

# 上海咨询信息 (月刊)

2015 年第 1 期  
(总第 330)

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 ·

协会召开辞旧迎新茶话会 ..... 杨小燕 ( 2 )

协会组团参加嘉兴市科技中介行业协会成立大会  
..... 唐 勇 ( 3 )

2014 年上海市注册咨询师专业技术水平考试成绩揭晓  
..... 陈慧琴 ( 4 )

### · 咨询专论 ·

2015 年中国中小企业发展形势展望 ..... 赛迪智库 ( 4 )

战略闭环，构建高效决策支持体系的核心 ..... 祁德君 ( 8 )

互联网时代的革命性在于大数据 ..... 中投网 ( 9 )

火爆美国的 YC 模式为何中国不火，天使去哪儿了？  
..... 许四清 ( 10 )

### · 专家观点 ·

打造「中国版」装备制造智能化培训港 ..... 董锡健 ( 12 )

中国经济外交新常态之一：经济外交开启中国范式  
..... 刘丽娜 ( 14 )

中国财富管理相关产业落后 ..... 马文婷 ( 16 )

### · 产业分析 ·

《世界著名公司大数据应用的类型案例》 ..... 吕本富 ( 17 )

硅谷科创向印度“移民” ..... 王小莹 ( 22 )

### · 聚焦中国 ·

南投市“中台湾创新园区”打造智能制造中心 ..... ( 23 )

### · 会员风采 ·

“东方”再获全国造价咨询“双第一” ..... 林梦娇 ( 24 )

上海国际招标有限公司蝉联“招标代理机构诚信创优 5A 等级”  
称号 ..... 传 书 ( 24 )

上海国际招标有限公司荣获“2012-2013 年度上海市先进  
招标代理企业” ..... 冶 伟 ( 25 )

### · 创新前沿 ·

科技新产品系列 ..... ( 25 )

### · 封二 ·

上海图书馆“创之源”中小企业信息服务平台简介

## 共话咨询业发展现状 展望咨询业发展前景

### 协会召开辞旧迎新茶话会

2014年12月31日，协会在虹桥西郊花园别墅召开2014年跨年茶话会。

张祥会长出席了会议，副会长兼秘书长陈积芳以及副会长汪天翔、印保兴、祝波善、董锡健、王小鹏、郭振健、童静、王震和副会长代表邱兢、常务副秘书长郭德利和部分办公室人员参加了会议。

与会者一起畅谈一年中国尤其是上海的经济形势，咨询业如何在改革的浪潮中得到转型和提升。

张祥指出，从由三个国务院经济发展研究中心退下来的老同志组成的中国国际经济咨询中心可以看出，中央对咨询行业非常重视。而且，在多种场合说要发展中介组织。现在无论是国家领导出国访问、还是重大国外投资项目，前期的咨询工作是必须的，这样尽可能的避免遇到一些场合的尴尬或减少损失。面对我国工程技术行业走向世界，对咨询业的需求将更多。但是，为工程咨询行业提供前期服务、中期监管、后期评估的工作还缺乏有效的服务，缺少经验。同时也指出了工程咨询服务今后较大的发展空间。现在创新无所不在，已经从过去的科技创新到制度创新、营销模式创新（走出去的经济也是创新）。中国的高铁走出去就是一种营销模式的创新；把引进来的技术加以消化，结合自己的技术也是创新。

大家畅所欲言，从各个不同的切入点各抒己见。

从组织形式上比较美国的咨询公司和中国的咨询公司，美国咨询公司之所以强于中国，是因为他们大多是民营，多以基金形式出现，而中国大的咨询公司多为国有性质，所以在独立性、人才流动机制上比较欠缺。随着西方咨询公司不断渗透到中国，中国咨询公司的弱点也显而易见。上海的咨询公司虽然有基础，但是做得还远远不够，

观念保守，放不开。

对于振兴上海制造业，建设“有全球影响力的科技创新中心”理解，是将科技创新中心有效地融入上海的“四个中心”建设中去，提升上海”四个中心“的科技创新能力，也弥补了上海工业经济的短板。

随着电子商务增长的速度加快，体量已接近美国。最近上海理工大学成立的“电子商务研究院”得到上级领导的重视。他们的课题“跨界电子商务纠纷”，将移动互联网与咨询业紧密结合，坚持跟踪研究15年，为电子商务的发展工作作了前期的铺垫，受到上级部门的肯定。

与会的副会长同时提出上海经济存在的问题，包括企业所有制改制、自贸区的政策落地、行业的生态圈都有抑制上海经济发展的地方，比如，相互资源配置不灵，对混合所有制的理解还是停留在原来的认识上。包括上海社科院这样的智库跟市场也不接轨，不会有不同的声音出来。这样就变成了你没有值钱的东西，人家当然不会来买你的咨询报告。

咨询有着巨大的发展空间。面对企业重组、互联网经济、资源的配置，都需要咨询先行，这也是咨询业的春天。上海咨询业应作好应战准备。

尤其是现在互联网经济的快速定制，跨界，跨国的新业态来势凶猛，政府来不及出措施。咨询业不应盯着政府，而应该盯住企业，盯住市场。政府往往是跟不上变化莫测的新业态、新经济去设计新的商业模式的。所以，咨询企业要接地气。

对智库发展要予以高度关注。在经济全球化的时代，对于政府主导的中国，是迫切需要新型智库（全球性智库）。我们的智库也要谋求科技创新，达到国家级智库。因为，领导迫切需要智库的方案，而且需求量越来越大。重大的投资、



改革都需要智库。而且，领导们似乎已经知道，光靠追赶是不行的，要超前。

如此，中国的咨询公司也在积极探索走出去，与当地的人合作，一起在当地开咨询公司。例如，上海的城投集团在国外开了家分公司，并雇用当地人参与。上海现代建筑设计（集团）有限公司在美国收购了美国威尔逊设计公司、上实集团在新加坡成立了分公司反过来收购中国的公司，这些都是不同形式的咨询走出去。

当今在中国经济走出去的阶段，值得一提的

是，中国咨询要一改以往只看重硬件只计算钢筋水泥的思维方式，要重视软件、服务这块不小的业务。

而且，政府对协会有需求（特别是对有影响力的协会），协会是由企业组成的，是有鲜活人脉的，这样政府的政策落实会更接地气。

总之，一场碰头会，大家觉得受益匪浅，畅想咨询业未来，对2015年的工作如何去做更有信心了。

（杨小燕）

## 协会组团参加嘉兴市科技中介行业协会成立大会

应嘉兴市咨询行业协会的邀请，上海市咨询业行业协会一行8人于2014年12月29日参加了在嘉兴市举办的嘉兴市科技中介行业协会成立大会。

成立大会由嘉兴市科技中介行业协会会长兼秘书长廖帮明主持。大会首先宣读了市民政局准予筹备成立嘉兴市科技中介行业协会的批文；浙江省技术经纪人领导作代表省级协会表示祝贺；上海市咨询业行业协会陈积芳副会长兼秘书长作了致辞；嘉兴市政协副主席、科技局局长邢海华作了重要讲话。经信委万勇副主任等领导在主席台就座。

廖帮明首先介绍了嘉兴市科技中介行业协会筹备工作过程。

上海市咨询业行业协会副会长陈积芳致词。他说，嘉兴是上海市的近邻，是上海科技技术转

移的最佳承接地。是接受上海经济、技术辐射的最佳辐射圈。嘉兴地处长三角核心位置，历来是鱼米之乡，人杰地灵，人才济济。嘉兴也给予上海很多方面的支持。上海市咨询业行业协会将与新成立的协会开展合作与交流。携手推进长三角地区的协同发展。嘉兴市政协副主席、科技局局长邢海华代表主管单位发言。对该协会的成立表示祝贺，对今后的工作提出了较高的要求。

协会副会长李小刚、常务副秘书长郭德利、上海东方投资监理有限公司副书记程兴农、上海科学技术开发交流中心培训处处长成晓建、上海万隆国际信息咨询有限公司总经理吴越和协会秘书唐勇等也前往参加了会议。

嘉兴市咨询服务行业协会是本会在长三角地区的合作伙伴。今年十月嘉兴市咨询服务行业协会与我们共同举办了长三角科技论坛“互联网时代



的咨询业发展分论坛”的活动。作为合作伙伴，上海市咨询业行业协会专程组团前往，表示祝贺。应约参会的嘉宾还有浙江省科技中介协会秘书长朱行，参加会议的嘉宾还有：省技术经纪人协会领导，嘉兴市科技局及各区县科技局、经济发展局分管领导，嘉兴市委组织部、发改委、经信委、工商联、财政局、民政局的领导，和嘉兴市科技

中介行业协会全体会员。

嘉兴市科技中介行业协会的同志热情的欢迎上海的代表，他们说：上海市的代表在年末的繁忙季节能够前来参加成立大会，是对他们的大力支持。他们表示将把上海市咨询业行业协会作为自己的智库，保持长期合作。

（唐勇）

## 2014年上海市注册咨询师专业技术水平考试成绩揭晓

2014年上海市注册咨询师专业技术水平认证考试的阅卷工作已经结束。经阅卷打分后汇总，合格分为60分。《咨询调研方法》平均成绩57.8分，合格率为73.2%；《经济环境》平均成绩70分，合格率为81.5%；咨询实务中，《管理咨询实务》

平均成绩68.3分，合格率为76%；《技术咨询实务》平均成绩64.3分，合格率为78.6%。三门科目全部合格为通过，总合格率为68.4%，共39人全部合格。合格情况报市职业能力考试院共同确定后公布，于12月22日起领证颁证。

（陈慧琴）

· 咨询专论 ·

## 2015年中国中小企业发展形势展望

展望2015年，世界经济复苏进程走势不一，发达国家货币政策分化；国内经济增速下滑的“新

常态”下，中小企业发展虽然存在一系列政策利好，但依然面临种种挑战。综合各种因素，赛迪

智库对2015年中国中小企业走势作出如下判断。

### 一、对2015年形势的基本判断

#### (一) 国际经济缓慢复苏，中小企业出口有望温和增长

全球经济发展冷热不均，但总体有望维持低增长态势。美国复苏势头明显。2014年三季度PMI数据创近年来新高，失业率已稳步下降到5.9%。预计2015年，受能源成本下降、消费和投资增长企稳、国际资本回流三大因素支撑，美国经济有望达到3%左右增长速度。欧盟经济受高失业、低通胀和结构问题牵制复苏乏力。但随着欧盟宽松货币政策和欧元贬值政策的实施，2015年欧盟经济有望止跌回稳。日本经济持续低迷，预计2015年增长1.2%左右。新兴市场金砖国家普遍面临自身潜在增长率下降和资金外流等问题，目前俄罗斯、巴西及南非经济均复苏动力不足。综合分析，2015年新兴市场回升势头依然脆弱。总体来看，美国经济复苏大体可以抵消欧盟及新兴经济体经济复苏缓慢带来的国际需求下降。受出口退税、快速通关等一系列政策刺激以及人民币阶段性贬值影响，截至2014年三季度，中小企业出口情况好于整体出口情况，呈现温和回升迹象。随着我国与韩国、澳大利亚等相关国家自贸协定的达成，2015年我国中小企业出口有望保持2014年三季度以来的复苏势头，实现温和增长。

