

成功的企业都有自己成功的经营理念，

成功的企业家也有自己成功的座右铭——

约翰·洛克菲勒 柳传志 亨利·福特 裴克·戴尔

COCO·香奈儿 比尔·盖茨 王永庆 盛田昭夫

安迪·葛洛夫 史蒂夫·贾伯斯 施振荣

杰克·韦尔奇 华特·迪士尼 乔治·索罗斯



一句话

反败为胜

——全球大企业家的成功方略

[美] 汤姆森·迈克尔 余新 编

智富馆丛书

一句话反败为胜

——全球大企业家致胜方略

[美]汤姆森·迈克尔 余 新 编

东南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

一句话反败为胜——全球大企业家致胜方略/[美]汤姆森·迈克尔,余新编. —南京:东南大学出版社,2006.8
(智富馆丛书)
ISBN 7-5641-0407-4

I. 一 ... II. ①汤...②余... III. 企业管理-经验-世界 IV. F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 067516 号

一句话反败为胜

出版发行	东南大学出版社
出版人	宋增民
社址	南京市四牌楼2号(邮编:210096)
电话	(025)83793330 (025)83362442(传真)
经销	江苏省新华书店
印刷	扬州鑫华印刷有限公司
开本	960mm×652mm 1/16
印张	13.25
字数	265千字
版次	2006年8月第1版 2006年8月第1次印刷
印数	0001-8000册
定价	17.50元

* 东大版图书若有印装质量问题,请直接向读者服务部调换,电话:025-83792328。



想要成为无可取代的人，就必须经常标新立异。

——COCO·香奈儿（香奈尔公司创办人）

我做的事不管成功或是失败，最后都由我自己来负责。

——鲁伯特·梅铎（新闻公司董事长兼执行长）

尽管每个人都有各种不同的能力，但大多数的人不知道自己到底拥有何种优秀的能力。

——盛田昭夫（索尼公司创办人）

经常想着如何往前进一步，一旦停止了这种想法，就代表开始退步。

——野村德七（野村证券公司创办人）

一句话反败为胜

——全球大企业家的成功方略

玩转基金——让索罗斯教你如何玩基金

通行全世界的九大经商法则

管理红宝书

——七十九位管理大师的经典讲义

隐藏的人生宝藏——111 则波斯狡黠的智慧寓言



博亚桂冠文化

成功的企业,成功的人

(代序)

那些驰誉全球的大企业多半有这样一些特质,即它们不仅因其高成长或高稳定的优秀品质而创造自身的辉煌,也在相当程度上改变了人类的生活,推动了世界的进步。这些企业的奇迹与伟业,足以吸引世人孜孜不倦地找寻它们的成功秘诀,以期能对自己未来的道路有所助益。需要指出的是,人们在对其辉煌成功路顶礼膜拜的同时,不应忽略这些企业的处世理念与信条。因为这些理念与信条,可能更接近企业成功的底蕴。本书就汇集了这样一些企业持身理念与信条,可以说各有各的深刻,各有各的巧妙。如果把这些理念与信条拼在一起,人们将会吃惊地发现,这些使企业发扬光大的理念与信条,不也正是如何做一个成功之人的信条吗?

成功需要自信,从本书中,我们可以看到这样的信条:“我相信,人生中没有解决不了的问题”(中山素平);“在有限中追求无限的可能”(吴清友)。

成功需要对崇高的向往,从本书中,我们可以看到这样的话:“除了赚钱以外没有其他价值的事业,是空洞的事业”(亨利·福特);“经营企业只是追求幸福的手段”(许文龙);“无聊是最大的罪行”(泰德·透纳);“没有必要做超越正常限度卑躬屈膝的行为”(松下幸之

助)。

成功需要特立独行,从本书中,我们可以看到这样的固执:“想要自己开发发展出一条路,就不应该具有跟别人一样的想法和行为”(盛田昭夫);“大原则不能轻易改变”(史考特·麦克尼利)。

成功需要激情与豪情,从本书中,我们可以看到这样的豪迈:“没有雄心壮志或是老想凑合过日子的人,不可能改变现状”(裘根·崔瑞普);“如果运气不好的话,干脆忘掉命运这回事,全力以赴工作吧”(稻盛和夫);“制造让人模仿的商品”(早川德次)。

