

我看中国入世这十年

■ 宋健坤

中国自2001年12月11日加入世界贸易组织(WTO)至今已有近十年的时间,古人云“十年磨一剑”,中国下一步是“宝剑出鞘”还是继续“韬光养晦”,值得认真考量。

当年,为入世进行的舆论造势,营造了一个强烈的社会心理预期,发酵着整个国家对入世后的美好想象力。然而,在入世的前几年里,伴随国有企业的改革,出现大量失业下岗人员,到2004年底,中国城市的失业人口达2000多万,实际失业率在25%和18%之间,教育和医疗的商业化加速了过去的社会保障系统解体,公共服务也面临新的挑战;经济领域中,全国性的招商引资竞赛轰轰烈烈,民族重工业,特别是汽车和飞机制造业,几乎完全变成了外国产品的装配线,一时间关于入世与改革的争议甚嚣尘上。

凡事都具有两面性,入世亦然。中国经济在入世之前20年的迅猛发展是有目共睹的。但是,发展过程中暴露出的经济体制中一些结构性的弱点严重制约了中国经济的可持续发展。而世界经济一

体化进程越来越明显,为使中国更好地融入世界经济体系,必须入世。作为WTO成员,中国将能参与国际贸易和投资管理规则的制定,有效维护国家的权益。入世利大于弊,是中国必然的选择。

入世后,中国没有跟在发达国家身后亦步亦趋。而是充分发挥市场经济优势,进行宏观调控,推动国企改革、产业升级,加强对外开放程度,走出了一条适合自身发展并且效果显著的道路。

中国融入世界经济之路可谓是一路坎坷一路歌。表现之一就是企业的跨国发展及并购。入世10年来,中国企业一直没有停止过海外扩张的步伐,初期可谓是屡屡碰壁,困难重重。特别是2005年左右联想并购IBM PC、中海油竞标优尼科、海尔竞购美泰的3个案例更是引发了许多困惑和争议。与此同时,国外企业在华的收购兼并也如火如荼,国际资本大鳄凯雷集团并购徐工集团、美国吉利收购南孚等事件把民族工业及国家安全等推到舆论的风口浪尖上。商场如战场,只要商品经济存在,以并购为表现形式的资源整合就永远不会停止。在激烈的市场竞争中,实现优胜劣汰,有助于增强中国整体经济发

展力。CECT收购飞利浦、上工申贝收购杜可普·阿德勒、吉利成功收购沃尔沃等就体现了这点。在跨国并购活动中,国家安全引起的政治因素,不同国家、民族间的文化认知,是国内外企业面临的共同问题。只有在紧密的经济关系中处理好这些问题,才能真正实现多元化的交融,实现共赢。

入世后的多宗跨国并购案例告诉我们,外国企业的优势不仅在于强大的资本支持,成熟的收购策略、娴熟的金融操作,而且更在于他们拥有“以共同价值观或共同利益构成的国际拓展空间体系”。而中国企业的优势目前仅集中于相对较为雄厚的资金,而在其他方面无优势可言。尤其在对外投资风险控制以及应急处置方面,明显存在被动和不足。此外,在海外跨国并购活动中,因国家安全所牵引出的政治因素,已跃然上升成为中国企业面临的首要问题。伴随国际经济和社会融合的加速,不同国家、民族间的经济和文化碰撞,不仅表现在司法诉讼方面不时撞击出激烈的火花,而且双边利益间的摩擦导致彼此间不时“亮亮肌肉”也已成为可能。全球化使世界越来越小,区域一体化使“邻居”越来越密切。

中国经济快速发展积累的结果之一,就是外汇储备跃升为全球第一。金融危机使人们意识到美元“一币独大”的国际货币体系的弊端,以及改革国际货币体系的重要性,同时也坚定了推进人民币国际化的决心。这是中国拓展资源空间,跻身于世界经济强国的必要条件。中国在推行人民币国际化过程中依然需要采用稳健的渐进方式,尤其要重视人民币在亚洲的“货币锚”作用的建立。

加入世界贸易组织、参与跨国并购、人民币国际化等一系列发展战略,体现了中国一直是以开放、包容的姿态融入世界的。中国以自己的实力和实际行动向世界展示了大国风范,成功塑造了负责任的大国形象,赢得了世界人民的赞誉。相信在未来的发展进程中,中国将一如既往地维护世界和平、促进全球经济可持续发展、世贸中国行建设和谐世界做出自己的贡献。

(作者系中国西部人才开发基金会资源战略研究所所长)

