

CCTV 中央电视台经济部

商界名家

B I Z F I G U R E S

纵论经济风云 · 演绎传奇人生 · 传播市场谋略 · 展示名家风范

王少华 主编

▲ 中国财政经济出版社

图书在版编目（CIP）数据

商界名家 / 王少华主编. —北京：中国财政经济出版社.
2002.3

ISBN 7-5005-5598-9

. 商... . 王... . 企业管理—经验—世界
企业家—生平事迹—世界 . F279.1 K815.38

中国版本图书馆CIP数据核字（2002）第012640号

中国财政经济出版社 出版发行

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

E-mail: cfeph@drc.gov.cn

（版权所有 翻印必究）

社址：北京海淀区阜成路甲28号 邮政编码：100036

发行电话：(010)88190616 88190655（传真）

北京财经印刷厂印刷

787×1092毫米 16开 27.75印张 460千字

2002年4月第1版 2002年4月北京第1次印刷

定价：48.00元

ISBN 7-5005-5598-9 / F · 4936

（图书出现印装问题，本社负责调换）

序

这本书是经济类电视节目集粹。

把精品电视节目编辑成书，是时尚，也是电视市场与图书市场相互作用、资源共享的结果，如果读者从中获益，那就是多赢的市场效应了。把经济类的电视节目整理加工、编辑成书，已经是司空见惯的事，当然还是因为有市场，有需求。

中外著名企业家和经济界名家名流是公众偶像，财富的象征，是经济人生的典范，常常引起社会的高度关注。中国的企业家群体，是中国经济建设的脊梁，是市场经济的开拓者和主力军。他们也是经济生活中的热门人物，是人们崇拜的楷模。讴歌企业家，展现人物风采，传播成功谋略，揭示教训，推广先进经验，是电视工作者的义务和职责。但电视节目受时效、播出时段和次数以及地域覆盖面等诸多因素的限制，使蕴藏丰富的企业家资源难以在社会上发挥持久的影响力。因此，把节目编辑成书，一是进一步开发利用电视节目的精神文化资源，二是满足观众和读者渴望深入了解企业家的要求，实现电视节目二度传播的目的。

收入本书中的30多位商界人物，大都是各行各业中的佼佼者，他们人生经历坎坷，创业故事精彩，又是市场竞争中的高手。节目的内容中既有他们的经验教训和市场谋略，又有人物风采及其给予人们的诸多人生启示，对研究和关注经济的读者，尤其不可多得。即使是被编入本书的商家人物，通过文字的形式重新审视自己的企业，也能“温故知新”，获得意料不到的新启发。

中国已经加入世贸组织，全球经济一体化的态势，直接影响到国内所有行业。企业家们在回顾历史和瞻望前程的同时，能否以经济战略家的眼光看待全球竞争，开辟自己的新路，应对加入世贸组织挑战，浏览此书，十分必要。所谓“前事不忘后事之师”，正是为了把他人的经验“拿来”，举其一而反其三，见微知著，或可大得裨益。

