

史玉柱 柱 批 判



徐明天
编著

 企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

中华人民共和国
法律



史玉柱批判

徐明天 编著

企业管理出版社

图书在版编目(CIP)数据

史玉柱批判 / 徐明天编著. —北京:企业管理出版社,
2009.10

ISBN 978 - 7 - 80255 - 306 - 4

I. 史… II. 徐… III. 史玉柱—生平事迹 IV. K825.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 180919 号

书 名: 史玉柱批判

作 者: 徐明天

责任编辑: 韩天放

书 号: ISBN 978 - 7 - 80255 - 306 - 4

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 北京智力达印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170 毫米×240 毫米 16 开本 14 印张 200 千字

版 次: 2009 年 11 月第 1 版 2009 年 11 月第 1 次印刷

定 价: 30.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

序

我们何时成为“巨人”

1990年，一个在深圳创业的年轻人想注册一家叫“巨人”的公司。因为深圳已经有公司注册了“巨人”这个名字，这个年轻人就把“巨人公司”注册到了与深圳毗邻的珠海。

这个年轻人之所以执著地将自己创办的公司注册成“巨人”，是因为他读过一本名为《蓝色巨人》的写美国IBM公司的书，年轻人的公司也是从事软件及计算机业务，他立志要做中国的IBM。

这个年轻人就是史玉柱，他的公司叫“巨人”。

据说，1992年，有家知名媒体搞了个民意测验，问的是“你最崇拜的两个人是谁”。答案一出天下惊——一个是全球首富比尔·盖茨，另一个就是史玉柱。

有研究者比较巨人和微软的早期发展，认为两家企业都是靠电脑软件起家，创业时的经营条件十分相似。

——1989年，史玉柱和3个伙伴以仅有的4000元人民币开始了巨人的创业，产品只有一种，即史玉柱自己开发出来的M-6401桌面文字处理系统，不到4个月，就实现利润近百万元。随后两年内，巨人集团以软件业为根本，相继开发出M-6402文字处理系列产品及M-6403汉卡。到1992年底，销售收入近2亿元，实现纯利3500万元，企业年发展速度500%。

——再看微软公司，由比尔·盖茨创建于1975年，当时加上雇员也只有4人，启动资金是3000美元，按照中美两国的消费比价，与巨人的创业资金基本相当，产品也只有一种电脑软件。微软公司起初的发展速度十分惊人，到1977年底销售收入达到382万美元，年发展速度636%。

这样的比较，潜意识里将史玉柱等同于比尔·盖茨，将 M-6401 及以后的系列产品等同于微软的 Windows 系统。

那是一个有梦的年代，一个激情澎湃的年代。

事过境迁，斗转星移。当回望历史倍感骄傲之时，左顾右视，让人又不免有些心悸：和起跑时的并驾齐驱相比，多年以后，我们的企业还是太小了。

比如，令国人扬眉吐气壮国威的联想集团在 2004 年底收购了 IBM 的全球 PC 业务。2007 年，作为中国电子信息百强企业之首的联想集团营收总额达 168 亿美元，净利润 4 亿美元，达到历史最高峰。因此，联想被看作中国最成功的企业之一。

但是与美国 IBM 相比，联想的差距还是巨大的。2007 年，IBM 净利润 104 亿美元，每股收益 7.18 美元，营收 988 亿美元，相当于 7000 亿元人民币。也就是说，IBM 的净利润是中国联想的 26 倍，销售收入是联想的近 6 倍。

再看那个比尔·盖茨的微软公司，2007 财年的全年营收为 511.2 亿美元，净利润 120 亿美元。

1985 年，英特尔退出 DRAM 市场，专注于 CPU；

1995 年，雅虎公司创办；

1998 年，谷歌公司创办；

再说中国企业，1984 年，联想成立；四通公司成立；计算机所推出中国第一台微机“0520”；1986 年，长城公司成立；1989 年，史玉柱在深圳创业开发汉卡；1996 年，新浪公司创办；1999 年，百度公司创办。

