

东方卫视著名主持人劳春燕带你探访上海滩今日传奇

# 上海， 你的机会

劳春燕 主编



汉语大词典出版社

C I T Y L E G E N D

# 上海， 你的机会



CITY LEGEND

如果你诉说  
有我在倾听  
你的过去，你的现在

上



『人在上海』

走了这么久

请留住脚步

拍拍尘土

看云卷云舒

爱了这么多

已不再孤独

谈谈那些事

笑一笑，一见如故

人在上海

多少梦都在澎湃

如果你诉说

有我在倾听

你的精彩，你的无奈

缘在上海

# 海，你的机会

劳春燕 主编

**图书在版编目 (CIP) 数据**

上海,你的机会/劳春燕主编. —上海:汉语大词典出版社,2005.1

ISBN 7-5432-1100-9

I. 上... II. 劳... III. 人物-访问记-世界-现代  
IV. K812.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 099376 号

责任编辑 郭 玲 张晓栋

装帧设计 杨建勇 傅 樑

美术编辑 路 静

技术编辑 徐雅清

**上海,你的机会**

劳春燕 主编

世纪出版集团 出版、发行  
汉语大词典出版社

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cn)

各地新华书店经销 常熟市文化印刷有限公司印刷  
开本 787×1092 1/16 印张 16.25 字数 158 千字

2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

印数: 0 001—6 000

ISBN 7-5432-1100-9/G·532

定价 28.00 元

如有印订质量问题,请与承印厂联系。T:0512-52219025



# 序

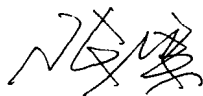
“人在上海”，显然不比“人在江湖”或“人在异乡”来得豪迈、诗意，或是带有那么点享受——忧伤的。

因为“上海”是实实在在的，是人挤人的，是极少给人浪漫联想的城市——即便难得地有一个似乎浪漫的开始（如街头、咖啡馆、电梯、地铁、公车邂逅一类影视剧仿作），也很快会结结实实地落在房车房产、月薪年薪等利益考虑上。

在一般人心目中，上海重利益、讲“实惠”。很多人也由此粗心地忽略了上海深层的情感力量，以及上海这座繁杂都市提供给各色人等独自咀嚼情感的角落与机会。

在这样的概念之下，人在上海，或人过上海，似乎难免会让人感觉紧张，保持警觉，都想要尽可能地机敏一点，为打拼寻找方向，为发财寻找机会。而如此这般的人和事，也就难免成为受众对媒体传播内容的期待——看一看别人的成败得失，听一听他们在上海的故事，或他们在上海讲述的故事。

东方卫视总编辑





## 《上海，你的机会》

## 目录

# CONTENTS

### 艾科：在中国，你可以是第一个

1

这位爱看狄仁杰断案集的德国人，刚到上海便被人浇了盆冷水：“你最多在中国呆一年，这个方法在中国肯定不会成功的。”但他一呆就是八年，他用自己的方法造就了中国最大的图书俱乐部——贝塔斯曼书友会。

