



TIDETIME™
激情时代

联合打造

SUNTV
阳光卫视

安徽文艺出版社

财富中国

财富传奇

陈平 ©主编

施正荣：领衔中国光伏产业
 王林祥：驾起鄂尔多斯王国
 郑跃文：“新书生”经商也疯狂
 国际资本101次求婚者——花欣
 韦清文：率“黑五类”突围
 邱继宝：缝纫机卖出“宝马”价



安徽文艺出版社

A·P·G

安徽出版集团

策 划：林清发 刘正功

责任编辑：欧子布 刘冬梅

封面设计：李 昕 韩玉英

这里有福布斯榜上有名的中国富豪，
也有在纳斯达克、伦敦、香港上市的知名品牌的CEO们，
有高学历的海归派，
也有曾不识几个字的乡村妇女，
他们的名字家喻户晓，他们的产品享誉世界。

说出他们成功背后的故事 了解他们创业的艰难历程
展示他们不尽的风采 分享他们成功的喜悦

ISBN 978-7-5396-2697-0



9 787539 626970 >

定价：25.00元

“阳光财富”系列

立足当代生活 彰显财经文化

财富中国

财富

五子

陈平 ©主编



安徽文艺出版社

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

图书在版编目(CIP)数据

财富中国之财富传奇/陈平编. —合肥:安徽文艺出版社,2007.4

(阳光财富. 财富中国)

ISBN 978-7-5396-2697-0

I. 财... II. 陈... III. 企业家—生平事迹—中国—现代 IV. K825.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 053589 号

财富中国之财富传奇

陈平 主编

责任编辑:欧子布 刘冬梅

出 版:安徽文艺出版社(合肥市金寨路 381 号)

邮政编码:230063

网 址:www.awpub.com

发 行:安徽文艺出版社发行科

印 刷:合肥星光印务有限责任公司

开 本:787×1092 1/16

印 张:16

字 数:25,000

印 数:6,000

版 次:2007 年 4 月第 1 版 2007 年 4 月第 1 次印刷

标准书号:ISBN 978-7-5396-2697-0

定 价:25.00 元

(本版图书凡印刷、装订错误可及时向承印厂调换)

序

国人近来关于“新财富观”的话题，颇为热门。其实又何止国人热议“新财富观”，凡常关注世界媒体舆论或当代文学作品者，当知此话题或与此话题相关的话题不绝于耳——此乃喜人之现象！风靡全球的绝对拜金主义狂潮，似乎要退潮了。

冷战结束以来，全球皆热评“财富英雄”，财富英雄榜层出不穷，若于“世界是平的”视角，说其“年年评、月月评、日日评”也不为夸张；观其评价标准，金钱多寡，唯此为大，不究其来历、不谈其做人、不论其做事。故，今日登上万人瞩目财富英雄榜，明日沦为媒体热炒阶下囚之闹剧，几乎月月上演便不足为怪。

人作为存在之生物实体，首先是物质的，生命是依靠消耗资源而生存与繁衍的；人之所以成为万物之灵，因其是有智慧的，并能将一代代人的智慧，积累成为代代相传之知识的生物。人类生存发展不可或缺的条件——且命名为“财富”，就不能简单等同于金钱。即使通俗、狭义而界定，“财富”等于“知识加金钱”。

“财富”概念属于人类社会的范畴，“财富”是有“所有者”的。人是群体生物，为了生存，既得利，又必须利他。所以“财富所有者”之“财富”，既要用于己，也要用于“他”。此“财富”为“阳光财富”也！

“财富”既然是有“所有者”的，则“所有者”又如何占有之。古人云：君子爱财，取之有道。这“道”，即合法、合理、合情。若“财富所有者”欲荣登“财富英雄榜”，则不仅要符合取之有道，还得加上享之有“度”、用之合“理”。这“度”，即事受而不挥霍无度，“理”，即用之造福于社会也。此为“阳光财富人物”者！有“阳光财富人物”就有“阳光

财富企业”，何谓“阳光财富企业”，合法创造利润与肩负社会责任者！

本套“阳光财富”丛书包含《财富中国之财富英雄》《财富中国之财富传奇》《财富中国之财富魔杖》，精选了在中国改革开放以后涌现出的财富故事和财富人物，有覆盖全球市场的知名企业，也有名不见经传的小企业；有闻名遐迩的企业家，也有默默无闻的创业者，但是他们都具有“阳光财富”的特色，体现了“阳光财富人物”所具有的智慧、坚毅与勇气，希望他们的故事能给前行者带来力量，给后来者带来启迪。

