

主编 杨澜
总策划 王戈宏
编著 张明贵
辽宁人民出版社

梅 西



人物志
Biography

TVBOOKS

电视图书

SUNTV 阳光文化

551 5万字 50幅图
100分钟阅读
让一生读更多的书

如果你没到过梅西百货,那就等于没到过纽约。

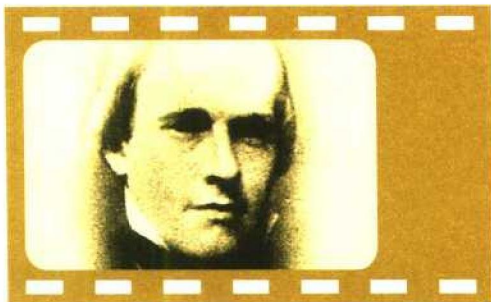
人物志系列丛书之一

TV BOOKS

电视图书

SUNTV 阳光文化

551 5万字50幅图
100分钟阅读



| 梅 西 |
| RH Macy |

主编 杨澜
总策划 王戈宏
编著 张明贵

辽宁人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

梅西 / 张明贵编著. — 沈阳: 辽宁人民出版社, 2002.10
(阳光电视图书·人物志系列)

ISBN 7-205-05408-7

I. 梅… II. 张… III. 梅西—生平事迹 IV. K837.125.38

中国版本图书馆 C I P 数据核字(2002)第 074885 号

出版发行: 辽宁人民出版社

(沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮政编码 110003)

印刷者: 深圳利丰雅高印刷有限公司

幅面尺寸: 130 毫米 × 195 毫米

印 张: 4

字 数: 50 千字

印 数: 1-8000 册

出版时间: 2002 年 10 月第 1 版

印刷时间: 2002 年 10 月第 1 次印刷

责任编辑: 张树 张业宏 祁雪芬 董喃 瞿文杰

装帧设计: 深圳市尚美佳广告有限公司

责任校对: 姚喜荣

定 价: 16.80 元

联系电话: 024-23284322

邮购热线: 024-23284191

E-mail: zhangyehong@mail.lnpgc.com.cn

<http://www.lnpgc.com.cn>

个人的存在，可以很卑微，也可能非常伟大。

某个人物的一句话，可以激动人心，甚至流传百世。

《人物志》辑录古往今来千位名人传记，让读者在分享他们的喜怒哀乐的同时，更领略他们独特的人格魅力。

——题记

阳光文化电视图书编辑委员会

主任

杨澜 李家巍

执行主任

赵炬 许钟民

副主任

吴彬 陈汉元

总策划

王戈宏

策划

张栋 张树 张业宏

顾问编委

西冰 丁晓聪 邸健 黄升民
矫广礼 聂梦茜 姜强 段方 刘晔

主编

杨澜

编辑

李树明 赵素波 何倩 匡平 肖继红

图片编辑

孙静琛 杨昆仑 杨雯

责任监印

迟玉

编务

林密 谢曼 王丽丽

责任编辑

张树 张业宏 祁雪芬 董喃 瞿文杰

装帧创意设计

王德源 段鹏

内文设计

深圳市尚美佳广告有限公司

部分图片提供

超景图片库/Gettyimages

写在前面的话

阳光文化电视图书终于大批量出版了。它标志着我们已经较好地实现了“阳光文化”由单一电视传播向“阳光多媒体”文化传播的跨越，而这种转变可以使更多的读者接触到国内外优秀的人文资讯。

电视图书，是以电视节目为依托，通过电视与图书这两种媒介间由内容到形式的整合与转化制作而成的图书产品。这种转化，不是对电视节目简单的照抄照搬，而是以电视节目的内容为基础，对其特定题材进行深度开发和二次创作，运用文字独特的魅力对电视图像进行新的诠释，并对相关信息进行平衡与调整，以遵循图书出版的规律。这样制作出的图书，既图文并茂，又融合着电视的某些风格与特点。电视图书的出版，既使“阳光文化”已有的信息资源得到最大限度的开发和利用，也拓宽了文化信息的传播渠道，适应了受众群体的多元化需求，让读者多一种选择，活跃了社会的文化市场。能以这样的方式更好地推进社会的文明和进步，我们感到万分荣幸。

