

# 50位顶级CEO如何打破常规

Uncommon Sense and Unconventional  
Wisdom From 50 Top CEOs

# 敢于领导!

**DARE TO LEAD!**

**Mike Merrill**

[美] 麦克·梅里尔/著 冷元红/译

《敢于领导!》是希望在瞬息万变的市场中立于不败之地的一线经理们的必读书! 它汇集了世界50位有创意有激情、勇于摒弃传统走自己的路的商业领袖的成功故事, 这50位领袖中包括:

- 山姆·沃顿, 沃尔玛公司创始人、前CEO
- 保罗·奥特里尼, 英特尔总裁和运营总监
- 霍华德·施瓦茨, 星巴克创始人、前CEO
- 戴夫·戈德, 99美分店创始人、CEO
- 戈登·白求恩, 大陆航空公司前董事会主席兼CEO
- 拉里·佩奇, Google创始人、前CEO
- 弗雷德·史密斯, 联邦快递创始人、董事会主席
- 卡洛斯·格森, 尼桑董事会主席兼CEO
- 里奇·蒂尔林克, 哈雷-戴维森公司前董事会主席兼CEO
- 道格·戴顿, Target公司创始人、CEO

中国发展出版社

**50位顶级CEO如何打破常规**

# **敢于领导!**

**DARE TO LEAD!**

[美] 麦克·梅里尔/著 冷元红/译

中国发展出版社

**DARE TO LEAD!**

Copyright © 2004 Mike Merrill. Chinese translation published by China Development Publishing House. Original English Language edition published by Career Press. All rights reserved.

本书中文简体字版由 Career Press 授权中国发展出版社出版, 经北京版权代理有限公司代理。未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2005-1626

### 图书在版编目 (CIP) 数据

敢于领导! 50 位顶级 CEO 如何打破常规 / (美) 梅里尔著; 冷元红译.  
北京: 中国发展出版社, 2005.5

ISBN 7-80087-806-6

I. 敢… II. ①梅… ②冷… III. 企业领导学 IV. F272.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 041027 号

书 名: 敢于领导! 50 位顶级 CEO 如何打破常规

著作责任者: (美) 麦克·梅里尔

译 者: 冷元红

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 7-80087-806-6 / F·491

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京新华印刷厂

开 本: 670×990 1/16

印 张: 14.25

字 数: 250 千字

版 次: 2005 年 5 月第 1 版

印 次: 2005 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 1—6000 册

定 价: 26.00 元

咨询电话: (010) 68990642 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

电子邮箱: fazhanreader@163.com

网 址: <http://www.developress.com.cn/>

---

版权所有·翻录必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

# 《敢于领导!》中的 CEO

1. 罗杰·伯科威茨 (Roger Berkowitz) Legal Seafoods 公司 CEO
2. 格特·博伊尔 (Gert Boyle)  
哥伦比亚运动服公司 (Columbia Sportswear) 董事会主席
3. 道格·戴顿 (Doug Dayton) Target 公司创始人、CEO
4. 戴夫·达菲尔德 (Dave Duffield)  
仁科公司 (PeopleSoft) 创始人、董事会主席
5. 克里斯·埃默里 (Chris Emery)、拉里·芬森 (Larry Finnsen)  
Chris and Larry's Clodhoppers 公司共同创始人
6. 丹·费尔斯通 (Dan Firestone) Somera 公司创始人、CEO
7. 戴尔·富勒 (Dale Fuller) Borland 公司董事会主席兼 CEO
8. 比尔·乔治 (Bill George) 美敦力公司 (Medtronic) 前董事会主席兼 CEO
9. 戴夫·戈德 (Dave Gold) 99 美分店 (99 Cents Only) 创始人、CEO
10. 米切尔·戈德 (Mitchell Gold) Mitchell Gold 家具公司创始人、CEO
11. 加里·胡佛 (Gary Hoover)  
BookStop 公司和 Hoover's Financial 公司创始人、CEO
12. 韦恩·井上 (Wayne Inouye) eMachines 公司和 Gateway 公司 CEO
13. 罗恩·乔伊斯 (Ron Joyce) Tim Hortons 公司共同创始人、CEO

