

1992-2007 年正略钧策企业社会责任报告(上)

2008-4-17 10:41:14

一、正略钧策的社会责任观



15 年来“为中国之崛起而咨询”致力服务中国经济社会成长。

解决复杂管理问题：敢为人先，解决社会复杂的管理问题；

培育社会管理精英：十年树人，培育社会管理精英人才；

实践卓越管理思想：继承文化，引进、创新、实践卓越管理思想；

关注社会和谐发展：尽己之力，关注弱势群体、自然环境和公益领域。

二、中国崛起的六种力量

中国社会崛起的六种力量

21 世纪的中国是多变的时代，发展始终是中国社会的主题，与此同时，创建和谐社会已经成为社会另一主题：从管理型政府向服务型政府转变，从高耗污染到节能减排，从粗放型经济到集约型经济发展……和谐社会理念已经深入到了中国社会各个角落。在以生产力为第一要务的世纪，企业是社会经济发展的主力军，而在经济发展与和谐社会并重的今天，中国社会的崛起不仅体现在经济 GDP 发展，国民素质的提升、对社会弱势群体的关注、教育产业竞争力、政府管理的民主科学……都是中国社会需要解决的重要问题。因此，中国社会的崛起不可能仅仅依靠企业的发展，政府、学校、企业、非政府组织（NGO）、媒体、咨询机构六种组织在中国社会的崛起中扮演不同的角色。政府主要承担经济和社会管理职能，具体包括国家战略、社会分配、资源调配、宏观调控。学校主要承担培养人才、科学研究。企业主要承担技术研发、GDP 创造。NGO

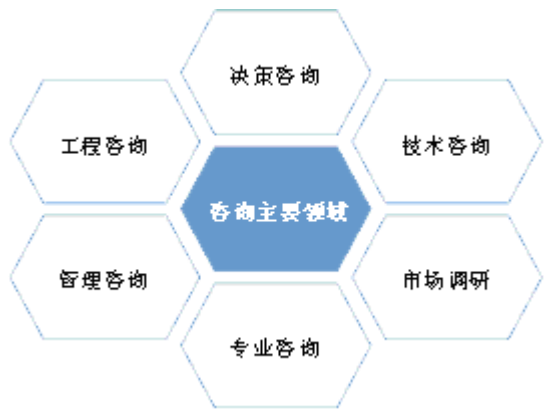
主要弥补政府和市场在社会经济协调的不足。媒体主要承担传播优秀文化和知识。咨询机构承担推动社会和经济管理效率提升的重要角色。



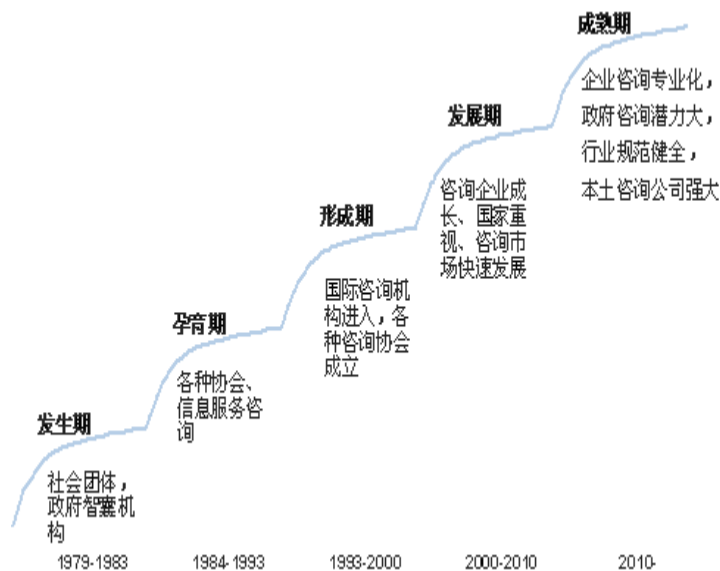
21 世纪国家和国家之间的竞争归根结底是技术和管理的竞争，技术的提升依赖于政府的引导，学校和科研机构的推动以及企业的拉动，而社会、经济管理中的复杂问题，仅仅依靠个人的经验和知识是无法解决的，这些问题的解决依赖于社会主体分工精细和管理水平的提升。依靠科学方法和科技手段，能够为需求者提供智力劳动的咨询业应运而生。成功的咨询机构为社会和经济发展提供科学的决策，推动社会和经济的进步，社会和经济的发展需求又促进了咨询业的发展，可以说咨询产生于社会和经济的需求，又推动着**社会和经济管理效率的提升**。未来，咨询机构将在社会和经济管理效率的提升中发挥越来越重要的推动作用。

中国咨询机构的历史使命

咨询机构按照职能可以分为决策咨询、工程咨询、技术咨询、管理咨询、市场调研和专业咨询。决策咨询：针对国家、地区、行业的战略和全局性重大决策问题。工程咨询：以工程建设项目为对象的技术和咨询项目。技术咨询：工业和经济技术论证。管理咨询：以企业管理实践为对象。市场调研：信息需求的调研。专业咨询：法律、金融、财务等专业咨询。



中国的咨询行业发展包括发生、孕育、形成、发展和成熟五个阶段，目前中国的咨询行业处于发展期，咨询机构快速成长，国家对咨询行业的发展日益重视，咨询市场呈现出快速发展的态势。



