

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



第六届北京企业诚信论坛暨2014年首批诚信
长城杯创建企业表彰大会成功召开

诚信长城杯——以企业诚信示范引领社会诚信建设

2014年北京科技创新奖专家评审会召开

以转型升级应对物流“新常态”——解读国务院物流业发展中长期
规划景泰蓝的保护传承与发展创新

本期关注

Attention

欣赏

张 坚

欣赏，未必要登临山巅。

流岚飞雾，峰峙崖端，山后叠山，海上升月，都让人心旷神怡。

浩叹天宇广袤，神州万象。

欣赏，也未必要置身影院。飞瀑轰谷，烈马长嘶，耕牛欢哐，鸟鸣啁啾，皆让人流连忘返。陶醉于鼓瑟吹笙，转轴拔弦。真正善于欣赏的人，无处不可以欣赏：上坡时的蹬足，逆流中的奋篙，盲人挪动的拐杖，乃至一块丑石、一截根木??

真正善于欣赏的人，无时不可以欣赏：公鸡的雄唱，纤夫的浑号，列车开启时的引笛，乃至夕晖里的一阵夯声，婴儿的一夜长啼，水田上的一片蛙鼓.....

善于欣赏顽童，功在他独具慧眼。善于欣赏根木，高在他独运匠心。善于欣赏嚎啷中的悲壮，他必定饱经沧桑。善于欣赏残缺中的奇美，他必定深谙花好月圆。只是欣赏花容玉颜、海誓山盟，是欣赏者的肤浅。

只是欣赏俯首贴耳、拍马溜须，是欣赏者的低劣。只是欣赏金钱，难保证他的人格。

只是欣赏顺达，断不定他的挫折更多。平庸者的欣赏只在有字处读书有声中听乐。深刻者的欣赏在于欣赏纹络里镌刻的思想无声处滚动的惊雷。要善于欣赏他人——善于欣赏对手，他才可以襟怀磊落，避短扬长。

更要善于欣赏自己——善于欣赏自己，他才可以临危不惧，棋出高筹。船欣赏了帆，船以远行；箭欣赏了弓，箭以远射。更多地欣赏生活，生活更多地欣赏他。

善于欣赏，便是善于真正地生活。（摘自《演讲与口才》）



9月23日，第六届北京企业诚信论坛暨2014年首批诚信长城杯创建企业表彰大会召开，国家质检总局原副局长、北京企业评价协会名誉理事长李保国出席并总结讲话。



北京企业评价协会理事长程维虎致辞



北京市工商业联合会副主席郑勇男讲话



北京市消费者协会秘书长董青讲话



论坛现场照片



国家工商总局市场司司长、中国市场学会信用工作委员会原主任赵凤梧讲话



中国产学研品牌建设联盟理事长、中国国际名牌协会会长，原中国质量管理协会理事长解艾兰做题为“诚信铸就品牌”的主题演讲



中国人民大学教授、北京企业评价协会副理事长易丹辉主持第六届北京企业诚信论坛



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
承印单位 北京康飞图文彩色印刷有限公司

我们将热忱期待您的意见与建议!

卷首语

01 欣赏

工作动态

- 04 召开2014年首批诚信长城杯创建企业审议会
- 05 “2014年北京市民最喜爱的品牌”调查评价活动抽奖结果公示
- 06 举办政策·发展·投融资大讲堂
- 07 诚信长城杯创建企业纳入工商查询系统
- 08 “诚信长城杯创建”获批政府购买服务项目
- 09 市工经联到我会调研
- 10 2014年诚信长城杯创建办法及标准专家研讨会顺利召开
- 11 第六届北京企业诚信论坛暨2014年首批诚信长城杯创建企业表彰大会成功召开
- 13 顾客满意度管理培训班成功举办
- 14 2014年北京科技创新奖专家评审会召开

行业动态

- 15 中国诚信体系建设研究专题研讨会召开
- 16 诚信长城杯——以企业诚信示范引领社会诚信建设
- 18 北京:2266家企业和68760名注册建造师纳入市场行为信用评价



▲ 第六届北京企业诚信论坛暨2014年首批诚信长城杯创建企业表彰大会现场



▲ 2、市工经联到我会调研



▲ 2014年顾客满意度管理培训班现场



▲ 2014年北京科技创新奖专家评审会现场

诚信论坛

- 20 强化食品安全管控 构筑食品企业诚信长城
- 23 绿友集团在诚信长城杯创建活动中的经验
- 26 用诚信文化构建企业发展软实力

政策法规

- 30 国务院关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见
- 35 以转型升级应对物流“新常态”——解读国务院物流业发展中长期规划

管理之道

- 36 让管理再“扁平”些
- 38 问题管理之对称论证型决策

企业风采

- 40 时代源泉号召你一起节约“生命之源”
- 41 景泰蓝的保护传承与发展创新

评价公告

- 43 2014年首批“诚信长城杯企业”公示



北京市餐饮行业协会代表发言



企业代表论坛演讲



企业代表论坛演讲



表彰优秀论文



表彰2014年首批诚信长城杯创建企业



企业代表论坛演讲



企业代表论坛演讲



企业代表论坛演讲

召开 2014 年首批诚信长城杯 创建企业审议会

7月11日,2014年首批诚信长城杯创建企业审议会召开,诚信长城杯创建办公室各成员单位专家领导出席会议,会议由张利成副理事长主持。

会议的主要任务是对诚信长城杯企业管理服务平台系统终审通过的2014年首批诚信长城杯创建企业进行综合审议。会议首先听取了诚信长城杯评审委员会办公室对2014年首批诚信长城杯企业创建工作及近期情况的汇报,以及各领域创建办公室对本行业创建工作情况的介绍,综合审议通过了315家2014年首批诚信长城杯企业创建企业公示名单,并就下一步针对首批创建企业的后期推广方案进行了商议,同时各行业创建办公室也对今后创建工作如何更加有效开展进行了讨论。

综合审议结束,首批创建企业名单将在北京企业

评价网、诚信长城杯企业管理服务平台(www.12915.org.cn)等进行公示,征求社会各界意见。

2014年首批诚信长城杯企业创建工作严格按照《诚信长城杯创建管理办法》相关要求和程序,坚持科学、公正、公平、公开的原则,并按照“1+X”的模式,各协会结合自身情况分别制定相应的X评价指标体系,使创建工作更加规范、科学,确保了创建企业质量,从而使整个创建申报过程顺利进行。

会议期间还获悉,“诚信长城杯”创建工作已被作为“北京市2014年使用市级社会建设专项资金购买社会组织服务项目”进行公示,并将和工商系统有关推广项目进行对接,更好更全面地向广大创建企业服务,提升“诚信长城杯”品牌影响力。



审议会现场



与会专家合影

“2014 年北京市民最喜爱的品牌”



北京企业评价协会秘书长刘光丽为活动抽奖

调查评价活动抽奖结果公示

一、抽奖目的

2014年2月20日至5月20日,北京企业评价协会委托北京市产品评价中心组织启动了“2014年北京市民最喜爱的品牌”调查评价活动。本次活动得到了市民的积极响应,街头拦访与网络调查参与人数达8212名,最终回收合格问卷数3331份。为配合此项活动的顺利开展,进一步调动市民参与活动的热情和积极性,特设立抽奖环节,以兹鼓励。

二、抽奖方式

本次抽奖活动将合格问卷进行统计、整理、核实,并进行现场随机抽奖(软件或者抽奖箱)。抽奖顺序按公布的奖品等级,逐一自高而低抽取,中奖概率为:4.8%。为保证公平、公正、公开,抽奖过程全程录像。

三、设奖等级、奖品及获奖者名单

一等奖1名:华汉针神电子脉冲诊疗仪DJT-4A一台(市场价2080元)

获奖者:李** (13811**6247)

二等奖5名:世界遗珍龙泉青瓷一套(6只装,市场价498元)

获奖者:王*永 (15210**6873)

赵*辉 (13651**8399)

张*然 (13641**5863)

米** (18301**9375)

刘*英 (18301**2701)

三等奖10名:青花瓷餐具商务套装(16件套装,市场价298元)

获奖者:秦*荣 (15201**2083)

冯*媛 (13641**5371)

曹** (13718**0390)

于*洋 (15810**0788)

王*阳 (18701**2063)

侯** (13716**3799)

周*亮 (18201**3889)

闫*颜 (13810**1049)

陈*佳 (18610**0280)

李*月 (15101**5916)

举办政策·发展·投融资大讲堂

8月26日，北京企业评价协会与北京企业投资协会联合组织召开了政策·发展·投融资大讲堂，本次讲座特邀请了君集团合伙人、传统企业互联网转型实战专家、畅销书《互联网思维“独孤九剑”》作者——赵大伟老师进行讲解和答疑。协会部分会员单位参加了此次活动。

赵老师在本次活动中为参会代表分享了“传统企业互联网转型与商业模式创新”的秘诀，通过现场互动指导传统企业与互联网“亲密接触”。本次会议还就“中小微企业互联网融资策略与平台选择”的主题进行研讨，探讨中小微企业如何利用互联网手段拓宽融资途径，提升融资能力。

通过这次活动，使企业对互联网转型趋势有了进一步的了解，同时帮助企业在如何选择、怎样选择投融资渠道上拓宽了途径。

诚信长城杯创建企业 纳入工商查询系统



8月21日，首批“诚信长城杯”创建企业可以在市工商局《北京市企业信用信息网》进行查询了，这标志着“诚信长城杯”创建企业结果成功和工商查询系统对接。

规模，扩大创建领域，同时强化审核力度，严控创建质量，继续按照既定计划 and 目标，打造诚信长城杯品牌，提升其社会影响力。



首批“诚信长城杯”创建企业在7月16日公示结束，我会即积极汇报沟通，努力将创建结果与政府相关部门进行对接，寻求创建活动落地政策。这也是继“诚信长城杯”获批政府购买服务被列为“2014年度北京市市级社会建设专项资金支持项目”后的又一重大举措，极大鼓舞了参与“诚信长城杯”创建活动各个行业协会的工作热情。

今后，“诚信长城杯”创建工作除继续寻求创建落地使用政策外，还将会更加严格工作程序，按照企业自愿申报——行业协会严格把关——第三方机构征信（建立诚信档案）——社会公开公示——后期监督管理（网上投诉、年度信息汇总、升级管理、淘汰退出等）系列推进程序，突出长效机制，综合整体



“诚信长城杯创建”获批 政府购买服务项目

近日，我会的“诚信长城杯创建”项目获得政府购买社会团体服务项目签约，正式被列为“2014年度北京市市级社会建设专项资金支持项目”，并给予一定的资金支持。

据悉，本次在众多提出申请的市级社团中，获得批准的项目非常少，并且我会在社会诚信领域是唯一的一家。此次我会获批“诚信长城杯创建”项目购买，充分展示了我会在承担政府下放职能方面的实力和能力，也标志着“诚信长城杯”创建工作得到政府部门的肯定，其创建模式及创建办法是可行的，是符合政府发展导向要求的，我们今后更加责无旁贷，有责任将此项工作做好。

另外，根据“诚信长城杯创建”实施方案，我会将不断联合各行业协会共同推动该项工作的发展，积极开展各类诚信宣传、培训与指导工作，引导企业争创“诚信长城杯”，诚信经营，在全社会掀起诚信光荣、失信可耻的良好氛围，对推进我市企业诚信建设工作具有重要意义。

市工经联到我会调研



向市工经联领导汇报工作



领导合影留念

9月2日，市工经联秘书长纪立顺一行三人到我会开展调研，了解我会工作及发展状况。协会副理事长张利成、书记万守刚、秘书长刘光丽等陪同调研。

座谈会上，刘光丽秘书长向市工经联领导介绍了协会的基本情况和成立以来主要开展的“四大品牌”活动，并就目前重点推进的“诚信长城杯创建”工作情况作了专题介绍。

纪立顺秘书长对协会近几年取得的成绩并获得市民政组织评估的5A级社团表示充分认可，尤其对协会组织开展全市性诚信活动给予了高度评价，表示工经联将在以前工作基础上，今后会一如既往提供更加紧密的支持。

调研期间，双方还就“诚信长城杯创建”活动在《北京工业经济》杂志上进行系列宣传报道，合力共同推进“诚信长城杯创建”活动开展事宜达成一致意见。

2014 年诚信长城杯创建办法及标准 专家研讨会顺利召开

9月4日，2014年诚信长城杯创建办法及标准专家研讨会召开。诚信长城杯各领域创建办公室成员单位分别选派专家参加，会议由张利成副理事长主持。

首先，会议对诚信长城杯上一阶段创建工作情况进行了总结，指出“诚信长城杯创建”项目已被列为“2014年度北京市市级社会建设专项资金支持项目”，不仅得到了一定程度的资金支持，更重要的是我们的工作得到政府的认可，其意义不言而喻。同时，首批创建企业已被纳入市工商系统的《北京市企业信用信息网》查询系统，创建工作得到了市经信委、市工商局的充分认可和高度重视。同时要求下一步创建工作在关注规模效应的基础上，更要严把创建企业质量关，不断扩大创建领域，提升创建工作的社会影响力。

会上还传达了上级对创建工作的要求，并重点对《诚信长城杯创建管理办法》、《诚信长城杯注册商标使用办法》、《企业诚信评价指标体系（草案）》等及申报平台的修订完善进行了安排。会上指出，创建工作将严格按照企业自愿申请、行业协会严格把关、第三方机构征信、社会公开公示、后期监督管理等程序进行，严把质量关，宁缺毋滥。同时与会专家领导也对上一阶段创建工作经验进行了分享，并纷纷为下一步如何更好地推进诚信长城杯创建工作发展献计献策。



专家研讨会现场



与会专家合影留念

第六届北京企业诚信论坛暨 2014 年首批诚信长城杯创建企业 表彰大会成功召开



9月23日，第六届北京企业诚信论坛暨2014年首批诚信长城杯创建企业表彰大会召开，国家质检总局原副局长、北京企业评价协会名誉理事长李保国出席并总结讲话。

9月23日，由北京企业评价协会、北京市消费者协会、北京市私营个体经济协会、北京市场协会等15家单位联合发起的2014北京信用论坛暨北京企业诚信论坛——第六届北京企业诚信论坛暨2014年首批诚信长城杯创建企业表彰大会在北京腾达大厦隆重召开。论坛由中国人民大学教授、北京企业评价协会副理事长易丹辉主持。

国家质检总局原副局长、中国质量检验协会原会长、北京企业评价协会名誉理事长李保国，北京工业大学教授、北京企业评价协会理事长程维虎，中国产学研品牌建设联盟理事长、中国国际名牌协会会长、原中国质量管理协会理事长解艾兰，国家工商总局市场司原司长、中国市场学会信用工作委员会原主任赵凤梧，北京市工商业联合会副主席郑勇男，北京市场协会会长张建设，北京市消费者协会秘书长董青，天津市河西区

投资促进局副局长李长军等领导出席了论坛。诚信长城杯创建办公室各成员单位及市相关兄弟行业协会领导，各行业领域优秀诚信企业代表、专家学者及新闻界朋友200多人参加了本届论坛。

北京企业诚信论坛每年举办一届，本届论坛围绕“凝聚企业力量 共铸诚信长城”主题展开，旨在通过打造企业诚信交流的平台，以传播诚信建设新理念、新模式、新方法，促进企业诚信经营，深入探讨企业诚信建设的突出问题，寻求解决对策，转变经营发展方式，实现自身素质提高，为促进我市诚信体系建设发展做出积极贡献。

程维虎理事长在致辞中强调，第一，广大企业要继续提高企业诚信经营意识，促使企业“进一步加强诚信管理”；第二，要把企业诚信作为对社会应尽的责任和义务，深入开展社会诚信建设；第三，企业诚信建设任重道远，企业必须自觉地强化自身的诚信意识，



论坛现场照片



北京企业评价协会理事长程维虎致辞



国家工商总局市场司原司长、中国市场学会信用工作委员会原主任赵凤梧讲话



北京市工商业联合会副主席郑勇男讲话



表彰 2014 年首批诚信长城杯创建企业



中国产学研品牌建设联盟理事长、中国国际名牌协会会长、原中国质量管理协会理事长解艾兰做题为“诚信铸就品牌”的主题演讲



北京市消费者协会秘书长董青讲话

塑造企业的诚信形象，积极推动诚信体系建设。

国家工商总局市场司原司长、中国市场学会信用工作委员会原主任赵凤梧，北京市工商业联合会副主席郑勇男，北京市消费者协会秘书长董青分别进行了重要讲话，并对我市的企业诚信建设工作给予了充分肯定。

在本届论坛召开之前，为加强企业员工诚信意识的培养和诚信文化的建设，论坛组委会在中企评协信用评级中心的支持下举行了“中企评协杯第六届北京企业诚信论坛优秀论文的征集评选”活动。经过审议，共评出论文一等奖 1 篇、二等奖 3 篇、优秀奖 6 篇，鼓励奖 14 篇。

