

每周五晚19:35首播

湖北卫视强档节目

财智时代

CAI ZHI SHI DAI

演绎用才智搏取财富的故事

21世纪是知识经济时代，是知识英雄时代，是用智慧搏取财富的时代！

主 编 / 唐源涛

看天下高人过招
听南北老板摆谱

屈云波：压力比较大，阻力比较小

吴士宏：我的梦想更接近现实

当代世界出版社

财智时代

——演绎用才智搏取财富的故事

唐源涛 主编

当代世界出版社

图书在版编目(CIP)数据

财智时代:演绎用才智搏取财富的故事/唐源涛主编,北京:当代世界出版社,2001.4

ISBN 7-80115-408-8

I. 财… II. 唐… III. 经济—问题—研究 IV. F1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 19033 号

F102

出版发行:当代世界出版社

地 址:北京市复兴路4号(100860)

网 址:<http://www.worldpress.com.cn>

编务电话:(010)83908400

发行电话:(010)83908410(传真)

(010)83908408

(010)83908409

经 销:全国新华书店

印 刷:北京东光印刷厂

开 本:850×1168 毫米 1/32

印 张:10.75

字 数:250 千

版 次:2000 年 4 月第 1 版

印 次:2000 年 4 月第 1 次

印 数:1~6000 册

书 号:ISBN 7-80115-408-8

定 价:21.00 元

如发现印装质量问题,请与承印厂联系调换。

版权所有,翻印必究;未经许可,不得转载!

精神的力量

(代序)

唐源涛

(湖北电视台台长)

2000年5月中旬,湖北电视台在武昌东方大酒店对全台46个自办栏目进行评审,刚创办不久的《财智时代》获得一致好评,评委们一致认为代表了我台谈话节目的水平。说实话,当时我的心情是有些复杂的,复杂的原因就是试图从《财智时代》找出一些出路性的、方向性的、可以举一反三的思路,还有一点喜悦的猜测,《财智时代》会结出一个什么果子呢?于是,我跟部门负责人说:全力支持,大胆摸索。

如果说2000年5月的评审,我面对《财智时代》有一点惊喜的话,那么,当制片人把这本厚厚的书稿放在我面前时,我毫不掩饰地说,我惊奇了。我不想把赞美的句子给这本书,因为读者读完了自有评说。我想说的是,作为经济类谈话节目的《财智时代》,在短短的不超过一年的时间里,触角敏锐地延伸到知识经济的宏大背景中,力邀不同行业、不同地区、甚至不同国家的商界精英来到演播厅,畅谈世界经济的风云变幻、企业发展的成败得失、个人创业的跌宕起伏,令人深思的人生感悟,这种开阔的创作视野确实令我感到惊奇。我还惊奇的是,《财智时代》所展现的“大电视”的气魄:多渠道的预告、其他媒体的呼应、上网、碟片发行,以至于出书,这一套令人眼花缭乱的“组合拳”,所展示的魅力就不仅仅是好不好看了。所以,当我翻阅大量观众来信时,油然而生一种庆幸:把《财智时代》调整到黄金时间是一个正确的决策。

一个好节目其实是一批人用心血和汗水浸泡出来的,一个好节目其实是一种精神的产物。我认为《财智时代》不仅展现了节目自身的风格,而且昭示了节目背后精神的力量,这是最难能可贵的。搞电视业务的人,去努力“创作”不难,难的是给“创作”注入一种“创业”精神,一种“创新”精神,一种“创造”精神,正是有了这些精神的融汇,“创作”才会真正展示其旺盛的生命力量。

电视业的竞争越来越激烈,而各台自办栏目的竞争已近乎残酷了,节目创意、收视率、生命力以至于经济收入,都迫使我们的制片人象跳高选手一样永远面对不断上调的标竿,冒着淘汰或失败的风险,不断地起跳。现在回想起来,《财智时代》一班人是在没有申请一分钱的情况下先运作起来的。我说想看看节目创意时,制片人交给我的不仅仅是节目创意,而且还有几期节目的模拟文案,厚厚的一沓。工作已经做到这一步了,我很受触动,问制片人有没有困难,比如人员、经费、待遇等等,制片人回答说:有,我们先自己克服吧。这种朴素里蕴含的不就是创业精神吗?创业精神的实质就是精心设计、挑战困难,而且马上行动。

