

王春元
冷风 主编

北京影响力

影响百姓生活的人物和企业

中国文联出版社



从胡同里四合院走来

欣喜地感受北京的今天

三转一提溜的追求早已成为历史

网络时代使一切变得近便简单

衣食住行

于潜移默化中跳跃出个性

生活质量

融入了更为科学的时尚理念

谁个影响着百姓的生活

北京影响力

开启了一份未完成的答卷

50 万年前的北京猿人

3050 年的历史名城

850 年的文化古都

2004 年的北京人

图书在版编目 (CIP) 数据

北京影响力: 影响百姓生活的人物和企业 / 王春元, 冷风主编.

—北京: 中国文联出版社, 2004.12

ISBN 7-5059-4876-8

I. 北… II. ①王…②冷… III. 新闻报道—作品集—中国—当代

IV. I253.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 124130 号

书 名	北京影响力——影响百姓生活的人物和企业
策划单位	“北京影响力”评选办公室
统筹总监	冷 风
主 编	王春元 冷 风
首席文案	冷 风
采 编	郭 婷 东 屏 朱国政 王 亮 苗宇立 张 庆 陈一山
编 务	王 蓓 赵 娜
设计策划	冷 风
装帧设计	康晓光
出 版	中国文联出版社
发 行	中国文联出版社 发行部 (010-65389152)
地 址	北京农展馆南里 10 号(100026)
经 销	全国新华书店
责任编辑	樊东屏
特约编辑	冷 风
责任印制	樊东屏
印 刷	北京雅昌彩色印刷有限公司
开 本	889 × 1194 1/16
字 数	150 千字
印 张	15
插 页	4 页
版 次	2004 年 12 月第 1 版第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5059-4876-8/J · 1019
定 价	98.00 元

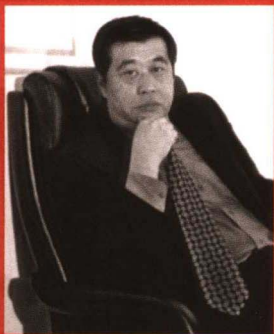
您若想详细了解我社的出版物

欢迎登陆我们出版社的网站 <http://www.cflacp.com>



影响百姓生活的人物和企业

序·



“北京影响力”评选办公室约我给即将出版的《北京影响力》写一篇序言，我欣然答应，也确实想为这次活动说几句话。

首先，“北京影响力”的题目策划得好，入手点高。好就好在“影响力”这三个字。它既感性又理性；既通俗易懂又有深刻内涵。首都北京是中国的政治中心，又是历史文化名城。其政治影响力，文化影响力自然应该高于其他城市。但北京的经济影响力，特别是直接影响百姓生活的物质商品影响力怎么样？从来没有系统地评说。一说北京就是“老字号”“京剧”这些国粹的东西，这些自然是好东西，但北京经历了20多年的改革开放，城市面貌发生了翻天覆地的变化，可以总结的东西实在很多。我们总不能躺在“老字号”上等待国际化的到来。经常出国的人可能有感触，每人都要带回几样拿得出手的小东西，比如：巴黎的夏奈尔香水、米兰的高级服饰、荷兰的大木鞋等等。北京是座国际知名的大城市，世界各地的游客络绎不绝，我们总不能让他们带全聚德的烤鸭、同仁堂的药丸子送给亲戚朋友吧？这些看似是经济属性的产品，实则体现了文化的渗透力和城市的影响力。北京应该评选出几样带有明显城市符号的新兴产品出来，彰显北京的魅力，扩大北京的影响力。

第二，“北京影响力”活动是一次全市媒体的横向大联合，大家资源共享，优势互补，在“北京影响力”这样一个平台上，挥洒泼墨，各取所需，大家不计得失，团结协作，体现了媒体强烈的社会责任感，使得“北京影响力”活动涉及面广，影响力大，形成了众人拾柴火焰高的局面。现在，党中央要求加快文化产业发展，媒体如何做大做强成为我们面临的首要问题，在这方面，“北京影响力”提供了一次积极有益的探索机会。从另一个角度看，我们开展“北京影响力”的过程也是在考验我们媒体自身影响力的过程。

