

FENG
YUN

风

云

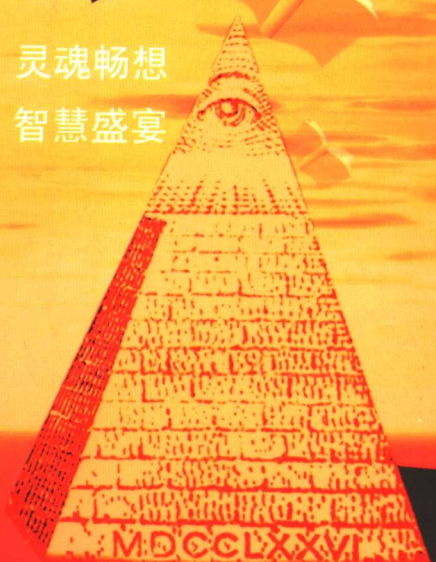
世界顶级赛事丛书

《世界顶级赛事丛书》编写组 编

财经风云
角逐真相

天籁回响
美善极致

灵魂畅想
智慧盛宴



中国海南出版社

世界顶级赛事丛书



《世界顶级赛事丛书》编写组

中国海南出版社

图书在版编目(CIP)数据

风云/《世界顶级赛事丛书》编写组. —北京:中国
海关出版社, 2005. 1

(世界顶级赛事丛书)

ISBN 7-80165-251-7

I. 风... II. 世... III. 竞赛—简介—世界
IV. Z228

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 133464 号

(版权所有 翻印必究)

选题策划:高 烽 刘 博

责任编辑:高 烽 单 颖

助理责编:冯雪松

责任校对:单 颖 江 鲁 雪 松

世界顶级赛事丛书

风 云

《世界顶级赛事丛书》编写组

中国海关出版社 出版发行

(北京市朝阳区东土城路 14 号 100013)

新华书店经销 北京市白帆印务有限公司印刷

2005 年 3 月第 1 版 2005 年 3 月第 1 次印刷

开本:787mm×1092mm 1/16 开 印张:28

字数:420 千字 印数:01—5000

ISBN 7-80165-251-7 定价:42.00 元

海关版图书,印装有错误可随时退换

图编室电话:(010)85271833-653

发行部电话:(010)85271610

目录

CONTENTS

上篇 经济

第一章 世界经济实体——同台竞技 /1

- 一、世界经济的晴雨表——《财富》世界 500 强 /3
- 二、《财富》全球最受赞赏的企业 /20
- 三、品牌就是实力的象征——《商业周刊》最有价值品牌评选 /29

第二章 以人为本——年度人物评选 /35

- 一、全球个人财富大比拼——《福布斯》杂志世界富翁排名 /37
- 二、媒体人物排名的“耆老”——《时代》周刊“年度风云人物” /47
- 三、名誉之战——《商业周刊》年度最佳和最差经理人 /55
- 四、中国财富地图——《福布斯》杂志中国富豪榜 /61
- 五、中国经济的晴雨表——CCTV“中国经济年度人物” /75

中篇 文化·艺术

第三章 灵魂的畅想——文学奖 /85

- 一、理想主义的殿堂——诺贝尔文学奖 /87
- 二、法国文学的旗帜——龚古尔文学奖 /104
- 三、大不列颠的“珍珠”——布克奖 (National Booker Prize) /111
- 四、日本文学的龙门——芥川奖 /120
- 五、美国文坛奥斯卡——国家图书奖 /130

