

**100 TALENTS
IN
20TH CENTURY**

卢业苗 著



百年市场一百雄

BAINIANSHICHANGYIBAXIONG



广东经济出版社

**100 TALENTS
IN
20TH CENTURY**

卢业苗 著

40-62

F279.1/29

百年市场一百雄

BAINIANSHICHANGYIBAIXIONG

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

百年市场一百雄/卢业苗著. —广州: 广东经济出版社,
2000.5

ISBN 7-80632-649-9

I. 百… II. 卢… III. 企业管理-经验-世界 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 20186 号

出版 发行	广东经济出版社(广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团股份有限公司
印刷	广东省肇庆新华印刷有限公司(广东省肇庆市狮岗)
开本	850 毫米×1168 毫米 1/32
印张	20.25
字数	500 000 字
版次	2000 年 5 月第 1 版
印次	2000 年 5 月第 1 次
印数	1~4 000 册
书号	ISBN 7-80632-649-9 / F·304
定价	32.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换。

读者热线:发行部〔020〕83794694 83790316

(发行部地址:广州市合群一马路 111 号省图批 107 号)

•版权所有 翻印必究•

绪 言

20 世纪是市场竞争的世纪！

20 世纪是英雄辈出的世纪！

福特的“伟大创新精神”，其神奇的流水生产线把汽车变成大众化交通工具，为人类社会的前进装上了四只轮子；

洛克菲勒的“控制一切最重要的工序”，使美孚石油托起工业化航船，“世界百年首富”也是后人创业致富的楷模；

沃森的“坚持‘三条信念’”，使 IBM 计算机的巨大功能如神话般飞跃进步，促使世界第三次工业革命迅猛发展；

杜邦的“一靠新科技，二靠智囊团”，使得其作为人类社会的“生活伴侣”无处不在，作为“死亡贩子”罄竹难书；

.....

福特们作为 20 世纪人类社会的一个特殊群体，构成了一道亮丽的历史风景线。他们的经营业绩之辉煌卓绝、征战历程之惊心动魄、成功要诀之美妙神奇、社会影响之巨大久远，令政治学家顶礼膜拜，令历史学家秉笔赞叹，令经济学家如获至宝，令文学家们大饱眼福。

20 世纪是市场竞争的世纪！20 世纪是英雄辈出的世纪！不是吗？1994 年度美国通用公司的销售额为 1549.51 亿美元，比我国工业企业 500 强的销售总额 12986.10 元折合为 1527.77 亿美元，还要多；盖茨 1998 年的个人收入高达 350 亿美元，相当于我们一个大省的财政收入。

福特们是驾御竞争的强者。不息的市场征战，殊死的竞争拼

杀，他们纵横捭阖，立业称雄；他们叱咤风云，称霸封王。值此世纪之交，透过对他们经营业绩的考察了解，对他们征战历程的剖析体味，对他们成功要诀的学习掌握——这，不正是我们铺设事业成功之道、构建 21 世纪财富大厦的砖瓦沙石吗？

福特们是驾御竞争的智者。他们，市场机遇一抓一个准。然而，他们并不是神，只不过多一分勇于创业、不屈不挠的精神，多一分深谋远虑、随机应变的聪明，多一分借助外力、合纵联横的心计，多一分驾御市场、适时进退的本领——这，不正是我们迎接 21 世纪挑战、成为未来英雄霸主所需要的营养吗？

90 年代初，笔者有幸阅读了美国迈克尔·H·哈特的《历史上最有影响的 100 人》（苏世军、周宇译，湖北教育出版社出版、第 4 次印刷），颇受教益。然而，其所列 100 人中，多为政治、科学、文化界人士，市场巨头一个也没有入选——只有爱迪生是作为发明大王入选的，其市场征战与经营业绩几乎一句话也没有提及。笔者一直想撰写一本“历史上最有影响的市场巨头”，作为上书的补充。笔者以为，当今世界的竞争，更多地表现为市场竞争；当今世界的发展，需要更多的市场英雄。着重介绍历史上最有影响的市场英雄们的经营业绩、征战历程、成功要诀，供人们学习、揣摩、借鉴，这对于国家发展和民族振兴，对于立身创业和发家致富，对于竞争致胜和驾御市场——对广大读者无疑会有更大的作用和更好的收效。

