

《浙商》杂志
5周年

 浙商坐标书系
ZHESHANG ZUOBIAO SHUXI

创业中国

Chuangye Zhongguo

朱仁华 雷全林等 主编

浙江人民出版社

创业中国

Chuangye Zhongguo

朱仁华 雷全林等 主编

浙江人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

创业中国 / 朱仁华, 雷全林等主编. —杭州: 浙江人民出版社, 2009.5

(浙商坐标书系)

ISBN 978-7-213-04061-0

I. 创… II. ①朱…②雷… III. 商业经营-经验-浙江省 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 072439 号

书 名
作 者
出版发行

创业中国

朱仁华 雷全林等 主编

浙江人民出版社

杭州市体育场路347号

市场部电话:(0571)85061682 85176516

责任编辑

黄建光

责任校对

朱志萍 杨 帆

封面设计

罗信文

电脑制版

杭州兴邦电子印务有限公司

印 刷

杭州丰源印刷有限公司

开 本

710×1000毫米 1/16

印 张

14

字 数

23.2万

插 页

2

版 次

2009年5月第1版·第1次印刷

书 号

ISBN 978-7-213-04061-0

定 价

30.00元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与市场部联系调换。

[题记]

哪里有市场,哪里有商机,哪里有资源,哪里就有浙商。浙商也因此有“行商”之称。抢滩上海,登陆海南,勇闯关东,投身中西部开发,500万浙商大军借别人的“地”种自己的“粮”,“浙江人经济”由此风生水起。本书“纵横四海”部分收录了《浙商》杂志历年报道的“走出去”发展的成功人物的故事,探寻他们掘金中国的路线图。

浙江人似乎天生就是经商的料,这一点为许多经济学家所认同。可以说每一位浙商都是一部活的市场经济教科书。《浙商》杂志创刊5年来,报道了不少鲜活的浙商创富故事,在国内外引起了一定的反响,本书“创业传奇”部分就聚焦于最能赚钱的商人群体、最平民化的创业传奇、最值得借鉴的创富路径。

从“做别人不愿做的事”到“做别人不敢做的事”,再到“做别人没有实力做的事”,浙商凭借着强大的财富实力开始在全国布局。“走出去”发展的浙商在哪里聚集最多?主要从事什么产业?他们的异地“娘家”——浙江商会发展得怎么样?本书“浙商版图”部分可以解答这些疑问。

序 言

不久前,《浙商》杂志社组织一批浙商赴海南三亚投资考察。其中来自上海伦达集团的董事长吴良钢格外兴奋。一问,原来他上世纪80年代就来过海南——当时他的身份是“牙医”。

吴良钢出生在浙江永康,一个具有手工艺传统的地方。16岁的他就从师外出谋生,学的手艺就是“镶牙”——当时人们“镶牙”尤其是“镶金牙”,有些像今天人们穿金戴银,时髦。几年后,聪明好学的吴良钢就自立门户。上世纪80年代初,他来到了海南,在三亚、陵水等地的沿海村庄为当地村民尤其是归侨“镶牙”。

当然,对于吴良钢曲折的创业人生而言,这只是个开始。后来,他又去遥远的新疆“镶牙”。闯荡大半个中国后,他最后来到大上海,择机投身于房地产业,并借时代之势,最终创建了自己的企业集团。

有人说,浙商有七大“特别”——特别能吃苦,特别能忍耐,特别能创业,特别能发现商机,特别能化解危机,特别能适应市场经济,特别诚实守信。是的,每一位浙商背后,都有一个精彩故事;每一位浙商身上,都有这些“特别”基因。浙商的故事说不完,每一位浙商都可以成为励志的教科书——启发今人,教育后人。这是一笔多大的精神财富!

