

一 中 国 人 的 财 富 法 则 一



讲给年轻人的财富课

秦浦
—— 编著

成功不能复制，但经验可以借鉴。
相信每一个有志于成功的人，都能在书中找到自己需要的东西。
吸收和借鉴李嘉诚的人生成功经验，并为之努力，
你也可以打开属于自己的财富之门。

李嘉诚讲给年轻人的 财富课

秦浦 编著

图书在版编目 (CIP) 数据

李嘉诚讲给年轻人的财富课 / 秦浦编著. -- 北京 :

中华工商联合出版社, 2017.7

ISBN 978-7-5158-2055-2

I. ①李… II. ①秦… III. ①李嘉诚—商业经营—经

验 IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 174949 号

李嘉诚讲给年轻人的财富课

作 者: 秦 浦

责任编辑: 林 立

装帧设计: 北京东方视点数据技术有限公司

责任审读: 李 征

责任印制: 迈致红

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 北京彩虹伟业印刷有限公司

版 次: 2018 年 1 月第 1 版

印 次: 2018 年 1 月第 1 次印刷

开 本: 710mm × 1020mm 1/16

字 数: 210 千字

印 张: 16

书 号: ISBN 978-7-5158-2055-2

定 价: 49.80 元

服务热线: 010-58301130

销售热线: 010-58302813

地址邮编: 北京市西城区西环广场 A 座

19-20 层, 100044

<http://www.chgslcbs.cn>

E-mail: cicap1202@sina.com (营销中心)

E-mail: gslzbs@sina.com (总编室)

工商联版图书

版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题,

请与印务部联系。

联系电话: 010-58302915



Preface | 前言

李嘉诚，商界泰斗，香港“超人”，也是财富和成功的象征。他有智慧和胆魄，总是在任何时候都能看到商机，将财富收入囊中。2013年《福布斯》全球富豪排行榜上，84岁高龄的李嘉诚以个人资产310亿美元排名第八位，稳居世界华人首富的宝座。他的成功之道，是无数梦想成功的人渴望了解的秘密。

李嘉诚书写了一个让人惊叹的创业神话——14岁投身商界，22岁正式创业，30岁即成为千万富翁。他已经成为一个传奇、一种象征，他以自己雄厚的实力和庞大的商业帝国赢得了人们的尊敬，更赢得了“超人”的美誉。

相信这也是每一个血气方刚、热血沸腾的年轻人梦寐以求的辉煌人生，我们都希望像李嘉诚一样通过自己的努力，抓住机遇，成就自己的财富梦想，创造属于自己的传奇人生。但想要创业，想要积累财富，规划自己的人生，又谈何容易！当遇到困难、失败，对未来迷茫、对自己快要失去信心的时候，我们不妨看看李嘉诚的人生财富路：他少小离乡，在战乱中颠沛流离；由于父亲的不幸早逝，他小小年纪便步入社会，担起了生活的重担，为一家人的生计四处奔波。他当过察言观色的小伙计，做过受人白眼的商业推销员，直到他成为一个雄心勃勃的塑胶花工厂主，赢得“塑胶花大王”的美誉，才开始大展宏图。他涉足地产业，成立长

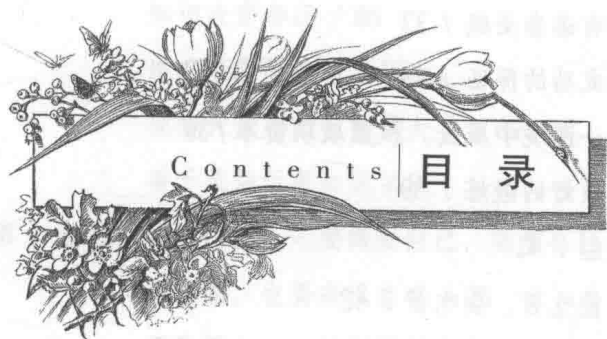


江实业；之后走向世界，实现跨国跨地区投资；后辗转股市，成为屡战屡胜的大赢家；又涉足货运行业、网络传媒……如今，李嘉诚旗下长和系的业务已经遍及全球56个国家和地区，涉及投资产业、地产、货柜码头、石油、电讯、网络科技、文化传媒、零售、航空等多个领域，这使他成为华人历史上横跨产业最多、国家和地区最多的企业家。李嘉诚缔造的商业神话，已不仅仅是一个人们津津乐道的话题，而成为众多创业人士和追求成功者反思、学习的典范。