近十年的学习，近十年的研究，近十年的挑选，近十年的笔耕。

究竟哪些福特们可以比肩人选“20 世纪 100 雄”？这是笔者多年来反复筛选、不断比较的一大难题，是本书创作的难中之难。笔者对大约近千名世界著名市场巨头一遍又一遍地分析斟酌、一次又一次地推敲权衡，最终选出 100 雄。

对于位次排序，笔者依据定性与定量两个原则。

在定性原则方面，主要依据 5 条排序标准：个人创办并发展企业的贡献，对本行业开创性的贡献，对世界或地区经济社会发展的贡献，对文化、生活与经营管理的影响，所处行业在经济领域的地位；

在定量原则方面，主要依据 5 条排序标准：该企业在世界的位次，个人财富在世界的位次，在本行业的地位——市场占有率，在相关排序中的位次（如世界行业十强、世界十大名牌、市场商誉价值等），影响时间的久远。

以上两个 5 条排序标准中，前列标准在位次排序中所占权数较大，后列标准所占权数相对较小。

书中所描绘的 100 雄，每人在上述排序标准中占据突出地位的经营业绩，笔者在每节（人）的开头，都专门撰写了一段“楔子”，作出具体交待。他们所处的位次排序，也是由此确定的。

由上可以看出，100 雄的位次排序，是依据于综合标准通盘权衡的。有的巨头在一两个方面非常突出，超过其他巨头，但位次却排在后面，正是因为其他巨头在多项标准上更为突出。例如，杜兰特/斯隆的通用公司在世界企业中的位次、在本行业的地位上都超过福特公司，洛克菲勒、卡内基等人的财富均超过福特，但福特在个人创办并发展企业的贡献、对本行业开创性的贡献、对世界或地区经济社会发展的贡献等方面均非常突出，而在其他方面也相当突出。正因为依据综合标准通盘权衡，洛克菲勒、沃森、杜邦、萨缪尔、盖茨、丰田、松下幸之助、摩根、盛田昭夫等人，名列前茅。

由上还能看出，在排序标准中，创新精神是占有较大权数的——个人创办并发展企业的贡献、对本行业开创性的贡献，都是创新精神的直接反应；对世界或地区经济社会发展的贡献，对文化、生活与经营管理的影响，也是创新精神的直接体现。正因为有在创新精神方面的巨大贡献，再加其他方面的突出贡献，福特被

排在“100 雄”之首，该企业及个人财富在世界的位次不是非常突出的休莱特－帕卡德、乔布斯、摩尔、高尔文、吉利、礼维等排序较前，达斯勒、耐克、吉田忠雄、多川博等得以入选。在对本行业开创性的贡献方面，本茨－戴姆勒、爱迪生、西门子、威尔逊、伊士曼、波音、休斯、内斯特尔等人有突出建树，虽然他们在发展企业上成绩不是非常突出，但在位次排序中仍然居于前列。也正因为如此，世界企业“王中王”通用公司是在斯隆手上发展、壮大的，但他只是管理者而不是创办者，而在杜兰特时该公司还不是很发达，所以他们的位次排序较前而不是如通用公司那样名列前茅；类似的还有斯梯尔、亚科卡、稻山嘉宽、汤姆克等人，他们都曾使所掌管的企业在世界市场上称雄披靡乃至做霸封王，但他们都是管理者而不是创办者，因而位次排序相对较后。

20 世纪是工业化的世纪，很多工业巨头为本国（地区）乃至世界工业化的发展，作出了巨大贡献，是各国工业化的“火车头”与“顶梁柱”。笔者在挑选及位次排序中对工业巨头们给予更大的关注。这其中，除上述全部巨头外（摩根也是钢铁及其他多项工业领域的巨头），还有美国的卡内基、普洛克特－甘布尔，法国的雷诺，意大利的阿涅利，英国的蒙特，日本的四大老财阀岩崎、三井、安田、住友以及新兴财阀本田宗一郎，韩国的郑周永，荷兰的菲利浦，德国的克虏伯、波尔舍，香港的李嘉诚等人。而第三产业等方面的巨头，则入选较少。

