

杰王怪史 商界玉柱

从中国首负到巨人资本家的秘籍

魏 昕◎著



最独特的创业

最怪异的营销

最资深的坏人

最富有的屌丝

从最年轻的富豪沦为“中国首负”，从隐姓埋名到纽交所高调演绎规模最大的中国民企，直至万众齐呼“中国股神”……

20几年打造出“保健品+网络+投资”三驾马车，却甘愿在营销心得间笑谈“中国最差广告”之名……

即使享受着“营销大师”的美誉，开创了中国网游新模式，却在最恶俗的质疑声中无奈自嘲“我是一个资深坏人”……

本已高居全球富豪名榜，却抢先隐退，甘愿以“屌丝”自称，并沾沾自喜，为了“替百万粉丝每人捐一元”的承诺而辛勤工作……

中国商业出版社

商界怪杰史玉柱

从中国首负到巨人资本家的秘籍

魏 昕◎著

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商界怪杰史玉柱 / 魏昕著. —北京: 中国商业出版社,
2014. 12

ISBN 978-7-5044--8701-8

I. ①商… II. ①魏… III. ①史玉柱一生平事迹②企
业管理—经验—中国 IV. ①K825.38 ②F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 188299 号

责任编辑: 王彦

中国商业出版社出版发行

010-63033100 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

三河市兴达印务有限公司印刷

* * * * *

710 毫米 × 1000 毫米 1/16 开 18 印张 202 千字

2014 年 12 月第 1 版 2014 年 12 月第 1 次印刷

定价: 39.80 元

* * * * *

(如有印装质量问题可更换)



有这样一个“怪人”

提到史玉柱，可能有的人还不太熟悉，但是一提到“脑白金”“黄金搭档”那铺天盖地般的广告轰炸，恐怕国人就无人不知、无人不晓了。这两款产品，正是史玉柱的得意之作。

史玉柱对“怪人”这个称呼很是受用。在他看来，好人做了一件坏事会被大家骂，坏人做好事如果被知道，反而会被夸奖，这样也挺好。就是这样一个怪人，愣是在当下中国谱写出了一个商界传奇。

这个怪人原本有着安稳的生活，却放弃铁饭碗，放弃美好的前途，在所有人的不理解与不支持中，高喊“如果下海失败，我就跳海”，一头扎入商海，义无反顾。

这个怪人原本囊中羞涩，却凭借敢于豪赌的天性赊电脑，赊广告，愣是用十几天的漫长等待，赚得了人生的第一桶金。

这个怪人创立了巨人集团，一路扶摇直上，叱咤风云，立志成为“中国的IBM”，却因过于冒进而一败涂地，伤痕累累。于是曾经的年轻富豪，一夜之间成为负债超过2亿元的“中国首负”。而面对如此压死人的落差，他也没有倒下，还时刻谨记：“老百姓的钱，一定要还！”

这个怪人，用一对可爱的卡通版老头老太太对人们进行广告轰炸，令人厌烦。可他的广告产品，却在中国大江南北赢得叫好声一片。

这个怪人，他对工作倾注了全部的精力，却对自己的妻子缺乏关爱并导致婚姻失败。然而还是这个怪人，却能对员工给予无微不至的关照，让

员工体会到家的温暖。

这个怪人，在事业得意时不务正业地痴迷于玩和开发网游，但他却后来者居上，开创了中国网游产业“坚持做成年人市场，不做未成年人游戏元素，未成年人不得注册”这一颠覆之举。

这个怪人，一度被人们称为“黑心资本家”，被人指为操纵股票。然而还是这个怪人，却坚守着民营企业中的银行股票。

这个怪人，总是以“屌丝”自居，经常在微博上嬉笑怒骂、玩世不恭。然而还是这个怪人，却频繁地自掏腰包，行善举于中国各地。

这个怪人，明明位居全球富豪榜前列，掌控着庞大的商业王国，却总是一身轻便打扮，激流勇退，甘于“屌丝”生活。

.....

