

后东升 主编

解密跨国公司丛书

传播理念 分享经验

36家跨国公司的 创业之父

可口可乐公司：可口可乐之父阿萨·坎德勒

韩国三星：创业鬼才李秉哲

吉利公司：剃刀大王金·吉列

奥美广告：现代广告教皇大卫·奥格威

迪斯尼：动画大王沃尔特·迪斯尼

宜家家居：“宜家”创始人英格瓦·坎普拉德

福特公司：美国汽车大王亨利·福特



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

解密跨国公司丛书

36家跨国公司的 创业之父

主 编：后东升

编委会成员：孔伟明 樊丽丽 贾 俐 顾苗勤 尹剑峰
孙天佐 黄金英 高克敏 沈冉由 华特欣
卫辉球 夏南星 韩得谊 尹尚连 曹立芳
孙方圆 肖亚敏 周亚芳 林慧洲 贾凤喜

内 容 提 要

本书精选了 36 家世界著名跨国公司的创始人的故事,让您尽情领略这些实业巨擘、商业巨头的创业风采,从中学到一些人生经验、商战技巧、管理心得。

图书在版编目 (CIP) 数据

36 家跨国公司的创业之父/后东升主编. —北京:中国水利水电出版社, 2006

(解密跨国公司丛书)

ISBN 7-5084-3665-2

I. 3... II. 后... III. ①企业家—生平事迹—世界
②跨国公司—企业管理—经验—世界 IV. ①K815.38
②F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 021625 号

书 名	解密跨国公司丛书
作 者	36 家跨国公司的创业之父
出版 发行	后东升 主编 中国水利水电出版社 (北京市三里河路 6 号 100044) 网址: www. waterpub. com. cn E-mail: sales@waterpub. com. cn 电话: (010) 63202266 (总机)、68331835 (营销中心)
经 售	全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	中国水利水电出版社微机排版中心
印 刷	北京市兴怀印刷厂
规 格	787mm×1000mm 16 开本 19.75 印张 303 千字
版 次	2006 年 4 月第 1 版 2006 年 4 月第 1 次印刷
印 数	0001—5000 册
定 价	28.00 元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

前言

追求财富、占有财富从古至今都是人们奋斗的目标，拥有财富的多少更是人们炫耀自身价值的有力王牌。不管承认与否，财富从一定程度上代表了社会地位、受教育程度和富足、安全感的生活。

而财富的占有更是一种力量的显示、一种成功与自信、一种统治与支配的完美结合。追求财富的过程，则体现了一个人优于他人的良好品格、卓尔不群的智慧、一往无前的胆识、积极求变的创新意识和高瞻远瞩的目光。

对于那些能创立傲视业界的企业、聚积了大量的财富的人，在他们占尽社会资源使一个个小企业、小公司或是濒临破产的企业起死回生，由小到大，进而成长为对世界经济举足轻重的企业巨鳄的同时，他们自己也成为人们顶礼膜拜的创业楷模。

纵观这些人的创业历史，便不难发现他们的共同之处，也是他们在芸芸众生之中得以脱颖而出、得以开创自己的事业、得以令无数后人竞相模仿的独特魅力。

这些共同之处就是……

- 把自己童年时的爱好与兴趣发展并坚持下来。像汽车大王福特，从小就对机械发明感兴趣，他虽生活在农场，却讨厌农家的劳作，而一心迷恋机械发明，在儿时梦幻的驱使下，最终不但实现了自己的目标，而且还创立了福特公司。

再比如，建立零售王国的沃尔玛总裁山姆·沃尔顿，从

小就显示出经商的天分，而他的家人，也大力鼓励这种行为，当5岁的小沃尔顿出售自己的商品时，奶奶不管需不需要，都要买一些，以增强小沃尔顿的经商自信心。

同时，也不难看出，当一个人把自己儿时的爱好引入未来的事业时，这即是天性所在，又可以说，当他长大成人，再继续从事这一项事业时，已经有了远远多于他人的历史与经验。这也是他们得以成功的关键因素。

