

抓紧梦想
若梦想消逝
生命便如鸟儿折翼
不能远飞
——兰斯顿·休斯

THE DREAM THAT WILL NOT DIE

不灭的梦想

自由企业家美梦成真的故事

查尔斯·保罗·康恩 (Charles Paul Conn) © 著
朱鹰◎译

THE DREAM THAT WILL NOT DIE

不灭的梦想

自由企业家美梦成真的故事

查尔斯·保罗·康恩 (Charles Paul Conn) ©著
朱鹰◎译



九州出版社
JIUZHOU PRESS

图书在版编目 (C I P) 数据

不灭的梦想：自由企业家美梦成真的故事 / (美) 康恩 (Conn, C. P.) 著；朱鹰译. — 北京：九州出版社，2012. 9

书名原文：The Dream That Will Not Die

ISBN 978-7-5108-1652-9

I. ①不… II. ①康… ②朱… III. ①企业管理—销售管理—美国—通俗读物
IV. ①F279.712-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第210002号

著作权合同登记号：图字01-2012-6335号

The Dream That Will Not Die

Copyright©1996 by Charles Paul Conn

Simplified Chinese Edition Copyright ©2012 by Jiuzhou Press

All Rights Reserved

不灭的梦想：自由企业家美梦成真的故事

作 者 (美) 查尔斯·保罗·康恩 著 朱鹰 译

出版发行 九州出版社

出 版 人 徐尚定

地 址 北京市西城区阜外大街甲35号(100037)

发行电话 (010)68992190/2/3/5/6

网 址 www.jiuzhoupress.com

电子信箱 jiuzhou@jiuzhoupress.com

印 刷 北京市富达印刷厂

开 本 880毫米×1230毫米 32开

印 张 5

字 数 100千字

版 次 2012年9月第1版

印 次 2012年9月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5108-1652-9

定 价 26.00元

英文版出版者序

在美国历史上，再没有一桩新事业曾像安利那样掀起如此令人震撼的波澜。一位商业专家称之为“本世纪人们谈论得最多、了解得最少的公司”。

从1959年成立以来，安利公司飞速上升至庞大直销业的制高点，而且至今发展仍然强劲。安利已不再是纯美国式的现象，该公司在全球80多个国家开展生意，并且在亚太区、东欧、拉美等地新兴市场以惊人的速度发展。

抛开它戏剧化的成功不谈，安利对普通大众来说，多少有些神秘。安利这个名字已经家喻户晓。然而，尽管人们熟知这个名字，绝大多数人却并不了解这个公司由什么人经营、运作方式是什么。形成这种局面的原因之一是，安利发展得太快，从生意概念上说，它是一桩“前进中的事业”，20年前的原则到今天可能已不再适用。

另一个原因是，同一个安利生意，却有着很多种不同的运作方式，因地域文化和各地领导力而异。不同的领导者往往依自己的观念，对安利事业进行再创造，这是安利生意与生俱来的特点。它允许各位经营者以自己的方式进行发挥，有的人做得好些，有的人做得差些。

对普通大众来说，这是令人困惑的。在20世纪90年代这个讲究复制的生意环境中，每家麦当劳快餐店的外观和经营方式，都与其它麦当劳分店差不多，每家希尔顿饭店也与其它希尔顿饭店近乎相同。在这个疯狂连锁的时代里，人们理所当然地认为他们去年在日本横滨见到的安利事业与今年在美国科科莫见到的完全相同，像麦当劳和希尔顿那样，卖一样的汉堡包，提供相同的房间。但安利是一桩比这复杂和微妙得多的事业。你看到一种经营方式，并不算是看到了全部。

许多人在新闻媒体上对安利进行分析，关于安利的书籍、文章、电视报道连篇累牍。有成打的作家试图分析这桩不寻常的事业，但没有一个人能比获奖作家查尔斯·保罗·康恩更精辟地讲出安利的要旨——或者说，在生意上取得更大成功。

1975年，安利公司创始人理查·狄维士邀请他合写一本书，出于这一机缘，康恩“发现”了安利。那本名为《相信！》的书发行后立即受到欢迎。此后康恩为《星期六晨邮报》写了一篇关于狄维士的头版文章，并在1977年写了一本关于安利的书，名为《梦想成真》，发行后造成了国际性的影响。它打入《时代周刊》的前十位畅销书排行榜，并连续居《纽约时报》畅销书排行榜首三个月之久。美国出版界杂志《出版商周刊》将它评为1977年全美第七大畅销书。它被译成多种文字，迄今为止它已印行了超过一千万册，是美国出版史上最为畅销的公司传记类书籍。

