

触摸经典

一滴墨水引发你的思考
一本好书影响人的一生

胜者为王

Success of the king

世界成功管理名案

「
Success
」

成功不是件难事，关键是要随机应变、嗅觉灵敏、果敢决断、坚忍不拔，更要百折不挠，排除万难。
——李·斯科特

石油工业出版社

托马斯·沃森
 斯坦福
 诺贝尔
 亨利·福特
 洛克菲勒
 卡内基
 沃尔特·迪斯尼
 亨利·福特·摩
 拉

胜者为王

Success of the king

世界成功管理名案

赫/西尔/尼/马/英雄
 亨奈尔/清/尔/斗/罗
 克/陈/默/肯/摩/荷
 索罗斯/富士/东芝/三星/巴菲特/王米什兰/柯达
 乔治·伊斯曼/惠普/英特尔/比尔·盖茨
 雅虎/康柏/联邦/弗雷德·史密斯
 马克·安德森/桑德斯
 硅谷/本田

宝马/波音
 宏基/耐克
 雀巢/奔驰
 施乐/松下
 索尼/沃尔玛
 西门子
 可口可乐
 宝洁
 诺基亚
 丰田

Success

图书在版编目 (CIP) 数据

胜者为王：世界成功管理名案/丰晓月编著.

北京：石油工业出版社，2005.1

ISBN 7-5021-4939-2

I. 胜…

II. 丰…

III. 企业管理 - 案例 - 世界

IV. F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 135284 号

胜者为王：世界成功管理名案

丰晓月/编著

出版发行：石油工业出版社

(北京安定门外安华里 2 区 1 号楼 100011)

网 址：www.petropub.com.cn

总 机：(010)64262233 发行部：(010)64262233-3628

经 销：全国新华书店

印 刷：北京晨旭印刷厂

2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

787 × 1092 毫米 开本：1/16 印张：26

字数：500 千字 印数：1—10000 册

定 价：38.00 元

(如出现印装质量问题，我社发行部负责调换)

版权所有，翻印必究

前言

“滚滚长江东逝水，浪花淘尽英雄。是非成败转头空，青山依旧在，几度夕阳红。”

1886年的某一天，杜兰特因为搭乘朋友的一辆新式马车上班，于是对马车使用的新式弹簧产生了浓厚的兴趣。在接下来的时间里，他通过购买考德沃特公路车辆公司成功进入了马车行业。20世纪初，他通过购买别克汽车公司又顺利进入了汽车行业。从此，这个巨人开始了自己创建GM（General Motor Corporation）公司（即现在全球最大的汽车生产通用公司）的艰辛历程，一个汽车巨人由此诞生。

杜兰特的创业演绎了现代企业家创业的艰辛历程，他经历了巨大的成功，也经历了巨大的失败。他的身上流淌着现代企业家拼搏的血液，他眼中充满了敏锐的市场目光，他嗅觉灵敏，敢作敢为，这些特点造就了他的成功。

杜兰特的创业经历是现代企业家创业故事的浓缩，他们都经过巨大的失败，也经过巨大的成功。真正的成功是必须经过失败的阵痛的，不经历风雨哪能见彩虹？

商场如战场，从19世纪到21世纪，不知多少风云人物在商场中沉浮，又不知多少故事在商界传颂，也不知多少企业在经历时代的锤炼，多少传奇、多少精英、多少家族在世界风云莫测的变幻中挣扎、抗争，这一切相信历史自有自己的评说。

