

黄金版

CAIFUSHALONG

财富沙龙

中国市场经济中的28个热点问题

■ 郭佩霖 著

广州出版社

CAIFU SHALONG

财富沙龙

中国市场经济中的28个热点问题

■ 郭佩霖 著

广州出版社

SB756/1206

图书在版编目 (CIP) 数据

财富沙龙 / 郭佩霖著. — 广州: 广州出版社, 2005. 1

ISBN 7-80655-761-X

I. 财… II. 郭… III. 经济—研究—中国 IV. F12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 096899 号

财富沙龙

——中国市场经济中的 28 个热点问题

郭佩霖 著

广州出版社出版发行

(地址: 广州市人民中路同乐路 10 号 邮政编码: 510121)

广州培基印刷镭射分色有限公司印刷

(地址: 广州市天河区广棠工业区广棠西路 2 号 邮政编码: 510665)

开本: 787 × 1092 毫米 1/16 字数: 36 万字 印张: 20

2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

责任编辑: 刘 胜 责任校对: 雷小留 装帧设计: 陈惠清

发行专线: 020-83793214 83781097

ISBN 7-80655-761-X / F · 86

定价: 38.00 元

如发现印刷质量问题, 请与承印公司联系调换

培养利人利己思维

■ 茅于軾

中国的经济增长有着巨大的潜力。中国目前还没有真正富裕起来的根本原因就是我们的社会是个低效的社会。市场经济是注重效率的经济，挖掘经济发展的潜力就意味着要克服无效和低效。

日常生活中的低效不胜枚举：红灯抢行，十字路口乱作一团；开会迟到，让人家等上几十分钟；更可怕的是和政府官员打交道，故意设置难题，本来当天能办好的事拖上一个月等等。这些不注重效率的表现实际上都属于“损人不利己”。损人不利己看似小事，实际是根本性大事，它不仅使自己的劳动没有创造价值，而且抵消了他人的劳动成果，造成各种各样的浪费，造成社会经济的低效。

这些现象的共同特点就是妨碍了一个国家的财富创造、积聚，并造成已有财富的浪费。

在市场经济下，人们的办事原则应该以市场为标准，“利人利己”是市场经济倡导的原则。市场经济能够运行的前提，就是承认每个人都有追逐利润的权利，但每个人在追求自我利益的同时不能妨碍他人追求利益，也就意味着利人利己。只有利人利己，市场交易才能进行（强制度和欺诈之下的交易不能算作市场交易），市场规则才能维护，社会效率才能提高。

这本书中的28个主题，分别探讨了当下市场经济里的一些热点现象。各种声音都有，有来自台上嘉宾的，有来自台下观众的；有来自民营企业主的，有来自院校学界的，有来自民间研究人士的，都从不同角度探讨了致富之道。

人们对于财富的正视，对于一个企业、一个行业财富产生原因的探求，甚至对于当前整个社会财富的创造、积累和分配规律的探求，无疑将有助于读者培养一种经济学思维，有助于提高社会经济的效率。

打开成功之门

这里面全是企业家、富豪、专家、学者们原汁原味的話，告诉你发家规律、成功轨迹的原話。

它扑面而来是如此的真实亲切。

在这本书里袒露心扉的多达近百多位成功人士。围绕每个经济热点话题，由最有代表性的2到3位企业家解密畅谈，相关领域中的专家、学者深度点评。

成功一定有方法。如果我们将财富视为一座山的山巅，通往山巅的道路显然不止一条，甚至可以攀岩；当然也会有迷径，让你迷失方向庸碌终身。

那么攀登高手——富人们和爬山教练——专家、学者，在真实的市场竞争中是如何攀登的，一个个事业高峰是如何拿下的？到底什么是他们残酷竞争中不变的指南针、望远镜、攀山索？这正是本书试图展现给你的。一百个人读《哈姆雷特》有一百个哈姆雷特，解读财富规律更是如此，带着你的勇气、激情和行动打开这本书吧，读出只属于你的答案。

这本书中的采访都源于在广东一路火爆的“财富沙龙”。“财富沙龙”被誉为“南部中国，思想盛宴”，是《羊城晚报》面向广州、珠三角的大型活动。已成为广州人追逐财富梦想、建立财富精神的节日。每期数百上千的高素质白领、金领观众们也把沙龙当作一个分享智慧、汲取知识的自由空间，在岭南企业管理者中深具影响力。不少人甚至是从中山、佛山、东莞、汕头等地赶来参加。