- 创新精神。这是所有功成名就的创始人都具备的品质，比如戴尔公司的创始人迈克尔·戴尔，在他刚开始创业时，计算机销售早已有了固定的模式和销售渠道，但戴尔却以创新的精神，捕捉到一种方式——直销，为事业打开一片天空。

- 坚韧不拔的毅力。这样的事例不胜枚举，尤其像长江实业集团的李嘉诚、松下电器的松下幸之助等，他们平凡得如一位邻人，在艰苦的创业之初，他们都以自己无人能敌的顽强品格一步一步坚持走下来，即使面临无数次的天灾人祸、世事动荡，他们都成为最后的赢家。

当然，他们还有执著的信念、对机遇的把握、果敢的抉择……

而这些品质正是普普通通的平凡人可以拥有、可以借鉴的东西，打开本书，从这些人的创业经历，我们将看到：这些优良的品质是如何在一个人身上闪光的，而他又是如何将其闪光点融入企业的成长兴衰中，进而推动了企业的成功。

你还会发现：他们的创业将不再是天方夜谭的神话、不再是不可复制的模板，每一个脚印都有据可查、每一笔财富都充满了借鉴的经验。成功并不遥远，它只缺你投入地学习与仿效、只缺你忘我地研磨。

编者

2006年4月10日

前言

可口可乐公司：可口可乐之父阿萨·坎德勒·····	1
韩国三星集团：创业鬼才李秉哲·····	9
吉列公司：剃刀大王金·吉列·····	19
奥美广告：现代广告教皇大卫·奥格威·····	27
迪斯尼：动画大王沃尔特·迪斯尼·····	33
宜家家居：“宜家”创始人英格瓦·坎普拉德·····	41
奥林匹克海运公司：希腊船王奥纳西斯·····	48
惠普公司：惠普创始人戴维·帕卡德·····	55
摩托罗拉：摩托罗拉之父保罗·高尔文·····	63
甲骨文公司：甲骨文公司的擎旗人拉里·埃里森·····	73
柯达公司：柯达奠基者乔治·伊士曼·····	81
戴尔公司：戴尔电脑创始人迈克尔·戴尔·····	90
新闻集团：报业大王鲁珀特·默多克·····	98
联邦快递：联邦快递开拓者弗雷德·史密斯·····	109
麦当劳：麦当劳之父雷蒙德·克罗克·····	120
皮尔·卡丹：卡丹帝国的缔造者皮尔·卡丹·····	129
苹果电脑：苹果电脑的英雄斯蒂夫·乔布斯·····	138
福特公司：美国汽车大王亨利·福特·····	146
雪铁龙公司：从发明家到企业家安德烈·雪铁龙·····	156
本田公司：摩托车之父本田宗一郎·····	162
IBM 公司：计算机巨头托马斯·约翰·沃森·····	171
卡内基公司：钢铁大王安德鲁·卡内基·····	179
长实集团：超人李嘉诚·····	186
美国在线：网络天王史蒂夫·凯斯·····	196

耐克公司：耐克创始人菲尔·耐特·····	203
微软公司：软件巨头比尔·盖茨·····	212
索尼电器：索尼之父盛田昭夫·····	221
埃克森公司：美孚石油创始人约翰·D·洛克菲勒·····	232
松下电器：经营之神松下幸之助·····	241
CNN：电视巨子特德·特纳·····	249
台塑集团：台塑掌门人王永庆·····	256
沃尔玛公司：美国零售业大鳄山姆·沃尔顿·····	266
希尔顿饭店：旅馆业大王康拉德·希尔顿·····	275
星巴克：借文化打造名牌的霍华·舒尔茨·····	285
英特尔公司：芯片业舵手戈登·摩尔·····	294
伯克希尔工业公司：投资之神沃伦·巴菲特·····	303

