

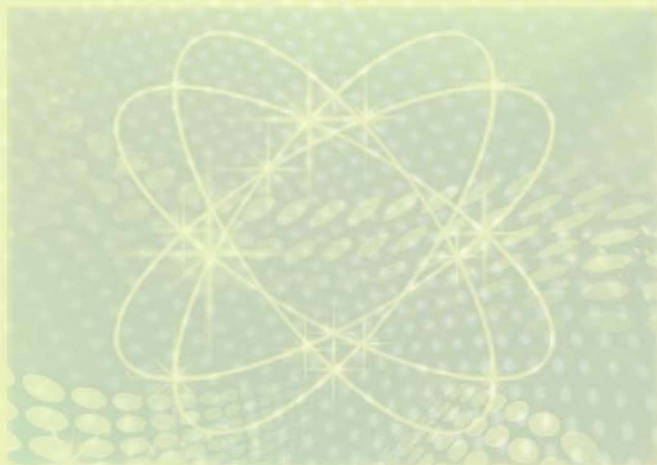
影响你一生的世界名人·十二

世界文学知识大课堂 萧枫主编

最具影响力的企业富豪

(下册)

邢春如 主编



辽海出版社

影响你一生的世界名人·十二

世界文学知识大课堂 萧枫主编

最具影响力的企业富豪

(下册)

邢春如 主编

辽海出版社

图书在版编目（CIP）数据

世界文学知识大课堂 / 萧枫主编. —沈阳：辽海出版社，
2007. 3

ISBN 978—7—80711—712—4

I. 世… II. 萧… III. 文学—基本知识—世界 IV. I1
中国版本图书馆 CIP 数据核字（2007）第 035741 号

最具影响力的企业富豪

（下册）

邢春如主编

辽 海 出 版 社 出 版

（沈阳市和平区十一纬路 25 号邮政编码 110001）

北京海德印务有限公司印刷

开本：850×1168 毫米 1/32

字数：1960 千字

印张：110

责编：于文海 陈晓玉 2007 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

定价：396.00 元（全 20 册本册定价：19.80 元）

前言

马克思曾经说过：“文学是一定的社会生活在人类头脑中反映的产物。”

文学是一种社会意识形态，与社会、政治以及哲学、宗教和道德等社会科学具有密切的关系，是在一定的社会经济基础上形成和发展起来的，因此，它能深刻反映一个国家或一个民族特定时期的社会生活面貌。文学的功能是以形象来反映社会生活，是用具体的、生动感人的细节来反映客观世界的。优秀的文学作品能使人产生如临其境、如见其人、如闻其声的感觉，并从思想感情上受到感染、教育和陶冶。文学是语言的艺术，是以语言为工具来塑造艺术形象的，虽然其具有形象的间接性，但它能多方面立体性地展示社会生活，甚至表现社会生活的发展过程，展示人与人之间的错综复杂的社会关系和人物的内心精神世界。

作家是生活造就的，作家又创作了文学。正如高尔基所说：“作家是一支笛子，生活里的种种智慧一通过它就变成音韵和谐的曲调了……作家也是时代精神手中的一支笔，一支由某位圣贤用来撰写艺术史册的笔……”因此，作家是人类灵魂的工程师，也是社会生活的雕塑师。

文学作品是作家根据一定的立场、观点、社会理想和审美观念，从社会生活中选取一定的材料，经过提炼加工而后创作出来的。它既包含客观的现实生活，也包含作家主观的思想感情，因此，文学作品通过相应的表现形式，具有很强的承载性，这就是作品的具体内容。