论坛期间，市餐饮行业协会代表诚信长城杯创建办公室成员单位就推动 2014 年首批诚信长城杯创建工作进行了汇报。绿伞化学、嘉和一品、中鸿信拍卖、金奔特科技、绿友机械集团等优秀企业的代表围绕论坛主题分别进行了系列精彩演讲和成功经验分享，中

国产产学研品牌建设联盟理事长解艾兰做了“诚信铸就品牌”的专家主题演讲，还表彰了“2014 年首批诚信长城杯创建企业”、“诚信经营承诺单位”，并向“中企评协杯第六届北京企业诚信论坛优秀论文”获得者颁发了证书和奖金。

最后，国家质检总局原副局长、北京企业评价协会名誉理事长李保国进行论坛总结讲话。他首先对光临论坛的各位嘉宾表示感谢，向获奖的企业表示祝贺。他指出本届论坛组织紧凑、内容丰富，期待论坛成为我市诚信领域具有重大权威和影响力的盛会，也希望在社会各界的关心支持和共同努力下，未来论坛的举办能够覆盖面更广、更丰富、更精彩。

本次论坛的举办得到了中国企业评价协会、中国市场学会信用工作委员会、中国质量评价协会以及糖业烟酒集团、绿伞化学、章光 101、中企评协信用评级中心等单位的全力支持。

顾客满意度 管理培训班成功举办

9 月 25 日，由北京企业评价协会主办的顾客满意度管理培训班成功举办。

协会特聘请北京商智通信息技术有限公司总经理、高级咨询顾问；中国科学院软件工程硕士；北京大学 MBA；BSI（英国标准协会）中国特聘讲师进行授课。

培训主要讲解了顾客满意度理论基础；顾客满意度（CSM）和客户之声（VOC）研究前沿和应用现状；顾客满意度（CSM）和客户之声（VOC）的五大管理模型；顾客满意度（CSM）和客户之声（VOC）的实施技能；企业顾客满意度提升等内容。

本次培训通过丰富的案例和浅显易懂的表达让与会学员深入了解如何做好顾客满意与客户关系管理工作，为更好地开展顾客满意度管理工作起到了积极有效的推动作用。



2014年北京科技创新奖专家评审会召开



9月26日,2014年北京企业评价协会科技创新奖专家评审会圆满结束。本次专家评审组由著名高校学者、科研机构专家和企业的专家学者等组成。国家国资委教授级高工宁世昌主持了本次评审会。

根据2014年北京科技创新奖评价体系相关内容,各位专家评委认真细致的评审,最终评审出中国电子工程设计院、北京市轨道交通建设管理有限公司等51家企业的97个项目为2014年北京企业评价协会科技创新奖拟奖项目。入围2014年北京科技创新奖的单位和个人,以高新技术企业为主,同时也涉及了科研机构等其他行业。

按照评奖程序,对专家评审组的终审结果还将在相关媒介上进行公示,接受社会监督,对公示期内无异议的项目,统一发布表彰决定,并适时召开推进大会进行推广交流。



中国诚信体系建设研究专题研讨会召开

由中共中央党校经济学部、中国中小企业协会、沃德文化硅谷资产运营有限公司联合主办的“中国诚信体系建设研究专题研讨会”近日在中央党校召开。中国社会科学院、北京大学、国家发展和改革委员会等单位的专家出席会议。会议由中央党校经济学部副主任潘云良主持。

中央党校经济学教研部教授曹立在主题发言中介绍了中央党校经济学部与中国中小企业协会联合完成的课题报告《信誉行为规制体系建设研究》的基本观点;分析了当前我国诚信体系建设存在的问题;提出了大数据时代诚信体系建设路径。具体说,就是通过互联网、物联网、信联网“三网合一”,借助现代通讯技术、现代识别技术、现代运输技术、现代管理技术,将所有物流、人流、信息流、资金流混合成为“信誉流”,建立失信预警系统、企业行为标识终身追踪系统、产品品质标识终身追踪系统、企业行为空间与行业自律系统,从而对失信行为进行预先控制和过程控制。

中央党校经济学部教授石霞在会上就信誉行为规制体系的结构进行了分析。信誉行为规制体系由四大体系构成:即社会道德规范系统、国家法律系统、行业规章系统、行为信息定位系统。其中行为信息定位系统又包括二大定位平台,即产品品质标识终身追踪信息系统平台、企业资质标识终身追踪信息系统平台,这是信誉行为规制体系建设的核心。

中国中小企业协会诚信建设工作委员会常务副主任王勇作了《鼎九Ding9技术系统与诚信体系建设的技术支撑》专题发言。

中国中小企业协会李子彬会长给予课题研究高度肯定,他表示,课题组创造性设计出了“现代信誉行为规制体系”模型,提出通过硬化信誉规制体系壳层结构,建设大数据平台基础上的“痕迹管理”系统,提供了一个国家信誉规制体系大数据系统解决方案,将有力地推动全社会的信用体系建设。

国家质量监督检验检疫总局总工程师刘兆彬、中央党校经济学部主任赵振华、北京市房山区政协主席唐淑荣、沃德文化硅谷资产运营有限公司董事长兼总裁韦振宇以及相关领域的专家学者等分别就“中国诚信体系建设”以及课题研究报告进行讨论和发言。(来源:中国经济时报)

诚信长城杯——以企业诚信示范 引领社会诚信建设

诚信是企业经营之本。但目前诚信缺失仍是我国企业发展中突出的“软肋”，制假售假、商业欺诈、虚假宣传、逃债骗贷等屡见不鲜，广大企业和公众深受其害。6月14日，国务院发布了《社会信用体系建设规划纲要（2014—2020年）》，部署加快建设社会信用体系、构筑诚实守信的经济社会环境。《纲要》提出企业要把诚信经营作为安身立命之本，切实做到重合同、守信用。与此同时，北京企业评价协会等10多家社团组织今年联合启动的“诚信长城杯”创建活动也得到了相关部门的支持与认可，开局良好并初见成效。

精心部署安排、广泛动员宣传

诚信长城杯创建是为增强我市企业诚信意识，营造和谐市场环境，引导企业诚信自律而开展的一项社会诚信公益品牌推广项目。为确保创建工作顺利开展，由北京企业评价协会牵头，首先成立了由北京市工商联、全国信工委，以及北京信用协会、北京市场协会等单位组成的诚信长城杯评审委员会领导小组，并下设创建办公室，对创建工作实行统一部署和监督管理，指导试点协会（商会）开展创建活动。

在创建办公室的组织下，先后召开了北京地区行业协会商会“诚信长城杯创建”工作启动仪式，并由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。接下来又召开了2014年诚信长城杯创建首批工作部署会，创建办公室成员单位明确了首批创建工作方案。随即，各创建办公室成员单位结合各自情况开展了不同形式的动员宣传与培训，部分在协会年度会员大会期间开展了动员，部分通过常务理事会进行动员，市机电行业协则专门召开“诚信长城杯创建”部署工作会议，协会理事长、秘书长等主要领导以及

近30家会员企业代表出席，通过诚信长城杯创建活动推广、宣传与培训，广泛动员企业参与创建。

创新机制突显创建工作优势

创建办公室在宣传“诚信长城杯”创建工作之际，突出创建工作特色，紧紧把握创建工作的五个创新点：一是创建不是评比。评比是一次性的，“诚信长城杯”创建则是连续性的，并且所有的荣誉是靠企业“创建”出来的，这就摒弃了社会上以商业化评比追求营利为目的的活动方式。同时和政府部门的评比活动相比，也有明显的不同，那就是政府性评比只针对少量优秀的企业，良好及普通级别企业根本没有机会参加。

创建的长效机制。长效机制是诚信长城杯创建最显著的特征，机制的创新使创建工作得以长效发展，企业在创建中从首年无星到“五星级诚信长城杯企业”的等级设置，并不表示企业孰优孰劣，而是企业诚信价值长期不断积累的体现。创建工作的动态跟踪检查和年度考核相结合措施的实施，使诚信长城杯创建的长效性落到实处，企业能够通过参加诚信长城杯创建，增强企业核心竞争力。

国家商标局批准注册。“诚信长城杯”（文字+图案）商标的成功注册，在一定程度上表明了社会在法律和知识产权方面对我们项目开展的认可，并具有不可复制的唯一性。从一定程度上我们的项目也不仅仅局限于创建活动本身，而且还赋予一个商标授权使用的行为，且完全符合《商标法》有关规定。另外，“诚信长城杯”商标的成功注册，也是我们开展诚信创建的品牌标志，这也为我们今后将此项目打造成有影响力的品牌性项目，争创“北京市著名商标”树立了工作目标。

创建覆盖面广。“诚信长城杯”创建工作的实施



“诚信长城杯企业”创建证书

是动员各个领域的行业组织和企业共同行动，开展诚信创建，因此使项目具有覆盖面广、参与性强等特点。因为创建的实施不分企业规模、不分企业体制、不分企业资质，只要符合创建条件的企业都可进行创建，因为诚信本身也不分企业规模大小，只要企业有诚信创建的意愿即可。

突出社会公益性。简单地说，企业参加“诚信长城杯创建”工作，可以不花一分钱就能获得“诚信长城杯创建证书”、可以建立企业诚信档案、可以使用“诚信长城杯电子标识”、“诚信长城杯网上电子证书”、诚信码证书，以及列入《北京市企业信用信息网》查询系统，供广大消费者查询使用，向招投标机构建议使用创建结果，给予一定的优惠措施等，为企业提升自身价值增光添彩。

开局良好、创建成绩斐然

经各创建办公室成员单位的广泛宣传和动员，截至2014年7月10日，共接到近千家企业咨询，其中10家创建办公室成员单位初审推荐的386家企业进行了申报，这些企业既有历史悠久、国际知名的百年老店，也有近几年引领国际科技潮流的高科技企业；既有一批知名的上市公司，又有表现优异的民营企业。经创建办公室终审整理、创建办公室成员单位综合审议、社



《北京市企业信用信息网》查询系统

会公示等创建程序，共有315家优秀企业符合创建要求，被列为首批创建通过企业名单。

在开展创建工作的同时，创建办公室还积极与市工商部门沟通，并提出在政策上给予支持，希望将诚信长城杯创建企业结果与市工商系统的监管职能对接，在《北京市企业信用信息网》的查询系统予以体现，并最终在8月21日成功接入《北京市企业信用信息网》。至此，凡获得“诚信长城杯”创建企业的信息即可在《北京市企业信用信息网》查询系统，同时也供社会各界公开查询。

另外，“诚信长城杯”创建项目在申报政府购买服务方面也有了实质进展，目前已顺利通过社会公示以及专家综合评审，并在8月底与市社工委等签订三方协议，将“诚信长城杯”创建正式列为“2014年度北京市市级社会建设专项资金支持项目”。“诚信长城杯”创建项目不仅得到了政府提供的一定程度的资金支持，更重要的是政府对该项工作的认可从而对我们产生的精神支持，大大增强了各创建办公室成员对创建工作的信心。

北京:2266家企业和68760名注册建造师纳入市场行为信用评价

面对工程质量监管的压力,北京已经将企业、人员、工程项目三大数据库联通,以便执法人员随时对工程施工进行核实,查找违法行为,大幅提高了执法效率。截至目前,北京市共有 2266 家企业和 68760 名注册建造师纳入市场行为信用评价。

东三环国贸桥东,在鳞次栉比的高楼中间,塔吊星罗棋布,一幢新的北京高度“中国尊”正在崛起;长安街木樨地桥北,在繁华的商业区之下,盾构机轰隆,一条贯通南北的轨道交通线路“16 号线”正在掘进……

近年来,北京城市建设高速发展,建设规模持续保持在 2 亿平方米以上,轨道交通工程 11 条线路、近 200 公里同时掘进,安全质量监管工作繁重而艰巨。市住建委围绕保障房、轨道交通等民生工程的质量管理工作,不断创新体制机制,规范强化网格化监管,积极、迅速落实住房城乡建设部全国工程质量两年治理行动等各项部署和要求,连续多年在全国住房城乡建设部质量大检查中名列前茅。

健全体系

建立质量监管的长效机制

引入“小业主”实地查看工程质量

2014 年 9 月 20 日,经过近两年的筹备、起草和反复讨论,《北京市建设工程质量管理条例》公开征集意见。这是北京市严格执行中央各项法规、制度和标准,总结吸收国内外先进立法经验,精心制定的一部地方性法规。条例着眼解决北京市建设工程质量管理中面临的突出问题,促进我市建筑行业的长远健康发展,将为持续提升北京市建设工程质量管理水平提供坚强的法制保障。

除了完善立法,北京市持续完善工程管理制度,特别是强化对监理企业、工程质量检测机构、预拌混凝土生产企业的质量监管,专门下发了加强保障性住房和自住型商品房工程质量管理的指导性意见。制订了《居住建筑门窗设计规范》等 104 项建筑行业地方标准,数量位居全国前列,确立了较高的工程质量标准。同时,

大力推广绿色建筑和住宅产业化,利用现代科学技术,先进的管理方法和工业化的生产方式,促进建筑产业的转型升级。

实施风险管理,对于消除质量隐患、提升管理水平尤为重要。北京市建立了建设质量终身负责制,在商品房工程建设中,严格落实永久性标牌制度,建设单位对其全过程质量负总体管理责任,并承担相应法律责任。引入第三方机构提供质量安全专业评估。自 2011 年起,北京市确定专业机构对本市轨道交通建设工程开展安全质量状态评估工作,依托其专业评估检查、检测、分析,实行差别化监督抽查和监督执法,实现了检查与执法的无缝对接,大力减少了轨道交通质量安全事故的发生。

在工程施工过程中,引入“小业主”实地查看工程质量,是北京市一直坚持的成功经验。在保障房和自住型商品房质量监管中,在房屋竣工验收前,要求建设单位组织开展“工地开放日”活动,邀请部分业主看房屋质量,充分听取业主意见。同时,建设单位还在销售场所处,随项目施工进度同步公示项目中应用的建筑钢筋、预拌混凝土、产业化住宅部品与建筑外窗、给水管材等结构及重要使用功能建筑材料,方便业主知情。

源头治理

严把建筑材料质量关

对 4 种建材的供应企业开展信用评价

建材是保障工程质量的源头。北京市确立了“以使用带生产、以诚信保质量、以清出促诚信、谁使用谁负责”四个原则,建立“建材使用诚信管理、建材使用导向、建材使用信息公示”三个机制。北京从 2008 年开始试点对政策性住房实施主要建筑材料采购备案制度。2012 年,北京开始实施包括所有办理施工许可的建设工程实施结构性材料、重要功能性材料和设备采购的备案制度,实现了本市建设工程材料和设备使用全过程可追溯管理。

结合采购备案系统建材使用状况,采取重点监控的

专项检查方式加强工程现场建设工程材料的使用管理。北京市建材办一位负责人表示,“检查建设工程材料和设备采购备案执行情况,检查工程现场建设工程材料使用管理制度建设情况,对现场的建设工程材料进行实物抽样检测,对抽样检测不合格的材料,责令施工单位整改,并对材料供应企业进行通报,情节较重的限制其参与本市建设工程材料招投标”。

据介绍,2010 年至今,北京市共对 59 家供应不合格建筑材料企业进行了通报、移交处理,对 2 家情节严重的建筑材料供应企业进行了限制招投标处理。

北京市还进一步建立了建材企业信用评价体系,进一步规范本市建设工程材料使用行为,营造建设工程材料供应诚信守法的市场环境。通过供应企业市场行为信用评价系统,首批对预拌混凝土、防水材料、建筑外窗、塑料管材管件等 4 种建设工程材料的供应企业实时采集信用信息,开展市场行为信用评价试点,根据信用评价得分,分类实行差别化监管,鼓励使用得分 80 分以上供应企业生产的建材,加强已使用得分低于 60 分供应企业的监管。

提升效能

着力提高质量监管信息化水平

建成施工企业和建筑师诚信评价体系

利用现代信息技术,搭建专业化管理平台,对提升质量监管效能提供了有效载体。依托信息技术,北京市建立起了危险性较大工程信息管理系统、起重机械备案管理系统、附着升降式脚手架备案管理系统、安全生产许可证管理系统等多个系统,并建立了统一的数据接口,质量监管在深度、广度上进一步加强。

“今天的 1 厘米角度偏差,就有可能导致丢掉明天的 1 亿元大单!”在地铁 16 号线 16 标段甘家口车站施工现场,项目经理老李在纠正钢筋支模细小角度偏差的同时,又召集手下上了堂“思想教育课”。北京市通过建立“施工总承包企业及注册建造师诚信评价指标体系”,科学设置指标,解决了企业“多干活多扣分,不干活不扣分”的难题,同时结合实际,没有将本地税收等纳入指标,避免了诚信评价成为新的地方保护壁垒。2013 年初开始正式将评价结果应用到评标环节,守信激励和失信惩戒机制初步建立,有效加强了施工现场和建筑市场的“两场联动”。质量保证行为,已成为企业权衡利弊后的自觉行动。

