



Midea
BUILDING A BETTER LIFE

何享健的美的人生 生活可以更 美的

他经营美的四十年
他的创业起点比改革开放还早十年
他是三十年中国商业猛进史的探路者
千亿级白电帝国背后
是他给中国企业树立的“基业长青”的标杆

陈润◎著

华文出版社

MIDEA EMPIRE
Building a Better Life

生活可以更美的

何享健的美的人生

陈润◎著



□ 华文出版社

图书在版编目(CIP)数据

生活可以更美的:何享健的美的人生/陈润著. —北京:华文出版社,2010.2

ISBN 978-7-5075-3053-7

I. ①生... II. ①陈... III. ①何享健-生平事迹②电气工业-工业企业管理-经验-中国 IV. ①K825.38②F426.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 016585 号

生活可以更美的:何享健的美的人生

著 者:陈 润

责任编辑:刘超平

责任校对:华 一

出版发行:华文出版社

社 址:北京市宣武区广外大街 305 号 8 区 2 号楼

邮政编码:100055

网 址:<http://www.hwcb.com.cn>

投稿邮箱:hwcb@126.com

电 话:总编室 010-58336255 责任编辑 010-58336202

经 销:新华书店

印 刷:小森印刷(北京)有限公司

开 本:720×960 毫米 1 / 16

印 张:19

字 数:190 千

版 次:2010 年 3 月第 1 版

印 次:2010 年 3 月第 1 次印刷

标准书号:ISBN 978-7-5075-3053 -7

定 价:36.00 元

版权所有,侵权必究



■ 2004年5月18日,美的集团与西部最大的钢铁企业攀钢在广州花园酒店签订一揽子战略合作协议。



1 1993年,美的的股权认购表。当时人们抢购认购表的热情几乎到了狂热的状态,事实证明,人们的狂热是有理由的。

2 2006年,美的电器的股票顺利实现全流通。





1 2006年“美的集团扶助基金”正式成立,此后,12月22日成为美的集团“扶助基金日”。图为第二届“美的集团扶助基金”捐募仪式上,美的集团总裁何享健接受记者采访。

2 2007年9月28日,美的总部大楼奠基仪式。

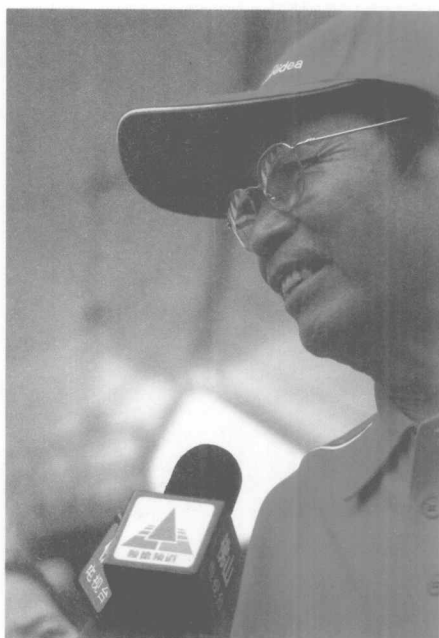




❏ 2007年，何享健获得由《中国企业家》杂志社主办的“2007年最具影响力的25位企业家领袖奖”。图为颁奖典礼上的何享健和《中国企业家》杂志原总编辑牛文文。

❏ 2007年11月17日，“美的冰洗产业工业园竣工典礼”在安徽合肥高新技术产业开发区隆重举行。图为美的冰洗CEO方洪波致辞。





■ 2007年何享健接受记者采访

■ 何享健在第二届“美的集团扶助基金”捐募仪式上接受媒体采访。





■ 2008年3月6日，美的与中国国家跳水队、游泳队携手宣布正式启动“汇聚美的心思 爱心传递梦想”慈善拍卖活动，此次拍卖活动所得将全部捐给中国红十字会下的“奥运之星”保障基金。

■ 2008年7月2日上午，美的电器与开利亚洲有限公司在广州签约，合资成立佛山市美的开利制冷设备有限公司。美的集团董事长何享健与开利公司董事长兼总裁戴杰儒握手庆贺。





