



爱拼会赢，做“世界第一等”

晋江企业家群像扫描

过生产队长，走街串巷卖水果，最后选择做服装；恒安集团创始人许连捷跑过运输，生产过拉链，最后找到了卫生巾和面巾纸这个领域……

因为人多地少产出有限，晋江人很早就学会了做买卖。很多人十几岁甚至几岁，就到这个村卖花生，到那个村卖茶叶。这样的经历，启蒙了他们的生意经。

盼盼食品集团董事长蔡金垵初中时开始卖茶叶，后来卖过紫菜、木耳、瓜子、桂圆干。上世纪80年代，他寻找商机，开始做休闲食品。

食品、衣服、鞋子、卫生巾……**晋江企业家盯着老百姓最基本的衣食住行需求，靠着敢闯敢拼的劲儿，凭着敏感的商业发现力，闯出了一条路。**

改革开放大潮掀起，商海搏击，各显身手。**晋江企业家们与时俱进**：许连捷谈到恒安做面巾纸的缘故说：“上世纪90年代，我们的纸张做得很烂，一擦脸都粘在胡子上。我想我们也可以做好用的面巾纸。”

晋江企业家们不怕失败。蔡金垵说，盼盼2003年尝试做蛋奶薯片，结果市场不认可，但他没有因此却步。“创新可能意味着失败，但我鼓励大家大胆往前走，不要畏手畏脚，十个创新里面有六个成功我就满意。”

晋江企业家们抗压性强。利郎集团总裁王良星回忆，2008年至2012年间，服装行业出现库存积压危机。“我们直营亏损最高达1亿多元，大家问奖金发不发，我说发了增加亏损，不发行人就跑光了。于是咬牙发奖金，留住了人才，稳住了团队，最后迎来转机。”

不忘本：坚守初心

“想起着可爱的故乡/乎我意志坚强/在我的打拼奋斗中/你就是鼓励我最大的力量”

——闽南语歌曲《故乡》

从15岁开拖拉机跑运输，到上世纪90年代国内第一个包飞机运货，再到大手笔投资在晋江建陆地港，50多岁的福建陆地港集团董事长李锦仪已是物业业翘楚。而他依然保持着“回家陪妈妈”的习惯。

只要不出差，李锦仪每天在公司忙完，都会在下午6点多下班，回到原来住的石头房里，陪年老的妈妈吃饭、聊天，第二天早上陪妈妈吃完早餐，再坐车到公司办公，几乎天天如此。

女儿李圆圆在公司负责财务工作，她说：“闽南都有这样的家风，父亲给我们做了很好的表率。”李锦仪在公司里，对儿子李子兴和女儿李

圆圆十分严格。“我们不叫他老爸，叫他老板。每天我们固定时间上班，碰头讨论业务，如果稍微迟到，老板就会教训我们。”李子兴说。

许连捷说，飞机晚点了，我就在机场吃一碗泡面。日常最爱吃的还是小时候的地瓜稀饭。

很多晋江企业家讲话带着闽南味“地瓜腔”，聊经营之道，聊人生故事，精明，但依然质朴。蔡金垵说：“**晋江企业家看起来土土的，但很有正能量，很有社会责任感。**”

不久前的一个星期六，记者走进凤竹纺织公司董事长办公室，眉毛花白的陈澄清正在面试两位应聘者。

“我70多岁了，工作没有累的感觉。现在做企业，碰到难题还有一种兴奋感。”陈澄清说，我专注纺织行业，努力做好环保，又启动智能化改造，从没想去做所谓来钱快的多元化经营。

对团队、对职工，很多晋江企业家始终保有一种创业之初的平等姿态。生于1987年的蔡燕玲是盼盼集团市场部员工。“盼盼有1万多名员工，团队探讨业务时，氛围非常宽松，以至于合作企业里经常有人惊讶地问我，你们平时都这么跟老板讲话吗？”蔡燕玲说。

