

TOP-2005

北京影响

BEIJING INFLUENCE



中國文獻出版社

北京影响力

寻找·发现

谁在影响我们的生活



图书在版编目 (CIP) 数据

北京影响力·2005 / 刘爱勤, 艾力主编.

北京: 中国文联出版社, 2006.4

ISBN 7-5059-4760-5

I. 北… II. ①刘… ②艾… III. ①工业企业—简介—北京市

②名人—简介—北京市 IV. ①F279.271 ②K820.81

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 026889 号

书 名	北京影响力·2005
策划单位	北京影响力评选办公室
统筹总监	王春元
主 编	刘爱勤 艾 力
采 编	郭婷 赵娜 王艺龙 陈政 张薇 仲达文 毕铭 赵曼 赵武 侯江涛 王超 梁少君
出 版	中国文联出版社
发 行	中国文联出版社 发行部 (010-65389152)
地 址	北京农展馆南里 10 号(100026)
经 销	全国新华书店
责任编辑	樊东屏
责任校对	李 颖 张 燕
责任印制	李寒江 樊东屏
印 刷	北京鑫益晖印刷有限公司
开 本	889×1194 1/16
印 张	12
插 页	4 页
版 次	2006 年 4 月第 1 版第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5059-4760-5/I·3730
定 价	99.00 元

您若想详细了解我社的出版物

请登陆我们出版社的网站<http://www.cflacp.com>

序·



北京电视台财经节目中心主任

举办“北京影响力”活动并参与其间，感受到一种呼啸而过的速度，一种激情迸发的张力，一种铁石浇注的重量。这是与时代非常契合的力量，犹如一个燃料充足、马力强劲的火车头，牵引着首都经济这个巨型列车轰鸣着驶向现代化建设的新征程。

我们这个奋进的社会需要这样的火车头。

我们这座伟大的城市需要这样的牵引力。

“北京影响力”已经举办两届，在经济界、企业界影响渐大。坦率地说，本届入选的十位人物、十个企业和十大品牌远不能完全展现首都经济发展的辉煌和壮丽，只能说是冰山一角。未入选的，但堪称精英和精华的著名企业家、企业和品牌，还可以推出一个庞大的方阵。然而仅仅是管窥，已令我们感慨不已：江山如此多娇，引无数精英竞英豪。

“北京影响力”凝结着一个成果，是这本颇有分量的书册。本书聚焦的人物、企业和品牌，从一个侧面展示了2005年首都经济社会发展最具魅力和影响力的部分。

这里，且作一点浅显的导读。

企业家是灵魂。入选的十位企业家多是在业内有较高知名度和认可度的人物。业内同仁认同这样一个观点：人，是生产力中最活跃的要素；人才，是企业发展的最宝贵的资源。这种要素和这种资源最终要靠企业家的思想力来体现。杰出的企业必有杰出的企业家，杰出的企业家必能打造出杰出的企业。十位企业家创造的是一番事业，但更重要的是，正是他们赋予了这番事业富有生命力的灵魂。他们的宽阔视野、敏锐嗅觉、坚强毅力、创新激情、务实作风，这一切都转化为企业和事业的生机活力。本书不仅介绍了这些人物，也请他们真情独白，妙语连珠，机锋警锐，对于人们做人做事启示良多。

企业是舞台。入选的企业类型不同，有的是新兴产业，有的是传统产业。对于一个国家来说，其经济发达总是和企业发展联系在一起的。没有具有巨大影响力乃至全球影响力的企业，国虽大不可以言强。对于一个企业家来说，其雄心和志向也总是和企业的创建、发展和壮大联系在一起的。优质企业是国之瑰宝，成功企业是企业家策马驰骋的舞台。从这个意义上说，建设国家、成就事业，企业乃是坚实的载体。本书对企业的介绍，力图述其要义，择其秘诀，当会对我们推进企业改革提供可资借鉴的范例。

品牌是资源。品牌意识的觉醒，是走向市场经济的重要一步；品牌的创造，是自觉参与全球经济竞争的重要标志。人们比以往任何时候都更清醒地认识到，我们并不缺乏制造能力，缺少的是品牌；我们并不缺乏开拓市场的勇气，缺少的是自主品牌。没有品牌，在国内外市场上我们只能站在市场的边缘，而不能拥有真正的尊严和实力。此次“北京影响力”活动，首次把品牌作为重点项目参评，意在唤起人们的品牌意识。不仅让更多的人知道，首都拥有一批万金不换的传统品牌，我们的企业和企业家们也在通过艰辛努力保护老品牌，弘扬老品牌，创造新品牌。品牌应该也必将成为推动经济成长的一个重要组成部分。

