



陈第：青春就是拿来奋斗的

毕业三年,创业四年,华南理工大学毕业生陈第的“有米传媒”年运营额达6000万元;近日,《福布斯》中文版第二次推出“中国30位30岁以下创业者”名单中,26岁的陈第上榜。这么一位“85后”优秀创业青年,当他坚定地说出“青春就是拿来奋斗的”这句话时,谁能想象,他曾是一个仅差7分没考上浙江大学、把自己关在房间里懊恼的失意少年?

高考无缘浙大他关自己禁闭

2006年,陈第参加高考,成绩759分,以7分之差与第一志愿浙江大学失之交臂。浙大投档线出来的那天,陈第把自己锁在屋子里,“什么都没想,脑子里空空的”。

潮汕青年陈第,26岁,瘦,笑起来眼睛会眯成一条线。他高中就读广东名校——汕头金山中学。与大多数学生一样,陈第从小学到高中的目标,就是考上好大学。成绩排名前十的他,对自己考浙大满怀信心。落榜让他备感意外,也很失落。

但那年8月底,陈第背起行囊去华南理工大学报到,内心却很平静。“没想到,华工氛围很自由,不再以成绩论成败,我突然就轻松了很多”。

“没想到”的事情还在后头。大一,陈第计划创办一个社团,名为“未来CEO俱乐部”,把想创业的人聚在一起碰撞火花。结果评委觉得他不靠谱,社团夭折了。

那时,陈第还跟同学一起做了份大学城南北区商业开发计划书,其中一个亮点是用创业孵化基地带动相关行业发展,“当时我们跑去找负责商业开发的公司,把这份计划书放在了他们的办公室,结果,不了了之。”

他在“保卫萝卜”里插播广告

这些“没想到”让陈第很郁闷,但并未浇灭他创业的火苗。大二开始,陈第成为了图书馆最晚走的人。一边学习,陈第一边去师兄创办的游戏公司做游戏应用开发。大三下学期,陈第着手创业,“有米”初现雏形。

而在“有米”位于大学城的公司里,每个办公室都根据分工有着别致雅号:“决胜千里”,是陈第的办公室;“桃园结义”,是会议室;“无懈可击”,是技术部;“天下无双”,是广告部。

去年最火爆的游戏之一“保卫萝卜”里,广告总是“伪装”成一个关卡,不期然地出现。为广告提供这个“关卡”的,就是陈第的“有米”。

陈第说,“有米”刚开始是做游戏的,没想到免费游戏有人玩但不赚钱,可是游戏收费了,没人玩更赚不了钱。他们后来发现,游戏中的广告投放平台是一块巨大的蛋糕,“有米”随之调整思路。有米广告成为国内第一家也是最大的移动应用广告平台。

陈第透露,“有米”现在账面上滚动着几千万元资金,但他自己还没有买房。“现在不是谈享受的时候,青春是用来奋斗的”。

“年轻人不要太早谈享受”

记者:许多人的命运因高考而改变,但现在这种几率貌似越来越小。你相信高考改变命运吗?你是否相信“知识改变命运”?

陈第:我也是从农村出来的孩子。我觉得知识只能改变命运的一部分,更重要的,是自己的信念,要有梦想,要坚持。

记者:在你看来,青春是什么?

陈第:青春就是奋斗,年轻人不要太早谈享受。

记者:大学最遗憾的是什么?

陈第:没谈恋爱吧。我身边的同学朋友说,我是一个有点boring(无趣)的人。看电影,别人从头看到尾,我都是跳着看。我会去踢球,也会练毛笔字,虽然一个兴趣有点“老人家”。

(陈红艳)

新希望集团董事长刘永好：不等死 必须变

中国民营企业的平均寿命只有3年不到,已经有着30历史的新希望被看作是最有希望成为百年老店的民营企业,为此,新希望积极向国外名企学习风险管控,刘永好说,只有创新,企业才能屹立不倒。

据中国之声《新闻纵横》报道,上个月10号马云卸任阿里巴巴CEO,在企业界、商界掀起了一阵波澜。12天后,又一位杰出的民营企业企业家也退出高位,同样引人关注。他就是,四川首富、中国十佳民营企业、新希望集团董事长刘永好。

与马云不同的是,62岁的刘永好将位置传给了33岁的女儿刘畅。这件事被认为是中国民营企业传承模式的标杆,然而,刘永好在甩袖前留下联席董事长陈春花为女儿“护航”,这到底是出于怎样的考虑?对此,刘永好一直没有回应。

日前,趁着成都财富全球论坛即将闭幕之际,专访刘永好,他首度对此事作出回应。刘永好称,这是既定计划,女儿之前的历练让他觉得传位于她是时候了。此外,刘永好透露了新希望集团的未来发展方向,还对最近频发的食品安全事件发表了看法。

