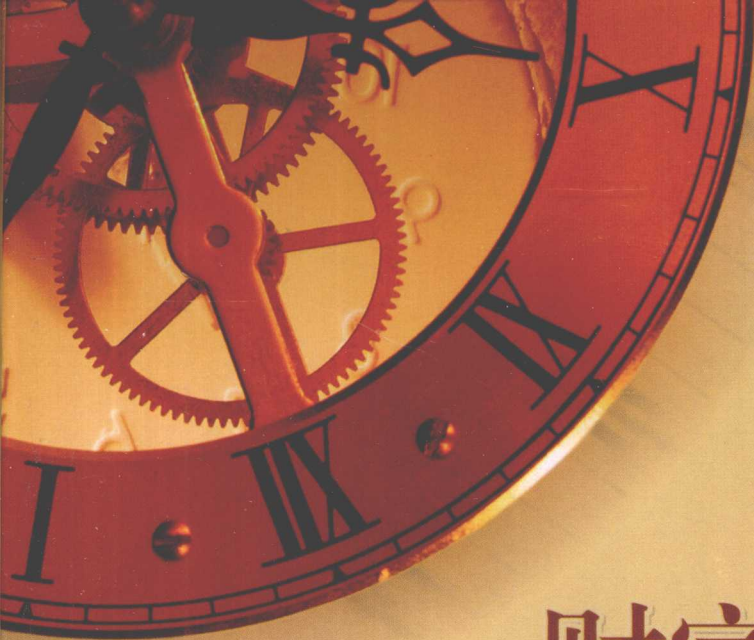




财富的邀约

“霞飞之父”曹建华的新梦想

傅亮 著

“霞飞之父”曹建华，用四十年的呕心沥血撑起的传奇创业史。
用知天命的岁月换回——



YZLI0890146030



世纪出版集团 上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

财富的邀约:“霞飞之父”曹建华的新梦想/傅亮

著. —上海:上海人民出版社,2011

ISBN 978-7-208-10395-5

I. ①财… II. ①傅… III. ①曹建华-生平事迹
IV. ①K825.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 230729 号



出品人 邵敏
责任编辑 林岚 方蔚楠
封面装帧 赵瑾
摄影 郑宪章 张伟

财富的邀约:“霞飞之父”曹建华的新梦想

傅亮 著

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 720×1000 1/16 印张 12 插页 3 字数 178,000

2011 年 12 月第 1 版 2011 年 12 月第 1 次印刷

印数 1—53,000

ISBN 978-7-208-10395-5/K·1839

定价 28.00 元

财富的邀约

“霞飞之父”曹建华的新梦想

傅亮 著



YZLI0890146030



世纪出版集团 上海人民出版社

曹建华实话实说

消费关系到民生，关系到人们的生活质量，也关系到国家经济发展的动力和前景。只有在研究消费时，发现新的问题，纠正以前的误区，还消费者一个公道、公平，才能彻底改变目前诸如商业欺诈等等“乱象”，真正链接起产、供、消，产生良性循环。“我爱我买”就是在做这件事。

——关于民生

天下没有不可能。只要你这样想，就会去作很多不同寻常的努力，获得很多不同寻常的结果。也因为有了这样的信念，所以我做到了很多“第一”，而且就算摔倒了很快也能东山再起，失去了很快就能从头再来。总之，我认为我行，我就行。

——关于信念

一般说，商家通过给你打折达到促销的目的，其实是为了让你更多地消费，甚至盲目消费。我要彻底改变这种模式，打造一个大平台，在那里，你除了得到打折的实惠，还会获得商家理应让给你的利润作为你的投资，让它继续给你利益，既为你创造更丰厚的回报，同时由你来左右生产商的发展方向，让你消费得更放心、更实惠。只要你消费，就承认你进行了投资。

——关于改变

我很欣赏这句话：“治国以富强为本，而求强以致富为先。”有人卖认购证发了财，有人炒房赚了钱，抓住机遇，致富的手段当然很多，但对普通民众来说，你的日常消费就是天大的机遇，只要有了一个平台，中国人从此不用再省吃俭用，照样可以“消费养老”。