据介绍,截至目前,北京市共有 2266 家企业和 68760 名注册建造师纳入市场行为信用评价。实现了企业、人员和工程项目三大数据库的互联互通,保障了执法人员及时调取相关信息资料,与施工现场实际情况进行核对,查找违法行为,较大程度地提高了执法工作的效率。执法人员作出处罚或处理后,信息反馈到建筑市场监管的各个环节,对违法企业和人员采取相应的制约措施。经过近几年的实践,违法行为大幅下降。

强化监管

创新以质量为核心的执法模式

房屋质量通病投诉率大幅下降

9 月 4 日,住房城乡建设部召开全国工程质量治理两年行动电视电话会议,传达学习国务院领导同志关于抓好工程质量工作的重要批示,部署开展工程质量治理两年行动工作。

在会议结束的同一时刻,北京市立即召开了全市工程质量治理两年行动动员大会。随即,《北京市工程质量两年行动工作方案》印发,以更高标准、更高水平、更大力度落实住房城乡建设部工作部署。治理行动迅速在保障房、自住房、轨道交通等民生工程中展开。

北京市通过构筑管理上评估、执法、监督的“三位”闭合,实现了执法过程的一体化,筑牢了施工现场建设、施工、监理安全质量管理“铁三角”,有效推动落实主体责任,形成企业自主、政府监管、市场调节、社会参与,齐抓共管的安全质量共治治理体系。

质量通病是市民对房屋质量投诉的集中问题。北京市着力开展了质量常见问题专项治理。结合近几年质量投诉问题呈现的特点,按照“标本兼治、惩防并举”原则,我市深入开展了以治理“不按照设计图纸施工、不按照施工技术标准施工、不按照要求对建筑材料进行检验”为主题的住宅工程质量常见问题专项整治活动,逐步形成住宅工程质量常见问题有效的防治体系,质量通病得到有效治理,投诉率大幅下降。

同时,逐步加大对工程质量违法违规行为的查处力度和建筑市场清出力度,加强工程各参建企业市场行为的动态监管。自 2013 年 6 月至 2014 年 6 月底,北京建设工程质量监督机构共执法抽查工程 7098 项次,下发责令改正通知书 1183 份,对责任主体实施质量处罚共计 433 起,处罚总额 1566.78 万元。(来源:新华网)

强化食品安全管控 构筑食品企业诚信长城

黄丽 北京二商集团有限责任公司西郊食品冷冻厂

摘要：本文是从当前的食品安全形势入手，通过分析食品安全问题不能得到有效解决的原因，重点针对食品企业应如何抓好食品安全管理及在食品安全领域更大的发挥企业自主创新进行了阐述，就食品企业如何强化食品安全管控、构筑食品企业诚信长城提出了自己的简介。

关键词：食品安全；食品安全管理；企业自主创新
诚信是企业经营的灵魂，而对于食品企业而言，在当前消费者对食品安全丧失信心、对消费食品严重质疑的情况下，食品企业要构筑企业诚信长城，更应从强化食品安全管控入手。

一、当前的食品安全形势

食品工业承担着为我国13亿人提供安全放心、营养健康食品的重任，是国民经济的支柱产业和保障民生的基础性产业。2009年6月1日《中华人民共和国食品安全法》实施以来，对人体造成较大伤害的食品安全事件得到了有效控制，整体数量显著减少，食品安全各项工作取得了明显成效，全国食品安全形势总体稳定并保持向好趋势。但制约我国食品安全的突出矛盾尚未根本解决，问题时有发生。

近年来，尽管我们一直在构筑食品安全预防与惩戒机制，但我国食品安全问题依然层出不穷，各色食品安全公共事件可谓乱象丛生。去年，香港一纸“奶粉限购令”震惊了国人，庞大的境外抢购奶粉大军显示公众对国产奶粉的信心已经崩塌。实际上，又何止奶粉，“瘦肉精”、“染色馒头”、“一滴香”、“毒胶囊”、“塑化剂”、“地沟油”……这一个个食品安全事件，不断挑战着国人对于食品安全的信心底线。人们常说“民

以食为天，食以安为先”，如今，我们还能吃什么却成为困扰广大消费者的一大问题。一方面传统的食品污染问题继续存在，另一方面一系列新的食品污染问题在我国同样突出。

二、食品安全问题不能得到有效解决的原因

理性而言，我国食品安全问题频发，究其原因，既有食品产业及食品科技发展快速带来的客观风险，也有社会转型期规范失效衍生的规则风险，甚至还有随着消费者维权意识与能力增强而倒逼的层级风险。整体而言，可将食品安全问题不能得到有效解决的原因概况为如下几个方面：

一是源头控制有待完善。目前我国农产品种植或养殖的现状主要还是以散户为主，有几亿的农民在以分散的方式生产初级农产品，农民的食品安全知识、个人素质以及遵守法律的意识以及产地环境、水源情况等多方面存在不确定因素。二是生产环节的控制有待完善。我国现有食品加工企业中，生产规模小且生产分散的小微企业尤其是小作坊占有相当大的比例，更有甚者，有些食品生产者甚至是在没有取得食品生产许可证的情况下，非法进行食品的生产和加工。一般来说，这些企业基础条件相对薄弱，生产方式较为落后，从业人员的素质水平参差不齐，诚信意识不强，无法从科学技术、产品研发、品质控制、生产管理等环节上实现食品安全的全过程保障。此外，由于食品违法犯罪成本低，部分食品生产经营者只顾眼前利益、唯利是图，全然置法律法规和群众生命健康于不顾，铤而走险。三是流通环节的控制有待完善。为数众多的小微型食品经营企业及小作坊，溯源管理难，分级包装水平低，甚至有部分企业违

法使用不合格包装物。此外，有些企业在食品收购、储藏和运输过程中，存在过量使用防腐剂、保鲜剂，部分经营者销售假冒伪劣食品及变质食品等问题仍然存在。四是食品安全监管环节有待完善。就现阶段情况而言，我国加强了食品安全监管力量，成立了国家食品药品监督管理总局；修正了刑法，食品安全犯罪最低将被判处有期徒刑，直至死刑等。但是，目前食品安全监管体制仍存在一定弊端，监管效率较低。此外，还存在食品安全标准需进一步完善、食品安全事故责任追究难落实、食品企业诚信机制不健全，许多地方政府“以罚代禁”，对犯罪分子睁一只眼闭一只眼等情况，这些都是导致“制假贩假”屡禁不绝的主要原因。五是食品可追溯体系建设有待完善。目前，我国建设食品可追溯体系过程中出现不少新问题，影响了其作用的发挥。推动标准不统一，企业在众多标准前无所适从；追溯信息不具体，消费者查询后并没有太多受益；监管部门不到位，不少企业把追溯体系作为营销涨价的噱头等等，致使原本有望追回安全的可追溯体系，在建设中却是零零散散、不成系统，实际效果与老百姓的预期相差甚远。六是食品安全信息发布环节有待完善。在信息化高速发展的今天，一旦发生食品安全事件，消费者可以通过各种途径及时获得相关信息，与此同时，一些食品安全事件也被媒体无限放大，在更大范围和程度上引发了公众的恐慌和失望情绪。而消费者针对目前食品安全的认知与科学真相之间存在较多的“信息混乱”的状态，食品安全信息的科学性和公正性得不到保证，导致了公众对政府公信力的质疑和不满，加重了社会不稳定因素，更重要的是对我国食品工业造成了巨大的伤害。以上种种原因造成了食品安全问题不能得到有效解决。

三、食品企业如何抓好食品安全管理

面对形形色色的食品安全事件，我们不难发现目前食品安全问题并不是一个孤立的现象，很难简单地

把问题归结于某一个环节，这种现象的产生与我们目前特殊的社会大环境有密不可分的联系。因此，我们必须从多方面着手，才能有效解决当前问题。作为食品产业链中重要一环的食品企业，包括涉及种植/养殖、生产加工、食品流通等环节的食品企业，面对强化食品安全管理、构筑诚信经营长城，更是责无旁贷。在强化食品安全管控的过程中，食品企业需要依靠一套科学高效的食品安全监管体系、全面专业的风险评估、及时有效的信息公开，在食品生产、加工、储运、检测等产业链的各个环节加强管控，从“事前防范”和“事后补救”两个方面保障食品安全。

做好“事前防范”。如在种植业，推广物联网技术，远程监控农作物生长，并对远程采获的农作物信息经研究，及时发现农作物生长环境和生长状况，促进农作物的农药残留降低和病虫害防治。在养殖业，采用物联网技术，对动物养殖过程监控，将感应磁片输入动物的品种、体重、采食量等基本信息，每只动物佩戴磁片卡，将它的一生记录在这个磁片上。通过动物的体重、采食量的变化，监控动物的身体健康状况，减少疾病的发生，降低抗生素等药物残留，保证其产品安全。通过科技改善食品生产加工工艺，通过高温灭菌、添加防腐剂、以菌抑菌等工艺手段来防止食品免遭污染导致变质，避免受到外界的物理性、化学系以及生物性的污染，提高产品的营养品质。通过高科技检测手段确保食品安全。如新型快速检测农残工具灵敏可视筛检卡及光谱法检测等快速检测方法，进行农药、抗生素残留的检测。此外，通过加强信息技术在监管中的应用研究，加强物联网、云计算、无线射频、生物信息、计算机技术等现代信息技术在监管中的应用。

做好“事后补救”。如食品安全追溯是事后补救的重要手段，运用条码技术等科技手段，筑就食品安全的科技防火墙是实现可追溯的技术保障。对于企业

而言，在食品事件爆发后，不但能确保食品安全，而且还可提升其产品的信誉。运用二维码食品安全追溯体系实现食品信息的全程追溯，食品安全事件发生后，通过及时调取无线射频技术记录的动物养殖过程中的相关数据，运用DNA检测技术精确追溯发生食品安全问题的源头，运用原产地检测手段来鉴别产品的真伪等举措，查找出问题所在，确保食品安全。

此外，还可将科技手段运用于食品生产加工、信息追溯、编码技术、封装工艺、防伪标识等各个领域。

四、如何在食品安全领域更大的发挥企业自主创新

食品行业的相关企业可通过增强技术创新能力、提升劳动者素质、加强自主品牌建设、加快技术升级、深化管理创新等举措，在食品安全领域更大的发挥企业自主创新。如加强知识和技术要素的投入，推动企业由劳动密集型向资本、技术密集型生产方式转变,实现生产机械化、自动化。企业通过坚持科技创新，加大科研投入，广泛开展产学研合作与交流，使企业的科技创新水平和核心竞争力得到进一步提高，引领行业生产方式的转变，在规模扩大的同时追求企业发展质量、有效保障食品安全，并通过不断提升自主创新能力构筑企业长期竞争优势。注重推行清洁生产，推进节能减排。清洁型生产方式是低碳、节能、低消耗的生产方式，也是走循环经济和新型工业化道路的正确选择。食品企业要坚持清洁生产方式，从主要

工艺技术路线和措施方面做好源头削减、生产过程控制和回收利用。积极发挥科技先导作用，采用变频制冷装置等节能新设备，利用节能新技术、新工艺和新流程，促进节能减排的实现。注重企业品质和品牌建设，引领行业健康发展。品牌塑造是一个系统长期的工程，食品行业的相关企业要坚持质量创新，不断完善质量管理体系，在提升自身知名度、美誉度和忠诚度方面进行持续努力，注重发挥对行业发展的引领作用，引领整个行业由单一的价格竞争向品质和品牌的竞争以及差异化产品的竞争转变，确保食品安全。

五、结论

食品企业要真正建立并完善诚信体系并非一朝一夕的事情，这需要我们用实际行动，实质性强化食品安全管控，切实履行企业应承担的社会责任，共同营造全社会诚信守法的良好氛围，锻造出安全可靠的食品消费环境，真正改变食品企业制假售假、假冒伪劣失信情况严重、诚信缺失的现状，提振公众对食品安全的信心。

参考文献

[1] 自主创新，引领中国速冻食品行业的可持续发展——郑州三全食品转变发展方式典型案例分析；2011年2月

[1] 保障食品安全离不开科技手段的强大支持；2013年7月

论绿友的企业文化及操作实践——绿友集团在诚信长城杯创建活动中的经验

余俊莉 绿友机械集团股份有限公司

摘要：诚信是一个道德范畴，即待人处事真诚、老实、讲信誉，言必信、行必果，一言九鼎。诚信的本义就是要诚实、诚恳、守信、有信，反对隐瞒欺诈、反对伪劣假冒、反对弄虚作假。企业成立过程必须符合法律法规，员工互信、企业目标的可信性以及企业与供应商和与顾客之间的诚信，都是一个企业诚信的保证。绿友的企业文化合理地应用于操作实践中，使得绿友获得了诚信的好口碑，得以不断发展。绿友以德经商、以德会友，为客户提供最好的产品和服务，为客户创造最大的效益。企业文化是一种生产力，她在实践操作中的合理运用促进了诚信建设，绿友的客户服务宗旨在于“客户利益第一、客户效益第一”，让客户感受到“有绿友为友，无后顾之忧”。

关键词：诚信 机制 文化 利益 服务

当代社会经济发展迅猛，企业诚信可以带动市场经济的发展，反之，会扰乱经济建设步伐。前不久发生的美国福喜过期肉事件，再一次为人们敲响了诚信的警钟，告诉人们，企业只有诚实守信才能健康持久地发展下去。

词义解释

诚——是儒家为人之道的中心思想。宋代理学家朱熹认为：“诚者，真实无妄之谓。”肯定“诚”是一种真实不欺的美德。要求人们修德做事，必须效法天道，做到真实可信。说真话，做实事，反对虚伪。我们立身处世，当以诚信为本。

信——《说文解字》认为“人言为信”，程颐认为：“以实之谓信。”可见，“信”不仅要求人们说话诚实可靠，切忌大话、空话、假话，而且要求做事也要诚实可靠。而“信”的基本内涵也是信守诺言、言行一致、诚实不欺。

“诚”主要是从天道而言，“信”主要是从人道而言。故孟子曰：“诚者，天之道也；思诚者，人之道

也。”

“诚”本是自然固有之，效法天道、追求诚信，这是做人的道理、规律。二者在哲学上虽有区别，但从道德角度看，“诚”与“信”则是同义等值的概念，故许慎在《说文解字》云：“诚，信也。”“信，诚也。”基本涵义都是诚实无欺，信守诺言，言行相符，表里如一，这是做人的基本要求。

诚信是一个道德范畴，即待人处事真诚、老实、讲信誉，言必信、行必果，一言九鼎，一诺千金。在《说文解字》中的解释是：“诚，信也”，“信，诚也”。可见，诚信的本义就是要诚实、诚恳、守信、有信，反对隐瞒欺诈、反对伪劣假冒、反对弄虚作假。

四个方面保证绿友集团成为诚信企业。

绿友集团在园林机械行业从业20余年，有三大成功之处：第一、成功地和美国、日本等发达国家的草坪及园林设备制造商合作，最早引进国外先进的草坪养护管理设备、灌溉设备和园林机械设备；第二、成功地自行研发生产了一系列自有品牌设备，走出了一条草坪及园林设备国产化道路；第三、进口和自产的质量过硬的机械设备大大方便了客户，使得客户可以购买到任何功能的园林设备，有效地改善了中国国内园林绿化、运动场植被的养护、修剪方式，提升了广大园林工作者的工作效率，改观了市市政市容。之所以能取得这些成功，都是和绿友一直以“诚信”为本分不开的。

绿友集团从四个方面做到了“诚信”，从而保证了企业的诚信，在行业内创建出了良好的口碑，企业得以持续不断地向前发展。这四个方面是：

首先，绿友的企业成立过程都符合诚信社会责任机制，每一家子公司都按法律程序向企业登记机关申请，由登记机关审查符合法定条件后赋予的市场主体资格，具有拟制人格化。在申请过程中，提交的所有资料不但形式符合法定形式，而且内容真实、合法、有效、

准确、完整，从来没有虚假记载、误导性陈述、重大遗漏。企业成立过程的诚信保证了绿友的“人格”纯洁，保证了绿友真正做到承担诚信社会责任。

其次，绿友企业内部建立了诚信社会责任机制。不但员工之间互信，而且企业目标有很高的可信性。绿友员工的互信使企业具有很好的凝聚力，保证了企业的强劲发展动力和持续的竞争力。绿友企业目标的可信性也是有“文化”、“资源”、“市场”、“实际”作为保障的。

第三，绿友构建了企业与供应商之间的诚信社会责任机制。供应商是企业生产得以顺利进行的各原料提供方，是企业是否讲诚信的主要评价者之一。企业与供应商要讲诚信，首先就要依法签订合同。绿友与供应商之间坚持依法签订履行合同，在不得恶意串通损害国家、集体或第三人的利益，不得有其它违背诚实信用原则的行为上达成一致意见。

