

# 马云获评《外交政策》十大思想者之一,是唯一获选的中国企业家 他让一代中国人融入世界市场

本报记者 朱银玲

马云又上榜。

近日,美国《外交政策》杂志评选出过去10年全球十大思想者榜单,阿里巴巴创始人马云成为唯一获选的中国企业家,也是十大思想者中排名最高的企业家。

此次评选,马云不仅是中国唯一入选的企业家,更是排名最高的企业家,仅位于德国总理默克尔和美国前总统奥巴马之后,排在亚马逊创始人贝索斯之前。

为何能上榜?《外交政策》指出,“真正能改变一个社会的人很少,但马云是其中之一。”马云在1999年创立的电子商务公司阿里巴巴,帮助企业触达原本遥不可及的消费者,让整整一代中国人融入国内和国际市场,为中国飞速的经济发展提供助力,“马云的阿里巴巴展示了一家公司如何可以帮助一代人拥抱互联网商业机会”。

马云跻身《外交政策》十大思想者榜单,与阿里巴巴商业模式创新对全球趋势的引领密不可分。而马云在全球经济发展和变革方面的声音,早已超越互联网业界,更多地影响到整个国际社会。

作为全球最大的零售平台,阿里巴巴正成为全球商业变革和自由贸易的关键驱动者。2018财年阿里巴巴平台GMV达到4.82万亿人民币,稳居全球最大零售实体,

淘宝平台活跃用户超过6亿,并创造了三千多万个就业岗位,阿里巴巴的模式帮助商家完成数字化转型,为消费者创造了更大价值,同时还解决了就业等社会问题,实现了多方的共赢。阿里巴巴还提供了“新零售”等行业创新方案,驱动全球性的产业转型和升级。

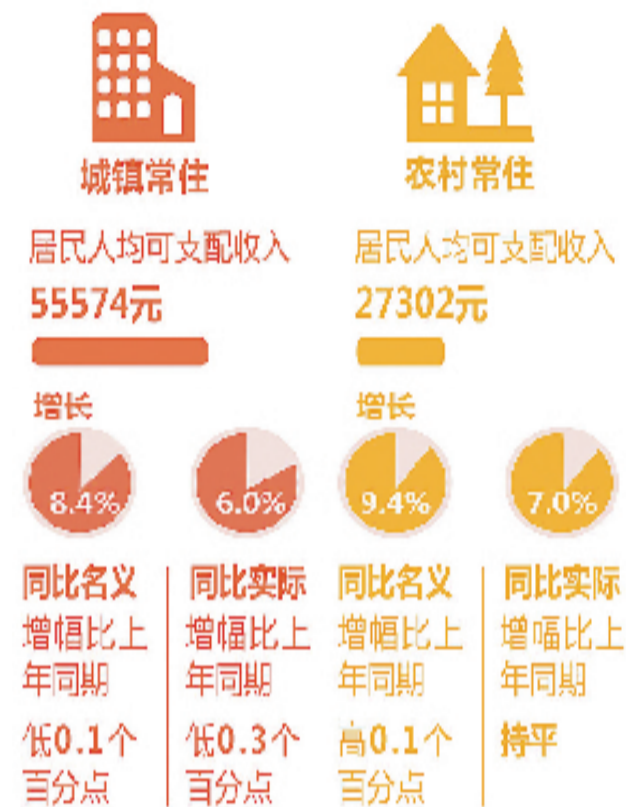
马云个人的思想影响力也在持续扩大。《外交政策》的评选显示,马云已经是当今最具影响力的企业家,他对全球化和自由贸易的坚定信念令人印象深刻。马云提出的eWTP(全球电子贸易平台)旨在以普惠式全球化方案帮助更多中小企业更便利地参与国际贸易。他同时担任联合国数字合作高级别小组主席。

当今世界并不缺少成功的企业家,但商业上的成功并不是《外交政策》评选企业家“思想者”的唯一标准。这份杂志更看重的是企业家对未来的洞察力,以及他们给社会创造的价值,而这也是马云获评“十大思想者”的关键原因。