“晋江人根脉情结很浓。”受访的晋江企业家告诉记者，在他们看来，不管在外面怎么打拼，最向往的是回到家乡，和兄弟朋友一起，让家乡变得更美好。这种根的情怀，代代延续。生于1989年的李子兴说，我们的父辈是创业一代，现在我们也传承了家乡情怀。“**我们提倡诚信和担当，要对家庭担当，对企业担当，对社会担当，对国家担当。**”

不止步：走向世界

“一杯酒两角银 三不五时嘛来凑阵/若要讲博感情 我是世界第一等/是缘份是注定 好汉剖腹来相见/叱惊风叱惊涌 有情有义好兄弟”

——闽南语歌曲《世界第一等》

走进安踏体育用品有限公司的晋江总部，展览馆里“永不止步”几个字分外醒目。

去年，安踏体育市值突破千亿港元，成为国内运动品牌首家千亿市值企业；在全球范围内仅次于耐克和阿迪达斯，成为第三大运动品牌。安踏董事局主席丁世忠说，“**要做世界的安踏，而非中国的耐克。**”

与国际品牌往中国三四线城市“下沉”不

同，这几年安踏不断往中国一二线城市“挺进”，如今正努力代表中国运动品牌走向全世界。

2009年安踏收购意大利运动品牌斐乐，过去3年内又接连收购或参股迪桑特、斯潘迪、KOLON SPORT等海外同业品牌。安踏体育在美国、日本、韩国和国内多地设立研发中心。目前公司有约25%的高管具备跨国企业工作经验，有100多名外籍设计师。

这是丁和木当初创业时无法想象的场景。当时他变卖家中一切可以换钱的东西筹了1000元钱，和20多人一起合作创办家庭作坊式的鞋厂，“摸着石头过河”。

与丁和木一样，很多晋江企业家的起点很低。许连捷说，我们都是从农村走出来的，当时我小学都没毕业，但在我们合作团队里算是文化水平高的，其他人几乎都是文盲，普通话都说不好。起点“低到尘埃里”，但**晋江企业家志向远大**。如今，面对中国居民消费升级契机，丁世忠希望通过不断创新提升品牌自信，“中国品牌不仅要让消费者买得起，还要让消费者想要买。”

“要么不做，要做就做到行业第一，而且是世界行业第一。”蔡金垵说，闽南话讲“输人不输阵”，晋江企业家就是有不断攀登、积极进取的基因。晋江企业家非常善于学习，蔡金垵按在各地出差，带回的行李中，一包是换洗衣物，另一包肯定是各种食品。“我就喜欢研究食品的工艺和口感，这种爱和专注已经成为一种职业习惯。”

晋江三面环海。晋江企业家与海相伴，胸怀宽广。王良星说，我们经常把设计师带到日本、欧洲、美国等地，观摩最新潮流的服装设计作品。我们也花钱请国外大师级设计师来中国工作，实现国内国外“强强组合”。

“要做世界级企业，就要靠文化和制度。”王良星说，“我现在的重点工作是规划好战略，让员工更有激情和干劲。”

“晋江很小，世界很大。”接受采访的晋江企业家认为，晋江的创业氛围很好，这个地方，你发展好了，其他人会羡慕，会憋一口气和你比拼。现在实体经济适逢转型升级关口，**晋江必须进一步倡导开放、独立、共享、利他等商业文化。**

“30年前晋江因为一座城市而改变一群人，希望未来30年晋江会因为一群人而改变一座城。”李子兴说，“有些年轻人为了公司发展，一年飞行两百多趟。这样全力做事的人，在我们晋江人看来才是酷。”

借世界杯赌球？只是给赌博平台送钱

深圳警方破获特大网络赌球案，涉案金额上亿

新华社广州电(“中国网事”记者毛一竹、孙飞、周科)赛事正酣的俄罗斯世界杯，是万球迷狂欢的盛宴。也有一些人蠢蠢欲动，想赌上一把。近日，深圳警方破获一起特大网络赌球案，刑事拘留7名犯罪嫌疑人，涉案金额达上亿元。

