

上海咨询信息 (月刊)

2015 年第 2 期
(总第 331)

主 办：上海市咨询业行
业协会
印 刷：上海欧阳印刷厂
有限公司

目 次

- 协会工作 ·
上海咨询业行业协会积极参与上海现代服务业联合会《2014 年度上海服务业发展蓝皮书》的编纂工作 …郭德利 (2)
- 咨询专论 ·
创业经济重在颠覆与创新 ……………王 战 (3)
对一个“上海之问”的再思考 ……………缪其浩 (4)
P2P 行业无产业集聚效应……………互联网 (5)
- 专家观点 ·
国际化企业的“三步走”新战略 ……………林毅夫 (7)
上海如何完善创新治理体系 ……………寿子琪 (8)
2015 年，先消除互联网恐惧，败而不乱 ……………周其仁 (10)
- 产业分析 ·
移动互联时代，科技成果转化如何接轨 APP 营销？
……………雨薇 (12)
轻公司数据创业狂欢 ……………吕本富 (12)
零部件网上更好卖 工程机械企业世界工厂网上抢战场
……………zhiccm (17)
- 聚焦中国 ·
高端智库：支持中央媒体等先行试点 余晓洁 / 施雨岑 (18)
移动技术为中国 GDP 贡献 3.7%，领先美国 …………… (20)
微软公司与重庆共建互联网研发产业基地 …………… (21)
- 会员风采 ·
上海国际招标有限公司和个人荣膺“2014 年度上海市重点
工程实事立功竞赛”荣誉称号 ……………冶 伟 (22)
- 世界瞭望 ·
谷歌眼镜光环褪去 成硬件开发反面教材 …………… (22)
印度调整 GDP 计算方法 经济增速超中国 …………… (24)
- 政策导向 ·
关于发布《上海市科技型中小企业技术创新资金项目审批
办事指南》的通知 …………… (25)
企业投资项目核准前置条件将简化 …………… (25)
- 封二 ·
上海久创建设管理有限公司简介

· 协会工作 ·

上海咨询业行业协会积极参与上海现代服务业联合会《2014 年度上海服务业发展蓝皮书》的编纂工作



2015 年 1 月 6 日，上海现代服务业联合会召开会议，启动编纂《上海市服务业发展蓝皮书》工作。这是上海地区首次启动涉及服务业多行业综合性的行业发展编纂工作。



会上，市府经济发展研究中心陈群民处长对整个报告的框架提出了设想。对行业协会，重点在于行业的整体所处的发展阶段，行业存在的问题和瓶颈，今后几年行业发展在经济文化、政策和改革中面临的挑战，对政府支持行业发展的期盼等。

编纂工作首先在组织上落实。本次编纂工作

由现代服务业联合会、市府经济发展研究中心和市统计局以及 40 家左右的服务行业协会等单位共同组成。上海现代服务业联合会会长周禹鹏担任组长，市府经济发展研究中心肖琳主任担任副组长。由赵效定副会长、陈群民处长、陈虎琪秘书长和白焕跃副秘书长等筹建工作班子，组织编委会，共同来实施此项工作。要落实各专业协会的编纂人员的组成，建立联络员手册。并且，在经费上予以落实。



会议希望通过此项工作，能对本行业的工作明确发展方向有新的推动，并为政府部门的宏观决策提供咨询意见。

上海市咨询业行业协会将参加联合会的此次行业发展蓝皮书编纂工作，并向我协会会员单位征集参与此项工作的单位和个人，共同完成此项工作。

(郭德利)

创业经济重在颠覆与创新

上海社会科学院部门经济研究所助理研究员 王 战

核心观点：展望未来，创业的发展动向可以总结为“一个关注点”和“两个趋势”上。“一个关注点”指创业已逐步深入与民生密切相关的领域，从而提高人民生活质量和生活满意度。“两个趋势”一是指互联网思维的加强，这拉近了企业与用户的距离，让用户更加清楚地了解企业产品以及让用户更加全面地享受到企业的服务；二是指大数据的普遍应用，海量有效数据包含了企业所需的用户信息，使得利用它的企业获得更多的信息及其他资源，获得了信息优势，变得更为“智慧”。

国家工商行政管理总局发布的2014年11月《全国市场主体发展报告》显示，去年3-11月，全国新登记注册市场主体1004.71万户，同比增长16.65%。其中企业286.62万户，增长53.99%；注册资本（金）120.71万亿元，增长26.67%；平均每天新登记注册企业1.04万户。从结构上看，第三产业增长强劲；从行业上看，高新技术、文化娱乐及科学技术服务业增长明显；从性质上看，个体私营经济从业人员增加最多。通过这组数据，应该说在这样一种小微企业蓬勃增长的情况下，对于营造创新创业氛围，促进经济持续健康发展是十分有利的。

2014年年底，创业邦发布了一份创业者年度报告，其中有几点值得我们关注与深思：一是谈到创业的原因，接近90%的人把创业作为一种实现自我价值的途径，随着90后创业者的加盟，相信“自我意识”将更为显著。二是在云技术和大数据不断冲击的现代生活中，更是有超过70%的创业者选择的创业形式是将传统企业与互联网结合起来，融合性趋势愈加明显。三是创业者最看好的五大行业分别是O2O电商、消费服务业、智能家居业、医疗保健与新能源（并列第四）、互联网金融，可见行业选择贴近大众生活需求。四是接近70%的创业者基本完全不认识投资人，这就为创业者获得投资资金及意见援助方面无形地设了一道障碍，同时也降低了一些创

业者创业成功的概率。五是超过一半的创业者认为创业环境的不确定性升高，风险加大。

创业环境的几个壁垒需进一步突破

我们认为，尽管在多方的共同努力之下创业的环境越来越有利，但是还有几个壁垒需要引起相关部门的重视。

首先，当前中国科技创新政策的体系涵盖了科研机构、高校、企业、中介机构等各类创新主体，覆盖了从基础研究、技术开发、技术转移到产业化等创新链条的各个环节。但是，各个机构间仍然存在合作交流的壁垒，这包括技术以及资金的共享与流动等，阻碍了协同效应的形成。这就有必要加强协同创新，通过各个机构间相互合作解除行业内外、不同机构间的壁垒，搭建跨组织、跨区域甚至跨国界科学的区域创新系统。通过体制机制的改造和设计，建立虚拟或实际的公共创新服务平台，广泛激励和汇集各创新主体资源，形成多方参与的创新型合作网络智库，突破创新封锁，提高创新效率，实现各方互惠共享，引领创新能力的提升。

第二，政区间的壁垒力求减少甚至消除。政区间的壁垒包含两个方面，一方面是同一城市内，各区域间的政策不同所造成的；另一方面是出台政策过多，创业者无暇对政策进行解读，或是对政策解读不到位，造成了热议的“政策拥挤”现象。

基于以上暴露的一些问题，相关部门要加强不同领域以及政区间政策的衔接，来提高科技创新政策的协调性。科技创新政策包括了多个政策领域，各自政策目标并不完全一致，加强各个领域政策的协调，在财税政策、贸易政策、投资政策、产业政策、竞争、教育政策上确定导向，形成目标一致、搭配合理的政策合力。同时还要加强政策落实的监督和反馈工作，完善部门之间政策落实的沟通协调机制，加强对创新政策落实情况的监测，对经过评估未能达到预期效果或者政策内容之间存在冲突的文件要及时修改完善，对不适应当前形势的文件要及时予以废止。

第三，打破行业壁垒。当前，经济社会发展已经步入“新常态”。特别是经济发展“中高速、优结构、新动力、多挑战”等新常态特征更为明显。产业融合的趋势也越来越明显。过去五年里，云计算的增长速度远远超过市场预期，数字技术不断向各产业进行渗透。一些创业者和新企业欣喜地发现，那些原来难以进入的行业，在信息技术的帮助下，壁垒正在逐渐消除。对于这些创业者来说，信息技术的进步一方面使企业进入和退出新市场的成本显著降低；另一方面，信息技术确实提高了效率且受到用户欢迎。云计算和大数据不仅能使客户更好地获取信息，还能让企业聚合需求创建新的市场，更快地了解客户偏好。而现在兴起的互联网金融以及移动医疗等新业态也是互联网产业与其他产业完美结合的例子。

“一个关注点”和“两个趋势”

除了消除在创业创新过程中出现的三大壁垒外，为了营造更好的创新氛围要注意“孵化器”在创业创新中扮演的重要角色。大家所熟知的最具创新精神的地方是“硅谷”，然而它居然是一个“三没有”的地方：没有园区规划，没有管理部门，没有产业导向。它不同于一般创业园区创业门槛低、创业成本低的商业环境，它有着较高的租金，但是它仍吸引了大量的创业者，并且成功培育了大量的创业者和创新企业。是什么吸引了如此多有才华的年轻人来到这里创业？答案是一个宽容失败、鼓励创新的创新氛围。这种不凡的气度正是这些怀揣理想的创业者所追求的。

展望未来，创业的发展动向可以总结为“一个关注点”和“两个趋势”上。“一个关注点”指创业已逐步深入与民生密切相关的领域，从而提高人民生活质量和生活满意度。例如，近年受到关注的环境领域以及人们每天离不开的餐饮领域等。“两个趋势”一是指互联网思维的加强，这拉近了企业与用户的距离，让用户更加清楚地了解企业产品以及让用户更加全面地享受到企业地服务；二是指大数据的普遍应用，海量有效数据包含了企业所需的用户信息，使得利用它的企业获得更多的信息及其他资源，获得了信息优势，变得更为“智慧”。

