

服务政府

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

2014年度科技创新工程推进大会隆重召开
第四届北京市企业品牌建设推进大会成功召开

我会支部受邀赴冀东抗日根据地旧址参观
“存续企业”的发展法宝
珠宝零售业态新格局



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进行大会致辞



2014年度科技创新获奖企业代表颁奖



2014年度科技创新工程推进大会参会领导



参会代表在认真签到



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进行大会总结讲话

Piedmont
卷首语。

勇敢的宣言

姚元午

生命是舟，注定要在生活的河流里破浪航行。在生活的河流里，有碧波荡漾也有逆浪翻卷，有水缓沙白的平川也有礁石林立的急弯险滩。放舟平湖，一帆风顺固然是天下人之心愿。可是，人生俗世间，又岂能事事如意时时顺风？因此，我们不但要学会在顺境中生活、工作，更要学会在逆境中奋斗、拼搏，在痛苦的时候，要笑着流泪！

笑，是一种力量，是生命的能源，是一种最佳的生命状态，是一片永远灿烂的生命阳光，一朵永远鲜艳的青春花朵！

笑是一种武器，是同一切苦难一切邪恶进行战斗的盾甲和刀枪！哭着流泪是怯懦的宣泄；笑着流泪是勇敢的宣言！泪水拌和的笑决不是失败者的绝望呻吟，而是战士的吼声。只有真正经历了磨难也因而真正懂得了生活的人，才会笑着流泪！泪水浸泡的笑里，有对于失败与痛苦刻骨铭心的感受，有对于人生命运的彻悟！因此，流泪的笑是一种成熟的标志！

笑着流泪是一种佛性，如拈花微笑的佛，真正懂得了人生真谛世界奥妙。其实，佛也有眼泪，佛的眼泪深藏在知而不言的笑意里，那是彻悟了整个世界过去未来的一种智者的痛苦与隐忧。佛始终微笑，因此，佛强大而永恒！

人生多磨难，只有强者才能闯关夺隘一路向前，最后到达人生的终点。而只有学会笑着流泪，才能成为生活的强者！（摘自《新一代》）



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 勇敢的宣言

工作动态

- 04 新年致辞
- 05 第四届北京市企业品牌建设推进大会成功召开
- 07 2014年度科技创新工程推进大会隆重召开
- 08 我会深入企业走访调研
- 09 我会支部受邀赴冀东抗日根据地旧址参观
- 10 2014年第四届产品质量创新贡献奖评审会召开
- 11 举办国家政策资金扶持项目及地方政策资金扶持
- 12 我会受邀参加中技知识产权金融服务体系发布会

行业动态

- 13 2014第四届诚商中国论坛年会在京启动
- 14 2014品牌致胜质量兴国高峰论坛在北京举行
- 15 商务部将启动商务诚信建设重点推进行动计划

政策法规

- 16 国务院关于扶持小型微型企业健康发展的意见
- 18 关于推进行业协会商会诚信自律建设工作的意见
- 21 “新国十条”如何助力“小微”



▲ 第四届北京市企业品牌建设推进大会现场



▲ 2014年度科技创新工程推进大会与会领导



▲ 我会支部受邀赴冀东抗日根据地旧址参观



▲ 我会深入企业走访调研

科技创新

- 22 产品篇——北京首儿药厂
- 23 成果篇——北京国网富达科技发展有限公司
- 24 企业篇——北京红螺食品有限公司
- 25 人物篇——桑月秋

品牌建设

- 26 珠宝零售业态新格局
- 28 欧甘妮护肤品牌战略发展
- 29 普兰迪品牌建设之路

管理之道

- 31 “存续企业”的发展法宝
- 33 管理的三种境界
- 34 中国企业最缺乏的精神是什么

评价公告

- 35 2014年北京企业评价协会科技创新奖表彰名单
- 42 2014年北京婴幼儿(孕)消费市场品牌调查评价结果发布

企业风采

- 45 北京光明健能乳业有限公司
- 46 北京市龙顺成中式家具有限公司
- 47 北京市翠薇山天然矿泉水公司
- 48 《北京企业评价季刊》征稿启事



第四届北京市企业品牌建设推进大会主席台领导



参会代表在认真签到



第四届北京市企业品牌建设推进大会现场



向获奖企业代表颁奖



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进行大会总结讲话

新年致辞

守望冬尽，眺望春开，在这辞旧迎新的时刻，在 2015 年新年即将到来之际，我谨代表北京企业评价协会第二届理事会全体成员向一直关心支持协会发展的各级领导、兄弟协会、会员单位、向在企业评价领域辛勤耕耘的广大工作者表示衷心的感谢并致以节日的问候和最诚挚的祝福！祝同志们新年快乐！

2014 年，是不平凡的一年。这一年里，在第二届理事会的正确带领下，在各界人士的大力支持下，广大会员齐心协力，献计献策，以党的十八大精神为指导，深入贯彻落实科学发展观，遵循“服务政府、服务企业、服务社会”的工作宗旨，协会组织召开了第六届北京企业诚信论坛、2014 年度科技创新工程推进大会、第四届北京市企业品牌建设推进大会、2014 年北京评价机构自律发展研讨会，并联合北京市 20 多家行业协会（商会）开展了诚信长城杯企业创建工作，首批创建结果已成功纳入北京市工商局《北京市企业信用信息网》，同时该项活动已被列为“2014 年度北京市市级社会建设专项资金支持项目”……。一年来，协会全体员工以最高的效率和扎实的工作圆满完成了 2014 年的工作任务，给社会上交了一份满意答卷。

回顾过去，我们感到欣慰和自豪，展望未来，更令我们振奋和鼓舞。2015 年，新的一年，新一轮的机遇和挑战呼啸而来。我们将继续做好诚信创建、科技创新、品牌建设等协会传统工作的推进；继续做好重点企业的管理创新、培训和文化建设；继续抓好评价行业自律工作；继续做好服务平台的建设……。面对新的形势，新的任务，我们也将继续拓宽服务领域、提高服务水平、勇于自主创新，努力把北京企业评价协会打造成北京地区权威、有影响力的枢纽型社会组织。让我们在新一届理事会的带领下，戒骄戒躁，乘风破浪，勇往直前！

祝同志们在新的一年里身体健康，家庭幸福，万事如意！

北京企业评价协会
理事长：程维虎

第四届北京市企业品牌建设推进大会 成功召开



第四届北京市企业品牌建设推进大会
主席台领导



向获奖企业代表颁奖



第四届北京市企业品牌建设推进大会现场

12 月 18 日，2014 第四届北京市企业品牌建设推进大会在北京市皇苑大酒店隆重召开。

本届推进大会由北京企业评价协会、北京市场协会、北京市私营个体经济协会共同发起，北京市消费者协会、中国企业评价协会、中国质量评价协会等作为支持单位，由北京市产品评价中心和北京质协质量评价中心具体承办，本次大会由北京盛妆家化有限公司、北京百煦商贸有限公司、北京普兰迪服装有限公司、北京市翠微山天然矿泉水公司、大禹伟业（北京）国际科技有限公司、世纪良基投资集团有限公司、北京今谷神箭测控技术研究所协办，大会的举办得到了相关行业与广大企业的大力支持和积极参与。

出席本次推进大会的领导主要有：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；我国资深品牌专家、中国管理科学研究院品牌推进委员会主任、中国产学研品牌联盟理事长解艾兰；北京企业评价协会理事长程维虎；北京市消费者协会秘书长董青；北京市质量技术监督局质量管理处副处长李燎原；北京市产品评价中心顾问周天祥；北京市私营个体经济协会副秘书长姜平；北京市餐饮行业协会副秘书长贺保贵以及其他相关行业协会

领导、新闻媒体朋友及企业代表 200 余人出席了推进大会，会议由北京企业评价协会副理事长张利成主持。

北京企业评价协会理事长程维虎进行大会致辞，程理事长指出，品牌是产品竞争力，是企业科技创新能力，也是一个地区综合实力的重要标志。培育企业自主创新品牌，是落实创新型国家战略、提高区域和国家竞争力的重要举措。希望我市广大企业、消费者及社会各界要以这次“品牌建设推进大会”为契机，不断增强品牌意识，重视品牌建设，扩大品牌消费需求，真正做到企业主动创品牌，政府支持创品牌，消费者关注创品牌，全社会上下齐动，共同推动首都品牌建设不断向前发展。

北京市产品评价中心顾问周天祥就 2014 年产品质量创新及品牌推进工作情况做了详细汇报。协会秘书长刘光丽做了 2014 年北京市民最喜爱的品牌调查分析报告情况说明，分别从报告产生的背景、调查的基本活动、主要结论与建议等三个方面进行了详尽汇报。品牌资深专家解艾兰教授还就“质量与品牌”主题做了精彩专题演讲。

会议期间还表彰了以大禹伟业（北京）国际科技有限公司、北京顺鑫农业股份有限公司鹏程食品分公

2014 年度科技创新工程推进大会

隆重召开

11月28日，2014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200多人参加了大会。

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，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，我国资深质量和品牌专家解艾兰，北京企业评价协会理事长程维虎，科技部研究员，科技部原企管办副主任孟繁森，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，深交所京津区域企业服务中心副主任杨继东、中国产学研合作促进会副会长兼秘书长王建华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、中国人民大学教授易丹辉主持。

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2014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。她提出，希望广大的科技工作者深入学习中央决策部署，落实创新驱动发展战略，同时希望各位获奖科技工作者再接再厉，勇攀科技高峰，弘扬优良学风，发挥引领示范作用。

会上，周天祥副会长做了2014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2014年工作开展情况，从评奖活动的策划、宣贯、实施、评审等多个方面详细汇报了2014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。大会还邀请了深交所京津区域企业服务中心副主任杨继东做了《拓展金融服务 助力科技创新》的精彩专题演讲。

会议期间，表彰了北京航空航天大学、神威药业集团有限公司、同方股份有限公司等获得2014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。北京和隆优化科技股份有限公司、云南云电同方科技有限公司、北京康爱瑞浩生物技术有限责任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创新摆在发展全局的核心位置，以更宽的视野谋划和推动创新，全面深化改革，大幅提高原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新能力，更好地把我国科技事业推向前进。

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习近平总书记系列讲话精神，为推进我国科技进步，加快创新型国家建设，实现中华民族伟大复兴作出新的更大的贡献！



北京企业评价协会理事长程维虎做重要讲话



我国资深品牌专家、中国管理科学研究院品牌推进委员会主任、中国产学研品牌建设联盟理事长解艾兰进行大会致辞



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进行大会总结讲话



北京市消费者协会秘书长董青讲话



北京市质量技术监督局质量管理处副处长李燎原讲话



北京市产品评价中心顾问周天祥做大会筹备工作汇报

司、强力家具集团有限公司、北京菜市口百货股份有限公司等为代表的获得2014年产品质量创新贡献奖的项目，以及在品牌建设方面取得优异成绩的先进单位、优秀品牌和优秀产品。百熙商贸、翠微山、普兰迪服装菜市口百货等企业向与会代表交流分享了本单位的产品质量创新和品牌建设先进经验。

最后，与会领导发表了讲话并肯定了大会成绩，原国家质检总局副局长李保国进行大会总结讲话，号召全市各界动员起来，认真贯彻落实十八大有关精神，共同掀起我市品牌建设、品牌保护、品牌培育的新高潮，不断取得新的成绩，做出新的贡献！



2014 年度科技创新工程推进大会现场



向获奖企业代表颁奖



2014 年度科技创新工程推进大会主席台领导

我会深入企业走访调研

11月25日,为进一步了解企业需求、加强与企业的沟通联系,我会副理事长邬福元、党支部书记万守刚、秘书长刘光丽等一行四人到北京鸿盛天启科技有限公司进行走访调研,了解企业的发展情况、经营管理及需求等情况。

北京鸿盛天启科技有限公司总经理王辉介绍了公司的经营发展情况,市场开拓及管理情况。北京鸿盛天启科技有限公司是集研发、生产、销售太阳能设备、电采暖设备及节能自动控制系统解决方案于一体的国家级节能环保行业的高新技术企业。该企业为农村煤改电工作做出了很大的贡献。在办公室主任程目华的带领下,协会领导还参观了北京鸿盛天启科技有限公司的研发中心和生产车间,实地察看了企业的建设和生产情况,并与企业的负责人进行了交流,了解他们的经营管理情况。邬理事长和王总进行了亲切的交谈,就今后的发展、如何开拓市场、会员企业之间的合作等方面交换了意见。

我会在了解企业需求的同时希望加强企业内部管理。向先进企业学习,努力探索先进的管理经验,建立现代化的管理模式。培训提高现有人才,引进科技人才,向管理要质量,向先进机制要产量,向科技、人才要效益。最大限度地调动每一位员工的积极性,挖掘他们的潜力,激发他们干事创业的积极性。帮助企业解决实际问题。

我会邬理事长表示,对企业反映的问题,将协调有关部门解决,为企业的发展和项目建设做好各项服务工作。



我会支部受邀赴冀东抗日根据地旧址参观

2014年10月24日,北京日化协会党建工作小组组织参观冀东抗日根据地平谷第一党支部领导军民坚持敌后抗斗争的遗址。北京日化协会和其部分会员单位及兄弟协会的党员和党的积极分子一行二十余人,深入平谷第一个党支部诞生地——鱼子山党支部成立旧址进行爱党、爱国教育参观活动。我会支部受邀参加了此次活动。

在第一党支部诞生地旧址,大家认真聆听了村党支部讲解员的详细介绍,并深入到当年党支部成立的山洞旧址,深刻感受到了当年我党在抗日战争最残酷的环境下和极其艰苦的条件下领导着全国人民坚持抗战的坚定意志,并纷纷表示通过这次参观,更加珍惜现在幸福的时光和得来不易的国家富强、社会和谐、人民生活安康的局面,努力工作和生活,不断为党和国家作出力所能及的更大的贡献。

我会与北京日化协会近年来紧密合作,北京日化协会先后组织参与了我会举办的北京企业诚信论坛、北京市企业品牌建设推进大会、诚信长城杯创建等活动,今后双方将更进一步加强业务合作,为首都经济发展做出新的贡献!



