

上海工经联

SHANGHAI FEDERATION OF INDUSTRIAL ECONOMICS

李毅中：发挥工业主导作用推动“四化”同步发展

蒋以任：建立有效的企业社会责任体系 促进上海经济发展

第七届国际太阳能产业及光伏工程(上海)展暨论坛成功举办



环博会共同缔造“美丽中国”

2013 中国环博会于 5 月 13 日至 15 日在上海新国际博览中心华丽上演。本次展会的成功举办再次稳固了其在中国乃至亚洲第一环境展的地位。2013 中国环博会吸引了来自 67 个国家和地区的 30,000 名专业观众前来参观洽谈，相比去年增长了 25%。42,000 平方米的豪华展示空间，汇聚了来自 28 个国家和地区的 834 家展商竞相展示。其中中国展商超过 560 家，占比 67%。展会上 12 个国家和地区展馆悉数亮相，充分展示了自身优势及最新技术，其中包括来自奥地利、丹麦、德国、日本、韩国、瑞士、美国及台湾的国家与地区展团。此外，2013 中国环博会还得到了全球专业观众的瞩目。其中，观众数量排名前十位的国家和地区依次为：中国、韩国、德国、台湾、土耳其、日本、香港、印度、奥地利和俄国。



2013上海市企业社会责任报告发布会



市经团联举办“2013上海市企业社会责任报告发布会”



5月16日，上海市经济团体联合会举办“2013上海市企业社会责任报告发布会”。会上，上海汽车集团股份有限公司、上海核工程研究设计院、光明食品（集团）有限公司、上海银行等60家企业和2家行业协会集中发布了企业社会责任报告，发布数量比上届增长一倍。全国政协常委、中国工业经济联合会会长李毅中专程到会。上海市经济团体联合会会长蒋以任、上海市副市长周波、中国认证认可协会秘书长生飞出出席会议并讲话。会议由市经团联常务副会长陈祥麟主持。

会上，62家发布CSR报告的单位获得“发布证书”，其中19家企业还将参加5月26日在北京举行的“2013中国工业经济行业企业社会责任报告发布会”。62家单位的社会责任报告(共180万字)已汇编成盘发放，进一步扩大了本届发布平台的影响力。

市经信委、市发改委、市商务委、市国资委、市文明办、市质监局、市环保局、市人保局、市安监局、市民政局、市总工会等11家指导单位的领导，以及300多家企业的领导和代表参加了本届发布会。



刊名题词：

第十届全国政协副主席
中国工经联原会长
徐匡迪

目录 CONTENTS

第二期 (总第 40 期)
2013 年 06 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 金闽珠
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



【本刊特稿】Ben Kan Te Gao

- 04 李毅中：发挥工业主导作用推动“四化”同步发展
- 07 蒋以任：生态城市发展和跨境合作

【企业社会责任】Qi Ye She Hui Ze Ren

- 09 蒋以任：建立有效的企业社会责任体系 促进上海经济发展
- 12 周 波：必须弘扬和提倡企业上海责任
- 13 生 飞：加强社会责任的理论研究和实践探索
- 14 曹树民：努力承担社会责任 为消费者提供更加安全、健康的食品
- 16 陈 虹：创新绿能 驱动未来
- 17 杜桂潭：为城市公共安全 打造消防园区梦
- 18 徐家平：从探索到实践 永做商业零售业的领跑者
- 20 金 煜：寻求新使命 实现新突破
- 22 董宪康：坚持创新、创造 形成自主知识产权的核电技术品牌
- 24 刘巽全：创新管理新机制 树立建工品牌新形象

【产业关注】Chan Ye Gua Zhu

- 26 上海市食品协会：我国功能食品行业现状及趋势预测
- 28 上海日用化学品行业协会：塑料应用在上海日化行业的现状及发展趋势

【调研报告】Diao Yan Bao Gao

- 29 上海轻工、纺织行业发展情况调研报告

P31



P48



【质量管理】Zhi Liang Guan Li

- 34 蔚子：第四届上海服务质量国际论坛在沪举行
- 35 甄敏蔚：“复杂服务的提供过程创造了最多的价值”

【节能减排（JJ）】Jie Neng Jian Pai (JJ)

- 38 陈祥麟：深化（JJ）小组活动模式 促进取得更大实效
- 39 交通运输行业协会：领导重视是 JJ 小组活动取得成效的关键
- 40 2010 年～ 2012 年度上海市节能减排（JJ）小组活动表彰名单

【德勤观察】De Qin Guan Cha

- 41 从中国投资者角度分析德国汽车产业商机

【光伏产业】Guang Fu Chan Ye

- 43 何志明：必须尊重价值规律、市场规律——从光伏发电行业衰落说起
- 47 石定寰：坚定信心、共克时艰 迎接光伏新时代

封二：环博会共同缔造“美丽中国”

扉页：市经团联举办“2013 上海市企业社会责任报告发布会”

封三：第七届国际太阳能产业及光伏工程（上海）展暨论坛成功举办



信息化和工业化深度融合是转变发展方式的重要途径，工业化和城镇化互动发展是扩大内需的强大动力，城镇化和农业现代化协调发展是城乡统筹的必然选择，工业化和信息化是推动城镇化和农业现代化的强大引擎。发挥工业化主导作用，“四化”同步发展，全面建成小康社会。

发挥工业化主导作用 推动“四化”同步发展

中国工业经济联合会会长 李毅中

党的十八大提出2020年全面建成小康社会时“工业化基本实现，信息化水平大幅提升”，着重指出“坚持中国特色新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化道路”，促进“四化”同步发展。这是建设社会主义强国的重要内容，是民族复兴的历史使命，需要付出巨大、艰辛的努力。

一、准确把握中国特色新型工业化内涵

一是指工业化是由传统农业向现代工业转变的历史进程。由于各国的情况不一，所以发展的模式、路径也各不相同，各有特色。

二是指经济效益，要坚持注重经济发展的质量和效益，优化资源配置，提高投入产出效益和经济回报。

三是坚持推广利用先进适用技术，提高能源资源的利用效率，突破能源的约束，要节约资源。

四是坚持防治污染，保护社会环境，

使经济建设和生态建设和谐发展。

五是坚持以质取胜，为社会能够提供引导消费、满足需求、质量优良的产品和服务，提高市场竞争力。

六是坚持以人为本，提高劳动者的素质，充分发挥人力资源优势，注重改善民生，保障劳动者生命和健康。

七是坚持融合发展，包括工业化和信息化的融合、军民融合、城乡融合，一、二、三产融合。

二、中国新型工业化道路的显著特点

一是资源节约和环境友好。实现资源消耗低、环境污染少，不是说不消耗资源，不排污。但是要经过严格的工艺过程，减少排放，在某些环节尽量做到零排放。对排除的污染物要进行治理，达到国际排放标准，保持生态文明。不能把工业文明和原始文明等同起来，也不能用原始文明来要求工业文明。

二是信息化和工业化融合发展。要充分利用先进国家的知识和技术的外因效应，借鉴制度创新、机制创新的经验，推进信息化、工业化两步并做一步走，赶超发展、创新发展。

三是我国的工业化已经站在了新的历史起点上。推进工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展、协调发展，在新的历史起点上加快结构调整、加快转变方式的新举措。

三、实现工业化的目标、任务和措施

(一)要合理确立基本实现工业化的标准

国际上有四项指标来衡量工业化：1、人均生产总值；2、工业化率，工业增加值占GDP的比例；3、一、二、三产业结构和就业结构；4、城镇化率，城市人口占总人口的比例。我们国家提出八年后要基本实现工业化，要根据我国

的实际情况,科学构建一系列相关指标,既要有工业化特征的经济指标,也要从创新、低碳、绿色、民生等角度来体现我们新型工业化的特征。

一是要借鉴先进国家工业化的历程。先进国家工业化大体是在上个世纪中后叶实现。比如美国1955年宣布实现工业化,当时他人均GDP是13580美元;韩国1995年实现工业化,人均GDP是9982美元。所以,大体上实现工业化的国家,人均GDP在1万美元左右。只有日本比较特殊,1973年实现工业化,人均2.1万美元,是个特例。2011年,我国的人均GDP是4910美元,全世界排名114位。“十八大”提出到2020年人均GDP翻一番,这个目标还是有可能实现的。

二是要体现生产力发展的水平。我们行业的经济技术指标与发达国家比,还有不小差距。因此,要有先进的行业经济技术指标,特别是反映科技进步、节能降耗、环境保护、品种质量、信息化水平以及劳动生产率、工业增加值率,这些指标都要赶上或者接近国际先进水平。一些重点行业要走在世界的前列,要有一批核心技术、关键技术。经济社会的信息化水平要大幅度提升,这些都要具体的指标。

三是产业结构要有合适的比例。工业增加值现在占GDP是40%左右,八年以后,工业、农业的总量还要增加,但在国民生产总值的比例可能会减少,尤其是二产会减少,服务业的比例会上升。合适的比例是多少,需要科学的测算。工业化引起了城乡产业布局、农业产业化都应该有相应的指标。

四是应该与民生指标相关联。因为工业化主体是工业,但不全部是工业,应该包括全社会的进步。另外,工业化是小康的支撑。对于百姓来说,工业化与没有工业化,他的切身感受、民生指标、幸福指数是不是提高了。总体说来,评价指标既要有经济规模和结构的变

化,又要突出信息化、城镇化、农业现代化,突出民生利益。

(二)转方式、调结构,工业是主战场

一是要做好传统产业改造优化、转型升级。突出的问题是经济技术指标与国际先进水平比,有很大的差距。我们的工业增加值率只有26.5%,发达国家是35%-40%,相应劳动生产率是人家的十几分之一。要抓好技术改造,节能减排、提高质量、淘汰落后、重组兼并、产业转移、产业发展、集聚发展等,这是难点也是重点。在今后相当长的一段时间内,支撑中国经济的仍然是传统产业。

二是培育发展战略新兴产业。重点培育7个方面:信息技术、节能环保、新能源、生物医药、高端制造、新材料、新能源汽车等。要注重新兴产业和传统产业的结合,传统产业给新兴产业装备、技术、人才、市场;新技术、新产业带动传统产业。

三是大力发展生产性服务业。制造业发展的方向是智能化、数字化、网络化和服务化,生产性服务业是制造业的衍生,要鼓励制造业围绕它的产品扩展和利用。二产发展了生产性服务业也就发展了。要支持全适应的售后服务。支持发展真挚服务、专业服务,提高制造业的附加值。还要提倡服务外包,大企业把为社会服务分离出去,走向社会。中小企业不要搞大而全,应该寻找社会平台。科技、商贸、金融、现代物流、电子商务、工业设计、信息服务、软件技术都是生产性服务业。

(三)基本形成工业化靠创新驱动、改革开放

1、创新驱动是关键。建立市场为导向、企业为主体的产学研一体的科学创新机制,要在“用”字上下工夫。首先用户要自始至终参与科技创新,这样科技创新才有针对性。其次,科技创新不能只停留在博士论文、停留在成果评

奖上,而是要进入市场,研发的目的在于“用”。习近平总书记提出五个“创新”:“科技创新”、“产品创新”、“品牌创新”、“产业结构创新”、“商业模式创新”。而实现这些创新,就要在“用”字上下工夫,在保护知识产权同时要注重交流推广,提高全行业的竞争力。

2、靠改革开放。要充分发挥市场资源配置的基础性作用,调节手段要更多地用内需来稳定外需,均衡发展。建设开放型经济,首先是两个“毫不动摇”,国企民企要协调发展。其次是财价税金融改革,把原本属于工业的利、老百姓的利还给他们;鼓励社会资本投资实业;要统筹好两种资源、两个市场;要吸引国外的先进技术、人才、资金和资源。

3、东中西部要协调发展。基本实现工业化是全国整体概念。推进产业有序转移,促进全国范围内资源优化配置。选准优势产业,实施差别化发展,防止重复建设、产业雷同。

4、增强企业的内在活力、动力。企业是国民经济的微观基础。构建完善大企业、骨干企业为龙头,中小微企业配套服务、延伸加工的产业链。企业要大力提升员工的基本素质,要服从宏观调控,履行社会责任,加强改进内部管理。要培养一批有专家背景的企业家和职业经理人。企业要服从国家的宏观调控,遵守市场规律,尽到一定的社会责任。

四、在实现工业化进程中要依靠和推动“四化”同步发展

进入新世纪以来,“四化”的协调发展还存在一些问题,表现在:1、信息化和工业化融合的深度、广度、深度不够;2、工业化和城镇化互动不足,城镇化的质量不高;3、城镇化、工业化与农业现代化协调不够得力,农业现代化明显滞后。因此,在实现工业化进程中要注重、依靠和推动“四化”的同步发展。

(一)推进信息化和工业化的深度融合

当前,以下一代互联网、无线通讯、物联网、云计算为代表的新一代技术广泛运用,为我们“两化”融合创造了机遇。

1、发展工业化要以信息化为条件,推动工业化要依靠信息化的带动和提升。工业化是信息化的物质基础和主要载体,信息化是推动工业化的加速器。信息化和工业化的融合,不仅使加快工业化有了新的动力,也为信息化开拓了广阔的应用空间。当前,“两化”融合的重中之重是传统产业的改造提升。通过信息技术来促进生产服务业的发展,提高信息产业支撑融合发展的能力,促进整个工业结构优化升级。

2、“两化”融合存在的问题和差距。一是“两化”融合的广度和深度不够,大多数融合还在一些行业试点与企业试点,停留在表层。缺乏总体设计、事实方案和评价标准。二是资源整合利用明显滞后,资源分散、条块分割、信息孤岛、互不通气,不能做到互联互通。三是信息产业本身支撑能力还不足,工业电子、软件、核心技术、关键元器件还依赖进口,网络的基础设施和应用服务还不能满足需求。

3、以广覆盖、全渗透为抓手,把两化融合引向深入。一是制造业要在研发设计、生产制造、企业管理、营销服务以及全售后、全周期的服务中,使用信息技术,使传统产业加快改造升级。二是要把信息技术运用到能源、交通运输、城市基础设施,运用到物流、商贸、金融、生产性服务业,用在工业与制造业以外的行业之中。三是发展现代信息技术产业体系,要注重信息技术与新能源、新材料的结合。四是要注重信息技术在社保、教育、医疗、文化产业、城乡建设、农村信息化方面的广泛应用。

(二) 推动工业化和城镇化双轮发展、良性互动

1、工业化是城镇化的前提和条件。工业化导致要素集聚和大规模人口迁徙,促进了现代城市的形成和发展,工

业是城镇化的源动力。

首先是提供了物质基础,给上千万的城市居民提供了物质产品。而工业发展,工业的衍生产业为每年上千万进程的农民工和市民提供了就业岗位,也为城市的基础设施提供了物质保障和资金支持。其次是工业产业的发展改变了城乡结构和经济结构,只有工业进程不断推动才能吸纳城市人口,那些农业现代化释放出来的剩余劳动力;工业才能发展,使城市获得稳定、可靠的财源,更多得投入到城市的基础设施上。

2、城镇化为工业化提供了潜在的市场需求。城镇化为工业化提供了要素保障,不仅是劳动力资源,还促进了资金、信息、技术、管理等要素资源的集聚和有效配置,为发展工业,调整结构、吸引外资创造了良好的外部环境。所以,李克强总理提出:“要产城互动,产城融合。”城市搞规划,要根据功能和布局,给工业发展留出空间,促进已经分散在城市的产业、企业向城市规划的产业园区集中。通过工业园区、科技园区、开发区的建设,更多地吸引农民工进城落户,同时又加强了城市的基础设施建设,扶持了生活和生产性服务业的发展。

3、推动生产性服务业的建设要贯彻主体功能区战略,发展优势产业,差别发展,实现产业集聚。城镇化不是简单的人口增加、人口集聚,更重要的是产业结构、就业方式、人居环境、社会保障一系列由乡到城的重要转变。从总体上来看我们的城镇化水平落后于工业化,所以产业集聚、集群有利于优化资源配置,是提升城镇化发展的内在动力。因此,各地要选准优势产业、特色产业,差别发展,从工业园区、产业集聚,实现土地和各种要素的节约使用。打造具有特色的地方经济,进而形成有活力、配套协调、有特色的城市群和经济带。

(三) 工业化与农业现代化互为支撑,形成城乡一体化新格局

农业始终是国民经济的基础,这是

不可改变的。发展现代农业,搞好新农村建设,不断提高农民的收入始终是我们的重要任务。要适应城乡经济社会一体化的要求,搞好工业布局和发展规划,引导工业的资金技术、人才管理向农村流动。

首先农业是工业的基础,现代农业为工业发展提供了基本的保障。农业是食品、纺织、医疗这些轻工业原料的主要来源;农村是工业产品销售的重要市场,农副产品的深加工是工业的重要组成部分、是提高农产品附加值、满足民生需要,特别是农民致富的重要渠道。光靠种植粮食农民富不起来,还得靠农副产品的深加工。所以通过巩固农业基础地位,发展现代农业可以更好地为工业提供丰富的原料、充足的劳动力、广阔的市场和必要的用地。所以,工业与农业是密不可分的。农村市场对工业品有着巨大的需求。家电下乡、汽车、摩托车下乡、农机下乡、建材下乡都有力得拉动了内需。

其次,工业反哺农业,支持农业。工业为农业提供机械动力、燃料、动力、化肥、农膜、农药、农用生产资料,促进农业生产的规模化,农业技术的集成化,劳动过程的机械化,生产经营的信息化,土地科学利用。工业反哺农业,支援农业是工业应尽的责任,为农业提供各种生产资料,来促进农业的产业化、机械化、水利化。

第三,要推进农村信息化水平。村村通电话、乡乡能上网现在已经达到,自然村通电话比例也达到95%,行政村宽带比例达到84%,3G网络覆盖所有县以上城市和部分乡镇,为农业现代化创造了条件。要积极发展信息化委新农村服务来推进“三网”融合,使农民依靠信息化进行科学种田。科技下乡、文化下乡、提高教育医疗水平,提升农民的生活质量,所以工业化与农业现代化是密切相关的。

(本文系在上海市经团联举办的报告会上的演讲)



城市的发展应以环境为体，经济为用，生态为纲，文化为常。我希望，借助这次中德环保技术商贸交流会，各位专家学者和企业家贡献的智慧将对促进上海中德企业之间的交流与合作，推动上海清洁技术产业发展和生态城市建设起到积极作用。

生态城市发展和跨境合作

上海市经济团体联合会会长 蒋以任

城市是人类经济、政治、社会、文化和生态文明的中心。工业革命以来，随着城市化迅速发展，给人们带来了充分的物质享受、便利的生活设施和高效的信息交流，为人类创造了各种巨大的财富。与此同时，也带来了资源约束趋紧、环境污染加剧、生态系统退化等一系列问题，付出了沉重的资源环境代价，造成了严重的生态危机。20世纪70年代，联合国教科文组织发起了“人与生物圈（MAB）”计划，提出生态城市的概念，在其1984年的报告中对生态城市规划提出生态保护战略、生态基础设施、居民生活标准、文化历史的保护、将自然引入城市等五项原则。当今，更加注重城市人居环境文化的建设、更加注重城市生态环境的建设、更加注重可持续发展与和谐城市的建设已经成为城市建设的大趋势，促进人与自然是和谐相处、着力推进城市绿色发展、循环发展、低碳发展已经成为城市发展的新潮流。

应当看到，衡量城市发展的水平，不单纯是经济指标，而是经济、资源、

人文和环境的综合评价。生态文明是现代文明的主要方面，建设生态城市是推进生态文明的有效途径。良好的人文和自然生态环境是国际大都市不断创新和保持社会可持续发展的重要条件，也是国际大都市区别于一般城市的特征之一。在建设什么样的生态城市、怎样建设生态城市方面，国际和国内都有很多经验值得我们学习和借鉴。

21世纪是生态世纪，是城市大竞争的世纪，是国际化大都市之间大竞争的世纪。对一个城市来说，城市的生态环境好，就能更好地吸引人才、资金和物资，就能处于竞争的有利地位。因此，建设生态城市已成为下一轮城市竞争的焦点。

在这场城市的深刻嬗变中，处于建设“四个中心”和现代化国际大都市进程中的上海，已经选择和正在走着一条注重经济、社会与环境协调发展的城市发展之路。这就是坚持贯彻落实资源节约和环境保护这一基本国策，持续抓好节能减排管理，推进清洁技术产业发展，

促进新能源的开发利用，使生态环境随着经济社会发展得到同步改善。

上海市长期致力于环境保护工作。早在80年代初，苏州河治理提到议事日程，1988年实现了合流污水工程。1998年又开始环境综合治理，经过20多年的努力，苏州河已焕发青春。同时开展上海母亲河——黄浦江的整治和上游取水工程，有计划地治理新华路、和田路、吴淞和桃浦工业园区等污染地区，建成了青草沙水源地，并结合结构调整大规模调整城市布局，形成了推进环境管理的体系，并制定上海环保的措施和规章。

早在1997年，上海就成立了清洁生产中心，推进清洁生产工作，并在1999年列入国家清洁生产中心。通过努力，已形成政府、企业、中介机构、社会公众共同推进的清洁生产、工作网络和互动机制。2000年以来，上海滚动实施了四轮环保三年行动规划，分步、分阶段地解决工业化和城市化带来的突出环境问题。比如，加快推进能源结构

调整,推广使用清洁能源,积极发展非石化能源、新能源、外来核电和水电等;强化重点行业大气污染控制,推广电厂脱硫脱硝的效率,关停小火电机组;积极推进大气污染防治,推进中小锅炉和炉窑的大气污染防治;大力开发新能源汽车;加强固体废物综合利用处置,全力推进上海垃圾分类收集和高度处置;加强污染源监管和清洁生产;加强农业和农村环境管理,进行生态环境建设、绿地林地建设和城市生态布局优化。

上海建设生态型城市,就是要建成与现代化国际大都市要求相适应,经济、政治、文化、社会、生态文明协调发展,拥有健康的生态系统、安全的生态格局、高效的城市经济、和谐的社会体系的生态城市。

在新的形势下,需要我们进一步增强在全球范围内合作创新的意识,从全球视野寻求、整合、运用科技资源。加

强跨境合作将是上海推动生态城市建设的一个有效途径。德国在清洁技术领域有着丰硕的成果和丰富的经验。上海的清洁技术产业将积极加强与德国的合作。

一是要学习借鉴德国在节能减排、清洁技术、生态建设和环境保护等方面的有益经验,引进先进方法与管理理念,以及生态文明建设优秀成果,结合上海的地方特点、各城镇的功能定位和环境资源优势,着力构筑“生态城市、绿色上海”,推动上海城市发展模式由传统的经济增长模式向经济、社会、生态有机融合的复合发展模式转变。

二是要积极开展中德政府机构、民间组织、学术团体、企业以及个人之间各种类型的交流与合作,建立健全中德合作的长效机制,促进技术、设备和人才间的交流以及对高素质管理和技术人员的培养。

三是要鼓励中德清洁技术产业之间的合作,鼓励外商投资生态、低碳、节能减排、清洁技术和资源综合利用项目,推进重点项目建设与技术攻关,将清洁技术领域的中德合作向实质性深入推进。

例如,金山区是上海面积最大的区之一。早在6000年前就已经成陆,其中,枫泾、金山卫、朱泾三大古镇都已经有了800多年历史,具有丰实的文化底蕴、良好的区位条件、丰富的劳动力资源和较强的产业基础。金山区正在围绕打造“杭州湾北岸先进制造业示范基地”的目标,坚持“绿色、生态、环保、科技”的理念,大力发展精细化工、生物医药、新材料、新能源等产业,对环保设备和清洁技术有着很大的市场需求,市场机会很大。

(本文系在中德环保技术商贸交流会上的演讲)

