

智慧改写命运

财富时代创业经典个案

陈 海 著

中国城市出版社

智慧

● 陈海 著



改写命运

财富时代创业经典个案

写 你的命运

中国城市出版社

智慧改写命运：财富时代创业经典个案 / 陈海著
北京：中国城市出版社， 2002.5

ISBN 7 - 5074 - 1410 - 8

I . 智... II . 陈... III . 企业家—企业管理—经验
—中国 IV . F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2002）第 031994 号

责任编辑 王双林
封面设计 龙龙设计·信龙
责任技术编辑 张建军
出版发行 中国城市出版社
地 址 北京市朝阳区和平里西街 21 号 邮 编 100013
电 话 84275833 传 真 84278264
电 子 信 箱 citypress@sina.com
读者服务部 84277987
经 销 新华书店
印 刷 北京集惠印刷有限公司
字 数 231 千字 印 张 10.5
开 本 850 × 1168（毫米） 1/32
版 次 2002 年 6 月第 1 版
印 次 2002 年 6 月第 1 次印刷
印 数 0001—5000 册 定 价 20.00 元

本书封底贴有防伪标识。版权所有，盗印必究。

举报电话：(010) 84276257 84276253

序——

和财智人物的心灵沟通

苏 姗

我 1996 年从美国回到中国开创公司以来，结识了无数的中国商界、企业界名家，常为他们身上所具有的胆识、职业意志和人格魅力所感动。目前很多媒介都在讨论中国究竟有没有企业家的话题，我觉得没有必要讨论。中国不但有大批优秀的企业家，而且他们的智慧和改变命运的勇气完全可以和全球优秀的企业家相比——当然有时外部环境和政策法规等可能限制了他们的发挥。

当我拿到陈海这本《智慧改写命运》书稿后，我深感欣慰，也舒了口气。因为我在中国看到很多介绍跨国公司经理人成功经历的书籍，但真正揭示本土成功企业家的心路历程的优秀出版物还不够多。陈海这本透视财智名家心灵的感人之作，通过和中国 20 位财富智慧人物的深层对话，让读者可以直接听到来自他们心灵的声音、感受他们成长过程的酸甜苦辣、了解他们可以让平凡变伟大的精神和身体力行的人格魅力，从而帮助读者更好地设计自己的创业之路。

中国入关为中国企业家在全球范围内配置资源创造了前所未有的条件，但同时也带来了前所未有的新挑战。如何拓宽全球化视野，如何以国际市场为舞台，如何推进高新技术成果商

品化、产业化和国际化，都是当代企业家必须思考的课题。本书专访的丁健、王辉耀、吴征、陈东升等财富精英，用他们自己的智慧在摸索着融入全球化经济的成功之路。每个人都可以从他们的成功经验中得到启迪和灵感。

每个企业家都希望自己的企业可以永续经营，但有时候，以往的成功也可能成为再创辉煌和奇迹的阻力和瓶颈。历史可以借鉴的例子很多。比如拿破仑刚开始作战的时候，他的策略领域涵盖了敌人的领域。他有一些精妙的策略，这些策略对拿破仑本身很熟悉，但是对敌人而言，却是很新鲜的。以带领军队越过阿尔卑斯山为例，当时所有人都认为阿尔卑斯山是天险，军队绝不可能越过这座高山来攻击自己，所以很放心地不防守阿尔卑斯山的方向。但是拿破仑心中早就演练了好几次克服困难的方法。拿破仑之所以胜利，就是因为他的习惯领域比敌人的大，他有很多敌人无法掌握的策略。但是为什么后来他却垮台了呢？也就因为他赢了太多战争，所以他失败了。一位苏俄大将发明了“焦土策略”，每次看到法国军队就往后跑，并且烧光所有的房屋和补给线。拿破仑的军队一直追击，他们就一直后退，退到莫斯科。当拿破仑追到莫斯科的一座镶金的国家教堂，看到教堂在燃烧时，突然感到害怕，认为苏俄人都发疯了。那时冬天到了，没有补给军队士气低落，拿破仑发现不妙开始退兵时，联军在滑铁卢打败了法国军队。所以人的习惯领域形成之后，对于行为、策略有很大的影响。习惯领域的成长变化可以影响一个国家的盛衰兴亡。企业在成长过程中，开始时会有一个起飞期，之后就会开始稳定而老化，如果不换一个领导思维和战略，把公司的习惯领域重新扩大，企业就会开始衰退。企业家的责任就是在自己不断调处习惯领域的同时，也可以激励整个组织改变以往的习惯领域，这样企业就