### 蔡满寿：一个美国小伙的中国明星梦

20

这位懂得甲骨文的哈佛准博士却觉得在中国娱乐圈跑龙套很浪漫，他不介意吃盒饭、打零工，却最怕中国观众不会接受一个外国人在上海，他傻傻地浪漫着。

### 罗康瑞：上海“姑爷”

37

他是一位儒雅的绅士，但有时，他却会作出“发疯”的决定。他带给上海一个新天地，而他手中也因此握有了一个堪称无价之宝的品牌。这就是当年他“疯狂”的理由。

### 胡成国：温州商人三进上海

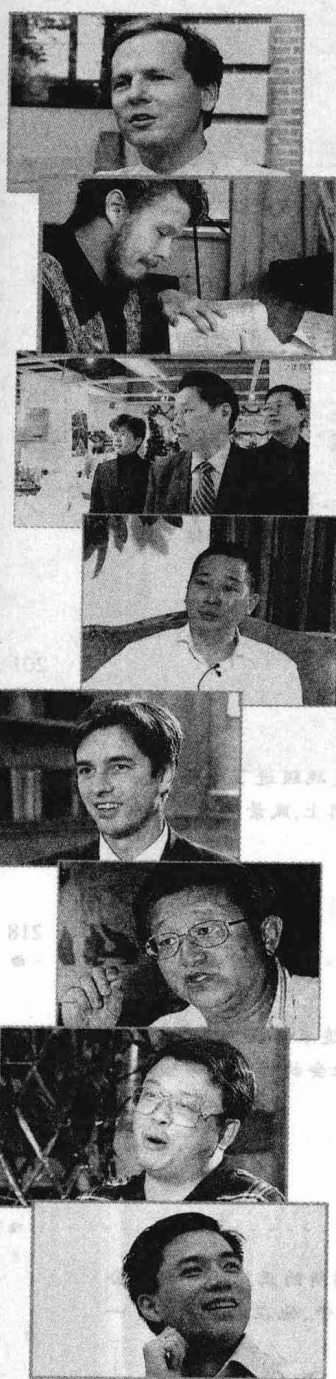
55

一进上海，亏100万；二进上海，亏200万；三进上海，至今，赚了多少钱？胡老板虚晃一枪：“说身价上亿就行了！”

### 胡润：我眼中的中国富人

71

有了这位英国会计师的排行榜人们才如此关注起中国的富豪群体。而正是浦东不可思议的巨变才使他发出了第一声疑问：谁是中国的比尔·盖茨？



## 黄海伯：“大千”再战江湖

88

作为商人,他的经历近乎传奇。而在上海滩,他看到了顶峰,也体味了谷底。沉浮方显英雄本色。在人们快遗忘他时,一个身影仍在攀登。

## 黄卫峰：从市长到商人

105

到机关去求人办事,走错路被警察罚款,买菜与人讨价还价……面对在上海 180 度的转变,这位温州前副市长却乐在其中。

## 蓝先德：逼上梁山当老总

121

保健品行业风云起伏罕有屹立不倒者,而这位书生气十足的老总却创造了十五年稳步发展的神话。

## 梁建章：少年老成的携程掌门

139

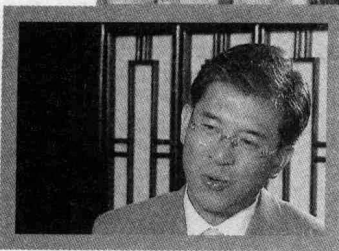
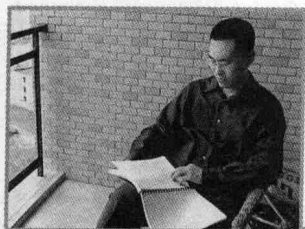
他是天才,他很顺利,然而成就对于年少也是一种负担。他并未轻狂,但志存高远。他在努力证实着:网络的冬天其实不那么寒冷。

## 刘星辉：上海梦从扫地开始

156

他的道路清晰地摹绘着一代追梦者闯荡上海滩的足迹,一脚深来一脚浅,一脚水来一脚泥,但终究要顽强地绵延下去。





## 丁佐宏:从小木匠到家具大王

171

“丁师傅”曾退回客户多给的工钱;“丁老板”曾报废掉赚大钱的生产线;“丁总裁”曾选择最脏乱差的地方开店。以往生活在社会最底层所积聚的忧患感使他每每令人不可思议,也使他决心在上海寻找更踏实的感受。

## 马列克:上海十八年

187

一个波兰老外不远万里来到上海,妻子走了也不改初衷。他开拉丁餐厅、跳拉丁舞,还要为上海创造一个拉丁风情的“狂欢节”。

## 邵亦波:“大头神童”的 IT 神话

201

“大头神童”令人艳羡之处不仅是跳级进了哈佛,更在于他认准了一个方向,在朝那边行走的路上,风景远胜童年的精彩。

## 赵增川:从放羊娃到千万富翁

218

他普通得不能再普通,但对财富追求得极为笃定。曾经炒得一夜暴富,曾经亏得山穷水尽,社会的巨变常常使小人物尽显峥嵘。

## 朱威廉:“榕树下”的故事

233

在“十三点”的骂声中创业,在厕所的正对面开起了公司。钱越赚越多,寂寞也越来越深。终于,他在网上栽下了一棵树——一棵榕树。

## 后记

253

# CITY LEGEND

上海,你的机会

## 艾科:在中国,你可以是第一个



这位爱看狄仁杰断案集的德国人,刚到上海便被人浇了盆冷水:“你最多在中国呆一年,这个方法在中国肯定不会成功的。”但他一呆就是八年,他用自己的方法造就了中国最大的图书俱乐部——贝塔斯曼书友会。

