

中国第三代财经媒体人文本

中国财富重新洗牌

《21世纪经济报道》创始人八年职业冲动
中国顶尖企业关键时刻最原始的记录

非常原始积累

中国企业家的骑士时代

Special Primitive
Accumulation

刘洲伟 著



中国计划出版社



中国第三代财经媒体人文本

非常原始积累

中国企业家的骑士时代

Special Primitive
Accumulation

刘洲伟 著



中国计划出版社

图书在版编目(CIP)数据

非常原始积累/刘洲伟著.—北京:中国计划出版社,
2002.4

ISBN 7-80177-069-2

I.非… II.刘… III.经济—中国—文集 IV.F12-53
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 020130 号

非常原始积累

刘洲伟 著

☆

中国计划出版社出版

(地址:北京市西城区木樨地北里甲 11 号国宏大厦 C 座 4 层)

(邮政编码:100038 电话:63906415 63906416)

新华书店北京发行所发行

北京忠信诚胶印厂印刷

880×1230 毫米 1/32 12.5 印张 300 千字

2002 年 5 月第一版 2002 年 5 月第一次印刷

☆

ISBN 7-80177-069-2 / F·020

定价:22.00 元

总 序

在过去的 20 多年里,中国的企业得到了长足的发展。这样迅速发展原因,除了企业自身不断摸索前行的规律,不断从稚嫩走向成熟以外,企业发展大环境的不断改善是重要的决定因素之一。

从联想自身的发展来看,一个企业的良性成长环境的形成,要在两个方面取得突破。一个是在政策、法律法规方面,另外一个是在舆论环境方面。

就第一个方面来说,现在企业发展所面临的政策、法律法规环境比当初联想在 80 年代中期创业时要好很多。改革开放的十几年来,由于中央政府坚持不懈地推进改革,在营造大的政策环境方面不断做出努力,这样的良好态势为中国的企业发展提供了最直接的支持。

除此以外,传媒在营造良性环境方面对于企业,尤其是民营企业发展的支持也是功不可没。早在改革开放初期,传媒就主动参与了为

企业的发展营造良好环境的工作,积极为企业改革的推进,为对企业“松绑”、放权,为企业改革的成果与进步鼓与呼。随着网络与信息化的发展与在中国的引用,伴随着新经济的到来,传媒自身的改革也不断深化,媒体针砭时弊、呼唤诚信、激浊扬清,在优化企业发展的社会环境方面做出了更大努力。应该说,没有舆论媒体的贡献,很难设想中国的社会改革及新经济发展会有如此广泛的影响。

在这样的传媒队伍中有不少杰出的代表,《南方周末》就是其中很具特色的一个。在她的队伍中涌现出来的一批出色的新闻工作者。摆在我们面前的作品的撰写者就是他们中的优秀成员——刘洲伟、李甬和陈涛。他们用自己的智慧与汗水见证了和见证着中国企业的发展史,记录下新经济浪潮中成长的中国企业的辛酸百味,跌宕与辉煌。

随着 WTO 的准入,中国的经济发展会面对全球化竞争的考量,这对于未来中国企业发展大环境的要求会更高,我们希望能看到更多优秀的新闻工作者活跃在新经济的舞台上,扮演更为主动的角色。

A handwritten signature in black ink, appearing to read '陈涛' (Chen Tao), written in a cursive style.

2002年4月15日

自序

从《南方周末》到《21世纪经济报道》

“人充满劳绩，却还诗意地栖居于大地之上”。这样的广告词当然会诱惑一群《南方周末》的同仁，他们跟我一样居住在广东番禺一个叫作南浦的岛上。地产商给这个小区起了一个诗意的名字叫作“丽江花园”。

丽江是一个成熟的社区，所谓成熟是指它已经形成了自己的文化识别，比如上面的那句广告词，再比如它在农历新年的时候，把贾樟柯请过来在小区里搞了一个“电影节”。小区在刻意营造某种格调，像是杂志上描述的“中产阶级文化”——家住城市的郊区，拥有车，拥有小孩或者狗……

我们搬进这个社区时间并不长。在我们搬进来的一年中，《南方周末》发生了某种变化，有人用“盛极而衰”来形容它，也许并不准确。

《南方周末》在市场上最锋芒毕露的几年中，许多同仁住过不足七平方的房子，写稿子到深夜的时候常有老鼠相对。我记得有

一次冰箱坏了,后来发现是老鼠咬断了电线,那台冰箱在我去北京记者站工作的时候卖给了一位同仁,那位同仁现在也住丽江花园,而且买了车。——我不知道彼时的心境是否影响了报纸的方向,以至于它传递了“太多的愤怒”。

