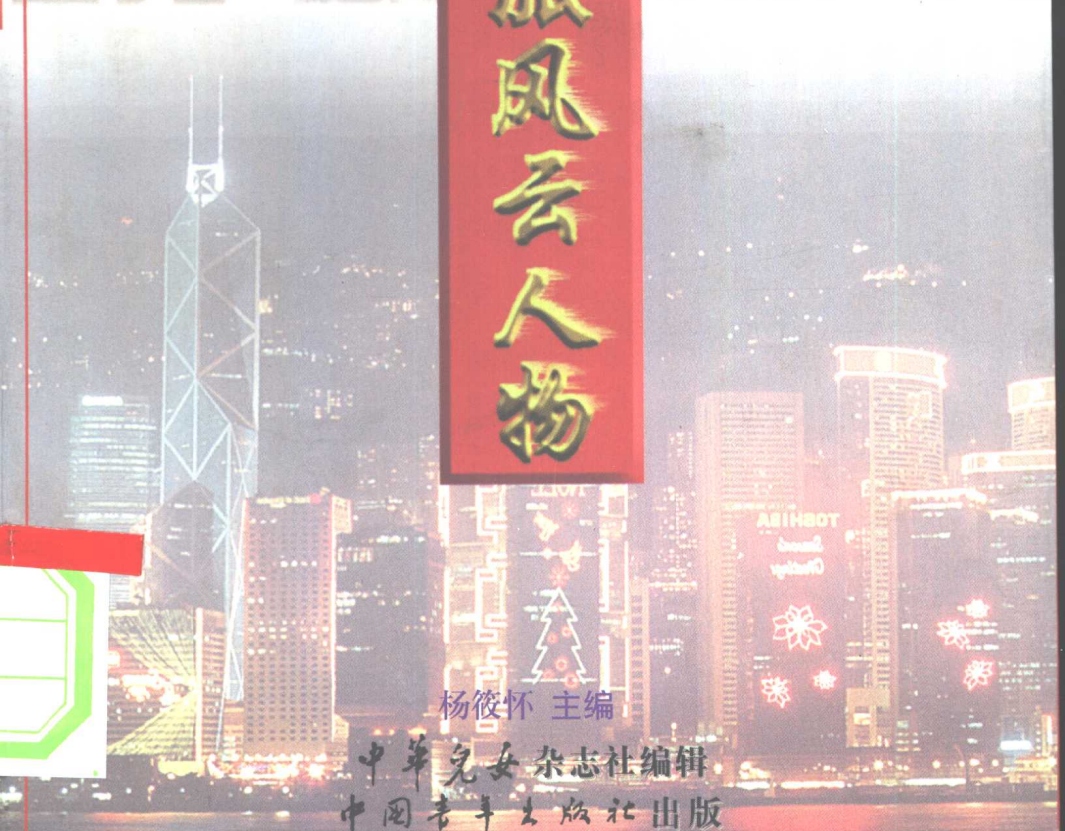


中华儿女精品丛书



商旅风云人物



杨筱怀 主编

中华儿女杂志社编辑
中国青年出版社出版

中华儿女精品丛书

商旅风云人物

杨筱怀 主编



(京)新登字 083 号

图书在版编目(CIP)数据

商旅风云人物/ 杨筱怀主编. - 北京: 中国青年出版社,
1997. 1

(中华儿女精品丛书)

ISBN 7-5006-2454-9

I. 商…

II. 杨…

III. 企业家-生平事迹-中国

IV. K825.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 25311 号

中国青年出版社出版

(北京东四 12 条 21 号 邮编:100708)

新华书店北京发行所发行

北京怀柔世界知识印刷厂印刷

新华书店经销

850×1168 1/32 12.5 印张 263.6 千字

1997 年 2 月北京第 1 版 1997 年 2 月北京第 1 次印刷

印数 1-5,000 册 定价 21 元

序言

风云变幻 人杰永存

我高兴地得知由杨筱怀同志主编的“中华儿女精品丛书·风云人物卷”将要出版了。作为全国青联的一位老朋友，我特表衷心的祝贺！

《中华儿女》是中国期刊百花园中的一朵奇葩，她以记述近百年来，特别是近代作出杰出贡献的领袖人物和各界杰出人物的可歌可泣事迹为己任，旨在忠实地反映历史，精心地刻画历史人物，以此振奋民族精神，提高民族凝聚力。应该说，《中华儿女》是办的比较成功的一本人物传记刊物。

长期以来，写人物传记，特别是为在世的人物写传记，往往只写“过五关斩六将”，不写“走麦城”是怎么走过来的。这样写人物，不够真实、全面，也缺乏力度。要将一个人物的本来面貌真实、全面地告诉读者，必须坚持实事求是的原则。写出一个正面人物，甚至伟大人物的不同侧面，不仅无损于这个人物的形象，还能让后人觉得可信、可亲、可敬，更能受到启迪。我希望《中华儿女》能把我的一点看法做参考。

