

上海工经联

SHANGHAI FEDERATION OF INDUSTRIAL ECONOMICS

蒋以任：高度重视二、三产业融合发展

浦江经济论坛：走出去，拓展上海转型发展新空间

芮明杰：“再工业化”及其对我国制造业的影响和对策

深入探讨上海加快实施“走出



“走出去”战略目标取向和创新思路

由上海市经济团体联合会、上海进出口商会、解放日报联合主办，上海市商务委员会担任支持单位的“走出去”论坛于7月17日举行。论坛的主题是“走出去：拓展上海转型发展的新空间”。论坛旨在全面分析上海实施“走出去”战略的现状和机遇，深入探讨2011~2020年上海加快实施“走出去”战略的目标取向和创新思路。上海市人民政府副秘书长肖贵玉和上海市商务委员会副主任张新生、解放日报总编辑陈颂清、上海市经济团体联合会常务副会长陈祥麟在开幕式上致辞。市经信委副主任邵志清出席论坛。全国政协常委、上海市经济团体联合会会长蒋以任作主旨演讲。论坛由上海市经济团体联合会执行副会长、上海进出口商会会长汤庆福主持。

蒋以任在题为“加快实施走出去战略 拓宽转型发展新空间”的主旨演讲中，简要总结了上海企业走出去的历程，分析了上海新时期实施“走出去”战略背景，提出：上海加快实施“走出去”战略的目标取向是：以科学发展观为指导，按照“创新驱动，转型发展”的总体思路，抓住当前世界经济格局调整和世界产业转移的战略机遇，依托上海制造业配套能力强和服务业发展潜力大的独特优势，着力使上海经济发展所需要的资源在全球资源格局中实现优化配置，使上海的产业链在世界经济体系中向高技术、高附加值的两端延伸；着力实现企业经营全球化、资源配置全球化和产业布局全球化；着力培育国际竞争新优势，拓宽国际合作新空间，提升上海转型发展的新水平。

肖贵玉指出，在过去的十年，上海企业实施“走出去”战略对于增强上海企业参与国际分工和竞争的能力，促进上海对外经济贸易的发展，提升上海开放型经济的水平，起到了重要作用。今后十年，上海要“创新驱动，转型发展”，实现建设“四个中心”和国际化大都市的目标，必须继续加快实施“走出去”战略。他分别从上海建设“四个中心”、建设国际化大都市、经济转型和产业结构调整、转变外贸发展方式和培育跨国经营企业等五个方面，要求提高认识，统一思想，把加快实施“走出去”战略摆上重要位置。

肖贵玉强调，同心协力，各尽其力，形成加快实施“走出去”战略的合力。政府要为企业走出去营造国际一流的发展环境。社团组织要为上海实施“走出去”战略发挥积极作用。“走出去”企业要不断增强国际投资和国际经营的能力。他谈到，上海市经济团体联合会与上海进出口商会关于上海加快实施“走出去”战略的研究报告，内容丰富，观点深刻，所提的建议对于市领导和市政府管理部门加快推进“走出去”工作很有参考价值。

张新生介绍，截至2011年底，上海已在102个国家和地区投资开办企业和机构1700余家，投资总额逾103亿美元，对外承包工程合同额达730亿美元，均位居全国各省市区前列。今年上半年，上海对外投资仍保持了较快增长，新核准对外直接投资项目117个，投资总额17.73亿美元，同比增长46%。

张新生说，上海将继续坚持以企业为主体，以市场为导向，鼓励有条件的各种所有制企业开展境外投资合作。支持企业积极稳妥地开展境外投资，加快培育和发展跨国公司；树立上海优质工程的品牌形象，支持企业承揽境外技术、资本密集型工程项目的总承包和总集成；鼓励企业全面参与国际经济合作与竞争，完善风险预警和应急处理机制，支持商会、协会发挥作用；不断创新，推进结构调整，努力实现“走出去”的健康较快发展。

华东师范大学国际企业研究所所长金润圭教授、上海电气电站集团工程公司副总经理韩又田、上海汽车集团股份有限公司合作与法律事务部执行总监张玉丽、德勤华永会计师事务所合伙人钱以文、上海建工（集团）总公司外经部副总经理荀晓晖、光明食品集团公司副总裁葛俊杰、金杜律师事务所合伙人李孝如、上海坤泰企业（控股）发展有限公司总裁张长春等八位专家或企业领导从各自不同的视野，总结了上海企业走出去的经验教训，分析了新时期上海加快走出去的机遇和挑战，提出了上海企业加快走出去的思路和政策建议。





刊名题词：

第十届全国政协副主席 徐匡迪
中国工经联原会长

目录 CONTENTS

第四期（总第 35 期）
2012 年 08 月

主 管：上海市经济和信息化委员会
主 办：上海市经济团体联合会
上海市工业经济联合会

《上海工经联》编委会

名誉主任：蒋以任

顾 问：杨国雄 蒋应时 王 坚
俞国生 周 波 许德明

主 任：陈祥麟

副 主 任：胡云芳

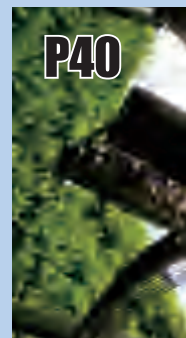
编 委：姜光裕 孙环葆 陈振浩
张培璋 汤庆福 金明珠
唐晓芬 李念政 陈忠德
任善根 叶伟成 管维镛
徐建国 胡茂元 伏中哲
冯祖新 刘家平 史文军
沈建芳 许秋塘 黄彦正
特邀编委：王肇平 左学金 王志平
华 民 于 海 张兆安
吴复民

设计排版：上海飞众文化传播

地址：上海市江西中路 181 号
邮编：200002
电话：021-63292897
传真：021-63290203
http://www.sfeo.org

上海市连续性内部刊物准印证（k）0562

封二



【本刊特稿】Ben Kan Te Gao

- 04 蒋以任：高度重视二、三产业融合发展
- 05 芮明杰：“再工业化”及其对我国制造业的影响和对策

【浦江经济论坛】Pu Jiang Jing Ji Lun Tan

- 10 蒋以任：加快实施在“走出去”战略 拓宽转型发展新空间
- 15 肖贵玉：把加快实施“走出去”战略摆上重要位置
- 16 陈祥麟：在“走出去”中获取新能量 拓展新空间
- 17 陈颂清：见证和记录企业海外经营的实例
- 18 张新生：以企业为主体 市场为导向 鼓励开展境外投资合作

【产业关注】Chan Ye Guan Zhu

- 19 闻 晖：发展制造业创意产业 由“制造”向“智造”转型
- 21 李晓玉：中国智造产业升级 关键在“智”造
- 22 工艺美术行业协会：上海应积极发展“制造业创意产业”

【行业分析】Hang Ye Fen Xi

- 23 服装行业协会郭黎阳：上海纺织服装制造企业上半年经济运行分析
- 26 服装行业协会：上半年上海服装销量下降 5.9% 单价上涨 5.4%

【专家建言】Zhuan Jia Jian Yan

- 27 董锡健 钨 钢：上海应率先构建国际老年功能化用品示范区
- 31 董锡健：认知与感知战略性新兴产业



【党建工作】Dang Jian Gong Zuo

- 33 张金康：切实加强社会组织党建工作 深化创先争优
- 34 胡云芳：进一步贯彻市第十次党代会精神 积极构建创先争优的长效机制

【节能减排（JJ）】Jie Neng Jian Pai（JJ）

- 36 陈振浩：控制能源消费总量 走可持续发展道路
- 38 上海通信广播电视行业协会：努力营造良好节能减排氛围
- 40 上海焦化有限公司：绿色化工 低碳发展 环保先行

【企业聚焦】Qi Ye Ju Jiao

- 41 世界 500 强中国企业“总数第二”背后的尴尬
- 43 透视全球化背景下企业发展“新坐标”
- 44 企业社会责任的“2012 猜想”

【协会纵览】Xie Hui Zong Lan

- 46 市经团联会长蒋以任走访金山区等 7 则

封二、扉页：

深入探讨上海加快实施“走出去”战略目标取向和创新思路

封面、封三：

豪车相聚在申城

高度重视二、三产业融合发展

上海市经济团体联合会会长 蒋以任

这次市十次党代会明确提出了上海要“创新驱动、转型发展，建设社会主义现代化国际大都市”的发展方向。根据上海的实际情况，我认为要实现“创新驱动、转型发展”，必须重视二、三产业的融合和互动发展。

上海建设现代化国际大都市具有自身特有的优势和经济特征

上海与纽约、伦敦、东京、香港等国际大都市相比，尽管在金融、贸易、物流等高端服务业上尚有较大的差距，但也有自身的优势和特点。这主要是工业基础雄厚。经过半个多世纪的积累，上海的工业制造能力，是香港等国际大城市无法比拟的。有一种观点认为，这是上海建设现代化国际大都市中的包袱。我不这么看待。现代化国际大都市应当是经济发展与城市发展紧密结合的，经济发展为城市发展提供支撑，城市发展为经济发展提供需求；没有强大而雄厚的工业基础，上海城市发展决不可能达到今天的规模和水平。同时，与别的国际大都市相比，上海还具有自己的市情，那就是人口众多，目前常住人口为 2300 多万，流动人口 600 万，人口多必然带来就业问题，必然要求城市提供众多的就业岗位和机会；这就要求上海的经济结构应该具有多元化、多样性的特征。目前，上海又面临国内兄弟

省市在经济发展上的产业类同化与规模、速度、效率和水平上的追逼，城市间竞争相当激烈，如苏州高新技术产业的产值就已经超过上海。上海对其他城市的辐射力和影响力，可能不会出现上世纪那样的格局了。基于上海的这些特点，我们必须思考：上海在创新驱动、转型发展，建设国际化现代大都市中，既要瞄准世界上的现代化国际大都市，又要发扬自己的优势，寻求自身的定位；既要达到国际化、现代化的要求，又必须考虑国情和市情，从城市发展的实际出发；既要迎难而上，应对挑战，又必须扬上海之长、避上海之短，与兄弟省市开展错位竞争。而实现二产和三产的融合与互动，在发展三产时不偏弃二产，二产为三产发展打下基础，以发展三产促进二产的创新与转型，促使二产与三产共生共荣，互相依存、互供服务、相得益彰。这是我们研究、分析上海城市特点与发展定位时应有的认识。

对上海实现二、三产融合发展的几点建议：

第一，正确把握二、三产融合和互动发展的关系。一是坚持先进制造业与现代服务业并驾齐驱的战略思路；二是在现代服务业中，重视和加强生产性服务业的发展，使其与金融、航运、贸易共同成为上海现代服务业的重要支柱；

三是现代服务业与传统服务业的关系，重点发展现代服务业时不能忽视传统服务业，传统服务业也要创新发展，做精、做好、做强。

第二，组织编制上海发展制造业创意产业发展规划。我们建议把创意制造业列入上海中长期发展规划，紧紧围绕产业升级和结构调整，以“产业创意化”为目标，编制上海制造业发展新的蓝图。把制造业创意产业，作为发展生产性服务业的重要模式来抓，打造成上海现代服务业发展的一个新亮点。同时将制造业创意产业纳入到全市文化创意产业发展的整体规划中思考。

第三，整合国内、国际资源，为实现二、三产融合和互动发展提供资源保障。学习国际上在产业转型发展中的经验和形成的新模式，尤其是在二、三产业融合发展中的成功经验，如美国苹果公司、IBM 公司，就是很好的典范。加大政策力度，支持创新型小企业的发展壮大和大企业的创新转型。增强政策吸引力，吸引更多的海外优秀人才，特别是先进制造业和现代服务业领域的复合型人才来沪工作。在长三角区域联动发展中，发挥上海生产服务业的辐射效应，提升上海的综合服务功能。

本文载于 2012 年 7 月 17 日《文汇报》

市工经联党委召开系统创先争优工作会议

8 月 7 日，市工经联党委在龙头（集团）股份有限公司会议中心召开创先争优工作会议。市经信委组织处副处长、统战部部长胡剑超到会并讲话，市工经联党委委员、各行业协会党支部书记和代表参加。会议由市工经联党委副书记、副会长叶伟成主持。市工经联党委书记胡云芳对市工经联党委系统创先争优活动进行了总结，并对今后党建工作提出了要求。一是加强班子自身建设是开展创先争优活动的关键，要做到抓常态化，建设学习型党组织、分类指导，创新党组织设置形式、狠抓落实，提升党组织建设质量。二是发挥党员先进性作用是创先争优活动的重点，要求立足本职，鼓励党员奉献在先、亮诺践诺，保持党员优良形象、弘扬先进，发挥示范引领作用。三是建立科学的工作机制是创先争优活动的保障，需要完善制度，推进创先争优长效化、公开党务，强化党内民主监督、反腐倡廉，健全惩防长效机制。

芮明杰现任复旦大学管理学院产业经济学系主任、校学术委员会委员、管理学院学位评定委员会主席、企业管理、产业经济专业教授、博士生导师，国家重点学科产业经济学学科带头人，复旦大学工商管理博士后流动站站长，并兼任中国工业经济研究开发促进会副理事长，中国企业管理研究会常务理事、中国国民经济管理学会常务理事、上海管理科学学会副理事长、上海领导科学学会副会长等职务，并受聘成为多家股份公司独立董事，大集团、大银行的顾问或咨询专家。7月2日，芮明杰教授受邀来市经团联作题为《“再工业化”及其对我国制造业的影响和对策》报告，现将报告内容摘要予以刊载。

“再工业化”及其对我国制造业的影响和对策

复旦大学特聘教授 芮明杰

一、“再工业化”提出的背景

“工业化”是指一个国家的工业，特别是制造业在国民生产总值中的比重不断上升，以及工业就业人口在总就业人口中比重不断上升的过程。“去工业化”则可以理解为与“工业化”相反的过程。

20世纪80年代至今，世界制造业格局发生了较大变化。变化的一个主要特点是美国和欧洲经历了一个“去工业化”过程，劳动力迅速从第一、第二产业向第三产业转移，制造业占本国GDP的比重和占世界制造业的比重持续降低，制造业向新兴工业化国家转移的过程。

结果是发展中国家尤其是中国制造业快速崛起，发达国家汽车、钢铁、消费类电子等以往具有优势的制造业面临严峻挑战。

世界制造业增加值从1980年的27900亿美元增加到2010年的102000亿美元。期间，美国制造业增加值从5840亿美元增加到18560亿美元，占世界制造业增加值的比重从20.93%降低到18.20%。德国制造业增加值从2490亿美元增加到6140亿美元，占世界制造业增加值的比重从8.91%降低到6.02%。法国制造业增加值从1400亿美元增加到2680亿美元，占世界制造业增加值的比重从5.02%降低到2.63%。英国制造业增加值从1260亿美元增加到2310亿美元，占世界制造业增加值

的比重从4.52%降低到2.26%。

形成鲜明对比的是，中国制造业增加值从1330亿美元增加到19230亿美元，占世界制造业增加值比重从4.78%增加到18.85%。2010年成为世界制造业第一大国。

“去工业化”不仅削弱了制造业的国际竞争力，也对国内就业产生了很大的消极影响。

1980年至2010年，美国制造业增加值占GDP比重从21.1%降低到11.7%，制造业就业人数占总就业人数比重从21.6%降低至8.9%。最近几年，虽然制造业占GDP的比重大体稳定在11%以上，但制造业就业人数占总就业人数比重仍然呈现下降趋势。截至2010年，美国总就业人数为12982万人，制造业就业人数仅为1152万人。

由于欧盟大部分成员国或多或少存在“去工业化”现象，主要涉及纺织与服装业、汽车等行业，欧盟统计局的数据表明，从1996年到2007年，工业占欧盟国内生产总值（GDP）的比重从21%降至18%，工业部门吸收的就业人数从20.9%降至17.9%。

由于过度依赖以金融业、房地产业为代表的虚拟经济，使美欧等发达国家在此次金融危机中受到了沉重的打击，市场大幅萎缩。“去工业化”致使发达国家抗危机能力不足这一弱点充分暴露。

英国“去工业化”后剩下的支柱产

业是什么呢？是金融、教育、文化产业。但金融危机一爆发，财富就缩水了。现在它们重新提出“在工业化”，说明它们确实感受到了危机，觉得在这特殊时期，没有实体经济还是很危险的，容易受到很大的冲击。

美国的情况也类似，所以也提出要“再工业化”。2008年金融危机全面爆发后，重归实体经济，推进“再工业化”战略被发达国家提到产业结构调整的议案日程上来。

今年年初美国总统奥巴马发表国情咨文，强调为了让美国经济“基业长青”，美国需要重振制造业，并表示将调整税收政策，鼓励企业家把制造业工作岗位重新带回美国。

日本财务省最新发布的统计数据表示。去年日本出现自1980年以来的首次贸易逆差。虽然出现逆差的部分原因是由于地震海啸等临时性因素，但从长远来看，产业转移造成的制造业空心化是日本出现贸易赤字趋势性因素。因此，日本政府将出台措施，着力扭转制造业流失局面。

虽然欧债危机让整个欧洲陷入经济不景气之中，但是德国、英国、法国等国家依然积极投入旨在调整产业结构，重振制造业。

发达国家的这些计划与行动传递了一个重要信息，即二十世纪七八十年代至今是发达国家“去工业化”、产业转移的时期，包括我国在内的发展中国家

抓住了机遇,通过改革开放承接了制造业的转移,制造业得到大规模发展,直接带动经济的高速增长。

但这一进程可能会逆转,未来十年可能是美欧等发达国家“再工业化”、在新一轮技术进步与工业革命中夺回制造业的十年。发达国家的“再工业化”战略必然会对全球产业尤其是制造业活动的空间分布,以及各国产业结构的调整产生影响。

从“工业化”到“去工业化”再到“再工业化”这样一个循环的过程,表面上反映了从实体经济到服务经济再到实体经济的回归,实际上体现了服务经济真正服务实体经济的发展战略,符合经济形态螺旋式上升的发展规律。

但是,后面的实体经济与前面的实体经济是不一样的,这是一个更加强壮、稳定,能够抗击经济衰退的实体经济,着重发展高端制造业,谋求产业结构的高级化。如果说“去工业化”去掉的是低附加值的加工制造环节,那么,“再工业化”实际上是对制造业产业链的重构,重点是对高附加值环节的再造。

二、为什么发达国家要“再工业化”

在当前,世界正向第三次产业革命推进的背景下,网络经济与实体经济的相互融合程度日趋加深,世界生产能力的复苏与增长必是奠基于新的生产方式、制造模式、生产组织模式之上。

美国这次再提“再工业化”主要是想解决四个问题。

一是能不能够继续保持在制造业价值链上的高端位置和全球控制者的地位。这是今天美国“再工业化”的本质。在制造业技术领先的位置上虚化,尤其是德国、日本、中国在制造业上的不断崛起,这是美国不愿看到的。

要继续发展在制造业中的技术领先行业,继续推进技术创新、商业模式创新、管理创新,来保持制造业技术领先和制造业价值链的控制力,特别是利用

新技术、信息互联网的优势,给现在的制造产业重新定义,形成新的智能化的制造业。

二是通过“再工业化”推动美国经济结构和产业结构的合理化。过度的虚拟化和金融化与实体经济的发展有一定的脱节,这个脱节可能是导致美国金融危机的导火线。

希望通过“再工业化”在制造业和金融服务业之间形成一种新的融合和配备,提高产业的投资水平来推动美国经济的复苏。美国原来在金融和现代生产性服务业上有优势,整体比较先进和发达,完全可以利用这个优势进行“再工业化”。在此过程中推进各种现代服务业,使之成为“再工业化”的良好合作伙伴。

三是用新的技术信息、互联网的优势对传统的劳动密集型制造业重新定义整合发展,通过技术创新提高传统制造业劳动效率,降低单位劳动成本,提高其在国际上的竞争力,同时提供大量的就业机会。

通过重新定义、整合发展,使提高了技术含量高的劳动密集型制造业重返美国,进而增加美国人的就业机会和消费能力。

四是积极推动科技创新、技术创新,创造新的产业。美国等发达国家技术力量强大,创新能力强,很多新兴产业源于美国,并领先全球,迅速形成产业化,且在全球市场上扩张。美国不仅善于创造新的产业,还善于创新商业模式,这可能成为“再工业化”的中坚力量。

通过实体经济发展降低美国贸易不平衡的水平,但贸易不平衡问题的解决需要通过制造产业特别是高技术制造业与高端服务产品的出口来缓解。

美国制造业协会对美国“再工业化”曾经提出了四大雄心勃勃目标:

目标1:现在到未来要使美国成为世界上最优越的制造中心和吸引国外直接投资的地方。

目标2:拓展全球市场,未来要使美国制造商的市场扩大到95%的国外客户。

目标3:要使美国制造商拥有符合21世纪经济需求的劳动力。世界级的制造业需要世界级的人才,美国制造业如果想保持其在世界中的主导地位,必须拥有国内外最优秀的高技能人才,这些人才必须精通科学、技术、工程和数学等领域的知识,掌握制造商所需要的技能。

目标4:未来要使美国制造商成为世界制造业的创新主导者,美国必须保持研发活动,促进和保护制造商知识产权。

三、美国、欧盟发达国家“再工业化”的举措

(一) 美国“再工业化”举措

出于对过度虚拟经济的反思,美国推行“再工业化”战略,本质上是力图重振本国制造业,在新一轮工业革命中寻找能够支撑美国未来经济增长的实体经济,通过制造业升级回归,解决就业与生产高成本的压力,实现经济的复苏。

但是实行“再工业化”并非只是一个简单的政策转变就能够完成,美国将面临很多问题,特别是很多制造企业难以消化的高人工成本,在技术创性能力方面的巨大投资等。

第一,加大对未来技术创新与先进制造业等有外部效应的基础性产业领域投资。

如2009年2月17日,奥巴马签署《2009年美国复兴与再投资法》,推出总额为7870亿美元的经济刺激方案,其中基建和科研、教育、可再生能源及节能项目、医疗信息化、环境保护等成为投资的重点。

2010年,美国在清洁能源技术和产业、医疗卫生领域、环境与气候变化、信息通信领域和材料与现金制造领域出台了一系列新的计划与政策措施。

仔细分析这些投资方向,可以发现美国政府的做法是在一些基础性产业如信息、通信、材料、清洁能源、环境、气候与医疗上加大投入,而这些产业不光是制造的基础,也是整个社会发展的基础。

第二,通过立法振兴制造业,推动实体经济与虚拟经济的融合。

美国曾经是全球制造业产值最大的国家,但美国制造业贡献的 GDP 在美国 GDP 总量中的比重却在逐年下降。2008 年的金融危机使以前由于过度依赖虚拟经济的美国受到了沉重打击,经济极为不景气。尽管如此,美国的金融服务体系、创新服务体系、互联网技术等依然还是比较先进,这为“再工业化”以先进制造业为代表的实体经济与虚拟经济的融合创造了非常好的条件。

近来美国一方面对金融等虚拟经济进行大规模改革,加强监管,提高经济抵抗金融风险的能力;另一方面加快重塑制造业的优势地位,向实体经济转型。

第三,政府追加投资,广泛组织社会资本,鼓励民间科技创新。

金融危机发生后,美国经济虽然有很大问题,但并没有因此而大幅度减少研发投入。如 2009 年初美国国会公布的《2009 年美国恢复和再投资法案》的草案包含增加 133 亿美元科技投入,其中研究和开发 99 亿美元,研究和开发设施设备 34 亿美元。

2010 财年联邦部门研发拨款中,美国国家科学基金会、能源部科学办公室和国家标准技术研究院为代表的基础研究主体的研发拨款朝着十年翻番的目标稳步前进。

美国对具有国家战略价值的新兴产业投入了巨资,借助于税收补贴等手段,但更重要的是美国国债规模很大,扩大国债显然对美国不利,所以如何利用杠杆效应撬动美国广大的社会资本,引导民间的社会资本在重要产业领域的投资就格外重要。

第四,培育“再工业化”的主体,引导海外美国制造业企业回归本土。

“去工业化”实际上首先是美国的中小制造企业纷纷迁移到海外,因为美国的劳动力成本太高,美国认识到了这一点,于是把中小企业视为实施“再工业化”战略的主体力量,为此相继出台了一系列鼓励和支持中小企业发展的政策和措施。

2009 年 3 月 16 日,奥巴马宣布计划从 7870 亿美元经济刺激方案中划拨部分款项(7.3 亿美元)解决小企业贷款难的问题。2009 年 10 月 21 日,奥巴马宣布一项支持小企业发展的新计划,以帮助小企业度过信贷紧缩难关。

2009 年 12 月 11 日,奥巴马政府计划将 7000 亿美元问题资产救助计划(TARP)的剩余资金用于扶持小企业,钱虽然不多但表明了美国政府的姿态。

美国政府推动“再工业化”主要是通过“公司税”推进。奥巴马政府现在出台政策是降低公司税,如果你把公司建在美国我们会给你降税,如果把公司开在美国的某个贫困地区,税费更低。旨在给中小企业一个信号:回归美国本土将获得政府及金融机构的大力支持,在技术进步提高劳动生产条件下,中小企业生产成本问题已经不成问题了。

第五,鼓励产学研合作,培养制造业世界级人才。

2011 年,奥巴马总统推出“高端制造合作伙伴”计划。该计划由道氏化学公司和麻省理工学院共同领导实施,而非政府部门直接负责实施,主要致力于四方面的工作:建设国家安全关键产业的国内制造能力;缩短先进材料从开发到推广应用的时间;投资新一代机器人;开发创新型的节能制造工艺。可见,这是美国官产学研协同作战振兴制造业的一项重大举措。

这一计划的背后是培养世界级的制造业人才。他们认为目前尽管美国劳动力的成本比较高,但美国劳动力的生产

效率和素质是世界最高的,世界级的制造业需要世界级的人才,美国制造业如果想保持其在世界中的领导地位,必须拥有国内外最优秀的高技能人才,这些人才必须精通科学、技术、工程和数学等领域的知识,掌握制造商所需要的技能。

(二) 欧洲“再工业化”举措

2008 年国际金融危机以及到今天的欧债危机推动了欧盟及其成员国对实体经济与虚拟经济关系的重新审视,并使得制造业的地位再次受到重视,多个欧盟成员国都提出要“再工业化”。