不会僵化，就可以和时代的发展同步。

我相信本书专访的这些企业家一定会同意“不与人竞争”的方式是经营企业成败的关键所在。我也希望本书的读者切记 21 世纪企业家必须思考的经营理念：

第一，企业的竞争对手不是我们同业，而是我们自己。

第二，企业经营最重要的就是要赚钱，而要赚钱，就要达到顾客满意，不要错把竞争这种手段当成是目的。

第三，要掌握企业的核心专长，并且不断地延展核心专长，在盲目延伸企业核心业务之前，先考虑是否可以在现有核心主业上通过深耕来拓展新的市场。

第四，就是对自己竞争，与同业合作。

未来企业领导者是领导一群有领导者潜力的人，这群人希望自主管理，对这些人适宜采取的是激励式的管理而非强制管理。未来领导者应该具备下列 16 个特点：①从全球角度考虑问题； 把握最佳机会； 创造和分享共同理想； ④培养及重用人才；⑤尊重文化差异和个性； ⑥建立团队意识和伙伴关系；⑦锐意改革、突破传统习惯领域； ⑧通晓技术、重视知识；⑨鼓励富于建设性的挑战和创新；⑩确保顾客满意和员工开心；⑪取得有竞争力的优势； ⑫显示个人的领导才能； ⑬与领导层通力协作以及有正确的价值观； ⑭辨明主次的能力；⑮诚恳听取他人意见和显示自信； ⑯非凡的沟通能力等。

是为序。愿与本书读者共享。

（编者注：苏姗博士是美籍华人，中国十大策划人之一，国际策划学会亚太区主席、中国企业形象设计委员会副主席）

内容提要

如果你是一位创业者，本书专访的人物将会是你搏击商场的榜样。商海波涛汹涌，只有敏锐的眼光和睿智的大脑才能助你到达成功彼岸。

如果你是一位潜在的创业者，这些成功人物就是你努力之后的未来。前人成功的经验或是失败的教训，都是后来创业者最珍贵的财富。

如果你暂时“屈尊”老板手下，你可以通过这些人物理解老板的用人策略，从而更好地调整规划自己的职业生涯……

本书通过专访20位不同领域、阶层创业者和经理人的精彩故事和丰富商场阅历，告诉我们一个简单但又内蕴丰富的道理：智慧改写命运。“王侯将相，宁有种乎？”一切都是事在人为！

在这个瞬息万变的财富时代，一切都是有可能的！

策划：京华传媒网

www.jhcm.com




作者简介

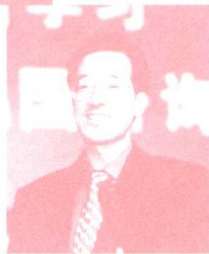
陈海，原名陈海燕，1975年生，北京市写作学会会员，知名报刊专栏记者、作家，京华传媒网（www.jhcm.com）创始人。

从大学时代起在全国知名报刊发表各类文学、新闻作品共计100余万字，有小说获路遥青年文学优秀作品奖；曾任国内多家报刊特邀撰稿人。作品多被新浪、搜狐等知名网站引用，被《作家文摘》、《中国青年》等多家报刊转载。

责任编辑 王双林

封面设计 北京华元出版社

ZHIHUI
GAIXIE
MINGYUN



一本书的智慧，足以改写

目 录

序：和财智人物的心灵沟通 苏 姗 (1)

海龟新华商

王辉耀：新华商思维 (3)

“有这样一种人，他们在中外两个空间里飞行着，频繁地穿梭于中国和世界各地；他们在两种文化间游走着，在理想和现实间寻找着自己的位置。他们是中外双方互相开放的一个先锋的窗口。”王辉耀就是这种人，现在，“新华商”成了王辉耀的代名词。这个集外交官、企业家、作家、社会活动家等为一身的曾经的四川知青，经历了太多他们那个年代的人所没有经历过的生活：做过政府官员、出国读 MBA、在世界著名大公司做经理人，然后自己创办跨国集团公司，在互联网的最低潮创办中国项目网……王辉耀以“新华商”的身份在东西方商场纵横驰骋，同时，他也因为丰富的职业生涯和高度复合的知识结构而成为中国新一代国际型工商精英的代表。

