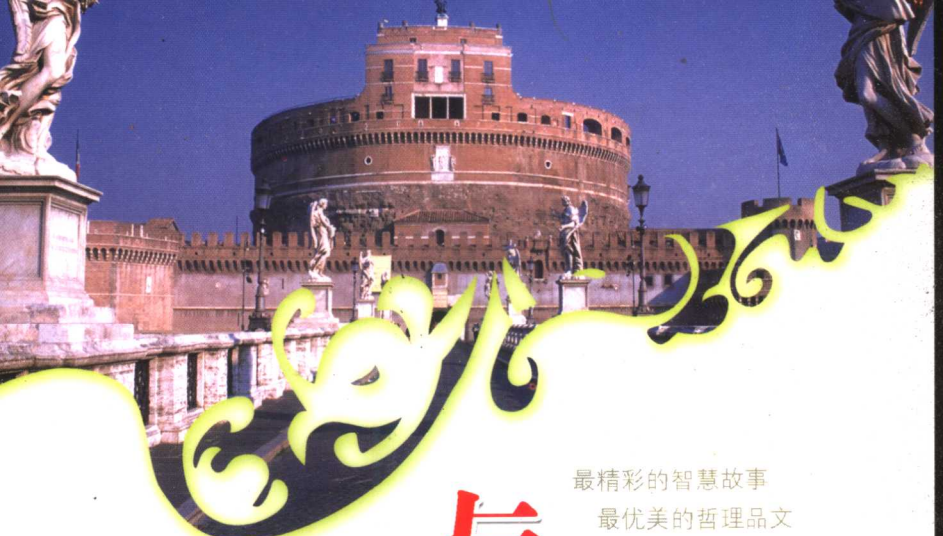




最精彩的智慧故事

最优美的哲理品文

最精妙的阅读点评

# 小谋略与大成功

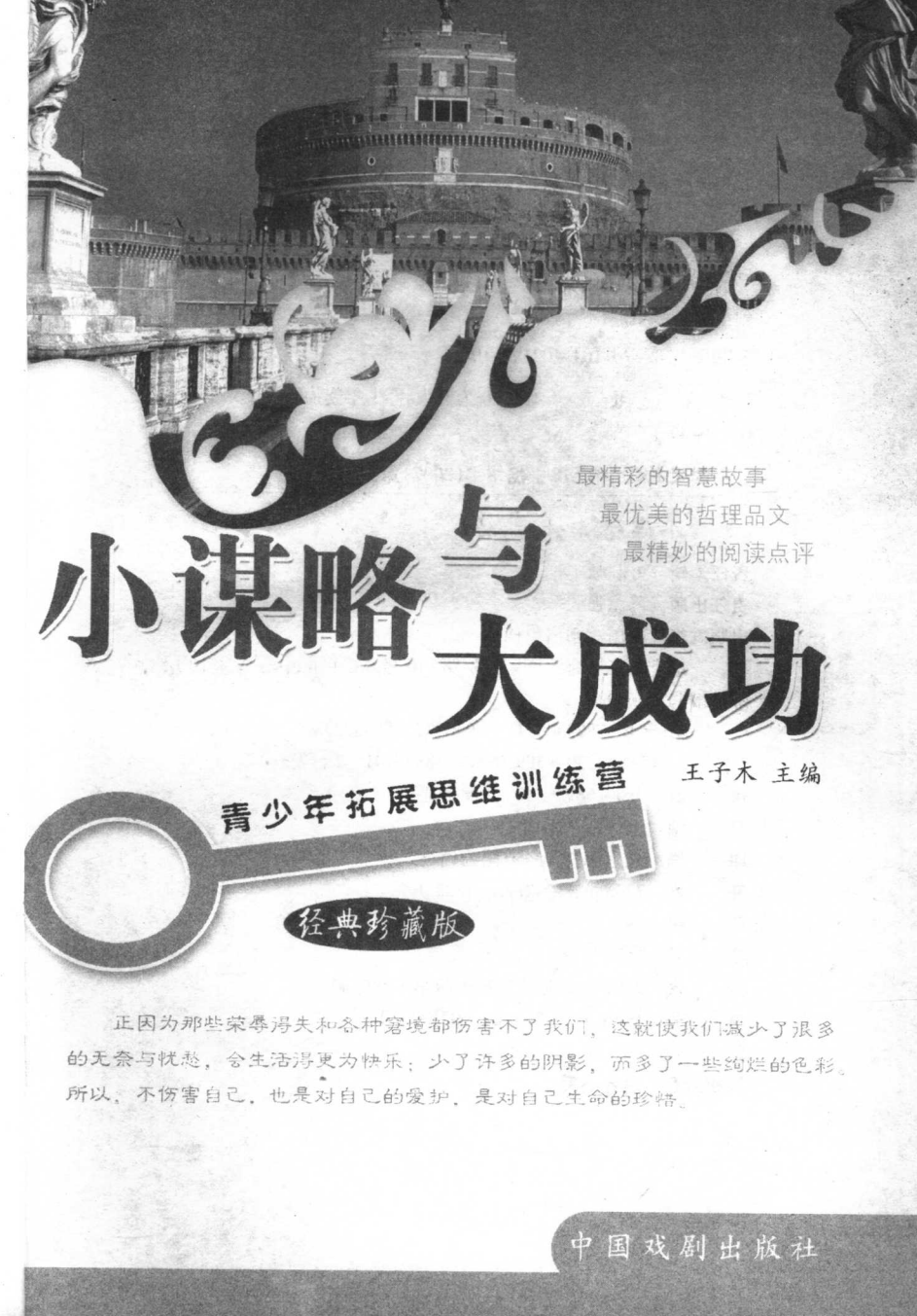
青少年拓展思维训练营

王子木 主编

经典珍藏版

正因为那些荣辱得失和各种窘境都伤害不了我们，这就使我们减少了很多的无奈与忧愁，会生活得更为快乐；少了许多阴影，而多了一些绚烂的色彩。所以，不伤害自己，也是对自己的爱护，是对自己生命的珍惜。

中国戏剧出版社



# 小谋略与大成功

最精彩的智慧故事

最优美的哲理品文

最精妙的阅读点评

青少年拓展思维训练营

王子木 主编

经典珍藏版

正因为那些荣辱得失和各种窘境都伤害不了我们，这就使我们减少了很多的无奈与忧愁，会生活得更为快乐；少了许多阴影，而多了一些绚烂的色彩。所以，不伤害自己，也是对自己的爱护，是对自己生命的珍惜。

中国戏剧出版社

---

## 图书在版编目(CIP)数据

青少年拓展思维训练营/王子木主编. - 北京:中国戏剧出版社,2007.5

ISBN 978 - 7 - 104 - 02590 - 0

I. 青... II. 王... III. 智力开发-青少年读物 IV.  
G421 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 063465 号

---

## 小谋略与大成功

责任编辑 万晓咏

责任出版 冯志强

出版发行 中国戏剧出版社

社 址 北京市海淀区紫竹院路 116 号嘉豪国际中心 A 座 10 层

邮政编码 100097

电 话 010 - 58930221 58930237 58930238  
58930239 58930240 58930241 (行发部)

传 真 010 - 58930242 (发行部)

经 销 全国新华书店

印 刷 北京海德印务有限公司

开 本 787mm × 1092mm 1/32 开

印 张 99

字 数 1520 千字

版 次 2007 年 5 月北京第 1 版第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 104 - 02590 - 0

定 价 439.00 元(全 18 册)

版权所有 违者必究

## 编者絮语

拓展思维被誉为人类思维最美丽的花朵，这花朵常常与杰出人物结下不解之缘。这些杰出人物有一个共同的思维特征，就是不迷信，不守旧，敢于打破常规，独辟蹊径，用新颖、独特的方式解决问题，这就是我们通常所说的创造性思维。

