

成功的人都有相似的品质和特征，
但脱颖而出的成功之路却各不相同！

55位 商界领袖 的成功基点

Business Leaders & Success

55 top business leaders & how
they achieved greatness

(美) 威廉·J·奥尼尔 编

蔡英杰 王琦 译

Mc
Graw
Hill Education



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

55位 商界领袖 的成功基点

Business
Leaders & Success

55 top business leaders & how
they achieved greatness

(美) 威廉·J·奥尼尔 编

蔡英杰 王琦 译

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

50524/07

William J. O'Neil: Business Leaders & Success: 55 Top Business Leaders & How They Achieved Greatness

ISBN: 0-07-142680-9

Copyright © 2004 by William J. O'Neil.

Original language published by McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed in any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and Publishing House of Electronics Industry.

本书中文简体字翻译版由电子工业出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可,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: 01-2004-5217

图书在版编目(CIP)数据

55位商界领袖的成功基点 / (美)奥尼尔(O'Neil, W. J.)编;蔡英杰,王琦译. —北京:电子工业出版社, 2004.10

书名原文: Business Leaders & Success: 55 Top Business Leaders & How They Achieved Greatness

ISBN 7-121-00331-7

I. 5… II. ①奥… ②蔡… ③王… III. 企业家—生平事迹—世界 IV. K815.38

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第091478号

责任编辑:刘露明 韩丽娜

印刷:北京智力达印刷公司印刷

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编100036

经销:各地新华书店

开本:787×980 1/16 印张:14 字数:210千字

印次:2004年10月第1次印刷

定价:25.00元

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系。联系电话:(010)68279077。质量投诉请发邮件至zlt@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

读者好评

↳ Praise

美国著名财经媒体《投资人商务日报》(*Investor's Business Daily*)的读者对“领袖的成功 (Leaders & Success)”栏目给予了很好的评价：

“我是一个失去父亲的13岁男孩的家庭教师，每星期和他见3次面。我利用‘领袖的成功’栏目为他提供对他有帮助的信息。我相信这样做肯定有效果，因为许多人都这么认为。现在他的一些朋友也加入到了这种讨论的行列，这使我感到由衷的高兴。”

——迈克尔·伯顿 (Michael Burton)

“看‘领袖的成功’栏目是我早晨起床后的重要内容。它给人以鼓舞，它让我用积极的态度开始我的每一天，它为我提供了精神食粮。”

——吉姆·埃尔德 (Jim Elder)

“我女儿在上五年级。我每天开车送她上学时，她都要看‘领袖的成功’栏目的人物介绍。她在受着有益的教育。”

——迈克尔·麦克伦南 (Michael McLennan)

55

位商界领袖的成功基点 ■

“我 15 岁的儿子和他的朋友们每天都看‘领袖的成功’栏目。请继续办好它。”

——皮特·西拉古萨（Peter Siracusa）

“我喜欢‘领袖的成功’栏目，因为它给我勇气去面对生活，让我考虑用积极有效的方式生活。”

——维拉·雷迪（Veera Reddy）

译者序

Translator's Preface

朋友，你想在商海中畅游吗？想在商圈里出人头地、做大做强吗？想在从事的工作中取得成就、获得成功吗？那么请看看这本书吧！

这是一本汇编集，它汇集了《投资人商务日报》的“领袖的成功”栏目中的55篇个人传记，介绍了55位杰出商人的成功基点。在翻译这本书的过程中，给我印象最深的有两点：第一点，这些商界领袖具有许多共性的东西，比如，积极向上的乐观态度，迎难而上的坚毅执着，以诚相待的正直，超人的远见卓识，以客户为中心的经营理念，等等；第二点，每位领袖都非常有个性，有独到的做法和想法，并且充分利用这些特性成就了一番事业。比如，泰勒国际有限公司首席执行官迈克尔·伯克，他性格鲁莽，做事轻率，但凭着这种魄力他在37岁时开办了自己的公司，并且通过健全监督决策机制和克制易激动情绪，使公司不断发展壮大。

亲爱的读者，你是否也具备这些共性，也有自己的过人之处？如果不是这样，不妨好好看看这本书，从中吸取一些有益的经验教训，充分利用自己的人格魅力、道德品质、业务专长，努力实现你制定的远大目标，达到你不曾达到的高度。

参与本书翻译工作的有：王琦、明建新、王君慧、蔡红莉、杜萱、廖志刚、王小凌、明明、蔡晓鸥等，在此一并表示感谢。受翻译水平和知识面的限制，如有不足之处，敬请批评指正。