可口可乐公司：可口可乐之父

阿萨·坎德勒

小链接：

1851年12月30日，阿萨·坎德勒出生在美国佐治亚州。

1870年，他在小镇卡特斯维尔一个药店当学徒。

1877年，与另一个朋友合伙开了药材批发零售公司。

1888年，第一次饮用可口可乐饮料。

1888年8月30日，以2300美元买断可口可乐公司。

1890年，停止了其他生意，专心经营可口可乐。

1905年，阿萨给自己的公司注册了“可口可乐”商标。

1929年3月，阿萨·坎德勒与世长辞，享年77岁。

阿萨·坎德勒——可口可乐公司的创始人，因为他，可口可乐才走向市场，走向世界；也因为他，一种普通的饮料才成为美国文化的象征。

他凭着自己的智慧和对市场的敏感，把可口可乐锻造成世界著名品牌，也是全球最有价值的品牌。2004年8月2日出版的美国《商业周刊》，评选出2004年全球最具影响力的100个品牌，可口可乐以673.9亿美元的品牌价值再次荣登榜首。

也只有阿萨·坎德勒可以这样豪迈地说：“假如可口可乐的所有公司、所有财产在今天突然化为灰烬，只要我还拥有‘可口可乐’这个商标，我就可以肯定地向大家宣布：半年后，市场上将拥有一个与现在规模完全一样的新的可口可乐公司。”

顽皮少年

阿萨·坎德勒1851年生于美国佐治亚州一个富裕的家庭里，阿萨的



父母为了纪念家里一个家庭教师，给他起了这个名字。这位家庭教师后来成为亚特兰大医学院教授。父亲希望他成为一个受人尊敬的医生，然而，阿萨没有像他父母亲希望的那样，成为一名医生，而是成了举世瞩目的企业家。

像很多孩子小时候一样，阿萨小时候顽皮又淘气，也爱开玩笑，搞恶作剧。阿萨的弟弟查利小时候很怕猫。

一次，他与哥哥阿萨睡在一起，一天夜深人静，阿萨溜到床下，惟妙惟肖地模仿猫叫，再弄出一些声响，好像有猫儿正在床下打架，查利被“猫”吵醒，吓得躲进被子，浑身颤抖着向哥哥求援，可往哥哥睡的地方一伸手，天啊，阿萨不在了。小查利认为阿萨一定被猫吃掉了，他当即跳下床，去父母房间求援。类似的恶作剧使阿萨得到极大的满足。

由于美国当时正在内战，阿萨·坎德勒没有机会完成正规教育，无法实现当医学教授的理想。这时，父亲患上了重病，懂事的阿萨为了替父母分忧，19岁时，他毅然弃学选择了就业。

1870年，他先是在小镇卡特斯维尔的小药店当学徒，在药店当学徒期间，阿萨利用晚上的时间，自学了拉丁语、希腊语，还钻研了不少医学书籍，为他日后的成就打下了坚实的基础。

两年之后，学徒生涯使他明白了，自己要做一个药剂师。药剂师和医生不同，不一定非上学不可，当学徒从中学到医学知识，也能成为一名药剂师，而药剂师也是离医学最近的一种职业。

这是一项聪明的、理智的决定，适时又适当地重选职业，使得他在家里所学的知识没有白费。一个将有所作为的人是没有必要永远固守于一项职业之中。只要你有足够的能力，只要你有足够的信心和毅力，你完全也可以在另外一种职业中做出非凡的成就。

外面的世界充满了对阿萨的诱惑，1873年，学徒期满之后，他又踏上了去亚特兰大的路程，他要在这个大城市里打开一片自己的天空。

刚到亚特兰大，他两手空空，为了找工作，他走遍了城市的每一个角落，天不遂人愿，没有人肯接纳他。最后，他来到桃树街的“大众药房”。药房老板接见了这个看上去疲惫不堪的小伙子，勉强同意留下他试用。

