

□谢昌举

“他是一名从乡间走向世界的民营企业家，相思红豆被他种到了世界的每一个角落。”

他就是红豆集团党委书记、总裁周海江。2月25日，“经典十一·五”无锡最具影响力事件和人物揭晓典礼隆重举行，“十一·五”期间无锡经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设、党的建设等领域最具影响力的重大事件、重要人物、重大工程、民生实事和重大决策等五个方面各11个项目人物揭晓。周海江凭借过去五年在企业经济、文化、党的建设取得的显著成就，荣获“‘经典十一·五’无锡最具影响力人物”称号。

作为民营企业家的杰出代表，周海江身上既有第一代企业家不畏艰难、勇于创业的冒险精神，也有新一代知识型企业家运筹帷幄、纵横捭阖的睿智。

他是一个创业者。1987年，周海江毅然辞去河海大学的教职，来到还处于创业阶段的港下针织厂（红豆集团前身），他从车间基层做起，历任车间副主任、厂部秘书、公司总经理等职，一步一个脚印，至今在红豆工作20多年，与员工共同把红豆集团打造成年销200多亿元的大型现代化企业集团，直接、间接解决就业15万多人。

他是一个改革者。他勇于探索，大力推进改革，“四制联动”使企业管理实现质的飞跃；“两权分离，三权制衡”激发企业经营者的潜能，最大限度地调动了企业经营者的积极性；“转型升级”一手向研发设计要竞争力，一手向品牌要效益，打造属于自己的“微笑曲线”，成功实现了“研发设计”和“品牌网络”的深度转型。传统产业高新化，高新技术产业化，加速实现产业升级。通过抓产品质量、新品开发、压降成本、提升服务，实现产品竞争力的提高，通过抓人才、工作效率、制度管

理、文化建设，实现了企业竞争力的大幅度提高；使红豆充满活力，企业凝聚力、向心力大大增强。员工亲切地称他为“平民总裁”。

他是一个企业家。他是苏商代表性人物，2005年，周海江成为世界著名财经杂志《福布斯》的封面人物，是中国内地纺织服装行业企业家首次登上该财经杂志封面的人物，此举也标志着周海江成为中国纺织服装行业参与全球化竞争的标志性人物。2006年，周海江成为中国服装行业企业家走上麻省理工学院讲坛的第一人。2007年，红豆在柬埔寨投资建立国际经济开发区，迈开了国际化发展步伐，同时也吸纳了3000多名柬埔寨劳工入区工作。周海江的眼光总是“瞄”向远方，敢闯敢试，锐意创新，而是经过深思熟虑，“创”的对路，“试”的成功。

他是一个慈善家。周海江以“产业报国、共同富裕”的企业宗旨，“诚信、创新、奉献、卓越”的企业精神，“财聚人散、财散人聚”的企业观念，始终在践行一个企业家应尽的社会责任。红豆的发展，带动了一方经济，造福了一方百姓，成为当地社会的“稳定器”。无论是汶川地震、玉树地震，还是台湾风灾，直至发生在印度洋的海啸，在涌向灾区的“爱流”中，人们总能看到红豆集团的身影。一直以来，无论是对员工、对环境，还是对社会等利益相关方，红豆集团始终坚守作为一个“社会公民”所肩负的责任，致力于发展循环经济、绿色经济，保护环境，诚信做企业，守法经营，并积极投身社会慈善公益事业。多年来，红豆集团共对外捐款物超亿元。

“红豆生南国，春来发几枝？愿君多采撷，此物最相思！”千年之前以情抒怀的王维不会想到，一粒饱含相思的红豆，已被种到了世界的每一个角落，播种者就是江苏红豆集团党委书记、总裁周海江。

柳传志：退休将分两步走

□张京科

对于外界广为关注的柳传志退休计划和接班人问题，柳传志做出了分两步走的安排。柳传志告诉记者，自2009年初复出以来，在与联想集团CEO杨元庆等国际团队一起，带领联想集团连续五个季度成为全球前五大电脑厂商中增长最快的厂商后，他再度萌生退意。

在两岸高科技企业从事研究工作多年的台湾科技产业专家林宏文告诉记者，与台湾“IT教父”、宏碁、明基等企业的创始人施振荣退休后转身投资行业一样，现在的柳传志也已走向一个新的高度，但其布局更加宏伟。

不过，目前柳传志仍然身兼联想集团董事局主席一职。他向记者表示，将尽快把自己

从联想集团当前繁重的事务性工作中解脱出来，“让自己现在的工作至少减少一半，有时间去打高尔夫球。”

不过对于联想集团的发展，柳传志仍然倾注了很大精力，“遇到合适的企业和合适的价格，我们会继续收购。”柳传志希望联想集团在接下来不仅做到“体量”更大，而且要做成受人尊敬的国际性企业，在产品技术上更好地为社会服务，在未来技术上发展得更好。