第三，“北京影响力”是一次政府支持、媒体主办的公益性社会评选活动。首先强调的是公益性，其次是社会公众的参与意识，是让老百姓投票产生谁是影响我们生活的人和企业。这与社会上泛滥的富豪榜的评选活动有本质的不同，是从百姓角度出发考虑问题，充分体现了“三贴近”的原则。

第四，“北京影响力”对于北京的经济宣传将起到很大的推动和促进作用。已经入围的企业和个人都在北京的各条战线上取得了骄人业绩，他们默默奉献、辛勤劳作，才使我们北京的面貌发生了前所未有的变化，应该有人站出来对他们的努力和成绩给予认可。我想媒体是可以扮演这个角色的，“北京影响力”是表彰北京经济建设成绩的一个难得平台。

希望我们大家共同努力、团结互助，将“北京影响力”办成宣传北京经济建设成就的品牌活动。

最后，祝本次活动圆满成功！

北京广播影视集团党委书记、董事长

“北京影响力”评选组委会主任

为你
而歌



有人曾经问我：北京谁最有名？我略加思考，脱口而出：北京猿人。这应该是最早的北京人，也是全世界最知名的北京人。距今已有50万年了。

从50万年前的北京人开始，北京就以远古人类的故乡而闻名于世。从一万年以来的新石器时代到商周时期，北京是中原经济和文化融合的中心地带，这个形势一直延续到了汉唐时期。

1956年在北京发现的西晋幽州刺史王浚妻华芳墓中出土了一件波斯萨珊玻璃碗，这是我国发现最早的玻璃碗。说明四世纪初，北京不但与北方有贸易文化交流，同时与中亚、西亚也有经贸往来关系。唐代的幽州经济发达，这与隋代开通南北大运河有密切的关系，幽州经济的实力直接支持了改变唐代历史的“安史之乱”。这对中国历史的发展有很大的影响。

北京建城距今已有3050年了，公元前11世纪西周分封国燕，建都于蓟城。自辽金建都始六朝古都，三千多年以来，可以讲出来的人太多太多。耳熟能详的有文天祥、忽必烈、关汉卿、刘伯温、朱棣、戚继光、郭守敬、袁崇焕、于谦、曹雪芹、李大钊、傅作义……他们构成了北京历史长河中最璀璨的群星，他们使这座城市厚重而悲怆。

然而，我们不难发现，北京的荣耀更多地集中在帝王影响力和文化名人影响力，从来没有系统地描述过百姓经济生活的图景是什么。在国际化背景的今天，强大的经济实力可以使一个地区的政治文化更加富丽。

新中国成立后，北京一直是政治、文化、经济的中心。近十年来，由于沿海经济的迅猛发展，北京已逐渐失掉了经济中心的地位，往日的这种炫大与荣耀的背后，我们似乎更确定地感到了北京人的隐隐之痛。这种痛，痛在深处说不出来，被繁华与雍容的气魄给噎住了。

曾几何时，国际友人形容北京：气象不凡，诸多不便。那是十多年前了，今天又怎样呢？大气磅礴信手拈来，诸多不便时有发生。有人揶揄：北京人有素质、文化水平高，连出租车司机关心的都是政治局的事，而上海出租车司机热谈的是股票、房产和精打细算的生活伎俩。这种巨大的反差构筑了城市的性格，也在左右着人们的价值观念。

王岐山市长说：北京三百里以外没有“富哥们”，上海一百里以内都是“富亲戚”。难道北京的经济影响力仅仅囿于这六环路之内吗？

经济学家说：珠三角经济带、长三角经济带、环渤海经济带是目前中国经济最活跃的地区，吸引了80%以上的外商投资。但作为环渤海经济带上的中心城市——北京，怎样发挥龙头作用，整合资源，发挥优势，带动天津、大连、石家庄、太原等地齐飞，让我们五百里、八百里以外都有“富哥们”，该是北京不能回避的问题。