2014年第四届产品质量创新贡献奖 评审会召开

10月21日，2014年第四届产品质量创新贡献奖评审会在我会会议室召开。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，评审会由韩宝成担任组长。

会议的主要任务是从各单位申报的项目中评选出2014年产品质量创新贡献奖获奖项目。会议首先听取了奖励工作办公室2014年的评奖申报工作汇报，由评审组长再次强调了评审注意事项，然后评审专家分二小组分别进行评审，最后对分组评审结果再集中审议，整个评审工作严格按照奖项奖励办法进行。经过与会评审专家充分酝酿和讨论，最后审议评选出大唐软件技术股份有限公司、北京四环制药有限公司等76家单

位的132个项目为2014年第四届产品质量创新贡献奖拟奖项目。评审结束，拟奖项目名单将在北京市产品评价网上进行公示，征求异议。

本年度的产品质量创新贡献奖评选工作是经北京市科委批准，由北京市产品评价中心具体承办组织的一项公益活动，该项工作自2011年开始举办，今年是第四次评选，评选工作得到了上级主管部门和相关行业的大力支持，评奖申报工作进展顺利，并得到广大企业的积极参与和认可。

第四届北京企业品牌建设推进大会将于12月中旬举办，届时将对获得2014年第四届产品质量创新贡献奖的单位进行表彰，交流创新经验。



评审会现场



评审专家合影留念

举办第三期国家及地方政策资金 扶持项目申报培训指导会



主讲专家：朱修建



培训会现场

10月15日，第三期国家及地方政策资金扶持项目申报培训指导会在北京举办，协会会员单位及全市科技工作者代表100余人参加了此次培训。

培训特邀了国家政策资金咨询网主编、项目资深专家朱修建教授向代表们介绍十三五时期国家政策资金重点支持领域和方向，国家主要科技计划项目简介，项目申报操作流程讲解，申报材料的准备和编写技巧、项目申报注意事项及成功案例分析进行培训指导。

国家和地方政府每年都会从财政预算中列支数万亿元的专项资金用于扶持各类企业的科技创新、研究开发、专利发明、产学研转化、节能减排、绿色能源、环境保护、产业发展、企业转型升级、新产品推广、农

业产业化等，加大了对中小企业发展的支持力度，并制定并实施了一系列财税优惠政策，帮助中小企业减轻企业负担、拓宽融资渠道、增强盈利能力和发展后劲，有效推动了中小企业的发展和技术创新。

协会已成功组织举办了两期培训，在企业中引起积极反响，帮助企业解决了实际问题，为各单位了解国家政策资金项目及地方政策资金扶持项目提供了支持。

本次活动是北京企业评价协会为会员单位及科技创新奖企业提供的又一次公益服务活动。

本次活动由协会和中国质量评价协会一同组织，得到了中国质量评价协会及相关单位的大力支持。



培训会现场

我会受邀参加中技知识产权金融服务体系发布会

为破解科技型中小微企业融资难、融资贵的问题，在国家知识产权局和海淀区人民政府的指导下，依托中关村示范区核心区金融创新的政策优势，中国技术交易所与海淀区国有资产投资经营有限公司，共同构建了中国首家“五位一体”知识产权金融服务体系，即中技知识产权金融服务体系。该服务体系于12月16日在中关村核心区正式发布。

国家知识产权局局长马维野、北京市海淀区副区长孟景伟发表了重要讲话并给予美好祝愿。

北京市金融局、北京市知识产权局、中关村管委会、海淀区政府等有关领导和金融界、投资界和企业界的300多位嘉宾出席了发布会。北京企业评价协会受邀参加了此次会议。

据中国技术交易所副总裁徐向阳介绍，中技知识产权金融服务体系针对科技型中小企业具有轻资产、高风险、高成长、高收益的特点，以及在融资过程中经常面临的知识产权评估难、质押难、处置难问题，量身定制了“知识产权和股权质押”融资产品，并通过“评保贷投”五位一体化创新运营模式，提供了系统性解决方案。该体系由核心层和联盟层构成，核心层的实施主体包括：以“专利价值分析指标体系”为基础方法论的知识产权评估公司、注册资本两亿元的融资担保公司、

两亿元的债权投资基金、五亿元的股权投资基金以及知识产权交易平台、股权交易平台。联盟层由众多银行、信托、小贷、保理、P2P和投资机构组成紧密合作的战略联盟。核心层价值在于帮助联盟层看懂知识产权价值、看清科技企业股权价值，建立风险分担机制，通过核心层和联盟层互动，为科技型中小企业提供更快、更多、更便宜、更安全、更丰富的金融支持，助力企业更好地运用知识产权实现企业价值。

发布会上，建设银行、北京银行、民生银行、招商银行、北京农商行、浦发银行、广发银行、宁波银行等金融机构，以及达晨创投、清科集团、启迪创投、联想之星、明石投资等投资机构加入了战略联盟，未来将在科技企业的投融资活动中开展深度合作。

今年以来，为提升科技服务业对科技创新和产业发展的支撑力，国家多次提出重点发展知识产权服务、科技金融服务的要求，解决和缓解中小企业融资难、融资贵的问题。此次中国技术交易所和海淀区国有资产投资经营有限公司合作建立的中技知识产权金融服务体系，抓住了中关村科技企业知识产权强这个区位特色和优势，通过核心层与联盟层的紧密合作，构建了一套适合科技型中小微企业的金融服务体系，是在科技金融服务创新方面的一次有益实践。



2014第四届诚商中国论坛年会在京启动

以“凝聚诚信力量实现中国梦”为主题的第四届诚商中国论坛年会暨2014年度诚信人物发布会，近日在北京正式启动，活动将于2015年1月11日在北京钓鱼台国宾馆举行。

本次活动由中国国际经济技术合作促进会、中国中小企业协会信用管理中心、中国管理科学研究院行业发展研究所、《世纪人物》杂志社等单位特联合举办，是全面贯彻落实国务院《社会信用体系建设规划纲要（2014—2020年）》国发〔2014〕21号文件精神，加快推进政务诚信、商务诚信、社会诚信建设步伐，以诚信标杆为力量，唤起治理信用缺失的社会意识的一次重要盛会，期间将进行主旨演讲、圆桌对话、年度诚信人物发布、颁奖盛典、诚商榜中榜发布、联欢晚宴等一系列精彩纷呈的活动。众多新闻媒体将对活动盛况进行全面报道，CCTV中央电视台发现之旅频道对本次盛会进行全面深度报道，《时代影响力》栏目将对重点的获奖诚信人物在钓鱼台国宾馆进行专访。同时，栏目特设“全国诚商贺新年”板块，诚信人物和诚信企业家们将在春节来临之际，通过CCTV中央电视台向

全国人民拜年！

“诚商中国论坛”源于2010年，至今已成功举办三届。历届论坛都得到了国家和各有关部委领导同志的大力支持，并莅临大会发表重要讲话。全国各地不同行业的优秀企业家和各行业协（商）会负责同志积极参与。与会各方围绕“政务诚信、商务诚信、社会诚信以及信用体系基本框架和运行机制建设”等议题，进行了广泛、深入探讨，并分享通过信用建设提高效率、赢得竞争优势的宝贵经验。第三届诚商中国论坛于2013年12月28日在北京人民大会堂精彩召开，活动汇聚了有关部委、省、市主管领导、国内顶尖专家学者、国内外优秀服务机构、著名企业家、全国各地企业负责人以及获奖企业代表在内的300余位人士，通过“官、产、学、研”形式，搭建“政府—专家—企业—市场”四方桥梁，齐聚一堂，就“加快推进中国企业信用体系建设的新举措”、“国家新兴战略领域与企业自主创新发展方向”等议题进行了深入的探讨和对话。几十位代表分别在论坛上发言，与大家共同分享了信用建设和创新发展成就。

2014品牌致胜质量兴国高峰论坛 在北京举行

12月21日，由中国国际名牌协会、中国管理科学研究院品牌推进委员会等单位联合主办，中国产学研品牌建设战略联盟、中国企业评价协会、中国质量评价协会协办的“2014品牌制胜质量兴国暨第七届中国国际品牌博览会表彰盛典”在国家会议中心隆重召开，我会名誉会长李保国、副理事长张利成出席了此次论坛。

国务院经济发展研究中心副主任、中国广告主协会会长、中国企业评价协会会长侯云春，国家质检总局原副局长、中国质量检验协会会长、北京企业评价协会名誉理事长李保国，中国管理科学研究院常务副院长卢继传，中国产学研合作促进会执行副会长兼秘书长王建华，中国国际名牌协会会长、中国质量万里行组委会副主任、中国特产协会会长、中国产学研合作促进会品牌联盟理事长、中国管理科学研究院品牌推进委员会主任解艾兰，中国质量协会秘书长焦根强，北京质量评价协会副会长张利成，中国中小企业帮扶中心主任、中国国际名牌协会常务副会长董维章，中国策划学会秘书长、中国策划学院副院长王双全，中国策划学院副院长王小熊，我国物象派书法创始人、中国策划学院书画研究院院长寒北星，CCTV《品牌故事》制片主任李娜等领导以及200位人士出席了“2014品牌致胜质量兴国高峰论坛暨第七届中国国际品牌博览会表彰盛典”活动。

会议期间，国务院经济发展研究中心副主任、中国企业评价协会会长侯云春，国家质检总局原副局长、中国消费者协会副会长李保国，中国管理科学研究院常务副院长卢继传，中国产学研合作促进会执行副会长兼秘书长王建华，中国国际名牌协会会长、中国产学研合作促进会品牌联盟理事长、中国管理科学研究院品牌推进委员会主任解艾兰等领导分别进行了精彩发言并对作出贡献的单位和个人进行了表彰。中国策划学院荣获了“中国策划行业最具影响力品牌”荣誉，表彰中共有27个单位和个人获此殊荣，据组委会常务副主任董维章介绍，此次评选历时1年，从全国各行业精选，经过专家评审委员会评审通过，设置的表彰奖项，旨在鼓励与表彰单位或个人在品牌建设活动中的为社会所做出的巨大贡献，表彰在经营和社会活动中的质量诚信事迹和榜样表率作用。

现场中中国策划学院书画研究院院长、著名书法家寒北星还专门向大会主办单位及解艾兰本人赠送了书法作品。

商务部将启动商务诚信 建设重点推进 行动计划

2015年1月开始，商务部将正式启动“商务诚信建设重点推进行动计划”，首要任务是建设行政管理信息共享平台，将各部门间信用信息互联互通。计划历时1年，指导各地按照基础信息、经营信息、优良与不良信息三个类别，首先对商务部门内部的行政管理信息进行归集整合，然后逐步向其他行政执法部门和司法机关拓展信息渠道，丰富信息内容；指导各地积极培育和引导市场化平台企业如淘宝网、大众点评网等网络平台企业，在更多的消费性行业中建立此类信用体系，支持它们优化信用评价标准和方法，推动相关评价信息在各平台之间共享和互认；同时在批发、物流等贸易流通领域中指导商品批发市场、b2b电子商务平台、物流园区等平台企业开展信用评价工作，使单个企业自发的信用评价行为逐步发展为整个行业、整个领域一致的信用评价行为。



国务院关于扶持小型微型企业健康发展的意见

民发〔2014〕52号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

工商登记制度改革极大地激发了市场活力和创业热情，小型微型企业数量快速增长，为促进经济发展和社会就业发挥了积极作用，但在发展中也面临一些困难和问题。为切实扶持小型微型企业（含个体工商户）健康发展，现提出如下意见。

一、充分发挥现有中小企业专项资金的引导作用，鼓励地方中小企业扶持资金将小型微型企业纳入支持范围。（财政部、发展改革委、工业和信息化部、科技部、商务部、工商总局等部门负责）

二、认真落实已经出台的支持小型微型企业税收优惠政策，根据形势发展的需要研究出台继续支持的政策。小型微型企业从事国家鼓励发展的投资项目，进口项目自用且国内不能生产的先进设备，按照有关规定免征关税。（财政部会同税务总局、工商总局、工业和信息化部、海关总署等部门负责）

三、加大中小企业专项资金对小企业创业基地（微型企业孵化园、科技孵化器、商贸企业集聚区等）建设的支持力度。鼓励大中型企业带动产业链上的小型微型企业，实现产业集聚和抱团发展。（财政部、工

业和信息化部、科技部、商务部、工商总局等部门负责）

四、对小型微型企业吸纳就业困难人员就业的，按照规定给予社会保险补贴。自工商登记注册之日起3年内，对安排残疾人就业未达到规定比例、在职职工总数20人以下（含20人）的小型微型企业，免征残疾人就业保障金。（人力资源社会保障部会同财政部、中国残联等部门负责）

五、鼓励各级政府设立的创业投资引导基金积极支持小型微型企业。积极引导创业投资基金、天使基金、种子基金投资小型微型企业。符合条件的小型微型企业可按规定享受小额担保贷款扶持政策。（财政部会同发展改革委、工业和信息化部、证监会、科技部、商务部、人力资源社会保障部等部门负责）

