

服务创新

服务企业

服务社会



北京企业评价

BEIJING ENTERPRISE EVALUATION

主 办 北京企业评价协会
地 址 北京市海淀区紫竹院南路17号2号楼一层西侧
邮 编 100048
电 话 010-68701836 010-68701097（兼传真）
网 址 www.beea.org.cn
邮 箱 beea_beijing@163.com

内部资料 免费交流

北京企业评价

BEIJING ENTERPRISE EVALUATION

评价 交流 方法 研究 客观 公正 科学 规范



本期关注
Attention

北京企业评价协会党支部成立
2013年度科技创新工程推进大会隆重召开

- 市工商局、市经信委领导莅临协会指导工作
- 解读中小投资者保护意见的六大亮点
- 全国环境信用评价将在全国推行



卷首语

JUAN SHOU YU

靠什么决胜未来?

当今的高绩效人才未必是决胜未来的高潜人才，高潜人才具有未来的发展潜质，可以在未来持续获得高绩效，从而让企业持续成功。

■ 文 / 陈雪萍 岑颖寅

随着我们对领导力素质研究的深入，我们的研究人员希望从全球最大的素质数据库中总结出能够成为成功领导者的核心驱动因素。

这项研究针对1300万数据库中人群和几百位实证研究对象，历经两年时间而提炼出来四个未来成功领导者应具备的高潜素质，即：自我学习能力、跨领域思考能力、社会洞察和同理心及情感成熟度。研究发现：拥有这些高潜因子的员工发展更快，在未来有更高的成功比率。当今的高绩效人才未必是决胜未来的高潜人才，高潜人才具有未来的发展潜质，可以在未来持续获得高绩效，从而让企业持续成功。

2011年到2013年期间，有35家中国公司2209名管理者参与完成了高潜质因素的调研。和全球数据库对比，我们发现一些明显的差异。

发现一：中国管理者更看重人才产出（短期收益），而全球管理者更看重人才潜质（长期收益）。

在周围人眼中，中国管理者在工作绩效方面的表现优于他们的潜质因素；

有40%的中国管理者在工作绩效方面达到全球样本中的65分位（即优秀水平），而只有26%的中国管理者在潜质因素上达到全球样本中的优秀水平。

是什么原因导致中外管理者的差异呢？我们认为一种可能性是因为：相比于全球其他地方，中国管理者相对自我外露倾向不强，这主要是源于中国传统的为人要低调、谦虚等价值观的影响，所以他们的工作绩效更容易在实实在在的日常生活中展现出来，让周围人观察和感受到。而他们的潜质因素，相对更为“隐性”或“含蓄”，周围人不易观察和了解。另一种可能性是因为：中国目前的企业普遍对短期经营结果的渴望和追求超过对长期的培养和积累，导致很多员工更急于表现出组织期望的结果。

发现二：与全球管理者相比，中国管理者在“智商”方面的表现不如他们在“情商”方面的表现。

如果把跨领域思考能力这项看作“智商”，而把社会洞察和同理心、情感成熟度这两项看作“情商”，那么，中国经理人在“智商”方面不如他们在“情商”方面的表现，至少他们周围的人是这么

看的。

我们认为这可能的原因有：

这两项“情商”内容，比较容易在经理人频繁的人际互动中表现出来，而该项“智商”相对关乎自我修炼，不一定展现在外、或为外人所知；

或许，在中国的职场中，领导人还是更需要靠人际成熟和老道来胜出，而不是靠思维和学习能力；

受自身岗位、经验、视野、心态和惯性等的局限，不善于多个视角从多个领域中收集各种信息以分析问题；

在高度强调速度、效率和结果导向的中国式商业环境中，中国的管理者可能有意无意中忽略了聆听、不够关注和主动理解他人的观点立场、情绪心态等；而在充满变化的组织环境中，下属更渴望被倾听、被理解、被关注，但现实中往往难以得到。

发现三：在周围人看来，约2/3的中国管理者，他们的潜质因素和工作绩效是正相关的。

调查数据统计表明，潜质和绩效“双高”“双中”和“双低”三种情况占比最高，分别是26.3%、21.1%和20.4%，三者相加总计近68%。这意味着，约2/3的中国管理者，在周围人看来，他们的潜质因素和工作绩效是正相关的，即：人们眼中工作效率高的人，往往也被认为潜质高；被认为潜质不够的人，也往往被周围人认为工作效率不高。

高绩效+高潜质的占到26.3%，接近1/3总人群，是组织值得重视、值得重点投资和培养的人群，这个比例应该越高越好。他们不仅带来了企业当前的好绩效，还未雨绸缪让企业有了长期健康可持续发展的源动力。

遗憾的是，中国管理者中低绩效+低潜质的“双低”人群也占到了20.4%，意味着每五位管理者中就有一位是工作效率低下、也没什么潜力的，这个数字有点触目惊心。这些人在关键的岗位上任职，不仅个人贡献和价值不能满足组织的要求，还会带来极大的负面影响；中国企业要决胜未来就要在早期发现高潜人才，重点培养高潜人才，谁在人才战中取胜，谁就掌握了未来。





2013年北京 品牌建设推进大会



北京企业评价协会党支部成立

2013年11月27日,秉承十八大的思想,北京企业评价协会召开了党支部成立大会,参加此次会议的有甘家口街道党工委要润生副书记、北京市社会团体管理办公室侯庆权处长、北京市经济和信息化委员会白耀宏处长、中国企业评价协会李春伟副秘书长、甘家口街道党工委组织部罗红英部长、北京企业评价协会副理事长张利成、北京企业评价协会党支部书记万守刚、北京企业评价协会秘书长刘光丽以及协会全体党员、入党积极分子和主要负责人。会议由北京企业评价协会副理事长张利成主持。



党支部成立大会在庄严的国歌声中拉开了序幕,首先由街道党工委组织部部长罗红英同志宣读街道党工委《关于同意成立北京企业评价协会党支部的批复》和《北京企业评价协会党支部选举书记的批复》,按照党支部选举有关规定,选举万守刚同志为北京企业评价协会第一届党支部书记并由街道工委副书记要润生同志授予党旗。

党支部书记万守刚同志表示,今后党支部将会认真履行职责,深入实践创先争优活动,充分发挥党员的先锋模范作用和党支部的战斗堡垒作用,有力地凝聚广大的员工,来一个营造和谐稳定的内部环境,从而实现精神建设和经济建设同步发展的目标。入党积极分子代表表示,今后在党支部的带领下会积极向组织靠拢,发扬成绩,克服缺点,忠心希望得到党组织的帮助和培养,



以党员的标准严格要求自己,争取早日成为一名共产党员。

会上,来自北京企业评价协会的上级领导及街道工委领导都分别表示热烈祝贺,希望我们的党组织、党员能充分发挥模范带头作用,严格要求自己,为协会会员工树立榜样,对协会今后的发展起到促进作用。

伴随着《国际歌》的响起,会议取得圆满结束。



2013 年度科技创新工程推进大会隆重召开

12月11日,2013年度科技创新工程推进大会隆重召开。全国及北京市有关行业,以及北京企业评价协会部分会员单位、高新技术企业、高等院校、科研机构等领域的负责人及新闻界的代表260多人参加了大会。

国家质检总局原副局长、中国名牌战略推进委员会副主任,北京企业评价协会名誉理事长李保国,中国质量评价协会会长、中国产学研品牌建设联盟理事长解艾兰,北京企业评价协会理事长程维虎,中国管理科学研究院常务副院长卢继传,中国企业评价协会副秘书长李春伟,中国质量评价协会副会长、全国质量管理小组诊断师指导专家周天祥,国务院发展研究中心国际技术经济研究所产业安全研究中心主任滕飞博士、北京大学政府管理研究中心执行主任阎雨等领导出席会议并为获奖代表颁奖。大会由北京企业评价协会副理事长张利成主持。

首先,解艾兰会长进行大会致辞。在讲话中她代表活动组委会向2013年度科技创新奖获得者表示热烈祝贺,向全国广大科技工作者表示诚挚问候和崇高敬意。解艾兰指出,通过这次大会,必将使大家对当今先进的创新理念和方法,以及发展的趋势产生新的认识,为提升企业的科技创新水平、经营管理水平和核心竞争力获得有益的经验 and 借鉴。

会上,周天祥副会长做了2013年度科技创新奖筹备工作报告,介绍了科技创新奖的设立及前五届开展的情况,从评奖活动的策划、宣贯、实施、评审等多个方

面详细汇报了2013年的评奖组织情况,并对明年科技奖评审工作提出更高要求。大会还邀请了国务院发展研究中心国际技术经济研究所产业安全研究中心主任滕飞博士做了《开启创新驱动的源动力》的精彩专题演讲。

会议期间,表彰了广州白云山中一药业有限公司、浙江传化股份有限公司等获得2013年度中国质量评价协会和北京企业评价协会科技创新奖的项目及先进集体和先进个人,并对获得科技创新人物奖的代表在给予荣誉奖励的同时又给予了一定程度的现金奖励。北京燕京啤酒股份有限公司、广州赛姆科技资讯有限公司、国建正坤数字科技(北京)有限公司等获奖单位的代表还分别进行了创新经验的交流分享。

会上,程维虎理事长做了重要讲话,并对企业科技创新工作提出了四点建议,要求企业坚持把科技摆在企业优先发展的突出位置,把创新作为企业发展的内生动力,采取有效措施,激发企业全体员工的创新活力,推动企业科技实力、管理能力实现新的跨越。

最后,李保国理事长进行大会总结讲话指出,我们要认真贯彻落实党的十八届三中全会精神,以党的群众路线教育实践活动为契机,在以习近平同志为总书记的党中央领导下,继续发扬求真务实、勇于创新、团结协作、无私奉献、报效祖国的精神,充分发挥科技创新在转变经济发展方式和调整经济结构中的支撑引领作用,为推动我国科技进步与创新,促进国民经济又好又快发展做出新的更大的贡献。



举办诚信长城杯创建工作启动仪式

12月26日，北京地区行业协会商会“诚信长城杯创建”工作启动仪式在清华同方科技广场成功召开。

出席启动仪式的领导有中国市场学会信用工作委员会尚伟龙副主任，北京市工商业联合会副主席郑勇男，北京市消费者协会董青秘书长主任，北京信用协会安明秘书长，北京市场协会韩荣荣副秘书长等指导、支持单位的领导，以及来自全市各个领域的30家行业协会、商会的领导，会议由北京企业评价协会副理事长张利成主持。

会议首先由刘光丽秘书长汇报“诚信长城杯创建”工作的有关情况。据介绍，诚信长城杯创建工作多年前就已经提出计划并付诸实际行动进行筹备实施，前期还试点开展了“北京市信用企业资质认定”工作，近1000家企业积极参与，取得了较好效果。目前，“诚信长城杯”文字及图案已被国家商标局核准商标注册，从法律和知识产权方面给予了明确保护，并作为“北京企业诚信论坛”的一项主要工作开展。



北京信用协会安明秘书长向大家介绍我市企业诚信创建的整体情况，从多方面介绍了行业协会开展诚信工作的经验，以及在我市开展诚信工作的必要性。市消协秘书长董青介绍了消协开展消费者诚信的工作情况，对“诚信长城杯创建”工作给予了高度认可。各个行业协会商会领导分别根据自身组织的工作性质和工作内容对开展诚信长城杯的创建提出了意见和建议，进行了热烈的研讨交流。北京企业评价协会党委书记万守刚在总结发言时指出，希望能通过“诚信长城杯创建”工作的开展，带动我市各行各业积极引导企业诚信经营，不断提高企业诚信建设水平，树立首都良好形象。同时也希望各行业协会、商会积极参加诚信长城杯创建工作的开展，通过大家共同努力协作、支持配合，为进一步推进社会信用体系建设做出积极贡献。

会议期间，北京市工商联副主席郑勇男向首批11家创建办公室成员进行授牌。“诚信长城杯创建”启动仪式的举办，标志着“诚信长城杯创建”工作在我市正式拉开帷幕。

召开 2013 年度工作总结会

12月30日，协会各部门负责人召开工作会议，对2013年工作进行一次全面回顾总结，着重讨论了明年工作的计划和打算。会议由刘光丽秘书长主持，副理事长张利成出席并讲话。

首先各部门负责人回顾了2013年协会所开展的一系列活动的情况：一是成功召开第二届会员大会，产生了新一届的协会领导班子；二是继续开展做好“科技创新”、“诚信论坛”、“品牌建设”和“评价自律”四项传统品牌活动，协会社会影响力不断扩大；三是积极落实有关基层组织建设精神，建立了协会党支部；四是联合30多家行业协会商会举办了“诚信长城杯创建”工作启动仪式，正式开展“诚信长城杯创建”工作。

张利成副理事长对各部门的工作进行了逐个点评，

肯定了一年来大家的工作成绩，并对工作中的不足给予了整改方向。总体情况表明，2013年度协会在经济收入和社会效应方面均取得重大突破，尤其在积极争取企业会议赞助方面，获得了前所未有的好成绩，协会的社会影响力明显增强，还设立了专门的人事培育部门，协会一片生机盎然。结合各部门2014年工作计划，张利成副理事长提出了2014年协会重点工作任务，强调协会工作一定要保持已有的成绩和业务领域，并在原有基础上进行大胆创新突破，同时，2014年还要重点做好产品评价、信用评级、行业调查和党建四个方面工作，并提出具体实施要求，下大力气在协会增收和对外形象上再上一个更大台阶。

2013 年度北京企业评价协会 监事会工作会议召开

1月23日，北京企业评价协会第二届监事会第二次会议在北京企业评价协会会议室召开。协会各位监事以及秘书长刘光丽、党支部书记万守刚、财务部部长王艳平等出席，会议由赵丽梅监事长主持。

会议首先听取了秘书长刘光丽做的2013年协会工作汇报，汇报指出，在新一届理事会的正确领导下，以党的十八大精神为指导，围绕全市企业评价工作的重点，全心全意为企业和会员单位服务。

会议第二项听取了财务部部长王艳平做的2013年协会财务情况汇报。

北京企业评价协会第二届监事会会议通过举手表决的方式审议并通过了2013年协会工作汇报及财务工作情况汇报。

会上各位监事对协会今后工作的开展提出了建议，

希望在以后的工作中能够进一步加强政府和企业之间的联系，充分发挥桥梁纽带作用，全面了解政府相关政策，为企业提供更多的扶持渠道。

会议最后，监事长希望协会新一届领导班子能够不断探索协会发展规律，创新工作机制和工作思路，把北京企业评价协会办成有广泛的社会影响力、行业凝聚力、品牌公信力的枢纽型社团。



参加 2013 年度国家科学技术奖励大会



1月10日，中共中央、国务院在北京人民大会堂隆重举行国家科学技术奖励大会。党和国家领导人习近平、李克强、刘云山、张高丽出席大会并为获奖代表颁奖。李克强代表党中央、国务院在大会上讲话。张高丽主持大会。

中华人民共和国国家科学技术奖励大会是1999年5月中华人民共和国国务院发布《国家科学技术奖励条例》。根据《条例》，中华人民共和国国务院设立了五项国家科学技术奖：中华人民共和国国家最高科学技术奖，中华人民共和国国家自然科学奖，中华人民共和国国家技术发明奖，中华人民共和国国家科学技术进步奖，中华人民共和国国际科学技术合作奖。中华人民共和国国家最高科学技术奖报请国家主席签署并颁发证书和奖金。奖金数额由中华人民共和国国务院规定。获奖者的奖金额为500万元人民币。

在奖项中，每年不超过两名的中华人民共和国国家最高科技奖，是中国科技界的最高荣誉，自2000年中华人民共和国国家科技奖开评以来，共有20人获此殊荣，平均年龄超过80岁。

上午10时，大会在雄壮的国歌声中开始。在热烈的掌声中，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平首先向获得2013年度国家最高科学技术奖的中国科学院院士、中国科学院大连化学物理研究所张存浩，中国科学院院士、中国人民解放军总装备部程开甲颁发奖励证书，并同他们热情握手，表示祝贺。随后，习近平等党和国家领导人向获得国家自然科学奖、国家技术发明奖、国家科学技术进步奖和中华人民共和国国际科学技术合作奖的代表颁奖。

2013年度国家科学技术奖励共授奖10位科技专家和313项成果。

北京企业评价协会作为全国科技创新奖的承担单位和全国科学技术奖励工作的参与单位代表受邀参加了2013年度国家科学技术奖励大会。



1月10日，中共中央、国务院在北京隆重举行国家科学技术奖励大会。

市工商局、市经信委领导莅临协会指导工作



2月20日，市工商局企业信用监督管理处祝京涛处长、市经信委信用管理处白耀宏处长一行到协会指导

工作。协会副理事长张利成、支部书记万守刚、秘书长刘光丽等进行了接待。

刘光丽秘书长首先简要介绍了协会的成立五年来的工作成果、协会定位以及发展规划。两部门领导认真听取了汇报，并对协会人员、活动开展现状以及今后工作重点等情况进行了详细了解，祝京涛处长对协会的工作给予了高度评价，并对协会的发展提出了切实与中肯的建议，还就双方在诚信工作如何推进方面进行了探讨。

张利成副理事长表示，协会将广泛听取社会各界的意见和建议，进一步规范协会的各项工作，加大和其他兄弟行业协会商会的交流合作，更好地服务社会和广大企业，在各级、各部门领导的关心指导下，创造出协会更加美好灿烂的明天。

市工商局领导莅临协会指导工作



1月2日，市工商局领导曹中生、原市食品饮料行业商会副会长刘淑凤一行到协会指导工作。协会副理事长张利成、支部书记万守刚、秘书长刘光丽等进行了接待。

刘光丽秘书长首先就协会近年来的工作及发展规划做了汇报。座谈期间，曹中生就协会工作尤其是协会的四大品牌活动给予了高度评价，并对协会的发展思路提出了建设性意见，指出：协会应该从北京市的整体角度着手并充分利用自身的评价资源优势做出一定成绩，并逐步形成品牌，同时争取更多政府部门的支持，努力把北京企业评价协会打造成枢纽型协会。

张利成副理事长表示，协会一定不负众望，会积极广泛听取社会各界的意见和建议，进一步规范协会的各项工作，加大和其他兄弟行业协会商会的交流合作，更好地服务社会和广大企业，在各级、各部门领导的关心指导下，创造出协会更加美好灿烂的明天。

协会党支部组织进社区新春慰问活动

春节将至，岁寒情深。1月21日，协会继2013年11月27日成立党支部后首次联合潘庄社区开展“守望相助，情暖空巢”送温暖活动。

在社区党总总书记毕秀燕和甘家口街道党工委张静的带领下，协会党支部书记万守刚、秘书长刘光丽及党员积极分子走进潘庄社区看望慰问空巢老人并召开了座谈会，为他们带去了新春问候和节日祝福，送上慰问品。

座谈会上，协会党支部书记万守刚同志细心叮嘱社区空巢老人和困难群体，勇敢面对困难，相信在党、在协会关心与支持下，生活一定越来越好。

通过开展此次活动，充分体现了协会对空巢老人和困难群体的关爱，今后协会党支部将继续与社区联合，慷慨解囊，为困难群众解决实际困难，充分发挥党员创



先争优精神，树立良好的协会文化。



参加 2013' 中国企业自主创新 TOP100 评价发布活动

12月21日，受中国企业评价协会邀请，刘光丽秘书长带队参加了2013' 中国企业自主创新TOP100评价发布暨第四届中国企业自主创新高峰论坛活动，并组织10多家会员单位参加了“资本市场与中国梦全国巡讲启动仪式”。

该活动由国务院发展研究中心批准、指导，中国企

业评价协会主办，在北京北汽集团“北京汽车产业研发基地”一楼学术报告厅举办。

会上发布了中国企业自主创新高端制造业、能源业、电子信息业、生物业和节能环保业各100家企业名单和《中国企业自主创新评价报告（2013）》。全国政协委员、中国企业评价协会会长侯云春作开幕致

协会召开民主生活会

1月24日，北京企业评价协会民主生活会在协会会议室召开，协会秘书长刘光丽、党支部书记万守刚及全体员工出席了会议，会议由党支部书记万守刚主持。

本次会议以“总结工作，畅想未来，共同提高”为主题，主要围绕各自总结工作；相互交流讨论；领导总结并提出新年的工作方案和思路三方面进行。

会上，全体员工对于自己一年来的工作都积极发言，能够清楚认识到自己的工作不足，对于新年来的工作，表达了较大的信心和积极的态度。在员工交流环节，现场气氛非常活跃，领导班子与员工之间诚心交流，收集了较多有益的意见和建议，找出了协会和个人存在的突出问题。

对过去一年的工作，秘书长和党支部书记都给予了充分肯定，是大家共同努力的结果。关于下一步工作，党支部书记要求大家要紧紧围绕协会2014年的工作重点，积极开拓创新，总结自身成功的工作方式，改进自身不足，力争再上新台阶；要加强中层干部队伍建设，凝心聚力，心往一处想，维护班子团结，相互信任，相互补台，既要有明确的分工，又要有相互支持配合的胸怀、勇气和胆量，做到大事讲原则，小事讲风格，提升协会的精气神。

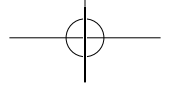
最后，党支部书记万守刚进行总结指出，通过今天召开的民主生活会，大家敢于揭短，敢于正视问题，敢于从自身找原因，剖析问题深刻，实事求是，态度诚恳，达到了相互交流、相互提醒、共同提高、促进工作的目的，这也充分体现了协会的团结意识、发展意识、责任意识。他认为，这是一次成功的会议，会前准备充分，会上气氛热烈而融洽，员工充分提出意见，坦诚谏言，切合协会工作实际，针对性强，领导班子成员正确对待、态度积极，同志之间相互帮助到位，对协会长远发展将起到积极作用。



（上接10页）

辞，详细阐述建设创新型国家过程中，政府与市场的关系、政府与企业的关系，强调要把自主创新工作摆在更重要的位置。随后国家工信部党组成员、总工程师朱宏任作“优化中小企业发展环境，释放企业创新活力”的演讲，提出了若干优化中小企业发展环境的举措，推进企业创新发展。国务院发展研究中心副主任张来明，国务院国资委监事会主席季晓南，全国人大常委、民建中央副主席辜胜阻等领导专家围绕自主创新话题做出了精彩演讲。





24 年创新路，好孩子获评最具创新中国企业

日前，“2013 中国最具创新企业评选”正式揭晓。本次评选，经过数十位专家学者、媒体人士的慎重评审投票，全球母婴行业领军者好孩子荣获“2013 年中国最具创新企业”称号，同时获奖的还包括飞利浦、英特尔、道康宁等国内外知名品牌。此外，好孩子工业设计中心还荣获工业与信息化部认定的“国家级工业设计中心”称号。

