学习习近平总书记系列重要讲话精神

马克思主义永葆生机活力的奥妙

黄力之

坚持马克思主义的指导地位，这是习近平总书记治国理政新理念新思想新战略的重要内容，我们必须结合历史方位和现实角度，深入学习领会。

在2016年哲学社会科学工作座谈会上，习近平总书记指出，“把坚持马克思主义和发展马克思主义统一起来，结合新的实践不断作出新的理论创造，这是马克思主义永葆生机活力的奥妙所在。”在庆祝中国共产党成立95周年大会上的讲话中，习近平总书记全面而深刻地总结了党在指导思想问题上的历史经验，即“坚持马克思主义的指导地位，坚持把马克思主义基本原理同当代中国实际和时代特点紧密结合起来，推进理论创新、实践创新，不断把马克思主义中国化推向前进”。

关于对马克思主义的坚持，习近平总书记指出，“无论是处于顺境还是逆境，我们党从未动摇对马克思主义的信仰。”从历史来看，我们党之所以从未动摇对马克思主义的信仰，乃是因为20世纪以来，中国社会的运行轨迹不断证实了马克思主义给中国问题的解决提供了正确的方案。

毛泽东在中国革命胜利的前夜描述过马克思主义为中国所接受的历史背景：从1840年的鸦片战争到1919年的五四运动前夜，中国人已经没有什么思想武器可以抗御帝国主义对中国的压迫了。首先是旧的顽固的封建主义的思想武器抵不住了，“中体西用”那样的折中方案也宣告破产；接着，中国人从西方资产阶级的思想武库中学来了进化论、天赋人权论和资产阶级共和国之类的思想武器和政治方案，组织过政党，举行过革命，但是这些东西也和中国的旧学一样，还是软弱得很，宣告破产。当时的中国状态是：“多次奋斗，包括辛亥革命那样全国规模的运动，都失败了。国家的情况一天一天坏，环境迫使人们活不下去。怀疑产生了，增长了。”

马克思主义传入中国，唤醒了中国人，中国共产党诞生了，这是开天辟地的大事。中国人学了马克思主义，果然“一学就灵”。毛泽东特别指出，“马克思列宁主义来到中国之所以发生这样大的作用，是因为中国的社会条件有了这种需要，是因为同中国人民革命的实践发生了联系，是因为被中国人民所掌握了。”

但是，是否只要一劳永逸地坚持着革命过程中所运用过的马克思主义观点就行了呢？在1945年中共第七次全国代表大会上，毛泽东看到了党面临的新问题，提出必须以创造性的马克思主义思路才能解决问题，他说：“我们要依靠老百姓，但总是吃小米，靠小米加步枪是不行的。不能设想，我们党永远没有大城市，没有工业，不掌握经济，没有正规军队，还能存在下去。马克思主义在中国不能解决这些问题，那马克思主义也就不灵了。其实，不能解决这些问题，就是因为没有采取马克思主义的立场、观点和方法，也就是没有马克思主义。所以，我们一定要解决这些问题。”

第三次复出之后，邓小平领导我们党开展真理标准的讨论，所要解决的就是马克思主义的创造性发展问题。邓小平批评一些人没有领会毛泽东思想的精髓是“实事求是”，他说：马列主义并没有告诉中国革命者要农村包围城市，毛泽东能在军事上取得成功，是因为他使马列主义适应了当时的具体情况。同样，当外国人拒绝卖给中国货物时，发展外贸的条件还不成熟，而现在与外国改善经济关系的条件已经变得有利了，高举毛泽东思想伟大旗帜的正确方式就是适应这些变化，促进对外贸易。

对邓小平的马克思主义创新精神，习近平总书记高度评价为：“我们要学习邓小平同志敢于开拓创新的政治勇气，细心观察新的实践和新的发展，尊重地方、基层、群众首创精神，果断作出决策，把开拓创新作为一种常态，不断用发展着的马克思主义指导新的实践，又从实践中作出新的理论概括，敢破敢立、敢闯敢试，义无反顾把改革开放不断向前推进。”