六、进一步完善小型微型企业融资担保政策。大力发展政府支持的担保机构，引导其提高小型微型企业担保业务规模，合理确定担保费用。进一步加大对小型微型企业融资担保的财政支持力度，综合运用业务补助、增量业务奖励、资本投入、代偿补偿、创新奖励等方式，引导担保、金融机构和外贸综合服务企业等为小型微型企业提供融资服务。（银监会会同发展改革委、工业和信息化部、财政部、科技部、商务部、

人力资源社会保障部、人民银行、税务总局等部门负责）

七、鼓励大型银行充分利用机构和网点优势，加大小型微型企业金融服务专营机构建设力度。引导中小

型银行将改进小型微型企业金融服务和战略转型相结合，科学调整信贷结构，重点支持小型微型企业和区域经济发展。引导银行业金融机构针对小型微型企业的经营特点和融资需求特征，创新产品和服务。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，单列小型微型企业信贷计划。在加强监管前提下，大力推进具备条件的民间资本依法发起设立中小型银行等金融机构。（银监会会同人民银行、发展改革委、财政部、工业和信息化部、科技部、商务部等部门负责）

八、高校毕业生到小型微型企业就业的，其档案可由当地市、县一级的公共就业人才服务机构免费保管。（人力资源社会保障部、工业和信息化部、工商总局等部门负责）

九、建立支持小型微型企业发展的信息互联互通机制。依托工商行政管理部门的企业信用信息公示系统，在企业自愿申报的基础上建立小型微型企业名录，集中公开各类扶持政策及企业享受扶持政策的信息。通过统一的信用信息平台，汇集工商注册登记、行政许可、税收缴纳、社保缴费等信息，推进小型微型企业信用信息共享，促进小型微型企业信用体系建设。通过信息公开和共享，利用大数据、云计算等现代信息技术，推动政府部门和银行、证券、保险等专业机构提供更有效的服务。从小型微型企业中抽取一定比例的样本企业，进行跟踪调查，加强监测分析。（工商总局、发展改革委、

税务总局、工业和信息化部、人力资源社会保障部、人民银行、质检总局、统计局等部门负责）

十、大力推进小型微型企业公共服务平台建设，加大政府购买服务力度，为小型微型企业免费提供管理指导、技能培训、市场开拓、标准咨询、检验检测认证等服务。（工业和信息化部会同财政部、科技部、商务部、质检总局等部门负责）

各地区、各部门要结合本地区、本部门实际，在落实好已有的小型微型企业扶持政策的基础上，加大对政策的解读、宣传力度，简化办事流程，提高服务效率。各地区、各部门要确保政策尽快落实，并适时提出进一步措施。

国务院

2014年10月31日

民政部 中央编办 发展改革委 工业和信息化部 商务部 人民银行 工商总局 全国工商联 关于推进行业协会商会诚信自律建设 工作的意见

民发〔2014〕225号

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团民政厅(局)、编办、发展改革委、工业和信息化主管部门、商务厅(局)、工商局、工商联,中国人民银行上海总部,各分行、营业管理部,各省会(首府)城市中心支行,各副省级城市中心支行,各全国性行业协会商会:

行业协会商会诚信自律建设,对于加强和改进行业协会商会管理,提高行业协会商会公信力,推进行业自律体系和社会信用体系建设,促进社会主义市场经济健康发展具有重要意义。为贯彻落实国务院《关于促进市场公平竞争维护市场正常秩序的若干意见》(国发〔2014〕20号)和《社会信用体系建设规划纲要(2014-2020年)》(国发〔2014〕21号)精神,现就推进行业协会商会诚信自律建设工作提出以下意见。

一、支持行业协会商会参与行业信用建设

(一) 建立健全会员企业信用档案。行业协会商会可以根据自身实际情况,研究制定会员企业信用信息收集标准,建立行业内部信用信息收集渠道,建立健全会员企业信用档案,依法收集、记录和整理会员企业在生产、经营中产生的有关信用信息。有条件的行业协会商会可以收集会员企业交易伙伴的信用信息,

建立会员企业交易伙伴信用信息数据库,帮助会员企业减少生产和经营风险。

(二) 积极开展会员企业信用评价。支持行业协会商会根据各自行业特点,加强与有资质的第三方信用服务机构合作,依法开展行业信用评价工作。信用评价工作要以服务会员企业、促进行业自律、提高行业信用水平为宗旨,遵循会员企业自愿参加的原则。行业协会商会要优化评价指标体系,完善评价操作流程,提升行业信用评价效率,评价方法、标准、结果等应当公开发布并提供查询服务。要依托新闻媒体、内部刊物和协会网站,积极宣传推广信用评价结果,提高诚信会员企业在政府、市场与社会中的接受度和知名度。

(三) 加强会员企业信用信息共享和应用。行业协会商会要主动与行业主管部门、国家统一信用信息平台、征信机构以及有上下游产业关系的行业组织进行对接,建立信用信息交换共享机制,为会员企业提供多层次、全方位的信用信息服务。行业协会商会提供的会员企业信用信息,征信机构可予以记载。行业协会商会要加强会员企业信用信息的应用,将会员企业信用信息作为评先评优、市场拓展、行业扶持和奖励等工作

的重要参考,加强与商业银行、保险机构等金融机构的合作,帮助信用良好的会员企业获取更多的业务优惠、便利和市场机会。

(四) 帮助会员企业提高信用管理能力。行业协会商会可以通过举办培训班、研讨会等方式,加强会员企业信用管理专业知识培训,使会员企业了解、掌握企业信用管理知识,增强信用风险防范能力。可以协助会员企业建立客户档案、开展客户诚信评价,建立科学的信用管理流程和信用风险管理制度,提升会员企业综合竞争力,形成有效的信用风险防范机制。

二、推动行业协会商会建立健全行业自律机制

(五) 健全行业自律规约。行业协会商会要根据行业发展要求,研究制定自律规约,积极规范会员企业生产和经营行为,引导本行业的经营者依法竞争,自觉维护市场竞争秩序,充分发挥市场监管中的自律作用。制定自律规约要体现公平公正、诚实信用和正当竞争的原则,不得含有排除、限制竞争的内容,要广泛征求行业企业和有关部门的意见建议,经过专家研究论证,并召开会员(代表)大会审议通过后颁布实施。对于没有制定自律规约的行业协会商会,要抓紧研究制定符合本行业特点的自律规约;已经制定或实施自律规约的行业协会商会,要认真总结经验,不断改进完善,使之更符合实际,针对性更强。行业协会商会要加强自律规约的执行与监督,对违反自律规约的,按照情节轻重,实行警告、行业内通报批评、公开谴责、取消会员资格、向有关部门通报等惩戒措施。推动行业协会商会建立的行业性约束和惩戒机制与政府、市场、社会形成的约束和惩戒机制相衔接,形成联动效应。

(六) 制定行业职业道德准则。行业协会商会要按照社会主义核心价值观要求,研究制定行业职业道德

准则,规范从业人员职业行为,全面提高从业人员的思想道德素质、科学文化素质和技术业务素质,培育从业人员的职业道德和职业精神,营造诚信执业良好氛围。加大行业职业道德准则宣传力度,推动从业人员严格遵守行业职业道德准则。对于违背行业职业道德准则的从业人员,探索建立行业惩戒机制。推动会员企业履行社会责任,探索建立与国际标准相一致、符合行业特点的社会责任指标和评价体系,发布行业社会责任报告,提升行业社会责任绩效。

(七) 规范行业发展秩序。支持行业协会商会开展标准化工作。鼓励行业协会商会制定发布本行业的产品和服务标准,积极参与制定国家标准、行业规划和政策法规,不断提高行业产品和服务的质量。行业协会商会要发挥专业调解作用,积极协调会员企业之间、会员企业与其他经济组织之间关系,维护会员和行业整体利益。支持行业协会商会代表会员企业开展反倾销、反补贴、保障措施的调查、申诉、应诉工作,参与协调贸易争议。

三、加强行业协会商会自身建设

(八) 完善法人治理。行业协会商会要以章程为核心,建立健全现代法人治理结构和运行机制。要把诚信自律建设内容纳入行业协会商会章程,提高行业协会商会依法自治水平。落实民主选举、差额选举制度,扩大直选范围。建立健全会员(代表)大会、理事会和监事会(监事)制度。完善人事、财务、档案、资产、活动管理、机构管理等各项内部管理制度。行业协会商会负责人和理事会成员要严格按照民主程序选举产生。鼓励选举企业家担任理事长(会长)。探索实行行业协会商会理事长(会长)轮值制。秘书长可以通过选举、聘任或向社会公开招聘等方式产生。

（九）实行信息公开。行业协会商会要主动向会员公开年度工作报告、财务工作报告、会费收支情况以及经理事会研究认为有必要向会员公开的其他信息；向社会公开登记事项、章程、组织机构、接受捐赠、承接政府转移职能以及政府购买服务事项等信息，增加透明度和公信力。行业协会商会要依托统一的信息平台或者自身官方网站进行信息公开，自觉接受会员、新闻媒体和社会公众监督。鼓励广大行业协会商会不断丰富信息公开内容，扩大信息公开范围，创新信息公开方式。

（十）推行诚信承诺。行业协会商会成立登记后，应签署诚信承诺书，并向社会公开诚信承诺书内容。要重点围绕服务内容、服务方式、服务对象和收费标准等进行公开承诺，做到不强制入会，不强行服务，不搞乱评比、乱培训、乱表彰，不超出章程规定的业务范围开展活动。鼓励行业协会商会积极培育诚信服务品牌，增强诚信服务意识，拓展诚信服务内容，创新诚信服务方式，不断提升诚信服务能力。

四、完善保障措施

（十一）加强组织领导。各地要将行业协会商会诚信自律建设与社会组织管理制度改革结合起来，作为一项重要工作纳入议事日程。各级民政、机构编制、发展改革、工业和信息化、商务、金融、工商、工商联等部门和单位要按照本意见的要求，切实加强组织领导，明确职责分工，落实工作责任，形成工作合力。鼓励行业协会商会设立专门的诚信自律工作机构。全国性行业协会商会要发挥带头作用，探索建立健全与国民经济行业发展相适应、覆盖全面、运行有效、作用明显的诚信自律建设体系。

（十二）建立奖惩机制。各级民政部门要会同有

关部门依托全国社会组织法人单位信息资源库建设，收集、整合行业协会商会各类信用信息，建立行业协会商会信用档案。对诚信自律良好的行业协会商会，在年度检查、等级评估、税收优惠、职能转移、购买服务等事项中，实行优先办理、简化程序和重点支持等激励政策。对存在多次失信或者严重失信并造成严重后果的，纳入“黑名单”进行管理，采取取消税收减免资格、降低评估等级、限制参与承接政府转移职能和购买服务项目等措施，加大惩戒力度。通过信用奖惩机制，使守信者处处受益、失信者寸步难行。

（十三）做好宣传引导。组织行业协会商会深入开展以诚信自律创建为主题的教育活动，引导行业协会商会将诚信自律建设作为自觉追求和普遍行动。充分发挥电视、广播、报纸、网络等媒体的宣传引导作用，树立行业协会商会诚信自律典型，使广大行业协会商会学有榜样、赶有目标。建立行业协会商会失信行为的舆情监测机制，及时回应社会关切。

民政部 中央编办 发展改革委
工业和信息化部 商务部 人民银行
工商总局 全国工商联
2014 年 10 月 31 日

“新国十条”如何助力“小微”

解读人：国家工商总局个体私营经济监管司副司长张霞、中国中小企业发展促进中心副主任陈新

观点：小微企业发展“新国十条”对扶持政策措施进行了一定程度的整合集中，注重解决政策落实的“最后一公里”问题，并首次明确了扶持小微的各种政策适用于个体工商户

国务院日前发布的《关于扶持小型微型企业健康发展的意见》提出，从 10 个方面扶持小型微型企业健康发展，因此被称为小微企业发展“新国十条”。12 月 2 日，《经济日报》记者和中国政府网联合采访了国家工商总局个体私营经济监管司副司长张霞和中国中小企业发展促进中心副主任陈新，请他们就《意见》中的热点问题进行解读。

他们表示，《意见》篇幅不长、条数不多，但内容涵盖广泛，有针对性地扶持小微企业发展。其中，第二条专门针对税收问题，特别强调打通税收政策落实的“最后一公里”；第五、六、七条针对投融资领域，解决小微企业资金缺乏的问题。

近年来，我国陆续出台了一系列支持小微企业发展的政策措施。在张霞看来，此次《意见》相比以往的措施有 4 个突出特点。具体来讲，小微企业发展“新国十条”的设计初衷就是针对新设立的小微企业；针对小微企业面临的普遍问题，对支持和扶持的政策措施进行了一定程度的整合集中；注重解决政策落实的“最后一公里”问题；首次明确了扶持小微企业的各种政策适用于个体工商户。

“中小企业量大面广，以前的政策措施涉及方方面面，执行起来比较分散，企业很可能抓不到政策的实惠。此次《意见》不只把各个部委的职能全部包括进来，同

时也强调了直接可操作性，针对性也更强了。”陈新告诉记者。

张霞表示，针对小微企业发展中面临的一些主要问题，《意见》主要从 4 个方面给予扶持。“一是消减税费，扩大小微企业的生存空间。二是补充资金，让没有钱办企业的企业运转起来，让融资不难、融资不贵。三是解决小微企业普遍存在的用工难、缺人才、留不住的问题。四是解决场地困难问题。”张霞说。

同时，《意见》一直把解决问题作为制定政策的指导思想之一。其中，第九条提出建立支持小型微型企业发展的信息互联互通机制。此条内容就是为了使企业集中了解国家各类支持和扶持优惠政策，同时推动政策“落地开花”，形成对小微企业扶持的长效机制。“依托企业信用信息公示系统，汇集各部门的有关信息，建立小微企业名录，集中公开各类扶持政策，同时把小微企业享受政策的情况动态地予以公示，这一系列举措的目的就是在于加强对政策实施的监督。”张霞说。

