



自然与传奇系列

福布斯40位常客的 发家秘史

传奇翰墨编委会 / 编

 江苏科学技术出版社



自然与传奇系列

福布斯40位常客的 发家秘史

传奇翰墨编委会 / 编

江苏科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

福布斯40位常客的发家秘史 / 传奇翰墨编委会编著. —南京: 江苏科学技术出版社, 2013.3

(自然与传奇)

ISBN 978-7-5537-0156-1

I. ①福… II. ①传… III. ①企业家—生平事迹—世界—通俗读物

IV. ①K815.38-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第248961号

福布斯40位常客的发家秘史

编 著 传奇翰墨编委会

责任编辑 孙连民

特约编辑 孙志娟

责任校对 郝慧华

责任监制 曹叶平 周雅婷

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司

江苏科学技术出版社

出版社地址 南京市湖南路1号A楼, 邮编: 210009

出版社网址 <http://www.pspress.cn>

印 刷 北京冶金大业印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 14

字 数 225千字

版 次 2013年3月第1版

印 次 2013年3月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5537-0156-1

定 价 24.80元

图书如有印装质量问题, 可随时向我社出版科调换

你有一个地球的财富

不得不承认，这个世界从过去到现在，甚至一直到未来都会有很多穷人。但与此同时，也一直有很多的富人。我们不轻视穷人，但我们却可以崇拜富人。哪怕仅仅是因为全世界的富人在猎取财富的时候所共有的一个信念：把这个世界放眼能看到的财富都看做是自己的，就像狼总是把周围活动着的动物看成是自己的食物一样。

“把世界的财富看做自己的”是一种财富观念，而这种观念是人们获得财富的基础。毋庸置疑，获得金钱是让人感觉到成功和满足的主要途径之一。很多人喜欢金钱，但是还要用更“高尚”的价值观作为遮掩，仿佛获得金钱是一种罪恶。与这种人相比，另外一些人更值得欣赏：他们喜欢金钱，并把这种喜欢“赤裸裸”地演绎着，有时甚至给人一种肆无忌惮的感觉。相比较而言，后面一种人对于财富拥有更坚决的获取信念，甚至完全相信这种信念值得付诸实践。因此，他们也更容易获得成功。

“相信”是一个很重要的概念。事实上，相信了，面前的财富就已经有三分之一是你的了。当然要相信的有很多，比如墨西哥电信大亨、现任世界首富卡洛斯·斯利姆·埃卢曾经提到的其中一种：“父亲教我要有勇气，无论遇到什么样的危机，墨西哥都不会消失，如果我对这个国家有信心的话，那么任何合理的投资都将获得回报。”他把获得财

富与信任国家联系在了一起，但是很显然，他的成功证明这种想法是正确的。

获得财富的过程就是一种幸福，至少对于拥有这种信念的人来说如此。因为这样他们就可以专注于自己的目标，不必再费心力与时间去寻找自己人生的方向和生存价值。正如埃卢，现在让他觉得幸福的事，或许便是可以每年坐着私人飞机去全球各地寻找自己可以收购的企业。

当然，谋求财富需要寻找正确的途径，选择合适的手段，利用正常的关系，达到正当的目的。得到财富不能以出卖为前提，无论出卖的是青春还是灵魂，这也是一种对待财富的态度。

有这么一个故事。一个女孩发问：“我25岁，有惊人的美貌，有品位且谈吐不俗，我想住进高档住宅，怎样才能嫁给一个有钱人？”一位华尔街金融家回答说：“事实上你所说的只是一笔财和貌的简单交易。但是，你的美貌会消逝，我的钱却不会无缘无故地减少。从经济学的角度讲，我是增值资产，你是贬值资产。听起来很残忍，但对于一件加速贬值的产品，明智的选择是租赁，而不是购入。”

在财富面前，无数人都想寻找一条捷径去获得。但是，正如这个金融家所说的那样，现实很残忍。你要学会判断，“获取财富”和“通过别人获取财富”的区别，如果说“获取财富”是实现自我，那么“通过别人获取财富”则很容易迷失自我，这简直是比贫穷更可怕的一件事。

