



星期二 今日二十四版
周二出版 邮发代号: 1-128
国内统一刊号: CN11-0029
京海工商广字第8251号
零售价: 6.00元
全年定价: 288元

中国企业联合会 主管
中国企业联合会 中国企业家协会 主办
网址: epaper.zqcn.com.cn

■本报赠阅全国人大、全国政协、中央国家机关、国资委系统、世界500强、中国500强、中国企联会员企业 ■新闻热线: 010-68735736 ■新闻监察: 010-68485798 ■广告热线: 010-68701052 ■发行热线: 010-68701057

千亿去产能奖补方案遭质疑

5月18日,财政部印发了《工业企业结构调整专项奖补资金管理办法》,安排1000亿元专项奖补资金支持化解过剩产能。至此,有关钢铁、煤炭去产能8个专项配套政策文件全部印发,为正式拉开去产能攻坚战做足了准备。而这1000亿元专项奖补资金在让相关企业无限憧憬的同时,也有业内人士对奖补方案产生了质疑。

有专家认为,让企业过度依赖政府,有违市场法则,化解过剩产能最有效的途径仍是依靠市场。业内人士指出,以奖补形式去产能是一种治标不治本的措施。虽然奖补有一定的作用,但也有副作用。做好政府工作,通过完善社会保障制度等措施,保证企业在破产时不会产生社会问题,才是最重要的。

(相关报道详见第二版)



转型语境下的央企管理变革

(相关报道详见G02版)

■重磅 ■跨境电商新政暂缓一年
企业借机加快调整

实施仅仅一个多月的跨境电商新政宣布暂缓一年,让众多跨境电商企业暂时松了一口气。多家跨境电商企业表示,会充分利用这一年时间,调整公司产品加快转型步伐,更好地应对一年后的政策调整。同时也希望尽快出台相关细则。

3版

■谈判药价
药企或可“以量补价”

长期以来,以专利药、进口药等技术优势为基础占据市场的企业很多。而随着谈判机制的建立,这些企业的营利优势将不复存在。朝夕之间,药价如此大幅下降将如何实现?企业如何消化因价格下降而增加的难营利问题?

9版

■人文 ■企业博物馆:
诠释企业家的坚守与情怀



2016年5月18日,在世界迎来“第40个国际博物馆日”之际,企业博物馆,其内涵与外延的结合都达到了历史新高。这使得中国企业家在羡慕德国“工匠精神”文化积淀的同时,也可以细致地从每一个历史背景中,寻找到自己的文化未来。

19版

■环保 ■环保产业园
为苏南持久发展输入耐力

近期,虽然“环保风暴”席卷河北,但《中国企业家》记者通过对苏南产业园区的走访调查发现,包括苏州、宜兴、常州的环保产业园,不但不受“风暴”影响,环保园区还继续保持自己的优势。

11版

■消费电子 ■松下第二个百年
要靠全球化团队的经营智慧

松下电器产业株式会社社长津贺一宏不仅公开表达对于中国经济强劲发展的信心,更对中国消费群体的品质升级非常关注。同时首次透露将下调经营目标,上调利润目标,将经营利润底线由5%提高至6%。

13版



P5



G01-G04

紫竹评论

科学家成“网红”的经济前景信号

■丁是钉

一提到“网红”这个词,人们首先想到的是芙蓉姐姐、奶茶妹妹、papi酱等,总之都是一些靠颜值、靠财富、靠包装炒作出名的人。所以,当“三无”副教授韩春雨因为一项发明被刷爆朋友圈的时候,反映出民众的价值取向已经发生了微妙的变化,科学和科学家正在重新成为力量的象征,被民众所关注和推崇。

作为河北科技大学的一名副教授,韩春雨既没有显赫的学术头衔,也没有名牌院校的优越条件,更没有海外留学的背景,无论从哪个角度讲,他都不具备成为“网红”的几大典型要素。他的团队所发明的基因编辑技术NgAgo-gDNA,对于普通民众来说,更是生僻冷漠的学术名词。尽管这一成果足以挑战最前沿的基因编辑技术CRISPR-Cas9,但那是学术界的事,完全不可能成为民间的热门话题。