十八大以来，改革开放进入深水区，中国经济进入新常态，各种深层次的矛盾展露出来，坚持与创新马克思主义又有了新的时代内涵。比如说，关于坚持和创新马克思主义政治经济学基本原理的问题，习近平总书记指出：“关于社会主义本质的理论，关于社会主义初级阶段基本经济制度的理论，关于树立和落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念的理论，关于发展社会主义市场经济、使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用的理论，关于我国经济发展进入新常态的理论，关于推动新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化相互协调的理论，关于用好国际国内两个市场、两种资源的理论，关于促进社会公平正义、逐步实现全体人民共同富裕的理论，等等。这些理论成果，是适应当代中国国情和时代特点的政治经济学，不仅有力指导了我国经济发展实践，而且开拓了马克思主义政治经济学新境界。”

今天，时代变化和我国发展的广度和深度远远超出了马克思主义经典作家当时的想象。习近平总书记强调，我们坚持的马克思主义必须是创新的体系，才能回应时代的需求。

（作者为中共上海市委党校、上海行政学院马克思主义学院教授）

笔谈

企业家领导力漫议

柴俊勇

企业家的才华和才能是天赋与实践共同作用的结果，推动企业发展要靠科技和管理

企业家是创业创新的主体，是推动经济社会发展的中坚力量，在社会主义市场经济中发挥着无可替代的关键作用。

我对企业家这三个字是这样理解的。对“企”的理解，上面是“人”，下面是个“止”字，只有人的才华处于迸发的状态，企业才是有活力的，如果人的作用没有了或者发挥不出来，企业的生命就停止了（通常说，朋友情谊在于走动，资金增值在于流动，组织作用在于活动，身体强健在于运动，企业是一样的道理）。什么叫“业”？下面一个横，万丈高楼平地起；两条竖，一条是耕耘与毅力，另一条是收获与拥有，有多少耕耘就有多少收获，只要有毅力就会有拥有；两边的点，一个点是泪水，一个点是汗水。什么叫“家”？上面宝盖头代表屋顶、屋宇，为下面的“豕”遮风挡雨；“豕”代表野猪，在古代是非常难得的祭品，寓意要营造具备安全感、归属感、仪式感的环境。

企业家的才华和才能是天赋与实践共同作用的结果，光有天赋没有实践成不了企业家，只有实践没有天赋也成不了企业家。企业家更多是引领者，天赋的权重更大一些，而经理人更多是管理者，实践的权重更多一些，是追随企业家的职业管理人员，企业家首要职责就是要统筹、调动、激发所有员工和相关利益方的积极性，照顾员工、股东、客户和相关社会公众的关切，营造共赢的局面（任何企业要牢记一个赢字，上面是个“亡”，在市场经济竞争中要居安思危；中间是个“口”，要加强与政府、社会、企业内部的沟通；左边是个“月”，要持之以恒，长年累月的努力；中间是个“贝”，人才是宝贝；右边是个“凡”，要保持平凡人的心态，防止浮躁）。党的十八大以来，企业家及企业家精神越来越受到重视，发挥企业家才能，弘扬企业家精神，保护和激励企业家队伍等内容频繁出现在中央文件中，“企业家精神”一词被正式写入2017年的《政府工作报告》。全面深化改革，就要激发市场蕴藏的活力。市场活力来自于人，特别是来自于企业家。企业家是企业的灵魂，是改革创新的坚实力量，也是推动经济社会发展的生力军。

企业家怎么来推动企业发展和变革？要靠两个轮子：一个是科技，一个是管理。只有这两个轮子转得好，才能推动企业更好地发展。而要这两个轮子转得好，就要不断创新，要靠科技创新和管理创新，统领科技创新和管理创新的关键是理念创新，只有创新才能发展得好。什么是创新？创新实际上就是要破除因循守旧的保守思想，就是要树立敢为人先、与时俱进的新理念。

《中共中央国务院关于深化国有企业改革的指导意见》明确提出，要以业绩为导向，科学评价不同岗位员工的贡献，合理拉开收入分配差距，切实做到收入能增能减和奖惩分明，充分调动广大干部职工积极性。从上述分析可以得出这样的结论：国有企业要充满活力，必须放开企业领导人的头脑和手脚，发挥企业家在推动企业发展中的重要作用。

衡量企业家及领导班子眼力、功力、能力要领有六个字：舵、度、容、力、公、导

一个企业能走多远很大程度上取决于领头人，领导力的来源包括其自身的人格魅力和定力：人格魅力就是境界和格局，风骨和担当；定力就是不能为短期目标失去企业发展的大方向和长远目标。衡量企业家及领导班子眼力、功力、能力要领有六个字：舵、度、容、力、公、导。