“商业的目的是要创造幸福，而不仅仅是财富的堆积。”这是世界著名人物B.C. 福布斯的话。和福布斯一样著名的甚至比他本人还要著名的是他每年一度公布的“福布斯”榜单。福布斯榜单上的富豪明星或者明星富豪不断地变化着，但是我们这里选择的40位人物却是榜单中的常客。他们雄踞榜单时我们毫不惊奇，如果哪一天他们从榜单上消失我们才会真的嗟讶。

其实，最终他们教会我们：如果是没有天潢贵胄的门第或者富可敌国的家族产业可以继承，那么拥有财富信念、选择正确方向和不断奋斗这3个方面，也会使你取得足够的权利来获得或者分配世界上的财富。

你可以和他们一样有钱！但是首先你必须相信自己，这也就是我告诉你可以拥有世界上三分之一的财富的原因，虽然我不能直接说这本书会带给你世界三分之一的财富。



目 录 Contents



第一章 白手起家的创业精英

时尚缔造者迪奥	2
“股神”巴菲特	9
传媒帝王默多克	16
“偏执狂”总裁格鲁夫	25
百折不挠的地产大王特朗普	31
“冒险富翁”布兰森	39
电脑天才比尔·盖茨	43
随心所欲的迈克尔·彭博	53
傲慢的CEO拉里·埃里森	55
电信大亨卡洛斯·埃卢	58
低调的富豪卡尔·阿尔巴切特	61



第二章 举世闻名的传奇品牌

享誉全球的皮具世家路易·威登	66
遍及世界的可口可乐	70
颠倒众生的香奈儿	80
为世界提速的福特汽车	87
汉堡王国麦当劳	93
百姓家居宜家	99
“乡下人”开的店沃尔玛	101





第三章 家族继承的巨额财富

- 印度商业帝国信实集团 108
- 收购狂人拉克希米·米塔尔 110
- 缔造豪车帝国的家族保时捷 112
- 美国“皇室”肯尼迪家族 118
- 英王室的财产变迁 123
- 埃及国王法鲁克的奢华生活 129
- 珠光宝气的俄国罗曼诺夫王朝 132

第四章 机遇带来的意外横财

- 索罗斯“投机”股市 136
- 黄金与钻石的诱惑 142
- 挡不住的好运气 148
- 海底沉船上的宝藏 150
- 埋在地下的黑金石油 156





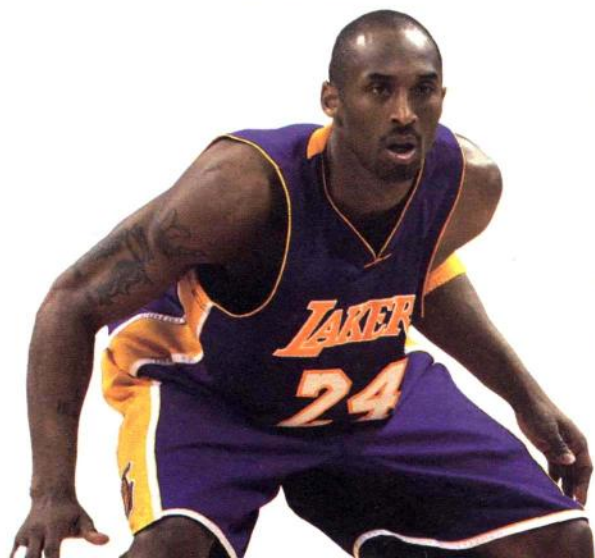
第五章 一举成名的暴富明星

喜剧天才卓别林 164

钢铁男人施瓦辛格 171

脱口秀女王奥普拉·温弗瑞 178

性感女神麦当娜 183



篮球飞人迈克尔·乔丹 190

无敌拳王泰森 198

“小飞侠”科比·布莱恩特 203

“万人迷”大卫·贝克汉姆 206

“菲鱼”迈克尔·菲尔普斯 209

“老虎”泰格·伍兹 212

第一章

白手起家的创业精英



财富精英是怎样诞生的？他们的背后又有怎样不为人知的故事？他们从事什么行业？运用什么策略、模式达到快速积累财富的目的？商海横流，是什么帮助他们发现了财富的蓝海？人们对此有着太多的疑问，迫切地希望找到答案，找到打开财富之门的钥匙。