刘永好:有人说啊,一个80后的群体,率领8万员工,销售800个亿,三个8,一定要发。

“发”这个字应该是所有企业家最爱听的,说话者刘永好也不例外。他口中的80后群体就是从刚刚接任新希望六和股份公司董事长的女儿刘畅带领的年轻团队。刘



畅生于1980年,是标准的80后,年纪轻轻就扛起了经营一个庞大企业的重担,而对于民营企业而言,62岁还是可以折腾年龄,刘永好却急急传位于女儿,对此,他说,这个决定不是突如其来,而是谋划已久,这与企业创新变革紧紧吻合,干部年轻化就是创新之一。

刘永好:让一批年轻的干部、专业的干部、有活力的干部走到一线,而这样的目标在去年我们就已经定下来了,实际上,五年前我们就制定了这样的逐步实施的目标,十年前,我们已经开始做了准备,五年前开始逐步作这样的安排。

大多数刘畅这个年龄的“创业二代”可能还在抓着青春的尾巴,过着无所顾虑的生活,事实上,刘畅之前也不愿意接手新希望,刘永好说。

刘永好:我曾经带她去养猪场、养鸡场,她觉得好脏好臭,她不愿意去,她说她喜欢唱歌,喜欢时尚。她喜欢去开个时尚小卖店,结果我借了100万给她,她真的去了个小卖店。

在开店的过程中,刘畅深感创业不易,后来开过餐馆,当过白领,不断尝试新领域,她终于发现时尚并不是表面光鲜,农产品能喂饱百姓,有益大众,“养猪也是时尚”,于是,她自愿回归新希望,而经历过一番摸爬滚打后的刘畅让父亲更放心把企业交给她。

女儿接棒,刘永好是不是就能安享晚年了呢?其实不然,卸任了六和股份公司的董事长,他仍是集团董事长,放手主营业务公司,他才能腾出手来做别的事。

刘永好:要多走一走,看一看,走到各

个企业的工厂去,走到国际的大企业那儿去,上山去,下海去,去学学,能够了解,世界是怎么长的,行业应该怎么样变革,我觉得变革思维比成天坐在办公室会更好。

然而,一个现实是中国的民营企业做大不难,做好的不多,尤其最近频频曝光的“毒生姜”“毒大米”等食品安全事件均来自民营企业,在这一问题上,刘永好的建议是农业规模化、产业化。

刘永好:其实当这种规模化监管到位,更容易监管,它容易做得更好,你看国际上,拿美国来讲,它的这种农物的规模已经非常大,这样话呢,政府的监管就容易了,而且大的企业它的责任更大,因为一旦出现问题它会倾家荡产,它是输不起的。

刘永好:我们不要去找死,也不要老去等死,不等死就必须得要变。

(朱敏)

马云退而不休：组建“菜鸟网络”公司做物流

由阿里巴巴集团牵头的物流项目“中国智能骨干网”(简称CSN)近日在深圳正式启动。阿里本次联合了银泰集团、复星集团、富春集团、顺丰、申通、圆通、中通、韵达组建了一个新公司,名为“菜鸟网络科技有限公司”,发布会同时公布了公司的产业定位和发展战略。

阿里巴巴集团董事局主席马云、CEO陆兆禧和阿里小微金融服务集团CEO彭蕾同时出现在CSN的发布会现场,足见阿里对此的重视程度。深圳市市长许勤、银泰集团董事长兼总裁沈国军、复星集团董事长郭广昌、申通董事长陈德军等主要参与方的代表也均到场。

据了解,CSN的新公司已注册完成,据称“菜鸟”网络这个公司名由马云选定,寓意做业务时永远保持一种“菜鸟般”的学习心态。这也是继“天猫”之后,马云取的又一个颇具话题性的公司名称。

CSN沈国军将出任“菜鸟网络”CEO,马云出任董事长。据介绍,CSN第一期投资额1000亿人民币。该项目计划在8-10年内建立一张能支撑日均300亿网络零售额的智能物流骨干网络。日均300亿的零售额相当于年度10万亿美元的规模,去年,淘宝与天猫的销售额已突破一万亿。

有媒体曾在今年1月就获悉,CSN计划已启动各核心关键网络节点的选址工作,并已和多个省份展开接触和交流。

这是继“物流宝”之后,阿里巴巴集团在物流系统上又一次具有战略意味的举动。在2010年,阿里就提出过淘宝大物流计划。2011年年初,物流信息管理系统“物流宝”正式推出。“物流宝”本质上是一个物流信息调配平台,阿里将第三方快递、仓储的信息接入进来,面向淘宝卖家提供入库、发货、上门揽件等服务。“物流宝”的关键在于通过数据分析追踪各地物流资源使用情况,减少货物在各地间的流转以达到降低成本和提高效率的目的。

