

普
华
经
管

正略钧策
ADFAITH

和平，只能存在于私人生活；在商界，永远都是战争
——乔治·伊士曼

马云

牛根生

亨利·福特

翻开本书
倾听他们的声音
你将理解
大师为什么和你想的不一样

史玉柱

雷蒙·克罗克

迈克·戴尔

创业大师 如是说

郑月玲◎编著

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

创业大师 如是说

郑月玲◎编著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

创业大师如是说 / 郑月玲编著. —北京: 人民邮电出版社, 2008.8

ISBN 978-7-115-18146-6

I. 创… II. 郑… III. 企业管理—研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 071441 号

内 容 提 要

创业一定有方法, 成功一定有诀窍, 借鉴名家经验, 我们会看得更高, 走得更远。

本书精选了 IT、贸易、餐饮以及消费品生产等行业的 38 位中外创业大师的创业感言, 这些感言体现了他们对于创业的理解、对于创业者的忠告以及对于人生与事业的感悟, 书中附有每位大师的创业小传, 使读者可以全面了解这些成功创业者的思想和成长经历。

本书适合那些渴望创业或已走上创业之路的读者阅读参考。

创业大师如是说

◆ 编 著 郑月玲

责任编辑 王飞龙

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700 × 1000 1/16

印张: 18

2008 年 8 月第 1 版

字数: 210 千字

2008 年 8 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-18146-6/F

定 价: 35.00 元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

前言

中国经济发展的黄金十年，让我们正在经历着前所未有的、最好的创业时代。全民创业的思潮一阵阵拍击着人们的心扉，使许多人开始重新审视自己的人生目标，重新定位自我的价值。

为了让每一个怀揣梦想走上创业之路的人，都能聆听到创业大师的声音、了解他们的真实创业历程，从而找到自己前进的方向和动力，我们编写了这本《创业大师如是说》。

本书精选了38位国内外著名的成功创业者的创业感言，介绍了他们的创业小传。他们的创业经历，个个精彩绝伦；他们的创业感悟，片语胜千言。

本书中的创业人物，既有当红的马云、史玉柱等，也有华人商界的大腕李嘉诚、曾宪梓；既有寻找传统行业缝隙的“胖夫人”，也有应用领先科技的施正荣；既有从小镇起步的山姆·沃尔顿，也有花甲之年创业的乔治·山德士……

在本书中，我们将这些创业大师最为关键的创业历程和最有价值的创业经验进行浓缩，力图用最精简的文字，带给广大创业者最具借鉴意义的启发。

与坊间创业类图书最大的不同是，本书没有教条式的说教，没有所谓专家的指手画脚，我们相信有血有肉的真人真事更具有说服力，更具有模仿性，操作起来成功的几率会更高。为便于理解，作者还在每篇创业人物传记后面做了简略的评点，为读者朋友们理清了每一位创业大师的商业逻辑。

本书内容丰富，选取的人物创业形式多样——身无分文的白手起家

者、技术创业者、灵感创业者、逆境创业者、兴趣创业者等等，相信每一位读者都可以从中找到与自己情况类似的创业方式加以借鉴。

本书在编写过程中，得到了周艳军、杨倪、张思德、袁志海、隋少平、张志伟、陈颖、徐彦丽、陆可、郭丹、吴明蓉、刘洪磊、王连凤、王志勇、陈强、张德光、张保云、赵洪君等人的大力帮助，在此向他们表示感谢。

由于编者水平所限，书中不当之处在所难免，恳请读者朋友们谅解，并请批评指正。

编者

2008年5月

目 录

第一章 智慧为王，思考致富有保障 /1

芝麻，开门！

阿里巴巴网站创始人马云的创业成功之道 /3

一头跑出火箭速度的“牛”

蒙牛乳业董事长牛根生的创业成功之道 /15

痛定思痛，谨慎前行

巨人史玉柱的创业成功之道 /25

白手起家的“摩托车国王”