在前两年,网络媒体一直都是“网红”重要的推手,很多“网红”的出现都有着明显的包装炒作的痕迹。这一次,韩春雨成为“网红”,更多是由于微信自媒体的推动。每一个点击、转发的人,都是出于自己的情愿,而不是出于商业目的。因而,能够更加真实和客观地反映出民众心理及价值取向。

诺贝尔奖情结是韩春雨成为“网红”的引爆点。基因技术是目前获得诺贝尔奖最热门的领域,韩春雨的研究成果能够在国际顶级期刊《自然·生物技术》在线发表,很自然引发了民众对于中国科学家获得诺贝尔奖的猜想。对于经济总量(GDP)已经达到世界第二的中国来说,科技发明和创造带给民众的荣誉感、尊严感更高,民众不喜欢中国被看做是“土财主”,更希望能够通过科技成果体现大国实力。

韩春雨地位和成就的反差是引发民众点赞的关键点。韩春雨一年的科研经费只有3万元,后来经费超支,他还欠下了30万元。他的经历比一夜暴富的传奇更励志,更符合民众的价值取向,更能够给草根阶层以鼓舞和信心。

改变企业发展路径是全社会的共识点和期望点。伴随着小米业绩的触顶回落,曾经喧嚣一时的“互联网思维”遭到越来越多的质疑。与之相反,靠着厚积薄发的科技创新,华为的道路越走越宽,底气和实力越来越足。这样鲜明的对比,让几乎所有人意识到,只有科技创新才是中国企业的根本出路。在当前经济和企业出现困境的情况下,民众更希望能够寻找一种改变和突破的力量,科学家理所当然成为他们寄予厚望的英雄。

现在距上一轮科学家成为“红人”已经过去30多年。刚刚恢复高考后的中国,到处传播着华罗庚、陈景润的故事。“学好数理化,走遍天下都不怕”的口号被当做成真理,深入到当代年轻人的心中。他们都把科学家当成榜样,都希望通过学习科学改变自己和国家的命运。整个中国到处勃发青春的激情和力量。

不知何时,科学和科学家受到了冷落。那个曾经激动人心的口号,换成了“学好数理化,不如有个好爸爸”。一些人开始陷入到对财富无休止的追逐中,人们在仇富的同时,千方百计地想把自己变成富豪。芙蓉姐姐、凤姐、郭美美等“网红”,反映出这一时期人们心态的变化。

“三无”科学家屠呦呦获得诺贝尔奖,是科学家在中国重新成为“网红”标志性事件。此后,引力波引爆了中国新一轮科学热潮。2016年4月12日,世界著名物理学家斯蒂芬·霍金开通了新浪微博,迅速引起中国网友的关注,3个小时吸粉80万。说到“国产”的科学家“网红”,当数现任中山大学天文与科学空间研究院院长李森。作为一个文艺小清新的科普达人,他在微博上拥有24万粉丝,现在也开通了微信公众号。

科学家成为“网红”是一种经济现象,也是一种社会现象。人们开始寻找新的精神支点,同时寻求一种转型与突破的力量,没有什么能比科学和科学家更能代表人们的共识。

科学家“网红”不是被包装和炒作出来的,而是民众自我选择的结果,代表一种群体性的力量。根据百度知道大数据显示,在关注“网红”的人群中,25岁以下的年轻人占到86%以上。年轻人关注什么、崇尚什么,就意味着什么会成为一种潮流和趋势,并会对未来的社会生态和主流价值观产生重要的影响。仅此一点,我们就可以对中国经济的未来作出更加乐观的判断。

中国企业的未来在哪里?中国经济的前景在哪里?科学家成为“网红”这个现象已经发出了明确的信号。读懂这个预言的企业家们,断然不会走偏。