如今，无论是对他的赞叹，还是对他的非议，都注定了他已是公众关注的一大热点，是当下中国人学习追随的一面旗帜。

有人说，成功者都是一样的，而失败者则各有不同。

从中国“最著名的失败者”悄然蜕变成当下中国商界的一面旗帜，史玉柱不仅演绎了人生的悲欢，更写就了世间的精彩。这份精彩不仅仅是他个人的一笔财富，更是当下中国社会的一笔财富。就像“巨人大厦”倒掉无人问津，而“脑白金”、“黄金搭档”广告虽然“粗俗”却带来了惊人财富一样，怪人史玉柱的沉浮历程固然凶险却也动人无限，必然会在时间的检验中留下丰富的营养，供时下的人们各取所需。

本书不仅还原了怪人的沉浮人生，回望了他缔造商业传奇的惊心动魄的历程，也细细归纳并品味了史玉柱内心的酸甜苦辣，同时期待着与每一位用心的读者分享！

目 录

CONTENTS

第1辑 挡不住的90年代

20世纪的80、90年代，中国社会处处孕育着改革的力量，一股无法阻挡的经济大潮诱惑着无数的赶潮人。1989年7月，一位长得瘦高文弱、初到深圳的青年，作出了一生中第一个豪赌决定——用仅仅4000元的全部家当登一个8400元的广告。在他的设想中，“如果广告没有效果，我最多只付得出一半的广告费，然后只好逃之夭夭……”

1. 痴迷“小人书”竟留级 \ 002
2. 幼年旅行眼界渐阔 \ 003
3. 人小胆大，好搞研究 \ 005
4. 中学突变，成绩怪好 \ 006
5. 大学怪人的怪爱好 \ 008
6. 怪人打了一次怪赌 \ 009
7. 怪才小露尖尖角 \ 010
8. 深圳放飞创业梦想 \ 012

第2辑 东方的“IBM”之梦

1990年1月，他一头扎进深圳大学的两间学生公寓里。当他昏天黑地地走出那间脏乱的学生公寓的时候，他发现家里的所有家具都已不翼而飞，数月未见的妻子也不知去向。而他却有了一个名字颇为响亮的新技术公司——“巨人”，并高调宣布：巨人要成为中国的IBM……

1. 弃铁饭碗，怪才“下海” \ 016
2. 怪招：空手套白狼 \ 017
3. 怪才终得首桶金 \ 020

4. 便捷汉卡多路争雄 \ 022
5. 怪人隐居，闭关修炼 \ 025
6. 研发有果，情感失落 \ 027
7. 巨人公司横空出世 \ 030
8. 怪才的“IBM”之梦 \ 031

第3辑 光环下的陷阱

从1992年开始，“巨人”已赫然成为中国电脑行业的“领头羊”，史玉柱也被冠以“中国十大改革风云人物”的头衔。这一年，权威媒体对北京、上海、广州等十大城市的万名青年进行了问卷调查，其中“你最崇拜的青年人物”的调查结果再次令人称奇：比尔·盖茨位列第一，史玉柱则名列第二……

1. 巨人的转移——珠海 \ 036
2. 荣誉——怪才的双刃剑 \ 038
3. 年轻的“大家庭” \ 041
4. 怪才：做东方的巨人 \ 043
5. 巨人“精神领袖”计划 \ 047
6. 放权改革与用人排外 \ 050
7. 毛泽东军事思想的力量 \ 052
8. 巨人光环下的陷阱 \ 054

第4辑 老巨人走入末路

挟着巨人集团的赫赫名声及强有力的推销攻势，巨人大厦的楼花在香港卖得十分火，很快就圈进了1.2亿元。大尝甜头之后，具有商人特质的他便走上了一条多线开战、俱荣俱损的大冒进之路，直至庞大巨人军团的轰然倒塌。若干年后，他如此总结：“一个运动员如果接受超出极限的训练，必然伤痕累累……”

