

再造美国

美国核心利益产业的秘密重塑与软性扩张

Reengineering of U.S.

..... 邓正红◎著

美利坚合众国的“众”不只代表众多的州，还代表众多的企业

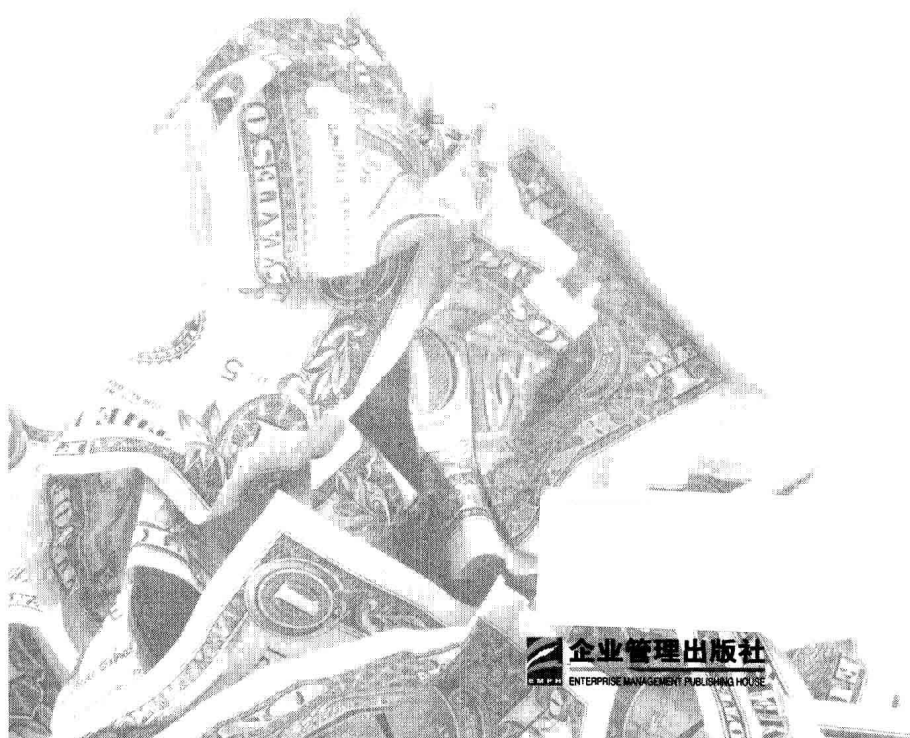
经济衰退，美国企业悄然升级；增长放缓，中国企业如何破茧成蝶？



再造美国

美国核心利益产业的秘密重塑与软性扩张

邓正红◎著



企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

再造美国：美国核心利益产业的秘密重塑与软性扩

张 / 邓正红著. —北京：企业管理出版社，2013.8

ISBN 978-7-5164-0421-8

I. ①再… II. ①邓… III. ①企业经济—研究—美国

IV. ①F279.712

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第153182号

书 名：再造美国：美国核心利益产业的秘密重塑与软性扩张

作 者：邓正红

责任编辑：张超峰

书 号：ISBN 978-7-5164-0421-8

出版发行：企业管理出版社

地 址：北京市海淀区紫竹院南路17号 **邮 编：**100048

网 址：<http://www.emph.cn>

电 话：编辑部 (010) 68453201 **发行部 (010) 68701638**

电子信箱：emph003@sina.cn

印 刷：北京中新伟业印刷有限公司

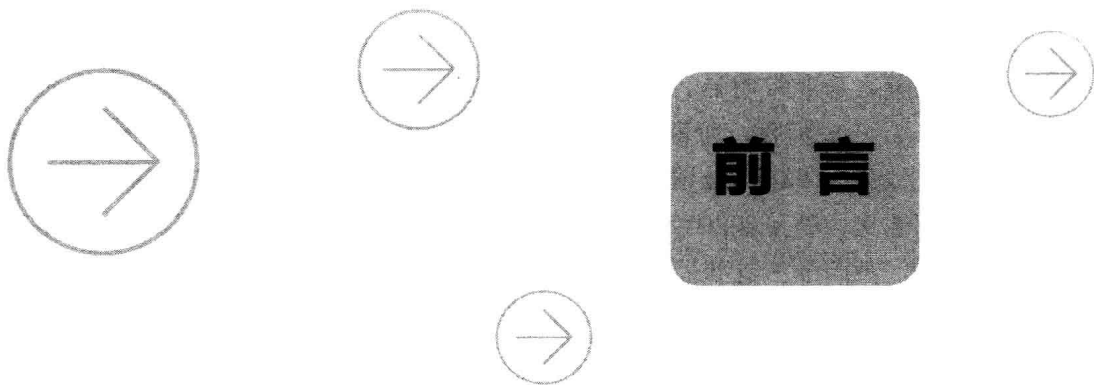
经 销：新华书店

规 格：170毫米×240毫米 16开本 17印张 315千字

版 次：2013年8月第1版 2013年8月第1次印刷

定 价：36.80元

版权所有 翻印必究 · 印装错误 负责调换



世界经济，风起云涌；美国经济，超强独大。

受金融危机、欧债危机影响，美国经济在走下坡路。何以见得？美国公司在世界企业排名榜单中的比例变化是最具体的佐证（见图1）。世界企业排名榜单分两类：一类是硬实力排名，以美国《财富》杂志推出的世界500强最权威；一类是软实力排名，以英国Interbrand公司推出的全球100强品牌最权威。从2001到2012年，美国公司数量在两大榜单所占比例变化呈下滑趋势，说明美国公司整体实力在下降。