（来源《文汇报》）

对一个“上海之问”的再思考

上海科学技术情报研究所研究员 缪其浩

曾有人把“上海为什么留不住马云”称作为“上海之问”。这个提问使得上海人看到在创新方面存在的不足。眼下“互联网思维”铺天盖地，“万众创新”正当其时，“上海之问”是不是也该

有个2.0版？比如可不可以问一句，上海为什么要留住马云？当然与第一问一样，这里的“马云”只是一个符号，并非与马云有什么过不去。

提出这个问题，是因为我听到看到在建设具

有全球影响力的科技创新中心的议论中，不少人有意无意地把寻求某种榜样或标杆作为起点。在不甘落后努力追赶的发展中国家地区，这种思维逻辑十分普遍，许多地方喜欢自称“某地硅谷”就是典型例子。目前在一些规划研究中常用的“指标体系”方法，让追赶更具直观性和可操作性，在那些目标路径比较清晰的发展问题中，这可能是顶层设计的利器。然而，指标的思想方法本身就是利中有弊，它往往青睐“全面发展的优等生”，而“偏科者”则难入其法眼；而对于创新来说，这种思想方法可能更成问题，对于谁也没有见过的东西、对于变化激烈的过程，如何为它设计一个“指标体系”？

我曾经参与过城市信息化指标的研究设计，几年前就已经见到过这样的困境。

比如说纽约是个创新城市，其中几个街区曾被人称为“硅巷”。然而，我们叫得出名字的大牌科技企业，似乎没有一家把总部或主要研发中心设在纽约，在论文、专利、研发投入或新创企业等科技创新指标里，纽约通常很难名列前茅。所以讲到科技创新，它似乎就没太大优势。而我几年前读到海外一篇评论，却让我对纽约的创新产生一种全新的认识。评论作者发现，一旦有重大新技术新产品首发，那些科技大佬们往往飞到纽约去宣布，他感叹说，原来纽约才是真正的科技中心啊。这个说法既是意料之外，也在情理之中。因为除了本身具有一定的科技创新能力以外，纽约以自己金融资本的锐利眼光，在全球鱼龙混

杂的构想中识别出有前途的创新种子，雪中送炭地助力各地新创企业度过成长中的危险期，纽约就这样以和硅谷不同的方式，造就了自己在科技方面的“全球影响力”。

又如我们曾经对资源雄厚的“航空母舰”式大型企业寄托了创新的重大期望，现在又认识到草根民营小企业在创新方面的巨大潜力。而我刚刚读到一份资料，在中国深耕20多年的麦肯锡资深研究员发现，在国际市场上最有可能成为行业领导者的却是那些有进取心的中国中型企业。其实，创新就经常是这样“意料之外”的。

“上海之问”2.0 想要问的就是：上海是要跟着人家已经成功的榜样途径，还是根据上海的特性和禀赋走出一条别人没有走过的科技创新之路？

人们早就注意到，与其它国际化大都市，以及北京、深圳等国内公认的创新都市不一样，上海集中了不少国内领先甚至独一无二的重型制造企业；还有上海人太规规矩矩，被人诟病“缺乏冒险精神”，这些与那些典型的“创新模式”可能格格不入。但如果我们只盯着“创新成功者”的套路、只是想着缺什么补什么，不仅延误战机，而且极大的可能是根本学不像。

上海走到现在这个样子，一定有它的必然性和合理性，这个样子要去复制已经成功的典型如BAT之类的机会看来不大，然而有没有可能就在这个基础上走出一条从未曾见到过的创新道路呢？这其实也是一个文化自信的问题。

P2P 行业无产业集聚效应

许多投资人和平台运行方认为，网贷行业和其他互联网类产业一样，具备明显的产业集聚效应，故他们在选择平台注册地和运行地的时候，往往倾向于网贷行业扎堆的城市，比如深圳、广

州、上海、北京等城市，而金融树(jrshu.com)认为，网贷行业的产业集聚效应或许没有众人想象中的那么明显，一个区域成立的平台越多或许蕴藏的危险越多。

网贷行业的“O2O”特性

如今的网贷行业，绝对数量已经超过 1500 家，其中大部分是以传统业务为主。这里的传统业务指的是以“实物抵押”为主的标的，因为甚少平台能够通过信用类标的从平台运行开始变吸引投资人，并获得投资人的信任（未来国资系、银行系的 P2P 平台可能例外）。

网贷行业需要从公司运行本土接受各类标的，派出公司人员进行审核，平台初期拥有多少高品质的标的，就能为平台带来多大的发展空间。P2P 网贷“本土采标，线上发标”的模式，使得网贷 O2O 的特性十分明显，以此推理，同一地区的 P2P 平台越多，对业务的需求量也就越大，同城竞争也会越强。相应的平台给投资人的回报，借款利率，活动力度都会随着平台的聚集程度而不断提升，虽然行业集聚效应提升了当地的网贷行业从业人员素养，但是类似于其他行业的集聚效应并没有得到展现。

行业呼唤“独行侠”

网贷行业作为互联网金融的分支，既有金融领域的特性，又有互联网的基本属性，行业领头人注定要会成为市场主力，数家或者数十家领头羊将占据全行业 80% 以上的份额，如今网贷行业正是朝着这个方向发展。

陆金所、红岭创投、人人贷等 P2P 领头羊们，带领着数十家实力雄厚、运营团队强大的 P2P 平台，逐渐扩大着市场占有率。P2P 行业呼唤独行侠，呼唤有着深厚功底的独行大侠，这些大侠将遍布全国各地，击败不守规矩，滥用 P2P 名头的反派，将网贷行业引导进入一个有秩序、有规则的新天地。

未来养育大侠的三大门派

当然，P2P 行业的大侠们也需要坚强的后盾，

如同天龙八部中的乔峰一样，之所以能成为大侠，前期就是靠少林寺为他打下的深厚武学功底和丰富人脉。未来 P2P 行业的独行大侠们，前期的背景和后盾可以说是成功的关键，目前已经出现了三大门派，对网贷行业产生了深远影响。

1、银行门

出身银行门的网贷平台，功力深厚，尤其对风控有着严格的标准，背靠银行又带给了他们良好的赔付能力，可以说，银行门出身的青年侠客们，在未来最有机会成为大侠。

2、百强帮

国内 500 强企业不仅仅是对企业能力的评估，更是其进入网贷行业的资格证书，百强企业们就像是天生神力的勇士，无论走到哪里都将是引人注目的焦点，网贷行业同样不例外。

百强帮们利用健壮的身躯，支撑起高规格高起点的 P2P 平台，利用企业强大的团队实力和市场基础，快速进入有一行业的 P2P 市场。百强帮发展快速，将成为网贷行业的一大支柱力量。

3、国资派

国资派是网贷行业中间力量的一股典型代表，拥有国企背景的网贷平台如同带着特权光环的青少年，无论做什么都有着有限特权。国资派 P2P 平台在平台推广、领取行业牌照、获得政策光照方面将有着得天独厚的优势，国资派的网贷平台或许将成为 2015 年 P2P 政策出台后的首批受益者。

网贷平台目前的数量还是过多的，未来将逐步产生百亿级体量的大型 P2P 平台，目前像民贷一样区域性的领头平台，都在谋求多方合作，与银行、大型企业达成合作，并积极吸引风投资金的进入，为 2015 年的激烈市场竞争做准备。

（互联网）

（来源：《比特网》）

国际化企业的“三步走”新战略

北京大学国家发展研究院名誉院长 林毅夫

中国企业的国际化发展虽然起步较晚，但在过去的20年里，“走出去”的中国企业数量越来越多，规模越来越大，领域越来越广，步伐越来越快。未来的10年到20年，中国企业的国际化发展将迎来黄金时代。然而，中国企业的国际化发展也面临着一个巨大挑战，即如何让中国的“企业国际化”变成“国际化企业”？

迈克尔·波特在《国家竞争战略》一书中将国家经济的发展分为四个阶段：生产要素导向阶段、投资导向阶段、创新导向阶段和富裕导向阶段。中国企业的国际化发展目前正处于投资导向阶段，要想成为国际化企业，就必须及早思考如何迈向创新导向阶段，提升中国企业在国际化发展中的全球品牌影响力。

在新的历史时期，我们需要对“走出去”的策略提出新的理论方向，赋予新的理论内涵，引导中国企业的国际化发展尽早迈向创新导向阶段。“走出去”更多地代表了硬实力，当企业有了资本、技术和资源，为了进一步发展就需要同时利用国内国外两种资源，布局国内国外两个市场。但创新导向阶段更需要的是软实力，比如一家外企如何创新国际视野思维，融入当地社会、文化从而得到所在国企业与人民的认可呢？如果再上一个台阶提出更高的要求，海外中国企业如何得到当地政府与人民的尊重呢？

“走出去、走进去、走上去”应成为中国打造国际化企业和全球品牌的新三步走战略，既有宏观层面的意义，也有微观层面的意义。从宏观

层面来讲，它指导中国企业整体的国际化发展方向与步骤。“走出去”指硬实力，是资金技术资源的实力体现。“走进去”指软实力，是跨文化沟通与管理的成功体现。“走上去”指硬实力与软实力的完美结合，是得到所在国政府、企业和人民尊重的体现。享誉全球，是国际化企业追求的目标。

从微观层面来讲，“走出去、走进去、走上去”可以具体指导一个企业国际化发展的策略与步骤。以海尔公司为例，对其国际化发展而言，“走出去”靠撬动缝隙市场，比如为美国学生设计的台面微型冰箱就是一个典型案例，先“走出去”混个脸熟，然后再用主流产品“走进去”，比如海尔在欧美的定位就是采用主流销售渠道销售主流产品，不走低价策略也避开高价策略。最后是“走上去”，创立海尔的全球知名品牌。

