

# 上海咨询信息 (月刊)

2013 年第 6 期  
(总第 311 期)

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 •
  - 上海市咨询业行业协会召开六届九次会长办公会议商讨  
协会换届改选和协会建设重大事项 .....陈慧琴 ( 2 )
  - 上海市咨询业行业协会六届八次理事会暨六届五次会员  
大会顺利召开 .....陈慧琴 ( 2 )
- 咨询专论 •
  - 2011 年上海外商投资咨询机构现状和分析 .....陈伟勇 ( 4 )
  - Vault 评出 2012 年度全球咨询业职场最受欢迎的前 50 强  
公司 .....杨小燕 ( 8 )
  - 中国如何持续进步 .....李稻葵 ( 11 )
  - 中国企业智慧转型五大方向 .....IBM ( 13 )
- 专家观点 •
  - 大数据时代：重新定义商业 .....刘戈 ( 17 )
  - 如何看待当前的中国经济增长? .....贺军 ( 18 )
  - 超越‘投资拉动’‘消费拉动’之争 ..... ( 20 )
  - 质量型人口红利将支撑中国十到二十年经济增长  
.....李钢 ( 21 )
- 世界瞭望 •
  - 国外这样打造智慧城市 ..... ( 22 )
  - 网购免税在美将成为历史? ..... ( 23 )
- 行业动态 •
  - 中国智库与国际著名商业机构合作建立“发展生态友好型  
清洁能源技术中心” .....王桂珍 ( 24 )
- 聚焦上海 •
  - “十二五”期间上海将积极培育的新兴产业 ..... ( 24 )
- 会员风采 •
  - 我会 25 家会员单位荣获 2011-2012 年度上海市文明单位  
..... ( 25 )
- 封二 •
  - 上海化学工业区技术咨询有限公司简介

## 上海市咨询业行业协会召开六届九次会长办公会议 商讨协会换届改选和协会建设重大事项



5月9日星期四下午2:00, 在上海社科院102会议室召开了上海市咨询业行业协会六届九次会长办公会议。

张祥会长, 陈积芳副会长兼秘书长、汪天翔、陈超、印保兴、董锡健、李小钢副会长, 严晓俭、童静、杨庆根副会长的代表、许章林、郭德利副秘书长等共12人参加了会议。

陈积芳副会长主持会议, 并就“上海市咨询业行业协会第六届理事会工作总结和对下一届理事会工作的建议”、“上海市咨询业行业协会第六届理事会财务报告”、“《上海市咨询业行业协会章程》修改的说明”、“第七届理事会理事候选人名单产生说明和第七届理事会理事候选人名单”、“第七届理事会会长、秘书长等人选情况”作了报告。汪天翔副会长作了“《关于调整协会副会长单位、理事单位会费的提议》”、“《上海市咨询

业行业协会财务管理工作制度》”的报告。郭德利副秘书长作了“关于本市专业技术水平认证考试运行模式调整后, 协会如何组织实施”和“关于开展协会组织规范化建设评估工作”的报告。

与会领导对上述报告进行了认真讨论, 并且都提出了修改意见。办公会议通过了协会换届的工作报告、协会章程修改报告、推荐第七届理事候选人和副会长报告。同意调整协会副会长单位、理事单位会费的提议和《上海市咨询业行业协会财务管理工作制度》。决定协会负责组织开展专业技术水平认证考试, 决定开展协会组织规范化建设工作。会议同意协会将在5月下旬召开六届八次理事会和六届五次会员大会, 将有关会议的报告提交理事会和会员大会表决通过, 完成换届改选前的准备工作。



(陈慧琴)

## 上海市咨询业行业协会六届八次理事会 暨六届五次会员大会顺利召开

上海市咨询业行业协会六届八次理事会暨六届五次会员大会于2013年5月28日下午在南

昌路57号海洋厅顺利召开。张祥会长, 陈积芳、汪天翔、陈超、董锡健、李小钢副会长, 郭德利



副秘书长出席会议。

理事及理事单位代表参加会议。应到理事70人，实到60人，出席率85.7%。

会议由副会长汪天翔主持。

陈积芳副会长作了关于《上海市咨询业行业协会章程》修改的说明。《上海市咨询业行业协会章程》自2008年会员大会于7月21日修改通过以来，随着时间变迁、形势变化和实际情况，其中的有些条款需要进行修改。主要修改涉及十四个条款：其中四个条款中原有的“上海市社会服务局”的业务主管部门职能取消而作的修改；协会的业务范围按社团法人证书规范叙述作一调整；加强协会的内部管理制度作一修改；会长的任职年龄条件作一补充说明；有重复表述的条款删除一处；关于资产来源作一修改；章程修改日期作一修改。随后宣读了修改后的章程，举手表决，52人举手通过《上海市咨询业行业协会章程》修改说明和《上海市咨询业行业协会章程》。

郭德利副秘书长作了《上海市咨询业行业协会关于开展协会组织规范化建设评估工作的决定》



的情况汇报。根据上海市社会团体管理局《关于全面推行社会组织规范化建设评估工作的通知》（沪社服〔2011〕6号）精神，上海经过三轮实践，达到了试机制、试办法、试标准的预期目标。国家民政部于2011年3月正式实施《社会组织评估管理办法》，上

海市也提出了贯彻实施的意见，社会组织评估已纳入登记管理机关的年度计划，列为社团管理的常态工作。社团的规范化建设既是为社会组织提供了充分展示自己的机会，又使社会组织增强了自律、规范和发展意识，促进了社会组织的组织、制度和能力建设，为社会组织长效发展机制，打下坚实的基础。今年4月15日，市社团局召开“社会团体规范化建设评估培训会”，对全市部分市级行业协会进行培训，我协会也是其中之一。

协会决定2013年起，积极进行协会组织规范化建设的前期准备工作，2015年前达到社会组织3A级标准。评估工作根据有关精神，依照《上海市社会组织规范化建设评估规程（试行）》操作。制定工作方案，设立评估委员会，规范评估流程，严格组织实施评估工作。随后举手表决，53人通过《上海市咨询业行业协会关于开展协会组织规范化建设评估工作的决定》。

郭德利副秘书长还作了《关于组织实施上海市注册咨询师专业技术水平认证及注册咨询专家评审工作的决定》的有关情况汇报。今年4月，上海市职业能力考试院召开会议通报了关于本市专业技术水平认证考试运作模式调整的情况，决定原来由市考试院和协会共同组织负责实施，调整为协会负责组织实施，市考试院指导和监督的模式。这一调整在全市18个专业技术水平认证考试项目中进行。上海市咨询业行业协会开展的“上海市注册咨询师专业技术水平认证考试”是其中之一。协会决定仍将进行“上海市注册咨询师专业技术水平认证”考试，并接受市考试院的指导和监督；并继续进行“上海市注册咨询专家评审”工作。随后举手表决，51人举手通过《关于组织实施上海市注册咨询师专业技术水平认证

及注册咨询专家评审工作的决定》。

六届八次理事会参会人数和通过比例都达到章程规定要求，三个审议项目都顺利有效通过。

会议间歇后，召开六届五次会员大会。会员大会邀请了市科委体改处陈丽君、市社团局社团处徐国芳出席了会议。六届五次会员大会应到人数 180 人，实到 123 人，出席率 68.3%。

会员大会对理事会通过的三个审议项目进行审议，分别进行举手表决。111 人举手通过《上海市咨询业行业协会章程》修改说明和《上海市咨询业行业协会章程》，112 人举手通过《上海市咨询业行业协会关于开展协会组织规范化建设评估工作的决定》，113 人举手通过《关于组织实施上海市注册咨询师专业技术水平认证及注册咨询专家评审工作的决定》，通过比例均超过 90%。《上海市咨询业行业协会章程》将正式上报市科委和

市社团局审批。

最后，张祥会长作了发言。张祥会长首先对会员单位对协会工作的支持，对他本人的信任和支持表示感谢。对咨询业的发展前景充满信心，对开展上海咨询业的工作提了设想。六届八次理事会和六届五次会员大会的顺利召开，圆满结束，为下一期的工作打下良好基础。



(陈慧琴)

· 咨询专论 ·

## 2011 年上海外商投资咨询机构现状和分析

上海市注册咨询师 陈伟勇

2011 年世界经济受国际金融危机影响处于不稳定状态，中国国内生产总值（GDP）逐季回落全年为 9.2%，其中第三产业为 8.9% 较上年回落 0.9 个百分点。当年全国新批设立外商投资企业 27,712 家，同比增长 1.12%；实际使用外资金额 1,160 亿美元，同比增长 9.72%。在宏观经济不景气情况下，上海外商投资咨询业异军突起。截至 2011 年底上海外商投资咨询机构 4,679 户同比增长 17%，投资总额为美元 58.7 亿元同比增长 36%；全年营业收入人民币 596 亿元同比增长 31%，显现出良好的行业发展态势。

本文依据 2011 年度上海有关外商投资机构统计资料，编撰上海外商投资咨询机构现状和分析，供政府部门、研究机构和上海市外商投资企业协会会员参考。

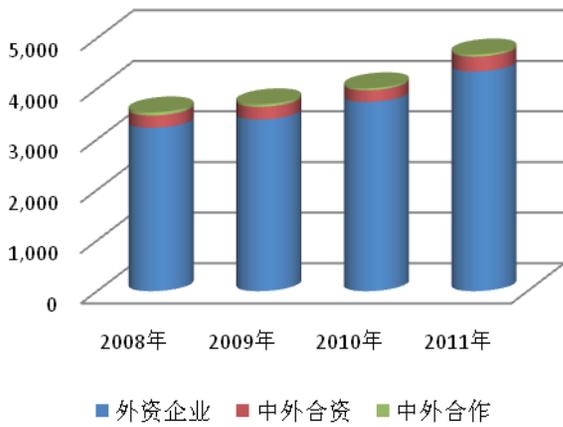
### 一、外商投资咨询机构数量

#### 1-1 机构类型分布

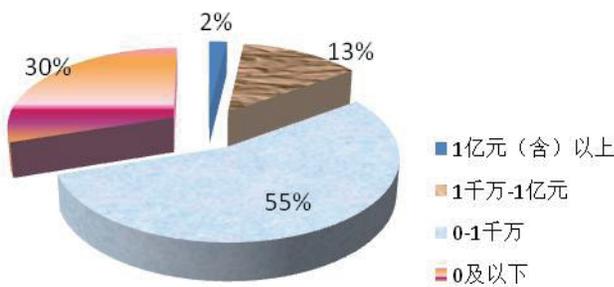
2011 年度上海市外商投资咨询机构 4,679 户，较上年增长 17%。按机构类型分，其中：外资企业 4,342 户占 93.0%；中外合资企业 292 户占 6.0%；中外合作企业 45 户占 1%。图 1 近年