本书选取了80个创业故事，涉及到22个不同的行业，19

前 言

个国家和地区。要说全部概括，笔者不敢妄言，只要读者能够真正从这些成功创业的巨人中找到激励自己的东西，获得前进的动力，那本书的目的则达矣！

编者

2005.1

CONTENTS • 目 录

- 1 想成功的年轻人需要好的引路人
——IBM 公司创始人托马斯·沃森 /1
- 2 独特的商业头脑延续 IBM 的辉煌
——IBM 公司的继承人小托马斯·沃森 /5
- 3 火车一响,黄金万两
——铁路大王斯坦福 /10
- 4 炸药与创业
——炸药之父诺贝尔 /16
- 5 标准化就是创业的成本
——缔造 T 型汽车时代的亨利·福特 /21
- 6 从记账员到亿万富翁
——石油巨子洛克菲勒 /27
- 7 华尔街的神经中枢
——约翰·皮尔庞特·摩根 /33
- 8 打造儿童的精神世界
——迪斯尼的开创者沃尔特·迪斯尼 /38
- 9 抓住机遇,适时投资
——钢铁大王卡内基 /43
- 10 成功也是一门学问
——百万富翁的创造者拿破仑·希尔 /48
- 11 名片是成功的开始
——世界上最伟大的推销员乔·吉拉德 /52
- 12 隔夜快递业之父
——邮差弗雷德 /56

CONTENTS • 目 录

- 13 信息产业的代言人
——缔造“微软帝国”的比尔·盖茨 /61
- 14 研制出世界上第一架自动照相机的人
——乔治·伊斯曼 /66
- 15 最美丽的仙童
——半导体霸主英特尔创始人之一诺伊斯 /71
- 16 管理者,要懂得何时提供“领导”
——电脑王国升起的天王巨星爱克哈德·普飞伊珉 /75
- 17 一封来自天堂的“伊妹儿”
——互联网浏览器之父马克·安德森 /79
- 18 把爱好经营成神话
——雅虎创始人杨致远 /84
- 19 美国商界最耀眼的女明星
——惠普 CEO 卡莉·菲奥莉娜 /89
- 20 风险投资孵出的数字“巨蛋”
——小型机之父奥尔森 /94
- 21 授人于鱼,莫若授人于渔
——成功学的演讲大师戴尔·卡耐基 /99
- 22 子承父业,百年不衰
——印度第一财团塔塔集团 /104
- 23 下棋引出的意外人生
——新闻巨人普利策 /109
- 24 企业的发展需要不断重塑自我
——依靠贩卖军火起家的杜邦家族 /114

CONTENTS • 目 录

- 25 敢于向巨人挑战才能创造奇迹
——报业怪杰赫斯特 /118
- 26 缔造神话工厂的人
——硅谷之父特曼 /123
- 27 质量高于一切
——爱立信的经营哲学 /128
- 28 别出心裁的市场营销策略
——宝马汽车制胜的秘诀 /132
- 29 波音
——顶尖运输机生产者 /137
- 30 风险投资创造的又一神话
——基因工程创始人之一玻意尔 /142
- 31 从事商业决不能墨守成规
——百年老店西尔斯的诞生 /147
- 32 永远争第一
——现代银行之父贾尼尼 /151
- 33 梦想是成功的翅膀
——旅馆业大王希尔顿 /155
- 34 成功者以果断抉择为先机
——希腊船王奥纳西斯 /160
- 35 从一次创业到二次创业
——拉链大王吉田忠雄 /164
- 36 解放了身体的女人
——服装女皇科科·夏奈尔 /169

CONTENTS • 目 录

- 37 以身作则,身先士卒
——东芝经营之王土光敏夫 /173
- 38 因“小”成大
——货运大王佐川清 /178
- 39 24/16/8 的经营思想
——三洋电器总裁井植薰 /182
- 40 企业国际化的杰出个案
——台湾宏基集团 /186
- 41 沟通艺术谱写的消费神话
——总裁菲尔·耐特 /191
- 42 模块组合催生的全工业界典范
——雀巢创始人内斯特尔 /196
- 43 日本公司国际化的先驱
——索尼之父盛田昭夫 /200
- 44 经营之神
——松下幸之助 /204
- 45 培训与不培训的经营哲学
——日本重建大王坪内寿夫 /209
- 46 广告带出亿万家产
——万金油大王胡文虎 /213
- 47 种下小苗,收获森林
——新加坡森林集团董事长孙炳炎 /217
- 48 栽培客户,就是壮大自己
——印尼钱王李文正 /221
- 49 把竞争对手变成合作伙伴
——马来西亚糖王郭鹤年 /225