但从咨询行业规模来看，中国的咨询行业规模相对较小，按照咨询业总产值占国民经济比重来看，2006 年美国的咨询业产值占该年 GDP 比重的 4% 左右，而中国的咨询业总产值占当年 GDP 的比例不足 1%。

中国目前正处于计划经济向市场经济转型阶段，这样的转型决定了市场化程度是缓慢和不均衡的。从东部到中部乃至西部，从沿海到中原到内陆，市场化进程不断提高和加深。这客观上决定了中国社会和经济发展中将不断产生新的咨询需求。

中国企业本身浓厚的个性化特点，不同于国外成熟公司规范化的制度和流程管理模式，中国的国有企业和民营企业都具有个性非常强的特点。每个企业成功的历史、文化和风格各不相同，这种个性的差异体现在了企业管理的方方面面，管理的差异性大于管理的标准化。

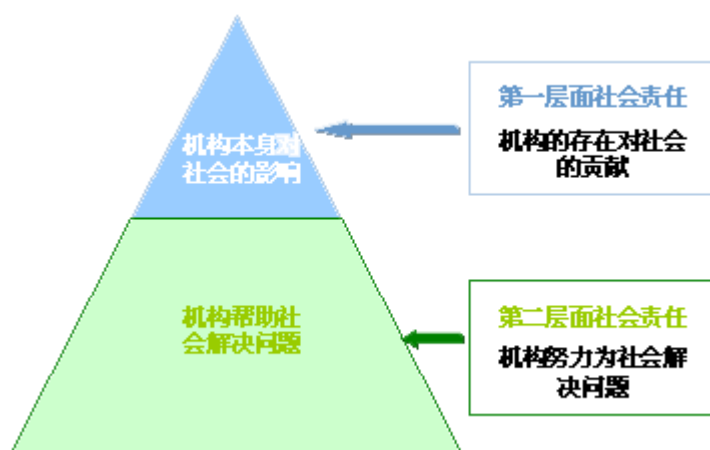
中国传统文化的特殊性，中国传统文化下的管理和现代市场经济发达国家的管理具有较大的差异性。中国传统文化中更多地强调管理的艺术性，而西方国家文化更多强调管理的科学性。中国传统文化中更多地体现“道”思想，西方国家文化更多体现“术”的思想。中国传统文化中对人的关注更多接近于“家庭成员般的温情”，西方国家文化对事的关注更多接近于“追求效率的结果”。管理文化上的差异性决定了中国实行西方国家的成功经验时，需要高度的**管理智慧**。

在历史已经演进到工业文明和逐步走进信息文明的今天，管理效率的提升成为社会发展的主题，咨询机构起着提高决策和管理科学化、民主化，推动中国**国**经济和社会健康发展的重要使命。一个强大的中国，呼唤和期待强大的咨询机构。

中国咨询机构的社会责任

“无论是一个企业、一家医院或一所大学，它对社会所要承担的责任可能在两个领域中产生：一个领域是机构对社会的影响，另一个领域是社会本身的问题。这两个领域中所产生的问题都同管理有关，但这两个领域的问题是不同。第一个领域所讨论的是一个机构能够对(to)社会做些什么事。第二个领域所讨论的是一个机构能够为(for)社会做些什么事。”

——彼得·德鲁克

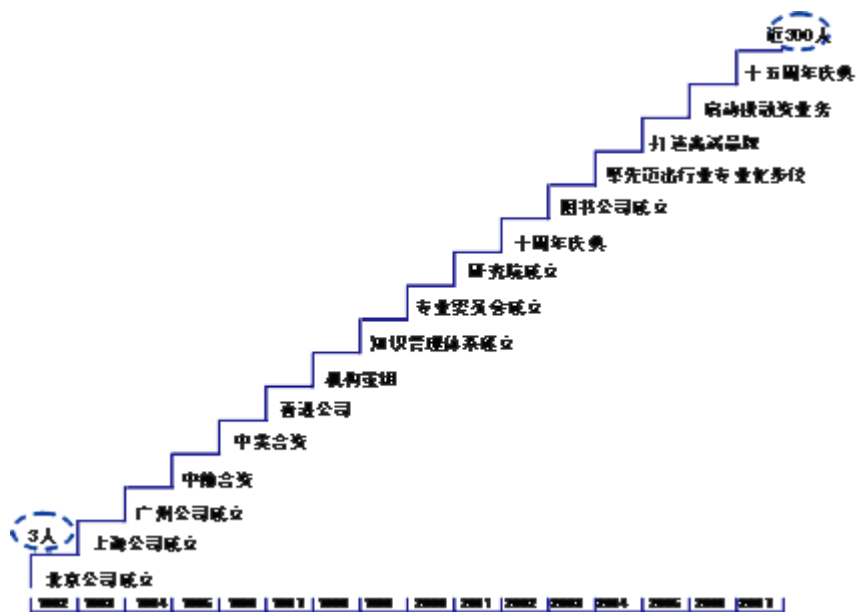


从中国咨询业的现状和中国社会和经济需求而言，中国咨询机构的社会责任更多应当承担企业社会责任中的第一层责任，即机构对社会影响的社会责任， 也通过智力服务推动中国社会和经济的快速崛起，为中国之崛起而咨询。