机构类型分布。

(图1) 2011年机构数量 - 类型分布



(图2) 2011年机构数量 - 经营规模分布



### 1-2 机构经营规模分布

将咨询机构的经营规模(营业收入)分为四档,其中:亿元(含)以上机构91户;1千万-1亿元机构620户;0-1千万机构2,562户;0及以下机构1,406户。各档机构数量分布如图2。

### 1-3 机构业态分布

外商投资咨询机构按业态分布情况,商务咨询2,599户、财税、人事、企业管理咨询866户、工程及房地产咨询686户、专业咨询293户、社会咨询235户占5%,图3为机构数量业态分布图。

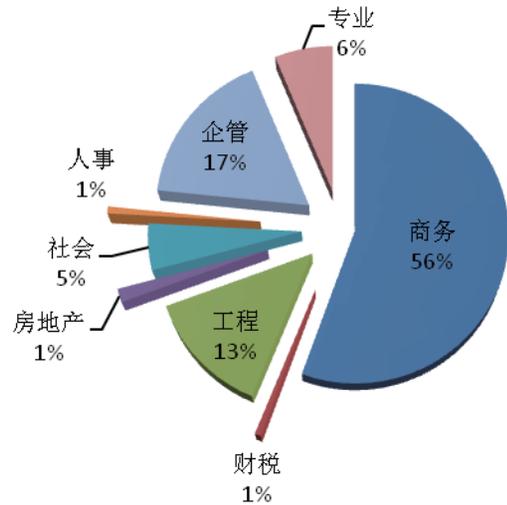
## 二、外商投资咨询机构经营规模

### 2-1 经营规模 - 业态分布

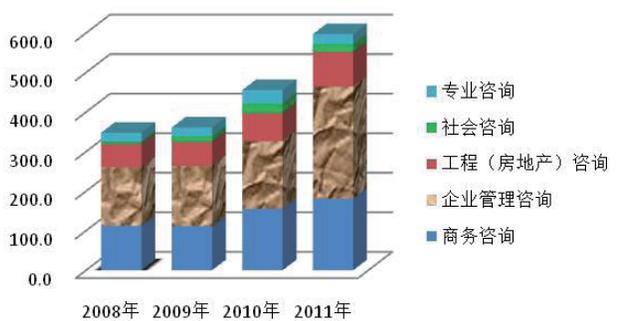
2011年外商投资咨询机构实现营业收入596亿元,较上年增长31%。其中:商务咨询占30%;企业管理咨询(含企管、财税、人事)占48%;工程咨询(含房产)占15%;社会咨询占3%;专业咨询占4%。数据显示,当年企业管理咨询营业收入占行业总收入比重与上年38%相

比足足增加了10个百分点达到48%,而商务咨询则从上年度34%下降到30%。图4为经营规模业态分布示意图。

(图3) 2011年机构数量 - 业态分布



(图4) 经营规模 - 业态分布(亿元)



### 2-2 经营规模 - 户均分布

在前述五种业态中,由于财税咨询涉及大型会计等财税鉴证咨询服务,当年户均营业收入近2亿元,不具行业可比性,经营规模(营业收入)户均分布将其剔除单列,除此以外的咨询业态,2011年度户均经营规模1,156万元,较上年增长15%。图5为经营规模户均分布,图6为财税咨询近年户均营业规模。

## 三、外商投资机构盈利能力

### 3-1 户均盈利能力

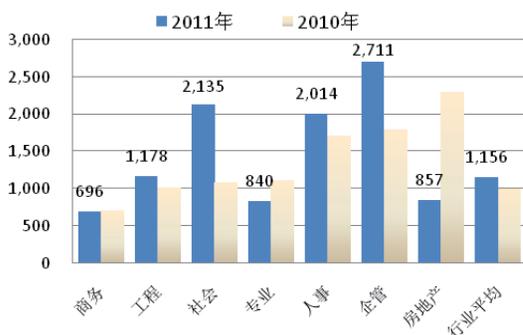
2011年上海外商投资机构实现利润总额45.3亿元,营收利润率8%,营收利润率排名前三的业态分别是:财税咨询15%、房地产咨询

13%、企业管理咨询 11%。机构数量最多的商务咨询仅为 2%。

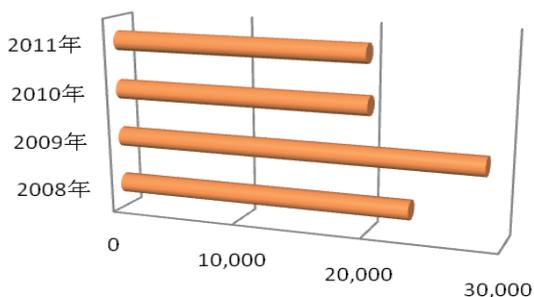
### 3-2 企业所得税纳税能力业态分部

2011 年上海外商投资机构缴纳企业所得税 14.8 亿元，业态分布如图 9 所示，企业所得税平均税赋率 31%，户均纳税排名前三的业态是：财税 933 万元、人事咨询 75 万元、房地产咨询 74 万元，排在末位的是商务咨询 13 万元。

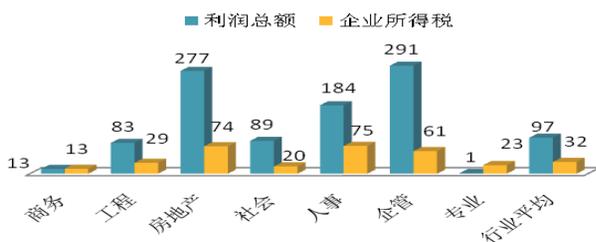
(图 5) 2011 年经营规模 - 户均分布 (万元)



(图 6) 财税咨询户均营业规模 (万元)



(图 7) 户均利税 (万元) (2011 年)



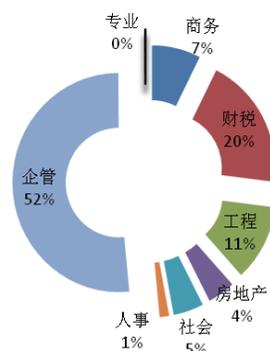
## 四、外商投资咨询机构从业人员

### 4-1 从业人员业态分布

2011 年上海外商投资咨询机构共有从业人员 107,630 人，较上年增长 19%。其中：外籍人

员 12,348 人，较上年增长 22%。图 10 为从业人员业态分布。

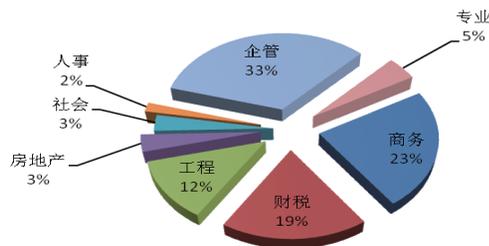
(图 8) 利润总额 - 业态分布 (2011 年)



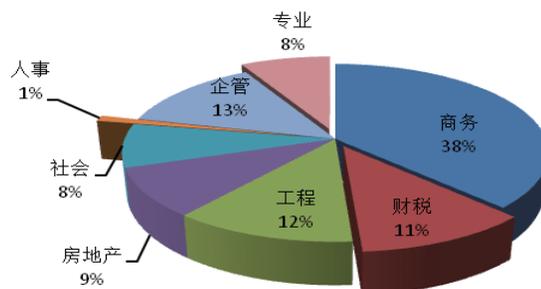
### 4-2 从业人员户均分布

2011 年外商投资咨询机构户均人数为 23 人 (不含财税咨询)，图 11 为从业人员户均分布。

(图 9) 企业所得税 - 业态分布



(图 10) 从业人员业态分布

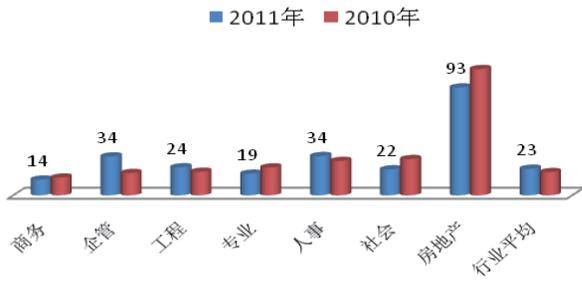


## 五、外商投资咨询机构注册资本

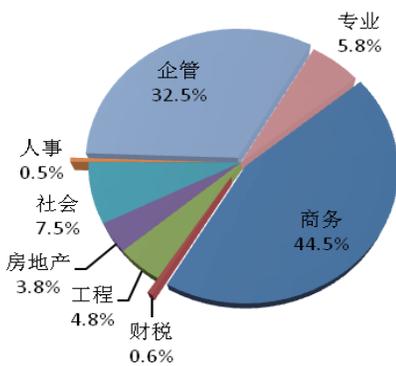
### 5-1 注册资本业态分布

2011 年度上海外商投资咨询机构注册资本 36.1 亿美元，其中：商务咨询 16.0 亿美元占 44.5%，企业管理咨询 11.7 亿美元占 32.6%。图 12 为注册资本业态分布。

(图 11) 从业人员分布 - 户均人数



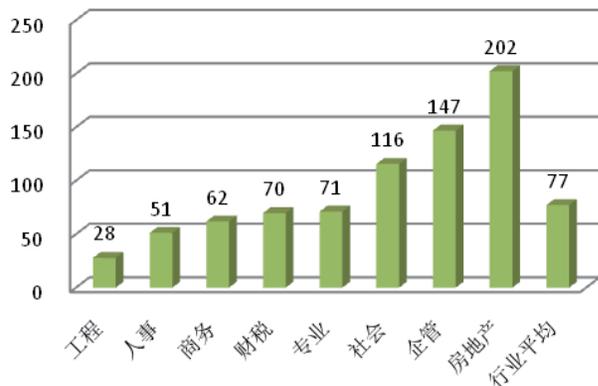
(图 12) 注册资本 - 业态分布



5-2 注册资本 - 业态分布 (户均)

机构平均注册资本为 77 万美元，房地产咨询户均注册资本 202 万美元排列首位。图 13 为注册资本 - 业态分布户均

(图 13) 注册资本 - 业态户均 (万美元)