中国需要宏观层面的“三步走”战略引导中国企业整体的未来国际化可持续发展。企业在海外发展要高瞻远瞩，把自己的国际化发展目标与国家的国际化发展目标相结合，“硬实力+软实力=中国全球声誉”。中国同时需要微观层面的“三步走”策略引导中国企业个体的海外市场开拓。企业把自己的产品与服务 and 所在国的社会文化相融合，“产品服务+社会文化=企业全球品牌”。当中国企业的全球品牌越来越多，中国在全球的国家声誉就会越来越高，中国的“企业国际化”也就会逐步转型升级走向“国际化企业”，在全球范围内得到可持续健康发展。

（来源：《光明日报》）

上海如何完善创新治理体系

上海市科委主任 寿子琪

导读：作为本市科技主管部门，上海市科委如何考虑具有全球影响力的科技创新中心建设？近日，解放日报记者俞陶然专访了市科委主任寿子琪。他从创新政策、经济制度、城市文化等角度进行了深入阐述分析。

全球科创中心包含“五个力”

建设具有全球影响力的科技创新中心是上海新时期的战略目标，是当好科学发展先行者的应有之义。随着全球创新网络的加速形成，建设科技创新中心正成为世界主要城市的战略选择和标志性功能，但目标各有侧重、路径不尽相同，我认为没有统一的模式，上海无法简单翻版或移植。比如，硅谷是公认的全球科技创新中心之一，但纽约也无法翻版硅谷，何况上海。

当然，“具有全球影响力的科技创新中心”具有一些基本特征和内涵。综合分析国际国内有关研究后，我们认为，主要包括“五个力”：创新资源的集聚力、创新成果的影响力、新兴产业的引领力、创新环境的吸引力和区域创新的辐射力，能够在上海集聚并产生标志性的科技创新机构、企业、人物和成果，从而让全球人才愿意来上海创新，并能对长三角、对全国，乃至全球产生辐射力，这样才能被称为“具有全球影响力的科技创新中心”。

产学研结合的引擎是企业

建设具有全球影响力的科技创新中心，要牢牢把握国民经济和社会发展这一主战场。我认为，着眼于国家战略和上海发展，应重点强化“四个结合”，即着力打造国际与国内创新资源整合的

结合点、创新链与产业链协同的结合点、自主创新示范区与自贸试验区联动的结合点、科技创新与城市转型发展统筹的结合点，从而在全球知识体系、产业体系、创新创业体系、城市体系中扮演节点和枢纽角色，代表我国参与全球创新竞争与合作，在实施创新驱动发展战略中发挥示范引领和辐射带动作用。

创新的目的是要解决经济社会发展的现实问题和突出难题，要聚焦产业结构优化升级，切实加强创新链与产业链的协同。可以说，产学研结合是各国普遍存在的问题。产学研合作的引擎是企业，发挥主导作用的是企业。然而，国内大多数企业缺乏战略愿景和规划，并不具备创新目标提出的能力、创新资源配置的能力和创新能力组织的能力，也就很难有真正意义上的产学研合作。创新能力是有根植性的，企业可以通过购买技术、引进生产流水线实现短时间内生产制造能力的提升，但技术创新能力和应用能力则需要持之以恒、长期积累。

有统计数据显示，国内高校和院所来自企业的研发经费占全部科研经费的比例，远远高于美国高校和院所。可以说，国内高校、科研院所的研究在一定程度上已经过于急功近利了，但缺乏研究深度和原创性，长久以往必将制约全社会的创新能力提升。

科技创新最需要公平市场环境

科技创新不是管出来的，肯定是放出来的，是执着求索出来的，是市场竞争出来的。我们的首要任务，是深化体制机制改革，加快构建完善创新治理体系，进而形成良好的创新生态系统，推动以科技创新为核心的全面创新，建立起以知识创造、流通和应用为基础的创新型经济。

分析发达国家和地区的成功经验，大多在于构建了“创新成功三角”（分别为商业环境因素、政府监管因素和创新政策因素），具有4“T”（税收 Tax、贸易 Trade、技术 Technology 和人才 Talent）方面的完善制度体系。结合上海实际，要统筹好科技和经济、政府和市场、改革和发展、自主和开放、当前和长远的关系，科技体制改革和经济社会领域改革同步发力，用更具吸引力的创新创业“机会成本”优势，克服“商务成本”的不利因素。

下一步，我们要遵循科技创新规律，深化政府职能转变，走好“退、放、进”三部曲。通过“退”，减少对创新资源的直接分配，对于市场导向明确的创新活动，减少对具体项目的选择和企业创新的干预，更多地运用跟投、后补贴、奖励等投入方式，加强与市场资源的协同；对于公益性、基础性研究活动，更多地运用机构式资助，让专业性社会组织参与实施。通过“放”，凡是市场机制能实现或有社会组织能替代的服务功能，一定要主动转型，也是腾出空间，大力发展市场化、专业化、社会化创新服务机构和组织。通过“进”，着力加强统筹协调和顶层设计，建立统一的资助平台、统一的信息平台、统一的监管平台，避免政府各部门的科技财政重复投入；着力深化对创新规律和新生事物的认识，研究解决创新政策的“策源”问题，增强创新政策的有效性、协同性和可操作性。实现“退、放、进”，就是要做到

相信市场、尊重主体、各司其职、多元共治。

营造更开放包容的创新文化

建设具有全球影响力的科技创新中心，是一项涉及面很广的系统工程，还需要在软环境建设上下功夫，包括功能性平台建设和创新文化营造。

创新链上不同主体、不同环节存在知识不同构、行为不互动等问题，建设功能性平台对于促进全社会创新协同、降低创新创业成本、加快创新价值实现具有基础性功能作用。要着眼于建设世界一流研发机构，打造研发类功能性平台，加快推进张江国家科学中心等建设。要着眼于产业共性技术研发与服务，加快上海产业技术研究院建设，探索推进“价值观引领、章程式管理、机构式资助、第三方评估”的科研院所改革，发展第三方创新服务平台。要着眼于促进成果转化，加快培育和发展技术转移、科技金融等一批非研发类功能性平台。通过功能性平台建设，为创新型企业 and 产业的成长提供“七通一平”的“开发熟地”。

创新具有灵感瞬间性、方式随意性、路径不确定性等特点，特别需要宽松、平等、自由、包容、开放的文化氛围。海纳百川是上海的城市精神，不能仅仅体现为追求“高大上”，更不能盲目排斥，而是要学会彼此欣赏。美国学者做过一项研究，发现一个地区的人口混杂度、波希米亚指数等与该地区的科技创新活力呈正相关关系。上海应加快形成与国际惯例接轨的人才制度，探索实施更加开放、灵活和柔性的人才引进政策，大幅度提升国际化人才比例。还要深化创新人才的评价机制改革，避免行政化“参公式”管理约束科研人员，打破科研人才“双轨制”，促进科研人员在事业单位和企业间合理流动。

（摘编于：《解放日报》）

2015年，先消除互联网恐惧，败而不乱

经济学家 周其仁

导读：经济学家周其仁在“2015 正和岛新年论坛暨新年家宴”上发表主题演讲，他提到无论是搞商业还是搞企业，14年、15年都是一个很大的关口，新技术、新模式，听不懂的东西越来越多，这在长期来看是好事，但短期引发了很多人的恐慌。

如何做到“败而不乱”，是企业家最需关注的一点，他还表示中国企业家的“心理能量”不够，所以，“善阵者不战”和“善战者不败”要结合起来。

败也要有章法，要败而不乱

无论是搞商业，搞企业，14年、15年都是一个很大的关口。为什么？中国经济高位下行，而日本经济下行，是低位下行，增速2%变1%，中国的经济07年是14个增长点，但是高位下行它有惯性，它的脑子来还停留在高位上，速度已经下来了。爬过山的人知道，上山容易下山难。

这两年了解到关掉很多厂，很多银行债务。所以，在这个时候，这个败怎么能够不乱？败也要有章法，要败而不乱。

我非常喜欢一个英文单词，船长，captain，《泰坦尼克号》里船沉的时候，所有的客人先走，船员走，船长不能走，跟船一起沉没，这是企业家精神，企业家精神的底线。

市场不确定，不能保证什么，你看看商业史，不管事先怎么想，事后总有想不到的地方，想不到的有意外的好，但是也有意外的坏，所以企业家一定要有船长精神，你看全世界的银行，银行出事了，驾驶员为什么不能有降落伞呢，承担最后的责任，驾驶员就是这样的，命都在你的手里，不行了你要尽最大能力把飞机拉起来，拉不起来你也完。

企业制度为什么要自有资本，我不同意一般的批评投资，我们要批评的是打引号的投资，发改委批个项目，银行套点钱，这能叫投资么，投

资可能对，也可能错的。错了怎么办？放错了，最后要有人承担责任。

所以这个败而不乱，就是这几百年来市场经济中最重要的一条，你要有自有的资本，你自己放下去，你不能说的这个将来的创业计划多好，你自己在外边，放进去，老总、法人代表、老板，就是败的时候才看得出来，不是赢的时候看得出来。

恐慌帮不了你，总要冷静面对

2014年是新技术、新商业模式发力显著的一年，这是好现象，但是却随处散发着恐惧感，而想要做到败而不乱，最重要的就是要消除恐惧，因为在恐惧感当中，什么问题也解决不了。