这套“风云人物卷”是《中华儿女》涉足图书出版领域的一个尝试。应该说，由于这些人物都是从《中华儿女》已

经面世的文章中选取的，所以，就无法照顾到全面，有些应该大写特写的人物显得篇幅不够，还请读者见谅。

风云激荡的时代才能孕育出叱咤风云的人物。在二十世纪这近一百年中，中国发生了许多惊天动地的大事，当然地涌现出许多可歌可泣的非凡人物。那些巨宿们或早或晚总要回归大地，传记作家和历史学家们的重担，则是让这些英杰名垂青史，精神永存！

这，或许就是出版这套丛书的目的所在。

是为序。

王光英

1996 年 12 月 20 日

目 录

序言：风云变幻 人杰永存 王光英 (1)



南国儒商陆海天 (3)

在中国的名牌彩电中，曾有一个响亮的名字——“佳丽彩”。它以先进的技术、卓越的质量赢得了海外和中国南方广大地区的消费者。然而，人们绝没想到，60年代初，广州街头一个流浪儿，就是今天“佳丽彩”的老总，声震东南的一代儒商……

“金花”寡言多智总裁吴一坚 (21)

拥有亿万资产的陕西“金花”集团总裁吴一坚是一个不事张扬的人。他的木讷寡言和他一掷千万金的气魄同样令人费解，但也许圣人所说的“敏于行而讷于言”的“君子”原本就是如此……

张亚光——为科技圣火拾柴的凡人 (34)

现如今各类信用社并不少，但专为科技产业而办的信用社却只有云南昆明科技产业城市信用社一家，它的创始人就是张亚光……

张璨与“达因”民营之梦 (43)

康柏电脑举世闻名,但康柏电脑在亚洲的最大代理商——张璨,知道她的人却并不多。不过读完这篇文章之后,想必您想忘也忘不了她……

香港商界正人君子蔡冠深 (61)

商人必以营利为目的,故而有“无商不奸”之说。而港商蔡冠深却以“修身、养性、治国、平天下”为第一信条,想必他在商界内外自有不同凡俗的谋略……

熊建明自撰乌纱从商记 (71)

中国人历来将“学而优则仕”看作是“人间正道”,而29岁就当上处级干部的熊建明却自动放弃了锦绣前程,白手起家去撑起另一片人生彩幕……



“运通”神奇女杰吕有珍 (91)

做女人难,做商界的女人更难。然而一个三十多岁的漂亮女人却知难而上,成了一个操纵60亿元营运规模的大企业集团的总经理!不过,那十几年的创业之路,她却从不敢回头看一眼……

“海王少帅”张思民 (118)

当年26岁的张思民用仅有的3000元积蓄办起了海王公司,没有人拿他当回事。5年之后,资产已达20亿元的海王公司却令同行们“打死都不敢想象”。不过,当你知道他有一个能策划出“拥有一片故土”这一宏伟工程的脑袋时,就一定不会引以为怪了……

长白药业大王李一奎 (143)

通化东宝集团的“镇脑宁”等药品不知救治了多少人的病痛，然而有谁知道，李一奎为此绞尽了多少脑汁、费尽了多少心思……

“大地”油王李德永 (156)

小庙高人，“大地”之子。李德永一身油污从“油作坊”里走出来，世界油脂大王的桂冠离他还有多远……

抄智道南篇

耿昭杰与中国汽车的世纪之战 (169)

“奥迪”车现已成了中国政界领导人身份的标志。可是，当年如果没有耿昭杰那一系列干净利落的举措，长春一汽的历史也许将重新改写……

药业巨子赵新先与“三九胃泰” (181)

几乎无孔不入的广告让“三九胃泰”走入了千家万户，但是“三九胃泰”的主要发明人和把它推向市场的赵新先却一直甘居幕后。原来，他正在为三九集团构建一个更加辉煌的未来……

何鲁敏和他创造的“亚都”奇迹 (193)

“亚都”牌产品几乎已经涉足了人们日常生活的每一个方面，伴随着“亚都”集团奇迹般的崛起，人们在瞠目结舌之余，也不得不发此疑问：何鲁敏是不是有什么后台……

找到一个写字以外的席殊 (207)

“要练字，找席殊”。但被称为“20 世纪的写字先生”的席殊却并不仅仅安于写字。在此之外，他还有着一个更为多彩的人生……

“杉杉”总裁郑永刚 (219)

“杉杉西服，不要太潇洒。”几年前，中央电视台播出的这个广告却一下子“潇洒”得举国皆知。不过，“杉杉”集团总裁郑永刚却坦言他们的创业并不潇洒……

广厦万般楼忠福 (226)

