敢入深海釣大魚

新能源汽車開發者王傳福創業小記

王傳福，在26歲時就已成爲最年輕的處級幹部。但他毅然辭職下海，借錢成立了比亞迪有限責任公司，主營手機電池製造。在短短6年過後的2003年，比亞迪成爲了僅次於日本三洋的全球第二大手機電池製造商，而王傳福則讓自己成爲了“電池大王”。之後，王傳福又把目標瞄準了中國國內最爲熱門的汽車行業。2003年8月，比亞迪投資20億元人民幣在西安高新區征地1500畝，建設轎車、電動車研發和生產基地。2006年，比亞迪在深圳的電動汽車試驗場已經推出首批200輛鋰離子純電動汽車，並投入出租運營。2007年，王傳福以個人財富85億美元，榮膺胡潤能源富豪榜第6位。

從年輕處長到個體戶

王傳福1966年出生在安徽無爲縣一戶再尋常不過的農民家庭，在父母的關愛下度過了無憂無慮的童年。然而，在個體卻中時家裏發生的變故，讓他經受了心靈的巨大創傷。爲了忘掉痛苦，年紀尚小的王傳福便埋頭學業，一心苦讀，形成了堅強忍耐的性格。他相信，沒有比腳更高的山，沒有比腳更遠的路；只要靈魂不屈，自己一定會走出一條康莊大道。

1987年7月，21歲的王傳福從中南工業大學冶金物理化學系畢業進入北京有色金屬研究院。在研究生期間，他更加刻苦，把全部的精力投入到電池研究中去。僅僅過了5年的時間，26歲的王傳福被破格委以研究院301室副主任的重任，成爲當時全國最年輕的處長。而更讓他意想不到的是，一個促使他從事家向企業家轉變的機遇從天而降。1993年，研究院在深圳成立比格電池有限公司，由於和王傳福的研究領域密切相關，他便順理成章被任命爲公司總經理。

一年之後，王傳福作出了一個大膽的決定——脫離比格電池有限公司單幹。脫離具有強大背景的比格電池有限公司，辭去已有的總經理職務，這在一般人看來太冒險。但王傳福相信一點：最燦爛的風景總在懸崖峭壁，富貴總在險境中凸現。1995年2月，深圳乍暖還寒，王傳福向做投資管理的表哥呂向陽那裏借了250萬元錢，註冊成立了比亞迪科技有限公司，領著20多個人在深圳蓮塘的舊車間裏揚帆起航了。

做一隻撼動大樹的“蚍蜉”

在當時，日本充電電池一統天下，國內的廠家多是買來電芯搞組裝，利潤少，幾乎沒有競爭力。如何打開局面？經過認眞思考，王傳福決定依靠自身技術研究優勢，從一開始就把目光投向技術含量最高、利潤最豐厚的充電電池核心部件——電芯的生產。事實證明，王傳福這一招可是後發制人、一招致命的關鍵所在。

更爲幸運的是，日本宣佈本土將不再生產鎳鎘電池，而這勢必會引發鎳鎘電池生產基地的國際大轉移，王傳福立即意識到這將爲中國電池企業創造前所未有的黃金時機，於是決定馬上涉足鎳鎘電池生產。

那時，日本的一條鎳鎘電池生產線需要幾千萬元投資，再加上日本禁止出口，王傳福買不起也根本買不到這樣的生產線。但他利用中國人力資源成本低的優勢，決定自己動手建造一些關鍵設備，然後把生產線分解成一個個可以人工完成的工序，結果只花了100多萬元人民幣，就建成了一條日產4000個鎳鎘電池的生產線。利用成本上的優勢，通過一些代理商，比亞迪公司逐步打開了低端市場。

1996年，比亞迪公司取代三洋成爲臺灣無繩電話製造商大霸的電池供應商。1997年，比亞迪公司鎳鎘電池銷售量達到1.5億塊，排名上升到世界第四位。緊接著王傳福又開始了鎳氫電池的研發，並在當年，鎳氫電池銷售量達到1900萬塊，一舉進入世界前7名。

