

Think Ahead

ACCA

中国企业 未来100强 2016年版



ACCA 简介

ACCA (特许公认会计师公会) 是全球广受认可的国际专业会计师组织, 为全世界有志投身于财会、金融以及管理领域的专才提供首选的资格认证。ACCA 目前在中国大陆拥有6,000 名会员及62,100 名学员, 并在北京、上海、成都、广州、深圳、沈阳、青岛和武汉共设有8 个代表处。

ACCA 为全球181 个国家的188,000 名会员及480,000 名学员提供支持, 从雇主的技能需求出发, 为会员和学员的事业发展提供完善的专业服务。ACCA 透过全球100 个办事处和中心, 以及全球超过7,110 家认可雇主, 为员工的学习与发展提供高标准服务。ACCA 致力于维护公共利益, 提倡适度的会计监管方式, 同时, 通过开展国际化研究, 不断提升财会行业的声誉与影响力。

ACCA 自1904 年成立以来, 一直秉承着独特的核心价值, 即机遇、多元性、创新、诚信和责任。我们深信, 会计师能够在经济发展的各个阶段创造价值。ACCA 致力于培养会计师的专业能力, 支持采纳统一的国际准则。我们的价值观与各行各业的雇主保持一致, 并且确信, ACCA 培养的是能够为企业增值的会计师。ACCA 让来自不同背景的有志之士都有机会进入财会行业, 并且不断创新、修订并推广我们的专业资格, 满足学员和雇主的多样化需求。

了解详情, 请访问ACCA 网站: www.accaglobal.com



距首次报告发布两年之后, 2016 年报告再次将目光聚焦于中国的新兴全球企业, 旨在发现在未来三到五年, 最具潜力角逐于全球市场的中国新兴百强企业。他们在中国打下了强大的基础, 正在更加迅速地推进国际化——而或许最为重要的是, 其增长速度还将继续领先于全球经济增速及中国公司的平均增速水平。2016 年, 在全球经济下滑的趋势之下, 中国的未来全球巨人们正在扬帆起航、逆向而行。

更多资讯请联系:



蔡鹏鹏

ACCA 商业洞察主管

+44 (0)20 7059 5975

faye.chua@accaglobal.com

蔡鹏鹏是ACCA 商业洞察主管, 负责与全球商业和财会行业密切相关的未来主题研究和洞察。研究项目覆盖多样化的主题和领域。蔡鹏鹏在不同的经济研究领域有超过十余年的工作经验, 并且拥有在北美、亚太和欧洲等不同地区工作的经历。

目录

内容概要	6
1: 中国企业未来100强	7
未来企业100强	8
百花齐放：并未出现单一的主导城市或行业	11
逆势前行：从制造业向服务业转移	12
蒸蒸日上：营业收入增长率日益提高	14
聚沙成塔：持续增长至关重要	16
2.中国企业未来100强案例分析	17
第14位：深圳市怡亚通供应链股份有限公司	18
第20位：上海复星医药（集团）股份有限公司	19
第32位：携程旅行网	20
第55位：长园集团股份有限公司	21
第72位：如家酒店集团	22
第77位：大族激光科技产业集团股份有限公司	23
3.蓬勃兴起的上榜银行	24
4.中国企业未来100强发展前瞻	25

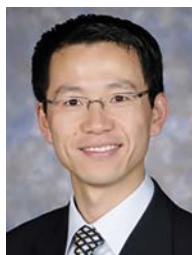
安德鲁·阿瑟顿



安德鲁·阿瑟顿现任兰卡斯特大学企事业专业教授，代理副校长。他还是中小企业政策与中国问题专家。他于2013年1月加入兰卡斯特大学。此前他任职于林肯大学，担任高级代理副校长，负责该校与雇主关系和企事业合作的重大项目。他的主要工作包括：与西门子公司合作，创办英国20多年以来第一个新的工程学院。

1995年到2002年，他供职于杜伦大学。曾先后担任杜伦大学商学院小企业中心政策研究所主任、系主任。他曾担任国家和地方政府、著名双边及多边机构的政策发展与执行顾问，领导多个重大项目，在中欧、东欧以及中国建立了多所企业发展中心。阿瑟顿教授毕业于伦敦大学亚非学院和耶鲁大学。他在国际主要报刊杂志、政策出版物上发表过一系列有关企业实体、中小企业发展及经济发展与重建相关领域的文章。

高展



高展是英国兰卡斯特大学管理学院财务与金融系讲师。他曾利用复杂的数据工具对企业高管和首席执行官的收入进行研究并发表著述，同时参与编写了《中国企业未来100强》（2014版）。



无论位于哪个国家、从事何种行业，诸多企业都在密切关注中国市场，对这一市场的兴趣与日俱增。ACCA两年一度的《中国企业未来100强》报告，通过发现成长最为迅速、最具潜力角逐于全球市场的后起之秀，为展望中国企业的明天提供了崭新视角。

在中国本土市场已领先的企业锐意拓展国际版图、着力跻身全球巨头之列的过程中，不断进步的技术发挥着关键作用。然而，技术本身并非是唯一的催化剂。过去两年里，中国企业越来越重视研发、开展收购兼并，同时完善自身的商业战略，这表明中国企业不再像过去那样一味强调规模化生产，开始迈出变革步伐。

作为财会前沿学院主席，我一直非常关注财会专业人士和企业在本地区及全球的未来发展。本报告选定的100家企业，其整体年增速不仅已超越本国GDP，更远远胜过了全球经济的增长率，并且预计未来将继续保持这一发展势头。

专业会计师必须放眼未来，预见商业环境的千变万化，从而始终屹立在本行业及更广泛商业世界的最前沿。

这企业正广结商业伙伴、大力投入研发，它们极有可能超越发达经济体的诸多对手，迅速、卓越地成长为中国新一代的全球巨人。对此，我将同各位一起拭目以待。

黄文耀

新加坡莱富士学院主席兼CEO
ACCA财会前沿学院主席

2016年的中国与2014年相比更加国际化

2014年，兰卡斯特大学研究团队、ACCA共同发表了首份《中国企业未来100强》报告。报告列举了100家迅速成长并走向全球的中国企业，其中多数企业在国内发展成熟并得到广泛认可，但在海外却鲜为人知。这些企业进步迅速、商业战略清晰明确，主导着中国本土市场。它们已踏上全球化的历程，在其他国家开拓市场、建立战略伙伴关系，同时收购其他企业、获取专项技能。典范包括华邦生命健康股份有限公司、宏发科技股份有限公司，以及浙江尤夫高新纤维股份有限公司等。2014年上榜的企业如能沿着这一强劲的发展轨迹继续迈进，必将跻身全球最具竞争力和最成功企业之列——实际上，许多上榜企业的成长速度都有增无减。