简讯

市工经联党委召开党支部书记座谈会

6月6日,市工经联党委2013年第一次支部书记座谈会上海家用电器行业协会的会议室召开。党委书记胡云芳,党委副书记叶伟成,以及家电协会、建材协会等14家行业协会党支部书记出席座谈会。工经联党办主任范岚岚主持会议。

座谈会上,各党支部书记围绕“三型”党支部建设、党员教育管理等进行了交流、探讨。建材协会党支部在服务型党组织建设中做到“双服务”,即服务于会员单位、服务于协会员工;铸、锻、热、电、焊联合党支部在学习型党组织建设中组织群众对党员进行民主测评;物流协会党支部与会员单位党组织联合举办开放性组织活动;家电协会、工艺美术协会、自行车协会、医疗器械协会、都市型协会集成电路协会、及纺织协会等党支部服务会员企业只有进行时,没有完成时;建材协会、日化协会、新材料协会等党支部注重思想教育实效性,塑造员工核心价值观,做好党员的教育管理。

胡云芳书记认真听取了与会人员的讨论和汇报,肯定了各支部在党建工作的“四个方面”取得的成绩。一是注重探索和创新学习型、服务型、创新型的党组织;二是能坚持创先争优的长效机制;三是党建带动协会的建设;四是不断创新党建工作。

胡云芳书记对各支部的党建工作提出了进一步要求。她指出,党建工作要围绕协会的中心工作去定位、去谋划,使党建工作始终服务于协会工作,但不能以协会工作替代党建工作。在布置重点工作任务时,要充分发挥党组织的战斗堡垒作用、党员的先锋模范作用。

又讯 近日,中共上海市工业经济联合会委员会在上海家用电器行业协会召开市工经联党委系统部分党支部书记座谈会。座谈会主要内容为交流上半年党建工作及下半年工作打算。市工经联党委书记、副会长胡云芳;副书记、副会长叶伟成;常务副秘书长邹国华;党办主任范岚岚;日用化学、建筑材料、工艺美术、集成电路、铸锻热焊、家用电器、医疗器械、新材料、都市型、自行车、纺织、物流共12家协会党支部书记出席了会议。家用电器协会秘书长兼党支部书记吴汝康参加此次会议。



建立有效的企业社会责任体系 促进上海经济发展

上海市经济团体联合会会长 蒋以任

上海市经团联作为行业协会和企业的联合组织，把自觉履行和推进企业社会责任作为自身应尽的责任。继2012年成功举办上海市企业社会责任报告发布会以来，今年是第二年举办上海市企业社会责任报告发布会。发布会得到中国工业经济联合会的高度重视，全国政协常委、中国工经联李毅中会长专程从北京到会指导。我们的社会责任推进工作得到了市委、市政府的充分肯定和支持，韩正书记专门为社会责任推进工作作了重要指示，杨雄市长对我们的推进工作给予指导，今天周波副市长亲自到会指导并发表重要讲话。我们的推进工作得到了市经信委、市发改委、市商务委、市国资委、市文明办、市质监局、市环保局、市人保局、市安监局、市民政局、市总工会等11家政府部门指导单位的大力支持和帮助。发布会同样得到国家认证认可监督管理委员会、中国认证认可

协会等相关主管部门的重视，今天中国认证认可协会生飞秘书长也到会指导。当然，我们社会责任推进工作也得到了广大企业的积极响应和配合，今天将有62家企业发布社会责任报告，有300多位企业领导和代表参加发布会。

目前，举国上下正在贯彻落实党的“十八大”精神，我国经济社会发展已经进入了科学发展的新时期，全球经济社会也进入了必须走可持续发展道路的新阶段。企业履行社会责任已经成为全球社会共同关注的热点问题。上海在加快“四个中心”建设中，注重城市精神的培育，培植“公正、包容、责任、诚信”的城市价值取向，不断推进企业社会责任建设。

近年来，上海在市委、市政府及各部门的重视和推进下，企业社会责任建设工作取得了较快的发展，促进了经济、社会的和谐发展。行业协会是“服务企

业、规范行业、发展产业”的重要组织，是联系企业与政府和社会的重要桥梁，在推进行业企业履行社会责任方面有着独特的优势。市经团联作为在政府管理部门和行业组织之间、行业组织与行业组织之间、行业组织与企业之间的连接、沟通、协调、管理、服务枢纽的联合会组织，更应该在这方面发挥好枢纽作用，履行好应有职责。

市委、市政府对我们的推进工作高度重视，2011年4月27日，时任韩正市长在出席市经团联“四届五次主席团（扩大）会议暨企业社会责任推进会”上，充分肯定我们的推进工作指出，“企业社会责任这个题目很大、很广，市经团联能够提出来意义重大”。在2012年5月14日由市经团联主办的企业社会责任报告发布会上，韩正同志致信并提出要求：“进一步开展上海企业社会责任工作，是落实胡锦涛总书记关于加强社

会管理和企业社会责任的精神，贯彻落实市委、市政府提出的‘创新驱动、转型发展’方针，推动上海改革开放，提升上海企业国际竞争力的重要而长远战略举措。”

市经团联（市工经联）非常重视企业社会责任推进工作，由市经团联牵头，与市企联会、市质量协会等共同组成了企业社会责任推进委员会，并聘请了市经信委、市发改委、市商务委、市国资委、市文明办、市质监局、市环保局、市人保局、市安监局、市民政局、市总工会作为指导单位。我们从联合会自身的定位出发，积极推进企业社会责任的建设工作，探索将社会责任工作融入企业战略和日常管理，使之规范化、常态化。

从2012年发布会之后的一年以来，我们的企业社会责任推进工作主要有：

第一，积极宣贯市经团联《企业社会责任指南》标准

为了使上海企业履行企业社会责任有指南、编写企业社会责任报告有依据、评价企业社会责任有规范，在《中国工业企业及工业协会社会责任指南》（2.0版）基础上，根据国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》要求，结合了国际ISO 26000《社会责任指南》标准，以及国内外相关的社会责任标准等内容，编制形成了《企业社会责任指南》（1.0版）（以下简称《指南》）。《指南》的编写得到了国家认监委、中国工经联等部门的鼎力支持，并征求了市国资委等11家指导单位的意见。《指南》于2011年12月22日正式发布。

《指南》的发布，一是能够进一步扩大对企业社会责任的宣传，营造良好的企业自觉履行社会责任的氛围；二是能够为企业编写企业社会责任报告提供依据，更好的形成规范；三是在上述基础上，进一步规范开展企业社会责任报告编写的辅导工作和报告的评价工作，服务于上海经济和社会的“创新驱

动、转型发展”。2012年底，市经团联开展的“推进社会组织枢纽式管理功能建设——行业社会责任建设促进项目”，市经团联与市质量协会先后组织多次座谈会和专题调研，组织编制了《行业社会责任报告编制指南》。有效推进行业协会开展社会责任推进工作。今年，上海医药行业协会、上海食品行业协会发布了行业社会责任报告。

同时，我们通过与荷比卢商会的交流，使荷比卢商会加深了对市经团联《指南》的了解和充分肯定。市经团联会同市质量协会，借助《指南》发布的有利契机，集中力量抓紧编写了社会责任普及性教材，如《ISO26000社会责任标准问答55题》、《指南》培训教材等2万余字的配套教材，在行业协会的配合下，开展了大量企业社会责任公益性培训活动。自2011年5月起，共举办了18期培训班，有20多个行业，502家企业，1016人次参加培训。在短时期内，集中专家力量形成了对60余家企业开展企业社会责任相关培训、咨询指导（包括报告编写的辅导、预评审等），促进企业积极采用《指南》标准，履行社会责任。

第二，认真构建上海市企业社会责任报告发布平台

去年，我们组织了31家企业作为首次发布单位。今年，我们从278家有意愿发布的企业中选择了60余家，而且其中首次出现了两家行业协会——上海食品行业协会和上海医药行业协会。一是通过报告发布可持续发展的理念日益深入人心，会有越来越多的企业、行业重视和自觉践行社会责任，参与企业社会责任报告的发布；二是通过建立定期信息披露制度，能够有效提升社会责任管理实践水平；三是通过发布会有利于形成公开透明的自我约束机制和社会监督机制。企业编制公布社会责任报告，是对经济、社会发展责任的检验和承诺，

并在今后的运营中积极改进持续发展。企业报告发布会逐渐形成机制。3月1日和4月19日，市经团联分别专门召开了发布会准备会议，4月28日，又召开了11家指导单位工作会议，确定了今年发布会的报告企业。

此次发布会，发布报告60余家企业和2家行业协会中，既有参加了2012年发布会的企业，又有之前自行发布，现在找到发布平台的企业，还有29家首次发布的企业，简单的说，就是“发布了还想再发布”、“以前没找到组织平台发布”、以及“首次发布”的三种。《指南》成为报告编制的第一参考依据。这表明，我们联合相关行业协会共同搭建的企业社会责任平台的影响力和吸引力已经逐渐显现。根据企业需求，在《2012年企业社会责任报告汇编集》的基础上，这次我们将62家企业社会责任报告（共180万字），采用光盘的形式，汇编发放，扩大发布会的影响力。同时，拟建立企业社会责任报告发布网站，让更多企业了解企业社会责任发布信息，接受社会广泛监督。

根据《指南》要求，开展企业社会责任报告评价工作是企业社会责任报告发布的特色。为了科学评价企业社会责任报告的质量，以及企业在社会责任方面的履责绩效，我们组织科研团队，根据《指南》的106个条款，开发了含有3个区间，332条近17000字评分细则的“企业社会责任双重赋权定量评价指数模型”，以及评价工具。实现了企业社会责任报告以及履责绩效定性和定量评价的结合，既实现了绩效可比，又体现了企业的努力程度。今年，上海质量体系审核中心对申请发布报告的38家企业进行了第三方评价，从结构完善、内容实质、绩效可比、内容可信、可读性、时效性和利益相关方参与等方面进行评定，提出需要改进建议，为发布会的顺利进行奠定了基础。

第三，企业履行社会责任有效促进了企业持续发展

在此次发布报告企业中，《指南》已成为企业报告编制的首选参考依据。《指南》所倡导的科学发展等八方面社会责任绩效内容平均指标覆盖率达到95%，据对发布报告和评价的企业统计分析表明，企业通过《指南》提出的科学发展、公平运营、环保节约、安全生产、顾客与消费者权益、合作共赢、和谐劳动关系、社区参与和发展等方面的实践，企业履行社会责任有效地促进了企业的持续发展。

首次发布行业社会责任报告的上海食品行业协会和上海医药行业协会发布行业报告。上海食品行业协会报告选择了行业中典型性和代表性的企业，报告了其年度履责重点和亮点。

既包括了光明集团等大中型国有企业，也包括了清美、汉康、南华等民营企业，以及上好佳、太太乐等合资企业；从多方位、全角度反映了本市食品行业社会责任建设状况。食品行业社会责任建设紧密围绕食品安全主题，完成“上海市食品质量分析报告”、“上海市食品行业名牌评价规范”起草；参与市政府实事项目20家外省市供沪生猪屠宰场追溯系统建设，对星级菜场进行评审前咨询和评审后复查；对本市菜场猪肉追溯系统使用情况的调查，提出整改措施建议；开展名优食品评选，积极培育食品品牌等；推进食品业与旅游业的融合发展；开展职业技能培训，为食品业发展提供技术支撑；在本市食品企业中大力开展创建诚信企业的活动，把诚信建设作为行业管

理的常态化任务等内容。

首次发布行业社会责任报告的上海食品行业协会和上海医药行业协会发布行业报告。上海食品行业协会报告选择了行业中典型性和代表性的企业，报告了其年度履责重点和亮点。随着经济体制改革，政府职能转变，企业社会责任作为企业的主体行为，行业的自律行为和社会的监督行为，这个平台将发挥更重要的作用。为此，我们希望让行业协会在推进企业社会责任工作中得到更多的支持。

相信通过我们的共同努力，使上海建立有效的企业社会责任体系，为促进上海经济和社会发展作出应有的贡献。

（本文系在市经团联举办“2013上海市企业社会责任报告发布会”上的致辞）

简讯

上海市行业质量工作促进会工作会议举行

6月4日，“上海市行业质量工作促进会”工作会议在市经团联举行。市质监局副局长沈伟民、市质监局原局长、市行业质量工作促进会会长钱仲裘、市经团联副会长兼秘书长胡云芳、市质监局质量管理处处长刘刚、标准化处处长陶粮民、质量监督处处长赖晓宜等领导出席了本次会议。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。上海市行业质量工作促进会全体会员协会有关负责同志参加了本次会议。叶伟成秘书长简要回顾了今年市行业质量促进会开展的工作。市质监局质量管理处处长刘刚、标准化处处长陶粮民、质量监督处处长赖晓宜分别介绍了本年度质量和标准化工作重点。

会议通过了上海市新材料行业协会、上海市室内环境净化行业协会、上海市计算机行业协会、上海有色金属行业协会、上海市旅游行业协会等五家单位的入会申请。五家行业协会的负责人交流了各自在推进行业质量、标准制定与宣贯、应对质量安全突发事件等方面所做的工作。

市质监局原局长、市行业质量工作促进会会长钱仲裘在讲话中指出，市行业质量工作促进会成立两年多来，为政府部门与行业组织的交流沟通搭建了平台，此次新会员的加入也是对促进会工作的认可。他希望各行业组织积极参与到政府职能转移的过程中，充分利用好这个平台，转变观念与做法，努力提高自己的能力。许多行业协会承接了上海名牌的推荐和初评职能，通过这些具体工作积累了资源，提高了能力。

市质监局副局长沈伟民做了总结讲话。他说，两年前市质监局响应市委市政府“创新驱动、转型发展”的号召，牵头与市经团联及二十余家行业协会成立市行业质量工作促进会，使行业组织在质量监督方面发挥特有的作用。这是制度的“创新”，也是质监部门的“转型”。两年来，促进会围绕“关注质量发展、推动质量提升、维护质量安全”三方面开展了初有成效的工作。他希望行业组织注重人才队伍的培养和业务能力的提高，主动挖掘政府职能转移后留下的空间，更多利用市场化手段开展工作，体现行业组织的作用。他建议市行业质量工作促进会在今后的具体工作中可以拓宽思路，与区县质监部门对接，找准各自位置、发挥各自作用，共同推进质量提升，不断扩大促进会的影响力，把这个平台越办越好。



推进企业社会责任的建设，仍然是当前十分迫切、十分必要，又十分艰巨的工作，需要全社会的力量来推动。政府、行业组织、企业、消费者、媒体、员工、商业伙伴，都应从各自的角度，来推进这项工作。

必须弘扬和提倡企业社会责任

上海市副市长 周波

很高兴参加2013年上海市企业社会责任报告的发布会，我谨代表上海市人民政府感谢中国工业经济联合会、市经团联有关协会以及企业为上海企业展示社会责任和崭新的形象搭建了一个非常好的平台，也将为展示上海城市精神和国际化大都市起到一个良好的开端。

这次由企业演讲为主的发布会，不讲企业的经营之道，不做广告，也没有作秀，但我个人感觉比广告和秀更激动人心，效果更好。因为讲的是企业的社会责任，这个全社会都非常关注的一个课题，本身也体现了企业的境界和时代的精神，是值得弘扬和提倡的。目前，企业履行社会责任

已经成为全社会共同关注的热点，提倡的是企业自觉的履行社会责任，走可持续发展的道路，这也是上海必须坚持的道路。

近年来，在市委、市政府以及各个部门的重视和推进下，在加快“四个中心”建设中，注重培育城市精神，不断推进企业社会责任建设，促进了上海经济社会的和谐发展。我们同时也看到，还有一些企业对社会责任缺乏正确全面的认识，不少企业履行社会责任仍然处于被动的接受状态。因此，推进企业社会责任的建设，仍然是当前十分迫切、十分必要，又十分艰巨的工作，需要全社会的力量来推动。政府、行业组织、企业、消费者、媒体、员工、

商业伙伴，都应从各自的角度，来推进这项工作。

上海市经团联在中国工经联的指导下组成了企业社会责任推进委员会，自2010年以来，加强企业社会责任的宣传，并制定企业社会责任指南。2012年搭建了首个上海企业社会责任报告的发布平台，市经团联做了大量的卓有成效的工作，承担了一部分政府没有完全承担或者应该由社会组织承担的责任，为上海企业社会责任建设开创了新的局面，必将对上海企业树立良好的社会形象产生积极的影响。

（本文系在市经团联举办“2013上海市企业社会责任报告发布会”上的发言）

相关链接

李毅中：企业应抓住时机促发展

“2013中国工业经济行业企业社会责任报告发布会暨社会责任评价指标体系发布仪式”在京举行。全国政协常委、经济委员会副主任、中国工业经济联合会会长李毅中在会上发表了题为《在新起点上提升企业社会责任》的主旨讲话。他指出，企业不要过多埋怨外部环境，过多抱怨政策不到位，应抓住时机促发展。而国有企业和民营企业也的改革都还没有到位，也应互相包容发展。李毅中指出，企业在全面建成小康社会、实现民族复兴的伟大事业中肩负着重要使命。要把中国企业社会责任提升到中华民族伟大复兴的高度，形成企业家和企业的共识，把企业发展与国家兴衰，实现工业化、信息化、城镇化、农业现代化，“四化”同步发展紧密联系在一起，把历史重任内化到企业发展战略中，从而激发企业的动力、活力和创造力，积极、主动、自觉地投身到实践中去。



中国认证认可协会是我国的行业组织，致力于推进认证认可行业的发展，行业自律规范以及标准的制修订工作。我们一直关注社会责任的理论研究和实践探索，我们也积极支持上海市经团联、上海质量协会、上海质量体系审核中心开展企业社会责任评价和研究实践，希望在已经取得成效的基础上，继续加强理论研究和实践探索，为开创我国认证认可新的模式发挥积极作用，中国认证认可协会也将一如既往的给予支持和配合。

加强社会责任的理论研究和实践探索

中国认证认可协会秘书长 生飞

2013年上海企业社会责任报告发布会今天举行，我谨代表中国认证认可协会，对本次发布会的召开表示热烈的祝贺。

上海市经济团体联合会把推进企业社会责任作为社会组织的首要工作，继2012年成功举办了上海市企业社会责任报告发布会以后，今天又再一次举办社会责任发布会。今天发布的60家企业和2家协会的社会责任报告，使我们对上海履行社会责任的水平有了新的认识。发布报告的企业把履行社会责任融入了企业战略规划和经营活动，取得了卓越的成效。尤其是在绿色环保、惠民工程、食品安全等方面都作出了积极的贡献。在此感谢发布报告的企业，为履行社会责任作出了努力。

当前，履行社会责任已经得到越来越多企业的认同，关于社会责任的理论和实践都得到了高度的重视和发展。联合国等国际组织先后发布了有

关社会责任和可持续发展的倡议指南等，来指导企业承担社会责任。国际标准化组织制定发布了ISO26000社会责任指南标准。近年来，我国加快了对社会责任的研究和实践，纷纷出台了社会责任的相关要求和标准，引导企业和行业更好地履行社会责任。国家认监委也编制了指南，加强行业诚信建设，并在此基础上积极推进社会责任认证等相关工作。

目前，举国上下都在学习贯彻党的“十八大”精神，“十八大”报告提出要加强社会主义核心价值体系建设，明确了社会主义核心价值观的内容就是倡导富强民主、文明和谐，倡导自由平等、公正法制，倡导爱国敬业、诚信友善。报告特别要求把推动发展的立足点转到提高质量和效益上来。大力推进生态文明建设，从源头上扭转生态环境恶化。“十八大”报告的内容也体现了社会责任的重要内容，体现了社会责任是中国发展的核心。

我们重视社会责任，重视研究社会责任并积极推进履行社会责任，必将有利于落实“十八大”的要求，有利于创造美丽中国，实现中国梦。上海市经团联制订的社会责任指南，使得越来越多的企业重视和履行社会责任，并且在由政府相关部门组成的指导单位下，搭建了发布平台，向社会展示履行社会责任的成效，接受社会对履行社会责任的监督。引入第三方评价机制，对企业履行社会责任和现状进行客观的评价，有效的推进了企业社会责任的健康发展。

刚才第三方评价机构，上海质量体系审核中心也向评价企业颁发了企业社会责任的评价证书，这是在管理体系审核的基础上，实施企业社会责任评价的新探索，表明了评价相关理论研究的实践，已经为企业社会责任发挥了积极的促进作用。

（本文系在市经团联举办“2013上海市企业社会责任报告发布会”上的发言）



2013年，光明食品集团将继续以广大市民关注的食品安全问题为导向，在市委、市政府领导下，牢记“民以食为天，食以安为先”的企业理念，不断加强关键环节的食品安全管理，层层落实食品安全责任制，积极构建和谐企业，努力承担社会责任，为消费者提供更加安全、健康的食品，继续做出光明食品集团的不懈努力。

努力承担社会责任 为消费者提供更加安全、健康的食品

光明食品（集团）有限公司总裁 曹树民

光明食品（集团）是一家集现代农业、食品加工制造以及食品分销为一体，具有完整食品产业链的综合性大型食品产业集团。以乳业、糖业、酒业、食品制造业、品牌代理业、连锁零售和现代农业为“6+1”核心业务，以食品包装、食品物流、电子商务、保健食品为培育业务，以房地产和出租汽车为支撑业务。经过集团上下共同努力，已经形成上游原料资源、中间生产加工、下游流通渠道全过程控制，从“田头到餐桌”的食品全产业链，2012年实现主营业务收入906亿元，实现利润37亿元。

企业社会责任报告是光明食品集团自2011年以来发布的第二份社会责任报告，5月26日，企业还将在北京发布。2012社会责任报告主要依据《中国经团联社会责任指南》和《上海市经团联企业社会责任指南》编写，同时结合了光明食品集团的社会责任特

点，主要包含战略管理、诚信建设、责任投资、公平运营、环保节约、安全生产、合作共赢、顾客与消费者权益、和谐劳动关系、社区参与和发展、历史文化遗产等方面内容。

光明食品集团作为食品行业的大型产业集团，在市委、市政府的领导下，承担着经济责任和为上海城市居民提供安全、优质主副食品的社会责任。近年来，公司全力推进粮食、生猪、饲料、蔬菜、种源现代农业“五、三”计划，就是到2013年，实现粮食销售100万吨、生猪销售100万头、饲料销售100万吨、蔬菜销售50万吨、种源农业全国领先。

2012年集团取得了新的突破，实现粮食销售131万吨，占上海最低保有量的100%；上市生猪75万头，占上海最低保有量的30%；奶牛饲料实现销售125万吨，占上海奶牛饲料最低保有量的100%；蔬菜供应37万吨，

占上海最低消费量的6%。为上海市民提供了更多安全放心的农副产品，在保障上海城市主副食品供应安全方面，承担了国有企业的社会责任。

“民以食为天，食以安为先”，这是光明食品集团长期坚持的企业理念。食品安全是光明食品集团履行企业社会责任的重中之重。

2012年，光明食品集团感到食品安全不能仅仅在本企业的生产经营环节上把关，必须在技术研发、生产制造、原辅材料采购、流通等整个产业链各个环节的食品安全上下功夫，必须从集团战略的高度，切实采取各种措施，全方位抓好食品安全各项工作。

一是成功实施海外并购，为中国食品工业跨国经营迈出重要一步。2012年光明食品集团实施海外并购，成功并购了英国第二大谷物类食品公司维多麦，成为中国食品行业最大一次海外并购。这次并购，不仅使得光明食

品集团的国际化、规模化水平进一步提高，为培育具有国际水平的本土跨国公司，促进集团科学的可持续发展，打下了更加扎实的基础。而且通过海外并购，在食品企业的社会责任理念上进一步与国际接轨，并引进了国际上著名食品生产企业的先进生产技术、管理流程与食品质量管控体系，有助于提升集团食品质量安全意识和食品安全管控水平，增强集团食品制造业务的技术创新能力、品牌产品的组合能力和食品安全风险管控能力。