世贸中国行

本栏目主持人:陈丽君

时代品牌

本栏目主持人:许坤

■ 本报记者 陈拓 许磊

入世近10年以来,我国水果产业积极调整战略,加强名、特、优、新品种选育,创新产后加工与保鲜技术,进行标准化生产,推进产业化建设。在激烈的国际竞争中不断发展壮大,打造出了一批优质水果品牌。河北泊头更是因水果产品享誉全世界,被誉为“鸭梨之乡”。

河北泊头亚丰果品有限公司作为水果龙头企业,在品牌塑造上取得了重大的成就。公司董事长刘培宽介绍说:“近年来,我们采取工业化管理、标准化生产、科技化贯通、产业化经营的思路,推进品牌战略。实施先进的生产经营模式,采取严格的质量管理体系,以标准化生产推动农业产业化,站稳了国内、国际两个市场,为泊头的农业产业化、引领农

金果缀满枝 梨香飘海外——记河北泊头亚丰果品公司品牌化战略

民奔小康做出了应有的贡献。

几年来,在激烈的市场竞争中,亚丰坚持走“公司+合作社+基地+农户”的产业化经营之路,通过利益纽带,将梨农们分散的果园变为公司的基地果园,把基地稳定货源优势和龙头企业的销售优势有机结合起来,为实施品牌战略奠定了基础。他们规定,果品出库前必须经过严格培训且由合格的工人逐个进行细致的挑选并保存相关记录。一旦出现问题,将按照发货装箱记录、冷藏记录、出入库记录、加工记录、脱袋记录、接收证明、供货证明、采摘记录的顺序查明原因,及时处理,确保果品的高质量安全。在亚丰果品公司的加工车间内,记者看到,初选后的果品个个果形端正,鲜亮水灵,像是一个模子刻出来的,之后还要经过修剪、吹扫、贴签等6道检验检疫程序。

亚丰果品公司总经理助理于立祥说:“欧美市场对品质要求苛刻,不仅报关前要检验,贸易谈判时还选派专家进行检查,达不到标准,贸易根本无从谈起。”在品牌战略的推动下,亚丰先后引进、改良了泊洋鸭梨、亚丰鸭梨、丰水梨、皇冠梨、水晶梨、早酥梨、黄金梨、新高梨、绿宝石梨、金秋梨、圆黄梨、红香酥梨和齐桥红枣等品种。着力打造出了泊洋、亚丰、齐桥三个品牌系列产品,远销到美国、加拿大、澳大利亚、新西兰、欧盟、东南亚等20几个国家和地区,是法国家乐福超市、北京京客隆超市和北京华普超市果品定点供应商。

目前,亚丰公司已在泊头鸭梨的主产区齐桥镇及周围乡镇建立起了10000亩的基地果园,其中有1000亩梨园,亚丰在果品生产实行“六统一”的基础上,

严格执行国际先进的质量管理体系,亚丰注册的果园2006年全部通过GLOBAL GAP体系认证,所属加工厂全部推行HACCP体系认证。并被美国、加拿大、澳大利亚有关部门认证为“标准化无公害果园基地”。

几年来,亚丰的品牌战略得到了社会各界及领导的肯定与关注。全国人大常委会有关领导、河北省副省长宋恩华、政协主席刘德旺、国家质检总局原党组书记李传卿等领导先后到亚丰检查指导工作,对亚丰的做法给予了充分肯定。

2008年亚丰的泊洋梨荣获“河北省名牌产品”称号。泊洋牌商标被评为河北省著名商标、河北省第八届消费者信得过产品、河北果品十强品牌。同时,在河北省首届名优果品展销会上,亚丰牌鸭梨、泊洋牌皇冠梨双双荣获金奖。在第十、第十一、第十二届、第十三届农产品展销会上,亚丰牌鸭梨、泊洋牌鸭梨、新品种梨分别被评为名优农产品,在全国第十七届发明展览会上,泊洋牌鸭梨荣获金奖。

中企动力支招：效果可控使网络营销成功

《第26次中国互联网发展状况统计报告》显示,截至2010年6月,中国网民规模达到4.2亿,互联网普及率攀升至31.8%。但是,目前我国互联网商务利用率并不高,绝大部分企业还是仅仅停留在传统网络营销的“有网站”的阶段,并没有真正把网站当做一种营销工具来充分利用,更没有依靠网站打开企业营销模式的新局面。国内知名信息化运营专家中企动力认为,传统意义的网络营销已经无法满足企业发展需求,随着企业网络意识的提高,效果将成为网络营销评估的核心标准,也意味着以效果为导向、客户为中心的营销型网站时代真正来临。

中企动力认为,传统网站建设根本无法满足成长型企业的这种发展需求。只有投入没有产出的网络营销不是真正意义上的网络营销,网络营销必须是一个可控的投资行为,投入的资本必须可以转化为可见的效果。因此企业对网站建设的需求,也必须从“单一展示”转变为“全方位营销”。从“面子工程”向效果工程的转变催生了营销型网站的发展。

