

甘霖智慧培训文库

商界布道师 吴甘霖◎著

破译首富财富密码，把自己打造为「财神」

首富的商道



机械工业出版社
China Machine Press

破译首富财富密码，
把自己打造为「财神」

首富的商道

商界布道师
吴甘霖◎著



机械工业出版社
China Machine Press

本书是一本全面阐述中外首富商道的著作，通过分析比尔·盖茨、山姆·沃尔顿、孙正义、李嘉诚、王永庆等中外首富的成功案例，从财商、胆商、智商和创新之道、领袖群伦之道、“铸魂”之道等六个方面进行了全面剖析，让您在最短时期掌握首富成功的“财富点金术”。

当你拥有了书中告诉你的智慧，你同样也可以创造出连自己也想象不到的财富奇迹，甚至将自己打造为“财神”。

图书在版编目（CIP）数据

首富的商道/吴甘霖著. —北京：机械工业出版社，2006.12
（甘霖智慧培训文库）
ISBN 7-111-20537-5

I. 首... II. 吴... III. 商业经营—经验—世界 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2006）第 152397 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

责任编辑：赵丽敏 责任印制：杨 曦

北京机工印刷厂印刷

2007 年 1 月第 1 版·第 1 次印刷

180mm × 250mm · 11.75 印张 · 4 插页 · 167 千字

00 001—10 000 册

定价：35.80 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

销售服务热线电话：（010）68326294

购书热线电话：（010）88379639 88379641 88379643

编辑热线电话：（010）88379001

封面无防伪标均为盗版

与智慧交锋 财富

► 吴甘霖讲授
中外首富的商道

讲坛组委会
才服务中心
人才服务联盟

吴甘霖



► 2006年11月，“中国管理培训七剑客”在中国培训论坛上集体亮相。
自右至左分别是吴甘霖、李践、汪中求、易发久、王璞、孟昭春、程社明

► 吴甘露作为“中国管理培训七剑客”之一，在2006年中国培训论坛上讲座，会场座无虚席



► 与蒙牛总裁牛根生
探究蒙牛及一流企
业快速发展之谜



► 吴甘露作为“财富中国讲师团”常务副团长，在全国进行财富中国系列讲座，深受欢迎

► 吴甘霖在晋江“财智论坛”上做培训



思路决定财路

管理者思路突破训练

主办单位
省职业经理人
承办单位
校工商管理
界经理人进修中心



支持单位

双美容美发有限公司
长天太阳能有限公司
东联能源电力设备公

► 吴甘霖为云南职业经理人讲授有关商道课程

► 吴甘霖为中国航天集团做培训，有关领导赠送航天纪念品



主讲人：吴甘霖

支持单位：海口永发印刷厂有限公司  招商联盟-海口 [Http://haikou.invest.com](http://haikou.invest.com)  画王广告设计整

吳甘霖

2006/06/17

► 吴甘霖在海南进行国家银河培训工程有关讲座

金 / 财富 黄颖 / 赵 涛 黄颖 / 汪 岩 黄欣 / 胡蓉欣
本版 E-mail: cj@beijingtimes.com.cn

2003 / 7 / 12

文 优 本报记者 张靖华

走出困惑

企业“铸魂”



经历这一事件后，他进一步意识到，企业要做大做强，就得在结构性的改革上更加有自信。1997年，他决定以回购国有股权为核心的资产重组方案，正在自己的经营中完成，另一部分则在商界广为传播，产生了轰动效应。之后，他干脆辞去月薪2万元的工作，全心研究时代需要的大智慧来。

智慧旋风

2001年,中国青年出版社出版了国内第一套全面探究21世纪智慧的丛书《甘霖智慧丛书》。这套丛书的序言,是一篇长达两万余字的论文,“用智慧统帅知识——二十一世纪的智慧宣言!”这是晏甘霖多年荣荣硕果

吴世霖，
1937年毕业于
武汉大学，
会剧担任
为日报、中记
—1988年
辞。历任古
中、华文化
播集国副
裁、中华万
副总裁、
国英中开
创进力开
中心中国
总裁。现任
界育年或
学食副会
、甘露智
国叙购理
长。

本报记者
陈树德

这是目前一场电视广告
情势最紧张一边是联想集团
首席首席陈国治、郭洪涛、
CEO王志标，另一边就是中
国、他的前同事们到了旁听
这高悬的雄鸡的鸣叫与圆
桌甘拜为风。进入人的视野
甘拜，不能不兢兢地要摆摆
而要把把和把把把把把把
除：一、学学学学学学学学
二、男男男男男男男男男
三、男男男男男男男男男
四、男男男男男男男男男
“市商”理论，是吴甘群
界“市商”的核心。他将商
三个境界：第一境界是平
——境界是水平不是，但
管能情事的“市商”境界
陈国治所言：“以知识为