伍德劳夫、克罗克、迪斯尼、坪内寿夫、李秉哲、拜耳、陈嘉庚、卡尔迪尼、胡文虎、金字中、卡丹、桎尾等人，既体现着杰出的创新精神与高超的经营才华，又在对本行业开创性的贡献，对世界或地区经济社会发展的贡献，对文化、生活与经营管理的影响等方面，非常突出。例如，伍德劳夫（可口可乐）对文化、生活与经营管理的影响，在 20 世纪的市场巨头中是无与伦

比的；迪斯尼的“寓知识于娱乐之中”对人们尤其是对青少年的启迪，坪内寿夫振兴大批危难企业在某种意义上起到了“救世主”的作用，李秉哲的“三星第一”精神，陈嘉庚的倾家兴学行为，……都是人类社会发展的不可或缺的动力与楷模，是 20 世纪世界历史的辉煌篇章。所以，他们在“100 雄”的位次排序中，占有突出地位。

本书的 100 雄中，还有一些在某一（些）方面具有突出的创新精神，从而影响 20 世纪历史进程、改变世界经济社会面貌的豪雄，如金融市场上的索罗斯、股票投资市场上的巴菲特、广播电视市场上的萨尔诺夫、民航市场上的特里普、通信市场上的维尔、国际投资市场上的哈默、旅店市场上的希尔顿、连锁经营市场上的哈赫特、体育运动市场上的尤伯罗斯、证券市场中的梅里尔、广告市场上的萨奇等。他们还（曾）是各自市场的霸主或领先者。

在某一（些）方面开拓创新、锐意进取，对世界或地区经济社会发展贡献十分突出的还有：日本“软件库神童”孙正义、德国“零部件大王”博施、美国“银行大王”基安尼尼、日本“收音机大王”智雄井植、法国“油脂化学品大王”汉高、美国“假日酒店之父”威尔逊、美国华侨“电脑巨星”王安、印尼华侨“经济总统”林绍良、美国“百货大王”西尔斯、美国“推销军团统帅”麦肯尼尔、马来西亚华侨“绅士巨商”郭鹤年等人。

既富有开拓创新锐意进取精神，又体现不屈不挠奋斗拼搏意志的，除上述豪雄中的很多人外，早川德次、尼克斯道夫、麦科恩、服部、王永庆、奥纳西斯、盖洛、玛丽·凯、中内功等人，是 20 世纪市场豪雄中的杰出代表，是广大创业者的榜样、楷模。

除上述世界顶尖富豪乃至“世界百年首富”，按财富现值计算的“世界首富”、“世界第二巨富”外，在“100 雄”中笔者还入选了按财富现值计算曾位居“世界首富”的沃尔顿、堤义明、

盖蒂，以及世界顶尖巨富李兆基、韦尔豪泽等人。他们在对本行业开创性的贡献、对世界或地区经济社会发展的贡献等方面，都有突出建树。

文化出版市场，是世界市场中的一个有影响的市場。为此，笔者入选了 20 世纪该市场上影响最大的“媒体大王”默多克、“报业大王”赫斯特、“新闻大王”村山、“黑人民权卫士”约翰逊四人。

本书 100 雄位次排序的定性、定量标准，是以 20 世纪世界历史为坐标来进行定位的。因此，有些豪雄在国内影响的位次排序，在本书中可能被颠倒过来了。例如，在美国纪念建国 200 周年于 1985 年评选出的“美国历史上影响最大的十位企业家”中，赫斯特位于福特、洛克菲勒、卡内基、沃森、摩根之后列第 6 位，威尔逊列第 7 位，克罗克列第 10 位，杜邦、杜兰特/斯隆、伊士曼、伍德劳夫、波音等人均没有入选（盖茨、休莱特-帕卡德、乔布斯、摩尔等人是此后才走上巅峰的）。然而在全世界的影响，赫斯特远远比不上杜邦、伍德劳夫等人，就是摩根、卡内基、威尔逊等人也要比杜邦逊色。