六、编后感

6-1 上海外商投资咨询业继续呈快速增长态势

随经济迅速发展和发展方式的转型，上海外商投资咨询行业继续呈现快速增长态势。与上

年相比，2011 年机构数量增长 17%，从业人员增长 19%，营业收入增长 31%，缴纳企业所得税 14.8 亿元。涉外咨询机构数量 4,679 户占同期上海市外商投资企业 (市工商局统计) 59,287 户的 7.9%，已经成为推动上海现代服务业快速发展举足轻重的行业。

6-2 工程和人事咨询营业收入增速领先

2010 年社会咨询、专业咨询是当年营业收入增速高的二个业态。2011 年情况发生奇异的变化，工程咨询 72.8 亿较上年增 36%、人事咨询 7 亿较上年增 33%，跃升为行业第一、第二位。而专业咨询增速 -25%、社会咨询增速 -20%，排列倒数第一、第二位，房地产咨询继续滑坡步入负增长增速 -14%，排名倒数第三。

6-3 咨询从业人员大扩充

2011 年行业拥有从业人员 10.7 万人，较上年增长 20%，其中：外籍人员 1.2 万人，较上年增长 22%。咨询队伍的扩充为上海涉外咨询业持续发展奠定了基础，但是咨询人员的职业教育、职业规范、专业素质提升，是行业发展必须正视的问题。

6-4 行业平均税赋过高投资回报率不均衡

2011 年行业实现利润总额 45.3 亿元，缴纳企业所得税 14.8 亿元，计算税赋率为 32.7%，高于税法规定的 25% 企业所得税税率。扣除企业所得税后，行业平均投资 (注册资本) 利润率 (利润总额 - 企业所得税) 为 13.4%，同时各业态极度不均衡，财税咨询净利润 6 倍于注册资本；商务咨询、专业咨询几乎为零回报。税赋高、投资回报率不均衡不利于行业健康发展。

6-5 咨询业涉足领域宽泛

上海外商咨询机构涉足领域及其宽泛，几乎遍及国民经济三大产业各行业。各种新型咨询服务领域不断涌现成为一种趋势，例如：新能源利用、供应链设计优化、服务外包、担保及融资咨询、企业转让定价咨询和风险评估、股权投资管理、创业资本经营管理和咨询等。与此相应的国民经济行业分类、行业准入和规范相对滞后。

## Vault 评出 2012 年度全球咨询业职场 最受欢迎的前 50 强公司

编者按：这是本刊第 3 次列出全球咨询业职场最受欢迎的前 50 强公司。我们希望通过每年一次的全球 50 强公司的排序为业界同仁提供一份世界上咨询业发展现状的描述。本次前 50 强，贝恩公司、麦肯锡公司和波士顿公司依然是前三甲，而赢得求职者的青睐。从地域上来划分，除去一家没有归属地的公司外，48 家咨询公司本部在美国，其中的二十一家公司在纽约，一家公司在英国伦敦。这些咨询业巨头凭借自身在 IT 方面实力，其业务已渗透到各个经济和产业领域，而且紧跟整个世界经济发展潮流甚至更超前。比如，德勤公司的业务已渗透到移动通信、网络安全、数字社会等产业。极力提升 IT 的数字业务。大多数公司的业务都开始涉及到医疗保健和传媒领域；前三甲还渗透到高科技、自然资源、环境和替代能源等新兴领域。他们的总部虽然设在美国或欧洲，但是他们中的大多数在世界多地都有据点。尤其是前 10 名咨询公司的据点已深入到一些落后的国家。他们营业收入的 80% 左右都是来自非本土的服务对象。他们为那些代表着全球 75% 的股权资本的世界 500 强公司服务，那些非营利机构和私人股本基金也

有他们的身影。他们的目标甚至更远，拿下了 2016 年的 G20 经济体金额达 4.2 万亿美元的网络经济项目。

他们似乎总有做不完的事。在全球一体化的今天，中国的咨询业是否也能把目光放得更远呢？美丽中国的建设是否需要我们咨询人的介入呢？

中国咨询企业是否能参与落后国家、发展中国家、新兴国家的经济发展呢？

这次的世界咨询前 50 强采用了能反映出顾问们最关心的问题的新加权法。这个排名融合了 Vault 之前的整体信誉的“最好工作排名”。

你知道 43% 的咨询公司求职者，公司文化是最重要的选择因素吗？其他的重要因素包括实践力、工作与生活的平衡，还有威望和补偿金。

为了恰当地反映一个公司在咨询业的雇主的现状，Vault 世界前 50 强基于以下新加权法评出：30% 威望值、15% 客户满意度、15% 公司文化、15% 补偿金、10% 生活与工作平衡、10% 整体业务前景、5% 升职政策。

（本篇资料来源参考各自公司的网站以及 [www.vault.com](http://www.vault.com)；[www.nyseuronext.com](http://www.nyseuronext.com)；[www.speechtechmag.com](http://www.speechtechmag.com)；[www.consultingmag.com](http://www.consultingmag.com)；[www.insideview.com](http://www.insideview.com)；[www.insights&publication.com](http://www.insights&publication.com) 等网站）

名次	公司(中文名)	公司(英文名)	得分	年营业额 (亿美元)	员工数	公司强项	公司总部	公司官网
1	Bain & company	贝恩咨询公司	9.181	155	5500	为客户提供个性化和多样化产业咨询、职能咨询提高客户的全	波士顿(办公室遍布 31 个国家)	www.bain.com
2	Mckinsey & Company	麦肯锡咨询公司	8.999	75	17500	公司的地域性将不再明显,企业将越来越灵活地在全球配置运营活动进行产业咨询、职能咨询、研究(高级管理层所关心的议题)	纽约(办公室遍布 102 个国家)	www.mckinsey.com
3	The Boston Consulting Group Inc	波士顿咨询公司	8.966	37	6200	价值为本管理、企业再造工程、企业策略、信息技术、企业组织、营运效率	波士顿(办公室遍布 42 个国家)	www.bcg.com
4	Booz & Company	博思艾伦咨询公司	7.879	63	3300	以客户为中心,获取和保留客户越来越多地依赖性	纽约(办公室遍布 33 个国家)	www.bah.com
5	Deloitte	德勤会计事务所	7.517	313	170000	对企业经营全过程提供全方位服务	纽约(办公室遍布 150 个国家)	www.dc.com
6	Oliver Wyman	奥伟咨询公司	7.479	114	3000	专注金融行业策略和风险管理咨询	纽约(办公室遍布 25 个国家)	www.oliverwyman.com
7	A.T.Kearney	科尔尼咨询公司	7.328	11.5	3300	为客户实现切实的结果和持续增长服务	芝加哥(办公室遍布 40 个国家)	www.atkearney.com
8	Pricewater House Coopers LLP	普华永道会计事务所	7.264	315	190000	专长商业程式外包包括财务会计、应用流程、采购、人力资源等	纽约(办公室遍布 158 个国家)	www.pwcglobal.com
9	Analysis Group Inc	安诺国际咨询公司	7.196	2.6	580	专长经济、金融及贸易的战略咨询	波士顿(在 3 个国家有办公室)	www.analysisgroup.com
10	Censeo Consulting Group	商仕达咨询公司	7.118	2	55	供应链和采购咨询	华盛顿(在 3 个国家有办公室)	www.censeoconsulting.com
11	Monitor Group	摩立特集团 2013年1月被德勤收购	7.111	—	1200	以战略咨询作为核心业务专注于企业绩效、经营业绩提升(IPI)	波士顿(办公室遍布 16 个国家)	www.monitor.com
12	L.E.K Consulting	艾意凯咨询公司	7.097	40	900	专注于提供企业重整和财务咨询	波士顿	www.lek.com
13	Point B	B点顾问公司 (实际上是一家虚拟公司)	7.031	0.89	450	管理咨询(员工是 SOHO 族)	没有总部	www.pointb.com
14	Z.S Associates LLC	致盛咨询公司	7.008	12	2000	专长企业销售与营销战略咨询	芝加哥(办公室遍布 16 个国家)	www.zsassociates.com
15	Marakon	麦拉孔咨询公司	6.958	1.06	300	风险管理与重组战略	纽约	www.marakon.com
16	Cambridge Group	康桥集团 (被 Nielsen 公司收购)	6.873	102	115	投资咨询	芝加哥	www.thecambridgegroup.com
17	Cornerstone Research	基础研究会	6.839	1.74	455	专长在商业诉讼方面的咨询	纽约	www.cornerstoneresearch.com
18	The Chartis Group	查理斯集团	6.822	1.5	80	卫生保健管理咨询	纽约	www.chartisgroup.com