一个人能否有所创造，在一定意义上讲，首先取决于他有无创新意识和创新精神。

那么，怎样开发和拓展自身的创造力量呢？我们认为，作为学生学习前人创造性思维凝聚成的科学文化知识，是非常必要的，但只此是不够的，还必须善于思考，运用知识。因此，通过知识的学习，掌握拓展性的学习方法和思维方式才是最主要的。

青少年应该认识到，要在社会中生

存，最首先的是个人素质要好，这涉及到如谦逊、诚信、务实、宽容等良好品质的培养。

青少年时期正是积累知识与培养素质的关键时期，应该及早认清自己，进行自我设计，有针对性地进行自我训练，全方位塑造自己。这是一个长期并不断实践的过程，需要全社会的共同参与和关注。

个人思维的体现方式不同，但他们成功之路的行囊，却是基本相同的，即正确的自我定位能力、适应能力、创新意识。

这是当今社会对青少年的要求和希望，也是《青少年拓展思维训练营》丛书的主旨，帮助同学们具备更为广阔的视野，更为敏锐的触觉，更为广博的知识。

编者

2007年5月



# 目 录

|                        |      |
|------------------------|------|
| 一、捕捉偶然信息 .....         | (1)  |
| 贾楚齐——爱心引出成功 .....      | (1)  |
| 菲力史东父子——轮胎滚出亿万财富 ..... | (3)  |
| 菲利浦——电器巨星 .....        | (5)  |
| 盛田昭夫——“索尼”无孔不入 .....   | (8)  |
| 林绍良——丁香花开在硝烟中 .....    | (10) |
| 李文正——“借鸡生蛋”的银行家 .....  | (13) |
| 邱德根——放电影起家的人 .....     | (15) |
| 丁午寿——玩具国里尽朝晖 .....     | (17) |
| 董建华——重振父业的船王之子 .....   | (19) |
| 郑周敏——纱管绕出万贯家财 .....    | (22) |
| 兰德——从偏光片到“拍立得” .....   | (24) |
| 希尔顿——饭店业魁首 .....       | (26) |
| 普洛斯特——洗涤用品大王 .....     | (29) |
| 杰克·丹尼尔——威士忌酒创始人 .....  | (31) |
| 贾尼尼——商业鬼才 .....        | (33) |
| 劳尔·卡尔迪尼——农夫大亨 .....    | (36) |



杜德拉——善玩“空手道”的企业家 ..... (37)

## 二、“道听途说”得信息 ..... (40)

李威——牛仔裤创始人 ..... (40)

罗伯特·坎坡——建筑业巨商 ..... (42)

劳埃德——保险业大王 ..... (44)

马库斯·塞缪尔——石油爵士 ..... (46)

伍德鲁夫——饮料大王 ..... (49)

刘文汉——假发业之父 ..... (51)

杨海泉——养鳄大王 ..... (54)

徐文荣——撰写“状元文章”的人 ..... (56)

刑恩义——山乡飞出金丝毯 ..... (58)

李经纬——篮球中锋打冲锋 ..... (61)

## 三、调研分析得信息 ..... (64)

卡耐基——钢铁大王 ..... (64)

井植薰——“三洋”创史人 ..... (66)

李秉哲——财界之父 ..... (68)

陈永栽——多方称王的经营天才 ..... (71)

郑裕彤——珠宝巨商 ..... (73)

李瑞河——茶业首富 ..... (75)

包玉刚——东方的奥纳西斯 ..... (78)

方新道——皮革大王 ..... (80)

刘丰——建材大王 ..... (82)



