

中國難以出現 喬布斯似的創新人才

【中評社記者單寧編譯報導】令西方世界驚訝的是，遠在大洋彼岸的喬布斯的逝世，卻在中國人尤其是中國年輕人之間掀起了一陣令人矚目的紀念浪潮。就此，時代雜誌網站刊文觀察了這一現象，指出蘋果在中國獲得的空前商業成功，不僅僅是中國過去十餘年來經濟成功的表現，還可以歸結為中國人對創新與個性的追求。

文章還指出，蘋果產品樸素的普世設計審美與佛教的淵源也切合了中國文化中的某些元素。此外，能夠培養出大量工程人才之中國，目前卻沒有能夠出現喬布斯這樣的創新人才。

10年前，當文章作者穿過一個中國西南部城市機場的安檢門時，一位機場工作人員看著他的筆記本電腦，發出了一聲輕笑。“蘋果”，他指著那個筆記本蓋上被咬了一口的水果說道，“Apple”。他大概在想，好端端的電腦為什麼要用這種食品來裝飾？這些瘋狂的外國人接下來還會做出些什麼呢？

而時至今日，很可能當年那位滑稽的機場工作人員已經用上了iPhone，中國在過去十年經歷了急速的經濟發展，同時技術創新也得以從“笨拙”的篇章跨越到了時髦的“蘋果時代”。大中華區現在是蘋果公司增長最快的市場，上海和香港最近才剛剛新開張了兩家蘋果商店，這距離第一家蘋果商店在中國出現才僅僅過去了3年時間。蘋果稱，他們今年4月到6月間在中國賣出價值40億美元的產品。

所以蘋果公司那位富有遠見的創始者喬布斯的逝世在中國成為一條大新聞並沒有什麼好奇怪的。10月6日，喬布斯的死訊成為了新浪微博上最為火熱的話題，到了週五午間，已經有7400萬人在微博紀念頁面上發出了評論。在北京，路人在曾經幾乎因擁擠失控的蘋果商店放下象徵哀思的白花來紀念喬布斯。

雖然中國的收入並沒有發達國家高，但在中國出售的蘋果產品卻大體上賣得比西方貴。甚至中國還存在一個繁榮的黑市在助燃這場蘋果熱，北京大街上的小鋪子裡，iPhone5的保護套已經可以買到（即便月初蘋果公司只發布了所謂iPhone4S，並不存在iPhone5）。想買喬布斯的活動玩偶？沒問題，北京滿大街都是。

沒有哪家西方公司像蘋果一樣被中國人所崇敬，它所生產的產品雖然並不是專門為中國人所量身訂做，但是其體現出的那種普世設計審美觀卻是中國人思想中的終極圖騰。許多人將此歸因於喬布斯與佛教的聯繫，但是對於那些更多的、週遭圍繞著各種高科技的中國新生代來說，蘋果更代表的是一種由創新與個性孕育出來的夢想。雖然中國艱難地培養出了大批的工程師與程序師，數量甚至比美國還多，但她並沒能造就一位喬布斯。

廈門計程車持續怠工 市民無奈叫黑車

據《旺報》報導，廈門市計程車7日持續消極怠工，在市區的前埔、蔡塘、石村等處，數百輛計程車成排停放，司機們不出門拉客，市民搭不到車，致使“黑車”、“摩的”生意大好，往機場或火車站的旅客，被迫提早出門，或高價搭非法車輛。

對於6日晚的砸車事件，司機們強調，只砸計程車不動私家車，只砸車不砸人，因為罷工是共同發起，能夠爭取到權益也是所有計程車共享，有人不願意配合，就會削弱力量。

7日上午起，廈門市區計程車數量驟減，會展中心酒店前的排班計程車，從原本的五、六輛增加到廿多輛，但大部分司機都不見了，把車停好就回家睡覺，少部分司機坐在車上，也只是抽煙聊天，“心情不好，不想出車”。蔡塘加油站、石村周邊道路，也全是空空的計程車，排得整齊。

據司機們指出，前晚確有人涉及砸車被抓，也有人因為看熱鬧被捕，目前司機們已派出代表和公司磋商，要求協助談判。當局斡旋之下，部分計程車公司同意每月的車輛租價降價數百元，但司機們不同意，認為差距太大。

圖為：大批計程車停在會展中心酒店旁，就是不出車。



中國假日旅遊市場穩步回暖 “十一”黃金周全國119個景區接待遊客超2400萬

據中新社報導，中國全國假日旅遊國際協調會辦公室7日發布的國慶節假日旅遊信息通報說，國慶節黃金周順利結束，客流集中返程。國慶期間，全國納入監測的119個直報景區點共接待遊客2433.38萬人次，同比增長8.84%；旅遊收入124649.81萬元，同比增長10.57%。通報顯示，今年國慶節黃金周旅遊市場呈現出以下五個特點：

