

科尔尼论丛 (总第 43 期)

ATKearney

洞察天下 决胜未来

创新，突破的原动力

贺晓青 主编

A.T. Kearney

 中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

科尔尼论丛 (总第43期)

AT Kearney

胜未来

创新，突破的原动力

贺晓青 主编

A.T. Kearney

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

创新，突破的原动力 / 贺晓青主编. —北京：中国财富出版社，2014.12
(科尔尼论丛)

ISBN 978-7-5047-5492-9

I. ① 创… II. ① 贺… III. ① 企业创新—创新管理—研究—中国 IV. ① F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 278401 号

2014 年科尔尼版权所有。A.T. Kearney® 为科尔尼注册服务商标，未经版权所有人书面许可，本书任何部分均不得以任何形式复制及传播。有关资料索取，文章引用及其他相关事宜，请联系我们的市场部工作人员。

策划编辑 颜学静
责任编辑 颜学静

责任印制 何崇杭
责任校对 饶莉莉

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼
电 话 010-52227568 (发行部)
010-68589540 (读者服务部)

邮政编码 100070
010-52227588 转 307 (总编室)
010-52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 上海秋雨文化印刷有限公司

书 号 ISBN978-7-5047-5492-9 / F·2282

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 7.25

字 数 250 千字

印 数 0001—3000 册

版 次 2014 年 12 月第 1 版

印 次 2014 年 12 月第 1 次印刷

定 价 30.00 元

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换

主编寄语

当持续高速增长已成为历史之时，如果说突破是中国经济发展到了特定阶段所必需的脱胎换骨，那么，创新将是成功实现这一蜕变所需的重要原动力，对于中国宏观经济、产业如此，对于希望在下一轮竞争中生存、成长的中国企业，更是如此。

创新非中国企业的传统优势，但并不遥远。

生存和成长的艰难使创新在企业家心目中的重要性明显提升。创新已是部分有胆识的本土领先企业成功的第一要素、并愿意大力投入、承担风险。有中国新经济企业独具胆识，在数年前为电子商务创新投下大赌注、如今已被几近垄断的市场地位证明成功的业务模式创新，也有多年致力于创新的传统制造业领军者正在大力推进的、在全球范围内亦是非常独特的组织模式创新，更有众多的新经济企业历尽苦难、痴心不改地寻求创新的业务模式，传统企业苦苦寻求从“抄”到“超”的转折点……

但更多的企业家担心创新对于中国企业的可行性——产品创新往往高精尖，中国企业是否有技术和经济基础超越国际竞争对手？

我们希望借本刊精选文章表达——创新不是狭义的，创新本身的定义如此，创新的资源更是如此，创新近在眼前、并不遥远：

- 将推动中国企业突破、转型的创新远远超过产品创新的范畴，涵盖企业运行的各职能领域如营销创新、渠道创新、制造流程创新、商业模式创新，乃至战略、组织创新，等等；
- 创新的定义，不仅仅是超越国际竞争对手，超越国内同业、甚至突破企业自我模式，往往带来立竿见影的效果；
- 创新的资源，远远不限于内部专职创新团队，还包括企业全员、供应商、渠道商、合作伙伴、乃至竞争对手，等等；
- 创意，来源于国内企业远远未能充分运用的大数据，来源于跨界的经验，来源于创新机制带来的创意征集，而创意的根本，来源于对客户需求的渴求和洞察。

创新是突破的原动力，是中国企业寻求转型的关键机会点。而战略上重视创新、正确定位创新，将是创新在企业个体中可行、落地、并建立长期创新能力的第一步。

编委会
主 编：贺晓青
编委会成员：
赵柯禹 胡月丽
谢 意
译 校：
战士慧 郭中月
版式设计：
高伟森 何浏清



贺晓青
科尔尼全球合伙人

编辑寄语

拥抱创新——培养创新意识和创新文化

月有阴晴圆缺，大国有兴衰荣辱，而驱动企业各领风骚数十年的唯“创新”二字。创新，不仅仅是技术创新，更重要的是模式创新——其中包括组织创新、市场创新、金融创新、制度/流程创新等。