目 录

CONTENTS

- 57 创业需要满足社会所需
——泰国第一富翁陈弼臣 /230
- 57 从卖油郎到电脑商
——印度 IT 大王阿齐姆·普莱姆基 /233
- 59 “我的娱乐就是我的工作！”
——服装大师皮尔·卡丹 /238
- 59 经营是一种游戏,游戏要符合规则
——俄罗斯首富霍多尔科夫斯基 /243
- 57 百年风雨,百年沧桑
——菲亚特汽车集团的两位乔瓦尼·阿涅利 /248
- 55 沃尔玛
——零售业的一个奇迹 /254
- 56 全球最有价值的品牌
——可口可乐 /258
- 57 世界日用消费品的领头羊
——宝洁公司 /263
- 58 德国科技巨擘
——西门子 /268
- 59 世界最佳品质
——施乐产品 /273
- 60 “没有一个永久国际性的秘方,没有一个一成不变的战略”
——克拉克在台湾实施的家乐福营销战略 /278
- 61 文化才是制胜的力量
——宜家家居创始人英格瓦·坎普拉德 /283
- 62 “哪里有男士,哪里就有万宝路”
——烟草大王菲利普·莫里斯公司的万宝路品牌策略 /287

CONTENTS • 目 录

- 63 地域不是限制,利益才是关键
——传媒巨子默多克 /291
- 64 追求财富的两条定律
——股神沃伦·巴菲特 /296
- 65 只有远离市场,才能更加清晰的看透市场
——金融大鳄乔治·索罗斯 /301
- 66 交给你方向盘,却不给你车钥匙
——轮胎大王米其林兄弟 /306
- 67 竞争促使合作
——国际石油巨头壳牌公司创始人马科·森姆兄弟 /311
- 68 揭示性感的秘密
——情色杂志《花花公子》的创始人休·海夫纳 /315
- 69 二次创业过程中的利益分配
——麦当劳之父克罗克 /320
- 70 汽车之父
——卡尔·本茨 /326
- 71 脚踏实地的工业巨人
——日本大批量汽车生产之父丰田喜一郎 /331
- 72 世界汽车业的佼佼者
——本田 /336
- 73 以攻为守
——富士胶卷 /341
- 74 顽强的抗争者
——AMD 创始人桑德斯 /346

目 录

CONTENTS

75	临危受命的领头羊 ——诺基亚首席执行官乔马·奥利拉 /351
76	现代企业家的一面镜子 ——通用汽车创始人杜兰特 /355
77	创业与年龄无关 ——肯德基创始人哈兰·山德士 /360
78	创业追求的两个第一：目标和人才 ——韩国三星集团创始人李秉喆 /364
79	只要有潜力的市场，就有摩托罗拉的身影 ——摩托罗拉创始人保罗·高尔文 /370
80	把心注入 ——星巴克创始人舒尔茨 /375
	附录一：《时代》全球最具权力和影响力的 100 人 /379
	附录二：世界最具影响力的 100 个品牌 /384
	附录三：2004 年世界 500 强排名及其网址（前 100 名） /393
	附录四：智力测试 /397
	附录五：本书统计图表 /401
	后记 /403

想成功的年轻人需要好的引路人

——IBM 公司创始人托马斯·沃森



1913年夏的某一天，IBM的奠基人托马斯·沃森走进了全美收银机公司（NCR）总裁约翰·亨利·帕特森的办公室。

约翰·亨利·帕特森对沃森说：“你应当明白在我的公司里面，你是我一手扶植起来的，我是十分看重你的，可是你为什么要背着我做些小动作呢？”

沃森感到有些莫名其妙，为了自己的清白，他申辩道：“您是我的引路人，我怎么会背叛您呢？”

“可是你为什么要建立自己的销售队伍，还要他们完全听命与你呢？”

