

美国商业周刊

最新排名全球 25 位管理精英

总裁韬略

MANAGER
STRATAGEM

文 岗◎编著



中国商业出版社

总裁韬略

文岗 编著

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

总裁韬略/文岗主编. — 北京: 中国商业出版社, 2000.7

ISBN 7-5044-4096-5

I. 总… II. 文… III. ①企业管理-经验②企业家-生平事迹
-世界 IV. F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 64438 号

责任编辑: 刘洪涛

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京市金泽印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开 11.75 印张 260 千字

2000 年 7 月第 1 版 2000 年 7 月第 1 次印刷

印数: 1-3050 册 定价: 19.80 元

(如有印装质量问题可更换)

序

我们正处于一个变革的社会，知识的增长、科技的进步正深深地影响、改变着社会的方方面面，与此同时，时代也对我们提出了更高的要求，怎样才能在二十一世纪的激烈竞争中立于不败之地，本书的终极目的正是要回答这个问题。

无论是社会的进步，科技的发展，都离不开最具活力的因素——人，那么，怎样才能成为一名高素质的人才？如何管理好人才？如何使你所拥有的人才达到最优组合充分发挥其才能？如何配置资源以产生最大效益？这些都是值得我们进行思索的，我国正在由计划经济向市场经济进行转轨，缺乏的正是高级的复合管理人才，本图书所精选的二十五位世界级的经营管理大师的传奇经历和丰富的管理经验，也许会对读者有所启发，这二十五位精英当中，有管理大师，有投资奇才，有资本运作高手，更有新经济中的弄潮儿，他们或挽狂澜于企业之将倾，如 IBM 的郭士纳；有紧跟时代潮流，以长远眼光投资新经济而获巨大成功，如日本的孙正义；有以资本运营而创造巨额财富者，如李泽楷，如是等等。

我们推出本书不是为了猎奇，而是把他们的成功运作过程展现给读者，使读者能够真正地领会其成功的精髓，而不是去单纯的去模仿，我想，正是这些深刻的经营理念和思想才是真正对读者有用的，真正能够帮助读者取得成功的，我们所说的学习，大

概要义亦是如此，至于他们所采用的具体方法和谋略及制定的战略等等，在很大程度上具有不可重复性，也就是说读者应深入到这些方法的背后去探求他们的成功之道，当然，我们不可能都成为工商巨子或企业明星，但当我们理解了他们的成功理念之后，就可以将这些理念运用到身边、周围、自己的企业，从而开拓出一片新的事业，取得自己的成功，如果在这方面能够有助于读者，作者将感到莫大的安慰。

为了便于读者理解这些管理精英的思想精华，我们特将他们的经营理念列在开篇之初，希望读者能认真研读，理解其实质与内涵，并与正文相结合加深理解。

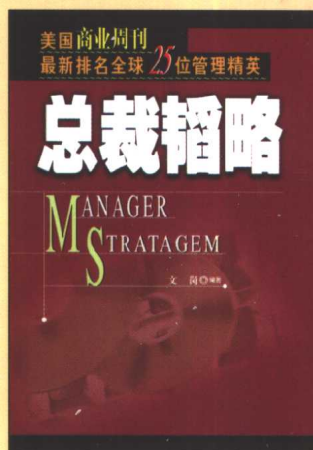
本书的材料收集、整理工作得到了中国北京 235 经济研究室的同志们的大力支持，在此谨表示衷心的感谢。

作 者

2000.5.18

总裁韬略

MANAGER
STRATAGEM



BLUE FLOWER
李棟設計

目 录

戴 尔 (1)

1984 年, 年仅 20 岁的戴尔用 1000 美元以自己的名字创立了 Dell 电脑公司, 6 年之后, 他成为了世界上最富有的年轻富翁, Dell 公司进入了《财富》500 强之列。这位赚钱天才有何生财之道?

约翰·钱伯斯 (15)

钱伯斯在执掌 Cisco 帅印的 5 年间, 将 Cisco 以 1.2 亿美元的小公司拉动至 100 多亿美元的大公司, 一跃成为全球网络厂商的领头羊。其股票市值上涨了 80%, 超过了 3000 亿美元。钱伯斯是怎样做到这一点的?