针对新潮流“羊毛出在猪身上”这一话题，很多企业家疑问：上哪找那猪啊？找不到，就焦虑。有人听不懂，不知道他们如何找到那头猪。

听不懂的东西现在越来越多，这是2014年的特征。长远看，这是中国的希望，短期看，很多人活在恐惧当中，他还没败，但精神上已经败了，慌了。

所以，任何情况，就是要死，你也不能在恐惧当中死，你要坦然死去。

未来一定是在看不懂、看不上，在边缘发生变革

善阵者不战，这是所有行当的最高境界。围棋大师吴清源老先生最厉害就是：布阵就能赢。

今年最流行的词叫“风口”，“风口”就是：把你同样的资源摆对地方，风就给你吹上去了。

那么，怎么就找不到风口？

风口等同于运气，正因为它是运气，你付出再大的努力不见得起作用。焦虑没有用，能做的是：分析消费，分析市场，分析对手，看看有什么机会。

想清楚的、算过的“风口”，成功以后怎么讲都可以，但打的时候不是这样的。市场都是试出来的，你可以有想法，能不能实现，试了才知道。所以，善阵者不战。

而如今到处都在问“为什么不出第二个马云”？这个口号要降调，越有心造第二个马云，越造不出来，因为“太一致了”。创新，所谓“找风口”，非常重要的是，我们整个中国企业家的心理能量：能不能跟别人不一样？能不能不要“追着别人说的话，追着别人做的事做”，而且，这个事还是市场欢迎的？中国到今天，我看这个心理能量不够。

回顾今年在国内参加的所有论坛，没有不讲马云的，没有不讲互联网思维的，没有不讲工业4.0的。但是如果全中国的企业家讲来讲去就是这些，将来怎么会杀出未来的马云呢？一定是看不懂、看不上的东西，在边缘发生改革，其中，非常重要的是中国企业家的心理能量：我就感觉行，就敢去试。真正的企业家，不是拿钱来衡量你多成功，而是有没有做成一件事。

风口真来了，你还得驾驭得了

很多战略对，风口对，但不一定都能飞起来。周其仁提到，这些年对中国企业的研究有一个发现：在中国，商业模式不对，危险小，你就慢慢地熬、慢慢地做，但商业模式一对，危险就陡然增大。因为商业模式对，需求量就大，但你的队伍准备好了吗？你能扩张么？

柳传志当年练就一个本领就是：你在一个地

方、一个县卖得好，就要总结一个模块，在一百个县卖得好。大公司，都有这个本事。市场好，把我们很多公司拉跨了。队伍有吗？你能迅速扩张吗？

在中国做成成功公司，要有孙悟空的本事：商业模式一对，订单雪片般地飞来，你要拔下一根汗毛，出来一千个孙悟空，否则，动作一变形你就输，就是风口把你拉跨的。

所以，善阵和善战要结合到一起，至少在商场上。商业市场上，200多年的事情就是：善待消费者，善待你的员工，好好搞管理、抓质量，太阳底下没有新鲜事。

都说小米“风口选得好”，很多人没有注意雷军的另外一句话，他的标杆企业有一家同仁堂。同仁堂跟互联网有什么关系？但是同仁堂里有这个东西，让雷军感动和学习：400年的同仁堂，中草药不就是树皮草根嘛，但它从来都用好料做，绝不含糊。认真做产品，有什么创新啊，非常古老的道理，同样的事情天天做，品质越做越好。

虽然大家各有各的市场，但更重要的是，善阵者一定从自己的实际出发。而觉得没风口的时候，不用焦虑，好好地研究市场，研究消费者。

14年、15年，最主要的就是善败者不乱，哪怕死，也要做好汉一条，不要留下将来的遗憾。何况，我们很多企业没有败，不要让恐惧把我们压败，败也好好败，该切的切掉，该转的转掉。

所以，“善阵者不战”和“善战者不败”要结合起来，在商场里头没有完全可以“靠布阵就可以赢”的。

当然，抓住好的机会，怎么一仗一仗打，把机会真正变成你的实力，这是需要切磋的。在经济形势不好的时候一定要乐观，坚持好好做，好好打，永远有机会，过几年就看见了，一定会冒出新的英雄。

（来源：《钛媒体》）

移动互联网时代，科技成果转化如何接轨 APP 营销？

近几年，随着手机从功能性向智能性发展，移动互联网的环境催生了人们新的消费理念，塑造了新的消费模式，APP 市场如火如荼。2014 阿里“双十一”的移动端成交额为 243 亿，占比达 42.6%，创下全球移动电商平台单日交易的历史新高。这组数据显示人们消费方式已经发生了改变，用户在消费渠道上，已逐渐向移动端倾斜。

大易之道，智者观势。与传统移动媒体营销相比，APP 营销拥有无可比拟的优势。面对来势汹汹的移动互联网时代，专注于科技成果转化落地的企业更应该勇敢拥抱 APP，建立起全新的营销理念，以此捕捉未来的商业机遇与发展。其中如科易网（www.1633.com）正在此方面做出尝试。

APP 之所以如此受欢迎，是因为其将信息进行碎片化，为用户提供及时丰富的“快餐文化”，从而快速地渗入用户的生活中。科技成果在移动互联网下如何快速的进行转化落地，最重要的就是

应用 App 营销。

如今，用户的行为已经不再是简单的接受直接营销，而是从自身需求出发，评估其所需性，以此决定最终的购买行为。因此，在展开 APP 营销前，科技成果转化型企业应收集目标用户的历史数据和最新研究结果来做支撑，客观了解科技类用户行为习惯，精准把握目标用户所想，深入挖掘目标用户所求，引导其参与到科技成果转化（<http://tec.k8008.com/>）的互动中来，从而实现目标客户成功营销。

同时，把以目标用户为主导的双向甚至多向互动作为 APP 营销模式的主旋律，发挥整合效应，顺应 APP 营销的多元化发展趋势，整合其他营销手段，带给目标用户突破性的体验，延伸 APP 营销的价值。

（雨薇）

（来源：《世界工厂网》）

大数据价值 49 式（中）

轻公司数据创业狂欢

编者按：本期刊登轻公司数据创业狂欢中大量的案例，使大家看到互联网技术的大量应用对企业所带来的翻天覆地变化。

一部分传统的咨询企业面对互联网技术、大数据技术的发展陷入困难的境地。原来的五力分析模型、SWOT 分析等咨询工具，在企业界得到普及后，不再成为咨询业的专用工具。互联网技术的发展挑战传统咨询业，相当多的案例表明，咨询企业凡是跨界互联网技术，将互联网技术融合到企业咨询工作中，都有较大的发展，一部分互联网企业利用技术优势跨界进入咨询业界的，体现一种新的业态，有着令人瞩目的业绩。

面对当前咨询业界的巨大变化，吸引人才，开拓咨询企业与互联网企业的融合渠道，来提升咨询企业应对市场挑战的能力。

在这次“数据盛宴”中，是否只有大公司的狂欢？并非如此，从事大数据产业的轻公司将无处不在。新兴的创业公司通过出售数据和服务更有针对性地提供单个解决方案，把大数据商业化、商品化，才是更加值得我们关注的模式。这将带来继门户网站、搜索引擎、社交媒体之后的新一波创业浪潮和产业革命，并会对传统的咨询公司产生强烈冲击。

这些更多初创型企业专注于为重要垂直业务提供应用程序，简称为BDA公司（大数据应用Big Data Applications）。在新兴的大数据创业公司方面，有提供工具系统的，有提供数据存储和销售的，有提供信息咨询算法的，有些提供电影票房预测技术，有些产品优化销售效率，有些产品通过将不同渠道的营销业绩与实际的产品使用数据相关联，为未来营销活动提供建议。

在技术之外，这些小企业还会开发一些产品，追踪记录与健康相关的指标并据此提出改善人们行为的建议。诸如此类的产品有望减少肥胖，提高生活质量，同时降低医疗成本。这类业务令人着迷之处在于，如果没有大量的数据，缺乏有效的数据分析技术，这些公司的业务难以有效开展。与此同时，云计算技术的普及，意味着小公司不必在内部开发或配备所有大数据技术，在很多情况下，它们可以利用基于云端的服务来满足数据分析需求。

13 PredPol 的犯罪预测

PredPol公司通过与洛杉矶和圣克鲁斯的警方以及一群研究人员合作，基于地震预测算法的变体和犯罪数据来预测犯罪发生的几率，可以精确到500平方英尺的范围内。在洛杉矶运用该算法的地区，盗窃罪和暴力犯罪分布下降了33%和21%。

14 Tipp24 AG 的赌徒行为预测

Tipp24 AG针对欧洲博彩业构建的下注和预测平台。该公司用KXEN软件来分析数十亿计的交易以及客户的特性，然后通过预测模型对特定用户进行动态的营销活动。这项举措减少了90%的预测模型构建时间。SAP公司正在试图收购KXEN，“SAP想通过这次收购来扭转其长久

以来在预测分析方面的劣势”。

15 Inrix 的堵车预言

交通的参与者多种多样，是大数据最能发挥价值的领域。交通流量数据公司Inrix依靠分析历史和实时路况数据，能给出及时的路况报告，以帮助司机避开正在堵车的路段，并且帮他们提前规划好行程。汽车制造商、移动应用开发者、运输企业以及各类互联网企业都需要Inrix的路况报告。奥迪、福特、日产、微软等巨头都是Inrix的客户。

16 潘吉瓦的时尚预测

消费者追寻意见领袖的生活方式。潘吉瓦公司就是用数据分析来预测流行趋势，以此为基础甚至撬动全球贸易。比如，它们通过41次追踪《暮光之城》的徽章、袜子的运输情况，分析在这部电影中主角的服饰对流行趋势有多大影响率，并将分析结果告知用户，建议他们对自己的行动做出恰当的调整。

