

李松:做大互联网络 成就天下姻缘

■ 仰双全

2014 年初,中央电视台(CCTV)“2013 年度央视中国品牌”发布盛典在京举行。这项每年度推出的盛典旨在表彰拥有卓越贡献与成就的企业,2013 年是第五届举办,此届获得殊荣的企业除了联想、娃哈哈、万科、格力等著名大企业外,还有一个相亲网站也名列其中,这就是李松博士发起成立的珍爱网。珍爱网作为中国最大的相亲网站,开创了独特的网站平台与电话红娘相配合的高效相亲服务,目前已拥有超过 6000 万名注册会员。

“中国最牛红娘哥”

李松博士一副学者气质,给人的感觉十分平静十分从容,但你在百度搜“李松珍爱网”,第一条新闻出来的时候你会吓一跳,一个披长发,戴眼镜的人,看起来一个怎么也不像一个公司老总的人,这就是李松吗?那是 2010 年在北京举办的中国互联网大会李松演讲时的造型。后来据他介绍,那时的珍爱网与对手竞争得很激烈,他才想出这么一招,从此他在网络的江湖有了这么一个称号:“中国最牛红娘哥”。

珍爱网获得“2013 年度央视中国品牌”后,李松表示:“珍爱网通过后台的数据分析结合红娘的感性认知不断对服务进行优化,以科学和艺术来成就爱情,从而使更多人找到适合他们的另一半。”未来珍爱网将会继续坚持“成就天下姻缘”的企业使命,不断运用新技术优化网站服务,以实际行动为品牌发展提供实质支持,帮助所有人找到属于他们的幸福。

从学者到创业者

从生物学者到金融高管,再到互联网创



珍爱网作为中国最大的相亲网站,开创了独特的网站平台与电话红娘相配合的高效相亲服务,目前已拥有超过 6000 万名注册会员。它的创始人李松被人们称为“中国最牛红娘哥”。

业人;从美国康奈尔大学的高材生到美国哥伦比亚大学金融学博士再到珍爱网创办人、CEO。他,就是李松,也是深圳 22 名入选 2013 年第十批中央“千人计划”专家之一。

当李松说自己要离开美国投资银行摩根士丹利要去创业的时候,全家人都认为他疯了。“我也可以继续做下去,只是会很快乐,

因为我对继续做投资银行缺乏激情。”最终李松的家人还是听任他去做自己喜欢做的事。离开摩根士丹利后,李松做的第一件事便是将家从原先位于香港半山的豪宅中搬了出来,因为原本由摩根士丹利支付昂贵的租金现在要自己掏腰包了。

顶住压力 拥抱变化

任何创业者创业的过程却并非一帆风顺,李松表示自己在创业的时候,遇到最艰难的就是商业模式的确定,那时的相亲网站都是免费的,珍爱网开始收费的时候,自己心里没底,遇到瓶颈,找不到突破口,创业的压力很大,别人都在看着你,那时信念就显得非常重要。还有就是互联网变化太快,要敢于拥抱变化,适应变化,强迫自己去学习。

当初毅然选择关掉上海的公司,选择深圳作为珍爱网的唯一总部,哪怕是每周末才能飞回上海跟家人团聚,他说未来可能会把家搬到香港,不管怎样,是深圳给了他最好的创业土壤。在谈起最得意的事情时,李松表示是跟江苏卫视《非诚勿扰》栏目的合作,让更多人愿意通过电视、网络这个平台来展现自己,来寻找自己的感情归宿。

冷静面对使命

李松说:“我现在很享受做互联网创业人的生活,因为它是一种完全自由的感觉,我想做什么事情,就做什么,比较幸运的是我在创业之前,在摩根士丹利做职业投资人,实际上我不需为五斗米折腰,可以随着感觉走,做自己热爱的事情,创业并不在乎在做什么,只要我有兴趣的,也不太在乎最终的结果是什么,我比较在乎的是这种生活方式。”

两岸服装业加强产学研“联姻”

■ 董建国 郭圻

刚刚在福建石狮落下帷幕的第十七届海峡两岸纺织服装博览会(简称“海博会”)展现出两岸业界交流合作的一些新趋势:在全球纺织业竞争激烈的背景下,两岸纺织服装业加紧“抱团取暖”,加强产学研“联姻”,携手促进纺织服装业由做产品转向做文化。

