

49

1-27/23
L76C

本书附盘可从本馆主页 <http://lib.szu.edu.cn/>
上由“馆藏检索”该书详细信息后下载，
也可到视听部复制

与 100 名老板

精选本
(六)

刘元煌 等 编著

对话

经济管理出版社



总策划 邵力
出版策划 张新明
责任编辑 亚夫 邵力

图书在版编目(CIP)数据

与100名老板对话 6: 精选本/刘元煌 等编著.

——北京:经济管理出版社,2001

ISBN 7-80162-268-5

I. 与… II. 刘… III. 企业管理 IV.F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第062331号

与100名老板对话

精选本(六)

刘元煌 等编著

出版:经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同8号 邮编:100035)

发行:经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷:中共中央党校印刷厂

850×1168毫米 1/32 14.25印张 365千字
2001年10月第1版 2002年8月北京第2次印刷
印数:5001—8000册

ISBN 7-80162-268-5/F·256

定价:29.80元

·版权所有 翻印必究·

(凡购本社图书,如有印装错误,由本社发行部负责调换。

地址:北京阜外月坛北小街2号 邮编:100836)

总序

自从我们开始走进市场经济的大潮之中，每一个追求成功的人，往往非常关注“老板”和“老板们”的事业、生活甚至喜怒哀乐。在“老板”的生涯中似乎充满了成功的秘诀、起飞的捷径，或者还有许多可以模仿和可能借鉴的技巧和方法。但是，“老板们”却没有这个时间和“闲暇”，更多的“老板”觉得人们的关注是一种负担、一种误解。一位在大家看来确实相当成功的“老板”曾经颇为感慨地对我说：除了累还是累。从我自己的角度来看，如果真有什么“成功”可谈，无非是目前还没有跌倒而已：商战无情，不败就是成功。

《与 100 名老板对话》与其说是一本书，更像是一本值得研读的课本，是对已经或者正在“商海”中沉浮的“弄潮儿”而言的课本。确实，看和谈是一回事，而做却是另一回事。“事非经过不知难”。不“亲口尝尝梨子的滋味”，你永远不可能知道什么是“梨子”。同样，不下海，不喝几口水，也永远不可能知道什么是市场、

什么是商品、什么是“老板”。我们采编了这些文章，出版这几本书，其目的是“宝剑赠壮士”，希望能够给在商品大潮中自强不息、奋斗不止的改革者、创业者们一点点借鉴、一点点启发。对于真正的事业而言，技巧和诀窍绝不意味着成功。在今天的中国，事业成功的先决条件是做人。先做人，再成事——“磨刀不误砍柴工”

民主革命时期，中华民族不乏敢为人先、前仆后继的志士仁人。社会主义革命和建设时期，新中国又有许多英雄模范顶天立地地艰苦奋斗。积累到今天，中华民族终于开始向世界顶峰“冲刺”了，“百年振兴”的梦想在我们这一代的奋斗中即将变成现实。这些“老板们”是新时期的英雄，是中华民族走向世界的“尖刀班”、“突击队”。如果能够在他们的做人上学到一点点中华民族的精神，看到一点点做人的根本，那么你的事业将“如风行水上，自然成纹”，成功当然迟早会属于你。

中经报联董事长：



1999.5.15

优秀企业理念是 企业家们创造的最宝贵社会财富

(推荐序一)

企业是市场经济的微观基础，它们不仅是市场竞争的基本单元，又是具有复杂内部结构的有机实体，企业运行是各种必然性和偶然性因素交织作用的过程。每一个企业都要有自己的领军人——企业家，企业的建立、发展和参与商战，都是企业家们的精巧运筹和斗智斗勇。在经济发展的历史上，企业家就像是莎士比亚戏剧中的“哈姆雷特”——即第一主角，发挥着关键性的作用。

