

新锐富豪财智丛书

家电巨头 创富揭秘

陈昌照 何旭东 编著

顶尖人物 尽收眼底

成功方略 全景扫描

感觉时代脉动

把握财富商机

人民出版社

新锐富豪财智丛书

家电巨头创富揭秘

人
民
出
版
社
陈昌照 何旭东
编著

策划编辑:郑海燕

责任编辑:郑海燕

装帧设计:曹 春

图书在版编目(CIP)数据

家电巨头创富揭秘/陈昌照 何旭东编著.

-北京:人民出版社,2005.4

(新锐富豪财智丛书)

ISBN 7-01-004841-X

I. 家… II. ①陈…②何… III. 日用电气器具-工业企业管理-经验-中国 IV. F426.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 016445 号

家电巨头创富揭秘

JIADIAN JUTOU CHUANGFU JIEMI

陈昌照 何旭东 编著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京市双桥印刷厂印刷 新华书店经销

2005 年 4 月第 1 版 2005 年 4 月北京第 1 次印刷

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32 印张:9.625

字数:255 千字 印数:1~5,000 册

ISBN 7-01-004841-X 定价:19.50 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

前言

他们凭什么成功

近年来国内各种不同版本的“中国富豪排行榜”早已成为社会关注的焦点，它在人们心中掀起层层巨浪，无不刺激着人们的神经。许多富豪的大名如雷贯耳，耳熟能详。我们很多人只知其名，不知其实。他们究竟凭什么成为富豪？他们是怎么成功的？他们为什么能成就大业？这些问题常萦绕在我们脑际。

创富是人生的一个重大命题，不仅是芸芸众生的追求，更是整个人类共同的追求。随着历史的演进、时光的推移，人类的财富也在一天天积累着。王永庆说：“没有财富是可耻的。”我们一年到头忙忙碌碌为什么？求什么？因为对财富的渴望，所以，我们探求财富。因为希望拥有财富，所以，我们探寻富豪的创富历程。

新锐富豪是一个时代的标杆，他们的创富奇迹令人惊羡！数以智起，智以致财。打开财富之门的最佳捷径就是向财富高人取经。他们的创富历程和成功经验也是一种宝贵的财富。每位成功富豪，他们发家创业的眼光、能力和智慧令人折服、钦佩，堪称一个时代的经典。探秘他们的财富历程，我们可以看到不同的创富模式：有从田野上奋斗出来的农民企业家；有出身寒微的铁匠、木匠、鞋匠、裁缝、建筑工、临时工、钟表工、小商人、小

业主等，经过艰辛的创业而成为名震一方的实业家、行业巨头，他们有的还将一种产品从国内卖到国外，甚至成为国家式的民族（产业）英雄；有以小搏大，靠胆魄与商机，土地和银行贷款而聚集惊人财富的；有纵横资本市场，凭借高超的财技，日进斗金的；也有勇于下海的前政府官员、职员、学者，他们把社会资源与市场机会结合得天衣无缝而成为各业翘楚；更有那信息时代的“知本家”，依傍自身的才智，把知识变成财富，年纪轻轻便家财亿贯，迅速崛起，成为引领时代潮流的财富巨星。

纵观二十多年来国内经济的飞速发展，有研究人士认为，中国社会转型时期出现了三次大的创财商机：1979年至1985年为第一阶段，以“胆商”为主，即“胆商时代”，其特征是“撑死胆大的，饿死胆小的”，谁胆大谁就可能发财。改革开放初期造就的这一批富人，至今基本上已销声匿迹了，而极少数因其思想前瞻、新锐、行动超前果决而成为传统行业大浪淘沙之后留下的常胜将军。1985年至1993年是第二阶段，即“情商时代”，在价格“双轨制”的条件下，以“情商”居多，靠关系、靠路子起家，这拨人目前发展余地已不大，他们中还有部分在延续，而少数脱颖而出的佼佼者，才是今天真正的时代精英。他们的成就证明了他们的实力。1993年至今为第三阶段，即“智商时代”，出现了一批靠智慧和信息赚钱的“知本家”，与以往的富豪相比，他们不仅年轻，而且从创业到成功登顶时间非常短，还有一个很有趣的现象就是他们大都是靠一个很好的创意加不多的风险投资资金起家。创业对他们来说不再是艰苦卓绝的事，而是有点近乎偶然。他们当中有的以技术见长，有的以经营制胜，有的以资本运营获得成功。只要你对事业有一份创意、一份执着、一份痴迷、一份实干，就可能成就一番事业。他们的创业经历极富传奇！这就是信息时代的奇迹。

