

粤商



国内迄今第一部全面解读粤商
创业历程、经营理念和营销思想
的作品，诠释他们的战略思维与行
为轨迹。



广东人民出版社
广东省出版集团

粤商

主 编 韩运增

执行主编 宋 欣

编 辑 王光跃 何 萍 张海玲 张 敏

易彩湖 蚁 苏 傅舜燕

(以姓氏笔画为序)

高级顾问 林树森 厉有为 马化腾



图书在版编目 (CIP) 数据

粤商 / 韩运增主编. —广州: 广东经济出版社, 2011. 7
ISBN 978-7-5454-0865-2

I. ①粤… II. ①韩… III. ①商业经营—经验—广东省
IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 148226 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	广州市亚华印刷厂有限责任公司 (广州市白云区嘉禾街鹤边村鹤泰路 2 号)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	16.5 4 插页
字数	429 000 字
版次	2011 年 7 月第 1 版
印次	2011 年 7 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 978-7-5454-0865-2
定价	39.80 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

邮购电话: (020) 37601950 邮政编码: 510075

营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

目 录

掀起即时通讯革命浪潮的科技巨人	
—— 腾讯计算机系统有限公司 CEO 马化腾	01
大道无形 诚信无价	
—— 访蓝盾信息安全技术股份有限公司董事长 柯宗庆	07
智者乐水 大洋无疆	
—— 访中联国际集团股份有限公司总裁 李胤池	12
潜心打造中国最棒的旅行社	
—— 访广东国旅国际旅行社股份有限公司董事总经理 谷训才	18
台商的精英 粤商的奇葩	
—— 访广州群欣包装工业有限公司董事长 王静华	24
践行商道 行业前行的思索者	
—— 访广州戈兰迪高分子材料有限公司总经理 田雨	29
伟业共创 成就“鸣”天	
—— 访广州市共鸣地产代理有限公司总经理 张强	34
乱云飞渡仍从容	
—— 访广东格兰仕集团董事长兼总裁 梁庆德	39
品牌铸就荣泰 学习融贯终生	
—— 访香港荣泰五金制品（集团）公司总经理 邱德生	43
慧质兰心 上善若水	
—— 访广州市炬贤灯饰有限公司总经理 徐慧兰	48
传承文化 缔造商界新时代	
—— 访广州洋恒装饰工程有限公司总经理 郭坚谊	53
华帝 在稳健中腾飞	
—— 访中山市华帝燃具股份有限公司总经理 黄启均	59
精益求精铸精品 德才兼备创伟业	
—— 访广东精品德建筑装饰有限公司总经理 陈平	63
绿色装饰 诚信三禾	
—— 访广州市三禾装饰设计有限公司总设计师 刘晖	69

