

# 天天遇见

一部改变命运的成功日志  
财富与梦想就在字里行间

# 打 玉柱

张勇  
◎ 编著

 科学出版社  
www.sciencep.com

一部改变命运的成功日志  
财富与梦想就在字里行间

最短的时间

本书按照365天、每日一篇的形式，向读者呈现名家成功日志。每篇独立成文，无需从头读起。

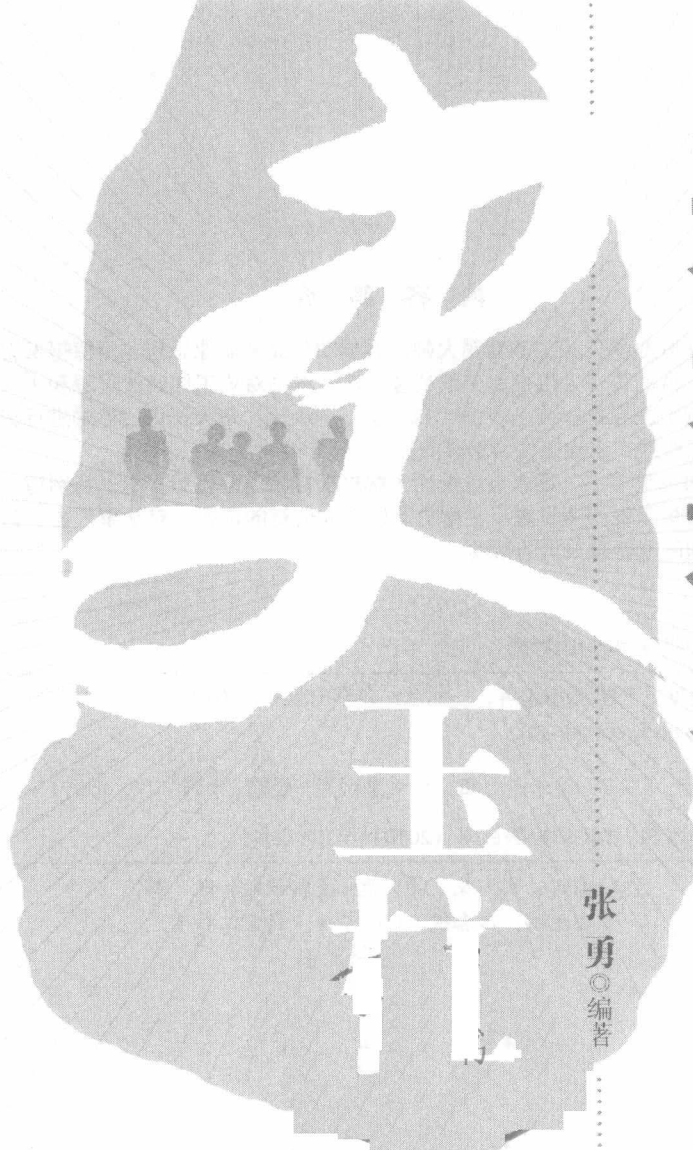
最近的距离

每篇日记短小精悍，收录名家商业智慧和生活感悟，并附有专家解读，可以帮助读者更好地总结和思考。

最好的指引

获得成功、实现梦想不仅要读万卷书、行万里路，更需要遇见许多导师，得到各种指引。

# 天天遇见



张勇◎编著

科学出版社  
北京

## 内 容 简 介

史玉柱是国内顶尖的营销大师，其成功作品和商业思想非常值得发掘和研究，他的传奇人生也令无数读者关注。本书对史玉柱商业思想和个人经历进行了提炼和总结，以一年12个月、365天、每天一讲的形式进行编排，一天讲述一个史玉柱的精彩点。

通过阅读本书，读者可以全面了解史玉柱的商业思想。本书特别适合于想学习史玉柱商业思想、了解史玉柱个人传奇的读者，对从事广告、营销、企划的读者有很大的帮助。

### 图书在版编目(CIP)数据

天天遇见史玉柱/张勇编著. —北京: 科学出版社, 2010

ISBN 978-7-03-029047-2

I. ①天… II. ①张… III. ①商业经营—经验—中国 IV. ①F715

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第184424号

责任编辑: 文戈 傅愈 / 责任校对: 耿耘

责任印制: 吕春珉 / 封面设计: 蒋宏工作室

版式设计: 金舵手

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

双青印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

\*

2010年10月第一版 开本: B5 (720×1000)