本丛书以广阔的视野，从各行各业的顶级领军人物中，精选出近 150 位具代表性的新锐富豪，对其成长经历、市场眼光、创业思路、创富策略、运营模式、经营思想等波澜壮阔的创富历程进行全景式的扫描，指出关键节点，以期激活读者朋友们潜在的财智细胞，激发个人去展开辉煌迤逦的人生画卷，去争取属于自己的成功。本丛书商业豪杰篇中的大多数富豪就出自“胆商时代”。家电巨头、地产大亨、国企英豪篇中有部分也出自那个年代，但大部分还是来自于“情商时代”，少数诞生于“智商时代”。而医药财神、农业巨子、食品大王篇的新锐富豪跨度较大，来自三个时代的都有。同样的社会环境，同样的市场机遇，因为不同的胆识，不同的资源，不同的人脉关系，不同的风险投入，造就了不同类型的富豪阶层。他们之所以能从激烈的竞争中取胜，成为行业巨擘，靠的是产品创新、销售创新、服务创新、市场创新、业态创新等经营创新。1993 年以后，新兴行业中的网络新贵、IT 英雄、文化精英、资本大鳄，基本上都是出自“智商时代”的财富英雄。这个时代的“知本家”是真正经受商业智慧的考验的。

横观各路成功富豪，他们都有一个共同的特点，那就是：从外部环境看，他们的智慧体现在对宏观大势的研判、中观行业的审视、微观企业的把握上；另外，他们对所处环境的考量、社会关系、人脉资源的协调上，可谓左右逢源、游刃有余。即对天时、地利、人和的结合、平衡方面有出色的掌控能力。从内部个人素质与能力因素来讲，首先，每个人都有强烈的企图心、强烈的创富欲望、成就一番事业的雄心和魄力；其次，有敏锐的市场眼光、商业直觉及捕捉商机的能力；最后，有很强的组织运作实施能力。他们从无到有，从小到大，从一个主意、一个小实体到赢得大市场，获得大效应，再到上市裂变、并购运作、产业化，

最后才造就财富航母。从这些新锐富豪的发展路径中，我们不难发现要得到财富并不难，关键是你怎么去发现。成功的人不是等待机会，而是善于攫取机会、运用机会、征服机会、驾驭机会并为己所用。只要做个有心人，在最普通的地方也能发现商机，一杯牛奶、一粒果冻、一个创意都能创造无尽财富。

我们身边的一切：衣、食、住、行、娱、购、游等都是财富的载体。各路富豪无非是能敏锐地发现社会需求，包括现实与潜在的需求，去满足，甚至去创造或引导这种需求，而后及时有效地组织各种社会资源，包括技术、资金、市场、人才，迅速地去满足这种需求，为各类消费阶层提供优质产品和优质服务。巨额财富的诞生不过是在特定的历史时空，把握机遇，利用一切可利用的资源而创造出来的结果。150个创富故事，就是150个经典案例。

“商无定市，善谋者胜”。在富豪得以成就之后，人们看到的只是他们高高在上的财富大厦，这种仰视意味着敬畏和高不可攀，这种不对等的视物方式拉大了我们与富豪的心理距离，也让我们在内心深处以为财富遥不可及。不过现在，机会来了。让我们登上时代的制高点，走进富豪们的财富世界，以平视的目光探索财富的创造过程，以更加平和的心态仔细打量富豪们的创富历程，去揭开罩在富豪头上的神秘面纱。当我们消除了对富豪的敬畏和对财富的仰视之后，财富之门已经为我们开启了一条缝，下一步怎么做就看你的了！

