全国人大代表、中国移动广东公司总经理徐龙:

以“应用经济”促发展方式转变

本报记者 **黄春兰**

当前，移动互联网已成为信息通信领域的创新重点，正在成为全球各国拉动经济增长和促进就业的新兴驱动力量。在本次全国两会上，全国人大代表、中国移动广东公司总经理徐龙建议应将“应用经济”(依托移动互联网发展的，以应用创新为核心的经济形式称之为“应用经济”) 作为推动经济发展方式转变的重要创新举措，推动其跨越式发展。

徐龙认为，“应用经济” 包括一个完整的应用创新生态系统，涵盖百姓喜闻乐见的各类应用下载、便利的移动电子商务应用、应用数字内容的下载和虚拟商品交易等，另外如应用运行平台、应用销售商店、应用开发工具、应用部署终端等软硬件开发工具也是其重要组成部分。大力发展应用经济是培育和催化信息消费新兴市场，培育文化软实力，推动经济发展方式转变的重要举措。

据了解，一项调查数据表明，2011年美国的“应用经济”直接产生了近200亿美元的收入，占全球总规模的32%，预计2015年有望达到758亿美元，年均增长率达39.5%。同时，“应用经济”具有显著的就业拉动作用，其就业贡献超越多个ICT领域。

徐龙向记者表示，在我国“应用经济”市场发展潜力巨大。一方面我国目前已成为全球第二大移动应用下载市场。另一方面，我国“应用经济”发展具备一定基础，蓄势待发，目前从业者已达百万规模。

徐龙还提出加快“应用经济”发展的三大建议：一是加速构筑“应用经济”发展所需的关键平台与基础设施，为“应用经济”发展提供必要保障。首先需加强基础网络建设，特别是TD-LTE基础网络设施的发展，充分发挥无线宽带网络覆盖的优势，保障消费者“随时、随心、随处”可接入网络。其次，发挥运营商在移动互联网基础软件、基础平台方面的引领性作用，加快应用生态系统培育，研发普及新型家庭信息消费产品，进一步推动信息应用创新。

二是发挥区位优势，培育“应用经济”生态系统建立孵化基地，聚焦小微企业，给予必要的政策性支持。充分发挥区位文化资源优势，在广东建立大规模移动应用开发基地，孵化“应用经济”产业集群，推动数字内容及创意产业发展，与中国移动的互联网基地相结合，拉动经济，增加就业。同时，加快培育形成我国的“应用经济”骨干企业和生态体系，特别是加大对小微企业的支持力度，建立公共技术支持服务体系，完善版权交易管理，推动和鼓励数字内容的开发与经营活动，构筑适应“应用经济”可持续发展的良性土壤和环境。

三是制定一系列必要保障措施与扶持政策，为促进“应用经济”的快速发展保驾护航。一方面，结合城乡居民信息消费的市场需求，加快推进产业转型升级，继续推动“无线城市”、“无线乡镇” 建设，开展若干创新示范项目，努力提升社会信息化水平，带动居民信息消费不断升级，扩大“应用经济”的市场需求规模；另一方面，国家应加大对信息消费的扶持力度，实施信息消费激励性政策(可参考家电下乡模式)，降低信息消费门槛，扩大移动应用使用群体，努力消除城乡信息鸿沟，扩大“应用经济”的潜在市场规模。与此同时，还要注重创造健康、绿色、文明的“信息消费”环境，加强移动应用的安全管理。

全国人大代表、中国移动广东公司总经理徐龙

广药集团去年营收428亿创历史新高

本报记者 **黄春兰**

近日，广药集团对外宣布，因整体上市和王老吉凉茶两大重磅题材，得益于大南药大健康双轮驱动战略，集团2012年实现工商销售收入428.15亿元，同比增长29.58%，无论是营收还是增幅均创历史新高。2013年，广药集团目标为突破500亿元销售大关，其中王老吉凉茶将实现100亿元销售收入。

去年因整体上市和王老吉凉茶两大重磅题材，广药集团及下属上市公司广州药业和白云山A可谓赚尽眼球。广药集团总经理李楚源表示，去年是广药集团有史以来最受关注、最不容易也最不平凡的一年。实行大南药大健康双轮驱动战略，去年广药集团工商销售收入超出既定目标28亿元。实现利润总额16.46亿元，同比增长24.46%。

