



尤伦斯夫妇

■ 本报记者 袁 远

见到比利时收藏家、尤伦斯艺术中心(UCCA)创立人古·尤伦斯男爵(Guy Ullens)的时候,窗外的光线已经有点昏暗,原本以为会看到一个眼神锐利的精明画商,但映入眼帘的却是一个眼神闪烁的微胖老头儿,那目光用天真来形容也毫不过分。

尤伦斯怀念的80年代

尤伦斯的家族世代都对艺术收藏很有兴趣。他的父亲参加过第一次世界大战,1921年被派驻北京担任外交工作,5年间走遍中国各地,同时也买了一些自己喜欢的中国古玩,有一些给了尤伦斯——那是他对中国艺术产生兴趣的启蒙。尤伦斯的母亲是一位考古学家,可以说,古玩与艺术是他的家学。

1987年,尤伦斯首次来到北京,开始了他20多年收藏中国艺术品的历程。那是没有太多娱乐场所的上世纪80年代,尤伦斯就在大学周围的小饭店里、机关的食堂、朋友家里的party上,和那些留着长发、不修边幅的“年轻的美术院校师生们”一起喝着啤酒,畅谈着对艺术的见解,回答年轻人对于外面的世界的问题。

尤伦斯：淘金中国的收藏大腕

“那时候的中国,出国的人不多,外面流入的艺术信息也很少,许多年轻人对外国的艺术信息都很感兴趣,我们试着沟通,把那些还不知道该怎么描述的艺术新流派描绘出来。”说起那段往昔的时光,从尤伦斯的眼神里面仿佛能看到青春的目光在跳动。

尤伦斯怀念的80年代,正是中国当代艺术起步的时代,谁都无法否认,当代艺术正处于萌芽期,虽然成长的趋势是必然的,然而,如果没有“尤伦斯们”的推动,中国艺术家拓宽视野的时间,终究是要推后的。

尤伦斯说,他爱那个时代,那个时代的人们。他们有着充足的时间,交流艺术,发现生活的乐趣。但现在这个时代,人们都太匆忙了,当年那些艺术家们,每年只能创作十几件作品,如今,他们的作品越来越多,但谈艺术的时间好像却越来越少了。

投资当代艺术品的唯一标准

在国际艺术收藏界原本一直直藏着“中国疲劳”,受全球经济振荡影响,中国当代艺术品的价格开始下滑。

这意味着尤伦斯的收藏品的市场价值在缩水。然而,尤伦斯对于这件事情并不在意,“艺术品本来就是像浪花一样起伏,它们存在的价值在于它们带给人的感动,而不是它们的标价。”

尤伦斯对于当代艺术品的收藏标准其实让人有点意外,他并没有太多出于市场的考虑,而是凭借着个人的感觉来对艺术家的作品进行收藏。用他自己的话说,“我选择当代艺术品的唯一标准就是,感动。能给我带来感动的作品,才是值得我收藏的作品。”

“中国当代艺术家的创作非常有活力!艾轩画的西藏小孩,是我买的第一件中国当代艺术家的作品。”从这张画开始,尤伦斯成了中国当代艺术的最坚定的拥护者,而后,尤伦斯又选择收藏王广义的作品,后来也从拍卖会中购藏一些精美的中国古代绘画。

得益于商业运作支持

对于收藏中国当代艺术作品和古典艺术作品,尤伦斯都有着浓厚的兴趣。在他的收藏生涯里,如果时间许可,在收藏一个人的作品之前,他一定要和这个人有一定的接触和了解,他希望能从这个人身上看到对艺术的执着。尤伦斯总是提到那些艺术家的个性,在上世纪90年代,他们的个性会直接宣泄到作品里,无论是沉静的(如艾轩)、浮躁的(如方力钧),还是执着的(如刘晓东),这些人的个性和作品里的情绪都触动了,才让他下了决心收藏这些作品。他用直觉、情绪发现了作品令人感动之处。

