

在日本,什么大学最容易出企业家?

□撰文/供图 徐静波

说到日本的大学,我们多数中国人的第一反应,是两所,第一是东京大学,第二是早稻田大学。日本人的反应,与中国人的有所不同。

譬如,我们常常把东京大学比喻为中国的北京大学。那么,中国的清华大学,在日本是什么大学呢?你可能听都没有听到过,叫东京工业大学,日本理工科的第一名校。

另外,日本最牛的大学,未必是国立大学。譬如,东京大学是国立,而早稻田大学就是私立。

到2020年4月为止,日本全国共有大学781所,这781所大学中,国立大学82所、公立大学(主要由各都道府县政府主办)91所、私立大学592所。另外十几所是职业大学。

也就是说,日本80%的大学,是私立大学。日本在明治维新之后,引进西方的教育制度,是先有私立大学,后有国立大学、公立大学,私立大学比国立大学历史悠久。

日本国立综合大学中,有这么几所,是各霸一方:东京首都圈最厉害的,是东京大学(1877年创立);关西地区最厉害的,是京都大学(1897年创立);东北地区最厉害的,是东北大学(1907年创立);九州地区最厉害的,是九州大学(1911年创立);北海道地区最厉害的,是北海道大学(1918年创立)。

这5所国立大学,在过去是作为5所“帝国大学”而成为区域核心大学。

而私立大学中,最有影响力的是两所:一所是早稻田大学(1882年创立),另一所是庆应义塾大学(1858年创立),都在东京。

日本历史上出首相最多的大学,是哪几所大学?

第一是东京大学,迄今为止有15名毕业生当选为首相,包括吉田茂、鸠山一郎(鸠山由纪夫的爷爷)、岸信介(安倍晋三的外公)、佐藤荣作(安倍晋三的叔公)、福田赳夫(福田康夫的父亲)、中曾根康弘,其中14名来自于法学部,只有鸠山由纪夫是工学部毕业。

第二是早稻田大学,迄今为止有7名毕业生当选为首相,包括竹下登、森喜朗、福田康夫。

并立第三位是庆应义塾大学和京都大学、明治大学。庆应义塾大学出了两位首相,第一是桥本龙太郎,第二是小泉纯一郎。京都大学出的两位:是近卫文磨、池田勇人。明治大学出了三木武夫、村山富市。

而目前的日本首相安倍晋三毕业于城蹊大学,这是一所由三菱财阀设立的私立大学。

看来,要当首相,第一要读东京大学,第二要读早稻田大学。但是要成为首相的话,也并不一定要去这两所大学。像学历最低的首相是田中角荣,新潟县小学毕业后,在东京的职业中学里读了夜校,因此,他成为最受人们津津乐道的著名首相。

那么,如果要当社长、要当老板?应该读什么大学呢?我们来看看,日本各大企业的社长,均来自于哪些学校?

根据日本帝国数据库的调查,到2020年6月为止,当社长最多的大学毕业生,排名第一的,居然不是东京大学,而是“日本大学”,总数为2.231万人。

排名第二位的是庆应义



日本大学的毕业典礼

塾大学,当社长的总共有1.42万人。

排名第三位的是早稻田大学,有9865人当了社长。

排名第四位的是明治大学,当社长的人数为8460人。以上四所大学,均为私立大学。

虽然“日本大学”夺得了出企业家的冠军,但是,统计也告诉我们,上市公司的社长中,庆应义塾大学毕业生达到272人,排名第一。早稻田大学毕业生182人,排名第二。东京大学毕业生169人,排名第三。京都大学毕业生86人,排名第四,而日本大学毕业生仅为77人,排名第五。日本最著名的商科大学——一桥大学,毕业生成为上市公司社长的,只有51人。

所以,有人说,想当小社长,读日本大学,想当大社长,读庆应义塾大学。想当政治家和官僚的,去东京大学和早稻田大学。

庆应义塾大学还盛产美女,每年选出的校花,大多去了电视台当主播。

当然,你想成为科学家,获得诺贝尔奖,那就必须去读这两所学校:东京大学和京都大学。

到目前为止,日本获得诺贝尔奖的科学家中,11名毕业于东京大学,8名毕业于京都大学。其他是:名古屋大学的毕业生5名、大阪大学的毕业生2名。这两所大学也都是国立大学。难怪有日本人,说,做学问,要去读国立大学!