经济永远是人类生活的主题。说市场竞争，话商战谋略，品人生百味，见名家风采，这就是本书在经济大主题之下，通过鲜活案例给予人的精神滋补与启示。

王 少 华

二〇〇二年三月

目录

商界名家

c o n t e n t s



任志强:解读京城楼市

1



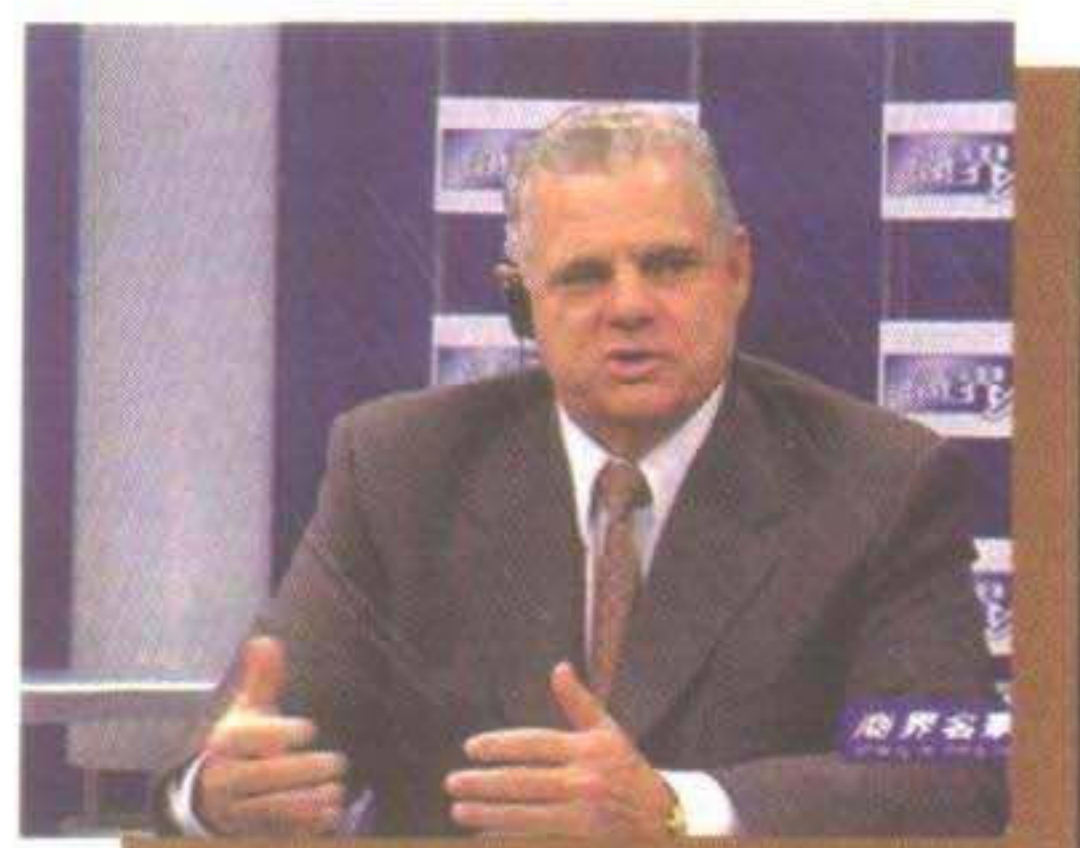
杜昌焘:乐凯的春天

23



王大东:中西快餐一席谈

53



图斯:永不言败

63



刘玠:加入世贸鞍钢如何应对

75



沈金荣:动力源自梦想

85





何昌明：“入世”在五年前

95



凌 锋：创意人生

105



杜家滨：顺风飞扬

117



戴 麟：比利时儒商

127



郑永刚：让中国人穿得更漂亮

135



冯 涛：风险投资家

145





徐世明:华硕少帅

157



韩方河:中国开放式基金探路人

171



余德发:“掌上名人”

185



蓝雷德:与中国市场共舞

195



周 枫:京城职业商人

205



陆汉振:商界飞人

219



梁英奇:细说品牌之战

229



宋志平:解说国企转型

243



秦升益:铸造人生

253



穆怀礼:纵论世界石油市场

265



吴士宏:传奇女子的性情故事

277



李书福:打造百姓轿车

291





王中军、王中磊：华谊兄弟

301



娄丹：中国基因制药先锋

319



李克华：“北京操盘手”

331



邱力原：“三湘股神”

345



杨百万：中国散户第一人

361



吕海岩：总裁作家

375





李汉生:与方正同行

385



孙宏伟:性情商人

397



郭荣宗:心在中国

411



张文中:博士后总裁

423



席殊:书里淘金的勇士

431





任志强 北京市华远集团总裁

世界上任何一个国家的首都，绝不是
挣首都人的钱，它可能挣的是全世界的人
的钱。

——任志强

任志强，祖籍山东，1951年出生，属兔，人称“电兔子”，意为工作狂。1968年入伍，从军16年。1984年转业，1985年进入华远集团，出任集团下属一家贸易公司的经理。1991年出任华远房地产公司总经理，1993年，公司改制为股份公司，任志强出任董事长兼总经理。2001年撤离华远。

任志强： 解读京城楼市

嘉 宾： 任志强 北京市华远集团总裁
 刘晓光 北京首都创业集团总经理
 潘石屹 北京红石实业有限公司总经理
编 导： 乔 红 贾梦霞
主 持 人： 路一鸣
首播时间： 2001年 12月 28日

做一期任志强的节目，讨论北京的房价和任志强的商界人生，请潘石屹来做嘉宾，在这样的一种情况下，两人就有了一次公开对照的机会。在做节目之前，时常在各种杂志上看到潘石屹的形象，对他并不感到陌生。对任志强这个京城房地产界重量级人物却所知有限。在这次任志强的节目中，两位不管是在演播室，还是在生活当中，都有着迥乎不同的表现风格，那种两相对照所产生的参差感特别有意思。

