

曼珠沙华◎编著

感受坚持不懈的精神风貌，分享名人们的心路历程。

52位名人 坚持不懈 的故事

培养坚忍不拔的意志，提高抵御挫折的能力，
为稳步走向成功的人生奠定坚实的基础！



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

感受坚持不懈的精神风貌，分享名人们的心路历程。

52位名人 坚持不懈 的故事

曼珠沙华◎编著

培养坚忍不拔的意志，提高抵御挫折的能力，
为稳步走向成功的人生奠定坚实的基础！

图书在版编目(CIP)数据

52 位名人坚持不懈的故事/曼珠沙华编著. —北京:
新世界出版社, 2011. 1

ISBN 978-7-5104-1452-7

I. ①5… II. ①曼… III. ①名人—生平事迹—世界—通俗读物
IV. ①K811-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 002500 号

52 位名人坚持不懈的故事

作 者:曼珠沙华

责任编辑:陈黎明

责任印制:李一鸣 黄厚清

出版发行:新世界出版社

社 址:北京市西城区百万庄大街 24 号(100037)

发行部电话:(010)6899 5968 (010)6899 8733(传真)

总编室电话:(010)6899 5424 (010)6832 6679(传真)

http:://www. nwp. cn

http:://www. newworld - press. com

版权部: +8610 6899 6306

版权邮电子信箱: frank@ nwp. com. cn

印刷:北京雁林吉兆印刷有限公司

经销:新华书店

开本:787 × 1092 1/16

印张:15.5

字数:239 千字

版次:2011 年 5 月第 1 版 2011 年 5 月第 1 次印刷

书号:ISBN 978-7-5104-1452-7

定价:36.00 元

版权所有,侵权必究

凡购本社图书,如有缺页、倒页、脱页等印装错误,可随时退换。

客服电话:(010)6899 8638

目 录

第一篇 财富巨子的创业之路

拿破仑·希尔曾说过：“每一种困境之中都埋藏着利益的种子。”其实，无数的成功者在事业生涯的早期都遇到过常人难以克服的困难，而正是他们对困难的克服铺就了他们后来的荣耀之路。名人与普通人的区别不在于他们是否遇到困难和失败，而在于他们怎样对待困难与失败。

1. 史玉柱——从一片废墟到创造 500 亿财富	2
2. 米志明——将“甜蜜事业”进行到底	7
3. 李光前——橡胶王国的诞生	10
4. 松下幸之助——从“学徒”到“老板”	16
5. 保罗·高尔文——摩托罗拉之路	22
6. 杨长林——绝望关头挖出天赐温泉	28
7. 胡爱娣——柔弱女带领 4000 名员工创业之路	30
8. 鲍尔默——稳坐微软 CEO 六年	34
9. 包玉刚——世界船王之路	39
10. 臧健和——从“臧姑娘”到香港“水饺皇后”	45
11. 陈旻君——创业时像一条无水的鱼	49
12. 李莹——从才女到财女	54
13. 林爱莲——从弃婴到东南亚第一富婆	58



14. 裘丽蓉——亿万女富豪辛酸路	61
15. 冯军——从“冯五块”到“数一数二”	67
16. 哈兰·山德士——1009次失败后的成功	73
17. 朱新礼——汇源集团发家史	75
18. 俞巧仙——从卖蛋女到保健品大王	82
19. 杨敏德——“棉花公主”的传奇故事	87

第二篇 演艺明星的成名之路

每当明星们以光彩照人的一面出现于人前时，总会引来人们暗羨的目光。更有不少年轻的少男少女们，整日做着“星梦”渴望“奇缘”，想象自己有朝一日会被哪个“星探”发掘，摇身一变成为青春偶像。虽然每个人的成名道路不同，也不乏一夜走红的幸运，但天下没有白吃的午餐，不是每个人的星途都一定坦荡，阳光总在风雨后。