17 潘多拉 (Pandora) 的音乐推荐

美国在线音乐网站潘多拉特别聘请一些音乐专家，让他们每个人平均花上20分钟去分析一首歌曲，并赋予每首歌400种不同的属性。如果你表示喜欢一首歌，程序会自动寻找跟这首歌“基因”相同的歌曲，猜测你也会喜欢并采用推荐引擎技术推荐给你。借助这种人海战术，潘多拉网站已经分析了74万首歌曲。

18 Futrix Health 的医疗方案

Futrix Health是一家专注于用通过数据为患者制定医疗解决方案的公司，从安装在智能手机上的个人健康应用，到诊所、医院里医生使用的电子健康记录仪，甚至是革命性的数字化基因组数据，均连接到后端数据仓库上。从而为患者制定最佳的医院选择、医药选择。该如何将采集到医疗保健机构的大量操作信息，分析患者情况或治疗效果，实施任何高效率的措施，使之更具有意义——大数据时代提供的机会，不再是简单地收集这些数据，而是如何运用数据来更好地认知这个世界。

19 Retention Science 的用户粘性

在零售领域，创业公司Retention Science发

布了一个为电子商务企业提供增强用户粘性的数据分析及市场策略设计的平台，它的用户建模引擎具备自学习功能，通过使用算法和统计模型来设计优化用户粘性的策略。平台的用户数据分析都是实时进行，以确保用户行为预测总是符合实际用户行为更新；同时，动态的根据这些行为预测来设计一些促销策略。RS 目前已获得 Baroda Ventures, Mohr Davidow Ventures, Double M Partners 及一些著名天使投资人 130 万美金的投资。

20 众赢的婚嫁后推荐

江苏众赢联合数据科技有限公司构建了这样一个大数据平台——将准备结婚的新人作为目标消费者，并把与结婚购物相关的商家加入其中。一对新人到薇薇新娘婚纱影楼拍了婚纱照，在实名登记了自己的信息后会被上传到大数据平台上。大数据平台能根据新人在婚纱影楼的消费情况和偏好风格，大致分析判断出新人后续消费需求，即时发送奖励和促销短信。比如邀请他们到红星美凯龙购买家具、到红豆家纺选购床上用品、到国美电器选购家用电器、到希尔顿酒店摆酒席……如果新人在红星美凯龙购买了中式家具，说明他们偏好中国传统文化，就推荐他们购买红豆家纺的中式家居用品。

21 Takadu 的数字驯水

水，向来是个不好管理的东西：自来水公司发现某个水压计出现问题，可能需要花上很长的时间排查共用一个水压计的若干水管。等找到的时候，大量的水已经被浪费了。以色列一家名为 Takadu 的水系统预警服务公司解决了这个问题。Takadu 把埋在地下的自来水管管道水压计、用水量和天气等检测数据搜集起来，通过亚马逊的云服务传回 Takadu 公司的电脑进行算法分析，如果发现城市某处地下自来水管管道出现爆水管、渗水以及水压不足等异常状况，就会用大约 10 分钟完成分析生成一份报告，发回给这片自来水管道的维修部门。报告中，除了提供异常状况类型以及水管的损坏状况——每秒漏出多少立方米的水，还能相对精确地标出问题水管具体在哪里。检测每千米“水路”，Takadu 的月收费是 1 万美元。

22 百合网的婚恋匹配

电商行业的现金收入源自数据，而婚恋网站的商业模型更是根植于对数据的研究。比如，作为一家婚恋网站，百合网不仅需要经常做一些研究报告，分析注册用户的年龄、地域、学历、经济收入等数据，即便是每名注册用户小小的头像照片，这背后也大有挖掘的价值。百合网研究规划部李琦曾经对百合网上海量注册用户的头像信息进行分析，发现那些受欢迎头像照片不仅与照片主人的长相有关，同时照片上人物的表情、脸部比例、清晰度等因素也在很大程度上决定了照片主人受欢迎的程度。例如，对于女性会员，微笑的表情、直视前方的眼神和淡淡的妆容能增加自己受欢迎的概率，而那些脸部比例占照片 1/2、穿着正式、眼神直视没有多余 pose 的男性则更可能成为婚恋网站上的宠儿。

23 Prismatic 的新闻外衣

Prismatic 是一款个性化新闻应用，只有 4 名创始员工，凭借互联网数据爬虫和社交网络开发平台的数据，依托亚马逊的云计算平台，实现了大数据的精益创业。Prismatic 不提供统一的设计精良的新闻订阅或推荐界面，而是根据分析用户的 Facebook 或 Twitter 资料，为用户做一对一的数据分析和推荐。从盈利模式来看，Prismatic 不是依靠广告费生存下来，也不是传统的新闻媒介，而是一个披着新闻应用外衣的电子商务公司。名义上为了给用户个性化推荐新闻而得到用户的个人信息进行数据分析，针对性的推出推荐商品，从而从电子商务中盈利。

24 Opower 的对比激励

人类都有和同类对比的天性，例如，一家政府机构收集不同地点从事同类工作的多组员工的数据，仅仅将这些信息公诸于众就促使落后员工提高了绩效。在能源行业，Opower 使用数据对比来提高消费用电的能效，并取得了显著的成功。作为一家 SaaS 的创新公司，Opower 与多家电力公司合作，分析美国家庭用电费用并将之与周围的邻居用电情况进行对比，被服务的家庭每个月都会受到一份对比的报告，显示自家用电在整个区域或全美类似家庭所处水平，以鼓励节约用

电。Opower 的服务以覆盖了美国几百万户居民家庭,预计将为美国消费用电每年节省 5 亿美元。Opower 报告信封,看上去像账单(所以几乎总是打开),它们使用行为技术(笑脸、同行比较)轻轻地说服公用事业客户降低消耗。Opower 已经推出了它的大数据平台 Opower4,通过分析各种智能电表和用电行为,电力公司等公用事业单位成为 Opower 的盈利来源。而对一般用户而言,Opower 完全是免费的。

25 Chango 和 Uniqlick 的点击消费

使用新的数据技术,诸如美国的 Chango 公司和中国的 Uniqlick 公司正在数字广告行业中探索新的商业模式——实时竞拍数字广告。通过了解互联网用户在网络的搜索、浏览等行为,这些公司可以为广告主提供最有可能对其商品感兴趣的群体,从而进行精准营销;更长期的趋势是,将广告投放给最有可能购买的群体。这样的做法对于广告主来说,可以获得更高的转化率,而对于发布广告的网站来说,也提高了广告位的价值。

26 众趣 (Social Touch) 的行为辨析

众趣是国内第一家社交媒体数据管理平台,目前国内主要的社交开放平台在用户数据的开放性方面仍比较保守,身为第三方数据分析公司,能够获得的用户数据还十分有限,要使用这些用户数据需获得用户许可。众趣通过运营统计学等相关数据分析原理对用户数据进行过滤,最终完成的是对一个用户的行为、动作等个体特征的描述。这些描述可以帮助品牌营销者了解消费者的消费习惯及需求;也可以帮助企业的领导增强对自己员工的了解。除了对个体以及群体行为特征的描述外,这些数据分析结果还可用于对用户群体的行为预测,从而为营销者提供一些前瞻性的市场分析。众趣数据分析的结果只能精准到群组而无法达到个人。此类的用户数据研究除在市场营销领域具有一定的参考价之外,目前大多还主要用于配合一些小调研。此外,这些数据还可以实现对用户甚至企业机构的信用评级,在金融领域也有一定程度的使用。

27 拖拉网的明天猜想

导购电商的拖拉网制作了“明天穿什么”这一应用。在这个应用当中,众多时装圈权威人士输送时装搭配与风格单品,由用户任意打分,根据用户的打分偏好,拖拉网便能猜到明天她们想穿什么,然后为她在数十万件网购时装中推荐单品,并且实现直通购买下单。在获取客户数据后,后台分析也是各显神通。

拖拉网加入了更多变量来考核自己的推荐模式。比如有消费者明天要参加一个聚会,不知道要穿什么风格,也没有看天气预报,希望导购网站能帮她把这些场景和自己的信息组合起来,给出一整套的解决方案。于是日期(天气)、地域、场合、风格,这些都成为穿衣搭配解决方案的变量,经过不断的组合呈现给用户,据拖拉网数据,用户在看到一个比较优质的搭配,并有场景性引导的时候,点击到最后页面完成购买的转化率会比单品推荐高 40%。

28 SeeChange 的基因健康

现在人们有了把人类基因档案序列化的能力,这允许医生和科学家去预测病人对于某些疾病的易感染性和其他不利的条件,可以减少治疗过程的时间和花费。位于旧金山的 SeeChange 公司创建了一套新的健康保险(放心保)模式。该公司通过分析客户的个人健康记录、医疗报销记录、以及药店的数据,来判断该客户对于慢性病的易感性,并判断该客户是否有可能从一些定制的康复套餐中获利。SeeChange 同时设计健康计划,并设立奖励机制鼓励客户主动完成健康行动,全过程都通过其数据分析引擎来监控。

29 Given Imaging 的图像诊断

以色列的 Given Imaging 公司发明了一种胶囊,内置摄像头,患者服用后胶囊能以大约每秒 14 张照片的频率拍摄消化道内的情况,并同时传回外置的图像接收器,患者病征通过配套的软件被录入数据库,在 4 至 6 小时内胶囊相机将通过人体排泄离开体外。一般来说,医生都是靠自己的个人经验进行病征判断,难免会对一些疑似阴影拿捏不准甚至延误病人治疗。现在通过 Given Imaging 的数据库,当医生发现一个可疑的肿瘤时,双击当前图像后,过去其他医生拍摄

过的类似图像和他们的诊断结果都会悉数被提取出来。可以说，一个病人的问题不再是一个医生在看，而是成千上万个医生在同时给出意见，并由来自大量其他病人的图像给出佐证。这样的数据对比，不但提高了医生诊断的效率，还提升了准确度。