“舵”，“舵向、舵标、舵手”。作为企业家及各级领导干部考虑工作必须有三个着力点：一是我国仍处在社会主义初级阶段，思考一切问题都要从这个实际出发。二是要把思想统一到中央对当前的经济形势的判断上来，把行动统一到中央的方针政策和工作部署上来，对中央已经确定的各项工作，政策措施要逐项落到实处，跟踪实施效果。三是时刻关注人民群众最关心、最直接、最现实的利益问题，（作为企业尤其是国企）始终维护好、实现好、发展好最广大客户、职工、股东及群众的根本利益。“舵向”是企业发展愿景、发展战略和发展目标。愿景要有凝聚力，要体现企业使命感和存在的价值，战略要有前瞻性，目标要有现实性，要脚踏实地、不好高骛远，同时也要有挑战性，要跳一跳才能够得着。“舵标”是实施路径，是保证战略和目标实施的一系列制度安排、行动举措，是资源配置和企业经营的行动指南。要实现这一切，关键是“舵手”，是企业当家人及其领导团队。

“度”，“时度、尺度、幅度”。“度”是指无过无不及，把握处理事物恰到好处，这是把握“度”的最高准则。针对新情况、新问题，要及时完善措施，做到见事要早、动作要快、工作要实，关键是审时度势，不失时机，当止则止，当行则行。要知先后，明轻重，晓缓急。时机对了，做事事半功倍——这是“时度”。在企业具体经营和决策过程中，要做到心中有数，举止有度，把握火候，拿捏得当，厘清性质，抓住主要矛盾和矛盾的主要方面，对症下药，打蛇打七寸——这是“尺度”。同时，要把握弹性，注重对政策和制度的有效运用，因地制宜、因时制宜，急则治之以猛，缓则济之以宽，软硬兼施——这是“幅度”。检验“度”的水平的关键是争取大多数，立足大多数，着眼大多数，有利于大多数。

“容”，“包容、宽容、从容”。“唯宽可以容人，唯厚可以载物。”在一个领导集体中，不可能每个人的性格、风格都完全相同，也不可能每个人的想法、意见都完全一致，但作为班子中的领头人，必须有宽阔的胸襟、谦和的容度、闻过则喜的修养。宽容待人是人生的一种美德，是处理和改善人际关系的润滑剂。面对错综复杂的问题、突如其来的事件和危机、急剧恶化的社会矛盾，企业家务必冷静地分析，沉着慎重地决策，从容有效地去应对。

“力”，“能力、合力、借力”。能力体现在行政执行力，创造性贯彻落实好各项工作措施。作为一名出色的企业家，既需要能够果断地作出符合实际的决策，又需要能够正确地传达执行上级的指示、政策和法令。合力是班子的生命，是事业成功的保证。人心齐泰山移，人心散事业瘫。企业家要时常问计于基层，问计于员工，问计于专家。要学会靠天借地，造势发力，善于借用社会力量。归纳起来四句话：“上靠领导，下靠基层，左右求援，自我奋斗。”

“公”，“公正、公平、公开”。优秀企业家必须言行要一致，并且一以贯之，坚持做到“三公”。同时，要从下级和员工的角度来想问题，使人感到“三公”。公正关键在制度。要改变权力过分集中的现象，建立权力的制约机制，自觉接受群众的批评和监督，让权力在阳光下运行。只有公正才有公平，权力公平，机会公平，规则公平，分配公平，公正才是可信、可依的普遍公平。公平释放出来的效益和成果是巨大的，公平能激发人的创造力，调动人的积极性。要真正做到公正公平，公开透明是前提。凡涉及职工、客户等内外部群众利益的政策和工作都要公开，完善各项公开的企业制度，提高企业经营透明度和办事公信力。

“导”，“指导、督导、鞭导”。对所有的工作都要实行责任制，实现“三个明确”，即明确责任人，明确任务节点，明确工作目标。同时，要做到有部署、有检查、有考核，增强工作和措施的执行力和有效性，尤其要注意不能原则性指导，要强化分类指导、操作指导、精准指导。指导要重视应用现代信息技术和方法。对于重大工作和事项，企业家要亲临现场，靠前指挥，亲自过问。督导要“严”字当头，在督导中敢于抓，敢于管。

