



智慧与财富

WISDOM AND MONER

百年创业奇迹 青年人生楷模

创富英豪



33位世界富豪的
创业启示

下

马昆 著

中国社会科学出版社



智慧与财富

百年创业奇迹 青年人生楷模

创富英豪

33位世界富豪的
创业启示

马昆 著

Ⓣ



藏书



20002599

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

创富英豪:33位世界富豪的创业启示/马昆著. —北京:中国
社会科学出版社,2000.8

ISBN 7-5004-2802-2

I. 创… II. 马… III. 企业管理—经验—世界 IV. F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 66126 号

中国社会科学出版社出版发行
(北京鼓楼西大街甲 158 号 邮编 100720)
北京市飞达印刷厂印刷 新华书店经销

2000 年 8 月第 1 版 2000 年 8 月第 1 次印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:22.375

字数:500 千字 印数:1—5000 册

责任编辑:马晓光 技术编辑:张汉林
封面设计:李颖明 责任校对:林福国

定价:35.20 元(共二册)

目 录

葛莱与可口可乐帝国

- “头疼药水” 3
- “可口可乐”的离奇诞生 6
- 让出生意 10
- 可口可乐帝国的功臣 13

柯达帝国创始人伊士曼

- 高人一等的赚钱本领 19
- 健康比赚钱重要 22
- 迷上照相机 26
- “柯达”的来历 30
- 精打细算的慈善家 32

钢铁巨子卡耐基

- 生命的转机 39
- 企业天才 42

2 创富英豪

- 孝顺的儿子 44
- 非凡的人生 46

钢铁业怪杰威耶

- 吃别人不能吃的苦 55
- 与生俱来的商业天才 57
- 天生的做大企业的人 61
- 不按牌理出牌 64
- 最漂亮的说服工作 69
- 掌握胜算先机 73

家电业传奇人物理查逊

- 雄心创大业 81
- 设立自己的电器公司 85
- 推陈出新,创造奇迹 89
- 庞大事业拱手让人 91

电器大王休斯

- 我不会输给别人 97
- 发明电炉 100
- 电器业的“黑马” 104
- 出任通用电器总经理 108

吉列剃刀传奇

- 要想赚大钱,就得自己干 113
- 痛苦带来好运 116

○八载艰辛	118
○缔造“剃刀王国”	121

保险事业的开拓者德雷顿

○进入耶鲁大学的穷小子	129
○立志把人寿保险推广到劳工阶层	134
○成立自己的保险公司	139
○迅速扩展的事业	149

轮胎大王斯通

○做生意的天才	157
○到底特律拼搏	161
○寻找事业的好帮手	164
○与汽车大王福特合作	173

连锁店业创始人彭奈

○做大生意的小秘密	179
○推销的天才	181
○抓住顾客的心	185
○上帝创造的奇迹	189

零售业大王沙玉

○开邮购方式先河	195
○找一个理想的合作伙伴	198
○乱石堆中找黄金	202
○成功的法宝——“品质管制”	208

食品业大亨霍金士

- 农夫性格的商业天才 213
- 品质至上原则 218
- 纯化食品运动 222
- 开发速成食品 226
- 企业屹立百年的秘诀 230

卖刷子起家的佛勒

- 与生俱来的商业头脑 237
- “做自己的生意” 239
- “刷子王国” 243
- 独特的营销策略 246

肉类加工业先驱亚默尔

- 出人意料的选择 251
- 小生意发大财 253
- 神机妙算大赚一笔 257
- 精彩的大手笔 259
- 让外国人也知道我的公司 262

伊利桥公司创始人苏雷维

- 离家出走 269
- 立志创立自己的事业 272
- 投资地产 274
- 为了别人的快乐设立公司 276

○事业的推广	279
--------	-----

计程车事业创始人亚伦

○一定要取消马车夫这一行业	285
○我要创立自己的事业	291
○计程车行业的诞生	296
○事业日渐兴旺	303
○斗智不斗气	306

船尾发动机的传奇

○爱情激发出的灵感	315
○从学徒开始	323
○意外的挫折	328
○不成功誓不罢休	337
○功成名就	341

葛莱与可口可乐帝国

一种受大众欢迎的饮料,最最重要的一件事是稳定品质、保证品质,而不是创新,尤其在口味上,切不可轻易变更……

——葛莱

没有葛莱的优越经营才能，可口可乐的历史是否会重写，或是湮没而不彰，无法作肯定的论断，但有一件事是可以确定的，葛莱是可口可乐诞生后的第一号功臣。

○“头疼药水”

直到目前为止，世界上还没有一种不含酒精的饮料比可口可乐销路更广；可是，也没有一种饮料的诞生比它更荒诞不经，尤其它的命名经过，说起来更令人喷饭。

1886年春天，在乔治亚州的首都亚特兰大市的一个小药店里，一个年轻店员正坐在柜台里面打瞌睡，这时，一个中年人蹙着眉头走了进来。

“喂！”他扶着柜台呻吟着说，“有治头疼的药水没有？”

