

揭 秘 史 玉 柱 投 资 智 慧 的 第 一 本 书

史玉柱的投资经

他，从巅峰到低谷，而后东山再起

他，从负债2.5亿元的中国“首负”，到身价突破

500亿元的超级“股神”

运气使然还是必然结果？

读懂了他的营销，再来读读他的投资

从中国“首负” 到“股神”的投资智慧

李战难◎著

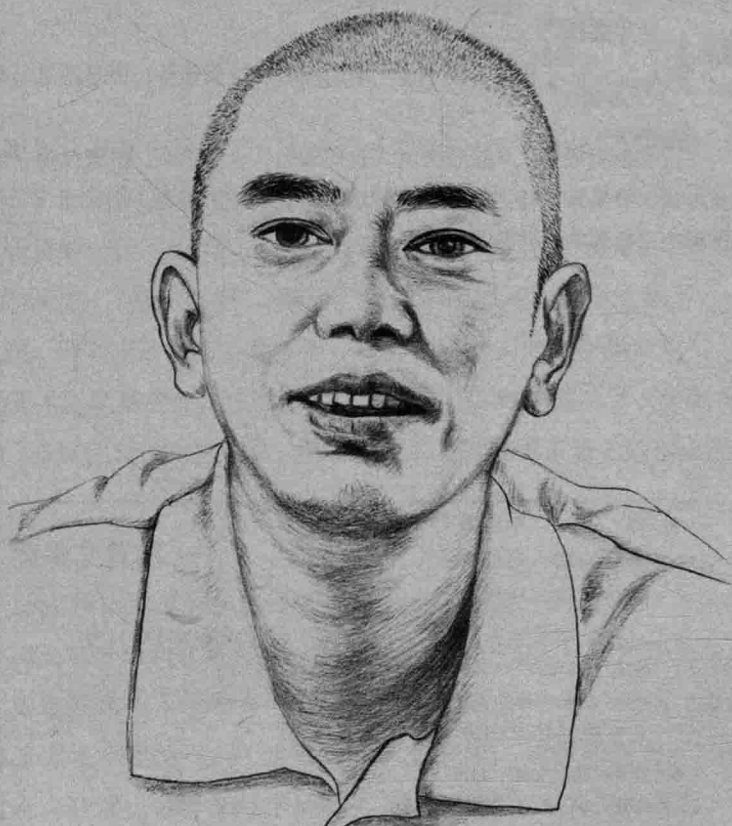


人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

史玉柱的投资经

从中国“首负”到“股神”的投资智慧

李战难◎著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

史玉柱的投资经：从中国“首负”到“股神”的投资智慧 / 李战难著. — 北京：人民邮电出版社，2014.9（2014.9重印）

ISBN 978-7-115-36604-7

I. ①史… II. ①李… III. ①史玉柱—投资—经验
IV. ①F830.59

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第168451号

内 容 提 要

众所周知，史玉柱曾因投资失败，留下过一座烂尾楼和巨额债务；但是他经过努力奋斗，又神奇地赚到巨额财富。

本书围绕史玉柱的投资故事，从投资方向、投资眼光、投资机会、投资风险、投资理念、投资原则、投资方法、投资策略等方面系统梳理了史玉柱的投资智慧，是读者学习商界“超人”史玉柱的投资决策智慧的最佳读本。

◆ 著 李战难

责任编辑 寇佳音

责任印制 周昇亮

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：14.75

2014年9月第1版

字数：212千字

2014年9月北京第2次印刷

定价：38.00元

读者服务热线：(010)81055296 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京崇工商广字第0021号

从中国“首负”到新一代“股神”

近期，史玉柱正在成为股民口中的新一代“股神”。因为大幅增持民生银行股份，一年多下来，他浮盈最高超过 60 亿元，对众多股民无异于是神话。然而，仅用新一代“股神”，并不足以概括史玉柱的投资传奇。1997 年之前，他天不怕地不怕，“横冲直撞”，高呼“要做中国的 IBM”，最后留下了一栋烂尾的巨人大厦，外加 2.5 亿的巨额债务，成为名副其实的“中国首负”。在这之后，他如履薄冰，卖脑白金，投资网游，投资银行，转眼摘掉了“中国首负”的帽子，创造了 500 亿元的财富神话，也因此成为中国商界最著名的东山再起者。