距首度报告发布两年之后，2016年报告再次将目光投向了中国的新兴全球企业，在重新回顾前次入围100强企业的同时，明确了新上榜的公司。这些公司的追随目标不仅是海尔、联想和阿里巴巴等已闻名遐迩的大型企业，也包括一些不太知名、但已充分实现全球化的组织。他们在中国打下了强大的基础，正在更加迅速地推进国际化——而或许最为重要的是，其增长速度继续领先于全球企业及中国公司的平均水平。2016年，中国的未来全球巨头正与全球经济活动下滑的趋势逆向而行。

为了发现未来的商业巨头，我们考察了在中国境内和海外上市的公司。我们首先按照规模对其进行筛选；接下来，以5年增长率为标准，确保入选企业能够长期保持可持续增长。能在一定时期内保持较高的年增长率意味着，企业的商业模式合理，并且有能力支持发展壮大。排名还考虑了新兴中国企业的市场地位和绩效，包括：国内市场表现、国际市场的业务延伸程度，以及商业模式与战略。

这种多维度的筛选方法对所确定的企业的整体竞争力进行了详细评级。该排名的独特之处在于，并非仅仅依据少数财务指标——主要是企业规模，而是综合评判绩效和竞争力等各方面因素。因此同其他榜单相比，ACCA的排名方法能够更全面、更深入、更广泛地遴选出中国正在崛起的全球巨头。

报告确定了100家正在快速发展、逐步成长为国际巨头的中国企业。他们的增长速度和整体竞争力表明其很有可能继续扩张。未来几年，如能沿着目前的成长轨迹不断前进，其中的很多企业都将成为中国新一代的全球企业。

本报告排名所依据的企业绩效框架从多个维度考察了企业竞争力

本报告排名所依据的企业绩效框架从多个维度考察了企业竞争力，其中的五大衡量维度分别为：规模（即营业额）、收入增长率、国内市场地位、国际市场地位，以及商业模式与战略。每一维度的打分从0（无活动或成功迹象）至3（非常有效）。

1. **规模。**规模能够反映，企业可以在多大范围内产生充足的盈余来投资，或是确保为持续发展提供资金，以及是否达到足够量级参与国内和国际市场竞争。

2. **收入增长率。**在5年这样一个相当长的期间中，增长率体现了企业以可持续方式扩大规模和拓展范围的能力。与2010–2014年相比，2016年报告选定公司的年收入增长率已至少连续五年保持在12.2%至63.4%之间，而同期中国经济的年均增速仅为5.5%到6.5%。因此，即使增长最慢的上榜企业，其增速也是国内GDP增速的两倍，而增速最快的企业则以10倍于本国经济的增速发展。大多数企业增长非常迅速，其中60家企业五年间的营业额年增速达20%以上，更有21家的年增速超过了30%。



在2016年未来企业100强中，46家企业是第二次上榜。也就是说，约一半的前次入选企业保持了自身地位。

- 3. **国内市场地位。**报告选定的公司在开辟海外市场之前，首先都在打造强有力的国内市场地位。中国市场是国际扩张的大本营；跨国发展以本土市场的成功为基础。
- 4. **国际市场地位。**2014年的排行榜中，这一维度主要按照出口市场来定义，关键指标选用了出口销售额。自那以后，中国企业的国际表现有了进一步拓展，包括跨国收购、缔结合作伙伴关系，以及其他多种形式——尤其是成立物流枢纽和设计研发中心。这反映了中国企业通过多样路径走向国际化。因此，我们不仅分析出口销售额，也考虑了企业其他的国际化举措。
- 5. **商业模式与战略。**这方面的评估主要着眼于公司战略的清晰度，以及采用该战略给企业带来的业务增长和竞争优势的实际证据。衡量商业模式有效性的依据包括：公司是否组织良好、公司是否具备有效的系统和流程、产品或服务是否拥有竞争力。虽然这些都是难以确定和衡量的复杂指标，但也最具重要性。针对上榜企业的案例分析及专访都清楚显示，商业模式和战略对企业的成功与发展不可或缺。商业模式往往会随时间的推移不断改进和完善。特别是在国际化过程中，它们会不断受到挑战和考验——故而当企业进入国际市场时，其商业模式的有效性被普遍视为最成功的关键因素。

未来企业100强

表1.1为中国企业未来100强，即在得分系统中排名最高的机构。本次排名体现了企业所代表行业的多元化。整体来看，它们分数差距非常大，最高222分，最低仅32分——这表明企业之间绩效悬殊。占据前两名位置的是华邦生命健康股份有限公司（生产医药、农药和活性药品原料）和宏发科技股份有限公司（主要生产和销售用于切换电路的电子设备,如继电器）。两家企业的表现都非常强劲，得分远远超过其他企业。它们先前在2014年报告中排名居前（分别位于第二和第七），且于过去两年中继续保持高速增长；同时，它们保持着国内主导地位和国际影响力，并继续以富有竞争力的商业模式发展。虽然中国经济和全球经济增速都在下滑，但这两家企业却逆向而行。毋庸置疑，这种出色的持续增长表明，华邦健康和宏发股份正在成长为极具全球竞争力的企业。

46家企业则是第二次上榜。也就是说，约一半的前次入选企业保持了自身地位，新跻身榜单的机构数刚超过一半。一些值得关注的公司2016年没能获选。这说明，要想长期保持高水平、甚至超高水平的增长，即使非常成功的组织也必须面对挑战。2016年“企业未来100强”榜单中，略超半数都是新入围企业，这展现了中国市场的激烈竞争和企业的层出不穷。

