

《华商名人堂系列：是非史玉柱》

书籍信息

版次：1

页数：199

字数：180000

印刷时间：2011年01月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787543667426

丛书名：华商名人堂

编辑推荐

史玉柱是中国现代企业家中*受争议的人物之一。

对于史玉柱的争议就像是对张学良的历史功过一样，很难有个公断。所以对于史玉柱，或许我们也没必要在整本书中纠结于他的是非功过，我们要做的也许仅仅是陈述事实。

在评判史玉柱不择手段、冷酷和道德麻木而获得商业成功之外，我们也许更应该清醒地思考：为什么史玉柱可以凭借一个还没有成形的巨人大厦圈钱1.2亿？为什么在背负2亿债务后，他可以依托争议与喧嚣并存的保健品行业翻身？而后又凭借争议更大、竞争更惨烈的网络游戏再次攀上财富之巅？

内容简介

史玉柱是一个名副其实的商界传奇人物。早在上世纪80年代末就登上了《福布斯》富豪榜，资产超过两亿。被荣誉冲昏了头脑的史玉柱行事开始缺乏理性，70多层巨人大厦的上马，把一个财富神话从天堂打入地狱，史玉柱成为负债两亿的中国“首穷”。令人难以置信的是，2001年巨人的保健品脑白金年销售额超过10亿，黄金搭档更成为中国保健品市场上的常青树——史玉柱东山再起了。如今史玉柱凭借网游再次回到公众视野中，当年那个创造过财富神话的史玉柱又回来了！

与财富同样多的是人们对他的非议与质疑。被誉为“垃圾广告”的脑白金、让青少年沉迷的网络游戏，这些充满争议性的话题，总是围绕在这位中国富豪的身边。一本英文杂志评论说，史玉柱*的本事是“销售一些本不值钱的玩意儿，同时赚得盆钵满盈”。

作者简介

余瀛波，男，2003年毕业于北京大学新闻与传播学院，现任《法制日报》国际版编辑，拥有丰富的国际报道和人物报道经验。业余从事文字创作，主攻翻译和人物传记，先后出版有《小亚当的秘密》、《亚特兰蒂斯》、《克里特岛》、《生死两分钟》等。

目录

第一章 史玉柱的是是非非

第一节 进入暴利行业

第二节 还债引发的争议

第三节 “我做什么都有争议”

第二章 史玉柱贩卖的是“人性弱点”

第一节 利用人性弱点卖汉卡

第二节 史玉柱凭什么能集资1.2亿？

第三节 脑白金“洗脑”

第四节 《征途》靠放大人性弱点赚钱

第三章 脑白金十年不倒凭什么？

第一节 通过试销了解消费者偏好

第二节 “我就要把消费者研究透”

第三节 靠“口碑”圈钱

第四章 套牢玩家只为圈钱

第一节 骨灰级玩家发现商机

第二节 一切从玩家需求出发

第三节 每天做十几个小时客服

第五章 史式营销“心法”

第一节 营销没有专家

第二节 走“农村包围城市”的道路

第三节 地面推广比广告更重要

第四节 要做就做第一品牌

第六章 “吃透人性”做管理

第一节 小公司不搞股份制

第二节 高薪是成本最低的管理方式

第三节 坚决不用“空降兵”

第四节 企业要想做大必须要有制度

第五节 制度无情人有情

第七章 得人心者得人才

第一节 导演“历史上最牛挖角事件”

第二节 巨人没“叛徒”

第三节 不断强化员工的归属感

第四节 只认功劳不认苦劳

第八章 资本玩家

第一节 史玉柱的资本腾挪术

第二节 12亿天价撼动资本市场

第三节 “我更喜欢资本家这个职业”

第四节 “在投资上我很胆小”

第九章 失败与教训

第一节 人性弱点与创业失败

第二节 企业搞多元化必败

第三节 “说到做到”的执行力

第四节 企业的枪杆子就是“现金”

第五节 “我对媒体敬而远之”

尾声：史玉柱的时代并没有结束

附录一：史玉柱个人档案

附录二：史玉柱精彩语录

附录三：众说纷纭的史玉柱

媒体评论

我认为史玉柱是少有的几个能挑逗所有中国人情绪的企业家，大家爱他，恨他，厌恶他，模仿他，崇拜他，有各种各样的情绪…… ——《中国企业家》前总编牛文文
史玉柱是最被媒体误解的人。 ——马云 老史这个人总能把事情说得特别有吸引力，有

在线试读部分章节

巨人陷落后，史玉柱手上多了一个道具——墨镜。白天，无论在哪里，史玉柱都会戴着它，以避免不必要的麻烦。在墨镜下，史玉柱目光坚定而不再游移。

在隐藏三年后，史玉柱在保健品行业取得了空前成功。到2000年，脑白金创造了13亿元的销售奇迹，并在全国建立了200多个销售网点，在规模上甚至超过了鼎盛时期的巨人。但是，在重新创业的三年中，史玉柱始终都隐身于幕后，在很长一段时间里，人们并不知道脑白金真正的幕后推手是史玉柱。

