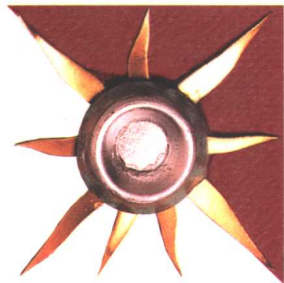


SONGSNINE

九颂市场大谜局丛书
赖丹声 主编

从脑黄金到脑白金

熊元俊 著



“我是著名的失败者”

二十年来最具争议之中国创业者
中国营销史上最为怪异之策划案



珠海出版社



“我是著名的失败者”

——从脑黄金到脑白金

赖丹声 主编 熊元俊 著

图书在版编目(CIP)数据

“我是著名的失败者”——从脑黄金到脑白金/熊元俊著.

- 珠海:珠海出版社,2003.1

(九颂市场大谜局丛书/赖丹声主编)

ISBN7-80689-011-4

I. 向… II. 熊… III. 史玉柱-人物研究

IV. K825.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 097496 号

* 九颂市场大谜局丛书 *

主 编:赖丹声

“我是著名的失败者”

——从脑黄金到脑白金

©熊元俊 著

终 审:罗立群

责任编辑:帅 云

封面设计:大 宇

出版发行:珠海出版社

电 话:0756-2222759 邮政编码:519000

地 址:珠海市梅华东路 297 号二层

经 销:全国各地新华书店

印 刷:中国人民解放军第四二二二工厂

开 本:850mm×1168mm 1/32

印 张:10 字数:250 千字

版 次:2003 年 1 月第 1 版

2003 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1-8000 册

书 号:ISBN7-80689-011-4/K·33

E-mail:zhcbs1@pub.zhuhai.gd.cn

定 价:18.00 元

版权所有 翻印必究



赖丹声，南开大学MBA，曾任政府秘书，并在国企、外企从事过产品质量、市场营销和项目投资等方面的管理工作，曾任金融早报营销传播周刊主编，现为记者部主任。主编过《投资热点丛书》，著有《寿险营销新思维》、《温柔一刀》、《期货投资指南》和《把梳子卖给和尚》等书，在报刊上发表过大量的财经评论文章，文笔简练幽默，耐人寻味。2001年底，作为中央电视台特约撰稿人，参与《商战2001》节目制作，根据作者脚本《啤酒三国演义》拍摄的电视专题片，在社会引起极大反响。

责任编辑：帅 云

装帧设计：大 宇

寻找破解市场谜局的钥匙

——《九颂市场大谜局丛书》序

发源于 20 世纪 70 年代末的改革开放的浩荡春风，催生了许许多多的新事物。

市场，就是其中之一。

我们怀着陌生而新奇、兴奋又惶恐的复杂心情，迎来了市场的降生，并在随后的岁月里深刻地感受着它的神奇和巨大的影响力。

然而，我们并不仅仅满足于市场之光带给我们的新鲜和刺激，我们一直在尝试着去驾驭这一神秘的不速之客，因为我们怀揣着的是对美好生活的热望和建设“富强中国”的伟大理想。

这一试，迄今已逾 20 年。

20 多年里，我们在市场之光的引领下，体味着创业的无尽欢乐。价格和交换，企业和财富，管理和营销……一批又一批我们闻所未闻或曾经不屑一顾的词汇，纷纷在社会经济和生活的舞台上亮相演出，使“创业交响曲”在市场的天宇下显得如此地荡气回肠。

20 多年里，我们奋斗，我们迷惘；我们创造，我们仿

The famous failure

The famous failure

徨。市场，这一神秘的不速之客，让我们在体味无尽欢乐的同时，却又使我们步入一个又一个谜局。市场面前，我们犹如好奇的儿童在梦幻般的迷宫里梦想着，探索着，迷失着，创造着。直至如今，我们仍然一如既往，乐此不疲。

然而，我们不甘心就这样永远在市场的迷宫里徘徊。20多年来，我们已在市场的迷宫里徘徊得太久太久。在WTO吹响市场决战的号角之际，在中华民族伟大复兴理想的感召下，我们踏上了破解市场谜局的征程。