针对解决“最后一公里”的问题，《意见》提出各级政府设立创业投资引导基金，积极支持小型微型企业。“这种投资基金本来是完全市场化的手段，但是我们把政府支持小微企业的财政资金与其结合，通过它放大政府资金的效应，加大对小微企业的支持，这是符合市场要求的，也表明我国更加注重运用市场化的手段实施政策。”张霞表示。

陈新认为，“扶持中小企业、小型微型企业的工作重点之一，就是大力推动中小企业和小微企业的服务体系建设，特别是公共服务平台建设，它在解决小微企业的共性需求、畅通信息渠道、改善经营管理、提高发展质量等方面发挥着重要的支撑作用。”（来源：中国政府网）

北京首儿药厂

获奖项目：2014 年北京企业评价协会科技创新产品奖
产品名称：小儿咽扁颗粒

北京首儿药厂成立于 1995 年，是全国首家儿童药品专业生产企业，至今仍是北京市唯一一家儿童药品专业生产厂家。其前身是首都儿科研究所制剂室，因不断发展壮大，90 年代初承担了北京市医用生物制品中试基地项目，1995 年通过北京市科委验收并正式成立了北京首儿药厂。2003 年 6 月，全面通过国家 GMP 认证，药厂的发展进入崭新阶段。

北京首儿药厂是集科研、生产、经营于一体的现代化科技型制药企业，是首都儿科研究所科技成果的转化基地，是架设在基础科研与终端市场之间的一座虹桥。



药厂拥有一支充满活力的员工队伍，配有先进制造设备和进口检测仪器 300 余台，设有儿童药品、保健食品、生物制品和儿童护肤品等四个生产部门、十条生产线。开发生产国药准字号儿童药品 10 余种，院内制剂近 80 种。其中“小儿咽扁颗粒”“小儿生血糖浆”“保儿宁颗粒”等主导产品因疗效确切、质量可靠等优点畅销全国各地，在医者和患者中享有盛誉。

科技是第一生产力，药厂将科技创新作为保证可持续发展、塑造核心竞争力的根本。在首都儿科研究所强大的科研和临床力量支持下，企业树立了“以医带药，以药促医”的经营方针，奉行“用科技托起明天的太阳”的经营理念，坚持“一切为儿童健康而奋斗”的宗旨，力求打造强势品牌，推动儿童制药行业的蓬勃发展！

产品功能及用途：

本品为黄棕色的颗粒；味甜，微苦。金银花、射干、金果榄、桔梗、玄参、麦冬、人工牛黄、冰片。小儿咽扁颗粒（2g）的功能及用途：清热利咽，解毒止痛。用于肺实热引起的咽喉肿痛，口舌糜烂，咳嗽痰盛，咽炎，喉炎，扁桃体炎。小儿咽扁颗粒这个产品是国内首家，已经拿到专利证书。现在市场上也有生产小儿咽扁颗粒的，规格一般都是 8g、4g，本产品的规格为 2g，在处方生药量相同的情况下，通过降低辅料量使该产品规格由每袋装 8g 降至每袋装 2g，即服用量为原来的 1/4。采用 β -环糊精包和技术改善了小儿咽扁颗粒原有的苦味，口感由原来的很苦降至稍有苦味。辅料中使用甘露醇替代蔗糖和部分糊精可赋予小儿咽扁颗粒凉爽感。本品使用的商标是企业在中国注册的商标，在 1997 年已经拿到商标注册证书，每 10 年续展一次，使用至今。

北京国网富达科技发展有限公司 有限责任公司

获奖项目：2014 年北京企业评价协会科技创新成果奖
项目名称：江西输变电设备状态监测系统试点工程

主要完成人：郝艳军、黄志江、于钦刚、刘明军、华桦、李红云、王毅、万军彪、张宇、何卫峰、张坤、杨春华、王霖、陈次龙、郭亚飞

项目所属科学技术领域、主要内容、特点及应用推广情况：

本成果研究领域属于电子信息技术领域，是依据我国江西智能电网建设输电环节实际运行需求提出策划。项目于 2011 年 1 月到 7 月开始项目规划，2012 年 6 月报国网评估审查，2012 年 10 月根据国网公司统一开发部署要求，江西公司作为第二批智能电网试点单位开始开展部署实施工作，2013 年 1 月投入系统试运行实现智能化电网管理。

本课题主要研究内容包括：1> 建设江西电网输变电设备状态监测主站系统；2> 与江西电网已有的生产管理系统 PMS、输变电设备管理系统、雷电定位系统、污区系统、GIS 系统等进行集成和相关系统数据统一接入；3> 输电线路状态监测系统软硬件技术方案（包括系统建设原则、架构等内容）的功能设计）、技术规范（系统功能、架构、网络通信与信息安全等）以及运行维护规范的编制；4> FEP 前置子系统、GIS 集成、视频子系统模块的概要设计方案；5> 运行维护规范主要包括国网、网省、地市各级状态监测系统的管理职责、

运行维护管理办法等内容；6> 运用“自节能”策略及远程控制技术，电路在用时不中断，在闲置时可休眠，极大地提高能量的利用率。

本项目通过对架空输电线路、跨区电网、大跨越、灾害多发区的环境参数（雷电、风速、气温、覆冰、污秽等）和运行状态参数（风偏、振动等）的集中监测及与其他已有生产运行系统集成技术方案、技术规范的研究，指导工程建设，实现对重要输电线路的状态评估、状态检修和灾害预警，提高智能电网输电环节的运行维护水平，以及生产管理的信息化水平。

本项目研究成果于 2013 年 3 月开始在江西电网公司本部及其各下属单位推广应用，省公司可根据工作需要，实时调用地市级监测系统中的设备监测数据，随时为生产、规划、设计、新技术研究提供实际运维数据；各下属单位对各自运维区域内的输变电设备状态与环境参数进行集中监测，提供各种输变电设备状态信息的展示、分析、预警功能，实现了输变电设备状态的全面监测和状态运行管理。

北京红螺食品有限公司

获奖项目：2014 年北京企业评价协会科技创新型企业奖

北京红螺食品坚持以创新成果转化为先导，重视科研成果的创研、引进与自我改造，依托科研创新优势提升企业核心竞争力。目前，公司通过审定成为北京市高新技术企业，年科研投入 1000 余万元，科技人员占员工总数的 30.38%，研发人员占员工总数的 10.24%，现有高级工程师 1 名，工程师 4 名，助理工程师 9 人，外聘专家 4 名。公司先后与中国农业大学、北京农业机械化研究院等科研单位合作，根据市场需求，研究开发新产品，引进新技术、研制新设备、解决行业技术壁垒。并与十几所大学建立了产学研合作关系，率先在果脯行业中建立了企业技术中心，2010 年被认定为市级企业技术中心。在 GB/T10782《蜜饯通则》的起草和修订过程中，公司作为行业代表参与了标准的制定工作。近几年，企业在产品，技术，设备等方面潜心研究，并在原有的基础上进行创新，取得了一些有企业创新特色的项目。

1、果脯工业化加工关键技术应用

为实现果蔬深加工的工业化，公司投入巨资推动了果蔬浸渍类深加工技术的工业化突破。通过采用过热蒸汽射流冲击果蔬漂烫灭酶技术、压力脉动浸渍技术、利用流体模及温湿度监测控制技术实现了果脯工业化加工的三项关键技术进步。在传统果脯加工技术基础上，2011 年又研发出了果脯冷制技术，将高温热煮改为不用加热的冷制加工，营养成分保持在 90% 以上，并克服了原有果脯糖度高、粘度大、颜色暗、营养易流失等缺点，降低了产品甜度，增加了适口性，使原果风味和营养得以充分保留。低温冷制技术在果脯行业的应用，提升了使国内果脯加工技术水平，开创了果蔬加工的新时代。

2、茯苓夹饼品质提升关键技术及工业化生产研究

2013 年，茯苓夹饼质量提升及工业化生产研究与

示范项目顺利通过科技部等相关部门验收；在产品工艺技术改进方面，对茯苓饼皮等配料和加工技术改进，改进了茯苓饼皮的配料，根据温度和烙制时间的要求，对精选出的配方进行调整，有效地解决了饼皮韧性差的问题，研制出了茯苓夹饼工业化生产所需的关键设备——馅料涂抹专用设备“螺旋定量挤压机”。建设了年产 3600 吨的茯苓夹饼加工生产线，实现了我国传统特色食品茯苓夹饼生产的工业化。

3、糖葫芦自动化生产线开发

目前，国内所有冰糖葫芦生产都是手工生产，红螺食品冰糖葫芦生产线的研制开发，使这种产品的生产加工实现完全机械化生产，同时达到了国内领先的水准。从而实现了冰糖葫芦这一传统食品既能保持传统的口味与营养，又能充分保证产品的品质稳定和食品安全性，同时也降低了产品成本、增大产能。本项成果获得了 3 项专利授权，对公司科技创新引领起到了很好的示范和带动作用。

4、老北京小吃工业化加工技术研发

老北京小吃系列包括驴打滚、艾窝窝、蜜麻花、豌豆黄等十几种具有老北京特色的传统小吃产品。由于该类产品基本采用手工制作，产能偏低，日产量只有一吨左右，且产品的品质及卫生达不到标准要求。公司与相关科研院所合作，通过完善产品配方，引进适合糯米类产品加工的机械设备，将传统的手工加工转化为机械化连续生产，使产品保质期由有原来的几天提升到 6 个月，产能增加到 5 吨 / 日，满足了市场需求。

在节能减排方面，企业也做了很多工作，2009 年，公司组织人员进行技术改造，将果脯蜜饯传统加工工艺中的熬煮浸糖方式改变为间歇式真空熬煮浸糖方式，极大缩短了果脯熬煮时间，提高了生产效率，减少蒸汽耗用量达 20%，糖液耗用同比减少 10%。

北京同方软件股份有限公司

获奖项目：2014 年北京企业评价协会科技创新人物奖

获 奖 人：桑月秋

桑月秋女士毕业于北京工业大学软件工程专业，硕士学位，计算机软件与信息管理高级资格，工信部备案的高级项目经理，国家信息安全测评注册信息安全专业人员。现任北京同方软件股份有限公司管理总监，主责科研项目管理、工程项目管理、公司企业资质管理、知识产权管理等，历任同方软件技术总监等。在职期间，建立了公司项目管理平台，有效落实公司科技创新活动，推进了 CMMI3 级国际项目过程管理的实施，保障了公司重大工程项目的实施等。具体实践内容如下：

一、建立项目管理系统，制定制度与流程及管理模板，推动企业科技创新。

1、推动青铜器项目管理系统的实施，实现科研项目及工程项目过程管理的透明化，提高项目实施效率。

2、提出矩阵式项目管理，创新项目管理模式，打破项目组间技术壁垒，实现组员间无缝化协作，降低了内部沟通成本。

3、规范项目管理制度与流程，加强项目度量，通过度量数据直观展示项目执行情况，强化风险控制与问题解决。

4、建立研发管理体系，与总部研发中心积极协调，促使内部研发项目的落实，推动企业科技创新。

二、推 动 CMMI 3、ISO90001、ISO27000、ITSS 管理体系落地，为科技创新活动提供了良好实践环境。

1、推动 CMMI3 过程管理体系的升级，促进公司在产品的研发、生产、服务和管理上不断成熟和进步的手段，持续提升和规范企业的科技创新过程。

2、重视 ISO90001 质量管理在公司科技创新工作中的应用，从顾客满意度角度，推进标准化管理，提升科技创新能力。

3、响应国家自主安全可靠能力建设，推进 ISO27000 信息安全体系的落实，为科技创新活动的落实提供安全环境。

4、落实国家 ITSS 标准，推进信息技术服务标准

在公司的实施，规范公司技术服务活动，有效提升公司的服务质量。

三、落实公司科技创新活动，对公司实施中项目及研发项目进行过程监控管理，推进企业科技创新。

1、落实总公司科技创新要求，调动研发体系积极性，确立各研发部门年度研发项目目标并执行。

2、对实施中项目及研发项目采取过程监管、里程碑控制，月度项目分析，关键节点评审讨论的方式，保障研发项目有序实施，促进研发目标实现。

四、重视公司知识产权管理，在项目实施中挖掘企业创新机会，促进企业科技创新工作。

1、软件企业的知识产权管理工作是重中之重，在科技创新管理过程中，采用专业工具，配置专业人员，对知识产权成果规范管理。

2、对于科技创新活动中知识产权管理，倡导制定年度申报目标，分阶段推进，促进公司知识产权数量三个年度有序递增。

3、鼓励知识产权保护方式的多样化，鼓励在项目实施及科技创新活动中挖掘科技创新点，促进知识产权及时保护。

五、注重科技人才的选拔与培养，组织科技创新培训，推进科技创新人才建设。

1、重视科技研发团队的稳定性，经常策划实施一些团队建设活动，增强团队凝聚力，调动科技人员工作积极性。

2、策划组织科技创新培训活动，邀请行业专家学者来司演讲，使得员工及时学习业内政策方向及技术发展趋势，赢得有利市场创新机会。

3、注重科技人才的选拔与培养，重视人才选拔的质量，在项目中储备优质技术人员，并促进核心技术人员的稳定性。

4、发挥党员带头作用，亲切低调的领导作风，切实帮助员工解决工作问题及经济难题，有效促进团队融洽工作氛围。

珠宝零售业态新格局

——北京菜市口百货股份有限公司



为企业使命，始终坚持“心比金纯”的金质服务。菜百是京城首家建立“黄金珠宝首饰服务咨询中心”的品牌；率先提出并完善首饰刻字、清洗、修理、以旧换新等《菜百

随着国家政策改变，行业内快速饱和，国际金价更是一度跌破三年来的历史最低价。黄金珠宝行业正经历着严峻考验，在这种大环境影响下，菜百公司必须积极应对，合理调整企业发展布局。菜百已经连续24年蝉联北京市黄金珠宝销量第一、全国单独门店销量第一。算上今年，连续四年突破三个“一百”：年销售额突破百亿；在上海黄金交易所的交易额突破百亿；首饰售后服务突破百万人次。今年实现了整体利润利税的两位数增长，保证了企业的平稳发展。而这些，都是菜百多年以来对经营做正确预判所取得的成效。

