

SHI JIE FU HAO GEI QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO

SHI JIE FU HAO GEI QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO SHI JIE FU HAO GEI QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO SHI JIE FU HAO
FU HAO GEI QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO SHI JIE FU HAO GEI QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO SHI JIE FU HAO
GEI QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO SHI JIE FU HAO GEI QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO SHI JIE FU HAO GEI
QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO

世界富豪 给青年人的 财富忠告

冠诚 编著

●听富豪的忠告 ●取法他们的经验 ●汲取他们的智慧
获得开启成功大门的钥匙

WORLD REGAL TO
YOUNG PEOPLE
WEALTH OF
ADVICE

SHI JIE FU HAO GEI QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO SHI JIE FU HAO GEI QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO SHI JIE FU HAO GEI
QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO SHI JIE FU HAO GEI QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO SHI JIE FU HAO GEI
QING NIAN REN DE CAI FU ZHONG GAO



哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

世界富豪 给青年人的 财富忠告

冠诚 编著

WORLD REGAL TO
YOUNG PEOPLE
WEALTH OF
ADVICE



哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

世界富豪给青年人的财富忠告 / 冠诚编著. — 哈尔滨:
哈尔滨出版社, 2008.6
ISBN 978-7-80753-263-7

I. 世… II. 冠… III. 成功心理学—青年读物
IV. B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 059420 号

责任编辑: 金 金 李英文
封面设计: 柏拉图设计工作室

世界富豪给青年人的财富忠告

冠 诚 编著

哈尔滨出版社出版发行
哈尔滨市香坊区泰山路 82-9 号
邮政编码: 150090 营销电话: 0451-87900345
E-mail: hrbcbbs@yeah.net
网址: www.hrbcbbs.com
全国新华书店经销
北京楠萍印刷有限公司印刷

开本 787 × 1092 毫米 1/16 印张 15 字数 185 千字
2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-80753-263-7
定价: 28.00 元

版权所有, 侵权必究。举报电话: 0451-87900272
本社常年法律顾问: 黑龙江大公律师事务所徐桂元 徐学滨

前 言

各个行业的大师之所以名为大师，除了广为世人称道的显赫功绩外，自有其专业的智慧、生活的智慧。

要想成功，观念很重要。不论你想要的成功是生活上的、家庭上的、事业上的、学习上的、获取财富上的，抑或整个人生上的，只要拥有正确的观念，就等于取得了开启成功大门的钥匙。

而取法大师，借由他们多年的经验之谈，可以不费吹灰之力就汲取智慧，进而为自身所用。当然，要想成功，还不能缺少专业素养。专业素养非一蹴而就，但是大师的言谈中自然隐藏专业的诀窍，聆听他们的忠告，无疑是条通达快捷的方式，能够使自身逐渐练就专业修养。

向大师取经很容易，不必如唐三藏般跋山涉水，他们的智慧精华，已然唾手可得。

我们为您找来了人称“股神”的沃伦·巴菲特、世界信息业龙头的比尔·盖茨、金融大鳄索罗斯、世界新首富卡洛斯·斯利姆·埃卢、经营之神王永庆、亚洲超人李嘉诚、印度首富普利姆吉、钢铁大王卡内基等人，这些在各个领域独占鳌头的大师，将一一带来他们几经淬炼的人生智慧。

年轻人，现在，你需要做的，只是用心聆听，并且细细咀嚼，之后，你将会发现，他们做得到的，你也将做得到。

目 录

世界首富比尔·盖茨的财富忠告

钱要用在刀刃上	3
让每一分钱都发挥出最大的效用	3
钱要用在刀刃上	4
不在竞争中胜利就在竞争中死亡	6
没有竞争对手未必是好事	6
后发者也可扭转局势	8
知己知彼，百战不殆	10
学会随机应变	11
胜利属于有远见的人	13
永远保持乐观的心态	15
把坏消息转化为好消息	16
学无止境，富豪更需要学习	19
不断学习	19
锲而不舍的求知精神	20
专家也要重新学习	22
不懂别装懂	23
学习别人的经验	24



世界富豪给青年人的财富忠告

世界新首富卡洛斯·斯利姆·埃卢的财富忠告

财富是一种改造社会的力量	29
不为别人的意见而活	29
财富，是一种改变社会的力量	32
财富，可以让贫困者得到医疗保障	34
财富，可以让失足者重生	37
拥有财富，应当考虑全人类的利益	40
财富，可以用来改变未来	43
财富意识：意识决定一切	47
财富意识之动力——持续不衰的成功欲	47
财富意识之先锋——前瞻意识	49
财富意识之步履——冒险意识	51
财富意识之触角——政治意识	53
财富意识之根基——从废物中发现价值的意识	56

