

全球权威财经杂志《财富》

FORTUNE
评述

全球500强

◎ 孙剑峰 张伟 / 编

21世纪企业管理者的范本读物

跨世纪管理精品

中国对外翻译出版公司

★ 企业管理技巧指南
★ 经营策略建议

评述全球 500 强

孙剑峰 张 伟 编

中国对外翻译出版公司

1999

图书在版编目(CIP)数据

评述全球 500 强/孙剑峰,张伟编。—北京:中国对外翻译出版公司,1999.10

ISBN 7—5001—0647—5

I. 全… II. ①孙…②张… III. 企业管理—经验—世界 IV. F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 62812 号

评述全球 500 强

出版发行/中国对外翻译出版公司

地 址/北京市西城区太平桥大街 4 号

电 话/010—66168196

邮政编码/100810

责任编辑/祁学恩

责任校对/杨仲

印 刷/北京平谷大华山印刷厂

经 销/新华书店北京发行所

规 格/850×1168 毫米 1/32

印 张/12

字 数/300 千字

版 次/1999 年 10 月第 1 版

印 次/1999 年 10 月第 1 次印刷

印 数/1—5000

ISBN 7—5001—0647—5/F·64 定价:19.80 元

序 言

1999年9月27—29日全球财富论坛在上海举行,《财富》杂志评出的“世界500强”中,有400位企业总裁出席论坛,可谓盛况空前,江泽民主席题词预祝论坛年会圆满成功。

“《财富》全球论坛”是由美国时代华纳集团所属的《财富》杂志主办。这一杂志每年评选全球的500家最大企业。该排行榜已为世界众多的跨国公司以及商界人士所认可,在同行业中具有较高的权威性。自1995年以来,《财富》杂志邀请列入当年500强的全球大公司的总裁、首席执行官以及政界、学界著名人士,举办“《财富》全球论坛”,探讨全球企业界所面临的共同问题。这项活动在全球企业界具有很大的影响。

据时代华纳集团介绍,将本世界最后一次“《财富》全球论坛”选择在上海举行,是因为在即将来临的新世纪里,中国将在世界经济格局中占据重要地位。这次会议的主题是“中国——未来50年”。全球最大企业的领导人和中国政府的官员、企业界人士将被邀请在上海共同探讨未来中国的发展及对世界的影响,并且寻求合作机会。这是世界企业界所瞩目的一次盛会。

今天编者收集的22家公司是从美国《财富》杂志所公布的世界500强企业精选出来的,目的就在于把那些盛名卓著、实力强劲的世界级跨国公司,尤其是那些在中国投资的企业,它们的企业文化、发展历程、经营业绩、管理理念、品牌产品、在华发展规划作了简单的介绍。22位富翁的奋斗历史,他们在奋斗过程中遇到的挫折与困难、成功与机遇,以及他们

取得成功的一些共同的经验，希望能够成为中国无数盼望成功的人士借鉴！

1. 信用与效率

信用和效率是商人的精神，也是任何人成功的秘诀。这两点在《财富》杂志记载的众多成功人士中体现的尤为突出。信用和效率是每一个中国商人所熟知的，但也是目前最缺乏的。

2. 创新与冒险

著名的奔驰汽车公司老板的办公桌上，放着一架巨大的恐龙骨架模型，他的座右铭是“历史上充满了不会适应的庞然大物。”不创新就意味着死亡。无数雄辩的事实证明，企业家精神的核心就是——创新与冒险。

3. 对财富永无止境的追求

追求财富是每一个人的本性，只不过是大多数人不愿意付出追求财富所需的代价罢了。大企业家们拼命地赚钱，拼命地消费，成了社会经济发展的最大动力。

4. 超越竞争

有这样一则故事，说有两个孩子，去森林玩。正在高兴之际，突然发现远处有一只大狗熊正向他们这儿冲来。其中一个孩子说，我们应该开始逃跑了。另一个孩子却不慌不忙地开始穿跑鞋。第一个孩子疑惑不解地问：“你觉得你跑得比狗熊快吗？”穿鞋的孩子头也不抬地答道：“我跑得比不上狗熊快，可我只要跑过你就行了。”这就是竞争。若想生存就必须竞争，若想发展就必须超越竞争。

5. 永远保持乐观

在人的一生中，尤其在开创事业的过程中，不可能不遇上挫折和困难，在这种时候，最主要的就是要永远保持乐观的情绪。只有乐观，才能超越困难和挫折；只有乐观，才能在困境

中保持冷静、清醒的头脑，在危机中寻找成功的良机。

6. 人格比金钱更重要

人格比金钱更重要，这是许多成功人士的做人之道，也是他们做事业之道，是他们成功的秘诀。正如中国的一句老话所说的：“君子爱财，取之有道”。

7. 伦理与法律

道德与伦理，这是每一个社会成员对社会利益的一种必要顾及，也是每个社会成员必须遵守的行为准则和规范。而法律则是资本家成熟和发展的武器。当一个国家的一切都走上法律的轨道时，那这个国家一定会充满生机。既遵纪守法又钻法律的空子，这是关于财富的悖论。