泰德集团、阳光卫视董事长兼总裁




2007年4月

目 录

C O N T E N T S


- **魏建军：十年夹缝筑“长城” /001**
 - 偏门里干出大事业 /001
 - 借上市图谋国际市场 /003
- **缪雪中：欲圆“汽车城”之梦 /006**
 - 令人吃惊的“配件产业” /007
 - 一个新进入者的标本 /008
 - 互相提携配套供应 /010
- **李晓：携“展翼计划”亚星腾飞 /012**
 - 光环渐去 /012
 - 浴火重生 /014
- **王恒：尽显“金鹰”另类消费特色 /017**
 - 高档的契机 /017
 - 角力上海滩 /019
- **范现国：打造金品业国际品牌 /022**
 - 攻陷农村市场 /022
 - 强占城市阵地 /024
 - 加快国际化进程 /025

 **苏氏父子：“苏泊尔”好事多磨终成正果 /027**

创业前传 /027


绝处逢生 /029

磨难中成长 /030

 **蒋锡培：几度起落，走出中国版“商道” /032**

一条信息闯出一条生路 /032

不断改制激发企业活力 /034

 **施正荣：领衔中国光伏产业 /037**


勒紧腰带艰难前行 /038

寻找突破迈向国际化 /040

 **周海江：“红豆少帅”创民族品牌 /043**


紧张惊险的一跳 /043

化干戈为玉帛 /046

 **于在青：佳绩再现，“琼花”重续放 /048**

“国债委托”惹事端 /049

欲做行业龙头企业 /050


 **吴良定：全家创业，“中宝”尽显风采 /053**

创新改变命运 /053

狭路相逢勇者胜 /055

飞速发展的加速器 /056

梦想、下一代与未来 /057

 **郑跃文：“新书生”经商也疯狂 /060**

凝聚方向 /061

找准产业 /063

巩固文化 /065


 **陶渊明第96代后裔——夏朝嘉 /067**

从切纸工到彩印王 /067

“偷”来的机遇 /069

瞄准天空 /072

多方进取 /073

 **国际资本101次求婚者——花欣 /075**

稳健迈普 /076

迈普文化 /077

国际化道路 /078

痛苦转型 /079


 **韦清文:率“黑五类”突围** /081

4年修炼内功 /083

 **王林祥:架起鄂尔多斯王国** /085

大刀阔斧改革 /085

开启多元化之门 /087

 **陈小军:打造民间金融样本** /090

民营银行先行者 /091

谁说了算很重要 /093

从钱庄到银行 /094

 **何燕:通信业神秘女性** /097

IC卡起家 /098

国腾系的麻烦 /099

国腾求变 /100

低调生活 /101



周晓光：义乌代言人 /103

一本地图“闯世界” /104

落户义乌办实业 /105

牵头“义乌财团” /106



鼓贞红：小鸡蛋闯大市场 /109



黄丽泰：率“利安达”诚信闯市场 /112

诚信重于利益 /113

打造百年企业 /115



薛亮：“浪漫一身”引领杭州女装 /118



冯光成：杨汛桥的“冒险家” /121

吃尽苦中苦 /122

建起“玻璃大厦” /124

上市第一炮 /125

“浙玻效应” /126




邱继宝：缝纫机卖出“宝马”价 /128

历经磨难结缘缝纫机 /128

锥子精神打开市场 /130


| 没有不赚钱的行业 /131

 **徐家父子改造横店** /133

山沟里的娱乐先锋 /133

让影视与旅游联姻 /135

少帅上路风光无限 /136

 **李国平：十年打造李子园** /138

乳业先锋不怕竞争 /138

牵着三头奶牛入行 /139

一言九鼎诚信“安邦” /140


品牌扩张走出金华 /141

 **宋金才：续写咸亨故事** /143

“咸亨”前传 /144

老铺卖新“酒” /146

“咸亨”的归宿 /147

 **大唐：小镇长出国际袜都** /149

“一个庞大的产业” /150

打败“世界袜都” /151

“齐心合力搞袜子” /152

