

凤凰财经峰会“改革动力奖”激励中国改革者

■ 王真

获得本届凤凰财经峰会改革动力奖,受到主办方致敬的有:经济学家吴敬琏、中国工商银行董事长姜建清、万达集团董事长王健林、公益组织壹基金、天则经济研究所和国务院农村发展研究中心原主任杜润生。

凤凰卫视董事局主席兼行政总裁刘长乐在晚宴致辞中表示:中国的改革事业犹如一部史诗,改革者前赴后继。今年适逢改革开放35周年,中国再次站在新的历史起点。我们希望通过“改革动力”颁奖这一行动,可以激励更多的国人身体力行,投身到改革开放和思想解放的伟大事业中去。

本次“改革动力”奖共设有六项大奖,分别是最具改革动力经济学家、最具改革动力金融家、最具改革动力企业家、最具改革动力公益组织、最具改革动力民间智库和一个特别致敬奖。其中“2013改革动力奖·经济学家”颁发给了著名经济学家吴敬琏先生,对他在过去35年中为中国经济改革所做出的重大理论创新和实践致以崇高敬意。吴敬琏作为中国经济学界泰斗,为推动中国建立社会主义市场经济体制做出了重大的理论贡献,近年来,虽然年届已高,他依然坚持不懈地为推动中国深化市场经济改革不懈努力着,令人钦佩。

中国工商银行董事长姜建清被授予“2013改革动力奖·金融家”这一奖项,该奖项的上届获奖者为央行行长周小川。姜建清为人低调务实,带领工行从一家传统的国有银行完成股份制改造,并跻身全球市值最大的银行。在他的带领下近年工行顺利推进国际化战略,并成为全球系统重要性银行之一。姜建清尊重市场规律,不计个人得失,以“干银行就像跑马拉松”的坚韧,为中国银行业改革走出了一条新路。

12月27日,由凤凰网和凤凰卫视联合主办的2013“凤凰财经峰会”在北京国贸大酒圆满举行。在当晚举行的晚宴上,峰会主办方为中国改革事业做出卓越贡献的个人和组织颁发了一项特别大奖——“改革动力”奖,旨在通过这一奖项向那些在中国改革开放大潮中具有深远影响力的思想领跑者致敬。



●峰会现场

主办方将“2013改革动力奖·企业家”颁发给万达集团董事长王健林,王健林带领万达集团从大连的一家小国企,经过25年艰苦创业,跻身于国内大型民营企业集团,在这25年中,万达不断地对自身商业模式颠覆创新,从大连走向全国,从中国走向世界,从一家地产公司逐步向涵盖地产、文化、旅游、商业的综合型企业发展,完成了华丽的转身。万达集团是中国35年改革开放历史中中国企业的典型代表,它的成功是对市场力量最好的诠释,而王健林作为万达的领军人物,其智慧和魄力塑造了万达的成功之路。

作为第一家民间公募基金会,深圳壹基金被授予“2013改革动力奖·公益组织”大

奖,壹基金是公民慈善模式的先行者,打破了政府垄断公益的旧制度,在汶川地震、玉树地震、雅安地震等重大灾害中,壹基金为民间公益组织救灾机制方面做出了大量的尝试和探索,它的“尽我所能、人人公益”的理念也深入人心。壹基金的出现和发展见证中国民间力量和公民社会的崛起,而它引进企业家团体和不断完善的治理结构,对于推动中国公益事业的专业化和透明度,具有重大的标杆意义。

天则经济研究所荣誉理事长茅于軾先生则代表天则领取了“2013改革动力奖·民间智库”奖,天则经济研究所坚持独立自由的学术理念,20年持之不懈地研究和传播市场经济理念,茅于軾和他的团队为中国市场经济

力量的成长和中国思想市场的繁荣做出了重大贡献,北大光华管理学院教授张维迎将这一奖项颁发到了茅于軾手里。

最后一项大奖“2013改革动力奖·特别致敬”授予了国务院农村发展研究中心原主任杜润生。杜润生被誉为“中国农村之父”,正是在他的不断努力下,中国农村打破人民公社的制度桎梏,家庭联产承包责任制才在中国广大农村全面铺开,为中国经济改革打开了关键缺口。而当年经过他选拔的青年才俊,现在很多都是中国新一轮改革的领军人物。“桃李满园续改革,鞠躬尽瘁润苍生。”101岁的杜老获得此次特别致敬奖实至名归,而他的改革精神也将激励后来者不断前行。

