

“历史与记忆”：与中国企业和企业家共成长

(上接 T05 版)

中国企业在等待时机。
中国企业家也在实践中完善自己。
《中国企业家》也认为,企业家完成“精神长寿”使命是个难题。这个话题需要更长时间做深做透。
1996年,60岁的企业家包括冯根生“遭遇退休”。因为得到“特批”后才干到了70岁。但是,企业家“58岁现象”的确伤害了公众热情。

那一年,很多企业家接受媒体采访时更愿意谈美国企业家韦尔奇,而忌讳谈牟其中。公众也忌讳给企业家更多赞美。从《中国企业家》5年的报道中看到,中国企业管理协会、中国企业家协会一直伴随着改革开放前沿阵地的企业家们成长,为他们排忧解难的同时,不停地帮助企业学习世界管理经验。

“中国企业家需要精神榜样”成为中国现实和历史的需要。河北保定第一棉纺厂厂长马恩华正是在这历史关键时期出现的优秀企业家。他在为企业书写奇迹的时刻也给中国企业家群体书写了奇迹。

1996年企业家活动日的主题之一就是“学习优秀企业家马恩华同志的先进事迹”。
《中国企业家》认识到“马恩华是时代的选择”。自此,开办15期“企业家队伍建设大家谈”专栏向公众介绍马恩华的创业、守业、开拓事迹,弘扬国有企业领导者的奉献精神。

是旗帜就该飘扬

“马恩华的先进事迹之所以在中国企业界引起了广泛的反响,是因为时代需要他那样的拼搏、爱民、廉洁的高尚精神,同时他有积极探索搞好国有企业的有效办法。”曾经获得全国“五一”劳动奖章的河北省企业家对《中国企业家》记者说,“那时,我们都去过保定参观学习。”

从《中国企业家》开辟的“企业家论坛”、“企业家队伍建设大家谈”和“讲述企业家自己的故事”专栏中,邯郸钢铁集团有限责任公司董事长兼总经理刘汉章、河北保定一棉纺织集团有限公司总经理汪利娟介绍了学习马恩华的体会。

1997年,从国有企业管理者马恩华的改革业绩中,管理者们开始熟悉了竞争、博弈、政策调控,开始默默地学习吴敬琏的“制度大于技术”。

“企业家的奋斗故事非常感动人、鼓舞人、陶冶人,很多媒体记者都是从他们身上看到自己的影子才走上创业道路的”。对《中国企业家》说这番话的一名当年的记者,如今任一家跨国公司副总裁。他笑称“自己没少读企业家故事”。

当年接受采访的企业家回忆:“1996年,国有企业改革已走过18年艰苦历程,前后的成功与失败、欣喜与眼泪交织在一起,令人忧郁又令人振奋,令人激动又令人冷静。”

事实上,《中国企业家》在那5年时间里,不断完善报纸版面功能。《中国企业家》1996年初转发了新华社《国务院批转<关于邯郸钢铁总厂管理经验调查报告>》文章的同时,配发国务院发出要求各地区、各有关部门学习邯钢“模拟市场核算、实行成本否决”为核心管理经验的通知。记者粗略统计,此后《中国企业家》关于学习邯钢经验的文章多达上百篇。

1997年7月,当中国北京和香港在同一个时间响起《你好,香港》的歌声时,市场经济的概念更加确定,中国改革有了新航标。无论是民营还是国有、合资企业,都将共同面临一样的未来。《中国企业家》以细致全面的新闻解读参与了这段历史书写。

发出时代强音

事实上,大部分国有企业在这一关键的时间点里经营状况并没有得到改善且在恶化。但是没有那段历史过程,也不会有一年后的100户现代企业制度试点。

1997年8月30日,《中国企业家》刊发了《国企改革不进则退》一文:国有企业与市场经济的结合还有漫长的路途,指望“药到病除”、速战速决是不现实的,要积极实行“抓大放小”的改革战略。

当年的国有企业,现在已经成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的法人实体和市场主体。企业家们谈到那段历史时认为:“很多财经媒体的思考文章不仅给国有企业的体制与机制带来了深刻的影响,也推动了国有企业的健康发展和企业家精神再造。”

一位《中国企业家》的企业通讯员回顾:记忆深刻的是,《中国企业家》从第1031期起,开设了“国企改革沉思录”专栏,邀请了当时经济理论界、管理界、企业界等各界人士谈看法、抒感受、献良策,为国有企业改革提供了一份有价值的理性参考。

而后,《中国企业家》还陆续刊登了《营销,市场竞争的呼唤》、《国企整体嫁接外资隐患多》等11篇具有建设性、前瞻性的专题文章,牢固地奠定了在企业家人心中的媒体地位。



第三篇

丰富财经新闻表情 1998—2002年



为企业家提供“专业化服务”

只有专业服务才会得到更多读者的关注。

在《中国企业家》细致而全面地为读者提供“精神大餐”的1998年到2002年,柯达收购中国胶卷企业、健力宝改制、国企改制“国退民进”、房地产业苏醒、新浪美国上市等新闻字眼刺激着更多创业者登上中国的经济大舞台。