从被柳传志视为“命”的联想集团退休之后，柳传志第二步会从联想控股退休。在联想控股整体上市之后，柳传志表示也会从联想控股退休，接下来会考虑联想控股未来五年在国际上如何发展，比如在国际上投资与现代农业相关的技术，“可能还会挂一个名誉董事长职务。”

王惠余 荣膺扬州第二届“当代儒商”

本报讯 近日，“江苏银行杯”扬州市第二届当代儒商颁奖晚会在扬州广电总台演播大厅举行，30名扬州市当代儒商在这里产生，扬州日利达太阳能董事长王惠余高票当选扬州市第二届“当代儒商”。

扬州“当代儒商”评选六年举办一次。第二届“当代儒商”评选活动，是由扬州大学、扬州市文明办、扬州日报社、扬州市儒商研究会主办的。新当选的30名当代儒商素质比较高，体现了德、绩、诚、责四方面的特质和理念，有别于其他行业评

(周日照 庄培师)

责编：王萍 编辑：王长才
版式：张彤 校对：梁英
2011年3月21日 星期一

ZHIYEJINGLIREN

职业经理人

像男人一样去战斗，像女人一样去生活！

董明珠：干事业要有“闯江湖”的胆魄

董明珠，空调业大姐大，强势是她传达给外界的最强烈信号，“不能输、争一口气、不喜欢求人”是她的口头禅！从1992年进入空调行业，到后来的格力空调总经理，现在的她已集权力和财富于一身，实践了自己的事业追求，也成就了一个知名的企业。

这个与众不同的强悍女子，她何以有如此顽强的斗志？又是如何在腥风血雨的空调大战中生存下来呢？她自己给出的答案是：“我与其他女人不一样，从小就想做点事业。”

工作上很强势的她，在生活中又怎么样呢？其实董明珠很女人，爱看电视，“逮着时间就会看一会”；爱穿漂亮衣服，“反正只要好看的衣服都爱穿”；爱帮助人，捐助几十万帮助治愈自闭症儿童；爱与员工打成一片，“私底下与员工关系很随便”。

这就是董明珠“闯江湖”，像男人一样去战斗，像女人一样去生活。

确实，如果人生能够重来，可能今天的空调业内就少了一个女强人，而多出一位女军人。

1954年，董明珠出生在古城南京的一个小巷里。六朝古都的遗韵，为这个城市渲染上浓厚的文化底蕴；脂粉气浓

郁的才子佳人们的香艳故事，则为这个城市增添了妩媚的气息；而虎踞龙盘的城市风貌，则让这座充满柔性的城市透出一丝阳刚。

这样一个城市里长大的女孩子，应该是小家碧玉式的，但到董明珠身上，则出现“异变”。她更多的是吸收了个城市残存的阳刚气，表现出女性罕有的霸气。但这种气质只有在“事业、责任、格力电器”这些催化剂的作用下，才能得到发酵和爆发。

其实回忆起儿时的情形，她也是一个浪漫天真，爱幻想的女孩子，“做老师、当兵”，成天瞎想着这样的事。“小的时候就特别想帮助别人，特别想当老师，觉得当老师多好啊；长大以后想当军人，这个职业需要保护别人，觉得特别崇高和伟大。”

她这种保护别人的性格受父母影响很深。“因为父母都是那种不计较和善良的人。如果没有这样的家庭，也很难培养出不计较的人。”

理想与现实之间的距离，让她与军人失之交臂。没有当成兵，董明珠后来选择考学，进入安徽芜湖干部学校学习，毕业之后，回到家乡，进入南京一家化工研究所做技术工作，这一段历史在

董明珠灿烂的履历中，平淡无奇。

一个骚动的灵魂，很难满足于平淡的生活。1990年，36岁的董明珠，做出惊人的决定——南下深圳闯荡。开始，还是干起了老本行，在一家化工企业做管理工作，一做就是两年。

一个年近中年的女性，抛家舍业闯荡深圳，让人佩服。像董明珠这样在南方“吴侬软语”里长大的人，何来如此刚烈的性格？难以让人想透。很多南方女人到她这个年纪，已经习惯于安分守己过好安稳的小日子，似乎闯荡讨生活是男人该做的事。

证明董明珠性格强硬最佳的例子是她已经很久没有流过眼泪了，“流泪不是软弱的代名词，人高兴的时候也会流眼泪”。

时间到了1992年，这一年董明珠38岁，“因为机缘巧合进入当时的格力电器”。但怎样的机缘巧合，已经难以从她口中得到证实。总之，这一年，创造格力空调奇迹的“黄金搭档”，在时间和空间里汇聚了。董明珠的人生由此将翻开光辉夺目的新篇章，同时，她也将成就格力电器的辉煌。

