



关于金钱与财富的

格言

*Jin Dian Yu Cai Fu
De Ge Yan*

(下册)

有了金钱就能在这个世界上做很多事，唯有青春却无法用金钱来购买。

—— 莱曼特



新疆美术摄影出版社
新疆电子音像出版社



经典格言系列丛书

关于金钱与财富的格言 (下)

阿迪力·穆罕默德 主编

新疆美术摄影出版社
新疆电子音像出版社

财富与成功

败者声望愈高，胜者愈增荣耀。

——塞万提斯

被克服的困难就是胜利的契机。

——丘吉尔

不要听信那些向你说成败在天而不可强求一类的胡说。

——莎士比亚

成功的秘诀在于永不改变既定之目的。

——卢梭

成功的最佳捷径是人们清楚地知道，你的成功符合他们的利益。

——拉布吕耶尔

成功等于艰苦劳动加正确方法加少说空话。

——爱因斯坦

成功很快便会失去兴味。最快乐的时光是当微风吹着我们的风帆，水声在船头下哗啦哗啦作响的时候。

——巴克斯顿



成功或失败在于能否识时务，合时宜。

——马基雅维利

成功是大胆之子。

——迪斯累里

成功是强而有力的补药，因为它能使才能作有力的应用，使我们的雄心和渴望达到和谐的境界。

——亚历山大

成功是希望和奋斗的结合。

——佚名

成功是相对的；正是从那种我们能把它搞得一团糟的事情中，我们获得了成功。

——艾略特

成功太早往往容易毁掉一个人。

——文宁

成功诱出所有人的坏性情，而不成功培养善良的性情。

——希尔泰

成功与其靠外来的帮助，还不如靠自力更生。

——林肯

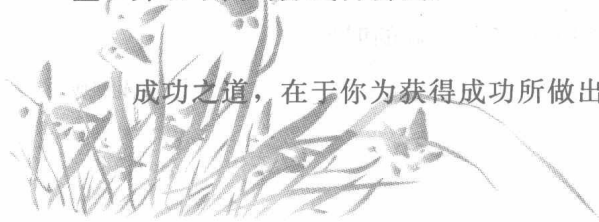
成功孕育着成功，这个道理完全正确。一次小的成功可以成为巨大成功的基石。

——马克斯威尔·莫尔兹

成功者与失败者之间的区别，常在于成功者能由错误中获益，并以不同的方式再尝试。

——爱默生

成功之道，在于你为获得成功所做出的积极努力，而不在



于预先就衡量这种成功的价值。

——哈里特

除非一个人曾学习过在获得成功如何对待之，否则成功的实现必然会使他成为厌倦的牺牲品。

——罗素

大成功令人肃然，因为我们从中意识到命运的力量；小成功让人得意，因为我们从中品味出自己的技能。

——周国平

得其所利，必虑其所害；乐其所成，必顾其所败。

——刘向

短时期的挫折比短时间的成功好。

——毕达哥拉斯

对微小事物的仔细观察，就是事业、艺术、科学及生命各方面的成功秘诀。

——史迈尔

凡不能获得他人信任，永远难求成功。