蔡英杰

2004年6月

前 言

Introduction

各行各业的成功人士都具有共同的特征，比如拥有理想、决心和动力，但他们出人头地的方式却各不相同。

《投资人商务日报》的“领袖的成功”栏目向你细述了这些人的成功之道，你可以把他们的诀窍和经验运用于生活之中。每一位领袖的经历都有值得我们学习的东西。

在这本汇编里，你将了解山姆·沃尔顿 (*Sam Walton*) 为什么只在小城镇开设沃尔玛店以躲避所有大的竞争对手，为什么他的商店的产品标价比他的对手都低，以及他是怎样最终打败那些竞争对手并成为全球最大的零售商的；你会看到年轻的玫琳凯·艾施 (*Mary Kay Ash*) 如何克服早期因父亲病重带来的困苦，如何从事直销并最终创立了极为成功的化妆品公司的；你会发现大卫·奥格尔维 (*David Ogilvy*) 从厨师到民意调查人到将自己的广告部门发展成一个巨大的公司的历程；你会看到约瑟夫·威尔逊 (*Joseph Wilson*) 在 20 世纪 50 年代和 60 年代做了哪些事，从而使施乐 (*Xerox*) 公司在咨询者和试销市场对新型的施乐干式复印机不感兴趣的情况下成为最大的赢家的；你还会看到梅格·惠特曼 (*Meg Whitman*) 如今为使 eBay 不断发展正在做着什么。

你会发现，所有领袖人物共有的一个特征是——积极的态度。这种态度每天都为他们提供动力去面对挑战和战胜未曾预见的困难。他们不会因出了问题而止步不前，他们会选择最积极的方式来面对在别人看来是大得不得了的问题，他们

55

位商界领袖的成功基点 ■

会找出问题所在并着手解决问题或想出如何将“问题”变为“解决方案”的办法。

1906年，当旧金山地震和大火将A·P·贾恩尼尼银行(A.P.Giannini's Bank)烧塌时，他立即在一个街角支起一个木板桌，向因灾害丧失全部业务、没有任何抵押品的商人提供贷款。当时没有任何人像他这样做，这就是美国银行的开始。

你知道是谁创建的家得宝(Home Depot)吗？是刚被一家五金连锁店解雇的两位朋友。他们将这种不愉快经历转变成一种积极的态度，把建一个品种齐全的大五金店的梦想变成了现实。

迪斯尼乐园(Disneyland)也是在一种逆境的背景下诞生的。沃特·迪斯尼(Walt Disney)的妻子、兄弟及商业伙伴都拒绝为沃特建立以娱乐为主题的公园的新思路投资。他向这些反对者让步了吗？当然没有！他单独创建了一家公司来开发迪斯尼乐园，并且创办了一个非常成功的电视节目《迪斯尼的神奇世界》(The Wonderful World of Disney)，以此帮助迪斯尼乐园筹资。

在这本汇编里，你将看到的只是神奇故事的些许片断。热心的读者是可能成为领袖的！通过研究其他人的成功历程，你也能够让自己踏上通往成功的道路。

每个人都希望在某一方面获得成功，下面这55个独特的商界领袖的成功故事为大家提供了理念和指南，它将帮助你梦想变为现实。我们希望它们能像不断激励我们那样鼓起你的勇气。

目 录

Contents

第 1 部分 努力成为最好

- 1 耐克公司的创始人比尔·鲍尔曼**
创新于跑鞋的举动帮助他建立了一个帝国 2
- 2 动漫家沃特·迪斯尼**
创新和执着创造了奇迹 6
- 3 媒体改革者奥普拉·温弗里**
保持乐观让她登上顶峰 10
- 4 工业家安德鲁·卡耐基**
他的创新将美国带入钢铁时代 14
- 5 出版商凯瑟林·格雷厄姆**
靠执着和诚信建立伟业 18
- 6 应用材料公司的 CEO 詹姆斯·摩根**
倾听雇员意见，使公司不断发展 21
- 7 惠普公司的 CEO 卡莉·菲奥瑞娜**
一个学哲学的人是如何驱动技术这个大引擎的 25
- 8 化妆品皇后玫琳凯·艾施**
让美丽成为大卖点 29

