

# 财富论战 台位商界巨子的

主编 高韵斐 章茜 / 执行主编 胡晓琳



学林出版社

主编：高韵斐 章茜

执行主编：胡晓琳



## 50位商界巨子的财富论战

汇集公司总裁、企业高管  
以思想碰撞思想  
共同追索成功本质  
在参与中分享资讯

经济学人及财经界精英  
以情怀感悟情怀  
共同面对经营困局  
在过程中传播真知

学林出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

头脑风暴: 50 位商界巨子的财富论战 / 高韵斐, 章茜  
主编. —上海: 学林出版社, 2006. 8

ISBN 7-80730-163-5

I. 头... II. ①高... ②章... III. 企业管理  
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 048943 号

**第一财经** 系列

主 编 高韵斐 章 茜  
执行主编 胡晓琳

## 头脑风暴

——50 位商界巨子的财富论战



编 导——吴刚 蔡如一 茹晨 吕宏

责任编辑——许钧伟

编 务——周旻 黄汉娟 徐晓端

装帧设计——周剑峰

出 版——上海世纪出版股份有限公司

学林出版社(上海钦州南路 81 号 3 楼)

电话: 64515005 传真: 64515005

发 行——新华书店上海发行所

学林图书发行部(钦州南路 81 号 1 楼)

电话: 64515012 传真: 64844088

照 排——南京展望文化发展有限公司

刷——上海出版印刷有限公司

开 本——787×1092 1/16

印 张——21.25

字 数——38 万

版 次——2006 年 8 月第 1 版

2006 年 11 月第 2 次印刷

印 数——5001-7300 册

书 号——ISBN 7-80730-163-5/F·14

定 价——34.00 元

与前沿思想交锋 和高端智慧对话



《头脑风暴》现任主持人

# 袁岳

作为一名企业家，

他是零点研究集团董事长兼总裁，拥有哈佛大学肯尼迪政府学院MPA、北京大学社会学博士学位。

作为一个社会活动家，

他担任国际调查业组合网(INRA)中国区合作机构代表、中国市场研究业协会(CMRA)副会长兼公共关系委员会主任委员、清华大学公共管理学院客座教授等多项要职。

作为一个电视节目主持人，

上海第一财经电视节目《头脑风暴》是他走上电视荧屏的起点。商场上活跃老辣的袁岳，节目中机智幽默又不乏沉稳，不到一年的时间就吸引了众多“袁迷”。



《头脑风暴》曾任主持人

# 张蔚

她是一个成功的金领职业经理人：

——星空传媒(中国)有限公司首席运营官。

她是一个阳光、聪慧的海归女生：

——哈佛商学院 MBA，曾担任美国通用电器公司金融分析师。

她是内地唯一拥有哈佛 MBA 学位的女主持人。

她有着令人羡慕的主持经历：

主持过中央电视台《对话》、第一财经《头脑风暴》和 CNBC《决策》栏目。

职场上从容应对的张蔚，节目中充满热情和智慧。

面对节目中来自全球的商界精英，她从容不迫，应对自如。

喜欢张蔚的观众，把她作为偶像，她的主持令无数观众对成功充满了遐想。

# 《头脑风暴》——探索竞合时代的传媒价值(序一)

上海文广新闻传媒集团副总裁

第一财经传媒有限公司董事、总经理

高韵斐

我们已处在一个传统媒体与新媒体激烈竞合的时代。传媒竞争犹如一盘激战正酣的棋局,金戈铁马,愈演愈烈。在这盘棋中,作为一种更替周期越来越快的产品,一个单一的电视节目是微不足道的。但是,一个具有强大品牌影响力的节目却往往能为整个频道,甚至整个电视台带来非同一般的意义。在种种“选秀”的娱乐旋风席卷全国的时候,我们欣慰地发现,另一种代表着高端、前沿和思想的节目类型的品牌也在悄然滋长。其中,第一财经《头脑风暴》的异军突起,已成为了一个醒目的符号。

至今在中国,在全国性的媒体中,无论电视还是广播,尚未出现一个有着广泛影响力的财经频道,尽管第一财经正朝着这个方向努力;同样,在中国媒体市场上也找不到一份像《华尔街日报》、《金融时报》那样具有权威影响力的财经报纸,尽管《第一财经日报》的目标是中国首选财经日报。然而,随着资本市场的不断发展,一个面向整个投资市场、能够提供专业权威的信息咨询服务专业媒体的崛起已经成为必然。“第一财经”作为一个财经媒体品牌,正力争成为国内财经界的风向标。在这样的趋势下,我们迫切需要打造一批具有强势品牌的财经节目。然而窄众的传播性质使得财经节目成为电视节目制作的一个课题:它必须追求与市场同步,同时它又必须保持作为财经媒体的主流品质,打造品牌对于财经媒体来说似乎尤显艰难。只有在具备了明确的节目定位和强烈的创新精神之后,一个窄众的财经节目方有可能让市场聆听到他发出的呐喊。

