

# 中国经济的新方向： 在转型中启航



超过**140**位受访  
企业高管来自中国  
内地与香港

**90%**的中国企业  
高管担忧市场新进  
入者

**74%**的中国企业  
高管需更关注利益  
相关者的需求

# 主席寄语

中国经济正处于关键的转型期。最近在北京闭幕的第十二届全国人民代表大会第四次会议发布了“十三五”规划

(2016-2020)，将2016的经济增长目标定为6.5%到7%之间，未来五年经济年均增长保持在6.5%以上。供给侧结构改革将会让中国从之前政府主导、以制造业为基础的模式向消费及新兴服务业驱动型的新模式转变。引领创新发展、放宽企业对外投资限制、开放市场、推动形成绿色生产生活方式等政策都明确了中国发展的新方向。虽然在这个过程中不可避免地会出现波澜，但政策制定者已经意识到，要管理好中国这样庞大和复杂的经济体，增长速度（尽管相比过去十年有所放缓）和增长质量都至关重要。

鉴于全球包括中国当前的市场状况仍不明朗，以及中国在全球经济中日益重要的地位，普华永道第19期全球CEO年度调研中国报告的发布非常及时，其中涵盖中国的企业高管对业务信心、趋势、风险及机遇的看法，和对颇具影响力的利益相关者群体的洞察，以及就利益相

关者的期望及其组织策略和目标等方面的把控提供了有价值的发现。

尽管最近的新闻头条都聚焦于金融市场波动和增速预期放缓，调查显示，仍有部分中国企业高管对公司的中短期收入增长前景“非常有信心”——虽然目前正在经历重大转型，却仍然不难看出企业高管对经济长期向好趋势的信心，又或者，他们的信心就来源于这些重大转型。

宏观趋势正带动起全新的预期，调研发现，中国的企业高管们认为在**未来5年内**能够对更多利益相关者的期望产生影响的四大趋势是：“科技革新”、“资源稀缺和气候变化”、“城市化”以及“人口结构转变”。与此同时，中国的企业高管们还需要应对利益相关者越来越高的期望，不仅是财务业绩，还包括公司战略，以及允许重要合作伙伴，例如客户、员工和供应商等的共同参与。74%的中国企业高管都表示，需要更多地关注利益相关者的需求。

对于这些未知的领域，调研发现，中国的企业高管们正在应用灵活的运营策略与利益相关者互动，创造新的商机。科技创新已经成为重要战略之一：83%的中国企业高管正借助科技来满足更多利益相关者的期待。颇具见地是，中国企业高管们都渴望从远期视角来看待和应对市场的不确定性：87%的中国企业高管认为，能够在5年内获得成功的企业，都具备“关注长期而非短期盈利能力”的特征，这不失为一种适应瞬息万变的竞争格局的有效方式。

整体而言，中国的经济转型将继续为国内的企业带来挑战和机遇。本报告提供了中国的商界领袖对目前转型的看法，也许更为重要的是，能够了解他们将会如何对当下及未来进行筹划和管理。

鸣谢来自中国和香港的145名商界领袖拨冗参与我们的调查。受访者与我们分享了他们宝贵的见解，帮助我们更加深刻的了解到，在重大经济转型期间，企业管理者们如何应对冲击。对此，我们深表感谢。



赵柏基

赵柏基  
普华永道大中华区主席

# 简介

中国已经开始结构性改革，预期会对经济模式作出调整使发展更具可持续性。实际上，政府希望将经济基础转向强劲的个人消费和服务业，因为先前的模式已带来环境问题并引发了对过度使用债务融资的担忧。诸如发展自由贸易区、改革国有企业以及构建社会保障体系（例如，养老金改革）等举措可确保中国在这次关键的转型过程中依然能够成为全球经济增长的“火车头”。

由于中国经济转型以及因油价和大宗商品价格下跌、美国更为紧缩的货币政策和欧洲央行（ECB）和日本央行（BOJ）持续实施量化宽松给全球经济带来的不确定性，使投资者在寻求高收益前景的同时，更为审慎地进行投资组合的风险管理。中国的改革是构建更稳健、更强大的经济所必需的，当中孕育着大量新商机。

第19期全球CEO年度调研是在2015年9月至12月期间开展的，对来自83个国家、各行业的1400多位企业高管进行了采访。本报告是中国版报告，阐述了中国145名企业高管的意见。本报告图表中使用的所有数据均来自调研结果。就本报告而言，“中国”指中华人民共和国，包括香港受访者。

受访者最多来自以下三大行业：金融服务（占有受访者的28%）、科技（占有受访者的14%）、和消费品（占有受访者的11%）。若按公司收入分类，37%的受访公司年收入少于1亿美元，14%的受访公司年收入介于1.01-9.99亿美元之间，12%的受访公司年收入超过10亿美元。

中国企业高管所在的受访公司与全球受访公司在多个重要方面存在不同。首先，中国的大部分受访公司为私营公司：69%的受访中国企业高管代表私营公司，而全球受访公司中的私营公司比例仅为60%。其次，在私营公司中，合伙企业占中国受访公司的26%，而在全球受访公司中，该比例仅为10%；由所有者管理的公司占中国受访公司的38%，而在全球受访公司中，该比例仅为20%。最后，政府拥有不同程度股权或有政府背景的公司占中国受访公司的19%，而在全球受访公司中，该比例仅为12%。这可产生以下推断：平均而言，受访的中国公司更多为私营拥有和管理的公司，而在这些公司中，中国公司可能比其全球同类公司具有更集中的企业领导架构。





