

做强做久做自己

——当代中外著名企业家的

商道真经

做强，成为坚不可摧的企业

做久，成就百年不朽的基业

做自己，创造独一无二的品牌

朱南陽題



赵晏彪 著



中国纺织出版社

做强做久做自己

——当代中外著名企业家的

商道真经

做强，成为坚不可摧的企业
做久，成就百年不朽的基业
做自己，创造独一无二的品牌

朱南陽題



赵晏彪 著



中国纺织出版社

内 容 提 要

在世界经济一体化的发展趋势下,国外各行业巨头纷纷以雄厚资本和先进技术进入中国市场,国内企业也在大规模地走出去拓展空间。在同台竞技的大比拼中,中国企业如何扎根本土,成为国际化的企业,实现做强、做久、做出自己品牌特色的构想,已经成为当务之急。本书汇集了当代著名的中外企业,讲企业的财富故事,论企业的商道真经,说做强企业的谋略,道百年老店的真谛,是一本具有实效性、经验性、指导性的可借鉴的著作。

图书在版编目(CIP)数据

做强做久做自己:当代中外著名企业家的商道真经/赵晏彪著. —北京:中国纺织出版社, 2007. 1

ISBN 978-7-5064-4176-6

I. 做… II. 赵… III. 企业管理-经验-中国 IV. F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 148182 号

策划编辑:向连英 特约编辑:冯晓玲 责任印制:初全贵

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

三河市世纪兴源印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2007年1月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:19.25

字数:232千字 印数:1—8000 定价:30.00元

ISBN 978-7-5064-4176-6/F·0757

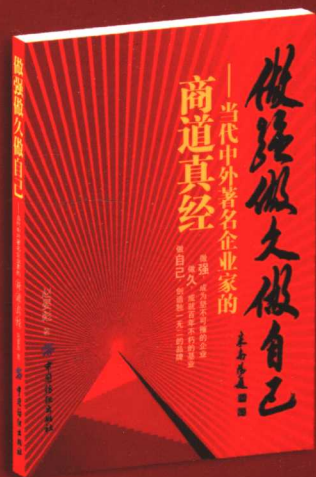
凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换



赵晏彪 男，满族，1957年生于北京。毕业于解放军艺术学院，系中国作家协会会员，现任中国石油和化学工业协会新闻办公室副主任，中国化工报社资深记者。曾任中国化工报社企业文化工作部副主任。

出版著作有《雁过皇城根》、《与波光水流对话》、《百名女杰》、《真水无香》四部专著，其中《真水无香》一书出版后由北京电台播出，中央电视台曾两次为作家录制专题片。获奖小说《孝顺》1991年被选入中学语文补充教材。

世界经济一体化，国外各行业巨头纷纷以雄厚资本和先进技术进入中国市场，国内企业也在大规模地走出去拓展空间。在同台竞技的大比拼中，中国企业如何扎根本土，成为国际化的企业，实现做强、做久、做出自己品牌特色的构想，已经成为当务之急。本书集当代著名中外企业于一炉，讲企业的财富故事，论企业的商道真经，说企业做强的谋略，道百年老店的真谛，是一本具有实效性、经验性、指导性的著作。



序

在一次参加企业家论坛时，晏彪对我说，他打算写一本介绍现代中外著名企业家经营之道的书，融合当代管理者的成功经验，为中国企业适应世界经济一体化的新形势提供参考。请我拿个主意，我自然是拍手称赞。但我也知道，他一年中有大部分时间是在全国各地跑，报道企业的自主创新成果，撰写企业家专访，对某一地区的经济发展进行综合评述。但是，撰写一本关于中外著名企业家经营管理的书籍，不能像他写财经报道那样一挥而就，要进行深入细致的研究，需要耗费很多时间和精力，我问道：“你能做得来吗？”他笑了笑，说：“心诚则灵。”

我接触过许多记者，他们都想把自己经历的千变万化的世界融注于笔端，著书立说，扬名立世，但却因为工作的繁忙或半途而废，或有始无终。晏彪说他要写那样一本实实在在谈管理、讲商道的书，能否成为现实，让我一时说不准。但是，半年以后，他果真将《做强做久做自己——当代中外著名企业家的商道真经》的书稿摆在了我