在世界经济学范畴，首先提出创新基本概念和理论的是奥地利经济学家J.A.熊彼特。他在1912年出版的《经济发展理论》一书中率先提出了创新的基本理论，并明确指出创新是企业家的职能，是企业家对生产要素的新组合，即企业家把一种从来没有过的生产要素和生产条件的新组合引入生产体系之中，从而实现经济发展的动态性和循环性。

在中国经济经过多年快速粗放发展期、进入转型和调整期的今天，企业再谈创新也变得意义深远。编者以为，中国企业的创新要先从创新意识和创新管理两点着手。

创新意识：

中国大凡互联网以外的传统企业，在企业战略制定和发展规划中往往有一个必不可少的环节——外部对标。通过类似企业发展历程和轨迹的总结，企业家们希望看到自己的发展路径和未来方向。在一个对外部世界知之甚少、在行业内排名靠后的企业而言，对标是迅速缩短差距、明晰方向的捷径。

但对于一个立志突破、独创蓝海的企业家，创新才是真正能够带领企业寻求突围，保持竞争优势的独特法宝。企业家一定要主动寻求商业模式创新的破解之道，对技术和模式创新的鼓励、对创新策略资源投放的支持是企业创新的第一步。本期文章“**创新：顺境和逆境中的正确赌注**”，“伟大的创新始于根本”从创新意识和理念上与各位读者进行深入分析和探讨，通过对创新企业的研究，揭示创新战略的重要性。

创新管理：

一个有创新意识的企业并不一定是能创新成功的企业。企业创新能否成功，最基础也最核心的在于企业是否能够建立兼容并蓄鼓励创新的管理体系，给企业内部创新者快速展现创新成果的平台。

一个新思想、一个新理念能够成长历练到改变原有游戏规则需要不同背景和观点的人对其的锤炼和塑造。本期我们精选文章**启动100天开放式创新速效方案**从快消品行业创新实践进行分享，而**大数据时代下的金融业变革**描述了海量数据对传统金融业运营效率和风险控制上的影响，**驾驭制造业颠覆性变革浪潮**则从技术、人口结构变化等驱动因素下制造业必须面临的变革和创新着手分析，**通过研发价值链释放制药公司潜能**从研发商业模式入手提出制药公司如何在创新道路上保持竞争力，而**大数据时代的破坏性创新**更从大数据着手，提出对各行各业都存在的创新挑战和创新机遇。

创新无法在一个高度集权、凡事循规蹈矩、不鼓励思考的组织产生。事实上，商业模式的创新，伴随权利和利益的重新调整，创新需要企业带着全员承担的热忱制造一个宽容的环境，拥抱不确定的未来。

创新是这个时代给予中国企业的一个重要挑战也是一个重要机遇。科尔尼在2013年整整做了四期创新相关专刊。今天，编者将专刊中的文章精华和对创新最新的深度思考集结成册，以飨读者，希望引起共鸣。同时也欢迎各位读者参与和关注科尔尼“**最佳创新企业评选**”。



赵柯禹
科尔尼董事

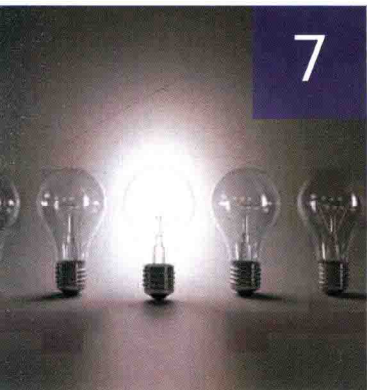
理论前瞻



1

创新：顺境和逆境中的正确赌注

市场变化无常，想要实现发展目标难上加难。但是正如我们所见，最佳创新企业无论是在顺境还是逆境中，都在市场上遥遥领先。他们制定清晰的创新战略，在探索初期筛选创意，认真估算后将资源投入到最有发展前景的创意上。但遗憾的是，尽管许多管理人员都相信创新具有非同一般的超凡影响，但真正能见证创新那一刻的寥寥无几。



7

2014中国“最佳创新企业”评选活动

首届中国“最佳创新企业”评选活动现已拉开帷幕。本次活动由科尔尼国际管理咨询公司（A.T. Kearney）、中欧国际工商学院（CEIBS）以及《商业周刊 / 中文版》（Bloomberg Businessweek/China）联合举办。



