

通向 2008 年的北京产业形象

TONGXIANG 2008 NIAN DE BEIJING CHANYE XINGXIANG

高科技产业

—北大方正

现代制造业

—北汽福田

现代农业

—小汤山示范园

基础产业

—北京电力

建筑业

—城乡集团

房地产服务业

—链家地产

酿酒业

—北京红星

家具业

—黎明文仪

玩具业

—北京凯艺

商业

—物美集团

教育产业

—力迈学校

创业力

CHUANGYELI

王燕梅 曹 随/主编



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

通向 2008 年的北京产业形象

TONGXIANG 2008 NIAN DE BEIJING CHANYE XINGXIANG

高科技产业

—北大方正

现代制造业

—北汽福田

现代农业

—小汤山示范园

基础产业

—北京电力

建筑业

—城乡集团

房地产服务业

—链家地产

酿酒业

—北京红星

家具业

—黎明文仪

玩具业

—北京凯艺

商业

—物美集团

教育产业

—力迈学校

创业力

CHUANGYELI

王燕梅 曹 随/主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目(CIP)数据

通向 2008 年的北京产业形象——创业力／王燕梅 曹随 主编．

—北京：中国经济出版社，2006. 11

ISBN 978 - 7 - 5017 - 7286 - 5

I. 通... II. ①王... ②曹... III. 企业形象—企业管理—研究—北京市

IV. F279. 271

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 129730 号

出版发行：中国经济出版社（100037·北京百万庄北街 3 号）

网 址：www.economyph.com

责任编辑：邓媛媛（电话：13146884178 邮箱：editordeng@163.com）

责任印制：石星岳

封面设计：白长江

经 销：各地新华书店

承 印：北京君升印刷有限公司

开 本：787×960 毫米 1/16

印张：21.25 字数：200 千字

版 次：2006 年 11 月第 1 版

印次：2006 年 11 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978 - 7 - 5017 - 7286 - 5 / F · 5855

定价：35.00 元

版权所有 盗版必究

举报电话：68359418 68319282



100

10

• **Prevalence** = the proportion of a population that has a disease at a particular point in time

100

1

1. *Journal of the American Medical Association*, 1997; 277: 1039-1043.

100

■

•

100

—

■

100

•

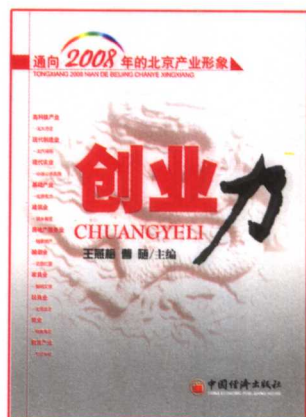
■

100

■

1

• **Prevalence** = the proportion of a population that has a disease at a particular point in time



责任编辑 邓媛媛

封面设计 白长江

内容简介

《通向 2008 年的北京产业形象——创业力》分为上、中、下三篇，上篇介绍了北京十一个行业中的典型企业的创业精神；中篇提出了企业绿色、科技、人文形象的内涵；下篇介绍了新北京打造新创业环境的成效。本书展示了新北京、新创业环境和新企业形象。

十一家企业的成功经验非常宝贵，非常精彩，非常典型，既反映了不同行业、不同产业、不同企业发展的特殊规律性，又反映了北京和全国经济发展的共同规律性，因此其经验具有普遍指导意义，值得每一个行业、每一个企业认真一读。

序 言

《通向 2008 年的北京产业形象——创业力》一书是市社科院·奥组委联合设立的《通向 2008 年的北京形象工程》课题最后一项成果，至此完成了全部研究任务。

奥运对北京经济的影响自始至终受到了社会各界的关注，专家学者发表了诸多奥运经济论文。研究奥运经济不能脱离北京产业的现实和北京创业环境现状，奥运仅仅是一个加速器，最终的作用还要通过北京的创业环境和北京的企业发展来体现。2005 年 10 月北京市社科院召开了“城市产业创业能力研讨会”，与会者一致认为城市的创业力主要体

现在创业环境的孕育力和城市产业的创新力。《创业力》一书是这次研讨会的成果。本书分析了北京不同行业不同类型的企业，非常典型、非常有代表性。十一家企业，像十一面镜子，各行各业的企业都可以从中找到自己的影子、自己的差距、自己的问题。

这里有高科技产业的典范——北大方正集团。“当代毕昇”王选教授是她的创造者。方正结束了中国上千年的活字印刷历史，开创了电子排版印刷的新纪元。走产学研一体化的道路，以原创性和国际领先性的核心技术为实力参与国内外的市场竞争是方正的成功之道，不断打拼出一个又一个世界第一。方正已经成为北京的骄傲、中国的骄傲！