从欧盟层面和多个成员国的官方文件来看,欧洲的“再工业化”绝不是简单地依靠政府力量增加制造业比重,而是着重于加强制造业的竞争力:一是继续巩固与强化传统产业的某些环节和优势产业在技术、产品质量、品牌、环保等多方面的既有优势。二是努力在新兴技术产业的角逐中抢占制高点。

德国、法国、英国等国家虽然进行了“去工业化”,但是目前从工业产品的技术含量、质量、品牌、具有前瞻性的环保要素等方面综合考虑,欧盟这些国家的制造业竞争力仍然是最强劲的,一批重要的制造业依然给欧盟经济带来重要经济支持,如商用飞机、汽车、智能设备制造业等获得的附加值也是全球最高的。

另外,欧盟还掌握着接近 50% 的全球工业技术标准和产品规则。这些因素都是欧洲“再工业化”的有利条件。如果欧洲在未来若干年切实制定并执行“再工业化”战略,那么其工业优势地位必得以巩固和加强。

面对“去工业化”在产业结构和就业方面带来的威胁,欧盟委员会几年前提出了欧盟工业政策的方向与目标,其重点是促进创新,并启动了以下方案:

2007 年成立欧洲研究理事会;2008 年建立欧洲创新技术学院;实施联合技术倡议,研发如卫星监测环境与

地球安全、微电子工艺燃料电池、医药创新等技术与工艺,以提升“再工业化”进程。

四、“再工业化”对我国制造业发展的挑战

目前,美国一方面,从经济结构看,制造业产值占其GDP比重只有11%,还不及金融服务业的一半,制造业弱势的局面没有得到根本改变。

另一方面,美国制造业“回归”走的是高端路线,基建和科研、教育、可再生能源及节能项目、智能电网、医疗信息化、环境保护等是其投资的重点,这也就意味着美国在意图打造先进制造业,而不是真的想重现“美国制造”时代。

可以说,当前的发达国家“再工业化”,实际上就是在走一条经济转型之路,给我国的制造业转型升级带来诸多挑战与启示。

挑战一,我国制造业竞争力可能大幅度弱化。

改革开放三十多年,我国已经成为名副其实的“制造大国”,2010年,我国制造业产出居世界之首。劳动力成本低廉曾经是我国制造业得天独厚的优势,也是我国制造业产品在国际上有一席之地,有相当竞争力的关键。

然而,中美劳动力成本正发生此长彼消的变化。美国波士顿咨询公司对这一趋势非常关注。2011年推出了《美国制造复活》的报告,称“中国的工资水平以年均15%-20%的幅度在上涨,持续下去的话,2015年前后美国南部等地的生产成本将低于中国”。

挑战二,我国出口制造业可能会受到巨大冲击,加工贸易有可能衰落。

过去发达国家“去工业化”,大量的制造生产环节外包到发展中国家。今天则不一样了,类似3D打印的新制造生产方式对土地等要素的占用很少。不需要很大的厂房,总部可以通过互联网发送的指令,完全可以在客户家门口给

他打印制造,实行“销地产”,大大超越了传统的“产地销”模式。

因此,新技术革命可以使新兴制造业重新流回发达国家,增强国际竞争力。这样就对我国的出口制造业形成巨大冲击,因为我国出口制造业对我国GDP的贡献很大,约占三分之一左右,是中国经济增长的三大支柱之一。

挑战三,发达国家继续成为新一轮产业全球分工体系中的控制者,而发展中国家已然成为被控制者。

改革开放以来,我国制造业通过引进、合作、创新发展到今天已经有很大的规模,但在整个国际产业分工体系中,我国的制造业一直处在价值链的低端,附加价值创造低,利润薄的状态,而发达国家则处在价值链高端,而且通过关键技术、产业标准、产品标准等控制了产业的价值链、制造业供应链,所以,我国目前的制造业应该说是依附型制造业。

这一次的“再工业化”是建立在新一轮技术革命基础之上的,发达国家的信息渠道通畅、分销网络广泛合理。市场环境好交易便捷,而且发达国家民众总体富裕,更具备个性化消费的条件。

挑战四,我们与美国发达国家在创新竞争力方面有很大的差距,这个差距还可能加大。

美国等发达国家创新往往以市场为导向,市场导向的创新容易产业化并产生经济效益。而在创新的过程中政府会发挥自己的作用,但不是指定发展的方向,而是说“我为你企业创造什么条件”,这是非常重要的。

我国在创新方面虽然也很重视,但具体到创新的市场导向,创新的制度与激励机制、知识产权保护等方面虽然有进步,但依然问题重重。例如,我国的网络速度不快对我国的信息搜寻、知识获取、经济增长影响非常之大,对学习对人才培养影响也很大。

美国这次的“再工业化”,首先想

到的是拿钱出来建设信息高速公路,加快信息传输速度,提高全民学习能力。其次是投资教育与培训,因为未来的工业革命也好技术革命也好,人力资本都是最重要的。

五、“再工业化”背景下我国制造业发展的思路与对策

1、调整结构实现制造业的转型升级

目前,我国正处在产业结构调整时期,有一种观点认为,我国经过这么多年的工业化,现在开始进入后工业化时代即服务经济时代,应该大力发展现代服务产业,许多传统制造业应该转移淘汰出去,这叫“去工业化”观点。这是美国等发达国家已经走过的路。

发达国家的“再工业化”不单纯否定制造业,我国目前的产业结构调整、制造业转型方向与方式是否可靠,是不是还要重蹈他们的覆辙呢?这显然是需要认真研究的大问题。

我国当然需要发展服务经济,包括生产性服务业,因为相对制造业发展,我国的生产服务业长期发展迟缓,落后于制造业发展的状态,这是我国产业体系存在的一个重要问题。但是发展生产性服务业的目标,是为了促进制造业的转型升级。

这个转型升级不应该是简单的仅仅考虑引进发展一些战略性新兴产业,发展战略性新兴产业不应该还是在老的制造业生产方式、制造模式里面兜圈子,而应该是目标要远大,要瞄准能够引领未来新一轮工业革命或“第三次工业革命”的新技术。

我们过去叫“新兴工业化”。那什么叫“新兴工业化”呢?就是要抓住新一轮工业革命,抓住“以互联网为支撑的智能化大规模定制的生产方式”,抓住新的制造模式、新的生产组织方式,抓住消费者个性化消费时代的到来。

2、“再工业化”阶段,要努力发展



先进制造业

我国现行制造业的发展是基于我国劳动力价格低廉、资源价格便宜、环境损害基础之上的,产品处于价值链低端,收益率不高。但是在金融危机和人民币升值的双重压力下,我国制造业的资源价格、劳动力价格不断上升,使我们低端制造业的低成本优势逐步消减、利润逐步下降。

在面对发达国家今天“再工业化”的情况下,我国制造业要抓住新一轮工业革命的机遇,大力进行技术创新迎头赶上发达国家,这就要求我们发展先进制造业、战略性新兴产业。

先进制造业有三个特征:一是技术含量较高,以高新技术为核心。二是创造附加价值较高。三是从未来的要求看,应该符合低能耗、低污染的低碳经济要求。有这样的三个特点才能符合先进制造业的要求。

3、政府要为产业转型升级服务

政府对制造业转型究竟应该起到什么作用?在这一方面,美国政府的具體做法是——政府不明确具体的产业选择。虽然美国提出“再工业化”,但是产业选择实际上是不明确的,因为政府想市场去发挥功能,而不是政府去替代市场做出决定。

从政府层面来说,就是把制度搞好、完善市场使其更透明化。美国政府目前做四件事:一是提供制度环境。二是提供能够保护私人财产和促进有效竞争的法律体系。三是支持基础研究,提供平等的教育机会,加强人力资源的开发。四是政府不是要做所有的事情,但是要把做的事情做好。

相比而言,我国的市场还不是很成熟。从逻辑上来讲,市场不成熟状态下政府就应出面干预了。问题在于,“干预什么?怎么干预?干预的范围和干预的层面,哪些适合,哪些有是不适合的”所以美国的做法可以借鉴。

4、更大胆地进行创新的制度建设和知识产权制度的改革

前者的关键在于创新激励机制能否建立。现在很多个人的发明创造,发明者所在的单位都会声称这是发明者的职务发明,导致创新者没有什么收益,于是他们的创新动力就不足。经济学告诉我们,只有创新者分享到了创新带来的红利才能有更大的动力投入下一步创新,要形成正向的反馈。

创新成果涌现的另一方面是知识产权的保护。我国虽有知识产权保护法,但还需要进一步努力,需要更准确的界定和更严格的执法。

5、进一步深化教育制度改革,为制造业升级培养更多人才

现在的教育分两块,一块是普通教育,一块是职业教育。美国的普通教育很强,不过它的职业教育没有德国好。我们常说的德国制造非常精良,原因就在于它有一支庞大的熟练技术工人和工程师队伍。我们现在还有谁想当技术工人呢?都想去金融业工作,职业教育做不好,制造业转型升级肯定做不好。

另一方面是如何做好产学研合作。2011年美国推出一项重大举措,即“高端制造合作伙伴”计划,其实质就是一项官产学研联合振兴高端制造业的计划。该计划由道氏化学公司和麻省理工学院

共同领导实施,而非政府部门直接负责实施,主要致力于四方面的工作:建设国家安全关键产业的国内制造能力;缩短先进材料从开发到推广应用的时间;投资新一代机器人;开发创新型的节能制造工艺。

6、支持制造业转型升级,特别支持创新制造模式

中国要成为未来的工业强国,制造业转型升级是关键。从发达国家的“再工业化”的举措来看,工业强国的实现应该抓住新一轮工业革命的历史机遇,利用后发优势实施后发先至的战略,进一步深化改革开放。这一过程中政府应该扮演重要的角色,但政府不应该也不能够替代市场,不能够替代企业主力军的作用。

政府制定的优惠政策导向应该是引导企业大胆创新,引导企业围绕大规模定制化生产方式展开,开展新制造模式创新,商业模式创新。我国也应该对某些重要的制造业创新发展进行立法,尤其是那些对制造业转型升级有重要作用的新能源、新材料、信息公路、通讯、环境保护等基础性产业进行技术创新推进,形成突破。

7、迅速完善我国创新服务体系

我们国家一直是提倡自主创新,也开始有了政府支持的公共创新服务平台,比如生物医药行业中的检测检验机构、孵化器、公用的实验装备等都是其中的要件。但是研究发现,这些公共创新服务目前存在效率不高、不方便、服务不到位的情况。

在面对发达国家“再工业化”的挑战与新一轮工业革命的同时,如何完善我们的公共创新服务体系,让用户感到使用很方便,成本也低,创新出成果就成为一个关键的问题。

今天我们已经进入了速度经济时代,速度决定了创新竞争的成败,决定了在未来全球产业新分工体系中我们将会占据什么样的位置。



企业“走出去”，其实是一个老课题，作为上海对外开放的一线大城市，从改革开放以来，就坚持了“走出去”的战略。当然，“走出去”也是上海建设“四个中心”，特别是当前创新驱动、转型发展的一个非常重要的措施。上海的发展要放在全国，乃至全球的定位上来考虑，这是非常必要、非常重要的。

加快实施走出去战略 拓宽转型发展新空间

上海市经济团体联合会会长 蒋以任

加快“走出去，拓展上海转型发展新空间”，是市经团联（市工经联）在去年调研基础上，今年又继续开展的一个调研课题。举办“走出去”论坛，由市有关主管部门、解放日报、企业、以及会计事务所、律师事务所等，一起来对上海企业“走出去”发展的成功经验和启示进行交流和讨论，希望能为政府的决策起一点帮助、参谋的作用。

上海企业走出去始于上世纪50年代，迄今已有60年历史，大体可划分为三个时期：第一时期是1950-1978年，我国实行对外封闭的计划经济体制，上海企业主要依托援外项目走出去；第二时期是1979-2000年，我国实行对外开放政策，上海企业开始以对外直接投资、对外工程承包和对外劳务合作等多种形式走出去；第三时期是2001-2010年，我国实施“走出去”战略，上海企业加快“走出去”，初步形成了主体多元、形式多样、规模扩大、质量提高的

新局面。

第一，“走出去”发展的速度在加快。到2010年，上海中方对外投资达到20.73亿美元，直接投资是2000年的11.58倍，列全国第四位。对外承包实际营业额达到68.96亿美元，是2000年的8.23倍，位列全国第一。

第二，“走出去”的结构得到优化。行业分布，以相对优势的行业为主体，同时，高端制造业和服务业趋向势头好的地方发展。市场结构，以亚洲市场为主，欧美市场的空间也不断地扩大。“走出去”主体，最初是国有企业，现在发展到民营企业也加入了进来。同时，“走出去”项目的数量和资金不断地增加，总体水平、质量在提高。

这方面有不少典型的例子。

上海宝钢集团经历了国际贸易、投资开矿和海外投资、建厂三个发展阶段，现正在向跨国公司的方向发展，在“走出去”中，是一个具有非常竞争力

的实体。上海汽车集团成功收购了英国罗孚公司，在英国，第一时间通过招聘把汽车研发人才留用下来。温家宝总理在英参观了这家企业，说那是中国的资本，国外的团队。上海电气集团在国际电站市场树立了品牌，包括30万千瓦、60万千瓦超导连接技术，现在60万、100万核电站也在逐步开发，这是非常不容易的。上海振华重工集团的集装箱安装已占领国际市场的75%以上，同时，还带来了许多机电产品的出口。上海建工集团在国际工程承包市场上，已经初步形成了品牌的影响力，在工程所有国留下了良好的口碑。锦江国际集团收购了美国德尔公司和洲际酒店集团，构筑起了全球性的酒店管理品牌，促进了锦江品牌的“走出去”。上海光明集团成功收购了澳大利亚玛诺森食品75%的股权，使上海的食品产业源头向国外衍生。上工申贝集团成功收购了世界上工业缝纫机排名第三的阿德勒

公司的股份,技术水平进入世界先进水平行列,工业缝纫机的产品档次也通过这样的收购得到了大大提高。上海国际港务集团成功收购了马士基集团持有的比利时 APM 码头泽布吕赫公司 25% 的股权,这是中国港口企业第一个在海外码头的投资项目。

一些民营企业,在国际资源合作领域中也大显身手。上海中荣事业集团收购了美国克里姆斯石油勘探公司 54.8% 的股份,这是上海第一个收购美国石油公司的重大项目。上海鹏欣集团在玻利维亚投资了农业项目,在刚果金收购了一个铜矿项目。上海坤泰企业集团在刚果金拥有 50 多座矿山,成为在非洲拥有优质矿山矿权最多的中国企业。

现在,“走出去”面临了新的阶段,这是上海经济社会发展的关键时刻。在当今,国际投资出现的新情况、新趋势下,我们看到了一个非常重要的机遇。上海要建设“四个中心”的宏伟目标,加快“走出去”是非常重要的一个战略。温家宝总理和市委俞正声书记多次对“走出去”企业提出要求,俞正声书记要求我们要大胆的走出去,把市场做大。在新的十年中,上海要加快“走出去”战略,明确目标,以科学发展观为指导,按照创新驱动、转型发展的总体思路,抓住世界当前经济格局的调整和世界产业转移的战略机遇,依托上海制造业配套能力强和服务业发展潜力大的独特优势,形成“走出去”的巨大力量。

这十几年下来最大的体会是,企业“走出去”单靠贸易不行,主要是靠技术创新、知识创新,这是最重要的。所以,我觉得在往后的 20 年中,要着力使上海经济发展所需要的资源在全球资源格局中实现优化配置;要着力实现企业经营全球化,资源配置全球化和产业布局全球化;要着力培育国际竞争新优势,拓宽国际合作新空间,提升上海转型发展的新水平。

就上海如何加快实施“走出去”战略,谈几个观点:

一、加快实施“走出去”战略,要组织开展全局性、前瞻性的深度研究

建议发动和组织各方面力量,沿着 3 个方向进行深度研究:

1、按照经济发展规律和国际投资规律,按照上海“十二五”的发展目标,加强上海企业走出去与上海经济和社会发展的相关性研究,为上海创新驱动,转型发展提供新的视角、新的思路。

2、重视研究发达国家企业走出去,尤其是日本、韩国等亚洲国家企业走出去的历史经验和教训。要重视研究和借鉴外资企业在中国投资的战略、策略和成功做法,重视研究和借鉴外国政府对企业走出去和到中国投资采取的政策措施。

3、重视研究和总结上海企业走出去的历史经验。我国改革开放 30 多年来,上海企业有过几次“走出去”高潮:第一次是上海外贸企业走出去设窗口公司;第二次是上海企业走出去投资建厂;第三次是上海成立海外公司,并在美国、德国、日本、俄罗斯等重点地区设立五大海外集团公司。在三次高潮中“走出去”的上海企业,有些发展了,有些关闭了,有些即将关闭。对企业在走出去过程中出现的问题,应该具体情况具体分析,不宜“一刀切”。建议对企业走出去的成功经验或失败教训进行认真总结,这无疑将成为上海企业加快走出去的一笔宝贵财富。

二、加快实施“走出去”战略,要与经济转型与产业布局调整紧密结合起来

上海加快实施“走出去”战略,不能只关注对外投资、工程承包和劳务合作等年度增长指标,而应紧密围绕和服务于上海经济转型与产业布局调整。

1、注重“走出去”战略产业的导向。上海要发布对外投资和对外承包工

程国别地区产业导向目录,引导企业按照上海产业结构调整和新兴行业发展方向走出去,引导先进制造业和现代服务业走出去,引导高新技术产业和新能源产业走出去,引导交通及基础设施等优势产业走出去,引导文化创意产业走出去。

2、注重“走出去”重点类型的推进。从企业“走出去”的原始动机分析,大体有四种类型:市场开拓型、资源开发型、研发提升型、成本降低型。这四种类型对上海经济转型和产业全球化布局起着不同的作用,建议分类指导,分类推进。对市场开拓型的“走出去”企业,要支持其购买国际知名品牌、购买成熟的营销网络,或者在目标市场投资建厂,变“产地销”为“销地产”。这一类型,将有助于提高上海产业在国际市场上的竞争力,有助于提高上海一般贸易的增值能力,有助于扩大在目标市场的份额。对资源开发型的“走出去”企业,要支持其在境外购买矿山资源和资源开发性企业。这一类型,将有助于上海紧缺型资源的补充,有助于扩大资源类大宗商品的进口。对研发提升型的“走出去”企业,要支持其购买境外研发机构和先进实用技术,利用当地研发人才。这一类型,将有助于快速提升企业的研发能力和创新能力,增强上海产业的国际竞争力。对成本降低型的“走出去”企业,要支持其到境外获取低成本的劳动力、低成本的土地和低成本物流。这一类型,将有助于上海对外转移劳动密集型和资源能源密集型的产业,有助于上海把有限的资源能源用于发展高新技术产业和现代服务业。

3、注重“走出去”高端项目的占比。上海企业对“走出去”项目的选择,应逐步从中低端向中高端提升,努力扩大高端项目所占的比重;要扩大上海先进制造业、现代服务业在对外投资中的比重;扩大资源开发类投资项目在对外投资中的比重;扩大境外并购发达国家重

点行业龙头企业的比重；扩大EPC(设计-采购-施工)、PMC(项目管理总承包)等方式在对外工程承包项目中的比重；扩大设计咨询项目在对外工程承包中的比重等。

三、加快实施“走出去”战略，要鼓励“走出去”模式创新

联合国贸易发展组织《2011年世界投资报告》指出：与西方发达国家的企业国际化相比，中国对外投资起步晚，对外投资的发展速度相对滞后于综合国力的增长速度，多数跨国企业依然是“点式”和分散的对外投资，而非真正拥有全球一体化的生产体系和完整的全球产业链。目前上海企业走出去，基本上是“单打独斗”的孤军奋战模式，在境外形成“星点式”的散状布局，离拥有全球一体化的生产体系和完整的全球产业链还有很长的路要走。要改变这种状况，就要勇于创新企业“走出去”合作模式。

1、探索外贸、外经、外资企业“中中外”联合“走出去”模式。上海外贸发展的历史证明：对外贸易先行，促进了对外投资和工程承包；对外投资和工程承包又拉动了对外贸易的发展。招商引资促进了对外贸易快速增长，而外资企业供应链全球化布局的调整，又开始走出去投资建厂。因此，要鼓励有条件的外贸企业、外经企业与外资企业相互合作，“中中外”联手，发挥各自的优势，共同走出去开拓国际市场。

2、探索不同所有制企业优势互补“走出去”模式。民营企业机制活，决策快，政府色彩少，比国有企业更容易在一些国家和地区购买到矿山和获得资源类项目，但是缺少探矿、采矿和冶炼开发的技术，引导拥有这方面技术专长和生产管理能力的国有企业与其合作，民营企业先行，国有企业跟上，将会形成珠联璧合的协同效应。

3、探索境外“同地区集聚”的“走

出去”模式。多年来，上海在建设经济技术开发区、出口加工区和保税区等方面，在其他省市以“飞地”方式复制上海经济技术开发区模式，积累了丰富的经验。建议上海对“走出去”企业较为集中的国家和地区建立境外经济贸易合作区进行可行性研究。这有利于在境外营造“走出去”企业集聚发展的小环境，有利于与当地政府的沟通协调，有利于共享合作资源，有利于加强“走出去”企业管理，降低对外投资风险。

4、探索同行业集群“走出去”模式。同行业的企业集群走出去，是一种纵向联动“走出去”模式。要鼓励行业主导企业带动同行业配套企业一起走出去，使供应链在境外延伸，降低成本，增强抗风险能力。鼓励设计咨询企业、工程承包企业以境外项目为目标，组成纵向合作的投议标联合体，提高在国际工程承包市场上的竞标能力。

四、加快实施“走出去”战略，要增强企业“走出去”的动力和能力

历史的看，上海企业“走出去”进展较快，成绩明显，涌现了一些优秀企业，锻炼了队伍，积累了经验。然而，从总体上看，上海企业走出去的内生动力还不足，跨国经营能力还不强。一些企业习惯于传统的企业发展之路，在国门前景望而却步，有的不想走出去，有的不敢走出去，有的走出去不久又走回来了。究其原因，有些企业是受制于传统的考核制度，墨守成规，缺乏国际视野和走出去闯市场的勇气；有些企业是把国内的治理结构、决策机制、用人制度与分配模式照搬到国外，发生水土不服；有些企业是对“走出去”项目的可行性研究不充分，对项目所在国（地区）的经营环境，包括法律制度、风俗习惯、价值观念、宗教信仰、工会组织等缺乏深入的了解，对可能发生的风险缺少思想准备和应对预案。上海加快“走

出去”的主体是企业，因此要高度重视增强企业“走出去”的内在动力和跨国经营能力。

1、培育形成本土的跨国经营企业群。上海要着力培育扶持一批体现上海优势行业实力，在国际专业市场上具有影响力和竞争力的跨国经营公司；要着力培育扶持一批国际工程承包市场上具有总承包高端项目能力包括兼备设计咨询、施工管理和融资能力的综合性工程承包公司；要着力培育扶持一批在某一领域拥有技术专长和服务优势的中小型“走出去”企业。

2、增强“走出去”企业的跨国经营能力。上海企业加快走出去，要注重增强8种能力：境外购买资源，并购企业，优化配置全球资源的能力；境外购买品牌，购买渠道，进入目标市场的能力；以EPC(设计-采购-施工)、PMC(项目管理总承包)、BOT(建设-经营-转让)、PPP(公私合营)等国际通行方式开展国际工程承包的能力；与境外企业合作，特别是与欧美企业合作，联手进行企业并购或承接大项目的能力；大型复杂性境外承包工程集成化管理能力；境外投资企业和境外项目属地化运营能力；在目标市场设立地区总部，开展区域化经营的能力；敏感地区敏感项目的危机公关能力等。

3、完善“走出去”企业的考核评估制度。许多“走出去”项目具有投资大、回收期长的特点。建议对于符合上海转型发展需要和企业发展战略的“走出去”项目，在对企业负责人进行年度考核和任期考核时，另行制定科学的考核办法。建议对企业走出去付出的学费与资产的流失给予科学的界定，对“走出去”项目未达到预期目标或非主观原因的失败设定合理的宽容度。

4、强化“走出去”企业“造福当地”的意识。企业走出去要获得成功，决不能忽视企业社会责任。“走出去”企业应充分体现上海市委倡导的“公正、包

容、责任、诚信”的价值取向，遵守当地的法律法规，尊重当地的宗教民俗，创造当地的就业机会，重视当地的环境保护，珍惜当地的自然资源，参加当地的公益活动，按当地的文化习俗处理各方面的关系，努力促进当地的经济和社会发展。

五、加快实施“走出去”战略，必须突破国际经营管理人才紧缺的瓶颈

当前企业普遍反映，缺少具有全球战略眼光、熟悉国际投资规则、善于在复杂纷繁的形势面前趋利避害正确决策的高层次跨国经营人才，缺少熟悉国外法律、金融、财税、营销、管理、政策以及文化等领域的专业人才，缺少负责实施“走出去”具体项目的管理人才，人才紧缺已成为制约上海企业加快走出去的瓶颈。鉴于此，上海要全力打造“走出去”紧缺人才的高地。

1、重视引进聘用优秀的跨国经营人才。真正的跨国经营人才是在长期的跨国经营实战中锻炼出来的，虽然聘用成本可能高一点，但这是迅速增强企业跨国经营能力和提高“走出去”成功率的一条捷径。

2、“走出去”企业用人属地化。用人属地化是跨国公司走出去取得成功的重要策略。“走出去”企业用人属地化，有利于提供就业机会，与当地建立和谐关系；也有利于利用当地人才，弥补“走出去”企业对当地环境的不熟悉，提升“走出去”企业的技术和管理水平。

3、制定上海“走出去”紧缺人才教育培训计划。要通过高等院校的专业教育、事业单位的实务培训、行业协会的短期培训、集团公司的岗位培训、海外项目的实战锻炼等多种途径，有计划地培养多层次多类型的上海“走出去”紧缺实用人才。