|                         |              |
|-------------------------|--------------|
| 李隆铭——中国涂料大王 .....       | (84)         |
| 李·艾柯卡——美国工业的英雄 .....    | (87)         |
| <b>四、观察分析得信息 .....</b>  | <b>(90)</b>  |
| 出光佐三——日本石油界奇才 .....     | (90)         |
| 坪内寿夫——重建大王 .....        | (92)         |
| 吴百福——方便面风靡世界 .....      | (94)         |
| 伊世曼——“柯达”之父 .....       | (97)         |
| 桑德士——“炸鸡王国”创始人 .....    | (99)         |
| 特奥——小生意做出大买卖 .....      | (102)        |
| 海尔斯——软饮料创始人 .....       | (104)        |
| 皮尔·卡丹——双执牛耳的风云人物 .....  | (106)        |
| <b>五、从媒体得信息 .....</b>   | <b>(109)</b> |
| 比尔·盖茨——软件造就的世界首富 .....  | (109)        |
| 佐贺——从主妇到老板 .....        | (111)        |
| 李嘉诚——塑胶花引来滚滚财源 .....    | (113)        |
| 孙广信——西北巨人 .....         | (116)        |
| <b>六、挖掘或搜集得信息 .....</b> | <b>(119)</b> |
| 摩根——华尔街大佬 .....         | (119)        |
| 福里布尔——成功的谷物经营家 .....    | (121)        |
| 奥纳西斯——希腊船王 .....        | (123)        |
| 曾宪梓——领带大王 .....         | (126)        |



|                     |       |
|---------------------|-------|
| 王永庆——塑胶大王 .....     | (128) |
| 张荣发——航运业巨子 .....    | (130) |
| 张景荣——善于妙手回春的人 ..... | (132) |
| 杨森——“三级跳”冠军 .....   | (134) |



## 一、捕捉偶然信息

### 贾楚齐——爱心引出成功

旋流温水浴缸现已成为加利福尼亚悠闲的生活方式中最突出的象征。这种商品的诞生及成长,以及后来给贾楚齐带来巨大的收益与一些偶然的信息都存在密切的关系。

信息本身也许没有什么惊人之处,平常得让人感觉不到它的存在,但如若它与人的需要联系在一起时,将起到巨大的作用。坎迪多·贾楚齐是一家生产注水泵及抽水机工厂的一名职员,这家工厂是1915年即他12岁那年,他的六个哥哥创办的,专门生产制造木制飞机螺旋桨的。1926年,长兄雷切尔发明了注水泵,这种注水泵很受钻井公司的欢迎,工厂有了一些利润。但温水浴缸仍然不是他们工厂的产品,一个偶然的信息使贾楚齐兄弟走上了温水浴缸的专业道路。

坎迪多·贾楚齐的儿子肯尼·贾楚齐自幼得了风湿性关节炎,到许多家医院都没有治好。正在坎迪多为此事烦心的时候,他被一则信息吸引了:加利福尼亚州的一个海湾医院可以用水疗方法治疗风湿性关节炎。坎迪多带着试试看的心里,带着肯尼来到这家医院。经过几次治疗他发现医院旋流浴缸中缓缓旋转的温水对孩子有病的肌肉和关节产生了奇特的疗效,坎迪多非常惊奇。他发现医用浴缸里的喷头工作原理与他自己公司生产的工业用大水泵原理极为相似。贾楚齐想:如果将这种医用



浴缸转变成家用温水浴缸一定会得到所有风湿性关节炎患者的喜爱。经过一段时间的研制,这种产品终于走向了市场。他打出了一则广告,将他的这份爱心公之于众,结果这种温水浴缸获得了一定的成功。但此时这种商品也只是用作医疗器材来使用,并没有得到大面积推广。可是一个朋友的一句话使他的产品走向了大众化,成为普遍百姓家的一员。

那位朋友告诉坎迪多,游泳将成为加利福尼亚重要的体育运动,如果你把这种产品改造成游泳设备一定会有更大的收益。这一信息给坎迪多很深触动。经过改造,产品打入了游泳设备的行列。没过多久,运动员也开始喜欢用贾楚齐的旋水泵了,因为泡在旋转的热水中非常解乏。他因此借机用广告大力宣传这种产品,并支持影片的拍摄,经过一段时间的努力,使百姓迅速地了解了这种产品。后来他发现体育游泳馆已经不只是运动员的天地了,许多健康的人而非运动员也开始使用他的旋水泵了。这种状况使坎迪多马上意识到应将他的产品送到百姓家庭中。他开始了改造过程。他将原来的旋水泵和喷水器等设备集中在一个浴缸里,旋水泵的各种电子零件全埋在浴缸壁内,因此,家庭浴池被装饰得相当漂亮,外表极为美观。原来的旋水泵正式改装成家用温水浴缸。到70年代中期,新一代青年人的思想观念有了较大的变化,他的家用温水浴缸迅速打入了千家万户一走进了百姓的家庭。人们由热衷于洗热水澡到洗旋水浴,坎迪多获得了可观利润。《美女》杂志称这种旋水浴缸是自我享受的“极好”办法。尼克松总统及后来的尼克松继任者杜尔德·福特也非常喜爱这种旋水浴。