作为一档大型财经类谈话节目,《头脑风暴》已迎来了上百位充满智慧、洞见深刻、走在这个时代前列的座上宾。他们中的大部分是在中国经济大潮中搏击的中外商界精英,他们用阅历和思想为一个个充满争论的议题注上了精彩的眉批。他们的智慧无疑是《头脑风暴》挖掘不尽的思想宝库,也正是凭借这个智者舞动的平台,《头脑风暴》方能在日益涌动的节目激变浪潮中维持自己冷静的思考,在残酷的市场竞争中占据自己的一席之地。

而更为可贵的是,这个节目始终秉持的交锋和争论。多元的观点、思想和价值的碰撞,使得一个谈话节目超越了单纯的言说价值。在更大意义上来说,这是一种精神,一种存异和前瞻的精神象征。这是《头脑风暴》的价值,尽管这种貌似与娱乐精神悖离的探索,是一条荆棘载途的漫漫之旅。

本书的问世,是一次对《头脑风暴》中积存的思想价值的梳理和释放,同时也希望能对中国企业家群体和中国企业的国际化的征途,贡献一份绵薄之力。

# 头脑风暴——三个女人凑成的戏（序二）

星空传媒首席运营官 《头脑风暴》第一任主持人 张 蔚

## 结缘第一财经

我和第一财经这个堪称中国第一个跨地域、跨媒体的财经资讯机构结缘已有两个年头，两年前因为工作的需要我落足上海，这给了我结识第一财经的机缘，也给了我再次走上主持舞台的机会。从事传媒，担任主持，是我少年时代就留下的一个怎么也不能改变的情结，高中时候我就在中央电视台做过小主持人，后来中学毕业，我去了美国，在那里的学习和工作都是咨询和金融方向的，但是这个早年种下的情结一直潜藏在我的心中，回国后我在中央电视台《对话》栏目担任过一段时间的主持工作，如果说是《对话》把我从咨询和金融行业拉入到了我梦寐以求的传媒业，那么在第一财经的日子使我在主持这条道路上走得更加自在和成熟。

## 《头脑风暴》，三个女人凑成的戏

做财经节目需要一个天时地利人和的气氛和环境，所以我一直觉得在中国做这种大型的财经节目，北京是一个合适的地方，另外一个地方就肯定是上海，因为上海是中国的经济和金融中心，有着众多国内外顶级企业总裁、高层经济人物以及一大批关注企业管理、经营策略、投资理念的高端观众，他们是节目成败的基础。

2003年底，章茜（第一财经传媒公司副总经理）考虑在上海做一档财经深度访谈节目，问我能不能做，我说怎么不能做，不过得找一人来，就找到了我们的制片人胡晓琳。我们的配合是从多年以前就开始了，从北京电视台到中央电视台再到第一财经，这种默契是一点一滴积累成功的。就这样，章茜搭台子，我中间牵线，胡晓琳上场，我们三个女人就张罗出了《谁最受尊敬》这期节目，也就是《头脑风暴》的前身。

这期节目做得非常棒，场上的气氛以及嘉宾和观众的反映都很热烈，节目录完之后大家都处在一种极其兴奋的状态，于是我们很自然地就开始考

虑有没有可能把这个节目做成一个常态的大型财经访谈栏目。我记得当时章茜为这个栏目想了很多个名字,每天一大早睁开眼第一个问题就是:取个什么名字呢?直到她说出“头脑风暴”,我们都觉得太好了,这是一个又有力度、又有思想的名字。就这样,《头脑风暴》这个栏目在我们三个女人的筹备之下孕育成型。

### 把舞台留给大家

作为这档栏目的主持人,我自始至终都希望能够达到一种谈话的状态,让嘉宾和观众忘记是在做节目,而真正感到是一种台上台下的交流和沟通。主持人就是要给这种交流搭一个平台,把大家想说的话调动起来。由于我的工作原因,许多节目中讨论的话题都是我平时思考的问题,所以在讨论中我也经常会产生很多自己的看法和意见。但是我一直在提醒自己,我作为主持人,我坐在台上,就是要给大家创造一个说话的机会,给他们来搭台子。我每问一个问题,就是因为我覺得他们有话要说,或者话还没有说完,我希望嘉宾能够在舞台上自由展现,发挥得淋漓尽致。在场下,我追求的目标是观众的投入,节目当中我不断感受观众的反馈,我觉得既然观众坐那了,就不是一个道具,就是节目当中非常重要的一分子,所以你要调动他们的积极性,无论是让他们哈哈大笑还是激愤得站起来说话,只要他关注、他在意,我就感到我是真的搭起了一个平台,让台上的嘉宾和场下的观众都能激情投入、参与进来,感到这个舞台是属于他们的。

