让台湾民众了解真实的大陆

——访旺旺集团董事长蔡衍明

□ 新华社记者 徐群 刘刚

“认识中国大陆,掌握世界未来”,这是台湾第一份专门介绍大陆信息的报纸——《旺报》的报眼宣传语,这份报纸的创办人就是有着“米果大王”称号的旺旺集团董事长蔡衍明。

初见蔡衍明,印象深刻。一身普通的深色西装,领口很随意地敞开着,名片也是最简单的纸片式的,看不出这就是坐拥36亿美元资产的台湾第三富豪。

“要照相吗?我是不是该打上领带?”蔡衍明很认真地问,一句话让在场的人都笑了。

出身台北富商家庭的蔡衍明,家里排行老幺。经过近20年的打拼,53岁的蔡衍明食品生意做得“旺旺”,却在两年前突然宣布进军竞争激烈的台湾媒体业,收购了中时媒体集团所有媒体的经营权。

问及当时的想法,蔡衍明的回答很直率:“赚了一点钱的人总是想做点什么事情。而且常年在外奔波,发现两岸方面很多内容,有些媒体是在乱写。”

蔡衍明告诉记者,他出生并长大在台湾所谓“偏绿”的地方,“那里的人我都比较了解,之所以被某些媒体描写成‘独’,就是因为他们太纯朴了,别人怎么喊他们就怎么喊。所以媒体在这个时候就要充当两岸之间传声筒和准确解释的角色,不能添油加醋”。

关于两岸的沟通和交流,蔡衍明有很多想法想表达。根据旺旺集团所作的一项调查,发现有72%的台湾人对大陆完全不了解,有将近一半的人对大陆很想了解。于是他果断拍板,在2009年8月创办了《旺报》。

“台湾是我的故乡,我现在做的一切其实都是为了台湾好。”蔡衍明说,很多人不了解大陆,也没有机会去大陆,媒体就是要通过传递两岸之间的信息,让他们了解大陆的变化,让他们慢慢以当中国人为荣。

上世纪90年代就到大陆投资的蔡衍明深知交流的重要性。他举例说,当初去湖南谈投资的问题,当地官员告诉他,这个问题不大,“我们就听不懂”。

“当时我们就想,到底有没有问题呢?问题‘不中’或‘不小’又会是什么意思?”蔡衍明笑着说,“不过现在好了,他们会直接说,没有问题了。”

作为最初一批赴大陆投资的台商,蔡衍明有机会目睹并经历了大陆这些年来的发展。他说,亲眼看到这些变化,自然而然就会有一种自豪感和成就感,不一定关乎自己的企业,而是感觉自己是这个巨变的亲历者,“真是不一样的感觉”。

采访中,蔡衍明多次提及“光荣”和“尊严”。他说,自己家以前经营电影院,那时看到中国人在外国人的电影里都是很卑微的角色。现在随着中国的强大,这种画面不再出现了。中国人爱国心很强,这就是中国为什么会强大的理由。

为了这份来之不易的“尊严”,蔡衍明把著名的闽南语歌曲“爱拼才会赢”修改歌词后作为集团的励志歌曲,歌中唱道:“缘分天注定,自信靠自己,大团结一定赢”。

中华人民共和国六十年发展的亲历者、见证者、贡献者汪海

共和国骄子——汪海和他的中国双星 ⑨⓪

树起行业坐标(中)

□ 赵晏彪

在90年代中期汪海就指出:“我们带头转攻高端市场,一是树民族品牌的需要。国产鞋要尽快改变在国际市场上的低档角色,打响自己的品牌,树起高档产品形象;二是维护行业合理利润的需要。我们只有推出高端新产品才能提高利润和扩大市场,避免低质产品、价格大战等恶性竞争,才能维护市场良性竞争和行业合理利润;三是市场规律的需要。随着物质文化水平的提高,人们对穿鞋的要求也越来越高,逐步由原来的适用型转向轻量化、舒适化、卫生化、功能保健化、环保化和时装休闲化,不再仅仅是为了满足穿鞋的基本功能要求。走高端市场是市场发展的需要,也是大势所趋。”

从90年代后期起,双星每推出一款新产品,似乎都成为鞋业市场上一个重要的“风向标”。

1998年,双星第一双空调运动鞋诞生,紧接着双星空调皮鞋又成功研制。

1999年,双星率先推出了具有行走和滑行功能的“飞走动力鞋”,集休闲娱乐、健身强体于一身的实用鞋,成为国内国际市场上最为火热的功能鞋之一,双星的“飞走动力鞋”在卖了5年之后,中国大地才掀起了购买“暴走鞋”的“暴走热”。

