商道人物



需要全本请访问 www.ertongbook.com



ISBN 7-80652-454-1

9 787806 524541 >

ISBN 7-80652-454-1 /I-

定 价: 22 元



商道人物

南方都市报

新闻书系

中国首部城

南方日报出版社
NANFANG DAILY PRESS

图书在版编目（CIP）数据

商道人物 /《南方都市报》编. —广州：南方日报出版社，2005
（南方都市报·东莞书系）
ISBN 7-80652-454-1

Ⅰ. 商… Ⅱ. 南… Ⅲ. 新闻采访—作品集—中国—当代
Ⅳ. I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2005）第 087861 号

商道人物 《南方都市报》编

出版发行：南方日报出版社
地　　址：广州市广州大道中 289 号
电　　话：（020）87373998-8502
经　　销：全国新华书店
印　　刷：佛山市浩文彩色印刷有限公司
开　　本：889mm×1194mm　1/32
印　　张：8.875
字　　数：306 千字
版　　次：2006 年 1 月第 1 版第 1 次印刷
定　　价：22.00 元

投稿热线：（020）87373998-8503　读者热线：（020）87373998-8502

网址：http://www.nanfangdaily.com.cn/press　http://www.southcn.com/ebook

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

1
东莞书系·序

作为媒体，我们无时无刻不在思考一个问题：媒体与城市的相互关系。

首先，这种关系是一个生成与被生成的关系。现代报业的滥觞，发源于西方资本主义萌芽的热那亚、威尼斯等城市，体现了媒体行业生成的基础，是来自于工商业经济发展。城市承载了社会发展的主要功能，在城市中，信息流与商品流转运速度加快，从而产生了对于经济和社会信息的需求，并衍生了报纸等一系列媒体。城市是媒体的母亲，媒体是城市的儿子。

其次，这种关系是一个哺育与反哺的关系。现代城市中，聚集着丰富的信息资源与物质资源，前者为媒体生产提供了信息的原材料，后者则提供了获利来源，越发达的城市，可供给的资源量越充分，越能够促进媒体成长。而媒体成长，不仅仅润滑了工商经济，同时也塑造了市民和市民社会，塑造了城市文化与城市品格，这是一种典型的反哺过程。

在现实中，城市与媒体的关系有着更加丰满而多姿的表现。报道与被报道，服务与被服务、刺激与被刺激，种种复杂关系相互作用，相互渗透，成为一个密不可分的共同体。正如本书系中一篇评论所述的，一个现代化的城市，不能有强势媒体的缺席；同样的，强势的媒体必须也只能依托现代城市而形

需要全本请访问 www.ertongbook.com

成，“共生、共存、共赢、共荣”。

由此来看东莞这座城市，媒体的存在与发展，是一种符合历史与社会发展的必然潮流。在改革开放的前二十年内，东莞抓住机遇，敢于创新，以三来一补起家，获得了空前的成就和跨越式的发展，现在又不断修正方向，实践科学的发展观，改变城市面貌，加强社会管理，发展城市文化，正彻底摆脱农业县的局限，逐步演变为现代化城市。媒体在这现代化的过程中，也不可避免地被带动与影响，共同现代化，共同发展与进步。

我们很高兴见证了东莞的这一现代化进程。在过往四年，南方都市报在东莞坚持正面报道为主，坚持正确的舆论导向，以激情、宽容、理性的新闻表达，不仅报道了城市的重大事件，同时也深度介入了城市生活，与城市同步前进。这座城市，有着丰富的资源与包容的心怀，为报业发展提供了重要舞台，对此我们心存感激与敬畏，而感激的方式之一，便是以易于保存的方式，为城市在历史上留影。

出版书系是我们为城市留影的方式。在本次出版的书系，就汇集了本报在东莞近三年的重要作品，基本反映了东莞近年来所发生的各类重大事件。但城市是一个复杂的多面体，有着丰富的内容和形式，在区区数百页的篇幅中，我们不可能完成从宏观至微观的所有描述，仅能择其精要刊发，微缩城市进步的脚印，使读者管中窥豹，体悟城市的深层蕴味。

这是我们能做的，也是我们应做的。服务城市，服务大众，进言献策，做好诤友，我们对此坚定不移。

王春芙

南方报业传媒集团副总编辑　南方都市报总编辑

2005年8月20日

3
作者自序

这是一群身居高位的男人，这是一群power无比的男人，这群男人们掌握着企业的神经中枢，他们的思维、观点、价值取向都直接影响着市场的发展进程和竞争格局。所以，无论是处于同一战营的竞争对手还是处于终端环节的普罗大众都对他们充满了好奇，这份好奇并不止于他们对于行业发展的真知灼见，还包括他们丰富的人生阅历以及他们在这阅历当中所积累起来的被证明行之有效的处世智慧和哲学。

