

Bill Gates



Brightness Corpora

比尔·盖茨

智慧全集



在比尔·盖茨巨额财富的后面，隐藏着一种更为诱人的东西，那就是让他创造成功奇迹的博大智慧。

正是有了它，比尔·盖茨才打造了自己的商业帝国，登上了人生的顶峰。

Bill Gates
Brightness Corpora

我之所以会成为世界首富，原因很简单。第一眼光，第二时机，第三立即采取巨大的行动！

——比尔·盖茨

中国商业出版社
李岳◎编著

Bill Gates

() Brightness Corpora

✻ 世界财富第一人的大胸襟、大格局、大智慧 ✻

比尔·盖茨也曾经和普通人一样默默无闻，但他无与伦比的智慧让他开创了人生的传奇：从著名的哈佛大学退学，20岁开始领导微软，31岁成为有史以来最年轻的亿万富翁；37岁成为美国首富；39岁身价一举超越华尔街股市大亨沃伦·巴菲特而成为世界首富……此后连续数年占据世界首富的位置，成为所有追逐梦想的人的榜样。



ISBN 978-7-5044-5812-4



9 787504 458124 >

定价：32.80 元

李岳◎编著



比尔·盖茨 智慧全集

Bill Gates
Brightness Corpora

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

比尔·盖茨智慧全集 / 李岳编著. — 北京: 中国商业出版社, 2007.1

ISBN 978-7-5044-5812-4

I. 比... II. 李... III. ①盖茨, B. — 生平事迹
②电子计算机工业 — 工业企业管理 — 经验 — 美国
IV. ① K837.125.38 ② F471.266

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 003264 号

责任编辑: 刘毕林

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺 1 号)
新华书店总店北京发行所经销
北京大运河印刷有限责任公司印刷

*

787 × 1092 毫米 16 开 18 印张 300 千字
2007 年 2 月第 1 版 2007 年 2 月第 1 次印刷
定价: 32.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

版权所有 图印必究

前言

他是第一个利用高技术和高智商创造巨额财富的典范,是新经济时代的财富传奇!他创造了这个世界最美丽的财富神话!

他曾经和我们一样不名一文,但他知道如何利用自身的优势去抓住身边的机遇,于是,他成功了,拥有了自己渴望的一切,比如名声、地位、金钱等。

他20岁开始领导微软,31岁成为有史以来最年轻的亿万富翁;37岁成为美国首富并获得国家科技奖章;39岁身价一举超越华尔街股市大亨沃伦·巴菲特而成为世界首富。同年,以一票之差击败通用电气(GE)公司的杰克·韦尔奇,被《工业周刊》评选为“最受尊敬的CEO”。

他就是比尔·盖茨,世界最大的软件企业美国微软(Microsoft)公司的创始人和董事长。

比尔·盖茨的成功绝对是一个奇迹,他的名字真正称得上是“地球都知道”。现在的时代已经是一个“电脑”的时代,从某种程度上来说,比尔·盖茨用他的计算机软件统治着整个世界。没有人敢轻视盖茨和微软的能量。有人戏言,盖茨一拍脑袋,就连上帝都会紧张。

有人怀疑盖茨成功的必然性,也有人把微软的成功称之为难以置信的神话,但有一点是毋庸置疑的:盖茨不是靠幸运取得成功的,微软也不是建立在偶然基础上的软件帝国。盖茨是电脑天才,也是经营天才。他拥有高瞻远瞩的眼光、异常敏锐的市场嗅觉、持之以恒的奋斗精神。最重要的是,我们





能从他的商业成就中学到哪些经验？我们能否取得如他那样的成功？这是无数人都曾经问起过的问题，也是很多人一生的追求。

比尔·盖茨的成功法则就是一部智慧宝典。在比尔·盖茨巨大财富的背后，隐藏着一种更为根本的东西，那就是让他成名或致富的秘密，让他跌倒后重新站起来的经验教训，他经年累月在商场上打拼所摸索出来的黄金法则，这一切是比金钱更宝贵的资产。

本书以比尔·盖茨为对象，以微软的成功为例，从“决策、管理、经营、创新”等方面，详细阐述了比尔·盖茨对经营企业的独到见解和成功经验，为从事各行各业的管理者打开一扇洞察比尔·盖茨经营策略的窗口。