在出版电视图书的实践中，我们了解到读者往往苦

于没有整块的时间读完一本书。于是，我们提出了“551图书”的概念，即每册图书的文字容量为5万字左右，书中大约辑录50幅图片，能让读者在100分钟之内读完全书。这既能充分地体现电视图书的特点，又可以适应读者休闲阅读的需要，同时也是实现系列化、规模化制作电视图书的一种尝试和探索。通过市场调研和已出版销售的《杨澜访谈录》的实践检验，这一尝试和探索基本上是成功的，得到了广大读者和业内同行的认同。我们把这种品牌化、系列化、规模化地制作出版阳光文化电视图书的做法叫做实施“551图书工程”。业内同行评价说：“阳光跨媒体产品的出现，给图书市场带来了新鲜的产品，丰富了图书品种，提高了人们的阅读品质，是立足于消费者的图书出版创新。”倘能如此，我们所付出的努力就更有意义了。

我非常感谢辽宁人民出版社的精诚合作，非常感谢这些图书的作者和业内同行给予我们的大力支持，在此，我向大家表示由衷的敬意。

日后，我们还将不断丰富“551图书工程”，并期待在读者意见的基础上，使之进一步完善和提高。

祝各位在休闲阅读中获取知识和力量！



2002年9月



1858年，梅西在纽约曼哈顿第十四大街以自己的名字命名开设了一家商店。从楠塔基特岛的一个捕鲸人，到世界著名的百货大王，罗兰·哈斯·梅西一直是美国人最津津乐道的成功范例。

梅西是一个极富冒险精神的人，从少年时期的远洋捕鲸，到离家奔赴波士顿开设第一家零售商店，从狂野而又令人失望的西部淘金之行到重返波士顿开设花岗商店，梅西经历了一次次的失败，但是他从来没有放弃希望。

梅西创造的不仅仅是一家商店，他的现款交易、固定价格以及广告宣传等创新，不但开创了商业交易的先河，甚至为资本主义的市场交易制度、竞争制度都奠定了一定的基础。

CONTENTS

目 录

RH Macy ■

- 一 如果你没有到过梅西百货，那就等于没有到过纽约 1
- 二 寻找牧羊人的天堂 6
- 三 楠塔基特岛的捕鲸人 12
- 四 初生牛犊 23
- 五 寻找陆地上的抹香鲸 35
- 六 到西部去 45
- 七 重返马萨诸塞 51
- 八 纽约的召唤 64
- 九 帝国起航 72
- 十 不争气的儿子 79
- 十一 如日中天 88
- 十二 巨星陨落 94
- 十三 薪火相传 100
- 十四 没有结局的故事 108



如果你没有到过梅西百货，那就等于没有到过纽约

你到过纽约吗？当“New York New York”这首歌曲在你的耳边回响时，您是否也有置身在纽约这个大都会的感觉呢？纽约这个影响全世界经济动脉的大都会，就像是一位千面女郎，扮演着各种千变万化的角色。她丰富的人文资源、多彩的文化艺术活动、众多的购物中心，都是这个都会中最珍贵的旅游资产之一，其他世界上任何城市都无法望其项背。

然而，纽约首先是购物者的天堂，这是众所皆知的事实，而梅西百货(Macy's)则是“天堂中的天堂”，是购物者心中真正的天堂。

“如果你没有到过梅西百货，那就等于没有到过纽约。”这是许多到过和没到过纽约的人都听说过的一句话，就如同没有到过长城就没有到过北京一样。

梅西百货是全球最大的百货商场，在全美有上百家分店和 6000 多名员工。纽约的梅西百货坐落在曼哈顿中城享誉于国际的高级购物街第五大道，是纽约历史最悠久的大型百货公司之一。在梅西百货公司连锁集团中，纽约的梅西商店堪称梅西百货的“旗舰”。所以，无论是当地人还是外地游客，都喜欢到这家庞大的百货公司里一饱眼福。

直到今天，曼哈顿区的梅西百货仍然是纽约市的地标之一。来过纽约的人都知道，这里面从贵妇喜爱的高级服饰，到小朋友玩耍的任天堂通通都有，地下室则是集合了各地美食的 Cellar，是你到梅西百货时不可不到之处。