变危机为机遇 /154

● 上海滩上新新商 /156

王张兴：从泥水匠到财富魔术师 /158

张铁军：在上海滩打造玉文化 /160

冯亚丽：让冰冷的铜散发温暖 /161

● 陈年代：“营销”策略成“将帅” /163

大胆选择小心运营 /163

营销里见成效 /166

沉寂中积蓄力量 /167

● 汪伦：甜蜜蜂业 /170

● 邹献仁：鲜活早点 /174

● 黄代放：追梦科技 /177

● 林印孙：梦想+实干+韧劲 /181

● 邓鸿：只信“天上不会掉馅饼” /184

打造“东方达沃斯” /185

文化多面手 /186

简单生活 /188



“馋嘴”的商话 /190

粉丝兵团少壮派陈朝晖 /190

高档餐饮产业化先锋曾海明 /192

加速转动地球步伐 /194

用文人才情振兴川菜 /196



武克钢:传承千年的“云南红” /199

高原上的葡萄 /199

从仕途到商途 /201

红酒的文化积淀 /202



焦家良:有一种色彩叫“云南绿” /204

最值钱的网 /205

抓住每一个机会 /206

用文化经营梦想 /208



阮鸿猷:一心要做“云南药王” /209

天生商人 /209

危机中发展 /211

连锁称王 /212



李麟：民族文化养育“米线大王” /214

从一碗米线开始 /214

捧出滇味歌舞 /216



潘刚：率伊利重铸辉煌 /218

第一把火：削藩 /220

第二把火：精确化管理 /221

第三把火：调整市场战略 /222



任怀灿：翡翠折射七彩云南 /223



张振武：草原“兴发”水到渠成 /226



小肥羊招来“金凤凰”——张钢独家秘方赢市场 /229



马云：偏执者的奋斗传奇 /233



裘德道：浙江私人飞机第一人 /236



林东：开创绿盛新纪元 /240

魏建军：十年夹缝筑“长城”

作为一家十几年来坚持自主造车，第一家境外上市的民营汽车企业，对于长城来说，已经殊为不易。但魏建军还有更大的梦想：什么时候，世界各地的人们也能像我们喝着可口可乐、穿着意大利服装、喷着法国香水、开着宝马车那样，享受着中国制造的“长城”汽车带给他们的快乐？什么时候，一提到中国汽车，人们就会想到河北保定的长城汽车？什么时候，“中国制造”也能在全球增值的大蛋糕上分得较大的那一份？

如果不是因为上市，魏建军这个名字还不会出现在公众视线中。

从2002年入世引发的火暴车市让内地一夜间成为全球最后的暴利市场。时至2003年岁末，重组并购、合纵连横的车业已不容许任何迟缓者有喘息的机会。以民营企业为背景的长城汽车，以在港上市的崭新姿态开始重新发力车业。在这个以融资为主要目标的上市背后，39岁一向低调的魏建军开始成为数万股民瞩目的焦点。

魏建军：
十年夹缝筑“长城”



001

偏门里干出大事业

从1996年至今，魏建军已经换了4辆车：奔驰、凌志、丰田



以及现在的宝马7系，“玩够了就卖掉”。对汽车如此狂热的魏建军学的并非汽车专业，最早从事的工作也并非汽车行业。

1990年，保定市南大园乡的一家乡镇企业——长城汽车工业公司因经营不善亏损近200万元人民币，为救活这个濒临破产的企业，南大园乡决定将公司承包出去。年仅26岁、时任保定市一家水泵厂厂长的魏建军最终签下转让合同，在经过几次股权转让后，1997年，魏建军全权掌控长城汽车。

长城到底应该如何发展，市场定位在哪里，成了摆在魏建军面前最大的难题。

1995年，魏建军正好有机会去美国、泰国等地考察，也正是这次出行，让魏建军找到了长城的最终发展方向。

“我们发现当时生产皮卡车的厂家很多，但竞争对手基本是国有企业，开放度不高，机制僵化，营销理念落后。我们列出一些主要竞争对手的数字，分析的结果给了我很大信心。我觉得市场具有很大潜力，竞争对手较弱，这个车型我们又有现成的资源。”魏建军觉得，做皮卡对长城汽车来说能扬长避短。“实际上皮卡是一种非常适合中国国情的车”，魏建军这样认为。

最终，魏建军把实用性皮卡DEER（迪尔）价格定位在6万至7万元人民币，比当时流行的10万元豪华皮卡要便宜，一下子就有了批量，成本也下来了。