当丝宝集团梁亮胜先生、中天集团向汉林先生、金龙泉啤酒集团李大红先生、神龙汽车有限公司张世端先生,这些湖北境内企业负责人在湖北卫视上开怀畅谈的时候,我一点也不奇怪,一个经济类谈话节目为什么会有那么多观众来信,当时节目的播出时间是子夜,那种时候能看完节目就不易了,说好就更不易了,如果还有观众开灯修书,就太难了,除非他被深深地触动了。当青岛双星集团的汪海先生、北京裕兴集团的祝维沙先生、内蒙古伊利集团的郑俊怀先生、科龙集团的屈云波先生等业界大腕动情地回忆“第一桶金”的时候,我深深地感受到“思路决定出路”,办《财智时代》是需要“财智”的。当来自德国的白兰德先生、留学加拿大做过西方外交官的王辉耀先生、曾供职美国微软的吴士宏女士揭去神秘面纱,倾诉商界酸甜苦辣的时候,我想对制片人说的的一句话是:下一步,你们是不是该让比尔·盖

茨们来学学武汉话。这些只是内容方面的大胆举措,还有节目形式、节目管理和维护、用人制度等等方面的努力摸索和实践,说到根本上,“创新”精神是办好一个节目的重要保证之一,再说白一点,“新”就是别人还没有。

我想,《财智时代》经过了“创业”,正在不断“创新”,然而,要想步入“创造”的境界还是有待时日的。“创造”是一个气魄宏大的系统工程。不仅要有在废墟上高喊“我来了”的勇气和努力,而且更需要别人说“你成功了”的肯定。“创造”应该是一个制造经典的过程,“创造”应该是一种生命爆发力和生命持久力的综合体现,“创造”应该是一个不断完美并不断否定完美的痛苦历程。《财智时代》尚需努力,《财智时代》要把创造精神融入节目的整体把握中去。

因为我现在所处的工作位置,与其说我是在为一本书作序,倒不如说我是在倡导一种精神,倡导一种在“财智时代”电视人亟需培养和发挥的创造精神。在面对挑战、深化改革的日子里,精神的力量将闪耀夺目的光彩。

是序。

“财智”感悟

景高地

(湖北电视台广告部主任)

做了近 20 年的电视节目，忽然说要让去做广告，尽管创收进账的指标压头，可内心不断涌动的却依然是如何创造全新的节目样式去承载全新的节目内容。节目内容要在全中国独树一帜，节目创意要与电视媒体的国家队——中央电视台一比高低，节目运作模式要能与市场经济接轨，节目播出效果要能推动社会经济的发展进步等等，这样一些挥之不去，甚至是野心勃勃的想法和念头缠绕的我坐卧不宁。谁让 20 世纪末中国省级电视媒体纷纷上星，呈现出群星璀璨，群雄逐鹿，竞争激烈这样一种局面，并且为真心投入电视事业的有志者提供了一个更加广阔的施展舞台呢？谁让我们拥有全世界最大的受众群体，而他们手中的遥控器又把我们这些做作业者的心敲打得惶恐不安、咚咚作响呢？谁让风起云涌的电视“泊来品”在给我们带来惊喜、热闹、愉悦的同时，又逼迫我们这些成长在皇天后土中的炎黄子孙不得不冷静地思考我们的衣食父母们到底都需要些什么呢？

做电视节目也好，搞广告创收也罢，接触到了各种各样的人，光留下的名片就有厚厚的十几大本，其中让我产生最复杂心态的就是那些从事经济工作的朋友。他们当中有在经济海洋中游刃有余，赚钱易如反掌的佼佼者；也有满腹经纶，学富五车的大家儒商；还有头脑清晰、判断准确，分析问题精辟入理的市场哲学家；更有运筹帷幄，指挥若定，叱咤风云的商战名将。以往对他们的报道虽不乏令人激动振奋之处，但他们却似被笼罩在耀眼光芒中的天上诸神，可敬可尊

不可学。事实上,他们辉煌的事业,巨大的成功,是与他们的为人,他们的经历,他们的坎坷,他们的心路历程紧密相连、共存共荣的。如果能以一种全新的理念,全新的样式,全新的形态和全新的操作思路将这些人而不是神搬上屏幕,受众的感悟和触动,以及由此而引发的巨大创造力,无疑会为经济的发展乃至社会的进步起到推波助澜的作用。

