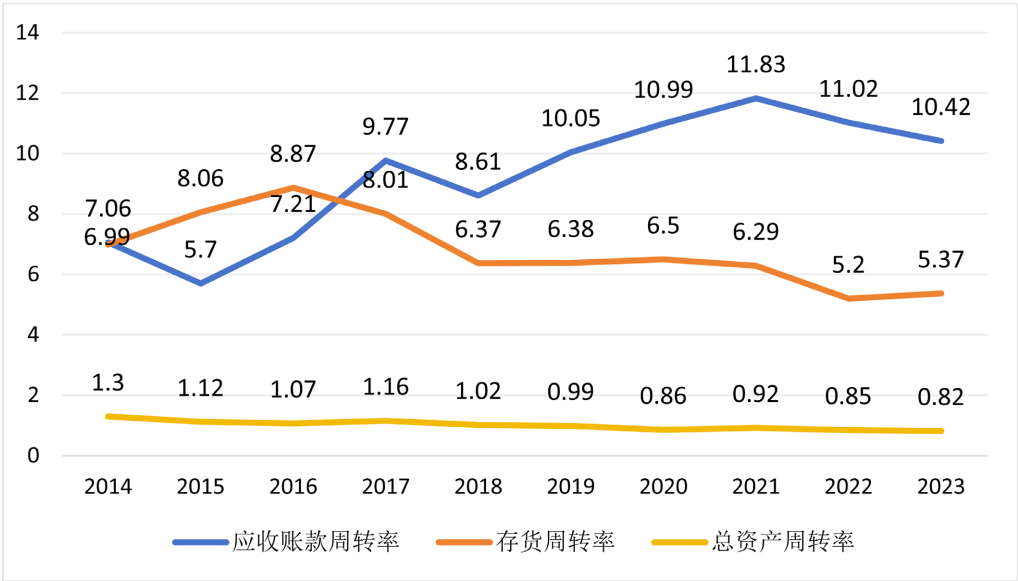


Figure 4. Trend of changes in operational indicators of Midea Group from 2014 to 2023
图 4. 美的集团 2014~2023 年营运指标变化趋势

如图 4 所示，美的集团的应收账款周转率 2014~2023 年整体趋势表现良好，总体呈稳步上升状态，在 2014 年首次推出股票期权激励计划时表现良好，在 2017 年多层次股权激励制度初步形成时，应收账款周转率有所提高，在 2021 年表现最佳。存货周转率在 2014~2016 年持续增长，之后年份缓慢下降。但是，总体来说，美的集团的应收账款周转率、存货周转率以及总资产周转率变化趋势均较为平缓，这说明企业在这几年中，一直维持着良好的生产经营状态。

5.3. 公司盈利能力分析

Table 6. Profitability indicators of Midea Group from 2014 to 2023
表 6. 美的集团 2014~2023 年的盈利能力指标

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
毛利率	25.41	25.84	27.31	25.03	27.54	28.86	23.72	22.48	24.24	26.49
净利率	8.02	9.84	9.97	7.73	8.34	9.09	9.68	8.50	8.67	9.07
净资产收益率	23.61	24.96	24.70	23.88	24.35	24.80	22.56	21.86	21.50	21.74

如表 6 所示，美的集团的毛利率整体呈上升趋势，在 2017 年稍有回落，2018 年又有了一定幅度的提升，2020 和 2021 回落后，2022 和 2023 有所回升。体现出美的集团的获利能力逐渐提高。营业利润率在 2014~2020 年同样呈现增长趋势，尤其在实施第一期股权激励之后，营业利润率增速较快，但是在 2017 年有所回落，这与当年美的集团收购库卡集团有关，2018 年以后，营业利润率又恢复原有的增长态势，说明 2017 年美的集团新推出的第一期限限制性股票计划可能起到了促进作用。除此之外，2014 年，美的集团实施第一期股票期权激励后，净资产收益率也有了明显的提升，虽然在之后出现了小幅度的下降，但是在 2014~2023 年期间始终维持在 20% 以上，说明净资产收益率总体比较稳定，也说明股权激励的实施确实促进了企业经营业绩的增长。

5.4. 公司发展能力分析

Table 7. Development capability of Midea Group from 2014 to 2023
表 7. 美的集团 2014~2023 年的发展能力表

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
归属净利润同比增长	40.36	20.99	15.56	17.7	17.05	19.68	12.44	4.96	3.43	14.10
营业总收入同比增长	17.11	-2.08	14.71	51.35	8.23	6.71	2.27	20.18	0.68	8.10