的面前。

我读着这厚厚一摞书稿，便为这本书的与众不同感到振奋。仔细琢磨，我发现这本书在内容上有四点与一般经济管理类书籍有所不同：

第一，讲述实实在在的商道真经。晏彪与中国著名企业家面对面、心贴心地讲企业做大做强的机缘，商讨基业常青的良方妙计，从品牌的创立与经营、资本的管理与运营，到企业文化建设、走向国际化时的审时度势，纵横捭阖，一章章一篇篇，都展现了新时代财富创造者的风采与智慧。在写汪海这个民族工业的倡导者时，突出了他敢为天下先的魄力，当时国内企业还没有在国外开新闻发布会的先例，他就出现在国际大都市美国纽约，突破各种阻碍向美国新闻界“脱鞋”打广告。他勇敢、坚定、执著地开创中国品牌，为企业的发展开拓新路。还有胡柏藩、罗建凡、李彦宏等企业家，他们在经营管理方面都各有奇招妙法，展现了年轻一代知识型企业家的锐气与个性。

第二，挖掘跨国经营的成功真谛。本书所写的这些外企总裁，都是当今世界上最活跃、最有竞争力的企业精英，而且他们又都在中国拥有巨额投资。我们从晏彪的精彩叙述中看到，他们不仅在影响着我们的企业，还在影响着我们的日常生活，壳牌与中国的百年合作，杜邦的“腈纶、莱卡”，拜耳的“阿司匹林”，都与中国经济的发展息息相关。中国的企业家除了要学习他们的经营管理经验，还要了解他们在中国的战略决策。知己知彼才能百战不殆。

第三，抛砖引玉，引发进一步的思索。书中所列的中外企业家只是成功者的一部分，企业管理者可以从他们的故事中领悟到许多管理的奥妙，从而更上一层楼。本书中

的“财富故事”或“财富攻略”所讲的经典案例，无不闪烁着哲理的光辉，而这一光辉怎样才能被读者所捕捉，并引发其进一步的思索，揭开成功的奥秘？最为恰到好处的也是晏彪独具匠心之处，就是他在“述评”中给出了准确的提示和告白，起到了抛砖引玉的作用，帮助读者由浅入深、由表及里地找到做强、做久、做成百年品牌的商道真经。

第四，为管理学的基础研究提供了新素材。从管理学的发展过程来看，本书展现的多样化的管理实践及管理素材，能为管理专家激发出管理思想的火花。本书提供的经营管理经验具有普遍性和一般性，反映出了管理的科学性、艺术性和制度性特征，对企业管理专家、学者进行中外企业研究，丰富经济管理理论，有重要的参考价值。同时，对企业家的管理实践也具有更广泛的指导意义和应用价值。

这本书除了内容不落俗套，在写作形式上也是独一无二的，可以说是经济管理书写作模式的一大创新。它的特点可以概括为“访谈为先，故事入胜，点评寓理”，集理性的思考与故事的生动于一体，多角度、多侧面地概述和剖析了企业家的成功之道。特别是晏彪以作家的独特视角和引人入胜的精彩文笔，在文字这种平面化的表达方式中创造出了立体的感应效果，可以进一步激活读者的感受力和理解力，使之所获甚多，因而不妨一读。

是为序。

艾 丰

2006年11月8日

(本序作者系经济日报社原总编辑、
中国名牌战略推进委员会副主任)