母婴创新机器好孩子获评年度最具创新企业

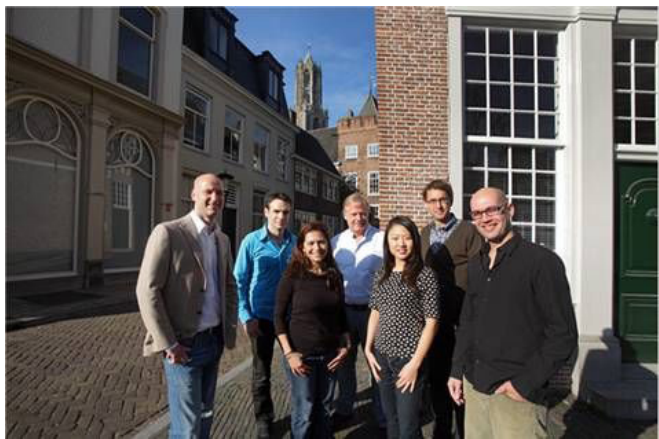
“中国最具创新企业评选”是由《经济观察报》和北京创新学会联合主办，长江商学院独家学术支持的大型全行业核心品牌活动，是目前涵盖范围最广、评价体系最科学公正、活动规格最权威高端的活动之一。有母婴行业“创新机器”之称的好孩子，凭借强大的创新实力和业绩，获得“2013 年中国最具创新企业”称号，可谓实至名归。

从创业伊始，好孩子就把创新视为企业发展的原动力。迄今为止，好孩子在其全品类产品上申请的专利达到 5800 项，相当于世界母婴行业排名第二至第五名企业所拥有专利数的总和。



为了充分整合全球资源，好孩子投入巨资，陆续在美国波士顿、荷兰乌特勒支、日本东京、中国香港及中国昆山，建立全球五大创新研发中心。中心汇集了 225 名工业设计创新人才，包含 37 名外籍设计精英，5 名博士，10 名高级工程师，其中多人分获“行业领军人物”、“轻

工业劳动模范”等称号。目前，好孩子每年面向全球推出 400 多项新产品，平均每半天就向市场推出一款全新的产品。



在评选“2013 年中国最具创新企业”的过程中，评审团专家对好孩子的创新能力给予了高度的评价，对好孩子基于企业的社会责任创新的行为，表示了高度的赞赏。

创新驱动发展好孩子引领全球母婴产业发展

强大的创新与设计能力，以及过硬的产品质量，让好孩子迅速成为母婴市场优质产品的代名词。对创新的不断追求，对产品细节的极致考究，让好孩子母婴产品备受行业和消费者认可。

截止日前，好孩子已经成为中国乃至全球最大的全品类母婴产品供应商、零售商、服务商，旗下拥有 gb、小龙哈彼等自主品牌。产品销往 78 个国家和地区，在全球市场已经占据了绝对的领袖地位。2009 年，在中国、北美和欧洲市场上，每 2.9 辆婴儿车，就有一辆来自好孩子。好孩子在中国市场占有率达到 42%，连续 20 年销量第一；北美市场占有率高达 55.1%，连续 14 年销量第一；在欧洲市场，占有率达到 24.1%，连续 7 年第一。

2010 年、2011 年、2013 年，好孩子 Emotion、E-pushchair Myotronic 以及 gamma 婴儿车分别获得红点产品设计大奖，这一奖项被公认为国际工业设计领域的“奥斯卡奖”。2012 年，由好孩子 A2009 婴儿车问鼎

中国首届工业设计金奖。2013 年，由好孩子日本设计公司原创设计的 T-BAR 婴儿车荣获江苏省首届工业设计金奖。此外，好孩子还还获得了包括中国优秀工业设计奖金奖、2013 年度全国“质量标杆”等，填补了母婴行业奖项方面的多个空白。

站在人类道德制高点好孩子驱动母婴新标准升级

作为全球母婴行业的领军企业，好孩子把“改善儿童生存环境，提高儿童生活品质”作为企业的使命，承担起企业的社会责任，从人类道德的高度来规范自己的行为、设定自己的目标，引领了世界母婴行业发展的方向。

近年来，好孩子积极地参与全球儿童产业标准研究和制订，成为美国、欧洲、日本制定产品标准的协会委员，

先后参与 78 项美国标准修订、1 项欧洲标准修订和 1 项日本标准的起草和制定，并累计主导和参与本行业国家标准制订或修订 57 项，占本行业国标的 90% 以上，有效推动了安全、环保、健康、国际化的母婴用品的普及和发展。

业界分析人士认为，2013 年，中国经济面临转型升级，以期缓解经济总量大而欠佳、发展速度快而不优的发展现状，并实现产业从低端向高端、从制造业向服务业的转型。作为经济社会发展最大动力源，以好孩子为代表的中国企业已成为创新进步的重要力量，将进一步推动技术创新、制度创新、管理创新和商业模式创新，成为勇立潮流的商业领袖。

来源：中安在线

雷军、马化腾等获评 2013 中国通信行业十大人物

2013 年度中国通信行业发展大会暨中国通信工业协会企业信息化建设委员会成立大会在北京举行。

大会上，中国通信工业协会会长王秉科宣布，中国通信工业协会企业信息化建设委员会正式成立。中国通信工业协会常务副会长孙锋发布了 2013 年度“中国通信行业十大新闻”，并宣读了“中国通信行业十大新闻人物、最具影响力品牌、最具投资价值企业和最佳产品创新奖”名单，其中，昂纳信息技术（深圳）有限公司董事长兼总裁那庆林，北京小米科技有限责任公司董事长、CEO 雷军，腾讯科技董事局主席兼 CEO 马化腾，华为技术有限公司 CEO 任正非等 10 位获称“2013 年度中国通信行业十大新闻人物”；“长飞”品牌—长飞光纤光缆有限公司、“道有道”品牌—道有道（北京）科技有限公司、“O-NET”品牌—昂纳信息技术（深圳）有限公司等 10 个品牌获称“2013 年度中国通信行业最具影响力品牌”；北京金源环能科技有限公司、道有道（北京）科技有限公司、河北四方通信设备有限公司等 5 家获称“2013 年度中国通信行业最具投资价值企业”；国动网络通信集团有限公司“国动模式”、南京佳力图空调机电有限公司“佳力图磁悬浮离心式冷水机组”、TCL 通讯科技控股有限公司“TCL Hero N3”手机等 5 家获“2013 年度中国通信行业最佳产品创新奖”。

孙锋介绍说，本次活动采取企业、企业家自愿报名、相关组织推荐和组委会提名等方式进行推选，经有关专家组成评选委员会，按照公开、公平、公正的原则和程序进行分析评价，最终评选出 2013 年度中国通信行业十大新闻 10 件、中国通信行业十大新闻人物 10 名、最具影响力品牌 10 家、最具投资价值企业 5 家、最佳产品创新奖 5 家，获得表彰的企业、企业家具有较强的创新精神和创造能力，具有良好的企业形象和声誉，成就真实、突出，具有一定的影响力和美誉度，为我国通信领域和社会经济发展做出了突出贡献。

中国通信工业协会企业信息化建设委员会秘书长尹伯卿对记者介绍，本次大会的主题是“创新的力量——中国通信新篇章”。会议的主旨就是，培育树立通信行业楷模典范，总结我国通信业的建设成果，推动创业、创新、创造的企业精神，加快建设新一代信息产业和高端通信制造产业创新转型升级。

2013 年度“中国通信行业十大新闻、中国通信行业十大新闻人物、最具影响力品牌、最具投资价值企业、最佳产品创新奖”推选活动，是中国通信工业协会每年一届的重要活动，活动得到了全国范围内行业主管部门、组织、媒体和企业的积极响应。

来源：中国电子报

2013 中国企业 50 强公众透明度评价报告发布

日前，由北京融智企业社会责任研究所主办的“企业可持续竞争力年会”暨“2013 中国企业 50 强公众透明度评价报告发布”，在北京成功举行。

来自国务院国资委、人力资源和社会保障部、北京市工信委等部委和地方政府部门的领导，中国社会科学院、清华大学、北京大学等专家学者，中国工业经济联合会、中国民营企业家协会等协会组织、联合国开发计划署、瑞典驻华大使馆等国际机构，国内外民间组织及企业代表等近 200 人出席会议。

“企业可持续竞争力论坛”是联合国“全球契约”中国网络中心与北京融智企业社会责任研究所于 2011 年创办的，目的是为政府、研究机构、高校和企业就社会责任政策、研究成果、实践经验和热点问题的发布、交流与探讨搭建一个平台。本届年会组织者以“企业公众透明度”为会议主题，是“企业可持续竞争力论坛”的延续。

本届年会公布了北京融智企业社会责任研究所撰写的《2013 中国企业 50 强公众透明度评价报告》，它依据于“北京融智”《基于社会责任视角的中国企业 50 强公众透明度研究（2013）》课题成果。公布了我所依据上述研究成果建立的评价标准，组织业内专家构成的专家委员会，对中国企业 500 强前 50 强企业的社会责任信息披露情况的调查、分析、比较和评审，评选出的“典范企业奖”、“责任沟通创新奖”、“最佳社区关系奖”、“优秀社会责任报告奖”、“最佳环境信息披露奖”和年会“公众透明度特别贡献奖”奖项，和举行了颁奖仪式，获奖企业达 17 家。

北京融智企业社会责任研究所终身名誉所长陈英、中国企业管理研究会理事长黄速建致欢迎辞。国务院国资委研究局局长彭华岗和瑞典驻华使馆参赞及企业社会责任中心主任 Maisoun Jabali（梅森）先生发表嘉宾致辞。

所长王晓光博士发布并解读《2013 中国企业 50 强公众透明度评价报告》。北京大学社会责任研究所首席顾问孙继荣发表“企业透明度管理与可持续发展的国际

经验”专题演讲。国家电网公司代表对外联络部社会责任处处长李伟阳做“企业公众透明度”实践经验介绍。

主题为“当前企业公众透明度的挑战与应对”的圆桌论坛，由人力资源和社会保障部国际劳工与信息研究所副所长张峻峰主持，出席专题论坛的嘉宾有《中国商报》中国品牌报告主编曾叔云、厦门大学企业社会责任与企业文化研究中心副主任郑若娟、中国远洋运输集团公司可持续发展办公室主任马欢迎、中国机械工业集团有限公司企业文化处处长李光、中国移动通信集团公司发展战略部策划处副经理文雪莲。圆桌论坛在“当前企业公众透明度的挑战与应对”主题下，围绕“企业公众信息披露的经验与挑战”和“新闻人视角下的企业公众信息披露、企业新闻报道中的体会与思考”等话题展开。

会议还举行了“2013 中国企业 50 强公众透明度优秀企业颁奖”典礼。到会领奖的单位中国移动通信集团公司、中国建筑材料集团有限公司、国家电网公司获“典范企业奖”，中国航空油料集团公司、中国电信集团公司、中国农业银行股份有限公司获“优秀社会责任报告奖”，中国南方电网有限公司、中国五矿集团公司、中国航空工业集团公司获“责任沟通创新奖”，中国机械工业集团有限公司、宝钢集团有限公司获“最佳环境信息披露奖”。华润（集团）有限公司、中国银行股份有限公司获“最佳社区关系奖”，中国远洋运输（集团）总公司获“年会特别贡献奖”。

来源：中国经济网



菜百公司荣获“2014 年度北京十大商业品牌金奖”

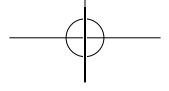
由北京日报报业集团和市商业联合会主办、市商务委等相关委办局支持的“2014 年度北京十大商业品牌评选”于 2 月 23 日在京揭晓。菜百公司作为黄金珠宝行业的龙头企业，继荣获“2013 年度北京十大商业品牌金奖”之后，以连续六年荣获“北京十大商业品牌”的骄人成绩而直接晋升为评选活动的最佳奖项——“2014 年度北京十大商业品牌金奖”。

在过去的 2013 年中，北京商业经历了不平凡的一年。零售企业遇到了前所未有的挑战，但这也磨砺了北京商业企业。有的企业选择引入创新丰富营销；也有的则试图循着互联网路径试图开拓新领域。而这些也正是本届北京十大商业品牌评选的主题——“改革·机遇·转型·创新”，紧扣时代发展的脉搏。

菜百公司总经理王春利女士表示，2013 年，对于菜百公司和菜百首饰来讲，也遇到了前所未有的挑战，其中主要有三方面的挑战：第一，国际金价的变化，2013 年从年初 1360 到 6 月份 1100 多，每克首饰下降 100 块钱，这是前所未有国际金价的下行；第二，传统商业受到了一些电商、北京开的很多黄金珠宝市场的影响，给菜百公司带来的挑战也是非常巨大的；第三，面临的市场也发生了很大的变化，由于国家政策的变化，使贵金属首饰、

礼品的销售受到很大冲击，由于国际金价的变化，投资产品的销售也受到很大阻力。面对这三个巨大的挑战，菜百公司积极应对，在 2013 年实现了三个一百，首先销售额连续三年突破 100 亿，2013 年更是一个非常更高的制高点，达到 135 亿；同时，菜百的黄金交易额达到 100 多亿，还有一个非常重要的数字——首饰售后服务高达 143 万人次，这三个一百的实现是菜百公司和菜百首饰不断努力和创新的成果，首先一个创新点，4 月份的“抢”黄金热潮之后带来后续的市场淡季给菜百公司带来很大挑战，菜百公司及时调整商品结构，发挥菜百首饰设计团队的优势，设计个性化首饰以及顾客体验式消费氛围的营造；第二，增加首饰售后服务项目，由原来 30 项增加到 33 项；第三，菜百公司进军电商——菜百京东旗舰店，自开店以来颇受好评，获得了非常好的业绩。

面对未来，菜百首饰将继续坚持“金质服务”的经营理念，以“做每个人的黄金珠宝顾问”为出发点，打造“幸福生活，爱在菜百”的美好愿景。同时，菜百公司面对新的挑战，更将不断创新，求得更大的发展。



光伏行业整体亏损格局难改 2014 年或将缓慢回暖

2013 年我国光伏行业逐步回暖，数据显示多家光伏企业 2013 年全年营收预增。但近日，美国再次对我光伏产品发起双反调查。对此，有专家表示，经过近两年的行业洗牌，行业已有触底反弹趋势，但说全面回暖还言之过早，产业仍面临诸多难题，完全脱困还需要很长一段时间。上述专家还表示，如果美国裁定征税，我国光伏业将遭遇全面设限，不少光伏企业的处境将雪上加霜。

光伏行业整体亏损格局难改变

数据显示，36 家太阳能发电概念股 2013 年前三季度共实现归属于上市公司股东的净利润 1.44 亿元，这一数据与 2012 年同比增加 2.84 倍。这 36 家太阳能发电概念股中已有 17 家预告了 2013 年年报净利润变动幅度 4 家预计净利润下滑，13 家预增。其中，阳光电源（300274）预计 2013 年业绩同期上升 140% 到 170%，隆基股份（601012）2013 年实现净利润 6500 万元左右，将扭亏为盈。

对此，卓创资讯分析师王晓坤表示，2013 年，中欧贸易争端的和解，给光伏行业带来些许暖意；加之多种利好政策的支持，经过近两年的行业洗牌，部分光伏企业已有触底反弹趋势。2014 年我国光伏行业发展或将缓慢回暖，但目前仍面临重重困难：美国对我国展开第二轮双反调查，过度依赖出口的国内光伏企业面临新一轮贸易壁垒的挑战；除此之外，我国光伏行业仍面临产能过剩，技术依赖进口等困境，整体亏损格局短时间难以改变。

中商情报网产业研究院能源行业研究员马思明也同意上述说法：“2014 年光伏产业将面临欧美双反、产能过剩等压力，将会有一批企业面临淘汰，企业兼并重组在所难免，光伏产业面临诸多难题，完全脱困还需要很长一段时间。”

光伏企业负债率高企 融资仍是难题

据了解，2010 年初，我国在硅片、电池片、组件等光伏下游产业形成了一股投资热潮，银行贷款成为资金的主要来源。随着 2011 年上半年，扩张产能集中投产后，全行业很快陷入恶价格战，并在 2012 年引发美国、欧盟的“双反”。有业内人士表示，光伏行业贷款扩张产能后，没过几天好日子，就进入了连续 5 个季度的亏损。到 2013 年年底，行业内龙头企业的负债率在 80% 至 85% 之间，个别企业达到 90% 以上。

不仅负债率高企，融资难的问题也困扰着光伏企业，王晓坤表示曾经的光伏巨头尚德的亏损破产给整个行业留下深深烙印。对投资者来说，行业巨头的破产无疑印证了整个行业的亏损、低迷。在这种情况下，银行对光伏行业并无信心，为规避风险，大多数投行宁愿选择以低利率投资更稳健的行业，避免投资光伏产业。另外光伏产业投资周期长，市场回报面临风险，一个分布式光伏项目理论测算的回报率为 14%，约 7、8 年收回成本，期间面临的风险不可预测，这无疑又提高了投资者的警惕性。

“一个 10 万千瓦的分布式光伏项目，大概需要 1 亿元的前期投资，全国的示范项目需要近 200 亿元的投入，融资问题十分紧迫。我国国家能源局与国家开发银行与 2013 年 8 月联合发布《支持分布式光伏发电金融服务的意见》，希望以金融支持的方式来促进分布式光伏的发展，但此举收效甚微。目前大多数企业仍需自有资金支持，而国开行的贷款需要经信用评级后，才能发放。”

美再双反致企业的处境雪上加霜

距离美国首次对华光伏产品发起“双反”调查仅过去两年的时间，第二轮“双反”调查又被发起。近日，美国国际贸易委员会做出初裁，认定美国国内产业因进口中国晶体硅光伏产品而遭受实质损害。

数据显示，受两年前欧美“双反”调查影响，2012

2014 年机器人等高端装备制造业 有望加快发展

据工业和信息化部消息，工业和信息化部发布 2013 年中国工业通信业运行报告，报告指出，1-11 月份，建材行业增加值同比增长 12.2%，增速同比加快 0.6 个百分点。生产水泥 22 亿吨，增长 9.2%；平板玻璃产量 7.1 亿重量箱，增长 11.6%。制品业及深加工业的拉动作用日益增强。

据中国建材联合会统计，规模以上混凝土与水泥制品业、建筑用材和轻质建材等制品与深加工行业实现主营业务收入增速均超过 20%，明显高于传统建材行业，对建材行业增长的拉动作用不断增强。

水泥、平板玻璃行业遏制产能过剩初见成效，产品价格缓慢回升。据中国建材联合会统计，前三季度全国累计新增水泥熟料生产线 32 条，新增水泥熟料生产能力 4053 万吨；累计新增浮法玻璃生产线 17 条，新增产能 6184 万重量箱。截至 9 月底，水泥熟料、平板玻璃新增产能为去年全年新增产能的 43% 和 45%，目前在建的水泥、平板玻璃项目有一半以上不同程度地放缓了进度或停止了建设。在新增产能得到初步遏制、市场供需矛盾有所缓解的情况下，今年以来水泥、平板玻璃价格总体稳定，

8 月份以来基本呈现小幅回升的态势。效益状况有所好转。前 10 个月，建材行业实现利润增长 21.3%（去年同期为下降 5.2%），增速比上半年加快 3.1 个百分点。

主营业务收入利润率为 6.47%，同比提高 0.28 个百分点；企业亏损面为 12.47%，同比收窄 0.18 个百分点。稳中有进的发展态势有望延续。今年以来，水泥、平板玻璃等传统建材行业化解产能过剩矛盾已初显成效，建材制品业和深加工行业发展态势良好，结构调整取得了积极进展。下一阶段要继续抓好化解产能过剩工作，大力发展低耗能、低排放、高附加值的绿色建材等行业，在推动建材行业运行基本平稳的同时，进一步提质增效。

石化行业。生产增势基本平稳。1-11 月份，石化行业增加值同比增长 7.9%，增速同比回落 0.2 个百分点，其中化工行业增长 12.2%。主要产品中，乙烯和烧碱产量分别增长 8.4% 和 5.9%，增速同比加快 11 个和 1.8 个百分点；纯碱产量同比下降 1.5%。多数产品价格见底回升。今年以来，主要石油化工产品价格呈现下跌趋势，进入三季度之后，产品价格持续下滑的态势基本得到遏制，多数产品价格有所回升。据中国石油和化工协会统计，



（上接 16 页）

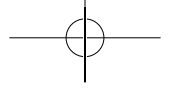
年我国光伏产品对美欧出口量大幅度下降，比 2011 年分别下降约 30% 和 45%。

此次初裁结果公布后，由光伏行业人士普遍预测，美方最终裁定结果对中国大陆和中国台湾企业不利的可能性仍然较大。

马思明分析认为，美国对华光伏产品的第二次双反，可以说是变本加厉。此次调查试图涵盖 2011 年“双反”调查所没有包括的其他所有来自中国的光伏产品，并同时台湾地区提出反倾销，意欲形成对华光伏产品的全面限制，如果美国裁定征税，我国光伏业将遭遇全面设限，不少光伏企业的处境将雪上加霜。

他表示，在这种形势之下光伏企业需要积极应对诉讼，主动拿起法律武器捍卫自己的合法权益，并积极响应国家政策，调整企业发展模式。

来源：中国经济网



尽管石油和化工行业价格指数同比仍然下降，但是环比已连续数月小幅回升。9 月份，在主要监测的化工产品中，70% 的产品价格环比上涨。除有机化学品外，纯碱、烧碱等部分持续下跌的无机化学品价格也出现了回升。效益恢复性回升。前 10 个月，石化行业实现利润总额 3586 亿元，在去年同期下降 5.8% 的基础上增长 9.3%，比上半年加快 11 个百分点。其中，化工行业利润总额增长 11%。明年将保持平稳增长。近期，石化行业运行呈现企稳回升的积极态势，油气价格形成机制改革、加快页岩气开发、煤层气开发、稳步推进煤化工项目等一系列政策效应的显现将进一步巩固行业向好发展的基础。但也要看到，当前行业产能过剩问题突出，明年房地产、建筑和汽车等下游行业需求状况难有改观，市场供需失衡矛盾调整难度较大，加上资源环境约束加强和企业经营成本高企，行业运行情况短期仍难以明显好转。预计明年石化行业运行态势总体平稳。

装备制造业。在汽车行业支撑，以及固定资产投资稳定增长和出口持续回升的拉动下，装备工业生产增速连续五个月恢复。据国家统计局统计，1-11 月份，装备制造业增加值同比增长 10.7%，增速同比加快 2.5 个百分点，高于全部规模以上工业增加值增速 1 个百分点。

其中，一、二、三季度分别增长 9%、9.3% 和 11.2%，10 月份和 11 月份分别增长 13% 和 13.9%，已连续 5 个月回升。其中，汽车制造业增长 14.3%，增速同比加快 5.7 个百分点，是带动装备工业生产回升的重要力量。出口增速持续回升。受全球经济回暖和去年基数前高后低的影响，装备工业出口交货值扭转了年初以来降幅持续扩大的趋势，6 月份以来增速不断回升，11 月份出口交货值同比增长 6.5%。效益状况继续改善。