9

伟大的创新始于根本

人人都喜欢创新者。无论是苹果、谷歌、宝洁，还是其他创新者，他们都得到了世界的关注、仰慕和财富。然而，普通公司应如何通过创新脱颖而出呢？科尔尼公司通过一系列的研究探讨了取得持续创新成功的驱动力。在本次研究中，我们分析了各类企业，并采访了企业高管，旨在了解他们如何制定成功的创新战略，并揭示这样一种理念，即伟大的创新是从最根本的问题开始的。



16

启动 100 天开放式创新速效方案

如何将一个自我满足、思想陈旧快速消费品公司转变成为创新的源泉？没有立竿见影或者轻而易举的办法。这个过程是漫长曲折的，需要企业 CEO 发挥领导力、洞察力和持久力。但是谁能正确地迈出第一步，谁就能得到最大的收益。100 天开放式创新速效方案是一种快速见效的方法，能让公司开展正确的活动，并且营造一种“全力以赴”的创新文化。

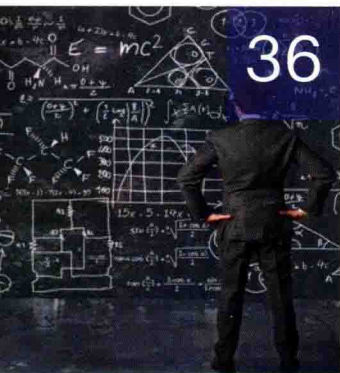


22

大数据时代的破坏性创新

21 世纪的大数据是否等同于工业革命？我们认为是。大数据指的是传统技术几乎无法处理的庞大数据集，学习如何应用大数据的公司可以将其转化为巨大优势。越来越多的公司为了获取短期和长期的利益，都在不断尝试并且实施各种方法挖掘大数据的潜能。成功的关键因素首先是要把数据看作是资产；其次，努力培养利用大数据潜能的各种能力。

行业观察



36

大数据时代下的金融业变革

金融行业是数据的生产、仓储、处理和传输的集合。在以网络化和数据化为特征的新经济时代，金融与大数据的交叉融合变得顺理成章且合乎情理。金融大数据旨在从海量的数据中快速获取有效信息以支持商业决策，从而进一步推动金融业发展。大数据将促进商业银行、保险等传统金融机构实现精准营销和更好地规避风险，从而带来更优的经营绩效和更高的运营效率。



46

创新者的秘密武器

无论你是否强调战略或运营效率的重要性，你都不得不承认，所有企业取得成功的原因都是因为他们为客户提供了优质的产品或服务。一款好的产品并不一定是公司取得长期成功的唯一保障，但毋庸置疑的是，开发出好的产品是企业成功的必要条件。科尔尼将与您一起探讨创新者的秘密武器。



53

驾驭制造业颠覆性变革浪潮

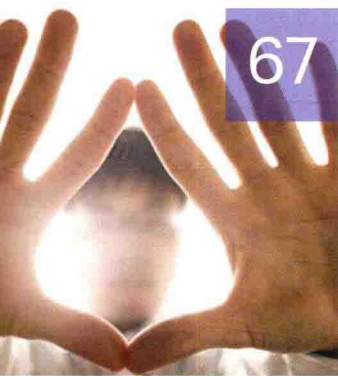
从亚当·斯密的劳动分工理论到工业革命，再到 20 世纪 90 年代高科技的繁荣发展，制造业随着一波波变革浪潮而不断演变。最新一波的变革浪潮方兴未艾，此时 21 世纪的制造商们面临重大决策，这些决策可能会创造机遇，也可能带来竞争挑战。如今，新的颠覆性因素层出不穷，比如 3D 打印等新科技的潜在影响、全球供应链的固有风险、数据的指数式增长以及日新月异的人口社会经济结构等。



60

创新：追求完美还是最优

如果我们对酒店业经营者说，你可以效仿汽车制造商，在同一平台上设计不同的酒店房间，这听起来是不是有点太疯狂了？但是雅高酒店集团做到了这一点！我们为雅高酒店集团设定了挑战性的目标，全公司为了一个看似无法企及的目标而共同努力，这种压力又激发了超凡的合作动力，想出了一系列富有想象力的应对措施，最后这家欧洲连锁酒店通过“即插即用”的方法削减了 50% 的建筑和翻新成本！



