

商务部新闻发言人称

汇源收购案裁决与中国外资政策无关

外交部发言人表示,禁止并购并非贸易保护主义

新华社北京3月19日电(记者朱立毅)商务部新闻发言人姚坚19日就可口可乐收购汇源果汁案接受新华社记者采访时表示,商务部作出禁止收购的决定,既不受外部因素的干扰,也非保护主义。本案的裁决与中国的外资政策无关。

世界各国普遍采用的做法,是我国反垄断法规定的一项重要制度。反垄断审查的目的是保护市场公平竞争,维护消费者利益和社会公共利益。本案的裁决与中国的外资政策无关,中国一贯主张积极吸收外资,将继续扩大对外开放,为各国投资者来华开展经营活动创造良好的条件。

新华社北京3月19日电(记者王守井)外交部发言人秦刚19日表示,中国政府禁止可口可乐并购汇源公司是根据反垄断法作出的客观裁定,完全不同于贸易和投资保护主义。

秦刚在回答记者相关提问时表示,中方作出这样的裁决正是为了维护中国市场竞争的环境。中国政府始终坚定不移地奉行互利共赢的开放政策,中国积极利用外资的政策没有发生变化。

“在中国的市场上随处可见可口可乐公司的产品,也可以看到中国的产品和来自世界各国的饮料。中国消费者既喝汇源果汁,也喝可口可乐。中国的市场是充分开放的,中国的商品是丰富的。”秦刚说。

说纷纭。可口可乐承诺,收购汇源后保留汇源品牌,同时充分利用可口可乐的国际市场营销、产品研发等资源,使汇源品牌继续发展壮大。然而有业内人士担心,在交出原有品牌、设备,以及对新合资公司的控制权后,汇源也就再无力捍卫自己的品牌。

外资并购应共赢

随着经济全球化和我国加入WTO,国内品牌与跨国公司“联姻”不断,从天府可乐与百事可乐、娃哈哈与达能等纷纷“分手”并陷入品牌争夺战,再到美加净、小护士、大宝,类似合作中有成功的也有失败的。

专家提醒,国内品牌与跨国公司合作应以双赢为目的,民族企业要学习国际规则,通过法律手段规定和规避合作中的不利因素和潜在风险。

业内人士林先生认为,在经济危机的背景下,各国对本土品牌企业的扶持力度在不断加大,未来的竞争在于品牌的力度。

也有业内人士认为,一些行业本土品牌在市场上的衰落是市场选择的结果,从结果来说,最主要的是消费者受益了。

法律界人士廖治超认为,经济危机“危中有有机”,一些实力雄厚的企业会利用这个时机加快并购行为,降低运营成本。但值得关注的是,跨国公司并购的对象往往是国内行业的前三甲,采取合资方式是对中国市场的试探和跳板。

从长期来看,凭借雄厚的财力和先进的管理经验,独资可能是一个必然的趋势。专家建议,被并购企业通过与其他国内企业之间的合作来增加外资企业并购竞争时的话语权,同时在并购合同中设置相应限制条款;同时政府给予国内品牌企业必要的政策支持,鼓励强强联合,促进产业整合。



国内品牌与跨国公司合作应以双赢为目的。图为3月18日一名乘客站在北京地铁站内一块汇源果汁公益广告前候车。新华社记者 杨磊 摄

民族品牌被收购后大多从地球上“消失”

据新华社信息 从上个世纪90年代至今,外资收购的民族品牌不计其数。其中不少民族品牌被外资收购后已被人们遗忘。中华牙膏:1994年初,联合利华取得上海牙膏厂的控股权,并采用品牌租赁的方式经营上海牙膏厂“中华”牙膏,如今,中华牙膏在市场上的份额已少得可怜。

活力28:1996年,与德国美洁时公司合资后,双方规定的合资公司洗衣粉产量的50%使用“活力28”品牌的承诺没有兑现,前3年共投入1.84亿元用于“活力28”宣传的广告费用也成了一纸空文。“活力

28”从人们的记忆中渐渐消失了。南孚电池:自1999年9月起,通过数次转让,2003年,72%的股权落入吉列手中。南孚被吉列控制后即退出海外市场,一半生产能力被闲置。如今这一曾经占领了大半个中国市场,中国第一的电池品牌已经不属于民族品牌了。