前 10 个月，装备工业实现利润 10536 亿元，同比增长 14.9%，增速比去年同期加快 12.8 个百分点，较上半年加快 3.5 个百分点；主营业务收入利润率为 6.39%，同比提高 0.15 个百分点；企业亏损面为 14.68%，同比扩大 0.6 个百分点。装备行业运行仍将延续恢复回升基调，行业内部可能出现分化。尽管明年固定资产投资难以加快增长，但出口形势可能有所改观，同时中国机械联合会重点联系企业的累计订货额增速也呈现持续小幅加快之势，预计明年行业需求状况总体平稳，将支撑装



备工业继续恢复增长。

受产能过剩影响，冶金矿山设备、重型机械、普通机床等行业短期仍然难以摆脱低迷态势。在加快推进产业转型升级、大力培育战略性新兴产业发展的政策背景下，明年高档机床、机器人等高端装备制造业有望加快发展。汽车和农机产销在今年增速较高的基础上可能适度回落，但大型高端农机仍有望实现快速增长。

来源：市经济信息化委装备产业处



提高乳粉质量水平 提振社会消费信心行动方案

在全社会的共同努力下，我国乳制品质量安全状况明显改善，产业素质持续提升。同时，一些长期积累的矛盾和问题还需持续治理和改善。为督促乳粉生产企业特别是婴幼儿配方乳粉企业加强质量安全管理，切实提高婴幼儿配方乳粉质量安全水平，加快恢复和提振消费者信心，促进行业健康持续发展，工业和信息化部特制定《提高乳粉质量水平 提振社会消费信心行动方案》。行动方案主要内容如下：

一、工作目标

着眼当前，通过加强清理整顿和正面宣传，营造有利于婴幼儿配方乳粉安全生产的环境氛围。夯实基础，通过推动企业技术改造和质量保障体系建设，持续提高质量安全保障水平，年内实现社会公众对国产婴幼儿配方乳粉的消费信心明显增强；立足长效，通过严格行业准入和加快产业调整，全面推动行业结构转型和升级。

二、主要任务

（一）督促企业强化管理

组织开展为期三个月（6 月 1 日至 8 月 31 日）的婴幼儿配方乳粉企业质量安全专项检查。重点要求企业强化内部食品安全管理，配备专职食品安全管理人员，严格落实原料与产品进货查验、出厂检验、索证索票、购销台账记录、标签标识、企业食品安全事故报告、产品召回等各项管理制度，健全和落实质量安全管理体。加强诚信体系建设，尽快对所有婴幼儿配方乳粉企业诚信管理建设工作的实施情况再次展开审核评价，确保企业 100% 建立并运行诚信管理体系。组织婴幼儿配方乳粉生产企业开展诚信自律活动，在电视、报刊、网络等媒体上向社会公开承诺保证产品质量安全。在国家食品工业企业诚信信息公共服务平台上公布生产企业相关信息及负责人办公电话，鼓励社会公众监督婴幼儿配方乳粉产品安全。

（二）强化行业准入管理

进一步规范婴幼儿配方乳粉行业投资行为，严格按照准入条件要求核准新建和改（扩）建项目；在 2013 年内开展婴幼儿配方乳粉企业（项目）再审核清理工作，淘汰一批不符合国家产业政策和质量安全保障条件不达标的企业（项目）。

（三）推进产业结构调整

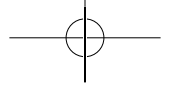
落实《食品工业“十二五”发展规划》，联合制定发布《全国奶业发展规划》，引导婴幼儿配方乳粉优势企业实施强强联合、兼并重组，提高产业集中度；完善自主创新机制，加强婴幼儿配方乳粉生产工艺、重大共性关键技术研究，鼓励企业加强研发和创新投入，实现产品差异化，避免恶性低价竞争；加快淘汰落后产能，健全产业退出机制。

（四）推动企业技术改造

结合年度技改项目安排，将婴幼儿配方乳粉生产企业的产品质量控制、监测与检测、安全卫生、质量可追溯体系建设等作为提升质量保障能力的重要内容。按照国务院统一部署和工作要求，积极推进婴幼儿配方乳粉生产企业加快食品安全信息化建设，运用物联网技术建立产品质量可追溯体系。鼓励企业延伸产业链，加强源头控制，支持企业发展自有（或自控）奶源基地，对重点企业和重点项目给予专项资金支持。

（五）完善标准体系建设

加快制（修）订和完善婴幼儿配方乳粉行业的基础标准、产品标准、方法标准、管理标准、检测标准等，从生产环节严格执行各项标准，提升标准的通用性、科学性和实用性；会同相关部门健全标准评审程序和制度，增强标准制定的透明度，并与国外通行或先进检测标准做合理对比。



2013 中国纺织服装品牌年度工作会议举行

为深入贯彻《纺织工业“十二五”发展规划》和《建设纺织强国纲要（2011-2020 年）》品牌建设有关精神，进一步推动纺织服装品牌建设，按照国家工业和信息化部和中国纺织工业联合会有关要求，中国纺织工业联合会品牌工作办公室于 2013 年 12 月 12-13 日在福建省厦门市召开“2013 中国纺织服装品牌年度工作会议”。工业和信息化部、商务部、中国纺织工业联合会、中国百货商业协会、厦门市政府、北京、上海等地方工业主管部门及行业协会、纺织服装品牌企业代表近 300 人出席会议。



在“2013 中国纺织服装品牌年度工作会议”上，工业和信息化部党组成员、总工程师朱宏任，中国纺织工业联合会会长王天凯出席会议并致辞。中国纺织工业联合会发布《2013 年中国纺织行业品牌发展报告——丝绸羊绒篇》、《纺织行业品牌培育管理体系通用要求》行

业标准工作情况、部分纺织服装鞋帽企业品牌价值试评价结果。上海纺织控股集团、浙江洁丽雅集团与会介绍品牌建设经验，杭州女装电子商务公共服务平台、深圳市服装协会、温州市服装商会分别介绍公共服务平台和区域品牌试点工作经验。中国纺织工业联合会继续确定温州、深圳为区域品牌试点地区后，也与海宁、厦门签署试点协议并授牌。

会议期间，以“中国纺织服装品牌国际化之路”为主题的时尚品牌论坛、以促进工商交流对接为主旨的“工商品牌交流会暨中国百货商业协会第六届第五次理事（扩大）会”暨“工商对接——百货商业企业走进品牌产业基地”活动同期举行，为进一步推动中国纺织服装自主品牌建设开创了务实、有利的良好新局面。

来源： 市经济信息化委都市产业处

国务院常务会议：部署推进公司注册资本登记制度改革

国务院总理李克强 2013 年 10 月 25 日主持召开国务院常务会议，部署推进公司注册资本登记制度改革，降低创业成本，激发社会投资活力。

会议指出，改革注册资本登记制度，放宽市场主体准入，创新政府监管方式，建立高效透明公正的现代公司登记制度，是新一届政府转变职能总体部署和改革方案中又一项重要举措，目的是为了进一步简政放权，构建公平竞争的市场环境，调动社会资本力量，促进小微企业特别是创新型企业成长，带动就业，推动新兴生产力发展。将这一改革举措全面推开，十分必要。这样做不仅顺应广大市场主体的热切期盼，有利于扩大社会投资，巩固经济稳中向好的发展态势，而且符合新技术、新产业、新业态等新兴生产力发展的要求，有利于建设服务型政府，减少对市场的微观干预，保障劳动创业权利，营造良好营商环境，创造更多就业机会，使人民群众在深化改革、不断解放和发展生产力中更多受益。

会议强调，推行注册资本登记制度改革，就是要按照便捷高效、规范统一、宽进严管的原则，创新公司登记制度，降低准入门槛，强化市场主体责任，促进形成诚信、公平、有序的市场秩序。会议明确了改革的主要内容：一是放宽注册资本登记条件。除法律、法规另有规定外，取消有限责任公司最低注册资本 3 万元、一人有限责任公司最低注册资本 10 万元、股份有限公司最低注册资本 500 万元的限制；不再限制公司设立时股东（发起人）的首次出资比例和缴足出资的期限。公司实收资本不再作为工商登记事项。二是将企业年检制度改为年度报告制度，任何单位和个人均可查询，使企业相关信息透明化。建立公平规范的抽查制度，克服检查的随意性，提高政府管理的公平性和效能。三是按照方便注册和规范有序的原则，放宽市场主体住所（经营场所）登记条件，由地方政府具体规定。四是大力推进企业诚信制度建设。注重运用信息公示和共享等手段，将企业登记备案、年

度报告、资质资格等通过市场主体信用信息系统予以公示。推行电子营业执照和全程电子化登记管理，与纸质营业执照具有同等法律效力。完善信用约束机制，将有违规行为的市场主体列入经营异常的“黑名单”，向社会公布，使其“一处违规、处处受限”，提高企业“失信成本”。五是推进注册资本由实缴登记制改为认缴登记制，降低开办公司成本。在抓紧完善相关法律法规的基础上，实行由公司股东（发起人）自主约定认缴出资额、出资方式、出资期限等，并对缴纳出资情况真实性、合法性负责的制度。

会议强调，改革注册资本登记制度涉及面广、政策性强，要抓紧依照法定程序推进相关法律法规的修订工作。各地区、各有关部门要密切配合，加快制定完善配套措施。各省级政府要按照统一标准和规范，抓紧建设本地区的市场主体信用信息公示系统。工商行政管理部门要优化流程、完善制度，确保改革前后管理工作平稳过渡。要强化企业自我管理、行业协会自律和社会组织监督的作用，提高市场监管水平，切实让这项改革举措“落地生根”，进一步释放改革红利，激发创业活力，催生发展新动力。

会议还研究了其他事项。



（上接 19 页）

（六）加强舆论宣传引导

从 2013 年 5 月份开始，组织开展“食品安全深度行”公众开放日活动，组织消费者、各新闻媒体到婴幼儿配方乳粉企业实地参观，现场跟踪了解国产乳粉产品质量的真实情况，有效防止虚假信息的传播和炒作；6 月中旬，在食品安全宣传周期间，开展国产乳制品质量安全专题宣传活动，普及科学消费知识，以“质量、安全与责任”为主题，通报政府、行业、企业在确保产品质量、维护消费者利益等方面采取的措施及取得的成效；通过行业协会加大食品安全法律法规和科学知识的普及力度，加强对从业人员职业道德教育和专业知识培训。

来源： 工信部网



解读中小投资者保护意见的六大亮点

近日，国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见对外正式发布，这明确将保护中小投资者作为资本市场的基石，其中多项创新举措将给资本市场带来新变革。

公司不分红 未达整改不得再融资

现状：A股上市公司向来以“铁公鸡”著称，被投资者指责只知圈钱不知回报。据统计，2001至2011年，我国上市公司现金分红占净利润的比例为25.3%，而境外成熟市场通常在40%左右。2006年以来，上市公司平均年化股息率只有1%左右。由于缺乏长期稳定回报，投资者往往选择投机来博取收益，这已经成为A股市场一大弊病。

措施：上市公司不履行分红承诺的记入诚信档案，未达整改要求不得进行再融资。对现金分红持续稳定的公司，建立适当扶持的监管制度安排。制定差异化的分红引导政策。研究建立“以股代息”制度，丰富股利分配方式。

点评：在分红文化欠缺的背景下，以政策引导鼓励上市公司分红实为必须之举。把分红与监管挂钩，唯有如此，上市公司才有动力和约束力去让投资者分享业绩增长，进而逐渐形成整个市场的分红文化，投资者才能获得可预期的稳定收益。

变“用脚投票”为“用手投票”

现状：虽然身为股东，但由于持股比例低，中小投资者的意见难以得到充分表达，很难行使股东权利。调查显示，85%的中小投资者不知道有哪些权利、如何行权和维权，只有2%的中小投资者能够读懂上市公司披露的财务信息，近3年股东大会网络投票股东平均参与率不到0.25%。

措施：引导上市公司股东大会全面采用网络投票方式。上市股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应单独计票，单独计票结果应及时公开披露，并报送证券监管部门。

点评：一系列制度设计加大了中小投资者的砝码，让中小投资者可以充分行使股东权利，改变之前“用脚

投票”的状况，实现“用手投票”。配套以网络投票、不设最低持股比例限制等具体举措，中小投资者的意见将在公司治理中得到充分体现。

明确建立跨市场交易信息披露机制

现状：今年8月，光大证券“乌龙事件”把我国资本市场跨市场信息披露的问题暴露无遗，这一制度性欠缺给光大证券从事跨市场内幕交易带来可乘之机。

措施：健全跨市场交易产品及各种突发事件的信息披露机制。对显著影响证券期货交易价格的信息，交易场所和有关主体要及时履行报告、披露和提示风险的义务。

点评：随着我国衍生品市场的发展，横跨期货市场和股票市场的交易越来越多，对跨市场监管提出了迫切要求，充分而及时的信息披露是杜绝部分机构利用跨市场交易谋取非法收益的必要手段，也是保护中小投资者权益的新要求。

健全中小投资者民事侵权赔偿救济维权机制

现状：很多内幕交易、欺诈发行等违法违规案件中，中小投资者是首当其冲的受害者。但是，由于先天的弱势地位和制度缺失，中小投资者在自身权利受到侵犯时往往很难维权。

措施：优化中小投资者依法维权程序，降低维权成本，健全适应资本市场中小投资者民事侵权赔偿特点的救济维权工作机制。推动完善破产清偿中保护投资者的措施。

点评：今年5月，在万福生科案中，作为保荐机构的平安证券主动宣布拿出3亿元，成立“万福生科虚假陈述事件投资者利益补偿专项基金”弥补因该虚假陈述事件给股民带来的损失。此举创下了A股市场首个以第三方责任人为虚假陈述对股民进行民事赔偿的案例。随着相关机制的确立，中小投资者的维权渠道将更多。

引入退市保险和保荐质保金制度

现状：发行上市和退市是股市“一进一出”最为重要的两个关口。目前，很多企业IPO过度包装甚至造假，上市后业绩变脸，投资者受损严重。在退出环节，上市

公司退市意味着其股票价值归零，蕴涵较大的社会风险，退市制度因此迟迟未能落到实处。

措施：上市公司退市引入保险机制，在有关责任保险中增加退市保险附加条款。研究实行证券发行保荐质保金制度和上市公司违规风险准备金制度。

点评：退市保险将使退市再无后顾之忧，而保荐质保金制度将让保荐机构谨慎推荐企业上市，降低造假冲动，对投资者更加负责。

中小投资者将有公益性专门维权机构

现状：在我国资本市场上，中小投资者无论是人数、

交易量占比都很高，但由于单个持股比例低，很难形成强有力的力量，相对于机构和大股东处于弱势。

措施：探索建立中小投资者自律组织和公益性维权组织，向中小投资者提供救济援助。充分发挥期货证券专业律师的作用，鼓励和支持律师为中小投资者提供公益性法律援助。

点评：这些举措将把中小投资者从孤立无援的状态下解放出来，让中小投资者保护工作真正实现常态化、规范化和制度化。



工信部发布《石化和化学工业节能减排指导意见》

2013年12月31日，工业和信息化部正式发布《石化和化学工业节能减排指导意见》（以下简称“意见”）。

意见指出，石化和化学工业能源资源消耗高、污染物排放量大的局面尚未得到根本改变。2012年全行业综合能源消费量4.73亿吨标准煤，约占全国工业能耗总量的18%；2011年全行业化学需氧量58.1万吨，排放废水43.9亿吨、二氧化硫231.1万吨、氨氮11.5万吨、氮氧化物98.3万吨，均位居工业行业前列。行业技术装备工艺水平参差不齐，企业间节能、清洁生产、综合利用等方面工作开展情况差距较大，部分企业单位产品能耗与国际先进水平差距较大，节能环保水平离生态文明建设的要求还有一定差距，行业可持续发展面临新的挑战。

同时，意见还制定了到2017年底，石化和化学工业万元工业增加值能源消耗比2012年下降18%，重点产品单位综合能耗持续下降，全行业化学需氧量、二氧化硫、氨氮、氮氧化物排放量分别减少8%、8%、10%和10%，单位工业增加值用水量降低30%，废水实现全部处理并稳定达标排放，水的重复利用率提高到93%以上，新增石化和化工固体废物综合利用率达到75%，危险废物无害化处置率达到100%等一系列行业节能减排目标。并

随着意见一同下发了2013-2017年石化和化学工业重点耗能产品单位综合能耗下降目标以及重点研发和推广的节能减排技术等文件。

附：

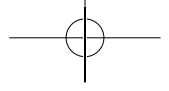
工业和信息化部 关于石化和化学工业节能减排的指导意见 工信部节[2013]514号

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门，中国石油和化学工业联合会，有关中央企业：

为贯彻落实党的十八大关于加强生态文明建设的战略部署，促进工业经济与生态环境协调发展，推动石化和化学工业提高能源资源利用效率、降低污染物产生和排放强度，促进绿色循环低碳发展，现就进一步加强石化和化学工业节能减排工作提出如下意见：

一、石化和化学工业节能减排形势严峻

石化和化学工业是我国国民经济的基础产业，也是能源资源消耗高和污染物排放量大的重点行业。“十一五”



以来，石化和化学工业按照国家节能减排总体要求，加快产业结构调整步伐，积极推广节能环保新技术、新装备，不断加强企业能源和环保管理，全行业节能减排工作取得显著进展。炼油、乙烯、合成氨、烧碱、电石等重点产品单位综合能耗均有较大幅度下降，重点污染物减排任务均超额完成，部分企业能效指标居于世界先进水平。

但是，石化和化学工业能源资源消耗高、污染物排放量大的局面尚未得到根本改变。2012 年全行业综合能源消费量 4.73 亿吨标准煤，约占全国工业能耗总量的 18%；2011 年全行业化学需氧量 58.1 万吨，排放废水 43.9 亿吨、二氧化硫 231.1 万吨、氨氮 11.5 万吨、氮氧化物 98.3 万吨，均位居工业行业前列。行业技术装备工艺水平参差不齐，企业间节能、清洁生产、综合利用等方面工作开展情况差距较大，部分企业单位产品能耗与国际先进水平差距较大，节能环保水平离生态文明建设的要求还有一定差距，行业可持续发展面临新的挑战。

为确保国家中长期节能减排约束性目标和能源消费总量控制目标顺利完成，石化和化学工业必须坚定不移走新型工业化道路，将发展方式转变到内生增长、创新驱动上来，进一步提高能源利用效率，积极推行清洁生产，大力发展循环经济，努力建设资源节约型、环境友好型企业。

二、指导思想和主要目标

（一）指导思想

全面贯彻落实党的十八大和十八届三中全会精神，坚持把石化和化学工业节能减排与产业转型升级、化解过剩产能相结合，加快形成转变行业发展方式的倒逼机制；坚持强化责任、健全法制、完善政策、加强监管相结合，建立健全激励和约束机制；坚持政府为主导、企业为主体、市场有效驱动、全社会共同参与的节能减排工作格局，大幅度提高能源利用效率，显著减少污染物排放，促进行业绿色循环低碳发展。

（二）主要目标

到 2017 年底，石化和化学工业万元工业增加值能源消耗比 2012 年下降 18%，重点产品单位综合能耗持续下降，全行业化学需氧量、二氧化硫、氨氮、氮氧化物排放量分别减少 8%、8%、10% 和 10%，单位工业增加值用水量降低 30%，废水实现全部处理并稳定达标排放，水的重复利用率提高到 93% 以上，新增石化和化工固体

废物综合利用率达到 75%，危险废物无害化处置率达到 100%。

三、重点任务

（一）优化调整产业结构，提高产品质量水平。继续做好淘汰落后产能工作，2015 年底前，淘汰 200 万吨/年及以下的常减压装置（青海格尔木、新疆泽普装置除外），淘汰 380 万吨电石落后生产能力；积极推进炼化一体化和乙烯原料结构优化，提高资源利用效率；控制氮肥、磷肥、“三酸两碱”、电石等高耗能、大宗基础化学品的总量，淘汰或改造其中部分能耗高、污染重的产能和装置，提高新建项目的能效和环保门槛；在化工产业集聚区，通过集中建设热电联产机组逐步淘汰分散燃煤锅炉。大力发展高性能合成材料、新能源产业基础材料、高端专用化学品等技术含量和附加值高的产品，延伸产业价值链，提高石化和化学工业的精细化率。

（二）推动节能减排技术研发和推广。支持企业、科研院所建设技术创新平台，积极开展石化装置能量系统优化技术、化工固体废弃物资源化利用技术、高浓度难降解有机废水削减和治理技术等关键共性技术的研发攻关和应用示范。加快推广应用回收低位工艺热预热燃烧空气技术、高效清洁先进煤气化技术、低能耗水溶液全循环尿素生产技术、氧阴极低槽电压离子膜电解技术、电石炉和黄磷炉尾气净化综合利用技术、氮肥生产污水零排放技术、低汞触媒技术、盐酸脱吸技术等重点节能减排技术，编制推广方案，组织实施示范工程。

（三）加快低碳能源的开发利用，积极发展低碳技术。加快以页岩气、煤层气为代表的非常规低碳能源的勘探和开发步伐，突破水平井钻完井、储层多段压裂改造、页岩气含气量及储层物性分析测试等关键技术，推动能源结构优化和低碳化。大力支持以二氧化碳驱油技术、煤基多联产技术、二氧化碳作为碳源合成有机化学品技术等为代表的生产过程中二氧化碳产生少、好收集、可再利用的工艺技术研发和推广应用。在合成氨、甲醇、电石、乙烯和新型煤化工等重点碳排放子行业中开展碳捕集和封存的示范项目。

（四）夯实节能减排管理基础。完善企业节能减排责任制度，督促重点用能企业和污染物排放企业建立能源管理体系和环境管理体系，鼓励有条件的企业积极开展能源管理体系和环境管理体系认证。加强石化和化工

企业能源审计和能源统计工作，建立和完善石化和化学工业节能减排信息监测系统，抓好污染物排放在线监测和突发事件应急处置工作。加强企业节能减排能力建设，针对石化和化学工业生产特点，有计划、有步骤、有针对性地对企业节能环保管理人员、技术人员和重点岗位操作人员进行系统培训，使重点用能企业和污染物排放企业均具备专业化节能环保人员队伍。

（五）推动信息化和智能化建设。在炼油、乙烯、化肥、氯碱、电石、纯碱、无机盐、橡胶等子行业开展企业能源管理中心建设，对能源的购入存储、加工转换、输送分配、最终使用和回收处理等环节实施动态监测、控制和优化管理，实现系统性节能降耗。到 2017 年，石化和化学工业力争建设 150 个企业能源管理中心。鼓励产学研联合开发石化和化学工业企业能源信息化、智能化管理技术和系统，逐步建立统一的企业综合能耗及排放数据采集、传输、处理接口标准，为构建石化和化学工业节能减排信息监测系统提供支撑。