因改变而发展

- 访广州凯顺特种线材厂总经理 杨云鸿74

把握市场机遇 成就辉煌事业

- 多谱国际集团有限公司董事长 黄勇77

立中国工业化装潢新标杆

- 访广州赫来斯高间隔装饰材料有限公司 总经理 杨达海 84

重生 为人间留下更多的经典

- 访广州市思迈装饰工程设计有限公司总经理 陈坤波88

潮商中的‘异类’ 粤商的思索者

- 访广州三宝冷冻有限公司总经理 何锋91

有一种精神 在追求梦想中百折不挠

- 访广州市好当家超市连锁有限公司董事长 邱瑞霖95

物网相连 感知天地

- 访广东金智慧物联网科技有限公司执行主席 吴鹏100

辉煌的梦想

- 访深圳市大中华国际集团董事局主席 黄世再106

产业升级 谁与先锋

- 访裕宝伟业集团、广东融汇担保有限公司董事长 刘裕章110

纵横万千事 职场登峰人

- 访著名职业经理人 施敬铭117

魏来金：中山故里赣州人

- 访中山市新山川实业有限公司董事总经理 魏来金124

黎振伟：思无域 行无疆

- 访广州泰盈置业集团总裁 黎振伟130

服务中升 狮爱无疆

- 访东莞中升雷克萨斯总经理、广东狮子会和谐服务队创队队长 肖杰136

商海竞帆 打造中国一流汽车运输企业

- 访广州市运力运输实业有限公司 董事长 廖秋林141

虚怀若谷 运通四方

- 访广州市运通四方实业有限公司董事长 苏敬樵146

优效节能 领跑中国 LED 产业

- 访广州市赛福节能科技发展有限公司总经理 齐加明152

向精神深处开拓

- 访深圳市缘子投资有限公司董事长 张籍圆156

坚持信念不放松 无论春夏与秋冬

- 访广州信原进出口贸易有限公司总经理 张海鹰160

“八马”驰骋 领御非凡

- 访八马茶业有限公司总经理 吴清标167

生命不息 奋斗不止

- 访广州龙圆茶叶有限公司总经理 杨世奎172

品葡萄美酒 悟人生真谛

- 访广州蓝泉酒业有限公司董事长 况维义176

文化的传承者 梦想的创造者

- 访比音勒芬（中国）服饰有限公司董事长 谢秉政181

借力使力 安防产业的最强音

- 访广州市克金安防科技有限公司总经理 黄后林187

追求理想顺便赚钱 做企业家做的事

- 访广州善本图书有限公司总经理 林庚利191

格绿朗遮阳篷：传递休闲理念 畅享低碳生活

- 访广州市格绿朗户外用品有限公司总经理 方贵庭194

新糖主义健康美食的领军者

- 访广州亿客食品有限公司总经理 冯志强198

十年商海两沉浮 功成名就慈航渡

- 访广州市楚京贸易有限公司总经理 沈晖204

天道无亲 常与善人

- 访广州宏蜂生物技术有限公司总裁 陈光华211

让生命保鲜 让美丽延续

- 访广州市宝宣生物科技有限公司董事长 龚敬轩216

人生如梦当飚扬 不负时代佳年华

- 访华标轻型飞机科技有限公司总经理 华飚221

毕业五年创业路 腾飞理想梦当初

- 访广州飞鸟信息科技有限公司 CEO 李鹤225

踏过荆棘通大道

- 访广州市伊东机电有限公司总经理 罗绍远230

一个 80 后的奋斗

- 访广州市星韵珠宝有限公司董事总经理 谭嘉235

在小行业的天空里叱咤风云

——访广州视声电子科技有限公司总经理 朱湘军240

以电子连通世界 以共赢遨游商海

——访广州市昭创电子科技有限公司总经理 薛建国248

天行健 君子以自强不息

——访广州市珠江莲蓉、珠江饼业食品有限公司董事总经理 陈龙飞251

不要让企业死在资金链断裂的后勤保障线上

——访广州纳斯信企业管理有限公司总经理 赵开升256

掀起即时通讯革命浪潮的科技巨人

——访腾讯计算机系统有限公司 CEO 马化腾

马化腾，这个年仅 39 岁的年轻人缔造了一个风靡中国的“网络神话”。

他，创业 8 年让 2 亿中国人改变了沟通习惯，打造了最具知名度的“深圳制造”，与软件巨擘微软争锋中国网络通信市场，被美国《时代周刊》和有线新闻网评为 2004 年全球最具影响力商界人士之一，他就是香港第四届紫荆花杯杰出企业家、“广东青年五四奖章”获得者、年仅 39 岁的深圳市腾讯计算机系统有限公司 CEO 马化腾。

即时通讯革命风口浪尖的弄潮儿

你也许没听说过马化腾，但一定听说过 QQ，一定见过那只胖乎乎、乐呵呵的小企鹅。马化腾虽然看起来没有 QQ 软件或是 QQ 小企鹅名气大，但后者却是马化腾的得意之作。也难怪，经过短短 8 年的发展，腾讯 QQ 的用户群已成为中国最大的互联网注册用户群，注册用户高达 5.72 亿，活跃用户 2.21 亿，最高同时在线用户达 2210 万，现在腾讯 QQ 已经改变了 1/13 中国人的沟通习惯，成为亚洲最大的即时通信服务网络，而 QQ 的标志那两个憨态可掬的企鹅更是成为了一种文化。时尚的青年男女背着企鹅背包，穿着 QQ 制服，床头摆着 QQ 相架，床上扔着 QQ 靠枕……网络 QQ 后面对应的文化是网恋、网友、网上沟通这些东西。许多网民将 QQ 视为通往另一个世界——网络虚拟世界的“载人飞船”，在那个虚幻空间里，他们尽情展示着在现实生活中没有机会表现出来的智慧和幽默，寄托着他们在现实生活之中未得到满足的许多情感和夙愿。QQ 已经带来继电话、传真之后的另一种通讯革命。

有人说：马化腾打造了一个 QQ 江湖，而他就是这个江湖无可替代的帮主。

筚路蓝缕 艰辛创业路

尽管创造了中国网络界最经典的神话之一，被视为中国 IT 界“风云人物”，但当我们见到这位低调的神话创造者的时候，发现他既没有那些商人的精明与圆滑，也没有面对媒体的谨慎和老道，更像是一位儒雅内敛的斯文学者，这使采访更像是随意的聊天。即使谈到 2005 年 1 月为赈济东南亚海啸灾区，马化腾捐出了自己的“88888”QQ 号，并被意外地拍卖出 26 万元“天价”时，他也只是一笑置之。只有谈到计算机和网络，马化腾才会不时露出开心的笑容和得意。看得出他是一个完全沉浸在 IT 世界中的技术人士。

