

SUNTV
阳光卫视

TIDETIME
时代
安徽文艺出版社

联合打造

财富中国

财富英雄

陈平◎主编

牛气冲天的牛根生
电影大腕王中军
重工新寡头梁稳根
“温州第一大老板”南存辉
陈天桥：网游世界诞生的红色知本家
董明珠：格力奇迹的缔造者

中国人
创业励志
必读书

安徽文艺出版社

A·P·G

安徽出版集团

编 著：林润发、刘冬梅
责任编辑：刘冬梅、廖子华
封面设计：李 昕、韩海英

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 978-7-5396-2664-2



9 787539 626642 >

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

英雄

陈平 ◎主编



安徽文艺出版社

此为试读, 需要完整

igbook.com

图书在版编目(CIP)数据

财富中国之财富英雄/陈平主编. —合肥:安徽文艺出版社, 2007. 4

(阳光财富. 财富中国)

ISBN 978-7-5396-2664-2

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 041434 号

财富中国之财富英雄

陈平 主编

责任编辑:刘冬梅 欧子布

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:14.25

字 数:250,000

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 978-7-5396-2664-2

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)

“阳光财富”系列

立足当代生活 彰显财经文化

《财富中国之财富英雄》收录了当代中国活跃于商界的财富精英之风云人生传奇，诠释他们从平凡到成功再到卓越的成长历程。

主 编：陈 平

编 委：季红 杨利红 陈华 杜鹃

郭金枝 李博 张书颖

   联合打造

http://www.360buy.com.cn/



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”，即享受而不挥霍无度，“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



牛气冲天的牛根生 /001

- “挑战”外资股东 /002
- 破釜沉舟艰辛创业 /004
- 虚拟联合抢占市场 /006
- 有序竞争三分天下 /009
- 谋求资本海外上市 /011
- 捐出家财,体验无钱快乐 /013



电影大腕王中军 /017

- 发家:一单广告挣来几千万 /018
- 转折:意外触“电” /020
- 拐点:结缘冯小刚 /021
- 人气:华谊的兄弟们 /024
- 财气:用别人的钱拍电影 /026
- 细节:明星策略 /029
- 雄心:做中国的时代华纳 /031
- 生活:“甩手掌柜”的优雅 /033



重工新寡头梁稳根 /038

- 身价起伏 /039

全流通风波 /041

发家之路 /042

守业之难 /044



连锁巨头黄光裕 /047

上演“蛇吞象” /048

拼搏 20 年，赚来中国首富 /051

价格大战，导致厂商封杀 /053

重掌帅印，密谋海外开店 /055

弃 IPO 选借壳，国美登陆香港 /057

家电连锁，“巨无霸”横空出世 /060

资本大戏不断上演 /061



“汽车疯子”——李书福 /064

我的汽车不是梦 /068

让中国汽车跑遍全世界 /071

不务正业的足球和吉利大学 /075



“温州第一大老板”南存辉 /078

35 元的第一桶金 /080

精益“求精” /081
“正泰”问世 /084
变“家族企业”为“企业家族” /085
“烧自己那壶水” /087
“200亿我也不卖” /090
要做大电气企业 /093
南存辉的政治敏感 /095



打火机大王李中坚的传奇人生 /098

抢滩国际市场 /099
反倾销第一勇士 /104
让“东方”点亮世界 /109



陈天桥：网游世界诞生的红色知本家 /112

海外上市创奇迹 /113
在风险和压力中磨炼自己 /114
把握取舍 渡过险境 /117
决不背弃理想 /121
红色知本家 /123



胡葆森：下海建业盐碱地 /126

河南印记 /127

入局中原 /129

领跑行业 /132



负责任的“企业公民”——张近东 /137

下海一年净赚千万 /138

成就全国家电销售第一店 /140

一个国际化的梦想 /141

“苏宁电器”升级“苏宁制造” /142

财散人聚，打造财富团队 /143

做一个负责任的“企业公民” /144



永远不会按牌理出牌的钟睺睺 /147

在保健业做出好名声 /148

“农夫山泉有点甜” /149

一场水战，一夜走红 /151

一个人的对抗 /152

农夫“占”山泉 /154

“爱心”营销 /156

一个天才的爆破手 /159

一个人的养生堂 /162



“中国鸡王”与“世界鲍王”夫妇的创业传奇 /165

在短缺经济中成长 /165

男子汉永不言败 /169

倾注全力创品牌 /170

“半边天”缔造世界鲍王传奇 /171

爱心是能够增值的财富 /174



指甲钳大王——梁伯强：非常小器非常道 /177

“我要为世界剪指甲” /178

目送一个时代的结束 /179

我来做指甲钳品牌 /180

向总理交上漂亮答卷 /181

做世界 500 强，不如做足 500 年 /184



邓中翰：中国芯强劲“起搏” /191

挑战人生 三大转折点 /192

挑战极限 奋进中有谨慎 /194

回国创业 中星微的中国心 /196

艰苦创业 准确市场定位 /197

中国创造 打造民族技术股 /200



中国丝绸之王沈爱琴 /203

丝绸赚得第一桶金 /205

传统产品国际化 /207

资本市场成功试水 /209

沈爱琴的幸福生活 /211



董明珠：格力奇迹的缔造者 /213

调节世界的温度 /214

“营销凤凰” /215

唯一的爱好是格力 /217

她只身挺过 20 年 /218

“想赢个三回两回，三年五年，有点智商就行；想做个百年老店，想一辈子赢，没有德商绝对不行。”

