



勇立潮头 敢为人先

——青年企业家纵论“上海现代服务业的创新与发展”(节选)

莫尼塔(上海)投资发展有限公司总经理周舸:探索低碳型、复合式经济发展道路



上海建设“四个中心”应力争以低碳经济为结合点,探索现代服务业与先进制造业的复合经济发展道路,为全国其他省市做出表率,率先为中国在全球展现负责任的大国形象做出重要贡献。如上海可以通过特定的节能政策推动公用设施和事业单位采用合同能源管理的方式进行节能改造,同时积极试点第三方金融机构和成立专项基金为合同能源管理项目提供融资支持。

事实上,全球主要发达国家都已将低

碳经济和绿色经济作为未来拉动经济的新引擎。奥巴马推行总额近 8000 亿美元的“绿色经济复兴计划”。几个国际金融中心都已在低碳经济和绿色经济方面开始“抢跑”:东京重点挖掘低碳技术、伦敦提出成为世界上最绿色的大城市、纽约重点在控制现有排放规模和发展替代能源的方向下功夫。

根据近期中国节能协会节能服务产业委员会的调查,60%的合同能源管理公司

认为融资困难是当前产业面临的最大障碍因素。上海如果能够发挥其作为金融中心的优势,进一步试点政府或非政府专项基金以及引进各类绿色基金或者碳基金,拓宽融资渠道,推动金融创新,大力发展合同能源管理这种新型的低碳的现代服务业,上海将有机会建成中国乃至世界领先的低碳金融中心。

“四个中心”的建设为上海的经济发展方向提供了高屋建瓴的指导,是正确应对

人口结构变化和经济转型要求的大方向。进一步大力发展现代服务业,不仅可以撬动经济转型,同时可以弥补转型期间制造业萎缩造成的就业岗位缺口。而以低碳经济为结合点,探索现代服务业与先进制造业的复合经济发展道路,不仅能促增长、保就业,同时也能做好上海自身的环保、节能和减排工作,为其他省市做出表率,率先为中国在全球展现负责任的大国形象做出贡献。

上海易贸集团首席执行官张晔:打造一流的大宗品现货交易平台



加快发展现代服务业,是上海推进产业结构战略性调整、加快转变经济发

展方式的关键举措,是上海市政府高瞻远瞩、实现上海经济可持续发展的战略部署。上海作为中国的经济中心城市,得天独厚的地理位置,强大的产业支持、活跃的经济环境、深厚的贸易积淀、领先的高新技术,上海市出台的各项支持现代服务业发展的政策措施,为现代服务业的发展提供了最佳的“土壤”。易贸创立于 1999 年,专注于为大宗商品市场提供现代化的创新服务。在前 10 年的发展历程中,以资讯为业务核心,从最初化工领域的探索,到钢铁、有色金属等其他行业的延伸,从资讯服务到咨询服务、会展服务的拓展,再到与全球资讯专家 ICIS

达成战略合作,我们用 10 年的积淀和耕耘,成为国内最专业的大宗品资讯服务和会展服务提供商。从 2010 年开始,易贸进行重大的战略转型和业务调整,建立大宗品现货电子交易平台,为大宗商品产业链上的经营者提供撮合、物流、融资、支付等一站式的交易相关服务。可以说,易贸所涉足的主营业务领域均处于现代服务业大范畴中,易贸 12 年的发展历程正是上海现代服务业创新发展的真实写照。

近年来,随着互联网技术的应用和普及,电子商务服务迅速崛起,并成为现代服务业的重要产业。电子商务与

大宗品现货交易的结合,是现代大宗品服务业发展的必经之路和大势所趋。它将极大地改变传统交易方式,使交易变得更加便捷、安全、真实和可靠。因此,秉承“让大宗商品交易更容易”的使命,易贸进行战略转型,创建大宗商品现货电子交易平台——易贸网。它不仅能够帮助客户快速找到交易对象,还能在整合供应链体系的基础上实现在线快速融资,降低交易成本,提高市场透明度,同时通过对第三方物流服务商的高效配置,构建起信息流、物流、资金流、商品流“四流合一”的全新的大宗品商业生态系统,推动上海现代大宗品服