名次	公司(中文名)	公司(英文名)	得分	年营业额 (亿美元)	员工数	公司强项	公司总部	公司官网
19	Accenture	埃森哲咨询公司	6.817	297	257000	运用全球化的知识资本标准运行流程提供服务	纽约(办公室遍布125个国家)	www.accenture.com
20	Milliman, Inc	明德咨询公司	6.774	7.5	2780	人寿保险、财产保险、健康保险精算咨询	西雅图	www.milliman.com
21	NERA Economic Consulting	美国国家经济研究会经济咨询公司(公有)	6.765	120	500	专长制定战略、研究、广告、专家鉴定和政策推广方面咨询	纽约(办公室遍布15个国家)	www.nera.com
22	Alvarez & Marsal	奥迈咨询顾问公司	6.741	4.9	1500	专长迅速诊断和执行复杂的商业环境而实际的解决方案	旧金山	www.alvarezandmarsal.com
23	Putnam Associates	普特南咨询公司	6.718	0.06	55	生物医药、诊断法的战略咨询	马萨诸塞州	www.putnamassociates.com
24	West Monroe Partners	西门罗合作伙伴	6.702	5.5	357	技术业务咨询	芝加哥	www.westmonroepartners.com
25	Clear View Healthcare partners	克利尔新观察保健合作伙伴	6.652	0.05	55	前瞻策略咨询、资产、特许经营服务	马萨诸塞州	www.clearviewhpc.com
26	The Brettell Group	布雷特集团	6.647	0.5	200	金融、能源、诉讼咨询	马萨诸塞州	www.bratte.com
27	Mercer Group	美世咨询公司	6.638	30	20300	人力资源管理咨询、领导力与组织变革咨询、服务外包	纽约(办公室遍布40个国家)	www.mercer.com
28	Bates White	贝茨怀特	6.609	100	150	经济、金融战略咨询	华盛顿	www.bateswhite.com
29	Pearl Mayer & Partners.LLC	皮埃尔梅耶合作伙伴	6.598	0.1	100	人力资源管理、软件管理、网络管理等咨询	纽约	www.pearlmayer.com
30	Trinity Partners	三位一体合作伙伴	6.589	38	115	品牌策略、数据分析、市场策划	马萨诸塞州	www.trinity.com
31	Simon-Kucher & Partners	西蒙库彻合作伙伴	6.564	1.8	610	定价咨询	马萨诸塞州	www.simon-kucher.com
32	Triage Consulting Group	治疗类选咨询公司	6.542	0.75	400	金融、保健管理咨询	旧金山	www.triageconsultinggroup.com
33	Jabian Consulting	佳秉咨询	6.519	0.25	90	IT服务咨询	亚特兰大	www.jabian.com
34	Kaiser Associates	凯泽咨询	6.512	0.18	150	精品管理、业务咨询	华盛顿	www.kaiserassociates.com
35	Strategic Decisions Group	战略决策集团	6.492	0.5	85	管理咨询	芝加哥	www.strategos.com
36	Gallup Consulting	盖洛普咨询公司	6.468	7.5	2300	工作环境监测、培训和咨询、员工选拔与培养、顾客满意度和忠诚度测量与咨询、战略性品牌和营销研究、测量与咨询。有全球著名的盖洛普民意测验	华盛顿(办公室遍布27个国家)	gallupconsulting.com
37	OC & C Strategy Consultants	OC & C 战略咨询公司	6.447	1.52	475	零售和消费品行业的战略咨询	伦敦(办公室遍布9个国家)	www.occstrategy.com
38	Navigant Consulting Inc.	美国国家经济研究会经济咨询公司	6.436	8.4	2542	全美各共用事业如水、电、瓦斯公司或相关能源事业单位提供全方位的咨询服务	芝加哥(办公室遍布6个国家)	www.navigantconsulting.com

名次	公司(中文名)	公司(英文名)	得分	年营业额 (亿美元)	员工数	公司强项	公司总部	公司官网
39	Charles River Associates	查尔斯里弗联合会	6.433	2.7	710	金融、诉讼咨询	纽约	www.crai.com
40	Easton Associates LLC	伊斯顿联营有限责任公司	6.377	0.18	45	健康保健咨询	纽约	www.eastonassociates.com
41	Health Advances. LLC	保健研究公司	6.291	1	82	保健咨询	华盛顿	www.healthadvances.com
42	FTI consulting Inc.	飞渡高级顾问公司(国企)	6.262	15.76	3800	专长专业技术咨询和企业流程改造	马里兰州	www.fitconsulting.com
43	Novantas LLC	诺瓦塔斯管理咨询公司	6.241	0.16	45	管理咨询	纽约	www.novantas.com
44	Strategos	策士公司	6.138	11.8	38	创新策略咨询	芝加哥	www.strategos.com
45	IMS Consulting Group	艾美仕市场研究公司	6.048	7.5	500	解决生物技术、药物工业的关键性业务问题	纽约	www.imsconsultinggroup.com
46	Vivaldi Partners	维瓦尔第合伙人	6.945	0.05	20	专长模式改革和新产品研发	纽约	www.vivaldipartners.com
47	Campbell Alliance Group, Inc	坎贝尔联盟集团, 公司	5.511	0.29	120	品牌管理、临床研究、定价与市场准入	纽约	www.campbellalliance.com
48	Ernst & Young LLP	安永会计师事务所	1.752	244	167000	专长审计、税务及企业财务服务咨询	纽约(办公室遍布140个国家)	www.ernstyoung.com
49	KPMG LLP	毕马威会计师事务所	1.657	230	145000	专长审计、税务和咨询	纽约(办公室遍布151个国家)	www.kpmg.com
50	IBM Global business services	IBM 咨询公司	1.641	1045	190000	随需而变	纽约(办公室遍布160个国家)	www.ibm.com

(杨小燕编译)

## 中国如何持续进步

清华大学经济管理学院Freeman经济学讲席教授 李稻葵

### 现代市场经济制度需把握三个维度

现代市场经济涉及一系列非常复杂的制度安排,而这些制度安排在不同国家有不同的特点,至少现代市场经济的制度安排有三个重要的维度需要认真把握。

第一个基本维度是生产与交换的具体制度安排。

在这方面,中国的市场经济转型还远未完成,其中非常核心的是生产性的制度安排。我们过去简单地认为,只要产权和所有制明晰的制度安排就比较合理了,但这种认识恐怕是远远不够的。

今天我们看到,全球生产领域的制度安排既有像美国式资本市场运行加大股东式生产企业的制度安排,也有韩国式家族控制的企业加财团的制度安排。我们社会上激烈争论的“国进民退”还是“民进国退”等问题,本质上就涉及我们到底需要什么样的制度安排。而这种未来的生产性的制度安排改革,需要与中国种种社会制度的禀赋相一致。由于中国社会当前对于私人产权、对于守法的家族性的运行有了一定的容忍度,对于部分的政府控制也有相当的容忍度,因此,德国式的生产性制度安排特别值得我们研究。

第二个基本维度是维系市场经济平稳运行的

制度安排。

必须承认现代经济具有内生的波动性，且这种波动往往是巨大的。金融危机就是证明。为了应对内生的波动，现代经济必须有一系列基本制度安排。

首先是公共品的厘清与提供。必须认定什么样的产品和服务是公共品，这些产品和服务因此要由国家来提供。在这方面，不同的经济体有不同的理解。比如，至今为止，英国与日本显然认为一些基本的新闻和媒体服务是公共品，因此，英国广播公司与日本的NHK都是国家出资、政府监管，美国却没有这一传统。再比如，基本住房服务在新加坡被理解为具有公共品性质，因此，由政府直接提供，在美国则更多地被理解为私人产品。

其次，是否应该进行收入再分配？是否应该通过收入再分配缩小收入差距从而为社会提供一个基本的和谐度？不同社会对于这一问题的理解可以完全不同，因此，相关的制度安排千差万别。福利制度同样是维持经济平稳运行的基本制度安排，一个基本的福利制度的建立，对于维系经济稳定是至关重要的。

公共财政也是维系经济平稳运行的基本性制度，这里又有许多具体的制度安排，比如，公共财政的收入基础是来自于国有企业还是来自于税收，国家要不要控制一部分营利性资产，要不要控制一些非生产性金融资产。

第三个基本维度是利益冲突的解决和权利分配的机制。

经济中的各个利益体之间不可避免地会产生利益冲突，这些冲突不可能完全通过市场的价格机制以及友好协商的途径来解决。罗纳德·科斯也认为，要维系市场运行，必须有一个有约束力的法庭作背景。权利分配与此密切相关，谁拥有什么样的权利决定着交易双方如何进行协商，只有在权利划分清楚的情况下，同时存在公正的第三方合同执行者，市场双方才有可能进行有效的协商谈判，从而达到帕累托最优的结果。

在这方面，需要特别强调法制的作用。法制在中国有一种被神化的趋势，认为法制是万能的。

这值得仔细研究。法制本身不可能在真空中运行，在现实中，两类群体是法制的占优者：一是市场上的强势群体或者说富有阶层；二是政府，他们往往是法律体制中的强者。所以，法制的正常运行必须要有一套相关的体系来维系，比如通过政府的监管，约束社会上的高财富阶层影响法制的强大能力；同时，也有必要通过公众媒体等公开的方式以及政府分权的方式，约束政府在法制体系里天然的优势。

法制的另一个重大问题是谁来立法。在这个问题上，不同国家有不同的处理方式。在英美体制下，立法权很大程度上是下放给法院和法官的；在欧洲大陆，立法的权力是由政府部门代表国家来实现的；中国目前的立法也基本上是由政府部门主导的。这种政府主导立法的缺陷，我们已经看到过不少。

### 决定经济体制改革的三个基本变量

我们讨论改革必须从社会的基本偏好和基本的约束入手，我们不妨称其为中国改革的社会禀赋，这些禀赋概括地说包括三大变量。

第一大变量是民众的市场经济的理性度，也就是指民众对市场机制的理解以及在市场经济中运行的能力。

举例来说，民众在一个波动的资本市场中的运作能力在不同的地区是完全不同的：中国香港民众明显比内地民众更理性，他们更懂得如何应对一个波动的股票以及房地产市场。即便是在中国内地，不同地区的人群的市场理性度也是不一样的，江苏、浙江和福建地区民众的市场理性度明显比内陆地区要高。当然，这一点是不断演进的，因为知识在传播，民众在学习。

第二大变量是民众在社会秩序与个人自由之间取舍的偏好。

人们一般认为，美国社会更强调个人自由，而欧洲大陆国家（如德国）也许对社会秩序更加强调。中国社会是怎样的呢？我们有理由相信，相对于美国，相对于西方国家，中国的民众更加注重秩序。当然，对社会秩序的理解应该是广义的，它不仅包括较低的犯罪率，也包括收入差距

和福利水平的差距，还包括各种各样经济波动带来的福利损失。对此我们可以认为，不同地区的中国民众偏好是不一样的。

第三大变量是政府的能力，也就是指政府能否有效地执行一套经济制度和经济政策。

这显然是一个非常重要的变量。有的国家或地区的政府能力极强，比如新加坡政府，能够做到低腐败，比较高效地贯彻执行一套经济体制；相反，一些发展中国家的政府容易出现腐败和能力低下，执行力不强等情形。这对于当今的中国而言，是不断演进的。同时，不同地区政府的能力也是不同的。

### 中国社会需要什么样的经济改革

首先，需要开阔视野，把目光从美国式现代市场制度扩大到欧洲大陆（尤其是德国、荷兰）及亚洲（日本、韩国、新加坡）等各个发达国家的经济体制。在一些重点领域，包括大企业所有权和控制权安排、住房、商业银行、基本福利制度、教育培训等方面，需要比较系统地加以分析和借鉴。与美国相比，这些国家的经济制度

禀赋在不少方面和中国更接近一点，因此需要仔细研究。

其次，一个应该没有太大争议的结论是，中国的改革首先应该大幅度放权，应该由各个地区根据自己的情况，因地制宜地推行自身的改革。由于不同地区经济制度的社会禀赋差距很大，因此，不同地区的政府应当积极探索适合自身的改革方向。比如土地所有权问题，江浙一带的农村居民的市场理性度比中西部高，不妨先行一步。