苏姗：成功来自快乐 (23)

现在，当苏姗在她北京的办公室里侃侃而谈时，你实在无法判定她准确的身份：除了华点通国际顾问有限公司总裁的职务之外，苏姗的头顶上还带有许多极富光环效应的头衔：国际策划学会亚太地区主席、美国西部地区营销策划协会秘书长兼美国演讲家协会理事、中国企业形象设计委员会副主席……她还曾为世界 500 强中近 1/3 企业提供过顾问咨询服务；她对新经济及 WTO 有着深刻和前瞻性的认识；她在世界范围内的演讲

有几百场；她还是北京 2008 申奥专家团成员……

丁健：我喜欢挑战 …………… (41)

今天的丁健似乎正在走向事业的颠峰。他所领导的亚信公司，已从 1995 年初的 3 个回国人员发展成拥有员工 700 多人、年营业收入近 15 亿人民币的一家集通信管理软件、系统集成和高端咨询服务于一体的专业服务提供商，拥有上海、杭州、武汉、成都和广州 5 个分支机构。自 1996 年以来，亚信取得了年度净收益平均增长幅度为 54.4% 的成就。2001 年 10 月，亚信被《福布斯》评为“全球最优 200 家小企业”之一；同年 12 月，又被《财富》评为欧洲和亚洲最具潜力的十支热门股之一。丁健本人在 2000 年被美国《福布斯》杂志评为中国 50 富豪第 16 位。以其持有的亚信 15% 股份计算，丁健的个人财产达 1.86 亿美元；2001 年，丁健以 6.6 亿元人民币位列《福布斯》中国 100 首富第 77 位。

潘杰客：超越自我的智慧 …………… (53)

潘杰客现在的职业是凤凰卫视资讯台《财经在线》栏目首席评论员、主持人。而事实上，他还是一个成功的企业家、学者。他在美国工作了 10 年，在中国 7 年，在德国 3 年，从事着种种不同的职业。作为一名企业家，潘杰客曾任德国奥迪汽车集团公司中国大区首席顾问，一汽大众销售有限责任公司奥迪销售总监，也曾是 PennVentilatorCorporation 美国最大的通风设备制造集团的总裁助理。身为中美文化交流基金会主任的潘杰客还曾应“美国中文电视”董事长的力邀，出任该台主播。在他主持节目 3 个月 after，美国新闻总署的调查显示，该节目的收视率迅速突破历史最高纪录……

出人意料的是，潘杰客总是在每一个职业角色走到顶峰时便悄然离去，重新转入新的行业，寻找新的起点，这也许就是潘杰客的独特之处——他总在不断地寻找机会超越自我，把人生的智慧发挥到极至。

徐勇：搜索网上财富 (71)

徐勇与他的好友李彦宏的创业经历，多少带有一些传奇性。在北京大学旁边百度公司所在的写字楼里，年轻的创始人徐勇在接受记者采访时，笑称自己“像是北大学生”。可就是这两位曾经的北大学子、从硅谷归来的年轻人，由于看准了互联网在国内发展的核心技术中蕴藏的商机，一举吸纳了硅谷的风险基金，杀入中文搜索领域，从而成为国内最有实力的互联网中文搜索技术公司.....显然，徐勇和他的合伙人的创业历程是一个知本创富的经典个案。

张连毅：看好汉字商机 (83)

这个已过而立之年的创业者，显然把所有的才智与精力都投入到自己亲手开创的事业中了。3年来，他的捷通软件公司已滚雪球般发展壮大，现在已经发展成为IT行业中知名的中文语音（TTS）平台提供商，推出了系列拳头产品，在TTS技术及解决方案方面与国际IT列强齐头并进，同台竞技，争夺、抢占中文语音市场“制高点”。

影视新传媒

杨澜：中国最富的女人 (95)

2001年名主持人杨澜的人气实在够旺，2002年更有点事业发达、意气风发的意思。在主持人的光环以外，她是中国最富的女人、香港上市公司阳光文化网络电视控股有限公司主席、新浪网的股东，她还是申奥特使，亲眼见证了那个伟大的时刻。杨澜的角色正在慢慢融合，既是电视媒体的从业者，又是职司创业的媒体英雄，角色之间形成了一种新的互动。杨澜结束了单纯做主持人和单纯做老板的历史，也因为主持人和老板的双重身份而再次成为大众与传媒关注的焦点。

