

影响世界的 商界巨子

影响世界的商界巨子的成功圣经

BUSINESS GIANTS
AFFECTION IN THE
WORLD

BUSINESS GIANTS AFFECTION IN THE WORLD



中国致公出版社

影响世界的 商界巨子

世界商业巨子 / 世界商业巨子

BUSINESS GIANTS
AFFECTION IN THE
WORLD



中国商业出版社

影响世界的商界巨子

向阳 编著

中国致公出版社

图书在版编目(CIP)数据

影响世界的商界巨子/向阳编著. —北京: 中国致公出版社, 2003.1

ISBN 7-80179-101-0

I. 影… II. 向… III. 企业家—生平事迹—世界
IV. K815.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 097957 号

影响世界的商界巨子

编 著: 向 阳

责任编辑: 于建平

出版发行: 中国致公出版社。

(北京市西城区和平门大街4号 电话 66168543 邮编 100034)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 纺织出版社印刷厂

印 数: 001-10 000 册

开 本: 880×1230 1/32

印 张: 14

字 数: 330 千字

版 次: 2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-80179-101-0/K·010 定价: 23.80 元

版权所有 翻印必究

目 录

阿迪·达斯勒 /1

《华尔街日报》曾在一篇评论中说：“哪里有世界冠军，哪里就有阿迪达斯公司的产品。”用这句话来形容阿迪达斯公司在世界体育界的影响，并无夸张、过誉之嫌。同时，它的创始人阿迪·达斯勒被公认为现代体育工业始祖，他凭着不断创新的精神和非凡的毅力，致力于为运动员制造最好的产品，在家庭成员团结一致地支持下，终于建立了与体育运动同步发展的国际公司。可是，名声显赫的阿迪·达斯勒又是怎样从贫穷走向豪富？他的成功诀窍又是什么呢？

阿迪·达斯勒经营法则

法则一：市场永远是正确的，顾客永远是上帝

法则二：诚实无欺

法则三：高质新款

法则四：把握住奥运带给体育用品业的商机

PB240/06 1 -

李·艾科卡 /21

世上没有哪位企业家像李·艾科卡那样命运多舛，大起大落，几经沉浮。他从一个默默无闻的推销员扶摇直上，登上美国福特汽车公司总经理的宝座，而后又从权力之巅跌落谷底；他雄心不泯，从灰烬中奋起，当上克莱斯勒汽车公司的总裁，把这家濒临倒闭的公司从危境中拯救过来，奇迹般地东山再起，使之成为全美第三大汽车公司。他那锲而不舍、转败为胜的奋斗精神使人们为之倾倒。一时间，他成为美国人心目中的民族英雄。记述他传奇经历的自传，以空前的速度风靡美国，风靡全世界。一股“艾科卡狂热”席卷着全球。艾科卡成了全世界闻名的超级企业家，他的传奇故事也被千千万万人所熟知。

李·艾科卡经营法则

法则一：适时分析预测消费心理和市场

法则二：做好成功后的准备

法则三：降低费用，减少亏损

法则四：在一条道路上走到底，只做自己感兴趣的事情

法则五：选拔优秀的管理能手与理财专家

法则六：尽快拿出适销对路的产品

法则七：慧眼独具的营销策略

法则八：正确掌握权力运用原则

法则九：季节审查制度

法则十：艾科卡管理八诫

比尔·盖茨 /47

目前，比尔·盖茨仍然是全世界最富有的人。他在微软公司

所拥有的 12.3% 的股份总价值为大约 587 亿美元。另外,由他私人的投资管理机构卡斯科德投资公司管理的他的个人投资据估计价值超过数十亿美元。他是微软公司两创始人之一、公司现任董事长,不仅在他孩童时代业余爱好的基础上一步一步缔造了一个巨大的软件帝国,而且他所走过的创业之路也已成为几十位高科技企业大亨走向成功的康庄大道。

比尔·盖茨经营法则

法则一:信息决定输赢,信息流是公司的生命线

法则二:成功依赖于高效率的企业程序

法则三:找到下一个市场机会

法则四:尽快学会新商业规则

法则五:为交易增加价值

法则六:把坏消息转化为好消息

法则七:对客户信守承诺,永远服务于客户

法则八:帮助用户进步安全地解决问题,创建用户反馈循环

法则九:聘用绝顶聪明的年轻人,建立适者生存的用人机制

法则十:建立致力创新的经营模式

沃伦·巴菲特 /69

沃伦·巴菲特,这位世界上最伟大的投资者。《浮华世界》曾称他为财界的福里斯特·冈普。他还被人称作奥马哈的神谕者,奥马哈的平凡商人,吃玉米花的资本家,圣沃伦(带有某些崇拜的意味)以及金融界的威尔·罗格斯。然而,这位当代美国的英雄,可疑的圣者的真面目是什么?