55

位商界领袖的成功基点 ■

- 9 自强先驱戴尔·卡耐基**
赢得了朋友并影响了许多人.....32
- 10 NBA 主席大卫·斯特恩**
把篮联变成了娱乐大鳄.....35
- 第2部分 从基层做起**
- 11 沃尔玛创始人山姆·沃尔顿**
先向竞争对手学习，然后走自己的路.....40
- 12 Paychex 公司的托马斯·戈利萨诺**
态度重于技能的立业原则.....44
- 13 麦当劳的雷·克罗克**
烹饪出了一个赢家.....47
- 14 特百惠公司的布朗尼·怀斯**
用系统的目标建立并激励她的销售军团.....50
- 15 无线电器材公司的查尔斯·坦迪**
用判断力建立电子巨人.....54
- 16 零售商大查尔斯·沃尔格林**
创新助他建起美国最大的药品连锁店.....58
- 17 巴尼公司创始人谢里尔·利奇**
判断力帮助她建立了一个紫色帝国.....62
- 18 美洲银行的吉安尼尼**
关注普通人让他成为一个金融巨人.....65
- 19 口香糖巨头小威廉姆·里格利**
坚信自己的梦想.....68

第3部分 挺过艰难时刻

- 20 组织者南希·布林克尔**
她的决心使基金会家喻户晓.....74
- 21 航空先驱威廉·波音**
在他建立的帝国中，他只向一个权威低头.....78
- 22 美国信贷公司的迈克尔·巴林顿**
态度让他把握汽车贷款巨人的方向盘.....81
- 23 Nvidia 的 CEO 黄仁勋**
激光般的专一使他的公司保持领先.....85
- 24 企业家戴西·布拉克斯顿**
从申请福利救济走向从未达到的高度.....89
- 25 国际游戏技术公司董事长查尔斯·马修森**
建立关系帮助他获得大胜.....92
- 26 泰勒国际有限公司 CEO 迈克尔·伯克**
从鲁莽开始，靠砺炼进步.....96
- 27 电子制造商松下幸之助**
对梦想的追求将他推向巅峰.....99
- 28 《伊波尼》创刊人约翰·约翰逊**
从铁皮房走向《福布斯》400 强.....103

第4部分 用管理风格冒险

- 29 家得宝公司的阿瑟·布兰克和伯尼·马库斯**
客户至上成就事业.....108

55

位商界领袖的成功基点 ■

- 30** 桧柏公司 CEO 斯科特·克里恩斯
孜孜不倦帮助他建立起顶级网络公司 112
- 31** 卡夫食品公司执行官安·富奇
靠年轻时的体验使公司不断成长 116
- 32** 可口可乐公司的罗伯特·伍德拉夫
脚踏实地做实事 120
- 33** 戴尔公司创始人迈克尔·戴尔
造就了发展速度最快的计算机制造公司 123
- 34** 诺基亚公司 CEO 乔马·奥利拉
创新和洞察力让公司成为世界第一 127
- 35** 哈雷-戴维森公司的杰弗里·布鲁斯特恩
注重交流让公司高奏凯歌 131
- 36** 《芝麻街》的创始人琼·甘兹·库尼
创作经典的基础 135
- 37** SEI 投资公司的小阿尔弗雷德·韦斯特
成功不忘变革 138

第5部分 把客户装在心中

- 38** eBay 公司 CEO 梅格·惠特曼
为什么这个网上公司能不断发展 144
- 39** 美国在线的史蒂夫·凯斯
靠客户至上建立网上帝国 146
- 40** 嘉普公司 CEO 米基·德雷克斯勒
把客户服务落实在行动上 150

- 41** 星巴克公司的霍华德·舒尔茨
让激情像清晨的咖啡一样永远新鲜 154
- 42** IBM 的林达·桑福德
关注细节使她走上快车道 158
- 43** 99 分店的大卫·戈尔德
藐视陈规, 开创零售新天地 163
- 44** 企业家 C·J·沃克女士
用营销头脑和决心赢得客户 167
- 45** 广告大师大卫·奥格尔维
靠质量取胜 170
- 46** 思科系统公司的约翰·钱伯斯
始终把客户放在第一位 173

第 6 部分 创新制胜

- 47** eBay 公司创始人皮埃尔·奥米德亚
对社区的奉献创造了一个全球网上拍卖行 178
- 48** 发明家奥利·埃文鲁德和贝斯·埃文鲁德
决心和诚实发动了数百万台舷外发动机 181
- 49** 统计学家 W·爱德华·戴明
追求高质量改变了公司途径 184
- 50** 时装设计大师可可·夏奈尔
缝就了成功 188
- 51** 改革者约瑟夫·威尔逊
果敢使施乐成为 10 亿美元的公司 192

55

位商界领袖的成功基点 ■

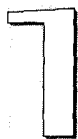
- 52 发明家约翰·莫克利**
通过坚韧不拔开创了计算机时代 196
- 53 发明家霍华德·黑德**
决心改变了滑雪和打网球的方式 200
- 54 英特尔的共同创始人罗伯特·诺伊斯**
开辟了走向顶峰的路 204
- 55 通用电气公司的杰克·韦尔奇**
创新确保了公司的成功 207

