

《优秀作品选》编辑委员会●主编

2004年-2006年

优秀作品选

优秀作品选

经济日报报业集团直属报刊社

《优秀作品选》编辑委员会◎主编

SELECTIONS 2004年~2006年

经济日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

经济日报报业集团直属报刊社优秀作品选(2004~2006) /
《优秀作品选》编辑委员会主编.北京:经济日报出版社,2008.2
ISBN 978-7-80180-837-0

I.经… II.优… III.新闻—作品集—中国—当代

IV.I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 014628 号

经济日报报业集团直属报刊社优秀作品选 (2004~2006)

主 编	《优秀作品选》编辑委员会
责任编辑	肖小琴
责任校对	王 瑛
出版发行	经济日报出版社
地 址	北京市宣武区白纸坊东街 2 号 (邮政编码:100054)
电 话	010-63567690 63567691 (编辑部) 63567683 (发行部)
网 址	www.edpbook.com.cn
E - mail	jrb58@sina.com
经 销	全国新华书店
印 刷	三河市新世纪印务有限公司
开 本	787×1092mm 1/16
印 张	20
字 数	350 千字
版 次	2008 年 3 月第一版
印 次	2008 年 3 月第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-80180-837-0
定 价	40.00 元

版权所有 盗印必究 印装有误 负责调换

改革与发展的真实见证

(代序言)

《经济日报报业集团直属报刊社优秀作品选(2004~2006)》与读者见面了。

直属报刊社优秀作品选的出版,在经济日报报业集团历史上还是第一次,作品选中所表达和反映的内容,是几年来我们国家在经济、政治、文化、社会建设各方面又好又快发展的一个展示,也是改革与发展的真实见证。作品选还集中展示了在集团编委会的正确领导和关心下,各直属报刊社在宣传报道和坚持正确的舆论导向方面所做的积极贡献。同时,也展现了集团直属报刊社几年来业务水平不断提高,优秀、年轻采编队伍茁壮成长的历程。

为了进一步落实党对新闻工作者“三贴近”的要求,促进集团各直属报刊社之间的相互学习交流,不断提高新闻作品出版的质量,努力培养出一支政治强、业务精、纪律严、作风正的新闻出版队伍,推进报业集团新闻出版事业健康、和谐地发展,经集团编委会批准,直属单位经营与出版管理部于2005年以来,每年举办一届“经济日报报业集团直属报刊出版社年度优秀新闻作品和优秀图书评选活动”,这一活动得到了各直属报刊出版社的大力配合与支持。到2007年,优秀新闻作品和优秀图书评选活动已成功举办了三届。

在三届优秀新闻作品和优秀图书评选活动中,我们始终本着严把舆论导向、树立品牌、打造精品、提高质量的理念,在调研听取各方面意见的基础上不断改进工作,取得了不少经验,对评选优秀作品获奖的数量和等级进行了调整 and 精简。2004年度优秀作品获奖总数为147个,占整个参评作品的59.5%;2005年度获奖总数100个,约占参评作品的48%;2006年度获奖总数80个,约占参评作品的45.5%。优秀作品评选活动已成为各直属报刊出版社增强精品意识、人人争当名编辑名记者、互相学习交流、促进和谐和增强凝聚力的平台。

令我们备受鼓舞和深感兴奋的是,在本书的汇编过程中,迎来了党的十七大的胜利召开,而我们汇编本书的工作,也是在党的十七大精神的鼓舞下完成的,所以可以说,读者看到的这本书,也正是我们认真学习贯彻党的十七大精神的一个具体体现。

我们还衷心祝愿和热切盼望,在党的十七大精神指引和鼓舞下,经济日报报业集团在今后的宣传报道中,继续有大量优秀作品不断涌现,不断有新的优秀作

品集和读者朋友见面。

需要说明的是,由于受篇幅所限,优秀作品中的系列报道,有些较长的报道,我们做了相应的调整。还有,由于我们水平和能力有限,编排过程当中一定还有许多不周和不当之处,敬请大家谅解。最后,还特别需要指出的是,在三届优秀新闻作品和优秀图书评选活动,以及这次汇集成书的过程中,我们分别得到了中国服饰报社、中国企业家杂志社、经济杂志社、中国经济信息杂志社和经济日报出版社等单位的支持与帮助,在这里一并表示衷心的感谢。

《优秀作品选》编辑委员会

2007年12月

目 录

改革与发展的真实见证(代序言)

