



企业家的逻辑

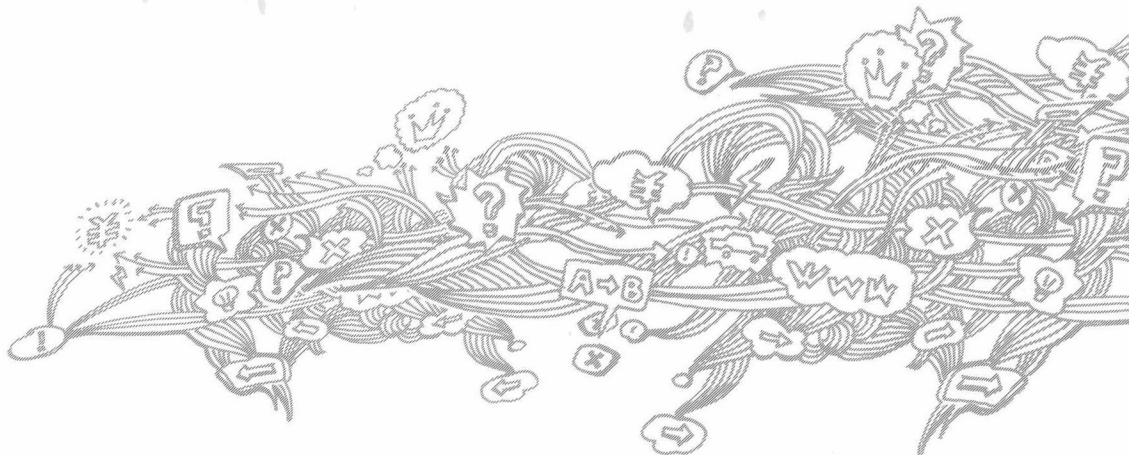
ENTREPRENEUR'S ACUMEN

我熟识的20位商界人物

赵明 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



企业家的逻辑

ENTREPRENEUR'S ACUMEN

我熟识的20位商界人物

赵明 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企业家的逻辑——我熟悉的 20 位商界人物/赵明著.
—北京: 经济管理出版社, 2009.12

ISBN 978-7-5096-0858-6

I. ①企… II. ①赵… III. ①企业家—访问记—中
国—现代 IV. ①K825.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 227590 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602

邮编: 100038

印刷: 北京晨旭印刷厂

经销: 新华书店

组稿编辑: 陈 力

责任编辑: 陈 力 李晓宪

技术编辑: 杨国强

责任校对: 超 凡

720mm×1000mm/16

彩插 2 页

18.5 印张

352 千字

2010 年 1 月第 1 版

2010 年 1 月第 1 次印刷

定价: 39.00 元

书号: ISBN 978-7-5096-0858-6

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

序 言

包月阳

中国经济时报社社长、总编辑

我年轻的同事赵明著述的这本书，为读者从一些特定的角度了解和理解企业家提供了可能。

20世纪80年代中期中国改革的重心从农村转向城市后，企业很快成为改革大局中最活跃的细胞。这个细胞的灵魂是企业家。因此，大致可以说，企业家是近25年来中国经济社会大舞台上最引人注目的群体。20世纪最后10年，在中国舆论中，企业家是打破旧体制的冲锋陷阵者，是重新组合各种生产要素使其焕发出倍增的产出能力的魔术师，是令人惊叹的增量社会财富的主要创造者。企业家头上戴着多个炫目的光环，企业家等同于改革家、等同于这个社会的先进分子。但后来，一批又一批企业家跌倒了，人们开始用另一种眼光看待企业家，“原罪”的说法成为流行语。再后来，舆论又开始拷问一些企业家的为富不仁，“5·12”大地震使企业家的形象再次受到负面的涂抹。