67

CIO 在创新实践中的角色

今天的技术驱动型创新比以往任何时候都更能促进增长。领先的创新者会通过创新计划来实现持久的成功。首席信息官 (CIO) 了解 IT 创新的重要性。在我们近期开展的一项有关 IT 创新的最新研究中，90% 被采访的 CIO 表示技术驱动型商业创新是企业获得竞争优势的关键所在。现在是时候鼓励 CIO 们积极利用自身的技术专长，充分发挥 IT 创新的力量，帮助组织实现增长。



74

绿色新思考：IT 驱动的可持续产品和服务

下一波绿色创新浪潮将采用数字技术来帮助消费者减少对环境的影响，我们将此命名为正在崛起的“绿色产业 2.0”，这是传统的“绿色产业”与颠覆商业格局的互联网 2.0 时代的网络工具相结合的产物。“绿色产业 2.0”是一个不断发展壮大的行业，不仅能为公司带来积极效益，也能推动国家经济的长期发展，特别是对那些各方面正在进行数字化绿色转型的国家来说更是举足轻重。

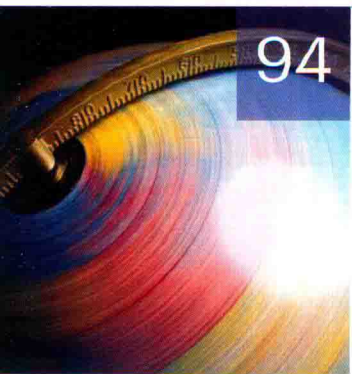


80

通过研发价值链释放制药公司潜能

世上没有万全之策。制药公司的管理人员需要做出一些选择，比如，在创新道路上，公司在哪一方面最具竞争力？公司计划采取哪一种商业模式？不同的公司在不同领域的优势各不相同。然而，对所有公司而言，若想推行改革，就必须认清自己在未来创新潮流中的独特能力，从整体上把握自己在市场上的位置。我们认为，制药公司可以通过对研发价值链的客观分析来确立自己的战略定位。

科尔尼指数

An abstract graphic featuring a ruler with a yellow and black striped pattern, partially visible on the left. The ruler is set against a background of vibrant, swirling colors in shades of blue, red, and yellow, creating a dynamic, artistic effect.