（六）加强企业能效对标达标工作。完善石化和化学工业能效领跑者发布制度，定期发布合成氨、甲醇、烧碱、乙烯等产品的能效领跑者及其指标，制定石化和化学工业能效提升路线图计划，指导、督促石化和化工企业开展能效对标达标活动。组织行业协会不断完善能效对标信息平台和对标指标体系，总结并发布能效最佳实践案例，引导企业提高能源资源利用水平。

（七）落实大气污染防治计划，推进重点领域治污减排工作。重点做好石油化工、煤化工、农药、染料等污染物排放量较大子行业的污染防治。石油炼制企业的催化裂化装置都要安装脱硫设施。推进挥发性有机物污染治理，在石化行业实施挥发性有机物综合整治，完善涂料、胶粘剂等产品挥发性有机物限值标准，推广使用水性涂料，鼓励生产、销售和使用低毒、低挥发性有机溶剂，京津冀、长三角、珠三角等区域要于 2015 年底前完成石化企业有机废气综合治理。加强基础化学原料制造和涂料、油墨、颜料等行业重金属污染防治工作，减少重金属排放。推进磷矿石、磷石膏、电石渣、碱渣、硫酸渣、废橡胶等固体废物综合利用；加强与钢铁、建材企业合作，联合处置铬渣。

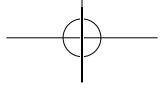
（八）全面推行循环经济和清洁生产。构建以企业为主体、市场引导和政府推动相结合的循环经济和清洁

生产推行机制，在全行业推广硫酸、磷肥、氯碱、纯碱、农药、橡胶等子行业推进循环经济和清洁生产的成功经验。推广以煤电化热一体化为代表的共生耦合产业发展模式。加强对石化和化学工业的清洁生产审核，针对节能减排关键领域和薄弱环节，采用先进适用的技术、工艺和装备，实施清洁生产技术改造，到 2017 年重点行业排污强度比 2012 年下降 30% 以上。推进非有机溶剂型涂料和农药等产品创新，减少生产和使用过程中挥发性有机物排放。制修订氮肥、磷肥、农药、染料、涂料等重点子行业清洁生产技术推行方案和清洁生产评价指标体系，指导企业开展清洁生产技术改造和清洁生产审核。引导企业开展工业产品生态设计，尽可能少用或不用有毒有害物质，在农药等重点领域开展有毒有害原料（产品）替代，开发推广环保、安全替代产品。实施一批清洁生产示范项目，培育一批清洁生产示范企业，创建一批清洁生产示范园区。

（九）推进企业责任关怀行动。推广以资源节约、环境友好、安全健康、清洁生产为主旨的企业责任关怀行动，构建有中国特色的责任关怀体系，制定评价标准，探索评估认证方法，促进规范有序发展。把责任关怀与“健康、安全、环保”（HSE）工作紧密结合起来，深入开展责任关怀试点，大力宣传石化和化学工业责任关怀工作成效，树立责任关怀工作先进典型，提升石化和化学工业整体形象，增强企业社会责任意识，提高行业整体竞争力。

（十）加强行业节水工作。制定石化和化学工业高耗水产品、工艺、设备淘汰类目录。推动企业加强节水管理，重点用水企业制定和完善节水管理制度、规划，配备节水设施和器具。加快研发先进节水技术、设备、器具及污水处理设备，大力推广节水新技术、新工艺、新设备，加大节水技术改造资金投入。加快推进工业废水深度循环利用，开展废水“零排放”试点。到 2017 年，在石化和化学工业树立一批节水标杆企业。

（十一）开展资源节约型、环境友好型企业创建活动。选择一批有代表性的石化和化工企业，开展“资源节约型、环境友好型”企业创建试点工作。制定“资源节约型、环境友好型”企业认定标准。积极总结先进典型经验，加强经验交流和推广，研究制定鼓励“资源节约型、环境友好型”企业发展的具体政策，推动全行业向资源



节约型、环境友好型发展模式转变。

四、政策措施

（一）强化监督管理。各级工业和信息化主管部门要进一步加强重点用能企业和污染物排放企业的监督管理，建立和完善石化和化学工业节能减排统计、监测和考核体系，定期组织相关分析，开展预测预警工作。认真贯彻落实涉及石化和化学工业的产业政策，严格执行合成氨、电石、氯碱等行业准入条件。加快研究制定石化和化学工业项目节能评估和审查办法，从严控制大宗高耗能产品产能扩张。开展重点产品能耗限额标准实施情况督查行动，定期公告落后产能企业名单。

（二）完善节能减排机制和优惠政策。发展节能环保服务业，鼓励专业节能服务机构为石化和化工企业提供能源审计、节能减排工程、合同能源管理、节能项目融资等服务。研究出台能效领跑者激励机制和优惠政策。引导石化和化工企业积极开展电力需求侧管理、能源梯级利用等工作。研究支持石化和化学工业废弃物利用的优惠政策，完善废弃物管理体系，理顺废弃物来源渠道，鼓励废弃物专业化收集和处理。

（三）建设节能减排标准体系。制修订石化和化学工业节能减排技术的标准和规范。完善重点产品能耗限额标准体系、统计标准体系、审核和认证标准体系，制定尿素、乙烯、二甲醚等重点耗能产品的能耗限额标准，修订合成氨、烧碱等产品的能耗限额标准。推动制定石化和化学工业主要耗能设备效率测定与评价标准，不断完善石化和化学工业资源综合利用标准体系。继续做好重点产品清洁生产标准的制修订工作，编制重点耗能产品能效对标指南等技术标准。

（四）积极鼓励技术创新和技术改造。推动国家级石化和化学工业节能减排工程研究中心建设，建立跨部门、跨行业、产学研紧密结合的科技创新体系。加大新技术研发投入，开展行业共性关键技术的研发与工程应用。鼓励装备制造骨干企业提升制造水平，带动石化和化学工业产业升级

和技术进步。加大技术改造工作力度，鼓励企业采用先进的环保技术装备，加快先进适用环保技术装备的产业化应用和推广。筛选一批对行业节能减排工作具有重要意义的节能减排技术，制定专项工程实施方案，会同相关部门给予政策支持。

（五）加强企业节能减排制度和能力建设。通过有针对性的引导政策和奖惩措施，充分调动企业的积极性，引导企业完善节能减排管理制度。鼓励重点用能企业开展企业内部能源计量在线监测和分析工作，提高企业的能源管理水平。深入开展企业能源管理负责人培训，引导企业建立和完善能源管理岗位的设置、职能、考核指标与方法、奖惩等制度。

（六）充分发挥行业协会等社会力量。相关行业协会要进一步做好节能减排政策建议研究、信息收集、统计分析等工作。鼓励行业协会和社会中介组织搭建节能减排技术和产品交流平台。发动社会各方面力量做好节能减排宣传工作，通过多种渠道广泛宣传国家节能减排的法律法规和政策，交流先进技术和管理经验，提高行业节能减排意识。

附件：1. 2013-2017 年石化和化学工业重点耗能产品单位综合能耗下降目标 . doc

2. 2013-2017 年石化和化学工业重点研发和推广的节能减排技术 . doc

工业和信息化部

2013 年 12 月 23 日



附件 1:

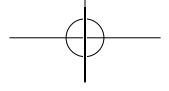
2013-2017 年石化和化学工业重点耗能产品单位综合能耗下降目标

序号	指标	单位	2012 年	2017 年	下降率
1	原油加工综合能耗	千克标准煤 / 吨	92	83	9. 8%
2	乙烯综合能耗	千克标准煤 / 吨	849	835	1. 6%
3	合成氨生产综合能耗	千克标准煤 / 吨	1402	1340	4. 4%
4	烧碱生产综合能耗（离子膜法，30%）	千克标准煤 / 吨	336	325	3. 3%
5	电石生产综合能耗	千克标准煤 / 吨	1024	1000	2. 3%

附件 2:

2013-2017 年石化和化学工业重点研发和推广的节能减排技术

序号	行业	技术名称
1	炼油	装置间热联合和热供料技术、超声波在线防除垢技术、二级冷凝流程技术、板式空冷技术、炼油废水高效处理技术、膜分离氢气回收技术
2	乙烯	回收低位工艺热预热燃烧空气技术、急冷油减黏塔技术、裂解炉耐高温辐射涂料技术、燃气轮机和裂解炉集成技术、混合冷剂制冷技术、热集成精馏系统技术、催化干气回收乙烯技术、乙烯化工污水深度处理技术
3	氮肥甲醇	高效清洁先进煤气化技术、先进气体净化技术、低温高活性催化剂及先进氨合成（甲醇合成）技术、氮肥生产污水零排放、废气废固处理及清洁生产综合利用技术、低能耗水溶液全循环尿素生产技术
4	氯碱	膜极距离子膜电解技术、氯化氢催化氧化技术、氧阴极低槽电压离子膜电解技术、氯化氢合成余热利用技术、盐酸脱吸技术、聚合母液回收及处理技术、低汞触媒技术、无汞触媒技术
5	电石	大型密闭式电石炉、电石炉尾气综合利用技术、空心电极技术、组合式把持器技术、干法净化技术
6	纯碱	干法加灰技术、真空蒸馏技术、重碱二次过滤技术、蒸氨废渣综合利用技术
7	硫酸	硫磺制酸装置低温位热能回收技术、硫铁矿制酸和冶炼烟气制酸中低温位热能回收技术
8	黄磷	黄磷电炉电除尘技术、尾气综合利用技术、磷渣热能回收及利用技术
9	其他	含芳香烃、卤代烷烃、有机硫磷化合物、高浓度氨氮等难降解有机废水的削减和治理技术、含氟废气回收利用技术、磷矿石伴生碘资源回收技术、铬盐无钙焙烧技术、草甘膦副产氯甲烷清洁回收技术、低浓酸含盐废水循环利用技术



专家解读金融支持小微企业发展的实施意见

国务院办公厅日前发布关于金融支持小微企业发展的实施意见，要求进一步做好小微企业金融服务工作，全力支持小微企业良性发展。实施意见指出，加强小微企业金融服务，是金融支持实体经济和稳定就业、鼓励创业的重要内容，事关经济社会发展全局——

我国金融体系的主导在于商业银行，基于这种环境，《意见》的着力点在于引导商业银行进行差异化服务。这种差异化服务主要体现在两个方面，鼓励业务创新和设立专门服务机构

从本质上说，中小企业融资难是市场失灵问题。因此，《意见》中的系列措施特别强调要重视培育市场环境。在放松管制和金融创新的背景下，监管政策越来越重视培育小微企业的金融服务主体，不断放宽机构准入标准，提高金融服务网点对小微企业的覆盖面

近段时间以来，关于提升小微企业金融服务的政策利好从未间断过。总结来看，这些政策可以概括为重视发挥市场机制作用，适度放松管制，这些内容在《国务院办公厅关于金融支持小微企业发展的实施意见》中得到了集中体现。

金融资源向小微倾斜

《意见》强调从融资渠道、服务方式、服务主体、考核评价等多方面引导金融机构“用好增量、盘活存量”，向小微企业倾斜金融资源

作为解决小微企业融资难问题的一揽子方案,《意见》强调加大对小微企业金融服务的政策支持力度、全面营造良好的小微金融发展环境，也明确了发展小微企业金融服务的目标要求——“贷款增速和增量‘两个不低于’”；找到了提升小微企业金融服务的抓手——丰富和创新小微企业金融服务方式、强化对小微企业的增信服务和信息服务、积极发展小型金融机构、大力拓展小微企业直接融资渠道,对于当前小微企业金融服务中存在的问题，《意见》也提出了有针对性的措施。

具体来说，《意见》强调从融资渠道、服务方式、服务主体、考核评价等多方面引导金融机构“用好增量、盘活存量”，向小微企业倾斜金融资源。

我国金融体系的主导在于商业银行，基于这种环境，

《意见》的着力点在于引导商业银行进行差异化服务。这种差异化服务主要体现在两个方面，鼓励业务创新和设立专门服务机构。《意见》不但鼓励小型金融机构发展，而且鼓励商业银行建设小企业专营机构,单独配置资源，单独进行信贷评审和会计核算，引导小微企业金融服务走向专业化。

金融市场的发展完善是顺利解决小微企业融资难题的基本前提。因为从本质上说，中小企业融资难是市场失灵问题。因此，《意见》中的系列措施特别强调要重视培育市场环境。在放松管制和金融创新的背景下，监管政策越来越重视培育小微企业的金融服务主体，不断放宽机构准入标准，提高金融服务网点对小微企业的覆盖面。上海、浙江等地的实践证明，多元化的市场主体、宽松的市场环境，能较大地改善小企业的融资环境。

开辟小微融资绿色通道

专家建议，要支持发行专项金融债；鼓励资产证券化；利用央行公开市场操作平衡流动性

对商业银行来说，小微企业贷款的收益高，但风险较大，在信贷资源有限的情况下，从安全性和盈利性原则出发，商业银行倾向于向大中型企业放贷。为此，《意见》强调要扩宽融资渠道，为小微贷款开辟了银行融资的绿色通道。

中债资信研究员祁锋认为，这一绿色通道的构成来自3个方面：第一是支持发行专项金融债，从申请资格，到材料报备，到事后监管，政策越加明确。统计显示，截至2013年6月末，已有40家银行共4240亿元小微企业专项金融债的申请得到批复，发行主体涵盖股份制银行、城商行和国有商业银行；第二是鼓励资产证券化。资产证券化是盘活存量、调整信贷结构的有效途径，通过鼓励小微金融服务显著的银行进行业务试点，鼓励基础资产向小微贷款倾斜，能够有效拓宽小微贷款的资金来源；第三是央行公开市场操作。2013年7月，人民银行增加再贴现额度120亿元，支持小微业务，央行数据显示，截至目前，全国再贴现总量的45%都用于支持金融机构扩大对小微企业的信贷投放。

探索可持续发展之路

只有在整体环境改善的情况下，小微企业金融服务的可持续发展才能得到保证

小微企业金融服务的可持续性同样是《意见》关注的焦点,中国银行间市场交易商协会研究部姜智强认为，《意见》充分考虑到外部环境的作用，注重通过调动外部力量改善融资环境。只有在整体环境改善的情况下，小微企业金融服务的可持续发展才能得到保证。

《意见》除了一贯强调的发挥担保、保险的辅助作用，还特别强调了搭建小微企业综合信息共享平台；对于在实践中效果良好的地方政府通过财税支持建立风险分担和补偿机制，《意见》也给予了肯定；对于融资过程中关键的征信信息，《意见》强调要加快建立小微企业信用征集体系、评级发布制度和信息通报制度，引导银行业金融机构注重用好人才、技术等“软信息”，建立针对小微企业的信用评审机制。这种提法相较以往的政策信息更加明确和细致，具有很强的可操作性。

正如《意见》所言，小微企业是国民经济发展的生力军，在稳定增长、扩大就业、促进创新、繁荣市场和满足人民群众需求等方面，发挥着极为重要的作用。在当前的经济形势下，增长、就业、创新、内需这四点个个都是关键，都关系到经济社会能否长期稳健的发展，关系到“中国梦”能否顺利实现，因而也尤其需要以科学的态度加快推进。

附：

国务院办公厅关于金融支持小微企业发展的实施意见 国办发〔2013〕87号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

小微企业是国民经济发展的生力军，在稳定增长、扩大就业、促进创新、繁荣市场和满足人民群众需求等方面，发挥着极为重要的作用。加强小微企业金融服务，是金融支持实体经济和稳定就业、鼓励创业的重要内容，事关经济社会发展全局，具有十分重要的战略意义。为进一步做好小微企业金融服务工作，全力支持小微企业良性发展，经国务院同意，现提出以下意见。

一、确保实现小微企业贷款增速和增量“两个不低于”的目标

继续坚持“两个不低于”的小微企业金融服务目标，在风险总体可控的前提下，确保小微企业贷款增速不低

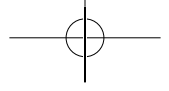
于各项贷款平均水平、增量不低于上年同期水平。在继续实施稳健的货币政策、合理保持全年货币信贷总量的前提下，优化信贷结构，腾挪信贷资源，在盘活存量中扩大小微企业融资增量，在新增信贷中增加小微企业贷款份额。充分发挥再贷款、再贴现和差别准备金动态调整机制的引导作用，对中小金融机构继续实施较低的存款准备金率。进一步细化“两个不低于”的考核措施，对银行业金融机构的小微企业贷款比例、贷款覆盖率、服务覆盖率和申贷获得率等指标，定期考核，按月通报。要求各银行业金融机构在商业可持续和有效控制风险的前提下，单列小微企业信贷计划，合理分解任务，优化绩效考核机制，并由主要负责人推动层层落实。（人民银行、银监会按职责分工负责）

二、加快丰富和创新小微企业金融服务方式

增强服务功能、转变服务方式、创新服务产品，是丰富和创新小微企业金融服务方式的重点内容。进一步引导金融机构增强支小助微的服务理念，动员更多营业网点参与小微企业金融服务，扩大业务范围，加大创新力度,增强服务功能,牢固树立以客户为中心的经营理念，针对不同类型、不同发展阶段小微企业的特点，不断开发特色产品，为小微企业提供量身定做的金融产品和服务。积极鼓励金融机构为小微企业全面提供开户、结算、理财、咨询等基础性、综合性金融服务；大力发展产业链融资、商业圈融资和企业群融资，积极开展知识产权质押、应收账款质押、动产质押、股权质押、订单质押、仓单质押、保单质押等抵质押贷款业务；推动开办商业保理、金融租赁和定向信托等融资服务。鼓励保险机构创新资金运用安排，通过投资企业股权、基金、债权、资产支持计划等多种形式，为小微企业发展提供资金支持。充分利用互联网等新技术、新工具，不断创新网络金融服务模式。（人民银行、银监会、证监会、保监会按职责分工负责）

三、着力强化对小微企业的增信服务和信息服务

加快建立“小微企业－信息和增信服务机构－商业银行”利益共享、风险共担新机制，是破解小微企业缺信息、缺信用导致融资难的关键举措。积极搭建小微企业综合信息共享平台，整合注册登记、生产经营、人才及技术、纳税缴费、劳动用工、用水用电、节能环保等信息资源。加快建立小微企业信用征集体系、评级发布制度和信息通报制度，引导银行业金融机构注重用好人才、技术等“软信息”，建立针对小微企业的信用评审



机制。建立健全主要为小微企业服务的融资担保体系，由地方人民政府参股和控股部分担保公司，以省（区、市）为单位建立政府主导的再担保公司，创设小微企业信贷风险补偿基金。指导相关行业协会推进联合增信，加强本行业小微企业的合作互助。充分挖掘保险工具的增信作用，大力发展贷款保证保险和信用保险业务，稳步扩大出口信用保险对小微企业的服务范围。（发展改革委、工业和信息化部、财政部、商务部、人民银行、工商总局、银监会、证监会、保监会等按职责分工负责）

四、积极发展小型金融机构

积极发展小型金融机构，打通民间资本进入金融业的通道，建立广覆盖、差异化、高效率的小微企业金融服务机构体系，是增加小微企业金融服务有效供给、促进竞争的有效途径。进一步丰富小微企业金融服务机构种类，支持在小微企业集中的地区设立村镇银行、贷款公司等小型金融机构，推动尝试由民间资本发起设立自担风险的民营银行、金融租赁公司和消费金融公司等金融机构。引导地方金融机构坚持立足当地、服务小微的市场定位，向县域和乡镇等小微企业集中的地区延伸网点和业务，进一步做深、做实小微企业金融服务。鼓励大中型银行加快小微企业专营机构建设和向下延伸服务网点，提高小微企业金融服务的批量化、规模化、标准化水平。（银监会牵头）

五、大力拓展小微企业直接融资渠道

加快发展多层次资本市场，是解决小微企业直接融资比例过低、渠道过窄的必由之路。进一步优化中小企 业板、创业板市场的制度安排，完善发行、定价、并购重组等方面的政策和措施。适当放宽创业板市场对创新型、成长型企业的财务准入标准，尽快启动上市小微企业再融资。建立完善全国中小企业股份转让系统（以下称“新三板”），加大产品创新力度，增加适合小微企业的融资品种。进一步扩大中小企业私募债券试点，逐步扩大中小企业集合债券和小微企业增信集合债券发行规模，在创业板、“新三板”、公司债、私募债等市场建立服务小微企业的小额、快速、灵活的融资机制。在清理整顿各类交易场所基础上，将区域性股权市场纳入多层次资本市场体系，促进小微企业改制、挂牌、定向转让股份和融资，支持证券公司通过区域性股权市场为小微企业提供挂牌公司推荐、股权代理买卖等服务。进一步建立健全非上市公司公众公司监管制度，适时出台定向发行、并购重组等具体规定，支持小微企业股本融资、

股份转让、资产重组等活动。探索发展并购投资基金，积极引导私募股权投资基金、创业投资企业投资于小微企业，支持符合条件的创业投资企业、股权投资企业等发行企业债券，专项用于投资小微企业，促进创新型、创业型小微企业融资发展。（证监会、发展改革委、科技部等按职责分工负责）

六、切实降低小微企业融资成本

进一步清理规范各类不合理收费，是切实降低小微企业综合融资成本的必然要求。继续对小微企业免征管理类、登记类、证照类行政事业性收费。规范担保公司等中介机构的收费定价行为，通过财政补贴和风险补偿等方式合理降低费率。继续治理金融机构不合理收费和高收费行为，开展对金融机构落实收费政策情况的专项检查，对落实不到位的金融机构要严肃处理。（发展改革委、工业和信息化部、财政部、人民银行、银监会等按职责分工负责）

七、加大对小微企业金融服务的政策支持力度

对小微企业金融服务予以政策倾斜，是做好小微企业金融服务、防范金融风险的必要条件。进一步完善和细化小微企业划型标准，引导各类金融机构和支持政策更好地聚焦小微企业。充分发挥支持性财税政策的引导作用，强化对小微企业金融服务的正向激励；在简化程序、扩大金融机构自主核销权等方面，对小微企业不良贷款核销给予支持。建立科技金融服务体系，进一步细化科技型小微企业标准，完善对各类科技成果的评价机制。在银行业金融机构的业务准入、风险资产权重、存贷比考核等方面实施差异化监管。继续支持符合条件的银行发行小微企业专项金融债，用所募集资金发放的小微企业贷款不纳入存贷比考核。逐步推进信贷资产证券化常规化发展，引导金融机构将盘活的资金主要用于小微企业贷款。鼓励银行业金融机构适度提高小微企业不良贷款容忍度，相应调整绩效考核机制。继续鼓励担保机构加大对小微企业的服务力度，推进完善有关扶持政策。积极争取将保险服务纳入小微企业产业引导政策，不断完善小微企业风险补偿机制。（发展改革委、科技部、工业和信息化部、财政部、人民银行、税务总局、统计局、银监会、证监会、保监会等按职责分工负责）