如果菜百是成功的，那么这些成功无疑得益于菜百几十年来对“老老实实做人，踏踏实实做事”的理念坚持；得益于从产品到服务，追求精益求精的严谨态度；得益于对推广首饰文化的不懈努力；得益于广大消费者对我们菜百首饰品牌的认可和爱护以及行业领导与同仁对菜百的支持与信赖。

一、品牌建设——做每个人的黄金珠宝顾问

产品质量是企业的生命，提供高品质的商品是菜百给消费者的郑重承诺。多年来菜百旗下的优秀设计团队开发了“贺岁”、“幸运草”、“淳爱”等多款拥有自主知识产权的产品。这些产品都承载了不同的美好寓意，代表了首饰与文化的完美融合。在打造过硬产品的基础上，菜百公司以“做每个人的黄金珠宝顾问”

首饰33项服务承诺》；常年坚持“菜百金质服务进百家社区”的公益服务；今年目前已经进入了212家社区，同时创办“菜百首饰——黄金珠宝顾问讲堂”等专项活动。深受消费者喜爱。

推广首饰文化也成为了菜百的重要使命。菜百公司以“文化”为主线，打造生辰石主题推广月，多年来始终延续着“菜百与大师同行”系列首饰艺术展，大师作品艺术展，让消费者近距离品鉴国际国内的顶级艺术品。今年打造了珊瑚文化馆，消费者不仅能在馆内欣赏各种珊瑚首饰，还能近距离接触亚洲罕见的大型原枝珊瑚树。公司联合永恒印记、国际铂金协会分别推出了“幸运草钻饰系列”、“铂金淳爱系列”，邀请著名明星参加商品发布会。菜百在用实际行动践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命。

创新是每一个企业保持活力的源泉，时下流行的体验式购物，菜百很早就做了：在菜百总店，精品克拉钻推展区、国际彩色宝石推广专区、翡翠文化沙盘等特色展区，特别值得一提的是，我们拥有来自世界各地的珍贵矿石标本以及雕刻艺术品，并有专业的讲解人员为顾客讲解，打造博物馆式购物环境，让消费者近距离体验珠宝的魅力。同时我们倡导体验的购物理念：定期举办“穿珍珠比赛”、“琥珀原石打磨”、“编织达人”等顾客互动体验活动，同时大大增强了消费者购物的

乐趣以及参与感。

人力资源是现代企业的战略性资源，菜百始终贯彻“爱在菜百，家在菜百”的企业经营理念，为员工设立多项奖励机制；公司除安排学习，培训外，定期安排员工体检、健康讲座；设立瑜伽班、合唱团等丰富的文娱活动；为困难员工给予特殊补助；新入职员工安排“师傅带徒弟”的学习模式。试问：什么样的企业能保持员工工资十几年的持续增长？什么样的企业面对多种员工成分时，给每位员工以尊重、平等对待，给予家的呵护？什么样的企业能在保证员工的国家法定带薪年假同时，给予员工额外休假的奖励？菜百做到了，让不同年龄段的员工像老中青三代人一样融合在菜百的大家庭里，在这个温馨的环境下，让大家努力工作、认真学习、快乐生活。

二、加快市场拓展，实现多渠道发展

菜百曾经是一家综合类的百货商场，逐渐转型为黄金珠宝专营公司，是基于菜百公司前瞻性的战略调整。未来，我们将不断深化黄金珠宝专营优势，再次扩充经营渠道，下一步我们将重点发展加盟连锁业务，所有与菜百理念相同的企业，菜百公司将与之协作，实现共赢。

互联网对传统零售业造成的巨大冲击，相信各位都深有体会。机遇总是与挑战并存，菜百在今年开始了在电商领域的尝试。就在刚过去的双十一，我们销售了几百万，这是我们没有想到的。这让我们看到了电



商的无限可能。未来，菜百也将积极整合线上线下资源，设立体验店及体验区，探索最适应自身发展的O2O营销模式。

三、社会责任——我们义不容辞

作为北京市黄金珠宝行业的领航者，菜百公司对消费者有强大的影响力，每年约两三百万人光顾了菜百首饰，面对如此巨大的客流，我们一直在思考在销售好的同时，如何回馈顾客、回馈社会。

在北京市援助贫困山区学校活动中，公司领导深入西藏小学助学援助10万元；在北京团市委发起的“温暖衣冬”活动中，为困难群体的过冬共计捐助500余件各类御寒外套；

2013年雅安地震发生后，菜百公司第一时间组织员工捐款14万元，用于雅安的紧急救援与灾后重建工作。菜百公司积极履行自己的社会责任，2013年开展“共产党员献爱心”活动、“春雨行动”、为希望工程捐款等各类捐款共计76万元。

今年菜百还为了推广珊瑚文化，向雍和宫万福阁捐赠了一棵名为“吉祥普照”价值三千万的珍稀粉色原枝珊瑚树，身体力行传递珠宝文化知识。

四、黄金珠宝行业的未来——打造国际珠宝品牌

菜百知道，过往的成功并不能代表永远的胜利。珠宝行业是一个朝阳行业，需要我们大家去做的事情还很多。一些专家谏言，2015年中国经济将会发展缓慢，下行压力仍然存在，对黄金珠宝行业将是一次更大的挑战。同时，北京乃至全国的各类展会已经数以千计，各类珠宝品牌也层出不穷，如何在激烈的竞争中，加强行业自律，加强品牌自身的建设，找到自身的定位而是需要我们大家亟需考虑的事情。

菜百公司将保持一贯坚持高品质、严要求的风格，不搞价格战等恶性竞争，我们只踏踏实实的把菜百首饰品牌建设好、把消费者维护好，也坚信只有积极良性的竞争，才能造就公平和谐的消费环境，才能促使中国黄金珠宝行业的繁荣发展。

欧甘妮护肤品牌战略发展

——北京百煦商贸有限公司

随着中国的改革开放和人民生活的不不断提高，中国人出国旅游也逐渐成为一种生活休闲方式。国际知名的一线身体护肤品牌，如欧舒丹、LUSH、The Body Shop 等广为人们所熟知和喜爱，还经常会把沉甸甸的它们背回国内使用。在喜爱和叹服的同时，我们在想，如果能够找到国内一流的护肤品生产工厂，生产出国际品质的护肤品，那该多好啊！

于是经朋友介绍，我们有幸结识了北京盛妆家化有限公司的彭总和宁总，于是在 2008 年诞生了 Organic Touch 品牌（欧甘妮品牌）。

Organic Touch 的诠释：Organi 即追求有机绿色健康的生活方式；Touch 即感触人们对美丽的渴望，缔造年轻肌肤的自信。

欧甘妮是专注植物护肤的精品品牌，产品原料以天然植物中提取，不添加对人体有害的合成成份，天然、绿色、健康是品牌所追求的品质。

欧甘妮品牌秉承创新健康的精神，将植物提炼萃取自然舒适的精华注入品牌，同步国际潮流，结合创新精益求精的研发实力，将健康护肤品市场的需求和趣味主张传递到顾客，为自然、愉悦舒适浪漫的都市女性提供沐浴护肤解决方案。

每款护肤品均采用植物萃取和添加，手工皂产品都是手工精心制作，原料取自最优品质的花朵和植物精华。你可能会问“最优品质”到底是指什么品质？只有那些我们能用在自己的孩子身上、100% 放心的产品才能离开我们的工厂。

ORGANIC TOUCH 使用食用或化妆品级的天然原料，绝大多数原料都是天然的、或仅仅经过简单加工。

从 2008 年——2015 年品牌走过了短短的成长路线，同时不断推出了丰富的、令百姓认可的护肤产品，也取得了骄人的成绩。

2008 年欧甘妮在北京金源商城一层开设第一家实体店；

2009 年欧甘妮与北京盛妆家化密切合作，研发纯植物护肤系列产品，建立欧甘妮培训基地。

2010 年欧甘妮成功拓展海外市场，产品销往法国、美国、西班牙、越南等。

2012 年 欧甘妮正式上线“天猫旗舰店”，“京东商城”，“亚马逊”开始电商运营。

2014 年欧甘妮全国连锁加盟经营实体店近 100 家，应对移动互联网时代，积极拥抱变革，创建粉丝社群，搭建微信·微商城，践行 O2O。

从 2008 年——2014 年，欧甘妮品牌创新搭配，让顾客轻松做选择

品牌涉及：冷法手工皂系列、头发养护系列、面部护肤系列、身体护理系列、足部护理系列、沐浴工具系列、原产国精油系列。

欧甘妮在北京最有影响力的大型高端百货商场开设店铺：百盛购物中心、王府井百货大楼、金源 MALL 购物中心、双安商场、翠微商厦、新光天地等。同时布局了天猫旗舰店和微信·微商城，确立了国内植物护肤品牌的核心市场地位。

有的朋友以前只相信和使用一线品牌的护肤品，但使用了欧甘妮品牌的面膜，自己变成了产品的受益者和品牌的宣传者。有人是油性皮肤，用了我们的手工精油皂，改善了油性状况；有人脱发，用了欧甘妮的生姜洗发水，坚持使用得到了缓解。作为一个新的品牌，作为本土年轻的北京企业和年轻的牌子，欧甘妮要走的路还很长，未来发展的空间还很大，我们要继续努力和加油，把更多更健康更优质的护肤品呈现给消费者。

企业使命：引领中国的都市女性健康护肤的美好生活方式

品牌愿景：成为植物护肤精品品牌

品牌定位：针对个人皮肤护理搭配解决方案

品牌风格：创新 绿色 环保 健康

普兰迪品牌建设之路

——北京普兰迪服装有限公司



北京普兰迪服装有限公司，是一家专业生产销售高档西服和各类职业工装的实体企业，位于历史悠久的“京杭大运河”河畔。公司拥有高档西服配套生产厂一家（位于大兴区），工装配套厂一家（位于廊坊），职工总数 450 人。公司拥有十三年丰富、专业的高档西服、职业工装的生产和销售经验。

普兰迪服装文化底蕴深厚，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。普兰迪服装通过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。

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，大多来自国内外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。西装生产保留了部分手工制作，确保服装不变型。

普兰迪服装早期便以单量单裁、量身定制而起步，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。

普兰迪品牌建设发展主要体现在一下几个方面：

一、根据不同客户，区分不同品牌的经营模式

为防止同一品牌既服务于高端客户群体，又服务于低端客户群，使客户产生错乱感和落差感，针对于不同的客户群体，公司采用了不同的品牌经营。

EIMON：趋向于高端客户群体及 VIP 私人定制群体。主要产品为男女西装、大衣、高档衬衣等。

普兰迪：趋向于更加专业化的职业服装，覆盖面相对于较广

明美：趋向于专注企业工装发展（包括特种行业服装，如：防静电服装、阻燃服装、防酸碱服装等等）

艾图爱：趋向于体育及户外服装产品，突出绿色环保及世界领先级面料。

公司完善了品牌及制服种类，在品牌推广上就更具针对性。对症下药，采用不同的营销方式，实现职业服装各个领域的品牌突破。

二、突出实体化工厂，具有强大的生产加工能力及设计制作能力

职业服装的生产，可以说一家一个样子，每家都需要和拥有自己的企业文化，作为企业文化的重要组成部分，服装势必要具有文化的突出性和唯一性。这一点，普兰迪公司做到了。公司拥有独立的服装设计师，



会活动；积极从事公益事业带动品牌效应；选取合适的形象代言人；建立完善的售后服务体系，叫客户无后顾之忧；成立专业的渠道推广部；争创职业服装名牌产品，扩大影响力；建立健全诚信档案制度。

每一位普兰迪的顾客，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。普兰迪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。



拥有属于自己的服装流水线，拥有属于自己的设计、制版、打板、裁剪、整烫、生产等相关专业团队及工人。这是一个职业服装企业的硬实力，也是推动品牌发展的强大动力源泉。正是因为这种极强的生产能力和设计能力，使得企业在同行业乃至整个市场知名度越来越高。

三、现货推广，高性价比，提高品牌知名度

用现货供给方式，实现在最短时间为顾客提供最好并且符合要求的服装产品。公司常年备有28个尺码现货西服、33款现货工装、24款现货T恤及多品种现款户外服装产品。现货的供给方式，为广大客户打开了职业服装的方便之门，缩短了工期，提高了使用效率，同时，由于批量采购生产，也降低了产品成本，具有极高的性价比。高品质，低价位，无疑为品牌在顾客心目中树立了良好的形象！

四、职业装融入时尚元素，提高产品接受度和忠诚度

职业服装由原来的中规中矩，我们融入了时尚的元素，让员工们不再是被迫的穿着职业服装，而是做到了不仅工作中愿意穿着，8小时之外也不愿意离身。职业工装时尚化，形体化，一举摆脱了职业服装呆笨的传统形象。