当然,仅仅有热情是不够的,尤伦斯进入收藏界之前,有数十年商业运作的经验。筹集资金的渠道与能力,也是支持他推动当代艺术的关键。每当他遇到能让自己心动的作品,常常是夜不能寐,如何去说服这个艺术家把作品交给他,以及在最短时间筹集资金都是让他既兴奋又担心的事儿,但那种冲动的感觉,让他感到很幸福。

2000年,尤伦斯决定退出家族生意的管理,和夫人Myriam一起把更多精力用在艺术品的收藏上。尤伦斯逐渐意识到北京正在成为国际性的艺术中心,因此他想把自己多年的藏品运回中国安放。在多番考量之后,他下定决心,决定在中国的798创办尤伦斯当代艺术中心,并且希望尤伦斯当代艺术中心能在中国当代艺术发展中扮演重要角色。

(编者注:目前尤伦斯当代艺术中心作为北京市的重要文化设施之一,面向社会大众,全力支持中国和国际当代艺术的创作和对话,以及相关的学术研究,并致力于当代艺术在中国本土的普及和推广。)

焦点人物

邹国营：用数字述说创业人生

■ 本报特约通讯员 王建新

“用数据说话”,这是帅康集团有限公司总裁邹国营在公司内部会议上经常强调的一句话。

作为一位企业家,邹国营的成功,更多是来自他对经济趋势准确的把握和对市场敏锐的直觉。他内心所信奉的,是事实胜于雄辩。而数据就是事实,数据本身是会说话的:“数”内隐藏着“术”,只有找到“术”,才能找到企业的成功之“道”。

32万元利润和93.91亿元品牌价值

32万元,这是邹国营人生成功的第一个标志性数字。1984年,通过民主选举,以97%的得票率当选为余姚汽配厂厂长的邹国营,仅通过一年的努力,就让一个连工人工资都要拖欠、企业利润为负数、资产不足26万元的乡镇作坊式企业,实现产值91万元,利润达到32万元,创下了当年余姚工业企业净利润率之最。

邹国营说,“当时受表彰的有10位企业家,这些人的名字我现在还清楚地记得。那时,他们都是我学习的榜样。和他们一起站在领奖台上,我感到压力很大,要知道,他们的企业规模最小的也将近上千万元,帅康和他们根本不在一个级别上。”

邹国营暗下决心,要接近他们并超越他们,无愧地和他们站在同一个领奖台上。

抓住黑白电视机最后的发展机遇,邹国营锐意创新,改进工艺,提高工效,稳定质量,降低成本,经过几年的努力,邹国营终于成为全国的调谐器大王。

出身贫寒家庭的邹国营,最早的梦想,就是能过上保证温饱的生活,而那时的邹国营可以算是余姚的富人了。可之后的举动,让很多人感到他“疯”了。

上世纪90年代初,在一无资金、二无项目,三无品牌的情况下,邹国营投巨资杀入吸油烟机行业,首开中国深型吸油烟机先河,一举结束了薄型烟机一统天下的历史,更把当时误入薄型烟机开发歧途的行业拉回到正确的技术研发轨道上来,发动了国内厨房的第一次技术革命。

为了打开深型吸油烟机市场,邹国营不惜举债在中央电视台做起了广告,一年425万元的广告费用,对于年产值不足4000万元的企业来说,无异于是一个天文数字。这项决策遭到了多数人的强烈反对,但邹国营“一意孤行”。几个月之后,帅康高档吸烟机的广告就有了效果,订单像雪片一般飞来,以至于传真机因过热而“罢工”。

在2007年度“十大风云浙商”颁奖晚会上,特邀主持人白岩松这样评价邹国营——“你的名字虽然叫国营,但却成了民营企业家的杰出代表,为国有企业树立了样板”。

2012年6月28日,由世界品牌实验室主办的2011年世界品牌大会在京隆重召开,会上发布了2011年《中国500最具价值品牌》排行榜,国内厨卫领军企业帅康集团以93.91亿元的品牌价值,第五次荣登厨卫行业冠军宝座。