2000年,双星研制出第一款“纳米”多功能鞋,成为率先将纳米技术应用于鞋类产品并成功推向市场的企业。

2001年,研制出的世界顶级新一代“名人”专业跑鞋,重量只有2.5两,技术水平达到世界领先水平。

2003年岁末,双星研制的“公对公”皮鞋在北京一双就卖到了2000元人民币……

双星不断地在技术创新方面给国人带来惊喜的双星,创出的一款款功能鞋,成为中国人津津乐道的话题。

高档专业鞋作为集生理学、运动学、美学为一体的代表现代制鞋业最高技术水平的新产品,成为了双星名牌的形象代表。在国家行业根本没有专业鞋标准的情况下,双星自己制订了专业鞋系列新标准,适应了进入国际市场竞争的需求。

(下期刊登“树起行业坐标(下)”)

熊焰:发展低碳 “三驾马车”不可或缺

□ 王慧梅

3月12日,北京环境交易所主办的“2010年两会代表论低碳之路座谈会”上,北京产权交易所董事长熊焰表示,我国社会向低碳转型,需要依靠技术进步、政策法律、市场机制“三驾马车”合力驱动实现能源革命,从能源结构、生产、运输等各个环节着手逐步实现清洁化。

会上,还有不少两会代表、委员对低碳经济发表建设性意见。其中,发展低碳金融、建立我国的碳交易市场被认为是我国发展低碳经济的必经之路。

“三驾马车”不可少

2009年,我国政府在哥本哈根会议上做出的碳排放承诺是,到2020年国内单位GDP比2005年二氧化碳排放降低40%-45%。熊焰表示,按照降低到45%的目标来计算,今后每年的二氧化碳排放需要降低约4%,这意味着目前司空见惯的生产方式、生活方式未来都要发生根本性改变。

数据显示,在1990-2005年的15年间,中国单位GDP能源消耗已经下降了47%,如今将是在这基础上再下降40%-45%。虽然依靠政府强制执行也能够实现这样的减排目标,但考虑到社会综合效益,还是需要引进市场机制共同起作用。

在熊焰看来,要实现既定的减排目标,离不开技术进步、政策法律建设、市场机制建立的共同努力,同时引领低碳交通、低碳建筑、森林碳汇、低碳消费等细分领域齐头并进。

熊焰介绍说,数据显示,全球石油可开采量大约不到50年,煤炭可开采量大约超过150年;与此同时,气候变化的国际压力与日俱增,这两大现实使得我国确立低碳目标、必须推进低碳经济转型。

煤炭清洁利用成为关键

进行低碳转型,需要从调整能源结构入手,最直接的是要降低碳基能源的比例。目前我国碳基能源占比接近95%,目标是到2020年降到85%,即核能、风能、太阳能等可再生能源占比达到15%。

我国煤炭占一次能源的比重目前为70%,这种状况短期内不可能改变,到2020年该比例还将在60%左右。因此,熊焰认为,煤炭的清洁利用是我国能否实现既定减排目标的决胜点,此外还包括能源的传输、电网的改造等。

对此,广西政协副主席、全国政协委员黄日波也表示认同。同时,他也补充道,要实现低碳经济,除了无碳能源的开发利用外,更多的要依靠有碳能源的循环利用。其中主要包括森林碳汇、海藻、二氧化碳捕获三个方面。

中央财经大学教授、全国政协委员贺强认为,传统的经济发展方式主要靠外延不断扩大推动经济发展,技术水平不高,必然大量地消耗资源,能源转换率极低,这种模式需要改变,走出内涵式发展的低碳经济之路。

发展碳市场是必然趋势

北京产权交易所总经理梅德文表示,不仅需要发展低碳产业,还需要发展低碳金融,同时也应该循序渐进地按照统一规划、严格监管、市场运行、国际合作的思路发展中国自己的碳市场。

贺强表示,今年他带来的两项两会提案中,除了发展低碳经济之外,另一个即建议将北京建设成为低碳金融创新试点城市的提案。

美国环保协会中国项目负责人张建宇表示,在发展低碳的过程中,有必要考虑如何让贫穷地区也能从发展低碳中受益而不使正常发展受到影响,这就需要建立碳排放交易市场,实现低碳目标的同时,兼顾地区发展平衡。

梅德文透露,在林业局和中国林交所共同支持下,北京环交所未来将会开展一些中国碳汇交易。

稻花香董事长荣膺2009中国酒业年度人物

集团内刊《稻花香金版》、《关公坊诚信版》双双获奖

本报讯(通讯员 潘耀平)日前,由中国酿酒工业协会《中国酒业》杂志社举办的2009年中国酒业盛典年度人物评选活动结果揭晓,经过行业专家、营销策划专家、品牌推广策划专家等评选团队的权威评议,湖北稻花香集团董事长蔡宏柱荣膺2009中国酒业年度人物,集团内刊《稻花香金版》、《关公坊诚信版》在中国酒业首届企业内刊“金旗奖”评选活动中双双胜出,分获“中国酒业企业内刊最佳内容奖”和“中国酒业优秀企业内刊奖”荣誉称号。