做传递希望之光的接力者

■ 郑州一中 吴心怡

2012年11月29日,中共中央总书记习近平同志首次提出“中国梦”的号召,在华夏大地引起广泛共鸣;今年召开的十八届三中全会更提出“改革,为了我们希望的生活”,进步要求凝聚中国力量,实现“中国梦”。当下,“中国梦”如熊熊火炬点亮了每一个中国人心中的希望之光。

每个人都有理想和追求,而实现民族的伟大复兴,则是中华儿女近代以来最伟大的梦想。梁启超在《少年中国说》中倡言“少年智则国智,少年富则国富,少年强则国强……少年雄于地球,则国雄于地球。”历史也告诉我们,每个人的前途命运都与国家和民族的前途命运紧密相连。实现中华民族伟大复兴,需

要一代又一代中国人共同为之努力。我们青少年不但要有强健的体魄、聪慧的头脑,更要拥有振兴中华的梦想。中国梦,需要我们做传递中国正能量的接力者。

但是,在建设和谐社会的进程中,我们不时看到媒体报道的社会负面新闻:从最初“小悦悦”事件,到最近“三个小学生扶起摔倒的老太太反被要求赔偿”的事件,等等;“勿以善小而不为”的观点逐渐遭受质疑,行善的“风险”似乎也越来越高。越来越多的人在犹疑,我们该相信谁?我们该不该行善?人之初,性本善;无论是袖手旁观还是视而不见,都违背了我们的本心。

人在成长中总会遇到各种烦恼挫折,国家在发展的道路上也一样,只要有梦,有希望,终将走出雾霾,迎来一片光明。负面新闻

不是我们行善的挡路石,而是教会我们理智行善的警钟。智慧与善良兼备,才是一个民族最美的品格。如果遇到老人摔倒,不要离开,也不要立马冲上前去,请寻求路人一起帮助;如果遇到小孩迷路,不要置之不理,也不要盲目行动,请第一时间通知警方。请不要让善良遮住了智慧,更不要让冷漠带走你的善良。

和谐社会建设就像一场全民参与的接力赛,也许政府或民间机构跑了最重要的几棒,剩下的若干次接力,则需要我们每一个人来完成;无论青春年少,还是白发苍苍,坚守本心,伸出援手,传递希望。不需要声嘶力竭的呐喊助威,人人多迈一小步,就是社会的一大步。和谐的核心便是善,道德的根源也是善。具备善心,就多了无私、包容,少了虚假、诈

骗。青少年是祖国的希望,学校教育强调德智体美全面发展,把“德”放在其首,用意不言而喻;在日常生活中,无论何时何地,一点一滴,一言一行,我们都应将道德化作习惯,以崭新的精神风貌,引领起我们的时代,传递希望的光芒。

党的十八大倡导富强、民主、文明、和谐,倡导自由、平等、公正、法治,倡导爱国、敬业、诚信、友善;诠释着中国梦博大精深的内涵。中国梦,不仅仅是令人惊叹的航天科技,也不只是奥运健儿的一次次夺金或者中国人在诺贝尔奖史册上留下的印记;她更是一种向上的力量,鼓舞着我们每个人的学习、工作和生活;或平凡朴实,或绚烂辉煌,她都是我们心中蓬勃的希望,引导我们迈向灿烂的明天!

万达加快从地产向旅游文化产业转型



作为我国社会资本进军旅游产业的龙头,万达集团连续并购旅行社,从地产挺进旅游文化产业步伐节奏日益加快。

万达集团旗下的北京万达文化旅游投资有限公司,26日宣布并购安徽环球国际旅行社有限责任公司。万达旅业将与环球旅共同成立安徽万达环球国际旅行社有限责任公司,由万达旅业控股,这是万达集团进军旅游业以来并购的第四家旅行社。

据悉,万达集团从2005年开始投资文化产业,2012年成立万达文化产业集团,包括电影制作、电影院线、大型主题公园、大型舞台秀、电影科技娱乐等多个行业,成为我国本土最大的文化产业集团之一。2013年,根据万达文化旅游产业全国布局的发展需要,为万达文化旅游项目输送稳定、优质、充足的客源,北京万达旅业投资有限公司应运而生,并在全国范围内开始并购优质旅行社。据万达旅业介绍,后期将在全国主要的客源地和万达文化旅游项目所在地,并购十多家优秀的当地旅行社,建立完善的万达文化旅游的产业链条。

