

推动力传媒
Tuidongli media

《汽车商业评论》杂志 贾可 著

强者 的 法则

中国汽车产业
转折年代
——一本杂志的
见证和追求



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



014035505

F426.471
69



强者的法则

— * —

贾可 著

* —



机械工业出版社
China Machine Press



北航

01722855

7-426.471
69

站在历史的坐标上审视各种问题，能够为人们提供一种高度或视野。本书是由《汽车商业评论》《汽车消费报告》总编辑贾可集纳《汽车商业评论》七年以来的“编者的话”而成，主要涵盖两部分内容：一是对中国汽车界现状和未来的认识和展望，二是对如何做好一本专业汽车产经杂志的采编心得。书中还包括以时间顺序排列的《汽车商业评论》84期的封面故事，勾勒出一段长达七年的波澜壮阔的中国汽车工业史。

本书展现了汽车媒体人的汽车情结和办刊理念，这种情结和理念几乎整体贯穿于本书所有的文章之中，希望能够激起共鸣，从而带动大家读完此书。

图书在版编目 (CIP) 数据

强者的法则 / 贾可著. —北京: 机械工业出版社, 2014.4

ISBN 978-7-111-46257-6

I. ①强… II. ①贾… III. ①汽车工业—工业史—中国—现代 IV. ①F426.471

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第058709号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 赵海青 责任编辑: 赵海青

封面设计: 盟诺文化 责任印制: 乔宇

保定市中华美凯印刷有限公司印刷

2014年4月第1版第1次印刷

148mm × 210mm · 9.75 印张 · 179 千字

0001—3000 册

标准书号: ISBN 978-7-111-46257-6

定价: 36.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服中心: (010) 88361066

门户网: <http://www.cmpbook.com>

销售一部: (010) 68326294

教材网: <http://www.cmpedu.com>

销售二部: (010) 88379649

读者服务部: (010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

谨以此书献给中国汽车界努力奋
斗的梦想者和挑战者!

谨以此书献给理解我支持我宽容
我的亲人们和朋友们!

贾可

＊

自序

＊

马不停蹄的忧伤

＊

今天，在传统媒体看似瓦解、很多同行已经不是朝互联网而是向最新的移动互联网扑去的时候，我依然坚定地相信，创造读者喜欢阅读和分享的内容仍然是一切的根本。

当然，新的传播手段会导致内容的编排方式有所改变，短小精悍的文字，或者再有机结合图片、声音和图像等，或许更加适宜移动终端的阅读，但是这仍然没有从本质上改变内容的重要性。

2013年下半年开始，《汽车商业评论》开始尝试将杂志上的内容推送到官方微信上。虽然都是一些已经刊登在杂志上的内容，如果简单地论时效性，有些内容已经过去差不多一个月，但是没有料到，官方微信的粉丝竟然不停在涨。它不经意地告诉我们，只要有原创内容，只要不间断输送，变换一种形式的杂志还是有它的生命力。

我承认一些即时性的好东西需要通过移动终端第一时间抵达受

众，第一时间影响受众，这样的效果会更好，所以从2014年春节之后，我们尝试将及时采写的内容第一时间通过微信对外推送，果然受到了更多粉丝的欢迎。这证明作为内容载体的《汽车商业评论》，还是具有强大的生命力。

尽管如此，我还是认为，还有很多内容需要我们作为传播者对事件的反应，需要依靠时间积累、精雕细琢才能完成，而它们出现的场合更适合的地方应该是仪态大方的杂志，而不是支离破碎的屏幕之上。对于这样的读者的需求，我们不会漠视，所以《汽车商业评论》杂志将更加坚定地完善其内容和形式的结合。

这种内容和形式的结合同样也表现在我们的移动终端上。这一点，《汽车商业评论》做得还不够，正在加强之中。除了要完善官方微信之外，还需要在移动APP和微博等各种终端上发力，由此形成我们所谓的全媒体的渗透，而在这个过程中，内容还是王中王。