“有，”店员被惊醒以后，顺口答道。“快给我拿一瓶来，头疼死了。”

店员伸了个懒腰，搓揉着眼睛，显得没精打采的。

“快！”客人大喝一声，“老子快疼死了，你还这样慢条

4 创富英豪

斯理的。”

店员被他这一吼，倒是完全清醒了，可是，到后面一看，他老板自己调制的那种“万灵药水”已经卖光了。

这个店员颇有点小聪明，心想：我若是跟客人说没有药水了，这家伙一定会把我骂一顿，倒不如随便弄点药水给他喝下，把他应付过去再说。

那个年代，美国的药品管制并不像现在这样严格，很多人把自己道听途说得来的方子，配药替人们治病。这个店员自小就在药店里工作，耳濡目染，当然懂得不少，顺手在架子上拿了一种药水，与糖浆混在一起搅了搅，便给病人喝了。

春天的中午是很令人困乏的天气，病人走后，店员又打起瞌睡来。

不大一会儿，又有一个人抱着头走进店来，他一进门就喊：“喂，老板！快把刚才贺斯喝的药水给我一瓶。”

这个人身材高大，嗓门也特别宏亮，把店员吓得由椅子上跳起来，睡意全消失了。“什么药水？”他愣愣地问。

“头疼药水，”客人有点不耐烦地说，“就是刚才贺斯喝的那一种，快！”

店员不知道贺斯是谁，但他反应快，知道一定就是刚才买药水的那个人。于是，他又走到后面，准备再配一点药水。可是，他望望摆在架子上那些一模一样的瓶子，竟记不起来刚才用的是那瓶药水了。

“一定要刚才贺斯喝的那一种，”客人在柜台外面又大声叮咛，“别种不要。”

“这一催一喊，店员心里更慌了，越发记不起刚才用的

是哪种药水。幸好，这时在里面午睡的老板庞贝顿闻声走了出来。

“客人要什么？”庞贝顿问店员。

店员灵机一动，答道：“他要您配的那种提神用的药水，已经卖光了。”

“好，我马上再配一点。你到外面去跟客人说一声，马上就好。”

等庞贝顿配好药水拿出来时，那位心急的客人本已很不耐烦，见了药水之后，更大声地吼起来：“你们想骗我？随便拿点白开水来卖给我吗？”

庞贝顿是个药剂师，一听这话像受了侮辱似地大声抗辩：“你这话是什么意思？我这种药水不是卖了一天，怎说我骗了你？”

“贺斯亲口告诉我，他刚才喝的药水是深红色的，现在为什么变成白水了？”

“深红色的？胡说！我这种药水卖了好几年啦，从来也没有加过色素，”庞贝顿说，“那你一定是找错药店了。”

“你叫庞贝顿，是不？”客人指着他说，“既然是，怎么会是我弄错了，是你阁下自己糊涂了，一掉屁股就忘记自己卖的是什么药了，简直荒唐！”

庞贝顿瞪着他的店员厉声问：“这究竟怎么回事？”

店员知道掩盖不住了，但他不能在客人面前说明真相，要是让客人知道是个小伙计随便配药给患者治病，以后就没有人敢到这个店里来了，自己的饭碗岂不是要砸了。

因此，他先不回答老板的话，转向客人说：“刚才那种药水没有了，其实，这种白药水的效果也是一样的。”

“你早说没有多好？何必让老子在这里白等了半天？”客人说完之后，很气愤地掉头就走，好像连头疼也忘记了。

“你这是在搞什么鬼？”客人走后，庞贝顿又开始追问。

店员不敢再隐瞒，把刚才的情形说了一遍，庞贝顿已明白是怎么回事，知道店员误打误撞，竟把专治头疼的药水对上糖浆出售。本来他想把店员好好数说一顿，可是突然涌起来的灵感，使他忘记了一切。

“带色的药水似乎特别受人欢迎，”这是他的第一个意念。

因为他知道，自己配的白药水，不但有那种治头疼的药力，其提神醒脑的功效，绝对比纯治头疼的药水好，但因为跟白水一样，所以不吸引人，甚至于被人当成假的。

“如果我制出一种有颜色的饮料，不是照样会吸引人吗？”这是他的第二个意念。

他是药剂师，要调配一种这样的饮料并不是难事，于是，一个月之后，这种深色的饮料便问世了，这就是最原始的可口可乐。

○“可口可乐”的离奇诞生

庞贝顿感到自己的财力不足，另外找了个合伙人，名字叫鲁滨逊，是亚特兰大的土财主，这个人识字不多，但却很自负，一生尽做些愚蠢可笑的事，但他起的可口可乐这个名字，却成为世界上最响亮的商标之一，这恐怕连他自己也是做梦都没有想到的事。