一等奖作品

“公司+农户”也需要创新	黄 慧	中国花卉报 / 2
坚定不移地实施“走出去”战略	徐彦泓	中国建材报 / 3
楚弓楚得	马方业	证券日报 / 4
保持饥饿,保持愚蠢	刘东华	中国企业家杂志 / 5
失语一代的痛苦	牛文文	中国企业家杂志 / 6
中部崛起当自强	高国辉	中国经济信息杂志 / 8
莫让“遗产”成“遗憾” ——关注中国世界遗产保护	刘伊玲	中国经济信息杂志 / 9
杜鹃红山茶濒临绝种	郭云龙	中国花卉报 / 12
恶意低价出口企业将上“黑名单”	芦 茵	服装时报 / 13
今春绿化月季主产地频唱“空城计”	李 欣	中国花卉报 / 14
从历史泥沼中拔出脚来	周 阳	经济杂志 / 16
童装:到了该时尚的时候	王 冰	中国纺织报 / 20
“8 亿件衬衫”招谁了? ——“特保”对中国服装企业影响有多大	梁若韫	赵艳梅 中国服饰报 / 22
凝石“热”带来的“冷”思考	董 波	中国建材报 / 27
“仙城”风波 ——关于广西武宣县大上立窑项目的调查	王庆功	张绍武 中国建材报 / 30
石家庄周边农村谈“牛”色变	徐 楠	中国县域经济报 / 34
东航危机调查	王志强	杨 婧 编辑房毅 中国企业家杂志 / 36
奶源危境 拷问三方责任	宋弈青	中国经济信息杂志 / 45

艺术·生命

- 吴冠中访谈 张公者 中国书画杂志 / 49
- 在传承中弘扬
- 中日关于传统书画与民间书法的对话 ... 王岳川 中国书画杂志 / 54
- 愤怒的纸媒 刘建辉 经济杂志 / 59
- 中国首富出自零售业说明了什么? 刘建辉 经济杂志 / 65
- 油价改革前传 郑 敏 刘淑菊 中国石油石化杂志 / 70
- 决胜半拍
- 海外针织行业突破微利 张家洲 中国纺织报 / 76
- 2006 中国服饰产业集群“掠影” 赵媛媛 中国服饰报 / 80
- 中国名牌事业正“风来帆满时”
- 访中国名牌战略推进委员会秘书长于献忠
- 苏 兰 闫 静 名牌时报 / 90
- “十一五”“定盘星”向哪偏 王素清 中国经济信息杂志 / 94

二等奖作品

- 王国栋们不该贫穷 宋 波 中国花卉报 / 98
- 继续仗剑在市场江湖 王 冰 中国纺织报 / 99
- 人民币升值影响纺织几何? 徐 峰 中国纺织报 / 101
- 这样的导向有问题 张立君 中国建材报 / 103
- 不能以“建设”代替“改革” 乌裕尔 中国县域经济报 / 104
- 卖官与卖粮 乌裕尔 中国县域经济报 / 106
- 一场缺乏对手的较量 王庆功 中国建材报 / 107
- 深发展信息披露透三大疑团 秦 炜 证券日报 / 109
- 解读山谷书法 黄 君 中国书画杂志 / 111
- 不该被忽略的病因 廖海青 经济杂志 / 116
- 客观清醒看待苗木低潮 宋 波 中国花卉报 / 120
- 解构 2005: 华彩背后的纷扰与喧嚣 赵 敏 中国服饰报 / 122
- 警惕! 服装品牌重蹈“欧典现象” 李国栋 服装时报 / 130
- 时报视线里的时装周 袁 环 服装时报 / 133
- 绿色名牌评价体系呼之欲出 苏 兰 名牌时报 / 137
- 亚信迷局 尹 生 编辑申音 中国企业家杂志 / 139
- 爱“拼”才会赢 姜 静 装饰装修杂志 / 147

傅成玉：“失败”的赢家	尤 放 吕宏声 中国石油石化杂志 / 148
对北京 1050 名城市中小学生的调查	赵 亮 张春媛 中国县域经济报 / 151
辉煌历历在目：股改成为股市转折的突破口	侯捷宁 证券日报 / 156

