

中国式创业的9种方式：

逼上梁山型、争气型或受刺激型、志存高远型、热血型或冲动型、
家族遗传型、顺理成章型、赌徒型、知识型、无心插柳型。

你是哪一种？

马传玉 ● 编著

中国式 创业

中国著名CEO的生存哲学与经营智慧



理性创业，野蛮成长

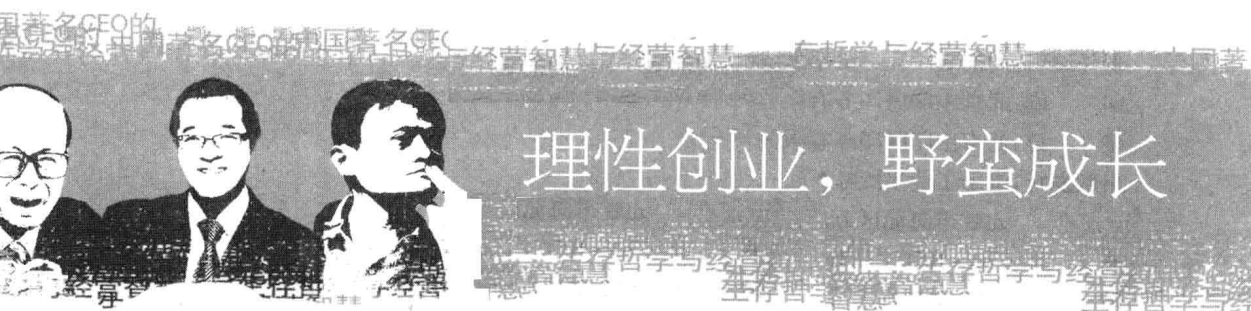


电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

中国式 创业

中国著名CEO的生存哲学与经营智慧

马传玉●编著



理性创业，野蛮成长

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

中国有中国特色,中国人要讲中国式商道,本书是一本不可多得的所有创业人手头必备的“中国式创业圣经”。本书以经典的中国式管理理论为依据,对各种创业成功案例进行详尽分析,帮你排除创业中的各种困难,手把手教给你中国式创业的成功之道。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

中国式创业:中国著名 CEO 的生存哲学与经营智慧/马传玉编著. —北京:电子工业出版社, 2012. 7
ISBN 978 - 7 - 121 - 17158 - 1

I. ①中… II. ①马… III. ①企业管理 - 经验 - 中国 IV. ①F279. 23
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 107094 号

责任编辑:周宏敏 文字编辑:施易含

印 刷:北京中印联印务有限公司

装 订:北京中印联印务有限公司

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

开 本:720 × 1000 1/16 印张:20.5 字数:336 千字

印 次:2012 年 7 月第 1 次印刷

定 价:32.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

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。

服务热线:(010)88258888。

前言

我国的商业文明源远流长，最早记录商业活动的书是《易经》，据《易经·系辞下》记述：“包牺氏没，神农氏作，斫木为耜，揉木为耒，耒耨之利，以教天下，盖取诸益。日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”这里说的就是每当天色正午时，氏族部落之间的交易就开始了，他们将本部落的剩余物品（包括一定的剩余产品如工具之类）拿到指定地点，以物易物地相互交换，各自得到所需的物品后欣然而归。

秦始皇统一六国，为商品经济的发展奠定了良好的基础，此后我国商业活动继续发展。鸦片战争以后，西方资本主义思想传入中国，中国开始有了现代意义上的企业和商人。

然而，中国在历史上毕竟是一个农业大国，历来缺乏创办企业的传统，而几十年的计划经济更是窒息了中国人的创业精神。

改革开放以后，我们的国策为商品经济的发展开辟了广阔的空间，经过20多年国内与国外市场的竞争，我国的企业和企业家在世界上开始崭露头角，以海尔、华为、联想为代表的中国企业和以张瑞敏、任正非、柳传志为代表的中国企业家频频在世界经济的舞台上和国外同行同场竞技，并赢得了世界的瞩目和尊重。

相对于普通人来说，“创业”这个词汇显得太过沉重。它要么被描绘成苦行僧状，要么被渲染得特别悲壮，而主流舆论总是专注于创业精神——从闽南歌《爱拼才会赢》唱到CCTV《赢在中国》的主题歌《在路上》，创业是件有意义的苦巴巴的事，要创业就需要特别勇敢、特别耐劳、特别能吃苦，总之，能创业的人特别不简单，而创业成功者就是从“不简单”到“不得了”的地步。

