

娱乐化看企业家互骂是一种误读

■ 江金骥

企业江湖很疯狂,你方骂完我登场。

远的不说,仅在近一个月以来,先是在乌镇大会上,以马云、刘强东、马化腾、丁磊等为主角的互联网大佬们同台PK,紧接着同程对决途牛、网易炮轰陌陌、董明珠怒指小米做“贼”等等。如果说乌镇论战多少带有“口才秀”的成分,那么从同程“屠”牛开始,“口才秀”演变成“口水战”,“口水战”又升级成“公共骂战”,这些骂战里带有明显的人身攻击。

商业之间的利益之争不算大事,同行相轻本来也无可厚非,只是往前推五年,以最著名的“蒙牛伊利之争”为例,双方也只是停留在纯粹的商战上,在明面上,作为企业家的牛根生和潘刚一直都称兄道弟。相比之下,企业家之间相互谩骂和抹黑,也只有在这几年才骂之深、斗之狠,比如大家张口就能说的“三Q大战”、“小三大战”。

“三Q大战”最终对簿公堂,闹到最高法院;而在“小三大战”中,小米的雷军和360的周鸿祎,“君子动口”之后,差一步就动手。

当时360董事长周鸿祎连续发布8条微博质疑小米手机,雷军随后发微博卷入骂战,没想到的是,这场骂战最后竟然延伸到了带有人身攻击性质的语言。周鸿祎:亲爱的雷总,您做手机可以炒作作秀,甚至故意摔苹果手机、语言羞辱乔布斯、骂诺基亚,您是否觉得谁也不能碰您的奶酪?您这不就是机霸(JB)么?

面对此话,雷军毫不客气地回复:既然某人想做手机就好好做,一不靠

在互联网代际变幻中,商业的力量与人性的差异不能割裂,一些商业精英,如果在公共舆论空间毫无顾忌地肆意开骂,这和普通人在公共场所乱扔垃圾的做法没有区别。

骂人吵架做市场推广;二不靠抄袭漏洞模式跟进做产品;三不靠控制安全入口强推软件窃取用户信息;四放下AK47,不要沉醉于幻觉,要做一个正常商人,用产品说话,不用天天靠嘴巴到处骂人活着!

要说雷军和周鸿祎,不仅是网络名人,也是信息科技产业企业家、是互联网时代的英雄,但他们在指责对方时,与悍妇骂街堪有一比,已至如此,仅仅是因为言论更自由,还是微信微博等自媒体起到了扩音器作用?

这种推理,或者是或者不是。大家都知道,较之5年之前,现在的互联网思维下的企业生态,发展空间更开阔、经营信息更透明,与之相应的是,企业面临的挑战也更多元、更直接、更拔刀见血。

互联互通,潮起潮落,当深水变成浅滩,大家都光屁股了,索性大家就变得不要脸了。再有的就是,随着互联网时代的造富神话不断演进,在一个个IT英雄不断被托起的时代,一面是财富不断地集中到被称为商业精英的手中,一面是大家手忙脚乱渴望成为精英、渴望赚更多的钱。比如陌陌创始人、CEO唐岩,只用了三年不到的时间,从一个“打工仔”变成华尔街新宠,他的身价也在一夜之间飙升到8亿美

金,这个数字,足以让此前的各种谩骂和攻击者闭嘴。这就是成功,正是因为成功从来没有像现在这个时代能来得这么直接、这么迅猛,所以,大家为了可望且可及的成功,可以撕破脸皮,可以承受各种谩骂甚至讥讽!

问题是,当一个人从暴发户蜕变成商业精英,当一个人在完成由富到贵的转变后,考验这个人道德底线的时候也就到了。说这话,意味着我们丝毫不怀疑包括唐岩、周鸿祎、丁磊、雷军,以及马化腾们的雄才大略,但是,对他们曾经曝过的粗口,我们确实不敢恭维。换句话说,在互联网代际变幻中,商业的力量与人性的差异不能割裂,像周鸿祎、雷军这个层次的“大家”,既然是公众人物,是许多青少年膜拜的英雄,他们的言行举止,都可能被追随者、后起者效仿,他们应该自觉地视自己为社会文明的标尺,自觉地为商业文明做表率,如果为泄一己之愤,在公共舆论空间毫无顾忌地乱泼脏水、肆意开骂,这和普通人在公共场所乱扔垃圾的做法没有区别,甚至更恶劣。