万达文化产业集团副总裁莫跃明说,安徽省旅游资源丰富,全省各项旅游指标增幅均位居全国前列、中部第一,后期上升空间巨大。

安徽省旅游局副巡视员王靖表示欢迎万达旅业在安徽开展旅游业务,希望新成立的万达环球旅创新旅游经营模式,以《旅游法》实施为契机,专注于品质旅游,依法诚信经营,不断创新,为安徽省旅游市场的壮大和安徽旅游业的升级作出贡献。(钱春彦)

宗馥莉:企业创新从“中国创造”型人才培养开始

■ 卢彦婷

宗馥莉是杭州(娃哈哈)宏胜饮料集团总裁,这位年轻的浙商结合企业自身发展需求,提出一些培养“中国创造”型人才的想法。

全国工商联十一届二次执委会日前在广西南宁召开,宗馥莉出席会议期间接受记者采访时表示,当前中国经济面临从“中国制造”到“中国创造”的转变,人才素质已成为最大瓶颈,建议政府提供有效引导,打造人才“升级”工程,鼓励企业和科研院校、行业协会共同培养“中国创造”型人才,从而有效支撑我国经济持续发展。

宗馥莉认为,我国是世界上最大的制造业国家,但工业产品的科技含量和创新性不足、高层次创新人才缺乏等问题,使得我国企业的自主创新能力较差,在世界企业的高端竞争中,难以把握制高点和经济决策的主动权,并严重制约了国内产业结构的升级和



转型。

宗馥莉直言,由于高端技术被国外巨头所垄断,缺乏优秀的国内设备企业的支撑,企业不得不花更高的价格购买国外的设备,来保证生产的品质。她希望企业可以通过致力于高端人才的培养,来改变国内行业的现状。

“要从中国制造向中国创造发展,需要人才的支持,这是未来的一个趋势。”宗馥莉认为,要提高中国人才资源的国际竞争力,必须进一步挖掘人才资源的内在潜力,完善

人才培养模式,营造鼓励创新创业的社会氛围,引导和开发人才资源的创新能力。

具体来说,政府可以通过提供政策优惠或专项资金,鼓励企业为创新型人才提供专业性培训与技能培养服务,同时行业协会因为掌握了更前沿的技术,了解国际国内现状及人才缺乏的情况,应充分发挥桥梁作用,为创新型人才的培养创造好的平台;企业可以通过营造创新氛围,如与国外的企业交换优秀员工,加强交流,从而带来更多创新型的理念。

另外,当前大学人才培养与企业所需人才不对等也是导致就业难的原因。科研院校努力培养“分数人才”“实验室人才”,单单忽略了社会实践型的创新型人才,而这恰恰是企业最需要的。

“我们目前就在与一些高校联络,希望成立机械方面的学院或是班级,能够按照社会更需要的、国际更需要的人才方向来培养人才。”宗馥莉说。

我国花炮产业处转型临界点:安全与清洁是生命线

■ 谢樱

一边是发展壮大的产业,一边是生态环保的需求,这让已经形成气候的“中国制造”花炮产业处于发展瓶颈之境。

湖南的浏阳、醴陵和江西的上栗、万载号称烟花“金三角”,既是中国花炮的发源地,也是全球最大的花炮生产基地,占全球花炮产能的80%,行业和区域竞争各显特色。

虽然目前现实情况严峻,但有专家分析,在传统习俗的惯性下,烟花爆竹市场需求仍然很大。但发展壮大的花炮产业因市场大难掉,转型升级还是一个艰难的嬗变过程。

“从目前的情况看,国内的烟花爆竹企业需要整体转向环保产品。”中国烟花爆竹协会会长钟自奇介绍,自中央厉行节约、反对浪费的禁令出台后,很多城市取消了烟花晚会,公款采购烟花爆竹的数量大为减少已是必然。同时随着人们环保意识的加强,烟花民间市场的萎缩也十分明显,在这种情况下,专攻绿色环保花炮已是整个行业的必然选择,“安全生产是生死线,环保是生命线。”

专家介绍,相对普通烟花,环保烟花确实更清洁。首先,环保烟花在烟花爆竹配方中不采用含有重金属和硫元素的物质,从而减少

了二氧化硫和其他硫化物的生成。其次是减少了金属粉的用量,基本使用有机物作为可燃物,从而减少金属粉燃烧后产生的可吸入颗粒物。三是通过改变氧化剂和可燃物的量来改变系统的氧平衡和燃烧温度,控制燃烧反应。