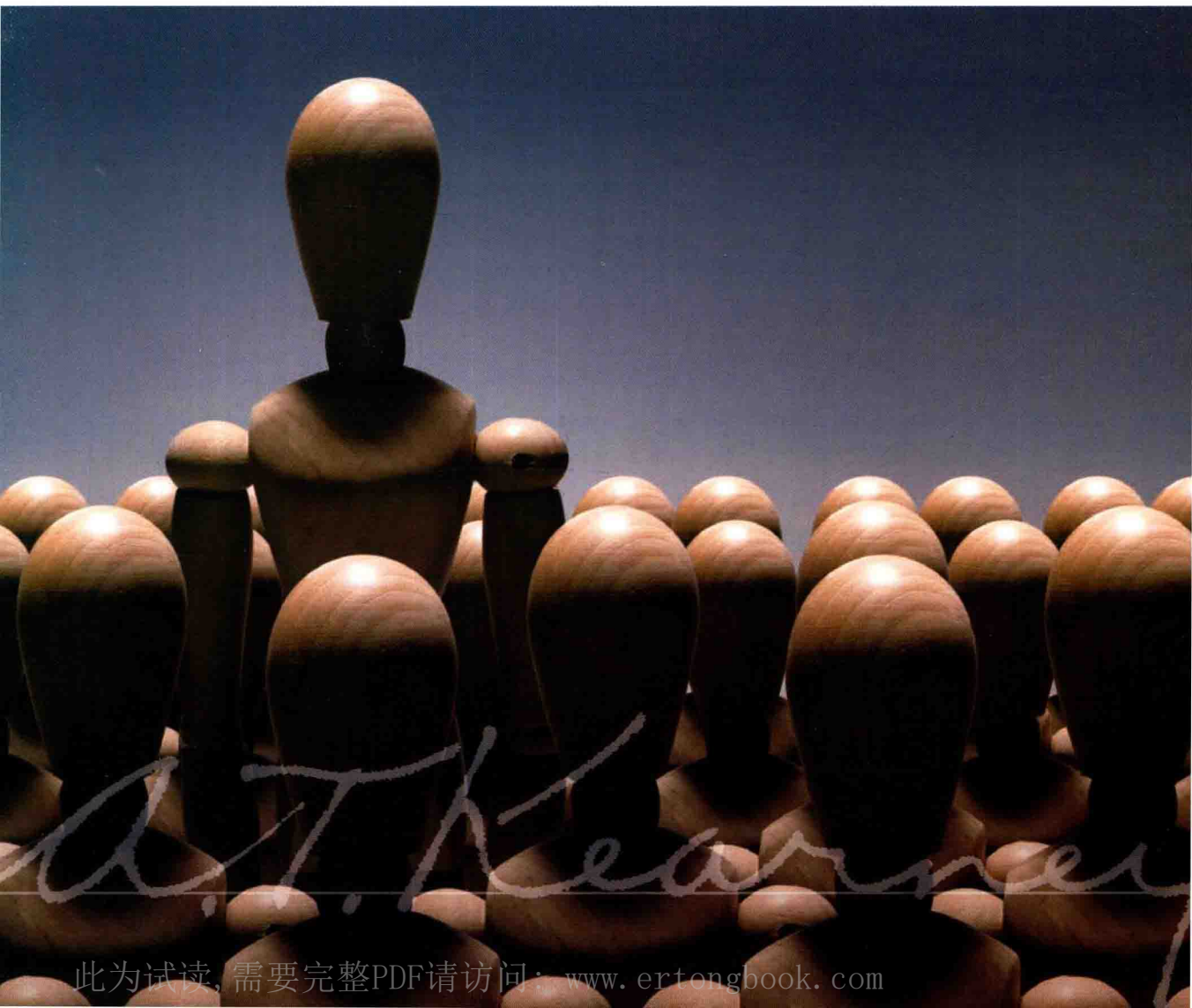
94

2014 年全球化城市指数及新兴城市展望

本次科尔尼全球化城市指数探讨了各大洲 84 个城市在商业活动、人力资本、信息交流、文化体验和政治参与的五大维度 26 个具体指标上的表现。自 2008 年首次发布该报告以来，我们不断更新衡量指标来反映新的趋势，分析这些城市各项指标的演变，并提出应如何提高全球化水平的见解。今天的全球城市如果想要为其市民提供全球领先的福祉，就必须比以往任何时候都更要加速前进，一刻都不能懈怠。

创新：顺境和逆境中的 正确赌注

正如我们所见，最佳创新企业无论是在顺境还是逆境中都在市场上遥遥领先。



对许多高层管理人员来说，创新就像神秘的青春之泉。如果在他们的带领下，公司能得一泉甘露，则会焕发新生，用商业用语来说，则能保持持久的竞争优势。但遗憾的是，尽管许多管理人员都相信创新具有非同一般的超凡影响，可几乎无人能见证创新产生奇迹的那一刻。

人们普遍认为创新是价值创造的一个重要手段。然而创新所产生的价值常常需要很长的时间才能实现，而且商业创新本身就伴随着风险和不确定性。成功的创新往往要经历很长的时间才能得到市场的认可，而投资者们缺乏耐心，不愿为高管们漫长的等待买账，除非市场能给出他们预期的价格。

过去十年中，科尔尼一直在研究欧洲的创新型企业（参阅：科尔尼最佳创新企业评选）。我们经研究发现，领先的创新型企业始终遥遥领先于同行其他企业，这不仅体现在股价上，还体现在收入和利润的增长上——可以说，在市场变化不定的时候，用这个指标来衡量价值创造更有意义。它们之间的差别非常明显（见图1）。在经济衰退期，企业要选择一条正确的道路来创造长期价值，如果创新是企业恢复增长的关键，那么问题就是：企业如何才能成为最佳创新者？