### 享受主持

可我毕竟不是科班出生的主持人,要挑毛病,还是不少的。比如说我最害怕每期节目开场要背的那段话,因为要我严格按照本子去说,就会显得特别呆板,在这方面《头脑风暴》给了我很大的空间,前期策划我们只谈一个大框架,很少限定我某个问题一定要用什么样的方式去问,这就让我能够扬长避短,发挥自己与专职主持人不同的一面。企业和管理这些话题是跟我的工作相关的,是我平时经常在思考的,所以嘉宾能够感觉到我们之间的交流有共鸣也有碰撞,我们的谈话是在深入下去,而不是简单地按照本子,一个一个问问题往下过。这样的主持方式让我能随时抓住场上的闪光话题,与嘉宾深入地探讨。我也很珍惜《头脑风暴》给了我这样一个空间,让我在主持人的舞台上能够本色发挥,使我的主持进入到一个更加自在和成熟的阶段。

我很享受这样的主持状态,那是与我平时的工作完全不同的、另外一种生活,让我能够激情投入到一个感性的创意的空间,一个有激情和睿智、摩

擦与碰撞的舞台。就像别人去度假和旅游，主持对我来说就是最大的享受。每次化好妆，走进演播室，舞台灯光一开，那一瞬间我马上就进入一种状态，非常投入和忘我，与节目融为了一体，犹如进入一场魔界。

不做节目的日子，很怀念那个舞台。虽然目前我不再担任《头脑风暴》的主持人，但我仍一直在关注着它的成长，毕竟它曾经是我们三个女人孕育的孩子，这个孩子的前面还有很长的路要走，我一定会在这条路上继续爱护它，在它需要我的时候为它竭尽所能。

## 在风暴中一起炼脑(序三)

零点研究咨询集团董事长 《头脑风暴》主持人 袁 岳

不论我过去在咨询界做过什么,在电视节目主持上我不算什么!这是我对自己在接手《头脑风暴》节目主持人时心里面说的话,有此认识,我才对节目技术、风格的学习与探索充满热情与开放的态度。与此同时,不论我们的嘉宾在商场上如何叱咤风云,在节目秀里也不算什么!这是我对嘉宾本身的判定,有此认识我们才会把嘉宾看成一些待雕琢与发掘的人才,按照有价值的聚焦点去有组织地引发他们的观点,而不是变成一个模拟的自述平台,由着他们骄傲地按照自己的美化逻辑与推广需要,自我报告一番。

在这个平台上有不少企业家嘉宾放下身段,表现出了他们在经验累积、思维深度、反应速率和互动方面的魅力。开放式的心理状态、新颖信息的介绍、有冲击力的观点交锋、机敏的闪避抨击、技巧地反问问题、适度地表现格局、精明地选择独特信息点。这都是《头脑风暴》中很多嘉宾表现他们闪光的脑细胞的地方,这其中特别要提出的嘉宾有,表述总是重量级的国美电器黄光裕先生、超快反应的分众传媒江南春先生、总能自圆其说的太平洋建设严介和先生、厚道中见机智的摩托罗拉孙大明先生、勤奋认真的营销大师科特勒先生、以微妙表述见长的世博集团戴柳先生、中外道理兼通的百安居卫哲先生、有色有声的华远任志强先生、美丽智慧的新闻集团张蔚小姐和当当网俞渝女士、沉稳酷派的美特斯·邦威周成建先生、诚恳聪明的均瑶集团王均金先生,当然对所有嘉宾恕不能一一道来,但我的确欣赏他们在现场开放式讨论中表现的才具、高度和富有建设性的参与精神,他们是风暴成型的核心发动机。

当然,我们的非常评论员在现场也是画龙点睛、点微著、发细探深的关键角色,他们平衡了企业家思维惯有的有所表现也有所遮掩,强势地表达一己之见的特性,透过披露多面信息、阻击自我美化、提供新颖解读,使得现场话题凝聚成风暴点,其中特别令人称道的评论员包括中欧工商管理学院的张维炯教授、《第一财经日报》的秦朔总编辑、《人力资本》杂志的孙虹钢主编、《IT 数字时代》的金错刀先生、科尔尼公司的孙健副总裁、复旦大学的蒋昌建教授,他们的才识和语言机锋都可称一时俊彦,是风暴成型的第二发动机。