花就镜移

二十四画品之“高古”

顾恺之的“人大于山”自具价值

□罗韬

顾恺之名作《洛神赋图》,是一幅人物、山水、叙事、写景浑而未分的作品。而我把它点在“高古”一品,倒不在此画用了非常精劲的“高古游丝描”,而在于它体现了“水不容泛,人大于山”的特征,显得高古而稚拙。这就带出一个如何评价“人大于山”的问题。

本来,读顾恺之的《画台山记》,他是有明确的透视意识的,但在实践上,却如唐代张彦远所评的“水不容泛,人大于山”。以后世的山水画标准看,确是不成比例。但顾恺之非不能也,乃不为也。因为这是一幅“戏剧连环图”,是以曹植《洛神赋》故事来展开的,人物和情节是其中最重要的元素,山水动植,都是背景,是次要元素,不必强调,理应弱化。所以作者大胆取舍,人物显得最突出,山与水都弱化处理。这类手法,后来只在京剧中保留和发展。京剧统一桌一椅代替繁

缛的厅堂,一鞭代鞍马,一桨代船艇,四丁演千军,这种“达意高于状物”的审美观,正是“人大于山,水不容泛”的内在依据。

尽管转变“人大于山”的方式,是山水画独立的标志,但简单地吧“人大于山”作为贬词来看,这是不对的。其实,张彦远说来并无贬义,他随后说“详古人之意,专在显其所长,而不守于俗变”,对“人大于山”的评价是很高的。这正是一切艺术所要谨记的要诀,“达意高于状物”始终是中国古典审美的重要标准。不徇俗眼,显其所当显,隐其所当隐,顾恺之此图是也,京剧是也,后来的关良戏剧人物画是也。

●顾恺之(348—409),字长康,小字虎头,晋陵无锡人(今江苏无锡)。东晋杰出画家、绘画理论家、诗人。精于人像、佛像、禽兽、山水等,为中国传统绘画奠基者之一。



洛神赋图(局部)□顾恺之



汽车下乡进行时

8月22日,广汽本田销售公司党支部联一村精准扶贫慰问活动在广汽本田对口帮扶村连州市九陂镇联一村举行。同时,按照省工作组部署,为了积极应对疫情影响,推动农村消费提质升级,更好满足农村居民日益增长的美好生活需要,广汽本田联合羊城晚报主办的广本助力汽车下乡——全民惠享购车季活动同走进连州市。该汽车下乡系列活动由五月底开展,至今已在包括肇庆双象村、南雄水口镇、汕尾新山村等省内十多个村镇成功举办,助力当地村镇居民得实惠,开好车。

精准扶贫:外部帮扶和内生动力“双轮驱动”

在本次精准扶贫慰问活动中,广汽本田汽车有限公司副总经理兼第一事业本部本部长袁小华走进联一村,实地调研广汽本田精准扶贫项目,关切广汽本田在联一村脱贫攻坚成效。广汽本田汽车销售有限公司党总支副书记兼销售公司工会主席胡若蕾、广汽本田汽车销售有限公司第一事业本部销售部副部长刘朝明、广汽本田汽车销售有限公司第一事业本部网络运营部部长傅锦明及广汽本田销售公司近50人参加慰问活动。