乐百氏:2000年,乐百氏被达能公司收购,现在乐百氏品牌已基本退出市场。

小护士:法国欧莱雅2003年收购小护士。5年后的今天,小护士在市场上也几乎销声匿迹。

本报讯 汇源董事长朱新礼的“猪”没卖成。

据第一财经日报报道,18日,商务部宣布,根据《反垄断法》禁止可口可乐收购汇源,这让历时六个多月的可口可乐并购汇源案暂告段落。去年9月,可口可乐宣布欲以179.2亿港元的价格收购汇源。面对争论,朱新礼“企业要当儿子养,当猪卖”的解释成为一时热点。

这次没有卖成的汇源,将面临怎样的未来?

去年9月朱新礼曾表示,并购审批通过欢迎,不能通过就继续经营汇源果汁业务。显然,如果选择调整后再次出售,汇源不容易再次得到179.2亿港元的价格,较高的溢价在如今全球经济衰退的大背景下,很难实现,寻找合适买家也比较困难。

今后,汇源将面临来自可口可乐的直接竞争。从把酒言欢其乐融融到面对厮杀,只在一夜之间。

过去多年中,汇源在纯果汁市场一枝独秀,由于第二名与其实力差距太远,并没有形成有力挑战。但可口可乐对纯果汁市场的觊觎,一直

朱新礼卖“猪”不成回到从前

让汇源担心,汇源内部也曾对此进行专门讨论。2007年底,可口可乐正式推出自己的纯果汁产品,二者开始直接竞争。

可以预见,汇源今后将面临更多竞争。

国内饮料行业一位知名企业的董事长表示,汇源虽然在纯果汁、中等果蔬汁方面占优势,但是这两块加起来还没有果汁(25%含量以下)市场大,而在这块市场上汇源只占6%的份额,前面有5个大品牌。百分百果汁很酸,不太适合中国人口味,所以大品牌还没有真正发力,但其他品牌进入汇源优势市场只是早晚的事。如果朱新礼把汇源卖了,等于也从残酷的竞争中解脱了。

朱新礼也正是看到这一点,将汇源出售,并集中精力做好上游资源。据新华社报道,朱新礼曾表示:“汇源的摊子越大,战线越长,风险也越大,担心也越多,品牌小的时候捏在手上,大了就得背在肩上,现在是顶在头上。我都快60岁的人了,还能顶多久?如果有一天真的顶不住了,既对不起股东,也不对不起员工。”

可现在,朱新礼将不得不回到这一激烈的市场中。

浙江学者陈明达新考金学界四百年悬题

《金瓶梅》作者为蔡荣名?

究竟谁是《金瓶梅》的真正作者?书上所署名“兰陵笑笑生”究竟是何方人士?这个中国文学史和金学界的“哥德巴赫猜想”,四百多年来一直困扰着专家学者和读者。最近,浙江学者陈明达撰文指出,《金瓶梅》作者为明朝黄岩人蔡荣名。

据人民网3月18日报道,陈明达先生多年来潜心研究考证《金瓶梅》,以破解“谁是《金瓶梅》真正作者”这起谜案。最近,陈明达推出长篇论文《〈金瓶梅〉作者蔡荣名考》,以翔实的证据,考证出明朝黄岩人蔡荣名是《金瓶梅》真正的作者。

蔡荣名(1559--?)字去疾,别字簪凡,明黄岩人。出身书香门第,习研古诗文。曾祖父蔡余庆,进士出身,曾任汀州知府。祖父蔡绍科,举人,曾任大理知府。叔父蔡宗明,进士出身,官至礼部郎中。蔡荣名少小聪慧异常,17岁时考中头名秀才。但他我行我素,偏激狂傲,不耐繁文缛节,多次赴省试均未中举。于是就纵情诗酒,醉中成诗。著有《太极注》、《芙蓉亭诗钞》。蔡荣名于24