1984 年，13 岁的马化腾跟随父母从海南来到深圳，一个百业待兴却充满希望的年轻城市。进入大学后，曾经酷爱天文的马化腾在深圳大学却选择了计算机专业，“毕竟天文太遥远了”，他说。

在深圳大学的岁月，马化腾的计算机天赋已经让老师和同学们刮目相看，他能写各种病毒的克星软件，可以为学校的 PC 维护提供解决方案，有时又干些将硬盘锁死的恶作剧，让机房管理员哭笑不得。

谈起大学的趣事，马化腾回味起来津津有味。1993 年从深圳大学毕业，马化腾进入润迅公司，成为一名软件工程师，专注于寻呼软件开发，一直做到开发部主管的位置。这段经历使马化腾明确了

软件的意义在于实用，而不是写作者的自娱自乐。

也正是这一年，他的大学师兄史玉柱开发的“汉卡”软件已经红遍中国，巨人集团名噪一时。从史玉柱的身上马化腾得到了启示。马化腾是潮州人，潮州人那种深入到骨髓里的商业细胞开始在他的身上“激活”。当时正是股市最红火的年代，聪明的马化腾开始与朋友一起开发了针对股民市场的“股霸卡”，结果软件一炮而红，在赛格电子市场卖到断货。同时，马化腾亦弄潮股海，并在1994年完成了一次飞跃，为其后来独立创业打下了基础，那时马化腾最精彩的一单是将10万元炒到70万元。“从1998年开始，我就考虑独立创业，却一直没想清楚要做什么，但创业的想法并没有改变，我知道自己对着迷的事情完全有能力做好。我感觉可以在寻呼与网络两大资源中找到空间。”马化腾说。

带着对互联网事业的热诚和对自己能力的信任，1998年11月，27岁的马化腾创办了腾讯计算机系统有限公司。

很多人认为腾讯的诞生与发展是中国互联网的一大传奇。可是创业并不像想象中那么简单，光环背后是许多不为人知的艰难困惑的日子。创业之初，为了能让腾讯存活下来，马化腾率领自己的团队一起走过了艰难的日子，做网页、做系统集成、做程序设计……什么业务都敢接。“由于不懂市场和市场运作，腾讯的产品拿出去向运营商推销，却经常被拒之门外，甚至连见我们都不肯。”马化腾说。

尽管屡遭挫折，但他们坚信只要锲而不舍，经过不断的尝试之后，总会获得用户的接纳。

1999年2月，腾讯自主开发了基于Internet的即时通信网络工具——腾讯即时通信（Tencent Instant Messenger，简称腾讯QQ）。抱着试试看的心态，马化腾决定把QQ放到互联网上供用户免费使用，结果就连他本人也没有料到，QQ在不到一年的时间里就发展了500万用户。

在公司还没有盈利模式的情况下，QQ的大量下载和暴增的用户量使大家在兴奋的同时，也令公司难以支撑。因为访问人数增加就意味着要扩充服务器，而那时每月一两千元的服务器托管费让公司也感到巨大的压力，既没有资金更新设备，工作人员也快发不出工资，于是马化腾不得不带领创业团队四处寻求融资渠道。

2000年，中国互联网的第一次网络泡沫蔓延开来，腾讯也不能幸免。

然而对一家没有任何盈利模式的公司进行投资，许多国内金融企业望而却步。多方无奈之下，许多朋友都劝马化腾卖掉QQ，马化腾也开始和一些有意向购买QQ的公司进行了实质性谈判。但对方普遍不理解腾讯的技术和无形资产价值，只愿按照公司有多少台电脑、多少桌椅板凳来购买，这令马化腾的心情非常复杂。一连谈了4家，都没有达到预计的底线，马化腾没想到做一个嫁出去的“新娘”也那么难，他唯一能做的就是勉力支撑下去了，他不忍心那么低贱地放弃自己打造的企业和品牌。没错，QQ是有很多用户资源，但怎么从这些资源上盈利呢？难道只能靠向QQ号码申请用户收取那点少得可怜的注册费吗？（为维持公司的正常运转，在一段时间里，QQ号码申请者需要付费。）

幸好在深圳的第一届高交会上，腾讯这一匹暂时伏枥的千里马遇到了伯乐，一家风险投资公司看到了腾讯发展的巨大潜力和庞大注册资源里蕴藏的商机，给腾讯注入了第一笔风险投资基金，使得公司获得了坚持下去的宝贵基础。另外在这届高交会上，QQ企鹅得到了网民意想不到的欢迎，受到启发，他利用QQ企鹅做成实实在在的可爱商品，取得成功，腾讯成为了当时唯一能把互联网虚拟产品成功发展为线下实际商品的互联网企业。

