



《中国周刊》  
2012年6月刊



《中国经济周刊》  
2012年第24期



《南方人物周刊》  
2012年第20期

## 食品危机下个体只能自救,这是社会的耻辱

在普遍的食品安全风险阴影下,生活在大都市的数量众多的民众,为保卫自己的餐桌,开始效仿孤岛英雄鲁滨逊,自己设法解决餐桌上的问题。

新时尚显示的,既有都市居民的安全意识,自我保护意识,也有他们的经济和社会资源的调配控制能力。同时,潜意识中,这还是一种高级生活品质的体现。

文学家们总是喜欢给那些脱离常规的生活方式涂抹一层玫瑰亮色,给人们以希望。但世上并没有乌托邦。即便是孤岛上心无旁骛的鲁滨逊,也是直到第四个年头,才吃上了自己种植的大麦。在解决饭碗的安全问题上,无论是

个体的租地自救,还是机构的集体专供,都是个案特例,不具有延展性,也不可持续。

说到底,各式各样的孤岛式生产的专供特供,不过是对当事人的一种心理安慰。它不仅解决不了食品安全的问题,反而加剧了对社会分工的破坏,扩大了社会成员身份地位的差异感,可能加大社会对立情绪,最终付出的社会成本更大。

食品安全危机出现之后,个体只能通过自救的方式来解决,这是一个社会的耻辱。社会之耻,终究需要社会通过司法、行政和道德的重建等手段来解决。

## 离开中低端消费品,中国的产业几乎没有优势可言

当中国某些人偏激地认为,传统产业没希望,需要结构调整的时候,传统制造业却悄悄开始在美国南部聚集。

据媒体报道,美国南卡罗来纳州格林维尔市市长正像中国地方政府官员一样,拼命地吸引投资。格林维尔只是美国制造业现状的一个缩影。未来数年越来越多的制造商将考虑把生产基地搬回美国,这主要由于新兴市场国家劳工成本以及国际物流成本上升。

在美国南部,工人每小时工资接近20美元,而中国只有3.1美元。这样的劳动力价格差距是不是会阻止制造业企业从中国回流美国?美国波士顿咨询集团的研究给出了否定的答案。该机构发表报告称:随着中国工厂工资成本每

年升幅达15%至20%,中美两国的制造业人工成本差距将由目前55%水平下降至39%。再加上运输成本、供应链风险等因素,部分产品在中国生产成本未来5年将与美国持平,甚至美国更便宜。

我们必须学会面对现实,中国的经济基础是制造业,制造业滑坡是对中国经济最大的威胁。我们需要转变经济增长方式,需要调整经济结构,但绝不能把产业分成优劣,而我们往往把人类生存必需的中低端消费品产生视为落后,这是大错特错。离开了中低端消费品,中国的产业几乎没有优势可言。

倒掉洗澡水,但不要把洗澡的孩子也一起倒掉。

## 为你自己争自由,就是为国家争自由

北师大文学院教授张柠评价中国高考作文时称:“学生进入大学后,我们的第一项工作,就是让他们忘掉高考作文的写法,从零开始,重新对自己的生活经验和人生思考进行阐释和表达。”

在今年青年领袖专刊的开篇谈高考作文这样一个话题,是因为我们发现榜单上的入选者,从个人经历来看,多经历过生活的重大转折,或者对价值观隐忍地坚持。

比如作家阿乙的违抗父命,弃警从文,再如孙春龙从传媒人向公益人身份的转变,又如演员赵涛对人文电影的坚持……许多入选者在面对“同龄人最大问题是什么”这一问时,给出了“失去自我”、“浮躁”、“急功近利”、“老得很

快,暮气”这样的答案。

正是思考力和独立精神,决定了生活与工作的境界,和我们内心对自身的认可度。这种境界和自我认同,与财富或权力等外在指标无关。

毫无疑问,这种独立思考的能力,在一个尊重个性与人权的环境里,更可能是一种普遍的国民精神气象,而在一个压抑的环境里,则更可能是少数倔强者专利,由此,也决定了一个国家和社会整体的创造力与活力。

“你就像走在大雨中。所有的东西都在试图绑架你,让你成为它的囚徒,听它的话。自立是这个时代最宝贵的品质之一。”作家阿乙说。

立足行业顶端 开创共赢模式

## 杨嵩:精英创富,开启三四线城市之门

“精英创富战略是对行业渠道开拓模式的大胆创新,通过全新的‘精英店’模式,将实现精英人才、企业、区域市场多方共赢的良性局面,更将进一步带动行业加速向区域市场的下沉。”——东风日产市场销售总部副总部长杨嵩在专访中表示。

“以人为本”,才能赢在未来

“东风日产推出精英创富战略,是基于人才战略考虑的,三四线城市的开发需要大量人才去管理。东风日产希望将企业打造成最据吸引力的精英平台,给业内外精英提供职业发展路径,携手精英,实现共同创富的理想”杨嵩说到。

在近几年不断发展壮大的过程中,东风日产已经成为汽车行业的标杆型企业。三地四厂的生产基地、完善的产品布局、近20%的年销量增长率……经过9年时间,东风日产已迅速成长为中国汽车企业的第一梯队成员。在汽车人眼中,东风日产已经成为了一种现象。

而在杨嵩看来,决定这一切的根本所在,是“人”。在面对三四线市场时,东风日产首先要解决“人”的问题。

“人”是企业中最重要的因素,看待团队的能力往往要先看人的能力。这几年行业发展非常快,每年东风日产要增加一两百家4S店,全行业总共要增加几千家,所以汽车行业

真的很缺乏人才。”杨嵩表示,“店面不断增加,人才缺乏就难以满足市场的发展需求。东风日产希望通过提供资金及运营支持,携手精英人才及中小投资人一起构建新的渠道网络。”