有人说，传统媒体转型成互联网媒体成功可能性很小。我想说的是，如果真是这样，那很大程度上是因为那个所谓的传统媒体本来就不是真正强大，不过是在非互联网时代的各种壁垒保护了它。此外，传统媒体不必要完全变身为互联网媒体，因为不同的内容对应于不同的形式，不同的内容也对应于不同的读者。

就在大家对新媒体趋之若鹜的时节，我的一些好友，比如独立商业趋势观察家肖明超，希望我能够将这些年在《汽车商业评论》杂志上的卷首语编辑成书，他认为这些文章间接反映了在这个变动不居的时代，我们作为一个独立媒体的某种适应环境同时又不忘初

心的坚守，也恰好反映了中国汽车产业经历黄金十年及之后急剧变动过程中某种商业思想的坚守。

我不是那么自恋的人，觉得出版这样一本书给人当老师有点牵强。何况当下的出版界是非常势利的，如果一本书的读者只有作者，那又有什么意义呢？但是有人提到了我2005年出版的《中国汽车调查》一书，它不也是以往文章的重新梳理吗？它的出版不也成了很多行业外人士了解行业内情况的启蒙读物吗？

确实，不少汽车业后来的从业者，包括记者、公关人员、分析师在内，时至今日都在向我提起那本书。这让我的心不由一动，虚荣心作怪，出版社的厚爱，同时可能对读者的好处——我一直对我的很多同行的业务能力持有怀疑态度，让我愿意出版这样一本书。

胆子一大，我就将这本书名取为《强者的法则》。它来自于卷首语中的一篇文章，当时正好塔塔收购了捷豹路虎，我问我奥地利的合作伙伴，印度人收购是否会有损于这两个来自英国的汽车品牌的名声，他的回答是不会，因为这是强者的世界。我当时对此非常感慨，所以当后来吉利收购沃尔沃有人说风凉话的时候，我就又想起了这句话。

确实，这是强者的世界。虽然我的内心里对这个世界一直怀有的是马不停蹄的忧伤，但是也只能且把忧伤藏于心底，所谓莫斯科不相信眼泪，谁也无法躲进小楼成一统，必须以强者的生存法则勇敢地去面对这个残酷的现实社会。

好了，就像当初艰难地写博士论文一样，我来说说这本书的结构，它包括两部分的内容：一部分是关于我对中国汽车界现状和未来的认识和展望，一部分是我对如何做好一本专业汽车产经杂志的采编心得。我原想将这两部分内容分门别类来处理，但倘若如此，可能就显得机械，失去了很多何以至此的历史线索，不再有趣。

如果仔细阅读，大家应该注意到，实际上，这本书还隐含了另外一部分的内容，就是以时间顺序排列的84期《汽车商业评论》封面故事本身，已经勾勒出的一段长达7年之久的波澜壮阔的中国汽车工业历史。如果将这些文章硬要归为几大类，那么这条线索就等于断了。

我向来喜欢在历史的坐标上审视各种问题，它能够为我提供高度或者视野，我想，读者诸君也应该喜欢如此，这是我推崇的方法，所以就有了如您所见的这本书的体例。《汽车商业评论》杂志2006年11月正式出版，我以每一个出版年度作为每一章的主要内容，一直到《汽车商业评论》平稳走过了七年之痒的2013年10月，一共七章内容。当然，您随意根据标题来选择阅读的章节也是合适的阅读方法。书毕竟不需要毕恭毕敬地阅读。

以上是我为何出版此书以及为何如此出版的原因。以下我则要告诉各位我的汽车情结和办刊理念——这种情结和理念几乎整体贯穿于本书所有的文章之中——希望能够激起共鸣，从而带动大家读完此书。

寻找汽车战士

有时候，我会突然想这样一个问题：自己为什么就进入到了汽车圈里？记得当年找第一份工作的时候，我是断然拒绝进入汽车杂志，而谁知若干年后我竟然成为了两本汽车杂志——《汽车商业评论》和《汽车消费报告》的主要创始人，这还不包括我之前创办《新汽车》杂志的曲折经历。