恰逢此时,湖北电视台的改革改版如火如荼,理念更新、制度改革、版面改造、节目创优,大的环境和氛围为新生儿的创造、孕育、诞生提供了可能。于是,我找到专题部的制片人雷永一等人,话一出口,便有英雄所见略同之感,几经策划,反复推敲,一个设计大胆、创意全新、模式另类的《财智时代》企划方案呱呱落地,并且在创办好这个节目的诸多方面迅速达成共识。

共识之一,首先在切入点上,我们决定在“财”、“智”和两者的结合上作文章。人类跨入 21 世纪,中国即将加入 WTO,中国参与全球性竞争,而“财”、“智”的竞争更加激烈,整个社会处于转型期,经济更是经历着新一轮的“造山运动”。在这场“转型”和“运动”中,人们的生存境遇和社会地位被不断地重新建构,人们必须对自己的“新地位”进行个性和理性的思考。如何改变自己的生存条件?如何使自己的位置最优化?进而言之,如何挣钱,如何用智慧搏取财富成为新经济时代人们不得不面对的首选问题。而商战中,百人也许有一人没有亏本,千人中或许有一个小有业绩,万人中才有成功者,十万人中方有商战精英。商战中留下了太多的遗憾,也成就了太多的精彩。这些人的故事怎样?他们成功或失败的经验教训在哪里?他们如何应对未来?这些都应该是观众非常感兴趣的。我们当时就想用电视节目这种传播形态表现新英雄在七彩光环笼罩之下的无限魅力,更表现褪去光环后的新英雄的真正形象。

共识之二,在形式上,我们决定采用演播厅谈话的形式。在我国,关注社会问题的谈话节目早已有之,娱乐类的谈话节目也不少,

但鲜有专门关注经济话题的大型演播厅谈话节目,如果《财智时代》采取在录制现场云集主持人、主人公嘉宾、特邀嘉宾以及上百名现场观众在一起对话交流的形式,在全国应属首创。这一形式不但活泼自然、气氛热烈、还化解了话题的艰涩,避免了广告之嫌,并且在这种热烈的氛围中,老板容易动情、动心、讲真话、说实话,主人公、嘉宾、观众能够充分互动。

共识之三,我们想追求这样一种风格,这种风格是传奇的人物、独特的形式和我们对话题的把握相互作用必然产生的结果,具有思想深度,同时,又具有娱乐性。电视节目发展到今天,不仅仅是歌、舞等类节目才具娱乐性,对娱乐性得有一个新的认识。就一般观点而言,《财智时代》这样的经济谈话节目是阳春白雪,不具备娱乐性(事实上是人为地误解为一种通俗性)。《财智时代》的目标观众群主要是知识精英、商战英雄,用现在的流行语说:主流社会群体,由于他们本身具备较高的文化素养,在他们眼中,《财智时代》便不仅具备解惑功能,具备思想深度,还能成为他们欣赏的审美对象,感受到精神愉悦,娱乐性便由此产生。而我们在解除商界人物神秘性,化解经济话题沉重性的努力中,使得一般观众群也不致于认为《财智时代》特别深奥,商界人物如何掘得第一桶金的故事谁会不懂呢?这样,就使得经济话题节目的目标观众群得到大大提高,也体现了栏目定位:为观众量身定做的有关财富和智慧的文化商品。

共识之四,加强《财智时代》的宣传。“皇帝女儿不愁嫁”的时代已经过去,电视业进入激烈竞争状态,观众的品位也日益提高,即使是“皇帝女儿”,没有好的包装,也不一定“嫁”得一个好人家的。在这种形势下,我们一定要把《财智时代》当成文化产品,并且是高级文化产品来做,要精心包装。首先要确保产品质量,即要有好内容,做好“口碑宣传”,也是最根本最有效的自我宣传。

共识之五,力争体制创新。《财智时代》内部管理体制、用人制度要大胆突破,从台里走出去,尽量从社会上招能人,打破专业人士的

思维定势,要敢于实行灵活的体制。如果《财智时代》在人事、分配、制作等各个方面有所突破,会为湖北电视台改革风气注入一股活力。《财智时代》从2000年4月份首播到现在将近一年的时间,到今天出书,应该是第一阶段的一个完整运作。上面的一些观点算是对《财智时代》从策划到现在成功运作这一个阶段的梳理和思考。当然,要在这样一篇短短的文字中穷尽所有对《财智时代》的思考是不可能的,好在《财智时代》已经走上正轨,它正在湖北卫视的频道上不断演绎着老板们“财”“智”结合的神话。同时,策划人员和创作人员在挖掘商战精英“财”“智”结合的故事中也贡献着自己的智慧,你不妨也将之看作是我们的思考。

