

和谐发展 和平发展

——听嘉宾说中国“软实力”的内涵

本报记者 王信川



“中国软实力：全球影响力与公共外交”分论坛现场。

本报记者 王信川撰

随着经济实力的不断增强,中国将怎样进一步增强“软实力”?而中国的“软实力”对于二十一世纪的地缘政治与全球经济又意味着什么?“2013成都财富全球论坛”特别举行的一场主题为“中国软实力:全球影响力与公共外交”的分论坛,吸引了不少与会嘉宾的关注。

“中国是一个历史悠久的国家,不少外国人对中国表现出浓厚的兴趣。”全国政协外事委员会主任、中国人民大学新闻学院院长赵启正在发言中表示,世界各国都在关注中国的发展,中国也需要通过公共外交的平台,向世界展示一个真实的中国,这是增强中国“软实力”的重要渠道。

赵启正说,中国曾经用的“人民外交”这个概念,后来变成“民间外交”,主要指表演、舞蹈等民间的艺术交流,而真正开展“公共外交”的时间并不长。“随着中国与世界的联系越来越密切,人们也更加关心中国的国际地位和中国的声誉,加强公共外交也是形势所逼。”赵启正说。

卡内基国际和平基金会亚洲项目高级研究员黄育川认为,“中国逐渐成为世界贸易大国,美国认为就业因此受到了影响,实际上存在一些误解。”黄育川表示,中国出口的很多产品,实际上只是在中国组装,并未从中获得丰厚的利润。因此,应努力让其他国家了解中国的现状,增进彼此间的了解与信任。

“各个国家都有自己的历史传统,文化的差异性很大。”赵启正说,中国拥有5000多年从未间断、一直延续至今的历史文化,辉煌灿烂的中华文明对人类社会作出了巨大贡献。

成都就是一座近2500年来从未改名

换址的古老城市,尤其以三星堆、金沙遗址为典型代表的古蜀文化,在中华远古文化中独具一格。“绵延深厚的文化,为成都奔向中国新未来增添了底气。”四川省常委、成都市委书记黄新初介绍说,成都在迈向国际化城市的进程中,不仅保护、传承、发扬了源远流长的城市本土文化,还以开

放的胸襟接纳全球的先进文化;在彰显独特文化魅力的同时,还为可持续发展积累了强大的“软实力”。

城市品牌,体现城市神韵,象征着一个城市无可替代的软实力。成都作为继上海、香港、北京之后,中国第四个举办财富全球论坛的城市,它又寓示成都正在成为

全球投资的热土,中国经济的新未来。“Can Do!Chengdu!(成都,都成!)”融和了成都的过去、现在和未来,支撑起这个城市的品牌高度,证明了这是一座当之无愧的财富之城、成功之都。

“文化软实力建设,与个人体戚相关,每一位热情好客的成都人都在传播城市的优秀文化。”赵启正说,开展公共外交,体现了人们的一种爱国情怀,每位中国人都要学会并善于对外表达自己。“改革开放前中国每年出境才1万人,2012年出境游人数超过了8000万人,每一位出境的游客都是传播中国文化的载体,都在从不同角度讲述中国故事。”赵启正说。

“可能是基于地缘政治方面的一些因素,有的国家认为中国变得有些咄咄逼人,但事实并非如此。”黄育川说,中华文化的传统讲求“和为贵”,中国也一直坚持韬光养晦的原则,即使在国际舞台上举足轻重,也不会主动挑起事端。

“和谐发展和和平发展的理念,是中国‘软实力’的重要内涵。”赵启正说,从中国的实际情况看,只有坚持和平发展,才对中国的发展有利,才能真正造福于中国人民。“各国不必为中国的强大而有所担心,当然要让全世界都相信这一点,还需要时间,还需要大力开展公共外交。”赵启正说。

赵启正认为,一个国家的“软实力”不仅要依靠教育机构、社团组织、行业协会、企业家等提升,还要充分发挥年轻人的作用。“青年是时代的先锋,青年之间的了解、信任可以维持几十年,年轻人是开展公共外交的重要桥梁。”赵启正说,年轻人不仅应该熟知国家的历史传统和现实国情,还要努力提高交流和对话的能力。

在2013成都财富全球论坛上,嘉宾们深入思考城市未来的发展方向。

远大集团董事长兼首席执行官张跃表示,解决污染、拥堵等顽固城市“病”,最好的方案可能并不需要付出大代价。我们可以通过很多技术手段实现节能降耗与居民生活舒适的兼顾,例如增加城市建筑的保温层以降低能耗损失,利用电厂的废热为居民区供暖制冷等。我们公司的业务包括中央空调和建筑,这两项都与城市生活息息相关,目前正在尝试建设多功能建筑。在这种超大建筑中,会将学校、工作地点、医院、娱乐等各种机构集中在一起,从而减少城市交通拥堵和能耗、污染等。