记者调查发现，随着互联网日益发达，赌球从境外网站逐步蔓延到手机APP、小程序，渠道越来越多，玩法也花样翻新，有的赔率甚至高达数百倍。俗话说：“十赌九输。”多数人为此血本无归。

层层发展“下线”，玩法花样翻新

6月21日，深圳市公安局南山分局联合多警种，出动百余名警力，对一起特大网络赌球案采取统一抓捕收网行动，共抓获涉案嫌疑人9名，其中刑事拘留7名、行政处罚2名，涉案金额达上亿元。

警方经过深入调查发现，该网络赌球团伙通过严密的层级化、组织化管理招收、吸纳外围会员，利用境外赌球网站进行网络投注和电话投注，接受下家投注赌博。

该团伙会员结构是“金字塔”模式，网站物色到一级代理后，由一级代理向下发展二级代理，二级代理向下发展三级代理，三级代理向下发展“会员”。各级代理和会员分别相当于常规赌博活动中的“庄家”和“赌徒”。

会员根据网站提供的足球赛事信息，下注进行赌博，以其下注结果决定赚钱或赔钱；代理则是从其发展会员的投入资金中抽水牟利。

据办案民警介绍，抽水比例从2%至10%不等。一些代理与会员约定世界杯结束后进行“结算”，会员下注金额少则几千元，多则百万元。**粗略计算，部分一级代理在世界杯期间可能获利数百万。**

一个曾经参与网络赌球的球迷告诉记者，自己经朋友介绍，通过朋友的账号参与境外赌博网站的赌球活动，“赌球网站的IP地址经常更换，赌球的方式花样很多，胜负、进球数多少、红黄牌数量，甚至是走进加时赛都可以成为赌球对象，有的赔率能达数百倍。”

据广东省人民检察院通报，2014年以来，广东检察机关批捕涉网络赌球犯罪206件613人，起诉223件636人，主要罪名涉及赌博罪、开设赌场罪。

伴随互联网快速发展，投注渠道从境外网站延伸到手机APP、小程序等，参赌者通过银联、微信、支付宝等方式结算，交易方式更为隐蔽，也突破了地域限制。

大量赌球信息充斥朋友圈和微信群

记者调查发现，参与赌球的人当中不乏大学生、白领群体，甚至还有个别公职人员利用职务便利盗取公共财物用于赌球。例如，广州某镇政府财政所原会计蓝某违法套取公款3000多万元用于赌球投注。

从事赌球行业10多年的代理李某告诉记者，大量赌球信息充斥于朋友圈和微信群，一些电台在节目中也不避忌地谈到赔率。

线下，一些代理以公寓、酒吧、酒吧等合法场所作掩护进行赌球活动。例如，广州市番禺区人民检察院办理的一起案件中，为境外赌博网站做代理的不法人员租用了一处公寓，逢周六、周日有足球比赛时接受赌球投注，三年内累计赌球金额高达2.1亿多元，从中获利近300万元。

从事代理的李某认为，网络赌球利用了一些人“搏一把”的心理。适逢世界杯，好多人跟风凑热闹，跟朋友打赌较劲。

“实际上，不管赌博的人谁输谁赢，代理都稳赚不赔。”李某一句话揭穿了赌球的奥秘。“境外赌博网站摸透了赌徒的心理，热门也好，冷门也好，不管谁赢，平台都是最大赢家，他们把赌博当成生意来做。”

据深圳警方透露，为了保证代理能获取最大盈利，赌球网站按照对代理有利的原则，通过专门软件对赔率进行随时调整。有些代理甚至“吃单”，接受会员的赔金后装自己腰包，并不实际在境外赌球网站下注，自己与会员直接对赌。