对企业家种种前后矛盾乃至截然相反的评价，其实是不断变化的社会心理在企业家这个特殊群体上的映像。在“效率优先”的改革初期，普通人虽然对企业家难免存有“红眼病”心理，但那些敢于以身犯险、创造发展奇迹的企业家总体上是被社会所宽容的。当中国经济总量迅速增长到跃居世界前列，人们发现以企业家群体为主的20%的富人占有了80%以上的社会财富时，日益悬殊的贫富差距刺激了越来越脆弱的社会心理，改革前期“兼顾公平”的理性要求演变为“公平与效率同等重要”甚至“公平优先”的略为超前的要求。与此同时，全民法制观念的增强，使人们容易发现却不再容易原谅改革前期通过钻政策空子甚至以不法手段艰难突破旧体制约束的企业家，更不能原谅那些用不法手段谋取利益，或者直接侵害消费者、投资者利益的企业家。人们要求企业家比普通人更守法，承担更多的社会责任，尤其不能为富不仁。加上互联网的普及，企业家（也包括其他所谓精英阶层）的负面新闻往往迅速传播并放大，企业家形象不再像十多年前那么光鲜，甚至有些灰头土脸了。

其实，企业家群体与普通老百姓虽然有种种不同，但在人性上并无太多区

别。他们中一样有好人，有坏人，有不好不坏、时好时坏的人，就某一个企业家来说，其内心世界也和其他人一样丰富而复杂。他们同样有悲欢离合，有坚强有脆弱，有令人羡慕的成就，也有令人同情的遭际。而且，我觉得，20 多年来企业家群体的成长与变化，与全体中国人的变化应该基本是同步的。即以慈善行为而论，这些年，普通公民比企业家做得更多吗？想得更多吗？那些行贿受贿、生产假冒伪劣侵害消费者的行为，只存在于企业家之中吗？谁都知道那句经典流行语“权力不用过期作废”并非针对官员，而是对任何一个哪怕暂时拥有某种权力的国人而言。我在这里并非为企业家辩护，而是想说，企业家群体并非独立的群体，他们反映了全体中国人身上的优缺点，从他们身上我们能找到自己的影子。

从这个角度说，我们迫切需要真正深入地了解企业家。赵明这些年的工作，其实就是在近距离地观察企业家，同时也在不断地报道他们的言行。因为他与企业家们有较多的交往，知道许多这些“被熟知的人”、“不被熟知的故事”，所以他掌握了较为充实的资料，能描画出企业家们水面之下的足迹。这对于我们深入了解这些人，或许能提供一个不同的视角。

赵明这十几年来一直在《中国经济时报》做编辑记者，我是以一个兄长的目光看着他成长的。我知道他聪慧、勤奋、敬业、认真，知道他文笔轻松优美；知道他这些年来写了不少有意义的新闻作品。但当我看到这本书的篇目和简介时，我还是稍稍有些吃惊：他的成果是丰硕的，更是高质量的。读了他的作品，你会发现他是一个出色的观察者、记录者、思考者，也是一个善于与企业家相处的人——只有与企业家成为朋友，才会有这些作品。我为赵明的为人和为文感到欣慰。我期待看到他的下一部著作。

自序

在媒体工作12年，因为记者的身份，我采访、交往过许多人所共知的企业家。

近距离接触、密切交往，于是了解到这些“被公众熟知的人”的许多“不被熟知的故事”，这些素材与这些企业家展现在公众面前的光鲜形象不同，是一条自有逻辑贯穿的暗线，兀自延展。

我一直有把这些企业家逻辑进行原生态呈现的冲动。要知道，多数情况下，企业家在特定场合不经意的真性情流露、心灵剖白，即使无伤大雅，也会被遮掩或斧正掉。

本书选择从我熟悉的企业家写起，从与他们的交往写起，试图用精练的语言，不太长的篇幅，把每一个故事写得完整而精彩。

这本书中的记述，可能不同于有情节铺陈的正史，它或许只是一个个小片段，一段段野史与杂史。这些记述不是为了颠覆偶像，只是希望给大家另一个视角，让大家离这些企业家更近些，让我们仰视的财富榜样够得着人间烟火，让读者坐看商业风云时多个维度。

