

图书在版编目 (CIP) 数据

中国私营企业强人/陈铁军编著. - 北京: 中国商业出版社, 2001.12

ISBN 7-5044-4006-X

I. 中… II. 陈… III. ①私营企业-企业家-生平事迹-中国②私营企业-企业管理-经验-中国
IV. K825.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 086661 号

责任编辑 孙锦萍

*

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺1号)
新华书店总店北京发行所经销
北京金鼎印刷厂印刷

*

2001 年 12 月第 1 版 2001 年 12 月第 1 次印刷
850×1168 毫米 32 开 12 印张 275 千字
定价: 25.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

目 录

潘石屹 **个性造就成功**

- 成功之路 /2
- 创新的精神和另类的勇气 /5
- 逆境中的镇定和自信 /6
- 鲜明的个性和分明的棱角造就名牌效应 /8
- 博士点评** “另类”房地产开发商 /9

黄光裕 **将“国美”建成一个“商业帝国”**

- 国美诞生：做别人没有想到要做的事 /12
- 国美模式：肉要一个人吃 /13
- 国美扩张：战无不胜 /16
- 国美实质：商业资本崛起 /18
- 国美以外的黄光裕 /19
- 博士点评** 向竞争对手进攻 /21

李宁 **从体操王子到商界英雄**

- 加盟健力宝 /24
- 看李宁运作“李宁” /26
- 新经济下的李宁 /28

中国民营企业强人

- 博士点评** 成功的李宁 /29
- 俞敏洪** **从绝望中寻找希望，人生终将辉煌**
- 其人其事 /32
- 构筑希望老家 /33
- 制胜法宝——让利 /36
- 把新东方做成了一个现代企业 /38
- 博士点评** 中国教育第一人 /40
- 杨澜** **电视是我一生的追求**
- 从象牙塔到“金话筒” /43
- 峰回路转只为波澜壮阔 /44
- “凤凰”的“当家花旦” /46
- 纵身商海再掀波澜 /47
- 凭海临风看沉浮 /49
- 博士点评** 阳光之旅 /50
- 陈荣** **在熊市中成长**
- 浮出水面——第一次飞跃 /53
- 激流勇退——第二次飞跃 /55
- 多元化发展——第三次飞跃 /58
- 博士点评** 善用资本市场的人 /59
- 吴瑞林** **电话先行者**
- 苦尽甘来——第一桶金 /62
- 凡事先行——移师惠州 /63

资金——进军纳斯达克，在美国上市融资	/65
技术——做好 做专 做强	/67
市场——建网销售和本土化战略	/68
博士点评 超前决策的人	/69

杨怀定（杨百万）

平民投资家，股市排头兵

悄悄搞“第二职业”，被逼“下海”	/72
国库券买卖初战告捷	/73
转战股票市场	/75
重剑无锋，见好就收	/79
博士点评 敏锐的市场意识	/81

刘武

中国现代物流第一人

其人其事	/84
创业之初——我像太监一样	/85
高峰耸起——做宝洁的学生	/86
插上翅膀——发展信息化物流	/87
迈向辉煌——迎接入世挑战	/88
博士点评 创新是企业的生命线	/89

王跃胜

从小县城走出的农民CEO

失意的考场，屡败屡战，屡战屡败	/92
15只母鸡的创业理由	/93
得意的商场，屡战屡胜	/93
博士点评 把握市场的人	/97

中国私营企业强人

张朝阳

互联网上的“狐狸”

张朝阳档案	/100
创业之路	/101
轻快的狐步探戈舞	/103
雅虎：张朝阳第一看重的对手	/104
张朝阳真的错了吗？	/106
博士点评 知识英雄	/107

王文京

最精明的会计

从国家机关走向企业	/110
王文京的两次分手	/113
攘外必先安内	/114
博士点评 用友，用户之友	/115

宋朝弟

“量子理论”下的“革命”先锋

“无中生有” + “革命”	/118
上下求索丰羽翼	/121
时代的“量子”阐发革命	/123
革命的艺术	/127
博士点评 擅长造势的人	/128

段永基

“与巨人同行”

“逼上梁山”	/131
拳头产品 MS-2401 的兴衰	/132
“二次创业”	/134
“恒星”背后的大手笔	/135

博士点评	“师夷长技以制夷”	/137
任正非	华为的冬天有多远	
	商海弄潮为中华	/140
	招兵买马为华为	/141
	无为而治抓管理	/142
	华为的冬天有多远?	/144
博士点评	居安思危	/145
吴鹰	留学归国打天下	
	命运之神的三次点拨	/148
	“小灵通”的成长	/150
	东西合璧的企业文化	/152
博士点评	东方智慧, 西方创新	/153
张宏伟	从黑土地崛起的企业家	
	艰难起步	/156
	大智大勇 因地制宜搞投资	/157
	资本的“加法”与“乘法”论	/159
	东方的未来	/160
博士点评	资本运营“高手”	/161
郭凡生	中国的“分类广告之父”	
	学者跳海	/164
	为慧聪走出四步关键棋	/165
	小胜靠智, 大胜靠德	/171

