

商界[®]

2002
商界全年合订本

S H A N G J I E



神秘新疆

时尚爱情法则
天山下的美克传奇

青海人民出版社

商界合订本

青海人民出版社

商界合订本

青海人民出版社出版发行

新华书店总经销

青海工人印刷厂印刷

850X1168 毫米 1/32 10 印张 360 千字

2002 年 10 月第一版 2002 年 10 月第一次印刷

印数:1-5000 册

ISBN7-10591-4223-8/I·25

定价:28.80 元

目 录

执着李书福	(5)
中国经济:乱花渐欲迷人眼	(17)
中国经济增长之谜	(2)
西方为何质疑中国的繁荣	(32)
“温州模式”过大关	(35)
让鲜花插牛粪上	(46)
我在郎酒当老总	(49)
企业热衷于上市的诱因	(58)
企业上市的战略目标	(60)
对企业上市制度环境的思考	(62)
演绎上市春梦	(65)
十年运动生死劫	(68)
街上流行:“企业秀”	(75)
你一步步踏入我的陷阱	(78)
炒卖南大街	(83)
老百姓心中的品牌标杆	(89)
“金”库	(92)
搞笑刘德华	(97)
推销路上大土封疆	(102)
可采的营销	(106)
睡眠市场芝麻开门	(111)
血祭坛	(115)
百万元创业大行动	(120)
通威为什么	(122)
互联网回暖	(135)
中国“人世”半年回眸	(141)

被误读的特许经营	(146)
我制造了楼市风暴	(153)
华豫悲喜剧	(163)
“糊涂”商经	(169)
云南“钦王”的宿命人生	(172)
广告：五大误区	(183)
谁来为千亿广告残局买单	(187)
诈骗	(189)
“领带大师”董水荣	(196)
柯达西进	(201)
“南滨路”	(209)
不玩品牌也很爽	(212)
亿万富翁“生钱”模式	(217)
成者为寇	(222)
河南农民的文化苦旅	(227)
将老板包装上市	(232)
10000 亿一盘诱人的大蛋糕	(236)
女老板比武招亲	(242)
天山下的 美克传奇	(246)
神秘新疆	(258)
新疆的未来	(276)
善待企业中干	(278)
中国企业对外投资指南	(281)
信托业风暴	(283)
理性成就未来	(289)
创维重出	(292)
湖南服饰广场迷局	(300)
坍塌的中国第一减肥品牌	(307)
阳谋	(312)
茶饮江湖	(317)

商界合订本

青海人民出版社

商界合订本

青海人民出版社出版发行

新华书店总经销

青海工人印刷厂印刷

850X1168 毫米 1/32 10 印张 360 千字

2002 年 10 月第一版 2002 年 10 月第一次印刷

印数:1-5000 册

ISBN7-10591-4223-8/I·25

定价:28.80 元

目 录

执着李书福	(5)
中国经济:乱花渐欲迷人眼	(17)
中国经济增长之谜	(2)
西方为何质疑中国的繁荣	(32)
“温州模式”过大关	(35)
让鲜花插牛粪上	(46)
我在郎酒当老总	(49)
企业热衷于上市的诱因	(58)
企业上市的战略目标	(60)
对企业上市制度环境的思考	(62)
演绎上市春梦	(65)
十年运动生死劫	(68)
街上流行:“企业秀”	(75)
你一步步踏入我的陷阱	(78)
炒卖南大街	(83)
老百姓心中的品牌标杆	(89)
“金”库	(92)
搞笑刘德华	(97)
推销路上大土封疆	(102)
可采的营销	(106)
睡眠市场芝麻开门	(111)
血祭坛	(115)
百万元创业大行动	(120)
通威为什么	(122)
互联网回暖	(135)
中国“人世”半年回眸	(141)