如果你有幸成为此书的读者，如果你能耐心读完本书，你就能领略到全球第一首富的经营智慧，并且学之能用，用之有效。你虽然不一定能成为和比尔·盖茨一样富可敌国的商业天才，但你一定会比现在进步很多……

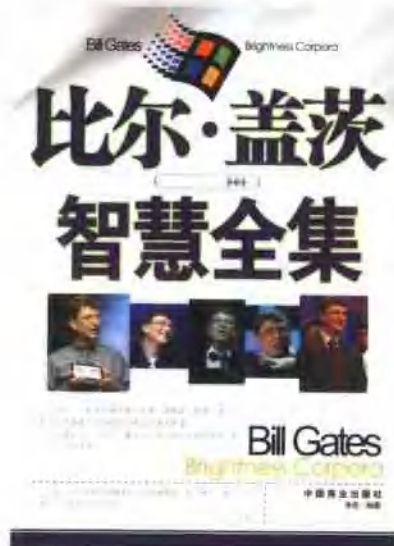




比尔·盖茨曾连续7年被美国《福布斯》杂志评为世界首富，并被美国《时代周刊》评为数字技术领域影响重大的50人之一。2006年再次登上了世界首富的宝座。

他是一个打破传统成功模式的天才，他的传奇经历及成功智慧，都给我们以深刻的启发。





责任编辑：刘毕林

封面设计： **创品牌**
Mb13381106363
袁剑锋(北京)品牌设计机构



目 录

第一章 居安思危

——“微软离破产永远只有18个月”

没有一劳永逸的成功 /3

保持忧患意识 /6

坏消息要尽快传递 /8

置之死地而后生 /13

正确对待失败 /16

防止竞争对手追赶上自己 /19

企业要有防范意识 /21

第二章 高瞻远瞩

——“只有戴着望远镜看这个世界，才能形成高度的远见和洞察力”

最要紧的是眼光 /27

着眼于未来 /31

梦想创造事业 /34

把梦想变为现实 /37

成为行业标准的制定者 /40

永远向新目标转移 /43

他山之石，可以攻玉 /46

第三章 全力以赴

——“不管做什么事，都要弄它个登峰造极，不到极致，决不甘心”

选择一条路走下去 /51

勤奋是事业成功的基础 /55





- 做就要做到最好 / 58
- 坚持，永不放弃 / 61
- 立即行动 / 65
- 没有什么是不可能的 / 68
- 知道自己的优势在哪里 / 73

第四章 任人唯贤

——“如果把微软20个顶尖人才挖走，那么微软会变成一家无足轻重的公司”

- 优秀人才是企业的生命 / 77
- 留住最优秀的人才 / 81
- 建立科学的人才成长机制 / 84
- 智囊团必不可少 / 88
- 最重要的是最后的结果 / 92
- 抛开年龄上的成见 / 94
- 要英雄，不要奴才 / 98
- 聪明人推荐聪明人 / 101

第五章 团队至上

——“单靠个人或者少数人的力量已经不行了，个人英雄的时代业已结束”

- 优秀团队创造微软神话 / 105
- 沟通顺畅才有高效团队 / 108
- 建立一个共同的目标 / 111
- 一流的办公环境 / 115
- 让员工在工作之余尽情释放压力 / 119
- 铸造利益共同体 / 123
- 团队协作最重要 / 126
- 团队的根本是合力 / 129

第六章 激情洋溢

“每天早晨醒来，一想到所从事的工作和所开发的技术将会给人类生活带来的巨大影响和变化，我就会无比兴奋和激动”

- 雇用热爱事业的人 / 135





- 使用最快捷的人才管理方式 /139
- 发挥每一个员工的最大潜力 /142
- 给员工充分的发展空间 /144
- 给员工充分的信任和自由 /146

第七章 市场第一

- “每一个微软员工都应该聆听、理解并满足客户的需求”
- 利用对手破绽抢占市场 /151
- 市场推广最重要 /155
- 倾听顾客的意见 /160
- 投顾客所好 /166
- 实施本地化策略 /170
- 做广告也要有创意 /174
- 以变化应对变化 /179
- 赢是胜利者的哲学 /182

