



□作为美国财经权威杂志《福布斯》评选的财富榜，每年评选一次，其已经成为全球最权威的财富榜。如果从1995年大陆企业家首次荣登富豪榜算起，至今已有数千中国大陆富豪在福布斯榜上有名。

然而，对我们大多数中国人来说，一幅福布斯富豪排行榜，同时也就是福布斯富豪落马榜！

陈晓峰□编著

中国福布斯落马榜

FHUBUSILUOMABANG

揭示中国富豪落马的真正原委



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

……下一个落马者会是谁？

陈晓峰□编著

中国福布斯 落马榜

揭示中国富豪落马的真正原委

□作为美国财经权威杂志《福布斯》评选的财富榜，每年评选一次，其已经成为全球最权威的财富榜。如果从1995年大陆企业家首次荣登富豪榜算起，至今已有数千中国大陆富豪在福布斯榜上有名。

然而，对我们大多数中国人来说，一幅福布斯富豪排行榜，同时也就是福布斯富豪落马榜！



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

中国福布斯落马榜/陈晓峰编著. - 北京: 中国经济出版社, 2009. 1

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8880 - 4

I. 中… II. 陈… III. 私营企业 - 企业管理 - 经验 - 中国 IV. F279.245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 180434 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 伏建全 (电话: 010 - 68321948)

责任印制: 张江虹

封面设计: 任燕飞设计工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京金华印刷有限公司

开 本: 170×250mm

印张: 22 字数: 260 千字

版 次: 2009 年 1 月第 1 版

印次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 10000 册

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 8880 - 4/F · 7848

定价: 48.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 由我社发行部门负责调换, 电话: 68330607

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878

前 言

中国经济的发展，离不开中国企业的成长，但是，中国企业在成长过程中，却屡屡陷入“短命”或“危机”的阴影之中。统计显示，欧美企业的平均寿命是40年，日本企业的平均寿命是30年，中国企业的平均寿命只有7.3年，中国民营企业的平均寿命只有2.9年，中国每年约有100万家民营企业破产倒闭。我们在焦虑与遗憾的同时，更深切地关注造成这种现象的真正原因究竟是什么？

智维律师在研究中国诸多企业和企业家失败的案例中发现，大多数企业是因为遭遇了法律风险而失败或陷入困境的。尤其是对于中国福布斯富豪排行榜的落马富豪进行研究后，更发现所有的富豪都是因为遭遇了法律风险而落马。

那么，为何中国的企业如此频繁地遭遇法律风险呢？

智维律师经过更进一步的深入研究，发现中国企业“多殇命运”的根本原因基于如下两个方面：

一、通观中国的企业家，大部分都有一个通病，那就是眼睛似乎永远只抬起来看前面的路，而很少低头看看脚下的路。或者说，中国的企业家们追求的永远都是公司的业绩，而很少注重公司所面临或即将面临的风险。

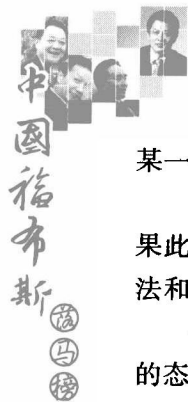
心理学理论认为，“每个人都不愿意正视其内心不愿意接受的事情”。因为每一个企业家都渴望成功，所以他只关注企业的业绩与成功，而不关注风险与失败。

虽然，从心理学角度上找到了些许解释，但是这并不能成为企业家忽视法律风险的理由。因为企业家所拥有和管理的企业不能不面对风险。

“企业必须先承担风险，再分散风险。只有把风险管理得好，企业才能够成长更快，除此之外没有其他途径。”著名管理大师 MICHEL TILMANT 如是说。

事实上，当一个企业达到一定的程度或规模，其利润将来源于管理，良好的管理也就想当然成为了企业核心竞争力的一部分。从这个意义上讲，加强管理实际上就是企业的一项投资行为，并且是投资回报率相当高的投资行为。