——关于机遇

财富拷克箱不会满满地送到你手上，但是你完全可以提着空箱上路，目标就是勇敢地装满它！一个没有勇敢精神的人，是不可能拥有任何开始的。哪怕开始的结果是失败与挫折，但是你如果连开始的勇气都没有，那就不会拥有一切。

——关于勇敢

每个人都有独特的一张脸，我们中国13亿人应该有13亿张丰富多姿的脸庞，绽放健康、快乐与个性。我的理想就是寻求中国人的美丽，激活几千年潜伏内心的追求，让中国普通百姓时髦地消费、时髦地赚钱、时髦地生活。为此，我要向大家发出财富之约，让一场新的“财富风暴”席卷中国。

——关于理想

除了闯红灯，我不会去触犯任何法律和法规。但我希望人们看世界的标准要灵活，要实事求是，不能死守定律，不能一刀切。再者，闯禁区的人不能闯祸，这是原则。

——关于原则

我既是做企业，又是做事业，做企业赚钱，做事业花钱，但企业不能光想自己赚钱，还要为国家作贡献，要思考如何为国家解决一些问题。这应该是兼而有之、不可偏废的。

——关于贡献

序

丁锡满/文

早在上个世纪八十年代，我就听到了一个十分响亮的名字：霞飞。她像一位长着翅膀的仙女，从东海之滨的川沙升起，随着早晨的彩霞，飞之舞之，飞遍了中华大地的上空。与“霞飞”这个品牌同样响彻申江之滨的还有一个名字：曹建华。他是“霞飞”的创始人，改革开放之初上海第一代农民企业家。在那时，曹建华的名字几乎家喻户晓，我就在那时认识他的。

可是到了九十年代以后，“霞飞”停“飞”了。再几年，曹建华也雪藏起来，不知到哪里去了。直到一年以前，在锦江小礼堂一次有关“消费养老”的研讨会上，才见到曹建华重出江湖。曹建华这个人，要么不鸣，一鸣就惊人。原来曹建华并没有退隐山林，而是在卧薪尝胆，积聚力量，准备东山再起。他一复出就站在了高起点上，以家帝豪集团董事长的身份亮相，推出一个令人瞩目的创新业绩“消费养老”工程，并且创办了“525m”网站作为消费养老工程的载体。

曹建华是个传奇人物。

他“大器早成”。还在十七岁时，就当上了生产队队长，领导四百户人家，管理二千亩农田，居然创造出粮食亩产二千斤的奇迹。一个少年要管理一个大村庄，真是神了。八十年代的中期，他又以五万元集资款起步，创造了“霞飞”化妆品，达到了年销售额5.8亿元的神话。当时上海的农民企业家还屈指可数，曹建华冒了尖，一下子就成了著名人物。

在中国第一代农民企业家中，很多人都有过大起大落的经历。曹建华也遭受过挫折，遭受过打击。我以为他同别的败落的农村改革者一样，从此销声匿迹了，谁知一声响亮，他又突然冒了出来，让人刮目相看。

他现在经营的“525m”网站，既是商业经营模式，又是惠及社会的善举。因为起点高，来势猛，又是创新的模式，还未能被普遍认同，因此误解非议和质疑随之而来，曹建华的事业成为有争议的事业。但是曹建华并没有因为非议而知难而退。凡是认准了的，就一往直前。现在误解渐消，浮云风散，曹建华的头顶又出现了青天。

这个人的经历真可以写一本书。

当我这样想的时候，说到曹操，曹操就到。日前我得到了傅亮先生的一部

书稿《财富的邀约》，写的正是曹建华的传奇。傅亮先生是写作的行家里手，曾参与编辑《中国当代企业家丛书》，现在又专业从事文化财经研究。他为曹建华写传，就像一位高明的画家，刻划得形神兼备，既写了曹建华的经历，又写了曹建华的事业，更写出曹建华的精神。我以为，曹建华是改革开放的产儿，是众多中国农民企业家的缩影，曹建华的路就是第一代改革家的成功之路，曹建华的传记是欲成大事的创业者的一部教科书。

