

第1期

2023

季 度 简 报



中国管理科学学会
China Management Science Society

季度简报

目录

CONTENTS

- 学会资讯
- 管理前沿
- 活动预告
- 图书推荐
- 分支介绍
- 会员风采
- 管理案例

学会 资讯



首期“虹桥财经汇”活动圆满召开

2023年3月9日，中国管理科学学会财务管理专业委员会联合上海虹桥国际中央商务区管委会共同推出的首期“虹桥财经汇”以“点虹成金，筑桥共赢”为主题，在嘉定·北虹桥顺利举办。

中国管理科学学会副会长兼秘书长张晓东、上海虹桥国际中央商务区管理委员会党组成员副主任胡志宏、嘉定区副区长李峰、上海社会科学院国家高级智库资深专家杨建文、嘉定区投资促进服务中心副主任蔡燕、哈工大人工智能研究院公司金融与生态首席禹久泓、虹桥国际中央商务区投资促进处处长贾开京、北虹桥商务区管理委员会办公室常务副主任范意萍、江桥镇党委书记甘永康以及嘉定区区经委、区科委、区税务、区投促、江桥镇等有关领导和各专家学者、资深财务管理人士参与了本次活动。



上海虹桥国际中央商务区管理委员会党组成员、副主任 胡志宏

上海虹桥国际中央商务区管理委员会党组成员、副主任胡志宏先生在致辞中介绍，“2022年受疫情影响，商务区仍然保持了良好的发展活力，累积吸引投资和开工建设项目建设总额近1300亿元，其中签约重点项目153个，投资额相较2021年的同期增长了将近60%。外资外贸势头喜人，全年实到外资增长100%，进出口商品总额增长8.6%。今年1月税收收入实现同比增长25%的良好开局，经济的发展呈现强劲的韧劲。一大批长三角乃至全国的企业，将国际化的业务板块和研发中心落地在商务区。”同时，以重点发展创新经济为主要特色的虹桥国际中央商务区北虹桥片区则集聚了一批具有创新活力的领军企业，嘉定作为北虹桥片区的重要载体，企业主体夯实，创新生态不断优化，人才礼遇升级，发展硕果累累随后。



上海市嘉定区人民政府副区长 李峰

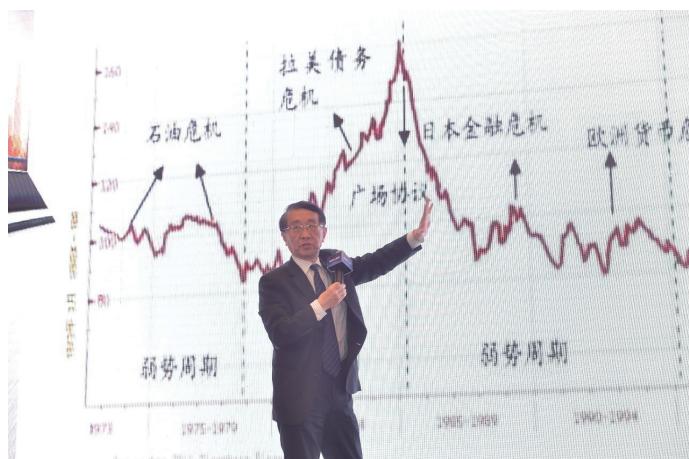
嘉定区副区长李峰介绍了嘉定的“四城建设”以及汽车“新四化”、智能传感器及物联网、高性能医疗设备及精准医疗、在线新经济等领域在嘉定取得的突破与进展。他说“我们的定位就是开放北虹桥创新领航地，我们把重大的机遇转化为区域的发展动能。合作才能共赢，共赢成就发展。嘉定是一座开放创新包容的城市，北虹桥更是一片正在崛起的投资创业的热土。衷心希望通过本次活动，让大家聚焦北虹桥，扎根北虹桥”，并表示非常期待与中国管理科学学会建立更多联动，进一步推进与中国工程院院士等专业人才的交流，以及院士成果展示与转化交流等。

在本次“虹桥财经汇”中，来自不同领域的专家、学者以及机构高管齐聚，就数字化发展趋势，企业金融赋能，区域协同展望等发表了真知灼见。



中国管理科学学会副会长兼秘书长 张晓东

中国管理科学学会副会长兼秘书长张晓东以《创新驱动数业发展》为题进行分享。他详细解释了“数业发展”，他说：“如果从科学的角度，一个数字，其实不能涵盖今天讲的数据编码信息智能这一系列的技术。如果给数业有个定义，其实它是继农业、工业之后新的经济，甚至是文明形态，它是以数据作为核心要素，算法、算力为主要驱动力，通信网络等为载体，以数智科技形成新的生产力，推动业态转型，形成现代化生产管理和数字治理模式，开启人类数字化生产生活方式，体现新生态的经济和社会新范式，开启人类文明的新时代。其实关于创新型经济、数业经济的主导，核心就是创新。再回归，数业经济本质就是创新主导的经济。也可以说数业经济本身就是创新型经济。”



上海社会科学院国家高级智库资深专家 杨建文

本次“虹桥财经汇”活动探讨的核心是长三角与虹桥的未来，上海社会科学院国家高级智库资深专家杨建文就宏观环境的理解与预判做重要分享。针对外部环境他指出：“2023到2024年，在美国下一波美国总统选举以前，总体上比较务实。”而谈到外部经济情况他表示：“美联储加息，美元指数上升，随后有一个上拐点，有一个下拐点。我们目前处于它上升的期间，2023年是接近于上拐点。”“内部简单来讲，增长预期是在上升。上半年主要靠修复和政策，软硬基础设施，下半年有望三大优势条件支撑的内生增长。”



嘉定区投促服务中心副主任 蔡燕

随后，嘉定区投资促进服务中心副主任蔡燕介绍了嘉定城市的环境、产业基础，以及北虹桥商务区的发展。她指出：“北虹桥这个区域，重点是围绕着‘一区一城一湾’三个片区重点发展。其中一区，主要是与地产集团合力打造的北虹桥城市更新片区；一城主要与临港合作开发的原来金宝园区的整体转型项目；一湾，是新慧总部湾。北虹桥区域，主要围绕以数字贸易、健康医疗、新材料等产业导向。而且，一直是总部经济和创新经济的沃土，所以这几年来，我们吸引了很多行业的头部，包括一些独角兽企业落户在北虹桥。比如有华住集团的总部，康德莱总部，还有太太乐总部等等一大批民营企业和贸易总部集聚在北虹桥。”



哈工大人工智能研究院公司金融与生态首席 禹久泓

最后，哈工大人工智能研究院公司金融与生态首席禹久泓，在会上做了重要演讲《智慧园区数字化运营与招才引智动能集聚》。他指出：“通过对企业数据的全息画像，我们对企业进行分析之后，就可以很方便地帮助园区招商，更精确更准确地帮助园区扶持企业，也可以帮助企业与产业链进行互动。这里面可能可以做到一屏知运营、大屏联动。”

出席本次活动的还有虹桥国际中央商务区投资促进处处长贾开京、北虹桥商务区管理委员会办公室常务副主任范意萍、江桥镇党委书记甘永康以及嘉定区区经委、区科委、区税务、区投促、江桥镇等有关领导。

为了加强政企联动，加强政策理解，活动下半场是政企面对面闭门会议。会上，虹桥国际中央商务区投促处副处长朱莹华分享了商务区发展机遇；江桥镇副镇长赵慧莲介绍了北虹桥发展及承载资源情况；上海北虹桥商务区管理委员会办公室派驻组组长王珏解读了嘉定惠企政策；全斯美德研策部总监应涛分享了上海及虹桥物业市场展望；中国银行上海市分行金融市场部策略分析师吴榕，对近期外汇市场走势做了分析和展望。

未来，虹桥国际中央商务区作为服务长三角一体化发展国家战略的“彩虹桥”，将继续担负着双向连接，创新经济，发展共赢的艰巨任务。“虹桥财经汇”系列活动也将常态化持续举办，中国管理科学学会财务管理专业委员会，也将发挥专家群体优势，贴合企业需求，助力虹桥国际中央商务区，为区域内企业提供战略辅导、特色课程等多元化系统化指导，进一步推动企业集聚、产业集群、创新集成，为提升我国经济效益贡献一份力量。

中国管理科学学会产业金融管理专业委员会、 北京外国语大学二十国集团研究中心共同主办 国际交流讲座

2023年3月1日上午，中国管理科学学会产业金融管理专业委员会、北京外国语大学二十国集团研究中心共同在线上举办了题为“走向绿色未来：探索Cheniere在气候和甲烷排放方面的

