

标杆领袖



影响中国的25位 顶尖商业巨头

他们的成功是一种对成功的超越，同时也引发了我们对生活的种种思考……

INFLUENTIAL LEADERS



张东来 编著

标杆领袖 影响中国的25位 顶尖商业巨头

如何打造高瞻远瞩的常青企业？

他们怎样完成从白手起家到亿万富豪的神奇裂变？

从商业领袖身上可以学到什么并应用到我们的生活中？

本书列举的25位顶尖商业巨头为我们做出了最佳答案！

张东未 编著



中国纺织出版社

内容提要

本书从中国各行各业的顶尖商业领军人物中精选出 25 位最具代表性的商业领袖,对其个人成长、企业发展、市场眼光、创业思路、领导策略、运营模式、经营思想等波澜壮阔的创富历程和领袖智慧进行全景式的扫描,探其成功关键,索其领袖智慧,促使和帮助更多的人领略领袖成功的奥秘,从而明确自我方向,更快地实现自己的目标和梦想。

图书在版编目(CIP)数据

标杆领袖:影响中国的 25 位顶尖商业巨头/张东未编

著. —北京:中国纺织出版社, 2006.9

ISBN 7-5064-3962-X

I. 标... II. 张... III. ①企业家-生平事迹-中国

②企业管理-经验-中国 IV. ①K825.38②

F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 085597 号

策划编辑:曲小月

特约编辑:林少波

责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

http://www.c-textilep.com

E-mail:faxing@c-textilep.com

三河市南阳印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2006 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开本:640×960 1/16 印张:16.75

字数:216 千字 印数:1-8000 定价:23.80 元

ISBN 7-5064-3962-X/K·0034

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前言

如果说，罗纳尔多是足球场上的领袖，金庸是武侠小说界的标杆，大卫·科博菲尔是魔术场上的领袖，米开朗琪罗是雕塑史上的标杆。那么，中国当代的企业家们则是撑起我国工商业的领袖。

无论时代怎样变换，社会怎样进步，人类怎样升华，只要我们还有大脑、还有记忆，就不会忘记这些曾经在工商界为我们创造了辉煌的企业家们。

如海尔集团的张瑞敏以 10 年时间走完了国际同行需要 50 年走过的路，让一个小企业从濒临倒闭的困境中，步步为营，发展成为拥有 99 个紧密层企业，年销售收入过百亿元的跨行业、跨国界的大型企业集团。一个能驾驭企业大局，面向未来，成就斐然的中国家电工业现代化巨人的形象赢得了世人的喝彩。

曾经被医生预言过可能会坐轮椅度过下半生的地产企业家王石，用 3 年的时间爬了 11 座雪山，登顶过珠穆朗玛峰，创造了 6100 米中国滑翔伞最高纪录，用 20 年的时间一手创立了唯一一家连续 15 年保持赢利性增长的上市公司——万科集团。

柳传志是一个创业的传奇。这不仅仅在于他领导联想由 11 个人 20 万元资金的小公司用 14 年时间发展成为中国最大的计算机公司，更重要的是，他的传奇故事对许多立志创业的青年人来说，是一种激励。这个传奇让每一个梦想创业的青年都可以怀有这样一个希望：“如果我足够地努力，也可以像柳传志那样地成功。”

黄光裕从一个初中尚未毕业的 17 岁少年，经过二十多年的浴血打拼，白手起家，创造了一个不可思议的财富帝国。从一个被人轻视的小商贩，到今天亿万人瞩目的首富，这一路是怎样的机缘与计谋？

马云是一位不懂 IT 的 IT 英雄、不懂网站的网络精英，至今还只是会收发 E-mail 和上网浏览等基本操作，却创办了中国最大的电子商务网站阿里巴巴。

拥有“汽车狂人”之称的李书福从开设照相馆，到制造电冰箱；从生产摩托车，到制造汽车，再到瞄准国际汽车市场，他的勇气几乎无人能及，也实在可喜可嘉。有人预计，李书福的身价已经升到大陆富豪第 25 位，而当初他不过是一个 120 元创业起家、在冰箱行业赚到第一桶金、在海南地产热中摔过大跟头的年轻人。他的几次起起落落集中体现了浙商两种突出的精神气质：面对机会精明，敢为天下先；认准的事不放弃，对失败无所惧。

陈峰创业初期的起点非常低，但他拿着连一个飞机轮子都买不了的 1000 万元启动资金，通过巧妙利用财务杠杆，买下了 4 架飞机，办成了中国第一个中外合资的航空公司，成为当代中国最好的航空公司并创造了最优秀的航空品牌。

当年的打工皇帝段永平一手缔造了步步高，使之成为无线电话、视听设备和英语学习设备等行业的领先企业，并让李连杰、施瓦辛格等许多明星为其产品做过广告代言。

.....