“先生，我成立销售队伍，主要是为了扩大公司的销售，让他们听从我主要是为了更好地发挥团队的精神！”沃森说。

“你不要再说了，我已经知道了你的所作所为，”帕特森从抽屉里取出5万美元的支票，说：“这是你的解雇费用，你可以离开了！”

就这样，沃森被帕特森无情地解雇了。失去工作的沃森当时已经年近40，但他并没有失去信心，他带着新婚的妻子和刚出生的孩子决定到纽约去重新闯荡。

虽然沃森被帕特森无情地踢出了公司，可是在他随后的一生中，他却并没有抱怨过帕特森，沃森的儿子后来回忆说：“父亲几乎从来没有抱怨过帕特森，相反对他是十分崇敬的！父亲对我曾说过，他所知道的一切生意上的窍门都来自帕特森。”

胜者为王

世界成功管理名案

1874年沃森出生在纽约北部的一个乡村里，父亲是来自英格兰的移民，依靠伐木和种地为生。17岁开始就在乡村开始推销诸如缝纫机之类的产品。三年后，因为不满意老板每周应当付给65美元的薪金而实际仅仅给了12美元的薪金，转而决定到布法罗去谋生。在布法罗他受雇于全美收银机公司（NCR）布法罗办事处做推销员。在这里，他遇到了一生中对他影响最深的人——约翰·亨利·帕特森，NCR的创始人。

在最初的两个星期里，沃森一部机器也没有推销出去，他有些心灰意冷，认识到城市的生活并不是自己最初所想像的那么容易。

他战战兢兢地推开帕特森办公室的门走了进去，帕特森阴沉着脸，对他大声说道：“我看你并不是干推销的料，瞧你那副呆头呆脑的样子，有谁会买你的机器呢？我看你干脆还是回家种地去吧！”

沃森站在一边，默默地忍受着帕特森的痛骂。一阵狂批之后，帕特森对这个年轻人的忍耐性感到了兴趣，于是语气一变，对他说：“年轻人要承受得住考验，还是来分析分析你失败的原因吧！”

随后，帕特森认真地对沃森失败的原因进行了分析，又说：“这次我同你一块出去，要是我也不能推销出去，那我们就一块回家种地去！”于是帕特森就带着沃森出去会见了客户，并且成功把机器推销了出去。在帕特森向客户推销的同时，沃森就在一边认真地学习帕特森的推销技巧。

在帕特森的引导之下，沃森很快就成长起来，并成为了公司的骨干。沃森始终记得帕特森交给自己的名言：“推销员不是天生的，而是培养出来的！”这句话的另外意思就是一个公司是不能过分依赖某一个人的。于是在16年后，帕特森在沃森已经成为公司第二把手的情况下，把沃森解雇了。虽然在这其中，别人对沃森进行了诬陷，但是当沃森老年的时候，回想起来他还是十分感激帕特森的。

沃森从帕特森那里离开以后，就应聘到纽约计算制表记录公司当了经理，随后借贷5万美元，改进了制表机，并在1915年成功发动了夏季推销攻势，制表机成为当时的畅销产品。1924年他把公司更名为国际商用机器公司（简称IBM），他雄心勃勃，从而建立起自己的计算机王国。

到如今 IBM 公司已经成为世界上最大的信息工业跨国公司，目前拥有全球雇员 30 多万人，业务遍及 160 多个国家和地区。2000 年，IBM 公司的全球营业收入达到八百八十多亿美元。