经营之神王永庆的财富忠告

态度决定命运	61
贫苦也是一种福	61
舒适和快乐是要付出代价的	63
先苦才知后来甜	64
做人要上进，做事要上心	66
一勤天下无难事	68
人脉决定高度	71
人脉就是钱脉	71
贵人相助好办事	73
为他人着想赢得人心	74
与人为善结善缘	76

股神巴菲特的财富忠告

作好成功的准备	81
成功，从梦想起步	81
树立正确的投资观念	83
从小生意做起	85
成功属于有准备的人	86
心有多大，成功就有多大	88
作好失败的准备	90
不要依赖运气	90
作好失败的准备	92
保持平静的投资心态	93

金融大鳄索罗斯的财富忠告

生而贫穷，但决不能穷死	97
勇敢接受困境的挑战	97
努力——不要轻言放弃	100
生而贫穷，但决不能穷死	102
自信是胜利的基石	104
享受有趣的生活，领悟赚钱的艺术	107
工作量和成功恰好成反比	107
忙里偷闲话投资	109
超然于赚钱之外	110
接受成就，做一个恬淡寡欲的人	112
不要成为财富的囚犯	114

亚洲超人李嘉诚的财富忠告

经商之道——做事先做人	119
-------------------	-----



世界富豪给青年人的财富忠告

诚信赢天下	119
低调做人	122
长江不择细流	125
自信才能自强	128
十年磨一剑	130
为人谦虚，自喻愚钝	133

印度首富普利姆吉的财富忠告

世界是自己创造的	139
青出于蓝，胜于蓝	139
塑造卓越的心	141
临危不乱	142
压力就是动力	144
一切从零开始	145
抓住机遇才能最快成功	147
做正确的事，才能做到最好	150
商业道德是一种资产	150
做正确的事，要不惜一切代价	153
诚实、公正方能赢得尊重	155
正确的文化，正确的方向	157
真理的空间	160

钢铁大王卡内基的财富忠告

个人性格是成功的先决条件	165
正直诚信占尽先机	165
必须具有感恩之心	169
坚持，再坚持	174
犹豫不决误大事	179

在财富中死去是一种耻辱	184
节俭积累财富	184
学习获取财富的技能	189
投资是获取财富的途径	192
财富应该回归社会	197

阿拉伯首富瓦利德亲王的财富忠告

成功是一种态度	205
出身皇家的骄傲亲王	205
金字塔上的钻石	208
两种不同文化的洗礼	211
男儿当自强	215
“有压力就是成功”	217
从哪里跌倒，就从哪里站起来	221
沙漠中的苍鹰	225
抢不走的财富	228

钱要用在刀刃上

比尔·盖茨敛财的速度快得惊人！他仅用了 13 年的时间就积累了富可敌国的庞大资产，美国传媒界常常将他神化，说他是 IT 界的圣人。那么，盖茨究竟有什么投资秘方呢？他又是如何打理这份巨额资产的呢？这其中有很多宝贵经验值得我们学习。

让每一分钱都发挥出最大的效用

一个人只有当他用好了他的每一分钱，他才能做到事业有成，生活幸福。

——比尔·盖茨

在盖茨的理念中，他认为：一个人只有当他用好了他的每一分钱，他才能做到事业有成，生活幸福。所以，哪怕只是很少的几元钱甚至几分钱他也要让每一分钱都发挥出最大的效用。

首先，他不会将鸡蛋同时放在一个篮子里，因为他知道如果把“鸡蛋”仅放在一个“篮子”里，一旦这个“篮子”出现意外，那么所有的“鸡蛋”就都很难幸免于难。所以他进行组合投资。和大多数生意人一样，他也进行分散的风险投资。他不仅投资股票、债券这些金融项目，

而且还进行房地产的投资。当然还有对公司的直接投资。根据调查，盖茨把他设立的两大基金的绝大部分都投在了政府债券上。在除股票以外的个人资产中，政府和各大公司的债券所占比例就高达 70% 之多，而剩下部分的 50% 就直接贷给了私人公司、10% 投到了其他股票上、5% 则投在了商品和房地产上。

