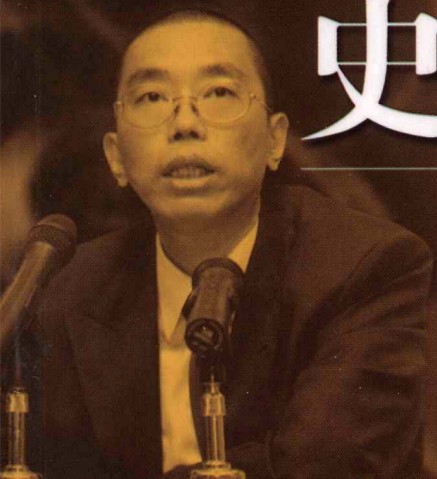


■ 戴素菊 主编

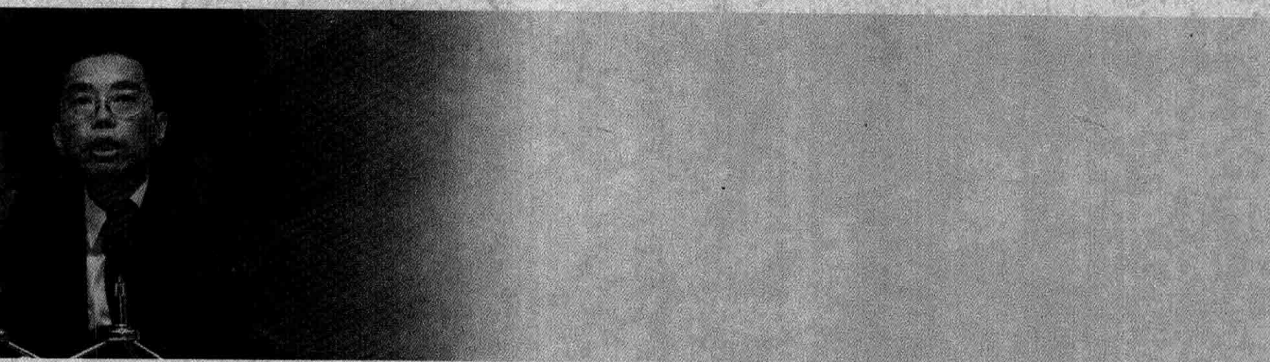
他是一位商界奇才，创造了一个经营神
话；
他是一个最成功的失败者，曾经负债2.5亿
元；
如今，他带着财富的炫光，颠覆了网游产
业的运作常规，引发了商业模式的道德争议；
他留下了众多独特个性的神秘谜团；
.....
他，就是巨人网络董事长史玉柱



史玉柱的 人生哲学



 浙江人民出版社
ZHEJIANG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE



史玉柱的 人生哲学

■ 戴素菊 主编

图书在版编目(CIP)数据

史玉柱的人生哲学 / 戴素菊主编. —杭州: 浙江人民出版社, 2009.4

ISBN 978-7-213-04022-1

I. 史… II. 戴… III. 史玉柱-人生哲学
IV. K825.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 038095 号

书 名	史玉柱的人生哲学
作 者	戴素菊 主编
出版发行	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	周为军
责任校对	朱晓阳
封面设计	黄业成
电脑制版	杭州兴邦电子印务有限公司
印 刷	浙江新华印刷技术有限公司
开 本	710×1050毫米 1/16
印 张	13.25
字 数	23万
插 页	2
版 次	2009年4月第1版·第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-213-04022-1
定 价	28.00元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与市场部联系调换。

序 言

为什么要写史玉柱 为什么要读史玉柱

创业初期的胜利辉煌；
巨人大厦倒塌背后的煎熬；
人生仅有两次流下的泪水；
从“天下第一峰”生死边缘走出后的顿悟。

他，究竟是怎样一位具有传奇色彩的平民企业家？

在改革开放以来的30年里，中国出现了一大批优秀的商业奇才，他们带领大家探索出了一条具有中国特色的非凡成功之路，让全世界都对中国企业家的强大力量和独特智慧刮目相看。而史玉柱无疑就是代表中的代表。他是最成功的经营者，同时也是最著名的失败者，现在，他又一次昂首挺胸地站在了世人面前，成就了他的“巨人梦”。