第八章 走向双赢

- “最好的结局是大家都有收获”
- 合作是资源整合利用的最好途径 /187
- 找到合作双方的互补点 /190
- 化干戈为玉帛 /194
- 得人脉者得财源 /198
- 退出是一种智慧 /201

第九章 善于理财

- “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”
- 有一个均衡的投资组合 /207
- 挖掘投资高手 /210
- 在研发方面投入巨资 /212
- 让慈善事业保持效率 /215
- 再富不能富孩子 /219
- 节俭是光荣的 /223





第十章 超越创新

——“在飞速发展的市场，保持不败的惟一选择就是不断创新”

保持创新才能不被淘汰 / 229

模仿也可以是一种创新 / 232

创新必须为市场服务 / 235

没有最好，只有更好 / 239

第十一章 领先一步

——“谁在时间上领先一步，谁就能战胜对手”

在最短的时间内做出最好的产品 / 245

要比未来快一步 / 249

领先，实际上只要比第二名快一秒 / 252

霸主地位不可动摇 / 256

卸掉包袱才能跑得更快 / 260

第十二章 学无止境

——“我不是教育家，可我是学习者。而我的工作最让我乐此不疲的一点就是，我的四周环绕着其他热爱学习的人”

创建一个学习型组织 / 265

在工作中学习 / 269

从别人的失败中学到成功的经验 / 272

持续教育为企业输送更多人才 / 275

在最少的时间内学到最有用的知识 / 278





第一章

居安思危

JU AN SI WEI

——“微软离破产永远只有18个月”



客观的自然规律表明，繁荣的背后就是萧条。作为企业，绝对不能被暂时的繁荣所迷惑。事实证明，很多我们不曾注意到的问题，就藏在繁荣的表面之下，危机往往会在无声无息中来临。成功的企业家会在经营状况良好的时候，居安思危，能清醒地意识到企业面临的机会与挑战，并及早动手“防患于未然”，从而掌握竞争的主动权。

比尔·盖茨说：“不论你的产品多棒，你距离失败永远只有18个月。”

世界上根本不存在没有危机的企业，微软之所以能够成为美国最为杰出的企业，就是因为微软的掌舵人——比尔·盖茨，不论何时都懂得居安思危。

比尔·盖茨每时每刻都在思考着微软下一步的发展。不管是微软刚开始创业时，还是如今微软的地位已经很难动摇的情况下，盖茨始终保持着一种清醒的诚惶诚恐，时刻准备着参加下一步的竞争。在他的影响下，微软的员工每天都在过着一种胆战心惊、如展薄冰的日子，而这种居安思危的意识，成了微软发展的原动力。

有危机并不可怕，可怕的是不能发现危机。优秀和有危机并不矛盾，优秀企业就是善于发现危机，并迅速采取措施解决危机的企业，只有这样，才能真正提高企业的效益，加速企业的效率运转。





没有一劳永逸的成功

有这样一个寓言：

猴子和山猪一起发现了一片森林，过起了安逸的生活。

有一天，猴子在树林里见到山猪在一棵大树旁拼命地磨牙。猴子非常奇怪，走过去问山猪：“我们好不容易找到了一片没人知道的森林，现在既没有别的动物来伤害你，也没有猎人来捕捉你，为什么还要这样努力地磨牙呢？”

山猪笑着说：“现在磨牙正是时候，你想一想，一旦危险来临，我哪还有时间磨牙啊！现在磨得锋利点，等到用的时候就不会慌张了。”

从某种程度上来说，盖茨就像是这只聪明的山猪——知道没有一劳永逸的安全，在危险还去来临之前就把牙磨利，不然的话，很可能在与其它猛兽的搏斗中丢掉性命。

比尔·盖茨说：“在计算机领域内，技术与应用发展更新极快，对其技术的掌握很难做到一劳永逸。”以为掌握了某种技术，生产了某种产品，就可以一劳永逸的想法是非常危险的，因为世界上没有一劳永逸的成功。所以盖茨经常说微软离破产永远只有18个月。

