

<<10位风云人物的激情回望>>

图书基本信息

书名：<<10位风云人物的激情回望>>

13位ISBN编号：9787113104863

10位ISBN编号：711310486X

出版时间：2009-11

出版时间：中国铁道出版社

作者：刘世英 编

页数：193

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<10位风云人物的激情回望>>

### 前言

新中国成立60年取得了举世瞩目的成就，特别是改革开放的30年，中国大地发生了翻天覆地的变化。我们正处在一个变革之年：金融危机影响未卜、经济改革进入深水区、金融改革暗礁横生、国企垄断痼疾难改、分配矛盾日益尖锐、中国的微笑可能被外人误读……所以，改革者们更需以史为鉴，以前人为师，摸着石头继续前行。

开拓道路中常常是因人成事。

例如，经济领域的董辅初在改革开放初期，勇敢地提出企业改革的方向应该是“政企分离”，“政社分开”的政策性建议；吴敬琏几乎从文革时开始就树立起了市场的观念并矢志不渝地为市场奔走呼号。

科学领域的钱学森、钱三强、赵九章、邓稼先，这些一代科技先驱响应祖国的召唤，放弃功名利禄，回到新中国。

教育领域的马寅初，广为人知的是他的《新人口论》。

企业界的人物更是比比皆是：第一个在中国提出“时间就是金钱，效率就是生命”的口号，创办“中国改革首个试验田”蛇口工业区的袁庚；还有一把剪刀剪开了中国企业机制改革帷幕的海盐衬衫总厂厂长步鑫生，等等。

当然，他们的出现固然有时代背景，对他们的评价可能至今仍有各种各样的争论，但如果不是他们的冒险和探索，那个年代的改革进程可能会慢一些；如果不是他们对财富的无序追求，体制的缺陷和规则的不完善可能一时还难以改变。

他们的沉浮，客观上推动了中国“渐进式”改革的前进。

这些人物本身，甚至可以说已经成为后人在改革“过河”时一个又一个可以触摸的“石头”，成为新中国60年中国经济改革史不可切割的一部分。

其实，在2008年改革开放30周年时，作为中国财经网站领跑者的和讯网已经在一部名为《创世纪》的大型历史纪念网络专题中，以《人物传》的形式编列出那些改革的闯将们，那些载浮载沉的企业家。试图还原一张张生动的脸孔，循着他们的人生传奇，追忆中国式改革的风雨历程，感悟财富的沉浮。新中国成立60周年之际，和讯网联合广天响石企划机构推出《10位标杆企业家的创业足迹》《10位话题人物的悲情故事》《10位功勋人物的奇迹背后》《10位风云人物的激情回望》《10位改革先锋的弄潮之旅》《10位经济学人的探索旅程》等，从不同角度记录了影响中国改革进程的60位杰出人物的故事和经历。

仅从每一个个体来看，这些人物故事亦足够猎奇和惊叹。

但若将他们摆在一起，更能串联出一幅中国经济体制改革的画卷，足以让后来之人，在路经他们用身体标示出的深水区时，能够多一份清醒和警觉，也更加慨叹改革成果的来之不易，倍加珍惜。

## <<10位风云人物的激情回望>>

### 内容概要

几十年起承转合，无数企业家划过星空。

他们之中，成功者熠熠生辉，而失意者也曾经点亮苍穹。

中国的企业史，在一定意义上只能说是政治和社会的伴生史。

因此。

在考察与评判这些企业家的时候，我们或许应该多秉持一份理解与宽容。

本书遴选出“10大失意企业家”，旨在详述其引领企业创业、发展的历史，力图还原他们命运的真实轨迹。

从而在一个层面，展示时代的风貌，同时给后来者以思考和启发。

## <<10位风云人物的激情回望>>

### 作者简介

刘世英，广天响石企划机构董事长。

财经畅销图书出版策划人，财经传记作家，北京大学国际MBA。

曾任中央电视台热播节目《赢在中国》推广策划顾问，亚洲资本论坛副秘书长，长期致力于财经人物和企业案例研究，采访过包括阿里巴巴、分众传媒、IDGVC、尚德电力、汇源、伊利、蒙牛、皇明太阳能、华西集团等数十家国内外著名企业和企业的领导人，著有《分众的蓝海》《马云创业思维》《谁认识马云》《汇源内幕》《赢在华西》等。