# 目录

01

在不确定中寻求  
增长

03

影响企业增长前景的  
风险与挑战

05

改变利益相关者期望  
的趋势

07

广大利益相关者群  
体的影响

09

回应变化中的利益相  
关者期望

13

管理正在变化的利益  
相关者期望时面临的  
障碍

15

通过新的优先事项  
和标准重新定义  
成功

17

衡量并沟通更为  
广泛的商业成功

19

结论

20 调研方法备注

21 鸣谢

22 联系人

# 在不确定中寻求增长

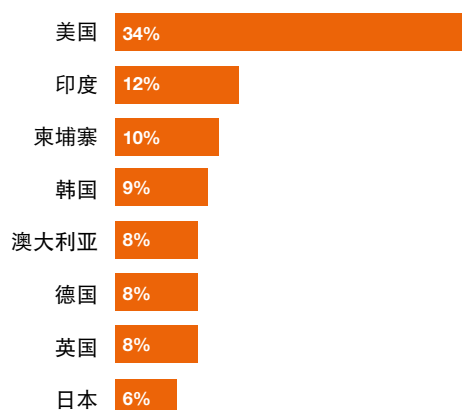


## 34%

的中国企业高管们对  
公司在未来3年的增长  
前景很有信心。

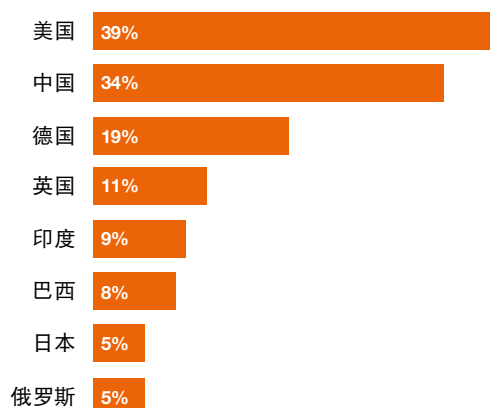
虽然中国的经济在去年存在不确定性，而最近发布的“十三五”规划（2016–2020）制定了对经济模式更多的调整，企业高管表示对新的方向保持了达观的心态。调查结果显示25%的中国企业高管在未来12个月的收入增长前景很有信心，而2015年持有该观点的中国企业高管比例为36%。34%的中国企业高管们对公司在未来3年的增长前景很有信心，反映出他们对正经历重大转型的国内经济抱有长足的信心。企业高管们对全球经济未来12个月的前景有相同的看法：只有31%的中国受访者认为全球经济增长将改善，而2015年持有该观点的受访者比例为43%。

图1 中国企业高管认为2016年最具增长前景的国家



调查显示,中国的企业高管们将继续“走出去”以寻求投资机会和增长前景。例如,企业高管们认为,对他们公司未来12个月的整体增长最为重要的四个国家(中国除外)分别为美国(34%)、印度(12%)、柬埔寨(10%)和韩国(9%)。

图2 全球企业高管认为2016年最具增长前景的国家



非常有趣的是,在2015年,43%的中国企业高管将美国视为最重要的境外投资地(中国除外),而今年,投资策略似乎已从以美国为中心的模式转变为包含亚洲发展中国家(尤其是参与“一带一路”战略的国家)的更多元化的模式。从全球来看,世界其他国家和地区的企业高管将美国(39%)、中国(34%)和德国(19%)视为对推动公司增长前景最重要的国家。

为支持其增长策略,中国企业高管们正在调整他们的运营模式: 61%的企业高管计划在未来**12个月**内达成新的战略联盟或者成立合资企业。并购被视为是在未来**12个月**推动增长的另一个关键工具: 23%的中国企业高管表示他们正计划进行国内收购,而14%的受访者则表示对跨境收购有兴趣。54%的中国受访企业高管预期将在未来12个月增加公司的员工人数。



### “值得思考的问题”

您将采用怎样的策略捕捉新的全球增长机遇?

您将采用什么策略在竞争中脱颖而出?

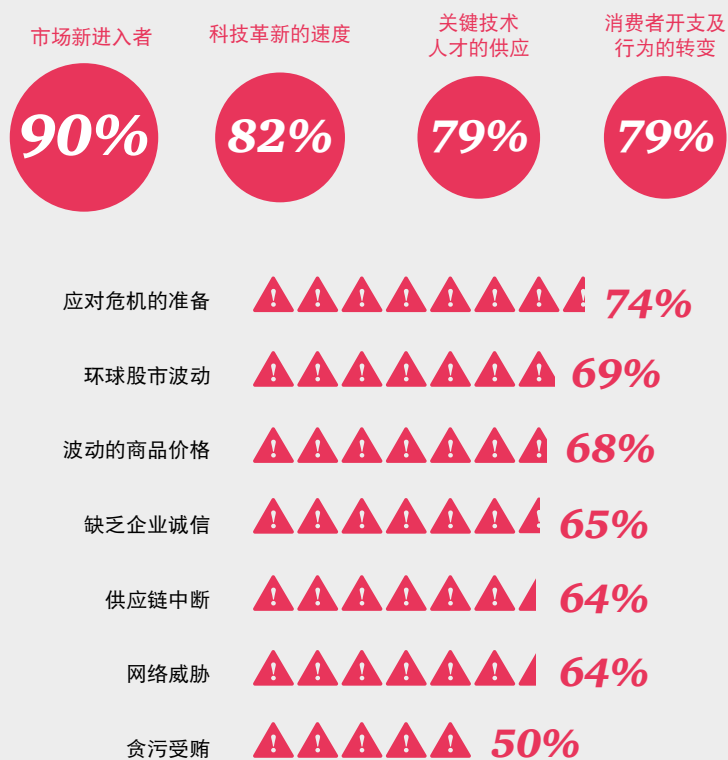
# 影响企业增长前景的风险 与挑战



中国企业高管预期可能面临的新风险包括来自经济和政策方面的挑战，皆可能影响其公司的增长前景。较高比例的中国企业高管认为如何获得成本可负担的资金（83%）、不断增加的税收负担（82%）和汇率波动性（81%）值得关注。



图3 中国企业高管认定的主要商业威胁



调研结果显示,对于影响公司增长前景的竞争和科技革新速度,中国企业高管比他们的全球同行更为关注相关业务的竞争威胁。例如,90%的中国企业高管担忧市场新进入者,远高于全球平均值(57%)。与之类似,82%的中国企业高管将科技革新速度视为具有颠覆性的因素,远高于持有相同观点的全球企业高管比例(61%)。

中国企业高管还表达了对消费者行为变化、供应链中断、人力资本等多种风险的担忧。79%的中国企业高管将消费者开支及行为的变化视为对公司增长前景产生威胁的因素,远高于全球平均值(60%)。64%的中国受访者对供应链中断表示担忧,远高于持有同一观点的全球受访者比例(50%)。人力资本方面,79%的中国企业高管表示关键技术的短缺是妨碍业务增长的主要因素。

值得关注的是65%的中国企业高管将缺乏企业诚信视为制约增长的因素,高于55%的全球平均比例,这些调研结果提醒企业高管们在复杂形势中寻求机遇的同时,也要充分认识建立企业诚信的重要性。



### “值得思考的问题”

面对波动的市场,您将采用什么策略降低风险?