那么，为什么要写史玉柱？为什么要读史玉柱？

因为在史玉柱身上，体现了一种勇于面对失败的精神，一种敢于承担责任的精神，一种顽强拼搏的精神……

因为在史玉柱身上，我们能看到诚信的力量，“老百姓的钱一定要还”的决心让所有的人对其肃然起敬……

因为在史玉柱身上，展现了一种顶级企业家独特的王者气魄，他的王者气魄引领着无数的人向成功迈进……

史玉柱给了我们太多的感悟，他曾说过，对自己最满意的地方就是“坚强”。史玉柱正是用他的实际行动和辉煌成绩，诠释了“坚强”的真正含义，成为当代中国“凤凰涅槃”式的样板。在史玉柱的身上突显出“执著与毅力”的魅力与价值，而“坚韧”也正是对史玉柱的最好注脚。

中国有句老话：跌倒并不可怕，可怕的是跌倒后不能重新站起。史玉柱的一

生可谓大起大落，但他却用实际行动给全世界的人上了一堂生动的教育课。2001年，史玉柱当选“CCTV 中国经济年度人物”，颁奖词这样说：“第一次，他上演了一个成功的版本；第二次，他演绎了一个失败的案例；这一次，他从哪里跌倒就从哪里爬起，出色地完成了对企业家精神的定义——执著、诚信、勇于承担责任。”这句话，应该是对史玉柱最好的评价。

如果一个人具备了史玉柱身上所表现出的远大的抱负，过人的胆识，坚韧的毅力和奋斗的精神，那么在中国这样既高速发展，又不完全成熟的经济社会中，他也同样可以获得成功。

所有有梦想或者没有梦想的人都应该研究史玉柱。有梦想的人会在史玉柱的身上学会如何实现梦想，没有梦想的人会在研究史玉柱的过程中为自己树立梦想。希望所有有梦想或者没有梦想的读者在我们的这本书中，跟随史玉柱的足迹制造梦想或者实践梦想。这也是我们之所以要写史玉柱，你之所以要读史玉柱最关键的原因。

目 录

CONTENTS

序言 为什么要写史玉柱 为什么要读史玉柱 1

第一章 市场哲学

——抓住商机做市场霸主 1

1. 抓住商机,抢占市场 / 2
2. 在变化和创新中求发展 / 5
3. 乘胜追击,趁热打铁 / 8
4. 遭遇强劲对手,直面竞争 / 11
5. 风险越高的行业越有蜂蜜 / 14
6. 商业模式比产品本身重要 / 18
7. 打破游戏规则才会成功 / 21
8. 集四方资源,成八方事业 / 25
9. 让核心竞争优势成为助推器 / 28

第二章 投资哲学

——抓住机会做投资冠军 31

1. 信用投资是最成功的投资 / 32
2. 看好银行业必定赢利 / 34
3. 手里一定要有钱 / 37
4. 善于和自己做生意 / 40

5. “保守”投资是对企业最大的贡献 / 43

6. 进退自如,捕捉商机 / 46

第三章 经营哲学

——没有赢利就是不道德

49

1. 经营策略决定胜负 / 50
2. 速度战略,铸就成功经营 / 54
3. 品牌攻略,打好成功第一仗 / 57
4. 企业的目标——赢利 / 60
5. 老百姓是值得关注的回头客 / 62
6. 有好产品才是最关键的 / 65
7. 豪赌经营:把不可能变可能 / 68
8. 敢于“骂”自己的公司 / 71
9. 《征途》:撑起史玉柱的脊梁 / 74
10. 安全是第一位的 / 78

第四章 营销哲学

——改变策略做常胜将军

81

1. 让脑黄金遍地生金 / 82
2. 最好的老师——消费者 / 85
3. 永远不要欺骗消费者 / 88
4. 无止境地了解顾客的需求 / 91
5. 秘密武器——《席卷全球》 / 94
6. 广告、广告再广告 / 97
7. 软文炒作——醉翁之意不在酒 / 100
8. 打造品牌,构筑成功 / 104

- 9. 在营销战中实践毛泽东思想 / 108
- 10. 途中遭遇阻塞,战略思维调整 / 112

第五章 管理哲学

——只认功劳,不认苦劳 115

- 1. 坚决不用空降兵 / 116
- 2. 我不给,你别抢 / 119
- 3. 做企业,不搞多元化 / 122
- 4. 工资最高时成本最低、利润最高 / 125
- 5. 追求细节上的完美 / 128
- 6. 企业家的王道 / 131
- 7. 管理无情人有情 / 134
- 8. 成败军事化 / 137