8. 博爱与慈善

1997年10月份，美国著名资本家 CNN 的大老板特德·特纳做出一个令全世界感到震惊的举动，他豪迈地宣布，他将向联合国捐款 10 亿美元。这就是资本家崇尚博爱与慈善的一个有力佐证。世界上许多大资本家都是大慈善家。正如世界首富威廉·盖茨所言：“当您达到一定的富裕程度，金钱就不再真的有多重要了。它已不能使您吃得更好，旅行得更好，或者驾上一辆更豪华的车。我已经说过，有一天我要放慢我的工作节奏，我要把我所有的财富的 95% 捐给慈善事业，因为不管我日后会有几个孩子，我都无意把全部财产都留给我的家庭。无论我将来能积累多少财富，我到时候一定会找到一个最佳办法，让别人都能从中受益。但是，我们还没到那一步。眼下我想，我个人对世界的最大贡献就是做好我的工作。”

9. 奴才与人才

许多企业家喜欢奴才，不喜欢人才，这是他们失败的主要原因。“慧眼识人”，“任人唯贤”，这是一件说起来容易做起来

难的事。但成功的人士、尤其是创业的人士，必须认识到自己的优势和劣势，充分发挥自己的优势，在自己不能胜任的时候，勇于承认自己的不足，聘请能力更强、更能胜任该工作的人才。只有这样，才能保证自己辛苦创立的公司顺利成长。

10. 知识代替资本

著名犹太未来学家托夫勒指出，正在到来的新纪元，不论现在多么混乱和无序，其中一个最显著的特征就是知识的急剧膨胀。知识代替资本，这是 21 世纪中国经济腾飞的大趋势。100 年前的富翁们也许没有几个上过正规的大学，但是在 21 世纪即将到来的今天，无论是中途退学的比尔·盖茨、杨致远，还是英特尔的葛洛夫，没有一个没有经受过正规的教育。所以说，在 21 世纪这个知识即将代替资本的世纪，教育和知识是成功的必备条件。

由于编者水平有限，资料收集不甚完全，书中错漏在所难免，希望读者不吝批评指正！

编 者

1999 年 9 月于北京

目 录

1999 年《财富》全球 500 强企业排行榜	(1)
第 1 章 蓝色巨人 IBM	(23)
沃森创造的称霸世界的蓝色巨人， 企业卓越管理和先进技术的典范， 新形势下面临的困难与危机， 解危救难的勇士郭士纳， 这就是 IBM 的百年历史和曲折故事。	
第一节 艰难创业	(23)
第二节 披荆斩棘，全美称雄	(28)
第三节 内部改革与调整	(34)
第 2 章 比尔·盖茨和绿色巨人微软	(45)
微软是如何达到其统治地位的？ 微软是如何保持其统治地位的？ 微软计划如何扩大其统治地位？ 请看比尔·盖茨和巨人微软的故事。	
第一节 传奇英雄比尔·盖茨	(46)
第二节 创立微软	(48)
第三节 绿色巨人的软件革命	(53)
第四节 微软在中国	(60)
第 3 章 赤脚金童杨致远和雅虎	(67)
一个戴着高度近视眼镜，其貌不扬的毛头小伙子； 一个普通的博士学位攻读者； 一个日夜在国际互联网上搜索各种资料的网虫；	

一夜间，成了拥有上亿美元的富豪。

这就是年仅 28 岁的台湾移民（华裔美籍）杨致远在两年前创造的神话。

第一节 华人中的比尔·盖茨····· (67)

第二节 以崭新的模式进入商界····· (74)

第三节 硅谷新星····· (78)

第 4 章 奔腾的“芯”英特尔传奇····· (87)

在当今的世界中，谁能说没有听说过英特尔？

谁能说忘得了那句著名的“Intel Inside”？

永远创业、永远奋进，

这就是脍炙人口的英特尔传奇。

第一节 独立创业····· (87)

第二节 进军个人电脑市场····· (93)

第三节 新总裁，新气象····· (98)

第 5 章 一呼天下应的摩托罗拉····· (103)

20 年代从蓄电池开始进行创业，

把收音机装进汽车中，开创新产业，

研制出新款手机，进军半导体产品市场，

90 年代面临重大经营失误，

新领导人研究新的竞争对策，

这就是摩托罗拉 80 年的故事。

第一节 曲折的创业历程····· (103)

第二节 90 年代的严重失误····· (109)

第三节 改变策略，再创辉煌····· (115)