20. 陈坤——酸涩少年的收获季节	94
21. 周星驰——从星仔到星爷	97
22. 周杰伦——从餐厅服务员到当红小天王	104
23. 史泰龙——坚持就会成功	106
24. 冼星海——革命音乐的奠基人	108
25. 杨澜——人生需要规划	115
26. 凯瑟琳·赫本——为电影而生	120
27. 巩俐——书写自己的传奇	127
28. 杨丽萍——从孔雀公主到梅超风	139
29. 小沈阳——成名非偶然	142
30. 潘长江——小个子的大成就	146



第三篇 体育明星的夺金之路

其实每一个运动员都是普通人,都为了同一个生存的目标而生存。每个人都有各自的苦难,心里也会烦恼,运动员也一样,他们受我们的崇拜,是因为他们给我们带来了精彩。他们也是普通人,有可能经历任何普通人的经历,甚至承受了更多的压力。

- 31. 李宁——从“体操王子”到“财富明星” 152
- 32. 杨威——他不再屈居亚军 156
- 33. 郭晶晶——用“坚持”创造“蝉联”的奇迹 165
- 34. 庄泳——从奥运冠军到商界女强人 168
- 35. 埃迪·乔丹——F1 历史上的摇滚大师 172
- 36. R·热佛尔——从囚徒到明星 177
- 37. 马琳——乒坛巅峰之子 179

第四篇 科学家的成才之路

我们总以为开始得太晚,因此放弃。殊不知只要开始,就永远不晚。明年我们增加一岁,不论我们走着还是躺着;明年内我们同样增加一岁,可有人收获,有人依旧空白——差别只在于你是否开始。有了开始就有了成功的希望,没有开始,就永远没有成功的可能!

- 38. 爱因斯坦——求职路上的坎坷 184
- 39. 玛丽·居里——执著追求科学 187
- 40. 道尔顿——顽强进行研究工作 193
- 41. 诺贝尔——“我成功了!” 197



- 42. 茅以升——聪明刻苦的工程师 201
- 43. 童第周——水滴石穿求学路 205
- 44. 裴文中——七十五当五十七过 207
- 45. 斯蒂芬逊——火车之父 213
- 46. 袁隆平——杂交水稻之父 217

第五篇 文学家的成才之路

我们每个人都要具备综合素质,例如:人品、修养、学识、能力、勤奋等,所有这些条件综合在一起方能成为优秀人才,才能走向成功之路。许多文学家的成才之路就是从小刻苦读书,“宝剑锋从磨砺出,梅花香自苦寒来”。他们都曾经过艰难困苦,最终走向成功的。

- 47. 巴尔扎克——废寝忘食地写作 228
- 48. 莫泊桑——才气就是坚持不懈 230
- 49. 莎士比亚——艺术天地里自由飞翔 232
- 50. 高尔基——爱读书的小伙计 235
- 51. 张海迪——挑战残酷的命运 236
- 52. 鲁迅——中国文学巨匠 240

第一篇

财富巨子的 创业之路

拿破仑·希尔曾说过：“每一种困境之中都埋藏着利益的种子。”其实，无数的成功者在事业生涯的早期都遇到过常人难以克服的困难，而正是他们对困难的克服铺就了他们后来的荣耀之路。名人与普通人的区别不在于他们是否遇到困难和失败，而在于他们怎样对待困难与失败。



1. 史玉柱

从一片废墟到创造 500 亿财富

创业前,很多困难你都不会把它认为是困难,当它突然成为你的困难时,很多人会承受不了压力,就放弃了,这样的人一定是不能成功。

——史玉柱

1962年,史玉柱出生在安徽北部的怀远县城。1980年,史玉柱以全县总分第一的成绩考入浙江大学数学系,毕业之后就分配到安徽省统计局,那年24岁。工作特别的出色,被作为第三梯队,送往深圳大学进修。