那么曹建华精神会给我们一些什么启示呢？

我以为，读了《财富的邀约》这本书，至少有三种精神会感染我们每一个读者。那就是创造精神、不屈精神、利众精神。

曹建华从“霞飞”、“奥丽斯”到“超天美容宝”到现在的“消费养老”，每一个产品，每一项事业，都是一次创新，都是一次闯关。特别是他提出“消费养老”这一经营理念和养老模式，更是想人所未想，做人所未做的惊世骇俗之举：“你买了我的商品，你就是到我这里投资。消费就是投资，消费能够产生利润，你花了钱，除了得到价钱公道的商品，还能得到一笔你意想不到的养老金。你消费者得到了额外的好处，我经营者也还是有利可图。”这样的模式，只有曹建华想得出来！曹建华说，“我的人生开创过很多‘第一’。现在，我要再开创一次前无古人，后有来者的‘第一’，那就是说中国消费者第一次品尝消费作为投资的快乐，第一次体验消费者成为股东的自豪……”纵观三十多年中国历史的变迁，我们看到一条规律：创业必须创造，创造精神是每一个成功企业家的共有精神，而曹建华又是这些企业家中的佼佼者。

曹建华在创造了“奥丽斯”著名品牌之后，受到了一次他从不愿提起的挫折，几乎让他多年的努力前功尽弃。要是一般人，可能会就此消沉。但曹建华不。他是个勇敢的人，顽强的人，不相信挫折的人。他相信自己的努力可以改变一切。曹建华有一句名言：“我认为我行，我就行。天下没有不可能！”大智者才有大勇，而大勇又激发了大智，曹建华依靠勇气和智慧开拓出一条通达彼岸的大路。他这种坚毅的精神，不屈的精神，自信的精神，应该成为人们克服困难的动力。

中国发展到今天，能够成为世界第二大经济体，除了改革开放的方针政策，千千万万的企业家都是历史进步的推动者。每个企业的发展，既为国家做出了贡献，也为自己积聚了财富。有了财富之后，怎样对待财富，各种人有各种不同的价值观。有的把追求财富作为一种欲望，完全为了一己之私，在财富积聚过程中便不顾道德法纪，不择手段，伤天害理。这样的企业家，在今天的中国，不能说只是“少数”。有的企业家，随着财富的增长，社会责任也随之增长。他们除了利己，还有利他。对于他们来说，财富只是一组数字。日有三餐饭，夜有五尺床，个人和家族，能用掉多少呢，应该考虑取之于民，用之于民。曹建华就是这样的企业家。他在做霞飞时，有一千多万元厂长绩效提成，他自己只拿

了四十多万元，其余都用来做善事，给村里造公路，给孤老发红包，给全乡每一个残疾人发补贴。现在他践行的“消费养老”理念，也是为国家分挑一部分负担，为消费者的晚年生活建立一种保障体系。凡是买一次“525m”购物平台上的东西，就是一次投资，连续购买十年，不但商品享用了，十年后还可得到超过购物付款总数的回报。这听起来是一种神话，但却是现实。我是一个总是带着怀疑的眼光看待当今企业家的人，我认为，贪官和奸商，是当今社会的两大祸害。但是在我研究了“消费养老”的商业模式以后，我相信曹建华，相信他有善心。我不是说他无私，我是说他聪明。他看起来把百分之八十的利润返回给消费者作为养老的积分，自己只得百分之二十。但是他把蛋糕做大了。蛋糕越大，加入“消费养老”的购物队伍越多，他就越赚钱。所以“消费养老”是件利众又利己的双赢美事。正如曹建华自己说的：“我既是做企业，又是做事业。做企业赚钱，做事业花钱，但企业不能光想自己赚钱，还要为国家作贡献，要思考如何为国家解决一些问题，应该是兼而有之，不可偏废的。”

完全无私的企业家是没有的。一个企业家如果能做到既利己，又利众，既为企业，又为国家，两者兼而有之，这就是一个好企业家。不管你相信不相信曹建华所说的话，但是他的“消费养老”事业，客观上是有利于国家，有益于大众的，是一项宏大的善事工程。为富不仁，千夫所指，人所不齿。心存善念，还富于民，那是千百年来中国生意人的传统美德。看了《财富的邀约》这部书，我认为曹建华的传奇，曹建华的心路，他的创造精神，他的不屈意志，他的利众思想，不但可以成为当代企业家的借鉴，也是我们任何人、做任何事业的成功之路。