第四，绿友与客户之间构建了诚信的社会责任机制。绿友向客户承诺的是：“以客户利益第一，以客户效益第一”、“有绿友为友，无后顾之忧”，保证了客户的工作能顺利进行，保证了效益最大化。

绿友的企业文化运用于操作实践中，促进了企业诚信机制的建立。

首先，绿友集团十分注重企业文化建设。企业文化是企业的无形资产，也是一种生产力。为了做到“诚信”，绿友一贯以德为重，在企业文化里，将“诚信”放在最重要的地位上。现展示一部分内容如下：

德——崇德诚信，绿友生存之本。

绿友作为一个企业在社会中生存，其实是和我们每个人在社会中生存的道理是一样的，绿友所从事的事情必须是有利于社会的发展，是不会危害这个社会的事情，是要做有道德的事情，这就是绿友作为企业的德的方面。

因为我们是从事经营的企业，或者说我们的服务对象，主要是一些客户，还有你在社会中的一切交往，都是在积累你的信誉，包括你的朋友之间。不知大家注意过自己在与别人交往中的言行没有，有没有注意过自己的信誉，是不是在恪守你的信誉，说话做事要讲求信用。你一次失信于人，下次别人就不会理你，就不会把你当成朋友了。你的信誉越高，别人就越相信你，就会帮你成就一番事业。积累信誉永无止境，对一个企业来

说，更是这样。今天信誉好了，明天就为所欲为了，你只要一放松，你的信誉就会下降。所以大家将来为人，一定要注意，你是在不断地积累你的信誉，不要放松这一点。为人为事，信誉很重要。而我们国家存在的最大的一个问题就是信誉危机。信誉危机确实也很危害这个社会，很多企业发展不起来，也恰恰是因为信誉危机，比如三鹿毒奶粉事件。所以我们对信誉的积累永无止境，不能中断。而且在绿友这个集体中的每一个人都得讲信誉。不能认为只要别人都讲信誉就行，我一个人不讲没关系。你一个人不讲信誉，就会影响到其他人，就会影响到整个绿友的信誉，影响到绿友的健康发展。所以我们要每一次、每一件小事都不要松懈，把它看成是积累我们的信誉，添加我们的无形资产的一个机会。我们不能错过。

德：会做生意首先要会做人，一个没有道德的人肯定不会做人，就更不会做生意，所以这个道德水平是要放在第一位的。所以我们要做一个有道德、有理想、能为社会作贡献的人。而且说，没有一个人就做得很好了，道德是我们生存中的很重要的一个方面，刚才所说的信誉危机实际上也就是一个道德问题，所以关于这个道德的问题要提请大家注意，时时刻刻要注意自己道德方面的修养。

堂堂正正做人，实实在在做事，明明白白挣钱。做人要有高尚的品德、高雅的境界，在社会上做文明公民、在企业做文明员工、在家庭做文明成员。

绿友的企业文化指导员工道：绿友作为一个企业在社会中生存，其实是和我们每个人在社会中生存的道理是一样的，绿友所从事的事情必须是有利于社会的发展，是不会危害这个社会的事情，是要做有道德的事情，这就是绿友作为企业的德的方面。作为一个企业，企业文化为什么要把德放在第一位？因为这不仅是我们每个人为人的基本原则，这是企业作为一个群体的道德水平，也是企业一切行为的基本准则。虽然很基本，却不是很容易做得到的，所以我们要在这个“德”的方面严格要求。

绿友做德商，即有道德的商人。绿友要崇尚道德，讲求诚信，以德兴业，以德兴商。以崇尚道德、诚实信用、讲求信誉为第一原则。道德、诚信并非只是一个人的禀性，更是一个企业、团队的共同素质和生存基因。对客户要诚实、讲信用、不欺诈、不瞒骗，要认真做服

务，要遵从“客户效益第一”的原则，要承担促进社会进步与发展的义务和责任。还有一点就是要为企业股东的利益负责，绿友的企业文化教导员工要端正对股东的态度，这也是“德”的体现。

企业形象塑造是建设企业文化的一个重点。绿友公司形象、徽标、广告语等都是企业文化的组成部分。绿友徽标的含义是两只手紧紧地握在一起，这就是绿友文化的体现。真诚、友善对人、对社会，对客户。大家每一个人多握手，少打架；多理解，少猜忌；多沟通，少误会；多点友情，少点敌意。希望员工与一切爱好绿色、和平、友谊的人们成为朋友。希望员工用实际行动不断地给绿友徽标添金，不断地增加我们的无形资产，使绿友能够长期生存、稳定、发展。

其次，注重一切以客户利益为重的原则。绿友的宗旨是：以客户利益第一，以客户效益第一，为股东负责，为客户服务。从刚开始创业时的3家门店到现在遍布全国70多座大中城市的100多家子公司和门店，设备为天安门广场、北京奥体中心、上海世博会、广州大学生运动会、南京青奥会、高尔夫世界锦标赛等等大型绿地和大型活动场所服务，为农业、林业等领域提供物超所值的产品和服务，得到了广大用户的交口称赞。思考其内在原因，非绿友的“崇德诚信”贯彻得彻底所不能。

除了领导狠抓学习《绿友企业文化》之外，在工作当中，绿友向每一位客户承诺——长期为他们提供“主动服务”——在商品售出之前，为客户讲解机械设备的功能特点，设备保养常识，设备使用的注意事项，为客户选择真正适合他们的机械设备。销售过程中，送机器上门，为客户做初次调试，为客户演示设备操作方法。商品销售给客户之后，绿友的员工会定期为客户上门保养维修，为不同单位的客户组织技术交流会和新产品推介会。总是将可能出现的问题提前告知客户，并提供解决办法以供参考，这已经是绿友必须为客户去做的“平常事”。除此之外，绿友还为客户手中不是绿友销售的设备做检修和保养，一旦成为绿友的客户，他（她）就能享受到绿友最优质、贴心的服务！很多客户对绿友的主动服务赞不绝口，与绿友确立长期的合作关系，放心地使用绿友的机械设备。

在利益和诚信面前，绿友人首先选择的是诚信。有一次，客户的一台剪草车出故障了，经过绿友的售后服

务人员检查，确定了故障原因，谈好维修费用后，客户放下机器回去等待。可是在进一步维修和检查过程中，绿友服务人员发现故障应该是厂家的问题造成的，可以向厂家索赔，客户可以一分钱都不出。服务人员立刻把这个消息告诉了客户，并且等他来取机器时，把先前收的维修费全部退还给了他。这样的事情数不胜数，虽然表面上绿友少赚了“维修费”，但是却收获了客户的最可宝贵的信任，树立了坚不可摧的好口碑。

第三，制定严格的制度来保证百余家子公司在经营过程中做到“诚实守信”。在和客户签订的合同中，严格的交货流程和机器故障维修以及索赔规则都逐条清晰地列出来。为了客户不耽误设备维修的最佳时机，绿友为他们统一制作《设备维修保养时间表》。为了高尔夫世锦赛、大运会等大型赛事能顺利进行，绿友要求工作人员日夜坚守场地，不分昼夜维修保养设备。

为了客户的利益，为了不耽误客户使用设备，绿友的制度要求技术员必须以最快的速度到达故障现场，为客户提供技术帮助。

企业文化在操作实践中的合理运用，使得100多家门店和子公司的几百名绿友人都能做到迅速快捷地解决问题，做到想客户之所想，急客户之所急，敬业奉献，令客户真正感受到“有绿友为友，无后顾之忧”，与绿友结成永久的合作伙伴。

选择诚信，终将助力企业发展。

数年前有一名座椅制造商雇用一批年轻人，以手工来制造椅子。商人的供货量越来越大，他需要找一位监工了。他宣布为了赶工，只要椅子造好了，不必管是否通过检验，他都计件付酬。於是，椅子的不合格率增加了。但罗富士所做的椅子之品质跟往常一样的好，他被晋升为监工。纽约的一家全球知名的投资银行把诚信与伦理道德看成是企业健康发展的基础，以至于在公司价值陈述中三次提到了这些词汇。然而正是这家企业，与其许多竞争对手一样，给员工下达了如果讲诚信就几乎不可能完成的任务，从而在不知不觉中使自己关于诚信的目标落空。华尔街公司仅因股票分析舞弊一项，就面临着约10亿美元的罚款。

未来，在诚信与失信之间，绿友仍然是选择诚信，以客户效益最大化、利益最大化为宗旨，做讲“德”行的企业。让诚信助力绿友不断地向前发展。

用诚信文化构建企业发展软实力

粟凡 曲美家具集团股份有限公司

摘要：随着经济一体化和全球化的发展，企业在市场中面临的竞争日益复杂多变。在这个复杂多变的竞争环境中，良好企业的形象是参与市场竞争的根本实力，而良好的企业形象需要诚信的文化来塑造。历史证明，发展壮大的企业必是以诚信为本的企业，而摒弃诚信的企业必在市场中被淘汰。

诚信文化是中国传统文化的核心部分，良好的继承并对其赋予新意，让其在企业内部发扬光大，对确立以诚信文化为核心价值观是大有好处的。每个立足长期发展的企业，都应该在诚信问题上正本清源狠下功夫，只有在企业加强诚信文化的建设，才能树立起真正的诚信理念，在多变的市场环境中立足于不败之地，赢得企业长期可持续发展的格局。

关键词:诚信文化、企业发展、实力

一、前言

古人云：“人无信不立，业无信不兴”。作为个人的立身处世之本、企业的生存发展之道，诚信自古以来就受到社会的关注和重视。然而，随着市场经济的快速发展，经济行为从“熟人市场”向“陌生人市场”的急剧转型，诚信传统受到拜金主义的侵蚀，制假售假、商业欺诈等不诚信行为时有发生，其根源在于作为市场主体的企业在管理过程中对诚信文化的缺失。

在现代市场经济交易中，由于买卖双方存在地域、时间的分隔，决定了市场活动的运行必须建立在诚信的基础上，如果任何一方没有诚信基础，交易就很难完成。若这种不诚信的情况常有发生，企业发展也将受到制约，市场效率必将受到破坏。反之，企业的快速发展，必须建立在诚信文化为基础的制度上。只有在经营活动中遵守诚信理念，企业才能获得更多的客户，才能做到既有稳定的老客户，又能不断创新生的客户，在原有的市场基础上，不断开拓新的市场，从而实现企业快速的可持续发展。相比先进的厂房、设备等硬件设施，诚信文化在企业里看不见摸不着，但在关键时候却起着至关重要的作用，是企业竞争的重要“软实力”。

二、诚信文化在构建企业软实力中的重要性

企业诚信是指企业在生产经营过程中所具有的诚实、信守诺言的一种伦理道德。诚信文化是一种无形资产，它反映了企业的信用、实力和形象，良好的信誉可以给企业带来实际的收益。从经济学的角度来说，诚信是一种稀缺性资源，是企业的信誉资本，它可以极大地降低企业与其它市场主体之间的交易成本，从而带来超额的经济利益，是企业发展的重要软实力之一。

(一)诚信文化是市场经济主流价值观

在市场经济快速发展的今天，企业不仅仅是所有者企业，而是整个市场组织中的一分子。企业的行为不仅要受到员工、经销商、消费者的关注和评价，还要更多地受到合作伙伴、金融机构、监管机构等其他组织的关注，这些组织都能极大影响到企业的发展。

诚信原则是市场组织健康运行的前提，诚信文化是市场经济的主流价值观。如果企业丧失了这种价值观，必将导致恶性竞争加剧，不讲商业道德，坑蒙拐骗，信用危机，拜金主义等愈演愈烈。市场上“假冒伪劣”商品无孔不入，欺诈行为防不胜防，导致社会信用急剧下降，居民消费缓慢需求不足。所以，企业诚信缺失所引起的消费不足，会让市场经济陷入恶性循环。在这种市场的环境，发展根本无从谈起，只有遵循诚信文化这种主流价值观，企业才能在中游刃有余，快速发展，而且在这种诚信文化挡道的今天，那些摒弃诚信的企业，也会迅速被市场所抛弃。

(二)诚信文化是企业生产力提高的精神源泉

马克思理论认为，人是生产力中最积极最活跃的因素，也是生产力中唯一具有能动性、创造性的主体因素，再好的管理、再好的制度，也需要人来执行和运作。因此，企业诚信文化的建设其实就是人员个体的诚信文化建设。一支高素质的人员队伍是推动从企业诚信文化建设的保证。打造诚信文化就是从人的因素着手，从思想上对人进行感召，让人树立诚信意识工作主动性，在企业内部营造和谐氛围，从而形成符合社会主

流价值的文化理念，让企业生产力得到最大程度的释放。

作为企业生产力的精神源泉，诚信文化涉及内外两个层面，其一，诚信作为企业文化的核心价值观，对内有助于把每个员工个体积极性凝集成一个整体，把朴素的情感升华成对企业的责任性和自豪感，形成工作的主动性，为企业注入生命力；其二，企业对面诚信，能不断提升企业的美誉度和品牌价值，获得更多的发展机遇。只有坚持做到内外诚信的企业，内部和谐生产，外部机遇不断，获得快速健康的发展。如果企业在某一个环节不诚信，只能是聪明反被聪明误，搬石头砸自己的脚，最终被市场所唾弃淘汰。

(三)诚信文化是企业发展的核心竞争力

企业竞争力是指在市场经济条件下，企业通过培育自身资源和能力，获取外部可寻址资源，并综合加以利用，在为顾客创造价值的基础上，实现自身价值的综合性能力。普遍的观点认为企业竞争力分为三个层面：第一产品层，包括产品生产、研发实力、营销推广等能力；第二制度层，企业关系资源、制度管理等；第三核心层，包括以企业理念、企业价值观为核心的企业文化。由此我们可以看出，作为企业的主流价值观，诚信文化是企业竞争力的核心层面，对企业竞争力的增强有着至关重要的作用。它不仅让企业具有竞争的优势，还使企业具有与众不同的实力，这种优势和不同让企业能在激烈的竞争中保持不败之地。

在企业内部，诚信文化从三个方面影响企业的竞争实力：其一，影响企业管理者战略取向，从而影响企业的经营模式和发展模式，也就影响企业的效益；其二，影响员工的价值取向和行为模式，从而影响企业经营活动整体实施的效率水平；其三，影响企业与市场各主体间交易效率，从而进一步企业生存发展的外部环境。诚信文化作为一种“软实力”作用在企业的内部，如同“磁场”一般看不见摸不着。这种“软实力”通过管理者的经营理念，在企业各个层面传播开来，形成企业诚信文化，使员工在诚信文化的作用下，形成企业的核心竞争力。

(四)诚信文化是企业 在市场交易中最大利润的基础

企业诚信文化是指在市场经济条件下,用以规范和调节企业与社会、企业与企业、企业和个人之间信用

关系的一种道德理念，它要求企业在追求自身利益的同时尊重他人利益，诚实守信,遵纪守法,不损害对方和公众利益。企业作为个体在市场中从事交易活动，都是以获取利益最大化为目标，而诚信文化让长期持续可发展的交易活动成为可能。

在长期的市场行为中，诚信文化是一种无形资产，是一个品牌效应，能够在未来给企业带来收益。这种无形的品牌效应，在企业生产过程中是取之不尽，用之不尽的，而且一个诚信度高的品牌，更容易获得市场的青睐。当前，市场中产品同质化、价格不相上下，诚信品牌所带来的附加值更是不可估量，这也让企业在竞争中实现可持续的利益目标。反之，如果一个企业诚信文化缺失，意味着诚信品牌价值就缺失，没有品牌效应甚至负面品牌的企业必将失去市场生存空间，最终被市场所抛弃，更无追求利润目标可言。

三、如何构建以诚信文化为核心的企业软实力

(一)企业要树立诚信价值观

企业价值观是一个企业的精神，一个企业行为指导。树立诚信价值观，会给整个企业的行为准则立下诚信的定位。在激烈的市场静中，企业想要立足发展，必须提高对诚信的认识，摒弃唯利是图，单纯追逐经济利益的思想，把诚信文化与企业发展，诚信文化与经济效益有机的结合起来。

随着市场竞争日渐激烈，一些企业为了谋取利益，不惜搞价格战，虚假广告战，却不从产品质量服务上提升自己，偷工减料、以次充好、假冒伪劣等不诚信的现象时有发生，不仅坑害消费者，也严重扰乱市场经济秩序。不论是市场监管者还是消费者，都会将这种不诚信的分子剔除市场。所以，发展企业的价值观是“守信光荣、失信可耻”，诚信文化是市场机制的必然，诚实守信者可以获得更多的机遇和支持，创造更多的商机和效益，而不诚信者迟早会被市场所淘汰。

(二)企业要构建完善的诚信制度

“无规矩不成方圆”。这种规矩不能仅在口上，更应该落实在企业管理制度中，形成正式的文件。通过形成日常文字，具体说明企业想做和希望大家做的事情，并且可以成为判断企业政策、行动及个人行为是符合诚信原则为。完善的诚信制度是让诚信文化落