#### (二) 宏观经济增速下滑，中小企业国内市场空间承压

历经30多年高速增长后，中国经济当前正处在由高速增长到中速增长的转换期，GDP增长率2014年三季度已经降为7.3%，在技术创新难以获得根本性突破的情况下，受资本边际贡献率下降和劳动力供应下降、成本上升影响，中国经济中期潜在增长率不断下滑。在此背景下，中国经济增速下滑已经超越阶段性波动范畴，成为未来一段时间的趋势性问题。截至2014年三季度，工业品出厂价格指数（PPI）延续同比负增长的趋势，已持续31个月当月同比负增长，同时，民间固定资产投资、社会消费品零售总额、工业增加值等一系列数据均呈现明显向下趋势，反映

出经济下行压力逐渐加大。2015年，随着经济增长和劳动生产率增长减速，住房、汽车带动的消费增长效应逐步减弱，预计最终消费支出和社会消费品零售总额实际增速将延续回调势头。国内消费需求增速回落影响着中小企业市场空间。

#### (三) 政策红利持续释放，中小企业发展环境不断优化

中小企业税费负担有望继续降低。针对中小企业经营成本高、税费负担重等问题，国务院2014年9月推出小微企业税收优惠措施，在现行对月销售额不超过2万元的小微企业、个体工商户和其他个人暂免征收增值税、营业税的基础上，从10月1日至2015年底，将月销售额2-3万元的也纳入暂免征税范围。另外，近两年来，政府进行了一系列行政审批和收费整顿工作，取消清理了大量不合理收费，2014年11月召开的国务院常务会议，决定实施普遍性降费，进一步为企业特别是小微企业减负添力，会议部署了四项具体减费举措，每年将减轻企业和个人负担约400多亿元。2015年这一政策趋势将得以延续，中小企业税费负担有望进一步降低。

小企业融资环境将得到进一步改善。针对中小企业融资难问题，从中央到地方政府非常关注，各项政策不断推出，在原有“两个不低于”的政策持续发力基础上，央行于2014年4月和6月连续两次实施了定向降准，8月份又出台了《国务院办公厅关于多措并举着力缓解企业融资成本高问题的指导意见》。考虑到政策的累加效应不断放大、货币政策执行效果的时滞性以及各种新型融资渠道和金融产品的不断创新，预计2015年中小企业融资环境将得到较为明显的改善。另外，随着国内外环境的变化和各方面条件的成熟，2015年基准利率下调也成为大概率事件，这也有助于缓解中小企业融资贵难题。

中小企业服务体系建设成效将不断呈现。经过近几年的努力，全国中小企业公共服务示范平台及平台网络建设推进顺利，截至2014年11月，已经建立500家国家级中小企业公共服务示范平台，初步构建起“省级枢纽平台+各地窗口平台”架构的覆盖全国的中小企业服务平台网络，为中小企业提供涵盖创业辅导、管理咨询、融资、技

术创新、法律、市场拓展等领域的专业服务。各级财政资金对中小企业服务体系支持力度不断加大。可以预见，随着服务体系布局的不断完善、服务内容的不断拓展、服务手段的日益多元以及服务水平的不断提升，2015年中小企业将能够更加便捷、高效地获得更低成本、更高质量的服务。

(四) 创业热潮有望延续，中小企业群体继续壮大

为了实现中小企业“以创业促就业”，各级政府加大对中小企业创业的支持力度不断加大。首先，2014年以来，国务院常务会议上多次提出鼓励支持“全民创业、万众创新”，凸显高层对创业的关注。其次，2014年3月份我国开始实行注册资本登记制度改革，微观市场活力得到激发，注册企业数量及注册资本量都出现了大幅度增长，平均每天新登记企业约1万户。再次，各级政府大力推广中小企业创业基地建设，截至目前，全国31个省市绝大多数已经建立起省级中小企业创业基地的认定和管理办法，对入驻企业提供房租减免、政府财政补贴、规费减免、税收减免、融资支持等优惠政策。全国19个省市530家省级创业基地调研数据显示，每个基地平均入驻企业为80家，入住最长达1502家，极大地促进了中小企业创业。另外，国家层面也正在酝酿出台部省共建中小企业创业基地相关政策，加大对创业基地的支持力度。预计2015年，随着各方政策的效果显现，创业活力将不断被激发，创业热潮有望得到延续，中小企业群体将不断扩大。

## 二、需要关注的几个问题

(一) 小型企业与大、中型企业发展境况差异显著

近两年来，制造业采购经理人指数PMI数据显示我国工业整体依然处于平稳状态，但小型企业与中型、大型企业发展境况差异显著，小型企业持续处于收缩区间。截至2014年10月，中国制造业采购经理指数(PMI)为50.8%，其中大型企业PMI为51.9%，中型企业PMI为49.1%，比上月下降0.9个百分点，跌至临界点下方；小型企业PMI为48.5%，比上月下降0.1

个百分点，继续处于收缩区间。预计小型企业的发展境况短期内难以根本性扭转。中小企业如何以创新求发展、以升级谋发展、以效率促发展，弥补自身市场劣势地位，仍将是2015年中小企业自身以及相关主管部门难以回避的问题。

(二) 中小企业增长动力不足，转型升级任重道远

作为拉动中小企业经济增长的引擎，民间固定资产投资当前增速呈现放缓迹象。截止2014年8月份，民间固定资产投资累计同比增长19%，较上年三季度同期增速下降4.3个百分点，与1-6月份累计同比增长20.1%相比也处于下降的趋势，民间投资推动中小企业增长的力量正在持续减弱。同时，中小企业内在融资需求开始下降。根据人民银行《2014年第3季度银行家问卷调查报告》：“三季度贷款总体需求指数为66.6%，较二季度下降4.9个百分点。分规模看，大、中、小微企业贷款需求指数分别为55.3%、62%和70.8%，较二季度分别下降2.6、2.9和2.1个百分点。说明中小企业经济活跃度呈现降低趋势，内在融资需求不断下降。这些迹象反映了中小企业自身增长动力不足。另外，中小企业转型升级阵痛期尚未度过，国家统计局中国经济景气监测中心开展的经济学家信心调查结果显示，3/4的经济学家认为“三期叠加”对中国经济的影响从现在算起至少还会持续三年以上的的时间。由此判断，2015年中小企业将依然面临增长动力下降、转型升级镇痛的挑战。

(三) 中小企业贸易摩擦形势严峻，亟需引起重视

当前我国主要贸易伙伴纷纷加大对我国出口产品的贸易救济调查，国际贸易摩擦加剧，导致我国出口优势不断削弱，明显加剧了中小企业扩大外需的难度。2014年三季度的统计显示，上半年18个国家地区对我国发起53起贸易救济调查，数量与上年同期相比增长20.4%，涉案金额50余亿元，与上年同期相比增长136%。美国对我国发起的“双反”调查案件数量最多，涉案金额最大，上半年美国涉华贸易救济案件数量是上年同期4倍，涉案金额是上年同期13倍多。除此之外，金砖国家涉华贸易摩擦案件和金额分别

增长 90% 和 47.2%。考虑到主要经济体经济增速放缓、市场收缩引发的激烈竞争, 预计 2015 年发达国家以及发展中国家对我国具有出口优势产品发起贸易救济调查的可能性仍然较大, 亟需引起广泛重视。

(四) 扶持政策落实“最后一公里”问题依然突出

长期以来, 政府出台的支持政策在落实实施过程中面临着各种各样的阻力, 甚至是推进不下去, 无法被贯彻落实。虽然国务院在 2014 年 6-7 月份开展了大规模的政策落实督查工作, 但中小企业政策依然落实效果不尽人意, “最后一公里”障碍依然较为严重, 阻碍了政策效力的发挥。“最后一公里”现象背后的形成原因复杂, 既有主观认识层面问题, 又有客观执行, 还涉及到现有体制机制层面以及政策本身科学性问题。基于问题原因的复杂性以及清除政策落实障碍任务的长期性和艰巨性, 预计 2015 年中小企业各项政策将依然面临这一问题的困扰。

### 三、应采取的对策建议

(一) 加大政策落实力度, 进一步改善中小企业发展环境

为解决政策落实“最后一公里”问题, 保证中小企业发展的各类优惠政策能够实时落地, 让中小企业真正享受到“政策红利”, 一是要继续加强调查研究, 切实摸清政策落实问题的症结所在, 有针对、有重点地探索解决思路; 二是要建立监督机制, 加强政策评估和绩效考核, 及时调查各项政策的实施效果, 确保政策落到实处; 三是探索体制改革, 尝试将政策评估结果与地方政府业绩考核挂钩, 提高政府对中小企业的重视程度, 保障政策落地。

(二) 以创业基地为依托, 增加中小企业创业活力

一是以中小企业创业基地依托, 通过创业促进就业, 稳定政府政策的斡旋空间, 为政府调结构、促进转型升级提供缓冲空间; 二是选择一批符合条件的创业基地, 探索省部共建机制, 集中政策优惠措施加大扶持力度, 在短期内强化创业基地的示范效果; 三是促进创业基地与现有中小

企业公共服务平台网络、中小企业公共服务平台的有效对接, 建立持续稳定的合作机制, 整合资源, 形成合力, 共同推动中小企业创业。

(三) 加快服务体系建设, 助力中小企业健康发展

一是加快中小企业服务体系建设, 丰富服务机构的服务内容, 建立健全服务机构的绩效评价机制; 二是引导服务机构创新服务模式, 充分利用微信、移动互联网等信息化手段, 提升为中小企业服务的能力; 三是以中小企业产业集群为抓手, 立足“专精特新”中小企业加大政策扶持力度, 加速中小企业转型升级进程。