陈昌照

于深圳华轩工作室

2005年4月

目 录

前言	1
----------	---

1 中国家电零售业的“山姆·沃尔顿”——黄光裕	1
-------------------------------	---

2004 年刚刚出炉的“中国大陆百富排行榜”，国美鹏润集团主席黄光裕以 105 亿元身价荣登榜首。

这位现年 35 岁被封为“2004 年中国首富”的人，17 岁与长其 3 岁的哥哥黄俊钦携 4000 元从家乡广东汕头农村北上起家，十多年前，还只不过是担心一不留神就把生意做亏了普通生意人，15 年后，怎么就赚到了 105 亿？黄光裕的创富“神话”深深地吸引了人们探究的目光。

在人们的印象中，国美的财富神话是和“价格战”紧密相连的。“低价”几乎已成为国美的生存哲学。黄光裕是怎样从贴身肉搏的“价格屠夫”一跃而成为“中国的山姆·沃尔顿”的？奥秘何在？在这里，有待我们去感悟被称为“中国犹太部落”潮汕商人黄光裕的财富人生……

2 电器连锁业中“3C”店的“领航者”——张近东	26
--------------------------------	----

张近东是中国电器连锁业的巨头，他有果敢超

凡的商业意志，能先人一步把握成功的命脉。他那“小舢板战胜大舰队”的传奇故事，向世人展示了这位“价格屠夫”的屠龙姿势。

然而在血雨腥风的市场竞争中，屠龙的张近东又是位儒雅之士，他面善的表情和挚热的心灵，让家电连锁业中多了道亮丽的风景。张近东，这位柔情屠龙者，不想因为钱而让理想变得俗气而狭隘，他的经营之道会给人带来心灵的震撼。

3 震撼世界的“中国制造”模式创立者——梁庆德..... 45

在中国，像梁庆德这样成功的企业家不多，像他那样把人的感情作为最大资源的企业家更是少之又少，他提出了从“能人经济”向“感情经济”转变的经营思想。这位对“情”字有独特理解的企业家，正是因为制造业里用“情”精深，才拥有了属于他自己的传奇故事。

梁庆德另一个难得之处是打破隔行如隔山的常规，摒弃羽绒行业而涉足家电产业，最终成就伟业。拥有“苦行僧”精神的“德叔”，让人看到了商业社会中“感情”的巨大力量。

4 将厨卫业中的黑马变成了会飞的大象——华帝7人组..... 69

7个人一起创业绝对不同于1个人独自创业，这两者间有天壤的区别。因为7个人可以齐心协力抱成一团，产生1个人无法企及的力量；同样，7个人也可以意志相左分崩离析，面临1个人所没有的风险。

在如今竞争至上的时代，人们更多地是在寻找敌人，而不是结交朋友。而华帝创业7人组合是一个意外，7个老板始终同方向前进，没有内讧危机，他们同甘共苦，将华帝这个厨卫业中的黑马变成了会飞的大象。

5 从行业追赶者到造富潮流引领者——李东生…………… 93

李东生是位重剑无锋、大巧不工的企业家，他带给中国企业界的启示不单单是TCL多元擅变的技巧，他“大道无术”的管理理念更是被业界人士津津乐道，堪称经典。李东生有曾国藩苛刻的“自省”和韦尔奇开放的“大度”，他深得“大道无术”之精髓。

李东生把TCL从一个政府贷款的小企业发展成为年平均增长40%的全球性公司。2004年，47岁的李东生凭借着非凡的胆识，并购重组法国汤姆逊彩电、阿尔卡特手机业务，缔造了全球最大彩电企业和全球第七大手机供应商，使TCL成为了全球瞩目的商界明星，作为拓展家入选《时代》周刊全球商界领袖榜。同时荣登2004CCTV中国经济年度人物。

这位由技术员成长起来的企业领袖，性格温和，胸中却有丘壑，不张扬的个性成就了他在家电、IT行业中跑马圈地的胜利。登顶的李东生讲述着从行业追赶者到造富潮流引领者的过程。

6 蜚声国际的中国家电产业英雄——黄宏生 120

黄宏生认为世界上有两种人：痛苦的人和快乐的“猪”。在黄宏生的传奇人生里，快乐和痛苦、成功和失败、英雄和凡者，都被阐释得淋漓尽致，酣畅彻底。

在黄宏生的创业历程里，他从不幻想一马平川的胜利，也从不逃避天崩地裂的危机。他有时刻面对困难的超常意志，他有力挽狂澜的睿智，他更能把握石破天惊的机会。他是不折不扣的产业英雄，他又是实实在在的血肉人物，他对痛苦与快乐的辩证理解，将给人带来全新的启示。