4 月 18 日至 21 日,由福建省政府、中国国际贸易促进委员会、中国纺织工业联合会、中国服装协会、中国服装设计师协会和台湾纺织业拓展会联合主办的海博会在福建石狮举行,它已成为观察两岸纺织业界合作的风向标。如何利用两岸各自的产业优势实现优势互补形成共赢局面成为主题。

大陆企业对台湾的时尚设计和高科技产品充满期待,台湾业界青睐大陆市场,作为目前大陆唯一以“海峡两岸”冠名的纺织服装专业展会,海博会正成为两岸企业“面对面”交流,产业深度对接的平台。

本届海博会上,台湾纺拓会、台湾制衣工业同业公会等机构组织了 30 多家台湾知名纺织服装企业参会,寻找大陆合作伙伴。

台湾纺织业拓展会市场拓展处经理谢国辉表示,这 30 多家企业都是台湾纺织服装行业最前沿的高科技企业和创意设计公司。“在台湾,设计创作的优势较为明显,大陆的市场优势明显。两岸企业在服饰的高科技研发和创意设计方面合作空间很大”。

谢国辉说,两岸应加强优势互补,鼓励服装业往个性化、高端化、国际化发展。

第五次参加海博会的台湾面料厂商王贵这次带来了基于纳米技术的新型面料,想与大陆厂商进行全产业链合作。

“由于国际市场上竞争激烈,服装业已成为微利行业。两岸企业应该加强全产业链的合作。”王贵说,台湾纺织业在产品研发、设



● 海博会展厅

计、品牌创新等方面在行业内有突出地位,特别在功能性纺织品方面有较强的竞争力。

“你们能提供什么样的设计服务?”“你们有多少设计师成员,多少时间可以完成一个设计?”在几个台湾专项设计站台前,不少有兴趣的参观者正与台湾展商热络交谈,并不时询问自己感兴趣的问题。

专业设计圆领 T 恤平面印花的台湾诚毅设计有限公司是首次参展。“我们在台湾有专门的设计师团队,平面图案设计和印花技术是我们的优势,但是在制衣方面存在劣势。”该公司业务总监王捷说,“我们希望搭建一个两岸设计创作整合的平台,能把台湾的设计人才与大陆的市场需求有效对接。”

不少参观者说,跨海而来的台湾创意设计元素对大陆企业而言,可能也意味着一次产业对接或是转型升级的机会。

将 LED 织入布料,配上锂电池,衣服就

如果只是为了赚钱,李松有太多的东西可做,以他做金融出身的背景去做对冲基金或私募基金更为省力。李松经常说:要创办互联网企业,一定要有使命感,才不觉得累,所有的辛苦才觉得值得。在谈到自己的使命感的时候,李松表示自己现在做的事情,是影响大众的,珍爱网现在在 6000 万注册会员,影响了将近一亿人的生活。

对最近互联网企业的 IPO 热,李松却显得很冷静,表示珍爱网目前还没有上市计划,等珍爱网收入达 2 亿美元的时候,考虑上市才有意义,但对未来是有信心的,也会为了这个目标去奋斗。

相关链接

珍爱网,是国内著名的婚恋交友类网站前身是中国交友中心,创始于 1998 年 5 月,2006 年正式更名为珍爱网,至今已有 16 年的历史。截至 2013 年 3 月,珍爱网有注册会员 5800 万,是国内较为老牌的婚恋网站。珍爱网曾经数次获得风险投资的支持,它采用的服务模式是“网络征选+红娘电话”,区别于其他网站的最大特点是“人工红娘的服务”,通过电话为注册会员牵线做媒,并具有等多项身份诚信认证。

珍爱网由原美国投资银行摩根士丹利(Morgan Stanley)职业经理人、留美博士李松和原美国戴尔公司(Dell)职业经理人陈思创办经营。珍爱网的总部位于深圳市,在北京、上海、广州、厦门、杭州和南京等地设有分支机构。

家纺女企业家代表团赴台湾访问交流

■ 钟晓阳

日前,中国家用纺织品行业协会按照中国纺织工业联合会台港澳事务办公室安排,组织家纺行业女企业家赴台湾参观访问和行业交流。

中纺联副秘书长、台港澳事务办公室主任袁红萍带队,孚日集团、南方寝饰、华尔泰、华辰植绒、大唐纺织等家纺女企业家参加了交流活动,家纺协会秘书长朱晓红、副秘书长王易、《家纺时代》总编葛江霞随团出访。