中国私营企业强人

博士点评	成功的儒商	/173
张剑	乘私人公务机飞翔	
书生气十足的年轻企业家		/176
“集中主力”作自己领域里的 Number One		/177
张剑的智慧		/179
90%的工作放在创新上		/180
博士点评	远大前程	/182
黄宏生	宁做痛苦的人，不做快乐的“猪”	
风雨创业路		/185
“创”与“维”		/188
与巨人联姻		/188
再造创维，做网络家电的领航者		/190
老板对经理人的思考		/190
创维教给我们的四宝		/191
博士点评	走进世界名牌	/192
段永平	要做就做最好	
初试锋芒		/195
另起炉灶		/197
敢为天下后		/200
本分人生		/202
博士点评	充满魅力的人	/204

李晓华 **他的名字镶上太空**

白手起家	/207
东渡日本, “101” 经典战	/209
转战香港, 两大战役	/210
造福社会, 兼善天下	/212
博士点评 冒险就是去抓住机会	/213

梁庆德 **微波造大势**

忠爱价格战	/217
“只有世界的, 才是民族的”	/219
从夕阳产业掘金	/221
独特的营销方式	/223
时势造英雄? 英雄造时势?	/224
博士点评 实在的格兰仕	/225

刘永好 **用饲料打造一片希望的天空**

创业的艰难	/229
守业的思考	/232
新的希望 新的尝试	/234
未来的凝想	/236
博士点评 夯实产业基础, 抓住历史时机	/237

刘汉元 **海阔凭鱼跃**

从技术员到“龙头老大”	/240
迷信科学	/241

中国私营企业强人

追求品牌 /242

博士点评 技术 + 品牌 = 通威 /245

薛永新 **悟佛、道精髓，创中医未来**

艰辛苦涩的青少年时光 /248

“我的大学” /249

天生我才必有用 /250

人生的又一次转机 /250

从道家走出的医药巨子 /253

博士点评 企业管理中道家文化的运用 /257

郭广昌 **上海的比尔·盖茨**

科技为创业之本 /260

企业成败在人 /262

学习创新求发展 /264

博士点评 知识型企业家的崛起 /266

鲁冠球 **企业界长青树**

与倾家荡产只有一步之遥 /269

眼界高远，大胆创新——终成大业 /270

成功心得 /272

睡着了，你就会失败 /274

博士点评 学无止境，奋斗不息 /275

李书福 **“吉利”的奥秘**

李书福背景 /278

目 录

“吉利”黑马	/279
选准市场切入口	/284
企业家要不停地“充电”——关于企业家自身素质	/285
10年后中国轿车的产业基地在浙江	/286
博士点评 令“狼群”惊颤的“黑马”	/287
刘绍喜 从普通农民到木业大王	
为企业注入发展后劲	/291
为企业赢得美名	/292
博士点评 舍小利而图大业	/293
陶新康 森林是这样长成的	
时人不识凌云“木”，直待凌云始到高	/296
林海雪原	/298
海阔凭鱼跃，天高任鸟飞	/299
风景这边独好	/301
博士点评 先机占尽凭什么	/302
姜明 天明广告，创意明天	
敢想实干立稳足	/305
“饼”大多方受益	/306
“初生牛犊”言“百年”	/308
“创业人”寻找“守业人”	/309
博士点评 朝阳行业更需创新	/310

中国民营企业强人

何伯权 “今日”的成功,“乐百氏”的“欢乐”

- 何伯权何许人也 /313
- 痛并快乐的成长之路 /314
- 今日的成功因素 /317
- 博士点评** 何伯权的策略 /321

沈青 不仅仅靠“一张脸”

- 行行出状元 /325
- 千万猪头,都是一张脸 /326
- 有理走遍天下 /328
- 博士点评** 厚积薄发,定成大业 /329

薛水旺 小馒头,大文章

- 从文学青年到生意人 /332
- 在食品行业上下求索 /333
- 小馒头做起了大文章 /335
- 特许经营,事业更上一层楼 /336
- 博士点评** 钱离你不到五米远 /338

张清海 “科迪”模式创造者

- 拓展市场之一:农、工、贸一体化 /343
- 拓展市场之二:品牌效应 /344
- 农户为本 /345
- 人才管理——打造钢铁龙头 /348
- 科迪的社会效应 /349

目 录

博士点评	自知与知人	/350
郑秀康	温州康奈，筑就中国鞋业长城	
	逼出来的名牌	/353
	质量为本	/355
	深化技改	/355
	紧追时尚	/356
	专卖店开路	/356
	打造世界品牌	/356
博士点评	国货自强凭什么	/357
晏青	让妈妈放心	
	感觉需求，不断创新	/361
	人才观	/363
	全新的营销模式	/364
	女性与企业	/365
博士点评	商界巾帼	/366
谭传华	小木梳梳出大财路	
	历经苦难创新业	/369
	企业招银行	/372
	专卖店遍布全国	/373
博士点评	夕阳无限好	/375