一个简单的推论是，依赖立法搞改革不一定是最符合实际的。作为一个大国，各地的社会经济禀赋差距巨大，全国一刀切，立法搞改革，即便是所立之法可以执行，其效果也不一定好。

最后，中国的经济体制应该有足够的应变能力。改革不可能一蹴而就，而且随着中国民众社会禀赋的不断演进，市场理性程度不断提高，对社会秩序与个人自由的偏好不断改变，政府的执行力也不断改革——改革本身就在不断推动政府的执行力提升，因此，中国在改革中需要更加强调制度的灵活性而非僵化性。

（来源：《社会科学报》）

## 中国企业智慧转型五大方向

IBM全球企业咨询服务部

在全球化、互联经济及绿色经济的趋势下，中国企业面临着创新业务模式、提升管理模式、建立核心竞争力等巨大挑战。中国企业在面临经济发展模式转型、产业模式变化、客户需求变化、技术驱动业务模式变革等四大冲击下，需要重新思考转型方式。智慧的转型将在新技术的支撑和创新与转型管理机制的牵引下，帮助企业实现业务模式和运营管理的整体性转变，从而建立竞争优势、提升社会价值、达到新的企业形态。

### 中国企业面临四大冲击

当前中国已成为世界第二大经济体，巨大的国内市场和海外需求为中国企业成长为世界级企业提供了良好的契机。中国企业有能力成长为全球化浪潮和新经济中的佼佼者，向世界展现价值和竞争能力，但不容忽视的是，要完成这项世纪工程，还面临来自经济发展模式转型、产业模式变化、客户需求变化和技术驱动业务模式变革等四方面的巨大冲击。

在经济发展模式转型方面：全球市场正在缓慢复苏，充满诸多不确定性：全球化同时伴随着日益严重的贸易保护主义，可持续发展压力和自然资源的稀缺性，这些都不断催生着全新的产业和创新的产品。中国企业同时还遭受到劳动力成本上升、结构变化和人民币国际化、新一轮改革政策等宏观经济影响。

在产业模式变化：随着中国产业发展模式调整步伐的加速，行业整合及转型升级将迎来新的发展机遇。而战略性产业和新兴产业的出现，也带来了新规则和制度的跨行业渗透。同时，绿色经济、互联经济将引发相关产业的巨大变革，并催生大量新的产业增长点，新一轮的企业服务发展契机已经出现。

在客户需求变化方面：中国农村和中产阶级正在迅速崛起，新兴消费群体成为重要的市场力量。同时，消费者行为产生改变，非必需品消费上升，消费者更侧重于品牌和服务体验。根据 IBM《2012 年全球 CEO 调研》对 64 个国家和地区中 1700 多位 CEO 的访谈，CEO 们普遍认为客户洞察是当下最为关键的投资领域。与全球的 CEO 群体相比，中国的 CEO 群体具有其特殊性——那就是品牌和客户至上已成为重中之重。对参与调研的中国 CEO 而言，他们不仅需要以个性化的即时服务响应客户，还特别重视在不同渠道提供一致且优质的客户体验。

在技术驱动业务模式变革方面：根据 IBM《2012 年全球 CEO 调研》，全球 CEO 们认为未来三至五年中影响企业的关键外部因素排名第一的是技术。以新一代信息技术为代表的新技术广泛应用和迅猛发展将促使企业传统商业模式的变革和升级。对不少行业来讲，技术将导致行业竞争格局发生颠覆性变化。可以预见，企业必须随时准备着，迎接更快、更广、更不确定性的变化。新一代信息技术广泛应用和迅猛发展，将促使企业传统商业模式的变革和升级。企业应借助新技术积极应对持续发生的变化，并及时调整战略布局和战术方法以适应新时代特征。

站在全新的世界级高度，处在不断变化的时代趋势中，中国企业急需实现业务模式创新、提升管理方式、打造自身核心竞争力。为应对快速变化的时代趋势，企业需进行智慧的转型，在新技术的支撑和创新与转型管理机制牵引下，实现业务模式和运营管理的整体性转变，从而重塑竞争优势，提升社会价值。

企业转型包括主动转型和被动转型。主动转型是在企业发展期提前主动选择转型，是企业成长中有计划有预见性的转型。被动转型是企业面临压力和危机时不得不进行的转型。

不同于传统意义上的业务转型和管理变革，智慧转型特别强调凸显价值概念，同时关注价值落地。关注于科技推动的业务模式转型、科学精细化的运营管理和专业化的创新与转型管理机制。从战略理念的转变，到方案的实施落地，再到经营业绩的提升，智慧转型实现企业端到端的前后互联。企业可以凭借外脑，借助外部专业化能力和方法建立起转型的能力。不管是国有企业还是民营企业，在进行智慧转型时，都需要注意选取转型时机、在企业内部积极寻求共识，需要强大的领导力推进、建立有针对性的转型规划和实施路线图、注意人才培养，特别是领导人才的培养和注意内部机制的配套。

智慧的转型可以全面融入企业的发展与运作之中，通过财务转型、销售与市场营销转型、供应链转型、IT 转型和人力资源转型等覆盖从生产到销售所有环节的五个方面协助企业全方位突破，实现颠覆性变革。

#### **财务转型：整合价值，提升绩效**

财务部门现今不再仅仅为企业提供财务管理，还要为日渐强大的企业提供规划变革、制定战略、驱动商业价值服务。通过充分利用财务数据，财务部门需更紧密地参与供应链、定价、生产力及盈利能力预测，为企业提供运营、控制风险、制定战略决策等关键洞察。IBM 提倡财务转型应关注财务组织运行模式转型、财务信息整合

转型和财务计划绩效体系转型。建议企业应将财务组织人员分为财务共享中心、业务单元财务、优秀技术中心、总部财务四种类型进行管理，同时对流程进行“端到端”优化设计，实现全流程最优，并建立统一核算管理平台和共享服务中心，增加协同度、凝聚力，逐步实现财务管理人员转型目标。

以 IBM 助力全球家电领导品牌厂商打造“人单合一双赢模式”所需的创新机制为例，将业务财务模式由后台变为前台，从财务的角度优化企业资源的分配，建立新的考核及激励方式；并组建财务共享中心，强化管控共享服务；同时设立专业的财务岗位，培养有专业素质又贴近财务的参谋型人才以提升财务绩效，全面实现财务转型。最终厂商财务转型在实践新模式中发挥关键作用。

IBM 全球企业咨询服务部副合伙人丁捷表示：“企业财务部门应在信息系统等技术支持下，在财务战略、角色定位、组织结构和操作流程等方面进行全方位转变，不断优化绩效管理，提升自身价值，最终实现财务转型。”

#### 销售与市场营销转型：提升营销效率与品牌价值

在市场定位动荡、行业竞争加剧之下，企业面临销售组织效率低下、营销缺乏有效性、渠道管理能力薄弱、无法及时获取信息以支持决策制定等问题。而企业市场部门同样受到数据爆炸、用户购买渠道和设备多样化、消费者特征变化明显、品牌忠诚度降低等新威胁。IBM 提出销售与市场转型需要强化市场营销、销售、服务和渠道之间的信息共享与合作，以提高营销效率及精准度，促进业绩增长，推动企业成长。在销售层面，B2B 企业需要形成合理的市场布局和更有效的市场覆盖，提高分销渠道透明度及直销下的客户赢单率、提高销售的可预测性及销售人员能力；B2C 企业则应注重打造卓越的销售管理方法，精细化的渠道管理、标准化的零售管理。而在市场营销层面，企业首席营销官（CMO）应侧重思

考为客户针对性地提供价值、打造长期的客户关系及衡量成效。

以协助中国领先的高科技医疗设备研发制造商为例，2003 年，这家行业领先厂商联合 IBM 打造“卓越销售”全新运营体系。通过优化市场通路和覆盖模式、建立更加规范的渠道管理体系，建立面向高端市场和复杂产品的“专业+关系”销售能力以提高直销模式下的客户获取率和赢单率、优化销售体系内部管理模式、建立销售能力素质模型、打造全新的 SAP CRM 应用平台这六大举措实现销售转型。最终该厂商实现了销售过程更加透明、客户管理更规范、销售管理更有效。

IBM 全球企业咨询服务部战略与转型高级咨询经理陈莹表示：“互联经济趋势下，客户消费行为方式已发生重大转变，客户主导商业的新时代——首席执行客户时代已经来临。企业的销售及市场营销必须通过业务模式的转型，从以产品为中心到以客户为中心的转变，从企业单点辐射到生态圈的网状协同的转变，持续改善客户体验并提高客户忠诚度，实现品牌价值和品牌影响力的大幅度跃升。”

#### 供应链转型：需求驱动，市场导向

社交网络与移动商务彻底改变了买方与卖方的关系，消费者对于服务、价格、交付的期待史无前例的高涨，这些变化彻底改变了产品的生产、分销过程。企业需要从以供应方为导向的传统供应链，向以客户需求为导向的智慧供应链转型。企业应更加贴近市场和消费者，并迅速对其做出反应，对整个供应链环节进行协同管理，以便更及时响应消费者的个性化需求，提升用户体验，以更优化、协同的供应链提升企业竞争力。IBM 建议企业循序渐进不断完善供应链信息化建设，在短期内建立供应链发展策略，通过梳理供应链现状建立供应链发展策略和基础能力；在转型中期实现供应链信息化管理，而长期规划则应侧重建立智慧转型全方位协同供应链，以此完成供应链智慧转型，提升企业核心竞争力。

以江铃汽车为例，IBM 帮助其实施战略咨询服务和经销商管理与非生产性采购系统。在 IBM 的协助下江铃汽车打造以市场为导向拉动供应链转型，并通过扶持协同与统一平台为供应链管理融入了新的智慧。江铃汽车最终实现了供应链上下游的协同，统一了系统平台及数据管理，提高了供应链整体对市场的灵活的、快速的反应，强化了对市场的准确预测和把握。

