

中国人寿年招待费 14 亿 居上市国企之首

作者：胡周义 2013 年 5 月 16 日

一、事件回顾

5 月 14 日，252 家上市国企公开披露业务招待费总计 65.25 亿元，中国人寿为 14.18 亿元，居上市国企首位。中国人寿 2012 年度财务报告中显示，2012 年中国人寿业务招待费为 14.18 亿元，相较上一年的 12.4 亿元增加 1.78 亿元。年报显示，中国人寿 2012 年营收 4053.79 亿。

中国人寿“天价招待费”一时引起媒体和公众的极大关注，15 日，《人民日报》等多家媒体发表评论文章，对企业的“招待费”提出质疑，怀疑存在权利寻租及腐败。同时，多位专家也表示央企的招待费标准存在误导因素，14 亿招待费是否合理，还有待调查。

对于天价招待费，中国人寿方面目前还未公开做出任何回应，相关负责人并未接听媒体采访电话。

5 月 14 日，中国人寿“14 亿元天价招待费”曝光后，中国人寿股价受到一定程度的影响，14 开盘后一路下跌，报收 16.4 元，全天跌幅 1.5%。15 日相关负面舆情继续发酵，受此影响股价继续下跌，收于 16.27，全天跌幅 0.79%。

二、舆情传播分析

（一） 舆情传播范围分析

据“新财富上市公司舆情监控终端”显示，截至 5 月 16 日 15 点，《中国人寿年招待费 14 亿 超中铁建居上市国企之首》的新闻热度达 94.09，处于红色高热度区域，表明相关消息已经较大范围扩散，中国人寿方面需密切重视相关舆情传播。

截至 5 月 16 日 15 点，相关事件相关新闻传播量统计如下：传统媒体 25 篇（《中国经济周刊》、《人民日报》以及《上海证券报》等），网络 939 篇，微博 21595 篇，股吧 217 篇。搜狐网、新浪网和和讯网等各大网站均有转载。

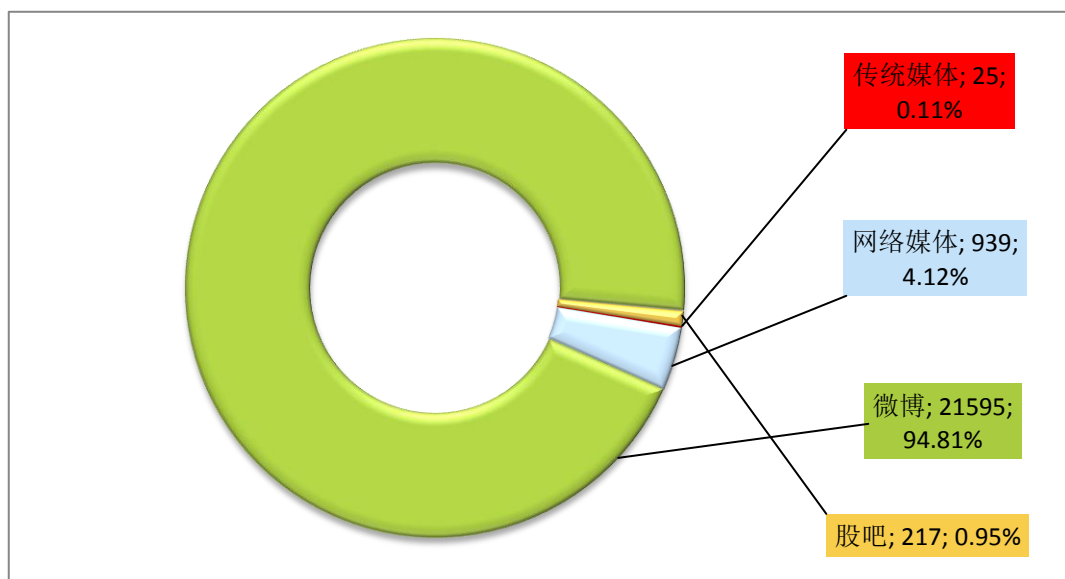


图1 媒体报道量统计图

(二) 舆情传播热点分析

5月14日,和讯网转发新闻《中国人寿年招待费14亿元 远超中铁建居上市国企之首》,“天价招待费”一时在网上引起热议,截至5月16日15点,该文章被转发976次,被评论157次。众多网民在对14亿元的天价招待费感到吃惊的同时,纷纷指责中国人寿是舌尖上的腐败,还有网友担忧保费被消费了。