回忆起当初困境，马化腾还在庆幸当初没有贸然卖掉企业，他现在常常告诫同行：“要想在互联网上掘金就不能短视，不能只看眼前的小利。许多很有才华的网络人才吃的就是这个亏。”就在获得

资金后的两年时间里，腾讯的注册用户突破了 3000 万。

自主创新 掌控网络话语权

从 1998 年创业伊始，马化腾就敏锐地意识到，创新是中国互联网产业发展的原动力，是企业迎接挑战、应对困难的唯一出路。在坚持自主创新的思想指导下，马化腾带领腾讯公司从十几人的规模，发展到现在拥有员工 3000 多人；从一个“小科技作坊”，发展到今天成为一个集即时通讯、在线门户、在线游戏、电子商务以及无线 3G 手机门户为一体的综合性互联网公司。短短 8 年的时间里，马化腾带领腾讯公司实现了“火箭式”飞跃，目前已经以 77.8% 的中国市场份额，成为世界第二、亚洲第一的即时通讯服务供应商。依托 QQ 所形成的即时通信社区，也已经成为了全球最大的单一文化社区之一，腾讯门户网站 QQ.COM 的流量已高居中文门户榜首，成为了国内最大的综合门户网站之一；QQ 游戏平台在 2006 年 3 月底最高同时在线已经超过 280 万，继续稳居中国最大的休闲游戏平台；腾讯旗下 C2C 电子商务平台拍拍网在 2005 年 9 月上线百天即进入 Alexa “全球网站流量排名”前 500 强，创下了电子商务类网站入围全球网站 500 强的最短时间纪录。在满足用户群体交流和资源共享方面，腾讯推出个人博客 Q-Zone，与访问量极大的论坛、聊天室、QQ 群相互协同；在满足用户个性展示和娱乐服务方面，腾讯拥有非常成功的虚拟形象产品 QQshow、QQpet（宠物）、QQGame（游戏）和 QQMusic/Radio/LiveTV（音乐/电台/电视直播）产品，另外对手机用户提供彩铃、彩信等无线增值业务。腾讯公司通过商业模式创新，在 2000 年我国互联网经济陷入普遍低潮的情况下率先实现盈利，从而带动了整个产业的复苏。截至 2006 年第一季度，公司资产规模达 39 亿元人民币，市值超过 300 亿元人民币，是中国营业收入最高的互联网企业，也是中国所有境外上市互联网企业中市值最高的公司。可以说，腾讯公司是中国自主创新型企业的杰出代表。

高举民族品牌的大旗

汹涌澎湃的科技大潮，马化腾带领腾讯公司最早将即时通讯产品引入中国，从此改变了整个一代中国人的沟通交流方式。腾讯在企业的经营发展中，常常要直接面对美国微软、MSN、Yahoo 这样的国际知名企业的激烈竞争，在资金、技术、人才等各方面都不占优势的情况下，马化腾所领导的腾讯公司以树立民族品牌、发展民族产业、打造民族企业核心竞争力为己任，锐意进取、不甘人后，在自主创新促进民族产业进步思想的指导下，通过不断的产品、服务创新，在很短的时间内成长为中国企业中屈指可数的，在全球互联网相关领域居于世界领先地位的企业。当前，在国际互联网巨头垄断全球的局面下，除美国外，只有中国人是使用本土研发、运营的互联网即时通讯软件，这对整个国家的互联网通信和网络安全都有着积极而深远的意义。

引领“在线生活”新模式

马化腾对中国互联网发展方向有着深刻的认识，他认为在无国界的互联网当中，“谁失去互联网，谁就将失去未来”，因此中国企业必须拥有自己的话语权，他首先预判了中国互联网未来将是“在线生活”的模式。即在互联网普及融入生活的环境下，用户在任何时间、任何地点，以任何终端、任何接入方式，都能使用网络服务满足日常生活中信息获取、信息沟通、休闲娱乐和交易的需求。在博鳌

论坛等全球性经济论坛及国内产业界的重量级会议中，这个由腾讯倡导的产业方向获得了业界的高度认可。在马化腾的带领下，目前腾讯已经初步完成了面向在线生活产业模式的业务布局，腾讯因此也成为了中国互联网民族企业中唯一一家集门户、即时通信、电子商务、搜索、网络游戏等业务于一身的企业，可以独立为用户提供一站式、全价值链的互联网服务。马化腾所领导的“在线生活”模式代表着以互联网技术为核心的先进生产力对传统社会和传统产业的促进及进步。