成功需要坚韧与持之以恒,从本书中,我们可以看到这样的坚强:“不管什么时候,人都不可以自暴自弃”(田部文一郎);“如果不继续成长,就会走向死亡”(华特·迪斯尼)。

成功需要创新,从本书中,我们可以看到这样的创造性:“一开始设定高目标,日后才能构思出崭新的方法”(伊克德·皮费佛);“想要成为无可取代的人,就必须经常标新立异”(香奈尔);“经常想着如何往前一步,一旦停止了这种想法,就代表开始退步”(野村德七)。

成功需要选择道路,从本书中,我们可以看到这样的果敢:“决定放弃或是忍耐,将左右人一生的成就”(塚木幸一)。

成功需要勤奋,从本书中,我们可以看到这样的夫子自道:“我并不特别,若一定要说有什么地方比一般人强,就只是比较努力罢了”(安德鲁·卡耐基)。

成功需要脚踏实地,从本书中,我们可以看到这样的体会:“想要具备突破力,必须在专精的领域深入扎根才行”(山木卓真)。

成功需要知己知彼,从本书中,我们可以看到这样的教诲:“不了解自己公司的产品,如何向客户推销”(史蒂夫·贾伯斯);“经常把竞争对手想成比自己聪明”(涅鲁达·拉达诺);“任何不自量力的人,最后一定会身败名裂”(上原昭二)。

成功需要机智与敏锐,从本书中,我们还可以看到这样的做法:“每次灾难发生时,我都不断努力把它转变成绝佳的契机”(约翰·洛

克菲勒)。

实际上,成功所需要的东西远不止这些,像亲历亲为、保持活力、当机立断、不甘平庸、永不言败、自强不息、生活的豪情,等等等等,读者诸君可以自己从书中发现。

当然,我们不会天真地劝说读者相信,只要有正确的理念或信条就能经营出一个成功的企业;但我们可以肯定地说,如果没有正确的理念或信条,就不可能经营出一个成功的企业。人们在探求世界知名企业成功秘诀时应该知道,成功的秘诀远非一句话可以概括,但在多数情况下,一定会有某句话成为其成功的核心或原动力。我们真诚地希望读者诸君能从本书中找到能对你有帮助的那句话或几句话,从而开创成功的事业,做成功的人!

莱九段

前 言

在全世界的 60 多亿个名字中,占 99.9%以上的名字是平凡的,不为人知的。它们就像野地的杂草一样春绿秋枯,自生自灭,如同古往今来的芸芸众生一样在忙忙碌碌中走过永不重现的一生。

我想这所有的人都绝对不是心甘情愿地作为命运的奴隶,让别人的手指左右着时代的步伐,而自己扮演一名身在其中却又远离权力中心过客和看客。肯定,每一个自打从娘胎里来到这个或精彩或无奈的人世间的人,都曾有无数的光荣与梦想,豪情与壮志,有过成为英雄和强者的愿望。可是,也许因为机遇,也许因为时势,也许因为自身的素质,他们最终还是没能将自己浮出水面,成为一道让人仰慕的风景。只有极少数被命运之神特别垂青的幸运儿,才有可能将自己的名字如同旭日一般冉冉升起于人海之中,成为时代和历史的风云人物。多少年来,我们常常以为,那些令我们高山仰止的名字离我们非常遥远,他们的所作所为,他们的升降浮沉都只是与他们相关,而与我们似乎一个天上,一个地下,全然不搭界。事实证明这种观点大错特错。在全球已经走向一体化、小小地球已被科技的进步缩小为一个村庄时,无论是华尔街的道琼斯指数,还是亚洲的金融风波,无论是比尔·盖茨神话般的创业历程,还是海湾的风云变幻,其实都和生活在这颗淡蓝色星球上的一切人息息相关。哪怕你只是一个微不足道的小人物,哪