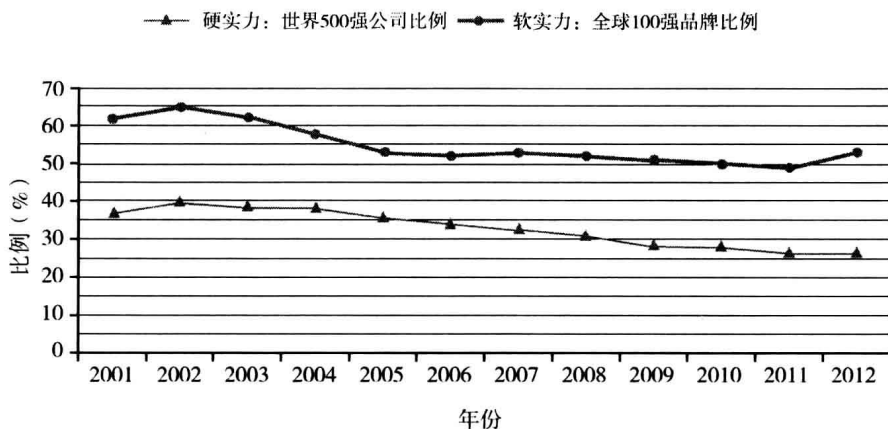


图1 2001-2012年美国公司在世界500强和全球100强品牌中的比例变化

（资料来源：邓正红软实力研究应用中心）

美国经济不行了吗？非也！如果说美国不行了，那太小看她了，也太不了解她了。依笔者长期对美国公司的研究，美国经济的真相是行走在行与不行之间。所谓行，尽管美国经济在衰退，但美国经济的基本盘是稳固的，而且

经济复苏之势非常明显。所谓不行，美国公司的做大做强，以往靠资本扩张（硬实力）来实现，而现在是以技术扩张（软实力）来实现。从图1中的两条轨迹线可以看出，美国公司的硬实力轨迹是持续下滑，没有出现上扬的拐点，而软实力轨迹在2012年出现走强的拐点。这说明，美国经济衰退只是资本衰退，美国经济复苏最先崭露头角的是价值提升。

公司价值包括市值和品牌价值，属于软实力范畴。“春江水暖鸭先知”，从2012年以来，美国经济数据持续走强，美元指数、道·琼斯指数一起走高，标普站上历史高位，这些都将支持美国经济快速复苏，美国经济有望延续强势复苏的趋势，同时带动美元指数不断走强。公司价值的提升，说明美国公司的软实力已经跃上一个新的层次。

为什么在中国有“美国经济快不行了”的论调？言下之意就是中国经济“行了”、“快行了”或者“早行了”。这种论调的依据来自全球最快的中国经济发展速度。2008年中国经济规模超过30万亿元（注：人民币），之后又超过40万亿元，2012年中国经济规模超过50万亿元，这5年中国经济年均增长为9.3%，无论是与发达国家，还是与发展中国家相比，都是最快的。

高速发展的经济总量，使中国进入世界500强的公司数量持续增加；美国则因经济衰退使得进入世界500强的公司数量在持续减少（见图2）。一增一减，中美经济规模之间的“剪刀差”正在不断缩小，从美国衰退和中国发展势头看，似乎中国很快就能赶超美国。

不过，我们可不要庆幸太早。中美之间的经济硬实力差距确实日渐缩小，但是，若论经济软实力，中美之间根本就没有可比性。为什么？截至2012年，中国在全球100强品牌榜还没有实现零的突破。很明显，中国经济发展总量大，但价值非常低，因为我们的经济硬思维太盛，缺少工业创新和技术创新。