刚刚过去的2009年,在蔡宏柱的带领下,稻花香集团大力实施“建百亿企业、创百年品牌、带动百万农民致富”的“三百工程”,发展农业产业化循环经济,稻花香三峡科技包装工业园、万吨藏酒洞工程、五峰香辛蔬菜开发项目、涪陵白酒生产基地项目、长阳新城综合建设项目、宜昌三峡物流园等一大批项目相继上马,凝清茶饮料生产线建成投产,万头生猪标准化养殖基地胜利落成,关公坊三期工程竣工投产……通过一个个又好又快的大项目,稻花香积极应对国际金融危机,顺利实现弯道超越,企业规模进一步发展壮大,全面超额完成“505”目标。

在企业高速发展的同时,稻花香集团高度重视企业文化建设,于2003年12月和2004年3月先后创办了《稻花香金版》、《关公坊诚信版》,每月定期出版。两报以服务企业、服务员工为宗旨,积极对外宣传企业文化,传播企业影响力,受到社会广泛关注,成为外界了解企业的窗口和企业对外宣传的阵地,为提升品牌形象,繁荣企业文化作出了积极贡献。

日记 | Riji

创业大赛里的演员

□ 袁岳

遇到几位大学生朋友,很得意地告诉我他们现在是专业地参加大学生创业大赛,而且已经有好几次胜绩,但实际上他们现在几乎不思考真正的创业,他们思考的是怎么样掌握评委的思路以及让评委们欣赏他们的思路。这已经非常像新东方针对托福和GRE考试开发出的应试技巧训练,他们的最终目的不再是创业而是拿创业赛的奖金,实际上整明白了路子他们就发现拿奖金比创业容易多了。而我作为一个经常被邀请去做创业大赛评委的人士就变得格外敏感自己是否被参赛者当傻冒玩弄了。

在以下情况下,某个创业计划书是很容易引起我的怀疑:一是选手的背景是在多个创业大赛中获奖还在继续参赛的;二是如果是以前在其他赛事中出现过或者类似的项目计划书;三是创业项目而创业核心成员不从事具体工作而做所谓“管理方向把握”的;第四种也是我最忌讳的一种,就是用家庭不幸或者个人悲惨的出身换眼泪的,而这类表现在电视或者视频类大赛中常常能获得观众或者某些八卦评委的认同,我也因为有人跳不出这样的框框,曾经明确拒绝了一位我本有意投资而最终决定放弃的媒体创业大赛的优胜奖获得者的项目。

实际生活中的创业其实是个残酷的游戏:艰辛、麻烦、缺少资源、不确定的危险,有钱进去没钱出来才是更经常的情况,简单的姿态、个人背景或者所谓感人故事不能打动市场,人们是非常功利地看你能给大家什么,最好是给的东西好而价钱还便宜,创业者最严峻的考验是能不能获得第一批顾客的欣赏,而顾客出于安全的原因往往不会很青睐小小的、不成熟的、刚起来的创业企业,因此在商业活动中竞争失败的可能远大于总是成功的可能。当然开始创业并不难,只要有一点点技术、一点点产品、一点点资金、一点点商业模式知识、一点点协调能力、一点点服务精神就可以开始创业,但是坚持创业就很难,因为创业的过程是对于个人身体健康程度、心理承受能力、勤劳投入度和朋友交往能力的很大考验。而真正的创业成功则来源于对于清晰的目标的坚持,来自于在不断学习中的自我否定与构建新模式能力,来自于不断扩展的整合资源的能力。

而在创业大赛中,对应计划书逻辑的熟悉、商业模式表述的熟练度、评委的口味的把握、现场表现中的沉着与某些适当的戏剧性,这些东西不能说对于一个实际的创业毫无帮助,最多算是创业思路与前期表现的一部分,而且在这里我们假定评委能够代表了创业者在实际市场上面临的来自投资者、政府部门、用户、合作伙伴、员工等群体的需要与挑战,而实际上我们的大部分评委主要的思路来自于投资者,如果是媒体操办的大赛则更会有八卦评委。在这样的情况下,大赛的获奖者更像娱乐加规范格式考试的获胜者,而不是挑剔与变动不定的消费者选择中的获胜者。一个圈子有一个圈子的规矩,创业者们得明白,今天我们大部分创业大赛所传递的不是创业之道而是来自创业素材的娱乐之道。

(作者系零点研究咨询集团董事长)