针对名人骂战,《中国青年报》社会调查中心不久前对1612人进行的在线调查结果显示,66.7%的受访者坦言,眼下公众人物网络骂战现象严重。

61.6%的受访者直言,名人在网上的骂战,是以牺牲公众对社会的感受和社会底线来博取眼球和个人商业利益。

受访者一言中的。剥开互骂双方“外衣”,所谓骂战,更多的是一种商战、一种营销,在这方面周鸿祎“经验丰富”。被称为“战争之王”的周鸿祎,先与马化腾进行3Q大战,后来接续再战小米与百度。

“我承认,这是竞争的手段,但我(骂人)没有造谣和无中生有。我这是阳谋,不是阴谋。”周鸿祎自己这样说。

以骂战来吸引眼球,就是人称的“负面营销”。对于负面营销的价值,有研究和实践证明,恶意乃至恶毒攻击对手的言论,通常不会改变各自支持者的立场,反而会使之更加强化。张三每痛骂李四一次,张粉们固然会欢呼“正义得到伸张”而更踊跃地支持张三,但李粉们也会痛心“正义受到侮辱”而更热切地支持李四。

所以,骂战不会动摇双方的基本面,只会让双方的粉丝群都不断扩大。骂战只不过是做各自的负面营销,等到大家骂够了,人们发现周鸿祎的生意越骂越红火、唐岩的身价扶摇直上、李彦宏的粉丝越来越多……

可以看出,骂战不但没有丢失各自镇守的阵地,相反实现了许多人的利益算计。但是,我们还是要说:一切博弈,并不只是竞争,实际上竞争中融入了诸多合作,只有既敢于竞争又善于合作的企业,才能在这个时代中胜出。

马云说过:脑子里整天想钱的人成了企业家。

“马首富”的话是说,掌舵人的胸襟和格局,决定了市场能否做大,企业能否做强、做久。

1500亿元成品油消费税“上涨红利”去哪儿了

■ 金开平

最近一段时间,成品油消费税成了热词。短短半个月,相关部门竟然两次上调成品油消费税,上调税额高达0.4元/升。本轮国内成品油价格下调,因降价空间相应抵消,油价维持不变。

对于“为什么今年年内连续两次调整成品油消费税单位税额”,财政部已经做过解释,大意是促进节能减排,合理引导消费需求,促进提税与降价同步,兼顾宏观调控和社会承受力。

财政部的解释,明确阐述了提税的两大作用:一是提高成品油消费税后形成的新增收入,将用于增加治理环境污染、应对气候变化的财政资金,鼓励新能源汽车发展;二是用于促进

节约能源,抑制对能源的过度消费,有利于促进资源节约。

清楚的阐述固然重要,但清楚的落实更为关键。按今年我国前三季度成品油消费量2.003亿吨推算,全年消费总量将达到2.8亿吨左右。每升提高0.4元,一吨就是551.6元,每年将新增1500多亿元的税收收入,月均超125亿元。如此巨大的资金,既然用于治理环境污染、应对气候变化的财政资金,那么就应将使用情况公布于众。

笔者认为,我们不应该纠结于提高成品油消费税是否合理的问题,而是要关注资金是否真的用到了实处。如投资去向、投资项目、投资区域、投资强度等等。

要将资金使用情况告知公众,主

动接受社会监督,只有过程透明才能确保达到提税增收的真正目的。从目前国际成品油税负水平来看,我国的税负比重虽然不如欧洲国家,但比美国及周边的国家和地区已经高出不少,新增收入更是达到千亿元级别。如此巨大的增收资金,如果不能透明使用,如何让买单者放心?又如何确保不出现征非所用、征而他用,甚至是腐败现象的发生呢。

成品油消费税上调的另一个作用是为了促进节约能源、抑制对能源的过度消费。N·格里高利·曼昆在《经济学原理》一书中讲到了一个例子。他说:如果当地自来水公司将水价提高20%,它会发现水的销售只是略微减少,因为自来水公司是自然垄断企业。

按此原理,中国的成品油销售也

是垄断行业,其运营特征基本相同,对大多数人而言,该开的车还是得开,该加的油还是要加,用上调消费税的办法促进节能减排,显然有些牵强。对此,我们也将拭目以待,希望使用这项巨额资金的单位届时也能拿出让百姓满意的数据。