30 Entelo 的“前猎头”

真正的技术人才永远是各大公司的抢手货，绝对不要坐等他们向你投简历，因为在他们还没有机会写简历之前很可能已经被其他公司抢走了。Entelo 公司能替企业家们推荐那些才刚刚萌发跳槽动机的高级技术人才，以便先下手为强。

Entelo 的数据库里目前有 3 亿份简历。而如何判断高级人才的跳槽倾向，Entelo 有一套正在申请专利的算法。这套算法有 70 多个指标用于判定跳槽倾向。某公司的股价下跌、高层大换血、刚被另一大公司收购，这些都会被 Entelo 看作是导致该公司人才跳槽的可能性因素。于是 Entelo 就会立刻把该公司里的高级人才的信息推送给订阅了自己服务的企业家们。企业家们收到的简历跟一般的简历还不一样。Entelo 抓取了这些人才在各大社交网络的信息。这样企业家们可以了解该人提交过哪些代码，在网上都回答了些什么样的问题，在 Twitter 上都发表的是些什么样的信息。总之，这些准备“挖角”的企业家能够看到一个活生生的目标人才站在面前。

31 FlightCaster 和 Passur 的延误预测

航空业分秒必争，尤其是航班抵达的准确时间。如果一班飞机提前到达，地勤人员还没准备好，乘客和乘务员就会被困在飞机上白白耽误时间；如果一班飞机延误，地勤人员就只能坐着干等，白白消耗成本。美国一家大航空公司从其内部报告中发现，大约 10% 的航班的实际到达时间与预计到达时间相差 10 分钟以上，30% 的航班相差 5 分钟以上。FlightCaster 是一家提供航班延误信息预测的公司，主要根据航空公司的航班运行情况进行预测。与航空公司所拥有的类似航班运行情况的专有信息一样，该公司拥有大量国内航班飞行和航班实时运行状况的历史数据。Flightcaster 的秘诀就是其对大数据分析的有效利

用和使用适当的软件工具对产出数据进行实时管理。

Passur Aerospace 是专门为航空业提供决策支持的技术公司。通过搜集天气、航班日程表等公开数据，结合自己独立收集的其他影响航班因素的非公开数据，综合预测航班到港时间。时至 2012 年，Passur 公司已经拥有超过 155 处雷达接收站，每 4.6 秒就收集一次雷达上每架飞机的一系列信息，这会持续地带来海量数据。不仅如此，经过长期的数据收集，Passur 拥有了一个超过十年的巨大的多维信息载体，为透彻的分析和恰当的数据模型提供了可能。Passur 公司相信，航空公司依据它们提供的航班到达时间做计划，能为每个机场每年节省数百万美元。

32 Climate 的农业保险

一家名为气候公司 (Climate Corporation) 的创业企业每天都会对美国境内超过 100 万个地点、未来两年的天气情况进行超过 1 万次模拟，其数据量庞大、动态、实时。随后，该公司将根系结构和土壤孔隙度的相关数据，与模拟结果相结合，为成千上万的农民提供农作物保险。通过遥感获取土壤数据，这和我们过去所熟悉的通过网络服务获取用户网络行为数据不是一回事，数据的概念得以极大的扩充。要想对每块田地提供精准的保险服务，肯定还需要与土地数据相配套的农产品期货、气候预测、国际贸易、国际政治和军事安全、国民经济，产业竞争等等各方面的数。在如此庞杂的大数据基础上推出的商业模式是创新的，同现有农作物保险方式相比具备极大竞争力，并且是可持续和规模化的。更妙的是，这家公司基于大数据的运营，完全没有进行高额的网络设施投资，只是租用了亚马逊的公共云服务，一个月几万美元而已。

33 Hiotype 的记录阅读

几乎所有的收费电子书都会提供部分章节让读者试读，其实，出版商需要弄清楚人们读到了哪里、读完后有没有购买，以及其他各种体验，才能卖出更多的电子书。美国创业公司 Hiotype 开发了一套电子书阅读分析工具，其商业模式就在试图解决这一难题。Hiotype 自称为“面向电

子书的 Google Analytics”，能够提供与电子书有关的丰富数据。它不仅能统计电子书的试读和购买次数，还能绘制出“读者图谱”，包括用户的年龄、收入和地理位置等。此外，它还能告诉出版商读者在看完免费章节后是否进行了购买，有多少读者看完了整本书，以及读者平均看了多少页，读者最喜欢从哪个章节开始看，又在哪个章节半途而废，等等。Hiptype 能够与电子书整合在一起，出版商无论选择哪种渠道，总是能够获得用户数据。Hiptype 收集的所有数据都是匿名的。用户在下载了内置 Hiptype 服务的电子书时，会得到一个提示，可以选择将其屏蔽。

34 安客诚的“人网合一”

网络营销存在一个巨大问题，如何获知在网上使用几个不同名称的人是否是同一个人？安

客诚 (Acxiom) 推出了一种名为“观众操作系统” (“Audience Operating System”，AOS) 的技术方案解决了这个问题。它允许市场营销者与你的“数字人物”绑定，即使你由于婚姻换了名字，或者使用昵称，或者偶尔使用中名，它也照样能够解答那个已经换了地址或者电话号码的人是否是同一个人的问题。

AOS 可以汇集不同数据库中的信息，这些数据或离线或在线，是公司可能在不同场合针对个人而收集的。通过使用 AbiliTec——一种 Acxiom 也拥有的数字化“身份识别”技术——AOS 将客户信息删繁就简，得到简单单一的结果。AOS 帮助安客诚的广告客户使用他们的数据在 Facebook 上找到广告投放目标用户。

(来源：《IT 经理世界》)

零部件网上更好卖 工程机械企业世界工厂网上抢战场

在传统市场销售低迷的情况下，新的销售模式和市场成为工程机械行业关注的焦点，电商和海外市场的开发无疑成为热点话题。许多工程机械企业通过世界工厂网开通网上商铺，发布产品信息，开拓国内外市场。

世界工厂网以专注服务于制造型企业而被业界所知，并已积累了近十年的工业电商实践经验，沉淀出大量精准用户数据。目前入驻企业达 2400 多万家，入驻采购商 260 万，成功运营了中文站、国际站、阿拉伯语站、西班牙语站、法语站、俄语站、日语站。世界工厂网借助庞大的信息数据及完善的电商服务，协助供需双方匹配，帮其推广并促成交易。

零部件电商有看头

现在，工程机械行业产品同质化严重，企业间竞争激烈，再加上国家在重点整治煤炭、钢铁等产业产能过剩的过程中，对于工程机械销售产生了一定的影响，造成整体销量下滑。2014 年，

中国工程机械市场并没有跳出下滑的“泥潭”，但世界工厂网相关负责人表示这种情况是暂时的，相比欧美市场，中国潜在的工程机械需求仍然十分巨大，工程机械市场未来将呈现稳定发展的态势。部分电商做的好的企业也出现了逆市增长趋势，部分细分的零部件领域也持续获益。

因为产品属性不同，不同领域做电商会收到不同效果。工程机械行业生产种类涵盖范围较广，生产轴承等零配件的企业更适合发展电商。因为工程机械零配件具有标准化、单价低、易运输的特征，这些特征正好符合发展电商的要求。电商是大势所趋，那些更为接近快消品性质、售价较低的机械配件，更容易在网上实现销售。

大型机械设备都在上百万元，用户没看到实物直接付款不太现实。但把配件放在电商平台上销售就不一样了。机械设备在使用过程有一些易耗品、易损件，损坏的话需要及时更换，而此时通过电商平台购买需要的型号的配件就会更方便。这些配件可以直接面向市场终端，客户有需

求可直接在网上下单，无须再线下配合。

因为工程机械是生产资料，价值较高，而且不同的工况对于产品的需求也不同，线上体验短期内还无法满足用户需求。网上销售还存在同代理制的冲突以及银行按揭方面的风险等诸多问题。所以相对于大型机械设备，零部件在电子商

务平台上销售更容易成功。

世界工厂网相关负责人认为，作为工程机械后市场，零配件领域将是一个很大的可挖掘的宝藏，工程机械企业若想突破，可借此发力。

(zhiccm)

(来源：《中国创新网》)



中办国办印发意见打造中国新型智库体系，产品纳入政府采购 高端智库：支持中央媒体等先行试点

余晓洁/施雨岑

背景：习近平在中央深改小组审议《关于加强中国特色新型智库建设的意见》时的说，我们进行治国理政，必须善于集中各方面智慧、凝聚最广泛力量。改革发展任务越是艰巨繁重，越需要强大的智力支持。近些年来，我国智库发展很快，在出思想、出成果、出人才方面取得了很大成绩，为推动改革开放和现代化建设作出了重要贡献。

随着形势发展，智库建设跟不上、不适应的问题也越来越突出，尤其是缺乏具有较大影响力和国际知名度的高质量智库。要从推动科学决策、民主决策，推进国家治理体系和治理能力现代化、增强国家软实力的战略高度，把中国特色新型智库建设作为一项重大而紧迫的任务切实抓好。要坚持党的领导，把握正确导向，充分体现中国特色、中国风格、中国气派。

近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加强中国特色新型智库建设的意见》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。梳理归纳了意见若干“干货”。

什么是中国特色新型智库

中国特色新型智库是以战略问题和公共政策

为主要研究对象、以服务党和政府科学民主依法决策为宗旨的非营利性研究咨询机构。

到2020年，统筹推进党政部门、社科院、党校行政学院、高校、军队、科研院所和企业、社会智库协调发展，形成定位明晰、特色鲜明、规模适度、布局合理的中国特色新型智库体系。