同样，风险防范管理是企业管理中非常重要的一面，其目的是避免因为



某一些方面的失误或疏漏，而导致企业相关战略目标落空，甚至毁于一旦。

另外，随着市场经济的进一步发展，市场经济必然要走向法制经济，如果此时中国企业和企业家不熟悉或不遵循相关的法律法规、国际条约、外国法和国际惯例，则必然要承受巨大的法律风险。

但是，一组数据或许又能够说明中国的企业家们对待风险管理及其投资的态度。

据统计，美国企业支出的平均法律风险防范费用占企业总收入的1%，但是中国企业实际投入只有0.02%，美国企业投入是中国的50倍。事实上，中国大部分企业家只有在“打官司”时才有可能想到法律，对法律风险防范费用投入为零的企业依然是大多数。

很显然，我们相当多的企业家们忽视了企业法律风险的存在，也根本没有任何法律风险防范管理的意识，更谈不上任何的管理预算投入了，直至最终遭遇法律风险时，已经是悔之晚矣。

因此，中国企业家不懂风险管理，此为中国企业家之殇。

二、律师是干什么的？

我们的社会大多数人会认为律师是“打官司”的。

企业聘请律师作为法律顾问的目的是什么？

相信不仅仅企业家不知道，可能连律师自己也不是很清楚。有人会认为是帮助企业“打官司”的，有人会认为是帮助企业审查合同和参加项目谈判的，有人会认为有事时能够找律师，等等。

很显然，上述答案都是错误的，或者说是片面的。但是，上述答案确实是普遍性的，这无疑让人倍感悲凉。

实际上，企业请律师作为法律顾问的目的，是为了防范企业可能存在的法律风险，和及时治理已经发生的法律风险，最终帮助企业建立法律风险的防范管理体系。

从这个意义上讲，律师是以扮演企业法律风险“守护神”的角色，来充任企业的法律顾问的。

智维律师研究认为，法律风险存在于企业运营的各个环节，包括企业设立、股权转让、法人治理、兼并收购、知识产权、合同管理、税务筹划、国际贸易、上市运营、投资融资、破产清算等各个领域、涉及面极其广泛，并且具有很强的专业性和较深的隐蔽性，是企业家难以识别和察觉的。

因此，就要求我们的律师们能够全面研究和掌握企业所面临的法律风险，培养和提高为企业提供法律风险防范服务的能力，防范相关法律风险发生，帮助企业建立企业法律风险防范管理体系，最终成为企业的“防火专家”而不是“救火专家”。

但同样遗憾的是，国内目前真正研究和理解企业法律风险的律师少之又少，太多的律师都忙于各种各样的“官司”，这也是市场之所求——因为大多数人近乎都认为律师就是“打官司”的。

无疑，这样就陷入一个怪圈：社会都认为律师是“打官司”的“救火”队员，而不是防范风险的“防火”队员，犹如社会都认为医生是“看病”的，而不是“预防”疾病的一样。于是，律师们为了适应社会的“认知需要”而充作专业“打官司”的社会角色，对于作为企业法律顾问而言，也是企业“有事”就问一下，没事就“顾不上问”了，根本无暇去关注和研究所谓的法律风险及其防范，也就无从提供相关法律服务，企业在法律风险防范管理方面也就处于失守状态。

因此，律师作为企业法律顾问，不懂企业法律风险，无法提供法律风险防范管理服务，此为企业守护之殇。

八年前，智维律师就充分注意到这个问题，并遵循“分析法律风险、评价法律风险、防范法律风险、治理法律风险”的原则，从法学理论、法律实务、企业管理理论、企业经营实务等四个方面的结合出发，以非常严谨的科学态度和科学方法，解析了上千个案例，对企业所面临的法律风险进行了系统化研究，揭示了企业目前存在的1400余项法律风险，初步创建了独具知识产权的中国企业法律风险研究“软科学”体系。