在对全世界最成功的商业进行分析后,他发现世界亿万富翁中,华人首富李嘉诚本世纪“经营之圣”陆铿和朱万一俱升都是哲商。哲商指平实、耐证的哲学智慧来指导我们,更重要的是有一种超

的价值。吴甘霖认为,汉代和隋唐时代都将成为过去人与商人的结合正打造商业未来。

从当记者时作为旁观者观察财富,到当总裁来创造财富到引导别人如何智慧地追求财富,吴甘霖走了与财富的三部曲。他说:“目前的阶段,是我感到最能实现自己的阶段。我要用我的智慧和

► 众多媒体纷纷
报道吴甘露

来观察,再把
和把
相关
个阶
价值
等等

前言

每个人都想拥有很多的财富，但并不是每个人的财富梦想都能够实现。

财富榜上那些跳跃的名字和数字总让人心存向往，也让人觉得遥不可及，甚至产生这样的想法：他们一定是受到了上天和机遇的特别眷顾，才能够取得今天的辉煌。

但事实并不是这样的。

很多首富的起点其实非常低，论背景、论学历、论资金等，甚至远远比不上很多现在想创业的年轻人。

比尔·盖茨大学没有毕业；李嘉诚当年只是一个茶楼的小伙计；王永庆靠卖米起家；刘永好、刘用行几兄弟创业的时候，东拼西凑才凑了1000元；洛克菲勒还是个一贫如洗的穷光蛋时，为了满足一下对财富的渴望，甚至将老板一张4000美元的支票偷偷地从保险柜中拿出来，看了又看，摸了又摸，爱不释手；中国最新出炉的女首富张茵靠回收废纸起家，当年也不过是只揣着3万元到香港开始了自己的梦想之旅……

但为什么起点并不高的他们，最终却取得了非凡的成就？

因为，成功一定有规律、一定有方法可遵循。

《首富的商道》这本书恰恰为你破译这些中外首富的财富密码，帮你找出了规律和方法，让你能够迅速提升自己的财商，挖掘到属于自己的财富金矿，实现自己的财富梦想。

本书分别从首富的“三商”和“三道”，即“首富的财商”、“首富的胆



商”、“首富的智商”以及“首富的创新之道”、“首富的领袖群伦之道”和“首富的‘铸魂’之道”等六个方面进行了全面深入的剖析，如同抽丝剥茧一般，将比尔·盖茨、沃尔顿、坎普拉德、李嘉诚、王永庆等几十位中外首富智慧精华进行了高度的提炼和总结，并找出了共性和规律性的东西。

这六个方面是首富之所以成为首富最重要的财富密码和核心，也是每一个渴望拥有更大财富的人必须掌握的智慧，它能让你在最短的时间内，找到开启财富之门的钥匙，迅速迈上成功的阶梯。

从这本书中，你不仅可以看到首富的成长故事，更可以学到首富在创造财富的过程中，如何发掘财富机会，面对困难的心态以及解决问题的方法和智慧。

通过阅读这本书，可以让你的“财商”得到全面的提升：

练就一双财富金眼，迅速发现财富机会，找到适合自己的财富金矿；

将自己的财富金锚，抛到最有价值的地方去；

知道在追求财富的路上，只要方法对了，就“没有什么不可能”；

知道生意无论大小，出卖的都是智慧；

哪怕没钱，也照样能做大生意；

懂得如何让优秀的人为你效力；

让自己成为造势、借势以及营造印象的高手；

知道如何用价值观打造“基业长青”；

.....

成功最好的捷径就是站在巨人的肩膀上超越，这本书恰恰为你找到了这样一个巨人的肩膀——首富的财富智慧。只要你真正掌握了其中的精髓，并且运用到实践当中去，那么下一个“财神”可能就是你！

甘霖智慧国际培训机构的编辑熊芳、史兼丽、肖楠为此书做了不少资料收集与文字整理的工作，在此深表感谢！

吴甘霖

2006年11月

目 录

前言

第 1 章 练就财富金眼——首富的财商	1
你要财爱你，就得学会先爱财	2
赚钱不仅是一种责任，更是一种社会责任	4
在心中建立财富的“金锚”	8
用“财富鼻”闻出最大金矿	12
当机立断把握商机	18
省一分钱，也就是赚一分钱	23
 第 2 章 没有什么不可能——首富的胆商	27
成功有三量：胆量、力量、度量	28
胆量可以逐步练大	30
不仅要有胆量，更要有胆识	34
把自己放到“非成功不可”的位置上去	38
让条件为梦想让路	42
没试之前绝不否定	46
最想放弃时最不能放弃	50
不仅不怕竞争，更要主动竞争	55