沃伦·巴菲特经营法则

- 法则一：巴菲特进行投资的基本原则：简单、传统、容易
- 法则二：正确处理市场和投资者之间的关系
- 法则三：正确处理价格和价值之间的差异
- 法则四：正确看待投资中的风险因素
- 法则五：理性地投资哪些股票是最值得买入的
- 法则六：看重企业的商誉价值
- 法则七：巴菲特的 13 条经营法宝
- 法则八：不同凡响的投资理念
- 法则九：巴式方法长期战胜市场的法宝——远离市场
- 法则十：平衡短期和长期投资之间的关系

厄留梯尔·伊雷内·杜邦 /87

美国杜邦公司是全球最大的化学与能源集团。它的创始人厄留梯尔·伊雷内·杜邦从生产火药起家，他以其特有的方式经营着公司，公司经历 200 年发展，如今已形成一个庞大的跨国公司，其产品多达 2000 余种，出售的纤维量占美国纤维总销售量的 42%，是世界上最大的化学纤维垄断公司。了解杜邦和他的商业帝国的建立，对于理解世界商业的发展，显然是颇有裨益的。

杜邦公司经营法则

- 法则一：独树一帜的杜邦企业核心价值文化
- 法则二：“三驾马车式”的体制
- 法则三：独特的杜邦培训方法
- 法则四：分散股权留住人才
- 法则五：杜邦生命之源——研究与开发

亨利·福特 /107

在美国建国 200 周年庆典之际,汽车大王亨利·福特及其创办的汽车公司,在一项评选“美国独立百年 20 件大事”的民意测验中,被评为第 10 件大事,与“阿波罗”飞船宇航员登上月球、原子弹爆炸成功等相提并论,为世人所瞩目。可鲜为人知的是,这位汽车之父 1896 年亲手制造的第一辆汽车,竟是装有 4 只自行车轮子、凭借链条传动、没有刹车、只能进不能退的“怪物”。然而,福特汽车王国的崛起正是从这里开始的。

亨利·福特经营法则

法则一:正确的理念是事业成功的基础

法则二:得人者昌,失人者亡

法则三:组建大批量流水装配线

法则四:享有盛誉的“黄金原则”

法则五:尊重每一位职工

法则六:全员参与生产与决策

沃森父子 /131

一提起电子计算机,人们就会联想到“IBM”这个家喻户晓的名字。IBM 国际商用机器公司 (International Business Machines Corporation),是当今世界上最大的电子计算机公司。它的巨大成功与其创始人和管理者的经营之道是分不开的。创办人老托马斯·沃森出身贫寒,早年挨家串户推销缝纫机,屡遭挫折与磨难,但最终创下了大业。第二代小托马斯·沃森继承父业,看准时机,率先将企业投身于新兴的计算机行业,使 IBM 有了突飞猛进的发展。沃森父子的发家史堪称一部成功的企业经营史。

沃森父子经营法则

法则一:成功的导入 CIS 战略

法则二:独特的 IBM 企业文化

法则三:非同一般的激励

法则四:价格策略——唯我独尊的不二价策略

法则五:渠道策略——整体与个体相结合

法则六:推广策略——从中心到圆周的辐射方式

法则七:人才策略——独特的人才管理制度

罗伯特·伍德鲁夫 /153

在当今世界 206 个国家和地区,可口可乐的广告铺天盖地,随处可见,而它的独特风味,又深深吸引着全世界的广大消费者,平均每天销售量达 10 亿瓶(罐)以上。而在 100 多年前,可口可乐刚问世时,日平均销售量只有 9 杯。从 9 杯发展到现在的 10 亿瓶以上,这无异于一个天方夜谭般的神话!但是,你也许不知道,这巨大的成功竟源于一次偶尔的失误,这神奇的软饮料当初不过是一种配错了的治头疼药水。而创造这一奇迹的头号功臣,当数罗伯特·伍德鲁夫,他被美国人誉为“可口可乐之父”。

罗伯特·伍德鲁夫经营法则

法则一:巧妙成功的 CIS 战略

法则二:可乐与奥运相伴而行

法则三:特殊的公关策略

法则四:稳定质量,有备制人

法则五:只售商品,绝守诀窍

雷蒙·A·克罗克 /175

闻名全球的麦当劳快餐创始人雷蒙·A·克罗克，是个家喻户晓的传奇式人物。他由一个推销员出身，凭借其敏锐的目光和超人的智慧，不但建立起了麦当劳王国，还推动了快乐餐连锁业的迅速发展。麦当劳王国的建立，不仅是一种商业上的革命，它更是一种饮食文化上的革命。

