

浙商百亿游资进疆炒棉

□ 贾 萌

哪里有钱赚，哪里就会有浙商的身影。从炒煤团到炒楼团，浙商游资俨然成为中国一个流动的“金库”，他们的一举一动总是吸引我们去揣测——哪个产业是下一个投资热点？

在已经过去的 2009 年，从处于棉花销售终端的收购贩子到生产上游的棉花加工企业，其间不断增多的浙商身影已在说明浙商游资进疆了，他们带来的除了资金，还有新疆棉花市场及纺织产业的升级。

2009 年度我国棉花产量约 680 万吨，较上年度减少 70 万吨，降幅 10%左右。从需求情况看，保守预计 2010 年纺棉 1300 万吨，产需缺口 620 万吨。业内人士认为，这将使得今年棉花价格继续上行的概率增大。

“拎着现金也收不到棉花。”2 月 26 日，已回浙江老家过年的王利（化名）在电话里告诉记者，1 月份他在新疆巴州尉犁县揣着现金转了一圈，一点收获也没有，不但轧花厂的棉花难以低价收购，就连农户尾桃掰出来的棉花，每公斤都卖到了 4 元左右，而往年的价格不过两元。

在王利看来，此次无功而返是因为有人提前“下手”了。

尉犁县农户李建军就有王利留下的名片，当时他不愿将棉花卖给王利，是因为家里隔三岔五就有棉花贩子前来收购，棉花价格越来越高，当然是谁出价高就卖给谁。在棉花贩子里，操着浙江口音的人居多，他们大多将棉花运到纺织业发达的江浙地区进行销售。

来自新疆浙江商会的数据显示，目前在疆的浙江商人有 25 万人，固定资产达 1 万亿元，随着新疆棉花价格一路上涨，至少有 100 亿元浙江民资撤离山西煤矿和国内房地产市场，转战于新疆棉花市场。部分游资已落地开花，有的游资在现货和期货市场博弈，还有的游资则在等待入场机会。

房产商种地首笔进账 700 万

浙商蔡方杰算是早早进场的精明人。

2005 年，跟朋友做房产生意的蔡

方杰在兵团农二师 30 团承包了 1.5 万亩荒地，承包期为 30 年。从平地、压碱到锄草、施肥，样样农活堆到一直做生意的蔡方杰眼前，最终他没有退却。

“我跑过内地很多地方，可利用的土地资源越来越少，拥有土地就有了依靠，土地是最踏实的。”蔡方杰这样评价自己从经商到种地的转变。

和精力的投入比起来，资金的投入更多——2150 万元，这笔资金不是个小数目，其中有 2/3 是他在商海里打拼多年积累下来的。这些荒地能否变成良田、最终兑现成盈利资金，当时蔡方杰心里没底，好在选择农作物上他又表现出浙商的精明强干。

2008 年年底棉价大跌，幸亏国储局开秤收棉抬升了棉价，但到了 2009 年春暖花开之际，许多棉农因担心棉价低迷不敢种棉，蔡方杰却在自己希望的田野上全部撒下棉花种子。

去年秋收之后，棉花价格一路攀升，蔡方杰喜上心头。他的棉花亩产 300 公斤，除去每亩成本 1200 元，每亩能赚 500 元左右，全部土地能赚到 700 多万元，虽然离收回投资还有距离，但“今后地里能长出东西就都是赚的”，蔡方杰对未来充满希望。

立足于棉田的他没有彻底脱离经商，不光有 3 家公司，现在的他还盘算着再投资熟悉的房地产领域。尽管国家出台一系列政策控制房价，但他认为库尔勒市的房产远远没有饱和，仍有赚钱的机会。

两兄弟掌控 10 万亩订单农业

比蔡方杰更“出格”的是在阿克苏掌控 10 万亩熟地的浙商李长春。10 万亩这个面积相当于新疆 10 个行政村，兵团的 1 个团，是温州永嘉的耕地之和，这在浙江是不可想象的。

“不是承包，是公司和农户的订单农业。”李长春再三强调，自己的公司是把棉农的棉花收购上来，然后再卖给轧花厂，如果这么多土地属于个人承包，“那太夸张了”。

事实上，李长春的弟弟李长亮 4 年前就在阿克苏投资 1700 万元成立了新疆阿克苏金诚棉业公司，主要进行轧花交易。



分工不同，但两兄弟都涉足棉花产业，现在两人都已回浙江老家过年，公司里只留下财务人员看守。

“棉花基本卖完，只是铁路运力紧张皮棉还没有全部出疆。”新疆阿克苏金诚棉业公司工作人员倪敏说，公司年加工能力为 12 万吨，去年由于棉花减产，公司只加工了不到 7000 吨棉花，机器远远没有吃饱。