药店的工作辛苦又紧张，踏实肯干的阿萨很快得到老板的赏识。同

时，阿萨的经商天赋也显露出来，在药店工作期间，他留心结识有用的商户，注意总结与积累经商的经验。

这时，幸运之神也在向他招手，阿萨得到了一份天赐的收获，他与老板的女儿相爱了。一个普通的职员，还是个穷光蛋，老板断然拒绝了阿萨的求婚。

但是阿萨并没有屈服，为了自己的未来，也为了自己的爱情，阿萨决心自己当个企业家。1877年，他与另一个朋友合伙开了药材批发零售公司。通过几年的辛勤努力，公司的规模发展得越来越大，业务也扩展到了房地产等行业。

在经营的过程中，阿萨发现仅仅靠批发药材不能赢来更多利润，要想挣更多的钱，药商必须制作和销售带有自己特点的货品，只有寻觅到有价值和市场潜力的药方，才能拥有自己的王牌，才能一炮打响。于是，阿萨处处留心，还经常四处寻找别人研制出来的科研成果来推销，使之商品化。

27岁时，阿萨终于如愿以偿，与自己从前老板霍华德的女儿露西举行了婚礼。1882年4月，阿萨31岁时，他的公司和他从前的老板、现在的岳父乔治·霍华德的公司合并了。

可口可乐的诞生

1886年5月8日，亚特兰大的药剂师彭伯顿试制出一种糖浆，他和助手给这种糖浆起名叫可口可乐，名字听起来有趣又令人开心，原料是分别产自南美洲和非洲的两种植物。最初，可口可乐糖浆也是作为一种饮用剂在药房里销售，同时，也拿到当时规模最大的雅各药房出售，每杯50美分。

一天，百忙之中，彭伯顿误将可口可乐糖浆放进了小苏打和冰水中，两种溶液混合之后，却产生了奇迹般的效果，令顾客赞不绝口。很快，药剂所门前出现了“可口可乐提神健身液”的招牌。

1888年，一个偶然的机，让阿萨接触到了这种神奇的药水。小时

候头部受过伤的阿萨常常被头痛折磨得很苦恼，有朋友便建议他试试可口可乐。还真的见效，他的头痛果然减轻。于是，他常常饮用可口可乐，不久，偏头痛竟逐渐好转。

而这时，在《亚特兰大日报》上打出第一幅广告，强调这种饮料特点：“可口可乐，可口！清新！快乐！活力！”简短而明快，切中要点又突出它“可口清新”的独有魅力。身为药剂师的阿萨敏感地意识到了可口可乐的市场价值。

经过调查，阿萨入股可口可乐。可他并不满足只是作为一个单纯的合伙人，1892年，阿萨·坎德勒以2300美元取得可口可乐的配方和所有权，并成立了可口可乐公司。

控制，就要完全的控制！阿萨·坎德勒成了可口可乐的新主人。从此，可口可乐在阿萨的手里起了翻天覆地的变化。

1890年，阿萨·坎德勒39岁时，作出了一个令人困惑的决定：把公司所有存贷盘点清理，卖了5万美元，集中精力生产和销售可口可乐。这是一个非常冒险的决定。因为他的药材批发零售业务已取得非常惊人的成就，而当时可口可乐的前景难以预料。阿萨没有为自己留后路，比如同时经营药房，直到可口可乐的生意稳定时为止。

正是这一勇敢的决定，正是这种破釜沉舟的精神，使他有异于常人。从此，坎德勒便与可口可乐紧紧连在了一起。

1891年秋季，阿萨为可口可乐公司选定了新家，把它搬到亚特兰大的迪凯特街42号的楼上。创业阶段事事艰难，人手少，阿萨便吸收他的家族成员参加工作，在阿萨的指导下，人员配备精干，分工明确，工作效率十分惊人，大家都明白，成败在此一举了。

在销售上，阿萨更显露了一个行家里手过人的胆识和大胆的前瞻性。在把可口可乐推向市场的过程中，阿萨意识到，如果仅仅把可口可乐定位于“药用饮料”，它将只限于一小部分人饮用，销量也不可能大。

于是，阿萨改变宣传方向，强化可口可乐是一种“清香提神”，适合于大众消费的日常饮品，就像口渴时要喝水一样，是人人都需要的必需品。这一销售策略带来了空前的市场利润，从此，可口可乐便从一种药用饮料变为人们都离不开的饮品。