当今社会，能有几人不羡囊中百万，而图能有“门客三千”？房地产大亨楼忠福堪称当世“信陵君”，其真情侠义，不读《史记》也罢……

钟山下的“企业神医”钟沛 (234)

在国有大中型企业普遍不景气的时候，“秀才”出身的钟沛从一个崭新的角度提出了自己的观点，并且身体力行，在短短 6 年内拯救了 3 家濒临倒闭的企业。对诸多不景气的国有企业来说，这不能不说是一个令人振奋的事情……

“捆绑”股份制和林振衡 (256)

魔术人人会变，各有巧妙不同。林振衡在企业改革中创造的“混血儿”——“捆绑”股份制历经九死一生，终于获得成功。他由此也对“民族英雄”这一概念作了新的诠释……



中国工艺“侠商”刘培金 (269)

侠者言义，商者言利，中国工艺品进出口总公司总裁刘培金水火相容，铁骨柔肠，堪称中国商界奇人……

中国“鹿王”和羊绒巨贾高丰 (286)

8年前，借款7千要称王；现如今，拥资3亿独霸一方。人们纷传着巨贾高丰的风光与荣耀，然而你是否也愿品尝一点这位内蒙巨富那比胆汁还苦涩的往事……

豪门寒士贺业军 (300)

豪门啤酒名扬天下。可又有谁知晓，在那泛起的金黄色的泡沫里，凝结着多少豪门人的智慧和希望？豪门寒士贺业军从一个织毯工起步，成了破烂汽车王和小有名气的借钱专业户，最后又和总裁陈世增把豪门啤酒摆上美国总统的圣诞晚宴……

柴油机巨擘王建明 (326)

广西“玉柴”是中国柴油机行业的“龙头老大”，而王建明就是这个龙头企业的“老大”。他的经营方略不同凡响，而他的身世更充满传奇色彩……

“雷剑”集团“总司令”蔡伟素 (338)

决心要成为“俺家乡第101名将军”的蔡伟素没能如愿以偿，却成了“雷剑”集团的“总司令”。如今，随着队伍的壮大，他又开始了征服世界的梦想……

民营“龙卷风”董吉明 (356)

从养鸡场起家办高科技,是当初韬光养晦,还是今天欲独领风骚?董吉明不是大智者,就是大冒险家……

海南民营功勋企业家张兴民 (372)

既无后台、又无资金的张兴民在海南举目无亲。人们只知道他变戏法似地卖掉了海南严重滞销的白糖,又常常用国内的积压物资去和外国人做生意,如今资产总值已达四十多个亿。却无人知道这一切的背后是一场场怎样惊心动魄的较量……

后记 杨筱怀 (387)

忠信儒商篇

当“批儒”的喧嚣刚刚寂落，传统的价值观就又成为中国上流社会的楷模，很多实业家都想戴顶“儒商”的桂冠，再没人说孔孟之道“陈腐”、“拉历史的倒车”。

儒家的经典千言万语，儒家的记录千段万条。然而，对于行商坐贾来说，哪两个字最最重要？

新中国社会主义制度下成长起来的这批红色商人，用实践作了最好的注脚。

在中国的名牌彩电中，曾有一个响亮的名字——“佳丽彩”。它以先进的技术、卓越的质量赢得了海外和中国南方广大地区的消费者。然而，人们绝没想到，60年代初，广州街头一个流浪儿，就是今天“佳丽彩”的老总，声震东南的一代儒商……



南国儒商陆海天

提到陆海天，百姓中知者寥寥；若说起“佳丽彩”，很多家庭却很熟悉。近几年，陆氏公司生产的“佳丽彩”牌25英寸、28英寸彩色电视机，畅销江南，以精良的质量、新颖的款式、齐全的功能成为更新换代的最佳选择。而陆海天尽管被评选为“深圳市十大企业家”、“深圳市荣誉市民”，被特邀为全国青联委员，多次受到党和国家领导人的接见，可他注重实干，不事张扬，所以声名远不如他的“佳丽彩”电视机传播那么广。本人领命追踪采访陆海天已达两年之久，但还是不能说已对陆氏公司的发展及陆海天的事迹烂熟于心。下面这几段文字，充其量只能算是一个纪实摘要，兴许能使读者对陆

海天其人其事有一个大致的印象。

成千上万的外国名牌电视机从陆氏仓库中提到码头装船运往海外；成群结队的打工仔、打工妹在陆氏公司过得充实欢快；目标远大的共产党员、共青团员在陆氏公司“心甘情愿地为资本家卖命”；目光深邃的香港老板把两种不同社会制度的优点在陆氏公司结合起来

