

A BIZ DATE WITH THE WORLD

与全世界做生意

放眼寻路中国 | 转身遇见世界
记录那些被生意改变的生活和生命

《与全世界做生意》栏目组◎著



中国财经出版传媒集团
中国财政经济出版社



A BIZ DATE WITH THE WORLD | 与全世界做生意 |

《与全世界做生意》栏目组 著

图书在版编目(CIP)数据

与全世界做生意 / 《与全世界做生意》栏目组著. —北京:
中国财政经济出版社, 2017. 1

ISBN 978 - 7 - 5095 - 7153 - 8

I. ①与… II. ①与… III. ①跨国经营 - 研究 - 中国
IV. ①F276. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 297020 号

责任编辑: 潘 飞
责任校对: 徐艳丽

责任印制: 刘春年
版式设计: 丁丁图文

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

营销中心电话: 010 - 88190406 北京财经书店电话: 010 - 64033436

北京时捷印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

787 × 1092 毫米 16 开 18.75 印张 167 000 字

2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月北京第 1 次印刷

定价: 49.80 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 7153 - 8 / F · 5737 —

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

本社质量投诉电话: 010 - 88190744

反盗版举报电话: 88190492 88190446

序

我想为永不停歇的商业精神献上敬意

商人，商业化，在商言商，商人重利，无奸不商，反正和“商”这个字有关的词儿，在中文里都不怎么讨人喜欢。重农轻商了几千年，中国社会又一夜间变成似乎人人都在经商。从一个极端到另一个极端，商业的名声却没有变得更好，它似乎总是和铜臭味、拜金主义、唯利是图等连在一起。

我们常常埋怨商业让我们异化，其实我们也同样担心工业对人的异化、科技对人的异化。所以，问题是人，而不是商业本身。

在我看来，商业精神和这样一些事情有关：

规则、交流、合作、妥协、创新、共赢。

所以我们将那些沉淀下来的价值称为“商业文明”，是因为那的确是一种“文明”。

一时的利润可能让人疯狂，但真正的商

业精神，让人类必须更理性地共存于这个世界。

我想为每个鲜活的个体生命献上赞美

生意当中，最核心的要素是人。什么样的人能与全世界做生意？

自由的人。平等的人。独立的人。

自由意味着自主选择，意味着多样化、流动性。平等会为今天的落伍者保留明天改变命运的机会。独立会让中国人面对世界的时候，不卑不亢。

我们的故事主人公，都有自己鲜明的个性，他们就是他们自己，不是一个符号，不是一个概念，不再只是被“勤劳”“勇敢”“智慧”定义的群体。他们有自己的愿望和行动。挣钱过上好日子快乐是真实的，为此付出的代价也是真实的。

所以，我们选择了普通人的故事，切入

他们生活的一个侧面，去看生意如何释放了个体生命的能量，遇见世界又如何改变了个体生命的轨迹。

他们是一个，一个，一个，有名有姓、有故事的人。

我想留下精彩纷呈又五味杂陈的时代细节

“纪录片是一个民族的相册”，这句话被反复引用，让纪录片工作者对自己的工作充满责任感和自豪感。纪录频道开播时的宣传片里有过这么一句台词：“留住今天，留住明天的历史。”

问题来了。有一天，当后人想看看我们生存的这个时代，他们能看到什么？我们应该记录什么？

当我们去看一百年前的黑白影像时，让我们激动感叹的，永远是那些细节。那时候的人穿什么、吃什么，他们怎么生活。他们的一个笑容，一个回眸，这些有温度的画面远比一个历史的大全景更吸引我们。

所以，我喜欢导演们拍到的那些不断的奔跑，脸上的汗滴，饭桌上的争吵，精明的眼神，数钱的笑容，无处不在的励志标语，城市化进程中的新旧并存，还有那些没有修饰的语言，各种口音的英语，老外喊出的一句“老板娘”……所有带着时代的体温，甚至还带点粗糙的镜头。