二是以不断增强全体员工的质量意识，促进食品安全。集团开展经常性的食品安全教育培训活动，邀请食品安全专家亲临现场指导。2012年，集团系统对2100多名相关人员开展了“食品生产过程的质量安全监控和防范”、“原料仓库、生产车间虫害控制”、《上海市实施食品安全法的办法》、GB7718预包装食品标签通则等各类培训。同时组织消费者、主要媒体到集团食品产业的生产、制造基地开展寻访活动。参观考察了集团在崇明的奶牛牧场、

奶牛科普馆以及乳品八厂。让消费者加深了对光明乳业产业链的了解，对乳品安全管理工作有了新的认识，密切消费者对光明食品的更多信任。

三是以管控体系的健全与执行，促进食品安全。作为上海国企“食品航母”的光明食品集团，2012年，在全系统内开展了食品安全警示月活动。集团对旗下产品建立了严格的管控体系和制度，进行阶段性重点抽检、评估，检查生产加工场所的食品安全现场管理情况，审查质量安全及应急管理制度标准和相关记录。对下属单位的加工场所、物流仓库、卖场超市、社区冷库及相关产品进行检查、检测，全力保证食品安全。

四是以不断完善食品安全产业链追溯体系，促进食品安全。2012年，光明食品集团在完善已有食品追溯体系的基础上，对新开发的食品生产领域同步跟进，继续全面普及使用GS1国际标准编码系统、食品质量追溯系统和HACCP食品安全管理体系。全面应用食品安全监测设备和技术，从食

品生产的源头上建立了覆盖整个光明食品集团的食品安全保障体系。集团会同上海开放大学、上海海洋大学等与相关院校加强产学研合作，通过技术研发，解决食品安全存在问题，完善食品安全管控体系和措施，提高食品从业人员的素质和食品安全管理的水平。

五是以加强食品生产的国内协同，促进食品安全。2012年，光明食品集团以“保障国家粮食安全、食品安全和生态安全”的国企社会责任，在稳定粮食价格，捍卫市民餐桌安全上不断尽心尽力。光明米业推出了“北国珍禾”大米，让消费者品尝到了更加安全、绿色、健康、营养的大米。集团响应市民、市政府号召，积极开展援疆工作，与新疆生产建设兵团成功合作举办了食品节，提供光明在上海4000多家门店，一大批产自新疆的绿色农产品受到上海市场欢迎。

（本文系在市经团联举办“2013上海市企业社会责任报告发布会”上的发言）

（上接第16页）服务体系，主动实施产品召回，积极消除安全隐患，让用户对上汽产品质量放心、对产品性能称心、对服务过程舒心。

在投身社会公益方面，上汽及所属企业2012年在文化教育、体育事业、卫生医疗、帮困扶贫等方面捐赠的款物共计人民币6000余万元，为社会和谐发展贡献力量。

当前，资源环境的过度消耗引起了全社会的广泛关注，聚力新能源汽车产业化，为建设环境友好型、资源节约型社会添砖加瓦，已成为上汽履行社会责任的一项特色实践。在总体思路上，我们贯彻国家能源战略，瞄准汽车驱动电力化趋势，重点加快推

进纯电动和混合动力汽车产业化，适时推动燃料电池汽车研发升级和示范运行。在工作目标上，2015年，上汽新能源汽车国内市场占有率要达到20%。通过实施节能和新能源汽车战略，快速降低公司平均燃油消耗值，达到国家2015年和2020年平均燃油消耗量限值目标。上汽2009年立下了确保自主品牌中混轿车、纯电动轿车和插电强混轿车投产上市的“军令状”。2010年上汽出色地完成了上海世博会用车任务，上汽1125辆世博新能源汽车在园区内外经受了大客流和复杂天气的严峻考验，通过世博会新能源汽车的成功示范运行，让我们对加快实现新能源汽车产业化增添了底气。

截至去年底，上汽提出的三个新能源汽车产业化阶段性目标已全面完成，特别是我们的荣威E50纯电动轿车在工博会亮相后广受好评，荣获了唯一的“创新金奖”。在新能源汽车产业链建设方面，我们秉承“自主创新、内外结合、两条腿走路”的发展原则，自主掌控电池系统、电机、电控这“三电”关键技术，并同上海交大、同济大学等国内知名院校和科研院所开展广泛的产学研合作，努力实现技术突破，为广大消费者提供更多绿色环保的新能源车型，为全社会节能减排贡献力量。

（本文系在市经团联举办“2013上海市企业社会责任报告发布会”上的发言）



2013年是全面贯彻落实十八大精神的开局之年，上汽将沿着质量效益型、科技创新型、环境友好型、社会和谐型的发展路径，砥砺奋进、开拓前行，通过进一步完善社会责任管理体系，进一步提升上汽的经济、环境和社会绩效，以更稳健、更持续的经营，更优质、更清洁的产品，更周到、更完善的服务，回报用户、回报股东、回报社会，更好地履行社会责任，为早日实现“中国梦”持续作出贡献！

创新绿能 驱动未来

上海汽车集团股份有限公司总裁 陈虹

作为国内汽车行业的领军企业，上汽集团一直以促进经济发展、环境保护、社会和谐为己任，积极履行各项社会责任，并已连续5年披露了企业年度社会责任报告。

2011年，上汽通过重组实现了整体上市，目前，上汽集团是国内销量最大的汽车集团，同时也是国内A股市场市值最大的汽车上市公司。2012年，上汽集团销量继续保持国内领先地位，并以上一年度672.54亿美元的合并销售收入，第八次入选《财富》杂志世界500强，排名第130位，也是目前国内A股市场市值最大的上市公司。上汽的发展壮大，与政府、用户、股东、员工、商业伙伴、社区等利益相关方的支持密不可分；同时，对利益相关方承担社会责任，也是上汽实现有质量、有效益和可持续发展的一个重要基础。在我们看来，上汽的社会责任理念，对内，就是要实现经济效益稳定增长，发展空间不断拓展，企业氛

围和谐向上；对外，要为我国建设环境友好型、资源节约型社会持续作出贡献，成为一名负责任的企业公民。

2012年，上汽继续践行社会责任理念。在保持经济效益稳定增长方面，2012年上汽集团整车销量达到449万辆，合并销售收入约4810亿元，销售收入年均复合增长率达到30.8%。与此同时，上汽在工业总产值、工业增加值、上缴税收、净利润等主要经营指标完成方面，继续保持了良好的增长势头。在发展空间不断拓展方面，上汽自主品牌荣威和MG销量已达20万辆，销售收入突破200亿元。在去年国内自主品牌销售遭遇困境的情况下，上汽自主品牌销量增长23.5%，比市场平均增速高出16个百分点，销量6年复合增长率是同期市场增速的3.2倍。去年底，上汽与泰国正大集团合作，在泰国合资建厂生产MG产品，公司计划2014年开始投放产品，起步阶段通过租用厂房形成5万辆生产能力，并规

划建设新工厂，2016年将形成20万辆规模。与此同时，中国主导、全球联动的上汽自主研发体系也正日趋成熟。

在营造企业和谐氛围方面，上汽通过实现集体合同全覆盖、建立职工工资与劳动生产率同步增长机制，让员工尊严生活。通过加大安全生产投入，消除安全事故隐患，积极完善休息室、活动室、更衣室、盥洗室、培训室、保健室、餐厅等“六室一厅”建设，把员工每天碰到的事解决好，让员工体面劳动。通过加大高级经营管理、高级专业技术、高级技能等三支人才培养，发挥“先锋号帮扶中心”平台作用。组织开展各类文体活动，让员工快乐工作。

在严把质量安全方面，上汽通过持续推进质量领先战略和持续质量改进，已建立起行业内领先的质量管理体系；通过运用先进技术、严格制造工艺，不断提升整车产品的安全性能；通过完善销售及售后（下转第15页）



“使命高于生命，责任在于奉献”是环宇消防坚持的企业价值观，引领公司在上海消防行业内获得了三个唯一。一是获得了消防行业内首家“上海市创先争优党建工作示范点”荣誉称号；二是在转型发展，管理创新中获得了2012上海市质量金奖个人奖的单位；三是在担当社会责任，服务社区、平安消防中唯一获得2012上海市首届119消防奖。

为城市公共安全 打造消防园区梦

上海环宇消防工程有限公司董事长 杜桂潭

我们公司成立于1998年，由原上海市武警消防直属企业改制而成，公司主要从事消防工程施工、技术咨询、消防系统维修和保养，环保型灭火剂、油库油轮清洗剂的研究、开发和生产，是上海市文明单位。公司创办15年来，从小到大，从弱到强，到今天的跨越式转型发展，始终在党建红色文化的引领下，坚持“红、绿、蓝”三色文化。三色文化指：民企特色党建工作的红色文化；管理创新、科技创新的绿色文化；担当社会责任，促进和谐的蓝色文化，三色文化推动着企业健康持续发展。“使命高于生命，责任在于奉献”是环宇消防坚持的企业价值观，引领公司在上海消防行业内获得了三个唯一。一是获得了消防行业内首家“上海市创先争优党建工作示范点”荣誉称号；二是在转型发展，管理创新中获得了2012上海市质量金奖个人奖的单位；三是在担当社会责任，服务社区、平安消防中唯一获得2012上海市首届119消防奖。

“十年党建路，一个新环宇”主要体现在“特、新、专”三个方面。红色文化“特”的两个亮点：特色一是体现在党支部始终把特色党建工作放在首位，作为企业品牌先进文化的灵魂和发展动力。作为上海“两新”五好党组织的反腐倡廉试点单位，党支部提出的双审核、双核查“四不做”原则的反腐倡廉风险防范机制得到了社会和行业的认同。特色二，党建文化提升了创建优质消防工程质量金奖的软实力，把质量安全视底线作为一种责任理念融入企业经营管理决策，成为一项规范运作的标准化制度，公司连续五届获得了上海市优质消防工程麒麟奖。今年正在申报上海名牌企业。

绿色文化“新”体现在企业转型发展、管理创新。11.15特大火灾的一把大火烧醒了百姓，也提醒了我们安全生产是企业的底线，质量是企业的生命，责任是企业的使命。目前，建筑行业面临无序竞争，不合理竞争。依据建筑法要求企业资质必须与技术人员资格证书主

体一致，公司坚定地提出要依法规范经营管理，确保消防工程质量安全，在行业内率先提出了：整合、监管、品牌加诚信体系建设的项目部3+1管理创新模式。公司以消防质量安全生产责任制为抓手，对建筑市场层层分包、挂靠、不合理竞争等市场行为，进行了收编、监管、放养、品牌管理，起到了制约和疏导作用，推动行业内的合作共赢，企业的转型管理创新模式也使经济效益实现了翻番目标。目前公司在探索深化3+1模式的标准化PM管理系统正在试行之中，旨在用现代化技术手段全程管控项目工程，待试行成熟后有望推在行业内推广。“新”在科技创新，与华理工大学成立了产学研基地，正在研发的油库油轮清洗剂在市环保协会、经团联的支持下有望在年内走向市场。

蓝色文化“专”体现在11.15后，公司充分发挥专业优势，与闸北区文明办、公安消防联合成立了上海市首支消防志愿者队伍，参与了“清剿（下转第19页）



新世界、新起点、新跨越，我们将继续深入学习，坚持“以信为本，以质取胜，特色经营，低碳环保，引领市场，持续改进”的责任方针，实现从探索到实践，从带头到带动，从优秀到卓越，积极构建和谐企业，努力承担社会责任，永做商业零售业的领跑者！

从探索到实践，永做商业零售业的领跑者

上海新世界股份有限公司总经理 徐家平

新世界一直以来在承担经济责任、社会责任和发展重任等方面取得一定成绩，在创新商业模式、创新服务理念、提升品牌档次为上海的商业发展带来了先发效应、品牌效应和集聚效应。

上海新世界的前身是建于1914年的“新世界游乐场”，新中国成立后更名为新世界百货商场。1988年，在上海有着“中华商业第一街”美誉的南京路上，新世界在国有企业改革浪潮中脱颖而出，转制成为南京路上最早的股份制企业，当年时任上海市委书记的江泽民同志来新世界视察工作时对我们股份制试点给予了充分肯定，勉励新世界“大胆改革、积极创新、不断完善”。20多年来，新世界以市场为导向，勇敢面对竞争和挑战，走过了一条由小变大，由弱变强，由传统向现代的跨越之路。目前，新世界总体建筑面积达21万平方米，是集吃、住、行、游、购、娱、商、旅、文为一体的现代化大型“生活中心”。

公司伴随着发展旅程逐步建立起具有时代特征、行业特点和公司特色的企

业文化体系，围绕“以人为本，追求卓越，奉献社会”核心价值观，坚持三个文明同步建设，勇于承担社会责任，持续实现稳中求进增长回报社会、感恩社会。2012年，公司销售总额达45.01亿，同比增长10.28%，利润总额3.24亿，同比增长8.07%，成为全国单体百货销售十强。同时，上海新世界股份有限公司获得了“全国质量工作先进集体”、“全国模范劳动关系和谐称号”、“全国百城万店无假货先进单位”等多项全国和市区荣誉，更是上海商业系统中唯一一家获得“全国文明单位”、“全国质量奖”、“全国实施卓越绩效模式先进企业”荣誉的企业。

2012年，公司根据上海市经济团体联合会发布的《企业社会责任指南》(1.0)版要求，协同全体员工，遵循管理方针，以利益相关方关注的期望、诉求及其利益为导向，持续在“科学发展、员工与和谐劳动关系、经济与公平运营、合作共赢、诚信服务与顾客、环保节约、安全生产、社区参与和发展”等八方面实践社会责任，并达到了预期目标和绩效。

下面就新世界在“诚信服务与顾客”方面的做法与大家作交流汇报。

一、用三个“千分之一”的思想，时刻敲响干部员工的责任警钟

新世界作为一家经营着20万种商品、日接待10万客流的大型商业百货企业，诚信服务尤为重要，只有以人为本，发动全体员工关注和投入，才能真正体现以顾客为中心。新世界始终坚持用三个“千分之一”的思想敲响干部员工的社会责任警钟，即：新世界经营近20万种商品，如果有千分之一的不合格，每天就有近200种伪劣商品上柜；新世界每天接待近10万人次顾客，如果有千分之一的不满意，每天就有近100名顾客扫兴而归；新世界有近5000名员工，如果有千分之一的不诚信，每天就将发生5起服务质量事件。因此，公司根据“以人为本，追求卓越，奉献社会”的核心价值观，积极履行社会责任，通过内部员工的和谐推动外部社会的和谐。尊重员工是卓越绩效模式核心价值观之一，一个卓越的企业只有首先为员工创造价值，员工

才能为顾客创造价值,进而才能为企业创造价值。因此新世界坚持“四个第一”的员工价值理念,即把员工的情绪作为第一信号;把员工的满意作为第一追求;把员工的呼声作为第一目标;把员工的支持作为第一动力。员工价值的有效体现促进了员工的和谐,也大力推动了社会的和谐。

二、坚持“三真”理念,承诺“20个不”,努力建设诚信新体系

新世界作为南京路步行街的龙头企业,以及上海国际化大都市的展示窗口,一直以来倡导“卖真品、标真价、送真情”的商业诚信新风,在全面实施把顾客售前质量风险、售中购物不便、售后服务之忧都降为零的“零号工程”和“无须理由退货”等工作的基础上,再次确立新世界诚信新体系建设——“一、二、三”目标,目标口号:十里南京路,诚信新世界;“二个先”:讲诚信力争在全市“百城万店无假货”活动中有先发效应、力争在全区“诚信在黄浦”活动中先行一步;“三个不”:不做假帐,向股东负责;不卖假货,向顾客负责;不说假话,向社会负责,并推出了五大“诚信”:一是合同诚信,体现公开、公平、公正原则,并按章履约。二是质量诚信,严格把好商品质量关,做到生产商不产假,供应

商不供假,业务员不进假,营业员不售假。保证上柜商品“三审三验”,坚持做到“五不进”:人情货不进、无样品不进、有回扣不进、价格不合理不进、假冒伪劣不进,坚决执行质量一票否决制。三是价格诚信,商品一律明码实价,杜绝讨价还价。四是服务诚信,做到可退的商品不换,可换的商品不修,可修的商品不拒,无票的顾客不推。五是法人行为诚信,遵纪守法,按章纳税,保护所有股东的利益。2012年,新世界自我加压,持续改进,通过建立“南京东路维权工作室”,解决顾客疑难杂症,自觉接受社会监督,同时继续深化诚信举措,公开向社会承诺“20个不”,即:不售假货、不误导顾客、不搞虚假宣传等。确保这些“诚信”举措扎扎实实落到服务的每一个过程、每一个环节,需要有科学管理的手段。为此,我们抓服务标准化建设。自2009年7月份开始,围绕国标委《关于推进服务标准化试点工作的意见》的精神,积极采用国际、国内先进标准,建立了一套具有新世界经营特色的服务标准化体系,包括“服务通用基础标准体系”、“服务保障标准体系”、“服务提供标准体系”等,收集法律法规193项,收集、梳理、修订标准262项,其中服务通用基础标准28个、服务保障标准185个、服务提供标准49个,覆盖了公司服务、管理全过程。2012

年初在国家商贸企业标准化试点验收活动中,新世界的标准化工作受到了国家和上海市质量技术监督部门的一致好评,上海市质量技术监督局为此也做了专题推广。同年,新世界也获得“标准化工作先进集体”称号。新世界以诚信安身立命的举措得到了社会公众的充分肯定,《人民日报》、《解放日报》也对新世界的诚信做法进行了报道,呼吁社会共同携手创建诚信,积极履行社会责任。

三、展望未来,从优秀到卓越,永做商业零售领跑者

新世界股份有限公司一直在经营中思考如何多方位,可持续地满足现在及将来的利益相关方的期望,这已经成为公司经营管理团队的心灵契约和工作基点,推动并促使我们更好地履行企业的社会责任,并将之融入到企业发展战略体系之中。近三年,我们将在确保新世界城持续发展的基础上,重点打造南京路上又一个新世界百货连锁“163”项目,与日本株式会社大丸松坂屋百货店合作,成立新世界大丸百货,努力开拓高档百货连锁经营的新模式。同时,随着电子商务发展,新世界将进一步创新经营模式,力争今年10月1日进行网上商城上线试运营。

(本文系在市经团联举办“2013上海市企业社会责任报告发布会”上的发言)

(上接第17页)火患”等大型消防宣传活动,连续两年对闸北区八街一镇开展了消防安全演练。公司派出消防志愿者300余人次,共为8万人次宣讲培训并发放宣传资料。2012年喜迎十八大之际,公司与闸北区文明办和消防支队共同组织了“环宇杯”消防知识竞赛,共有两万多名群众积极参与活动。通过活动普及了消防知识,取得了良好的社会反响。公司还利用企业创办的《环宇报》开设免费消防知识咨询服务窗口,刊登消防逃生灭火专业知识,与有关企业物业单位进行互动。公司出资十多万元,免费为70岁以上百名独居老人安装单体式独立报警器和印刷消防安全

知识读本,为老年人送温暖,送安全。因此,我本人获得了社会主义精神文明好人好事十佳人物称号。作为行业内的星级标榜企业,公司始终坚持专中求精,专业中求发展,与担当社会责任相融合,在行业内积极参与消防工程规范合同文本,消防工程信息指导价,消防维修保养标准的制定。展望未来,公司正在根据市府创新驱动、转型发展的“十二五”和城镇化规划的要求,规划上海消防科技园区,经过两年来的调研和探索,园区可行性规划研究报告已得到了市消防局、市消防协会,市经团联、浙商经济研究会等单位的大力支持。一个在公共安全领域内以消防产业为

核心,消防科技研发为中心的消防科技咨询、安全评估、产业集群、品牌集聚、科技研发和项目论证、人员培训,互联网为一体,初步建成辐射长三角乃至全国规模最大的消防科技平台。目前,消防科技园区正在进一步论证和立项,地址初步确定在张江和市北高新园区,总规划面积为52万平方米。园区建成后将为城市公共安全,为社区百姓安全多一份保障,打造消防园区梦,实现环宇梦,为履行社会责任作出环宇人应有的努力。

(本文系在市经团联举办“2013上海市企业社会责任报告发布会”上的讲话)



展望未来，“十八大”勾勒了全面建成小康社会的新景象，金融作为现代经济的核心，承载了更多的希望和期许。我们将勇于担当，在“美丽中国”版图上不断寻求新的使命；在“精品银行”建设中不断实现新的突破，为实现经济、社会、环境协调可持续发展做出更大贡献。

寻求新使命 实现新突破

上海银行股份有限公司行长 金煜

一、商业银行践行社会责任的特殊性

我们认为任何一个组织都不只是为了自身而存在，都有其社会属性，银行也不例外。银行与生俱来的特点意味着更广泛的社会责任担当。一是业务的公共性，商业银行是经营货币的机构，关系到国计民生和经济金融安全。二是资源配置的枢纽性，银行经营货币在一定程度上影响社会资源配置，配置的效率和公平关系到整个社会的可持续发展。三是服务的广泛性，以上海银行为例，我们有 17 万的公司客户和 800 万的个人客户，可以说涉及到经济的各行各业、社会的千家万户和方方面面。

社会责任既是银行对自身经营行为的道德约束，也是其为改善相关者利益从而推进可持续发展的承诺。对股东，银行承担实现股东回报持续增长的责任；对客户，承担着提供优质

金融产品和服务；对政府，承担着贯彻经济政策、合规经营、依法纳税的责任；对社区，承担着提供金融服务便利、参与社区建设、促进社区和谐繁荣的责任。成立 17 年以来，上海银行将办好银行作为自身最大的社会责任，秉承“点滴用心、相伴成长”的服务理念，积极承担对利益相关方的责任和义务，实现了经济和社会效益持续增长。2012 年末，我行资产总额突破 8000 亿元，在“全球前 1000 家银行”排序中位列第 172 位；全年实现净利润 75.17 亿元，全年缴纳税收 28.66 亿元。

二、2012 年上海银行社会责任实践

2012 年，面对复杂经济形势的巨大挑战和转变发展方式的迫切要求，我行认真落实科学发展观，确立“精品银行”战略，在加速战略转型中，不断深化经营管理与社会责任融合，

持续强化回报社会。

一是不断寻求支持实体经济的切入点。我们加大对先进制造业和现代服务业支持力度，促进产业转型升级，助推上海“四个中心”建设；确立“中小企业综合金融服务商”的定位，强化中小企业专营体系建设，支持科技型中小企业发展，2012 年末中小微企业贷款余额 1702.07 亿元，同比增长 19.61%；大力拓展村镇银行建设，推动城市反哺农村，去年涉农贷款余额 303 亿元，同比增长 26.26%。同时，重点支持节能环保产业授信，推出“合同能源贷”等绿色信贷产品，严格限制产能过剩行业信贷准入，践行绿色金融理念。二是专注解决重大民生金融服务问题。确立“养老金融服务专家”的战略定位，大力发展养老金融；加大保障房信贷支持力度，去年保障性安居工程贷款余额 105 亿元，同比增加 56.7%，其中上海地区贷款余额 69.7 亿元，覆盖项目 20 个，支

持 29.65 万平方米、约 3.1 万套保障房建设；大力推广“银医通”自助付费功能，实现一站式付费的便利，截至 2012 年末，银医通项目已投入 2730 万元，与我行合作“银医通”项目医院达到 32 家。三是不断提升客户体验，保障金融消费者权益。推进网点转型，将更多柜面资源从交易结算投向客户服务；完善客户投诉管理，客户满意度同比提高 5.94 个百分点；加强客户资产安全保障措施，加强防范电信和网络诈骗活动，成功防范个人金融诈骗 77 次，涉及金额 623 万元。四是主张社会一体，坚持饮水思源，反哺和回报社会。2012 年，我行积极支持公益活动，全年公益投入总额达到 715 万元；组织上万人次参加社会金融普及教育活动；开展对浦东新场镇祝桥村 6 年帮困结对工作，累计已资助 196 万元；作为“首席合作伙伴”，赞助第十四届中国上海国际艺术节，并成立上海业内第一支文化艺术专项基金“上海银行文化艺术专项基金”，大力推进文化事业发展和城市精神文明建设。

