



中外富豪传奇

延生●编

暨南大学出版社

中外富豪传奇

延 生 编

暨南大学出版社
1994·广州

粤新登字 13 号

中外富豪传奇

延生 编

*

暨南大学出版社出版

(广州·石牌)

广东省新华书店发行

番禺市印刷厂印刷

*

开本:787×1092 1/32 印张:6.75 字数:15 万字

1993 年 12 月第 1 版 1994 年 2 月第 1 次印刷

印数:1—10,000 册

ISBN7—81029—263—3/I·42

定价:4.90 元

目 录

第一篇 中国大陆新富翁

1. 一个现代智多星的发迹史 (2)

撕掉文凭,纵身入“海”;书生从商,历经沧桑。

2. 商界奇才来自山沟 (8)

初次下海;遵义城出了个沙发大王;踏入商界;孤注一掷炒房地产;首开典当行;珠海一楼。

3. 四千“大洋”闯京城” (14)

京城的“盲流”;开发加湿器;绿色战役;进军青岛房地产。

4. 出身贫贱 事业辉煌 (21)

被迫辍学,闯荡江湖;看准机会,抓住不放;潮起潮落,再展宏图;进军地产,独领风骚;富贵不忘,从商亦参政。

5. 办教育发迹的“海上奇人” (27)

从“右派”到校长;三大法宝;发家秘诀;舞场常客,不愁近黄昏。

6. 从电影明星到亿万富姐 (33)

蛇口别墅增值的启迪;机遇只属于有准备的头脑;充分发挥“晓庆效应”;大玩“空手道”;免费做广告;刘晓庆的雄心抱负。

7. 发明“东方魔水”的大亨 (38)

四年之内,七获金奖;六载寒暑催生了“101”;几度风雨几度春秋;进军北京,走向世界;得之社会,回馈社会。

8. 狂购国营企业的农民大亨 (45)

沉于海平面下;浮出海面。

9. “一无所有”的亿万富翁 (51)

10. 二十五岁的总裁 (53)

涉世之初,也曾失败;一举辉煌,无尽追求。

11. “家电王国”的国王 (58)

家电王国——木兰;把握机遇的强者;致富秘诀,球体效应;创造的野心。

12. 中国最大的“倒爷”——牟其中 (63)

“飞天”计划;“阳光下的利润”。

13. 中国最年长的巨富——侯越峰 (68)

14. 没闲钱的富翁——陈展雄 (74)

人家建房我建业；人家出才我出财。

15. 木雕大亨——张果喜 (79)

成事在人不在天；我行我素；有形无形的妙用；真身显现。

16. 亚洲第一“鸡王”——韩伟 (85)

靠鸡发家；高效益的秘诀；一定要搞股份制。

17. 飞龙有限公司总经理姜伟 (89)

18. 上海股票大王——杨百万 (94)

19. “深圳股王”——一个反面的教训 (99)

“深圳股王”的奇迹；究竟是奇迹还是骗局？大权独揽；兴风作浪。

第二篇 台港海外华人巨富

20. 塑料大王——王永庆 (106)

白手起家;没有眼力不行——跻身塑胶世界;美国称王;
情钟大陆,秘访北京。

21. 香港首富——李嘉诚 (112)

从售货员到塑料大王;地产巨富成功之道;多元化发展。

22. 世界船王——包玉刚 (117)

旱鸭子下海;永不沉没的船队;不是猛龙不登岸。

23. “沙王”——霍英东 (124)

碰壁;发迹;沙里淘“金”;投资大陆。

24. 当今“香港金融精英”得主——刘梦熊

..... (128)

闯进来一匹“黑马”;“围魏救赵”出奇招;谁是三军总参谋
长? 实事求是,尽力而为。

25. 快速发家的经纪人——黄仕灵 (134)

满脑子生意经的黑七类分子;“空手道”初战告捷;情报准
确,发现金矿;锐意创业,小心守业。

26. 传呼大王——黄金富 (138)