财富改变命运，财富精英，演绎传奇财富人生。

当经济成为社会生活的主旋律时，财富人物的兴衰沉浮最能彰显社会变迁的方向。新的世纪，人类仍在召唤财富，大举向新的社会财富进军。时代需要创造新的财富神话，造就新的引领时代潮流的财富精英。

为财富立传，多年以后，当我们回望现在，如果还能翻看他们的杰出一面，将是一件很有意义的事情。

时尚缔造者迪奥



在今天的时装界，CD 品牌时装几乎无人不晓。克里斯汀·迪奥是以他的名字命名的品牌 Christian Dior(简称 CD)的创始人。CD 自 1947 年创始后，在时装与时尚界始终处于金字塔的顶端，是法国高级女装的代表，是华丽与高雅的代名词，这一切与克里斯汀·迪奥密不可分。

Dior

热爱艺术的青年

1905 年 1 月 21 日，克里斯汀·迪奥出生在法国诺曼底格兰维尔一个富裕人家。他从小就非常喜欢毕加索、马蒂斯等大师的作品，这养成了他对

艺术的品位及喜好。他还喜欢独自待在起居室里，看凡尔纳的科幻小说或佩罗的童话故事。

那时，一个算命先生对小迪奥说：你将来会因女人而声名显赫。后来，迪奥的人生果真验证了这句预言。

1920 年，青年迪奥想学建筑，但父亲不同意，于是他就读了政治学。那时，他喜欢看德国作家布鲁克斯的书，看俄国芭蕾舞，参加博蒙特伯爵的舞会，过着自由自在的日子。

他和朋友雅克一起在波提路 38 号开了家画廊。在那里，他们展出现代派油画。他们的朋友主要是被人们称之为新人类和新超现实主义者的萨尔瓦多·达利等人。在诗人科利的

小迪奥还在格兰维尔的娱乐场登台演出。狂欢节、茶会、儿童日场，都是令他欢欣鼓舞的快乐世



↓ 克里斯汀·迪奥周岁时

帮助下，迪奥还免费展示艺术家们的作品。迪奥和一伙年轻人，在马克斯的宅邸里尽情享受他们年轻的人生。

但不久，迪奥的家庭破碎了。他的哥哥患了绝症，母亲因悲伤过度而去世，父亲也破了产，所有的财产都被拍卖。

一位朋友鼓励克里斯汀·迪奥去学习时装设计。从此他走上了这条专业道路，并一直走向辉煌。不久，他的第一张设计图在菲加罗发表，并引起了罗伯特·皮盖特的注意。1938年，这位设计师邀请迪奥做他的女装设计师，并让他筹办个人时装展。

一颗闪亮的时装设计明星

在二战期间，克里斯汀·迪奥被派往贝里的耶夫尔河畔服兵役。复员后，他又回到了法国。女装设计师卢西恩·利朗聘请他做女装设计助理。在这里，迪奥明白了“织物的真正含义”。

此时经历多年战争刚刚获得解放的法国百废待兴。而马西尔·博萨克的个人事业却如日中天。他的工厂雇用了数千名工人，他的运动员在赛马中获胜。他还想找一位设计师使他的“盖斯顿”设计室更具活力。

迪奥同博萨克见面之后，博萨克欣然聘请了这位颇具实力的设计师。迪奥还鼓起勇气说服博萨克，为设计

室投资了5500万法郎。这个设计室位于蒙塔约，以迪奥的名字命名。于是，迪奥童年的预言有望实现了。一颗闪亮的时装设计明星即将绽放出耀眼的光芒。

在他的设计室里，有3个女人鼎力协助他。雷蒙德·斋耐克是主要的组织者；杰梅尼·布里卡德，一个高雅的女人，也是一位令人敬畏的顾问；而玛格丽特·卡里，是一位行家里手，迪奥的女装设计师。只要告诉她一个想法，她立即就能做出令你满意的服饰。设计室的同仁们有着共同的目标：表现法国高级女装的豪华亮丽，征服巴黎，征服美国。