从某个角度来讲，以上的创业认知有其客观现实的合理性，但如果对创业的认识仅限于此，那么就大错特错了。我们要特别指出，创业其实是件简单的事，而成功创业的一条秘诀就是首先赢得简单。创业初期，沃尔玛只不过是山姆·沃尔顿在美国乡下的一个乡村折扣店；麦当劳也只是一家汽车餐厅。创业初期，他们的成功简单得近乎咱中国的传统成功类型“一招鲜”。

我们中国人创业开始也并不复杂。如陶华碧的“老干妈”，一路走来实在是简简单单：创业动机——赚钱养家糊口；创业方式——卖快餐；创业体

会——味道好一点、实惠、卫生。但她成功了，就是这么简单！

如果非要从不简单的角度去诠释成功创业，那么我们不妨品品海尔CEO张瑞敏的一句感言——“人每天将容易的事做到位就是不容易，将简单的事做到位就是不简单。”请注意，这里有两个关键词：一个是“每天”；另一个是“做到位”。事涉创业，要“每天”、“做到位”，不简单之处就是贵在坚持与创新。沃尔玛的“天天低价”经营理念始终不变，而它赖以支持的是依靠坚持与创新探索建立的信息化网络、高效物流、店面管理、员工培训和终端规模。至于麦当劳，当创业接力棒由麦当劳兄弟手里传到克罗克手中时，后者并没有对前者一概否定，而是该坚持的坚持，该创新的创新。从而得以将麦当劳不断做强、做大。我们终归还是要强调简单创业或创业简单。一个人，如果能够从复杂的市场捕捉到简单的商业机会，或者能够将多数人熟视无睹的简单商业品质做到位且始终坚持，或者能够简单创新且不断沉淀，那么你就是合格的创业者，而且，成功也会在你创业的路上等着你。

再放眼全球，20世纪90年代以来的新经济创业革命风暴已席卷世界。在发达国家，商业和创业受到了上上下下的高度重视，同时也涌现出了一大批创业者、企业家、商人、公司经营者、独立专业行业从事者和自由职业者，他们成了西方工业发达社会的一种中坚力量，促使经济高效率和高质量地发展。这些人在对社会发展和进步做出贡献的同时，也实现了自己的人生价值，把自己的事业融入经济和商业的活力之中，融入企业和公司生命之中，与之共同兴旺发达。

中国人向来是不服输的，创业大潮中岂能少了我们？

我们要创业！除了能够做自己希望做的事业之外，它对每个人都是一个挑战，可以激发自身潜力尽可能地发挥；创业又是一个捕捉灵感，抓住感觉的过程，一切都好像是那样奇妙。

在创业经营公司的过程中，要始终抓住提高经营品位和水平这一关键。在这个急剧改变和全球竞争的时代，新的知识、思想和管理方法层出不穷，而传统的产品、低层次的经营、旧的管理方式乃至老化的知识结构都如同残花一般纷纷凋落。现代的经营，不仅需要勇敢和冒险精神，更多地需要知识、能力、技巧、谋略和运作，所有这些都是经营水平和品位的体现。在生意场上，良好的修养与竞争个性的冲突，知识拥有与冒险精神的背离，都应当很好地把握。生意场上的激情与理智，投入与超脱，深度的挖掘与广度的拓展，也必须处理得恰到好处。

总之，创业中国，赢在中国，这是前所未有的人生机会，有条件的人都应该去尝试。它可以发挥人们的想象力、创造性，可以激发我们的创业精神；使自己每一天都生活得丰富多彩，每一天都刻骨铭心地感觉这是一个全新的世界、全新的境界。

目 录

第一篇 艰苦奋斗

第1章	李嘉诚：基于信用，商者无域	2
第2章	郑元豹：自强不息、锲而不舍	10
第3章	董明珠：自己的决策，肯定是对的	16
第4章	王振滔：德润奥康，鞋济天下	29
第5章	陶华碧：苦干、蛮干、巧干	37
第6章	陈泽民：三全要做百年老店	42
第7章	南存辉：做人要做正，做事要做正	46
第8章	宗庆后：运用毛泽东思想进行创业	50
第9章	王永庆：求真务实，止于至善	62