行动及愿景”的讲座。主讲人Fiji George是业界专家，为Cheniere Energy气候和可持续性部门的高级总监，拥有28年以上与能源、环境和可持续发展问题相关的专业经验。George先生发表了许多同行评审论文，曾担任两个美国国家科学院研究委员会的委员，并担任Rice大学专业科学硕士课程和德克萨斯大学奥斯汀分校石油工程和地质系统项目的外部咨询委员会成员。

近年来，全球的气候变化已经成为一个备受关注的问题，对于气候问题的解决，能源企业们的角色显得尤为重要。Cheniere Energy是美国最大的液化天然气出口商，致力于向全球提供清洁、安全、实惠的能源。该公司在天然气液化技术方面处于领先地位，在能源行业内具有重要的影响力，并一直在通过采取行动来应对气候变化，并推动可持续能源的发展。

A Value Chain Approach to Addressing Methane Emissions for LNG Exports
Beijing Foreign Studies University

March 2023



本次讲座全面介绍了Cheniere在实施气候战略方面的行动。George先生从Cheniere发展史的介绍讲起，到探讨减少甲烷排放的重要及必要性，并引出本次讲座的主要内容，带我们探索了Cheniere能源公司为应对全球气候变化问题所制定的全面性气候战略，包括其在甲烷排放研究和开发方面的创新成果，以及正在推行的各项可持续能源解决方案。

讲座内容充实，结束后，George先生为师生问题做出详细解答，并进行深入讨论。通过本次讲座，北外师生及各界与会人士对能源、环境和可持续发展问题，及能源公司在此方面采取的行动有了更深入的认识与理解。

走进红色管理 | 用领导力打造组织执行力 ——海尔基层店长赋能培训活动



2月8日，海尔量子服务小店“店长领导力”赋能培训公益班（一期）成功举办



2月22日，海尔专卖店“店长领导力”赋能培训公益班（一期）成功举办

2023年2月8日和22日，由中国管理科学学会领导力专业委员会指导、恩派公益基金会奋进专项基金支持、海尔智家北京分公司主办、中闳教育联盟承办的海尔量子服务小店“店长领导力”赋能培训公益班（一期）和海尔专卖店“店长领导力”赋能培训公益班（一期）分别在三翼鸟海尔智家北京001体验中心和海尔智家北京分公司成功举办。

中国管理科学学会领导力专业委员会主任、中国红色管理首创者李凯城老师，中国大陆第一家麦当劳餐厅经理、第一家中英澳宠物诊所创始人、海尔智家北京分公司顾问龚阿玲老师担任主讲，中国管理科学学会领导力专业委员会专家解勇老师、王守华老师、高波老师担任助教，北京海尔三翼鸟总监楚广顺主持。来自北京各区的20名量子小店店主和来自北京、承德、三河、张家口的69名专卖店店主分别参加了公益培训。

1、培训需求调研

为了充分了解受训对象，准确掌握培训需求，专家团队实地走访调研了海尔量子服务小店和三翼鸟001专卖店，与店长和服务师进行了深入交谈。随后，设计发放了培训需求调查表，进而根据调研了解到的情况，经过领导力专家和主讲老师多轮充分地讨论，最后，才确定了培训内容和组织实施的形式。



专家团队赴三翼鸟海尔智家北京001号体验中心参观调研

在参观三翼鸟北京001体验中心时，海尔智家北京分公司顾问龚阿玲老师介绍，海尔致力于以科技创新为用户订制个性化智慧生活，助力社会高质量、可持续发展。当前，智能家居设备提供的海量数据成为了新的生产要素，客户需求成为了海尔智家规模生产和营销服务的主导因素；面对VUCA时代的新环境，为了适应海尔生态市场的需求，海尔的组织形态也从有边界、稳定性进化为无边界、动态性，于是，诞生了社区服务小店和三翼鸟001专卖店等不同业态。同时，海尔智家还主动建立跨界融合的生产关系，让所有的利益相关者共建共有共享。



专家团队赴北京御路园海尔量子小店和北京十里河海尔专卖店走访调研

调研发现，海尔智家以海尔品牌赋能员工创业，在社区周边开设大大小小的实体店，在生态平台上整合多种多样的家庭生活智能产品和服务资源，秉承为用户提供美好的服务态度，以服务换信任，以真诚求发展，体现了量子管理的去中心化、利他主义商业模式等前沿方向。

调查中专家们感到：海尔专卖店是中国家电用户的老朋友，在全新的用户时代，海尔专卖店的温度、专业的基因没有变，但外延却在无限扩大，以智家体验店、三翼鸟001号店、量子服务小店等多种新形象出现在大众视野。新形象带来了新的经营理念和新的管理模式。如何以新形象取得新胜利，提高店长的经营管理能力是关键所在。

专家团队从相关负责人介绍和实地参观量子服务小店了解到：目前，海尔在全国已经有1000多家社区量子服务小店，2023年的目标是全国数量达到3000家。量子服务小店基于数字经济，深入挖掘用户的情感诉求，从维护、维修家电，到美食、洗衣，小到地漏、灯泡，大到局改、整装，用户的各种居家生活服务需求在海尔量子服务小店都能解决。同时，小店以服务创造需求，不仅推动了传统服务业转型，而且开启了用户数字化家庭生活的新方式。因为扎根社区和居民家庭生活，海尔量子服务小店的平效是传统渠道的3倍多。但是，在服务标准完成、服务协同，以及经济创收、员工心智方面，小店还面临着一些困惑和挑战。



专家团队赴海尔智家北京分公司座谈调研

专家们在跟海尔智家北京分公司总经理夏涛等领导座谈调研后，大家一致认为，如何将大规模制造与分布式服务相结合，如何真正实现“以人为本”的服务方式，如何管理无边界的生态系统，如何赋能“颗粒组织”实现价值等等，对于探索新时代中国

式管理理论和实践具有重大意义。当前急需做的是加强基层店长的培训，帮助他们提高思想站位，提高服务意识和团队管理能力，从而确保海尔文化和品牌不变味不走样，在新时代真正践行“为人民服务”的思想。

2、培训主要内容

2月8日，海尔量子服务小店“店长领导力”首期班的培训内容分为经营和管理两大模块，分别由龚阿玲老师和李凯诚老师主讲。

首先，龚老师以她的译著《创业领导力》为引导，结合她本人在开办中国大陆第一家麦当劳和上海第一家中英澳宠物诊所的实战经历，分析讲解了创业的动机和目标，计划和准备等创业者的基本问题。

接着，李老师结合量子服务小店的管理需求，借鉴军队管理的成功经验，提出并解析了七项管理原则，分别是：诱之以利，定好规矩；晓之以理，思想领先；动之以情，关爱部属；导之以行，养成习惯；发扬民主，互帮互学；培养骨干，总结经验；以身作则，处事公道。



李凯诚老师给海尔量子服务小店店长讲红色领导力课程

2月22日，在海尔专卖店“店长领导力”首期班上，龚阿玲老师从“找、说、感、留”营销流程的角度，结合她本人的成功销售经历，分享了“态度（自信、相信、守信）决定成交”的理念和内涵。接着，她以“销售额 = 客流量 × 成交率 × 客单价 × 复购率”的公式为基础，通过社区公益组织的案例，展示了用“信念+团队”、“沟通+激励”的积极领导力打造王牌业绩团队

的方法。每一位参加培训的店长学员都获得了她本人签名的译著《正向团队》。

李凯城老师从心理学的角度开始他的讲课，“销售实质上就是一个影响人的过程，这种影响包含五个层次：一是影响人的心灵，二是影响人的行为，三是影响人的认知，四是影响人的态度，五是影响人的思想。把握好各层次的影响就能够提高销售的成功率。”接着，李老师指出，要想创造更好的业绩，单打独斗是不行的，必须依靠团队的力量，这也是组织“店长领导力”培训的核心价值所在。李老师结合具体案例介绍了店长领导力的一些基本原则，特别讲解了人民军队在实行军事民主，激发个体积极性和创造性的成功案例。从长征中的抢渡乌江到攻克腊子口，红军就是广泛实行军事民主，大开阵前的“诸葛亮会”，依靠普通士兵的奇思妙想解决了一个个看似不可能突破的难题。由此说明了一位强有力的领导者能够大大激发团队潜能，创造惊人业绩的道理。



龚阿玲老师给专卖店店长分享服务营销经验

3、培训组织形式

针对不同的学员背景、人数、场地，我们采取了灵活的培训组织方式。

海尔量子服务小店参加首期培训20人，学员以“服务人员创业”为背景，培训时间为一整天。因此，我们在培训形式上采用了讲授与分组讨论相结合的方式，还穿插了优秀店长代表和优秀服务师代表的经验感受分享。学员在培训过程中不但学到了知识干货，而且在分组讨论中进行了知识点的应用方法交流，初步进行了知识向技能的转化，可谓学用结合，立竿见影。学员们在分组讨论中交流了各自的理解和应用方法，各组还派代表上台与全