第二，他找来了专门的理财专家，使自己不必为理财而劳神费力。盖茨虽然是个顶尖的计算机奇才，但就理财的具体操作方面来说，他难免显得不够专业。要知道盖茨弯个腰所花费的时间都可以创造出几个亿的财富。所以为了使理财事务不致过多地牵制自己的精力，盖茨聘请了“金管家”来帮他理财。1994 年，盖茨在微软股票之外的财产已超过 4 亿美元时，他聘请了年仅 33 岁的劳森作为他的投资经理，而且还答应劳森，如果微软的股价一直上升，劳森就可以用更多的钱来进行其他项目的投资。除 50 亿美元的私人投资组合外，劳森还当上了盖茨捐资成立的两个基金的投资管理人。盖茨将自己名下的微软股份过户给这两个基金。劳森要做的工作就是将这些股份以最好的价钱售出，并在适当的时候买进债券或其他投资工具来完成这一过程。经过专家精心的打理，这两个基金每年的捐税已经超过了“世界财富 500 家”中的后几家公司的净收入。这在其他公司是想都不敢想的。

钱要用在刀刃上

我们依靠我们所能依靠的，科学地使用我们的资源，避免浪费不必要的支出，比如头等舱机票和昂贵的旅馆费用。

——比尔·盖茨

钱要用在刀刃上，要使得被花出去的每分钱都能产生与之相符的价

值。积小流方能成大海，不经意浪费的看似微不足道的资源，经过长时间的累积也会成为一笔不小的财富。因此，开源的同时还必须懂得如何去节流。

相信没有人会质疑微软和盖茨的财富。但在微软，从盖茨开始，没有一个人以铺张奢侈为傲。微软不会乱花一分钱。他们最可贵的精神就是一直维持“创业维艰”的心态，微软的员工以及盖茨本人都深深记得创业时的艰辛。

1983年，当微软宣布要开发 Windows 的时候，人们才惊讶地发现盖茨的住所不仅没有电视机，甚至连必要的家具都没有。尽管微软今天已是一个雇用了将近五万人的大公司，但它仍然一直保持着刚创业时的样子，绝不奢靡。盖茨说：“在有些方面，我们要像个小公司，我们要科学地使用我们的资源，避免浪费不必要的支出，如头等舱机票和昂贵的旅馆费用。”

微软有一种良好的企业文化——“节约”。节约是光荣的，每个人都会主动地为公司节约。这其中有盖茨的示范力量，也有员工自身的认识。节约的每一分钱都将对微软的发展作出巨大贡献。在微软，资金的运用确实是精打细算，几乎到了锱铢必较的地步，花钱的原则就是取得实效。譬如，如果一项工作需要用5个人，微软就只会指派4个人。微软认为，这4个人集中时间和精力就可以完成最重要的工作。

微软没有专门为主管设立停车位和休息室，也没有为他们专门配备助理或秘书。微软认为，让这些主管亲自处理档案、电子邮件和电话，能提高他们沟通的能力和决策的速度，也可以避免冗员的产生，是一举两得的好办法。

由此可见，节约并不只是减少了不必要的开支，适当运用节约的策略，更有助于提高管理和工作的效率，避免人浮于事，使公司的架构更为坚固。



不在竞争中胜利就在竞争中死亡

对比尔·盖茨而言，商业竞争更像比赛，或许还是一场流血的体育比赛。

只要顾客的选择不是唯一，厂商争夺市场占有率的竞争就不会停止。而同样的，只要存在竞争，就会有彼此策略的较量。在一个公平的前提下，确定和使用战略的能力将很大程度地决定竞争的最后结果。运用战略的效果，从现象上看会削减竞争的摩擦性，避免不少的正面冲突，对于竞争双方的关系来说，不啻为一种福音。

没有竞争对手未必是好事

物竞天择，适者生存。

——达尔文

如今达尔文的进化论已经被普遍运用到商战中了。竞争的目的是什么？是否消灭了所有的对手，坐享“独孤求败”的境界，就是竞争的最大成功者呢？

也许你读过这样的故事：孤岛上住着一群鹿，在那里没有它们的天

敌。后来鹿群不断扩大，但是鹿的品质不断下降，并面临着食物缺乏的危险。这时候，有人在岛上放进了几只狼，狼的到来很快淘汰了体弱多病的鹿，其他的鹿，由于需要躲避狼的追杀而锻炼出了强健的身体，鹿群的品质因而提高了。

事实上，竞争的双方都在扮演着狼和鹿的角色。消灭了所有的鹿，狼很快会因没有食物而饿死，而没有了狼，鹿也会因体质衰弱、资源缺乏而慢慢消亡。因此，没有竞争对手并不是一件好事，市场是竞争的双方互相培育出来的。

Lotus 1-2-3 催生了微软的 Excel，Word perfect 引出了功能更强大的 Word，Netscape 使微软痛下决心开发出 IE，PS2 的强劲势头，吸引微软进入游戏领域……事实上，没有竞争对手的存在，微软很难获得今天的成就。竞争对手使市场异常活跃，提供给顾客更多的选择，这也激发出微软的巨大的创造力，微软以最快的速度刷新了软件的版本。套用飞利浦的一句话——“没有最好，只有更好”。正因为“更好”是个没有止境的概念，市场的资源才不会枯竭。