——安德烈·纪德

功成，名就，身退，乃天道也。

——老子

辉煌的胜利最易冲昏人的头脑。

——塞内加

活得好、笑得多、爱得深的人就是成功者。

——斯坦利夫人

获得成功的首要条件和最大秘密是：把精力、思想和资金集中于你所干的事业上。

——卡耐基

假如不从舍弃某些东西开始，则任何使命都无法完成。

——罗普斯

前人的错误给我们的教益不亚于他们的积极的成就给我们的教益。

——狄慈根

缺乏自信常常是性格软弱和事业不能成功的主要原因。

——索洛维契克

确定一次航行的是否成功，不是在于出港，而是在于进港。

——比彻

人人都说非得成功不可。但是我却这样想，首先须求取生存，这才是世界最大的成功。

——乔诺

人生成功的秘诀，唯有没有成功的人才能体会出来。

——高林兹

如果你希望成功，当以恒心为良友、以经验为参谋、以谨慎为兄弟、以希望为哨兵。

——爱迪生

如果你想在这个世界上获得成功，当你进入某个沙龙时，你必须让你的虚荣心向别人的虚荣心致敬。

——让莉斯夫人

如果我们过于爽快地承认失败，就可能使自己发觉不了我们非常接近于正确。

——卡尔·波普尔

如果在自己非常想要做的事情上未能成功，不要立刻放弃



并接受失败，试试别的方法。

——卡耐基

失败者众多，成功者唯一人。

——丁尼生

事者，生于虑，成于务，失于傲。

——管仲

他们成功，因为他们对自己有信心，以信心克服所有的障碍。

——乔·吉拉德

微乎其微的优异，往往会带来胜利。

——达尔文

伟人们并不是一跃而登上高峰的，而是在别人安睡的时候，在夜里艰辛地向上攀缘。

——朗费罗

伟人是通过最少的失败得益最多的人。

——豪斯

我所得到的最好教训，都是来自我的错误的失败中——过去的愚蠢的错误，便是将来的智慧与成功。

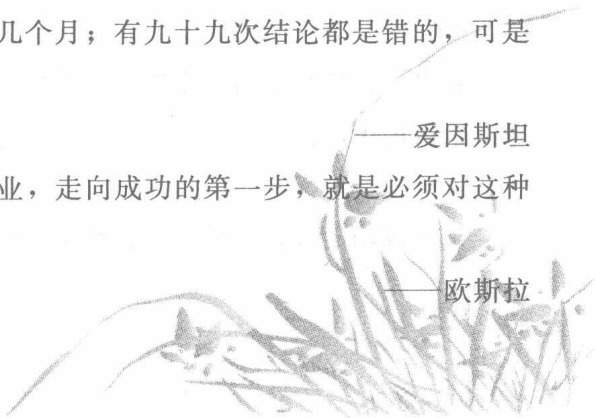
——艾德华兹

我要反复思考好几个月；有九十九次结论都是错的，可是第一百次我对了。

——爱因斯坦

无论从事何种职业，走向成功的第一步，就是必须对这种职业感兴趣。

——欧斯拉



无论何事，只要对它有无限的热情，你就能取得成功。

——施瓦布

要想取得成功，就得顺应潮流，切不可不知变通地逆流而动。

——斯瓦布

要有自信，然后全力以赴。假如具有这种观念，任何事情十之八九都能成功。

——威尔逊

一等二靠三落空，一想二干三成功。

——谚语

一分钟的成功可以抵偿多年的失败。

——布朗宁