14. 吉姆·科赫 (Jim Koch)  
波士顿啤酒公司 (Boston Beer Company) 创始人、CEO
15. 约翰·拉马基亚 (John LaMacchia)  
辛辛那提贝尔公司 (Cincinnati Bell) 和 Tellme Networks 公司 CEO
16. 谢尔登·劳比 (Sheldon Laube) CenterBeam 公司创始人、CEO
17. 约翰·麦克亚当 (John McAdam) F5 Networks 公司总裁兼 CEO
18. 吉姆·麦肯 (Jim McCann) 1-800-FLOWERS 公司创始人、CEO
19. 大卫·尼莱曼 (David Neeleman)  
捷蓝航空公司 (JetBlue) 创始人、董事会主席
20. 玛里琳·卡尔森·纳尔逊 (Marilyn Carlson Nelson)  
卡尔森公司 (Carlson) CEO
21. 约翰·奥舍 (John Osher) SpinBrush 公司创始人、CEO
22. 拉里·佩奇 (Larry Page) Google 公司共同创始人、前 CEO
23. 劳伦斯·珀尔曼 (Lawrence Perlman)  
Control Data/Ceridian 公司前董事会主席兼 CEO
24. 约翰·希尔兹 (John Shields) Trader Joe's 公司前董事会主席兼 CEO
25. 鲍勃·斯蒂勒 (Bob Stiller)  
绿山咖啡烘焙店 (Green Mountain Coffee Roasters) 创始人、CEO
26. 艾伯特·施特劳斯 (Albert Straus)  
施特劳斯家庭牛奶制品店 (Straus Family Creamery) CEO
27. 比尔·斯威德勒 (Bill Sweedler) JOE BOXER 公司董事会主席兼 CEO
28. 理查德·泰特 (Richard Tait) Cranium 公司共同创始人兼 CEO

29. 里奇·蒂尔林克 (Rich Teerlink)  
哈雷-戴维森公司 (Harley-Davidson) 前董事会主席兼 CEO
30. 彼得·蒂尔 (Peter Thiel) PayPal 公司创始人、前 CEO
31. 维克托·曹 (Victor Tsao) Linksys 公司共同创始人兼 CEO
32. 珍妮特·怀特 (Jeanette White) Sytel 公司创始人、CEO
33. 卡罗尔·威廉斯 (Carol Williams) Karol Williams 广告公司创始人、CEO
34. 玫琳凯·艾施 (Mary Kay Ash) 玫琳凯公司 (Mary Kay, Inc.) 创始人、CEO
35. 戈登·白求恩 (Gordon Bethune)  
大陆航空公司 (Continental Airlines) 前董事会主席兼 CEO
36. 奥格斯特·布希三世 (August Busch III)  
AB 公司 (Anheuser-Busch) 董事会主席
37. 伊利·卡拉威 (Ely Callaway)  
卡拉威高尔夫公司 (Callaway Golf) 前董事会主席兼 CEO
38. 艾玛·查普尔 (Emma Chappell)  
费城联合银行 (United Bank of Philadelphia) 创始人、前 CEO
39. 斯科特·库克 (Scott Cook) Intuit 公司创始人、CEO
40. 弗雷德·德鲁卡 (Fred DeLuca) Subway 公司创始人、CEO
41. 布赖恩·迪瓦恩 (Brian Devine) PETCO 公司 CEO
42. 卡洛斯·格森 (Carlos Ghosn) 尼桑公司董事会主席兼 CEO
43. 斯特莱昂斯·哈吉-约安诺 (Stelios Haji-Ioannou)  
easyJet 公司创始人、前 CEO

44. 史蒂夫·乔布斯 (Steve Jobs) Pixar 公司 CEO
45. 鲍勃·约翰逊 (Bob Johnson) BET 公司创始人、前 CEO
46. 约翰·约翰逊 (John Johnson) Johnson Publishing 集团创始人、董事会主席
47. 谢乐尔·里奇 (Sheryl Leach) Lyrick 公司创始人、CEO
48. 斯科特·莱文古德 (Scott Livengood) Krispy Kreme 公司 CEO
49. 伯尼·马库斯 (Bernie Marcus)、亚瑟·布兰克 (Arthur Blank)  
家得宝公司 (Home Depot) 共同创始人
50. 杰夫·麦克莱来 (Jeff McClelland)  
美国西部航空公司 (America West) 总裁兼运营总监
51. 保罗·奥特里尼 (Paul Otellani) 英特尔公司总裁和运营总监
52. 约翰·彼得曼 (John Peterman) J.Peterman 公司创始人、CEO
53. 霍华德·施瓦茨 (Howard Schultz) 星巴克公司 (Starbucks) 创始人、前 CEO
54. 罗恩·谢克 (Ron Shaich) Panera Bread 公司创始人、CEO
55. 吉姆·辛尼盖尔 (Jim Sinegal) Costco 公司创始人、CEO
56. 弗雷德·史密斯 (Fred Smith) 联邦快递 (FedEx) 创始人、董事会主席
57. 埃丝特·斯奈德 (Esther Snyder)  
In-N-Out Burger 公司创始人、董事会主席兼 CEO
58. 克里斯·萨里文 (Chris Sullivan)  
澳拜客牛排店 (Outback Steakhouse) 创始人兼 CEO
59. 山姆·沃顿 (Sam Walton) 沃尔玛公司 (Wal-Mart) 创始人、前 CEO