力帆集团董事长尹明善的创业成功之道 /32

从卖塑料花到华人首富

长江集团董事长李嘉诚的创业成功之道 /38

不要穿着别人的裤子去跳舞

大宇财团创始人金宇中的创业成功之道 /44

土豆炸出的灵感

麦当劳总裁克罗克的创业成功之道 /50

小人物照样干大事

石油大王洛克菲勒的创业成功之道 /58

第二章 敢为人先，别人不做我来做 /65

把聊天当成事业

腾讯公司总裁马化腾的创业成功之道 /67

敢于放弃安逸的生活

希望集团刘氏兄弟的创业成功之道 /75

把握冷门机遇

台塑集团创始人王永庆的创业成功之道 /80

胆识与策略是创业之基

甲骨文公司创始人埃里森的创业成功之道 /85

想成功就要另辟蹊径

沃尔玛超市创始人沃尔顿的创业成功之道 /91

关注特殊人群的特殊需要

胖夫人福音南茜的创业成功之道 /101

第三章 逆境奋发，不达目的誓不休 /103

商者无域，相融共生

国美电器董事长黄光裕的创业成功之道 /105

酒香也怕巷子深

领带大王曾宪梓的创业成功之道 /114

做自己生活的主宰

玫琳凯化妆品创始人玫琳凯的创业成功之道 /118

想挣大钱，先攒小钱

日本麦当劳连锁创始人藤田田的创业成功之道 /125

坚持自己的想法

本田创始人本田宗一郎的创业成功之道 /128

第四章 不怕冒险，勇者才能成巨富 /137

培养风险意识

搜狐总裁张朝阳的创业成功之道 /139

下海一年赚千万

苏宁电器董事长张近东的创业成功之道 /143

冒险成就创业神话

“电池大王”王传福的创业成功之道 /150

成功的四大支柱

三星集团创始人李秉哲的创业成功之道 /158

用自己的优势去创业

维珍集团创始人布兰森的创业成功之道 /164

只打有把握的仗

钢铁精英米塔尔的创业成功之道 /170

第五章 爱己所爱，追随兴趣而成功 /175

做自己最喜欢的事

雅虎酋长杨致远的创业成功之道 /177

人生就像一场直播

远大空调公司总裁张跃的创业成功之道 /182

经营“太阳”的人

无锡尚德公司董事长施正荣的创业成功之道 /193

专注熟悉的领域

百度总裁李彦宏创业成功之道 /201

成功的秘密在于创新

微软创始人比尔·盖茨的创业成功之道 /209

如果主意不错，那就不妨试试

计算机巨头迈克·戴尔的创业成功之道 /216

为理想贡献一生

柯达创始人伊士曼的创业成功之道 /228

“汽车大王”的成功法则

亨利·福特的创业成功之道 /233

第六章 白手起家，赤手空拳打天下 /241

废纸堆里淘黄金

中国女首富张茵的创业成功之道 /243

到水深的地方行大船

旅馆大王希尔顿的创业成功之道 /247

白手起家的经营之神

松下电器创始人松下幸之助的创业成功之道 /256

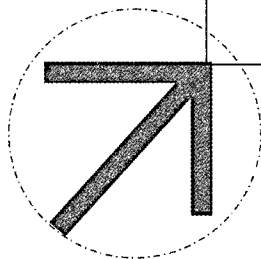
卖出产品是关键

索尼公司创始人盛田昭夫的创业成功之道 /265

屡败屡战的倔老头

肯德基快餐创始人山德士的创业成功之道 /274

智慧为王， 思考致富有保障



马云

芝麻,开门!

牛根生

一头跑出火箭速度的“牛”

史玉柱

痛定思痛，谨慎前行

尹明善

白手起家的“摩托车国王”

李嘉诚

从卖塑料花到华人首富

金宇中

不要穿着别人的裤子去跳舞

雷蒙·克罗克

土豆炸出的灵感

约翰·洛克菲勒

小人物照样干大事

芝麻，开门！

阿里巴巴网站创始人马云的创业成功之道

创业语录

如果我马云可以创业成功，那么大部分的年轻人也能够创业成功。

——马云

对所有创业者来说，都要永远告诉自己一句话：“从创业的第一天起，我每天要面对的是困难和失败，而不是成功。”