采访任志强时，中午在华远大楼旁边的半亩园吃饭，还藏着一个不大上台面的疑问：每年奖金700万的任志强，他吃什么东西？吃饭的方式跟我们一样吗？我偷偷留心，好，任志强点了一碗牛筋面，没什么特殊嘛，且看他怎么吃？简直是风卷残云呢，在座的七八个人当中，他最先吃完，干干净净，一根面都没剩下。说不上来的我还有点失望，哎，挣这么多钱的人，跟我们一样一样的呢。关于吃，潘石屹也奉献了一个故事，话说有一天潘石屹到任志强的公司，到了中午吃饭时间，任志强并不肯请潘石屹到外边吃饭，而是把潘带到了他们的大食堂，还有公司若干人团团坐定，这下苦了潘，因为任在公司有一个不成文之规定，他

要跟员工一起吃饭，还负责监督大家不许剩饭，食堂的饭对于潘来说自然算不上美味，人又长得瘦小，看着碗里特殊照顾的满满的饭，心里那叫个苦啊。

除了吃饭方式以外，两位的不同还表现在很多地方。就说住吧，任总说自己一年都在家住不了一天，过年也只能在家待到12点，甚至把跟老婆孩子聚会的地点都放在了办公室。潘总呢，住着300多平米的大房子，家里还有一位来自华尔街的，无论在家里还是公司都是领导的太太，于是无限幸福地做痛苦状：老婆管得严啊，不敢不回家。穿，第一次采访、第二次采访，直到进演播室，看到的任总穿的都是同一套西装，结的也是同一条领带，至少看起来是这样，当然，我不排除任总的西服恰巧是同种颜色的可能性。而潘呢，一直都是理那种经典的小平头，戴着小圆眼镜，穿中式服装，脸上是一贯的JOY FM式的微笑。进入后西装时代是这样——一个标志：黄土高原的潘石屹成长为SOHU现代城的潘石屹，终于完成了他人生中脱胎换骨的一次转换。录节目的当晚，潘总穿了一件夹克外套，想来价格很不菲，但外表并无二致，特殊的是他里面的毛衣，立领上的拉链开在侧面。行，从年轻时的自行车、得手摇才能发动的破吉普，到现在的奔驰，任总都是亲历亲为，自己当司机。任总出差的时候也经常不带秘书，独来独往，天马行空，像《笑傲江湖》里的任我行。潘总呢，开着一辆美国原装大吉普，在京城房地产老板的一片奔驰中鹤立鸡群。但是，爬上大吉普的潘总自己却是不开车的，坐在方向盘后的是他的司机。潘总为啥要买比奔驰还贵的大吉普呢？潘总没说，可能吉普车的符号比较能代表他的目标客户群吧，我妄自揣测。

说话就更是大不同啦，任总往往是迅雷不及掩耳之势杀将过来，他要说话的时候千军万马都挡他不住。第一次去采访任志强是在他的办公室，要进大楼之前就碰上了一拨刚刚采访完毕的记者，扛着摄像机出来，上去以后得到的证实是我们已是当天进行采访的第三拨记者。在整个采访过程中，任志强一直保持着旺盛的精力，语速快得让人难以招架，中间还夹杂了很多专业术语和数据，我心里纳闷：他难道就不累？特殊材料制成？在演播室，

还是因为他那势不可挡的话锋，让主持人愤怒地喊出了你不能无视我的存在呀诸如此类的话。潘石屹呢，说话慢悠悠地，细声细气，本来就幽默的话用一口黄土腔幽幽地送出，一开口就能带出一大片的笑声，大有四两拨千斤的妙用。如果把他们俩想象成乒乓球运动员，在他们之间进行一场对垒的话，场面一定很好玩：这边厢，任严阵以待，一出招就是直板进攻，大力扣杀，必欲置敌于死地而后快；那边厢，潘好整以暇，长传冲吊，左突右奔，逮着机会就给来一下，还往往是屡试不爽。

做事跟做人的方式不同而已，两个人在业界都取得了不俗的成就，潘石屹在各个领域进行渗透，创造了很高的知名度。任志强在业界的大佬地位却是不可撼动的，因为他的业绩，也因为他精准的专业知识和对行业内数据的了如指掌，用首创刘小光的话来说就是：任志强对房地产专业知识已经精通到了下水道，别人没法比。

任志强是那种特别肯付出的人，当然他的收获也不少，军旅生涯塑造了他不畏艰难的刚烈性格，这充分体现在他与大资本的一场遭逢中。无论未来的新华远发展如何，任志强超越了一己得失的勇气总是令人敬佩。而潘石屹呢，给人的感觉则是我们芸芸众生中的一个：机警、可亲，与人为善，有着更多的人间烟火气。作为一个商人，潘石屹成功地把自己打造成一个小资的代表，在人群中培养起广泛的认同感，他创造着概念，概念又为他带来了财富和成功。对于任志强，我们更多的是尊重，祝福他一路走好，而潘石屹呢，就期望他少一些氨水之类的新闻，多一些娱己娱人的消息吧。