三等奖作品

创新，再创新

——从法兰克福高技术纺织品展看行业发展趋势

.....	席 萍 中国纺织报 / 160
不平凡的变革时代	张 亮 证券日报 / 163
潜规则！钱规则？	刘伊玲 中国经济信息杂志 / 165
感谢春天	姜 静 装饰装修杂志 / 167
11 个外籍建筑设计事务所在中国	姚 京 装饰装修杂志 / 168
中美纺织品贸易争端悬而未决	胡晓玉 中国纺织报 / 170
70 分及格该给商品售后服务打几分	邹 征 中国服饰报 / 172
谁是时尚之主？	赵 敏 中国服饰报 / 174
新墙材示范农舍冬暖夏凉真舒服	刘荣慧 中国建材报 / 175
杭州立窑生产线全部关停	董 波 中国建材报 / 177
“晒被子”表孝心	杨秀峰 中国县域经济报 / 178
“投资威胁论”是个伪命题	蔡志元 中国经济信息杂志 / 179
第十年的特刊热效应	刘 蛟 中国纺织报 / 181
2006 谁是配饰产业“弄潮人”（上）	赵 敏 中国服饰报 / 183
2006 谁是配饰产业“弄潮人”（下）	赵 敏 中国服饰报 / 191
这个世界上，没有夕阳产业只有夕阳思维	同黎娜 王庆坤 中国服饰报 / 196
论坛十年 思想风行产业间	同黎娜 中国服饰报 / 209
满目青山绿意浓	李 一 中国建材报 / 216
看谁先驶向京沪高铁	王庆功 中国建材报 / 220
青石板上创高产 当代愚公续新篇	曹 霞 中国县域经济报 / 225
感叹半个世纪的变迁	曹 霞 中国县域经济报 / 227
——一个沙石峪人的生活年历	曹 霞 中国县域经济报 / 228
采访札记：沙石峪明天如何发展？	曹 霞 中国县域经济报 / 229
QFII 告诉我们什么？	赵学毅 证券日报 / 229
中国文化遗产亟待保护	周颖一 名牌时报 / 232

- 老字号国际化道路该怎么走 张 燕 名牌时报 / 235
- 陈志武:麦田守望者 丁 伟 中国企业家杂志 / 237
- 同济 一所大学和它的汽车梦
..... 刘 涛 编辑申音 中国企业家杂志 / 241
- 外资基金 改变中国地产基因
..... 王 琦 编辑申音 中国企业家杂志 / 250
- 什刹海:鱼和熊掌可否兼得 孙丽云 中国经济信息杂志 / 257
- 特许加盟:馅饼还是陷阱? 宋 辰 中国经济信息杂志 / 260
- 当代篆刻名家谈篆刻艺术市场 韩天衡 王 鏞 中国书画杂志 / 264
- 以书焕采
——欧阳中石访谈 张公者 中国书画杂志 / 274
- 沃尔玛在华建工会的示范效应 张卫华 经济杂志 / 280
- 栽培变革步伐加快 郭云龙 中国华商报 / 284
- 2006 中国服装产业考量 梁若韞 中国服饰报 / 285
- 实践反思催生“三关爱”理念 武文杰 中国县域经济报 / 288
- 他们为啥“栽”了? 王小伟 名牌时报 / 292

获奖图书书评

- 把璞玉《中层经理如何当》打磨成和氏璧
——《中层经理如何当》书评 门 睿 经济日报出版社 / 294
- 16 位国家级医学权威的倾情奉献
——《健康顾问》编辑手记 虹 露 钱大川 经济日报出版社 / 295
- 我们为什么要读历史
——《张学良全传》书评 钱大川 经济日报出版社 / 296
- 他山之石 可以攻玉
——《原凯恩斯主义经济学暨现代外国经济学大系》书评
..... 胡子清 经济日报出版社 / 297
- 我为什么组编《搜索百度李彦宏》
——《搜索百度李彦宏》书评 门 睿 经济日报出版社 / 299
- 不朽的文明和智慧
——《古代玉器真伪鉴别与价值评估》书评
..... 雷 伟 经济日报出版社 / 300