对于 20 世纪世界最有影响的市场巨头，各人会有不同的衡量标准，可以说是仁者见仁、智者见智。但笔者觉得：大多数读者在阅读本书以后，会认为这“100 雄”是合格、过硬的，是经得起比较、推敲的。因为，这 100 雄是依据于上述“10 条排序标准”作综合权衡后筛选出的佼佼者，每一个豪雄都以其杰出的创新精神为 20 世纪人类社会的发展作出了重大建树，而未入选者则是无法与其比肩的。此外：

其一，本书入选的 100 雄，他们所直接创办或掌管的企业，包括相关企业（如从美孚石油公司分出的企业、日本四大财阀所直接或间接控制的企业等），占据全球工业企业 100 强的多数。以美国《财富》杂志的 1998 年度全球工业企业 25 强（通用汽

车、戴姆勒—奔驰/克莱斯勒、福特、埃克森、通用电气、丰田、荷兰皇家壳牌、IBM、大众、英国石油、西门子、日立、松下、菲利普·摩里斯、波音、索尼、日产、菲亚特、雀巢、本田、美孚、惠普、东芝、雷诺、富士通)为例,“100雄”占据了除英国石油、菲利普·摩里斯以外的23家公司。而英国石油创办时的大股东是英国政府;菲利普·摩里斯公司创办于1919年,直到50年代中期才进入美国300家大公司行列,是在后来的多任管理者手上逐步兼并、扩张而发展壮大的,主营烟草因而也谈不上对社会发展的贡献,所以其创业者及后来的管理者都难以入选“100雄”。类似英国石油、菲利普·摩里斯没有入选的企业巨头,还有一些。

其二,本书入选的100雄,几乎都是亿万富豪。以1998年底可比价计算的有史以来世界富豪排行榜的前100名中,“100雄”占据了20世纪仍活跃于市场的富豪中的多数。以前25名为例,“100雄”中包括了第1名约翰·洛克菲勒(1896亿美元——现值,下同)、第2名安德鲁·卡内基(1005亿美元)、第5名比尔·盖茨(617亿美元)、第8名弗里德里克·韦尔豪泽(432亿美元)、第11名萨姆·沃尔顿(374亿美元)、第12名亨利·福特(361亿美元)、第13名沃伦·巴菲特(342亿美元)、第23名约翰·摩根,另有第22名保罗·艾伦(254亿美元)是盖茨的合伙人,第24名亨利·罗杰斯(250亿美元)是洛克菲勒的合伙人,其他除第14第15名安德鲁·梅隆理查德·梅隆兄弟(323亿美元)、第21名赛鲁斯·柯蒂斯(261亿美元)3人外,20世纪前夕或已离开人世或已因年迈而退出市场舞台。银行家安德鲁·梅隆(1855~1937)与入选“100雄”的摩根、基安尼尼比较并不突出,而他后来又弃商从政——担任了美国政府的财政部长;出版商柯蒂斯(1850~1933)的影响,远不能与入选的默多克、赫斯特相媲美。类似梅隆、柯蒂斯没有入选的富豪,还有一些。

本书 100 雄的介绍，笔者则重于他们的经营业绩、征战历程和成功之道，而对于他们剥削劳动人民的一面则未加批判和揭露。请读者见谅。

难得人生几十年，当留丹青在人间。

1982 年，我进修于由美国市场学专家任主讲的“中国工业科技管理大连培训中心”；担任过市场学的教师，报刊的总编、社长；1990 年，出席了“全国青联”第七届委员会。这些，使我有幸直接结识了大量中、外市场巨头和经营专家，结识了社会各个层面才华卓绝的精英豪杰和最先进的市场经营理论。在此基础上，10 多年来，笔者撰著了“经营之道”系列：《经营三部曲》——《市场营销策略》（安徽人民）、《产品推销要诀》（中国农业科技）、《竞争成功之道》（辽宁人民），《管理三部曲》——《管理基础实用手册》（中国展望）、《经营管理实用手册》（同前）、《科技管理实用手册》（同前），《成功之道三部曲》——《101 位全球巨头成功之道》（辽宁人民）、《101 位华商巨头成功之道》（同前）、《101 位港台巨头成功之道》（同前），《失败之道三部曲》——《经营败局通鉴》（同前）、《成败之间——全球巨商成败局对比启示录》（同前）、《反败为胜》（待）等。本书是我的“经营之道”系列专著《20 世纪之最》中的一部——我自认为最满意的一部。在本书撰写过程中，安徽省政府副省长蒋作君、安徽中医学院党委书记方世权，给予作者莫大关怀和深刻启迪，值此诚致真挚谢意！

