

逐梦踏歌  
潮头勇立

■ 中铁八局 廖飞

党的十八大顺利召开之后,出现了一个耀眼的名词——中国梦,而这个词所承载着的正是国家复兴、民族富强的万众心声。1840年后的近代,中华民族积贫积弱,遭受了沉重的苦难,付出了巨大的牺牲。自中国共产党诞生之日起,就勇敢地担起了带领中国人民创造幸福生活,实现民族复兴的历史使命,一代代中国共产党人为之英勇奋斗,无私奉献。历史选择了中国共产党,选择了社会主义,选择了改革开放。

今天,中国经济以同期世界经济年均增长率三倍多的速度快速发展,经济总量跃居世界第二;社会生活焕发出蓬勃旺盛的活力,人民享有越来越广泛的自由和权利,全民族的文化自觉和自信进一步增强;社会大局始终稳定,长期保持了政通人和、安定团结的政治局面,中华民族的凝聚力、向心力显著增长……

实践是检验真理的唯一标准。百年来的历史无可辩驳地证明,只有中国共产党才能救中国,只有中国特色社会主义才能够引导当代中国发展进步,中国特色社会主义道路就是中华民族的伟大复兴之路。

伟大的事业造就伟大的精神,伟大的精神推动伟大的事业不断前进,中华民族的伟大复兴造就了具有中国特色的伟大政党和伟大精神,那就是中国共产党和其一系列指导思想。中国梦不仅是国家梦,更是每一个中国人的梦,有梦想的憧憬就会有求索的步伐,也只有同一面旗帜的指引下,在同一种信仰的感召下,我们追求的梦想才会离我们越来越近。

我所在的中铁八局建筑公司,地处西部经济发展高地美丽的四川成都。作为中央企业,公司有共和国长子精神和使命,公司的员工们为了梦想而执着追求,尤其是广大青年员工生龙活虎朝气蓬勃,在各工点上顽强拼搏,真正做到了“衣带渐宽终不悔,为伊消得人憔悴”。瑞景楼盘系列的拔地而起,为人民的安居乐业提供了保障,辛勤的外出务工者在北风里也感到了归家的暖意;兰渝线、南涪线因公司的建设者们披荆斩棘,从此天堑变通途,为祖国高铁事业的腾飞又增加了亮丽的一笔;体育馆、酒店、写字楼、商住楼……中铁八局建筑公司已在地面上递出无数张闪耀的名片。

梁启超先生早就说过:“少年智则国智,少年富则国富,少年强则国强,少年进步则国进步”。中铁八局建筑公司的青年人正在各自的岗位上挥洒着青春的热血。岗位和青春,乍看之下仿佛难以取舍,岗位意味着奉献与责任,青春象征着活力与自由,但是在岗位上融入了青春的血液,便会更具有活力与创造力。

我们虽没有丰功伟绩、惊世创举,但是企业发展、国家兴旺始终是我们的梦想,作为青年员工,火热的青春燃烧着对事业的激情,释放出了追梦人不竭的能量,在为梦想而砥砺奋进的道路上,我们将奔涌向前,勇立时代潮头!

## 一位美国企业家的“中国梦”

——访美国华盛顿杜勒斯机场世界贸易中心总裁迈克·瑞迪

■ 吴礼明

迈克·瑞迪是美国知名企业家,曾作为美国政府官员而周游世界,因此,当他下海创办华盛顿杜勒斯机场世界贸易中心时,他就雄心勃勃地提出:“我要让华盛顿杜勒斯机场世界贸易中心成为全球90多个国家的300多个高科技产业园的科技中心。”

2013年9月22日,记者来到华盛顿杜勒斯机场世界贸易中心考察,并专程采访了总裁迈克·瑞迪。

“我对中国怀有深厚的感情,我非常欢迎中国记者来我中心采访,我也有一个‘中国梦’,我愿意通过中国《企业家日报》向中国的企业家们致以我心中的敬意。”一见面,迈克·瑞迪就像老朋友一样与记者聊开了。

记者回想起3个月前的那那采访,就感觉像发生在昨天。

## 提出“创新融合商业需求”新理念

迈克·瑞迪虽然在美国企业界具有影响力,但是,他的中文水平并不过关。为了做好这次采访,在同行美中投资协会秘书长顾菊林的帮助下,找到了一位美国小伙子迪克森,奇怪的是,他没有来过中国,中文却说得非常好。于是,就由迪克森给我做翻译。

迈克·瑞迪告诉记者,杜勒斯机场世界贸易中心位于首都华盛顿特区,处于科技产业带核心地区,具有很好的区位优势。“我们可以协助外国的生物、医疗、信息、网络技术进入美国市场,也可提供技术转让、风投合作、国际兼并、网络设计、政府采购、消费者培训和移民服务项目”。