锯掉门槛,把经济学还给大众

——《推开宏观之窗》书评 钱大川 经济日报出版社 / 302

老百姓最时尚

——《劳心者定律》书评 钱大川 经济日报出版社 / 303

做一个精明的买房人

——《买房不上当》书评 朱建红 中国建材工业出版社 / 304

复合化是建筑材料发展的必由之路

——《新型纤维增强水泥基复合材料》书评
..... 马学春 中国建材工业出版社 / 305

自己装修,自己做主

——《装修不上当》书评 朱建红 中国建材工业出版社 / 307

装饰装修行业新指南

——《装饰装修工程概预算和报价》书评
..... 曾 怡 中国建材工业出版社 / 308

全面系统 特色明显

——《房地产经纪实务手册》书评
..... 佟令玫 中国建材工业出版社 / 309

经济日报报业集团直属报刊社

优秀
作品
选

SELECTIONS 2004年~2006年

一
等
奖
作
品

“公司 + 农户”也需要创新

作为一种有效模式,20年前“公司+农户”就在国内兴起,曾经在农户和市场之间架起了一座桥梁。实践证明,“公司+农户”模式在一定程度上降低了农民闯市场的风险,为农民带来了一定的收入。这种经营模式近年来在花卉业中被广为采纳,对花卉产业化起到了积极的推动作用。但近来笔者在云南却同时听到了两种不同的声音:公司不履约,甚至坑害农户;农户不守信,随意践踏合同。不由得引起笔者对“公司+农户”这一模式的思考。

“公司+农户”模式依靠龙头企业的带动作用,将千家万户的小农业生产引入了大市场,但这种相对松散的关系,并未从根本上解决小生产与大市场的内在矛盾。公司的作用应该是一座“桥”,一头连着市场,一头牵着农户。公司将农户组织起来,形成了规模优势,充分利用他们得到的供求信息,与农户一起获得利润。在一般情况下这是很经济的。但由于市场的不规范,当一个企业能获得超额利润时,可能让利于民;当只能获得社会平均利润时,可能会分一点利给农民;当得不到平均利润时,可能不给农民任何利益;当企业面临危险时,甚至可能会把风险转嫁给农民。

处于弱势地位的农民,易成为受害者。但也有一些农民不守信用,私自毁约,损害公司利益。当市场价格高于公司协议中的收购价时,农民在眼前利益的驱使下会“谁价高,我就卖给谁”,协议便成了一纸空文。一些业内人士在与笔者聊及此事时说:“这是由于两者存在着集团与个人利益追求方式和目的的差距,前者是以规模求效益,靠诚信争市场,后者则要的是眼前利益,致使这种联合形式存在不稳定性。”

农业产业化经营在很大程度上取决于利益分配机制是否合理。著名经济学家厉以宁曾经提出,我国农业还要分为三个阶段发展“公司+农户”的产业模式。按厉以宁的说法,现阶段我国大多数“公司+农户”的模式还处在初始阶段,现在应该做的就是逐步建立和完善企业与农户之间的利益机制,让企业与农户真正做到“利益共享、风险共担”。

虽然“公司+农户”模式有着这样或那样的不足,但在现阶段依然发挥着巨大作用,是农民增收的重要手段。在此,笔者想强调的是,国内外市场变化日新月异,只有不断创新才能使“公司+农户”模式越行越稳。

(黄 慧 中国花卉报 2004 年)

坚定不移地实施“走出去”战略

中国建材集团合肥水泥研究设计院的项目建设人员凭借勇气与智慧,为中国建材行业企业坚持走国际化之路、实施“走出去”战略宏图,绘出了最悲壮、最豪迈的一笔。

近年来,我国建材行业坚持产业结构优化升级,水泥制造业技术水平和市场影响力不断提高。针对经济全球化进程与国际水泥制造业市场发展情况,我国具有雄厚技术实力的建材企业开始走出国门,实施开拓和发展海外业务的“走出去”战略。我国建材企业充分利用自身具有比较优势的生产要素,力图并正逐步开拓国际业务,使我国进入全球产业链布局,实现我国的产业、产品、市场与国际市场对接,成为经济全球化的参与者,增强了行业 and 企业的国际竞争力,在国际市场竞争中取得了骄人的成就。

虽然不是一路坦途,但是走国际化之路,实施“走出去”的战略宏图,是我国建材行业企业发展的一条金光大道。开拓更广阔的国际市场,在国际合作中实现互利共赢,我国建材企业才能谋求更大的发展,这是任何艰难险阻也阻挡不了的。

我们欣喜地看到,在中巴两国政府的关心和爱护下,合肥水泥研究设计院已经坚定国际化步伐,已签订各项海外工程总承包合同累计达7亿多美元。正如我国外交部长李肇星所说,具有5000年悠久历史的中华民族,要在维护世界和平中发展自己,又以自身发展促进世界和平,要走一条既勇于参与国际和平竞争又坚持广泛合作的道路。

可以相信,中国建材集团合肥水泥研究设计院和我国其他实施“走出去”战略的建材企业,都将拥有更美好的明天。

(徐彦泓 中国建材报2006年)

楚弓楚得

史蒂芬·罗奇,摩根士丹利全球首席经济学家,更是一位能影响华尔街经济分析师们对中国看法的重量级人物。近来他接连发表了《假如中国变冷》等两篇忧虑中国经济走势看法的文章。对中国经济忧虑的看法于是开始在学界弥漫开来。

我们暂且不管假如中国变冷,世界将会怎样。不过,这也给了我一点启发:假如将“中国”两字改为“股市”,我们将会怎样?