八、全面营造良好的小微金融发展环境

推进金融环境建设，营造良好的金融环境，是促进小微金融发展的重要基础。地方人民政府要在健全法治、改善公共服务、预警提示风险、完善抵质押登记、宣传

国家食品药品监督管理总局发布《婴幼儿配方乳粉生产企业监督检查规定》

为进一步加强婴幼儿配方乳粉生产企业监督检查，督促婴幼儿配方乳粉生产企业落实质量安全责任，切实保障婴幼儿配方乳粉质量安全，国家食品药品监督管理总局于2013年11月27日公告发布《婴幼儿配方乳粉生产企业监督检查规定》。

《规定》共6章36条，具体规定了婴幼儿配方乳粉生产企业质量安全责任和对企业的监督检查方式、监督检查程序、监督检查结果处理和监督检查工作要求等。针对婴幼儿配方乳粉的特殊性和监管工作的重要性，对企业建立完善质量管理制度、自主研发能力、原辅料采购查验、生产过程控制、产品出厂批批检验、产品配方备案、不安全产品召回、消费者投诉处理、食品安全事故处置以及产品可追溯等质量安全责任和监管部门开展监督检查内容进行了规定。

《规定》要求，企业应当设立质量安全管理机构，配备专职质量安全管理人员，建立质量安全授权人制度。企业应当具备专业研发机构、装备和人员，能够完成新产品研发、产品质量安全跟踪评价、生产过程中风险因素的识别防控等工作。

《规定》明确，企业应当具备自建自控奶源，建立

并落实原辅料采购查验制度。以生牛乳为原料的企业，应当具有自建自控奶源基地，并逐步做到生鲜乳全部来自企业全资或控股建设的养殖场且质量合格；以原料乳粉为原料的企业，应当确保原料质量可控。企业应当建立原辅料供销商审核制度和进货验证制度，对生鲜乳、原料乳粉、乳清粉进行批批检验。生产0-6月龄婴儿食用的配方乳粉应当使用灰分符合规定要求的乳清粉、乳清蛋白粉。企业应当具备检验机构、设备和人员，能够自行开展产品出厂全项目批批检验，检验项目与企业所执行的标准及标签明示的项目一致。企业应当定期与第三方检验机构进行检验能力比对，确保检验结果的准确性。

《规定》进一步要求，各地食品药品监督管理部门要督促企业认真贯彻落实，于2014年5月31日前整改落实到位。要按照本规定，对婴幼儿配方乳粉生产企业实施监督检查，根据监督检查需要，可聘请技术专家参与检查工作或邀请消费者代表、人大代表、政协委员、媒体记者等人员现场视察、观摩，督促企业履行质量安全责任，提升婴幼儿配方乳粉质量安全水平。

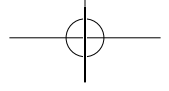


普及金融知识等方面，抓紧研究制定支持小微企业金融服务的政策措施；切实落实融资性担保公司、小额贷款公司、典当行、投资（咨询）公司、股权投资企业等机构的监管和风险处置责任，加大对非法集资等非法金融活动的打击惩处力度；减少对金融机构正常经营活动的干预，帮助维护银行债权，打击逃废银行债务行为；化解金融风险，切实维护地方金融市场秩序。有关部门要研究采取有效措施，积极引导小微企业提高自身素质，改善经营管理，健全财务制度，增强信用意识。（发展改革委、工业和信息化部、公安部、财政部、商务部、人民银行、税务总局、工商总局、银监会、证监会、保监会等按职责分工负责）

各地区、各有关部门和各金融机构要按照国务院的

统一部署，进一步提高对小微企业金融服务重要性的认识，明确分工，落实责任，形成合力，真正帮助小微企业解决现实难题。银监会要牵头组织实施督促检查工作，确保各项政策措施落实到位。从2014年开始，各省级人民政府、人民银行、银监会、证监会和保监会要将本地区或本领域上一年度小微企业金融服务的情况、成效、问题、下一步打算及政策建议，于每年1月底前专题报告国务院。各银行业金融机构有关落实情况及下一步工作和建议，由银监会汇总后报国务院。

国务院办公厅
2013年8月8日



企业环境信用评价将在全国推行

1月2日,环保部有关负责人向媒体通报,环保部近日会同国家发改委、人民银行、银监会联合发布《企业环境信用评价办法(试行)》(下称《办法》),指导各地开展企业环境信用评价,解决企业环保“违法成本低”的局面。

根据《办法》,纳入环境信用评价的10类企业包括,环保部公布的国家重点监控企业;设区的市级以上地方环保部门公布的重点监控企业;火电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、化工等16类重污染行业企业;产能严重过剩行业;从事能源、自然资源开发等可能对生态环境造成重大影响的企业;污染物排放超标或核定排污总量超标的企业等。

环保部有关负责人介绍称,企业环境信用评价方式采取评分制,由环保部门根据参评企业的环境行为信息确定信用等级。

《办法》将根据污染防治、生态保护、环境监理、社会监督4方面21项评价指标,将企业环境信用等级分为环保诚信企业、环保良好企业、环保警示企业、环保不良企业4个等级,依次以“绿牌”、“蓝牌”、“黄牌”、“红牌”标示。

《办法》特别规定了实行“一票否决”的14种情形,即在上一年度,企业有构成环境犯罪、未批先建、恶意偷排、主要污染物排放总量超过控制标准、违反重污染

天气应急预案等情形之一的,实行一票否决,直接评为环保不良企业(红牌)。

《办法》要求充分应用企业环境信用评价结果,共同构建环境保护“守信激励”和“失信惩戒”机制。环保部门应当在评价结果确定后5个工作日内,通过政府网站、报纸等媒体或者新闻发布会等方式,向社会公开发布。

对环保诚信企业,《办法》采取以下激励性措施:优先安排环保专项资金或者其他资金补助;优先安排环保科技项目立项;新建项目需要新增重点污染物排放总量控制指标时,纳入调剂顺序并予以优先安排;建议财政等有关部门在确定和调整政府采购名录时,将其产品或者服务优先纳入名录;建议银行业金融机构予以积极的信贷支持;建议保险机构予以优惠的环境污染责任保险费率等。

对环保不良企业,《办法》则采取以下惩戒性措施:暂停其各类环保专项资金补助;建议财政等有关部门在确定和调整政府采购名录时,取消其产品或者服务;建议银行业金融机构审慎授信,在企业环境信用等级提升之前,不予新增贷款,并视情况逐步压缩贷款,直至退出贷款;建议保险机构提高环境污染责任保险费率等。

来源:中国能源报



企业流程再造应慎行

任何表层面的变化,实际上都是管理理念、思维模式、技术水平变化的结果,都在其背后有着共同的支撑基础和动力源泉。如果没有准备好条件,流程再造可能会揠苗助长、适得其反。

■ 文 / 郑伟 郑春岐

关键词:流程再造 BPR 理论缺失

企业流程再造要求以业务流程为中心,以客户满意为目标,对现有流程进行根本的、彻底的再造。企业再造理论认为,再造企业的首要任务是业务流程再造(BPR),只有做好BPR工作,才能使企业彻底革新,并强调在当代市场经济环境下,成功的企业往往缘于优异的业务流程运营。

流程再造的思想提出后,对管理界和企业产生了极大的影响,曾以其思想的先进性和革命的彻底性吸引了许多企业的注意力。

尽管流程再造取得了一定的成效,但却存在诸多失败的案例。总体看,其实际成效与预期的还相差甚远。甚至BPR的奠基人Hammer承认,70%的BPR项目不仅未取得预期成果,反而使事情变得更糟。企业再造的失败,除了诸多企业没有能够领悟该理论的真谛外,很大程度上也说明了或者是暴露了该理论存在一些先天不足。

一、流程再造的理论缺失

1. 流程再造是本末倒置的做法

人类一切活动都是理念的产物,企业活动也不例外。在企业改革方面,优秀企业都是先有改革的愿望、理念、目标,才着手进行的。例如,巴西的SEMCO公司虽然已经在管控体制下运行得井井有条,但总经理塞姆勒并不满足此状,他想要属于自己理念的企业。因此,他开始逐步放权,精简机构,采用阿米巴经营模式;杰克·韦尔奇在看到了官僚主义的严重危害后,决心同官僚主义作坚决的斗争。他把机构从29层减到5层,并通过拆除藩篱、合力促进、充分授权、实行“零管理”等具体措施,使企业再次焕发青春。

流程再造是“彻底的”变革,肯定会对传统管理理论带来颠覆性的冲击,也会带来企业全方位的巨变。在

没有改革指导思想的情况下去寻找需要改革的方位、确定改革的目标,力图通过流程的重建来改变企业的经营模式,并依靠新的管理体制应该培育所需的价值观,使员工和管理者学会在这种新的组织结构中怎样工作和管理。这无疑是一种把理念和行为倒置的做法。

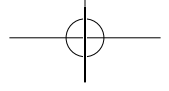
由此可见,改革思想滞后、价值观滞后、管理理念滞后等必然给改革带来阻力,特别是在广大员工不了解、不理解的情况下,改革可能会进入一团糟状态。因此,若要启动流程再造,尤其是使决策权向下移动,管理者必须首先放弃“管控”的经营理念。即,企业再造的基础是管理思想的“彻底”革命。

2. 流程再造缺少主要领导的作用

根据企业改革理论,流程再造的基本组织体系及其成员包括领导人、改革总管、流程主持人、改革小组等。通常情况下,领导人这个角色不必由公司的首席执行官担任。因为在多数大型公司里,首席执行官的注意力集中于公司的外部而不是内部事务。任何改革都是痛苦的、艰难的,因此需要企业的主要领导人首先改变观念并将其作为主要工作推进。如果把BPR看作是一件企业的常规工作或一个项目,仅仅依靠工作小组来解决企业再造问题,使企业能够达成打破组织结构的界限安排工作、若干种职位组合成一种职位、工作人员有决定权、减少检查和控制、管理者从监工转变为教练、主管人从记分员转变为领导者等目标,实现基本的、彻底的、显著的、流程上的改变,就容易出现管理者缺失的情况。亦即在没有或缺少一把手的力量时,授权常常不能很好解决问题,成功的可能性就会大打折扣。

3. 流程再造缺少人性基础

尽管企业改革理论的提出者一再强调这场改革不是裁员,但实际上如果真的放弃专业化分工的做法,实现



一人多专、一岗多能，那势必会产生富余人员。同时，为了适应新的流程，一定会出现原有人员不适应的情况，即更换人员的情况。不仅如此，由于机构精简、部门合并、职能调整、权力下移、综合经理决策等改变，也一定会使各级管理人员感到压力。那么一些现实问题便会出现，例如，人们为什么会支持这些改革、他们积极投身于这场改革的人性基础是什么等。

美国的全食超市在其经营目标“最佳食品店”的指引下，形成了自我管理团队的经营模式。在全食超市，最基础的组织单元不是门店，而是团队。每个团队都有高度的自治权，有权对门店的各个环节进行管理，包括采购、定价、食品制作、收银、人员聘辞等。在薪酬方面，超市对绩效超过一定额度的团队予以奖励。

由于企业流程再造理论没有从人性上论述改革的可行性，只是给出了改革的目标和一些操作建议，而对排解改革障碍论述不足，导致部分企业改革失败也是情理之中的事情。

二、反思流程再造的改革逻辑

1. 以流程为导向不如以信念为导向

流程再造是针对企业业务流程的基本问题进行反思，并对它进行彻底的重新设计。即企业改革是以流程为导向，而且是可以把利润作为成功的标尺的。

综观世界上卓越的企业和企业家，他们共同的特点是，都有一个崇高的使命感和价值观，都有一种超越利润的目标追求，都是“以信念为导向”经营企业的。正如《基业长青》总结的那样：“高瞻远瞩的公司能够奋勇前进，根本因素在于指引、激励公司上下的核心观念，亦即是核心价值和超越利润的目的感。”

企业发展的关键是企业的定位和赋予员工的使命感。如果定位在为人类服务，就会像稻盛和夫那样拿出“完美”的产品去满足客户；如果定位在改变世界，就会像乔布斯那样拿出“不可能的产品”去创造客户；如果定位在帮助员工改变命运，就会全心全意为员工服务，再让他们为客户提供令人感动的服务；如果定位员工是企业的主人，就会像 SEMCO 那样把决策权交给对决策影响最大的人，让他们自我管理。当今大量的管理创新实践充分证明，高尚动机的激励作用远大于一般动机。同时，在一个人人都是企业家的组织里，人人都能参与决策，

贡献体力和智慧并与组织共同分享组织成果。这样的组织是高效的、交易费用最低、利润最大的组织。

2. 人为创造流程是本末倒置

在生产企业中有生产流程、业务流程和管理流程等。这些流程都是经过长期实践、不断完善确定下来的，而不是人为设计的。

一般来讲，生产流程是根据产品生产工艺确定的，而生产工艺又是根据生产技术确定的，是技术改进的副产品；业务流程的变化同企业的管理制度密切相关；管理流程是企业经营理念的产物，即：观念决定模式，模式决定了流程。管理流程的改变，不仅会涉及企业内部的利益分配，还会涉及权力的再分配，甚至地位的得与失，如审批流程、决策流程、组织机构设置、年薪制度、奖励制度等。

总之，任何流程的转变都是在一定操作目的、环境背景下实现的，不可能人为再造。而流程再造理论的核心是彻底推翻以任务为中心的管理模式，并以流程为导向安排企业的各项工作，其本质就是人为再造出一个不带历史痕迹的崭新企业，这在逻辑上和实践中都是不易行得通的。

三、企业流程再造需慎行

为适应企业发展和快速变化的经营环境，企业的各个流程确实需要及时调整和改变，但必须慎重，防止产生不良影响。

第一，流程再造的理论基础不牢固。因为不断变化的环境、不断涌现的新技术、新方法、新理念，使今天的适应，明天就可能不适应。如果认为当今是流程再造的好时机，那么再造的流程其持续的有效期限有多长呢？是否要安排人每天跟踪所有流程，去发现有哪些不适应呢？是每隔一段时间再造一次，还是发现一点，再造一点？因此可以说，流程是个逐步演化的过程，不是一朝一夕能完成的，不应理解为阶段性或某时刻的任务。其本质上是永远得不到最优结果、得不到彻底的改变的，即最优的流程理论上是不存在的。

第二，流程再造的实践基础不牢固。BPR 不是进行修补，也不是改造，而是进行“革命性”、“根本性”的重建。这样做等于推翻了原有的、长期积累的智慧和实践成果。

事实上，对生产、业务、管理等各个流程的再造是需要具备一定的条件做基础的，包括管理理念的改变和技术能力的提升，如信息技术、智能决策系统、云计算与物联网、先进设备、分析技术、制造工艺、制度化生产等。

第三，流程再造的人性基础不牢固。如上所述，流程再造会给企业带来巨大的变化，会涉及其余人员的诸多切身问题。对此，流程再造理论除劝说外，别无更好办法。此外，如果仅仅集中精力去调整流程，而把人摆放在旁边，忽略人对流程的反作用，忽略人在各个岗位上以及在各个流程中的作用和感受，这样的流程就会失去人的配合，这个再造的价值和意义就会贬值。现在很多领域都在使用人机工程理论、人机交互做法，以达到人与环境的最佳协同。而流程再造没有谈及此事，只强调流程的作用，把再造看成是方法、模式问题，是不容易达到想要的最佳的。

第四，流程再造理论缺失管理者内心世界的转变。流程再造的初衷很好，但这样巨大的转变不可能是组织结构转变的结果，而是思想观念革命的产物。当思想基础没有形成，意识还没有转变时，硬把组织形式改变了，硬是把企业转到以客户、市场为导向的面向流程的管理，是不能达到想要的效果的。

第五，流程仅是个管理的副产品，是管理创新的一种成果形式，是对管理创新的事后验证，而不是事前设计。任何事物都是相互关联的。任何表层面上的变化，实际上都是管理理念、思维模式、技术水平变化的结果，都在其背后有着共同的支撑基础和动力源泉。如果没有准备好条件，流程再造可能会揠苗助长、适得其反。从这个意义上讲，所有流

程都是科学技术、管理理念的副产品。

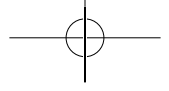
第六，流程再造属于传统管理理论范畴。以流程优化为核心的流程再造，还是没有脱离传统管理理论的色彩，是强调控制的产物。因为，流程本身就是约束员工工作的制度中的一种，它限定了员工该怎么做，而没有让创新的思想自由流动。实际上，若采用分权式管理，把决策权下放给那些受该决策影响最大的人，则可自然去除很多流程，而根本不用再造了。因此，流程再造前，先再造管理思想，才是根本的出路和解决方案。

第七，容易产生跟风行为。流程再造的研究和实践并不是个新概念。泰勒帮助员工去除多余的动作，研究能量分配、吉尔布雷斯对砌砖动作的研究，改进了施工方法，提高了效率、福特公司采用了流水线生产、斯隆开创事业部组织机构，这些都可以称为流程再造。可以说，流程再造并非创新的产物，而是包含在日常生活之中。

主要参考文献

- [1] 袁景洲：BPR 是什么，中国财政经济出版社，2004。
[2] 迈克尔·哈默，詹姆斯·钱皮：改革公司－企业革命的宣言书，上海译文出版社，1998





把创意变成生意

传统的创意产生只限于同一部门或同一产品群。而 IdeaBox 打造了一个公开的平台，营造了一种知识共享的合作式网络环境，通过多样化的员工参与、互动学习，补充了个人知识的不足，调动了企业全部的知识积累，促进了企业内部知识的传递整合，提升了创意的可行性。

■ 文 / 张正明 张敬伟

关键词：爱立信 IdeaBox 在线创意管理工具 最佳创意奖

爱立信在 2008 年开始启用 IdeaBox 对创意进行科学化管理。IdeaBox 是头脑风暴式的在线创新工具，借助网络强大的信息存储和处理能力，为员工交流创意、实现跨职能合作提供有效的平台。

IdeaBox 在公司内部是开放式的，每位员工都可以看到其中的创意并对其评论。员工可以根据关键词将自己的创意添加到一个或多个 IdeaBox 中。每个 IdeaBox 都有多个管理者，他们不断地挑选与审核创意，以确保组织的创新需求与新观点之间的有效匹配。

在爱立信的一万多名员工中，大约有四分之一的人在使用 IdeaBox。目前，爱立信共有 200 多个活跃的 IdeaBox，里面的 30000 个创意得到了大约 60000 条员工的新鲜观点。而大约在每 30 个创意中，都有一个创意能够得到实施。

IdeaBox 创意管理流程

IdeaBox 的创意管理流程（如下图）为：员工将创意投入 IdeaBox 中，其他员工可以对其进行评论或提出修改建议；评估团队不定期对 IdeaBox 中的所有观点进行评估，并将结果反馈给员工；员工对多番修正的创意进行原型设计，以进一步推进创意的商业化。



图 爱立信IdeaBox创意管理流程

1. 创意的产生与投递

在爱立信，员工创意的产生有多种方式。创新经理会根据客户的特定需求或者工作过程中产生的问题提出创新需求，员工可以根据这些需求提出解决方案。此外，员工在处理日常工作事务中也会根据其掌握的技术知识、工作经验主动提出新的想法。

员工所提的创意不能只是一个简单的概念，而是需要阐述创意的详细信息，例如：创意所能解决的问题、具体内容以及操作流程、耗费的成本、未来收益、实施可行性等一系列情况。提出具体的创意信息后，员工会根据关键词搜索将创意投入到相匹配的 IdeaBox 中。为了确保创意得到有效的利用，这些新想法的投递可以不仅限于员工所在的业务单位，也可以投递到其他部门。

多数情况下，爱立信并不是为每一个产品或者每一个部门建立相应的 IdeaBox，而是一个大的组织的多个产品共用一个 IdeaBox。这种设置方式有利于不同部门的合作交流，实现知识的共享，同时也方便高层管理者采用战略的视角看待问题，有助于公司的长远发展。

2. 创意的评论与改进

每个 IdeaBox 中的创意都是开放的，爱立信各层级、区域、职能部门的员工都可以看到这些创意，并对其评论和提出改进意见。他们也可以追踪自己感兴趣的观点，并参与到创意后续的发展进程中。根据他人的建议，创意提出者不断修正原有的观点，从而推进创意的改进与完善。

IdeaBox 构建了一个相互交流的平台，使得创意的产生阶段不是一次性的活动，而是一个持续的动态过程。以 IdeaBox 为纽带，爱立信能够将不同文化背景、专业知识和工作经验的员工联系在一起，通过沟通和分享，形成思想上的碰撞，推出更富想象力的创意。这种开放式、透明化的员工互动增进了公司内部的知识流动。

3. 创意的评估与反馈

爱立信创意管理的第三个阶段就是对 IdeaBox 中的创意进行综合性的评估和反馈。评估小组每隔两到三周就会对 IdeaBox 里的所有创意进行一次具体的评估，评估人员大多数是组织内部专业技能高超、实践经验丰富的中高层人员，比如生产线管理者以及项目领导，他们能够对创意提出专业性的改进意见，也能让创意更加贴近市场需求。评估的标准主要是：创意在未来的商业价值、新颖程度、可行性以及与组织现有资源、能力的相关程度。

在评估中产生的一系列意见和建议将会及时反馈给创意的提出者。同时，评估人员也会与创意提出者进一步交流，更明确地了解创意的内容以及获取更多的原始信息。而交流结果也会在评估会议上进行深层次的讨论。此外，部门也会为不同的创意安排特定的创新教练，在整个创新过程中为员工提供指导和支持，帮助员工选择合适的工具方法，促进创意价值最大化。

这个阶段中，部门对员工的激励是必不可少的。有价值的创意将得到诸如蛋糕券、电影票、优惠券之类的物质激励，当然，更为常见和有效的则是精神激励。例如，爱立信通常会在员工大会上对优秀的创意进行公开表彰，也会以电子邮件的形式将这些创意及其提出者公之于众。此外，公司还会通过海报、电视墙等方式让创意提出者得到更多关注。

创意评估与反馈是一个反复交换意见，不断提高创意质量的阶段。持续的沟通反馈也能够实现一定的激励效果，增强员工的认同感和荣誉感，提高员工的参与度。

4. 创意的改进与实施

IdeaBox 里的创意需要不断地改进才能得到有效的利用。为了减少创意实施的不确定性，创意提出者需要对其进行简化的原型设计。在这个阶段，创意提出者会

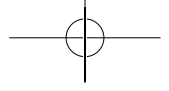
针对创意的几个重点方面进行小规模分析验证，以发掘其发展潜能。他们还会对创意未来发展提出建议和预测，论证其商业价值。创意提出者通过简单的原型设计不断探索创意发展的方向，为概念化的创意提供了出路，通过模型化的调试提高了创意的可行性，为创意在下一阶段的实施和商业化打下了坚实的基础。此外，由于创意还未完全成型，尚有改进空间，简化原型也减少了资金、资源的浪费，有助于合理配置内部资源。