记者了解到，目前新疆的棉花加工已经结束，总产皮棉 250 万吨，减产已成定局。1 月底，皮棉现货价格迅速反弹至每吨 15000 元左右，但金诚棉业已将棉花卖出，最高成交价每吨只有 14700 元，没赶上价格高峰。因看好皮棉后市价格，部分轧花厂眼下持惜售态度。

利益与政策吸引浙商入疆

记者采访了解到，现在活跃在新疆的棉花二道贩子、三道贩子多是浙江人。

比如王利，原来在山西大同开煤矿，去年国家整合煤炭资源，王利的煤矿不达标，需要投入大笔资金补救，最终王利卖掉煤矿，带着数千万资金赴疆收棉，想赚点差价。

像王利这样的棉花贩子，由于他

们来自纺织行业发达的家乡，熟悉棉花现货和期货的交易流程，且拥有大量流动资金，在现货采购环节，他们一般都有自己的销售网络，要做的就是入疆收棉赚取差价。

新疆浙江商会办公室主任王艳红告诉记者，从山西煤矿出来转战新疆棉田的浙商不少，她手里就有一些“新手”的名单。

而浙商资金多是参与棉花现货交易，“比较直接，也容易运作，是最常用的交易方式。”王艳红说，铁路运输成本最低，从阿克苏运到杭州的实际货运成本约为每吨 310 元；货物在杭州入库，仓储费用为每吨 4587 元；还有每吨 50 元的其他隐性成本，去除棉花收购和运输等综合成本，只要存在利润，就会有人进行投资。

既然有利可图，这些浙商就担当起棉花流通领域的“经纪人”，一方面游资入市推升棉价，另一方面吸引更多的人一起炒棉。

除了利益之外，全国棉花存在缺口和新疆棉花产业优惠政策的陆续推出也吸引着浙商拥入新疆棉田。

据自治区纺织行业管理办公室工作人员介绍，去年山东等棉花主产区和新疆一样减产，全国棉花总缺口 600 多万吨。而去年年底纺织行业回

暖，纺织企业生产恢复和补库需求均拉动棉价上涨，造成棉花供应紧张。

现在南北疆正加快阿克苏、石河子两大纺织基地建设，实施一系列优惠政策促使浙资落地，雄峰、华孚、雅戈尔等浙字号集团纷纷选择在疆投资建厂，产业链延伸到印染、服装领域，促使纺织业投资规模不断扩大，用棉需求也会进一步扩大。

石河子开发区管委会招商局局长孔石泉告诉记者，今年 3 月份，中国最大的彩色纺纱生产企业——华孚控股有限公司投资 1 亿多元的纺织项目开工，项目投产后，可形成年产两万吨染色棉的生产能力。

同时，华孚控股有限公司还将重组天宏新八棉产业有限公司和新疆新润气流纺有限公司，用于今后发展彩色纺纱项目。这一切都需要棉花资源做保障。

新疆浙江商会会长葛永品表示，新疆棉花加工的产业链还没有形成，硬件设施、劳动力素质等方面掣肘了纺织产业的转移速度，如果产业链能够衔接上，新疆棉花和棉纺产业一定会有更快的发展。今年，浙江省将率团来疆考察，届时，浙商对新疆的投资会进一步扩大。

“融智”让临沭“肥”起来

山东省临沭县 30 余家肥料企业坚持借“脑”求发展，融“智”兴企业，2009 年全国肥料市场出现不景气，该县复合肥企业借助“智力”优势逆市而上，销售收入首次突破 100 亿元大关，同比增长了 20%以上。

近年来，针对化肥市场竞争激烈的实际，临沭县肥料生产企业不断加大“融智”力度，先后与清华大学、中国农业大学、中国农科院、美国康奈尔大学、佛罗里达大学等国内外 36 所高等院校和科研院所建立技术合作关系，并聘请了 6 名中科院院士和国内外 100 余名博士后、博士、硕士为企业技术顾问，设立了实验基地，联合开发出了高塔熔体造粒复合肥、包膜控释肥、生物有机肥等六大系列 800 多个节能、环保型肥料品种。全县肥料企业通过鉴定的各类科技成果 120 余项，其中省级以上鉴定 50 余项；获得各级科技进步奖、技术发明奖、专利奖等 120 余项，其中国家科技进步二等奖 2 项，省科技进步奖 20 余项。培育出了金正大、史丹利、富士化肥等一批具有较强实力的企业群体，打造了金大地、史丹利、富士山等一批国内外知名品牌，成为全国最大的复合肥研发、生产、销售基地。