笔者在撰写中，除参考了书后所列的《主要参考书目》外，还参考了众多有关市场人物的传记专著、报刊文章等，恕不一一列举，值此深表感谢！

不息的市场征战，殊死的竞争拼杀——

两强相遇勇者胜，两勇相遇智者胜！

智者，不仅善于总结自己的成功经验和失败教训，还善于选择榜样、追随楷模，考察了解他们的经营业绩，剖析体味他们的征战历程，学习掌握他们的成功要诀，以从中摄取营养，吸收滋长活力的热和光。

智者，不仅善于自己审时度势、把握机遇、扬长避短、驾御市场，还善于借助外脑，取人所长，利用参谋，依靠助手，就像福特重用经营专家詹姆斯·库兹恩、杜邦重用小艾尔弗雷德·斯隆那样，像盖茨重用罗兰德·汉森、索罗斯重用斯坦利·德拉肯米勒那样，或是像松下幸之助学习福特的成功之道、路易·雷诺效法福特的经验做法那样，……这正如牛顿所说：“我成功，是因为我站在巨人的肩上。”

——愿更多的经营者，各行各业的管理者，及广大有志于追求成功的创业者，成为本书及我的“经营之道”的读者、知音。

——愿我和我的“经营之道”，能成为您创业征途上及市场竞争中的参谋、助手，成为您立身处事、自我实现的良朋、挚友。

卢业苗

1999. 9. 9于

安徽中医学院·研究院

目 录

绪 言	(1)
-----------	-----

1 “汽车大王” 福特	(1)
--------------------------	-----

依靠“伟大的创新精神”，福特开创人类社会崭新生活方式和生产方式，并创“以人为本”管理

2 “石油大王” 洛克菲勒	(10)
----------------------------	------

“控制一切最重要的工序”，洛克菲勒垄断了美国 90% 的石油市场，作为世界首富长达百年

3 “蓝色帝王” 沃森	(16)
--------------------------	------

“坚持‘三条信念’”，沃森成了电子计算机业界长期霸主、第三次工业革命的“领头羊”

4 “化学大王” 杜邦	(24)
--------------------------	------

“一靠新科技，二靠智囊团”，杜邦既是“生活伴侣”又是“死亡贩子”，还是世界最富有家族

5 “石油霸主” 萨缪尔	(32)
---------------------------	------

“适时进取，四海为家”，荷兰皇家壳牌百年常盛不衰，成了世界工业企业之亚、利润额之冠

6 “软件大王” 盖茨	(39)
--------------------------	------

“依靠一批栋梁之材”，微软是价值最高公司，盖茨靠知识开发成为首富极大鼓舞亿万学子

7 “汽车巨子” 丰田 (47)

“三河商法与丰田方式”，丰田居世界工业五强汽车三强十大名牌之一，是日本工业“王中王”

8 “硅谷之父” 休莱特—帕卡德 (56)

“两条有趣的管理公式”，他们成为硅谷精神文化的开拓者，惠普成为世界最有影响企业之一

9 “微电脑之父” 乔布斯 (64)

“高功能、微型化”，他推动微电脑进入家庭，形成世界发展最快新产业，并一度垄断该市场

10 “经营之神” 松下幸之助 (72)

“生意经 30 条”，松下被称为日本产业界“泰斗”、“经营之神”，公司是世界工业 20 强之一

11 “汽车之父” 本茨—戴姆勒 (81)

“绝无仅有的三服务”，使奔驰成为“世界十大名牌”中的第一车、德国工业的“王中王”

12 “金融大王” 摩根 (89)

“如果政府和法律不做，我自己来做”——这就是摩根，金融、铁路、钢铁“三业大王”摩根

13 “超级企业天才” 杜兰特/斯隆 (97)

一个是开山始祖，一个是中兴之主，通用公司成了创业与管理典范、世界企业“王中王”

14 “经营神童” 盛田昭夫 (105)

“烧掉全部人事档案”，二战后创立的索尼，成为日本五强之一、新生力量之首、世界名牌第二

15 “微处理器大王” 摩尔 (114)