务业产业能级的提升和产业综合价值的呈现。

目前,易贸的战略转型已进入关键时期。易贸的战略转型是适应国内外现代服务业发展新形式,依托上海市现代服务业大发展大繁荣的优越市场环境,而做出的企业远期发展战略决策,转型后的易贸集团将重点突出三大主营服务业务:一是与全球战略合作伙伴开展深度合作,将大宗品资讯服务做精做深;二是拓展大宗品商务服务,聚集人气和商机;三是全面转型进入电子商务领域,本年末全力推动大宗商品现货电子交易平台上线运作。

上海财安金融服务有限公司副董事长兼总经理邓伟:金融外包服务正当其时



上海金融中心建设面临攻坚战,何以诠释“更小的银行,更强大的银行”?秘诀是八个字:坚持创新,专注核心。把非核心的业务丢给外包服务公司,银行更像一个导演,整合资源,风险管控才是核心所在。

而我们所做的就是个纷繁复杂的银行后台支持服务体系,创造性地改造业务流程,用 IT+劳动密集型的综合举措建设一个全新的银行外包服务体系。

国际金融外包服务业现状和我国现阶段的发展态势如何?

和国际行业惯例相比,国内金融外包差距巨大。据估计,目前全球服务外包业务总量为 1.2 万亿美元,其中离岸金融服务外包业务量为 2100 亿美元。与主要发达国家相比,中国金融服务外包市场处于萌芽阶段,总体规模较小,渗透率偏低。据一项研究,到 2008 年年底,中国金融服

务外包市场规模仅为 48 亿元,而同期美国市场规模约合人民币 654 亿元,中国金融服务外包市场不及美国市场规模的 7.4%。金融行业服务外包支出仅占整体金融业运营支出的 0.53%,而同期美国则达到了 1.86%。

建设具有国际竞争力的金融外包服务体系正当其时。上海国际金融中心,不仅仅是由陆家嘴的高楼大厦组成,也不仅

仅由国际性的机构驻点形成,而是对整个市场的服务力、辐射力、整合力等方面组成。银行外包服务是智慧银行的助推器。银行外包服务也是银行服务体系一个必不可少的组成部分。国际水准的银行产品创新,同时也需要国际水准的后台服务,才能使得整个服务链条得以完善,才更加富有市场竞争力。同时,上海拥有建设国内领先金融外包服务的优势。

上海泽阳信息科技有限公司首席执行官张元刚:将物联网技术应用到民生领域的实践与思考



泽阳是一家创新型信息公司,是物联网技术民生应用领域先锋型企业。泽阳与微软总部于 2009 年成为嵌入式合作伙伴,致力于嵌入式技术的开发及其应用,是整个中国唯一一家具有和微软总部合作资源的科技公司。2009 年 4 月 15 日,泽阳正式与全球最大的电子标签 RFID 技术拥有者 LEGIC 达成全球合作伙伴协议,并接受 LEGIC 赠送的最新 RFID 双界面卡技术资料,成为 LEGIC 大中华区首家提供 RFID 双界面卡技术以

及卡中卡技术的解决方案提供商,为未来的手机钱包消费、电子钱包消费提供了国产化解决方案。

公司致力于利用基于 RFID 技术的物联网应用方案实现“铸就衣食住行的精彩世界”的最终目标。2010 年,公司规划并开始建设上海首个智慧社区示范项目——浦东金桥碧云智慧社区建设项目。该项目的实施首次全面提出“智慧社区”建设理念和实践,并在建设过程中实现了全国的“五个第一”:第一个用 GIS