打工;创业;发展;以新取胜。

27. 汽车天线大王——张连兴 (144)

团委书记；货仓苦力；频繁跳槽，薪金暴升，百万元开业的“个体户”；汽车天线大王；成功秘诀：感谢毛泽东。

28. 牧马人——印尼银行家李文飞 (150)

抓住机遇，迎接挑战；捕捉一匹好马。

29. 金融魔术师——蔡志勇 (154)

崭露头角；自立门户；东山再起。

第三篇 西方商业奇才

30. 亚默尔的市场之道 (160)

加州卖水；经营肥皂；投机发财。

31. “刷子大王”——艾富赖德·佛勒
..... (164)

从小就有经商头脑；从卖刷子起家；从贩卖到生产；独特的佛勒生意经。

32. “象牙肥皂”的始祖——哈莱·普洛斯特
..... (169)

“象牙肥皂”的来历；独特的推销方案；广告制胜策略。

33. “饭店王国”的统治者——希尔顿…………… (174)

做一个“一往无前的男子汉”；第一面小红旗；强人手腕；
生财有道。

34. “尿布大王”——多川博…………… (179)

以市场为导向；顾客就是上帝；以质量求生存。

35. 首创邮寄售货的巨商——沙玉…………… (183)

来自烦恼的灵感；“从乱堆里找黄金”。

36. 才情似海的发明家——伯斯艾…………… (187)

第一台冷冻船的诞生；创立脱水食品加工业。

37. 彭奈的生意信条…………… (191)

“一定要货真价实”；“不要损害了顾客的自尊心”。

38. 道密尔的起死回生术…………… (197)

奇特的择业观；为工艺品厂初试锋芒；为玩具公司再立新
功；独特的思想观念。

第一篇 中国大陆新富翁

曾几何时，他们也同我们一样的普通，一样的穷。可如今，却一个个腰缠万贯，拥有自己的住宅、小车、公司、商场、学校……

何以如此？因为他们“下海了”！

亲爱的读者，当你准备投身于茫茫“大海”之际，不妨看看他们是怎么干的……

1. 一个现代智多星的发迹史

提示：思想、策划、主意也能卖钱。北京一位名叫何阳的人靠给企业出谋划策赚了100多万。假如中国知识分子能像他那样有自己的小车、“大哥大”，咱们国家不就太有戏了吗？

1992年7月29日，在中国新闻界向来以勇于弄潮著称的《中国青年报》在头版头条赫然蹿出一条独家新闻，题为：“何阳卖主意，赚钱40万”。消息称：“思想、策划、主意也能卖钱。北京一位名叫何阳的发明家光靠给企业出谋划策，赚了40万元。何阳创办的“和洋民用新技术研究所”，目前已获中国专利20余项，技术转让总收入100多万元……”醒目的编排处理，被报道者的独特致富方式，让人不禁浮想联翩。这不是一个简单的发迹者的故事，何阳的成功，是中国社会深刻变革的生动注脚，是知识分子的启蒙教科书。

撕掉文凭、纵身入“海”

1987年，何阳辞职了。他撕掉了那曾经使他自豪的大学文凭，怀着几许“壮士一去不复还”的悲壮，纵身跃入“海”中。当时，他是北京市海淀区化工系统第一个砸掉自己“铁饭碗”的人，他的辞职证明书上写着：001号。

旧体制下是没有任何吸引力的，脑体倒挂长期不得解决的现实使他意识到不能再等了，再等下去只能是生命的无谓浪费，与其坐等、抱怨，不如自己去闯条路来。

带着单位发给的 280 元辞职补助，何阳来到街道办事处。当时还没有人才交流中心，档案只能转到街道。而当时只有劳改释放人员和残疾人的档案才放在街道。了解到这种情况，何阳陡生一种悲壮感，他决心义无反顾地往前冲杀。