8000元公益活动和1300万元捐款

挣多少钱,在一定程度上反映一个人的能力。而如何用钱,显示的是一个人的境界。

风云人物

2008年5月12日,这是一个举国悲伤的日子。这一天,帅康一季度办事处销售视频会议在紧张进行。视频中,成都办事处经理的头像突然消失。拨通电话,刚刚听到一句“地震了”的消息,就再无音讯。

邹国营急忙冲到办公室,打开电视,得知汶川发生了大地震。他立即作出了捐款的决定,并向董事会汇报。当日下午,100万元的捐款就打到了中华思源工程扶贫基金会的账户上。该基金会名誉理事长、全国人大原副委员长成思危说这是基金会接到的第一笔企业捐款,也是厨电行业捐款最多、最快的企业。

其实,在那个金融危机“抬头”之年,帅康的经营遇到了很大的困难,帅康首季财务报表显示亏损400多万元。但是,100万元的捐款,邹国营没有丝毫犹豫。

据不完全统计,邹国营个人和帅康集团从1994年以来,给学校、老年人、拥军、村级建设等社会慈善、公益事业捐款达1300余万元,公益事业投资达5000多万元。

大气、豪爽,热心公益,这是很多人对邹国营的评价。

然而,2010年,关于组织山区的孩子游世博的报告迟迟未批,却让帅康集团新闻办经理高峰对邹国营的豪爽产生了疑问。儿童节、老人节来临之际,帅康都要搞些爱心活动。可是,这次报告打上去已2天了,却还不见批复,难道8000元的活动经费,总裁觉得高了?

批复总算下来了,密密麻麻的批示让高峰感动。在批示中,邹国营连零食、拍照和解说词都想到了,远比高峰送上去的报告周全。批示的最后写道,“费用预算不用抠得太紧,按实际需要支出,这次活动如果搞得好,可以考虑多组织些孩子,或许,这是他们改变命运的一个起点”。

3800万个用户和一颗“中国芯”

自1993年进入厨卫电器行业以来,帅康已经赢得了3800万个家庭的选择与青睐,成为行业中全国百户家庭厨电产品拥有率领先的企业。

著名经济学家、品牌评论人艾文说,虽然彩电、冰箱等家电产品民族品牌市场占有率已高于洋品牌,但这一优势是通过价格实现的,而邹国营所在的厨电行业,民族品牌占有率超过90%。即使在高端产品领域,民族品牌也具有压倒性优势,帅康及其中国厨电行业正在成为罕见的品牌“样板”,让“中国制造”变成了“中国创造”。

在19年的发展历程中,邹国营一直坚持“中国芯”理念,他在深刻洞悉中国文化和产品使用环境对国内消费者的特殊影响后,致力于弥补洋品牌产品水土不服的“缺陷”,开发适合中国消费者需要的高质量的产品,摒弃恶性竞争,打造民族品牌的精品形象。

一串串的数字,浓缩了帅康持续发展、不断创新的经典之路,也印证了邹国营个人波澜不惊、精彩纷呈的创业经历。

首富女儿无男友 有钱难觅有心人

“我从来没有交过男朋友。”“从来没有?怎么可能?”记者大吃一惊,30岁的宗馥莉再次强调:“从来没有。”

在2013年1月号《嘉人》杂志专访她的报道中,记者这样描述:家里太有钱了,后果之一就是难以分辨追求者的动机,似乎每个接近她的人都想和她谈生意。

事实上,宗馥莉家不是“太有钱了”,而是中国最有钱的。2012年9月,宗馥莉父亲宗庆后以一个非上市公司董事长的身份和800亿元资产再次登上胡润百富榜榜首;10月,他成为福布斯富豪榜榜首。

接班的女少主

宗馥莉的另一个身份更令人好奇——娃哈哈集团少当家,宗庆后的“接班人”。

“子承父业”出现越来越多例外。过去两年,“宗馥莉们”接二连三登台,挑战并颠覆了人们对“女儿家”的刻板印象,她们以女性独特的手腕与风格,接手或时刻准备着接手父辈数以亿计的财富与家族事业的未来。