史玉柱读完研究生之后,决心辞职创业。当他登上飞机飞往深圳的时候,身上全部的家当就是东拼西凑的4000元钱,还有他耗费9个月心血开发出来的M-6401桌面排版印刷系统。

1989年8月2日,史玉柱利用报纸《计算机世界》先打广告后收钱的时间差,用全部的4000元做了一个8400元的广告:“M-6401,历史性的突破”。

打出广告的13天后,史玉柱获得了15820元;一个月后,4000元广告奇迹般换来10万元回报;4个月后,新的广告投入又为他赚回100万。

史玉柱在这一年产生了创办公司的念头,“IBM是国际公认的蓝色巨人,我办的公司也要成为中国的IBM,不如就用‘巨人’这个词来命名公司。”他在心里默默地想着。

1991年7月,“巨人”开始实施战略转移,总部由深圳迁往珠海,“珠海巨人新技术公司”迅速升格为“珠海巨人高科技集团公司”,下设8个分公司。这一年,M-6403桌面印刷系统共卖出2.8万套,盈利3500万元。

1993年7月,“巨人集团”下属全资子公司已经发展到38个,是仅次于“四



通公司”的全国第二大民办高科技企业,拥有 M-6405 汉卡、中文笔记本电脑、手写电脑等 5 个实力产品。

1994 年初,巨人大厦开始动土建设。这座最初计划建 18 层的大厦,在众人热捧和领导鼓励中被不断加高,从 18 层到 38 层、54 层、64 层,最后升为 70 层,号称当时中国第一高楼,投资也从 2 亿增加到 12 亿。

之后,史玉柱就发现计算机发展特别的快,汉卡早已失去了存在的必要,如果继续从事软件,盗版得太过厉害,抵御不住盗版的势力,于是把一部分注意力转向了保健品,脑黄金项目开始起步。

1995 年,巨人发动“三大战役”,同时就把 12 种保健品、10 种药品、十几款软件一起推向市场,广告投放达 1 亿人民币。史玉柱被《福布斯》列为大陆富豪第 8 位。

1996 年,巨人大厦资金紧缺,史玉柱决定将保健品方面的全部资金调往巨人大厦,保健品业务因资金“抽血”过量,再加上管理不善,迅速盛极而衰。巨人集团危机四伏。脑黄金的销售额达到过 5.6 亿元,但烂账有 3 亿多。

1997 年初,巨人大厦未按期完工,各方债主纷纷上门,巨人现金流彻底断裂,媒体“地毯式”报道巨人财务出现严重的危机。

不久,只完成了相当于三层楼高的首层大堂的巨人大厦停工,直到现在。随着“巨人倒下”,负债 2.5 亿的史玉柱黯然离开广东,“北上”隐姓埋名了。

“那时候就是穷,债主逼债,官司缠身,账号也被查封了。”

“穷到什么地步?刚给高管配的手机全都收回变卖,整个公司里只有我一人有手机用,大家很长时间都没有领过一分钱工资。”

10 年后的 2007 年 8 月,史玉柱在上海桂林公馆面对记者的提问,回忆起在事业最为低谷时的感受。

现状使史玉柱陷入了苦苦的思索:我究竟错在哪里?他怕自己想的不彻底,于是,便把报纸上骂他的文章一篇篇接着读,越骂得狠越要读,看看别人对他失败的“诊断”,还专门组织“内部批斗会”,让身边的人一起和他分析失败的原因。

最后,史玉柱终于明白自己输在了什么地方。这个背着 2.5 亿元巨债的“中国首负”,在 1997 年完成了一生中最重大的转变。这个转变进而成了他再



度崛起,成就更大事业的“老本”。

“这10年来,我一直都在吃老本。如果老本吃光了,我肯定又危险了。1995年2月10日,我下达‘三大战役’的‘总动员令’,广告攻势是我亲自主持的,第一个星期就在全中国砸了5000万广告费,轰动了整个中国,我们在各大城市报纸上的广告不是整版,是跨版(即两个整版连在一起),风光无限。可最后经过评估,知名度和关注度都有,但广告效果是零,因为我们根本不知道消费者需要什么。”在史玉柱看来,这就是他走下坡路的起点。

