

Cheng Gong

15位

顶尖企业家的

成功方法

成功一定有方法。英国一位哲学家曾经

说过：“要想不走弯路，最好的方法就是沿

着已经成功者的足迹前进。”优秀的企业家，

能在竞争激烈的社会环境中胜出并获得成功，

可谓是人中龙凤，社会精英。他们的特点和

经历，无疑是我们值得借鉴和学习的经典典

范。

●在当今世界，有一批优秀的顶尖企业家，用自己的才智改变我们的世界和生活，人们称之为“企业巨擘”。他们的名字如雷贯耳，耳熟能详——洛克菲勒、沃尔顿、比尔盖茨、福特、希尔顿、松下幸之助……他们经营的事业影响世界。

万雪晨◎编著



★掌握高效密码，拥有成功人生★

●书里一直贯穿着这样一个中心思想：任何一个普通人，只要努力，都可以达到优秀，成为企业巨擘。纵观这15位成功者的起始阶段，都是极其普通而且没有任何优势的。但是是什么原因促成了他们的成功呢？他们有什么成功的方法？答案就在这本书里面。花上两个小时，看完这本书，或许这就是一个改变你一生的举动。

远方出版社

15位 顶尖企业家的 成功方法

万雪晨◎编著



★掌握高效密码，拥有成功人生★

远方出版社

图书在版编目(CIP)数据

15 位顶尖企业家的成功方法 / 万雪晨编著. — 呼和浩特: 远方出版社, 2007. 4

ISBN 978-7-80723-219-3

I. 15... II. 万... III. ①企业家 - 生平事迹 ②企业管理 - 经验 - 世界 IV. K815.38 F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 055603 号

15位顶尖企业家的成功方法

.....

编 著: 万雪晨

责任编辑: 张 宇

出版发行: 远方出版社

社 址: 呼和浩特市乌兰察布东路 666 号

邮 编: 010010

经 销: 新华书店

印 刷: 北京市施园印刷厂

版 次: 2007 年 4 月第 1 版

印 次: 2007 年 5 月第 1 次印刷

开 本: 710×1000 毫米 1/16 开 15 印张

字 数: 335 千字

标准书号: ISBN 978-7-80723-219-3

定 价: 28.00 元

.....

远方版图书, 印装错误请与印刷厂退换

序言

在当今世界，有一批优秀的顶尖企业家，用自己的才智改变我们的世界和生活，人们称之为“企业巨擘”。他们的名字如雷贯耳，耳熟能详——洛克菲勒、沃尔顿、比尔盖茨、福特、希尔顿、松下幸之助……他们经营的事业影响世界，他们的事迹被广为传颂，他们的言语被视为格言，影响着每一个追求优秀的人。

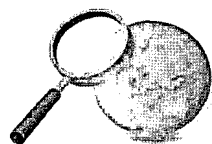
但是怎么从一个默默无闻的凡人成为像他们一样的企业巨擘？如何闯出一番自己的事业名扬天下？相信这是每个不甘现状的人苦苦思索的问题。随着竞争压力的不断加强和经济结构的持续细化，想要从芸芸众生中脱颖而出，就变得难上加难。其实，很多人与成功无缘，缺的不是企图心，也不是因为执行不力，而是没有正确的方法，缺乏可以值得学习和参考的成功参照对象。

成功一定有方法。英国一位哲学家曾经说过：“要想不走弯路，最好的方法就是沿着已经成功者的足迹前进。”优秀的企业家，能在竞争激烈的社会环境中胜出并获得成功，他们可谓是人中龙凤，社会精英。他们的特点和经历，无疑是我们值得借鉴和学习的经典典范。

本书介绍的世界上最优秀的15位企业家，是当今企业家的楷模。成功没有偶然，更非命运的安排。他们都是白手起家的普通人，但通过个人奋斗，从一贫如洗到富甲天下，是从普通人到企业巨擘的优秀代表。这15位顶尖的企业家，看起来他们高高在上，要达到他们的境界似乎是痴人说梦，但是只要拿出你的企图心和行动，加上这本书，成功，你一定也可以！

这本书以通俗精练的语言和生动深刻的真实故事，真实记录了15位优秀企业家的成功历程和经营方法，揭示了他们改变命运走向成功的秘诀，是一本通往事业巅峰的实用指导手册。众多可行的成功理念和有效的实用方法，总有一种能带给你启发和指导，从中得到有益的借鉴和丰厚的收获。