第六章 做人哲学

——拥有诚信做“东方明珠” 141

- 1. 老百姓的钱一定要还 / 142
- 2. 现金收购“烂尾楼” / 145
- 3. 背着污点做不了大事 / 148
- 4. 还钱不是为了炒作 / 151
- 5. 不诚信就会付出代价 / 154

第七章 团队哲学

——优秀的团队胜于一切 157

- 1. 成功离不开优秀的团队 / 158

2. 凝聚力决定团队的优劣 / 161
3. 让执行力贯穿团队 / 164
4. 团队拒绝独裁专断 / 167
5. 领好队,才能一战成名 / 170

第八章 成败哲学

——在壮大与跌倒中成长

173

1. 史玉柱——中国最著名的失败者 / 174
2. 大丈夫能屈能伸 / 177
3. 宏伟目标是可怕的 / 180
4. 教训能够使人成熟 / 183
5. 败中求胜靠的是务实路线 / 186
6. 抵挡机会的诱惑 / 189
7. 专注成就史玉柱 / 192
8. 成功源于创业精神 / 196
9. 只有偏执狂才能生存 / 199

后记 关于史玉柱的三大猜想

202

主要参考书目

205

史玉柱

的人生哲学

第一章 市场哲学

——抓住商机做市场霸主

试销市场慢跑,快不得;全国市场快跑,慢不得!

——史玉柱

从脑黄金、巨人大厦到后来的脑白金、黄金搭档和巨人网络,我们不难看出,对于市场的选择,史玉柱总是善于在政策监管的“灰色地带”寻找商机,他总是选择那些口碑比较差、波动剧烈的高风险行业,而往往就是这样的高风险也伴随着高收益。同时,史玉柱表示:欺骗消费者一年,可能;欺骗消费者十年,不可能。他认为最好的老师就是消费者。

1. 抓住商机,抢占市场

中国的市场经济已经逐步走上正轨。市场竞争将向着公平的方向发展。同等条件下的竞争,是市场的竞争,谁率先抓住了商机,抢占了市场,谁就已经迈进了成功的大门。史玉柱的成功道路,就是这样走过来的。

◆发现商机,就要立即行动

很多人认为没有商机,很多人认为自己没有机会。当别人还在苦苦寻找商机想要发财的时候,史玉柱已经抓住了商机,跨入了富豪的行列。他的神奇经历让我们看到寻找机会并不是那么复杂,也许机会就在我们身边。

在现在这个竞争异常激烈的时代,一不小心就会落在他人后面,成功就会远离你,你也只能望洋兴叹了。因此,能够抓住稍纵即逝的机会,对每一个想要成就一番事业的人都是非常重要的。只有善抓机遇,抓住商机,并在把握机遇中迸发出最大能量,你才能在竞争中脱颖而出。面对眼前的机会,史玉柱一个也没有让它们溜走。

“汉卡”市场进入了成熟期,他用敏锐的眼光捕捉到这一商机,加上有一技之长在身,刻不容缓,立即行动,这就是他成功的原因所在。

只发现商机还远远不够,还必须做出及时的行动。在 20 世纪 80 年代末,PC 技术逐渐在中国得到普及,“汉卡”的价格与成本之间有着巨大的空间。为了追求高额的利润,中国市场上至少有 30 家以上的公司在做“汉卡”,其中尤以联想的产品“联想汉卡”最为知名,可以毫不夸张地说,如今许多成功的老牌 IT 公司都有过卖“汉卡”的经历,而且有很多都是卖“汉卡”起家的。

史玉柱在读研究生期间,恰逢“汉卡”市场慢慢进入了成熟期,做“汉卡”的高科技公司大都赚了钱,当时像联想这样的大户每年都能卖出十几万套“汉卡”。身处深圳大学校园的史玉柱,敏锐地发现了“汉卡”的巨大利润,再加上全英文的电脑开始从香港渗入内地,更是带动了内地“汉卡”市场的升温,他那鹰隼般的目光就再也离不开这个市场了。于是,史玉柱针对市场需求,开发出了