郭士纳 (25)

1992 年, 郭士纳上任之前, IBM 亏损高达 50 亿美元, 1993 年, 郭士纳入主 IBM, 两年后, 蓝

色巨人 IBM 扭亏为盈，以后连续攀升，1998 年，IBM 董事会通过一项决定：与当时已 56 岁的郭士纳续签 5 年合约，他们认为郭士纳确实是一位很优秀的企业家。郭士纳，这位计算机技术的门外汉拯救了 IBM，他是怎么运作的？他又优秀在何处？

卡莉·菲奥里纳 (45)

了不起的惠普在 1999 年 7 月 17 日以不可思议的全票通过同意了卡莉·菲奥里纳来做惠普掌门人。这位了不起的女性不仅征服了整个惠普，也征服了每个接触她的人，也赢得了华尔街一片叫好声。这位年轻貌美的女人以什么来征服他人？其思想精髓是什么？

王嘉廉 (65)

在美国，能够自如出入最上层圈子的华人只有一个，他就是 CA 公司的总裁兼首席执行官王嘉廉。王嘉廉是全球企业管理软件王国的主宰，最了不起的是 95% 以上的世界 500 强公司均为他的用户。这一切都是因为其与众不同的经营之道。

韦尔奇 (95)

美国通用电气公司 (GE) 的市场市值从 1981 年的 120 亿美元猛增至今天的 2800 亿美元, 这是一个增长神话的典范, 而这个增长神话的主角、增长的主要推动者和带头人就是韦尔奇, GE 的前董事长兼 CEO。韦尔奇靠什么创造如此的神话? 他又是如何创造的呢?

费舍尔 (123)

用 2500 万美元请来的商界奇才费舍尔以大刀阔斧之势整顿了岌岌可威的柯达王朝, 从而使身陷之翳的柯达人看到了新的柯达曙光, 他又是如何创造这一奇迹的呢?

斯蒂文·乔布斯 (135)

1999 年苹果电脑股票上扬了将近 140%, 每股达约 99 美元。这是斯蒂文·乔布斯为苹果创造的辉煌, 而就在 1985 年, 乔布斯还被苹果电脑逐出门外。今天, 乔布斯不但凭空设计出伟大的产品, 而且还显示出了其管理才能。日理万机的他像照料新生儿一样照料着苹果电脑, 他能否续写辉煌, 又如何续写辉煌呢?

肯·谢诺 (145)

肯·谢诺虽只是美国运通公司的第二把手，但人们包括其上司艾卢布都认为他气质优雅，性格内敛、温和可亲，是个魅力十足的领导者，甚至有人将其比作新一代的“杰克·韦尔奇”，他到底是什么样的领导者，他有何独特的做法？

杰夫·贝索斯 (159)

杰夫·贝索斯，亚马逊网络购物中心的缔造者，1999年以70亿美元身价当选为《时代》“年度风云人物”，成为比尔·盖茨后的又一个“美国神话”，虽然亚马逊在很多季节里都亏损，但其股票却连续升值。贝索斯是如何谱写这个神话的呢？

理查德·瓦格纳 (171)

通用现任总裁兼首席运营官瓦格纳不但拥有“世界最大公司总裁”和“身材最高的总裁”两项之最，更让人惊叹的是他在前任韦尔奇基础上创造的新的奇迹，在罢工过后的困难时期，瓦格纳使通用当年第四季度的利润就创下了惊人的周期历史新高。他到底有什么秘诀？

托马斯·哈发 (181)

托马斯·哈发，他执掌的 EM·TV 公司正以惊人的速度快速发展，1999 年 8 月以前的 19 个月中，EM·TV 在德国增长股交易所的股票每股价值涨达 1000 美元，涨幅达 10000%，每股价格收益率为 90。托马斯·哈发成为了新一代的卡通大王。他是怎样一个人？其思想精髓是什么？

雅克·纳塞尔 (191)

“尖刀”雅克·纳塞尔，这位福特汽车公司的新任首席执行官正以其独特的方式、坚韧的毅力带领“福特”这匹老马驶向新的大道，更可贵的是他的出色工作获得了福特家族的强力支持。他独特在哪里？又到底有何出色之举？

巴菲特 (205)

如果你在 1965 年巴菲特收购伯克希尔公司之时投入 1 万美元，那么你今天将拥有 5100 万美元；但如果你将其投入标准普尔 500 指数，如今你就只能得到 49.74 万美元。这就是伯克希尔公司董事长兼首席执行官、著名的投资大师巴菲特创造的奇迹。他是怎么做的呢？

孙正义 (219)

出类拔萃的因特网公司 Softbank 敢做敢为的缔造者孙正义现在的身价约 40 亿美元，仅在 1999 年，Softbank 公司的股价就上涨了 1200%，每股达 795 美元，他创建了一个强大的网络王国。他又是如何获取如此的成功的呢？

于尔根·施伦普 (231)

于尔根·施伦普，有人戏称他为戴姆勒公司的“发动机”，真是最形象不过；他担任戴姆勒的董事长才不过几年，就已被拥立为这家久经考验的德国公司的领袖；欧洲报界称其为“德国的杰克·韦尔奇”，有人更干脆，称其为“中于尔根”。他到底遑育在哪里？

