

美国《商业周刊》书评集锦

BusinessWeek

THE

MOST

INFLUENTIAL

81本

影响全球的

THE MOST INFLUENTIAL BUSINESS BOOKS YOU SHOULD READ

商业必读书

■ 主编 严卫京

YOU

SHOULD

READ



中国商务出版社

美国《商业周刊》书评集锦

81本

影响全球的
商业必读书

严卫京 主编

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

81 本影响全球的商业必读书: 美国《商业周刊》书评
集锦/严卫京主编. —北京: 中国商务出版社,
2004.1

ISBN 7-80181-183-6

I .8… II .严… III .商业经营—书评—世界
IV .F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 095918 号

美国《商业周刊》书评集锦

81 本影响全球的商业必读书

严卫京 主编

中国商务出版社出版

(原中国对外经济贸易出版社)

(北京市安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010—64269744 (编辑室)

010—64245984 (发行部)

网址: www.cctpress.com

Email: cctpress@cctpress.com

新华书店北京发行所发行

北京市松源印刷有限公司印刷

850×1168 毫米 32 开本

14.625 印张 380 千字

2004 年 1 月 第 1 版

2004 年 1 月 第 1 次印刷

印数: 5000 册

ISBN 7-80181-183-6

F·681

定价: 30.00 元

前 言

作为全球最大的商业杂志，美国《商业周刊》（BusinessWeek）在国际新闻媒体的书评领域中举足轻重。该刊每月的商业畅销书排行榜（The BusinessWeek Best-Seller List）和年度的十佳商业图书排行榜（The Top 10 Business Books），受到全球出版商和图书经销商的关注。同时，该刊的书评专栏（Books）每周推荐一本新书，更成为全球读者获取书讯，解读精彩的窗口。

《商业周刊/中文版》自1986年创刊以来，其“书评”已成为我国读者最喜爱的栏目之一。然而，月刊的中文版远不能反映《商业周刊》书评丰富多彩的魅力。为此，通过“书评集锦”一书，介绍当今最具影响力的商业图书，满足中国读者对国际商业书讯的需求，以此拓展视野，丰富知识，为中国全面融入全球经济搭建商业文化的交流平台。这可以说正是我们策划、编辑本书的出发点。

首先，《商业周刊》对商业图书（Business Book）的定义是广泛的，正如其2002年年终专稿所提及的商业图书的三大主旋律，即：财富、权力和政治（Wealth, Influence and Politics）。这与我们将商业图书一般归同于“经济管理”有较大的不同。因此，这81本商业图书就显得格外丰富多彩，既有评述小布什的总统仕途，也有追溯人类食盐的历史；既有20世纪40年代全美广告集，又有全球化及不同意见者的专论。在这商业细胞无处不在的社会，本书无疑拓展了读者的全球性视野。

其次，《商业周刊》的书评是与众不同的。在本书77篇书评中，歌颂赞美溢于言辞者有，但不多见，更多的是褒贬不一，而更有甚

者,则如贬《索罗斯传》为“一部拍马屁的传记”。保持新闻媒体的客观独立性是《商业周刊》自诩的准则,然而,来自全球 240 余位记者、编辑中的书评文章,其独特的职业视角,生动的事件描述,精辟独到的见解,以及犀利的文风,的确令人耳目一新。

再次,《商业周刊》所推荐书的封面是精彩的。本书收集了全部 81 本书的封面照片,可以说,荟萃当今商业图书的封面设计的优秀作品。读者在大饱眼福之余,将从另一个侧面品味商业文化的生动活泼。

本书收集了 2002 年《商业周刊》推荐的 81 本书和 76 篇书评,并按时间顺序编排,以此有助于读者结合年度的重大(商业)事件,更好地解读每一本书。本书同时收入了《商业周刊》“2002 年度十佳商业图书榜”,并对其中的《叫板华尔街》和《谁说大象不能跳舞》两本书作了补充介绍。“夏季假期推荐丛书”是《商业周刊》每年 7 月推荐的轻松阅读系列,这 12 本书为平装本(Paperback)。

为了更好地介绍这批有影响的商业图书,我们联络了近 50 家国外出版商,获得他们提供的补充介绍资料。对个别尚未回复的出版商,我们将继续联络,以逐步形成介绍当今优秀商业图书的信息平台。本书的编辑还得到机械工业出版社、中信出版社、经济科学出版社、上海人民出版社和辽宁出版集团等国内同行的帮助,谨此一并致谢!