做完《与全世界做生意》，我加深了这样的感悟：把生活交给纪录片，把观察交给纪录片，把纪实还给纪录片。

我想看看世界眼中的中国，中国眼中的世界

2006年，《大国崛起》播出。

2010年，《公司的力量》播出。

2015年，《与全世界做生意》播出。

从国家，到企业，到个人，有幸在十年间走过了宏观到微观的观察历程。以世界为坐标看中国，这几部片子在精神上是一脉相承的。秉持的是同一个理念。信仰的是同一种价值。

中国和世界的交流，从未间断。中国离不开世界，世界也离不开中国。这些简单的常识，我们用了很长时间才明了。或者说，我们还需要不断重复这些简单的常识。

三十多年来，中国社会最重要的关键词就是：改革，开放。这两个词，值得我们大写在民族的历史上。从某种意义上看，或许开放比改革更重要。

这两个词，在我们的这部纪录片中就是：放眼寻路中国，转身遇见世界。

上面所说的，是《与全世界做生意》的出发点。这些话在片子当中一句也没有。做纪录片的人都懂得：表达和到达中间，最

好的桥梁是故事。

所以，走到终点时，我想说，我们只是讲了一些正在发生的中国故事，你我都

这是一部什么样的纪录片？

“纪录片人最宝贵的是片子，一部片子属于你只有一次。一部片子应该这样结束，当你回首往事的时候，不会因为前期调研不充分而悔恨，不会因为采访拍摄不到位而遗憾，也不会因为后期制作不精良而羞耻。这样，在播出的时候，你就能够说：我的整个三年和全部精力，都已献给它。”

我写下上面这段话的时候，离《与全世界做生意》播出还有两周时间。大家都知道，这个时候大（dà）局（shì）已（yì）定（qù），剩下的就只有遗憾。

一开始，就给自己设下三个套

第一个：不要什么？

1. 不要发家史。
2. 不要致富经。
3. 不要高冷的经济学术语。
4. 不要那些有距离的故事。

第二个：要什么？

1. 要拍摄当下正在发生的事。

2. 要和世界有关系，更要和个人有关系。
3. 要在生活细节里表现生意。
4. 要看到人。

第三个：空间和时间。

1. 每个故事只有 10 分钟左右的展示空间。
2. 每个故事只有 10 天左右的拍摄时间。

所以，这部纪录片，有一个文科生的目标，和一个理科生的计划。这样一个外延极其宽泛的命题，不同的人可以做成不同的模样。我一直认为，限制，是个性的起点，使最终的呈现是“这部”片子，而不是“那部”片子。由此产生的，并非“遗憾”，而是节目先天就带着的胎记。

生活是万花筒，商业即众生相

坚持用“做生意”为题，证明我们也是另一类的标题党，一群不专业的人，希望能用不专业的角度和不专业的语言，讲一讲大家觉得很专业的经济话题。在很多人的意识里，政治、经济之类的词语，都是硬邦邦的、严肃端庄的，但其实它们离我们很近。

我们每个人每天都生活在各种生意里，与世界发生着主动或被动的关联。有时候我们是生产者，有时候我们是消费者。生意，是生存需要，是生活方式，是生命体验。

所以，这部纪录片，用 7 集篇幅，讲述了

7个主题：中国和世界，远和近，旧和新，快和慢，大和小，有形和无形，今天和未来。这是我们理解的，生意带给社会的影响和改变。

片中传达不到位的地方，确实是能力不及之处。大千世界，纷繁复杂，还有太多我们没有能够理解和领悟的事情。

故事，表达

这是在纪录片创作中最容易造成误解的两个词语，一再定义也还是存在各自理解上的偏差。有时候争吵半天，才发现大家可能说的不是一回事儿。

故事是表达的载体，表达是故事的灵魂。肉体和精神，孰轻孰重？

一开始先请导演们明确要表达什么，接下来问导演要故事、故事、故事，最后再问导演故事是否表达了什么。通俗点说：你说这个故事想干吗？遗憾的是，并不是每一个故事都能抵达目标。

有些看似有趣的细节，有意思的矛盾、冲突，最后被舍弃了。因为与主题表达无关的东西，越精彩，越丢分。

同样，有些很想传递的理念和价值，最后也被舍弃了。因为没有拍到可以承载的故事，不能让小孩穿大人衣服。

无论是从故事出发的表达，还是从表达出

发的故事，最终能入脑入心的，才是好的故事，好的表达。

播后7日

每集片子都看了几十遍。

那些打动我的地方，多是源于感同身受。比如工业化要求的规矩和执行力，比如年轻模特的勇气和奋斗，比如去远方的诗意，比如西服定制店老板的职业投入，比如手艺人的底线和生意人的变通，比如关于加班的辩证法，比如北京胡同缝隙里滋生的创造力，等等。