美国著名政治家、科学家本·福兰克说过:“在这个世界上,除了死亡和税收以外,没有什么事情是确定无疑的。”如果说,纳税是公民应尽的义务,那么,对收税部门来说,这笔税收的使用过程公开、透明,主动接受社会监督也是应尽的义务。

十八届四中全会作出全面推进依法治国的决定就在耳边,我们希望相关部门能将这笔取之于民的税款,真正地用之于民。

市场观察



互联网资本造车能否产生“特斯拉”

■ 利川

时至年末,贾跃亭近日在微博上终于宣布了“SEE计划”,果不其然,乐视即将推出电动汽车。同时,在同步贴出的海报中明确地宣称意在建立“一套完整的汽车互联网生态系统”。如此高调的表态,让人想起小米在年初发布的一则消息,说小米公司将会推出小米电动车。而在更早前,阿里巴巴、华为等已经与传统汽车生产商合作,曲线切入汽车市场。一头一尾,让人对发展电动车充满无限期待。

为激活国内新能源汽车市场,国家相关部委领导不止一次地提出要“放两三条鲑鱼”进来。11月26日,国家发改委还公布了《新建纯电动乘用车生产企业投资项目和生产准入管理的暂行规定(征求意见稿)》(以下简称“《规定》”),拟为纯电动车生产准入条件“松绑”,以进一步推动国内电动车市场的培育和发展。

业界更为关注的是,在电动车准入

以小米、乐视为代表的互联网资本,相比传统车企,它们的思维方式更活跃,假如它们的资本和人才才能进入汽车行业,无疑有助于传统车企的思维创新和管理变革。

门槛逐步放低的政策背景下,国内电动车市场是否会迎来新一轮的制造热潮?

事实上,近几年来汽车行业的“互联网化”趋势,的确给互联网企业带来了新的机会。小米、乐视等企业在互联网方面有优势,相比传统车企它们的思维方式更活跃。这一批非传统汽车企业的资本和人才进入汽车行业,无疑会带来思维方式的转变以及创新动力。

不过,要想单独生产电动车,互联网企业的汽车生产资质缺失首先是一个大问题,毕竟在国内,传统汽车行业还是有自己的一套管理规范。鉴于此,有消息称发改委会特批不多于三张的

电动车生产牌照给现有整车企业以外的非汽车制造商。而其他企业,则只能依靠与传统汽车生产商合作合作的方式进入汽车制造行业。

在国家放开新能源汽车准入的政策背景下,从表面上所有的企业都可以利用这个机会,但这并不意味着,只要有资金和项目创意的企业,就能进入电动汽车行业。毕竟汽车制造对于安全、环保等要求高,对其他企业进入而言还是有一定的门槛。

当然,对于小米、乐视等有意于进入电动车行业的互联网企业来说,关键还是要看是否有足够的心理和技术

准备。毕竟,电动车首先还是归属于传统汽车制造产业,不是简单的电子产品。现在,国内的这一领域,还没有看到IT企业相比传统车企更有优势。

而对于汽车制造商来说,可以借助互联网企业的管理模式和理念,让自己的车型拥有更好的产品使用体验,类似于国际汽车巨头们纷纷与苹果、谷歌这样的科技公司合作。假如传统车企与炙手可热的小米、华为或者乐视合作推出电动车,足以让汽车产业获得巨大的关注,在资本市场同样可以获得不菲的回报。

互联网资本进入,可能是个漫长的相互认知、相互妥协的过程,但有一点可以肯定,传统汽车行业需要这些互联网企业的资本和人员的加入,这是国内汽车产业,尤其是新能源汽车产业发展的一大趋势。至于新加入者是否是乐视、小米并不重要,重要的是新加入者能够带来超前的创新意识,以及更为灵活和积极的创新态度。

(作者系新浪汽车评论员)

“金洲商道” 启示民企解困要义

中国企业联合会驻会副会长尹援平
解读金洲集团企业文化

由中国企联主办的“2014全国企业文化(金洲集团)现场会”,12月13日在湖州举行,金洲集团被授予“全国企业文化示范基地”称号。中国企联驻会副会长尹援平、中国企联常务副理事长于吉等领导为基地揭牌。

