

# 風雲30年

# 同門三劍客 悲喜浮沉錄



李東生的笑容一如他的事業，沉穩而堅定。

## 成功軌跡不盡相同

1982年3人畢業後就各奔東西。李東生選擇了回惠州老家，被分配到惠州科委當機關幹部。他卻不滿足，自己聯繫了一家合資企業「TTK 家庭電器有限公司」，這是一家只有40人的企業，但那時已算是惠州跟電子沾邊的「大廠」了，也是以後發展起來的TCL集團的第一家企業。憑著踏實、執著的工作態度，李東生得到了領導和同事的肯定，逐步做到了車間副主任、主任，28歲時被任命為TCL通訊設備公司總經理，實現了自己事業上的第一次飛躍。

畢業時，黃宏生進入華南電子進出口公司工作。3年後，個人業績佔公司半壁江山的黃宏生被破格提拔為常務副總經理，享受副廳級待遇。1988年，在同事的驚訝與歡笑聲中，黃宏生辭掉了令人羨慕的職位，隻身「下海」，到香港闖天下。1988年，一個小公司「創維」在香港誕生。

陳偉榮的經歷沒有兩位小兄弟傳奇，畢業後，他被分配到深圳康佳電子股份有限公司工作。從一個普通技術員做起到董事總經理兼黨委書記，經歷了12個年頭。不知是偶然還是命中注定，3個人雖然有著不同的成功經歷，卻走到了一個終點，都成為了中國電視機行業的大佬。

## 同窗操戈「血戰」市場

1998年TCL在離康佳總部300米遠的地方豎了一塊廣告牌。李東生的老同學陳偉榮不幹了，派人趕製了一個更大

原康佳掌門陳偉榮與TCL的李東生，以及原創維集團董事長黃宏生都是華南理工大學無線電78級的同鄉，曾經三星同輝，同為中國電視機業的大佬，如今卻悲喜浮沉迥然不同。



黃宏生黯然缺席中國的電視產業。

的康佳廣告牌，就堵在TCL集團的門口。李東生召集他的銷售經理們一起去看看那塊牌子，李說：「這是我們的對手，大家需加倍努力。」

市場不相信眼淚，自然更不相信同窗之誼，原來的同窗好友還是在市場上兵戎相見了。他們三個的殺手鐮被概括為：黃宏生「一個一個挖人才」，陳偉榮「一項一項爭第一」，李東生「一個一個搞兼併」，當然這些手段很多都是衝著同學的企業來的。

2000年6月，面對共同的敵人長虹，三巨頭還是坐下來搞了個峰會。陳偉榮總結說：「過去我們跟TCL、跟創維，真的是聯繫得很少，這回我們密切了聯繫。」當然這種基於利益的同盟是相當脆弱的，不長時間，康佳率先打破價格同盟，大幅降價。李東生對記者說，康佳降價也不跟他們打聲招呼，「把哥兒幾個給賣了」。

2000年以後，內地電視機市場明顯供大於求，TCL和康佳同時開拓印度市場，兩家的價格戰打到了國外。2002年，陳偉榮卸任後，市場上一度傳聞TCL要收購康佳。但最後這場併購沒有實現。

## 性格令三將再次分野

「三劍客」中年齡最大的陳偉榮在電視機行業中一度站



2005年3月2日，黃宏生在本港提堂受審時，強裝笑顏。

1978年高考時，三個年輕人李東生、陳偉榮、黃宏生分別從惠州、羅定和海南島考到了華南工學院（1988年改名為華南理工大學）無線電專業。1956年出生的黃宏生和李東生當年都是18歲，陳偉榮比他們兩年長不少。三人中黃宏生最有冒險精神，也最有激情；陳偉榮老成穩重；李東生則剛柔並濟。不一樣的性格也成就了他們不一樣的人生道路。



離開康佳的陳偉榮，正試圖重現當年的輝煌。

得最高，但同樣他也第一個黯然引退。2001年，陳偉榮向康佳董事局遞交了辭呈，同年6月，陳偉榮引退。2001年他創辦了深圳宇陽控股（集團）有限公司，主攻消費電子產品上游元件中的MLCC（片式多層陶瓷電容器）產業。2007年底他的公司在香港聯交所成功上市。

從中國目前電視機業來看，李東生無疑是他們3個人之中最成功的。中央電視台2002年度經濟人物揭曉，李東生在連續3年被「候選」之後終於榜上有名。

與之相比，眼下最狼狽的要數黃宏生了。2006年，他在香港東窗事發，因串謀盜竊及串謀詐騙創維數碼5000多萬港元被判監禁6年。許多人推測是有人舉報，因為「黃宏生樹敵太多了」。

通過分析3人的創業過程，外界可以發現他們的明顯區別，或許這正是決定他們命運分野的內在原因。

年齡最長的陳偉榮按部就班參加工作，從普通技術員一步一步做到了老總，給人的印象好像比較能「兼容」。但不難發現，陳偉榮是一個非常倔強的人，許多時候做事是「賭氣」。2000年打破同學「價格同盟」的是他；他在2001年從康佳謝幕也明顯帶有「負氣」的成分。