第3章 以最小的投入获取最大的回报——首富的智商 59

无论买卖大小，出卖的都是智慧	60
没钱也做大生意	64
善于借势与造势	68
以最好的方法解决问题	72
让系统发挥最大的魅力	78
做经营印象的大师	83
掌握 80：20 定律	87

第4章 扔掉“最好”的，会有更好的——首富的创新之道 ... 91

成功是发展的最大敌人	92
勇于开宗立派	95
将别人的梦想变为潮流走向	99
准备铜头碰铁钉	103
把问题变为机会	105
将偶然尝试变为核心竞争力	108
小细节也可以做出大创新	112

第5章 让最优秀的人主动效力——首富的领袖群伦之道 117

争人先争心	118
爱员工，员工就会加倍爱企业	122
重赏之下必有勇夫，重罚之下必有良民	125
让聪明人竭尽全力为你效劳	130
做培养领导的一流领导	135
忠诚+能力=一流的团队	138
上下同心，齐力断金	143



第6章 大胜靠德——首富的“铸魂”之道	147
小胜凭智，大胜靠德	148
买卖是爱	154
要精明，更要高明	159
乾坤合一成大道	163
经营企业就是经营人性	167
价值观打造“长青树”	172

第1章

炼就财富金眼——首富的财商



比尔·盖茨、李嘉诚、巴菲特……

财富榜上这些首富的名字总让我们眼花缭乱，也让我们不免有些想入非非：什么时候自己的名字也能和他们一样，在财富榜上跳跃、攀升？

这并非绝对不可能。

首富并不是天生的，只要你像他们那样把握了有关智慧，下一个这样的富豪，可能就是你！

因为，成功，总有规律可遵循。

尽管钱人人都想要，但赚钱的智慧和方法却未必人人有。这也是为什么有人富有有人贫穷的原因。

要想和那些首富一样，找到属于自己的金矿，拥有源源不断的财富，最便捷的方法只有一个——向首富学智慧、要方法。

只要掌握了首富的“商道”，破译了他们的财富密码，你也可能在最短的时间内找到财富之源，将自己打造为“财神”，成就一流的财富梦想。

要想有财，首先得学习首富的财商。



你要财爱你，就得学会先爱财

一次，在美国密苏里州一个机场的停机坪上，一位摄影师带着助手，正在等待一位有钱的大人物前来拍照。

摄影师对这位有钱人的脾气非常了解，知道他“爱财如命”，于是想在拍照之前寻寻他的开心。

摄影师在跑道上丢了一枚5分钱的硬币，对助手说：

“让我们来看看他是否会把它捡起来。”

过了一会，这位有钱人急急忙忙跑来了，因为要抓紧时间拍照，而且四周有许多飞机起降，他离得老远就喊：

“我应该站在哪儿？是该站在……”

这时，他的眼睛敏锐地注意到了那枚泛着银光的硬币，这样，他的这句话就变成了：

“是否应该站在——那枚硬币上？”

并且，他一边说，一边迅速地向硬币走过去，毫不犹豫地捡起了它。

这一下子，摄影师和他的助手都哈哈大笑起来。

这位有钱人就是鼎鼎有名的山姆·沃尔顿，沃尔玛的创始人，世界首富之一。

从这个小小的细节中，我们可以看到沃尔顿对财富超乎寻常的“爱”和关心。关于爱财，沃尔顿还有许多为人们所津津乐道的细节：

有亿万家财的他却开着一辆老旧的货车；只戴印有沃尔玛标志的棒球帽；去小镇街角的理发店理发；在自家的折扣百货店购买便宜的日常用品；公务外出时，总是尽可能与他人共住一个房间，而旅馆多为中档；外出就餐

也基本只去小餐馆……

当别人问他为什么如此“小气”时，他微微一笑说：

“你要财爱你，就得学会先爱财。”