2010年10月第一次印刷 印张: 16 1/4

印数: 1—4 000 字数: 170 000

定价: 32.00元

(如有印装质量问题, 我社负责调换〈双青〉)

销售部电话 010-62136131 编辑部电话 010-62138978-8011

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-64030229; 010-64034315; 13501151303

# 前言

## 征途与豪赌——还原一个真实的史玉柱

史玉柱可能是中国企业家当中被解读、误读最多的一位。

在他做出重大抉择的时候，总是少不了媒体铺天盖地的宣传和报道，更少不了那些自称“专家”人士的批评。

在很多人眼中，史玉柱的所作所为是不能登大雅之堂的，像脑白金、黄金搭档、网游《征途》，都无时无刻不在挑战人类的道德底线。

有人认为，史玉柱是一个冒进的、遭遇失败的、暂时成功但最终还会失败的“倒霉蛋”，因为他每年花费了上亿元的广告费，却没有树立起品牌的美誉度；还有人认为，史玉柱是一个伟大的财富创造者，是智慧的化身，是中国无人能及的营销专家。

其实，史玉柱是中国改革开放30年来最具传奇性的企业家之一，他印证了一个时代发展的轨迹。

我们可以猜想一下，没有改革开放的大潮，没有东南沿海相对宽松的大环境，没有全国日益发展的市场需求，史玉柱就不可能在短短的5年时间里成为享誉一时的大陆富豪。

如果没有邓小平南巡带来的改革的春风，史玉柱也不可能在移师珠海之后，仅用两三年时间就把巨人公司经营成当时中国第二大民营企业。

后来，他用50万元启动了脑白金，赶上了保健品市场的高速成长期，把一款普通的保健品变成了赚钱机器，每年纯利多达3亿多元。后来，网游市场在国家的大力提倡下蓬勃发展，手握巨资的史玉柱拍马杀到，不到3年的时间，就把巨人网络带到了纽约证券交易所……

史玉柱的商业思想和传奇人生令无数读者关注。他可以在遭遇事业失败的打击时重铸信心，他可以让自己的每个产品都成为业界经典的营销案例，他可以一直保持自己在营销江湖的大佬地位……

本书按照一年 12 个月、365 天、每天一讲的形式进行编排，一天讲述一个史玉柱的精彩观点，用精练的语言对史玉柱的商业思想进行了系统的梳理。希望读者通过阅读本书可以全面了解史玉柱，并有所收获。



# 录

## CONTENTS

### 1月·梦想

1月1日	最初的梦想	
1月2日	梦的破灭	
1月3日	泥饭碗变成金饭碗	
1月4日	“下海”了	3
1月5日	“下海”不成就跳海	4
1月6日	创业太缺钱了	4
1月7日	巨人逐日	5
1月8日	二次创业	5
1月9日	为什么盖巨人大厦	6
1月10日	理想状态	6
1月11日	百亿计划	7
1月12日	一带10年	7
1月13日	我的事业还没开始	8
1月14日	脑黄金的成功	8
1月15日	希望的寄托	9
1月16日	白金式的翻身	9
1月17日	一定补偿你们	10
1月18日	巨人的大旗	10
1月19日	行不更名 坐不改姓	11
1月20日	如果能再起来，也是一件好事	11
1月21日	不定目标，却一咬到底	12

1月22日	雄心壮志不如脚踏实地	12
1月23日	还钱	13
1月24日	不想过去的事情	14
1月25日	人生就是一个零	14
1月26日	退休前只做一件事情	15
1月27日	玩命干	15
1月28日	股价越升，压力越大	16
1月29日	没有太具体的目标	16
1月30日	我这个人比较闭塞	17
1月31日	现在没有远大的理想	17