李楚源表示，去年是广药的转型超越年，今年将是资源效益年，变资本、人才、科研等各种资源为效益。重组之后的新广药将继续实施大南药大健康双轮驱动，突破500亿元销售大关，成为广州市第二家过500亿元的大型企业集团。其中王老吉销售目标为100亿元，计划投入20亿元市场营销费用，并将王老吉销售团队规模达到1.5万人。

广州石化:公推直选支部书记

余峻才 本报记者 **黄春兰**

“内心很忐忑，不知道大家对我们是否满意。”

新年开工第二周，在广州石化炼油二部召开的职工代表大会上，该部4名公推直选产生的横班党支部书记接受50多名职工代表的评议。横班党支部书记黄志广、祝淑梁均表达了忐忑的心情。

最终评议结果显示，炼油二部首批4名公推直选党支部书记的“优秀”和“称职” 票得票率均达100%，表明职工对横班党支部书记一年多的工作比较满意。

“广州石化通过公推直选的方式，把在群众中威信高、专业技术好的优秀人才选到横班党支部书记的岗位上，既加强了基层党支部建设，又促进了企业产生管理，激活了基层队伍的活力。”广州石化党委副书记陆建明向记者道出了公推直选横班党支部书记的重要意义。

近日，广东提出在机关企事业单位推行公推直选党支部书记的工作，而公推直选党支部书记在广州石化实行已有一年多时间。

2011年11月28日，广州石化32名公推直选产生的党支部书记经过集中培训后上岗，其中有19名从倒班工人走上书记岗位。“我没想到自己能成为管近百人的横班书记，我要学习的东西很多。”化工二部四横班党支部书记秦永强坦言，一年多的工作对自己是挑战。

秦永强原来是化工二部聚丙烯装置一名操作班长，在公推直选中全票当选横班党支部书记。

广州石化通过党员自荐、群众推荐、组织推荐等形式，确定初步候选人，并召开各横班90%以上党员和80%以上群众的职工大会，采取无记名投票方式，确定公推人选，然后通过所在横班全体党员投票，直选出横班党支部书记。在首次公推直选32名横班书记中，有16名横班书记候选人全票当选，最低得票率也达77%。

“各横班党支部书记24小时与一线职工‘亲密’接触，还能在第一时间了解职工的实际情况，能够有效促进生产管理，也能及时反映职工心声，有利于促进企业的凝聚力与生产效率。”广州石化党委副书记陆建明谈到，对于一线企业来说，公推直选的方式，既加强了基层党支部建设，又促进了企业产生管理，更激活了企业基层队伍的活力。

广州石化以横班为单位开展的劳动竞赛等活动能有效促进优化运行和装置挖潜增效工作。记者在采访中了解到，企业去年各项技术经济指标与前年相比有较大幅度的提升，去年全年加工原油达1243万吨，创历史新高。加工损失下降到0.38%，突破0.4%的设计理论值。

今年春节，炼油三部三横班书记杨秀全组织家在外地的单身青工到他家里过年。操作工梁传舜深有触动：“过年一起动手包饺子、煮饺子，让我们找到家的感觉。”

“快乐工作也是生产力。”陆建明认为，横班党支部书记既充当了上情下达、下情上传的桥梁和纽带作用，又成为班组的“贴心人”，横班党支部书记的特殊作用，让企业更加和谐稳定，队伍更加有凝聚力。

伍氏兴隆家具文化:赋灵于木　洁净精微

本报记者 **黄春兰**

作为中国台山市伍氏兴隆明式家具艺术有限公司董事长的伍炳亮大师，通过对红木家具的潜心研究、设计、制作和鉴赏，与历史进行穿越时空的对话，解读传统文化密码，弥补家具文化断层，使明清古典家具文化得以薪火相传，在复兴传统家具文化的同时，伍氏文化也蔚然成型，卓然立世。

文化映象

闻着沁人心脾的檀香，听着舒缓而优雅的古筝乐曲，品着香味浓郁的清茶，坐在设计考究、舒适得体的紫檀座椅里，或看书，或弈棋，或品味和欣赏陈列有序、古朴大方、韵味十足的红木家具，早已是心旷神怡，宠辱皆忘，如处天界仙境。