如表 7 所示，美的集团的营业收入增长率除 2015 年以外，均为正增长。说明美的集团营业收入规模持续增长，主营业务市场占有率较高，而且在 2017 年实现营业收入增长率 51.35%，远高于行业平均水平，说明股权激励计划的实施提高了企业的经营业绩。另外，美的集团的净利润增长率在 2014~2023 年均为正数，说明公司的经营管理水平维持在了一个比较好的状态，公司的绩效在逐年增加。

6. 美的集团股权激励方案的总结及发展完善

6.1. 股权激励方案的分析概论

美的集团从 2014 年开始实施股权激励计划，截至 2024 年中已经累计推行了 9 期股票期权激励计划，主要激励公司的研发和制造人员，同时也投入了大量的研发费用，吸引了大量核心人才；7 期限限制性股票激励计划，主要激励中高级管理人员和业务骨干；8 期全球合伙人持股计划和 5 期事业合伙人持股计划主要针对企业的核心管理团队，将高管的业绩与企业的业绩直接挂钩，提升了公司的海外研发以及市场能力，进一步地完善了企业的激励制度。从激励效果来看，在公司的盈利能力和偿债能力方面，美的集团在股权激励计划实施之后，公司的流动比率、速动比率和净资产收益率总体呈上升趋势。此外，美的集团还设定了“加权平均净资产收益率不得低于 20%”的行权条件，使得美的集团 2015~2023 年度的净资产收益率分别为 29.06%、26.88%、25.88%、25.66%、26.43%、24.95%、24.09%、22.21%和 22.23%，这对公司净资产收益率的稳定性起到了一定的推动作用。美的在经营与开发两个层面上，采取多种股权激励方式，多层次股权激励方式，在短期内对公司的激励作用是显著的。然而，在美的股份有限公司的股权激励计划中，其实施过程中也存在着一定的风险。比如激励计划有效期较短，从美的集团对高管层的各期激励可以看出美的集团对于核心团队的激励期限逐渐缩短，这很有可能会导致高管为了短期利益而做出损害公司利益的情况，而且短期的高额利益也无法真正地留住核心管理人才。另外，美的集团对于考核指标的设置也比较单一，这就导致行权条件相对而言实现起来不会有太大的难度，这样可能就无法真正发挥出股权激励对于企业绩效的激励作用。

但总的来说，从 2014 年开始，美的集团的一系列股权激励措施，在一定程度上提高了企业的盈利能力、偿债能力和发展能力，极大地促进了企业的发展。同时，也使企业保持了一批优秀的核心人才，激

发了企业员工的工作热情，使企业的人员结构得到了优化，人员素质得到了提升。也在一定程度上促进了美的集团的科技创新，积极的股权激励措施以及大量的研发资金投入加大了研发技术创新的动力，促使了企业的创新产出，增强了美的集团在家电行业的核心竞争力。

6.2. 进一步完善股权激励方案的建议

对于企业而言，设计和实施一个有效的股权激励计划需要仔细的规划和管理。美的集团多层次的股权激励计划总体来说还是非常成功的，但是，还可以进一步完善股权激励方案，更好地发挥激励作用。完善建议如下：

6.2.1. 建立有效的公司治理机制

在建立健全公司的治理机制结构的同时，要把适应市场条件的经济环境和社会发展的法律法规有机地结合起来，主要是从政策和规章的视野去改进和完善企业内部管理。首先，要做到科学有效地设置制衡机制与监督机制，以有效限制对股票期权管理者的决策性行为。在监管下用公平，合理，透明的手段行使对客户所赋予的义务。董事会和监事会之间是既要配合又要分清分工正确合作的两个部门，二者相关，应当管理落实到位，并且对工作进行监督。公司要求企业相关部门应当彻底改变公司董事会的现状与董事会经营层，确保公司两个岗位的完全隔绝，客观、公平地维护中小股东的权益。消除“内部控制”的风险发生可能，防止该公司的高级经营人员违法进行寻租。要使公司能够真正充分发挥其监督作用，就应该有意识地增强公司内部的独立执行者和外部董事等职能。内部的竞争机制必须随着公司股权的激励体系建设而进一步完善，这样就可以建立起有效的公司竞争机制，降低其因为信息不对称而给公司带来的不良影响。股权激励计划要求企业应该合理地科学确定股票期权的赠予时间，行权的价格及执行结束条件，这样才能够促进激励计划的实行。