## 2月·挫折

2月1日	著名的失败者	20
2月2日	倒下的必然	20
2月3日	逆境有积极的一面	21
2月4日	成功的时候头脑容易发热	21
2月5日	逆境的好处	22
2月6日	逆境中比成功中舒服	23
2月7日	东山再起的要素	24
2月8日	成王败寇	24
2月9日	同行的恶性竞争也是压力	25
2月10日	我很感激这一跤	26
2月11日	看到记者还挺害怕	26
2月12日	对媒体敬而远之	27
2月13日	失败后有两种人	27
2月14日	失败之后天天开批斗大会	28
2月15日	从毛泽东著作中吸取经验	28
2月16日	逆境中学到的东西更多	29
2月17日	当初的失败是一笔财富	29
2月18日	中国文化对失败者不宽容	30
2月19日	10年只做三件事	31
2月20日	从失败中学习	31

2月21日	站了起来	32
2月22日	批斗会	32
2月23日	民营企业的13种死法	33
2月24日	反思自己	33
2月25日	上市能增强抵抗力	34
2月26日	想到各种结果	34
2月27日	我并没有失败者的性格	35
2月28日	做好再次跌倒的准备	35

### 3月 · 营销

3月1日	关键要有好产品	38
3月2日	产品的生命周期	38
3月3日	最好的老师是消费者	39
3月4日	营销是没有专家的	39
3月5日	不要尝试改变消费者的想法	40
3月6日	所有行业我都是后来者	40
3月7日	我只管一件事	41
3月8日	721原则	41
3月9日	第一法则	42
3月10日	保健品市场启动难	42
3月11日	保健品行业的信任危机	43
3月12日	集中优势兵力	44
3月13日	最大的市场都在“下面”	44
3月14日	一切以玩家为出发点	45
3月15日	70%的玩家在小城市和农村	45
3月16日	批评我们的人没吃过我们的产品	46
3月17日	市场和研发	46
3月18日	一靠人，二靠钱	47
3月19日	营销网络建设没有教科书	48
3月20日	玩转经销商	48
3月21日	地面推广	49
3月22日	营业员的作用	49



3月23日	媒体对玩家的影响几乎为零	50
3月24日	好玩和好的营销	50
3月25日	我们游戏的定位就是大而全	51
3月26日	试销市场快不得，全国市场慢不得	52
3月27日	大投入才有大产出	52
3月28日	玩家才是专家	53
3月29日	网游是一个社区	53
3月30日	做中国最好玩的游戏	54
3月31日	我不知道怎么攻击别人	54

#### 4月·广告

4月1日	依赖广告宣传必死	58
4月2日	广告的关键是重视消费者	58
4月3日	广告是给消费者看的	59
4月4日	另类的广告	59
4月5日	脑白金和秦池不一样	60
4月6日	广告的目的	60
4月7日	做广告是为了销售	61
4月8日	首先要做的是给人留下印象	61
4月9日	只有真实的东西才感人	62
4月10日	广告投放有策略	62
4月11日	广告投放的重点	63
4月12日	蝉联“十差广告”之首	63
4月13日	从量变到质变	64
4月14日	做广告就像走钢丝	64
4月15日	大多数广告费被浪费	65
4月16日	脑白金不请明星	65
4月17日	广告就像性骚扰	66
4月18日	空中轰炸	66
4月19日	寄书	67
4月20日	软文炒作要诀	67
4月21日	户外广告	68

4月22日	炒新闻	68
4月23日	科普专题片	69
4月24日	书摘	69
4月25日	电视广告	70
4月26日	推拉	70
4月27日	给玩家发工资	71
4月28日	终端工作	71
4月29日	陈列要求	72
4月30日	接受大众监督	73

## 5月·创业

5月1日	赚大钱还是赚小钱，取决于战略	76
5月2日	再好的决策也要调整	76
5月3日	成功需要心血浇灌	77
5月4日	真诚地对待团队	77
5月5日	管理无情人有情	78
5月6日	创业，初中生和博士后没区别	78
5月7日	法律的红线不能碰	79
5月8日	创业的困难	79
5月9日	创业股权越集中越好	80
5月10日	创业需要简单清晰的商业模式	81
5月11日	别人的批评	81
5月12日	西服和运动服	82
5月13日	大口号	82
5月14日	发挥核心竞争力	83
5月15日	选择熟悉的行业	83
5月16日	一开始就要规范	84
5月17日	管理手册	85
5月18日	创业思维	85
5月19日	一个人解决问题	86
5月20日	雄心万丈	87
5月21日	做好一个店	87