## 译者序

古希腊哲学家色诺芬 26 岁就当选为希腊将军。在一次前有好战的土著人、后有波斯追兵的行军中，为了摆脱困境，他指挥军队加快速度抢占制高点。“士兵们！”他喊道，“想想你们现在是在为希腊而战，为你们的妻儿而战！稍加努力，前方的路就会畅通无阻！”

这时，一个叫索特里达斯的士兵说：“色诺芬，我们不在一个水平上。你骑在马背上，而我却拿着盾牌，早已疲惫不堪。”

色诺芬本可以理直气壮地把他抓起来，稍后处罚他，但他没这么做，而是立即从马背上跳下来，把索特里达斯的盾牌取下来拿着，徒步前行。当时他还穿着骑兵胸甲，所以走起来很笨重。他一边挣扎着向前走，一边给士兵加油。其他士兵开始打索特里达斯，向他扔石头，咒骂他，直到迫使他拿回自己的盾牌，让色诺芬重新骑上马指挥。他们终于先于敌人到达了制高点，成功进入底格里斯河边肥沃的平原。

从色诺芬的故事中，我们看到了无穷的榜样力量，尤其当这个榜样就是领导人时。

两千多年后，捷蓝航空的 CEO 大卫·尼莱曼以另一种方式实践着榜样领导。他每周至少飞一次捷蓝航空的航班，分发登机证、装运行李、打扫卫生、收拾垃圾、倾听顾客和乘务员的建议和抱怨。当 CEO 就在自己身边辛勤工作时，乘务员怎么能对打扫飞机有所怨言呢？

正如本书作者所言，“无论你的公司有 5 名还是 5000 名员工，为组织中其他人设定基调的都是领导人。”这种基调就是公司的精神指南。缺乏精神指南，公司就犹如茫茫大海中航行的无舵之舟，终究会迷失方向，哪怕 CEO 聪明无比。

在大卫·尼莱曼的榜样领导下，捷蓝航空只用了 1 年时间就成长为全美国最具赢利能力的航空公司之一。

领导不是科学，而是艺术。大卫·尼莱曼展现的榜样领导只是领导艺术之一。在整个翻译过程中，我一直为这 50 位顶级 CEO 的领导艺术激荡着。

家得宝的伯尼·马库斯和亚瑟·布兰克通过“与伯尼和亚瑟共进早餐”的电视节目来与员工交流；尽管名列《福布斯》美国 400 富豪榜，99 美分店的戴夫·戈德仍是早晨第一个到办公室的人；沃尔玛的山姆·沃顿、Trader Joe's 的乔·科洛比、Linksys 的贾尼·曹和维克托·曹夫妇，皆通过避开与竞争对手正面交锋而取得成功；加里·胡佛则尽情拷贝行业内外好点子，创办第一家图书超市 Bookstop；戈登·白求恩凭借每人 65 美元的目标奖金激励恢复士气，拯救了大陆航空公司。

经济学告诫投资者，不要将鸡蛋放进一个篮子里，而马克·吐温却说：“将你所有的鸡蛋放进一个篮子里，然后看好这个篮子。”50 年来，哈里和埃丝特经营的 In-N-Out 的菜单上总共只有 4 样东西——汉堡包、乳酪汉堡包、双乳酪双汉堡肉和炸薯条，但却令人吃惊地最受青睐；Google 的拉里·佩奇和瑟奇·布林在一个充满竞争者的领域里是一个迟到者，但却拒绝随波逐流地成为门户网站，专注于将“搜索”做得尽善尽美，最终坐上搜索引擎领域的第一把交椅。专注于将一件事做到极致，这就是“放进一个篮子里”的秘诀。

有没有不用花钱就做广告的美事？easyJet 的 CEO 斯特莱昂斯穿着印有 easyJet 字样的橘黄色连身服，乘坐竞争对手的首发航班抢得媒体眼球。99 美分店的戴夫和 Cranium 的泰特、亚历山大也都巧妙地做到了。