和讯网V:【中国人寿年招待费14亿 超中铁建居上市国企之首】252家带“国有”背景的上市企业,2012年年报中公开披露的业务招待费最多的前三名为:中国人寿、中国铁建、中国交建,业内人士指出招待费这一项既可能涉及官员贪腐,也可能涉及企业是否合法经营的重要事项。<http://t.cn/zTrTs8q>

排名	企业名称	招待费(万元)
1	中国人寿	140000
2	中国铁建	100000
3	中国交建	80000
4	中国建筑	60000
5	中国石化	50000
6	中国铝业	40000
7	中国建材	30000
8	中国船舶	20000
9	中国远洋	15000
10	中国国航	10000
11	中国民航	8000
12	中国铁路	6000
13	中国石化	5000
14	中国铝业	4000
15	中国建材	3000
16	中国船舶	2000
17	中国远洋	1500
18	中国国航	1000
19	中国民航	800
20	中国铁路	600

5月14日 08:10 来自新浪微博

热门微博

👍(5) | 转发(976) | 收藏 | 评论(157)

图2 新浪微博截图

（三） 舆情指标分析

据“新财富上市公司舆情监控终端”显示，5月13日，《中国经济周刊》发布消息“中国人寿年招待费 14 亿元 远超中铁建居上市国企之首”，13 日相关舆情指标上升。14 日，文章被多家媒体转发，相关消息大范围传播，同时，14 日中国人寿的股价受该消息影响下跌，14 日中国人寿的相关舆情指标飙升至 90 水平。15 日，有关“招待费”的讨论话题不断，媒体纷纷发出评论文章，中国人寿作为典型案例继续受到媒体及网民高度关注，15 日相关舆情指标继续保持高位。16 日，中国人寿方面仍未出面回应，媒体相关报道减少，中国人寿三项舆情指标出现下降。