文学简史主要指文学发展的历史进程，这跟各国历史发展是相辅相成的。历史的发展为文学的发展提供了时代背景，而文学的发展也形象地记录了历史发展的真实面貌。

总之，学习世界文学，就必须研究世界著名文学大师、著名文学作品和文学发展历史，才能掌握世界文学概貌。

为此，我们综合了国内外最新的世界文学研究成果和文学发展概况，编撰了“世界文学知识大课堂”丛书。本套书系共计 20 册，包括《中国文学发展概论》、《中国文学大家》、《中国文学精品》、《世界古代文学发展概论》、《世界古代文学大家》、《世界古代文学精品》、《世界近代文学发展概论》、《世界现代文学发展概论》、《西欧现代文学大家》、《南北欧现代文学大家》、《中欧现代文学大家》、《俄苏现代文学大家》、《美洲现代文学大家》、《亚非现代文学大家》、《西欧现代文学精品》、《东南欧现代文学精品》、《中北欧现代文学精品》、《俄苏现代文学精品》、《美洲现代文学精品》、《亚非现代文学精品》。

本套书系内容全面具体，具有很强的资料性和系统性，是广大读者学习了解世界文学的良好读物，也是广大图书馆珍藏的良好版本。

本书由萧枫同志主编，参加编撰的还有宋涛、张林、李雪、胡元斌、窦俊平、廖海丽、聂丽、寻美琴、李娟、鹿清斌、王德雪、张立立等人，在此对他们付出的辛勤劳动表示感谢！

目 录

林绍良	1
玛丽·凯	5
萨姆·沃尔顿	9
包玉刚	13
盛田昭夫.....	18
佐川清	22
霍英东	25
皮尔·卡丹.....	29
萨默·雷石东	31
亚·艾科卡.....	35
奥格·曼狄诺	40
蔡万霖	44
郑裕彤	50
英格瓦·坎普拉德.....	55
邦尼	58
李嘉诚	62
李兆基	66

沃伦·巴菲特	70
乔治·索罗斯	73
鲁伯特·默多克	76
彼得·尤伯罗斯	80
孔菲德	85
堤义明	89
杰克·韦尔奇	93
安德鲁·格罗夫	95
菲尔·耐特	98
陈玉书	103
路易斯·郭士纳	107
方李邦琴	112
弗雷德·史密斯	118
拉里·埃里森	123
希姆·普伦姆吉	127
约翰·钱伯斯	131
伯纳德·阿尔诺	136
比尔·盖茨	139
史蒂夫·乔布斯	143
迈克尔·戴尔	147

林绍良

林绍良 1916 年出生在福建省福清市海口镇牛宅村。

1938 年，林绍良漂洋过海来到印尼爪哇；1945 年，在印尼独立战争中进行军火买卖，认识后来统治印尼 32 年的铁腕总统苏哈托，先后成为“面粉大王”、“丁香大王”和“金融大王”。

拥有近 100 亿美元资产的林绍良，被美国《投资家》杂志列为当今世界 12 大银行家之一，号称是“世界第六巨富”，被一些媒体誉为“世界华人第一富豪”。

印尼独立战争中的军火买卖让他结识了后来的铁腕总统苏哈托，林绍良家祖辈以种田为生，有祖传的水田 30 亩，一头水牛和一些农田。林的父亲为人朴实敦厚，他在父母的教诲和熏陶下，性情温和。幼年林绍良在村中林氏祠堂念私塾，先后念完了“四书”、《诗经》、《左传》等书，养成推崇忠烈侠士以及儒家道德观念的思想。

1937 年，抗日战争爆发。第二年，日军侵占福清，为了避免被抓壮丁，林绍良漂洋过海来到印尼爪哇，投奔叔父林财金。叔父开了一个花生油店，林绍良就在店里当学徒。当时的印尼也是兵荒马乱，市面萧条，赚钱并不容易。林绍良独辟蹊径，向叔父提出到外面去“搞推销”，这一招十分有效，油店销售额于是成倍增长。

1945 年日本投降后，印尼抗击荷兰殖民者的独立战争又打响了。当地华商大力支援印尼的抗荷独立战争，林绍良感到自己大显身手的时机到了，经过周密策划过后，决定从事一项充满机会但危险的业务——给印尼军队运送军火和药品。