(华厦)

视野延伸 Shiyeyanshen

既要铁腕，又要柔情

许多调查表明，作为一个领导者来说，女性具备许多男性无法比拟的优点。女性管理者的协调能力比较好，更注重体察员工的心理需求。并且女性做事认真、细心、稳定性强。

但不可否认，尽管现在到了女性管理者发挥才能的时代，但女性在职业发展存在诸多瓶颈。对于大多数女性白领而言，做到中层领导职位，未来看上

去近在眼前，却怎么也跳不过去。很少有女性在职场规划中把自己定位为高层管理人员。她们更希望在个人生活和事业上寻求最佳平衡点。在这种心理的引导下，女性主观上要求晋升、追求事业成功的态度就会表现得不如男性那样积极。

另一方面，如果女性与男性同样采取一种温和的领导方式，男老板的行为

更有可能被积极地解读，而女老板的温和则往往被认为是没有魄力。一位女性管理者深有体会地说：“有时处理问题时，有人会认为你是女人太软弱了；但如果你强硬，人家就会说你像个男人。”

中华女子学院副教授罗慧兰曾撰文指出：女性在事业上要想有成就，就必须具备比男性更坚强的心理素质，向男性学习。在成功女性的身上，融合了男女两



人物名片

董明珠，1975年参加工作，1990年进入当时还叫海利的格力。现任珠海格力电器股份有限公司副董事长、总裁。先后荣获“全国五一劳动奖章”、“全国杰出创业女性”、“全国三八红旗手”、“世界十大最具影响力的华裔女企业家”、“全球商界女强人50强”等称号。

(凭品)

好风凭借力 助我上青云

——第二届中国(广饶)国际橡胶轮胎暨汽车配件展览会前瞻

□本报记者 赵健

作为中国贸促会在国内县级城市里举办的为数不多的国家级展览会，中国(广饶)国际橡胶轮胎展去年首次惊艳亮相便震惊业界，取得了巨大成功。该展会汇聚了世界橡胶轮胎、汽车配件行业的前沿技术、先进工艺和一流产品，为中外企业展示自身实力，扩大经贸合作搭建了良好的平台，成为全球轮胎行业的一次盛会。而广饶国际橡胶轮胎展览会倡导的立足现实，突出特点，体现亮点，着眼未来，创新发展，后来居上的办展理念在林林总总的展会中独树一帜，因而，得到人们积极的评价和首肯，专业人士毫不避讳地认为，广饶国际橡胶轮胎展起步，就与世界同步！

2011年5月15-17日，以“汇聚精品，提升层次，加强合作，促进发展”为主题的第二届中国(广饶)国际橡胶轮胎暨汽车配件展览会又将在山东广饶县举办。有了第一次成功举办的基础，展会组委会决心将本届展会举办成规模更大、水平更高、专业化程度更强的国际橡胶轮胎行业盛会。

当然，组委会的信心和勇气绝非空穴来风。首先在于，广饶县橡胶轮胎产业基地实力雄厚。据了解，山东广饶县是全国百强县(2010年68位)、全国和谐中小城市示范县、全国最具投资潜力中小城市百强县、全国最具区域带动力中小城市百强县、中国橡胶轮胎出口基地。橡胶轮胎产业是广饶县的支柱产业之一，规模以上橡胶轮胎及汽车配件企业59家，产品规格千余种，橡胶轮胎产业2010年产能占全国20%以上，在全球橡胶轮胎产业占有举足轻重的地位。广饶橡胶轮胎、汽配产品畅销全世界100多个国家和地区，2010年全县橡胶轮胎、汽配业出口达到146亿美元，拥有中国驰名商标2个，山东省著名商标

10个，山东省名牌产品15个，其中，兴源橡胶集团、盛泰橡胶集团和金字轮胎公司入围全球轮胎75强。

更为重要的是，广饶县政府对展会的举办支持力度强劲。第二届国际橡胶轮胎展继续由中国贸促会、山东省政府主办，东营市政府、山东省贸促会承办，广饶县政府、东营市贸促会、中国国际商会山东商会橡胶轮胎分会、中融商汇(北京)国际会展有限公司具体执行。中国汽车工业协会、中国橡胶工业协会、中国五矿化工进出口商会、中国机电产品进出口商会、中国天然橡胶协会、中国重汽集团和广东省广垦橡胶集团作为支持单位。