在不发达经济中，最缺乏的资源是企业家，没有企业家就没有生产要素的组织者和协调者，也没有经营活动的风险承担者，

于是,再丰富的其他资源也只能处于闲置状态。所以,从一定意义上可以说,建立社会主义市场经济的目的就是要形成能够使企业家们发挥功能的舞台。20多年来,我国经济改革和发展最重要的成就之一就是逐渐形成了使企业家们可以发挥功能的经济社会环境,并且已经和正在产生出一批又一批企业家。企业家们所参与的这个市场经济发育和发展过程,是举世公认的中国经济发展史上最辉煌的“黄金时期”。在此期间,尽管许多企业家成功了,也有不少企业家失败了,落伍了,甚至堕落了,我们不能不承认企业家队伍的良莠不齐,但是,正是通过无数企业家们前赴后继的努力奋斗,优胜劣汰的自然选择,当代中国的企业家阶层才成长和成熟起来。这是20多年来中国市场经济发展中积累起来的一笔最宝贵的社会财富,如果没有这样一笔财富,今天,中国就根本谈不上繁荣经济,谈不上参与国际竞争和加入世界贸易组织,更没有能力适应经济全球化的国际经济环境。

在中国,“企业家”是一个比较宽泛的概念,并不完全同义于其西方文字中的“entrepreneur”,它也许比较接近于一个不常用的概念“enterpriser”,或者更接近于一个常用的概念“boss”,后者就是中国人所称的“老板”。在中国,旧时的“老板”主要是指私营企业的业主;而现在,人们所说的老板,不仅包括企业业主(employer),而且也包括经理(manager)、董事(director)、总裁、CEO等企业高层决策人。概念内涵和外延的变化,反映了企业组织形式的发展,反映了现代经济活动的丰富性和多样化,也可以说是

社会经济生态环境的变化使企业领袖的结构特征也随之发生着变化。

企业家们在企业建立和发展过程中发挥着组织、协调、沟通、决策的职能,从而赋予企业以行动的“灵魂”。企业家们领导着各个企业在市场经济中进行激烈的竞争,优胜劣汰,适者生存。经过市场竞争的大浪淘沙,具有竞争力的优秀企业成为强者、胜者和推动经济走向繁荣的生力军,而企业家们则是它们的领军将帅。

从长远看,企业成败兴衰取决于自身竞争力的强弱,而企业竞争力中最具决定性的因素是企业的核心能力或核心竞争力。优秀企业核心能力或核心竞争力的精髓是其核心理念。这种核心理念体现在企业经营管理 and 发展的整个过程中,渗透到企业机体的各个部分和环节,对企业的长期生存和发展具有深刻的影响。企业核心理念是企业领导人作出重大决策、处理重大问题、进行组织沟通所具有的独特观念和技巧,并且能够转化为整个企业具有内在一致性的行为,成为企业生命体的核心元素或“全息基因”。也就是说,构成企业核心能力的不仅仅是企业家个人的理念,而且是“企业的核心理念”。从企业家的理念转变为企业的核心理念,须经历长期的实践过程,经受市场竞争和企业内部关系协调的各种磨练甚至磨难,而这一过程本身又是对企业家素质最根本和最彻底的考验。所以,企业家们对社会的贡献不仅仅是建立了企业,生产出产品或者服务,保证了市场供应,更

重要的是创造了优秀企业的核心理念，积累起企业运作的丰富知识，使企业成为具有强大生命力的有灵魂的有机体，从而使整个社会具有了发展经济的内在基因，就像是给电脑装置了关键性的运行软件，才使之具有了强大的功能。

正因为如此，《中国经营报》的“与老板对话”栏目一直受到广大读者的喜爱，该栏目的文章结集出版的每一本图书都受到广泛而热烈的欢迎。“与老板对话”栏目试图通过邀请知名和优秀的企业家谈管理思想、说运筹经验、评成败得失、论经营战略的方式，将企业家们在构造企业核心能力和核心理念中所获得的最有价值的思想成果展现出来，交流碰撞，总结升华，奉献给社会，成为全社会共享的财富。

从“与老板对话”中我们可以看到，企业家们进行的是极富创造性和时代性的工作。中国市场经济的形成和发展使企业家们如鱼得水，一个又一个成功企业家应运而生；而企业家们以其奋力开拓和敢为人先的精神不断创造出一个又一个经营“奇迹”和“神话”，赋予整个时代以辉煌和光彩。时代造就英雄和英雄创造时代，融汇成中国 20 世纪最后 20 年企业发展史上令人难忘的纪录。“与老板对话”正是这部历史纪录的一个组成部分。从这部历史纪录中我们可以看到，中国新生的企业家们是富有朝气、勇气和智慧的一代，虽然大多数的企业家还很年轻，有些稚嫩，常犯错误，但是，他们走过的足迹显示了脚踏实地，敬业开拓，奋力进取的风格，表明他们是富有希望的一代，有能力担负起率领