岁北上拜谒王世贞(明朝文学家,大名士,曾有学者认为是《金瓶梅》的作者),深受赏识,延为上宾。居住在府。

陈明达从八个方面考证:1,书中大量独特的黄岩方言证实只有黄岩人才能写得出来。2,蔡荣名的出身、经历和秉性符合写作《金瓶梅》的身份;《芙蓉亭诗钞》更是提供了直接的证据。3,王世贞鼎力相助蔡荣名完成写作《金瓶梅》。王世贞诗“袖携天台石,吐作弁山云”。“两年两扣先生门,沾沾所见惬所闻”及蔡荣名《弁山行》证实,《金瓶梅》初稿是蔡荣名的,也是蔡荣名在弁山园两年最后定稿的。4,王世贞诗“袖携天台石”;欣欣子序“吾友笑笑生为此,爱馨平日所蕴者,著斯传”;《金瓶梅》36回955页:蔡状元道:“学生蔡璠,贱号一泉,“泉”,水源也,黄岩话“水、书”同音,均念“xu”。意思就是蔡璠书源也。上述三者均指《金瓶梅》书稿出处,证实笑笑生就是蔡荣名。

5,“兰陵笑笑生”出自王世贞诗“吾怜蔡去疾,不去陶陶酒人疾”中的“陶陶酒人”,兰陵指代酒。欣欣子序的“欣欣”出自王世贞诗“沾沾所见惬所闻”中的“沾沾”;6,欣欣子序书于明贤里之轩。“欣欣”的第二个含义是“欣欣向荣”,所以,整个署名隐含“荣名闲里书之于轩”。

7,《金瓶梅》跋中的“钜公”指张居正。王世贞与张居正是同年,要影射张居正,必须让作者隐姓埋名,所以托名“兰陵笑笑生”。8,历来许多学者不解的疑惑在蔡荣名身上都能找到答案。如“三七”、“凤城”、“芙蓉亭”等的出处。

陈明达的研究成果引起海外汉学界和媒体的重视。美国、香港等地报刊发表了陈明达的论文。

全美中国作家联谊会会长冰凌认为,陈明达先生的考证角度新颖,论据翔实严谨。他的推论对活跃金学界的学术研究,破解谁是《金瓶梅》的真正作者,无疑具有积极的意义。我们已邀请陈明达先生赴美学术交流 and 演讲。(邹德浩)

已完成前二十回的录制

《金瓶梅》电视评书即将推出

备受争议的古典名著《金瓶梅》近期将推出电视评书版本。据悉,青年评书家梁军正在将《金瓶梅》改编成评书版,目前已经完成了前二十回的录制工作。

“对于多数人来说,对古典名著《金瓶梅》是只闻其名,对其书中描写的一些故事其实并不清楚。”梁军说,他用评书的形式说《金瓶梅》,也是想普及一下这本古典名著。

梁军说到评书《金瓶梅》的风格时表示:“我不是简单的背书,我评书的风格是夹叙夹议、兼说兼评。就是以说为主,但还会做一些人物的解析,也会做一些点评。”

《金瓶梅》虽然被认为有极高的文学价值,但其中的部分情色内容也备受诟病。对此,梁军有自己的见解:“《金瓶梅》写了饮食、服装、人情世故,用西门庆与几个女人的关系,巧妙地勾勒了一幅市井图画。”

对于书中的情色内容,梁军表示不会去渲染。“我不会去渲染其中的情色内容,因为这恰恰削弱了这部作品的价值。”

记者就此联系到中国艺术研究院曲艺研究所所长吴文科。他向记者表示,目前评书确实不是很景气,年轻人有勇气来说古典名著,非常难得,应该鼓励。他认为,只要把《金瓶梅》的情色内容删除,书中反映的市井百态当然可以说。“但说书不是简单的念书,《金瓶梅》的结构缺乏那种悬念性,改编成评书有困难,改不好的话,对古典名著也是一种不尊重。”

针对一些地区和个人热衷《金瓶梅》现象,中国社会科学院文学研究所所长杨义教授认为,仅就《金瓶梅》故事景点开发一事来说,作者是否为当地人,故事是否发生在当地,实际上与学术并无太大关系,仅是商业炒作而已。

(据人民网 守刚 许由 阿珊)