事实上，很多人都具备获得财富的权利和潜质，但并不是每一个人都能如愿以偿。纵观李嘉诚在商海搏击几十年的经历，不难看出，他能够在投资领域从白手起家到功成名就，不仅仅是依靠艰苦奋斗，还有与众不同的投资理念和眼光。他的成功经验能够给我们以深刻的启迪，他追逐巨大财富的经历能给我们以积极的借鉴。在飞速发展、竞争日趋激烈的当代社会，我们不能完全依照李嘉诚的财富道路规划自己的人生，但是那些富有巨大价值的成功经验是亘古不变的。

本书深刻总结了李嘉诚纵横商场的宝贵经验，详细解读了李嘉诚如何获取财富的智慧，多角度论述了他取得财富的方法与胆略，并以建议与忠告的形式呈现给希望成就财富人生的年轻人。这些内容精辟、实用，力求为那些站在十字路口，不知道该何去何从的年轻人指明方向。本书没有就经商论经商，而是将为人处世和经商有机地融合在一起讲述，这样更易于让希望通过经商实现自己财富梦想的广大年轻人理解和接受。

成功不能复制，但经验可以借鉴。相信每一个有志于成功的人，都能在书中找到自己需要的东西。吸收和借鉴李嘉诚的人生成功经验，并为之努力，你也可以打开属于自己的财富之门。



Contents | 目录

- 第 1 堂课 实业为基——以实业聚财，累积财富真资本 / 1
- 广撒网才能多丰收 / 1
 - 不要小看零售业的“蝇头小利” / 3
 - 品牌意识很重要 / 5
 - 存钱过“冬”的艺术 / 6
- 第 2 堂课 稳中求进——投资非投机，稳扎稳打步步为“赢” / 9
- 未买先想卖 / 9
 - 有风险意识才有准备 / 11
 - 花 90% 的时间，不想成功想失败 / 13
 - 要做大事，“审慎”二字不可丢 / 15
 - 万事想好退路，打有把握之仗 / 18
 - 要冒险，但不盲目冒险 / 20
- 第 3 堂课 诚赢天下——商道亦人道，打造人格品牌 / 24
- 做人与经商一脉相连 / 24
 - 做生意无信不立 / 26
 - 信誉是无形的财富 / 28
 - 信誉要实实在在，不要夸夸其谈 / 30