结合移动应用实现居民参与社区管理的“社区综合信息管理平台”;中行一泽阳信用卡:中国第一张在社区应用的具有身份识别功能的三介质智能信用卡;社管通:第一个民用的二代证移动手持识别装置;社区电子商务:开创了以电子商务+实景社区的线上线下服务模式;居家候诊:第一家提出并实现“居家候诊”理念,并由此开展健康管理项目的开发与实践(例如:建设健康信息库等)。

在智慧社区建设领域,公司虽然处

于行业领先地位,但是在运营及盈利模式上还处于摸索阶段,非常需要相关政策的引导。

2011 年年初,泽阳与杨浦区政府合作规划并开始建设“农贸通”项目,致力于为相关部门解决菜市场菜价不稳定及不真实的状况提供数据性帮助,切实解决老百姓的“衣食住行问题”;之后,再次与杨浦区政府合作,规划了五角场智慧商圈建设项目,助力于杨浦区国家级创新型城区的建设。

上海金投赏文化传媒有限公司总经理贺欣浩:上海应重视并大力发展 MARCOM 行业



重要支柱,同时也是文化产业的重要组成部分。从上世纪 80 年代末期开始,全球广告传媒产业行业进行快速整合,目前全球最大的广告传播集团旗下拥有奥美、智威汤逊等公司的 WPP 集团,去年收入超过 700 亿美元,在中国拥有超过 1 万员工,代理投放广告超过 300 亿元,但集团历史只有不到 25 年的时间。而目前全球十大传媒公司中,排在前几位的是谷歌、微软、雅虎、IBM。这也是非传统意义上的广告公司,这些技术新贵在这一领域的崛起不过 10 年时间。

中国目前对于广告行业的认识绝大部分还是停留在户外广告、电视广告阶段,即使在一线城市如北京、上海、广州,虽然互

联网、手机广告的快速发展,但是总量规模还是太小,依然不受重视。在这 10 年的时间内,广告行业已经被重新定义,目前在美国对于这一行业新的定义:MARCOM。即将英文单词中的,市场 Marketing 和传播 Communication 结合成一个新的单词。MARCOM 不仅仅包括了广告业的所有范畴,而且新传媒、新的技术营销、市场研究、公关策划、设计等大市场的概念全部融入在这一领域中。据我们客观预估,中国目前 MARCOM 领域的规模应该在 5000 亿元左右,而上海作为中国的营销中心和各大国际 4A 广告公司总部所在地,至少占到三成以上的份额,是一个特别大的行业。

相比国内的动漫以及其他文化产业,其规模和市场更大。因此,在美国纽约每年 10 月所举行的 Advertising Week 广告周都是由纽约市市长 Michael Bloomberg 主导。全球各大广告公司、传媒巨头、互联网企业、几千人汇聚一堂,共同探讨 MARCOM 产业的未来。主管纽约城市宣传的部门也是每年利用这个机会与全球各大媒体公司进行城市的公关宣传,加强了对于媒体舆论的影响力和方向。

建立一个专注服务广告人的行业资讯媒体平台,8 年来我们连续出版了 60 期专业杂志《第三种人》,介绍中国乃至全球的广告传媒专业资讯。2007 年底,我们创

建评估广告投放回报效果的“金投赏大赛”,这是目前中国规模最大、参与公司最多、参赛公司质量最高、最具国际影响力的专业类大赛。它是基于一个以衡量广告投放回报效果 ROI AUDIT 的模型,首届大赛便有超过 200 多家公司的 900 多件作品进行参赛,并以我们的评审模型进行评估和认定。我们于 2011 年 11 月举办的第四届金投赏年会迎来了世界各地近 2000 位专业的嘉宾。获得超过 438 家公司,2401 件参赛作品的成绩。从参赛规模和数量上,目前已经是大大中国地区所有专业类赛事的绝对第一位,我们有信心在两年内超过在新加坡举行的 SPIKE 大赛。