M-6401 桌面排版印刷系统(“汉卡”系列的一种),他所研发的这种产品,在当时具有很多高科技公司开发的产品所不具有的市场优势。

带着自己的产品,史玉柱毅然辞职下海了。因为他明白,如果不抓住这个机会去拼一下,也许以后就再也没有这样的好机会了。事业成功与否很大程度上取决于你对商机的把握,这就像“猫捉老鼠”一样。一只猫看到一只老鼠的时候,它会先静静地趴下,仔细地观察老鼠的动静,当它确认老鼠的行踪后,猫会先轻轻地迈出几小步,看看老鼠有什么反应。当猫感觉自己有把握捉住老鼠的时候,它就会以最快的速度猛扑上去,猫对“商机”的把握真是到了最高的境界。在信息社会,眼光一定要敏锐,出手一定要快。所谓快鱼吃慢鱼,如果你总是犹豫不决,等待更成熟的时机,那么,别人就会捷足先登,商机将不属于你了,而你也只有看着别人成功罢了。

◆ 抢占市场,才能胜券在握

成功者的思维方式永远与普通人不同,他总能在无路可走时找到拐点。

凡是做生意的,都会去开拓自己的市场,增加自己的产品在市面上的占有率。但是,无论是谁,都没有像史玉柱这样如此快速地去抢占市场。

“汉卡”的第一张订单为史玉柱敲开了财富之门,也照亮了他的前程。史玉柱在短短几个月之内,便挣了数百万。市场上到处都存在竞争,现在你做得好,也许一段时间后,别人就会比你做得更好。不过,“汉卡”每天的销售额使史玉柱没有理由相信自己的产品会被其他产品所替代,但是,想把企业做大、做强的史玉柱很快便感受到了来自市场的压力,否定了自己以前的想法。他的系列产品 M-6402 受到了来自香港金山电脑公司开发的“金山汉卡”的冲击,他的产品需要继续升级。史玉柱决定投资 80 万元开发 M-6403,对于一个注册资本仅 200 万元的小公司来说,80 万元算是一笔巨资了。但是,为了能使自己的公司继续发展下去,史玉柱必须这么做。1991 年 8 月,M-6403 桌面排版印刷系统面世,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,是对 M-6401 和 M-6402 的深化,其功能是金山产品所不能比的。

为了迅速打开 M-6403 的市场,建立起庞大的营销网络,抢占更多的市场份额,史玉柱又做了一次大胆的豪赌。史玉柱向全国各地的电脑销售商发出邀请,让他们前来珠海参加“巨人汉卡”的全国订货会,只要他们订购 10 块“巨人汉卡”,就可以报销来回的路费。这么好的优惠条件,还可以到珠海免费旅游一番,有谁不愿意呢?史玉柱这种吸引经销商的方式,在当时是较为罕见的。史玉柱以几十万元的代价,吸引了全国 200 多家大大小小的软件经销商,这些经销商不但订了货,还组成了“巨人汉卡”的营销网络,一举编织起一个当时中国电

脑行业最大的连锁销售网络,使得与经销商之间的单一买卖关系变成了合作开发市场的利益共同体,这一销售网络让史玉柱一次次尝到甜头。

这次的全国订货会获得了巨大的成功,来自全国各地的经销商每人都带走了至少几十个的 M-6403 产品。有了这样一个庞大的销售网络,史玉柱的事业如虎添翼,M-6403 以惊人的速度给巨人公司带来数以千万计的收入。1991 年,“巨人汉卡”的销量一跃成为全国同类产品之首,公司获纯利就达 1000 多万元。在此期间,巨人集团又开发出中文手写电脑、巨人防病毒软件等多种产品。1992 年,巨人集团的资本超过 1 亿元,史玉柱本人也被罩上各种各样的光环,迎来第一个事业高峰。1993 年,巨人产品中仅中文手写电脑和软件的销售额即达到 3.6 亿元,位居四通之后,成为中国第二大民营高科技企业。史玉柱成为珠海第二批重奖的知识分子。

出于对技术和市场的把握,史玉柱成功地跨过了创业的第一道门槛。

史玉柱的人生哲学

如今看来,史玉柱在“汉卡”创业的每一步谋划上,都谋定而后动,没有一步踏空,这绝对不是一个只靠冒险生存的“赌徒”行径。仓促上阵,那是缺乏准备,必败无疑;临阵磨枪,那是被动的准备,胜算不大;只有运筹帷幄,抓住商机,抢占市场,才能胜券在握。

