

中欧调查和报告

01

2021 年度创新调查报告



中欧国际工商学院《2021 年度创新调查》由管理学教授范悦安（Juan Fernandez），管理学助理教授杜雯莉（Emily David），管理实践教授陈少晦和斯坦福商学院工商管理硕士、哈佛大学（美国）心理学硕士以及萨拉戈萨大学（西班牙）工程学硕士 Maria J. Puyuelo 共同对 950 名参与者进行了问卷调研后完成，旨在更好地探知和了解企业高管们对创新的定义、企业目前正在采取哪些政策和实际措施来培育创新环境、创新在不同行业和公司的差异性，以及创新大趋势对企业员工创新态度以及离职意愿的影响。

在调查中，他们有很多有趣的发现：中小型企业 / 组织比大型企业 / 组织更有利于创新、中基层管理者比高层管理者更倾向于认为创新不是成功的关键因素、员工比领导的创新指数更高……

对领导者、中基层管理者和普通员工来说，分别应如何加强创新？陈少晦教授给出了建议：

对企业领军人物或高层管理者而言，首先，在企业政策机制流程和文化宣导中要言行一致，以身作则；其次，文化理念和政策导向，一定要落实在实实在在的机制、制度和措施层面；最后，要分析并明确企业中的哪一个机制在引领并鼓励创新，哪一个机制在激励员工源源不断的创新自驱力。

中层管理者要把经营、组织管理和日常工作牢牢地跟创新联系在一起。日复一日地确保创新制度的执行和优化，以及在团队管理中对工作流程及员工行为进行及时、持续的正向反馈。

基层员工要发挥主人翁意识，应该意识到创新是重要的敬业态度和专业技能的体现。还应发挥自己的创新才能，大胆分享自己从消费者和市场中获得的信息和思考，并在工作中积极建言，勇于尝试，提升自己的创新能力和人才价值。

02

2021 年中国商业报告



2020 年新冠疫情在全球蔓延，世界大经济体中只有中国实现了经济正增长。根据国际货币基金组织 IMF2021 年 4 月发布的《世界经济展望》，全球范围的经济复苏预计将到来，国际贸易也将回暖。中国由于疫情控制得力，经济复苏较快，但不同行业和企业之间的复苏轨迹不同。复工复产一年之际，复苏之路到底走得如何，需要更深层次地挖掘微观数据才能了解企业处境。

2021 年 4 月 1 日至 14 日，中欧教授巫厚玮、许斌、周东生及研究团队开展了线上问卷调查。调查结果呈现于《2021 年中国商业报告：关于新冠肺炎疫情期间在华企业商业运营绩效和调整的调查》。

从营收与恢复来看，今年的调查报告发现，制造业总体表现优于服务业。在新冠疫情冲击下，服务行业在华商业活动受到很大打击，需要更长的恢复期才能达到疫情前的营收状态。

供应链方面，去年的报告显示，制造业面对的最大困难是“全球供应链运转困难”和“本土供应链运转困难”。今年的数据验证了这一点，但和预判不同的是，国内与境外供应链受到的负面影响程度相差不远，中国疫情的控制并未给在华企业带来供应链上显著的差异。

人事方面，今年调查显示劳动力市场的整体情况更加好于预期，大规模的失业潮并未发生，部分行业或企业甚至还有增员。而我们也再次从这个维度看到服务业的复苏比制造业更不稳定。

从薪酬来看，值得注意的是，今年有超过 40% 的企业加薪。制造业再次展现出了比服务业更加强劲的恢复情况。

基于此报告，虽然在华企业复苏之路出现分化，服务业仍较为艰辛，但这是可预期的。从中长期看，中国仍将是全球商业活动最活跃的一个地区，参与本项调查的企业高管们的回答显示了他们对未来所抱有的坚定信心。

03

2020 年中国首席营销官 (CMO) 调查报告



《中国首席营销官 (CMO) 调查报告》每年发布一次，今年总共覆盖了 315 家公司。其中中欧 CMO 学员及校友占比为 83%，在所有受访者中女性决策者比重达到 34%。从行业及产业结构上来看，受访者来自 16 个行业，包括了 B2B 产品、B2B 服务、B2C 产品和 B2C 服务四种主要的业务形态，覆盖了营业规模从 3000 万以上到 50 亿以下不同规模的企业类型。

该份报告的调研时间从 2020 年 12 月 1 日开始至 12 月 16 日结束。调查问题在 2019 年的基础上进行了精简，同时新增了有关新冠疫情、直播带货等热点内容。整体涉及六大主题，分别为：

- 宏观环境
- 企业增长与绩效
- 市场营销的结构与开支
- 渠道结构及其表现
- 客户关系
- 市场营销组织与领导

该报告得出如下关键结论与洞察：

- 1 受访者对中国经济前景趋于乐观，且乐观程度优于 2019 年
- 2 60% 的受访者认为疫情对其所在企业有负面影响
- 3 企业的业绩增速整体放缓
- 4 增加产品开发投入的企业多于增加营销投入的企业
- 5 企业在未来增长战略的投入方面趋于保守
- 6 传统媒体衰落，内容营销崛起
- 7 41% 的企业参与了直播带货
- 8 推动业务增长仍被视为市场营销部门的首要职责，但理解趋势变化的重要性急速攀升

04

2021 企业社会责任白皮书



自 2018 年起，中欧国际工商学院开始发布《中欧企业社会责任白皮书 / 报告》，呈现中欧教授和研究团队对社会责任的洞察，也荟萃了中欧校友企业的社会责任实践。2021 年的白皮书亮点纷呈、干货满满。

中欧人 CSR 实践

- 2020 年《中欧企业社会责任白皮书》荣获 2020 “向光奖”
- 中欧校友总会荣膺 “2020 中国社会企业影响力投资论坛向光奖组委会奖”
- 七位中欧校友荣获 “全国抗击新冠肺炎疫情民营经济先进个人” 称号
- 2020 年新冠疫情期间，中欧校友个人和企业捐款捐物累计超过 17.59 亿元
- 两位中欧校友荣获 “2020 年全国脱贫攻坚奖奉献奖”
- 2020 年，中欧开辟 “企业社会责任与可持续发展” 研究领域
- 2019 年度中欧校友企业在社会责任各个维度的平均得分均高于 A 股上市公司的平均水平

中欧教授观

现在，企业比以往任何时候都更需要打造韧性，培养修复能力。值此社会和环境发生深刻变化之际，富有韧性的企业方可立于不败之地，而且更有把握抓住机遇，与时俱进。

白诗莉 (Lydia J. Price) 中欧国际工商学院荣誉退休教授

在后疫情时代，企业应积极承担更多的社会责任，致力于解决社会问题。无论是数量上、质量上还是形式上，中国 A 股上市公司对 CSR 报告的披露程度都呈现出良好的增长势头，且标准正在向国际标准接轨。

芮萌 中欧国际工商学院金融与会计学教授

企业应该知道，员工对人力资源实践的归因会对他们的内部或外部跳槽意向产生显著影响。管理者需要了解每位员工的具体需求，并利用职权来调整员工的工作性质，激发他们的工作积极性。

李尔成 (Lee, Byron Yee Sing) 中欧国际工商学院管理学副教授

金台烈 (Kim, Tea-Yeol) 中欧国际工商学院管理学教授