第二篇 志存高远

第10章	任正非：治军理念，做强华为	76
第11章	张瑞敏：全新理念，品牌全球化	85
第12章	张近东：草根创业，不惧强者	91
第13章	鲁冠球：取财而有道，用财而同乐	99
第14章	朱新礼：天不会塌下来，还有很多办法	107
第15章	胡成中：力争赶超德国西门子	115
第16章	施正荣：我们做得不会比外国人差	119
第17章	王雪红：人生还需要你自己来规划	122

第三篇 顺势而为

第18章	俞敏洪：懂得分享，造就更大成功	126
第19章	郭广昌：修身、立业、助天下	136
第20章	李东生：创中国名牌，建一流企业	145
第21章	王传福：冲进汽车产业就慢了，要打过去	157
第22章	尹同耀：尽快地，集中精力地走下去	167
第23章	沈南鹏：像做数学题一样从最简单的开始	177
第24章	周厚健：先做强，再做大	184
第25章	侯为贵：一万个想法不如一个做法	192
第26章	梁稳根：为贡献一个世界级品牌而奋斗	197

第四篇 破釜沉舟

第27章	刘永好：坚持和执著，丝毫不懈怠	202
第28章	史玉柱：不用在乎学历，能干就行	209
第29章	高德康：把一件事做到极致	217
第30章	陈光标：发展循环经济、绿色经济	226
第31章	易贤忠：干出一番大事业	230
第32章	陈志列：让中国制造转变成中国智造	235
第33章	尹明善：获利路有三，我只创新求发展	240

第五篇 激情满怀

第34章	牛根生：做道德模范，创百年蒙牛	246
第35章	李彦宏：不做第一，超越第一	258
第36章	马云：永不放弃，做好一件事	266
第37章	张朝阳：不管不顾做自己	277
第38章	马化腾：QQ不是工作，是兴趣	288
第39章	李书福：让我们的汽车走遍天下	299
第40章	丁磊：网聚人的力量，做领跑的门户网站	309
第41章	李想：有梦想，有努力，就会有收获	320



第一篇

艰苦奋斗

李嘉诚：以外国人的管理方式，加上中国人的管理哲学，以及保存员工的干劲及热忱，无往而不利。

陈泽民：一个人创业的目标可以很远大，但都要从小处一点一点做起。

宗庆后：企业跟着市场走，则步步被动；能够超前决策，早走一步，则步步领先。

王永庆：追求舒适与快乐的代价，就是吃苦耐劳。

第 1 章

李嘉诚：基于信用，商者无域

李嘉诚，1928年7月29日出生于广东省潮安县书香世家。1950年，白手起家创办长江塑胶厂。1957年，创立长江工业有限公司。1958年，李嘉诚在北角购入一块地皮，兴建了一幢12层高的厂厦，正式介入地产市场。他独到的眼光和精明的开发策略使“长江”很快成为中国香港的一大地产发展和投资实业公司。1972年，长江实业在中国香港成功上市。1979年，长江实业收购老牌英资商行和记黄埔。李嘉诚成为第一个收购英资商行的华人。1980年，成立李嘉诚基金会，从此积极投身公益事业。1981年，创办汕头大学。1985年，出任汇丰银行董事局非执行副董事长。2011年，在“福布斯世界富豪排行榜”中他以260亿美元名列第11位，成为世界华人首富。

从推销员到“塑胶花大王”

中国香港首富李嘉诚，1928年7月19日出生于广东省潮州市的一个书香门第。因为父亲去世早，14岁的李嘉诚便被迫辍学，担负起了家庭的重担。他最初是在舅父的钟表公司里当学徒，后来又做推销员，在生活的磨砺下成熟起来。

经过一段时间的磨炼，李嘉诚发现自己不仅推销有术，而且大有潜力。他那与生俱来的观察能力和分析能力十分适合做推销员。他总是能凭着直觉看出客户是什么类型的人物，并且能马上了解客户的心理和性格，从而定好相应的推销策略。李嘉诚认为，在从事推销工作时，必须充满自信，而且要熟悉所推销的产品，尽最大努力，设法让客户感到你的产品是

廉价而且优秀的。很快，李嘉诚成了全公司的佼佼者。但李嘉诚从不喜欢高谈阔论，他认为从事推销工作，重要的有两点：一是勤劳，二是创新。由于出色的推销成绩，李嘉诚18岁就做了部门经理，两年后又被提升为这家塑胶带制造公司的总经理。