怕你自己也瞧不起自己。但只要你正生活在并且还将继续生活在人类大社会里,那么,你就有必要为自己短视的双眼打开一扇窗,就有必要看一看那外面的世界里,那些已经成为我们人类共同财富的人,他们是如何将自己从芸芸众生中提升,如何一步步走向那诱人的成功圣地的。很可能,你之所以没有成为叱咤风云的大人物,就因为你只强调个人奋斗或个人机遇,而忘了看一看古往今来成功人士,关于他们的成长、他们的得失和他们的心路历程。换言之,也许你仅仅因为缺少一个杰出的成功人士那高歌猛进、叱咤风云的传奇人生体验来震撼你、感染你、影响你,并最终启发你和改变你。

事实上,不管多么伟大的企业家,或是多么成功的商人,最初都不是那么光鲜亮丽的。他们跟一般人一样有许多烦恼,也曾经失意或被情势逼到穷途末路。本书收集了这些大企业家如何鼓励自己走出经营困境,达成事业成功的名言,能让你领略到这些成功者独到的成功诀窍与方略,让你早日到达你成功的彼岸!对于你这也许是弥足珍贵的文字良方。

目 录

001	小仓昌男(大和运输株式会社前董事长)	(1)
002	韦恩·戈拉威(百事可乐公司前总经理兼执行长)	(3)
003	王永庆(台塑集团董事长)	(5)
004	理查德·布朗森(维京集团董事长)	(7)
005	上原昭二(大正制药公司董事长)	(9)
006	山本卓真(富士通公司荣誉董事)	(11)
007	中山素平(兴业银行前董事长)	(13)
008	井深大(索尼公司创办人)	(15)
009	井植岁男(三洋电机公司创办人)	(17)
010	加贺见俊夫(东方土地公司总经理)	(19)
011	大川功(CKS公司董事长、Sega公司董事长)	(21)
012	出光佐三(出光兴产公司创办人)	(23)
013	小林宏治(NEC公司荣誉董事)	(25)
014	安德鲁·卡耐基(卡耐基钢铁公司创办人)	(27)
015	雷·克罗克(麦当劳公司创办人)	(29)
016	安海斯·布希(安海斯·布希公司创办人)	(31)
017	诺兰恩·布希奈尔(雅达利电脑公司创办人)	(33)
018	小林阳太郎(富士全录公司董事长)	(35)
019	威廉·弗斯特(层云电脑公司董事长兼执行长)	(37)
020	本田宗一郎(本田技研工业公司创办人)	(39)
021	本田宗一郎(本田技研工业公司创办人)	(41)
022	田部文一郎(三菱商事前董事长)	(43)

- 023 伊克德·皮费佛(康柏电脑公司前总经理兼执行长) (45)
- 024 伊藤忠兵卫(伊藤忠商事公司创办人) (47)
- 025 伊藤雅俊(伊藤羊华堂公司荣誉董事) (49)
- 026 哈洛德·吉尼恩(国际电话电信公司前董事长兼执行长) ... (51)
- 027 哈洛德·吉尼恩(国际电话电信公司前董事长兼执行长) ... (53)
- 028 P.G.吉勒汉莫(富豪汽车公司前董事长兼执行长) (55)
- 029 吉越浩一郎(黛安芬公司总经理) (57)
- 030 盖瑞·托克(摩托罗拉公司前董事长) (59)
- 031 早川德次(夏普公司创办人) (61)
- 032 江崎利一(江崎Glico公司创办人) (63)
- 033 吉尔·艾迈利欧(苹果电脑公司前董事长兼执行长) (65)
- 034 罗伯·何顿(英石化学美国公司前董事长) (67)
- 035 佐治敬三(三得利公司前董事长) (69)
- 036 华特·克莱斯勒(克莱斯勒汽车公司创办人) (71)
- 037 吴清友(诚品股份有限公司总经理) (73)
- 038 帕崔兹欧·贝泰利(普拉达公司董事长兼执行长) (75)
- 039 理查·贝斯勒(柏林顿北方铁路公司前董事长) (77)
- 040 约翰·奈斯比(奈斯比集团董事长) (79)
- 041 渥鲁达·拉达诺(通用电气德国公司前董事长) (81)
- 042 松下幸之助(松下电器产业公司创办人) (83)
- 043 松本和那(松本清公司总经理) (85)
- 044 松尾静麿(日本航空公司前董事长) (87)
- 045 河合滉二(三宝乐啤酒公司前总经理) (89)
- 046 法兰克·波波夫(陶氏化学公司前董事长兼执行长) (91)
- 047 乔瑟夫·威尔森(全录公司前总经理) (93)
- 048 施振荣(宏碁集团董事长) (95)
- 049 彼得·柯恩(雷曼兄弟公司前董事长) (97)
- 050 艾柏何德·柯汉姆(宝马汽车公司前董事长) (99)
- 051 约翰·洛克菲勒(标准石油集团创办人) (101)
- 052 华特·迪士尼(华特·迪士尼娱乐公司创办人) (103)
- 053 CoCo·香奈儿(香奈儿公司创办人) (105)
- 054 孙正义(日本软件银行总经理) (107)