最后，谨以此书献给天下主管经理、企业老板以及每一个渴望成功的人，但愿这本书能助你早日胜出，成就你的卓越人生。



15 位顶尖企业家的成功方法

The successful method of 15 top entrepreneurs

CONTENTS

目 录

第一章

将杂货店开满全球的世界首富

—— 山姆·沃尔顿

12 架专机为沟通做保障·····	3
小镇策略：农村包围城市·····	5
将低价策略进行到底·····	7
多省下一分钱，多一份信任·····	9
商品打折服务不打折·····	11
把员工当成“合作者”·····	13
任何员工都是平等的·····	15

第二章

从修车铺走出的摩托车之父

—— 本田宗一郎

从保姆开始做起·····	19
风雨过后见彩虹·····	21
鲑鱼效应：激活团队活力·····	23
谁最有本事谁就上·····	25
招贤纳士，构建卓越高层·····	27
简单真理：三个喜欢·····	29

第三章

裁剪出服饰帝国的小裁缝

—— 皮尔·卡丹

卡丹成功的秘密武器·····	33
光卖名字年收入数亿美元·····	35
让男装也流行·····	37
让时尚走近寻常百姓·····	39
见缝插针的渗透战术·····	41
不把鸡蛋放在一个篮子里·····	43

第四章

演绎营销魔术的汽车营销大师

—— 李·艾柯卡

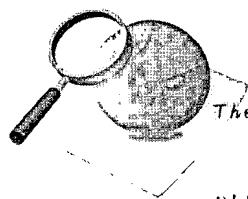
四个 5000 万 + 不赔钱原则 ·····	49
人是第一位的·····	51
创新营销: 1956 年 56 元·····	53
野马奔腾, 创利两亿·····	55
巧用爱国心走出困境·····	57
挽救克莱斯勒的秘诀·····	59

第五章

从赤贫小子到金融寡头

—— 阿马迪·基安尼尼

童年的积累和历练·····	63
---------------	----



15位顶尖企业家的成功方法

The successful method of 15 top entrepreneurs

以乐观的心态去学习·····	64
构建没有大股东的银行·····	66
与传统规则相悖的经营艺术·····	68
农民银行——敢为天下先·····	70
用魄力化解危机·····	73
大肆扩张，构造全美第一大银行·····	75

第六章

修车学徒工出身的汽车大亨

—— 福 特

立志须趁年少时·····	79
用远见卓识巧妙回应挑战·····	81
寻求迂回突破，赛车场上竞风流·····	83
腾飞从T型车开始·····	85
坚持独立，决不屈服·····	87
将利润的一半分给员工·····	89

第七章

每年卖出 200 亿美元汉堡的快餐皇帝

—— 克劳克

53台搅拌机改变麦当劳命运·····	93
细密策划，先称王后称霸·····	96
维护麦氏权益，打造品牌优势·····	99
麦当劳应该帮助加盟者成功·····	101
立足本土，称雄美国·····	103
麦当劳经营的三大秘诀·····	105

第八章

称雄石油王国的霸主

—— 洛克菲勒

在自律和执著中进取·····	109
绝不可盲目下手·····	111
用魄力与谋略突破难关·····	113
慎重选择合作伙伴·····	115
从大封锁中突围·····	117
炼就铁的领导手腕·····	119
猎捕“垄断之狮”·····	121
营造政商结合的典范·····	123

第九章

在战争废墟上建造起电器王国

—— 盛田昭夫

儿时的梦想,未来的方向·····	127
像家长一样管理员工·····	129
创新是永恒的卖点·····	131
到世界市场竞高下·····	133
专做别人不做事·····	135
“舰队式经营”模式·····	137



15 位顶尖企业家的成功方法

The successful method of 15 top entrepreneurs

第十章

卖米卖出的“塑胶大王”

—— 王永庆

员工管理的两大法宝·····	141
注重细节,做好服务·····	143
低成本,高利润·····	145
追根究底的溯源方法·····	147
不重学历重学力·····	149

第十一章

5000 美元开创希尔顿王朝的旅馆之王

—— 唐拉德·希尔顿

坦诚、信任的用人之道·····	153
你今天对顾客微笑了吗?·····	155
旅馆赚钱的最有效途径·····	157
摘取旅馆王国的皇冠·····	159
波及全世界的“希尔顿冲击”·····	161
只有高风险,才有高回报·····	163

第十二章

数字时代雅虎传奇的缔造者

—— 杨致远

我绝不为人打工·····	167
用户想要什么服务,就提供什么服务·····	169
如果你没有,就把它买下来·····	171

打造品牌：你雅虎了吗？	173
-------------	-----

第十三章

创造微软神话的哈佛退学生

—— 比尔盖茨

抓住机会，“抛弃”哈佛	179
技术专攻，态度专一	182
用美金砸出多元化市场	184
寻找能与我们一起工作的人	186
只留下比尔盖茨一样的人	188
垄断才能获取超额利润	190