这本书能将更多的思想展现给读者，首先要感谢所有支持、关注“财富沙龙”的朋友。感谢不计报酬、毫无保留贡献真知灼见的各位嘉宾：张建琦院长、王石董事长、李新春院长、舒尔茨先生、叶莺总裁、郎咸平先生、王志纲先生、段永平董事长、钟健夫先生、刘从梦总裁、易江院长、Toby Marion总裁、李冰小姐、谭海音女士、陈震总裁、梁桂全院长等等。

同时要感谢一路为“财富沙龙”捕捉精美瞬间的全国晚报十杰摄影记者——魏辉老师，文中所有图片除署名外均由其拍摄、提供；经常为“财富沙龙”出谋划策提供无私帮助的刘建军、蔡荣鑫、禹露、徐风云等等。

另外，这本书在文字记录上张甫洁、赵珣、杨婉玲、陈婉筠、陈道宗、陆凤仪、肖晓红、庞琪沅、陆慧超、黄健、幸晖皓、陈春敏、陈思武、廉锋、牛宇、吴日辉、王鹏、文娟、叶茶、蔡闻哲、誉高槐、胡青善、子月、江增钰、韦宏、婉玲、罗莎琳、庄薇、谷翔、谢燕妹、周兆晴等等做了很多艰苦工作，在此无法一一感谢。

郭佩霖

第一篇 投资

1

民企融资难在何处? 2

民营企业迎来发展新机遇时,民企贷款的普遍难与投奔地下钱庄的无奈之举,让人再次聚焦民企融资瓶颈。

国有商业银行借贷制度该如何改进?

没有银行参与民企不可能做大

民营企业呼吁政策用之于民

刘焕泉:民营经济步入新的发展机遇期

刘焕泉:2亿元的用法

关于担保公司之争

观点碰撞:民营企业走向何处?

2

警惕过度自由竞争 12

“中国的竞争不是不够,而是太激烈了!”郎咸平对自由经济的质疑,更引出企业做大与做强的深度思考。中国企业一做大就死得快的悖论如何破解?

财富沙龙东莞开年会

郎咸平:警惕过度自由竞争

中国加工离中国创造有多远?

先做外国企业的生产车间

易 江:打开人生“六六模型”

观众碰撞:做大与做强

主持人语:逃不开的无序竞争

3

广东民企处境与前景 22

民营经济将是推动我国下一轮经济高速发展的新生力量。过往民企的生存环境并不十分理想,但即便如此,仍有不少民企无论身处何境,都能崭露头角,原因何在?一起解读粤商创富基因。今天,广东民企再续辉煌,应该在哪些方面实现转变?产权如何从不清晰到清晰再到多元?发展方式如何从仿造到制造,到注重研发?广东民企大多数还处

4

于产品经营阶段,如何由产品经营走向产品经营和资本经营相结合?民营企业上市、民营企业资本运作的前景与实战情况如何?

各地企业家汇聚,共商:广东民企处境与前景

上市:看得见的前景

民企竞争力解读:市场触觉、营销技巧领先一步

民企生存环境危机:执法、信用和上市税收宽容

把脉最佳投资

30

如何钱生钱?到底有谁能领会这门艺术?业内人士分析,商铺的投资回报可达到8%到12%。国际经济学界公认,目前中国经济的各项指标表明中国经济正处于起飞阶段,商铺市场与20世纪80年代的香港将有许多相似之处。商铺投资商机有多大?支撑商铺价格的因素到底有哪些?如何运用火眼金睛选好赚钱的金钵?投资商铺有何风险?如何规避?

商铺投资引发多方关注

陈永陆:股市迈向零利润?

周光绍:地头、经营组合决定商铺投资价值

牛 鸿:投资关键在行动

蓝益民:非理性,投资的最大敌人

观众碰撞:品牌输出和直接承租,完全两码事!

5

创富第一桶金

40

第一桶金背后是坚韧?是汗水?是机会?第一桶金背后有何共同的规律?如何获得第一桶金?资本原始积累是否“每个毛孔都滴着鲜血和肮脏”?未来还有快速获得第一桶金的空间吗?拥有第一桶金后企业的迷惘与破冰。

创业关键是胆识

原始积累一定血淋淋?

未来还有第一桶金机会吗?

知识分子创业有什么?

有了第一桶金怎么办?

创业最难时

观众碰撞:对第一桶金的忠告

6

广佛经济圈中的城镇发展

52

在市场经济条件下,人们用新的眼光重新认识和审视城市,看到城市是国家长期巨额资金投入的结果,是一笔巨大的国有资产,如何运用市场经济手段,进行重组、营运和盘活?