三、上海银行社会责任案例

2012 年，上海银行强化社会责

任过程管理，加强与利益相关方的沟通，培育“问题驱动”文化，挖掘利益相关方的诉求并有效回应，寻求战略契合点。以下我将通过养老金融案例向各位阐述我行的社会责任管理过程。

目前我国呈现人口老龄化加速态势，养老金融需求日益凸显。我行响应老年客户需求，提供专业化养老金融服务，促进了民生问题的改善，实现了企业和社会发展的良好结合。首先，着力改善养老客户网点服务体验。上海银行承载了上海 150 万离退休人员养老金发放工作，发放日排队现象突出。针对这一现象，我行通过深入调研，多方面分析影响发放效率的原因，积极研究制定分散发放时间、提早营业、引入导银志愿者、优化操作流程、完善软硬件设施等措施，排队现象明显改善，全行养老金业务量排名前 12 位的网点，在 12 月份养老金发放高峰日网点开门前排队人数较 4 月份下降 60%。与此同时，在网点建设适老厕所、提供老年读物、营造良好的老年服务环境。在此基础上，我们还建立了业内首家养老金融专业支

行。其次，我们关注老年客户独特的理财需求，加大适合老年客户保证收益型理财产品投放量，提供养老专属理财产品，去年，共计发售 35 亿元。再次，我们提升养老金融服务便利，持续发行养老金融专属借记卡——美好生活卡，满足养老客户各类支付结算、理财需求，并以此为载体，提供专享服务优惠，包括：免除开卡工本费、代发手续费等相关费用；放大 ATM 屏幕字体；操作 ATM 失误不吞卡。2012 年，累计发行美好生活卡 13 万张。此外，我们主动接受老年客户监督，持续开展“啄木鸟计划”，聘请老年志愿者作为观察员，巡视网点、开展“找茬”活动，规范和完善服务与操作流程，网点服务不断提升。2012 年，上海银行喜获“全国敬老模范单位”、“上海市十佳敬老楷模单位”称号。我们将以此为新的起点，构建多方位的养老服务平台，塑造“思老、惠老、安老”的服务文化，打造养老金融服务特色。

（本文系在市经团联举办“2013 上海市企业社会责任报告发布会”上的发言）

简讯

上海钢铁交易中心揭牌

5 月 31 日，以钢铁产品网上销售、物资采购、循环物资处理和供应链融资为主要功能平台的上海钢铁交易中心在宝山区揭牌成立。国家商务部现代服务业试点工作协调小组办公室主任王选庆、市商务委主任尚玉英、宝山区委副书记、区长汪泓，区委常委、副区长夏雨、宝钢股份公司总经理马国强等领导出席揭牌仪式。

尚玉英说，该中心将打造成为我国的钢铁“亚马逊”，助力我国钢铁流通行业通过电子商务实现产业升级。

汪泓表示，上海宝山作为中国钢铁产业的集中区域，在钢铁生产和贸易服务方面具有独特的行业地位和规模优势，因此，在上海地区搭建全国性、行业性的钢铁现货交易平台具有坚实而广泛的需求基础。上海钢铁交易中心的建立对于宝山区促进产业融合、流通变革，增强经济增长的内生动力具有十分重要的作用。马国强表示，未来，宝钢集团和宝山区将继续发挥各自优势，进一步加强合作，携手打造上海钢铁现代服务业发展高地，加快上海国际贸易中心的建设步伐。

上海钢铁交易中心将围绕上海钢铁现代服务业综合试点区钢铁交易、信息、物流、金融、研发、再生资源等六大功能定位，打破所有制界限，打造钢铁行业国际领先的网上电子服务平台，形成以大生产、大流通、大市场为特点的钢铁供应链服务体系，提升我国钢铁行业在国际市场上的定价权和话语权。这也标志着，未来在国际钢材交易市场，有望形成钢材交易和服务的“上海价格”和“上海标准”。



展望未来，我们满怀希望与信心。我们将坚持创新、创造，完成重大专项的研发设计，形成自主知识产权的核电技术品牌，为建设核电强国努力奋斗，使我国早日迈入世界核电强国的行列。同时，核电作为转变能源结构的重要组成部分，我们将确保核安全万无一失，保障公众安全。为公众提供清洁能源。

坚持创新、创造，形成自主知识产权的核电技术品牌

上海核工程设计院党委书记 董宪康

上海核工院是在党的第一代领导集体的关心下建立起来的，成立于1970年2月8号，因此在业内又叫728院。经过四十多年的发展，上海核工院在核电行业内创造了多项历史，我们完成了我国第一座自主设计建造的秦山30万千瓦核电站、第一座出口核电工程巴基斯坦恰希玛30万千瓦核电站的设计，对秦山三期核电工程提供技术支持和工程建设管理，创造了三个第一的历史辉煌业绩。我们现在肩负着新的国家使命。大家都知道，我国目前以煤炭为主的能源结构造成了严重的环境问题，为了解决这些问题，2006年，中央做出战略决策，引进当今世界上最先进、最安全的核电技术，并在此基础上组织大型压水堆重大专项CAP1400进行再创新，要求达到创建拥有自主品牌、自主知识产权，使我国成为拥有世界最先进核电技术的国家。中央指定上海核工院作为大型压水堆重大专项的主要实施载体，完

成这一光荣使命。CAP1400重大专项也是国家16项科技重大专项之一。目前，这个项目已经通过国家的初步审查。

上海核工院在国家能源战略中的地位和取得的成绩，获得了中央领导的充分肯定，去年2月17号，时任中央政治局常委、国务院副总理李克强同志视察我院，给了我们很高的评价，他说：“你们的企业正在从事的事业，不光在中国的层面上，而且在世界的层面上，都可以称得上是创造性的事业。希望你们为国家的现代化事业的发展做出独特的贡献”。克强总理的讲话也给了我们极大的激励。作为一家中央企业，我们高度重视企业社会责任。我们把社会责任上升到企业战略的高度，把社会责任和企业的核安全文化、质量文化融为一体。我们深刻认识到，一定要确保核安全“万无一失”，否则将“一失万无”，这不仅是企业生存发展的根本，也关系到整个行

业的生存发展，更关系普通民众的生命健康安全。因此，我们把核安全放在最重要、最根本的位置，大家可以看一下我们的社会责任模型，我们把本质安全作为履行社会责任的第一要素，我们坚持“每位员工都是一道防线，每位员工都是最后一道防线”的文化，将核安全的理念融入到员工的日常工作之中，使核安全真正落到实处。

此外，为了更好地履行社会责任，我们还建立了社会责任领导和工作体系，完善了社会责任管理的各项制度。2012年，我们围绕社会责任的八大核心主题切实履行社会责任，取得了多项荣誉和成绩，我就不做一一介绍了。最近，习近平总书记的讲话激起了大家对中国梦的思考，我们728人也在思考，什么是728的中国梦？我们认为，我们的中国梦就是核电强国梦，就是要不断地探索、创新，使我国拥有具有自主知识产权的先进核电技术，把我国建设成为核电强国。这是上海核

工院的国家使命、是最重要的社会责任！为了实现这个梦想，我们紧紧围绕着重大专项的研发设计，建立了完善的研发创新体系：大家可以看一下PPT上的图。在这个组织体系中有三个层次，在最顶层中，我们的先进核电技术中心负责提出新型号及新技术的前瞻性研究，这里有上海市领军人才，多名博士及教授级工程师。在第三层，是由我们各个专业部所近千名科研工作者开展具体的科研攻关，这其中硕士以上学历的占52%以上，中间层是我们的总体技术部与专家委，其中有中科院院士、国家设计大师，几十位资深专家同时可以对上下两层进行技术咨询与支撑，使得整个科研体系完善、高效。与此同时，我们建立并不断完善科研管控体系，通过三个过程、六个阶段、七类管理的流程设计，贯穿科研项目从立项到形成知识产权的全过程，科学高效地保证研发工作的扎实开展。我们还通过设计手册、标准体系和学科建设，打造了一个能够对技术有效传承和积淀的技术体系，知识管理体系，使上海核工院的技术竞争力持续增强。我们的创新，是以质量保证为基础的创新。我们通过利用信息化手段建立了设计质量平台，做到了对每一个部所，每一名员工的设

计质量进行实时监控、对他们在设计中出现的问题进行及时分析改进、促进他们对设计反馈得到的经验进行及时的总结和共享，这个过程贯穿在工作在整个流程中，从而使得研发设计的质量和员工的能力得到持续的改进和提高，真正在技术源头上确保核电站的设计安全。正是由于这些体系的建立，我们的专利申请数及授权专利数均成倍增长，而且随着重大专项课程的进展，我们未来几年的科研成果数将呈现爆发性增长的趋势。

我们还十分重视打造三维设计的能力，将三维设计融入核电站研发、设计、建造、运行服务全过程，可对核电站的调试、运行、技术更新等各个环节进行全过程安全管控，有效保障核安全。通过上述一系列的措施，我们在重大专项研发上取得了突出的成果。经过初步梳理，重大专项比引进技术至少有12大创新点，在具体性能参数上都有大的提高。大家可以看一下PPT上的这个表格，我们自主设计的CAP1400效能更优，且安全性进一步提高。在关注技术进步的同时，我们同样注重管理创新，我们坚持实施卓越绩效模式，使企业形成了持续改进、追求卓越的管理闭环，企业也获得了包括全球卓越绩效追求卓越奖等

在内的一系列荣誉。

我们认识到，要建设核电强国，我们必须带动整个行业共同发展。我们积极推进引进技术在国内同行业的共享，投入了大量人力、物力，配置专家和技术人员对同行业提供技术培训、辅导等全方位、多层次的服务；我们还承担了国家或者行业的多项标准的制定工作，通过标准的制定来促进技术标准体系的提升。此外，还在一些协会、学会中担任重要角色，通过协会、学会的建设促进行业的共同发展。根据新的技术与标准的要求，我们还积极对装备制造业进行技术指导，带动技术制造业共同发展。我们和上海电气、东方电气、哈电集团、中国一重、二重等多家装备制造业精诚合作，共同科研开发，促进设备国产化进程，与装备制造业实现技术的共同发展和利益共赢。大家可以从右方的表格看到，目前在建的机组，很多主设备都是由国内企业制造的，在后续的项目中这些由国内制造的设备将会更多。我们还与清华大学、上海交大、西安交大等高校及科研院所合作，通过设立联合实验室、建设试验台架等形式，共同为研发更加安全、先进的核电技术而努力。

（本文系在市经团联举办“2013上海市企业社会责任报告发布会”上的发言）

简讯

2013年上海市企业管理现代化创新成果申报培训会议举行

5月30日下午，上海市企业管理现代化创新成果申报培训会议假座上海杨树浦水厂礼堂举行。

本次培训由上海市企业管理现代化创新成果评审委员会办公室主办。主要介绍2013年市企业管理现代化创新成果申报方法、流程、要点及成果主报告的撰写方法。上海市企业管理现代化创新成果评审委员会委员、上海市经济团体联合会副会长叶伟成到会并为本年度企业管理创新成果申报单位作了主报告的撰写辅导。

本年度市企业管理创新成果在各区县经委（商务委）、各企业集团、各行业协会的大力支持推荐下，评审办公室共收到成果立项260余项。本年度成果申报仍将采用书面和电子申报结合的方式。申报截止日期是今年6月28日。

来自本市船舶、汽车、电力、电气、装备、冶金、化工、医药、轻工、公用事业、通信广播、电子、城建、地产、物流、航空、铁路、创意园区、商贸流通等行业领域的成果申报单位代表共计230余人参加了此次培训。



五建集团把加强“企业文化、人才培养和科技创新”作为三大重要支撑，形成企业核心价值体系，深化企业核心价值观和经营、人才、管理和社会责任理念。我们始终把企业“使命、愿景、价值观”作为责任理念的基础，着眼于承担社会责任的长期性和责任性，全面履行企业社会责任，把“责任意识、社会实践、行为准则”贯穿于企业社会责任能力提升的全过程。

创新管理新机制 树立建工品牌新形象

上海建工五建集团有限公司总经理 刘翼全

上海建工五建集团有限公司成立于1964年，是上海建工集团股份有限公司旗下的骨干子公司，具有房屋建筑工程施工总承包特级资质，市政公用总承包一级资质，以及地基与基础、建筑装饰装修、钢结构、机电设备安装等5项专业一级资质。并获得质量、环境、职业健康安全管理体系认证。具有年完成综合营业额和承接任务量均超百亿的综合能力。五建集团把加强“企业文化、人才培养和科技创新”作为三大重要支撑，形成企业核心价值体系，深化企业核心价值观和经营、人才、管理和社会责任理念。我们始终把企业“使命、愿景、价值观”作为责任理念的基础，着眼于承担社会责任的长期性和责任性，全面履行企业社会责任，把“责任意识、社会实践、行为准则”贯穿于企业社会责任能力提升的全过程。

我们坚持科学发展、科学规划，科学制定“十二五”期间发展目标：合同总额，发展期间年均增长15%以上，

期末实现130亿元；施工产值，发展期间年均增长15%以上，期末达到116亿元；顾客满意度，做到持续改进，实现不断提高；万元产值能耗，年均能耗递减2.94%，期末实现万元产值0.0238标煤/吨。履行企业社会责任是一项长期而艰巨的任务，也是一项利在当代功在千秋的工作，五建集团将义不容辞勇于承担社会责任，努力凸显社会责任核心主题中的亮点。坚持绿色样板施工，落实“四节一环保”，创建全国绿色示范工程和绿色施工科技示范工程；坚持落实责任，确保惠民工程建设，如期保质完成市重大实事工程“拆落地”和“保障房”建设，顺应民心交满意答卷。

一、以提高履行社会责任能力为目标。坚持工艺创新、技术创新和管理创新；坚持依靠持续创新促进企业可持续发展，发挥科技引领和支撑作用。在重点和关键领域广泛开展超前技术研究和集成创新，2012年成功获评上海市“创新型企业”称号。形成了一系列

有特色、有实效的绿色施工工艺和技术规范，先后获得多项省部级科技进步奖。

二、把科技创新和技术进步落脚于环保节约。制定2012年度绿色施工节能降耗目标指标，全年创建绿色施工达标工地20个，绿色施工样板工地7个。能源、资源消耗指标：能源为0.0268吨标煤/万元产值；水资源为3.03吨/万元产值；三材（钢材、砼、木材）定额损耗率下降34%以上。

三、制定《绿色施工节能降耗管理制度》等规范性程序。积极开展绿色施工（节约型）工地创建活动，以“四节一环保”为主要内容，形成《绿色施工专项方案》，并与施工组织设计同步审批同步实施。统一规定“四节一环保”硬件设施的类型和要求；统一规定资料收集，建立记录台帐和资料管理内容，进行全程跟踪、监管。

四、降污减排，实施废水排放控制。各在建工程现场，按废水排放量设计设置规范的三级沉淀池及排水系统，对相

关指标检测，确保废水排放不污染周边环境。噪声排放控制，合理安排施工机械作业，加设隔声屏，装配消声器，低音运转，减少设备噪声对周围环境的影响。光污染控制，规定现场照明、焊接电弧光源等背向居民区，使用遮光板遮挡光源，焊接等作业避开夜间作业，减少施工灯光使用，避免直射居民。扬尘排放控制，采取绿网和种植绿化等手段对施工现场裸土进行覆盖；车辆实施冲洗，封闭运输；配备防尘洒水车，道路洒水降尘；地面进行硬化处理。

五、能源和资源节约。能源节约，办公区和生活区分别安装电表，定期进行计量、核算、对比分析，安装节能照明器具达 100%。水资源节约和循环利用，规定楼地面混凝土采用蓄水养护和墙面混凝土采用喷洒养护的管理措施。建立循环水利用系统，收集施工废水和雨水，经过沉淀循环利用。设备周转利用，建立文明施工“三化”设施标准，“标准化、定型化、工具化”，充分利用周转特点满足节约材料资源的要求。

六、工程获得奖项。承建的“上

海市南京西路 1788 号工程”经中国建筑业协会审核通过，获得“全国首批绿色施工示范工程”称号。工程通过美国 LEED 金奖认证和获中建协“全国绿色施工及节能减排达标优胜工程”金奖。

七、主要节能降耗绩效。近三年来，能源消耗按吨标煤 / 万元产值计算，逐年实现递减目标。降低材料定额损耗率，钢材、混凝土、木材年均下降分别达到 31.2%、32.3%、33.9% 以上。多年来，创建绿色施工节约型合格工地 98 个（其中样板工地 28 个），为行业先进水平。

八、把民生工程作为构建和谐社会建设环境的落脚点。近几年，上海有五个居民点受轨交施工影响，要在原有位置上拆除，并重建居民住宅。公司承揽了三项“拆落地”工程建设，占上海总建设项目数量的 60%。公司专设“群众接待室”，加强与居民沟通交流，并确保“工期”按期交付。

九、积极参与安居工程建设。落实市政府立项的重大实事工程，做到成本管控不超预算、质量保证“优良”、工程按期交付，确保上海各方城市建设和

顺利动迁。向业主和社会各界承诺：确保项目班子配备最好，各项资源保障最好，确保工程品质最好。努力建造百姓放心房，2012 年在建保障性住房建设面积达到 96.12 万 m²，占当年施工总产值的 25%。

十、充分做好职工安全和权益保障。突出重点全面策划，坚持“预防为主，安全第一，防管结合”，切实把安全措施落到实处；坚持排查治理隐患、监控重大危险源和消除管理缺陷，确保安全生产文明施工。把企业员工、建设民工、社会百姓的安全和权益保障放到社会责任的主要位置。

今天的五建责任是明天的五建未来！我们将继往开来谋发展，凝心聚力新跨越；创新商业新模式，创新管理新机制；积极进取找市场，发挥优势为社会；建工品牌树形象，社会责任再拓宽。2013 年五建集团将更宽更多的履行好社会责任，开创五建新的辉煌。

（本文系在市经团联举办“2013 上海市企业社会责任报告发布会”上的发言）

简讯

上海市经济团体联合会 与德国巴伐利亚州环境部签署合作备忘录



5 月 13 日，中德环保技术商贸交流会在上海国际博览中心举行，市经团联会长蒋以任出席交流会并作开幕演讲。市经团联常务副会长陈祥麟、执行副会长兼秘书长胡云芳、执行副会长姜光裕、俞国生、孙环葆、陈振浩、张培璋、李念政、陈忠德、任善根、叶伟成参加了交流会。

姜光裕执行副会长代表市经团联与德国巴伐利亚州环境和公众健康部、德国巴伐利亚州环保产业集群签署了合作备忘录。

蒋以任会长在演讲中对上海建设生态城市的必要性、发展趋势及如何构建“绿色上海”进行了论述。

会上，中德双方代表进行了互动交流。上海氯碱化工股份有限公司总经理何刚的“创新务实，作低碳化工的实践者”、上海华虹 NEC 电子有限公司主管工程师严嵘的“节能降耗是一个企业公民应尽的责任”、金桥再生资源市场经营管理有限公司总经理冯珺萍的“创造再生资源回收利用体系 - 推进资源循环再利用”等发言，纷纷为上海环境保护建言献策。

市经团联部分行业协会和企业代表百余人参加会议，并参观了“2013 中国环博会”。

我国功能食品行业现状及趋势预测

上海市食品协会

功能食品是指调节人体生理功能,适宜特定人群食用,不以治疗疾病为目的的一类食品。这类食品除了具有一般食品皆具备的营养功能和感官功能(色、香、味)外,还具有一般食品所没有或不强调的调节人体生理活动的功能。由于这类食品强调第三种功能,故称之为功能食品。

随着我国经济的发展,人们解决了温饱,生活水平提高,膳食结构发生变化,富贵病增多,老年病增多。发达地区,生活节奏加快,工作压力加大,亚健康人群增多,人们开始注重保健。功能食品成为人们的追求。另外,功能食品的功能保健性是采用严格的科学试验充分证明的,这是人们信任追捧功能食品的基础、前提,国内外功能食品的发展都是在这样背景下发展起来的。

我国功能食品发展现状

我国功能食品的发展大体经历三个阶段,也称为三代产品阶段。

第一代产品阶段。20世纪80年代初到90年代中期,第一代产品包括各类强化食品,仅根据食品中各类营养素和其他有效成分的功能来推断该类产品的保健功能,这些功能没经过任何实验予以验证。目前欧美各国都将这类食品列入一般食品,我国在《保健食品的管理办法》实施后也不允许这类保健品出现。

第二代保健品阶段。必须经过人体及动物实验,证明该产品具有某项生理调节功能,现在市场上大部分保健品为此代产品。

第三代保健品阶段。不仅需要人体及动物实验证明该产品具有某种生理调节功能,还需查明具有该功能的功能因子结构、含量、作用机理及此功能因子

在食品中应有的稳定形态。目前市场上第三代产品较少。

目前我国比较规范的保健食品厂家有4000多家,其中2/3以上属于中小企业。上市公司不超过6家,年销售额达到1亿元的不超过18家。在4000多种保健食品中,90%以上属于第一、二代产品,2/3的产品功能集中在免疫调节、抗疲劳和调节血脂上,在一定程度上造成了低水平重复恶性竞争的加剧。另外,假冒伪劣产品虚假广告的泛滥,使国内保健品再次面临整体信誉危机。还有一个重要方面就是外企纷纷涌入。安利、宝洁、美国全球健康联盟、杜邦等一批保健品跨国公司在中国设厂、推出产品。据统计,近5年来洋品牌在中国市场上的销售量以每年12%以上的速度增长。可以看出,一方面我国保健品行业发展欠缺,另一方面,也看出中国保健品市场空间之大,这提示我们在功能食品的研发上必须抓紧,迎头赶上。

功能食品发展的新趋势

一、功能食品市场将逐步扩大

随着经济的发展,人们生活水平提高,功能食品已成为人们生活中的一种追求,成为一种不可阻挡的食品新潮流。从市场调查资料看,目前保健品市场主要有3大消费群体:一是白领市场;二是银发市场;三是儿童市场。他们的购买力都非常强,因此市场发展空间很大,很多有商业眼光的企业家不断涉足这一行业。现在随着市场的不断规范和科技手段不断提高,功能食品管理也将逐步趋于完善和规范化。不同功能食品的消费群体将逐步形成。据资料统计,北京、上海、广州、天津几大城市中有93%的少年儿童、98%的老人、50%中青年

都在用各类保健品。据专家预测,2010年我国功能食品的销售额可达1000亿元。

二、第三代功能食品是21世纪发展重点

1、确保功能食品安全

功能食品长期食用应是无毒、无害,确保安全。因此,一个功能食品进入市场前先完成安全性检测,尤其是有些草药资源。国家做出明确规定,77种药食两用的动植物可做保健品的原材料。其次是有效,它是评价功能食品质量的关键前提。卫生部已专门制定有功能食品评价程序和方法。

2、重视功能食品的分子水平研究

应先从分子、细胞和器官水平上研究功能因子的构效关系、量效关系、作用机理和可能的毒性作用,积极研发第三代功能食品,这是今后我国功能食品的研究重点。其次是采用高新技术,从各种天然动植物资源中寻找和提取各种特殊功能因子。然后采用外加合成法生产第三代功能食品,并建立和发展检测各类功能因子的方法。特别是具有中国特色的基础原料,如银杏、红景天、人参、林蛙、鹿茸等。不仅研究其中的功能因子,还研究分离保留其活性和稳定性的工艺技术,包括去除原料中一些有害、有毒的物质。