目 录

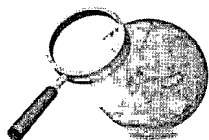
CONTENTS

第十四章

用 100 日元创造松下奇迹的经营之神

—— 松下幸之助

让每个人都买得起松下电器	195
对“亲家”要守信用	197
拿出一半家当引进技术	199
在商战中打造销售的松下	201
培育“松下精神”	204
用企业文化创建一流团队	206
聆听上帝的声音	208
永远走在时代前面	210



15 位顶尖企业家的成功方法

The successful method of 15 top entrepreneurs

第十五章

人类童话王国的总工程师

—— 华德·迪斯尼

不断创造“第一”的纪录·····	215
坚持自己的品牌个性·····	217
迪斯尼乐园只制造欢乐·····	219
用迪斯尼大学培训“卡通”员工·····	221
打造独特的理论体系·····	223
掌握潮流，让汽船威利“鸣笛”启航·····	225
刻苦钻研，寻求突破·····	227
天才灵感成就迪斯尼·····	229

第一章

将杂货店开满全球的世界首富

——山姆·沃尔顿

第一章 将杂货店开满全球的世界首富——山姆·沃尔顿

现在的世界首富是谁？比尔盖茨吗？不！山姆·沃尔顿早就已经取而代之。山姆·沃尔顿从一家小杂货铺起家，开创了沃尔玛零售商业帝国，与比尔·盖茨并肩成为世界上最富有的个人奋斗偶像。山姆·沃尔顿坚持低价策略和客户至上原则，给世人带来了实在的惠利，缔造了一个让世界为之瞩目的零售商业王朝。

1918年，山姆·沃尔顿出生于美国奥克拉荷马州的金菲舍尔镇。五岁时，全家搬到了密苏里州的哥伦比亚镇，他在那里读完了高中并上了大学。从孩提时期起，山姆·沃尔顿就下定决心要样样做得出色，这是他的天性。

1940年6月3日，大学毕业刚三天的山姆·沃尔顿正式进入零售业，开始了零售大王的传奇生涯。经过40多年的潜心经营，沃尔玛从美国中部阿肯色州的本顿维尔崛起。迄今为止，沃尔玛商店总数达到4000多家，年收入2400多亿美元，名列全球500强之首，创造了一个又一个商业神话。

1992年3月17日，当时的美国总统布什偕同夫人，专程赶到在本顿维尔的沃尔玛公司总部授予山姆·沃尔顿“总统自由奖章”，以表彰山姆·沃尔顿在零售业方面取得的非凡业绩。布什在颁奖典礼上致辞：“山姆·沃尔顿



15 位顶尖企业家的成功方法

The successful method of 15 top entrepreneurs

使人们更加接近，并与他人共同分享他所代表的美国理想。他是忠实于家庭的男人，企业的领导人，也是倡导民主制度的政治家。山姆·沃尔顿具有诚实、希望和工作的美德。美国向这位商业领袖致敬，祝他的生活和他的事业一样成功。”

沃尔玛几十年来业务蒸蒸日上，而且不断扩张。在全球经济不景气的情况下，沃尔玛仍然以良好的速度增长。山姆·沃尔顿以其勇于进取的决心，做出了让世人瞩目的伟大成就。沃尔顿和他的沃尔玛成功的秘密，就在有关沃尔顿的故事里。

12 架专机为沟通做保障

曾经有一个人问山姆·沃尔顿：“你是如何从一个开杂货铺的人，成为世界上最富有的人呢？”山姆·沃尔顿回答：“任何一个企业的成功，不仅仅是因为一个单纯的因素，而是多重因素共同作用的结果。但是如果要从中选出一个我认为最重要的因素的话，那么我认为是沟通，与员工沟通，与客户沟通，与所有人开展积极有效的沟通，只有这样，你才有可能发现和把握每一个机会，永远保持卓越。”

在沃尔顿的经营理念中，沟通是最重要的。甚至早在沃尔玛还只有几家分店的时候，沃尔顿就一直在坚持和实践着这个基本原则。

为了保持及时良好的沟通，沃尔顿在信息管理和卫星通讯上花费数亿美元。沃尔玛内部每周六都要召开工作会议，就一周以来公司的各项问题和发展规划进行交流讨论。

在沃尔玛，每家分店经理和部门主管都必须非常清楚地知道自己店内的所有资料。因为信息共享，如果需要，他们也能够及时了解其他分店的有关资料，从而始终保持对自己的经营状况以及其它店的情况有清晰的了解。