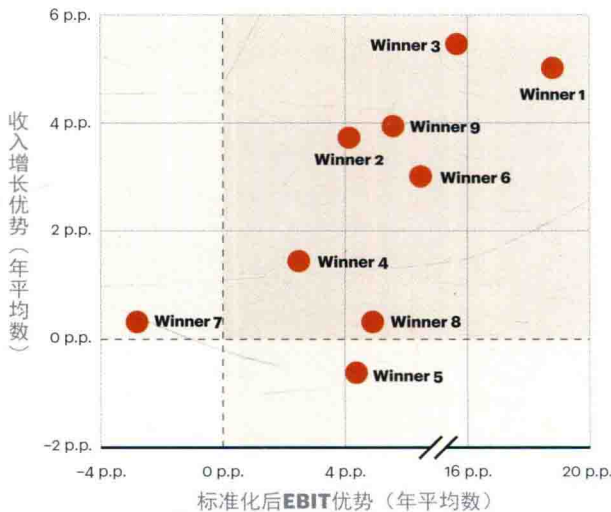
图1
最佳创新企业能产生远高于市场的股价、收入和利润增长

最佳创新企业的股价走势与EURO STOXX 50
指数对比
(指数，2005年1月－2012年6月)



注：最佳创新企业通过2005—2012年法国和德国优秀上市企业的加权平均确定的。
来源：最佳创新企业评选；科尔尼分析。

最佳创新企业的长期表现与业界平均水平对比
(2003－2011年)



注：p.p.是指百分点。
来源：福布斯，汤森路透数据，科尔尼分析。

最佳创新者的不同之处

最佳创新企业并不是某天一时兴起就决定要创新的。创新必须要刻意而为，善于创新的公司培养了自己特定的能力，从概念形成到投入市场的每个环节都需要不断地激发持续的开发和管理。换句话说，他们不断培养自己探索创新概念的能力和技术，将精心挑选出来的概念变成现实，以这种方式为成功的创新创造了积极条件（见图2）。

图2
创新先锋企业善于概念的探索 and 实现



来源：科尔尼2003—2011年最佳创新企业。

规划创新方向

创意就像漂浮于海面的营养物质。它们多到数不清，如果能够将这些创意分离、捕捉并完善，它们就能养活人类。在探索阶段，成功分离和捕捉这些创意，并将其精细化到便于开发的程度的能力就是创新的主要驱动力，它需要经过几个基本步骤。

许多企业的创新仅仅是在现有价值主张上做些改进。而另外一些企业的创新则能够带来实质性的突破，挑战企业现有的业务领域和能力。创新项目，无论是普通创新还是破坏性创新，一个普遍要求就是要有清晰的创新战略，为创新提供指导，设定创新方向，排除不相关的想法创意，确保其与企业战略相一致。

不同的公司以不同的名字来命名其创新方向，包括创新领域、研究领域和创新平台等，但是它们都包含相同的概念：未满足的消费者需求、社会和法律趋势，以及新兴科技都可以创造商业机会。这些研究领域要与企业目前的服务紧密相连，就像可口可乐对包装的创新；或者进入一些不相关的领域，就像耐克从事健康监测行业。但是，这一领域必须符合公司的战略。

创新先锋企业比竞争对手投入更多的精力去分析市场和技术动态，以便更好地了解未来面临的挑战和机会。他们善于将自己对这些动态的理解与符合公司战略增长差距的研究领域结合起来。

创新先锋企业采用一种全方位的创新方法，他们不仅关注产品创新，更关注流程、服务以及商业模式创新。例如，他们重新整合商业模式中的各个模块，满足新的业务需求或消费者需求；他们还会采取具有内部一致性的独特且可持续的方式，让竞争对手很难复制。荷兰金融集团ING的网上金融服务，ING Direct，就是商业模式创新的典范，它为消费者提供有限的几种简便易懂的金融产品，同时确保其银行网络规模最小化。