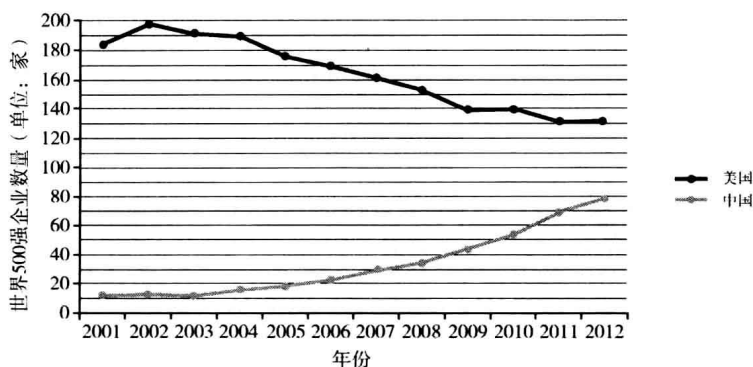


图2 2001-2012年美国、中国世界500强公司数量对比

（资料来源：邓正红软实力研究应用中心）

2002年，美国公司的硬实力和软实力，无论在本国还是在世界范围内，均达到历史最高水平。从2002到2012的十年间，常人看到的是美国经济大衰退，但是，美国公司却利用大衰退带来的“黄金十年”，厉马秣兵，养精蓄锐，潜修软实力，历史性地完成了公司价值转型，由追求营业规模增长、资本扩张转向技术研发、技术扩张，即放慢硬实力增长，加速软实力提升，以公司价值推动营业额、利润持续快速增长。比如国际商业机器16年中500强排名下跌36个名次，却连续20年专利数量位居全球各公司之首，连续14年位列全球品牌价值排名前3；苹果虽然进入500强晚，但只用了一年的时间营业额就突破1000亿美元；谷歌成立时间最晚，却成为世界上最具价值和软实力的公司。

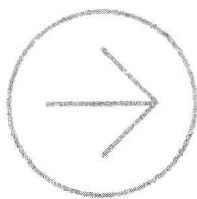
在这十年中，除了沃尔玛、埃克森美孚、雪佛龙、康菲等营业性和资源性公司在继续追求规模性做大外，其他百年老牌公司如福特、通用电气、国际商业机器（IBM）、波音、辉瑞、强生等都放慢了成长的步伐，加大了技术研发和技术扩张；可口可乐、麦当劳等餐饮服务巨头更加注重价值和文化扩张；后起的英特尔、微软、思科、苹果、甲骨文、谷歌等软实力公司异军突起，高歌猛进，成为美国经济复苏的最大亮点；即使通用汽车、柯达等百年老店的破产，其目的也是为了转型，通用汽车摆脱了政府资本援助，向新能源汽车进军，柯达预计破产后成为专门的知识产权公司。

上述20家企业在美国的世界500强公司中最具代表性，本书运用独创的软实力分析工具，用丰富、翔实的数据，对其成长轨迹一一进行深入剖析，最终揭开美国真相：经济衰退是假，公司变强是真。

人类因梦想而伟大，国家因公司而富强。美国梦因公司不衰而持续，中国梦从解读美国梦开始。

邓正红

2013年4月28日



目录



第一章 一个惊人的发现 / 1

- 第一节 硬座变动：财富世界500强排行榜释放的信号 / 2
- 第二节 软座提升：全球最佳品牌排行榜给出的答案 / 7
- 第三节 规则背后：美国制导全球的话语权 / 11



第二章 如影随形的美国梦 / 16

- 第一节 总统勋章：沃尔顿为何是美国梦的缩影 / 17
- 第二节 宇宙膨胀：沃尔玛版图将覆盖大半个地球 / 21
- 第三节 塔式战略：“品”字架构下的石油军团 / 29
- 第四节 洛克菲勒：比尔·盖茨唯一的崇拜对象 / 32
- 第五节 巨头速成：称雄世界的埃克森美孚、雪佛龙 / 37



第三章 难以抵挡的衰退潮 / 47

- 第一节 老牌退化：债台高筑的通用汽车、柯达 / 47
- 第二节 政府补贴：福特汽车被迫选择“紧急贷款” / 54
- 第三节 军事订单：刺激美国公司成长的利器 / 62

- 第四节 利润幅度：通用电气利润率高于7%的原因 / 65
- 第五节 破茧重生：通用汽车重返股市的幕后因素 / 72
- 第六节 高空制导：美国政府出面替波音拿国外订单 / 77



第四章 深藏不露的软修炼 / 84

- 第一节 不动声色：美国真正的实力隐藏在规模之后 / 85
- 第二节 政府封杀：美国不满意国际商业机器的原因 / 89
- 第三节 技术积累：通用电气是道·琼斯指数中唯一的“长青股” / 94
- 第四节 软性扩张：国际商业机器是重塑美国梦的缩影 / 102
- 第五节 价值冒尖：国际商业机器软实力走势强劲 / 112