我们的现场到来了越来越多的热心观众，在拍摄《房地产未来》和最新几期节目时，我们现场已经坐不下自愿前来的所有观众了。不仅如此，他们在发问、评论和投票表决上的积极参与，营造了一种浓厚的互动气氛。我还清晰地记得做名校那期时上师大附中的那位学生“校长助理”的明快思维，我也对最终引成“富人区贫民区”辩论风波的那位现场提问观众印象深刻。如果说《头脑风暴》是一种三个轮子的机制，那么现场观众这个轮子也不可或缺。

看到《头脑风暴》节目收视率的不断攀升和观众们不断增加的好评，我们一批塑造了成功的节目形态与工作平台的年轻设计师们感到骄傲，吴刚、如晨、蔡如一、陈雪频、吕宏等等是《头脑风暴》转型成功的真正操刀手。正因没有成规，所以他们勇于探索新事物；正因面对大量高端资源，所以他们用高层级思维定义了我们风暴的暴发点。当然，制片人胡晓琳站在我们所有操刀手的背后，她是我的老师，也是我们年轻编导的创新想法的有力支持者，更是关键资源的协调调度者。

用非常头脑，生非常风暴。既让眼睛好看，又使头脑受益，这是我和我们这个节目全体同人的追求。请更多的非常头脑聚过来吧，让风暴来得更猛烈非常些吧！

# 目 录

《头脑风暴》——探索竞合时代的传媒价值(序一) 高韵斐/001

头脑风暴——三个女人凑成的戏(序二) 张蔚/003

在风暴中一起炼脑(序三) 袁岳/006

## 第一辑 跨国企业 CEO:面对共同难题

让梦想继续——对话伊梅尔特/003

他从享有世界 CEO 之称的杰克·韦尔奇手中接过帅印,然而他却  
没有韦尔奇的幸运;上任两年,他在美国经济的寒冬中度过;9·11  
袭击、安然丑闻,他被一连串的灾难性事件困扰;两年后,杰夫·伊  
梅尔特将如何为 GE 这艘世界企业航母掌握方向、安全突围? GE  
在中国又有怎样的扩张战略?

柯达的中国攻略/019

邓凯达这一中文名字暗藏玄机:柯达能够进入中国,跟中国的改革  
开放是不可以分开的,而中国的改革开放,和我们的总设计师邓小  
平先生也是不能够拆开的,所以他姓邓……

邓凯达的葫芦里卖的什么药?为什么说“柯达的经商之道就像农  
夫一样”?中国胶片——柯达的红旗能扛多久?

汤姆逊寻机中国/034

爱迪生一生创立了两家公司:一家是美国的通用电气,一家是法  
国的汤姆逊集团。曾经创造了全球最大电视集团业绩的汤姆逊,如  
今却面临着业务的全面转型。为何会有这样的调整?百年老店面  
临怎样的战略挑战?他又怎样看待中国市场的?汤姆逊集团全  
球总裁唐夏将讲述一个百年老店的昨天和明天。

### 世界能源对话/049

油价持续上涨是能源大鳄兴风作浪还是真的供需紧张？第四次世界石油危机真的会来？何时会来？中国能源的出路在哪里？亚太能源论坛秘书长、中国国家发改委能源研究所所长、亚洲博鳌论坛秘书长龙永图与斯坦福大学能源论坛主任为我们共同预测。

### 三菱、日立：豪门联姻之后/063

日立、三菱两大巨人，为了生存而“联姻”；患难“姻缘”能否拯救巨人的艰难处境？整合后的企业面临前所未有的文化难题；三菱人、日立人能否创立一个全新的企业文化？伊藤达讲述日立、三菱合资联手的台前幕后。

### 大象如何跳舞：富士通变法/077

一个曾经被 IBM 当作最强劲的竞争对手的富士通，如今却深陷大企业病的泥潭不能自拔。两只“大象”——富士通与柯达的用人扩张的头脑风暴——高岛章：富士通全球总裁细说“东方大象如何跳舞”。

## 第二辑 较量：没有硝烟的论战场

### 谁最受尊敬/091

这是柯达大中华区总裁叶莺女士第一次接受中国电视媒体采访，这是企业总裁第一次进行电视辩论，叶莺、王石、张跃、宗庆后成为这场辩论的主角：叶莺出口成章、应辩如流；王石唇枪舌剑、当仁不让；张跃沉着冷静、从容不迫；宗庆后单纯率直，毫不掩饰自己追求利润的终极目标。

### 李东生、郎咸平：TCL 改制之间/107

2004 年春天第一件大事就是 TCL 改制，李东生成功实现 MBO。MBO 此时成为中国国有企业管理者最为关注的词语。一夜之间，李东生身价 70 亿，成为媒体议论的焦点。MBO 是否存在漏洞？国有资产如何避免流失？被称为证券市场场外监管的郎咸平第一次在电视媒体中面对公众，与李东生辩论 MBO。