这里有现代制造业的典范——北京福田汽车股份有限公司。现在不用担心进口汽车冲击国产车，因为世界名牌车全在中国有产地；现在也不用担心中国受外国的核心技术奴役，北汽福田“集成知识，链合创新”，正在超越国际技术水平。福田汽车增长了中国人的信心！

这里有现代农业的典范——小汤山现代农业科技示范园。中国山多，可耕地少，加上50多年来的生态破坏，农业资源更加贫乏；而中国的农业人口却达9亿，农业要养活的人口达13亿。农村、农业、农民成为中国强盛的瓶颈。小汤山现代农业科技示范园不仅为城市农业的发展提供了成功的范例，也为中国农业的发展展示了光明的前景。

这里有基础产业的典范——北京电力公司。她是一家老牌国有企业，由于政治、经济、文化环境的变化，公司的制度和管理在演变，但是有两条是始终未变的。一个是电力的发展总是上升的，一个是员工的责任感和使命感从未发生动摇。这就是她的素质和优势。奥运会的电力保障交给他们，市民放心。

这里有建筑业的典范——城乡建设集团有限责任公司。她所走过的“亏损修优”、“减亏做优”、“优效双赢”的历程，其中内含的经营管理哲学不仅对建筑业，而且对所有的企业都有启迪价值。科技加管理是品质

和效益的无穷源泉。

这里有房地产服务业的典范——链家房地产经纪有限公司。房地产中介服务，特别是二手房的交易服务，在北京是个新兴的行业。以服务为本，从交易双方的业务需求、经济需求、心理需求出发，利用行业内外的服务资源，不断开发新的服务产品、服务方式，促进行业走向成熟和规范，这就是链家的使命。她不同于仅仅为了挣钱的公司。

这里有酿酒业的典范——北京红星股份有限公司。北京的饮食文化，特别是酒文化有着极为深厚的底韵。红星二锅头已经成为北京酒文化的代表。红星股份公司是一个成功改制的国有企业，她坚持了科学发展、不断创新、文化为根、以人为本的发展战略方针，树立了绿色、科技、人文企业形象，使京城内外乃至国际消费者对红星二锅头的偏爱日益加深，市场占有率和覆盖率逐年扩大。

这里有家具业的典范——黎明文仪家具有限公司。北京的民营家具企业平均寿命较短，像黎明文仪这样直线生长的企业较少。

黎明文仪成功的奥秘在于企业家先进的理念和与时俱进的创业精神。她注重家具的环保价值、美学价值、实用价值和文化价值，将产品文化与企业文化融为一体，成为先进生产力的组成部分，因此她才能不偏离走向百年老店的目标。

这里有玩具业的典范——北京凯艺玩具有限公司。北京在20世纪50年代、60年代、70年代建立的玩具厂全部消踪灭迹了，80年代建立的玩具厂只剩下凯艺一家了。凯艺成为北京资格最老的玩具企业。她致胜的三大法宝是以人为本、优质优价、设计创新。正是北京这家最老的玩具企业在强手中率先完成了2008年奥运会吉祥物——福娃的立体设计和样品制作。走向全国和世界的每一个福娃都载有凯艺的信息和北京的荣耀！

这里有商业的典范——物美集团。这是一家民营企业；这是一家拥有600余家店铺、两万名正式员工、营业额190亿的民营企业；这是一家居于中国企业500强中第188位，居于中国连锁企业30强中第6位的民营企

业；这是一家关系2000余厂商、30万农户和30万产业工人生存发展的民营企业；这是一家专门与进入北京和中国的跨国零售巨头竞争的民营企业；这是一家保持本色、固守正道、忧国忧民的民营企业！物美的企业理念和行为再一次告诫人们：公有、私有、私有并不重要，他们都是民族所有、中国所有，关键看是否固守正道。不少公有企业对物美的理念和行为也望尘莫及！

这里有教育产业的典范——力迈学校。这是一家民办学校，从幼儿园到小学、初中、高中及短期培训已成系列。正如物美集团的理念和行为之崇高，这所民办学校的理念、目标、方针和做法远远超越了中国的公立学校，甚至超越了国际水准，令发达国家的诸多教育家所赞许、所倾慕、所推崇。对中国教育的弊端，业内外均深恶痛绝，但是就是改不了。力迈是民办学校，自主权比较大，特别是由社科理论家、教育家敢峰担任校长是其成功的关键因素。力迈展示了中国义务教育的发展方向和美好前景。

十一家企业涵盖了第一产业、第二产业和第三产业，涵盖了传统产业和高新技术产业，涵盖了基础产业、主导产业和支柱产业。十一家企业的成功经验，不能概括全市所有的企业的成功经验，但是可以肯定，她们的成功经验是最好的，因为符合客观规律。