究竟要干什么？何阳心中已有谱了。他要办一个民用新技术研究所，中国的民用品粗糙、简陋是尽人皆知的事实，何阳隐约感到，这是一片可以施展拳脚的天地。上中学时，他便热衷于小发明，这正好是兴趣所在。

没有鞭炮，没有剪彩，也无人祝贺，1987 年，北京甘家口的一条小巷里，“和洋民用新技术研究所”悄然降生了。

书生从商、历经沧桑

创业之初，何阳没看到辉煌。有的，只是不断叩门的打击与失望。

他要在《北京晚报》登招聘广告，需要人才交流中心批准。去那儿一问，才知道个体不给登。一急之下何阳满街去张贴招聘广告。

上午贴的，下午便来了几个人，但不是来应聘的，而是市容检查队的！一开口叫何阳心头冰凉：一张招贴罚款一块！

何阳当时根本没实力去认罚。唯一能做的是用一张舌头去“感化”威严的执法者。他讲办一个研究所如何费尽千万苦，讲自己磨破脚板、费尽唇舌才弄来这么一块牌子。当他指着沙发上的沙发巾，告诉对方为了节省几块钱，宁可把

一块大的沙发巾剪成6块，也不去买小沙发巾时，4个人终于被感动了，决定不罚他。

后来，何阳总结出一条：知识分子办企业一定要说，要打破中国人少说为佳处世哲学。

从此他非常注意口才训练。如今的何阳，一口气说4个小时不打草稿像玩儿似的。

最要命的是没客户。他发明的一些小产品没人敢要，谁也不肯轻易去相信一个个体户的技术。开业半年来，一点收入都没有。几个志同道合者沉不住气了，相继跟他拜拜了。何阳没挽留，然而心头的悲怆却汹涌如潮。

随着时间的推移，开始出现了转机。何阳卖出的第一笔技术是餐巾纸，与一般餐巾纸不同，何阳设计的餐巾纸是化纤做成的，上面有酒精，具有消毒功能。更能方便顾客使用。

转让费是3000元，今天看来这个数目太微薄了，然而当时却使何阳兴奋不已。用这点钱，他简单地装潢了一下门面，买了一台打字机。此后，又陆续地卖出去一些民用新技术，何阳居然可以靠发明生存了。

今天的何阳不讳言自己当初的“小家子气”。原打算挣到10万就不干了，存到银行吃利息。可真的挣到10万元时，他想：我的事业应该搞得更大。

他开始想到用现代传媒树立形象，于是在报纸上做广告。通过专利局取得专利，获得权威机构的认可。一些展览会的评奖，何阳也不放过。他知道，有名才能有利。

人性的弱点之一就是势利，多少新发明、新发现、新思想就因寂寂无闻而横遭冷落乃至扼杀。洞悉此点，何阳想尽办法“出名”，竭力把“何阳”这个符号输入更多人的大脑之

中。

他想出了一个策略，就是把自己设计的产品的样品模型拿到北京一些大商场，给经理们看。得到这些生意场上行家们首肯之后，何阳便赶紧去联系厂家生产。他不但发明设计，还自愿充当产、销之间的中介，因为他知道，这一环节在中国最落后。

当许多人问何阳：“为什么你何阳出来一个就有人买，而你的技术不见得比我们的好。”何阳答道：“不错，可能唯一的区别在于，我比别人更早地面向了市场。”

美国有个兰德公司，年利润1亿多美元。而该公司没有仪器，没有设备，只有高智力的人。何阳研究所要成为中国的兰德公司。

在杭州开往上海的列车上，何阳的邻座是浙江衢州塑料厂的推销员。他告诉何阳：“我们厂生产的一次性塑料杯子卖不出去，大量积压，厂长整天愁眉苦脸，我特地跑到上海去碰碰运气。”何阳对他说：“我出个主意，把京广沿线站名印在茶杯上，再印个小地图，在跑这条线的火车上卖，管保畅销，以后再印其他线路的，到各处去卖。”这位推销员一听，觉得这主意高明，上海也不去了，立刻下了车返回厂里，建议厂长照办。