功能食品科学已发展成为有别于传统的食品科学和营养的新学科,它涉及植物学、食品工程学、营养学、生理学、生化学、细胞生物学、遗传学、流行病学、分析化学等诸多领域。因此国外市场强调跨学科和跨国度的协作研究。我国功能食品的研究也将打破独立部门和独立专业的束缚,开展院校、科研机构和企业联合研发进行深入系统的功能

食品研究。

3、生物技术的运用、发展将使 21 世纪功能食品呈现空前的大发展

基因工程、细胞工程、酶工程等生物技术将是 21 世纪功能食品的主要科技手段，它将使功能食品研究水平得到极大的提高和加强，使功能因子的阵营迅速扩大，功能更加专一、有效，推动功能食品出现新的热潮。如基因工程与发酵工程的结合可生产全新的目标菌种，不仅使产量和风味得到改进和提高，而且可以使原来从动植物中提取的各种食品添加剂如天然香料、色素等变成由微生物直接转化而来。

功能食品行业存在的问题

一是资源地和产地发展不均衡。目前，功能食品在北京、上海、广州、天津几大城市占 50% 左右，而西北、西南地区仅占 5%，后者都是功能食品丰富的原料产地，但利用程度却很低，生产规模也很小。

二是低水平重复现象严重，产品进入生产步履艰难。目前，经卫生部批准的功能食品有 4000 多个，其中 90% 为第二代产品，功能因子构效关系、量效关系、作用机理不清楚，产品质量不高，低水平重复现象严重。据统计，近 4000 多个功能食品其功能主要集中在免疫调解、抗疲劳和调节血脂上，约占 60%，产品功能如此集中，使消费者难辨上下，市场销售艰难。

三是产品质量不过关。企业小，科

技资金投入不够，设备简单，质量参差不齐，参假违规现象严重。从“鳖精事件”到针对某些保健品的质疑，以及假冒伪劣产品充斥，使保健品行业多次出现信任危机。

四是重许可，轻监管。产品上市前，审批程序严格，产品上市后，行业监管松。产品鱼目混珠现象严重，因为缺少规范，保健食品大都只能“各领风骚”一两年。

五是夸大产品功效，失信于民。从脑黄金到中华鳖精，从补钙大战到基因食品，保健品热一波接着一波。虚假广告满天飞等，保健品脱离功效来宣传，最终会使它失去卖点。

六是价格过高，偏离于大众消费水平。远离普通人群对保健品的需求和渴望。

七是科技力度不够。表现在主管部门重视不够，科技投入少，专业单薄，缺少综合学科的沟通和联合，导致产品的竞争力不强。

功能食品研发上的主攻方向

一是加强新技术、新工艺在功能食品中的应用。如生物技术、膜技术、挤压成型技术、微波技术、冷杀菌技术、超临界升华技术、超微技术、现代分析检测技术等。尤其是引入生物技术，推进功能食品进入深层的研究开发。

二是加强对功能食品有效成分的研究，开展第三代功能食品的研究。以当地动植物资源和药食同源中草药资源为

主要原料，提取功能有效成分研发具有地方特色的功能产品，争创地方品牌。应利用生物技术和基因工程技术开发，药用植物多糖和真菌多糖。目前，国际科学界视多糖的研究为生命科学前沿领域，甚至提出 21 世纪是多糖的世纪。多糖类物质是所有生命有机体的重要组成部分，是生物体内除核酸和蛋白质以外的又一类重要的生物分子，尤其是一类重要的信息分子。

三是开展功能性食品配料和食品添加剂的研究。功能食品配料是发展第三代功能食品的经济有效的捷径。因为功能食品配料或添加剂大部分都已明确结构和功能。因此，从某种意义上说，功能食品配料是我们今后一段时间内发展功能食品研究的强大技术支撑。就目前而言，已确定的功能性食品基料主要有：活性多糖、功能性甜味料、功能性油脂、各种氨基酸及肽类、维生素类、矿物质、微生态调节剂、自由基清除剂、低能量或无能量基料，其他基料有醇、酮、酚类等。利用上述基料开展以下功能食品研究将有很好的市场前景：老年人功能食品，排毒功能食品，中青年人防辐射，抗疲劳功能食品，儿童健脑益智功能食品等。

总之，功能食品已成为当今世界最具有活力的食品加工新领域。随着加工技术、社会环境、市场环境的日趋完善成熟，以及人们生活水平、认知程度的提高，功能食品将是 21 世纪食品加工业的主流。

简讯

“2013 上海照明科技及应用趋势论坛”举办

5 月 16 日，上海照明电器行业协会等主办了第三届“2013 上海照明科技及应用趋势论坛”。来自中国照明电器协会、中国照明学会、中国半导体照明 /LED 产业与应用联盟、上海市轻工协会、江苏照明协会、浙江照明协会等领导、照明行业的资深专家、科研机构、设计院所和工程单位以及照明生产企业领导、专家等近 500 名代表出席。会上，上海亚明、上海灯具城、欧司朗、德力西、浙江阳光、鼎晖科技、勤上光电、江苏天楹、永林电子、上海鸣志、远方光电等 13 家国内外知名企业，就近年来科技创新的最新成果、技术优势、在照明领域的应用实例以及趋势探讨等，作了精彩的交流，其中部分企业在论坛期间还展示了企业最新产品及成功案例，给展商更多话语权，使参展企业与参会代表、专家近距离接触，互相交流、切磋技艺、洽谈合作，如同照明界的一场盛会。

塑料应用在上海日化行业的现状及发展趋势

上海日用化学品行业协会

塑料应用主要分布在化妆品、洗涤用品、牙膏等产品中。主要应用于产品外包装等。包括各类塑料瓶、塑料管、塑料衬垫、塑料包装袋、产品生产过程中的塑料周转箱等，在生产日用化学品过程中塑料是最直接最方便最经济的包装产品，也是增加日用化学品美观轻巧耐用清洁防腐安全卫生最适合的包装材料，日用化学品的问世是同塑料包装一起诞生的，所以日用化学品的高增长也为塑料行业的配套带来了新机遇。

日前，国家出台了《限制商品过度包装条例》，国家质检总局正在抓紧制定《限制商品过度包装 食品和化妆品要求》国家标准。条例规定，除了初始包装外，商品包装层数不得多于3层；商品包装空隙率不得大于55%，同时，商品包装成本不得超过商品销售价的15%，否则都将视为过度包装。

尽管不少企业对此条例的内容尚有不少质疑，但面对日化包装材料成本大幅度上涨的现实，如何设法降低包装材料成本，已成为摆在企业面前不得不重视的一个问题。

化妆品更注重其外包装

在塑料与玻璃的竞争中，化妆品包装可谓玻璃包装坚守的最稳固的阵地之一。随着各种新型塑料不断开发出来，具有玻璃同样透明质感的塑料包装，以其比玻璃包装更丰富的色彩效果及更方便的加工性能正在悄然进入高档化妆品包装市场，并以更丰富的形象彰显化妆品的魅力。

透明质感是化妆品包装追求的重要趋势之一，晶莹剔透如水晶一般的外观效果，丰富而充满想象力的造型，使化妆品供应商对透明包装青睐有加。

为达到化妆品包装奢华高贵的效果，通常还会采用金、银等颜色，作为

透明包装的装饰，其基本色多采用乳白色，并开发新型树脂混合物，使瓶子达到霓虹闪烁的效果。

电镀仍然是最好的金属化的方法之一，通过增加其颜色效果，可以达到无与伦比的效果，如黑珍珠色、银白色等。

没有一种产品能比化妆品更注重包装的美学效果，但是在实际中仍然存在大量的问题值得考虑。节约成本的压力，为产品提供更多的保护以及高性能的可替代材料等。在初期，人们主要通过减轻包装重量和减少设计降低产品的成本。玻璃大量占据香水瓶市场，成本缩减实际上也是主要原因之一。由于塑料材料可以直接成型，并兼具奇异的色彩效果，使加工成本显著降低，正因为如此，塑料在化妆品领域的应用正在逐渐增多。

在物理保护方面，由于化妆品需要保持水分、香氛，方便消费者开启，所以更增加一层PP，或者加厚壁面，包括气密性，还有优秀的设计以及针对不同消费者的定位其设计层次也不尽相同。

降低包装成本的做法

在包装原材料价格上涨的大背景下，降低包装成本最直接的做法：

首先，是“减”。包括减尺寸、减重量、减厚度，只要能减就考虑。对软包装而言适当减少尺寸、减少厚度；对于硬包装而言适当减少重量，这些其实是不难的，但要减到一定的程度，就是对技术创新的挑战了。

其次，是“换”。即用成本低的材料更换成本高的材料。目前不少国内企业直接使用进口包装材料，但绝大多数应该可以国产化。国内包装材料的生产能力绝对是世界一流水平，缺欠的是技术创新和应用技术创新，这就需要品牌使用者结合自己产品特点进行开发。因

此选用国产化的原材料，而非一味的用进口材料可以大幅度地降低成本。

第三，是“替”。替并不是简单的换。有时添加一些成分，就能有效的改善包装材料的性能，进而降低重量或减少用量来降低成本。这种做法一般在硬包装上用得多，比如LDPE（可降解塑料），这个材料大多用在盖子上，因为其性能软，缺点就是容易撕破，所以需要一定的厚度来保证，但如果加入一定的HDPE（密度聚乙烯），就能适当改善其性能，最终使总体降低重量10%左右是没问题的。

第四，是“改”。即改进设计工艺。包装材料用来包装东西时，使用的是其体积属性，但其价格却是由表面积属性决定的。比如，一个圆柱形的包装瓶/盒/罐之类的，相同的体积，何种情况下表面积最小？一个周转箱的长宽高之比是多少时，相同体积能使周转箱表面积最小？周转箱如何设计，对货柜的利用率才最大？这些都是作为一个专业的包装工程师必须要考虑的问题，这些差异都可以明显地降低成本。

简约化特征是趋势

包装设计看上去是一个纯粹专业的电脑技术问题，但实际上包装设计与社会的人文基础，科学技术有着十分密切的关系。“一个成功的包装设计不仅仅体现在艺术价值上，更多应该体现在商业价值上。从现代社会发展看，成功的包装设计至少要体现出设计风格简约化、包装材料轻质化、包装设计系列化、包装设计差异化的发展趋势。”

成功的包装设计都有一个共同的特点，那就是包装风格的简约化特征。由于日用化学品是一种与大众广泛接触的艺术，太过于繁文缛节式的包装风格很难为广大消费者所接受。

上海轻工、纺织行业发展情况调研报告

上海市经济团体联合会课题组

轻工、纺织工业是上海制造业的重要组成部分。市领导对轻工、纺织行业的发展一直十分重视和关注，多次对振兴发展上海轻纺工业作出重要指示。为深入了解上海轻工、纺织行业的基本情况、存在问题及政策诉求，市经团联会同市轻工协会、市纺织协会成立课题组，收集了轻纺工业发展的相关资料，拜访了轻纺行业的部分老领导和企业家。通过调研，课题组认为，轻纺工业虽然在上海已退出支柱产业，但轻纺工业对发展上海经济、加强民生工程 and 传承城市文化具有不可或缺的重要影响，加强对轻纺工业的保护和支持，加快轻纺工业的振兴和发展，是上海工业创新驱动、转型发展的一个重要任务。

一、本市轻工、纺织行业的基本情况

在本市大力发展战略性新兴产业和重点工业行业的同时，列入都市产业的轻工、纺织行业仍然在全市工业中占有重要的地位。

1. 轻纺工业企业占全市工业企业总数的三成以上

2012年，本市轻工行业现有规模以上工业企业2841家，占全市工业规模以上企业总数的29.7%。纺织行业现有企业5090家，其中，规模以上工业企业874家，占全市工业规模以上企业总数的9.1%。

2. 轻纺工业总产值占全市工业总产值的近二成

2012年，本市轻纺工业规模以上工业企业实现工业总产值5648亿元，可比下降0.8%，占全市工业总产值的18.2%；实现销售产值5625亿元，同比增长1.0%，占全市工业销售产值的18%。其中，轻工业总产值4833亿元，占全市工业总产值的15.3%，在上海13个主要行业中，轻工总量居第二位；实现销售产值4807亿元，占全市工业销售产值的15.4%。纺织工业总产值815亿元，占全市工业总产值的2.9%；实现销售产值818亿元，占全市工业销售产值的2.6%。

2012年，本市轻工行业工业总产值居全国各省市第14位。本市生产

的碳酸饮料、燃气热水器、微波炉、饮水机、电饭锅产量居各省市前三位。

3. 轻纺工业利税占全市工业利税总额的近二成

2012年，本市轻纺工业实现利润总额378亿元，同比下降1.4%，占全市工业利润总额的17.7%；完成税金总额200亿元，增长12.9%，占全市工业税金总额的16.6%。其中，轻工行业规模以上工业企业实现利润总额292亿元，增长6.6%。轻工16个大类行业中，除自行车制造业亏损2746万元之外，其余15个行业均有盈利。行业人均利润5万元，但行业间高低相差十几倍。纺织行业规模以上工业企业实现利润总额48.31亿元，下降33.2%；完成税收29.08亿元，增长19.7%。

4. 轻纺工业出口交货值占全市工业出口交货值的一成四

受全球市场疲软、出口订单下降等因素影响，2012年，本市轻纺工业先完成出口交货值1113.7亿元，占全市工业出口交货值的14%。其中，轻工行业完成出口交货值898亿元，下降2.3%，比上年增长11.3%下降13.6个百分点。纺织行业完成服装出口交货值215.7亿元，下降9.5%。

5. 轻纺工业吸纳就业人员占全市工业从业人员的三成

本市轻工行业规模以上企业平均吸纳从业人员60余万人，占全市工业

企业从业人员的23%左右。纺织行业规模以上企业吸纳从业人员19.3万人，占全市工业企业从业人员的8%左右。轻纺工业在增加就业方面继续起着不可替代的作用。

6. 轻纺工业外资和民营资本占八成以上

本市轻纺工业已形成包括国有企业、私营企业以及港澳台资企业和外商投资企业的多元化资本结构。其中，港澳台资企业及外商投资企业发展迅速，私营企业增长较快，国有经济所占比重下降，大量非公有制企业和中小型企业已成为带动轻纺工业增长的主力军。在轻工行业中，外商资本控股占46%，民营资本控股占22%，国有资本控股占15%，港澳台资本控股占11%。在纺织行业中，国有资本仅占5%左右，非国有资本占95%左右。

二、本市轻工、纺织行业的品牌现状

1. 轻工品牌情况

上海是我国近、现代轻工业的主要发祥地。本市轻工业具有市场经济意义品牌的诞生，可以追溯到19世纪中叶。轻工行业知名品牌的形成，大致分为4个时期：第一个时期，19世纪40年代至1949年新中国成立前。如“老凤祥”金银饰品（1848年）、“正广和”汽水（1864年）、“双妹”化妆品（1898年）、“冠生园”

食品(1918年)、“马利”美术颜料(1919年)、“亚字”灯泡(1923年)、“华生”电扇(1924年)、“佛手”味精(1928年)、“梅林”罐头(1933年)、“英雄”自来水笔(1939年)、“三五”时钟(1941年)、“蝴蝶”缝纫机(1946年)等。这些老品牌传世久远,开启了我国民族品牌的先河。第二个时期,1949年新中国成立至1966年“文化大革命”前。如“永久”自行车(1949年)、“光明”冷饮(1950年)、“长城”铅笔(1951年)、“中华”铅笔(1954年)、“上海”手表(1955年)、“凤凰”自行车(1958年)、“白猫”洗衣粉(1959年)、“大白兔”奶糖(1959年)、“红心”电熨斗(1959年)、“红双喜”体育器材(1960年)、“美加净”牙膏(1962年)、“敦煌”民族乐器(1962年)等。这一时期,上海轻工业创造了许多自主品牌的“中国第一”:第一辆自行车、第一块细马手表、第一包合成洗衣粉、第一架照相机、第一只电熨斗等等。第三个时期,1978年改革开放至上世纪末。如“双鹿”冰箱(1981年)、“六神”花露水(1990年)、“海立”空调压缩机(1996年)、“佰草集”化妆品(1998年)等。第四个时期,进入本世纪以来,以民营企业为主力,一批新的上海轻工知名品牌诞生、壮大。如“相宜”化妆品(2000年)、“晨光”笔(2001年)、“亚振”家具(2004年)、“美素”化妆品(2005年)等。一些民企商标还在这一时期先后进入“中国驰名商标”行列,如“晨光”笔、“姚记”扑克、“美素”化妆品、“界龙”商品包装等。

据2009年统计,本市轻工业拥有262个上海名牌产品。截至2012年9月,本市轻工业拥有37个中国驰名商标、156个上海市著名商标。一些知名品牌更是超越寻常消费品的概念,在某种意义上成了国家和民族的标志。如作为我国民族消费品工业骄傲的“上海”手表,曾为周恩来总理毕生佩戴;“英雄”金笔、“大白兔”奶糖,曾被作为国礼赠送外国;

“英雄”金笔还在许多重大国际场合用于领导人签字。本市轻工知名品牌虽有消长盛衰,但作为我国民族工业发祥地的历史承载,作为海派文化乃至我国民族文化遗产的有机组成部分,在消费者中具有广泛影响。

2. 纺织品牌情况

本市纺织服装工业历史悠久,拥有成百个老品牌,许多已有100多年的历史,曾是上海的骄傲和名片。改革开放前,绝大多数老品牌在纺织工业局下属国有企业中。纺织工业局转制成控股集团后,大部分老品牌归控股集团下属企业拥有。在改革发展过程中,随着一些企业相继转让、下放、上市或合资,相关品牌也相应转让、下放或进入上市公司和合资企业。比如,三毛集团股份有限公司资产整体转让给重庆国资委,一部分毛纺织老品牌归重庆国资委拥有;上海服装集团有限公司资产划归长宁区国资委,一部分服装老品牌归长宁区国资委拥有;还有一部分老品牌进入上市股份或者中外合资企业,但由于合资或上市时间较早,大部分老品牌既没有以资产价值作价作为企业的投入,也没有在企业的资产负债表中体现。

本市纺织行业品牌主要可以分为四类:第一类是运行较好有影响力的老品牌。如三枪牌、菊花牌内衣、海螺牌衬衫、民光牌被单、钟牌414毛巾等仍有较大市场。第二类是有一定的市场和影响力,但处于“鸡肋”境地的老品牌。如海螺、民光、凤凰、钟牌414、菊花、鹅牌、双船、皇后等品牌。这类品牌都在国有和国有控股企业中,关键是树立信心,加强投入,建立团队,注入活力,重塑市场。第三类是已进入合资、外资企业的老品牌。有的发展前景较好,如蝶矢衬衫;有的没有长远规划和短期计划,有的则半死不活,如华钟袜子;有的在承包人手中,如松鼠围巾。这类老品牌的前景主要是加强经营团队和经营战略的问题。第四类是尚有影响力但已

无市场的老品牌。这类品牌很多,有的刚退出市场,有的已退出市场多年。由于体制原因,这类品牌基本都被封尘在国有控股集团内部。对这类品牌的挖掘、抢救和振兴,让它们社会化、市场化,是行业关注的重点。

目前,轻工行业正在加快培育2至3个销售收入1000亿元以上的特大型企业集团,5个以上销售收入100亿元以上的大型企业集团,20个销售收入10亿元以上的优势企业,保护、发展、做强一批老品牌,培育一批新品牌。到2015年,本市轻工行业预计将拥有中国驰名商标50个,中国名牌产品100个,上海名牌产品300个。包括5至10个高端消费品品牌。纺织行业在“十二五”期间通过实施做大做强一块(三枪、民光、菊花、414等8个品牌)、支持创新一块(普罗丽文、星尚等新品牌)、外贸转型一块(发挥外贸资源优势,承接业内品牌加工,为内贸服务)、创新模式一块(积极发展电子商务,扩大网上销售)等途径,积极发展有优势、有产品、有市场的品牌集团。为了加快振兴轻纺品牌步伐,

三、本市轻工、纺织行业面临的主要问题

1、轻纺工业受重视程度下降

随着上海工业结构调整的深入,大力发展先进制造业和战略

性新兴产业成为工业发展的重点。尽管轻纺工业已被列入都市产业,但其受重视程度相应减弱,对上海轻纺工业的定位以及要不要振兴和发展的认识不一致,大量轻纺企业被当作落后传统生产力被淘汰、被迁建、被转卖。相比于战略性新兴产业和重点行业有发展规划、有行动计划、有重大专项、有政策支持,轻纺工业的转型发展缺乏产业规划、产业导向和政策的指导和支持。

2. 产品结构仍以中低端为主

近几年来,本市轻纺企业虽然培育

了一批具有科技含量、有一定市场占有率的产品，但数量不大，仍有相当部分产品为中低端的初级加工和劳动密集型产品。部分轻纺行业生产虽有一定规模，但其核心制造技术并不强。轻纺工业整体上仍处于价值链低端，尤其在研发、设计、品牌、营销等方面没有形成核心竞争力，对商业模式创新、品牌运营也缺乏重视和支持。

3. 品牌优势正在丧失

上世纪90年代至本世纪初，本市轻纺工业进行了一系列重大调整重组，在“抓大放小”、轻工控股撤销和纺织控股调整中，许多老品牌的原始拥有企业有的销号、有的破产、有的成为壳体，不少知名品牌与其所在企业一起趋于式微，甚至销声匿迹。也有少数品牌随母体公司资产全部由民营企业收购；还有个别品牌在控股集团内部转让。随着跨国公司产品进入中国市场，也使一些本土老品牌逐步缩小市场份额。有的老品牌虽然尚能维持产销，但产品档次不高、同质化严重，同行竞争激烈，企业生存困难；有的老品牌靠外发贴牌生产维持企业生计，遑论技术创新。对于大多数老品牌持有企业而言，除了品牌还在手中之外，已经失去管理、技术、设备、人才等各项优势，单靠其自身力量重新振兴老品牌，难度很大。

4. 企业自主创新能力较弱

目前，本市轻纺工业基本是以投资主体多元化、经营机制灵活的中小企业为主。这些企业由于自身实力所限，无法有效进行技术创新和新产品研发，因此，存在对研发重视不够、动力不足、投入积极性不高、投入比例较低的问题。特别是一些国有企业放到区里之后，有些区的国资部门只关注利用开发企业土地的价值，而对企业扩大生产兴趣索然。企业如要投入提升生产水平，必须经区国资部门同意。企业要求将土地升值后的一部分资金用于企业搬迁到外地扩大生产，也得不到支持。民营企业由于实

力不强、融资难、人才和技术不足，对创新研发的投资也不够积极。企业与科研院所的产学研合作往往停留在表面的项目申报层面，可持续性差。

5. 高端、专业人才匮乏

在本市轻纺工业企业中，具有综合管理能力的人才、高端技术人才相对匮乏。同时，由于本市生活成本不断升高，导致产业技术工人进少出多，人才引进困难，难以适应轻纺工业的结构转型和高级化。

四、国内外城市轻工、纺织行业发展情况

在调研中，我们收集了国内外一些城市轻纺工业发展情况。资料表明，在国内外一些著名城市，轻纺工业仍然占有相当重要的地位，对传承城市文化、展示城市形象起到不可低估的作用。

1. 国内城市轻纺工业发展情况

1) 北京市

2010年，北京轻工业规模以上企业数达1461家，实现工业总产值1145.8亿元，约占全市工业总产值的8.7%。拥有星海、红星、大豪、金鱼等中国驰名商标，大豪缝绣电控、星海钢琴、清华阳光太阳能热水器、欧珀莱系列化妆品等中国名牌产品和红星、龙徽、义利等中华老字号。2004年11月，北京市政府正式宣布北京建设“时尚之都”。全市现有中国名牌3个，北京名牌12个，中国驰名商标2个。北京纺织培育出以“铜牛”、“绿典”、“天坛”、“雷蒙”、“昱璐”、“京冠”、“伊里兰”等品牌及产品，主要服装品牌销售终端数量达到547家。