■ 2008年10月11日,国家跳水队访问美的,郭晶晶代表跳水队赠送签名队服给美的集团。



无锡小天鹅工业园竣工典礼

Wuxi Little Swan Industrial Park Opening Ceremony



2009年10月29日,无锡小天鹅新区工业园竣工典礼隆重举行。这是美的自2004年4月通过股权收购正式入主小天鹅后的第一项大工程。

何享健接受采访



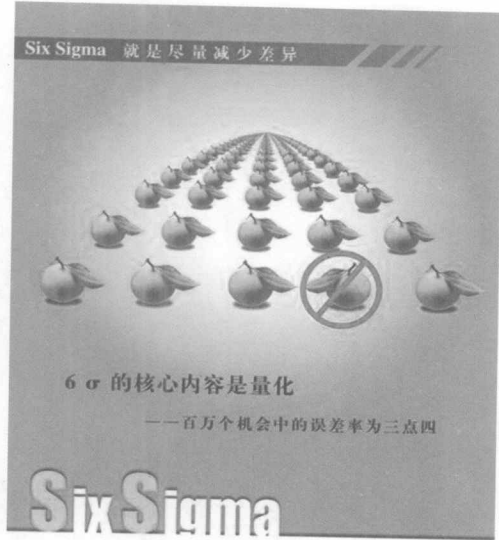


1 何享健五一慰问劳模

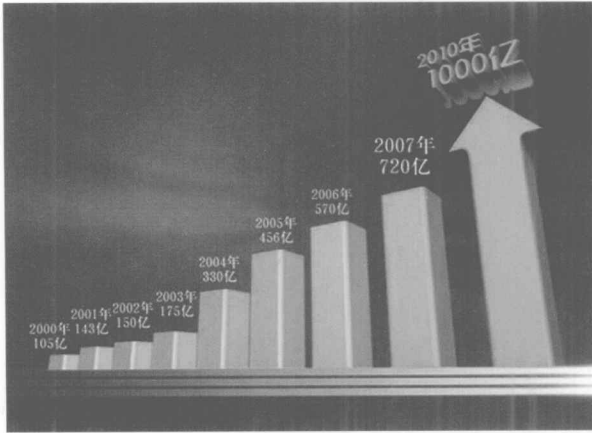
4 美的退休高层(左一何应强,左二陈序强,中间赖立明,右一罗鉴明,右二冯静梅)在考察时合影。



美的六西格玛品质控制系统标识



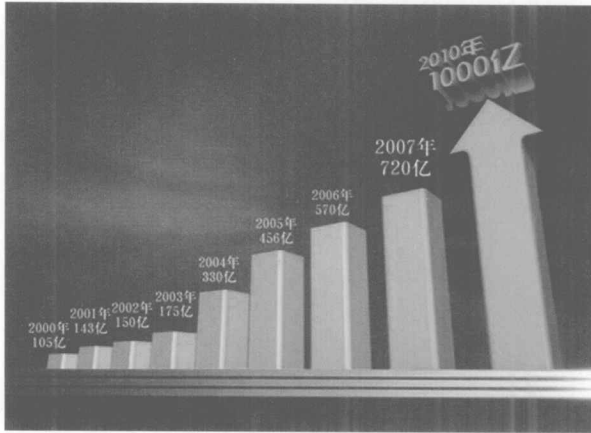
美的战略地图



2006年美的产值
走势规划图

2008美的中国精英赛,美的集团董事长何享健为冠军(高尔夫球亚巡赛韩国选手)颁奖。





■ 2006年美的产值
走势规划图

■ 2008美的中国精英赛,美的集团董事长何享健为冠军(高尔夫球亚巡赛韩国选手)颁奖。



推荐序

静水流深

吴伯凡

从诞生至今近 40 年的时间里，美的从一家生产塑料瓶盖的小厂成长为年销售额 570 亿元的大企业，但一直“故土难离”，坚守在广东顺德这个名叫“北滘”的镇上。如果不查字典，很多人都不知道“北滘”的“滘”怎么读，是什么意思。