Part 1

Business



第 1 部分 努力成为最好



耐克公司的创始人比尔·鲍尔曼

创新于跑鞋的举动帮助他 建立了一个帝国

1971 年的一个清晨，田径教练比尔·鲍尔曼（Bill Bowerman）正在吃早餐，他妻子则正打开烤模取另一块烤饼。

一直在想办法帮助运动员提高成绩的他这时突发奇想：如果他调配出合成橡胶，把它倒进烤箱的烤模里，然后让它冷却，他也许就能做出一种更好的跑鞋鞋底。

耐克（Nike）公司的创始人鲍尔曼在 1988 年 1 月的《前程导报》杂志上写到，他用老虎钳使足了吃奶的劲才把橡胶取了出来。当他最终取出这块橡胶时，一种重量很轻的室外鞋底，即华夫鞋底（Waffle sole）诞生了，它彻底改变了跑鞋。如今，所有运动鞋制造商在做跑鞋和旅游鞋时都使用华夫鞋底或它的衍生产品。

鲍尔曼（1911—1999）1948 年至 1972 年在尤金市的俄勒冈大学任田径主教练，他非常有进取心，同时对生理学很感兴趣。在研究跑步动力学时，他发现跑步者穿的鞋很笨重。

20 世纪 50 年代末，他发明了一种有跟楔、支撑良好并且鞋底较轻的跑鞋。但有一个问题：他找不到一家制造它的公司。虽然很失望，但他仍用他常对他运动员说的话激励自己。

他常说：“失败才是真正的开始。”

他决定自己做鞋。他让自己团队的成员试穿他设计的鞋样，这些人中间还包括现任耐克公司总裁兼首席执行官菲尔·奈特（Phil Knight）。接着鲍尔曼便坐在

他的车库里修改鞋的样式，他的团队成员都很喜欢穿他设计的鞋。

鲍尔曼想，其他人肯定也喜欢穿这种鞋。1964年，他和奈特搭伙成立了蓝带运动用品公司（Blue Ribbon Sports Inc.）。1972年，两人将鲍尔曼的鞋定为耐克牌跑鞋。那一年，奥林匹克马拉松比赛的前7名成员中就有4名穿的是耐克鞋。1980年公司股票上市时，公司改名为耐克公司。1986年，公司收入超过10亿美元。设在俄勒冈比弗顿的耐克公司已在100多个国家销售它的产品，是市场份额及销售额占全球第一的体育和健身器材公司。2000年，公司销售额约为90亿美元，耐克鞋占美国运动鞋总销售额的40%多。

耐克的成名与鲍尔曼的灵感有着密切的关系。

耐克资深的市场营销经理杰弗·霍利斯特（Geoff Hollister）曾是鲍尔曼在俄勒冈大学低一年级的校友，他说：“鲍尔曼特别重视解决每个运动员的问题，从而使其取得进步。”

奈特是一个营销天才，他在利用鲍尔曼的解决方案并将其推广方面是行家里手。

但鲍尔曼远非仅仅是一个有创意的跑鞋设计者。他是美国最伟大的田径教练之一。他培养出24个全国高等院校体育协会个人冠军、4个团体冠军及64个全美冠军，并且担任1972年奥林匹克田径队教练。

他热爱跑步，也想让其他人感受到同样的乐趣。他开设了慢跑班并且鼓励各年龄段的人通过慢跑健身。为了让大众感兴趣，他写了1967年的畅销书《慢跑》，书中概述了这项运动的乐趣和益处。这本书使慢跑成为全国性的消遣运动。

霍利斯特说：“鲍尔曼的行动均出于帮助我们更好地表现并达到极至的动机。”

这种动机指引着鲍尔曼去试验、去创新。他帮助开发了塑胶田径跑道，提供了比草皮更安全的跑道——尤其是在雨天。他做到了让他的团队穿最轻的服装，包括他们的衬衫，但他把重点放在鞋子上。

“我认为，设计不好的鞋比我所知道的其他任何东西都更容易引起外胫夹、脚部疼痛、腿抽筋和膝盖疼。”他对《前程导报》记者说。

他的目标是造出更轻的跑鞋。据他计算，在一英里比赛中，鞋的重量每减轻一盎司，赛跑者就可消除200磅的累积重量。在他开发华夫鞋底时，他的目标是制作质量轻、摩擦力合适、阻力小的更好的慢跑鞋。