(四) 激发中小企业创新潜力, 促进中小企业转型升级

应继续强化财政资金支持、税负减免、融资支持等方面的政策, 支持中小企业创新发展, 谋求升级。一是政府通过财政补贴、奖励, 税收减免等政策鼓励引导中小企业加强新技术、新工艺技术改造, 加大研发投入、加强产学研联合提高技术创新能力; 二是积极加强大企业与小企业的协作配套水平, 通过建立稳定的业务关系, 提供技术、人才、设备、资金的支持, 激发小企业的创新潜力, 加快中小企业转型升级; 三是积极引导中小企业集聚发展, 通过集聚发展, 优化产业集群发展环境, 延长产业链条, 加强企业之间的专业化协作水平, 以促进中小企业提升技术创新能力, 加快转型升级。

(五) 放开中小企业投资领域, 拓展中小企业发展空间

一是进一步积极推进落实“非公经济 36 条”与“民间投资 36 条”, 打破由于部门利益与地方利益导致的中小企业与大型企业之间不平等的市场地位, 打破非公经济与中小企业进入各领域所面临的无形障碍, 拓展中小企业发展空间; 二是积极发展混合所有制经济。一方面, 通过发展混合所有制经济促进非公有制企业与中小企业进入过去无力或无法进入的某些经营领域, 扩大企业经营和发展空间。另一方面, 通过发展混合所有制经济实现非公有制中小企业的股权多元化和治理结构现代化, 建立现代企业制度, 提高企业素质。

(来源:《赛迪咨询》)

# 战略闭环，构建高效决策支持体系的核心

AMT 企源 祁德君

【本文导读】 决策支持体系建设是一项管理与技术的复合工程。

对于一些大型企业集团，随着公司规模的发展、业务板块、管理层级的增多，集团高层和总部各个职能面临“信息不对称、信息匮乏”的问题越来越严重。如何构建高效的决策支持体系，成为越来越多大型企业集团总部亟待解决的问题。

## 大型企业集团决策面临的数据难题

当前，各类企业或多或少都建成了大量的信息系统，理应能够支撑数据的决策。然而事实上，不少企业都面临着决策的数据难题，体现在以下方面：

1. 虽然已经在信息化上投入不少资源，但集团领导仍经常看不到所需的数据，包括数据不准确，数据不及时，看到的都是汇总数，看不到明细数，不同部门的数据经常打架。
2. 总部各个部门都在收集数据，而且未能有效共享。下属企业需同时向总部多个部门重复提

交数据；大量数据需要手工填报，工作量大，需要安排专人来提供数据。

3. 数据收集和分析部门不清楚领导到底需要哪些数据，而且需求多变。每次都得根据需要重新组织数据，要耗费大量的时间和精力。

仔细分析这些问题，归结起来，原因集中以下几个方面：决策目标和要求不清晰，导致数据采集要求（如频率、范围、颗粒度）不明确；数据采集与加工手段落后，主要还是靠手工填报；集团范围内缺乏统一数据标准，数据的一致性和规范性难以保障。

## 以战略闭环为主线，构建决策目标体系

对于大型企业集团，集团整体运作核心是围绕“战略构建 - 战略执行 - 战略监控 - 战略评估 - 战略支持”的战略闭环来构建。围绕战略闭环的运行，涉及到不同的决策指标和决策数据要求（详见表 1）。

表 1 战略闭环的运行

| 战略闭环 | 主要职能   | 指标要求                      | 数据要求             | 备注 |
|------|--------|---------------------------|------------------|----|
| 战略构建 | 集团战略构建 | 战略地图                      | 以财务数据、对标数据为主     |    |
|      | 职能战略构建 | 职能领域指标                    | 职能领域相关的数据        |    |
| 战略执行 | 经营计划   | 年度经营目标指标和重点工作任务及达成情况      | 财务数据、业务数据和重点工作任务 |    |
|      | 预算管理   | 业务预算、财务预算等类指标及达成情况        | 财务数据、业务数据等       |    |
|      | 业绩合同   | 各类业绩指标                    | 财务数据、业务数据等       |    |
| 战略监控 | 经营监控   | 对各类经营指标达成情况及时监控           | 财务数据、业务数据等       |    |
|      | 风险监控   | 各类风险监控指标                  | 财务数据、风险数据等       |    |
| 战略评估 | 业绩评估   | 业绩达成情况评估                  | 财务数据、业务数据等       |    |
|      | 战略执行评价 | 战略评估指标体系                  | 财务、业务数据          |    |
| 战略支持 | 人力资源管理 | 人力资源结构类指标、人员异动类指标、薪资绩效类指标 | 人力资源数据           |    |
|      | 财务管理   | 各类财务指标                    | 财务数据             |    |

## 决策支持体系的技术支撑

决策支持体系的构建需要三个方面的技术支撑——数据中心、主数据管理和源系统支撑。

1. 数据中心是技术支撑体系构建的核心，涉及到数据仓库、数据分析与展现的建设，其中数据仓库建设是重点也是难点。当前，数据仓库技术相对成熟，数据仓库建设核心需要回答一系列管理问题，包括但不限于：集中建设一个数据仓库还是分级建设数据仓库；需要采集哪些方面的数据；数据采集的颗粒度（如财务是采集到科目余额级数据还是到凭证级数据）；数据采集的频率（如季度、月、日、实时）；自动采集还是手工填报。

2. 为了保证集团数据中心数据分析的质量，有必要建立集团数据标准和规范，并借助主数据

管理系统来提供技术支撑。主数据管理系统在系统方面相对成熟，优先还是需要建立管理标准，包括但不限于：需要规范哪些主数据；主数据标准如何建立；谁来负责主数据的日常管理等。

3. 源系统是数据中心建设的基础。源系统的应用范围、数据类型、数据颗粒度将决定数据自动采集的范围、内容、颗粒度、质量以及是否需要手工填报。在决策支持体系构建时，需要对应用系统中的数据进行细致梳理，并同步推进下属企业的源系统建设。

总之，决策支持体系建设是一项管理与技术的复合工程。当前决策支持技术实现手段相对成熟，核心是需要理清管理要求，明确需要“看什么、怎么看、看到什么程度、多久看一次”，并建立相应的数据标准和管理体系，保证数据的一致性。

## 互联网时代的革命性在于大数据

**提示：**互联网时代的“革命性”不在于有多少网民，有多少互联网企业，而是在于社会经济网络数字化后形成的数据资产和数据资本——这是真正的实力所在。

以互联网技术为核心的信息技术革命究竟会在哪个方面体现出它的“革命性”？

互联网带来的巨变在于数字革命。与以往两次工业革命相比，这次信息技术革命最大的不同就在于数字化，这次革命的实质是数字革命。根据美国《科学》杂志的一篇文章统计，数字化在全部数据的占比在上世纪80、90年代只有区区的1%到4%，2000年上升到25%，2007年则达到绝对的94%。数字化使得数据的大规模存储成为可能。2007年，人类存储的数据已经到近300艾字节——1艾字节就相当于人类迄今说过的所有的话，而互联网泡沫兴盛的2000年仅仅有50艾字节。

数字革命极大地提升了人类存储数据的能力，使得大规模数据——大数据的存储成为可

能。获取大数据的目的首先在于通过分析产生信息，而从数据到信息的过程需要有IT技术的支持，这包括：第一，数据存储和查询技术，如分布式文件系统和非关系型数据库。第二，数据处理技术，如以实时处理海量、非结构化数据为目的的MapReduce、网格计算、数据流技术、云计算等。第三，数据应用技术，如自然语言理解、图像识别、各种数据可视化技术等。信息是加工过的数据，它并不具有做出决策所需要的逻辑结构——知识，因此，从信息到知识的进一步加工还需要有理论的支撑。在过去十年中，一种以各种形式的网络为分析对象的学科逐渐发展起来——这就是社会学中的社交网络（SocialNetwork）理论与经济学的结合，从而产生了所谓的“社会经济学”（SocialEconomics）或者“经济社会学”

(EconomicSociology)。

从数据到信息、再到知识的过程就刻画了数字革命的本质：“用数据生产信息和知识”。而这一过程也使得数据资产转化成了可以直接推动生产力的数据资本，进而创造了迥异于第一、第二次工业革命的生产函数：生产力 = (具有数据处理能力的) 劳动力 + 数据资本 + 数据资本表现型技术进步。

与工业革命时期相比，数字革命时期不仅要要求劳动力掌握数据分析处理的能力，而且，与劳动力相配合的资本不再是（或不再仅仅是）实物资本，而是数据资产加工后形成的数据资本。至于技术进步，它表现为与数据资本积累相伴的数据处理、分析和运用能力的提高，即数据资本表现型技术进步。

数据资产乃至数据资本的形成至少从三个方面形成了降低成本、提高生产率的效应，甚至会彻底改变既往过时的生产函数：第一，信息透明度的可得性大大提高，从而极大地降低了交易成本，使得企业识别客户、管理内部流程的效率得到极大的提高，宏观经济的管理能力也将出现飞跃式的上升。第二，将会极大地提高企业和社会的风险管理能力。第三，正在并将继续形成新的生产、生活和交易方式。

既然数据资产、数据资本正在推动形成新的经济增长模式，那么，作为互联网第一大国，我国在这方面又如何呢？根据麦肯锡的统计，2010年北美、欧洲、日本新储存的数据分别达到3500、2000和400拍字节（petabyte），我国只有250拍字节。作为互联网第一大国，我国在数据资产的积累方面处于大大落后的状态。数据处理和分析能力是数据资产变成数据资本的前提，就此能力而言，人才是重中之重。同样根据麦肯锡的统计，在2008年，具有深度分析训练的毕业生人数在美国是2.5万人；中国居于第二位，达到1.7万人。从人均角度看，每100人中这样的毕业生在美国是8.11人，中国只有1.31人，中国的人均数量低于绝大多数高收入国家。

好了，让我们冷静下吧。就像两次工业革命中连接世界的铁路网、公路网和航运网一样，技术革命的“革命性”并不在于这些网络上奔跑行驶的火车、汽车和轮船，而是在于这些火车、汽车和轮船承载的资本货物和商品，以及蕴含于资本货物和商品中的技术。互联网时代的“革命性”不在于有多少网民，有多少互联网企业，而是在于社会经济网络数字化后形成的数据资产和数据资本——这是真正的实力所在。

(DF145)

(来源：《中国投资咨询网》)