美的的创始人、董事局主席何享健在 2005 年说，“美的今年的销售收入可达 450 亿元。今后只要每年的增长保持在 16%，到 2010 年就能做到 1000 亿元，我们很有把握。”美的 2006 年比 2005 年增长远不止 16%，达到 566 亿元，何享健对 2010 年达到 1000 亿元销售收入应该更有把握了。达到这个规模，意味着美的将进入全球家电业的前三强。

一座小镇诞生一家世界级的企业，这至少在中国是一个奇迹。相对于北京、上海、广州、深圳，这的确是一个偏远的小镇（属于佛山市顺德区管辖），它到底有什么独特的“风水”，竟然生长出一个世界级的企业？

进入 21 世纪的中国，社会的商业化和企业的国际化成为明显的趋势。有意思的是，对于这个不知名的小镇来说，商业化和国际化早就是一种传统。这里是侨乡，早年去香港谋生的人也不少。即使是在中国最封闭的文革时期，这里也没有与外面的世界完全隔绝，邻里之间话家常时也会涉及国际和商业的话题：谁家的老三在哪个国家做生意发了财，谁的舅舅从国外寄回来一件什么电器……这里的人知道这个世界上在发生着什么，怎么样做人做事才能够真正出人头地。在这个被边缘化的地方，“主流”在某种程度上被屏蔽了，这里的人习惯于在非主流、低调中

生活和做实实在在的事。多年以后,何享健在谈到美的的文化时这样说道:“美的一直低调,没像春兰、四通到处宣传,这也与出身有关——美的不是国有企业,不想获得政治荣誉,不想树典型、标榜,也不想要虚名。这不光是顺德人的性格,真正的企业家,以营利为导向的企业,他关心的是赚钱。美的很务实。”

美的成立于“文化大革命”浪潮席卷全国的1968年。何享健没有被革命浪潮裹挟,去说“普通话”,做“普通事”,而是领着23个人办起了“北滘街办塑料生产组”。当经济体制改革大潮到来(1984年以后),像海尔、联想、TCL这样的企业应运而生,美的已经身处边缘、在不被关注和呵护中潜心经营了16年。美的在边缘处生存和发展的这段经历,证明了不少道理,而中国主流企业家过迟地意识到这些道理:企业无需来自上面的呵护、无需全力以赴地运作制度和政策资源也能够生存和发展,无需上演砸冰箱这样的戏剧也能创造一个品牌,无需打价格战也能赢得大的市场空间。正是没有商业之外的势可借,美的才没有走上很多企业“功夫在诗外”的资源运作式经营之路。它被迫在商言商,老老实实去修商业的必修课,走上了一条有质量的增长之路。而那些“勇立潮头”,善于“借势”、“造势”的企业,在可以免修许多必修课的幸运中荒废了“学业”,逐渐远离商业的基本面,养成了在商不言商的习性。他们不言商也赚钱,在生产、经营、产品、服务上“讲普通话”、“做普通事”也能赚大钱。而随着短缺经济的需求浪潮退去,商业的基本面露出水面,“方言”(差异化)代替“普通话”成为真正的竞争力的时候,这些企业自然就感到甘尽苦来,风光不再。再加上长年“弄潮”、“造势”养成的对虚荣的嗜好和以冲动为决策动力的习惯,让这些企业追逐新起的浪潮——国际化浪潮,最终让企业陷入“苦海无边”的境地。

何享健说话的口音很不“主流”,普通话讲得很不标准,非广东人要想听懂他的话,旁边要有人“翻译”。他手下有不少拥有博士、硕士文凭的下属,但他只有高小文化程度。有一次,一个管理人员向他汇报工作时用到了“博弈”这个词,他听不懂,让这个人解释了半天,大致明白什么意思后批评这个人故弄玄虚并且用词不当。他从不使用手机,下属不容易找到他,但有时会发现他在车间里与工人们聊天。媒体记者要采访他几乎不可能,但他时不时会开一辆很不起眼的旧车来到美