企业创造中国市场经济持续繁荣的重任。

进入新的世纪,时代在飞速前进,企业家们所处的环境正发生着巨大的变化。特别是中国进入世界贸易组织和经济全球化进程的加快,以我们不曾预料的速度迅速地拓宽了中国企业家们施展才干的舞台,当然,在这个舞台上,风云变幻将更难预测,潮起潮落将更具艰险。但也正是在这个市场更加开放,竞争更加激烈,强手短兵相接的舞台上,才会培育和锻炼出更优秀的企业家群体。《中国经营报》和“与老板对话”将继续关注企业家们在新世纪的杰出表现,让这部企业家成长史不断延续,让企业家们在不断奋斗中创造出的优秀企业理念成为永远鲜活的社会遗产。

中国社会科学院工业经济研究所副所长、

《中国经营报》总编辑 金 碚

2001年8月19日

创新探索有意义

(推荐序二)

作为报人,其实也没有太多时间读报,尤其是面对越来越多的报纸。但《中国经营报》我一直在认真拜读,而且坦率说,我读《中国经营报》更多地是因为喜欢“与老板对话”这个栏目。

我觉得《中国经营报》“与老板对话”栏目,不仅是《中国经营报》培养的名牌栏目和拳头栏目,为《中国经营报》增色不少,而且这个栏目在产业经济领域和新闻报道领域实现了许多创新,多年的探索在以下方面产生了深远影响:

一是从社会经济的角度来看,“与老板对话”这个栏目,非常有力地强化了企业家的概念,推动了企业家地位的确立。企业是经济的基本要素,企业家是企业成败的关键。在中国的传统文化中,“无商不奸”的思想深入到了人们的骨子里。以前我们的报纸

上突显的是主要是领导和专家,没有企业家的声音,有关企业家的介绍或者刊登他们的言论的版面和栏目,往往被认为是广告,是这些“商人老板”应当掏钱才给他们上的。《中国经营报》“与老板对话”栏目却醒目地打破了这样的做法,旗帜鲜明地推崇“老板”,大幅面地发表这些“老板”的声音。这一做法从经济发展的角度来讲,是非常有意义的。

二是通过“与老板对话”这个栏目,使我国新闻媒体对于财经类信息的报道走到了一个新的层次。以前众多报纸的财经类信息,除了枯燥和不准确的一些数据,以及所谓专家学者的评论和记者跳出来说话以外,缺少经济运作、企业运作过程中的一些鲜活信息。“与老板对话”这个栏目通过与企业家面对面的交流,请他们就企业本身的重大调整和市场中出现的热点现象发表看法,进行点评,有效地丰富了财经信息报道的内容。

三是在新闻报道和报纸栏目创新方面,“与老板对话”栏目形成了鲜明的特色。自《中国经营报》1996年开辟这一栏目,取得比较好的效果以后,许多报刊相继效仿,类似“对话”的栏目出现了很多,这恰恰证明《中国经营报》率先探索的意义。我们《计算机世界报》目前也有一个类似的栏目,只不过侧重针对IT企业,而且每次都是总编出面与老板对话,立意稍高,报道效果非常好,读者非常感兴趣。坦率地说,我们开这样的栏目就是借鉴了《中国经营报》的经验。

从上面这几个方面来说,我认为《中国经营报》“与老板对

话”栏目多年的探索是相当成功的,是有影响的。

也许由于类似栏目的增多,《中国经营报》已没有一枝独放的优势;也许由于对话多了,“老板”的层次也发生了变化,读者不再像前两年那样对“老板”感到新鲜,所以最近以来,不少读者对“与老板对话”栏目的称道少了一些。要想重塑“老板对话”品牌,我觉得需要理清以下几种关系:

一、广告与栏目品牌

作为独立的新闻栏目,还是应当与广告区分开来,不能通过收费或变相收费,给人以广告之嫌。名牌栏目站在读者的角度,以开掘信息为目标,下功夫做出精品稿件。选择企业对话对象,也不要只拘泥于报社的广告大户,也可以不苛求其如何知名和业绩宏伟,但上榜人物必须要有成功经验可谈、有可资他人借鉴的思想精华,或有读者感兴趣的信息。