《梦想成真》成功之后，康恩被公认为全美国对安利及其独特的企业文化了解最深的专家。随后几年，他写了一系列关于安利的书，每一本都是畅销书。他还数十次参与广播和电视直播节目，并

受到美国有线电视新闻网著名的名人专访主持人拉里·金和《纽约时报》的采访。

康恩在书籍和访谈中对安利的介绍，是20世纪70年代末、80年代初安利公司逐渐为全美国所熟知的重要原因之一。康恩远在其它媒体之前认识到，这家年轻公司是市场中的一支重要力量，并在关键时刻对公众观念进行了积极引导，这使他获得了崇高的声望。

由于经常被要求对安利进行分析和解释，康恩决定与安利公司保持一定距离，以维持其客观性。他从未担任过安利公司的职员或经销商，这种做法使他在与公众讨论安利时获得了广泛的赞誉。

1986年，康恩从自由作家生涯中隐退，接受了其母校——田纳西州一家自由艺术学院——李氏学院校长的职位。在担任校长的十年间至今，他拒绝写任何关于直销的书。

1996年，康恩重拾安利这个艰难的主题，因为安利继续激发着他以及全球公众的兴趣。他解释说：“今天已是新的一天，安利也成为新的安利。又到了写出安利是什么以及不是什么的时候了。”本书就是那段时间的作品，它以康恩以前描述安利公司发展史的书为基础，着重讲述安利经销商中特定的一个组织，以说明安利生意是如何运作的。

康恩以他独特的风格——清楚、令人难忘，从不扭曲事实——讲述了一个迷人的故事。他把人物和事实摆出来，让它们自己说话。我们相信，将会有一群新的读者，像从前的百万读者那样喜欢他讲述安利其他故事的这种方式。

目录

英文版出版者序	1
第一章 伙伴 Partners	1
第二章 今日安利 Amway Today	14
第三章 神话与误解 Myths and Misconceptions	18
第四章 特别的事业 A Customized Business	23
第五章 德士特·耶格 A Man Named Dexter	29
第六章 泊蒂 Birdie	35
第七章 失业 Beyond Sears	38
第八章 画圈儿 Yager Sees the Circles	43
第九章 系统原则 Creating a System	49
第十章 命运之线 A Slender Thread	57

第十一章	抓紧梦想 Hold Fast to Dreams	64
第十二章	痛苦面前的选择 Bitter or Better	72
第十三章	梦想 Dreams	79
第十四章	比尔·奇尔德斯 The Man from Hildebrand	87
第十五章	趋势 Trends	93
第十六章	奋斗 Struggles	100
第十七章	永不言败 Refuse to Lose	106
第十八章	孩子们眼中的安利 The Eyes of a Child	112
第十九章	梦想家的乐园 A Gallery of Dreamers	118
结束语		143

第一章

Partners

伙伴

安利事业始于两个少年的握手之约，那时杰·温安洛和理查·狄维士是大急流市教会学校的学生。狄维士14岁，没有汽车。他厌恶了天天坐校车上学，注意到了16岁的温安洛：他有车，每天自己开车上学。

狄维士问温安洛：如果我每个星期付你25美分的汽油费，你可否每天捎我上学？温安洛觉得合算，这桩交易达成了。这时正是1940年。

1940年，这一年离九十年代如此遥远，以至于听起来像是另一个世界。

1940年，阿道夫·希特勒的德军入侵荷兰、比利时和法国，装甲坦克横扫巴黎。也是在这一年，《乱世佳人》获得了8项奥斯卡奖，电影院前等待观看的人们排成长龙。这一年，人类发明了直升飞机，第一次试飞持续了15分钟。这一年，尼龙袜首次上市，每座大城市里妇女们如潮水般涌向服装店，虽然规定每位顾客限购两

双，纽约市全部72000双袜子，仍于8小时内即告售罄。这一年富兰克林·罗斯福经过一场激烈辩论，击败共和党的温德尔·威尔基，前无古人地第三次当选美国总统。

1940年，汽油价格为每加仑10美分；旧金山新的胜景金门大桥刚刚建成；电视机还是实验室里的梦想；乔·路易斯正处在他的全盛时期，作为世界重量级拳击赛冠军，无敌于拳坛。

1940年，密歇根州大急流市教会高中的一个严肃少年温安洛，有了自己的第一辆汽车。他住在大急流市一个荷兰社区，有好几年，他都得大老远从城市南部骑车去上学，因为他必须上这所基督教学校。但是在大急流市，冬天骑车是十分困难的。后来温安洛的家搬到城市北部，离学校更远了，父亲就为他买了一辆老福特A型车。