袁小华表示,广汽本田作为



广汽本田汽车有限公司副总经理兼第一事业本部本部长袁小华



汽车下乡系列活动走进连州

脱贫攻坚与送惠下乡

广汽本田的惠民“双结合”这样做

文/图 羊城晚报记者 刘佳宁 戚耀琪

一个对社会负责任的企业,多年来,在企业发展的同时,结合自身资源与优势,尽己所能反哺社会,持续深耕公益慈善事业,积极推动精准扶贫工作的开展。广汽本田扶贫工作队2016年开始来到连州,工作队坚持以产业扶贫为导向,用企业经营理念推动产业扶贫,实现了外部帮扶和内生动力“双轮驱动”。2020年是脱贫攻坚收官之年,广汽本田将继续一如既往地开展对口帮扶工作,坚持不懈做好各项工作落实。今年结合当地实际情况为联一村幼儿园捐赠特色课程,并对19户贫困户开展入户慰问工作。

联一村位于连州市九陂镇,村下辖9个村民小组,全村927

户,共有3602人。广汽本田驻联一村的驻村第一书记兼工作队队长刘龙腾介绍,截至2020年7月,联一村脱贫户共92户,共240人实现脱贫。村里通了公交车、修了水泥路、文化站和太阳能路灯等基础设施建设完善。大力发展扶贫产业,例如广汽集团建立了祺连农产品有限公司,占地100亩的智慧农业基地(二期)等产业有效带动村民增收。同时建设了达康幼儿园,为村民提供教育下乡,村里组建的广场舞队也有效实现为村送文化。

汽车下乡系列活动走进连州

活动当天举办的汽车下乡活动则进一步体现广汽本田在扶贫攻坚与助力建设美丽乡村的双结合成效。本次汽车下乡活动在人流如梭的连州市花园新城商业步行街中心广场举办。现场汇聚了数百名消费者到场,广本汽车主流车型如雅阁、缤智、凌派等为当地消费者带来一场“家门口”的车展。这一场惠民利民的汽车下乡活动,将点燃夏日热度,为连州当地民众送来丰富的“下乡好礼”。胡先生早早来到活动现场,在选车看车后决定马上选购一辆缤智,胡先生说,一方面政府与广汽本田提供丰厚的优惠与补贴,为自己购车带来实惠,同

时,信赖广汽本田品质,缤智也十分适合乡间道路驾驶使用,因此毫不犹豫就出手选购。同时,为响应扶贫助力,助力深入帮扶贫困村民脱贫致富,汽车下乡系列活动举办期间,广汽本田还号召经销商采购帮扶贫困村民特色农产品。在现场,价值数千元的联一村特产腐竹与农产品交接给经销商手中。通过“结对帮扶采购”形式,既能通过汽车下乡活动送到村,也能通过帮扶采购等多样化手段,进一步深化帮扶脱贫攻坚效果。

在汽车下乡连州站活动现场,羊城晚报业集团管委委员胡泉表示,这次连州行系列活动响应国家号召,国家有补贴,广本有行动,本次活动,融合了党建、扶贫、乡村振兴和汽车下乡于一体,体现了国企社会责任担当与广汽本田品牌的号召力。

袁小华表示,现在随着国内疫情持续好转,恢复生产生活秩序成为未来发展重心。广东省响应国家关于做好“六稳六保”的举措,开展2020年汽车下乡专项行动,鼓励汽车整车企业对我省农村居民让利,在企业让利基础上省级财政再给予补贴。广汽本田积极响应政府号召,全力开展惠民下乡行动,把专属购车福利补贴带到了乡镇,实实在在为民谋福利。

特斯拉拼多多“交战”谁动了谁的“奶酪”

文/羊城晚报记者 张爱丽

特斯拉与拼多多的“拒交门”事件愈演愈烈,截至目前,双方已经来回进行了多轮隔空对话,并频上热搜。对于双方的“交恶”,近日有业内人士接受采访时认为,车辆在未经相关生产厂商许可的情况下被电商平台转售是不合适的,而特斯拉“死呛”拼多多,是因为其直营模式受到挑战。