负债 2.5 亿

1962 年，史玉柱出生于安徽怀远县。1980 年，史玉柱考入浙江大学数学系，毕业后分配到安徽省统计局，后被送往深圳大学进修研究生。研究生毕业后，史玉柱选择了辞职下海。他带着东挪西借的 4000 元钱，以及耗费 9 个月心血开发出来的 M-6401 桌面排版印刷系统，到深圳创业。1989 年 8 月，他通过在《计算机世界》打广告卖 M-6401 赚了 100 万元。随后，他以“蓝色巨人”IBM 为目标，创办了巨人公司。到 1993 年 7 月，巨人集团逐渐发展成为全国第二大民营高科技企业。

1994 年年初，史玉柱投资 12 亿元，建设“中国第一高楼”——巨人大厦，

同年，他开始投资保健品行业，脑黄金项目开始起步。1995年，史玉柱发动“三大战役”，把12种保健品、10种药品、10多款软件一起推向市场，总共投放广告1个亿。在这一年，他登上了《福布斯》中国大陆富豪第八位。1996年，巨人大厦资金告急，史玉柱急忙将投放在保健品方面的全部资金调往巨人大厦，导致保健品业务急转直下。1997年年初，巨人大厦未按期完工，债主纷纷上门讨债，巨人现金流彻底断裂。史玉柱背负着2.5亿元的巨额债务离开广东，“北上”隐姓埋名。

三年摘下“首负”帽

受到重创的史玉柱，并没有因此一蹶不振。为了尽快还清债务，他决定将市场潜力广阔的保健品作为投资的突破口。1998年，史玉柱从朋友处借来50万元，开始在江苏的一个县级市——江阴运作脑白金。之所以选择江阴，是因为它地处苏南，临近上海、南京，购买力强，但广告成本相对低廉。

项目启动前，史玉柱进行了一次深入的市场调查，发觉保健品的市场前景非常广阔，于是因势利导地推出了家喻户晓的广告“今年过节不收礼，收礼只收脑白金”。随后，脑白金以“大赠送”的形式正式启动。江阴市场就这样打开了。到2000年，史玉柱靠脑白金创造了13亿元的销售奇迹，并在全国迅速拓展到了200多个销售点。这一年，他还清了全部债务，彻底摘掉了“中国首负”的帽子。

砸55亿浮盈60亿

2003年，史玉柱虽然已经拥有了脑白金和黄金搭档两只“下金蛋的母鸡”，但是他很快意识到，在“其兴也勃，其亡也忽”的保健品行业，把所有鸡蛋都放在同一个篮子里是非常危险的。于是，他开始向保健品之外的行业投资。第一个映入他眼帘的，就是回报稳定的银行业。

仅仅2003年一年的时间，史玉柱就购买了华夏银行股票1.68亿股，民生银行股票1.43亿股。金融危机时，史玉柱也曾经大量减持民生银行股份。但是从2011年3月起，他奉行“别人恐慌我贪婪”的巴菲特理念，在民生银行A股

和H股上大量增持，合计耗资约55亿元，并承诺“三年不抛售民生银行A股”。自2011年年底算起到2013年年初，史玉柱13个月来浮盈60亿，被股民们大呼为新一代“股神”。

做网游，上市身家500亿

除了炒股外，史玉柱还在另一个领域挖掘了巨额财富——网游。2002年年底，史玉柱通过玩盛大公司开发的《传奇》意识到：这里（网游）蕴藏着巨大的财富机会！2004年11月，史玉柱成立征途公司。与大量玩家深入交流后，史玉柱推出了2D写实版网游《征途》，并很快超越了盛大，创造了巨人网络的奇迹。

在这之后，史玉柱又把网游的投资方向转到大中城市、小城市和广大农村地区，在几乎所有中小城市和1800个县建起了办事处，并很快获得占领了绝对市场的优势。2007年11月1日，史玉柱旗下的巨人网络集团有限公司成功登陆美国纽交所，总市值达到42亿美元，融资额为10.45亿美元，成为在美国发行规模最大的中国民营企业，史玉柱的身家价值突破500亿元。