马化腾和他的 QQ 改变了数以亿计用户的沟通习惯，创造了互联网上新的沟通文化，为中国互联网的发展做出了卓越的贡献。腾讯 QQ 由于立足本土，在用户使用习惯、服务和技术处理上都采用了最贴近国内用户需求的方案，因此自从诞生之日起就获得用户的青睐，并在短短数年间就积累了近 5.7 亿注册用户，其中活跃用户数为 2.2 亿，以及最高 2210 万同时在线用户的瞩目成绩。腾讯和 QQ 对于社会、青少年、互联网行业具有极大的影响力，QQ 成为 91.6% 的用户喜欢的即时通信软件，还有 78.8% 的用户表示 QQ 是他们经常使用的即时通信软件。QQ 的发展已经深刻影响和改变了数以亿计网民的沟通方式和生活习惯，有更多的用户依托于 QQ 的平台进行着信息传递、沟通、娱乐和商务的广泛应用。在日常社会生活中，QQ 发挥着巨大的作用：相隔千里的家人可以利用 QQ 视频、音频来沟通亲情；老师可以利用 QQ 来与学生近距离交心；热心人可以利用 QQ 来发起公益活动；在商业领域，大多数企业也开始利用 QQ 提升企业沟通效率，成为必不可少的现代化网络办公方式和手段之一。马化腾所创造的 QQ 通过改变沟通方式直接影响到了一代人的行为模式，它为中国人提供了一个巨大的便捷的沟通平台，它在人们生活中实践着各种生活功能、社会服务功能、商务应用功能，并正以前所未有的速度改变着人们的生活方式，也创造着更广阔的互联网应用前景。



兼济天下之心

“一个人有了衣食住行这个基本的条件之后，应该对社会倾注一点关怀”。贵为天子，未必是贵；贱如匹夫，不为贱也！在马化腾的心中，有着自己的财富哲学，内心的财富才是真正的财富。

尽管企业已经发展壮大，个人也拥有了一定的物质基础，但是马化腾没有贪图个人享乐，他始终坚持着当代青年企业家所应有的社会责任感，并领导腾讯公司切实肩负起企业社会责任。

迅速发展，回报社会，是马化腾创立腾讯公司的初衷之一。随着腾讯公司业务的快速发展，公司利润和纳税额不断增长，2005 年收入总额为 14.264 亿元，公司盈利 48500 万元，纳税额 16950 万元，比去年同期增长 114.8%，在 2005 年国家税务总局公布的“民营企业纳税百强”中排名第三十位。公司雇用员工数量也增加到 3000 多人，为社会提供了更多的就业机会。此外，腾讯 C2C 拍拍网登录商户已经超过 1500 万，已经有数十万人因此获得就业机会。

倡导健康上网 推动网络文明

青少年是网络使用的主要人群，作为一家互联网企业，马化腾说自己有责任在青少年教育方面出一份力。2004年7月，腾讯公司响应团中央的号召，倡导青少年健康学习、文明上网，发起了“健康暑期大行动”大型网络活动，为青少年集中开辟专区，为暑期学生提供了健康的网络空间，并且邀请著名青少年心理咨询专家在网络上为青少年解决学习和生活的问题和困惑。在2005年暑假至2006年暑假期间，腾讯公司与团中央、教育部和新闻出版署联合开展了“全国中小学生暑期健康上网大型读书征文”活动，取得了良好效果，并在2006年积极响应国家“文明办网”的要求，开展展览、宣讲、发动网络参与活动等多种形式，宣传文明上网。

随着网络的普及，互联网的安全问题也越来越凸显开来。

腾讯公司拥有1亿多活跃用户的网络平台，因此从公司成立之初，网络信息安全就得到了高度重视。2000年，腾讯公司就基于网络技术方面的优势，在全国率先研发出了我国最早的互联网敏感词语过滤词库，取得了良好效果，并在公安系统全面推广。2006年，腾讯公司与深圳警方合作，再次在全国率先推出了网络虚拟警察，对网上造谣诽谤、淫秽色情、赌博等违法犯罪活动，在网上公开制止、公开查处、公开教育警示，并与网民网上沟通、互动，化解矛盾纠纷，维护社会和谐稳定，该项目被公安部在重庆、杭州、宁波、青岛、厦门、广州、武汉、成都等八个试点城市推广。腾讯公司还深刻地认识到，在开放的互联网环境中，为了保障国家的信息安全，必须拥有自己的信息传输系统。基于此，腾讯公司2005年推出了国内即时通讯软件中最为安全的信息三层防护体系，得到了公安部和信产办的一致好评。