可口可乐的成功，很大程度上也来自阿萨的广告意识。值得一提的是，阿萨的可口可乐公司是美国南方的公司中第一家在全国性报刊上刊登广告的公司。

1908年，公司在美国建筑物的墙上刷制可口可乐标志的面积达250万平方英尺，在古巴和加拿大还有1万平方英尺。公司还拥有1万多个广告橱窗。公司还制作了最早的雕塑广告。这个雕塑矗立在费城和纽约之间的宾夕法尼亚铁路上，高达32英尺。

从1908年起，成千上万的旅客就看到了这个不知疲倦的“年轻人”，终年不息地向一个玻璃杯倒那永远也倒不完的可口可乐。到了1909年，阿萨的可口可乐公司成了美国做广告最多的公司之一。

在对待具体的销售工作上，阿萨更是兢兢业业，阿萨有一句座右铭：“今天损失的可口可乐，明天再也补不回来。”他不放弃每一笔生意，不论大小，不论是老顾客还是新客户，他都认真真地对待，他竭尽全力不失去任何一笔买卖，并力图把生意做好。

1890年一个星期六的下午，工厂里只剩下两三个人。这时，好几个街区以外的一个杂货商托人捎话，他需要一些可口可乐原浆。阿萨知道后赶紧来到售货厅，准备让人送货，却发现售货厅里也没有剩余的原浆。

于是，阿萨亲自动手，专门为客户加工一加仑可口可乐原浆，又马上叫人把货给送过去。尤其难得的是，加工这么少量的可口可乐原浆，仍保持了统一的高标准和出色的味道。阿萨一点也没有因为这笔生意量少而拖延时间，或者干脆不接这笔生意。

还有一次，有一位杂货商告诉阿萨说，他希望自己的那桶可口可乐原浆有泡沫。于是，阿萨马上就派他的侄子乔治去。乔治到了那家杂货批发店以后，尽力使可口可乐原浆起泡沫，直到那桶原浆的泡沫比别的任何一桶原浆的泡沫都多为止。

阿萨有一切为客户着想商业意识和一丝不苟的优良品格，与他打交道的客户都感受到了阿萨的诚信无欺，感受到了他的自尊与自信。因此，所有的客户都乐于和阿萨做生意，也相信阿萨的可口可乐原浆的产品质量。

于是，阿萨的客户越来越多，生意也越来越大。只用了短短的几年，



可口可乐就走向了全国，并扩展到了海外的一些国家。

1905年，美国《商标法》刚刚实施，为了维护公司的利益与合法权益，阿萨就给自己的公司注册了“可口可乐”商标，运用法律武器，来保护自己的利益。

经营的旅程也有风雨坎坷，1903年，一位化学家从可口可乐里化验出含有禁用品可卡因成分，可当时，多数民众只是把可卡因当作一种药，并没有意识到它是有毒物质。

可阿萨还是被联邦政府起诉，结果败诉，阿萨于是从饮料的成分中剔除了可卡因，才得以继续销售可口可乐。

1917年12月25日，阿萨以圣诞礼物形式把公司赠给子女，并放弃经营，安享晚年。1919年，未经阿萨的同意，孩子们便转让了可口可乐公司，虽然当时转让的价格是一个天价，但是可口可乐配方的价值是无价的，这其中的品牌价值又怎么会是人力可以买到的。

1929年3月，阿萨·坎德勒与世长辞了，享年77岁。虽然他离开了，但值得欣慰的是，在继任者的手中，他开创的可口可乐王国得到了进一步的继承和发扬。每个人都感谢他，称他为“可口可乐之父”。

6

可口可乐成功秘诀

成功秘诀之一：只售商品，严守秘诀

众所周知，可口可乐这么一种大众饮料，基本上是几种物质的混合物，即糖、碳酸水、焦糖、磷酸、咖啡因和“失去效能”的古柯叶及椰子果。可以说，其配料的99%以上是可以分析出来的。但有不到1%的“7X号物品”却保持着100多年秘密，对谁也不告知此秘方，只有严格挑选的几个人知其秘密。如果需验查这秘方，他们必须到乔治亚信托公司去，首先提出申请，经过信托公司董事会批准，在官员监视下，在规定时间内打开秘方的保险库门。