体学员做了交流，取得了思想碰撞、融会贯通的效果。



海尔量子服务小店店长和专家老师热烈讨论

海尔专卖店参加首期培训69人，学员以“销售店的职业经理人”为背景，培训时间为半天。因此，主讲团队根据实际情况采取了知识讲解结合现场提问交流的方式，并请学员在参加培训前事先做了相关思考和准备，主讲老师就学员普遍关注的共性问题在现场进行了一针见血的精准分析，给出了令人信服的答案。通过培训和交流，使学员们对于店长领导力的内容有了初步认识，并对继续参加学习充满期待。

4、培训效果反馈

不论是量子小店还是专卖店的学员，都对主讲老师的理论专业水平和实际解决问题的能力给予了高度评价，纷纷表示收获很大。在培训期间绝大部分学员都能够认真听讲、详细记录、积极讨论发言。同时，学员们也提出了诸如：“培训时间不够，讨论来不及充分深入展开”等问题，有待于培训承办单位进一步优化解决。



海尔北京专卖店店长与老师交流互动

海尔“店长领导力”公益培训首期班圆满结束了。海尔智家北京分公司顾问龚阿玲老师说，我们还将结合海尔的“五网合一”战略以及“人单合一”文化，组织开展多期理论结合实战的培训，包括：如何培养服务标兵、如何打造业绩团队、如何建立异业联盟、如何参与社区公益、如何扩张小店经营等方面，为海尔量子服务小店和专卖店的店长赋能，让“店长领导力”成为服务用户美好生活的组织执行力，从而增强海尔品牌凝聚力，实现员工、用户、企业和社会的更高价值。

2023中日韩区域合作与发展论坛暨第二十届东北亚经济与管理合作论坛征稿

中日韩区域合作与发展论坛始于2002年，前身系“东北亚经济与管理合作论坛（Northeast Asia Management and Economics Joint Conference）”，一直以来由中日韩学者为中心进行交流和研究，为了加强带动东北亚地区经济发展的核心三国之间研究力量和沟通。2018年该论坛正式升级为“中日韩区域合作与发展论坛”。论坛的成立旨在围绕东北亚地区的稳定和合作展开深度研究，开展包括政治、经济、历史文化领域在内的学术研究和讨论，共同探索中日韩三国的经济、文化整合的发展之路。举办本次论坛的目的是为了巩固和发展国内外学术界在中日韩三国研究领域所取得的影响力和学术成果，更好地推动学校学科资源和学术资源与国际学术界的交流和融合，促进东北亚地区的经济合作，为全球东北亚研究学术界提供一个集中交流与研究的平台。

“2023中日韩区域合作与发展论坛”将围绕“中国式现代化、经济复苏与中日韩全面合作”进行研讨，论坛拟定于2023年5月26-28日在北京召开（具体地点以正式会议通知为准），本届论坛由北京外国语大学主办，北京外国语大学国际商学院承办，中国管理科学学会产业金融管理专业委员会、北京外国语大学亚洲学院、教育部国别和区域研究基地北京外国语大学日本研究中心、北京外国语大学二十国集团研究中心、中国留韩经营年会理事会、欧美同学会（中国留学人员联谊会）留日分会协办，

丝绸之路商学院联盟、“新商科”建设与国际化发展联盟为支持机构，中日韩三国合作秘书处为学术支持单位，SAGE OPEN (SSCI检索) /《国际论坛》(CSSCI) /《区域与全球发展》为合作期刊。现向海内外学者公开征文。

一、论坛的主题

1. 加强中日韩合作，为RCEP机制注入动力
 2. 中日韩为中心的东北亚区域合作体系构建
 3. 东盟-中日韩合作与东亚经济一体化建设愿景
 4. 深化中日韩合作，增强世界经济的引擎作用
 5. 加强中日韩政治外交沟通与文化共同体建设
- (除以上选题外，学者也可自拟相关选题。)

二、征文要求

1. 提交的论文必须是原创的未发表作品，中英文皆可，学术规范，引用准确，注重知识产权。
2. 征文截止日期：2023年5月7日（提交论文全文）
3. 论文格式：格式要求请参照SAGE OPEN (SSCI)，《国际论坛》(CSSCI)，《区域与全球发展》的稿件体例。为便于匿名审稿和联系，作者信息（姓名、工作单位、通讯地址、联系电话、电子邮箱等）请在正文前单独附页。
4. 会议将进行优秀论文评审，并颁发优秀论文证书。

三、投稿和联系方式

邮件主题请注明“2023中日韩区域合作与发展论坛征文”。

投稿邮箱：将参会论文（Word格式）发至投稿邮箱：cjkforum@bfsu.edu.cn。

联系方式：北京外国语大学 金老师
010-88818121 cjkforum@bfsu.edu.cn

第二届体育经济与管理高峰论坛征文启事

体育是提高人民健康水平的重要途径，是满足人民群众对美好生活向往、促进人的全面发展的重要手段，是促进经济社会发展的重要动力，是展示国家文化软实力的重要平台。党的十八大以来，习近平总书记立足中华民族伟大复兴战略全局，高度重视体育事业，在不同场合多次强调建设体育强国的划时代意义。党的二十大报告明确指出，加快建设体育强国。

为深入贯彻落实习近平总书记提出的“要把体育事业融入实现‘两个一百年’奋斗目标大格局中去谋划”重要指示精神，中国管理科学学会相继举办了一系列学术活动，2022年首届体育经济与管理高峰论坛更是吸引了全国数十所院校的专家、学者、师生代表积极参与、深入交流，获得了业界高度评价。2023年是全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年，也是实施“十四五”规划承前启后的关键之年，加快推动体育事业高质量发展意义重大。

对标体育强国建设时间表和党的二十大部署，开展关于加快推动体育事业高质量发展的战略性、系统性、前瞻性研究极为重要。为打造国内顶尖的体育经济与管理学术交流平台，围绕“加快推动体育事业高质量发展”，中国管理科学学会拟于2023年7月29-30日在北京召开“第二届体育经济与管理高峰论坛”。欢迎全国体育学、经济学、管理学、社会学、教育学、心理学等领域的专家学者、在校师生积极参会、踊跃投稿，为加快体育强国建设献智献策。

会议和征文具体安排如下：

一、会议主题

加快推动体育事业高质量发展

二、会议地点

中国·北京

三、会议组织

主办单位：中国管理科学学会

承办单位：中国管理科学学会体育管理专业委员会

协办单位：相关体育院校等

会议联席主席：张晓东、白宇飞、邹新娴

华北地区总召集人：王兆红、王裕雄

华东地区总召集人：邢尊明、王先亮

华中地区总召集人：陈刚、布特

华南地区总召集人：周良君、岳文言

东北地区总召集人：王飞、董传升

西北地区总召集人：杨涛、张金桥

西南地区总召集人：刘辛丹、杨强

海外专场总召集人：张莹莹

会议学术委员会联席主席（排名不分先后）：

程文广、高晓波、黄谦、李树旺、刘波、王子朴、郑志强

会议顾问委员会联席主席（排名不分先后）：

张瑞林、李相如、杨铁黎、罗嘉司

四、会议内容

以“加快推动体育事业高质量发展”为主题，旨在深入研判制约体育事业高质量发展的关键因素，系统探索推动体育事业高质量发展的有效路径。

五、征文选题范围（包括但不限于以下选题）

（一）体育发展战略类选题

1. 习近平总书记关于体育工作的重要论述研究
2. 体育强国与健康中国建设研究
3. “三大球”振兴研究
4. 青少年健康成长研究
5. 体育发展与安全统筹研究

（二）体育管理类选题

1. 体育治理体系与治理能力现代化研究
2. 新发展阶段体教融合研究
3. 新发展阶段体育公共服务研究
4. 体育消费行为研究
5. 大型赛事志愿者服务管理研究
6. 大型体育工程中的管理问题研究
7. 体育政策与评估研究
8. 体育社会组织改革与发展研究
9. 体育人力资源管理研究

10. 国民运动品牌资产研究
11. 社区体育发展研究
12. 体育彩票行业发展研究
13. 体育企业营销策略研究
14. 体育赛事组织与管理研究
15. 冬奥遗产管理研究