## 火爆美国的 YC 模式为何中国不火，天使去哪儿了？

中经合创投前董事总经理 许四清

**导读：**三个中国 YC 未成功的核心原因：第一是先天不足，大量创办孵化器的人并没有充分的创业经验。第二是动机不纯，夹杂了商业地产、谋求配套资金等考虑。第三，耐不住诱惑，过快转身 VC 融快钱，不能满足创业者期待。

2005年，程序员、博客作家 Paul Graham 创立了以孕育创业公司为目标的 Y Combinator。YC 不仅向初创公司提供一定金额的种子基金，

而且要求创业团队集中参加3个月的强化训练和创业辅导，每年举行两届，以让参加了的创业团队增强实际执行能力。

到今天，YC投了560多家公司，加起来的市值超过140亿美金。换个更直观的说法，今天在硅谷每4个早期项目里就有一个是YC孵化出来的，这是非常了不得的成就。Paul Graham用9年时间证明，天使投资也可以像工业生产一样规模化和标准化。

中国的创业者已经证明，中国不缺优秀人才。已经在美国上市的六十多家中国互联网公司就是一个证明。如今的85后、90后的创业者自主创业意识更强，对工作提供的安全感需求更弱。但是投资者给创业者的帮助远远不够。

但是中国至今没有出现自己的YC。我问过不下三十几个行业里的人，中国有哪家公司做得比较接近YC？找不着，大概有十来个人会说，创新工场转型之前挺好的。

#### 为什么中国的Y Combinator迟迟没有出现？

第一是先天不足，大量创办孵化器的人并没有充分的创业经验。

Paul Graham在成立YC之前首先是一个成功的创业家。他和世界上第一个计算机蠕虫的编写者Robert Morris共同创建了Viaweb，该公司九死一生，最终被雅虎收购。创业者需要真正有用的实操经验，而不是去某个训练营上大课。

那种讲座能让人热血沸腾，激发你的创业热情，但是碰到“如何不花钱推广”，“市场上哪些渠道可以把一个APP的推广费用从5块降到2块”，“这些渠道获取回来的用户寿命周期和ARPU有什么差别”、“团队做的业务是躲开BAT，还是刻意瞄着他们的战略方向先下手为强”此类的问题时，必须要有创业成功过的人来指点。

第二是动机不纯，夹杂了商业地产、谋求配

套资金等考虑。

很多一开始说要做YC的天使投资人，都逐渐热衷于政府补贴、资金申请、炒作地产项目等等。

第三，耐不住诱惑，过快转身VC融快钱，不能满足创业者期待。

有一些相对成功的早期孵化项目，很快就变成VC了，融了一大笔钱，开始风风火火地做风险投资。做了VC，融资多了，大量的管理费在手上，搬进高大上的玻璃大厦，进出星级酒店多好，没多少人愿意在孵化器里整天跟创业者混在一起了。

在最近对美国的创业者的统计表明，创业者最渴望从投资人身上得到的，是企业运营经验，其次是行业经验和洞察，再次是投资人帮助创业团队扩大影响力。如果用这三条衡量，确实有不少孵化器达不到创业者的期望。

#### 中国的Y Combinator在哪儿？

有一组数据足以说明中国市场上多么需要YC。

2014年上半年，中国的美元金融融资达到50亿美元。美国VC同期的融资数额是160亿美元。如果算上中国的人民币基金和各种散落江湖的VC资金，今年上半年中国VC的融资额度已经超过美国。大量的“热钱”像热潮一样“涌向”创业者，市场上露出头的早期项目被抬价疯抢。个人天使投资的早期项目供应已经呈现枯竭现象。

虽然中国的Y Combinator没有出现，但刚需摆在那里，市场呼唤中国的YC出现。但那些天使去哪儿了？

（来源：《钛媒体》）

## 国内首家高端装备制造业情景模拟技能培训中心 打造「中国版」装备制造智能化培训港

中国发展研究院副院长、上海市政府决策咨询专家 董锡健

根据国务院《关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》，作为战略新兴产业之一的高端装备制造业主要包括“航空产业、卫星及应用产业、轨道交通装备业、海洋工程装备，以及机器人、高档数控机床等智能制造装备”五个细分领域。未来十年，中国高端装备制造业将迎来黄金增长期，将成为国民经济重要的支柱产业。根据《高端装备制造业“十二五”发展规划》，到2015年，中国高端装备制造业销售收入超过6万亿元，在装备制造业中的占比达到15%；到2020年，高端装备制造产业销售收入在装备制造业中的占比提高到25%，高端装备制造业将培育成为国民经济的支柱产业。

被列为我国七大战略性新兴产业之一的高端装备制造业，是带动整个装备制造产业升级的重要引擎，无疑将成为战略性新兴产业发展的重要支撑。把高端装备制造业作为战略性新兴产业，进行重点培育和发展，是我国工业经济走上创新驱动、内在增长轨道的必然选择，是今后相当长一段时期内的重点举措。大力培育和发展高端装备制造业，是提升我国产业核心竞争力的必然要求，是抢占未来经济和科技发展制高点的战略选择，对于加快转变经济发展方式、实现由制造业大国向制造业强国转变具有重要战略意义。

近年来，在国内经济结构调整与转型升级的带动下，我国高端装备制造业总体保持快速增长，但是在整个高端装备制造业的运行中，还不同程度地存在一些现实问题，主要包括（1）部分装备行业核心技术过于依赖国外；（2）基础技术、基础机械和基础元器件发展滞后；（3）有些装备

市场仍以外资企业为主导；（4）部分行业在软硬件方面与发达国家“落差”较大；（5）装备制造质量水平、技术水准、劳动生产率，以及作业技能与先进国家业界相比“差距”甚大等。

纵观上述问题，要突破与改变，需要提升综合实力作依托与支撑，并需要假以时日。然而，装备制造加工的质量水平、技术水准、劳动生产率，以及作业技能的“差距”，是可以且完全可以通过人为的努力予以缩短的。综观今日中外装备制造的整个要素环境与过程，“硬件”、“硬实力”，已经相差无几，主要是“软件”、“软实力”，关键是掌握与操作装备制造人的综合因素及其技能，此间的“反差”，还十分明显。例如：在高端制造业的劳动生产率方面，美国大约是中国3.7倍；又如：在发达国家，一个工人可以凭借机器人或者自动生产线，看护数十台机床，而在中国则是数个工人围着一台普通的机床“团团转”等等，这其中的效率差距不言而喻。因此，加快提高装备制造业的劳动生产率，加大在线工人的职业与岗位培训，增强劳动力素质与作业技能水平，对正在全面推进的中国装备制造业，尤其是高端装备制造业来说迫在眉睫。

基于上述需求，致力于产业经济领域岗位与职业智能化、数字化情景模拟高端培训的上海景格科技股份有限公司，主动作为，积极聚焦国家及各地倾力发展的高端装备制造业，集聚一流专家，集成优势资源，率先研发创立了国内首个以定向定标培训高端装备制造业在线、在岗员工为主体目标的，具有指标示范意义的高端装备制造业情景模拟技能培训中心，打造中国版装备制造

智能化培训港。其特征是：

### 聚焦的主要产业为高端装备制造

“景格智能化技能培训中心”，首轮开设的高端装备智能化技能培训，聚焦的高端装备制造业产业领域，主要包括：“汽车制造业、工程机械制造产业、机械加工制造业、数控机床制造业、智能化现代农业装备制造业、机器人制造业，以及轨道交通装备制造业”等国家与各地急需的先进与高端装备制造业产业领域提供的主要系列培训产品与解决方案的服务。

### 提供智能化技能培训服务

“景格智能化技能培训中心”，提供的装备制造智能化技能培训，主要包括两个层面的服务功能：一是为“中心”重点聚焦的高端装备制造业/产业门类中的各道重点工序与各个关键岗位及其员工，提供智能化与数字化的作业技能培训；二是为“中心”重点聚焦的高端装备制造业/产业门类所制造装备的使用企业及其员工，提供智能化与数字化的在线在岗操作技能培训。

### 网络培训和实际操作相结合的智能化培训模式

对不同的领域采用各自独特的智能培训模式：

1、提高网络培训课程存在着覆盖面广、能够帮助企业解决场地及培训师资不足的问题等优势；为汽车企业开发了众多的技术及非技术类WBT课程。

2、采集真实数据，建立起虚拟的实训环境，采用先进的虚拟仿真技术、人性化的视觉设计和交互体验，基于科学的教学培训设计理念，为全国工程机械制造企业开发工程机械维修技术、工程机械售后服务、工程机械制造生产线的培训课程（WBT）、虚拟仿真培训系统等数字化培训资源。提升了企业的培训效率，节省了企业的人力成本。

3、生产线工艺流程培训 通过视频、三维、FLASH等表现手法，让企业生产线一线蓝领员工在实际上工位之前，预先了解到企业内部每一

个工位的操作内容、技能要求、劳保知识等一些有用的技术知识，帮助企业缩短员工岗前培训时间，节省了新员工从进入企业到实际产生生产价值的过程，变相地为企业节省了成本

4、以高度仿真形式实现培训内容硬件装置与软件系统的交互操控。通过结合三维虚拟场景，运用真实的操控装置实现实验实训项目在模拟工作环境内的实时仿真操作，有效弥补了真机训练时间不足、场地受限的缺陷。让学员在安全、环保、愉悦的环境中，轻松掌握机械操作的技能技巧，为快速熟练学到真机实机操作技能奠定了基础，有效的提高了学习效率。

### 构建多层次、多渠道、多功能的智能化培训的主要平台

1、国家高端装备制造业发展产业政策信息服务平台

首先是构建“国家高端装备制造业发展产业政策信息服务平台”，其对内对外的双向功能主要反映在两个方面：对内/第一时间汇集与掌握国家发展高端装备制造业产业导向政策（或“法规”），有利于“装备智能化技能培训中心”，在设计开发培训课程与服务项目时“接天线、取名分、占先机”；对外/在为高端装备制造企业或使用高端装备企业，提供“智能化技能培训”服务的同时，还能为相关企业提供“产业政策咨询服务、产业导向服务，以及企业发展与国家产业政策对接的综合解决方案服务”等增值服务，实实在在地为企业创造价值。

2、“装备制造智能化技能培训功能模块”系统集成港

“景格装备制造智能化技能培训中心”，将由若干个“装备制造智能化技能培训模块”组成，旨在打造一个具有指标意义的智能化培训系统集成港，其中包括：“汽车制造业智能化技能培训功能模块”、“轨道交通制造业智能化技能培训功能模块”、“工程机械制造业智能化培训功能模块”、“农业装备制造业智能化培训功能模块”，以及“机械加工制造业智能化技能培训模块”等，每一个“培训模块”，都配置本“培训模块”周