月收入一万：还嫌房价贵

主持人：今天和大家讨论一下，和每个人的生活都息息相关的话题——房价。由于中国的城市实在太多了，所以我们选择了一个最具代表性也最受争议的北京市的房价，来和大家具体地讨论一下。

我先介绍一下参与本次讨论的各位嘉宾。坐在我身边的这位是北京市华远集团总裁任志强先生，欢迎任先生。任先生身边的这位是北京首都创

业集团总经理刘晓光先生，欢迎刘先生。坐在我对面的这位，我不介绍大家也知道，是北京红石实业有限公司总经理潘石屹先生。

今天来到我们现场的还有两位特别的嘉宾，一位是中国房地产业协会副会长兼秘书长顾云昌先生，欢迎顾先生。还有一位是北京大学不动产研究鉴定中心董黎明教授，欢迎董教授。今天来到现场的还有一些来自房地产业的员工，北京大学不动产研究中心的同学们，还有准备购房和已经购了房的消费者们，欢迎大家参与我们的讨论。

北京人在买房的时候，感情因素非常多，他买的不是一个房，而是一个家，北京人在买房的时候，看重的是这个家能够带给我什么样的感觉。所以北京的房产商们在做房产概念的时候，也许是针对了这个期待的心理，做出了很多让消费者，让那些购房者心花怒放的概念。我手里有一些就近找到的报纸，上面有一些房产的广告，我给大家介绍一下，这个是枫桦豪景，这个是美林花园，这个是亚运新新家园，这个更厉害了，佳境天城。林林总总，不一而足吧。反正是北京的房产的名字都非常之好听，但是北京的房价也非常之吓人。我先问一下咱们现场的观众，有认为北京的房价太高的，请举手示意一下。秘书长还羞羞答答地示意。我们现场找一位代表。

观众：我在北京的一家外企工作，拥有自己的一套理想的商品房作为自己的一个家，是我长久以来的一个希望。从5月份开始到现在，几乎北京所有的房展会我都参加了。每周二的《北京晚报》和每周四的《北京青年报》，我也特意去买，因为上面有一些房产的周刊。但是直到现在我一无所获。我是这周一从上海回来，那边火爆的楼市和比较旺盛的购买的人气，让我羡慕不已。所以我在此想请问各位老总，到底北京的房价是受北京市房地产政策的影响，还是房地产界的一个炒作的结果，造成房价居高不下？

主持人：你每个月的收入大概有多少？

观众：一万多。

主持人：一万多还嫌房价贵？

观众：应该是。

房地产商：六七千一平米不贵

任志强：最好的房子都不做广告，所以你要从广告上找房子，可能找不到最好的。如果从全世界的情况看，各国的首都的房价都要比其他的地区高，因为它的地理位置，消费的特点等等。从短期来看，只要这个房子卖得出去，说明有市场的需求，所以房价并不高。如果说从长期来看，北京的人均资源、土地资源会越来越缺乏，房价应该越来越高。

刘晓光：刚才你问了，是房地产商炒作起来的，还是政府给带起来的。我觉得这里面有几个原因。首先看房地产成本多少，地价、资源费、大市政费、拆迁费、建安费，再加上精装修，加上税，加上财务成本，没有盖楼之前，好地方已经到了5000多块了。盖完楼可能7000多，不卖你8000，我就亏损了，这是第一个。第二个，我认为北京有旺盛的需求，它是皇家之地，这是不可再生的资源。拿一块，少一块。

主持人：但是现在买房的可不是皇室，是我们老百姓。

刘晓光：但你是在皇家之地消费，所以这种需求可能还要持续。因为我过去是负责审批项目的，我的印象，大概连续十几年了，每年竣工1000多万平米，这在世界上也是奇迹。另外这个市场比较特殊，它不是光北京人消费，还有外国人，还有外地人。全中国有点钱的，都在这个圈子里。所以我觉得这个可能要几方面来看。

主持人：所以你们是立足北京挣全国人民的钱？

刘晓光：不。只要有消费就有市场。

任志强：世界上任何一个国家的首都，绝不是挣首都人的钱，它可能挣的是全世界的人的钱。

主持人：那我们首都人怎么办呢？

任志强：首都人，卫星城一大堆。卫星城的概念就是在中国没有实现。

主持人：秘书长您觉得咱们北京的房价高吗？

顾云昌：高。

主持人：高在哪儿？

顾云昌：普通的老百姓买不起。

主持人：可是他们说了，他们根本就不是为普通老百姓盖的房。