另外，应重视形成全面的创新观念：研究显示，尽管产品创新仅占制造业营业利润的12%~15%，但是其他方面的创新能带来8%~14%的利润¹。

在创新的初期，不确定性和风险最高，所以在探索创新概念的阶段，失败肯定是无法避免的。事实上，在许多情况下，失败未必不是一个好的结果，因为如果所有的概念都能算好的创意，那么这些概念就还都不够好。先锋企业能够快速筛选出最具潜能的创意，尽早排除不太可能实现的创意，避免那些没有价值的想法无谓地消耗资源，为放弃执行带来更多困难。

¹ 来源：“技术和产品创新以外的竞争力来源”：IMP³rove研究结果，欧洲创新（Europe Innova），2011年7月。IMP³rove是由科尔尼领导的一个欧盟委员会项目。本研究的结果基于3500多家欧洲企业数据得出，其中大部分为中小企业。

科尔尼最佳创新企业评选

十年来，科尔尼的最佳创新企业评选活动挑选出了最优秀的创新管理企业。自2003年起，评选从5个维度出发分析了来自超过15个国家的1750家企业。

- 公司高层是否参与制定并实施创新战略？
- 创新文化是否作为衡量企业创新能力的主要因素渗透在企业内部？

- 创新生命周期管理流程是否提高了创新所创造的利润？
- 公司是否利用一系列的驱动因素促进成功的创新？
- 创新是否是连续性的，是否开展成功？

我们邀请评选中胜出的公司加入最佳创新企业俱乐部，俱乐部成员每年聚会一次，分享经验和想法。



筛选过程设有明确的里程碑，考虑了各种不同的标准，包括消费者价值、市场吸引力、与当前能力的匹配度以及风险收益关系。此外，顶尖的创新企业经常尝试新的工具和方法，例如，在创新初期，利用“设计思维”（Design Thinking）考虑有意义的消费者投入²。他们会尽早对这些概念进行系统测试；决定是否要开展某项创新，仅仅靠书面汇报的形式是远远不够的。创新先锋企业还引入最权威的内部和外部专家帮助快速决定采用哪个创意。

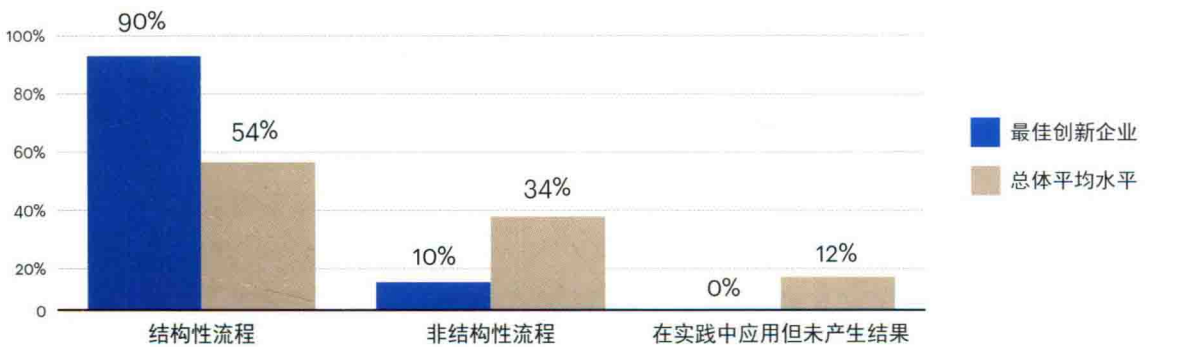
人们现在普遍认为如果让价值链上的所有创新相关方都参与到创新中，这将有助于拓宽想法，避免产生“非我创造”综合征。许多创新管理概念都是“开放式”或“渗透式”模型，因此同第三方合作就至关重要。

创新先锋企业对其价值链合作伙伴的资产、资源和能力进行全面考量。早在创意提出阶段，为了能够持续扩充想法，他们会让来自内部和外部的利益相关方广泛地参与整个过程。开放模式中创新可以以多种形式进行，包括孵化器和企业风险投资。

供应商在创新中很容易成为合作伙伴。创新先锋企业能够更好地了解他们的供应基础的能力，并且在创新过程中，尽早与合适的供应商开展紧密合作，让其参与到创新中（见图3）。

图3
最佳创新企业重视创新活动中供应商的尽早参与

如何制订创新战略让供应商尽早地参与创新？



来源：科尔尼2012年最佳创新企业评选。

² “设计思维”一直被描述为“根据对人们的生活期望、需求以及对产品生产、包装、推广、销售和支持方式的喜恶的深入了解和直接观察进行的创新。” 来源：蒂姆·布朗，“设计思维”，《哈佛商业评论》，2008年6月。