(三) 体育经济类选题

1. 体育与经济增长研究
2. 体育消费升级研究
3. 体育产业数字化研究
4. 户外运动产业高质量发展研究
5. 冰雪经济发展研究
6. 体育场馆可持续运营研究
7. 职业体育俱乐部改革研究
8. 体旅融合发展研究
9. 职业体育劳动力市场研究
10. 体育与健康人力资本研究

六、征文要求

1. 本届论坛征文的主要领域为体育学，同时也欢迎经济学、管理学、社会学、教育学、心理学等学科的论文。投稿论文的题目可来自既有选题范围，也可由作者自拟，但论文选题须紧密围绕本次论坛的主题——加快推动体育事业高质量发展。
2. 征文写作请使用Microsoft Word 2003以上版本排版（论文题目宋体三号，作者姓名、单位、摘要、关键词、正文内容一律采用宋体常规小四，正文各级标题均为宋体小四加粗，标题级别参考顺序为“1.” “1.1” “1.1.1”），用电子邮件投稿。论文篇幅原则上限定为8000–15000字。论文首页脚注注明作者身份（高校教师、业界专家或学生）、联系电话、通讯地址、邮箱等信息。
3. 本届论坛每篇论文作者只能为1人，每人限投1篇，论文宣讲环节分为学者组（如高校教师、业界专家等）和学生组。
4. 本次征文的语言要求为中文（海外专场为英文）。
5. 本次论坛将组织知名学者匿名评审投稿论文，遴选论文分专题进行宣讲交流，并邀请业界专家点评。

6. 所有论文入选且完成注册参会的人员均获颁由中国管理科学学会（一级学会）出具的录用证书（论坛结束后1周内）。同时，优秀论文有机会由体育管理专业委员会推荐至相关权威期刊。

七、会务信息

1. 参会报名。本论坛采用发送参会回执到指定邮箱注册报名方式参会，报名时间自2023年2月14日开始，报名截止日为2023年7月15日。

2. 注册费。会议接受在线支付方式收取注册费，标准为非会员980元人民币/人；会员780元人民币/人。本届论坛对入选论文的参会代表同样收取注册费（待收到论坛录用通知并完成缴费注册后由会务组统一发送参会具体信息）。

3. 注册费用缴纳信息（转账时请备注“姓名+体育高峰论坛注册费”）：

开户行：中国工商银行北京紫竹院支行

户 名：中国管理科学学会

账 号：020 000 760 901 4443101

4. 参会回执。请仅参会（不提交论文）的人员（附件中论文信息标题处填“否”），将参会回执和付款凭证截图一并发送至邮箱：tyglzwh@126.com，截止时间为2023年7月15日（会务组将提供全套会议资料及相关服务）；对提交论文的人员，待收到录用通知后请务必仔细阅读邮箱提示完成相关操作（如未按流程操作，影响后续发票的开具）。（参会回执请登录学会官网https://www.mss.org.cn/newsinfo_914.html进行下载）

5. 论文提交方式。本届论坛只接收电子邮件投稿，请将论文发送至邮箱：tyglzwh@126.com。

6. 重要时间节点

（1）论文投稿截止时间：2023年6月30日。

（2）论文录用通知发放时间：2023年7月10日。

（3）参会回执和付款凭证截图接收截止时间：2023年7月15日。

7. 联系人及联系方式

宋老师 电话：18911285127

冯老师 电话：13621233922

范老师 电话：15201132616

管理 前沿

超级工程管理认识及哲学启示

文/胡文瑞，中国工程院院士，油田勘探开发专家，《管理》集刊顾问专家，长期从事非常规低渗透油田勘探开发和工程管理工作。

一、何为超级工程？

超级工程是特定团体（国家、政府、巨型财团）策划与组织，为了人类或民族生存和发展，实现特定的目的，运用科学与技术，投入超大规模的人力、物力、财力，有计划、有组织地利用资源，所进行的造物或者改变事物性状的集成性活动，是将人类的思考发明通过交叉、集成方法实现出来的过程，是人工选择和自然选择的结果，是具有超大规模的、超复杂技术融合的、超高风险的、超大影响力的具体工程。纵观人类文明发展历程，不同时期的超级工程具有不同的标准和时代特征，它体现了人类在科技发展、工程技术、工程管理以及文化审美等方面的历史演进过程，也代表了人类各个时期的先进性。

二、超级工程的特征

规模大：超级工程的建设目标一定是关系到生态环境、民生经济、科学探索的重大决定，其建设内容一定涵盖和兼具了多类型工程的特征，包含了多项的创新性科学技术研究成果，需要大批来自不同领域，具有实践经验的专业人才来共同设计和完成。这样的性质决定了超级工程的占地规模、全生命周期涉及到的人财物都具有超大规模的特征。

投资大：超级工程从设计阶段到最终的建设、运营，甚至回收，都涉及数量庞大的物质资源和人力资源。投资规模大或投资金额多成为超级工程有别于其他一般工程的重要特征之一。超级工程的总体目标和其他多重目标，都必须以超大规模的投资为基础，这导致超级工程出现的时间、年代和地点都与周围地区的经济发展有着密不可分的关系。

影响大：超级工程一定是在人类历史长河中占有重要地位，影响着人类科技发展、人类文明进步的重要工程。超级工程无论从社会价值、经济价值、政治价值、美学价值等各方面考察，都应该是引领当时时代潮流，反映当时时代特征，结合当时工程科技成果，并具有一定引领作用的标志性工程。

长期性：一个超级工程从策划、设计到最后的建设、实施，一定是个长期的科学行为。因为投资和建设规模的庞大，前期的可行性分析就需要特别严谨和科学。长江三峡等超级工程论证的时间就长达几十年，建设的时间也非常长。使用周期长是因为超级工程的作用和影响大，都江堰等有利于社会经济发展的超级工程使用周期长达几千年，金字塔、万里长城等建筑领域超级工程作为一种文化也传承到了现在。

唯一性：超级工程作为相关工程领域的典型代表，具有唯一性的特征。有些超级工程本

身就是人类文明历史从来没有出现过的工程，必然具有唯一性的特点；有些超级工程在具体的领域，某一种或多种技术具有原创性，使得工程可以在某一个行业或领域达到“首次”或“第一”。

复杂性：复杂性是超级工程的核心特征之一，不仅与工程规模、工程影响有关，也与科技发展、社会进步等因素有关。超级工程的决策、设计、建设和运维涉及政治、经济、科技、文化和生态等多种因素，往往是跨区域、跨行业、跨学科的综合性交叉工程。

誉榜性：超级工程在当时的建设条件下，大多是具有重大科技突破的，重要历史使命的开拓性、前瞻性工程，其目的和愿景是美好的，但实现过程却充满各种风险，回报周期较长。因此超级工程在收获各种瞩目、惊叹与荣誉的同时，也会在初期建设阶段或相当漫长的时间内饱受争议。

三、超级工程的发展动力分析

随着科学、经济、社会、技术不断演进的同时，超级工程的制度形式、管理方式和生产模式也在不断创新和演化，是一个不断演变、逐步进化的“动态发展过程”。

(1) 经济社会发展需要是超级工程演化的强大拉力。首先，超级工程具有深刻的政治属性，例如，中国秦朝的万里长城，承担着保家卫国的重任。其次，超级工程带有强烈的社会属性，对社会经济的发展起着极大的促进作用，像港珠澳大桥的建设就是为了满足珠三角地区的经济一体化需求。

(2) 科学技术进步是超级工程演化的直接推动力。不同领域的超级工程都受到了不同时期工业革命所带来的技术革新力量的强力推动，深刻地反映了科学技术发展与超级工程演化进程的内在联系。

(3) 工程认知是超级工程发展的重要因素，工程的发展进程往往伴随着人们对客观规律认识不断加深，并螺旋上升的过程。

四、超级工程管理认识

工程建设通常包含决策、设计、建设与运维四个主要过程，每个过程既相互关联，又拥有自身的功能目标，受到投资成本、技术成熟度、人员配置、资源配置等各方面条件的约束与限制，形成了一定的工程建造与运维方法和规范。

(1) 超级工程决策阶段

第一需要建立和完善超级工程的决策机制，提高决策的科学化、民主化、制度化水平，以有效应对各种动态不确定性等风险因素。第二注重决策中的决策方案动态演化，决策过程通常会受到政治、经济、技术、自然环境等多个方面的动态变化影响，同时，随着科学技术的不断进步，决策方案也会随着不断进行修正、优化。第三注重决策中的多主体之间的协同，需要将多主体与