目录

CONTENTS

六、德语文学的桂冠——毕希纳文学奖 /138

七、中国长篇巨奖——茅盾文学奖 /143

第四章 见证真相——新闻大奖 /151

一、美国新闻的奥斯卡奖——普利策新闻奖 /153

二、读图时代的翘楚——世界新闻摄影比赛(WPP) /162

三、四分之一的见证——中国的新闻奖项 /182

第五章 绽放激情——舞台艺术类 /193

一、流光溢彩的视觉大餐——电影大奖 /195

(一)星光耀眼——美国奥斯卡电影节 /195

(二)东西合璧耀柏林——柏林国际电影节 /211

(三)品味戛纳——戛纳国际电影节 /218

(四)久远的威尼斯——威尼斯国际电影节 /228

(五)百花丛中金鸡报晓——中国电影金鸡百花奖 /236

(六)金色的电影盛宴——香港电影金像奖 /244

(七)金马驰骋华语影界——台湾电影金马奖 /250

(八)它们也是顶级——其他电影节 /256

二、精彩纷呈的视觉享受——电视篇 /261

(一)华贵的艾美奖——美国国际艾美电视奖 /261

(二)唯美的电视盛会——加拿大班夫国际电视节 /263

(三)国内赛事多 /265

(四)它们也是顶级——其他电视节 /282

目录

CONTENTS

第六章 天籁的回响——音乐赛事 /285

第一部分 古典与浪漫——高雅音乐赛事 /287

- 一、乐坛的“奥林匹克”——柴科夫斯基国际音乐比赛 /288
- 二、顶级钢琴师的摇篮——肖邦国际钢琴比赛 /295
- 三、天才巴洛克——帕格尼尼国际小提琴比赛 /302
- 四、小提琴大师的圣坛——维尼亚夫斯基国际小提琴比赛 /307
- 五、利文特里特比赛 /311
- 六、意大利歌剧的权威赛事——威尔第国际声乐比赛 /314
- 七、歌剧之星的舞台——多明戈世界歌剧大赛 /317
- 八、古典的旋风——北京国际音乐节 /322

第二部分 时尚的激情——流行音乐 /329

- 一、璀璨的格莱美——美国格莱美音乐奖 /329
- 二、欧洲音乐王牌奖——MTV 欧洲音乐大奖 /341
- 三、亚洲音乐王牌奖——MTV 亚洲音乐大奖 /346
- 四、美国音乐之风——全美音乐奖 /349
- 五、英国流行音乐的指针——全英音乐奖 /354
- 六、流行看台——上海亚洲音乐节 /360
- 七、华语流行的前沿——中国内地、香港、台湾音乐大奖 /364

目录

CONTENTS

下篇 教育·公益

第七章 智慧的盛宴——教育界赛事 /369

- 一、中学生的奥林匹克盛会——国际学科奥林匹克竞赛 /371
- 二、中学生科学竞赛的“世界杯”——英特尔国际科学与工程大奖赛(英特尔 ISEF) /380
- 三、莘莘学子的荣誉——学生奖学金 /390
- 四、展示青春的舞台——国际大专辩论会 /397
- 五、谁是真正的一流大学——世界大学排名 /409
- 六、中国著名大学的标志——211 工程 /418

第八章 与名利无关——公益事业评选 /423

- 一、白衣天使的最高荣誉——南丁格尔奖 /425
- 二、保护地球母亲——环保奖 /428
 - (一) 全球 500 佳 /428
 - (二) 联合国人居奖 /429
 - (三) 为了我们居住的环境——世界人居奖 /432
 - (四) 福特汽车环保奖 /433
 - (五) 为了保护我们的家园——地球奖 /435

上篇 经济

第一章

世界经济实体

同台竞技

一、世界经济的晴雨表——《财富》世界 500 强

《财富》500 强排名是一种纯粹的商业行为，不代表任何国家政府和国际官方组织，但它在世界上却颇具权威性，为各国工商界广泛引用。近 50 年来，“财富 500 强”成为美国工业界最热门的话题。一旦被《财富》列入 500 强，对企业来说不仅仅是一种莫大的荣耀，同时也意味着企业的无形资产在一夜之间得到了数以亿计的增长。

名满天下

《财富》杂志之所以出名，是因为它每年一度的“美国企业 500 强”与“全球企业 500 强”排名。半个世纪以来，《财富》企业排名在美国乃至世界范围内有着广泛的影响，成为世界知名企业用来判断自身实力、规模和国际竞争力的重要指标，也是极具权威性的世界经济状况晴雨表。而排名也给《财富》杂志本身带来了巨大的商业利益。

《财富》杂志第一次公布“财富 500 强”（FORTUNE500）是在 1955 年 7 月 24 日，它以上一年销售收入为主要参数，为美国 500 家大工业公司进行排名。1983 年，《财富》开始公布规模完整的美国 500 家大服务公司排名。1995 年《财富》不再对美国工业企业与服务企业分别排名，而是综合排出“财富 500 强”（指美国 500 强）。