被误读的特许经营	(146)
我制造了楼市风暴	(153)
华豫悲喜剧	(163)
“糊涂”商经	(169)
云南“钦王”的宿命人生	(172)
广告：五大误区	(183)
谁来为千亿广告残局买单	(187)
诈骗	(189)
“领带大师”董水荣	(196)
柯达西进	(201)
“南滨路”	(209)
不玩品牌也很爽	(212)
亿万富翁“生钱”模式	(217)
成者为寇	(222)
河南农民的文化苦旅	(227)
将老板包装上市	(232)
10000 亿一盘诱人的大蛋糕	(236)
女老板比武招亲	(242)
天山下的 美克传奇	(246)
神秘新疆	(258)
新疆的未来	(276)
善待企业中干	(278)
中国企业对外投资指南	(281)
信托业风暴	(283)
理性成就未来	(289)
创维重出	(292)
湖南服饰广场迷局	(300)
坍塌的中国第一减肥品牌	(307)
阳谋	(312)
茶饮江湖	(317)

执着李书福

当今中国商界，李书福无疑是最具争议的人物，他的固执全国闻名。他涉足的每一个产业，无一例外地受到方方面面的责难。但不管是造汽车还是玩足球，他都能从容而坚定地站在舆论的中心。他说：我之所以不招人喜欢，是因为我做的事总在揭别人的短。我造汽车，就揭了国企垄断车市价格虚高的短；我不玩足球，又揭了足坛黑哨的短。我总在想，如果我做的事是为了大多数人的利益，那就让一小部分人来指责吧！

在记者成行之前，某大型国有汽车集团的一位副总说：你还要去采访这个疯子呀！咱们都把他当做眼中钉呢！记者就想：能让这些同企老总们坐卧不安的人就不是一般的角儿。

一位浙江青利集团的老总谈起他们的老总：咱们吉利集团现在综合实力列全国乡镇企业第五、民企第四，可李总还是一个三不会的人——不会吃，不会穿，不会睡，脑子里装的全是他的造车梦。

当记者在北京的茶楼里采访李书福的时候，他见着厂记者的一个文艺打火机，就拿过去琢磨了老半天，说是这种流线型的设计好像可以应用到跑车的外观设计；当记者站在李书福的汽车城里感叹自身渺小的时候；当看到吉利大学里数千学“夜半苦读”的时候，我们也开始由着李书福的那股子“疯”劲去解读他的成功。

傲气2000年美国《布斯》杂志将李书福列为大陆50K豪榜第32位，第49位。李书福对此却嗤之以鼻，还扬言要状告《布斯》。

李书福说：“我选择谁，谁就会成为百万、千万富翁，这世上可供我选择的人很多，但像吉利这样的公司却很少。”

在一新闻发布会上他更是“不知天高地厚”：“通用、福特迟早要关门”话音刚落，台下一位年轻人站起来，扶起包边走过调侃说：“我得走了，我得去找工作了。”这位年轻人是通用（中国）公司公关部经理。

李书福有他傲气的资本，因为他总能做成另另人不敢做的事情。

世纪之交，中国汽车工业游进了一条鲶鱼。这条名叫“吉利”的鲶鱼逆流而上，掀起骇人的巨浪，将一潭死水的中国车市搅得涛翻浪涌。6——回不论对吉利还是对国人而言，美好日子从打破垄断开始。接连引爆4次降价风潮，最先将轿车价格拉下马来，突破4万元价格的瓶颈。一时间，夏利、奥拓、富康、桑塔纳等车价纷纷跳水，多米诺骨牌一个接一个被推倒。

民营企业切入汽车制造，给我国现有的汽车发展体制、国家汽车政策带来了强劲的冲击，创造了一种紧张，激活了汽车市场。有人说，现在的同有汽车厂的老总们要打起十二分的精神来对付吉利汽车了。他们一朝醒来，就会发现脚下的坚冰成了滔？滔的洪流。

1999和2000年，初创的吉利车年销量也就几千辆，然而不到4万元的诱人车价和“平民车”的概念，却让过惯了舒坦日子国企轿车巨头们头痛不已，过去的中国轿车市场由他们把持着，大家碰个头，统一一下口径，市场定价就出来了。可现在偏偏从民！d钻出个不听话的吉利车来，价格还只有同档车的2/3，这还得了？