其中《谁认识马云》被翻译成多国文字出版。

## <<10位风云人物的激情回望>>

### 书籍目录

总序（一）总序（二）前言第一章 产权改革之殇——李经纬“中国魔水”，孤儿的命运转折 叱咤风云，雄踞“民族饮料第一品牌” 商海波涛，险阻重重 改制之殇，枭雄悲情飘摇第二章 一代标王巅峰坠落——姬长孔 出师沈阳，“泼辣”的宣传手法 两届标王，命途迥异 一兑失天下，暴风雨席卷秦池白酒 从头开始，秦池人不恨“标王”第三章 悲情“彩电大王”——黄宏生 政坛转战商场，初尝三次失败 并购之后的事业转机 违反“游戏规则”，事发被捕 对黄宏生成功的反思 狱中后记第四章 “三九教父”的起落浮沉——赵新先 笔架山上的南方药厂 一个人的三九“帝国” 三次扩张：“三九”集团的兴衰路 悬崖边缘：从狗棚到囚室 蛰伏4年，低调重出江湖第五章 价格屠夫——倪润峰 “价格大战” 祸起“彩管” APEX噩梦 孤独的失意第六章 乡镇企业明星黯然退场——潘宁 九万元起步，潘宁开创“容声”时代 潘宁闯出一片天地，邓小平视察南方谈话 产权归属问题终结潘宁十五年科龙生涯 拼搏一生，终得“荣幸”归隐山林第七章 “乳业巨头”落马——郑俊怀 结缘乳业，“20年老总” 一山难容“二牛” 从“国债风波”到“独董事件” 曲线产权改革之殇 银铛入狱第八章 中国互联网教母——张树新 瀛海威=网络=Internet 神话的破灭，瀛海威谢幕 从IT业到金融投资的转型 回望瀛海威第九章 春兰家电帝国陨落——陶建幸 临危受命救活亏损小厂 国际化、多元化：春兰的新发展 多元化之殇 难改制，敏感的国有资产 春天不再，前途成迷第十章 企业承包第一人的坎坷人生——马胜利 “我请求承包造纸厂” “马承包时代”到来 马胜利是人不是神 “马承包”被承包 马胜利的反思 参考文献