第一次到座落在深圳蛇口工业区的陆氏(蛇口)有限公司的总部时,就碰到了在我看来奇怪的事:铲车把一箱箱标有世界驰名商标的某国名牌电视机装上货柜,拉往码头装船。我很惊异:生产电视机的厂家为什么要进口这么多外国彩电。于是我就问装车的工人。我被告知,这是陆氏公司为某国生产的产品,现在要装船运到某国。我说,那不是等于陆氏生产了某国的名牌彩电吗?回答是:陆氏多年来一直接受某国和其他许多发达国家的订单,按他们的设计生产组装包括××牌在内的彩电,返销到那些国家。

后来,我才知道,作为独资公司,十几年来,陆氏公司由于有庞大的科研队伍和现代化的质量管理,以及先进的彩电生产流水线,一直接受包括电视机生产大国日本在内的世界发达国家的订货单。

这次到深圳还听到了这样一件事:一个精明的内地人从广东番禺的“水货市场”买了一台28寸彩电,是某国名牌;买回家后发现与市场上销售的“佳丽彩”牌外型一模一样,只是这“外国名牌”的价格偏高。细细察看,才发现就是陆氏生产的“佳丽彩”。不过换了外国的商标。“佳丽彩”质量和声誉可见一斑。

在几乎整个社会都在为产品质量问题大伤脑筋的时候,陆氏公司是靠什么保证产品质量的呢?

陆海天毫不犹豫地告诉我:把资本主义和社会主义两种不同

制度的优势结合起来,是陆氏成功的基本经验。具体地说,就是先进的生产技术、严格的管理和细致的思想工作。

1983年,陆氏公司在蛇口开业仅两年,作为港方投资的独资企业,他们率先成立了中国共产党支部,由当时的总经理,内地员工张世锦担任党支部书记;尔后,他们又相继成立了工会、共青团。按照传统理论,工人与资本家是势不两立的,共产党只能领导工人和老板斗争。似乎,陆氏的老板应该不喜欢或者反对在自己的工厂里建立共产党的支部及其与之相对应的工会、共青团组织才对。可事实上,陆海天非但不反对,而且大力支持,拨出专门款项作为党、团、工会的活动经费。对于担任党团、工会负责人的员工,量才使用,有能力的就委以重任。八十年代初,在陆氏公司的共产党支部内,曾发生过“是为共产主义奋斗,还是为资本家卖命”的争论,但是没有结果。这里的党支部负责工人的政治思想工作、青年的教育和贯彻上级党的各项精神,却并不领导一切,但他们与陆氏领导层和工人相处很好。当初,有朋友曾悄悄地问陆海天:你就不怕共产党员职工领导工人闹工潮吗?陆海天回答:在发展经济建设祖国这个问题上,我们与共产党的目标完全一致,没有根本的利害冲突,公司经营好了,工人日子也好过,国家也受益,共产党怎么会闹工潮呢?再者,共产党的思想政治工作,是资本主义社会不具备的,是共产党的优势,用这种优势来做工人的工作,对搞好生产极为有利,我该感谢在厂里工作的共产党才对。

陆氏公司在生产经营管理上与共产党的这种合作,绝不仅仅停留在表示态度或者提供活动费用上。这是一种真诚的高层次的合作:把工人真正当作人,去关怀,去尊重,去调动他们的积极性,把个人利益、陆氏利益和祖国的利益统一起来。

我曾考察过陆氏公司的职工食堂,并在那里与工人一起就餐。那里的卫生标准和饭菜质量让人无可挑剔。工人们(深圳那里称为“打工仔”或“打工妹”)每月交20元人民币,每天三餐饭几近于免

费，且那饭菜的质量比北京大机关里干部食堂每餐花5元钱买的绝对要好得多，一般是一荤一素，外加小菜和一个汤，主食的花样也有几个，满足南北方人的不同口味。饭堂里还设有就餐人员的投诉箱，人们有意见就可以投诉，为管好食堂，陆氏设了个饭堂监管小组，由陆海天亲自抓，人员由总部办公室、人事部组成，每天验收饭菜质量和卫生，遇有投诉便及时开会解决。饭堂曾经发生过这样两件事：

前几年，饭堂设了个工程师、大学生窗口，“打工仔”们有意见，说他们知识分子工资已比我们“打工仔”高那么多，排队买饭还要高我们一筹，这不合理，并建议取消专用窗口。陆海天认为“打工仔”们的意见有道理，就做通了知识分子们的工作，和“打工仔”们一起排队买饭。

遇有刮风下雨，本不在食堂就餐的职工也聚到食堂就餐，数次发生了部分人无饭可吃的情况。在一般人眼里，这是可听之任之的小事，但陆氏公司的当家人却把这小事当大事来抓，让食堂购买一些蔬菜、肉类罐头，以应急变。

陆氏员工的工资不是全深圳最高水平的，因为陆氏的最高领导人曾有过一句坦诚的名言：在陆氏服务的人，不可能发大财，给你的钱越多，你可能越难受。这里所说的“难



胡锦涛接见陆海天。