上海零碳建筑科技有限公司总裁陈硕:创建中国低碳排放工业供应链



中国如何才能在实现现代化的同时使自身成为世界上最先进的低碳排放经济体之一?真正的竞争不仅仅存在于对可再生能源技术的应用方面,还在于抢先他国利用巨大的国内市场实现低碳建筑和城市规模经济效应,并形成稳健的低碳排放工业供应链。这一策略不仅可节约我国在节能

和可再生能源技术方面的投入,还可创造价值巨大的低碳建筑业出口市场。

我们在 2010 年,成功建设并运营了 2010 上海世博会伦敦案例零碳馆,该案例作为世博会展现节能减排最佳实践的案例,通过整体低碳技术的运用,建造了一个应对人类城市发展未来的模型。如今世博会大幕已经落下,零碳馆的运营团队继续在低碳建筑、低碳城市规划领域取得了一系列的成绩。低碳建筑的领域内,通过与万科集团合作,建设了万科零宅项目,在建成的 400 平方米的零能耗零污染零废弃物的项目内融入低碳的策略与技术,实现零温室气体排放的生活模式。同时我们积极探索零碳的技术运用于办公建筑中,成功设计了万科建筑研究基地展示中心。此外,已经开工的 3 万平方米中科院光伏设备检测中心将成为继中国世

博主题馆之后最大的低碳建筑综合体,继续开拓中国低碳实践之路。

随着我国的经济的发展,产业的能源资源消耗将逐步增加,新的高能效技术和可再生能源资源将成为拯救电荒水荒的主要途径,而太阳能光热发电技术越来越受到关注。

光热发电避开了多晶硅单晶硅的使用,从而避免了高污染、高能耗的生产方式,也使得其发电成本彻底脱离国际多晶硅价格波动的限制。我们开发出了具有中国自主知识产权的太阳能斯特林发电系统,并快速建成产品生产线,实现了关键零部件和总成系统的本土化和商业化,中国第一家世界先进水平的碟式太阳能斯特林热发电系统生产公司破茧而出。该项目的成功研制,在不污染环境的情况下,其转换效率大大超越太阳能光伏,最

高可到 33%,其次,该产品将大大降低中国的发电成本,每千瓦仅 5 美分,以低廉的价格将得到高品质的电力。

在探讨零碳与低碳建筑和城市之前,建筑和城市如何排放二氧化碳,同时如何实现温室气体排放的减少是我们的关注点。我们针对中国城市和建筑温室气体排放缺乏标准的空白,与中国的标准机构携手合作,开发了适应中国国情的城市运营温室气体排放、建筑运营温室气体排放、建材全生命周期温室气体排放的检测方法和标准,并应用此标准通过与上海环境科学院合作的上海世博会永久性建筑温室气体排放项目通过了联合国审查,为低碳世博提供详细指标和支撑,获得了世博科技先进集体的荣誉。此外,我们通过与中国标准化研究院的合作,为建筑产品制定了温室气体排放

的标准,对建材产品从原料获取、生产、运送、使用、以及销毁整个生命周期制定了温室气体排放控制的标准,并于 2010 年 6 月向上市企业“中国地板”厂商(大自然地板)颁发中国第一张“零碳证书”和 ISO 盘查报告,推动了中国产品应对碳关税的步伐。我们开发的“民用建筑二氧化碳排放标定系统”,是吸收欧美之长,结合中国国情,适合中国发展和使用的解决方案和系统,主要用于城市规划、建筑设计中二氧化碳排放分析和预估,以及对于其运营阶段的二氧化碳排放量及建筑能耗的综合检测分析评估分类。该系统具有自主知识产权,并且已申请相关专利,有望成为民用建筑二氧化碳减排量的行业评判标准。

2012 年上海“两会”特别报道

本版内容由本报记者吴文斌根据嘉宾发言稿编辑整理
本文图片由上海现代服务业联合会提供