于是，有人开了头一炮：“他李书福有什么能耐？3万元能造出什么轿车？肯定是用废铜烂铁打的。”一时天下闻徽而动，纷纷讨伐吉利车，怀疑如密集的冰雹，砸向吉利、砸向李书福：一位大型国有汽车集团的老总还在人民大会堂这样戏读：“没有一不怕苦，二不怕死的精神，就别开吉利车。”

这两年，李书福过得很艰难。有人说他快疯了——见人就讲自己怎么造出3万元轿车来的。没人信他，到后来他就干脆保持沉默，让市场来检验一切。那些国企老总们叫嚣了一阵，见一个巴掌拍不响，也甚觉无趣，怀疑的论调才渐渐偃旗息鼓。随着吉利车有一茬没一茬地搅和，国企垄断车市的局面一去不复返，加之中国人脚步的临近、政府对车价的放开、消费者的日趋理性，市场的压力让国企巨头们没法再装清高了，车价一路下滑，夏利、奥拓也相继推出了3万多元的轿车，自己狠狠地扇了自己一嘴巴。

国企车价的暴跌无疑给吉利车做了一个大大的免费宣传。老百姓也弄明白了，这3万元的车质量还是有保障的，兜里的钱终于开始蹦出来。到了2001年，吉利车的销售形势开始人起来。在北京车市里，的两款车——

“豪M”、“美日”一个月能卖出300多辆，全年吉利全国销售达3万辆，成功实现盈亏持平，对于一家建厂仅两年的民营汽车企业来说，这算得上是一个相当不错的开局了。而反观一些老牌的汽车国企却败得很难看，生产夏利的天津汽车工业公司2001年上半年即亏损6.5亿元之巨。

无疑，李书福和他的吉利车给沉闷、低迷、僵化的中国车市吹来了市场的供不应求，也带动了制冷元器件产业的发展。李书福的小厂从小配件一直做到一些核心部件，他看准这一商机，请上专家攻克了冰箱蒸发器的技术难关，逐渐成为浙江首屈一指的制冷元件供应商，连上海、山东几家冰箱大厂都请他做配套。

之后，李书福逐渐向下游产业渗透，成立了北极花电冰箱厂，开始制造成品冰箱。经过长期计划经济体制的制约后，市场的饥渴状态用不着李书福去考虑营销，只要质量没问题，就没有卖不出去的东西。北极花冰箱在很多市场都卖得脱销，品牌渐渐树起来，李书福也完成了最初的原始资本积累。

然而，1989年，国家对电冰箱实行定点生产制度，民营的“叫北极花”不在国家定点之列，不能生产冰箱。第一次撞上“红灯”的李书福老老实实地刹了车，关掉了冰箱厂，伤筋动骨之余一头扎进了浙江大学的书堆里。

这是一个影响他一生的抉择，当时一部分同样没有拿到定点生产指标的企业坚持下来并笑到了最后，现在的家电巨头如科龙、美的等均属此列。李书福每每谈及此事，总是痛心不已他意识到：国家的产业开放政策有一个逐步到位的过程，有些“红灯”只是暂时的，只要是顺应潮流的事业，认准了再困难也要坚持到底，“红灯”虽然不能硬闯，但缓行等待时机或绕道而行也是可行的。

在装修大学寝室，李书福去市场购买装潢材料时发现，当时高档的装潢材料如美铝一股新风。然而为了吹这股风，李书福经历的几起儿落，生生死死，是常人难以想象的。

执着

李书是一个相当执著的一他紧揣着自己的梦想，不依不饶地往前冲。

在他的创业中，无论是造摩托车还是造汽车，一开始都让人觉得他不自量力异想天开，但最终他都做成功了，而且做得相当漂亮。

这个“最执着的人”给人的印象总是天天在忙碌地跑技术、跑资金、跑销售、跑政府部门都是难事，但李书福一件件地给办成了。说中国的汽车业不好做，可转瞬间，李书福魔术般地推出了利轿车、跑，为了获得民营企业造小轿车的允许，他抱着不成功，便成年的勇气和决，静静地守候着。