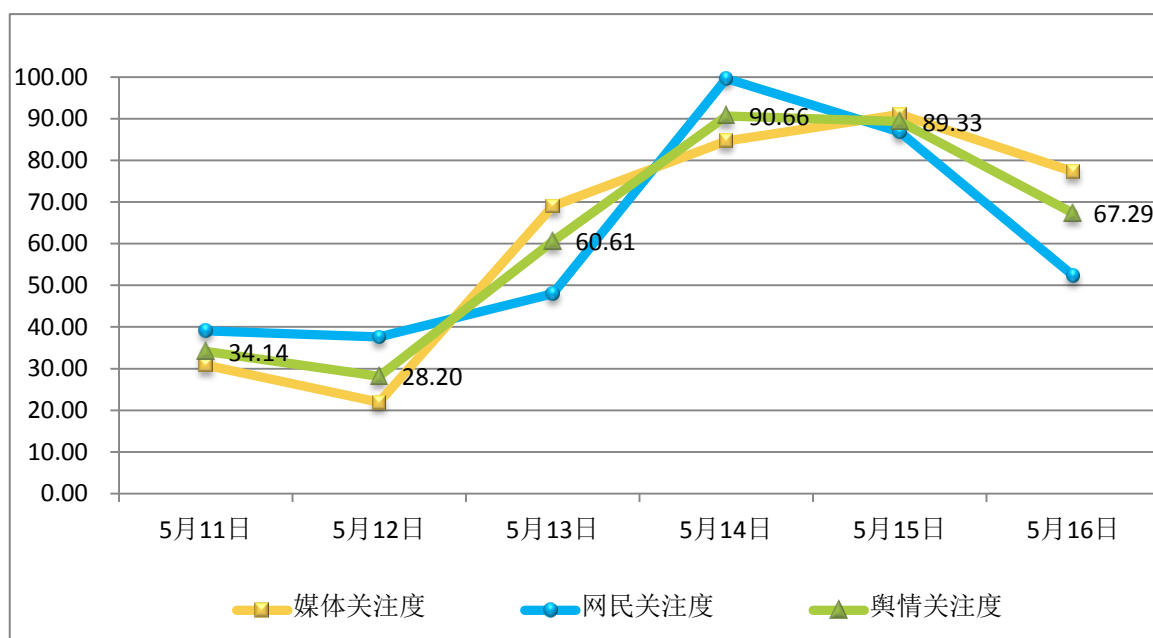


图 3 中国人寿舆情指标变化（数据来源：新财富上市公司舆情监控终端）

注释：

舆情关注度：综合反应上市公司受媒体和网民的关注程度。通过对主体的报道、媒体重要性、网民对主体的讨论热烈程度等综合得出。舆情关注度得分越高，说明该主体受关注程度越高。

媒体关注度：指事件或公司、人物受媒体的关注程度，通过计算网络中媒体对主体的报道、媒体重要性等综合得出。关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。关注度得分越高，说明网络中该主体受关注程度越高。

网民关注度：指事件或公司、人物受网民的关注程度，通过计算网民对主体的讨论热烈程度等综合得出。关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。关注度得分越高，说明网络中该主体受关注程度

越高。

舆情预警度：反映上市公司在网络中的舆情警戒级别。通过计算网络中负面报道、负面讨论等综合得出。舆情预警度同时研究“量”与情感倾向。得分越高，说明该主体在网络中形象越偏向负面。

三、 各方声音

（一） 公司回应

截至目前，中国人寿方面还未就天价招待费一事做出任何回应。

（二） 专家及业内人士观点

业务招待是“潜规则”

一位不愿具名的行业内人士告诉《投资快报》记者：“企业为了获取更多的商业机会，往往会在关系网上大笔投入，业务招待已成‘潜规则’，不论国企还是私企都是如此。在激烈的市场竞争中，企业规模越大，业务越庞杂，业务招待费越多，在业内已是不争事实。《投资快报》

业务招待是一笔糊涂账

一位不愿透露姓名的会计师事务所人士坦言，投资者之所以对巨额招待费如此反感，是因为长期以来，企业特别是国有企业的业务招待费一直是一笔糊涂账，业务招待费如何支出、如何审计、如何公开，在制度层面始终缺乏明确规定。

该人士指出，作为一项既可能涉及官员贪腐，也可能涉及企业是否合法经营的重要事项，业务招待费本质上是一个公共事项而非“私人事项”，对于占有公共资源的国有企业更是如此。而对于上市的国有企业，因为制度的缺失，“股东有没有权利要求其公开”成了模棱两可的事项。国外上市公司的财报中，根据公司的不同，每家公司都会有所谓业务招待费用，但他们不会有业务招待费这种提法，他们会根据情况，把所谓招待费用分摊到其他运营成本中。《中国经济周刊》

业务招待费不能只看绝对数字

中国注册会计师、国际注册内部审计师李瑞红，复旦大学会计学博士、高级会计师马军生两位专家均认为，对待企业的业务招待费，不能只看绝对数额。业务招待费到底花多

少才合理，这个问题难以界定。有没有超过税务局 5% 的限制，也并非衡量的最终标准，关键是要看费用支出是否合理。公众要理性看待排行榜，看待数据。因为按照我国现有的企业结构形态，央企的上市公司所占比例比较大，而规模较大的公司有相当大的一部分也是央企。如果只是按绝对数值的排行，央企在排行榜上处于较前的位置也是可以理解的。

《中国青年报》

企业各项费用都应该加强监督

谈及监督机制，马军生说，“对费用的监督，并不仅仅限于招待费和会务费，其实企业的各项费用都应有监督。上市公司对各项费用通常会设立授权审批权限，但是授权时也需要考虑到企业的管理必须保持一定灵活性，所以对某项明细管理费用具体规定限额不现实也不合理。虽然对业务招待费很难有个明确的合理性标准，但公众对央企巨额招待费合理性质疑也是有一定道理的，同时给这些企业提了个醒，今后需加强费用方面的内部控制。”