——牛根生

牛气冲天的牛根生

牛根生，中共党员，中国社会科学院工商管理硕士，曾到北京大学深造。原任伊利集团生产经营副总裁，现任蒙牛集团董事长兼总裁。从事乳业27年。1978年参加工作，种草养牛5年。1983年进入伊利，从一名洗瓶工干起，直到担任集团生产经营副总裁。1999年创办蒙牛乳业，在“一无工厂，二无奶源，三无市场”的困境下开拓进取，使现在的蒙牛“一有全球样板工厂，二有国际示范牧场，三有液态奶销量全国第一”。2004年底，牛根生捐出全部个人股份设立“老牛专项基金”，成为“中国捐股第一人”、“全球华人捐股第一人”。

牛根生终于等到了牛气冲天的这一天。2004年6月10日上午9点30分，刚度过5岁生日的内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司在香港主板挂牌上市，并在低迷的香港股市创出了19倍市盈（招股价相当于该公司2003年市盈率的19倍），募集资金13.74亿港元的好成绩。

不仅如此，一夜之间，蒙牛还造就了国内最豪华的富翁团队：5个亿万富翁、10多个千万富翁、几十个百万富翁。这其中包括蒙牛的最大个人股东谢秋旭，其身价一下飙升至7.5亿





港元,而共同控制着蒙牛股东大会投票权约49.6%的牛根生、邓九强等6人自然也加入了这个豪华团队,这其中除邓九强是以金牛集团投资人的身份出现,其余几个均是最早与牛根生共同打造蒙牛集团的奠基者。

“挑战”外资股东

挂牌上市的当天,以蒙牛董事长兼总裁牛根生为首的蒙牛管理层即向摩根士坦利等外资股东正式发出“挑战书”:未来3年,如果蒙牛每年每股盈利复合增长率低于50%,牛根生等蒙牛管理层要向以摩根士坦利为首的3家外资股东赔上7800万股蒙牛股票,或者以等值现金代价支付;如果管理层可以完成上述指标,3家外资股东会将7800万股蒙牛股票赠与以牛根生为首的蒙牛管理团队。

那么,蒙牛为何要豪赌大摩?



牛根生透露,蒙牛管理层这么做既是自加压力,更主要的是表明对企业发展的信心。而摩根等外资股东愿参与其中,则更透露其精明的投资眼光。摩根在这场“赌局”中几乎没有什么风险,若是蒙牛达标,摩根等外资股东也无须拿出真金白银,而可以用股权形式兑现承诺。更何况由于蒙牛业绩的飙升,其作为投资者3年里早已赚了个钵满盆满。



若是蒙牛到时未能达标，摩根同样可以坐收7800万股票或是等值现金。

从目前情况未看，牛根生的这一“赌局”设得够精明，不仅掩饰了来自于各方对自己内心所产生的压力，对增强投资者的信心也起到了相当的作用。公开招股期间，国际认购反应热烈，原先设定的招股价不得不上调。在价格区间的最高端定价，即每股3.925元，更创造出2004年第二季度全球发行的最高的散户投资者和机构投资者超额认购率，并拥有均衡和长期的投资者群体。全球最顶尖的6家机构投资者都对蒙牛的发行下了大额订单并成为蒙牛的核心投资者。这在近期香港首次公开发行都在价格区间的低端定价的市场态势下，显得格外突出。

当然，业内有关人士对于牛根生此举产生了质疑，认为，此“赌局”虽然对企业融资和扩大规模十分有利，也为公司下一步的理性发展带未了一定隐患，有可能出现公司如果为了追求增长率达到50%的指标，而采取一些急功近利的做法。当然，这是后话。

此番蒙牛上市，作为董事长兼总裁的牛根生却并非公司的单一最大股东，据公司招股书显示，牛根生的投票权大部分是他人授权，他的个人持股比例只是6.1%。在记者见面会上，牛根生首次解释自己的持股比例偏低的原因：“在第一阶段投资的时候，因为我个人的钱少，所以股权比较小；在第二阶段，随着外资股东的进入，股权比例再次缩小；今后在3家金融背景股东相继退出的时候，我能不能增持股权，还没有考虑。”

原来蒙牛公司并不姓牛，让大家更加意外的是，牛根生原本也不姓牛。据牛根生本人透露，他1958年出生在内蒙古的一户贫苦人家，由于家境贫寒，因此刚生下来不久便被卖