

“历史与记忆”：与中国企业和企业家共成长

(上接 T06 版)

时刻关注企业家表情变化

2001 年度“中国企业十大新闻”评选如期揭晓。那一年“十大新闻人物”的表情也是历史的表情：风云变幻。企业家命运的航船再次遭受狂风暴雨。丰富了头脑智慧以及理性的《中国企业家报》在“中国企业十大新闻”的回顾中发现了一个不可掩饰的事实：2001 年，在福布斯富豪榜上排名第二的企业家杨斌、排名第三的仰融相继落马。

或许是认识到了“企业家精神坚守的课题是永远的”，《中国企业家报》首次推出“解读企业家语录”栏目，发表 50 篇随笔文章，与中外企业家共同经受“思想风暴”。《中国企业家报》分析了仰融、唐万里等民营企业家“落马现象”的同时，不断加强报道成功企业家如鲁冠球、冯根生、张瑞敏、王石、冯仑、柳传志等成熟的管理思想。

2001 年，《中国企业家报》对百胜集团、肯德基、微软、三星、索尼、松下、日产、鳄鱼、大众汽车等世界 500 强企业全球首席执行官、大中国区负责人进行了独家专访，发表专访文章《引进肯德基的企业家王大东》、《血管里流淌着番茄酱的麦当劳》等特写文章、言论 100 余篇，成为较早进入国际化、全球化报道的财经媒体之一。

正是认可了《中国企业家报》的“国际化思路”之后，宗庆后、马云、王玉普、张朝阳、马化腾、潘石屹、冯根生等 100 位中国当代最优秀的金融、地产、餐饮、百货、互联网、汽车、饮料等多个行业的企业家欣然接受《中国企业家报》独家采访。

那是一个需要全球化意识的时代，企业家的思维需要激荡，需要碰撞。在各类“思想论坛”风起云涌的时候，《中国企业家报》把与优秀企业家的思想互动定为“思想者”、“生活家”专版的报道重点，一期一篇言论，总结每周企业家“沉浮”现象背后的深刻原因。

2000 年科利华企业老板宋朝弟撰写的《学习的革命》一书红遍全国之后，“流浪”很久、坚定了互联网企业信心的马云登上了《福布斯》封面；前来中国上海参加《财富》论坛的美国通用电气的杰克·韦尔奇搅动了中国企业界兴奋的神经，并以此为精神榜样开始激荡自己的各类憧憬。这样的消息都被《中国企业家报》关注，并重点进行了深度报道。



也是那一年，当韦尔奇的书籍在中国上市时，中国企业家不再陌生这个全球的“黄金职业经理人”，更不再羞怯地认为只有国外的企业家可以出书。海尔、联想、微软中国企业开始悄悄地出版管理书籍，传播各自企业的经验、思想、理念，加快了品牌文化建设国际化的步伐……所有这些都被《中国企业家报》一一记录。

正如《中国企业家报》2002 年年终文章所言：“大时代的进步离不开企业家的激情，也离不开媒体的鼓励、鞭策和建设。”



第四篇

改革的目击者和镜像者 2003—2007 年



铁肩担道义

做大时代记录者的《中国企业家报》2003 年以 40 个专题文章为企业和企业家们解惑。此后 5 年时间，《中国企业家报》对中国的宏观经济、微观经济、行业经济、企业管理创新等新课题做了全方位、立体化报道和解读，在理性和建设性上实现了飞跃。

2003 年，《中国企业家报》头版头条报道了美国柯达收购中国乐凯股权的消息。之所以选择这个案例，《中国企业家报》的角度是，“乐凯集团分两次将其持有的乐凯胶片 20% 国有法人股转让给柯达。柯达将向乐凯胶片投入约 1 亿美元现金及其他资产，并提供各项技术的支持。”新闻背后的启发是，中国已经向世界敞开大门。

此后十年，这个“中外企业并购案”都以一种无法预料的传奇情节被《中国企业家报》见证着，直到 2012 年，柯达这个百年品牌在中国彻底消失。

2006 年，董事会试点开创了“央企监管新天地”。宝钢、恒天集团、中冶集团、攀钢、中农发、中铁工程、中国铁建、新兴铸管、中国外运、中国建材等 19 家中央企业相继建立和完善了董事会，建立了外部董事制度。《中国企业家报》也一直追踪报道。《中国企业家报》策划了一个又一个大主题，用财经媒体独特的思想脚印丈量着“在中国的改革发展进程中，中国企业和企业家们还需要趟过多少暗礁、险滩、激流”，并和企业家做朋友，共同见证历史。