假日旅遊總量保持穩步增長

“十一”黃金周7天，旅遊接待人次和旅遊收入同比穩步增長。北方大部分地區連日來保持秋高氣爽的好天氣，旅遊市場火爆，遊客接待量和旅遊收入持續攀升，明顯增長態勢。華南等地旅遊市場受天氣影響有升有降，安徽、浙江、江蘇、江西、四川、重慶等地在遊客接待量和景區門票收入方面始終保持增長勢頭，而西南、華南、華中部分地區在前三天受陰雨和台風天氣影響較大，儘管從第四天開始天氣好轉，假日旅遊市場穩步回暖，但總體遊客接待量和旅遊收入較去年同期有所下降。

假日旅遊市場秩序總體平穩

各級假日旅遊協調機構對假日旅遊工作高度重視，在節前周密部署，層層動員，部門聯動，強化了各項旅遊保障設施；在節中，值班人員堅守崗位，盡職盡責，遇有突發事件，立即迅速啟動應急機制，全力以赴，積極主動處置及善後，保證了全國旅遊市場整體運行平穩，秩序良好。9月30日13時至10月7日16時，全國假日辦共接到投訴166件，



其中旅行社57件，佔投訴總數34.33%；景區景點49件，佔投訴總數29.52%；賓館飯店22件，佔投訴總數13.25%；涉及旅遊交通31件，其中鐵路1件，佔投訴總數0.60%；民航3件，佔投訴總數1.88%；公路21件，佔投訴總數12.65%；水運6件，佔投訴總數3.61%；其他涉及購物、餐飲、娛樂方面的旅遊相關服務7件，佔投訴總數4.22%。

傳統旅遊產品需求旺盛

各地圍繞國慶62週年和“中華文化游”主題，推出了豐富多彩的假日旅遊產品，有效活躍了假日市場，營造了濃鬱的節日氛圍。觀光線路和產品方面，北京、蘇州、無錫等傳統旅遊目的地城市以及九寨溝、黃龍、承德避暑山莊等景區的接待量較去年顯著增長。節慶活動方面，2011年上海旅遊節共吸引遊客逾900萬人次；江蘇、遼寧、江西、山東、四川等地也舉辦了一系列富有特色的節慶活動。

紅色旅遊持續升溫，除湖南等地因受天氣影響外，其他地區表現突出，井岡山共計接待遊客36.55萬人次，同比增長90.97%；瑞金共接待遊客11.23萬人次，同比增長33.05%；遵義共接待遊客73.78萬人次，同比增長23.76%。

鄉村旅遊和城郊周邊游火爆異常，實現持續增長，北京市鄉村旅遊共計接待遊客329萬人次，同比增長16.2%，鄉村旅遊收入達3.27億元，同比增長18.2%；長沙市鄉村旅遊收入達2.95億元，同比增長27.7%；山東萊蕪的鄉村旅遊專業合作社每天接待遊客超過5000人次，同比增長30%以上。

旅遊新產品倍受青睞

休閒旅遊市場火爆，首屆“好客山東休閒匯”恰逢“十一”黃金周，山東省各地旅行社推出5-7天的休閒慢遊線路成為出遊首選；武漢中央文化區一期楚河漢街盛裝開街，成為都市休閒文化旅遊新亮點；南京市內多處辛亥革命主題

的遺址、公園遊客絡繹不絕，“辛亥”游成時尚；大連、青島等地的婚慶旅遊成為黃金周又一道亮麗的風景線。此外，各地的生態旅遊、溫泉旅遊、養生旅遊、房車旅遊、露營旅遊、體育健身游、拓展訓練旅遊等新產品，有效增加假日旅遊市場的供給，成為假日旅遊市場新寵。

假日旅遊方式呈現多元化

自由行、自駕游、自助預訂等旅遊方式持續升溫，規模進一步擴大。從黃金周各地參加境內外旅遊的情況看，航空、高鐵、自駕車等與酒店組合的各種自由行產品遊客量明顯增長。其中，巴釐島、普吉島、夏威夷等線路自由遊客比例達到六到七成，去東京的遊客也有一半預訂自由行產品。

四川主要旅遊景區自駕游、自助游佔遊客總量的60%左右，山東日照市接待的自駕車遊客數佔接待總量的1/3，煙台各大景區停車場的外地牌照車輛佔總停車位的60%以上，陝西自駕遊客增長幅度在20%以上，廈門僅10月1日當天就有11萬輛自駕車進入，比去年同期增長83%。