黄岐 17 亿元打造商业物流中心

小城镇是广东经济发展新增长点

广佛经济圈小城镇将获倍增空间

专业化,小城镇发展走向

肖灼基:非公有经济活力四溢

主持人语:贵在经营城市

7

海外购并与资本市场对接

62

国内申请 A 股上市的企业超过 3000 家,而中国证券市场每年只可接纳 100 家左右,如何充分利用海外资本?上市如何洗刷“原罪”?政策如何为“借壳”开渠?“借壳”流程与隐忧何在?

刘梦熊:海外借壳呼唤政策开路

王文博:实操中的问题:隐性债务最头痛

秦觉忠:借壳上市中免责条款要定清

8

文化产业培育与价值链条拉动

68

21 世纪有两大产业:高科技产业和文化产业。在有形产品市场越来越饱和的今天,无形产品如何开创?文化产业发展中的体制问题与产业政策探寻。

财富沙龙聚焦文化产业

文化产业,不能不烘制的蛋糕

动画产业,打造公共品牌金矿

专业观点:从经济强省到文化大省

价值链条从何拉动?

观众碰撞:何时孕育出强势文化?

第二篇 市场

9

假账·诚信·经济繁荣

80

商业中确实没有什么什么是天然值得信任的,这就是我们为什么需要规则的原因!诚信缺失将引发怎样的多米诺骨牌效应?如何构建有效的会计准则?如何建立商业道德、商业秩序?对于处于经济领跑地位的广东企业而言如何引领商业诚信?

契约社会要求人人诚信

它山之石:搞市场经济一定要规范

别人都不诚信我还要诚信吗?

作假成本太低

诚信值钱吗?

美国乌鸦更黑?

会计遇到种种压力

诚信是不屈的正义

观众碰撞:寻找诚信的平衡点

主持人语:重建诚信

10

整合营销传播与中国企业

94

整合营销到底是什么?其神奇的核心力量何在?新一轮的市场竞争将会以何方式出现,怎样应对?谁将进入高利润市场?整合营销能解决价格战吗?

全球第一本整合营销传播著作作者,美国整合营销传播之父——唐·E·舒尔茨倾囊讲授。

整合营销与中国企业

唐·E·舒尔茨:用整合营销找回权力

海蒂·舒尔茨:品牌实践方法

观众碰撞:中国企业,游击战打完了

11

跨国企业本土化营销新策略

104

经济全球化是不可逆转的潮流,全球化与本土化的矛盾,是跨国

公司必须解决的燃眉之急。世界各大知名跨国公司也无不在“思考全球化，行动本土化”的理念指导下，从产品品牌、人力资源、产品制造、营销管理等方面大力实施“本土化”的经营战略。

事实证明任何成功的营销经验都是地域性的，营销越是本土化，就越国际化。品牌在跨国经营中如何“本土化”？人力资源如何本土化？营销方式如何本土化？

本土化实操要领

中国市场特色：差异大

本土化的痛苦

本土化背后的动因

观众碰撞：转变不是权宜之计

主持人语：本土化的追求

商标与品牌战略

114

中国正在走向“世界工厂”，滩头重镇珠三角聚集了众多制造业厂家，问题在于珠三角要打造一个什么类型的“世界工厂”？是继续满足于由跨国公司控制的“地区生产者”角色，还是成为一个拥有自我品牌、自我创新能力、自主知识产权、能独立进行产业结构战略性调整的高新技术的“世界工厂”？

缺失品牌，利润受到挤压，企业只能摇荡在中低端。名牌是商战最有利的武器，然而名牌又是一项长期艰巨的系统工程。如何创立品牌，驾驭品牌，传播、积累品牌资产？政府有何奖励、扶持政策？如何利用？

何种企业需要打造品牌？

中小企业创品牌成本几何？

钟健夫：品牌是制造业的核心财富

董小麟：国家品牌底下好乘凉

哈姆林：品牌是顾客关系

董葆霖：组建联合商标

观众碰撞：国际品牌路线注意点

主持人语：世界工厂，务实与抢占

13

品牌经营论

124

品牌是企业的战旗，插到哪里，哪里就是你的版图；品牌是现代企业决胜市场的战略工具；品牌是公开的承诺，是永久的签约。

给中国房地产第一品牌——万科不断注入活力，个人品牌和企业品牌互相推动的王石——深圳万科企业股份有限公司董事长，以及著名学者、资深职业经理人，为你细说品牌。

品牌经营探秘

痛斥保健品牌

李新春：品牌是企业与消费者的“契约”