“现在,我们重点目标是协助华盛顿企业找到美国的合作伙伴,同时也可以协助美国公司利用世界贸易中心这个平台扩展全球业务。”迈克·瑞迪认为:“杜勒斯机场世界贸易



●2013年9月22日,华盛顿杜勒斯机场世界贸易中心总裁迈克·瑞迪(左)在美国朋友迪克森(中)的翻译下,接受企业家日报社社长、企业家日报社中国企业家联盟执行主席、华东政法大学兼职教授吴礼明博士(右)专访。

中心是有别于任何别的世贸中心。我要把它打造成为第一个世贸科技合作中心,第一个被国际科会承认的高科技世贸中心,为明日的客户服务。”

为此,迈克·瑞迪提出了“创新融合商业需求”的新理念。

迈克·瑞迪认为,商业模式即为企业盈利的途径和方法,是企业发展战略的顶层设计。商业模式创新不仅是企业技术方向和路线的选择,更涉及到企业组织、文化、资源配置的全方位、深层次革命。因此,商业模式创新的实质是系统性创新,也是国际产业竞争的新趋势。

迈克·瑞迪说,商业模式创新就是由传统的企业本位转向客户本位,由占领市场转向占领客户,以客户为中心,从客户的需求出发,为客户创造最大化的价值。

迈克·瑞迪举例说,美国戴尔公司采取

“消除中间人”的直销模式,通过电话和互联网网络与客户沟通,直接与客户建立关系,生产出满足客户需要的产品。这就使戴尔不必在经销商和库存品上额外花钱,拥有了成本和价格优势。

“新的商业模式不仅为客户提供更低的价格、更好的服务,还要为客户提供最大化的价值,这就是商业模式的核心目标。”迈克·瑞迪说。

建议  
“共建中美合作高科技加速器”

当迈克·瑞迪了解到坐在面前的中国记者是来自有700多位中国企业家参加的“企业家日报社中国企业家联盟”组织时,格外重视和钦佩。

迈克·瑞迪敏锐地发现,“企业家日报社

中国企业家联盟”将是华盛顿杜勒斯机场世界贸易中心在中国的最好合作伙伴。为此,他建议与企业家日报社中国企业家联盟“共建中美合作高科技加速器”,这就是迈克·瑞迪“中国梦”的形成过程。

在采访中,迈克·瑞迪发表了以“搭建平台,合作共赢”为主题的相关内容,与记者就如何实现全球共赢进行了粗浅的探讨,并提出了将举办“全球孵化、跨境加速”的专题论坛。

迈克·瑞迪认为,“共建中美合作高科技加速器”旨在为中美两国提供人才、技术、资金和项目合作,应致力于促进中美企业国际化发展,为中美企业提供全球的孵化服务平台,助推中美两国企业跨界融合,从本土走向世界,共同加速成长,以实现国际化的提升和发展。

愿迈克·瑞迪“中国梦”早日开花结果。

## 启事

当前,我国社会各界都在热议中共中央总书记习近平在2012年11月提出的“中国梦”,在党的十八大精神指引下,各行各业都在为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗不已。特别是十八届三中全会之后,各行各业更是掀起了改革和发展的热潮。

顺应中国大势,为鼓舞企业家们为中国梦的实现而努力奋斗,本报自2013年6月18日开始特别推出了“中国梦之企业家访谈”专栏,全国各地的企业家纷纷利用这个栏目,畅谈对中国梦的理解,抒发为实现中国梦而奋斗的豪情,同时也展现了众多企业家和企业的奋斗业绩。本栏目在获得社会各界广泛关注的同时,也赢得了企业家们的大力支持,为

此,“中国梦之企业家访谈”专栏也从近日起升级为“中国梦之企业家访谈”与有奖征文活动,现将相关事宜公示如下:

## 一.时间。

2013年6月18日—2014年6月1日之前在本报发表的“中国梦之企业家访谈”与有奖征文的文章皆可进入有奖评选活动。

## 二.征文内容与要求。

## 1.企业领导人专访。

(1)围绕“实现伟大中国梦,四川企业在行动”,企业家谈对中国梦的认识和感想及企业家个人梦想。

## (2)企业家结合本企业实际谈企业发展战略、企业经营理念、企业管理创新以及未

来发展前景。

## (3)《企业家日报》派记者采访完成。

## 2.企业征文。

(1)征文以“中国梦”为内容,可采用散文、诗歌、议论文等多种文体形式,题目自定,做到主题突出、条理清晰,事例充实、有血有肉,有较强的感染力。

(2)反映企业在创新发展、绿色发展中所取得的丰硕成果或在尽社会责任方面(参与抗震救灾、灾后重建及慈善事业)所取得成绩。

## 3.稿件要求。

(1)稿件内容。围绕中国梦进行采访和写作。

(2)稿件控制在2600字以内,最好有图片相配。

## 三.评比与发奖。

1.评比委员会。评比委员会由报社、专家与协办企业领导共同组成。

2.设奖。一等奖1名,奖金5000元;二等奖2名,奖金每名3000元;三等奖,5名,每名1000元。

3.发奖仪式。本次征文于2014年5月底结束,6月中旬公布获奖名单,6月底举行发奖仪式。

欢迎来稿,期盼获得更多的支持。

企业家日报社



(上接 P1 版)

冰酒是由100%的葡萄汁发酵而成,霜冻的葡萄经过了冰冻和解冻过程,被自然脱水,使葡萄汁中的风味、香气、糖和酸度得到浓缩,酿出来的酒质清新纯净。冰酒与普通葡萄酒强劲厚重的口感有很大差别,因此被很多人称为舌尖上的“华尔兹”。

虽然冰酒的发源地是欧洲的寒冷地带,但却在加拿大找到了更理想的发展环境。1973年,英属哥伦比亚省的沃特海勒葡萄酒厂生产了第一瓶冰酒,并迅速引起众多酒家的关注。如今,由于加拿大的地理位置和气候条件特别适合冰酒的生产,加拿大已发展成为世界上最大的冰酒生产国,远远超过德国、奥地利、新西兰和美国等。从20世纪90年代后期起,就已成为世界冰酒生产的领航人。并且,加拿大冰酒的独特风味非常适合亚洲人的饮食习惯,其出口的60%以上都销往亚洲,中国也能时时见到她的芳踪,每年出口到中国都保持在300多万加币,大概在6万瓶左右。

这条资料立即吸引了冯应雄的关注。随着国内经济稳步、快速发展,我国国民收入持续攀升,生活水平日益提高,对生活品质的追

求也日益提高。尤其是随着20世纪90年代末期葡萄酒在中国市场的崛起和21世纪初期冰酒在中国市场的崭露头角,中国民众对洋酒的需求日益增大。而且,在当时的中国市场上,葡萄酒和冰酒的生产与销售还处于一个刚起步的阶段。可以说,在中国市场,冰酒有巨大的市场潜力。

早已对冰酒爱不释手的冯应雄陷入了思考,能不能将这个市场潜力挖掘出来,从而将自己和这位“冰美人”的缘分进行到底呢?

经过慎重考虑,冯应雄觉得十分可行。接着,他开始寻觅一个切入口。通过多方了解,他注意到了—个非常优秀的酒庄——列吉塞酒庄。列吉塞酒庄位于加拿大安大略省尼亚加拉瀑布地区,是加拿大最优秀的家族酒庄。酒庄自1971年成立以来,一直携手普瑞丽酒庄致力于优质的符合VQA标准的冰酒生产,精心打造每一瓶液体钻石。列吉塞冰酒先后在国内外赢得超过200个奖项,在国际上一直享有很高的声誉。列吉塞酒庄地处五大湖地区,在当地拥有优质的葡萄种植基地,充足的水源和尼亚加拉大瀑布的冲积,使其土地肥沃;北纬43度的气候特别适合葡萄生长,优质的雷司令和维达尔等葡萄在此地产量丰

## 冯应雄：“冰酒”代表我的心

## 一片冰心在酒中

富;该区域几乎每年在相同时间都出现霜降,并且受极地气候的影响,该区葡萄在成熟时得以自然冻冻,得天独厚的地理位置和自然条件,使得列吉塞酒庄每年都能生产冰酒。列吉塞酒庄在利用自身优势种植的葡萄品种酿造冰酒的同时,结盟普瑞丽酒庄联合整合加拿大冰酒资源,列吉塞酒庄如今掌控了加拿大符合VQA冰酒生产标准的50%的葡萄资源,用于生产隶属列吉塞品牌旗下的多款冰酒。

2005年,冯应雄果断决策,斥资收购加拿大列吉塞酒庄,成为列吉塞酒庄的惟一传承者,并与普瑞丽酒庄结盟合作,联合整合掌控了加拿大符合VQA冰酒生产标准的50%的葡萄酒资源。