5月22日	你需要的是订单	88
5月23日	机遇	88
5月24日	不能太乐观	89
5月25日	铁的纪律	89
5月26日	忠诚度	90
5月27日	要巧干	90
5月28日	做关键环节	91
5月29日	好的CEO	91
5月30日	弥补对手的不足	92
5月31日	制度建设	92

## 6月·人才

6月1日	要靠人	94
6月2日	要靠团队	94
6月3日	找人、培养人、用好人	95
6月4日	最大的财富	95
6月5日	又红又专	96
6月6日	才和德	96
6月7日	合作精神	97
6月8日	不缺营销人才	98
6月9日	对员工是真诚的	98
6月10日	不用“空降兵”	99
6月11日	多一些战术人才	100
6月12日	搭好舞台	101
6月13日	团队的价值	101
6月14日	要让员工实现自我价值	102
6月15日	专家级的人才	103
6月16日	团队是稳定的	103
6月17日	不带面具	104
6月18日	陈天桥做了“冤大头”	105
6月19日	招聘人才	105
6月20日	核心成员辞职不要挽留	106

6月21日	留住人才	107
6月22日	研发的骨干	108
6月23日	做一个防火墙	108
6月24日	高工资	109
6月25日	我有很强的团队	109
6月26日	营销队伍扩张	110
6月27日	能者多得	111
6月28日	副总很团结	111
6月29日	执行力很重要	112
6月30日	期权激励	112

## 7月·管理

7月1日	失败源于管理和战略	116
7月2日	如此寨主，岂能成功	116
7月3日	管理制度的演变	117
7月4日	流于形式	118
7月5日	烂账	118
7月6日	管理失控	119
7月7日	学费	119
7月8日	管理的真谛	120
7月9日	怎么实用怎么来	120
7月10日	隐身生活	121
7月11日	管理上还可以	121
7月12日	制度的建设	122
7月13日	管理的细化	123
7月14日	决策和经营分开	123
7月15日	拍板	124
7月16日	军事化管理	124
7月17日	现款现结，杜绝烂账	125
7月18日	授权	126
7月19日	每个人都有权力	127
7月20日	管理要量化	127

7月21日	企业文化	128
7月22日	大口号没必要	128
7月23日	请不请 CEO	129
7月24日	低谷建制度	130
7月25日	把合适的人放在合适的位置上	130
7月26日	聚在一起做大事	131
7月27日	打造“百年老店”	131
7月28日	职业经理人打理	132
7月29日	私交	132
7月30日	考核	133
7月31日	把每件事做到极致	134

## 8月 · 发展战略

8月1日	全都败了	136
8月2日	不转型早倒掉了	136
8月3日	战略转向	137
8月4日	多元化必败	137
8月5日	核心竞争力	138
8月6日	结合比尔·盖茨与李嘉诚	139
8月7日	一生只能做一个行业	139
8月8日	主营业务只有一个	140
8月9日	贪大并不是坏事	141
8月10日	选最擅长的产品	141
8月11日	集中优势兵力	142
8月12日	重点突破	143
8月13日	聚焦战略	143
8月14日	品牌战略	144
8月15日	农村包围城市	144
8月16日	战略之后，细节决定成败	144
8月17日	战略正确，执行力出了问题	145
8月18日	商人更关注战术	146
8月19日	要有平常心	146

8月20日	不定战略目标	174
8月21日	把每件事做好	148
8月22日	重大战略抉择	148
8月23日	2D 游戏的终结者	149
8月24日	别人的老婆未必好	150
8月25日	做好过冬的准备	150
8月26日	只做中国市场	151
8月27日	马云比我强	152
8月28日	丁磊本人很能干	152
8月29日	陈天桥的平台战略	153
8月30日	精品战略	154
8月31日	与华为合作	154