高鐵、動車的建設與開通，擴大了城際游、周邊游的範圍，高鐵、動車成為新興的出遊方式之一。滬寧杭地區是中國高鐵最發達的地區之一，滬寧、滬杭、寧杭三條高鐵線路的開通，形成了長三角“一小時旅遊圈”；福建動車沿線城市的遊客接待量大幅增長，其中福州市接待遊客同比增長16.1%，廈門市同比增長22%，泉州市同比增長11.8%。

內地孕婦赴港生子熱潮因何而起

據《新快報》報導，香港三大公立醫院明年停收內地孕婦，赴港生子預約名額大幅收緊；分娩服務費用提高，公立醫院與私立醫院價格差拉開1倍……事實上，這一切措施仍擋不住赴港產子的瘋狂熱潮。

根據香港衛生署最新數據統計。剛過去的9月份，10所私家醫院明年預留給內地孕婦的3萬個床位，已被“佔據”了8000個。截至6日，記者從中介公司獲悉，與他們聯繫及諮詢赴港生子事宜的電話依舊不斷。

記者連日在位於油麻地的九龍出生登記處採訪多名喜添港仔的內地父母發現，他們為孩子編織著五花八門的“香港夢”。有人相中港籍身份能為孩子鋪墊“國際化”教育、就業平台；有人希望孩子在香港享受比內地更“完善”的福利體系；也有人僅僅為了給超生的寶寶“漂白”，取得合法身份。

然而，港仔身份的附加利益更多時候成為可望而不可即的“水中月”，他們成長過程中將面臨教育、醫療、身份認同等眾多問題。

案例一：赴港生子比投資移民便宜

“在外資企業工作如果老闆問一句，你明天能去美國出差嗎？內地護照的人

只能白白放棄這個機會。”9月28日上午，記者在九龍出生登記處碰到剛為自家寶寶領到香港身份證的張家夫婦。

祖籍山西的張爸爸在深圳一家外資企業工作，他表示自己工作的環境充滿“國際化”。在經歷了多次因為護照問題不能出國公乾的痛苦後，張爸爸一早和妻子達成共識：以後要給自己的孩子一個“國際化”的身份。

為此，在懷孕初期，他們就積極與醫院、中介聯繫，並在9月21日產下了家裡第一個寶寶，是個男孩。當記者問及如果生第二胎是否會繼續選擇香港時，張爸爸想都沒想就表示“那是肯定的！”張爸爸直言，去香港生子共花了8萬港元，他覺得這個價錢很值，“因為投資移民來香港要1000萬元啊！”

案例二：為求第三胎孕婦赴港生子

來自福建省鎮江的周秀氣選擇“自助式”赴港生子。今年31歲的她已是兩個孩子的媽媽。她告訴記者，她和丈夫是“單獨夫婦”，計生政策不允許生二胎。來港生子是為了給超生的寶寶“漂白”。

周秀氣2006年生下長子，2008年超生了個女兒，按照當地計生部門規定，交了10萬元社會撫養金才入了戶。儘管

兒女雙全，她依然想再生一個。今年2月初，香港推出“限產令”前，她和丈夫趕上尾班車，成功預約到床位。雖然為了省錢，沒有購買中介公司的服務，走了不少冤枉路，但還是成功落實香港生子的計劃。

“我覺得生兒育女是女人的天職，孩子多了，家庭才有生氣。所以想到來香港生第三個孩子。來香港生子不為別的，不圖身份，也不圖香港福利，只覺得內地超生罰款金額太高。如果超生兩個孩子，罰金得交兩倍，交30多萬元才能入戶；相比之下，在香港生孩子只花了8

萬多元，更劃算。”

周秀氣回憶這次赴港經歷，自稱會“後悔”。9月3日，她在預產期前兩個星期就奔赴香港聯合醫院。按照規定，孕婦腹部凸出明顯是不能坐飛機的。因此從福建鎮江到香港的路程，丈夫只能為妻子安排長途大巴。“我們在車上顛簸了10個小時，睡臥鋪。所幸一路上走高速公路，路況平穩，沒出甚麼狀況。”周秀氣9月17日在香港聯合醫院順利生下次子樂樂。

圖為：香港私立聖德肋撒醫院內，一名產婦正被推進產房待產。



台灣第三季出口放緩 全年成長將下修

據台灣《工商時報》報導，受到全球景氣趨緩，國外需求減弱以及台塑六輕廠區部分停工影響，財政部門7日公佈的數據顯示，9月份出口246.1億美元，年增率雖維持9.9%，但卻是金融海嘯以來單月年增率倒數第3。前3季出口2,326.6億美元，已低於主計處的預測，全年15%的出口成長預測，必須下修！