这就是伍氏兴隆家具艺术典藏馆的映象，它带给人的感受已经难以用世外桃源或一方净土来形容。总共四层且带有中国古典建筑风格的典藏馆，面积4000平方米，是中国目前最大的私人家具典藏馆，收藏了伍炳亮大师从艺30多年来的1100多款佳作，包括了桌椅几凳、案架柜阁、床榻屏风等各式各样的家具类型，俨然一个中国明清家具的大观园，是中国红木家具王国中的一朵奇葩。

然而，要真正懂得欣赏这些人间尤物，或者用伍炳亮大师的话表示就是如果要懂得鉴赏这些艺术作品，就一定要了解中国传统文化，了解中国红木家具的发展史，因为这些艺术作品凝结和汇聚了中国传统文化的密码。

古典家具的位置摆放也能体现出长幼尊卑的秩序观念，而红木家具本身所特有的沉稳厚重和内敛气质，更能彰显中国文化传统中的善于守拙及韬光养晦的为人处世之道。与前述直观易解的寓意相比，这些文化象征更加隐性和深层。正是由于这些特质，使得明清家具成为当时文人雅士、达官贵人及商贾巨富趋之若鹜的对象。

> “洁净精微”，这是孔子对作为中国传统文化总源头的《周易》的总评价。用这句话形容伍氏兴隆红木家具文化，也恰到好处。当代明清古典家具是传统文化的承载者及沉淀结晶之一，伍氏兴隆明式艺术家具又是其中翘楚。

伍氏兴隆掌门人伍炳亮

在伍大师眼里，消费者购买自己喜欢的伍氏家具，已经不再是简单的商品交易，不再是金钱和物质的俗物交换，完全是一种高山流水式的知音相遇，是一种志趣相投相见恨晚的朋友相逢。伍大师是在以艺术家具结交天下同道中的有识之士，以除英雄孤独之感。

从空间分布来看，中国的红木家具分为京作、苏作和广作，此外，浙江和福建也各自有着自己的风格，它们都蕴含和体现着不同地域的文化。从时间上看，红木家具又体现着不同历史时期的文化，如明式红木家具更多的是通过简洁、舒缓、雅致及飘逸的造型，体现士大夫阶层超凡脱俗的生活志趣，而清式红木家具则大多通过稳重质朴的造型及厚重肃穆的气质，彰显达官贵人的显赫身份与地位。

总之，只有懂得鉴赏明清家具，才能深味中国传统文化心理及文化习俗，相反，只有了然中国传统文化，才能对明清家具形成良好的认知及欣赏能力，因为明清家具已经与传统文化融为一体，难以割舍，某种程度上二者就是同义语。

我们不得不庆幸生活在一个有大师出世和存在的时代，因为唯有通过大师独到的眼光，我们才能发现明清家具文化的博大精深，同样，也只有通过发现明清家具文化的博大精深，我们才能发现大师眼光的独到。

形意兼具

整个典藏馆由伍炳亮大师亲自设计，在通透敞亮的大厅里，各式明清家具错落有致，再辅以柔和的灯光和高档瓷砖铺就的地板，身处其中，你会感受到瑞气千条，浑身被一层强大的气场所包围，妙不可言。

这种只可意会不可言传的意境主要是由各式家具所散发和营造。这些艺术品皆是造型优美和谐、工艺精湛细腻、用材厚重奢华及意韵深藏隽永，完全符合伍炳亮大师一再主张的型、艺、材、韵的鉴赏标准。之所以将型列入第一位，是因为人们在接触外物时，第一感觉就是视觉识别，只有合眼缘的作品，才会进一步去了解它的工艺及用材，在三者皆为上等的基础上，才会产生让人留恋痴迷的韵味。

面对伍氏家具和谐圆融的造型，所有的语言都会显得苍白无力，难尽其意，此境或许正合于魏晋玄学中的“得形忘言”。之所以会有这种和谐及身心愉悦，主要源于设计环节的匠心独运。伍大师亲自担任公司的设计总监，对每一件作品都要进行设计构思，对每一块原材料的审材、开材及应用，都会进行详细的指导。