第五章 逼向悬崖的争锋博弈 / 125

- 第一节 超级收购：辉瑞制药2000多亿美元究竟买什么 / 126
- 第二节 重磅炸弹：美国政府给辉瑞、强生开出“天价”罚单 / 139
- 第三节 专利悬崖：辉瑞为何最终选择转型 / 146



第六章 美国味道的软霸权 / 153

- 第一节 政治先锋：可口可乐业绩评估的主要指标是什么 / 155
- 第二节 价值扩张：可口可乐为什么不怕火烧 / 159
- 第三节 战略兄弟：声名显赫的麦当劳为何在美国本土日渐式微 / 169



第七章 势如破竹的软成长 / 183

- 第一节 高歌猛进：美国新生的信息技术公司异军突起 / 183
- 第二节 摩尔定律：指数级增长的英特尔芯片工艺 / 188

第三节	增长周期：英特尔100亿美元的利润为何徘徊了10年	/ 193
第四节	纳米价值：英特尔的芯片革命还能持续多久	/ 201
第五节	争相称王：苹果超越微软，成为新的品牌王者	/ 208
第六节	价值底气：苹果“一夜暴富”的原因	/ 217
第七节	收购大鳄：思科为何越来越沉重	/ 227
第八节	跨越鸿沟：思科收购与辉瑞收购的不同	/ 234
第九节	由软变强：甲骨文的乌龟级成长	/ 243
第十节	后来居上：硅谷论剑，谷歌软实力遥遥领先	/ 253



后记	/ 261
----	-------



第一章 一个惊人的发现

进入21世纪以来，美国经受了两次经济大衰退。第一次是2000-2001年，因投资需求过度膨胀，导致股市泡沫破灭，大批网络公司倒闭，公司纷纷裁员或降低雇员薪金，加之“9·11”事件的推波助澜，美国航空、保险、金融、旅游和商业等产业遭受沉重打击，终结了美国自1991年以来持续达10年之久的经济高速增长和高速扩张。第二次是2007-2009年，次贷危机引发的全球性经济危机，使美国的房地产业、金融市场大量萎缩，实体经济包括制造业、信息产业和科技服务业等遭受重创。

一直以来，世界对美国的印象不是太好，因为她太霸道、太霸气了，但又拿她没办法，她是我们这个地球上唯一的超级强国，没有谁能撼动她。两次经济衰退，似乎给不平的人们几许抚慰和快感，认为美国“活该”遭受这样的打击，巴不得她从此一蹶不振。两次危机给美国的伤害委实不轻，美国经济至今仍未晃过身来，还在缓慢复苏。

美国的经济真的不行了吗？如果过早地下此定论，不免显得太武断、太幼稚了。老话讲：百足之虫，死而不僵。何况美国这只大虫只是伤伤而已！美国是何等厉害的国家，如果几次危机就能把她打倒，那她也不叫美国了。美国的狡猾在于她任何时候都能因势利导，趋利避害，转危为赢。

同样，经济衰退又给了美国一次极好的“狡猾”机会，当全世界不满美国的人们暗自庆幸美国经济“不行了”之际，美国也跟着附和，向全世界放风，主动唱衰自己。2012年12月10日早上，美国国家情报委员会发布了一份针对全球发展趋势的最新评估报告——《2030年全球趋势：替代的世界》。报告称，到2030年世界将发生根本性的变化，不管是美国、中国或者其他大国，没有哪个国家会是霸权；中国在2030年前就会超过美国，成为全球最大经济体。

这份报告真的是对全球发展趋势的预测吗？美国明知未来会“失去”霸权

而会甘于坐等失去霸权吗？其实，这正是美国借着经济衰退的外衣，趁势向世界放出的烟幕弹，将矛头对准发展强劲的中国，而她自己却在暗自发力——为着2030年不失去霸权！

这个秘密是笔者在不经意间发现的，但是，美国早在1995年就开始行动了。

第一节 硬座变动：财富世界500强排行榜释放的信号

笔者长期研究企业软实力，养成了一个阅读习惯，对美国《财富》杂志每年公布的世界500强排行榜是必看的，而且是从头至尾细细咀嚼。以往读榜，局限在独立的单个年榜，看看企业的名次变化，因为《财富》依据营业额进行排名。市场竞争，各企业每年的营业额有升有降都是很自然的事，因此，各企业的排名变化，笔者视之为常规的自然变化，并没有太在意。