1. 怪才的三级火箭理论 \ 060
2. 落败的“二大战役” \ 063
3. 怪才巧遇“脑黄金” \ 065
4. 收礼只收“脑黄金” \ 067
5. 怪才的广告秘诀 \ 069
6. 诱人的海市蜃楼 \ 073
7. “桑田”变成了“沧海” \ 077

第5辑 巨人大厦的悲歌

1997年1月18日，正在主持巨人集团大会的史玉柱被一条新闻彻底击垮——“‘巨人’史玉柱身陷重围”。20分钟后，史玉柱在一个本子上重重写下“天亡我也”四个字。当史玉柱带着遗憾离开珠海的时候，他穷得甚至连买汽油的钱都没有了，成为名副其实的“中国首负”。很快，史玉柱便成为人们茶余饭后的一大谈资，外界的评价也由原来的“光辉形象”直转为“失败者代表”，巨人总部大楼更是从曾经的灯火辉煌瞬间变得冷冷清清……

1. “被长高”的巨人大厦 \ 082
2. 脆弱的巨人供氧体系 \ 084
3. 土地窟窿与资金窟窿 \ 086
4. 怪才的宣传策划书 \ 089
5. 困局中的巨人叹息 \ 091
6. 舆论——巨人破产了 \ 093
7. 怪才悲歌：“天亡我也” \ 096
8. 巨人大厦的倒掉 \ 098
9. “那是我一生的痛！” \ 102

第6辑 奇妙的“脑白金”

惨败之后，他耐得住寂寞，隐身只待东山再起。经过无数次亲自带队调查，他利用朋友施借的50万元打响了东山再起的第一炮。在正确的营销策略和强有力的统筹保障之下，他一个县接着一个县、一个市连着一个市、一个省跨过一个省地掀起席卷之势。虽然有人指责他的广告太垃圾，但是“收礼只收脑白金”依然传遍了大江南北，“脑白金”这个炮弹更是赢得了寻常百姓之心……

1. 高原雪山上求反思 \ 106
2. “脑白金”是个跷跷板 \ 108
3. 眼里不能只看着塔尖 \ 110
4. 从广告轰炸到软性营销 \ 113
5. “脑白金”脉冲式圈地 \ 119
6. 神奇的“脑白金”营销 \ 121
7. 怪才的“最恶俗广告” \ 124

第7辑 静悄悄的资本系

2011年，《英才》杂志社记者曾询问史玉柱：“你怎么给自己定位？”他的回答是：“我在努力成为资本家。”其实，早在潜心谋划“脑白金”的时候，他就同时在默默地构建着自己的资本版图。然而直到2001年，他本人才以自己注册的“巨人投资”从幕后走到了台前，而与之有着千丝万缕关系的一批公司也相继现身。于是，这一年也成了他毕生难忘的一年……

1. “健特”延续巨人之梦 \ 130
2. 悄悄收购与借力空壳 \ 132
3. 神秘布局的资本大戏 \ 135
4. 商海怪客又重现江湖 \ 138
5. 整个世界都为你让路 \ 142
6. 现在正是还钱的时候 \ 144

7. 背着污点会站不起来 \ 146
8. 同甘共苦的巨人“死党” \ 149
9. 怪才的“十三种死法” \ 154

第8辑 新巨人横空出世

多元化经营曾让众多企业家感到了切肤之痛，幸存下来的很少，而再次轰轰烈烈成功的则更少。在最困难的时候，他登西藏高原思过，进寺庙淋浴佛家思想的慰藉。面对高负债下为何不破产的疑问，他用“破产会失去信誉，以后无法再混江湖”表露自己。正是听过此话，他的无数粉丝曾振臂高呼——“威武”，并再次推着他走向了新生……

1. 一个著名的失败者 \ 160
2. 在那些摔倒的日子 \ 162
3. 巨人投资上海新生 \ 165
4. 保健品——巨人的根本 \ 169
5. 新巨人的资本游戏 \ 174
6. “史上最贵微博”事件 \ 179
7. 一个“投资家”的锐变 \ 183

