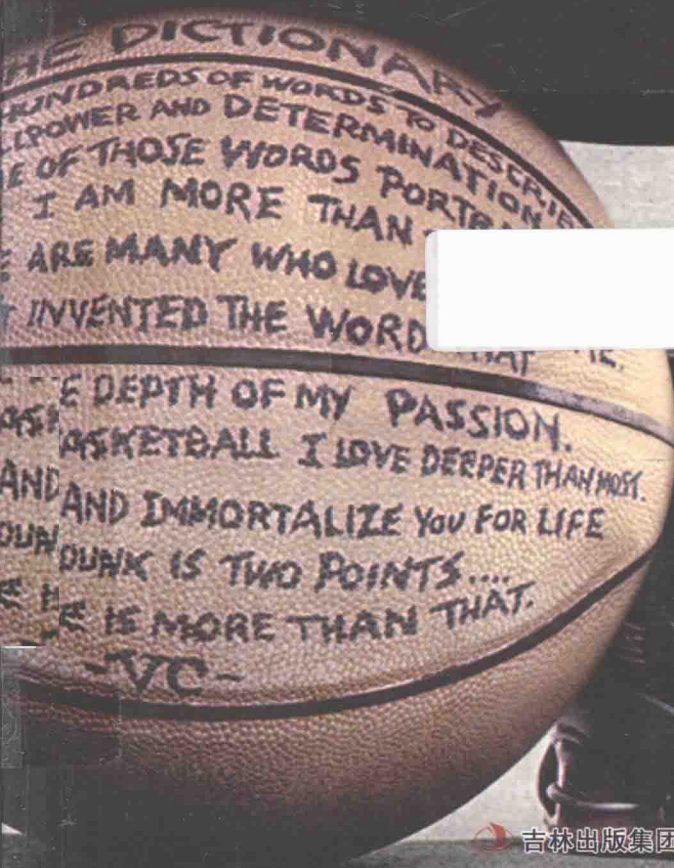


和创造世界名牌的人
一起放飞梦想

Nike's Drive and Dream

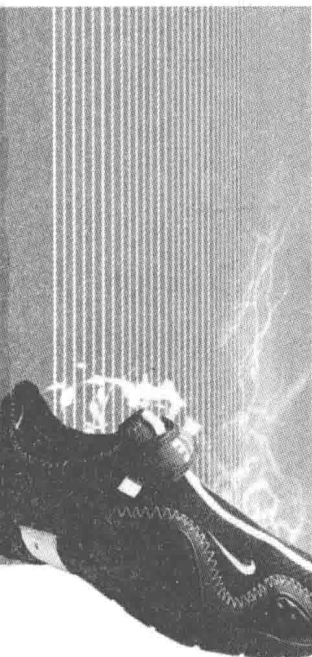
耐克的激情与梦想

代安荣 胡丽敏◇编著



耐克公司用自身骄人的业绩印证着其创始人比尔·鲍尔曼曾说过的一句话：“只要你拥有身躯，你就是一名运动员。只要世界上有运动员，耐克公司就会不断发展壮大。”

吉林出版集团有限责任公司



◇ 和创造世界名牌的人
『一起放飞梦想』

◇ 耐克的激情与梦想

naike de jiqing yu mengxiang

◇ 代安荣 胡丽敏 ◆ 编著



吉林出版集团有限责任公司

图书在版编目(CIP)数据

耐克的激情与梦想/代安荣, 胡丽敏编著. --长春: 吉林出版集团有限责任公司, 2014.8

(和创造世界名牌的人一起放飞梦想)

ISBN978-7-5534-4065-1

I. ①耐… II. ①代… ②胡… III. ①奈特, P. —生平事迹 —青少年读物
IV. ①K837.125.38-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第160221号

耐克的激情与梦想

NAIKEDEJIQINGYUMENGXIANG

编 著: 代安荣 胡丽敏
项目负责: 陈 曲
责任编辑: 陈 曲
出 版: 吉林出版集团有限责任公司
发 行: 吉林出版集团社科图书有限公司
电 话: 0431-86012753
印 刷: 北京一鑫印务有限责任公司
开 本: 710mm × 960mm 1/16
字 数: 100千字
印 张: 12
版 次: 2014年9月第1版
印 次: 2014年9月第1次印刷
书 号: ISBN978-7-5534-4065-1
定 价: 23.80元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与出版方联系调换。0431-86012753



序言

PREFACE

梦想与生命共存 传奇与我们同在

当你拥有这套《和创造世界名牌的人一起放飞梦想》系列丛书并真正读懂它的时候，祝贺你，你已经向成功又迈进了一大步，并可以为自己的人生勾画一张蓝图了。

开卷有益，我们不是猎奇，不是对世界名人和超级品牌的奇闻轶事简单地一声惊叹，而且通过阅读，让我们的视野变得更加开阔，让我们能够更好地认识这个世界，并找到适合自己的成功之路。

