



世界名家经营诀窍

主 编 赵善笃 李永秀

国防大学出版社

前 言

由于从事企业主管部门的领导工作，深感在激烈的市场竞争中，一个企业成功与否，关键是培养造就经营者。因此也更多地注意研究和总结中外名家经营的成功之道。名家经营之所以成功，在于他们来自常人又超出常人，他们具有百折不挠的毅力、灵活机敏的头脑，运筹帷幄的谋略，善于经营的诀窍。

随着改革开放，市场经济的意识已经日益广泛地深入人心，这是中华民族的巨大进步，是自立于世界先进民族之林的伟大希望。过去人们认为知识就是力量，世界新的教育观念提出，掌握方法比掌握知识更重要。学习借鉴世界名家经营的经验和诀窍，是到达成功的彼岸的舟船，是辅佐事业成功的助推器。古语说：“有志者事竟成”，“人皆可以为尧舜”。只要我们善于学习、善于借鉴，研究总结，举一反三，不断创新，敢为人先，都可以大显身手于市场经济，纵横驰骋于国际竞争，成为发财致富的成功者，当代商战的佼佼者。

本书荟萃了 200 余例中外世界经营名家的成功诀窍，全书分五个部分：（一）经营奇才，（二）管理诀窍，（三）领导艺术，（四）用人之道，（五）销售艺术。其中经营奇才，高瞻远瞩；管理诀窍，各具特色；战略策略，深谋远虑；奇谋绝招，思维独特；商战经验，丰富多采；人生价值，超凡绝伦。这里不仅体现了精深的经营管理、市场营销、公共关系、产品开发等科学，而且包

含了丰富的领导学、人才学、心理学和应用哲学。所有这些，对启迪人们的思维确有非凡魅力。

在编写过程中，由于资料有限，知识浅薄，虽殚精竭虑，然疏漏必多，望读者不吝赐教。

编 者

一九九五年八月于北京

目 录

第一编 经营奇才

“超级大亨” 霍英东·····	(3)
“世界船王” 包玉刚·····	(4)
“经营之神” 王永庆·····	(5)
“赚钱之神” 邱永汉·····	(10)
“海上霸主” 张荣发·····	(11)
“纸业王国” 姚国安·····	(14)
“玻璃大王” 陈家和·····	(18)
“钢铁大王” 李光伟·····	(20)
“工商巨擘” 毕务国·····	(21)
“纺织巨子” 陈奉天·····	(24)
“制药大王” 赵新先·····	(25)
“红色大亨” 赵章光·····	(27)
“政商大腕” 辜振甫·····	(28)
“蛋糕女王” 曾超群·····	(30)
“领带大王” 金斗植·····	(32)
商海奇才拉尔斯·····	(33)
“刀片大王” 吉列·····	(34)
亿万富翁比尔·盖茨·····	(35)

华裔电脑奇才王嘉廉	(40)
“大碗茶”总经理尹盛喜	(42)
银行业大王林绍良	(43)
不动产之王唐纳德	(44)
建造业巨子陆孝佩	(46)
电影业大亨邹文怀	(49)
加拿大名流林思齐	(53)
泰华实业家颜开臣	(58)
草药业大王潘国强	(61)
印尼银行家李文正	(62)
华裔大富商谢建隆	(64)
亿万级富豪彭云鹏	(66)
企业界楷模黄振楼	(68)
房地产之王杰弗里·陈	(69)
“拉链大王”吉田忠雄	(70)
发明家兼企业家诺贝尔	(71)
广告业女强莱奥妮·纪	(73)
电脑业奇才刘心远	(74)
航空界巨子尼基·劳达	(76)
流浪者到大亨的艾森伯格	(79)
风行世界的“芭比双亲”	(80)
电视亿万富翁特德·特纳	(81)
秘鲁商界明星王氏家族	(83)
摩托车汽车大王本田宗一郎	(84)
原东德国家干部斯特凡	(86)