三、正略钧策的企业社会责任定位

正略钧策发展历程

正略钧策（原新华信管理咨询）1992 年诞生以来，一直立志做中国管理咨询的实践派，与中国经济同成长。现在，做为行业领头雁，近三百名全职顾问和研究人员每年为超过百家企业提供各类管理咨询服务。



经过 15 年的发展，正略钧策形成了独特的（RISE）核心竞争力：品牌（Reputation）：持续增长的品牌价值；知识（Intelligence）：厚实缜密的知识管理；人才（Staff）：忠诚高效的人才团队；执行（Enforcement）：脚踏实地的执行精神。



正略钧策组织使命

正略钧策围绕“中国管理咨询的实践派”构建咨询能力，实践“咨询中国”的理想，服务中国本土企业、跨国企业和社会机构，形成了十大管理领域，超过十个行业的专业能力，并且涉足政府和公共事务咨询。

正略钧策社会责任

正略钧策树立“为中国之崛起而咨询”的愿景，致力服务于中国经济和社会的成长。正略钧策的社会责任观是：

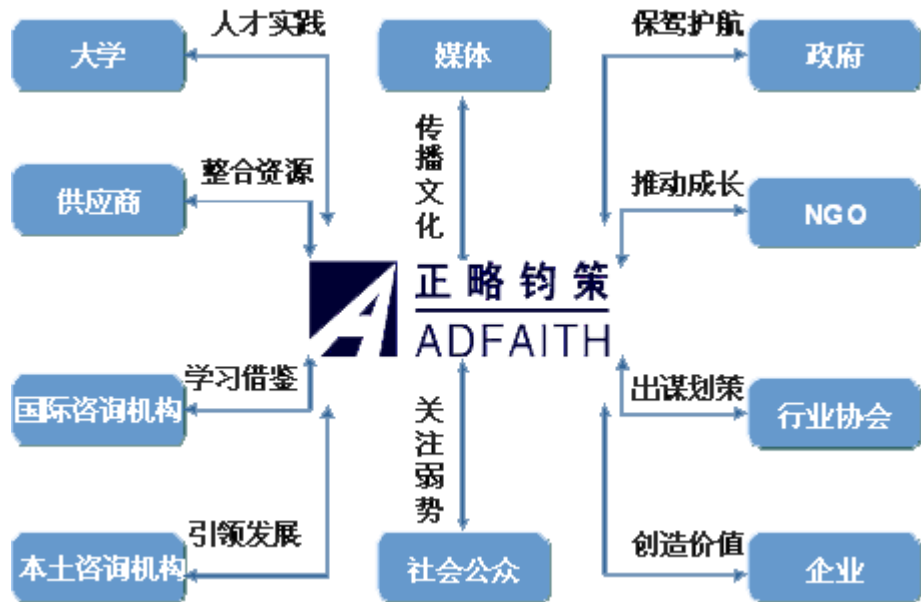
解决复杂管理问题：敢为人先，解决社会复杂的管理问题；

培育社会管理精英：十年树人，培育社会管理精英人才；

实践卓越管理思想：继承文化，引进、创新、实践卓越管理思想；

关注社会和谐发展：尽己之力，关注弱势群体、自然环境和公益领域。

正略钧策以咨询为核心业务，积极整合利益相关者，包括：大学、供应商、国际咨询机构、本土咨询机构、政府、NGO、行业协会、企业、媒体和社会公众，在咨询中国的同时，积极传播管理文化，为社会培育精英管理人才，关注社会和谐。



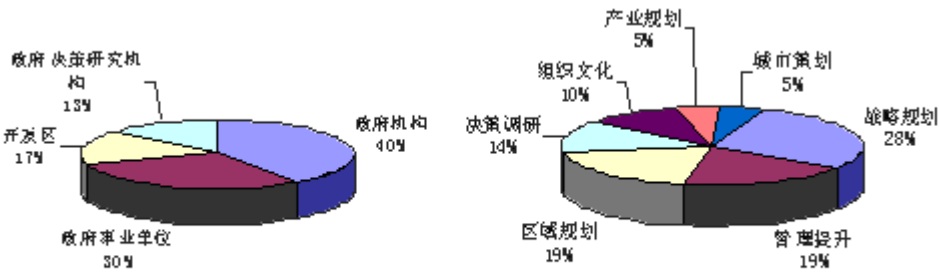
四、解决复杂管理问题

企业创造价值

企业是社会发展最重要的微观主体之一，在社会主义市场经济体制不断完善的过程中，企业发展成为推动社会进步的主要动力。而服务企业，提高企业的管理能力，提升企业在现代社会中的核心竞争力，以更好解读市场、适应市场、把握市场，这正是咨询公司要做的事情。在过去的十五年中，正略钧策坚持为客户持续创造价值的服务理念，伴随中国企业共同成长，立足中国市场和政策环境，针对性地发现和解决企业成长中的实际问题。