坎迪多的旋水浴缸不仅给千家万户带来了极好的自我享受,也治好了肯尼·贾楚齐的关节炎。肯尼·贾楚齐长大后,四肢健康,成为家族企业设在意大利的欧洲分



公司的总经理。坎迪多靠“慈父之爱”获得了信息，靠信息创立了公司，靠公司发了家。到1979年他的公司的总资产达7000万美元。

坎迪多并非事事顺利，他最初研制封闭式单翼飞机，由于试飞中他的哥哥乔孔多丧生，全家悲痛不已，最终退出了飞机制造业。长兄发明了注水泵获得了一定的成功。坎迪多正是在获得注水泵技术后，从而对医用浴缸原理这一信息掌握得相当准确，从而营造了他的水疗设备公司。信息是各种各样的，但并不是所有的人都能体察到，只要自己具备一定的本领，信息的全面准确将随着个人知识的深化而增强。

### 菲力史东父子——轮胎滚出亿万财富

19世纪60年代初，菲力史东诞生在美国一个农民家庭，长大后他曾就读于史宾安商学院。他是个喜欢思考、善于观察的小伙子，常常在一些关键时表现出机敏和才智。在大学里，他广泛涉猎了大量的商品营销著作，丰富的经济知识激发了他做大生意的雄心。

大学毕业后，他先在一家炭行当记帐员。不久，他又辞职去推销味互和调料，正当他干得起劲时，那家企业破产了，菲力史东成为失业大军中的一员。后来，他经人指点进入底特律姑父家的一个大公司做工。姑父很赏识他的能力，安排他到美国汽车工业的集散地底特律了解市场动向。几年的奔波使他大开了眼界。在这个过程中，他发现了一个新奇的产品——橡胶轮胎。当时汽车轮胎大多是由铁瓦做的。通过从不同角度分析，菲力史东认为在汽车工业迅速发展、市场不断扩大的形势下，橡胶轮胎必将取代铁瓦轮子。而且随着时间的推移，取代的速度会更快，需求也将必然猛增。

菲力史东雷厉风行，马上来到美国的橡胶之城亚克明市，创办了菲力史东橡胶公司。刚成立时，只有几个人，厂房简陋，无甚起色。一次偶然获得的信息，使他的状况彻底改观，很快发展成为著名的大企业。

那是一天晚上，菲力史东信步走进一家酒吧，要了一杯威士忌一饮而尽，起身要走时，他瞥见一个被人哄笑的青年人，那年青人已喝得烂醉，裤子滑稽地围在脖子上。菲力史东在随口向酒店老板的询问中，得知那年青人因搞发明被人愚弄不得不做苦工，因受刺激常常借酒浇愁。老板说的“发明”，引起了菲力史东的注意，他决心探个究竟。终于，他了解到，年青人的发明是新式橡胶轮胎，并获得了专利。不幸的是，当这小伙子拿着自己的发明找到正在开发新产品的橡胶巨商时，却遭到傲慢无礼的拒绝，那个胖胖的老板对青年人递过来的专利证书连看都不看，摔成一团扔到年青人身上，并把他撵出门。血气方刚的小伙子的心被深深刺痛了，他发誓不再搞发明，也不愿别人再向他提起这件事。

菲力史东感到十分幸运，他终于找到了一个新式橡胶轮胎的发明家，事业大有希望了。经多次拜访恳谈，菲力史东终于说服这位年青的发明家同他一起打天下。

两人的愉快合作，很快见了成效，新式橡胶轮胎一投放市场就立刻成为抢手货，畅销势头有增无减，财源滚滚而来。1903年，菲力史东把橡胶公司发展为燧石橡胶轮胎公司，业绩显赫，富甲一方。