走南闯北的推销生涯，不仅初步形成了李嘉诚的商业头脑，丰富了他的商业知识，而且也使李嘉诚结识了很多好朋友，教会了他各种各样的社会知识。同时，在推销过程中，也使他学会了宽厚待人、诚实处世的做人哲学，为他日后事业的发展打下了良好的基础。

李嘉诚经过几年生活磨砺之后，逐渐成熟了起来。干推销工作的这段时间虽取得了一定的成功，便毕竟只是一名高级“打工仔”，而他所管理的塑胶企业、塑胶公司的财产毕竟是董事长的，失败的最终承担者也只有董事长本人。企业的成败都与李嘉诚的关系不大，这使十分渴望向社会证明自身价值的李嘉诚下定决心要自立门户。因此无论老板怎样赏识，再三挽留，他都决意要离开，他要用自己平日点滴的积蓄从零开始，亲自创业。

1950年夏天，说干就干的李嘉诚以自己多年的积蓄和向亲友筹借的5万港元在筲箕湾租了一间厂房，创办了“长江塑胶厂”，专门生产塑胶玩具和简单日用品，由此起步，开始了他叱咤风云的创业之路。

在创业最初的一段时期，李嘉诚凭着自己的商业头脑，以“待人以诚，执事以信”的商业准则发了几笔小财。但不久之后，一段惨淡经营期来临了。几次小小的成功，使得年轻且经验不足的李嘉诚忽略了商战中变幻莫测的特点，他开始过于自信了。几次成功以后，他就急切地去扩大他那资金不足、设备简陋的塑胶企业，于是资金开始周转不灵，工厂亏损越来越重。过快的扩张，承接订单过多，加之简陋的设备和人手不足，极大影响了塑胶产品的质量，迫在眉睫的交货期使重视质量的李嘉诚也无暇顾及越来越严重的次品现象。于是，仓库开始堆满了因质量问题和交货的延误而退回来的产品，塑胶原料商开始上门催缴原料费，客户也纷纷上门寻找一切借口要求索赔。

这段时间，痛苦不堪的李嘉诚每天睁着布满血丝的双眼，忙着应付不断上门催还贷款的银行职员，应付不断上门威逼他还原料费的原料商，应付不断上门连打带闹要求索赔的客户，以及拖家带口上门哭哭闹闹、寻死觅活要求按时发放工资的工人们。

充满必须信心的李嘉诚做梦也没有想到，在他独自创业的最初几年里初尝成功的喜悦后，随之而来的却是灭顶之灾。1950年到1955年的这段沉浮岁月，直到今日，李嘉诚回想起来都心有余悸。这是李嘉诚创业史上最为悲壮的一页，它沉痛地记录了李嘉诚摸爬滚打于暴雨泥泞之中的艰难历程，它用惨重的失败反映李嘉诚成功之路的坎坷不平 and 最为心痛的一段际遇。

失败其实并不是重要的，最重要的是失败之后是否仍有信心，能否继续保持或拥有清醒的头脑。像任何身处逆境的人一样，李嘉诚经过一连串痛定思痛的磨难后，开始冷静分析国际经济形势变化，分析市场走向。

在种类繁多的塑胶产品中，李嘉诚所生产的塑胶玩具在国际市场上已经趋于饱和状态了，似乎已经没有足够的生存能力。那么意味着他必须重新选择一种能救活企业、在国际市场中具有竞争力的产品，从而实现他塑胶厂的“转轨”。

一天深夜，李嘉诚自修完当天的功课，仍像平日一样随手翻阅着一些杂志。当他阅读最新英文版《塑胶》杂志时，发现在一个不太引人注目的地方，刊登了一项有关意大利一家公司用塑胶原料设计制造的塑胶花即将倾销欧美市场的消息。

李嘉诚马上联想到和平时期过着平静生活的人们，在物质生活有了一定保障之后，必定在精神生活上有更高的要求。如果种植花卉等植物，不但每天要浇水、除草，而且花期短，这与当时抓紧时间工作的人们的生活节奏很不协调。如果生产大量塑胶花，则可以达到既价廉物美又美观大方的目的，能很好地美化人们的生活。想到这些，李嘉诚兴奋地预测着：一个塑胶花的黄金时代即将来临。