第二届“北京影响力”活动还设立了一个特别奖项：“北京影响力传媒大奖”。这是由首都12家主流媒体老总一致推荐的，这是一个探索，也是一个态度。它预示着传媒业作为另一种力量在首都经济发展中扮演着更积极的角色。在这样一个资讯发达的时代，人们愈加清楚地看到，传媒与企业家的成长，企业的发展和品牌的推介，具有十分重要的作用。

今年是“十一五”规划的开局之年，围绕首都率先实现现代化的目标，用科学发展观统领经济社会发展全局，是一个重大的课题。可以说，举办“北京影响力”活动，就是为了更好地引导企业家和他们的企业实践科学发展，转变发展观念，理顺发展思路，凝聚发展力量，创新发展模式，破解发展难题，增创发展优势。愿更多的企业家成为贯彻落实科学发展观的实践者，愿更多的企业成为推动首都经济发展的火车头。

是为序。

从百姓身边说起的 北京影响力

——写在第二届“北京影响力”活动揭晓之际



北京市人民政府国有资产监督管理委员会
助理巡视员

周萌良

那是2004年秋的一个下午，北京电视台《财智人物》栏目制片人王春元如约来到当时位于礼士路头条3号的市国资委，说是要我推荐几位国企老总，办几期财经人物。“就报道老总？能不能变变题？”“要报道素材？那可得看相互需求”。他会意了：“那您愿意宣传什么？可是得有人物，得讲故事啊！”

我们职业地把问题扯到了共同关心的事情上来。刚刚成立不满一年的国资委，宣传工作在探索之中，但目标是明确的，就是要保证国有资产的保值增值。我满脑子想着树国企品牌，自然不会放过来访的每一位记者。“故事吗？那好说，就从百姓身边的事讲起，柴米油盐，水电气热，20多年北京变化太大了！你家买面还要拿面口袋吗？”我问，他笑着点了点头，我接着说：“你看能否通过媒体从百姓身边的变化说起，请百姓看看我们的古船面粉厂，还有今天北京的水网、电网、气网、热网等等。如果从这里再引出经济人物就和百姓近了，和改革开放近了，也和国企近了，这样报道人物国企的老总们可能会好接受些，因为国企的老总们是不大愿意宣传自己的”。王春元是位很有经验的记者，他静静的听着，问着，非常专心地听我讲述了刚刚组织完成的，在千龙网和首都建设报上，请百姓评选“我所知道的北京国企名店、名牌、名企、明星”活动。他不再坚持推荐老总的初衷，而是问我：“那我们也来设计个活动？我去联系媒体，就从这些影响百姓生活的经济事例和人物说起？来展示首都经济的影响力”“那好，你们搭个舞台，请我们国企和其他企业一起同台竞技，同台展示，同塑形象”。就这样一个创意，一个由此而形成的方案在迅速地酝酿着，转化着：北京电视台牵头，北京晚报、北京晨报……一个、两个，12家媒体的领导

们走到了一起。他们请来了统计局、商务局、国资委、工商联、工经联、首都企业家协会等政府部门和协会的干部，以及一批专家学者论证评说，更为可贵的是付诸两届的实践。当第二届评选揭晓晚会缓缓落幕的时候，我们看到：“北京影响力——影响百姓生活的十大企业、十大经济人物、十大品牌”，以媒体主办、群众参与、政府相关部门支持的模式，以“服务首都经济，树立北京品牌”的鲜明主题，活跃在北京的经济生活和百姓生活中。您可以从身边信手捏来，您会在点滴感受的集合中领悟。

北京，作为新中国确立的首都，在半个多世纪以来主要以其政治文化中心地位而著称，是改革开放赋予了这座有着3000多年历史的古城澎湃的经济发展活力，不断增长的经济实力与原有的首都功能相得益彰，大大拓展了城市对内对外的影响力，重塑了北京的时代形象。

北京的确已经具备相当的经济实力。据中国国家统计局首次全国经济普查核定的数字：2004年，北京GDP为6060亿元人民币，约占全国GDP总量159878亿元的3.8%；人均DTP达到4970美元，在全国省市区中仅次于上海，排名第二，与中等收入国家5040美元的平均值仅差70美元。越来越多的优秀北京产品服务辐射国内国际两大消费市场，在满足社会需求的同时提升北京的影响力。

北京经济实力支撑要素如何？北京经济影响力的佼佼者怎样？“北京影响力”活动组织者追根溯源，用科学发展“以人为本”的真谛，揭示出成功经济活动的主体——优秀企业、优秀企业的灵魂人物与操盘手，让他们跟产业与消费者耳熟能详的杰出品牌站在一起，从幕后来到了媒体搭建的前台，接受民众即“上帝”的检阅，共同为首都经济的成就喝彩。