经过改进优化的创意可以进入产品开发的进程实现商业化。还有一些创意可以获得专利。IdeaBox 的管理者甚至还会建议创意提出者将创意进一步投入到其他的 box 中，以实现创意的杠杆化利用。

案例：Sandholt 的成功

无线网络行业面临一个巨大的挑战：高速的数据传输需要强大的基础设施作支持，而这些价格昂贵、不易安装的基础设施需要根据每一次的技术更新而更换，会耗费大量的时间、资金和人力。Hans Sandholt 是爱立信的一位系统经理，他提出了一个创意：通过对微波设备领域的某些软件更新，而不是通过完全置换基础设备来实现与数据传输的匹配。

2010 年，Sandholt 将他的软件升级创意提交到 IdeaBox 当中，截止到 2011 年 1 月，创意得到 286 次点击，并得到不少有益的评论。技术专家、项目领导和生产线管理者等组成评估小组对创意进行评审，并与 Sandholt 多次交换意见，最后软件升级创意得到了一致通过。Sandholt 得到一笔投资以及几个月的时间，在创新教练的指导下逐步发展自己的创意。他带着这笔钱来到中国，与制造商合作将创意原型化；然后又赶赴匈牙利，和其他公司的研发团队一起整合技术。2012 年，Sandholt 的软件更新方案不仅赢得了硅谷举办的爱立信 INNOVA 奖励中的“最佳创意奖”，而且该方案陆续推广到全球 30000 个用户中，帮助爱立信在基础设施建造和升级中节约了数百万欧元的资金。如今，Sandholt 已重返旧职，并通过 IdeaBox 积极帮助更多的员工把创意变成生意。



如何让市场适度“饥饿”

培育市场犹如喂养孩子，要“七分饱，三分饥。”留有一定的余地，注意适时让“上帝”们有点“饥饿感”，才能使产品永远保持“市场宠儿”的地位。

■ 文 / 刘甲朋

关键词：饥饿营销 市场控制权 创新节奏 品牌附加值 购买心理

传说古代有一位君王，吃尽了一切山珍海味，变得越来越没有胃口。一个御厨提议说，天下有一种最美味的食物，它的名字叫做“饿”，却无法轻易得到。君王当即决定与御厨微服出宫，寻此美味。君臣二人跋山涉水，在饥寒交迫之时来到一处荒山野岭。此刻，御厨不失时机地把事先藏在树洞中的一个馒头呈上：“终于找到了，这就是叫做‘饿’的那种食物！”饥肠辘辘的君王大喜过望，当即把这个又硬又冷的馒头吃下去，并将其封为天下第一美食。之所以如此，是因为这个馒头出现时机十分恰当——君王饥寒交迫，生理需求达到最高点。由此可见，当人丰衣足食时，山珍海味也平淡寡味，而当人处于饥饿状态时，即使粗茶淡饭也香甜无比。一些商家把这种现象总结成理论，用于产品销售之中，提出了饥饿营销。



饥饿营销是一把双刃剑。这一策略如果运用好了，会增加品牌的附加值。如果运用不好，则会对品牌造成伤害。近来大批“黄牛”借助苹果产品的持续缺货而牟取暴利，使这一营销手段再次受到了行业内的质疑。

饥饿营销的实效分析

企业实行饥饿营销，是对市场规律的一种深刻认识。

按照常规思路，产量越高，效益就越大，企业发展的步子才会更快。然而，如果产量超过市场需求量，就会造成产品积压，越是积压的产品，消费者就越是懒得光顾，这样势必造成恶性循环，把企业逼上绝路。

饥饿营销牢牢地掌握市场控制权，它是一种有意识地压缩产量以达到产品畅销的营销策略。实行饥饿营销，主要有几个方面的好处：第一，从市场的销售情况看，可以使自己的产品永远处于一种供不应求的状态，消费者对品牌的热情会持续高涨。第二，企业在对市场科学预测的基础上实行饥饿营销法，主动限量生产，当市场发生变化时，不致于背上沉重的包袱，从而增强企业化解风险的能力。第三，由于饥饿营销造成的旺销局面，还有利于企业和经销商在较短的时间内完成每一批产品的销售，以最快的速度回收资金用于新产品开发，加快了资金周转率。其实，作为企业，适当地留点市场空隙，让自己的产品在市场中处于某种“饥饿”状态，是不无裨益的。

例如，妇孺皆知的“康师傅”方便面，是天津顶益食品有限公司的名牌产品，但该公司却没有再增加几条生产线，而是反其道而行之，让“康师傅”市场始终处于一种“饥饿”状态，以吊起经销商和消

费者的胃口。

又如，郑州有家衬衫厂设计生产出一种款式新颖的衬衫。第一批共生产 10 万件，其中 6 万件投入各地市场后没有几天便销售一空。但就在这时，厂长却突然宣布：剩下的 4 万件暂缓上市销售。这一举措使得许多消费者四处打听什么地方、啥时候才能买到此种衬衫，并声言等再见到该厂的衬衫时不能犹豫，要马上“抢”一件到手。

饥饿营销尤其在奢侈品、价值很高的商品销售中被普遍采用。比如五粮液、中华香烟等总是不按市场的需求量来配足供应，特别在节庆期间，它们经常被称为是与钱一样有用的“硬通货”。这里特别值得一提的是茅台酒。现在茅台酒产量有限，全国范围内的茅台酒交易，几乎都没有现货，只能依靠提货单进行交易。2011 年 1 月 1 日，贵州茅台上调产品出厂价格，53 度飞天茅台由 499 元提高到 619 元。虽然茅台宣布出厂价格定为 619 元，但经销商根本不可能以这个价格拿到货，通过各种途径拿到的茅台进价基本都在 1000 元以上，对外售价也大多会在 1200 元 -1300 元之间。由于每年茅台酒在市场上供不应求，茅台一直都有皇帝女儿不愁嫁的心态，其企业获得了丰厚的利润。

这是一种着眼于企业长远利益，欲保持畅销而先吊消费者胃口的饥饿营销策略。有些企业不明此理，当他们见自己的某一产品市场行情看好时，往往喜欢采取“撑破”消费者“肚皮”的下策，结果很容易使产品在市场上处于“饱和”状态，卖方市场成了买方市场，导致紧俏货变成滞销货。例如，南方某无线电集团公司，前些年设计生产价廉物美的收录机系列产品，一时间倾销国内。可是该企业产品打响后，便急不可耐，随意扩大生产规模，产品倾销而至，市面上比比皆是。由此，该企业收录机系列很快便失去诱惑力，消费者漠然置之，市场日趋疲软萎缩。其实，培育市场犹如喂养孩子，要“七分饱，三分饥。”留有一定的余地，注意适时让“上帝”们有点“饥饿感”，才能使产品永远保持“市场宠儿”的地位。

在实际运作中，饥饿营销是一把双刃剑。这一策略如果运用好了，会增加品牌的附加值，相反，如果运用不好，会对品牌造成伤害。近来，苹果全系列产品热销，

大批“黄牛”借助苹果产品的持续缺货而牟取暴利，甚至还爆出北京某苹果店因发生“黄牛”与店员冲突而暂时关门停业的新闻。尽管苹果专卖店的冲突事件已经平息，但是苹果公司长期遵循饥饿营销策略却受到了行业内的质疑。

饥饿营销的应用策略

饥饿营销不能简单地理解为“限供量一加价卖”，实行饥饿营销更非随心所欲之举，企业应该注意采取以下几个方面的策略：

1. 贯穿品牌因素

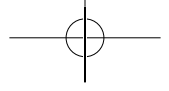
各种品牌在市场上的力量和价值各不相同，品牌的成熟度、知名度、美誉度也各不一样。但是，有一件事却是相同的，即品牌成熟度高、知名度高、美誉度高的商品会被大多数消费者喜欢。一个没有影响力的品牌要是去限量限产、提高价格，不仅不符合实际，还会丢掉原来可能占有的市场份额。所以，运用饥饿营销始终要注意贯穿“品牌”这个因素，其运作必须依靠产品强大的品牌号召力，应当不断地提高品牌成熟度、知名度和美誉度水平，这是成功实施饥饿营销的不可或缺的条件和重要前提。

2. 正确选择产品

产品是否拥有市场，能否得到消费者的认可，是进行品牌推广中重要的一步，否则饥饿营销也是徒劳无功。产品的功能性利益、品牌个性、品牌形象、诉求情感必须符合市场的心理，与消费者达成心理上的共鸣，得到消费者的认可与接受，拥有足够市场潜力。同时，在商品日益丰富和愈来愈同质化的今天，人为的短缺是有一定风险的，限量的前提必须是该商品具有其他同类商品在某种属性上不可替代的优势，所以计划使用饥饿营销的企业，应该先通过调查，了解现有替代品的数量、竞争实力以及生产能力、结构等问题，尽可能选择不可替代性较强的产品，即替代产品的威胁水平低或替代品较少的产品。

3. 增强产品综合竞争力

限量的前提是提高产品的独特竞争优势，在产品综合竞争力较强的情况下，饥饿营销才能较好地发挥作用。一是提高产品质量。较强产品质量，是企业应用饥



饿营销的物质基础。企业在使用饥饿营销时，要注意以高质量的产品赢得消费者的信赖。在提升企业产品质量时，其质量经营战略主要包括追求零缺陷、营造质量文化、开展质量教育与塑造质量形象等方面。

二是加强产品技术创新。企业只有不断在变化发展中加强产品技术创新，才能与竞争者的产品有差异，才会让消费者对其产品趋之若鹜，从而使产品供不应求，出现断货现象也能持续等待。

4. 善于诱导或刺激消费者

购买欲望是饥饿营销应用的先决条件。企业要善于诱导或刺激消费者“求新”、“求美”、“求名”的心理动机，使之转化为内心的渴望，让消费者产生一种想要拥有产品或消费这项服务的祈求，也就是购买该产品的欲望。这样，消费者的购买欲望越来越强烈，以占为己有为快，到最后无法理智地去判断商品的具体实用性和效用，从而消费者达到最大“饥饿”状态。企业在这时适时推出饥饿营销策略，消费者会毫不犹豫地配合。

5. 充分利用专业媒体

消费者的欲望不一，程度不同，品牌推广需要进行合理专业的立体式传播。传播策略、传播时点、传播媒介、传播形式等都要进行细致规划。同时，为了保证品牌的神秘感，宣传之前要在一定时期内做好各种信息的保密工作。聪明的商家借助于电视、广播、报纸、杂志、网络等发达的现代传媒体系，从前期产品预热造势、面市报道、缺货抢购报道等方面形成完美的传播曲线。这样就可以扩大饥饿营销战场的深度与广度，从而使得饥饿营销战略的实施更加顺便、快捷而富有成效。

6. 善于灵活应变

消费者的购买欲望受到竞争对手市场活动的影响，欲望组合比例会不断发生新的变化，购买行为关键性因素会发生不规则的变动，感情转移、冲动购买也是常有之事。因此，企业在实施饥饿营销时要密切监控市场动向，时时了解自身的问题、市场和竞争对手的状况，提高快速反应的机动性，能够及时灵活地调整饥饿营销战略。

7. 掌握好“饥饿”尺度

根据营销三维理论中的“创新节奏论”，一味地

高挂消费者的胃口，会消耗一些人的耐性，一旦超过其心理底线，猎物将会落入竞争对手的口中。所以，企业实施饥饿营销应当根据自身能力、市场供求等实际情况，把握好“饥饿”尺度，制造适度紧缺，给市场预留适当弹性。一般来说，将生产规模控制在比市场容量小15%～30%的范围内，是比较适中的。

8. 合理选定市场

如果产品市场竞争激烈，在采取饥饿营销时，消费者会转移到其他竞争者那里；而当一个行业市场进入壁垒较低、预期利润较高时，就会有大量企业涌入，一旦竞争者数量越来越多，带来的威胁也就越来越大。在这种情况下，饥饿营销就有难度。相反，如果企业细分市场内没有竞争，或竞争程度较低，市场状况为卖方市场时，企业处于主动地位，即使企业供货不足，消费者也不会转而消费其他产品，只能加剧其占有这种商品的欲望；而当产品所在行业进入壁垒较高时，竞争者数量较少，在短期内不会急剧增加，市场新竞争者的威胁水平较低。在这种情况下，企业则可以较为有效地应用饥饿营销策略。所以，实行饥饿营销要准确地选定市场。一般讲，只有在竞争不充分（竞争威胁较小或市场进入壁垒较高）的市场，饥饿营销才能较好地发挥作用，否则，只能是企业的一厢情愿，难以取得预期目标。

主要参考文献

[1] 刘清华．“饥饿营销”背后的消费动机分析[J]．中国管理信息化，2011，10．

[2] 刘杰克．从苹果的品牌实战谈饥饿营销[J]．卓越管理，2011，09．



无边界职业生涯下内部劳动力市场管理策略

■ 文 / 游悠 龙珂

内容摘要：无边界职业生涯时代的到来对企业内部劳动力市场产生了较大冲击，具体表现为边界、效率、资源配置和企业文化方面的改变。本文分析了无边界职业生涯时代下内部劳动力市场的特点，以及企业可能会遇到的一些挑战，并从管理视角提出发挥企业内部劳动力市场有效性的策略建议。

关键词：人力资源配置 无边界职业生涯 内部劳动力市场 雇佣模式

随着技术观念的发展和进步，当今的无边界职业生涯时代意味着劳动者可以自由流动，大大提高了职业选择和工作的灵活性。一方面，企业有更加多样的渠道了解和筛选更适合的员工；另一方面，根据劳动力市场信息不对称理论，处于信息劣势端的企业可能会因员工短期导向性的特点，面临培训效用降低、核心员工流动过大、信息泄露等问题。因此，本文将从内部劳动力市场角度，分析无边界职业生涯时代的特征以及如何利用人力资源管理应对新形势下的变化与发展。

一、无边界职业生涯时代内部劳动力市场的特点

1. 劳动力市场的边界

边界是划分内部劳动力市场和外部劳动力市场的标志，在无边界组织时代，随着组织雇佣关系多样化和组织结构扁平化趋势的凸显，企业对员工雇佣稳定性减弱而弹性增大。此时，员工有更多的职业选择机会和自由的职业流动方向，因此内外劳动力市场的边界将随之变得模糊。特别是信息不对称情况仍然存在，在节约招聘成本、减少人员外流损失的激励驱动下，外包和虚拟化经营成为现代企业重要的用工方式。对于那些价值性和独特性较低的岗位，临时、短期的雇佣方式更有利于劳动力的配置，使得员工个体受制于单一内部市场的情况和可能性大大减小，增强了内外市场调节劳动力流动的能力，边界也变得更加模糊。

同样在组织结构精简的趋势推动下，结构扁平化和虚拟组织的出现较大程度上减少了信息的流通成本，优化了内部劳动力市场的效率。当员工认为上升通道变得愈发困难时，流向其他组织的需求就会被激发，内外转化也变得容易和常见。

2. 内部劳动力市场的资源配置

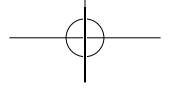
实际上内部劳动力市场与外部市场一样决定了资源的配置，与价格竞争机制截然不同，内部劳动力市场中的制度、工作环境、固有的阶梯结构和引导人员流动的“锦标”机制等，正是促进资源合理流动的重要因素。

首先，在法律的约束下企业任意解雇内部员工需要承担较大的赔偿费用，并且对于企业而言，过高的替换频率带来的培训损失也是高昂的，因此，这种劳动力的替换成本是内部劳动力市场存在的一个重要原因，内部市场的稳定也是资源合理流动和配置的前提和保证。但是在无边界职业生涯时代下，资源的频繁流动对内部劳动力市场的稳定性带来的冲击，必然会影响到配置效率。其次，信息不对称是影响资源配置的一个重要因素。无边界时代劳动力市场获得的信息更加充分和完整，但是，企业处于信息的劣势端的事实无法忽视，因此，难以获得有关劳动者的全部工作与能力信息，仍要承担劳动力高频转换和流失带来的成本。

然而，与传统雇佣模式下的内部劳动力市场较多依靠行政力量实行资源配置和安排不同，无边界职业生涯时代单一职业阶梯束缚被打破，在资源配置方面，为劳动者提供了更大的职业选择空间和更广阔的选择范围，并且企业能够借助于多样化的信息渠道获得员工的信息，选择合适的优秀员工。所以，无边界职业生涯时代的内部劳动力市场在资源配置方面的优势又能得以凸显。

3. 内部劳动力市场的效率

传统的劳动力市场主要依靠严格的等级划分、强调



内部公平的薪酬安排来激励员工提高效率，而现代无边界职业生涯中薪酬制度将由以岗位为中心逐渐转向以员工技能为中心。此时，劳动者更加强调技能的多样性，并通过终身学习来增强自己的可雇佣性，掌握在不同组织间相互流动和转换的能力。因此，对员工技能的可携带性和可转化性提出了更高的要求，如此才能有更强的职业外竞争力，对个体的发展和内部劳动力市场的效率起到增益作用。除了对员工技能的强调外，劳动力市场上的宽带式薪酬体系安排的优势也日益突出，宽带式薪酬体系与组织结构变迁趋势相一致——从多层次压缩到少数几个等级，这种较为公平的薪酬支付方式能够使企业从众多市场中脱颖而出，吸引到更为优秀的员工，实现企业和员工效率的双赢。

4. 文化和价值观的冲击

无边界职业生涯时代会在固有文化和价值观方面对

变革正是适应了环境的需求。由于企业文化变革而导致的人力资源管理政策也会相应发生改变，例如，为了减少人员外流而造成过大的损失，可以加强对人力资本的保护和知识继承与共享等方面的工作。

二、内部劳动力市场中相应人力资源管理策略的改善

内部劳动力市场作为人力资源管理的重要操作平台，其操作和运行都需要人力资源管理制度与政策提供保障，至此内部市场才能维持其相对稳定性和独立性。在无边界职业生涯时代，内部市场中人力资源管理的侧重点与传统雇佣时代有一定的区别，基于前面对内部劳动力市场的特点分析，我们从交换关系、职业胜任力和职业成功方面对比两种职业生涯时代内部劳动力市场发生的相应变化（如下表所示），并据此提炼出人力资源管理政策的重点。

表 传统职业生涯时代和无边界职业生涯时代内部劳动力市场的特点对比

	无边界职业生涯	传统职业生涯
社会交换关系	①追求工作—生活平衡，工作与非工作界限的融合②拓展工作与工作之外的社会关系，通过社会网络而非工作组织获取情感支持③心理认同与职业认同④工作绩效与薪酬市场化	①以工作为中心，工作—生活界限明显②以工作带来的自我实现为最高目标③组织认同④工作绩效与薪酬强调内部公平
职业胜任力	①重视技能的发展，培训优于工作②终身学习为导向③团队工作中的知识共享	①培训是工作开始之前的固定、短期的活动②工作技能专业化、分工明确
职业成功的衡量	①自我导向②强调职业成功的主观性，重视职业所带来的工作满意、工作参与、感知晋升机会和从工作中得到的社会支持等	①组织导向②强调职业成功的客观性，重视社会对职业的认同而产生的客观指标，如薪水、职位高低、工作流动性等

内部劳动力市场产生了一定的冲击，特别是针对那些传统性较强和以长期雇佣为导向的企业而言。文化变革是组织变革的一个重要方面，为了应对时代变化和竞争的需要，内部劳动力市场的管理理念也应发生相应的变化。然而文化没有优劣之分，只有适应市场环境而不断变革的才是优秀文化，所以针对雇佣变化而发生的企业文化

相比于传统的职业生涯时代较为稳定的内部劳动力市场存在状态，无边界职业生涯对雇佣关系、员工的个体职业发展产生的影响打破了原有内部市场的平衡。通过与同事、领导等工作环境中相关人员所构成的社会网络基础，个体与组织所构建的关系除了基于金钱、物质的经济交换之外，开始更多地倾向于与人际交往和心理

契约相关的社会交换关系。因此，无边界职业生涯时代的社会交换关系弹性更大，所包含的内容也会更加丰富，正确引导员工的职业认同和组织认同，构建稳定和高承诺的心理契约机制，将有利于维护内部劳动力市场的稳定。

在职业胜任力和职业成功方面，由于内外劳动力市场的界限变得模糊，员工个体的选择机会变得多样，范围不仅局限于原有的企业内部，而是扩大到了整个内外劳动力市场。此时的职业生涯通道呈现出多样性的特点，即职业生涯渠道可以向外扩展。自主性较强和认知状态更强的员工丰富自己的专业知识和网络资源，在职业胜任力方面有更突出的优势，获得职业成功的渠道也更加多样化，企业一方面要为员工搭建这样扩展技能和认知的平台，另一方面还要从心理和情感上保留这些优秀的员工，从人力资源管理及响应的配套管理措施上，形成一块强大的“磁石”吸引员工。

所以，为了维持无边界职业生涯时代内部劳动力市场的相对稳定性，可以从以下管理策略入手：

1. 以技能提高为导向的培训

传统职业生涯中的培训以符合工作要求的短期培训为主，而在无边界时代的职业生涯管理中，应该重视对员工技能的培养。培训不应该是短期的、以满足工作要求为目的，而应贯穿于工作的各个阶段，并以终身学习为目标。同时，企业也要建立和营造知识分享的氛围，让企业内部劳动力不仅是知识技能的携带者，更是传递者和分享者。

2. 人才保留与激励方面

虚拟组织和扁平化趋势使得内部劳动力市场员工沿着组织阶梯上升的通道变得困难，当晋升空间可能性减小时，员工基于组织的忠诚根基也会被撼动，离职和在其他市场寻求职业机会的可能性会随之增加。虽然资源的合理流动和优胜劣汰式的筛选机制能够为内部市场提高效率，但是企业在人力资源管理方面还是要注意对高质量、核心人才的保留与激励。相比与传统职业时代，新环境下的“情感留人”比“制度留人”能对员工产生更强烈的激励作用，由此减少因人员频繁流动造成的损失和风险。

3. 人力资源柔性管理

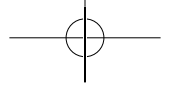
无边界职业生涯时代外部动荡的竞争环境、知识工作者群体的数量增加使得人力资源柔性管理成为新趋势下的必然选择，这种“以人为本”的管理方式为改善雇佣关系、创造良好的组织环境氛围提供了重要的制度保证。根据人力资源柔性管理在战略层面、技能层面和行动指令层面三个维度的划分，柔性管理一方面能够适应多样化和复杂的内外劳动力市场结构，另一方面还能对不同的情景与挑战做出迅速反应，满足了目前多样化劳动力市场环境的需要。针对员工的柔性管理，目前国内理论界和实践领域较为推崇的具体手段和方法包括高承诺人力资源管理、EAP（Employee Assistance Program）员工帮助计划等等，因而可以结合无边界职业生涯时代员工的特点，增强他们对企业的依赖和承诺，特别是那些掌握着核心资源和技术的优秀知识型员工。