嘉宾会诊——

城市该如何发展

本报记者 廉丹

张跃还特别指出,随着我国城镇化建设速度加快,做好城市布局设计非常重要,如果城市布局出了问题,后果将会很严重,而且纠正起来困难大、代价高。张跃表示,我国一些城市的设计是有问题的,开发区只用来办公,居民区只是居住,娱乐也要到特定的区域。我们应在城市布局中做好完备的功能区设计,在一个区域里兼顾居民从工作到生活的各种需求。

关于未来城市该如何发展,施耐德电气总裁兼首席执行官赵国华给出了答案——智能城市。“网络化、数字化是智能城市的显著特点,依靠数字化技术,城市的建筑、交通、服务、医疗、教育、文化等各项设施之间将建立起多维连接,这些举措将帮助城市实现可持续发展。”赵国华说。

霍尼韦尔董事长兼首席执行官高德威也对建设智能城市表达了观点:“长期以来,人们对智能城市发展有很多好的想法,但客观地讲应该还有很长的路要走。我认为,政府、社会、私营部门共同参与才能使智能城市建设更有效率。”高德威表示,提高能源利用率、控制污染等是智能城市发展必须解决的课题。作为一家以技术见长的企业,我们对此非常感兴趣,因为节能领域不仅利润空间大,技术水平也在不断进步,希望能更多地参与到这项意义重大的事业中来。

社交媒体悄然改变商业模式

——“社交媒体对商业的影响”分论坛侧记

本报记者 林火灿

在6月7日举行的2013成都财富全球论坛“社交媒体对商业的影响”分论坛上,新浪公司董事长曹国伟表示,新浪微博近期将与阿里巴巴进行用户数据交换,这是继阿里巴巴认购新浪微博18%股权后,双方合作取得实质性进展的重要一步。在曹国伟看来,这次数据交换,将帮助阿里巴巴利用社交媒体对客户进行精准定位,使参与者都从中获益。

曹国伟的这一商业构想,也是企业与社交媒体之间探索互动机制的重要例证。正如曹国伟所说,在当前社交媒体的发展趋势中,企业面临着商业模式的重新定位与调整。

美国在线董事长兼首席执行官蒂姆·阿姆斯特朗说,在社交媒体时代,企业能够在后台技术支持下,搜集统计用户的兴趣、

消费习惯、活跃时段等信息,这些都能够帮助企业进行精准的广告定位。

优酷土豆总裁刘德乐说,在社交媒体时代,口碑传播也变得更为迅速。在此背景下,企业不可能再用夸大效果的广告欺骗消费者,必须用事实准确地告诉消费者它们能提供的服务,才能赢得信任。“口碑传播对于人们购买决定的影响最为直接。”红杉资本创始管理合伙人沈南鹏说,社交媒体具有去中介化的功能,人与人之间的传播将成为左右企业成败的关键因素。

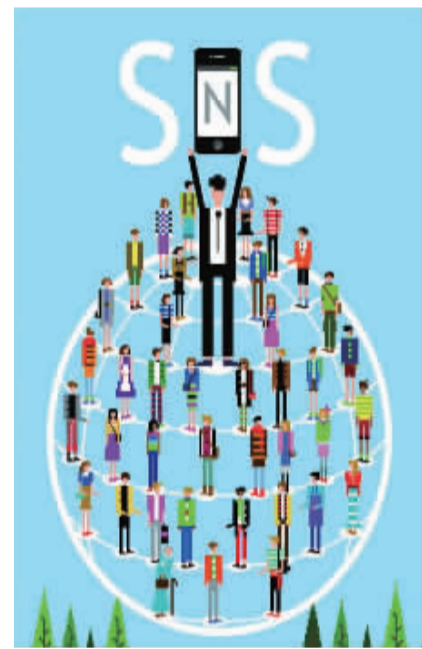
社交媒体的自由开放,让信息的流动更加透明及时,但同时也带来诸多新问题。社交媒体的放大渲染作用,能把一个普普通通的事件,升级为企业的重大危机。更有企业利用社交媒体抹黑和打击竞

争对手。

曹国伟认为,由于社交媒体的特殊性,光靠政府监管很难保证社交媒体的秩序遵守,这就要求用户和企业在使用社交媒体中加强自律,自觉构建良好的社交媒体秩序。

刘德乐建议,企业在与消费者沟通交流的过程中,要有真诚的态度说真话,特别是在回应消费者批评的过程中,既要做到第一时间进行透明回应,更要认真对待、不敷衍了事,否则损失会更大。

目前,社交媒体刚刚兴起,企业在利用社交媒体进行商业模式创新方面同样处于起步阶段。但从长期来看,中国社交媒体的快速发展,对于商业模式调整的影响将十分深远。因此,对于中国企业特别是中小企业而言,利用好社交媒体传播信息、创



立品牌,将成为企业赢在未来的重要铺垫。沈南鹏则指出,随着中国土地、劳动力等生产要素成本上升,企业对自动化程度的要求也会越来越高,利用社交媒体和移动互联网,或许是降低企业成本的便捷途径。