财经圈  
扫一扫二维码  
了解财经大事

## 浙江人去年人均可支配收入 45840元



姬臣/制图

据国家统计局浙江调查总队调查,2018年浙江省居民消费价格总水平上涨2.3%,涨幅比上年(2.1%)提高0.2个百分点,价格运行总体温和平稳。其中,城市上涨2.3%,农村上涨2.2%;消费品价格上涨2.2%,服务价格上涨2.3%。

从同比情况看,上下半年价格运行均呈现了“冲高——回落”的走势。2018年各月同比涨幅分别为1.7%、3.3%、2.3%、2.2%、1.8%、2.0%、2.0%、2.2%、2.9%、2.8%、2.2%和2.0%。特别是7月份起受多种新涨价因素增强的影响,CPI涨幅上行的趋势比较明显。

从环比情况看,价格运行主要受季节变动、政策性调价、自然灾害及畜牧疫情等因素影响。比如,1月份受低温雨雪天气和节前务工人员返乡的影响,鲜活食品和服务项目涨价共同拉动CPI环比上涨0.5%。2月份受春节效应和天气因素的影响,CPI环比上涨1.9%创年内新高;11月份受鲜瓜果价格回落、成品油调价等影响,CPI环比下降0.7%。12月份CPI环比持平。

在所调查的八大类消费品和服务中,价格全部上涨。其中,居住价格上涨3.4%,影响居民消费价格总水平上升0.78个百分点,成为推动CPI上行的首要因素。

根据国家统计局浙江调查总队提供的数据,2018年浙江居民人均可支配收入45840元,比上年同期(42046元)增加3794元,同比名义增长9.0%,增幅比上年同期低0.1个百分点;扣除价格上涨因素,实际增长6.5%,增幅比上年同期低0.4个百分点。分收入来源看,工资性收入26242元,增长8.7%;经营净收入7752元,增长8.8%;财产净收入5244元,增长10.6%;转移净收入6602元,增长9.2%。

分城乡看,城镇常住居民人均可支配收入为55574元,比上年同期(51261元)增加4313元,同比名义增长8.4%,扣除价格上涨因素,实际增长6.0%,增幅比上年同期低0.3个百分点。农村常住居民人均可支配收入为27302元,比上年同期(24956元)增加2346元。同比名义增长9.4%,扣除价格上涨因素,实际增长7.0%。

2018年浙江居民人均可支配收入比全国平均水平(28228元)高17612元,居全国31个省(区、市)第三位,省(区)第一位。名义增速比全国平均高0.3个百分点。

本报通讯员 汪月娇  
本报记者 张云山

## “狮”来运转“猪”事圆成 年货中的国潮范儿

春节将至,许多人的年货清单早已列好,与平时败家不同,这大概是一年中最为理直气壮的买买买行动了。令人欣喜的是,传统文化不仅在我们的日常生活中全面复兴,每逢佳节更是成为新的国民消费风向标。尤其是即将到来的春节,这个规模巨大的消费市场是各大商业品牌寸土必争、竞争最为激烈的战场,也是传统文化在商品消费生态中逐年提升戏份的绝佳舞台。日前,国内诸多白酒品牌已经相继推出了定制款生肖酒,比如,拥有中国白酒“第一坊”的水井坊,就特意为了猪年打造了两款定制新品——晶猪装和金狮装,以中国传统文化为创意,凭借其高端品质和时尚品味,在众多品牌中脱颖而出,成为年货清单中的国潮宠儿。



水井坊首款生肖水晶猪装新品

与惯常的生肖酒套路不同,水井坊精心创造的这只晶猪,并非简单地刻画在包装上,而是巧妙地“卧”在瓶内,蕴藏于美酒佳酿中,寓意财富满盛,福气延绵。至于师出同门、同场献艺的金狮装,也大有来头:寓意财运亨通的金狮,是选取含金量不低于97%的金箔,运用国家非物质文化遗产之一、拥有2500余年历史的南京金箔技艺打磨而成。每张金箔历经万次捶打,灿若星辰,气势非凡。从创意到品质,晶猪装和金狮装以中国传统文化为灵感,上承古法意韵,下启潮流新声,把非遗神髓与时下国人生活风尚共冶一炉,为大行其道的国潮风又添佳作,因此获得了许多消费者的赞许和青睐。



水井坊典藏大师新春升级版金狮装新品