第四节 摩托罗拉在中国····· (117)

第 6 章 惠普之道····· (123)

以科技进步促进公司发展，

以尊重员工为管理原则，
以优异产品回报社会为发展方向，
这就是惠普，最受仰慕的美国公司之一。

第一节	惠普在成长	(124)
第二节	惠普创办人	(129)
第三节	惠普之道	(133)
第7章	威尔森和施乐复印机	(141)
	认准被无数厂商拒绝的新技术， 以科技专利确保技术的领先性和独占性， 以租赁方式促进复印机市场的培育和发展， 从生产相纸的小厂商到开创一个全新的产业， 这就是在威尔森领导下的施乐公司成长的历程。	
第一节	出人意料的成功	(143)
第二节	保持领先的秘诀	(151)
第三节	多元化经营不利	(154)
第8章	美利欧和美林证券轶事	(159)
	专科没有毕业，就开始在华尔街讨生活， 将证券变为普及化的商品， 独特的理念：让华尔街深入大众， 开拓以分期付款的方式购买股票的先河， 这就是让千百万美国人感恩戴德的美利欧。	
第一节	现代化的美林证券	(160)
第二节	美利欧和美林证券的故事	(161)
第三节	让华尔街深入大众	(168)
第9章	金融大亨摩根	(173)
	金融世家中成就最大的新一代传人， 在金融危机中拯救整个国家，	

并帮助建立了美国中央金融机构，
这就是摩根，美国经济危机时的中流砥柱。

- 第一节 摩根的业绩——建立联邦准备制度…………… (174)
- 第二节 1907年10月的美国金融危机…………… (176)
- 第四节 摩根扛钱来救…………… (179)
- 第10章 克拉克和保守的美国运通公司…………… (185)**
改变无数人的付款方式，
创造一个无现金的社会，
保持充足现金，确保消费者对公司的信赖，
让持卡交易成为一种身份的象征，
这就是克拉克领导下的美国运通公司。
- 第一节 运通的成功…………… (186)
- 第二节 运通简史…………… (189)
- 第三节 推出信用卡业务…………… (192)
- 第11章 汽车大王亨利·福特…………… (199)**
因为酷爱发明而被人称为“疯子亨利”，
坚持“为大众生产汽车”的经营哲学，
用福特T型车改变美国人的生活方式，
这就是亨利·福特，无人不知的车王。
- 第一节 最后一辆T型车…………… (200)
- 第二节 福特和他的汽车装配线…………… (201)
- 第三节 为大众生产汽车…………… (204)
- 第四节 福特公司经营出现问题…………… (208)
- 第12章 谷底复出的哈雷摩托车…………… (211)**
永不驯服，时髦、粗犷、彪悍，
吸引穿皮衣的叛逆青年，
有坏男孩的味道，

曾经沉迷但又很快崛起，
这就是哈雷摩托车。

第一节	重型摩托车的迷思	(213)
第二节	哈雷从谷底复出	(214)
第三节	重塑哈雷形象	(218)
第 13 章	石油大王洛克斐勒	(223)
	从节俭的小职员成长为恶名昭彰的大托拉斯之父， 控制全美国的石油输送管道，石油业的沙皇， 设立声誉卓著的慈善基金会， 这就是“令人讨厌的”美国巨富：洛克斐勒	
第一节	解散标准石油公司	(224)
第二节	勤俭的洛克斐勒	(226)
第三节	逐步扩大的企业	(227)
第四节	成立大拖拉斯	(231)
第 14 章	建立全国广播网的大梦想家——沙诺夫	(237)
	5 岁时随父亲前往美国的犹太移民， 从办公室小弟作到 RCA 的总裁， 扶植 20 世纪最主要的大众传媒——电视， 这就是既有远见、又有决心的 RCA 领袖——沙诺夫	
第一节	从犹太小移民到拯救泰坦尼克号	(238)
第二节	从小不点 RCA 到 NBC	(240)
第三节	电视——新艺术的诞生	(244)
第 15 章	微波电信公司的麦高文	(249)
	挑战强大的电讯巨头 AT&T， 依靠政府、科技和麦高文的耐心， MCI 打破美国电信行业的垄断局面， 成长为美国电讯行业的排头兵。	