表 1.1: 中国企业未来100强

2016 年排 名	与2014 年相比 的变化	公司名称	分数	年收入 (百万元)	年收入 增长率 (2010-14)	国内地位	国际地位	商业模式 与战略	行业	所在地区
1	1	华邦健康	222	4,867	63.4%	3	3	3	化工及相关	重庆
2	5	宏发股份	205	4,063	58.5%	3	3	3	电子工业	武汉
3	2	海康威视	134	17,233	38.5%	3	2	3	计算机通信	杭州
4	新晋	尤夫股份	130	2,479	37.0%	3	3	3	化工及相关	湖州
4	新晋	三安光电	130	4,580	41.0%	3	2	3	计算机通信	荆州
6	-5	亨通光电	121	10,444	34.7%	3	2	3	电子工业	苏州
7	63	顺风光电	116	35,408	39.5%	3	2	2	计算机通信	无锡
8	-5	大华股份	115	7,332	40.5%	2	2	3	计算机通信	杭州
8	新晋	易车	115	2,442	40.5%	3	1	3	互联网与资讯	北京
10	新晋	东山精密	113	3,524	35.8%	3	2	3	金属与非金属	苏州
11	4	鑫达集团	107	6,844	37.6%	2	2	3	化工及相关	哈尔滨
12	1	德赛电池	102	6,390	38.3%	2	3	2	电子工业	深圳
13	新晋	世纪互联	100	2,857	39.8%	2	1	3	互联网与资讯	北京
14	7	怡亚通	97	22,098	30.9%	3	1	3	企业服务	深圳
15	新晋	锦富新材	95	2,653	30.1%	2	3	3	计算机通信	苏州
16	新晋	南京新百	90	7,825	38.5%	1	3	2	零售	南京
17	-5	中银绒业	87	3,104	24.8%	3	3	3	纺织服装	灵武
17	新晋	好未来	87	2,674	30.7%	3	1	3	教育娱乐	北京
19	新晋	光迅科技	83	2,433	26.1%	3	2	3	计算机通信	武汉
20	34	复星医药	83	12,026	23.7%	3	2	3	制药	上海
21	41	宁波华翔	82	8,713	26.0%	2	3	3	汽车	宁波
21	新晋	大富科技	82	2,451	27.4%	3	3	2	计算机通信	深圳
21	新晋	卧龙电气	82	6,893	23.3%	3	3	3	电子工业	上虞
24	-17	万丰奥威	80	5,535	22.9%	3	3	3	汽车	绍兴
24	新晋	亿晶光电	80	3,249	34.4%	2	2	2	电子工业	慈溪
26	新晋	创维数字	77	3,502	21.9%	3	3	3	计算机通信	遂宁
26	3	华谊兄弟	77	2,389	24.2%	3	2	3	教育娱乐	东阳
28	新晋	大连重工	75	8,239	32.1%	2	2	2	设备机械	大连
28	58	搜房网	75	4,331	26.6%	3	1	3	互联网与资讯	北京
28	新晋	奥飞娱乐	75	2,430	23.6%	3	2	3	动漫及娱乐文化	汕头
31	新晋	华瑞服装	74	2,835	27.6%	2	3	2	纺织服装	南京
32	-6	携程旅行网	71	7,297	22.3%	3	2	3	运输物流	上海
33	新晋	海宁皮城	70	2,439	22.0%	3	2	3	企业服务	嘉兴
33	23	普洛药业	70	4,233	29.8%	2	2	2	制药	东阳
35	-18	时代新材	67	6,008	21.0%	3	2	3	橡胶塑料制品	株洲
35	新晋	卓翼科技	67	3,587	33.3%	1	2	2	计算机通信	深圳
37	-31	浩沙国际	66	7,497	26.5%	2	1	3	纺织服装	北京
38	新晋	得润电子	65	2,635	23.1%	2	2	3	计算机通信	深圳
39	56	中泰化学	65	11,177	25.4%	2	2	2	化工及相关	乌鲁木齐
40	新晋	胜利精密	64	3,256	21.3%	3	3	2	计算机通信	苏州
41	新晋	华天科技	63	3,305	27.2%	1	3	2	计算机通信	天水
41	-5	同仁堂	63	9,686	22.1%	3	1	3	制药	北京
43	新晋	华映科技	61	7,018	26.2%	1	3	2	计算机通信	福州
43	新晋	杰瑞股份	61	4,461	40.4%	1	2	1	设备机械	烟台
43	新晋	中粮屯河	61	8,939	30.4%	1	2	2	食品饮料	昌吉
46	-29	隆基股份	60	3,680	17.2%	3	3	3	金属与非金属	西安
47	新晋	辉丰股份	59	2,429	29.3%	1	2	2	化工及相关	盐城
47	33	福日电子	59	3,511	20.9%	2	2	3	批发	福州
47	新晋	合力泰	59	3,053	23.7%	1	2	3	计算机通信	淄博
50	-25	黑猫股份	58	6,168	18.4%	3	2	3	化工及相关	景德镇
50	新晋	扬农化工	58	2,820	16.6%	3	3	3	化工及相关	扬州

2016 年排 名	与2014 年相比 的变化	公司名称	分数	年收入 (百万元)	年收入 增长率 (2010-14)	国内地位	国际地位	商业模式 与战略	行业	所在地区
52	新晋	利欧股份	56	2,874	21.1%	2	3	2	互联网与资讯	温岭
53	新晋	华海药业	55	2,585	20.8%	2	3	2	制药	台州
54	新晋	莱宝高科	54	2,343	19.1%	2	2	3	计算机通信	深圳
55	-24	长园集团	53	3,349	18.8%	3	1	3	计算机通信	深圳
55	-17	华住酒店集团	53	4,931	26.4%	2	1	2	酒店餐饮	上海
57	-18	烽火通信	53	10,721	15.3%	3	2	3	计算机通信	武汉
58	新晋	和利时自动化	52	3,213	22.4%	2	2	2	仪器	北京
58	-22	深天马A	52	9,322	19.6%	2	3	2	计算机通信	深圳
60	-51	中鼎股份	51	5,040	16.9%	3	3	2	橡胶塑料制品	宣城
60	-9	长电科技	51	6,428	14.6%	3	3	3	计算机通信	江阴
62	新晋	中科生物	50	4,321	27.1%	1	3	1	家具、木材及相关	漳平
62	新晋	兆驰股份	50	7,108	21.3%	1	3	2	计算机通信	深圳
62	-33	新东方	50	7,683	17.6%	3	1	3	教育娱乐	北京
65	新晋	南都电源	49	3,786	26.5%	2	2	1	电子工业	杭州
66	新晋	有研新材	48	2,423	23.8%	1	2	2	金属与非金属	北京
67	-52	惠而浦	47	5,505	14.9%	3	2	3	电子工业	合肥
68	4	科达洁能	46	4,466	19.7%	3	1	2	设备机械	佛山
68	新晋	大洋电机	46	4,443	17.4%	2	3	2	电子工业	中山
70	-44	联化科技	45	3,990	16.8%	2	3	2	化工及相关	台州
70	新晋	中天科技	45	8,641	17.0%	3	2	2	电子工业	南通
72	-14	三花股份	44	5,824	14.8%	3	3	2	设备机械	绍兴
72	新晋	中成股份	44	2,538	24.0%	1	3	1	批发	北京
72	-25	如家快捷	44	6,229	18.9%	3	1	2	酒店餐饮	上海
75	新晋	新浪	43	4,734	13.7%	3	2	3	互联网与资讯	上海
75	-29	苏泊尔	43	9,535	12.2%	3	3	3	金属与非金属	杭州
77	-34	人福医药	42	7,052	28.3%	2	1	1	制药	武汉
77	新晋	秦川机床	42	3,501	15.6%	3	2	2	设备机械	宝鸡
77	-46	大族激光	42	5,566	13.4%	3	2	3	设备机械	深圳
77	-5	安琪酵母	42	3,654	13.3%	3	2	3	食品饮料	宜昌
77	-21	晶科能源	42	9,910	14.1%	3	3	2	计算机通信	上饶
77	新晋	金凰珠宝	42	6,825	16.7%	2	1	3	仪器	武汉
77	新晋	航标控股	42	5,334	17.9%	2	2	2	金属与非金属	漳州
84	-64	盾安环境	40	6,601	14.1%	3	1	3	设备机械	诸暨
85	新晋	中通客车	39	3,612	13.9%	2	2	3	汽车	聊城
85	新晋	新安股份	39	7,716	14.8%	3	2	2	化工及相关	杭州
87	新晋	龙星化工	38	2,438	13.4%	2	2	3	化工及相关	邢台
87	新晋	万和电气	38	3,978	14.4%	3	2	2	电子工业	佛山
89	7	搜狐	37	10,310	22.7%	2	1	1	互联网与资讯	北京
90	新晋	宜华生活	37	4,427	16.0%	1	3	2	家具、木材及相关	汕头
90	-18	畅游	37	4,654	18.6%	2	1	2	互联网与资讯	北京
92	新晋	风范股份	36	2,354	15.6%	2	2	2	金属与非金属	常熟
92	新晋	百川股份	36	2,905	15.3%	2	2	2	化工及相关	江阴
94	-32	当当	35	7,903	29.8%	1	1	1	零售	北京
95	新晋	信立泰	34	2,883	20.5%	1	1	2	制药	深圳
96	新晋	龙净环保	33	6,027	16.4%	2	1	2	设备机械	龙岩
97	新晋	红太阳	32	6,812	13.9%	2	2	2	化工及相关	南京
97	新晋	中航动控	32	2,576	13.6%	3	1	2	其他运输设备	株洲
97	-64	中材科技	32	4,424	13.9%	3	1	2	金属与非金属	南京
97	新晋	中远航运	32	7,663	14.7%	3	2	1	运输物流	广州