改革开放30年,中国真是一个奇妙的大舞台。我们都有幸成为中国巨大成就、巨大进步的参与者、推动者、见证者。但浙商的努力,尤其在推动中国民营商业力量成长上,居功至伟,历史当会作出客观评价。

古有晋商、徽商,今有浙商崛起。《浙商》杂志自2004年6月创刊以来,秉承“阅读天下浙商智慧,引领中国民营商业力量”的宗旨,真实地记录、见证浙商的成长,广泛传播浙商思想与文化,矢志不渝推动浙商健康持续发展,助推民营商业力量在中国各地“长大”。

5年来,《浙商》杂志以浙商为代表,用大量篇幅对民营企业发展中的热点、

难点问题进行深度剖析、引导,同时及时反映民营企业家的呼声和要求,督促、推动各地政府改善投资环境,不仅得到了天下浙商的一致肯定,也在中国民营企业家中赢得了一批忠实读者,同时还在全国各地党委、政府领导中享有声誉。

5年来,《浙商》杂志通过举办浙商大会、浙商论坛、浙商全国理事会等活动,联络、凝聚天下浙商,并在浙商与全国各地政府之间架起桥梁,为在全国树立浙商品牌作出了巨大贡献,也为中国民营企业的成长作出了巨大努力。《浙商》杂志已成为中国高端财经商业杂志中的重要力量。

浙商是中国民营经济的代表与骄傲。而《浙商》杂志也以“引领中国民营商业力量”作为主定位和坐标。在新的变革时代,《浙商》杂志将立足浙商,与中国民营企业共成长!

我们有理由相信,全国各地关注浙商,固然有招商引资等功利因素,但不可否认,发展民营经济,学习浙商勇于创业创新的精神,才是各地真正需要之本。而这也是浙商对全国的最大贡献。500万浙商遍布全国的每个角落,带去再多的资金也有个限度,但浙商带去的创业理念与精神,可对当地传统文化形成冲击,带动百姓思想的解放,促进创业氛围的形成,是不可用金钱估量的!浙商之精神财富远大于物质财富!

为了更好地传播浙商的经典故事、自强精神与经商理念,在创刊5周年之际,我们把《浙商》杂志5年来的精彩文章汇总起来,推出“浙商坐标书系”,供各界人士学习参考。所谓“坐标”,正反两方面的含义兼有。我们并不避讳浙商成长中出现的问题。

“浙商坐标书系”计划分《创业中国》(浙商在全国各地的掘金故事和路径)、《民营力量》(知名浙商的商业智慧与创新案例)、《浙商榜样》(《浙商》杂志封面人物的故事与商道)、《浙商戒律》(浙商应该吸取的九大教训)、《鲁博士谈管理》(鲁博士管理思想集)、《财富背后》(知名浙商的品位与生活)以及《百年传承》(历史深处的浙商身影与遗产)、《浙商精神》(浙商成功背后的文化基因及其与时俱进)、《品评浙商》(《浙商》杂志总编辑眼中的浙商)等9种。

在“浙商坐标书系”编辑出版过程中,我们得到了浙江人民出版社的大力支持,在此表示感谢。

《浙商》杂志总编辑 朱仁华

2009年4月25日

目 录

C O N T E N T S

纵横四海

包陪庆:我们如何重夺“世界船王”宝座 / 2

朱敏:32 亿美金卖掉网讯 / 5

李德麟:重振香港百年金银业贸易场 / 9

李传法:入埃及记 / 12

沈显贵:“博弈”京城 / 16

郑明珠的黑土地情结 / 19

“不死鸟”李海 / 23

张永高闯荡大西北 / 28

“西南蜡王”广西淘金 / 32

金宪聪:中蒙边境的温州人 / 35

寿顺均:走向东盟贸易的浙江人 / 39

京城,一个山里农民创造的奇迹 / 43

周启水:弃官从商的义乌前市长 / 48

王美忠的逐“利”之旅 / 53

张建胜:农业合作社又回来了 / 57

郑晓峰:和我一起去西藏开矿 / 61

温州老板张永祥闯关东 / 65

周勤富:天涯创业路 / 68

创业传奇

- 江南春:我最大的恐惧是失去创意 / 74
- 周永利:痴迷金融业 / 78
- 姚纳新:要做“中国的西门子” / 81
- 张国芳:运筹资源和资本 / 85
- 钱仁高:拿什么收购外资控股上市公司 / 88
- 夏士林:一个“常胜将军”的苦与乐 / 93
- 徐旭昶:有意义地赚钱 / 99
- 金光龙:勇敢的颠覆者 / 103
- 徐学明:传统产业不传统 / 105
- 洪良明:专找老外过招的中国老头 / 109
- 江桂兰:把餐具卖到美国肯德基 / 115
- 朱国锭:财富这样“修炼”而成 / 119
- 叶洋友:16根扁担铺就腾达路 / 124
- 余洪桂:坎坷创新路 / 128
- 罗其海:把水源变成财源 / 133