编者

2003 年 12 月



作为全球最大的商业杂志之一，美国《商业周刊》在国际新闻媒体的书评领域中举足轻重。该刊每月的商业畅销书排行榜和年度的十佳商业图书排行榜，受到全球出版商和图书经销商的关注。该刊的书评专栏每周推荐一本新书，更成为全球读者获取书讯，解读精彩的窗口。

主 编：严卫京
执行主编：许 加
责任编辑：李彩娟
封面设计：沧浪工作室
版式设计：张瑞文
责任校对：张丽珠

解析社会的读书平台

……财富、权力和政治三大主题表现得如此淋漓尽致

生动丰富的沙滩读物

……为历史、哲学、艺术和经营感兴趣者准备的平装书

年度十佳商业图书榜

……关注女企业家、华尔街、富人政治以及经济全球化

目 录

1. 点击泡沫 (1)
【书评】野心家的遗产：一出滑稽剧
2. 亨利·福特与犹太人 (7)
【书评】工业巨人，一个带有偏见的人
3. 错在何处 (12)
【书评】伊斯兰世界何以失去优势
4. 盐 (18)
【书评】一个有滋有味的故事
5. 中国融入全球经济 (23)
【书评】中国：面对的事实
6. 恰好出现的间谍 (28)
7. 我的国家控告我 (30)
【书评】替罪羊是怎样找到的
8. 公众智囊 (36)
【书评】这够精明吗？
9. 代理人 (40)
【书评】自负的出版商
10. 烟草 (44)
【书评】跌宕起伏的烟草发展史
11. 中国与 WTO (49)
【书评】加入全球俱乐部
12. 网络欺诈 (53)
【书评】技术繁荣是如何破灭的
13. 黄种人 (58)
【书评】种族问题

14. 三强鼎立规则 (62)
 【书评】四个就是一群
15. 索罗斯 (67)
 【书评】一本拍马屁的传记
16. 领航的掌上公司 (73)
 【书评】世界在他们手中
17. 爆炸 (79)
 【书评】乙烯基的熔解
18. 推翻党派 (84)
 【书评】一位反抗者的自白
19. 圣战 (88)
 【书评】圣战的温床?
20. 自然本性 (94)
 【书评】虚度的总统任期?
21. 鼠标传奇 (101)
 【书评】创业传奇
22. 真实的犹太民族 (105)
 【书评】犹太民族的复兴
23. 哈佛设计学院购物指南 (110)
 【书评】我们购物，因此我们存在
24. 美国实力的悖论 (115)
 【书评】美国不能继续充当孤独的宪兵
25. 乔治·索罗斯论全球化浪潮 (121)
 【书评】索罗斯的时刻
26. 20 世纪 40 年代的全美广告
 20 世纪 50 年代的全美广告 (125)
 【书评】强有力的推销
27. 步入史册 (130)
 【书评】被诱导的总统竞选的报道记者
28. 玛莎公司 (136)

	【书评】斯图尔特的庐山真面目	
29.	棒球	(143)
	【书评】本垒打	
30.	F'D 公司	(148)
	【书评】点击公司之死	
31.	创造生活	(152)
	【书评】女强人的孤独	
32.	参议院的主人	(158)
	【书评】他们中最伟大的政治掮客	
33.	连环漫画之战	(165)
	【书评】惊奇集团的不幸	
34.	鱼之眼	(170)
	【书评】鱼类的故事	
35.	战争噩梦	(174)
	【书评】当加利福尼亚成年时	
36.	一个华尔街痴迷者的自白	(180)
37.	与敌人交易	(182)
	【书评】出色的选股高手，或者厚颜无耻的骗子？	
38.	什么是管理	(190)
	【书评】回归商业基本原则的指南	
39.	追求享受	(196)
	【书评】古琦名牌真不错	
40.	并发症	(201)
	【书评】苦涩之药	
41.	梦魔回忆录	(206)
	【书评】通用汽车曾要压制一本经典名著吗？	
42.	财富与民主	(212)
	【书评】为何富人越来越富	
43.	德雷克的财富	(218)
	【书评】昧良心的骗局	