饮水思源，马化腾说，他和腾讯之所以能迅速地成长起来，离不开社会各界的帮助和支持。

在马化腾的倡导下，腾讯公司积极投身社会公益事业，以实际行动回馈社会。在倡导环保方面，为帮助解决黄河水污染、水土流失、断流等严峻的环境问题，2005年8月29日腾讯公司联合国内众多媒体，发起了“大河之旅——环保中国·2005黄河万里行”活动，这是国内首次由网站发起并主办的大型公益环保活动，在一个月从黄河源头走到入海口，沿途开展了大量的环保公益宣传活动，并向当地希望小学捐赠环保图书。2003年“非典”期间，马化腾代表腾讯公司向小汤山医院赠送了价值10万元的笔记本电脑、上网设备和软件等，为小汤山的医护人员提供了与外界交流的渠道。2006年4月，为纪念丛飞，延续爱心，腾讯公司与深圳团市委、中国青少年发展基金会、希望工程、南方都市报、深圳新闻网等机构共同举办了“让爱永远延续”慈善义拍捐赠活动，义拍和募捐活动所得的全部款项都将捐赠给“丛飞爱心助学基金”，帮助因贫困失学的孩子们重返校园。从2005年开始，在马化腾的领导下腾讯公司启动了“积分捐赠计划”。以腾讯为平台号召网友，持续长期地对贫困山区校园进行捐赠，在社会上引起了强烈反响。

未来之路

在马化腾看来，腾讯的核心发展策略就是紧密围绕用户价值：一切以用户价值为标准，发展安全健康活跃的平台，“是腾讯获得持续、健康发展的金科玉律”。他认为，广大互联网用户是腾讯价值的基础，“脱离了用户价值，腾讯的所有一切都将不复存在”。只有不断增加用户社区价值，注重平

台健康发展，增加活跃、忠诚用户，腾讯才可以有长远的发展。“因此在工作中，腾讯一直要求每个员工都以创造用户价值为己任，不断在营运、服务和创新上丰富和提高用户的体验和满意度。”

谈到腾讯的未来，马化腾有些风趣地表示：“今后公司的发展重点是向跨国互联网巨头学习，学习他们的持续发展和扩张能力。腾讯过去成长的经验告诉我们，竞争是发展的动力，我们利用高素质的竞争对手促进我们更快地成长，虚心学习竞争对手的优点，坚持自主创新……在竞争中和竞争对手一起为用户创造更大的价值。”

“让用户上网第一件事就是打开 QQ，这是我的目标。”马化腾曾经说过这样的话，而今天，几乎每一个中国网民的电脑桌面上，都在右下角有着一只小企鹅的图标。在深圳这座充满各种艰难创业故事的城市，马化腾的成功看起来的确有着传奇色彩。马化腾并不否认自己是个幸运儿，他说：“我幸运自己来到了深圳，并在此创业获得了成功，是深圳这个年轻而富于激情和梦想的城市，成就了腾讯，成就了我。”

做“最受尊敬的互联网企业”，马化腾正带领着腾讯一步步迈向这一远大的目标。

大道无形 诚信无价

——访蓝盾信息安全技术股份有限公司董事长 柯宗庆



柯宗庆：

1956年，出生于广东省潮阳市陈店镇柯围村；

1978年，考入华南师范大学物理系；

1982年，毕业留校，在生物系从事研究脑电波工作，次年升职为经销部管理层。

1988年，挂靠科委工作；

1990年，入职省科委技术转移中心副主任。

同年，下海经商，加入广东省天海威数码技术有限公司（蓝盾前身）。

1999年，蓝盾信息安全技术股份有限公司正式成立，总部设在广州。柯宗庆出任董事长。

希望与学习并重 人生与事业齐飞

内敛稳重、诚信重诺、做人低调是柯宗庆给人的第一印象。

脚踏实地、事必亲恭、追求卓越、锐意进取、乐于沟通是柯宗庆给人留下的做事风格。

在整个访谈中，柯宗庆在有意无意间流露出对企业文化的信仰，对于诚信商道的独到见解实在是令人俯首称道。

作为行业的翘楚，蓝盾在柯宗庆的带领下历经十多年的艰苦创业，目前已经发展成为华南地区最大最专业的网络安全厂商，已然成为华南地区网络安全第一品牌。公司拥有覆盖全国，涉及政府、电信、金融、军队、能源、交通、教育、流通、邮政、制造等行业的九千余家客户群体。随着业务的不断拓展，已经在北京、上海、重庆、深圳、武汉、杭州、河北、广西、黑龙江、四川、福建等省份和全国主要大中城市设有分支机构。

细细品味柯宗庆一路走来的艰难轨迹，不难发现在他的身上坚持是一种力量，坚持是一种信念，坚持更是一种勇气和自信。只有对自己充满希望的人，才能勇敢坚持下去并取得最后创业的成功。