我们要在成功的旋律中寻找成功的钥匙。那些伟大的创业者是在市场迷宫里突围而出的英雄。20多年里，这些英雄的名字和着创业交响曲的旋律，为我们在驾驭市场的道路上增添了亮色。成功的钥匙就在这一抹又一抹亮色之中。

我们还要在失败和泥淖里寻找失败的种子。那些在市场的迷宫里消沉迷失的人们，那些在奋斗中不幸陨落的企业，为我们的创业交响曲谱写出悲壮的乐段。

我们要在成败之间寻找破解市场谜局的钥匙。这一串串钥匙将是我们在新世纪驾驭市场的法宝，是我们实现伟大理想的阶石。

寻找这些钥匙，我们义无反顾。

让我们一起上路吧。

《九颂市场大谜局丛书》主编

赖丹声

2002年11月于深圳

[前言]

向史玉柱借脑

我们这个时代，是全球化的时代，是资本说话声音越来越大的时代，也是个知识英雄辈出的年代。如果说 20 世纪是全国人民万众一心奔小康的世纪，那么，21 世纪应该是全国人民共同致富的世纪。

看看街头巷尾的时尚，纷纷向着钱的方向奔驰。看电影，有“露骨”的《嫁个有钱人》；进书店，没钱的，可读教你立业的《谁动了我的奶酪》，有两个闲钱的，不妨买本教你理财的《穷爸爸富爸爸》；看看身边的人，突然发家住别墅豪宅的，越来越多了。曾经暴富过的三株公司总裁吴炳新也说：“天底下黄金铺地。”

不过，对天下大多数平民百姓来说，关键是抛开天上会掉馅饼的梦想，避开让你徒劳无功的幻象，找到属于你的那块金子。而且，这块金子，到手后还不再飞掉。可这个点金术，并非天生就有，想快点富起来，一个创业捷径，就是借脑。

世界第二大富豪、美国股神沃伦·巴菲特对“借脑”很有见地，“我有一个小建议给你们：选出你最钦佩的人，然后写出你为何钦佩他们……只要付出实践，你便能够将你钦佩的人的品质变成自己的特征……从现在起 20 年里，只要你决定从今天

· 1 ·

前言

向史玉柱借脑

The famous failure

The famous failure

「我是著名的失败者」

开始实践，你就会养成某种习惯。如果你这么做，你就会发现你把自己所有的马力都转换成了输出功率。”

问题是，向谁借呢？

有钱人的故事，谁不是耳朵里早就被熏出了耳油。像卖张光盘比咱卖车大米还赚钱的世界首富、微软总裁比尔·盖茨，人家要是见到地上一张1万美元的大钞，竟没空去捡，因为他单是捡钱这瞬间能赚到的，可是2.5万美元。不过，那是洋人，咱羡慕归羡慕，要想照葫芦画瓢，还真是难。

香港“小超人”李泽楷好像更有少年英豪的风采，而且，他的致富速度一度还超过比尔·盖茨。2000年2月29日，在这个四年才一回的闰日，成立才几个月并且从未赚过一分钱的盈动数码，并购了每年收入过百亿港元的香港电讯。当时“小超人”身家随并购行动水涨船高，达1800亿港币，富裕程度竟直逼香港首富、“超人”李嘉诚。

· 2 ·

用“一天时间赚了他老爸一生赚的钱”这话形容“小超人”，人们还不满意。因为当时李泽楷致富的速度是：在盈动借壳上市以来9个月内涨了50多倍。而比尔·盖茨股价在过去26个月中平均每月才涨0.6倍。

可是，这两人毕竟离咱挺远，盲目借脑还有点不符合国情，说不定还像东施效颦让人笑话，甚至把兜里本来就不多的本钱给“借”蚀光了。

但国内有个人物，他的脑袋，安在谁头上谁要发达。他就是1990年凭张汉卡突然致富，1997年巨人大厦没盖成巨人集团先瞬间崩塌，2001年借还债之名成“影响中国经济十大风云人物”之一的史玉柱。现在的史玉柱，集“最著名的成功者”、“最著名的失败者”、“最著名的东山再起者”三者于一身，其最想做的，是欲将曾经锈迹斑斑的“巨人”二字重新擦亮，是要为已陷入信任危机的保健品行业重塑新形象。