丁锡满，笔名萧丁，知名的诗人、散文家、评论家。曾任中共上海市委宣传部副部长、《解放日报》总编辑、上海市新闻工作者协会主席、上海摄影协会会长。

前 言

曹建华，一个成长于清贫家庭的农家孩子，曾以舍身堵水渠决口的勇敢和娴熟准确地抓捕珍稀黑鱼的机智，创造了当代中国民族化妆品牌崛起的神话。他抓住了很多人没有抓住的机遇，也承受了很多难以承受的苦难。

经历了几十年商海的沉浮跌宕，在一次又一次情感与道德、理念与现实的碰撞与裂变中，在一次又一次的阵痛折磨与人生激荡后，他没有变成一个越来越淡漠和冷酷的商界大鳄，在这个纷繁复杂的商业舞台上站立着的依然是一个淡定睿智、梦想依旧的男人。他站在那里，带着父辈的勇敢和坚强，用翻越了无数人生雪山与草地的身躯，在许多误解、嫉妒、怀疑、羡慕和质疑声中，艰难地树立起一面布满弹孔的旗帜，透过那密密的弹孔，人们能够看见璀璨的理想星空，以及远胜于普照着灵光的温暖叩击。

如果仔细聆听他所说的话，就能够更加接近真实的他，他用四十年的呕心沥血撑起了一个男人不惑的商业认知，他用知天命的岁月换回了一个新梦想的启航，他的经历可以让一个同龄人找到命运的同生共感，可以让一个晚辈多一些理性和现实的面对与思索。这里展示的不仅仅是一个商业神话，还是一个有心灵、有灵魂、有头脑的商业领袖，他的视野和勇气，他的征服能力，他的激发艺术还有他如何鼓励他的团队，度过意外的难关，激发斗志，将企业带向一个又一个新的高度。他用他的方式要求我们所有人和企业去追求卓越与幸福。



目录

引 子

- 层层警觉中的邀约 / 010
激情的演讲者和质疑的声浪 / 012
这是不是一个商业阴谋? / 016
叫板, 不如实践 / 018

第一章 属羊的商人

- 勇敢让你开始 / 024
17岁的生产队长 / 026
领先一步的“小赤佬” / 030
开先河的祖传基因 / 032
有机会就不怕冒风险 / 035
乡下人的大手笔 / 039
勇敢者的伤痛与沉默 / 043

第二章 天下没有不可能

- 秋林公司的霞飞风暴 / 053
霞飞在上海创造了很多第一 / 057
与朝南坐的大佬决战 / 059
巨星代言广告始作俑者 / 064
他量出了金字塔的高度 / 067