五、建立健全完善的品牌营销推广体系

完善网络营销、微信营销，结合媒体推广；采用电话营销与登门拜访相结合的方式；参加各类服装展

“存续企业”的发展法宝

核心提示：如何培育自有优势、开拓外部市场、培育自身竞争力，使企业经营不断适应内外部市场竞争的变化，推动企业长效生存发展，是摆在存续企业面前的现实课题。

优质资产随着股份公司上市了，国有企业的历史遗留问题和大量劣质资产抛给了存续企业，存续企业如何生存成为当前国企改革的重要问题。1998年，扬子石化公司将全部石油化工优质资产重组改制创立了扬子石化股份公司，并成功地在深圳发行了3.5亿A股；存续部分相应改制为有限责任公司，其拥有公用工程、工程设计和大量服务性设施。开始时，存续企业一方面通过关联交易为上市公司提供有偿服务，获得收入，另一方面通过获得上市公司投资收益弥补不足。在这种情况下，扬子石化存续公司认识到只有想方设法走向外部市场，才能真正实现自立生存。

2000年中国石化集团公司整体重组改制后，上市公司与存续企业完全分立运作，扬子石化股份公司的股权划归中国石化股份公司，存续企业失去了赖以生存的投资收益，同时中石化集团公司总部加大了对关联交易检查压缩规范的力度，进一步推动了扬子存续公司不断增强开拓外部市场的意识，加快形成有利于开拓外部市场的机制，近年来扬子石化存续企业外部收入平均每年以10%的比例上升。2002年存续公司实现外部收入15亿元以上。

如何培育自有优势、开拓外部市场、培育自身竞争力，使企业经营不断适应内外部市场竞争的变化，推动企业长效生存发展，是摆在存续企业面前的现实课题。扬子石化存续企业近年来开拓市场的实践说明必须做好以下几个方面的工作：

一、克服四种倾向

1. 克服安于现状、不思开拓的倾向。存续企业不能因为目前日子过得去，而放慢开拓外部市场的步伐。应该居安思危、言危思进，认清大势，把握当前国企改革的政策优惠，打破幻想，以“壮士断腕”的决心和勇气，以对企业 and 职工负责的态度，义无反顾、坚定不移地走出去。

2. 克服不敢走向外部市场、有畏难和胆怯情绪的倾向。认真分析自身的优劣势，分析外部市场状况，开阔思路，变换思维，明确市场定位，瞄准目标市场，

先易后难、先小后大，及时总结经验教训，逐步增强开拓外部市场的能力信心和勇气。

3. 克服不懂又不肯学的倾向。存续企业所属专业公司、生活后勤、多种经营、经营贸易单位，涉及的行业多、门类杂，各有各的业务特点和管理方法，而现有从业人员尤其是管理人员，很大部分是从石油化工转行的，对这些领域熟悉不够、了解不深，很大程度上沿用了石化企业的管理办法进行管理，这显然满足不了开拓市场的要求。应该认识和承认不足，主动走出去，向社会同业学习，加快经营思想、经营理念、经营方式的转变，尽快实现与社会同业接轨。

4. 克服只想不动、光说不干的倾向。存续企业必须充分认识到开拓外部市场是大势所趋，充分看到开拓外部市场是企业自立生存的必然选择。尽快将好的设想，经过周密论证后，及时付诸行动，不能等所有问题都解决了，所有方面都完善了。时间就是效益，时机不等人，边干边解决问题，边干边完善，边干边前进，把握住先机，增强竞争的主动权。

二、抓好四项整合

1. 抓好组织整合。积极向以客户为中心转变，精简机构，压扁管理层，建立具有各自行业特点的适应市场开拓的组织体系，加强开拓外部市场机构，以项目组等形式，加强项目实施和服务组织，全过程抓好开拓、实施和服务，赢得用户的信任。

2. 抓好人员整合。应该根据业务和开拓市场的需要，大力调整优化内部人员结构，压缩一般管理人员，充实市场分析、组织和营销人员，充实业务骨干和技术工人，采取竞聘等形式，调整满足新的人员需求，采取下岗、待岗、协议解除、内退等多种形式消除富裕人员。

3. 抓好资产整合。根据开拓市场需要，优化设施和装备等资产配置，最大限度地发挥资产的效用，清理整顿内部无效、低效、闲置资产，该处置的处置，该拍卖的拍卖，该租赁的租赁；对不适合本企业经营、又非自身核心业务应改制分流、出售；对扭亏无望、发展无前途的装置和项目应及时关停并转，集中精力和财力，发展确定的核心产业。

4. 抓好业务整合。存续企业各单位之间、单位内部都有不少辅助和非主流业务，也有整合进退的要求，因此，必须明确自身的发展方向 and 定位，加快重组业

管理的三种境界

文 / 卢剑峰

务流程，强化核心业务，逐步分离退出辅助业务，去枝强干，增强开拓和应对市场的能力。

三、建立四个机制

市场在于发现、在于开拓、在于培育、在于创造，其核心是建立有利于调动各方面积极性、齐心协力、各显神通开拓市场的好机制。

1. 建立快速应对市场变化的机制。加强市场信息收集分析，跟踪研究宏观经济政策和产业走势，跟踪研究技术创新发展的最新变化，跟踪研究用户需求和竞争对手的动态，敏锐地发现市场细微变化，敏锐地捕捉市场新机遇，及时调整经营策略和方向，及时调整内部组织、人员、业务流程、资产资金配置和管理，以变应变，以动制动，快速应对市场，抢占开拓市场先机。

2. 形成开拓市场与个人利益挂钩的激励机制。根据经营性质和业务不同，按照开拓市场的要求，逐步调整改革，建立新的薪酬制度，采取创收提成、百元产值计奖、计件计时工资（奖金）、岗位津贴等办法，充分调动职工的积极性，形成揽到活儿、干好活儿、用户信任、市场更开阔的良性循环。

3. 建立市场开拓的责任机制。积极建立完善适应不同单位、不同行业的开拓外部市场的指标体系和考核体系，将开拓外部市场创效目标与领导班子、职工个人绩效考核紧密挂钩，层层分解指标，层层传递压力，确保将开拓外部市场的责任落到实处，成为大家的共同目标和实际行动。对内部单位或子公司必须独立核算，独自承担所有费用，真实反映经营状况，将亏损和补贴反映在明处，体现在职工的收入上，增强开拓外部市场的紧迫感和自觉性。

4. 建立市场滚动开拓机制。产品有生命周期，市场也在不断动态变化。必须树立做市场的大思路，以优质服务稳定已占市场，以“进入优先、利在永远”的理念开发新的市场，以“广种博收、大面积撒网、重点突破”跟踪潜在市场，形成稳固一批、开拓一批、寻找一批的滚动开拓机制。

四、形成开拓市场的比较优势

市场无所不在，但永远属于强者，属于有竞争力的企业。要想在激烈的市场竞争中有一席之地，必须不断加强企业的创新工作，加强内部整合，在“特、专、优、低”上下功夫，大力提高服务水平，树立品牌形象，积极营造企业的竞争优势。

“特”就是有经营特色、服务特色、产品特色。将文化和经营理念融入经营的每一个过程、每一个产品和每一项服务，倡导与众不同、特点鲜明、以特取胜。

存续企业应注重自身品牌的培育，致力于将自己生产的产品做成知名产品，努力形成特有的稳定的用户、消费和服务群体。

“专”就是有专长、有专门人才、专有技术、专业优势。通过培训、引进、挖掘等方式，培养造就一批经营管理者、专家型人才和高级技术工人。通过自行开发和合作研究，尽快形成专有技术、产品和服务的本行业优势。

“优”就是建立用户快速响应机制，千方百计提供优质的服务。一切以用户为中心，按照用户的要求，调整内部组织，优化业务流程，增加服务内容，改进工作标准和产品质量，高效、方便、快捷地应对客户需求，树立一批形象工程、服务品牌、名牌产品，使用户离不开你、有需求首先想到你。

“低”就是成本低。成本领先战略是当今企业参与市场竞争的重要法宝，企业必须不断降低成本费用，不断推进改革，以获得市场竞争的优势。

五、积极形成开拓市场的思路

积极改变固有的思维方式和习惯，加强与社会同行的交流学习，引进、调整、创新相结合，取长补短、扬长避短，多渠道、多方式形成开拓市场的思路和方法。

1. “借船出海”。就是要借助行业的管理经验、借助已有的信息、经营网络和配送系统，借助技术设备优势，借助专家和专门人才，借助品牌和商誉，实现拓展市场的目的。

2. “竞争合作”。以双赢为目标，强强联合、优势互补，在合作中学习，在竞争中提高。如与国际知名厂商和行业龙头合作，提升技术水平、市场形象和开拓市场能力。

3. 建立战略联盟，不少西方企业都采用这种市场扩张的新战略，实现信息、市场、人员、装备等资源共享，减少市场进入成本。

4. 不断调整营销策略。适应市场和竞争对手的变化，动态实施新的相关营销组合、价格策略，稳定用户，刺激需求，挖掘新市场和新的服务群体。

5. 投资入股。瞄准新市场，通过建立资产纽带关系，建立利益共同体，获得市场准入的优先权。

6. 加强客户关系。通过定期走访、用户座谈、用户联谊、问卷调查、回访等多种形式，跟踪了解用户需求，改进服务质量和服务水平，形成互相信任、互担风险、利益共享的良好的客户关系。

（来源：中国企业报道）

人类为什么需要管理？因为没有管理，人就会干坏事，就会让其他人损失利益。人能干坏事，就会让其他人损失利益。基本基于这样三个层面的条件。首先是要激发一个干坏事的心，其次是能做出干坏事的举动，然后是能规避干坏事的后果。只要这三样条件具足，几乎所有的人都会干坏事。可以说，远今为止的管理手段部是针对这三样干坏事的条件来展开的，于是就产生了管理的三种境界。

针对于规避干坏事的后果来运用的管理是第一种境界。这种管理，就像一只粮仓里的猫拿着一根大棒，眼睛盯紧了粮食堆只要老鼠胆敢偷吃粮食，立马大棒伺候。在这种管理体制下，老鼠如何偷吃粮食呢？第一，猫总有打盹的时候，趁猫注意力下降的时机下手偷粮食。第二，猫的大棒命中率不是百分之百，老鼠饿极的时候，会冒险偷粮食，赌猫打不中。第三，聪明的老鼠直接和猫谈判，将偷到的粮食给猫分成，将猫变成自己偷粮食的保护伞。很显然，这种管理方式是达不到理想的效果的。我们称这种方式为-----不敢欺。

针对能干出坏事的举动来运用的管理是第二种境界。这种管理，就像粮仓的主人聘请一个专业的设计团队，设计一个专业的粮仓，这种粮仓考虑各种老鼠打洞的方式，将老鼠最容易打洞的方式全面封堵。同时，粮仓的主人还会在猫的大棒上安装监视器和探测器，让猫的执法举动在阳光下运行，如果还不放心，还会聘请麻雀做飞行监督人，监督老鼠是否在偷吃粮食，猫是否在偷懒。在这种管理体制下，老鼠如何偷吃粮食呢？首先，老鼠会寻找粮仓设计的漏洞和薄弱点并突破之，甚至还可以想办法瘫痪猫的大棒上的监视器和探测器。总之，粮仓的主人只能不断地增加成本来优化粮仓的防护系统。这种管理方式在一定程度上能

对系统的运行做到有效的防护和监控，但随着破坏系统力量的升级，维护系统的成本会越来越高。我们称这种方式为-----不能欺。

针对激发一个做坏事的心来运用的管理是第三种境界，也是最高级的境界。这个时候，粮仓的主人不再把老鼠当做敌人或坏人，放下身段来跟老鼠做朋友。主动送一些粮食给老鼠，并相信老鼠不会再偷吃其它的粮食；给老鼠在地面上盖个房子，让老鼠搬离暗无天日的洞穴生活；让猫不再拿大棒，而拿上教鞭，教授老鼠更体面的生非技能……这样，老鼠就会依附于粮仓的主人，成为粮食加工的体面工人，再也不想偷偷摸摸干坏事了。而粮仓的主人则不必再为粮食失窃烦恼，也不必再为防护粮食而投入过高的威本。这就是最理想的管理方式。我们称之为-----不忍欺。

做出不敢欺，是针对于结果的管理。其主要手段是通过结果层面的奖惩来约束过程中的行为。特点是简单、粗暴、唯结果论、评价偏颇、漏洞多、易被骗。不能欺，是针对过程的管理。主要方式是通过流程设计、规范制度、标准操作来控制系统运行的变哇，防范运行错误的产生。这应该是目前流传最广，最受追捧和认可的一种管理方式。其潜在的文化约定是，人生来罪恶，如果不加以约束一定会干坏事。人干坏事的本领越大，其防范的手段和成本就会越大。不忍欺，要求管理直指人心，直接针对想干坏事的那颗心。相信人心本苦、人性本善，用包容心、信任心、宽厚心、善良心来对待组织成员，让组织成员不忍心做出有损组织利益的事情，对干坏事的动机有自主控制和约束的能力。达到这种境界，控制不需要、监督不需要、防范不需要……系统运行的成本将成级数降低，系统内充满善意。

（来源：企业管理）

中国企业最缺乏的精神是什么

文 / 高峰

一个被反复提及的问题：为什么中国出不了乔布斯？

那么，反过来问，到底是什么样的环境孕育了乔布斯这样的创新大师、创业巨子呢？

一百多年前，德国思想家马克思。韦伯也问了一相似的问题：为什么在实现了现代化的西方国家中，美英德法居于一流，而西班牙意大利等屈居二流，美英德法等国的主流宗教是基督教，不排斥世俗事务，提倡勤俭禁欲。这个观点后来被他写成《新教伦理与资本主义精神》一书而扬名天下。

