

叫好不叫座：节能环保产业陷困境 02 保健食品“隐身”术 03 “卖地”迷局 05
“最后一公里”令价格翻番 07 司献民：领航摘星之旅 11 讲友善经济就是“把人当人”12

2011 中国企业 500 强将出炉

9 月 3 日至 5 日在蓉发布,同时举办中国大企业峰会

【记者张龙北京报道】中国企业联合会、中国企业家协会主办的 2011 中国企业 500 强发布暨中国大企业峰会将于 9 月 3 日至 5 日在四川省成都市召开。中国企联执行副会长王基铭、四川省经济和信息化委员会副主任张国斌、成都市副市长白刚 8 月 15 日下午在京发布了这一消息。

本届中国企业 500 强发布暨中国大企业峰会在发布 2011 中国企业 500 强、2011 中国制造业企业 500 强、2011 中国服务业企业 500 强名单的同时,将发布《2011 中国大企业发展的趋势、问题和建议》、《2011 中国 500 强企业发展报告》、《2011 中国 500 强与美国企业 500 强、世界企业 500 强对比分析报告》等专题研究报告,同时将举办中国大企业峰会、平行论坛、专题报告会、企业家媒体见面会、地方投资环境介绍会、企业家高层座谈会等会议以及开展企业家联谊等多项活动。本届会议还将对外发布《中国企业 500 强十年风云》和《世界强企业是怎样炼成的?》两项研究成果。

王基铭说,本届会议的主题为:“突破与引领:大企业发展新征程”。中国 500 强企业及部分跨国公司的高层领导人、政府官员、著名专家学者、主要媒体代表等 1000 余人将参加会议,并围绕“全球战略与全球责任”、“公司治理和管控:挑战与趋势”、“新一轮西部大开发背景下成都发展新机遇”、“文化产业论坛”、“世界级企业是怎样炼成的”、“互联网与大企业成长”等 6 个专门议题展开讨论。在本届会议的闭幕式上,还将举行“世界经济展望”专题报告会。

王基铭指出,在过去的 10 年里,中国企业在做强做大的道路上取得了辉煌成就,在世界 500 强的版图中已经占有了一定的地位。但与国际一流



本报记者 林瑞泉/摄

企业相比,我国大企业在诸如体制机制、资源整合、领导能力、创新能力、社会责任、人才培养、品牌影响力、自主知识产权和核心技术、国际化能力等方面,还存在很大的差距。中国大企业更加需要增强使命感,发挥主动性、创造性,努力突破制约企业发展的瓶颈,解决自身存在的突出矛盾和问题,在“转方式、调结构”中更好地发挥骨干、引领作用。

张国斌表示,四川省上半年全省规模以上工业增加值同比增长 21.6%,居全国第 3 位;完成工业总投资 2761

亿元,增长 15.6%;产品销售率 98.0%,产销衔接较好。去年全省实际利用外资首次突破 70 亿美元大关,名列中西部第一。“十二五”期间,四川将重点围绕汽车制造、光伏、节能环保、生物技术等产业,引进一批行业龙头企业和产业带动力强的重大项目,推动形成和壮大一批大产业、大集群,这将带来相关产业领域的巨大商机。

白刚表示,成都市是国务院确定的西南地区科技、商贸、金融中心和交通、通信枢纽,成都去年实现地区生产总值 5551.3 亿元,增长 15%。世界 500

强企业中有 200 家落户成都,成都实际利用外资额和世界 500 强引进数量两项指标上位居中西部城市首位。

本届中国企业 500 强发布暨中国大企业峰会由四川省人民政府协办,成都市人民政府承办。届时,中国企联将组织与会代表实地考察四川省灾后重建和成都市有关企业,参与成都市有关区县组织的活动,推动 500 强企业加强与四川省、成都市地方政府和企业的交流与合作。

中国企联副理事长李建明出席了此次新闻发布会。

紫竹评论

重视 500 强企业的借鉴意义

陈杰人

9 月 3 日至 5 日,中国企业联合会、中国企业家协会主办的 2011 中国企业 500 强发布暨中国大企业峰会将在四川成都召开。

和世界企业 500 强排行榜相比,中国企业的 500 强榜单更与中国经济、社会发展水平息息相关。如何从经济与社会两个方面的结合上进行评比,也将是中国企业 500 强创新之处。

众所周知,很多制造业和资源类企业一直处于资源和市场的保护机制之下,他们的资产规模和营业收入快速增长,是一种必然的结果。但放眼未来,作为中国经济的最主要实体部门,重点企业不仅要适应国内竞争形势,还要面对来自国际各种巨头的竞争压力,如何保证快速发展和成功,确是企业面对的重大难题。

假如将中国企业 500 强放到充分竞争的国际市场来看,恐怕在体制机制、科技创新、管理机制、公民责任和国际化方面,还存在不小的差距。从多年前困难重重的国有企业到今天的 500 强榜单中突飞猛进实力大增,这些企业的改革发展路径,对中国经济体制改革发展无疑具有启迪和借鉴意义。