即便是媒体纪录片，依然是非常个人化的产物。如果这些细节也触动了你，那就太好了。

创作者的想法是：节目播出，就与导演无关了。

商人的想法是：节目播出，才是产品销售的开始。

经历了3年对商业社会的观察与思考，我和我的小伙伴们依然在两者间徘徊。纪录片需要执着低调、坚守自我的手艺人，文化市场却需要我们倾听需求、做出改变。

所以，我们毫无疑问就是这个时代的一分子，同样时时刻刻面临着选择，同样在每一次失去的同时获得。

播后7日，逐渐接受遗憾是纪录片的一部分。从事纪录片工作纯属偶然，转眼已近20年，正如有人所言：对偶然的忠诚才能成就命运。虽然20年中遗憾从未停止，但也正是由此，才会启动下一次的远行。

感谢3年中每一位给予指点、支持和帮助的人。

感谢团队中每一位成员的坚持和付出。

感谢命运一般的纪录片。

《与全世界做生意》总导演 周艳

○ 制片人说

写在开播前的话：给我无比熟悉你 你根本不认识我的那些你

这是一种奇妙的感觉——

喜悦，兴奋，遗憾，朝思暮想，夜不能寐……掺杂着，交织着，纠缠不休。

相处了两年，我熟悉你的每一个表情，每一个动作，每一个细微的情绪变化……

无数次，想象中，街头转角遇见你，我绽开笑容，疾走几步，跳到你面前，伸出双臂拉住你的双手摇晃：你怎么会在这儿？！

喜悦得就像个二货。

你，显然受到了惊吓，茫然无措。

噢，对了，你不认识我。

这便是一个纪录片制片人的悲哀：

我爱着你，你，却不认识我。

3年前的夏天，《与全世界做生意》剧组人马齐整，开始发出寻人启事。

好像是从2013年那个春天的植树节开始，经过各种苦苦等待，拜托各路牵线搭桥，我的小伙伴们开始跟你或明火执仗或暗送秋波或隔空喊话或鸿雁传书，陆陆续续终成正果。

目送着每一位导演出发去和你相会，想象着你们会是怎样的相见恨晚，琴瑟和鸣。

我跟着忙活着，焦虑着，欣慰着。

但是我知道，你，不认识我。

2013年秋天，北京的树叶开始纷纷落下，我开始陆续与你见面。尽管是在拍摄的素材中，但是那样鲜活，那样生动，那样带着或热烈或温润的生命温度，几个月下来，我爱上了每一个你，难舍难分，不离不弃。

记忆中，最初见到的是东莞鞋厂的张华荣，执行总导演张铭欢把你带到了我的面

前。看到非洲兄弟在你的招呼下一脸严肃地练队形唱厂歌，真是哭笑不得，看你故作亲切地和非洲兄弟共进午餐，特别想直接问你，旁边没有摄像机你是不是可以更自然些？要不要介绍你读一读《演员的自我修养》呢？可是，这都不影响我爱上了你。

印度的小客栈老板李海彬，好喜欢你不多温不火说话的样子。如你所说，印度真的是一个 incredible 的地方，为了让导演马羽洁去和你约会，办个印度签证就历经千辛万苦，好不容易在凌晨3点得到她过了海关的消息，没过多久又听她说拍完了你，仅仅站在一个高楼上试了试长焦，就招来了保安干涉，幸好我们马导手疾眼快藏起了卡，差一点儿我就看不到你那年轻自信的笑容了，那该是个多大的损失。

玉石商人马罗刚，岁月的风霜让你把所有的惊心动魄都转化成了安静从容，却我和导演杨晓清上演了一次速度与激情。摄制组从北京出发在昆明转道去缅甸和你相见，入缅的前夜拍摄设备却突然出现故障，消息传到北京，制片主任李慷火速组织设备安排人员连夜奔赴昆明机场，在出关前将机器交到剧组手中。两个月后，当我在素材中见到你时，怀揣的是一份共同经历危机的战友情怀，虽然，对于我的险境，你毫不知情。

7集片子，33个故事，120个人物，在一年多的后期制作时间里，无数次与你相遇，感受你的喜怒哀乐，悲欢离合，无数次重复你的名字：刘雯、赵柏闻、林洁、别克、丁铁男、陈政、吴香娟、张力刚、