目前的中国证券市场,股权分置改革试点的话题,可以说最热门,最焦点。在首批四家公司基本成功试点的基础上,以宝钢股份、长江电力领衔的第二批试点公司一下就冒出来了42家,其规模之大,代表性之强,花样之多,很是出乎大家意料。正是有了首批的成功,才有了第二批试点公司名单出来后股市的“涨”声四起;相反,当次日个别公司较差的对价方案在市场广为流传时,蓝筹大象们带领大盘迅速走低,以致为了保持股权分置改革的稳步前行,有媒体甚至大声疾呼,对价方案,千万千万不要偏离了以保护投资者尤其是公众投资者合法权益为核心的“国九条”。

谈到对价,还是让我重复一下“楚弓楚得”的故事吧。它说的是,楚王在云梦狩猎,把弓给丢了。随从说要找回来,楚王却说,“止。楚王遗弓,楚人得之,又何求乎?”透过这个古典小故事,我们看到了古人“不争利”这一政治智慧的伟大一面。

就首批试点公司三一重工的情况看,通过两类股东的博弈,非流通股股东在原有基础上向流通股股东再让利300万股,多少还是让大家感觉出一点“楚弓楚得”的味道来。然而,作为第二批试点的领衔股和大盘的重要权重股,长江电力送给出的“礼物”却是拟10送1股派2份权证,而宝钢股份则是拟10送1股派2份认购权证和5份认沽权证。尽管这只是讨论版,但近几天市场的再度疲软已经表明,公众投资者显然不太满意,也不想买帐。

所以说,如果在对价过程中没有透出“楚弓楚得”之味,不能显出“国九条”的精髓来,那么,对一个健康股市忧虑的“熊气”或“空气”,同样会象忧虑中国经济走势那样弥漫开来,股市再次变冷也是顺藤摸出的瓜。本来的多赢就会变为共输。庆幸的是,目前的试点公司正在紧锣密鼓地与投资者沟通着。但愿“楚弓楚得”成为两类股东心通的桥!

(马方业 证券日报 2005 年)

保持饥饿,保持愚蠢

搁笔一年多,本想借《中国企业家》创刊20周年认真写点什么的。

尤其是去年以来,个别“蜘蛛侠”模样的人大显神通,在万众呼应之下,三拳两脚砸烂了我们国家20多年好不容易形成的某些改革的共识、发展的共识,尤其是砸烂了我们这个社会有关企业家精神、企业家价值的共识,我深感愤怒,几次忍不住想跳将出来大声说话。因为在我看来,社会进步需要动力,动力源于某些重要的共识。真正了解企业家的人们知道,负重前行的企业家们有时就像带着一群孩子赶路的母亲,当不小心碰上流氓或恶狼的时候,她们一般都会选择小心翼翼地避开,而不是冒着牺牲孩子的危险与对方正面作战。那么,这个时候我们应该做些什么?

我们的确做了一些事情,做了一些应该做、必须做的事情。但是从某些“母亲”略显失望或伤心的眼神里,我们意识到自己做得还不够多、不够好,做得还不够像我们自己。从某种意义上说,这也是《中国企业家》杂志为什么要下这么大力气做这本专刊的原因之一。我们想通过回看《中国企业家》杂志的20年,尤其是二次创业以来的近十年,管窥一下中国的企业、中国的企业家在我国经济发展、市场繁荣、社会进步、国家富强的过程中,在中国20多年的改革开放和中华民族的伟大复兴中到底扮演了什么角色、发挥了什么作用;同时也想印证一下,我们喊了近十年的“国力的较量在于企业,企业的较量在于企业家”、“只有造就强大的企业,才能造就强大的中国”、“真正的企业家都是自愿为社会驱使的驴子”、“企业家值得而且应该成为全社会最受尊敬的人”等一系列理念和宗旨是否经得起时间的磨损,是否经得起历史的检验。

我知道我已不需要在这里写太多的文字了。倒是我们的前记者丁伟,在他冷静史笔的最后部分再次深深触动了我,使我不得不在这里作出回应:《中国企业家》这棵人参离真正的成熟还很远很远,因为我们“还没有开始呢”,因为我们依然很“饥饿”,依然是“愚蠢”,而且我们愿意把这种状态一直保持下去。要说我那句“人参已经快熟了”的真意,在于经过20年的成长、十年的二次创业,我们的团队可以骄傲地宣称:《中国企业家》的确是一棵“人参”,她已经开始真正具有“人参”的某种宝贵价值了!