咨询行业涉及服务业、制造业、房地产、能源化工、IT 通信、汽车、医药等 12 大产业，且以行业的龙头企业为主。

化，另一方面其需要了解地区企业和产业发展的需求，作为区域和产业规划的依据。正略钧策将企业咨询的先进经验应用于政府机构、开发区及政府事业单位，提升其组织文化、管理和战略规划水平，同时与政府决策研究机构建立合作研究机制，客观反映企业需求，服务政府决策、推动区域经济健康发展。同时，正略钧策关注社会热点问题，参与到环境卫生、航空航天、交通运输、水利建设、地铁、燃气、高速等众多公共领域的项目当中，促进了区域公共建设与区域经济的协调发展。



正略钧策已经为北京、黑龙江、山东、陕西、新疆、上海、重庆、浙江、江西、湖南、云南等地区的政府机构提供了战略、人力资源管理、区域发展战略、组织文化建设等方面的咨询服务。未来正略钧策将继续服务于中国政府管理效率的提升，在区域规划、产业政策、机构内部管理优化等领域为中国政府管理水平的提升做出应有的贡献。



行业出谋划策

正略钧策作为中国最大的本土管理咨询公司之一，努力引领中国咨询行业的发展方向。自 2002 年以来，公司已连续 6 年发布《中国管理咨询市场报告》，该报告以上海证券交易所和深圳证券交易所上市的 1000 多家上市公司作为研究对象，对中国咨询市场状况、行业分布、业务状况进行系统性研究，是国内较为权威的咨询行业研究报告。通过对中国咨询行业的发展现状的总结和未来趋势预测，有效地引领中国咨询行业的发展方向。同时，正略钧策还积极召开战略、人力资源、信息化、房地产、汽车等专业和行业论坛与国内咨询机构交流、探讨咨询经验，努力提升中国咨询行业的竞争力。

正略钧策作为中国本土咨询专业化和行业化的先行者，持续关注中国热点行业动态发展。正略钧策与房地产、汽车、机械、能源、快消等热点行业的 42 个行业协会建立了长期的合作关系，通过内部资源针对各行业的热点和难点问题进行深度研究，每年发布 10 余份各行业深度研究报告，为各热点行业的发展提供借鉴和指导。2004 年—2007 年连续 4 年，由经济观察报主办，北京正略钧策企业管理咨询有限公司提供独家技术支持的“中国蓝筹地产年度评选”年度活动，因其专业性及权威性得到业内的广泛认可，正略钧策创始人赵民、房地产中心的专家团队都不遗余力的献计献策，为活动的圆满成功提供了智力保障。2005 年 9 月，《环球企业家》杂志社与正略钧策联合开展了“中国汽车企业国际化真相研究”项目，该项目通过研究分析中国汽车企业在国际化道路上的进程和背后影响因素，对中国汽车企业的国际化发展方式进行归纳、总结与探索，该研究报告在“环球企业家高峰论坛”上取得了强烈的反响和一致的好评。

行业	协会名称	最新研究报告
房地产	中国房地产开发协会	2007年度中国企业常青文化研究报...
	中国房地产咨询网	2007-2008年度薪酬福利调研报告...
汽车	中国汽车工业协会	2006年度中国管理咨询行业市场发...
	中国汽车流通协会	2005年度中国管理咨询行业市场发...
机械	中国机械工业联合会	2005年度中国上市公司激励机制研...
	中国家电协会	2005年中国企业海外IPO年度报告...
能源	中国煤炭机械工业协会	2005年度中国汽车新产品上市监测...
	中国石油工程建设协会	2005年12月中国广电行业政策变动...
	中国能源企业管理协会	2005年度中国医药并购监测研究报...
快消	中国服装协会	2005年11月中国医药并购监测研究...
	中国毛纺织行业协会	2005年11月中国广电行业政策变动...
	中国轻纺织行业协会	2005年11月中国汽车新产品上市监...
.....		

NGO 推动成长

NGO（非政府组织）对我国社会发展的推动和影响越来越大，其正在成为社会政治、经济、环境等领域的第三支柱，在社会经济发展中发挥弥补政府和市场在资源配置方面不足的作用。与国外的 NGO 相比，中国的 NGO 无论在体制、经营意识和发展水平方面都处于起步阶段，还远远没有能够承担起第三支柱的作用。为此，正略钧策以咨询中国为己任，积极推动 NGO 的成长。

2007 年向非营利机构阿拉善 SEE 生态协会提供无偿咨询服务。2003-2006 年持续为国内教育机构提供管理提升服务。

未来，正略钧策将继续为中国的 NGO 发展提供智力支持，搭建政府、企业和 NGO 发展的互动平台。

五、培育社会管理精英

吸纳潜力人才

就业是民生之本，作为国内本土最大的咨询公司，正略钧策不仅要实现咨询中国的愿景，更有责任发现、选拔并吸纳潜力人才。正略钧策广纳各高校 MBA 和管理学、经济学等专业的硕士研究生，并为其提供大量的实习、实践机会，成为国内 16 所高校的 MBA 实习基地。2002-2007 年为高校学生提供实习共 260 人次。



清华大学



北京大学

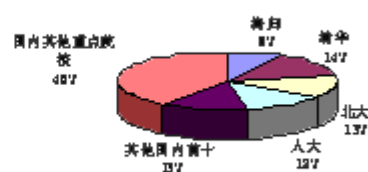
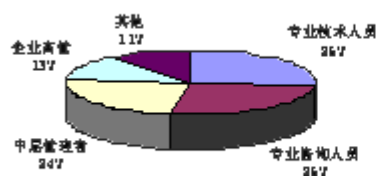