### IT 转型：从支持业务到驱动企业转型

未来几年内，技术因素将影响并帮助企业实现自身业务流程、商业模式转变。中国企业应转变 IT 部门支持业务的角色，发挥技术的最大价值。IBM 认为 IT 转型应侧重通过建立业务价值导向的 IT 战略，融合转型管控机制、企业架构和 IT 能力三大领域的建设，真正实现业务和 IT 的完美结合，并推进企业转型蓝图和计划的切实落地，驱动业务发展。IT 转型应从系统架构向企业架构转变、从多项目管理向转型管理转变、从关注业务需求转为关注业务战略、从关注局部解决方案转为关注总体业务价值、从关注 IT 部门自身建设转为关注资源的战略整合。

以链家地产为例，IBM 将注重客户体验的思想传递给链家地产，引导其对客户投入更高的关注度，帮助其搭建了销售有效模型和城市准入模型及 IT 信息系统。最终链家地产成功导入客户价值导向与服务意识、更好地进行信息共享及帮助员工完成从劳动力密集型工作者转变为知识密集型工作者的能力提升。链家地产也明确了企业的愿景和长期发展方向，实现了服务有形化的改革。

IBM 全球企业咨询服务部副合伙人许方表示：“近年来企业首席信息官（CIO）的角色已悄然转变，未来 CIO 将有两个层次的工作重点，一是不断用新技术和解决方案助力 CMO 等各部门

工作，二是将 IT 技术带进业务领域开拓新的业务模式，改变企业运营方式及效率。”

### 人力资源转型：变革 HR 战略，提升领导力

面对全球化竞争及中国市场迅速变化，企业需匹配全球化发展架构下的人才需求，跨越边界重设人员架构，适应新业务范畴，提升员工创新领导能力。这对企业的人力资源部门提出了前所未有的新挑战，人力资源转型呼之欲出。IBM 建议人力资源转型应全方位转变企业人力资源战略、组织结构以及员工队伍和人力资源操作流程，并在信息系统等技术支持下，帮助企业适应竞争异常激烈的市场和全球化的组织架构，与企业的整体战略协同一致，为企业发展奠定坚实的人才支撑。在具体实践中，企业应侧重人力资源管理机制转型、提升领导力，培养未来领导者、提升核心人才队伍的专业能力、重构人力资源管理服务体系及服务模式。

以亚信联创为例，2010 年亚信联创携手 IBM 启动“人力资源整合和优化战略变革项目”。该项目着眼于亚信联创人力资源管理亟待解决的组织架构的整合、薪酬福利和绩效考核的整合、企业文化价值观的整合，全面实现公司岗位序列、职位级别和员工发展通道，领导力发展等战略举措，为打造一流人力资源体系，成为全球领先的国际化 IT 公司奠定基础。

IBM 全球企业咨询服务部咨询经理巫兴亮表示，“在互联互通的经济形势下，跨界协作是未来趋势，因此各部门之间及人与人之间的协同变得尤为重要。这需要领导者推动，技术助力跨界协作，并形成跨界协作的文化氛围，方能助力企业完成人力资源转型，匹配新架构下的发展战略。”

（来源：《至顶网》）

## 大数据时代：重新定义商业

央视财经评论员 刘戈

不要以为大数据只是信息产业的事，它将直接改变商业的未来。

现在，如果不经常把“大数据”挂在口头，就如同5年前不知道“云计算”——意味着你已经落伍了。人们用它来描述和定义信息爆炸时代产生的海量数据，并命名与之相关的技术发展和创新。如果说“云计算”更多的与信息产业的发展未来有关，那么“大数据”对未来的影响面则广泛得多。

作为一名传统产业的从业者，你可以不理睬云计算的发展趋势，但每一位企业的领导者，尤其当你置身于商业和服务领域时，如果像对“云计算”那样，把“大数据”当成信息产业的事，那么在未来发展路径的选择上，你很可能错过重大的机会，甚至因此在竞争中落败。

### 大数据的功力

有关“大数据”，有这样一个通俗易懂、广为流传的故事：在美国，有一位父亲怒气冲冲地跑到沃尔玛卖场，质问为何将带有婴儿用品优惠券的广告邮件，寄送给他正在念高中的女儿？然而后来证实，他的女儿果真怀孕了。这名女孩搜寻商品的关键词，以及在社交网站所显露的行为轨迹，使沃尔玛捕捉到了她的怀孕信息。在大数据时代，商家可以比父亲更了解自己的女儿。

“大数据”对商业的改变，这仅仅是个露出水面的端倪。

在有关大数据的著名书籍《大数据时代——生活、工作与思维的大变革》中，作者讲述了另外一个故事：2009年出现一种新的流感病毒，全球的公共卫生机构都担心它会大规模蔓延，他们迫切想知道流感传播到了哪里，是沿着什么路径

传播的。但通常，他们只能等到事情过后，才能根据门诊量得到数据，而此时数据价值显然已大打折扣。但出人意料的是，这次谷歌的工程师们给出了答案，其依据就是人们在网上搜索的与流感相关的关键词，如“感冒药”“喉咙痛”“发烧”和“咳嗽”等。工程师们对比了过去两年美国疾控部门对流感传播的总结报告，发现过往的搜索数据和流感的传染路径相关性达到97%。也就是说，今后疾控中心完全可以通过谷歌的搜索数据第一时间掌握流感的传播方向，而无需等待事后统计。

比起前一个故事，后一个商业故事更能激发人们对“大数据”应用范围、应用方式的遐想。所谓“大数据”并不是一种新技术潮流，而是在信息技术高度发展之后，人们如何开发利用数据为新的商业模式发展奠定基础的过程，是一种基于新工具的新的解决问题思路。

### 挖掘数据的宝藏

不久前，我应邀考察光大银行。坐落在北京西单十字路口西南方的光大银行北京分行营业厅，是国内银行营业场所信息化、网络化的前沿之地。无论是在ATM机上安装的iPad和手机操作界面，还是在ATM机上实现的与银行顾问实时远程视频通话的功能，都让人耳目一新。而大堂经理的iPad不离手——顾客一旦进门刷卡领取排队号码，其相关信息，包括姓名、性别、资产状况等就会实时显示在这部iPad上。这样，大堂经理就可以用最快速度向客户提供办理业务的建议。

这是银行利用客户数据对服务进行细化的应用，这种应用已经进入“大数据”的思维方式，

沿着这个思路，其实可以进行更多服务项目的开发。

比如：银行可以统计每位客户办理相同业务的时间，甄别那些总是很耗时的客户，交给更有经验的柜员，这将有利于提高营业部的效率；如果统计发现某位客户总是频繁进行简单的转账业务，那完全可以主动教他使用网银或手机、电话银行；而倘若通过数据甄别出理财者交易的风险倾向，那么就可以更有针对性地设计理财信息，而不是像现在这样向用户频繁提供对方不需要的信息……

大数据时代，“影响了企业评估其拥有的数据及访问者的方式，促使甚至迫使公司改变其商业模式，同时也改变了组织看待和使用数据的方式”。《大数据时代》的这段话重新定义了数据的价值。

当我们建立了对“大数据”更广义的定义后，就会发现，大数据并不是谷歌、百度、Facebook、推特、门户、微博、微信们的专利。大数据隐藏在所有的信息化工具后面。生产、销售、管理的信息化产生大量副产品，过去这通常被浪费，就像富含稀土的铁矿石用来炼钢之后，矿渣总被毫不犹豫地扔掉。而今，每个企业都可以在这些“稀土矿渣”中发现财富。“数据的全部价值远远大于其最初的使用价值，在初次使用之后的每次使用中都会发现其新的价值”。每个企业在经营中产生的原始数据都可以通过重新统计和重组产生新的价值。

举个例子，每个超市都有用于防盗的监控设

备，之前它只用来监控卖场的治安和员工的工作状态，而现在已经有企业用它来总结客户在商品前的停留时间和行走方式，据此调整商品的摆放方式。而各大商场，无一不掌握着各个经销商每天的所有交易明细。过去这些数据只充当结算的凭据。但如果将其进行深度开发，就能对顾客的消费行为有更清晰的了解，从而对卖场的布置、摊位的租金、经销商的返利数额等得出更精准的判断。有效应用大数据，还能让卖方在最短的时间内精准找到潜在买家并提供最周到的服务，就像本文开头提到的沃尔玛那样。

### 冲击大卖场

当然，正因为大数据的精准性和及时性，从长远来看，大数据的广泛使用会削弱大卖场存在的必要性。在新加坡，银行已经很少在底商设立大面积的营业厅，通常在一楼会有一个小门脸摆放几台自助柜员机，而主要业务搬到楼上的写字间，从而节省了昂贵的底商租金。

从国内近年来新开张的商业物业来看，影院、餐厅、美容、健身、娱乐等“亲历性”服务项目占有的面积正在不断增多，而单纯的商品销售面积正在不断减少，这也是苏宁、国美、万达等传统商业企业全面高调进军电商的原因。只有进入电商领域，他们才能积累更多的数据，为大数据时代的到来积累资本。传统商业如果不主动迎接大数据时代的到来，其地盘必将被成长于数字时代的电商所蚕食。

（来源：《中外管理》）

## 如何看待当前的中国经济增长？

中国安邦集团研究总部 贺军

一季度及4月的数据显示，中国的经济形势相当复杂。经济重归减速，流动性水平偏高，房地产调控压力增大，产能过剩没有改观。这些

因素纠缠在一起，构成了当前中国政府与市场共同面对的难题：如何看待当前的中国经济增长。

一些结论是显而易见的。从2011年开始，

安邦的研究团队便提出：中国的经济增长不太可能回复到以往的高增长状态，人口及入世红利的减退将削弱经济增长的基础。从中长期看，中国经济将处于下行通道，中速增长成为新的稳态。最近这两年，中国政府主动下调了经济增长目标，由8%调降至7.5%，近期更传明年将进一步下调至7%。这种下调的趋势（及预期）表明，中央决策层已经意识到高增长的不可持续，有意放宽对经济增长放缓的阈值。

现在的争议是，中国市场及决策层对于经济增长放缓的容忍，到底可以持续到什么地步。中国经济可以承受7.5%的增长（这是当前的增长目标），但7%、6%甚至5%呢？可以确定的是，随着中国经济体量的不断扩张，实现同一增长目标的难度也将越来越大；难以捉摸的则是，经济增长率每下降1个百分点，将对中国经济产生怎样的影响，以及决策层的“底线”——在中国，“保/稳增长”不仅是经济口号，更是一项政治任务。