2012年9月的一个非常寂静的深夜，不知是哪一根敏感神经驱使，笔者突然冒出一个想法，将不同年份的财富榜放在一起，连贯性地解读，看是否能找出一些共性之处。于是，把1996至2012年的财富榜按顺序串起来看，当时并无奇异，只是感觉企业排名变化就像下象棋蹿上蹿下的，弄得眼花缭乱，无法评判。后来想，做什么都要有一个规则，才能掌控全局，《财富》不就是凭一个营业额，就把全球企业玩于股掌。

看什么？现在不是全球经济衰退吗？就先看全球各国进入世界500强的企业数量变化。

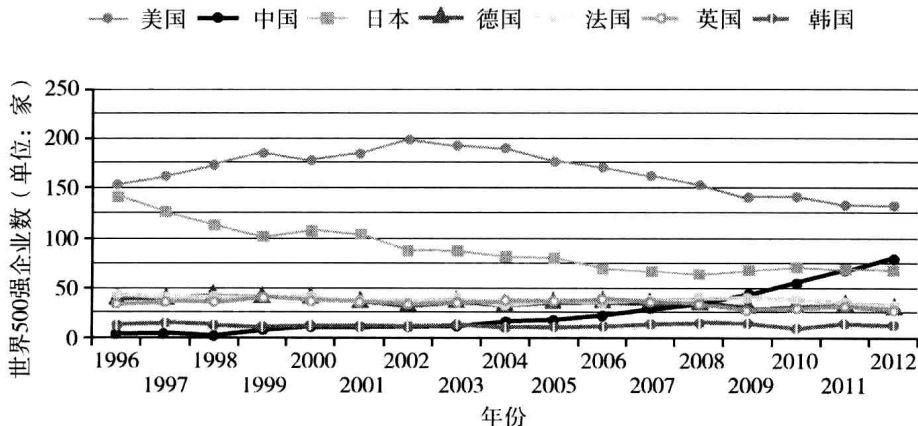


图1-1 1996-2012年各国进入财富世界500强企业数变化

（资料来源：邓正红软实力研究应用中心）

2012年财富世界500强排行榜，美国、中国、日本、德国、法国、英国、韩国等7个国家进榜企业共计383家，占上榜企业总数的76.6%，就看这7个国家历年进榜企业数变化。于是，笔者将各国历年的企业数一一统计出来，并绘制成走势图（见图1-1）。通过比对各国500强企业数走势，很明显，美国、日本的企业数在不断下降。

1996年日本和美国的上榜企业数相差不大，日本141家，美国153家。之后的1997、1998、1999年，美国的企业数持续递增，而日本的企业数则持续递减，1997-1999年正是亚洲金融危机爆发，日本企业难逃一劫，美国企业抓住这一时机狠狠地赢了一把。2000年，美国泡沫经济破裂，经济衰退，企业数略有下降，而日本就占点便宜，企业数略有上升。2001、2002年随着经济的复苏，美国企业数有所增加，创历史最高水平，进入500强的企业达198家，而日本企业数转为下跌。也可看出，从1995至2001年，美日企业之间的竞争相当胶着和激烈，当一方受危机影响时，500强企业数减少，另一方则迅速补上，500强企业数增加。不过，从2001年起，由于受经济衰退的持续影响，美国、日本进入世界500强的企业数持续减少，到2012年，美国企业数减至132家，较2002年减少66家，减幅为33%，日本则减至68家，较最高年份（1996）减少73家，减幅为52%。这说明，日本经济衰退的程度比美国更大。

同样，从世界500强企业数的历年变化，也能看出德国、法国、英国等西方发达国家存在不同程度的经济衰退。2012年，德国进榜企业32家，较最高年份（1999）减少10家，减幅为24%；法国进榜企业32家，较最高年份（1996）减少10家，减幅为24%；英国进榜企业27家，较最高年份（2000）减少14家，减幅为34%。作为亚洲经济强国之一的韩国，经济发展比较平稳，进榜企业数增减不是很明显。

在500强榜企业数唯一增长迅速的是中国，1996年进榜企业4家；2004年16家，明显超过韩国（11家）；2009年43家，同时超过德（39家）、法（40家）、英（27家）三国；2011年69家，首次超过日本（68家），成为500强榜仅次于美国的第二大企业国；2012年增至79家，继续保持企业数第二大国的地位。中国世界500强企业数的持续增加，反映了中国经济持续快速增长的强劲势头，为黯淡的全球经济大衰退增添了亮色。

简单的进榜企业数变化就能看出各国经济发展走势，笔者顿时兴奋起来，产生了进一步探悉详情的想法：美国的进榜企业数在不断减少，就意味着众多的美国公司正由大变小，纷纷退出世界500强，既然如此，是否也意味着在榜的美国公司受经济衰退的影响，也在由大变小，或者由强变弱，在500强的排名不断后退呢？基于这样的思考，笔者进行第二次探榜，从2012榜开始，采取