十一家企业分属不同行业，个性极强，特色突出。但是有四个共性，即都怀有崇高的理念、多数是民族品牌、都坚持科学发展的道路、都拥有绿色、科技、人文形象。

长期以来，人们对北京产业形象产生了一种偏见，好像北京只有百货大楼、同仁堂等老牌企业，只有他们有精彩的历史。有几人知道，物美已经成为北京民族零售企业的龙头老大？本书展现了一批新企业、民营企业、中小企业的形象，有利于中外友人全面认识北京的产业。每一家企业，无论规模大小，都拥有无与伦比的辉煌。本书是北京企业界向 2008 年奥运会的整体形象展示，通过本书可以了解北京企业的创业力和迎奥运的风采。

本书是北京企业树立绿色、科技、人文企业形象的决心书。2008年奥运会是绿色的、科技的、人文的，北京就要成为绿色北京、科技北京、人文北京；企业自然要成为绿色企业、科技企业、人文企业。十一家企业通过本书向全市企业界发出《树立绿色、科技、人文企业新形象，迎接2008年奥运会》的倡议书。这是北京企业界对2008年奥运会的支持和响应，是企业坚持科学发展观的具体体现。十一家企业代表了全市企业的心声。

本书是北京迎奥运，见行动的历史载体。“人文奥运进社区”、“人文奥运进校园”，同样也要“人文奥运进企业”，促进企业文化上层次、创业精神大发扬、创业目标更科学。十一家企业均技术先进、环保优质、管理人文、效益较好、后劲十足。在“十一五”开盘之际，认真总结自己的创业历程、创业经验、创业规律，明确再创业的方向和目标，既可激励企业员工，又能鼓舞社会大众。核心竞争力的产生是对2008年奥运会的最好礼物，因为它是企业的脊梁骨，也是北京和中国的脊梁骨。

为了促进全市的企业树立绿色、科技、人文形象，由专家学者专门论述了树立三种形象的必要性，并提出了每种形象所应具备的基本要素。这对企业树立三种形象会有一定的参考价值。十一家典型企业基本全具备这些要素，他们率先采用了国际认证标准。向科技要环保，向科技要效率，向科技要效益。而这一切都是在正确的人文精神的导引下实现的。

为了给企业创造优良的生存发展空间，专家学者对北京的创业环境进行了全面分析，充分肯定了北京市委市政府不断改善创业环境所取得的一系列成效。北京国有企业改革的成效，北京能诞生物美这样的巨型民营企业，打工者能在北京创造出黎明文仪这样的奇迹，均与创业环境有直接关系，北京已经成为“包容世界的都市、施展才华的空间、创造财富的沃土。”“砺志帅先”的北京精神在企业中的体现尤为明鲜。

《通向 2008 年的北京产业形象——创业力》一书的出版标志着《通向 2008 年的北京形象工程》课题的结束。本课题自 2002

年3月21日由奥组委批准立项以来历时四年。完成了《城市形象》、《社区形象》、《市民形象》、《奥运形象》、《产业形象》的研究任务，取得了一系列的成果。课题组向奥组委总策划部提交了《面向国际的北京总体形象策划模式》的研究报告；在《城市问题》杂志上发表了《论城市形象细分》和《奥林匹克精神与北京精神》两篇论文；在《北京社会科学》杂志上发表了《论北京人文奥运形象》论文；在《社会科学专家谈全面建设小康社会》一书中发表了《全面建设小康社会提升首都的城市视觉形象》一文，本文是给奥组委《面向国际的北京总体形象策划模式》报告的一部分；在《科技潮》杂志发表了《城市生态标志：市花·市树·市鸟》论文；出版了《城市形象细分》、《社区形象设计》、《品牌社区》和《北京城市形象艺术设计》四部专著。

课题所有成果均迅速产生了重大的社会影响。

论文《全面建设小康社会提升首都的城

市视觉形象》，被中国管理科学学会及其学术委员会选入《中国创新与发展研究文库》。

论文《论北京人文奥运形象》被《当代中国领导参考文库》编纂委员会选入《全国优秀科技成果汇编》，并被评为文化教育类一等奖。

《社区形象设计》的理论和实践受到民政部主管社区和基层政权的领导张明亮同志的高度评价，他认为“把企业形象设计与形象管理理念和模式引入社区建设和管理，在全国开创了社区形象设计先河。”“这些设计既来源于实际，有超越于凡俗，因而有很高的实用价值和强大的生命力。”“为我国社区建设实践提供了创新的思路。”“将这一技术引入社区，就是把社区全体成员看作一个团队，以提升社区价值为目标、以打造社区品牌为手段、以弘扬社区文化为中心，建立全新的社区发展理念，引入全新的社区发展模式，完成社区建设从粗放到集中，从传统到现代，从无序到规范的重要跨越。”“这是一个创举，”“标志着我国社区建设开始走向规