《食货金瓶梅》以平常心打量古人

《金瓶梅》里的经济信息

奇书《金瓶梅》,常人所见,满眼情色。侯会先生,一个研究古代小说的学者,他发现了书中被情色掩盖的生活真相,即,金钱。他还原《金瓶梅》中人物的饮食男女,观照市井人生。侯会先生从吃饭穿衣的层面探测晚明人性,从经济学的角度解读《金瓶梅》,聚焦这部小说人物的经济生活。于是,写成一本有趣、好读的《食货金瓶梅》。

侯会先生说,《金瓶梅》可作晚明社会的百科全书读,书中经济信息之多,堪称中国小说之最。

西门庆请客吃饭是什么标准,如何做买卖,怎样购置房产?西门庆频繁娶妻妾在经济方面有什么企图?西门庆聚养一群帮闲的朋友会有什么好处?他的万贯家财如何支配,再分配?

侯会先生不仅漫谈《金瓶梅》中的柴米油盐、人事纠葛,而且以经济学的眼光考察小说中各色人物的言行和心理动

机。上面的好多问号在轻松的阅读中消失了。在金钱面前,一切虚伪的假饰都被揭去,赤裸裸的人性展露无遗。《食货金瓶梅》以我们平日打工挣钱、养家糊口的平常心,来打量古人,呈现晚明市井百姓的世俗生活画卷。

从《食货金瓶梅》一书中可以看出,买一个丫鬟,价低者,四两银子,约相当于现在的800元,而西门庆娶一个妓女出身的小妾则要花三四百两银子。娼妓比良家妇女价码还要高昂,还受欢迎,可见那个扭曲的时代,畸形的社会。

值得一提的是《食货金瓶梅》的行文语言,深入浅出,有所本,有所依,有《百家讲坛》主讲人的幽默、风趣和亲和力,却无其过于直白和啰嗦。《金瓶梅》让人心生悲凉,《食货金瓶梅》让人心生慈悲,这里面包含着一个学者的洞察力,让我们看人情世相更透彻。

(据《广州日报》柳已青)

简讯

蒋聚荣摄影周末展出

本报海口3月19日讯(记者卫小林)我省摄影家蒋聚荣《走进非洲》摄影展,将于21日起在省书画院展出。

此次将展出蒋聚荣赴非洲拍摄的佳作145幅,展览分7部分,其中前言简介8幅、都市生活27幅、部落村庄12幅、途经见闻20幅、风景名胜23幅、人像集景20幅、动物鸟类29幅、活动花絮6幅。

蒋聚荣自1984年第一幅摄影作品在全国获奖后,作品曾被《人民日报》、《解放军报》、《中国体育报》、新华社、中新社等各级各类媒体发表,有400多幅新闻摄影作品和艺术摄影作品在省级以上比赛中获奖。著有《军旅情怀》个人摄影画册等。他现为海口市国家公务员,同时还有中国摄影家协会会员、中国民俗摄影协会永久会士、海南省摄影家协会副秘书长、海口市摄影家协会副主席等头衔。

展览由省委宣传部、省外宣办、省摄影家协会、省民俗摄影协会、海口市摄影家协会主办。

清乾隆珐琅彩碗 纽约拍出135万美元

据新华社电(记者王建国)美国纽约观典国际拍卖有限公司举办的“中华艺术瑰宝春季拍卖会”日前落幕,国宝级的“清乾隆珐琅彩胭脂红山水诗句碗”以超出预期的135万美元高价拍出。

观典公司董事长林辑光说,本次春拍会上精品比比皆是,藏家竞拍非常踊跃。书画向来是观典公司的强项,这次春拍再次印证了这点,有80%的书画拍品找到了新的主人。林辑光认为:“在金融风暴和经济低迷的情况下能拍出这样的成绩实属难得。”

他介绍说,今年春拍有两个特点:一是竞拍的大多为华人,其中不少是通过电话参与竞拍的中国内地买家;二是今年买家对以往趋之若鹜的玉器拍品的兴趣大大减少。林辑光说,为了满足中国内地和香港买家的需求,观典公司已经从本次春拍开始,接受人民币和港币结账方式。