站起来的史玉柱不再甘心过每天戴着墨镜，不见天日的日子，他迫不及待地想向那些攻击他、中伤他的人以及期待他的人证明，他史玉柱和巨人又站起来了。于是，在销声匿迹三年之后，史玉柱又在媒体的追捧下，开始了轰轰烈烈的复出之路。

2000年5月，互联网上出现了一篇新闻专访，题为《南京街头雄心勃勃的神秘客》，访问的对象正是从公众视线里消失了三年的史玉柱。随后，史玉柱又接受了《南方周末》、中央电视台刚开播不久的栏目《对话》等数十家媒体的专访，在访谈中，史玉柱强调的主题只有一个，他现在有钱了，他要还清当年巨人欠下的2亿债务。就像他在《对话》栏目中所强调的：“在开始的时候，我就给自己定了两个阶段，第一个阶段，老百姓这部分钱由我个人来还，我努力的第一个目标就是先挣钱，通过做实业、做产品，先挣钱。挣了钱，先把这部分钱还掉，然后再发展自己的事业。”

2001年1月30日，一家名为“珠海市士安有限公司”的企业在《珠海特区报》等媒体上打出了收购珠海巨人大厦楼花的公告。公告称，士安公司将以现金方式收购珠海巨人集团在内地发售的巨人大厦楼花，收购的方式有两种，一种是以100%的价格收购，分两期支付，即先期支付40%，当年年底再支付60%；另一种是以70%的价格一次性收购。收购时间为2001年1月31日到2月15日。

公告一经刊出，本来已经绝望的老百姓们又重燃希望，纷纷拿着当年签署的契约和合同到指定地点兑换。随后，《北京青年报》、《21世纪经济报道》、《解放日报》、《中国经营报》、《环球企业家》、《新民周刊》、中央人民广播电台和中央电视台等数十家媒体报道了史玉柱还债事件。

同以往人们对史玉柱的争议一样，这次看似充满正义的还债事件也得到了两种截然不

同的评价。一种是对史玉柱行为的正面评价，认为他是一个有良心的企业家，是真正的英雄，是一条汉子。比如《对话》栏目的主持人王利芬在采访即将结束的时候，给予了史玉柱极高的评价，她说：“我认识很多朋友，他们对史玉柱个人的人格魅力非常佩服。而且他们对史玉柱一复出，就始终想要还老百姓的钱这一点非常感动。就我个人来说，对他攀登珠穆朗玛峰这样一个壮举，内心也充满了敬意，刚才大家一直在谈失败和成功的话题，我在这里想起了一句话：当你想好了怎么去赢的时候，整个世界都会为你让路。我想把这句话送给史玉柱和他未来的事业。”

有相当一部分企业家对史玉柱的做法也给予了肯定。比如柳传志和段永基，他们都相信史玉柱能改正以往的错误，重新取得商业上的成功。

巨人陷落后，史玉柱手上多了一个道具——墨镜。白天，无论在哪里，史玉柱都会戴着它，以避免不必要的麻烦。在墨镜下，史玉柱目光坚定而不再游移。在隐藏三年后，史玉柱在保健品行业取得了空前成功。到2000年，脑白金创造了13亿元的销售奇迹，并在全国建立了200多个销售网点，在规模上甚至超过了鼎盛时期的巨人。但是，在重新创业的三年中，史玉柱始终都隐身于幕后，在很长一段时间里，人们并不知道脑白金真正的幕后推手是史玉柱。站起来的史玉柱不再甘心过每天戴着墨镜，不见天日的日子，他迫不及待地想向那些攻击他、中伤他的人以及期待他的人证明，他史玉柱和巨人又站起来了。于是，在销声匿迹三年之后，史玉柱又在媒体的追捧下，开始了轰轰烈烈的复出之路。2000年5月，互联网上出现了一篇新闻专访，题为《南京街头雄心勃勃的神秘客》，访问的对象正是从公众视线里消失了三年的史玉柱。随后，史玉柱又接受了《南方周末》、中央电视台刚开播不久的栏目《对话》等数十家媒体的专访，在访谈中，史玉柱强调的主题只有一个，他现在有钱了，他要还清当年巨人欠下的2亿债务。就像他在《对话》栏目中所强调的：“在开始的时候，我就给自己定了两个阶段，第一个阶段，老百姓这部分钱由我个人来还，我努力的第一个目标就是先挣钱，通过做实业、做产品，先挣钱。挣了钱，先把这部分钱还掉，然后再发展自己的事业。”2001年1月30日，一家名为“珠海市士安有限公司”的企业在《珠海特区报》等媒体上打出了收购珠海巨人大厦楼花的公告。公告称，士安公司将以现金方式收购珠海巨人集团在内地发售的巨人大厦楼花，收购的方式有两种，一种是以100%的价格收购，分两期支付，即先期支付40%，当年年底再支付60%；另一种是以70%的价格一次性收购。收购时间为2001年1月31日到2月15日。公告一经刊出，本来已经绝望的老百姓们又重燃希望，纷纷拿着当年签署的契约和合同到指定地点兑换。随后，《北京青年报》、《21世纪经济报道》、《解放日报》、《中国经营报》、《环球企业家》、《新民周刊》、中央人民广播电台和中央电视台等数十家媒体报道了史玉柱还债事件。同以往人们对史玉柱的争议一样，这次看似充满正义的还债事件也得到了两种截然不同的评价。一种是对史玉柱行为的正面评价，认为他是一个有良心的企业家，是真正的英雄，是一条汉子。比如《对话》栏目的主持人王利芬在采访即将结束的时候，给予了史玉柱极高的评价，她说：“我认识很多朋友，他们对史玉柱个人的人格魅力非常佩服。而且他们对史玉柱一复出，就始终想要还老百姓的钱这一点非常感动。就我个人来说，对他攀登珠穆朗玛峰这样一个壮举，内心也充满了敬意，刚才大家一直在谈失败和成功的话题，我在这里想起了一句话：当你想好了怎么去赢的时候，整个世界都会为你让路。我想把这句话送给史玉柱和他未来的事业。”有相当一部分企业家对史玉柱的做法也给予了肯定。比如柳传志和段永基，他们都相信史玉柱能改正以往的错误，重新取得商业上的成功。史玉柱在媒