4、建立上海“走出去”紧缺人才教育培训基地。基地开设的实务培训课

程主要讲企业“走出去”基本知识和基本技能，讲“走出去”项目的管理和实施，讲“走出去”的注意事项等，要请具有“走出去”实践经验的人主讲，注重案例教育和实际效果。

5、形成上海“走出去”紧缺人才的激励机制。鼓励上海“走出去”的派遣人员在“走出去”的实战中摸爬滚打，锻炼成才。“走出去”条件的艰苦性、工作的艰难性、以及可能危及生命财产的风险性，都不亚于援藏、援疆工作。建议上海参照对援藏、援疆干部实行的政策，对“走出去”的优秀人才实行相同的政策。

六、加快实施“走出去”战略，要完善统筹协调、有力高效的管理体制

中国入世十年来，我国外贸管理体制和外资管理体制发生了深刻的变化。我国实施“走出去”战略已逾十年，企业对外承包工程经营资格和对外劳务合作经营资格，依然实行许可制度，这两年商务部虽然把审批权逐步下放地方，但在制度层面上尚未作根本的改革。对外投资项目，审批部门和审批环节多，审批时间长，削弱了企业在国际市场上争取“走出去”项目的竞争能力。因此要抓紧完善全市统筹协调、有力高效的管理体制。

1、建立全市“走出去”工作联席会议制度。对上海实施“走出去”战略进行总体谋划，对“走出去”重大项目和重要问题进行协调和推进。

2、推进“走出去”管理便利化。对外工程承包和对外劳务合作的管理，应在制度上明确把审批权下放到省市商务管理部门。对外投资拟试行“三个一”管理模式：一个规定——国家商务部、发改委等有关部门就对外投资的审批管理办法作出统一规定；一个窗口——由省市商务管理部门按统一规定负责对外投资项目的审批；一个系统——省市商务管理部门把对外投资

项目的信息输入全国对外投资管理系统，国家商务部、发改委和相关部门可以通过这个系统掌握全国对外投资项目审批的情况，对一个时间段内对外投资的资金总量、外汇总量以及投资走向进行实时监控。这样，既能达到加强对外投资管理的目的，又能减少环节，简化程序，提高效率。上海应积极向上争取这方面的试点。

3、创建科学的“走出去”综合指标体系。目前我国对外投资存在着统计遗漏的问题，存在着我国对外投资的国别统计与目标国统计发生较大差异的情况，存在着我国（包括上海）对外投资的累计数不能真实反映境外总资产的情况。为了对实施“走出去”战略的进度、成效进行全面、真实、动态的分析评估，建议抓紧研究完善对外投资等现行指标的统计办法。在此基础上，探索创建科学的“走出去”综合指标体系。

4、加快建设“走出去”的法规体系。建议抓紧制定《中华人民共和国境外投资法》，以及境外监管、税收、反商业贿赂等相关配套法规，改变我国“走出去”立法滞后于“走出去”实践、落后于“引进来”立法的空白状况。

5、强化“走出去”风险防范和安全保障。企业走出去，要完善“走出去”的风险预警、风险防范、风险突发后快速应对的安全保障长效机制。要强化“走出去”项目决策和实施的风险防范工作，强化“走出去”企业和驻外人员风险防范能力训练，强化政府对“走出去”企业遭遇风险的救助能力。

七、加快实施“走出去”战略，要着力搭建帮助企业“走出去”的服务平台

针对企业走出去的实际需要，当前要着力搭建两大服务平台：

1、搭建“走出去”咨询服务平台。建议参考外国贸易投资促进机构到本国企业“走出去”的目标国设立办事处，

在当地为本国企业提供服务的做法，上海要重视境外布点，逐步形成上海驻外经商促进机构的网络。建议对国内外咨询公司、法律事务所、会计事务所等中介服务机构提供“走出去”专业服务的资质和能力进行全面考察和评估，好中选优，统一签署专业服务合作协议，为需要专业服务的“走出去”企业介绍推荐。

2、搭建“走出去”产权交易平台。这个交易平台有两大功能：一是引入和发布境外企业并购或技术专利等项目信息，促进“走出去”项目在境内交易成功；二是为“走出去”企业的境外资产通过产权交易得以整合或盘活。

八、加快实施“走出去”战略，要加大政策支持力度

鼓励企业加快走出去，需要进一步加大政策的支持力度，形成有力的政

策导向和助推效应：

1、企业政策。支持“走出去”企业在资本结构和法人治理结构，在决策机制、管理机制、运作机制、分配机制等方面，按照市场经济规律和国际惯例进行大胆探索。

2、财政政策。对支持“走出去”的专项资金，建议增加资金盘子，扩大项目受益面，优化受益项目结构。对出口信贷、出口信用保险、符合条件的承包工程项目贷款、对总承包项目前期投标工作和对外投资资源类项目前期费用，加大补贴力度。

3、金融政策。要对“走出去”企业加大金融支持，扩大授信额度，完善融资服务；鼓励在跨国并购的融资中利用国际国内投资银行的资源，发挥收购经纪人和财务顾问的作用；要帮助“走

出去”企业与国际基金组织牵线搭桥，探索合作途径。

4、保险政策。中国出口信用保险公司增加对“走出去”项目给予投保的国别额度，提高对商业风险的赔付比率。支持“走出去”企业在境外向有资质的外国保险公司投保。支持有条件的“走出去”企业探索设立“走出去”风险互助基金，进行市场化运作，对“走出去”项目实施过程中由于非主观责任产生的损失，保险公司赔偿不足的部分，给予适当的弥补。

5、外汇政策。对“走出去”项目发生的专利、佣金和劳务等服务性输出，外汇结算应适当放宽。要积极推进人民币境外直接投资，积极探索对外承包工程项下人民币出口买方信贷业务。

产业关注

2012 年我国集成电路产业格局分析

在充分借鉴国外产业发展规律的基础上，我国集成电路产业走出了一条设计、制造、封装测试三业并举，各自相对独立发展的格局。到目前，我国集成电路产业已经形成了 IC 设计、芯片制造、封装测试三业并举及支撑配套业共同发展的较为完善的产业链格局。

2011 年 1~12 月，我国半导体分立器件的产量达 3639.5 亿只，同比增长 7.59%。相较于之前有所增长，我国现在可以说是集成电路大国，虽然在技术水平和国外大厂还有差距，但是我国集成电路整个产业规模，供应链完成度已经初具规模，整个产业格局也趋于完善。

IC 设计业方面，目前以各种形态存在的设计公司、设计中心、设计室以及具备设计能力的科研院所等 IC 设计单位已有近上千家。产品设计的门类已经涉及计算机与外设、网络通信、消费

电子以及工业控制等各个整机门类和信息化工程的许多方面。在企业规模上，2009 年国内销售额过亿元的 IC 设计企业已超过 30 家。IC 设计业从业人员普遍具有很强的国际化背景，充分借鉴国际半导体巨头的设计经验，可以说是站在巨人的肩膀上在前进，IC 设计已经开始成为带动国内集成电路产业整体发展的龙头。

芯片制造业方面，2004 年中芯国际北京芯片生产线的建成投产则使我国拥有了首条 12 英寸芯片生产线。截至到 2010 年底，国内已经有集成电路芯片制造企业超过 50 家，拥有各类集成电路芯片生产线超过 50 条。其中，其中 12 英寸生产线已日益成为主流。

芯片封装测方面，由于其科技密集和劳动密集性特点决定，人力成本是其最重要因素，而我国有着全世界最丰富

的受过良好教育又相对价格低廉的劳动力，所以这几年来在芯片封测领域中国取得了全世界瞩目的成就。

国内行业主体一直由无锡华晶（现华润微电子）、华越、首钢 NEC 等芯片制造企业内部的封装测试线和江苏长电、南通富士通、天水永红（现华天科技）等国内独立封装测试企业组成。但近 10 年来，随着 Freescale、Intel、ST、Renesas、Spansion、Infineon、Samsung、Fairchild、NS 等众多国际大型半导体企业来华建立封装测试基地，国内封装测试行业的产量和销售额大幅增长，外资企业也开始成为封装测试行业的一支主要力量。目前国内具有一定规模的集成电路封装测试企业已超过 70 家，其中年封装量超过 10 亿块的企业超过 20 家。2007 年国内集成电路总封装能力超过 500 亿块。



企业“走出去”，要注重在“走出去”的实战中锻炼队伍，积累经验，增强国际投资与国际经营的专业能力。同时要重视与著名的咨询公司、法律事务所、会计师事务所加强合作，在合作中学习，努力提高“走出去”项目的成功率。

把加快实施“走出去”战略摆上重要位置

上海市人民政府副秘书长 肖贵玉

“十二五”时期是加快建设上海“四个中心”，推进落实创新驱动、转型发展的关键时期，也是上海加快改革开放经济发展方式全面提升城市竞争力的重要时期。在经济全球化的大背景下，世界经济格局发生深刻复杂的变化，国际竞争日趋激烈，贸易保护和资源的争夺也日趋激烈，更加积极的实施“走出去”战略，是上海主动融入世界经济循环，抢抓发展新机遇，拓展发展新空间，有效规避国际贸易壁垒，提升国际竞争力的必由之路。

当前，国际金融危机使整个经济格局、行业格局、市场格局、区域格局发生了深刻的变化，我们每个企业都有必要在新环境中找到自己的最佳生存发展位置。放眼国际国内发展大环境，虽然经济的复杂性和多变性前所未有，但总的发展趋势呈现出良好的发展势头，转型升级成为引领发展的主旋律。与此同时，国与国之间，区域之间的竞争更具白热化。机遇与挑战并存，我们处于可以大有作为的重要战略机遇期。为此，必须要继续

加快实施“走出去”战略。

一要更加积极的实施“走出去”战略。

“走出去”要与提升上海经济国际化水平和国际竞争力为目标，抢抓经济全球化不断深入发展的历史机遇，全面统筹国际国内两个市场，两种资源，坚持以企业为主体，以市场为导向，以促进国际投资合作为重点，大力实施跨国经营推进工程，构建内外联动，互利共赢，安全高效的国际合作体系。努力推动全市开放性经济从引进来为主，向引进来和走出去并重转变，实现开放性经济发展从规模速度向质量效益提升。希望全市广大企业家，始终保持开放的眼光，开明的胸襟，开阔的视野，坚持从经济发展的大趋势中，谋划推进企业的发展，继续深入实施走出去，引进来的战略。加大引进资本、技术、设备，管理经验的力度，加强与市外境外的大企业，与大集团的联姻，大力推进内外资本嫁接合作，实现企业低成本扩张和巨变式增长，要充分利用市内外境外国

外的各种资源，积极从国际国内两个市场寻找新的发展空间，特别是要加快建立完善国内外营销网络，努力做到企业总部留在上海，加工营销网点，遍布世界各地。

二要积极支持企业“走出去”，努力做好保障服务。

全市行业协会、中介机构，加快与国际接轨的步伐，加强和完善对境外的投资分析、咨询、会计、律师等方面的综合配套服务。市外经贸中介服务机构要进一步增强功能，选配复合型人才，加强与国外投资，促进机构的合作。积极开展对境外政治、法律、市场、劳工等的专题研究，为“走出去”企业在境外投资提供高质量的咨询服务，切实发挥其在境外的服务作用。市律师会计师协会等中介服务组织要积极研究，制定本行业服务细则，制定“走出去”相关措施和办法。企业对跨国经营应自主经营、自负盈亏，从国家整体利益出发，执行国家各项法律法规。同时，遵守当地的法律，承担企业（下转第17页）



举办“走出去”论坛的根本目的，就是通过政府领导的支持，通过专家和企业家的演讲，比较全面的分析上海实施“走出去”战略的现状和机遇，深入探讨2011到2020年上海加快“走出去”战略的目标趋向和创新思路，使上海在加快“走出去”的过程中获取创新驱动的新能量，拓展转型发展的新空间。

在“走出去”中获取新能量 拓展新空间

上海市经济团体联合会常务副会长 陈祥麟

在市商务委、市经信委的指导和
支持下，由市经团联、上海进出口商会和
解放日报社，共同组办了“走出去”论坛。

在全市，认真学习贯彻上海市第十
次党代会精神期间，我们举办“走出去”
论坛，主要基于三点思考。

第一，为了实现上海到2020年基
本建设“四个中心”和国际化大都市的
宏伟目标。市委提出了创新驱动、转型
发展的总体思路，俞正声书记近期又提
出上海企业大胆走出去，把市场做大的
要求。我们举办“走出去”论坛，就是
要在政府、社会组织和企业中形成一个
共识，上海要创新要转型，却不能局限

于6340平方公里的土地。一定要强化
开放观念，发挥开放的优势，加快实
施“走出去”战略，到更广阔的国际化
市场上去，集聚创新驱动的资源，拓展
转型发展的空间。

第二，当前，经济全球化出现了一
些新情况，譬如再工业化，实际经济的
违规，第三次工业革命等等一些说法，
世界经济和国际投资发生了一些新的变
化，上海加快实施“走出去”战略，正
面临着难得机遇又面临这严峻的考验。
举办“走出去”论坛，就是请大家一起
集思广益，深度思考研究，抓住机遇，
而不是错失机遇，研究考验，迎接考验，

而不止步于考验。希望在这个论坛上，
听到很多真知灼见，使上海实施“走出
去”战略能够抓住机遇，领先一步，助
推转型，提高水平。

第三，上海实施“走出去”战略，
积累了一定成功的经验，也面临着许多
急待突破的问题。比如，“走出去”的
法规问题、管理问题、政策问题、人才
问题、安全问题、服务平台问题等等。
举办“走出去”论坛就是请大家一起来
分析上海，加快实施“走出去”战略面
临的各种问题，群策群力，出谋划策，
共同营造和优化上海“走出去”的良好
环境。

市工经联党办人员走访上海市建筑材料行业协会

7月6日下午，受市工经联党委书记胡云芳同志的委托，市工经联党办主任范岚岚等一行4人前往市建材行业协会，祝贺协会党支部书记、副会长沈美云同志光荣评为市经信工作系统创先争优优秀共产党员，并送上证书、奖牌及奖金。沈美云副会长介绍了建材行业协会党支部在创先争优活动中，充分发挥党支部的核心作用和党员的先锋模范作用，开展“互对接、互帮红、全覆盖、争先锋”活动，推进节能减排、技术创新、协会文化、培育人才等各项工作，取得可喜成果的情况。今年7月1日，该协会又组织14名团员成立了团支部。市工经联党办人员赞扬协会通过党建带动团建开展创先争优，为协会开展工作提供强有力的组织和思想保证的做法，并祝愿协会党支部再接再厉、务实创新，进一步加强自身建设，开创协会工作新局。



“走出去”是上海城市驱动转型发展的必由之路，是上海企业更好地整合国内外两种资源，利用国内外两个市场的战略选择。上海是中国经济与国际接轨的枢纽港，上海企业理应肩负起率先“走出去”的重任。市十次党代会明确提出，要坚定不移的推进市场趋向的改革和引进来与走出去并重的对外开放。刚刚结束的十届二次全会也提出，要支持具备条件的企业走出去拓展国际市场。

见证和记录企业海外经营的实例

解放日报总编辑 陈颂清

《解放日报》作为上海市委的机关报，多年来，一直重视和关注上海企业“走出去”的过程，跟踪企业“走出去”的步伐。2006年，中国入世五周年之际，解放日报社派出4个调查小组，走访了6家上海企业的海外项目，记录了当时不少上海企业“走出去”初期的开拓与艰辛。去年，在中国入世十周年之际，我们与市国资委联合发起了上海企业在海外大型采访调查活动，派出了7个小组，30多位成员，耗时数月，行程遍布北美、欧洲、非洲、大洋洲、东南亚、中东等地区的10多个国家，从风沙漫天的印度小城，到百废待兴的安哥拉首都；从大楼林立的美国东海岸，

到被蔚蓝色海水围绕的太平洋群岛，我们记者在“走出去”的第一线，见证和记录着上海企业海外经营的成功经验与有益启示。

在解放日报头版发表调查稿件21篇，集结出版了《征途》一书。在各方全力支持下，我们完成了上海媒体有史以来规模最大、地域最广的“走出去”项目调查。我们认为，记录“走出去”的过程，反映期间的甜酸苦辣是媒体的责任，也是读者的需求。解放日报在多年报道上海经济社会发展的过程中，越来越感到经济全球化的大潮势不可挡，任何一个经济发展体都不能置身其外。不少上海企业在对外开放中，面临着

走出国门参与全球经济竞争的机遇和挑战，也已经积累了“走出去”的动力和能量。只有大胆走出去，成功走出去，才能让企业发展跃上新台阶。作为媒体，记录和报道“走出去”是全面记录上海经济融入全球步伐，记录城市创新驱动、转型发展历程的必需。同时，每一个企业“走出去”的故事，都是读者感兴趣的新闻题材。做好报道，大有可为。

对企业海外经营，媒体的关注和报道既是对先行者的总结，更是对后来者给予一些规律性的借鉴。通过这些报道，也可以引发社会各界更加关注、关心企业“走出去”的实践，能营造更好的环境，促进企业更好地“走出去”。

（上接第15页）的社会责任，实现互惠互利，共同发展。政府部门通过规划、服务、监管等方式引导企业制定国际化战略，开展跨国经营，用好、用足国家各项支持鼓励政策。要注重政策扶持和制度及服务创新相结合，积极开展制度

及服务创新，不断完善全市实施“走出去”战略的政策体系，全面提升政策执行力度，建立其信息指导、风险评估、服务跟踪、融资支持等为一体的服务机制，不断扩大服务内涵。

走出去”企业要不断增强国际投资

和国际经营的能力。在过去的实践中，上海“走出去”的许多企业，有些成功了，也有一些失败了。分析企业“走出去”失败的原因，主要是对项目所在国或所在地区缺少深入的了解，对跨国投资和跨国经营缺少专业知识和专业能力。



上海企业“走出去”工作取得了一些成绩，但这只是在起步发展阶段，与世界发达国家和地区相比，还存在较大的差距和不足，特别是要真正形成一批成熟的本土跨国企业，还需要走过一段漫长、复杂和艰辛的路程。“走出去，拓展上海转型发展新空间”论坛，云集了长期在这一领域工作的领导、专家和企业界人士，大家的真知灼见，一定会为推动上海“走出去”事业又好又快发展起到重要的促进作用。

以企业为主体 市场为导向 鼓励开展境外投资合作

上海市商务委员会副主任 张新生

我国大力实施“走出去”战略以来，在商务部和市委、市政府的正确领导下，上海对外经济合作事业，实现了快速的发展，“走出去”已经成为新时期上海对外开放的战略举措，也为上海推动经济发展，加快结构转型，作出了积极的贡献。

据不完全统计，到2011年底，上海已经在102个国家和地区投资开办企业和机构1700余家，投资总额超过了103亿美元，对外承包工程合同总额达到了730亿美元，均位居全国各省市前列。今年上半年，在经济下行压力加大的背景下，上海对外投资仍保持了较快增长，新核准对外直接投资项目117个，投资总额17.73亿美元，同比增长46%。

在这个过程中，上海对外投资主体不断丰富，从以国有企业为主向多种所有制企业扩展，特别是民营企业正逐步成为主力军。对外投资领域持续扩大，

从以制造业为主，开始向研发投资性公司资源能源开发、酒店管理、港口经营等领域扩展。一大批企业通过对外投资，有效衍生了产业链，扩大了营销网络，改进了技术和管理，增强了跨国经营的能力。同时，境外投资对国内产业提升和联动发展的促进作用也逐步开始显现。

“十二五”期间，是我国加快转变经济发展方式，深化构筑对外开放新格局的重要时期，也是上海深入推进创新驱动、转型发展的关键时期，即为“走出去”事业带来了新的机遇，也提出了更高的要求，需要我们坚定不移地扩大“走出去”的规模和领域，提高“走出去”的质量和效益，努力提升上海利用两个市场、两种资源，参与国际分工和资源配置的能力。

作为全市“走出去”的业务主管部门——市商务委，将继续坚持以企业为主体，以市场为导向，鼓励有条件的各

种所有制企业，开展境外投资合作，着力形成“走出去”和引进来的协调发展格局。

一是支持企业依托上海的产业优势和比较优势，积极稳妥地通过新建、并购、参股、增资、再投资等方式开展境外投资，加快培育和发展我国的跨国公司；二是树立上海优质工程的品牌形象，支持企业承揽境外技术密集型、资本密集型工程项目的总承包和总集成；三是鼓励企业全面参与国际经济合作与竞争，树立上海企业和谐、自律、可持续“走出去”的发展理念，完善境外投资风险预警和应急处理机制，支持商会、协会发挥沟通协调、信息提供等方面的服务，进一步优化“走出去”的内外部环境；四是不断创新“走出去”的途径和方式，创新管理和促进体系，推进境外项目结构调整、市场结构调整和“走出去”主体队伍结构调整，努力实现对外经济合作的健康较快发展。

近段时间来,国际上兴起了一波“第三次工业革命”的讨论热潮,提出随着越来越多的新科技的应用,现有的制造业将引发一场从设计、生产到销售等各个环节的革命性变化;与此同时,网络信息技术和能源系统的融合,将带来整个能源体系的变革。对这场工业革命究竟如何看,各方反应不一,幸运的是中国是最早对此有积极反应的国家。中共中央政治局不久前两度召开学习会,主题都是围绕科技体制改革和工业强国。在全国政协常委蒋以任的推动下,上海市政协科促会一批专家,早在去年就组织课题组,专题论证上海发展制造业创意产业的迫切性和可行性。6月26日,市经团联、科促会和文汇报联合举办“大力发展上海制造业创意产业战略研讨会”。这次研讨会发出的信息是明确的:上海必须跟上国际产业革命的大趋势,在由“制造”向“智造”转型中,理应有更大作为。

发展制造业创意产业由“制造”向“智造”转型

闻晖

课题调研组建议上海大力发展的制造业创意产业,并不是一种新的产业“业态”,而是一种以创新、创意带动制造业,整体提升能级的制造业发展模式或形态。具体是指在制造业产业链中,各个环节广泛开展各类创造性活动,尤其是在产业链上游的设计与研发、以及产业链下游的营销与服务环节,大大强化创意活动,使之成为制造业创新升级的原动力。

在上海发展制造业创意产业的本质要求就是转变发展方式:一方面淘汰和转移不适宜在上海发展的落后产能,以及可以也应该转移制造业链中某些环节,主动做减法,实现“内生增长”,降低其在全市制造业的占比;另一方面坚持创新驱动,把推进战略性高新技术产业化、加快培育新的经济增长点作为主攻方向,凸显制造业的前端和后端,通过“研发创新”和“服务创意”两大动力,整体推进制造业转型升级,使上海制造业焕发出“创新”和“创意”的蓬勃生机。而这两大动力的交叉、渗透和有机融合,也是先进制造业与现代服务业的渗透、融合,必将产生倍增效应,实现“制造”向“智造”的历史性跨越。

战略意义

引领上海制造业整体升级的重要途径
课题组在调研中发现了四个方面对

比强烈的数据,凸现出上海制造业创新能力的不足:一是上海高新技术产业对外依存度居高不减,自主创新能力薄弱。二是技术引进与技术吸收增长呈倒挂现象,创新体系不完整。三是上海工业自主品牌逐渐萎缩。四是极微利代加工制造偏多,产品附加价值低。

上述问题的实质,是技术引进的高增长带来的弊端。显然,上海制造业不能再继续依靠外资企业控制,依靠大量技术引进,丧失我们对核心技术的掌控权,而必须要寻找一条新的出路。这就是大力发展具有自主创新能力的制造业创意产业。这包括三层含义,一是提高制造业创意研发和设计能力,使产品的顶层起点高,大大推动制造业的自主创新;二是创意理念注入制造业营销和服务渠道,以此推动制造业最佳商业策划和运行,使制造业商业管理最佳化,大幅度提高制造业附加值;三是降低制造业生产过程中的成本。

落实国家对上海战略定位的重要抓手

现代社会产业和经济发展的一个显著特征是服务化和产业融合。其中制造业服务化是制造业发展的一个重要趋势,也是制造业创意产业的题中意义。

根据国家对上海的战略定位,上海的“十二五”规划,要求“按照加快形成服务经济为主的产业结构的方向,着

力推进高端化、集约化、服务化发展,促进三二一产业融合发展。面向市场发挥优势,加快构建以现代服务业为主、战略性新兴产业引领、先进制造业支撑的新型产业体系,不断提高产业核心竞争力,全面提升国际经济中心城市地位。”推进创意产业,包括制造业创意产业的发展,正是落实国家战略定位、实现这一综合目标的有效抓手。

提升上海城市综合竞争力的有效手段

纵观全球,那些国际上有影响的大城市,几乎无一例外都是创意产业最集中和最发达的地区,也以富有特色的创意产业而闻名遐迩。创意产业作为源于个人创造力、技能与才华的活动,是大城市特别是国际大都市,真正拥有的比较优势,也是一个城市综合竞争力的精髓所在。

目前,上海经济发展进入以创新驱动为发展主动力的阶段。上海发展制造业创意产业,可以推动上海城市功能再造,使上海成为制造业订单的策源地,产品交易的结算地,时尚创意的展示地,创新产品的集聚地。而制造业创意产业,正是支撑上海经济可持续发展的新增长动力,可以助推上海建设创新型、融合型的新兴战略产业体系,加快实现以实体经济为支撑的新型服务经济为主的现代产业结构,提升城市综合竞争力。



主要政策建议

1、把创意制造业的发展列为上海经济发展的重要战略

建议把创意制造业列入上海中长期发展规划,紧紧围绕产业升级和结构调整,以“制造业创意产业”为目标,编制上海制造业发展新的蓝图,成立上海制造业创意协会。对上海制造业创意产业进行规划,研究和探索制造业创意产业的思路,提出促进上海制造业创意产业发展的政策建议,推进相关的制造业创意产业工作、集聚创意工作者的智慧和力量等。

2、充分发挥研发院所推进上海制造业创意产业发展中的独特作用

上海的科研院所创新力量雄厚、人才密集,是推进制造业创意产业发展的重要技术源头。建议对转制科研院所从事行业基础性和前沿性技术的研究力量进行重组。政府要通过基地建设经费、项目经费等,给予行业性基础共性技术研究机构扶持保障,逐步将其打造成为制造业创意产业的服务机构和“创意中心”。