很多公司将总部设在大城市或东部沿海，这体现了这些区域的经济发展现状。

百花齐放：并未出现单一的主导城市或行业

这100家正在崛起的企业遍布中国各地，但仍以位于各大主要城市为多——特别是北京、上海、深圳和武汉（表1.2和图1.1）。100强企业以中国的各个地区为基地。很多公司将总部设在大城市或东部沿海，这体现了这些区域的经济发展现状。

从地理位置来看，上榜企业的整体分布相对分散、遍布全国。位于浙江（18家）、广东（17家）和江苏（15家）这三个经济最发达省份的上榜企业数量最多。北京仍然是主要的企业集聚城市，有13家

上榜公司总部设置于此——作为政治中心，北京提供了大量商业机遇。虽然地理分布相对分散，但大城市和东部沿海省份仍然是多数上榜企业的所在地。这并不难理解：相比于内陆城市和其他省份，这些地区更为富裕和经济发展更加发达。2016年，位于北京、广东、江苏和浙江的上榜企业合计达63家。

表 1.2: 中国企业100强按照地理位置分布

省份和国家	2016年数量	2014年数量	与 2014年相比的变化
安徽	2	8	-6
北京	13	17	-4
重庆	1	1	-
福建	5	3	+2
甘肃	1	0	+1
广东（深圳）	17 (11)	11 (7)	+6 (4)
贵州	0	1	-1
河北	1	0	+1
黑龙江	1	1	-
河南	2	1	+1
中国香港	0	1	-1
湖北	7	4	+3
湖南	0	2	-2
内蒙古	0	1	-1
江苏	15	11	+4
江西	2	3	-1
辽宁	1	0	+1
宁夏	1	1	-
陕西	2	1	+1
山东	3	3	-
上海	5	7	-2
四川	1	1	-
天津	0	1	-1
新疆维吾尔自治区	2	1	+1
云南	0	1	-1
浙江	18	18	-
新加坡	0	1	-1
总计	61	60	

100强企业覆盖了不同行业，其中服务机构和无形产品企业的名列前茅，体现了中国经济多样性的提高，不再侧重于生产制造业。

但是我们也注意到，新兴全球巨头的分布有向南转移的趋势。2014年的榜单中，七家企业的总部设在深圳，而2016年达到了11家；同时，总部位于北京的企业从17家减少为13家。这反映出，由于同香港和全球经济密切相关，深圳的经济地位正不断提升。

此外，中国企业选择在海外上市的势头也有所下降，个别上榜企业正在撤离国际股票交易所，转而在上海或深圳交易所发行股票。100强企业中，有7家在纽约交易所上市，其中5家来自于今年的前20强；在纳斯达克和港交所上市的公司分别为12家和4家；其余均在国内证券交易所上市——虽然少数上榜企业最近已被并购或不再是公众企业。

逆势前行：上榜企业从制造业向服务业增多

100强企业覆盖了不同行业部门，其中服务机构和无形产品企业的名列前茅，体现了中国经济多样性的提高，不再侧重于生产制造业（见表1.3和图1.2）。和2014年一样，从事服务业和数字经济的企业表现十分突出。

100强中有21家企业属于电脑和通讯设备行业，所占比例最大；而2014年，同一行业有19家企业入围。此外，2016年上榜企业来自化工（12家）、电子（10家）、设备和机械（8家）、互联网和信息（7家）、金属和废金属产品（7家），以及制药（6家）等多种行业。无形市场共有18家企业上榜，涉及数字化、服务和咨询等行业；而在2014年同一领域有17家企业上榜。

