

专家

广告业的《劳动合同法》冲击

"Labor Contract Law" impact on advertising industry

厦门大学新闻传播学院教授(博导) 陈培爱

由十届全国人大常委会第二十八次会议审议通过的《劳动合同法》，将于2008年1月1日起施行。广告公司作为企业，不仅感受到《劳动合同法》对于企业发展的促进作用，同时也可能使经营更为困难。但无论如何，《劳动合同法》的实施，必将进一步促进广告公司对人力资源的有效调配，促进本土广告公司产业升级。

广告公司同样受益

我国的广告公司大部分是在改革开放以后发展起来的。由于起步晚，门槛低，企业的实力较弱，加上WTO之后外资广告公司的冲击，其生存的环境较为艰难。但我们更应该看到，《劳动合同法》的有关条文规定，在总体上将促进广告公司的发展，使我国弱小的广告公司在经历一番阵痛之后，走上健康的发展道路。

《劳动合同法》从切实保护劳动者和用人单位双方合法权益的角度出发，做出的具体保护性规定主要有两个方面：

一方面要求企业进一步增强社会责任，提高了企业辞退员工时必要的解雇成本。这主要表现在第四十六条，即在“劳动者依照本法第三十八条规定解除劳动合同”等七种情形之一时，

用人单位应当向劳动者支付经济补偿。经济补偿是用人单位承担的一种社会责任，也是国家依法调节劳动关系的一种经济手段，引导企业对解雇成本进行利益权衡，谨慎行使解除和终止劳动关系的权利。

另一方面强化了企业违法解除或者终止劳动合同给劳动者带来经济困难和权益损害时，应当承担的赔偿责任。《劳动合同法》作此规定，就是利用经济手段来保证劳动者的合法权益得到切实维护。

长期以来，广告公司的员工在与广告公司的劳动关系当中处于弱势地位。《劳动合同法》的宗旨是维护劳动者的合法权益，是贯彻劳动法的立法宗旨，是对长期以来这种不均衡的劳动关系进行校正，对劳动者有一个适度的倾斜。对弱势员工的适当保护，是维护社会和谐的重要方面，这不是不保护企业利益，而是保护双方利益。

《劳动合同法》对劳动者适度给予倾斜，恰好是为了更好地使双方相对的地位更加平等。《劳动合同法》的出台，是法制建设完善的客观需求。说明当前劳动关系市场化已经发展到完善的阶段。《劳动合同法》是在丰富、发展、完善《劳动法》的规范，在《劳动法》的基础上做了细化规定，使其有一



个明确的依据。它对完善劳动法律制度起到非常大的作用。

在对违法企业的惩罚上，《劳动合同法》也更为严厉。至少在用工成本上有所增加。广告公司的用工成本从短期和表面上看是在增长，事实上综合成本不会太多。《劳动合同法》是劳动关系发展的阶段性产物。在全社会信用制度还没有建立的情况下，只能通过一些刚性制度来规范，比如合同必须以书面形式订立。如果有了信用制度，那么这些规定就会相应地灵活些。

本土广告公司的冲击

本土广告公司最大的问题是员工队伍极不稳定，跳槽现象严重。据笔者考察，广告公司员工跳槽的主要原因一是进入的门槛很低，有一定经验的员工随时都可以在别处找到工作；二

是竞争激烈，广告公司可以随时创办或随时倒闭，员工在广告公司找不到归属感，前景一片渺茫。于是有了一定的经验积累后，要么自己当老板，要么另谋高就。当跳槽已经形成一种文化的时候，企业防止员工跳槽，而员工防备企业裁员，相互之间更加不信任。

有人认为，许多广告公司因此可能增加人力成本。特别是中小广告公司，本来收入微薄，如果因《劳动合同法》的实施使人力成本提高，利润必然下滑，竞争力也会下降。这在外资广告公司大举进入中国的时候，本土广告公司生存环境变得更为恶劣，特别是中小广告公司可能是雪上加霜。因此认为这部法规对企业限制得太死，这样会使一部分企业在短期之内经营变得更为艰难，甚至倒闭。如果这样，可能更多的员工会无法就业，反而失去更多的保障，也违背了立法的初衷。