3、加强对创新、创意人才的引进

和本土人才的培育,打造上海国际人才高地

建议加大创新、创意人才引进的力度,积极培育和挖掘一批本土创新、创意人才和团队,为打造国际人才高地,做出战略性布局。建议整合社会资源,借市总工会在“十二五”期间将创建100个“上海市劳模创新工作室”和100个“上海市首席技师工作室”的机会,使大批创新型人才在企业脱颖而出。建议建立多层次的创新激励机制,对贡献卓著的工人发明家也实行年薪制,充分体现对人才和创新的尊重。

4、鼓励推动大批专业的中、小、微型制造业创意企业集聚发展

建议在张江高科技园区所属的一批产业园区以及“环同济知识经济圈”等创意企业集聚的园区,将二三产业相关的技术研究、产品开发设计制作和人才培养等进行集聚,优化制造业、服务业与创意资源的组合,鼓励发展相关创意设计制造的专业试验和认证机构,实现设施、设备共建共享和共用,培育具有上海特色的创意制造产业集群。

5、加大金融对制造业创意产业支

撑力度

建议设立市、区县两级创意产业发展引导资金及促进科研成果产业化的专项基金,重点支持中、小、微型制造业的创意企业集聚发展。在资金的扶持方式上,逐步从“前期资金引导”向“后期资金支持”转变,实现技术、创意从“概化”向“物化”发展。同时,对创意企业实施财税优惠。企业创意产品研发过程中产生的技术开发费,可按实计入管理费用,切实落实技术开发费抵扣当年应纳税所得额150%的政策。对经批准的中小企业信用担保、再担保机构从事创意企业担保业务的收入,给予一定年限减免营业税优惠。

对制造业企业实施前三、中二、后三格局,形成的独立法人的服务型企业(即前三、后三的)一律实行营业税改增值税的政策,以从一开始就予以财税的支持。

鼓励各类创业风险投资机构和信用担保机构,对创意产业新业态的中、小、微企业开展服务。

中国制造业产业升级 关键在“智”造

李晓玉

据工信部日前发布的数据显示,5月我国电子信息制造业内销、出口交货值增速比4月份分别提高3和0.7个百分点,电子信息制造业有望逐步企稳回升。另据IDC报告数据显示,中国制造业IT支出将从111.7亿美元增长到2016年的167.6亿美元,2012到2016年的年复合增长率达10.68%。中国明年可望超越日本成为亚太区最大IT支出国。在国内制造业陷入危机,发达国家“再工业化”的背景下,通过信息化、智能化手段提升生产效率,推动生产方式深刻变革,成为越来越多企业的选择,这也为电子信息产业带来机遇。

全球制造业回迁,中国制造面临釜底抽薪

欧债危机对世界经济的影响逐渐深入,全球制造业正集体遇冷。外需疲软、成本高涨、汇率上升……,金融危机后,中国“世界工厂”地位面临多重压力。

首先,国际市场需求萎缩,出口遭遇困境。据国家统计局和中国物流与采购行业联合会发布的数据显示,6月我国制造业PMI为50.2,创7个月来低点,其中反映需求的新订单指数和新出口订单指数更双双表现不佳。

其次,欧美等发达国家重拾实体经济施压中国制造。一方面,制造业回迁成趋势。中广网报道,部分美国企业的回迁动作引起市场关注,如福特汽车公司,要把1.2万个工作岗位从墨西哥和中国迁回美国。高科技、汽车部件、家用电器等成美国首批回归的制造业主力。另一方面,以攻为守推进海外并购。数据显示,中国传统行业受外国公司青睐,机械制造一枝独秀,共完成8起并购交易,涉及金额10.31亿美元,占外资并购交易总额的61.6%。

此外,国内劳动力、原材料等成本

上升,中国制造原有优势逐渐丧失,新兴经济体不断成长,成为欧美等国生产力承接转移的新力量,中国制造面临釜底抽薪之险。

第三次工业革命来袭,制造业升级关键在“智”造

危机孕育着变革。英国著名杂志《经济学家》日前提出,制造业数字化将引领第三次工业革命。在一个加速全球化的世界里,制造业走向数字化的趋势下,一些重大变化已经发生。智能软件、新材料、机器人、新的制造方法将形成合力,产生足以改变经济社会进程的巨大力量。

如今,以新能源、新材料、新通信、节能环保等为代表的新兴产业不仅成为引领全球经济的驱动力。其不仅催生新兴产业,还深刻变革制造业生产方式。

欧美等部分制造企业撤离中国,表明全球产业转移开始新一轮大洗牌。一方面,欧美的“再工业化”不是简单的工业化,而是抢占新一轮科技和产业变革的制高点,高端制造、新兴产业等必然成为角力焦点。另一方面,新兴国家凭借成本优势承接中低端制造业转移。高端与低端市场遭遇夹击的现状警示,中国制造靠低成本立足的老路已行不通,以技术创新引领产品创新,促进产业升级,提高生产力对于保持竞争力至关重要。信息化和智能化成为中国制造向中国智造转型的左膀右臂。如今,企业越发注重IT技术投入。报告显示,在中国制造业所有子行业里,预计2012年高科技制造的IT支出最高,占制造业总体IT支出的24%。

从宏观层面看,战略性新兴产业被视为中国经济转型升级的重要抓手。工信部部长苗圩近日表示,中国正培育发展的战略性新兴产业,并非是对传统产业的简单替代,而是通过促进新兴技术

的产业化和传统产业的高技术化来实现产业的升级换代。多数战略性新兴产业的发展不能凭空而为,须依赖于传统产业所形成的技术积累、制造能力、产业组织等基础支撑。

全球新一轮产业转移,电子信息产业顺势而为

工信部数据显示,今年以来,复杂多变的国内外多重因素使我国经济下行风险加大,但在一系列稳增长政策及金融政策陆续出台作用下,我国电子信息制造业有望逐步企稳回升。

面临新技术革命变革,全球新一轮产业转移,以及国内经济结构调整和产业升级,电子信息产业将从中获得新的蜕变良机。

IDC表示,中国经济在“十二五”期间将面临四个大的转变,分别是结构转变、产业转变、环境转变和城乡转变。这些转变也给中国的IT市场带来巨大的商机。IDC将中国IT支出的大幅增长归功于下列两个关键领域:日益增长的消费性IT需求,以及“十二五”规划所带来的IT商机。

值得关注的是,在上一轮产业转移中,我国大量承接了低附加值、劳动密集型加工产业,如今,中国吸引着国际IT巨头争相涌入,西部地区异军突起。专家表示,受惠于低廉高效的劳动力、良好的基础设施、产业配套以及政策优惠,中国最终成为国际IT业制造业转移的承接地和聚集地,这一格局短期内不会发生改变。

中国制造日益融入全球价值链条,不过,电子信息制造业本身也需完成由“中国制造”向“中国智造”转型,把握科技发展重点方向,建立独立自主的产业链,抢占产业链高端环节。



上海应积极发展“制造业创意产业”

上海工艺美术行业协会

作为围绕制造业产业链中各个环节开展创造性活动的创意行业，制造业创意产业是大文化创意产业的重要组成部分，也是创意产业中与制造业融合度最高、提升附加值能力最强、促进产业化和生产力发展最直接的部分。作为新兴的生产性服务产业，制造业创意产业以高附加值、强渗透力及跨界融合能力，正成为推进地区经济创新和转型的重要引擎。

大力发展和培养制造业创意产业，应当成为上海创意产业发展的重要内容、方向和“十二五”时期上海“创新驱动、转型发展”的战略措施之一。今年以来，上海工艺美术行业协会与市经团联就丰富与扩大创意产业的内涵与外延、重点推进制造业创意产业发展等进行专题调研，以寻求支撑上海经济可持续发展的新增长动力，助推上海创新型、融合性的新兴战略产业体系，加快实现服务经济为主的现代产业结构。

发展制造业创意产业是突破资源环境约束的现实需求

当前，随着资源环境日趋紧张和成本日益上升，上海的经济成长推动力已经受到一定程度的影响。面对新形势、

新情况，市委提出“创新驱动、转型发展”的战略方针，大力推动制造业创意产业发展是落实这八字方针的必要措施。在大力推进文化创意产业新一轮发展中，上海理应结合城市的资源禀赋、人文优势、产业特点，在业态上创新、在宽度上拓展、在深度上深化，把与制造业融合度最高的知识产业——制造业创意产业的发达程度视为衡量地区产业发展水平的新标准。

上海在大力发展文化创意产业时，应进一步突出重点，聚集发展制造业创意产业，这是突破资源环境约束瓶颈、实现经济持续快速发展的现实需要。其理由在于——

重点扶持和培育制造业创意产业，将有助于提升上海的国际竞争力，提升城市形象和完善城市功能。上海将实现从“制造工厂”向“产品设计中心”的华丽转身。

制造业创意产业别于传统制造业，能够不受土地能资源相对稀缺的限制，更符合上海的现有优势和今后发展的环境条件。有利于推动城市产业布局优化调整，为城市建设和产业发展提供新空间。

制造业创意产业是智能化、知识化的高附加值产业。可以聚集更多的优秀创意人才。这将有利于提高上海城市人口素质，促进人口与经济之间长期稳定、协调和可持续发展。

近年来，上海文化创意产业呈快速增长态势，但是还没有重点突破，存在发展不均衡、与制造业融合不够、对长三角和全国辐射能力有待提高等问题。主要表现为：一是创意领域广度不够，各种专门设计门类和企业不多。笔者曾经到日本参观所谓的小企业工场，发现这些工场不是车间而是产品的设计公司，如代用户设计变速箱、各种机械设备等。并作为技术产权出让，深受市场欢迎，目前，上海汽车、装备制造、钢铁、石化、造船、电子信息、原材料的制造能力有限，但相对而言，独立的、以服务社会为主、特别是服务于中小企业的汽车零部件、机械设备、家电等类的设计公司偏少，可见，上海制造业研发和创意创新等新业态，对社会经济的贡献度和推动作用还是在较低层次，上海创意产业的内涵尚需丰富、外延尚需扩展，创意融入制造、服务产业和进程还需要加快，各种设计门类有待加强。



上海纺织服装制造企业上半年经济运行分析

上海服装行业协会 郭黎阳

今年上半年,上海纺织制造行业规模以上生产企业,受全球国际消费市场疲软和人民币“外升内贬”的负面影响正在蔓延深化,同时也受国内能源、原材料和劳动力成本等通胀的压力,国内服装消费进入了夏季困顿瞌睡期。由于上海社会生活成本和劳动力成本提升过激,催生国际贸易生产基地转移他国。同时,国内区域性经济的发展采用无序外延性的扩大再生产的资本投入方式,使得上海区域纺织制造行业中,以低成本为赢利模式的生产制造企业完全步入到难以维系空间环境之中。上半年,上海纺织服装制造行业服装生产、销售和出口贸易同比呈现严重下滑的势态,经济效益出现下滑。

至6月末,上海纺织制造规模以上企业有859家,全行业从业人员人数为19.9万人,同比下降3.3%。其中上海纺织服装制造行业规模以上生产企业529家,同比下降1.7%。从业人员人数为13.9万人,环比第一季度下降1.0%,同比下降3.6%。

一、工业总产值、现价销售产值盘旋回落

上半年,上海纺织制造规模以上企

业完成工业总产值365.05亿元,同比下降4.8%。其中纺织服装制造完成工业总产值229.51亿元,同比下降3.9%;其中由于生产量同比下降6.0%,影响工业总产值减少14.58亿元,由于品种结构变化,产值体系中平均价格增长2.2%,影响总产值增加5.16亿元,二项因素共同影响工业总产值减少9.42亿元。上半年度生产制造服装23371.0万件,同比下降6.0%,其中针织服装生产制造12446.3万件,同比下降4.4%,生产制造梭织服装10924.8万件,同比下降7.7%。

二季度,上海纺织制造规模以上企业完成工业总产值180.87亿元,环比下降1.8%,同比下降5.4%。其中纺织服装制造完成工业总产值107.43亿元,环比下降12.0%,同比下降6.0%;其中由于生产量同比下降15.3%,影响工业总产值减少19.41亿元,由于品种结构变化,产值体系中平均价格增长10.9%,影响总产值增加12.49亿元,二项因素共同影响工业总产值减少6.92亿元。第二季度生产制造服装11244.5万件,同比下降15.3%,其中针织服装生产制造5402.58万件,同比下

降15.4%,生产制造梭织服装5841.92万件,同比下降15.2%。(见附表1)

上半年,上海纺织制造规模以上企业完成现价销售产值366.82亿元,同比下降3.7%。其中纺织服装制造完成现价销售产值235.08亿元,同比下降1.2%。其中由于销售量同比下降,影响现价销售产值减少2.65亿元,由于品种结构变化,现价销售产值体系中平均价格下降0.1%,影响现价销售产值减少0.28亿元,二项因素共同影响现价销售产值减少2.93亿元。2012年上半年度服装制造行业销售服装24313.4万件,同比下降1.1%,其中针织服装销售12880.2万件,同比增长1.2%,梭织服装销售11433.2万件,同比下降3.6%。

上半年,上海纺织制造企业工业产品产销率为100.5%,同比增长1.2个百分点。其中纺织服装制造企业工业产品产销率为102.4%,同比增长2.8个百分点。(见附表2)

二季度,上海纺织制造规模以上企业完成现价销售产值183.53亿元,环比增长0.1%,同比下降4.5%。其中纺织服装制造完成现价销售产值111.99亿元,环比下降9.0%,同比下降3.4%。

其中由于销售量同比下降 5.2%，影响现价销售产值减少 6.17 亿元，由于品种结构变化，现价销售产值体系中平均价格增长 1.9%，影响现价销售产值 2.26 亿元，二项因素共同影响现价销售产值减少 3.91 亿元。服装制造行业销售服装 12054.9 万件，同比下降 5.2%，其中针织服装销售 5801.7 万件，同比下降 5.3%，梭织服装销售 6253.2 万件，同比下降 5.1%。上海纺织制造企业工业产品产销率为 101.5%，同比增长 0.9 个百分点。其中纺织服装制造企业工业产品产销率为 104.2%，同比增长 2.8 个百分点。

二、上海纺织服装制造行业出口交货值紧缩下滑

全球经济危机持续蔓延和债务危机三延续，引起的全球社会生活和社会消费的信誉危机，促使全球消费品消费进入相对“寒冷”期，国内纺织服装制造业逆市扩张，严重制约纺织服装的良性发展和循环。二季度，上海纺织服装制造行业出口贸易出现严重萎缩下滑迹象，此次下滑趋势有着势不可挡之势。上海虽有品质优良、制作工艺精湛的美誉，但也难抵御原材料和劳动成本持续的上扬和潜在的通胀因素，出口交货情况下滑已是因果呈现。上半年，上海纺织制造行业实现出口交货值 91.56 亿元，同比下降 9.2%。完成出口交货率 25.0%，同比下降 1.5%。其中纺织服装制造实现出口交货值 59.70 亿元，同比下降 11.4%。完成出口交货率 25.4%，同比下降 2.9%。二季度，上海纺织制造行业实现出口交货值 46.9 亿元，同比下降 14.8%。完成出口交货率 25.6%，同比下降 10.7%。其中纺织服装制造实现出口交货值 29.63 亿元，同比下降 19.0%。完成出口交货率 26.5%，同比下降 16.2%。

三、主营业务收入和利税总额环比、同比下降，收益滑坡

上半年度，上海纺织制造行业仍然

处在能源价位过高、原材料、劳动力成本通胀指数难以缓解的环境形势下，生存空间和活动范围正在被不断紧缩和挤压，上海纺织服装制造行业虽有着逆势而上的精神，但是，不确定因素也在不断增长，区域性的级差经济利益以是不可抵挡的赢利模式和动力。

上海纺织制造行业规模以上企业实现主营业务收入 377.36 亿元，同比下降 4.2%。其中上海纺织服装制造行业企业实现主营业务收入 244.15 亿元，同比下降 1.0%。其中由于销售量同比下降 1.1%，影响主营业务收入减少 2.76 亿元，其中由于品种结构变化，平均销售价格提高 0.1%，影响主营业务收入的增加 0.28 亿元，二项因素共同影响主营业务收入减少 2.48 亿元。

二季度，上海纺织制造行业规模以上企业实现主营业务收入 183.50 亿元，环比下降 5.3%，同比下降 7.5%。其中上海纺织服装制造行业企业实现主营业务收入 112.40 亿元，环比下降 14.7%，同比下降 6.9%。其中由于销售量同比下降 5.2%，影响主营业务收入减少 6.19 亿元，其中由于品种结构变化，平均销售价格下降 1.8%，影响主营业务收入的减少 2.18 亿元，二项因素共同影响主营业务收入减少 8.37 亿元。

上半年，上海纺织制造行业规模以上企业实现主营业务成本 289.85 亿元，同比下降 5.7%。其中上海纺织服装制造行业企业实现主营业务成本 175.92 亿元，同比下降 3.1%。其中由于销售量同比下降 1.1%，影响主营业务成本下降 1.99 亿元，其中由于品种结构变化，平均成本价格下降 27.9%，影响主营业务成本的减少 3.58 亿元，二项因素共同影响主营业务成本减少 5.57 亿元。

上海纺织制造行业规模以上企业实现主营业务成本 144.21 亿元，环比下降 1.0%，同比下降 7.5%。其中上海纺织服装制造行业企业实现主营业务成本 83.41 亿元，环比下降 9.8%，同比下降

7.3%。其中由于销售量同比下降 5.2%，影响主营业务成本减少 4.59 亿元，其中由于品种结构变化，平均成本价格下降 27.1%，影响主营业务成本的减少 1.94 亿元，二项因素共同影响主营业务成本减少 6.53 亿元。

上海纺织制造行业规模以上企业实现利润税金总额 36.18 亿元，同比下降 9.1%。其中上海纺织服装制造行业企业实现利润税金总额 28.53 亿元，同比下降 0.8%。2012 年第二季度，上海纺织制造行业规模以上企业实现利润税金总额 15.34 亿元，环比下降 26.4%，同比下降 17.7%。其中上海纺织服装制造行业企业实现利润税金总额 10.48 亿元，环比下降 41.9%，同比下降 14.3%。

四、资产总计同比增长、负债率下降

至上半年末，上海纺织制造行业规模以上生产企业资产总计为 766.24 亿元，比年初下降 11.3%，同比下降 0.3%。负债总计为 383.92 亿元，比年初下降 11.4%，同比下降 1.6%。资产负债率为 50.1%，同比下降 0.7 个百分点。其中上海纺织服装制造行业规模以上生产企业资产总计为 469.44 亿元，比年初增长 10.9%，同比增长 1.0%。负债总计为 250.36 亿元，比年初增长 7.5%，同比下降 1.3%。资产负债率为 53.3%，同比下降 1.2 个百分点。（见附表 3）

从目前掌握的统计资料显示，上海纺织制造行业规模以上企业生存空间环境复杂多变，各种不确定因素困扰着服装制造行业的良性循环发展，其中由于国际区域性服装消费市场对中国采购从相对萎缩过渡到绝对萎缩势态，国内区域性部分服装生产总量相对社会消费总量出现严重过剩，国内服装面料市场原材料普遍提升和劳动力成本的增加，致使国内服装销售成本增长过激，消费市场销售价格通胀持续蔓延，社会消费增长出现缓慢趋势，导致产成品资金、应收账款和营业费用、管理费用、财务费用和主营业务税金及附加等三项费用

的快速增长,因而导致流动资金周转放缓,因此也束缚了服装制造企业经济的发展和市场的开拓。

五、经济运行状况和存在的问题

从目前的各项经济指标完成情况看,上海纺织服装制造行业经济运行变幻莫测,盈利的模式正在逐步转变,企

业经营状况参差不齐,赢利事态逐渐趋于云雾妖娆,捉摸不定。今年下半年国际贸易将面临更加严峻的局势,部分国际品牌在华制造加工的撤离,加重了部分服装制造企业的产品转移和转型的困难。产成品和应收账款额的增加,加剧了企业流动资金的利用和融资的困难。

从目前的各项经济指标完成情况看,在经济运行良好的上海纺织服装制造行业中,仍然存在部分企业出现盈利亏损和亏损面有所扩大化的现象。今年上半年全纺织制造行业约有 47.8% 的企业出现不同程度的亏损,其中上海服装制造行业出现 49.5% 的亏损。

2012 年上半年度上海纺织工业总产值、销售总产值、产销率情况表 (附表 1)

(单位:亿元,%)

项目	工业生产总产值		现价销售总值		工业总产值产销率	
	2012 年上半年	增长率	2012 年上半年	增长率	2012 年上半年	百分点
纺织合计	365.05	-4.8	366.82	-3.7	100.5	1.2
纺织服装制造合计	229.51	-3.9	235.08	-1.2	102.4	2.8
机织服装制造	199.16	-2.0	204.67	2.0	102.8	4.0
针织或钩针编织服装制造	30.35	-14.8	30.41	-18.5	100.2	-4.5
纺织占全市比重	2.42	-3.3	2.45	-2.3	-	-
服装占纺织比重	62.87	0.9	64.09	2.6	-	-
服装占全市比重	1.52	-2.4	1.57	0.2	-	-

2010-2012 年上半年度上海纺织主要经济完成情况表 (附表 2)

(单位:亿元)

项目	2010 年 1 季度	2010 年 2 季度	2010 年 3 季度	2010 年 4 季度	2011 年 1 季度	2011 年 2 季度	2011 年 3 季度	2011 年 4 季度	2012 年 1 季度	2012 年 2 季度
纺织工业总产值合计	180.4	205.9	246.2	279.4	193.4	192.8	238.2	234.7	184.2	180.9
服装制造总产值	101.4	107.3	135.9	160.2	96.3	82.8	117.4	113.1	122.1	107.4
纺织现价销售产值合计	182.7	202.1	237.4	271.7	189.6	193.9	225.1	234.0	183.3	183.5
服装制造现价销售产值	103.7	104.8	129.1	154.1	93.1	84.1	106.5	116.1	123.1	112.0
可比价工业总产值合计	185.9	214.1	253.6	283.8	201.8	201.9	241.8	244.0	185.1	184.6
服装制造可比价产值	100.4	106.2	135.1	158.8	88.7	75.2	109.3	140.6	121.9	108.3
纺织制造产销率	101.3	98.2	96.4	97.3	98.0	100.5	94.5	99.7	99.5	101.5
服装制造产销率	102.3	97.7	95.0	96.2	96.8	101.5	90.7	102.6	100.8	104.2

2012 年上半年度末上海纺织制造行业资产和负债情况表 (附表 3)

(单位:亿元,%)

项目	资产总计		流动资产合计		资产负债率	
	2012 年上半年	增长率	2012 年上半年	增长率	2012 年上半年	百分点
纺织合计	766.2	-0.3	527.57	1.9	50.1	-0.7
纺织服装制造合计	469.4	1.0	349.43	2.5	53.3	-1.2
机织服装制造	410.3	2.3	308.86	4.1	52.6	-0.9
针织或钩针编织服装制造	59.1	-7.1	40.57	-7.7	58.6	-3.0
纺织占全市比重	2.6	-8.2	2.95	-7.9	-	-
服装占纺织比重	61.3	1.3	66.23	0.7	-	-
服装占全市比重	1.6	-7.0	1.95	-7.3	-	-

上半年上海服装销量下降 5.9% 单价上涨 5.4%

上海服装行业协会

上海服装行业协会网络信息定期统计报表显示,6月份上海十大商场服装大类商品总体共销售87.8万件,比上月减少7.1万件,环比下降7.4%;同比增加3.0万件,同比增长3.5%。6月份服装大类商品共销售3.04亿元,比七月减少6154万元左右,环比下降16.8%;销售额同比增长3.8%。本月平均销售价格为346.2元/件,环比下降10.2%;同比增长0.2%。从今年6月的上海服装行业协会网络信息服装销售情况看,目前服装行业内的通胀压力在逐步收缩和转移消化,服装销售市场进入区域性生产制造与“集群化”销售结构的相对再调整阶段。

1~6月,上海服装行业协会网络信息十大商场服装商品总体销售590.4万件,同比减少36.8万件,同比下降5.9%;实现服装大类商品销售收入28.57亿元,同比减少0.23亿元,同比下降0.8%;平均销售价格为483.9元/件,同比增长5.4%。其中南于销售量减少,影响销售额减少3.70亿元,用于商品结构变化及平均销售价格提高,影响销售额增加3.47亿元,二项合计净减少0.23亿元。

女式时装“凌致系”仍然坚挺

1~6月,上海女式时装销售225.8万件套,同比减少40万件套,同比下降1.8%;实现销售金额11.34亿元,同比增长2.4%;平均销售价格为502.2元/件,平均销售价格同比增长4.2%。其中,由于销售量绝对数的减少和部分高端销售量的结构变化,影响销售额的减少12752万元,由于平价销售价格变化及销售品种结构变化,影响销售收入增加15369万元,二项合计影响销售额增加2617万元。销售收入占总体服装销售收入的39.7%。

6月份,在女式时装按销售额排行榜排名中,VERO MODA本月重返销售额排行榜第一名,销售额为266.4万元,环比增长13.2%,平均销售价格为358元/件套,环比下降14.4%。奥菲欧蝉联销售额排行榜第二名,销售额为255.7万元,环比下降35.6%,平均销售价格为2720元/件,环比下降24.4%。ONLY重返销售额排行榜第三名,本月销售额为244.6万元,环比增长8.3%,本月平均销售价格为373元/件套,环比下降7.2%。ESPRIT销售额为224.8万元,环比增长15.2%,获得排行榜第四名,平均销售价格310元/件,环比下降2.8%。

男式休闲装欧美休闲品牌热销

1~6月,上海男式休闲服装销售量为44.1万/件,同比减少6.9万件,同比下降13.5%;实现销售金额2.93亿元,同比下降1.9%;平均销售价格为664.1元/件套,同比增长13.4%。其中,由于销售量的减少6.9万件,影响销售额的减少7130万元,由于平价销售价格的提高及销售品种结构变化,影响销售收入增加6561万元,二项合计影响销售额减少569万元。销售收入占总体服装销售收入的10.3%。

6月份,男士休闲服装,诺帝卡今年第一次获得销售额排行榜第一名,月销售200.7万元,平均销售价格为370元/件。Tommy Hilfiger本月获得排行榜第二名,本月销售176.1万元,环比增长5.6%,平均销售价格为1331元/件,环比增长6.0%。LACOSTE本月获得排行榜的第三名,销售额为105.2万元,环比增长5.0%,平均销售价格为925元/件,环比下降15.1%。JACKJONES月销售为92.5万元,环比下降4.5%。平均销售价格为277元/