2. 在变化和创新中求发展

成功者与一般人的最大区别在于思维方式不同：成功者凡事皆用肯定思维，碰到一件事情，先假设“一定能行”，然后想办法去把它做成。

首战告捷的史玉柱并没有停止奋斗的脚步，在这场没有硝烟的战争中，他只有在变化和创新中求发展，才会有一席之地。

◆集中营式的生活，营造出第二代“汉卡”

成功的商人总是在发展中求创新，在创新中求发展。史玉柱以求新求变为人生法则，创造出一代又一代市场需求的产品，引领他的公司走向成功。

很多人害怕变化，是因为担心变化会令其失去一些现有的东西，而对未来又缺乏信心、没有把握，或一片茫然。但是，史玉柱的变化，却为他带来了更多的财富。

“汉卡”为史玉柱带来的巨大经济效益，并没有让他就此满足，也没有让他停止奋斗的脚步。正所谓“兵贵神速”，商场如战场，虽然看不到硝烟弥漫，却依旧危机重重。无论是哪一方面，只要你稍停下来，别人就会超过你。面对一次又一次的市场冲击和竞争压力，史玉柱都及时做出调整方案，平稳地度过了危险期，甚至经受住了来自软件巨头金山公司的挑战，终于建立了一代霸业。

首战告捷之后的史玉柱，并没有将目光死死盯住 M-6401，而是想要寻求更大的发展。史玉柱明白：发展是一个永恒的主题。社会进步的过程，就是不断变发展潜力为发展能力的过程。大至一个国家，小到一个地区，发展是永无止境的。但是，想要发展就必须对以前的东西有所改变。

1990年1月的某一天，史玉柱和一个伙伴背着热水器再一次来到深圳大学。史玉柱和同伴将自己反锁在一间昏暗的小屋子里，开始了漫长的“集中营式的生活”——不管外界世界怎么样，他们只与计算机同在，真正做到了“两耳不闻窗外事，一心只攻计算机”。他们一个星期只下一次楼，当然这一周一次的下楼可并不是出去放松自己，而是去买他们一个星期的伙食——方便面。他们早

上吃方便面,中午吃方便面,晚上还吃方便面,如此艰苦的生活,可是史玉柱从没想过要退出。

如果换作现在,无论是谁也不会连续五个月只吃一种食物,而且是这种既没有营养又十分容易腻味的方便面。然而,方便面这种食品对史玉柱来说实在太重要了,直到现在,他还有吃方便面的习惯,这既是一种卧薪尝胆的激励,也是一种居安思危的警示,他对方便面有着说不出的感激之情。

就这样,20箱方便面伴随着史玉柱和他的同伴走过了150个昏天黑地。在这150个日日夜夜里,史玉柱和他的伙伴进行了一场超重量级的拳击比赛,在筋疲力尽的时候,他们终于成功了,他们的努力没有白费。经过将近五个月的苦心钻研,史玉柱和他的同伴完成了第二代“汉卡”的研发工作。第二代“汉卡”M-6402一经上市,其销售量很快便超过了M-6401。从不守株待兔、坐以待毙,而是以求新求变为人生法则的史玉柱携着他的第二代软件产品,又一次引领他的公司走向辉煌,史玉柱在改变中得到了更大的发展。

◆在变中求进步,在变中求发展

世界万物,一切都在变化中存在。市场亦如此,瞬息万变。技术的不断改进,产品的更新换代,让这个顶级商人在变化中求得更大的发展。

在变中求生存,在变中求进步,在变中求发展。市场的变化和发展,要求我们能快速地转变观念,更新理念,提高自我更新的能力,以利于在瞬息万变的市场中发现问题,分析复杂情况,把握一切可以提高利润、促进发展的机遇。为了适应社会,人必须变化,但不是无原则、无方向的变化。

可能大家都听说过长颈鹿为了适应大自然的变化而做出的变化。数百万年前,由于大量食草动物的吞食,草的生长已经无法满足动物的需求。为了生存,有一种鹿的脖子便越来越长,以便能够吃到比它们高很多的合欢树的叶子,后来这种鹿就演变成了长颈鹿,而合欢树为了防止被长颈鹿吃掉,就长出了长长的硬刺。长颈鹿又为了适应合欢树的变化,它们的舌头、喉咙、食道和胃壁的表面便演化生出厚厚的保护层。