您的企业目标及战略是否有助于提升品牌的信任度?

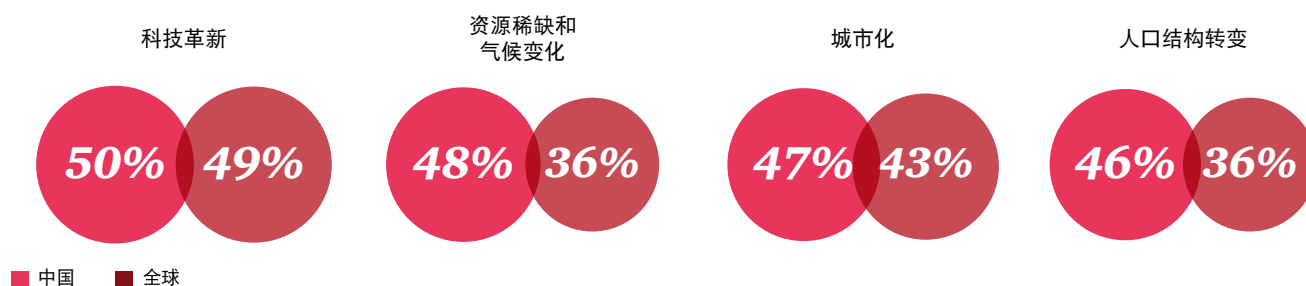
# 改变利益相关者期望的趋势



随着中国企业发展壮大,利益相关者对企业的相关期望也随之增加。就可能在**未来5年内**带来广大利益相关者的期望变化的三大全球趋势而言,50%的中国企业高管将“科技革新”排在首位。48%的中国企业高管将“资源稀缺和气候变化”排在第二位,而“城市化”和“人口结构转变”则分别被47%和46%的中国企业高管并列第三位。



图4 企业高管对改变利益相关者期望的趋势有何看法\*



\*图中显示基于中国高管和全球高管持相同排位意见的比例对比。



### “值得思考的问题”

您的企业是否做过情景分析从而加强了解宏观趋势对本行业的影响？

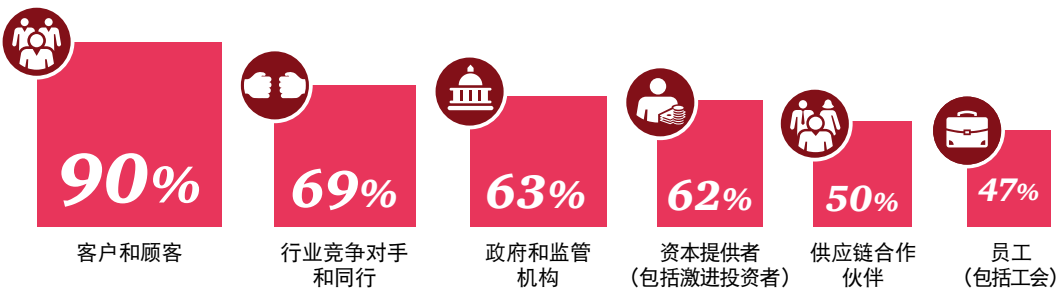
这些宏观趋势是否有助于公司在变化的竞争环境中找到潜在商机？

# 广大利益相关者群体的影响

就广大的利益相关者群体对企业策略的相对影响而言, 调研结果显示, 90%的中国企业高管认为客户和顾客对他们的企业策略具有“高”或“极高”的影响, 其后是行业竞争对手及同行 (69%)、政府和监管机构 (63%) 以及资本提供者 (包括激进投资者) (62%)。显然, 不是所有广泛的利益相关者群体对企业策略和行为都拥有相同的影响力。只有5%的企业高管认为非政府组织 (NGOs) 可以对他们的企业策略产生类似的影响。

当客户、竞争对手、政府和其他群体成为越来越具影响力的利益相关者时, 中国企业高管如何展示他们企业的目标与价值观? 实际上, 调研发现, 相较全球平均值 (69%), 62%的中国企业高管表示他们的企业目标反映出广大的利益相关者的期望。

图5 利益相关者对中国企业的重要性





## 在多极化世界“重设目标”

在快速变化的全球环境中，中国企业高管对世界的多极化趋势表现出强烈的认同，包括支持其基础的信仰及制度。相较全球平均水平83%，89%的中国企业高管认为世界正转向“多元化的信仰及价值体系”，而不是统一的全球信仰和价值体系。此外，55%的中国企业高管认为世界正转向更大的政治联盟而非分裂。

# 89%

的中国企业高管认为世界正转向“多元化的信仰及价值体系”