庞贝顿跟鲁滨逊的合作是一次彻底的失败，甚至他们对可口可乐后来成为世界性的饮料，也说不上有什么贡献，但他们两个的合作，却为可口可乐留下不少的笑谈。

就以命名来说，其经过就是非常有趣的：

当两个人谈好合作的条件以后，庞贝顿为了借重他的财力，便把为新饮料命名的荣誉给了鲁滨逊。

“一种产品，名字的好坏对销路影响很大，”庞贝顿说，“我看这件事就请你动动脑筋吧，想一个动人的名字来代表我们新制的饮料。”

“没有问题，”鲁滨逊一口答应了下来。这是他一贯的作风，别人越说难的事，他越答应得爽快。

庞贝顿走后，他便开始想名字。这时候他才发觉这件事颇不轻松，脑子里好像是一片空白，使他有一种茫然不知如何下手之感。

他找出一本字典来，从头到尾翻了一遍，觉得这个字也不错，那个字也不错，到头来仔细一考量，又觉得都不妥当。例如：甜露，这个名字很明显地说出了饮料的味道，可是太普遍化了，因为所有的饮料几乎都带有甜味。他也曾想到用消暑波这类的名字，又觉得它们太俗气了，再说，这种名字任何人都会想得到，自己如果也采用它，就显不出自己有什么出众的才能了。

从早上想到晚上，饮料的名字还没有定案，鲁滨逊开始焦急了。万一庞贝顿这时候来问名字想好了没有，这岂不是很丢人的事吗？

这样一个简单的名字，想了一天还未想妥，这话要是传出去，不是显得自己太无能了吗？

他立即吩咐佣人，不管什么人来找他，一律回答说他不
在，到明天才能回来。

这样安排好了，他就可以安心思考，不受任何人打扰。
可是，他的脑子用了一天，已经有点昏昏的，吃过晚饭之
后，竟坐在书房的椅子上睡着了。

他醒来时，已是深夜一点，想想这一天自己所做的事，
不禁哑然失笑。为了这样一个简单的名字，值得费这样大脑
筋吗？

他想：自己一开始把这件事想得太严重了，所以才这也
不好，那也不好。其实，这玩意儿像人的名字一样，一开始
无所谓好坏，完全看它以后的发展。

鲁宾逊有了这样一个想法，心情轻松多了。他想：就按
饮料的性质起个名字就行了。

“消暑解渴、清凉……”他口里念着庞贝顿向他介绍这
种饮料时用的字眼，心里在盘算着，清凉用“冷”这个字来
代表不是很合适吗？

于是，他写下一个冷字（Gold）。可是，只有一个冷字
不能成为一个名字，必须要再加上一个什么字才行。

但是，要加个什么字呢？他又开始在字典上“点名”，
想找一个跟冷字相配的字出来。找来找去，找不到个合适
的，他心里烦透了，把字典一丢，准备放弃，这时候，正好
外面的公鸡叫了。

“对了，”鲁宾逊自言自语地说，“就用公鸡这个名字
吧！”

可是，“公鸡冷的”或“冷的公鸡”，他念来念去，都不
像是饮料名字，这样把两个字不伦不类硬凑在一起，一定会

让人讥笑。

怎么办呢？他问自己。要再想一个，实在没有这份精神了。

他信步走到院子里，仰望满天星斗，好像比他脑子里的思绪还乱。突然，一颗流星滑落了，可是，他仔细望望流星滑走的地方，似乎并没有少什么，好像一颗新的星星已及时补上了那个空缺。

这一物换星移的现象，引起了他的灵感。他想：我把“冷鸡”两个字的字母换一换。不就没有人认识了吗？

他急忙走回屋里，把 cock cold 两个字写下来，反复地研究应该从哪个字母开刀。他决定由最后的字母换起，当他把 k 和 d 都换上 a 时，他觉得没有比这样再合适的了。两个字只差一个字母，看起来非常奇怪，颇有吸引人的功效。

就在这一念之间，coca-cola 这个商标就诞生了。

“这两个字代表什么意思？”当庞贝顿看到这个名字后，蹙着眉头问。

鲁滨逊的回答很妙：“它们本身没有什么意义，可是，你看看它们的结构，不是很有意思吗？”

庞贝顿把两个字的字母念了几遍，突然高兴地叫道：“妙极了！除非是你，谁也想不出这样好的名字来，既好拼，又好吃，更容易记，不管谁看一遍都会记得它，做产品商标，真是再好也没有了！”

鲁滨逊听了他的夸赞，不禁朗声大笑起来，但不是因为得意，而是他自己觉得太滑稽可笑了。

实际上，这两个字并不是没有意义的，一个代表南美洲产的一种药草，一个代表非洲产的一种果子，两个凑在一