人民大学



复旦大学

正略钧策员工来自社会各行各业，大量社会领域的专业人才和管理人才占据了公司新员工构成的主要部分。正略钧策所有顾问都具有国内知名高校硕士及以上学历，具备良好的发展潜力和可培育性。



培养专业人才

人才是社会发展的支柱，教育是民族振兴的基石，全社会都应重视和参与对人才的培养和教育。作为公司，不仅要提供员工基本的生活需求，更要给予其不断成长的教育空间，以实现其人生奋斗目标。正略钧策努力营造和谐进取的企业文化氛围，为员工提供明晰的晋升体系和全面的培训机会。同时，正略钧策通过与企业、学校合作的方式开展培训，促进企业员工和在校学生的加速成长。

新兵训练：了解咨询业务特点、获知企业文化与行为，执行基本的管理流程、掌握基本的咨询工具使用方法；

雏鹰计划：加强自身专业化水平、提高咨询素质和职业能力、了解项目运作与管理；

誓师行动：提高对管理能力和项目运作能力；

砥柱再造：掌握业务销售技能、提高部门运作管理综合能力、掌握管理多个项目能力。

对内，正略钧策依据员工发展不同阶段的特点及培训内容的适应性两个方面制定了一套完整的、矩阵式的培训体系。正略钧策在公司内部形成了多元化职业发展通道，如从支持部门人员到专业咨询顾问、从普通管理人员到新业务带头人，正略钧策充分考虑了员工的个人职业发展需求，努力做到唯才是举。虽然咨询行业的特征决定同事之间聚少离多，但公司一直致力于培养同事之间的信任、互助、共享等，离职同事之间的团结互助，并由内部中高层捐款成立文化基金支持公司企业文化活动，形成了正略钧策独特的企业文化。

专业技术通道				专业管理通道			课程类别	培训员工类别			总计课程数量
合伙人	合伙人			管委会组成人员				新员工	新顾问	项目经理	
顾问	资深顾问			专业中心负责人			公司性	3	5	3	11
	高级顾问						技能性	2	4	4	10
	顾问			项目总监			功能性	3	13	16	32
分析师	高级分析师						项目经理			行业性	3
	分析师			其他	2	-				-	2
见习分析师							总计	13	27	27	67
职能管理及业务通道											
助理	专员	主管	副经理	经理	副总监	总监					

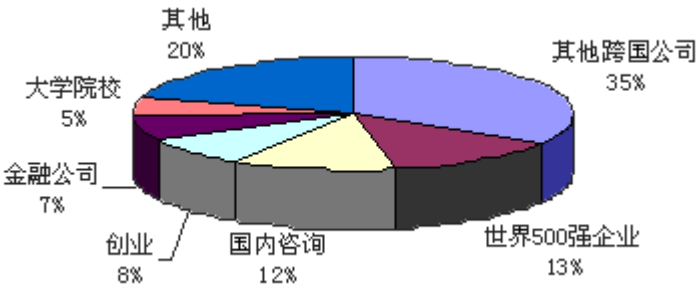
正略钧策职业发展通道与内部矩阵式培训体系

同时，正略钧策凭借着丰富的实战能力与经验、灵活多样的培训模式、专业的流程与工具、丰富的培训资源，帮助国内知名企业进行人才培养。培训内容包括战略管理、人力资源管理、营销管理、企业文化、财务管理、生产运作、财务管理、项目管理、管理技能等方面，培训累计达到了 260 次、220 门、472 天。正略钧策已经为电子行业、汽车和制造行业、房地产及装饰行业、金融行业、电力行业、医药行业、服装与纺织行业等行业内数百家知名企业提供了人员培训，构建知识的转接，帮助其实现内部员工的快速成长和管理能力的提升。

输送精英人才

人才强国战略是关系到国家发展、社会进步的系统工程，关系到国家经济的发展命脉。人才在国家社会发展中将起到越来越重要的作用。正略钧策构建开放工作环境，积极建立与客户互动人才交流机制，鼓励员工不断挑战、勇于创新，并为员工在更广阔的社会范围内发挥更大的作用提供机会和保障。

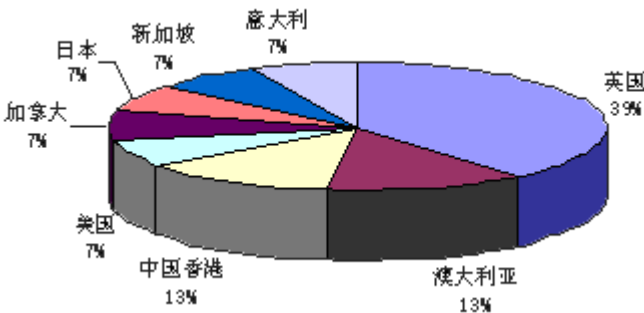
正略钧策每年为社会输送大量的职业经理人和专业的咨询顾问等优秀人才，其中 50%左右都进入到跨国公司和世界 500 强企业就职。