二、老板的需要与读者的需要

读者想要看到新闻背后的故事,想要鲜活和刺激,客户参与对话的老板则想把自己包装得越完美越好,不想让读者知道太多的“内幕”。这样的矛盾要有机协调。企业之精彩在于有人点拨。记者在采访时可尽力挖掘企业的创业故事,每一次成功的经验,每一次挫折后的思索,最好能够有总结有升华,即使批评也要让企业“服”。

三、人物专访的无时效性与新闻时效性

吸引读者的另一秘诀,是与当前最热门的新闻事件紧密结

合,迅速出击,抓住人物进行采访,哪怕采访的内容只有部分与新闻事件相关,也足以让读者驻足。所以,“与老板对话”也要注意时机,通过这种时机来体现新闻的时效性,吸引读者的注意力。

四、名牌栏目在内容与形式上的继承和创新

“与老板对话”已进行了近两百期,虽然目前的形式广为读者认可,但并不是说读者就不喜欢新面孔,可在形式上考虑创新,如增加新栏目——与读者互动的、评论性的、背景介绍的,或一些动感性很强的栏目,如“妙语连珠”、“xxx二三事”(可放记者手记中)等等,都可增加版面色彩。

《计算机世界报》总编辑 刘九如

目 录

王石：地产航母这样打造 ——王石解读万科扩张理念	1
陈峰：海航启示录 ——访海南航空集团公司董事长陈峰	19
王佳芬：以国际资源做全国市场 ——访上海光明乳业公司总经理王佳芬	39
刘永好：还是没时间打高尔夫 ——访新希望集团董事长刘永好	57
胡钢：构筑利益共同体 实现价值最大化 ——访福建新大陆集团公司董事长胡钢	73
黄巧灵：旅游是爱的艺术 ——访杭州宋城集团董事长黄巧灵	93
郭钧：华远进入郭钧时代 ——访北京市华远房地产股份有限公司董事总经理郭钧	113
黄宏生：爱也经理人 恨也经理人 ——访创维集团董事局主席黄宏生	125

陈虹：成为巨人的一部分

——访上海通用汽车有限公司总经理陈虹 143

程光宇：用概念赚钱

——访今日新概念投资管理有限公司总经理程光宇 159

张志铭：守业亦需创业者

——访国美电器公司总经理张志铭 175

宫学斌：做企业是一种乐趣

——访山东龙大企业集团公司总裁宫学斌 185

王文京：用友大学刚毕业

——访用友集团董事长王文京 203

杨元庆：联想少帅话战略

——访联想集团有限公司高级副总裁、
联想电脑公司总经理杨元庆 231

郭为：先当农民后作猎人

——访联想高级副总裁、执行董事，
联想神州数码有限公司总裁郭为 245

李小龙：263 互联网的另外一个版本

——访 263 网络集团董事长李小龙 259

张朝阳：等待明天的朝阳

——访搜狐公司总裁张朝阳 277

吴士宏：第二个理想

——访 TCL 信息产业集团总经理吴士宏 293

杨伟强：奔 4 先锋	
——访 TCL 电脑科技有限公司总经理杨伟强	313
求伯君：中国第一程序员喜欢新挑战	
——访金山公司总裁求伯君	331
李宁：王子触网记	
——访李宁体育用品有限公司董事长李宁	347
杨澜：内容为主	
——访阳光文化网络电视有限公司主席杨澜	357
奥利拉：移动之王	
——访诺基亚公司董事长兼总裁约玛·奥利拉	367
刘小明：化暂时优势为长久优势	
——访伊莱克斯(中国)公司总经理刘小明	379
郑李锦芬：郑李锦芬，100%的女人	
——访安利亚太区执行副总裁兼安利(中国) 董事长郑李锦芬	397
王建民：通用电气为什么永远不落伍	
——访通用电气(中国)有限公司董事长 兼首席执行官王建民	411
卢庸乐：掌握数码时代的机遇 扎根中国放眼世界	
——访 LG 电子中国有限公司卢庸乐社长	425