第三章 时髦就是不断超越

- 不“时髦”, 就不是曹建华 / 073
拿什么超越奥丽斯? / 076
我不要制造, 要创造 / 079

让中国美容品牌冲出夹缝 / 081

“我爱我买”诞生记 / 084

ETF：从厂家直达家庭 / 087

“消费养老”财富计划解密 / 088

第四章 我要承认你的投资

一个故事引发的愤怒 / 096

不彻底的山寨革命者 / 099

不死的“霍布森之门” / 102

消费资本论的第一位中国实践者 / 106

“我爱我买”的承诺 / 108

第五章 穿越折扣的疑云

颠覆传统的戴尔直销 / 116

一座千亿市场的金矿 / 118

一个需要解答的简单问题 / 119

打折是豆渣，资本是种子 / 125

第六章 还富于民不是梦

90岁老母的坚守与幸福 / 137

不是输血，而是造血 / 140

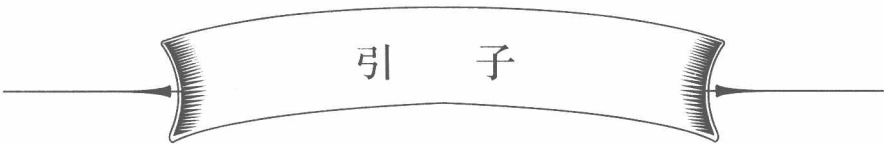
让我们忧虑的“医改三笔账” / 143

我们还没有足够的养老保障 / 148

“我爱我买”的时代贡献 / 150

尾声：美神心缘 / 164

财富对话录：空气在颤抖，仿佛天空在燃烧 / 172



引子

层层警觉中的邀约

21世纪的开局10年，转瞬即逝。

风云十年，中国走向巨变，在此期间，中国加入了世贸组织、举办了北京奥运会和上海世博会，在世界确立了不可忽视的影响力和国际地位。

21世纪的这些年，中国的政治、经济和民生也发生了本质意义上的巨变。民主体制的渐渐完善、市场经济的持续发展，尤其是更为关注民生的国策，给中国百姓带来了空前的机遇和希冀。

人们活得更自由了。但正如一个前所未见的大市场，当它以前所未有的速度、包容和尝试，试图营造一个让人眼睛彻底放光的全新天地时，总是无法避免良莠不齐、鱼龙混杂和真假难辨的事物。

很多拥有卓越智慧的人，无疑获得了空前的能量释放，但他们尚且懂得，以合法、合理、合群的方式，以良知和实力去抓住机遇，获得成功。

而与此同时，很多心术不正、投机钻营者亦频频走上舞台，或混淆、或蛊惑，他们觉得，“忽悠”也能使他们在这个时代占得一方水土、安营扎寨。

于是，我们的国度诞生了太多的“山寨”。

于是，“雷人”在一夜间风行南北，蔚为时尚，不分是非。

著名财经作家吴晓波在他那本6年重印28次、被评为“影响中国商业界的20本图书”之一的《大败局》中，解读了十大著名企业盛极而衰的失败原因：一个个国内很著名的企业，在它们“花样年华”的日子里突然灰飞烟灭，突然无声无息地倒下了！如同一个个鲜活的生命突然地枯萎所带给人们的震撼。这是一个令人激动的年代，无数的机会令人心动，一个伟大品牌往往在一瞬间便打造而成；这也是一个冒险的年代，未知的风险又令每一个人不寒而畏，成功者往往在一瞬间灰飞烟灭……

中国企业的大败局，仅仅是一个缩影。的确，要质疑的太多。点子大师入狱、神话企业倒闭、商界大亨违规，直到假唱、代考、假学历等，当这些病毒纷纷袭来，人们对症所下的猛药，竟也到了舍本逐末程度。在20世纪80年代人们建立起来的对开拓者与探索者的理想型崇拜，已在无数的丑闻与颠覆中，异化为漠视与排斥。直接导致的结果是：要么以同样的手法搞笑调侃，要么一概对新生事物抱之以不屑和质疑。

一篇网帖、一个网民、一起事件，可以在一夜之间被“制造”成为热点，“网络水军”创造的“奥巴马女郎”、“凤姐”、“小月月”、“民女郭寒韵”，在“不求美名，只求成名”的恶俗逻辑下，以极丑为美、以极放肆为荣，更有甚者，甘为小丑，居然可以在一瞬间吸引公众眼球，成为新闻标记。

几乎所有制造热点的人，其目的都是由利益所驱动。这种把混淆是非、恣意跨越道德底线与人权的解放、平等的崇尚视若等同的劣行，似乎在侵染越来越多的人心。

这究竟是一个怎样的现实？

面对新世界，中国人普遍在疑问中观望、冷语、甚至嘲讽、责难。

“狼来了”，已经听得太多了。

“激荡30年”中的最后10年，信任，已经成为每个人行动前再三拷问自己的必须。

此刻，向公众郑重推出一个建议和承诺，是需要勇气的。尤其当这个建议和承诺，与财富密不可分时。

本书的主人公曹建华，就在这样的氛围中，不慌不忙地对世人说：

听我的，我能让你更有计划、更健康富有、更安全快乐！

他为人们描绘了一幅中国人未来的生活图景：一场消费革命，即将以网络风暴席卷中国。你可以自由点击键盘，作出购物选择——在专业网站上购买消费品，你就可以轻松拥有已经获得的产品以外的价值，在你消费的同时，你的忠实度使你可以拥有更多的保障，包括在未来你可以多出一笔可观的养老费用，使你在不知不觉中解除养老的后顾之忧……