2009年,为了开拓列吉塞品牌在亚洲的广阔市场,冯应雄在上海成立了应雄酒业有限公司。作为列吉塞冰酒在亚洲的销售平台,公司以“酒酒庄主”模式,为经销商去除大量的中间环节,大大降低了经销商的成本,使酒庄的产品价格及利润率更具竞争力。公司在保留了原来酒庄通往世界各地销售渠道的同时,开拓了更加广阔的销售平台。同时,公司一直致力于为合作经销商提供一个创新发展的平台,通过深度供应链服务,引导、帮扶经销商做大做强,从而实现了上海应雄酒业有限公司与经销商的共同成长与发展。

近年来,上海应雄酒业有限公司通过参股结盟国外酒庄的方式,已拥有加拿大、法国、新西兰、美国、智利、澳大利亚等十多个国家名酒庄的不同品种产品,其中涵盖加拿大冰酒、新旧世界葡萄酒等。

通过这一系列举措,冯应雄的冰酒在国内声名鹊起,已经树立了良好的品牌形象,并深受广大消费者的喜爱。公司的业绩如此突出,让冯应雄十分喜悦。他拿起一杯冰酒,缓缓地喝上一小口,沉浸在这份美好的缘分之中。

其实,当初冯应雄选择跨入冰酒这个行业,并非完全出于对成功事业的追求。他还有着令人赞叹不已的更高层次的追求。

刚移民加拿大,冯应雄就对这个地广人稀、空气纯净并且安静舒适的国家非常喜欢。通过一段时间的接触,他对这里的人们也有了一定的了解,并产生了好感。加拿大人的性格是典型的北美式的豪放和外向,他们很爱喝酒,尤其爱喝葡萄酒。他们甚至一日三餐都离不开酒。一般有餐前酒、餐中酒、餐后酒。如果是刚刚从外面回到家里,还有“进门酒”;即便在睡觉前,他们也要喝上几口很有讲究的“睡前酒”。在加拿大大小小酒馆很多,生意也十分兴隆,因为有太多喜欢在酒馆里喝酒的加拿大人。

加拿大盛行的酒文化,让冯应雄马上想到了中国的酒文化。中国的酒文化源远流长、博大精深,其中蕴含着我国悠久的历史和文化。不过,两国的酒文化存在着很大的差异。从饮酒礼仪上来看,中国人饮酒重视的是人,要看和谁喝,要的是饮酒的气氛。而加拿大人饮酒重视的是酒,要看喝什么酒,要的是充分享受酒的美味。

从文化层面上来看,中国酒文化深受中国尊卑长幼传统伦理文化的影响,因此中国人在饮酒过程中把对饮酒人的尊重摆在最重要的位置上。而加拿大人饮用葡萄酒的礼仪则反映出对酒的尊重,他们的饮酒礼仪和饮酒文化都是为了更好地欣赏美味而制定的。

冯应雄见此情景,便产生了自愿担任“文化大使”的念头,为两国人民相互了解彼此的酒文化而努力。他希望把加拿大的酒文化介绍到中国,希望国人能够向加拿大人学习,重视酒的内涵和品质,尊重个人体验和选择。同时,他也希望把中国的酒文化介绍到加拿大,

希望加拿大人能够理解我们的酒文化中包含的传统习俗,并且能够像中国人一样,适当地重视一下饮酒的气氛。

在经营冰酒公司之后,冯应雄更加频繁地在中加两国之间来来往往,更加深刻认识到两国巨大的酒文化差异。同时,他也意识到,不只是酒文化存在巨大差异,两国在其他文化方面也有很大的区别。因此,冯应雄觉得自己也有这个“文化大使”的责任更加重大。于是,他开始不断地组织品酒会之类的活动,让与会嘉宾在品尝加拿大冰酒和中国白酒的同时,感受到两国文化相互交融所释放出来的无穷魅力。

除了“文化大使”以外,冯应雄还想兼任另外一个职务。那就是,一方面为中国的成功企业家和对酒文化事业的有功人士提供一个整合国外资源的平台,为中国人海外打造知名品牌而努力;另一方面利用加拿大政府拓展国外市场的契机,为中加两国的开发性产业牵线搭桥,从而为中加经济的共同发展贡献力量。长期以来,中国人移民加拿大的难度日益加大,所需费用也逐渐走高。但是,冯应雄通过个人公司这个平台,利用每年由加拿大政府提名的商业投资快速移民通道,能够创造许多商业移民的机会。通过这样的方式,办理移民加拿大不仅费用少,而且时间短。

冯应雄告诉记者:“近期以来,我已经陆续关闭了一些产业,希望自己能完成从一个企业家到一个‘外交家’的角色转变,为中加两国的文化交流和人口流动贡献自己的一点力量。”

简短的一句话,与他一贯的低调和洒脱的风格十分吻合。但是,这更能彰显出他默默奉献的精神。可以说,冯应雄的一片冰心就在他的冰酒之中,慢慢品味,就会尝到清冽的甘甜。