图 1.1: 中国企业未来100强总部所在地地区分布



图 1.2: 中国企业未来100强行业分布

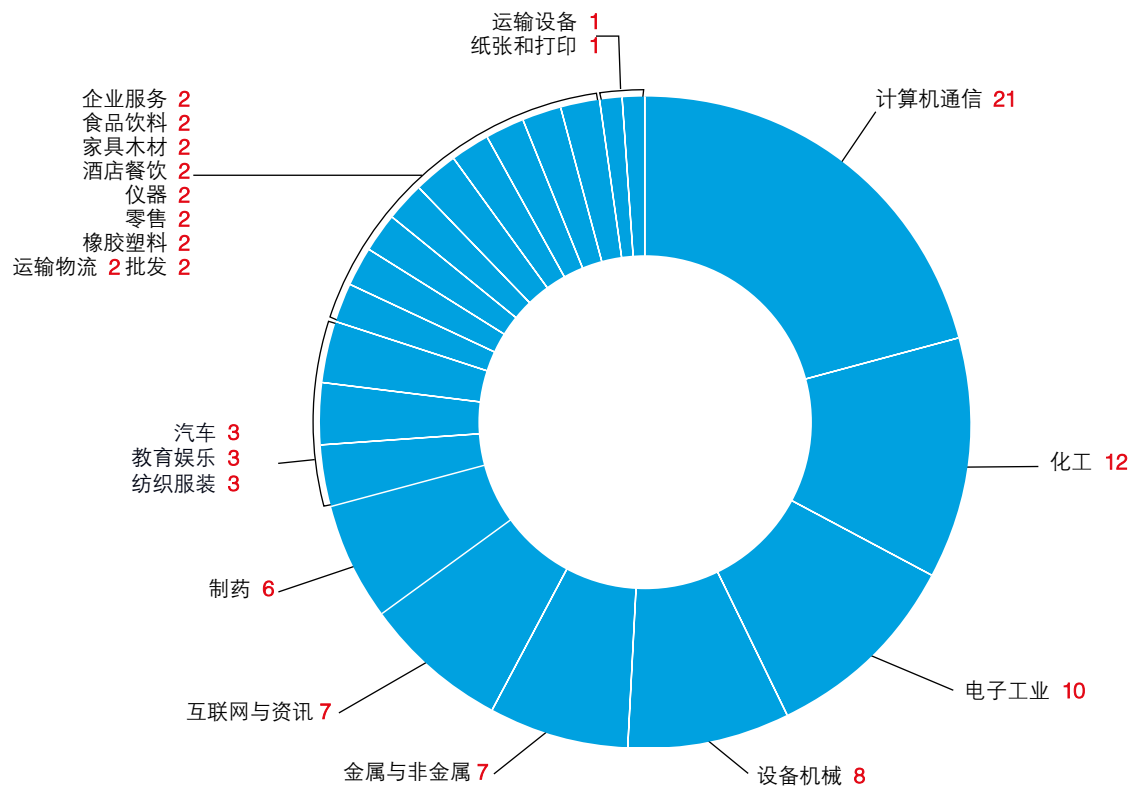


图1.3: 中国企业未来100强行业分布

行业	2016年的数量	2014年的数量	与2014年相比的变化
汽车	3	5	-2
企业服务	2	1	+1
化工	12	5	+7
计算机通信	21	19	+2
教育娱乐	3	2	+1
电子工业	10	13	-3
设备机械	8	8	-
食品饮料	2	4	-2
家具木材	2	0	+2
酒店餐饮	2	2	-
仪器	2	1	+1
互联网与资讯	7	9	-2
金属与非金属	7	11	-4
纸张与打印	1	0	+1
制药	6	6	-
零售	2	1	+1
橡胶塑料	2	2	-
纺织服装	3	7	-4
运输物流	2	1	+1
运输设备	1	1	-
批发	2	2	-
总计	100	100	100

几乎所有上榜企业都具备着一项共同特征——有效的商业模式。总体来看，企业管理者均展现出了对所在行业动态及客户需求的深入了解。

蒸蒸日上：营业收入增长率日益提高

从营业收入口径总体来看，这100家企业均为较大型企业——不过其规模和增长速度也有区别。2016年，上榜企业的营业额平均达到57亿元人民币，而2014年为47.5亿元。这表明2016年上榜企业的平均规模更大，约6.6亿英镑/8.5亿美元，而2014年的仅为4.5亿英镑/7.5亿美元。企业营业额最多超过了350亿元，而最少亦达23亿元²。

这些企业的未来增长势头非常强劲。如能保持现有增速，它们将在不久之后与现有全球企业一较高下。100强企业的增速在12%到64%之间：这意味着，虽然最低增速低于2014年的16%，但最高增速亦超过了2014年的49%。前20强企业中，除中银绒业、光迅科技、复星医药三家企业外，均保持了30%或更高的年增长率，排名前两位的华邦健康和宏发股份两家企业，年增长率更是超过了55%。我们测算五年期的年增长速度，以此证明可持续绩效和超高速增长；特别是在近年中国经济放缓，GDP年均增速下滑到6%左右的情况下。换言之，这些企业中增长最慢的，其速度也达到了中国GDP增速的两倍多，最快的企业则是以10倍于本国经济的速度发展。长期保持高速增长是极为卓越的表现，表明这些企业具有高水准的管理能力。

企业的年均业务增速只需达到12%，其营收规模就可在六年内扩大一倍；而年均增速超过30%（前20强中仅有一家低于此水平），业务翻番所需时间便能缩短为三年；一旦增速达60%，三年累计增长率将攀升至250%。即便以最低增速看，上榜企业的成长可谓显著。所有上榜企业在我们五年的研究期间内规模都上升了一倍有余。

如果按年均增速16.3%来测算，预计到2020年，现在100强企业的年营业额将超过120亿元，其中很多企业的年营业额会接近300亿元。基于这些预测的规模计算，在未来五年中，100强都有望成为全球重要企业。

几乎所有上榜企业都具备一项普遍特征，即有效的商业模式。总体来看，这些企业的管理者展现出了对所在行业动态及客户需求的深入了解。企业战略的清晰完整，也反映出了对业务及其绩效的强有力管控。

几乎所有上榜企业在国内市场都非常强大，甚至位于主导地位，从而拥有了开展全球化进程的“大本营”。换言之，中国未来的全球巨头在开拓国内市场份额和建立牢固本土地位的过程中，逐步完善了其商业模式。目前，多数企业已将成功的商业模式运用到其他市场，由此建立强大的海外影响力。

华邦健康、宏发股份、尤夫股份、中银绒业、卧龙电气、浙江万丰、西安隆基、扬农化工、长电科技和苏泊尔等许多企业，在报告评分系统的“国内市场主导地位”、“国际地位”和“商业模式”等指标上获得了最高分。这表明，上述企业有相对的竞争优势，推动自身继续在全球进行扩张、在新市场中建立竞争优势。与2014年相比，它们之间的营业额年增长率差别显著，而总得分的领先与更高的年增长率紧密相关。中鼎股份、大族激光、浩沙国际、西安隆基、浙江万丰等部分企业，或许正在经历较慢的增长期，但仍极具竞争力——与那些保持高速增长的企业一样，它们也很可能成为中国新一代的全球巨头。

部分100强企业在“国际地位”一项的得分低于2014年³。2016年上榜企业中，有一些已占据了强大的国内市场地位，并在近年来开始建立某些国际业务，不过依然保持对中国市场的密切关注。相比，“国际地位”一项得分较高的企业，虽然它们仍处于国际化的初期，但预计未来企业会加快全球化进程。当然，也有部分企业显露出了重新聚焦本土市场的态势，这或许与在其他市场增速较低、全球贸易环境整体下滑和中国国内需求相对强劲有关。总体而言，2016年未来100强企业仍在放眼全球，甚至三分之一的企业已经高度国际化。

² 美国和香港上市企业的会计数据最初以美元计算，然后根据年平均汇率折算为人民币

³ 入围2014年排名的8家公司已不再满足国际化最低标准，因此2016年未能上榜。在所有继续进入2016年榜单的企业中，有6家至少一项指标得分低于2014年。

通过建立反周期商业模式，这些企业已然适应了不利经济环境，在需求疲软的情况下业务依然在非常快速地增长。

部分100强企业在“国际地位”一项的得分低于2014年（注释3）。2016年上榜企业中，有一些已占据了强大的国内市场地位，并在近年来开始建立某些国际业务，不过依然保持对中国市场的密切关注。相比，“国际地位”一项得分较高的企业，虽然它们仍处于国际化的初期，但预计未来企业会加快全球化进程。当然，也有部分企业显露出了重新聚焦本土市场的态势，这或许与在其他市场增速较低、全球贸易环境整体下滑和中国国内需求相对强劲有关。总体而言，2016年未来100强企业仍在放眼全球，甚至三分之一的企业已经高度国际化。

