

在新农村建设舞台上大展宏图

——记湖南娄底响莲实业创业者陈响莲

■ 本报记者 喻海清

中国国际贸易促进委员会娄底分会会长伍芬义接待记者时,兴致勃勃地说,娄底有个杰出的女企业家,名叫陈响莲,她创造的“响莲”系列产品走出村头、走上街头、走进码头、走出了国境线的尽头,并在上海世博会上独占鳌头。为此,记者慕名前往湖南省冷水江市采访了陈响莲。

在高高的崇山峻岭上,在碧波荡漾的周头湖游船的凉荫棚下,陈响莲向记者述说了她创业的心路历程。

生机勃勃的“响莲”品牌

湖南娄底响莲实业创立于2002年,是一家集农业葛根种植、农产品加工、文化传播、旅游度假、矿产开发、生态农庄于一体的民营企业集团,拥有固定资产6000万元,年产值1.5亿元以上。

具有爱心和强烈社会责任感的企 业,其发展模式和经营方式也会有独特之处。陈响莲女士已经不把公司经营重点放在被称为暴富“捷径”的矿产开发行业,而是响应中央调整农业产业结构政策,大力发展葛根种植农业产业化创业项目,采用“公司+基地+农户”的运作模式,充分发挥了新农村建设示范带头作用,得到市委市政府和娄底人民的一致好评和支持。

近年来,响莲实业与湖南微量元素研究所进行通力合作,重点推出“响莲”品牌葛根健康系列功能食品:葛参面条系列、养生葛根面系列、葛参茶系列、葛参嚼系列、葛根粉系列、葛参凉茶饮料系列、葛根粉丝系列、葛根胶囊等系列产品。

具有绿色环保、保健养身等特点和功效的“响莲”牌葛根健康系列功能食品,因深受全国消费者喜爱,各种荣誉接踵而至,先后获得“湖南省保护消费者权益示范单位”、“湖南省(五届)农博会金奖”、“湖南省科技博览会金奖”、“湖南省著名商标”、“中国市场放心消费品牌”、“中国妇女儿童喜爱消费品牌”、“中国驰名商标”等荣誉称号。

闪闪发光的“响莲”荣誉

陈响莲的荣誉:

1999年被评为冷水江市“扶贫帮困先进个人”、“最佳文明经营户”,并于当年8月18日获湖南省首届“优秀私营企业家”光荣称号;

2000年5月被评为娄底市“劳动模范”;

2001年被评为冷水江市“爱心助残明星”,11月在中国作家协会、《人民文学》杂

志社联合举办的“共和国脊梁”优秀报告文学评比活动中被授予“世纪之星”荣誉称号;

2002年7月26日在中国作家协会、《人民文学》杂志社联合举办的“三个代表”的忠实实践者优秀报告文学评比活动中荣获“主人公金杯奖”;

2003年3月28日荣获全国“十佳爱心大使”、“湖南省著名企业家”称号;

2005年1月15日荣获2004年度全国第四届农村基层干部“十大新闻人物”;获得2005年度“湖南省光彩事业先进人物”、“娄底市经济十大新闻人物”、“娄底市十大爱心慈善家”的光荣称号,同年11月“响莲牌”商标荣获“湖南省著名商标”;

2006年7月陈响莲捧回了湖南省人民政府颁发的“湖南省私营企业100强企业”光荣牌匾,12月荣获“湖南省慈善家”称号。

2009年2月,湖南慈善大会在湖南宾馆隆重召开。娄底响莲集团董事长陈响莲在此次大会上荣获湖南慈善奖。6月,2009品牌中国女性慈善颁奖典礼在北京隆重举行,陈响莲获得2009中国十大品牌女性大奖。

思情无限的响莲大姐

响莲大姐虽然出生于工人家庭,但家里人口多,生活比较困难。她有七兄妹,父亲早年过世,响莲18岁扛起家里的重担,家里穷困,没钱读书,响莲凭借开杨桥大队的手扶拖拉机,维持生计。

响莲的父亲过世时,她弟弟才1岁。有一次,弟弟生病,叫了个老医生来看,医生说弟弟是营养不良,要煮些米饭才行,实在没有,煮粥也可以,但是家里实在没米下锅,于是跑出去向亲戚借米,但是亲戚把米藏起来,响莲感到非常委屈。第二天,遇到农技站书记李传铁,他叫响莲去东站装米,于是响莲开着手扶拖拉机到冷水江东站装了360斤米回来,解了燃眉之急,在村里,没米下锅的人很多,于是来借米的人很多,响莲心肠很好,结果360斤米自己只剩下了80斤。响莲十分感谢这些帮过自己的人,以后在他们有困难的时候,响莲都解囊相助。