6.2.2. 设立多元化的行权条件

美的集团作为家电行业中的龙头企业，在设置行权条件中的财务业绩指标时，可以参考同行业的平均水平，适当地提高加权平均净资产收益率、净利润等盈利指标的标准，与历史基准进行比对，确保这些指标的达成需要公司各层员工的共同努力才能实现，发挥股权激励该有的激励作用，还可以适当加入其他的财务指标，综合提高行权条件的实现难度。而且公司在设置个人考核标准时，可以多角度地考量，针对经营单位层面和个人层面对激励对象进行综合考核。另外，为了推动创新发展，美的集团也可以针对研发技术人员设置专门的股权激励方案，提高企业的创新产出。

6.2.3. 构建合理的股权激励方案

实施股权激励，每个人授予多少是一个技术性问题，过少会导致激励不足，过多可能造就一批既得利益阶层，影响公司的再投入。一般而言，企业应该考虑内外部、横纵向四方面，与各时期的薪酬进行比较，并结合自身对人才的依赖程度，选择适当的激励强度。一方面，公司应该考虑在合理的范围内增加股权激励的数量，被激励对象所获得的标的股票越多，激励作用就能发挥得更极致。但无论拿出多少总量，都要分次授予、逐步到位，既起到了甄选考验的作用，同时也可以控制风险。

另一方面，实施股权激励是做锦上添花的事情，股权激励不是任何时候都会对员工有吸引力的，如果员工对企业的管理水平并不满意，或者对企业的前景感到悲观，那么股权激励对员工来说就意味着风险。对于资金状况有困难的员工，公司可以通过各种方式为他们开通便利通道，例如，如果员工募集资金的方式是通过银行贷款，那公司可以作为保证人为其提供担保，让他们参与股权激励更加安心，没有后顾之忧，这在一定程度上也可以让员工感受到了公司对他们的重视程度，从另一个角度加强了股权激励的效果。

以上就是针对美的集团股权激励计划的改进建议，希望通过对美的集团股权激励方案的分析，能够为企业采取更加灵活多样的股权激励措施提供一些良好的借鉴。

参考文献

- [1] Liu, R. (2022) Do CEOs Influence CFOs' Equity Incentives to Manage Earnings? *Journal of Accounting, Business and Management*, 29, 22-42. <https://doi.org/10.31966/jabminternational.v29i2.588>
- [2] Shabeeb Ali, M.A., Ismael, H.R. and Ahmed, A.H. (2020) Equity Incentives, Earnings Management and Corporate Governance: Empirical Evidence Using UK Panel Data. *Corporate Ownership and Control*, 17, 104-123. <https://doi.org/10.22495/cocv17i2art10>
- [3] 万里霜. 上市公司股权激励、代理成本与企业绩效关系的实证研究[J]. 预测, 2021, 40(2): 76-82.
- [4] 曹小武, 熊甜. 上市公司股权激励的强度与公司业绩: 基于股权性质、现金流约束角度[J]. 湖北社会科学, 2021(12): 76-87.
- [5] 扶青, 谢作为. 股权激励对公司绩效影响实证研究——基于限制性股票与股票期权视角[J]. 财务管理研究, 2020(2): 23-24.
- [6] 王斌, 黄娜, 张晨宇. 中国上市公司股权激励: 现状与讨论[J]. 财务研究, 2022(1): 23-37.
- [7] 陈文哲, 石宁, 梁琪, 郝项超. 股权激励现状模式之谜——基于股东与激励对象之间的博弈分析[J]. 南开管理评论, 2022, 25(1): 189-203.
- [8] 封海燕. 股权激励与企业技术创新: 激励效应还是福利效应[J]. 价格理论与实践, 2020(5): 137-140+175.
- [9] 胡景涛, 宿涵宁, 王秀玲. 员工股权激励对企业经营业绩会产生补充的提升效应吗? [J]. 会计研究, 2020(4): 119-129.
- [10] 吴卫红, 刘颖, 张爱美. 股权激励能促进企业创新吗?——基于激励对象和激励模式异质性的视角[J]. 会计研究, 2024(4): 98-111.
- [11] 辛珍珍. 美的集团连续性股权激励效果研究[J]. 商场现代化, 2023(13): 9-11.
- [12] 何静, 聂莎莎. “去家族化”背景下股权激励方案与效果研究——以美的集团为例[J]. 财会通讯, 2022(2): 116-119.
- [13] 吴瑾晖. 美的集团股权激励对财务绩效的影响[J]. 合作经济与科技, 2021(21): 95-97.
- [14] 李长昌. 上市公司股权激励存在的问题及对策研究——以美的集团为例[J]. 冶金经济与管理, 2021(6): 38-41.
- [15] 李昕潼, 任艳. 家电企业股权激励实施效果分析——以美的集团为例[J]. 中国管理信息化, 2021, 24(21): 58-60.
- [16] 方正. 上市公司股权激励契约设计优化探析[J]. 财会通讯, 2020(20): 112-115+124.