但是，智维律师认为，有关法律风险的专业化研究与出版，仅仅能够在法律专业领域提供一定的专业知识储备，为解决“企业守护之殇”问题提供相应的解决方案，并不能解决“企业家之殇”的问题。因为要解决“企业家之殇”的问题，必须向整个企业界不断传播法律风险理念与知识，而这无疑又是一项艰巨的“布道”工程。

为此，智维律师开始涉足这个问题的解决，实施了包括在清华大学、北京大学以及国内知名企业管理咨询机构开设法律风险课程、发行《法律风险观察》电子杂志、出版系列法律风险著作、制作企业法律顾问软件、开发法律风险测试软件、运营法律风险网站（www.baogongfu.com）、开展中国企业法律风险防御计划等各种活动，其目的就是为了更加广泛地传播法律风险知识，让更多的企业家能够主动认识法律风险和规避法律风险。

《中国福布斯落马榜》的出版与传播，正是智维律师为了实现上述目的的传播方式之一。

智维律师试图希望通过已经落马的富豪们，进行全面深入的解析，揭示其遭遇“法律风险门”和甚至沦为阶下囚的真相原委，让更多的企业家能够准确地认识和了解相关法律风险，并防范相应的法律风险。

如果有一天，中国福布斯富豪排行榜的富豪们不再遭遇法律风险，希望

是因为有了这本《中国福布斯落马榜》，从而唤起了中国企业家沉睡的法律风险意识，或者因为我们法律风险知识的传播，为治理中国企业家这种“殇情”提供了一些启示。

当然，如果我们的努力没有起到作用，那就真的说明中国企业界彻底自发地从法律风险陷阱中苏醒过来了。

此时，将是中国企业界的真正崛起之时！

目 录

CONTENTS

黄光裕：中国首富折戟资本游戏	1
贫农之子：从汕头到北京开始创业之旅	2
国美神话：中国家电连锁巨头与中国首富	3
家电并购大战：国美能否统一天下	5
地产黑马：鹏润地产借壳告败	7
再陷调查门：资本大鳄命运未卜	8
罗忠福：成也土地，败也土地	13
土地发家：福布斯的常客	14
遭遇寒流：“颐乐园”里不颐乐	16
无信不立：官司债务缠身的首富	17
毁林获刑：致命的土地批文	18
谢国胜：饕餮盛宴中的“消化不良者”	23
餐饮起家：倾力打造“花园系”	24
战略转型：盲目收购扩张陷僵局	25
引入高参：编织资本运作的美梦	26
祸起收购：酒精厂仅是导火索	28
孙树华：“破烂大王”的神话与覆灭	33
非常道：“一副农民样，一颗霸王心”	34
畸形发展：非理性是根源	36
自由落体：华林一夜之间的坠落	37
“慈善家”与“吝啬鬼”：多重性格于一身	39
身陷囹圄：都是贷款诈骗惹的祸	40
水落石出：“商贿赂官，官贿赂商”	43

李义超：“多面”富豪的陨落	47
草根英雄：艰苦磨砺的富豪	48
慈善假面：表里并不如一	49
周伟彬：中学教师到涂料大王到阶下囚	53
辞职再辞职：只为寻找适合自己的路	54
艰难创业：重重困难之后是辉煌	55
偷税门：都是富豪榜惹的祸	56
顾维军：资本枭雄的陨落	61
初次下海：挖得人生的第一桶金	62
东山再起：资本意识开始萌芽	63
疯狂并购：成功亦是灾难	64
郎顾之争：从巅峰跌入谷底	66
黯然出局：成也资本，败也资本	67
刘军：“泰跃系”的轰然倒塌	73
初出茅庐：转战京城房地产市场	74
情非得已：资本市场的博弈	75
关联交易：是高招还是无奈	78
分崩离析：泰跃“大厦”的顷刻崩塌	81
张文中：玩弄国有资产于股掌者	85
从天上到地上：安稳行走于学者与企业家之间	86
独具匠心：成就了物美也埋下了隐患	88
资本博弈：眼花缭乱下的不明涌动	89
风险终现：休止于巅峰	91
张荣坤：权贵之门的行走者	97
寒微商人：初尝快钱滋味	98
攀爬有术：权贵们的好朋友	99
初战股市：大庄家敌不过大熊市	100
曲径通幽：慈善状元频舞剑	102
公路大王：成名之作	103
超级权贵：无可比拟的资金优势	105