第9辑 从脑白金到黄金搭档

一个时刻在为未来做着准备的人，是不可能安于当下的，即便这个当下繁花似锦。2001年下半年，当脑白金让他还清了巨额历史欠债，大众媒体还在为其功效争论不休之时，他得意的新产品『黄金搭档』已经悄悄地在多个城市试销，并在半年之后在中国市场上演绎了另一场『脑白金』式的营销风暴……

1. 重生的怪人再折腾 \ 186
2. 不神秘的“黄金搭档” \ 188

3. 怪人营销，广告先行 \ 190
4. 似曾相识的广告阵痛 \ 194
5. 由点改面，一路波折 \ 198
6. 消费者是唯一的老师 \ 201
7. 脑白金的资本游戏 \ 206
8. 浓墨重彩的两巨人 \ 208

第10辑 闲人的牛奶和蜂蜜

他回忆着说，在脑白金走上正轨以后，不能要求所有的干部都跟自己遵守一样的作息时间，所以从12点到天亮这段时间基本是没事干，于是他开始打网游。渐渐地，他玩出了门道，并以一个天才商人的嗅觉意识到：“这里流淌着牛奶和蜂蜜！”

于是，短短五年之后，他开创的又一片新兴天地不仅颠覆了整个行业，更让牛奶和蜂蜜演变成了无数人的巨额财富……

1. 流淌的牛奶和蜂蜜 \ 214
2. 征途网络秘密行动 \ 216
3. 打造2D游戏关门之作 \ 220
4. 免费招牌，妙招连出 \ 223
5. “征途模式”颠覆行业 \ 226
6. 吃透玩家，人财齐聚 \ 230
7. 颠覆者背后的争议 \ 234
8. 离职四通，专注网游 \ 238
9. 巨人网络，群体造富 \ 240

第11辑 怪人的“屌丝”生活

终于，在成为中国保健品行业成功代言人和中国资本市场上一大玩家之后，他无奈之中却颇为欣慰地感叹：“我有点闲。保健品业务抽身已8年，一年参加一次年度会；网游业务，我唯一的工作是测试游戏，人事、财务、管理等早已交给刘伟总裁负责，他们做得比我好；投资业务，主投银行，投完后更没事做了。”

2012年9月9日，他更是在微博上发了一张自己手握高尔夫球杆的照片，并配上文字：“柳传志和马云要PK高尔夫。我要学习握杆，苦练基本动作，去当第三者插足！”引得众多网友大呼“基情四射”。于是，曾经呼风唤雨的巨人大佬，终于开始了自己所说的“屌丝”生活……

1. 由《征途》演绎《巨人》\ 246
2. 天使——赢在巨人计划\ 249
3. 免费网游的新时代\ 252
4. 三年若即若离\ 255
5. 大佬的《仙侠世界》\ 259
6. 被卖的“怪人”爽歪歪\ 262
7. “闲人”炼成“屌丝”生活\ 266
8. “怪人”与马云\ 270

后记 怪人并不坏\ 273



第一辑

挡不住的90年代

20世纪的80、90年代，中国社会处处孕育着改革的力量，一股无法阻挡的经济大潮诱惑着无数的赶潮人。1989年7月，一位长得瘦高文弱、初到深圳的青年，作出了一生中第一个豪赌决定——用仅仅4000元的全部家当登一个8400元的广告。在他的设想中，『如果广告没有效果，我最多只付得出一半的广告费，然后只好逃之夭夭……』

1. 痴迷“小人书”竟留级

1962年，是浩瀚的宇宙中短暂的一瞬。

1962年，世界正处在冷战格局，美苏两个大国发生了最激烈的对抗。

1962年，我国还没走出“三年困难时期”的阴霾，全国人们在饥荒中度过。

1962年，“第二个五年计划”期间，安徽省经济建设严重受挫。

1962年，怀远县正在全民种瓜种菜以抵抗自然灾害。

1962年，安徽省怀远县城关镇，“怪人”史玉柱出生。

1962年，是农历壬寅年，也就是虎年。网上说这一年出生的人属于“过林之虎”，是金箔金命。通常他们初时做事难成，会经历一番波折，但是有倒下后东山再起的勇气，并能经营安排，到中年会逐步转好，晚年财帛足用。可能大家都会对这种有点迷信的说法不以为然，但是出生于这一年的史玉柱，他的命运恰巧与这一说法有着颇多相似之处。