年迈的菲力史东准备把家业交给儿子继承。1932年，父子二人到各地视察业务。路上碰到的一件事，又给他们提供了产生灵感的微妙信息，从而使他们的事业更上一层楼。当时，他们看到路旁的田地里有位农民正在操作农耕地，交谈中农民说：“使这玩艺没有点力气还真不行，它太‘顽皮’了。”身体魁梧的菲力史东二世向来好



胜,于是上前一试。没想到农耕地运转起来震动得十分厉害,他走了不到 20 米手臂就麻得受不了了,只好赶紧关机。

这件事深深地印在非力史东二世的脑海中,他琢磨怎样才能改善农耕地。后来有一次他的汽车轮子被淘气的小孩放了气,他开起来感觉到的巨大颠簸就跟农耕地的震动相差无几。他把两者联系起来,恍然大悟:对呀!农耕地铁轮子着地就和汽车轮胎无气时一样,必然会有强大的震动,如果给农耕地也套上橡胶轮胎,肯定能解决这一问题。他立即组织研究小组,专门研制适用农耕地的低压力轮胎。产品研制成功后,大受客户欢迎,不但为公司开辟了财源,而且使刚接父亲班上任伊始的非力史东二世征服了众人。借着这次成功的东风,非力史东又提出并掀起了“农场橡胶化运动”,即力争使所有机械工具的轮子都换上橡胶轮胎。此举使燧石橡胶轮胎公司突飞猛进,不到 3 年时间,即成为国际知名的大企业。

现在,非力史东的公司在美国有 50 家工厂,在海外有 60 多家工厂,年营业额超过 20 亿美元,成为美国重要的轮胎公司之一。

信息对人是平等的,但不是每个人都能平等地对待它,多数人对看到面前的信息视而不见,只有充满渴求,又常能触发灵感的人,才能把握信息,创造惊人的财富。

### 菲利浦——电器巨星

菲利浦既是公司名称,又是指菲利浦兄弟。从前者来说,它是荷兰电气,电子工业最大的垄断组织,从后者来说指的是该公司的创始人。

1890 年,机械工程师杰拉德·菲利浦买了下了一座



破旧不堪的皮革厂,他花了7.5万荷兰盾将它改造成生产碳丝灯泡的小厂。一台65马力的蒸汽发动机,十几个工人,加上技术在行的杰拉德·非利浦,小厂就这么开张了。然而,杰拉德是个经营的外行,致使该厂连年亏损,4年后几乎无法维持。此时杰拉德的弟弟安东·非利浦向哥哥伸出了援手。这位21岁的小伙子虽然年轻但极具战略眼光,他认为眼前的失败是暂时的,不必灰心丧气。兄弟俩重新筹措了一笔资金,再度创业。这一次二人合理分工,兄管技术,弟管销售。

安东·非利浦以锐利的目光看到,他们的产品不能局限于在荷兰这个小国内销售,必须设法向外开拓市场才有出路。目光投向海外的安东。很快捕捉到了一个改变他们命运的信息:俄国亚历山大二世,正大力推进本国现代化,力图以电灯完全取代油灯。这真是个好消息,安东兴奋不已,急忙赶赴俄国,签订了一张令人难以置信的订单:5万只灯泡。当哥哥杰拉德接到电报时,简直不敢相信,还以为弟弟粗心把数字搞错了。的确,对他们的小厂来说,5万只灯泡,仿佛天文数字一般。这笔生意使非利浦公司走出了困境,给兄弟俩的事业带来了勃勃生机。也正是这次机遇带来的成功,使他们更加坚定了大力开拓海外市场的决心,这为今后非利浦公司向跨同公司迈进奠定了基础。