史玉柱投资奇迹背后的投资智慧

截止到目前，史玉柱的投资范围已经包括了保健品、银行、IT、能源等多个行业，他似乎已经成为一个名副其实的投资家。事实上，自复出之日起，他已经从企业家的身份开始向投资家的身份转化。在他迅速落败又迅速东山再起的过程中，他已经修炼成为一位资本运作高手，也越来越像一个典型的“中国式投资家”了——人们只看见他手里有大把大把的钱，却很少有人知道他的生财之道。在史玉柱投资奇迹的背后，究竟隐藏着什么样的投资智慧呢？本书将为你揭开谜底！

目录

第一章 敢想敢做：他曾经被媒体称为“史大胆”和“赌徒” /001

从汉卡 M-6401、脑黄金、巨人大厦到后来的脑白金、黄金搭档、巨人网络，史玉柱呈现给世人的，永远是敢想敢做的“史大胆”形象。史玉柱的敢想，既不是胡想，更不是空想，他有着非常强烈的财富雄心，总在不停地寻找机会，将自己心中的理想转化为现实。

1. 投资不仅要善于发现机会，更要果断抓住机会 /002
2. “要做成中国的 IBM” /005
3. 巨人大厦，投资从 2 亿元增加到 12 亿元 /007
4. 巨人发动“三大战役”，投放广告 1 个亿 /011
5. 绝不认输，借款运作脑白金 /014
6. 投资网游，突破 500 亿身价 /018
7. 砸 55 亿浮盈 60 亿，中国股神就此诞生 /022

第二章 谨慎投资：在投资方面我是很胆小的 /027

从大胆投资到谨慎投资，史玉柱经历了人生的巨变，也从巨变中品味出了投资的真谛。投资中，刚猛的勇者只能风光一时，而沉稳的智者却能得道一世。史玉柱经历了从勇者到智者的蜕变，心中的急躁和激进早已荡然无存，如今他在投资上可谓游刃有余。

1. 战略正确之后，细节决定成败 /028
2. 没有价格与技术的优势，不要进入红海市场 /030
3. 宁可错过 100 个项目，也不错投一个 /033
4. 不熟悉的行业不做，不踏入没有准备的河中 /036
5. 搞投资，没有市场调研就没有发言权 /039
6. 如果没有自己的团队，就不要下手做投资 /042
7. 哪里最严格，就去哪里上市 /046
8. 不得盲目冒进，草率进行多元化经营 /049

第三章 现金为王：做投资不能用杠杆，不能负债投资 /053

史玉柱对现金的重视程度，可谓无人能出其右。史玉柱不容忍巨人不留存或只留存少量的资金，他为巨人留出高达数十亿的现金，这些现金是巨人面对任何危机时的底气。有了足够的现金，史玉柱对巨人的发展前景又有着完善而合理的规划，因此可以最大限度地增加巨人的价值。

1. 让企业永远保持充沛的现金流 /054
2. 企业亏损不一定会破产，但现金流一断企业就会完蛋 /056
3. 我掌管的投资和网游业务负债率为零 /059
4. 行业内我的资本充足率第二 /062
5. 迫使经销商现款拿货 /064
6. 手中有现金，才能轻松应对金融动荡 /067

第四章 吃透市场：谁能摸到消费者的脉搏，谁就可以成为时代的巨人 /071

市场是一只无形的手，看不见，摸不着。在巨人发展的过程中，史玉柱不敢对市场有半点怠慢，他的经验是：市场需要什么，产

品就导向哪里；市场有了变化，产品也应作相应调整。紧贴市场，吃透市场，遵循市场规律，才能牢牢掌握市场的主动权。

1. 我从不琢磨领导们的爱好，只一心一意研究消费者 /072
2. 调研事关营销的大局，没有调研就没有营销的决策权 /074
3. “江阴调查”，挨家挨户找老人聊天 /077
4. 根据本土化的特点和顾客消费心理制定营销方案 /080
5. 脑白金以“大赠送”的形式正式启动 /083
6. 有回头客就能赚大钱 /085
7. 改变消费者固有的想法是完全没有可能的 /088
8. 中国市场是金字塔形的，市场越往下越大 /091