市长心焦，北京心痛。“北京影响力”呼之欲出。

如何提升一个地区的经济影响力？最重要的恐怕就是唤起公众对经济生活的热情，使他们懂得并愿意融入经济生活中，平衡社会的需求，把公众的注意力从过强的政治兴趣中引出来一些。这是社会发展的需要，也是媒体的职责。

其实，北京的经济界不乏风流之辈，时下，中国的许多大企业家都出自北京，只是人们并不熟悉罢了。“北京影响力”只是将北京的经济成就切了一个小口，让公众看看是谁在影响我们的生活，是谁在改变我们的环境。如果这个目的达到了，就是北京影响力的成功。

北京的可爱与宽容是中国任何一个城市都不能比拟的，她的魅力让人惊悚，为之倾倒。热土之上洒落下无数英雄的情怀与悲壮。我们愿意从心底发出一句话：北京，我愿为你而歌。

北京影响力组委会评选办公室主任

王 青 元

主办媒体
MEDIA



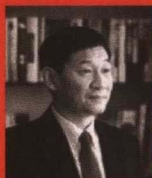
网络独家支持

组委会顾问
EXPERTS



孙安民

全国工商联副主席
全国政协常委
北京市副市长
北京市工商业联合会会长



熊大新

北京市人民政府
国有资产监督管理委员会
主任



张凤朝

北京市人民政府
国有资产监督管理委员会
党委书记

组委会主任 | 马朝军 北京市人大常委 北京广播影视集团党委书记、董事长

组委会副主任 | 张晓爱 北京电视台总编辑

| 张明非 北京晚报副总编辑

| 陈 彤 新浪网总编辑

| 丁亚韬 北京晨报总编辑

| 戴自更 新京报社长

组委会秘书长 | 张松华 北京电视台副总编辑

组委会常务副秘书长 | 艾 力 北京电视台财经中心主任

组委会副秘书长 | 周 泳 岳 民 李 珍

组委会办公室主任 | 王春元

组委会办公室副主任 | 荣东岳

组委会协调组成员 | 苗宇立 陈 曦 王子鹏 王 青 李 礼 王 炜 陈 静 杨 扬

组委会高级协调人员 | 刘桂红 张 庆 仲达文 郑雪涛 梁少君 赵 曼 韩 梅

| 赵 娜 张 爽 张 薇 王 龙 黄巧斌 陈 政 赵 武 刘海燕

| 宋 歌 毕 铭 王雪佳 王晓建 陈一山 刘 钊



北京影响力，为北京经济发展做出突出贡献的企业家和企业搭建传播平台。

北京市统计局新闻发言人 于秀琴



聆听百姓心声，打造北京魅力。

北京电视台总编辑 张雪陵



影响力是实实在在的东西，它可以让人们切身感受得到，更应该真实地展现在时代的发展进程中。

北京晚报副总编辑 张明非



北京市工商联秘书长 卢晓华



“北京影响力”，将为造就未来国际大都会的北京带来重大而深远的影响力。

国家发展和改革委员会
对外经济研究所所长 张吴生



中国传媒大学校长助理
新闻传播学院院长 丁继杰



“北京影响力”评选活动对增强北京企业在全国乃至世界的影响力将发挥积极的作用。

首都经济贸易大学 教授 刘纪鹏



用海纳百川的从容，寻找那些沉淀着历史或崭露着新锐的企业，寻找那些让我们生活更平安幸福的企业家。

北京师范大学金融研究中心主任 钟伟



我们热切地期望着有更多的企业和人物成为 21 世纪北京的明星。

北京工商大学经济学院院长 杨继业



新浪网总编辑 *Pang*



“影响我们生活的十大企业”和“影响我们生活的十大经济人物”就是首都市民作出的公证。

北京广播电视报总编辑 *陈杰*



做一名真正的指挥者，一个在组织中可见的人，一个愿意站在前沿领导企业前进的人。

北京晨报副总编辑 *张冬萍*