“全球企业 500 强”排名最早开始于 1957 年，那年《财富》首次发布美国以外的世界最大 100 家工业企业排名，1976 年扩充到 500 家，1990 年采取与“美国企业 500 强”类似的办法对世界大工业公司和服务公司分别进行排名，将美国最大的 500 家企业与美国以外的最大 500 家企业合并，分别产生全球工业和服务企业 500 强，1995 年《财富》对全球工业企业与服务企业进行合并，并于当年正式推出包含服务企业与工业企业在内的“全球企业 500 强”（GLOBAL500）排行榜。



强者的产生

《财富》500强的评选对象是已经上市的公司，其评选完全依据公开资料，并根据《财富》杂志对企业界的长期研究来进行。目前，通常所说的全球500强名次都是根据营业收入排定。《财富》杂志企业评价的基本方法是在每年的七八月之间，以上一年销售额为基准对世界大企业进行排名。“美国企业500强”与“全球企业500强”分别在每年4月和7月公布。

评选首先根据《财富》杂志资料库中的数据按营业收入寻找1100家候选公司，向这些公司发放调查表并要求他们提供公司的财务报表，接到报表后还要进行严格的核对和求证。此外《财富》杂志还会通过其他渠道掌握这些公司的资料。500强的评选方式，使得公司提供的信息成为决定性的因素，从而不可避免地会产生一定的误差。另外，各国企业所有制的不同以及财会制度的差异，使得《财富》杂志在获得公司信息方面非常困难，因而难免有遗漏之处。

但是，如今财富500强排名已不仅仅是对数字指标的记录，而是超越了国家、民族和文化，成为全球经济的一个标准。同时它也是企业的一项无形资产，企业把它作为了解对手、检讨自身的衡量标尺，还在一定程度上影响着企业家和投资人的决策。

强者的颁奖台——《财富》杂志

“500强”的诞生及成长与《财富》息息相关，讲到《财富》就不能不讲一讲他的创办人亨利·卢斯。

亨利·卢斯（Henry Luce，1898—1967）在历史上是作为最伟大的发行人被人记住，与此同时人们奉送他的称号还有“教育家”、“宣传家”、“虔诚的基督教徒”、“意识形态专家”、“西方理论家”、“保守人士”……，《美国新闻百科全书》称赞卢斯是“真正的知识分子”，“他的《时代》周刊所创造的词语已成为当今美国英语的一部分”，芝加哥大学前校长赫钦斯说“他的杂志的影响力远远超过整个美国的教育制度

的总和”。

亨利·卢斯一生都在从事新闻出版工作。有人说，他留给世界最大的财富就是对杂志新闻事业的革命，他首创新闻杂志的形式，并创办了《时代》周刊、《生活》周刊、《财富》等著名刊物，30岁成为美国百万富翁，进入上流社会。美国杂志品牌的经营与延伸，对创意的无限推崇，对人力资源的发掘等杂志经营理念都是从他开始的。他成立了当时美国最大的杂志出版公司——时代公司，这一公司的主体后来辗转成为当今全球最大的传媒集团“美国在线—时代华纳”，2002年在《财富》世界企业500强中名列98位。

《财富》周刊（英文名字是 Fortune）的创刊号是在1930年2月摆上了零售商的货架，当时美国正经历一场严重的经济危机。许多投资者认为亨利·卢斯创办《财富》是不幸的。对别人的指责与嘲笑，亨利·卢斯有他自己的打算，那就是——“1930年，意味着新的十年的开始”，3万份184页光艳豪华、近乎奢靡的创刊号照耀了亨利·卢斯的凌云壮志。他决心挖掘出一批行为高尚的实业家为榜样。在卢斯看来，他要做的就是将那些灰心丧气的企业家们从办公室里拖到大众面前，让人们渐渐意识到美国经济的复苏指日可待。到1937年时，《财富》的发行量超过了46万份，作为华尔街的必读刊物，《财富》成为世界经济报道期刊中当之无愧的领头羊。据说，在世界工商界（包括中国在内）中有一个共识，凡是有思想、有抱负的企业家都要阅读《财富》杂志。

《财富》“500强”

除500强排名外，《财富》杂志另有“美国500家最受推崇公司”以及“全球500家最受推崇公司”等排名。《财富》还利用其影响力举办了一系列财经论坛，如“《财富》500强论坛”。该论坛于1995年开始举办，有时又称“全球500强年会”或“《财富》全球论坛”。论坛每年在世界上选一个具有吸引力的“热门”地点举行一次，邀请全球跨国公司的董事长、总裁（首席执行官）及世界知名的政治家和学者参加，共同探讨有关世界经济发展全局的重大问题。从1995年至今，《财富》已分别在新加坡、西班牙巴塞罗那、泰国曼谷、匈牙利布达佩斯、中国