老朋友，新交易：对外投资送其上巅峰	107
罪与罚：都是轻视风险惹的祸	108
王德军：个人悲哀还是社会悲哀	111
艰难磨砺：从泥水匠到水电大亨	112
发家秘诀：肆无忌惮的行贿	112
4.6 亿元 = 4000 万元：贱卖国有资产反成改革典型	114
周益明：明星是怎样坠落的	119
敏锐过人：一个信息，一大桶金	120
志向远大：四处出击，快速扩张	121
野心膨胀：弄虚作假，吞下“明星电力”	122
原形毕露：挪用资金而东窗事发	124
刘虹：寂寞的“酒鬼”	129
发家之谜：一个好汉两个帮	130
入主酒鬼：巧取国有股	131
资本运作：以呆账换土地	134
一手遮天：4.2 亿元巨额资金被挪走	135
陈顺利：骑虎难下的资本玩家	139
发家之谜：多版本演绎	140
上市之谜：巨额负债成就了早日上市	141
骗贷技巧：空手套白狼	142
资金流向：迷雾重重	144
变现求生：成功的金蝉脱壳	145
旧账疮痍：难以弥补的黑洞	147
张海：“东方魔水”缘何成“苦水”	151
发迹之路：“气功大师”的不平凡	152
长袖善舞：玩转健力宝	152
潮落潮起：刑事法律风险爆发	155
黄宏生：域外法制的钢丝行者	159
半路出山：历尽商海沧桑，换得功成名垂	160

组织变革：摆脱家族模式，完善治理结构 161
 意外触礁：从神坛到监狱，只有一步之遥 163
 法人治理：成就危机处理典范 164

宋如华：软件王朝的谜样骗局 169

教授下海：赶上机遇发大财 170
 醍醐灌顶：做实业不如炒概念 171
 跑马圈地：只为套取资金和项目 174
 “概念”公司：教授的专长所在 176
 大厦将倾：仅仅需要一根稻草 179
 现实拷问：企业家如何面对失败 181
 十年检讨：宋如华真的明白了吗 183

陈克恩：神龙集团的圈钱路线 189

第一桶金：食品发家 190
 空手接力：超低价收购两上市公司 191
 资产重组：再融资方案被迫流产 192
 瞒天过海：假重组，真提款 194
 无休贪欲：疯狂借款担保 195
 资金链断裂：真相浮出水面 197

唐万新：“德隆神话”之终结 201

起步艰难：实业家屡屡碰壁 202
 股市淘金：有赔有赚有转型 202
 三驾马车：并驾齐驱 204
 雾里看花：实业，庄业 205

许宗林：从珠宝大王到金融巨骗 213

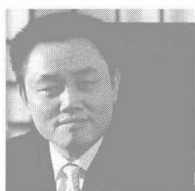
一鸣惊人：六朝古都崛起的商业新星 214
 方解石？冰洲石？：从产品造假到账目造假 216
 股市造假：继续延伸不归路 217