现在的纽约梅西百货公司共有 10 层，每层都在两万平方米左右。地下层设有咖啡屋、礼品包装、文具等；地上 1 层设有问询处、化妆品、女包、男装等；2 层为运动衣、男女名牌服装店；3 层为服装、鞋的名牌专柜；4 层为梅西美容沙龙及名牌服装店；5 层为儿童用品名牌展卖区；6 层为家庭用品；7 层为箱包、玩具；8 层为瓷器、钟表、礼品及礼品包装；9 层为家具、灯具、邮局、电器和钟表修理等。

纽约的梅西百货总面积达 215 万平方英尺（大约 20 万平方米）。当人们走进商店时，第一个感觉就是大，大得让人眼花缭乱，大得让人无所适从。到梅西百货容易，然而



要逛完梅西百货却难了，据说很少有人能把梅西百货店逛遍，因为这至少要花4个小时的时间。

梅西百货是一个帝国，一个神话般的帝国。这个帝国的创造者是罗兰·哈斯·梅西，他是一个零售商，是一个极力想把购物变得充满乐趣的人。他一生的理想就是把越来越多的商品放置在一个空间里，进行展示和出售。他拥有当年全球最大的一家百货公司。从一个楠塔基特岛的捕鲸人，到世界著名的百货大王，罗兰·哈斯·梅西一直是美国人最津津乐道的成功范例。

1858年，身为教友派教徒和曾经是捕鲸人的楠塔基特人罗兰·哈斯·梅西，在纽约曼哈顿第十四大街开设了一家商店，并以自己的名字命名，从此开始了一个神话般的传奇。

梅西根据时代发展的需要，总结出“变革是我们的生命”的经营理念，积极进行经营手法和商业政策的创新。商店实行了只收现款、价格固定和广告宣传等一系列的新举措；价格也低于其他商店，经销一切家庭主妇所需商品，很快取得了成功，梅西因此被称为美国商业的王子。在此后的一百多年里，梅西百货的业务持续上升，始终兴盛不衰。1924年，梅西百货公司成为世界上最大的百货公司，营业面积超过两百万平方英尺。直到现在，它仍然是世界上最大的百货

公司之一。纽约的梅西百货公司不仅是世界上最大的百货公司，也是世界上最古老的百货公司之一。梅西的许多营销手段，在美国，甚至在世界上都是具有开创性的。

同样是在1924年，梅西百货公司在纽约市首次举行以梅西名字命名的感恩节盛大游行活动，游行的终点就设在梅西百货，极大地扩大了公司的知名度。后来这一游行传统一直延续至今，“梅西感恩节大游行”已经成为美国文化的一部分。1948年，NBC首次实况转播了游行的盛况。除了军队之外，“梅西感恩节大游行”是美国使用氦气最多的活动。这个传统的大游行，成为宣布假期来临的最佳预告。圣诞节到梅西去，参加梅西感恩节大游行，成为众多美国人乃至世界各地游客的梦想。

在好莱坞经典影片《第三十四街的传奇》中，梅西百货被描绘成购物天堂，同时也把“梅西感恩节大游行”的盛况，展现给了全世界的电影观众。这部在梅西百货公司拍摄的影片，成为每年的假期经典影片。

当然，关于梅西和他的帝国传奇并不仅仅是这些。即使是在梅西去世以后，后来的经营者继续坚持梅西“变革是我们的生命”的理念，积极根据社会状况的变化，努力推出适合消费者的购物手段和方法，从而保持了商店的长久不衰。比如在1900年，看到随着社会进步，消费者有银行存款的人日益多了起来，梅西百货公司便创办了梅西银行。任何人，只要把钱存入梅西银行，就能够得到一张信用卡。手持这张信用卡，顾客就可以在梅西百货的任何一



家商店记账购物。购物后的余额，还照样可以享受利息，这一办法深受消费者欢迎。“梅西”也因此获得了滚滚财富。1961年，梅西公司发行了梅西信用卡，满足了顾客大量购物的需要。