长远眼光广角思维

2003 年的中国很悲伤，财经媒体的“良心”面临拷问。企业需要树立信心，克服困难，恢复勇气，媒体也需要树立新道德。

时代呼吁企业家“大气魄带来大突破”。

为了验证新思路，《中国企业家报》尝试突破：既然定位为目击者和镜像者，就应该向世界报道并解读中国企业，以前瞻性、多角度思维分析、探讨经济问题和企业问题，在客观、真实、理性的思考中总结和找寻中国国有企业发展的内在逻辑、规律、新经验、新路子。

在配合国务院国资委“三项管理措施”出台的关键年，《中国企业家报》开设“中国脊梁如何成为世界巨星”专栏。当观点文章《中国创造才是取胜之道》在“国资改革进行时”



《中国企业家报》举办的全国企业创新论坛会场

栏目发表后，“抓住亮点”成为记者们思考国资报道的关键词。

2003 年《中国企业家报》派出 10 名记者奔赴东北三省，深入到老工业基地企业一线采访，希望以此行动振奋企业精神，推动振兴东北老工业基地改造进程。

10 月 14 日，《中国企业家报》刊登了“振兴东北老工业基地系列报道”的第一篇：《黑龙江：国企改革是重头戏》。此后，陆续发表《振兴军工华安路》、《哈飞为啥能脱颖》、《百年哈烟》等 20 篇文章，轰动业界。

回忆当年东北三省之行，记者们常常说这样一句话：被自己视为“文字的座右铭”的 20 篇深度报道是用脚写就的。这样的报道对企业具有一定的历史价值。从渴望成长的企业一线，记者听到了时代的足音，从拼搏的企业家身上看到了灵魂坚忍。这样的使命意识都在全面建设小康社会、新型工业化道路、现代企业制度建立与完善、振兴东北经济和经济体制改革等专题报道中体现了出来。

从 2003 年的“向顶峰接近”到 2007 年专家分析“中国 500 强企业的行业结构”，关于“中国 500 强”的报道成为亮点。记者发现，《中国企业家报》对这段历史的记录，给予了更多鲜活细致的细节和多角度透视，在财经媒体内具备了自己的风格。

《中国企业家报》坚持弘扬国有企业主力军作用的报道一直坚持到现在。《中国企业家报》的国资报道模式、风格、成绩也得到社会各界的肯定。

新思维为企业家服务

2006 年前后，一部分商人、富豪、民营企业纷纷落马，“原罪论”开始涌动。钩沉企业家的文章也陆续出现在各大媒体。为了配合“中国企业十大新闻人物”评选，《中国企业家报》一直坚持“原创”原则。从 2004 年到 2007 年，15 名记者奔赴 20 多个省市，采访报道了石油、航天、医药、服装、互联网、投资、饮料、家电等中外多个行业优秀企业家。他们是冯根生、鲁冠球、宗庆后、马云、张朝阳、马化腾、柳传志、詹存新、潘刚、常宝传、汪海、任正非、潘石屹、童云芳等。

可以说，是中国的企业家精神默默支撑着《中国企业家报》完成了对 150 位企业家记录的历史任务。

《中国企业家报》2006 年 1 月 9 日头版头条以“袁宝华获中国质量领域最高荣誉奖”为题，报道了“袁宝华这个名字不但写在新中国经济发展的关键阶段，更是企业管理和质量管理的一个代名词”的新闻。

而事实上，之前《中国企业家报》报道“赵新先悲情落幕”的消息令老一

辈管理学家很难开心。企业管理、质量管理、思想管理都成了回避不得的历史课题；创新，对中国企业、企业家变得异常重要。

把呼唤企业家精神当成首要报道任务的《中国企业家报》深刻地意识到，传播优秀企业家的思想，是对中国企业家群体最大的支撑。《中国企业家报》设立“解读企业家管理思想”专栏，3 年发表随笔 100 篇，以独特的文风给中国企业家提供世界优秀企业管理思想。

“管理思想出效益，企业文化出效益”成为《中国企业家报》坚守的文化。

思想与文化并驾齐驱

思想，需要互动。创新，精彩自己。

《中国企业家报》思想家办报的思想无处不在。

期间，民营企业与《中国企业家报》合作推出了“华山论剑”，为中小企业主搭建思想平台，给创业者在企业发展中遇到的疑难问题给出更为实际的答案。同时，《中国企业家报》结合“中国企业家新纪录”活动，出版《创新》周刊给企业家一个展示创新思想、成功案例的平台。

(下转 T08 版)