首先,国有企业特别是央企要更加坚定地走向市场,建立现代企业制度。强势企业理应从垄断走向市场最彻底的微观主体,如何在市场化改革中继续崛起,靠的是斗志、勇气和开拓创新的活力。

其次,大型企业特别是央企要发挥“共和国长子”的独特优势,发挥国企在国民经济中的主导作用,善于在履行社会责任的同时实现自身的发展。

再次,强势企业应当从“经济人”向“社会人”转变,有更多的社会责任担当。为什么中国的企业不像通用、IBM、苹果那样引领人类科技之潮流,答案只有一个——那就是将企业理念上升至“人”的因素做文章。当一家企业做到相当的规模和程度时,所谓营销策略、产品设计、市场拓展等已经沦为次要的课题,他们更需要从哲学层面思考“人”的话题。

让人欣慰的是,很多中国企业界已经以其对“人”和企业关系的深刻理解,由“经济人”向“社会人”过渡,在市场经济和企业责任两者相互促进的道路上作了很多有益的尝试并取得了良好的效果。

我们相信中国企业 500 强榜单能给我们带来更加丰富、更加深刻的借鉴意义。

诺基亚出局?

特约记者 列铭 本报记者 何芳

继 5 月份关闭法国、西班牙、荷兰的网上商店后,7 月份,诺基亚又关闭了英国和美国的官方零售点及网络商店。其给出的答案依然是为了更好地降低成本。

关闭网上商店、高管离职、大幅裁员、平台关闭、技术落后……诺基亚在 1 年时间内成为负面新闻最多的手机生产商之一。

再大的公司在市场面前都是小公司。美国著名财经网站华尔街评出 2012 年将会消失的六大品牌中,诺基亚赫然在列。

跟不上变化

最新一期美国《商业周刊》印刷版撰文称,由于未能充分理解市场变化,而且没有及时调整地理布局,诺基亚逐渐丧失了手机市场的领导地位。

诺基亚仍然占据着全球手机销量的 1/3 强。但在市场中的处境却是腹背受敌——三星等韩国手机制造商在主要的消费市场占据领导地位,苹果 iPhone 和 RIM 黑莓则统治了高端智能手机市场。

文章称,尽管仍然拥有不俗的市场份额,但诺基亚已经成为明日黄花。手机行业正在与计算技术和社交网络整合,但诺基亚却并未理解这一趋势。而现在再来补救,很可能为时已晚。

有观点认为,诺基亚坐上了行业头把交椅后,开始对市场患得患失,而不是努力开发能给消费者带来惊喜的创新产品。诺基亚不愿挑战自我,它一直都固执地认为,手机的主要目的就是通话,而没有意识到,用户逐渐开始利用手机查看电子邮件、寻找餐馆并更新 Twitter 信息。

其实 2006 年,随着手机价格低迷,诺基亚开始决定向“互联网”公司发展。当时诺基亚的官方外交词统一改成了“我们是一家互联网公司”,诺基亚此后几年新招聘的员工大部分来自于互联网企业。

同时,诺基亚展开了一系列收购。从 2006 年到 2008 年,诺基亚共收购了 5 家软件开发公司和互联网公司。其中,2007 年 10 月,诺基亚更豪掷 81 亿美元,收购全球最大的地图供应商 Navteq,并轰动整个电信行业。

上百亿美元的投资换来了全新的 Ovi 邮件和 Ovi 地图两大应用。诺基亚通过与 ISP 和运营商合作,开始提供音乐、游戏、铃声等付费下载服务。

可诺基亚却犯了“自说自话”的错误。毕竟,面对成熟而免费的谷歌地图和长期收费的 Ovi 地图,用户都会毫不犹豫地选择前者,真正让 Ovi 地图惨败的是“收费模式”。

(下转第六版)

“7·23”甬温线重大铁路交通事故发生后,有一群保险人第一时间集结在事故现场外围,通过微博、电台,尽可能收集伤亡者信息,寻找出险客户。7 月 26 日,在确认出险客户 2 小时后,他们就把理赔款交到了客户手中。阳光保险,在每次重大灾难发生后,都用专业的理赔服务证明了自身的成长与价值。

阳光保险的价值与责任

本报记者 南农

7 月 28 日,阳光保险迎来了 6 岁的生日。这一天,阳光财险西藏分公司正式开业,这是中国保险整个行业在西藏开设的第四家财险、第五家保险公司。至此,阳光保险各级机构达到 1500 多家,服务网络实现全国覆盖。但其重要意义并非仅仅如此。正如一直关注阳光保险的专家所言:“与不断壮大的企业规模相匹配的,是阳光保险在社会责任实践上不断增强的决心,是阳光保险集团六年来树立起的拥有高度社会责任的金融企业形象。”