——重点建设一批具有较大影响力和国际知名度的高端智库；

——造就一支坚持正确政治方向、德才兼备、富于创新精神的公共政策研究和决策咨询队伍；

——建立一套治理完善、充满活力、监管有力的智库管理体制和运行机制；

——充分发挥中国特色新型智库咨政建言、理论创新、舆论引导、社会服务、公共外交等重要功能。

必须具备八大标准

(1) 遵守国家法律法规、相对稳定、运作规范的实体性研究机构;(2) 特色鲜明、长期关注的决策咨询研究领域及其研究成果;(3) 具有一定影响的专业代表性人物和专职研究人员;(4) 有保障、可持续的资金来源;(5) 多层次的学术交流平台 and 成果转化渠道;(6) 功能完备的信息采集分析系统;(7) 健全的治理结构及组织章程;(8) 开展国际合作交流的良好条件等。

指标 50 至 100 个

实施国家高端智库建设规划。加强智库建设整体规划和科学布局,统筹整合现有智库优质资源,重点建设 50 至 100 个国家亟需、特色鲜明、制度创新、引领发展的专业化高端智库。

支持中央党校、中国科学院、中国社会科学院、中国工程院、国务院发展研究中心、国家行政学院、中国科协、中央重点新闻媒体、部分高校和科研院所、军队系统重点教学科研单位及有条件的地方先行开展高端智库建设试点。

到 2020 年,统筹推进党政部门、社科院、党校行政学院、高校、军队、科研院所和企业、社会智库协调发展,形成定位明晰、特色鲜明、规模适度、布局合理的中国特色新型智库体系。

根据意见,中国将重点建设一批具有较大影响力和国际知名度的高端智库;造就一支坚持正确政治方向、德才兼备、富于创新精神的公共政策研究和决策咨询队伍;建立一套治理完善、充满活力、监管有力的智库管理体制和运行机制;充分发挥中国特色新型智库咨政建言、理论创新、舆论引导、社会服务、公共外交等重要功能。

按照这个意见,中国特色新型智库是以战略问题和公共政策为主要研究对象、以服务党和政府科学民主依法决策为宗旨的非营利性研究咨询机构。

意见强调,中国特色新型智库要遵守国家法律法规、相对稳定、运作规范的实体性研究机构;特色鲜明、长期关注的决策咨询研究领域及其研究成果;具有一定影响的专业代表性人物和专职研究人员;有保障、可持续的资金来源;多层次的学术交流平台 and 成果转化渠道;功能完备的信息采集分析系统;健全的治理结构及组织章程;开展国际合作交流的良好条件等。

意见强调将深化五项改革,包括深化组织管理体制、研究体制、经费管理制度改革,深化成果评价和应用转化机制改革,以及深化国际交流合作机制改革。

打造新型智库体系的路线图

——发展新格局:促进社科院和党校行政学院智库创新发展;推动高校智库发展完善;建设高水平科技创新智库和企业智库;规范和引导社会智库健康发展;实施国家高端智库建设规划;增强中央和国家机关所属政策研究机构决策服务能力。

——深化五项改革:深化组织管理体制、研究体制、经费管理制度改革;深化成果评价和应用转化机制改革;深化国际交流合作机制改革。

——健全制度保障体系:落实政府信息公开制度;完善重大决策意见征集制度;建立健全政策评估制度;建立政府购买决策咨询服务制度;健全舆论引导机制。

智库产品纳入政府采购

意见指出,凡属智库提供的咨询报告、政策方案、规划设计、调研数据等,均可纳入政府采购范围和政府购买服务指导性目录。建立按需购买、以事定费、公开择优、合同管理的购买机制,采用公开招标、邀请招标、竞争性谈判、单一来源等多种方式购买。

(摘编自:《解放日报》)

移动技术为中国 GDP 贡献 3.7%，领先美国

BCG 最新报告指出，移动技术对消费者、中小企业和全球经济具有深远影响；为确保全球移动技术行业的持续创新与增长，市场参与者需在 2020 年底前继续投资 4 万亿美元，并克服一系列重要挑战。

波士顿咨询公司（BCG）近日发布最新报告《移动革命：移动技术带来万亿美元影响》。报告指出，2014 年全球移动技术行业创造了近 3.3 万亿美元收入以及 1,100 万个工作岗位。

BCG 在高通公司（Qualcomm）的委托下开展独立研究，通过对在美国、德国、韩国、中国、巴西和印度六国的近 7,500 名消费者展开调研，对其从移动技术中所获取的价值进行定量分析，并对移动技术的应用情况及其所带来的裨益进行评估，从而得出移动技术对中小企业以及各国经济影响的结论。

移动技术带来了前所未有的巨大影响

发达经济体的消费者（美国、德国和韩国）认为移动技术的价值高达每年 6,000 美元以上，占其收入的 12%；

而在新兴经济体的消费者眼中，移动技术的价值与其收入相比，所占比例相对更高。在中国和印度，消费者认为移动技术的价值超过其平均收入的 40%；

大多数受访者均表示其愿意为保留手机使用权而放弃一整年的外出就餐或度假计划。在中国和韩国，大多数消费者均表示其宁可放弃家庭宽带也不愿放弃手机；

消费者对 3G 和 4G 移动网络的利用率已超过了其它所有技术，在不到 15 年的时间里，网络接入量就已增长至近 30 亿用户，到 2020 年预

计将突破 80 亿用户；

消费者希望移动技术在现有基础上更进一步：90% 的 3G 和 4G 用户表示其希望拥有更快的数据传输速度、更大的网络覆盖范围、更长的待机时间及其它多个方面的改善。

BCG 同时对这六个国家的 3,500 家中小企业进行了调研，并评估了各国的国内经济情况，以了解移动技术在公司和国家层面上所产生的影响：

当前，移动技术对六国 GDP 的贡献已超过 1.2 万亿美元，而这六国占全球 GDP 的近一半（47%）；其中移动技术对中国 GDP 的贡献率为 3.7%，在六国之中位列第二（韩国 11% 居第一，美国 3.2% 列第三）；

中国是目前除了美国和韩国外，最大的移动技术开发者的发源地；

在新兴市场中，中国在利用移动技术方面一直处于领先地位，在高价值领域的市场份额持续增长，如设备空间（联想和小米）以及电信设备制造（华为和中兴）；

得益于支付宝的强势发展，2013 年中国电子商务的总收益已高达 2,950 亿美元，超过美国荣登全球电子商务市场的冠军宝座；

2012 年中国已成为全球最大的智能手机市场，约有一百万人在移动应用程序这一生机勃勃的领域工作，这个数字是美国的两倍多；

随着中国、印度、巴西等新兴经济体在技术创新、设备生产、应用开发等环节参与的深入，移动技术的价值链变得更加国际化；

采用先进移动技术的中小企业与未采用移动技术的同类企业相比，前者的收入增长和工作岗位增加速度分别高达后者的两倍和八倍；

“移动鸿沟”，即在移动技术的应用方面领先一步的企业与落后企业之间的差距将会进一步拉大。此次调研所涉及的六个国家的中小企业若能填平这一鸿沟，将有望在未来三年内增加 700 万个工作岗位，并带来 0.5 个百分点的 GDP 增长。

报告作者之一、常驻旧金山办公室的 BCG 资深合伙人麦维德 (David C. Michael) 表示：“移动技术不仅能增加工作岗位，还能改善消费者的生活，是经济增长背后的重要推动力。但相关领域的创新空间依然很大。政策制定机构在确保移动技术领域的持续创新和研发投资方面发挥着重要作用。”

持续创新和增长所面临的挑战

为营建对移动技术的投资和创新予以持续支

持的积极环境，BCG 向政府部门和政策制定机构提供了一系列行动建议，其中包括：

通过强大的专利保护和以市场为推动力的特许经营机制来激励技术创新者；

在技术标准的制定过程中，支持以行业为导向的政企合作；

确保无线频谱资源持续部署与增长。

高通公司首席执行官史蒂夫·莫伦科夫 (Steve Mollenkopf) 表示：“到 2020 年，移动宽带网络的用户数量预计会突破 80 亿，消费者对网络承载力的需求将会不断增长。高通公司致力于投资开发新一代核心移动技术，通过数据传输速度的突破及其它高级功能来推动移动技术和能力的不断升级，以确保全球各地的消费者和企业能从中持续获益。”

(来源：《中国管理咨询网》)

微软公司与重庆共建互联网研发产业基地

日前，全球最大的软件服务提供商微软公司与重庆市经济信息委、大渡口区 and 重庆大学签署合作协议，将围绕互联网云计算大数据产业，共建微软重庆互联网研发产业基地。

据介绍，互联网云计算大数据产业是重庆市委、市政府确定的战略性新兴产业之一，现已形成两端同步跟进的发展格局：在数据前端，重庆市已建成国家级互联网骨干直联点，互联网网间互联互通能力和出口带宽大幅提升；在数据增值

应用服务端，华硕云端、神州数码等一大批龙头企业落户重庆市，在智慧城市、车联网、互联网金融等领域陆续推出大数据项目。此次设立的互联网研发产业基地，将发挥微软公司的技术优势，进行互联网产品的研发、应用、推广及互联网企业的培育、孵化。同时，还将在大渡口区推广“安心学习”计划，为中小学提供安心信息搜索和知识获取的搜索平台。

(来源：《中国创新网》)



上海国际招标有限公司和个人荣膺 “2014 年度上海市重点工程实事立功竞赛” 荣誉称号

上海国际招标有限公司 冶 伟

2015 年 1 月 7 日上午，“2014 年度上海市重点工程实事立功竞赛表彰大会”于上海展览中心隆重举行。杨雄市长出席会议并作重要讲话，会议由蒋卓庆副市长主持，上海国际招标有限公司代表受邀出席表彰大会。

