

这一刻,掌声送给你们!

作为中国企业的第一方阵,过去10年,你们如十六岁般肆意拔节生长——2011中国企业500强,合力创造了36.31万亿的营业收入,约占去年GDP的九成。中石化、中石油等央企庞大的身躯,让人艳羡;联想、吉利,陆续走出家乡,在广袤的天地闯荡;阳光保险等一批企业也以量子般的速度,一跃而上。

我们相聚成都,用三天,分享成功、交流经验、共话未来。今天,当你手捧新鲜的《中国企业报》,一定业已投入工作,没时间骄傲,成绩就定格在成绩单上吧。大或强的话题,在140亿元以上的企业群中不说也罢。

在平行的经济世界里,更高维的是“伟大企业”——那些肩负社会责任、自主创新的绿公司。未来,你们能否在无缝的互联信息时代,游戏自如?未来,会有几家Apple、Facebook从这里萌芽,悄悄地改变世界?

500强们,在新征程上,你们的航向指向“伟大”了吗?我们有理由期许,期许2020年,盖茨为你们起立、鼓掌!

02 新起点:规模与效益攀升

03 新起点:行业与地域不均

04 新起点:内涵与外延齐举

05 新起点:差距与挑战并存

06 强标杆:世界级企业之道

07 全球化:企业全球化之舞

08 新样本:阳光保险大超越

09 管理经:中国式管理升级

10 信息化:企业互联网革命

11 新引擎:文化产业待振兴

13 大趋势:大企业发展建议

15 新机遇:天府之国吸引力

16 看西部:四川大企业雄起



(相关榜单详见 B02—B16 版)

紫竹评论



在突破中开辟新征程

冯立果

2011中国企业500强系列榜单在社会各界热切的期盼中发布了。这些榜单清晰地显示了,中国大企业已站到了一个新的起点上,并将开辟新的征程。

开辟新的征程,将是一段积极向上的精神经历,也是一次“危”“机”并存的探索过程。在这场经历和过程中,中国大企业该如何突破?

首先,大企业要发挥龙头带动作用,在经济结构调整中发挥积极作用,完善技术创新体系,在部分关键核心技术有所突破,突出产品质量和安全,打造全球化品牌。

大企业有大责任和大作用。在过去10年中,中国500强企业促进了我国经济增长、缴纳税收、带动中小企业等方面发挥了毋庸置疑的重要作用。面对新形势以及国家对大企业提出的新要求,我国大企业必须勇于在促进国民经济转变增长方式、提高国民经济增长效率和质量方面发挥“领头羊”的带动作用。

要在产业结构调整中发挥积极作用。我国企业要着眼于抢占未来技术和产业制高点,培育发展战略性新兴产业。要大力发展绿色产业、环保节能产业

和循环经济,提高资源利用率,努力实现经济、社会与生态效益的和谐发展。

要发挥龙头作用,促进大中小企业共同发展、共同转型升级。大企业在产业网络中具有主导地位,要形成以大企业为龙头,大、中、小企业高效分工协作的新型产业体系。

以人为本,建立和谐劳动关系。大企业要带动建立健全完善的平等协商、签订集体合同制度,建立工资协商共决和调整增长机制,按照有关规定为职工缴纳各种社会保险费,帮助特困职工家庭享受基本生活保障,加大投入,不断改善安全生产环境,丰富职工的企业文化环境和人文环境。

进行技术创新,是我国大企业未来实现从“中国制造”到“中国创造”的必由之路。我国大企业不能永远依靠高污染、高能耗、低附加值的粗放式发展模式。而拥有庞大资金优势的大企业正是可能实现核心技术突破的市场主体。参考国外大企业在严格的市场竞争中形成的较为完善的技术创新体系和做法,我国大企业应该在建立健全研发机构和体系、保证研发经费的充足、密切进行产学研合作等方面加强技术创新的力度。

中国企业竞争力,弱就弱在缺少自主技术和自主品牌上。技术品牌是品牌的基础和核心。没有技术、没有核心技术,是不可能打造出大品牌、国际品牌的。因此,打造国际品牌,就成为中国企业崛起和中国崛起的根本象征。我国大企业一定要在国际品牌上下功夫,突破国际品牌匮乏的窘境,提升全球客户忠诚度,提升自己的赢利能力。