聚沙成塔：持续增长至关重要

2014年，商业模式曾是决定排名最重要的因素，而时值2016年，年度增长率的关键性已更胜一筹。

多数前50强企业都在国内市场主导地位、国际化、商业模式及战略这三项指标上获得了满分，而排名50–80位的企业，三项指标中往往有一项仅得1分；排名90位左右的企业则有两项得分为1。不过总体而言，本次排名中企业成绩更加集中，很多排名靠后的企业也有一项或多项获得3分。

换言之，在中国经济和全球经济增长整体回落期间，能够保持高速增长的企业排名更加靠前。这些企业通过建立反周期的商业模式，已然从容应对不利的经济环境，在需求疲软的情况下业务依然在非常快速地增长（如华邦健康、宏发股份、海康威视等）。



2. 中国企业未来100强案例分析

16

本报告选取了六家中国企业进行详细分析

本报告选取了六家中国企业进行详细的案例分析。这些企业来自不同行业，均连续多年保持高速增长，并建立了本土市场领先地位或影响力。它们在中国市场已经成熟，正越来越多地参与海外市场。但是，目前多数上榜公司仍处在国际化初期，成为真正的全球企业还有待时日。

这些企业独特的发展道路不仅反映了中国新兴全球巨头的多样性，也体现着独特、创新的商业模式。它们更加注重研发和产品质量。每一案例中，国内市场的成功，即在国内市场占据主导地位，已成为它们开发和拓展新市场的基石。

与此同时，这些企业愈加重视通过技术进步和卓越运作来参与竞争，因而对收购其他国家（特别是发达国家）企业的专业知识和技术尤为感兴趣。同时，这些实例也凸显出：数字化经济、遍布全国的通讯网络和中心的重要性，以及可利用互补的技术、控制系统与软件优化产品和服务的客户体验。



怡亚通的成功得益于较早推出一体化的供应链服务，而这类服务已成为中国贸易和出口经济政策的关键内容。

第14位：怡亚通
(上升7位)



深圳市怡亚通供应链股份公司（简称“怡亚通”）成立于1997年，已发展为中国主要的供应链管理公司。它超过7年保持高速增长，在ACCA2014年《中国企业未来100强》报告中排名第21位。怡亚通是中国首批建立一体化供应链管理服务的公司之一。它最初为IT和电脑行业提供配套服务，包括清关、仓储、物流、产品采购和客户关系管理等。

怡亚通于2007年在深圳交易所上市，随后于2009至2012年间实现了迅猛增长。自2012年以来，怡亚通专注于整合并发展全国网络，以确保覆盖中国尽可能多的地方市场。为此，公司积极收购其他企业，同时打造了一个全国性平台，将供应链服务延伸至所有一线、二线城市（全国及地区经济中心、省会城市）。

自2012年以来，怡亚通收购了200多家中国公司，主要为地方代理商和分销商。怡亚通将这些公司整合到自身业务中，并采用相同的控制和执行系统，确保企业整体统一、高效的运作。

收购兼并是怡亚通“380战略”的一部分，该战略旨在380座城市中建立服务平台。这些城市既包括北京、上海、天津等大都市，也包括各级地方城市。其目的在于提供充分整合的供应链管理服务，将其中涉及的终端零售商、生产商和中间商紧密聚合在一起。380平台将帮助怡亚通进入中国所有城市。

率先引入供应链管理服务的怡亚通获益颇丰——这项服务不仅对中国买家和国际买家极具吸引力，也是政府通过全国性政策大力推广的服务模式。怡亚通在中国市场长期保持着领先地位，并且建立类似“380”平台的全国网络需要投入巨大成本，这一点便可帮助企业能轻松地抵挡来自新进入市场者的挑战。

怡亚通正在推进国际化进程，积极在东亚和东南亚开拓采购、配送和供应链管理等业务。在上述地区（包括中国），怡亚通和通用电气、飞利浦等国际企业展开合作，并建立了长期业务伙伴关系。目前，怡亚通正计划打造类似380平台的区域性海外网络，以打通进入东亚和东南亚各市场的渠道。为实现这一目标，公司收购了新加坡一家分销企业，并将其设置为怡亚通东南亚业务总部。同时，怡亚通还兼并了一家美国企业，该企业提供着多种供应链管理服务——包括为某些美国运动品牌提供辐射整个北美地区的设计、采购和配送服务。

怡亚通的成功得益于较早推出一体化的供应链服务，而这类服务已成为中国贸易和出口经济政策的重要内容。怡亚通抢在其他竞争对手之前，打造了全国性网络；如今，对于试图在中国建立供应链业务的诸多企业来说，怡亚通所树立的壁垒已难以逾越。

复星医药的业务日益国际化，特别是在药品生产和研发领域。

第20位：复星医药
(上升34位)



上海复星医药（集团）股份有限公司（简称“复星医药”）2014年排名第54位，今年上升到第20位。这主要得益于显著增长的规模，及其商业模式和国际活动。复星医药是复星集团旗下机构。作为中国大型企业集团，复星拥有众多业务部门，所有部门均高度自治，集团极少参与其日常运营，由业务部门经理负责发展自身业务。

复星医药的业务分为以下四大版块：药品制造与研发、医疗服务、医学诊断与医疗器械制造，以及医学诊断与医疗器械分销。截至2016年6月30日，公司运营有5座私人医院，并计划在国内开设更多医院。医院运营是公司业务发展最快的领域，中国国内对高质量私人医疗服务的显著需求，将继续推动这一增长。

复星医药的整体战略是将医疗价值链融入业务当中。为了向医院（包括旗下医院）供应药物，公司作为第二大股东，联合其他机构成立了中国最大的药品分销集团——国药控股股份有限公司。

复星医药的业务正日益国际化，特别是在药品生产和研发领域。截至2016上半年，集团已成立多座国家级企业技术中心，并在上海、重庆、台北和旧金山等地组建了高效率国际研发团队。这为公司带来了成熟市场的优秀研究人员和药品开发实践。

复星医药的成功基于以下三个方面：一、公司长期注重创新和研发，并持续加大研发投入。2015财年，研发开支占到了药品生产和研发部门总收入的6%。二、公司收入来源多元化，不过分依赖少数产品或合约。三、近年来，公司通过收购显著扩大业务规模，同时提高了营业额和市场份额，从而成为国内医药和医疗服务市场的主导机构之一。

作为中国领先的在线票务服务公司，携程依靠不断完善与发展的商业模式和吸引优秀本地员工的能力取得了成功——业绩实现连续增长、品牌声誉日益提升。

第32位：携程旅行网
(下降6位)