对宗馥莉这样的独女来说,接班,没有选择余地。新希望集团董事长刘永好和宗申集团总裁左宗申是因为儿子年纪实在太小,只好先培养女儿接班。碧桂园创始人杨国强的儿子早夭,大女儿又因幼时发烧,智力受到损害,因此,接班的重担就落到了二女儿杨惠妍身上。另外,儿子不愿接班,或能力不济,许多家族企业的未来只好由女儿来扛。汇源集团朱新礼的公子朱胜华,只在家族企业上了一年班,就感到兴趣索然,改去打高尔夫,成绩还不错,再也不愿接班,朱新礼之女朱圣琴别无选择,只能接班。

2011年10月18日,尹索微跟着年过七旬的父亲第一次以“力帆集团董事长”身份公开亮相时,只有24岁。像尹索微一样,大多数女继承人都是“80后”,这意味着她们30岁前就被决定了未来的人生道路。有的甚至更早。碧桂园的继承人杨惠妍自13岁就开始旁听董事会会议。父亲常在会议结束后对年幼的女儿讲解管理技巧。

事实上,在30岁以前,女继承人们能做的事也相差无几:出国留学、攻读管理、金融或者与家族企业主营项目相关的学科,回国后被安排入读商学院,广结人脉,接通地气。

感情事业不分家

少小留学海外的直接结果是:女孩们见多识广,思维西化,行事做派常常迥异于学历普遍偏低,白手起家的父辈。在确认接班以前,女继承人们多保持低调,这多半出自父辈的要求。他们认为,只有自己一手安排女儿上位的节奏,才

能避免节外生枝。

女继承人的接班准备工作,低调而有条不紊地进行。被安排进家族企业后,她们通常会从基层做起。

2005年回国后,宗馥莉开始担任娃哈哈萧山二号基地管委会副主任,4个月之后兼任杭州娃哈哈童装有限公司与杭州娃哈哈卡倩娜日化有限公司总经理,开始进入到奶粉、香精、机械、包装、进出口等行业。2007年,宗庆后为女儿设立了杭州宏胜饮料集团,“练手”饮品的国内销售。2010年,宗馥莉才开始出任新成立的娃哈哈进出口公司总经理,管理集团所有进出口业务。

但是,工作的繁重似乎让这些女继承人难有时间寻觅自己的另一半。有“宅公主”之称的宗馥莉自称生活基本上都被工作占据。由于出国太早,她在国内甚至没什么朋友。至于那些高级派对,只是“变相地聚在一起,谈谈最近有什么项目可以投”。所以她“从来不去”。

作为女继承人,她们与父辈共同面对的人生大事还包括嫁给谁。相比男继承人,她们的婚姻更受关注,也更有压力。有人戏言,让女儿接班就等同于有了两次选择机会,女儿不合适还有女婿。“驸马爷”当然需要很优秀,并且最好能帮助女儿掌管家族王国。杨国强的女儿杨惠妍的恋爱和婚姻问题上有过明确的指向:事业与爱情需要兼顾,所以在恋爱时就要寻找有能力、进取的人。杨惠妍的丈夫是个“官二代”,毕业于清华大学,曾赴美留学。据媒体报道,杨国强对女儿的这桩婚事,“觉得非常有面子”。婚后,女婿确实还利用自己的化学专业,帮助老丈人开拓了新业务。

高勇,在娶了朱圣琴后,也很快成为汇源集团的核心成员,曾经深得朱新礼器重,甚至一度传出被指定为接班人。朱新礼送女儿入读长江商学院念EMBA时,也一并将女婿送了去。不过,在他被汇源内部曝出涉嫌利用汇源的广告业务牟取巨额利润后,慢慢淡出了汇源。(钟新)

商海人生



宗庆后与其女宗馥莉