吴征：传媒产业之星 (114)

吴征再次引起媒介的强烈关注是在2001年年底。他与名妻杨澜所在的阳光文化网络电视控股有限公司先后与新浪、四通

合作，扬言搭建开创新时代的跨媒体平台。这一系列令人瞩目的传媒合作意味着他们自己所宣称的“将在中国开启跨媒体协力发展的创新时代”，同时也意味着吴征已从名妻杨澜的光环之下走了出来，成为华人传媒界一颗夺目的明星。事实上，吴征这个“其貌不太扬”的胖胖的年轻人，多年苦心磨练的实力足以让他驰骋于硝烟弥漫的传媒战场……

邓建国：我的谋略不只是炒作 (132)

“不管白猫黑猫，抓住老鼠就是好猫。”诋毁也好，羡慕也罢，擅长炒作的邓建国的确鼓捣出了一点名堂。邓建国实际上是很精明的，甚至可以说是“狡猾”的，只不过他推行的是“傻瓜谋略”（姑且这么命名）。市场经济政策的推行给了他一块可以尽情耕耘的田地，“怪才邓”就如一位铆足了劲儿的老农，挥舞着他那把破锄头，在中国的影视圈内东锄西耙，终于开垦出了自己的一片新天地。纵观邓建国的商海历程，他在影视业的成功并不是偶然，也不仅仅依靠炒作，他走过的是一条“草莽英雄”之路。

刘毅然：商业时代的“独行侠” (147)

最早读刘毅然的小说是在大学时代，像许多读者一样，我经历了前所未有的震撼。我感叹于居然还有这样一位作家，用这样一种纯粹的诗一般痛快淋漓的语言讲述那么生动而质朴的故事！几年后，当我在朋友聚会上见到已是著名导演的刘毅然，我提到了那些独特的感受。刘毅然看起来有点激动，尽管事隔多年他已从用笔和电脑写作改为“用摄影机写作”，他显然还是没有忘记他选择做“作家导演”的初衷。这些年以来，在日趋商业化的社会背景里，刘毅然像一位坚强的战士，固守着自己的阵地；又像一位特立独行的大侠，坦然行走在市场与艺术的“双面刀刃”上。

邹小提：执著于爱 (157)

第一次做制片人就似模似样。在此之前别说做制片人，就是连制片、剧务都没干过。跟剧组的惟一经历就是给人家客串

了一些小角色，仅此而已。因为剧组的资金并不宽裕，雇不起那么多的人，事无巨细，都要她自己去做。拍摄时遇到恶劣天气，机器被淋坏了，小提就跑前跑后找人维修，所有的外联和拍摄计划也都要她去钉。

制片人的行业在很多人的眼里，也许是男人的天地，而外表柔弱的邹小提，则在这片天地里，打出了自己的一片晴空。

郝为：我做明星经纪人 (165)

“人都有操纵别人的愿望”，郝为也不例外。因为在电视台做音乐电视导演的缘故，她结识了许多艺人，与其中的许多人成了朋友。这时，就有朋友建议郝为做他们的“经纪人”。抱着试试看的想法，郝为随后与朋友一起注册了君为文化传播公司，并于1999年春签下了第一个艺员——卜邦贻。有人预言：郝为根本就做不了明星的经纪人。郝为是一个好胜心很强的女孩儿，她决定豁出去好好地干一场。在卜邦贻之后，她又一口气签了王学兵、刘丹……郝为就这样走上了明星经纪人之路。

陈尚武：定位制胜 (173)

艺术家罗丹曾说过：这世界不是缺少美，而是缺少发现。此话推至企业家眼中，应该说，这世界不是缺少市场，而是缺少发现。眼光独到，另辟蹊径，发现把握新的市场就不是没有可能的。奥美地亚传媒由于独到眼光而组建的中国县（市）级电视广告网（CCTN——China County TV Network）已成为目前国内惟一有效针对县（市）级城市及农村的终端电视广告网。

为什么选择“农村包围城市”？独到的眼光换来的将会是什么？奥美地亚传媒总裁陈尚武与记者侃侃而谈。

创业新经典

郭凡生：平凡中见大智慧 (183)