劳动致富的响莲大姐

1982年开始,党中央发出了先让一部分人富裕起来,最终实现共同富裕的伟大号召,全国各地你追我赶,再不用担心割资本主义尾巴了。全国上下,大江南北,经济建设高潮一浪高过一浪,全国经济迅猛腾飞。社会流行起来了的顺口溜就有一种明

显的时代特征,所谓“1万元不算富,10万才起步”。这时的陈响莲在一矿做充电工人。她在工作之余,到自己的煤矿把煤炭从涟源、经娄底、下宁乡流沙河再又送到益阳湖区,又把湖区有剩余的麦麸从益阳县运回到冷水江的铨山出卖。做了2年后陈响莲的原始资本积累强大了,就组织乡亲们 在村里组织办煤矿,响莲组织村民以500元一股来入股。没钱的村民,响莲借钱给他们,大部分入股的村民的钱都是响莲借他们的,当时24个股东,煤矿出煤了,乡亲们受益了!陈响莲于1999年从一名企业家被调到冷水江市梓龙乡当妇联主席、党委委员。上任后,陈响莲亲自组织乡亲们建成了周头水库度假村,造福梓龙乡村民。2002年到冷水江政协联工委工作3年。2006年担任冷水江市工商联副主席、党组成员。

乐善好施的响莲大姐

2008年,“5.12”汶川地震期间,响莲得知汶川一些孩子没人照顾。当时汶川民政局对有抚养资格的爱心人士 的审查很严格,但是陈响莲是爱心大使,民政局同意审批,但冷水江教育局不愿意开介绍信,说给政府添麻烦。于是响莲到娄底市教育局开了介绍信。响莲赶到汶川接孤儿,在汶川灾区的帐篷里遇到5.8级的余震,在那里待了6天。回到娄底后,响莲帮他们安顿了下来,自己却病了2个月。那



陈响莲的葛根系列产品进世博

(上接第10版)

增强文化软实力 大国必备

软实力这一概念说起来好象很新鲜,实际上其内涵对于我们来说也不新奇,以往我们说以科学理论武装人、以政治舆论引导人、以高尚精神塑造人、以优秀作品鼓舞人,包括加强思想道德教育,树立良好的国际形象,大力发展文化产业,以德治国等等,其实都是在进行文化软实力建设。大力发展并提升文化内容产业,是繁荣我国文化的必由之路。然而,就目前我国文化内容产业的形势而言,存在着两个大的瓶颈:一方面是内容上重数量而轻质量的局面尚未从根本上得到改善,总体上缺乏市场化程度高的品牌化精品,尤其缺乏具有国际竞争力的内容文化产品。另一方面则是中小企业是内容提供的主体,而它们一般缺乏较好的利润收入和能力,也难以满足打造产业链的要求和制作精品的实力。

无论从国内的需求还是从国际竞争的角度来看,解决文化内容的生产机制问题,尤其是解决市场化的内容精品制作动力机制问题,是推动文化产业发展、繁荣文化内容的重要事项。

文化大繁荣需要考虑与内容产业相关的六个层次:

一是文化内容的丰富性和具备较高的质量即拥有品牌化精品内容并重。

二是文化内容要照顾到不同的受众或者消费者层次,包括精英与大众、城乡、成年人与未成年人。尤其是要提供满足青少年需求的文化内容产品。此外,个性化的大众是一个需要重视的概念和问题。所谓个性化的大众,就是大众的选择可能属于同一种类别或者风格,但是选择的内容是

不一样的。

三是文化内容要体现引导性、提升性和满足型的不同要求,即同时照顾到意识形态和市场化的两个部分。

四是文化内容要能够同时面向国内和国外的市场,具有竞争力,即解决中国文化内容产品的竞争地位和实质性消费,外来文化产品的消费占比不能过高。

五是解决应对传统演艺市场的萎缩、缺乏文化内容传承力的问题。即解决怎么样融合创新,或者保持中国传统文化生命力的问题。

六是解决文化内容传播的载体,即覆盖和投送范围,让更有内涵的文化内容产品进行传播并产生更大的影响力。这里就涉及到平衡传统媒体和新媒体之间的关系,保障传播体系的影响力。

总之,丰富、发展和提升文化内容的意义是不言而喻的。文化内容不仅是繁荣我国文化的核心要素,涉及国家文化安全的主要内涵;而且,在文化内容产业做好之后,才能促进文化产业的良性健康发展。通过丰富内容知识产权不仅可以延长产业链,而且可以通过艺术授权等做法来带动文化产品制造业乃至延伸至其它制造业的提升。但是,目前文化内容的生产和激励存在结构性问题。我国目前的文化产业的产业结构可以分为内容产业、传媒平台产业和延伸产品制造业三大部分。其中,传媒和平台产业的企业获利最多。它们还包括新媒体即电信运营商与网络技术公司,它们都成为媒体企业,其中的网络技术含门户、搜索技术、视频、社交、微博、硬件等都是媒介化的内容下载、交流和消费的终端平台。