汉克·格林伯格 (243)

美国国际集团自 1919 年上创建至今，只有过两名董事长，其中一位就是现任董事长汉克·格林伯格，这位被人同时称为“掠夺者、企业家、创新者”的 74 岁的老头至今仍不打算退休，而在他的经营下，国际集团也是蒸蒸日上。他凭什么还不放手？他又在做什么呢？

理查德·麦金 (257)

当朗讯还埋没在美国电话电报公司时，总公司对其只有利润保持 10% 的增长，而当朗讯独立后，雄心勃勃的理查德·麦金正以其“铁人”性格带领朗讯开辟了自己更新更大更好的一片天地。他是如何做的呢？

默多克 (269)

一个已控制了世上绝大部分图像、信息和资料的两极——内容编排与传送的人，依旧不满足，他还想吞噬整个媒体。他，就是名符其实的媒体大王默多克。如果说比尔·盖茨是信息革命的领导者，那么默多克就是信息革命的最大受益者。他是凭什么达到这一步的呢？

费迪南·皮希 (279)

德国大众汽车集团董事会主席费迪南·皮希虽已年过 60，但仍豪气云天，在不到一年的时间里，成功购并了多家汽车企业，并使“劳斯莱斯”正式“下嫁”。这样的奇迹是怎样创造的呢？

迈克尔·阿姆斯特朗 (293)

迈克尔·阿姆斯特朗可说是一位“专业杀

手”，这位 AT&T 的首席执行官雷厉风行，使衰老的、死气沉沉的 AT&T 又焕发了青春，他是如何做、如何想的呢？

艾华士 (307)

艾华士，这位世界第三品牌可口可乐的掌门人使可口可乐行遍世界，占领了世界 20% 的饮料市场份额，并且还定下目标要让其消费量再翻一番，他是如何做到的呢？他又如何实现下一个目标呢？

李泽楷 (325)

李泽楷，提起他，人们更多联想到他是李嘉诚的儿子，但现实中，李泽楷更多的是靠自己过人的智慧和胆识，作为盈科数码动力的创始人，33 岁的李泽楷仅用 1 年时间就创造了多个神话。如今盈力的股票市值比去年创立之初大涨了 1400%，投资额猛增了 30 倍，成就了东方之珠的数字神话，这一切，李泽楷又是如何去做的呢？其中又有何奥秘呢？

理查德·托曼 (339)

1997 年，施乐公司不惜以天价将理查德·托

曼从 IBM 挖了过来。在施乐人眼中，托曼是数字化时代的人物，思维接近硅谷风格。到 1999 年，施乐取得了 27 亿美元的经营利润，销售总额达到了 194 亿美元，创 90 年代以来的最高纪录，这位天价总裁到底用了什么奇招呢？

弗兰克·里布 (351)

对于弗兰克·里布，中国的读者对其知之甚少，但由它掌舵的法国达诺的集团是欧洲最大的食品供应商，共乳制品销量名列世界第一，在饮料方面业已成为雀巢，可口可乐、百乐可乐等公司的强劲对手，弗兰克·里布是如何便这些业绩实现的？我们从中又可学到些什么呢？

戴尔——直销之王

【戴尔理念】

●在 Dell 公司的历史上有 8 年的发展速度是 80%，有 6 年的发展速度是 60%，这两年的发展速度是 45%。对此，戴尔这样解释：“我们之所以把速度降下来，是想让公司在各个方面的发展有一个平衡点。”

●踩着大势向前走，是戴尔十几年如一日的做事方式和思考方式。戴尔喜欢利用业界中最有势头最有影响的技术，比如在处理器方面，紧跟英特尔，在操作系统上，又紧跟微软。

●“我们有最好的生意模式。”戴尔所谓“最好的生意模式”，他说：“我们的核心竞争力是直销，我们的管理风

格是直销。”戴尔直销真正努力的方向是追求“零库存运行模式”和为客户“量体裁衣”定做电脑。其优势在于他对计算机市场上的直销模式的独特理解，从零部件到供应商直接到最终用户，戴尔始终控制着中间的每一个环节。

●“按照客户的要求去做”，是Dell公司的信条，这为戴尔创立了电脑行业中与客户之间的最紧密也最令人羡慕的关系。在管理上，戴尔判断员工价值的一个关键之处是看他们对客户的友好程度。能给客户提供什么样的最好的机会，对其关注的客户都做了些什么，戴尔服务的一个新方向就是要将客户服务水平提高到一个新的高度。