在台期间,参访团与台湾纺拓会进行了深入的交流与沟通,拜访了德式马公司、大爱感恩科技公司、兴采实业公司、木通公司、三洋纺织、南纬实业股份有限公司、远东新世纪股份有限公司、润泰集团、旭荣集团、纺织产业综合研究所、佳和实业股份有限公司等。这 11 个单位都是台湾纺织业重点企业和研发机构,各单位特色明显,拥有自己的核心竞争优势,给参访团组成员留下了深刻的印象。

台湾纺织业重视科技研发,尤其在表现在功能性纤维的开发与应用上,如兴采实业开发的咖啡纤维、南纬纺织开发的金属纤维,以及其他企业开发的防油污、抗菌、防紫外线纱线等等,并且都具有完备的产品标准和检测手段,能较充分地推广并且应用于各领域新产品的开发。

台湾企业重视环保与社会责任,如旭荣集团研发的冷转印、南纬公司研发的超临界无水染色机台,都是从工艺、设备研发着手,在生产过程中尽量减少使用水和热能,减少污染物排放。在原料选择、生产环节乃至消费者使用过程中,均注重与环境“友好为伍”,凸显“与地球共生息”的理念。

台湾企业十分注重企业文化的打造和培育,注重建立企业统一的核心价值观。企业家有一种共识,那就是“做企业要先学会做人”,企业家要受到员工的喜爱,高级主管要受到部属的尊重,企业上下共同为实现企业的愿景而努力。

9 天的参访交流,代表团成员都感触很多,获益匪浅,纷纷表示,将把这次参观交流中的收获,积极融入自身企业的各个环节中去,今后,还要在技术上与台湾同行加强深入的经常性的交流,找到合作开发新产品的路径,共同打造在全球纺织业中的核心竞争力,为中华民族纺织事业争光。

专家:中国企业走出去是世界经济再平衡的过程

中国国家开发银行前副行长、哈佛大学访问学者高坚 20 日在“哈佛中国论坛”接受新华社记者采访时表示,中国企业走出去是世界经济再平衡的一个过程。

高坚说,中国积累了很大的外汇储备,而非洲、拉丁美洲、东欧和亚洲等国家缺乏发展资金,中国企业走出去适应了这一需求。中国企业通过和当地政府合作,采用总承包或 BOT 等方式进行国际投资。中国企业在非洲国家投资住房、灌溉、通讯、道路等项目,均取得了不错的效果。

高坚还表示,中国企业在走出去的同时要认真对待风险。企业要通过购买保险等方式规避一些地区的地缘政治风险,也应对商业风险作出判断。

哈佛中国论坛成立于 1998 年,是北美最大的由学生组织的中国峰会。本届论坛主题为“领袖中国”,吸引来自商界、学界和政界的众多人士与会。(黄继维 刘凡)



王石:深圳的成功源于对企业家的宽容和保护

■ 张园田

4 月 1 日,由中国金融博物馆书院主办,腾讯网担任独家媒体合作的“江湖”沙龙第十九期举行,本期邀请到的主讲嘉宾是万科企业股份有限公司创始人、壹基金执委会主席、中国登顶珠峰年龄记录保持者王先生。

为摩托罗拉做广告,登顶世界最高峰,深圳万科股份有限公司董事长王石活得极其潇洒。过去,他“卖掉万科”,禅让权位;现在,他读书深造,献身慈善;这就是王石,创立并领导着一家优秀的地产公司,一位不断探索生活的企业家、慈善者。

他是万科最大的无形资产。“胡子拉碴的脸”是他的 LOGO,也是万科的 LOGO。一个精致的 1980 年代的弄潮儿,以商人一身追求儒生的价值,取名弃利,渐渐进化出布尔乔亚范儿,成为了具有知识分子气质与素养的企业家。

在沙龙上,王石也谈到了深圳的成功:深圳是一个开放最早的,是一个渔村从 20 万迅速形成到接近 2000 万的超大都市。我们只有重要改革开放是从上而下的,政府的角色扮演着非常重要的作用。

他说,深圳的氛围,市场经济政府是对企业家非常宽容的,这是在别的地方很难得到的宽容。在八十年代改革开放的时候深圳的政府是这样的一种态度,就是在保护企业家,不是说企业家没有错误,而是在错误来讲政府就是担待。

深圳为什么到了今天有全国著名的民间品牌 40% 在深圳,像中国集装箱、招商银行、平安保险、华为、中兴、万科、比亚迪、腾讯等等都集中在深圳,王石认为这不是偶然的,和这个环境有很大关系。