件,环比下降15.3%,获得销售额排行榜第四名。ESPRIT销售85.5万元,环比增长18.9%,平均销售价格为334元,件,环比下降16.3%,本月留守销售额排行榜第五名。

男式正装2800元价格带西装受欢迎

1~6月,上海男式正装销售量为21.1万件,同比减少3.8万件,同比下降15.3%;实现销售金额2.70亿元,同比下降10.2%;平均销售价格为1283.6元/件套,同比增长6.1%。其中,由于销售量的减少直接影响销售额的减少3752万元,由于平价销售价格的提高以及销售品种结构的变化,影响销售收入增加688万元,二项合计影响销售额减少3064万元。销售收入占总体服装销售收入的9.4%。

6月份,在男式正装按销售额排行榜中,万宝龙月销售额为192.7万元,环比增长9.6%,重返销售额排行榜第一名,平均销售价格为2890元/件套,环比增10.1%。Zegna本月销售额150.3万元,环比下降6.5%,获得销售额排行榜第二名,本月的平均销售价格为2879元/件套,环比下降10.6%。登喜路实现销售141.9万元,环比下降25.6%,平均销售价格为2761元/件套,环比增长10.4%,由上月排名第一下滑至本月排行榜第三名。ARMANI.co销售额为129.7万元,环比下降4.1%,平均销售价格为2518元/套,环比下降20.0%,由上月排名第五上升至本月排行榜第四名。HUCO BOSS销售额为124.7万元,环比下降22.2%,平均销售价格为1886元/件套,环比下降2.3%。由上月排名第四下滑至本月销售额排行榜第五名。

上海应率先构建国际老年功能化用品示范区

董锡健 邬刚

全球人口“老龄化”是现代人口增长模式的必然过程。至上世纪末,发达国家和地区基本上已全面进入“老龄国家”,中国在2012年也将全面进入“老龄国家”行列,在“十二五”规划期内,中国老龄人口总数将达到2亿。至2050年,全球每4个人中就有1个老人,全球人口结构老化已成为难以撼动的大趋势,人口老龄化已经成为世界各国必须直面的一项重大挑战,其所带来的实际影响可能远远超过我们想象。但困难和机遇同在,在老龄化过程中,一个“藏‘金’蕴‘银’”的巨大市场正在加速形成和速露水面,这个市场被称为“银发市场”,与这个市场直接相关的产品制造和服务被称为“银发产业”。

“银发产业”是以消费群体为特征的概念产业,其产品和服务嵌入医疗、医药、食品、保健、养生、服饰、日化、日用品、休闲品、电子、汽车、机械、玩具、旅游、文化、IT、房地产以及金融保险等多个产业、行业和领域,同时也与各国的社会保障、经济基础、文化传统以及法律政策紧密相关,各国都在研究符合国情和国力的发展模式。

欧美、日本等发达国家是较早进入老龄化社会的国家,他们已经在围绕老年人消费市场上,初步形成了一个融合现代科技和现代生活理念,凸现国情的生活水准和生活质量的老年功能化用品及服务的产业延伸链。

一、国外“银发产业”的发展趋势

欧美、日本等发达国家是较早进入老龄化社会的国家,他们已经在围绕老年人消费市场上,初步形成了一个融合现代科技和现代生活理念,且与国情、国力相匹配的老年功能化用品及服务的产业延伸链。

1、“银发产业”的构成

一些产业研究领域的专家将“银发产业”归纳分解为“主体(本位)产业”、“相关产业”和“衍生产业”,三者之间相互补充,形成经济和社会效益的良性循环。

主体(本位)产业包括:养老设施和机构、老年房地产、老年护理服务业、老年服饰、老年食品、老年医疗等。

相关产业包括:①主体(本位)产业供应链上的专业家具、专业设施、专业易耗品等;②护理培训、劳务派遣、老年护理专业用品、治疗和康复器械等;③来自于老年人深层需求的娱乐、学习、旅游、保健、养生以及心理咨询、中介和老年的法律咨询与法律援助服务等。

衍生产业包括:老年储蓄投资理财产品、老年房地产的“倒按揭”等金融产品、寿险产权的证券化产品、长期护理保险产品以及老年融资等信托、租赁和资本市场产品。

2、世界各国“银发产业”态势

随着科技的发展与人类的进步,“银发市场”需求日渐多样化与“泛样化”。“银发产业”已不仅仅是那些特殊生活用品,老年护理产品也已进入了系列化生产,老年服务市场已从社会福利转入企业的视野,“银发产业”已经嵌入到“衣、食、住、行、康复保健、学习、娱乐、休闲、理财和保险”等各个产业、行业和领域;老年消费占社会总消费中的比例不断提高,各行业在每种产品的通用设计中都会考虑到“银发族”的特殊需求,在养老设施、老年服装、家居用品、老年旅游、医疗服务和金融服务等方面,都首先注重为他们提供必要的信息。“银发市场”正逐步形成新的行业标准和专业分类,规模化生产、专业化营销、规范化市场等产业化发展的环

境正逐步得到优化。

纵观世界发展“银发产业”的现状,日本无疑是各国的标杆与“看板”。日本既是世界上人口平均年龄最大的国家,也是老龄化进程最快的国家。本世纪初,日本老人消费的商品和服务总值已超过了2,500亿美元(不包括老年医疗的1,000亿美元),老人年均消费逾7,000美元(折合人民币约45,000元)。有预测认为,到2025年,日本的“银发产业”将拥有7,000亿美元的市场,老人年均消费1.5万美元以上(折合人民币约96,000元)。

二、国内“银发产业”现状及发展

在商品社会和市场经济大环境下,任何新兴产业的启动,其主要动因都是需求市场的拉动,并通过产品和服务的不断创新完善,刺激和引发消费欲望,再辅以法律、政策和规则的引导和制约,使得产业得以有序健康的发展。中国“银发产业”的发展,其优势是基于庞大的人口基数,但是在产品和服务上创新不足,以及在消费引导、消费能力、市场管理、政策扶持等方面的缺失与缺位,这些皆亟待完善和提高。

1、国内“银发市场”规模和前景

由于国内对“银发市场”、“银发产业”还缺少统一和权威的口径,各统计和预测数据“落差”较大,据国家民政部和老龄委的相关数据显示,在“十二五”期间,我国的“银发产业”将达到上万亿元的规模,这已为多数行业专家认可。

日本是世界上最早(上世纪八十年代初)进入老龄化社会的国家,至本世纪初,日本的银发产业规模按老年人均测算是7,000美元(不包括医疗方面的支出)。而中国2010年“银发产业”的老年人均消费则不足日本老人消费的

10%。

按照中国人口预测的老年人增长速度，我国老年人口在2015年将超过2亿，2020年达到2.3亿，2025年达到2.7亿，若按老年人均消费水平年提升率10~15%测算，中国“银发产业”的市场规模将分别是2015年约达到2万亿、2020年约达到4万亿、2025年约达到6万亿。

目前，中国“银发市场”的缺口非常大，且不提“有效供给”，仅据全国老龄委调查数据显示，国内市场每年为老年人提供的产品与服务，还不到需求的10%，以致形成了“厂家不愿做，商家不愿卖，消费者无处买”的怪圈。仅从养老床位数据看，按照国际养老床位占老年人口比重的一般指标，国内的市場缺口就有1,000万张床位以上，而仅上海一地，养老建设在未来十年就有500亿元的市场。

2、国内“银发产业和市场”结构特征

我国“银发产业”总体印象是“总量小、品种少、企业少、规模小，传统产品多，科技含量少”。目前主要还是以生活照料为主，老龄服务业功能泛化，体现现代生活品质 and 具有科技含量的老年功能化用品，以及心理、文化、休闲等现代服务产品还相当缺乏；老年功能化用品的创新、设计、应用、推广等产业发展能力和环境亟待大力投入和完善，老年消费市场基本上仍以低、中档产品为主，急需引进和内生开发。

国内“银发产业”的分类众多，尚未具有统一和权威的分类，这也是我国“银发产业”规划和管理缺位的重要原因之一。从国家老龄委、民政部、人口研究机构等相关部门提供的信息，国内的“银发产业”主要分为老年用品、老年服务和老年房产三大类。

全球步入老龄化在已成为不可逆转的趋势，世界各发达国家已经在老年消费及服务市场和相关产业及产品的发展

上远远走在我们的前面，而我国的老年市场开发和产业发展上均处于较低端和较落后的状态，国家和政府在谋划经济社会发展的同时，也高度重视我国人口的老龄化和熟龄化问题，上海“十二五”规划中提出了大力发展“民生产业”，以积极的产业发展来面对社会老龄化问题，并将“差距”与“落差”转化为机遇，主动积极地引导和培育市场，创造新的经济增长点。

正是有基于上述，上海工业发展咨询有限公司专家及社会有识之士，在通过对国内外银发产业发展现状对标比较，及多年对“银发”需求市场进行跟踪调研的基础上，提出建言，建议上海直面国内外“银发消费”浪潮拍岸冲击的情势，抢抓机遇，率先构建国内首家“国际老年功能化用品示范区”，（以下简称“银发用品示范区”）。

三、“银发用品示范区”项目开发思路

本项目的开发建设和营运，以上海“民生产业”、“都市产业”和“文创产业”等发展规划为指导，以国家和政府大力改善国人的生命质量、生存质量和生活质量为契机，以项目地块为试验，通过政府的支持和项目开发建设营运单位的投入和运作，将本项目打造成国内首创的集世界各国独具创意和技术含量的老年功能化用品“展示体验、研发设计、消费引导、商机交易”于一体的示范区和服务平台；同时，积极探索构建国际化、专业化、集约化、规范化的“银发产业”服务体系，借助于上海的经济、市场、人才和区位优势，逐步形成研发设计与营销交易“两头在沪”的独特竞争优势，推动和提升我国“银发市场”和“银发产业”的等级，参与全球“银发市场”的发展和竞争。

“银发用品示范区”项目名称

项目冠名：“上海国际老年功能化用品示范区”

“Shanghai International

Demonstration Zone of Functional Articles for the Aged”

冠名解释：

项目名称中冠以“国际”，基于三个因素的考虑：

其一是充分考虑到项目主要汇集的是全球老年功能化用品，无论产品的创意、设计、技术、功能、品质、理念等都具有国际化的地位和趋势；其二是充分考虑到国际招商，吸引海外老年用品的制造商、供应商和服务商；其三是充分考虑到项目品牌创建的力度和获取国家级挂牌的机会。

项目名称中的“功能化”命名，旨在强调老年人对产品实用性的需求，重功能、轻形式，体现出项目不是概念性的时尚消费，而是与人民生活质量直接相关并能够解决老年人实际困难和问题的“实事工程”。

四、“银发用品示范区”项目定位

“银发用品示范区”项目立项开发定位：

通过本项目的开发建设，创建“国际老年功能化用品示范区”的品牌，抢占中国“银发产业”的制高点，并且起步就以“创新、研发、设计”和“高品质、高技术、高附加值”为聚焦目标与集成要素，引入国际和国内“银发产业”的前沿研发机构、一流营销机构，以及高端商客，真正为国内“银发产业”的发展起到“先行先试”的示范作用；同时，通过项目的运作，为项目延伸开发（项目扩展、异地布局等）打下样板基础，拉动和开发国内“银发市场”，从而使项目具有复制能力和产业放大器的引领作用。

五、“银发用品示范区”项目的主体功能模块

项目的功能模块和平台建设围绕“展示体验中心”、“研发设计中心”、“国际交易中心”等三个产业发展中心和“园区综合服务平台”、“社区共享服务平台——解决方案中心”两个公共服务平台

台。

1、“国际老年功能化用品展示体验中心”

“国际老年功能化用品展示体验中心”将是项目的主导模块、核心功能和形象模块，也是本项目抢占市场与受众眼球的瞩目亮点。通过展示体验，汇集国际和国内一流新潮的老年功能化产品，从而起到引导老年市场消费模式、触动老年用品创新设计、拉动“银发市场”和投资的对接，使项目成为“银发产业”高端服务业的示范。

“国际老年功能化用品展示体验中心”主要由产品展示和体验活动两个板块组成。项目单位主要职能是参与部分的发起策划、争取政策支持、场地及资源协调、安全保障及人性化生活服务等。产品展示和体验活动由行业协会或机构、会展单位、参展单位（制造商、服务商、代理商）以及服务单位按照活动职能分配共同承担。

2、“老年功能化用品研发设计中心”

工业设计是产业升级至关重要的因素之一，国家连续三个“五年规划”大力提倡对工业设计的投入，上海市府高度重视工业设计在上海产业升级和转变经济增长方式中作用和地位，积极申报国家工业设计示范城市，同时正在全市布点工业设计集聚区和区域工业设计中心，而老年功能化用品，正需要工业设计与创意设计的融合。由此，本项目完全可能顺势而上，借助于国际老年功能化用品聚集的优势条件，设立以产品设计、服务创新为核心的研发设计中心，不仅符合上海都市产业的发展方向，也是国内“银发产业”等级提升的必要举措。同时，也为项目的可持续发展提供新潮功能化产品和产学研结合的机遇（特别提示：如有可能的话，可以直接申报上海市经信委与国家工信部，建立上海市乃至国家级“老年功能化用品设计中心”）。

3、“老年功能化用品国际交易中心”

“老年功能化用品国际交易中心”功能模块的设立，直接彰显本项目的品味、地位与作为，同时凸现本项目可与老年国际功能化用品需求、市场与潮流的“零距离”互动与对接。

“交易中心”区别于“营销中心”，“交易中心”不仅仅是产品的营销和交易，“交易中心”汇集的资源和要素，还包括设计的服务外包、OEM 订单的交易、跨国和跨地区的项目合作、融资租赁、信托信贷等产业资源和资本项目的交易。

“交易中心”的另一个重要功能，是综合“商机交易”，例如：各地举办养老机构的老年功能化用品设备与装备的集成采购与配置；海内外老年基地建设、老年服务机构的布点与实施营运；国际老年功能化用品供应商、经销商寻觅国内合作者与实施推导计划等，随着我国老年化进程的加快，类似商机比比皆是，都需要借助中介与交易。

“交易中心”除部分实体交易外，主要引入电子商务平台，借助于互联网的技术进步，将交易资源和范围联通到全上海、“长三角”、全国、全球的相关制造商、代理商、投资商、展会、院校及研发机构，逐步将“交易中心”发展成为老年功能化用品的产业资源、产业信息、最新产品等产业和市场的资讯中心，成为全国甚至全球老年功能化用品重要的信息港。

4、“上海国际老年功能化用品示范区 / 综合配套服务平台”

“园区综合服务平台”由项目营运单位组织、设立、招募和运作，积极引入社会中介机构的参与。服务平台主要服务于入驻企业和加盟企业，主要职能是促进园区内企业的生产力发展，为园区内企业提供共享型服务，提升园区内企业的管理效率，降低园区内企业的营运成本，提高园区内企业的经济效益。

5、“上海国际老年功能化用品 / 社区解决方案服务中心”

“上海国际老年功能化用品示范区”集聚了国际老年功能化用品的前沿理念，流行时尚、功能用品等大量信息资源、功能资源与新品资源，完全可以利用其溢出效应和辐射效应，构建一个服务社区养老机构和各种老年社团组织，为全社会老年人所共享的服务平台。其具体功能有三：

其一是构建老年功能化生活用品国际视窗——“网上服务平台”，提供基于互联网的商务导购、产品查询、功能介绍、体验心得、活动资信、疑问解答以及特殊服务等；

其二是以国际老年功能化用品、现代老年生活理念、康健营养护理、文化休闲娱乐为主题的“老年现代生活培训交流中心”和“关爱老人‘精神呵护’培训中心”，可与区域的“老年大学”、“老干部活动中心”、“社区老人康健服务中心”等社区组织联办或专题合办；

其三是设立社区 / “社会大客户服务响应中心”，为各地社区 / 社会新办的养老机构“门对门”提供或量身配置老年功能化用品、设备与装备，以及定向受托社会爱心人士捐赠采购等，为其且提供团购的综合解决方案。

六、“银发用品示范区”项目的综合评价

1、本项目的立项开发，将有助于“银发市场”在上海的拓展，不仅为日益增多的老年人带来生活上的满足，也为扩大内需拉动经济起到重要的作用。

2、本项目示范区的设立开发与构建为国内之首创，除了对我国银发产业和老年事业的主动贡献，且填补了国内在相关领域的空白之外，还给各地助力发展银发产业和养老事业起到举一反三、触类旁通的示范作用。

3、项目的开发建设对区域经济的贡献主要体现在三个方面：一是项目开发能级较高，投资拉动效应明显；项目

开发投资强度达到 100 亿元 /K m² 的能级,符合上海提高土地效率的相关标准,在有限土地资源条件下扩大区域经济规模。二是为区域带来更多的财政收入;同时,项目新增就业岗位不仅能对区域劳动就业和社会稳定作出贡献;还因为展示体验的主体功能,能带来较大的流量经济,提升当地土地级差,并促进和提高当地社会公共服务配套水平。三是项目的立项开发,促进了民生类特质服务业与高端服务业的发展,使上海的银发产业与银发产业服务业跨上了一个全新的台阶。

专家的上述建议与对本项目的构想,引起了一向对新兴产业与新兴服务业载体,独具前瞻眼光与一贯悉心支持的宝山区政府的高度关注,该区政府第一时间与专家团队进行对接,认真进行互动交流,并全力支持该区颇具实力,且有志于“银发产业”投资建设的上海江杰荣泰集团立项开发,目前已选址上海宝山区宝安公路与蕴川公路交汇的杨行镇区域内(, 地铁一号线直达, 紧贴外围线)。目前项目正在紧锣密鼓的推进之中。该区及开发企业期盼上海市有关主管部门能给予土地使用、产业导向、政策扶持, 以及招商集客等方面给予定向支持, 以期国内首建的“国际老年功能化用品示范区”尽快建成, 早日造福于广大银发消费者。

附: 国外老年功能化用品的时尚与时尚

国内老年用品多为传统产品, 由于产业环境和创新研发能力不强, 与发达国家差距很大, 通过下述对国外部分老年功能化用品的介绍, 更能反映出国内“银发市场”的空缺和产业发展空间。

本田公司和百代玩具公司开发的可以为老年人提行李和端饮料等功能的伺服型机器人, 以及电子宠物和能够点头、说话、逗乐唱歌、讲故事的高科技玩偶等;

西方医学专家在对 7 岁的儿童与

70 岁的老人的对照研究中发现, 在渴望呵护、关怀、抚慰以及集体游戏等诸多方面有惊人的相似, 于是商家及时抓住这项成果, 着力开发老年人玩具。美国玩具市场一份调查资料表明, 西方市场上有 40% 的玩具是为成年人和老人设计的;

在欧美国家, 一向以年轻人为主的化妆品产业已开始将目标瞄准 50 岁以上的消费者。现在, 欧美市场老龄人群的护肤品、护发品、抗皱霜的销售纪录, 已成为最抢眼与抢手的老年生活用品, 着实令许多以其他年龄结构为服务对象的产品望而生羨;

日本很多的游乐园都在推行“重建再造”计划, 以满足老年人的需要; 欧洲休闲产业也正在扩大为退休人员服务的范围。如英国约克郡的轻水谷主题公园投入了巨资建造旋转速度较低的旋转滚轮设施, 以吸引年龄较大的游客;

在汽车制造业, 福特、克莱斯勒等公司, 在对驾驶者的上下车方便、安全舒适、反光效果、仪表盘视读、变速模式、导航领航、夜视等方面, 都注重从老年人角度出发进行重新设计和改进;

智能眼镜——美国一家视觉公司开发出一种自动变焦的电子眼镜。它能根据戴镜人视觉的远近, 随时调整镜片的聚焦点, 无需摘摘戴戴, 还能当遮阳镜。日本也研发了“累进多焦点镜片”的老花镜, 镜片的焦距从 30 厘米延长到 2 米, 可以看的更远, 而且眼睛不易感到疲劳;

减皱镜子——日本专家为老年妇女设计了一种减皱镜子, 其特点是镜中影像会隐去脸部皱纹, 看上去至少比本人年轻 10 岁。尽管这种镜子提供的是“虚假信息”, 但这有利于感叹青春已逝的老太太们的心理健康和情绪稳定, 使她们对生活充满信心;

老人防撞服——瑞士研制的老人防撞服包括防撞帽、防撞外衣, 衣服和帽子都是膨胀式的。如果老人因血压升高

头晕眼花, 突然摔倒, 穿上这种服装, 就没有受伤的危险。因为在帽子中安装有电脑防撞器, 当头部倾斜失常时, 电脑就会指挥防撞器张开, 使老人感到有人扶着一样。即使倾斜速度快, 防撞器来不及反应, 老人也不会受伤, 因为头部已被防撞器的弹簧张力所支撑;

老人防跌气囊——跌倒是老年人主要伤害问题, 除了导致老年人死亡外, 还造成大量残疾, 直接影响老年人的身心健康, 据“上海市预防老年人跌倒现场推广会”透露: 上海市每天跌倒老人数以百计, 平均每天约有 5 个老人跌倒死亡。国外科技人员, 专为老年设计研发了老年个人防跌气囊, 当老年人跌倒落地的瞬间, 系在腰上的个人防跌气囊就会即刻打开, 如同“充气枕头”。形成缓冲阻挡, 有效避免伤害;

还有美国研发的“老人夜光伞”、日本研发的“老人防爆手杖”、“个人睡眠质量分析仪”、俄罗斯研发的“老人旅游电视机”、韩国研发的“老人定位手机”、加拿大研发的“老人自动按摩床”、德国研发的“老人增音电话”、英国研发的“老年免醉酒杯”等。

(作者单位: 上海工业发展咨询有限公司)



认知与感知战略性新兴产业

董锡健

5月30日,国务院总理温家宝主持召开了国务院常务会议,讨论通过了《“十二五”国家战略性新兴产业发展规划》(以下简称《规划》),提出了“节能环保产业、新一代信息技术产业、生物产业、高端装备制造产业、新能源产业、新材料产业、以及新能源汽车”等七大战略性新兴产业的发展方向与主要任务。

按理说《规划》的获批与发布,会在产业经济界与工业经济界引起热议与反响,然而事实上《规划》的通过与公布,并未想象中那样在各地引起特别关注,而似乎比较平静。经笔者向产经界初步探究分析,是因为这几年来,战略性新兴产业在业界早就耳熟能详了,而且各地也都已实质性地“干”开了,并且干得“热火朝天”,因此各地并未特别在乎《规划》的获批与通过。

培育与发展战略性新兴产业,作为我国在本轮国际金融危机背景下,继四万亿元投资与十大产业振兴规划之后的新一代刺激经济的方案,是2009年提出的。2009年22日到23日,温家宝总理主持召开了三次新兴战略性产业发展座谈会,先后邀请了47名中科院院士和工程院院士,大学和科研院所教授、专家,企业和行业协会的负责人,就“新能源、节能环保、电动汽车、新材料、新医药、生物育种和信息产业”等七个产业的发展提出了意见和建议,在随后公布的会议公告中,该七大产业便被表述为“战略性新兴产业”(注:以后又进行了调整,将原先的“生物育种”与“新医药”,整合为“生物产业”,将“电动汽车”调整为“新能源汽车产业”,而将“信息产业”明确为“新一代信息技术产业”;另增加了“高端装备制造产业”)。

而后,各地闻风而动,迅速予以聚焦对标,很快在各地紧锣密鼓编制的“十二五”规划中,醒目地出现了“战略性新兴产业”这个全新概念,而且清一色地将“培育与发展战略性新兴产业”列入了各地“十二五”产业发展诉求的“重中之重”,其“渗透度”与“覆盖面”几乎遍及各省市、区县,甚至乡镇、街道,很快在不到两年中,战略性新兴产业发展遍布全国,且成为各地发展区域经济的“产业时尚标签”与“新型工业的风向标”。

纵观全国各地发展与布局战略性新兴产业的态势,目前至少有90%的省市地区,聚焦“新能源、新材料、生物医药、新一代信息技术产业”;80%的省市地区选择“节能环保产业”;凡是与汽车产业相关的地区,无论是整车还是零配件产地,全部冠以“新能源汽车产业基地”,最有意思的是凡“海”必“风”,国内临海涉海地区无一例外地都在发展风力发电,以致举国上下,战略性新兴产业布局比比皆是,布点更是星如棋布。最让人感到困惑的是,许多高强度、大力度地布局发展战略性新兴产业的地区,还不同程度地出现了“争资金、抢项目,重复建设、拼政策”的激烈竞争态势。

记得,两年前笔者应邀去中原讲课,其间与某地级市领导交流时获悉,该地区正在全方位、争先恐后地发展战略性新兴产业,有的地市选择六项、有的地区却全面开花,其劲头、势头与力度着实让笔者惊讶。当问起,当地发展战略性新兴产业投资主体、产业门类、产业诉求目标、培育发展规模,以及如何与周边地区“错位”发展等具体问题时,得到的回答,基本都是“不了解、不清楚”;当问到,如何理解与认知战略性新兴产业时,

几乎没人讲得清楚,多半仅是从字面上理解“战略”与“新兴”,而对战略性新兴产业的门类细化与具体目标诉求,心里更是“无谱”,大多发展驱动都是“随大流”,具有很大的盲目性。由于各地发展布局战略性新兴产业的盲目性,致使战略性新兴产业国家层面上的发展《规划》还刚通过出炉,各地已经全面进入“红海”,步入“春秋时代”。

诚然,面对国际产业格局的变动与面临全球新技术革命的挑战,我们加快培育与发展战略性新兴产业,这是无可厚非的,但是首先要认知战略性新兴产业内涵与属性,然后才能根据各地的实际与禀赋资源、产业基础、综合实力的实情,聚焦产业,优选门类,扬长避短,进行科学有序的布局与发展。

首先,我们须认识或认知什么是战略性新兴产业?所谓战略性新兴产业,是以重大技术创新与满足重大发展需求为基础,对经济社会全局和长远发展具有引领带动作用、市场潜力巨大,且有指标意义的示范性产业。综合有关产业经济专家的观点,认为列为战略性新兴产业,应该具有五方面的要素特征:1)千亿以上的产业规模;2)五至十年的导入与成长期;3)具有自主话语权、独到解读力与示范意义;4)拥有广阔的国际或内地市场及前景;5)能够拉动或带动本地区的产业链。