浙商版图

- 浙商版图 2009 / 138
- 浙商在北京 / 139
- 浙商在上海 / 143
- 20万浙商驰骋津门 / 144
- 浙江民企何以成为广东民企经济“领头羊” / 151
- 临危思变 转“危”为“机”
——访广东浙江商会会长邹立胜 / 154
- 江苏浙江商会亮剑六朝古都 / 156
- 浙商在云南的“神话” / 159
- 吴建国:云南浙商新“领头雁” / 162

融合的力量——浙商在重庆 / 165

立足服务 壮大队伍

——访重庆浙江企业联合会会长郭向东 / 169

四川浙商:是投资者,更是奉献者 / 171

唐金根:我这样“经营”商会 / 173

浙商在新疆 / 177

葛永品:首要是凝聚力量 / 180

钱江潮拍打古城墙——浙江人在陕西 / 182

谢秉艾:西北商贸留传奇 / 186

浙商让甘肃自豪 / 189

浙商在安徽 / 191

何建国:寻找更大的池塘空间 / 193

浙商在海南 / 196

天道酬勤更酬诚

——记湖北省浙江企业联合会会长任雪涛 / 199

他从青海湖畔走来

——记青海省浙江企业联合会会长胡丁升 / 202

做实“商会经济”

——访吉林省浙江商会会长缪明伟 / 205

李国庆:浙商精神助推中原崛起 / 207

二次创业 两重风采

——记江西省浙江企业联合会会长陈志胜 / 210

浙商有什么秘密武器?

——40万浙商掘金山东的背后 / 213

2006年12月15日 星期一 第1000期

新商

纵横四海

Zongheng Sihai

在商界中，一个企业要想做大做强，必须有一个明确的发展战略。这个战略不仅要立足于国内市场，还要放眼国际市场。只有这样，企业才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

首先，企业要明确自己的核心竞争力。核心竞争力是企业赖以生存和发展的基础。它可能是企业的技术优势、品牌优势、或者管理优势。企业应该围绕自己的核心竞争力，制定相应的发展战略。

其次，企业要进行市场细分。不同的市场有不同的需求。企业应该根据市场需求，对自己的产品或服务进行细分，以满足不同客户的需求。这样可以提高企业的市场占有率。

最后，企业要注重品牌建设。品牌是企业的重要资产。一个强大的品牌可以为企业带来巨大的经济效益。企业应该通过优质的产品和服务，树立良好的品牌形象。

总之，企业在制定发展战略时，要综合考虑市场环境、自身实力和资源条件。只有制定出科学合理的战略，企业才能在纵横四海中取得成功。

包陪庆：我们如何重夺“世界船王”宝座

徐王婴

踩着 2005 年新春的节拍，香港环球水火保险公司主席、浙江省政协委员包陪庆女士从香港翩然飞来。在杭参加浙江“两会”期间，本刊记者采访了她。

“环球航运”满 50 周年

《浙商》：包女士，作为家乡人，令尊包玉刚先生和你们包氏家族一直以来非常关心浙江的建设，并且为家乡的教育事业和慈善事业慷慨解囊。您在家乡人眼里也一直是一个慈善大使的形象。作为海外浙商的一员，能否给我们讲讲包氏家族两代“船王”的故事，让更多创业中的内地浙商分享？

包陪庆：关于包氏家族与“船王”的话题，在今天来讲真的很有意义。今年，我们包氏创建的“环球航运公司”刚好满 50 周年（1955 年，包玉刚先生买下第一艘英国造的旧船，开始了环球航运集团第一艘船的处女航）。所以，我将在今年年底出版一本纪念父亲的书——《我的父亲》，在这本书里，我回忆了父亲对我们的种种栽培，也抒发了我们对父亲的怀念之情。的确，父亲刚去香港的时候，也是赤手空拳打拼出来的。他的身上，体现了“宁波帮”的创业精神和智慧。