事实上，这种担心并非空穴来风。每隔10~15年，IT行业都会有一个很大的转型，而在每次转型时，都会有一些新的技术、新的公司、新的市场出现。因此，比尔·盖茨总是这样告诫自己：再好的产品都有过时的时候，





所以最好还是不断研制新版本,本公司的产品是由我们自己来取代,而不是被别人所取代。

譬如,微软最早是以MS-DOS起家,占有80~90%的软件市场,是微软最赚钱的商品。但是盖茨并没有满足于已有的成绩,他意识到了这种操作系统的不足,那就是使用起来还是不够方便,界面也不直观,用户需要学习专门的语言和命令才能使用,这就阻碍了相当一部分没有受过专门学习和训练的用户,对微软操作系统的使用。比尔·盖茨开始在MS-DOS的基础上,开发视窗系统。

1985年5月,微软推出视窗1.0版软件,但是市场反应一般。与此同时,蓝色巨人IBM也调集科技精英,投入巨资研制OS/2个人电脑操作系统(微软参与了早期的研发),试图与微软一争高下。

毫无疑问,OS/2的推出将威胁到微软的系统软件市场,但未等OS/2出来,盖茨自己已经开发出新东西来淘汰自己的产品——视窗1.0版软件的升级版本。

开发这个新项目盖茨用了20名被认为“微软最优秀的”程序设计员。为了超越以前的成就,争取市场主动,“视窗”小组的天才设计思想在“窗口”里体现得淋漓尽致。这套程序的85%是用C语言编写的,其余的关键部分则直接采用汇编语言写作。事后,有人对开发这个最初“视窗”版的设计时间进行过统计,它总共耗费11万个程序工作小时,其难度可见一斑。

1987年10月,盖茨又推出视窗2.0版和视窗386版。到了1990年5月22日,视窗3.0版问世。3.0版当年即被评为最佳软件。微软的巨大投入获得了巨大的回报。此后,微软继续不断推出新的视窗系统。

微软不断开发新的视窗,不断淘汰自己的产品,不断地向新市场进军,其出发点不仅仅是因为考虑到竞争者的威胁,而多的因素还是因为盖茨本身的忧患意识。

在比尔·盖茨看来,面对产业的更新,谁能领先改变,谁就能掌握先机,微软如果不能推出更新的商品取代自己的商品,别的企业就会取代你。他从不允许自己有“终于成功了,可以休息了”的想法,在他的内心,经商没有





一劳永逸的时候。

因此，比尔·盖茨要求微软的员工不能满足于现在的产品，而是要不断更新。在大多数的公司，某项成功可能可以让你轻松10年，但在微软，今天的绩效不代表一切，任何人想要停留在原地就会被别人超越。微软绝不会让员工停留在过去的成就上，人人都要全力以赴，任何人都不许找理由或借口。

“长江后浪推前浪，前浪死在沙滩上”，那种认为抱着某一项技术就可以永享安逸的想法是极端危险的。

1947年，美国宝丽来公司的创始人艾德温·兰德发明了即时成像技术，同年，第一台宝丽来“拍立得”即时成像相机摆上了柜台，一下子轰动了整个世界。即时成像技术也成了宝丽来的摇钱树。到1982年，兰德退休时，宝丽来已经成为一家资产达数十亿美元的巨型企业。此后的一段时间，宝丽来躺在成功业绩上睡大觉。随着电脑、互联网的普及，数码相机越来越受欢迎。宝丽来却一直死守着它的老产品——即时成像相机，20年来不曾改头换面，甚至连包装都没有变化。与数码相机相比较，一次成像的相机显然已经落伍，宝丽来也很快走向衰败。2001年10月12日，宝丽来公司因无力偿还巨额债务申请破产。美国成像技术专家后来对宝丽来的破产这样评论：“即时成像产品的市场极为有限，宝丽来没有采取任何手段从打印图片市场分一杯羹，后又被数码照相技术的诞生给了迎头一棒。”

技术的快速更新、新需求的不断产生，如何在这个快速发展的环境中生存，是每一个企业无法回避的问题。打破一劳永逸的梦想，树立不断进取的心态，才是现实和明智的选择。没有吃不完的奶酪，没有花不完的金钱，只有不断学习，不断进取，不断地超越自我、更新自我，才能在激烈的竞争中，立于不败之地。