连续两届“北京影响力——影响百姓生活的十大企业、十大人物、十大品牌”评选活动，从候选名单、入围代表到最终获奖成员；从评比标准、活动规则到百姓和专家的参与度无不展示着首都经济现代化、国际化、科学化的胸怀，以及与市场、与消费者的血脉关联。由近200万市民、12家媒体、与政府支持合力推出的优秀企业、经济人物、知名品牌，覆盖国有、民营、外资等多元经济成份，反映传统与现代不同产业领域，以及产品与服务多个经济活动空间，体现着首都经济正在逐步走上全面、协调、可持续发展的轨迹，每一个被百姓认为影响生活的企业、人物和产品品牌，都代表着一系列艰苦奋斗、锐意进取的发展故事，正是这层出不穷、激动人心的发展故事为企业、产业、城市带来了辉煌与光荣。曾经帮助英国布莱尔政府重塑伦敦城市品牌和英国国家形象的飞利浦·多德先生曾经这样评述品牌：“品牌就是对外部、对世界讲述一个激动人心的关于自己发展的故事”，“一个当地居民相信，并且和该产品生活在一起的故事”，“一个有助于人们改变对一个城市旧有的观点和看法，从而吸引这些潜在的投资者、访客者和专业人士考虑来这里工作和生活的故事”。

“北京影响力”活动为我们讲述了一批又一批反映首都经济发展的故事，激励着更多志士人仁与新兴企业创造更多更为激动人心的业绩；“北京品牌”、“北京影响力”将与首都经济实力的跨越如影随形，城市日益高质量的生活和美好的形象，也将在首都经济实力和北京影响力发展的步伐中变成一个个值得期待的现实。

组委会顾问

ZUWEIHUI GUWENG



龙新民

国家新闻出版总署署长 原北京市委副书记



孙安民

全国工商联副主席 北京市副市长



朱相远

全国人大常委 北京市政协副主席



徐心华

中华全国新闻工作者协会 党组书记



熊大新

北京市人民政府国有资产监督管理委员会 主任

组委会主任

ZUWEIHUI ZHUREN



张凤朝
北京市人民政府国有资产
监督管理委员会党委书记



赵东鸣
北京广播电视局局长



张晓爱
北京电视台台长

顾问:

龙新民 国家新闻出版总署署长 原北京市委副书记
孙安民 全国工商联副主席 北京市副市长
朱相远 全国人大常委 北京市政协副主席
徐心华 中华全国新闻工作者协会党组书记
蒋效愚 北京奥组委执行副主席
熊大新 北京市人民政府国有资产监督管理委员会主任
马朝军 北京市人大常委 北京北广传媒集团总裁

主任:

张凤朝 北京市人民政府国有资产监督管理委员会党委书记
赵东鸣 北京广播电视局局长
张晓爱 北京电视台台长

副主任:

张俊明 北京市人民政府国有资产监督管理委员会副主任
刘爱勤 北京电视台总编辑
陆莹 北京人民广播电台总编辑
张明非 北京晚报副总编辑
田科武 北京青年报常务副总编辑
刘顺发 北京娱乐信报社总编辑
丁亚韬 北京晨报总编辑
杨斌 新京报总编辑
陈克学 北京广播电视报社社长
郭坦 竞报社长
邱成军 北京现代商报社长
陈平 阳光卫视董事长
陈彤 新浪网总编辑

秘书长:

周荫良 北京市人民政府国有资产监督管理委员会 助理巡视员
常务副秘书长:

艾力 北京电视台财经中心主任

副秘书长:

周咏 岳民 李珍

办公室主任:

王春元

办公室副主任:

荣东岳 苗启宸

2005 第二届北京影响力评委阵容

2005 DIERJIE BEIJING INFLUENCE PINGWEHUI ZHENRONG



周荫良 北京市人民政府国有资产监督管理委员会
助理巡视员

于秀琴 北京市统计局新闻发言人

阎立刚 北京市商务局副局长

周卫民 北京市投资促进局副局长

卢晓华 北京市工商联秘书长

刘爱勤 北京电视台总编辑

陈晓海 北京人民广播电台副总编辑

张明非 北京晚报副总编辑

田科武 北京青年报常务副总编辑

刘顺发 北京娱乐信报总编辑

张冬萍 北京晨报副总编辑

李多钰 新京报副总编辑

张彪 北京广播电视报副总编辑

卢明 竞报副总编辑

江丽 北京现代商报副总编辑

陈平 阳光卫视总裁

陈彤 新浪网总编辑

钮文新 财经时报执行总编辑

丁俊杰 中国传媒大学副校长

张燕生 国家发展和改革委员会对外经济研究所所长

张明 北京奥组委大型文化活动部副部长

钟伟 北京师范大学金融研究中心主任

赵晓 北京大学中国经济研究中心博士后研究员

刘纪鹏 首都经济贸易大学教授

端木玉林 北京工业经济联合会 常务副会长

沈德洲 北京企业联合会 北京企业家协会 常务副会长

董玉麟 首都企业家俱乐部常务副主任

艾力 北京电视台财经节目中心主任

岳民 北京电视台财经节目中心副主任

荣东岳 北京晚报都市新闻部主任

王春元 北京影响力评选办公室主任

活动盛况

HUODONG SHENGKUANG







北京电视台台长 张晓爱
为北京影响力传媒大奖开奖



北京娱乐信报总编辑 刘顺发
为北京影响力十大人物开奖



北京人民广播电台总编辑 陆 莹
为北京影响力十大人物开奖



全国人大常委
北京市政协副主席 朱相远
为北京影响力十大品牌颁奖



新京报总编辑 杨 斌
为北京影响力十大人物开奖



竞报副总编辑 卢 明
为北京影响力十大人物开奖



中华全国新闻工作者协会
党组书记 徐心华



北京广播电视报社社长 陈克学
为北京影响力十大人物开奖



中共北京市委宣传部副部长 宋贵伦
为十大企业颁奖



北京广播电视局局长
北京影响力评选活动组委会主任 赵东鸣
为北京影响力十大品牌开奖



北京晚报副总编辑 张明非
为北京影响力十大人物开奖



北京市人民政府国有资产监督管理委员会党委书记
北京影响力评选活动组委会主任 张凤朝
为北京影响力十大企业开奖



北京青年报常务副总编辑 田科武
为北京影响力十大人物开奖



北京晨报副总编辑 张冬萍
为北京影响力十大人物开奖



北京现代商报副总编辑 江 丽
为北京影响力十大人物开奖



阳光卫视总裁 陈 平
为北京影响力十大人物开奖

目录 CONTENTS

TOP:2005

北京影响力

BEIJING INFLUENCE

1

影响·北京

- 3..... 透过数字看北京
- 7..... 北京影响力应表现在产学研结合的创新型产业发展方面
- 9..... 脚踏大地找出路
- 11..... 继往开来 再铸辉煌
- 13..... 提升强化北京晚报影响力的实践与思考
- 15..... 成为长青传媒需要做些什么?
- 17..... 经济适用房和“私家车”
- 19..... 互联网改变北京经济结构
- 21..... 博客时代的图片报

23

十大人物

- | | | |
|---------|-----|----------------|
| 25..... | 黄光裕 | 演绎电器零售业神话 |
| 29..... | 韩景泉 | 打造京城商业航母 |
| 33..... | 韩小红 | 用健康体检护卫北京人的平安 |
| 37..... | 刘晓光 | 打造新型国企 创新在每一天 |
| 41..... | 李彦宏 | 用搜索引擎缔造财富传奇 |
| 45..... | 徐和谊 | 铁血丹心铸就首都汽车产业辉煌 |
| 51..... | 杨元庆 | 打造国际化巨人企业 |
| 55..... | 朱继民 | 再创首钢灿烂明天 |
| 59..... | 张 彤 | 汽修界的果敢英才 |
| 63..... | 张朝阳 | 牵手奥运 网络再弄潮 |

十大企业

- | | | |
|----------|--------|-------------|
| 69..... | 北大方正 | 世界在变 创新不变 |
| 73..... | 北京饭店 | 谱写新世纪的乐章 |
| 77..... | 北汽福田 | 福田汽车的“十五”之路 |
| 81..... | 金隅集团 | 以文强企 成就辉煌 |
| 85..... | L G 电子 | 立志做真正的中国企业 |
| 89..... | 物美集团 | 首都现代商业主力军 |
| 93..... | 北京燃气 | 五年腾飞创辉煌 |
| 97..... | 首钢总公司 | 求真务实 开拓创新 |
| 101..... | 燕山石化 | 大企业要为国家做大贡献 |
| 105..... | 三元集团 | 高品质让生活更美好 |

十大品牌

- | | | |
|----------|------|---------------|
| 111..... | 北京现代 | 北京流动的风景线 |
| 115..... | 菜百首饰 | 以特色品牌战略促企业发展 |
| 119..... | 城外诚 | 诚信永恒 |
| 123..... | 北京红星 | “红星”照耀二锅头 |
| 127..... | 联想 | 全球科技领袖 |
| 131..... | 鹏程食品 | 信赖源于品质 品质源于鹏程 |
| 135..... | 全聚德 | 屹立世界的民族饮食品牌 |
| 139..... | 天鸿 | 圆百姓的安居梦 |
| 143..... | 同仁堂 | 传承文化的北京符号 |
| 147..... | 燕京啤酒 | 百姓信赖的品牌 |

李建国 搅动京城地产的黑马

“北京影响力”是这样制造出来的

后 记

英雄榜





北京 850 年的恢弘历史影响着每个生活在此创业在此的人们，
正是这些人们书写着北京的新历史，
缔造着北京的新影响。



透过微字看 2005 年

北京影响网 www.bjinfluence.com