比如，大家都知道高燃，这个“80后财富新贵”、“80后领军人物”，与戴志康、茅侃侃、李想并称“京城四少”、“财富新生代”的年轻人，但有谁知道他在给本书作者，一个他信任的媒体朋友的长长邮件中的泣诉与落寞？“哪里都是敌人，但找不到一个人决斗。”在媒体的追逐与裹挟下，他如“伤仲永”般无奈。但他又是清醒的：“现在我已经爬到北京香山上了，海拔557米，而我的目标是珠穆朗玛峰，海拔8844.43米。”

比如周鸿祎，众所周知这门“红衣大炮”总是炮声隆隆，他总像一个“愤青”一样抗争，得罪了互联网业界几乎所有权势人物：CNNIC的毛伟、百度的李彦宏、阿里巴巴的马云、瑞星的王莘……但谁知道在其心里，充满了对被扼杀在摇篮中的恐惧——一个势单力薄的民营企业，其实是风雨飘摇的。“比如和CNNIC，不抗争，就是死。”又有谁知道，在其桀骜背后，有着怎样深深的自责与懊恼？“光想着和谁干了，把一个本来10亿美元市值的公司1个亿就卖了。”

比如张朝阳，这个曾抓住一切机会作秀的家伙，有谁知道，他曾数次面临人生的“刀锋”（张朝阳语）：兴高采烈要去美国上市，监管部门威胁不给他放行；好不容易拿下“2002 世界杯指定网站”，但不成想被中途“截和”；调集资源登珠峰宣传彩信，被中国移动暂停彩信业务 1 年……有多少人知道，他直到 2004 年才“坐稳江山”，不再担心被董事会赶下台？又有谁知道，他曾深深焦虑，靠阅读克里希那穆提来自我治疗？

比如马云，大家都知道其辉煌创业史，但很少人提及其澳大利亚义父，提及他小时候那次澳大利亚之行。要知道，那次出国的震撼，对马云发奋学习外语，进而能以翻译身份去美国，进而接触互联网等一系列人生转折，有着怎样的人生意义？许多小事，或许仅是其人生小插曲，但这对一个人的影响，有时或许正像南美洲一只蝴蝶舞动翅膀，就在美国得克萨斯引起了风暴。

再比如，大家都知道阿里巴巴的“六脉神剑”：客户第一、团队合作、拥抱变化、诚信、激情、敬业，它使阿里巴巴开始有“精神魔力”，但很少有人提及这是其最早聘请的 GE 出身的首席运营官关明生联手马云的杰作。有谁会想到，一些欧美成熟企业的拿手好戏，竟然能在国内企业石破天惊？

比如丁磊、马化腾，这些炙手可热的互联网权势人物，有谁知道，他们曾对自己深深地怀疑，甚至想把自己的企业一卖了之；又有谁了解，他们曾在遭遇逆境时在啤酒馆沽酒买醉？

.....

本书为了读者阅读方便，把他们按出生年代划了界，分为 80 代、70 代、60 代、50 代、40 代。选取的人物可能不尽客观、丰满、有代表性，但就是在这些人身上，读者应该也能够理解与发现，每一代人的特点也都是显而易见的。

这是一本作者力图写就的“企业家观止”，静下心来阅读、思考，相信读者会有意外收获。

本书提供给那些喜欢思考、习惯“浅阅读”的商业人士，希望能对他们多一点启发，多一点帮助。

目 录

第一部分：80 代

高燃 (1981)：在起飞时滑落 3

他欣赏英雄，也有成就一番事业的梦想，但从未想到，在还一无所有，还在为未来努力拼搏时，“名声”会如此迅猛地来到身边——媒体给了些“惊心动魄的头衔”——“80 后创业英雄”、“80 后财富新贵”、“80 后亿万富翁”……

然而，冷暖自知。

在“被董事会踢出局”、“被资本腰斩”之后，他重新开始，创办狗仔网（后更名为中国娱乐网）。前进路上困难重重。

“现在我已经爬到北京香山上了，海拔 557 米，而我的目标是珠穆朗玛峰，海拔 8844.43 米。”高燃说。

第二部分：70 代

陈天桥 (1973)：独裁讲道理 19

他很强势，很霸气，为人谨慎，精于计算，喜欢全局的控制感。他更像个工程师——既注意大局的平衡，也缜密地计算到每个细节——他是盛大董事长陈天桥。

一次“挖墙脚”，改变了他。

2004 年夏，还在卖脑白金的史玉柱到盛大参观学习，陈天桥悉心接待。然而，史玉柱前脚走，陈天桥后脚就收到了《英雄年代》游戏项目组的辞职报告，辞职原因上一致写着“为寻求自我发展”，这一干人等，很凑巧地“自我发展”到了史玉柱的公司。