当时恰逢一位名叫哈山·丁的印尼军队领导人在林家藏匿了一年多，与林绍良结成了莫逆之交。这位哈山·丁不是别人，正是印尼第

一任总统苏加诺的岳父。通过哈山·丁的关系，林绍良结识了中爪哇第四军区蒂波尼哥罗师的军官们，其中有一位便是后来统治印尼 32 年的铁腕总统苏哈托。

就这样，林绍良通过哈山·丁结交苏哈托，通过苏哈托开始了军火、药品生意，并获得了相当可观的利润。在这期间，他善于经营的作风和才干，给苏哈托等印尼军官留下了深刻的印象，而林绍良也因此在此患难交往中与他们建立了亲密的私人友谊，为日后事业发展奠定了政治基础。

印尼的“面粉大王”、“丁香大王”和“水泥大王”

曾有评论说，林绍良是胡雪岩式的红顶商人：通过结交政要，抓住 20 世纪 50 年代至 80 年代本国经济发展、人口快速增长之机，围绕衣食住行等传统产业，因缘际会，积聚巨额财富。

印尼独立后，国家百废待兴。

1967 年之后，苏哈托出任印尼总统，次年政府颁布了国内投资法。林绍良紧紧抓住了这个机遇，利用他与苏哈托以及其他军政官员的良好关系，迅速拓展自己的事业。

印尼是个条件优越的农业国，但由于长期受殖民主义单一经济的影响，粮食不能自给，每年政府都要拿出大量外汇进口粮食，成为国家经济的一大负担。林绍良瞅准时机，向印尼政府建议，在印尼国内自行加工面粉。政府采纳了他的建议，并把全国生产面粉的 2 / 3 专利权交给林绍良。为此，林绍良成立了波戈沙里公司，经过 10 年的努力，公司生产的面粉已达国内需求量的 80%，成了亚太地区最大的面粉公司。林绍良由此也成了全国首屈一指的“面粉大王”。

在这期间，林绍良仍继续经营他所熟悉的丁香生意。在当年贩运军火、药品的同时，林绍良发现了另一宗大买卖——丁香生意。中爪

哇生产的丁香烟远近闻名，作为生产香烟原料的丁香每年进口量高达 2 万多吨。凭借与苏哈托的特殊关系，林绍良的美卡有限公司和默朱布阿有限公司相继获得政府授予的丁香进口专利权。这两家公司进口的丁香，约占非洲盛产丁香的马达加斯加和桑巴尔的总产量的 90%，林绍良也因此成为名副其实的“丁香大王”。

1975 年林绍良又开始涉足水泥生产，没用几年，林绍良的“印度尼西亚洋灰公司”就成为印尼最大的水泥企业集团。印尼目前是东盟国家中最大的水泥生产国和出口国，而林绍良所属水泥公司的产量，占全印尼总产量的 60%，林绍良又成为了印尼的“水泥大王”。

在政府的帮助下，一个兼有工业、商业、金融的林氏集团已初显雏形，并控制着印尼 90% 的方便面市场、85% 的面粉市场、35% 的牛奶市场及超过 30% 的食油市场。

善用银行家李文正，林氏成了不折不扣的“金融大王”

林绍良在金融界迅速崛起的另一个重要原因，就是他不惜重金聘用了一名能干而忠实的合作伙伴——李文正。正如一个与他打过交道的商人所言：“林绍良事业的迅速发展，主要是他懂得量才用人，敢出大价钱。”

李文正原是香港汪印银行总裁。1972 年，林绍良因事前往香港，在飞机上遇到刚辞去汪印银行总裁职务的李文正。交谈中，林绍良对李文正十分赏识，当即邀请他到自己的中央亚细亚银行里来，并允诺给李 17.5% 的股份。当时，林绍良的银行实际规模比李文正的“汪印”银行小得多，资产也只有“汪印”的 1 / 33，但是林绍良的诚挚邀请打动了李文正，遂决定领命上任。

两人的坦诚合作使中亚银行飞速发展起来。到 1983 年，中亚银行的资产总额比原来增加 332 倍，存款额增长 1253 倍，在全印度尼

西亚设有 32 处分行，形成了印尼最大的私人银行网。中亚银行不仅在印尼，在东南亚也被公认为是规模最大的银行之一。1983 年，美国《公共机构投资者》杂志公布的世界最富有的 12 位银行家名单中，林绍良被列为第六名，成了不折不扣的“金融大王”。