055	孙正义(日本软件银行总经理)	(109)
056	孙道存(台湾大哥大公司董事长)	(111)
057	宫内义彦(欧力士公司总经理)	(113)
058	卡拉斯·格森(日产汽车公司营运长)	(115)
059	殷琪(大陆工程公司总经理、台湾高铁公司董事长)	(117)
060	浦上浩(菱备公司总经理)	(119)
061	乔治·索罗斯(量子基金创办人)	(121)
062	罗伯特·高兹耶达(可口可乐公司前董事长兼执行长) ...	(123)
063	高清愿(统一集团总裁)	(125)
064	裘根·崔瑞普(戴姆勒·奔驰前董事长兼执行长)	(127)
065	张忠谋(台湾积体电路制造公司董事长)	(129)
066	曹兴诚(联华电子公司董事长)	(131)
067	鲁伯特·梅铎(新闻公司董事长兼执行长)	(133)
068	盛田昭夫(索尼公司创办人)	(135)
069	盛田昭夫(索尼公司创办人)	(137)
070	许文龙(奇美集团董事长)	(139)
071	泰德·透纳(有线电视新闻网董事长)	(141)
072	野村德七(野村证券公司创办人)	(143)
073	史考特·麦可尼利(升阳公司董事长兼执行长)	(145)
074	卡莉·费奥莉娜(惠普公司总裁兼执行长)	(147)
075	贺来龙三郎(佳能公司荣誉董事)	(149)
076	柳传志(联想集团创始人)	(151)
077	饭田亮(西科姆公司创办人)	(153)
078	塚本幸一(华歌尔公司前董事长)	(155)
079	安迪·葛洛夫(英特尔公司前董事长)	(157)
080	路易斯·葛斯特纳(IBM公司董事长兼执行长)	(159)
081	史蒂夫·贾伯斯(苹果电脑公司执行长)	(161)
082	史蒂夫·贾伯斯(苹果电脑公司执行长)	(163)
083	铃木敏文(伊藤洋华堂总经理、7-11 Japan公司董事长) ...	(165)
084	铃木庆(SOFMAP公司总经理)	(167)
085	亨利·福特(福特汽车公司创办人)	(169)
086	比尔·盖茨(微软公司创办人)	(171)

087	比尔·盖茨(微软公司创办人)	(173)
088	稻盛和夫(京都陶瓷公司名誉董事)	(175)
089	蔡宏图(台湾国泰人寿公司董事长)	(177)
090	诸井虔(秩父水泥公司前董事长)	(179)
091	泽田秀雄(HIS公司总经理)	(181)
092	严凯泰(台湾裕隆汽车公司副董事长)	(183)
093	丰田章一郎(丰田汽车公司荣誉董事)	(185)
094	杰克·韦尔奇(通用电气公司董事长兼执行长)	(187)
095	杰克·韦尔奇(通用电气公司董事长兼执行长)	(189)
096	瀬户雄三(朝日啤酒公司董事长)	(191)
097	樱田慧(摩斯汉堡公司创办人)	(193)
098	滕田田(日本麦当劳公司总经理)	(195)
099	迈克尔·戴尔(戴尔电脑公司董事长兼执行长)	(197)
100	班杰明·罗森(康柏电脑公司董事长)	(199)



有缺点的工作,正是商机所在。

——小仓昌男(大和运输株式会社前董事长)