从布料到成品，从工人到超级名模，迪奥的设计室正在一步一步地创造奇迹。

在电影界声名远扬

1947年2月12日，巴黎，世界各地的记者和皇室成员都在等待。舞台四周座无虚席。迪奥显得有些坐立不安。10点13分，第一位模特出场了。台下开始响起为这些时装喝彩的掌声。人们评价：“这些服装的确很有新意。”温莎公爵夫人及可汗王子阿里也高度赞赏这些服装，这使得迪奥的名声不胫而走。他的第一次时装发布会大获成功。

此后，他每一次新作的推出，都在时装界掀起波澜，引起传媒的关注。他的新线条、新理念、新形象、突出女性特征的时装，曾被认为下流，束腰、露肩、短下摆的设计，也被视为有伤风化。但克里斯汀·迪奥自信地将以往的观念弃之脑后，始终坚持个人的设计风格。

克里斯汀·迪奥的 CD 品牌，终于成为绚丽的高级女装时代（1947 年～1957 年）的领头羊。在战后巴黎重建世界时装中心过程中，迪奥做出了不可磨灭的贡献。那至今仍让人记忆犹新的大 V 领的卡马莱晚礼裙，多层次兼可自由搭配的皮草等，均出自于这位天才设计大师之手；其优雅的窄长裙，兼有实用功能与艺术魅力。

他的服装除选用高档上乘面料，如绸缎、传统大衣呢、精纺羊毛、塔夫绸、华丽的刺绣品，更以做工精细见长。

美国的服装设计师们仍在设计长裙，但迪奥的时装使他们的作品没出工作室就已过时。

迪奥的设计在美国引起了轩然大波。美国设计师们不愿意接受迪奥的短裙。迪奥的设计师甚至还收到了恐吓信。但随着迪奥设计室的订单潮水般从世界各地涌来，美国人不得不承认了这个现实，并将一项奥斯卡服装设计奖颁给了迪奥。

迪奥从来相信世界是一体的，尤其是在服装世界。他的时尚大使周游世界各地，不断扩大着迪奥品牌时装的影响力。

这一时期，迪奥常去米利拉弗莱特附近的磨坊独居，以便

↓ 1948 年的迪奥时装

↘ 1948 年，模特穿着克里斯汀·迪奥设计的服装



寻找创作灵感。在这里，他的才思如泉水般涌出，化作了一张张充满新意的时装设计图样。

1948年，战后的困难时期过去了，法国人又聚到了一起。当人们在雪坡上尽情欢乐时，迪奥再次举办了春夏时装秀。看，宽边帽上装饰了一只红色的鸟，长裙曳地；一套黑白交错的“阿万提”款式：黑色毛裙，小小的钟形女帽和黑色波纹绸垂饰……他设计发布的每种款式都至少流行一个季节。

随着迪奥的名声日盛，王室家族成员也常邀请他设计服装。著名电影导演阿尔弗雷德·希区柯克也邀请迪奥为玛琳·黛德丽在电影《怯场》中的形象设计服装。随着他的服饰不断被明星们搬上银幕，迪奥在电影界也声名远扬了。在



为马克·罗宾逊的电影《小屋》设计了女主角的服饰之后，充满魅力和诱惑力的迪奥女人形象愈发大放光彩。

↑电影明星英格丽·褒曼为斯坦利·多南的电影《愿嫁金龟婿》试穿迪奥设计的“冬季花园”礼服

1953年，迪奥又一次举办春季时装秀，这次时装秀表现出了他所追求的高雅品位。那一套套灰色法兰绒套装、黑色天鹅绒套装……将女性优美的身材、流畅的线条和无与伦比的剪裁融为了一体。他从喜爱的花朵中汲取灵感。这就有了

“黑郁金香”套裙中的卷边帽和带斑点的面纱。模特戴安妮身穿“海德公园”套裙：深红色织物配以棕色貂皮领；模特安博莉身着“开克提尔”套装：深灰色驼呢裙，配象牙色绸短上衣；模特安博莉展示的“迪奥拉玛”款式：镶边黑色毛料