第五章 危机意识：每时每刻提防公司明天会突然垮掉 /095

企业从初创到发展，再到成熟，每个阶段都各有危机，所以，企业经营者应该长期保持危机忧患意识，并且将危机防范列为重要事宜。史玉柱心中的危机意识就是：战战兢兢、如履薄冰、如临深渊，时刻将防范危机放在最重要的位置，锤炼生产先进产品的前瞻眼光。

1. 我没有蔑视规则，而是在琢磨规则，创造规则 /096
2. 韩国人的游戏规则不是法律 /098
3. 亦步亦趋是没有出路的 /101
4. 我看不上《魔兽世界》/104
5. 创意产业的第一要素是人 /107
6. 探索新商业模式是被逼的 /110
7. 永远离破产只有 12 个月 /113

第六章 专注务实：投资十个一个亿的项目，不如投资一个十个亿的项目 /117

史玉柱认为，专注是成就事业的基础。做企业，就要专注于生产研发、专注于品质管理、专注于推广营销、专注于创新实践，企业的一切行动都要聚焦、聚焦、再聚焦。只有将精力专注于企业的发展，才能让企业获得长远的竞争优势，永远屹立于行业之中。

1. 把优势资源集中于某一特定的细分市场 /118
2. 当企业在各个行业四面出击时，丢失的最致命的就是核心竞争力 /121
3. 投资原则是投资的项目越少越好 /125
4. 什么时候都不能平均用力，要有一个主攻的方向 /127
5. 投资要专注：一定要全身心专注在一件事情上 /130
6. 做成功一个店之后你离大的成功就不远了 /134

第七章 收益为先：巨人永远只做利润高的行业 /139

经营企业的终极目的是为了获得利润，利润也是企业生存的唯一基础。巨人只做利润高的行业，对于利润少的行业，即便前景再好，也进不了史玉柱的法眼。史玉柱认为，做企业就是要获得利益，而且越大越好，利润的多少直接反映企业的实力，有实力的企业才有竞争力。

1. 企业不赢利是最大的不道德 /140
2. 巨人不做微利产品 /142
3. 把所有鸡蛋都放在同一个篮子里非常危险 /146
4. 秉持“别人恐慌的时候我贪婪”的巴菲特理念 /148
5. 网游里流淌着牛奶和蜂蜜 /151

6. 赚钱最多的是金融投资，比前两项加起来还多 /154

7. 我看好金融业的投资，主要是银行和保险 /156

第八章 产品是根：没有好产品，投资就是打水漂 /161

产品是企业的根，是企业对外展示的载体。产品能否在市场上打响，直接反映了企业的研发、创新、生产、营销等多方面的实力。在史玉柱看来，同样类型的产品，能够生产的企业比比皆是，想让消费者对你的产品情有独钟，你的产品就必须有独树一帜的特色。

1. 无形的资产是依附在有形的产品上的 /162

2. 举全公司的力量，聚焦一款产品，将其做精、做深、做透 /164

3. 产品本身没有缺陷，但它的成功离不开营销策划的优势 /167

4. 投资产品，需要配合多元化的广告 /170

5. 脑白金和黄金搭档为什么是两个“下金蛋的母鸡” /173

6. 消费品业的确是好行业，但是赚钱太辛苦 /177

7. 投资新项目，一定不能投吃的项目 /180

8. 现在及未来五年，贷款仍将是十分紧俏的商品 /182

第九章 高瞻远瞩：不做投机性买卖，要做长线战略性投资 /187

只想着短期利益的人，是投机分子，而投机行为非常不利于企业发展。只有高瞻远瞩的企业家才能把握机遇。史玉柱投资时永远着眼于未来，他的每一笔投资都让巨人不断增强可持续竞争力，为巨人的未来奠定坚实的基础。

1. 资本市场需要多些长线投资者 /188

2. 产品要有较长的生命周期 /191

3. 尽早进行品牌战略规划 /193
4. 做全国性市场，一定要先做一个试销市场 /196
5. 巨人网络现在的投资只能是战略性投资 /199
6. 股市，价值投资为主才健康，投机为主就变赌场了 /202
7. 做股权投资，别想着短期抛售，要有拿得住的心态 /205
8. 到现在，我投资的两只银行股赢利近 40 亿元 /208
9. 金融业最有前途的是保险 /211