对于“7X配方”，其专利拥有者不管生意发展到多大，绝对不告知也不转让。可口可乐正是长期做到绝对保密，使化学家和竞争者花了上百年

时间的研究，至今仍未得到要领。这一保密经验，很值得借鉴。

为了扩大业务，可口可乐公司不断进行推销，但均是推销可口可乐的浓缩液，绝不出售技术诀窍。自从 1926 年在古巴开设第一家可口可乐生产工厂以来，现在已在近百个国家开设有加工厂了，在中国的北京、广州、厦门等地都有合资工厂，但“7X”浓缩液却均从美国总公司运来。

一种饮料竟然每年能做近 200 亿美元的大生意，其产品生命周期亦百年不衰，现在全球人们每天喝下 10 亿多罐可口可乐，可说创下了经营史上的奇迹。这个奇迹的产生，很重要因素是可口可乐的老板们始终坚持“百年大计”经营方针，绝不做“吃糠见米”、急功近利的生意。

成功秘诀之二：重新定位可口可乐

当可口可乐的创始人刚接手这种饮料时，它只是一种乏人问津的药水，但为了打开可口可乐的销售局面，阿萨迅速改变宣传方向，提出可口可乐是一种人人都可以饮用的清凉饮料，是人们日常的必需品。这一宣传方式的改变奠定了可口可乐在人们心目中的定位，从而赢得了空前的市场空间。

可以说，可口可乐的成功很大程度上要归功于阿萨的广告意识，归功于他对可口可乐的重新定位。

成功秘诀之三：广告战略

恐怕世界上还没有一种产品，能像可口可乐那样拥有如此高的知名度。不管你走到世界的哪个地方，似乎都能看到它的“身影”：使人过目不忘的 Coca-Cola 的标准字体、白色水线和红底色的图案；对各种大型体育活动的赞助等。而且这一切又都会使人联想到那具有特殊口感的饮料。作为一种可乐型的饮料，可口可乐并无什么特别出众之处。但是在如今充满激烈竞争的世界饮料市场上，它为什么能为全世界消费者所青睐呢？主要有以下几点：

1. 统一视觉标志，企业形象对于任何一个企业来讲，其资源都是有限的，问题在于如何有效地运用和开发资源。在企业形象的塑造上，同样也有一个运用最少的资源开支获得最大效益的问题，可口可乐的成功奥秘之一就在于它选择了一条以一贯的统一的视觉形象，来宣传企业形象的

道路。

2. 为了使可口可乐的形象深入人心，可口可乐公司不惜花费巨资做广告宣传，每年在广告上的支出达 6 亿美元。可口可乐的创始人有一句名言：可口可乐 99.61% 是碳酸、糖浆和水，如果不进行广告宣传，那还有谁会去喝它呢？

3. 开展各种活动，树立可口可乐形象，一直是可口可乐公司的拿手好戏。

成功秘诀之四：质量稳定

产品的质量，是由一定的标准衡量其高低的。但是，不同的商品有不同的衡量标准，还有不同的价值观念，对商品的质量标准也有分歧。总的来说，质量的标准应由市场来鉴定。所以经营者对商品的质量改造，绝不能盲目和主观臆断。

可口可乐的经营者可以说是一贯注重产品的质量的，这是其百年不衰的主要原因之一。当阿萨·坎德勒从彭伯顿手中买下可口可乐的专利时，他根据市场的需求，把这种糖浆式饮料兑自然水后，再加入天然材料，配成所谓“7X 配方”，从而博得了世界各地消费者的欣然接受，消费迅速增加。