目 录

第一篇 与中国著名企业家谈创新与管理

双星集团总裁汪海 3

品牌是市场经济中的原子弹

——访双星集团总裁汪海 4

财富故事 汪海向美国新闻界“脱鞋”造势 9

赵晏彪评述 从温总理穿双星鞋看民族品牌的成长 13

汪海语录 15

联想控股有限公司总裁柳传志 17

小公司做事，大公司做人

——记联想控股有限公司总裁柳传志的人才策略 18

财富故事 总裁挥泪催款，商人也信真情 25

赵晏彪评述 企业最大的财富是人才 28

柳传志语录 30

浙江新和成股份有限公司董事长胡柏藩 32

靠“进口替代”摘取维生素王国的桂冠

——访浙江新和成股份有限公司董事长胡柏藩 33



财富故事 给我两分钟,让产品说话	37
赵晏彪评述 感谢“鲶鱼”效应	41
胡柏藩语录	43
 贵州开磷集团董事长、总经理屈庆麟	44
从正确判断到准确决断,踏上 100 亿元阶梯	
——访贵州开磷集团董事长、总经理屈庆麟	45
财富故事 驶过“托管”冰山,“泰坦尼克”高歌返航	50
赵晏彪评述 企业只有“求其上”,才能做大做强	54
屈庆麟语录	56
 北京派克兰帝有限责任公司总裁罗建凡	58
“哑铃式”经营成就童装大王	
——访北京派克兰帝有限责任公司总裁罗建凡	59
财富故事 罗建凡的“无为”之为	66
赵晏彪评述 创造寓言,快乐成长	69
罗建凡语录	71
 中国化学工程第三建设公司总经理刘维友	73
“要比别人做得好”——理念决定成败	
——访中国化学工程第三建设公司总经理刘维友	74
财富故事 大项目竞标,我们赢了	79
赵晏彪评述 “摆短”是弥补管理裂缝的黏合剂	86
刘维友语录	88
 中国北京同仁堂(集团)有限责任公司总经理梅群	90
做强做久做同仁堂品牌特色	
——访中国北京同仁堂(集团)有限责任公司总经理梅群	91

财富故事 同仁堂品牌延伸之道	97
赵晏彪评述 复兴“老字号”	104
梅群语录	106

贵州宏福实业开发有限总公司董事长何浩明 108

大兴循环经济，宏福绽放五朵金花

——访贵州宏福实业开发有限总公司董事长何浩明 109

财富故事 对抗进口产品，把国内市场建成“根据地” 114

赵晏彪评述 从“牧童经济”到“宇宙飞船经济” 118

何浩明语录
 120 |

百度公司首席执行官兼董事会主席李彦宏 122

硅谷精神与传统商业文化契合生辉

——记百度公司首席执行官兼董事会主席李彦宏的成功

之道
 123 |

财富故事 从北京到纽约，“路演”创造神话 127

赵晏彪评述 专注成就深度 133

李彦宏语录
 135 |

第二篇 与外国跨国公司的

企业家谈发展与管理

简述跨国公司 139

美国杜邦公司董事长兼首席执行官贺利德、安全与

防护业务平台集团副总裁马维诺 141

视“环保第一名”为荣耀

——访杜邦公司董事长兼首席执行官贺利德 142

为中国矿业和石化业的安全排忧解难

——访杜邦公司安全与防护业务平台集团副总裁马维诺	145
财富攻略 公司内外都安全，才是真正的安全	150
赵晏彪评述 企业家的眼光与杜邦 200 年	155
杜邦花絮	157

德国拜耳公司董事长沃纳·温宁

哪里有高增长，就向哪里投资

——记拜耳公司董事长沃纳·温宁的中国策略	160
财富攻略 沃纳·温宁的几记资本快拳	162
赵晏彪评述 从拜耳“瘦身”看资源整合	168
拜耳花絮	170

德国朗盛集团董事会主席兼 CEO 贺德满、大中华区

总裁王永利

中国市场是朗盛成功的支柱

——访朗盛集团董事会主席兼 CEO 贺德满	173
做新崛起的“奔驰”“宝马”	
——访朗盛集团大中华区总裁王永利	177
财富攻略 重立门户，“三剑”舞出资本新宠	180
赵晏彪评述 “以患为利”，再造一个新的自我	185
朗盛花絮	187