父亲在内地的時候，原本是从事金融业的，1948 年移居香港时，先是从事与内地的进出口贸易。在那个年代，从事进出口特别是转口贸易是很好的生意。父亲因而发现了航运事业的前景，并在 1955 年买下第一艘英国造的旧船，创建了环球航运公司。

到 1965 年，父亲开拓石油运输市场又取得了实质性进展，壳牌、埃克森、英国石油公司等跨国公司都大量租用我们环球集团的船只，父亲由此获得了亚洲航运业的控制权和国际石油海运市场中可观的份额……到 1981 年，我们的船

队有大小船只 300 多艘,总吨位超过 2000 万吨,拥有的船只吨位明显超过世界其他主要船东,父亲因而成为“世界船王”。

曾为卖船而伤心流泪

《浙商》:我们曾经注意到这么一条消息,说的是“环球航运”在 2003 年以 14 亿美元控股挪威航运老大本格森集团,并以总吨位近 2200 万吨夺回了“世界船王”的宝座。那么,从您父亲当年登上“世界船王”的位置又到您先生重登“船王”宝座,这期间经历了怎样的变故呢?

包庆庆:50 年沧海桑田,变化自然是很大的。上世纪 80 年代以后,全球航运业进入低潮,运费跌至谷底。世界各地包括香港几家著名的航运公司都面临巨大的经济困境,不少甚至面临倒闭。在这种情况下,我们“环球航运”也卖了很多船只。

《浙商》:您还记得当时卖船的情景吗?

包庆庆:刻骨铭心。我至今都不会忘记,父亲卖的第一艘船,正是我 16 岁时父亲在日本造的第一艘新船。那艘船开航的时候还是我下船敲的鼓。父亲心痛得流泪了,而我当时伤心得哭了。

《浙商》:是否在你们卖船的时候别人也在卖船?我们知道,一些公司即使是拼命卖船也没有办法渡过难关。你们跟别的公司到底有什么不同?

包庆庆:如果说有什么不同,那是我们卖船卖得比别人早,而买船又买得比别人早。也就是说,父亲早在 80 年代初就已做了最坏的打算和最好的准备——那就是陆续把船只数量减少。其实,还在上个世纪 70 年代,当别人跟风买船的时候父亲就开始卖船了。而我先生苏海文博士出任香港和百慕大环球航运集团主席之后,也坚决贯彻和灵活运用父亲的既定方针,他在短短的 5 年时间里共出售了 140 艘船,10 年后,旗下船队的船只由全盛时期的 300 多艘下降至 50 艘。所以,即使在航运事业最低潮的时期,我们环球航运集团的企业财务状况还比以前更加稳健。

只做好我们懂的行业

《浙商》:在航运业低迷的时候,你们没有涉足别的行业吗?比如房地产?根据你们的财务状况,应该有这个实力。

包陪庆：没有。我先生有一个哲学——“只做好我们懂的行业”。所以，我们一直苦苦地坚守着，等待着航运业的复苏。因而，还在上世纪 90 年代初，很多航运公司仍在抛售船只的时候，我们已经悄悄地开始买船了。

在我父亲的年代，我们的船主要来自日本，但到上个世纪 70 年代后，日本的造船业渐渐衰落了，到了 80 年代，韩国的造船业开始起步。因为韩国造船业起步于世界航运业的低迷时期，所以造价很便宜。但韩国的新设备上去了，而且非常配合我们对安全指标的要求。这样，我们就在低迷期开始买船（1986—1987 年，苏海文博士开始小幅度增加船队的船只数量，从韩国订制了 6 艘 25 万载重吨的超级油轮，又从日本和其他船东手上购买了 11 艘同类的二手运油轮及一批载重量达到 15 万载重吨的货轮）。

到 90 年代后期，世界航运业因中国经济的发展而得到有力支撑的时候，我们已经拥有了最年轻的船队！

《浙商》：都说是中国经济的发展带动了世界航运业的复苏，“环球航运”重登船王宝座，跟进军中国内地市场是否有关系？

包陪庆：坦白地说，我们对挪威航运老大本格森集团的收购与我们进入中国内地市场有联系。因为本格森的特长是液化天然气运输，而这连同石油运输恰恰是我们环球航运集团未来开拓中国内地市场的重点领域。