追溯的方法，看现在世界500强中美国公司的排名是历年前进的结果还是历年后退的结果。

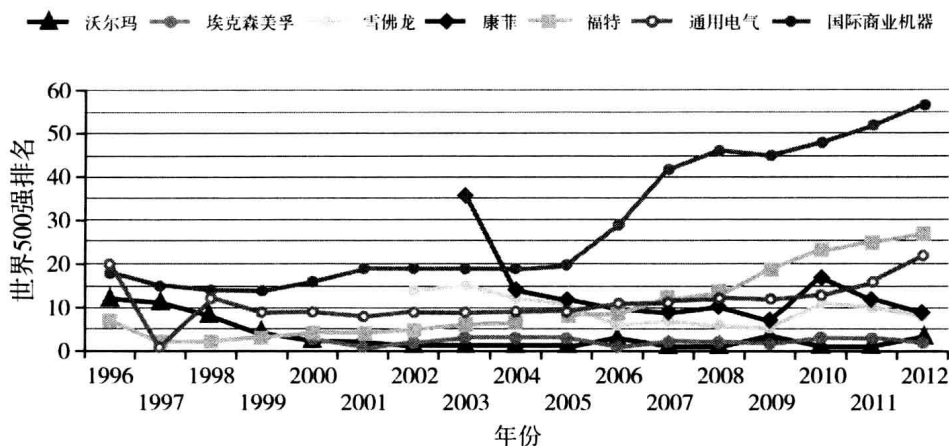


图1-2 美国7家公司财富世界500强历年排名变化

(资料来源：邓正红软实力研究应用中心)

笔者从2012年世界500强中选取了7家前60名以内的美国重磅型公司，即沃尔玛、埃克森美孚、雪佛龙、康菲、福特、通用电气和国际商业机器，按照2012年的排名依次上溯往年的排名直至1996年（见图1-2）。

从历年排名变化看，7家公司2012年的排名结果分为3种情况：1. 位于前3名的埃克森美孚、沃尔玛，其排名是不断保持的结果；2. 位于前10名的雪佛龙、康菲，其排名是不断前进的结果；3. 福特第27名、通用电气第22名、国际商业机器第57名，这3家公司的排名是不断后退的结果。

值得引起注意的是，上述7家公司除了沃尔玛，都是有百年以上历史的老牌企业，沃尔玛成立于1962年，已经是花甲之年的半老企业。值得思考的问题是，像沃尔玛这样的零售企业，为什么能连续13年保持世界500强前三名的地位？其源动力何在？像埃克森美孚、雪佛龙、康菲这样的百年石油巨头，出现在500强排行榜为什么不是从1996年开始，而是分别始于2000年、2002年和2003年？埃克森美孚自2000年进榜以来也是连续13年保持世界500强前三名的地位，同样，雪佛龙、康菲自进榜以来拼命往前奔，进到了前10名以内。表明1家零售巨头和3家石油巨头都有着领跑世界500强的强烈意图，这是本书要揭开的第一个美国真相。

福特、通用电气、国际商业机器这3家百年制造类巨头，为什么会持续后

退？真的是经济衰退在它们身上的缩影吗？百年巨头真的到了垂暮之年吗？从后退情况看，福特2007年退出前10名，2010年退出前20名；通用电气2006年退出前10名，2012年退出前20名；国际商业机器2006年退出前20名，2007年退出前30名，2011年退出前40名。3家公司相比，国际商业机器后退幅度最大。

这3家企业的排名出现较大的后退，大致发生在2007年金融危机爆发前后。可以肯定的是，经济衰退已影响到它们的业绩增长，但是，看它们自2009年以来的公司股票股价走势，都是上扬的。2013年3月14日的股价与2009年最低股价相比，福特、通用电气、国际商业机器的股价分别上涨了11.43美元、16.55美元和132.5美元。国际商业机器的排名退幅最大，但股价上涨最高，而且在股价不断上涨的过程中没有出现过大跌幅；福特、通用电气的排名退幅虽然相对小些，但股价涨势比较低。