其次,要从本地实际出发,扬长避短,彰显比较优势,科学有序,且“错位”地发展与布局战略性新兴产业。

在这方面江苏省与上海市在培育和发展战略性新兴产业的做法、经验及其成功实践,值得各地参照与借鉴:

江苏:以优势实力城市为基地,“一城一业”有重点有特色,着力培育与发

展战略性新兴产业。

江苏省将培育与发展战略性新兴产业，列为培植江苏长远发展优势的关键举措。江苏省为了布局落实好全省的“十二五”培育和发展战略性新兴产业，优化资源配置，合理布局，凸现重点，彰显特色，精心制定实施“十大战略性新兴产业”的定城专项“推进方案”，把全省的总体发展战略，作为逐项战术目标，分解到相对应的各个产业经济优势城市，具体布局阵势是：南京/主攻“软件与智能电网”、苏州/主攻“纳米技术”、无锡/专攻“物联网”、常州/攻略“智能装备”（机器人）、镇江/专攻“新型材料”、泰州/专攻“中国医药城”，扬州/力攻“新光源”、南通/专攻“海工平台”、徐州/主攻“先进装备制造”、苏北地区/力拓“特色产业”发展，十大城市与地区构筑了江苏全省培育与发展战略性新兴产业的“全景图”。

上海：培育与发展战略性新兴产业的特点是：

1、主体发展思路明确：坚持市场主导、企业主体、创新驱动、重点突破、示范应用、引领发展的原则，深度对接国家战略性新兴产业规划与政策，大力推进高新技术产业化，主动作为，有舍有取，突破瓶颈，扩大应用，提高国际

竞争力；

2、选择聚焦产业明了：上海培育发展战略性新兴产业的总体诉求目标：着力发展七大战略性先导产业。具体分“发展”与“培育”两大部类：第一部类：重点发展五大主导产业，其中包括：新一代信息技术产业、高端装备制造产业、生物产业、新能源产业、新材料产业等；第二部类：积极培育两大先导产业，其中包括：节能环保产业、新能源汽车产业等；此外，提出了举全市之力，重点攻略的13个“专项工程”，其中包括：大规模集成电路、民用航空、云计算、物联网、下一代网络、新型显示专项、智能电网、新能源高端装备、智能制造、新能源汽车与汽车电子、卫星导航专项、生物医药与医学装备、电子商务与新型贸易现代化等专项工程；

3、培育发展路径明晰：“十二五”期间，上海工业将结合国家战略与上海实际，大力推进“战略性新兴产业倍增”、“生产性服务业倍增”和“先进性制造业提升”（即“双倍增一提升”），促进战略性新兴产业、先进制造业和生产性服务业协同发展。

基于上述，笔者建言各地在培育与发展战略性新兴产业过程中，可以力求做到以下四点：

1、主动对接国家战略层面的新兴产业，优先在本地区“高新区”、“经开区”等标志性产业载体布局立项，以获求与国家产业战略对接、嫁接与链接的互动发展效应。

2、通过对本地区传统优势产业与特色产业的转型发展与优化升级，争取与国家与本省市着力培育与发展的战略性新兴产业主动对接与互动链接。同时，通过“接天线、取名份、占先机”以旨获求“同心圆”发展的名份效应。

3、积极作为，主动彰显与凸现本地区的综合资源优势与区域优势，争取将体现国家意志的“创新型”、“先导型”、“样本型”产业项目，在本地区“先行先试”，以取得率先示范的话语权。

4、认真处理好“政府、企业、市场”三者关系，协力发展本地区战略性新兴产业：一是合理布局，从实现出发，扬长避短发展战略性新兴产业，避免一轰而起，急于求成；二是着力培育与创造国内市场需求，让更多的新兴产业成果为国内共享；三是引导企业成为研发投入的主体、技术创新的主体、创新成果应用主体，保护企业自主创新的原动力。

（作者系上海工业发展咨询有限公司总经理）

简讯

市工经联党委举办“纪念建党91周年暨创先争优活动表彰大会”

6月28日下午，市工经联党委在市政协文化俱乐部礼堂，召开“纪念建党91周年暨创先争优活动表彰大会”。

全国政协常委、市经团联（市工经联）会长蒋以任出席会议，市经信工作党委副书记张金康到会并讲话。出席会议的还有市社会工作党委秘书长吴红伟、市工经联党委书记、副会长胡云芳、市经团联副会长姜光裕和市工经联党委委员许秋塘、许锦柏、黄志良、叶焱章、袁丽燕及市工经联党委系统的部分党员。会议由党委副书记杨晨露主持。

胡云芳代表党委作了市工经联党委系统开展创先争优活动的情况报告。市经信工作党委副书记张金康在讲话中对行业协会“两新”党组织建设提了几点建设性的意见。

会上，市工经联党委委员、副会长孙环葆宣读上海市和市经济信息化系统创先争优先进名单及市工经联党委关于创先争优活动先进表彰决定，授予上海市生物医药行业协会等22个党组织“先进党支部”称号；授予王正凤等19人“优秀共产党员”称号。

切实加强社会组织党建工作 深化创先争优

市经信工作党委副书记 张金康

市工经联党委的创先争优活动目标明确,特色明显,成效显著,这是值得肯定的。多年来,市工经联党委能够认真贯彻执行中央和市委关于加强社会组织党建工作的有关精神,坚持探索创新和实践行业协会党建工作的新思路、新方法和新方式,不断加强行业协会的组织建设,着力推进行业协会党的组织覆盖和工作覆盖,努力夯实行业协会党建工作的基础。工经联党委能够按照中央和市委的部署和要求,组织系统110多家行业协会,有1100多名党员在两年多时间里,深入持续开展创先争优活动。在活动中,党委能结合协会党组织的实际,把握中央提出的“推动科学发展,促进社会和谐,服务人民群众,加强基层组织”的目标,围绕“服务企业,规范行业,发展产业”的要求,结合协会社会组织的自身特点来开展创先争优。同时,根据创先争优活动的不同阶段来把握此次活动的主题,活动很有特色,有具体的活动载体,受到大家好评。所以,在积极开展“讲党性,讲服务,做表率”、“一个党员一面旗”和“亮身份、亮承诺、亮标准”等主题活动中,能够引导党组织和党员推进行业协会科学发展的实践,能够建功立业。创先争优活动是党的十七大提出的加强党的建设的一项重要举措,所以多年来,工经联党

委和各行业协会能够取得这些成绩是上下努力的结果,需要认真的总结和提炼。

党的组织建设在经信委系统的特点是传统工业和行业,相对来说体制比较健全,力量比较雄厚,工作容易上手。而行业协会“两新”组织党的建设具有新的时代特点,工作有新的要求,需要很好的提炼。三年来,通过创先争优这一载体我们能够梳理出“两新”组织党建工作的好的做法。要巩固创先争优成果,完善基层组织建设机制,切实加强行业协会社会组织的党建工作。

今年,中央提出创导“基层组织建设年”,如何深化创先争优?为此,提几点建设性的意见。一要坚持从实际出发,立足于行业协会党组织和广大党员,深入开展创先争优活动的具体实践。在总结经验、探索规律上下功夫。二要坚持广泛发动,人人参与,使各行业协会党组织和党员通过总结,进一步振奋精神,明确方向。三要坚持群众参与,充分运用和推广群众评议创先争优的好经验、好做法,采取个别访谈、召开座谈会、发放问卷和网络测评等方式,畅通群众参与的渠道。社会组织还需要畅通社会监督的渠道,能真心实意的听到群众意见和建议。四要坚持边总结边深化,把总结过程作为深化认识,推动工作的过程。在继续推进创先争优活动和“基层

组织建设年”各项工作中,能够落实好群众反映的突出问题来整改工作,让群众看到新变化。五要继续加大宣传力度,总结优秀党组织和优秀共产党员的先进事迹,营造“崇尚先进、学习先进、争当先进”的浓厚氛围。这里需要提醒的是,我们整个发展还是有不平衡的。创先争优在100多个行业协会组织中的发展也是有差异。也应该看到有个别的组织在此项活动中确实不到位、走过场的情况,这也是需要反省的。召开总结表彰大会,并不是说创先争优活动结束了,它是长期的基层组织建设的任务。阶段性的目标完成了,今后基层组织建设的长期任务还将持续,需要大家共同努力。

党走过了91年的风雨历程,创造了前无古人的丰功伟绩。展望未来,发展机遇难得。工经联党委和各行业协会党组织要进一步加强党建工作,使党的组织在行业协会中起到领导核心、政治核心、协助监督和政治引领的作用。确实巩固党在这一新的重要社会领域的执政基础,不断推进行业协会健康发展,为上海经济社会发展做出新贡献,迎接党的十八大胜利召开。

(本文系在市工经联党委系统庆祝纪念建党91周年暨创先争优活动表彰大会上的讲话)

(上接第35页)新台阶。

四是继续推进党务公开,加强党风廉政建设。继续贯彻执行党风建设和反腐倡廉工作责任制,建立健全惩防长效机制。抓好“党风廉政责任书”修订和续签工作,推进反腐倡廉教育的经常化、制度化。继续推行党务公开,强化党内

民主和监督作用,健全完善各项制度,不断促进行风建设,为行业协会健康发展提供坚强保证。

在纪念中国共产党成立91周年的时刻,我们要牢记党的宗旨,坚定理想信念,肩负历史使命,矢志奋斗拼搏,谦虚谨慎,扎实工作,以昂扬向上的精神风貌、求

真务实的工作作风、更加出色的工作业绩,迎接党的十八大胜利召开!

(本文系在市工经联党委系统纪念建党91周年暨创先争优活动表彰大会上的讲话)



进一步贯彻市第十次党代会精神 积极构建创先争优的长效机制

上海市工业经济联合会党委书记 胡云芳

中国共产党已经走过了 91 年的光辉历程。回顾这 91 年的奋斗史，我们得出的一个基本结论，就是要办好中国的事情，关键在党。今天，在世情、国情、党情发生深刻变化的新形势下，我们必须坚定地跟党走，保持共产党员的先进性，坚持与时俱进，以改革创新精神加强党的执政能力建设和先进性建设，坚持党的基本路线不动摇，坚持改革开放，推动科学发展，促进社会和谐，不断推进建设中国特色社会主义的伟大事业。

市工经联党委成立 12 年来，带领各行业协会党组织在市经信工作党委的领导下，认真贯彻中央精神，按照市委和市经信工作党委的部署和要求，坚持围绕中心，服务大局。尤其是从 2010 年创先争优活动开展以来，各行业协会党组织建设得到进一步加强，党员的模范作用更为显著。2010 年 4 月以来，按照上级党委的要求，市工经联党委和各行业协会党组织成立了创先争优

领导小组，制订了创先争优活动方案，党委召开“创先争优”活动推进大会，对创先争优活动的时间节点、阶段任务、活动载体等作了全面部署。2010 年 6 月 30 日，市工经联党委在庆祝建党八十九周年暨创先争优活动动员大会上又作了动员。两年来，市工经联党委和各行业协会党组织按照市经信工作党委的部署，要求党员亮身份、亮承诺、践承诺、评承诺，使创先争优活动不断深化。

2010 年，市工经联党委和各行业协会党组织按照“举办一届成功、精彩、难忘的世博会”要求，发挥党组织的战斗堡垒作用和“一个党员一面旗”的先锋模范作用，切实增强党员的世博意识，主动关心世博，积极参与世博，真诚奉献世博，力争在岗位上做标兵，在社会上做楷模，以自己的模范行动影响带动身边的群众。

2011 年，市工经联党委和各行业

协会党组织以“牢记宗旨，创先争优，迎接建党九十周年”为主题，通过回顾党的光辉历程，弘扬党的优良传统，加强党员干部的爱国主义和理想信念教育，激励广大党员干部铭记历史，不断进取，开创社会组织党建工作新局面，以实际行动向党的 90 华诞献礼。

今年以来，市工经联党委和各行业协会党组织围绕创先争优迎接党的十八大召开为主题，以开展“基层党组织建设年”活动为契机，在创先争优活动中突出加强基层党组织建设，努力使创先争优活动与创建学习型党组织相结合；与巩固和扩大学实活动的成果相结合；与“讲党性、重品行、作表率”的党员主题活动相结合；与强化行业协会的党组织建设和党员队伍的建设相结合；与加强党风廉政建设相结合；与全面实施党务公开相结合；与加强行业协会文化建设相结合；与行业协会的中心工作相结合。

两年来，市工经联党委和各行业协

会党组织围绕“创新转型服务群众，立足岗位创先争优”，精心组织、扎实开展各项工作，构建和谐协会，使创先争优活动取得了一定实效。

一是积极推进学习型党组织建设，坚持抓好“三会一课”，努力倡导个人自学与集体学习相结合的学习方法，进一步增强了党员干部的学习自觉性，坚定了理想信念，提高了协会党员干部的政治理论水平。

二是深入开展调研，进一步了解和掌握行业协会党组织和党员的基本情况，对协会党组织作进一步梳理、调整，完善健全了 61 个党支部（其中行业协会 36 个，信息服务业党委系统 25 个），帮助那些开展党建工作有一定困难的行业协会党组织解决实际工作中的一些具体问题，确保党的组织和工作全覆盖，以及对协会党组织和党员的有效管理，为协会健康发展提供组织保证。

三是坚持分类指导，版块结合，产业联动，整合资源，逐步推进的原则，选择一批党建工作开展较好的行业协会党组织，建立示范点，发挥其示范标杆作用，开展结对互助活动，以点带面，以少带多，逐步影响和带动各行业协会党组织的党建工作。

四是全面实施党务公开，各行业协会党组织按照中央和市委关于党务公开的精神，认真制定方案，编制目录，进一步提高了社会组织党建工作的制度化、规范化、科学化水平。

五是不断加强党风廉政建设，进一步营造行业协会健康稳定的工作环境。各协会党组织和党员自觉遵守廉政准则，推动了行风建设，保证了各项工作顺利开展。

六是各行业协会党组织和党员立足本协会和本职工作作出承诺，组织党员争优秀、创一流、当模范、作表率，积极开展“亮身份、亮承诺、践承诺、评承诺”等活动，对党员进行评议、鞭策和促进，使履行承诺成为每个党员的自

觉行为，确保承诺实效。各行业协会党组织根据协会自身特点，把创先争优活动开展得有声有色。

七是认真做好党的十八大代表人选推荐和市第十次党代会代表选举的各项工作。市工经联党委把这两项工作作为重要的政治任务来抓，制订计划、明确进度、提出要求，克服了行业协会党组织和党员分布面广、人员分散和流动性大等难点，严格按照条件，履行民主程序，尊重党员权利，使代表选举产生的过程成为党性党风党纪教育的过程，成为保持和发扬共产党员先进性、巩固和实践创先争优成果的过程。因此，我们圆满地选出了上海市第一位协会工作者作为党代表光荣参加了上海市第十次党代会。

八是在创先争优活动中，涌现了一批协会先进党组织和优秀党员。去年在建党九十周年之际，有 2 个协会党支部、2 名党员和 3 名党务工作者获市经信工作党委、市委组织部和市社会工作党委的先进集体和个人称号。14 个协会党组织、15 名党员和 5 名党务工作者获市工经联党委先进党组织、优秀党员和优秀党务工作者称号。今年有 4 个协会党支部、5 名党员荣获市经信工作党委、市社会工作党委先进集体和优秀个人称号。本次，市工经联党委评选出了 22 个行业协会先进党组织和 19 名优秀党员。同时党组织的创先争优活动带动和培育了一批积极分子，两年来转正和发展了 80 名党员（其中行业协会党员 34 名，信息服务业党委系统 46 名）。

两年多来在市经信工作党委领导下，在全体党员的努力下，创先争优活动成效明显。我们将进一步贯彻市第十次党代会精神，积极构建创先争优的长效机制。要在“创新转型，服务群众”上下功夫，要在加强党员建设上下功夫。为此，我们将继续按照市委和市经信工作党委的要求，根据工经联党委提出的“覆盖、巩固、发展、创新、有效”的

协会党建工作目标，向各基层党组织提出几点希望：

一是继续加强学习型党组织建设。认真抓好党员的政治理论学习，不断增强学习的自觉性和主动性，不断增强广大党员的党性观念和理想信念。认真贯彻好第十次党代会精神，及时学习贯彻党的十八大精神，把党员、群众的思想和行动统一到党的代表大会的精神上来，把学习贯彻党的十八大精神与推动协会建设和上海经济发展紧紧结合起来，确保完成今年各项工作任务。

二是继续加强基层党组织建设。围绕“强组织、增活力、求实效”的目标，扎实推进“基层组织建设年”各项工作。开展调查研究，查找党建工作中的瓶颈和不足，抓住重点、突破难点、创造亮点，不断提高党建工作的科学化水平。继续健全完善协会党组织的工作职责和各项规章制度。着力抓好协会党支部书记和党员队伍建设，按照“守信念、讲奉献、有本领、重品行”的要求，加大对党支部书记的培训力度，提升党支部书记的能力素质；加强对党员的教育、管理和激励，增强党员队伍的生机活力。继续开展党支部结对互助活动，健全和执行党组织民主生活会制度，不断夯实协会党建工作的基础。

三是积极构建创先争优长效机制。要以迎接党的十八大为主题，继续深化创先争优活动，按照“坚持有效的、完善不足的、补充需要的”原则，总结、汲取、传承创先争优的有效做法和成功经验，使有效做法制度化、成功经验长效化，构建创先争优“长久保持、常态开展”的长效机制，使创先争优融入协会党组织和党员的日常工作。继续加大宣传先进典型力度，努力营造讲责任、讲忠诚、讲法制、讲学习、崇尚先进、争当先进的良好氛围，通过党组织创先争优带动协会创先进，通过党员争优秀带动身边群众争优秀，通过创先争优活动带动协会各项工作上（下转第 33 页）



控制能源消费总量 走可持续发展道路

上海市经济团体联合会副会长 陈振浩

节能减排是我国需要长期坚持的一项基本国策。在上海市委、市政府的领导下，经过全市上下的共同努力，上海“十一五”节能减排成效显著。“十二五”时期我国节能减排目标为单位国内生产总值能耗降低 16%，这一目标符合市场预期，但任务艰巨，在这期间众多的不可知因素可能会阻碍节能减排目标的实现，节能减排长效机制亟待“十二五”期间建立。

一、充分认识实行能源消费总量控制的重要意义

当前，上海正处在推动新兴产业发展及传统产业转型升级的重要时期，经济增长与能源工作之间的矛盾仍很突出，围绕“创新驱动，转型发展”的改革思路，发展低碳经济，改善环境质量，提倡绿色生活的任务十分繁重。因此，上海的节能工作要全面贯彻落实科学发展观，淘汰落后产能，调整经济结构，在能源领域内加快发展循环经济，加强对公共能源消费的引导，提供支持政策，降低公共能源消费的能耗十分重要。要

以低碳发展为导向，以节能减排、提高能效为手段，把调整能源结构纳入生态文明建设行动纲领和能源消费框架，实现节约资源、保护环境的目标。

首先，要按照发展循环经济的原则使用能源。加快转变经济发展方式，形成经济社会与资源环境相互协调的良性运行机制，引导企业开发能源科技和创新能源体制，最大限度地实现资源的持续利用和生态环境的持续改善，促进经济社会的可持续发展。

其次，要充分认识培育一个重视节能减排意识的社会，全民参与节能减排，对于确保社会文明进步和经济持久繁荣是何等重要。发展绿色经济，控制能源消费，需要我们树立人与自然和谐相处的价值观念，把节约文化、环境道德纳入社会运行的公序良俗中；把资源承载能力、生态环境容量作为经济活动的重要条件，进而改变人们的生产生活方式和行为模式，在全社会形成节约资源、保护环境的良好风尚；企业要加强节能宣传，普及节能知识，开发节能产品，

创新节能科技手段，推动企业节能减排目标的实现。

再次，要充分把握上海的能源发展无法超越阶段性的经济增长和能源需求的特征。现阶段我国经济的主要特征，一方面是速度高、经济结构粗放；另一方面，经济快速增长要求能源成本不能大幅度增加，现实中我们也注意到想调高电价却困难重重；一方面既要发展经济、改善民生、提高人们的生活水平，另一方面要应对气候变化、控制温度气体排放，还要提高国家适应能力，无疑是十分艰难而繁重的任务。因此，上海的经济发展和能源战略转型路径应当和全国一样，节能为主，发展清洁能源为辅。

二、引导全民参与能源消费总量控制的必要性

国家能源局提出，“十二五”我国能源战略已经从保供给为主，向控制能源消费总量转变。这对我国传统的能源发展模式和消费思维是一次革命，也是一个挑战。从保供给控制向消费总量转变，我们面临的挑战是严峻的、转变的

过程是曲折的、前进的道路也是困难重重的。对此，我们要有清醒的认识，以坚定的信念、百折不挠的毅力，积极应对这样的转变。

第一，必须增强忧患意识。节能是公民义务，任何单位和个人都应当依法履行节能义务，有权检举浪费能源的行为。要宣传和教育每一个市民：能源是人类社会赖以生存和发展的重要物质基础，能源的开发利用极大地推进了人类社会的发展。同时，随着人类对能源的需求越来越多，能源对人类经济社会发展的制约和对资源环境的影响也越来越明显。能源消费需求正以前所未有的速度增长。但是，我们现在使用的能源大部分都是不可再生的，用完了就没了，必须站在可持续发展的战略高度增强对能源状况的忧患意识。

第二，必须大力宣传能源改革的重要性、必要性，强化节能宣传和教育。切实加强节能宣传，自觉履行节能责任，不仅是人类实现持续发展的需要，更是体现每个公民文明素质的水准。通过多种传媒手段和途径，开展节能系列宣传活动，重点宣传国家有关节能的方针政策、法律法规、标准规范；宣传日常生产、生活中的节能常识和节能知识等，努力提高全社会节能意识。深入开展节能进机关、进企业、进学校、进农村、进家庭、进社区活动，深化“低碳家庭、低碳出行”等主题活动，积极倡导文明、科学、健康的生态化能源消费方式。政府、企业、公民要凝聚共识，共同参与，走出一条以科学发展观为指导，低能耗、低污染为基础，低碳绿色发展的新路子。

第三，动员全民自觉参与能源消费总量控制。觉悟的人民起来行动的时候，就是事业胜利在望的保证。节能减排没有退路，必须坚持不懈，背水一战。自2008年来，在上海市节能减排工作领导小组的领导下，市发改委、市经信委、市建委、市经团联等七个部门组织创建了企业员工广泛参与的上海市节能减排

(JJ)小组活动。(JJ)小组活动以节约能源和资源，减少污染物排放为目的，通过开展群众性的、有特色的节能减排工作，针对生产管理和运行中存在的高能耗、高污染等问题，寻找关键原因，运用技术和管理手段，进行改进和攻关。经过三年多的努力，上海市节能减排(JJ)小组活动，已成为推进全市群众性节能减排工作的有效形式之一，为实现能源消费总量控制发挥了积极作用。

三、实行能源消费控制的几点建议

国家发改委在全国能源工作会议上明确指出，“十二五”期间要把合理控制能源消费总量作为低碳发展、转变经济发展方式的重要着力点，除了降低能源消费强度和碳排放强度作为约束性指标，还将合理控制能源消费总量。上海要合理控制能源消费总量，建议从以下几个方面作努力：

其一，要进一步优化能源消费结构。加快电源结构调整，优化电源配置，稳步推动电源结构由单一煤电向天然气发电、生物质能发电、太阳能等可再生能源发电并举的方向发展；要加大天然气就地转化力度，加快天然气覆盖面；要积极推广太阳能，加快水能、风能、地热能、核能等清洁能源的综合开发利用，积极探索发展生物质能；要加快能源消费结构调整，在生产、生活领域积极推广清洁能源的综合利用，最大限度地减少煤炭、石油等化石燃料的使用，最大限度地降低能源消费强度和碳排放强度。

其二，加大节能降耗新技术的研究开发。应该紧紧围绕全市产业发展规划，重点研究工业、交通运输、建筑等领域的节能技术、节能产品与设备，开发可再生能源与建筑一体化、节能建材等应用技术。如节能环保汽车及关键零部件技术、风力发电成套设备、大型输变电设备、超临界火力发电机组、大型制造业装备、内燃机、船舶及配套产品等，以不断发展的节能新技术，为实现能源消费总量控制提供技术保障。

其三，积极推进覆盖全社会的能源消费统计指标体系、调查体系、监测体系和考核体系。健全全社会能源消费统计体系，是实现有效能源消费总量控制的必要基础。实施单位GDP能耗季度核算制度，加强对数据质量的监测和评估，为全市能源工作政策的制定、政策实施效果的监测和节能降耗工作的绩效评价提供有力的统计信息支撑。建立健全节能目标责任评价、考核和奖惩制度，完善能源管理制度和机制，提高节能标准，严控高耗能产业的增长，大力发展生产性服务业；以有力的宏观调控手段，调整结构、大力节能、转变经济发展方式；对能源新兴产业，主动进行优化引导，促进上海的能源有序健康发展。

其四，开展群众性节能行动。为贯彻落实《国务院关于印发“十二五”节能减排综合性工作方案的通知》精神，进一步深化节能减排全民行动，充分调动全社会参与节能减排的积极性，国家发改委会同中宣部等17个中央部委共同制定了《“十二五”节能减排全民行动实施方案》，有针对性地对节能减排家庭社区、青少年、企业、高校、军营、农村、政府机构、科技、科普、媒体等十个方面的行动提出了具体要求。我们要积极贯彻国务院《通知》精神和中央17个部委联合发出的《实施方案》，持久开展群众性节能行动。要把上海节能减排JJ小组活动等行之有效的群众性活动，逐步引向深化，使能源消费总量控制与节能手段有机结合，不断提升节能有效性、节能活动持久性，为实现上海市和国家节能战略目标多作贡献。

综上所述，我们必须牢固树立政治意识、大局意识、忧患意识、责任意识、创新意识和服务意识，大力实施和推进科学、绿色、低碳的能源战略，真正做到能源消费总量控制，为推动能源的科学发展，切实发挥能源对国民经济可持续发展的支撑作用，做出应有的积极贡献。

