



前途光明——中国民营企业面临前所未有的发展机遇

举足轻重——在21世纪的世界经济中,民营企业将担任重要角色

群雄逐鹿——中国民营企业家将参加21世纪世界经济舞台的竞争

零度起飞

中国民营企业家的成长之路

向洪 谢圣赞 游勇 等 编著

党的十五大以后,中国民营企业面临着前所未有的政策宽松环境,迎来了更大的发展机遇。历史在给予民营企业机遇的同时,也给了他们更大的社会责任;中国民营企业只有自强自立,艰苦奋斗,才能立足于21世纪世界经济舞台。

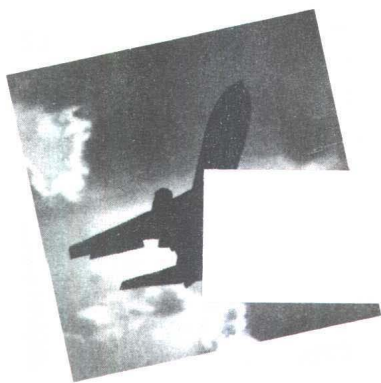
L I N G D U Q I F E I

零度起飞

零度起飞

中国民营企业家的成长之路

向洪 谢圣赞 游勇 等 编著



西南财经大学出版社

责任编辑：曾宪唐 郑松元

封面设计：郭海宁

书 名：零度起飞——中国民营企业家的成长之路

编 著：向 洪 谢圣赞 游勇等

出版者：西南财经大学出版社

（四川省成都市光华村西南财经大学内）

邮编：610074 电话：（028）7353785

印 刷：郫县红光印刷厂

发 行：西南财经大学出版社

全 国 新 华 书 店 经 销

开 本：850×1168 1/32

印 张：12.125

字 数：247千字

版 次：1999年4月第1版

印 次：1999年4月第1次印刷

印 数：5000册

定 价：19.80元

ISBN 7-81055-463-8/F·365

1. 如有印刷、装订等差错，可向本社发行部调换。
2. 版权所有，翻印必究。

目 录

序 给中国的民营企业家定位	(1)
---------------------	-----

第一章 1999：世纪机遇	(7)
---------------------	-----

中国民营企业现在面临种种前所未有的政策宽松环境，

民营企业是否将迎来一次发展的大机遇？

政策暖风吹	(8)
-------------	-----

中国新生的经济力量	(8)
-----------------	-----

历史定位：夹缝中的突围	(11)
-------------------	------

十五大再次肯定私有经济	(12)
-------------------	------

1998：民营企业大松绑	(15)
--------------------	------

民营企业可买国企	(15)
----------------	------

中小企业受到央行关爱	(17)
------------------	------

私企将自营进出口	(19)
----------------	------

摘“红帽”，理直气壮闯市场	(20)
银行要和民企携手	(22)
圆桌话题：时代需要民营企业	(25)

第二章 大面积的市场失败

(31)

投机主义的惯性思维伤害着中国民营企业的肌体，尽管他们是在市场经济中诞生的，但却很难证明他们自己真正有了在市场中立足的能力。

多重危机下的民营企业	(32)
低层次的中国民营企业	(32)
面对真正的市场经济束手无策	(34)
“包装上市”：海面上的浮萍	(39)
理想主义的陷阱	(45)
圆桌话题：我们都是机会主义者	(52)
“三大豪门”败退市场启示录	(60)
史玉柱：站不起来的巨人	(61)
姜伟：陷入沼泽后的觉醒	(68)
吴炳新：高速战车闯上高墙	(73)
圆桌话题：靠广告吹大的企业容易爆	(79)
市场危机震荡民营企业	(83)
低层次的资本运作	(84)
民营企业不能快速发展的原因何在	(85)
民营企业的人才危机	(87)
产业品牌与营销危机	(90)

第三章 坐在火山口

(93)

种种误区困扰着中国的民营企业，投机与暴富始终是主

旋律,把商场演变为掠夺别人财富的战场,是不是只有这样,才能实现资本的原始积累?