满足市场和受众的知情需求是媒体的责任所在，也是我们之所以存在的意义所在。作为第一个进入东莞市场的外来媒体，作为东莞第一份以房地产和汽车——当下中国最热门的两大消费行业为主打内容的专业杂志——《南方都市报·东莞杂志·楼车志》，我们在无形中肩负起了逼迫这些早已习惯于深居简出的“家伙们”浮出水面的使命。

无数次的预测和实践已经反复证明，采访他们真的不容易。尤其是在东莞这块以低调为时尚的土壤上，搞掂每一次专访的工作量几乎等同于一次工程浩大的攻艰战，其阻力之大、耗时之长、委托的说客之多令人难以想像。这群企业巨头们身上所具备的任何一种人格特征：为人低调、骄傲自负、对报纸出街后可能产生的各种议论的顾虑，甚至乎与身俱来的对于媒体的天然抗

拒……都可能成为我们采访过程中的拦路虎。

尽管过程是如此的艰难，不过，我们还是成功完成了一次又一次的“歼灭”战役，并集结成册，促成了本书的出版。此事不仅成全了每位记者将自己的作品从易碎的、发黄的新闻纸固化成书籍的梦想，而且这本迄今为止对东莞楼市和车市人物最全面而且采访级别最高的访谈录也将成为每一个有兴趣了解这个市场的一把钥匙。

由于全书乃从《东莞杂志·楼车志》的两个品牌栏目——《楼市人物》和《车市人物》中的所有稿件中精选而成，为与本次《南方都市报》同时出版的东莞书系中的另两本书籍名字——《每周评论》和《彻底报道》保持字数和体例上的一致，我们不得不舍弃了原有《楼市人物》和《车市人物》的品牌，而统一取名为《商道人物》。

借《商道人物》出版之际，我们仍然不得不从俗但却是出衷地感谢一些人。首先是《南方都市报》的副总编辑任天阳，是他自始至终地鼓励珠三角专刊新闻部的每一位行业记者要勇于与业内精英们对话，并在《楼车志》中专门开辟了《楼市人物》和《车市人物》的栏目，使我们每一位行业记者有了可能驰骋的空间和舞台。还要感谢每一位支持和配合我们采访的行业巨头们，以及为每一次采访而牵线搭桥的人，没有你们，这本人物访谈录就成了无源之水、无本之木。最后要感谢的，是上述两个人物栏目的忠实读者们，无论是业内还是业外的。我想如果没有你们一直以来的赞许和鼓励，我们可能很难有一次又一次拙败后的勇气和坚持。

尤其让我记忆深刻的是一位普通读者，一位对我执笔的《楼市人物》情有独衷的读者，居然从我每一期四五百字的“小豆腐块”——《采访手记》中发现了我极为男性化的笔名——

5

“张境姚”三个字的背后居然是一位感情细腻的小女子，“那是只有女人才能写出来的文章！”——平心而论，来自未曾谋面的读者的赞美似乎比圈内人士多少有些囿于情面的捧场更加令人受用，读者们对于稿件阅读的投入程度也远远地超出了我的想像。

是的，我们每天都在竭尽所能去采访一些高不可攀的大人物，原来激励我们的，却是生活在我们身边的这些“小人物”。是他们，让我们受宠若惊，也是他们，让我们如履薄冰。因为有他们，我们才不敢懈怠。

张境姚
2005年8月于广州

目录

Contents

东莞书系·序 //1

作者自序 //3

第一部分 房地产·营销策划界

“千万不要迷信我”

——王志纲工作室首席策划师王志纲 /张境姚 //1

“实际上我所有的观点都不是原创”

——世联地产顾问(中国)有限公司

董事长陈劲松 /张境姚 //11

“一直是机会在死死地拽着我”

——深圳市百思勤市场策略有限公司

董事长袁昆 /张境姚 //18

“我来东莞不是拼命扩张的”

——上海开启房地产投资咨询有限公司

董事长陈艾立 /张境姚 //25

“开拓新市场让我兴奋”

——深圳中原物业顾问有限公司

董事长赖国强 /张境姚 //31

“我们营销的原则就是让市场疯狂”