并不是说我现在有多热爱汽车产业，而是我发现，在当今世界干汽车产业确实是硬汉行为。通用汽车全球 CEO 艾克森（Daniel F. Akerson）曾经在被人问到为何选择汽车行业时说的话，大意是自己服务于电话电报公司的时候，从没有人为电话机写过歌，但是汽车就不一样了。

汽车产业有着最长的产业链，汽车竞争有着最为激烈的竞争对手，汽车社会已经是我们人类绕不过去的阶段。这是有关国计民生的大行业，汽车是改变世界的流动雕塑；这里充满了变化与动荡，爱恨与情仇天天在上演；这里绝对可歌可泣又可恨，没有再比这里更有意思的地方了。

于是，一个没有多少文学才能却又偏好写作的人，一个无力改变世界却又想改变点什么的人，比如我，最终在汽车行业找到了最好的舞台，在这里能够目睹真正激动人心的汽车战争。

我从事汽车报道已经十多年，得出的结论是：汽车行业是一个需要激情和雄心浇筑的行业，没有激情，没有雄心的人，干不好汽车。原来的上海通用总经理丁磊曾经这样说：“我们把标准

叫做过去，我们把前瞻叫做现在，我们把雄心叫做未来。”你听听，这句话里流淌着多少激情？这句话里跳动着多少雄心？

尽管如此，我还是要强烈地批判那些没有激情没有雄心的汽车人。中国的汽车工业发展到今天，中国的自主品牌发展到今天这个窘境，你们却还在麻木不仁，你们却还在自欺欺人，你们却还在歌舞升平，你们却还在坐井观天，你们却还在掩耳盗铃。

中国本土汽车业已经处于一个困难的境地，它已经容不得揶揄，容不得伪君子，它需要的是战斗，需要的是战士。或许你会嘲笑我，哪里有什么汽车战士？是啊，汽车战士在哪里呢？

但是，毫无疑问，汽车战士一直存在，他们在那里，虽然每一步都走得那般艰难，每一步都可能被人怀疑。当我在为自主品牌汽车的未来忧心忡忡时，他们正在为自主品牌的未来呕心沥血。他们觉得韶华易逝，痛感自主品牌汽车之弱，他们也想要为之建功立业，觉得这是人之常情。

我知道，他们中的大多数将成为失败者，但是这有什么要紧的呢？奋斗过或者战斗过，那已经足够，那样的人生值得一过。

努力文质彬彬

有人对我说，你们做的是一本沉重的杂志。我想，他可能说对了。我们有不少篇文章，我们行文严谨字斟句酌，我们不愿意随随便便从而流于轻佻，因为我们做的其实不是一本杂志，我曾经说过，我们做的是一本精致的书，需要喜欢它的人可以读上一个月，然后在未来的时间里随时拿出来检索。

我不愿意我亲爱的读者们读完这本书后，像对待其他杂志那样扔到垃圾箱里，因为我们做的是真正的历史的初稿，而且还希望能够让你再翻看它时有审美的愉悦。不少汽车公司的掌门人将我们的杂志陈列在他们的书柜里，这同样是对我们最好的承认。

在这里，我必须向大家讲讲我们的辛劳。

从我做起，几年来，包括过去的一年，虽然杂志越来越成熟，但是我自己一直没有什么轻松的日子。身为一本杂志的主要负责人，在其他繁杂的事务之外，我还要不停地采访，不停地写稿，不停地编稿，我曾经有过“明月何时照我还”的感慨，但是我知道当一个主编失去敏锐触觉的时候，这本杂志也就行之不远，而这需要自己保持与中国汽车工业的深度接触。

我的同事们也都个个如此，他们同样很累很累，但是他们融入了我们这个团队，日渐成长。每一次当他们对一些记者对于汽车业发生的一些事情的肤浅理解表示轻蔑时，我知道大家也都越来越成熟了。中国汽车的媒体圈是个异常浮躁喧嚣的所在，很多记者要么已经不会说真话，要么根本就不知道什么是真话。而《汽车商业评论》的记者不仅在努力追求说真话，而且还希望能够说出漂亮的真话，因为我们希望自己笔下流出的不是产品，而是作品。