系统工程结合，才能更好地解决多主体协同。第四决策中的决策体系构建，需要从宏观、中观、微观等不同层次来构建超级工程的决策体系，才能有效保证超级工程决策的科学性。第五决策中的协调发展，需要从自然、技术、经济、社会、生态环境等多维度解析，需要综合权衡短期利益与长期利益，局部利益与整体利益等，实现经济、社会、生态的协调发展。第六决策中的多学科交叉与综合应用，通过借鉴、吸收、集成和融合自然科学、社会科学和人文科学等不同学科的理论、工具与技术，特别是新一代信息技术，在已有研究的基础上，构建新的超级工程决策分析的研究框架和方案，从而为揭示和解释超级工程的演化规律、制定相关管理策略提供新的分析方法和工具。

(2) 超级工程设计阶段

第一设计中的选址过程多指标优化；在超级工程的项目设计中，需要满足工程要求、特点、利益、安全、环境以及人文等前提条件下，从多个备选的地理位置方案，决策选出最终超级工程的优化建设位置方案。第二设计中的多类资源规划和分配设计；工程的有限资源需要科学的规划、优化配置资源，达到超级项目资源的利用率最大化。第三注重设计中的创新技术方案的评价选择机制；科学的进行选拔和淘汰。第四设计中的复杂设计过程的协同管理；超级工程设计工作通常是由一个甚至多个团队承担，设计团队的构成多样化，需要工程管理者对于复杂的工程设计过程进行协同优化与管理。第五决策目标在设计阶段的实现与跟踪，要求设计者对前述的决策目标定量化评价标准有着深刻的理解，以此为依据，对整个超级工程项目的各个分设计方案进行全面的把握，使设计方案不偏离工程决策目标。第六设计方案与建设标准的协调与统一；超级工程的建设质量既需要科学的结构设计来予以保障，又需要先进的施工技术给以支持，缺一不可。

(3) 超级工程建设阶段

第一建设过程的规划与组织，在建设过程中，需要对质量、成本、时间、生态等多维要素进行多目标系统优化，建立面向国际的超级工程建设标准，完善超级工程建设的管理体系。第二建设任务的分解与协调，采用分解-协调的策略把难以直接处理的复杂问题进行合理的分解，然后对分解后的问题采用现有成熟的技术方法进行处理和相互联动，得到整体优化的效果。第三建设要素的管理与创新，核心技术只能通过自主研发和创新，按照科学-技术-工程相融合的模式，对建设任务进行科学的工程控制。第四建设中科技的创新与应用，人工智能、信息一体化、5G与新材料等前沿技术将在其中发挥重要作用。第五建设需要对不同工程领域的管理方法和科技成果进行有效的定位与评价，为将来的超级工程提供指导和参考。

(4) 超级工程运维阶段

第一注重运维中的战略规划，对运行过程涉及的运营管理的基本问题所做出的全局性总体管理规划。第二注重运维中的安全管理，探索外部环境和工程运行的相关影响关系，强化问题隐患

排查，加强监测预警和应急处置，完善超级工程综合管理的体制、机制。第三运维中的效益释放，超级工程目标不仅主要体现为经济回报和经济效益，同时涉及社会效益、生态环境效益等，综合效益最优化。第四运维中的过程治理，在运行过程中通过构建一系列的治理方法来不断地自我调节，以适应环境和自身情况的变化。

五、超级工程哲学启示

(1) 工程三元论指导超级工程，超级工程又诠释了工程三元论

哲学意义上的科学、技术、工程三元论是指事物作为矛盾的统一体，不仅要认识到包含着相互矛盾对立的两个方面，更要注意到真正对矛盾双方的统一与转换起关键作用的第三者。超级工程作为一个复杂的主体，包含了科学、技术、工程三个方面，是“三元论”思想在超级工程的设计与实践中集中体现。科学、技术、工程三者作为不同的社会活动，既有本质的区别，又在超级工程中密切联系与耦合。首先，超级工程需要完成具体的设计与建设任务，这些具体任务通过抽象可以提炼为新的科学问题，研究新的科学问题产生新的具有普适性的科学成果；其次，科学成果需要经过转化成共性技术，带有一定普适性和可重复性的方法才能应用于实践，技术是科学向实践的转化，二者都具有通用性和可重复性；最后，超级工程都是唯一的独立个体，共性技术需要结合超级工程本身的特点进行量身定制，解决具体工程环境带来的新要求，实现技术在超级工程中的典型应用。同样，超级工程的工程实践反过来促进共性技术和科学的研究发展。科学、技术、工程在超级工程的建设过程中相辅相成、分工协作，保障超级工程最终的建设目标。

(2) 正确处理好超级工程建造中投资、工期与质量的关系

超级工程要统筹投资、工期与质量三者之间的关系。一方面要在确保质量的前提下，确定合理的投资和工期，另一方面在建造过程中科学控制投资和工期，实现三者的有机统一。也决不能以牺牲质量为代价赶工和节省投资。例如建于2200多年前的都江堰——全世界迄今为止，年代最久、唯一留存、仍在一直使用、以无坝引水为特征的宏大水利工程，体现了一个超级工程的质量根本。这样坚实可靠的工程质量除了与建设者对材料、工艺和过程的严格管控外，还得益于其稳定的质量维护制度——岁修制度。都江堰在这两千多年间发挥的引水防洪的重要作用，所带来的稳定与和谐的效应，为当地的经济和民生发展提供了不可估量的重要支撑，这就是高质量超级工程所具备的有形和无形的价值。

(3) 超级工程的决策建造既要注重战略，又要注重细节

在超级工程中，决策具有头等重要的地位、作用和重要性。超级工程决策要注重战略，要充分体现国家意志，其决策时间的长短、内容的变化，亦会随着国家意志，不断调整和变化；同时，超级工程的决策也要注重细节，在可行性研究决策阶段，才会对工程进行实质性的技术经济

比较、对不同工程方案进行同等深度比较、对投融资方案进行比较、对建设时间做出安排等。

(4) 超级工程的建造既要关注系统和整体，也要重视个体和局部

超级工程是一个庞大而复杂的系统，各个子系统又组成了一个完整的整体。在超级工程的建造过程中，需要建造者有系统思维和整体意识，从系统看个体，从整体看局部。实现系统协调和有效衔接。需要按照整体设计和要求，进行总体安排和资源的优化配置。当系统性地看超级工程的整体，就需要对超级工程的各个子系统进行有效地配置，并平衡工程建设的成本、建设周期等。另一方面，在关注工程整体的同时，也要关注个体和局部的具体施工建造，保证每个单体能成为精品。需要注重各子系统工程与总系统的衔接。由不同专业建造单体，由不同单体组成子系统，有各子系统组成完整的大系统。同时，在建造过程中，有各种各样的问题需要处理、有各种各样的事同时要做，需要抓住主要矛盾和矛盾的主要方面，分清主次，分工负责，有条不紊，高效完成。

(5) 辩证地看待超级工程建设的利与弊

任何一个超级工程设计都不可能做到十全十美，人类在改造自然的同时，必然对自然造成一定程度的破坏与伤害，这是人类发展中必须面临的矛盾问题。但随着科技的不断进步，人类对于生态环境保护的意识越来越强，超级工程建设的决策越来越慎重，可行性分析越来越严谨，对于周围环境的破坏越来越小，人类一直在努力寻找发展与破坏之间的平衡。客观地看待超级工程的利与弊，有利于我们更好地认识超级工程，同时保护人类赖以生存的自然环境。

六、结语

超级工程的建设发展，从古代到现代，涵盖中国至世界范围，容纳各行各业、各种类型。从超级工程的单体到某一系列的超级工程群，都有其特定的发展规律与趋势。超级工程的出现，意味着工程相关领域发展的成熟，预示着工程领域发展的重要方向。

未来，满足国家和人民重大需求将成为超级工程建设的主要趋势，创新、协调、绿色、开放、共享的全新可持续发展将成为超级工程建设的重要理念，以人为本，更高的民众参与度，更科学高效的工程管理将成为超级工程建设的重要管理模式，而每一项超级工程都将成为培育未来人才的重要摇篮。

注：本文为胡文瑞院士在《管理蓝皮书：中国管理发展报告（2022）》中撰写的研究报告，本篇汲取精华，以飨读者。

活动 预告

2023中国管理科学大会暨第八届“管理科学奖”颁奖典礼即将隆重召开

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，全面贯彻党的二十大精神，完整把握全面建成社会主义现代化强国总的战略安排，不断推进中国式现代化建设，准确贯彻新发展理念，系统总结中国管理科学学会“管理科学奖”十六年来为提升我国在全球创新管理格局中的位势，提高我国在管理科学领域的影响力所发挥的积极效用，表彰在管理科学领域做出突出贡献、推动创新创造的科研院所、企业及个人，中国管理科学学会定于2023年4月15日在北京新世纪日航饭店隆重举办2023中国管理科学大会暨第八届“管理科学奖”颁奖典礼，通过权威表彰，分享管理科学荣耀，凝聚创新管理动能，助力和引领中国建设面向未来的科技创新强国。