“2005 年以前，我非常牛，我是王者，我要求别人按照我的规则来做事情。”陈天桥说。如今，他让员工自己给自己涨工资，可以和员工分享 20% 的项目收益，可以坐下来听 20 多岁的毛头小伙子讲不着边际的商业计划，他完成了从英雄到平民的心态转变。

马化腾 (1971)：一个产品经理的方寸江湖 38

1998 年，他拿着母亲的退休证，注册了家叫腾讯的公司。他把以色列人开发出的 ICQ 汉化为 QQ。一开始在线人数少，聊不起来，他只能一个人陪三个人聊，自嘲“三陪”。人多了，他又不知道怎么赚钱。他想 100 万卖掉，但谈来谈去，即使还价到 60 万，依然没人接手。他求过新浪，找过搜狐，但后来都不了了之。

如今，腾讯是最赚钱的互联网公司——它一个季度的收入，相当于新浪、搜狐、网易、百度等巨头一年的收入。庞大的“企鹅帝国”，在中国互联网业界风头无两。

马化腾是如何一步步走到今天，终成霸业？除了被业界奉为圭臬的“马化腾法则”，他还有哪些看家本领？

丁磊 (1971): 成在有意无意间 52

“人生就像一盒手榴弹，你永远不知道会拿到哪一颗。”——这是丁磊早期个人网页上所列出的 人生格言，改编自《阿甘正传》。

他曾在啤酒馆买醉，疲惫到难以支撑；曾与自己请来的 CEO 斗法，搞到对方带着保镖上班；曾跟人签下卖掉网易的合约，没想到最后一刻竟遭毁约……

无路可走时，他开始转头相信自己，开始发奋，一不小心首富了。

如今，他独享寂寞，高处不胜寒。

“作为一个老板来说，每天要承受很大的压力，每天要有很多信息来自于竞争对手或是市场变化，真正能够在这个层面跟你沟通、分享、讨论的人非常少，做企业这几点非常不理想、不舒服。”丁磊说。

周鸿祎 (1970): 说出 10 亿美元的教训 64

他总是以一个斗士的面目出现，斗遍了互联网业界的权势人物：CNNIC 主任毛伟、百度 CEO 李彦宏、阿里巴巴创始人马云、瑞星董事长王莘……他数度与人对簿公堂，更曾在法庭上差点与李彦宏挥拳相向。

他有心头永远的痛，为了对抗，他把公司以 1.2 亿美元突然卖掉，委身雅虎。

“可你想想看，本来一个可以做成 10 亿、20 亿的公司，1 个亿就卖掉了，你难道不觉得是一个教训吗？”他反思，他发奋，他励精图治，卧薪尝胆。

周鸿祎还有没有翻盘的机会？他如何评价过往？

第三部分：60 代

陈一舟 (1969): 大佬的反思 87

与张朝阳、丁磊、王志东等一样，他是中国互联网第一批创业者，但随着第一轮互联网泡沫破灭，他出售了 ChinaRen。但他发誓，一定要做个“市值 10 亿美元”的企业出来。

他创立千橡，从头再来。因急于求成，他曾两年内陆续收购 UUme.com、RenRen.com、DoNews、校内网等近 10 家网站，业务范围涉及当时所有热门概念。“他给投资人画了一张‘众星拱月’的图，但最后星星满天都是，月亮却找不到了。”