黃宏生受到的指責大多與錢有關。有人認為這與他的成長經歷有關。黃宏生出生於海南臨高，他的童年及青年時代一直處於「貧窮與飢餓」之中，父母兩人的工資加起來不到30元，卻要養活黃宏生弟妹三人外加一個阿婆。正因為經過那段艱苦歲月，黃宏生把財富看得極其寶貴，曾有一段時間，集團內部50萬元以上的資金使用，都要由他親自審定。一些細小的普通費用的支出，都要經他本人簽字。

在「三劍客」前20年的較量中，李東生並無明顯優勢，但在人生的長跑中，李東生越來越顯現出厚積薄發的持久耐力。熟悉李東生的人說，在媒體或者公眾面前，他溫和克制，謙恭有禮，從來不把自己裝扮成一個英雄。但在企業內部，他又處處表現出強悍激進。

性格決定命運。執著倔強的陳偉榮、敢於冒險的黃宏生、剛柔並濟的李東生，演繹了三個同道殊途的人生故事。

## 劍客觀點

### 黃宏生

- 當你成為團體的領袖，和同級的人必定存在矛盾。反向思維會使你想到的好處，而不是缺點。這樣會穩妥地化解危機。
- 世界1%的人是吃小虧而佔大便宜，而99%的人是佔小便宜吃大虧。而大多數成功人士都源於1%。
- 我覺得保守一點也好，落後一點好，我始終強調核心業務是我們的家庭消費類電子產品。集中核心業務不一定成功，但至少可以降低風險。
- 創維鼓勵30歲以上男士結婚，結婚的人可以得到重用。因為，30歲以上男士如果沒有結婚，就缺少責任感約束。可有了家庭就不同了，婚姻中的感情就是一種制約。

### 陳偉榮

- 我們還不會傻到想通過壟斷價格獲取暴利而與廣大消費者為敵的地步。
- 我們不應該大張旗鼓地請全國100多記者跟我們一塊兒來開什麼峰會。
- 既然再跟其他企業談價格問題不合法了，各個企業就自己決定好了。
- 這個「惡果」（指價格戰）不是某個企業的责任，是大家都想做大、都不理智造成的。

### 李東生

- 我們和國外同行的技術差距是在縮小的，大家一定不要有誤會，好像我們越拉越遠，沒有這樣的事，差距在縮小，而且縮小的速度很快。
- 中國家電企業那幾年在核心研發當中投入不多肯定是事實，但並不是由於價格戰，也不是由於我們意識不到技術的重要性，更多的是由於企業的能力不支持同時做好兩件事情——既要提高產業集中度，又要大規模的技術投入。

# 中國電視高速發展30年

傳統的四大媒體中，電視是產生最晚的。就在電視機面世54年後的1978年，它在中國的發展仍異常緩慢，對百姓而言，依舊遙不可及，當時全國只有幾家電視台，幾個頻道，電視機的家庭亦非富即貴、寥寥無幾。而在改革開放30年後，目前中國電視的普及率達到90%以上，2008年電視的廣告收益將達到600億元左右。

## 電視機曾是身份象徵

1978年1月，杭州市民憤怒地致信《人民日報》，反映當地一商場將66台電視機「走後門」出售的事情，惹出了當時街頭巷尾熱議的「走後門」事件……事後，媒體上公開刊登了該商場的檢討書。「走後門」賣電視驚動中央領導，看似興師動眾、小題大做，卻如實地描繪了那個年代電視機的特殊「地位」與「身份」。

中國電視從1958年誕生，經過緩慢發展，到1978年，全國才擁有250萬台黑白電視機，而且大多集中在北京、上海等大城市。

那時，絕大多數中國人還不知道看電視究竟是什麼感覺。而一台小小的9英寸黑白電視機，不僅價格是一個普通工人1年多的工資，而且還「一票難求」。那時，誰家要是有個電視機，晚上經常就會像「放映場」一般，屋裏屋外站滿了人，不管屏幕上有多少雪花，也不管電視裏播的是什麼節目，總要看到屏幕上出現「再見」兩字才離開。

## 天下電視中國十據其三

如今，忙了一天，晚上回家看電視已成國人習慣。中國傳媒大學教授鍾大年提到，「到1998年，電視基本普及到了鎮一級的地方，幾乎家家都有電視機了。」如今，在中國13億人口中，電視觀眾已達12.05億人。全球擁有10億台電視機，中國便佔了3億台。全國電視綜合覆蓋率已達到93.7%，而現在有多少頻道國人都已經「懶得記了」，根據對中國60座城市所有頻道全年平均收視時間分析，觀眾每天看電視時間是180分鐘。

與此同時，電視機也從無到有，從小到大，從黑白到彩色，從電子管到液晶、等離子。現在，人們買電視機，背投、液晶、負離子……不僅不需要去「走後門」，而且會因為有太多品種而無從選擇。如今，每個家庭擁有2台甚至更多的電視機也不足為奇了。而家家戶戶在看電視的時候也不必一邊看一邊擺弄天線了，清晰，已經成為電視「過時」的標準，「你家電視機頂盒（即數字電視接收設備）了嗎？」成了人們茶餘飯後的新話題。



另立門戶的陳偉榮對自己的產品信心滿滿。