44. 橡树林俱乐部 (223)
 【书评】高尔夫幽灵
45. 全球化及其持不同意见者 (228)
 【书评】全球市场哪里出了问题
46. 传奇广告人的一生 (233)
 【书评】广告界的女前辈
47. 种马 (238)
 【书评】种马交配市场
48. 执行 (242)
 【书评】传授你如何当老板的经典之作
49. 俄罗斯的牌局 (249)
 【书评】克林顿对叶利钦的宽容过分了吗?
50. 401 (K) 大骗局 (255)
 【书评】养老金大跳水
51. 资本之王 (259)
 【书评】花旗集团的打造者
52. 受害者的财富 (263)
 【书评】大屠杀审判的一场煽动活动
53. 揭丑 (269)
 【书评】最佳新闻作品巡礼
54. 势利眼 (275)
 【书评】追名逐利者的新路标
55. 燕尾服俱乐部 (280)
 【书评】远离屏幕的雷达先驱
56. 蓝色的黄金 (285)
57. 水之战 (287)
 【书评】水无处不有，但不能滥用
58. 革命中的陷阱 (293)
 【书评】“协同作用”的反面教材
59. 种族政治的运用 (299)

- 【书评】一再使用的种族牌
60. 迷惑 (305)
【书评】日本：耐心的捕食猛兽
61. 一位士兵的心 (311)
【书评】把生活中的英雄视为超人
62. 门卫 (316)
【书评】高等学府是如何下注的？
63. 商业必读 (322)
【书评】经理需要知道每件事吗？
64. 税务大战 (328)
【书评】关于谁负责收税的争论
65. 领导能力 (333)
【书评】朱利亚尼如何应对突发事件
66. 白日梦 (338)
67. 剖析贪婪 (341)
【书评】安然公司不可饶恕的罪过
68. 平等中的至高无上 (347)
69. 司法灾难 (350)
【书评】最高法院太高、太强大了吗？
70. 值得一战 (357)
【书评】约翰·麦凯恩的呼声和愤怒
71. 大卫·洛克菲勒回忆录 (363)
【书评】权力与特权
72. 征服者 (369)
【书评】为新德国奠基
73. 国际化的中国 (374)
【书评】变革之风
74. 广告的衰落和公关的崛起 (377)
75. 传统广告的终结 (380)
【书评】广告失灵了？

76. 智慧的暴民 (385)
 【书评】登陆网络：感受民众力量
77. 地下娱乐室的故事 (391)
 【书评】性别与华尔街
78. 鲁伯特·默多克 (396)
 【书评】向鲁伯特·默多克开刀
79. 战争中的布什 (402)
 【书评】“9·11”事件后的白宫内院
80. 史考特 (407)
 【书评】史考特·赖斯顿的诱惑
81. 到处雷火的世界 (413)
 【书评】民主危险吗？

附录一

- 《商业周刊》十佳商业图书 (418)
- 【专稿】年度最佳商业图书 (419)
- 叫板华尔街 (424)
- 谁说大象不能跳舞？ (426)

附录二

- 《商业周刊》夏季假期推荐丛书 (429)
- 【专稿】生动丰富的海滩读物 (429)
1. 哲学俱乐部 (434)
 2. 开国兄弟 (436)
 3. 暴风雨来临之前 (438)
 4. 世界大战 3.0 (439)
 5. 骄兵必败 (441)
 6. 特权之子 (444)
 7. 赌场莫斯科 (445)
 8. 滨江小城 (447)
 9. 太阳的阴影 (448)

- 10. 桎梏解除后的印度 (449)
- 11. 佛梅尔 (451)
- 12. 骑士小说大全 (452)