竞争格局发生变化后，眼看着从事因特网、信息服务、数字技术的厂商不断崛起，微软开始突破过去的领域。新的领域、新的对手，激发出微软开发新产品的动力。

微软开发出媒体服务软件 Windows Media。很快地，Windows Media 就超越 Real 公司，成为市场占有率最高的产品。最新版的 Windows Media 7 的技术包含了微软过去所有的多媒体视频、音频的成果，Windows Media 拥有比 MP3 压缩比高一倍以上的音频技术。此外，Windows Media 还增加了对数字媒体服务至关重要的数字版权管理机制，让数字媒体内容提供商可以放心地在网络上出版自己的作品。微软还把这些产品延伸到小屏幕设备上，使个人用户可以随时随地获得多媒体享受。此版本产品在推出之前就已经与多家数字媒体服务企业签订了合作协议，成为它们提供网络数字媒体点播和订阅的首



世界富豪给青年人的财富忠告

选技术。

微软公司开发了与电子书相关的技术和产品。针对在电子书领域先行一步的 Adobe 公司，微软开发出可以包装图书的档案并能够支持微软高分辨率字型技术 Clear Type 的电子阅读器 Microsoft Reader。由于能支持这样的 Clear Type, Microsoft Reader 就能够以现有液晶屏幕几倍的分辨率显示页面，甚至接近纸张印刷的效果，带给阅读者赏心悦目的感觉。此外，微软在教育软件、企业管理应用软件等领域都将会有更多的产品推出。

对于这点，微软不得不感谢他的对手。没有强敌的环伺，微软不知道还要用多久的时间才能取得现在的成就。

后发者也可扭转局势

先发制人，但是后发不一定制于人。

——微软

如果你和你的竞争对手都看中了一个市场，都在开发相似的产品，而不幸的是，你投入的速度比对方慢，当你赫然明白了形势的严峻之后，是坐以待毙，还是加快投入、调整步伐，与对手来一场硬碰硬的殊死搏斗呢？这些做法似乎都不太明智。你要做的就是判断对手的进展程度和进入市场的深度。如果你能在其尚未站稳脚跟的时候，攻其不备地给对手一个致命打击，形势也许就会彻底扭转。

绝大多数的人都只知 Windows 而不知 VICORP，其实，VICORP 是 Windows 与 Office 系列产品的前身。

1982 年，当时世界上最强的微机应用软件公司 VisiCorp 在 Comdex 计算机行业大会中展示一种名为 Vision 的产品。盖茨在看完了 Vision 的

三个完整的系列展示之后，就猜到了 Vision 正是 MS-DOS 的标准克星，MS-DOS 正处于危险之中。

盖茨认为，市场还没有完全了解 Vision 和它的优势，而微软的 Windows 操作系统有能力与之一较高下。唯一的问题是，当时，Windows 操作系统还在概念阶段。如何赢得占领市场的时机？微软开始对 Windows 操作系统进行强势宣传，力求从心理上和精神上赢得客户。这个战略的目的不是销售(Windows 当时连设计都还没有进行)，而是瓦解竞争对手。虽然 Vision 在 Comdex 大会之后不久便开始销售，但是其风头已经被微软抢尽。Vision 始终无法逃脱 Windows 的阴影，其产品卖不出去了，整个世界的市场都在等待着 Windows。

依靠先发制人的营销策略和与设备制造商的战略伙伴关系，盖茨对 VisiCorp 发动了致命的攻击。结果，先进入市场的 VisiCorp 却被还是概念的 Windows 打得落花流水，连生存的机会都没有了。这是微软行销史上的又一个经典之作。

在电子表格软件的市场争夺战中，微软的这种能力再一次得到证实。眼看莲花公司专为 IBM 个人计算机所设计的电子表格软件 Lotus 1-2-3 大获全胜，微软也决定研发出一个电子表格软件的“超级程序”——Excel。

但是在开发中，这个计划得到了修正。盖茨逐渐体会到莲花公司已经完全主宰了 IBM 这块市场，如果进行正面竞争，对微软来说不见得有多大优势，于是他们在这个软件的开发和行销上采取了迂回战术。盖茨决定将原本以 IBM 个人计算机为操作基础的 Excel 转向苹果计算机的麦金塔计算机。苹果计算机新推出的麦金塔计算机是一个截然不同的机器，市面尚未出现专为其设计的电子表格软件，反攻的契机就在这里！

为麦金塔量身打造的 Excel “使其作为商业计算机的地位合法化”，赖克斯如是说。微软携手苹果，Excel 为麦金塔量身打造，使得麦金塔