早在1992年，有知名媒体搞了个民意测验，问的是你最崇拜的两个人是谁，答案一出天下惊——一个是比尔·盖茨，另一个就是史玉柱。在1997年巨人集团崩塌之后，有浙江大学学生致信史玉柱，“你要不站起来，你就伤害了我们这代人的感情”。

崇拜一个人总是要有理由的。

当时，史玉柱可说是中国第一代知识英雄的代表人物，他选择了一条与中关村老板完全不同的路，靠着技术创新和市场营销能力，迅速摆脱了小本经营并滚雪球式地完成了资本原始积累，创出年均500%的增长奇迹。史玉柱1989年以自创的汉卡起家，到1992年，其控股的巨人集团，已是国内第二大民营企业，仅仅次于四通集团。不久，他成为了“中国十大改革风云人物”和“中国内地十大富豪之一（福布斯排行榜）”，但这些荣誉对史玉柱来说远远不够，他要成为“中国的IBM和东方的巨人”。

钱多还不算，关键是史玉柱的创业史，闻之让人动容。其中既有果断放弃处级干部宝座不享受，携4000元身家下海；又有闭关150天苦行僧式地忘我开发软件，以致软件问世之后，回家时才发现，对丈夫疯狂创业不堪忍受的妻子已不辞而别。这是一个早期民营企业家冲破世俗樊笼，以一身孤胆闯天涯的故事。在创业期间，史玉柱靠的是能文（会编软件）能武（敢下海敢拼身家做广告）的活脑筋。人脑加电脑，是史玉柱在软件业一马当先的法宝。

史玉柱第二个可供咱们学习的，是他那会急转弯的大脑。

1993年，国外有美国王安电脑破产，国内有宏观经济调控紧缩银根，巨人本身的汉卡销售走下坡，巨人大厦建设资金又吃紧，史玉柱为度重重难关，硬是把旧“奶酪”放到一旁，全面进军保健品市场这个新“奶酪”。“卖脑黄金一个月赚的，比卖汉

The famous failure

The famous failure

『我是著名的失败者』

卡一年赚的还多。”旧脑换新脑，及时加果断，这是史玉柱进入新市场取得成功的屠龙宝刀。

在巨人一飞冲天后，史玉柱逃不脱民营企业红红火火闯九州、一不小心全输光的悲剧。因广告崛起的巨人，最终因迷信广告而引发“脑偏瘫”。

1995年，史玉柱在二次创业的大计中，为巨人集团定下产值目标：“1995年10亿，1996年50亿，1997年100亿。”伴随这宏伟目标的，是广告大轰炸和市场的虚火。1995年上半年脑黄金销售货如轮转，下半年便捉襟见肘，这是将脑黄金几年的好日子浓缩至半年过完，还是史玉柱广告轰炸症导致的过眼云烟，不得而知。但是，“脑偏瘫”加广告轰炸等于一场市场虚火，却是史玉柱给咱们的一面镜子。

不过，史玉柱最大的教训，还是在于关键时刻犯了致命的错误。在巨人大厦的建筑设计上，由最初的18层、38层、54层一路加到64甚至70层。这在今天是很可笑的事，在当时却是一个民营企业家在政治光环下为做大为做强而犯的“合情合理”的“晕菜”。这也就解释了史玉柱在危险的时候，为何仍将经营现金往巨人大厦这个金漏斗里灌。可是，等他没钱再灌时，巨人大厦楼花事件便成了危机总爆发的导火索，结果是所谓的一招不慎，满盘皆输。巨人幻想症加上脑发热，便是史玉柱兵败如山倒的绊脚索。

但是，我们还是要学习再生者史玉柱，学习两次递交破产书又收回来的史玉柱，学习战胜失败重出江湖的史玉柱。

历尽劫波，史玉柱洗脑成功。在珠峰，在南湖，在九寨沟，他经历生与死的磨难，也渐悟穷与达的轮回。然后，他换脑：将脑黄金升格为脑白金然后再生产黄金搭档是其一，从放任媒体到活用媒体是其二，变远离金融到借力资本市场是其三。