上海、法国巴黎、中国香港以及美国华盛顿举行了 8 次年会。

成者王侯败者寇

按照中国对成败的传统看法，成者王侯败者寇。在这里，我们姑且将成功者称为“王侯”，将失败者称为“寇”，没有褒贬之意。

1. 世界第一大百货店——沃尔玛商店 (Wal-Mart Stores) (2003 年 500 强第一名)

1962 年，山姆·沃尔顿开设了第一家沃尔玛商店。当时谁都没有想到，世界上最大的零售连锁店从此诞生了。山姆·沃尔顿曾在阿肯色州和密苏里开过杂货店，他坚信，只要小店货品丰富，物美价廉，服务优良，顾客定会蜂拥而至。事实证明了他的想法的正确性。迄今为止，沃尔顿的沃尔玛商店已成为世界第一大百货店。他的品种丰富的杂货店，他的全球连锁店，他的会员俱乐部，沃尔玛超市，山姆俱乐部以及他的特别折扣商店，马德折扣商品城无不给沃尔玛事业的发展提供了众多机会。同时，沃尔玛公司的经济增长为人们带来了更多的就业机会。现在有超过 60 万美国人在沃尔玛工作。

沃尔玛受到顾客青睐的重要原因之一就是它的服务特色明显。沃尔玛的商品物美价廉，对顾客的服务优质上乘，天天如此。沃尔玛总是小心地控制开支以维持其低价格结构，这样，顾客就不必等到削价打折季节就可以达到节约开支的目的。每一个到沃尔玛商店购物的顾客在商店门口都会受到店员的热情欢迎和问候，当地生产的商品经常会在沃尔玛售卖并自由地得到展示。如果你问顾客，他们为什么一次又一次回到 Wal-Mart，很有可能他们会说不止是价格与更多的选择，更由于人，迅速、友好的服务在 Wal-Mart 是件严肃的事。

除了商业行为外，沃尔玛还非常重视公益活动，这也为它赢得了极好的口碑。

1992 年 3 月山姆·沃尔顿从布什总统手中接过了自由奖章，他预言，今日员工的努力不仅已超越 1962 年以来的成就，未来也将超越现在的成就。

2. 最庞大的汽车王国——通用汽车

通用汽车公司的产品主要分为三大类：（1）汽车产品，包括制造、装配、销售汽车、卡车、公共汽车和相关零配件。公司主要牌号的汽车为雪佛兰、别克、庞迪亚克、奥兹莫比尔、凯迪拉克和 Saturn，由分布于美国各地的 30 家汽车装配厂、29 家分销中心和包储设施生产，并由全国 10000 多家经销商分销经营。1991 年，公司收入的 79% 来自汽车部门。（2）金融和保险业，主要业务单位是通用汽车承兑公司，它资助购买 GM 产品。此外，公司也为经销商和消费者提供保险，并从事抵押银行业务、海上金融和投资服务业务。1991 年公司收入的 9% 来自该部门。（3）其他产品，主要是电子数据系统公司从事的数据加工、电讯服务和 GM 休斯电子公司从事的军火生意，特别是导弹系统。1991 年 GM 休斯电子公司成为美国第四大军火承包商，同时还是美国主要的商用卫星供应商，产品包括军用车辆、雷达、武器控制系统、制导导弹系统、军用卫星，此外，这两家公司还从事商用信息和电讯系统的设计、安装和经营、火车头的研究开发和制造，同时生产压缩机、发电机和海船用汽轮发动机等。

通用汽车公司的前身，是由戴维·别克在 1907 年创办的别克汽车公司。后来别克汽车公司被美国最大的马车制造商威廉姆·C·杜兰特买下，推出了 C 型车。为了推销这种汽车，杜兰特迅速建立了一个营销网络并吸引了大笔订单——远远超出了公司的生产能力。