企业家最大的“靠山”是法律。《关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》是党的十八大以来完善产权保护制度，推进产权保护法治化精神和要求的具体落实，是党中央、国务院依法保护各种经济组织和公民财产权利的庄严承诺。时代呼唤企业家，企业家的春天真正来临。

（作者为国家行政学院兼职教授、上海法学家企业家联谊会会长）

融媒体

广电业打造新型主流媒体——

关键在于“新闻创新”

王蔚 强荧 阳欣哲

2014年8月，中央出台《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，提出要着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，从而推动了从中央到地方新一轮的媒体改革。作为广电媒体改革的排头兵，同时作为中国第二大广电媒体集团，上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（以下简称SMG）的改革举动一直备受瞩目。近年来，SMG面对庞大复杂的广电业务体系，不断探索新型主流媒体建设，其标志性改革举措包括：一是将原“大文广”和“小文广”整合，使SMG成为中国目前产业门类最多、产业规模最大的省级广电媒体及综合文化产业集团；二是将东方明珠和百视通两家上市公司整合，打造传统媒体领域的传媒航母；三是举全台之力成立“融媒体中心”，深入开展SMG新闻业务转型。如果说，前两项标志性改革举措为SMG带来了更加优化的资源配置和更加高效的管理体制，那么“融媒体中心”的成立，则意味着SMG在打造新型主流媒体的过程中找到了关键：新闻创新。

2016年6月7日，SMG“融媒体中心”成立，深入开展新闻业务转型。（资料照片）

内容建设 打造新型主流媒体的根本

近年来，我国主流媒体一直在积极探索转型路径，在内容、渠道、平台、经营、管理等方面改革体制机制，实践媒体融合。以中央媒体改革实践看，打造新型主流媒体的主要路径至少有三：一是以“中央厨房”为支撑的技术驱动模式。如《人民日报》以“中央厨房”为抓手，建设全流程打通、完整的媒体融合体系，服务于《人民日报》旗下的各个媒体，也试图为整个媒体行业搭建支撑优质内容生产的公共平台；二是以“融媒体产品”为核心的产品驱动模式。如新华社以新华网、新华社客户端“双轮驱动”为战略，建设全媒体报道平台，致力于打造“网上通讯社”；三是以“新平台建设”为策略的平台驱动模式。如中央电视台一方面推动台网融合，初步形成一云多屏、一体发展的技术战略布局；一方面整合全台新闻资源打造新的国际传播机构和平台——中国国际电视台（中国环球电视网）。

实践表明，无论选择了何种转型路径，都必然伴随着内容转型，“以内容建设为根本”始终是打造新型主流媒体的重要核心。以“新闻立台”为核心战略的SMG正是通过融媒体中心的转型实践紧紧抓住了这一核心，勇于在多个层面实施新闻创新。一是进行机制创新，将新闻业务板块进行重组，在原电视新闻中心基础上，整合外语中心、看看新闻网，实现资源优化，发挥规模效应;二是进行技术创新，在全国的电视台当中，率先建立电视新闻全媒体融合平台“X-news”，包括内容生产指挥协同、全媒体融合生产、全媒体内容库等三大模块，不断完善采编发流程再造；三是进行产品创新，打造24小时不间断的新闻直播流产品“Knews24”，以及以“原创+视频聚合”为特性的新闻APP“看看新闻”。

融媒体中心一年来不懈探索，既巩固了SMG新闻内容在传统电视大屏的优势，又在小屏新领域开辟了新空间。“看看新闻”APP已迭代升级至5.0版，用户日均使用时长20分钟；看看新闻全网传播量日均4500万，峰值近1亿。“Knews24”直播流在BesTV互联网电视中开出的应用专区共覆盖用户超过3000万，用户黏度和附着度表现强劲。东方卫视版面中自采、独家深度报道和策划、系列报道大幅提升，生产能力翻倍；“城市蛙人”、记者体验快递小哥，“夜·上海”系列优质视频获得了热烈的反响和不俗的口碑。更为重要的是，新闻创新实践还锻炼了一支保持24小时直播状态的队伍，培养了电视新闻人互联网化转型的能力、意识、水平、手段，为进一步深入改革铺垫了思想条件和人才条件。