市场道德危机	(94)
现实:素质低下的群体	(94)
巨骗纵横市场	(95)
假冒伪劣的温床	(97)
要钱没有,要命有一条	(99)
1998:民企被“查封”年	(102)
劳资矛盾一触即发	(106)
克扣工资 屡起纠纷	(106)
对一起打工妹加班猝死案的思索	(108)
棍棒下的羔羊	(111)
哪里有压迫 哪里就有反抗	(115)
兼并企业坐上火药桶	(117)
兼并重组中的心态误区	(119)
实证一:权钱交易好发财	(120)
实证二:优质资产遭贱卖	(122)
实证三:花光资产就走人	(124)
实证四:小蛇吞象的楷模	(127)
圆桌话题:成功还是失败	(131)

第四章 金钱黑洞

从商者追求利润最大化无可厚非,但是中国的民营企业

累积的财富中,有多少是还未洗“白”的“黑”钱?

税收中的噬金族	(134)
涉税要案层出不穷	(135)
民营企业是逃税的温床	(141)

现金的魅力	(144)
无照经营：自己给自己上税	(145)
税制也有漏洞	(148)
发票中的学问	(152)
拒绝发票	(153)
复印纸中的魔术	(153)
一假到底	(154)
开发票公司	(157)
跨界大行动	(158)

第五章 铸就民营企业领袖 (161)

中国需要真正的民营企业家，中国的经济环境不可能永远在混沌中沉沦，中国当今的民营企业家很少有人能真正意识到，历史在给了他们机遇的同时，也给了他们更大的社会责任。

时代呼唤民营企业领袖	(162)
四种类型的民营企业家	(162)
企业领袖：弄潮商海	(164)
企业领袖：企业发展的重要前提	(168)
企业领袖的培养	(170)
国外如何培养企业领袖	(170)
中国企业领袖成长的几个要素	(172)
圆桌话题：王选谈任用企业家	(174)
企业领袖的素质	(177)
企业领袖应具有的现代意识	(177)
企业领袖应具有怎样的形象	(181)
企业领袖如何建立人缘	(184)

企业领袖的十种角色	(187)
-----------------	-------

第六章 理念革命——资本经营 (193)

有的人总喜欢歪曲概念,将自己陈旧的东西换上时髦的包装。因此,中国民营企业的危机更多地表现在民营企业家的某种浮躁心态。真正能自觉进行理念的革命者,才能够站立于 21 世纪的世界经济舞台。

资本营运观念的更新	(194)
资本营运的概念	(195)
资本营运的领域	(198)
资本经营的形式	(202)
选择合理的资本结构	(204)
资本营运的技巧	(209)
兼并的技巧	(209)
并购的技巧	(212)
收购、兼并、参营外国企业的技巧	(215)
冷静看待资本营运	(217)
规范运作 切忌盲目	(218)
低成本扩张三原则	(219)
举债经营 自我加压	(223)
产权清晰 多元化构成	(225)
向家族制开刀	(226)
产权清晰与产权模糊	(228)
希望集团是如何解决产权问题的	(229)
上市经营催化民营企业	(232)
“买壳上市”大有可为	(233)
香港股市青睐内地民企	(237)

圆桌话题：中国能否开办“二板市场”	(240)
-------------------------	-------

第七章 绝对的新机遇

(243)

知识经济将无情地淘汰中国旧有的产业，而对相对实力较弱的民营企业来说却是一个新的机遇，把握住这个机遇，你将没有竞争对手。

知识经济叩响大门	(244)
民营高科技产业前景辉煌	(245)
专业人才领袖民营科技企业	(246)
联想集团“借船渡海”	(249)
留住人才与国际强人对抗	(251)
抢滩报刊 传媒是王	(253)
民营企业参办科研所	(255)
知识经济时代的产业选择	(257)
高科技产业	(258)
信息技术产业	(260)
生命技术产业	(262)
新材料技术产业	(263)
新能源产业	(266)
科技农业	(268)
高效环保型产业	(270)
以人才为资本的产业	(271)
知识经济带来的营销观念	(273)
知识营销	(273)
概念营销	(275)
圆桌话题：刘永好谈知识经济	(276)

第八章 21 世纪的战略 (279)

在 21 世纪的中国经济中,民营企业将担任越来越重要的角色。可是,民营企业家们,你们准备好了吗?