努力营造良好节能减排氛围

上海通信广播电视行业协会

节能减排是全面贯彻落实科学发展观、促进经济又好又快发展的基本要求。我国当前面临着经济社会快速发展和人口增长与资源环境约束的突出矛盾。目前我国的生态破坏和环境污染已经达到自然生态环境所能承受的极限,为了使经济可持续发展,节能减排是必然的途径。节能减排工作是深入贯彻落实科学发展观的重大举措,是推动上海经济发展方式转变的重要抓手和突破口。上海通信、广播电视产业具有高附加值、高新技术的特征,协会会员企业大部分是上海的先进制造业,其产值和能源消耗具有一定的规模,所以推进节能减排、降低能耗、清洁生产是落实科学发展观、提高国内、国际市场竞争力、利国利民的重要举措。

根据市发改委、市经信委、市工经联等七部委联合发文沪发改环资(2009)002号文精神,加快形成以政府为主导、企业为主体、全社会共同推进节能减排的工作格局,进一步突出企业的主体地位和行业协会的推进作用,在市经团联创导下,节能减排JJ小组应运而生。JJ小组活动具有群众性、灵活性、专业性、广泛性的特点,通过发挥行业性社团的独特优势,发动企业员工广泛参与,以形成“以政府为主导、企业为主体、全社会共同参与的工作格局和长效机制,作为政府主导下的节能减排工作的有效补充。2009年上海通信广播电视行业协会在市经团联的关心指导下,积极报名参加JJ小组试点活动,几年来,取得了一定的成效。

一、探索协会在节能减排工作中的作用发挥

开展“JJ小组活动”,是行业协会

在节能减排中积极发挥作用,把群众性的节能减排落实到基层的一种创新形式。是协会在推动行业经济发展方式转变的抓手和突破口,也是协会为企业服务,推进企业管理的重要抓手。活动的核心理念是节能、低碳、绿色、环保,着力点是群众性的、落实到企业基层的基础性活动。节能减排的主体是企业,全民节能需要全社会的动员,行业协会责无旁贷、义不容辞。2009年起,通信广播电视行业协会就把推进节能减排JJ小组活动作为一种社会责任和社会义务,把支持企业开展节能减排小组活动作为加强对企业服务、推进企业管理创新的抓手。协会制订了开展JJ小组活动工作方案,组建行业节能减排领导小组并设专人负责此项工作,组织专家对试点企业开展JJ小组试点活动走访并指导,调研企业节能现状,发掘节能减排项目,帮助企业组建JJ小组并辅导开展活动,组织有关人员参加节能减排知识培训,组织节能减排的现场交流会,受到会员企业的一致好评。按照“自愿参加、上下结合”,“实事求是、灵活多样”的原则, JJ小组活动在协会会员企业中影响力不断扩大,所凸显的群众性、广泛性、积极性特点已深入人心,成效也日益显现。2009年协会上报的上海松下微波炉有限公司在开展JJ小组活动过程中,紧紧围绕节能减排目标和任务,针对生产过程中产生的能耗问题,广泛发动全体员工,激发员工积极性和自主创新精神,为企业的节能减排活动献计献策。在员工合理化建议的基础上,企业选择了相关课题,形成节能减排攻关项目,并按照JJ小组独有的QUEST模式应用于企业节能减排工作的实际操

作中。通过目标分析,精准的查找出问题的所在,使难题迎刃而解。涂装设备节能等4个项目均达到了很好的收效。2010年由协会推荐并经市节能减排JJ小组活动指导委员会批准,会员单位上海夏普电器有限公司的节能项目荣获上海市节能减排JJ小组活动指导委员会颁发的优秀奖,会员单位上海松下微波炉有限公司、上海索广映像有限公司、诺基亚西门子通信(上海)有限公司的节能项目也同时受到了表扬。在表彰大会上,上海夏普公司作了《节能减排、低碳制造》的交流发言,受到与会者的一致好评。2011年协会有10家企业参加了JJ小组活动,组建了25个JJ小组,124名员工参与,上报课题项目27个。迄今,协会在市经团联的指导和帮助下,组织节能减排JJ小组知识培训班、现场交流会5次,参与企业160家,参与人数288人。

二、紧贴企业实际需求,探索企业节能减排新途径

上海通信广播电视行业协会开展的JJ小组活动,其一大亮点就是小组活动紧贴、紧扣企业实际需求。在探索企业节能减排新途径的过程中,确保针对性的措施取得成效。

案例一:2011年,协会与试点企业上海松下微波炉有限公司共建“JJ”小组,形成了从协会、公司领导到部门经理、班组长、员工共同参与的组织形式,充分发挥员工的集体智慧,实现群策群力推进节能减排。通过资料收集、耗能诊断和现场调研, JJ小组制定了节能减排实施计划、并将急需解决的涂装车间能耗问题列为首个攻坚目标。通过采取减少加热用电负荷、利用清洁能源

天然气代替电干燥炉设备等措施,节能效果很快显现:2011年6月下旬,企业已完成了对涂装生产线的节能改造。按照一年涂装生产200万台,可节省能源费约94万元,减少CO₂排放952吨。

案例二:上海夏普电器有限公司的节能项目--其项目之一【降低洗衣机145/241平衡圈不良率】,JJ小组活动成员本着“减少不良发生,支持节能减排”的信念,贴近生产实际,发动企业员工,展开实地调研,确定JJ小组活动项目。针对企业生产的洗衣机平衡圈不良率的问题,JJ小组活动成员力求通过开展JJ小组活动将洗衣机145/241平衡圈不良率下降到2%以下。为了确保该项目的完成,小组成员应用QUEST模式,对现状进行分析,参照其他系列平衡圈不良率,结合自身特长,设定小组活动目标值。小组成员通过运用QC工具详细对145/241平衡圈的情况进行分析,找出平衡圈不良率高的主要原因是烧焦,通过对产生烧焦的八项末端因素逐一分析验证,最终找出平衡圈烧焦的四项主要因素,针对主要因素,详细制定对策、措施,运用各种手段逐一进行解决,完成小组预定目标。不仅降低了生产成本,还满足了整机出口的需求。对完成后的对策进行跟踪,并制定了一系列的巩固措施来确保活动课题的持续有效。

三、打好节能减排持久战,营造良好社会氛围

三、打好节能减排持久战,营造良好社会氛围

几年来,通过节能减排JJ小组活动的开展,我们深深感到,JJ小组活动具有群众性、灵活性、专业性、广泛性的特点,JJ活动以其独特的视角、管理创新的理念、细致的工作手法,从大处着眼,小处着手,从身边的点滴抓起。全员节能,重在参与,积少成多,聚沙成塔。在细微之处节能减排、减本增效,提高生产效率。政府、协会、企业有机结合,共同推进节能减排工作。通过循序渐进的推进节能减排活动,营造出全民参与节能减排的良好氛围,真正唤起全民节能减排的积极性、责任感和使命

感。通过发挥行业性协会的独特优势,发动企业员工广泛参与。

随着我国能源需求呈刚性增长,节能减排已成为我国经济社会发展的一项紧迫任务。我们一定要从全面贯彻落实科学发展观的高度,充分认识节能减排工作的重要性和紧迫性,把这项工作作为贯彻国家宏观调控的重点,作为结构调整的突破口和重要抓手,作为实现经济又好又快发展的重大举措,切实抓紧、抓实、抓好。在世界经济飞速发展,能源日趋匮乏的今日,节能减排将作为一项长期性的、持久性的工作,故节能减排,任重而道远。通广协会将以围绕“服务企业、规范行业、发展产业”的宗旨,在宣传发动、技术创新、自律规范等方面积极行动,为政府提供政策建议,帮助企业做好技术服务,为推动节能减排、推进上海结构调整和发展方式转变作出积极贡献。

简讯

医药商业行业协会开展“抗菌药物应用与管理”培训宣贯活动

为配合国家抗菌药物管理新政策的全面实施,提高零售药房驻店药师经营抗菌药物的专业能力,降低用药风险,规范销售行为,7月18日,由上海医药商业行业协会主办,美国礼来制药全力承办的公益项目——上海医药商业“抗菌药物合理应用与管理”千人培训万人宣贯活动正式启动。市食品药品监督管理局副局长唐明皓、市商务委市场秩序管理处处长吴建业、上海医药商业行业协会常务副会长曹伟荣、美国礼来制药中国区副总裁陈家麟等出席启动仪式并致辞。出席会议的还有市食品药品监督管理局流通处处长王燕、市食品药品监督管理局认证中心主任顾维康及本市主要连锁公司负责人。开展“抗菌药物应用与管理”千人培训万人宣贯活动,是为提高零售药房驻店药师在规范使用抗菌药物方面的专业知识和职业素养,从而帮助患者合理使用抗菌药物,减少抗生素滥用现象,促进抗菌药物的合理使用,保障人民群众用药安全有效。上海国大药房总经理李燕代表本市连锁公司、药店在会上作了题为“规范销售抗菌药物,帮助患者合理使用抗菌药物”发言。

“2012 再生铝企业工贸恳谈会” 召开

8月3日,上海铝业行业协会和美国金属贸易(MEC)公司上海代表处在浦东上海国际会议中心联合召开“2012再生铝企业工贸恳谈会”。会上,协会秘书长袁永达、美国金属贸易(MEC)公司副总裁 Michael 先生分别致辞。会议由协会专家部主任夏伟明主持。美国金属贸易公司上海代表处运营经理张雪瑾女士作《废铝材的全球化采购》报告,协会夏伟明宣读《中国再生铝的现状和前景》论文。协会副秘书长、专家委员会主任林学丰作了总结。

绿色化工 低碳发展 环保先行

上海焦化有限公司 焦桦

日前,在市总工会、市发改委、经信委和国资委联合召开的“上海市重点用能单位职工节能减排专项立功竞赛推进会”上,上海焦化有限公司荣获“上海市重点用能单位职工节能减排专项立功竞赛优秀组织奖”,这是焦化公司多年来坚持环保、低碳发展理念获得的荣耀。

为呼吁节能减排人人行动,提升员工素质,激发职工智慧,实现企业创新增效,近年来,焦化公司按照走新型工业化道路和建设资源节约型、环境友好型社会的要求,加快转变发展方式,通过产业结构调整,转变经济增长方式,达到降低资源消耗、减少废物排放和提高资源产出效率的目标,以“当好科学发展主力军,打好创新转型攻坚战”为主题,以企业为主战场,动员组织职工深入开展职工节能减排专项立功竞赛活动。

加强策划宣传,分解落实责任

按照上海市总工会发出的“在本市重点用能单位中开展职工节能减排专项立功竞赛通知”的要求,焦化公司始终把推动节能减排达标作为经济工作的重中之重。通过焦化报、党群网、宣传橱窗、班组学习园地和开展“职工节能减排知识竞赛”等,宣传党和国家开展节能减排的重要意义和公司节能工作的目标任务,提高职工对节能减排的认识和自觉性。积极发挥先进模范的示范引领作用,选树、表彰、宣传班组和职工中的节能减排先进典型,引导广大职工积极参与节能减排活动。

为了把节能减排工作落实到位,焦化公司实行“科学预算,节能减排目标层层落实”的责任制度。在公司全年预算的基础上,依据生产经营规模,通过科学地制定产品能源消耗预算定额,确定年度预算各类能源消费与支出,制定年度能源消费和减排控制目标值。

开展岗位创新,关停相关项目

结合企业实际,围绕节能减排重点和难点,焦化公司组织职工立足岗位开展技术革新、技术改造、技术攻关和发明创造,以实施降本增效、稳定生产、改善操作环境为目的,开展以“小”、“群”、“特”、“新”等特点的群众性“八小”活动,引导职工从身边寻找和挖掘小节约、小改进、小建议、小革新、小创造。“我为节能减排献一计”、“金点子”合理化建议征集活动,涵盖了节电、节油、节材、节水,以及循环利用、环保减排各个方面,其中“130t/h 锅炉风机系统改造项目”、“苯酐副产蒸汽利用改造项目”等建议已采纳实施和推广应用。这些建言献策,获得了可观的经济效益与社会效应。

近年来,焦化公司在节能减排工作上坚持两手抓,关停了部分高污染、高能耗生产装置,改建有利于环保的生产装置。根据上海市环保行动计划,为改善吴泾地区环境状况,按照《吴泾工业区整治规划纲要》的要求,先后关停了1-6号焦炉、煤气净化系统、焦油加工系统、钛白粉分公司、碳酸锌生产装置等,为市容环保做出了应有的贡献。

随着上海市环保要求的日益提高,以及企业生产负荷的不断提升,二氧化

硫的排放已经成为焦化公司必须解决的环境问题。根据这一环保实际,焦化公司利用现有的酸性气体资源,采用托普索公司的WSA工艺,新建了两套酸性气体处理装置,既改善了公司的二氧化硫排放问题,有效削减了污染物排放总量,又创造了一定的经济价值,达到清洁生产的要求,从而体现了循环经济的原则,实现可持续发展的目标。

加强民主监督,推动节能减排

焦化公司工会坚持以民主参与、民主监督促进节能减排,积极发挥职工主人翁作用,组织职工把促进节能减排作为加强企业民主管理的重要任务,并在公司职代会上作情况通报,接受职工代表的监督。公司每季度组织职工代表或劳动保护员对节能减排工作进行巡查,建立举报制度,对查实的给予举报人奖励。通过厂务公开、职代会、职工代表巡查和举报等民主监督制度,促进了节能减排工作取得实效。

通过开展职工节能减排专项立功竞赛活动,充分焕发职工的劳动热情和聪明才智,激发了广大职工主人翁责任感和使命感。同时,通过产品结构调整和重新布局、节能技术改造、强化节能减排目标责任管理、控制产品等一系列措施,较好地完成了节能减排目标和任务。



世界 500 强中国企业“总数第二”背后的尴尬

最近,美国《财富》杂志发布了 2012 年世界 500 强排行榜,美国上榜企业数量依然雄踞榜首,中国则首次超过日本,位居第二。

这一关于企业排名的榜单并不简单,一直以来,它被当做经济晴雨表,它上演着“各国经济兴衰史”。该杂志称:“各国上榜公司数量一定程度上反映了各国的经济。我们见证了一些重大的变化。”

在当前全球经济处在欧债危机阴影笼罩的大背景下,这一榜单受到了更多的关注:全球最大的 500 家公司连续两年强劲增长,其发展趋势与国际金融危机趋势出现偏离,特别是中国企业的异军突起,这一现象隐含着什么趋势?

全球金融危机下彰显“中国力量”

尽管今年世界经济危机四伏,但今年世界 500 强表现仍然出色,总收入达 29.5 万亿美元,比上年增长了 13%,总利润达 1.6 万亿美元,比上年增长了 7%,入围门槛也相应提高了 25 亿美元,达 220 亿美元。

对这一现象,商务部研究院研究员、北京新世纪跨国公司研究所所长王志乐在接受本报记者采访时认为,这种大公司经营状况与全球宏观经济形势偏离的主要原因在于这 500 家公司多为跨国经营,其中许多已经成为全球公司。全球公司往往超过一半的营业收入、资产和雇员来自海外。他们超越国家地理界限在全球吸纳资源,在全球布局价值链,在全球市场经营,从而大大提高了生产要素的效用,同时有效地规避了在一个或几个国家市场经营的风险。”

王志乐说,根据以往的经验,财富世界 500 强公司率先增长意味着全球企业经济和产业经济的复苏,进而将带动全球整体经济的恢复。因此全球经济发展趋势并不是那么悲观。

这一榜单同样也见证了中国企业的快速成长。

在 1995 年的《财富》世界 500 强排行榜上,中国只有 3 家企业上榜——分别是中国银行、中国化工进出口公司和中国粮油进出口公司。2001 年我国加入世贸组织以来,中国企业在该全球大企业排行榜的地位不断攀升。

《财富》称,中国公司在榜上不仅数量增加,业绩也比其他国家和地区的公司更加出色,因此不少上榜企业排名大幅飙升。

国资委研究中心一位专家在接受本报记者采访时表示,中国企业上榜数量的增加不是偶然的,一是反映了近几年在全球经济形势下滑的背景下,中国经济的一枝独秀;二是中国企业很多近两年通过兼并重组整合优势资源,本身竞争力的加强。

《财富》认为,只要中国经济能达到如政府预期的 7.5% 的增长目标,明年中国上榜公司数量肯定会继续增加,悬念在于以这种增加的速度,中国什么时候超过美国,成为拥有世界 500 强公司数量最多的国家。

“大而不强”的隐忧

不过,在肯定中国企业成绩的同时,一些专家也表达了担忧。

“与国外的 500 强企业相比,中国的企业可以称得上‘大’,‘大’与‘强’有一定关联,但规模大不等于竞争力就一定强。欧美的 500 强企业更多的是技术密集型企业,是全球性企业,而我们的绝大部分还是垄断企业,市场主要在国内。”国务院发展研究中心企业研究所所长赵昌文在接受本报记者采访时表示,财富世界 500 强的排名依据是营业收入,也即是说,榜单衡量标准的是企业是否做得大,而不是是否做得强。营业收入

与经济增速密切相关,中国经济增速长期稳居世界第一,经济规模总量曾经赶超日本,所以,中国企业越来越多地上榜 500 强是正常的现象。

王志乐也认为,我们应当清醒地看到,企业大不等于强。我们不少企业规模确实超过了许多老牌跨国公司,然而多数还不是真正的跨国公司,更不是全球公司。我们的企业缺乏在全球市场布局,吸纳整合全球资源的能力。中国企业的真正崛起还有很长的路要走。

中国国际交流中心副秘书长陈永杰在接受本报记者采访时也表示,应理性分析中国企业总数第二这一“数字”,“欧美的 500 强企业与中国企业的 500 强企业有一个很大的不同,欧美 500 强企业大都是全球性的,大量业务在海外,跨国竞争力很强。而我们的企业更多是垄断性央企。”陈永杰说。

陈永杰对本报记者进一步分析,今年中国企业上榜数量增加,一个很重要的原因在于,这两年央企在国内的扩张,大量地与地方进行战略合作,利用自身资金等优势占领市场,而企业的利润率、竞争力不见得高。

“主要是规模存量,借助地方平台占领各种资源,支付成本比较低。从这个意义上看,央企与地方的合作,其实是地方支持了央企,央企比地方的获利更大,而央企的大规模扩张,以后很可能成为包袱。”陈永杰表示。

有专家认为,这种单纯依靠规模扩张的上榜原因很容易受到经济增速下滑的冲击,日本企业在榜单中的遭遇可谓前车之鉴。有统计数据显示,1995 年,日本企业上榜数量到达创纪录的 149 家,与美国的差距只有两家,随后便开始一路下滑,到今年下滑至 68 家,这期间刚好与日本经济由盛转衰重合。

如何“大而强”

“不能仅以规模为标准衡量是否是500强企业。规模应是企业‘强’之后的自然结果。因为规模的来源可以有多种形式，如在市场竞争中逐渐成长壮大，从而成为具有相当规模的企业；再如通过企业之间的重组整合而构建更大规模的企业。”国务院国资委研究中心竞争力研究部部长许保利在接受本报记者采访时表示，其中，“强”的一个重要标准是拥有很强的技术创新能力。

“企业要保持行业中的领先地位，生产出代表行业发展水平的最好产品，就

必须要有实现产品不断更新换代的能力，而这种能力来自于不断地进行技术创新。”许保利说。

王志乐则认为，世界500强企业，除了“大”和“强”这两个标准外，还有很重要的一个标准是，企业是否是全球性企业。

“近20年来，跨国公司实施了全球战略，在全球范围吸纳整合资源，打造全球价值链。在实施全球战略过程中这些企业全球化程度不断提高。”王志乐说，与这些企业相比，我们的全球运作能力偏低。例如，全球最大的100家跨国公

司在1994年跨国公司指数就已经达到40%多一点，到2008年已经提高到60%左右。这些跨国公司事实上已经成为全球公司。

“跨国指数高意味着这些公司全球运作和整合能力强。在全球化时代，全球运作和整合能力是企业竞争力的关键所在。与之相比，我们的企业跨国指数普遍偏低，一些大型的企业跨国指数还不到10%。换言之，我们的企业主要还是在本国自己的市场上，利用本国自己的资源，挣本国自己人的钱。”王志乐说。

人民政协报记者 李彬

（上接第43页）的跨越，企业社会责任规划与项目被列为公司的重点项目。”

社会责任管理作为新的企业管理模式，逐步被越来越多的企业所认同和接受，一些企业积极探索将社会责任融入企业发展战略和日常经营管理，建立与现有管理体系相融合的社会责任管理体系。“我们系统地梳理了公司企业社会责任发展现状，使我们感到，企业社会责任的履行应当是企业战略管理的重要组成部分，而且这个责任越往深入走，就越企业的核心竞争力。”贵阳市公交集团有限公司董事长李涌泉深有感触。阎晓峰介绍，50多家中央企业成立了社会责任工作委员会或社会责任工作领导小组，所有中央企业都明确了社会责任工作的归口管理部门，30多家中央企业专门制定了社会责任工作制度。一些中央企业还建立社会责任指标体系，通过与国际知名企业进行对标，持续改进自身的缺项弱项指标，有效提升管理水平和核心竞争力。

“强化行业和企业社会责任，既是行业和企业提升自身竞争力的需要，也是国家保持和谐稳定发展大局的需要。”李毅中表示。

可持续性将助企业赢得先机

企业社会责任无疑是个舶来品。美

国学者谢尔顿1924年提出，企业不能将利润作为唯一目标，强调在生产过程中对人的价值的关注，强调对消费者、对环境、对社会的贡献。2010年，国际标准化组织发布ISO26000，作为一份社会责任指南国际标准，ISO26000第一次在全球统一了社会责任定义，首次将企业社会责任纳入到商业社会责任标准认证体系当中。

在全球经济一体化的态势下，中国欣然接受了企业社会责任的先进理念，法国外交部企业社会责任大使米歇尔·杜山在报告发布会上评价，“中国发布企业社会责任报告的历史并不长，但是推广速度却很快。”目前，社会责任在中国面临的重大问题仍然是企业的重视程度和认识水平不够，许多人将责任视为一种作秀或者是企业的额外负担。李毅中指出，企业社会责任理念在全球范围内迅速普及，标准化和规范化进程明显加速，世界各国在社会责任领域的对话合作更加广泛和深入，有关机构统计，2011年有36个国家将ISO26000转化为国家标准。

米歇尔·杜山透露，法国2001年通过立法要求所有上市公司发布可持续发展报告，此次欧债危机该国养老基金能够幸免于难离不开上述法律的规定，法

国正准备立法要求所有企业发布可持续发展报告。米歇尔·杜山还建议，企业发布报告的同时，应由第三方独立机构对报告进行检查，以确保报告事项得到落实；同时，在法国认为企业社会责任不该局限于国有大型企业，还应制定出针对民营中小规模企业的社会责任标准；对于发布报告和履行承诺的企业，政府要给予鼓励，譬如在招投标时让他们有更多机会中标。

联合国全球契约组织中国首席代表刘萌指出，2000年启动的“全球契约”计划要求各企业在各自的影响范围内遵守、支持以及实施一套在人权、劳工标准、环境及反贪污方面的十项基本原则。目前，联合国契约组织有近1万个全球契约成员，即将于6月份在巴西里约热内卢举行的联合国可持续发展大会上，可持续性发展将纳入企业日程，企业的可持续性即企业实现经济、社会、环境和道德的长期价值。

“企业面临的国际压力与日俱增，社会责任成为参与国际竞争不可或缺的竞争要素，企业履行社会责任，是赢得更大国际市场，在未来国际竞争中赢得先机和主动的战略需要。”李毅中语重心长地表示。

人民政协报记者 陈建萍

透视全球化背景下企业发展“新坐标”

毒胶囊、毒奶粉、地沟油等重大食品安全事故，不断冲击着人们的道德底线。在消费者为铺天盖地的广告买单的同时，谁来为产品的安全性负责？除了加大执法部门的监管力度之外，迫切需要提升的是企业自身的社会责任意识。

初夏五月，各行各业竞相发布企业社会责任报告。

5月12日，“煤炭行业企业社会责任报告会”在京举行，19家大型煤炭企业发布了2011年社会责任报告；5月14日，32家企业联袂登场“2012年上海企业社会责任报告发布会”，这是上海首次集中发布企业社会责任报告；5月18日，2012贵州省企业社会责任报告发布会上，33家企业承诺定期发布企业社会责任报告；5月23日，跻身全球最具价值十大品牌之列的中国移动在京发布2011年可持续发展报告，董事长奚国华和总裁李跃齐齐亮相，表明“可持续发展”与公司战略和运营全面融合；

作为我国第一个工业行业企业社会责任报告集中发布平台，5月26日，由中国工业经济联合会主办的2012中国工业经济行业企业社会责任报告发布会连续第4年在北京人民大会堂举行，会上发布了《中国工业企业社会责任指南实施手册》、《中国工业协会社会责任指南实施手册》、《2012社会责任报告综合评估报告》和《2012社会责任案例选编》。航天科技、国家电网、宝钢集团、中国化工、中国一汽、中国五矿等74家企业发布了社会责任报告。

从2001年我国发布第一份企业社会责任报告，到2011年我国共有898家企业发布社会责任报告，社会责任已经不仅仅是一种宣传口号，正在悄悄融入企业的血脉之中。

企业发布责任报告持续升温

企业发布社会责任报告正越来越成为一种主流之举。中国铝业公司改革发展中心副主任赵秀富的体会很深，他参与了该公司全部6份年度社会责任报告的编制工作，“2005年我们开始编制社会责任报告时，苦于找不到编制的标准和模板，现在却陷入了幸福的烦恼，常常为选用哪个指南来指导编制工作而犯愁。”据悉，目前企业可选用的编制标准包括中国工经联《中国工业企业及工业协会社会责任指南（第二版）》、国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》、中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南》，全球报告倡议组织《可持续发展报告指南》、ISO26000社会责任国际标准等，企业社会责任报告进一步规范化和国际化。

中国工经联提供的数据也印证了这一判断。中国工经联执行副会长刘海燕告诉记者，作为企业自愿选择的结果，此次集中发布报告数量74家接近前三届的总和，行业分布更加广泛，涉及16个行业，覆盖地域达到20个省、市、直辖市。

