

## <<史玉柱批判>>

### 图书基本信息

书名：<<史玉柱批判>>

13位ISBN编号：9787802553064

10位ISBN编号：7802553067

出版时间：2009-11

出版时间：企业管理出版社

作者：徐明天

页数：206

字数：200000

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>

## <<史玉柱批判>>

### 前言

1990年，一个在深圳创业的年轻人想注册一家叫“巨人”的公司。因为深圳已经有公司注册了“巨人”这个名字，这个年轻人就把“巨人公司”注册到了与深圳毗邻的珠海。

这个年轻人之所以执著地将自己创办的公司注册成“巨人”，是因为他读过一本名为《蓝色巨人》的写美国IBM公司的书，年轻人的公司也是从事软件及计算机业务，他立志要做中国的IBM。

这个年轻人就是史玉柱，他的公司叫“巨人”。

据说，1992年，有家知名媒体搞了个民意测验，问的是“你最崇拜的两个人是谁”。

答案一出天下惊——一个是全球首富比尔·盖茨，另一个就是史玉柱。

有研究者比较巨人和微软的早期发展，认为两家企业都是靠电脑软件起家，创业时的经营条件十分相似。

——1989年，史玉柱和3个伙伴以仅有的4000元人民币开始了巨人的创业，产品只有一种，即史玉柱自己开发出来的M-6401桌面文字处理系统，不到4个月，就实现利润近百万元。

随后两年内，巨人集团以软件业为根本，相继开发出M-6402文字处理系列产品及M-6403汉卡。

到1992年底，销售收入近2亿元，实现纯利3500万元，企业年发展速度500%。

——再看微软公司，由比尔·盖茨创建于1975年，当时加上雇员也只有4人，启动资金是3000美元，按照中美两国的消费比价，与巨人的创业资金基本相当，产品也只有一种电脑软件。

微软公司起初的发展速度十分惊人，到1977年底销售收入达到382万美元，年发展速度636%。

## <<史玉柱批判>>

### 内容概要

企业家和富豪从来就不是同一个概念。  
企业家需要成功的企业作为注脚。  
还需要符合公认的商业道德标准。  
而“富豪”的意思就是特别有钱。  
严格地说，史玉柱并不是一个完全成功的企业家。  
因为，不管是他经营的企业、还是贩卖的产品，至今都是胜负交织，毁誉参半。  
还需要指出的是。  
史玉柱的巨额财富并非由脑白金等保健品产品积累而来。  
而是源自令人眼花缭乱的资本运作。  
但不可否认的是，史玉柱已经很有钱了。  
根据作者的盘点，高峰时的史玉柱身价至少在400亿元，这是有相当确切的依据而令人信服的。  
所以我们称史玉柱为富豪。

## &lt;&lt;史玉柱批判&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 脑白金：一个离奇的故事 一则广告 何谓脑白金？

100岁老太太生了一个胖娃娃 这是真的吗？

真相大白 15万元造出“两颗原子弹” “原子弹”软文是这样造出来的 潜入大上海 火了脑白金 【评论】脑白金为何长寿第二章 脑黄金之败 广告轰炸 请来楼滨龙 IT业受阻 与袁彬策划于密室 一本万利 一个月造出脑黄金 脑黄金撒向全国市场 广告开路 坐上“三级火箭 三大战役 败北 外援救场 “巨不肥”之战 内外交困：三场官司 【评论一】巨人的祸根是不重视产品 【评论二】什么样的企业容易遇到危机第三章 巨人——大厦将倾 “我们不怕曝光” “就这两个问题啊

史玉柱身陷重围 72层巨人大厦 不是楼花，是集资 “楼花”挖了一个巨坑？

“楼花”款挪用到脑黄金？

一路谎言撒到底 【评论一】从关注紧急的事到关注重要的事 【评论二】“失信”的后果第四章 科技桂冠？

一夜成名 为重奖而来？

史玉柱在深圳难出头 巨人没有高科技 【评论】城市的性格第五章 创业英雄 平民之子 天之骄子 足球健将 干部下海 科技创业 白手起家 营销天才 【评论】假如没有那么多诱惑第六章 还债救赎 史玉柱回来啦！