此後，王傳福把目光放到了歐美和日本市場。1998年至2000年，比亞迪歐洲分公司、美國分公司先後成立，大客戶名單上出現了松下、索尼、GE、AT&T和業界老大TTI等。

2000年，王傳福投入大量資金開始了鋰電池的研發，很快擁有了自己的核心技術，並成爲摩托羅拉的第一個中國鋰電池供應商。2001年，比亞迪公司鋰電池市場份額上升到世界第四位，而鎳鎘和鎳氫電池上升到了第二和第三位，實現了13.65億元的銷售額，純利潤高達2.56億元。

目前，比亞迪以近15%的全球市場佔有率成爲中國最大的手機電池生產企業，在國際市場上正與日本三洋一決雌雄。而在鎳鎘電池領域，比亞迪全球排名第一，鎳氫電池排名第二，鋰電池排名第三。

電池大王的迅速轉身

2003年8月，在陝西廣東經貿合作推介會上，王傳福再爆驚人之舉，比亞迪與西安高新技術產業開發區、陝西省投資集團簽訂合資組建比亞迪電動汽車生產線合同，項目投資達20億元人民幣。

王傳福的思路是，通過電池生產領域的核心技術優勢，打造中國乃至世界電動汽車第一品牌，“電池大王”將造汽車與自己的長項相結合。王傳福的自信來源於比亞迪在電池生產領域的成功。他要複製這樣的成功，他看准了國內私車市場每年增長60%以上的巨大空間。

2004年1月，深圳市有200輛比亞迪製造的鋰離子純電動汽車投入出租運營，成爲全國第一家電動車示範區，眞正實現尾氣零排放。這種電動汽車一次充電後可行駛350公里，成本價在10萬元到12萬元之間，零售價在14萬元左右。在做完必要的改進後，將全面進入北京市場，並且在上海、廣州、西安等城市陸續上市。

2006年，比亞迪電動車要正式開始商業運營。而且在王傳福的“盤子裏”也已經作好了這樣的規劃：比亞迪控股秦川的主要目的是通過收購小型車企業，開發電動車電池，欲以此入股國內一家電動車製造廠，並配合該公司開發電動車二次充電電池。同時，比亞迪在上海成立“比亞迪汽車研發中心”。不久，比亞迪汽車將會達到年產30萬輛轎車的生產能力，成爲中國又一大轎車生產基地。

向著商海更深處遊弋

在2007年的高交會上，比亞迪雙模電動汽車亮相，成爲當年最大的亮點之一。這款採用電動車系統和混合動力系統的雙模電動汽車———F6DM，也成爲王傳福下的新注。王傳福繼續以自己領先業界的大跨步，進一步打破汽車領域的格局。

敢於冒險、敢想敢幹及當斷則斷的作風，爲王傳福的成功帶來了致富的傳奇色彩。當初，公司在香港上市時，作爲比亞迪的核心創始人，王傳福本人在比亞迪股份的持股比例僅爲28%。2003年，王傳福以資產3.28億美元登上《福布斯》雜誌“中國大陸百富榜”，位列第13位。而在2007年，王傳福則以個人財富85億美元，榮膺胡潤能源富豪榜第6位。

作者：本報特約撰稿人朱啓

北京奧運：李寧的新起點

2008年奧運會，曾經的體操冠軍李寧，以商人的身份參與奧運會體育用品贊助商的競爭，最終卻輸給了世界體育用品巨頭阿迪達斯。

20年一個輪回。回想起1988年的漢城奧運會，李寧在最後一次比賽中意外失利，從吊環上摔了下來。儘管當時他是像慣常一樣帶著笑容走下賽場的，但內心深處卻充滿了沮喪和難過。