“自从‘三大战役’失败后,我就养成一个习惯,谁消费我的产品,我就把要他研究透。一天不研究透,我就痛苦一天。”

正是这种坚持不懈的精神,让史玉柱奇迹般地起死回生。

史玉柱虽然受到严重的重创,但是还是非常的幸运,除了缺钱外,其他都不缺,公司二十多人的管理团队,在最困难的时候依然不离不弃,没有一个人离开。而且史玉柱手上已经有两个项目可供选择,一个是保健品脑白金,另外一个是他赖以起家的软件。

1998年,已经没有任何资金的史玉柱,不得不找朋友借了50万元,开始运作脑白金。

手中只有这50万元,史玉柱也不再像以往那样高举高打,大鸣大放,最终,他把江阴作为东山再起的根据地。

江阴是江苏省的一个县级市,地处苏南,购买能力比较强,离上海、南京都很近。在江阴启动,投入的广告成本不会超过10万元,而在上海10万元都不够做一个版的广告费用。

这几乎是最后的机会,他没有其他的选择,必须要克服,而且还要胜利。

史玉柱在启动江阴市场之前,首先做了一次“江阴调查”。

他戴着墨镜走村串镇,挨家挨户寻访。由于白天的时候,年轻人都出去工作了,在家的都是老头老太太,半天见不到一个人。史玉柱一去,他们显得特别的高兴,于是,史玉柱就搬个板凳坐在院子里跟他们聊天,在聊天中进行第一手的调查。

“你吃过保健品吗?”“如果可以改善睡眠,你需要吗?”“可以调理肠道、通便,对你有用吗?”“可以增强精力呢?”“价格如何如何,你愿不愿使用它?”



对于这些问题,老人们基本都会告诉史玉柱:“你说的这种产品我想吃,但我舍不得买。我等着我儿子买呐!”

“那你吃完保健品后一般怎么让你儿子买呢?”史玉柱接着问。

老人们的回答是他们往往不好意思直接告诉儿子,而是把空空如也的盒子放在显眼的地方进行暗示。

史玉柱敏感地意识到其中有很大的市场,于是,后来推出了家喻户晓的广告“今年过节不收礼,收礼只收脑白金”。这则广告无疑已经成了中国广告史上的一个传奇,尽管无数次被人诟病为功利和俗气,但它至今已被整整播放了10年,累积带来了100多亿元的销售额,这两点的任何一个都很难找到对手。

史玉柱在脑白金上市前与300位潜在消费者进行了深入的交流,对市场营销中可能遇到的各种问题摸了个通透透透。

最后史玉柱信心十足地在公司对大家说:“行了,我们有救了。脑白金这个产品年销售额很快就能做到10个亿。”

脑白金在江阴市场的正式启动以大赠送形式进行的,首先向社区老人赠送脑白金,一批批地送,前后送了10多万元的产品,慢慢地形成了回头客,不少老人拿着脑白金的空盒跑到药店去买,越买不到,老人们就越问得越起劲。

正当药店为只见空盒而看不到经销商上门的脑白金而犯愁时,脑白金的广告“闪亮登场”了,于是,“款到提货”一开始就成了脑白金销售的市场规则。江阴市场就这样打开了。

1998年5月,史玉柱把赚到的钱开始投入无锡市场。他先打脑白金的销售广告,然后再见开始经销商,同样要求一手交钱一手交货,开始时很多的经销商不能接受。但是史玉柱一边谈,一边不停地打广告。慢慢地也就有经销商开始付款提货了。