是的，我们不能否认他们都是顶尖级的商业巨头，如同“世界上没有完全相同的两片叶子”一样，没有任何两位商业巨头具备完全相同的创业经历，也没有哪位商业巨头集所有优秀管理风格于一身。李书福和尹同耀，同样是制造国产汽车的领袖，但却有着截然不同的创业模式；马云和马化腾都是搞网络的，但他们的管理方式存在着极大的差异。而我们在每一位商业巨头身上都能发现其优秀的领导品质，这些优秀的品质帮助他们取得一次又一次的成功。

本书精选出 25 位顶尖商业巨头，这 25 个人也许并不能包罗万象，但他们却是这个时代的精英。我们重点介绍他们最初的成长经历，对个人成长、创业思路、运营模式、经营思想等历程进行精确式的扫描，指出成功点，解析他们的创业历程，促使和帮助人们实现自己的创业梦想。

编著者

2006 年 6 月

打造不败的海尔航母

1

张瑞敏

初显大将风范/2

冲出地平线/4

敢于与狼共舞/5

“永远战战兢兢,永远如履薄冰”/7



成功点评

中国地产“大亨”

11

王石

对待财富,保持清醒/12

挡住诱惑,更深层次思索/13

历练,心在雪山之巅/16

做“企业公民”,与盈利无关/17



成功点评

中国 IT 的传奇

21

柳传志

抉择,为腾飞做好准备/22

立意高,才能制定出战略/23

没有奉献精神,创业很难实现/24

做贸易,权宜之计/25

领导有方,处事有则/26

培养年轻人,开拓新局面/27



成功点评

华为的“狼性”首领
任正非

31

成就坚忍不拔的性格/32

拒绝“红舞鞋”/34

制定《华为基本法》/35

让洋对手睡不安的人/37

 成功点评

成就国美的家电“大鳄”
黄光裕

41

白手起家,创造家电帝国/42

执掌国美,“价格屠夫”让利消费者/44

外部竞争,强手如林/45

内部管理,攘外先安内/46

 成功点评

乳品业的老牛
牛根生

49

逼上梁山,揭竿而起/50

“小胜凭智,大胜靠德”/52

“财富不在口袋里,而在脑袋里”/53

智力与德力并行/55

 成功点评

电子商务第一“怪杰”
马云

59

栽培一颗网络种子/60

芝麻开门吧/62

活下来的理由是用脑/64

扔掉 70%, 倒闭 80%/66

 成功点评

传媒之王

陈天桥

69

童年, 要当主流人物/70

抢滩网络娱乐/72

做中国的迪斯尼/75

“顾家”的男人/76

 成功点评

无悔的彩电狂人

李东生

79

选择, 无怨无悔/80

掌管 TCL/82

决战 IT/83

变革创新, 知行合一/84

定位, 让 TCL 更上一层楼/86

 成功点评

全球资本为我狂

李彦宏

91

有播种才能有收获/92

运行百度/94

上市,出演一夜暴富的神话/96

没有妻子就没有百度 /98

 成功点评

中国互联网“助推器”

101

丁磊

一个人的传奇/102

创业,网易开始时/104

瞄准 Hotmail/106

爱伴我创业/108

 成功点评

杰出的网站“盟主”

111

张朝阳

网络梦,在留学时萌发/112

在网络海洋里“试试水”/114

大浪淘沙下的幸存者/115

攻与守的艰辛/117

 成功点评

民营企业的常青树

121

鲁冠球

创业之路在脚下/122

执掌万向/124

冲击国际名企/127

 成功点评

航空业的魔术师

陈峰

131

抓住每一次机会/132

资本运营的高手/135

培训,让员工做人、做事/137

如何保持长盛不衰/138

 成功点评

剩者为王

周厚健

141

坐上海信第一把金交椅/142

构筑人才制高点/144

竞争力的提升在于执行力/146

以打工身份当老板/148

 成功点评

饮料业的“编织大师”