独家+精品 发展新型主流媒体的核心优势

当前，全球传统广电媒体都面临着受众流失的严峻现实，而当传统广电转向互联网内容生产时，又不得不遭遇网络视频行业的激烈竞争。截至2016年底，我国网络视频用户达5.45亿，其中手机视频用户规模近5亿，广告市场规模巨大。值得关注的是，今天的广电媒体既要面对网络视频大鳄对网络流量的控制，也要面对传统报刊媒体这一视频行业新力量，如新京报、澎湃等由传统报刊媒体转型制作的视频产品，时常有惊人表现。美国Tubular实验室调查也显示，2016年最受欢迎的在线视频Top10榜单中，唯一一家入榜的传统媒体并不是广电媒体，而是英国老牌报纸《每日邮报》，一定程度上说明了报刊媒体转型在视频内容制作上具有独特竞争力。

尽管形势严峻，传统广电媒体依然具有原生的内容生产优势。从国际经验看，类似Hulu这种由多家广电媒体共同打造的视频网站，在与YouTube等竞争时的突出优势，依然在于对美国ABC、CBS、FOX和NBC等节目版权资源的占有，及其对长视频制作的丰厚经验。从国内情况看，除拥有资源、经验优势之外，传统广电业还善于生产负责任的、有价值观的新闻。建立在这些优势之上的新闻创新产品，一是独家报道，二是精品化节目。

SMG融媒体中心成立一年多来，始终以“新闻立台”为引领，集中优势资源着力打造原创深度报道，做严肃的、负责任的、有价值观的新闻。融媒体中心认识到，大体量的、优质化的直播内容和高品质的长视频的架构能力，是SMG很长时间以来的核心优势。实践证明，获得受众反馈的新闻创新产品也正是独家报道和精品化节目。从4月20日《筑梦空间站——天舟一号发射特别报道》，到4月28日《中国首艘航母出坞下水直播报道》，再到5月5日《国产大飞机C919首飞特别直播报道》，全网总浏览量共计突破3790万。更值得一提的是，新闻纪录片《人间世》全网点击量已超2亿人次，“看看新闻KNEWS”微博推出的“人间世”话题，总阅读量5000万，掀起现象级收视潮。这些优质的新闻产品，体现了资源、经验和价值观优势的合力，是广电媒体新闻创新的重要领域，更是新型主流媒体主动设置议题、引导社会舆论、发挥主流媒体影响力的参考样本。

持续创新 锤炼新型主流媒体的竞争力

竞争力是中央明确提出的新型主流媒体应当具备的重要能力。新媒体环境下，受众对新闻的需求依然存在，对优质新闻的需求依然存在，而只有具备竞争力的主流媒体才能够满足受众需求、有效引导舆论，实现其身为主流媒体的核心价值。在传播技术日新月异、新媒体应用层出不穷的今天，竞争力则意味着改革不断深入、新闻持续创新。新媒体时代，国外传统广电媒体为保持持续创新力和竞争力，也在不断调整转型策略，向全媒体迈进。既有CNN这类实施“移动先行，数字第一”发展战略的模式，也有像BBC这类以新闻内容品质为核心打造全媒体产业链的模式。

SMG融媒体中心在取得现有成绩的同时，仍然继续全力突破、开拓创新，不断提升竞争力。一是从技术驱动创新到理念驱动创新，即从单纯的对平台搭建与应用，到以“网端优先”驱动流程再造和产品创新。二是从平台叠加到系统融合，即推动多中心、多内容品牌在融合中逐步实现系统中心化。三是从局部到整体的全领域新闻创新，即以“看看新闻”为平台，将SMG视频新闻生产的能力在互联网上予以释放和体现。四是扎扎实实围绕“新闻”进行创新，即发掘更多独家新闻产品、在直播实践中创造新的黄金时间、追求精品化节目的现象级效应等。

近年来，在报刊媒体纷纷转型之后，广电媒体转型的脚步也开始急迫起来。SMG融媒体中心在大屏播出的巨大压力之下，还有商业模式、人才队伍、资金压力等多重新问题需要妥善应对，负重前行成为常态。然而，唯有将“新闻创新”视为打造新型主流媒体的关键，融媒体中心才能更好地实施“新闻立台”战略；唯有“积小步、不停步”，不断培养应对问题的能力，SMG才能够真正成为引导主流价值、发布权威信息、把握传播话语权和舆论主导权的新型主流媒体，传递好中国声音和上海声音，为全国广电媒体改革提供有益的经验。

（作者单位：上海社会科学院新闻研究所）