还了多少钱？

漂白污迹 道义之举还是天经地义 勇攀珠峰 跑题的反思 【评论】中国企业家行为的三大缺陷第七章 资本玩家 走进史玉柱资本迷宫 还债是为了换取进入资本市场的门票 注册大量关联公司为了资本市场的运作 纸上公司 玩转上市公司000416 左手倒右手，一条生产线换一个壳 右手倒左手，超低价买回无锡健特 一个净“壳”卖了个好价钱 一个女儿嫁两家 借腹生子 卖出去的牛在自家田里耕地 一对“黄金搭档 借题炒作 借“壳”生蛋 【评论】机会至上第八章 征途游戏 踏上超级富翁的《征途》 “股市秃鹫”盯上“巨人” 史玉柱亲自当形象代言人 2D游戏 《征途》八招 免费游戏 在线人数破记录 为上市而来 金钱、权力和暴力——一个玩家的经历 【评论】套牢玩家第九章 黄金酒 再战“黄金酒” “黄金酒”开卖 出师不利 老瓶装新酒后记为什么“巨人”梦难圆

## &lt;&lt;史玉柱批判&gt;&gt;

## 章节摘录

从总统至百姓无不关注培育出“多利”的克隆技术，克林顿总统下令成立委员会研究其后果，规定90天内提交报告，并迫不及待地在他的白宫椭圆形办公室发布总统令。

德国规定，谁研究克隆人，坐牢5年，罚款2万马克。

法国农业部长发表讲话：遗传科学如果生产出6条腿的鸡，农业部长可就无法干了。

“多利”刚公诸于世，《华盛顿邮报》即发表《苏格兰科学家克隆出羊》，美国最权威的《新闻周刊》连续发表《小羊羔，谁将你造出来？

》《今日的羊，明日的牧羊人》……美国广播公司晚间新闻发布民意测验：87%的美国人说应当禁止克隆人，93%的人不愿被克隆，50%的人不赞成这项成果。

二、“脑白金”在美利坚引爆脑白金是人脑中央的一个器官，中国古代称之为“天目”，印度2000年前就称之为“第三只眼”。

近年美国科学家们发现，它是人体衰老的根源，是人生的生命时钟。

这项发现如同强大的冲击波，震撼着西方国家。

《华尔街日报》发表《一场革命》；《新闻周刊》居然以《脑白金热潮》为标题，于8月7日、11月6日封面报道，阐述补充脑白金的奇迹：阻止老化、改善睡眠……美国政府FDA认定脑白金无任何副作用后，脑白金在美国加州迅速被炒到白金的1026倍。

不过在规模生产的今天，每天的消费仅1美元，在中国不过7元人民币。

美国西北大学教授格利塔在电视新闻中感叹：“美国人为它疯狂了！”

”脑白金体的冲击波迅速波及全球。

日本《朝日新闻》、NHK电视大肆报道，台湾地区的人从美国疯狂采购脑白金产品。

香港地区有关部门不得不出面公告：奉劝市民服用脑白金要有节制。

中国大陆也不例外，1998年4月5日中央电视台“新闻联播”播放《人类有望活到150岁》，详细介绍脑白金体的科技成就，《参考消息》等各大媒体也都相继报道。

中国部分城市已经出现脑白金热潮的苗头。

## <<史玉柱批判>>

### 后记

本书在写作的过程中，借鉴使用了《企业管理》杂志、《珠海特区报》《沉浮史玉柱》《史玉柱传奇》《巨人不死密码》《巨人归来》《史玉柱——最有价值的商场博弈》等报刊书籍的资料，在此说明并表示感谢。

由于本书在写作中参考引用了大量互联网信息，有些内容无法一一罗列原作者并注庄明出处，在此谨表歉意。

在时下的企业和企业家传记作品当中，常常可以使人嗅到金钱的味道，有的就是御用之作，只谈成功，不讲失败，只写成绩，不写缺失，失去公正客观的态度。

其实，与一味的赞美相比，理性的批评往往更有价值。

我们这个社会，也应该容忍批评和争论。

客观地评价，史玉柱无疑是一位成功者，历经挫折再次奋起，在波谲云诡、瞬息万变的商场之上展示出了杰出的聪明才智。

作为企业，巨人也是一个非常好的营销策划公司，有不少成功的营销案例。

与此同时，我们还应该看到，在商业化的裹挟下，时下有一种只以成败论英雄的风气，没有了是非观念，也缺乏道德的判断，人们只崇拜财富，而把君子爱财，取之有道的祖训抛到了九霄云外。

这是一种人生价值观的沦丧，也是一种社会价值观的杂音。

## <<史玉柱批判>>

### 编辑推荐

《史玉柱批判》由企业管理出版社出版。

<<史玉柱批判>>

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>