沈家桢：陨落的燃气之星 223

天降大任：出身普通，志向华丽 224
 出手不凡：打破燃气产业原有格局 225

高歌猛进：收购泰达燃气	227
费用造假：一失足成千古恨	228
难题待解：谁能拯救华桑	229
周正毅：“上海首富”的两度牢狱之灾	233
出身平凡：人穷志不短	234
抓住机会：再上一层楼	235
站得更高：如果摔倒将会很痛	236
身陷囹圄：一波才平，一波又起	237
杨斌：大亨的世界变幻	241
峥嵘岁月：从开始就是不归路	242
“圈地”神话：3300 亩划拨土地	243
“圈钱”神话：巨额建设资金的获得	245
富豪破产：终究一场空	247
仰融：体制的宠儿还是体制的弃儿	251
扑朔迷离：谜一样的身世，谜一样的帝国	252
基金会：随时爆炸的“巴尔干火药桶”	253
无限荣光：梦想变成美好的现实	255
跨海大桥：引燃火药桶的导火索	256
寻求救济：多家法院终未果	258
仰融现象：是体制抛弃了我，还是我自己抛弃了自己	260
蒋泉龙：“资本魔手”还是“实业家”	263
麻雀变凤凰：工人成为《福布斯》富豪	264
赴港上市：内地第一个吃螃蟹的人	265
惹火烧身：祸起神秘举报信	266
深陷泥潭：拿什么来拯救你	268
吴炳新：我的三株死于谁之手？	271
厚积薄发：机会留给有准备的人	272
自立门户：创立三株	273
营销奇招：造就三株传奇	274
危机乍现：老汉打死恐龙	277

吴志剑：空中楼阁的倒塌	281
历经磨难：吴家有子初长成	282
下海经商：一路上颠簸前行	283
舰已冲刺：奋力跃上新台阶	284
抓住机遇：事业再创辉煌	285
牢狱之灾：从民事法律风险引起	287
牟其中：三度入狱的悲剧人生	293
首度入狱：黑白无常套枷锁	294
“梅开二度”：不白之冤终得雪	295
多途创业：屡败屡战，屡战屡败	296
易货贸易：史无前例的壮举	298
发射卫星：广阔的宇宙空间属于我	300
“冠上明珠”：跨出一步就是欧洲	303
各种理论：指引前进的方向	307
三度入狱：英雄末路的“帽子戏法”	309
卢俊雄：借鸡下蛋巧赚钱，聪明反被聪明误	315
求知饥渴：萌动的商品意识	316
初生牛犊：走出广东影响海外	318
悄悄升华：邮商中的佼佼者	318
连环动作：用天下人的钱办天下人的事	321
神话破灭：被债务判了“无期徒刑”	324
《中国福布斯落马榜》后记	327



黄光裕：中国首富折戟资本游戏

【上榜时间】：2004 年—2008 年

【上榜财产】：2008 年 183.6 亿元

【上榜排名】：2004 年第 2 位，2005 年第 4 位，2006 年第 1 位，2007 年第 10 位，2008 年第 2 位

【曾获荣誉】：“未来国际企业家之星”、“2004 年新民企领袖”、“中国 MBA 眼中十大最具战略思维的企业家”、“十大青年领袖”、“中国企业具有影响力职业 CEO”称号、“2004—2005 年度中国零售业十大风云人物”、“世界 100 位有影响力人物”、“2006 年亚太主席风云榜十大上榜人物”、“中国行业零售业企业领袖奖”、“2006 年中国诚信企业家十大新闻人物”、“2006 年创业中国改革功勋奖”、“世界青年企业家大奖”、“2005 中国消费电子十大年度人物”、“全球 100 位华商品牌人物”、三次入选由中国企业家杂志评选的“最具影响力企业领袖”、三届“胡润百富榜”中国首富；2005 年当选为中国工商理事会副理事长。

【落榜时间】：2008 年

【落榜缘由】：因涉嫌经济犯罪引爆刑事调查法律风险

【当前状态】：不详

【个人名言】：“我是要求速度的，尽快实施，我不会说花三个月来谋划，把这个规划书标点符号都改清楚了，然后再去做这件事情，我不会。我是边实施边做边修正。只要有三分把握的事，我就敢去做。”