《财智时代》节目组工作人员名单：

总策划：唐源涛

景高地 雷永一

编 辑：熊 燕 舒宏志

何 炜 尹爱运

主持人：赵 强 汪 涛

田 野 吴雪梅

制片人：雷永一

监 制：李世全 景高地 姚建华

目 录

精神的力量(代 序)/唐源涛 **1**

“财智”感悟/景高地 **4**

50万年薪招聘主持人总决赛 **1**

我拿什么赢取年薪 50 万 **17**

挑战自我 真情回报 **19**

大学生创业,难在何处 **21**

第一个吃“风险投资”这只螃蟹的在校女大学生李玲玲,在各类媒体上很是火了一把。

这是我们栏目开播的第一期节目,然而在即将出版本书的时候,李玲玲退出天行健公司黯淡隐去了。一年后的今天我们重新收录这期节目,百般滋味在心头。节目中,策划人赵强的那些话是善意的提醒?还是不幸言中?

需要一群人来帮我想明天的事情 **30**

香港实业家、丝宝集团董事长兼行政总裁梁亮胜先生,1989 年率香港集团扎营武汉,十年时间创建丽花丝宝、舒蕾、洁婷、美涛、柏兰五大知名品牌,年销售额近 20 亿元,向同行业的国外知名企业和品牌发起了有力的挑战。这个第一笔生意赚了 60 元钱的下乡知青,

在《财智时代》现场说——需要一群人来帮我想明天的事情。

“黑桃3”先出 39

美国《福布斯》杂志发布中国大陆五十富豪排行榜，裕兴集团总裁祝维沙赫然排在46名，身价为5000万美元。

裕兴公司从学习机推广到香港创业板上市，再到跳舞机大战……策划界“怪杰”秦全跃把这一系列商界过程描述为：黑桃3先出！商战之中，不是你有大猫，小猫就可以赢牌的。《财智时代》演播现场，谈到同行业竞争问题时，祝维沙说：你用步枪，我就用机关枪，咔咔咔……

国企突围 53

向汉林是个普通的“九头鸟”，从16岁下乡开始，不由自主地经历着“土老帽”的奋斗历程，而今日的中天集团却是一个很不错的上市公司，向汉林就坐在这个公司的头把交椅上。这个曾经担任政府部门一把手的老总，是如何将数个亏损国企进行成功的资产重组的呢？陈惠湘在《联想为什么》一书中多次提到湖北中天、提到向汉林这个敢花钞票买CZ的地方企业的老总，他又是如何完成自身的转变和升华的呢？

难得真感情的向汉林与我们畅谈——国企突围。

伊利牧歌 64

有人说，一杯牛奶工程喝强一个日本民族。中国的乳制品行业也许面临着千载难逢的发展机会。光明乳业、河北三鹿、内蒙古伊利等国内企业已群雄并起，然而，在轰动一时的“二恶英”事件中均没有上乘表现。

伊利集团的郑俊怀，带领伊利人把一个手工作坊式的小厂发展到今天年销售达10亿的集团公司，其间有些什么真经呢？

绝少在媒体露面的郑俊怀,这次来到《财智时代》会说些什么呢?

酒好自然爽 75

十年前,著名相声演员马季曾免费为名不见经传的金龙泉啤酒做了电视广告,想知道为什么吗?

正在准备博士论文答辩的李大红总经理是怎样把一个小酒厂发展成雄视中原的大啤酒集团公司?

啤酒行业的竞争,闪现着怎样的刀光剑影?

一家国企老总年薪 100 万的背后,会不会给我们些许企业体制改革的启示?

交融 87

武汉 KCH 防腐工程有限公司是一家地地道道的德国企业,总经理白兰德先生已在武汉呆了三年,他的妻子黄映红女士却是土生土长的上海人,德国留学之后,做了“洋太太”,在 KCH 公司里出任财务总监。

中西文化会在镜头的俯视下碰出什么样的火花?

《财智时代》不仅关注功成名就的企业巨人的成长史,也真情关注不懈努力、顽强拼搏的寻梦人。

科龙空降兵 96

拥有 160 多个品种,年销售额数十亿元的科龙集团,本来就在中国家电市场十分抢眼,今年又折腾出一条大新闻,礼聘北京派力营销公司高级营销顾问屈云波出任营销副总裁,经历了长达五个月的磋商,咨询策划业高手从北京“空降”广东。一时间,议论纷纷,猜测纷纷,这不仅是王国端和屈云波两人之间的事,而是意味着咨询策划业和实业的一次颇有历史意味的联手,准确地说是融汇。

屈云波现在走得可好?