一些公司甚至通过消费者和用户来选择最具前景的研究领域，为创意提供更多灵感。其中一个例子：GE在与一些风险投资公司合作期间，举办了广受欢迎的“Ecoimagination Challenge”创新大赛，搜集有关如何改善未来能源的想法。在第一轮比赛中共收到4000份创意方案，第二轮比赛中收到1000份关于智能电网的创意。来自100多个国家的近75000市民对这些创意进行了评价和投票。这次活动非常成功，GE将其复制到中国、澳大利亚和新西兰，举办了名为“Healthy Imagination Challenge”的活动，旨在找到改善乳腺癌诊断的最佳方法。

扬帆起航

创新的重点在于创造力和新视野，但是这并不是创新的全部。严格且出色的执行同样必不可少，能出色地完成创新并不是件偶然的事情。

优秀的创新企业利用简单且完善的创新开发流程来管理整个研发活动，从设计到生产、营销，最后上市。这些完善的流程并不受职能部门间协调困难的影响，并且规定了清晰的里程碑，以确保在合适的阶段选择是否继续研发。在恰当的时间和阶段，也会加强管理，高层必须给出指导意见，做出关键决定，但是他们的作用并不能代替专家。

善于创新的企业会制订严格的投资组合管理体系，这样企业就可以发现创新路线上是否存在遗漏、重复或者前后不一致的情况。他们会综合考量投入到创新中的资源，鼓励在所有创新项目资源共享。此外，创新先锋企业利用投资组合管理创新路线的全球价值，并且通过观察各职能部门的表现加强内部运行能力，提高整个创新周期中的管理一致性。

创新先锋企业通过及时预测并制订创新过程中的各个环节，组建了跨职能的高效运作团队。这些团队都是以项目的方式运作，其成员不仅来自研发和营销部门，还来自销售、采购、供应链以及生产部门。公司会任命经验丰富的项目经理管理这些团队，除了自己的工作外，这些项目经理还负责整合专家们的意见，并最终执行创新项目。

最后，所有创新先锋企业都强调建设和培养创新文化的重要性，尤其是在开发阶段。衡量成功的创新文化有几个主要维度：合作精神、紧迫感、变革准备等（见图4）。

图4
创新文化的维度

	说明
默认创新	创新价值是由公司不成文的规定来衡量的
企业家精神和创造力	鼓励冒险，失败是一种学习并不是惩罚
紧迫感	加快创新步伐，赶超竞争对手
合作精神	鼓励跨职能、跨地域和价值链上下游企业共同合作
开放心态	珍惜来自公司外部的想法
创新空间	员工要有创新的自由
以消费者为中心	创新要从消费者身上获取灵感，不要为了技术创新而创新
变革准备	保持现状就是落后

来源：科尔尼2003—2011年最佳创新企业评选。

实现成功的创新

市场依旧变幻无常，在这样多变的市场上想要实现发展目标难上加难。但是正如我们所见，最佳创新企业无论是在顺境还是逆境中，都在市场上遥遥领先。他们制订清晰的创新战略，在探索期就筛选创意，并将资源投入到最有发展前景的创意上。他们还会认真进行估算，在顺应市场的创新项目上投下赌注。

作者



Kai Engel
科尔尼全球合伙人，常驻杜塞尔多夫办事处
kai.engel@atkearney.com



Jochen Graff
科尔尼公司董事，常驻杜塞尔多夫办事处
jochen.graff@atkearney.com



Harris Ng
科尔尼公司董事，常驻底特律办事处
harris.ng@atkearney.com



Charles Perrard
科尔尼公司董事，常驻巴黎办事处
charles.perrard@atkearney.com

在此，作者衷心感谢Ingo Petersen对本报告撰写做出的贡献。

2014中国“最佳创新 企业”评选活动

由科尔尼、中欧国际工商学院、《商业周刊/中文版》
联合举办。