边系列培训服务配套系统，以形成一个个独立运作的技能培训综合解决方案服务载体。

### 3、国内外装备制造智能化技能培训信息情报支持中心

随着科学技术的日趋进步与前沿技术的不断导入，高端装备及其制造技术也将不断优化与升级，与此同步，国内外装备制造业的制造技术水平与技能培训水准，也将推陈出新，不断进步。因此，应用网络技术、云计算、大数据等先进技术与设置，在“景格装备制造智能化技能培训中心”，建立“国内外装备制造智能化技能培训信息情报支持中心”，是必要的且是必须的。可以第一时间了解与掌握，以致导入与引进国内外最新、最先进的“装备制造业技能培训”信息、方式，使“景格装备制造智能化技能培训中心”，实施的“装备制造技能培训”解决方案，始终与国内外前沿、一流的“装备制造技能培训”水平保持同步。

### 4、“国内外装备制造智能化技能培训”教研交流中心

加强业界教研交流，是提高教学水准与质量的主要途径。“国内外装备制造智能化技能培训”教研交流中心，其主要功能有二：一是，通过与国内外同行业界的教研培训互动交流，取长补短，集成优势，充实与完善技能培训内容、调整与改进技能培训方式、优化与提升技能培训质量；二是，通过“教研交流中心”的平台，为国内的同行业界，特别是为中西部地区与欠发达地区相关

的“装备制造业技能”培训机构；同时，为这些地区的“培训机构”培训“培训管理与实操人才”。

### 5、“高端装备制造业技能人才”交流咨询服务平台

“景格装备制造智能化技能培训中心”，除了担负“装备制造业技能人才”正常教学培训任务之外，还主动承担“高端装备制造业技能人才”的推荐与交流工作，建立“高端装备制造业技能人才”交流咨询服务平台，其主要功能，包括（1）对优秀的技能培训人才进行表彰，并向技能培训人才的输出企业进行通报；（2）设立“景格装备制造智能化技能培训奖励基金”。对在“技能培训”中，有创新实践，特别是有独到创见的技能人才，除了及时总结他们的作业操作法，还视创新创见的等级，给予不同的奖励；（3）建立“装备制造业优秀技能人才信息库”，对有意邀盟与受聘的企业，以及技能人才，提供交流服务的平台。

### 6、高端装备制造业职业技能鉴定咨询和考核服务平台

“景格装备制造智能化技能培训中心”，作为上海乃至国内装备制造业界的首创之举，可以主动作为，积极争取国家先进与高端装备制造业（行业）职业技能鉴定及考核主管部门的权威认可与授权，以获得为国内参加不同级别职业技能鉴定考核的装备制造业技能人才（人员），提供“报名、培训、考核，以及发证”等“一条龙”服务的名分与资质。

## 中国经济外交新常态之一：经济外交开启中国范式

新华社记者 刘丽娜等

“经济因素决定了根本的趋势，”谈到中国与世界的关系，新加坡“国父”李光耀曾这样说。一年多来，伴随经济步入新常态，中国经济外交也呈现出理念新、频度高、成果丰的新常态。有国际观察家注意到，在世界经济合作中，一个中

国经济外交的新范式正在形成。

国际视野中，新常态下的中国经济外交新范式更多体现的是发展与共赢的特点。通过领导人的外交穿梭，这一范式经纬交织、海陆并举、联通古今、协同世界，为提供新的全球公共产品，

推动共同发展创造了新的可能。

### ——理念先行

经济外交的中国范式首先体现在一系列新理念上。一年多来，中国经济外交形成一套具有独创性的、令世界耳目一新的语汇。2013年9月和10月，习近平主席分别提出建设“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”构想。2014年，伴随中国的高层经济外交行动，这两大新概念作为一个词汇——“一带一路”，越来越深地为世界所认识和接受。

同时，借助二十国集团、亚太经合组织、金砖合作、上合组织，以及中欧、中美、中非等多边与双边合作机制，“互联互通”、“高铁外交”、“经济走廊”、“开放型世界经济”、“亚太自由贸易区”等一系列中国概念受到广泛传播。

“中国应被倾听，中国应被理解，”谈到中国经济外交中的这些新理念，全球金融期货之父利奥·梅拉梅德如此评价。

美国卡内基国际和平基金会高级研究员黄育川说，中国“一带一路”构想将促进亚洲邻国间以及亚洲和世界其他国家和地区间的联系。美国前副国务卿罗伯特·霍马茨告诉记者，中国经济外交的这些构想完全能够成为中美加强建设性合作，促进彼此繁荣的重要积极因素。

### ——硬件布局

如果说“一带一路”等理念可称作中国经济外交之纲，是推动中国经济走出去的“软件”，那么，以基础设施建设为核心的行动则是中国经济外交理念落实的硬件。

纲举而目张。高铁、核电站、公路、桥梁、通讯网络、金融……有观察家说，一年多来，“高铁”成为“中国制造”的新名片，一斑窥豹，从中可见中国在国际产业链上升的现实。

罗马尼亚知名律师、实业家帕乌内斯库接受新华社记者采访时说，中国通过核电站、高铁等高科技项目，彻底改变了中国长期以来给欧洲留下的中低档产品制造供应商的形象，让包括罗

马尼亚在内的许多中东欧国家对中国有了新的认识。

世界银行前首席经济学家林毅夫说，现在基本上所有的发展中国家，都创造了一个工业化、现代化的窗口期，只要它们抓住机会，参加中国“一带一路”的构想，很可能就能像中国这样，实现过去三十多年的高速增长。

吉尔吉斯斯坦国家战略研究所所长苏尔丹诺夫说，中国倡导的在交通、物流、通信、金融、能源等很多互联互通领域里有广阔的合作空间，吉尔吉斯斯坦需要以更加积极的姿态参与到这些互联互通的进程中。

### ——义利相合

经济外交拓展了中国的经济边界，也展现了中国在道义上作为负责任大国的形象。

以利相融，以义相通。中国在以经济手段与世界交往过程中，不仅注重经济利益互换，还注重以中国的方式、中国的姿态，维护世界和平与共同发展，推动形成新的更合理的国际经济秩序。

在2014年8月访问蒙古国时，习近平主席强调，中国开展对发展中国家的合作，将坚持正确的义利观，不搞我赢你输、我多你少。他还明确表示，中国欢迎其他国家搭乘中国发展的列车，实现互利共赢。

泰国正大管理学院中国东盟研究中心主任汤之敏说，中泰铁路见证了中泰关系乃至中国与东盟关系的新历史起点，并有助于建设更加紧密的中国-东盟命运共同体。

频繁外交带动下，中国经济给世界带来了巨大改变。纽约大学美中关系研究中心主任戴维·狄依说，“西方国家应该以更加开放的姿态迎接中国。”

美国著名经济学家约瑟夫·斯蒂格利茨对此亦有深刻洞见。在近期一篇以《中国世纪》为题的文章中，这位诺贝尔奖得主指出，在新经济现实的影响下，新的全球政治经济秩序正在形成，中国在其中发挥关键的作用。

（来源：《新华网》）

## 2020年中国财富管理规模将达227万亿 人大报告称中国财富管理不成熟

### 中国财富管理相关产业落后

中国人民大学日前公布的《2014年中国财富管理报告》预测，截至2020年，中国私人财富管理市场规模将达到227万亿左右，增幅将达到97万亿人民币。不过，尽管市场规模大，但报告指出，当前中国的财富管理还非常不成熟，相关产业发展落后。

人大报告在同时考虑了城乡居民收入增长速度、城镇化速度以及居民家庭消费支出结构三个因素的情况下预测，截至2020年，中国私人财富管理市场规模增幅将达到97万亿人民币，市场规模总量将达到227万亿人民币左右。据悉，其测算的基数是2013年私人财富管理市场规模130万亿为起点，综合测算了城乡居民的收入增量，并考虑了城镇化率提高带来的推动作用。

尽管市场规模大，但人大的报告认为，当前中国的财富管理还非常不成熟，“一方面，对财富管理的认识不足，对财富管理行业整体缺乏战略规划，而且相关产业发展落后。”

报告建议，为推进财富管理的发展，应该将财富管理上升到金融整体发展战略的重要组成部分，同时推动金融机构的综合经营和混业经营，衔接好离岸与在岸服务等方面，尽快完善相关的法律框架。

报告认为，从供给角度而言，财富管理机构

需要在了解利率决定机制的前提下，通过投资组合的构造和风险管理为客户提供一系列的产品组合，并销售给合适的客户。从需求的角度看，投资者需要了解自身的生命周期阶段，并以家庭为单位进行投融资规划，进而实现家庭的效用最大化。因此，作为财富管理机构，既要能够为客户提供优秀的投资组合管理服务，又要能够充分地了解客户的需求特点，为客户提供家庭财务、税收和保险规划服务。

人大报告同时建议，财富管理应该同上海国际金融中心建设、人民币国际化、人民币利率汇率自由化、人民币资本项下可自由兑换等重大事项一样，成为深化金融体系改革的重要内容，成为金融整体发展战略的重要组成部分。

报告甚至指出，鉴于财富管理与奢侈品市场、艺术品收藏、私人飞机、游艇、珠宝、钻石、健康、养老等产业相关性非常的大。而目前看来，我们国家在这些产业的发展要么比较滞后，要么与财富管理之间的结合相对较低。“有必要对这些相关产业进行认真的梳理，分解开来以制订专项产业发展规划，整合起来以促进整体发展。”报告指出。

(马文婷)

(来源：《京华时报》)

## 大数据价值 49 式 (上)

## 《世界著名公司大数据应用的类型案例》

吕本富

**导读:** 2012年3月19日,奥巴马政府宣布美国投资2亿美元启动“大数据研究与开发计划,以帮助解决国家在科学与工程、国家安全、社会治理中最紧迫的诸多挑战问题”。从此,大数据被认为是国家的战略资源,世界重要大国都信誓旦旦地要在大数据领域有所作为,很多企业迷迷糊糊地跟了进来。面对上述“高大上”的说辞, TED的创始人 Dan Ariely 打趣道: Big data is like teenage sex: everyone talks about it, nobody really knows how to do it, everyone thinks everyone else is doing it, so everyone claims they are doing it..... (大数据就像青少年谈性,每个人都在说,不知道谁做了,每个人认为另外人在做,所以每个人都声称自己在做……)

虽然这是一个无厘头、刻薄甚至“无知者无畏”的说法,但“到底谁在做”确实是关键问题。对于企业来说,100条理论确实不如一个成功的标杆有实践意义,本文的主旨就是寻找“正在做”大数据的49个样本。