如果没有这种“爱财”的精神，这样一个来自普通农民家庭、既无家产又无背景的孩子，要想取得这样巨大的成就恐怕很难。

你尊重财富，财富就会尊重你；

你爱财，财才会“爱”你。

石油巨子、世界首富洛克菲勒也非常爱财。他一生拼命挣钱，一方面是因为他将此看作是上帝赋予的使命；另一方面也因为他太喜欢钱了：每当看到钱，他的神经就会高度兴奋。

洛克菲勒还在打工时，曾经将老板的一张4000美元的支票从保险柜中偷出，看了又看，摸了又摸，激动无比。他自己也承认，他创办企业的目的完全是因为想赚很多的钱。

不仅如此，洛克菲勒还勇于向别人说出他的发财梦想。

有一次，他受到了客户的歧视，于是便愤怒地喊道：

“等着瞧吧，有一天我会成为天下首富！”

他还多次敲着朋友们的膝盖说：

“我必定会发财，必定会发财，必定会发财！”

正是对发财的这种强烈渴望，使得洛克菲勒从一个一贫如洗的少年起步，最终成为了石油巨子。

在我们的传统观念里，钱似乎总是和“不义”、“无奸不商”这些略带贬义的词汇联系在一起。但只要是取之有道，爱财没有错，爱财才会有财。财不仅能带给自己幸福，而且也能推动社会进步。

一个对财富缺乏爱的人不会去创业；

一个对财富缺乏爱的人不会去苦心经营企业；

一个对财富缺乏爱的人更不可能将企业做大，赚到更多的金钱。



赚钱不仅是一种责任，更是一种社会责任

日本的“经营之神”松下幸之助有句名言：

“赚钱是一种社会责任。”

这是一个让很多人觉得惊讶的理论。

赚不赚钱不是个人的事吗？怎么会是一种社会责任？

对一个真正优秀、有大发展的企业来说，赚钱不仅仅是为了解决自己的经营和生存问题，更是为了给社会尽更多、更大的责任。

松下能够从一家小工厂发展成为一个庞大的家电帝国，和这一理念是密不可分的。

有一次，松下幸之助和客户谈一笔生意，本来都已经确定下来了，谁知道，客户却突然强行压价。

刚开始，松下幸之助也被客户说得有点动摇了，可当他一想到那些通宵达旦加班的员工，立刻就坚定了自己的信念，他想：

“那些员工整天死命加班，难道我就这样将他们的辛苦劳动贱买掉吗？不能！”

然后，他二话没说，带着客户来到了工厂，指着那些正在忙碌的员工对客户说：

“您看看我们这些员工吧，他们没日没夜地工作，还要养家糊口，他们赚点钱容易吗？”

看到松下幸之助如此爱护员工，客户被深深地打动了，说：

“松下社长，看到您如此爱护员工，我真是感到惭愧啊，既然如此，那我们就按照原来的价格交货吧。”

松下就是凭着这样强烈的社会责任感，使得企业最终跨入了世界一流的行列。

一个不能创造财富的人，必定会损耗别人和社会的财富，成为别人和社会的负担；

一个不能创造财富的企业，不要说解决就业、锻造人才、增加税收，连员工都不能养活，最终只能破产，甚至要消耗社会的财富和力量来收拾烂摊，就像一些倒闭的国企一样。

如果人人都不赚钱，那么社会根本无法运转；如果家家企业都亏损，那么对社会无异是一场灭顶的灾难。

对一个企业来说，将赚钱当成一种社会责任，首先要努力让每一个员工获得物、心两方面的幸福。正因为如此，松下才能处处为员工着想，这样一来，他又怎么能够不得人心、得天下呢？

就社会责任感而言，我们可以把商人分为三个层次：

第一种是唯利是图、只要能赚钱什么事都干的商人。这种商人是最末流、最没有根基的，顶多昙花一现，很快就会消失。

第二种是在追求利润最大化的同时，能向社会提供比较优质的产品和服务，但不会主动承担社会责任的商人。这种商人可能会有所发展，但充其量也只能算是二流商人。

第三种是主动承担社会责任的商人。无疑，他们是发展最快、最能获得成功的商人。

很多首富都非常懂得这个道理，也因此受到了极度的尊敬。

石油大王洛克菲勒也可以说是惜金如命，在与妻子结婚时，尽管已积攒了巨大的财富，但他却只舍得花 15.75 美元买一枚戒指。

他还给朋友 5 分钱，朋友笑着说：

“不用还了，就 5 分钱而已，算了吧。”

但洛克菲勒却坚持把硬币放到朋友的口袋里，并且郑重地说：

“这可是 1 美元整整 1 年的利息啊。”

尽管洛克菲勒对自己和家人很吝啬，但对于社会公益事业，却非常