经过几十年的苦心经营，到 1988 年，年逾七旬的林绍良已经构建起了自己的“林氏王国”，其控制的旗舰企业在东南亚经济发展中起着至关重要的作用。林绍良也因其雄厚的财力、庞大的势力，称雄印尼，富甲东南亚，被誉为“亚洲的洛克菲勒”。

玛丽·凯

玛丽·凯，美国玛丽·凯化妆品公司创始人。1917年5月12日，出生于美国得克萨斯州豪特威尔斯。母亲是位护士，父亲早逝。

玛丽·凯是20世纪80年代美国企业界升起的一颗新星。她于1963年退休后，用5000美元积蓄办起玛丽·凯化妆品公司，开业时雇员仅9人。20年后，该公司发展成为雇员5000多人，年销售额超过3亿美元的大企业。

因为她那“从乞丐到富人”的成功经历，使她1978年荣获哈罗蒂奥·奥夏大奖，阿什现在是大奖评委会成员。这位粉红色皇后几乎在每档谈话节目中露面，包括“达那休”和“奥普拉”的节目，她是各种组织授予的“年度企业家”、“杰出妇女”和“超级成就者”的领奖人，她还获得法国杂志“年度杰出妇女”的称号。玛丽·凯在庆典上被人介绍为“蜂皇皇后”，这是指她的那些杰出推销员被称为蜂皇，就如同蜜蜂皇。

玛丽·凯具有感染力、自信心和领袖魅力，她的钢铁般的意志赋予了她开创自己公司的勇气，使公司不同于她两度遭到不平待遇的男人统治的组织。她要以创立自己的公司，来为面临生活问题和家务负担困境的上班母亲提供工作机会，玛丽·凯的梦想是让上班母亲自己决定发展方式和报酬水平，成为自己的老板，围绕孩子上学安排确定自己的工作日程，结果便是玛丽·凯化妆品公司，一个成功地实现了上述目标的多层次营销公司，在1993年创下了赢利10亿美元的骄人业绩。

玛丽·凯创立了满足上班妇女需要的田园诗般的公司，从而也实现了自己梦寐以求的、奇思幻想而就的巨型公司。她的主要目标不是传统的最优化持股者利润策略，事实上，在玛丽·凯化妆品公司成为

上市公司(1968 年)17 年后,她买回了所有股票,将其再转为私营公司,因为股东有权力对她粉红色凯迪拉克推销术提出质疑,而这恰恰是她促进营销的策略支柱。玛丽·凯的故事表明:任何人都能不遵从商业行家描绘的规则指导,而实现自己的致富梦想。

玛丽·凯的成功秘诀是她的个性。每年在达拉斯举行的表彰庆典上,她使她的女顾问们如痴如醉,这些美容顾问数目已达 25 万人之多,她们将能与玛丽·凯见面和握手看做是达拉斯之行的最大荣耀。玛丽·凯能以其领袖魅力在这种聚会中创造一种电流感应氛围,能以一句:“我为你们创建这个公司”来使全场变得鸦雀无声(她的意思是“她们的职位”是玛丽·凯化妆品公司起源的真正目的)。

像许多伟大成功事例一样,玛丽·凯是极偶然地组建玛丽·凯化妆品公司的。她当初主要目的是写本书,她刚从长达 25 年的产品推销直接代理商的职位退休回家,想以自己在两个公司的经历,在书中写下妇女在男子操纵的组织中受到的不平待遇。当她坐在桌边构思此书时有两条线索,一条是不应采取的管理方法,以她在男子操纵公司的反面经历为素材;另一条勾勒理想型公司的必需特征,尤其是在顾及身兼家庭、孩子和事业两头的职业妇女需要方面。她突然意识到,自己已形成了田园诗般公司的蓝图,这种公司会同情和关注上班妇女。玛丽·凯立刻扔掉了写书计划,惊呼“我知道了”的灵感,开始踏上筹建理想公司的航程。后来她告诉新闻界:“就在那一刻,玛丽·凯化妆品公司已经产生。”