荷兰皇家壳牌集团中国集团主席林浩光

拓展下游业务，为壳牌插上翅膀

——记壳牌中国集团主席林浩光的投资策略	190
财富攻略 百年交情缔结百年合作	192
赵晏彪评述 中国企业国际化应向壳牌取经	198

壳牌花絮	202
------------	-----

荷兰阿克苏·诺贝尔公司中国有限公司前总裁

吉姆·恩特斯	203
--------------	-----

中外管理者的差异在哪里

——访阿克苏·诺贝尔中国有限公司前总裁吉姆·恩特斯	204
---------------------------------	-----

财富攻略 用诚信赢得所在社区的尊重	210
-------------------------	-----

赵晏彪评述 羚羊如何与骆驼竞争	213
-----------------------	-----

阿克苏·诺贝尔花絮	214
-----------------	-----

美国柯达公司全球副总裁、北亚区主席兼总裁

叶莺	216
----------	-----

柯达加急转型，只因“数码”落后市场一步

——访柯达公司全球副总裁、北亚区主席兼总裁叶莺	217
-------------------------------	-----

财富攻略 坚守信念，叶莺为柯达赢得世界第二大市场	221
--------------------------------	-----

赵晏彪评述 成功的根基：像刺猬一样专心	226
---------------------------	-----

柯达花絮	228
------------	-----

瑞士诺华公司董事长兼首席执行官魏思乐

“鱼和熊掌兼得”，占领世界医药市场

——记诺华公司董事长兼首席执行官魏思乐的经营战略	230
--------------------------------	-----

财富攻略 相约健康，追寻癌症研究的“圣杯”	236
-----------------------------	-----

赵晏彪评述 责任是成功的基石	241
----------------------	-----

诺华花絮	243
------------	-----

北京艾信佳华公关策划有限公司执行总裁倪昂利

危机管理：大型企业管理的必修课

——访北京艾信佳华公关策划有限公司执行总裁倪昂利	245
--------------------------------	-----

财富攻略 企业处理危机的诀窍	250
赵晏彪评述 不懂危机管理的企业很难长寿	255
艾信佳华花絮	257

第三篇 与管理专家共视线

北京大学经济学院院长刘伟	261
--------------------	-----

中国企业家的特点及基本精神建设

——访北京大学经济学院院长、博士生导师刘伟	262
-----------------------------	-----

刘伟语录	266
------------	-----

中国职工思想政治研究会常务副会长徐惟诚	268
---------------------------	-----

企业文化与法人道德

——访中国职工思想政治研究会常务副会长徐惟诚	269
------------------------------	-----

徐惟诚语录	274
-------------	-----

中国人民大学教授葛荣晋	275
-------------------	-----

现代“儒商”的精神塑造

——访中国人民大学教授、博士生导师葛荣晋	276
----------------------------	-----

葛荣晋语录	281
-------------	-----

著名品牌管理专家陈放	282
------------------	-----

中国企业品牌经营的八大弊病

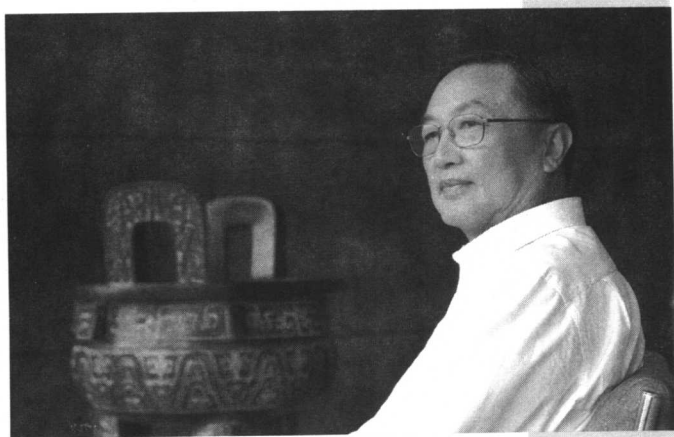
——访著名品牌管理专家陈放	283
---------------------	-----

陈放语录	293
------------	-----

打造百年企业（后记）	294
------------------	-----

第一篇

与中国著名企业家 谈创新与管理



双星集团总裁汪海

汪海是一个特殊人物。他是改革开放后中国第一代优秀企业家，是全国国有企业中第一个敢于“下海”吃“螃蟹”的冒险者、开拓者，也是一个成功者、幸存者。

汪海，1941年出生于山东省微山县，在青岛化工学院毕业后，到青岛化工六厂工作。他从小就梦想成为战地将军，1960年写血书申请入伍。1971年转业回到青岛，翌年加盟双星集团，从此开始了他“市场将军”的征程。

微山湖的碧波，胶州湾的巨浪，战场上的滚滚硝烟，为这位山东汉子塑造了勇敢、坚毅的性格。

勇敢：第一个以企业的名义在美国召开新闻发布会，面对美国新闻界“脱鞋”打广告；最早驰骋欧美市场，被美国誉为“世界风云人物”，中国只有邓小平和汪海两人获此殊荣。

坚毅：亲历市场风雨30多年，写下了成功企业家的辉煌业绩。1987年，国务院为20位优秀企业家授予“金球奖”，现如今只有汪海一人仍然是企业总裁，成为“全国首批优秀企业家”中的硕果仅存者。



汪海的商道真经

我认为一个成功的企业家要符合八条标准：政治家的敏锐头脑、哲学家的思维、军事家统领全局的谋略、诗人的浪漫风情、实干家锲而不舍的苦干精神、外交家的翩翩风度、鼓动家的激情与演说才干、冒险家的胆识与创新的勇气。