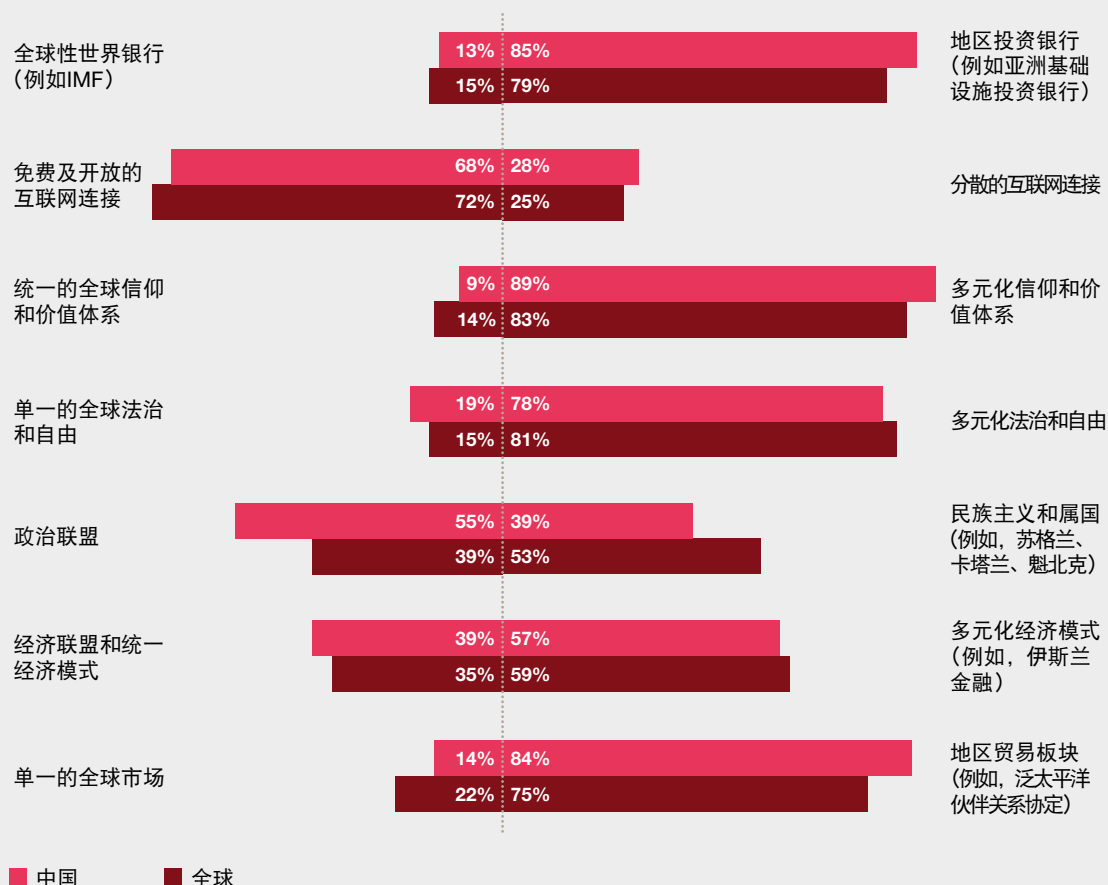
新兴的多边金融机构和自由贸易区有助于加深这些区域的经济伙伴之间的合作。85%的中国企业高管（相较79%的全球企业高管）认为世界正转向“地区投资银行”（例如亚洲基础设施投资银行）而非单一的全球性世界银行。84%的中国企业

高管（相较75%的全球企业高管）认为世界正转向“地区贸易板块”（例如，泛太平洋伙伴关系协定）而非单一的全球市场。

一名受访者曾就公司如何利用快速变化的全球环境寻求新的商机作出以下评论：“（我们公司）也依赖合作以便“走出去”。国家之间的协议可以为像我们这样的企业创造投资机会，这是不言而喻的。”

企业高管是否已有策略应对一个分歧更多、权威与影响力更加分散的世界？实际上，调研结果显示中国企业高管正在采取更多新举措承担社会责任，79%的中国受访者正在改变他们的价值观、道德和行为准则，以便在一个具有多元化信仰体系的世界中及时对利益相关者的需求作出反馈。

图6 企业高管对于世界趋势的观点



# 回应变化中的利益相关者期望

为驾驭充满挑战和不断变化的利益相关者期望的新世界，企业高管们如今需要制定正确的策略，重新规划他们的业务，才能在未来取得成功。实际上，调研结果显示，91%的中国企业高管正积极改变他们定义和管理风险的方式，以应对多变的利益相关者的期望。例如，为使他们的企业做好应对当前及未来的非传统竞争对手的准备，企业高管们在构建联盟时需要进行策略定位，以确保在市场中的竞争优势。超过90%的中国企业高管正就他们的合作方式以及合作对象作出调整。

## 91%

的中国企业高管正积极改变他们定义和管理风险的方式，以应对多变的利益相关者的期望。

为应对关键技术短缺的问题，许多企业高管制定人才策略，以吸引、挽留和雇用他们需要的人员，以保持其相关性和竞争力。例如，大部分的中国企业高管（97%）正在员工权利和福利方面作出改变。他们在福利和绩效评估方面投入比全球同行更多的精力。这些措施包括改变“他们向员工提供的工资、奖励和福利”（59%），远高于全球平均水平33%，以及实施“有效的绩效管理”（54%）——远高于全球平均水平38%。

但是，中国公司很有可能由于未能充分展示和传达公司的目标和价值观而失去了吸引人才的机会。实际上，63%的中国企业高管亦认为，高端人才更愿意“为具有与其社会价值观相符的公司工作”。尽管如此，只有1/4的企业高管正力图改变他们公司的声誉，成为具有企业道德和社会责任感的雇主，只有28%的企业高管表示在过去3年他们曾经调整企业目标以反映他们对社会产生更为广泛的影响。

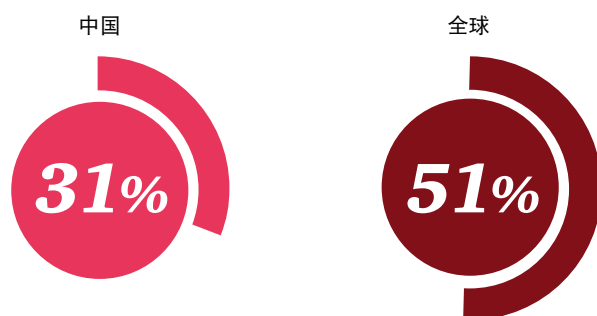


虽然科技变革的速度可能对市场经营者带来挑战,但它也能提供有助于缩小市场差距,及提供具有成本效益、便利和功能强大的产品的解决方案。例如,83%的中国企业高管正在利用科技实现广大的利益相关者的期望。有趣的是,只有31%的中国企业高管表示他们目前正就利用技术评估和实现不断变化的利益相关者期望方面作出重大变革,远低于全球平均水平51%。