众所周知，乔布斯并不信奉基督教。在他年少的时候，因为在教堂得知全知全能的上帝对世间的贫困“全知”，却未能展现其“全能”予以拯救而深感失望。后来，他转而信封禅修与佛教。但是，他到印度访圣所感慨道：“也许爱迪生对改变世界的贡献，比比卡尔·马克思和尼姆·卡洛里·巴巴（印度教大师）两个人加在一起还要多吧。”显然，韦伯所称的“新教伦理”并不是乔布斯创新的激情之源。那么，韦伯一定是遗漏了什么。

《消教徒的礼物》这本书或多或少为我们揭开了答案的面纱，补上了《新教伦理与资本主义精神》所以缺的拼图一角。《清教徒的礼物》总结了四条清教徒精神，其中最关键的一条就是亲力亲为，注重技术与现场的“工匠气质”。

乔布斯正是当年硅谷成千上万个“电子小孩”之一。在成功推出苹果个人电脑之前，他们早已无数次尝试组装不同的电子元件。后来，苹果公司推出震惊世界的三大神器，无论是外形设计还是功能设置，处处都留下了乔布斯亲临一线亲力亲为的深刻印记。

正如禁欲主义的勤勉节俭导致资本的积累一样，清教主义的亲力亲为必然打破等级制度的禁锢。而这

才是清教伦理的真正核心。

19 世纪晚期模仿英国工业的日本，继承了至今都在困扰英国的两个弱点。其一就是等级森严，造成沟通不畅，决策低效。这在制度层面上限制了亲力亲为。其二，管理者和工人都缺乏技术资质。这在技术层面上限制了亲力亲为。

后来，在日本受到德国的影响，矫正了第二个弱点，但一直未能有效克服等级森严这个制度层面的弱点。直到二战战败，日本被美国占领，在麦克阿瑟的主导下进行了“经济清洗”，将总共有 154 家大型公司的 1937 名常务董事及以上级别的（等级意识极强）企业高管赶下了领导宝座。同时，麦克阿瑟引入基于清教伦理的美式管理思想。正是这一场管理革命，在 30 年的时间里把日本从一个满目疮痍的落后战败国变成了延续几十年的世界第二大经济大国。

我们还可以从另一个创造了经济奇迹的国家——以色列来见证淡化等级制度的威力。

以色列是一个弹丸小国，人口只有 710 万，建国时国土面积仅有 1.49 万平方公里，大部分是沙漠，周围都是敌国。但是，以色列在纳斯达克上市的新兴企业总数超过全欧洲的总和，也超过日本、韩国、中国、印度四国的总和。2008 年，以色列人均创业投资是美国的 2.5 倍、欧洲的 30 倍、中国的 80 倍、印度的 350 倍。

以色列之所以能取得如此炫目的经济成就，正是因为他们觉无等级制度的禁锢。以色列军队的最大特点就是几乎没有等级之分。在以色列，每一个权力人物——包括总理和军队政要，都有一个绰号，包括普通老百姓在内，都可以用绰号来公开称呼他们。

因此，我们要真正认识到，森严的等级制度是创新创业的死敌。这也正是中国出不了乔布斯的实质原因。

（来源：企业管理）

2014 年北京企业评价协会科技创新奖

——成果类表彰名单

（排名不分先后）

一等奖（2 项）			
序号	项目名称	主要完成人	主要完成单位
1	面向银企直连的双向数据传输的安全防范智能系统	李沁芸、陈 靖、王博岩	北京格尔国信科技有限公司
2	废铅蓄电池无害化处理技术研究和闭环产业链设计	杨敬增、韩业斌、丁 涛、熊 岳、曾庆禄、穆京祥、王 立、陈 利、廉啟合	中国电子工程设计院
二等奖（4 项）			
序号	项目名称	主要完成人	主要完成单位
1	江西输变电设备状态监测系统试点工程	郝艳军、黄志江、于钦刚、刘明军、华 桦、李红云、王 毅、万军彪、张 宇、何卫峰、张 坤、杨春华王 霖、陈次龙、郭亚飞	北京国网富达科技发展有限责任公司
2	茯苓夹饼品质提升关键技术及工业化生产研究与示范	李效华、房 刚、刘文波、黄振华江玉霞、牛金霞	北京红螺食品有限公司
3	水平薄层围岩中地下厂房洞室群围岩稳定及工程措施研究与应用	周长兴、严旭东、张 捷、张沁成、邱彬如、赵朝霞、张万祝、杨喜军、王志国、白 宇、李院忠、耿贵彪王少川、李云龙、陈 丹	中国电建集团北京勘测设计研究院有限公司
4	基于医院的老年人健康服务支撑平台与示范应用	张向阳、罗三笔、孙素君、姚从洲、李 筱	北京中科院软件中心有限公司
优秀奖（13 项）			
序号	项目名称	主要完成人	主要完成单位

1	轻型智能载人登塔装备的研究与应用	杨军宁、付 然、周立民、李学斌、王志军、张洪波、李 祺、赵梦奇、李 易、张华兰、李庆梅、郑 毅、魏云龙	北京国网富达科技发展有限责任公司
序号	项目名称	主要完成人	主要完成单位
2	章光 101 红豆杉缓释颗粒	赵章光、史小方、林小星、梁玉华、李 健	北京章光 101 科技股份有限公司
3	协同办公系统 V8.0	王海波	北京九思协同软件有限公司
4	水泥窑处置有机污染土的研究	任立明、毛倩瑾、田 巍、姜雨生、崔素萍、王 卉、徐 伟、兰明章、刘 佳、王亚丽	北京金隅红树林环保技术有限责任公司 北京工业大学
5	烧结余热高效利用技术	黄 飞、王广文、王国臣、刘 峰、高 雷、张国土	北京志能祥赢节能环保科技有限公司
6	支持多路高清图像合成技术的高自适应广播级多画面处理设备	朱利人、李 孟、曾荐轩、何德文	北京时代奥视数码技术有限公司
7	城市一卡通基于 NFC 手机新应用	孙 伟、张 伟、佟魁龙	建亿通（北京）数据处理信息有限公司
8	基于公司生产管理信息系统的输变电设备状态信息高级应用技术研究－输电部分	于钦刚、李红云、赵玉芳、宣东海、马 琳、李海涛、黄志江、徐晓阳、孙庆贺、王 毅、李晓娜、吴 琼、贺晓宇、黄文娟、吴世新	北京国网富达科技发展有限责任公司
9	北京市综合防灾减灾社区紧急广播系统项目	刘振江、刘 涵、张宏珉、杨 清、刘 冰、李 虎、王 瑾、王永峰、魏 超、杭国君	北京金广通科技有限公司
10	静音恒温屏蔽机柜	刘振江、刘 强、薛 涛	北京金秋果实电子科技有限公司
11	氧敏感型输液制剂的关键生产技术开发	林韶辉、杨秀梅	北京世桥生物制药有限公司
12	基于 SOA 架构井工煤矿安全生产调度管理系统的研发	毕艳军、王宏星、张良宝	北京中电拓方科技发展有限公司
13	飞机维修单位安全管理体系（SMS）研究与应用	杨 阳、欧阳昆、余海燕、梁建宇、刘晓跃、李 环、李 琳、孟志豪、阮正明	北京飞机维修工程有限公司

2014 年北京企业评价协会科技创新奖

——企业类表彰名单

（排名不分先后）

金奖（1 项）	
序号	企业名称
1	北京章光 101 科技股份有限公司
优秀奖（15 项）	
序号	企业名称
1	北京首儿药厂
2	同方股份有限公司
3	百济神州（北京）生物科技有限公司
4	北京利尔高温材料股份有限公司
5	北京世桥生物制药有限公司
6	北京合康亿盛变频科技股份有限公司
7	北京金秋果实电子科技有限公司
8	北京逸海京通科技有限公司
9	北京今谷神箭测控技术研究所
10	北京九思协同软件有限公司
11	北京中电拓方科技发展有限公司
12	北京格尔国信科技有限公司
13	幻响神州（北京）科技有限公司
14	北京红螺食品有限公司
15	北京金运通大型轮胎翻修有限公司

2014 年北京企业评价协会科技创新奖

——产品类表彰名单

(排名不分先后)

优秀奖（36 项）		
序号	产品名称	单位名称
1	宽屏 LED 背光液晶显示器成果转化项目	冠捷显示科技（中国）有限公司
序号	产品名称	单位名称
2	雷力极可善	北京雷力海洋生物新产业股份有限公司
3	横向力自动路面摩擦系数测试设备	北京今谷神箭测控技术研究所
4	iSagy BIM	北京博锐尚格节能技术股份有限公司
5	高频电刀	北京康威电子有限公司
6	雷力海得丰可溶性海藻精粉剂	北京雷力海洋生物新产业股份有限公司
7	树坑胶丝盖板	北京金运通大型轮胎翻修有限公司
8	章光 101 红豆杉缓释颗粒	北京章光 101 科技股份有限公司
9	雷力海补海藻有机颗粒肥	北京雷力海洋生物新产业股份有限公司
10	高清矩阵式多画面拼接控制器	北京时代奥视数码技术有限公司
11	可调式自动截流阀	北京赛思特泵阀制造有限公司
12	高效环保生物杀虫剂－生物肥皂	北京瑞雪环球科技有限公司
13	水资源综合监测管理系统 V1.0	同方股份有限公司
14	全自动车载落锤式弯沉仪 CFWD-10T	北京今谷神箭测控技术研究所
15	雷力有机肥富得丰	北京雷力海洋生物新产业股份有限公司

16	制苯装置多功能抗氧剂 BL-628C	北京斯伯乐科学技术研究院
17	可视按键型智能密码钥匙	飞天诚信科技股份有限公司
18	红山云端软件 vTop	北京红山世纪科技有限公司
19	氩气高频电刀	北京康威电子有限公司
20	单唾液酸四己糖神经节苷脂钠注射液	北京四环制药有限公司
21	数字化射频电源系统	北京吉兆源科技有限公司
22	心电电生理网络系统	北京麦迪克斯科技有限公司
23	ezBD_EduCloud 同方大数据教育管理云平台 V1.0	同方股份有限公司
序号	产品名称	单位名称
24	小儿咽扁颗粒	北京首儿药厂
25	面向金融机构、融资平台和政府的中小微企业客观信用测评云服务系统平台	金电联行（北京）信息技术有限公司
26	英语语音教学评测系统	北京中科院软件中心有限公司
27	地震模拟系统	北京赛欧必弗科技有限公司
28	龙源网 App	北京龙源网通电子商务有限公司
29	雷力多保中微量元素颗粒肥	北京雷力海洋生物新产业股份有限公司
30	英语口语考试系统	北京中科院软件中心有限公司
31	皮带智能手环 A2	幻响神州（北京）科技有限公司
32	马来酸桂哌齐特注射液	北京四环制药有限公司
33	雷力 2000 功能型复合液肥	北京雷力海洋生物新产业股份有限公司
34	医学图像存储传输系统	北京麦迪克斯科技有限公司
35	十二导同步多功能心电分析系统	北京麦迪克斯科技有限公司
36	基于 SOA 架构煤矿安全生产调度管理系统	北京中电拓方科技发展有限公司

2014 年北京企业评价协会科技创新奖

——人物类表彰名单

(排名不分先后)

人物类——卓越领导者（14 项）			
序号	姓名	职务	单位名称
1	汤潮	董事长兼总裁	北京龙源创新信息技术有限公司
2	凌科	总经理	北京首儿药厂
3	惠轶	CEO	北京花果信息技术有限公司
4	吴英礼	董事长	北京筑龙信息技术有限责任公司
序号	姓名	职务	单位名称
5	钟世航	总经理	北京市水工资环新技术开发有限公司
6	彭京武	董事长	北京今谷神箭测控技术研究所
7	林韶辉	执行董事	北京世桥生物制药有限公司
8	毕艳军	总经理	北京中电拓方科技发展有限公司
9	丁树奎	总经理	北京市轨道交通建设管理有限公司
10	王海波	CEO	北京九思协同软件有限公司
11	李树瑜	董事长	北京吉兆源科技有限公司
12	刘振江	董事长	北京金秋果实电子科技有限公司
13	王兵	总经理	北京坤腾世纪科技有限公司
14	范晓忻	董事长兼总经理	金电联行（北京）信息技术有限公司
人物类——突出贡献者（12 项）			
序号	姓名	职务	单位名称

1	罗富荣	总工程师	北京市轨道交通建设管理有限公司
2	刘学忠	主任	中国电子工程设计院
3	刘亚利	副总经理	北京世桥生物制药有限公司
4	罗俊良	副总经理	北京筑龙信息技术有限责任公司
5	桑月秋	技术总监	北京同方软件股份有限公司
6	黄飞	技术副总	北京志能祥赢节能环保科技有限公司
7	秦子刚	研发主任	北京坤腾世纪科技有限公司
8	王颂平	董事长兼技术开发总监	北京必胜教育科技有限公司
9	汤杨	总裁助理	北京龙源数媒科技有限公司
10	吴郡	技术主管	北京欧陆宝石化产品有限公司
11	周明朗	技术总监	北京龙源网通电子商务有限公司
12	吕景成	工程师	北京吉兆源科技有限公司



2014 年北京婴幼儿（孕）消费市场品牌调查评价结果发布

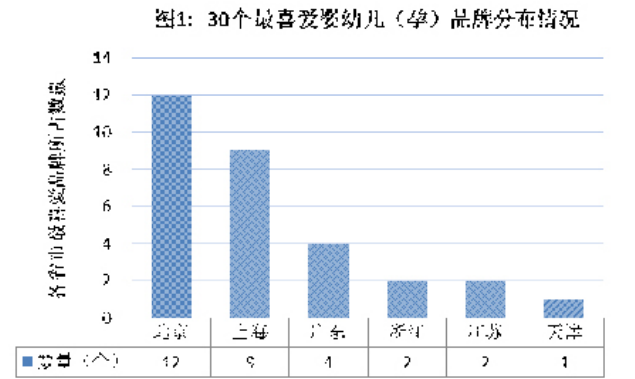
随着我国社会经济水平的不断提升，婴幼儿和孕
妇消费的品牌也备受关注。为更好地引导社会公众品
牌消费，同时树立企业品牌形象，提升企业品牌社会
影响力，在 2011 年该项目调查评价的基础上，2014 年
6 月 19 日至 11 月 6 日，北京企业评价协会再次委托北
京市产品评价中心组织开展了“2014 年北京婴幼儿（孕）
消费市场品牌”调查评价活动。