如此比较，我们中国计算机科技和企业的起步上也就是晚了几年几步，在互联网科技上几乎同步。

几乎与史玉柱同时在深圳投资创业的台资企业富士康，1988 年，它在深圳投资的时候，员工 150 人，租两层厂房。从产品的起点比较，史玉柱做软件，属于高科技，而富士康是做电脑连接器的，可类比其他产品的“螺丝钉”。1990 年，史玉柱宣称要做中国的 IBM 的时候，富士康的老板郭台铭到深圳的工厂训话，也说要做世界最大的电子工厂，台下的员工听后偷着笑，说这个老板真能吹牛。1994 年，史玉柱宣称 1996 年公司销售收入 50 亿元，做中国最大电脑公司的时候，这个目标应该是现实的。1996 年，富士康的销售收入 30 多亿元，中国的长虹、康佳、TCL、海尔、华为等企业的销售收入都比富士康多，联想当时的销售收入是富士康的两倍。

但是，1996 年之后，富士康又做了一个令大家更想不到，让人感觉最没有科技含量的产品——电脑机壳，从此一发不可收，以后每年以 50% 甚至 100% 的复合式增长。2001 年，成为台湾最大的民营高科技企业。2004 年取代伟创力成为全球最大的代工企业。2005 年，进入世界 500 强。2007 年排到世界 500 强的第 132 位，销售收入 518 亿美元。富士康的销售收入与美国微软公司的相近，如果再加上富士康关联企业的销售收入，2007 年，富士康的总营收就与美国 IBM 的差距不大，也应该在 6000 亿元人民币以上。2008 年，受金融危机影响，富士康增长有所放缓，但增长速度也超过 15%。2007 年，富士康在深圳的员工就达到 37 万人，全球员工达到 70 万人。

也就是说，在中国改革开放 30 年之际，在中国大陆深圳成长起来的富士康已经成为世界级的企业“巨人”。

如此说来，包括巨人公司在内的不少中国企业是有机会成为“巨人”

级企业的。不可否认的事实是，我们的企业虽然取得了巨大的成功，但相比较而言，我们并没有实现“巨人”的梦想。

今天，我们不是要责备什么，而是应该认真地反思和总结中国企业30年来的得与失，想一下我们失误了什么，失去了什么，而不能完全陶醉在胜利的喜悦中，我们应该保持清醒。

如果进行这样的检讨和反思，史玉柱的巨人集团应该是一个非常典型的企业范例，就让我们对它作一下解剖，看看得失在哪里。

在思考这些问题的时候，我想到了价值观这个问题。对于企业家和企业来说，也有一个价值观的问题，也就是我们如何获得财富，怎样经营企业。是为了赚钱不择手段，还是以持久和负责任的方式创造财富、永续经营。遗憾的是，我们看到中国某些企业充斥着投机和赌徒式的心态，短期捞一把，甚至为攫取财富不惜铤而走险，企业的社会责任和道德良知被湮没在滚滚物欲之中。

史玉柱不仅是最早一批大学生下海创业的典型代表，还经历了巨大成功后的彻底失败。同时，史玉柱是中国为数不多经历三次创业的企业家，从以一己之力开发汉卡到保健品到回归IT产业，史玉柱每次创业都能迅速登顶行业颠峰。

三次创业经历，使他成为非常独特的，贯穿改革开放的重要人物。有学者指出，无论是讨论改革开放后中国知识分子下海创业的历史，还是总结中国民营经济兴衰更替的艰辛，无论是探讨中国企业的崛起和挫折，还是盘点中国经济自主创新与学习借鉴的结合，史玉柱的创业轨迹都是非常有价值的案例。史玉柱所取得的商业成就，一定程度上浓缩了改革开放以来中国人、中国企业、中国经济的错综复杂、悲欢离合。

