

今日 24 版

第 111 期 总第 7578 期

统一刊号:CN51-0098

邮发代号:61-85

全年定价:450 元

零售价:2.50 元

做中国企业的思想者

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

2013.04.29

星期一

癸巳年 三月二十

官方微博:@ 企业家日报



“天国之旅”
东非野生动物
大迁徙

P20

弱市 A 股惊现
万亿注资雷言
注册制需提高
IPO 违法成本

P16

从张裕的兴退
看如何投资股票

“张裕 A(000869)”这只股票怎么了? 股价涨跌是怎么运行的?

P14



张玉良 P21
城镇化不能没有房地产

四川雅安芦山县 7.0 级地震 聚焦芦山 守望雅安

420 芦山 7.0 级地震特别报道 P5-12

时间:2013 年 4 月 20 日 08 时 02 分

震级:7.0 级

震中:四川雅安芦山县龙门乡

震源点:双石镇西川村

深度:13 公里

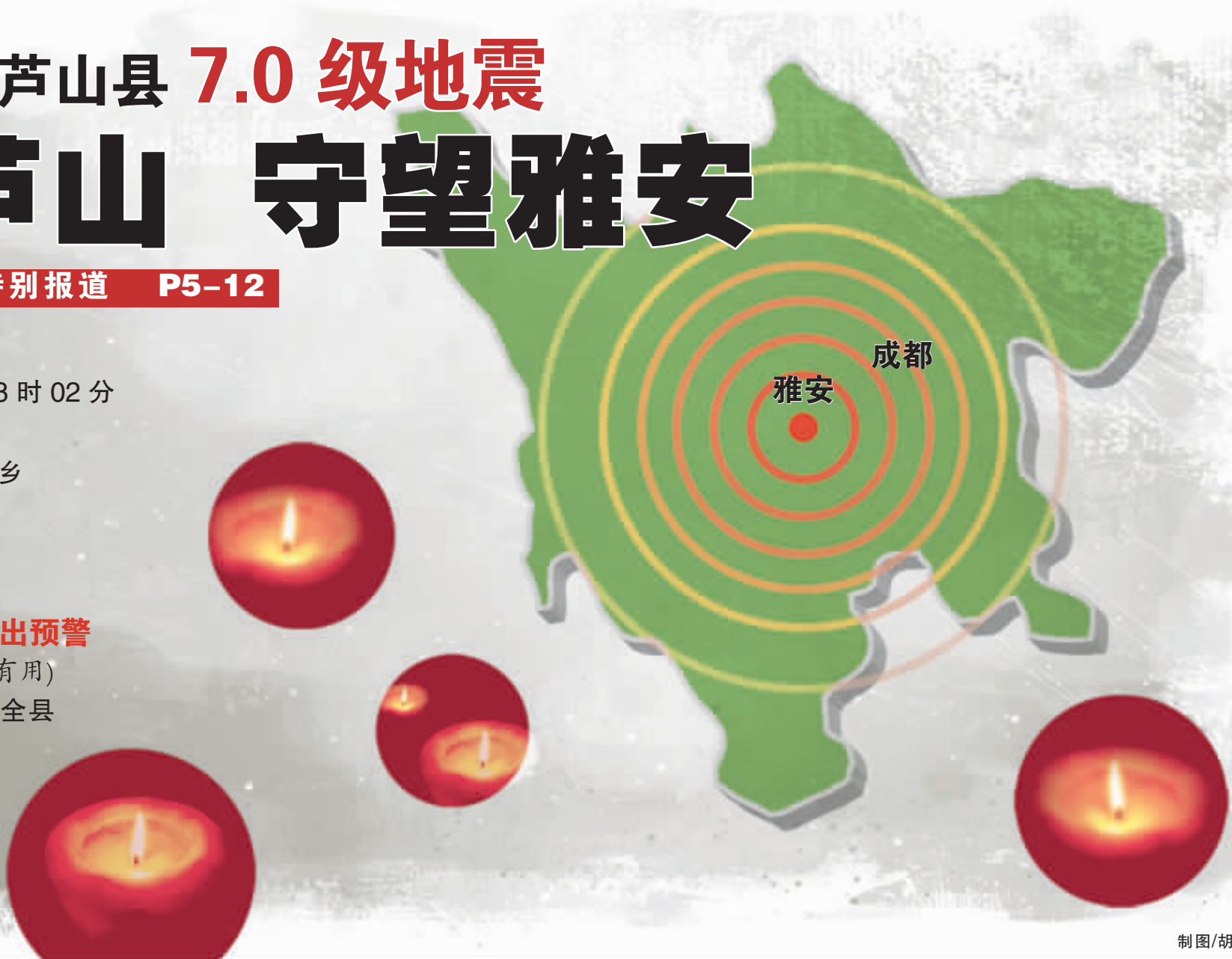
烈度:9 度

预警:地震 7 秒后成功发出预警

(只对 30-50 公里以外地方有用)