一诺千金，有诺当必践 / 33

诚信是企业成功的保证 / 35

第4堂课 磨难立人——逆境中成长，积累成功资本 / 39

苦难是人生最好的锻炼 / 39

磨难中悟真经 / 41

成大事者要能吃苦、会吃苦 / 42

谁也不是天生优秀 / 45

永不言败，磨难中积累资本 / 46

第5堂课 眼光长远——要高瞻远瞩，才能事业长久 / 51

锐眼识金，商机遍地都是 / 51

眼光独到，先人一步 / 52

火眼金睛，冷门变热门 / 54

所有人冲进去时及时抽身 / 56

高瞻远瞩才能避免失误 / 58

第6堂课 闯在当下——胸中怀大志，敢闯才能成功 / 62

有志则断不甘下流 / 62

看准目标，绝不半途而废 / 64

持之以恒是成功的基石 / 67

第7堂课 以勤为径——勤奋能补拙，努力就有超越 / 71

天道酬勤，挑战自我：8与16有天壤之别 / 71

止惰和守勤是成功的信条 / 73

勤奋敬业，功到自然成 / 76

幸运成功一时，努力成就一世 / 79

一分耕耘，一分收获 / 81

第8堂课 活学活用——智慧生财，将知识转化为财富 / 84

抢知识就是抢未来 / 84



	知识改变命运 / 86
	追求最新的知识 / 88
	没有大学文凭也能成大业 / 90
	善于灵活运用知识 / 92
第 9 堂课	推销自我——要做强自己，实质在自我推销 / 95
	要谦虚，也要表现自我 / 95
	不卑不亢，一眼留下好印象 / 97
	买方市场，别人为何选你 / 99
	注重推销自己 / 100
	先成朋友，后谈生意：友情改变商情 / 103
	获得他人的支持最重要 / 104
第 10 堂课	正确决策——认清局势，深入分析 / 107
	了解时局才能正确投资 / 107
	以善举赢得刮目相看：办好事，好办事 / 110
	用实力说话，争取发展权 / 111
第 11 堂课	招招领先——要眼光敏锐，争快才能打赢 / 114
	随时留意身边有无生意可做 / 114
	在司空见惯中发现商机 / 116
	困局孕育机遇 / 118
	抓时机就是抓生机：快 1/10 秒就会赢 / 121
	永远不让对手知道自己的底牌 / 123
第 12 堂课	以小博大——布局巧制胜，先思考再出手 / 127
	以小博大，用 1 元钱做 100 元钱的生意 / 127
	没有机会，便创造机会 / 128
	竞争是搏命，更是斗智斗勇 / 129
	在危险处搏利润 / 131