良好的“融智”能力使临沭肥料企业迅速“肥”起来，目前该县肥料年生产规模已达 1000 万吨，成为我国最大的复合肥生产基地。“临沭复合肥”荣获中国化工最具竞争力品牌特别奖，畅销全国各地，并出口德国、加拿大、澳大利亚、美国、日本等 30 多个国家和地区。

（吴清明）

追求品位 奉献生活

——国酒茅台文化理念解析笔记(2)

□ 罗仕湘 郭孝谋

按照现代经济学观点，一个企业欲求基业长青，必然具有准确明了而又独一无二的“企业使命”。面对新的时代条件和市场环境，国酒茅台以“酿造高品位的生活”来定义自己的“企业使命”，无疑是中国企业文化创新的一个亮点。

新中国成立 60 年间，无论是计划经济年代，还是市场经济时期，国酒茅台从思维到行为，都始终坚守着一个强烈的企业使命意识、一种强烈的企业荣誉感与责任感——茅台肩负太多荣光，茅台的发展不但关系自身成败荣辱，更必须承担起传承中华酿造文明、引领中国白酒健康发展的文化导向责任，承担起维护国家声誉、光大民族精神的历史使命。

与这一使命意识相适应，国酒人登高望远，在企业前行的一个个“十字路口”，总是以“没有最好，只有更好”的执着，向一座座企业管理新高峰发起冲击，从不为谋取短期利益、节省生产成本而对品质、服务降格以求，从而确保了出厂酒合格率多年保持 100%，在人民群众物质文化、精神文化需求日益提高的今天，最大限度满足了顾客对“高品位生活”的追求，形成企业与顾客利益之间“高品位”的和谐共振、良性循环。

文化，奠定了人们生存发展的标准，同时也把人们的生活形态区分为不同品位。“品者，谓之等差

也”，含有标准、规格之义，也泛指人或事物的品质或水平。“生活”一词，广义泛指人类为生存发展而进行的各种物质活动；狭义则指一种特定的社会生活方式，或社会存在的“群体文化形态”。

现实生活中，“品位”作为一种理想诉求，往往决定着人们的思想、语言、行为和文化的价值。一个人、一个社会群体追求“高品位的生活”，其实就是要显示自己不一般的形象和状态，或者是想拥有不一般的形象和状态。尽管“品位”最初可能只是物质层面的某种外在感觉，但人们可以通过对自身品格、气度、风格等的关注，逐渐在精神层面将其内化为一种“意识姿态”。

辩证唯物主义认为，任何社会的发展与进步，都必须建立在一定的物质基础之上。企业物质生产的水平和特性决定着社会生活的方式和特性，社会丰富多彩的物质生活及由此而衍生的精神生活，正是基于一定的企业物质生产所提供的坚实基础来展开，从而反映出企业生产的面貌、要求、特性和内容。企业生产是物质生产和精神生产的统一，企业在生产物质产品的过程中，同时把生产者的精神创造凝结在物质生产中，赋予了它精神的意义。

在过去数千年的漫长岁月中，中国人民一直没有根本摆脱饥饿和贫困的困扰。即使在新中国成立后的 30 年，经济社会发展的目标，仍是把解决最广大人民群众温饱问题放在首要位置，而作为经济社会

“细胞”的企业，其发展目标也只能停留于“保障供给”：生产是计划性的生产，市场是计划性的市场，企业难以超越现实生产力水平给予人民群众物质文化和精神文化需求的最大化满足，相应，社会生活方式也不可能发生脱离现实物质基础条件的“高品位”质变。

一直到改革开放以后，中国经济持续稳定增长，“高品位”，才成为人们越来越普遍的生活追求，为国酒茅台“酿造高品位的生活”提供了广阔空间。

传统经济学将企业界定为“一种以盈利为目的的组织”，“追求利润最大化”，一直成为许多企业引以定义自身使命的理论根据。然而，国际管理大师彼得·德鲁克对此却给出了否定性结论——“利润最大化这一概念是毫无意义的。而且，它的危险在于使盈利性变成了企业追逐的唯一目的”。

德鲁克指出，企业的使命（宗旨）是存在于企业自身之外的，它只有一个适当的定义：那就是创造顾客。因为，顾客是企业的基础，是使其持续存在、发展的动力源泉。只有当顾客对某一种商品或某一种服务有付款意愿时，才能使经济资源转化成财富，使物品转化成商品。

不难看出，国酒茅台将企业使命定义为“酿造高品位的生活”，提倡“追求品位、奉献生活”，正是在对企业存在目的、追求目标、信仰塑造等进行深度思考的基础上，因应当今经济社会发展趋势，以及国人向