中央决策层近日对“保就业”的强调，凸显了经济增长的重要性。中共中央总书记习近平日前在天津调研时强调，就业是民生之本，要从全局高度重视就业问题。他表示，没有一定增长不足以支撑就业，解决就业问题，根本要靠发展，把经济发展蛋糕做大，把就业蛋糕做大。随着中国经济增长的持续低迷，“保就业”将成为中国政府面对的紧迫问题，短期政策可能将向解决就业倾斜，这也是中国政府容忍经济放缓的“底线”。

话虽如此，但具体到数字上，我们很难把解决就业和某一个确定的增长率联系起来——中国缺乏有效的就业数据，因此也就不存在所谓的就业目标，对就业与经济增长关系的讨论，也多流于定性，而无法量化。中央领导强调“一定”的增长，这根红线划在哪里，外界委实难以猜度，但从一些外在的证据看，当前的中国经济增长放缓，应当还在中国政府的容忍范围之内。中央政府并不急于推出刺激政策（就像2008年底时所做的那样），而更加考虑“远近结合”。

一季度数据公布后，市场一片哀鸿，中国政府却显得颇为“淡定”。国务院总理李克强主持召开国务院常务会议称，一季度国民经济运行平

稳，总体良好，经济增速、城镇新增就业等主要指标稳定在合理区间。而在数据公布的前一天，李克强总理在一次座谈会上表示，中国经济发展正处在“爬坡过坎”的关键阶段，必须远近结合，在有效应对好短期问题、保持经济合理增长速度的同时，更加注重提高发展的质量和效益，把力气更多地放在推动经济转型升级上来，放到扩大就业和增加居民收入上来。结合前后两番表态看，中国政府可以接受一季度7.7%的GDP增长，经济政策更偏重于中长期的经济转型，更强调质量和效益。

李克强总理不久前的一次讲话，进一步验证了中国政府对经济放缓容忍度的提高。在5月13日召开的国务院机构职能转变动员电视电话会议上，李克强总理表示，当前经济发展形势错综复杂，要实现今年发展的预期目标，靠刺激政策、政府直接投资，空间已不大。如果过多地依靠政府主导和政策拉动来刺激增长，不仅难以为继，甚至还会产生新的矛盾和风险。这些表态，虽针对“国务院机构职能转变”而发，但也可看出，中国的经济政策将更加偏重于中长期发展，当前的经济增长放缓，还不足以改变这样的政策取向。

目前来看，7.5%可能是中国政府心里的那道“坎”，这也是今年政府工作报告所确定的经济增长目标。一季度GDP增长虽令市场失望，但仍高于中国政府既定的目标，这可能是当前决策层表现“淡定”的原因。可以预期，只要经济增长不跌破7.5%，政策面上可能不会有大的举动。即使市场看来，这种“无为而治”（或者“无动于衷”）可能存在相当多的问题。

中国政府仍然把“保就业/增长”放在重要的位置，但当前的经济增长依然处于可接受范围内。决策层乐见中国经济自发调整，着眼于减轻政府在微观经济中的影响力。这种偏重于中长期的政策思路，在大方向上没有问题，至于会否因短期增长失速——比如GDP增长率跌破7.5%，而发生改变，将成为市场观望的重点。

（来源：《英国金融时报》）

## 超越‘投资拉动’‘消费拉动’之争

当前，应超越投资率是否偏高、投资过多过少的争论，而应将优化投资结构、提高投资效率放在首位。随着我国工业化、城镇化、信息化、农业现代化深入推进，投资需求切实存在、潜力巨大。

近日，经济学家林毅夫在博鳌亚洲论坛2013年会上表示，如果中国经济是由消费拉动的，会出现类似美国的危机，也即“未来中国经济仍将由投资而非消费驱动”。显然，这与经济学家陈志武等人“中国依靠投资拉动经济增长难以为继”的观点相左。实际上，这两类观点均言之成理、已经交锋多年，总体上“消费率偏低，投资率偏高”成为主流观点。

事实上，争论一直在延续。中国消费率偏低的主流观点的依据主要是国际比较，世界上很难找到类似经济体。中国居民消费率由1992年的47.2%下降到2010年的33.8%，远低于世界中等收入国家60%的平均水平，低于中低收入国家41%的平均水平。2001-2010年，我国消费对经济增长贡献率由1980年的71.8%下降到2011年的51.6%，远低于71%-75%的世界平均水平。但是，反对一方则认为“消费率偏低”论证方法不严谨、可比性存在问题，有专家认为，还有大量的消费支出未统计进来，实际消费率超过60%，与东亚“四小龙”所经历过的水平相似。

近些年，随着中国经济调结构进程，主张消费主导经济增长的呼声一直很高，反过来，投资拉动经济、经济刺激计划极容易让人受到“刺激”、引起反弹。往往一提投资拉动，就会想到房地产、“铁公基”、重工业等领域，许多质疑也伴随而至，如容易导致产能过剩、通货膨胀、地产泡沫、产业结构扭曲等问题。不可否认，我国10多年来“扩大内需、刺激消费”政策实施的效果并不很明显，投资率依然长期居高不下。

实际上，从资本回报或效率视角看，投资率高并不意味着投资偏高或过度。清华大学白重恩等认为，中国的资本回报率一直明显高于大多数发达经济体，也高于很多处于不同发展阶段的经济体，如1993年中国实质回报率为15.7%，近期为5%左右。北大科研组也认为，中国工业企业的税前利润率超过日本，接近美国。双方研究均不支持投资过度的判断，这也说明“投资热”有其合理性、自发性。

值得注意的是，不能简单将投资和消费割裂开来，投资的目的在于消费，二者之间存在有机联系和融合。消费率和投资率是对偶关系，投资和消费在一定程度上互相影响、互相转化，投资中相当一部分直接或间接转化为消费，消费的扩大也会引致投资扩大。此外，虽然我国1990-2010年的平均消费率只有56%，但同期增长率却高达8.6%，远高于世界3%的增长水平，如同期美国平均消费率达84.7%，但消费增长率只有2.6%。我国多年来形成了“投资率高、经济增长率高、消费增长率高”的格局，即低消费率、高储蓄率，导致高投资率、经济和高收入的高增长，最终实现消费的高增长。虽然消费率变化不大，但增量绝对数在变大，从更长一个时期来看，消费率自发调节后的稳态水平可能与类似经济体相差不大。

投资是经济持续增长的重要引擎，但投资拉动并不等同应由投资完全主导经济增长。一国经济如保持长期增长主要依赖于物质资本、人力资本的积累以及技术进步，而不是简单地依靠消费。相反，长期性过度消费可能导致经济危机。消费率高并不意味着经济质量好、竞争力强，否则，经济危机不会重现、穷国也不复存在。投资固然重要，但不能偏颇、否定消费的拉动作用，如2012年我国消费对经济增长贡献率为51.8%，高

于投资 50.4% 的贡献率。对经济的拉动作用，不能简单固化认为一方主导。

当前，应超越投资率是否偏高、投资过多过少的争论，而应将优化投资结构、提高投资效率放在首位。随着我国工业化、城镇化、信息化、农业现代化深入推进，投资需求切实存在、潜力巨大。但各地依然普遍存在“投资饥渴症”，政

府大都有投资冲动并掌握土地、金融、审批等资源，这就诱发了投资的主体、投向、效率等方面的问题。故此，应切实转变政府职能、厘清与市场边界、注重公共决策的科学化，充分发挥市场机制与公平竞争作用，更多依靠民间资本、人力资本，更好提高居民消费、降低不合理的政府消费来支撑经济持续增长。

(来源：《时代周刊》)

## 质量型人口红利将支撑中国十到二十年经济增长

《中国经济学人》主编 李钢

中国今后十年经济增长与发展方式的转变是非常乐观的，人口素质的不断提高所带来的人口红利将进一步支撑中国十年到二十年经济的增长，将能够实现产业结构升级与经济快速增长同步。

目前有很多人对于贸易顺差有非常多的指责，认为贸易顺差是带来中国一系列问题的非常重要的原因，甚至有国外学者认为中国的贸易顺差是导致世界经济不平衡的重要原因，似乎贸易顺差成了中国非常多经济问题的根源。如果将其放在一个较长的时间尺度上来看，贸易顺差不是什么问题，最多来说贸易顺差就是有点类似于高血脂、糖尿病等城市富贵病。看起来是个问题，但这是从贫穷阶段的主要问题发展到营养过剩、营养均衡的必然发展阶段。比如我们对很多问题的争论，包括对于中国产业国际竞争力的争论，包括对于中国产业升级问题的争论都要放到这个国家所处特定的历史阶段来看，而不是简单看现在带来什么问题。

上世纪 90 年代前实现了第一次产业升级，如果以出口来看，主要是出口原材料制成品，比

如农产品、矿产品到转变为出口制成品。中国的第一次产业升级是从主要出口原材料换汇变成主要出口制成品。这一次产业升级判断为使资源禀赋不再成为民族崛起的障碍。同时，国内的产业结构和出口的产业结构同时实现了巨大的产业结构升级。这是第一次产业升级所实现的巨大进步。

在上世纪 90 年代实现第一次产业升级之后，中国又实现第二次产业升级，主要是中国制成品技术含量的不断提升。中国的一些高端技术产业，比如金属业、电信设备等比例处于上升阶段，而服装等传统上认为技术含量较低行业的比例在不断下降。如果按照中国一些主要行业的劳动力平均学历来判断技术含量的高低，则可以得出中国的出口产品和进口产品的技术含量确实一直处于不断上升的局面。

通过测算表明，中国从 1980 年到现在，中国出口产品所包含的高端学历的人员比例明显快于文盲和小学文化程度的人，并且越来越多地解决了高端技术的就业问题。如果说第一次的产业结构升级是实现了从资源禀赋、资源换物质财富，过度到靠劳动来换财富的话。那 90 年代之后的

第二次升级就是从传统的劳动力变成质量型劳动力换中国的物质财富的过程。我们预测，到 2020 年中国劳动力素质会不断升级，并且质量型的人口红利将进一步优化中国的产业结构的升级。虽

然传统的人口红利在减弱，但是这种质量型的人口红利，人口素质的不断提高所带来的人口红利将进一步支撑中国十年到二十年经济的增长，将能够实现产业结构升级与经济快速增长同步。



## 国外这样打造智慧城市

随着人口纷纷涌入城市地区，水、电及交通等关键城市系统已不堪重负。而对城市居民而言，智慧城市能让人轻松找到最快捷的上下班路线、供水供电有保障，且街道更加安全。因此，国外许多国家和地区都把智慧城市建设列入中长期发展战略，并采取了一系列措施。他山之石，可以攻玉，来看看国外是如何打造智慧城市的。