二次创业再扬帆	(280)
“二次创业”也有误区	(281)
旧的不去 新的不来	(282)
认清中国经济的实质	(284)
可持续发展策略	(286)
经营观念的更新策略	(287)
效益牵动的增长策略	(288)
打破国有垄断策略	(291)
民营企业如何壮大规模	(292)
滚动资本雪球	(294)
组建“联合舰队”	(298)
民营企业如何组建企业集团	(300)
民营企业发展企业集团必备的条件	(302)
集团战略离不开资本运营	(306)
强势的品牌工程	(309)
品牌工程的重要地位	(310)
如何运作品牌工程	(313)
品牌工程的整体战略	(317)
品牌和名牌易入的误区	(321)
品牌和商标具有相同的意义	(325)
市场竞争与营销战略	(327)
竞争的整体性和系统性	(328)
营造竞争优势十策	(331)
广告战略的内涵	(332)

整体营销战略	(334)
--------------	-------

第九章 中国民营企业家成功档案..... (339)

市场只会铭记成功者的足迹，古今中外，能够在经济生活中找到自己位置的人并不多。你会比他们更强，还是永远蛰伏在他们的阴影之下？

刘永好：资产增值 30 万倍的“中华饲料王”	(340)
陈展鸿：最敏锐的市场“猎犬”	(346)
韩伟：重视科技成就的“养鸡大王”	(349)
罗忠福：我比别人更会利用政策	(353)
王石：敢闯资本市场的好汉	(358)
张宏伟：从 700 元到 15 亿	(364)
武振海：走在知识经济热潮之前	(367)
卢俊雄：25 岁的亿万富翁	(373)

附录：有关中国民营企业的统计数据

(377)

□ 序 □

给中国的民营企业家定位

中国当代民营企业家及他们的前身至今只有 20 年的历史，要给他们作一准确的定位恐怕还为时过早。20 年的时间足以改造一代人，塑造一代人，但我仍然认为，中国的民营企业家还处于发育过程中，并没有真正成熟。

当然，中国也有一部分民营企业家已经站在了金字塔的塔尖，但对于这个群体来说，却并未站在他们应该站的位置。他们同中国的市场经济一样年轻，充满着浮躁和闯劲，在政策和社会的夹缝中挣扎，如今虽然头顶只有一片小小的蓝天，但仍然迷惘于过于辽阔的空间。

他们从来都没能成为过经济中的主流，虽然他们一次次地撞开中国人的市场视野。政策允许他们存在，但又曾放任他们自生自灭，远不像对国企那样宝贝般地呵护：贷款有优势，上市有优

势，资不抵债了还能照样经营。

多少年来，他们只能在政府划定的领域大展身手，稍一越规便万劫不复，不过只要越规成功，也就会一夜暴富。市场其实给了他们很多机会，远比政府允许的机会要多。

于是，他们成了中国经济中最有活力的部分，在作为中国经济主体的国有企业至今还在滑坡的形势下，中国经济还能保持高速增长，他们也做出了一定的贡献。

他们的前身是名声不佳的个体户，半路出家的“计划”体制内的下海者，如今浮出海面成为民营企业家，有了比较体面的身份，有资格受到国家领导人的接见，也能进入工商联这一官方认可的机构，社会地位今非昔比，可他们自身却不小心处在了十字路口。

中国的民营企业家是个内涵复杂的名词，其实还没有真正修成正果。他们既是资本家，又是管理者，具有双重身份，国外虽也不乏这种财富加才能的高手，但中国的民营企业家却个个是“全才”。

他们已经完成了资本的原始积累，尽管这个过程不是每一个细节都上得了台面，但他们毕竟走完了资本主义国家用 200 年的时间走完的过程。目前，他们在中国内地的个人财富已无人能比，但与世界上那些真正的大富豪比起来，又像是穷人，穷得羞于走向世界。