这时狄维士参与了进来。温安洛回忆说：“我那时并不认识他，但不知为什么，我觉得我认识他，而且被他所吸引。”狄维士提议说：“你出汽车，我出油钱。”这对两个孩子来说，都是一桩好买卖：狄维士从此可免除每天坐校车的苦恼，而温安洛有了个伙伴。

那天他们达成的这桩交易，确实是桩好买卖。半个世纪以后，温安洛和狄维士仍在并肩前进，但不是开着一辆老福特车，而是作为安利公司的共同创始人。

安利是美国最吸引人的公司之一，而且是现代经济史上关于伙伴与成功的最有意义的故事之一。自1940年以来，第二次世界大战、朝鲜战争、越南战争都打完了，十一位不同的总统先后入主白宫，《乱世佳人》去而复来，尼龙袜子已经让位于长筒袜。

但也有一些事情在时光流逝中坚持了下来。金门桥依然耸立，直升飞机和电视机仍在工作，狄维士和温安洛也坚持了下来——不仅仅是坚持，而是成功；不是单独的，而是两人合作。这两个伙伴以一种只有自己理解的微妙、和谐的沟通，共同创立了世界最大的私人公司之一，约束他们的仅仅是握手和君子协定。对两个每天早上同驾一辆福特A型车去上学的十几岁孩子，没有人想到会有今天。

狄维士喜欢说，人们一生很少作重大决策，常是一连串微不足道的决定，将他们带往今后要走的人生道路。

他与温安洛多年来的合作，正是他观点的最好例证。从同车上学第一个协议开始，他们的友谊逐渐增长，最后发展成为一种极其重要的合作关系，直接影响到数百万人和每年数十亿美元的生意（译者注：到2011年财年为止，安利全球最新业绩已经超过100亿美元，并继续强劲增长）。从某种意义上说，在环境和共同兴趣的交织下，两人已密不可分。他们是生意伙伴的最佳范例，这很大程度上得益于他们罕见的互补——他们各自的能力和爱好惊人地啮合，臻于完美。重要的是，要记住，他们并不是由电脑依互补原则挑选出来的。他们当初并无此先见之明，要成为生意梦幻组合，虽然后来事实如此。那时他们只是两个喜欢待在一起的孩子。温安洛说：“理查和我是因为相互喜欢才走到一起的。我们仅仅是因为相互喜欢才成为伙伴，我们喜欢在一起。”

美国被卷入二战之后，狄维士和温安洛都参了军，两人均在空军服役直至战争结束。在军旅生涯里，他们一直保持联系，有一次，两人刚好同时探亲结束，返回部队，那时他们第一次认真谈到要在战争结束后共同做生意。

那是一个星期天的晚上，次日两人就要返回部队了。他们深夜未眠，谈论着未来，答应要一起创办“某种事业”。

这“某种事业”以“狼獾”（译者注：狼獾为密歇根州别名）飞行服务公司的形式出现，它是一家设在大急流市附近的飞行学校兼飞行执照服务公司。温安洛早狄维士几个月从空军退役，因而在创办这项事业中起了头。当时还远在海外的狄维士写信，让父亲给温安洛700美元——他的全部存款——作为这项事业一半的启动资金。

狄维士回到大急流市的时候，飞行学校快要开张了。狄维士回忆说：“我们遇到了麻烦。在雇佣了飞行教师、顾客也开始登记后，才发现机场跑道没修好，还只是铺满泥泞的大路。我们急中生智：机场边有一条小河，我们买了一些浮坞，让那架‘小笛手’在水上起飞和降落。本来的办公室应设在这条小跑道边，但学校开张时办公室还未建好。杰就从公路边的农人那里买了一个鸡棚，拖到跑道边，粉刷白了，挂起一个神气的牌子：狼獾飞行服务公司正式营业。”

事情一件接着一件地来。两个伙伴显然认为从事飞行生意的空闲太多，就用在跑道旁边建的一间预制房屋，开了一家汉堡店。它有一间一人操作的厨房，周围有空地可供停车，这算是后来“停车吃饭”的大急流市早期版本。汉堡店开张的那天，电力公司告诉他们不能按计划供电，两个开餐馆的新手租了一台可移动的发电机，总算如期开张。分工非常简单：狄维士烤汉堡、温安洛安排停车，或者颠倒过来，反正效果差不多。两人回忆起开餐馆的这段经历时，都显然没什么热情。