但是我们应该看到，国内本土广告公司遇到的首先是大量的较低素质的劳动者，他们作为弱势群体，希望能得到一定的职业保障。低门槛的广告公司的建立和低门槛的用工制度，将使广告行业的整体素质越来越低。从一般道理上讲，有哪个国家立法要让自己的企业都不发展？国家立法不仅要考虑一个企业赚钱不赚钱，而且要考虑整个中国的企业怎么发展；不仅要考虑企业发展，还要考虑社会发展、国家发展，要考虑国家竞争力怎么提高的问题。劳资双方的关系处理得如何，是企业能不能具有竞争力、国家经济发展能不能协调的最基本的一个条件。我想肯定有一些违法经营、违法用工的广告企业会为此付出很大的成本，甚至因此而破产，这是一个好的现象。但是另一方面促使守法广告企业更具竞争力。

以日本为例。日本之所以在国际市场上表现出惊人的竞争力从而成为

经济大国，企业活力是最重要的基础条件。而秉承“以人中心”的管理理念则是活力的源泉。在日本，很少听说员工主动跳槽，大多数公司采取的是终身雇佣制，企业员工首先是社会人。日本企业的管理模式，正好吻合了以“集体主义”为内核的东方文化：员工归属感强，大家关心集体、关心他人、对内部群体高度忠诚。而在我们所处的社会环境中，短期合同仍然占据相当比重。这种极不稳定的劳动关系，阻碍了社会劳动生产率的提高，也造成了劳动者就业的极不稳定性。我国本土广告公司的发展，如果说因《劳动合同法》的实施而员工归属感增强，那这种冲击则是大好事。

本土广告公司产业升级的机遇

现在许多用人单位的劳动合同呈现出短期化的趋势，甚至一年一签。这一状况既影响了职工的职业稳定感和对企业的归属感，也对企业的长期发展、社会的稳定产生不利影响。

我们看到，这次《劳动合同法》颁布以后，中国的劳动法制环境更严格了。广告公司必须得改变自己，这对于公司人力资源管理的提升是一个非常好的契机。一个基本要求就是要把过去那种从纯粹的降低劳动力成本作为竞争手段，改变为提高企业的创新能力作为竞争手段。而提高企业的创新能力一个基本要求就是企业必须有一个和谐、稳定、持续的劳动关系，而《劳动合同法》的颁布就是要实现这样一个目的，首先在心态上我们要调整。如果从这个意义上讲，《劳动合同法》给了本土广告公司一次历史性机遇，看你能不能抓住。如果你站在法律对面只考虑怎么应对，你会越来越被动。我们应该是通过充分的执行法律、应用法律促进广告企业的发展，很多法律规定给企业提供了良好的机会和运作

空间。

广告公司作为一个雇主，今后在用工问题上，就有雇主策略的问题。要更多地从战略角度思考关于雇主策略的问题。而且一个优秀的雇主策略是建立在对劳动力市场、员工意识、员工行动的分析基础上的。如发达国家的雇主策略在不同的国家、不同的行业、不同的企业中所采取的策略都是不一样的。为什么中国企业没有这样一种意识呢？非常重要的就是中国这种个别劳动关系，劳动力极大地供过于求。而且中国的企业和西方企业不一样，没有遇到对手的限制，完全自己可以为所欲为。《劳动合同法》纠正目前劳动关系的不合理现象，无固定期限劳动合同将逐渐成为常态，与国际上大多数国家通常做法相一致。这既有利于劳动者稳定职业，熟练掌握技能，也有利于培养职工对企业的忠诚度，增强企业的凝聚力，减少企业频繁换人的损失，企业也是受益者。

当然，《劳动合同法》在鼓励建立和谐稳定劳动关系的同时，也体现对企业的平等保护。例如，如果员工严重违反劳动纪律或者用人单位规章制度的；严重失职，营私舞弊，对用人单位利益造成重大损害的；劳动者同时与其他用人单位建立劳动关系，对完成本单位工作任务造成严重影响，或者经用人单位提出拒不改正的；被依法追究刑事责任的等，用人单位可随时通知劳动者解除劳动合同。

劳动合同法的立法宗旨首先是保护劳动者的合法权益，其次是建立和谐稳定的劳动关系。本土广告公司应利用这一机遇，加强公司的规范管理，提高自己的竞争能力，在更加激烈的竞争环境中淘汰一部分广告企业，并促使有些广告企业更加强壮，更具有战斗力。只要我们摆正心态，我们就会从《劳动合同法》中受益。（编校：杨猛）