## &lt;&lt;10位风云人物的激情回望&gt;&gt;

## 章节摘录

“中国魔水”，孤儿的命运转折李经纬的一生就是与命运抗争的一生。

李经纬出身寒微，几为命运所弃。

李经纬是广东三水县白坭镇人，三水县虽然距现代化城市广州仅有38公里，不过半个小时的路程，然而它给人的印象是个年年发大水的落后农业县。

李经纬的父亲死于战乱，母亲无力抚养这个遗腹子，于是他只能在广州东山区孤儿院度过童年和少年时代。

为了生存，他擦过皮鞋，做过印刷工人，在戏院给有钱人打过扇子，没进过一天学堂。

后来，李经纬成为广东三水县委的一名工作人员。

1973年，时任三水县委副书记的李经纬被发配到一个毫无起色的白酒厂担任厂长。

就是这只有几口米酒缸的作坊工厂，让李经纬迎来了命运的转折点，展现出他超人的市场经营才华。

创业是艰苦的，李经纬曾亲自背着米酒，到佛山和广州挨家挨户推销。

他与“重臣”杨仕明的亲密关系也来源于这段时间。

没过多久，李经纬就上马了一个新的“强力牌”啤酒项目，一个人三次往返江浙寻找啤酒花和麦芽，把一个“死厂”给盘活了。

李经纬在当厂长之前，喜好球类运动和当过县委副书记，是个彻头彻尾的体育爱好者。

这种经历使得他对体育有了足够的认识和把握，并为他日后充分利用体育使“健力宝”名扬世界奠定了基础。

1983年，李经纬去广州出差，在街边买了平生第一罐可口可乐。

当李经纬喝可口可乐的时候，他的感受既不可口，也不可乐，用他的话说，“跟药水一样”。

他绝没有料到，日后他却与“药水”结下了不解之缘。

此时，可口可乐已经来到中国4年之久，广州装瓶厂刚刚建成投产。

在得风气之先的广州，李经纬意识到同样是卖水的，自己也应该生产出一种饮料来，要像可口可乐那样风光。

但一番折腾后效益有所好转的三水酒厂，仍是一家不起眼的小厂而已。

一次，李经纬到他的表弟——原广东乒乓球队教练区盛联家里做客，无意间听他谈起广东体育科学研究所有个研究员叫欧阳孝，研究出了第五代饮料的配方，并说那种饮料运动员喝了后能很快恢复体力，而且普通人也能喝，还说能够填补国家空白。

但是，配方却在广东省体育科研所的文件夹里无人问津，正苦于找不到生产厂家把科研成果转化为生产力，转化为产品。

李经纬立刻找上门去要求合作。

当时，李经纬也搞不懂这是什么东西，竟然有如此大的魔力。

他只觉得这是一个千载难得的机会，现在发现了它，就应该把握它。

这个极为偶然的的机会，被李经纬抓住了。

他曾说过：“机会是常有的，就看你有没有眼光，能否抓得住。”

于是两人一拍即合，李经纬以企业家的气魄和不怕冒风险的开拓精神，毅然接受了这项意义重大的新型饮料的研制工作。

在经过120多次试验之后，“健力宝”终于诞生了。

在欧阳孝的主持下，一种橙黄色的饮料被开发出来，它有一个很拗口的名称——“促超量恢复复合剂运动饮料”。

接下来，就是李经纬展示超前营销意识和品牌塑造能力的表演。

当时李经纬得到了一个准确的情报：第23届奥运会将在美国洛杉矶举行，中国将派体育代表团参加——李经纬从可口可乐搭乘战争之车而畅销世界的故事中得到启示，一个奇妙而又冒险的梦诞生了，他要搭乘体育之舟，让“健力宝”一夜之间走向世界。

而此时，离奥运会开幕只有几个月的时间，手中的酒厂一年利润也才不过几万元，但是，李经纬就敢做大梦，要赶奥运会的“大集”。

## <<10位风云人物的激情回望>>

体育的光环再一次照耀在李经纬的头顶上，亚洲足联会议恰恰在这个时候召开，地点就在广州的“白天鹅”宾馆。

刚刚试成的“健力宝”如何打入亚洲足联会议的会议桌上？

这时，连饮料的品牌叫什么、商标是怎样的、到底采用何种包装，都还没有一个影子。

那时厂里已经有了一个叫“肆江”的品牌，但是李经纬却不满意，他苦思冥想出了一个新的名字——“健力宝”，听上去琅琅上口，还含有“健康、活力”的保健暗示。

参与产品开发的陈新金医生则自告奋勇设计商标，请自己喜爱书法的哥哥将“健力宝”三个字写在一张宣纸上，李经纬又请县里的广告公司设计出一个南中国书法与英文字母相结合的商标图形。

这个新商标的诞生在1984年的商品大潮中可谓石破天惊：“J”字顶头的点像个球体，是球类运动的象征；下半部由三条曲线并列组成，像三条跑道，是田径运动的象征；从整体来看，那个字的形状又像一个做着屈体收腹姿势的体操或跳水运动员。