她还说:“我要创建一种公司,使一个妇女,即便有年幼的孩子,也能为她自行安排业务提供可能。公司将几乎没有定额、条规约束,推销员能自由安排自己的时间。这种构造能让妇女自由地将家庭放在首位,这是最基本的。”朋友、亲戚、会计师和律师都曾叫她放弃创

业的主意，因为“这必败无疑”。玛丽·凯置之不理、我行我素，去实现自己的梦想。

玛丽·凯独特的产品和她那家庭妇女顾问们组成的推销兵团，使得玛丽·凯化妆品公司大获成功，而占主导的因素还是玛丽·凯的自信者领袖魅力。

玛丽·凯曾多次对手下人讲：“你们是伟大的！坚持下去，直到成功。”

20 多年前，为了能同工作的公司副总裁握手，玛丽·凯排队等候了足足 3 个小时。当终于挨到她见他的时候，他同她握手、打招呼——但眼睛却瞧着她身后等候接见的队伍还有多长！事后很久，玛丽·凯还一想起那件事就伤心，当时，她暗暗对自己说：“假如有朝一日我成为被人们朝觐的人，我一定要把注意力全部集中在站在面前同我握手的人士身上。”

那一天终于来到了，玛丽·凯总是尽力使每一个人感到自己重要。有人曾经问过她：“你是怎么做到这一点的？你难道不觉得累吗？”

当然，她往往累得精疲力竭，但她从不改变初衷，因为她曾亲身体会被一个对于自己来说很重要的人冷落是什么滋味。玛丽·凯说：“把精神集中到你面前的人身上永远是至关重要的。切记，永远不要用你不喜欢被对待的方式对待任何人。”

玛丽·凯认为，公司帮助美容顾问取得她们家人的支持是不容忽视的。每当销售主任来到公司所在地参加培训时，公司都给她家中写信，向她的家人说明参加培训对她今后的工作大有益处，并为她能来参加培训，对他们表示感谢。公司总是在她抵达达拉斯（公司总部所在地）的星期一把信寄出去，因为这样，信就会在正当她家的洗涤槽

里堆满脏餐具，家人正因为不得不动手干活而赌气的时候寄到。在玛丽·凯看来，这些信件都是重要的，所以她要一一亲笔签名。

自从公司开张以后，每逢圣诞节、公司周年纪念日，公司都给职工发寄祝贺卡片。他们过生日时也会收到公司寄去的祝贺信。玛丽·凯在每张卡片上签名，并亲笔写下一句贺辞。

职工参加公司届满一年之际，公司送给她们每人一只纪念手镯，那是一条镶有饰物的金链。当进入公司 3 周年、6 周年、9 周年……的时候，她们得到的纪念品是其他首饰。当她们参加公司工作 15 周年时，她们得到的是一件镶有钻石的首饰。

一次，玛丽·凯主持了一个销售会议。与会的美容顾问之一所带来的化妆箱实在太脏了。这位美容顾问是个新来的人员。玛丽·凯觉得她那个肮脏的化妆箱会使她卖不出东西。然而，由于这位新手似乎很缺乏自信，玛丽·凯担心如果与她面对面谈话，指出她的缺点，她很可能无法承受打击。所以，玛丽·凯决定用一个更委婉的方式表达这个意思。

玛丽·凯决定将会中的主题定为“整洁是仅次于敬天(上帝)的美德”。玛丽·凯用这个方式来传递信息，不但与会者都学到了整洁的重要性，这位美容顾问也在不知不觉中接受了批评。

在整个会议的过程中，玛丽·凯强调整洁对美容顾问的重要性。在她讲话的时候，从头到尾都不曾盯着那位美容顾问，以表示这不是针对她的借题发挥。

玛丽·凯说，一位好的经理绝不会使人难堪，不仅因为令对方难堪于事无补，而且如此一来，只有引起与预期相反的后果。你必须记住，经理的角色是解决问题的，但一味地批评人，就会妨碍你更有效地执行你的任务。