为了对付长颈鹿,合欢树又有了新招,只要长颈鹿一开始吃叶子,合欢树就迅速排出一种毒素,大量食用就会中毒死亡,但长颈鹿也慢慢掌握了新的规律,即每棵树只吃一会儿,合欢树还没排出毒素,它就已经吃完了。合欢树于是就在长颈鹿吃叶子时迅速向旁边的树放出警告气味,收到警告信息的树就会提前分泌毒素,但聪明的长颈鹿又有了“打一枪换一个地方”的游击战术。

为了适应环境,为了能够生存下去,长颈鹿做出了一次又一次的变化。长颈鹿的生存历史给了我们这样一个启示:人必须要学会变,在变中求发展,才能走

得更远。人变化的目的就是更好地适应,更多地契合自身和外界发展的规律。世界在变,生存者也要随之而变,变是为了不断适应新的生存环境。在一定的生存环境下,只有变被动为主动、变消极为积极、变守株待兔为主动出击,才能获取成功,取得胜利。

高科技带来高效益,高效益使得产品更新换代的周期也越来越短。胜利的果实并没有让史玉柱太过开心,相反,他十分清醒地认识到了这一点,于是,他决定重新封闭自己,依靠智力和毅力在一个新的未知的计算机王国里同知识进行艰苦对话。这对于一个普通人来说,可能是件再痛苦不过的事情,可是史玉柱却做得天昏地暗。天道酬勤,他的付出老天给了他最大的回报。

史玉柱的人生哲学

《孙子兵法》之“虚实篇”里讲道:“兵无常势,水无常形,能因敌变化取胜者,谓之神。”这句话着重强调的就是一个“变”字,天在变,道在变,人也应当变。最能变者,就最能生存。史玉柱为了适应市场的需求,没有单一地靠一个“汉卡”产品来维持自己的发展,而是接二连三地开发出了第二代、第三代等一系列的产品。史玉柱在改变中不断地超越和领导技术潮流,这是他立于不败之地的法宝。

3. 乘胜追击,趁热打铁

一个有才能有野心的人,大多是固执的,尤其当机会来到他面前时,即使平时是他最敬畏的人,只要意见与他相左,他也不会听。年轻的史玉柱没有对眼前的一切感到丝毫的满足,在创业两年之后,誓做中国 IBM 的他带着宏大的志向和坚定的信心移师珠海,成就又一个梦想。

◆乘胜追击,将硬仗打到底

移师珠海,史玉柱向世人展示了他在商业取得的巨大成功。他此次非比寻常地快速致富,让他毫无疑问地成为媒体聚光灯下的宠儿。

靠着自己的聪明智慧和不断的努力奋斗,史玉柱开发的 M-6401 为自己的公司带来了生机和希望,经过几个月不分昼夜的奋斗,“汉卡”进一步得到了完善和改进。但当史玉柱满心欢喜地回到深圳的住所时,家里却已是人去楼空,妻子离他而去。不过痴心不改的史玉柱并没有放弃,从 1991 年 8 月开始,他又陆续推出了在排版效果、速度和图文混排等方面有了很大突破的 M-6403、M-6404 型“汉卡”,从此,他在这个科技领域中站稳了脚跟。

当史玉柱产生去珠海的念头时,他并没有立即做出行动,而是先试探了一下珠海方面的反应,聪明的他将巨人的业绩透露给了珠海的各大新闻媒体,很快便得到了珠海方面的重视。而史玉柱对于当时的珠海来讲,他的创业史和知名度也是一个很好的宣传素材。

得到了有力的支持后,1991 年,史玉柱率领 100 多名员工移师珠海,注册成立了巨人新技术公司,当时员工共 15 人,注册资金只有 200 万元。但对着媒体他慷慨陈词:“IBM 是国际公认的蓝色巨人,我之所以用‘巨人’命名公司,就是要做中国的 IBM,做东方的巨人!”当时很多人对他的话不屑一顾,但他的这番话并不是空谈,史玉柱的公司发展到 1992 年时,公司的“M-6403 汉卡”卖出了 2.8 万套,实现利润 3500 万元,公司员工发展到 200 多人,而且都是清一色的年轻人,平均年龄只有 24 岁,差不多都是研究生和大学生。用一句话来说就是“前