《中国青年报》

（三）媒体观点

《第一财经》财经频道：中国人寿险企招待费激增或与退保压力增大有关

国企严格的费用考核可能会将导致企业将业务招待费编入会务费等费用之中，其真实的业务招待费可能只少不多，另外，中国人寿险企招待费激增或与退保压力增大有关。同时，相比友邦等保险公司财报不单独列出招待费一项，国内保险公司的业务招待费在会计报表中则引人注目，值得思考。（5 月 14 日）

《人民日报》：国企招待费，“禁奢”也要“倡俭”

在上市公司的年报中，人们注意到，民企的业务招待费占比普遍比同领域的国企低。以同为建筑行业的企业来说，中国交建的业务招待费占比 0.26%，而作为民营建筑企业龙头的龙元建设，去年营收 139.93 亿元，业务招待费不足 1700 万元，占比为 0.12%。这让人们不由不想到：国企是不是可以手更“紧”、账更“清”些？人们还担心，由于现实中这些“业务招待费”，常常支付在“吃吃喝喝”与“迎来送往”上，在令人反感的同时，也容易产生负面联想。公众的这种关注和担心，值得重视。（5 月 14 日）

《羊城晚报》：巨额“业务招待费”揭示病态企业生态

尽管靠“吃吃喝喝”维护关系，可能是部分企业主动而为之，目的是通过“招待”等

方式打开通路，增加竞争筹码。但是，我们也要看到，包括上市国企在内的很多企业，不是靠企业实力、信誉、技术等优势去竞争，而是通过一种灰色的手段获得生存空间。这样的企业生态，显然不利于中国企业做大做强，也不利于中国经济健康发展。（5月14日）

《21 世纪经济报道》：打击权力寻租削减招待费用

招待费用居高不下，主要与一些相关部门的工作作风有关。有时候，部分企业走正常程序不可能拿到工程，而且只有付出更多的公关费用才能在竞争中获胜。寻租，是一个现实问题。最近国务院要求简政放权，这是很好的愿望。但也要考虑到的一个问题是，如果失去通过审批权寻租的机会，那么，职能部门办事效率将如何提高？企业或个人自动上供，花钱消灾，这是一种难以根治的顽疾，除非建立和完善一个更加透明和法治的制度。（5月14日）

（四） 网民观点

5月14日，中国人寿天价招待费消息在微博发布之后，立刻引发网友围观。本文整理200条评论发现，大部分网友对该事件持批判态度，其中33.55%的网友对该公司表示失望和气愤，有22.37%的网友认为招待费用就是吃喝腐败，10.53%的网民担心中国人寿收的保费变为公司招待费被消费了，2.63%的网民认为公司可能在借招待费用进行逃税避税，2.63%的网民则呼吁政府加强监管。

同时也有少部分网友对中国人寿的招待费问题持理解态度，其中15.79%的网民表示受生存环境影响，央企的经营也有无奈之处。12.5%的网民则认为作为大型央企，中国人寿的招待费用并不算高，招待费用可能还包含会议费、办公费等各项杂费等。