我多次提出我们要办文质彬彬杂志的概念，就是要办内容和形式都对得起读者的杂志。这来自孔子所言：“质胜文则野，文胜质则史，文质彬彬，然后君子。”“文”，指合乎礼的外在表现；

“质”，指内在的仁德，只有具备“仁”的内在品格，同时又能合乎“礼”地表现出来，方能成为“君子”。一本杂志或者我们所称的一本书，岂不应该如此？

所以我们的记者辛苦，我们的美编、摄影也同样异常辛苦。我们认真绣花并且为一针一线是否合适还不停争吵，但是真理最终总会出现。我们自知还有许多不足之处，无论是我们的力有不逮还是时间的过于欠缺，我们从未停止追求。

在未来的日子里，我们不会阻挡我们革新的脚步。我们希望为你奉上更好的作品，虽然那背后又是一连串马不停蹄的奔波和没日没夜的伏案。我们希望得到你们的欣赏，那是比金钱更为重要的东西。

2006.11 - 2007.10



目录



自序

IV……马不停蹄的忧伤

第一章 微妙关系

3……种下一棵树

5……希望在前方

7……精英的聚会

10……生动与深度

12……夜航之谜

14……上兵伐谋

16……第三条道路

19……大人物

21……核心话题

23……多事之夏

25……工作即是生活

27……向读者汇报

第二章 时光比刀还快

34……严格规则

36……自主的盛宴

39……来者犹可追

41……强者的世界

43……蓝皮书与批判

45……感奋与忧愁

47……力争上游

49……废墟之上

52……失望与希望

55……冰冷的夏季

58……奥运后断想

61……时光比刀还快

第三章 那些倒在路边的巨人

67……一场世界范围内的新陈代谢

70……环球同此冷酷，中国如何自处

74……不动摇、不懈怠、不折腾

78……我们应该如何振兴汽车

82……看看那些倒在路边的巨人

86……丰田方式为何在丰田失灵

90……死去之后从头再来

94……僵化思维与坚持唱赞歌

- 97……应该如何阅读《汽车商业评论》
101 ……汽车圈是最没有文化的吗
104 ……营销提升的空间在哪里
107 ……向前！向前！向前！

第四章 谁在早生华发

- 112 ……让我们真正冷静一下
116 ……做一些长久的事情
120 ……我们必须抓住它
124 ……魔鬼更在细节之中
127 ……有益的无力感
130 ……公平和正义比太阳还要有光辉
134 ……进步与退步
138 ……唉！世界杯的看客
141 ……谁在早生华发
144 ……老生常谈
148 ……第一次去西藏
152 ……四年是个什么概念

第五章 别自鸣得意得过早

- 157 ……触摸中国人内心的疼痛
160 ……别自鸣得意得过早
164 ……还是自我给力吧
168 ……十大持续话题
171 ……我们都是和自己赛跑的人
174 ……不要乱打横炮
178 ……你别无选择
182 ……别再一起传谣言
186 ……你看，危险正在来临
190 ……现在掉头，死路一条

- 194 ……不做沙漏里的鱼
198 ……第一个五年

第六章 唤起更多的变革者

- 204 ……我们不当义和团
207 ……呼唤必要的荣誉感
210 ……唤起更多的变革者
214 ……没有奇迹，只有常识
218 ……重组为什么那么难
222 ……挑战自己的极限
226 ……与一位前辈聊天
229 ……这只夏日的蚊子
233 ……舌尖上的，还是山坳上的
237 ……有点意思的汽车政策
241 ……什么是一条正道
245 ……我们已经六周岁，然后

第七章 旁观者和新焦虑

- 251 ……向那些创新的人致敬
255 ……如何过好有末日的人生
259 ……寻找中国汽车的正能量
263 ……第二次握手
267 ……雨是雨，泪是泪
271 ……有梦想且有实力的人
275 ……旁观者和新焦虑
279 ……中外合伙人
283 ……邵奇惠的九句话
287 ……给魏建军上一堂媒体课
291 ……一个独立汽车评奖的诞生
295 ……我们的七年之痒



第一章



微妙关系