第二个月,史玉柱在无锡又赚了十几万元,史玉柱拿着它去启动下一个城市。几个月里,南京、常熟、常州以及东北的吉林,全都成为了脑白金的早期根据地。星星之火,开始燎原。

直到1998年底,史玉柱已经拿下了全国1/3的市场,月销售额近千万元。

史玉柱在1999年春天,和他的团队悄悄来到上海,“隐居”在上海市肇嘉浜路上的金玉兰广场里。史玉柱每天深夜,都会戴上墨镜和部下跑在楼下那个叫



“避风塘”的小吃店里吃宵夜。在“避风塘”里，史玉柱谋划了一个又一个的策划，在中国保健品市场刮起阵阵飓风。到 1999 年底，脑白金便打开了全国市场。

2000 年，公司创造了 13 亿元的销售奇迹，成为保健品的状元，并在全国拥有 200 多个销售点的庞大销售网络，同时规模也是非常之大，已经超过了鼎盛时期的巨人。



2. 米志明

将“甜蜜事业”进行到底

被蜂蜇是怪咱不懂蜜蜂的习性,不是蜜蜂天生爱蜇。

——米志明

米志明在少年时候便喜欢上了蜜蜂,一有空就跑到邻居家去看蜂,回来说的都是有关“蜂”的话,夜里梦话依旧是蜜蜂,可怜天下父母心,看着入迷蜜蜂后无精打采的儿子,母亲的心软了,于是,便从邻居家借回 80 块钱,买回一箱蜜蜂。从此之后,米志明开始了他的养蜂生涯。

垒蜂窝、钉巢框、扎蜂刷、制刮刀……米志明特别的忙,乐在其中。就连吃饭时,他也是端着碗蹲在蜂巢边观察着。碗里的饭扒拉完了,他还在那儿蹲着,直到有人提醒,他才恍然一笑,原来手里拿的是一只空碗。人们说米志明成了一个“蜂痴”了。

米志明为了养蜂,经常会被蜇得眼泡脸肿。多日不见的朋友,还以为他胖了呢,事后才得知那是被蜜蜂蜇成的,母亲特别的心疼了,劝他还是放弃了吧。但他却说:“被蜂蜇是怪咱不懂蜜蜂的习性,不是蜜蜂天生爱蜇。”

米志明就这样坚持了下来,一边摸索,一边实践,之后还订购了《蜜蜂杂志》、《中国养蜂》等书刊,米志明从中汲取知识的营养,功夫不负有心人,他终于成了一个“养蜂通”。在他的家乡,只有他一个人能够治好蜜蜂传染病——白垩病。他的名气便迅速传开了。

米志明所在的忻州市,位于佛教圣地五台山脚下。五台山的气候非常奇特,不仅没有炎热的夏天,而且一天忽而下雨,忽而天晴。这样的天气,特别地适合奇花异草的生长,而且蜜源性非常好,而且还没有任何无污染。虽然有比较好的养蜂条件,但是养蜂业却是非常的落后。



根据家乡的这种现状,米志明坐不住了,他和几位同仁成立了忻州市蜜蜂协会,并且创办了五台山蜂业开发中心,由自己担任总经理。中心下设示范蜂场,蜂产品加工厂等,同时在北京、太原、大同、忻州等地设有专卖店。生产的“五台山”牌系列蜂产品远销省内外,很受消费者青睐。

2004年,刺槐蜜、荆条蜜等五项产品被中国绿色食品发展中心评定为“绿色食品”,成为山西省蜂业界首家通过绿色食品认证的企业,在第二届中国国际农展会上被评为畅销产品。

2006年,在第八届国际蜂疗蜂产品保健博览会上获金银两项大奖。同时产品也通过了ISO9001—2000质量管理体系认证。

米志明认为个人富不算真正的富,他为了帮助山区农民早日达到小康,依托蜜蜂协会,为蜂农提供信息,自费创办《蜜蜂信息简报》,从写稿、校对、印刷、发行,都是他一个人干。米志明同时帮助蜂农购进生产资料、联系产品销售等。每年还要对蜂农进行专业培训。