宗庆后

151

天将降大任于斯/152

控制力/154

树立一个品牌/156

独特的经营风格/159

 成功点评

中国商界的“汽车狂人” 李书福 从冰箱到汽车/164 “给我一次失败的机会”/166 从“李家军”到正规军/168  成功点评	163
华人商业领袖 李嘉诚 创业之初/174 转轨转出的“塑胶大王”/175 进军地产业/177 知人善任,饮水思源/179  成功点评	173
赤脚富翁的传奇 刘永好 打碎“铁饭碗”的勇气/184 赤脚踩出亿万黄金路/186 言必行,行必果/188  成功点评	183
地产业的“刀客” 王健林 足坛上的“刀客”/194	193

地产界的“刀客”/196
商场里的“刀客”/197
讲诚信的“刀客”/199
热心公益事业的“刀客”/201

 成功点评

奇瑞的东方之子
尹同耀

205

白手起家创立奇瑞/206
“挣外国人的钱最爽”/208
奇瑞汽车三管齐下/210

 成功点评

乳业界的急先锋
潘刚

215

历练,从基层做起/216
受命于临危之时/218
铁腕掌控人/220
在心灵的天空中飞翔/221
创办“伊利宏志班”/222

 成功点评

QQ之父
马化腾

225

玩出来的QQ/226
玩也出生产力/228

马化腾的“三问”/230

 成功点评

中国女首富

陈丽华

235

完成财富的原始积累/236

悠悠紫檀情/238

不能把儿女当成私有财产/242

 成功点评

中国的“财金猎人”

段永平

245

敢为天下后,后来者居上/246

准确的广告策略/248

关于“办企业与创品牌”/251

 成功点评

参考文献

打造不败的海尔航母

张瑞敏



人物档案:

出生年月: 1949 年 1 月	籍贯: 山东莱州
出生地: 山东青岛	身份: 海尔创始人
毕业院校: 中国科技大学	
现任职位: 党委书记、董事局主席、首席执行官	

成长简介:

1984 年 12 月任青岛电冰箱总厂厂长;

1995 年获中国科技大学工商管理硕士学位;

1997 年 12 月获香港《亚洲周刊》1997 年度杰出华裔成就奖;

1999 年出任海尔集团董事局主席;

1999 年 12 月被英国《金融时报》评为“全球 30 位最受尊敬的企业家”,名列第 26 位;

2000 年 5 月改任海尔集团首席执行官;

2002 年荣获“国际杰出企业家”称号;

2003 年 1 月《金融时报》发布了 2002 年全球最受尊敬企业名单,海尔在上榜的中国企业中名列第一;

2004 年 8 月美国《财富》杂志选出“亚洲 25 位最具影响力的商界领袖”,张瑞敏排名第六位,是入选的中国内地企业家中排名最靠前的;

2005 年 4 月,位居《财富》(中文版)杂志“中国最具影响力的 25 位商界领袖年度排行榜”榜首。

有人说海尔集团是中国企业界一艘实力强大的航空母舰,更有人把海尔形象地比喻为气势磅礴的联合舰队。的确,海尔集团是靠名牌起家,靠“联合舰队”发展起来的。这支联合舰队的总掌舵人就是张瑞敏。

那么,张瑞敏怎样使海尔从濒临倒闭的困境中,步步为营,发展成为拥有 99 个紧密层企业,年销售收入过百亿元的跨行业、跨国界的大型企业集团呢?

初显大将风范

1984 年,两个濒临倒闭的集体小厂合并成立了青岛冰箱总厂,由当时担任青岛市家电公司副经理的张瑞敏出任厂长。当这位身高 1.80 米的山东大汉第一次踏进这家亏损 147 万元、几乎一半人想调走的集体企业时,印象最深的就是满车间臭气熏天的大小便,以致于他上班后制定的第一条规章制度就是“不准在车间随地大小便”。而摆在他面前的除了一条半闲置的生产线,一排门窗不整的旧厂房外,就是六百多张等着吃饭的嘴,身后是国内一百多家早已进入市场并有了较高知名度的企业,同类产品品种众多,市场竞争激烈。

张瑞敏认为,启动企业要从人开始,启动人要从启动精神开始。于是,他施政方略的第一步就是改革员工的思想观念。有一件事可称为“海尔的原点”。1985 年的一天,一位朋友要买一台冰箱,结果挑了很多台都有毛病,最后勉强拉走一台。朋友走后,张瑞敏派人把库房里的四百多台冰箱全部检查了一遍,发现共有 76 台存在各种各样的缺陷。张瑞敏把职工们叫到车间,问大家怎么办。多数人提出:也不影