有些人因其见识而成功，有些人因其行事而成功，少数人因其人品而成功。

——哈伯德

在别人藐视的事中获得成功，是一件了不起的事，因为这证明了不但战胜自己，也战胜了别人。

——蒙特兰

在胜负的世界里，只有胜者才能生存下去。

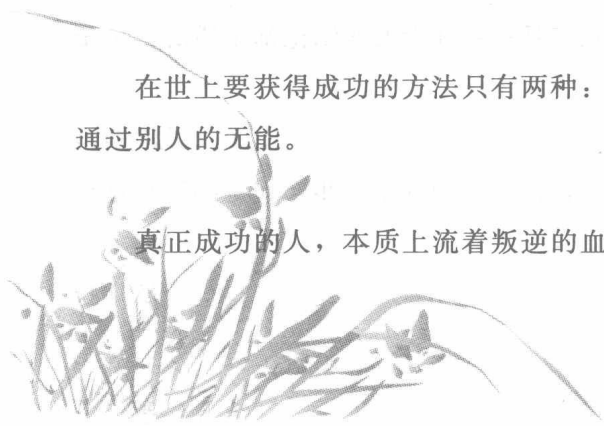
——曹熏铉

在世上要获得成功的方法只有两种：通过自己的勤勉，或通过别人的无能。

——拉布吕耶尔

真正成功的人，本质上流着叛逆的血。

——佚名



知识、辨别力、正直、学问和良好的品行，是成功的主要条件，仅次于兴趣和机遇。

——佚名

只有把抱怨环境的心情，化为上进的力量，才是成功的保证。

——罗曼·罗兰

自我信任是成功的第一个秘诀。

——爱默生

只有在字典里，成功才出现在工作之前。

——布里斯班

只有用宽大与高超来支持自己的力量，才是争取胜利的最好方法。

——恺撒

最困难之时，就是离成功不远之日。

——拿破仑

最为令人羞辱的莫过于看到蠢人在我们曾失败的事上得到成功。

——福楼拜

最有希望的成功者，并不是才干出众的人，而是那些最善利用每一时机去发掘开拓的人。

——苏格拉底





财富与市场

市场是永不停息的战场。

——汪海（青岛双星集团总裁）

市场是企业最高领导！

——汪海（青岛双星集团总裁）

做市场也就是做人的工作。首先，我们要研究消费者需求，生理的、心理的、社会的……准确地把握需求，为我们创新产品指引了方向。

——陈大和（上海豪丽实业总经理）

集中精力观察人的行为和人性，你就会抓住市场。

——帕特里克·麦戈文（国际数据集团董事长）

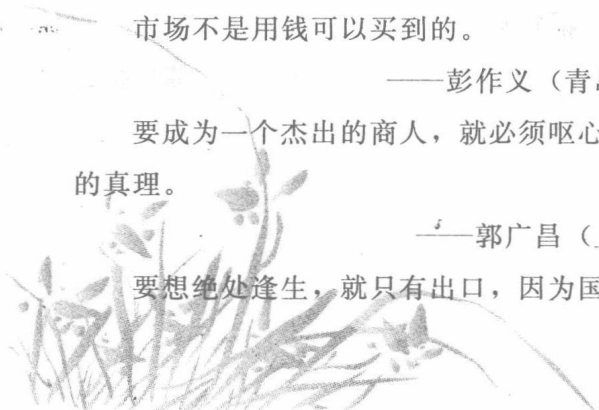
市场不是用钱可以买到的。

——彭作义（青岛啤酒集团前董事长）

要成为一个杰出的商人，就必须呕心沥血地去体会市场中的真理。

——郭广昌（上海复星集团董事长）

要想绝处逢生，就只有出口，因为国际市场不讲情分，只



认产品。

——鲁冠球（万向集团董事长）

就某个产品市场而言，它是客观存在或隐形存在的“一锅饭”，市场需求是动态的，有时是“半锅饭”。对于企业而言，锅中饭的多少不是第一位的，关键是企业能否从市场这口锅中抢到自己的“一碗饭”。

——陶建幸（春兰集团总经理）

市场就是很多钱、很多利益集团和很多人的力量的组合，是一种合力，不是某个分散的力量。这种力量往往带有自然性，不可驯化、不可操纵。而且市场规模越大，这种力量也就越大。