1957年，李嘉诚带着企业复活的希望踏上了学习塑胶花制造技术的征途。精明的李嘉诚深知生意人对刚面世的新产品是十分重视的，而且在技术上会有很大的保留，不会轻易地让人学去，故不断以购货商、推销员等身份，甚至不惜打短工，千方百计地搜集点滴有关塑胶花制作的技术资料。

不仅如此，李嘉诚又购置了大量在款式、色泽上各具特色的塑胶花品种带回香港，不惜重金聘请中国香港乃至海外的塑胶专业人才，对这些购回的塑胶花品种进行研究。他一边进行市场调查，一边了解国际市场的发展动态，希望能找出最受欢迎的塑胶花品种进行大规模生产。

1957年，咬紧牙关走出绝境的李嘉诚开始了他的一系列别具新意的“转轨”行动：生产既便宜又逼真的塑胶花。这在当时的中国香港还是一个“冷门”。经过李嘉诚的努力以及各方面的促销和广告活动，塑胶花开始引人注目，为中国香港市民所普遍接受。“长江塑胶厂”的名字也开始为人们所熟悉。

重新开出一条道路的李嘉诚，在度过危机之后，便渐渐地走上了稳定发展的道路。

在接下来的日子，李嘉诚领导长江工业公司迎来了中国香港塑胶花制造业最为辉煌的时期。欧美各国对塑胶花的需求量更大了，就连收入水平中、下等家庭也渐渐养成了插花的习惯。

庞大的塑胶花市场，为李嘉诚带来了数以千万港元计的利润，长江工业公司的塑胶花和李嘉诚本人也越来越受到塑胶界的注目。“长江”因此而成为世界上最大的塑胶花制造基地，而李嘉诚则被誉为“塑胶花大王”。胶东在线网站衷心地希望朋友中间能多走出一些成功者，我们应该以李嘉诚为榜样，踏踏实实地创业，闯出自己的新天地。

成功融入中国香港地产界

李嘉诚在其40年的创业发展过程中，积累了巨大的财富，而他多元发展、规避风险的经营策略，也取得了罕见的成功，以至于一直质疑企业多元化发展的郎咸平教授也对他的这种经营策略大加赞赏，称其“有效熨平了各个行业利润波动的影响，保持了整个集团利润和现金流的稳定增长”。

李嘉诚在20世纪60年代靠经营塑胶起家，凭借着精湛的技术和独到的眼光，很短的时间就发展成为中国香港的“塑胶大王”，长江实业也成为中国香港的上市公司，然而就在此行业仍如日中天时，李嘉诚看到地产业方兴未艾，具有极大的潜力，因此毅然出售塑胶业务，改为投资地产业，奠定了他成为巨富的基础。

通过收购和黄集团，李嘉诚成功融入中国香港地产界的主流，并且获得了丰富的土地资源。和黄是中国香港英资大财团之一，旗下有港口、地产等多项业务，占有着大片的土地资源，李嘉诚对中国香港未来的房地产业极为看好，因此有意通过收购和黄来加大进军房地产业的步伐。正好当时和黄的经营不善，负债很高，大股东的股权被汇丰银行冻结，李嘉诚抓

住这个机会，以相当优惠的价格从汇丰集团手中购入了和黄集团的股权，成功入主这家老牌英资财团。

收购和黄以后，李嘉诚在房地产业的发展明显加快，很快就成为中国香港的房地产巨头，并且将开拓的目光放到了海外，1988年4月，李嘉诚联合新世界发展主席郑裕彤、恒基兆业主席李兆基及李嘉诚持有股份10%的加拿大国际商业银行，在加拿大成立协和太平洋公司，以32亿港元巨资获得加拿大温哥华世界博览会旧址的发展权。世博会旧址的整块地皮，大致相当于中国香港岛的整个湾仔区外加铜锣湾，以李嘉诚为首的财团决定在这块市区边缘的黄金地段，建筑加拿大规模最为宏伟的商业中心及豪华住宅。在此项目中，李嘉诚约占50%股权，其余50%被各大股东分别拥有，整个项目预计10~15年完成，总投资额高达170亿港元。