携程旅行网（简称“携程”）2014年排名第26位，今年则位居第32。这很大程度上是由于其年增长率回落至22.3%，下滑约4%。尽管如此，携程超过七年保持20%或以上的年度增速，这一表现仍令人惊叹；这也表明，竞争对手若想跟上携程的扩张步伐殊为不易。公司的业绩略高于整体在线旅行市场20%左右的年均增长率。

携程的商业模式仍以在线预定服务为主，虽然也提供英文网站，但主要目标人群还是中国客户。中国游客的出行日益国际化，因此携程已显著扩大了海外业务范围，在重点目的地国家积极发展合作伙伴。过去两三年中，携程着力开发东亚和东南亚地区的业务——特别是日本、韩国和新加坡的预订服务，并成立团队寻觅当地业务伙伴。出境旅游预订是增长最快的业务领域，而且这一领域有望继续增长。预计2017到2021年，中国休闲旅游市场中的海外游份额将超过国内游（但由于中国人口众多，国内旅游仍不容忽视）。携程正计划通过强化国际服务把握这一机遇，并不断为海外旅游者开辟新的出境目的地。

随着业务的扩张，携程不断投资在线预定业务、优化自身网站，开发新的在线预订和旅游信息平台。此外，携程还调整了公司的组织结构，将决策权下放给业务部门。未来，这些部门会自主运营，并拥有独立的执行委员会和组织结构。携程目前还在建立新的业务部门，以开发新的产品领域和收入来源。

作为中国领先的在线票务服务公司，携程依靠不断完善与发展的商业模式和吸引优秀本地员工的能力取得了成功——业绩实现连续增长、品牌声誉日益提升。此外，公司网站稳定的技术性能，连同改进信息提供所带来的增值效应，也是其获得持续成功的基础。



长园集团的成功得益于不断创新的研发和细分领域的强劲销售。在这些领域，长园集团不仅拥有国内市场主导优势，也占据了全球市场的领先或重要地位。

第55位：长园集团
(下降24位)



长园集团股份有限公司（简称“长园集团”）2014年排名第31位，2016年为第55位。公司于1986年由中科院成立，旨在对中科院的研究与发现进行商业开发。自创办以来，长园集团不断拓展业务范围，现已拥有近20家一级子公司，并建立了省市级博士培训、研究和技术中心，全部分支机构的员工总数已超过8000人。

长园集团专业从事电动汽车相关材料、智能工厂装备、智能电网设备的研发、制造与服务。由于近年来营业额的增长率略有下降，长园集团试图依靠技术优势参与角逐，以此作为提高利润的主要手段。为此，长园集团正着力在国内外市场寻找专利与技术。

长园集团积极开展收购活动，同时出于保护被收购企业知识和技术的目的，公司会设法逐步整合被收购企业。虽然这种整合耗时颇多，但它能够有效提高被收购企业未来取得成功的几率。

在中国，长园集团已成为某些细分行业或子行业的领军者，尤其是在锂电池添加剂、复合绝缘子、热收缩绝缘管和电网保护设备等方面的优势特别突出。同时，部分业务也在全球范围内产生了重要影响，特别是在锂电池添加剂和复合绝缘子等领域，公司拥有绝对的市场份额。

目前，长园集团正在进入印度、泰国等市场，以此提升其智能电网和其他应用技术的国际影响力，并逐步跻身主要承包商之列。此外，长园集团考虑将更大的业务比重放在国外，积极寻求美国市场上的并购机遇。

长园集团的成功得益于不断创新的研发和细分领域的强劲销售。在这些领域，公司不仅拥有国内市场主导优势，也占据了全球市场的领先或重要地位。庞大的研发人员队伍，表明公司致力于创新和新产品开发，确保持续收获创新成果。其研发策略是：聚焦规模较小的细分市场，进入该市场并迅速成长，最终占据市场主导地位或获得显著市场份额。



如家的成功源自持续调整商业模式，由此提高财务绩效、扩大国内规模，成为真正的全国连锁机构。

第72位：如家酒店集团
(下降25位)



如家酒店集团（简称“如家”）成立于2002年，现已发展为中国领先的经济型连锁酒店，与7天连锁酒店、汉庭快捷酒店和锦江之星酒店并称“经济酒店四大天王”。如家在2002年到2014年间经历了快速增长的阶段。随后，由于价格战、新进入者和国内经济增长放缓等因素，该行业的发展遭遇阻碍、竞争日益加剧。

因此，四大经济型连锁酒店纷纷探索促进业务增长的战略，包括开发新的细分市场、升级现有产品、整合其他规模较小酒店等，以此提高市场份额。如家制定了独特的加盟模式，以高效、经济节约的方式拓展其连锁网络，因而保持着优于行业平均水平的增长率。该方法之所以可以提高业绩，是因为如家已从酒店拥有者转变为第三方管理者，更多地倚重品牌加盟与管理运营。如家的商业模式不再是“租赁和经营”某单一酒店，而是通过品牌加盟，并指定如家管理人员进行管理的方式运作业务。如此一来，如家不仅能保证利润每年不断增长，还能在全国范围扩大如家网络。目前，如家正迈向完全加盟模式，即如家无需向加盟酒店指派特定的管理人员，符合加盟条件的酒店将实现自主运营。

同时，如家通过改进客户关系管理、优化会员制度，从而增进了与客户的互动、创造了其他商业机遇，比如销售连带产品与服务——特别是家用产品、旅行产品、食品和礼品等。此外，如家优化了线上预订服务的流程，使得在线登陆更为顺畅、预订更加轻松便捷。

虽然如家几乎只专注国内市场，但它已开始向临近的东亚地区——特别是香港、台湾和新加坡市场拓展。2006年，如家在纳斯达克上市，是首家在海外上市的经济型连锁酒店。随后，其他经济型连锁酒店也纷纷效仿。2016年4月，如家在纳斯达克退市，与在中国A股上市的北京首旅酒店集团合并。

如家通过灵活调整其商业模式有效地提高了财务绩效、扩大了国内规模，最终成为真正的全国连锁机构。未来，如家打算进入发展更快的中端细分市场，通过继续探索新的连锁加盟模式或在不同市场采用截然不同的商业模式来促进业绩增长。

在规模较小但却持续增长的中国激光装备市场，大族激光凭借其研发实力、强大的销售网络，以及利用软件和智能机器人整合为一体化系统的技术，一直处于行业领先地位。

第77位：大族激光
(下降46位)



大族激光科技产业集团股份有限公司（简称“大族激光”）2014年在100强企业榜单中排名第31位，2016年再次成功入围。尽管年收入增长有所放缓，但大族激光依然保有强大的国内市场地位、清晰有效的战略和日益拓展的国际业务规模。从1996年成立到2008年，公司增速虽然有限，但一直很稳定；随后，借助内部重组和外部需求改善，公司进入了快速发展阶段。