实的重要条件之一。具体有以下几个方面：

1. 建立健全监督约束机制

在日常经营生产中，企业通过制度约束与督查监管相结合、社会监督和内部监督相结合的办法，把诚信立业的理念、公开承诺的措施贯穿于经营管理的全过程，做到有错必改、有责必查、违规必究，以取信于民，取信于社会。

2. 将诚信纳入考核范畴

诚信文化建设是一个长期的过程，而且短期内并不会直接看到经济效益的产生，这就容易造成忽视，但并不表示其作用不重要。相反，一个立足长期发展的企业，更应该建立诚信和业绩双向的考核范畴。

目前，很多企业对员工考评都缺失诚信的内容，多数只是集中在业绩。单纯对销售业绩进行考评，会让员工滋生为追求业绩收益“不择手段”的思想，这种思想不健康的发展会让诚信慢慢丧失，在企业管理中，无诚信考评的激励制度是一种短视行为。所以，对企业员工的考评中，诚信要纳入必须项目，失信者受罚守信者受奖励，这样才有利于企业的良性发展。

3. 建立诚信奖惩制度

诚信奖惩制度是诚信文化推行的保障。建立健全的企业诚信奖惩制度，必须以公平公正公开为前提，让奖惩制度科学合理，让员工对自己日常行为能够分辨是非。也要做到守信者受到奖励，失信者不管职位多高贡献多大，都应该给与处罚。

企业推行诚信文化，最终目标都是为了企业健康发展，只有企业发展，员工利益才能得到保障。为此，诚信文化在实施中必须以员工为本，通过科学的约束机制和激励机制，充分调动员工的积极性主动性，让诚信文化的构建再企业发展中缺的成效。

(三)加强企业人员的诚信文化建设

企业推行诚信文化建设，最终都会落实到人员的层面。业内普遍的观点认为，对于企业人员的诚信建设需要做好以下两个方面。

1、加强企业管理者的诚信文化建设

企业管理者是企业的掌舵者，决定着企业前进的方向，其对于诚信理解的高低，在很大程度上决定着企业的兴衰成败。在企业管理的过程中，一方面，管理者通过组织结构、制度规范、人员配置，把单独的个人力量整合为整体力量，实现企业的目标追求；另

一方面，管理者通过价值观整合、思维方式作用、行为规范约束，把企业的宗旨、追求和理念转化为员工共有的价值观念。在某种意义上讲，有什么样的领导者，就有什么样的企业。

一支勤政守信的管理层队伍是企业诚信文化建设的关键，在企业内部，管理者的行为都具有示范作用，会引起不同员工的仿效，管理者以身作则会有很强的导向性。哪怕企业个别管理者发生不诚信问题，都会造成极大的负面效应，使得社会对企业产生质疑，由此，对企业的产品和服务产生不信任感。因此，加强企业管理者的诚信建设，让管理者把诚信看成日常必尽的准则，自觉地遵纪守法，成为企业诚信的形象典范。

2、加强企业员工诚信文化建设

员工是企业组成最广泛的个体，他们活动在市场的一线，从某种程度上说，员工在代表着企业行使着市场行为，员工所展现出来的素质就是企业的形象，所以员工的诚信与否直接关系到企业的经济利益得失。

在公司的日常管理中，加强员工信誉观念、信誉意识、信誉道德的宣传培训必不可少，建立“讲诚信为荣，不讲信用可耻”的道德规范和评价准则，营造良好的企业内部诚信文化环境。诚信培训内容要以企业诚信文化准则为依据，可以通过古今中外的经典案例向员工进行宣讲，诚实守信对企业有何促进作用，失信有何反面作用。让员工从内心真正树立企业服务意识 and 市场意识，切实感受到诚信对企业的重要性和迫切性，从而能自觉以诚信做人，以诚信待人，以诚信沟通客户，以诚信坚守岗位，以诚信捍卫企业。

总之，企业诚信文化是企业发展的动力、行为的准则、成功的核心。只有把诚信文化渗透并凝结于企业精神理念中，进而化为企业的行为方式和员工的自觉行动，企业才能保持核心竞争力和生命力。

(四)以诚信构建企业产品服务品牌

当前，我国正从非品牌经济向品牌经济过渡的时期，非品牌经济意味着不发达经济，消费者则重价格而不是品牌，当经济向小康或者发达的阶段进行迈进的时候，品牌作用就凸现重要。一个诚信的品牌意味着产品质量和产品服务都相对优异，在激烈的市场竞争中，企业要立于不败地，必须要是为社会提供相对高

质量的产品和服务。

消费者在购买产品和服务之前，并未介入产品的生产流通环节，对于产品的真实性能和服务只能在使用时才能知晓。在这个过程中，以诚信文化构建产品和服务显得极其重要，完全凭着企业对诚信遵守，为消费者生产高品质产品和提供优质服务。如果在此过程中，产生欺诈不诚信行为，虽然获取短暂的经济利益，长期看来品牌必然受损。企业品牌形成是一个漫长的过程，坚持诚信生产诚信服务，这样企业才能在激烈的竞争中永远立于不败之地，成就长青基业。

四、用诚信文化构建企业软实力需注意的问题

(一)诚信文化建设存在群众性

企业诚信文化的建设具有群众性，需要所有企业人员共同参与，而不是少数核心人员的事，因为作为企业的一员，每个员工都可以代表企业形象，任何人不诚信的行为，对企业的损害都是等同的。所以，企业诚信文化的核心是企业员工共同价值观的形成与导致的统一行为，是所有企业员工在实践中共同创造的。

在构建企业诚信文化时，所制定的诚信准则应该具有普遍性，不论职位高低，不论工作轻重，都需要一视同仁，只有普遍参与的诚信文化建设才是深入人心，具有广泛号召力的。

(二)诚信文化建设需要合理引导

当前市场经济遵循按劳分配，在企业生产中，均是多劳多得的公平方式，但吃大锅饭的陋习仍然存在，员工素质也存在差异。针对性地合理引导也成为必要的。在狠抓诚信文化建设的同时，需要处理好企业、员工的利益关系，任何唯唯精神或物质的激励都有缺陷。

企业内部诚信价值观的形成，在于说理式的正确引导，决不是简单说教或者大棒式高压所而能奏效。员工思想水平、价值观念随着个人文化素质、经历阅历、社会影响的不同，存在明显的层次差异性。因此，不同层次的价值观在企业内客观存在。有的员工能够充分认识到企业兴旺，员工富足。但有的员工则急功近利，金钱至上的观念较为深厚，甚至觉得自己一个人的不诚信行为不会给企业造成影响。在这种情况下，需要利用经典案例进行说教引导，树立员工的主人翁精神，引导员工树立厂兴我荣、厂衰我亡的观念。

(三)诚信管理机制需要贯彻落实

在企业内部推行管理机制，实施力度的高低决定这项制度实际成效的高低，最好的制度如果不去贯彻落实，也只是停留在白纸之上。所以，企业诚信文化的实施不在于部署研究，而在于具体去执行和实施督促。如果只将制度浮于表面，诚信文化的实施也只能流于形式，久而久之失去它应有的作用。

社会学研究表明，人认同一种新观念、新文化需要一个较长的过程，所以诚信文化的实施也是一个较长的过程，而且不能产生松懈或间断，需要把握好培训实施的节奏。随着时间的推移和日常潜移默化的实施，诚信文化借助制度的反复强化会对员工产生影响，会较快对诚信认识的过程，当制度被员工接受并自觉遵守时，制度就变成了一种文化。这时，诚信文化也就真正在企业发展中起到核心的作用。

五、总结

2014年6月，国务院印发《社会信用体系建设规划纲要(2014-2020年)》，8月，中央文明委下发《关于推进诚信建设制度化的意见》，两个文件前后出台，表示中国诚信建设的顶层设计已经完成，国家正大力推进社会诚信体系和诚信经济社会制度。信用建设被提升到国家的高度，也预示以诚信文化为主导的企业将更具有发展优势，将获得更多的社会资源倾斜。

在当今这个激烈竞争的经济时代，诚信文化是企业生存的基础、发展的动力、行为的准则、成功的核心。构建企业诚信理念，就是要求企业必须自觉遵守诚信原则，以诚信文化作为指导思想，来进行生产经营活动。随着市场竞争越来越激烈，诚信文化这种软实力的作用将越发突出，所有企业都应该予以重视的。

参考资料：

1. 吴永新《论企业诚信对企业竞争力的作用》，《经济师》，2006.4
2. 金秀兰《企业诚信文化与核心竞争力》，《理论界》，2005.8
3. 王华《社会网络嵌入视角的中小企业竞争力研究》，硕博学位论文，2007
4. 朱庆章 袁美琴：《企业信用管理策略研究》，商业时代，2007

国务院关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见

国发〔2014〕14号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

小型微型企业在增加就业、促进经济增长、科技创新与社会和谐稳定等方面具有不可替代的作用，对国民经济和社会发展具有重要的战略意义。党中央、国务院高度重视小型微型企业的发展，出台了一系列财税金融扶持政策，取得了积极成效。但受国内外复杂多变的经济形势影响，当前，小型微型企业经营压力大、成本上升、融资困难和税费偏重等问题仍很突出，必须引起高度重视。为进一步支持小型微型企业健康发展，现提出以下意见。

一、充分认识进一步支持小型微型企业健康发展的重要意义

（一）增强做好小型微型企业工作的信心。各级政府 and 有关部门对当前小型微型企业发展面临的新情况、新问题要高度重视，增强信心，加大支持力度，把支持小型微型企业健康发展作为巩固和扩大应对国际金融危机冲击成果、保持经济平稳较快发展的重要举措，放在更加重要的位置上。要科学分析，正确把握，积极研究采取更有针对性的政策措施，帮助小型微型企业提振信心，稳健经营，提高盈利水平和发展后劲，增强企业的可持续发展能力。

二、进一步加大对小型微型企业的财税支持力度

（二）落实支持小型微型企业发展的各项税收优

惠政策。提高增值税和营业税起征点；将小型微利企业减半征收企业所得税政策，延长到2015年底并扩大范围；将符合条件的国家中小企业公共服务示范平台中的技术类服务平台纳入现行科技开发用品进口税收优惠政策范围；自2011年11月1日至2014年10月31日，对金融机构与小型微型企业签订的借款合同免征印花税，将金融企业涉农贷款和中小企业贷款损失准备金税前扣除政策延长至2013年底，将符合条件的农村金融机构金融保险收入减按3%的税率征收营业税的政策延长至2015年底。加快推进营业税改征增值税试点，逐步解决服务业营业税重复征税问题。结合深化税收体制改革，完善结构性减税政策，研究进一步支持小型微型企业发展的税收制度。

（三）完善财政资金支持政策。充分发挥现有中小企业专项资金的支持引导作用，2012年将资金总规模由128.7亿元扩大至141.7亿元，以后逐年增加。专项资金要体现政策导向，增强针对性、连续性和可操作性，突出资金使用重点，向小型微型企业和中西部地区倾斜。

（四）依法设立国家中小企业发展基金。基金的资金来源包括中央财政预算安排、基金收益、捐赠等。中央财政安排资金150亿元，分5年到位，2012年安排30亿元。基金主要用于引导地方、创业投资机构及其他社会资金支持处于初创期的小型微型企业等。鼓

励向基金捐赠资金。对企事业单位、社会团体和个人等向基金捐赠资金的，企业在年度利润总额12%以内的部分，个人在申报个人所得税应纳税所得额30%以内的部分，准予在计算缴纳所得税税前扣除。

（五）政府采购支持小型微型企业发展。负有编制部门预算职责的各部门，应当安排不低于年度政府采购项目预算总额18%的份额专门面向小型微型企业采购。在政府采购评审中，对小型微型企业产品可视不同行业情况给予6%-10%的价格扣除。鼓励大中型企业与小型微型企业组成联合体共同参加政府采购，小型微型企业占联合体份额达到30%以上的，可给予联合体2%-3%的价格扣除。推进政府采购信用担保试点，鼓励为小型微型企业参与政府采购提供投标担保、履约担保和融资担保等服务。

（六）继续减免部分涉企收费并清理取消各种不合规收费。落实中央和省级财政、价格主管部门已公布取消的行政事业性收费。自2012年1月1日至2014年12月31日三年内对小型微型企业免征部分管理类、登记类和证照类行政事业性收费。清理取消一批各省（区、市）设立的涉企行政事业性收费。规范涉及行政许可和强制准入的经营服务性收费。继续做好收费公路专项清理工作，降低企业物流成本。加大对向企业乱收费、乱罚款和各种摊派行为监督检查的力度，严格执行收费公示制度，加强社会和舆论监督。完善涉企收费维权机制。

三、努力缓解小型微型企业融资困难

（七）落实支持小型微型企业发展的各项金融政策。银行业金融机构对小型微型企业贷款的增速不低于全部贷款平均增速，增量高于上年同期水平，对达到要求的小金融机构继续执行较低存款准备金率。商业银行应对符合国家产业政策和信贷政策的小型微型企业给予信贷支持。鼓励金融机构建立科学合理的小型微型企业贷款定价机制，在合法、合规和风险可控

前提下，由商业银行自主确定贷款利率，对创新型和创业型小型微型企业可优先予以支持。建立小企业信贷奖励考核制度，落实已出台的小型微型企业金融服务的差异化监管政策，适当提高对小型微型企业贷款不良率的容忍度。进一步研究完善小企业贷款呆账核销有关规定，简化呆账核销程序，提高小型微型企业贷款呆账核销效率。优先支持符合条件的商业银行发行专项用于小型微型企业贷款的金融债。支持商业银行开发适合小型微型企业特点的各类金融产品和服务，积极发展商圈融资、供应链融资等融资方式。加强对小型微型企业贷款的统计监测。

（八）加快发展小金融机构。在加强监管和防范风险的前提下，适当放宽民间资本、外资、国际组织资金参股设立小金融机构的条件。适当放宽小额贷款公司单一投资者持股比例限制。支持和鼓励符合条件的银行业金融机构重点到中西部设立村镇银行。强化小金融机构主要为小型微型企业服务的市场定位，创新金融产品和服务方式，优化业务流程，提高服务效率。引导小金融机构增加服务网点，向县域和乡镇延伸。符合条件的小额贷款公司可根据有关规定改制为村镇银行。

（九）拓宽融资渠道。搭建方便快捷的融资平台，支持符合条件的小企业上市融资、发行债券。推进多层次债券市场建设，发挥债券市场对微观主体的资金支持作用。加快统一监管的场外交易市场建设步伐，为尚不符合上市条件的小型微型企业提供资本市场配置资源的服务。逐步扩大小型微型企业集合票据、集合债券、集合信托和短期融资券等发行规模。积极稳妥发展私募股权投资和创业投资等融资工具，完善创业投资扶持机制，支持初创型和创新型小型微型企业发展。支持小型微型企业采取知识产权质押、仓单质押、商铺经营权质押、商业信用保险保单质押、商业保理、典当等多种方式融资。鼓励为小型微型企业提供设备

融资租赁服务。积极发展小型微型企业贷款保证保险和信用保险。加快小型微型企业融资服务体系建设。深入开展科技和金融结合试点，为创新型小型微型企业创造良好的投融资环境。

（十）加强对小型微型企业的信用担保服务。大力推进中小企业信用担保体系建设，继续执行对符合条件的信用担保机构免征营业税政策，加大中央财政资金的引导支持力度，鼓励担保机构提高小型微型企业担保业务规模，降低对小型微型企业的担保收费。引导外资设立面向小型微型企业的担保机构，加快推进利用外资设立担保公司试点工作。积极发展再担保机构，强化分散风险、增加信用功能。改善信用保险服务，定制符合小型微型企业需求的保险产品，扩大服务覆盖面。推动建立担保机构与银行业金融机构间的风险分担机制。加快推进企业信用体系建设，切实开展企业信用信息征集和信用等级评价工作。

（十一）规范对小型微型企业的融资服务。除银团贷款外，禁止金融机构对小型微型企业贷款收取承诺费、资金管理费。开展商业银行服务收费检查。严格限制金融机构向小型微型企业收取财务顾问费、咨询费等费用，清理纠正金融服务不合理收费。有效遏制民间借贷高利贷化倾向以及大型企业变相转贷现象，依法打击非法集资、金融传销等违法活动。严格禁止金融从业人员参与民间借贷。研究制定防止大企业长期拖欠小型微型企业资金的政策措施。

四、进一步推动小型微型企业创新发展和结构调整

（十二）支持小型微型企业技术改造。中央预算内投资扩大安排用于中小企业技术进步和技术改造资金规模，重点支持小型企业开发和应用新技术、新工艺、新材料、新装备，提高自主创新能力、促进节能减排、提高产品和服务质量、改善安全生产与经营条件等。各地也要加大对小型微型企业技术改造的支持力度。