米志明在2006年还承办了山西省“春光学术论坛”蜂业学术交流暨蜂蜜优质高产技术培训会。当地的蜂农经过他的帮助,现在每箱收入可达400多元,有的甚至可达600多元。单箱收入比过去提高了三倍以上。

米志明在2007年又注册成立了晋北蜂业合作社,共有成员103户,成为目前忻州市人数最多的农民专业合作社,并且辐射周边地区,成为晋北地区的蜂业生产技术推广中心,信息传递中心和实体服务中心。

米志明通过观察和实践发现了蜜蜂授粉,可对农作物起到增产作用。经蜜蜂授过粉的向日葵、荞麦可增产40%,各种果树增产50%—200%。五台山蜂业中心所在地周围的大檀村、阳村等十年来广种油菜,米志明便组织200—500箱蜜蜂为其授粉,为农民增产起到了重要作用。

同时,米志明为了响应市委宣传部“文化互动”的号召,他还积极倡导蜜蜂文化,挖掘出许多关于蜂蜜的神话传说。如三国时忻州美女貂蝉何以成为绝代佳人,就是因为食用了神医华佗采自五台山蜂花粉做成的“香丸”之故。

此外,米志明还发动文人墨客创作了一些关于蜜蜂的诗歌、散文及书画作品等。他还印制了100余万份宣传蜜蜂文化的杂志。

米志明接下来还准备把蜜蜂文化与生态旅游结合起来,让游客参观蜜蜂



园,呼吸百花芬芳的新鲜空气,品尝新鲜甜美的蜜蜂产品。

米志明的想法是美好的,计划是宏伟的。然而位于开发区的办公和生产场所却显得有点儿狭窄逼仄了,明显与他的伟大事业不太适应了。他现在正在顿村度假村建设自己的新基地。

到时,他还会像小小蜜蜂那样,一如既往,不知辛劳,坚持不懈地继续从事这项甜蜜的事业,为人们更好地酿造幸福、酿造健康。



3. 李光前

橡胶王国的诞生

吾人对国家贡献莫大于教育青年，得天下英才而教育之，一乐也。

——李光前

李光前生前是世界十大华人富商之一，尤其是他所创立的橡胶王国，对世界橡胶业有特别重要的影响。李光前为当代新马、以至整个东南亚地区杰出的华人企业家、教育家和慈善家。李光前曾被授予马来西亚大学法学博士学位。

1962年，新加坡政府聘请他为新加坡大学首任校长。

1967年6月2日，狮城新加坡沉浸在一片悲哀的气氛中，似乎失去了所有的神采，同时市民们全部出动，自发为一位老人送行。商界人士惊闻一代巨贾离世，教育界痛悼丧失了一个好的教育家，全世界的华人都为没有了一位领导者而落泪。新加坡共和国总理李光耀也在唁电中深表哀痛和惋惜。李光前生前引起了特别多的惊讶，是声名远扬的华人实业家。这位一生热心于文化教育事业的橡胶大王的逝世，不仅是新加坡工商界的一大损失，也是新加坡华人社会的一大损失。

1893年，李光前出生在福建省南安县梅山芙蓉乡，原名李玉昆。在他小时候，他的家境特别的贫寒，但是，难能可贵的是父亲对子女的教育非常重视，虽然经济困难，没有多少钱，但是仍要自己节衣缩食，也要供孩子读书。

1903年秋天，李光前只有10岁，就跟随父亲从福建出洋，去新加坡谋求生计。开船不久，气温变得特别的低。当时船上多是福建人，而且还大多都是来自穷乡僻壤，去南洋谋生。因此，穿的都比较少，冻得直打哆嗦。

陈嘉庚当时也在船上，他是著名的爱国华侨，当他看到大家被冻成那样，就吩咐仓库保管员：“你通知全船的人，凡是姓陈的，每人发一条毛毯。”船上旅客