栾军……和你同呼吸，共命运。

爱上了你，无法自拔，虽然，你仍然不认识我。

或许是老天怜我痴心可鉴，2015年5月，节目播出前夕，频道的两次活动邀请了4位《与全世界做生意》拍摄对象做嘉宾，尽管整个片子有120多人让我心动，但能和其中4位握手言欢，已足以让我激动。

和想象中一样，远远望见熟悉的身影，果然像老熟人般疾步向前，难掩兴奋之色。幸好旁边有各集导演相伴，化解了我的唐突和你的尴尬。

“草王”张仁武那一句“趁光阴正好，我去远方”不仅得到了我的仰慕，也俘获了诸多文艺男中年曾经驿动的心，此次相见，欣然发现醇熟商人的外表下仍然藏不住文艺的马脚。

印度客栈当大厨的小宇接替去了美国的李海彬成了新一任老板，质朴厚厚的笑容如他的前任一样可爱。

阿里巴巴的电商朱定定，还是留着标志性的小辫子，还是像片子里面一样健谈，拍摄他的那集导演胡珩是全剧组口头表达最好的，在他面前似乎还是有点儿甘拜下风。

最令人激动的是终于见到了红帮裁缝陈家宁、陈风凡父子，和之前片中见到的风度翩翩儒雅谦恭有过之而无不及，本集导演有事不能陪同，反倒成了我的幸事。喝茶

聊天，意犹未尽。得知陈家宁先生这位定制西服店的老板还毕业于美国南加州大学工商管理 and 国际金融专业，敬仰之情更加滔滔江水连绵不绝……

虽然只见到了4位，但是可以断定，爱上了其余的100多个你，没有错。

片子播出之前，翻来覆去地审看了无数遍，全神贯注查找属于电视业务本身的各种瑕疵以力求完美，但每次我都会有几个瞬间的恍惚，又一次被带入你的世界。

两年的相处，足够让我爱上你，矢志不渝。

虽然，直至今日，大多数的你，依然不认识我是谁。

写在开播后的话：将差错进行到底

我或许是个标题党。

我其实想说的是，将查错和改错进行到底。

但是，我发现一个问题：无论下多大的决心，集合多少双眼睛，反复看多少遍片子，最终我们和差错之间的较量总是以微弱的失败告终，总会有一个或者两个差错坚守在已经播出的节目中，带着胜利的欠扁的笑容，示威。

是的，差错很微小，微小到几乎不可察觉，但是它们就像最细小的鱼刺扎在喉咙上，让人抓狂。

纪录片越做到最后，越没有成就感。考深度的主题表达、考难度的叙事技巧、考智商的结构搭建、考情商的意境拿捏都已尘埃落定，只剩下考眼神的查漏补缺。

纪录片这个物种，有本事把与之相关的所有人活生生折磨成强迫症，即便是我这样神经超级大条的白羊座。最惨烈的记忆是做《公司的力量》的时候，会同若干同伴完成第七次合成版审看，进入第八次时，居然发现把一位男专家的名字打成了另一位女嘉宾的！真的是整个人都不好了！

这一次，都“与全世界做生意”了，依然在劫难逃。

第一集播出了，第二集播出了，反响强烈，好评频传，但是总觉得应该还有点别的什么发生，果然，分集导演发微信来说，一个摄影助理的名字打错了，人家叫明胜，被我们打成了名胜。责编深感抱歉，但同时，也有那只靴子终于落了地的踏实感，不出个错，怎么配叫“大片”？

在第四集播出前4个小时，第六集、第七集终于完成最后一轮审看，提交播出线。知道我们那位在立意上高瞻远瞩、文字上精准传神的女神总导演最后一条审片意见是啥？是指着一个人名字幕条高声断喝：停！这个球大了！（看过我们节目的观众都知道，我们片子中的人名字幕条底版是一个圆滚滚的地球拖出一条淡蓝色的长尾。）

若干年前，纪录片行当里备受尊重的康健宁老师在审看一部片子时，曾经指着一屏

断句不够准确的唱词字幕批评道：“这行字幕打得，没教养！”

多少年过去了，“没教养”这三个字常在耳边，挥之不去，它的内涵包括错别字、字幕断行、人名字幕条的位置、提示性字幕的停留时间……这些看似没有任何技术含量和专业高度的细枝末节，导致临近播出时大家都变成了神经病！