在李某看来，赌球对小玩家来说，是用有限资金跟无限资金博弈，谁本金大就是谁赢。年轻时他也曾赌过几百块钱，但知道里面的秘密之后就不再赌了。

赌球衍生暴力追债，源头打击任重道远

办案人员认为，不少参赌人员存有侥幸心理，认为法不责众，不会受到惩罚。实际上，网络赌球对参与者的家庭、社会关系都会造成难以挽回的损失。

此外，赌球容易引发洗钱、暴力犯罪等其他违法犯罪。广东省人民检察院披露，有的庄家、代理聚集社会闲散人员或黑恶势力采取非法拘禁、绑架、暴力殴打等各种非法手段收取拖欠赌资；有的赌徒雇佣他人为其下注，形成规模化、集约化管理的“职业赌球公司”；还有的赌徒因无法偿还高额赌债，采取诈骗、绑架等方式筹集赌资。

广东省人民检察院表示，将推动和公安、电信、金融、网管、海关等部门建立协同管理机制，形成合力打击赌球犯罪。同时，加强跨境司法合作，建立健全有关协调机制，形成国际合作的打击态势，铲除跨境网络赌球犯罪活动的根源。希望广大网民积极举报，提供线索。

你以为是“专家”讲座，其实是“演员”忽悠

起底披着各种“马甲”的虚假违法广告是如何欺骗消费者的

国各级工商和市场监管部门多次针对“医药广告表演者”等虚假违法广告进行查处。截至去年7月，依法作出责令整改136件(次)，办结案件76起，罚没款283万元，一批案件已立案调查。

未取得医疗广告审查证明，擅自发布医疗广告也是违法行为。根据国家市场监督管理总局公布的北京字节跳动科技有限公司发布违法广告案，当事人自2016年6月起，通过“今日头条”手机客户端应用程序发布多条未取得医疗广告审查证明的医疗广告。今年3月，北京市工商行政管理局海淀分局作出行政处罚，责令停止发布，没收广告费共计235971.6元，罚款707914.8元。

国家市场监督管理总局广告监督管理局有关负责人表示，一些医药、保健品、医疗、投资、收藏等广告，往往打着讲座、访谈的幌子，误导消费者，欺骗性更强。要加强对网站等传播渠道上健康养生类节目的监管，让“医药广告表演者”等虚假违法广告无藏身之地。

互联网广告成监管重点

据统计，互联网广告的经营额已经超过或即将超过传统广告的经营额。当前，互联网广告已经越来越多渗透到人们的生活中，违法现象也屡屡发生。虚报低价是一种最常见的虚假旅游广告。近几年，各种网络平台上发布的旅游促销广告引人注目，但由于虚报低价导致游客与导游、旅行社之间的纠纷不断。

根据国家市场监督管理总局公布的海南三亚旭阳旅行社有限公司发布虚假违法广告案，当事人在网络平台上发布旅游服务促销广告，广告宣传的促销服务内容与实际情况不相符合，以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者。海南省三亚市工商局作出行政处罚，罚款50万元。

“竞价排名”或网站“推广”是不是广告行为？2016年9月起施行的《互联网广告管理暂行办法》，将付费搜索引擎推广正式定义为互联网广告，并规定付费搜索广告应当与自然搜索结果明显区分。

根据国家市场监督管理总局统计，随着2017年9月全国互联网广告监测中心启用，广告监测违法持续下降，互联网广告监测违法率从9%下降到目前的1.7%，传统媒体广告监测违法率在1%以内。国家市场监督管理总局广告监督管理局有关负责人表示，**一要加大对虚假违法广告查处力度**，以社会关注度高、群众反映强烈、危害人民生命财产安全、危害社会和谐稳定的虚假违法广告为整治重点，查处一批大案要案，公布一批典型案件，起到震慑作用。二要着力加强互联网广告监管。围绕事关人民群众生命财产安全等重点领域，严厉打击互联网虚假违法广告。三要落实属地监管职责。