的确，信念是他成功的源泉，坚持是他成功的名片。从大学毕业到成功创业，从打工者做起到成为企业领军人物，柯宗庆在网络安全技术领域孜孜以求，痴心不改。在坚持中，他不断学习和创新，掌握了目前国内网络安全先进的技术；在坚持中，他不断地总结和积累，具备了丰富的管理经验，为他成功创业奠定了坚实的基础。也正是在长期的坚持中，他赢得了良好的口碑，在很多同行朋友中，柯宗庆可称得上名人和专家。遇到技术方面的问题，他们首先想到的就是向柯宗庆请教。客户对他更是信赖有加，他们相信蓝盾的专业能力，相信柯宗庆的诚信和为人。

岁月如歌，侧耳静听，有曲折委婉，也有激越高昂，有失败挫折的痛苦，也有成功得意的欢悦。



诉说着过去的故事，更憧憬着未来的美好。而在它的每一段旋律中都应该有这样一个音符，那就是希望。

- 对员工，了解员工需求和满意度，提供一个成就自我的理想平台；
- 对投资者，认真负责，回报一份令投资者满意的理想收益；
- 对客户，深入了解客户全面需求，个性化满足客户的需求；
- 对社会，跟着时代的步伐，树立一个现代企业的理想形象，为构建和谐社会添砖加瓦。

是呀，人为希望而生活，而奋斗。希望是火，点亮了沉寂的人生；希望是灯，照亮了未来的道路；希望是春天那破土萌动的幼芽，奋力生长，追逐着收获的梦想；希望是向理想峰顶一步步顽强的攀登，不断伴随着挑战和超越。一个人，只要心中拥有希望，他的人生将因此而绚烂；一个人，如果能为别人创造希望，他的人生将因此而升华。在柯宗庆的人生价值观中，希望是核心。希望体现着价值，创造希望体现着责任。柯宗庆说，人必须对自己有希望，才有面对未来的勇气和力量。同时只有让别人对你有希望，才可能愿意与你打交道，关键时刻才可能去帮你。所谓“自助而后人助”。如同做企业，别人愿意买你的产品、赚你的钱并不是坏事，因为他感到你有希望而且能为他带来希望。而自己的人生理想就是在实现自身希望的同时，为别人创造更多更大的希望。外出打工，是抱着改变家庭命运的希望；艰苦创业，是抱着实现自身价值的希望；创办企业，是为更多的人带来就业的希望；技术突破和创新，是为行业发展创造希望。所以对于同行技术方面的求教，柯宗庆从不吝啬，而是倾囊以授。当别人说他这是不是在“养狼”时，他说，不，这是在给别人送去希望。更重要的是，在网络安全技术领域，与国外相比我们还相当落后，为了让更多的人少走弯路，为了我们国家在这个领域获得更快的发展，自己应该尽一份心力。如果人人都能这样做，我们的国家和民族才真的有了希望。

十年一剑，破茧化蝶。十年艰辛，十年积累，十年不懈努力，柯宗庆从一个普通的打工者成长为一名技术专家，从白手起家做起，成功创出一片事业的天地。如今的柯宗庆在华南网络安全领域已经

确立了自己的优势地位，而其对这个行业做出的贡献也是有目共睹的。

多年的心血和拼搏，柯宗庆的成功不仅是他个人的成功，也不仅是蓝盾的成功，在某种程度上可以说是一个行业的成功。

古人云“夫谋良策，因势设谋，相机而动”，又云“善弈者谋势，不善弈者谋子”。其实就是在阐述“势”与“变”的关系。柯宗庆说：“失败者被动地接受结果，而成功者主动地改变结果。“变”既要时刻走在别人的前面，又要把握好时机，同时还要有巨大的勇气。而“变”万变不离其宗，那就是不断的学习。于是对于整个蓝盾和员工来说，学习就显得至关重要了。

- 提升专业技巧和能力。
- 提升岗位技巧和专业能力。
- 提升专业精神，虚心向同事、业界伙伴、竞争对手和朋友学习。
- 改变学习态度：将学习一门学问当作一个投资项目进行管理。
- 学习一门学问一定要搞清楚是否能对自己工作或生活起到作用。
- 根据作用的大小，按序投入时间，坚持，并达到目标。

在如今这个迅猛发展的时代，不能及时学习跟上未来的发展趋势，因势而动，就会被淘汰；而如果没有把握好时机，盲目而动，则又往往面临失败的命运。明知该变而犹豫不决，则会丧失机遇。柯宗庆时刻关注国际国内网络安全技术发展的情况和趋势，及时更新技术并结合市场需要进行创新。在柯宗庆每次带领企业迈出学习的步伐时，无不显示着他超前的智慧、果敢的勇气和巨大的魄力。