7 用诚信创造奇迹的志高空调掌门人——李兴浩 139

从卖冰棍到制造空调，李兴浩的空调业之路可谓一波三折。正是这种来之不易的财富创造，让他明白了勤劳与诚信的力量，明白了诚信对一个出身农家的企业家意味着什么。也正是这种苦其心志，劳其筋骨的磨砺让他今天的企业依然稳健，并形成了其独特的为人之道与管理风格。

李兴浩总结自己20多年的创业哲学时说，市场是他的第一银行，信用是他的第二银行，团队是他的第三银行，品牌是他的第四银行。

8 充满传奇色彩的空调业黑马——郑坚江 154

10多年来，郑坚江把一个负债20多万元的小厂打造成拥有25亿元固定资产、年销售收入达30多亿元的宁波三星集团股份有限公司，携“三星”

电能表和“奥克斯”空调两大品牌，成为全球最大的电能表制造商和中国空调业雄霸之一。

如今，郑坚江又打算闯入另一块战场：手机业。郑坚江决定斥资 10 亿元，将奥克斯品牌做大，而价格战又将是再次祭起的一面大旗。在做大做强现有产业的同时，郑坚江还打算进入医疗、房地产等多个领域，并将旗下的三星科技上市。在这种多少有点传奇色彩的背后，究竟隐藏着怎样的故事？究竟是什么让奥克斯后来者居上？深入奥克斯后，其神秘的面纱似乎在慢慢揭开……

9 直燃型家用与中央空调世界冠军——张跃 169

张跃的专注和偏执是有具体的对象限制的，而不是对什么都专注和偏执。人的时间和精力是有限的，对什么都专注只会导致对什么都不专注。张跃很好地把握了这一点——对感兴趣的知识和技术专注，而对钱财和收入并不特别看重，这点也成就了他的一番事业。

专注和偏执，专业化经营奠定了张跃成功的基础。总结张跃发展的经验另外还可以归纳为两个字“勤”与“高”。

10 高龄创业的旷世儒商——尹明善 186

在尹明善的逻辑里，年龄有三种：生理年龄、心理年龄和事业年龄。所以，在 55 岁的时候，他开始了轰轰烈烈的创业历程，成为大器晚成的企业家。在 65 岁的时候，他又开始了兢兢业业的政治

生涯，开创民企老板从政的先河。

尹明善让人懂得了生命的价值和人生的意义，让人明白现实和理想可以在坚持和努力中交汇，更让人在面对困难和经历失败时多了一份从容与自信。知识分子出身的尹明善是令人称奇的旷世儒商。

11 从修车名师到摩托车大亨——左宗申..... 204

左宗申的成功，首先是因为他的修车技术；其次，是对该产品的技术、质量和市场的深度把握，使他加速了原始积累的完成；再次，凭着对一个行业的正确认识使他看到了“一条被打乱的流水线，散落在重庆的每一个角落”——一条不需投资的生产线！并实施相应的策略和措施，牵起了重庆摩托车整车民营化生产的龙头。

“所有权家族化、经营权社会化、股权公众化”，使宗申与时俱进，不同的阶段要有不同的管理模式，“管理的问题99%是人的问题。解决人的问题，首先要解决利益问题”，他锐利的眼光和天赋的精明，造就了重庆摩帮中独有的宗申经营模式，使宗申的发展一日千里。

12 从地摊走向讲坛的第一代企业家——茅理翔..... 224

茅理翔是第一代企业家中的佼佼者，他有丰富的社会经验、良好的社会关系和较高的社会威望。他出色地完成了时代赋予的历史使命，创造了了不起的企业，培养了了不起的接班人，他的事业顺利

.....