### 以数据和分析技术与利益相关者互动

中国企业高管更强调利用数据技术更好地整理、分析及诠释客户需求,而不是那些能使其客户沟通及互动更为便捷的技术。例如,73%的中国企业高管将数据和分析技术视为其在与广大的利益相关者互动时可获得回报的方式,而对社交聆听工具或网络协作工具感兴趣的企业高管比例则相对较低(约为25%)。近半的中国企业高管(48%)表示使用CRM技术与利益相关者(尤其是客户)互动时产生最大的回报。

图7 企业高管对利用技术满足利益相关者期望的看法



只有少数中国企业高管将社交媒体沟通和互动视为可获得与利益相关者有关的最大回报的工具,仅占受访者的39%,低于全球比例50%。



### “值得思考的问题”

您的企业如何有效地利用技术与广大的利益相关者群体互动?

您的企业如何识别利益相关者的期望,并将之与企业的战略相融合?

哪些战略相关者是目前没有被纳入考量,但未来五年会出现的?

如何确保您的企业在有影响力的利益相关者和被决策所影响的群体之间取得平衡?







### 中国在实现利益相关者期望时采取的创新方式处于领先地位

在产品开发和业务流程中怎么强调创新的重要性都不为过，因为中国政府已在“十三五”规划中将“创新”列为确保更可持续经济增长的新引擎之一。根据普华永道全球创新1000调研，中国公司在增加研发开支方面比其他地区的公司更为迅速：2014年的增长率为46%，而欧洲和北美的增长率仅为个位数。

超过一半的中国企业高管（57%）认为“研发和创新”在与利益相关者互动方面将产生最大的回报，而持有该观点的全球企业高管比例则为53%。实际上，不少领先的中国公司正努力提升先进的创新能力，通过受欢迎的高科技产品抢占全球市场。

面对广大利益相关群体的影响，企业需要在这多极化世界里重新制定目标，以回应变化中的利益相关者的期望；在管理这些期望当中，企业将面对什么障碍？

# 管理正在变化的利益相关者期望时面临的障碍

虽然越来越多的中国企业意识到他们的运营对利益相关者及整体社会的影响,但他们在吸引利益相关者管理方面的举措并不一定体现在他们的企业策略中。相比较全球平均水平20%,38%的中国企业高管认为“利益相关者的利益与企业策略之间的不一致”是他们在实现广大的利益相关者的期望时遇到的障碍之一。制定企业策略是否将利益相关者纳入考虑会带来实际的代价:31%的中国企业高管表示,对利益相关者的实际期望了解不足会妨碍进一步满足这些期望。

但是,这个关键的问题已经出现在许多中国公司中,尤其是在大型公司进行全球发展和拓展运营时。一名中国跨国企业的高管表示:

随着企业发展,尤其是需要接受大量公众监督的大型企业,我们从一开始就将两大利益纳入考虑并确保符合这些利益。即,企业利益和社会利益,这两者必须彼此相符。”