——题记



“在中国不一样,你可以是第一个做这  
个事情的人,这个我觉得比较有意思一点。  
我不太愿意走一条很宽、很舒服的路。”

——艾科

## 人物简介

艾科

贝塔斯曼集团亚洲区前总裁

1991 年加入贝塔斯曼

1993 年负责图书集团东亚地区的业务发展

1995 年出任上海贝塔斯曼文化实业有限公司总经理

1997 年成立国内首家中外合资图书发行零售企业——贝塔斯  
曼书友会

2002 年担任贝塔斯曼直接集团亚洲区总裁

2003 年 7 月 1 日起辞职从事媒体咨询工作,现任 TOM 集团  
首席运营官。

业余时间爱好游泳、潜水、旅游、阅读,以及鉴赏中国古董

## 小阁楼里酝酿大书友会

在中国不一样，你可以是第一个做这个事情的人。

多年前，一本《马可波罗游记》带着他来到中国，这个国土对他来说是既充满神秘，又充满机会的。

劳春燕：听说您是因为看了《马可波罗游记》，所以对中国产生了兴趣？

艾科：对。我印象最深刻的就是，很多西方人这样做的事情，东方人他们就那样做。比如东方人看一本书是从后面到前面，从右边到左边。很多这样的事情，跟西方完全不一样。所以我有一个很深的印象，我就对这样的—一个地方非常感兴趣。

劳春燕：您到中国来主要是冲着中国曾经给过你的这种神秘印象呢，还是因为你觉得，她的这样一个市场环境能够给你的事业带来比较大的发展？

艾科：德国的经济发展速度现在已经不那么快，水平很高但



福州路上海贝塔斯曼公司旧址



是没有很多改变，可能我们每一年提高只是0.3%、0.4%。在德国很多事情已经定下来了，你不管做得怎么样，你对它都没有什么影响，你不能改变这个事情。特别是如果你到了一个年纪，很多人会劝你不要干那些事情了，说你不能改变很多事情，或者说这事该怎么怎么做。我无法有机会体会很多事情。在中国不一样，你可以是第一个做这个事情的人，这个我觉得比较有意思一点。我不太愿意走一条很宽、很舒服的路。我觉得别人可以走，但是我自己不愿意。

**劳春燕：**不愿意过那种一眼望得到头的生活。



艾科:对,是的。

已经有150万会员的贝塔斯曼书友会是目前中国最大的图书俱乐部,而7年前,书友会是从福州路的一个16平方的小阁楼里开始酝酿起来的。

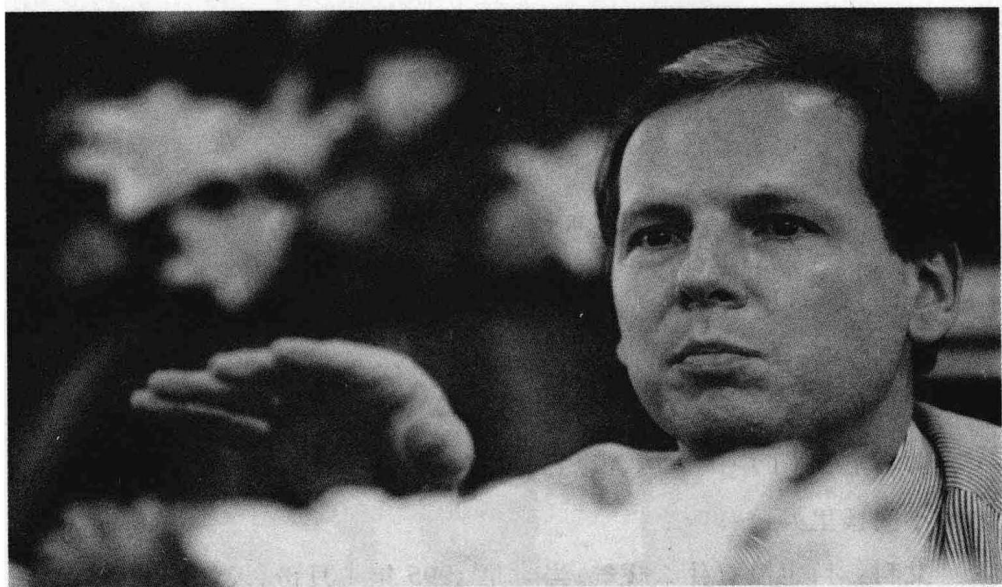
劳春燕:到了中国以后,没想到自己竟会在一个只有16平方米的小阁楼里办公?