第二编 管理诀窍

世界首富堤义明管理别具一格	(91)
松下公司走向世界有秘诀	(93)
戴明博士的质量之道	(95)
受企业界称道的管理法则	(98)
企业怎样进行全面质量管理?	(99)
高级经理人员如何抓好质量管理	(100)
巴顿将军的管理哲学	(102)
美国最大玩具公司的跨国经营战略	(103)
世界上最大的邮购集团靠小本创业	(104)
西德企业管理的特色	(105)
德国“冠军企业”成功的秘诀	(107)
产品开发九策略	(108)
开发新产品的六大原则	(109)
想人所未想 做人所未做	(110)
卢恰皮扎饼公司的经营秘诀	(113)
日本企业的“五S”运动	(114)
经营管理者“五不原则”	(115)
攀登成功之巅的五阶梯	(116)
日本汽车业崛起的六张王牌	(118)
投资者最易犯的七个错误	(120)
企业衰退的七个危险信号	(121)
培养最佳管理者十法	(123)
新兴企业生存的八字秘诀	(125)
成功经营的十大原则	(129)

求异经营的十项法则·····	(130)
不良企业的十种“常见病”·····	(131)
小型企业的生存之道·····	(132)
小企业成功三十六诀·····	(134)
企业成功的秘诀——创新·····	(138)
英国小公司以创新求生存·····	(139)
力图创新的老牌公司·····	(141)
不断创新的“威威精神”·····	(144)
日本中小企业转型的方法·····	(146)
企业降低生产成本二十四招·····	(147)
商场心理战三绝招·····	(149)
劳资合作的“完美典范”·····	(150)
“注重人缘”的管理经验·····	(151)
脉脉温情出效益·····	(153)
“先义后利”的经营宗旨·····	(155)
寻找利与义的交汇点·····	(156)
围棋规则与现代企业管理·····	(157)
伯森多费尔钢琴蜚声世界的秘诀·····	(159)
意大利皮鞋小作坊何以能创大名牌·····	(161)
日本京都陶瓷公司的“京瓷哲学”·····	(163)
灵机一动发大财·····	(165)
老企业如何恢复活力·····	(166)
日本企业如何寻找“再生之路”·····	(170)
美国企业再造工程·····	(172)
连锁店的魅力与经营诀窍·····	(174)
二十一世纪的企业经营·····	(177)

二十一世纪企业应具备的七大条件·····	(181)
----------------------	-------

第三编 领导艺术

成功企业家应具备五个基本特点·····	(187)
企业优秀领导者的十二个特征·····	(188)
跨世纪企业家的十条标准·····	(190)
青年企业家创业十个要求·····	(190)
新加坡企业领导具备的素质·····	(192)
经理具备什么条件才算称职·····	(193)
企业家怎样去获取成功·····	(194)
企业家贵在把梦想变为现实·····	(197)
梦想成真的五个策略·····	(199)
创造自己的超凡魅力·····	(201)
如何做一个成功的企业领导人·····	(202)
事业成功者的八条经验·····	(204)
企业理财八大韬略·····	(205)
个人理财十要诀·····	(206)
开会的管理艺术·····	(208)
企业会议应是群言堂·····	(210)
总经理无须事必躬亲·····	(211)
迈出创业第一步的七个阶段·····	(212)
科学的企业战略助你成功·····	(214)
理念领导与压力管理·····	(216)
企业失去关键人物怎么办·····	(218)
如何管理“难以管理的人”·····	(219)

怎样与难缠的上司打交道·····	(222)
谈判的八大战术·····	(224)
与日本商人谈判的八招·····	(227)
商务谈判中的心理学·····	(229)
企业失败六大教训·····	(231)
导致企业破产的六大陷阱·····	(232)
企业领导常犯的十大错误·····	(235)
浪费管理者时间的十大因素及对策·····	(237)
两大失误导致王安电脑濒临破产·····	(239)

第四编 用人之道

松下幸之助的用人术·····	(243)
麦克唐纳公司用人之道·····	(244)
麦当劳招聘和培养人才的诀窍·····	(250)
崔荣基管理秘诀——知人善任·····	(252)
怎样挑选企业接班人·····	(253)
发现和任用人才的技巧·····	(254)
留住有才干的主管的五个方法·····	(256)
国外企业的用人十条·····	(257)
企业主管如何激励员工·····	(261)
培养员工敬业八招·····	(262)
识别人才七法·····	(264)
奖励员工的九大准则·····	(265)
激励员工发挥所长十三招·····	(267)
如何激励美国工人·····	(269)