小仓昌男——生于 1924 年。他在大学毕业后,即进入父亲经营的大和运输株式会社工作,是一手打造目前大和运输株式会社的推手。小仓昌男在 1971 年就任大和运输的总经理,1987 年荣升为董事长。1991 年时,一度退居顾问的小仓昌男又再度担任董事长,并于 1995 年退休至今。

该公司在 1976 年创立之时,市面上连一家快递公司都没有。当时在日本运送货物市场中,最先发展的是商业货物运送业务。业者每天把一定数量的货物按照固定的路线运送,也就是以固定往返的方式送货。相形之下,家庭送货到府的服务业务,不但业务量少,又不是每天都会有物品需要递送,再加上送达的目的地也东一家西一家,属于非固定的偶发性业务。以一件货物 6.5 美元(从东京送到大阪,每件货物 60 cm 见方,且重 2 公斤以内)来说,怎么算都划不来。因此没有送货公司愿意做这种亏本生意。

不过,小仓昌男在发觉这种情况后,兴致勃勃地说:“这也表示这门生意完全没有竞争者,太好了!”正如本文的这句名言,谁都不愿意做的工作,其中必定有一些不好做的原因,比如具有危险、作业太单调,或是没有乐趣等缺点,因此若不能超越这些缺点,就不可能顺利经营这项业务。如果能克服缺点,这项业务就成了绝大的商机。

小仓昌男采取的方法是架构一条“送货路线”。如果一户一户去取货,然后再一家一家递送,必定相当耗费成本,但是倘若把所有地点连

成一条路线,让一名司机一次到数家客户处取货和递送,就可以大幅降低成本。于是,在心中构思出这种想法的小仓昌男,随即展开行动。

大和运输株式会社在克服数项快递业务面临的难处之后,不但融入日本民众的日常生活,还成为他们心中快递服务的金字招牌。

③ 名言解读 你不想做的工作,别人也同样不想做,因此当你觉得某项工作很烦人时,可以把它想成里面隐藏着大好机会。换一种方式思考,何者是机会,何者又是缺点,就很容易一目了然。

④ 企业小档案 大和运输株式会社是日本第三方物流的著名企业之一,是日本最大的快递服务业者。该公司推出高尔夫球快递、滑雪快递等便利的服务,颇受消费者欢迎。此外,2005年该公司又推出可指定送货时间、递送新书的新服务

组织架构排名第二的公司,最后在市场上也只能居于老二的位置。

——韦恩·戈拉威(百事可乐公司前总经理兼执行长)

戈拉威(D.Wayne Callaway)——生于1935年,1967年进入百事可乐公司(Pepsi Co.)任职,1976年跳槽到零食制造商弗瑞托雷公司(Frito-lay)。1983年戈拉威又重返百事可乐公司,之后担任该公司总经理兼营运长,1986年时成为百事可乐公司的总经理兼执行长。

1980年代,当可口可乐因市场占有率下滑而焦急不堪时,戈拉威就说出了本文的这句名言。他认为,百事可乐不能因在市场排名第二而甘之如饴,因为如此一来,无异于承认全体员工都是二流的人才。戈拉威认为,这场战争并非不可能,明明可以光明磊落打赢这场仗,何不试试看。在这句名言激励之下,百事可乐最后终于反败为胜。

第二名和第一名的差别极大,因为一旦取得龙头地位,不但可以获得极高名声,而且对自己也更有自信。如果放过这一次的机会,可能将来一辈子都被列为老二企业,永远不得翻身。于是百事可乐开始陆续打出促销策略。其中最为人熟知的就是,高薪聘请迈克尔·杰克逊和麦当娜等大牌明星拍摄电视促销广告,让世人留下百事可乐也是一流品牌的印象。此外,1984年百事可乐故意推出挑战可口可乐的电视广告,让世人知晓该公司企图超越可口可乐的野心,一时成为街头巷尾谈论的话题。另一方面,由于1985年可口可乐出现有史以来最大的失误(发表变更配方的新产品彻底失败),百事可乐终于如愿以偿地登上产业龙头的宝座。之后,该公司与可口可乐之间的市场占有率争霸战