附录 史玉柱大事记 /215

| 第一章 |

敢想敢做：他曾经被媒体称为“史大胆”和“赌徒”

从汉卡 M-6401、脑黄金、巨人大厦到后来的脑白金、黄金搭档、巨人网络，史玉柱呈现给世人的，永远是敢想敢做的“史大胆”形象。史玉柱的敢想，既不是胡想，更不是空想，他有着非常强烈的财富雄心，总在不停地寻找机会，将自己心中的理想转化为现实。

1. 投资不仅要善于发现机会，更要果断抓住机会

“投资不仅要善于抓住机会，更要果断抓住机会。”

——史玉柱

20世纪80年代，电脑还是一种稀缺的东西。很多人都不了解它，更多地将它定义为神秘的高科技产物。当时国内电脑设备相对落后，对汉字输入的支持很不成熟，由于处理器和内存等方面的限制，电脑还不能支持软字库，必须借助外挂设备。

史玉柱念大学时就敏锐地感觉到，随着汉字全拼，特别是王永民发明的汉字五笔输入法的成功开发，汉字的输入问题已经得以解决，电脑软件的“中文文化”问题，将成为电脑能否在中国普及的关键。史玉柱发现了商机，便利用学校的电脑着手开发中文处理软件。研制成功后，他把软件压缩成了一种可以装进电脑主机里的卡，取名“汉卡”，将这款产品命名为M-6401。经过反反复复的可行性论证，史玉柱相信自己的“M-6401桌面文字处理系统”已经能够经得起实践检验，应该展翅高飞了。

1989年研究生毕业后，他果断辞去处级干部职位，毅然下海。1989年7月，史玉柱怀揣独立开发的“M-6041桌面文字处理系统”软盘南下深圳。临行前，他慷慨激昂地留下了“如果下海失败我就去跳海”的豪言。

当时，史玉柱身上只有东挪西借来的4000元钱，等待着他的，到底是什么呢？

有了产品，想要把它卖出去，必须有个公司。史玉柱找到了当时深圳大学一位在科贸公司兼职的老师，这位老师听完产品的介绍后，对史玉柱十分赏识，并将公司的电脑部承包给他，让他自主经营，每个月只需上缴固定的管理费。

有了自己的公司、自己的产品，史玉柱开始了软件的销售。但当时，他除

了一张营业执照和花得所剩无几的钱，就一无所有了。

想卖电脑软件就得有电脑来展示，当时深圳最便宜的电脑也要卖 8500 元。为了能买到电脑，史玉柱想到了延期付款的方法。他找到一家专门卖电脑的公司，向公司经理演示自己的软件，说：“我就卖这个产品，但我现在没钱，你让我先把电脑拿回去，我估计半个月内会有钱。等我的电脑软件卖了钱，会给你多付 1000 元。”经理同意了，史玉柱靠赊账得到了他平生的第一台电脑。

为了尽快打开软件销路，史玉柱想到了打广告。利用广告效应壮大自己，确实是好办法，但问题是打广告需要钱，而史玉柱当时根本没有钱。他想的方法还是“赊”，先打广告后付钱。史玉柱跑到北京，闯进如日中天的计算机世界报社广告部，拿出自己研制的软件演示给广告部主任看，以说服对方同意自己赊账做广告的要求。经过不懈的努力，广告部主任同意给史玉柱打三期 1/4 版广告，广告费是 8500 元，15 天之内必须还款。

1989 年 8 月 2 日，《计算机世界》第一次刊出了史玉柱的 M-6401 中文软件广告，广告语出惊人——“M-6401，历史性的突破”。这是史玉柱第一次做广告，这位未来的营销奇人正式上位。

广告打出后，等待的日子总是让人感到无比煎熬。广告登出后 12 天，无人问津，史玉柱分文未进。就在关键时刻，转机出现了。第 13 天，他一下子收到三张邮局汇款单，一张是 8820 元，广州某公司批发 3 套；另外两张是零售汇款，每张 3500 元，共 15820 元。