美的集团1999年开始“私有化”,TCL开始改制、健力宝实现销售额50亿元,这使得中国的很多经济学家纷纷关注“国退民进”。

《中国企业家》聘请了专家团队,策划了“国有大型企业领导班子建设加强”、“成立中央大型企业工委与深化国有企业改革关系”、“建立适应社会主义市场经济体制的企业领导干部管理制度”等专题报道。《中国企业家》上发表的文章,对于那些犹豫在“底线和边界”的企业管理者们就是“定心丸”。企业管理者在读懂各种理论观点之后,再对照各自企业的现实特点,坚定自己的选择。

2001年初,就在中国石油、中国电信上市成为事实之后,国家扶持垄断产业重组和“美国纳斯达克泡沫”的消息一起在中国企业家群体中引起“焦虑情绪”。

为了给中国企业国际化摇旗呐喊,为了使中国企业减少“全球化恐惧”,中国加入世贸组织前,《中国企业家》发表专家世贸组50篇,讲解知识,开拓思路,介绍经验。

2001年,很多企业家读了中国企联领导考察韩国后发表在《中国企业家》上的《韩国30年奋斗——韩国工业经验》一文后表示:“读了文章后,更加深刻理解了韩国企业的价值和自我企业与国际企业的差距。我们思考问题需要跳到更广阔、更深邃的层面去。”

《中国企业家》把“强化服务观念”理解到“做其他媒体不做的事情”上,把极其有限的资源用在对企业家群体有特殊帮助的事情上,让企业家的心灵家园不干枯、不萎靡,更加健康、阳光。

2001年,“荣事达企业竞争自律宣言”新闻引起全社会热议和行业企业的思考。

为了更加全面地给读者一个理



丝绸之路控股集团有限公司董事长凌兰芳在阅读《中国企业家》

性的认识,《中国企业家》发挥记者站优势,抢先报道了这一新闻事件,并后续写出大量综合报道,讲述事件的来龙去脉,让这一事件给全国相关企业带来了“经验和教训”。

2002年,《中国企业家》一边学习十六大精神,一边研究“国退民进收官阶段”的形势,派出多名记者写出了《春兰改制搁浅》的新闻调查。

正是在2002年就开始发表“新闻调查”文章,《中国企业家》在行业媒体中才逐渐拥有了话语权,树立了“与企业家是朋友”的形象。这个作风一直坚持到现在。

为“头脑风暴”造势

1999年,抓住“产权变革而形成”的政商博弈,《中国企业家》报道了民营企业科龙、健力宝等热点企业。争夺战让更多企业看到了一个事实:企业要是处在多方利益大绞杀中,很快就会奄奄一息。这或许就是引起中国企业家们开始关注新力量,造势“头脑风暴”的一个历史大环境。

1998年,中国企业家最难忘的是时任国务院总理朱镕基在九届全国人大一次会议新闻发布会上的一段话:“不管前面是地雷阵还是万丈深渊,我都一往无前,义无反顾,鞠躬尽瘁,死而后已”。

总理在政府工作报告中提出了“用3年时间让国有企业摆脱困境”这个让很多企业家觉得是不可能完成的任务。

面对这样的经济形势,一直用实际行动履行着“面向企业,为企业服务”宗旨的《中国企业家》确立了新的办报思路:“提升专业化服务标准”。让企业家的世界更加丰富,积极建设企业家的的心灵家园。

回首1998年到2002年的5年历史,我们看到了经过14年艰难探索的《中国企业家》,开始强化“与时俱进”的时代精神,并不断完善报纸功能。

在“关注企业家命运,也关注企业家的商业运作模式”的2001年,《中国企业家》一则《中国东方航空武汉有限责任公司在武汉正式挂牌成立》的新闻,轰动了业界。

从事后分析看,王均瑶在其中的股份为18%,成为2002年资本市场的一大看点,同时也是民营企业上市热潮的看点。

《中国企业家》文章的角度是“民营资本首次进入航空企业的提示”:在国内证券市场上,民营企业更多地采用了买壳参与重组的方式进入资本市场。而海外上市也成为民营企业试水资本市场的一大通道。上市,尤其是海外上市带给中国民营企业的远不只是鲜花和财富。在香港上市的民企板块频遭质疑,财富大蒸发也给初试资本市场的民营企业上了一堂代价高昂的资本课。

中国成功加入世界贸易组织以后,跨世纪反倾销诉讼也开始频繁冲击国人的眼球和神经。企业家们对财经媒体的要求也趋于深刻。

为了让企业管理者得到更多信息,不同行业企业和企业家都能找到各自所需的空间,《中国企业家》给代

表着中国新力量、新思想和新势力的民营企业设立专版,文化产业、体育产业、互联网企业家纷纷登上首页版面,成为独特的风景线。那一年,《中国企业家》派20名记者采访了“中国131亿元进行三峡工程建设”、“国家实施西部大开发”、“西电东输”之后,写出了大量具有新鲜活力的文章。

2002年,根据企业对反倾销案例的实际需求,《中国企业家》在不同版面上发表300多篇文章,涵盖国内企业应对反倾销诉讼并打赢官司的实战案例、世贸专家对世贸组织规则和反倾销诉讼进行解析和点评,为更多企业提供了有益的借鉴和经验。

2002年12月,《中国企业家》坚持每天一篇言论,详细解读中央经济工作会议精神。

在关键词为大经济、华商大会、世界经济论坛、停牌、中国企业高峰会、网易、中国电信行业、中国市场、中国公司排序中可以看出,《中国企业家》新闻专业化报道在业内很快制造出了自己的影响力。

(下转 T07 版)