——马云

创业这么多年，我遇到了太多的倒霉事，但只要有一点好事，我就会让自己非常开心，用左手温暖右手。

——马云

在别人看来很好，你看来也很好的时候，往往是灾难将要来临的时候，对于任何企业和个人也都是这样的，当发现问题的时候，往往已经很晚了。

——马云

创业者是不需要听好话的，创业者需要听真实的话。世界上最容易的事情就是讲真话，最难的也是讲真话。

——马云

快乐不是一个概念，概念永远不是一个企业的核心竞争力，对于任何一个创业者来说，最重要的是永远把自己的笑脸放上去。

——马云

创业最大的挑战和突破在于用人，用人最大的突破在于信任人。

——马云

我在公司里的作用就像水泥，把许多优秀的人才粘合起来，让他们往一个地方使劲。

——马云

我认为，员工第一、客户第二。只有他们开心了，我们的客户才会开心。

——马云

埋怨上级的人，永远不能提升他；埋怨平级的人，不是团队的人；埋怨下级的人，要让他离开。

——马云

我只听说过捕龙虾致富的，但没听说过捕鲸致富的。

——马云

我永远相信只要永不放弃，我们还是有机会的。

——马云

今天很残酷，明天更残酷，后天很美好，但绝大部分人是死在明天晚上，所以不要放弃今天。

——马云

不要让同事为你干活，而应该让我们的同事为我们的目标干活；共同努力，团结在一个共同的目标下面，就要比团结在你一个企业家底下容易得多，所以首先要说服大家认同共同的理想，而不是让大家来为你干活。

——马云

你必须跑得像兔子一样快，又要像乌龟一样耐跑。

——马云

造就一个优秀的企业，并不是要打败所有对手，而是要形成自身独特的竞争优势，建立自己的团队、机制、文化。

——马云

制定战略目标，永远不能超过3个，超过了3个就记不住了。而团队

中很重要的一个数字就是7，一个领导者在有效范围内最多只能管7个人。

——马云

管理团队的时候，一定要制定价值观，运营大的企业要有小企业的思考，但是要有大企业的眼界。

——马云

最大的失败是放弃，最大的敌人是自己，最大的对手是时间。

——马云

人分四种，一种人是既能做朋友，也能做事；一种人是只能做朋友，不能做事；一种人是只能做事，不能做朋友；还有一种人是既不能做朋友，也不能做事。

——马云

很多伟人的巨大魅力来自他们的平凡。只有你和他们都用平凡的心看待对方的时候，你才会学到和欣赏到真实的东西。

——马云

看见10只兔子，你到底抓哪一只？有些人一会儿抓这只兔子，一会儿抓那只兔子，最后可能一只也抓不住。CEO的主要任务不是寻找机会而是对机会说NO。机会太多，只能抓一个。我只能抓一只兔子，抓多了，什么都会丢掉。

——马云

一个公司在两种情况下最容易犯错误，第一是有太多的钱的时候，第二是面对太多机会的时候。一个CEO看到的不应该是机会，因为机会无处不在，一个CEO更应该看到灾难，并把灾难扼杀在摇篮里。

——马云

互联网是四乘一百米接力赛，你再厉害，也只能跑一棒，所以应该把机会交给年轻人。

——马云

我们与竞争对手最大的区别就是：我们知道他们要做什么，而他们不

知道我们想做什么。我们想做什么，没有必要让所有人知道。

——马云

我深信，我们的模式会赚钱，亚马逊是世界上最长的河，珠穆朗玛是世界上最高的山，阿里巴巴是世界上最富有的宝藏。一个好的企业靠输血是活不久的，关键是自己造血。

——马云

阿里巴巴是怎样的公司？我的定位是，我们是一家高速发展的小公司，但是具有很强的社会影响力。首先要明白我们是小公司，发展速度非常之快，如果将自己定位为跨国公司、非常厉害的公司，我们真的是越走越狭窄。

——马云

创业时期不要找明星团队，或者跟成功者在一起。与已经成功过的人在一起创业很难，创业初期要寻找那些没有成功、渴望成功和团结的团队。

——马云

我为什么能活下来？第一是由于我没有钱，第二是我对互联网一点都不懂，第三是我想得像傻瓜一样。

——马云

我们不能企求于灵感。灵感说来就来，就像段誉的六脉神剑一样。阿里巴巴的六脉神剑就是阿里巴巴的价值观：诚信、敬业、激情、拥抱变化、团队合作、客户第一。

——马云

创业历程

“如果我马云可以创业成功，那么大部分的年轻人也能够创业成功。”这是“创业教父”马云常说的一句话。

马云是阿里巴巴网站的开创者。阿里巴巴是中国最早的商家对商家

(B2B) 网站，现服务的商家人数超过 2400 多万，即使马云在睡觉的时候，他每天的收入也不会低于 100 万元。

从创业至今，马云的公司由 18 名员工发展到今天的 8000 名员工，他让 50 万人民币变成今天的 200 亿美元，马云的经历可谓是商界的一个传奇。

阿里巴巴——一个美丽的神话

在开办网络公司之前，马云根本没有接触过网络，甚至对计算机一窍不通，那么他是如何走进网络并创业成功的呢？

这需要从他的专长说起。马云的专长是英语，曾有过将近 7 年的英语教师生涯，期间还在杭州创立了第一家外文翻译社，为一些外贸企业翻译文件。这种活儿工资不高，但他却凭着一流的英语水平让各行各业的客户认识了他。