中国企业高管

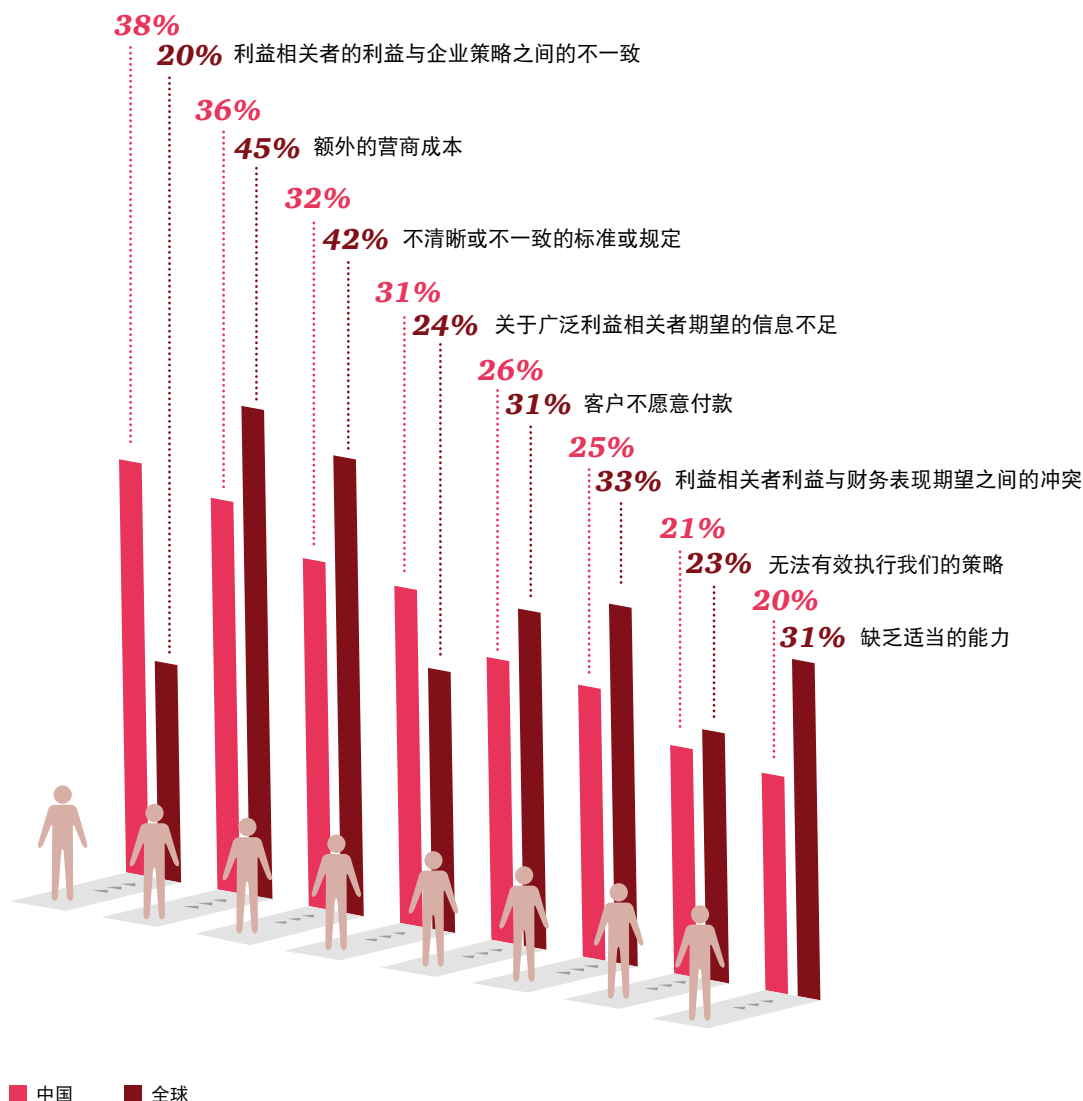


## “值得思考的问题”

您的企业在有效传递价值方面面临哪些障碍?

如何使企业在不提高成本的前提下提升客户满意度?

图8 企业高管在应对广大的利益相关者期望时遇到的障碍



中国企业高管与全球企业高管在这方面的比例存在显著差异，这也许可以通过以下事实解释：中国的受访公司主要是小型的私营的公司，具有更集中的企业领导架构。这可能意味着他们因此较缺乏动力识别和了解谁是他们的利益相关者，尤其是与那些具有资源且因为上市等原因有更多动力管理这些利益相关者期望的大型跨国公司相比。

小型公司可采取更为友好型的策略和技术来识别利益相关者的期望并将其纳入考虑，但满足持续变化及有时相互冲突的利益相关者期望可能会给企业带来隐含成本：由于在回应广大的利益相关者期望时面临“额外的营商成本”，36%的中国企业高管因此遇到障碍，而全球平均水平为45%。

# 通过新的优先事项和标准重新定义成功

传统上,由于中国私营公司(大部分为家族企业)的企业高管通常较为阶层化和注重利润,这项调研结果并不意外:70%的中国企业高管(相较全球平均水平58%)将他们的投资者描述为“基本上只关注收入和资本增长”,而53%的中国企业高管认为资本提供者(包括激进投资者)在促使他们更多地交流“传统财务报表”方面最具影响力。

## 75%

的中国企业高管表示  
“同时报告财务及非财务事宜”将是五年后对成功企业下定义时先决条件之一。

但是,有证据表明,利益相关者日益意识到衡量财务以外事项的重要性,尤其是意识到非财务指标在衡量企业成功方面的重要性。在描述当今最成功的企业时,53%的企业高管表示“他们同时报告财务及非财务事宜”,至于对各自行业五年后的成功企业下定义时,75%的中国企业高管表示“同时报告财务及非财务事宜”将是先决条件之一。

尽管股东利益最大化被视为法则,有相当比例的企业高管已经认识到,在21世纪需要更为广泛的成功定义。调研结果显示,78%的中国企业高管表示“他们更注重长期而非短期盈利能力”,而全球平均水平则为82%。当被问及未来五年将会获得成功的企业应具备哪些特征时,87%的中国企业高管以及他们的全球同行都表示,关键是“注重长期而非短期盈利能力”。



## “值得思考的问题”

哪些问题对您的利益相关者们重要但当前并未考量?

您将采用哪些新准则去衡量运营产生的实质影响?



图9 企业高管对于企业当前和未来目标的观点

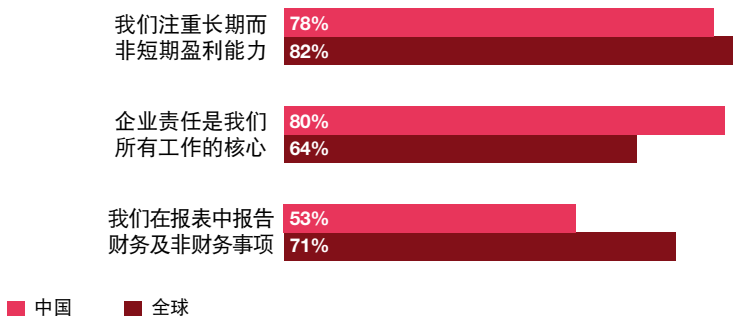
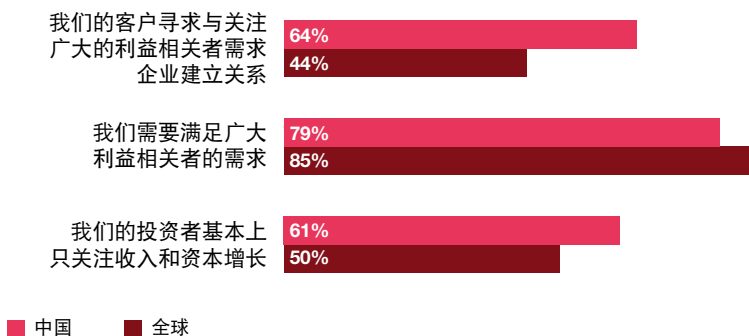


图10 企业高管如何看待未来五年本领域成功企业的特征



## 更多企业高管已开始考虑他们运营所带来的社会影响

有鉴于近年来食品安全问题、环境恶化、劣质消费品及其他企业丑闻，中国企业高管变得更关注企业的社会责任（CSR），已开始改变企业行为以实现财务业绩之外的成功。城镇化等大趋势带来了全球民众的收入上涨和消费增加，同时亦为地球正面临的资源稀缺问题带来深远的影响。企业认识到长远的经济发展必须着眼于以可持续的未来为前提的资源管理，因此中国企业高管在日常运营中开始思考资源稀缺和气候转变为其带来的影响，反之亦然。事实上，调研结果显示，就为应对利益相关者期望而作出的改变而言，74%的中国企业高管正作出改变以减少公司业务运营所产生的社会和环境的影响，而72%则表示正在降低供应链对社会和环境所产生的影响。