艾科:对,也没有什么暖气,当时是1995年1月份,天气特别冷,第一天我到办公室,那个窗户全部都开着,里面冷得不得了,我就坐在里面,很冷很冷,所以我们第一个投资就是买了一个电



杜丽丝来机场接艾科





热器。第一年可以说是比较困难的一年。真的，刚刚开始遇到的困难就是非常基本的困难，比如我的办公室没有电话，我无法跟我的总部联系。而且中国人的想法跟外国人想法不一样，有时候不是不愿意合作，就是不理解他为什么有这样的想法，后面还会有什么很复杂的想法。刚开始的时候我们碰到很多这样的问题，两年以后我们接触多了，互相了解也多了，就慢慢好起来。现在我和中国人沟通已经没问题。

劳春燕：那是他们适应了你，还是你适应了他们的做事方式？

艾科：应该说我们双方都互相学习了很多。

劳春燕：当时，书友会这样的一种商业模式在中国还是没有

的,虽然说这种模式在国外可能已经非常成熟,但是毕竟你現在到中国来,面临的是一个全新的市场,还有全新的受众,甚至于这边的阅读习惯、阅读文化,都跟你们在欧洲是完全不一样的。面对这样一种新的商业环境,你觉得你以前的经验、以前的那些积累,能有多少派得上用场的地方?

艾科:80%左右我可以按照欧洲的模式做,但还有一些事情我在德国学的,在中国却不能用。比如中国人对哪一些节目内容比较感兴趣?有很多是教育方面的一些内容,而德国或者国外可能是娱乐方面的内容。然后年龄层次也不一样,中国会员比较年轻一点,20岁或22岁左右的,德国则是40岁、50岁人的市场。

劳春燕:当时中国的整个图书零售市场并不是非常景气,那是不是也有很多人怀疑,你这条路、这种商业模式到底行不行得通?

艾科:我给你一个例子。有一天我跟我的同事潘燕一起跟一个,我不说名字,比较重要的一个人见个面、吃个饭。我们吃饭以后,他就跟我说:“艾科,我今天就告诉你,你最多在中国呆一年,因为这个年底你一定会回去。这个方法在中国肯定不会成功的。”因为他是一个比较重要的一个人,我觉得他对中国市场可能比我理解,但是最后我们还是看市场调查的结果,最后我还是觉得,有希望的活应该试试看。

劳春燕:一开始要让人家接受书友会这样的概念会不会比较难一些?你当时想出来的办法主要就是到处分发图书的目录,但是我想很多消费者当时还是没有办法接受这样一种间接买书的方式,或者是会觉得它太贵。



艾科：的确非常难、特别难。最重要的问题是他们根本不知道什么是贝塔斯曼，它是什么公司，我能不能相信这个公司。因为那个时候，我们没有门店，他们不能去那个地方先亲眼见证一下。因为假的公司也不少，特别是什么邮购公司，他们往往发出去很漂亮的目录，最后什么都没有。

杜丽丝（艾科的妻子）：第一年，我可以告诉你，我们刚来的时候，每个星期六他回家都说：“好，你可以整理东西，我们要回去了，失败了，没成功，没市场，我们要回去了。”我说你是不是觉得真的没有机会、没有办法了吗？然后第二天回来，他又说：“哦，解决了解决了，你不要整理了，我们还是留在这里。”都是这样的，第一年很不平衡、很不稳定，非常不稳定、很困难。



对酒当歌