面对华尔街的压力，好市多公司的吉姆·辛尼盖尔表现出无比的勇气，他拒绝为增加利润而削弱好市多的核心价值——它的员工和顾客。“照料你的人。”捷蓝航空的 CEO 大卫·尼莱曼说，“我们生活在一个服务性环境里。因为你想获得成功，因此你往往忽略了这些人。但是，你得真的照料他们。”

商业成功没有魔法，亦没有普适的真理，然而 50 位顶级 CEO 所体现出来的根本领导原则是：一切全都围绕人。广告大师卡罗尔·威廉斯说得好：“你管理的是文件，但领导的是人。”

冷元红

2005 年 4 月于晓树园

## 本书简介

►《敢于领导！》汇集了世界 50 位商业领袖的成功故事。他们的成功源于他们勇于摒弃传统，走自己的路。你将从书中了解到：

▲拉里·佩奇和瑟奇·布林在充满强大竞争对手的领域里后来居上，将 Google 发展成世界领先的搜索引擎，而且没花一分钱进行品牌宣传。

▲约翰·奥舍将先前的成功经验应用于他一无所知的全新行业，在 18 个月内将 150 万美元魔术般地变成了 4.5 亿美元的回报。

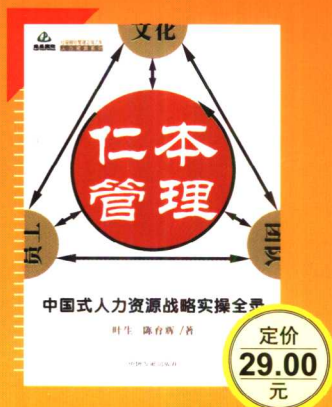
▲格特·博伊尔解雇了原来所有的专业顾问，按自己的方式经营公司，最终挽救了身陷困境的哥伦比亚运动服公司，并将其发展成世界上最大的户外运动服装公司。

▲其他 47 位独特的、有创意有激情、有勇有谋的顶级 CEO 发人深省的真实故事。

## 读者对象

本书是在瞬息万变的市场中打拼的一线经理们的必读书，它也适合正准备迈向自己创业梦想的创业者、MBA 学员和管理专业教师、学生们阅读。

好书推荐



◎咨询购书热线：010-68990632  
010-68990682

责任编辑：徐瑞芳  
封面设计：田略工作室



## 目 录

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 第 1 章 从一线中学习 .....    | 1  |
| 榜样领导 .....            | 2  |
| 以身作则 .....            | 4  |
| 行胜于言 .....            | 5  |
| 实践你的理想 .....          | 5  |
| 别躲在后面领导 .....         | 7  |
| 第 2 章 迂回取胜 .....      | 9  |
| 噢，感谢 7-Eleven! .....  | 11 |
| 悄悄绕过竞争 .....          | 14 |
| 攻击不同的目标 .....         | 16 |
| 别在竞争对手的领地上与之交战 .....  | 19 |
| 小心即大勇 .....           | 20 |
| 第 3 章 利用思想而不是时间 ..... | 21 |
| 酒瓶中的优势利用 .....        | 23 |
| 从甜甜圈到大把钞票 .....       | 25 |
| 以短裤起家 .....           | 27 |
| 拓展品牌，但别过分扩张公司 .....   | 32 |
| 发现优势点 .....           | 33 |

|              |                         |           |
|--------------|-------------------------|-----------|
| <b>第 4 章</b> | <b>尽情拷贝好点子</b>          | <b>35</b> |
|              | 跟随领导者                   | 37        |
|              | 好点子总会传出去                | 39        |
|              | 向别人请教                   | 41        |
|              | 向行业外看                   | 43        |
|              | 向最优秀的学习                 | 44        |
| <b>第 5 章</b> | <b>将鸡蛋放进一个篮子里</b>       | <b>45</b> |
|              | 创造自己的特色                 | 46        |
|              | 固执己见                    | 48        |
|              | 将某件事做得比其他任何人都好          | 49        |
|              | 走向尽头                    | 53        |
|              | 专注于一点                   | 57        |
| <b>第 6 章</b> | <b>如果找不到解决办法，那就改变问题</b> | <b>59</b> |
|              | “乡巴佬”糖果                 | 61        |
|              | 从过去中学习，而不要沉溺于过去         | 65        |
|              | 轰动性问题                   | 68        |
|              | 改变问题                    | 70        |
| <b>第 7 章</b> | <b>乘胜追击</b>             | <b>71</b> |
|              | 如果一开始你确实成功了             | 73        |
|              | 小改进，大成果                 | 76        |
|              | 计划又一次行动                 | 78        |
|              | 旧点子翻新                   | 79        |
|              | 寻找加强成功的途径               | 81        |