2) 天津市

2010年，天津轻工业规模以上企业数达1973家，实现工业总产值1967.1亿元，约占全市工业总产值的11.6%。拥有津酒、兰花等中国驰名商标，郁美净、蓝天等中国名牌产品和海鸥、天女等中华老字号。天津轻工业主要产

品有：海鸥全自动机械手表、津酒、蓝天牙膏、郁美净化妆品、精细化工产品及高中档油墨、多晶硅太阳能电池、锂电电子动力电池等。在品牌建设上，中华牌体操器械获中国驰名商标，CCH牌体育运动器械、蜂皇牌欧式古典家具、梦乡牌床垫获天津名牌，南华利生体育用品有限公司等企业获津门老字号。天津是我国最重要的纺织服装基地之一，现有服装企业500多家。近年来，天津市注重服装产业的发展，下力气培养造就自主品牌，整个服装产业呈现出良好的发展势头。

3) 重庆市

2010年，重庆轻工业规模以上企业数达1563家，实现工业总产值1249.33亿元，约占全市工业总产值的12.1%。食品、家电、造纸三大重点行业成为重庆轻工行业体系中的支柱产业。近年来，落户重庆的知名企业、知名品牌主要有海尔电器、格力电器、香港玖龙纸业、百事可乐、可口可乐、乐百氏、杭州娃哈哈等。重庆是纺织老工业加工基地，纺织工业连续4年实现两位数增长。重庆服装鞋帽业是西部地区最具竞争力和比较优势的产业，年产各类服装约3亿件，是西部地区最大、最强的女装和羽绒服装生产基地。

2. 国外城市轻纺工业发展情况

1) 日本东京

创意与时装业、轻纺工业，是东京最为重要的都市产业，分别占到整个产业的16%和19%。这些规模化、主题化的产业基地所构成的现代城镇，是东京保持国际贸易中心地位的重要产业保障。自20世纪70年代初以来，在东京周边又逐渐开发建设起具有产业基础的现代化城镇，成为东京的卫星城。这些新兴卫星城布局合理、产业主题鲜明、要素高度集聚，是现代制造业生产基地。如新兴卫星城幕张市作为跨国公司的研发基地，其研发产值占到整个大东京地区产值（下转第30页）的6%左右。

2) 美国纽约

随着 20 世纪中叶国际贸易比重在纽约的快速增长，纽约很快就成为一个由金融业支撑的国际贸易中心城市，制造业则逐渐被转移到周边地区。纽约周边制造业基地的纺织服装产业占整个大纽约市的比重为 12%；印刷出版产业占 11%；食品糖业占 10%；其他轻工产业占 9%。在纽约州的新泽西市有美国最大的香精生产企业。这些传统或新兴制造业的产业门类在纽约市始终保持着强劲的发展势头，有力地支撑了纽约国际贸易中心城市的全球霸主地位。

3) 德国杜塞尔多夫

位于莱茵河畔的杜塞尔多夫，是德国北莱茵——威斯特法伦州首府，是德国西北部靠近荷兰的重要工业城、德国工业的大动脉。工业以纺织、造纸等行业为主。杜塞尔多夫是德国的时装之都、世界著名的时装城市，每年举行大型时装展览会和交易会，并成为德国服装业的中心。此外，世界 500 强之一，先后收购“天津加酶”、“海鸥”、“孩儿面”、“可蒙”和“光明染发剂”等品牌的德国汉高公司 (Henkel)，其集团总部就设在杜塞尔多夫。

4) 意大利米兰

米兰是意大利最重要的工业中心，也是欧洲重要的工业中心之一，工业领域广、行业其全，主要有化学纤维、纺织服装、皮革、制鞋、食品工业、造纸、出版业、玻璃陶瓷、研磨等。米兰的丝绸、纺织、服装工业极为发达。意大利著名的集团公司如蒙特爱迪生化纤公司、皮雷利橡胶公司、斯尼亚化纤集团等都将总部设在米兰。米兰是世界公认的五大时尚之都中最具影响力的城市，拥有世界半数以上的时装品牌，如阿玛尼、范思哲、华伦天奴等。米兰时装周也在四大时装周中独占鳌头，是世界最为重要的时装周之一，有世界时装晴雨表之称。

五、本市轻工、纺织行业发展进入新的关键时期

当前，上海制造业正面临创新驱动、转型发展的重要阶段。轻纺工业发展也进入新的关键时期。创新驱动、转型发展对本市轻纺工业发展提出了新要求：

一是要求轻纺工业加快发展。一个城市经济的协调发展，要处

理好大企业与小企业、重工业与轻工业、硬实力与软实力的关系。随着国际经济形势逐步有所好转，我国城乡居民收入继续增加，城镇化建设有序推进，各种惠民生、扩内需措施进一步落实并显现效果，出口形势相对稳定，内需市场将稳定增长，为本市轻纺工业提供了实现平稳发展的动力。而上海“四个中心”和国际大都市建设的加快，上海会展业和旅游业的崛起，也对传承城市文化和历史文脉的上海轻纺品牌的振兴提出了迫切要求。

二是要求加快轻纺工业转型升级。随着上海工业结构调整不断

深入，本市工业正在由持续高速增长阶段转向平稳增长的发展阶段。由于受中心城区土地资源、人力成本和综合商务成本等条件的约束，传统轻纺工业的利润空间进一步缩小，竞争加剧和成本上升的压力进一步加大，将倒逼轻纺工业加速优化调整与转型升级，定位在产业链的前端（研发设计）和后端（销售贸易），积极发展附加值高、创意密集型的研发设计业与流通分销业。

三是要求大力推进品牌建设。品牌作为“知识创造”的重要表现方式，不仅是企业产品价值及竞争力的具体体现，也是城市形象和功能的特征。本市轻纺工业转型升级的出发点和归宿点是市场，市场是检验转型发展成功与否的试金石。进一步推进品牌建设，狠抓创意和设计，大力发展具有时尚、创意特色的“高、精、特、新”产品，做到崇尚设计，尊重个性，追求一流，提升质量，做大品牌，代表了上海轻纺工业转

型发展的方向，也是凸显“上海创造”、展现上海国际大都市形象的必然选择。

四是要求创新商业经营模式。轻纺产品消费随着经济增长在快速增长，市场发展潜力巨大。轻纺行业企业要继续改变传统的生产经营模式，坚持“两头在沪、中间在外”，把前端的设计研发、后端的市场引领放在上海，中间的普通生产制造向外转移，加快从产品经营到品牌经营的转变，改变生产方式，优化生产组织结构，强化自主品牌经营，创新销售方式、布店方式、店招形象的升级版，积极建设适合做大做强品牌的电子商务网络和平台。

六、对本市轻工、纺织行业转型升级的建议

上海大力发展先进制造业，应该是提升上海工业总体先进水平的大概念，包括支柱产业、战略性新兴产业和升级的传统产业，而不能只依靠固定几个行业。发展新兴产业固然是上海的重点任务，但并不意味着必须淘汰传统产业，而是应用新技术、新模式改造传统产业。正如杨雄市长所说，“先进制造业就是新的商业模式加新的技术手段”，“轻纺工业中也会有先进制造业，不弄清概念的话就会把我们的视野和工作领域变得很窄”。轻纺工业的企业数、职工数、主营业务收入占全市工业 20% 以上，在全市经济和民生发展中具有十分重要的地位。建议：

1、加强对发展轻纺工业的领导和协调

建议政府部门把加快轻纺工业的转型升级作为发展先进制造业的重要任务之一，给予充分的重视，成立发展轻纺工业的领导小组，制定推进本市轻纺工业升级发展的指导意见，对轻纺工业的转型升级提出明确要求，引导轻纺工业向高端制造发展。

2、实施振兴轻纺工业民族品牌行动计划

市有关部门要在对目前轻纺品牌进行梳理分析的基础上,制订振兴民族品牌行动计划,针对不同品牌的不同情况,采取不同的措施:对品牌好、市场好、效益好的,要扶持其做大做强;对品牌好、有市场、有困难的,要支持其走出困境;对品牌老、影响小、难生存的,可让其自然淘汰。

3、品牌所在区要大力支持做大做强品牌

做大做强品牌要以企业为主体,通过市场化运作,寻求品牌发展新路径。但品牌所在区也负有重大责任,区有关部门要热情帮助企业,要从企业土地增值中划出一部分资金,支持有市场、有影响、有前途的品牌振兴发展。

4、发展上海名牌产品要打破地域和所有制界限

上海名牌产品不一定是上海企业做,也可以让外地企业做;不一定是国有企业做,也可以让外资、民营企业做,只要能增加投入、做大品牌、提升能级、提高价值,都应该欢迎。媒体和舆论要把宣传上海品牌作为传承城市历史和文化的的重要内容,形成振兴上海品牌的氛围。

5、成立品牌管理公司,建立振兴品牌基金

建议选择几个有价值的著名品牌,按照“一品一策”、“一事一策”的办法,运用政府的力量,把这些品牌的经营权交给某些大集团,由大集团成立品牌管理公司,建立振兴品牌基金,对一些好品牌进行投资,参与品牌管理,统一进行产品、市场、广告策划,逐年把品牌做大,最后在适当时机通过市场退出,起到孵化、杠杆的作用。

6、加快建设三类轻纺产业集聚区

构建轻纺产业集聚区,集聚一大批有优势、有特色的中小企业,能使区内中小企业加强沟通和合作,共同进行技术创新和新产品研发,使轻纺

工业形成从设计、研发到加工、生产,再到包装、销售的完整产业链,提升轻纺工业的整体竞争力。建议进一步加快建设三类集聚区:一是郊区型轻纺工业企业集聚区,主要承接都市轻纺工业转移,从事轻纺产品的加工和制造;二是都市型轻纺企业集聚区,从事轻纺工业产品的研发、工艺流程的设计,产品的包装和销售;三是在市中心创建轻纺创意企业集聚区,从事轻纺产品的开发和包装设计、信息服务、展示以及与轻纺工业相关的各种生产性服务业。与此同时,要积极实施“走出去”战略,到中西部地区建立加工基地以及原料生产和粗加工基地。鼓励有条件的企业到境外投资建厂,参与国际竞争,提升从产品输出到知识输出、从装备输出到技术输出的能力。

7、大力提高名、优、特、新产品的科技含量

轻纺企业要针对上海和国内消费能力逐步提高的特点,瞄准中高端消费市场,大力发展高科技含量、高附加值的名、优、特、新产品,大力开发融入节能、环保、时尚、创意新理念的高端产品,拓展本市轻纺行业产品的市场覆盖率和占有率。

8、大力宣传推介上海轻纺品牌

努力争取和吸引更多的国内外轻纺工业博览会在上海举行,继续办好每年举行的上海轻工新品名品展示展销会,提高上海品牌的美誉度和消费者的认知度,扩大上海品牌的影响力。

9、政府要加大扶持轻纺产业的力度

(1) 将重点发展的品牌产品纳入上海市扶持创新体系,享受优惠政策。对轻纺企业名、优、特、新产品前期开拓市场的消费者培育、产品宣传展示、参加国内外展览、品牌开发打造、商业模式创新和人才培养等方面,要加大力度

给予政策与资金支持。

(2) 围绕轻纺工业发展中的关键技术与核心设备,设立专项资金,支持企业围绕关键技术和核心设备的研制开发参与项目申报,使轻纺工业在关键领域、高端环节掌握一批具有自主知识产权的核心技术,抢占产业制高点,提升制造技术水平。

(3) 要支持一批原有的国家级、市级企业技术中心,着力培育一批新的国家级、市级企业技术中心,提升已落户上海的缝纫机、玩具等行业产品质量检测、监督中心的水平,继续努力争取更多的国家级产品质量检测、检验、监督中心落户上海。

(4) 由于轻纺行业目前存在不少困难,因此,扶持轻纺品牌凤凰涅槃的力度,在一定程度上要大于其他产业的扶持政策。

10、加强科技人员和技术工人培训

支持企业引进轻工、纺织行业领军人才和技术团队,优先推荐高端领军人才进入国家“千人计划”,落实相关政策。鼓励企业自行培训或委托大专院校专业技术培训,培养时尚类、创意类人才,以及有素养、有职业技能的劳动者。本市在战略性新兴产业方面的人才政策,也应运用到轻纺工业的人才培养上,为轻纺行业出名人、留名人创造环境。

11、充分发挥行业协会作用

鼓励行业协会开展轻纺行业情况的调查、搜集和整理,研究行业发展方向和目标,为政府制定行业发展规划、技术发展政策等进行前期研究并提供决策依据。积极参与轻纺产业政策法规的制定,推动落实产业政策。积极发挥行业协会在宣传相关产业扶持政策、组织项目申报、参与项目管理等方面的专业优势。对行业的共性技术难题,行业协会要出面协调,组织联合攻关。

服务创新 质量发展

第四届上海服务质量国际论坛在沪举行

蔚子

4月23日，主题为“服务创新·质量发展”的第四届上海服务质量国际论坛在沪举行。论坛由上海市质量协会、上海质量管理科学研究院主办。市质协名誉会长、市经团联会长蒋以任，市质协名誉会长胡延照，国家质检总局质量管理司惠博阳副司长，中国质量协会副会长刘卓慧，上海市经信委副主任刘健等领导出席论坛开幕式。市质协唐晓芬会长主持论坛开幕式。

惠博阳副司长代表国家质检总局和质量管理局，对第四届上海服务质量国际论坛的举行表示热烈的祝贺！他说，发展服务业是我国产业结构优化升级的战略重点。国务院颁发的《质量发展纲要（2011-2020年）》，提出了“到2020年，全面实现服务质量的标准化、规范化和品牌化，服务业质量水平显著提升，建成一批国家级综合服务业标准化试点，骨干服务企业和重点服务项目的服务质量达到和接近国际先进水平，服务业品牌价值和效益大幅提升，推动实现服务业大发展”。这个任务非常重，为此质检总局又专门成立了服务质量处，为服务业提升质量提供更好的服务。在今年2月27日颁发的《贯彻实施质量发展纲要2013年行动计划》中，明确提出要重点服务民生领域，提出了一系列探索项目，包括要在旅游、金融、汽车售后和社区服务等重点民生领域启动服务质量满意度调查试点，探索建立服务质量统计监测与测评体系。推动物流服务、金融服务、生活性服务及产品售后服务等重点服务行业提升服务质量。

刘卓慧副会长在致辞中指出，上海质协作为国内比较领先质量组织之一，

最大的特点就是比较善于引进国际上先进的质量理念和质量技术方法。全国质协系统要齐心协力，积极配合政府主管部门，不断加强自身建设，努力发挥质量专业的优势，加强与国际质量组织的合作交流，认真借鉴和吸收国际上先进的管理理念，学习先进的质量管理技术，推进先进质量技术在企业中的应用。也希望广大企业，要牢固树立“质量是企业生命”的理念，树立追求卓越的理念，用行动来服务我国经济发展方式的转变。

刘健副主任在讲话中指出，市质协在成功举办八届上海国际质量研讨会的基础上，又结合上海服务经济的发展，举办3届上海服务质量国际论坛，每届都结合形势的发展，围绕不同的主题，邀请世界各国的专家学者和企业家展开研讨，受到了广泛好评。未来几年是上海在经济发展转型的关键期，率先形成服务经济为主的产业结构，是上海转变经济发展方式的主要方向。希望通过上海国际服务质量创新论坛等形式，引进消化国际先进做法，企业、政府和社会各界集思广益，不断提升上海服务质量水平，推动上海“四个中心”建设，以此来促进产业结构调整 and 经济发展方式转变，促进城市发展水平和市民生活质量的不断提高发挥质量推进作用。

唐晓芬会长在会上介绍，2006年9月举办了首届上海服务质量国际论坛；2008年、2012年分别举办了第二届、第三届。论坛得到国际质量科学院、美国质量学会等质量组织的大力支持。近年来，上海加快形成以服务经济为主的产业结构，服务业在全市GDP的比

重不断提升，2012年上海市第三产业增加值占全市生产总值的比重首次突破60%。当前，上海正在深入实施“创新驱动、转型发展”战略，根据上海市“十二五”发展规划，到2015年，全市第三产业增加值占GDP的比重要达到65%。进一步促进服务经济发展，提升服务质量，叫响“上海服务”，也是质量专业社会组织责任所在。

本届论坛有三位国际质量大师担纲嘉宾演讲。加拿大魁北克大学EMBA资深教授吉恩·哈维教授，作了“复杂性服务提供过程的特殊挑战与机遇”演讲。吉恩·哈维教授是国际著名服务管理专家，在服务管理领域研究和实践20多年，其《服务管理》一书在2000年获得普华永道奖，其《复杂服务交付过程：从战略到运作》一书获ASQ服务质量专著系列最高评价。在他20多年的职业生涯中，为三大洲、12个国家的众多企业提供了质量培训和管理咨询。4月24日、4月25日，他首次在中国大陆为本市100多位企业管理层做了“服务质量/卓越经理”培训，取得了很好的反响。

加拿大食品检验局食品安全专家托马斯·格瑞厄姆先生以“食品安全与公共管理”为题，阐述了提升公共服务质量方面的最新理念，并介绍了加拿大食品检验局在食品安全、动物健康、植物保护方面的管理方法。论坛期间，他还参观访问了光明乳业，认为光明乳业的质量管理水平不亚于世界上任何一家奶制品大公司。国际质量科学院院士查尔斯·奥布瑞博士在论坛上以“运用服务标准实现卓越绩效”为题，为听者带来

“复杂服务的提供过程创造了最多的价值”

——杰恩·哈维在上海授课见闻

甄敏蔚

杰恩·哈维是加拿大魁北克大学商学院运营管理学院的教授，拥有安大略（西）大学商务管理博士学位，是国际著名的服务管理专家。这是他首次在中国大陆为企业管理层做培训。此前，在他 20 多年的职业生涯中，曾为三大洲、12 个国家的许多著名企业提供了质量培训和管理咨询。他的《服务管理》《复杂服务交付过程：从战略到运作》两本专著，深受全球企业欢迎。

杰恩·哈维教授，来自加拿大。这是他第一次踏入中国内地，应上海市质量协会之邀，担任上海服务质量国际论坛的主讲嘉宾。4 月 23 日，在第四届上海服务质量国际论坛上，他以“复杂性服务提供过程的特殊挑战与机遇”为题做了演讲。之后连着两天，他又为来自银行、医疗、通信、航空、物流、旅游、设计等行业的 100 多位本市企业高管及质量经理做了“服务质量 / 卓越经

理”研修培训。

“服务才是最有价值的部分”

不愧是做服务管理研究的，瘦瘦高高的杰恩·哈维教授站在分成十组的同学课桌间，首先做的是调查：“昨天在论坛听我演讲的请举手。”接着做沟通：“这次所讲，是我毕生的研究成果。我会采用讨论的方式，先说些理论和案例，然后停下来听听大家意见。”接着他了解起了“顾客”：“请每桌同学自我介绍，包括姓名、单位、职位、为何今天来参加这个培训，兴趣点在哪里，以及个人爱好。”然后，他把自己介绍了大家：“你们想了解我是怎样一个人吗？”

他说，我毕业于安大略（西）大学，攻读管理专业。由于对数学感兴趣，数学模型方面的训练做得很多，后来在工作业务上运用得也多。他说，他先是在制造业，后来在服务业做研究和咨询。

在一家医疗机构就做了 10 年，在儿童保护中心、通用汽车、花旗银行等，也都做了很多年。“我讲西班牙语（授课时他说的是英语，法语也很棒），很多业务在南美、欧洲、北美，最近在越南……”他还晒出了他妻子与两儿两女的合照，家庭的温馨和美满溢然其上。

瞬间，课堂气氛也变得温馨了。

“从硬行业转到软行业，我发现服务业与制造业真的有很大的不同：不管何种服务行业，与你打交道的都是活生生的、有各自想法的人。从事服务业，一定要关注人。除了关注人之外，还是要关注人。因此，做法与制造业不一样，必须要有观念上的大转变。”

他介绍了好几个新观念。印象深刻的有如下三个。

观念 1：服务不是“购买”来的，而是“感受”来的。“感受”是个“过程”，需要由人来提供。复杂服务的提供过程

了“企业卓越服务标准”（BESS），该标准旨在创建一个持续改进的文化，使服务组织实现卓越运营。

在本届论坛上，上海核工研究院、交通银行、上海儿童福利院、上汽集团安吉物流公司等单位的负责人与国内专家就打造“上海服务”品牌，开展了探讨和交流。上海核工研究院院长郑明光畅谈了以高度的责任感设计安全清洁能源对中国发展的重要性。交通银行个人金融业务部陶文总经理介绍了该行着力于服务创新，在服务品牌建设等方面取得的成效。上海儿童福利院于朱海燕院长介绍了该院 2004 年实施

ISO9000 质量管理体系贯标，对孤残儿童从“被发现”到“进入”儿童福利机构及“后续安置”，进行了一系列服务流程规范和服务过程控制，目前该院已形成了“养、治、康、教、置”五位一体的综合性规范化服务体系，得到了国际社会的认可。上汽集团安吉物流公司的莫金康副总经理介绍了该公司全面导入卓越绩效管理新模式，不断提升服务质量管控能力，客户满意度不断提高，2012 年该公司汽车物流量超过 643 万辆，营业收入达 136 亿元，取得了业务量、收入、市场占有率均排名国内同行第一的情况。

本届上海服务质量国际论坛吸引了金融、航运、医疗、电力、交通、通讯、机场、宾馆、公共事业、商贸、设计开发、物业等行业的 300 多位代表参加。

本届论坛对“上海普陀区人民医院于井子护理小组”“上海港引航站引航六班”“上海浦东发展银行长宁支行营业部”等 10 个“2012 年度全国用户满意服务明星班组”，复旦大学附属中山医院王萍、上海地铁第一运营有限公司高煜、上海浦东机场华美达大酒店樊晓静等 9 位“2012 年度全国用户满意服务明星”进行了表彰和授牌。

更是不止一人，是分散在各个方面的、拥有各种专业技能的人共同合作来完成的一个过程，这些人的主动性和责任心十分关键。因此，复杂服务的质量更在乎领导力，与一般的快餐业是不同的。

观念2：理解谁是顾客、他是做什么的对复杂服务十分重要：因为顾客是服务结果的共同创造者。但也不能仅仅考虑顾客，“以顾客为中心”，也要关注自己的感受，因为体验是个活的“共同体”。作为服务的提供者，首先要考虑顾客的感受，但作为“共同体”的一部分，也不能忽视自身的体验和感受，双方其实都在享受这个过程。正向的情绪会带来一个双赢的愉快感受，负面的则正相反。“顾客满意基于员工满意”。“若我今天不高兴，培训的结果想必大家也不会开心。”

观念3：服务才是最有价值的事情，复杂服务更有价值。“我花了很长时间才意识到，服务才是最有价值的部分，而复杂服务则更有价值——因为复杂性服务的提供过程创造了最多的价值。”

有资料显示，国际上汽车业利润来源中，汽车销售所占比例只有10%，售后服务却高达50%，零部件销售占10%，二手车经营占20%。在技术开发中，服务占了90%的比例。IBM转变为“卖服务”的公司，公司价值进一步提升，也是众人皆知的。

“复杂服务的特殊挑战”

因为“复杂服务是更有价值的部分”，所以复杂服务价值创造的过程就不是那么简单的。按照吉恩·哈维教授的说法：“具有特殊挑战”。

复杂服务是相对简单服务来说的。我们所谓的简单服务，是指顾客很容易判断的，被服务者与服务提供者在认知上不存在知识鸿沟。”一般来说，顾客很熟悉的服务，可以说是简单服务。吉恩·哈维教授说：“比如秘鲁的利马我常去，我本人会开车，对那里的道路也