百年老参,千年老参?这是我们的梦想,也是我们的责任和使命。

(刘东华 中国企业家杂志2005年)

失语一代的痛苦

当一个台湾出生、香港执教的明星教授戏剧性地高调挑起争论时,我们才发现我们社会过去 20 年赖以发展的共识,原来是这么脆弱。

一场重要的争论正以奇怪的方式在进行,学者和大众深深卷入,而争论涉及到的两个主角却一直保持着缄默。

这场争论,关系到两个 20 年没有公开争论过的大问题:一是国有经济的民间化问题,也即所谓“国退民进”或国有企业产权改革;二是创业型企业家的“定价”问题,是“保姆”还是“之父”?这无疑是一场重大的争论。

这种道德化了的一边倒的公众舆论压力,在上个世纪 60 年代曾很盛行;改革开放后只有在涉及日本、台湾、股市等高度情绪化话题才会偶然出现。

国有经济的战略调整以及企业家精神的张扬,是 20 年来中国经济在全球崛起的不二法门。在过去 20 年间,尤其是小平南方视察以后的十几年,这一点从来没有引起大的公开的争论,也几乎成为中国政府、社会公众、企业家的共识。现在,当一个台湾出生、香港执教的明星教授突然戏剧性地高调挑起争论时,我们才发现我们社会过去 20 年赖以发展的共识,原来是这么脆弱。

为什么两个主角——政府和企业家都不说话?郎教授的两个质疑,又只有政府才能回答:中国的国有经济战略调整是对是错应不应该进行?作为大股东的政府怎么给企业家定价?矛头是指向了企业家(民营企业家和混合所有制企业的创业型企业家),但其实有决定权的,是政府。能够对这两点质疑作出回答的,也只有政府。20 年来,政府和企业家,实际上形成了一种“发展同盟”。政府把资源向企业家集中,企业家得到一个中国过去前所未有的机遇发挥自己的企业家天赋。二者合力,企业、经济搞上去了,企业家得到了中国社会以前不可能给商人的社会荣誉,政府作为股东获得税利作为社会管理者创造了就业,皆大欢喜。这种关系,表面看起来,与西方经济中股东与企业经理人的关系没有什么两样,所以才有“保姆”说。

但是,这种同盟潜伏着一个极大的隐忧:海尔、TCL、春兰,这样的企业在创办时,政府和企业家并没有像西方惯常的那样签定一个明确的协议。也许是双方当时都没有现在这样清晰的权利意识,也许当时根本没有那样的政策环境与手段,也许是双方都没有预料到企业后来能做那么大。现在企业做大了,企业家快退休了,整个社会的权利(产权)意识强化了,问题陡然出现:怎么给企业家定价?

即使没有这场争论,问题也存在,也会解决。实际上,有的地方政府已经“不争论”地创造性地解决了这个难题。TCL 和联想是典范:政府利用企业上市的机会,在给企业定价的同时也给企业家们定了价,无论名义是管理层或团队或员工或工会,股权比例大概都在 15% 左右——这也是现在在中国从头创办一个新企业时投资人给管理层安排股权的普遍“行情”。

创始人在全世界的企业界,都是共同现象。西方很多大企业现在的名字中,还含有创始人的名字,比如 HP、高盛、丰田等等。《中国企业家》一直在大力提倡中国的“企业创始人”文化,曾经推出过《中国企业创始人价值评估》等报道。

这一代企业家是中国艰难崛起岁月的英雄。他们提供了我们最初温饱生活的所有的生活用品,但是,他们在自己的股权回报上是“失语的一代”。在他们之后创办的企业,拜他们所赐,几乎不再存在股权“说不清”的问题。年近退休,他们这样的人将成为消失的一代。

但历史将记住中国这个快速小康国度的失语与无情。而郎教授等的外来者由于没有和我们一起走过那段艰苦岁月,是不会因此感到任何内疚的。

(牛文文 中国企业家杂志 2004 年)