在阿里内部,“物流宝”的代号叫“天网”,CSN的代号是“地网”。

此前,淘宝系“双十一”及节假日出现的爆仓、送货延迟问题暴露出电商的物流瓶颈问题。去年“双十一”,阿里也提前联合各家快递公司,制定物流预警方案。而CSN项目的确立,意味着阿里正在从物流能力和物流分析能力两方面入手,为其未来的电商业务所需要的物流支持能力做系统性的规划。

(李云)



王传福藐视特斯拉豪言：请勿到中国市场卖拐

特斯拉这个刚被推上神坛的传奇,在股价飙升期间展现出极致的包装策略,其老板马斯克也被奉为苹果已故CEO乔布斯一样的神人。在媒体极尽追捧的当下,尚没有一丝杂音干扰。王传福这时发话显然会挑起不和谐因素,因此,也会被质疑其目的不纯。

有人说,特斯拉的凌厉攻势让王传福坐不住了。这个吸引“股神”巴菲特投资的中国技术狂人,曾将比亚迪的“电动车概念”贩卖给美国,但是面对特斯拉这样的“高富帅”,比亚迪的光芒从万丈降到了千丈。可以说,是不同的国情造就了比亚迪和特斯拉迥异的发展路径。中国对纯电动车的支持力度比美国大,但市场化是个问题,特别是私人市场开拓困境重重,也没有环境基础来拷贝特斯拉的富人模式。

在美国,富人“一毛不拔”不只会被公众讨伐,严重者还会被政府惩戒。环保是一个慈善标签,投资环保是公益更是生意。那些站在特斯拉背后的投资人,有多大底气很难说,但这些大腕儿的集聚效应,足以捧红一个电动车企,至少可以让其在股市上风光一时。

因此,与其说特斯拉是钢铁侠,不如说是美国超人。因为它像超人一样选择内裤外穿,内裤上印的不是美国国旗,而是绿色、环保、低碳。和超人内裤传播的美国精神一样,开特斯拉出行也是通过“坦露”来展示富人的环保态度。

穆斯科与王传福的相同点是,他们都在用IT理念来造汽车;不同点是,前

“家庭消费一旦启动,比亚迪‘分分钟’就可以造出‘特斯拉’。”比亚迪公司总裁王传福在股东大会上“藐视”特斯拉的豪言,再次成为汽车界的争议话题。这个一向儒雅内秀的中国企业家,此次不只让美国投资者们瞠目,更触动了电动车产业的敏感神经。

者善于整合,后者忠于自我。特斯拉用数千块笔记本锂电池造了第一款车,而王传福则在电池本业的基础上,开发了车用锂电池。至于特斯拉引以为豪的智能互联网技术,现在已是汽车业的趋势,平民阶层的比亚迪不造豪华车,所以只好用“LED显示屏”对抗“3D巨幕”了。

一个绝大部分技术都依靠外购的公司,用数量巨大的电池组来支撑续航里程,加入炫目但不高端的科技配置,拼凑一台跑车Model S,再用昂贵的价钱卖给那些富豪和明星。特斯拉的胜利,是全球化外包模式的胜利,但它的风险同样巨大,因为它在看供应商脸色过活。

因为王传福在技术上的偏执,比亚迪只会被别人外包,而不会外包别人,所以,比亚迪和特斯拉走的是两个极端。但对于渴望掌控核心技术的中国汽车业来说,比亚迪是个榜样。在电池、电机、电控三大核心技术全部自主掌控的前提下,

比亚迪还开发了双向可逆变充电技术,其在IT领域的经验也为其打造智能化产品提供了助力。

从现实的角度看,比亚迪从出租车和公交车入手,逐步推动新能源私人消费市场的做法是理性的。这是中国新能源车市场发展的最佳路径,美国也不例外,只是特斯拉的出现造成了蒙蔽现实的“雾霾”。特斯拉的富豪战略能够支撑其高昂的成本,但这是暂时的,因为富人们不会一直陪它玩,指望以富豪阶层撬动私人消费市场是痴人说梦。

试想,那些拥有核心技术的厂家为何不自己去做,而是贩卖技术给特斯拉,将电动车的希望寄托在这个小车厂上?穆斯科是个深谙资本市场和美国政治的商人,他通过特斯拉为这些技术供应商开启了进入美国市场的VIP通道,而自己也因此获益。

在美国新能源车市场陷入窘境的时候,“人傻、钱多、速来”的中国市场是特斯拉寻觅的最大富人区。听闻几家国内车企正打算与特斯拉合作,并已开始暗中角力,更有车企计划收购特斯拉。中国车企的不淡定恰恰符合特斯拉的预期,因为它又可以把这条镀金的拐杖重新贩卖一次了。

王传福在战略上“藐视”特斯拉或许是为了企业自身着想,不过在今天还能起到另一个作用:他的这一巴掌或许打不伤特斯拉,却有一定概率能“打醒”那些跟风的中国车企。这是一件功德无量的好事。

(中青报)