大会通知如下：

一、会议时间及地点

2023年4月15日（周六 9:00–16:30）

北京新世纪日航饭店（三层世纪厅）

二、会议组织

主办单位：中国管理科学学会

三、会议内容

- (一) 第八届“管理科学奖”颁奖典礼
- (二) 中国管理科学大会主旨演讲
- (三) 中国管理科学大会主题演讲

四、联系方式

联系人：强老师 姜老师

联系电话：010-64854681

电子邮箱：event@mss.org.cn

地址：北京市朝阳区奥体中心体育场二层2268室

中国管理科学学会

二零二三年三月

2023中日韩区域与合作发展论坛

联系人：金玉洁

Email: jinyujie@bfsu.edu.cn

时间：2023年5月

地点：北京

主办单位：北京外国语大学国际商学院

承办单位：中国管理科学学会产业金融管理专业委员会

首届《山海相连》高峰论坛

联系人：端木凌

Email: duanmuling@126.com

主要内容：围绕数字城市建设展开讨论

时间：2023年6月

地点：深圳或泉州

指导单位：中国管理科学学会

主办单位：深圳龙华区人民政府、中国管理科学学会大数据管理专业委员会

首届空天系统管理创新发展论坛 暨中国管理科学学会空天系统管理专委会成立仪式

联系人：田庆锋

Email: tiannpu@nwpu.edu.cn

主要内容：数字化转型下的空天系统管理

时间：2023年4月26-28日

地点：西北工业大学南山苑

主办单位：中国管理科学学会空天系统管理专业委员会

中国旅游管理科学论坛

联系人：张广福

Email: 95663706@qq.com

主要内容：学术研讨论坛

时间：2023年6月

地点：北京

主办单位：中国管理科学学会旅游管理专业委员会

五星奖颁奖仪式暨首届合肥创意设计周

联系人：凌淑娟

Email: 367150901@qq.com

主要内容：五星奖颁奖仪式及设计周活动，展现设计魅力

时间：2023年5月

地点：合肥

主办单位：中国管理科学学会智能制造管理专业委员会、合肥市工业设计协会

ESG与创新企业/成长企业品牌价值研究

联系人：黄琦

Email: 13910617811@139.com

时间：2023年5月

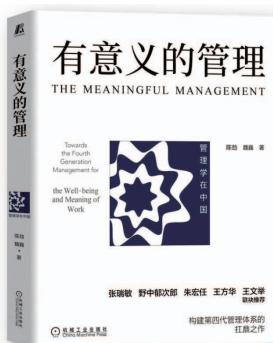
地点：北京

主办单位：中国管理科学学会品牌管理专业委员会

协办单位：中国管理科学学会体育管理专业委员会

中国管理科学学会创新管理专业委员会

图书推荐



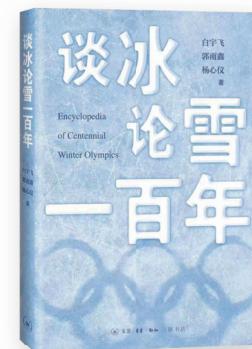
《有意义的管理》

作 者：陈劲 魏巍

出版社：机械工业出版社

本书系统梳理了西方传统管理学体系的发展演化脉络，借鉴了日本学者关于知识管理研究的精髓，并吸收了中国哲学中的整体观、统筹观和中华文化中的仁爱观，在此基础上，通过对方太、茑屋书店、国家电网、微软、中国航天、中国中车、本田、宝洁、海尔、中铁装备、奈飞、宜家、默克等中外企业闪耀人性光辉的管理实践的长期观察，提出“有意义的管理”这一具备中国特色的全新管理范式，主要包含信念愿景、人性尊严、创新创造、个人福祉和社会福祉五个方面。

本书写给所有重视人性尊严、勇于创新、追求卓越的企业管理者和领导者，旨在为未来的企业家和管理者提供更好的管理理念，为全球管理范式的转型提供有价值的探索。



《谈冰论雪一百年》

作 者：白宇飞 郭雨鑫 杨心仪的

出版社：三联书店

全书分为四篇，共计70章。第一篇聚焦赛会，在对从夏蒙尼到北京的24届冬奥会进行全景扫描和精彩回顾的同时，也对将于2026年举行的米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬奥会进行了展望；第二篇侧重项目，趣味描绘了包括花样滑冰、速度滑冰、短道速滑、冰球、冰壶、雪车、雪橇、钢架雪车、越野滑雪、跳台滑雪、北欧两项、冬季两项、高山滑雪、自由式滑雪、单板滑雪在内的冬奥会15个分项的前世今生和独特魅力；第三篇以国家分述，

囊括了法国、瑞士、挪威、美国、加拿大等历届冬奥会的举办国，也选取了最具代表性的因各种原因而与冬奥会举办权擦肩而过的如瑞典、芬兰等冰雪强国，对每个国家的冰雪资源、冬奥表现、优势项目等进行专门分析；第四篇选取人物，每章讲述一位冰雪明星的成长故事，如彪炳史册的“双奥”冠军艾迪·伊根、坐拥15枚冬奥奖牌的越野滑雪皇后玛丽特·比约根、钢架雪车无冕之王马丁斯·杜库尔斯、单板滑雪巨星肖恩·怀特、励志电影《飞鹰艾迪》的原型迈克尔·爱德华兹等。

一百年来，冰雪运动逐渐从小众走向普及，获得大发展；冰雪赛事日益从欧美扩至全球，实现大跨越；冰雪健儿不断挑战极限、创造奇迹，取得大成就。《谈冰论雪一百年》谈的即是百年冬奥的精彩与辉煌，论的恰是冰雪百年的光荣与梦想！

《底层逻辑：看清这个世界的底牌》

作 者：刘润

出版社：机械工业出版社



“底层逻辑”来源于不同中的相同，变化背后的不变。只有掌握了底层逻辑，只有探寻到万变中的不变，才能动态地、持续地看清事物的本质。

在本书中，中国著名商业顾问刘润把在《5分钟商学院》中讲述的底层逻辑的内容做了总结，与你分享是非对错、思考问题、个体进化、理解他人和社会协作五个方面的底层逻辑，带你看清这个世界的底牌。

“底层逻辑”并不局限于商业世界。希望你在看到千变万化的世界后，依然能心态平静、不焦虑，能够通过“底层逻辑+环境变量”不断创造新的方法论，在工作和生活中都始终如鱼得水。



《管理心理学（精要版）》

作 者：王重鸣

出版社：华东师范大学出版社

面对全球化、数字化、精益化及生态化的新形势、新挑战和新机遇，在深入实施可持续发展战略，促进经济社会全面绿色转型和高质量发展的崭新阶段，作为现代管理三大支柱之一的管理心理学，已成为自我管理、带领团队、引领组织、生涯发展、业务经营、创业创新、变革转型、责任管理和可持续发展等方面必不可少的基本原理与方法论。

同时，管理心理学推动着组织行为学、人力资源管理、管理学、经济学、心理学、社会学、法学、计算机科学、环境学乃至各类学科领域的研究、应用与相关课程的升级版。

《管理心理学（精要版）》既注重总结中国变革创新发展背景下的管理心理学理论成果，又增强理论在实践应用中的持续创新，尝试在理论体系、研究方法、成果体现和应用途径等方面强调创业创新、数字化转型和可持续发展的新视角，呈现全新的学科体系和策略拓展。

《管理心理学（精要版）》改变了以往管理心理学以个体心理、群体心理领导心理、组织心理的传统划分做法，创建了五力管理框架模型，从生态力管理、文化力管理、团队力管理、创新力管理和行动力管理入手，以可续管理、责任管理、团队管理、创新管理和变革管理为主线，创新了管理心理学的内容体系和内涵特征，采取四编十二章，系统讲述“体系心智与决策”“价值、文化与激励”“沟通、团队与领导”“创新、组织与变革”四部分内容。

分支 介绍



林志军

中国管理科学学会财务管理专业委员会主任委员

澳门科技大学原副校长兼商学院院长



财务管理专业委员会

中国管理科学学会财务管理专业委员会(China Management Science Society Financial Management Committee, 以下简称专委会)是中国管理科学学会的分支机构，是由国内外知名专家学者、资深财务管理人士及广大财务从业人员组成的具有专业性、权威性、国际性的社群组织。