因此,最好是由大型的传媒企业和平台企业来做内容会更合理。但是,目前的

文化内容主要由中小文化企业提供。而中小文化企业提供文化内容,则存在着心有余而力不足的情况。因为内容需要品牌、品牌需要持续化,持续化需要实力和能力的积累。而且,各级政府对于文化产业的支持主要集中在大型文化传媒企业,支持的资源流向平台和国企,以及少数大的民营文化企业。

显然,这里存在着内容创作与内容经营主体激励不足的难题。除非采取一些新的对策,否则内容生产和提供的重要事业将存在虚弱化的困境。我们在对策上可以选择以下做法:

第一,要引导或者要求传媒与平台企业制作精品,特别是国有传媒企业制作精品内容。

第二,鼓励平台企业制作内容,如视频网站制作内容或者独家内容。

第三,中小企业要转变做法,重视商业模式,以商业模式特别是注重可复制性的商业模式来实现内容更大规模的盈利。

第四,转变观念和认识。在重视产品艺术性的时候,应该明确艺术产品和艺术的区别;艺术产品需要获得艺术家、艺术批评家和消费者一致的肯定性评价。

第五,处理好艺术家与企业家之间的关系,以企业家作为产业运作的主要决策者。

第六,重视创新,以商业模式为主导的创新。在创新的方法上,不是仅仅重视一般的原创,而是要重视能够带来品牌效应和产业链开发价值的核心资源的原创,即重视有效的创意,重视延长产业链经营的创意。

第七,政府应当更加重视支持优秀的文化内容产品和具有可持续战略的文化内容提供的企业,奖励在市场竞争中做出“双

丰收”贡献,即内容健康和产业价值大的产品和企业。

同时,文化内容产业领域的竞争格局也在不断发生改变。无论我们愿意与否,几乎所有的文化内容领域都已经成为双重竞争的格局,即国内竞争和国际竞争是同步化的。如果我们的文化内容产品不能吸引人,国内的消费者也就将转向消费国外的文化产品。所以,作为繁荣我国文化的一个组成部分,我们的文化产品必须是在国内与国外文化产品市场竞争中的优胜者。我们文化企业的内容生产能力将对我国的文化软实力产生直接而深远的影响。我们要想真正把中国的文化软实力做大做强,不断赢得国际话语权,占领国际舆论的制高点,我想这个问题就应当按照六中全会精神的要求去做。六中全会关于文化建设的指导思想、指导方针、战略部署同样也适用于文化软实力的建设。包括前面讲到的全面贯彻党的十七大精神、坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想为指导,贯彻落实科学发展观,以发展为主题等等这一系列的东西都对加强文化软实力建设具有指导作用,在这一问题上我们要有自信心,也要有自强心。中国上下五千年创造了博大精深的传统文化,我们不可否认传统文化当中也有一些糟粕,也有一些不好的东西,但总体来看,我们的传统确实是博大精深的,其中充满着很多的智慧,其中也充满着很深刻的伦理,有些东西非常适合社会发展规律的。比如说我们老祖宗讲的“礼义廉耻、忠孝节义、先天下之忧而忧,后天下之乐而乐、苟利国家生死以,岂因祸福避趋之、修身养性齐家治国平天下”等等,我觉得这些东西在现时代仍然具有生命力。我们的传统当中毕竟有丰富的文化

软实力要素,我们应该好好挖掘、梳理,丰富今天的文化。我们在世界有300多个孔子学院200多个孔子学堂,主要的任务是进行汉语国际传播。如果我们在汉语国际传播中能够复制中华传统的优秀文化,这个影响会更好。社会主义核心价值观系当中,无论是马克思主义指导也好,中国特色社会主义理想信念也好,还有我们以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,还是我们的社会主义荣辱观,这些东西确实确实对于保障我们先进文化建设能够发挥非常积极、非常重要的作用。这些东西本身都是在增强文化软实力。

拥抱文化大发展大繁荣的时代春天

全会强调要发展社会主义先进文化,推动社会主义文化大发展、大繁荣,坚定不移地发展社会主义先进文化。胡锦涛总书记在“七一”讲话里指出的,社会主义先进文化是马克思主义政党思想精神上的旗帜,要求我们以高度的文化自觉、文化自信,着眼于提高民族精神素质和塑造高尚人格来进行文化建设,共建中华民族的精神家园。中央指出文化自信、文化自信的着眼点是非常重要的。我们从实际工作中感受到,只有以高度的文化自觉,才能够坚持正确的文化建设方向。

所谓文化自觉,一是要自觉地认识到文化在综合国力的竞争当中地位越来越重要,自觉地认识到文化作为社会经济重要支撑的作用越来越重要,自觉地认识到文化建设的特殊规律,并且遵从这个规律,自觉地提高文化对历史进步、社会前行、人民幸福的时代担当和重要职责,这是学习全会《公报》后留下的深刻印象。

(下转第12版)