

“历史与记忆”：与中国企业和企业家共成长

(上接 T07 版)

3年多时间里,《中国企业家》每期版面都有企业案例、企业家观点、经济学家观点、记者札记。围绕“中国企业新纪录”主题,派出专业记者跑遍全国 20 多个省市,访专家、访企业家、访政府,总结经验,发表“海尔以质量创新实现目标管理”、“长沙卷烟厂创新纪实”、“简单的魅力”、“杭钢突围”等 50 个企业案例,在管理界和企业界引起共鸣。100 期的坚持,显示出《中国企业家》策划、编辑、采访实力。《中国企业家》以实际行动践行了 1988 年创刊的诺言,也使得中国企业家这个特殊群体的每一个历史时刻,都有《中国企业家》的身影。

2006 年,《中国企业家》“感悟”栏目,以“激情永远是一首最新鲜的诗歌”为标题,解读了国际企业家、英特尔首席执行官保罗·欧德宁语录:“我是最有激情的企业家”。文章的观点是:“中国企业家承认,是激情带来了变化,是变化带来了享受。是享受让消费者得到了实惠。越是勇敢地接受挑战,越是全身心地去做,享受的幸福越多。”

《中国企业家》也是如此激情、变化。

2006 年 4 月,福建省企联在“企业家活动日”期间为 57 名企业家颁发“优秀企业家”荣誉证书。不那么轰轰烈烈的画面里依然能看出企业家的笑容。

2003 年 20 位首届金球奖企业家欢聚杭州,《中国企业家》也做了详细的报道。《中国企业家》的观点也鼓舞了企业家们:“历史性聚会,是为了看到更大的光明和希望,是唤起更大勇气和决心,是找回更加强大的人文精神和幸福生活。”

事实上,2008 年北京奥运会前,历史呼吁“国有重点企业要做自主创新的排头兵。”种种实际行动都显示了企业家组织必须积极地站在历史潮头:2006 年 2 月 20 日,《中国企联百家会员企业发起节能倡议书》发表;2007 年,中国企联首次为企业组织发布社会责任报告。《中国企业家》在 2007 年推出“协调劳动关系系列报道”,发表《推动立法进程维护雇主权益》、《义乌财富大厦深陷财富门》等百篇文章,得到很多企业家积极响应和互动。《中国彩电出口遭遇专利门》《抢沙发抢出官司》、《木马,看不见的黑色暴力》、《拒绝克隆》等文章给企业家提供了专业参考。

2006 年中国品尝了“资本盛宴”之后,2007 年 7 月,《中国企业家》报道了消息:“美国财富杂志公布了 2006 年度世界 500 强公司名单,共有 22 家中国企业入选。”

此后,《中国企业家》推出系列报道“中国企业如何做强”,呼应国际国内经济学家的观点,在质疑的同时给出建设性建议。

这 5 年,中国诞生了价值最高的企业,中国也有了女首富,跟丁磊、宗庆后、陈天骄一样,企业家张茵、杨惠妍的财富故事、个人精神、企业成长之路都被《中国企业家》一一记录。



第五篇

历史需要这样理性解读 2008—2012 年



建设诚信使命

中国的经济学家们在以新的视角、新的思维去透视世界的时候,《中国企业家》担当起了历史赋予的责任。

2008 年 1 月 4 日的《中国企业家》以“2008 中国经济新趋势”为题,为中国企业展示新画卷。那一天的新闻还有“中国企联表彰 150 家诚信企业。”

从 1998 年开始,见证了温州模式、苏南模式、蛇口模式的起伏,见证了姓资姓社的争论、见证了企业家的各类冒险之后,2008 年,《中国企业家》努力帮助中国企业在危机四伏的环境下建设诚信使命。

企业道德诚信与企业产品质量诚信在 2007 年的中国被公众质疑,中国温州再一次成为反面的商业典型被国际企业指责。《中国企业家》开设了专栏,发表 100 多篇文章,帮助企业建立诚信文化。

1988 年为《中国企业家》诞生而兴奋的企业家张瑞敏、柳传志、鲁冠球在 2008 年的时候已经成为“有资格的国际企业老板”。美国 20 世纪初的传奇企业家洛克菲勒说:“也许以后别人的资产比我多,但我是唯一的。”因此,财经作家吴晓波说:“鲁冠球这些起得最早、活得最久、事业做得生龙活虎的人所经历的转型大时代是唯一的。”

坚持思想家办报

2008 年,中国企业加速融入全球供应链的事实,使得 1988 年创建的《中国企业家》队伍不断壮大。

更具思想者形象的《中国企业家》进一步要求自己:“编者有思想,要有灵魂。”《中国企业家》每一个稿件都要为企业读者着想。

关于民营企业家社会责任感话题,《中国企业家》2008 年发起“我不能把员工随意撵出企业去”大讨论。

在财经媒体各自寻找“调子”的 2008 年 3 月,春天的脚步伴随着“全国两会”如约而至。公众们在此时间里看到了“协调劳动关系三方机制”首次被写入国家纲领性文件的好消息。

消息出台当日,《中国企业家》的专题报道也呈现在读者面前。人们不但读到了专家观点,还读到了《健全协调劳动关系三方机制》专题解读以及《应重视和支持协调劳动关系三方机制工作》的“两会时评”。

《中国企业家》在总结 2011 年“国有企业报道战役”时写道:企业家依然是《中国企业家》报道的主体,但是,绝不是孤立地说企业家

2007 年的中国被称为“大国崛起”。

2008 年的北京奥运会给出中国企业更多机遇。

那么,历史进程中的中国,在世界经济舞台上,需要拿出怎样的态度“接轨”?中国企业需要了解世界什么?为世界奉献什么?新闻媒体在历史舞台上应该扮演什么角色?发出什么样的声音?