可口可乐的“7X 配方”是其质量的支柱，产品质量能保持稳定，全凭此配方。可见，消费者所接受的可口可乐，是基于配方的质量……

今天，可口可乐公司已经拥有 118 年的历史，同时它也是全球最大的饮料生产及销售商，拥有全世界最畅销五种饮料中的四种：可口可乐、健怡可口可乐、雪碧和芬达，公司旗下的产品超过 100 种。目前全世界近 200 个国家的消费者每日享用超过 10 亿杯可口可乐公司的产品。

韩国三星集团：创业鬼才李秉哲

小链接：

1938 年，在大邱成立三星商会。

1941 年，将三星商会改为株式会社。

1942 年，收购朝鲜酿造。

1947 年，公司上市。

1948 年，在汉城成立三星物产公司，正式进军国际贸易领域。

1953 年，成立了第一制糖株式会社。

1954 年，成立第一毛织株式会社，此后，大规模收购了东方生命、新世纪百货商店、韩国火灾保险公司、成均馆大学。

1963 年，成立东亚 TV 放送以及汉城广播。

1965 年，成立中央日报社。

1966 年，出任大韩癌症协会会长，成立高丽医院。

1969 年，三星电子正式成立，成立第一纤维株式会社。

1974 年，成立三星重工业。

1977 年，成立三星造船厂，至此三星集团规模初具。

此后，李秉哲又相继成立了三星文化财团、三星社会福利财团、全国经济人协会等，并在蔚山工业基地的建立中起到了很大的作用。

1987 年 11 月 19 日下午，李秉哲因肺癌而与世长辞。

韩国三星集团是一只罕见的大恐龙。三星到底有多大，有人这样描述三星：相当于把 IBM、Intel、花旗银行、卡特彼勒（世界最大的工程机械和建筑生产商）、安泰人寿保险公司加在一起。

三星之所以有今天这样的成就，首先应该感谢一个人，正如“三星”人所念念不忘的，他就是集团创始人——李秉哲。

在他苦心经营 30 多年后，终于使三星成为拥有 20 多个企业，20 万



职工，近490亿美元资产，排名世界第14位的著名大企业。李秉哲因此被人称作“创业鬼才”，其经营哲学对商界有重大影响。

纨绔少年

1910年2月12日，在韩国庆尚南道宜宁郡一个富裕的农民家庭里，一个男孩出生了，他就是李秉哲，他自小就很聪明伶俐，讨人喜欢。祖父是位文人，李秉哲小时候就是在其祖父开办的“文山书亭”的书院里度过。

为了从小就开始培养他，父亲送小秉哲到很远的学校读书，新的环境给小秉哲带来了可喜的变化，还学会了不少新的东西。在汉城读中学三年级时，父母按照家乡早婚的习俗，给他办了婚事。

虽然结婚了，可他自己还是个孩子，仍继续着他的中学学业。可外面的世界更吸引着他，他萌生了去日本留学的念头。但这一回，父亲没有同意，要他中学毕业后再考虑留学的事。倔强的李秉哲不肯就此作罢，他只身一人坐轮船去了日本。

1930年4月，李秉哲考取了早稻田大学政经科。对于这个难得的学习机会，他异常珍惜。他像一块吸水的海绵，拼命汲取着各种知识，上课时认真听讲，课外找来大量书籍来阅读。知识开阔了他的视野，独自在外的生活又锻炼了他的毅力，这些都为今后的创业打下了良好的基础。

大二的时候，因为不适应日本的气候，只好回到了家乡。回到家乡的李秉哲少了在国外那种积极用功的动力，尽管当时他已经是3个孩子的父亲了，可他整日里无所事事，却不知应把多余的精力消耗在哪里。

一天，李秉哲又是很晚才回来，看着静静的月光映着3个孩子熟睡的脸，他有如鹌鹑灌顶般地清醒了，自己都这么大了，能总这样依靠父母吗？该是干点事儿的时候了。

儿子终于懂事了，父亲当然乐意。在父亲的资助下，李秉哲与人合伙开办一个粮食加工厂，1936年4月，“协同精米所”成立了。

但由于经验不足，加工厂第一年就亏了本。他分析了亏损的原因，发