专注的精神、宽广的胸怀、执著的勇气、强烈的责任感，柯宗庆用智慧和毅力书写着蓝盾的企业神话，用责任和理想撒播着希望。

责任寄托希望 诚信铸就未来

柯宗庆告诉笔者，蓝盾“经营人心”的结果是得人心，得人心者得天下。蓝盾不但得到了员工的心，还通过员工的努力得到了用户的心、供应商的心以及全社会的口碑，形成了自己独特的品牌文化。这也是蓝盾坚持“共赢”理念的结果。柯宗庆说：“蓝盾在经营活动中不仅考虑到自己的收益问题，同时还兼顾客户、供应商以及社会的利益。蓝盾的成就建立在员工、企业、用户、供应商的成功基础之上，这种理念要求蓝盾把关注点延伸到供应、生产、销售、服务的各个环节。因此，蓝盾重视各方面的意见，重视价值链上每个环节的增值，从而与所有的合作伙伴形成共赢的局面。”

所谓“兵无常势，水无常形”。柯宗庆时常告诫自己，在企业的发展中要努力学习新鲜事物，研究新问题，总结新经验。柯宗庆说：





“企业不断地壮大，管理方面也要实现更高层次的过渡。目前在蓝盾内部，公司的日常管理和运作都是各部门的主管一手操办，他的管理理念慢慢地深入到企业每一个员工的心中，领导着企业阔步前行”。

在提倡团队精神的同时，蓝盾强调：公司对有贡献的团队中的优秀成员给予最大的回报，无论这种贡献是长期的还是短期的，无论员工的岗位和工作性质。

蓝盾为每个职位设立了岗位说明以体现其价值和意义，公司承认每个岗位对创智的价值，员工所得到的回报取决于其在岗位上对他人和对公司所做的贡献。在企业用人方面，以才能为主导，任人不避亲，柯宗庆就是的蓝盾范本。

对于工作，柯宗庆有着独到的见解。他说：“工作是一个包含了许多智慧、热情、信仰、想象和创造力的词。而且那些非常有成效和积极主动的人，他们总是能够在工作付出双倍甚至是更多的智慧、热情、信仰、想象和创造力。人与人之间往往只有小之又小的差异，但是经过机遇、性格、形式的放大，最后的结果却是完全不同的。其实，这种微小的差异就是所具备的心态，而最后完全不同的结果则是成功或失败。在职业生涯发展过程中，许多极限是我们自己设定的，它们妨碍了我们的成功。一个人可以突破死亡的极限，可以突破常规的极限，但我们更多的时候是要突破自我的极限。”

柯宗庆说：“企业领导者的自身素质决定着这个企业的生死存亡，虽然位置可以给你威信，但是威信不是靠位置树立起来的。品格的力量是成功之本，包括正直、谦逊、诚信、勤勉、朴实、勇气、公正，注重品格，注重内心的修炼等等。非常令人遗憾的是，在物欲横流和个人欲望高度膨胀的今天，这些内在的本质却被无情地弱化、冷漠甚至是被忽略掉了……”

印象中的粤商大多简单而保守，可是柯宗庆显得理性而另类。他满腹经纶却不好表现，只有深谈下去你才会发现他渊博的知识和宽广的知识面。他精通市场，却会谦虚地推说自己还未达到理想的境界。但在他严谨而又极富条理的表达之中，你很容易感受到他清晰的逻辑思维能力。他不喜欢聒噪和煽情，但往往语出惊人，画龙点睛，一语中的。

当谈到粤商诚信的话题时，柯宗庆显得有些紧张和局促。从他略快的语速中，笔者明白了其中的原委。作为粤商的一份子，柯宗庆一直把诚信经营作为为商的根本。俗话说，人无信不立、业无信不兴、国无信不宁。市场经济在呼唤诚信，作为商人只有把诚信作为完善人格来追求、来体验，把诚信看成是人的精神世界的基础，才能不仅从根本上摆正人与物的关系，提升市场道德，而且达到更高的人生境界。

柯宗庆说：“以前很多人对于粤商诚信方面存在着误解，其实不然。信誉对粤商来说，就像是水对鱼那么重要，那些留传了百年的广东老字号，哪家都会有几个“诚信”的故事。其实在中国历史上，“信”一直被人们看成做人之本、立身之本，不仅仅是商界。诚实做人，本分做事，是成就大事业的基础。诚信，能带给你一生的财富。一个有信誉的人，其感召力是巨大的，产生出来的力量可以把不可能变成现实。凭着无论环境如何恶劣，只需正直做人、信誉为本的信条，必能成功地创造奇迹。但是，