要保证产品或服务的质量和品质。质量是品牌的基础层次。没有质量过硬的产品,就不会有强大的品牌;要加强消费者行为和心里的研究。品牌以一种有形和无形的力量控制着消费者,控制着市场。品牌的影响力不仅意味着市场的占领,更意味着对消费者精神文化和思想心理的统领;要坚持不懈地加大品牌建设投入。品牌打造是一个长期积累的过程,绝不可能一蹴而就。

其次,加强集团管控水平和全面风险管理能力,并掌握国际市场规则,推进企业国际化向更高水平前进。

企业集团要采用什么样的管理控制和风险防范模式,不能照搬成功企业的,而应该根据企业自身的特点,选择适合企业资源能力和发展背景的模式。要进一步提高信息化综合管理水平。要把信息资源

开发利用作为信息化建设的核心内容,以科学的信息资源规划为先导,抓紧应用统一的信息管理平台、大力推进信息化的深化应用,推动各类信息资源的有效集成和高效利用,使ERP真正成为企业管理的“神经系统”。

要探索适合企业发展的治理架构和管控模式。要从治理、管控和宏观管理三大维度进行公司治理架构和管控模式的设计,从企业集团总体利益最大化的角度进行宏观统筹,实现资源、财力、人才的最优化配置。

要加强全面风险管理。国有企业和民营企业都要做好全面风险管理的学习、培训和组织变革工作。要按照确定的主业严控投资方向,防止盲目扩张、盲目做大。同时加强对高负债率企业投资活动的监管,将企业投资规模严格控制在合理负债率之内。实施“走出去”战略要围绕主业,做好充分的前期准备工作,推进企业国际化。

我国企业要走全球化之路,就必须打破长期以来在我国特色的制度和文化环境中生存和发展的习惯,掌握世界各国普遍通行的价值观念和游戏规则,进而突破目前的全球化困境。

要根据全球化的目的和出发点,企业自身的能力和行业特点,

选择合适的切入点。要建立具有全球视野的领导班子,保持最高管理层有一定比例的海外学习工作经验。要注意充分了解全球化的经营环境,对境外投资环境进行充分评估。要加强产业链企业的联合,抱团走出去。

再次,要提高资源能源利用效率,积极应对气候变化挑战。

我国大企业要在转变经济发展方式中认识到,气候问题是包括我国大企业在内的所有公民和企业法人的共同责任。我国大企业要积极提高能源使用效率,为全球气候变化以及我国政府参与气候谈判做出自己的努力。

要努力提高企业对气候变化问题的认知水平,充分了解国际社会的应对气候变化相关的公约和新公约谈判的主题与进程以及中国在这些公约中所作的承诺,充分理解中国政府为应对气候变化出台的各项法规、政策、规划、标准、指标等。

要加紧进行能源与环境现状评估,包括开展能效评估、进行二氧化碳排放量评估、开展环境绩效评估、将评估结果纳入企业决策。

要积极参与和推进国际合作。积极参与全球应对气候变化的国际合作,争取国际金融机构、政府机构的无偿援助,学习和吸收国

外应对气候变化的技术和管理经验。通过清洁发展机制(CDM)等渠道,发展与全球企业的商业合作。

最后,要高度注重企业软实力建设。

企业实力也有软硬之分。企业的硬实力,往往是指其物质方面的家底,如其资金是否雄厚,各种设施是否齐全,是否先进。但仅有硬实力是不行的。软实力对内体现为全体员工的士气,对外反映为由其品牌、服务、诚信等所构成的与市场与顾客心目中的声誉与形象。我国企业在未来发展要高度重视企业的软实力建设。

要把企业文化建设作为提升企业软实力的主要内容。在经济全球化的背景下,基于企业文化的软实力在参与国际竞争方面的作用和意义,正在超越传统硬实力而成为制胜的关键。

要把履行社会责任作为提升企业软实力的关键环节。企业的运营要把社会责任与企业发展战略、商业运营有机结合起来。

要把激励员工的智慧作为提升企业软实力的重要基础。人力资源的核心工作包括吸引优秀的人才到企业来、开发员工的潜在能力、留住优秀人才、造就良性的竞争环境4个方面的内容。