勇开先河,开创共赢模式

“作为中国汽车行业的领军企业,东风日产向来以‘领先半步、敢为天下先’的精神,为业界称道。我们甘当‘先锋军’,以东风日产的创新来引领和推动行业的创新,以我们的实力和能力为渠道模式破局进行探索和尝试,为中国汽车产业的下一个繁荣十年注入新的力量。”杨嵩自豪的说到。

杨嵩指出,“百城翻番项目中的一个个城市都是三、四线城市,它们在去年绝对量占到全国总量1/3。今年东风日产预计增长20万台,1到5月份这一个城市的成长大概占到全国65%,相当于1/3的存量带动接近2/3的增量,而且预计下半年这个项目会给我们带来更大的增量。”

值得关注的是,东风日产在区域市场的这盘“棋”远不止如此,他们有着更加长远的思



考。杨嵩表示,“精英创富战略只是我们深度拓展三四线市场的尝试之一,未来我们还有一系列措施强化我们在三四线市场的竞争力,赢取在‘蓝海市场’、在未来十年竞争中的主动权。”

虽然目前精英创富战略才刚刚启动,距离“精英店”建设完成还有一段时间。但不难看出,东风日产正在努力寻求企业、人才、区域市场共赢的全新模式,为行业加速下沉提供了新的解决思路。我们也希望在精英创富战略的带动下,能有更多的社会精英人才投身三四线汽车市场,打开三四线城市之门。

## 燕京助力“神九”发射圆满成功

“发射进行10秒倒计时,10,9,……1,发射!”伴随着总调度室传出的指令,6月16日18点37分,搭载我国首位女宇航员的神舟九号腾空而起,巨大的响声久久萦绕在酒泉大漠戈壁的上空,由燕京啤酒集团组织的百人助威团共同见证了中国航天事业和民族科技的腾飞。

随着“神州九号”的凌空一跃,中国探月工程又一次实现重大突破,13亿中国人倾情关注,科技创新也是燕京啤酒发展的灵魂所在,从自主研发出中国第一支瓶装鲜啤到牵手探月工程,燕京啤酒与科技创新结下不解之缘,民族工业与民族科技的完美携手,推动了民族品牌的国际化进程。

作为中国民族啤酒工业的代表,燕京是目前中国啤酒行业一家没有外国资本参股和控股的大型企业集团,是中国具有自主知识产权的民族品牌。燕京啤酒董事长李福成表示,燕京啤酒所倡导的品牌精神——“民族的、科技的、梦想的”与我国探月工程事业精神一脉相承。

作为民族品牌,燕京啤酒在企业发展的各个阶段,一直将民族大事和企业理念高度统一,积极支持中国探月工程事业,助力中国科技成果“软着力”,“民族事业民族品牌”的结合,符合燕京集团的企业发展战略,也与我国探月工程事业在精神层面是一脉相承,正是科技品牌精神的共融催生了两者间的合作共鸣。

作为中国第一支瓶装鲜啤的原创者,燕京啤酒坚持以科技创新引领企业发展,用20年的时间跨越了世界特大型啤酒业100年的发展历程,成长为中国最大啤酒企业集团之一,并进入世界啤酒产销量前8名。为了强化燕京这一民族品牌在消费者心目中的位置,一方面,凭借成为“中国探月工程合作伙伴”的良好契机,燕京啤酒全面推进品牌建设,努力使燕京品牌成为国际化的知名品牌,从而完成“中国制造”到“智造中国”的转变。另一方面,燕京“民族的、科技的、梦想的”品牌内涵与中国探月精神有高度的共鸣。燕京啤酒集团通过中国探月工程的合作,不仅将燕京品牌内涵有机地融入中国探月精神,更实现了经济效益和品牌价值的双重提升。

## 端午选购 TCL 3D 智能云电视 尽享节能双重补

今年端午小长假期间,国际足球顶级盛宴——欧洲杯赛事比赛变得更加精彩激烈,和亲朋好友们一起围在电视前,共享这场酣畅淋漓的绿茵盛宴,让整个端午节变得格外过瘾。

权威家电专家提醒,选择收视欧洲杯的电视,首要考虑画质;其次,还考虑观看的舒适性。综合考虑画质、性能、品牌和性价比等因素,该专家认为TCL 3D智能

云电视将是最佳选择。据了解,TCL 3D智能云电视不仅拥有顶级的画质显示效果,而且还能让观众长时间观看赛事时确保眼睛的舒适。近日,TCL已启动“端午节双重补贴轰动全城”大型促销让利活动,活动期间,消费者凡提前预订金购买TCL 3D智能云电视,除了可得到国家和TCL双重节能补贴,还可享受端午节特别优惠及缤纷大礼,机会难得。

## 全新 LAND CRUISER 精英体验营盛大开启

5月25日,一汽丰田“愈崎岖 愈从容”LAND CRUISER 精英体验营第二站活动在深圳园山风景区盛大开启。在为期3天的活动中,来自广东周边省区的40多位媒体记者和数百名LAND CRUISER 车主及爱好者共同参加了精英体验营深圳站的活动。整个体验营共设三站,继首站活动在北京成功举办后,第二站也在深圳如火如荼地展开,6月8日还将移师上海继续精彩的体验之旅。有理由相信,以崭新面貌示人的全新LC200,必将赢得更多消费者的青睐,必将续写LAND CRUISER 的不朽传奇。