点击泡沫



——我在因特网巨擘里
的日日夜夜

DOT. BOMB

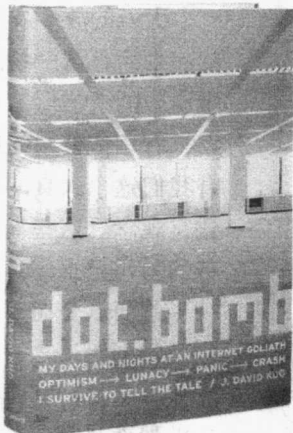
**My Days and Nights at an Inter-
net Goliath**

作者：大卫·郭

By J. David Kuo

出版商：小布朗出版公司

Publisher: Little, Brown—314pp—\$ 25.95



【书 评】

野心家的遗产：一出滑稽剧

如果你想知道，当网络泡沫高峰期时，在一家超速发展的网络公司工作是什么样子，你无疑会喜欢上大卫·郭的《点击泡沫——我在因特网巨擘里的日日夜夜》。本书系由一位业内人士讲述的一家电子商务公司史无前例的兴衰沉浮。

大卫的故事发生在夏洛茨维尔的“美国价值”公司，读起来简直像一场闹剧。他描述了一大批类似汤姆·沃夫小说中的人物形象：有对现实缺乏把握的神秘兮兮的企业家，有相信公司的成功完全取决于上帝的首席执行官，还有我们这个天真的作者，为其公司及股票而竭力宣传迅速致富观念。这些人在大卫所描述的一个混乱无序、管理不善的公司里工作。这个公司似乎一无是处。

然而，公司的起步吸引了许多有影响的投资者，如微软公司创始人之一保罗·艾伦，以及联邦快递公司的创始人兼首席执行官腓特列·史密斯。他们的介入即使一度失败然而具有超凡魅力的商人克莱格·温提升了信誉。随着1996年“美国价值”的创立，温把自己打造为全新的电子商务领域的空想家。他将公司定位为因特网上的沃尔玛，或者用温的更为夸张的话来说，一个“新千年的交易市场”，“美国价值”公司将成为零售业的未来（温自己的评述即将问世）。

一开始，这种商业模式似乎很巧妙并且与众不同。如

果有人通过“美国价值”公司上网购买 IBM 电脑或“佳洁士”牙膏，没有存货的该公司会将订货单转给制造商，由他们将货物直接发送给客户。“美国价值”公司赚取零售利润，却不用接触商品本身，至少在理论上是如此。

就像一切带有 .com 后缀的东西一样，急切的投资者蜂拥而至。1999 年 4 月在温的公司上市当天，每股 23 美元的股票飙升至每股 73.68 美元，转眼间，温成为亿万富翁。大约 16 个月以后，温的好日子结束了，公司股票以美分计算，公司破产。投资者在这次公司倒闭中损失数亿美元，一些名人，如史密斯和艾伦也失去了一定的声誉。

即使按照网络公司的标准，“美国价值”充其量是一次海市蜃楼。根据郭的叙述，它只不过是一个勉强维持的电子邮件订单系统。70% 的销售通过电话完成，前提是电话确实有人接听。到 1999 年底，一项内部研究表明，运气不佳的顾客平均要等待近一个小时才能接通其客户服务电话。在 1999 年的某个季度中，公司在报纸广告上投入了 2000 万美元，却只获得来自新顾客的 600 多万美元的销售额。

温以销售苍蝇拍和烤面包炉起家，他经常吹嘘公司业绩及其股票。可他作为事实进行宣传的事，后来往往被郭断言为“严重失实”。比如，公司宣称拥有 40 多万顾客会员，但据郭称，真实的数字不到 3 万。温经常声称公司提供 1000 多个品牌的商品，但是为编写招股说明书而统计品牌时，员工们却只找到 700 个左右。按照郭的说法，他们的任务就是临时拼凑，如将近东出产的 6 种麦粉算作 6 个独立的品牌，诸如此类，直到员工们凑齐“1000 多个品牌”数字。