在美洲扩张的同时，李嘉诚也在亚洲寻找机会。1988年6月，李嘉诚联合中国香港商界巨亨李兆基、邵逸夫、周文轩、曹文锦等人，投标获得政局稳定、深具潜质的亚洲四小龙之一——新加坡的展览中心发展权。1992年3月，李嘉诚、郭鹤年两位中国香港商界巨头，通过中国香港八佰伴超市集团主席和田一夫的牵线搭桥，携60亿港元巨资，赴日本札幌发展地产，此举震惊了日本商界。

投资电信项目

20世纪90年代中期，李嘉诚认识到地产业暴利已经过去，因此他在不停地出售手上即将落成的住宅物业的同时，积极向海外电信业发展。他旗下的和黄集团作为发展电信业的旗舰，投资了一系列的电信项目，获得了丰厚的收益。

早在20世纪80年代，李嘉诚就认识到了科技的力量，并着手在欧洲、美洲、亚洲及非洲建立自己的“通信产业王国”。1989年，他开始在英国投资电信业，和记黄埔成功收购英国Quadrant集团的蜂窝式移动电话业务，成为和记黄埔通信业务进军欧美市场的起点；但该公司一直赢利不佳，但他毫不气馁，坚持看好电信业的前景。1990年6月，和记黄埔又以1.6亿港元，收购了美国通信器材制造业AT&E集团的可换优先股。

1994年，李嘉诚投资84亿港元成立Orange公司，推出个人通信网络，渐渐地被消费者所接受、喜欢，手提电话的销售也很不错。1996年，他重

组在英投资，并于同年4月将Orange公司在英国上市。上市伊始，Orange公司就成为金融时报指数一百成分股，打破最短日期成为成分股的纪录，同时也为和黄带来41亿港元的特殊赢利，收回了和黄在“橙”的全部投资。该公司至今仍未有赢利，但股价却比上市时提高了六成多，其市值也由当时的200多亿港元增至2000多亿港元。到1997年，Orange公司的英国客户突破了100万，成为英国第三大移动电话商。

1999年2月，和黄出售4.3%的Orange股份，套现53亿港元。1999年10月，李嘉诚的和记黄埔集团向德国Mannesmann公司出售英国电信公司Orange（橙）44.8%的股权公司，获得了220亿港元现金、220亿港元票据，以及价值650亿港元的德国电信公司股票，总共获得了1130亿港元的巨额收益，而且成为市值7000亿港元的德国移动电话公司Mannesmann的单一股东，保守估计，和黄在这棵“橙”树上的回报已超过102倍以上。

Orange公司是和黄最为成功的投资典范之一。10年前，和黄注资5亿美元收购Orange发展电信事业，眼下Orange公司已位居英国第三大电信公司，同时为以色列、中国香港及澳大利亚提供电信服务。而和黄在出售了Orange公司以后，和黄集团持有德国电信公司Mannesmann 10.2%的股权，是目前欧洲最大的移动电话商。业界评论，此笔交易中李嘉诚根本没有任何成本，但却收获巨大，这笔轰动全球的交易，改变了李嘉诚“地产大王”的形象。

发展能源业务

李嘉诚旗下还有一个很重要的业务，就是能源业务。1986年，李嘉诚财团趁石油价格低潮期，收购赫斯基石油公司52%的控股权，其中李嘉诚家族占9%，和记黄埔和嘉宏国际各占互成权益的43%，共耗资32亿港元。该公司在加拿大西部拥有大片油田和天然气开发权，还有一个大炼油厂及343家加油站。其后，李嘉诚不断增购赫斯基石油股权。到1991年，股权增至95%。其中，李嘉诚个人拥有46%，和黄与嘉宏共拥有49%，总投资额为80亿港元，从而彻底控制了加拿大赫斯基石油公司。现在，在石油价格高企的背景下，李嘉诚的赫斯基石油公司价值倍增，目前资产值高达650亿港元。在进军北美能源业的同时，李嘉诚并没有忽视欧洲能源市场。1986年12月，李嘉诚私人斥资，以1000万港币收购了英国伦敦上市的克拉

夫石油公司4.9%的股权。

除了电信和能源业务以外，李嘉诚旗下的港口业务在世界上也很有名。作为中国香港最大的港口运营商，李嘉诚有香港港口70%以上的份额，他并不满足，而是进一步发展，向海外及内地发展。1992年10月5日，深圳盐田港发展合同在京签署，签约双方是以和黄集团为核心的港方财团与内地代表，其中三成股权由内地财团深圳东鹏实业掌握，另七成股权由港方财团和黄旗下的国际货柜码头公司、熊谷组公司等公司掌握，其中和黄集团控股。项目投资总额为50亿元人民币。