但是，没有什么办法根治，因为我们做的东西叫——纪录片！

我的同事，著名的张师傅说过，做一个纪录片其实就是在玩一个游戏，游戏的名字叫“大家来找茬”，播出之前是剧组自己玩儿，找主题的茬，找叙事的茬，找表现的茬，找情绪的茬，找错别字的茬……播出之后是带着观众一起玩，找所有想得到和想不到的茬。所以也就释然了，如果不留一两个破绽，游戏的快感和成就感从何而来呢？

《与全世界做生意》制片人 张旭

○ 《与全世界做生意》的人

第一次和《与全世界做生意》的导演们在一起开会的时候，我有点担忧。

导演们，尤其是女导演们的穿着打扮、言谈举止之间所流露出的气质和“与全世界做生意”之间的反差过于强烈。纯棉白衬衣、半旧牛仔裤、亚麻长裙、蜡染书包、平跟布鞋让空气中飘满了文艺的味道，而不是生意的味道。

这和我经常混迹的圈子是两个世界。在那个圈子里，有人说首长的名字总是不经意省略掉姓，有人可以随时拨打财富榜首富的电话号码，有人时常说起有顶级经济学家和司局级以上领导参加的饭局，有人总是头一天吃进第二天涨停的股票。

我很快明白之所以被邀请充当策划的原因——在文艺的清香里加入“铜臭味”。

总导演周艳，在微博上从来没有把140个字的指标用完过，总是用几个或者十几个字表达十分复杂的情绪。开会的时候，声音永远保持在一个特定的低分贝区，永远不说“不对”“不行”“不好”。作为《大

国崛起》和《公司的力量》等宏大叙事纪录片的主创成员，她是唯一一个长时间从事过财经类节目创作的导演，尽管她可能一直不喜欢。

我们上一次的合作在10年前，作为央视3·15晚会的共同总撰稿人，她总是能用一个短句，让我自觉地建议删掉自己那些情绪饱满的排比句。

首先讨论的是《与全世界做生意》不是什么。很快达成的共识是它不是全球版“致富经”，不是生意版“华人世界”，不是中国版“大国崛起”。那它到底是什么呢？直到节目临近播出，我只能把它总结为“一部记录和全世界做生意的生意人做生意的纪录片”。

接下来，我们用更多的时间来讨论，哪些生意和哪些生意人更能够代表当下作为世界第二大经济体的中国在全世界贸易和投资中的现状。一些大国企的大项目、更多投资而不是贸易的案例、一些投资地点更加冷僻的国家、一些更高科技含量的项目、一些投资环境更加复杂和过程更加艰

难的案例加入进来。而另外一些故事可能更加感人、更加有历史感和文化感但不具备普遍代表性的案例被忍痛放弃了。

在导演们被试图说服放弃自己的喜爱故事的时候，有人抱着一只杯子依然静静地坐在角落里，不站起来，也不提高音量，只是再讲一遍故事。有人憋红了脸，说半句话，然后喘粗气。他们普遍不善言辞，他们最自如的说话方式是镜头，去片子里倾听他们吧。

所以，这样的一群人，呈现给大家的就是这样一部名字听起来气势恢宏，看起来却五味杂陈的普通人的生意以及生活的小故事。我在微信圈里推销它的时候这么说：最具文艺气息的商业片，最有商业内涵的文艺片。

《与全世界做生意》策划、央视财经评论员、《中国财经报道》栏目主编 刘戈

○ 音乐是“记录”的一部分

几年前，在央视纪录频道的一次推介会上，我曾经讲过这么一句话：纪录片适合夜深人静时，端杯红酒一个人看。因为印象中看过的纪录片，品貌端庄、深沉范儿的居多，须要躲避日间的浮躁和杂音，静下心来琢磨品味。

就在那个会上，我承诺说：有机会的话，愿意为纪录片作曲。

机缘到来得略有些意外——我第一次担任作曲的纪录片，并不是一部传统意义上的“大片”，而是一部“故事片”。

第一次看到《与全世界做生意》时，还是粗剪状态。总导演周艳说让我看几个故事。印象很深的是云南斗南鲜花市场，鲜花拍卖师惊人的语速，显示屏上不断变化的数字，买家们连一个眨眼都怕耽误、抢拍的紧张神情。尤其印象深的是那些奔跑的人，推着装满鲜花的车子奔跑，送别外国客户的奔跑，全身沾满条形码向着包装箱的奔跑。