两年以后，他们把公司卖掉了，赚了一笔钱。为了奖励自己的辛勤工作，两人决定到海上去冒险，结果这趟旅行所冒的险，比计划的还多。

他们凑钱买了一条38英尺（大约11.6米）的旧帆船“伊丽莎白”号，1948年12月从辛辛那提的诺沃克出发，开始为期一年的大西洋之旅。他们计划沿美国东海岸航行，通过加勒比海，最后到达南美洲海岸。他们打算在旅程开始之后，再学习如何航海，因为两人谁也没有驾船的经验。

温安洛和狄维士学得很快。几周之后，他们驾船和导航的技术都已不错。但倒霉的是，在他们终于学会怎么做的时候，伊丽莎白号开始漏水了。次年三月一个漆黑的夜晚，他们从哈瓦那驶往海地时，这条漏水的旧船宣告寿终正寝，沉到离古巴北部海岸十英里处450米深的大海里。一艘美国货船救起了两人，几天后他们在波多黎各的圣胡安下了船。

两人都发誓说，这决不能使他们回头。他们回到家里，让父母确知自己平安无虞，并就这条倒霉的船取得了保险赔偿，然后又出发了。他们在各岛之间穿行了五个月，到达了南美洲中部，最后在假期结束时返回大急流市。

回到家来，两个年轻人又有了新的渴望。这回他们渴望的不是冒险，而是成功——切实、持久的成功。从南美返回家乡的当月，他们开始了共同的事业，这次的事业将持续一生。

一位远房亲戚的来访，促使狄维士和温安洛开始了这桩新事业。这位亲戚是温安洛的表兄，一位叫内尔·马斯坎特的五十来岁的荷兰移民。内尔住在芝加哥，他打电话告诉表弟杰说，他开始了

一桩新生意，问他是否可开车到大急流市来与杰谈谈。

那是1949年8月，两个朋友刚从南美回来，打算安定下来做点事，这个建议来得正是时候。“当然好，干吗不呢？”他们这样回答。无论他说什么，听听都没有坏处。

那天晚上，他们一直谈到凌晨两点。那位来访者告辞时，杰·温安洛和理查·狄维士的名字已填在一张申请表的最下面。他们现在成了纽崔莱系列营养品的经销商。

纽崔莱是一家加州的直销公司。直销就是指该公司的产品由独立经销商来销售，直接将产品卖给客户。

直销可能不是这两个伙伴所要寻找的，但纽崔莱的生意计划被阐述清楚之后，听起来是挺容易的。马斯坎特给他们看了他的成员表，上面的人数极其庞大。这意味着既然他一个带有浓重荷兰口音的中年移民，能在这桩事业里赚到大钱，他们一定也能。于是他们就加入了。产品是盒装纽崔莱营养补充胶囊，一个月分量的价格是19.50美元。第二天，他们就把产品卖给了第一位顾客。

狄维士回忆说：“那是一位在附近的湖上卖酒和蔬菜的老人。我们希望他买一盒，他就真买了，纯粹是因为喜欢我们的缘故。我们做成这第一桩生意之后，整整两个星期都再没有什么成绩。”

纽崔莱生意非常简单。经销商给朋友或邻居看一份讲述营养品作用的手册《如何保持健康》，或约定时间做一次单独讲解。如果经销商能说服对方接受这种营养品，他就成为客户，每月购买一盒纽崔莱营养片。当时公司规定，经销商须向25位客户售出产品，才有资格培训新经销商。

温安洛和狄维士工作十分努力，他们的生意发展得飞快。几个

月内，他们就建成了纽崔莱最成功的经销商系统。

但事情并非一帆风顺。他俩招募新经销商的第一次公开会议，在大急流市机场一家小饭馆地下室里举行。两人在报纸上做了一次广告，预计会有100人参加，结果却只来了8个人。这8个人是一起来的，他们径自走到前排，坐下。杰致了简短的欢迎词，放了一段有关营养的电影，理查讲了结束语，邀请“所有有兴趣的人”来谈谈这项生意。8个人全都站了起来，径自走了出去。他们没打招呼，没道再见，没有说轻蔑的话，也没有骂人，只是走了出去。

五分钟后，两个伙伴闷闷不乐地收拾放映机和销售材料，这时，那8个人中有一个走回来。他说：“我太太要我回来向你们解释一下。我们都已经是纽崔莱事业的成员了，来这里只是看看你们小青年都在做些什么。”说完他就走了，两个伙伴被打击得越发厉害。他们还不知道大急流市还有人也在卖纽崔莱营养品，便开始怀疑这个城市是否还有他们开拓这项事业的空间。