王石说:万科是诞生于深圳,实际上深圳和其他地方的很大不同,深圳是一个开放最早的,是一个渔村从 20 万迅速形成到接近 2000 万的超大都市。我们只有重要改革开放是从上而下的,政府的角色扮演着非常重要的作用。

王石感慨:深圳的氛围市场经济政府是对企业家非常宽容的,这是在别的地方很难得到的宽容。首先从税收上来讲,比如说到年底了,当然要有准确的报税。税务局来说 700 万利润太多了,政府收税都完成指标了,你们能不能有 200 万在明年体现?其他地方是逼着你交,变着法让你交,深圳是这样的氛围。

文化产业再获两政策支持 税收优惠力挺“文化出口”

■ 李小兵 浦奕安

文化产业再获两政策支持,增值税免征或实行零税率的科目多达 9 项。

“这将极大地刺激文化消费市场的繁荣。”美国百老汇倪德伦环球娱乐公司副总裁、上海东上海百老汇剧院管理公司常务副总经理马敏辉,对经国务院同意并于近日印发的支持文化产业发展两大文件充满期待。

国务院办公厅 16 日印发的这两个文件分别是:《文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的规定》、《进一步支持文化企业发展的规定》。

在文化部相关人士看来,这是对改革的政策红利的巩固及延续。电影制片企业、电影发行企业、有线电视企业、国家重点鼓励的文化产品和服务的出口业务、城市院线等企业将是上述政策的最大受益者。

刺激效应明显

“这是我听到的最具实际操作意义的优惠政策。”马敏辉说。

根据记者的梳理,此次明确的增值税免征或实行零税率的科目多达 9 项。此外,经营性文化事业单位转制为企业后,免征企业所得税。而从事文化产业支撑技术等领域的文化企业,按规定认定为高新技术企业的,减按 15% 的税率征收企业所得税。

文件还明确:“进一步促进文化与金融对接,鼓励文化企业充分利用金融资源,投资开发战略性、先导性文化项目,进行文化资源整合,推动文化出口,中央财政和地方财政可给予一定的贴息。”这被认为是对主流文化产业的大力支持。

“这是非常坚定的利好。”马敏辉认为,从税费着手给出免征或零税率的政策,力度还是很大的。据马敏辉介绍,长期以来,我国的文化贸易逆差严重,其中当然有其他问题,但成本问题是影响较大的因素之一。这次,国家对重点鼓励的文化产品以及重点鼓励的文化服务出口给予税收优惠,将有利于符合条件

的企业率先走出去做大。马敏辉称,此前,文化部对承担国家鼓励类文化产业项目有过认定,包括上海音乐产业基地、盛大、百视通等。

护航转制企业

吸收过去国有企业转型改制的经验,落实十八届三中全会精神,将改革的政策红利巩固及延续,是业界对此文件的评价。而按照扶持合格市场主体的标准要求转制企业,对按规定转制的重要国有传媒企业探索实行特殊管理制度,经批准可开展试点,成为特亮点。

首先,文件充分考虑了转制文化企业“重创意、轻资产”的实际情况,如文化类企业在融资过程中面临着缺乏固定资产抵押、无形资产评估难的困境,而文件中提出的诸如“知识产权质押融资、供应链融资、并购融资、订单融资”等供应链融资方式,符合文化企业特别是一大批小微文化企业的资产特性及经营规律,且近年来文化金融合作的实

践也证明此类方式是缓解转制文化企业融资难的有效途径;其次,文件明确探索建立符合文化企业特点的信用评级制度。鼓励各类担保机构对文化企业提供融资担保,通过再担保、联合担保以及担保与保险相结合等方式分散风险。探索设立文化企业融资担保基金;第三,文件中还要求发挥政策性金融的扶持引导作用,借鉴了相关行业的经验,转制文化企业在初入市场过程中不可避免地面临市场前景不明确、盈利模式不清晰的问题,造成商业性金融机构进入的阶段性壁垒,引入政策性金融机构,通过政策性金融的扶持,提高转制企业参与市场的能力,引领商业性金融的跟进,形成完整的扶持转制企业的金融服务链条和科学合理的融资结构;此外,文件中重视开发文化消费信贷产品,促进产业的良性发展。

马敏辉认为,这些体现了国家下决心搞活文化产业发展模式的信心。“显然,文件再次将发展的基础和动力从政府引向市场。”