而他所有的执着又源于创止起家时那次刻骨铭。的不执着，这让他参透了“慎终如始，则无败事”的古训。

浙江人一向被誉为是中国的“犹太人”，他们一出生血液里就融入了经商的情结。李书福是浙江台州人，自小酷爱摄影，高中毕业就提着一台老式相机走街串巷给人拍照谋生。

1984年，年仅21岁的他拿出拍照攒下的1000元，与人合伙开了一家作坊式的小厂，替一些大的冰箱厂加工小配件。冰箱曲板等都是从国外进口，暴利惊人，空白的行业让他有了做建材的想法。同学就笑他：“这些高档的东西中国人怎么做得了？”他就不信这个邪，立马放弃了深圳大学的学业，回到。州，召集旧部，倾囊2000万元成立装潢材料厂，1990年就搞出了国产第一张美铝曲板，其各项质量指标均可与进口同类材料媲美，而市场价格仅进口材料的1/3，很快畅销全国。装潢材料至今仍是吉利集团的支柱产业之一，每年产值达5亿元，每年贡献利润5000万元以上。在李书福的推动下，浙江台州也逐渐成为中国最大的装潢材料生产基地D

李书福就怕人说他不行。1993年，他上某大型国有摩托车企业参观考察，看见摩托车产销两旺的势头，就向该企业老总提出为他们做车轮钢圈的配套，对方一听，笑道：“这么高技术含量的配件岂是你们民营厂能完成的，该做什么还做什么去！”

李书福一听就火了，憋着一肚子气回到公司，大胆提出自己制造摩托车整车。当时连他的亲兄弟都笑他不自量力：“车祸死了人，有你好看的。搞不好千年砍柴一夜烧。”然而李书福决心已下，这次他又碰到了“红灯”——没有摩托车生产许可证。到处求爷爷告奶奶均是碰壁而返。吃一堑长一智，他“绕道”以数千万元的代价收购了浙江临海一家有生产权的国有邮政摩托车厂，借船出海。只用一一T7个月时间，吉利就开发出中国

同行一直没有解决的摩托车覆盖件模具，并率先研制成功四冲程踏板式发动机。接着又与行业老大嘉陵强强联合，生产“嘉吉”牌摩托车，不到一年又开发出中国第一辆豪华型踏板式摩托车，很快便替代了日本和台湾的同类摩托车，不仅一直占据国内踏板车销量头名地位，还出口美国、德国、意大利等22个国家和地区。1999年吉利摩托车产销43万辆，实现产值15亿元，吉利集团也因此赢得了“踏板摩托车王国”的美誉。悲其“请允许民营企业大。尝试，允许民营企业做轿车梦，几十亿的投资我们不要国家一分钱，不向银行贷一分钱，一切代价民营企业自负，不要国家承担风险，请国家给我们一次失败的机会！”为了拿到轿车生产权，李书福四处奔走呼号。

造轿车是李书福最大的梦想。多年来，他总在琢磨：作为国民经济“三驾马车”之一的汽车业应该有更大的文章可做，而老百姓买得起的小轿车市场上还没有。李鹏任总理的时候不是曾说过吗，当前真正符合广大老百姓购买能力的普通家用轿车，应该是“三i”轿车——乘员5人、每百公里耗油5升、售价在5万元以内。而带有浓重政府色彩的“三大三小”国有汽车企业长期忽视了低端轿车的开发，致使家用轿车市场迟迟难以启动起来。

1997年，在有了装潢材料和摩托车所带来的丰厚利润作为圆梦的坚强后盾之后，李书福决定杀入家用轿车领域。这在当时是一般的民营企业企业家连想都不敢想的事，当然招致了包括一起创业的亲兄弟在内的所有人的反对。李书福对他们说：“造汽车没什么神秘的，无非就是四个轮子加一个方向盘再加一个发动机。世界汽车工业已经形成了非常成熟的技术，完全可以为我所用，只要有钱，就可以买来技术、买来零配件，请到人才，设计出好的产品。我们过去造两轮（摩托车）时，不是没人相信我们能做出来吗？事实怎么样呢？我们不仅做出来了，而且还做得很好。我心意已决，我负全权责任，哪怕是倾家荡产，头破血流，我也要干！”