熟悉，乘出租车这个服务对我来说，就是简单服务。”

那么什么是复杂服务呢？吉恩·哈维教授讲了一个三岁女孩掉到冰窟窿里30分钟后捞上来，在生命体征失去后经过抢救、后完全康复的故事。从电话呼救、飞机救援、应急救援团队、外科手术团队、康复治疗团队；到心肺机、自动呼吸机、CT扫描仪等设备的有效应用，见证了知识、技术、专业人员完美组合背后一张看不见的“复杂服务交付系统”之网的存在。“这个复杂服务交付系由若干过程系统组成，涉及一批来自不同领域、不同的组织、用自己的能力服务于这个系统的（自主型）专业人员，他们彼此之间相互配合，围绕着一个参与共同开发（但专业知识水平略低）的客户的需求来创造一个结果。”

通常，“可靠性”“移情性”“保障性”“响应性”“有形性”五个特性决定了服务质量的好坏。可是在复杂服务中，五个特性不是一眼就能测量的。比如一场法律诉讼、一台手术、一场娱乐活动，一般人根本无法判别质量，因为这是一般人不熟悉的专业领域。“所以，有的服务质量直观可判断，我们谓之‘可检测的质量’；有的服务质量要通过体验才能识别，我们谓之‘可体验的质量’；有的服务质量直观不可判、体验难识别，一段时间内不好判别，我们谓之‘信誉质量’，这就是难点所在。”

确实，有的人被判入狱5年，律师认为尽了最大努力，可入狱者及其家人不这么认为；有的开刀病人病好出院，还对治疗方案耿耿于怀，或许采取不开刀的“保守疗法”结果会更好？有的人对一场娱乐活动很满意，有的人却觉得没水准。

因此，哈维在讲“五个特性”时，更强调了复杂服务需要通过分析“顾客走廊”并精心设计服务过程，才能更加有效地发挥“五个特性”作用的重要性。同时，他更是指出，复杂服务的特殊挑

战来自“难以测量的质量”、“难以控制的过程”、“基于信誉的规则”等方面，其核心是“难以管理的专家”。

吉恩·哈维教授将此喻做“牧猫”——猫是何等自由的动物，哪里会听从人的指挥！在复杂服务中，专家的能力、专家的尽责，专家的诚信，都是不一样的。甚至是“以简单的提问引导顾客从不同的角度看待自己问题的水平”，都是不一样的。如何让他们通过密切合作、共同努力，为客户提供卓越服务呢？

吉恩·哈维教授认为，根本还在于能否为其提供比竞争对手更高的“个人价值”！这也是企业追求卓越的重要驱动力。因为只有比竞争对手创造更多价值，这个组织才会获得更多的资源，去雇用并且留住最好的人才。赋予人才的个人价值比竞争对手更多，得到的人才就比竞争对手更多更强。这样，就实现了一个良性循环，因为素质更高、动力更大的员工能够为顾客提供更多的价值。

这也是一个提供复杂服务的组织实现“卓越运作”的基础。正如吉恩·哈维教授对“卓越运作”的定义：卓越运作是一整套技能和能力，使得卓越的价值能够顺利地传递到客户，能够持续改进，适应不断调整的战略，从而实现可持续的竞争优势。

复杂服务也要“高效而低成本”

其实吉恩·哈维教授一生在研究的，就是如何“让复杂服务变简单”，即“高效而低成本”。他说：“简单的，才是美妙的。”对顾客来说，他其实只要简单地选择信誉好的品牌，不需要了解复杂服务的背后。对组织来说，做信誉、做品牌就很重要。这就要求有一套从战略高点到过程落地得到完美执行的行动方略。

“要在哪个细分市场取得竞争优势？这是战略，必须从万米高空来俯视，

来选择。要有远见，要有创新的思维模式。所以，复杂服务更在乎领导力。”

“有的人只见森林不见树木，有的人只见树木不见森林，这两者都会导致失败。战略与运营的有效结合，才有完美的结局。”

他举了1793年法国土伦战役的例子。认为此一役不仅显示了拿破仑具有非凡的战略眼光，也显示了拿破仑懂得“运营”：在很短的时间里调集火炮、弹药、马匹、物资，垒筑炮位、训练士兵等。战略与运营的完美结合，土伦战役让拿破仑一举成名。

“但是，平庸的执行会破坏好的战略。”他又讲了一个“滑铁卢之役”。“失败在哪里？在执行过程的细节里。因为必须要有炮、马、人去到那里筑成防线，但因为很多炮、马、人深陷泥沼动弹不得，防线不成，招致失败。”

管理服务，就是管理过程。要把每个细节、每个环节都梳理出来。要提升每个环节的能力，要重视每个环节的衔接。其实这也可以用很简单的方法。譬如“清单法”。让复杂服务每个过程涉及的多个部门集中起来讨论，梳理出一个清单，关键是找出一套最适合现状的解决问题的路径，去衔接好、执行好。

当然，每个细节、每个环节的梳理要与战略结合，不是战略指向的过程，都是浪费的过程，要清除，以使运营路径更清晰、更简约、更能“集中兵力”。“所以我强调，战略一定要与运营结合好，落地运营的人，也要有战略意识，才能知道在哪里要‘集中优势’，在哪里要果断舍弃……”

吉恩·哈维教授说，这犹如一场团队比赛，每个队员都卓越不够，还得每个衔接环节都卓越。他举了美国女子400米接力跑的例子，说美国有全世界跑得最快的选手，但那次比赛成绩平庸。“所以管理部门的人要做好教练，让战

略得到卓越的运营。”

“对组织领导来说，有一个管理情绪的责任。所以CEO也可以称为是‘首席情感大师’。有时候员工压力太大，反而不能提供很好的服务。所以要把握一个‘度’，让员工有好的情绪，工作起来更有激情。比如某银行将细分市场的一个顾客群称之为‘快速致富群’，就很有情感色彩，人们很容易看出这类人群的需求重点，工作也变得简单了……”

他还介绍了很多管理方法、工具。包括SITOC、FAST、CTPS、FMEA、QFD技术；包括通过价值流分析，剔除浪费找出增值过程链；包括卡诺模型、DMAIC改进方法等等。

很多方法、工具我们以前听过，比如：穿上顾客的鞋、戴上顾客的眼镜、走好顾客走廊。但同样是说这些，吉恩·哈维的“教授法”似乎更容易让人懂。比如“真实瞬间”的举例。他说，在秘鲁利马乘出租车时，一瞬间有个不好的感觉涌上心头：发现驾驶员在绕路！于是他马上叫停，下车，中断了这次服务。原来“真实瞬间”，就是顾客在一刹那“判定”这项服务好（或这个人值不值得信任）的关键时刻，即：顾客真正明白服务好与坏的那一瞬间。一下子，让我明白了“真实瞬间”是什么，而以前其实是不堪明了的。

还有，他介绍的“承诺链”，感觉也颇为新鲜。他是这样阐述的：“过程是做事的一种分工和控制方法，通过将输入转化成输出为内部或外部顾客提供价值。它在组织内和组织间形成合理分布的承诺之链。”

记者理解，“承诺链”主要是指过程中各环节的紧密配合之链，如那个救助溺水女孩的故事，就说明这个复杂服务的价值提供过程需要环环相扣，而环环相扣之间紧密合作，靠的就是“承诺

链”。在复杂服务提供过程中，链接环环相扣的就是“承诺链”，由组织功能、职责、技能等组合转化而成，显示的是组织的专业能力。做得到的才是你这个服务组织的真正能力；做不到的，就是你这个组织不具备这个能力。

所以哈维教授强调：所谓的“承诺链”，是指过程中顾客与服务提供者经过“讨价还价”形成的一个双方都能接受的契约。服务过程就是通过这样的承诺链接的。而承诺，必须说到做到，所以要“讨价还价”——主观上不遵守这个承诺是不诚信，客观上没有这个能力做到这个承诺同样失去诚信。经过了“讨价还价”，这样双方才不容易“背信弃义”。

“这是组织内共有的、受控的一些增值方法的转化形式，也是组织的独门秘笈——藏于过程中的知识。一个组织只有做出了一整套合理并切实的承诺，才能创造价值。”

他说，要形成“高效而低成本的服务质量”，这才是一个服务型组织的竞争优势。他说他其实教授的是一套“做正确的事，把事情做正确”的质量思维和质量方法。“做正确的事”就是要有远见卓识的战略，“把事情做正确”就是卓越的运营。

“战略和运营要有效结合，这是做质量工作的基础。”“战略要想得多、想得远，要从万米的高空；而执行要落地，要随着战略的变化而改进过程或设计过程。这就需要建立一个学习型的组织。”

“新产品、专利或者品牌等都很容易被复制，但‘比你的竞争对手学得更快’是不能复制的，这是可持续竞争优势的唯一来源。要永远比你的竞争对手学得更快。”吉恩·哈维教授最后如此总结。

深化 (JJ) 小组活动模式 力争取得更大实效

上海市经团联常务副会长 陈祥麟

节能减排是我国的基本国策,也是企业落实科学发展观,提高企业经济发展质量和效益、增强企业核心竞争力的根本要求。市经团联作为市节能减排工作领导小组办公室的职能部门之一,有责任和义务运用行业协会这一平台,承担起全民节能减排工作的组织推进工作,充分发挥行业协会专业性组织的优势,积极配合市政府实施节能减排专业化的群众工作,进一步开展节能减排宣传教育普及工作;更广泛发动各行业协会和会员企业开展节能减排(JJ)小组的群众性活动,组成行业节能减排专家组,对行业节能减排工作进行专业化指导,深化(JJ)小组活动模式,促进(JJ)小组取得更大实效,为完成本市节能减排和应对气候变化重点工作安排的任务作贡献。为此,就2013年度节能减排(JJ)小组活动谈几点想法,供大家工作中参考。

第一,进一步拓展全市(JJ)小组活动的覆盖面。近五年来,在探索和实践群众性节能减排工作的基础上,经过大家努力,基本形成了(JJ)小组活动

的运作模式和规律,下一步将通过规范的运作模式,扩大试点单位,增加项目小组数,提高项目的成功率。

第二,进一步加强(JJ)小组活动的培训力度。近五年来,全市共计培训5000余人次。为了提高(JJ)小组活动的质量,以及建立活动的考核激励机制,下一步请各行业、各企业制定培训计划,争取2013年培训达900人次。

第三,进一步推动(JJ)小组活动的经验交流。近五年来,在大家的共同努力下,完成和取得了大量的(JJ)小组活动成果,涌现了320余份案例,有力地促进了行业及企业的节能减排工作。下一步请各位及时跟踪项目进程,总结范例,提供材料,以利于组织交流,达到共同提高。

第四,进一步引导(JJ)小组活动向制度化、常态化、特别是向建立长效机制方向发展。近五年来,一些参与(JJ)小组活动的行业、企业在建立能源管理体系方面做了许多工作,积累了宝贵的经验。对企业而言,能源管理是一项系

统性、综合性很强的工作,需要建立相互联系、相互制约和相互促进的能源管理理念、机制和方法。在有效推进(JJ)小组活动和能源管理相结合的基础上,适时建立并完善以(JJ)小组活动为载体的能源管理体系是十分必要的、可行的。目前,上海重型机器厂公司、上海氯碱股份有限公司、宝钢不锈钢事业部、上海焦化有限公司、上海检测中心等企业都运用(JJ)小组活动模式,开展能源管理体系建设,获得了可喜的成果,下一步希望有更多的企业能投入到运用(JJ)小组活动这个载体,建设能源管理的长效机制。

应该认识到节能减排是一项具有战略意义的长期任务,希望大家再接再厉,总结经验,互相学习,广泛调动,充分运用好(JJ)小组活动这个群众性、务实性和可操作性的行动模式,为上海的节能减排工作作出应有的贡献。

(本文系在“2013年度上海市节能减排(JJ)小组活动推进工作会”上的讲话)

简讯

上海市焊接协会协办高层次焊接论坛

在6月份举办的第18届北京·埃森焊接和切割展览会期间,上海市焊接协会将协助中国焊接协会等单位,围绕“产业”、“市场”、“国际”等三个主题,举办三场高质量、高水平、高层次的“2013年焊接论坛”。

一是“中国焊接产业论坛——高效焊接技术及应用”。论坛将邀请在高效焊接技术研究、制造及应用领域方面成就突出的科研院所和国内外知名企业以及使用单位的专家、学者介绍高效焊接技术在研发、制造、成套、相关材料、工艺等方面的突破,并通过剖析典型案例交流比较成熟而先进的高效焊接技术的应用经验,探讨高效焊接技术的发展趋势和应用前景。

二是“中国焊接市场论坛——暨第三届焊接装备及材料用户调查结果发布会”。为适应“十二五”期间各项重点工程逐步推进,市场对中国焊接装备及材料企业提出了新的需求。论坛搭建了焊接装备及材料生产企业与重点行业用户之间的供需交流平台,推动焊接产业更好更快发展。

三是“焊接国际论坛——迈向智慧焊接”。论坛根据我国焊接制造当前存在的问题与发展机遇,探索将信息技术与焊接技术深度融合作为现代高端制造的模式和未来的方向,推动我国焊接行业的技术创新和焊接水平的提高。

领导重视是 JJ 小组活动取得成效的关键

上海市交通运输行业协会

自 2009 年 3 月上海市节能减排 (JJ) 小组指导委员会将我会列入本市开展 JJ 小组活动试点协会以来,在交通行业各单位的支持帮助下,经过近四年的努力,群众性 JJ 小组活动从开始只有 1 家试点企业,3 个活动项目,拓展到 2010 年有 7 家单位,11 个活动项目;2011 年 13 家单位,28 个活动项目;2012 年又增加到 15 家单位,27 个活动项目,今年增速更快,现已有 29 个单位,申报了 46 个活动项目,不但数量扩大,而且不断取得可喜成果。据汇总统计,三年来取得成果的 59 个活动项目,实现节能经济效益 17816.69 万元。

一、领导重视是 JJ 小组活动取得成效的关键

交通运输是耗能大户,节能减排任务十分繁重,我们协会作为行业中介组织,积极推进交通节能减排是义不容辞的社会责任。成为行业组织开展 JJ 小组活动试点协会后,大家认为这是一个很好的机会和抓手,有利于使节能减排工作更普及和更群众化。然而,要群众积极参与,各级领导重视十分关键。为此,我们首先抓机构落实,协会组建了交通节能减排工作委员会,把抓 JJ 小组活动作为一项重要任务,落实专人负责日常联系和具体组织工作。有关企业的领导也非常重视,首批开展 JJ 小组试点的中远集装箱运输有限公司成立了以总经理为组长的节能减排领导小组,下设节能办公室,负责开展 3 个项目的 JJ 小组活动。2010 年进行的《加强精细管

理,降低燃油消耗》课题,实现节能 58.6 万吨标准煤,经济效益 12.36 亿元丰硕成果。其中《细化燃油监控、深化节能减排》子项目,创新开发了船舶燃油监控系统,实现对公司所有船舶油耗的实时监控,有效改变传统粗放的管理模式。另一家试点企业中铁二十四局上海铁建工程有限公司的领导将 JJ 小组活动与创优质工程挂钩,使活动成果直接为一线生产服务。上海虹桥国际机场公司能源保障部的 JJ 小组,以电能消耗为主攻方向,针对机场用电特点,通过数据采集分析,探索更经济的运行方式,达到每年节省电费开支 36 万元的目标。由于成绩突出,包括协会在内的 2 家交通运输单位被评为上海市节能减排 JJ 小组活动试点工作先进单位,当时的韩正市长亲自为先进单位颁奖。

二、加强培训是提高 JJ 小组活动水平的保证

协会作为 JJ 小组活动行业推进的组织者,重点任务是加强指导,把先进的节能理念和方法引入具体活动,以保证活动的水平和质量。在市 JJ 小组指导委员会办公室帮助下,我们先后组织了 9 期业务培训班,有 502 名 JJ 小组活动骨干参加了培训。培训不仅有提高认识的内容,更有规范活动开展的方法技巧,其中 QUEST 模式特别受到培训对象欢迎,使他们能够运用科学方法来分析解决实际情况,找出耗能的关键因素,从而有针对性地采取措施。协会在组织培训过程中,还注意不断扩大培训面,使更多单位

参与 JJ 小组活动。上海国际机场股份有限公司、上海交运股份有限公司、中远集装箱运输有限公司、上海虹桥国际机场公司、上海国际港务(集团)股份有限公司等不仅积极选派骨干参加协会组织的培训,同时在公司内部也组织专项培训,并纳入年度计划,构筑 JJ 小组活动的群众化体系和创造人人参与活动的氛围,进一步调动广大员工的主观能动性和为企业节能减排献计献策的聪明才智。

三、推广典型是促进 JJ 小组活动健康发展的有效途径

协会借鉴交通行业开展 QC 小组活动 30 余年的成功经验,把典型引路作为一种很好方法,运用到 JJ 小组活动的组织上来,同样取得成效。协会在广泛调研基础上,把交通行业历年推进节能减排工作的成果编印了《上海交通运输行业节能减排 JJ 小组活动案例指南》,发到行业有关单位,受到广泛好评。之后,随着 JJ 小组活动的不断深入,我们又陆续编印了第二至第四册,把更多优秀案例介绍给各单位。进一步推动了 JJ 小组活动和整个行业的节能减排工作的深入开展。受市 JJ 小组指导委员会办公室委托,我会会同市经济团体联合会,并在相关单位支持配合下,编撰了《节能减排 (JJ) 小组活动丛书——交通运输篇》,现已正式出版。全书共六章,464 页,约 36 万字,全面总结协会四年来开展 JJ 小组活动的成功经验,是交通运输行业开展群众性节能减排 JJ 小组活动的一本很有价值的工具书。

2010年~2012年度上海市节能减排 (JJ)小组活动表彰名单

2010-2012年度上海市节能减排 (JJ)小组活动优秀组织协会

1. 上海市交通运输行业协会
2. 上海通信广播电视行业协会

2010-2012年度上海市节能减排 (JJ)小组活动先进组织协会

1. 上海市铸造行业协会
2. 上海市化工行业协会
3. 上海电线电缆行业协会
4. 上海市豆制品行业协会
5. 上海市汽车行业协会
6. 上海重型装备制造行业协会
7. 上海汽车配件流通行业协会
8. 上海长三角非织造材料工业协会
9. 上海铝业行业协会
10. 上海有色金属行业协会
11. 上海市建筑材料行业协会
12. 上海市计算机行业协会

2010-2012年度上海市节能减排 (JJ)小组活动优秀单位

1. 上海华虹 NEC 电子有限公司
2. 上海索广电子有限公司
3. 上海夏普电器有限公司

4. 上海焦化有限公司
5. 上海市检测中心
6. 宝钢不锈钢有限公司
7. 上海氯碱化工股份有限公司
8. 上海三菱电梯有限公司
9. 正泰电气股份有限公司
10. 上海国际机场股份有限公司
11. 中远集装箱运输有限公司

2010-2012年度上海市节能减排 (JJ)小组活动优秀 JJ 小组

1. 上海索广电子有限公司实装制造课节能 JJ 小组
2. 宝钢不锈钢有限公司热轧厂绿色火箭 JJ 小组
3. 上海华虹 NEC 电子有限公司芯动力 JJ 小组
4. 正泰电气股份有限公司破冰船 JJ 小组
5. 上海三菱电梯有限公司绿叶 JJ 小组
6. 上海市焦化有限公司动力分公司电作业区三总变 JJ 小组
7. 上海氯碱化工股份有限公司循环水泵系统改造 JJ 小组

8. 上海三爱富新材料股份有限公司 PTFE 装置 JJ 小组
9. 上海亚德林有色金属有限公司亚德林 JJ 小组
10. 上海圣德曼铸造有限公司空压机余热回收 JJ 小组
11. 上海国际机场股份有限公司先锋 JJ 小组
12. 上海铁路局上海机务段制动 JJ 小组
13. 上海神火铝箔有限公司机电 JJ 小组
14. 中远集装箱运输有限公司美洲轮 JJ 小组

2010-2012年度上海市节能减排 (JJ)小组活动先进个人 (按姓氏笔画排列)

- 王立贵、丘胜利、刘振文、朱梅生、李正郁、李鑫、郝玉华、郑宣芬、胡红、顾浩、黄芳、盛辉、蒋菊英

上海市节能减排 (JJ) 小组活动指导委员会

二〇一三年五月二十四日

四、落实制度管理是保持 JJ 小组活动持续开展的重要条件

实践证明，加强制度建设，把 JJ 小组活动纳入制度管理范围，能有效保证这项工作长期持续发展。在政府有关部门支持指导下，协会根据实际情况，组织制订了《上海市交通系统 JJ 小组活动实施办法》和《上海市交通系统 JJ 小组活动成果评审方法》两

项专门规范 JJ 小组活动的制度，起到很好作用。其中《实施办法》规定，交通行业各单位领导要为 JJ 小组活动创造良好的工作环境和提供必要的物质条件，这对系统各单位在开展 JJ 小组活动过程中进一步得到各级领导支持，帮助很大；很多企业领导为推动本单位节能减排工作，进一步调动广大员工参加活动的积极性，把 JJ 小组

推进工作与 QC 小组活动、班组建设、企业考核目标等日常工作有机结合起来，落实专门职能部门和专人负责，并建立互相联系的工作网络，为 JJ 小组活动的正常开展创造了良好氛围；有的单位领导还亲自动手，对课题挖掘、活动开展和成果质量进行全过程指导监督，有力推动小组活动的健康稳定发展。

从中国投资者角度分析德国汽车产业商机

徐祖明 艾玛科

德国的汽车产业享誉全球。全世界每五辆汽车中必有一辆德国品牌。德国的汽车行业也是最全球化的行业之一：，德国出口汽车约40%的价值形成来自进口汽车配件和相关服务，且有80%的德国产汽车出口到世界各地。德国的汽车生产商以过硬的质量和科技创新闻名。德国也是欧洲最大的汽车市场，诸多OEM工厂以及行业决策层落户在此。

这样的市场环境给予中国投资者多样的商业机会，如合作运营或直接投资（新投资或收购兼并）。“十二五”规划提出中国经济将由出口主导型转向自主创新，资源集约，环境友好的发展模式，并鼓励更多的中国企业进军海外市场。德国汽车产业恰恰代表了这种经济发展模式：随着对新技术的持续投入和产业发展，汽车汽配行业仍然是相关行业的领头羊。在德国，每天有余10项汽车相关的注册新专利，且有不断增长的趋势。产学研紧

密联系，广泛合作。德国的教育体制提供岗位实践与职校培训，为汽车行业培养了大批优秀人才。此外，比起品牌和价格的认同，德国的消费者更注重技术性能，例如油耗，二氧化碳排放量等指标。

然后，除了以上这些积极因素外，2008年全球经济危机也给德国汽车业带来了诸多挑战。消费者对于节能的电动发动机的需求越来越多，对安全、低价，环保的意识逐渐加强，政府法规条例更加严格，材料价格波动频繁，现存的产能过剩和来自中国、印度的竞争对手，这些因素增加了市场参与者改变融资和成本结构的压力。

处在汽车产业周期的成熟期，许多汽车生产商通过改革商业模式积极应对面临的挑战，例如采取跨行业合作模式以及技术转让。不花很大的代价进行产品和服务的创新是成功的关键。因此，需要进行大量的调查研究，与OEM厂商，汽车业或其他行业供应

商建立广泛合作，如能源供应商，电子设备商，电池厂商，电信运营商。此外，汽车业是生产企业和其他供应商联系最紧密的行业。一些处在OEM厂商生产流程关键环节的供应商实现了零库存管理目标，进一步加强了汽车生产企业与供应商的紧密联系。许多行业专家表示在生产价值链中进一步提高效率的空间有限。