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| <b>第 8 章 成为自己最好的宣传者 .....</b>   | <b>83</b>  |
| 引起注意的一个容易法子 .....               | 85         |
| 他们害怕什么 .....                    | 86         |
| 让消息不翼而飞 .....                   | 87         |
| 自己创造需求 .....                    | 88         |
| 草根营销活动 .....                    | 89         |
| 徒步拜访 .....                      | 91         |
| 一次一个顾客 .....                    | 92         |
| 创造性地传播讯息 .....                  | 94         |
| <b>第 9 章 找出顾客真正所需 .....</b>     | <b>95</b>  |
| 倾听顾客的声音 .....                   | 97         |
| 找到顾客的兴趣点 .....                  | 98         |
| 第 47 种原动机优势 .....               | 99         |
| 用钱投票 .....                      | 102        |
| 成功蒙蔽了双眼 .....                   | 102        |
| 一样的问题，不一样的行业 .....              | 104        |
| 你认为他们需要，他们就真的需要吗 .....          | 105        |
| <b>第 10 章 将顾客抱怨变成秘密武器 .....</b> | <b>107</b> |
| 将顾客支持倒过来 .....                  | 109        |
| 问题始于这里 .....                    | 111        |
| 如何才能解决问题 .....                  | 112        |
| 给本·希尔打电话 .....                  | 113        |
| 顾客支持的隐秘智慧 .....                 | 115        |

|               |                          |            |
|---------------|--------------------------|------------|
| <b>第 11 章</b> | <b>不走过今天，就无法到达未来</b>     | <b>117</b> |
|               | 大计划，大支出，但没有顾客            | 119        |
|               | 依常理支出                    | 120        |
|               | 安全经营 BET                 | 120        |
|               | 首先必须生存                   | 122        |
|               | 保持灵活性和适应性                | 124        |
|               | 平衡预算                     | 125        |
| <b>第 12 章</b> | <b>将利润置于人之上，那就一样也得不到</b> | <b>127</b> |
|               | 短期利润 vs 长期价值             | 129        |
|               | 看到森林                     | 133        |
|               | 不只是一辆精致的凯迪拉克             | 135        |
|               | 诚信领导                     | 138        |
| <b>第 13 章</b> | <b>让员工制定决策</b>           | <b>139</b> |
|               | 让他们解决你的问题                | 141        |
|               | 拯救尼桑                     | 141        |
|               | 哈雷呼啸而回                   | 143        |
|               | 稍许的欣赏就会大有裨益              | 147        |
|               | 让员工参与决策制定                | 149        |
| <b>第 14 章</b> | <b>帮助他们销售，就会实现双赢</b>     | <b>151</b> |
|               | 问他们想要什么，而不是你想要           |            |
|               | 卖给他们什么                   | 153        |

|                                    |            |
|------------------------------------|------------|
| 改变 eMachines 的游戏规则 .....           | 154        |
| 从另一个角度审视你的客户 .....                 | 156        |
| 啤酒走向高科技 .....                      | 159        |
| 让他们生活得更容易 .....                    | 159        |
| 帮助他们，你就会赚更多的钱 .....                | 160        |
| <b>第 15 章 让外部伙伴成为你团队的一分子 .....</b> | <b>163</b> |
| 长期关系比短期利润更有价值 .....                | 165        |
| 改变宝洁的态度 .....                      | 166        |
| 将对手变成盟友 .....                      | 168        |
| 让被许可方负责 .....                      | 170        |
| 除非共赢，否则就不是好交易 .....                | 171        |
| 生活远不只是更低的价格 .....                  | 173        |
| 互惠互利的关系 .....                      | 174        |
| <b>第 16 章 让使命栩栩如生 .....</b>        | <b>175</b> |
| 让使命演绎真实 .....                      | 177        |
| 让使命成为个人追求 .....                    | 179        |
| 唤起人们的内心激动 .....                    | 180        |
| 找到焦点所在 .....                       | 181        |
| 不要偏离轨道 .....                       | 182        |
| 坚守你的愿景 .....                       | 184        |
| 别让会计师制定政策 .....                    | 185        |
| 你到底为什么在这儿 .....                    | 186        |
| 鼓舞并不能自动自发 .....                    | 187        |