陈一舟开始转身，认定 SNS，豪赌校内网，融资 4.3 亿美元，决心翻盘。

从 ChinaRen 到千橡，一轮轮的创业轮回，陈一舟干劲十足。作为商界精英中的另类，他堪称“创业狂人”，不停地追逐、奔跑、反思、再奔跑。

然而，中国在 2000 年之后，没有出现一家非常成功的网站。陈一舟的机会何在？

李彦宏 (1968): 技术崇拜者之惑 100

他是 个顺风顺水的创业者，他是 个鄙视管理的技术狂，他崇拜乔布斯，认定只有技术才能让公司立于不败。

他成于技术，在纳斯达克创造了中国互联网企业神话，批量生产了成百上千的千万富豪，让员工打出“百度人民很行”的标语。但他又败于技术，“三鹿门”、“竞价门”、“罢工门”……一个个危机累积，让百度风雨飘摇，自己也处在被董事会罢黜的边缘。

他曾认为，在中国，无声的不是管理，是技术，太少的人真正关心技术进步，太多的人醉心于把管理当战争，把自己当毛泽东。但是，如今，他开始转变，开始直面公众，开始穿着鲜艳的衬衫……

对一个技术崇拜者，他的未来之路该怎么走下去？

季琦、梁建章、沈南鹏、范敏：4 个人的规矩 115

有谁不知道携程、如家、汉庭、红杉资本？有谁知道这 4 个人的故事？

中国企业占主流组织关系的，历来是“君臣”和“同伙”（江湖兄弟），但季琦、梁建章、沈

南鹏、范敏创造了新的合作模式。

在梁、沈、季、范4人组合里，没有“皇帝”，也没有“大哥”，他们创立的携程、如家，虽然经历多次高层人事变更，却从来没有发生过震荡，都在纳斯达克成功上市，并一直保持着优异业绩；他们为中国企业树立了一个高效团队的榜样，最终获得了共赢结局。

“契约之精神”、“成功之意愿”、“妥协之风度”，外界总结，是这个“第一团队”连环创业成功的“秘籍”。

他们4个人的成功，还有哪些偶然与必然？

古永锵（1966）：我还是适合当“一把手” 128

他属马，张朝阳属龙。当年他与张是龙马精神、配合默契。

他长期担任张朝阳的“二把手”——搜狐首席运营官，在新浪门户老大地位牢不可破，网易游戏业务盈利能力突出，搜狐运营举步维艰之际，他运筹帷幄，频频出击，为搜狐基业打下坚实基础。

在搜狐做“二把手”的那些年，他深深知道，搜狐金碧辉煌的宫殿外，只写着3个大字——“张朝阳”。

他决定重新出发。

有一天，他宣布从搜狐出来，“我运营出身，也喜欢运营，一定要做一把手。”

他创立优酷，成功崛起，成就优酷视频领域第一品牌，如今正稳步行进在上市的路上。

这两家企业有何不同？一、二把手有何不同？听古永锵为你娓娓道来。

张朝阳（1964）：当我聊天时我聊些什么 138

他名头响亮，被视为作秀高手，但事实真是这样吗？跟他接触比较多的人对他都有一个印象：不是很善言辞，甚至有些木讷，但是为了公司利益，为了节省费用，他没有其他选择，只能真诚地作秀。

世人都知道他的光鲜，有谁知道他的内伤何在？他曾经面临人生的刀锋。从1999年到2002年是他人生的噩梦。每天睡不好觉，每天应付很多事情，甚至他连病都不敢生，他怕被董事会一脚踢出门外……

他如何自我纾缓，自我救赎？他又是如何转危为安？

坐在茶馆里，让我们听张朝阳袒露心扉。

马云（1964）：鲜为人知的身后贵人 153

“今天很残酷，明天更残酷，后天很美好，但是绝大部分人是死在明天晚上，只有少数人才能见到后天的太阳。”马云说。

他是个幸运者、成功者，甚至是万千人的偶像。

在成功背后，是他的一次次转变：小时候被视为“问题少年”，但他突然发奋学习外语；在北京外经贸部打工时表现突出，他却毅然跳上火车返回杭州，创办阿里巴巴；大笔融资进账之后，却被迅速消耗殆尽，公司奄奄一息之际，他突然绝处逢生……