## 9月 · 商业模式

9月1日	第三代企业家赢在商业模式	158
9月2日	创业需要简单的商业模式	158
9月3日	互联网是个工具	159
9月4日	互联网的特点	159
9月5日	网游是互联网最佳商业模式	160
9月6日	高额利润	160
9月7日	价格战	161
9月8日	自主知识产权	161
9月9日	最保守的行业	162
9月10日	商业模式的问题	162
9月11日	大百科全书模式	163
9月12日	脑白金式营销	164
9月13日	恶性竞争	164
9月14日	致命伤在文化	165
9月15日	赚有钱人的钱	165
9月16日	代练	166
9月17日	把网游推进到免费时代	166
9月18日	给玩家发工资	167

9月19日	人气是关键	168
9月20日	少部分玩家喜欢收费模式	168
9月21日	我们采取的是双轨制	169
9月22日	玩家才是网游的“靠山”	169
9月23日	怀旧也是一种商业模式	170
9月24日	对网游行业的误解	170
9月25日	网游最大的吸引力在社区	171
9月26日	行业规则	172
9月27日	网游开发的限制	172
9月28日	不要进入“红海”	173
9月29日	免费模式将成为过去	173
9月30日	竞争开始激烈	174

## 10月·风险控制

10月1日	做了不该做的事	176
10月2日	江湖险恶	177
10月3日	瘫痪的资金流	177
10月4日	保住现金流	178
10月5日	什么是风险	178
10月6日	风险的控制	179
10月7日	做最坏的打算	179
10月8日	深挖洞、广积粮、缓称王	180
10月9日	该怎么冒险	180
10月10日	商场如战场	181
10月11日	动作越少越好	182
10月12日	市场和政府的关系	182
10月13日	不再追求高速增长	183
10月14日	冬天来了	183
10月15日	我实际上很胆小	184
10月16日	开得慢反而更快	185
10月17日	安全是第一位的	186
10月18日	财务上非常保守	186

10月19日	两条原则	187
10月20日	赌徒	188
10月21日	投资银行没风险	188
10月22日	资金的战略储备	189
10月23日	顺其自然	189
10月24日	刘伟	190
10月25日	降低风险	191
10月26日	抵挡诱惑,降低风险	191
10月27日	制约	192
10月28日	不做非常规的事	193
10月29日	只盯两个东西	193
10月30日	多考虑	194
10月31日	网游风险高	194

## 11月 · 资本运作

11月1日	从实业家到资本家	198
11月2日	不可投错一个项目	198
11月3日	不投人力,变现方便	199
11月4日	借钱	200
11月5日	头脑发热的产物	200
11月6日	士安的使命是还钱	201
11月7日	不要乱投资	202
11月8日	主营业务不能用银行贷款	202
11月9日	控股四通	203
11月10日	什么行业不能投	204
11月11日	投资委员会	205
11月12日	过于谨慎	205
11月13日	低调投资	206
11月14日	网游百年不遇	206
11月15日	没有1个亿不要投资网游	207
11月16日	圆一个梦	207
11月17日	追逐利润	208



11月18日	何时介入	209
11月19日	少听投资信息	210
11月20日	银行盈利模式非常清晰	211
11月21日	纽交所	212
11月22日	巨人网络和阿里巴巴	212
11月23日	运动服是一种心态	213
11月24日	上市前后	213
11月25日	我们的市值是被低估的	214
11月26日	三岁的巨人网络	215
11月27日	把业务做好	215
11月28日	入股 51.com	216
11月29日	战略上有帮助	216
11月30日	战略投资	217

## 12月 · 社会责任

12月1日	商业的本质	220
12月2日	合法途径	220
12月3日	10年内还钱	221
12月4日	两者都有	222
12月5日	不诚信的代价	223
12月6日	先还钱，再发展事业	223
12月7日	承诺	224
12月8日	信用	224
12月9日	依法纳税	225
12月10日	今年爸妈不收礼	225
12月11日	网游正在被妖魔化	226
12月12日	网络分级	227
12月13日	不涉及赌博	227
12月14日	好企业家的标准	228
12月15日	好企业的标准	229
12月16日	企业家的社会责任	229
12月17日	对网游应该宽容些	230