1988年12月16日。深圳體育館。“體操王子”李寧以一曲《難說再見》，正式宣佈自己退出體壇，告別自己長達18年的體操生涯。當他轉過身去時，淚水模糊了雙眼。他知道，那106枚熠熠生輝的金牌、14次在世界盃體操賽中奪得冠軍的輝煌戰績、在第2屆世界盃體操賽中一人獨得6枚金牌的壯舉，都已經成爲了過去。他將跨入一個全新而陌生的領域，鼓足勇氣去迎接新的挑戰。

面對奧運再次失利，作爲商人的李寧，已經沒有當年的黯然神傷，他多了一份理智和從容應對。

2007年1月3日，是讓李寧失落的一天，因爲他再一次輸在了奧運會賽場上。不過，這一次他的競爭對手不是其它體操運動員，還是國際體育用品巨頭阿迪達斯。

2008年奧運會即將在自己的家門口進行，但李寧公司卻在奧運會贊助商的競爭中失利，資金雄厚的阿迪達斯最終將李寧公司擊敗，成爲北京奧組委選擇的第七家 合作夥伴。不過，李寧並沒有絲毫氣餒，他絕不會來到家門口的這目奧運會。李寧採取了“曲線救國”的策略，進行與奧運有關的“非典型營銷”策略。

李寧顯然早想好了退路。僅僅在失利後的第3天，李寧便與中央電視臺體育頻道簽訂協議，協議規定，2007—2008年播出的欄目及賽事節目的主持人和 記者出鏡時均需身著李寧牌服飾。這意味著，在北京奧運期間，只要打開央視體育頻道，李寧的Logo就會跳入觀衆你的眼簾。這是一次巧妙的“偷樑換柱”，十 分巧妙地躲過了奧運知識產權森嚴的壁壘，獨闢蹊徑去接近北京奧運會。

一周以後，李寧公司又故伎重演，與阿根廷籃協簽訂協議，約定上屆雅典奧運會冠軍阿根廷男子籃球隊，將身著李寧牌戰袍出現在北京奧運會的賽場上。

截止到2007年5月上旬，李寧用有限的金錢，卻打造出一支屬於自己的星光璀燦的“北京奧運會李寧代表團”：其中包括中國射擊隊、跳水隊、乒乓球隊、體操隊。按照2004年雅典奧運會上的成績，這四支球隊取得的金牌數超過中國除金牌數總和的一半。另外，還有瑞典奧運代表團、阿根廷籃球隊、西班牙籃球 隊、蘇丹田徑隊等。他們將全部身穿李寧牌運動服出現在2008年奧運會上。

2007年11月15日，在港上市的李寧有限公司15日宣佈，斥資3.05億元收購上海紅雙喜集團有限公司57.5%的股份。紅雙喜公司是著名的乒乓球器 材製造商，它在國內市場佔有率第一，在國際上也有很高的知名度，是國際乒乓球聯合會(ITTF)的合作夥伴，將提供2008年奧運會乒乓球比賽的大部分器 材。

爲迎接奧運倒計時100天，2008年4月27日，100位運動員從各地彙聚到北京，與2155名志願者一起，組成一張發往全球的巨型明信片，邀請全世界 的運動員共享4年一度的體育盛會。在現場千餘人組成的巨型明信片上，運動員和志願者拼出了英文信件，大意爲“致全世界的運動員兄弟姐妹們：這是我們的舞 台，現在該我們上場了，運動讓我們走到一起，現在就上場，讓這比賽開始。”而所有運動員和志願者，都身穿著李寧牌運動裝。

當然，不但要讓世人看到李寧的品牌，也要能夠順利地買到李寧的商品。所以李寧公司已經開始在奧運村周圍開旗艦店，青島、天津、秦皇島等其他奧運城市的旗艦店正在籌備中。

李寧無孔不入，想盡一切辦法在向2008年奧運會滲透、包圍。李寧規劃，將把2007年和2008年兩年收入的16%～18%用於包括整個奧運戰略在內的品牌建設。

對全球化戰略，李寧有自己明確的時間表：第一個階段到2008年結束，第二階段是2009-2013年。在這兩個階段裏，李寧公司都將把中國市場作爲最重要的戰略市場，預計營業額方面每年都保持在35%-40%的成長率。2013-2018年是第三階段，屆時李寧公司將成爲世界前5位的體育品牌公司。