事实上,从大数据应用领域入手,市面上已经能够见到很多案例。在社会治理方面:有预报旅游热点、百度春节迁徙图、预测艾滋病的发病率、甚至挖掘恐怖分子等;在商业方面,有“啤酒与尿布”推荐关系、找出怀孕女性、个性化保险定制等;在社会情绪方面,股市的涨跌和网民情绪的关联、预测候选人得票概率、社会事件的发生预警等。

而本文则力图从企业运营和管理的角度,梳理出发掘大数据价值的一般规律:一是以数据驱动的决策(data-driven decision),主要通过提高预测概率,来提高决策成功率;二是以数据驱动的流程(data-driven processes),主要是形成营销闭环战略,提高销售漏斗的转化率;三是以数据驱动的产品(data-driven products),在产品阶段,强调个性化;在产品运营阶段,则强调迭代式创新。

## 上篇

## 01 亚马逊的“信息公司”

如果全球哪家公司从大数据发掘出了最大价值,截至目前,答案可能非亚马逊莫属。亚马逊也要处理海量数据,这些交易数据的直接价值更大。作为一家“信息公司”(而非国内许多电商自己定位的“零售公司”),亚马逊不仅从每个用户的购买行为中获得信息,还将每个用户在其网站上的所有行为都记录下来:页面停留时间、用户是否查看评论、每个搜索的关键词、浏览的商品等等。这种对数据价值的高度敏感和重视,以及强大的挖掘能力,使得亚马逊早已远远超出了它的传统运营方式。

## 亚马逊 CTO Werner

Vogels 在 CeBIT 上关于大数据的演讲,向与会者描述了亚马逊在大数据时代的商业蓝图。长期以来,亚马逊一直通过大数据分析,尝试定位客户和获取客户反馈。“在此过程中,你会发现数据越大,结果越好。为什么有的企业在商业上不断犯错?那是因为他们没有足够的数据对运营和决策提供支持,”Vogels 说,“一旦进入大

数据的世界，企业的手中掌握有无限可能。”从支撑新兴技术企业的基础设施到消费内容的移动设备，亚马逊的触角已触及到更为广阔的领域

**亚马逊推荐：**亚马逊的各个业务环节都离不开“数据驱动”的身影。在亚马逊上买过东西的朋友可能对它的推荐功能都很熟悉，“买过 X 商品的人，也同时买过 Y 商品”的推荐功能看上去很简单，却非常有效，同时这些精准推荐结果的得出过程也非常复杂。

**亚马逊预测：**用户需求预测（Demand-Forecasting）是通过历史数据来预测用户未来的需求。对于书、手机、家电这些东西——亚马逊内部叫硬需求（HardLine）的产品，你可以认为是“标品”（但也不一定）——预测是比较准的，甚至可以预测到相关产品属性的需求。但是对于服装这样软需求（SoftLine）产品，亚马逊干了十多年都没有办法预测得很好，因为这类东西受到的干扰因素太多了，比如：用户的对颜色款式的喜好，穿上去合不合身，爱人朋友喜不喜欢……这类东西太易变，买得人多反而会卖不好，所以需要更为复杂的预测模型。

**亚马逊测试：**你会认为亚马逊网站上的某段页面文字只是碰巧出现的吗？其实，亚马逊会在网站上持续不断地测试新的设计方案，从而找出转化率最高的方案。整个网站的布局、字体大小、颜色、按钮以及其他所有的设计，其实都是在多次审慎测试后的最优结果。

**亚马逊记录：**亚马逊的移动应用让用户有一个流畅的无处不在的体验的同时，也通过收集手机上的数据深入地了解了每个用户的喜好信息；更值得一提的是 Kindle Fire，内嵌的 Silk 浏览器可以将用户的行为数据一一记录下来。

以数据为导向的方法并不仅限于以上领域，亚马逊的企业文化就是冷冰冰的数据导向型文化。对于亚马逊来说，大数据意味着大销售量。数据显示出什么是有效的、什么是无效的，新的商业投资项目必须要有数据的支撑。对数据的长期专注让亚马逊能够以更低的售价提供更好的服务。

## 02 谷歌的意图

如果说有一家科技公司准确定义了“大数据”概念的话，那一定是谷歌。根据搜索研究公司 comScore 的数据，仅 2012 年 3 月一个月的时间，谷歌处理的搜索词条数量就高达 122 亿条。谷歌的体量和规模，使它拥有比其他大多数企业更多的应用大数据的途径。

谷歌搜索引擎本身的设计，就旨在让它能够无缝链接成千上万的服务器。如果出现更多的处理或存储需要，抑或某台服务器崩溃，谷歌的工程师们只要再添加更多的服务器就能轻松搞定。将所有这些数据集合在一起所带来的结果是：企业不仅从最好的技术中获益，同样还可以从最好的信息中获益。下面选择谷歌公司的其中三个亮点。

**谷歌意图：**谷歌不仅存储了搜索结果中出现的网络连接，还会储存用户搜索关键词的行为，它能够精准地记录下人们进行搜索行为的时间、内容和方式，坐拥人们在谷歌网站进行搜索及经过其网络时所产生的大量机器数据。这些数据能够让谷歌优化广告排序，并将搜索流量转化为盈利模式。谷歌不仅能追踪人们的搜索行为，而且还能够预测出搜索者下一步将要做什么。用户所输入的每一个搜索请求，都会让谷歌知道他在寻找什么，所有人类行为都会在互联网上留下痕迹路径，谷歌占领了一个绝佳的点位来捕捉和分析该路径。换言之，谷歌能在你意识到自己要找什么之前预测出你的意图。这种抓取、存储并对海量人机数据进行分析，然后据此进行预测的能力，就是数据驱动的产品。

**谷歌分析：**谷歌在搜索之外还有更多获取数据的途径。企业安装“谷歌分析 (Google Analytics)”之类的产品来追踪访问者在其站点的足迹，而谷歌也可获得这些数据。网站还使用“谷歌广告联盟 (Google AdSense)”，将来自谷歌广告客户网的广告展示在其站点，因此，谷歌不仅可以洞察自己网站上广告的展示效果，同样还可以对其他广告发布站点的展示效果一览无余。

**谷歌趋势：**既然搜索本身是网民的“意图数据库”，当然可以根据某一专题搜索量的涨跌，预测下一步的走势。谷歌趋势可以预测旅游、地

产、汽车的销售。此类预测最著名的就是谷歌流感趋势，跟踪全球范围的流感等病疫传播，依据网民搜索，分析全球范围内流感等病疫的传播状况

### 03 eBay 的分析平台

早在 2006 年，eBay 就成立了大数据分析平台。为了准确分析用户的购物行为，eBay 定义了超过 500 种类型的数据，对顾客的行为进行跟踪分析。eBay 分析平台高级总监 Oliver Ratzesberger 说：“在这个平台上，可以将结构化数据和非结构化数据结合在一起，通过分析促进 eBay 的业务创新和利润增长。”

**eBay 行为分析：**在早期，eBay 网页上的每一个功能的更改，通常由对该功能非常了解的产品经理决定，判断的依据主要是产品经理的个人经验。而通过对用户行为数据的分析，网页上任何功能的修改都交由用户去决定。“每当有一个不错的创意或者点子，我们都会在网站上选定一定范围的用户进行测试。通过对这些用户的行为分析，来看这个创意是否带来了预期的效果。”

**eBay 广告分析：**更显著的变化反映在广告费上。eBay 对互联网广告的投入一直很大，通过购买一些网页搜索的关键字，将潜在客户引入 eBay 网站。为了对这些关键字广告的投入产出进行衡量，eBay 建立了一个完全封闭式的优

### 04 塔吉特 (Target) 的“数据关联挖掘”

利用先进的统计方法，商家可以通过用户的购买历史记录分析来建立模型，预测未来的购买行为，进而设计促销活动和个性服务避免用户流失到其他竞争对手那边。美国第三大零售商塔吉特，通过分析所有女性客户购买记录，可以“猜出”哪些是孕妇。其发现女性客户会在怀孕四个月左右，大量购买无香味乳液。由此挖掘出 25 项与怀孕高度相关的商品，制作“怀孕预测”指数。推算出预产期后，就能抢先一步，将孕妇装、婴儿床等折扣券寄给客户。塔吉特还创建了一套购买女性行为在怀孕期间产生变化的模型，不仅如此，如果用户从它们的店铺中购买了婴儿用品，它们在接下来的几年中会根据婴儿的生长周期定期给这些顾客推送相关产品，使这些客户形成长

期的忠诚度。

### 05 中国移动的数据化运营

通过大数据分析，中国移动能够对企业运营的全业务进行针对性的监控、预警、跟踪。大数据系统可以在第一时间自动捕捉市场变化，再以最快捷的方式推送给指定负责人，使他在最短时间内获知市场行情。

**客户流失预警：**一个客户使用最新款的诺基亚手机，每月准时缴费、平均一年致电客服 3 次，使用 WEP 和彩信业务。如果按照传统的数据分析，可能这是一位客户满意度非常高、流失概率非常低的客户。事实上，当搜集了包括微博、社交网络等新型来源的客户数据之后，这位客户的真实情况可能是这样的：客户在国外购买的这款手机，手机中的部分功能在国内无法使用，在某个固定地点手机经常断线，彩信无法使用——他的使用体验极差，正在面临流失风险。这就是中国移动一个大数据分析的应用场景。通过全面获取业务信息，可能颠覆常规分析思路下做出的结论，打破传统数据源的边界，注重社交媒体等新型数据来源，通过各种渠道获取尽可能多的客户反馈信息，并从这些数据中挖掘更多的价值。

**数据增值应用：**对运营商来说，数据分析在政府服务市场上前景巨大。运营商也可以在交通、应对突发灾害、维稳等工作中使大数据技术发挥更大的作用。运营商处在一个数据交换中心的地位，在掌握用户行为方面具有先天的优势。作为信息技术的又一次变革，大数据的出现正在给技术进步和社会发展带来全新的方向，而谁掌握了这一方向，谁就可能成功。对于运营商来说，在数据处理分析上，需要转型的不仅是技巧和法律问题，更需要转变思维方式，以商业化角度思考大数据营销。

### 06 Twitter 中的兴趣和情绪

**Twitter 兴趣聚类：**通过过滤用户归属地、发推位置和相关关键词，Twitter 建立了一系列定制化的客户数据流。比如，通过过滤电影片名、位置和情绪标签，你可以知道洛杉矶、纽约和伦敦等城市最受欢迎的电影是哪些。而根据用户发布的个人行为描述，你甚至能搜索到那些在加拿大