当然也有愉快的日子。这两个年轻人开始从繁琐的常规工作中脱身，建立自己的领导力，扩大联系范围。他们在大急流市东区开了一个小小的办事处，开始有新人加入，而且要在这个事业里发展。其中有一位从俄亥俄州阿克伦来的理发师，叫弗雷德·汉森，建立起了庞大的经销商队伍。

汉森的遗孀贝尼丝回忆起早年的那些日子说：“我们那时到大急流市做客。准备返回时，弗雷德听说了一个新生意，就去参加了一个会议，听到底是怎么回事。他回来之后我问怎么样，他说，是‘挨门挨户销售药丸子’，这听起来挺讨厌的。但一个月后，他对这项事业有了新的了解，就加入了。我们住在阿克伦，理查从大

急流市一路开着一辆旧车来到这里——整整325英里。共有五对夫妇来听他讲。我做了一个咖啡蛋糕，把孩子们打发到楼上，理查主持了会议。那天晚上，五对夫妇都加入了。理查离开前，还提醒我说，我做那个咖啡蛋糕花的钱是可以免税的！”那时是1950年6月。

温安洛和狄维士朝气蓬勃，勇于进取。事业增添动力之后，两人更加努力。像牛奶车司机乔·维克多等人，很快就建立了庞大的经销体系，给别人作出激励的榜样。从早先那些日子过来的一位经销商谈到，有一个月，他的销售成绩略有下降，他感到很忧虑，就给狄维士写信，抱怨他下面的经销商们都不好好干活。

狄维士回信说：“你自己更刻苦地工作，就会树立一个更好的榜样。”两个年轻的企业家极少接受经销商们的借口，对自己也是高标准严要求。

狄维士回忆说：“我记得有一天晚上，在密歇根州兰辛，杰和我举办一个大型销售会议。那天本来是非常成功的！我们在广播和报纸上大做广告，整整一天都在与人谈话，分发手册，准备开一个大型会议。开会的礼堂足可容纳两百人，那晚上竟然只有两个听众到场！你有在一个有两百个座位的屋子里，给两个人讲生意计划的经历吗？而且你仅有的两个听众不得不在半夜两点开车回家，因为你连请他们住汽车旅馆的钱都付不起。在这种情况下，你所能做的要么是放弃，要么是坚持。我们坚持下来了。”

很不走运，由于发生内讧，纽崔莱在全国的生意开始走下坡路了。事实上，是两家公司共同经营着这项事业：做产品的纽崔莱产品公司，和管理经销商体系的迈廷格—卡瑟伯利公司。两家公司友好合作了许多年，后来在许多问题上开始有歧见。争端逐渐升级，

最终演化为全国性的内讧。

狄维士和温安洛认为，纽崔莱事业的状况太不稳定，不足以依靠。无论做不做纽崔莱，他们俩已有了自己的经销商群体，其中许多人辞掉了工作，全职发展这项事业，他们俩必须对这些人负责。如果纽崔莱事业不足以让温安洛和狄维士领导这个群体健康发展，他们俩就有责任从头开始，指引道路。1958年夏天，在密歇根州莎勒沃伊，两人召集他们的主要经销商开了一个会议，在会上，他们宣布：我们将开发自己的产品线。我们会继续销售纽崔莱产品，但不能只依靠这一家公司为我们的经销商体系供应产品。我们必须开始自己的道路。

解释完这些之后，两人给小组成员一个选择机会：与他俩合作，或是仍然只做纽崔莱事业。与会的所有经销商领导人如出一心，选择了与狄维士和温安洛合作开始新事业。

此次会议切断了这个组织对纽崔莱的依赖和束缚。几个月后，1959年初，狄维士和温安洛在密歇根州亚达城，也就是杰家中地下室的办公室里，正式宣告安利公司成立。这是一个大胆、充满希望的开始，一次孤注一掷的赌博：他们将建立起一个庞大而稳定的组织。今天，每个人都能看出这是一项大事业的开始，当年却没有人能如此肯定。

这项事业的最大挑战，是如何开发产品线。他们尝试了几种家居用品，相信最适合直销经营的产品，应该是日用消耗品——肥皂、清洁剂以及家居和个人护理用品。接下来的几年，他们不时地附带卖一些高价产品（甚至包括用以躲避辐射性微尘的掩护所），来验证自己的看法。所有的试验结果都证明，他们最初的想法是正