专委会致力于打造国家级财务管理智库，以推动财务管理高质量发展为己任，从学术理论与管理实践两大维度，不断探索与研究财务管理领域的理论创新与技术创新，通过财务新思路、新理论、新方法、新工具与数据力量，驱动财务管理质效并进，共建符合中国国情的本土化财务管理体系。

同时，专委会力图将产学研深度融合，充分发挥专家群体优势资源，创建国际化的财务管理交流平台、组织跨区域的学术交流与业务学习、围绕国家经济发展战略开展培训工作，为会员及社会各界管理人士提供财务管理的前沿服务，与企业共创可持续发展的长期价值，为经济发展新常态作出贡献。

业务范围：

财务管理专业研究、学术交流、专家咨询、教育培训、财税诊断、企业案例研讨等

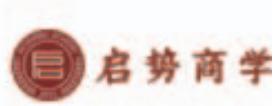
依托单位：

优贵企业服务（上海）有限公司

地 址：

上海市杨浦区贵阳路398号文通国际广场11F

会员风采



启势商学企业

启势商学咨询集团的前身是零牌顾问，于2001年在广州成立。

是国内最早的本土化管理顾问团队之一，是一支在跨国企业中锻炼成长起来的实战派专家团队。自成立以来，已为近万家企业提供过专业服务，实施了1000+个企业变革项目，创造了数百亿多元直接经济效益。

对标国际一流品牌，进入中国第一梯队。零牌顾问以“智力兴企，产业报国”为使命，以公司发展为国家作贡献，把自己打造成为一家有机发展、独具特色、相融共生的教育科技集团，成为员工个人成长和事业发展的平台。同时，开拓全球优势资源，助力中国企业发展，并致力于成为企业可持续发展的战略陪伴者。



2022年3月23日，零牌顾问品牌升级为启势商学。

启势商学旨在汲取全球商业智慧，融合中国卓越实践，将商学院和黄埔军校的人才模式揉为一体，成为中国企业家的“黄埔军校”。

启势商学的使命是启发企业家的思考，助力掌舵人打破发展认知天花板，以战代练、战训结合，为企业经营创造有利条件，为企业锻造五虎上将和四梁八柱，助力企业实现跨量级突破。

启势商学咨询集团，将一如既往的紧随国家战略，融入产业生态，为中国企业增量发展、跨量级突破提供一站式综合解决方案服务，助力中国企业迈向世界级。

20+年专业服务 10万+客户见证 100亿+直接经济效

核心产品：定制培训、管理咨询、资本投融、经营私塾、全球资源、研修商学院、跨界学习

服务代表客户：

3C电子行业代表客户：京瓷、TCL、飞利浦、松下、海信、瑞松科技、伯恩光学、景旺、乐心等

大家居产业代表客户：欧派、好莱客、浪鲸、诗尼曼、好太太、东鹏瓷砖、劳卡全屋定制等

汽车行业代表客户：广汽本田、东风本田、德赛西威、广汽集团、valeo、yachiyo等

新能源行业代表客户：科隆集团、亿纬锂能、广州发展集团股份有限公司、SAJ、Farasis等



管理案例

零牌顾问：用组合拳助力企业跨量级增长

第一部分 理念

放在一百年以上的历史坐标来看，为什么有的企业能做到营收破十亿、跃百亿甚至进千亿、迈万亿？为什么有的企业能够大难不死、长寿百年？为什么有的企业能够打破徘徊跌宕、实现跨量级突破？为什么有的企业能够穿越周期，逆势增长？

他们一定是做对了什么。

我们发现：成功跨越周期的企业大多都在“量级”的目标上，不断攀登。对于当下处于困境中的中小企业而言，打破发展徘徊、重回良性增长最重要的切入点，就是要用跨量级突破的大目标，来拉动企业持续增长。

零牌顾问基于20多年服务千余家咨询客户和近万家培训客户的技术沉淀，提出了“跨量级”突破技术体系，并从商业组织发展规律的角度，总结归纳出不同量级企业发展壮大的关键要素以及达成路径，最终帮助企业家找到过亿破十跃百进千的组合拳、牵住企业跨量级突破的“牛鼻子”。

“跨量级突破”的技术体系不是学术研究，而是众多优秀实践的总结。



用跨量级目标，拉动企业持续增长

为什么要提出“跨量级”发展？

“小而美”企业一度在中国非常受推崇，这类企业的典型特征是：规模不大，产品单一、技术含量高、利润丰厚，不盲目扩张。

“跨量级”是在鼓吹盲目做大吗？

大多数人有一种误区，把“小而美”等同于“不增长”。零牌顾问认为，企业可以不追求做大，但必须追求增长。关于“大”最重要的一个指标就是营收。如果营收不增长，则意味着利润和人效的跌宕。如果五年营收徘徊不前，要么企业厚积薄发后

进入快速上升期，要么就开始面临各种问题，最容易出现的是人才失血——优秀人才流失。

提倡“跨量级”的实质，是鼓励企业用战略拉动成长，而不是依靠市场红利、人口红利带来的自然增长。在全球经济的持续低迷、中国经济进入新常态的大环境下，企业正在失去宏观经济增长红利、传统产业增长红利等外部增长要素，企业依靠外部环境实现自然增长的做法将无以为继。

做企业，不增长就是衰退。所以，企业必须建立中长期的大目标，依靠主动追求来实现跨量级突破，从自然发展过渡到战略性发展，依靠更新观念、团队再造，营销突破、奋起直追走出当前困局。

第二部分 体系

不同量级发展阶段的解决方案和关键抓手

一个亿的企业有一个亿的诀窍，百亿级企业有百亿级的规律，万亿级企业有万亿级的道和术。企业掌舵人需要研究商业组织跨量级发展的规律，找到跨量级突破的关键抓手——“牛鼻子”。

所有企业在发展过程中面临的普遍矛盾，都是内部组织力与外部机会不匹配的矛盾，抓住不同量级阶段的主要矛盾，牵住企业发展的“牛鼻子”，确保公司方向基本正确、组织充满活力。所谓“牛鼻子”，就是解决主要矛盾的关键抓手。

显然，在不同量级发展阶段，针对主要矛盾的解决方案是不同，要牵住的“牛鼻子”也不一样。

发展阶段	普遍矛盾	主要矛盾	解决方案	关键抓手（“牛鼻子”）
万亿长征路	企 业 全 球 经 济 永 远 有 机 会 不 匹 配	进军全球主场与产融平衡力不足的矛盾	产融结合+破局重生	从产业龙头到世界级企业
千亿大决战		领航经济主场与多产业经营力滞后的矛盾	多品类多产业扩张+组织重构	从品类龙头到产业龙头
跃百大战役		拓展产业边界与组织营销力薄弱的矛盾	平台解决方案+品牌打造	从单品龙头到品类龙头
破十新征程		扩大市场规模与市场爆破力欠缺的矛盾	极致产品力+市场扩张	从冠军单品到单品龙头
过亿小目标		切入产业赛道与产品竞争力不足的矛盾	差异化产品力+打造标杆客户	从亿级单品到冠军单品



方向
基本
正
确 · 组
织
充
满
活
力

在过亿小目标阶段，企业针对切入产业赛道与产品竞争力不足的主要矛盾，锻造差异化产品力、打造标杆客户是出路，关键抓手是打造冠军单品。

在破十新征程阶段，企业针对扩大市场规模与营销突破力欠缺的矛盾，解决方案是：锻造极致产品力，快速市场扩张，关键抓手是打造单品龙头。

在奔百大战役阶段，企业占据行业领先与品牌影响力不够是主要矛盾，企业必须构建平台解决方案、树立全国品牌，关键抓手是打造品类龙头。

在千亿大决战阶段，企业领航经济主场与产业经营力滞后是主要矛盾，多品类多产业扩张和组织再造是企业解决这一矛盾的中长期战略，关键抓手是打造产业龙头。

在万亿长征路阶段，企业进军全球主场与产融平衡力不足是主要矛盾，解决方案是产融结合、破局重生，关键抓手是成为世界级企业。

创业20+年的企业要看100+年，营收200+亿的企业要看1,000+亿的企业，商业组织发展规律不以个人意志而转移，是共性的，是普适性的。对不同量级企业的研究，有利于企业掌握组织发展的规律，从而实现良性可持续增长。

牵住跨量级突破牛鼻子的ABC工程

如何牵住牛鼻子？零牌顾问提出ABC系统工程：A是厚根基，B是创爆破，C是强后劲。无基不立，A是跨量级突破的基础；无核不破，B是核心，也是爆破的聚合威力所在，也是这个阶段跨量级突破的“牛鼻子”；无护不稳，跨量级突破之后要稳住发展态势、强化新地位，所以必须有增强后劲的C。