—玛琳·黛德丽在希区柯克的电影《怯场》中穿着迪奥设计的1950年款的“金合欢树”套装



↓ 克里斯汀·迪奥与“新风貌”的配饰

↘ 2008 年迪奥时装展示

皱纹裙，头戴铃鼓帽，上插羽毛。每一款式的设计都是迪奥的灵感和勤奋的结晶。

他创造了时装界的奇迹

连续数年的成功，使克里斯汀·迪奥变成了备受尊崇和赞誉的“迪奥先生”。而迪奥先生是个不容易满足的人。在他 48 岁，正是事业的鼎盛时期，迪奥却开始改变自己的风格。1954 年，玛格丽特公主，他的一位皇家客户，邀请他举办时装展。时装模特们展示了他精彩纷呈的作品，这些作品几乎都是 A 型设计，这种款式的裙摆多呈喇叭状，上衣和裙子的



组合方式相当经典。一时间，又掀起了一股新的时装潮流。

1956年，迪奥在沃尔地区买了一家老式汽车旅馆——“科莱诺尔庄园”，和他的父亲住在一起。在那里，他焕发出前所未有的创作热情。他不停地创作，他已完全找到了自己的风格，一个属于他个人的设计空间。1957年2月，迪奥和他的1170名同事，共同庆祝了迪奥设计室创办10周年。在这10年里，他们卖出了10万套女装；用去了1500千米的装饰织物，绘制了16000张服装图样。

他用10年时间创造了时装界的奇迹，赢得了盛誉，也赢得了财富。

然而就在他步入辉煌之巅时，越来越严重的抑郁症也在折磨他。他接受朋友们的建议，去了佛罗伦萨附近的温泉胜地休整。但不久后，克里斯汀·迪奥却意外地死于心脏病，那是1957年10月24日。

他被葬在了“科莱沃尔庄园”附近的卡林公墓。

CD，世界驰名品牌的辉煌

克里斯汀·迪奥的助手，



21岁的年轻设计师伊夫·圣罗兰 ↑ 2008年迪奥时装展示

兰接替了他的位置。这位年轻人十分害羞，但极有天赋。他以6次成功的时装发布会，维护和颂扬了迪奥的声誉。

这以后，迪奥时装仍是华丽优雅的代名词。第二代设计师圣罗兰在1959年将迪奥推向了莫斯科，并推出迪奥的新系



↑ 迪奥眼镜

列——苗条系列。第三代继承人马克·博昂，首创迪奥小姐系列，延续了迪奥品牌的精神风格，并将其发扬光大。

1989年，迪奥品牌由意大利设计师费雷主持设计，此时迪奥的传统较夸张、浪漫风格融入了新的严谨与典雅。如今的迪奥公司由LVTH集团管理。1997年，年轻的英国籍设计师加里阿诺被推到了迪奥的前台。

人们评说，迪奥的设计理念新颖、时髦且十分精致。他拥有自己独特的表达方式，对颜色的选择很有独到之处。这使得他的服装总是站在时代的前沿，

显得前卫。他在追求时尚的同时，还很擅长从过去的事物中发掘灵感。

20世纪90年代，世界著名的迪奥品牌时装销售额相当可观。1994年，CD服装的销售额达1.93亿美元，1996年，CD时尚女装生产的成交量达到2.35亿美元，其品类范围也从高级女装、高级成衣，扩展到香水、皮草、头巾、针织衫、内衣、化妆品、珠宝及鞋等，人们一如既往地关注CD品牌，推崇CD品牌。

克里斯汀·迪奥的一生，从一个时装秀走向另一个时装秀。他精彩的霓裳人生，创造了绚丽独特的女装时尚，创造了国际著名设计公司，也创造了世界著名服装品牌，当然也创造了大量的财富。

今天，迪奥离开我们这个世界已近半个世纪。但至今人们仍在做着这样的假设：“如果迪奥还活着，如今的时尚当是另一个样。”可见这位大师对20世纪时装领域的巨大影响。如今，迪奥辉煌的梦想仍在继续，他创立的世界名牌CD，仍是源源不断的财富源泉。

↓ 为纪念 Christian Dior 诞生百周年，Dior 香水部门特别邀请著名 Quest 香水公司的调香师 Christine Nagel，重新演绎属于 2005 年的 Miss Dior。Christian Dior 的创作总监 John Galiano 从 Stevie Wonder 的歌曲《My Cherie Amour》中取得灵感，将这款为少女而设的香水，命名为“Miss Dior Chérie”