“保险要出现在最需要的时候”

此次“7·23”动车追尾事故的伤者李明彦是福建永安人,事发时,他正从外地出差结束搭乘 D301 动车返回福州。意外上李先生的腰部遭受了软组织挫伤及右耳外伤,住进了温州市第三人民医院。受伤后的李先生突然想起来,自己虽然没买过保险,但他所在的公司曾为员工购买过团体保险。于是,他立即通过设在温州市第三人民医院的阳光保险志愿者服务点报了案。

接到报案后,阳光保险立即开启绿色通道,理赔人员经过调查核对,确认李先生这份保单于 2011 年 1 月份生效,为期 1 年。2 个小时后,李先生获得了一次性住院津贴 7000 元。

由阳光保险集团和旗下产寿险公

司组成的专项工作组也赶赴到事故现场,指导救助和理赔工作,开通绿色通道,做好对出险客户的理赔准备,简化理赔手续,快速赔付。

阳光志愿者则多点响应,他们说:“保险要出现在最需要的时候。”身着统一服装的他们直接进驻到了温州市接收事故伤者的医院,他们为所有与本次事故有关的人员提供力所能及的服务,包括前往各采血点献血、各类引导、咨询、物资搬运、病人转运等。

特别是在事发后的第二天,也就是 7 月 24 日在本次事故的集中接待咨询点——温州市二十三中学,他们还组织了专门的心理咨询师作为随队成员,设立了理赔服务咨询点,为本次事故中的伤者及家属提供现场心理干预服务,更多事故相关人员可以选择更具有隐私的时间或场合来进行心理建设。

业绩报表和社会报表都好看

“大道之行,天下为公”,2005 年阳光保险公司成立之初,创业团队就对企业的社会责任达成共识:企业的存在价值取决于对社会的贡献,没有对社会贡献价值的企业也就失去了存在的意义。对此,对阳光保险有着深入研究的东华大学金融学教授王千红评价:“假如剥离掉那些不错的经营业绩,我们看到,阳光所追求的是一个企业应该拥有的‘双重利益’,所以除了

那些财务报表上的数字和写在社会环境中的数字,那就是他们所承担的责任。”正如企业管理学者们所忠告的,我们必须学会超越利益的思维与价值观,我们要思考我们能为全球众生带来什么,而非单纯地考量自己的利益;我们要学会寻找新的突破口,并创造更大的价值,要一步一步实现从价格竞争到价值竞争的转变。

六年来,阳光保险知行合一,凭借迸发的创意与满腔的热情,在社会责任的多方面已远远超越一个只有六岁的公司所能做到的——支付雨雪冰冻灾害国内单笔最大保险赔款 6000 万元,赞助我国第 22 次南极科考船“雪龙号”南极科考活动,与团中央合作“全国青春建功新农村”暨促进农村青年转移就业创业活动,在全国范围内建起了 14 所博爱小学,4000 多人的青年志愿者协会活跃在全国各地,向青海玉树及四川地震灾区、海南洪涝灾区捐款 1500 多万元,仅用 62 小时完成伊春坠机事件遇难者现场理赔工作……

阳光保险将温暖播撒社会,做到了业绩报表和社会报表都好看,正如其规划中的那样:要做一个优质公司,更要做一个高尚公司。

企业发展是履行责任的基础

企业及股东、员工、合作伙伴、社会等利益相关方共同组成了一个互为

成本和收益的利益群。在利益相关方的利益平衡中,企业朝着一个可持续发展的方向发展,从而成为一个合格的“企业公民”。

作为国内七家保险集团之一,阳光保险六年来保持了持续不断的发展势头,今年上半年公司保费收入超过 163.5 亿元,行业排名第 8 位,同比增长 25.80%,旗下产险公司保费收入 62.8 亿元,寿险公司保费收入 100.7 亿元。截至 6 月底,集团总资产突破 600 亿元。六年来阳光保险为 3700 万客户提供各类风险保障 28.1 万亿元,累计支付各类赔款超过 138.2 亿元,创造就业机会 11.9 万个,上缴税收 47.97 亿元。

阳光保险的实践告诉我们,发展是硬道理,有社会责任的发展是科学的发展;发展是一种能力,这种能力成为企业履行责任的基础和坚强后盾。

专业机构研究表明,企业社会责任体系由四部分组成:一、实现规模和利润同时高速增长地可持续发展,并在企业发展的同时为员工创造良性职业与成长环境,实现企业和员工共同利益的最大化;二、维护业内良性竞争秩序,并利用企业自身的创新带动行业发展;三、对社会公益及慈善事业做出应有贡献;四、尊重和尊重自然。

“阳光速度”、“永不市场的破坏者”的合规经营理念、“红黄蓝”模式、“给云南 1.28 亿亩森林上保险”、“农民工保障计划”、“全球首款网络游戏保险”等等,都是这一责任体系在阳光保险集团实践中的体现。(下转第二版)