这是一套全方位满足你阅读愿望的好书，文字鲜活，引人入胜。这里有商界巨鳄的传奇创业故事，也有他们普通如你我的日常生活，当你随着一行行文字重走他们的人生之路时，你的心一定会在波澜起伏中感到一种快意。或许他们的成功不能复制，但是他们的坚忍、执着、宽容——这些成功的要素，我们可以复制。

通过阅读名人的成长故事，重温名人的创业之路，我们会

发现，健全的人格、自由的意志、高远的理想、敢于实践的勇气、高瞻远瞩的见地、坚毅勇敢的性格、理性处世的原则、独立思考的习惯、幽默风趣的表达方式……一个人成功的诸多要素都以具体而形象的方式展现在你的面前。

每个人都有自己的生活轨迹，然而成功之路殊途同归，这一路上你的行囊里必须要装入梦想、希望、宽容和坚忍。

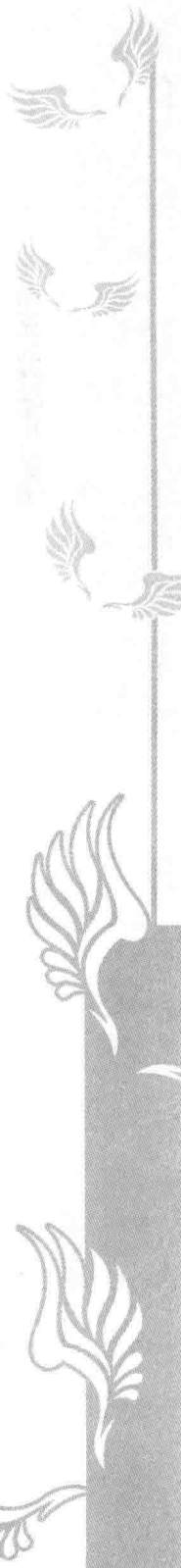
请给自己一个梦想吧！梦想是成功的种子，梦想是希望的支点。从这套书中你会发现，每一个了不起的品牌里都承载了品牌创始人那激越的梦想。是梦想，让他们充满激情，斗志昂扬；是梦想，在困境中带给他们希望，让他们有了坚持下去的勇气；是梦想，激励他们不断向前进！

为梦想不懈地努力吧！从这套书中你会明白，任何人的成功都不会一帆风顺，在鲜花和掌声的背后，有太多不为人知的痛苦。那些创业中的失败、徘徊和挫折，对我们来说更具有启迪的价值。真正的勇敢者，并不是无所畏惧，而是在面对挫折的时候，能及时调整自己，正视艰难困苦，不放弃希望。所谓成功，不过是努力的另一个名字罢了。

伟大的戏剧家莎士比亚曾说：“一个最困苦、最卑贱、最为命运所屈辱的人，只要还抱有希望，便无所怨惧。”

生命只有一次，让我们在阅读中汲取无穷的力量吧！《和创造世界名牌的人一起放飞梦想》系列丛书会带你走进一个传奇世界，仔细阅读并把你的梦想付诸实践，你也许会成为下一个传奇。

带上我们的梦想启程，为我们璀璨夺目的人生而奋斗！



前言

Introduction

1993年，美国著名的《体育新闻》杂志举办了一次评选——“哪家企业是运动行业中的最强者”，获奖的是耐克公司的联合创始人奈特，这是奈特获得的数不清的荣誉中的一个。这位特立独行的董事长在几十年的时间里，连连创造出运动行业的奇迹，他使得耐克品牌从一个默默无闻的作坊式小品牌，变成了世界上最成功的运动品牌之一。

耐克品牌生逢“乱世”，当它走向崛起的时候，运动行业早已经“狼烟四起”。阿迪达斯、茵宝、锐步、彪马等知名品牌早已有了稳定的市场份额，耐克同这些成熟的大企业竞争无异于“虎口夺食”，但是耐克公司仍凭借自己独特的企业文化创造了一个商业神话。如今，耐克在世界范围内的营业额已经达到了几百亿美元。很多青少年以拥有一双耐克鞋为荣，而耐克品牌也被誉为“世界最成功的消费品牌之一”。

奈特对耐克公司文化的总结是：“我们并不仅仅是一个出售运动鞋的公司，我们输出的是一种文化观念。”正是这个伟



大的企业经营理念打破了传统运动行业的观念，使得耐克公司抢占了运动市场的制高点。

耐克公司出发的第一站就是培育市场观念。耐克公司的调研部门发现，青少年是运动行业消费的主力军，这个年龄段的消费者的心理是渴望速度和激情、喜欢追星，他们追逐流行风潮而且想象力极为丰富；他们充满青春和活力，对新事物怀有巨大的好奇心，对新产品的运动性能更为注重。