統計長林麗貞表示，根據主計處的預估，第3季預估值出口值806.3億美元，第4季預估值出口值816.7億美元，顯示

當初預估值第4季景氣會較第3季佳，但從第3季實際出口值785.3億美元，累計前3季的出口值已經比主計處所預估值短少21億美元的情況下，第4季要追上且達成全年預估值目標3,164億美元，有些困難，因此，預估值出口值必須下修。

林麗貞說，六輕停工對出口總值的確造成不小衝擊，台塑化7月出口17.9億美元，8月因為公安事故降到8.3億美元，9月略為恢復10億美元，台塑化工安事故遭波及塑化產品的出口值，第3

季短少2.2億美元，化學品部分則短少1.9億美元，顯見除了台塑化本身之外，產業出口也因此短少4.1億美元。

以產品出口別分析，前10大出口貨品年增率均成長，成長幅度最大者為電腦與手機，年增率21%，該產品前3季年增率更是所有產品最高為58.4%，但前3季最大出口產品仍以面板居冠，但卻較去年同期微幅衰退0.9%。

林麗貞說，對大陸及香港出口部分，9月單月102.3億美元，創歷年單月第3

高紀錄，年增率12%，幾個主要出口國家或地區如美國年增率3.8%、歐洲年增率8.8%，但對日本衰退8.4%，至於出口成長最大地區為東協六國，年增率14.8%。

林麗貞表示，必須特別注意的是資本設備投資從99年3月以來，每月資本設備投資都超越30億美元以上，僅9月份低於30億美元，為29.2億美元，而國內在這方面的投資已經連續4個月出現衰退，這是自金融海嘯後景氣復甦期間，資本設備投資轉趨保守最久的期間。

中國企業海外拓展 峰會之走進澳洲

2011 中澳企業峰會

CHINA - AUSTRALIA BUSINESS SUMMIT

2011年11月1日—11月5日 澳大利亞—悉尼

澳洲房地產論壇
澳洲商業政策說明會

品牌對接洽談會
中澳城市文化深度交流

2011年5月，環球時報在美國洛杉磯成功舉辦了中國企業海外拓展峰會之走進美國。11月，環球時報與澳中中小企業委員會將聯合舉辦中國企業海外拓展峰會之走進澳大利亞，意在搭建雙方企業交流與合作的平臺，同時提供中澳投資融資機會，加強中澳城市交流，為

中國企業走出國門、開拓澳洲市場搭建橋樑。這將是一場集商業、文化、投資、合作於一體的饕餮盛宴，讓我們共同期待！中澳企業峰會組委會擬邀請中華人民共和國駐悉尼總領事館，澳大利亞聯邦政府貿易部，新南威爾士州政府，悉尼市政府，新活

市政府，艾士菲市政府，車士活市政府等相關官員出席峰會，擬邀請BHP Billiton Ltd, Australian Wool Innovation (AWI), ABC 紙業, Iron Fish (Burwood), McGrath, Bankwest Customer Relationship Department, Advanced Mortgage, Seduce 等

澳洲知名企業與中方參會企業代表深度交流。屆時，各界商業精英匯聚一堂，百名中外記者現場採訪，企業龍頭創意交鋒。無限商機，盡在“2011中澳企業峰會”！歡迎廣大企業垂詢與合作！

China Aus Business Summit
中澳企業峰會

主辦單位 《環球時報》社
商務部中國國際經濟合作學會
中澳企業峰會組委會

澳洲合作媒體
星島日報、澳洲新報、澳洲日報、新快報、中華商報、美國中華商報

國內合作媒體
電視：中央電視臺、北京電視臺
廣播：中央人民廣播電臺
網絡：新浪、搜狐、騰訊、鳳凰、中網、人民網、中國廣播網、中青網

平媒：中新社、中國青年報、北京日報、北京晨報、工人日報、國際商報、中國聯合商報、京華時報、全球商業經典、財富圖

視頻：土豆網、酷6、優酷

*註：席位有限，敬請提前電話註冊及索取申請表。更多峰會詳情，請持續關注本報。

協辦單位
環球商協會聯盟
寧波市僑商會，亞太集團 (Ironfish)
澳建集團 (Aus Jian Group)

支持單位
寧波市僑聯
澳大利亞華人專業人士協會
ZMM Group - "Get the Message"

諮詢及商務合作
Helen He: 0425 455 988
Grace Yan: 0433 141 268
Leon Zhang: 0413 097 292

W: http://cabsummit.org
E: info@aniba.com.au