钟健夫：品牌是一种霸权

刘从梦：科龙欲筑单品牌堡垒

附录：磊落王石

14

解剖校企零距离

134

科技成果向科技生产力的转化一直是个大问题。一方面大把公司寻求不到好的科研项目；另一方面，国家大量的科研“成果”推不出去。

企业如何与大中型院校、科研机构零距离对碰？联姻成功的关键何在？利益如何分享？知识产权如何共同支配？联姻后谁是最大的赢家？

广东要实现科技强省。政府要怎样建立标准，建立科研成果交易平台？

结婚的5大实惠

校企联姻沟通三步曲

博采众长出“芥辣之父”

用技术设置门槛

嘉豪：绝对保密VS采访：欢迎参观

谁说广东企业不重视研发

15

真假李逵：知名品牌遭“山寨”厂阻击

144

搭名牌顺风车似乎成了山寨厂发家的秘笈！

小至日化饮料产品，大至家电科技型产品，无名小厂把脚踏入了各个行业，大打商标擦边球。许多山寨厂手中掌握着十几个甚至几十个与名牌商标相似的商标轮换备用。搭名牌的顺风车几乎成了山寨厂发家的秘笈！个中奥妙何在？仿冒名牌是掘第一桶金的捷径吗？搭名牌顺风

16

车为何屡禁不止？商标注册的时间差有漏洞吗？如何防御？

知名品牌饱受“兄弟”困扰

阻击仿冒路在何方？

观众碰撞：仿冒名牌为何屡禁不止？

入世保险营销揭秘

150

与中国的保险同行相比，外资保险公司似乎占有绝对竞争优势，中国保险全行业的资产不足4000亿元人民币，而国际一家中等规模的保险公司资产就超过1000亿美元，经营管理上的差距更大。

实力悬殊中，中资保险公司将如何加速国际化进程？保险现有的营销手段是否值得检讨？理赔的路有多长？中国的保险与世界差距在哪儿？

中国保险业的发展和走向

中资保险，危机就在眼前

观众碰撞：保险资金将杀入股市

第三篇 管理

17

标杆学习与企业竞争力

162

企业的竞争力离不开变革与创新。有效变革、创新的力量源自学习。标杆学习就是向第一学习，这是成本最低、风险最小、速度最快的学习。向谁学？学什么？怎么学？企业的竞争力又如何最优化？

聚焦企业竞争力

搞标杆学习行不通？

选标杆上的误区

市场就是最好的标杆

你需要的才是标杆

本质是学实践

标杆学习中的情报搜集

政府要创造标杆学习的大环境

企业最追求什么竞争力？

主持人语：你找好标杆了吗？

刘焕泉：广东竞争实力分析

18

微利时代如何实现低成本扩张

174

企业变革加速，知识折旧加快，技术垄断退化，竞争几乎让每个企业迈入微利时代，甚至连叱咤风云的多头垄断企业也将难以逃脱。如何在微利时代从成本控制走向成本经营？如何进行扩张的战略运作？无形资产怎样借力打力？

易新南：零费用经营

李泽尧：每点都创利

陈逸凡：高成本也可

主持人语：走出微利

19

把钱投向特许经营

180

有分析家说，当一个国家或地区的人均GDP达到4000美元的时候，它就进入了一个连锁和特许经营的时代。据统计，广州2002年刚刚跨过了这个界线。中国真的到了特许经营时代了吗？对于几十万上百万不等的资金，你敢把钱投下去吗？中国市场会有什么样的变化和创新？

你敢把钱投向特许经营吗？

观众碰撞：兴趣比筹措资金更重要

20

现代物流如何实施名牌带动战略

192

现代物流被称为“第三利润源”，到底何为现代物流？名牌企业如何运作？它有何点金之术？在行业发展过程中有何重要作用？现代物流如何为企业提供强有力的支持？我国物流业市场空间多大？物流人才的需求、积蓄与提高。外资物流巨头在华频繁布点背后的玄机。我们与发达国家的差距是硬件，还是物流理念、物流系统管理？

物流点金术：推动企业零库存

物流胜败剑指流程

外资进入，商机？玄机？

到底什么是物流？

中小企业分羹物流商机

物流只认可实战人才

主持人语：优化珠三角物流链

把脉中国咨询业

202

西方经济学家认为,目前资产超过1000万美元的企业,如果没有高质量的智囊团,其生命周期不会超过5年,一个关键性的决策失误就会导致企业垮台。

中国加入WTO后,许多国际咨询巨头迫不及待登陆中国。在他们看来,无论是积极走向世界的中国企业,还是迅速进入中国市场的跨国公司,都需要专业的信息智囊服务,这当中商机无限!