史玉柱出生在安徽省北部怀远县的一个非常普通的家庭，父亲是怀远县公安局的一名警察，母亲是工厂的一名普通工人。当警察的父亲对史玉柱的家教极严，“即使别人打你，也不许还手”、“为人一生，要做好事，以后会流芳百世；倘若做坏事，就会像秦桧似的留下千载骂名”，这些话都深深地刻在史玉柱的心上，不仅对史玉柱的性格形成有所影响，更对他后来的创业经商有着非常大的启示作用。

童年的史玉柱很多时间都是在学校里度过的。当时他就读的小学叫永平小学。在成杰的《史玉柱传奇》中记载了这样一件事：“史玉柱上小学的时候，每天放学回家坚持先做完作业再吃晚饭。如果作业没做完，父母怎么劝都没用，他是不会中途停下，吃完饭后再继续做的。因此史玉柱从来没有未完成课

后家庭作业的时候。”可见小时候的史玉柱就表现出了执着的个性，他自小养成的坚持、有耐心的性格，对他的一生产生了影响。

民间有语云：“三岁看大，七岁看老”。但童年时代的史玉柱，与其他同龄的孩子看起来也没什么两样，他贪玩、好奇心强、爱看小人书、成绩中等、性格内向、默默无闻，并没有什么特别大的闪光点。在幼小的他身上，人们没有看到一丝企业家的潜质、“未来企业家”的端倪。童年的他对于所有新奇事物都表现出了极大的兴趣。尤其对于小人书中所讲的故事，史玉柱可以说是百看不厌，甚至已经痴迷到了废寝忘食的地步，常常晚上打着手电筒在被窝里偷偷看小人书。家人原本并不是特别在意，毕竟是孩子嘛，对这些有图有文、通俗易懂的小人书可能都没什么免疫力。但是当史玉柱因对小人书的痴迷导致成绩下降并最终留级的时候，一向和蔼的母亲震怒了，将“罪魁祸首”——史玉柱最心爱的一箱小人书付之一炬。

眼见心爱的东西就这样没有了，对任何孩子而言都可能是一种创伤。不过这也引起了他对自己行为的反思，有了这一次教训，他在学习上变得上心了。随着时间推移和年龄增长，这些创伤往往会不治而愈。所以，史玉柱母亲的做法是否值得提倡我们暂且不论，但这至少说明史玉柱并不是在父母的溺爱中长大的，而较为严格的家教对于他个人性格的形成无疑是极为重要的。

虽然小人书被烧掉了，但史玉柱在怀念小人书为他带来快乐时光中，也回味了很多他从中了解的历史典故、文化知识等，这也在潜意识里对他有一定程度的影响。

2. 幼年旅行眼界渐阔

虽然那些小人书最终化为灰烬，但通过它们史玉柱了解到了一些中国的历史故事、名人故事等等，那些图文并茂的描述，让他领略了我国悠久的历史文

化以及英雄人物的辉煌事迹，特别是出现在《三国演义》中的逍遥津古战场，因为就在离怀远县不远的合肥，更在无形中让他感到十分骄傲和自豪。

三国时期，曹操兴师西征汉中张鲁，合肥兵力空虚，于是东吴孙权亲率十万精兵，企图趁机攻占合肥，进而打开向北通向中原的通道。面对敌方实力远胜于己的情况，当时的合肥守将张辽临危不惧，毅然率领魏国将士出击迎敌。在他英勇退敌精神的感染下，将士们众志成城，最终大败孙权的十万精兵，这就是非常著名的“张辽威震逍遥津”的故事，也是我国历史上以少胜多的有名战役之一。除此之外，合肥吸引史玉柱的地方还在于那里是一代名臣“包青天”包拯的故乡，这让他倍感自豪的同时也萌生了去合肥实地见识见识的念头。