马云是如何成功的，他背后有着怎样的机缘，他遇到了哪些幕后推手？

蒋锡培（1963）：在政商跷跷板上 168

他被称为“电缆大王”，他与马云、牛根生、朱新礼、江南春、郭广昌、李东生、虞峰等同为长江商学院同学，在政商两界，他都如鱼得水。

他从电缆起家，经历数次改制：需要带“红帽子”时，他改制为乡企，顺利从银行拿到贷款，得到免税政策支持；当受制于产权不清、职责不明时，他能把企业收回自家手中；当国家电网改造，被国企排挤之时，他能拉进华能等国企做股东；当政策转变之时，他又能顺利回购国有股，改造成民营股份制……

在潜规则盛行的医药、电缆行业，他如何拿到订单？又如何在职商间闪转腾挪？

史玉柱 (1962): 左手矛, 右手盾 180

什么叫人才? 一件事交给他, 做成了; 又一件事交给他, 又做成了。史玉柱这样定义。

①说到做到, 做不到不说; ②只认功劳, 不认苦劳; ③严于律己, 宽以待人; ④敢于承担个人责任, 艰苦奋斗; ⑤追求卓越, 永无止境。这是史玉柱钦定的企业信条。

他为自己制定过三项“铁律”: 第一, 必须时时刻刻保持危机意识, 每时每刻提防公司明天会突然垮掉, 随时防备最坏的结果; 第二, 不得盲目冒进, 草率进行多元化经营; 第三, 让企业永远保持充沛的现金流。

脑黄金、脑白金、黄金搭档、征途游戏……在营销手段上, 他以恶俗直指人的弱点, 并屡屡奏效。

史玉柱的身上, 透射出这个商业年代所有的矛盾。

唐骏 (1962): 个人品牌的升值之路 207

他被认为是最出色的职业经理人, 从微软到盛大, 从盛大到新华都, 他跳槽的时机都拿捏得很准确。

他自己也说, 他的辅佐有一个非常清晰的方式和未来目标——不是一辈子辅佐, 永远的辅佐是没有好结果的。他的辅佐是阶段性的, 完成使命就离开, 这就是他的价值。中间站他会下车, 然后上下一趟。微软这趟列车他已经搭过了, 他知道铁路是怎么运作的, 下一站马上赶了盛大这趟列车, 盛大下来了, 他又赶上新华都, 一步步都有节奏、都有设计。

他是个熟谙中国国情与人情世故的高手, 他处事圆润, 待人谦逊, 与老板相处和谐, 与记者打成一片。

他是一个公司, 一个叫唐骏的公司。他有清晰的角色意识与品牌意识。他有自己树立品牌的方式。

第四部分: 50 代

牛根生 (1958): 在道德的枷锁上 229

他太想青史留名了, 他选择了一条道德立人、道德立企的路, 因其传奇、因其速度、因其言行、因其捐股……牛根生“德艺双馨”, 被捧上神坛接受膜拜。而蒙牛也被称为“德企”。

但事事难遂人愿, 在中国商业社会混沌的酱缸中, 在道德底线模糊的企业界, 他不幸成为倒霉蛋。

之前牛根生说, 车的速度快了以后, 就会带来风速, 这样挡风玻璃上死的蚊子就会多, 车速越快, 死的蚊子就越多, 这一点肯定是没有办法避免的。蒙牛的发展速度快, 自然会给别人带来伤害和危险。

可是, 牛根生为什么会摔下来?

郭凡生 (1955): “92 派”的机遇与天花板 247

所谓“92 派”, 原先大多是体制内的政府官员、政策研究者。他们大多在 1992 年左右下海, 像当时体改所的冯仑、郭凡生, 发展所的李国庆, 蛇口开发区的武克钢, 湖北省委组织部的兰世立等人。他们对中国体制改革有着自己的见解, 有投身实践的冲动。