中央企业作为企业“国家队”在履行社会责任行列中走在了前列，如中国移动连续四年入选道琼斯可持续发展指数(DJSI)，国家电网的社会责任实践案例入选美国哈佛商学院案例，中国五矿获得联合国全球契约组织环境先锋企业荣誉……国务院国资委副秘书长阎晓峰透露，截至2011年底，已有76家中央企业发布了社会责任报告或可持续发展报告，一些企业还发布了国别报告，未发布报告的中央企业2012年底前都要发布报告，“我们将通过落实《中央企业“十二五”和谐发展战略实施纲要》、研究出台《中央企业社会责任管理指引》、开展中央企业社会责任评价等措施，激励央企更多地履行社会责任。”

全国政协经济委员会副主任、中国工业经济联合会会长李毅中强调，从国际看，企业社会责任已被看做可持续发展的基础和有效渠道。从国内看，中央多次强调建立社会诚信体系，“十二五”期间，企业面临着挑战和机遇，对企业履行社会责任提出了新的要求，经济形势和社会格局变化促使企业履责倒逼机制加快形成，工业转型升级全面推进也将有力促使企业社会责任加速发展。

企业社会责任也是核心竞争力

“毒胶囊、毒奶粉、地沟油等重大食品安全事故，不断冲击着人们的道德底线。在消费者为铺天盖地的广告买单的同时，谁来为产品的安全性负责？除了加大执法部门的监管力度之外，迫切需要提升的是企业自身的社会责任意识。”5月26日在京举行的“责任沟通 创造价值——社会责任报告研讨会”上，无限极(中国)有限公司企业发言人杨国晋向记者阐述他的观点，“企业社会责任报告在提升企业社会责任意识、推进企业社会责任体系建设中可以起到巨大的推动作用。”

据悉，无限极通过员工亲自参与撰写企业社会责任报告，如同“放大镜”使员工从责任的高度理解企业，并通过报告的传播产生“化学反应”，使利益相关方为服务这样一家有责任心的企业而自豪。“从第一本报告开始我们就提出六大责任体系：品质、健康、员工、伙伴、环境和社区责任，正是报告的发布，让越来越多的人认识到企业社会责任不同于慈善捐款。企业社会责任报告不仅记录企业践行责任的每一步足迹，它更帮助企业建立完善的社会责任体系”，杨国晋表示，“我们从2010年起实现了从事后编制向事前编制（下转第42页）”

企业社会责任的“2012 猜想”

随着企业社会责任事业继续扩展和深入,越来越多的企业加入“责任大军”。这一领域会有哪些热点呢?结合最近几年的发展态势,本刊设定了几个“关键词”,这些关键词所代表的某一方面,有着一定的参考价值,它们也将在本年度、本领域内的新闻事件中不断浮现。

关键词:

央企全部发布 CSR 报告

国资委曾在 2010 年明确提出要求,所有央企均需在 3 年内发布企业社会责任报告。

国务院国资委改革局副局长刘文炳日前表示,从中央企业的数量和规模来看,已由国资委成立之初的 196 家减少到目前的 117 家,2010 年底中央企业资产总额达到 24.3 万亿元。

截至 2011 年 11 月,共有 75 家央企发布了企业社会责任报告。也就是说,2012 年,除了这 75 家央企继续发布企业社会责任报告外,还有 42 家央企将首度发布企业社会责任报告。

国资委研究局局长彭华岗表示,近年来央企社会责任报告的数量和质量都有了显著提升,社会责任报告也呈现出许多亮点,一是报告数量不断增加,二是报告质量不断提升,三是报告的规范性不断提高。

彭华岗表示,今年内,117 家央企发布企业社会责任报告的目标一定能达成。

关键词:

责任投资逐渐兴盛

社会责任投资是一种特别的投资理念,即在选择投资的企业时不仅关注其财务、业绩方面的表现,同时关注企业社会责任的履行,在传统的选股模式上增加了企业环境保护、社会道德以及公共利益等方面的考量,是一种更全面的考察企业的投资方式。

社会责任投资者同时还可以用他们企业股东的身份,通过积极的股东行动,促使企业良好社会责任的履行。

虽然中国的社会责任投资起步较晚,但发展迅猛。至今,已有兴业全球社会责任投资基金、汇添富社会责任投资基金等数个产品。同时,来自相关部门的消息显示,目前国内有 20 多只社会责任投资基金正在排队等待批准。

目前,欧美国家社会责任投资占投资总额的 13%,仍以每两年总量翻一番的速度在增长。中国起步较晚,一方面,上市公司社会责任方面的信息披露数量少、质量也不高;另一方面,社会责任运作体系中关键的三个环节——社会责任指数、社会责任投资基金以及相关中介机构,要么刚刚起步,要么仍处于空缺状态。

2012 年,企业社会责任投资将成为业界探讨的一个焦点,各方面仍将继续推动它的发展。

关键词:

环境责任将日渐凸显

早在 2010 年,多家环保 NGO 就曾联合发起 IT 企业重金属污染调查,但调查结果公布后,相关企业却持续保持沉默。

2011 年,NGO 曾调查苹果公司在华生产线污染及用工问题,最终迫使苹果公司发出对话邀请。

与此同时,各类企业生产经营导致环境污染的报道引起公众持续关注,紫金矿业污染、海域漏油、铜业污染河流等事件相继曝光,企业的环境责任引起越来越多人的关注。在公众视野中,环境责任无疑是最为“高光”的要素。

“面对环境问题,面对有可能和已经产生的污染,面对质疑,企业不能采取‘鸵鸟’政策,因为公众的责任意识正在加强。”一位 NGO 负责人告诉记者。

关键词:

第三方评议将逐渐加强

谁来评议企业履责的整体水平?谁来评议企业的 CSR 报告?评议依据何种的标准?2012 年,这些问题仍将是企业社会责任讨论的焦点。

目前国内的企业社会责任第三方评议机构较为复杂,有政府牵头进行评议的,比如山东、浙江等地政府组织专家对企业履责进行考察,并有奖惩措施;有媒体牵头进行评议的,如“南方周末”、“第一财经”等,每年均定期发布榜单;也有专业的研究机构进行评议的,如润灵环球咨询、挪威船级社等机构,对企业的 CSR 报告进行评分。

而评议 CSR 的标准也是多样化的,比如一些地方政府制订了单独的评价标准体系;还有一些机构依据国际通行的 ISO26000 体系等。

有业内人士表示,第三方评议的兴盛对于企业履责是好事,但如何保持第三方评议机构的独立性,不被权钱捆绑,值得各方警惕与探讨。

关键词:

企业与 NGO 合作

2011 年,由 NPI 等多家机构联合发布的“中国公益组织与企业合作”调查报告显示,近半数接受调查的企业与 NGO 合作的时间不长,只是在最近 2~5 年才与公益组织开展合作,但与 NGO 有合作的企业占据接受调查企业总数的 85%。

这些数据表明,最近几年,企业与 NGO 之间的合作已成为潮流,合作范围在扩大。企业与 NGO 合作,双方均可获益,企业的 CSR 项目能得到较好的执行效果,而 NGO 也获得了发展的资源。

不过,在管理、项目执行等能力方面,目前企业与 NGO 仍不对等,且双方的话语环境不一样,这就需要更多的中间

型支持性组织参与合作,为双方牵线搭桥。2012年,将会有更多成功合作的案例出现。

人民政协报记者 顾磊

我国企业社会责任报告平均得分不足30分

中国企业发布的CSR报告水平如何?日前举行的第四届中国企业社会责任峰会给出了答案。由中国社科院经济学部企业社会责任研究中心编写的《中国企业社会责任报告白皮书2011》(下称白皮书)称,中国企业社会责任报告质量得分平均仅29.8分,仅两家企业的得分超过90分。

白皮书以《中国企业社会责任报告编写指南(CASS—CSR2.0)》和《中国企

业社会责任报告评级标准(2011)》为评价依据,从完整性、实质性、平衡性、可比性、可读性、创新性等6个维度,对688份中国企业社会责任报告进行逐一评价、打分。从整体上看,中国企业社会责任报告质量不容乐观,平均分仅为29.8分,63.7%的报告只有一星级水平(0—30分)。

688份被评价的企业报告中,仅中国远洋运输(集团)总公司和中国南方电网有限责任公司的报告得分超过90分,处于五星级水平;中国电信集团公司等5家企业的报告得分在80—90分之间,处于四星半级水平;中国黄金集团公司等28家企业的报告(占4.1%)得分

在70—80分之间,处于四星级水平;36家企业的报告(占5.2%)得分在60—70分之间,处于三星半水平;41家企业的报告(占6.0%)得分在50—60分之间,处于三星水平;138家企业的报告(占20.1%)得分在40—50分之间,处于二星水平;438家企业的报告(占63.7%)得分在30分以下,只有一星水平。白皮书指出,688份被评价的企业社会责任报告中,63.7%得分在30分以下(满分100分),其中央企社会责任报告得分比民企高,而上市公司报告质量不及未上市企业,境内上市公司报告质量不及境外上市公司。

简讯

蒋以任会长一行考察三枪工业城,调研老字号品牌情况

8月13日上午,全国政协常委、上海市经团联会长蒋以任率市经团联常务副会长陈祥麟、党委书记兼副会长、秘书长胡云芳、副会长俞国生、孙环葆、张培璋、汤庆福、李念政、任善根、叶伟成等一行,赴上海纺织集团三枪工业城考察,并调研老字号品牌不断创新、持续发展的情况。上海纺织集团董事长席时平陪同调研;三枪集团党政班子成员参加调研。

调研会上,席董事长代表上海纺织集团对市经团联领导长期来关心纺织、关爱三枪表示由衷的感谢,并希望今后得到更多地支持和帮助。三枪集团党委书记杨希鹏汇报了近年来三枪在人员管理、人才培养方面所做的工作;常务副总经理曹春祥对三枪的业务发展作了进一步的汇报。市经团联副会长姜光裕、俞国生等对三枪在产品研发力度、渠道终端拓展速度、推进多品牌运作、建立稳健的盈利模式等方面工作提出了建议。最后,蒋会长充分肯定了三枪集团所取得的成绩,他在讲话中指出:三枪作为一个著名的老品牌,发扬了坚韧不拔的精神和发展品牌的毅力,至今保持行业首位,因此三枪的发展历程就是“创新驱动、转型发展”的典型。企业的转型需要清晰的定位与明确的方向,三枪品牌以服务大众百姓为基点,把内衣服饰从深度与广度进行有效拓展,并取得了显著成绩。三枪在科技研发、细化品牌管理、集聚资源优势、强化过程掌控等方面的协同性工作做了有益的探索,转型经验非常好,很有代表性。调研结束,各位领导兴致勃勃地参观了三枪的研发中心、产品陈列室,对三枪能满足全年龄段消费者的需求、涵盖四季的系列化产品表示赞赏。

市润滑油品行业协会举办新国标宣贯活动

新国标GB11120-2011《涡轮机油》和GB2536-2011《电工流体变压器和开关用的未使用过的电气绝缘油》于2011年12月发布,并于2012年6月1日正式实施。涡轮机油和变压器油是电力行业使用最广的油品,为配合新国标的实施和使各用油和产油单位更好地了解这两个新标准的修订内容,及时了解油品标准内容,指标变化,测试方法有利于更好的进行油品的选择、应用。近日,上海市润滑油品行业协会与修订单位中石化润滑油研发(上海)中心共同举办《涡轮机油》和《电工流体变压器和开关用的未使用过的电气绝缘油》新国标的宣贯活动。电力行业用油单位及相关的电力、电器、电机、模具等行业协会秘书长约60余人参加。会上,新国标起草人之一何晓英高级工程师和产品开发高级工程师孔吉霞分别主讲了“变压器油新标准”由和“涡轮机油新标准”。电力行业协会郭沪生秘书长、电机行业协会徐晨生秘书长、模具行业协会刘德普秘书长结合行业本身发展谈了对新国标宣贯的重视,并表示将积极投入运行油标准应变的各项准备工作。

市经团联会长蒋以任走访金山区

8月14日,在蒋以任会长带领下,市经团联常务副会长陈祥麟、执行副会长兼秘书长胡云芳、执行副会长俞国生、张培璋、孙环葆、任善根以及工业发展咨询公司总经理董锡健等一行走访金山区。金山区委书记杨建荣、区长李跃旗、副区长沈华棣等进行了热情的接待。参观金山工业区规划展示馆后,在李跃旗区长的主持下,沈华棣副区长对金山区制造业发展情况作了介绍。之后,双方进行了座谈交流。座谈中,市经团联对金山区坚持“二三一”产业发展方针,坚定“工业强区”发展战略,积极探索在发展中促转型,在转型中促发展,尤其是先进制造业发展取得显著成效表示赞赏。并就市经团联在金山区实施“十二五”规划中如何发挥自身优势,提供有针对性的服务提出建设性的意见。蒋以任会长指出,金山区制定的产业发展规划明确,布局科学合理,项目筛选有特色,这是金山区在创新驱动、转型发展中的正确选择。市经团联作为具有二、三产业背景的行业联合会,可在项目落实和实施中进行拾遗补缺,以促进金山二、三产业的融合发展。我们要把金山区的发展作为联合会自己的事来做,为金山区建设“工业强区”的战略目标当好助手和参谋。具体做法是:

1、在工业行业协会中宣传推广金山区的发展规划,鼓励企业到金山发展。如:医疗器械、电子电器、生物医药、化工等行业。在方式上,可以边调研、边招商、边落实。在此基础上,举办金山制造产业发展研讨会。

2、组织并介绍日本中小企业到金山区访问交流。可利用市经团联与日本关西经济联合会的合作关系,为金山区上海日本中小企业产业园招商引资进行牵线搭桥。

3、经市有关部门批准,市经团联在宝山区建立的制造业创意中心将于月底挂牌,针对金山区建立国家绿色创意印刷示范区的规划,可否考虑在金山区延伸设立制造业创意中心的分部。

市经团联陈祥麟、俞国生、张培璋提出建议:

一是组建产业发展平台。市经团联可利用专家库,请有关专家对金山区的产业经济发展出谋划策,提供智助服务,以此组建产业发展平台,来保证规划的实施。并可就金山区新材料、新能源、精细化工等产业发展的具体需求加强合作。

二是在培育工业集聚区中积极利用外资。金山区在发展三大工业园区中,可利用自身现有优势,重点引进环保与节能项目。如:上海化学工业区金山分区的工程塑料产业,搞汽车轻量化生产工厂;新材料可直接搞产品进市场。

三是发展特色产业园要加强与日合作。日本东大阪市有2万多家企业,该区要搞创造中心,但苦于缺少生产场地。金山区有规划在建的上海日本中小企业产业园,可抓紧与之联系开展合作。市经团联可发挥纽带作用,积极促成两地合作成功。

市社会工作党委书记崔明华来市经团联调研



7月19日,市社会工作党委书记崔明华来市经团联调研。全国政协常委、市经团联会长蒋以任,常务副会长陈祥麟,党委书记、副会长兼秘书长胡云芳等接待了崔书记一行。

在听取了陈祥麟副会长和胡云芳书记就市经团联日常工作情况和党建工作情况的汇报后,崔明华书记对市经团联的工作给予充分肯定。他认为,市经团联在充分发挥政府与企业的桥梁和纽带作用,促进行业经济发展中,工作成效非常明显,同时,在党建工作中也做了大量的探索性工作,努力夯实基础,形成规范,充分发挥了积极作用。

结合中央和市委对社会组织党建工作的要求,崔书记对下一步工作提出几点思考。一是如何提高党组织覆盖的有效性;二是如何加强上海枢纽式社会组织的党建工作;三是作为社会组织的党组织如何来支持保证社会组织充分发挥其自身的职能。他指出,十八大后,在党的建设、执政方式包括社会建设上会有新的精神,需要我们一起共同来研究。今后,社会工作党委也会尽到责任,会认真研究,充分发挥社会工作党委作为主管方面的责任。

蒋以任会长指出,市经团联存在一些问题需要进一步改善,一是按照党章规定,市工经联党委的职能还比较残缺;二是市工经联党委的工作范围还没有做到全覆盖;三是党委在参与社会活动时,希望政治上待遇能做到一视同仁。四是整个行业协会的改革和发展希望能得到民政局和社会工作党委的进一步推进。这些问题得到改进就能保证党委作用的进一步发挥,保证促进行业协会和联合会上海经济建设中的作用发挥,以及对社会稳定和谐所起的社会责任。

做好 2012 年先进行业协会、协会先进工作者推荐评选工作

为迎接党的十八大胜利召开,进一步激励广大行业协会和协会工作者积极践行“公正、包容、责任、诚信”的价值取向,以改革创新的精神加强行业协会建设和制度建设,提高行业协会的工作质量和管理水平,为上海创新驱动、转型发展,全面实施“十二五”发展规划作出新的更大贡献,上海市经济团体联合会决定,在今年年底前集中表彰一批为上海社会主义经济建设、政治建设、文化建设、党的建设和行业协会自身建设作出突出贡献的先进行业协会和协会先进工作者。8月30日前,各行业协会根据评选资格和评选条件自愿申报先进行业协会、协会先进工作者,并填写《预报表》报市经团联经团部。市经团联评委会对预报集体和个人进行预审,并组织互相交流和测评,确定进入正式评审阶段的集体和个人。10月20日前,进入正式评审阶段的集体和个人,填写市经团联统一印制的《先进行业协会登记表》、《协会先进工作者登记表》报市经团联经团部。市经团联评委会对进入正式评审阶段的集体和个人,组织各职能部门进行综合考评,在考评基础上确定正式候选单位和个人(综合考评主要内容为基础工作、总体工作、特色工作三方面)。正式确定的候选单位和个人报请市经团联会长办公会议审定,并在市经团联网站和期刊上公示评审结果,年底进行表彰。各行业协会要加强对“评先进”活动的组织领导,认真做好“评先进”活动的各项工作,通过本次“评先进”活动,使行业协会和广大协会工作者更加焕发新的面貌,体现新的水平,发挥新的作用。

化工行业质量工作促进专题座谈会召开

为更好地发挥行业协会在服务企业、规范行业、发展产业方面的作用,市经团联、市行业质量工作促进会于7月30日组织召开“化工行业质量工作促进专题座谈会”。市质监局副局长沈伟民、副总工程师黄肖强、质量管理处处长刘刚、标准处处长陶粮民、监督处副处长王毕悦等领导受邀莅临,市经团联副会长兼秘书长胡云芳、市行业质量工作促进会秘书长、市经团联副会长叶伟成参加,与会的还有市化工行业协会、市橡胶工业同业公会、市塑料行业协会、市涂料染料行业协会等化工相关行业协会领导。会议由市行业质量工作促进会秘书长、市经团联副会长叶伟成主持。

会上,各行业协会结合本行业自身实际,分别交流行业当前的质量状况、开展的质量工作以及在促进行业质量工作方面的经验。并就实际工作中遇到的困难与市质监局领导进行,沟通互动。会议现场气氛热烈、互动畅所欲言。

市经团联胡云芳副会长表示,市质监局领导看好行业组织未来的发展前景,非常重视发挥行业协会的作用,定期组织与各行业协会座谈,进行面对面的交流指导,相关重要处室都参与其中,为行业协会开展行业质量促进工作提供了重要支撑。要发挥行业组织在推进质量工作中的作用,信息方面的沟通很重要,希望广大行业协会要“想做事、能做事、做成事”,注重行业协会整体素质、服务水平、功能的转变和提高,积极参与行业质量促进工作,与市质监局加强联系沟通,在行业产品、服务、标准上掌握话语权,为促进行业发展作贡献。

最后,市质监局副局长沈伟民作了总结讲话。沈副局长表示,行业组织发挥作用本身是国际惯例,而企业应当是产品质量的责任主体,标准化工作则是行业组织的重要职能。基于以上认识,行业协会理当有大的作为,行业协会要在今后的发展中做到“职业化、社会化、市场化”,避免行政化色彩。今后,市质监局要与行业协会加强联系,从行业质量状况分析、评优推优、标准化推进、行业自律规范等几方面着手开展工作。

2012 年泛长三角地区食品添加剂行业联席会议在沪举行

2012年泛长三角地区食品添加剂行业联席会议日前在上海龙门和一大酒店举行,东道主上海市食品添加剂协会会长王晋源主持会议。来自江苏、浙江、江西、福建省食品添加剂行业协会的领导和部分食品添加剂企业负责人、中国食品报记者等40余人出席会议。会议交流协会服务会员企业、推进产业发展,特别是严格执行食品添加剂使用标准,为消费市场提供“安全、放心、可口”食品的做法和体会;审议泛长三角地区食品添加剂行业联席会议有关组织文件草案。上海市经济团体联合会副会长陈振浩应邀出席并讲话。

强化自身优势、练好内功来迎接新的发展机遇

近几年来我国行业协会的改革和发展取得了一些成绩,但与发达国家的行业协会相比,我国的行业协会还存在很大差距。行业协会发展不平衡,一些行业协会存在着素质能力不够适用、行为运作不够规范、作用发挥不够的问题;协会生存和发展状况还存在不少困难和问题,总体上看仍处于扶持培育发展阶段。在行业协会建设与发展过程中,我们仍旧面临着诸多挑战。

1、部分行业协会面对困难缺乏改革发展思路,信心不足。由于历史和现实的原因,行业协会普遍家底薄、负担重、困难大,有的甚至难以生存,面对求生存、谋发展的问题。一些行业协会主观上对自身定位认识不清,缺少主动性、创造性的工作精神,存在等、靠、要思想,服务意识较弱,工作进展不大,勉强维持艰难生存。

2、部分行业协会运作不规范,内部治理不够完善。一些行业协会不同程度地存在着民主办会原则不落实、制度不健全、运作不规范等问题,缺少凝聚力、公信力和发展活力,有些协会存在政会不分、企会不分的状况。行业协会还没有真正走上自我管理、自我服务、自我生存、自我发展的道路。

3、多数行业协会人才缺乏,人才结构不合理现象突出。大多数行业协会的经费不足,难以留住人才,专职人员数量较少。行业协会人才队伍存在发展水平不均衡、人才队伍缺乏的现象,没有专业的职称评定体系,培训工作不健全,政府对行业协会引进人才的扶持政策不完善。行业协会人才缺乏已经成为影响行业协会能力建设最突出的问题。

4、行业协会的发展缺乏法律、法规体系的支撑。目前我国缺少专门性的关于行业协会的法律、法规,对行业协会的性质、地位、作用、职能没有统一的规范,即使许多省市出台了关于行业协会的地方性法规或规章,但也往往多侧重于程序性规定,地方法规之间差异性较大,执行中存在随意性。此外在人员编制、职称评定、税收减免、社会保险等方面也没有与之相配套的法规与政策保障。

5、促进协会发展的相关政策措施和管理规定滞后。如扶持行业协会发展的税收政策有待改进,相关现行税收政策给协会造成了过重的经济负担。又如政府购买服务制度还不完善,政府有关部门在购买服务方面放手不够、政府购买的驱动力不强。影响行业协会发展的因素还有很多,既有行业协会内部治理问题,也有外部环境的影响。对于这些困难和问题,我们应持客观积极态度,一方面要理解我国的历史和现实国情,积极呼吁对问题的解决;另一方面要看到随着我国经济体制的逐步深入和完善,协会运行发展的外部环境将会逐步得到改善。更重要的是,协会要坚持将加强自身建设放在首位,以强化自身优势、练好内功为根本来迎接新的发展机遇。(本文系全国政协经济委员会副主任、中国工业经济联合会会长李毅中在行业协会发展论坛上的讲话)

“2012中国行业协会发展论坛”在京召开

“2012中国行业协会发展论坛”7月24日在北京召开。全国政协经济委员会副主任、中国工业经济联合会会长李毅中作题为《深化改革 改善管理 更好为经济发展和社会进步服务》的主题报告。

李毅中在报告中指出,我国的行业协会是伴随着改革开放的历程而逐步发展起来的。随着社会主义市场经济体制的不断完善,政府职能的逐步转变,行业社会日渐发展壮大,实力不断增强,作用影响日益显现。目前,我国行业协会已经成为社会主义市场经济的重要组成部分,是促进国民经济发展、构建和谐社会的重要力量。李毅中认为,与发达国家的行业协会相比,我国的行业协会还存在很大差距。行业协会发展不平衡,一些行业协会存在着素质能力不够适用、行为运作不够规范、作用发挥不够突出的问题,协会生存和发展状况还存在不少困难和问题,总体上看仍处在扶持培育发展阶段。制约行业协会发展的主要因素有:部分行业协会面对困难缺乏改革发展思路,信心不足;部分行业协会运作不规范,内部治理不够完善;多数行业协会人才缺乏,人才结构不合理现象突出;行业协会的发展缺乏法律、法规体系的支撑;促进协会发展的相关政策措施和管理规定滞后等。李毅中强调,随着我国经济体制的逐步深入和完善,协会运行发展的外部环境将逐步得到改善,行业协会要把加强自身建设放在首位,以强化自身优势、练好内功为根本来迎接新的发展机遇。当前,行业协会尤其要在“稳增长、转方式、调结构、惠民生”中有所作为;要在促进传统行业转型升级中有所作为;要在加快培育发展战略性新兴产业和生产服务业中有所作为;要在推进信息化和工业化深度融合中有所作为;要在促进大中小企业协调发展有所作为。



日前，在上海世博展览馆，由中国汽车维修行业协会、上海市工业经济团体联合会、东浩集团上海外经贸商务展览有限公司及上海东方世纪汽车设计有限公司联合主办，东浩集团上海外经贸商务展览有限公司承办的“2012 上海国际时尚车及文化博览会”隆重开幕。

展会现场有个性化的时尚靓车、罕见的品牌车型、豪车的齐聚亮相、汽车文化与人文个性的完美相融。劳斯莱斯、宾利（欧陆飞驰、慕尚）、法拉利、玛莎拉蒂、保时捷、兰博基尼、欧亚（加长礼宾车、GMC、道奇蝰蛇等）、美狮（DIPLOMAT 顶级 SUV、林肯加长等）、宝马、通用、路虎、捷豹、GMC、奔驰、丰田等知名大牌悉数登场。

豪车相聚在申城

——2012 上海国际时尚车及文化博览会