本次调查评价活动主要针对国内（含港、澳、台
地区品牌）与北京市民（婴幼儿及孕妇）日常生活息
息相关的食品药品、日用护理、医疗保健、服装家纺、
启智教育、家具、电子电器、金融保险和文体娱乐等
共涉及 30 个类别的 300 多个行业优秀品牌展开。本次
调查问卷的收集采用街头拦访和网络调查两种方式进
行，其中网络调查参与人数 5712 人，审核回收合格问
卷 1448 份；街头拦访参与人数 623 人，审核回收合格
问卷 578 份；最终审核回收合格问卷共计 2026 份。

调查数据运用 SPSS 统计分析软件，并结合
Crystal Xcelsius 交互式可视化分析软件，对静态数
据进行可视化分析。其中综合统计调查结果，网络调
查和街头拦访所占权重按 30%：70% 进行，并在工商信
用信息系统公示记录查询一票否决等程序，最后得出
“2014 年北京婴幼儿（孕）消费市场品牌 30 强”调查
评价结果（见附件）。

调查发现：
一、市民最喜爱婴幼儿（孕）品牌中北京市企业品牌位居榜首。调查结果显示，我市企业自主品牌在 30 个最喜爱品牌中占 40%，其次是上海、广东、浙江、江苏和天津（见图 1）。北京市企业自主品牌领先于其它省市所占比重，主要取决于医疗、药品及教育在地区所占优势，但对于主要是在北京区域市民消费进行

的调查而言，北京市企业行业最喜爱品牌所占比例仍
需进一步提高。



二、我市企业婴幼儿（孕）品牌总体认知程度需提高。调查结果显示，北京市民首先想到的婴幼儿（孕）知名品牌前 10 名依次为：好孩子、贝因美、伊利、三元、妈咪宝贝、蒙牛、飞鹤、完达山、红孩子、圣元（见图 2）。北京企业拥有的品牌只有 2 个，外省市品牌占比较多。调查结果中外省市品牌“好孩子”高居北京市场第一，北京市品牌“三元”和“圣元”则位居第四和第十，说明我市企业婴幼儿（孕）品牌总体认知度仍需提高。



三、“食品安全”仍然是市民最感到困惑的问题。



数据显示，北京市民感到最困惑的问题为“食品
安全”（见图 3），尤其是对婴儿配方奶粉问题特别关
注并饱受争议，其余依次为“产品质量”、“产品价格高”、
“产品功能差”和“缺乏科学指导”等。

四、“食品”是市民消费国内婴幼儿（孕）品牌最不放心的领域。数据显示，北京市民对于目前国内婴幼儿（孕）品牌消费最不放心的领域是“食品”（见图 4），其余依次为“婴童用品、护理、纸尿裤”、“医药、医疗保健品”、“玩具、文具”、“早教培训机构”“金融保险”、“服装服饰”和“母婴电商、婴童游乐园”等。调查结果显示食品安全问题导致消费者对国内婴幼儿（孕）食品行业也产生了极大的不信任感。

五、“产品质量”成为市民消费国内婴幼儿（孕）品牌产品时最关注的因素。数据显示，北京市民最关注的消费因素为“产品质量”（见图 5），其余依次为“产品价格”、“品牌知名度”、“产品功能”、“产品造型”和“广告宣传”等。所以企业应把产品质量放在发展战略的首要位置，树立“全员质量意识”。只



有产品质量得到消费者的信赖，社会的回报才会形成，
企业才能良性发展。

调查建议：
一、努力创建品牌培育长效机制，积极推动我市婴幼儿（孕）市场品牌健康发展。依托市相关婴幼儿（孕）行业组织，建立婴幼儿（孕）企业品牌建设发展的专业机构，统筹全市该项工作的安排，以市著名商标为主线，组织企业分梯队、分层次开展品牌培育工作。

二、提升诚信经营企业的社会荣誉感，营造我市婴幼儿（孕）市场“食品安全”环境。积极倡导婴幼儿（孕）行业企业开展诚信经营承诺活动，利用第三方征信专业优势对诚信承诺企业进行验证监督，同时加大对诚信经营企业的奖励力度，增强诚信企业的责任意识，确保婴幼儿（孕）食品安全。

三、要积极发挥政府、企业和社会的协同作用，促进我市企业婴幼儿（孕）品牌建设发展，增强市场竞争力。品牌建设要坚持政府引导，以市场为主导、企业为主体、全社会共同推进的方式协同发展，加大政策扶持，加快推进企业自主创新，优化产品结构，强化精细化管理，提升产品质量，增强开拓市场的能力，拓展发展新空间。

四、企业要不断树立品牌发展意识，积极倡导科技创新意识。企业要进一步转变经营理念，注重品牌培育发展，除加强产品质量和安全管理基础建设外，更要不断加大对品牌技术的改造和科研投入，实现由“中国制造”向“中国创造”转变的民族复兴与品牌强国的伟大梦想。

附件：

2014年北京市民最喜爱的婴幼儿（孕）品牌三十强

（每类别1个，类别排名不分先后）

序号	品牌名称	所属类别	16	好孩子	婴童餐椅
1	婷美	孕妇服饰	17	全棉时代	婴童家纺
2	巴拉巴拉	童装	18	好孩子	儿童安全座椅
3	巴布豆	童鞋	19	格林童趣	儿童摄影
4	贝因美	奶粉	20	奥迪双钻	儿童玩具
5	贝因美	辅食	21	晨光	儿童文具
6	同仁堂	孕产营养保健品	22	俪婴妇产医院	高端妇产医院
7	合生元	儿童营养保健品	23	中国人寿	新生儿保险
8	同仁堂	医药	24	宝宝树	育儿 APP
9	孕肤宝	孕妇洗护用品	25	宝宝树	育儿网站
10	好孩子	哺育用品	26	东方爱婴	早教机构
11	郁美净	婴童洗护用品	27	剑桥	培训机构
12	妈咪宝贝	纸尿裤	28	红孩子	电商母婴零售
13	小白熊	婴童电子电器	29	丽家宝贝	母婴连锁店
14	好孩子	童车	30	红黄蓝亲子园	婴童游乐园
15	小龙哈彼	童床			

北京光明健能乳业有限公司

北京光明健能乳业有限公司属于光明乳业股份有限公司全资子公司，为有限责任公司。位于北京市顺义区林河开发区林和大街14号，占地60亩，标准化厂房1.2万平方米。2002年12月28日正式投产。主要生产，加工各类乳制品，乳饮料，并销售自产产品，属于食品加工行业。该公司产品主要覆盖华北、东北地区，是上海光明乳业股份有限公司在北京的窗口企业和生产加工基地。截至2013年底，公司资产总计6.9亿元；实现销售收入3.95亿元；拥有500名员工的中型企业。该公司2003年5月分别通过ISO9000和HACCP2体系的认证，2004年12月通过全国食品产品生产许可证，即QS认证，是北京市首家通过该认证的乳品企业。

该公司2010年11月通过乳制品HACCP认证及ISO9001:2008；2011年9月通过乳制品GMP认证；目前体系运行良好，并通过工作中的不断摸索验证，制定出一套更适合本企业的ISO90001和HACCP修订版，公司更好的完善了监督体系。严格执行公司总部制定质量审核标准化条款，2013年12月安身生产安全标准化（二级）标准化审核。

2014年该公司积极参与上海总部WCM项目推广实施，组织基层管理人员参加培训学习。80%的学员通过由台湾中卫徐庆伟顾问出题测试。2015年该公司要重点实施推广WCM希望所有人员积极参与，共同提高工厂的管理水平。



北京市翠微山天然矿泉水公司



北京翠微山位于北京市石景山区与海淀区交界处，八大处公园之上，由七处上至山顶，有“翠微绝顶”题字。此地地处北京市东南，距市中心约20公里，为香峪大梁东南坡的山峰之一，北与香山遥相对应。山势和缓，原名平坡山，因唐建平坡寺得名；明洪熙初年（1425）改叫翠微山。

优雅的环境，才会孕育优质的水源。翠微山天然矿泉水源自京郊西山

地下400米侏罗系南大岭组玄武岩，属构造裂隙水，水温常年维持在13.5℃左右，含水层历经千百年的循环渗透过滤，水质极佳。翠微山矿泉水属偏硅酸含锶型“饮用天然矿泉水”，符合国家（GB8537-2008）天然矿泉水标准，富含偏硅酸、锶等20余种对人体有益的矿物质，矿泉水实测偏硅酸含量高出国家标准底线50%，锶的含量长期稳定在国家标准值0.2mg/L左右，能够调节和改善人体生理机能，促进人体健康。较优的溶解性固体指标（210～560mg/L）形成了翠微山矿泉水完全不同于一般纯净水和饮用水的厚重甘冽感，形成了翠微山矿泉水独特的口味。

从建厂至今二十余年的时间里，翠微山矿泉水公司获得颇多荣誉：2001年，获得“A级绿色食品证书”，北京获此殊荣的企业仅3家；2013年，获得“山东青岛绿博会最畅销金奖”；2013年，获得345ml瓶外包装及瓶盖专利；2014年，获得“食品工业企业诚信管理体系证书”；2014年，翠微山QC成果获北京电力行业协会三等奖。2014年获得“2014年度优秀品牌企业称号”。

翠微山矿泉水独具“纯天然、绿色、无污染”的高端品质，加上中国绿色食品发展中心严苛的产品规范标准认证与审核，使翠微山矿泉水永远无法比拟，无法超越。翠微山矿泉水公司自成立以来，始终坚持“努力超越，追求卓越”的企业精神，秉承“诚信、责任、创新、奉新”的企业核心价值观，坚持“以服务客户健康为己任，严格管理、严控质量，努力打造绿色、优质、健康的翠微山品牌”的企业目标，始终致力于服务电力企业，并以优良的水质、一流的服务在电力企业内部享有较高的知名度。

翠微山矿泉水公司未来必将使公司保持先进、规范、标准化的生产管理模式，使企业健康、有序、稳步向前发展。



北京市龙顺成中式家具有限公司

“龙顺成”是享誉京城的百年老字号，其历史可追溯到公元1862年（清同治年间）。上世纪五十年代，在合并北京所有硬木家具生产厂家，集北方明清家具各流派之大成的基础上，形成了以清宫造办处所作家具为代表的“京作”这一独特的宫廷家具特色。与“苏作”、“广作”并称为中国硬木家具的三大流派，有家具中的“官窑”之称。

龙顺成作为“京作”硬木家具的擎大旗者，在上世纪六、七十年代，为外贸工艺品公司来料加工制作了大批的硬木家具产品，特别是“三线绣墩”、“如意绣墩”、“五腿花台”等产品，出口到北欧、东南亚、美国、古巴等国，成为国家出口创汇的重要产品；一九五九年，为“十大建筑”人民大会堂甘肃厅制作了黄花梨沙发、茶几；六十年代初，全国第一台“北京牌”电视机诞生，为毛泽东、周恩来以及天安门城楼上设计制作了四台黄花梨木电视机柜；七十年代末，为毛主席纪念堂设计制作了金丝楠木水晶棺罩等。龙顺成现已成为“京作”硬木家具生产和制作技艺传承最集中的地方。

龙顺成于1995年被国内贸易部评为中华老字号。是国内红木家具行业唯一的中华老字号企业，也是唯一具有百年历史的老企业。2003年起，连续被北京市工商行政管理局评为“诚信企业”；2004年，被中国建筑装饰协会、中国建筑装饰协会材料委员会评为“优秀企业”；2005年，被中国家具协会批准为“中国家具协会团体会员”，被北京家具行业协会选为“北京

家具行业协会常务理事单位”。荣获2008年中国北京国际节能环保展览会优秀奖；中华人民共和国轻工行业标准QB/T2385—2008《深色名贵硬木家具》起草单位之一。2007年，龙顺成“京作”硬木家具制作技艺，入选北京市崇文区级非物质文化遗产名录；2007年，入选北京市市级非物质文化遗产名录；2008年6月，入选国家级非物质文化遗产名录。2011年5月，被中国商务部重新认定为可保护和发展的“中华老字号”。在一百多年的风雨历程中，龙顺成经过一代人又一代人的不懈努力，把“京作”硬木家具制作技艺完整地传承下来。上世纪八十年代后，随着众多红木家具企业的兴起，龙顺成始终以传统的制作工艺和技法，运用传统的榫卯结构和独特的烫蜡工艺，在红木家具行业中一直起着领军作用。

在百年的风雨历程中，“龙顺成”制作的硬木家具充分显露出材质本身的色泽纹理，经久耐用；准确无误的比例感，协调而稳重；科学合理的榫卯结构，牢固耐用；线条雄劲流畅，雕刻适度、生动，辅以精致的铜饰件以及岁月久远所带来的特有色泽，赋予了家具无穷的生命力。“龙顺成”继承并发展着民族文化，在创新、开拓、维系中，使历史与未来在家具的发展中得到较好的协调。

1993年恢复老字号“龙顺成”，改名为“北京市龙顺成中式家具厂”。2010年10月，为适应市场发展的需要，改名为“北京市龙顺成中式家具有限公司”。

《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。