金洲集团成立于1981年,是一家主营管道科研制造兼营生态旅游的大型民营企业集团,是中国制造业500强企业、管道行业龙头骨干企业,是中石油、中石化和中海油的优秀供应商。

尹援平说,金洲集团能够取得这样的成绩,一个非常重要的原因,就是一直坚持以企业文化引领和推动企业发展,在经营实践中探索出一套极具文化内涵的“金洲商道”。

尹援平指出,金洲集团在经营过程中,注重把企业发展放到国家经济社会进步、人文自然生态和谐的大局中进行考量,始终把“重责守信、合作共赢、持续发展”作为企业立身之本和经营之道,把“百年金洲、报效祖国”作为最高追求,在企业发展的各个阶段,金洲集团都始终坚持以此来判断企业发展战略和发展目标是否符合企业的长远利益和崇高追求,形成了一种企业、员工、上下游合作者、消费者、社会多方利益共享的友好商业生态,使金洲文化在不断升华中引领支撑企业走出了一条转型新路。金洲集团的这些发展经验,对当前普遍面临经营困难、改革转型任务艰巨的企业,特别是民营企业有着重要的启示意义。

金洲集团董事长俞锦方作了题为“重责守信,合作共赢,持续发展”的主题报告,他用“危机、坚韧、厚道”六个字表达了支撑金洲集团33年持续发展的灵魂和精髓。(企宣)

新《安全生产法》 知识竞赛正式上线

为深入贯彻党的十八届四中全会精神,宣传贯彻新修改的《安全生产法》,加快推进依法治国进程,国家安全监管总局办公厅定于2014年11月—2015年6月开展新《安全生产法》系列知识竞赛活动。

目前,由《中国企业报》承办的“安全发展,企业责任”知识竞赛已全面展开,参赛对象涉及地方各级安全监管监察部门和中央企业和辖区内生产经营单位、下属企业及本单位员工。据主办方透露,将有数万家企业的员工参与竞赛活动。

本次活动通过在线学习、“新安法”巡讲、网上答题等环节,使参赛者充分学习和了解“新安法”的基本精神和亮点,为“新安法”的执行提供知识和舆论基础。参赛者请登陆中国企业网(www.zqcn.com.cn)的“新安全法知识竞赛”进行查询并参与活动。

乡镇长共同探讨 新常态下新型城镇化建设

由中国重点城镇(文化)建设投资指导工作委员会、中华关怀两岸企业联合会、《中国企业报》股份有限公司等单位联合主办的“第九届中国镇长论坛暨新型城镇化推进工作峰会”,于12月19日至21日在广东省东莞市常平镇举行。来自山东、河北、辽宁、浙江、湖北、江苏、江西、陕西、福建、广东、贵州等地的乡镇长代表、农业合作社和涉农企业的负责人等200余人参加了论坛。

本届峰会适逢2014年中央经济工作会议刚刚结束,论坛邀请国务院发展研究中心、国务院参事室、工信部、中国科协、清华大学、北京大学、广东省委党校、山东县域经济研究院等单位的专家教授等做了专题讲座。与会代表围绕经济发展新常态下的农村深化改革、新型城镇化推进、一带一路战略、生态环保等问题进行了热烈讨论和互动交流。

论坛期间举行的新丝路产品和书画展览,使参会代表深受启发和鼓舞。

据了解,中国镇长论坛自2005年至今,已连续成功举办九届。2015年是中国镇长论坛举办十周年,论坛负责人向记者透露,他们明年将与中央电视台发现之旅频道“新丝路”栏目组、国家发改委有关部门,举办一系列有关乡镇经济发展、文化建设和新型城镇化推进等活动,为全国的乡镇和企业提供更多的服务。

国内首个土地流转服务平台在京发布

由国内首个土地流转综合信息服务机构土流网主办的“创新型土地流转服务体系推介会”,12月14日在北京人民大会堂重庆厅举行。

本次推介会受到农业部、湖南省农村工作部、湖南省农经局、长沙市政府、永州新田农经局、岳阳县农经局、汉寿县农经局等相关单位的大力支持。会议内容主要包括土地流转政策解读、湖南省农经局和土流网共建免费土地流转服务体系发布、土流网新品发布、宣布引入盛大资本5000万投资、启动土流网土地流转指数数等。