1991年，有家军工企业上门求购技术，要求产品销路好，能创汇。何阳想起在海湾战争中大显神威的爱国者导弹，于是设计出一种爱国者导弹形台灯。样品拿到香港礼品家庭用品博览会上，接了几十万元的订单。何阳因此收到6万元的酬金。

驰名中外的金华火腿近年销路不畅，何阳知道后向该厂

献上一计：现代社会生活节奏加快，食品向易食、速食方面发展，将传统的金华火腿开发成罐头食品，不愁没销路。厂长茅塞顿开，投产后，产品供不应求，使金华破天荒地出现了火腿原料告急的局面。厂长心甘情愿地付给何阳 10 万元的酬金。

东北一家工厂为日本生产一次性筷子，由于同行竞争，外商压价，几乎无钱可赚。何阳给人们出主意说，可在筷子柄部用日文分别烫上“星期一”、“星期二”一直到“星期日”的字样，试一试看。厂家照办，筷子果然身价倍增。每箱 5000 双原出厂价仅 90 元，还没人要，烫上字后价格蹦到 300 元，被抢着要。原来，日本商社职员中午有专送盒饭，筷子多烫了几个字，既有新鲜感，对使用者也有时间提示作用。

何阳渐渐有名气了，他的资产也越来越多，上门请他帮助出主意，搞策划的几乎踩烂了他的门槛。不久前，何阳去贵阳和武汉为当地企业界出谋划策。在那里，他受到了绝不亚于任何当今中国最走红的影星、歌星所曾遇到过的欢迎和认同。

何阳说，我的大多数主意都是一层窗户纸，一捅便破，没什么稀奇的。

可是中国的事偏偏许多就是一层捅不破的窗户纸。生活中那么多不方便，那么多不合理，可是人们抱怨一顿便走开了，绝少有人去想办法解决，何阳为此痛心疾首。他说：“中国人太不动脑筋，聪明才智都用到不该用的地方去了。”

中国的民用品处在一个很低的层次上，需要改进，改造的地方很多。只要是有心人，便不难找到施展的空间。

比如，一家儿童鞋厂濒临倒闭，何阳一去马上起死回生。

儿童穿鞋往往分不清左、右脚，他便让厂家设计出这样一种儿童鞋：鞋的左右两只分别绣上儿童喜爱的孙悟空形象，左边的孙悟空头向左偏，右边的孙悟空头向右偏，这种形象的指示，儿童很容易理解、接受。鞋一面市，十分畅销。

这就是点子的魅力，这就是何阳成为百万富翁的秘密！

2. 商界奇才来自山沟

“我们家世代都是商人，但我对这个称谓总怀有一种痛感，因为我们为此经历的坎坷与磨难太多了……”

——罗忠福

初次下海

罗忠福生在贵州遵义城，他的祖父曾是当地商会会长，在三反五反运动中，作为当地商界的知名人士，他首当其冲受到了打击，老人家想不通，一气之下走了绝路。

罗忠福的身份也从一个品学兼优、受人尊敬的班主席变成了资本家的小崽子。1968年底，17岁的罗忠福带着黑五类的沉重的帽子来到贵州最偏远的大山里走与工农相结合的道路，那地方是中国最贫困的地区之一，挑一担水要走20里山路，有时，1个月吃不上一口大米饭，只有靠瓜菜充饥。

但“商会会长”的祖父的遗传因子照样在起作用，好象他天生会攒钱似的。

有一次他回遵义探亲，无意中看到城里人以9角钱1斤的价格在收购槐树籽，不禁想到自己插队的大山里到处都是槐树，那么多的槐树籽每年都被白白地堆积在山里腐烂掉，为什么不收集起来换钱呢。他兴冲冲回到知青点，向村人宣布，以3角钱1斤收购槐树籽。山里农民做梦也没想到世代烂在