### 新加坡：

#### 建立综合电子政府体系

新加坡作为一个城市国家，在 2006 年启动了具有重要战略意义的“智慧国 2015 计划”。为此，新加坡政府制定了四大策略：第一，建立超高速、广覆盖、智能化、安全可靠的信息通信基础设施；第二，全面提高本土信息通信企业的全球竞争力；第三，建立具有全球竞争力的信息通信人力资源；第四，强化信息通信技术的尖端、创新应用。

新加坡市建立起一个“以市民为中心”，市民、企业、政府合作的电子政府体系，让市民和企业能随时随地参与到各项政府机构事务中。在交通领域，新加坡推出了多个智能交通系统。在医疗领域，开发了综合医疗信息平台。在教育领域，通过利用资讯通信技术，提升学生对学习的关注度。

### 纽约：

#### 启动“连接的城市”行动

2009 年 10 月，纽约市政府宣布启动“连接的城市”行动，以增加民众与政府的联系、企业与政府的联系、企业与民众的联系及民众间的联系。这项行动的内容主要包括：1. 实施移动通信和 311 网络热线服务；2. 启动电子健康记录与服务；3. 整顿全市数据中心，实施“纽约市 IT 基础设施服务行动”计划；4. 改造升级政府部门的电子邮件系统，提高工作效率；5. 建立“纽约市商业快递”网站，提高政府对企业的服务效率；6. 把宽带服务引进每个社区和每所学校，向低收入群体普及宽带服务；7. 建立智能交通系统和智能停车系统。

### 首尔：

#### 利用大数据解决市民小烦恼

在美国罗格斯大学电子政府研究所发布的世界大城市电子政府评价报告中，首尔连续 5 年稳居榜首。首尔的智慧城市计划取得了一系列成效：在城市设施管理方面，利用无线传感器网络，管理人员可随时随地掌握道路、停车场、地下管网等设施的运行状态；在城市安全方面，利用红外摄像机和无线传感器网络，提高了灾难监测自动化水平；在城市环境方面，智慧环境系统可自动

将气象和交通信息发送到市民的移动终端；在城市交通方面，智慧交通系统可实现对公交信息和公共停车信息的管理，并智能地实现支持残障人士出行和控制交通信号。

**巴塞罗那：**

#### 推广智能化垃圾处理系统

巴塞罗那早在多年前就开始使用气力传输系统进行垃圾处理，每一个垃圾回收桶都直接与地下垃圾处理中心的终端相连接。将垃圾在地下密封管道网络进行输送的垃圾处理方式，使地面城市环境免受垃圾过多的污染。此外，另一种更为

有效的智能化处理方式越来越受到欢迎，就是带有感应器的垃圾箱。

智能化垃圾处理系统，其特有功能之一就是在自身满载时会主动发出信号，工作人员将根据其发出的信号来安排、分配垃圾运输车的出行频率和路线，从而提高垃圾处理效率。与此同时，在一幅电子地图上，根据不同区域垃圾量的增减，管理人员还能对装有GPS定位装置的垃圾处理运输车制定一条合理的装运垃圾路线，以避免垃圾处理运输车辆无目的地巡视，导致工作效率下降。

（来源：《济南日报》）

## 网购免税在美将成为历史？

美国国会参议院于当地时间6日晚表决通过了《市场公平法案》，该法案允许美国各州政府通过对互联网进行的购物活动征收销售税。目前，这份法案已被递交至众议院，倘若法案最终得到通过，网购免税将在美国成为历史。

一直以来，美国网购征税都遵循1992年由美国最高法院做出的一项裁决，即除非零售商在某个州拥有“实体存在”（零售店或仓库），否则州政府不得强迫零售商上缴产品销售税。

这意味着，沃尔玛、百思买等在全美范围内都拥有连锁店的大型零售商在通过互联网出售商品时必须缴纳销售税，而易趣等互联网零售商则并不需要，除非是在那些设有办事处或者配送中心的州才需征缴。由此，互联网零售商获得了优于实体零售商的税收优势。

而根据美国国会参议院6日批准的《市场公平法案》，在线销售额超过100万美元的企业必

须对其通过互联网、产品目录、广播和电视广告销售的产品缴纳产品销售税，购物者生活在哪个州，就需向该州缴纳这项税费。

分析人士指出，虽然参议院以70票赞成、24票反对的压倒性票数通过了《市场公平法案》，但在保守人士以及互联网零售商支持者占多数的众议院，该法案能否顺利通过还需打上一个问题。目前，众议院领袖尚未决定举行法案听证会或者投票表决的具体日期。

根据美国商务部的估测，去年美国市场上的互联网销售交易总额为2260亿美元，同比增长近16%。而美国田纳西大学发布的一份研究报告显示，2012年美国各州由于未能征收到本州以外的销售税，导致各州损失了230亿美元的税收收入。

（来源：《解放日报》）

· 行业动态 ·

## 中国智库与国际著名商业机构合作 建立“发展生态友好型清洁能源技术中心”

2013年5月10日作为首届中国上海国际技术交易会的成果之一，我国著名智库中国发展研究院与意大利总商盟在会议期间签署“合作备忘录”。

“合作备忘录”是由中国发展研究院旗下的“长江流域可持续发展研究中心”与意大利总商盟特别指定的欧洲商业机构“欧商联合促进中心”，在上海共同建立“国际生态友好型清洁能源创新技术中心”。双方皆可以此为平台，更深层次地加强中国智库与欧盟科技界的合作，在生态友好型清洁能源的创新开发和推广方面，分享相互间的科技专家和资源，实现国际间的技术交流与合作，开发一个“国际思维”。通过技术创新发展、改善新能源的开发利用。

经对“中心”拟开展的合作项目测算，“中心”可在5年内实现不少于一千万欧元的有关生态友好型清洁能源项目科技交易，以此拉动不少于一亿欧元科技生产产值。中国的科学家在圆“中国梦”的同时愿为世界和平做出贡献。

上海市注册咨询专家梁钟以中国发展研究院长江流域可持续发展研究中心秘书长的身份参加了在签约仪式。

中国发展研究院长江流域可持续发展研究中

心拟在积极引进处于国际环境保护科技技术前沿的先进科技成果据如波浪能、洋流能、新型风能、新型水处理技术等项目进行组织、项目落地、技术孵化、产业化生产。在引进国际上相关先进技术的同时，以“中心”为平台积极引进国际上清洁能源科研开发方面的高端人，才使“中心”成为国际一流的新能源科技研发中心。

应用新技术和新材料，将使传统的可再生能源得到开发和利用，减少化石能源对环境的污染。

从碳排放的角度认识，现有的清洁能源或新能源划分为含碳和非含碳两个类型划分。含碳的类型又如氢能、沼气、生物质能、页岩气、可燃冰、洁净技术处理过的洁净煤、油等，非含碳的能源有如太阳能、风能、广义水能（水电、潮汐能、波浪能、洋流能、以及海洋表面与深层之间的热循环等）、核能、地热能等。“中心”的工作将围绕非含碳类型开展。

发展生态友好型清洁能源，将促进我国的能源产业与环保产业的新一次升级，解决能源问题的同时促进环境改善，是我国实现可持续发展，实现中华民族伟大复兴的必由之路。

（王桂珍）

· 聚焦上海 ·

## “十二五”期间上海将积极培育的新兴产业

1. 科技服务业 力争到2015年，科技服务业增加值年均增长20%，建成若干具有国际先进水平

的科研院所、实验基地以及具有国际竞争力的科技中介服务机构，建立适应现代服务业发展的

科技创新体系。

同时，加快发展研发服务、检验检测服务、知识产权服务、科技成果转化服务、技术创新服务平台体系建设。

**2. 设计产业** 力争到 2015 年，基本形成产业要素资源集聚、市场主体活跃、产业布局合理、带动效应显著的设计创新体系，使上海成为更具国际影响的“设计之都”。

为此，上海将大力发展工业设计，加快发展时尚设计，提升发展建筑设计，着力发展多媒体设计。

**3. 电子商务** 力争到 2015 年，上海电子商务发展继续保持国内领先水平，年交易额超过 1.2 万亿元，90% 规模以上企业和超过 50% 的中小企业应用电子商务，电子商务发展创新空间不断拓展。

**4. 数字出版业** 到 2015 年，确保全市数字出版产业总产值达到 550 亿元，力争达到 700 亿

元；全市所有传统出版企业进入数字出版领域，打造中国数字出版高地。

除了推动传统出版业转型、加快发展数字发行外，上海还拟积极发展移动阅读，健康发展数字游戏。

**5. 专业服务业** 力争到 2015 年，专业服务业门类拓展到 70 个以上，从业人员增加到 65 万人以上，会计税务、法律和仲裁、人力资源、咨询等重点领域营业收入保持 20% 左右的年均增速，加快形成与“四个中心”建设进程相适应的专业服务业发展格局。

**6. 节能环保服务业** 力争到 2015 年，形成集评估、咨询、检测、设计、运营等于一体的国内领先的节能环保服务业，培育发展 150 家以上专业性的节能服务公司，销售收入年均增长 20% 以上。

（摘编自：《劳动报》）

· 会员风采 ·

## 我会 25 家会员单位荣获 2011-2012 年度 上海市文明单位

热烈祝贺我会会员单位上海东方投资监理有限公司、上海市食品药品监督管理局科技情报研究所、上海专利商标事务所有限公司、上海科学技术开发交流中心、中船勘察设计研究院有限公司、中石化上海工程有限公司、上海邮电设计咨询研究院有限公司、中国海诚工程科技股份有限公司、上海市机电设计研究院有限公司、上海市市政工程设计研究总院、上海市城市建设设计研究总院、上海市地下空间设计研究总院有限公司、华东建筑设计研究院有限公司、上海建筑设

计研究院有限公司、上海市水利工程设计研究院有限公司、上海轻工业研究所有限公司、上海勘测设计研究院、上海市城市规划设计研究院、上海市地质调查研究院、上海市隧道工程轨道交通设计研究院、中交上海航道勘察设计研究院有限公司、上海核工程研究设计院、上海岩土工程勘察设计研究院有限公司、上海立信资产评估有限公司、上海财瑞资产评估有限公司等 25 家公司荣获 2011-2012 年度上海市文明单位。

（摘编自：《解放日报》）