“特拼”交战愈演愈烈

该事件始于7月21日,宣买车在拼多多官方旗舰店发起了“Tesla Model 3限时团购10000人”活动。其25.18万元的“团购价”,比特斯拉官方售价便宜2万元/辆,这对消费者来说,无疑是捡了个大便宜。然而,对特斯拉来说,其直营模式受到“挑战”。

因此,事件发生当晚,特斯拉官方便否认此事,声明并未与宣买车或拼多多就该团购活动有任何合作。然而,拼多多不仅未停止交易,还宣布自己所售特斯拉为正品,消费者可以继续下单。据了解,该活动当日共有5人拼团成功。

8月14日,特斯拉方面拒绝交付并取消了消费者订单。特斯拉方面认为,拼多多在此次事件中,已经连续多次虚假宣传,不仅侵犯特斯拉,还涉嫌欺诈消费者。8月18日晚,有报道称,宣买车和拼多多平台已协助武汉车主成功提车,并为车主办理了保险。

对此,特斯拉方面认为,在所谓“武汉车主交付”的报道中,使用的拖车、签字文件以及交付操作流程均不符合特斯拉交付规范,非特斯拉正常流程,公司将保留追究相关法律责任的权利。

直营模式受挑战

不少业内人士分析认为,此次让特斯拉感到愤怒的主要原

2020年8月26日/星期三/经济编辑部主编
责编 刘佳宁/美编 王军/校对 谢志忠



因是,拼多多团购活动或将严重冲击自己的定价权。有消息称,特斯拉全球副总裁、大中华区负责人朱晓彤曾在内部作出指示:“此事愈演愈烈,已破坏了特斯拉的直营模式与价格体系,没有人能独善其身。”

据了解,进入中国市场后,由于特斯拉产品的目标消费群体为二线城市消费者,市场相对集中,直营模式更能对产品价格体系具有把控权。

对于特斯拉与拼多多之间的“战争”,业内人士吴德建议为,特斯拉反应过度。“拼多多自己掏钱补贴消费者,并不会影响到厂家的价格体系。”

而全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树则表示,电商卖车不是不可以,但是需要跟品牌达成一致。没有得到许可就这样做,就属于恶意营销和欺骗消费者,也是损害厂家品牌的不合适的行为。

崔东树认为,特斯拉的产品渠道自主化控制不会因此而改变。他表示,目前传统车企的产品销售也是自主控制,电商平台的转售采取的是直接低价模式,对车企品牌价值不利。至于未来是否有类似家电一样的电商销售低价低标型号的模式出现,目前还不确定。但同时崔东树还认为,对品牌重视的主力车企的电商销售不会成规模。

汽车电商模式难成主流

事实上,从2009年开始,许多企业便进军了汽车电商这个

期,年轻人完成学业之后,就会在一个行业开始工作,并在那里工作一辈子。

在同一家工厂,同一间办公室,同一条通勤路线,同一位老板,直到退休。

但时代变了。公司规模缩小,企业破产,产业升级,机器人取代人,员工更有可能为了更好的工资或更合适的工作条件自动换工作。

那么,还有什么工作是终身的吗?有。

你的终身工作简单来说就是:最大化你的技能,做一些重要的事情,利用你的职业生涯对世界产生积极的影响。

如果你每天都在追求这个职业目标,即使你可能会在不同的公司和不同的行业工作,但有一件事却是不变的,就是你的生活将会有目标。

细节跟在行动之后

我们都想知道未来会是什么样子。

一切都能按计划进行吗?我们会过上梦想的生活吗?我们的生活会是田园诗般的美好吗?

我们都想知道一路下去的每一步会是什么样子。

这是完美的下一步吗?这真的是我们应该做的吗?

其实,事情是这样的:细节跟在行动之后。如果我们无所事事地等待正确的时间、正确的步骤、完美的机会,那么我们将永远都会在等待。

不要等待,要行动。要做点事情。要迈出一步。即使结果是错的,你也总是可以自我调节。