重灾区:芦山县、宝兴县、天全县

伤亡:数百人



制图/胡运梅

社评 | Editorial

做个合格的企业公民

雅安芦山地震,那些关于伤亡人数、财产损失冷冰冰的数据让人揪心,让这个盛产“三雅”(雅雨雅鱼雅女)的地方弥漫着忧伤的味道。震灾无情人有情,总有那么一些人,一些事儿,让我们心中充满温暖。

从灾难的第一刻开始,许多企业纷纷在第一时间启动应急救援机制。不论国有、私营还是外资,几乎都在第一时间开展了积极的捐款、捐物的活动,通过各种渠道表达自己的一份爱意,有的企业甚至还派遣由专业人员组成的志愿小分队赶赴受灾前线,他们用自己的实际行动体现一个“企业公民”对于社会、对于祖国的责任。

今天的公共危机中,企业社会责任的体现不只是简单的捐款捐物,而是每个企业公民都需要创造不同的方式来展示企业的价值观和特定产品或服务。当企业面临地震这样的突发事件时,企业可以做什么,又应该做什么,企业要怎么做才能既符合商业利益,又兼顾社会责任,这是个大课题,所有企业都希望能够参透这个课题,在企业的利益与企业的责任中找到一条解决之道。

有些企业则充分发挥自己产品或服务的先天优势,提供临时救灾优待服务:如中国邮政。自 21 日起,凡个人用户

到邮局营窗口寄往雅安的雨城区、名山区及雅安下辖的荥经、汉源、石棉、天全、芦山、宝兴等 6 县民政局、红十字会、抗震救灾指挥部办公室及慈善机构等部门的赈灾邮政包裹,一律免收邮寄费及包装用品费、封装费。

铁路部门为因受四川雅安地震的影响,购买相关车次车票的旅客办理全额退票。同时铁路部门提醒旅客,如确需迫切前往成都,请及时更换交通方式或选择分段换乘的方式前往。为保证抗震救灾需要,铁路部门实行救灾物资运输特事特办,积极加强运力调配,迅速受理装车,确保救灾物资能以最快速度运往灾区一线。也许还有其他很多企业做了这样那样的善举,及通过各种形式体现其社会责任的存在。作为企业公民,在如抗震救灾这样的事件中,必须要有担当的勇气。

全国在行动,企业在行动,一方有难八方支援,这是中国人的传统美德。在这些企业的身上,看到的是一批批正在走向成熟的中国企业公民的身影。

《企业家日报》见证了中国企业的发展,也见证着中国企业的成长——不仅仅是企业思想的成长,还有那份社会责任。

我们要感谢那些慷慨解囊、雪中送炭的企业和积极行动的企业和企业家。

新闻 | News

P2

跨越中等收入陷阱
正视结构性问题

P3

四川灾区市场价格秩序稳定

P4

成品油调价
中石油“好日子”过不安稳

P13

微信打开商业化“臂膀”
企业级用户“投怀送抱”

P19

苹果发布第二季财报
最坏业绩或仍未到来

P22

沃尔玛中国频繁关店
外资豪赌电商市场

专题 | Special Subject

P5-7

中国“赈能量”
企业在行动

在四川雅安芦山发生 7.0 级地震后,数万民企迅速冲到救灾第一线,国企业纷纷参与捐款捐物

P8

芦山赈灾
公益组织在行动

芦山地震后,各公益组织“白+黑”、“5+2”式工作是他们这些天的常态,为灾区倾尽全力,成为救灾的重要力量

P11

灾难中我们并肩向前

五年前的那个夏天,一个 8.0 级地震突降汶川,从此汶川的名字刻在世人心中。五年后的这个春天,一个 7.0 级地震肆虐芦山,这个早晨举国伤恸,世界震撼

P12

五年的启示 雅安大地震
“灾后重建”或将起航

芦山地震后,2012 年为雅安创造了 193.4 亿元产值的水电矿产产业“受伤”很重,旅游业也难在短期内恢复元气

副刊 | Supplement

P15

安徽国土资源投资
对民间开放

上海究竟要建设什么样的经济中心

P17

为何唐僧是领导而孙悟空是打工仔?

P18

中国网络水军营销调查

P19

华为披露新五年计划
北美无望强调欧洲

P23

消费并快乐着

《创富新思维:消费商时代》连载(二十一)