Summary

经验总结评述

托马斯·沃森之所以能够建立自己的 IBM 王国，主要得力于如下的原因：

- 个人艰苦奋斗，不屈不挠的精神。任何一个成功人士都是经过艰苦磨炼成长起来的，沃森的起家也不例外，他完全是从一个一无所有的推销员成长起来的。在长达 20 年的推销生涯中，沃森积累了丰富的推销经验，凭借这些经验，沃森对商业和社会的变迁有了一种独特的嗅觉，让他认识到制表业是一个充满前景的行业，而这些都成为他 40 岁开始创业的宝贵财富。他仅仅用 10 年左右的时间就建立了自己的 IBM 王国。
- 他的成功还离不开一个重要的引路人。这个人就是约翰·亨利·帕特森。正是帕特森引导沃森走上了成功推销的道路。虽然最终沃森被帕特森解雇，然而也正是这样的解雇，才让沃森能够真正走上自我创业的道路。
- 沃森的成功还离不开自己成功的推销和管理经验。他给自己的公司制定了三个基本原则：
 1. 必须尊重每一个公司的员工。
 2. 必须为客户提供最好最优质的服务。
 3. 必须创造出最优秀的销售业绩。
- IBM 王国的建立还在于沃森有一个很好的继承人，正是凭借小沃森独特的商业视角，才让公司真正涉足计算机领域，一个计算机王国才得以建立起来。

1956 年 6 月 19 日，托马斯·约翰·沃森在纽约逝世，当时的总统艾森豪威尔发表声明说：“他的逝世，使我们国家失去了一个真正杰

出的美国人。”

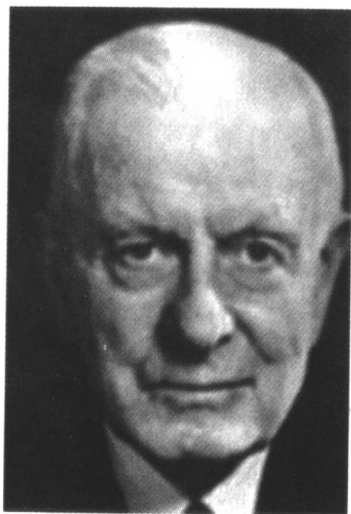


收藏夹

对沃森的另类评价

1. 沃森从小在父亲和四个姐姐的宠爱中成长起来，他对财富充满了极其崇敬的心里，他认为普通人和社会财富密不可分，虽然家境贫寒，但他每次付给侍者的小费都在 10 美元以上，而这些在当时却是普通工人几乎一周的薪金。在很多人看来他是十分自私的。

2. 1937 年，在沃森的 IBM 王国初步建立起来之时，希特勒向沃森许诺他会通过自由贸易促进世界的和平，并向沃森颁发了勋章，在希特勒的欺骗下，他接受了这枚勋章。



托马森·沃森

独特的商业头脑延续 IBM 的辉煌

——IBM公司的继承人小托马斯·沃森



20世纪30年代，由老沃森开创的IBM公司获得了长足的发展，公司开始进入打字机行业，生产诸如打字机、打孔卡片、打孔机等系列产品，到30年代末期，IBM公司的产值已经超过其他同类公司产值的总和，一跃成为全美国最大的商用机器公司。在二战期间和二战以后的一段时间里，公司的产品得到了极其广泛的运用，公司的销售额也创纪录地达到了1.4亿美元。

在这样的大好形势下，公司同样面临着巨大的挑战，这就是来自计算机行业的挑战。二战结束，计算机的市场价值开始初步显现出来，IBM公司也开始投入资金研发计算机产品。1944年，IBM公司推出世界第一台自动顺序控制计算器，每秒可以运算三次。1946年，又推出第一台电子计算器，这台机器的运算速度是机械输入的9倍。虽然如此，IBM公司仍然面临巨大的竞争对手。当时在电子工程方面处于领先地位的是宾夕法尼亚大学的穆尔电子工程学院。1946年，该学院成功研发出世界第一台电子计算机，它重达30吨，占地165平方米，可以进行每秒300次乘法的运算。之后，该计算机的设计人埃里特和莫奇里博士辞职出来成立了雷明顿—兰德公司。到1952年，雷明顿—兰德公司已经拥有全美最多的计算机专业人员，并为海军研制了三台通用计算机。这样该公司就成为了IBM公司争夺计算机市场的最强劲的对手，它在技术上至少领先IBM公司5年。

面对如此强劲的对手，IBM公司应当采取怎样的应对举措呢？是放

独特的商业头脑延续 IBM 的辉煌