往高品位物质文明、精神文明和消费文明的意愿，所做出的“创造顾客”的理智抉择，意味着茅台将致力于创造高标准、高规格、高等级、高水平的产品和服务质量，向消费者提供一种能够体证、感知、享受，符合现代物质文明、精神文明、行为文明和消费文明要求的美好生活方式，并使之从中获得丰富的、最大化的满足。

“企业追求卓越的终极目的，就是为顾客创造价值，为员工打造舞台，为股东贡献回报，为政府分担责任，为社会创造财富”——这是茅台的领军者对茅台企业使命的理性诠释。“未来的茅台酒，将广泛应用新材料、新技术，让人一打开，高科技的气息就扑面而来，让人一品味，就能感知到高品位。”——这是茅台的领军者对茅台产品内涵的形象描述。这些诠释与描述，反映出国酒人对“企业塑造社会”发展理念的深刻认知，更表明了国酒人历经风云起伏，已将“酿造高品位的生活”转化为企业哲学，无所不在地浸透于企业生产经营的全过程。

步入新世纪以来，茅台酒的市场需求持续急剧增长，根源即在于，消费者高度认同其集高贵性、理想性、品位性、稀缺性和引领性于一身的“高品位”。如果说茅台酒在物质层面给予人们的是一种“高品位”的味觉审美享受，那么它在精神层面带给人们的，却是一种难以用金钱衡量的“高品位”的生活态度、生活方式、生活质量和生活价值。

经济与法

协办单位:成都市青羊区人民法院

未约定履行期限 诉讼时效期间 何时起算

近日，成都市中级法院审结一起商品房买卖合同纠纷案，认定上诉人关于对方当事人的起诉超过诉讼时效期间的理由不成立，判决驳回其上诉。

2005 年 3 月 28 日，某房产公司与李某签订商品房买卖合同，约定李某购买房产公司开发预售的住宅一套，面积为 1434 平方米，单价为每平方米 4020.37 元。就面积差异，双方约定“单价不变，总金额按房屋产权监理机关实测面积多退少补”。

工程竣工后，经测量李某所购房屋面积为 15762 平方米，比合同约定增加了 1422 平方米。2005 年 12 月 20 日房产公司在成都某报刊登公告，通知购房者在当月 30 日前办理交房手续，同时应带房屋面积差价款。李某按合同约定支付购房款 525704 元，但未支付面积差异款，房产公司也未为其办理房屋产权手续。2009 年 4 月 16 日房产公司起诉，以李某违约为由要求解除合同。一审法院依照《最高人民法院关于民事证据的若干规定》第三十五条的规定，进行释明后，房产公司变更诉讼请求，要求李某支付购房款 5213052 元，并承担资金利息。

一审法院认为，李某所购房屋实际面积比合同约定面积增加 1422 平方米，根据合同“多退少补”的约定，李某应支付增加面积的购房款。双方没有对逾期支付该款如何处理进行约定，房产公司要求李某承担资金利息没有根据。据此判决李某支付房产公司购房款 5213052 元。

宣判后李某提起上诉，称房产公司于 2005 年 12 月 20 日发出交房公告，要求补交面积差异款，此后未再主张权利，其起诉已超过诉讼时效期间。请求撤销原判，驳回房产公司的诉讼请求。二审法院经审理，维持原判。

《中华人民共和国民事诉讼法通则》第一百三十七条规定，诉讼时效期间从知道或者应当知道权利被侵害时起计算。最高人民法院《关于审理民事案件适用诉讼时效制度若干问题的规定》第六条规定，“未约定履行期限的合同，不能确定履行期限的，诉讼时效期间从债权人要求债务人履行义务的宽限期届满之日起计算，但债务人在债权人第一次向其主张权利之时明确表示不履行义务的，诉讼时效期间从债务人明确表示不履行义务之日起计算”。

由此可见，诉讼时效期间起算标准实质上包含主客观两个要素，即主观上应具备“权利人知道或者应当知道其权利受到侵害”的要素，客观上应具备“侵害事实发生”的要素。本案双方当事人未在合同中约定房屋超面积价款的支付期限。房产公司登报公告，通知购房者在当月 30 日前办理交房手续时带上超面积价款，但该通知并未明确超面积价款的金额，也未告知房屋超出面积数量，购房者需与房产公司进一步联系，确定超面积价款金额。因此上述通知确定的期限不应作为房产公司要求李某支付超面积价款的宽限期。此外，李某也无证据表明其在当时即明确表示拒绝支付差价款。因此，此时尚不具备诉讼时效期间起算的主客观要素，房产公司起诉之时为其向李某主张权利之时，诉讼时效期间应从此时起算。

权利被侵害，当事人应当知道而不知道，或知道了而无动于衷，超过诉讼时效期间，就会丧失胜诉权。“花开堪折直须折，莫待花落空折枝！”

（成法 青法 张俊 朱新朝）