《浙商》：那么，您是否考虑过在中国内地买船？我们知道，浙江也是造船大省。

包陪庆：是的，中国内地造船也很有潜力。但目前内地造船建造期比韩国长，价格比韩国贵，质量还比不上韩国。我想，这也许是因为国内一些造船企业，在船业低迷的时候转行做别的产业去了，这样，当这个行业开始恢复的时候，你想转回来已经比别人慢了。所以，我的想法是：多元化，千万不要以牺牲一个行业的专业化为代价。

《浙商》：世界航运业的复苏与高涨，使得造船业供不应求。那么，你们是否会介入造船业呢？

包陪庆：我父亲喜欢说这么一句话：“我喜欢吃饺子，但我不会因此而去开饺子店。如果自己开饺子店，做得好不好，都要自己吃；而如果仅仅是吃饺子，则可以在自己需要的时候挑自己喜欢吃的店。”还是那句话：“只做好我们懂的行业。”

《浙商》：谢谢您接受我们的采访。

（原载于《浙商》杂志 2005 年 4 月）

朱敏:32 亿美金卖掉网讯

周彦

北京时间 2007 年 3 月 15 日凌晨,接到美国合作伙伴电话的时候,身在杭州的朱敏还处在混沌状态,电话那边的人异常兴奋:“敏,WebEx(网讯科技)卖给了思科,32 亿美金!我们忙碌了整整一个多星期!”3 月 15 日的美国众多媒体上都刊登了这个消息,之后中国的媒体和业界也备受震动。不仅仅因为“思科”和“网讯”本身的新闻价值,同时也因为网讯的创始人朱敏来自中国浙江。

虽然对于现在的朱敏而言,WebEx 显得有些遥远,但是这个消息依然让他非常振奋,这振奋使得他在两天之后的周六下午碰到记者的时候依然快乐非凡:WebEx 的这个并购是思科历史上金额最大的并购之一,之前思科关注的一直是那些名不见经传的小型初创企业。并购能够产生一定是对双方都有好处:对于思科来说,网讯不仅使它获得了网络协作工具,还增强了其在服务型软件市场的实力,借此可进入快速增长的中小企业市场。有分析师认为,思科此举是为了应对微软不久前发布的协作工具 LiveMeeting 以及对 Tellme 的收购。对网讯而言,意味着 2200 名员工从今以后加入思科,开始另一段人生。可是对于网讯公司的创始人朱敏而言,这起收购又意味着什么呢?

做公司就是为了卖!

和半年以前见他的时候没有多大的差别,朱敏和记者又一次在西湖边上的茶馆里聊天。除了头发多了一点花白,朱敏还是那么直率而激情,他手舞足蹈地和记者谈起网讯的好消息,之后就说这几天老是接到不同媒体的电话,询问他对于这起并购的看法,甚至有记者直接就下了判断:朱总,你是不是会成为 2007 年的中国首富啊?

那朱敏会成为 2007 年的中国首富吗？朱敏低调地告诉记者：“现在我在网讯只拥有一部分股份，我的太太 Susan 也于不久前离开了网讯。”可以想见的是，作为股东的朱敏理所当然能够获得一些收益，不过“首富”的宝座估计暂时与朱敏还有距离。

“自己亲手做起来的企业，看到它卖给别人，会不会不舍？”“当然不会！”谈到这个话题，朱敏的声调高亢有力起来，“在美国，任何东西都是可以卖的，如果谈不拢，只是因为价格问题。”“在美国如果购并一个上市公司，价格一般是现行股价溢价 20%—30%。”根据协议条款，思科将以每股 57 美元的价格现金收购网讯公司全部流通股，该价格比网讯 3 月 14 日收盘价 46.20 美元溢价 23%；同时，思科将支付基于流通股形式的各类报酬，总计约为 32 亿美元，扣除网讯的净现金结余之后，总计约为 29 亿美元。

所以，朱敏和他的美国同事们持有同样的看法，这桩买卖非常合算！朱敏挥舞着他的大手，“和中国的观念不一样，在美国做公司就是为了卖的，能够把自己的公司卖个好价钱，是非常好的一件事情，没有可惜不可惜的。”酷爱类比的朱敏又开始给记者举例子：“就好比你做了一个饼干店，每年能够赚 1 万元，第二年有人花 50 万元要买你的饼干店，你卖不卖？当然卖！（朱敏的音调提高八度！）1 万块一年，你得赚 50 年，一下子拿到 50 万，你可以去开更大更好的饼干店，为什么不？”