滑雪的日本游客。从这个视角看，Twitter 的兴趣图谱的效率优于 Facebook 的社交图谱。Twitter 的用户数据所能产生的潜在价值同样令人惊叹。在社交媒体网站正在收集越来越多的数据的形势下，它们或许能找到更好的方式来利用这些数据盈利，并使其取代广告成为自身提高收入的主要方式。这些社交网站真正的价值可能在于数据本身。相信在不久的将来，如果寻找到既能充分利用用户数据，又可合理规避对用户隐私的威胁，社交数据所蕴藏的巨大能量将会彻底被开启。

**Twitter 情绪分析：**Twitter 自己并不经营每一款数据产品，但它把数据授权给了像 DataSift 这样的数据服务公司，很多公司利用 Twitter 社交数据，做出了各种让人吃惊的应用，从社交监测到医疗应用，甚至可以去追踪流感疫情爆发，社交媒体监测平台 DataSift 还创造了一款金融数据产品。华尔街“德温特资本市场”公司首席执行官保罗·霍廷每天的工作之一，就是利用电脑程序分析全球 3.4 亿微博账户的留言，进而判断民众情绪，再以“1”到“50”进行打分。根据打分结果，霍廷再决定如何处理手中数以百万美元计的股票。霍廷的判断原则很简单：如果所有人似乎都高兴，那就买入；如果大家的焦虑情绪上升，那就抛售。一些媒体公司会把观众收视率数据打包到产品里，再转卖给频道制作人和内容创造者。

精确的数据一旦与社交媒体数据相结合，对未来的预测会非常准。

### 07 特易购的精准定向

聪明的商家通过用户的购买历史记录分析来建立模型，为他们量身预测未来的购物清单，进而设计促销活动和个性服务，让他们源源不断地为之买单。特易购（Tesco）是全球利润第二大的零售商（仅次于沃尔玛），这家英国超级市场巨人从用户行为分析中获得了巨大的利益。从其会员卡的用户购买记录中，特易购可以了解一个用户是什么“类别”的客人，如速食者、单身、有上学孩子的家庭等等。这样的分类可以为提供很大的市场回报，比如，通过邮件或信件寄给用户的促销可以变得十分个性化，店内的促销也可

以根据周围人群的喜好、消费的时段来更加有针对性，从而提高货品的流通。这样的做法为特易购获得了丰厚的回报，仅在市场宣传一项，就能帮助特易购每年节省 3.5 亿英镑的费用。

**Tesco 的优惠券：**特易购每季会为顾客量身定制 6 张优惠券。其中 4 张是客户经常购买的货品，而另外 2 张则是根据该客户以往的消费行为数据分析，极有可能在未来会购买的产品。仅在 1999 年，特易购就送出了 14.5 万份面向不同的细分客户群的购物指南杂志和优惠券组合。更妙的是，这样的低价无损公司整体的盈利水平。通过追踪这些短期优惠券的回笼率，了解到客户在所有门店的消费情况，特易购还可以精确地计算出投资回报。发放优惠券吸引顾客其实已经是很老套的做法了，而且许多的促销活动实际只是来掠夺公司未来的销售额。然而，依赖于扎实的数据分析来定向发放优惠券的特易购，却可以维持每年超过 1 亿英镑的销售额增长。

特易购同样有会员数据库，通过已有的数据，就能找到那些对价格敏感的客户，然后在公司可以接受的最低成本水平上，为这类顾客倾向购买的商品确定一个最低价。这样的好处一是吸引了这部分顾客，二是不必在其他商品上浪费钱降价促销。

**特易购的精准运营：**这家连锁超市在其数据仓库中收集了 700 万部冰箱的数据。通过对这些数据的分析，进行更全面的监控并进行主动的维修以降低整体能耗。

### 08 Facebook 的好友推荐

Facebook 是社交网络巨擎，但是在挖掘大数据价值方面，好像办法不多，值得一提的就是好友推荐。Facebook 使用大数据来追踪用户在其网络的行为，通过识别你在它的网络中的好友，从而给出新的好友推荐建议，用户拥有越多的好友，他们与 Facebook 之间的黏度就越高。更多的好友意味着用户会分享更多照片、发布更多状态更新、玩更多的游戏。

### 09 LinkedIn 的猎头价值

LinkedIn 网站使用大数据在求职者和招聘职位之间建立关联。有了 LinkedIn，猎头们再也不

用向潜在的受聘者打陌生电话来碰运气，而可以通过简单的搜索找出潜在受聘者并联系他们。与此相似，求职者也可以通过联系网站上其他人，自然而然地将自己推销给潜在的雇主。有两个例子能够生动呈现 LinkedIn 的数据价值：几年前，LinkedIn 忽然发现近期雷曼兄弟的来访者多了起来，当时并没引起重视，过了不久，雷曼兄弟宣布倒闭；而在谷歌宣布退出中国的前一个月，在 LinkedIn 发现了一些平时很少见的谷歌产品经理在线，这也是相同的道理。如果 LinkedIn 针对性地分析某家上

### 10 沃尔玛的数据基因

早在 1969 年沃尔玛就开始使用计算机来跟踪存货，1974 年就将其分销中心与各家商场运用计算机进行库存控制。1983 年，沃尔玛所有门店都开始采用条形码扫描系统。1987 年，沃尔玛完成了公司内部的卫星系统的安装，该系统使得总部，分销中心和各个商场之间可以实现实时，双向的数据和声音传输。采用这些在当时还是小众和超前的信息技术来搜集运营数据为沃尔玛最近 20 年的崛起打下了坚实的地基，从而发现了“啤酒与尿布”关联。

如今，沃尔玛拥有着全世界最大的数据仓库，在数据仓库中存储着沃尔玛数千家连锁店在 65 周内每一笔销售的详细记录，这使得业务人员可以通过分析购买行为更加了解他们的客户。通过这些数据，业务员可以分析顾客的购买行为，从而供应最佳的销售服务。沃尔玛一直致力于改善自身的数据收集技术，从条形码扫描，到安装卫星系统实现双向数据传输，整个公司都充满了数据基因。2012 年 4 月，沃尔玛又收购了一家研究网络社交基因（基于用户行为的偏好产品推荐）的公司 Kosmix，在数据基因的基础上，又增加了社交基因。

### 11 阿里小贷和聚石塔

虽然阿里系的余额宝如日中天，但其实阿里

小贷才真正体现出了大数据的价值。早在 2010 年阿里就已经建立了“淘宝小贷”，通过对贷款客户下游订单、上游供应商、经营信用等全方位的评估，就可以在没有见面情况下，给客户放款，这当然是对阿里平台上大数据的挖掘。数据来源于“聚石塔”——一个大型的数据分享平台，它通过共享阿里巴巴旗下各个子公司（淘宝、天猫、支付宝等）的数据资源来创造商业价值。这款产品就是大数据团队把淘宝交易流程各个环节的数据整合互联，然后基于商业理解对信息进行分类储存和分析加工，并与决策行为连接起来所产生的效果

### 12 西尔斯的数据大集成

在过去，美国零售巨头西尔斯控股公司（Sears Holding），需要八周时间才能制定出个性化的销售方案，但往往做出来的时候，它已不再是最佳方案。痛定思痛，决定整合其专售的三个品牌——Sears、Craftsman、Lands'End 的客户、产品以及销售数据，使用群集（cluster）收集来自不同品牌的数据，并在群集上直接分析数据，而不是像以前那样先存入数据仓库，避免了浪费时间——先把来自各处的数据合并之后再做分析。这种调整让公司的推销方案更快、更精准，可以从海量信息中挖掘价值，但是价值巨大，困难也巨大：这些数据需要超大规模分析，且分散在不同品牌的数据库与数据仓库中，不仅数量庞大而且支离破碎。

西尔斯的困境，在传统企业中非常普遍，这些企业家一直想不通，既然互联网零售商亚马逊可以推荐阅读书目、推荐电影、推荐可供购买的产品，为什么他们所在的企业却做不到类似的事情。西尔斯公司首席技术官菲里·谢利（Phil Shelley）说：如果要制定一系列复杂推荐方案质量更高，需要更及时、更细致、更个性化的数据，传统企业的 IT 架构根本不能完成这些任务，需要痛下决心，才能完成转型。

（来源：〈IT 经理世界〉）

## 硅谷科创向印度“移民”

印度能掀起科技“淘金”热潮不是偶然。目前印度的许多科技圈技术精英（包括那些未能拿到美国工作签证的印度人）选择离开美国返乡创业，或者从美国公司的印度子公司离职给自己打工当老板。

印度能掀起科技“淘金”热潮不是偶然。目前印度的许多科技圈技术精英（包括那些未能拿到美国工作签证的印度人）选择离开美国返乡创业，或者从美国公司的印度子公司离职给自己打工当老板。今年世界银行公布数据显示，印度的GDP占全球总规模的6.4%，占比超过日本成为全球第三大经济体。

职业社交网络领英（LinkedIn）2014年6月公布的一向该网站用户调查显示，科技从业者最集中的四大城市都位于印度。为首的就是有“印度硅谷”之称的印度南部城市班加罗尔。真正的硅谷摇篮旧金山湾区仅排在第五位。印度科技发展有多壮大，赫芬顿邮报记者 Alexander C. Kaufman 做了一详尽报道，经钛媒体编辑编译：

上世纪70年代，美国加州旧金山湾区诞生了此后名震全球的科技中心——硅谷。半个多世纪过去，新的科技中心逐渐在与旧金山远隔重洋的东方出现，它也被称作“湾区”，只不过叫孟加拉湾，那里的科技创业市场初露峥嵘。

### 美国科技业巨头，也注意到了印度的科技热潮

四大国际会计事务所之一安永新近发布报告称，去年印度政府投入18亿美元资助企业创业，这类创业补贴的规模是2006年的三倍多。印度最大的初创公司平台 YourStory 网站数据显示，仅今年上半年，印度企业就获得风头约合12.6亿美元。印度的这一融资规模还无法和中国相媲美，去年中国吸引这类外资的数额是35亿美元。安永报告还提到，美国去年得到的风投注资高达330亿美元。

但有强烈迹象表明，随着印度网民占12亿

总人口比例越来越高，印度增长势头强劲。印度非盈利行业机构印度互联网与移动通信协会（IAMAI）统计，约四分之一的印度国民现在具备上网条件。该机构最近发布预期称，本月印度便会超过美国，晋升全球第二大互联网市场。