郭凡生无疑是善侃的，他独特的思维方式总是通过跳跃的语言展现出来。这位上下班打车、坐地铁，甚至是骑自行车的亿万富翁，近10年的创业经历足够写上一本厚厚的传记。一个

14万元起家的近似皮包公司的信息服务公司，经过这些年的努力，已经发展成为年销售额3亿元、利润4000万元的中国头号专业信息服务商，覆盖了包括IT、汽车、广电、化工、家电、通讯、安防、媒体等多个行业，拥有2000余名员工，12万多家会员企业，30多万家用户，在全国35个城市里有自己的分支机构，每周出版各类商情网刊60余种。郭凡生也因此被人称为中国的“分类广告之父”……

陈东升：打造百年老字号 (201)

陈东升是湖北人，有着湖北人灵光的脑瓜子，善于创新。这从他所领导的泰康人寿创造的许多“第一”可以看得出来：国内第一家获得AAA级信用等级评估的寿险公司；第一家完成经国务院同意、保监会批准，吸收外资参股的全国性保险公司；《保险法》颁布后成立的首批保险公司中，率先获准在全国设立分支机构的保险公司之一；在北京保险行业协会的记录中，惟一一家连续三年保持“零”投诉的寿险公司；国内保险业第一家获得ISO9001国际标准（UKAS）质量体系认证的全国性人寿保险公司；北京第一家设立国际寿险管理师（LOMA）考试中心的寿险公司；国内第一家注册寿险服务商标的寿险公司……就连将总部设立在长安街边上，也是国内保险公司第一家。

“留学教父”俞敏洪 (214)

“新东方”有那么“火”吗？让我们看看一组数据：“新东方”学校每年培训学生15万人，同期在校生达1.5万人，在短短的几年中，“新东方”学校总共培训学员达50余万人；在全球最高得分榜上，有着许多“新东方”学员的名字，有近两万人的GRE成绩过2000分，超过三万名的新东方学员TOEFL成绩在610分以上；每次TOEFL考试，都有几十名学员获得677分的满分；在美国、加拿大留学的中国学生中，有70%是“新东方”学员。现在，被誉为“留学教父”的俞敏洪对“新东方”的长远构想是建成一个集团式的企业，然后上市。

而当初，他只是个到处在电线杆上糊广告的小贩……

席殊：书海里的商机 (228)

作为中国特许经营中第一个把特许经营引入到图书业里的先行者，席殊带来了有关席殊书屋的最新消息：书屋加盟店已突破 300 家，并且由于管理系统效率的提高，已形成独特的运营模式，吸引了大量想开书店的人，每个月通过电话、邮件、信件等方式咨询加盟的人有五六千人次.....

这个信息让许多关注席殊的人开始重新认识这位商界俊杰。席殊是否已经走出事业的低谷？他的昨天是什么样子？他到底走过了一条什么样的道路？他的未来又会怎样？带着这些问题，我们与惯于深夜工作的“夜猫子”席殊之间有了一次长达 5 个多小时的访谈。

汪旭：快速成长 (241)

随着首信公司的逐渐发展壮大和自己的努力，汪旭只用了 2 年零 10 个月的时间，就从公司的最基层，做到了总裁的位置；并选择在 2001 年年底，领导首信公司在香港创业板挂牌上市。2002 年首信发展势头良好，不能不归功于这位年轻人。这其中，到底有什么奥妙呢？

鲁冠球：一个农民创造的财富神话 (251)

在许多人认为鲁冠球会再一次地陷入牢笼无以自拔时，鲁冠球以他独到的敏锐的眼光观察，发现这是一个千载难逢的好机会，人生如戏，不赌哪行？鲁冠球决定博一博。他变卖了自己的全部家当，包括他结婚时别人送他的收音机，甚至准备盖新房的所有材料..

鲁冠球是中国乡镇企业的领袖式人物。他以 4000 元办铁匠铺起家，到现在创出了一个拥有 60 多亿资产的企业集团，被美国《商业周刊》称为“中国最成功、最雄心勃勃的企业家之一”。

茅理翔：与方太共生 (265)

从广交会上摆地摊，茅理翔坐上了“世界点火枪大王”的位子。那是第一次创业时期，董事长是他，总经理是他，销售

员也是他，天南地北，天马行空，厂里一人说了算，市场一人跑了全占，是“能人治厂”时代。二次创业，儿子和他并肩作战，走现代企业之路。他说，中国当前的民营企业，不搞家族制不行，太家族化更不行！

附录：《福布斯》 2001 年度中国大陆 100 首富 … (281)