第一节	向 AT&T 宣战	(250)
第二节	MCI 的故事	(251)
第三节	MCI 的成功秘诀	(254)
第四节	挽救 MCI	(258)
第 16 章	约翰逊与他的黑人杂志	(261)
	依靠贷款创办起第一份黑人杂志，	
	看准黑人购买潜力，定位黑人市场，	
	展示黑人生活，发扬黑人成就，	
	这就是约翰逊从黑奴到黑人企业家的坎坷道路。	
第一节	从办公室小弟到董事长	(262)
第二节	黑人的儿子约翰逊	(265)
第三节	招揽白人广告	(270)
第 17 章	奥格威和奥美广告	(277)
	放弃牛津学业，进军美国广告，	
	以科学方法调查和评估大众意见，	
	以统计数据决定广告内容和画面，	
	树立品牌形象，以事实为广告卖点，	
	这就是广告界的哲学家奥格威。	
第一节	奥格威和奥美广告公司	(277)
第二节	奥格威的创新广告策略	
 (283) 第三节 奥美的全球扩张	
 (288)	
第 18 章	沃尔顿与沃尔玛商场	(293)
	一个最普通的人创立了最普通的事业，	
	尊重每一位客人，尊重每一位员工，	
	在混乱中寻找秩序，	

在平凡中追求不平凡的沃尔顿，
和他创建的遍布全美的沃尔玛商场。

第一节 沃尔顿和沃尔玛商场…………… (293)

第二节 从沃尔顿廉价商店开始…………… (298)

第三节 沃尔顿的经营秘诀…………… (303)

第 19 章 沃特·迪斯尼的娱乐王国…………… (311)

他创造了全世界最大牌的明星米老鼠，
他建立了世界上所有孩子都向往的迪斯尼乐园，
他开创了一个全新的商业领域，
这就是和米老鼠同样著名的沃特·迪斯尼

第一节 米老鼠之父——沃特·迪斯尼…………… (312)

第二节 开拓全新的动画产业…………… (317)

第三节 进入奇幻王国：迪斯尼乐园…………… (323)

第 20 章 永远的可口可乐。…………… (327)

偶然的失误引发出新发现，
战火洗礼造就出全新产业，
随美国军队进驻全球各地，
传播着百年旧口味，和百年美国文化，
这就是风靡全球的可口可乐

第一节 神奇药水…………… (328)

第二节 百年风云…………… (334)

第三节 扑向亚洲…………… (339)

第 21 章 无所不在的麦当劳…………… (343)

52 岁才开始创业，
将汉堡放进标准生产线，
让全世界的人吃到味道完全一样的汉堡和奶昔，
并在无意间创造了美国文化的新代表，

这就是的麦当劳的创业者——克罗克。

第一节	克罗克与麦当劳	(344)
第二节	克罗克的理财之道	(349)
第三节	麦当劳成功的经验	(354)
第 22 章	玛丽·凯和化妆品直销	(357)

胸前佩戴着大黄蜂形状的钻石别针，
45岁开创自己的化妆品直销事业，
依靠鼓励和物质奖励提升妇女的自尊与自信，
这就是发动女性经济解放运动的玛丽·凯。

第一节	会飞的黄蜂	(357)
第二节	大黄蜂展翅高飞	(363)
第三节	玛丽·凯的成功秘诀	(367)

1999 年《财富》全球 500 企业排行榜

全球 500 强 排序	公司名称	营业收入 (百万美元)
1	通用汽车公司	161,315.0
2	戴姆勒-克莱斯勒公司	154,615.0
3	福特汽车公司	144,416.0
4	沃尔-马特百货公司	139,208.0
5	三井公司	109,372.9
6	伊腾忠商社	108,749.1
7	三菱公司	107,184.4
8	埃克森公司	100,697.0
9	通用电气公司	100,469.0
10	丰田汽车公司	99,740.1
11	皇家荷兰壳牌集团	93,692.0
12	MARRUBENI 公司	93,568.6
13	住友公司	89,020.7
14	IBM 公司	81,667.0
15	AXA 公司	78,729.3
16	花旗集团	76,431.0
17	大众汽车公司	76,306.6
18	日本电报电话公司	76,118.7
19	BP 阿莫科公司	68,304.0
20	日胜公司	67,741.7
21	日本人寿保险公司	66,299.6

全球 500 强 排序	公司名称	营业收入 (百万美元)
22	西门子公司	66,037.8
23	安联保险集团	64,874.7
24	日立公司	62,409.9
25	美国邮政服务公司	60,072.0
26	松下电器产业公司	59,771.4
27	菲利普·莫里斯公司	57,813.0
28	ING 集团公司	56,468.7
29	波音公司	56,154.0
30	美国电报电话公司	53,588.0
31	索尼公司	53,156.7
32	城市持股公司	52,126.4
33	日产汽车公司	51,477.7
34	菲亚特公司	50,998.0
35	美洲银行公司	50,777.0
36	雀巢公司	49,504.1
37	瑞士信贷公司	49,143.3
38	本田汽车公司	48,747.7
39	通用保险股份有限公司	48,478.1
40	莫比尔公司	47,678.0
41	惠普公司	47,061.0
42	德意志银行	45,165.0
43	联合利华公司	44,908.0
44	国家农场保险公司	44,620.9
45	台市互助人寿保险公司	44,485.6
46	费田集团公司	43,407.5