为取得更高层次的展会效果，广饶县政府投资8000余万元对广饶国际会展中心进行扩建，使室内展览面积达到了20000平方米，折合1000个标准展位，展览场馆设A、B1、B2三个展馆，分为六大功能区，分别为橡胶轮胎展区、橡胶机械设备及原辅材料展区、汽车配件展区、项目洽谈区、新闻发布会和展会服务区。投资36亿元的华泰温泉度假村和金岭大酒店两家五星级大酒店的投入使用，将极大地改善接待条件。同时，广饶县政府还抽调全县的精英力量，组成展会筹备组委会，制定了详尽的客商接待方案，从客商落地到展馆提供咨询、医疗、租赁、翻译及免费上网、中餐、西餐、咖啡处等服务。可以说，第二届轮胎展将为广大客商提供国际水准的参展参会体验。

首届展会的巨大成功，广饶橡胶轮胎展在业内掀起了“集聚效应”。全球橡胶轮胎及相关产业生产商纷纷报名参加。今年的展会，德国大陆橡胶、莱茵化学、朗盛集团、西门子公司、德国大陆机械、韩国LG等全球500强企业将齐聚广饶。截至2011年2月底，已确定203

家企业参展，境外企业39家。橡胶轮胎类参展企业60家，新加坡佳通轮胎、玲珑轮胎、成山轮胎、韩国耐克森轮胎、中化橡胶双喜轮胎、中化橡胶桂林轮胎、台湾南港轮胎、印尼第二大轮胎企业PT MULTISTRADA ARAH SARANA TBK、日本京都轮胎、双星轮胎、泸河轮胎、陕西延长石油轮胎、兴源轮胎、金字轮胎、恒丰轮胎、永泰轮胎、永盛轮胎、万达宝通轮胎、银宝轮胎等国内外知名的轮胎企业已确定参展。橡胶助剂类参展企业31家，有世界排名第一的阳谷华泰，全球最大的环烷基油生产制造商尼纳斯石油等。橡胶机械类参展企业68家，日本的SMC，韩国十大企业之一晓星化纤，世界橡胶机械33强拉森特博洛、飞迈机械、北京敬业、天津赛象、大连橡胶塑料机械、青岛双星机械等赫然在列。橡胶原辅材料类参展企业26家，包括了世界最大的独立钢丝和钢丝制品制造商贝卡尔特，全球第二帘线生产厂商韩国高丽制钢，亚洲排名第一香港兴达国际帘线等。汽车配件类参展企业18家，有国内刹车片龙头企业信义集团及盛泰车轮、贝特力车轮、奥义瑞等国内知名企业。

据初步统计，到2011年2月底，有来自美国、德国、英国、日本、意大利、马来西亚、印度、中东、我国台湾和香港等30多个国家和地区的259家356位境外采购商报名参会，国内29个省市自治区的1316家2401位经销商也已确定参会。美国环球商务通、香港精英公司、黑河利源达公司、英国考文垂商会、中非投资促进会、台北世贸中心、日本工作站等也表示了强烈的组团参会意愿，与展会组委会签订了参会协议。预计到会专业观众将达2万余人，其中境外客商2000余人。

与此同时，第二届广饶橡胶轮胎展的宣传范围得到进一步深入。组委

会不仅在相关展会、网络、广告实体、电视等多方面开展广泛而大覆盖面的宣传。还在行业内强势推介，先后到2010中国国际轮胎博览会、2010英国曼彻斯特轮胎展览会、2010美国拉斯维加斯汽配展、2010苏州国际汽配展、第108届广交会、2010中国(济南)国际车展、第11届全国橡胶工业信息发布会、第四届亚洲埃森轮胎展、上海(法兰克福)汽配展等行业内专业展会进行推介。同时，利用网络宣传阵地，建立完善了展会专业网站，在《中国橡胶轮胎网》、《中国轮胎商务网》、《中国橡胶网》等知名专业网站做了品牌广告和合作链接。在百度和谷歌网站设置关键词搜索，目前只要在百度、谷歌、搜狗等主要搜索引擎键入“轮胎展”，我县轮胎展标题就会出现显著位置。在实体广告载体上大范围推广，在英国的《轮胎与配件》、巴西的《巴西橡胶杂志》等7个国家和地区的专业杂志刊登广告。在《中国贸易报》做了专版报道，在济青高速、河辛路等设置了6块大牌广告。充分利用电视媒体，在山东卫视《早新闻》栏目等主流媒体的黄金时段投放广告。全方位、多角度、立体化地宣传，使广饶国际橡胶轮胎展的影响力得到很大的塑造。

据了解，今年的展会期间，东道主准备了更加缤纷多彩的同期活动，产品展示、合作洽谈、中欧橡胶技术论坛、企业参观、采购说明会、项目签约仪式及展览成果新闻发布会、文艺活动等，将满足不同层次客商产品推广、经贸洽谈、合作考察、学术交流等全方位的需求。

如此看来，第二届中国(广饶)国际橡胶轮胎暨汽车配件展览会将为全球橡胶轮胎及汽车配件行业提供一大交流合作的盛宴，必将取得更良好的经济效益和社会效益。