他们在国内市场上已经没有对手，中国经济中的“恐龙”——国有企业如果在同一类型的市场上根本无法同他们竞争，可外企的大举进入却又使他们难于招架。

他们代表着中国的私人资本，也代表着中国经济中的新兴力量，在中国共产党十五大之后，又受到政策鼓励，本应到了大展宏图的时候，但我们见到的却是一个又一个“巨人”倒下。

问题在哪？难道他们真的只是在中国特定政策环境下培养出来的温室里的花朵，或者本就是习惯于在黑暗中生活的“另类”，一旦进入真正的市场，便不得不凋谢，不得不退居幕后。

中国的民营企业家现在面临着上亦难、下亦难的十字路口。他们的财力是其他中国人无法比拟的，但继续扩张也遇到了资本的“瓶颈”。他们应该是中国最具市场敏感的，但却在真正的市场经济中无所适从。

我们知道，中国的社会财富还主要集中于国有部分，私有部分是在政策开放的20年里发展起来的。不过，现在中国社会最大的存量财富因种种问题并未能充分发挥对中国经济应有的作用，而由民营企业家掌握的部分在经过不成熟的幼稚市场和不成熟的幼稚方式增值以后，遇到了中国日渐成熟的社会主义市场经济，靠从前的方法已不可能再一次实现财富的飞跃性积累了。

中国的民营企业家由于种种的限制，一直生活在“计划”和“市场”的边缘，严格地说他们并不是从真正的市场中拼杀出来的幸运儿，大多数还是从这个夹缝中打“擦边球”跌跌撞撞地走过来的。因此，尽管他们利用了市场而获得成功，但在事实上还并未经过市场经济的检验。

他们手中握有资本，但资本并不一定是“能够带来剩余价值的价值”，资本在市场上有可能亏损也有可能增值。当市场不再给参与者提供普遍致富的机会时，真正的成功者将会少得多，对

综合素质的要求及对机会的把握程度也要严格得多。

众所周知，最早介入商品经济的那一批个体户大多或多或少地发了财，那些敏锐的权钱交易者也在中国市场经济不成熟的时候钻体制的空子而一夜暴富，中国的民营企业家的财富大多由此而来。是历史的机遇造就了他们，并不是真正的市场机制造就了他们。

现在，这一切都成为过去。从理论上讲，民营企业家还有一次让自己的财富实现低成本扩张的机会，那就是国企改革之后，谁将能成为这块蛋糕的分享者。

中国的国有企业集中了中国数十年建设的大部分存量财富，如今正在无情地流失。一方面是经营不善造成的流失，另一方面是在改制过程中被各种有关人士私分的流失。从现在中央人民政府的政策思路看，一部分国有企业（主要是中小企业）将会转变体制，但这是不是民营企业家最后的机会呢？

现在，中国市场的情况是疲软的，消费需求不振，从消费者那里快速集中财富的机会已不多。因此，许多民营企业家都有这样一种想法，从财富相对集中的国有企业转制过程中寻求资本的低成本扩张是唯一的、也是最后一次让财富飞跃性积累的机会。

我们却认为这是舍本逐末。从政府的立场看，那些效益好、包袱较轻的国有企业根本不可能无偿放弃；是要放弃的，却问题很多，真正接过来绝对只是一个包袱。如果采用非常手段廉价获得国有企业的优质资产，虽有可能也有这方面的成功事例，但这种过小的机会对于大多数的民营企业家来说是无缘的。

因此，最大的出路还是得从市场中去寻找。在中国目前的情

况下，以某种方法做成一件事，赚上一笔钱并不难，但难的却是使自己的产业能够具有长久的生命力，成为像可口可乐、索尼、耐克那样长盛不衰的超级经济强豪。

我们认为中国的民营企业家应该有这样的使命感。企业家和个体户毕竟不是同一个档次上的人，他将担当着更加广泛的社会责任。没有人会说个体户、官倒们是民族的精华，但优秀的企业家却是一个社会中举足轻重的人物，至少应归于民族的栋梁之内。

不但在现在，还是在将来，中国的民营企业家都会有广阔的舞台，只是要想在这个舞台上长盛不衰，必须有深厚的功底。

过去这么多年，我们已看惯了许多民营企业家的沉沉浮浮，今天站在金字塔尖的，明天就可能会倒下。如果对比一下三年前和今天最领风骚的民营企业家，就会发现，三年前的明星大都已经殒落。

这是中国民营企业家的悲哀，也是中国所有人的悲哀。

有一天，当中国诞生了能够长久屹立于金字塔尖的民营企业家时，那才能证明，中国的民营企业家已经真正地走向了成熟。