观点

渠道为王,中国文化产业要想真正走出去,必须下大力气、花长时间打造传播渠道。

——大连万达集团董事长王健林

就业是全球性问题,很多大学生虽然在学校学习知识,却不具备一些雇主看重的软性技能。这些“软技能”包括跨文化、跨领域和跨学科工作的能力,对新鲜事物的好奇和在未来工作中不断学习提升自我的意愿。

——社邦公司董事长兼首席执行官柯爱伦

中国进入了发展的新纪元,它向世界开放了大门和市场,不仅改变了中国的面貌,而且改变了世界的面貌,中国正在成为世界上最重要的经济力量。

——英国前首相布莱尔
(本报记者 连俊整理)

现场签约12个项目,投资总额256亿元——

成都吸引重大项目落地实施

本报成都6月7日电 记者牛瑾 刘畅报道:7日下午,2013财富全球论坛重大项目签约仪式在成都举行。美国德州仪器芯片封装生产基地项目、美国伟创力太阳能机械制造生产基地项目、浙江吉利新能源汽车项目等12个项目在现场成功签约,投资总额达256亿元。

据悉,2013成都财富全球论坛期间,成都市共签约由世界500强企业及知名跨国公司投资的74个项目,投资总额达1120.15亿元。其中,境外500强和知名跨国企业投资项目48个,投资总额46.38亿美元;境内500强企业投资项目26个,投资总额823.31亿元。同时,工业项目23个,投资总额294.70亿元;服务业项目47个,投资总额808.92亿元;农业项目4个,投资总额16.53亿元。

成都市市长葛红林介绍,随着近年来中国西部大开发战略的深入推进,成都经济社会实现了快速健康发展,已成为全球重要的电子信息产业基地和中国重要的航空航天、核动力、新能源新材料等产业基地。截至目前,成都共吸引了238家世界500强企业落户,开通了直飞巴黎、法兰克福等29条国际航线和直达波兰罗兹的蓉欧货运班列。财富全球论坛期间,众多重大项目的签约,体现了世界知名企业成都良好投资环境和美好发展前景的充分认可,这些项目的落地实施,对于成都提升产业层级、打造西部经济核心增长极、发挥四川省“首位城市”带头引领和示范辐射作用具有重要的意义。



悠闲生活里的“快”时尚

本报记者 刘畅

最新的时装周,直到各色高档百货入驻近在咫尺的春熙路。

这条取“熙来攘往、如登春台”美意的商业街如今已开始成为成都的时尚标志。它是成都的时尚公告牌,一个世纪的商业人气和来来往往的时尚男女在这里流连;它是成都的流行文化站,全国的街头潮流和品牌在这里散发着时尚的气息。春熙路的时尚绝不仅仅局限在它大大小小的商铺中,如果您放慢脚步细细欣赏,就能感受到街区仿古建筑的文化底蕴和欧式建筑的典雅气派。

春熙商圈的剪影恰如其分地反映了这座城市悠闲生活里的“快”时尚。一组组数据或许就是例证:成都亨得利总店2012年营业额达3.5亿元,居全国同类卖场之首;浪琴和天梭两个品牌的销售额居全球第一;雅诗兰黛成都王府井专柜连续3年销售额全球第一,迪奥成都王府井专柜销量则位居全国第一。

在如此悠闲的生活氛围里,成都快步向前的“时尚感”或许和人们的生活理念密切相关。

逍遥安逸,行云流水,顺其自然是成都人的生活态度,因为尽心工作又要懂得生活是成都人的共识。在成都人看来,钱多钱少不是衡量幸福感的唯一标准,工作之余呼朋

唤友,在各色小店里淘得喜爱之物,是释放压力、满足自我的一种生活方式。

悠闲仅仅是成都的生活节奏的体现,这座西部城市经济的快速发展吸引了多家国际知名品牌的入驻。舍得“消费”的成都,如同一块强有力的磁石,散发着“财富”的气息——2012年,成都社会消费品零售额达3317.7亿元,增速领先中西部城市,不断攀升的销售额无疑是成都回馈这些品牌

最好的“礼物”。

成都的“快”时尚并没有停步之意。就在财富论坛开幕前一天,5家世界500强企业、数个著名商业品牌、一批国际著名酒店品牌亮相“2013年成都市锦江区投资说明会暨世界500强企业、跨国公司、国际著名品牌入驻签约仪式”。连卡佛百货首席财务总监冯慧仪说,“‘财富’的选择,就是我们的选择。”



成都著名商业街春熙路的繁华景象。
本报记者 李景录摄



春熙路上的时尚雕像。
本报记者 李景录摄

上个世纪80年代,成都女孩最“洋气”的打扮是上身一件短款毛衣,配一条长长的大摆裙子。如能在人们好奇的询问中悠悠讲出“这身衣服是在科甲巷买的”,齐刷刷的羡慕眼光便会将女孩包围。科甲巷曾是彼时成都时尚的代名词,这条青砖灰瓦、欧式街灯点缀下的购物街曾一度引领成都