（十三）提升小型微型企业创新能力。完善企业研究开发费用所得税前加计扣除政策，支持企业技术创新。实施中小企业创新能力建设计划，鼓励有条件的小型微型企业建立研发机构，参与产业共性关键技术研发、国家和地方科技计划项目以及标准制定。鼓励产业技术创新战略联盟向小型微型企业转移扩散技术创新成果。支持在小型微型企业集聚的区域建立健全技术服务平台，集中优势科技资源，为小型微型企业技术创新提供支撑服务。鼓励大专院校、科研机构和大企业向小型微型企业开放研发试验设施。实施中小企业信息化推进工程，重点提高小型微型企业生产制造、运营管理和市场开拓的信息化应用水平，鼓励信息技术企业、通信运营商为小型微型企业提供信息化应用平台。加快新技术和先进适用技术在小型微型企业的推广应用，鼓励各类技术服务机构、技术市场和研究院所为小型微型企业提供优质服务。

（十四）提高小型微型企业知识产权创造、运用、保护和管理水平。中小企业知识产权战略推进工程以培育具有自主知识产权优势小型微型企业为重点，加强宣传和培训，普及知识产权知识，推进重点区域和重点企业试点，开展面向小型微型企业的专利辅导、专利代理、专利预警等服务。加大对侵犯知识产权和制售假冒伪劣产品的打击力度，维护市场秩序，保护创新积极性。

（十五）支持创新型、创业型和劳动密集型的小型微型企业发展。鼓励小型微型企业发展现代服务业、战略性新兴产业、现代农业和文化产业，走“专精特新”和与大企业协作配套发展的道路，加快从要素驱动向创新驱动的转变。充分利用国家科技资源支持小型微型企业技术创新，鼓励科技人员利用科技成果创办小型微型企业，促进科技成果转化。实施创办小企业计划，培育和支持 3000 家小企业创业基地，大力开展创业培训和辅导，鼓励创办小企业，努力扩大社会就业。

积极发展各类科技孵化器，到 2015 年，在孵企业规模达到 10 万家以上。支持劳动密集型企业稳定就业岗位，推动产业升级，加快调整产品结构和服务方式。

（十六）切实拓宽民间投资领域。要尽快出台贯彻落实国家有关鼓励和引导民间投资健康发展政策的实施细则，促进民间投资便利化、规范化，鼓励和引导小型微型企业进入教育、社会福利、科技、文化、旅游、体育、商贸流通等领域。各类政府性资金要对包括民间投资在内的各类投资主体同等对待。

（十七）加快淘汰落后产能。严格控制高污染、高耗能和资源浪费严重的小型微型企业发展，防止落后产能异地转移。严格执行国家有关法律法规，综合运用财税、金融、环保、土地、产业政策等手段，支持小型微型企业加快淘汰落后技术、工艺和装备，通过收购、兼并、重组、联营和产业转移等获得新的发展机会。

五、加大支持小型微型企业开拓市场的力度

（十八）创新营销和商业模式。鼓励小型微型企业运用电子商务、信用销售和信用保险，大力拓展经营领域。研究创新中国国际中小企业博览会办展机制，促进在国际化、市场化、专业化等方面取得突破。支持小型微型企业参加国内外展览展销活动，加强工贸结合、农贸结合和内外贸结合。建设集中采购分销平台，支持小型微型企业通过联合采购、集中配送，降低采购成本。引导小型微型企业采取抱团方式“走出去”。培育商贸企业集聚区，发展专业市场和特色商业街，推广连锁经营、特许经营、物流配送等现代流通方式。加强对小型微型企业出口产品标准的培训。

（十九）改善通关服务。推进分类通关改革，积极研究为符合条件的小型微型企业提供担保验放、集中申报、24 小时预约通关和不实行加工贸易保证金台账制度等便利通关措施。扩大“属地申报，口岸验放”通关模式适用范围。扩大进出口企业享受预归类、预

审价、原产地预确定等措施的范围，提高企业通关效率，降低物流通关成本。

（二十）简化加工贸易内销手续。进一步落实好促进小型微型加工贸易企业内销便利化相关措施，允许联网企业“多次内销、一次申报”，并可在内销当月内集中办理内销申报手续，缩短企业办理时间。

（二十一）开展集成电路产业链保税监管模式试点。允许符合条件的小型微型集成电路设计企业作为加工贸易经营单位开展加工贸易业务，将集成电路产业链中的设计、芯片制造、封装测试企业等全部纳入保税监管范围。

六、切实帮助小型微型企业提高经营管理水平

（二十二）支持管理创新。实施中小企业管理提升计划，重点帮助和引导小型微型企业加强财务、安全、节能、环保、用工等管理。开展企业管理创新成果推广和标杆示范活动。实施小企业会计准则，开展培训和会计代理服务。建立小型微型企业管理咨询服务制度，支持管理咨询机构和志愿者面向小型微型企业开展管理咨询服务。

（二十三）提高质量管理水平。落实小型微型企业产品质量主体责任，加强质量诚信体系建设，开展质量承诺活动。督促和指导小型微型企业建立健全质量管理体系，严格执行生产许可、经营许可、强制认证等准入管理，不断增强质量安全保障能力。大力推广先进的质量管理理念和方法，严格执行国家标准和进口国标准。加强品牌建设指导，引导小型微型企业创建自主品牌。鼓励制定先进企业联盟标准，带动小型微型企业提升质量保证能力和专业化协作配套水平。充分发挥国家质检机构和重点实验室的辐射支撑作用，加快质量检验检疫公共服务平台建设。

（二十四）加强人力资源开发。加强对小型微型企业劳动用工的指导与服务，拓宽企业用工渠道。实施国家中小企业银河培训工程和企业经营管理人才素

质提升工程，以小型微型企业为重点，每年培训 50 万名经营管理人员和创业者。指导小型微型企业积极参与高技能人才振兴计划，加强技能人才队伍建设工作，国家专业技术人才知识更新工程等重大人才工程要向小型微型企业倾斜。围绕《国家中长期人才发展规划纲要（2010—2020 年）》确定的重点领域，开展面向小型微型企业创新型专业技术人才的培训。完善小型微型企业职工社会保障政策。

（二十五）制定和完善鼓励高校毕业生到小型微型企业就业的政策。对小型微型企业新招用高校毕业生并组织开展岗前培训的，按规定给予培训费补贴，并适当提高培训费补贴标准，具体标准由省级财政、人力资源和社会保障部门确定。对小型微型企业新招用毕业年度高校毕业生，签订 1 年以上劳动合同并按时足额缴纳社会保险费的，给予 1 年的社会保险补贴，政策执行期限截至 2014 年底。改善企业人力资源结构，实施大学生创业引领计划，切实落实已出台的鼓励高校毕业生自主创业的税费减免、小额担保贷款等扶持政策，加大公共就业服务力度，提高高校毕业生创办小型微型企业成功率。

七、促进小型微型企业集聚发展

（二十六）统筹安排产业集群发展用地。规划建设小企业创业基地、科技孵化器、商贸企业集聚区等，地方各级政府要优先安排用地计划指标。经济技术开发区、高新技术开发区以及工业园区等各类园区要集中建设标准厂房，积极为小型微型企业提供生产经营场地。对创办三年内租用经营场地和店铺的小型微型企业，符合条件的，给予一定比例的租金补贴。

（二十七）改善小型微型企业集聚发展环境。建立完善产业集聚区技术、电子商务、物流、信息等服务平台。发挥龙头骨干企业的引领和带动作用，推动上下游企业分工协作、品牌建设和专业市场发展，促进产业集群转型升级。以培育农村二、三产业小型微

型企业为重点，大力发展县域经济。开展创新型产业集群试点建设工作。支持能源供应、排污综合治理等基础设施建设，加强节能管理和“三废”集中治理。

八、加强对小型微型企业的公共服务

（二十八）大力推进服务体系建设。到 2015 年，支持建立和完善 4000 个为小型微型企业服务的公共服务平台，重点培育认定 500 个国家中小企业公共服务示范平台，发挥示范带动作用。实施中小企业公共服务平台网络建设工程，支持各省（区、市）统筹建设资源共享、服务协同的公共服务平台网络，建立健全服务规范、服务评价和激励机制，调动和优化配置服务资源，增强政策咨询、创业创新、知识产权、投融资、管理诊断、检验检测、人才培养、市场开拓、财务指导、信息化服务等各类服务功能，重点为小型微型企业提供质优价惠的服务。充分发挥行业协会（商会）的桥梁纽带作用，提高行业自律和组织水平。

（二十九）加强指导协调和统计监测。充分发挥国务院促进中小企业发展工作领导小组的统筹规划、组织领导和政策协调作用，明确部门分工和责任，加强监督检查和政策评估，将小型微型企业有关工作列入各地区、各有关部门年度考核范围。统计及有关部门要进一步加强小型微型企业的调查统计工作，尽快建立和完善小型微型企业统计调查、监测分析和定期发布制度。

各地区、各部门要结合实际，研究制定本意见的具体贯彻落实办法，加大对小型微型企业的扶持力度，创造有利于小型微型企业发展的良好环境。

国务院

二〇一二年四月十九日

以转型升级应对物流“新常态”

——解读国务院物流业发展中长期规划

略合作关系，打造一体化竞争新优势。

随着电子商务的快速发展，电商物流迎来重要发展机遇。据中物联统计，2014 年一季度，电子商务市场交易规模达 2.57 万亿元，同比增长 15%。未来一段时期网络购物特别是移动购物仍将保持高速增长，对物流服务的规模和质量都提出了更高的要求。

中国物流与采购联合会副会长蔡进认为，未来电商发展首先是对流通进行整合，实现商流与物流的统一。由此切实降低流通成本。其次是推动电商突破流通边界，从销售领域向生产领域和采购领域延伸，实现供应链一体化管理，推动工业和流通业，乃至金融业的有效融合。由此提高整个社会经济运行效率。

《中长期规划》聚焦了物流业的突出问题。业内专家表示，着力降低物流成本、推动物流企业规模化、改善物流基础设施，这些都是制约物流业发展最突出，对于物流业提质增效最有效的问题。这就抓住了制约物流业发展的“牛鼻子”，找到了推动产业政策的“突破口”，具有积极的政策指导意义。

一些物流企业表示，希望解决多年来困扰物流业发展的突出问题。加快物流管理体制改革，打破条块分割和地区封锁，加强市场监管，清理整顿乱收费、乱罚款等各种“雁过拔毛”行为，形成物畅其流、经济便捷的跨区域大通道。

据中物联统计，物流业结束了过去十多年 20% 以上的高速增长，增长速度逐步放缓到 9% 左右。2014 年一季度，社会物流总额 47.8 万亿元，可比增长 8.6%，比 2013 年同期回落 0.8 个百分点。物流业增加值 3.9 万亿元，同比增长 8.5%，比 2013 年同期回落 0.7 个百分点。

何黎明预计，未来一段时期，社会物流总额和物流业增加值增速将维持温和增长。“物流业进入温和增长阶段，长期掩盖在高速增长下的一系列问题开始浮现，倒逼行业加快转型升级。”何黎明说。

“这些问题的解决需要冲破利益固化的藩篱，需要破除现有制度的障碍，从而实现资源要素的优化配置，增强市场主体活力，使物流业释放出巨大的改革红利。”何黎明说。

10 月 4 日，国务院印发了《物流业发展中长期规划（2014—2020 年）》。业内专家表示，这是中国物流业进入发展新阶段的重大利好消息。面对新的形势，我国物流业将以质量和效益为中心，寻找战略突破口，培育竞争新优势，全面打造中国物流“升级版”，以转型升级应对物流“新常态”。

《中长期规划》提出，到 2020 年基本建立现代物流服务体系，提升物流业标准化、信息化、智能化、集约化水平，提高经济整体运行效率和效益。

中国物流学会常务副会长戴定一说，物流业的核心价值就在于整合，这也是现代物流业区别与传统的运输、仓储行业的主要特征。当前，创新驱动已经成为我国物流业的重要支撑，领先物流企业通过技术创新、管理创新、模式创新、集成创新、制度创新，打造战略竞争新优势。

近年来，在公路货运市场，出现了传化公路港、林安物流、卡行天下等一批平台整合型企业。集中分散的货运资源，提升了市场的集约化水平。在电商物流领域，顺丰速运推出快递+电商协同发展模式，加速与电商渗透融合，线上线下资源实现战略共享；海尔日日顺物流推出“送装一体化”服务模式，打造四网融合核心竞争力。

物流企业表示，大数据、云计算、物联网等新的信息技术，给物流业带来了重大变革和新的挑战。专业化、一体化、个性化的物流模式创新，引领企业抢占产业竞争制高点。

《中长期规划》提出了农产品物流、制造业物流与供应链管理、再生资源回收物流等 12 项重点工程。

中国物流与采购联合会会长何黎明说，从物流业发展的关键环节和重点领域来看，多式联运工程、物流园区工程、大宗资源型产品物流工程、城乡物流配送工程、电子商务物流工程等被规划列入了重点工程。

“今年国务院常务会议再次提到要推进第三方物流与制造业联动发展，产业物流仍然是物流业最大的需求所在，也是未来物流升级潜力最大的领域。”何黎明表示，随着制造业产业升级、商贸业模式变革，物流业将进一步深化与产业物流的联动融合，通过流程优化、效率提升和模式创新，发挥协同效应，建立新型的产业联动战

让管理再“扁平”些

核心提示：过度追求形式上的扁平化管理，造成部门经理权限太大，导致大权独揽，甚至出现驾空企业高层管理者的情况出现。

当前，我国许多企业中的信息化水平较低，甚至有些企业没有电脑，或者采取传统做账的方式，过度追求形式上的扁平化管理，造成部门经理权限太大，导致大权独揽，甚至出现驾空企业高层管理者的情况出现。

扁平化管理：管理方式的一次飞跃

传统管理理论中的“管理幅度”理论认为，一个管理者由于精力、知识、能力、经验的限制，所能管理下属的人数是有限的。随着下属人数增加到一定程度，就超越了管理者所能有效管理的范围。通常基层管理者有效管理下属不超过 15-20 人，中层管理者有效管理的下属不超过 10 人，高层管理者能有效管理的下属不超过 7 人。一些大型跨国公司的员工人数可达几十万人，管理层就更多了。据说 IBM 原来采取“金字塔”层级管理结构时最多曾高达 18 层，这样就容易造成信息传递效率的下降。一些大企业的决策者在进行管理时，其信息要通过众多管理层最后传递到最基层，不仅需要较长的时间，而且传递过程中可能出现信息失真、扭曲。

层级结构的组织形式在新经济条件下遇到强大挑战。层级结构的组织形式，在相对稳定的市场环境中是效率较高的一种组织形式。但在新经济条件下遇到了两个方面的强大挑战：一方面，企业规模越来越大，产生了一大批超级跨国企业集团公司；另一方面，外部环境快速变化，且变化相当快。

扁平化管理是指企业在规模扩大的时候采取的有效办法，即在提高管理者素质、充分利用计算机和网络技术增加管理幅度，当管理层减少而管理幅度增加时，金字塔式的组织形式就被压缩成扁平状的组织

形式。扁平化管理的实质是竞争效率的提高，具体表现三个方面：

——分权管理成为一种普遍趋势，金字塔式的组织结构是与集权管理体制相适应的，而在分权的管理体制下，各层级之间相互联系减少，各基层组织之间相对独立，扁平化的组织形式能够有效运作。

——企业快速适应市场的变化的需要。传统的组织形式难以适应快速变化的市场环境，为了不被淘汰，就必须扁平化。

——现代技术发展，特别是计算机管理信息系统的出现，使每一层级的管理幅度有可能扩大。在传统管理幅度理论中，制约管理幅度增加的关键是无法处理管理幅度增加后指数化增长的信息量和复杂的人际关系，而这些问题在计算机强大的信息处理能力面前迎刃而解了。

——就产品的分销渠道而言，传统的销售渠道是多层次批发，即多层次、多环节、渠道长，分销渠道链条上的经销商数目呈指数级数发散，这是一种典型的层级结构组织形式。但在新经济条件下，许多企业代之以扁平化的渠道形式。扁平化渠道形式表现为：渠道层次直营化，即各种直销形式代替了原有的间接销售形式（但不可能完全取代间接销售形式）；渠道短宽化，即扩大销售网点，使销售渠道变得宽泛。

在计算机和网络技术广泛应用前，市场信息的传递只能通过电话、传真、信函等方式进行，公司难以对众多经销商提供的、来自市场的大量原始信息进行快速处理。随着计算机和网络技术的广泛应用，许多软件系统能够对众多经销商反馈的大量信息进行快速处理，并能够通过因特网将企业的信息群发。因此，渠道扁平化过程所遇到的信息的传递与处理问题，通过现代

信息技术迎刃而解了，这极大地推动了扁平化管理和扁平化渠道趋势的发展。

虚拟扁平化管理的效应

即在传统“金字塔”组织基础上，应用计算机和网络技术达到扁平化创新的目的。即在传统层级结构的基础上，通过计算机实现信息共享，不必通过管理层次逐级传递，从而增强组织对环境变化的感应能力和快速反应能力；通过计算机快速和群发方式传递指令，达到快速、准确发布指令的目的，避免失真现象。