六、实践卓越管理思想

引进管理理念

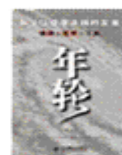
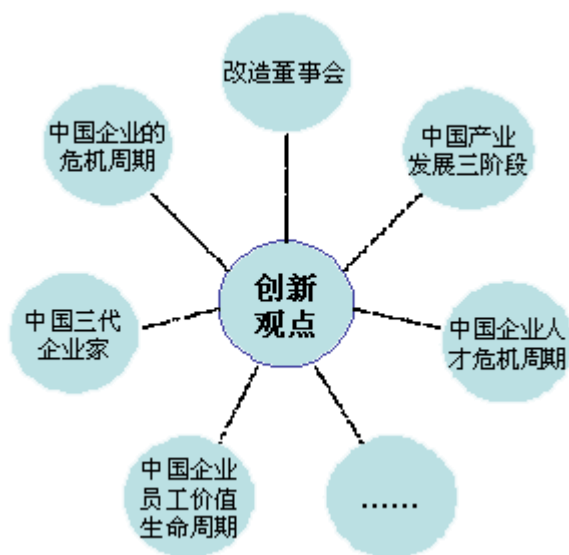
一个先进的管理理念，可以改变一个企业的命运；一个前瞻性的管理思想，可以明晰企业发展的战略方向；一个高效的管理方法，可以有效提升企业的核心竞争力。正略钧策以成功管理经验总结者的身份，为国内企业引入国际先进的管理理念、前瞻性的管理思想和高效的管理方法；引进海归派管理精英，吸收西方先进管理思想；联合国际咨询机构，拓展管理视野，以此加速中国管理水平的提升和管理知识的储备。正略钧策在人才引进过程中，大胆吸收具有海外留学、管理经验的人才为己用，通过公司内部融合、项目融合，将先进的管理思想和方法引入并应用到国内的企业管理当中。



正略钧策管理咨询推出的系列《管理丛书》，涵盖战略、营销、人力资源、IT 技术、创业、信用、并购等多个方面，2004-2007 年销售码洋约 4000 万。同时还与 AMCF（美国管理咨询协会）建立合作伙伴关系，通过互访，了解国际管理咨询新动向、国际公司管理中采用的新方法。

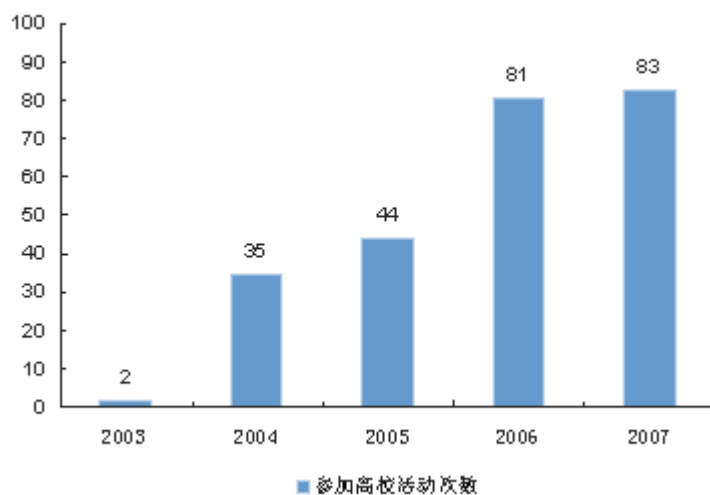
创新管理方法

中国的崛起与他国相比，无论是政治体制还是历史环境都有很大的不同。西方先进的管理思想和古人们留下的宝贵管理理念只有与中国的市场经济环境高度融合，才能为企业发展制定出正确的决策。正略钧策遵循着东方管理方法的创造者和时代管理创新的推动者的宗旨，在为企业服务的过程中，不断创新出适应中国企业发展的管理方法，应用于中国企业管理，助推企业健康成长。在总结中国企业管理实践的基础上，不断提出自己的观点。并通过书籍出版的方式传播正略钧策的管理方法，截止目前，正略钧策已经出版的管理创新书籍包括：《改造董事会》、《咨询的真相》、《决战》、《年轮》、《把激励搞对》、《抢位》、《竞争四力》、《正略钧策看人力资源》、《正略钧策看战略》、《正略钧策看企业管理》、《正略钧策看企业发展》、《坐地日行八万里》、《让管理激情飞扬》、《咨询的真相第二版》、《咨询就是生活》15本书籍。

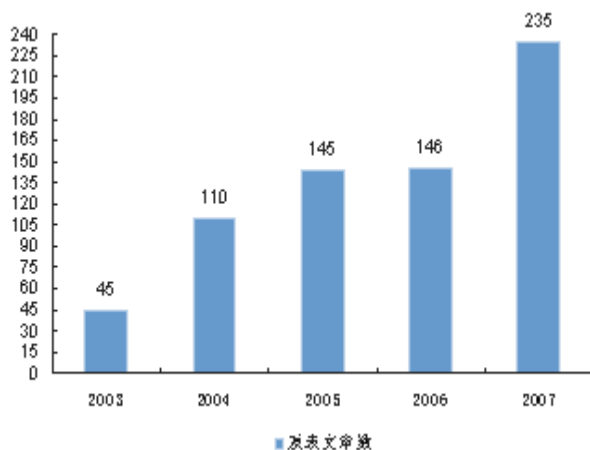


传播管理文化

知识必须要经过有效的传播，被人们所接受才能体现出其价值所在。管理的思想和方法亦是如此，不被企业接受和认同的管理方法是无效的，未能传播给企业的管理理念其有效性甚至无从谈起。正略钧策以做现代管理理论的传播者为己任，不断将自身的经验和体会通过各种传播渠道，传授给公司的客户、传授给正在不断摸索中前进的中国企业、传授给好学上进的莘莘学子。根据统计，正略钧策 2006 年高校讲座 81 次，2007 年共举办高校讲座 83 次。