下海后, 这批人都有自己的主业, 郭凡生做商务信息服务、冯仑做房地产、李国庆做图书、武克钢做酒业、兰世立做旅游和航空……

“92 派”的出现, 让整个中国商界为之眼前一亮。

然而, 他们又有着自己的短板。如郭凡生, 由于未能抓住互联网到来时的机遇, 未能及时融资, 未能在搜索领域坚持……他的发展速度未能保持。

“92 派”遇到了天花板。

第五部分：40 代

柳传志（1944）：“核心”是如何形成的 261

如果以生于 20 世纪 40 年代划一道线，我们会看到，海尔张瑞敏、华为任正非、美的何享健、万向鲁冠球这些与柳传志年龄相仿的著名企业家，依然活跃在中国商业舞台上。

在企业管理的理论建树上，柳传志独树一帜。

他被称为“IT 教父”，很大程度上因为其“搭班子、定战略、带队伍”，“事为先，人为重”，“立意要高，行动要务实”，“入模子”，“拐大弯”，“复盘思维”，“大发动机与小发动机”，“房屋理论”，“不把长跑当短跑跑”等为人熟知的精辟见解。

从中科院计算所下海，历经千辛万苦，到最终脱颖而出，他一步步走到了今天“教父”的位置。如今，他给联想的就两个字：“核心”。一路走来，孙宏斌、倪光南……他的位置被多人挑战。他如何成为“核心”的？

致 谢 285

第一部分

80 代



高燃 (1981)：在起飞时滑落



高燃感悟

媒体的宣传和个人影响力的建设适可而止，声名与实力一定要相当，才能相辅相成地发展。有好名不是坏事，但有坏名一定不是好事。

传媒是一个放大镜，当它想放大你什么的时候，你呈现给大家的就是放大以后的结果，而不是之前的那个你。如果你有一点优点，就会放大得非常大；如果你有一个缺点，它就会放大得更大。

当你拥有的光环超过了你本身能承受的能力或超过你实在拥有的东西，你就会发觉自己处在一个困境里，媒体和社会推着你走，但你实在跑不动了。媒体有时希望80后创业者是个百米冲刺冠军，但实际上，人生是场马拉松。我不会用百米冲刺的速度。

一个人你不可能跟世界上所有的人都成为朋友，而且你也不必跟所有的人都成为朋友。美国总统大选，每个候选人要去握几百万人的手，他们能记住所有人吗？肯定记不住，所以对于一个创业者，你就认识几个也许能帮助你的人就好了。

创业团队一定要是一个非常互补的团队，比如说你懂营销，不懂技术，你要找一个技术好的人。还有，性格要互补，两个人你不能王八碰秤砣硬碰硬，这样是不对的。另外身体要好，创业是一件体力活，身体如果不好就完蛋。创业是马拉松，也是体力活。

据我的判断，在中国如果大学刚毕业创业的话，就是死路一条。我还是觉得，要创业的话，先工作个三五年，然后有一定的经济基础，有一定的行业认识，有一定的行业资源，然后有一定的人脉，这个时候你再去选一个方向，再去创业，才有可能成功。

2007 年 4 月，高燃关了博客；7 月，MSN 也不上了；9 月，从电视台演播室出来后，就再没进过。

“也不是我说了他什么，我看，他是成熟了。”2009 年 6 月，当有人向对高燃有知遇之恩的蒋锡培问起时，蒋锡培在席间说。

之前，上电视，写博客，接受采访——被标签化的“80 后”身份，以及由此而来的关注，让高燃有时左支右绌。

他曾被媒体一夜之间塑造为“80 后财富新贵”、“80 后领军人物”，与戴志康、茅侃侃、李想并称“京城四少”、“财富新生代”；然后，也被爆炒过“被资本踢出局”、“在失落中倒下”；再后来，再次复出、被迫访……

“我现在上课、读书，挺好。”两年前，2007 年 9 月，高燃决定躲开喧嚣，去长江商学院读 EMBA。

“现在我希望自己能沉淀下来。”

1

2007 年元旦，在给一个媒体朋友的邮件中，高燃写道：

“……我欣赏英雄，同时也有成就一番事业的梦想，但我从未想到，在我还一无所有，还在为未来努力拼搏的时候，‘名声’会如此迅猛地来到我身边……2006 年 5 月中旬的一天，我从国贸坐地铁回公司，从 1 号线转 2 号线再转 13 号线，3 趟地铁里都有不少年轻人围上来，向我索要电话和名片。我知道，从此以后，我乘坐地铁上班的日子将一去不复返，我的生命开始了新的征程。