终于，机会来了。当史玉柱得知父亲要去合肥出差时，他便央求父亲一定要带他一起去。终于，在他保证路上绝不淘气的前提下，父亲答应了他的请求。于是，年幼的他开始憧憬并期待着这次合肥之旅。

父亲带着史玉柱来到逍遥津公园，这个当年战事发生的地方，现在却别有一番景象：树木郁郁葱葱，鲜花怒放争艳，湖泊波光粼粼。遥想当年万马奔腾、喊声阵阵的壮观景象，不得不令人感慨。看到七米多高的红色高坛，父亲告诉他，这被当地人称为“曹操点将台”的地方，实际上是张辽与部下教习强弩的地方。教弩台东面有一座名为“飞骑桥”的小桥，正是当年孙权兵败脱险之处。身处逍遥津古战场，小人书里的画面仿佛从纸面上直接转到了这里，史玉柱仿佛看到了张辽当时练兵的情景和敌我双方气势恢宏又惊心动魄的战争场面。张辽的号令三军，孙权的志在必得，魏军的誓死捍卫，吴兵的兵败溃逃，一切都仿如发生在眼前般真实。父亲也不失时机地对他进行教导，让他知道并不是力量大就能够必胜无疑，也并不是力量薄弱就必败无疑，一切都在于人的作用，以及必胜的信念。

除了逍遥津，父亲还带史玉柱参观了三面环廊、四面临水、风景优美的包公祠。虽然早已从小人书中了解到包拯的一些故事，但当亲眼看到包拯的塑像时，史玉柱还是肃然起敬，为他的一身正气、铁面无私所深深折服。

这次合肥之行，对史玉柱的影响极大，出生于小县城的他，头一次开阔了眼界，每每回味起来，史玉柱总会有很大的感慨。正如成杰所著的《史玉柱传奇》一书中提到的一样：“这不是一次纯粹的游玩，在整个过程中父亲给我讲

了很多蕴涵哲理的故事，它们让我明白与其崇拜小说中的历史人物，还不如努力去让别人崇拜自己。”父亲从史玉柱最感兴趣的战场开始，又给他介绍其中所蕴含的道理，这些对史玉柱日后的“商海征战”都是很有启发意义的。

3. 人小胆大，好搞研究

除了“小人书”，风靡一时的科普读物《十万个为什么》也是那个时代的孩子们手中的“宝典”。书上面总是讲述一些大千世界充满奇思妙想的问题，这让对自然、科学充满好奇的孩子们极为着迷。非常重视孩子教育的父母，自然十分支持史玉柱读这样的书。之前的小人书让史玉柱熟悉了历史，《十万个为什么》同样启发了史玉柱的一系列奇思妙想。不过，与大多数人的不求甚解不一样，他不仅仅满足于书本上的描述，而是经常想着怎样把书上那些用文字描述的东西“捣鼓”出来。这也正是他与众不同之处的表现。

史玉柱曾经为了研究神奇的魔方，在课堂上躲到最后面一遍一遍地玩，直到弄明白它神奇的地方究竟在哪为止。史玉柱说：“人生就是‘魔方’，是色彩斑斓还是暗淡无光，全靠自己的一双手。”我们不妨问问自己，我们的“魔方”又是怎样的呢？

对于当时年幼的孩子们来说，可以发出声音的收音机绝对是一件非常神奇的物品。于是在上小学五年级的时候，史玉柱就把普通的金属线缠到一根高高的木头十字架上，再加上一些废旧收音机的零件，按照书上的方法，竟然成功组装了一部音量很大的“简易收音机”。

这一令人不敢相信的“成功”试验，给了史玉柱相当大的鼓励，于是他又敢想敢做、勇于实践、信心满满地开始制造炸药！按照书上“一硝二磺三木炭”的配方，经过反复的认真配比，史玉柱制作出了土炸药。而不满足于此的他，却还想试试自己制作出来的土炸药有多大威力。于是他把自制炸药悄悄地