细节决定成败。和谐的美感还来自于造型设计中对细节人性化的关注，比如将传统的方角换成圆角，就会让人有完全不一样的感觉，明显增加了亲和力，将案台两端翘头由传统的高出桌面改为略高于桌面，从而消除了突兀感，在传统四方桌的每一侧增加了一个小抽屉，便于放置小型物件，而红木圆桌的推出，算是对传统的一种尺度比较大的突破，破除了传统红木家具中严格的等级观念和文化，顺应了当代的平等观念和文化，因为坐在圆桌周围的人都是平等的，不再有高低贵贱之分。

相比于形胜，伍氏家具的殊胜之处更在于其神胜，也就是其独到的意韵，陶渊明的“此中有真意，欲辩已忘言”大可用来形容这一境界。这也许是很多消费者为何能从开始的不喜欢到慢慢喜欢，再到发烧友的原因所在。此时吸引消费者的已不再是外形，而是陶醉于古典家具所散发出来的神韵和气质中，魏晋玄学中的“得意妄形”或许描述的就是这一境界。

在高端红木家具领域，伍氏兴隆品牌和产品可谓独树一帜。其鲜明的个性及独特的气质使 “伍氏出品”在众多红木家具王国里一枝独秀，使之能很轻易地被识别出来。

有一位北京消费者曾在中国北京伍氏兴隆明式家具艺术展示中心欣赏过伍炳亮的作品，后来到了美国旧金山，偶尔见到一件古典家具，当即向主人表示此作品肯定出自伍炳亮大师之手。主人惊讶之下，除了佩服这位北京朋友的眼光外，更欣喜及坚信自己当初的投资决定是对的。这也证明了伍炳亮大师的艺术风格一直保持着一种持续性，并不断成熟与强化，并最终成就了形神兼备、洁净精微的伍氏家具文化。

诚信至上

伍氏兴隆家具的另一重文化就是诚信。在许多同行为了获得短期利益而急功近利无信可言的时候，伍炳亮则一直坚持童叟无欺，坚持成本、价格及利润的透明度，让消费者明明白白消费，以诚信行商立世。

在古典家具行业，内行人都知道，同一件作品，如果使用不同的材料，或者用同一种材料但材质不同(老料与新料、好料与差料)，或者虽是同一材质但分量不够，所需要的成本则有天壤之别。比如，面板厚度如果减少一半，成本则可以减少50%，但一般消费者根本觉察不了。

近年来，由于海南黄花梨、越南黄花梨、小叶紫檀等名贵木材日益稀少，市场上开始出现爆炒金丝楠的现象。伍炳亮表示，虽然故宫曾采用过这种木材，但都要在表面涂上厚厚的油漆，或者镏金，或者包金箔，说明其质地及性能并不好，这种材料不仅算不上名贵，而且也算不上稀缺，其主产地四川有大片的新材供应，根本卖不出价钱，现在厂家大多是买红木家具附送金丝楠家具。

名贵材料日益稀缺也导致伍大师开始减少销售量转而自己收藏，其直接后果就是伍氏家具二级市场日益火爆。撇开那些精雕细刻、成就伍氏品牌的大制作不谈，单一个价值2100元的小小黄花梨茶盘，在8年时间里就升值了十来倍。更有一位网友在2004年购买的一件黄花梨作品10年来升值了30多倍。

知名度的提升及市价的飞涨，并没有动摇和改变伍大师的诚信理念，伍氏产品质量始终如一，更无偷工减料或偷天换日。去年，有120件产品被网友团购，但无一宗投诉。此外，由于在业内长期建立起来的信誉，伍炳亮在外地采购原料时，不用带现金，不用签合同，在当地看好货后，就可以运往台山，不仅不用担心货不对版(没人有底气班门弄斧)，而且即使货到了，也不用马上付款。

如果说设计赋予了伍氏家具艺术以灵魂，那么，诚信则为伍氏作品走向全国甚至世界打开了通道。

有人说，“上帝造就了黄花梨，黄花梨成就了伍炳亮大师”，其实，后面还应该有一句，就是伍炳亮大师造就了当代古典家具文化的巅峰。万物有灵，名贵材料本身就是天赐尤物，稀世珍宝，颇具灵性，能遇上完全靠缘分。而经过伍大师之手，再度赋木以灵，以作品应世，则灵气倍增。

“品似梅花香在骨，人如秋水玉为神。”这是典藏馆里的一副对联，出自清朝诗人祈隽藻，算得上对伍大师人品、艺品和作品的最佳写照。