舍小利方可取大利 / 134

扭转乾坤，以“小”吃“大” / 135

第13堂课 合作互惠——合作通天下，互惠才能共赢 / 139

要竞争更要合作 / 139

利益共沾，“和”字为先 / 140

求和带来双赢 / 143

舍得让利，自己才能得利 / 144

没有绝对的竞争，也没有绝对的合作 / 146

互信才能合作，分享才能共赢 / 150

第14堂课 以股促商——于股市沉浮，见危机创富力 / 153

认清形势，不被股市套牢 / 153

牛市来时，敲响警钟之时 / 155

发行新股，拓展实业 / 156

借股市沉浮进行商战，坐收渔利 / 158

高沽低买，持减有道 / 160

以股融资，事半功倍 / 162

第15堂课 广纳人才——知人要善任，人才为根本 / 165

家有梧桐树，何愁引凤凰 / 165

大胆起用新人 / 168

把“客卿”看成是企业的“添加剂” / 170

建立有傲骨的团队 / 172

公司如家才能留人才 / 174

人尽其才，用人取其特色 / 176

第16堂课 灵活应变——抓时机求变，活水能活企业 / 180

善于随机应变，开创新局面 / 180

找到特别的经营项目 / 182



在明处吃亏，在暗中得利 / 183

“一招鲜”：费力虽少，收获很大 / 185

匆忙出手，等于自寻死路 / 188

第 17 堂课 善于借势——善借真功夫，左右天下商势 / 191

巧妙筹划，四两拨千斤 / 191

化敌为友，为己所用 / 193

借别人的钱赚钱 / 194

借壳上市，省时省力又省财 / 197

审时度势，捕捉机会最重要 / 199

巧借局势“东风”，顺流行船 / 201

第 18 堂课 投资智慧——找准切入点，演绎投资神话 / 205

细节决定大事的成败 / 205

长线投资要有绝对的竞争意识 / 207

人弃我取，果断投资 / 209

找准投资的最佳切入点 / 211

以奇制胜，拓展投资空间 / 213

大投资才有大收益 / 215

不做盲目的跟风者 / 218

第 19 堂课 富不忘本——内心真富贵，德财智儒兼备 / 221

首先是一个人，再是一个商人 / 221

真正花时间做慈善 / 223

以善小而为 / 226

钱财 + 心富 = 财富，财富 + 心贵 = 富贵 / 228

做善事不能沽名钓誉 / 230

真正的成功者必定也是爱国者 / 232



附 录 李嘉诚精彩演讲及访谈录 / 236

李嘉诚八十智慧 12 问启迪 80 后 / 236

赚钱的艺术 / 238

李嘉诚透露成功秘诀——“自负指数” / 243

成功 3Q——李嘉诚谈成功的三个因素 / 245



第 1 堂课

实业为基——以实业聚财，累积财富真资本

广撒网才能多丰收

超级富翁的“超级”形容的不仅仅是他资产的多寡，一定程度上也指他涉及领域的庞大规模。聪明的商人明白其中的真谛，“播种”越多，才会有更多更好的收成。

怎样才能赚大钱？投资房产、买股票、搞航运还是涉足其他行业？只要具有精明的商业头脑和前瞻的智慧，每个行业都可以赚大钱。现代社会，优秀商人已不仅仅将眼光局限在某一特定领域，一个行业赚钱再多，总显得有些“单调”。真正有大气魄的商人会尽量涉足多种行业，他们明白多投多得的道理，如同种地，春华秋实，播种越多，收获越丰盈。

李嘉诚不仅在塑胶业大有建树，而且在地产业也可谓如鱼得水，不但在香港稳坐宝座，而且还把触角伸到了世界几十个国家，真可谓世界级地产家。与此同时他还在电讯业、石油、货港码头、网络、零售业等市场叱咤风云。所谓广撒网才能多丰收。只有一粒种子，若想套住多只珍稀鸟类，无异于痴人说梦；但若是撒上各类种子，则或可以每有对路，一网打尽。

同李嘉诚一样，香港商业大亨霍英东也是这样一个成功商人。他一生经营领域众多：房产、博彩、石油、酒店、航运等都留下过他投资的身影。



霍英东原籍广东番禺，幼时家境相当贫困，全家靠父亲的驳船生意生活。霍英东小时候，父亲因为翻船溺水身亡，两个哥哥也在随后的一次台风中身亡。有人说，霍英东或许是香港亿万富翁中身世最苦的一个。但苦难没有摧毁霍英东的斗志，反而更加激励他去创业。

20 世纪五六十年代之后，香港金融业发展迅猛，霍英东觉得金融的发展必然会推动商业住宅楼的发展，他断定房地产业将大有可为，就率先投资 280 万港币大兴土木，创立立信置业建筑有限公司。通过购房者的定金建造楼房，他也因此大赚一笔，一举打破当时香港房产生意的最高纪录。此后，霍英东当上香港房地产建筑商会会长，拥有香港 70% 的房产生意，他也由此得到了香港“土地爷”的美名。

20 世纪 60 年代，淘沙在香港商界还是个被“遗弃”的行业，它需要投入大量劳力和资金，但回报相对很小。通过在房产行业的打拼，霍英东意识到淘沙业的丰厚利润，毅然投入大笔资金从泰国购入一艘大型挖沙船，正式挺进淘沙业。随着香港经济的飞速发展，无数高楼大厦拔地而起，建筑用沙成为抢手货，霍英东的淘沙船又一次挖得满满黄金，霍英东也得到了“海沙大王”的美称。

霍英东还参股澳门娱乐有限公司，经营澳门博彩业。据资料显示，澳门娱乐每年给他的分红颇为丰厚，从 5000 万到 2 亿港币不等——1984 年 5000 多万港币，1992 年达到 2.6 亿港币。此外，他于 1962 年成立的信德船务有限公司，专营港澳海运，在吸引香港旅客到澳门旅游的同时，也间接刺激了澳门的博彩业。1973 年信德船务在香港上市，20 世纪 90 年代，它成为香港最大的上市公司之一，市值一度达到 120 亿港币，霍英东每年也有一两亿港币进账。

20 世纪 70 年代，霍英东又在广东中山兴建宾馆。宾馆动工之时，内部设备和用品全需进口，在宾馆建成的时候，总计投入 4000 万港币，占地 100 万平方米。1982 年中山宾馆的营业额在全国第五，跻身内地五大宾馆之列。

李嘉诚和霍英东都是集亿万财富于一身，除了倚仗过人的商业智慧



外，敢于在多领域投资的魄力和胆识也是他们成为富豪的重要原因。试想一下，如果当年李嘉诚在自己创业成功的某一领域一直做下去，即使做大做强，也只是某一领域的大亨。

一条路再宽，也只是一个方向、一种途径，不会有更多新的发现。富豪们正是敢于在不同行业尝试，才不断地淘出金子。平凡的我们也应该这样，条条大路通罗马，财富的道路也不止一条，要学会从多个行业赚钱，这样你才会成为富翁。