汽配行业处在一个逐渐集中整合的阶段。越来越多的德国企业意识到采取兼并收购或国际合作是巩固竞争实力的有效方式。如果供应商减少研发投入而导致发展降速，则会轻易丢失在行业中的领先地位。因此，联手竞争者是增强创新能力，实现规模经济效应的出路之一。无论是财务有困难的或者财务状况良好的供应商，为了持续的效益增长，都需要寻找融资机会。

汽车市场从成熟的西欧、日本、美国市场转向东欧、亚洲、尤其是中

2012 德国各州数据	企业	雇员	工资总额	收入总额	国内收入额	出口收入额
	数量	数量	`000 欧元	`000 欧元	`000 欧元	`000 欧元
Baden-Württemberg	293	207,593	12,316,034	84,608,943	25,722,731	58,886,211
Bavaria	219	177,552	10,517,327	99,707,934	31,934,134	67,773,800
Lower Saxony	119	116,112	no data	77,078,583	no data	no data
North Rhine-Westphalia	238	85,058	4,205,400	29,566,468	11,287,514	18,278,954
Hesse	75	48,851	2,687,156	15,725,250	6,251,130	9,474,120
Rhineland-Palatinate	60	26,799	1,283,140	10,908,140	4,105,999	6,802,141
Saxony	103	27,583	1,145,786	13,978,278	6,527,231	7,451,048
Saarland	19	19,477	926,530	9,959,953	4,674,809	5,285,144
Thuringia	79	14,966	485,573	3,852,897	2,667,465	1,185,432
Brandenburg	29	6,166	232,713	1,032,699	923,231	109,467
Saxony-Anhalt	30	4,145	110,153	810,525	627,734	182,791
Schleswig-Holstein	11	3,736	175,802	574,719	311,897	262,822
Berlin	7	3,441	198,313	320,395	158,655	161,740
Mecklenburg-West Pomerania	20	2,308	48,802	464,502	330,383	134,119

数据来源：Statistisches Bundesamt

国市场，让所有市场参与者融入全球成为必需。德国汽车产业协会预测，德国汽车厂商已在中国设立约 180 家工厂，并拥有近 60,000 名员工。

这推动了其他还未积极参与到中国市场的企业采取行动。在中国找到合适的合作伙伴将有助于帮助德国品牌进入中国市场，对中国企业而言，它们能够获得新技术工艺，同时迈入国际市场。中国的汽配企业对此特别感兴趣，他们致力于通过技术革新，区别化产品，走出产业链低端，领先于竞争对手。

德国汽车产业的结构呈现如下特征：OEM 厂家的数量有限，且绝大多数为知名大型跨国企业。而绝

大多数的汽配供应商是中小企业，德国汽车行业协会中 80% 的汽配供应商的员工不超过 1000 人。多数德国中小企业是家族式企业，这意味着持有人或管理者通常没有变化。这些企业从这一代传至下一代。中小企业的优势在于快速推出热销产品，关注国际市场，专业化程度高，找准市场定位。这些特质让德国中小汽配供应商成长为大型家族企业，成为国际市场领导者。从地理分布来看，德国汽车业遍布全国，特别是在大型 OEM 厂周边。因此最大的汽车产业运营地集中于巴附州，巴伐利亚州，下萨克森州，北莱茵 - 威斯特伐利亚州。图表 1 列示了一些

重要数据。

德国各州对汽车行业都提供各种优惠政策，各地所提供的优惠政策不同，包括各种补助金，津贴，贷款，保证金，还有一些跟人力资源和研发相关的补助政策。

总体来说，不断变化的德国汽车产业为中国投资者提供了诸多商业机会。过去几年间一些中国企业通过收购德国汽配供应商（河北凌云收购 Kiekert，重庆轻纺收购 SaarGummi，中信戴卡收购 KSM，宁波均胜汽车电子收购 Preh，宁波华翔电子收购 Sellner）不仅得到了技术革新，且扩大了其国际销售渠道。

（作者为德勤华永会计师事务所）

2013 年市节能减排 (JJ) 小组活动工作推进会召开

2013 年上海市节能减排 (JJ) 小组活动工作推进会，5 月 24 日在市经团联召开。市经团联常务副会长陈祥麟、执行副会长兼秘书长胡云芳到会。会议由市经团联执行副会长、市节能减排 (JJ) 小组活动指导委员会办公室主任陈振浩主持。行业协会和企业代表 80 余人参加。

市节能减排 (JJ) 小组活动办公室副主任徐铨汇报了 2012 年小组活动开展的情况和 2013 年的打算。2012 年度共有 115 家单位组织申报项目；组建 JJ 小组 320 个；建立项目 330 个，累计参与 1830 人次，组织培训累计 800 余人；分别编辑了《节能减排小组活动交通运输行业篇》、以及《上海市节能减排 JJ 小组活动案例集 (四)》等丛书。2012 年度围绕“办公室节能减排 (JJ) 小组活动”为主题展开推进

活动，举办参观、交流、契约及咨询等活动。2013 年工作将在 2012 年基础上，继续进行“节能减排 (JJ) 小组活动项目”申报工作，扩大申报对象和范围；组织行业交流和培训。促进上海市 JJ 小组活动工作的科学性、规范性和可操作性。编辑出版发行《节能减排 (JJ) 小组活动有色金属行业篇》及《上海市节能减排 JJ 小组活动案例集 (五)》等。

会上，上海交通行业协会、上海氯碱化工股份有限公司和宝钢不锈钢股份有限公司的代表交流了开展 (JJ) 小组的情况。市经团联执行副会长兼秘书长胡云芳宣读了《2010—2012 年度上海市节能减排 (JJ) 小组活动光荣榜》名单。

市经团联常务副会长陈祥麟在讲话中指出，节能减排是我国的基

本国策，也是企业落实科学发展观，提高企业经济发展质量和效益、增强企业核心竞争力的根本要求。市经团联作为市节能减排工作领导小组办公室的职能部门之一，有责任和义务运用行业协会这一平台，承担起全民节能减排工作的组织推进工作，充分发挥行业协会专业性组织的优势，积极配合市政府实施节能减排专业化的群众工作，进一步开展节能减排宣传教育普及工作；更广泛发动各行业协会和会员企业开展节能减排 (JJ) 小组的群众性活动，组成行业节能减排专家组，对行业节能减排工作进行专业化指导，深化 JJ 小组活动模式，促进 JJ 小组取得更大实效，为完成本市节能减排和应对气候变化重点工作安排的任务作贡献。



必须尊重价值规律、市场规律

——从光伏发电行业衰落说起

上海新航星投资集团有限公司董事长 何志明

最近，“知名上市光伏产业公司深陷几十亿债务事件”、“破产事件”新闻引发政府、社会公众、媒体对光伏产业的热议和迷惑。过去几年中，在全球对新能源利用的关注持续升温以及国内、欧美市场的拉动下，光伏产业迅速进入膨胀式发展阶段，但随着全球整体经济不景气以及政府支持力度的减弱，整个产业发展态势下滑严重。光伏产业的寒冬是对政府决策制定标准的警示，不能简单认为海外市场规模急速萎缩、产能过剩导致了这场行业危机，实质上光伏产业本身就仍是一个尚处于科研攻关、还未有投入产出能力、能量转换效率低等问题远没有克服和解决的“实验室”课题，只是因为各种新能源政策和补贴支撑，才迅速实现了所谓的产业化，实现了产业的虚假繁荣。在政府的推动下，

全国先后建立了几十个光伏产业园，一些地方老牌企业和上市公司纷纷转型光伏制造，整个行业看似前景无限。人们不禁要问，一个尚处于科研攻关、投入产出如此不成比例、光伏转换效率如此之低，依产业化标准来衡量，诸多重大课题远没有克服和解决，为何要急着大规模迅速产业化？表面上看是投入产出不行、经济上走不通，本质上是能源消耗当量的不对称、不平衡。消耗的是已送达到城市或产业园区的优质电能，产出的却是在荒漠、偏僻地带的待送出的相对劣质的电能，且消耗的电能远大于产出的电能。在新兴产业拉动经济的今天，光伏产业的兴衰起伏，地方政府难辞其咎。政府、企业应尊重价值规律、市场规律进行科学决策和行事，才能避免如此问题的发生。

一、应善用简单、直接、本质的思维方式

用直接思维即可告知，光伏效率不如太阳能热水器效率是显而易见的。太阳能热水器，原理、结构虽然简单，但在太阳能利用上却有着能量转换环节少、传递消耗少、转换效率高等优点。而光伏发电转换效率只有16%~19%，大大低于太阳能热水器。光伏发电主要应该用于电网到不了的用户场合，如海岛、山脉、航天器等或作为分布式电源供直接使用，而在现有科技水平条件下作为并入电网的光伏电站则完全不合算，效率低、环节多，投资大、电能质量差，等等，都凸显无疑。政府对现阶段并不成熟的光伏产业进行盲目推崇，表明了政府的决策思维方式缺乏科学性。科学的决策思维方式，需要政府尊

重价值规律、市场规律，把握好决策的着力点，把理想中应该干什么与现实中间需要干什么有机结合起来，追求简单、直接，直透本质。对看不懂、听不懂、逻辑上不通、商业模式说不清楚的，要注意、防范，防止被忽悠、被利益集团绑架。

二、应全面、立体地思维，防止以偏概全

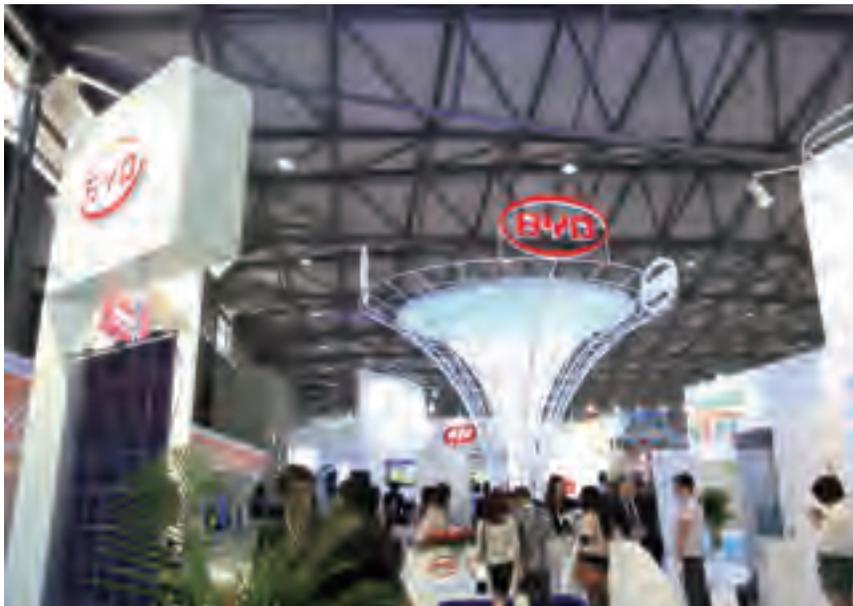
科学的决策应当建立在通盘考虑的基础之上。例如，在讲投资时，光伏电能若要并入电网则应增加额外的输电设备和电网投资，不能只计算光伏电站的投资成本，许多配套投资应该计算进去；效率上，应着重讲输出效率，抵达电网的效率，不能只讲光伏组件自身的效率，因为经过层层转换、出点、逆变、并网会使效率损失极大，多一个环节，多一次损失；寿命上，不能为了匹配补贴政策、追求投入产出比就引用实验室数据

说可以使用20年、30年，在恶劣环境中，光伏组件及相关设施设备根本无法实现实验室寿命，即使光伏组件能承受，支撑架、构造物、电线电缆早已不能承受；环保上，不能只看发电阶段无污染排放，还需要综合考量光伏组件生产流程、工艺的污染问题，比如冶炼多晶硅、单晶硅都是污染严重的；散布在外的组件、构筑物等失效、报废后会对环境造成很大影响；更何况布局在外的蓄电池废弃后更是极大的剧毒污染源。政府若要支持以光伏技术为代表的科研成果实现产业化需要对正反两个方面进行综合考量、分析，听取全方位的意见，保证决策作出的科学性。

总之，在能源产业决策上，要将能源损耗、能源产出、物质消耗、环境污染，等等，都换算成当量，建立当量方程式模型，看看究竟为我们带来了什么。我们完全可以说，光伏发电是科学，但倘若作为光伏电站来对待，那么该产

业还不成熟，尚处于科研阶段，投入产出比还很不行，能源消耗与产出的当量还很不相称。科技和产业一字之差，有时是两个完全不同的概念。光伏组件全年接受太阳照射的平均时间仅约1500小时，而火电机组、水电机组的全年工作可达7500小时，即1KW光伏电池组件全年发出的电量仅为火电、水电1KW机组的1/5，而光伏组件的单位KW投资却大大高于火电、水电，当今光伏电站的寿命实际上又只有火电、水电的1/3。由于架设过来的输电网所能接受的光伏上网电能量密度过低，势必使输电网分摊到单位功率的投资成本奇高，更不用说光伏上网电能本身又是相对劣质的电能，这就解释了为何电网公司不愿吸纳光伏电能的重要缘由。做一简单的核算，一座100万KW（1000MW）特大型光伏电站，在目前，光伏电站本身需100亿的投资、10平方公里以上的占地，加上30%的





输电网配套投资，总投资达 130 亿元，而一年产出的电能量，在考虑转换、储电、逆变、上网、输送等多个环节的效率损失后，大概只有 60~70% 的输出效率，则一年产出的电能量约 10 亿 Kwh (100 万 KW* 平均日照 1500 小时 * 效率 60~70%)，按当量电价收购价应在 0.5~0.6 元 /Kwh (度)，即全年仅可从电网公司获得电费收入 5~6 亿元！试想，一个 130 亿元投资的发电站项目，仅获得 5~6 亿元年电费收入，倘若再计入如此广阔占地的电站设施巨大养护费，再按电站寿命 15 年进行折旧，那么这个投资意味着永远不能回收。经测算，除非光伏转换效率提高 2 倍以上，光伏发电站才能带来正能量。倘若政府对此产业进行重大补贴从而强行修改当量方程式的参数，使企业的投入产出比得以扭转，那么其结果可想而知，只有是能源的损耗、物质的损失，环境高污染的代价，苦了政府，也害了企业。

三、政府、企业应尊重价值规律、市场经济准则作科学决策

“十八大”提出要处理好政府和市场的关系，要尊重价值规律、供需关系和竞争规律，不能将补贴和限价作为长

期政策，强调市场竞争机制是市场经济的健康发展方式。近几年来，地方政府大力支持、盲目补贴，以行政杠杆平衡光伏产业的投产出比，甚至通过政策、财政砸出高收益、高利润的产业前景。再看国外，前 5、6 年发达国家光伏补助相当多，国外光伏发电迅猛，但德国、英国、美国等发达国家正在降低光伏发电的补助，使市场自动调节，以达到商业发电的经济指标，欧美光伏技术利用领域正趋于理性。欧美光伏技术利用采用的是分布式模式，在转换成电能供直



接消耗后，有盈余的输入电网系统中，能量转换、输送环节少，中间损耗少，无须再作电网投资，才有可能产生效用。政府应当尊重价值规律、市场经济准则，不能以行政手段催熟光伏产业等新兴产业，要理性地对这类技术进行科研上的扶持，待其技术成熟稳定之后，再投入市场、进行技术产业化，这时再对战略性新兴产业、核心产业等进行政策照顾、财政补贴等适当支持才是科学的、健康的、符合市场经济准则的。

政府应注重决策的远见性和专业性，尊重当量方程法则。凡遇重大项目，尤其是新兴产业，应积极组织多方面专家论证、研讨，对决策进行科学评估，对项目投入产出比、能源当量、财税贡献率、环保节能、市场前景等进行质量和效益分析、预测、评估。对不符合评估要求的，坚决不准上马。例如，对上述光伏发电，在转换效率和设施寿命未达到一定标准时，在电网达不到的地方作为电源发展让用户直接有电可用，实验性的作为分布式电源发展以让用户直接消耗为主，是完全可以的，但不可以作为接入电网的发电站来发展。在光伏发电站产业化并不成立时，可以作为科研攻关阶段的课题由政府予以研发补



贴，等等。

四、大众媒体、舆论在科学普及上应积极作为

2011年日本311大地震后，出现了民众为防核辐射抢购加碘盐的现象，得甲状腺疾病的人多了，于是很多家庭又拒绝食用加碘盐，国人不知道究竟吃不吃碘盐？又如，LED照明这些年被大众所熟悉，很多家庭都将它取代了冷光灯，但使用之后却发现无论是节能还是使用寿命都与媒介的宣传有很大差距。其实，LED的过度发热问题至今没有解决，且发热产生在发光二极管的背面，散热问题很麻烦，要有很多措施和金属散热片，制造过程的物质消耗和能源消耗都很大，本来LED的电致光是节能的，但发热使它耗能很大、也使它的寿命大为降低，再说LED的光线不柔和，有“斑马线”现象，这意味着LED照明尚处于科研攻关阶段，还不能产业化，目前LED最大的优势仍在于显示、景观工程等。吃碘盐可以防核辐射、吃无碘盐可以防甲状腺疾病、用LED照明可以节能等“科学观点”、“专业研究结果”尘嚣日上，误导了公众的生活习惯和消费结构。但这些所谓的“科

学的”调查结果、研究成果很难说有多大科学性。到底是什么原理？研究数据、实验数据到底如何？怎样推出的结论？这些追问都在传播过程中却被有意无意地忽视或掩盖了。不管是媒体、还是专家精英，都把精力集中于刺激和强化公众对诸如“健康”、“节能”、“环保”等信息的感知。这个信息爆炸的时代既给我们展示了丰富多彩的科学世界，同时也给了我们过多的混乱与嘈杂，这就要

求大众传媒、社会舆论发挥正确引导作用，包括普及科学知识、倡导科学方法、传播科学思想、弘扬科学精神，引导个人独立的、理性的思考。

大众媒体、社会舆论应该向民众普及科学的方法，教会大家一起来思考，鼓励大家来质疑，给予民众多个论点去比较和选择，而不是不负责、轻易地去灌输结论或者所谓的科学事实。媒体人应该多一些理工基础、科学素养。





坚定信心、共克时艰 迎接光伏新时代

中国可再生能源学会理事长 石定寰

SNEC 第七届国际太阳能产业及光伏工程(上海)展览会正式开幕了。

本届上海光伏“两会”是在国际光伏市场风云变幻的形势下举行的。但是，仍然有 1300 多家光伏企业报名参展，而且展商国别之多，参展品种之全、层级之高，都超过了以往各届。本届展会的参展企业来自德国、美国、日本、法国、奥地利、荷兰、瑞士、比利时、新加坡、西班牙和台湾、香港等 60 多个国家、地区；参展商品从硅料硅锭生产设备、硅片切割封装设备，直到代表国际最先进应用技术的大型光伏工程系统集成和多种形式的分布式光伏电站，还增加了大量各种新能源兼互应用产品，如风光互补、水光互补、光柴互补等高性能高效率高适应性的实用技术产品。这充分说明，大家对于开发利用太阳能的前景的预期不仅没有削减，而且关注得更加深入、更加广泛、更加实在。也充分说明，大家对 SNEC 展会不仅保持着热情，而且寄予了更大的希望！

由于全球金融风暴、欧债危机，美国经济复苏乏力等因素，引发国际贸易保护主义抬头，导致世界光伏市场出现一系列新的矛盾和摩擦。美欧相继对中国光伏产品发起“双反”，使年轻的中国光伏产业受到更大的外部压力。一些光伏生产企业面临严重困难，经受着狂风骤雨的考验。然而，这一切，都不能改变一个最基本的事实和趋势。那就是，从能源结构看，世界性的传统化石能源资源越来越少，而传统能源生产和使用方式带来的环境危机越来越巨大而深刻。唯有以太阳能发电为代表的非水可再生能源，资源丰富、应用方便，成本越来越低、应用越来越广，发展前景无限广阔。

我国政府和包括中国可再生能源学会在内的许多相关机构，正密切配合，采取坚定而稳妥的策略，与国际贸易保护主义进行坚决斗争，力争对中国光伏产品出口有较好的结果。同时，中央高层正在积极启动光电内需市场，有关方

面在“十二五”规划基础上，三次调高光伏新能源的产能总量和占国家总能源消费的比重，还提出了大力推进分布式光伏电站、让“光电进入百姓家庭”等具体行动方针。国家发改委、科技部、建设部等部门及电网公司也多次表态，推出新政、排除障碍、扶持光电新能源扩大应用。这方面的许多努力及成果，是有目共睹的。所以，我们完全没有必要为光伏产业的前途悲观。

当前最重要的，是要稳住心态、稳住阵脚，既不要冒进、遭受不必要的损失，更要努力利用时机，练好真功，把企业做好做强。那么，一旦国际形势明朗、国内市场规模化启动，我国光伏产业就一定能够迎来新一轮发展的机遇！

“阳光总在风雨后”——让我们团结起来，坚定信心、放眼未来、共克时艰、迎接挑战，迎接未来光辉灿烂的光伏新时代！

(本文系在“第七届国际太阳能产业及光伏工程(上海)展会”上的致辞)

SNEC 2013
7th PV POWER EXPO

第七届(2013)国际太阳能产业及光伏工程(上海)展览会
7th (2013) International Photovoltaic Power Generation Exhibition

www.snecon.com.cn

第七届国际太阳能产业及光伏工程(上海)展览会

开幕式

Opening Ceremony



(上海) 展暨论坛成功举办

由亚洲光伏产业协会、中国可再生能源学会、中国资源综合利用协会可再生能源专业委员会、上海科学技术开发交流中心、上海市经济团体联合会、上海新能源行业协会牵头主办；美国太阳能行业协会、日本太阳光发电协会、亚太光伏产业理事会、亚太新能源行业协会、中国可再生能源学会产业工作委员会、台湾太阳光电产业协会、韩国光伏行业协会等联合举办的“第七届 SNEC 国际太阳能产业及光伏工程（上海）展览会暨论坛”，5月16日在上海新国际博览中心落下帷幕。

国务院参事、中国可再生能源学会理事长石定寰出席展会并为开幕式致词。中国光伏产业联盟秘书长王勃华、中国可再生能源学会光伏专业委员会主任赵玉文、新南威尔士大学教授马丁·格林、美国太阳能行业协会副主席 John Smirnow、欧洲光伏行业协会理事 Murray Cameron 博士、协鑫集团（控股）有限公司董事长朱共山、阿特斯阳光电力集团董事长兼 CEO 瞿晓晔、英利资深副总裁赵志恒等出席了展会开幕式。

同时，中华人民共和国国务院参事、中国可再生能源学会理事长石定寰、新南威尔士大学 (UNSW) 超高效光电学研究中心主任马丁·格林教授以及市科学委副主任陈鸣波、市经信委总工程师马静、美国太阳能行业协会副主席 John Smirnow、欧洲光伏行业协会理事 Murray Cameron 博士、新加坡太阳能研究所所长 Armin Aberle 和亚洲光伏产业协会联席主席施正荣等出席了论坛开幕式。

论坛会题材丰富、内容精彩，来自亚洲、欧洲、美国等行业界顶尖的科学家、专业人士，带着最新的研发成果、最新的市场导向、最新的技术新成果在会上进行演讲并发布。

本届上海光伏“两会”虽在国际光伏市场风云变幻的形势下举行，但是仍有 1500 多家光伏企业报名参展，而且展商国别之多、参展品种之全、层级之高，都超过了以往历届。这说明，大家对开发利用太阳能的热情并未消褪，而且关注得更加深入、更加广泛、更加实在。

在为期 3 天的展出中，参观人次达 157,300 人，其中海内外专业观众超过 15 万人次。