造汽车岂同儿戏，生产权、技术、资金、市场等一系列问题横亘在李书福面前。“一开始想要造车就被人当成犯罪一样，好像是件多么大逆不道的事。情。”李书福总是这么感叹。

李书福到省里找到相关部门，要求生产汽车，主管官员立刻瞪大了眼睛，好像遇到了一个令人不可思议的“疯子”。回答当然是否定的。李书

福又问，如果不让生产汽车，可不可以搞汽车实验？官员想了很久才答道：“拥研究是可以的嘛。”

得不到主管部门的许可，固执的李书福还是在临海市征地 850 亩，打着造摩托车的幌子，筹建吉利豪情汽车工业园区。他的哥哥都说他是在赌命。的确，如果最终拿不到汽车生产权，数亿元的投资都将付诸东流。

开弓没有回头箭。李书福一次次到北京，奔走呼号，到国家汽车权威部门，一次次地阐明自己的观点，激情真意切地说：“精允许民营企业大胆尝试，允许民营企业做轿车梦，几十亿的投资我们不要国家一分钱，不向银行贷一分钱，一切代价民营企业自负，不要国家承担风险，请国家给我们一次失败的机会！”

壮士断腕般的豪言并没有融化国家政策的铁板一块。一次偶然的机会让已被判了“死缓”的李书福柳暗花明，司法部下属的四川一家生产小客车的企业濒临倒闭，经过多方努力，合作成功。对方以目录、生产权。部分设备等折价入股，吉利投入 1M 万元，成立四川吉利波音汽车制造公司。李书福又靠“借腹生子”终于拿到了小客车、面包车的生产权。

1997 年 11 月，吉利在临海的工业园正加紧建设的当口，又突遭台风袭击，在建厂房被洪水淹没，在漆黑的夜里，李书福与职工们被困在断电、断水。断粮的厂区内，他们脚趟洪水，相互偎依着取暖，造汽车的信念却更加坚定起来。靠着这个信念，他们一起度过了最困难的时刻。靠着这个信念，他们攻克了一项又一项技术难关，仅用一年时间就造出了家用经济型轿车。

1998 年底第一辆两厢“吉利豪情”车下线，李书福搞了个下线仪式，亲自去请一些官员，结果除了浙江省一位副省长来了外，其他相关官员一个都没到场。“他们都不敢来，认为吉利是在打擦边球，承担责任”。

李书福把“吉利豪情”的市场价定在 479 万元，成为当时中国最便宜的“电喷车”，其优越的性能价格比，得到了众多家庭购车者的关注，市场需求渐旺。李书福感到是大干的时候了，于是在 2000 年，他又在宁波北仑投资 7 亿多元，征地 1000 亩，建立吉利美日工业园，两大生产基地初步形成了年产 20 万辆汽车的生产能力。

正当李书福准备在 2001 年放手一搏的时候，政策的变动再次将李书福逼入了绝境。个性李书。的鲜明个性与。的财富有关，一个人有了足够资

本，当然有底气做自己想做的事情。

但是，他的个性似乎又与财富无关，并不是每一个有钱的人都会像他一样疯狂（他花钱花得那样心惊肉跳而又理直气壮，这是基于他的个性。

他进军足坛，花了好大一笔钱却又从中抽身而也并且宣布：“你足坛不遵守游戏规则，我不跟你玩了。”

李书福自己也说，这个社会最可怕的就是没有欲望，没有个性。这是一个进步的社会，发达的国家，允许人们有个性和不断提高欲望，不断有自己新的追求，只有这样才能发展，如果我不张扬，我没有个性，我不知道吉利集团今天会怎样。

国家经贸委从被撤销的机械局手中接过主管汽车这项权利后，从2001年5月起，首先实行了汽车生产定点企业公告制度，只有上了公告的企业和车型才准生产。以此来制上套用《目录》、变相买卖汽车生产权的现象。而像吉利集团这样的“准轿车”生产企业就是当年由于《目录》的“变通”而艰难地获得生产权的。这一变故使李书福开始变得异常沉默。