随着正略钧策的发展，公司不断加大自身对社会管理思想和理念的宣传。公司广泛参与大学生活动，如创业大赛评委等，提高大学生对社会商业运作，公司管理的相关知识。同时，担任 MBA 面试官、客座教授、社会实践导师、支持各学校的社团组织，在 2007 年公司创业 15 周年的活动中，正略钧策还积极邀请在校学生参加公司周年庆典，让在校的大学生感受到了本土咨询企业的文化。同时也更多地参与到公司间的交流，推广正略钧策总结的管理经验和方法。正略钧策广泛利用媒体资源，将各资深顾问在项目运作过程中，对公司管理问题的深刻认识，反映在文章当中，通过杂志媒体、报刊媒体和网络媒体对外发表，与中国企业共同分享经验。



正略钧策总裁赵民通过博客的方式，将公司最新、最好、最实用的管理思想向社会传播。博客开通仅 140 天，点击量就达到 100 万。《正略钧策管理评论》是迄今为止，中国管理咨询界出版历史最长、影响范围最广、读者层次最高、最受企业管理人员欢迎的精神园地。自公司创办《正略钧策管理评论》以来，其订阅用户的数量始终保持较高的增长速度，2006 和 2007 年均保持在近 6 万订阅数。正略钧策一如既往，始终坚持将先进的管理文化传递给中国企业管理者，不断提升其管理理念。



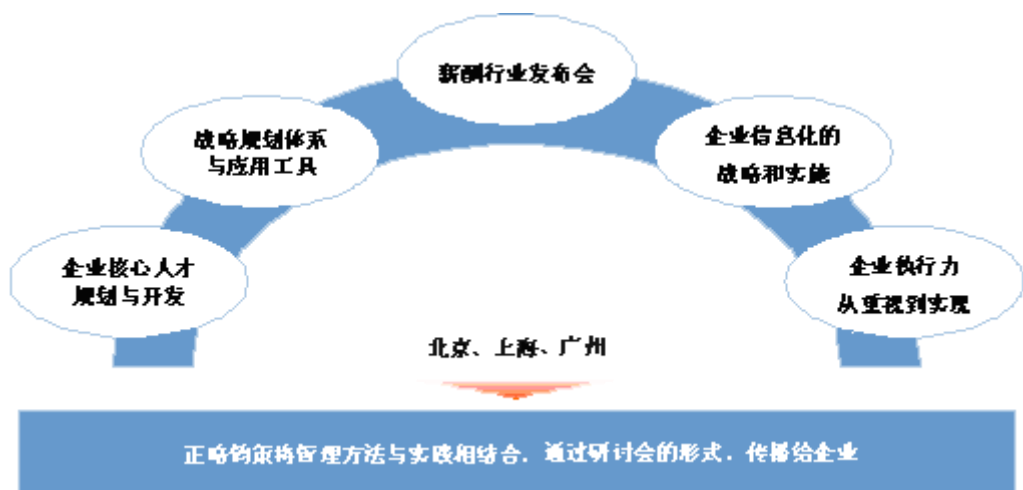
正略钧策于 2007 年 8 月开通了“正略钧策咨询赵民”的播客，其核心内容是“正略一品”系列视频访谈。“正略一品”由赵民主持，以较为轻松自由的方式，与著名企业家、学者等各界名人对话，以播客和博客的形式，每周推出一期。“正略一品”以“管理人生”为主题，探究成功人士如何成功管理创业、如何成功管理公司、如何成功管理事业、如何成功管理自己的人生，其中不乏凝结人生智慧的经典语录，以及各界名人对热点事件的精彩点评。通过网络视频的传播方式，将现代管理方法轻松的传递给每一位“观众”。2007 年 9 月，“2006-2007 年度中国杰出营销奖”在北京召开，此次大赛由经济观察报、财富中国和香港管理专业协会共同举办，是继 2003 年以来第四次成功举办。正略钧策管理咨询创始人赵民和合伙人许朝辉受邀先后担任分类赛和总决赛的评委，以咨询界的专业视角为大赛提供了智力支持。此次大赛通过成熟的评选机制，将荣