体面前多次表示愿意承认错误，并且表示了自己要痛改前非的决心。再加之还债之举，他很容易又树立起自己正面的企业家形象。2001年，史玉柱当选中央电视台举办的第二届“中国经济年度人物”。给他的颁奖词是：“第一次，他上演了一个成功的版本；第二次，他演绎了一个失败的案例；这一次，他从哪里跌倒就从哪里爬起，并完成了对企业家精神的定义：执着、诚信、勇于承担责任。”在一部分媒体的簇拥下，史玉柱俨然已经成为了一个有良知的企业家，扮演着救世主的角色。可是，在光环背后，还是有很多人提出了对史玉柱的质疑。《中国青年报》采访了部分巨人大厦的债权人，引述这些债权人的话说：“欠债还钱，天经地义。史玉柱别把自己扮成救世主，他的债根本没还清。”也有债权人表示：“他想站起来，不把屁股擦干净行吗？”就此，《中国青年报》发表评论指出：老百姓虽然说的是气话，但仔细想想也不无道理。联想到近期史玉柱要做大以及借壳上市的种种传闻，此次还钱行动实质上是史玉柱回购信用、继续发展的一个重要步骤。《三联生活周刊》曾引用史玉柱原手下江红的一篇文章，在文章中江红写道：“他被当成一个失败的英雄，仍被一些人用另一种心态崇拜着，我在感到可笑的同时，对人类博大而盲目的同情心和英雄崇拜的情结俯首无语。作为当年巨人指挥部的成员，被史玉柱发动的三大战役的硝烟熏过，近距离看过史总从狂妄到焦急到崩溃的交替表情，我不可能再像中国广大的民众那样对此有多少神秘感和多余的敬意。见到中央电视台的‘对话’主持人仍然对史玉柱以‘天才’相称，不禁感到悲哀。毁掉史玉柱的正是他的‘营销天才’……”《光明日报》也发表了相关文章，质疑史玉柱的还钱之举是“仁义行为”。文章中写道：“香港二个著名金铺的老板不久前破产，除了被规定几年内不能再开公司外，他的生活水平也一落千丈，处处受到限制。不能住酒店，不能坐出租车，连上好一些的酒家吃饭也会被人控告。如果以这样的法律标准来要求史玉柱，他所做的有良心的事，便是‘非法’得来的。”《英才》杂志也旗帜鲜明地指出，史玉柱的还钱之举完全是出于商业上的利益，其这样写道：“在中国，一个信誉好的企业上市都很困难，一个信誉不好的企业能上市吗？包括用借壳的方法。史十分看重上市，他说自己随时准备12个月破产，股市圈来的钱当然可以不还，谁还敢买他的股票？”其实，从商业的角度来考虑，史玉柱还钱与道义无关，因为他要想做大，把企业上市，就必须除去以前的污点，回购信用。这一点被同样是商人的段永基看得一清二楚，就像他所说的：“一个企业最重要的道德制度就是诚信原则。史玉柱还钱表明了他企业的诚信，表明了他做人的诚信。这对他未来的商业前途是一个非常高回报的投资。”史玉柱到底是一个商人，如同段永基思考问题的方式，他也站在了商人的角度说明了自己还钱的理由：“商人也很现实。我是站在商人的角度，钱如果不还，我以后也做不大，除非我不做大了。出于商业的考虑，我必须把钱还上。”如果把史玉柱这句话说得更露骨一些即为：现在他虽然还了一个多亿，貌似吃亏了，但是，日后这个还钱的举动所得到的回报会远远高于一个亿。产出绝对会比投入多。至于“道义”、“良心”等只是出于商业目的而还钱的附属品罢了。无论史玉柱还钱出于怎样的目的，受到了怎样的争论与非议，但是，从巨人日后的发展看，还债的举动确实收到了出人意料的效果。

。 P11-15

[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)