潘石屹：个性造就成功

成功之路

创新的精神和另类的勇气

逆境中的镇定和自信

鲜明的个性和分明的棱角造就名牌效应

博士点评：“另类”房地产开发商

潘石屹，人称老潘，身不高，体不壮，头发不浓密，年龄未及不惑。

老潘个子不高，可是心很高。

老潘视力不好，可是眼力很好。

老潘为人谦和，笑容常在，所言所行却时常出人意料。

成功之路

1993年，潘石屹在北京注册成立了北京万通实业股份有限公司，任法人代表兼总经理，其开发的万通新世界广场和万通发展大厦等项目，被誉为京城房地产发展史上的一个里程碑。

1995年，潘石屹创立北京红石实业有限公司，1996年成立项目公司北京中鸿天房地产有限公司，开发位于国贸桥东侧、总建筑面积48万平方米的现代城。

“万通新世界”声犹在耳，“SOHO现代城”又卖了20个亿。一个文弱书生十年里写下北京物业市场的两个神话。每个了解房产的人都知道，搞房地产，要靠一定的机遇，每个了解潘石屹的人也都知道，他的成功，靠的绝非只是机遇，更多的或许是他张扬的个性、超前的眼光和果断的选择。可以说，潘石屹的每个决定，都显示着其果断的个性，也正是这些决定，构成了他整个成功的历程，证明了其超前的眼光和“发展”两

个字对他的重要意义。

这个貌不惊人的文弱书生来自甘肃省天水麦积山附近的一个极为荒僻的村子。父亲读大学的时候，被打成右派送回了农村。家庭成分不好，妈妈又长年瘫痪，生活很苦。家里五个小孩，他老大，两个妹妹因为无力养活，只好送给了山里的农民……或许正是童年的磨难，培养了潘石屹对成功的执着追求。恢复高考后，他凭借自己的努力，考上了北京的大学，1984年毕业分配到石油部某局工作。但他很快就不满足于在机关里坐着，一张报纸一杯茶地混日子，没过三年，就在别人惊诧的目光里毅然辞职，蹦进了商海。

他先是跑到深圳，在一家咨询公司打工。后来，海南像一场突如其来的高烧一样热起来，这个年轻人又赤手空拳地跑到那里寻梦去了。在海南岛，老潘结交了几个意气相投的朋友，大家都想干点儿事情，就合伙成立了“海南农业高技术投资联合开发总公司”。这个名字有点古怪的企业，就是后来万通的雏形。在这里，他成为海南房地产市场最早赚到钱的人之一。也正是在这里，潘石屹完成了他的原始积累。

还是在1992年，被划为特区的海南成了很多地产商炒房地产的焦点，大批资金流向这里，但潘石屹却凭着他敏锐的直觉和多年的经验，说服他的合作伙伴撤退。果然，在随后一两年间，海南房地产一落千丈。

1992年，他连北京那几座大立交桥的名字都叫不上，就到处去找地盖房。后来有人介绍了一块，他一看不错，位置在地铁边，就拿了下來，开始做万通新世界广场。让多少发展商为之头疼的事情，在潘石屹的眼里却远没有那么复杂。“你对人的需求有了一个基本的了解和把握后，再去查一查这个城市的规划，去跑一遍市场，看一看有多少资源可以让你用就够

中国私营企业强人

了。”潘石屹是在农村长大的孩子，所以他的思维方式也是最基本、最简单的层面出发。这种举重若轻的思路确实让他受益匪浅。正是在这块地皮上建造的万通新世界广场通过引入香港比较成熟的市场营销、策划包装手法，从而在市场上引起了轰动。万通新世界的销售，可以说是创造了北京房地产市场的奇迹，因其回报率高、投资回收期短和建设速度快而被《北京房地产》誉为“1994年杰出项目”。

仍然是在北京，仍然是盖房子，离前一次选址已是事隔四年。他找到北京一轻局的局长。对方说，地多的是，咱俩一起去转转看。大概看了十四五块地之后，他们转到了东三环口红星二锅头厂这块地。红星酒厂的设备是解放初期的老设备，酒糟的臭味熏死人，是市政府强令拆迁的对象。周围是一大片泥地，后面是淤泥腐臭的通惠河，门前正在修桥修路，乱哄哄的。但是老潘说，咱们也别看了，就这块地吧。就这样，他拿下了现代城这块地。周围朋友都说，老潘你出来自己做，第一个项目找这么块地，后面是个臭水沟，前面一个烂泥坑，行吗？他说，行，要看发展，最关键的是看发展。在他的辞典里，“发展”两个字有着特别的内涵。

事实又一次肯定了他的抉择。在现代城建设期间，旁边的国贸立交正在改造，门前的京通高速公路业已开通，脚下的地铁线也将正式运营。而更有意义的是，经国务院批准，北京的中央商务区（CBD）从2平方公里扩为4平方公里，现代城又给圈进去了，现代城所处区域将成为北京最现代、最繁华、最具有人气的地区，周边聚集了众多的涉外饭店、写字楼、商场，形成了浓厚的商业氛围和高素质的人文环境，充满了现代气息。在此置业，无论自己居住还是作为投资都是现代人最适宜的选择。