据印度发行量最大的英文日报《印度教徒报》（The Hindu）报道，印度互联网与移动通信协会的声明写道：“印度互联网市场用十年时间从1000万用户发展到1亿用户，又在三年内从1亿用户扩展到2亿用户，然后仅用了一年就从2亿用户激增至3亿用户。互联网在当今印度越来越走向普及化。”

与此同时，印度的中产阶级也在发展壮大。安永上述报告称，以收入分类，约有5000万印度国民属于中产阶级，约占全国总人口的5%。到2020年，预计印度的中产阶级将增长到2亿人。互联网市场蓬勃发展，中产阶级也声势日盛，这一切意味着网购的印度人在增多。印度裔美国科技业知名企业家维韦克·瓦德瓦（Vivek Wadhwa）向美国新闻网站《赫芬顿邮报》表示：“电子商务是触手可及的成果。最棒的机遇都在那里。”

目前印度电子商务市场年销售额约20亿美元，与中国和美国相比还是小巫见大巫。去年美国消费者网购消费足有2600亿美元，中国电子商务市场的销售额高达3000亿美元。《华尔街日报》今年7月底的报道预计，截至2020年，印度的互联网零售销售额可能增至300亿美元。

同在7月，班加罗尔的一家电子商务网站 Flipkart 成功募得10亿美元，创下印度公司的最高单轮融资额。Flipkart 的创始人沙钦·班赛尔（Sachin Bansal）创业前曾在亚马逊的印度子公司任高级软件工程师。融资当月，班赛尔透露，他的目标是未来五年让公司发展为市值1000亿美元的业内巨头。

三个月后，Flipkart 的竞争对手、总部设在新德里的网络商务平台 Snapdeal 完成了一笔大买

卖，将该公司 6.27 亿美元的股份出售给日本传媒通信业巨头软银（SoftBank）社长孙正义。这笔交易也为软银投资印度的大计拉开了序幕，最近软银宣布，计划今后十年向印度的电子商务行业投资约 100 亿美元。

美国科技业巨头也注意到了印度的科技热潮，上月亚马逊 CEO 杰夫·贝索斯登上了印度版《智族 GQ》杂志封面，以往都会将如此重要的版面位置留给印度宝莱坞明星。之后不久，亚马逊宣布将斥资 20 亿美元开拓印度业务，加大对印度市场的投入，这一消息正好发布在 FlipKart 获得 10 亿美元融资的第二天。

#### 印度国内的互联网初创企业，正在不断增加

目前印度国内的互联网初创企业正在不断增加，上月印度一家类似 Yelp 的餐饮业评估网站 Zomato 获得融资 6000 万美元，使公司总值达到 6.6 亿美元。该网站的创始人曾为纽约的战略咨询机构贝恩公司任管理顾问。

印度人气厨师社交网站 Cucumbertown 的一位创始人曾在热门手游 Farmville 的开发商 Zynga 做工程师。该网站今年 10 月推出了一项名为“菜谱作者”（RecipeWriter）的特色功能，希望借此称雄美食博客这一印度的小众领域。

同在 10 月，一家和 Uber 类似提供用车服务的印度初创公司 ZoomCar 获得 80 亿美元融资。ZoomCar 在交通拥堵的印度城市开展业务。这轮融资的领投机构是硅谷颇有影响力的风投资机构红杉资本（Sequoia Capital）。

瓦德瓦看好印度科技业的前景，他这样评价：

“未来三年，我预计将迎来一场淘金大潮，因为将涌现一批数十亿美元身价的公司。大家都会投身其中。这就是风投资本家的本性，他们就像鲨鱼，一嗅到血腥味就全力以赴扑过来。”

斯坦福大学经济学教授尤斯·范伯格（Yossi Feinberg）指出，经济因素并非这波印度科技业创业高潮的唯一推手。他运行着一个叫做“Ignite”的项目，三年来在该项目的帮助下，印度班加罗尔的学生也能参与远在加州斯坦福大学的现场讲座。范伯格认为

“几代人的时间里，印度社会文化发生了一些变化。不仅是年轻人，30、40 岁的中年人也更愿意冒险。过去，印度人觉得，成家以后有份稳定的工作就算功成名就。而今，人们更接受有创业经历的人，哪怕他们创业失败，在人才市场求职时也被视为拥有宝贵的经验”。

（来源：《凤凰科技》）



## 台“经济部”中台湾创新园区日前开幕

### 南投市“中台湾创新园区”打造智能制造中心

位于南投市中兴新村的“中台湾创新园区”日前开幕，未来将联结台湾中部地区产学研资源，朝新世代智慧设备技术、先进温室系统技术、及服务科技与感性设计技术 3 大主轴领域研究开发，建构全球智能制造中心。

创新园区将在机器人、温室科技领域研发精进，改善医疗和农业发展技术。未来台中地铁连接到南投，将使交通运输更便利。

中创园区正式营运后，将以台“工研院”及资策会为两大主力研究团队，以智慧设备及先进

温室与植物工程研发，带动“中台湾”成为全球关键智能研发的重点基地。

杜紫军表示，中创园区将可联结嘉义的创新研发中心，及台南的南台湾创新园区等据点，形成串联中南部的“产业创新走廊”，并将整合中部地区之产、学、研发能量，朝3大主轴方向发展，首先是发展机密精械产业所需的控制器及高阶应用软件，强化工具机产业软硬件整合实力，提升附加价值及国际之竞争力。

其次，因应全球气候变迁，协助产业发展适合亚热带地区所需的温室工程关键设备。第3个方向则是强化设计服务产业竞争力，协助“中台湾产业”由OEM，升级转型为ODM、OBM。

台“经济部技术处长”林全能指出，中创园区的绿建筑，极具公共艺术价值，并导入碳足迹计算，降低碳排放量，外墙设置遮阳板，既是装置艺术更具有节能、隔热与调光功能。

台湾《中时电子报》



## “东方”再获全国造价咨询“双第一”

2014年11月20日，中国建设工程造价管理协会公布了2013年度“中国工程造价咨询企业造价咨询收入百名排序”和“中国工程造价咨询中介服务类企业造价咨询收入百名排序”名单，上海东方投资监理有限公司在上述两项百名排序中均名列榜首（详见“中国建设工程造价管理协会官网”www.ceca.org.cn）。

“东方”自获得2009年度上述两项百名排序“双第一”后（2010年度未举办评比，2011、2012年度东方公司未参加评比），再次独占鳌头。迄今为止，“东方”是全国唯一一家荣获“双第一”

的工程咨询企业，这是全体东方人克难奋进、不懈努力的结果，也证明了“东方”是有实力且经得起检验的行业领跑者。

在各级领导、广大客户、业界同仁的亲切关怀和大力支持下，东方公司捷报频传：除再次荣获“双第一”，还获得“2014上海民营服务业企业50强”称号，这是东方连续三年荣登这一榜单。

“东方人”在印保兴董事长的正确引领下，正以博深的智慧、强健的体魄，更稳健的步伐和更饱满的姿态，团结一心，创新发展，为我国经济建设和工程咨询行业做出更大的贡献！

（林梦娇）

## 上海国际招标有限公司蝉联 “招标代理机构诚信创优5A等级”称号

二〇一四年十二月二十八日，中国招标投标协会在京隆重召开“第一届理事会第十三次会议暨2011-2013年度招标代理机构诚信创优总结大会”，国家发改委林念修副主任到会并作重要讲话。上海国际招标有限公司派员参会并再度蝉联

“招标代理机构诚信创优5A等级”称号。会上，中国招投标协会组织向荣获5A级诚信创优等级的201家单位、符合4A级的127家、符合3A级的55家公司代表颁奖，国际招标公司代表上台领取牌匾和证书。（传书）

## 上海国际招标有限公司荣获 “2012-2013 年度上海市先进招标代理企业”

2014年12月26日,上海市建设工程咨询行业协会先进表彰大会于好望角大酒店如期召开,上海国际招标有限公司代表受邀出席表彰大会并上台领奖。

此次表彰大会,建设工程咨询行业协会对过去一年全市范围内各类先进企业及先进个人予以了表彰并授予奖牌、证书,国际招标有限公司

荣获“2012-2013年度上海市先进招标代理企业”称号,该司员工吴越荣获“2013年度上海市优秀招标工程师”称号。

2015年,该公司表示2015年必将再接再厉,发扬“上海市先进招标代理企业”的风格,打造招标咨询行业标杆企业。

(冶伟)

· 创新前沿 ·

### 科技新产品系列(上)

#### 联网灯泡 Filament: 150元用20年

美国物联网创业公司 WigWag 日前发布了一款全新的联网灯泡,并开始了产品的预购。WigWag 的传感器模块能够检测动作、温度、湿度、噪音、震动、加速和环境光,功能可谓非常强大。(中关村在线)

#### 全球首款“智能”自行车头盔即将开售

总部位于以色列的创业公司 LifeBEAM,一家专为战斗机飞行员、宇航员和特种部队打造生物传感技术的公司将触角伸向了其它领域,造出了号称全球第一款的“智能”自行车头盔。该可穿戴产品内置实时心率监测器、卡路里计算器、蓝牙连接等科技。该头盔将于美国时间9月28日网上开售,面向全球50个国家。(网易数码)

**以色列新技术:手机充电仅30秒 2016年出产**

位于以色列特拉维夫市(Tel Aviv)一家名为 StoreDot 的科技公司日前表示,该公司开发出了新型技术,可以在短短数十秒内为手机、几分钟内为电动汽车充满电量,这一先进技术将使全球最具活力的两大消费行业发生改变。

StoreDot 称,他们利用纳米技术合成了一种人造高分子材料,使用该材料开发出的电池,可以更快的速度存储更高电量,就像超高密度的海绵,能够迅速吸收并保留电量。(网易新媒体)

#### 让医生具有一双“透视眼”

以色列医用3D全息显示和互动系统开发商 RealViewImaging 最近刚刚获得了一轮1000万美元的投资,由中国的 LongTec China Ventures 领投。

该公司的技术可以让医生实时看到悬浮在空中的3D全息解剖图,并且通过手术刀或双手与之互动。(腾讯科技)

#### 瑞士太阳能飞机开启环球飞行4个月游世界

瑞士人贝特兰德·皮卡德等制造的“阳光动力”2号太阳能飞机5日晚些时候被装上一架运输机,准备6日运往阿联酋阿布扎比,然后从那里开启环球之旅。

皮卡德打算驾驶“阳光动力”2号于3月起飞,用4个月时间环游世界。其间,他将在多地点短暂停留。法新社报道,这次飞行的目标是测试“阳光动力”2号能不间断飞行超过120小时、即5天5夜,确保可以飞越太平洋和大西洋。(广州日报)