但这一切已经与我无关。在《南方周末》熬满了七年之后,我选择了离开。跟三位《南方周末》的同仁一道,我们创办了另一份报纸,叫《21世纪经济报道》。

更多的同仁留在了《南方周末》。我有时候会暗自庆幸,“及时的撤离”躲过了来自市场的责难和忠诚读者的口诛笔伐。

更重要的是,我的焦虑消失了。在《南方周末》积攒了多年的内心冲突终于涣然冰释,我走在丽江花园的小桥流水之间,心平气和。深夜俯仰天地,还有“知行合一”的快乐。

跟《南方周末》相比,《21世纪经济报道》是一份完全不同的东西。已经有人在称它“中产阶级报纸”了,也许并不准确。

1994年我从人大新闻系毕业就进了《南方周末》,由助理编辑到记者,驻北京记者,北京记者站副站长,新闻部副主任,最后是经济部主任。这是一个并不容易的向上爬的过程,沈颢和江艺平在关键时刻帮助过我,有知遇之恩。

离开《南方周末》的时候,我尚未坐热我一手操办的经济部的主任位置,但“新经济”四个版已在业内闯出了些名声,广告商也很给面子,四个版经常只剩两个版的内容。

“新经济”使我获得了实验全国性经济新闻题材的大把机会,还有操练一个十几人团队的空间——这跟当记者单兵作战的体验完全不同,事实上在相当长的一段时间,《南方周末》只有我一个经济新闻记者,从跑政策解读,学者观点开始,做过许多行业的报道——我现在明白,这些功课没有白做。

“新经济”的折腾使我从市场中获得经验,逐渐形成了一套所谓“南派财经”的风格,即大事张扬,通过文体与包装将新闻效应无

限放大,注重以内在冲突与矛盾的展开揭示商业逻辑,非常善于“讲故事”,但不是虚构式的,而是将通过采访拿到的核心材料以“秘法炼制”,不肯以粗糙底色示人,对文字的重视与逻辑链条、调查过程并行。我不知道这个套路是否适合杂志,但它确实在周报这一类的新闻产品上发挥了作用,“做得好”的时候,有左右逢源呼风唤雨的感觉。

事实上,我在设计《21世纪经济报道》第一年新闻报道框架与基本风格的时候,也许潜意识里是将“新经济”的做法推向极致,结果是报纸拥有了非常锐利的个性。——这种个性化的元素很快被整个行业所效仿——不管是创立在后的《经济观察报》,还是“老牌”的《中国经营报》,你看看它们标题的变化就知道了。

当然,就如一枚硬币的两面,把一面亮出来,另一面便掩盖了。所谓“南派财经”有明显缺陷,其一就是对调查性新闻的重视不足,内容上不够坚挺,概念过度——周期短不是一个借口,核心的东西一定要拿到。

《21世纪经济报道》在第一年的成功证实了我当初在《南方周末》时的“错位感”——当时经济部的同仁在开会时发生过争吵。有人在评价“新经济”文章的影响力时认为是《南方周末》的平台使然,而不是我们的文章做得有多好,不过是“站在巨人肩膀上”罢了。作为经济部的始作俑者,我对此感到愤怒,但我拿不出证据来。《南方周末》虽然盈利甚巨,并不肯拿出一笔钱来请好的调查公司作数据。

《21世纪经济报道》让我感到安慰。虽然在试刊四期它使用《南方周末》的发行渠道,但它迅速独立,成长。环顾周遭,报业环境发生了微妙的变化,仿佛有一只无形的大手操纵变局,使沉者自沉,浮者自浮。

《南方周末》的故事有很多,故人会在不同的场合提起。但属于我的没多少,这本书算是个总结。虽然是些陈年往事,但想起每

6 非常原始积累

一篇背后的辛苦,原汁原味的人物与故事,总比那些被拼凑起来的所谓“MBA 案例”强些吧。

另外,我对“第三代”始终未搞明白,——我是 1971 年生人,——我现在的几个部主任,有 1975、1976 年的,记者中甚至开始出现 80 年的——呜呼,真是人在江湖漂,岁月如飞刀啊。

2002 年 3 月 17 日深夜于广东番禺

目 录

总 序 1

从《南方周末》到《21世纪经济报道》(自序) 3

第一编 “网络泡沫大争论”的幕后黑手

那一年开两会,吴先生在会上发表了几句批评当今股市大炒网络股概念的话,后来我听到几位正红的“IT评论家”对此颇有微词。新闻直觉告诉我,这个可以做大。

互联网:要发展还是要泡沫 4

致吴先生:别给网络泼冷水 9

用泡沫换进步? 16

网络别玩危险游戏 19

怎样挤出网络泡沫? 24

谁将成为网络革命的领导者 28

挤泡挤泡:知识英雄受煎熬 35

走下神坛的互联网 40

第二编 近看张瑞敏

按道理,张瑞敏的成就感怎么说也不过分。但张氏从未流露,相反总是说“战战兢兢如临深渊如履薄冰”,有好几次采访,看到他嘴角起泡,显然是上火所致。张的忧患应该用格鲁夫的话来解释,“只有偏执狂才能生存”。

- 海尔转身 49
- 张瑞敏“洛桑路演” 55
- 海尔“零成本兼并” 60
- “哲商”张瑞敏 65

第三编 联想的非常时期

对互联网机遇的利用使联想一跃成为香港上市公司的大赢家,柳传志在稳健中“一抖机灵”,把对手抛得更远。中关村是柳发家的地方,但柳的影响力甚至连《时代》杂志都不敢小觑。柳的激情、商业智慧、对中国特色的把握,都高人一筹。