1914年,他们建立了第一个实验室。第二年,就研制出氩气灯泡。使非利浦公司在欧洲市场中处于领先的地位。接着又研制出X光管和收音机电子管,打破了单一的灯泡生产,向无线电和通讯器材生产迈进。他们认识到“科学研究和新产品开发与公司生命攸关”,所以愈加重视科学研究。他们在埃因霍温市郊建立了非利浦研究中心。其中设有光盘录像机、光纤和高倍电子显微镜等研究室,在西德、比利时、英国和美国还设有6个研究所。



研究的方向也越来越广,产品种类也越来越多。1921年,飞利浦公司实行公开招股,把企业发展成股份有限公司。并筹建了玻璃厂。他们把产品大力推向国际市场,先后在瑞典、挪威、比利时、法国等24个国家建立了销售点,公司迅速发展起来。

第二次世界大战,给飞利浦兄弟带来了沉重的打击。特别是1940年5月,德军侵占荷兰后,飞利浦公司在埃因霍温市的工厂都被德军接管,改为军工厂,其他地方的工厂也遭德军轰炸,化成一片废墟。5年后,二战结束,飞利浦兄弟返回家园,重振旗鼓,再创基业。他们一边把从别国学到的知识、技术融于公司的建设,一边进行科学管理,改组机构,健全管理体制,公司很快成为荷兰三大超级企业之一。60年代,他们大量推向第三世界市场的产品已扩展为各种家用电器、电子计算机、电子元件、电子显微镜、电子计测器、电子照明设备等,并且使飞利浦彩色电视机一度独占国际市场鳌头。他们所生产的电讯仪表大部分为美国“阿波罗”登月飞船采用。至70年代,公司总销售额已居世界第三。飞利浦家族财富骤增,至1982年,总资产达165亿美元,是荷兰屈指可数的富豪。

设在荷兰埃因霍温市的飞利浦总公司,如今已成为“飞利浦王国”,20万人口中4万多是飞利浦公司的职员,其余大部分人是家属或是为飞利浦公司服务的人员。飞利浦公司还在市政建设上投入大量资金,出资建造的有学校、教堂、公园和一些公共设施,以至于飞利浦公司老板的知名度远高于市长。市长嫉妒地说:“请不要搞错,不是埃市存在于飞利浦公司中,而是埃市内设有飞利浦公司。”

如今,飞利浦公司驰名世界,已是拥有遍及65个国家子公司的跨国公司,从业人员逾40万,1985年销售额就达180多亿美元。



“创业难守业更难”。日本的彩色电视机曾给飞利浦以很大的冲击,给他们带来了挑战。因此,飞利浦兄弟更加注重高科技的开发,技术与经营的完善。现代化技术给他们提供了对市场信息快速反应的手段,而与德国和西欧五大公司的合作,又使飞利浦公司保住了誉满全球的电器巨星称号。

### 盛田昭夫——“索尼”无孔不入

索尼公司正式创建于1957年,它的前身为东京通信工业公司。索尼公司是为表达对世界第一台袖珍晶体管收音机的宠爱之情及表达盛田昭夫与井深大(索尼公司的合伙人)之间的友情而建的。原来只有20多名雇员,以500美元起家的索尼公司,现在已发展到拥有职工40多万人,在世界设有72家子公司和37家工厂,品种1万多种,年销售额达50多亿美元,是一个集生产电子设备、电子仪器和电子装置为一体的跨国公司。索尼公司从真空管电压计走向收音机,最后发展到电视机、计算机等,倾注了盛田昭夫大量的心血,而迅速抓住信息也是其成功的关键所在。

盛田昭夫,1921年1月26日生于日本爱知县的知多半岛,毕业于大阪帝国大学物理学专业。二战期间,成为一名研究热线诱导武器的职业军人,在这期间,他认识了早稻田大学毕业的井深大,并成为好朋友。1946年3月,也就是日本战败的第二年,盛田昭夫和井深大以500美元的资金,在东京创办了东京通信工业公司。

1949年的一天,井深大偶然发现了美国制造的磁带式录音机,这一信息立刻触动了盛田昭夫,他下决心一定要搞出自己的磁带式录音机。经过反复研究试验,1950年,他们向市场推出了这一产品,但始料不及,竟无人问