快快快，仿佛一个巨大的声音在头顶催促

我们，我们就这样奔跑了三十多年。

后来我知道，这是全片三十多个故事中的一个，这一集的名字叫“时间就是金钱”，20世纪80年代我们最熟悉的一句口号，曾与十几亿人追赶世界的脚步如影随形。

看完几个样片，我问的第一个问题是：作为导演，拍这些故事的时候，你们的感受是想笑还是想哭？得到的回答是：刚想哭却还是笑了，笑中却依然带泪。

作为一个音乐人，我关注情绪：个体情绪，集体情绪，社会情绪；看得见的情绪，看不见的情绪。

当我们想起共同经历的这个时代和那些感同身受的幸福与苦闷、得到与失去，一定会有一段旋律出现在脑海中，唤醒我们对眼前这些故事的情绪记忆。

我看到的《与全世界做生意》是生动的、鲜活的，里面的人物，尤其是小人物，是能感受到他们呼出的热气的——他们积极努力又饱尝辛酸，艰难奋斗却满怀热望。

正如导演告诉我的那样：故事很励志，但不是鸡汤，故事背后的历史和现实其实是有点儿沉重的，故事里的人正在主动或者被动地经历命运的改变——正如你我。

我们并不仅仅是旁观者。所以我想，纪录片的镜头既是客观的，其实也是主观的；而音乐正好相反，它既是主观的，其实也是客观的。

纪录片的音乐，就是这个时代的声音，它本身就是“记录”的一部分，它与采访同期声、拍摄现场声一起，构建起与影像同等重要的另一个系统。

第一次给大型纪录片作曲，完成得超乎想象的顺利，我和导演组在对故事的情绪认知上高度一致。周艳用文字这样描述：轻快的，工业化的，有进行感，带点黑色。而我第一时间想到的，是《摩登时代》里卓别林在流水线上机械地扳动扳手。

10天后我完成了全片的主题。导演组的回复是：就是它！

在回旋向上的进取旋律中，卓别林的节奏成为这45秒主题的点睛。

让我高兴的是：音乐是有立场的，音乐里隐藏着表达，纪录片的作曲同样如此。

完成了全部20条作曲后，我有了一个想法：配器只用1架钢琴，3把提琴。我希

望音乐简单而有识别度，角色鲜明但不喧宾夺主，不拔高，不煽情，不搞乱。它只负责牵引，牵引出故事讲述者欲言又止的表达，牵引出故事观看者呼之欲出的情绪。

作曲者常常担心音乐会被淹没，但我更担心它会跳脱。这源自我对纪录片的理解：真实、自然，是最高艺术。

写歌，做音乐剧，弹钢琴，朗诵。我尝试着用不同的方式和这个世界交谈。

首次给纪录片作曲的经历，让我又多了一种表达的途径。抒情本是我擅长的方式，现在，我还可以用这种更直接的方式，触碰到生活里更复杂的情感。

《与全世界做生意》就是这样一部回到了“记录”的纪录片，与其说它拍的是火热的生意，不如说它拍的是跃动的生命。记得导演阐释“生意”两个字时，说是生生不息之意。看到最终完成片时，我确乎看到了财富故事背后流动着的极为打动人的生命力，和地球一起转动的，也像地球自转一样本能而恒久的生命力。

所以，我也想对几年前说过的话做一点补充：纪录片不仅适合夜深人静时，端杯红酒一个人看，也适合在滚滚红尘里，与同行者分享笑中带泪的人生。

著名音乐人、《与全世界做生意》作曲 小柯



目录

CONTENTS

制片人说 / I

《与全世界做生意》的人 / V

音乐是“记录”的一部分 / VII

第一集 与世界的距离 / 1

今天的世界，某种意义上是一个贸易创造的世界。

人类生来就有一种将一件物品转移，并与另一件进行交换的癖好。

从物与物的交易开始，人与人的交流、文明与文明的交融就不曾停止过。

生意，就这样改变了中国与世界的距离。

追访 张华荣 / 李昌宪 / 刘雯 / 陈仕梅 / 汪建

我导·我说 张铭欢