传到第二代。

茅理翔是一位敢于实践、勤于总结的企业家，是当今中国商界不可多得的集理论和实践于一身的实干家。茅理翔被多所高校聘为兼职教授，应邀讲学，他完成了从地摊到讲坛的人生转变。他的创业故事和管理思想，或多或少会让人明白一些做人与做企业的道理。

13 小家电市场上专注专业的“单打冠军”——王旭宁…… 245

在烽烟四起的商战中，九阳的豆浆机另辟蹊径，成为中国小家电市场上的单打冠军！王旭宁以“一杯鲜豆浆，天天保健康”的养生观念，做活了一个前所未有的产品，说明了“竞争不完全取决于资本，而是看谁能长期积累、集中资源”的道理。

王旭宁的成功给了我们这样的启示：只要有心，商机无处不在，有时往往是最不起眼的地方，却孕育着重大的商机。

14 由躲债“逃难”到成“电话大王”——吴瑞林…… 267

吴瑞林的创业故事充满了传奇色彩，从争强好胜到成熟睿智，由躲债“逃难”到被业界称为中国“电话大王”、“资本运营”高手，他的成功给了人们太多的遐想和启迪。

吴瑞林白手起家创办了侨兴通讯，1995年成立了侨兴集团公司，1999年经过不短一段时间暗中运作，侨兴顺利实现了在美国纳斯达克上市，开创了中国民营企业境外上市的先河。



2001 年斥资 3.2 亿元收购中电通讯 CECT，
2003 年，侨兴集团总体营收 69 亿元，利润总额为
3.5 亿元。侨兴集团成为中国民营百强企业。

编后记.....	293
----------	-----

1

中国家电零售业的 “山姆·沃尔顿”——黄光裕

2004 年刚刚出炉的“中国大陆百富排行榜”，国美鹏润集团主席黄光裕以 105 亿元身价荣登榜首。胡润将黄光裕比作是“中国的山姆·沃尔顿”。作为“国美电器”的掌门人，黄光裕并不让大家感到陌生，可是他 2002 年排“百富榜”第 27 位，2003 年榜上无名，2004 年却高居榜首，“曲折之路”让人犹感兴趣。

一、成就高度

按照国内 2003 年家电连锁店销售额排名，国美电器占第一，相当于整个中国家电销售总额的 4%；上海永乐及苏宁电器销售

黄光裕简介

年龄：35 岁 出生地：广东汕头 学历：大专

1988 年 7 月～1992 年 7 月，中国人民大学一分院学习；

1987 年 1 月～1997 年 7 月，国美电器任总经理；

1997 年 7 月～现在，鹏润投资公司任总裁；

主要行业：家用电器连锁零售；北京房地产财富：105 亿元；

主要企业：鹏润集团（下属：国美电器、鹏润地产、鹏泰投资等）。

额较为接近，各相当于整个中国家电销售总额的2%左右，三者累计也只有8%左右的市场份额，远逊于美日的前三大电器零售商80%的市场份额。

从全球市场看，家电连锁走“大店”之路是大势所趋，而我国家电连锁企业的集中度比较低。有关数据显示，我国家电流通企业数量现在超过3.2万家，而美国的同类企业则不足1000家，在日本，以山田和小岛电器为首的家电专业连锁店已遍布日本，排名前3位的家电连锁巨头已占据整个家电市场的80%以上的份额；在美国，最大、最成功的家电连锁企业“Bestbuy”，一家就占据市场的半壁江山，分布在美国、加拿大、波多黎各及美属维尔京群岛的1900多家零售商场，其中全美共有300多家连锁店。2002财政年度，“Bestbuy”的营业收入达196亿美元。

因此在8%与80%之间，各大电器零售商看到的是自己辉煌的前程及火拼时代疯狂扩张的巨齿，在这里让我们从国美开始，在这号称是国内家电零售龙头老大的身上，去感受被称为“中国犹太部落”的潮汕商人黄光裕的魅力人生及他的魅力国美……

二、成长经历

汕头农村出生的黄光裕，创富之路在很多人眼中是一个“神话”。

1986年，17岁的黄光裕与长其3岁的哥哥黄俊钦携4000元从家乡广东汕头北上，到内蒙古一带做商品贸易。一年后，黄光裕转战北京，他敏锐地觉察出北京家电市场的巨大潜力，在1987年元旦，黄光裕用3万元贷款开办了珠市口一家面积不足100平方米的小店经营进口家电，起名国美电器，这就是“国美电器”的第一家店面。在当时，面对供大于求的卖方市场，他并