虚拟扁平化最典型的案例是微软的“数字神经系统”。微软的日常工作都在“数字神经系统”之上，数字可以传递许多信息，帮助决策，微软的“数字神经系统”一个最大的好处是，它能让坏消息传得快，当公司运营的任何一个环节出现问题时，不会一级一级地汇报上来，等问题大到无法解决时才被决策者发现，表现出交易所“逐日结算制”的效应，不要等到产生巨大的亏损后才去进行结算。

虚拟扁平化管理也会柔化企业内部人性化的关系。如在计算机和网络技术的条件下，“非职权命令性”的信息的传递可以采取“越级”的形式。据说，某天清晨，微软公司的一位普通员工在停放轿车时擦伤了比尔·盖茨的轿车。为此，这名员工十分愧疚，于是他通过网络给比尔·盖茨发了一封短信，表达了自己的愧疚，比尔·盖茨收信后迅速给这名员工回了信，并说没有关系！这样，这名员工沉重的心情顿时消失了，于是振作起来开始了他一天的工作。这就是扁平化的直接沟通带来了较好的效果。实际上许多组织采取“总裁接待日”、“信箱制度”等，在计算机和网络经济条件下也被许多新的形式补充或者取代。许多企业董事长给每个员工发 E-Mail 致函，或者在线回答员工的问题，或者进行双向交流。

如何防止部门经理越权？

在扁平化管理条件下，某一层级的管理幅度增加，总经理管理的下级经理较多，别无选择，只有让下级

承担更多的责任和自己想办法解决更多的问题。这样就增强了下级的信心和责任感，因为他们要自己去做决策，自己去努力实现决策目标。而总经理因为要委任好权责，领导完成组织的任务，而更注意选拔、指导、培训他的下属。在这种情况下，部门经理可能会产生越权行为，但这种越权行为并非管理扁平化本身，因为扁平化管理，并不意味着丢弃传统的层级责权利管理。

扁平化管理使部门经理的权利增大，管理幅度增大，相应的权力增大，义务更多，从而使效率得到提升。但扁平化管理并不提倡部门经理越权，如果说有可能的话，那就是部门经理可能搞“小而全”的内部结构，或者“封闭化”的管理，但这是与扁平化的基础原理相悖的，因为计算机和网络技术使其信息更加透明，信息传递速度更快，更需要各个部门经理的职权分明，责任明确，而并不是相互模糊。

扁平化的管理也是“责权利”相统一的，在计算机和网络经济条件下，不同层级的管理人员信息共享和交流可以更加充分，但企业核心管理，如财务管理上的层级权利也相对分明，某一级别的管理人员，只能够看到某一规定界面的财务信息，或者具有在一定职权范围内修改某一界面的财务内容，否则由于密码层级管理的规定，而无法涉权其他领域。

由此我们可以看到，在网络经济条件下，有些传统管理已经过时，但许多传统管理的基本原则却并未过时，不能够全盘废弃，传统管理是多年积累下来的一些基本原则，有些仍然是经典。经营管理理论之父法约尔提出的“管理十四条原则”之一，上级不能越级指挥，下级不能越级请示汇报，这在传统理论中奉为经典。实践证明，“职权性命令”信息必须如此。但“非职权性命令”信息沟通则应该多样化，网络沟通不失为一种好的形式。因此，为了防止扁平化管理下的经理越权，更应明确在计算机和网络技术条件下各级管理人员的职责和义务，使不同层级管理人员之间相互衔接，责任分明。（来源：中国企业报道）

问题管理之对称论证型决策

文／孙继伟

关键词：问题管理 对称论证型决策 可行性论证

一、对称论证型决策的含义、作用和适用范围

对称论证型决策是在决策方案论证中，指定赞成方和反对方，各自收集对本方有利的信息，深入挖掘另一方的问题，并进行自由辩论，把有利因素和不利因素充分呈现出来，为决策者提供深入、全面的决策信息和决策依据。也称为对称论证辅助决策。

有些企业的决策者喜欢个人决策，不仅会有主观性和片面性，而且以往成功经验会形成惯性思维，管理者个人决策容易错过新机遇，或难以走出原有的框框。百度公司 CEO 李彦宏强调的“听多数人意见，和少数人商量，自己做决定”决策风格比个人决策风格前进了一步。但是，如果“少数人”是古人倡导的“亲贤臣、远小人”中的“小人”，那么问题就很大，古今中外有不少决策是因为听信“小人”而失败的。即使“少数人”是“贤臣”，其知识和资历也不一定具有正反两方面的代表性。

很多重要决策中经常会组织“可行性论证”，但结果几乎都是可行，很少有不可行的，所以“可行性论证”也不足以充分挖掘问题、揭示风险。

对称论证型决策不仅能够深入挖掘问题、揭示风险，避免决策的主观性和片面性，而且可以锻炼员工挖掘问题、表达问题和解决问题的能力，促进积极进谏、主动纳谏文化的形成，协助决策者“亲贤臣、远小人”，有利于调动真才实学者的积极性，激发员工的创新思维和创新意识。

对称论证型决策比普通决策投入的人力、精力要

多，所以常规的决策、重要程度不高的决策可不采用这一决策方法，重要问题、重大问题的决策中，建议采用对称论证型决策。只要组织上几次对称论证型决策，就会发现，其操作难度不像想象的那么大，决策成本也不像想象的那么高。

二、对称论证型决策的实施过程

1. 确定问题，宣传动员

在确定某一初步方案需要采用对称论证型决策后，把方案向有关人员公布，说明这一决策方式的特点和过程。为了调动参与者的积极性，可以把奖励方式也一并公布。

如果方案不是商业秘密，最好面向全体员工公布，以鼓励有识之士踊跃报名参加参与，参与的人数越多，不仅正面和反面的挖掘依据越充分，而且这一过程本身也是调动员工积极性的途径。

这一阶段不指定正方和反方，目的是让拟参与的人员能够进行自由思考。

2. 指派正方和反方

根据报名者的个性特征和专业知识背景，在报名者中选择一部分员工作为正方，另一部分员工作为反方。正方必须搜集有利于方案的信息和依据，论证这一方案的好处，反方必须搜集不利于方案的信息和依据，论证这一方案的弊端。

正方应包括提出方案的人和一旦方案通过后的执行者。正像“三人成虎”的成语故事一样，如果后续执行者作为反方，在全心全意找方案问题的过程中，

自己也会受影响，对方案信心可能会动摇。

3. 搜集论据，进行辩论

正式的辩论之前要给正方、反方留出一段时间（时间长短根据决策时间的紧迫性确定），让其搜集信息，小组内部讨论和交流，准备辩论方案。

辩论进行时，参考正规的辩论赛的程序，由正方、反方分别阐述本方的意见，然后进入自由辩论阶段，最后由双方分别进行总结发言。

不管是最终决策由管理者独自决定，还是由多人投票表决（如董事会），有决定权或投票权的决策者应该旁听整个辩论过程，但不能发表看法，也不能参与辩论，以保证辩论的自由性、对称性。

即使正反双方事先进行了充分的准备，在听到对方的陈述或提问后，总是会临场激发出一些新的有价值的想法或意外的灵感，而且通过辩论还可以培养员工的表达问题能力，这是对称论证型决策的额外好处。

4. 总结经验，奖励优秀参与者

在辩论结束后，辩论会主持人（一般是最后决策者）对双方的表现进行总结和评论，但不评定双方的胜负，只是就双方的准备情况、现场表现、临时发挥等进行总结和点评。在找出双方不足的同时，也要尽量找到双方在辩论中的出色表现细节，加以表扬，以鼓励和鼓舞员工的积极性。并评选优秀参与者，给予奖励。

双方各自也应进行总结，主要是总结经验和教训，尤其要分析事先对另一方的估计和预测是否准确，以及针对主持人指出的不足，进一步研讨和总结经验。

辩论结束后，决策者就可以根据所获取的信息进行决策，也可以进一步获取其他方面的信息后，进行决策。

三、对称论证型决策的注意事项

1. 辩论是辅助决策，不是最终决策

辩论的目的是挖掘决策方案的潜在问题，尤其是被决策者忽视的问题，辩论不评定胜负，即使在辩论中有一方表现出明显优势，也不一定要按他们的意见最终决策。

因为不评定胜负，自然也不给获胜方颁奖，但可以设一些单项奖，比如严谨推理奖、数据翔实奖、影响力奖等。

2. 正反方都要“片面”地论证本方的观点

双方都必须只论证本方的观点，不能全面、客观地进行论证，也就是说不能正面说了又说反面。每一方单独来看是片面的，双方结合起来就全面、客观了。这与辩论赛或律师在法庭辩论的原理相似。

3. 指定正反方时兼顾个人意愿和人数平衡

员工报名参与时，应申明自己的意愿是正方还是反方，在指定正反方员工名单时，尽量与个人意愿相一致。但是，有时一个方案绝大多数人都是赞成或反对的，这时，就不能完全按个人意愿确定正反方，有一部分员工就要服从组织的指派。

参加辩论的员工一旦被分派进入正方或反方，即使自己的想法与本方的观点不一致，在辩论中也只能阐述本方观点，而不能阐述自己的观点。

4. 最终决策者应旁听辩论

最终决策者旁听辩论有三大好处：一是辩论中提供的信息和依据可以供决策者参考，虽然决策者拿到的书面报告中可能也有这些内容，但亲临现场、亲耳听到这些内容的效果大不一样；二是辩论现场有可能激发出决策者的新思路或新发现；三是有助于决策者观察参加辩论员工的行为，了解这些员工的风格和特长，这对识人、用人以及人才培养很有好处。

（来源：企业管理）

时代源泉号召你

一起节约“生命之源”

“节水、惜水、爱水，

请不要让你的眼泪成为地球上的最后一滴水！”



一、水资源的问题：

水是关系国家安全的重大战略问题，我国水资源严重缺乏，专家们警告：“20年后中国将找不到可饮用的水资源”。而自然界中有各种各样的水：雨水、露水、江水、河水、湖水等，它们有的晶莹透明，有的浑浊不堪；有的缓缓流动，有的激昂澎湃；有的小如珍珠，有的浩瀚如云。它给我们带来了很多的启示：节水，“治污回用”是根本出路！目前，水资源的综合利用已经作为政府的政策、条文以及国家强制性标准加以实施。

二、加入环保事业，时代源泉在行动

1、成立北京时代源泉科技有限公司，专业从事水资源综合治理、环境生态保护和水资源综合利用的高新技术企业。公司拥有完善的售前、售中、售后全程服务，致力将先进的工艺技术，用于国内外环保水处理领域中的工程规划、设计、实施中，切实践行国家节能减排发展战略，改善水环境，恢复水资源，保障居住环境的安全、舒适性，彰显科技企业的创新力量！立志于向用户提供最快、最好、最专业的服务，为环保水处理事业做出更大的贡献。

2、凭借强大的技术力量和丰富的工程经验，经过多年的潜心研发和积极的推广应用，公司已经形成了“YQ给水系列设备”和“YQ污水处理类设备”等二大类共7个系列的产品，细分的种类规格已达上百种。

各类产品广泛应用于中央空调系统、冷热水系统、供暖系统、冷却循环水系统、地下水综合处理系统、各类工业设备的水循环系统以及其他各类污水处理系统等，构建了一条完整的水处理非标设备的产品链。

3、公司通过了ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系、GB/T28001职业健康安全管理体系认证，并已形成完善的生产工艺流程及质量保证体系。并获得北京市专利工作试点单位、中关村高新技术企业等荣誉。

总之，我们将不断的完善和强大，更多的为环保水处理事业做出自己的一份贡献，你呢？

三、诚信经营，脚步不停

1、公司秉承“科技创造价值、专业铸就品牌”的理念，积极整合优势资源，继续与多家科研院所及行业专家合作，联合开展新技术、新材料、新产品的研究、开发、及应用。

2、走访各大工业区、酒店、医院等存在水资源问题的领域，针对不同地区、行业的特点，提供优化的水资源整合、治理利用的整体解决方案，最大程度满足客户的需求。

我们怀忧患意识，守诚信为本，以感恩之心，走奉献环保之路！

景泰蓝的保护传承与发展创新

北京市珐琅厂有限责任公司董事长 衣福成

景泰蓝的精髓在于他的历史传承与发展创新，作为中华民族优秀传统文化，景泰蓝一直被称为国宝“京”粹，享誉中外。北京市珐琅厂做为国内景泰蓝行业里唯一一家中华老字号，国家级非物质文化遗产保护传承基地，几十年来一直积极致力于景泰蓝艺术的保护传承与发展创新。

景泰蓝自古以来是靠珐琅艺人口传心授一代一代传承下来，没有图样画稿和工艺制作方面的文字记载，更没有工艺标准。1956年42家私营珐琅厂、作坊合并成立北京珐琅厂。1958年组建设计室，当时的两名设计人员，一位是留学日本的夏伯鸣先生，一位是浙江美院毕业后又到清华大学深造，从师于梁思成、林徽音教授的钱美华大师，她是新中国第一位从事景泰蓝事业的高级工艺美术师。当时，设计人员少，只能为一些参展和创新作品设计图纸。一般产品没有设计图。1961年以后，一些大中专院校毕业的美术、科技人员分配到企业，充实了技术人员和设计队伍，到1979年，一般产品才开始实行按图生产，这种按图生产的方式，对规范景泰蓝的制作，保证产品质量，提高产品的艺术水平，发挥了巨大的作用，使景泰蓝在继承、吸收明清两代色彩特点和润色技法的基础上，

纹样设计又借鉴了国画的施色、勾线、烘染的技法，创作出了多种风格的作品。这对景泰蓝艺术的发展和产品创新起了巨大的推动作用。

1963年，北京市珐琅厂编制了《景泰蓝工艺操作规程》和《工序质量标准》。使景泰蓝行业第一次有了文字标准，这是手工业从经验生产迈向标准化生产的一个开端；1986年北京工艺美术品总公司提出由北京市珐琅厂起草，同年12月北京市标准计量局发布实施了《景泰蓝工艺品企业标准》；1996年3月北京市珐琅厂、北京工美集团起草，同年6月由中国轻工总会发布实施了《中华人民共和国景泰蓝工艺品行业标准》。从此，全国景泰蓝行业有了统一的产品质量标准，使景泰蓝的生产逐渐走向科学化管理。

建厂后的五、六十年代，景泰蓝是处于恢复时期，其产品造型、图案、花色大部分承袭了传统的风格，创新产品极少。七十年代以后，景泰蓝进入快速发展时期。由于国际市场需求量大，企业生产的景泰蓝几乎全部出口，占当时全国景泰蓝出口总量的70%以上。这一时期的创新产品数量有了较大幅度的增加，产品大部分为传统造型，花卉图案也多为牡丹、菊花、梅花，龙、凤、博古等题材，品种相对单一。进入九十年代，

随着市场经济的建立和发展，企业的主要市场也由国外转移到国内。这一市场变化，对景泰蓝的发展创新起了决定性的作用。在日新月异的社会发展中，人们的物质文化生活水平不断提高，过去那种相对单一的景泰蓝品种远远不能满足现代人的需求。



要想让现代人欣赏、接受传统的景泰蓝，就必须不断赋予它新的时代内容，消极的继承传统就会被历史淘汰。自此，企业的产品设计创新进入了一个空前活跃的时期。1992年，企业提出了“紧跟时代，贴近生活”的创作主导思想。开发出华夏、欧美、伊斯兰三个文化系列产品，创作出了很多如太白瓶、万秋瓶、斯坦瓶、阿苏壶、北京四合院系列及有一些突出历史背景和文化内涵的人物、山水题材的作品。这些新品造形简练、大方，有鲜明个性，装饰取材更为广泛，特别是“垂绕式装饰”布局法的应用，丰富了景泰蓝纹样的装饰效果，给传统景泰蓝带来了一丝清新的气息。

可以说，二十世纪九十年代以后是企业开发创新产品最多，艺术水平最高，突破性最大的时期，也是产品设计创新最活跃的时期。这一时期，创新产品的艺术水平较之过去有了一个飞跃的发展，形成了全新简洁、现代时尚的新一代景泰蓝。

2002年9月，北京市颁布了《传统工艺美术保护办法》，这对北京的传统工艺美术、对景泰蓝的发展、繁荣与振兴产生了重大影响和推动作用。在政府各项利好政策的指导下，景泰蓝产品的创新发展又跃上了一个新的台阶。2001年由中国工艺美术大师钟连盛设计制作的《荷梦》系列，在工艺的严密控制中保证了大面积无丝而不崩蓝，做到了工艺与内容紧密融合，进一步增强了作品的艺术感染力；此外，企业先后制作了高2.009米、具有镶嵌、錾活、浇注工艺的《和平尊》大瓶；具有加湿功能、循环利用水源的室内喷水池；对大师精品《盖碗型瓶》、《周器垒》等实行了产权知识的保护；受故宫博物院委托，为故宫建院八十周年高仿了