1996年福特、通用电气、国际商业机器的500强排名分别是第7、第20、第18，2012年的排名分别退至第27、第22、第57，历经16年，福特下降20个名次，通用电气下降2个名次，国际商业机器下降39个名次。股价变化反映了公司的市值走势。福特、通用电气在2013年3月14日的股价均未超过2009年金融危机爆发前的最高水平，这说明福特、通用电气的市值在下降；2009年以前，国际商业机器历史最高股价是在2008年，接近120美元，2009年以后，其股价是在120美元的基础上持续上涨，到2013年3月14日，股价升至212.15美元。在笔者看来，国际商业机器的市值一直在强势增长，并没有受到500强排名持续后退的牵制，这是很不可思议的。综合上述分析，初步可以判断3家公司排名后退的实质：福特是真后退，实力在下降；通用电气是正常的排名波动，实力基本保持；国际商业机器是“假”后退，其企业价值和实力随着排名不断后退反而持续大增。在经济衰退的大背景下，美国公司类似国际商业机器这样的“假”后退现象说明了什么？这是本书要重点破解的一个谜团，也是本书要揭开的第二个美国真相。

美国公司在500强排名变化还有一种现象：先是不断地进后是不断地退，或者先是不断地退后是不断地进。这类公司以辉瑞、强生、可口可乐、麦当劳等为典型（见图1-3）。

辉瑞：1996至2005年的排名是不断向前进，1996年第438名，2005年进至第75名；2006至2012年的排名是不断向后退，2006年退至第101名，2012年再退至第126名，比2005年退了51个名次。

强生：1996至2004年的排名是不断向前进，1996年第176名，2004年进至第92名；2005至2012年的排名是不断向后退，2005年退至第98名，2012年再退

至第138名，比2004年退了46个名次。

可口可乐：1996至2007年的排名是不断向后退，1996年第190名，2007年退至第285名；2008至2012年的排名是不断向前进，2008年进至第275名，2012年再进至第212名，比1996年退了22个名次。

麦当劳：1996至2004年的排名是不断向前进，1996年第450名，2004年进至第305名；2005至2012年的排名是不断向后退，2005年退至第314名，2012年再退至第410名，比2004年退了105个名次。

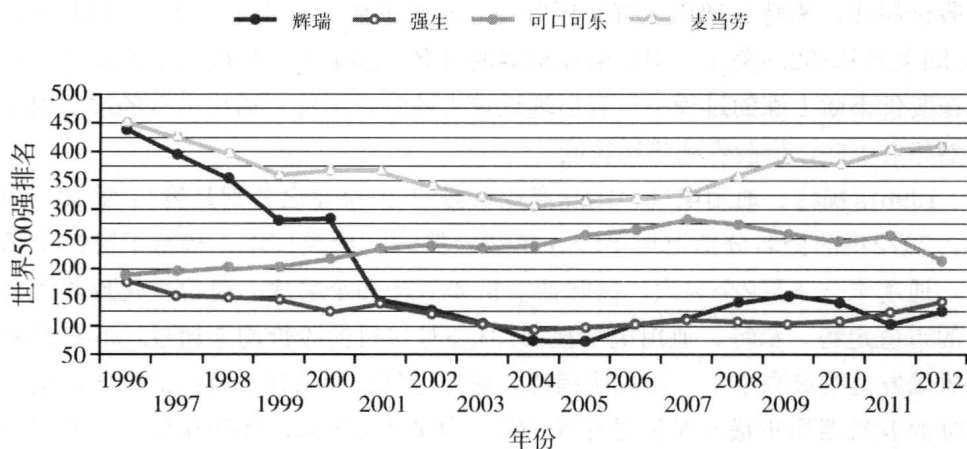


图1-3 美国4家公司财富世界500强历年排名变化

(资料来源：邓正红软实力研究应用中心)

通过上述排名变化比对可知，除了可口可乐排名略有进的势头，辉瑞、强生、麦当劳的排名都在朝后退，美国经济衰退给企业带来的冲击是明显的。令人不解的是，当辉瑞、强生、麦当劳等公司排名不断前进，为什么可口可乐的排名反而持续下跌？当3家公司受经济衰退的影响，排名持续下降，为什么可口可乐的排名反而逆“市”前进？这是本书要揭开的第三个美国真相。

1996年的排名，强生超过辉瑞262个名次，彼此差距非常悬殊，到2001年辉瑞的排名就超过强生，以后的排名两家则相差不大。两家公司都是美国制药巨头，辉瑞只用了短短5年就赶上昔日老大强生，靠的是什么？两家公司2004年以后的排名变化几乎是此起彼伏，当一家前进，另一家则后退，当一家后退，另一家则前进。这反映了什么？这是本书要揭开的第四个美国真相。