2007 年的第一天，回头看看过去的这一年，看看媒体给我的这些惊心动魄的头衔：‘80 后创业英雄’、‘80 后财富新贵’、‘80 后亿万富翁’……我知道，作为一个 25 岁的年轻人，在这个时候‘摔上一跤’恰得其时。

2006 年 7 月 14 日，应《对话》栏目组要求，我写了篇文章，叫《80 后与媒体的对话》，我写道：中央电视台《对话》栏目的《财富新生代》播完，我接到了很多电话，大意均为‘可喜可贺，再接再厉’云云。据说，节目播出的当天，我们几个人的名字进入百度搜索排行榜前十名。过了几天，南方某媒体顺势做了期封面报道，取了一个极其吸引眼球的名字，叫《80 后的亿万富翁》。接下来，各式各样的采访应接不暇……一时之间，几个 80 后的小男孩名声大噪。

就在这个时候，鲁豫问我：你觉得什么样的生活比较幸福？我提了三点：

一是有湖南的辣椒可吃；二是有一张舒服一点的床；最重要的是要有书可读。

爆得大名之后，一个年轻人应该如何面对？我其实也保持警醒，我的结论是‘名利场是人生的一幕大戏，既然已经是个角色，就要把戏演好！’

从2006年5月14日《对话》的《财富新生代》播出，整整半年时间里，我每天大约要接受10次左右的采访。我是媒体记者出身，很希望能满足我的同行们的采访要求，但最后实在应付不过来了，想了几个主意：助手能挡则挡，如果实在挡不了，就快速电话采访，如果电话采访实在不行，就约个时间，大伙儿一块儿集中采访。

后来，我发现，所有有关我的采访，不外乎集中于两点：一是为了女朋友奋而创业的故事，一是第一桶金的故事。一本财经杂志的文章，写得很有道理：‘在某某的默契配合下，高燃像祥林嫂一样，重复诉说着一个动人的创业故事。’

在朋友的建议下，我做了回应，写了篇《每个人都是祥林嫂》的博客。

总结中，我也沮丧地发现，我的所谓的‘事迹’其实也就这么多，一个寸功未建的黄毛小子，有什么可牛的呢？

于是我慢慢调整自己，希望回到从前。从前是什么？一方面，低调一点。细心的人会发现，我在《新闻会客厅》与在《对话》和《鲁豫有约》以及《赢在中国》中的表现截然不同。另外，要厚积薄发，多学习。一个努力向上的年轻人，在一个充满机遇，当然同时也充满风险的经济丛林中，一定要知道自己到底需要什么。要清楚自己到底有几斤几两。

我到底有几斤几两？一个懵懵懂懂的农家少年，从小喜欢读名著，喜欢伟人传记，疯狂地崇拜毛泽东；有点小聪明，从小学习成绩可以，上了一所好大学；运气可以，遇上了几个愿意帮助我的人；做了一段时间的财经记者，后来在有心人的帮助下，有了自己的第一家公司；再后来，引入了一两笔投资，把公司做得在行业里有点影响力；最后，离开了自己创立的公司，从头开始……

2006年10月底，我们杭州的董事会开完，我要离开我创办的公司的消息传出，引来了媒体再次铺天盖地的报道，我的手机在一天之内打完8块电池。到处都在惊呼‘高燃被董事会踢出局！’‘80后创业者遭遇资本腰斩’……

‘看看，高燃出事了吧！’‘我就知道会这样！’整整两周，互联网江湖都在流传这样的话，一如2006年岁末《满城尽带黄金甲》中那黄得晃眼的‘菊花台’。

这个时候，我既没有关上手机，也没有出门度假。对我而言，既然已经打定了主意，就不会害怕面对。我知道，故事还远远没到结束的时候——人生的故事。我深信，一个激动人心的人生故事会继续上演。

佛法有三重境界，曰：‘财布施、法布施、无畏布施’。最高境界就是无畏