选拔企业管理人员的新技术·····	(270)
职工亲和力是企业成功的关键·····	(273)
女性经商成功十大秘诀·····	(274)
人尽其才的经营之道·····	(276)
调动雇员积极性的三个窍门·····	(277)
让工人提建议大有好处·····	(278)
让职工兼顾工作与家庭·····	(280)
日本公司人才培训两则·····	(282)
日本企业愿招富有个性的大学生·····	(284)
老板秘书的六大戒律·····	(285)
未来社会需要何种人才·····	(286)

第五编 销 售 艺 术

成功行销八部曲·····	(291)
商场销售有讲究·····	(295)
接待客户的艺术·····	(298)
行销新潮流 4C 服务·····	(300)
丰田公司推销汽车的四大法宝·····	(301)
售货员促销六技巧·····	(302)
自我推销六要诀·····	(303)
处理“滞销存货”六种对策·····	(305)
日本企业促销的七大新式武器·····	(306)
攻下日本市场十招·····	(309)
超级业务员成功十大心法·····	(312)
小处着手开拓市场潜力·····	(316)

如何做一个一流的推销员·····	(318)
外企打入中国内销市场的经验·····	(319)
外商盯着中国“小皇帝”钱包·····	(322)
台湾厂商瞄准“老年市场”·····	(323)
工厂直接销售的战略与准则·····	(325)
顾客就是上帝·····	(326)
如何接待好顾客·····	(328)
争取顾客的“金科玉律”·····	(329)
留住顾客的五个步骤·····	(332)
寻找准顾客的六大技巧·····	(334)
顾客至上是商店成功的关键·····	(336)
有利于买卖双方的“订金”销售法·····	(337)
消除顾客愤怒不满的绝招·····	(338)
展销摊位成功的诀窍·····	(340)
电脑销售成功的关键·····	(341)
为顾客建档——荷兰中餐馆推销新招·····	(342)
美国酒店各出奇谋招游客·····	(343)
国际型大公司全球销售的秘密·····	(344)
欧美书店销售成功的手法·····	(345)
日产汽车公司推出新的销售策略·····	(347)
如何把丰田生产方式用于销售业·····	(348)
与客户建立伙伴关系的互惠推销术·····	(351)
易货贸易——国内外贸易的重要销售战略·····	(352)
诚招天下客·····	(353)
市场竞争四战略·····	(355)
避免竞争最聪明·····	(356)

可口可乐公司在国际竞争中的成功秘诀·····	(357)
信息广告威力大·····	(360)
借助信息威力拓展零售市场·····	(361)
如何利用广告塑造企业形象·····	(363)
靠定位广告战略抢占消费者的心·····	(364)
世界上最好的广告是如何制作的·····	(366)
奥美公司不同凡响的广告风格·····	(369)
日本广告之王——电通公司·····	(370)
美国索萨广告公司经营有方·····	(371)
巧用政治事件作广告·····	(373)
装点广告影片十招·····	(375)
丰富多彩的商品广告·····	(376)
香港企业如何创名牌·····	(377)
名招牌也能招财·····	(379)
店名好给你带来好运·····	(380)
后记·····	(382)

●第一编●

经营奇才

“超级大亨”霍英东

美国经济杂志《财富》公布 1991 年世界超级富豪中有 10 名华人大亨，其中一名是霍英东，称他拥有财富净值 13 亿多美元。

霍英东早年在香港开一间杂货店。50 年代初开始经营船运生产，晋升为富有阶级。以后又转而经营房地产，创办立信置业公司。他一改以往香港地产商出售“整幢楼宇”的老章法，推行“分层”出售、预售以及分期付款买楼的新办法。没有几年，霍英东就发展为香港有名的地产商了。