——广州经纬房产咨询有限公司

董事长区俊文 /张境姚 //36

“我们重视原创,但更重视市场”

——合富辉煌房地产东莞公司

总经理徐景宏 /张境姚 //43

“我不想被欲望牵着走”
——合富辉煌房地产东莞公司
副总经理俞韶毅 /张境姚 //49
“做人物是要付出代价的”
——慧谷集团总裁张炳光 /张境姚 //56
“每次舍弃意味着第二次新生”
——慧谷集团副总裁黄海涛 /张境姚 //62
“我不是做大事的人，但我是做事的人”
——东莞市思创动力地产顾问有限公司
总经理湛华北 /张境姚 //69
“个人品牌无法代替企业品牌”
——瑞峰置业投资顾问有限公司
董事长陈强 /张境姚 //76
“东莞使我更加谨慎”
——东莞市盛世同创房地产咨询有限公司
董事长张正启 /李照东 //81

第二部分 房地产·投资开发商

“万科不搞个人崇拜”
——万科集团董事长王石 /张境姚 //87
“我们扩张有自己的底线”
——金地集团董事长凌克 /张境姚 //93
“我知道一生要卖多少米”
——中信华南(集团)东莞有限公司
董事长林瑞明 /张境姚 //99
“我只对企业负责，而不是哪个人”
——峰景投资有限公司总经理李民立 /张境姚 //105
“豪宅消费是有个周期的”
——东莞市高田实业总公司
董事长欧阳忠 /张境姚 //112

需要全本请访问 www.ertongbook.com

“传言是因为沟通问题”
——联华国际(集团)有限公司
董事长廖翊畅 /张境姚 //117
“我们的重点在东莞”
——深联实业(深圳)有限公司
董事长张田同 /张境姚 //123
“我们希望打造东莞的精神地标”
——深圳富通集团董事长陈治海 /李照东 //130
“东莞地产没有热点”
——东莞安华实业投资有限公司
董事长刘久金 /张境姚 //137
“投资任何东西都应了解它的全过程”
——东莞市兴裕商贸中心开发有限公司
董事长朱旭基 /张境姚 //142
“我一定要为自己做事”
——东莞市和生房地产投资有限公司
董事长郑少烘 /张境姚 //148
“应该动态分析空置率”
——东莞市房地产业协会会长黎小成 /张境姚 //156
“选择做物业人无怨无悔”
——东莞市物业管理协会副会长张景春 /张境姚 //162
“未来十年是东莞的世界”
——时富(集团)有限公司董事长朱正贤 /张境姚 //169
“我喜欢一分谷种一分地”
——香港东洋集团总裁陈冠杰 /张境姚 //175
“为购房者考虑的住房肯定卖得出”
——东莞新中银花园建造有限公司执行
总经理胡平 /张境姚 //182

第三部分　汽车经销商

微利时代如何生存
——东莞机动车协会秘书长张华文　/王维强 //189
收购骏标花了八九百万
——广物汽贸总经理郑子先　/王维强 //195
今年汽车销量可望增两成
——中国汽车工业经济技术信息研究所
所长李京生　/王维强 //201
“这是一个真正的车展”
——第四届东莞车展组委会秘书长孙奇文　/王维强 //207
打造汽车音响界的“国美”
——飞跃电业有限公司董事长熊炽辉　/王维强 //213
五十铃盯上东莞市场
——日本五十铃中国事业部课长川浪正人
及庆铃汽车总经理助理杜卫东　/王维强 //220
“投资像炒股，谷底买进收益更大”
——东莞南方亚飞有限公司
董事总经理张志坚　/王维强 //225
“限卡令”挡不住市场
——北汽福田奥铃品牌总经理解佃峰　/王维强 //231
联合是为了遏制价格战
——长久车行总经理于光渊　/王维强 //237
“现在不能靠卖车赚钱了”
——东莞市汽车博览中心集团
副总经理吴文祥　/王维强 //242
淡季更要敢投入做品牌
——东莞市广物君豪实业投资有限公司
常务副总经理温海波　/王维强 //247

二级经销商明年难熬
——菲亚特泰丰车行总经理兼长安福特福丰车行
总经理宋华彬 /王维强 //253
“东莞现实，我不现实”
——东莞遂通汽车销售服务有限公司
总经理许红伟 /王维强 //259
标致307不会跟风降价
——东风标致副总经理唐腾 /王维强 //265