让更多的网讯在浙江落地

“对你而言，网讯这样一个结果除了收益之外还有什么？”“一个网讯我做了 10 年，卖了 32 亿美金，这让我很相信自己还有能力创造出更多新的网讯，我相信下一个网讯就在中国，我希望是在浙江！”

虽然外界现在知道朱敏很大程度还是因为网讯，但实际上，后网讯时期的朱敏早已开始了自己另外一个更为宏伟的事业。朱敏于 2006 年初离开美国和讯网，以美国硅谷最大的风险投资公司 NEA 的合伙人身份回到中国，从一个企业家摇身转变为投资人，开始了人生另一次“创业”。“回到中国重新开始，不会觉得可惜？”“不会！养鸡的人并不是因为喜欢鸡蛋，而是因为享受养鸡的过程！”朱敏的眼神中没有遗憾。

那个下午朱敏接了很多个电话。其中，一个电话来自沈南鹏，“我要向你学习，你是我的榜样！”朱敏谦虚之后开始放言，“不过我们也是竞争对手了！”朱敏

毫不掩饰地告诉记者,自己已经把因携程和如家快捷而闻名的沈南鹏列为“假想敌”,“我是一个酷爱竞争的人,做任何事情我都会给自己设定目标,设定假想敌,而后开始赶超,不然就太没劲了!”他的眉飞色舞让记者深切感到,投资似乎更好玩!

虽然回中国的时间不长,但是朱敏已经陆续投资了七八家企业。“预计明年会有两家在国外上市,一家在国内上市。”朱敏介绍道,其中有一家企业从他们最初进入到现在,已经溢价7倍,可以想见推到资本市场之后,他们的收益可以达到30—40倍。

从 2000 元到 2500 亿元的嬗变

“20 年前的我，刚刚到斯坦福，英语也不太会，身上又没有钱，一年 2000 块的助学金还要给国内的家人寄回来一大半。那个时候绝对没有想到自己还能做出一个公司卖到 32 亿美金（合人民币 250 多亿元）。”朱敏到今天记忆犹新的还是小时候过年才能吃到的年糕，“年糕放到清明的时候虽然已经发酸，但吃起来依然是无上的美味。”10 年前，搞技术出身的创业者朱敏也不会想到自己会放弃技术，有一天去运作资本。如果说人生有很多的不可预料，朱敏的不可预料更多的还是来自于他的勤奋和超强的行动力，“投资人给企业的不仅仅是资金，更重要的是资源。”

“我计划在5月21日浙江大学110周年校庆的时候,给浙大捐1000万美金,创建一个浙江大学国际创新研究院。”浙江大学一直以美国的斯坦福大学为榜样,希望建成东方斯坦福,来自斯坦福和硅谷的朱敏觉得如果在“浙大”和“斯坦福”、“浙江”和“硅谷”之间需要一座桥梁的话,这桥梁理所当然应该就是他!

“我今年邀请了一批斯坦福的教授,其中包括两位诺贝尔奖获得者,到浙江来考察这边的民营企业,我向他们推荐,浙江才是最具有中国特色的经济形态。”朱敏希望借助于浙大国际创新研究院的平台,引进国外技术,利用浙大和斯坦福的技术力量做适合于浙江经济的本土化改造,之后将技术转变为浙江企业的生产力。“我知道浙江的企业现在普遍存在转型和升级的问题,我相信这个研究院能够站在国际的高度上,营造出一种科研的氛围,从而推动浙江民营企业最快地获得自己所需的核心竞争力!”

朱敏的言语一如既往地流露出对浙江这片故土的赤子之心；当然，作为世界顶尖的风险投资人，他眼中的浙江，酷似早期的硅谷，虽然稚嫩，但却注定会

成为下一个投资者的天堂,那个时候就不是1个网讯,而是10个、100个网讯,也不再是250亿元,而是2500亿元的资本神话。面前的朱敏眼中带笑,神态亲和,但记者感受到的却是扑面而来的坚定与执着。

(原载于《浙商》杂志 2007 年 4 月上)