土洋咨询交锋中,孰优孰劣?中国咨询业明日路向何方?作为创业板最受青睐的六大产业之一,咨询业到底有多大“威力”?管理咨询、策划公司遭遇收款难,个中原因何在?享誉华南的本土策划家王志纲、叱咤外企圈的刘持金和学院派专家无保留一一剖析。

中国咨询市场容量近百亿

组建咨询公司门槛多高?

企业咨询完了不买单

如何衡量咨询公司效用?

管理咨询业到底做什么?

选择中式特色 严格过滤客户

中式定价:收费与项目挂钩

国际化与本土化并举

观众碰撞:如何读懂企业的心

主持人语:真知影响人生

情报就是竞争力

222

企业越做越大,竞争越来越激烈,信息越来越庞杂,CEO们靠什么来做正确决策?

企业的老总、副总,部门的主管,每天都要面临决策。

“独裁”决策和团队决策孰优孰劣?建立什么样的决策团队?决策的感性和理性心态如何把握?CEO的情报竞争力如何建立?行为决策学、信息决策学、组织决策学在实战层面如何运用?

抢占情报竞争力

观众碰撞:专业情报VS企业自身情报

23

第四篇 人力资源

什么样的人适合读 MBA

234

华南理工曾出了“中国家电三巨头”，财富沙龙走入华工，探寻新一轮市场竞争下商务人才的锤炼与发轫。

MBA是不是做好职业经理人必备条件？从国外引入的MBA教育如何适应中国的经济环境？企业家如何评价MBA？如何看待中国目前的MBA热？职业经理人如何选择适合的MBA就读？

具备何条件才是称职经理人？

衡量MBA质量看学生

企业需要什么样的MBA？

观众碰撞：什么样的人适合读MBA

主持人语：与严谨、雄心同行

24

MBA、MOT与职业人生攀升

242

重新认识高科技企业与传统企业截然不同的战略和管理模式；如何把握高科技特有的价值链和行业链？MOT到底如何给高级经理人增值？

MOT(高科技管理)推动科技市场化

MOT和MBA有何不同？

MBA和职业攀升

中欧到底是什么？

观众碰撞：昂贵的MBA能否普及化？

25

高科技企业人才激活与机制创新

250

都说智慧密集型企业难管，容易形成组织内消耗。高科技企业作为人才密集型企业，在管理上与劳动密集型企业显然有所不同。如何建立具有企业特征的人才模型，明确人才甄选标准？如何设计行之有效的分配机制，从而形成价值创造的内驱力，用制度推动人才不断创造价值？如何设计考评体系，从而推动企业经营目标自上而下层层落实，最终将市场压力传递到每一个员工？

优秀高科技企业的人力资源管理有何可资借鉴处？目前高科技企业人才管理的常见弊端何在？不同企业成长期，人力资源的构建与管

26

理方法。

越是智慧密集型越难管

高科技人才流动快

观众碰撞：高科技人才组织内消耗严重

企业需要什么样的培训

256

业内认为，时下社会培训可以促进企业快速增长；可以弥补高校的体制僵化产生的缺位；缓解MBA教育在短时间内的总供给不足。

社会培训夹缝中求生存，它的生命力何在？社会培训是否是作坊式营运？正规学府对之不屑一顾，但其市场反应却又火爆，如何看待？

企业如何看民间培训？企业需要什么样的培训？

社会培训走向何方？

培训业门槛多高？

师资是培训的最好保证

企业需要什么样的培训？

观众碰撞：民营企业十字路口选方向

27

时代领导，女性风采

268

叶莺，柯达全球副总裁；严旭，青岛啤酒集团副总裁；张静君，时代财富科技公司董事长。在这些杰出女性的心底深处，这么多年的奋斗，性别是帮助了他们呢还是阻碍了他们？到底是什么使她们走到今天这么辉煌的角色？其实我们说到“女强人”，暗指的是其中要付出代价的。女人成功要牺牲什么？

叶莺说，如果要我很固执地说出的话，我觉得自己很幸运。在人生的道路上，我觉得自己没有什么牺牲，因为我也曾经有过轰轰烈烈的爱情，也曾经有过美满的婚姻，我也曾经周游列国，看过这个世界，也曾有足够的时间去寻找自己心灵的源泉以及片刻的安宁，所以老实说，我不觉得我自己有什么牺牲。

张静君说，30岁后，女人有明显分界。

你成功因为你是女人？

女人成功要牺牲什么？

30岁后，女人有明显分界

观众碰撞：女人谈判易捕捉信息