但李寧似乎提前實現了這個目標。到2008年初，根據美國市場研究機構《體育用品情報》（SGI）針對全球體育用品產業公司推出的市值排名表顯示，李寧公司在排名中超越Asics，成爲全球第四大，排在前三位的分別是Nike、adidas和Puma。而在胡潤2007年百富榜上，李寧也以110億人民幣 的個人身價排在第65位。

過去的一切成績只是歷史。2008年北京奧運會，將成爲李寧又一個新的起跳點。

源自：中國價值網

作者：張小平

科學與技術（二）

探索平衡發展經濟的框架

在上一篇文章中，我們主要談到了科學和技術的歷史以及它們在文明發展中的作用。在此，我們將進一步探討科學與技術的發展及它們對社會的影響和發展過程。

科學在發展過程中的作用

首先，“什麼是科學？”，艾倫.錢默斯（Alan Chalmers）在《這個叫科學的東西是什麼？》一書中得到這樣一個結論，科學僅僅是科學家在實驗和觀察的基礎上得出的假設。直到有其他人提出與之相反的論據前，這個假設都被認定爲眞的。因此，在本質上，科學理論就是有關於“證明爲假”並且是相對於我們在當時的理解而言的。比如說，地球是平的這一觀點一直被當作是正確的，直到有理論證明地球是圓的。在現代量子物理理論中，出現了一個新的範例提出由物體是由在空間中飛速移動的次原子粒子組成。縱觀歷史，許多我們預設的有關生命和宇宙的概念都受到了挑戰，並且將隨著我們作爲一個社會的成熟和進化繼續受到挑戰。反過來，這將引導我們擴大我們理解生命的更高層次，揭示自然世界的奧秘的能力。

在此，我們需要問這樣一個問題：“科學和技術在社會中的作用是什麼？”我們從科學中學到的一個基本的概念是變化是不可避免的。我們也意識到科學是容易犯錯的。換句話說，科學是會犯錯誤的，而人類還遠沒有達到以絕對維度思考的能力。因此，科學在社會中的作用是相對於當地的條件，資源和需求而言的。環境科學在創造科技以減少污染和廢物產生方面的發展對改進我們的狀況起了很大作用。但更加重要的是，科學在促進一個更加團結與和諧的社會方面的作用。

在此，我們必須從一個不同的角度來考察科學和技術。我們所行進的方向越來越清楚地顯示現行的供應與需求的模式已極度不足以應付我們所面臨的複雜的問題。爲了達到一個眞正平衡的發展模式，我們不僅需要考慮環境因素，更加需要解決人的關係，人的潛力，以及科學和技術如何才能有效地服務於此的問題。

“科學是否能夠解決所有與人和自然有關的問題？”。根據最近的趨勢以及我們對科學的癡迷，對這個問題的普遍的答案似乎是個響亮的“是”。考慮到目前發展的割裂性以及我們生活在這個星球上的方式，這個答案並不令人驚訝。事實上，它揭示了我們如何利用我們大多數的有效時間僅僅從產品或服務的角度進行思考。爲了滿足我們高度個人主義的社會的需要，我們必須隨著競爭和壓力的加劇更加努力地思考。因此，我們看到的趨勢就是，生活的其他方面，比如自身和人際關係，就因爲時間已經成了一個稀有的商品而被忽略了。家庭開始破裂，友誼變得只是基於需要，社區裏相互不溝通，生活變得只有一個維度。無論你是科學家，藝術家，教師還是經理，大家都是如此。觀察這種社會的破裂如何導致經濟的失敗是很有意義的。表面上看，市場和價格才是發展和繁榮的根源。但這個狀況的潛在的現實卻是我們的價值觀，我們如何行爲，我們把什麼當作重點。在這個方面，科學應該對我們的發展起補充作用 – 而不是支配我們的生活。