誉和公众赞誉授予那些通过杰出的市场营销方案，打破屏障，提高销售职业标准的在华机构。

实践管理思想

实践是检验真理的唯一标准，没有经过实践检验的管理思想和方法永远只能是纸上谈兵。

在信息爆炸的今天，缺少先进的管理方法已经不能成为企业管理缺位的主要原因。如何选择有效的管理方法，并将其合理的应用于企业管理当中，以提高企业的管理效率，是国内大部分企业迫切需要解决的问题。正略钧策以中国管理咨询的实践派代表为使命，不断将优秀的管理思想和管理方法引入到中国企业的现代管理当中。通过各种论坛和会议，正略钧策积极推动企业实施卓越的管理思想。与此同时，在与企业的咨询实践中，正略钧策非常重视方案的可实施性，充分考虑到企业实施方案可能的障碍，通过猎头服务为企业解决人才需求问题，通过信息化咨询服务为企业的战略和管理优化提供技术支持……为了保障咨询方案能够有效实施，正略钧策还为每位咨询客户提供了咨询的辅导期，在辅导期内无偿为企业实施方案答疑解惑。



七、关注社会和谐发展

关注弱势群体

弱势群体是那些实际的经济收入偏低，而且由于各种条件的限制，其未来发展也有相当困难的人群。一个负责任的社会，不会任贫者愈贫。而要改变弱势群体的生存状况，需要各方社会力量给予帮助或支持。作为一个负责任的社会力量，正略钧策致力于关注教育领域，始终坚持资助贫困大学生、为学校捐款捐书。

年份	事件
2000年	资助北京地区贫困大学生
2003年	为贫困大学生捐助
2005年	向重庆大渡口山区学校和社区捐助图书
2006年	为国家级的老干部服务机构提供无偿的管理改进咨询服务

关注自然环境

正略钧策坚信只有人与自然和谐共处才能够实现人类自身更好发展。公司致力于创建资源节约型企业，倡导公司上下在日常工作中坚持使用再生纸、环保纸，在北京、上海、广州公司专门设立电池收集箱。同时，公司热心与社会力量共同关注自然环境，为保护可可西里、治理内蒙古阿拉善沙漠等积极捐款出力。

年份	事件
2002年	向国家级自然保护区可可西里藏羚羊自然保护区捐款
2004年	向内蒙古阿拉善沙漠治理捐款
2005年	继续捐款阿拉善沙漠治理基金
2006年	为非营利机构——阿拉善基金无偿提供组织结构和组织成长方面咨询服务
2007年	向非营利机构阿拉善SEE生态协会提供无偿咨询服务

关注公益领域

社会公益事业是中国优良传统的延续，是构建社会主义和谐社会的内在要求。正略钧策认为，公益是每个企业必尽的责任，也是每个企业应有的良知。

年份	事件
1999年	向北京大学光华管理学院捐款,成立“正略钧策管理研究奖励基金”
2003年	共同发起“中国企业家反对战争签名”
2003年	SARS捐款,为抗击非典的医护人员捐建雕像
2006年	在复旦大学捐资设立“正略钧策教席教授”席位
2007年	向京津地区重点高校捐赠万元图书

正略钧策在公司内部设立了公益基金,经费来源:由公司推荐员工进行有偿授课讲课费、员工参加的有偿市场活动的报酬、由公司推荐员工发表文章稿费的捐款;出现突发事件时(如员工有重大疾病等),由公益基金组织发起募捐活动;接受员工自愿的爱心捐赠等。基金的使用分为对内与对外两部分,对内的主要用于公司内部员工;对外主要用于社会需要帮助的群体及相关公益活动。在全国人民抗击非典的时候,公司为抗击非典的医护人员捐赠雕像,身体力行“经世济民,以人为本,义利兼顾”的经营之道。



为抗击非典的医护人员捐建雕像

八、社会责任履行总结和未来的展望

社会责任履行情况总结

成立 15 年以来,正略钧策坚持“咨询中国”的愿景,追求自身发展、服务客户、服务社会大众的共赢,在履行社会责任方面取得了一定的成绩,本报告从解决复杂管理问题、培育社会管

理精英、实践卓越管理思想、关注社会和谐四个方面对正略钧策履行社会责任的情况进行了总结，如下表所示。

类别	维度	内容
解决复杂管理问题	服务客户类型	12大行业
	服务客户数量	100多家客户/年
	服务客户内容	项目咨询、培训、方案辅导实施
	合作行业协会	42家
	合作企业组织	7个
培育社会管理精英	吸纳就业人数	268人
	高校实习基地	16所
	员工培训课程	4个层级47项培训
	输送人才情况	50%去往国际咨询公司或世界500强
	合作高校数量	41所
实践卓越管理思想	合作媒体数量	183家
	出版图书数量	343本
	自主杂志数量	2本（240期，6万读者）
	著作书籍数量	15本
	发表文章数量	986篇
关注社会和谐	高校活动次数	208次
	捐助书籍数量	1万本
	社会关注情况	无偿为阿拉善基金提供组织结构、成长咨询，为抗击非典医护人员捐建雕像

未来社会责任努力方向

未来，正略钧策将以“咨询中国”为理想，致力服务于中国经济和社会的成长，引领中国咨询行业的发展，以优秀的智力资本解决中国的企业、政府、NGO、行业发展中面临的管理问题；为社会培育管理精英，加强与大学、企业和社会组织在人才培养方面的合作和交流，提升中国社会管理精英的整体素质；积极吸收国外优秀管理经验和思想，继承和发扬中国传统的管理文化，中西合璧，创新中国特色的管理实践；关注社会弱势群体，倡导环保理念，身体力行，关注社会和谐。