不要小看零售业的“蝇头小利”

一只蝴蝶在巴西扇动翅膀，有可能在美国的得克萨斯州引起一场龙卷风。蝴蝶效应告诉我们，一个微不足道的动作可能产生惊人的影响。所以，只要自己没有与世隔绝，一举一动就处在世界的生产链条上，时刻准备验证蝴蝶效应。生活中，往往含有一些酵质，假如酵质膨胀了，就会使生活产生剧烈的变化，从而影响命运。查尔斯·狄更斯在他的作品《一年到头》中写道：“有人曾经被问到这样一个问题：‘什么是天才？’他回答说：‘天才就是注意细节的人。’”在风云变幻的现代经济社会里，零售业就是商场中的细节，而一个成功的商人，往往也是善于发现并成功运作细节的人。在李嘉诚的企业王国里，零售业占据了一方不容忽视的天空。他旗下的屈臣氏连锁就是一个很好的例证。

拥有巨大利润空间的零售业，不仅李嘉诚看到了，全球巨商中的许多双眼睛也都盯住了这个领域。全球500强榜首企业的沃尔玛公司，是美国最大的私人分行和世界上最大的连锁零售企业。截至2009年5月，沃尔玛在全球14个国家开设了7900家商场，员工总数210万人，每周光临沃尔玛的顾客1.76亿人次。沃尔玛1996年进驻中国，为实现在中国百姓心中的大面积“着陆”这一目标，沃尔玛一直都在努力降低成本，为顾客省钱。几年的努力使沃尔玛在中国获得了迅猛发展，并一跃而起占据了中国的零售超市的榜首。



发财致富是大多数人的共同愿望，但为什么只是少数人成为富翁，更多的人终其一生也难以做到？其原因就是这些人赚钱心理过于迫切，导致心态出现偏差，他们只想发大财、赚大钱，不把赚小钱的机会放在眼里，殊不知，许多大富翁都是从小生意做起，赚小钱发家的。

贾亚芳，2004年中国十大经济女性年度人物之一，曾经的下岗女工，因为一碗凉皮成了闻名全国的百万富翁。她靠500元起家卖凉皮，后来将自己的捷尔泰凉皮连锁店开到全国20多个省市，有近200家店。

贾亚芳的凉皮事业从她下岗第二天就开始了。她先调查市场，然后采购原料制作凉皮。第一次卖凉皮就净赚20元，这让她高兴不已。她继续把凉皮做大，但第一次正式开店让她受到了损失，凉皮的口味不好导致无人上门。在第二次开店的时候，她更加精心地研制新的凉皮口味，开张的第一天，她的凉皮卖了110碗，第二天200碗，第三天350碗……前两个月她净赚3万元，第三个月要吃捷尔泰凉皮就要早早排队，这也成了她店前的一景。小有成绩的贾亚芳并不满足，她又将自己的连锁店发展到了全国。而且捷尔泰凉皮已经在新加坡、加拿大注册，因为在贾亚芳眼里，世界才是真正的舞台。

贾亚芳的经历告诉我们，钱没有小钱大钱之分，只有人的能力有强弱之分。一个拥有致富心、财富梦的人能将小钱做成大钱，小生意也可以做出大格局。

李嘉诚的业务遍布全球许多国家和地区，涉及多个领域，像这样一位华人首富，他也是从做推销员开始，如今也同样不会轻视零售业这样的“蝇头小利”。记得曾有位百万富翁说“小钱是大钱的祖宗”，现实中的很多百万富翁就是靠赚不起眼的小钱，做不值一提的小生意起家的。据统计，国外90%以上的大富豪是白手起家或靠小本起步的，只有不足10%的人靠继承遗产发家。