1908 年，别克汽车公司已经成为全美主要汽车生产商，杜兰特一统当时的汽车市场，因而大力支持本杰明·克里斯科有关将别克、福特、奥兹、马克斯韦尔—布里斯科等几家主要汽车公司合并的建议，但福特公司要价达 800 万美元，所以协商以失败而告终。于是杜兰特以别克汽车公司和奥兹汽车公司为基础成立了一家汽车控股公司——通用汽车公司（GM），1909 年又合并了凯迪拉克汽车公司和奥克兰汽车公司（现在的庞迪亚克分部）这两家小汽车公司。到 1910 年，公司已经先后购进了 17 家小汽车公司。

从一开始，杜兰特就指出了公司的三维战略，即生产适合各种不同口味和购买能力的不同品牌的汽车，在汽车工程领域内尽可能地多样



化，实行后向一体化进入汽车零部件生产领域。然而，过快发展使公司很快陷入资金困境，一批银行家以一个由他们控制的 5 人管理委员会取得了公司的控制权，而杜兰特仅仅是 5 人管理委员会成员之一。1918 年，杜邦公司以 5000 万美元收购了通用汽车公司 23% 的股份，从而成为公司的最大股东，1919 年这一控股比例上升到 28.7%。在这种情况下，杜兰特逐渐从通用汽车公司脱出身来，并于 1911 年组建了雪佛兰汽车公司。1915 年，他又同杜邦结盟，秘密收购通用汽车公司的股票。与此同时，该公司推出了一种新型廉价车 490 型，以与福特汽车公司的 T 型车相抗衡。1915 年，他公开宣布要以五股雪佛兰汽车公司的股票兑换一股 GM 公司股票，从而于 1916 年再次获得了通用汽车公司的控制权，重新担任公司总裁。第一次世界大战期间，该公司为部队生产了大量卡车、救护车、飞机发动机等。战争结束后，该公司又通过建立通用汽车承兑公司来加强产品批销，大获成功。1919 年，通用汽车公司成为美国第五大工业企业，虽然其在美国市场上的占有率远远低于福特汽车公司的 43%，只有 17%，但也相当可观了。然而，1920 年的经济大萧条使公司再次陷入困境之中，杜兰特被迫提前退休，并将自己的 GM 股份全部卖给了杜邦家族，使杜邦在 GM 的股权比例上升到 37%。

JP 摩根公司也趁机取得了通用汽车公司的部分股权，从而形成杜邦家族和摩根家族共同控制 GM 公司的局面，杜邦以公司董事长和最大股东的身份取代杜兰特成为公司新总裁。杜邦担任总裁后的第一件事就是批准了公司所属联名汽车公司总裁小阿尔弗雷德·D·斯隆的改革计划，建立著名的斯隆模式：对公司的管理体制进行全面改组，建立反集权的分部式管理体制。1923 年斯隆担任公司总裁后，又对公司的各科、甚至是重复的生产线进行合理化调整，公司由此进入飞速发展的时期，到 1927 年，通用汽车公司一跃成为美国汽车工业的霸主，其国内市场占有率达到 43%，先后兼并了黄车制造公司和数家飞机公司，推出了 1925 雪佛兰轿车与福特公司相竞争，使汽车设计现代化，并实行“一种车适合一种财力和需求目标”和每年推出一种新车型的战略，从而把福特汽车公司远远地甩在了后边。并且这种领先地位一直维持至今，即使在大萧条时期，公司仍能维持盈利并坚持给股东分红。第二次世界大战期间，公司接受了大量军事订货，总价格高达 130.81 亿美元左右，

战争期间美国 1/4 左右的坦克、装甲车和飞机，2/3 的重型载重汽车，1/2 左右的子弹和步枪，均来自通用汽车公司。

二战以后，通用汽车公司推出了更大型、更有盈利潜力的小汽车，并巩固了在汽车市场上的主导地位，成为美国最大的军用品承包商。1952 年艾森豪威尔当选总统后，公司总裁查理·威尔逊成为国防部长。1955 年，通用汽车公司成为世界上第一个年利润超过 10 亿美元的公司。1986 年，公司董事长斯隆退休，通用汽车公司的巨大规模使其成为舆论批判经济集团的目标，司法部试图让杜邦家族卖掉其持有的 23% 的通用汽车公司的股票，但直到 20 世纪 60 年代中期，杜邦家族仍维持其主要股东的地位。与此同时，1957—1958 年的经济危机使人们对小型经济车的需求量猛增，使公司的“大的就是好的”的汽车设计思想遭到了挑战。通用汽车公司为适应多种需求模式的转变，又开发出紧凑车 Corvair，但这种经济车的设计非常糟糕。从 20 世纪 60 年代起，外国小型汽车大量进入美国，以满足人们对小型经济车的需求，通用公司虽然被迫投入大量的人力物力研制小型汽车，但并不十分成功，公司经营开始出现赤字。尽管如此，在 20 世纪 70 年代，他们的销售额还是出现了较大幅度的上升，1975 年为 357.25 亿美元，1979 年为 663.11 亿美元，销售利润也从 12.53 亿美元上升到 28.91 亿美元，市场占有率仍然高达 47%。