——安妮（安妮投资公司董事长）

市场经济完全跟着市场走，市场需要什么，我们就可以做什么。

——钱本源（中国电子进出口总公司总裁）

知道客人需要的产品，满足客人的需求，超越客人的希望。

——胡 奋（3M大中华地区财务总监）

好多人偷工减料，光想建产业，不去建市场，结果生产能力建成了，也等到了自己的灭顶之灾。先上生产，等于酿一杯苦酒给自己喝。

——王荣之（同创集团总裁）

对于经营问题，我有一个看法，那就是在市场上一定要避免做一些重复的事情。随着人们生活水平的进一步改善，随着老百姓对产品的进一步深入了解，人们越来越不满足于旧的模

式，追求高档产品的欲望越来越强。

——庞润流（广东鹰牌陶瓷总经理）

如果你是一个上市公司的负责人，只盯着上市公司，不是用发展的目光带着上市公司去盯市场，不可能做大、做好。

——许荣茂（香港世茂集团董事长）

市场惟一不变的法则就是永远在变。

——张瑞敏（海尔集团董事局主席兼 CEO）

成功的要素没有什么特别的地方，你必须要对消费者真正的需求敏感，对市场了解，最好拥有一流的技术，有眼光和能力。

——约玛·奥利拉（诺基亚公司董事长兼 CEO）

易趣惟一不变的就是不断地变化。

——邵亦波（易趣 CEO）

只有疲软的产品，没有疲软的市场。

——汪海（青岛双星集团总裁）

今后的市场机会肯定会越来越少，企业要靠的是硬功夫、真本事。

——崔国防（珠海姗拉娜化妆品董事长）

我想引导市场，创造一种以往大家没有意识到的生活需求，所以我不认为存在竞争对手。你的产品质量好，符合甚至超越人的既有需求，它就是一个好东西，好东西就会有人要。

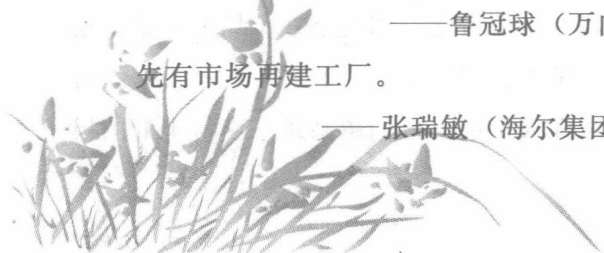
——潘石屹（SoHo 中国董事长）

产品有了市场，企业才能生存。

——鲁冠球（万向集团董事长、总裁）

先有市场再建工厂。

——张瑞敏（海尔集团董事局主席兼 CEO）



单纯的销量或者利润已经不是我们追求的第一目标，而是希望尽快建立一个市场体系。

——苏启强（北京连邦软件总裁）

任何一种产品都有自己的民族特色和文化特色，一旦跨出自己的国家，就会面临一个与其他民族的文化习俗相容的问题。

——庞润流（广东鹰牌陶瓷总经理）

企业不能两只眼睛死盯着市场不放，要跳出市场去做市场。事情就是这样，一门心思想做好市场，就容易陷入偏执和误区，反而做不好市场。不存在供过于求的市场，只存在供过于求的产品，多在产品技术开发上下功夫，自然海阔天高。

——褚秀菊（乐华电子总经理）

目前在企业界有一种比较流行的说法，说是“谁改变了游戏规则，谁就拥有市场”，实质上也是在鼓励企业经营者尽可能地掌握“主动”。若从近看，“主动”与“被动”似乎只有一步之遥，也可能只是转念之间；但是若从远看，“主动”与“被动”可能就是企业生与死的区别。

——钱本源（中国电子进出口总公司总裁）

市场的好坏与企业的兴衰不是一回事。实际上，当市场火爆时，企业的经营状况好并不足以说明问题，像白酒行业几年前那样全行业盈利其实并不正常；只有当市场出现低迷时，企业的效益仍然能保持一个较好的水平，这才真正体现企业的实力。

——尹在鲁（山东扳倒井股份公司董事长兼总裁）

企业与市场的关系大概应该是这样的，企业只能迎合市场



需要，做得好可以引导市场，甚至创造市场，但绝不能企图去干预市场。

——尹在鲁（山东扳倒井股份公司董事长兼总裁）

在这样的市场环境中，首先要去适应它，然后去引导它。毕竟，走向市场参与竞争是一件十分残酷的事情，市场的法则永远是 20% 的企业控制着 80% 的市场。

——尹在鲁（山东扳倒井股份公司董事长兼总裁）

爬山不能看山顶，要看脚下，一步一步地往前。地产和爬山一样，要实实在在地做好每一个环节，实实在在地迈好每一步。

——李祯祥（北京金隅嘉业房产总经理）

市场已没有时间等待我们的成长，它不是母亲，没有耐心也没有仁慈。

——任正非（深圳华为公司总裁）

因为事业的需求满足人们的需求，整个商业的基础就是以互利的方式满足人们的需求。

——帕特里克·麦戈文（国际数据集团董事长）

我有一个观点，即拥有市场比拥有工厂更重要。只有让你的产品进入流通领域，去参与市场竞争，企业与产品的价值才能得到充分的体现。

——尹在鲁（山东扳倒井股份公司董事长兼总裁）

制造市场，概括地说就是制造出人们前所未有的需求，人们有了这种需求，才会形成一个市场。

——尹在鲁（山东扳倒井股份公司董事长兼总裁）

高科技企业必须强化市场意识，熟悉和掌握市场运作规



律，建立适合市场的管理规范。

——张本正（清华紫光集团原总裁）

推销是什么？推销就是别人对你和你所在公司的信任过程。

——刘汉元（通威集团总裁）

市场需要什么，我们就去做什么。这样的营销观念就可以算得上科学的。从这样的观念出发，再去研究市场需要的各个层次，各个类型，我想就可以实现科学化的营销了。很显然，“吆喝”式营销总是事倍功半，而科学营销则可以做到事半功倍。