上海的海港工程是李嘉诚的另外一项大手笔。他于1992年9月间结束了对上海码头设施的考察后决定了此项计划。11月23日，上海集装箱码头有限公司合作经营项目由和黄集团及上海港务局达成原则协议，建设项目包括建成金山标准集装箱码头、国际深水港码头等，其中和黄出资60亿元人民币。

此时的李嘉诚已拥有中国香港一半以上的货柜码头，而且成功进军内地的货柜码头业，中国香港与内地的货柜业相互支持，相辅相成，相得益彰，坐上了亚洲私营货柜码头大王的宝座。

和黄原本是一家老牌英资企业，在被李嘉诚的长江实业收购后，组成了“长黄系”，在李嘉诚的领导之下，致力于业务多元化及国际化，迄今已发展成为一个包括港口、电信、地产、零售及制造能源五大核心业务在内的综合型跨国大企业集团。

李嘉诚创业经

1.不为五斗米折腰的人，在哪里都有。你千万不要伤害别人的尊严，尊严是非常脆弱的，经不起任何伤害。

2.如果你认为毅力是每分每秒的“艰苦忍耐”式的奋斗，这是很不成熟的心理状态，毅力是一种心态，不是一种生活。

3.思索是上天恩赐人类捍卫命运的盾牌，很多人总是把不当的自我管理与交厄运混为一谈，这是很消极的，在某一程度上也是不负责任的人生态度。

4.当我们梦想更大成功的时候，我们有没有做更刻苦的准备？当我们梦想成为领袖的时候，我们有没有服务于人的谦恭？我们常常只希望改变

别人，我们知道什么时候改变自己吗？当我们每天都在批评别人的时候，我们知道该怎样进行自我反省吗？

5.我绝不同意为了成功而不择手段，如果这样，即使侥幸略有所得，也必不能长久。

6.以外国人的管理方式，加上中国人的管理哲学，以及保存员工的干劲及热忱，无往而不利。

7.如果得到10%的利润是合理的，11%的利润是可以的，那我就只拿9%。

8.人要去求生意就比较难，生意跑来找你，你就很容易做成功，那如何才能让生意来找你呢？那就要靠朋友。如何结交朋友？那就要善待他人，充分考虑到对方的利益。

9.眼睛仅盯在自己小口袋的是小商人，眼光放在世界大市场的是大商人。同样是商人，眼光不同、境界不同，结果也不同。

10.我每天晚上都睡得很好，因为在名方面，我行事谨慎，别人不容易破坏我的名誉，我的名利方面，全部是从正道而来的。

第2章

郑元豹：自强不息、锲而不舍

郑元豹，男，汉族，1958年3月出生，浙江省乐清市人，大专文化，高级经济师。1976年，开始承包杭州飞鹰机电控制厂这个小作坊式企业。现在，他所领导的人民电器集团旗下拥有12家全资子公司、85家控股成员企业、800多家加工协作企业及1800多家销售公司，产业横跨能源、城市化建设、现代物流、造船业、商贸及进出口贸易、投资、电子信息技术等多元领域，产品销售50多个国家和地区，集团总资产达50.99亿元，名列世界机械企业500强。2006年，经世界品牌实验室测评，“人民”品牌已成为中国500家最具价值品牌之一，价值达41.25亿元。2010年，他被选为“中华商帮影响力人物”。

▮ “把式匠”的一生为“人民”

在没有完成原始积累的艰难时刻，“白天当老板，晚上睡地板”正是温州商人的真实写照。郑元豹曾说：“我在温州乐清柳市一边开铁铺，专为当地人加工农具和五金产品，一边创办武馆，招收学员，积攒起一笔资金，就算是第一桶金。”

有一次，一个远房亲戚从甘肃带回来的报废的空气开关让郑元豹产生了浓厚兴趣，吸引他的不是开关本身，而是它的“巨额”利润。当时一个开关卖500多元，还得走后门。他一边研究怎么修理好这个空气开关，一边琢磨自己也能制造这样值钱的玩意儿。终于，在研究摸索透这个空气开关以后，他开始了自己小作坊式生产低压电器的产业，开始了他真正的从商之旅。

一番顽强地拼搏，小企业生存并发展起来。此后，郑元豹奋斗的脚步