萨姆·沃尔顿

萨姆·沃尔顿，生于美国俄克拉荷马的金费希尔，他的父亲在银行工作。1918 年，美国庞大超级市场沃尔玛连锁集团的创办人。

沃尔玛的创始人萨姆·沃尔顿在一个美国中西部的小镇白手起家，从 1962—1992 年，萨姆·沃尔顿亲自执掌沃尔玛达 30 年。20 世纪 80 年代，沃尔玛的总销售额还不及西尔斯的 12%。沃尔玛在 1990 年超过位居美国折扣百货业龙头 10 年的凯·玛特，位居全美零售公司第二；1991 年超越自二战后即名列全美第一的老百货业盟主西尔斯，坐上了全美零售业第一把交椅。

分析人士认为，沃尔玛最显著的成就是它创造了这样一个奇迹：一个什么都不生产的公司改变了由一大堆制造业巨头统治“财富 500 强”的历史。在 2001 年，沃尔玛的收入超过 2200 亿美元。这使其将超过 2000 年“财富 500 强”第一名的艾克森·美孚成为新的 500 强之首。在此期间，他将其独特的处世原则以及做人的理念融入到了沃尔玛的企业文化中，由小到大，由小镇到全国到全世界，萨姆不仅创造了一个零售业的奇迹，还创造了零售业新的经营方式，他曾被誉为 20 世纪除福特以外美国最伟大的企业领导者。

布什总统在颁予萨姆·沃尔顿自由奖章时，在奖状中写道：“萨姆·沃尔顿，地道的美国人，具体展现了创业精神，是美国梦的缩影。”

1977 年，萨姆·沃尔顿赴日本、韩国参观旅行，对韩国一家看上去又脏又乱的工厂里工人呼口号的做法深感兴趣，回沃尔玛后马上试行。这就是后来著称的“沃尔玛式欢呼”。

在每周六早上 7:30 公司工作会议开始前,沃尔顿总会亲自带领参会的几百名高级主管、商店经理们一起欢呼口号和做阿肯色大学的啦啦操。在每年的股东大会、新店开幕式或其他一些活动中,沃尔顿也常常带领集体欢呼口号。“沃尔玛式欢呼”不仅在本国盛行,而且还“出口”到其他国家。尤其令人不可思议的是,素以严谨著称的德国雇员也同样练习“沃尔玛式欢呼”,而且他们表现出的热情甚至比美国本土的员工还高。

萨姆·沃尔顿觉得它有助于鼓舞员工的士气,增强公司内部的凝聚力,促进员工们更好地工作。

即使是一些性质严肃的会议,沃尔顿也尽量将其变得轻松愉快。其中,最具代表性的是沃尔玛的“周六例会”。每周六早上 7:30,公司高级主管、分店经理和各级同仁近千人集合在一起,由公司总裁带领喊口号、做早操。之后,大家在会上就公司经营理念和管理策略畅所欲言、集思广益。做出优良成绩的员工还会被请到本特维拉总部并当众表扬。该例会有时还会邀请一些店外人士做特别嘉宾,有鼎鼎有名的商业巨子,有与公司有业务关系的乡下小企业的老板,也有 NBA 的体育明星或俄克拉荷马的乡村歌手。有位喜剧明星被邀请过好几次,每次都会把参会的经理们逗得前仰后合。

沃尔玛一年一度的股东大会也同样生动有趣。最初参加会议的人并不多,后来发展到每年约 1 万人出席,包括一些公司分店经理和员工代表。会上,公司会向股东简报公司成就、未来目标及近期计划,还会邀请一些演艺人员如歌手等出席助兴。有时候,正事在会上反而被搁在一边,大家在一起做啦啦队操,唱唱歌或吵吵闹闹,做些瞎闹起哄的事。会议结束后,沃尔顿还会邀请所有与会员工到家中花园参加野餐会,并向他们了解各店的经营情况。