这个曾经创造过“霞飞神话”的健硕男人，这一次要颠覆的不仅是女人的“面子”概念，这一次他要颠覆的是全民的生活理念，让人们在经历了炒股和炒房投资概念风潮之后，迎接一个信息与法制时代看得见、摸得着的“全民财富计划”！

激情的演讲者和质疑的声浪

2010年11月，上海一个寒冷迟到的初冬，中国2010年上海世博会刚刚在这座海纳百川的大都市降下精彩的帷幕。温热的阳光投射在上海苏州河边一幢型似航母的大楼上，发出柔和的光泽。中国最具知名度的商业街——南京路，就在不远处散发着经久不息的人气和魅力。就在这幢紧邻大都市最繁华市中心商业区域的大楼内，一群人正在紧张有序地忙碌。看得出，这是一家乔迁新居的企业，正在为未来的事业重新定位。

上海家帝豪电子商务有限公司董事长曹建华站在投进融融阳光的巨大玻璃窗前，心潮澎湃。视野中的苏州河水光潋滟中活力四射。也许再过若干年，这个地方将载入中国当代市场经济具有代表性事件的史册中——一个创业40年仍孜孜以求的企业家，在此创立了一个全新的商业模式：“我爱我买，消费养老”！

但现在一切仅仅只是一个开始，而且伴随着这个开始的，是太多不一样的声音，和各种各样复杂的目光。

霎时间，各种各样的猜测声、质疑声此起彼伏：

“一元钱就买一元钱的货，哪有什么多年以后还可以把钱回馈给你养老的事？这肯定是噱头……”

“是商人总要赚钱的，只听说过嫌赚得少的，哪有真把利益让给消费者的？那是圣人不是商人……”

“这个人做了这么多年生意，肯定比猴都精，我看他就是变个法子，大行商贾之道！”

“听说他过去是……呵呵，我看……”

此时曹建华的团队中也有人沉不住气了，众口铄金啊，原本挺好的理念怎么就被歪曲成这个样子？这样下去会不会白的也被说成是黑的了？这么多质疑是不是说明这个商业模式不可行呢？

坐在宽大办公桌后的曹建华，面对着流言蜚语却异常的冷静和沉着，这份好脾气让熟悉他的人都有些诧异。曹建华的骨子里有着他父亲——那位老红军战士的耿直和烈性，多年来这种宁折不弯的火爆脾气曾经让他吃了不少苦，挚友、家人多次建议他要改一改，可他曾笑言自己是“茅坑里的石头又臭又硬”，改不了的。但今天，在面对这么多误解、质疑，甚至是不怀好意的以讹传讹之时，这块“石头”怎么能够如此镇定呢？是学乖了？还是原本就心虚？抑或是另有原委？

曹建华召集起他的团队说：“唾沫星子是可以淹死人的，不过水能覆舟亦能载舟，我们现在需要的是冷静、冷静再冷静，学会在大家的质疑声中捕捉有效信息，看看我们的这个设想中，还有没有需要改进和完善的地方。在我国，电子商务起步不过十年，养老概念也只普及了二十年左右的时间，而消费养老要让大家听进去、听明白并接受，确实不是一件容易的事情。我们要经得起怀疑、经得住怀疑，只要出发点是良善的，一切声音我们一定都要认真地去倾听、去思考，这样，我们的这个商业模式才能够真正成功。”他的坚定和镇静让跟随他多年、目睹过曹总的脾气，本觉得委屈和无奈的助理，终于领略到了这个在海边长大的男人于商海沉浮了多年以后的成熟和淡定。

曹建华的新商业模式，并非是柏拉图式空想。自21世纪开端，他观察了10年、思考了10年。的确，在这10年中，中国人变得更智慧、更时尚、更活跃、更会生活了。每个人都在摆脱愚昧和盲目，每个人都在思索如何让自己生活的环境、让自己的生活更美好。因此，怎样让自己更健康、更美丽、活得更精彩，怎样让自己更有钱、积累更多的财富，怎