斩断“坑老”的虚假广告黑手

■新华时评

打着购物节、产品下乡等幌子赴各地展销伪劣产品，健康“体验店”专向老年人推销劣质保健品，内容低俗的医疗广告入村上墙，夸大功效的医药广告藏身互联网……近年来，虽遭多部门持续打击，但“坑老”“骗老”的虚假广告仍以各种面目现身城乡和网上网下，严重扰乱市场经济秩序，侵害消费者权益。

针对“坑老”的虚假广告改头换面和流窜作案的趋势，**关键是要打造城市和乡村、网上和网下齐抓共管的一张网，不留监管的缝隙和死角**，严防“擦边球”，查处“保护伞”，防治“城市社区抓得严，乡村市场管不住”等现象。(记者齐健)新华社贵阳7月8日电

法生产、欺诈销售“坑老”商品的行为依法从重处罚。

当前，诚信中国建设正深入推进，应以此为契机，多部门联动出击，严打一批“坑老”“骗老”伪劣产品的生产、销售者；同时发动各级力量深入社区和农村，利用正规讲座提高老年人自我防范、自我保护的意识，铲除“虚假义诊”“虚假免费检查”的生存土壤。

针对“坑老”的虚假广告改头换面和流窜作案的趋势，关键是要打造城市和乡村、网上和网下齐抓共管的一张网，不留监管的缝隙和死角，严防“擦边球”，查处“保护伞”，防治“城市社区抓得严，乡村市场管不住”等现象。(记者齐健)新华社贵阳7月8日电

诚信建设万里行

新华社北京7月9日电(记者赵文君)据国家市场监督管理总局统计，2017年，我国广告经营额达6896亿元，从业人员438万人，广告业规模居世界第二位。与此同时，虚假违法广告的问题也不容忽视。今年上半年，我国查处违法广告1.5万余件，罚没款9.2亿元，同比分别增长36.9%和292.7%。披着各种“马甲”的虚假违法广告是如何欺骗消费者的？记者进行了调查。

保健食品广告夸大功效

“嚼口神醋，一查囊肿没有了”“服用减肥胶囊，30天完美变形”……在一些保健食品广告中，各种夸大功效、宣传疗效的言辞对消费者造成误导。

在国家市场监督管理总局公布的湖南长沙晟荣广告文化传播有限公司发布违法食品广告案中，当事人代理发布“祝眠晚餐”食品广告，广告含有“祝眠晚餐餐，告别失眠”“调心养肝、安神助眠、安志化郁”等内容，涉及疾病治疗功能等用语。2017年7月，长沙市工商局雨花分局作出行政处罚，责令当事人改正违法行为，罚款5万元。

中国消费者协会对保健食品的消费者认知度调查显示，超六成消费者不相信所谓的“保健食品”广告宣传，但是，有些披着“马甲”的广告经过改头换面，让消费者难以辨别。例如有的保健食品标签、外观包装图案与文字、使用说明书、宣传广告与注册或备案的内容相差甚远，将保健功能肆意夸大为具有疾病预防、治疗等功能；有的未标明适用人群与不适用人群，随意扩大至适用所有年龄段人群，未标注“本品不能代替药物”；有的仿冒知名保健食品包装进行虚假宣传，夸大保健功能与效果。

中国人民大学法学院教授刘俊海表示，要通过产品监管实现对虚假广告宣传的“逆向监管”。监管部门要主动出击，采取“管产品堵广告”的办法，加强源头治理，对发布广告的保健食品厂家实行跟踪监督，增加检查频次，发现问题从重处理，并将违法违规行为记录在案，列入诚信评定体系。

医药广告带有“表演”性质

“天山雪莲”“明目二十五味丸”……利用演员扮演“专家”向患者推荐，并在广告语中保证功效和安全性，这种带有表演性质的医药广告容易蒙骗一些病急乱投医的患者。2015年以来，全