营销型网站的出现,就是要解决传统网络营销遗留下来的弊端:企业网站粗制滥造、网络推广粗放经营。其中,最重要的是,需要解决效果不可控、不可评估的问题。网络营销相较于传统营销,呈现出一个最大区别:网络营销模式是有足印的。好的足印,跟进者纷至沓来,优化顾客体

验,加强与顾客间的沟通交流,追踪网络营销效果,就成为网络营销举足轻重的部分。也就是说,企业可以根据顾客需求,对网络营销提出更进一步的效果导向和个性化需求,这将直接用来判断企业网络营销是否成功,是否达到原定目标。

这也要求营销型网站必须首先解决怎样才能使网站获取流量的成本降低,并且获取的是有效流量,怎样将登门造访的目标客户真正转化为企业的潜在客户等重要问题。以中企动力数商Z+产品为例,它具备多种网站优化方式,能够满足各类企业建站和网络营销需求,使企业网站首先具备良好的搜索引擎表现;同时,在实现网站后台统一管理的基础上,提供整合的客户管理系统,通过良好的用户体验,将网站流量最大化的转化为销量,保证了网络营销效果可见、可控、可调整。同时,借助中企动力强大的技术支撑和运营实力,确保企业网站安全、稳定地长期运转,为企业带来最大利益。

数商Z+产品的出现,使网站不再仅仅是简单的媒介载体,而变成了全新的营销战场,这也意味着一个全新网络营销时代的到来。企业之间比拼的不再是形象展示和简单的网络广告,而是影响到企业发展战略的营销流程再造,是对网络营销整体布局和实施效果的把控。因此,在未来一段时间内,效果必定成为网络营销评估的核心标准,从而引领互联网行业新发展,打开企业网络营销新局面。

(盖丽)

福建土楼 故里南靖



福建土楼 故里南靖,堪称“土楼王国”。这里的土楼大小不一,形状各异,除常见的圆形、方形外,还有椭圆形、五凤形、半月形、扇形、交椅形、曲尺形、八卦形、围裙形、塔形、合字形、凸字形、雨伞形、马蹄形等。这些

古老、奇特的土楼,蔚为壮观、美不胜收,被日本建筑学家茂木计一郎誉为“天上掉下的飞碟,地上长出的蘑菇”。联合国科教文组织顾问史蒂汶斯·安德烈称土楼是世界独一无二、神话般的山区建筑模式。对土楼申报世界文化遗产进行前期考察的美国专家内维尔·阿格纽认为“是我所见到的与周围环境最相协调的民间建筑”。中国文物局、古建筑保护专家组组长罗哲文评价“看似千篇一律,实则不拘一格,各具特色”。(祁如冰)

世贸中国行——中国贸易报社庆祝世贸十周年专题报道活动启动

■ 本报记者 陈拓 邓文

日前,为全面反映我国入世以来取得的辉煌成绩,“中国贸易报社新闻中心庆祝中国加入世界贸易组织十周年专题报道活动”正式启动。

“世贸中国行——庆祝中国加入世界贸易组织十周年特别专题报道活动”由中国贸易报社新闻中心主办,旨在通过《中国贸易报》这扇连接海内外的传媒之窗,集中报道、推介一批入世十年来在各行各业取得骄人业绩的先进单位、杰出代表人物和优秀企业家,向国内外展

示其独特的区域优势、资源优势、投资环境优势、政策优势,让国内外有关政府、经贸组织、企事业单位更加深入细致地了解,以最短的时间、最直接、有效的方式,使我国部分地方政府、经贸企业、代表人物的美名传播到海内外,迅速提高其知名度、美誉度,实现当地经济的跨越式发展。其内容涵盖城市领导专访、地区发展纪实、企业品牌展示、地区形象宣传、专家论坛等。最终达到彰显世贸成果、提升品牌形象、扩大招商引资、再创世纪辉煌的目的。

本次活动将在全国各地重点推介具有代

漳州芗城：千年灯迷 国粹流芳

本报讯(记者 陈拓)灯迷是中华“国粹”之一,自春秋秦汉的“隐语”演变而来,源远流长。灯迷可启迪智力、增广学识、陶冶情趣、丰富生活,是一项雅俗共赏的娱乐活动,也是一种多姿多彩的文化艺术,为广大人民群众所喜闻乐见。在历史文化名城福建漳州,灯迷有着悠久的传统和广泛的群众基础。早在宋、元时期,民间传统节日就有猜灯迷的活动,至明、清更为盛行。二十世纪八十年代以来,又以谜事兴盛、精品迭出和交流密切而蜚声谜坛。