技術目前的趨勢和想法

今天，技術在我們的生活方式中起重要作用。在世界的發達國家中，沒有電、電話、交通和無數現在已經普及的技術成果是不可想像的。我們不斷地創造出新的科技。通過一個小小的發明便生活變得更簡便然後把它賣上幾百萬是目前全球新老創業者的普遍想法。今天，發明者和技術創新者一夜暴富的故事像童話一樣到處流傳。

當代的兒童伴隨著各種各樣的新鮮事物成長。對科技的迷戀是當今生活的一部分。人們深信科技越多，生活就會越好。這一信念導致了當前的趨勢就是我們花大多時間與“機器”在一起。我們執迷於科技，從不滿足。作爲一個社會整體，我們如此崇尚科學家和發明家以至於我們崇拜這些社會偶像，相信他們所說的一切並稍它們是“科學的”。我們認爲最大的成功就是能夠創造新的科技並使它們成爲家家戶戶使用的產品，無論它們會有些什麼副作用。這個系統的建立模式就是科技是人類活動的中心。

正如我們前面所提到了，傳統技術和社會有一個協作共生和相互依存的關係。我們知道技術影響我們的環境。技術也影響同時也被社會因素，諸如經濟、價值觀、文化、倫理、機構、組織和政府影響。瞭解不斷出現的各種新技術的潛在的影響對我們決定在這些技術上花費多少時間和金錢很有幫助。未來屬於那些將他們的事業和生活建立在倡導建立全球性的社區，培養人的潛力和保護我們的自然資源的科技上的人們。在這種思維模式中，適度是關鍵詞，服務是獲得偉大“成功”的框架。

（待續）

作者：華藍星（Ramese Rashidi）

翻譯：吳倩彩

Search Engine STRATEGIES 2008 SAN JOSE
CONFERENCE & EXPO
the intersection of search, marketing & commerce
San Jose
8月18日至21日, 2008年
San Jose Convention Center
An incisivemedia event
享受20%會議入場折扣或免費參加！
Compliments of
Tyloon
貴賓號碼：20TYL
入場費折扣20%，或一天免費入場，或註冊免費參加，優選的未報名參加該活動者
如果你已經報名，請與此轉給你的同事，不能與其他的折扣並用
WWW.SearchEngineStrategies.com/sanjose
議於2008年6月1日前報名，獲得優惠價格，少付$200！
（注意－在網上報名請在中央公園輸入優惠號碼（見上方）才能享受折扣，請勿與會議註冊“現即現金”一同）
若有任何問題，請撥：（203）295-0050 或email 至 registration@Search EngineStrategies.com
需要演講者、會議組織、贊助商、參展商等信息，登錄網站
SearchEngineStrategies.com
現在就上網註冊，立即體驗這次活動
・主辦者・
SearchEngineWatch.com
ClickZ Network
・贊助商和參展商・
Google msn XBOX BRUCE CLAY, INC
iProspect Microsoft OMNITURE SEMPO
本活動僅面向與商界人士。入場需出示商務名片及帶照片的身份證件。18歲以下兒童不得入內包括嬰兒和幼兒。

想提高您網站的曝光率嗎？
想提高您網站的流量嗎？
想提高您網站的訪問／銷售轉化率嗎？
想提高您網上的銷售額嗎？
如果您想達到以上幾點，您需要馬上做SEO
請找abledesigner.com 我們會分析您的網站，提出優化方案
我們有多年的豐富經驗
眾多的成功案例
請電：626-975-0590

光明中醫健美研究所
研究員 李光明 中醫師
近五十年中醫臨床治療經驗，國際老年病防治協會研究員，醫科大學畢業三代祖傳世醫，中醫藥美容研究學會研究員
中醫藥複健項目：高血壓病，甲乙肝病，各種痛症，不孕育症，更年期病，婦科炎症
中醫藥美容項目：用中藥膏，點五色痣，去各類斑，除各種疣，內服中藥，消淺色斑
2618 W Main St. #H, Alhambra, CA 91801 手機：626-203-5890