连贯性阅读历年来的世界500强榜单，确实令人回味无穷，从中可看出美

国公司的许多端倪。从世界500强美国公司排名变化可得出结论：

1. 经济衰退对美国公司的冲击是直接的，美国公司排名大批后退及大批退出世界500强就是最好的佐证。

2. 美国公司的排名后退，并不能说明美国公司竞争力下降和美国实力下降，美国经济仍在发展，美国公司仍在不同程度地成长，只是成长发展的速度放慢而已。

3. 榜单中一些美国公司的排名后退现象，已超出“衰退思维”所能解释的范畴，其战略动向有待深入分析。

4. 不论经济气候如何，美国总有一批超大公司始终居于世界500强的领先地位（前3~10名）。

5. 经济衰退下，国际商业机器、可口可乐等美国一批老牌公司的市场价值在持续上涨。

6. 美国公司在世界500强的排名变化，似乎是硬的更硬，软的更软。像三大石油巨头，笔者称之为资源性硬公司，其排名趋势是以进为守，在努力保持着世界500强的领先地位。沃尔玛属于零售服务类行业，有软的成分，但以经营商品资源和营业扩张为主，总体上仍属于硬性公司，在世界500强已连续13年保持前3的位置。而国际商业机器、通用电气虽然排名后退，但其市场价值在上市公司中却处于领先地位，市值持续上涨，说明这类老牌制造类公司正变得越来越软。

第二节 软座提升：全球最佳品牌排行榜给出的答案

500强榜给人带来的遐思非常奇妙，入夜越深，凉风习习，人的思维在夜色的沉淀下愈加豁然开朗。美国在世界500强的企业数每年高居全球各国之首，其排名散落在排行榜的各个层次。笔者解读美国公司在500强的排名就像分辨白天和黑夜一样，前面介绍的11家美国公司排名变化居于排行榜的前半部分，因为名次靠前，所以就像白天一样看的比较真切；而居于500强后半部分的美国公司，因为名次靠后，不显山不露水，所以就像黑夜一样难以揣测。不过趁着夜深人静，不慌不忙，同样按照排名追溯的方法，探析后半部分的美国公司排名变化。果然，又有惊人发现。

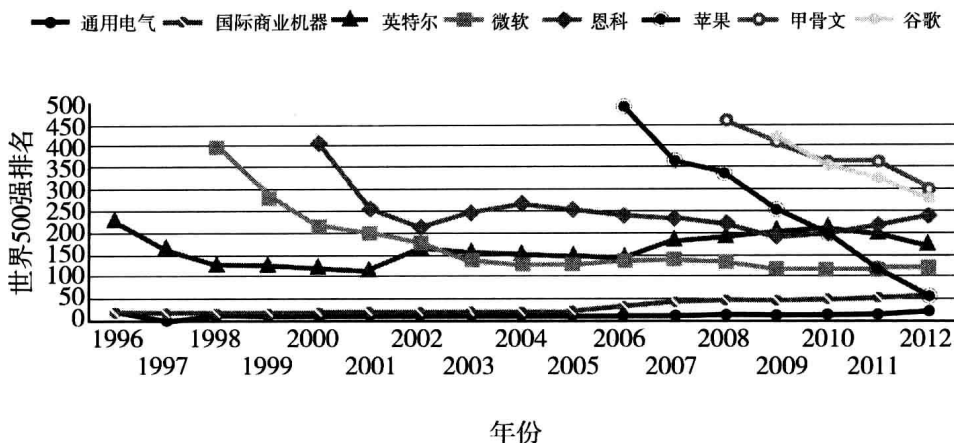


图1-4 美国软公司世界500强历年排名变化

(资料来源: 邓正红软实力研究应用中心)

有部分美国公司成立时间不长, 一般是上个世纪70、80年代成立的, 有的更晚, 成立于上世纪90年代后期, 它们进入世界500强比百年老店都比较晚, 但是, 一旦登榜, 其排名由后向前推进的速度却快得惊人。这类公司多数从事IT业, 以技术及服务见长, 对硬资源的依赖性较低, 因此, 笔者称之为软公司。

这类软公司包括英特尔、微软、思科、苹果、甲骨文、谷歌等。从它们进榜时间及历年排名变化看(见图1-4), 英特尔1996年就在榜, 说明它是软公司中的老大, 功成较早; 其次是微软, 1998年进榜, 其他4家软公司都是2000年以来进榜的, 其中谷歌最晚, 2009年进榜, 它是90年代后期才成立的。

英特尔: 1996年第228名, 2012年第173名, 16年跃进55个名次, 平均每年前进3.4个名次;

微软: 1998年第400名, 2012年第119名, 14年跃进281个名次, 平均每年前进20.1个名次;

思科: 2000年第409名, 2012年第237名, 12年跃进172个名次, 平均每年前进14.3个名次;

苹果: 2006年第492名, 2012年第55名, 6年跃进437个名次, 平均每年前进72.8个名次;

甲骨文: 2008年第462名, 2012年第300名, 4年跃进162个名次, 平均每年前进40.5个名次;

谷歌: 2009年第423名, 2012年第277名, 3年跃进146个名次, 平均每年前进48.7个名次。