雷蒙·A·克罗克经营法则

法则一：创造性的3项标准：“品质(Q)、服务(S)、清洁(C)”即 Quality, Service, Cleanness

法则二：创办自己的“汉堡包大学”

法则三：注重广告宣传——小丑般的形象“麦当劳叔叔”

法则四：“标准化”经营方式

法则五：视顾客为上帝，处处为顾客着想

法则六：推陈出新，不断进取

法则七：颇具特色的“F”型管理模式

约翰·洛克菲勒 /197

美国早期的富豪，多半靠机遇成功，惟有约翰·洛克菲勒例外。他并非多才多艺，但异常冷静、精明，富有远见，凭借自己独有的魄力和手段，白手起家，一步一步地建立起他那庞大的石油帝国。在他漫长的一生中，人们对他毁誉参半，有人认为他只不过是极具野心、唯利是图的企业家，也有人恭维他是个慷慨的慈善家。但不管怎样，作为美国历史上第一个十亿富翁，作为石油巨子，他在相当一段时期控制着全美国的石油资源，并创设了托拉斯企业制度，在美国资本主义经济发展史上占有重要的一席之地。

约翰·洛克菲勒经营准则

法则一：找准经营中的关键

法则二：革新设备与效率及降低成本

法则三：控制一个部门是成功的关键

法则四：像章鱼一样加强势力

法则五：开拓市场，不当投机家

法则六：始终把培养人才当作重要任务

法则七：不打价格战，要打兼并战

基恩·鲁珀特·默多克 /211

当今世界上最强大、最赢利的行业是什么？——信息传媒；全球最大的传媒公司是哪家？——鲁珀特·默多克缔造的现代全球传媒帝国。多年来，默多克一直在设法兼并各大报社、电视台、卫星网、有线网以及出版公司。他坚韧的决心、胆识和不懈的努力已经给他带来了巨大的回报：目前，他所创立的新闻集团已经覆盖全球三分之二的人口，这也使他成为世界上最具影响力的人。

基恩·鲁珀特·默多克经营法则

法则一：要将办报当作企业来经营，办报就是办企业

法则二：利用别人口袋里的钱把事情办成

法则三：扩张，要像狮子一样勇猛

法则四：要办全国性报纸才有前途

法则五：占领最高地才能胜利

法则六：迎合大众口味

法则七：要大成功必须到大地方，要像建立帝国一样建立报业集团

法则八：永远有事可干

法则九：在每件事上都要证明自己的能力

法则十：实行“控制权的步步升级”

菲尔·耐特 /235

1976年,耐克公司年销售额仅为2800万美元,1980年达到5亿美元,一举超过在美国领先多年的阿迪达斯公司。到1990年,耐克年销售额高达30亿美元,把老对手阿迪达斯远远地抛在后面,稳坐美国运动鞋的头把交椅。菲尔·耐特由此也被誉为“运动鞋大王”。运动鞋市场上强手如林,耐克公司是怎样脱颖而出、后来居上的呢?这得从耐克公司发展的历史说起。

菲尔·耐特经营法则

法则一:独特的“滑车原理”

法则二:多元扩张的策略

法则三:效率就是生命,时间就是金钱

法则四:卓越有成效的仿效

法则五:混合式行销传达

法则六:文化与行销完美结合

法则七:市场定位针对需求

法则八:引领消费观念

法则九:服务才是至关重要的

法则十:顾客永远是对的

皮尔·卡丹 /257

法国服装大师皮尔·卡丹如今可谓名传天下,誉满全球。

二十世纪五六十年代,皮尔·卡丹凭着他超人的才气崛起于服装设计业。他的成功几乎是一个神话,法国人公认他是一个能够点石成金极具传奇性的人物。不仅是他的名气,他的企业也遍布全球。他拥有98个国家和地区的分公司,共有雇员20万人;他领到的营业执照多达720个。眼下,他所经营的产品已远不止服装:汽车、飞机、家具、地毯、灯具……几乎一切商品都包罗在他的庞大帝国中,并且都印有皮尔·卡丹的商标。