整个商标体现了健力宝与体育运动的血脉关系。

它在当时陈旧、雷同的中国商品商标中简直算得上是鹤立鸡群。

李经纬另一个大胆的举措是提出用易拉罐包装健力宝。

在当时的消费者眼中，易拉罐无疑是高档饮料的代名词。

那时国内尚无一家易拉罐生产企业，三水酒厂更不可能有这样的罐装生产线。

李经纬四处奔波，最后他们用仅有的一点外汇，从香港买进一批易拉罐，利月深圳一家中外合资的“百事可乐”工厂的下班时间(这家工厂的厂长是李经纬朋友的朋友)，会同该厂的工人夜间加班，将随身带来的“健力宝”原料制成易拉罐——借鸡生蛋成功了。

就这样，在一番手忙脚乱之后，李经纬通过体育界的关系网络，让200箱光鲜亮丽的健力宝准时出现在了亚足联的广州会议上，引起了众人的惊叹。

各国足球协会知名人士在会议桌上畅饮着！

包费赠送的“健力宝”，嘴上流露出来的自然是一串串的赞誉之词，顺势把“健力宝”推上了奥运会饮料的竞技场。

专家们在畅饮之后，一致认为“健力宝”有其鲜明的中国特色和良好的体育功效。

1984年6月，健力宝毫无争议地成为中国奥运代表团的首选饮料。

跟所有的参评饮料相比，它是唯一的罐装品，品牌形象与体育运动天然相关，而且口感、色泽和质量均无可挑剔。

1984年8月，洛杉矶奥运会开幕，更多免费赠：基的“健力宝”从三水出发经广州，直赴北京，然后飞往美国的洛杉矶。

这些飞往奥运会的“健力宝”，同样是“借鸡生蛋”。

这是当时有史以来规模最大的奥运会，也是第一次由民间举办并有了赢利的奥运会。

中国奥运代表团在此次运动会上凭借许海峰的射击实现了金牌“零的突破”，并最终夺得15枚金牌，金牌数仅次于美国、罗马尼亚、联邦德国，位居第四。

奥运会上的成功，极大地激发了全民的热情和民族自豪感，而作为中国奥运代表团的首选饮料，健力宝也获得了不可想象的关注。

一个李经纬也没有想到的事件左右了健力宝的命运：如果没有发生这个小细节，健力宝也只能卓立于凡尘，而不是进入民族品牌的神殿。

洛杉矶奥运会，8月7日的女排决赛上，中国女排姑娘以勇不可挡之势，直落三局，击败东道主美国队，实现了“三连冠”的鸿鹄伟业。

顿时，中国举国沸腾，女排姑娘们被誉为“民族英雄”。

在11日的《东京新闻》上，一个日本记者发表了一篇花边新闻稿《靠“魔水”快速进击？》

》，他好奇地发现女排运动员在比赛中一直在喝一种从没有看到过的饮料。

事实上，健力宝在当时除了供给中国代表团，在国内市场上几乎没有任何的销量，于是便猜测“中国运动员取得了15块奥运金牌，可能是喝了具有某种神奇功效的新型运动饮品——健力宝的缘故”。

## <<10位风云人物的激情回望>>

### 编辑推荐

《10位风云人物的激情回望》：树立起“民族饮料第一品牌”的李经纬，为何最终沦为悲情枭雄？“一代标王”姬长孔，到底是怎样从白酒业的巅峰坠落的？“彩电大王”黄宏生一手缔造了创维，缘何惹来牢狱之灾？“三九教父”赵新先，到底有几多起落沉浮？倪润峰究竟是怎样在长虹谢幕的？潘宁为什么最终没能成功跳脱产权纠葛的怪圈？“乳业巨头”郑俊怀到底是冤还是不冤？“互联网教母”张树新，演绎了怎样一出“打江山易，坐江山难”？怀揣“通用之梦”的陶建幸，为何会与春兰一起双双走入困局？“企业承包第一人”马胜利，怎样结束了自己的时代？他们也曾叱咤风云可谁能参透失意者的悲情与无奈成功者固然值得推崇失意的探索者则留下了宝贵的思考。



<<10位风云人物的激情回望>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>