1981 年，罗杰·史密斯担任首席业务领导人之后，进行大规模调整改组活动，裁员数千人，又推出了旨在替代日本进口车的 J 型车；1983 年出资 1.5 亿美元，同日本丰田公司合资成立新联合汽车制造公司，在加利福尼亚州运用日本公司的制造技术生产小型车；1984 年，通用汽车投资 25 亿美元，收购电子数据系统公司；1985 年，又宣布成立 Saturn 公司，在田纳西一家日本风格的工厂中生产小轿车，并以 47 亿美元收购了休斯飞机制造公司。与此同时，通用汽车还同其他公司合资开办了 50 多家企业，从机器人制造到人工智能企业，范围很广。然而，由于福特汽车公司的激烈竞争和国外进口汽车，通用汽车不得不减少生产能力，裁员数以万计，并大幅度压缩工资开支，同时由其他国家的公司为通用汽车公司制造小车并由它在美国销售，而 Saturn 汽车的质量问题使公司在投放市场 5 个月之后就回收 1/3 的汽车进行维修，最

后不得不拿出 21 亿美元以弥补关闭工厂的费用，这直接导致了通用汽车的市场占有率从 1979 年的 47% 剧降到 1989 年的 35%。1990 年，该公司推出萨顿牌汽车，这是 1926 年以来公司推出的第一个新牌号汽车，耗资 20 亿美元以上。1991 年，通用汽车再次出现近 50 亿美元的亏损，成为美国有史以来规模最大的企业赤字。1991 年秋，斯坦普尔宣布实施结构改组，将铸造、发动机装配与传动系统等四个分部合并为一个部，将传统的发动机生产由 9 种减为 5 种，同时上马 3 种不同型号的 4 缸发动机和引进一种新型发动机。董事长罗伯特·斯坦普尔被迫宣布将在 3 年内关闭在美国和加拿大的 20 多家工厂，并裁员 74000 余人。尽管如此，1992 年春天，以前普罗克特·甘布尔公司总裁约翰·斯梅尔为首的许多董事会成员仍然撤换了斯坦普尔的继承人劳埃德·鲁斯的公司总裁职务，并安排约翰·斯梅尔担任执行委员会主席。同年 4 月，通用汽车进行美国有史以来的最大规模的股票发行，筹资 22 亿美元以缓解财政困难——通用汽车公司又到了一次管理创新的紧要关头。

近年来，面对海外制造商带来的激烈竞争，GM 已着眼于向全球市场扩张，包括聘请前丰田汽车顾问帮助他们进军日本市场。（公司还持有 Suzuki 及 Isuzu 的大量股份；1999 年，GM 将持有的 Isuzu 股份提高到 49% 并购入 Suzuki 公司 10% 的股份。）1998 年下半年，与 SAIC 合资生产出第一批针对中国市场的别克汽车（Buick）。通过进入巴西及俄罗斯的廉价车辆市场，GM 正拓宽海外消费者市场，建立客户基地并确立其品牌效应，而这些都领先了竞争者一大步。

1981 年通用汽车作出将生产设备转移到发展中国家的决定，并开始裁员。在近十年里，GM 裁退了成千上万的雇员，其中不乏 GM 的第三代员工，结果出现了 1998 年汽车工人长达 7 周的联合罢工，对其季度国民生产总额报告产生了引人注目的影响：GM 在此期间损失了将近 28 亿美元，更因此使得北美的生产停滞不前。

后来 GM 从 1998 年罢工中恢复过来了，又开始着手开始新一轮的降低成本计划。因为现在每售出一辆小型车公司便损失约 500—600 美元，所以使小型汽车有利可图是公司的重点所在。在“黄石”计划中，GM 的目标是降低成本并提高生产力。具体做法是让供应商协助设计，并在发货前组装部分零件，这样一来节省了时间和开支。1998 年这位