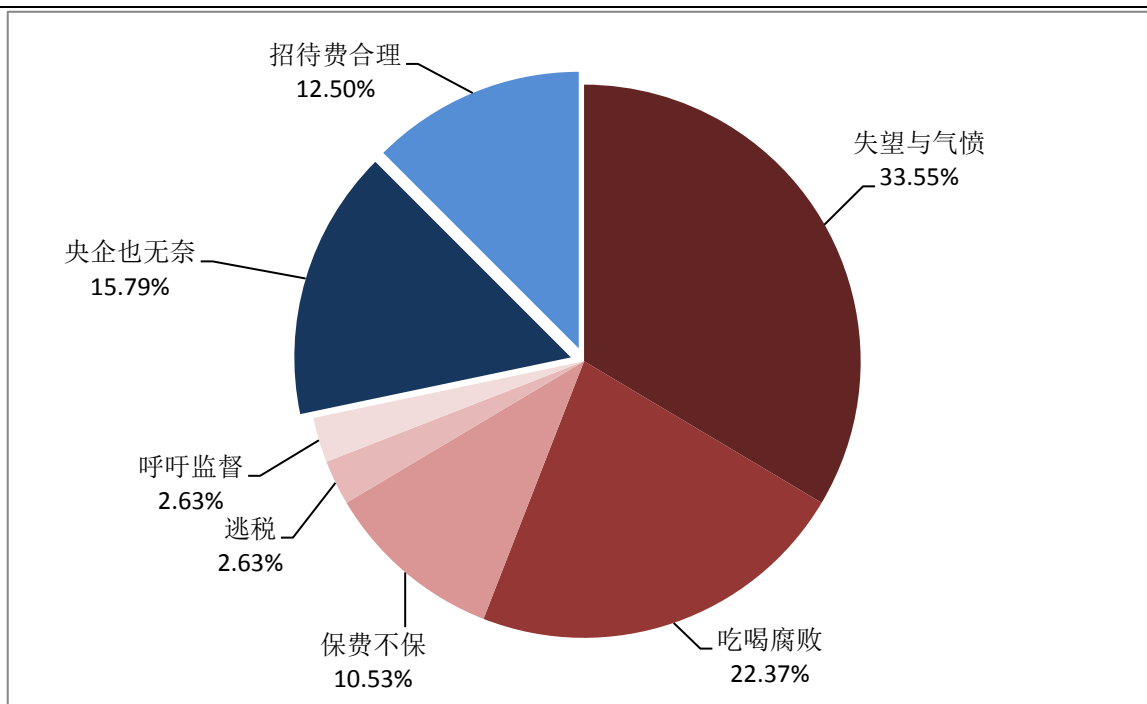


图 5 网民观点（数据来源：新浪微博）

表示失望和气愤（51.79%）

@忒多好奇心：都招待什么啦，14 亿？

@吉姆_查诺斯_之父：这样的大蓝筹还让长期持有，真要是业绩好，多点费用股东还能接受，业绩下滑，利用费用转移福利，除非是冤大头，否则谁敢买这股。

@生活脉络：中国特色至失去民意。

@免贵姓 LV：这么高的业务招待费，怪不得股民没得分红。

认为这是吃喝腐败（22.37%）

@少玄 1230：招待费实际就是腐败费。

@默默听者：真能吃，吃的少分的多吧！

@老李 lyx：你们招待谁呀，我猜不是分了就是送了。

担心保费不保（10.53%）

@古典乐粉丝：客户的保费成了人寿的盛宴！

@woody 刘：舌尖上的国企！

@南通首席分析：14.18 亿是不是老百姓的血汗钱，还是投保人的钱，还是股民的钱，给民众一个满意的回答。

@漂浮时空的白眉银毫：记住，不要买中人寿的产品，否则送钱他们白吃！

认为公司在逃税（2.63%）

@snowlky：招待费是可以计入成本的，按税法规定可以按招待费发生额的 60%扣除税额，但不得超过营业额的千分之五。。由此看来有偷逃税的嫌疑啊。

@takamine14：何止是招待 大家都太善良了 钱都是这样洗出来的。

@盼天有缘：你若查早有法！税务年报时应该有体现不能例支的！这又是一条黑。

呼吁加强监管（2.63%）

@joyceesun：反贪倡廉的对象不应该仅仅是政府部门，人都有贪念，企业，公司等社会很多环节都应该进行监督。

@中校_想说就说：查。

@小卷毛 LY：招待费都招待谁了？还有发票在那点？给一项一项列出来。

央企也无奈（15.79%）

@jiangjix：招待费也叫公关费，列支成本。没有招待费，好多事真的不好办。要想废除招待费，务必国家立法禁止。

@RSXW-andy：都招待阎王爷了，让它少收人，这样就能多收保费少赔付，公司和客户双赢！

@阳光的三生人：项目是"送"出来的,利益是吃出来的。

认为招待费合理（12.5%）

@乎蒙：老老实实披露年报的中枪，不披露的反而没事。

@黑猫评论：按 0.5%的比例，其实也不多啊。有的单位招待费占总费用的 50%以上。

@纯粹黑咖啡：谁诚实谁倒霉，典型的劣币驱逐良币。

@乎蒙：不知数据从何而来？纯属扯淡。