“国外对花炮产品的要求非常高,因此研制环保型烟花是公司目前的攻关目标,以力求最大限度减少烟雾量和毒害,生产真正安全环保烟花。同时,集团的技术部也在不断开发高科技、高附加值产品。”湖南省浏阳金生花炮有限公司副总经理叶长江告诉记者。

一纸“白条”打通企业创新“经脉”

■ 王君文 葛明 张云

科技创新动力不足、研发投入不足、创新能力欠缺,针对当前中小企业普遍存在的“病症”,宿迁反弹琵琶,在全国首创科技“创新券”制度——

“我们近期投入50多万元搞纳米抗菌PE管研发,政府为此给我们兑现了5万元‘创新券’。”近日,刚办理完兑现手续的江苏洁润管业有限公司行政经理董琳琳高兴地说,公司明年还将加大创新投入,研发塑钢缠绕管等新产品。

江苏洁润管业有限公司是今年宿迁第四批兑现“创新券”的103家企业之一。为鼓励企业创新,宿迁于去年9月在全国首创科技“创新券”制度。目前,“创新券”引导宿迁企业加大科技创新投入已显现乘数效应。

科技“创新券”制度,就是将政府财政奖补资金转化为“有价证券”发给企业,企业购置研发设备后或高校科研院所向企业提供科研服务后,都可持“创新券”到财政部门兑现。

“过去财政资金支持创新是‘傍大款’,大多支持大企业、大项目,造成中小企业创新能力不足。有的企业拿到科技经费,也不见得用于创新,经费使用效益低。”市科技局局长朱近忠介绍说,科技“创新券”变事后奖励为事前引导,保证普惠共享和专款专用。

“真没想到政府能给我们这样一家小企业发‘创新券’,这让我们倍感温暖。”宿迁现代生物科技有限公司总经理朱晓冰感激之情溢于言表。

一年多来,宿迁分四批向1033家企业发放了7247万元“创新券”,其中,年销售额不到3000万元的中小企业占86%。通过“创新券”制度,宿迁企业享受财政科技资金扶持的受益面提高了17倍。

“创新券”其实是政府与企业间的市场契约,是以市场手段配置资源,为企业科技创新注入动力。“政府把创新奖金打成‘白条’发给企业,企业要兑现‘白条’,必须真刀真枪搞创新。”朱晓冰说,领到5万元“创新券”后,公司近期购进了价值近100万元的新设备。

宿迁规定,“创新券”仅用于科技创新,且企业须以不低于1:3的比例配套资金。目前,全市已兑现“创新券”2692万元,实际带动科技投入达3.7亿元,财政资金带动投入比达1:13.7。

变政府财政“单枪匹马”为多元投入“集团作战”,科技“创新券”强化了企业技术创新的主体地位,也促进了创新链、产业链、市场需求有机衔接。

据统计,宿迁领取“创新券”的中小企业中,建立市级研发机构的比例由25%提高到51%;有52家与高校科研院所建立稳定的产学研合作关系。

习酒·双禧 福禧 获产品创新奖

近日,由贵州省科技厅、省总工会、团省委、省教育厅共同举办的贵州省第二届产品创新设计大赛在贵州师范大学举行。由习酒公司选送的双禧、福禧包装作品荣获创新设计类优秀奖。

据了解,本次大赛共有70个企业及高等院校所参加,其中包装创意类30个企业参赛,实物类40个企业参赛。在本次参赛的白酒企业中,仅有习酒和茅台酒两家公司脱颖而出。

据习酒销售公司品牌企划总监徐郭介绍,自上世纪90年代起,“习酒是喜酒,喜事喝习酒”就成了一句家喻户晓的广告语,习酒福禧·双禧酒,沿承“习酒是喜酒”的品牌基因,以象征东方人喜庆的“红带莲”与“金竹”作为核心视觉符号,体现了“永结同心”和“节节高”的良好祝愿。两只产品造型华丽,气质高贵,在白酒行业目前趋同的产品包装中,具有极强的识别度。同时,为贯彻公司高层在行业转型期提出的“调整产品结构以适合消费者”的方针,习酒双禧福禧的市场定位为“百姓的喜酒”。高档包装、中低消费、大众消费成为习酒双禧福禧的三大特点,深受市场和消费者青睐。(罗茂丹)