1989年，史玉柱的事业在深圳以巨人汉卡起步，巨人集团随着深圳特区的崛起而迅速成长。

1993年，史玉柱因珠海重奖科技人员而闻名全国，成为改革开放知识分子创业的典型。1994年，意气风发的巨人集团开始凭借脑黄金“狂飙突进”。然而，同一时间，中国经济过热发展，史玉柱在房地产过热的高风险之下做出了营建72层巨人大厦的决策。

1997年，是史玉柱人生的转折点，一夕之间，史玉柱因巨人大厦成为

“最著名的失败者”。他开始在失败的阵痛中找寻自己的人生节奏。

1998年，脱胎换骨的史玉柱携脑白金卷土重来，反思之后的史玉柱由实业家转型为投资家。也是在1998年，改革开放也找到了保持稳定增长的“节奏”，中国经济实现软着陆，成功避免了“大跃进”之后的大倒退。

2004年，史玉柱重返房地产行业，以《征途》点燃了网游产业发展

前 言

我们为什么关注史玉柱

企业家和富豪从来就不是同一个概念。企业家需要成功的企业作为注脚，还需要符合公认的商业道德标准，而“富豪”的意思就是特别有钱。严格地说，史玉柱并不是一个完全成功的企业家。因为，不管是他经营的企业、还是贩卖的产品，至今都是胜负交织、毁誉参半。还需要指出的是，史玉柱的巨额财富并非由脑白金等保健品产品积累而来，而是源自令人眼花缭乱的资本运作。但不可否认的是，史玉柱已经很有钱了。根据作者的盘点，高峰时的史玉柱身价至少在 400 亿元，这是有相当确切的依据而令人信服的。所以我们称史玉柱为富豪。

财富故事从来都脍炙人口，关于史玉柱的传说更是版本繁多不胜枚举。我们出版徐明天先生的新作《史玉柱批判》并非人云亦云，而是认为作者在勾陈往事之时，确有比较冷静的视角和思考。

有关史玉柱的评价多走两个极端，一种是把史玉柱拥财巨万直接等同于成功而溢美，另一种是完全用道德标准丈量商业行为而诟病。在这样的心态下，作者笔下的人物和事件往往会因为个人倾向而扭曲失实。其实，现实生活中的人和事评价起来并不容易，不同的角度、不同的时间、不同的逻辑下，完全可能得出不同的甚至是相反的结论。从传播的角度来讲，最好的办法是，把事实讲清楚，用事实说话。专家的评论和观点可以作为一种参照，帮助我们理解和思考。

本书的标题我们曾经斟酌再三。为了标明本书的立意，我们采用了《史玉柱批判》。需要指出的是，“批判”一词意为“分清正确的和错误的或有用的和无用的（现代汉语词典 2002 年增补本）。虽然史玉柱是一个备受争议的人物，但我们依然认为，评价史玉柱和“巨人”，不能脱离当时

的时间和环境，不能忽略当时人们认知的局限，也不能超越企业诞生发展的初级阶段，因此我们完全无意否定史玉柱和“巨人”取得的成功。本书研究史玉柱的错误与失败，立足点当然是探讨如何提升中国企业的境界。

虽然我们不敢保证本书的每一句描述都符合事实与本原，也不敢保证本书的每一句点评都完全客观与公正，但至少我们认为作者的立意可以使我们以更加冷静的心态和辩证的立场去了解史玉柱的故事。

另外，围绕史玉柱还在不断发生新的故事，借本书与读者分享。
感谢您购买本书。

编 者

2008年，一则“脑白金上市10年销量突破100亿元”的广告在各地电视台轮番播放。

人们难以忘记“让一部分人先聪明起来”的制造者，炮制的“西方一位服用脑白金的老太太110岁才去世，100岁时还生了一个胖娃娃”的神话。

史玉柱的故事，就让我们从神奇的脑白金开始。

目 录

第一章 脑白金：一个离奇的故事	1
一则广告	1
何谓脑白金?	2
100岁老太太生了一个胖娃娃	5
这是真的吗?	6
真相大白	8
15万元造出“两颗原子弹”	10
“原子弹”软文是这样造出来的	12
潜入大上海	18
火了脑白金	20
【评论】脑白金为何长寿	23
第二章 脑黄金之败	24
广告轰炸	24
请来楼滨龙	27
IT业受阻	30
与袁彬策划于密室	34
一本万利	36
一个月造出脑黄金	39