皮尔·卡丹经营法则

法则一：“成衣大众化”的绝妙策略

法则二：“渗透”战略 得心应手

法则三：把自己的名字和设计思想推向全世界

法则四：开展多种经营

法则五：善于挖掘人才

盛田昭夫 /277

多年来索尼的产品风靡全球，领导着电子产品的新潮流。在索尼走向辉煌的过程中，正是它的创始人之一盛田昭夫从零开始，把一个不起眼的小企业最终做成了跨国公司，他的创业史已成为一个日本经济时代的标志。在将来，索尼依靠自身技术优势和锐意创新的精神，必定会推出更多划时代的产品，为人类物质文明的进步做出更大的贡献。

盛田昭夫经营法则

法则一：要走在别人的面前，做别人没有做过的东西

法则二：改变传统

法则三：从挫折中学习

法则四：以人为本，选贤任能

法则五：劳资兼顾，培养情感

法则六：创新第一，质量第一

法则七：集体领导，民主管理

法则八：立足长远，了解市场

松下幸之助 /301

时至今日,松下电器公司已是全世界最大的电器制造商。松下电器作为企业人,通过提供商品和服务,始终以“为了使人们的生活变得更加丰富、更加舒适,并为了世界文化的发展做出贡献”为经营理念,从事着企业经营活动。它的创始人是被世人称为“经营之神”的松下幸之助,他所带来的旋风不仅影响整个二十世纪,他的精神更是永远不朽,从他的一生可以看到日本现代工业发展的轨迹。

松下幸之助经营法则

法则一:独创“事业部制”

法则二:健全各项企业制度

法则三:让员工顺应同化

法则四:独到的销售制度

法则五:七条最基本的人事方针

法则六:管理者首先必须是个要求者

法则七:必须抱有坚定信念去经营一个企业

法则八:以赚钱为企业使命

萨姆·沃尔顿 /329

在美国,对沃尔玛商店几乎无人不晓,尤其是那些家庭主妇们,每个家庭恐怕都有成批从沃尔玛商店购买来的日用品。这是因为,在沃尔玛商店,他们能够买到最物美价廉的东西,如此的实惠,恐怕是哪一个大型商店都无法给予的。如今沃尔-马特百货公司在商业中名列世界第一。那么,是谁经营着如此成功的商店呢?这就是萨姆·沃尔顿——一位在五六十年代名不见经传的普通人物。

萨姆·沃尔顿经营准则

法则一：先做小镇市场

法则二：低价销售，保证满意

法则三：顾客开口，马上就做

法则四：减少中间商

法则五：统一订货，统一分配

法则六：利用先进的信息技术

法则七：把员工当作合伙人

法则八：在供应商和沃尔玛之间严格控制商品的变动情况

法则九：“太阳下山规则”，“十英尺态度”

法则十：严格实施高效供应链

沃尔特·迪斯尼 /357

全世界的儿童和成人，几乎没有人不知道米老鼠和唐老鸭这一艺术形象的。然而最值得称道的，恐怕还是沃尔特·迪斯尼不怕失败，寓教于乐，勇创名牌的不断创新精神以及他精益求精的品质。

沃尔特·迪斯尼经营法则

法则一：不断追求成功是人生必然要做的事。

法则二：灵活地借题发挥，发挥“顺应”作用

法则三：以不固定的方式处世

法则四：重视培养人才，提高工作人员的素质

法则五：价值一致成就辉煌

杰克·韦尔奇 /381

杰克·韦尔奇作为这个时代最受赞赏、最广泛地被研究和仿效的首席执行官，他不仅让通用电气公司的股东富裕起来，也让全球各处的公司股东富裕起来。他在1981年登上GE的第一把交椅，成为GE历史上最年轻的CEO，这份成绩使比尔·盖茨等其他世界级企业家都不能望其项背。

杰克·韦尔奇经营法则

法则一：富有特性的人格特征和经营理念

法则二：著名的韦尔奇管理三手段

法则三：“数一数二”原则

法则四：精简、速度和自信原则

法则五：无界限行为无边界企业

法则六：营造良好的企业价值观

法则七：全面实施六个西格玛质量标准

法则八：个性化管理

法则九：最大成就是培养人才

法则十：大公司要有灵活性

法则十一：憎恨官僚主义

法则十二：永远不要坐着不动

唐拉德·希尔顿 /405

只要提起“希尔顿”三个字，人们很自然地就会联想到那豪华舒适的大饭店。谁都知道唐拉德·希尔顿是世界旅馆业大王，在世界各地的大都市里，都可以看到耸入云霄的希尔顿大饭店。他所创立的国际希尔顿旅馆有限公司，现在在全球已拥有200多家旅馆，资产总额达数十亿美元，每天接待数十万计的各国旅