即使现在人们走进商店，常会看到的商品标价九元八角或者是四百九十八元。这个小小的花招——被后人所称为的“尾数标价法”，很少有人知道这是梅西百货所首先采用的。

在今天，纽约梅西百货公司已经成为这个大都市必备的公共空间。商店里，商品琳琅满目。对于爱购物的人来说，一个柜台接着一个柜台组成的街道是最美丽的风景。梅西带给了人们看得见的丰富的百货和抚摸它的愉快！

“梅西”，是一个传奇，也是众多人的梦想。

二 寻找牧羊人的天堂

时间退回到 1659 年 7 月，辽阔的大西洋海域浩渺蔚蓝，灿烂的阳光下，缓缓航行着一艘没有篷的小船，船主正是梅西的祖先托马斯·梅西。此刻，他正一个人站在船头，一双黄褐色的眼睛若有所思地望着无边无际的大海。托马斯先生是一个不安分的人，一个喜欢与命运抗争的人，一个从骨子里就充满冒险精神的人。他生性豁达，从不在乎别人说什么，只要他认准了的事情就一定会坚持到底。我们现在有理由相信，或许正是这种精神的遗传才造就了后来的罗兰·梅西，造就了举世瞩目的梅西帝国。

在这条没有篷的小船上，连同梅西的家人总共有九个人，他们正在向心中的天堂美国进发。



那时是十七世纪中叶，由于发现了新大陆，因此有大批大批的欧洲人像托马斯一家一样，为了躲避欧洲贵族阶级的残酷压迫，同时也为了追寻他们的美国梦，背井离乡，到海外去，到新大陆去，去寻找他们梦中的天堂。

海上的航行是漫长、枯燥而又危险的。

黑夜降临了，四周一片漆黑，不知什么时候，海上起风了，又下起了雨，船上没有顶篷，几个人尽力地挤在一起，不停地瑟瑟发抖，任凭大雨哗哗地浇在身上。在这样的时间，这样的天气，没有人能够睡得着，尽管他们已经感到十分疲惫。

风渐渐地大了起来，海浪也越来越汹涌，无篷的小船在惊涛骇浪中一上一下的剧烈颠簸着。托马斯一个人蹲在船头，不停地重复着同一个单调的动作，将船舱里的积水拨入大海。在黑夜里看不到他的表情，能听到的只有风声、雨声以及那哗哗的泼水声。这是他们在漫长的航行中经常能够遇到的真实的境况，对于这些，托马斯已经习以为常了。

不知过了多长时间，太阳终于出来了，雨也不知道什么时候已经停了。经过了一夜的颠簸，船上的其他人都睡着了，托马斯仍是一个人静静地坐在船头。看着睡梦中的妻子和儿女，一行清泪无声地滴落下来，前路茫茫，不知道何时才

可以到达美国，但是他知道，无论如何，他绝对不能倒下，他是一家之主，是全家的希望所在！

在那个时代，靠这如此简陋的小船来征服浩瀚的大西洋，困难是可想而知的。这不是旅行，而是实实在在的探险。或许人生就是如同航行，在茫茫的大海上，与天斗、与地斗，时时刻刻都在与命运进行着抗争。

汹涌的波涛、怪戾的天气、漫漫的长夜，任何一项都代表着死亡的威胁，更可怕的是他们并不知道何时才能到达目的地，到达他们心中的乐土。他们必须尽可能地多保留一些食物和淡水，以迎接不可预知的未来。

并不是每个寻找新大陆的人都能梦想成真。在那场大规模的远航探险中，许多人没有经受住命运的考验，最终消失在茫茫的大海里，至死也没有看到他们心中的乐土。

然而，托马斯一家幸存了下来。没有人知道他们在茫茫的大海上到底航行了多长时间，也没有人知道他们到底经历了多少艰难险阻。总之，说幸运也好，说顽强也好，尽管他们并没有到达真正的美国大陆，但他们最终还是活了下来，成为了与大海、与命运抗争的胜利者。他们一行九人最后抵达了马萨诸塞州的楠塔基特岛。

这是个位于马萨诸塞州外海的小岛，美国人形容它是“小得如同邮票”，即使是在现在的美国地图上你也很难发现它的名字。然而就是这样一个小岛，却在若干年后变得众所周知、家喻户晓。

那时的楠塔基特岛安静而平和，人烟稀少，只有少数