“舍得放弃，追求最佳”，英特尔成了电子器件“霸主”，为电脑功能技术进步贡献巨大

16 “钢铁大王” 卡内基 (122)

“密切注意成本”，他的公司是世界最大钢铁公司，他是世界第二富豪，他的捐赠创历史记录

17 “电气宗师” 爱迪生/ 韦尔奇 (130)

“发明开发开拓新市场”，爱迪生是十几种工业部门之父，韦尔奇是通用电气公司中兴之主

18 “电气巨星” 西门子 (138)

“一年两万项发明革新”，使西门子居德国利润之冠，使该家族成为“世界工业园”里的常青树

19 “复印机大王” 威尔逊 (146)

“出售品质与服务”，施乐融入人类社会生活方方面面，占有世界复印机市场一半以上份额

20 “法国工业领头羊” 雷诺 (153)

“靠赛车起家，靠发动机技术称雄”，雷诺推动世界汽车工业发展，成为欧洲最大汽车厂商

21 “摄影器材大王” 伊士曼 (160)

“面向大众化”，柯达开拓了人类精神生活新天地，是世界市场百年霸主、世界十大名牌之一

22 “饮料大王” 伍德劳夫 (166)

“彻底的‘现地主义’”，“可口可乐”成了世界第一饮料、十大名牌之首，是现代美国精神化身

23 “大哥大之王” 高尔文 (174)

“不断追寻机遇”，高尔文开创了一个十分便捷的崭新生活方式、高速增长的崭新经济产业

24 “万店之王” 克罗克 (182)

依靠“Q. S. C 精神”，麦当劳作为美国文化使者，在 100 多个国家开设 2 万多个连锁店

25 “意大利工业领袖” 阿涅利 (190)

“统分结合，帅将齐心”，菲亚特占有意大利四成国民总产值、三成股市，是该国经济重要支柱

26 “金融狙击王” 索罗斯 (198)

“超前分析和把握市场趋势”，他曾一夜赚 10 亿、一个月赚 20 亿美元，其捐赠影响半个世界

27 “娱乐业大王” 迪斯尼 (206)

“寓知识于娱乐之中”，迪斯尼成了美国现代文化的象征、少年儿童的朋友，其影片也风靡世界

28 “重工业之王” 岩崎 (213)

“果断决策，进退有度”，三菱电机汽车重工均属世界百强，为推动日本现代工业发展贡献重大

29 “飞机大王” 波音 (221)

“不断追求新高度”，他占有世界民用飞机 60% 市场，为“地球村”的逐步形成作出重要贡献

30 “造船大王” 郑周永 (228)

“现场第一主义与凡事马上办”，白手起家的现代成了列世界工业第 13、自有资产第 2 的企业

31 “电气电子巨星” 飞利浦 (236)

“技术营销两手抓”，飞利浦成为世界工业 30 强、电气最大企业之一，荷兰工业“王中王”

32 “保险剃刀大王” 吉利 (242)

“开发用完即扔的产品”，他免除了男人剃须的烦恼与忧愁，并成为全球保险剃刀“百年霸主”

33 “摩托车大王” 本田宗一郎 (248)

“金字塔体制和升降机方式”，本田长期居二战后成立的日本公司之首、世界工业 20 强之一

34 “零售大王” 沃尔顿 (254)

“使员工高兴，让顾客满意”，他的廉价销售是“穷人的福音”，而穷人们使他成为世界首富

35 “天才股王” 巴菲特 (260)

“看重品牌商誉价值”，他用 100 美元资本起家几十年后变成 360 亿美元，成为世界第二巨富

36 “钢铁、军火大王” 克虏伯 (266)

“追随政府发展政策”，克虏伯既是德国战争机器重要“零部件”，又是现代工业“领头羊”

37 “化学巨头” 蒙特/强巴斯 (272)

“世界战略三支柱”，帝化是世界第二大化学公司，垄断英国全部、西方世界 1/3 的炸药市场

38 “航空大王” 休斯 (277)

“创新重于生命”，休斯屡创飞行速度和飞行距离世界记录，研制出 U-2 飞机通信卫星宇宙飞船