中国企业高管还考虑研发投资所产生的更广泛的社会影响：86%的中国受访企业高管表示他们正就如何充分利用他们的研发和创新举措实现社会价值最大化方面作出改变，比全球平均水平高出10%。72%的企业高管表示他们在开发新的“合乎道义”的产品和服务方面正在做出“若干”或“重大”改变。

调研结果显示，关于最能描述他们的企业现状的说法：17%的企业高管表示“我们投资单独的CSR计划”，而72%的企业高管对未来五年内的期望是“企业责任是他们所有工作的核心”。

对于公司将CSR成功融入公司的核心投资利益所产生的积极协同效应，一名受访者表示：

“事实是，当你完成自己分内的事后——履行你的社会责任及与当地民众形成共同的利益群体——他们会欢迎你的项目并提供巨大的支持。因此，公司自身的利益与其提供的社会价值是紧密联系的。实际上，这也是一种投资，它始终能够带来回报。”

中国企业高管

# 衡量并沟通更为广泛的商业成功

企业高管们最希望改善的衡量指标是在传统观念中被视为商业成功的“硬性”因素，譬如财务表现，而他们希望在沟通方面有所提升的则是一些“软性”因素，譬如创新、风险、价值观和目标。但广大的利益相关者群体希望同时了解有关成功的“硬性”和“软性”的双重驱动因素。调研结果显示，82% 的中国企业高管正就他们如何衡量成功和在哪些方面承担责任采取行动，以满足利益相关者不断变化的期望。

最常被提及的硬性驱动因素依然是传统的财务结果：59%的中国企业高管表示他们的企业应更关注传统财务报表，以便更好地衡量对广大的利益相关者群体的影响和价值，而持有该观点的全球企业高管比例仅为30%。

对于软性的衡量指标，企业高管认为创新最能从改进衡量方式中获益。超过一半的中国企业高管认为企业应当采取更多措施，为广大的利益相关者群体衡量创新的影响和价值。相当大部分挑战在于如何采纳和使用科技，从而优化数据和分析。

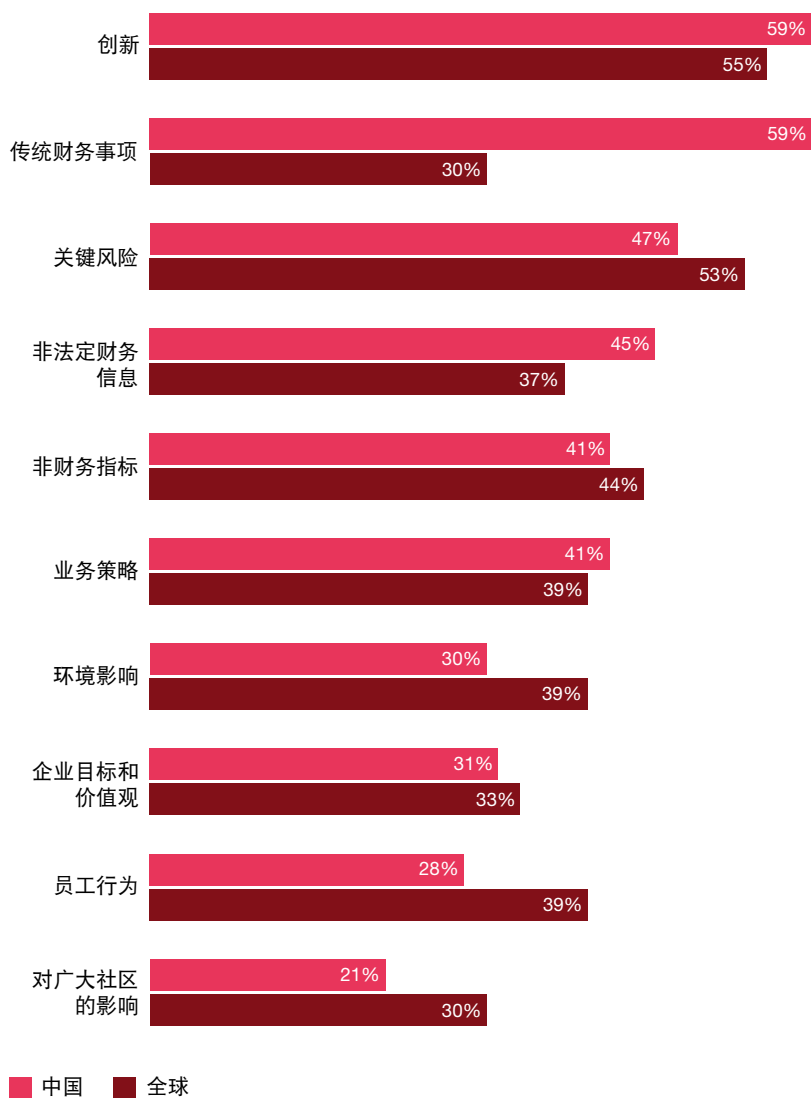


## “值得思考的问题”

如何确保您的企业有效传递顾客和利益相关者所需的讯息？

如何确保企业以正确的方式衡量企业的成功？

图11 企业高管对在哪些方面可以更好地衡量价值的看法



# 结论

中国在过去几十年的快速增长已明显放缓。实际上, 尽管增长减速带来了短期担忧, 但经济结构转型的方向和再平衡应该会使经济发展保持长期向好。“新常态”预期可解决一系列问题, 包括资源配置失衡、实现从制造业向服务业转型、关闭低效的国有企业、解决产能过剩问题并减少政府行政干预, 从而实现高质量的增长。