1995 年的一天，马云接到了浙江省交通厅的通知：到美国催讨一笔债务。毕竟他不是行内中人，欠款没能要回，但却得到了一个意外的收获——学会了上网，并被其深深吸引。他竟然“不自量力”地为自己的翻译社做起了网上广告，那时他还只是刚刚接触计算机。然而让他没有想到的是，他上午 10 点发送的广告，两个小时内竟收到了 6 封分别来自美国、德国和日本的邮件，且内容大致相同：这是我看到的第一有关中国的第一个网页。马云看后神经一紧，顿时喜上眉梢，因为他已感觉到互联网里有一座金山正在等着自己去挖掘。

于是马云开始盘算起来：回国后尽快收集国内的企业资料，然后快速到美国，再请设计师制作网页发向世界各地，而利润的来源则出自各大企业所交的费用。这个想法占据了马云的整个大脑。回国后，他除了还剩的 1 美元之外，就是那个在网络上创业的念头创建打开财富宝库的现代的、中国版的“阿里巴巴”网站。

等待已久的马云终于迎来创业的机会，然而那时开通互联网的城市还很少，更别说人们对它的了解了，所以当听到马云大谈特谈互联网时，人们都觉得他是个骗子。令人失望的结果在他意料之中，不过他心中一直有个信念，并且每天告诉自己：“互联网好比 3000 米长跑，能够影响人类未来 30 年的生活，你必须要像兔子一样跑得飞快，又必须像乌龟一样耐

跑。”正因为这个信念的支撑，他才能坚持不懈地游说全国各地的大中小型企业。马云的努力没有白费，网站的业务量逐渐增大，到了1996年，阿里巴巴的营业额竟达到了700万元。马云终于渡过了最艰难的创业时期。

创业初期遭遇到的诸多问题，促使马云逐渐成熟起来。经研究考察，他发现，互联网上商业机构之间的业务量，远大于商业机构与消费者之间的业务量。于是他就采用了用电子商务的方式来为中小企业提供服务。后来有人问他，为什么只选择中小企业而把大企业丢弃？对于这个问题马云没有直接回答，而是以龙虾和鲸作了解释：“我只听说过捕龙虾致富的，但没听说过捕鲸致富的。”

阿里巴巴网站的出现，使得很多商户从中受益。在青岛，有一个商人每年都需要从韩国进口一种设备，时间长了他觉得那设备并非产自韩国，而是中国，虽然也多方寻找过，却并无结果。一次网上搜索让他发现了阿里巴巴网站，于是就抱着试试看的态度发了一条求购信息，没想到答案居然有了，真的是中国厂家，更令他感到惊讶的是，该厂家竟也在青岛本地。这是转了多么大的一个圈子啊。于是，你传我，我传他，传来传去传火了阿里巴巴。人们惊奇于它的速度、赞叹它的效果，华尔街高盛公司立即拿出500万美元投给了阿里巴巴，紧接着多家大型企业也纷纷投资。随着阿里巴巴的名声越来越大，日本软银公司的董事长孙正义对这个网站的创始人充满了好奇，提出要见一见。孙正义见到马云之后，仅仅谈了6分钟，即承诺投资阿里巴巴网站3500万美元（马云嫌多，只接受了2000万美元），而且均出自他个人腰包，态度非常坚决。2000年1月，双方正式签下合同。有了资金支持的阿里巴巴，由此开始了它的美丽传奇。

阿里巴巴网站进入全球商务的高端领域是2003年后的事情，那时它的业务已得到了很好的拓展，业务量在成倍增长。如今，来自全球各地的很多用户，每天都在通过阿里巴巴网站开展商务活动，其点击率每天都在不断暴涨。通过阿里巴巴网站，一个想购买1000只羽毛球拍的美国人可以轻松搜寻到很多家中国羽毛球拍供销商，一个中国吉林的用户可以轻松地和非洲加纳用户进行生意往来，这种买卖方式，在没有互联网的时候是无法想像的。

截至2007年6月30日，阿里巴巴国内外注册用户超过2400万，同一时期，在C2C市场份额超过80%的淘宝网拥有4000万的会员和数百万的店铺，而支付宝公司则拥有5200万注册用户。