每个阶段的ABC工程分别是什么呢？

1、在过亿小目标阶段，企业发展的ABC工程是：A-掌舵人立大志，B-打造冠军单品（“牛鼻子”），C-锻造营销爆发力，也就是：掌舵人带领团队树立“做好公司、贡献人类”的大

志向，把亿级单品或冠军“种子”打造成冠军单品，锻造营销爆发力。这个阶段，重点是提高产品经营能力。

2、在破十新征程阶段，企业发展的ABC工程是：A-战略性发展，B-打造单品龙头（“牛鼻子”），C-招募五虎上将，也就是：企业召开“遵义会议”，明确使命、描绘愿景，用战略驱动公司持续发展，把冠军单品打造成单品龙头，招募五虎上将，用人才突破实现组织能力突破，为破十奔百积蓄能量。这个阶段，重点是提高客户经营能力。

3、在跃百大战役阶段，企业发展的ABC工程是：A-产业经营，B-品类龙头·全国品牌（“牛鼻子”），C-组织再造，也就是：企业要做产业经营，用产业定位、产业价值贡献产业，基于单品龙头打造品类龙头、树立全国品牌，再造百亿组织，形成市场穿透力。这个阶段，重点是提高产业经营能力。

4、在千亿大决战阶段，企业发展的ABC工程是：A-组织重构，B-产业龙头·全国领导品牌·多产业经营（“牛鼻子”），C-国际化，也就是：将百亿组织重构为千亿组织，基于品类龙头打造产业龙头，以一个产业为核心拓展强相关的多产业经营，树立全国领导品牌，国际化一定要上台阶。这个阶段，重点是多产业经营能力。

5、在万亿长征路上，企业发展的ABC工程是：A-破局重生，B-世界级企业·无国界经营·产融结合（“牛鼻子”），C-自生态，即是说：从国家企业蜕变为人类企业，打造世界级企业，在全球无国界经营，产融结合，建设企业自生态，融入全球经济主场。这个阶段，重点是提高产融平衡能力。

发展阶段	普遍矛盾	主要矛盾	解决方案	关键抓手（“牛鼻子”）	
				爆破目标	ABC工程
万亿长征路		进军全球主场与产融平衡力不足的矛盾	产融结合+破局重生	从产业龙头到世界级企业	自生态 产融结合 世界级企业·无国界经营
千亿大决战	企业组织力与全球经济主场与外部机会不匹配	领航经济主场与多产业经营力滞后的矛盾	多品类多产业扩张+组织重构	从品类龙头到产业龙头	国际化 多产业经营
跃百大战役		拓展产业边界与组织营销力薄弱的矛盾	平台解决方案+品牌打造	从单品龙头到品类龙头	组织再造
破十新征程		扩大市场规模与市场爆破力欠缺的矛盾	极致产品力+市场扩张	从冠军单品到单品龙头	五虎上将 单品龙头 战略性发展
过亿小目标		切入产业赛道与产品竞争力不足的矛盾	差异化产品力+打造标杆客户	从亿级单品到冠军单品	营销爆发力 冠军单品 掌舵人立大志

所以，跨量级发展没有一招致胜的秘籍，企业经营是系统工程，在根本上是建设组织力、缔造生命力。

第三部分 解决方案

那么，企业实现“跨量级突破”呢？零牌顾问提出三步法：

第一步，立大志：战略定位

1、从自然增长到战略性突破

企业要用战略ABC结构来破除自然增长，最主要的方法是构建面向未来的三大增量业务结构：大盘业务、增量业务和探索业务。它是企业面向未来10年的三级增长动力：大盘业务（A）要实现从10到100的增长，拓展业务（B）要实现从1到10的快速增长，战略探索业务（C）要实现0到1的孵化。

2、差异化战略定位

差异化战略定位是战略决策的第一步，它包括目标定位和价值定位。目标定位包括企业愿景、江湖地位和营收目标，这是由掌舵人和领导层的战略意图决定的。价值定位包括产业价值、品类价值和品牌价值，企业价值=品类价值×品牌价值×产业价值。选择对公司下一阶段发展最具有决定性的差异化核心价值，作为企业未来五年战略定位。

3、牵住跨量级突破的“牛鼻子”

企业掌舵人在建立“量级”概念的基础上，要琢磨企业跨量级发展的组织规律，把握跨量级突破的关键矛盾，进而牵住公司跨量级突破的“牛鼻子”。

第二步，创爆破：营销突破

1、在产品上创造增量

本质是锻造极致产品力，不断打造亿级单品、冠军单品、单品龙头，最后到品类龙头。对于企业而言，首先要做好产品定位“选准冠军种子，其次是打造差异化产品，第三步是打进标杆客户，创造品牌效应，最后是集中优势兵力”全员力出一孔，创造营销爆破。

2、在客户上创造增量

从产品经营过度到客户经营，持续优化客户结构，提高大盘客户质量，增加拓展客户，着手战略探索客户。

3、团队上创造增量

其本质是人才升级、团队再造，企业从老板营销走向经营营销，最终迈向团队营销。

三、强后劲：组织再造

1、组织自我诊断十二问

对于一个组织而言，经过一段时间的运行，其必然趋势是走向效率低下、机制僵化和人浮于事，所以必须通过组织再造或变革来增强组织活力。在变革之前，企业要从组织效能、组织治理、人才队伍、有效激励四个方面进行自我诊断，从而判断当前组织是否可以支撑企业战略的落地。

2、组织变革：由英雄老板到组织智慧

民营企业的掌舵人往往是无所不能的超人。但如果公司要实现跨量级发展，就必须依靠组织的力量。改革组织就是改变作战队形，调整作战部队力量，改革组织的本质就是“筑巢引凤”，用愿景招募天下英才。在组织变革的过程中，企业必须从构建组织活力的六能机制、绩效体系整体规划、划小核算单元与自主经营机制构建三方面来着手。

3、团队构建：从创始团队到人才运营

每个企业都必须有自己的“四梁八柱”、“五虎上将”，让人才冲锋上阵，打江山、拓疆土。注重内部人才的培养及任用是企业成功的关键因素之一。基于中期目标战略，企业首先应该对企业的人才进行盘点，包括人才规模、人才结构、人才能力等，再制定有针对性的培养体系，构建“作战军+预备队”的作战机制。

基于这套解决方案，零牌顾问将其开发成三天三晚的跨量级突破战训营，这是一套帮助企业明方向、找抓手、促活力的全落地实战课程。本课程最鲜明的特点是，董事长带领左膀右臂一起来实战训练。在战训过程中，掌舵人和左膀右臂达成理念共识，做到左右其心、上下同欲。20多年来，已经有20多年近1000+家企业成功咨询落地实践。

第四部分 成就客户

案例1 泰豪科技的两次爬坡

泰豪科技股份有限公司（证券代码600590）2004年营收不到8个亿，在引进零牌顾问加强制造体系建设时，掌舵人黄代放2005年提出企业新愿景：“中国的泰豪，世界的泰豪”。在它营收攀登百亿高峰的道路上，曾经历了两次爬坡的过程：第一次是在2008年爬上20亿山坡后，用了6年时间也就是在2015年

才突破并稳定在30亿以上；第二次是在2017年突破50亿之后，用了3年爬上60亿山坡。如今，泰豪科技的母公司泰豪集团已经是营收百亿级的大企业。

案例2 唐人神1000亿工程

2020年5月19日，唐人神集团股份有限公司（证券代码：002567）在湖南株洲召开2019年度股东大会以及1000亿工程高级研讨会。董事长陶一山提出，唐人神将用12年时间做到营收1000亿元、1000亿元市值的生猪全产业链农牧龙头企业。

2019年，唐人神营业收入154亿元，“千亿工程”看似是一个遥远的目标，但陶一山认为，30年来，唐人神已经沉淀了产业链规模、发展模式和技术三大核心竞争力，积累了厚积薄发的能量。为匹配“千亿工程”的宏伟目标，唐人神集团将运用新战略、新机制、新人才、新技术、新发展的“五新战略”，提升“产业链规模协调发展、产品技术与管理技术并举、高效经营管理发展模式”的三大核心竞争力。

在跨量级突破的道路上，唐人神集团积极组织外部力量进行全方位赋能，再次与华夏基石、零牌顾问、西门子等咨询机构签订合作协议，从战略管理、数字化营运、人才发展和项目制等方面对唐人神1000亿工程目标进行全方位赋能。

CONTACT US

中国管理科学学会

📞 010-64854681

✉️ cmsa@mss.org.cn

🏠 北京市海淀区朝阳区奥体中心体育场二层2268室



扫码关注公众号