强化了品牌意识的《中国企业家》,在坚守着如初的理想、信念和“为中国企业、企业家服务”宗旨的基础上,适应新的历史环境和要求,制定出了新目标和新战略。

当坚守成为自然、成为道德、成为文化的时候,独有的品位和时尚就成为了一种可能。

在 2012 年 12 月 25 日的《中国企业家》第 4547 期头版,我们读到了“开始于 2008 年的危机不知不觉竟已历 5 载,像一场拳击,越到最后越是痛苦,所以我们可以相信‘坚持’的感受是更真实的”评论。

也是在这一期,中国企业报社社长吴昀国发表的署名文章中“顺应时代大势,汇集天地人和”的观点概括了《中国企业家》的历史使命。



2012 年 12 月 27 日,《中国企业家》在山东东营举办“首届美丽中国生态文明论坛”

的创业经历。在宣传企业家“领军人物”时,不忘拷问政府、管理者、经济学家,为中国整体发展服务。

《中国企业家》经历 2010 年底的体制改革,面貌焕然一新。新的领导班子提出思想家办报的理念,要求《中国企业家》“及时发出声音并参与事件的大讨论”。“社会需要什么,企业需要什么”的思考一直是《中国企业家》人的政治课题,也是对自己从事新闻工作的严格审视。

当 2012 年 12 月中国经济人物诞生时,《中国企业家》的观点是:解困中国企业和中国经济的发展,需要信念、需要智慧、需要策略、需要一步一步地去实干。像法国大革命时期《自由引导人民》一样,企业家群体对解困中国经济具有他们所未曾解放出来的价值,他们有能力做一个终结者,有实力在危机的废墟上建立起有如上世纪几次危机后耸立起来的通用、迪斯尼、微软这样的丰碑,他们的声音可以拥有更加广泛的传播,让我们都听到这样的声音,并憧憬他们带领这个时代最终可以实现“中国梦”。

我们有理由把这段更具内涵、更具独到思想、更具时尚的文字当成《中国企业家》2013 年之后的坚持。

强化大策划意识

在互联网时代,传媒业的变化是惊人的。

2008 年,《中国企业家》对企业家问题加以深刻剖析的观点文章

《幸福是一种能力》在中央电视台早读中播出,《中国企业家》在弘扬企业家们管理思想的同时,对其人文精神开始探索,独到的文章观点在企业家群体中得到肯定。

2011 年,中国十大经济风云人物孙大午接受了《中国企业家》的独家采访。文章发表的第二天,全国各大网站广泛转载此文,并给予这样的评论:“独特的视角和文字,描绘出企业家的独特真实。”

媒体的作用与媒体自己的创造力息息相关。

翻看和阅读 2008 年到 2012 年的报纸,最大的感受是:在大时代的潮流涌动中,《中国企业家》的策划意识体现得淋漓尽致。《中国企业家》自 2008 年起,不断提高编辑的新闻策划能力,在多个重大企业新闻中体现出了非常明确的策划思想。

2008 年,推出“纪念改革开放 30 周年企业家系列”、“静悄悄革命”评论系列;2010 年,推出“面对危机科学发展典型企业经验”系列;2011 年,推出“转型升级”系列等,业内好评如潮。

2010 年、2011 年、2012 年“全国两会”期间,新闻版面“金融改革困惑与思路”、“打开消费之门”、“大国央企”等栏目的策划,都成功地打造了《中国企业家》这一整体大文化品牌。发表的《垄断下的腐败只是时间问题》、《本轮实体经济舆论形成的过程昭示中国新觉醒》、《日本大企业模式借鉴》、《佛教寺庙上市》、《奥运商业》、《消费刘翔》、《双面苹果》

等百篇案例分析文章,无不体现策划智慧。

大策划需要大智慧、大能力。

2012 年 8 月,《中国企业家》记者深度挖掘、采访、报道的“法门寺上市事件”被中国上百家网站转载;2012 年 11 月的《广西太阳能企业作假》文章成为当日媒体、网站转载之最。

2012 年 12 月 25 日的《中国企业家》,题为“中国需要建立更多创新企业——专访世界银行前行长、美国前副国务卿罗伯特·佐利克”一文写道:“不转型,中国会掉进中等收入陷阱。”

历史依然会给中国、中国企业、中国企业家提出各类问题。《中国企业家》依然会尽到自己的职业责任,以“坚守,成就一种思想”的文化理念解读新闻。

在色冷、色浓的季节变化中,无数怀揣新闻梦想的新闻人犹如中世纪的精神斗士,在沉默孤寂中探索、在扬鞭催马中飞奔、在风月轮转中追问,在烟熏色的历史中,我们嗅出了历史那沧桑的味道。

正如默多克家族的新闻梦想就是在坚定的坚持中坚守而成的一样,历史给予《中国企业家》的使命也是“坚守”。1988 年前成立的小公司如今已成长为令世界瞩目的企业;当年的小企业主也成长为优秀企业家、管理学家。《中国企业家》25 年来,以坚守的韧力见证着坚守,以坚持的态度见证着坚持。

《中国企业家》感谢这个时代,感谢这个时代的中国企业和企业家。