由于分店数量太多，各店的主管无法与本顿维尔总部的供应商代表充分沟通，所以沃尔顿经常按部门举办研讨会。比如运动用品部，每一区域选一位部门主管集中到总部与采购人员进行交流，再与供应商代表交换对产品的看法，制定下季度的计划。这些部门主管回到本部后，再与同区域内同部门的其他主管分享所得信息。

沃尔顿认为，无论是多么高级的电脑网络和通信设备，都只能提供一些参考数据。比如：数据只能告诉你，店内的某种产品卖出了多少，而不能告诉你会有多大的市场空间。所以沃尔顿要求上至各级主管，下到采购人员，每周必须花3—4天的时间巡视分店，到基层了解和处理店内事务，他自己亦是



15 位顶尖企业家的成功方法

The successful method of 15 top entrepreneurs

如此。公司配备了12架专机，就是特意为这种旅行而准备的。地区经理和高级主管往往是周一外出，周四回到本顿维尔，然后飞机又载上采购人员飞往世界各地。周四经理主管们回到总部时，总能带回一些有价值的信息和建议，经过星期五的交流和讨论，拿出方案对策，一般星期六晨会后就能得到执行和落实。

同时，每个采购人员还必须到不同商店，在自己负责采购的商品部门担任几天部门经理，以使自己对所采购的商品有一种亲身的体验。

这就是沃尔顿的沟通理念，从阿肯色州第一家沃尔玛开业以来，他就是用这种沟通方式了解不同顾客的不同要求，不断调整完善公司的经营方法和经营理念，打造和谐团结的企业团队，从而使沃尔玛从一家不知名的小杂货铺发展成为今天的商业航母。

小镇策略：农村包围城市

在希腊神庙有一块巨大的石碑，上面只镌刻着几个大字——认识你自己，这句话倍受西方人推崇，影响了西方几千年。的确，人类可以探索神秘的宇宙，认知奇妙的万物，却不能正确地认识自己。要想做一番事业，获得成功，你就应该对自己有清晰的认识，知道自己的优缺点，给自己定好位，“得知道自己是谁”。有一位经济学家就说过：“准确定位是开创事业的第一步。”沃尔顿清楚地知道这一点。

在创业之初，沃尔顿就一直坚持走小镇策略。这样做就避免了和那些大型零售企业正面交锋。小镇的条件得天独厚，远离城市，顾客虽不多但消费能力却不低，而且竞争对手有限，小镇的这些特点为沃尔玛的立足生存和发展打下了良好的基础。

二十世纪五六十年代，在美国的偏远小镇，还是以传统的家庭式店铺为主，没有像大城市那样发达的大型商业，当时很多大型零售企业都认为小镇人烟稀少、交通不便、运输成本高，根本无利可图。这样就有了一个供需矛盾：小镇居民非常渴望能有物美价廉、品种齐全的商品来满足生活需要，但现有的产品让他们无法得到满足。当时沃尔顿意识到了这个矛盾，觉得有利可图，甚至大有可为，于是结合自己的实际情况，制定了小镇策略。

果然，当沃尔顿的第一家折扣商店在小镇开业以后，几乎没有任何竞争对手。除了当地的居民，周边的居民也大批慕名而来选购商品。小镇土地租金价格低廉，在加上顾客的口碑相传，商店马上就顾客盈门，财源滚滚。如燎原之火，沃尔玛迅速地发展起来。

从创业至今，沃尔顿一直信奉这样一条原则：美国乡村的顾客与那些离开农场迁到大城市去的亲戚一样，都非常希望买到物美价廉的商品。由于沃尔玛立足小镇为他们提供了低价的商品、满意的服务、方便的购物时间，所



15位顶尖企业家的成功方法

The successful method of 15 top entrepreneurs

以那些实行45%加成、品种和购物时间都有限制的老式杂货店，在沃尔玛的冲击下，纷纷退出零售业。

在二十世纪七十年代美国经济不景气的时候，大城市的零售商还在为销售不振、竞争激烈的现状而苦恼时，沃尔玛却因为独特的小镇策略发展方式，丝毫没有受到大环境的影响，保持了销售和利润的飞速增长。山姆·沃尔顿采用“农村包围城市”的策略来发展他的零售大业，这种渗透战略在实际运用中被证明是十分正确的。不可想像，如果沃尔顿一开始就实行城市策略的结果会是怎样。可以毫不夸张地说，沃尔顿的成功，归根到底是因为小镇策略实行的成功。