这笔汇款，不仅挽救了史玉柱的小企业，也昭示着未来“巨人”的正式起步。此后，一张张订单纷纷飞来，到了 9 月下旬，软件销售额已超过 10 万元。史玉柱把 10 万元全部投入广告中，持续扩大影响。4 个月后，M-6401 产品回款 100 万元，半年之后回款 400 万元。1991 年 4 月，史玉柱注册成立巨人集团的前身——巨人新技术公司。

在发现机会上，史玉柱有着敏锐的眼光。而在实践机会上，史玉柱也有着果敢的作风。他不畏风险，坚定执着，最终快速成功。

(1) 面对机会要一往无前

在面对机会时，很多人一边畏惧未来，一边留恋现在，最终在安逸与风险的对决中败下阵来，终生碌碌无为。而成功者，却永远敢想敢做，能够排除一切险阻将心中的构想付诸实践。

史玉柱无疑是勇抓机会的典型。作为硕士研究生，27岁已经成为处级干部，又受到领导赏识，其未来仕途可谓“不可限量”。但他还是以一句“如果下海失败我就去跳海”的豪言，向所有人宣告自己追求理想的决心。

成功者不会安于现状，亦不甘于满足现状。想要成功的人，面对机会必须勇敢走出第一步，以无退路的方式前进，激发自己全部的能量。若心坚定，相信在不久的将来，你也会收获一份属于自己的成功。

(2) 早做成功的准备

或许，在今天看来，史玉柱当初的发现纯属偶然，但那却是他对国内计算机市场最重大和最前沿问题思考的结果。

机会是无时不在、无处不有的，但它只垂青那些有准备的人。希望获得成功的人，应该有一双慧眼去敏锐地发现机会，并抓住机会。如果没有敏锐的触角，没有决断的才能，没有拒绝的勇气，就不能及时做出正确决策，在市场变幻中束手无策。从某种意义上讲，人生就是一种选择。特别是当一个人正处在十字路口时，瞬间的选择将决定你日后的道路是暗淡还是辉煌，是狭窄还是开阔。

投资经

“万事开头难。”这也是很多人看到机会，却甘愿放过机会的原因。他们害怕磨难、害怕挫折、害怕失败。但是，想创立一番事业，就必须经过一番艰苦卓绝的斗争。这种与磨难抗争的诗篇只有成功者才有机会谱写，也是渴望成功者必经的过程。

2. “要做成中国的IBM”

“IBM 是国际公认的蓝色巨人，我用‘巨人’命名公司，就是要做中国的 IBM，东方的巨人！”

——史玉柱

立下宏伟目标不困难，困难的是如何去实现这个宏伟目标。但在史玉柱看来，目标越宏伟就越有挑战性，他从来不怕困难。

当时要在 IT 行业做广告，《计算机世界》几乎是唯一的选择。赚到第一桶金后，史玉柱的广告轰炸便开始了，可谓铺天盖地。M-6401 月销售额很快攀升到了 500 万元。1989 年年底，史玉柱已经挣到了 3000 万元。

1990 年 1 月，金山软件公司推出 WPS 软件，立即在市场上引起轰动。史玉柱意识到情况不妙，认为必须升级 M-6401。经过 150 天日夜奋战，M-6402 问世。在 M-6402 投入市场时，WPS 已经大幅度超越 M-6401。虽然 M-6402 缩小了和 WPS 的差距，但还是无法超过 WPS。

M-6402 产品受到冲击，需要继续升级。在此过程中，巨人新技术公司宣布成立。史玉柱掷地有声地向中国计算机界公布自己的想法：“IBM 是国际公认的蓝色巨人，我用‘巨人’命名公司，就是要做中国的 IBM，东方的巨人！”

1991 年 8 月，M-6403 面世，这套软件在造字功能、自定词组、联想功能、编辑排版系统等方面有独到之处，终于在和 WPS 的比拼中占到了先机。

在 1991 年的最后两个月里，M-6403 以惊人的速度给巨人公司创造了数以千万计的收入。巨人公司的员工增加了一倍，达到 30 人，M-6403 的净利润达到了 1000 万元。

1992 年 7 月，巨人实行战略转移，由深圳迁往珠海。转移阵地的珠海巨人新技术公司迅速升格为珠海巨人高科技集团公司，注册资金为 1.19 亿元人民币，