——尹在鲁（山东扳倒井股份公司董事长兼总裁）

微软的哲学是，点子和想象都很重要，但是真正使公司有所区别的还是实施情况。这时候，你可以大规模生产，跟踪产品价格，看怎样能赚取更多收入。

——史蒂夫·鲍尔默（美国微软公司 CEO）

一次季度盈利可以是侥幸，连续两次可以是巧合，但是连续三次就是一种趋势。

——特里·塞梅尔（雅虎 CEO）

推销的要点不是推销商品，而是推销自己。

——乔·吉拉德（世界吉斯尼汽车销售冠军）

企业制造出的产品实际上是人格的物化，劣等产品就是低劣人格的物化，高品质的就是高尚人格的物化。一个企业“卖”的实际上是人。

——杨卓舒（卓达集团董事长）

药品为人生产，而非为利润生产。如果我们铭记这一点，



不会没有利润。

——乔治·默克（默克制药公司创始人）

销售专业中最重要的字就是“问”。

——博恩·崔西（美国企业营销训练专家）

我认为，一个产品首先需要有存在的理由和价值才可以在经营上取得成功。

——靳羽西（羽西化妆品公司董事长）

一个成功的产品不见得是成功，一个产品必须被用户成功地用才是成功的产品。这里有三个因素，一个是要有很成功的产品，第二是需要顾客有观念知道怎么样建立成功，第三个就是产品需要有人来执行。

——张若玫（美国远创科技公司总裁）

开发出一个好的产品只能说是相当于抓了一副好牌，能不能打好，还要看牌手的技术，经营者市场运作的方式是否得当，特别是市场定位和终端环节的把握是不是到位等，所以市场运作比选择项目本身更重要。

——周 枫（婷美集团董事长）

如果你有实力，哪怕客户一开始不接受你，只要你坚持不懈，就一定会成功。

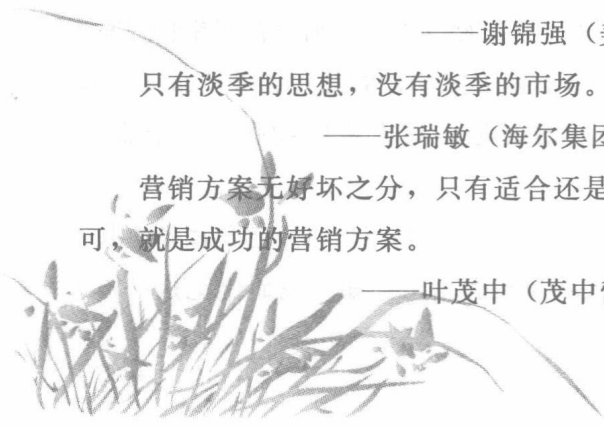
——谢锦强（美国道富银行副总裁）

只有淡季的思想，没有淡季的市场。

——张瑞敏（海尔集团董事局主席兼 CEO）

营销方案无好坏之分，只有适合还是不适合之分。市场认可，就是成功的营销方案。

——叶茂中（茂中营销策划公司董事长）



一个产品的成功，一个企业的成功，从某种意义上讲，也就是经销商的成功。只有经销商赚到钱，企业才能赚到钱。

——苏继挺（福建奥得奥公司总经理）

我们要向台湾企业好好学习。台湾很多企业就专注于某个细分市场，心无旁骛。结果是在那个领域做到世界第一。

——苏继挺（福建奥得奥公司总经理）

产品推广需要两个经销商，一个是分铺货到店，一个是铺观念到消费者脑中。

——叶茂中（茂中营销策划公司董事长）

先搞清楚自己想要什么，了解他的需要，同时让他明白我的需要。

——陆致诚（汉王科技公司总裁）

我有六选：选客户、选产品、选人才、选技术、选股东以及选择策略伙伴。这“六选”中，“选择客户”最为重要。

——郭台铭（富士康集团总裁）

否定自我，创造市场，用户永远是对的。

——张瑞敏（海尔集团董事局主席兼 CEO）

先卖信誉，后卖产品。

——张瑞敏（海尔集团董事局主席兼 CEO）

让顾客买到期望，这很重要。

——赖林胜（麦当劳北京公司总裁）

面对客户，我们要竭尽所能争取过来。拒绝对我们来讲只意味我们得再去，这就是我们的哲学。

——约翰·钱伯斯（思科的 CEO）

广告战略是企业制胜市场的法宝。

——祝强（浙江祝强公司董事长）