从李嘉诚、贾亚芳的例子中，我们可以认识到，经商不要嫌生意太小，做小生意是赚大钱的必要步骤，做小生意可以增加阅历，培养金钱意识

和赚钱能力，积累人脉，摸索市场。一个连小生意都经营不了的人更驾驭不了大事业。所以，不要好高骛远，把小事做好，你也能开创一番广阔天地。

品牌意识很重要

经商讲究信誉，这就是一种品牌。坚持守信可能会在某些情况下吃点儿亏，但这是干大事业者必不可少的素质。要发展事业，更需要具备品牌意识。纵观世界各大品牌，无不在好质、好量、好服务上下足功夫，这就是品牌。

李嘉诚重视自己的品牌、信誉，他说：“信誉是我的第二生命。”当他的建筑形态遭到民众的反对时，他会选择放弃，即便是已经投入很多。这就是品牌，不会抢夺，理性而宽容。也因此，李嘉诚的盛誉名扬海外，他的名片即是他的品牌，他的品牌即是他的信誉，从而使他赢得了无数次获得信息的先机。

营销大师科特勒曾这样说过：“事实上，市场上成熟的产品越来越多，竞争者大致类似，企业必须用品牌树立在人们心目中的形象。有些成功的品牌，不论它涉足什么行业，人们都购买它的产品，因为它有品牌。”

闻名于世的雀巢公司始创于19世纪中叶。公司建立以后，发展非常迅速，产品线不断拓宽和加长。然而在这种情况下，雀巢公司并没有一味采用当时所通行的品牌延伸策略，将雀巢品牌应用到其所有的产品上。因为它清醒地认识到：在食品行业，当品牌过度扩展到太多不相关联的领域时，消费者的品牌联想力和品牌认知度就可能会逐渐减弱，从而削弱品牌原有的内在魅力，最终使公司的品牌成为一个没有特点、特色和竞争力的简单符号。

基于这种认识，雀巢公司实施了一种颇具特色的品牌策略，建立起公司品牌和产品品牌既相互促进又相对独立的金字塔形品牌体系。

雀巢公司非常重视品牌管理工作。它专门设立了战略经营总部来负



责雀巢各品牌的连续发展和在相关领域的效能。采取不同的品牌定位方式为家族品牌定位，并利用家族品牌的力量进行延伸，经过多年的发展，公司的各种产品品牌力量不断壮大，市场形象不断提升，使得这个品牌金字塔的塔基更加坚实，从而也使得位于塔尖的“雀巢”品牌日益耀眼夺目。

雀巢的经验与李嘉诚虽然不完全相同，但他们有着同样的品牌理念，雁群高飞头雁领，不论飞行还是栖息，都能看到头雁的引领，头雁在雁群中是最强壮、最敏锐的那一只，所有的大雁都服从头雁的指挥，并无条件地接受它的队形引导。

一个出色的商人能成为商场中的“头雁”，能在天空中飞得高，飞得好，这不是一件容易的事情。自然，每一位商人都想成为一只“头雁”，“不想当将军的士兵不是好士兵”。于是，这里就涉及一个“个人品牌”的问题，只有“品牌”打造得够强，含金量够高，你才有资格做那只“头雁”。

其实“品牌”，不仅仅是企业、产品的品牌，个人同样拥有品牌！李嘉诚无论是他的企业品牌还是其个人品牌，都已经形成一笔无形的资产，转化成一股巨大的力量，成为他事业辉煌的重要支柱。

存钱过“冬”的艺术

李嘉诚一生经历数次金融严冬，却始终屹立不倒，同时又常常能把握时机，逆市扩张，每每创造出在危机中创造财富的奇迹。究竟是什么使得他具备如此坚忍和逆风飞扬的能力？

其实李嘉诚也是个凡人，他不能未卜先知，也没有遇险化夷的超能力，他有的只是敏锐的洞察力、冷静的分析力和优于常人的忍耐力。同时，历经几次金融风暴的淬炼，李嘉诚逐渐磨炼出一套自己的应对金融危机的方法，比如现金为王、低负债率、全球多元化分担风险、看准股市高位适时融资，这些往往使得危机来临前的李嘉诚有着充足的资金储备。而这一切