短短五年间，史玉柱以50万元小钱为起点，东山再起，将

脑白金做到年销售额十多亿元，成为今天保健品市场的新霸主。其间史玉柱私人借钱还债的大手笔，在很多国人眼里是“有点傻”的过度诚信，在某些智者眼中却是“欲先取之必先与之”、“羊毛出在羊身上”的生意经。

进入2002年春，史玉柱和他的脑白金，再一次受到传媒轰炸式关注报道。这是一种神话般的凤凰涅槃，还是脑黄金由盛转衰的历史重演？时间将会作出答案。

但是，不管它能不能令一个民营企业家在经历大失败大质疑后步向蜕变，重新站立在国人面前的史玉柱，始终让同时代的失败者无法望其项背。换脑加战略意识，是史玉柱重出江湖的劈山斧。

史玉柱告诉世人一个民营企业家从头再来的辛酸、郁闷与豪情，告诉世人一个民营企业家如何从电脑汉卡、脑黄金、脑白金的换脑因缘。这与史玉柱手袋里常放的保健品脑白金不同，这是他永远的“脑白金”，如果人脑里真的有脑白金的话。

如何借用史玉柱脑海里的“脑白金”，就是我们想要告诉大家的秘密。

The famous failure

目 录

丛书 1

前言 向史玉柱借脑 1

1

大失败者 1

第一节 “我是著名的失败者”

第二节 辞官下海 押宝汉卡

第三节 二次创业 一度辉煌

第四节 盛衰逆转 内外交困

第五节 大厦将倾 独木难支

非常档案之一

史玉柱透露：民营企业的十三种“死法”

非常档案之二

董事长段永基“自曝家丑”：四通有四大失误

2

再生小子 35

第一节 前度刘郎今又来

第二节 潜龙在渊 蓄势待“飞”

第三节 二次创业 开局不凡

第四节 “冷冻”巨人 重出江湖

第五节 从头再来 巨人再生

The famous failure

The famous failure

非常档案之一

向往“百年”

非常档案之二

最有影响的中国企业家是谁

3

营销为王 77

第一节 营销这个支点

第二节 市场策略

第三节 产品策略

第四节 通路策略

第五节 促销策略

第六节 价格策略

第七节 品牌策略

第八节 黄金搭档横空出世

非常档案之一

保健品市场大事记

非常档案之二

保健食品行业发展状况一览表

非常档案之三

保健品市场广告投入调查表

4

广告偏执狂 135

第一节 只有偏执狂才能生存

第二节 漫天广告揭起保健品的战旗

第三节 史玉柱会改弦易张吗

第四节 史玉柱广告兵器库揭秘

非常档案之一

保健品企业理念和产品广告

非常档案之二

保健品市场混乱祸首大曝光

5

借壳高手 167

第一节 股市需要“巨人”

第二节 野百合也有春天

非常档案之一

曹凤岐认为：民企上市有三条路

非常档案之二

温元凯：民营企业上市还需走出四大误区

6

危机下一个 201

第一节 《福布斯》的悬念

第二节 危机下一个之治理结构危机

第三节 危机下一个之多元化危机

第四节 危机下一个之成长危机

第五节 危机下一个之创新危机

第六节 危机下一个之信用危机

第七节 危机下一个之公关危机

非常档案之一

珠海巨人倒塌之谜

非常档案之二

民营中小企业发展壮大需过“五关”

The famous failure

7

民企标本 245

- 第一节 史玉柱和“史玉柱现象”
- 第二节 从头再来现象：失败有时是一种财富
- 第三节 借钱还债现象：道德巨人还是策划高手
- 第四节 “巨人情结”现象：想说爱你不容易
- 第五节 从头再来：天地任我行

非常档案之一

总有一种力量让我们泪流满面

非常档案之二

野鸡论

8

巨人历程 297

后记 卖掉脑白金 306

——史玉柱传奇轮回的完整句号

九颂 市场大谜局 丛书

“我是著名的失败者”

——从脑黄金到脑白金

第一章 大失败者