- 联想“影子内阁”透露竞争战略 71
- 柳传志纵论联想网变 75
- 联想的胃口有多大? 81
- 倪光南事件 85

第四编 央视庄家 标王岁月

央视标王是一套游戏规则,大体上可以看出一个垄断产品对于一个竞争性市场所形成的商业游戏。输赢其实已不重要,因为作为广告市场的“庄家”,无论“大户”的实力如何,央视稳坐钓鱼台。标王从一开始就是央视的“托儿”,是庄家敛财的工具,是一种心照不宣的博弈。

- 不做标王做什么 95
- 不让标王多出钱 100
- 三分钟拍定新标王 105
- CCTV:罢黜标王 110
- 中央台开始“跑码头” 116
- 中央台少收7个亿 122
- 中央台:今年玩暗标 128

第五编 打工皇帝出走记

VCD在中国是一个奇迹,但转瞬即逝。可以说,这是一部辉煌的断代史,我有自信可以成为首席历史学家。

- 打工皇帝为何出走 136
- 一九九八:VCD生死劫 145
- VCD背后几只手 151
- 政府向CVD亮出黄牌 156
- 圆桌会议引出巨大悬念 161
- 超级VCD:跳跃并不轻松 166
- “爱多”怎么了? 172

DVD:带刺玫瑰谁能摘 178

DVD 三巨头论持久战 182

第六编 倪润峰世纪豪赌

彩电是中国制造的缩影,英雄辈出,带着光荣与梦想,成长或者衰老。倪润峰还在读他的《红楼梦》,李东生正带着他的雄心悄悄突围,而曾经年轻气盛喊出“谁升起谁就是太阳”的陈伟荣已黯然出局。彩电大王们的历史令人扼腕。

彩电大王世纪豪赌 189

彩电厂家将走出丛林? 197

彩电恶战何时烟消云散 203

彩电业:看上去很乱 208

彩电跳水厂商心碎 214

第七编 观点领袖

有些人做事而成领袖,有些人说话而成领袖。对于后者,传媒人现在称之为“观点领袖”。高屋建瓴,见微知著,坐而论道,鞭辟入里,以舌头征服脑袋,以说话声音大小而定权力榜的座次。久而久之,就会变成“精神领袖”。

凭什么创造西部神话 221

“民工潮”再掀巨浪 226

国际竞争力中国数第几 230

国有资本撑不住过于分散的点	234
打一场 8%保卫战	240
治水! 治水!	245
中国经济:让中小企业冲破僵局	250
用贸易顺差补生态赤字	256
费改税抡起“三板斧”	260
给通货紧缩下药	264
下半年你的存款会怎样	271
开放,我们义无反顾	279
思维盛宴	285

第八编 公司戏剧社

两年后,何伯权先生带着他的创业团队离开了乐百氏,达能的人收拾残局。赋闲之后过年,何给我寄了一个印刷着他墨宝的明信片,上书“舍得”两个大字,备注曰“不舍不得,多舍多得,少舍少得”。公司本是一台戏,上台下台,应抱“舍得”二字心经。

偷漏税一亿成难言之隐 恩威不服如何一洗了之	297
空调大王造房子 远大觊觐一十亿	305
乐百氏合资事件	311
掌上争夺战	316
新营销运动:演出开始了	322

第九编 头条新闻诱惑

南方周末的头条要求很高,传播力量很大。比如许多年之后,有人还记得《奔驰为何开进北大》,其实那篇东西令我汗颜。

- 第三只眼睛看电信产业 331
- “奔驰”为何驶入北大 339
- 欲独霸世界先逐鹿中国 《财富》论坛论未来财运 346
- 能够取代比尔·盖茨的两个人 354
- 全球化是福是祸? 361

附录:

- 与加入 WTO 后的中国一起成长 366
- 借势窜升刘洲伟 377

第一编

“网络泡沫大争论” 的幕后黑手

中国顶尖企业
关键时刻最原始的记录

“互联网泡沫”大争论的“幕后黑手”

吴敬琏先生是位令人尊敬的学者。他住在北京师范大学一栋极平凡的教师公寓里，因他太太的关系。但在这个不起眼的地方，吴先生掀起了一阵又一阵“思想风暴”，震烁政界学界，人老心不老，乃白发先锋。

与吴老打交道始于此。——那是一篇关于“国有资产退出竞争性领域”的访谈，发表在《南方周末》后被数家港报转载——看起来我的第一次比胡舒立幸运。此后又几度访问，吴先生很给面子，让我感到极大鼓舞。

但有一件事似乎破坏了这种和谐。那便是波及全国的所谓“互联网泡沫”大争论。

事情是这样的。那一年开两会，吴先生在会上发表了几句批评当今股市大炒网络股概念的话，后来我听到几位正红的“IT评论家”对此颇有微词。新闻直觉告诉我，这个可以做大。我一边派了记者去采访吴老，一边请方兴东等人写了反驳的文章，标题就叫“别给网络泼冷水”。

吴老的文章是他审过的。但我后来发现做错了两件事，一是改动了这篇文章的标题，二是事先没有告诉吴老有人写了反击的文章。