祝愿“北京影响力”成为电视界最具影响力的品牌栏目。

阳光卫视执行总裁 *白莉*



北京地区有影响力的企业和经济人物，既是当下北京经济发展的写照和楷模，也是未来北京经济发展的方向和源泉。

新京报总编辑 *杨斌*



北京影响力活动，一定会产生积极的影响。

北京电视台副总编辑 *郭红军*



财力加才力，创造影响力。

北京电视台财经中心主任 *李力*



北京影响力是一个大胆而富有创意的活动。我相信：北京影响力会越办越好，越办越名副其实，越办越有影响力。

北京现代商报总编辑 *苏大平*



“北京影响力”不仅仅影响了我们的生活，更重要的在于影响了我们的心灵。

京华时报总编辑 *李洪江*

历史影像

- 18 古都的魅力
- 20 北京远古居民
- 21 关于北京的传说
- 22 历代北京
- 23 今日北京
- 24 北京历史重大事件
- 32 北京历史之最
- 34 北京之不可不知
- 36 北京之不可不去
- 37 北京之不可不听

今朝群英

- 40 安庆衡 让汽车工业成为北京支柱产业
- 44 包宗业 挥洒三元奶滋润北京城
- 48 陈东升 把健康和活力融入未来生活
- 52 陈 平 把“宅急送”融入现代人生活
- 56 段 强 用旅游产业链美化北京
- 60 冯 仑 影响北京房地产界的思想家
- 64 黄光裕 中国电器零售业的小老大
- 68 韩小红 把健康体检引进北京生活
- 72 蒋建平 让北京人感受到足不出户的叫餐便利
- 76 刘长河 以“诚”字影响家居市场
- 80 柳传志 联想神话的缔造者
- 84 李福成 用燕京啤酒收服北京人的心
- 88 栾茂如 用真诚谱写翠微大厦新篇
- 92 李维昌 编织北京五彩绚丽的“菜篮子”
- 96 刘晓光 诗人般的斗士
- 100 潘石屹 把西红柿卖出水果价
- 104 史晓燕 从大床开始影响北京人的生活
- 108 王国丰 向北京人献上放心的粮油工程答卷
- 112 万 捷 铸造申奥“金钥匙”的领军人
- 116 王江民 解密病毒维护电脑尊严

录

- 120 王秀兰 用老字号的生命力引导茶消费
124 王辛民 高端百货业领潮人
128 汪 延 与新浪一同影响北京和世界
132 吴 鹰 让“小灵通”响遍北京城乡
136 徐和谊 用现代奇迹圆北京人的轿车梦
140 叶 莺 用柯达记录现代人的精彩生活
144 张文中 令北京人满意从物美开始
148 赵章光 用“101”的奇迹征服世界

风云企业

- 154 北汽控股 让北京汽车工业驶向辉煌
158 北京现代 颠覆传统的力量有多大
162 城建集团 干一项工程树一座丰碑
166 国美电器 打造中国流通企业的神话
170 家乐福 把快乐送往千家万户
174 柯 达 引领中国感光产品走向世界
178 可口可乐 用品牌魅力赢得消费者首选
182 李宁公司 聆听世界奏响中国嘹亮的国歌
186 联想集团 高科技发展的希望
190 诺基亚 拉近了人与人之间的距离
194 首创集团 放飞梦想 创新在每一天
198 首旅集团 打造京城旅游航母
202 首汽集团 铸造北京的服务窗口品牌
206 赛特集团 北京现代消费文化的象征
210 三元食品 因为品质 所以选择
214 天鸿集团 以房地产为龙头向多元化发展
218 百年同仁 北京医疗行业中的金字品牌
222 燕京集团 用 20 年时间走别人 100 年的路

附

- 226 华夏银行 银海搏浪勇争先
232 后 记 珍贵一课

made in