“狂人”李书福苦心经营汽车4年，在政策的夹缝中左突右冲，投入十几个亿的资金，树起了吉利汽车的牌子。李书福日常生活很节省，对“吉利”树形象，却很舍得血本，养了一个广州足球队，如火如荼地在甲B赛场上领衔主演。功夫不负有心人，一系列品牌宣传，使得吉利轿车在市场上逐步站稳了脚跟，目前北京市场月销量达200辆以上，以往“模仿秀”的骂声、怀疑猜测的目光也逐渐消去，李书福准备趁热打铁，推出新车型——3厢吉利，可公告一出，他的轿车别说3厢，就是2厢也性命难保。即使已上市的两款车还能生产，没有新款车推出，吉利也是死路一条。李书福说：“我是真心想把中国汽车产业搞上去，才含了命搞汽车，可如果连门都不让进，还谈什么公平竞争？”打报告反映、媒体呼吁。私下公关，李书福用尽了所有办法想获得生产轿车的权利。

到了2001年9月，连续5批“公告”都没有吉利的名字，李书福急红了眼。此时的他已是内外交困。由于2000年的巨额投资，吉利集团出现了自创以来的第一次损。高层对造汽车意见的分歧日益加剧，导致吉利集团最终肢解，最强烈的反对派——李书福的弟弟李书通，坚持用他拥有的Zhe集团股权置换了吉利摩托车公司Sch的股份，而这家企业是吉利旗下最主要的摩托车厂，曾占有整个吉利集团近30%的利润来源。（这位李书

通后来还是走了其哥的路，自己生产厂一款名叫“杰士达”的轿车，成为李书福既爱又恨的竞争对手。)

别无选择，李书福决定再次以合资的方式来曲线救队江南机器厂曾是国内四家生产奥拓的汽车企业之一，如今经营惨淡。为能正式生产轿车，李书福与江南厂谈判，花了2400万元占49%的股份合资成立了江南吉利汽车制造公司。委曲求全，名义上保留了企业的国有控股性质，把自己推出的新款率由“江南吉利”去申请准生证。

转机恰恰在这时出现了。2001年10月30日，也就是中国正式加入WTO的前10天，第6批“公告”中，吉利的J上6360型车终于榜【7一有名；而由“江南吉利”申请的NJ7130型3厢轿车也位列其中，着实让李书福喜极而泣。由此，一直被视作“野孩子”的吉利终于有了自己的名份，成为同家汽车定点生产基地之一。

一条难辨生死的路上孤独地走了太久，李书福终于拨云见日。李书福一激动，将吉利全线产品降价10%，最低跌破4万元大关。市场销售顿时出现井喷，“吉利美日”、“吉利豪情”一路狂销，各地经销商频频告急，北京亚运村更是出现了排队抢购的热销景象。2001年吉利汽车产销达3万多辆，实现了盈：持平。2002年4月，吉利又推出了“优利欧”新款3厢轿车，取“优于夏利、赛欧”之意，配备丰田四缸发动机、双安全气囊和ABS防抱死装置等优化设备，而价格仅为769万元，非常有冲击力。经销商闻讯蜂拥而至，车一下线，就有经销商做*记号：“这是我的。”数日之后，打到吉利账户上的订金就达2个亿，大有一飞冲天之势。家收并蓄有人指责吉利车是典型的模仿秀——奔驰的头、夏利的形、丰田的

李书福却不以为然：汽车从诞生到现在哪一辆车装了5个轮子的？从这个意义上来讲哪个汽车厂没有模仿过？抄袭一个人的成果是剽窃，抄袭很多人的成果是研究。“没有模仿，就没有进步，我们是站在巨人的肩膀上发展，怎么站得好才是我们关注的问题。”

吉利初涉汽车业的时候，同行们没有想到会以如此低的价格切入市场，至今仍有人对吉利车抱有“低价低质”的猜疑，然而他们确实没有想到李书福会这样造汽车。

吉利的低价格源于李书福一贯奉行的低成本竞争策略。在建厂初期，没有一分钱贷款的情况下，李书福量体裁衣，最初投入3亿元建成年生产