响使用，便宜点儿处理给职工算了。当时一台冰箱的价格为八百多元，相当于一名职工两年的收入。当张瑞敏把大锤交给亲手制造了这些冰箱的职工，当眼含热泪的职工举起大锤砸向冰箱的时候，有“大将风范”的张瑞敏也未必不“心疼”，但他的目光还是超越了这 76 台冰箱的价值。在他看来：如果不砸烂这些冰箱，将来被市场砸烂的就是这个企业。如果没有质量，就绝对不会产生一个品牌，就绝对不会有市场。

面对着职工，张瑞敏说了一句语重心长的话：因为大家过去没有质量意识，所以出现了这起质量事故。这不是你们的责任，应该是我的责任，但是今后再有问题就是你们的责任，从这次开始算起，我这个月的工资全部扣掉，一分不拿，但是今后谁再出了问题，就应该扣掉谁的工资。

就是凭着这把大锤，“有缺陷的产品就是废品”这一崭新的质量认知，从此结结实实地印在职工的心中。从另一个角度说，这一锤所砸出的不仅是质量意识，砸出的更是一种崭新的观念。透过这把大锤，我们甚至可以从看出 20 年后海尔“SST”管理机制的影子。可以说，在张瑞敏 21 年前喊出“用户永远是对的”这一市场命题的同时，不仅仅影响了他的职工，还在创造着中国民族工业崭新的市场理念，其贡献早已远远超过了创造一个冰箱品牌。

关于海尔创造的奇迹，张瑞敏说，“靠的是理念”。他认为：理念是企业发展的方向。改变企业面貌和方向的最难点是人的观念。由此，他从哲学的角度，从辩证的关系，提出了许多企业内部的经营理念，诸如：名牌战略、用户永远是对的、真诚到永远、向服务要市场、高标准、精细化、零缺陷、创造市潮、人人是人才……这些理念，贯注于员工身心，像一只无形的手将海尔上万名员工的才智凝聚在一起，提升到一种有序、自律、迅捷的作业状态，勃发出强大的生命张力，使企业获得超常规、跳跃式的发展。张瑞敏自豪地说：“这些无形资产，是海尔的最大优势，海尔的企业文化由此注入，由此统一企业的思想，锻造员工的意志，重铸企业的灵魂。”

冲出地平线

张瑞敏上任的时候,中国的家电工业才刚刚起步。当时国内有四十多家电冰箱定点生产厂,但产品整体技术水平低、质量差,三星级以上的产品一家也没有。张瑞敏开始将目光转向国外先进的生产技术,开始利用国外先进技术改造中国家电工业的大胆尝试。1984年底,在多方论证与考察下,青岛电冰箱总厂与当时的西德利勃海尔签订协议,合作生产四星级高档电冰箱。此举开创了中国电冰箱行业引进国外先进技术的先河。从1984年引进项目到1986年竣工验收,整整1000个日日夜夜,张瑞敏的大部分时间是在厂里和出差的路上度过的。1985年冬,山东省成套设备公司来电催要国内配套设备清单,当时这份材料在轻工部的长沙设计院,如果不能在农历正月初四送到济南,就会错过全国订货会的最佳时机。农历腊月二十八,刚从外地返回的张瑞敏再次告别家人,登上了南下的列车……可以说,在那个时期,张瑞敏不仅在用不断创新的思想,还在用身体力行的汗水洗礼着这个企业,洗礼着这个企业的广大职工。

正是凭着这种永不服输的精神,1986年,企业实现了当年引进项目,当年投产,当年盈利248万元的业绩。第二年,企业更是以增产五倍的佳绩,一洗了冰箱厂一年前的凋敝形象。青岛电冰箱总厂开始在国内家电业异军突起。

今天的海尔人将1984年到1991年的创业历程,概括为“名牌战略阶段”。这一阶段,张瑞敏带领着海尔人,用了长达七年的时间,心无旁骛地只做了冰箱这一个产品,目的只有一个:为中国家电工业创一个“海尔”品牌,为世界家电业塑造一个真正的竞争对手。

张瑞敏直到今天还记着1985年的那一幕。1985年,张瑞敏为引进技术踏上了德国的土地,正逢当地一个节日,在庆典上,德国人好像在不经意地说:在德国市场上,最畅销的中国货是烟花、爆竹。张

——造势产品输入的是用户的需求,输出的是用户的满意。