漳州灯谜艺术馆始建于1992年春,原馆址在芗城区文化馆四楼,1999年春迁至漳州标志性建筑威镇阁,在海内外谜坛享有“中华谜史第一馆”之美誉。馆内辟有“谜城”、“谜史”、“谜艺”、“谜苑”四个展厅,收藏古今中外灯谜典籍、刊物、谜事资料等万余件,其中“谜圣”张起南手书楹联、“谜贤”高伯瑜珍藏的历代灯谜古籍以及陈日荣先生历经七载精心创作的“国粹一号端硯”为三大镇馆之宝。此外,馆内还陈列着当代文艺名家钟敬文、周而复、贺敬之、冯其庸、王学仲、沈柔坚、林塘、费新我、陈奋武和海内外谜界的书画佳作,纷呈异彩,琳琅满目。

徜徉于“谜城”、“谜史”、“谜艺”、“谜苑”展厅,人们仿佛走进扑朔迷离的灯谜大观园。那份美不胜收的富丽,铸史熔经的博大,以及曲径通幽的精深,足以令人陶醉。瞻仰“谜圣”张起南和“谜贤”高伯瑜那儒雅睿智的脸容,你会如沐春风,平添几许灵气和悟性,“高山仰止”之感油然而生。

漳州灯谜馆开馆15年来,已接待上万名参观者,有中央、省、市领导,1997年5月9日,全国人大常委会原副委员长彭冲兴致勃勃地参观了谜馆,当场挥笔题写“中国灯谜艺术之乡”予以勉励。

2000年1月,中国民间文艺家协会中华灯谜学术委员会命名漳州灯谜艺术馆为“中华灯谜艺术馆”。随后,被确定为漳州市爱国主义教育基地。同年5月,芗城区被文化部命名为“中国灯谜艺术之乡”。近20年来,芗城灯谜推陈出新、蓬勃发展,成为展现芗城区特色文化的文明窗口。

学习型湖南第五届幼儿园园长年会将于3月召开

本报讯(记者 陈拓 邓文)“学习型湖南第五届幼儿园园长年会暨国际幼教资源互动交流会”将于3月18日在星城·长沙召开。湖南国际教育科学研究院自2007年1月以来已经成功举办过四届湖南省幼儿园园长学术年会和2009年湘西分会,参会园长超过2000人次,幼儿园理事单位已经发展到150多家。

该院院长王耀介绍说:我们希望通过长期举办园长年会,来团结全球幼教精英,共创学术高端平台,聚集一批志同道合、无私奉献、为幼教事业真心作出贡献的教育工作者,在自己的年会平台上,进行“智慧碰撞、平等共处、提升自我、发展事业、和谐共赢”,促使广大园长以更开放的视野、更大胆的创新来深入研究幼教课程与科学管理的新理念与新对策,共同促进我国幼教事业的创新与发展谱写辉煌的乐章。

据主办方透露:第五届幼儿园园长年会历时三天,共设4个分会场,预计接待全国参会园长和幼师1800-2000人,拟邀请中国内地、中国台湾、中国香港、新加坡等地著名幼教专家和教育专家学者20余人,致力打造亚太地区顶级的园长学术年会。本届年会由五部分组成:开幕式《让生命充满爱》主题文艺晚会、《角色·责任》与《创新·发展》两场园长国际论坛、《香槟之夜》幼教资源互动交流会、《总结·收获》年会总结与颁奖盛典。其间举办《幼师精英特训营》、《国外幼儿园静态展》等丰富内容。

中宣部原副部长龚心瀚对办“学习型湖南第五届幼儿园园长学术年会”,给予了高度的评价。他指出,办幼儿教育要遵循教育理念,不能只注重形式,要以人为本,高度重视孩子的心身健康成长和个性发展,幼儿园工作是培养人才最为关键的启蒙环节,承担着对孩子和父母的责任、对家庭和社会的责任、对国家和民族的责任。

表性的单位进行专题报道,以强力推介地区投资优势及品牌。

本次活动从2010年11月起,历时一年。在活动进程中,主办方将组织受报道单位参加由中国国际贸易促进委员会、中国国际商会驻海外代表处组织的所在国相关政府组织、商务机构、知名企业的招商引资、品牌推介与合作的经贸交流等活动。

2011年是“十二五”的开局之年,适逢中国加入世贸组织十周年,也是中国共产党九十周年华诞。入世以来,各级地方党委、政府坚持以邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导,开拓进取,在促进区域经济社会可持续发展、构建和谐社会、营造良好的国际投资环境、融入经济全球化等方面积累了宝贵的经验,取得了新成就。“世贸中国行”将全方位展示这些辉煌成就,推广经验。