大族激光在内部建立了更加扁平的层级结构并、引入股权激励计划，进而提高了员工的工作积极性。不仅如此，公司开发了支持系统与技术，使检测系统和机器人技术等主要应用领域中的核心激光技术更易于使用；新增了非激光技术服务，尤其是在测试和钻探领域从而扩大了目标人群范围。随着越来越多的客户接纳和需要激光技术，外部需求因此不断增长。

大族激光高度重视研发与销售，8000名员工中分别有2000和3000人从事这两项业务的。研发工作专注于完善激光技术在不同行业和流程的实践应用，并且加强控制和其他配套系统以支持核心激光技术的使用。与对手相比，公司的很多产品均可为客户量身定制，由此形成了竞争优势。另外，公司利用已创建的全国销售网络，有效的将产品覆盖到整个国内市场。

大族激光正日益国际化，特别是通过收购和投资，获得自身所不具备的关键技术和专业知识。它不一定会直接收购企业，多数时候是成为许多公司的主要股东。大族激光收购和投资的重点目标是那些拥有成功激光技术、主要客户在欧洲和北美等地的企业。

虽然中国激光装备行业规模较小，但随着针对激光技术的应用的不断增加，行业未来发展环境将更加光明。大族激光凭借其研发实力、强大的销售网络，以及利用软件和机器人整合为一体化系统的技术，一直在行业占有领先地位。很多企业尚未充分接纳激光技术导致市场并未充分开发。其结果是，相比2010之前五年达25%的增长率，大族激光2010-2014年的营收增长率降为约13%。虽然企业基本面持续向好，但较慢的业绩增长导致了排名下滑。

2016年，满足标准的银行共有8家，超过了2014年的6家，这表明新兴私有银行的重要性正日渐增强。

与2014年研究一样，本研究也分析了哪些正在蓬勃发展的银行有潜力成为全球顶级金融机构，并担任中国新兴全球巨头的重要资金提供方。虽然中国银行业仍由四大国有银行（工商银行、农业银行、中国银行和建设银行）所主导，但表3.1所列银行的市场影响力在过去几年中已显著提升。2016年，满足标准的银行共有8家，超过2014年的6家，这表明新兴私有银行的重要性正日渐增强。依照国际标准，这些上榜银行虽然规模较大，但距离中国银行业四大巨头仍相去甚远。即使同国际上其他银行相比，中国四大银行的资金实力也可傲视同群。

处于“中间梯队”的8家银行不但已建立稳健的商业模式并制定相应战略，而且不断展露出金融创新能力。但它们尚无法主导国内市场，规模也难以企及四大国有银行。尽管其中多数上榜银行仍将业务重心放在国内，不过也一直在拓展国际联系，通过与其

他国家银行和机构缔结为合作伙伴来提高国际地位——特别是，对海外银行的投资和合作在不断加大、深入。出于某些特定目的，这些银行正在创建国际分支网络，为中国企业和企业家的海外扩张给予支持。

过去五年间，这些蓬勃发展的上榜银行实现了19%至35%的年度增长。随着这种显著发展带动营收规模和资本水平同步提升，它们必将变得越来越重要。其年度营收增速可与本报告前面列举的中国未来企业100强相媲美。

表 3.1: 中国的新兴银行

2016年排名	与2014年相比的变化	银行名称	得分	总资产 (10亿元)	2014年收入 (百万元)	收入增长 (2010–14年)	国内地位	国际地位	商业模式与战略
1	+3	上海浦东发展银行	62	4,196	121,234	21.8%	2	2	3
2	+4	平安银行	56	2,186	70,637	33.5%	1	1	2
2	新上榜	招商银行	56	4,732	157,326	19.9%	2	2	3
4	–3	兴业银行	54	4,406	122,671	27.1%	2	1	2
4	–2	中信银行	54	4,139	120,243	19.2%	2	2	3
6	–3	民生银行	42	4,015	131,789	21.2%	2	1	2
6	新上榜	光大银行	42	2,737	77,558	19.3%	1	1	3
8	–3	华夏银行	38	1,852	53,915	19.0%	1	2	2

2016年新兴全球巨头具有如下特征：本土市场地位稳固、日益放眼国际市场寻求机遇、发展战略愈加完善、依然非常快速的增长。

总体来看，相比2014年上榜企业，2016年的中国企业未来100强更加国际化，商业模式和战略也更趋完善。目前，很多企业纷纷收购国际企业，借此获得国内市场所不具备的专业知识和技术。这些收购活动主要集中在美国和欧洲，收购资金则来源于企业利润、累积的持有现金，以及中国国内更充裕的资金。

这些新兴全球巨头还在海外建立服务中心、配送网络和销售渠道。它们通常从距离中国最近的东亚和东南亚入手——由于生活方式的转变，或是劳动力和其他成本因素的影响，众多客户和企业正在向这些市场转移。随着时间推移，这些网络将逐步扩展到世界其他地区，其中一些企业已经开始将部分业务全球化。但是，这一工作尚需时日——虽然2016年上榜企业的发展重心已逐步国际化，但业务仍然高度依赖于国内需求。

同时，在一些上榜企业中，我们还能发现一种反向趋势。正如前述部分案例显示，许多企业正在着力提高国内市场份额和扩展本土业务范围。这不仅是因为它们更有信心在国内市场获得领先市场份额或影响力，并利用这一主导地位实现未来增长，也似乎是这些企业针对在部分国际市场中增速较低和需求被抑制，做出的响应之举。

总体来看，2016年上榜企业发展速度比2014年上榜企业更为缓慢。这体现在下移的营业额年增长率区间，特别是入围门槛已低到约12%。随着中国经济和全球经济持续低迷，这些公司保持高增长水平的能力也会下降。

但在今年的排行榜中，增速最慢的企业也以中国GDP增速的两倍左右增长。能够超越中国和全球经济增长确实令人钦佩，这意味着，即使宏观环境比2008–2009年全球金融危机爆发前更为不利，这些企业却凭借优异的管理能力和有效的商业模式，保持着高速增长。

有迹象表明，越来越多的企业已开始重点关注研发、产品和服务开发、价值链整合，并将创新作为自身战略的重要内容。这些举措使企业更具竞争优势，能够更有力地与所在市场中的领先创新机构一较高下，并提升保持高速增长的能力。然而，这些举措对利润的影响仍需观察，但长期来看，非常有望取得积极成果；不过短期内，大量投资研发和创新会大大增加成本，那些四分之一以上员工均从事这些活动的企业更是如此。

总而言之，2016年新兴全球巨头具有如下特征：本土市场地位稳固、日益放眼国际市场寻求机遇、战略不断完善、依然非常快速的增长。这些企业的发展增速显著超过全球经济增长，并且多年来一直保持着超高速增长。它们的未来前景非常光明，很可能超越其他新兴经济体及发达市场的企业，并且在发达市场获取可观利润。