10余件明清景泰蓝制品等。

近几年，企业积极探索拓宽景泰蓝工艺的应用领域，在室内外建筑装饰、城市景观工程等环境艺术装饰方面

取得历史性突破。并根据公司长远发展规划，对景泰蓝的生产、设备进行

改造，建设了国内最大的天然气烧活大炉，翻建了750平方米的库房，新建了600平方米的厂房，建设了国内首座景泰蓝艺术博物馆，全面更换了主楼窗户，改造升级了生产制作车间，研发成功了拓图机、新型制地儿机，提高了劳动生产率，推动景泰蓝工艺的技术发展。这些措施的实施，为景泰蓝技艺的发展奠定了良好的基础。利用基础条件的提升，这几年我们成功运作了城市景观《花开富贵》、《生命的旋律》等三座大型室外景泰蓝喷水池，新加坡佛牙寺高3.21米、直径2.15米的大型藏传佛教用品景泰蓝《转经轮藏》工程，中南海、首都机场专机楼、江苏省华西村龙希国际大酒店、澳大利亚某五星极酒店、数个高级别墅、会所等室内景泰蓝工艺装饰工程，2014年，我们还承接了北京APEC会议雁栖湖国际会都室内景泰蓝装饰工程，大小景泰蓝装饰310多个，散件为1726块及大量的金属配件。目前，工程已完工，受到了北京市领导的高度赞赏，也成为会都装饰的一大亮点。在景泰蓝釉料的研制中，企业开发出64种环保无铅釉料及玫瑰红、玫瑰紫等5种新釉色，使景泰蓝的应用领域进一步扩大到了高档名牌产品的外包装上。

经过多年的努力，北京市珐琅厂在景泰蓝制作技艺的传承保护中所取得的成绩得到了社会的认可，“京珐”品牌成为我国景泰蓝行业的第一个知名品牌。以景泰蓝为主的东城区区域文化也在北京市珐琅厂周边逐步形成，天坛南门二环路上的景泰桥、往南景泰路、景泰东里、景泰西里、景泰小学，甚至景泰路上还有一个珐琅厂邮箱等等。都表明与北京市珐琅厂有密切的关联，向外传递着景泰蓝的悠久历史文化……



2014年首批诚信长城杯创建企业公示名单

(排名不分先后)

一、北京机电行业协会（13家）

- 1 北京京城新能源有限公司
- 2 北京北重汽轮机有限责任公司
- 3 北京京城重工机械有限责任公司
- 4 北京机电院高技术股份有限公司
- 5 北京机电院机床有限公司
- 6 北京朝阳隆华电线电缆有限公司
- 7 绿友机械集团股份有限公司
- 8 北京第一机床电器厂有限公司
- 9 北京第二机床厂有限公司
- 10 北京北一机床股份有限公司
- 11 北京天海工业有限公司
- 12 北京华天机电研究所有限公司
- 13 北京华德液压工业集团有限责任公司

二、北京建筑五金门窗幕墙行业协会（5家）

- 14 北京天东门窗有限责任公司
- 15 北京日佳柏莱窗业有限公司
- 16 北京言午金属门窗装饰有限公司
- 17 北京兰天大诚新型建材有限责任公司
- 18 北京奥维克门窗有限公司

三、北京市餐饮行业协会（12家）

- 19 儒宴国亦（北京）餐饮管理有限公司
- 20 北京养亿人餐饮管理有限公司
- 21 北京便宜坊烤鸭集团有限公司
- 22 旺顺阁（北京）投资管理有限公司
- 23 北京同至四季餐饮有限公司
- 24 北京东方沪园大酒楼

- 25 北京同至国色天香餐饮管理有限公司鼎盛当代餐饮分公司
- 26 眉州东坡餐饮管理（北京）有限公司
- 27 北京市颐和园听鹌馆饭庄
- 28 北京金鼎轩酒楼有限责任公司
- 29 北京嘉和一品企业管理股份有限公司
- 30 北京博一力发餐饮有限公司

四、北京日化协会（4家）

- 31 北京信诺久恒科贸有限公司
- 32 北京章光101科技股份有限公司
- 33 北京绿伞化学股份有限公司
- 34 北京奥丽泉经贸有限责任公司

五、北京市洗涤行业协会（12家）

- 35 北京拓普工贸发展中心
- 36 北京翰皇伟业皮革清洁养护连锁服务有限公司
- 37 北京洁泰洁洗涤科技有限公司
- 38 北京福奈特洗衣服务有限公司
- 39 北京三洋干洗有限公司
- 40 北京奥维斯特国际洗衣企业管理有限公司
- 41 北京市普兰德方兴洗涤设备有限责任公司
- 42 北京荣昌科技服务有限公司
- 43 斯塔尔（北京）皮革养护服务连锁有限公司
- 44 北京至一恒盛技术服务有限公司
- 45 上海象王洗衣有限公司北京分公司
- 46 百福莱洗衣连锁（北京）有限公司

六、北京市豆制品协会（1家）

- 47 河北高碑店豆豆食品（集团）有限公司

七、北京电子电器协会（6家）

48 北京功成利达商贸有限公司

49 阳光雨露信息技术服务（北京）有限公司

50 北京迅维力拓科技有限公司

51 北京普华基业科技发展有限公司

52 北京华宇万维科技发展有限公司

53 北京金奔特科技发展有限公司

八、北京企业投资协会（2 家）

54 北京铁建永泰新型建材有限公司

55 北京怡莲礼业科技发展有限公司

九、北京电子仪器行业协会（4 家）

56 北京东方计量测试研究所

57 北京大泽科技有限公司

58 北京大华无线电仪器厂

59 北京市华联仪器仪表销售服务有限公司

十、北京企业评价协会（256 家）

60 北京晨光燃气有限公司

61 北京迅达成消防工程有限责任公司

62 北京携创科技有限公司

63 北京银建汽车修理有限公司

64 铭基电子技术（北京）有限公司

65 北京瑞泰鸿信数字科技有限公司

66 北京中金浩资产评估有限责任公司

67 北京中电兴发科技有限公司

68 同辉佳视（北京）信息技术股份有限公司

69 北京知蜂堂蜂产品有限公司

70 华纺房地产开发公司

71 中国新兴建设开发总公司

72 北京唐正时代科技有限公司

73 中交一公局第五工程有限公司

74 北京市万年青环保厨房设备有限责任公司

75 北京顺迅电梯设备工程有限公司

76 北京绿茵天地体育产业股份有限公司

77 北京树诚科技发展有限公司

78 北京万集科技股份有限公司

79 北京中科软件有限公司

80 北京中科院软件中心有限公司

81 北京华德安工科技有限公司

82 北京德美高科科技有限责任公司

83 北京天石网通科技有限责任公司

84 北京畅享互联科技有限公司

85 北京华夏赛科技术发展有限公司

86 北京红源光电技术公司

87 北京市光环电信集团

88 通号工程局集团有限公司

89 北京金瓯鼎建筑装饰工程有限公司

90 北京中天博地科技有限公司

91 北京翰高兄弟科技发展有限公司

92 北京华信依耀工程咨询服务有限公司

93 北京金盘鹏图软件技术有限公司

94 北京德威特继保自动化科技股份有限公司

95 傲视恒安科技（北京）有限公司

96 北京欧远致科技有限公司

97 北京嘉林药业股份有限公司

98 北京鹅和鸭农庄有限责任公司

99 北京中燃伟业燃气有限公司

100 北京宝塔山科技有限公司

101 北京赛克德利科贸有限公司

102 北京赛欧必弗科技有限公司

103 中博农畜牧科技股份有限公司

104 北京北达城乡规划设计研究院

105 北京慧海舟科技发展有限公司

106 金果园老农（北京）食品股份有限公司

107 北京生态岛科技有限责任公司

108 北京九思协同软件有限公司

109 北京市金帝雅宾馆

110 北京派得伟业科技发展有限公司

111 北京益而康生物工程开发中心

112 北京金隅装饰工程有限公司

113 北京虎蜥信息技术有限公司

114 北京暴风科技股份有限公司

115 北京朗巍时代科技有限责任公司

116 北京家禽育种有限公司

117 北京全民康科技发展有限公司

118 国建正坤数字科技（北京）有限公司

119 北京市宝辰新技术有限公司

120 北京大华天坛服装有限公司

121 北京京港恒星科技发展有限公司

122 北京博希格动力技术有限公司

123 北京中科赛博信息技术有限公司

124 征星联宇环保科技（北京）有限公司

125 北京拓峰科技开发有限责任公司

126 北京凯博威给水设备有限公司

127 飞天诚信科技股份有限公司

128 北京铜牛信息科技股份有限公司

129 中建三局装饰有限公司

130 北京国电经纬工程技术有限公司

131 北京中投视讯文化传媒有限公司

132 北京黎马敦太平洋包装有限公司

133 北京市路兴公路新技术有限公司

134 北京时代奥视数码技术有限公司

135 北京阜贞物业管理有限责任公司

136 同方环境股份有限公司

137 北京联创信安科技有限公司

138 北京悦康科创医药科技有限公司

139 北京市门吉利磁电工程研究所

140 北京安达办公家具有限公司

141 北京造纸一厂

142 明博教育科技有限公司

143 中科华圣（北京）岩土工程有限公司

144 北京二商集团有限责任公司西郊食品冷冻厂

145 北京世纪洪雨科技有限公司

146 国韵华风文化发展（北京）有限公司

147 北京创立科创医药技术开发有限公司

148 北京筑邦建筑装饰工程有限公司

149 北京杉浩建设开发集团有限公司

150 中安财富（北京）国际科技有限公司

151 北京中加集成智能系统工程有限公司

152 中外建工程建设有限责任公司

153 北京金海龙机电工程有限责任公司

154 北京田源鸡餐饮有限公司

155 中鸿信国际拍卖有限公司

156 北京宏伟顺通市政工程有限公司

157 北京航天长峰科技工业集团有限公司

158 新华都特种电气股份有限公司

159 北京凯普林光电科技有限公司

160 北京博创家和节能技术有限公司

161 北京易华录信息技术股份有限公司

162 北京忠致环保设备有限公司

163 上观易承（北京）管理咨询有限公司

164 北京悦康凯悦制药有限公司

165 北京北方安恒利数码技术有限公司

166 北京市新街口百货有限公司

167 北京嘉华通软科技有限公司

168 北京赛斯特新世纪服装有限公司

169 北京耐恒检测设备科技发展有限公司

170 北京雅丹石油技术开发有限公司

171 北京艾力泰尔信息技术有限公司

172 龙天运通（北京）科技发展有限公司

173 北京神州祥升软件有限公司

174 北京建工一建工程建设有限公司混凝土分公司

175 京瑞恒诚电气（北京）有限公司

176 北京海科华昌新材料技术有限公司

177 北京坤腾世纪科技有限公司

178 北京木木林商贸有限公司

179 北京同奥利建筑装饰工程有限公司

180 北京蓝光恒远工业检测有限公司

181 在路上（北京）航空服务有限公司	215 北京信诺瑞得软件系统有限公司	249 冠捷显示科技（中国）有限公司	283 北京世纪京泰家具有限公司
182 北京山水假日旅行社有限公司	216 北京德法利投资有限公司	250 神州易桥（北京）财税科技有限公司	284 中航金网（北京）电子商务有限公司
183 北京万里红科技股份有限公司	217 北京同辉无限科技有限责任公司	251 北京中盛博方环保工程技术有限公司	285 星网讯通（北京）文化传媒有限公司
184 北京中科同向信息技术有限公司	218 北京忠信博艺建筑装饰有限公司	252 清水河谷（北京）能源科技有限公司	286 中铁三局集团第四工程有限公司
185 北京周林频谱科技有限公司	219 远洋装饰工程股份有限公司	253 北京算通科技发展股份有限公司	287 北京东华天业房地产评估有限公司
186 北京鑫台华科技有限公司	220 首都大酒店	254 北京方向标信息科技有限公司	288 北京时达利建筑装饰工程有限公司
187 中壤建设有限公司	221 北京大地腾农网络技术有限公司	255 北京地拓科技发展有限公司	289 德信智能手机技术（北京）有限公司
188 世纪良基投资集团有限公司	222 北京市福口居美食有限责任公司	256 北京松鹤年科技开发有限公司	290 北京欧亚新科技发展有限公司
189 中国通信建设集团设计院有限公司	223 曙光信息产业（北京）有限公司	257 北京希益丰科技有限公司	291 中质评协评测科学院（北京）有限公司
190 北京逸海京通科技有限公司	224 北京凝华科技有限公司	258 北京中自云虹环境设备工程有限责任公司	292 北京创时空科技发展有限公司
191 北京爱特康科贸有限责任公司	225 北京永茂建工机械制造有限公司	259 北京信路威科技股份有限公司	293 中商流通生产力促进中心有限公司
192 嘉纳尔科技（北京）有限公司	226 北京大发正大有限公司	260 北京国富泰信用管理有限公司	294 北京创时空土地信息技术有限公司
193 北京金水信息技术发展有限公司	227 北京市群英印刷有限公司	261 华夏中投（北京）国际信用评估有限公司	295 北京艾迪尔建筑装饰工程有限公司
194 北京华夏电通科技股份有限公司	228 北京昊科航科技有限责任公司	262 北京天创奥维科技有限公司	296 北京渤东博士土木工程有限公司
195 北京高铁三瑞电子技术有限公司	229 北京国建建筑装饰工程有限公司	263 北京格林吉能源科技有限公司	297 北京泰德汇智科技有限公司
196 北京京之光电力安装有限公司	230 北京世纪中彩网络科技有限公司	264 北京海利赢医疗科技有限公司	298 北京中艺藏文化交流中心有限公司
197 飞思达技术（北京）有限公司	231 北京易创万维科技发展有限公司	265 北京来特威数码科技有限公司	299 中企评协信用评级中心（北京）有限公司
198 北京商智通信息技术有限公司	232 北京亿维讯科技有限公司	266 北京桑普阳光技术有限公司	300 北京全德隆创意家具有限公司
199 赛尔网络有限公司	233 北京恒动环境技术有限公司	267 北京安鼎智能科技有限公司	301 北京真理想社区服务有限公司
200 北京奥博汽车电子电器有限公司	234 北京中能元通热能化工设备有限公司	268 北京国遥新天地信息技术有限公司	302 北京世纪京泰钢制家具有限公司
201 北京华润高科天然药物有限公司	235 金电联行（北京）信息技术有限公司	269 北京华博创科数码科技有限公司	303 北京九恒星科技股份有限公司
202 北京思能达节能电气股份有限公司	236 北京中科富思信息技术有限公司	270 北斗启明（北京）节能科技服务有限公司	304 北京京园诚得信工程管理有限公司
203 北京优意联合建材有限公司	237 三木石（北京）投资有限公司	271 北京合众汇通数码科技中心	305 北京市京圃园生物工程有限公司
204 北京联创飞翔科技发展有限公司	238 北京安期生技术有限公司	272 北京国政恒信测绘技术服务有限公司	306 北京中矿万通建筑工程有限公司
205 北京九五智驾信息技术股份有限公司	239 北京红豪特科技发展有限公司	273 北京博讯电子机房工程有限公司	307 北京五岳鑫信息技术股份有限公司
206 北京潞电电气设备有限公司	240 北京慧智神光科技有限公司	274 德信无线通讯科技（北京）有限公司	308 北京豪顺达不锈钢厨具制造有限公司
207 北斗天汇（北京）科技有限公司	241 北京时代源泉科技有限公司	275 同方泰德国际科技（北京）有限公司	309 北京陕西大厦长安大饭店
208 北京五棵松饭店有限公司	242 海尔科化工程塑料国家工程研究中心股份有限公司	276 北京伟发建筑装饰有限公司	310 北京花都家美办公家具有限公司
209 瑞海姆田园度假村有限公司	243 北京恒业世纪科技股份有限公司	277 北京博思廷科技有限公司	311 北京富地勘察测绘有限公司
210 北京东成新维产品设计咨询有限公司	244 北京苍穹数码测绘有限公司	278 北京迪奈创新科技有限公司	312 北京光明健能乳业有限公司
211 北京和隆优化科技股份有限公司	245 北京达宝利科贸有限公司	279 北京航星机器制造有限公司	313 鑫干线（北京）科技股份公司
212 北京隆宇达招标代理有限公司	246 北京华体体育场馆施工有限责任公司	280 能科节能技术股份有限公司	314 北京三博中自科技有限公司
213 北京市市政工程设计研究总院有限公司	247 北京西脉记忆合金有限公司	281 北京通建泰利特智能系统工程技术有限公司	315 北京明帝餐饮管理有限公司
214 北京市市政四建设工程有限责任公司	248 北京致远协创软件有限公司	282 北京天洁环保设备有限公司	

《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。