三、结论

随着技术的进步和管理理念的变迁，多样化的雇佣方式和企业运营模式正日益对劳动力市场的结构、运作流程、工作生产效率进行冲击。企业经营管理与公司制度安排是内部劳动力市场在复杂环境下，维持效率和相对稳定性的重要手段。在无边界职业生涯时代下，只有分析内部劳动力市场的特点，找到与之相对应的管理对策，才能持续发挥企业内部劳动力市场的有效性和价值性。

主要参考文献

- [1] 白艳莉．无边界职业生涯时代的职业生涯管理[J]．中国人力资源开发，2007(5)
- [2] 李燕萍，吴欢伟．人力资源的柔性管理[J]．经济管理，2003(7)
- [3] 李燕萍，施丹．企业文化变革的新制度经济学透视[J]．经济评论，2007(4)，138-142．
- 陆铭，陈钊．内部劳动力市场理论评述[J]．经济学动态，1998(6)
- [4] 杨河清．企业人力资源管理操作的重要平台——内部劳动力市场的若干考察．中国人力资源开发，2003(12)



“创新树”管理模式

按“树形”结构：主干、枝干、枝、叶、根，将技术群对应划分为主干技术、枝干技术、枝技术、叶技术、根技术，经模式化为主技术、支技术、点技术、基技术。

■ 文 / 中国兵器工业集团第 202 研究所

关键词：创新树 202 所 管理模式 考核评价

中国兵器工业集团第 202 研究所（简称 202 所）于 2009 年末开始创建“创新树”管理模式，形成了以“创新树”为基础，建设技术创新体系的思路。该模式的核心是“创新树”的概念，即按“树形”结构：主干、枝干、枝、叶、根，将技术群对应划分为主干技术、枝干技术、枝技术、叶技术、根技术，经模式化为主技术、支技术、点技术、基技术。主技术，包括总体结构优化设计、信息化设计、六性设计、总体测试、试验验证等六大类 20 项技术。支技术，是核心关键技术、前沿技术和分系统技术，支技术还可以细分为第三层、第四层等分支技术。点技术，即最末一层技术，为分支技术所涉及的各项单项技术。各分支技术与点技术总计 220 多项。基技术，即技术基础，包括可靠性、标准化、档案、资料信息、数字化设计等共 33 项技术。2010 年，202 所开始实施科技创新工程，把“创新树”概念引入技术创新体系建设，以“创新树”为核心建设技术创新体系，重新构建火炮

技术创新总目标体系，加快火炮技术的创新和核心关键技术的突破，实现我国火炮技术跨越式发展。

一、梳理技术，全面参与

火炮这一综合复杂的机电产品，涉及机械、电子、液压、火药等多个技术领域，所涵盖的零部件和技术点成千上万。火炮“创新树”就是“树形”层次梳理出来的技术群。因此，分层梳理火炮技术是创建“创新树”的基础。

2009 年，202 所发动全体科研人员，对火炮总体技术、专业技术、基础技术、相关技术进行梳理，共梳理出数百项技术，并下发指南。2011 年，依据行业发展和技术进步等因素，进一步修订了“创新树”和《技术创新路线图》。这些技术由技术人员分别提出，汇集而成，具有广泛性、认同性，充分体现了科技人员的广泛参与。广大科技人员在参与梳理的过程中，既对自身所涉及的火炮技术领域在本行业的地位和发展方向有了更深的认识，同时又对所承担的技术创新责任和火炮技术总体发展有了明确的定位和目标。

二、分析论证，技术确定

全火炮技术汇集完成后，经专家多次研讨、分析论证，完成了两项任务：一是分层分系，技术归类，剔除非相关技术；二是梳理确定火炮核心技术、关键技术，为确立火炮技术创新目标奠定了基础。202 所成立了由所领导、首席专家、科技带头人、各专业技术骨干组成的小组，从技术重要度、技术市场需求、202 所现有及未来能力、技术创新效率与成本等因素逐项分析论证，从中筛选出 250 多项技术。一是从梳理火炮技术类别、技术组成等入手，以技术推动和需求牵引为依托，从防空武器、压制武器、新概念武器以及军兵种武器应用领域，

梳理火炮总体技术、专项技术、新概念火炮技术、基础技术等领域技术群，形成较完整的火炮技术群，并确定了各专业技术定位和发展目标。二是按照火炮行业分工，将产业链高端的前沿技术和核心关键技术纳入火炮技术群，作为 202 所创新主攻方向。三是面向火炮技术未来发展目标，前瞻性论证火炮不同发展阶段的核心关键技术、基础技术。四是针对火炮不同技术群，梳理主干技术、支干技术、点技术，确定核心关键技术和支撑技术。五是评估每一项技术的成熟度和创新度，确定其创新发展实现途径。

三、绘制火炮技术“创新树”，制定技术创新发展路线图

在梳理、论证的基础上，按主干技术、枝干技术、次枝干技术、叶技术、根技术绘制“创新树”，并注明核心关键技术。依据火炮技术“创新树”，逐项制定火炮技术创新发展路线图，明确研究目标、研究内容、时间进度等。该《技术创新发展路线图》技术分类是按照“创新树”的概念与模式，对应不同层级技术，研究制定了基于每项点技术的火炮技术创新发展路线。明确了每一项点技术“十二五”期间乃至 2020 年的研究目标与内容、技术实现途径、近中远期实施计划和每一阶段达到的不同目标、研究时限内要求达到的技术成熟度、现阶段主要参与技术人员及任务分工。基本做到了“创新树”每项技术全覆盖，短期与长期计划相衔接，点技术与支技术、支技术与干技术相互影响。

四、组建技术创新团队，进行技术分配，落实研制经费

在完成“创新树”绘制和《技术创新发展路线图》制定后，对全所技术力量进行分析，分三个不同层级和技术重要度组建创新团队。一是以四代装备和新概念火炮等主干技术统筹全所的科研力量，组建以集团、所两级首席专家、科技带头人和所科研骨干为核心的跨专业创新团队，如 155 项目、大口径弹药自动装填和电磁发射技术创新团队等；二是围绕防空反导武器技术、压制武器技术、新概念技术与前沿技术 3 大领域关键技术的枝干技术，组建第二个层级创新团队（组），如脉冲电源、膨胀波创新团队；三是对于支技术和点技术，作为技术

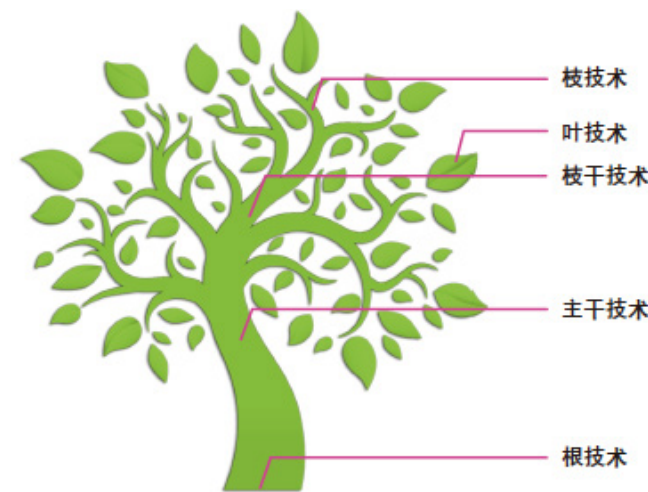
人员专业研究方向分配到个人，技术人员在承担纵向型号和预研科研任务的同时，在自己的专业技术上进入深入研究，提升理论水平，为其提升技术创新能力和实现技术突破奠定坚实的基础。

为确保火炮技术创新发展路线图顺利实施，202 所统筹所内技术、人力、资金和物资等资源，通过多种渠道为技术创新搭建平台。一是依托火炮行业和集团公司技术发展战略，加强影响行业发展的技术研究，争取重点技术开发项目进入集团层面重大发展专项；二是依托在研型号、预先研究、基础研究项目和条件保障建设项目开展技术攻关；三是针对现阶段未能列入上级计划、但又影响 202 所技术地位的技术，202 所自立项目列入科研计划，加大资金支持力度；四是设立“202 所科技创新基金”，每年把年度总收入的 3% 作为技术开发费，年平均投入科研开发费用达 1.1 亿元以上，为技术创新提供资金支持和条件保障。五是加快数字化设计能力建设，建立先进的火炮技术基础创新平台，搭建各类数据库、知识管理平台，再造火炮研发设计流程，形成精细化、数字化的研发能力，在数字化设计、系统仿真、集成测试和试验验证等方面实现跨越式发展。

五、制定创新目标，完善考核评价机制

以“创新树”和《技术创新发展路线图》为基础，建立了技术研究目标体系及各技术点“十二五”和 2020 年创新发展目标，并将其纳入年度工作大纲和季度工作计划，由科研管理部门逐一落实责任单位和责任人。根据年初确定的研究计划，对每项技术研究的进度、经费使用进行考核，年终对照研究目标对研究结果进行目标考核和评价。由科研管理部门组织专家对每项技术研究取得的进展和突破给出评价意见，并提出奖励建议及下一年度研究建议。

围绕“创新树”和《技术创新发展路线图》确定的技术发展方向、项目等级、难度系数、成果成熟度等，202 所建立了与之配套的新的科研目标管理与绩效考核机制，改革科研项目及参研人员绩效考评体系，激发了科技人员进行技术创新的主动性。一是以引导技术创新、引导精益管理、引导提高效益为原则，将各项目季度工作任务完成情况、技术创新、项目研制质量、成本控制、



团队建设、项目研制过程中落实各项责任制等作为项目绩效考评指标，突出科研人员、项目负责人和科研管理部门创新主体的权、责、利。二是依据《科技创新管理办法》、《科技创新成果评价与激励办法》、《科技创新成果评价细则》，按照新产品、新技术、新思路、新点子的分类，建立创新成果分类评价指标体系。三是以集团公司首席专家、科技带头人为主体的创新成果评价专家委员会，完善技术创新成果评价程序。

六、营造技术创新氛围，建设技术创新文化

以“创新树”为核心的技术创新体系建设使许多人由“要我创新”变为“我要创新”，创新氛围已渐形成。让创新成为科技人员的共识，成为大家的习惯，这是202所建设创新文化的必由之路。以文化的力量推动我国火炮技术创新，实现火炮技术跨越发展，保证202所健康持续稳定发展。“创新树”管理模式提供了创新文化建设的平台。一是“创新树”理念融入技术发展战略、项目论证、技术设计、科研试验、科研试制、科研

人员管理等活动，对技术创新活动产生了崇尚创新、推动创新的积极作用。二是以“开放的视野、开放的心态、开放的胸怀”建立创新团队，树立了面向全行业、全国乃至世界的市场竞争观，创建了优势互补、和谐共赢和团队创新的团队文化。三是全新技术创新目标管理和考评机制的建立及完善，有利于培育科研人员勇于创新、敢想敢为的思维方式和行为规范，使求新、求真、求变、求进的意识 and 精神蔚然成风。四是培养科研人员严谨、全面、精细、详实、求真、务实、开放的工作作风，培育科技人员严守科学道德，创造科技奇迹，展现勇于创新、敢为人先的精神风貌。五是科技学术交流、优秀论文和专著奖励纳入绩效考评体系，浓厚学术氛围。六是重奖有突出贡献的火炮技术创新团队和个人，大力宣传典型事迹，彰显创新典型示范作用，用榜样的力量引导广大科技人员探求新知，勇于创新。

（成果创造人：郑广平 曹晖）



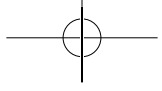
最新评价优秀企业公示

——北京市信用企业名录（总第十八批）

（排名不分先后）

北京万生药业有限责任公司
北京伟发建筑装饰有限公司
北京邦威家具有限公司
北京戎圣通停车管理发展有限公司
北京火箭软件有限公司
北京雷鼎金刚装饰工程有限公司
北京羿射旭科技有限公司
北京慧缘有限责任公司
北京国建建筑装饰工程有限公司
北京盛世奔腾工贸有限公司
北京利奥美洁保洁服务有限公司
寰球华宇电子工程（北京）有限责任公司
北京艺林盛世园林绿化有限公司
北京沃德欧业家具有限公司
北京利缘泉保洁有限责任公司
北京五木服装有限责任公司
瑞博雅（北京）财务咨询服务有限责任公司
北京壕铭文教用品企业有限公司
北京四海基业建筑装饰工程有限公司
隆润新技术发展有限公司
北京银之源科贸有限责任公司
北京百邦建筑装饰工程有限公司
赞嘉电子科技（北京）有限公司
北京德美新达医疗设备有限公司
北京城建弘大拆迁工程有限责任公司
北京金佳景汽车销售有限公司
北京七彩乐居家政服务有限公司
北京奥康达体育用品有限公司
北京市群英印刷有限公司
北京中城建建设监理有限公司
北京优意联合建材有限公司
北京通泰国际旅行社有限公司
北京中科国益环保工程有限公司

北京永源热泵有限责任公司
北京环友建筑技术发展有限责任公司
北京鑫淼起点广告传媒有限公司
康海斯（北京）物业服务有限公司
北京真理想社区服务有限公司
北京欧亚佰欧国际贸易有限公司
北京京之光电力安装有限公司
同方泰德国际科技（北京）有限公司
星网讯通（北京）文化传媒有限公司
北京市乾济电梯公司
中国电力工程顾问集团华北电力设计院工程有限公司
北京五岳鑫信息技术股份有限公司
北京九五智驾信息技术股份有限公司
北京泰豪智能工程有限公司
北京电影机械研究所
北京影研创新科技发展有限公司
德信智能手机技术（北京）有限公司
德信无线通讯科技（北京）有限公司
北京华润高科天然药物有限公司
北京国遥新天地信息技术有限公司
北京希地环球建设工程顾问有限公司
北京潞电电气设备有限公司
北京同辉无限科技有限责任公司
北斗天汇（北京）科技有限公司
北京六建兴泰建筑工程有限公司
北京诺思威建筑装饰工程有限公司
北京银星达科技开发有限责任公司
北京银星通达科技开发有限责任公司
北京安期生技术有限公司
北京力鼎创软科技有限公司
北京科净源科技股份有限公司
远洋装饰工程股份有限公司
北京瑞特工程建设监理有限责任公司



北京中盛兴业造价咨询有限公司
北京安佳信会计师事务所有限公司
北京博讯电子机房工程有限公司
首都大酒店
中铁物资集团北京有限公司
北京市福口居美食有限责任公司
北京荣丰科技有限公司
北京景瑞永康服装有限公司
北京国政恒信测绘技术服务有限公司
北京创时空土地信息技术有限公司
北京创时空科技发展有限公司
北京华博创科数码科技有限公司
北京东方华脉工程设计有限公司
北京五棵松饭店有限公司
中铁六局集团电务工程有限公司
北京德法利投资有限公司

北京市糖业烟酒集团有限公司
北京方宇博业科技有限公司
北京欧亚新科技发展有限公司
北京图景佳科技有限公司
北京艾迪尔建筑装饰工程有限公司
北京大地腾农网络技术有限公司
北京万特尔生物制药有限公司
北京时达利建筑装饰工程有限公司
北京光明健能乳业有限公司
中铁三局集团第四工程有限公司
北京世纪京泰钢制家具有限公司
中光高科（北京）节能投资管理有限公司
北京市市政四建设工程有限责任公司
北京艾威康电子技术有限公司
飞思达技术（北京）有限公司

《北京企业评价》季刊征稿启事

《北京企业评价》杂志是由北京企业评价协会主办的综合性刊物，本刊以各级政府部门及协会会员单位为读者对象，介绍国内外科学评价方法，普及管理知识、传递、解读时政政策，阐述最新管理理论与思想。现向各会员单位及各界优秀人士诚征稿件，相关要求如下：

一、征稿栏目

- 1、诚信论坛——围绕“加强政务诚信、商务诚信、社会诚信建设”的精神展开，包含诚信事迹、诚信风采或对诚信的理解等。
- 2、品牌建设——围绕自主创新能力、品牌培育、品牌建设等内容。
- 3、科技创新——围绕原创性科学研究、技术创新、经营创新等内容。
- 4、管理之道——围绕宏观经济管理、管理效益、管理模式、新管理理论、国外管理理论、经典管理案例、政府行政管理改革等。
- 5、评价研究——围绕信用评价、质量评价、绩效评价、安全评价、环境评价、满意度评价等科学评价方法的研究。
- 6、企业风采——企业发展历程，在管理创新、技术创新、品牌推广、诚信建设等方面的成功经验。
- 7、摄影作品——人物、风景、人文景观等优秀的摄影作品。

二、稿件要求（体裁不限）：

- 1、文稿：来稿应反映评价及管理领域的最新发展与水平，论点明确、论据充分、数据可靠、条理清晰、题文相符、文字简明，具有一定的科学性、实用性、可读性。一般不超过 4000 字。
- 2、题名：力求简明、醒目、反映文章的主题。中文文题一般不超过 20 个汉字。
- 3、作者：作者姓名在文题下按顺序排列；作者单位及邮政编码脚注在同页左下方，并附第一作者简介。
- 4、摘要：论著类文章应附 300 字左右摘要；英文摘要必须与中文标题与摘要内容相对应。
- 5、关键词：关键词一般为 2-5 个，应该在摘要下标引，以便读者索引。
- 6、参考文献：将参考文献按正文中出现的先后顺序排列编号，并用方括号标注在正文引用的右上角。参考文献应为正式出版物发表的作品，所引用文献务必与原文核实，内容、版本、卷期、页码、年份应准确无误，参考文献中的作者 1-3 名全部列出。
- 7、著作权相关事宜：作者文责自负。依照《著作权法》有关规定，本刊可对来稿作文字修改、删节，如不同意请注明。一经被采纳的稿件，根据所投内容将在内刊的相应栏目进行刊登。

- 三、投稿时间：内刊从即日起开始征稿，可以随时投稿。

企业信用体系建设的瓶颈与对策

——我国信用体系建设处于起步阶段

党中央和国务院高度重视社会信用体系建设，2007 年出台了社会信用体系建设的若干意见，2013 年 3 月实施了《征信业管理条例》。近 10 年来，北京、上海、辽宁、浙江、江苏、四川、湖南、陕西等省市也相继出台了地方性法规和政府规章，部分省市建立了区域性企业信用信息系统平台，开展了多种模式的信用体系建设。

从各地实践来看，我国信用体系建设为政府主导模式，主要以企业信用体系建设为突破口，明确了工作机构，建立了相关制度，并积极推进信用信息的应用。但是由于市场经济发展尚不健全，信用意识不高，信用经济规模小，信息化水平不均衡，在信用立法、信用信息的征集、信用管理与服务、失信惩戒机制建立等方面尚不完善。

以成都为例，2002 年，按照“政府主导、社会参与、强化监管、服务社会”的思路，由市工商部门牵头推进企业信用体系建设工作。2004 年成立了成都市企业信用信息管理中心，整合了 43 家市级部门和公共企事业单位数据，建立了区域企业信用信息系统。2006 年市政府建立了由分管领导为召集人的市企业信用信息系统联席会议制度，形成了“联席会议制度+信用中心”的统筹协调和日常管理模式。但在信用奖惩机制建设、信用征集使用等方面仍难以进一步突破。

——企业信用体系建设发展的瓶颈

成都市和全国部分省市一样，在推进企业信用体系建设中感到以下因素制约着发展，具有一定共性。

1、国家信用立法滞后

近几年来，部分省市地方政府十分重视信用立法工作，比如广东盛陕西省颁布了地方性法规，湖南盛浙江盛辽宁盛四川盛北京、深圳、成都、宁波、无锡等省市出台了政府规章；部分省市还针对某些行业制订了规定、办法，采取特定信用奖惩措施。但这些法规规章，对信用信息的分类、指标项目定义不统一，特别是联动惩戒机制在现有的法律法规下难有新突破。2013 年 3 月实施的《征信业管理条例》主要规范征信行业行为，对于目前政府主导的发展则没有促进作用。

2、失信惩戒机制不健全

由于缺乏相关法律法规支撑，行政性惩戒和社会性惩戒手段单一，多采用“黑名单”、“曝光台”等方式。一些地方虽然在重点领域和行业建立了失信联动惩戒机制，但受制于相关法律法规，激励容易惩戒难，不痛不痒，作用有限。同时，行政部门间缺乏联动惩戒机制，失信行为得不到全方位严惩，失信成本低，不足以引起企业和整个

企业信用体系建设是社会信用体系建设的重要组成部分，党的十八大报告中提出“加强政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设”，十八届三中全会报告进一步指出“建立健全社会征信体系，褒扬诚信，惩戒失信”。早在 2002 年，成都市委、市政府就提出了打造“诚信成都”的发展战略，在这座北宋时期曾发明过世界上第一张信用纸币——“交子”的历史名城，倡导着“和谐包容、智慧诚信、务实创新”的城市精神，经过 10 多年探索与实践，企业信用体系在法规制度、系统平台和信用奖惩应用等方面积累了一定经验。本文以全国副省级城市成都市实践为基础，以地方政府在企业信用体系建设中的主要工作为立足点，探讨分析当前制约企业信用体系建设工作的瓶颈与解决对策。

地方企业信用体系建设的主要内涵

企业信用体系建设的内容十分丰富，包括信用法律法规体系、信用服务机构、信用监管体系、失信惩戒机制以及信用文化教育体系等。地方企业信用体系具有自身的特点，主要包含了地方性法规、征信系统、奖惩机制和信用市场四个方面。其作用是通过信用信息的公开、传播与共享、失信联动惩戒，形成立体、全方位的社会大监管体系，营造“一处失信，处处受限”诚信市撤境。

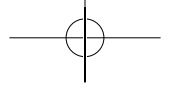
地方性法规是保障。信用作为市场经济的基本准则，特别需要法律的有力支撑，以维护市场竞争秩序，规范征信活动，保护商业和个人的秘密和隐私，制约和严惩失信行为，促进诚实守信经营。地方性法规、规章是地方政府开展信用信息的征集、公开、使用和信用市场监管的具体准则。2009 年成都市以市政府令的形式出台了《成都市企业信用信息征集和使用管理办法》（以下简称《办法》）。

以成都市为例，通过全市电子政务外网和数据交换平台，实现了 43 家市级部门信用信息的采集与共享，建立了企业、个体工商户、中介机构和重点人群四大数据库，通过“成都信用网”为社会提供查询服务和信息公示，初步实现了全市行政部门间信用信息的共享。