智维律师按：

黄光裕曾被认为是中国当代最成功的零售业企业家之一。蝉联两届中国首富，使 39 岁的黄光裕成为无数中国年轻人追逐的榜样。资本市场上所表现的套现能力，以及他的财富人生，在当代中国几乎不可复制。

然而就在众人把艳美的目光投向他时，他却亲手击碎了自己创造的“神话”。让人震惊的同时，也使人陷入深深的思考：中国富豪们的“光芒”何以总是“昙花一现”？这难道是中国富豪的“宿命”？

毋庸置疑，改革开放 30 年来，中国的企业家们凭着勤奋和睿智书写了一个个创富奇迹，也为经济发展立下汗马功劳，并为社会不断树立新楷模形象。

然而，一些企业家在富裕的过程中，甚至富裕起来之后，却无视法律尊严，不断挑战法律底线，最后导致身败名裂的下场。

我们相信，作为“中国首富”的黄光裕不是第一人，也不会是最后一位！

贫农之子：从汕头到北京开始创业之旅

黄光裕，广东汕头凤壶村人，生于1969年5月。小时候，黄家家境清贫，最困难时，黄光裕曾拾过破烂、捡过垃圾。因为家境困难，他16岁初中未毕业就辍学了。随后，他跟着哥哥从老家汕头北上内蒙古做生意，开始漂泊谋生，两个人背着大旅行袋，把小家电从广东背到北方去卖。他们借此累积第一桶金。

1986年，17岁的黄光裕跟着哥哥黄俊钦，揣着在内蒙古攒下的4000元，然后又带借了3万元，来北京谋求发展。

后来，兄弟俩在北京前门的珠市口东大街420号盘下了一个100平方米的名叫“国美”的门面，迈出书写传奇的第一步。

“国美”开始做的是服装生意，但位于黄金商业地段的“国美服装店”，生意并没有预期的红火。

很快，黄光裕对服装没有了兴趣，他发现当时的家电销售是卖方市场，只要找到货源，转手就能赚钱，而且相对于服装，家电是扩展性最好的商品，且相对比较定型。于是，黄氏兄弟决定改做家电生意。

1987年1月1日，“国美电器店”的招牌正式挂出来了。在当时那个卖方市场背景下，很多商家正在采用“抬高售价、以图厚利”的经营方式，但黄氏兄弟却反其道而行之，决定走“坚持零售，薄利多销”的经营策略。

黄光裕之所以采用“薄利多销”，并不是缘于某个商学院的教案指导，而是出于一种原始的生意人的精明，也是初期为了打开市场而不得不为的举动。这种以低价策略、快速周转、服务至上为特点销售模式，使得两兄弟在北京站住了脚。

1991年，当国营商店对于广告的认识还停留在“卖不动的商品才需要广告”的经营理念时，黄光裕第一个想到利用《北京晚报》中缝打起“买电器，到国美”的标语，每周刊登电器的零售价格，从而走出了坐店经营的模式，一度被称为“中缝大王”。

为了避免“消费者看了广告也不知到何处买产品”的情况发生，黄光裕说服那些用美金做产品形象广告的外国厂家与国美合作打广告，既让厂家广告开支得以减少，又让消费者“看得到买得到”。进而黄光裕又向厂家要求，赠予国美一些样品作展示，并开设相应的产品专柜，使顾客能看、能摸，现场就能买到所

需产品。很少的广告投入为国美吸引来了大量顾客,电器店生意“火得不行”,“所有存货一卖而光”。

黄光裕乘胜追击,陆续开了多家门店。1992年,黄光裕将北京的几家门店“国豪”、“亚华”、“恒基”等,统一为“国美”,拥有了自己的品牌,此举为国美今后的扩张奠定了基础,也形成了中国最早的连锁雏形。

智维律师评析:

广东潮汕一带人似乎有着经商的天赋,那里出过大数量的企业家、大富豪,其中包括李嘉诚。不可否认,仅有初中文凭的黄光裕是一名商业天才,在那个还是计划经济的时代,从他选择电器行业,采取差别化的竞争战略,到打广告,树立品牌意识,无不体现了他的过人素质。

国美神话:中国家电连锁巨头与中国首富

到1993年时,国美电器连锁店已经发展至五六家,而黄氏兄弟财富增长后,因为经营理念的不同,两兄弟分家了,黄光裕分得了“国美”这块牌子和几十万元现金。从此,24岁的黄光裕开始建造他的家电零售王国,并开始以惊人的速度书写他和国美的财富神话。

1996年以前,黄光裕主要以经营进口家电为主,进口彩电受国家政策影响特别大,一天价格差价可以达到1000元,稍微不小心,就要赔大钱。

在1996年下半年,以长虹、海尔等为首的国内家电企业崛起,国产家电品牌发展势不可当。长虹率先开始彩电市场变革,降价达百分之四五十,黄光裕听到长虹降价的消息,马上飞往四川,他感受到中国家电制造业所具备的特有优势,并且做了一个让很多人不可思议的决定:把进口彩电撤下重要的柜台,换上国产彩电。

1998年,国美出台《国美经营管理手册》,建立了完善的连锁经营管理范本,为走向全国打下坚实的基础。国美还率先推出80公里免费送货、开通800免费咨询电话、厂商联保等服务措施,突出家电专业化服务特色,被北京市消费者协会评为“售后服务信得过单位”。

1999年,国美先后开进天津、上海,加紧了向全国进军脚步。

2000年7月,针对当时彩电峰会的限价,国美代表家电流通业率先发出自己的声音,并成功击垮不合理的限价联盟。

2001年5月,国美在全国范围内有13家连锁店同期开业,标志着国美电器进入“全国连锁网络”建设的高峰期。到2001年12月,国美在12个城市共拥有49家直营连锁店及33家加盟连锁店,总资产达到5亿元。同时,国美电器的商品种类也不断扩展,有彩电、冰箱、洗衣机、空调、小家电、通信、数码产品、音像制品等。

2003年2月,中国连锁经营协会公布了2002年中国连锁经营企业排名结果,国美以年销售额108.96亿元位居第四名,在中国家电零售企业中位居第一,开始了它领跑中国家电零售业的历程。

当然,这时的黄光裕离首富的距离还很远,改变这一距离的正是国美电器在香港的成功上市。

2004年6月,在一系列令人眼花缭乱的资本运作之后,黄光裕通过发行可换股债券以83亿港元的价格,收购其22个城市94家国美门店资产的65%股权,国美实现了以借壳方式在香港上市,从而为资本扩张开辟了广阔道路,为企业规模扩张和连锁网络扩张提供了充分的资本来源。

当年下半年,黄光裕通过数次减持,在市场套现近30亿港元。部分减持后,黄光裕仍持股国美电器约65%;以当年市值计,其资产瞬时膨胀至百亿港元,黄由此跃居2004年度胡润百富榜榜首。

为了配合上市,2003年11月国美在香港的第一家门店——旺角商城成功开业,这标志着国美在实施国际化战略道路上迈出了关键性的一步,国美也由此成为中国家电零售领域走向海外的第一商家。

2004年5月以后,黄光裕在香港加速了扩张的步伐,每周开一店、连开三店,配合媒体宣传造势,国美品牌的知名度在香港得以大大提高。

2004年6月国美上市时,由于受限于65%的持股限制,国美电器在全国的38个分部中,仅北京、成都等20个“业务优质”的分部放进上市公司,而上海、香港等18个分部尚未纳入,而2006年,黄光裕再次取得突破,实现了国美电器整体上市。

2004年8月,国美被中国企业联合会、中国企业家协会共同评选为“中国企业500强”。2004年12月,国美直营门店达200家。2005年2月,国美以年销售额238.8亿元蝉联中国家电零售业第一。