会议表彰了本市 2014 年重大工程和实事项目中作出突出贡献的先进集体及个人，上海国际招标有限公司四度蝉联“2014 年度上海市重点

工程实事立功竞赛优秀公司”荣誉称号，公司员工张怡荣膺“2014 年度重点工程实事立功竞赛优秀建设者”荣誉称号。

2015 年是“十二五”规划的收官之年，我司将继续为市重大工程项目提供专业招标咨询服务，着重服务质量优先，加大服务创新力度，努力推动本市重大工程和实事项目建设不断取得新成效。



谷歌眼镜光环褪去 成硬件开发反面教材

近日，谷歌宣布将停售谷歌眼镜，并将该智能设备从公司 Google X 实验室分离。

谷歌在 Google+ 上称，谷歌眼镜将从 Google X 分离。不过，谷歌眼镜仍会提供给“认证合作伙伴”，供医院和工厂等场所进行商业化试验。但是，Explorer 项目将会关闭，软件工程师和设备发烧友将无法再买到个人版谷歌眼镜。

战略后退

谷歌没有放弃谷歌眼镜，但至少“按下了重

置按钮”。在一项不同寻常的安排中，谷歌称谷歌眼镜业务仍会留在公司，但负责人艾维·罗斯 (Ivy Ross) 将向托尼·法德尔 (Tony Fadell) 报告。在开发出 Nest 恒温器之前，法德尔协助苹果设计和开发了 iPod。

“谷歌认为，他们应该将谷歌眼镜交给懂得如何将消费型产品推向市场的人。这个人能够同时从设计角度和营销角度进行考量。”市场调研公司 Forrester Research 分析师 JP·格恩德 (J.P. Gownder) 表示。

此举对谷歌眼镜来说，是一次低下的后退。就在两年多以前，谷歌眼镜还是谷歌年度开发者大会 Google I/O 上的明星产品，也是谷歌为深入硬件销售领域而采取的核心努力。

在当时的大会上，谷歌联合创始人谢尔盖·布林（Sergey Brin）与佩戴谷歌眼镜跳伞的谷歌工程师进行了实时视频聊天。当年年底，谷歌眼镜被《时代》评选为 2012 年最具创新产品之一。一些人认为它时尚，其他人则将它用于艺术领域。

反面教材

而如今，谷歌眼镜更像是一个硬件开发目的不明确导致产品陷入困境的案例研究。谷歌眼镜和 iPhone 不同，后者是巧妙地将消费者已经了解和使用过的产品整合在一起。但是，消费者对于谷歌眼镜的使用并不是十分确定，导致了部分用户的流失。

谷歌眼镜还提前遭到了酒吧以及拉斯维加斯的禁用。美国西弗吉尼亚州的立法者则尝试制订立法，规定驾驶时使用谷歌眼镜是非法的。

“关于消费者为何确实需要这款设备，并没有明确的原因，”格恩德称，“这是个问题。当消费者没有用上谷歌眼镜时，他们会按照自己的假定想象其功能。而现在他们的假定是，谷歌眼镜是一款录像设备。”

谷歌硬件之路

谷歌眼镜也凸显了谷歌在消费型产品开发上参差不齐的记录。Google TV 评价糟糕，并延迟了推出。就在谷歌发布谷歌眼镜的开发者大会上，谷歌还推出了一款售价 299 美元的流媒体音乐播放器 Nexus Q。几周后，谷歌推迟了 Nexus Q 的出货，随后搁置。

随着科技技术从 PC 向手机、手表甚至是像恒温器这样更为普通的设备转移，谷歌需要在硬件市场取得立足点。谷歌利润丰厚的广告业务是基于对用户在网上行为方式的观察，所以掌握对用户 PC 和手机以外设备上的习惯能够让谷歌对用户有一个更为全面地了解。

但是，要想让消费者购买你的硬件产品，企业开发的产品不仅需要实用，还得具备漂亮外观、看起来很酷等更多“虚”的品质。去年，谷歌眼镜重要合作伙伴 Luxottica 的董事长称，他自己并不会佩戴谷歌眼镜。

谷歌在硬件领域也并非一事无成。比如 Chromebook 笔记本，其主要卖点是价格。谷歌还推出了一款售价 35 美元的流媒体设备 Chromecast，但是并不时尚。其高雅之处在于在外人几乎注意不到的情况下将谷歌的强大软件产品植入到电视中。

但是格恩德表示，谷歌眼镜得到了媒体的广泛宣传，技术似乎不是主要问题。他认为，谷歌眼镜让消费者着迷，但同时保持警惕。Forrester 在最新调查中发现，43% 的受访者对谷歌眼镜感兴趣，但是 50% 的受访者也持有隐私担忧。

“从隐私角度讲，我们当然愿意看到谷歌放弃这款产品，”电子隐私信息中心总裁马克·罗滕伯格（Marc Rotenberg）表示，“谷歌的战略后退是一个十分重要的进展，特别是在其高调推出谷歌眼镜之后。”

罗滕伯格称：“但是这也点到了科技产品设计在牵扯到隐私方面的一个更大问题。为有需求的用户开发智能眼镜和手机，这不是个问题。但是对用户周边的人监听并录像，这就是个问题。”

（箫雨）

（来源：《凤凰科技》）

印度调整 GDP 计算方法 经济增速超中国

路透新德里 2 月 9 日电 - 从数据看, 印度周一成为全球增速最快的主要经济体。该国此前调整国内生产总值 (GDP) 计算方法, 去年 12 月当季 GDP 增速超过中国。

这对印度经济而言可谓重大转折。就在两周前, 外界还推测该国经济增长加速乏力。去年 5 月莫迪当选总理前, 印度经济经历 1980 年代以来最疲弱的时期。

去年 12 月当季 GDP 数据强劲, 在很大程度上归因于印度调整了 GDP 计算方法以及基年。

按照新的计算方法, 2014 年 12 月当季印度 GDP 同比增长 7.5%, 超过同期中国 7.3% 的增速。

印度还将 2014/15 财年上半年的 GDP 增速从之前报告的 5.5% 上调至 7.4%, 并且预测该财年 GDP 增长 7.4%, 上个财年增速修正后为 6.9%。

印度央行原先基于旧的计算方法, 预测全财年 GDP 增长 5.5% 左右。

印度最新公布的数据令经济学家感到困惑, 因该数据与其他经济指标不一致, 工业生产、贸易、税收等指标均显示经济仍疲弱。

“政府自己也一直在说, 由于经济增长减速, 征税步伐迟缓, 但现在又有政府部门说 GDP 增长情况不错。” ICICI Securities Primary Dealership

经济学家 A.Prasanna 说。

“这意味着, 要么有一部分经济活动未被征税, 要么就是数据有问题。”

印度目前以市场价格而非要素成本计算 GDP, 以将商品及服务增加值和间接税考虑在内。计算 GDP 的基年亦从之前的 2004/05 年度改用 2011/12 年度。

印度统计部门称, 新的 GDP 计算方法更符合国际惯例, 能更好地反映出经济情况。

统计方法调整的同时, 油价下跌、通胀降温以及莫迪政府扶持商业的措施, 确实提振了印度的经济增长前景。

国际货币基金组织 (IMF) 上月曾预测, 明年印度将取代中国, 成为全球增长速度最快的主要经济体。IMF 预计明年印度 GDP 增长 6.5%, 中国则料增长 6.3%。

但印度企业支出迟滞, 银行坏账攀升, 仍是拖累经济的因素。

“显然, 有必要观察这些数据的可信度,” HDFC 银行的首席经济学家 Jyotinder Kaur 说, “没看到什么实质性的变化能表明我们已经走出了困境。”

(来源:《路透社》)

关于发布《上海市科技型中小企业技术创新资金项目审批办事指南》的通知

沪科〔2015〕27号

各有关单位：

根据《行政审批办事指南编制指引》(DB 31/T 545—2011)，我委编制完成了《上海市科技型中小企业技术创新资金项目审批办事指南》，现予以发布，自2015年2月1日起施行。

特此通知。

附件：《上海市科技型中小企业技术创新资金项目审批办事指南》(请网上下载)

上海市科学技术委员会

2015年1月27日

国家发改委、中编办近日下发通知，要求一律不得将企业经营自主权事项作为企业投资项目核准前置条件

企业投资项目核准前置条件将简化

国家发展改革委、中央编办通知，根据《国务院办公厅关于印发精简审批事项规范中介服务实行企业投资项目网上并联核准制度工作方案的通知》要求，对于属于企业经营自主权的事项，一律不再作为企业投资项目核准前置条件，并要求2014年底前公布取消。

下列事项一律不再作为企业投资项目核准的前置条件：

- (一) 银行贷款承诺；
- (二) 融资意向书；
- (三) 资金信用证明；
- (四) 股东出资承诺；
- (五) 其他资金落实情况证明材料；
- (六) 可行性研究报告审查意见；
- (七) 规划设计方案审查意见；
- (八) 电网接入意见；
- (九) 接入系统设计评审意见；
- (十) 铁路专用线接轨意见；
- (十一) 原材料运输协议；
- (十二) 燃料运输协议；
- (十三) 供水协议；
- (十四) 与相关企业签署的副产品资源综合利用意向协议；
- (十五) 与相关供应商签署的原材料供应协议等；
- (十六) 与合作方签署的合作意向书、协议、框架协议(中外合资、合作项目除外)；
- (十七) 通过企业间协商和市场调节能够解决的协议、承诺、合同等事项；
- (十八) 其他属于企业经营自主决策范围的事项。

(中国证券网)