王志纲工作室首席策划师王志纲

王志纲，1955年出生于贵州，1978年就读于兰州大学经济系，1982年大学毕业后到甘肃省社会科学院从事经济研究工作，1985年起任新华社记者，主要担负宏观经济题材的调研和报道，1994年离开新华社，下海创办王志纲工作室，1995年完成广东碧桂园房地产项目的整体策划。1998年出版《谋事在人》、《成事在天》、《行成于思》、《策划旋风》等书。

2

“千万不要迷信我”

——专访王志纲工作室首席策划师王志纲

访谈背景

长年飘泊不定的王志纲，已经好久没有在广东的媒体上“出声”了。8月15、16日，他回到广东，在东莞、中山的两场演讲使所到之处又刮起了一股王志纲旋风。通过他的助手我跟他约定了专访的时间，但由于日程安排的紧凑，我的采访被间断了两次，辗转了三地，从东莞到中山小榄镇政府，最后到他下塌的酒店。我告诉他我想把一个真实的王志纲告诉给读者，于是我们的话题就从王志纲本人开始。

关于自己：

我是个代表市场的学者，我必须有自己独立的见解和声音

记者：媒体眼中有两个王志纲，一个是神化了的王志纲，他们认为王志纲能化腐朽为神奇，还有一个是妖魔化的王志纲，他们认为王志纲搞的不过是些虚的东西，一些人迷信他，关键是靠炒作。

王志纲：攻击我的人无非是两条，一条是说王志纲记者出身，善于包装自己，会新闻炒作，所以他成功了。这些人多是新闻界的人，他们总以为与我是同类，所以想当然。实际上下海近十年的我早已不是记者时期的王志纲了。如果说当记者时的我是在前台看戏，那么现在却是在后台导演，只有市场和我们的客户最清楚王志纲的价值，来自这些我们服务过的企业家和官员的看法才是真实的，也是我最看重的。对社会上的其他议论我多一笑了之。

另一条是说我狂妄自负、自以为是。但传播这种观点的人，恰恰是那些从没见过我的人，更多的是一些现在的同行。当他们想接生意，客户却一个劲地向他们打听王志纲时，他们最好的推脱之词

就是"这个人架子大得很，根本找不到，开价又高。"实际上是为了商业利益。

当然早两年也有人喊"王志纲下课"，但现在再没听到这种声音了。因为不用我去辩解，社会上自有评论。所以我对付社会上种种"说法"的办法，一是不争论，埋头做自己的事；二是，加快步伐向前走，逃离射程，当你离他100米时他可以用弹弓打你；当你超出一千米时，他可以用枪射你，但当你超过一万米甚至几万米时，他们就只能是放弃追杀，承认你是外星人了。

我的座右铭是："行止无愧天地，褒贬自有春秋"。我对得起天，对得起地，对得起良心，对得起自己的客户，对得起员工和部属，对得起朋友，对得起父母。这样就很简单了，其它的东西无所谓，最怕的是伪君子，言不由衷，说一套，做一套。我只想按我的方式生活，真实地活着，就这么简单。这些年来，争议一直伴随着我，但为何不断有人攻击我，污蔑我，但却不足于摧毁我，这说明这个世界最终是靠实力说话的。

同时对于喜欢我的人，我也告诉他，你们千万不要迷信我，我只是一个凡人，我只是尽了自己的责任，其实我所遵循的都是一些最普通的道理，比如：金钱只是顺带的结果；当别人追求眼前效益时，我们应该去掉浮躁，舍得放弃；当别人太实时我们应该去务虚，去探讨下一步的问题；我们既是公司又不是公司，等等。但遗憾的是，很多人听不懂。

记者：你真的觉得自己一点都不狂妄吗？

王志纲：这怎么叫狂妄呢？顶多是一种自尊，体现了我的真实状态。

记者：但是从我昨天到今天对你的观察，我觉得你在骨子里确实有一股傲气。

王志纲：（哈哈大笑）傲气，怎么说呢？可能有一点吧！你也可以把它理解成特立独行，一种独立性。

记者：（笑）其实也没什么，你本来就有骄傲的本钱嘛！

王志纲：这个也不能叫傲气，如果我傲气，我可以不见你，可以叫我的助手把你们拦在门外，我没必要这么累；如果我傲气，我不可能第三次接受你的采访，还和你们这些年轻记者谈心。但是我为什么要尊重和接受你的采访呢？我是被你的敬业精神和从业态度所感动。人家没有要你王志纲的红包，没有要占你什么便宜，只是对你感兴

需要全本请访问 www.ertongbook.com