随着“地产热”的兴起，霍英东又心生一计，挖海沙。他不惜巨资从国外订购大型挖沙船，每 20 分钟可挖海沙 2000 吨，并取得香港海沙供应专利权，挖海沙使他大发其财。当他人竞相效仿时，他又生一计：香港太小，需要填海造地。商战兵贵神速，他一举购进美国、荷兰的工具设备，承造当时香港最大规模的国际工程——海底水库淡水湖的第一期工程，打破了外资垄断香港产业的旧局面。

1978 年，当中国大陆开始酝酿改革开放、人们还在观望时，他又当机立断，决定率先在大陆投资 1 个亿。1979 年 4 月，他又决定率先在广州建宾馆。1985 年 7 月，霍英东自己设计、自己施工、自己管理、亲自命名的“白天鹅宾馆”，创造了中国第一家五星级酒店的美誉，也为他创造了意想不到的巨额利润。

“创业是需要勇气的”。这是霍英东的信条之一。而他的勇气

又充满了创新意识。他喜欢冒险、棋高一筹的创新谋略，果断而敏捷的商战行动，是他成为超级大亨的成功诀窍。

“世界船王”包玉刚

包玉刚从小就喜欢自己闯天下。由于日本侵华战争，使他在上海吴淞船舶学校中途辍学。不久，他只身投入金融界，先在中央信托局，后又到中国工矿银行。既办事精明又为人憨厚豪爽的包玉刚，受到上司赏识，很快便提拔为衡阳公行副经理、重庆分行经理。抗战胜利，不到30岁的包玉刚便当上了上海市银行业务部经理，次年又提拔为副总经理。真是年富力强，前程似锦。

1949年初，包玉刚辞去银行职务来到香港。通过几年经营中国土特产进出口生意，他意识到，香港是个背靠大陆，通航世界的自由港，还有什么比发展航运事业更有前景的呢？灵活转向是商人的天赋，善于把握机遇创天下是包玉刚的精明所在。他在朋友的帮助下，从日本神户银行贷款购进一艘旧货轮，赚了一笔钱之后，他便想迅速扩张船运生意。他过去在银行担任高级职员的经验，使他懂得怎样利用银行支持企业经营。他用第一艘旧货船作抵押，向银行贷款买了第二艘船，然后又用第二艘船作抵押，买了第三艘船。就这样，他冒着负债经营的风险，只一年光景，就成为拥有7艘船的航运企业。1962年，他又与香港汇丰银行合作，成立“巴哈马世界海运有限股份公司”，其中汇丰银行股份占三分之一，从此汇丰银行成了包玉刚的强大后盾。1978年，包玉刚的船队总吨位达1800万吨，超过美国或苏联国家所属的船队总吨位，居世界航运之冠，被称为“世界船王”。

80年代以后，正值包玉刚航运事业的繁盛时期，他却预见到航运业即将出现大的衰退。于是，他又以壮士断腕的决心，果断迅速地将船只卖掉了一百多只，将雄厚资金转投陆上，为后来发展地产、酒店及货仓等物业奠定了基础。包玉刚顺应商战规律，几次灵活转向、体现了高超的经营谋略，不得不令人佩服之至。

“经营之神”王永庆

在目前的企业当中，台塑企业的规模和管理方式最受人崇敬，而董事长王永庆先生以清苦出身，竟能在台湾的工业荒地中建立起全球举足轻重的石化王国，并将台塑企业的管理模式用于整顿数家收购的美国公司，成绩斐然。

其所以成功，就是本合乎于民族性与经济、社会状况所塑造成的管理思想与哲学，并切实加以实践的结果。企业界不但尊王永庆先生为中国的“经营之神”，更称其创见为“中国式管理”。

经营理念

由王董事长历年的言论，可归纳其经营理念有六项：

一、追求合理化 （一）追求人事合理化。要不断发掘人才、建立公平待遇，使人员各自适才适所，达到“人尽其才”的境界。（二）追求技术合理化。要创造并提高经济效益，繁荣社会，达到“物尽其用”。（三）追求管理合理化。要事事追根究底，脚踏实地，使事务条理、流程分明、有序，达到“货畅其流”。