脑黄金撒向全国市场	40
广告开路	43
坐上“三级火箭”	44
三大战役败北	46
外援救场	49
“巨不肥”之战	51
内外交困:三场官司	54
【评论一】巨人的祸根是不重视产品	56
【评论二】什么样的企业容易遇到危机	57
第三章 巨人——大厦将倾	59
“我们不怕曝光”	59
“就这两个问题啊”	62
史玉柱身陷重围	63
72层巨人大厦	65
不是楼花,是集资	69
“楼花”挖了一个巨坑?	71
“楼花”款挪用到脑黄金?	74
一路谎言撒到底	77
【评论一】从关注紧急的事到关注重要的事	81
【评论二】“失信”的后果	84
第四章 科技桂冠	86
一夜成名	86
为重奖而来?	87
史玉柱在深圳难出头	91
巨人没有高科技	92
【评论】城市的性格	97

第五章 创业英雄	100
平民之子	100
天之骄子	102
足球健将	104
干部下海	106
科技创业	109
白手起家	111
营销天才	114
【评论】假如没有那么多诱惑	118

一个女儿嫁两家	155
借腹生子	157
卖出去的牛在自家田里耕地	158
一对“黄金搭档”	159
借题炒作	162
借“壳”生蛋	167
【评论】机会至上	169
第八章 征途游戏	171
踏上超级富翁的《征途》	171
“股市秃鹫”盯上“巨人”	173
史玉柱亲自当形象代言人	174
2D 游戏	176
《征途》八招	177
免费游戏	179
在线人数破记录	182
为上市而来	184
金钱、权力和暴力——一个玩家的经历	186
【评论】套牢玩家	192
第九章 黄金酒	196
再战“黄金酒”	196
“黄金酒”开卖	197
出师不利	198
老瓶装新酒	201
后记 为什么“巨人”梦难圆	205



第一章 脑白金：一个离奇的故事

一则广告、一个产品能制造出离奇的故事，他的财富和人生该有多少迷雾

一则广告

对不起！钟爱脑白金的市民，我们决不让失误延续。

脑白金进入上海市场的半年之际，为回报广大市民的关心和支持，我们策划和组织了6月12日“脑白金千人赠送，万人咨询”的活动。

由于低估了市民对脑白金的热忱，面对数以万计的市民到场，我们仅有的40余名维护秩序人员手足无措，加之烈日的蒸烤，最终导致现场失控，护栏挤倒，保安冲散，十余人挤丢鞋子，用于赠送的脑白金被哄抢，甚至出现近十人受伤（皮外伤）的悲剧……

这是我们最为心痛和始料不及的，我们心痛那些从清晨5：30分开始排队的市民，我们心痛早晨7：00时近千人井然有序的队伍，队伍中大多数人服用过脑白金，因效果显著已成为我们忠诚的朋友，原本他们都可以高高兴兴地领到一盒脑白金，感受脑白金改善睡眠与润肠通便的奇效。

心痛之余，我们仍然要感激许许多多理智的市民和闻讯赶来的静安寺公安同志，是你们及时制止了混乱，提出许多忠告和建议。

事件发生后，我们妥善登记安置了近十名受伤者，并在当天晚上致电每一位受伤市民，预约了登门问候慰问的时间，我们带去了一个疗程的脑白金和慰问品，这是我们的一份心意，同时，我们还要感谢你们的仁义和宽厚。

为了免除钟爱脑白金市民的又一次奔波之苦，我们将拨出万余元专