我在东西方的奋斗 110

王辉耀既有土插队的经历,又有加拿大洋插队的经历。

十六年的出国履历页页写着辉煌,从 MBA 到外交官,再到今天的新型华商,在纷繁复杂的人生机遇面前,他是如何把握机遇、挑战机遇的呢?

他率军正式进军电子商务,运用十多年来的项目运作经验,包括三峡工程上的经验,开拓中国项目网。

要做就做全球第一 123

“格兰仕”在稳坐全国微波炉市场头把交椅之后,战略中心已放在北美市场。“狼来了”这个词是与 WTO 联在一起的,是中国传媒对强大外国企业的称谓,而现在国外媒体和企业把“格兰仕”称为“中国狼来了”。

“格兰仕”集团副总裁俞尧昌说:我们不是搞垄断,走的是一种产业链,是大生产大配套的产业链发展,这是一种国际潮流。

“名人”余德发 136

1994 年底的时候,名人公司就发明了全世界第一台全中文手写掌上电脑,比商务通整整早了四年,而在市场营销上,“名人”留下了一些遗憾。

第一次在电视上露面的名人总裁余德发,朴实得让人难以相信,他说:我们是只会做,不会说。

传统企业转向新经济的必由之路 145

我们还没有从 scm、com、Internet 这些名词的轰炸中清醒过来,又一个新名词 ERP 在中国登陆。

什么是 ERP? 它实际上是企业、资源、规划三个英文单词的缩写。说也说不明白,还是听听全国各地专家高论吧。

孤独英雄 155

《中国企业家》是一本比中国企业家诞生还早的杂志,被媒体誉为中国的《财富》、中国的《福布斯》。

长袖善舞的社长刘东华说:《中国企业家》杂志是一个纯国有的文化企业。

媒体冲击波 167

在计算机时代,曾塑造无数神话式英雄和英雄企业的《计算机世界》,不过是一张 224 版的报纸。

这家国内唯一一张与美国 IDG 集团合资的报纸,是如何进行产业化经营的呢?

报社社长石怀成来到《财智时代》,放下笔,面对镜头——

儒商 177

一位博士、一位著名学府的副教授,大胆地潜入商界,他的心路历程是怎样的呢?

一个有三百多员工的公司,平均年龄只有 26 岁,这是不是信息产业独特的风景?

对学生创业、儒商、IT 业等等,我们该如何认识呢?

研究失败 187

33 岁的陈纯星,白手起家,现资产总值已达四五个亿。

面对三菱、奥的斯这些世界电梯制造业巨头,陈纯星带着他的“智能电梯”跳出来挑战! 刚获得武汉市“十佳青年”的陈纯星,与我

们侃侃而谈——

我的梦想更接近现实 199

1998 年出任美国微软公司中国地区销售总经理,使原为一名护士的吴士宏女士引起媒介的哗然。

一本《逆风飞飏》,尽情展现了吴士宏与命运搏斗中呈现出的异常精彩的性格特点。

在此之后,吴士宏去了 TCL 集团,出任副总裁,经过半年的沉默和低调……

风险投资 211

联合国第七届世界青年企业家高峰会议,成卓荣获“杰出世界青年企业家”称号。因为她作为时代联线集团的 CEO,深深地踏入了神秘的“风险投资”世界。

读研究生时学的是广告专业,纵横厮杀的却是“风险投资”业,作为国内最早涉足这一行业的成功女性,她是怎么完成这个角色转化的?

方兴未艾的“风险投资”领域到底是怎么回事?

咨询为什么 223

“人类失去联想,世界将会怎样”广告语的创作者陈惠湘,离开联想集团之后,先后出任湖北百科药业有限公司、内蒙古伊利集团公司、山东烟台东方电子集团公司等各家企业独立董事或高级顾问。

1997 年—1999 年,三年三本书,《联想为什么》、《中国企业批判》、《企业团队修炼》,引起国内外高度关注。

雅称“为什么先生”的陈惠湘走进“财智时代”,与我们畅谈:理论上的高手是否是操作高手呢?咨询业到底能给企业带来一些什么?