样抓住时机和渠道去提升自己的品味和阶层，怎样让自己及家庭的未来更安康、更有保障，已经成为中国人的普遍话题和公众目标。

于是，当年曾创造民族化妆品品牌奇迹的“中国美神”曹建华，决定推出他的全民方案——“我爱我买、消费养老”的全新商业模式。

曹建华的商业模式通俗地描述就是：如果你使用“我爱我买”电子商务平台购买产品，除了能够获得和其他购买渠道同样的优惠和质量保证以外，还可以同时参与消费养老的多年计划。也就是说，如果你每月在该网站消费到180元以上，并且连续10年在该电子平台上按月消费购物，那么10年以后，你可以获得等值于10年消费总额的养老金，也就等于这10年是免费购物的！在此基础上，还有后续25年的长期养老计划……

依照曹建华的愿望，这是一项“还富于民”的计划，充满着激情与理想。其核心理念就是：用百姓日常保健与居家生活常用的消耗品为媒，让百姓通过消费获取养生养老金，老有所依、老有所养！为此，曹建华豪言：“有生之年，我要让几千万人的养生养老问题得到最大化的保障。我将为诺贝尔和平奖奋斗终生！”

但是，正如真理刚诞生时总要遭到质疑一样，在当下功利主义导致伪真理、伪科学、伪市场泡沫横生的社会，曹建华的豪言话音未落，即刻便遭遇了人们、甚至熟悉他的同伴的一片提问声——

消费者在消费后还能赚钱，有这样的好事吗？

他的产品和企业真的能创造如他所承诺的利润吗？

他为“我爱我买”创立的家帝豪公司真的能存在25年以上而不倒闭吗？

他的理想是关注民生，但他的运作谁来监督、谁来确保我们的利益？

他的计划有理论依据、获得国家与政府支持、具备法律程序和效力吗？

……

一连串的疑问，凝结在每一个与曹建华一样向往美好新生活的人们的眉梢，而结果是：针对曹建华的质疑声盖过了喝彩声。

一个年轻白领质疑：“他的公司不是银行，也不是保险公司，他承

诺的回报可靠吗？”

一位中年人说：“我不认识曹建华，但我知道，这个世界上应该不会有愿意把80%利润让给消费者的企业与老板。他这是在懵我！”

一位每天提着菜篮子上菜场的大妈不解地说：“如果曹建华真的是个慈善家，那么80%的利润在买他产品时直接让给我，卖便宜些，不就行了吗？先提价、再让利，这种事我看得多了，他倒是变本加厉，嘴上说着让利80%，实质却要我把这笔钱给他用，他亏了怎么办？谁干啊！”

一位年逾古稀的老人，在了解了这个计划后，疑惑道：“25年？哪怕是最短的10年计划，也太漫长了！恐怕我等不到这个时候了！”

一名离休干部总结道：“健康养老？这个事应该是政府的事，难道他一个企业想取代政府？谁来认定他的资格，谁来作保障？他的计划，有点像传销，弄不好百姓受害，他曹建华也会毁了一世英名。我劝他还是趁早悬崖勒马吧！”

如果说当年“霞飞”问世是人见人爱、趋之若鹜，那么如今“我爱我买”的诞生，民众的态度则是疑窦丛生、噤若寒蝉。于是，当2007年“我爱我买”产品尚处于襁褓之中，即遭遇相关部门介入调查，“传销嫌疑”风传四起……

多年的老友不忍看他再动荡，劝他趁早“悬崖勒马”，干吗还那么固执呢？都五十几岁的人了，守着老婆孩子过好日子不是很好吗？何必还为什么理想扒心掏肺呢？弄不好吃不到羊肉还惹一身骚！望着还未成年的一双儿女，望着妻子关切的目光，曹建华陷入了沉思中……

梦想和现实之间有时真的是很难相连，这一次又似乎有太多可以放弃的理由和机会，一个没有所谓好背景和好出生的农民企业家，想做点实事、善事真的是太难了。

但是，曹建华还是行动了。

几个月后，相关部门的调查结束了，没事！了解和理解他的设想与理念的人多了起来，他把“我爱我买”的总部，设在了重新变得清澈的苏州河畔，与当年谢晋元将军率八百壮士浴血抗敌的“四行仓库”隔河相望。站在落地玻璃窗前的曹建华，心潮澎湃：有志者事竟成，破釜沉