在利益相关者不断调整对中国经济的预期的背景下, 调研发现企业高管们对挑战和机遇的看法不尽相同: 61%的中国企业高管“同意”或“强烈同意”当前比三年前有更多的机遇促进公司业务增长, 也有59%的企业高管“同意”或“强烈同意”当前比三年前面临更严峻的挑战, 纵然市场行情千变万化, 中国企业高管对未来12个月的业务收入增长前景有信心, 他们已制定策略应对不可避免的挑战和风险。

整体而言, 尽管经历经济放缓和国内外金融及产品市场的大幅波动, 但可喜的是调研结果显示, 中国的企业高管们已制定相应策略推动未来增长。实际上, 他们认为单一的全球化世界正日益转变为一个多元化的世界, 这促使企业高管们重新审视企业目标, 以确保目标、策略和执行保持一致。虽然中国的企业高管们面临不利因素的困扰, 尤

其是来自市场新进入者及科技革新速度的影响, 但他们正通过采用一系列战略工具作出调整, 包括建立合作伙伴关系, 进行并购, 并利用技术满足不断变化的客户期望。

客户和员工期望以及政府监管也改变了中国企业高管应对广大的利益相关者需求的方式: 更多的中国企业更为注重长期而非短期盈利能力, 他们在劳工权利、风险管理、营销及建立伙伴关系方面采取了积极行动。

令人鼓舞的是, 越来越多企业家意识到将社会责任纳入商业实践及减少社会和环境成本的重要性。随之人们就能了解到价格不能反映所有成本, 有效衡量哪些事项更为重要, 及向广大的利益相关者群体传达企业行为的影响和价值, 这将有助于增加公众对品牌的信任度, 这种无形的资产对于公司最终获得商业成功和超越竞争对手至关重要。实际上, 正如一名受访者所指出的:

---

中国传统的高能耗型经济已经到达了拐点。肩负社会责任的行业及项目应引领‘新常态’下的未来发展方向。

中国企业高管

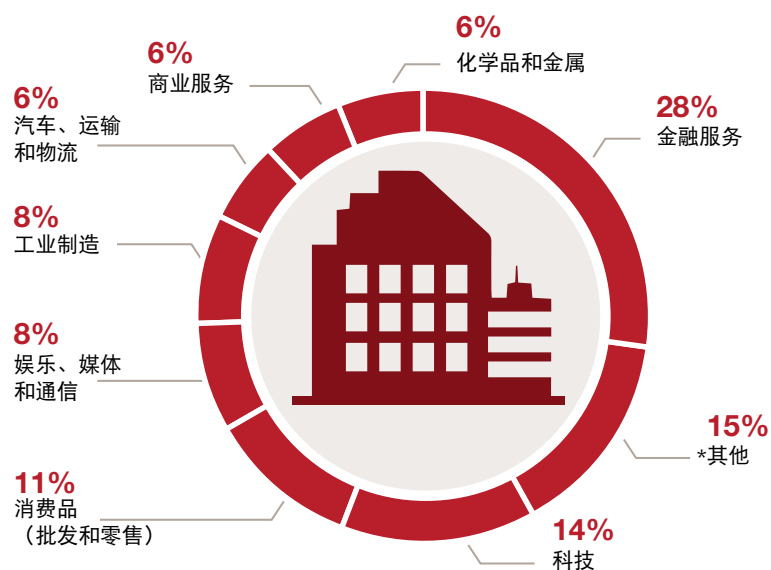
---



## 调研方法备注

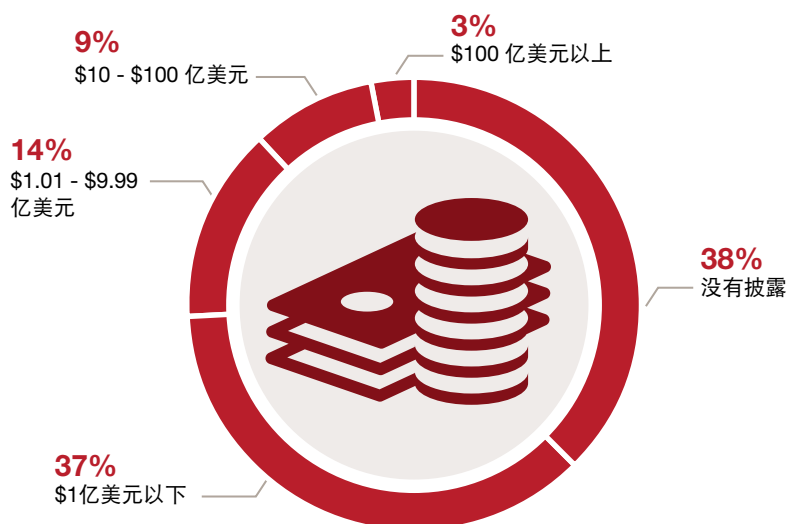
中国报告的调研样本量为145人，并根据以下行业和企业收入类别进行调查：

图12 2016年中国报告受访者的行业分类



比例少于5%的行业已归类为“其他”，包括农业、生物科技、工程和施工、能源、林业、保健、餐饮与休闲、造纸和包装以及供电和公用事业

图13 2016年中国报告受访企业的收入分类



# 鸣谢

特别鸣谢张鉴钧和Poh-Khim Cheah对本报告作出的贡献。

## 编辑和撰稿

Sanjukta Mukherjee

Erik Tollefson

## 项目管理

雷国锋



# 联系人

## 林怡仲

普华永道中国内地及香港市场主管合伙人  
+86 (10) 6533 2388  
frank.lyn@cn.pwc.com

## 吴卫军

普华永道中国北京首席合伙人  
普华永道中国北方区市场主管合伙人  
普华永道中国公共政策与监管事务主管合伙人  
+86 (10) 6533 2456  
david.wu@cn.pwc.com

## 黄佳

普华永道中国上海首席合伙人  
普华永道中国中区市场主管合伙人  
+86 (21) 2323 3029  
elton.huang@cn.pwc.com