奖惩机制是核心。奖惩机制是企业信用体系建设的重要内容，是征信系统的应用环节，它能有效制约和降低不良信用的形成、生长和扩散，保护和激励良好信用发展环境，最大限度地消除信息不对称的问题。如将失信行为向社会公布，促进对失信企业的全面监管，剥夺其在一定时期内市场准入、评优评先、政府采购或上市融资资格等。

针对守信企业，则给予政策扶持和经济交往中的便利。成都市的《办法》对上述方面做了相应规定。

企业信用体系建设存在的问题



社会重视。

3、缺乏全国统一的信用信息平台

当前，各地企业信用体系建设的牵头单位不一，大多以建立联席会议制度为主，从事该项工作的具体机构职能不完善。全国大部分盛地市政府还未建立区域信用信息平台。在已建系统中，受当地部门信息化水平限制和我国部门设置条块分割等原因，信用数据征集质量不高。加之各地立法差异，信用信息采集、交换标准不同，系统间难以形成有效通联。人民银行的征信系统，出于金融安全考虑还没有完全形成区域内信息有效共享。在数据征集上，部分行政机关对于公布处罚信息存在顾虑或有地方保护主义的思想，加之内部信息化建设不完善，在区域内也存在处罚信息采集难、共享难等问题。

4、信用服务市场不成熟

社会信用意识不强，信用市场需求孝信用服务机构少、规模小，信用行业整体水平不高。成都市目前的信用管理和资信评级机构有 15 家，本土 10 家，生存较难维系。政府在市场准入、招标、采购、资格审核认定等重点领域带头使用和引导社会使用信用产品的力度不够。

深化企业信用体系建设的对策与思考

——统筹协调，建立健全企业信用体系和机制

一是加快国家信用立法，调研制定社会信用体系建设促进法、信用报告使用与保护法等法律，为企业信用体系建设发展提供制度保障。

二是健全从上至下的组织机构体系，统筹协调全面推进社会信用体系建设，建立公共征信机构和市朝征信机构相互补充和协调发展的机制，规范企业数据的征集、管理、使用各环节，从根本上保证数据源头的质量。

三是各地区根据国家社会信用体系建设的总体规划并结合本地实际，制定相关实施细则，建立信用信息征集、共享与应用长效机制。

四是鼓励信用建设基赐经济发展较好的省市，探索建立信用奖惩联动机制，推进信用信息在社会各领域的广泛

应用，发挥好试点和示范作用。

——统分结合，构建全国统一的企业信用信息系统平台

一是应规划建立国家、释副省级城市三级信用信息数据库，建立全国信用信息大平台，实现对失信企业跨区域甚至全国锁定和限制。

二是要积极推进企业信用信息数据库标准、征信技术、数据交换和信息安全等标准化的建立和完善工作，为互联互通奠定基矗

三是各地方政府要按照规划和标准，加强部门基础信息化建设，建立健全本地区企业信用基础数据库和发布平台，加大信用信息公示，健全数据征集、更新和发布的常态化机制，提供源数据支撑。

——先行先试，着力推进重点领域信用奖惩机制建设

按照“宽进、严管、重诚信”的思路，在工商、税务、环保、社保、食品安全、银行等部门间，实施信用奖惩联动示范应用。通过区域信用信息平台的信息共享，按照市场进入、社会消费、表彰评优等建立分类和奖惩力度轻重有序的信用奖惩联动机制，推动建立行业信用等级分类管理制度和行业信用监督管理系统，逐步实施行业信息系统与区域信用信息平台进行对接，形成行政机关、银行、行业协会和社会全方位“立体”的信用监督管理和奖惩机制。

——倡导社会广泛参与，积极培育和发展信用市场

当前，创造需求是培育和发展信用市场的关键。政府应发挥导向和带头作用，按照《征信业管理条例》积极支持公共征信机构、第三方征信与咨询机构发展。为尽快形成具有一定公信力的市场主体，可以通过转制、特许经营等方式成立市朝的征信评估机构。同时，政府带头在行政许可、政府采购、科研管理、政府资金支持申请等过程中率先使用信用信息及产品，逐步把行政部门内部的企业信用分类监管和第三方信用产品使用结合起来，引导和培育信用市场，进一步发挥行业协会的自律作用，提升企业、公民的诚信意识，促进形成诚信、公平、有序的市场秩序。

来源：中国经济时报

全球创业观察中国报告：创业环境与政策

全球创业观察中国报告，是清华大学中国创业研究中心自 2002 年参加全球创业观察研究以来发布的第九份全球创业观察中国报告。该研究的特色在于通过实地的成人调查和专家调查，对中国的创业态势、创业行为特性、创业结构、创业与经济增长的关系、创业环境与政策方面进行分析和评价。近年来，每一次发布的全球创业观察中国报告都有一个主题。清华大学经济管理学院副院长、清华大学中国创业研究中心主任高建教授以创业环境和政策为主题，基于 2002-2012 年的数据，对中国的创业环境和政策进行了分析和评价。

在《全球创业观察中国报告：创业环境与政策》发布会组织的“中国创业政策面面观”论坛上，人力资源与社会保障部就业促进司创业指导处处长柴海山、中国科学院大学创新创业中心主任柳卸林教授、中央电视台七套《致富经》栏目制片人冯克和共青团北京市委员会事业部部长张楠作为嘉宾，分别就中国创业政策的整体状况、科技创业政策、百姓创业政策、青年和大学生创业政策等进行了研讨并进行了现场互动。

《全球创业观察中国报告：创业环境与政策》的主要观点如下：

一、中国创业环境

中国的创业环境在参加全球创业观察的 69 个国家和地区中排在第 36 位，居于中游水平。相对于排在前面的瑞士、芬兰、美国、新加坡等国家，还有较大差距。

衡量创业环境条件有 9 个方面，分别是金融支持、政府政策、政府项目、教育和培训、研究开发转移、商业环境、市场开放程度、有形基础设施、文化和社会规范。

在衡量创业环境的 9 个环境条件中，中国的创业环境条件排在全球创业观察参与国家和地区中后 50% 的方面有金融支持、政府项目、创业教育与培训、创业的商务环境。从简单的数量计算看，有近 50% 的环境条件是落后的，需要改善。在全球创业观察参与国家和地区中，中国处于前 30% 位置的创业环境条件是研究开发转移和市场开放程度。

2002-2012 年间，中国创业环境条件总体上在逐步改进，创业环境综合指数从 2002 年的 2.69（满分是 5 分）提高到 2012 年的 2.8。从历史比较的角度看，我国的创业环境还没有得到十分有效的改善。

二、中国创业政策

1、改善创业环境的政策。

消除薄弱环节是改善创业环境政策的基本策略。中国创业环境条件中，需要着重改善的方面包括金融支持（指数为 2.37，满分为 5 分，下同）、政府项目（2.51）、教育与培训（2.25）和商务环境（2.79）。具体而言，金融支持中，股权投资、债权融资方面的支持是重点，中国民间的股权投资已经在日益活跃，建设好创业资本市场是关键。针对中小微企业企业的债权融资需要给予特别的重视和加强。政府项目方面，孵化器和科技园对创业企业创立和发展起到积极作用，但政府项目缺乏广泛性和多样性，还政府项目在组织上还不能全面胜任对创业企业的帮助。改善商务环境的核心是要提高为创业提供专业服务的水平，主要是提高在技术、市场、融资、人才流动等的专业服务水平。

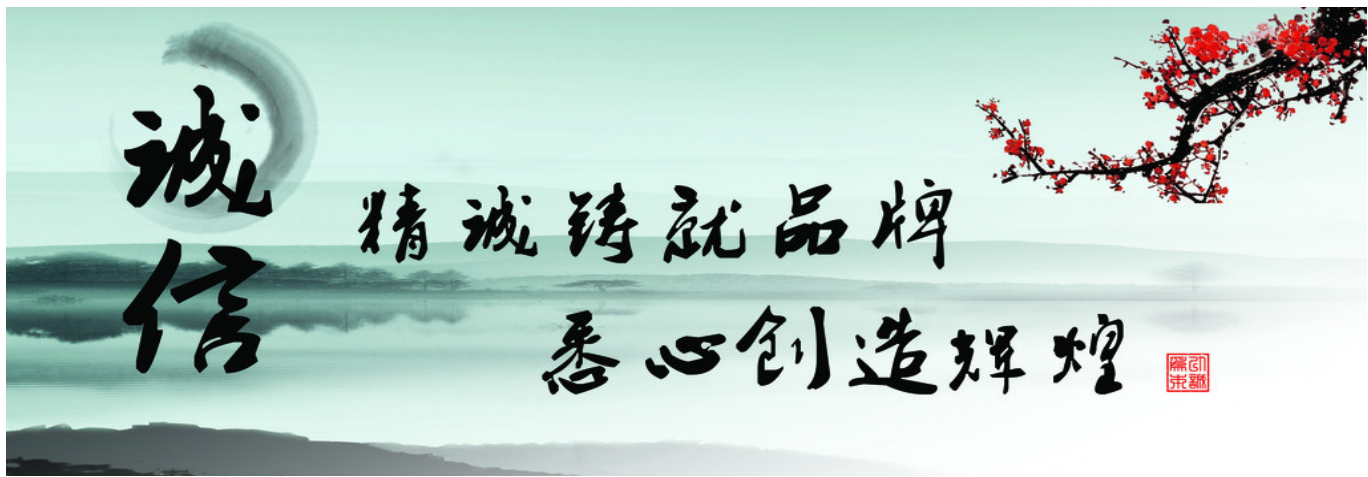
2、改善创业能力的政策。

改善环境的政策有助于增加创业机会。改善创业能力的政策有助于把握创业机会。中国的创业者中，具备创办企业技能和经验的人在 40% 左右（2012 年为 35.7%）。与提高创业能力直接相关的创业教育与培训是我国创业过程中的薄弱环节。因此，要把培养创新创业思维和能力作为我国各级各类教育的重要方面，高等教育和职业教育需要提高创业教育的有效性和覆盖面。有效性是指克服简单沿用其他学科和现有教学法的弊端，探索新的创业教育方法。覆盖面是指不仅理工科学生需要创业的学习和实践，文科学生同样需要创业的学习和实践。高等教育以外的各级教育同样需要。

3、增强创业动机的政策

在被调查者中，有 22.4% 的人表示“期望在未来三年内创办企业”，有 27.4% 的人认为在未来的六个月中存在创办企业的良好机会。有 72% 的人认为创业是一个不错的职业选择，76% 的人认为创业者社会地位较高。这些数据表明，一方面，对创业未来预期很正面的人很多，另一方面，有创业动机的人却不多。因此，需要进一步制定和完善鼓励创业动机的政策，重点是针对不同类别潜在创业者，例如，科技人员、大学生、留学生、留学归国人员、复员退伍军人、残疾人等，和不同行业，例如，农业、现代制造业、高技术产业、创意产业，和不同政策区，例如，开发区、自贸区等制定相应的增强创业动机的政策。

来源：中国新闻网





现代企业如何正确应对经济危机

关键词：现代企业；发展；应对；经济危机

由于美国的金融风暴而引起的全球性的经济危机，导致我国珠三角地带的一些企业亏损，甚至倒闭，同时也影响到了我国的许多企业的正常盈利。而对我国的煤炭企业的发展也造成了极大的冲击，使得煤炭市场一度进入低迷状态。在如此严峻、恶劣的生产经营形势下，诸多的企业都在谋求着各自良策，或减薪或减员或形成集团抱团取暖等不同的方式方法以求平稳渡过数次危机。这些情况足以引起我们国内许多企业，尤其是中、小型企业的反思，应该采取何种科学、合理的措施来应对所出现的经济危机呢？

一、科学、合理发展，稳定经营规模

首先，企业应该强化自身现有经营规模。通常企业的现有经营规模都比较稳定，生产经营活动相对比较合理化、稳定化、平衡化，企业则需要重新审视自身的经营管理中，是否存在漏洞，减少不必要的资源浪费，加强资源储备。其次，对未来的投资、拓展项目对其可行性进行重新评估，以确保其可行性、收益率。对建设周期长、投入资金较大的项目，更要进行科学、严谨的重新评估，而对于那些风险与收益极不成比例的项目，应该果断停止。第三，企业经营管理层，要不断吸取及借鉴国际先进企业抗御风险的经验，从自身的经营理念、现金流、资源供给以及企业内部的组织优化等方面进行相关的调整与改进，从而最大程度地实现降本增效。

二、完善财务管理，有效充实现金流

现金流量，是企业生产经营的血液，现金流断裂，也是导致企业破产、倒闭的根本因素。所以企业应完善、加强内部的财务管理工作，以提高、保障企业自身有充足的现金流量。首先，加强财务管理，降低应收账款。这就要求企业财务通过企业销售管理系统，逐步剔除、减少与回款慢、信誉差的客户合作，增加与回款快、信誉好的客户的进一步合作。其次，盘活闲置资产。企业应该对应用价值较高的固定资产尽量采取盘活或是变现的方法，以提高其利用率或是增加现金流。第三，压缩库存产品。压缩库存产品是企业生产经营中增加现金流的一个极为有效措施。第四，降低负债率。企业一定要控制好自身的负债率，并维持在一个安全、合理的范围。当企业保持着最低的负债率，却拥有着最高的现金流，在遇到经济危机时，尽管在发展上受到了影响，却保留了企业的经济实力。

三、做好产品成本控制，增加竞争力

在市场竞争残酷、原材料及运营成本的上涨的前提

下，企业成本费用的有效控制，则成为了企业生存与发展的关键因素。成本控制由三个部分组成：首先，产品投产前的设计工作就要考虑到成本的控制。其次，制造过程中的控制。如降低原材料的采购成本，避免生产的中浪费等。第三，流通过程中的控制。减少产品流通过程中的中间环节，加强物流的合理安排等。同时还要在产品的销售过程中，避免一些无谓的、不必要的促销手段，以减少产品利润。

四、保证产品质量的同时，加强产品的高科技含量
产品质量是企业生存的首要因素，在残酷的竞争环境与企业控制成本的前提下，企业一定要严把产品质量关，不能以降低产品质量为竞争手段，反而应加强产品的质量来提高自身的竞争实力。

五、充分利用电子商务

首先，电子商务最大的优势在于极大地降低了交易成本，这就给企业的产品成本创造了极大优势。其次，电子商务还将销售范围扩大化，这就等于将全国的消费者都涵盖其中，全面增加了潜在客户群体，同时了增加了产品的销售业绩。第三，大大缩短资金回流时间，这就利于企业现金的回流，提高抵御经济危机的能力，增加企业的竞争力。从全球经济危机发生以来对企业影响分析结果看，应用电子商务的中小企业在经济危机中生存、发展的机率要高于传统企业。

六、密切关注国家政策及国际同行业的发展动向

中、小型企业在生产经营过程中一定要密切关系国家相关的政策，并通过对市场与国家政策的分析，找出适合自己生存、发展的道路，并为之创造良好的条件。同时，还应关注与企业生产经营活动密切相关的国际同行业的发展动向，并及时收集相关信息，结合国内现状及自身发展的需要，做好适时的原材料等的储备工作，以防突发事件给企业带来的不良影响。

面对经济危机给我国企业带来的不同影响，以及恶劣、残酷的市场竞争环境，尤其是中、小型企业更应在稳定经营规模、充实企业现金流、控制产品成本与质量等方面入手，全面提高中、小型企业应对经济危机综合能力，同时也将大大提高企业自身在行业中的竞争力。而对于煤矿企业而言，在以上基础应对措施基础之上，还要着手企业在正常生产经营过程中的安全生产与环境保护工作，以期在提高经济效益的同时，也全面提升企业的社会效益。

来源：中国企业研究网

北京普兰迪服装有限公司

关于普兰迪（BJPLD）

北京普兰迪服装有限公司，是一家专业生产和高档销售西服和各类职业工装的实体企业。公司拥有高档西服配套生产厂一家（位于北京大兴），工装配套厂一家（位于廊坊），职工总数 400 人。公司拥有十三年丰富、专业的高档西服、职业工装的生产销售经验。旗下拥有“普兰迪 .BJPLD” “RAYMOND SUR MESURE” “明美”三个服装品牌，以便开发不同层次的客户群体。

普兰迪（BJPLD）服装文化底蕴深厚，设计上融汇了东西方文化精华，拥有设计、制作各类高级正装、职业装、制服、工装、休闲服的丰富经验，在工艺制造、产品研发、创新设计以及诚信服务上享誉国内外。普兰迪（BJPLD）早期便以单量单裁、量身定制而起步，以其个性化的设计、生产，量体定做，将顾客的气质、内涵以及外形的优点完美发挥，最大限度的体现个性魅力。普兰迪（BJPLD）服装通过中外合资，引进国际先进的制造设备和生产工艺，服装技术含量不断提升，产品做工精细、穿着合体、典雅尊贵。

科技创新

公司现有多条服装生产流水线。西服配套厂年生产高档西服能力达到 10 万套，服装制作专用设备 800 余台，大多来自国际著名服装设备知名厂商拥有先进的西服吊挂流水线设备，保证产品免受折压之苦，同时保证工艺指标的稳定性。工装配套厂拥有 13 年部队服装的军品生产经验和日本 JUKI 流水线，年生产各类工装 10 万套。除了加强设计之外，我公司还从美国引进了适用于批量生产和零活量体裁衣的 CAD 电脑设计排版制版裁剪系统。为了保证产品在制作过程中工艺稳定和穿着不易变型的特点，公司新购置了先进技术的面料预缩定型设备，并保存了部分手工西服的传统工艺。

专家团队

公司现有经验丰富的高素质员工 400 余名，有多名出色的专业服装设计师、打版师、管理人员、技术人员，其中 80% 以上具有大专以上学历。员工队伍稳定、敬业爱岗、开拓进取，从人才结构上确保产品的质量。

为解决单量单裁同规模化生产的冲突，普兰迪公司参照国内外同行的西服产品，解剖研究其成功秘诀，不为仿制而为超越，并参照行业质量管理标准和细则制定了一套严密的质量管理体系和标准化管理制度。一件西服在流水线上要三百多道工序，每道工序都有细则要求，每条流水线都设置了质检控制点，从制板、裁剪到半成品、成品，实行 100% 的检验，通过严格科学的管理，使产品质量得到保证，提高产品的合身率。对于其他职业工装，则完全按照 13 年军品服装生产经验严格生产，确保产品质量的耐用性与完美性相结合。普兰迪公司通过了 ISO9001-2008 质量管理体系认证。

个性定制

普兰迪（BJPLD）服装早期便以单量单裁、量身定制而起步，2000 年以后继续以其个性化的生产，量体定做，将顾客的气质、内涵以及外形的优点完美发挥，最大限度的体现个性魅力。其气质内敛、张扬有度的理念和以顾客为中心的指导思想，使其在高档个人定制领域持续开拓进取。

每一位在普兰迪服装公司定制的顾客，都会有专业的服务人员会首先跟客人进行咨询与沟通，了解客人的穿着场合、个人偏爱、生理特点以及形象要求等不同层面的需求。接下来，便针对客人需求制定多种方案，以供客人挑选。客人确认后，要经过量衣师量体、制版师制版、扎原型，然后是客人试版，调版，制作等诸多环节。每一件普兰迪成衣都经过 360 多道工序精制而成，均采用国际先进的服装专用设备、按照国际工艺标准制作。

团体制服

北京普兰迪服装有限公司拥有整套的制服定做体系，掌握当今世界流行的制服设计款式，有 2000 多种国际流行的制服面料、1000 多种国内生产的制服面料。其次，拥有科学的量体系统，备有齐全的男女号型衣，以保证号型的合体，而不是完全依靠人工的量体裁衣，克服了裁缝师傅个人喜好（如肥瘦）带来的尺码误差。第三，在几百万人体数据库基础上成功研发出单量单裁生产模式，很好的解决了服装的个性化需求与工业化生产

中建城市建设发展有限公司

中建城市建设发展有限公司成立于 1993 年 9 月，前身为中国建筑工程总公司实业部，注册公司名称为“中建实业开发公司”，2002 年更名为“中建城市建设发展有限公司”。2007 年 12 月 11 日作为“中国建筑股份有限公司”全资子公司列入上市企业，并更名为“中建城市建设发展有限公司”。公司具有房屋建筑工程施工总承包壹级资质及市政、机电安装、地基与基础、钢结构、建筑装饰等五项专业资质。公司主要从事工程施工总承包、代建管理等业务。

公司注册资本金为 15000 万元人民币，总资产逾 15 亿元人民币。中建城市建设发展有限公司拥有丰富的工程施工总承包管理经验及专业人才队伍。注册建造师 100 余人。公司近年来承建了中国建筑文化中心、国家地震紧急救援训练基地、西单新一代大厦、中国民航博物馆、西安产品质量监督检验院和国家低压电器质量监督检验中心、海南省政府办公楼、海南省委办公楼、北京肛肠医院德胜社区服务中心、中央国家机关公务员住

宅、天津于家堡还迁房、沈阳米其林轮胎厂房等一批有影响的工程，这都是中建城市建设发展有限公司在建筑行业浓墨重彩的一笔。

公司在“诚信、求实、创新、争先”的企业文化指导下，所承建的项目曾荣获北京市结构长城杯、北京市优质工程、北京市文明安全工地等多个奖项，并获得“质量管理规范单位”、“重质量守信用”、“质量 AAA 级单位”、“诚信企业”、“质量卓越单位”等多项殊荣。我们视工程质量为企业的生命，在创建优质工程的同时，注重营造绿色环境，最大限度满足业主需求。

在新的历史时期和条件下，中建城市建设发展有限公司将坚持科学发展观，走可持续发展道路，充分利用资源，抓住机遇，发挥工程施工总承包壹级资质优势，以市政、机电安装、地基与基础、钢结构、建筑装饰为依托和支撑，与时俱进，努力把公司建设成为承载“中国建筑”厚重文化的卓越企业。



(上接 53 页)

的矛盾。另外,输入了崭新的制服观念,从领带、领结到衬衣、外衣、绣标、绣字,可提供整套的公司制服 CI 设计,并可按公司的预算选料选款生产。第四,拥有先进便携的修改设备,奉行修改到顾客满意为止的宗旨,为完善的售

后服务提供了保证。第五,拥有丰富的客户服务经验,长期服务于航空公司、证券公司、银行、商贸、旅游公司、酒店,积累了丰富的行业制服制作经验。

普兰迪（BJPLD）服装采用国际服装业通用的质量标准设计出合理的价位，在确保团体职业装一流品质的基础上，用品牌确保品质和品味，提高档次，用先进的工艺和技术提高团体职业装的审美情趣，用超凡脱俗塑造行业鲜明的个性特征，用成功和自信展示企业的精神风貌，并建立起一批比较稳定的客户群和定点单位。



面料特点：
此系列产品面料为涤纶织布，此面料特点为全工艺，不缩水，不变形，不褪色，不积球。产品的特点为
按克重论织出，生成复面，结实耐用，耐穿耐洗，特别适合家庭加工，工厂企业等做边饰装饰的企业。