针对青少年的这种心理，耐克公司先是采取了明星偶像路线，使青少年提高对耐克品牌的认同度，并提高他们对耐克产品的黏着度，或者说忠诚度。耐克公司先后聘请了多位世界知名的体育明星作为产品代言人，如“篮球之王”乔丹、“篮坛坏小子”巴克利、“网球王子”阿加西、“足球巨星”坎通纳等。这些代言人性格迥异，但是他们都有一个共同点，每一个人都是佼佼者，代表着其所在领域的最高水平，是最引人注目的一个。追星是少年的共性，明星们很快成为耐克公司与青少年之间沟通的纽带与桥梁。

耐克的一则经典广告很有代表性：卡通兔子本尼正在沉睡，忽然从自己头顶的地面上传来了嘈杂的声音，于是本尼爬出来看个究竟，原来是四个人在玩篮球，于是本尼开始大声抱怨，而它自己也很快成为对方戏耍的对象。本尼被当作篮球一样抛来抛去，这时它高声喊叫，请求支援。“篮球之王”乔丹忽然出现，他是来帮助自己的卡通朋友本尼的，于是，一场惊心动魄的篮球比赛开始了。观众们都被曲折生动的故事所吸

引，根本不会想到这是一个预先设计好的广告，他们随着“飞人”乔丹和兔子本尼的脚步充分体会到体育的魅力。

耐克在不知不觉间就把自己与运动联系在一起，运动精神自然也成了耐克的标签。世界上最讲究国家主义精神的是运动，而最没有国界的也是运动，因为运动与生命、进取、超越紧紧相连，耐克找到了人们心理的支点。

耐克公司文化输出的另一个特点，是强调用户的参与性。奈特说：“虽然耐克公司是一个广告大户，但是坦率地说，我并不相信广告有什么神奇之处，我更愿意相信用户参与的作用。”

耐克公司为了吸引更多的消费者，抓住了网络时代的特点，设计了一款篮球游戏，在游戏里，玩家可以和“飞人”乔丹玩斗牛游戏。青少年的心理特点是强调自我的意识与个性，而且特别喜欢角色化代入，总是将自己想象成游戏的主角。乔丹是篮球场上当仁不让的王者，而耐克运动鞋是乔丹的最爱，于是大众的心中自然地得出一个结论：耐克运动鞋是青少年偶像的运动装备。让大众在潜移默化中，接受了耐克品牌的名人效应。

耐克公司的广告总监克瑞斯·瑞勒说：“我们的产品是有生命力的，只要消费者有梦想，我们就帮助他实现；即使他们没有梦想，我们也能为他们提供一个梦想。”

时至今日，耐克公司这个号称“没有工厂车间”的运动企业，在短短的几十年发展历程中，从小作坊到大企业，从鲜有



问津到誉满世界。这一切都要归功于他们的独特理念：文化就是生产力。

每一个奇迹的背后都有一种先进的理念做指导，耐克公司的成功为你展示的正是这种模式。

想要距成功更近一步，那么，更新你的观念吧！

耐克的激情与梦想

和创造世界名牌的人

一起放

飞梦想

Let the dream fly



前 言 001

第一章 创业时间——拒绝平庸的力量 001

第一节 改变一生的一堂课 003

第二节 “被拒绝”的力量 007

第三节 1000美元的起点 014

第四节 没有市场，就创造一个 019

第五节 耐克的精神教父 023

第六节 人格的力量 028

第七节 最古怪的首席执行官 034

第八节 难产的接班人 039

第九节 文化的裂痕 046

第十节 无为而治 051

第十一节 永远奔跑的耐克人 056

第二章 创意空间——想做就去做 061

第一节 穿球衣的“上帝” 063

第二节 与上帝对话 070

第三节 用运动去改变 074

第四节 奥运擦边球 078

第五节 伟大的定义 083

第六节 现在就做 087

第七节 人生就是全力以赴 091

第八节 没有脚也能奔跑 095

第九节 创意的黄金定律 098

第三章 创新厨房——会思考的运动鞋 105

第一节 梦中诞生的胜利之神 107

第二节 它不仅仅是一个对号 111

第三节 创新厨房 117

第四节 细节决定论 121

第五节 绿色风暴与仿生哲学 125

第六节 金甲虫带来的艺术灵感 130

第七节 为大众的，就是最好的 134

第四章 创造之路——运动改变人生 139

第一节 不断膨胀的气球 141

第二节	要学会尊重	146
第三节	耐克的道德红线	150
第四节	女性的秘密	153
第五节	“时尚夜跑”运动汇	159
第六节	旧的也是好的	162
第七节	借鸡生蛋的奥妙	164
第八节	以文化的名义	168
第九节	耐克的中国情结	172

结 语	176
-----	-----

NIKE

第一章 创业时间——拒绝
平庸的力量



-
- 第一节 改变一生的一堂课
 - 第二节 “被拒绝”的力量
 - 第三节 1000美元的起点
 - 第四节 没有市场，就创造一个
 - 第五节 耐克的精神教父
 - 第六节 人格的力量
 - 第七节 最古怪的首席执行官
 - 第八节 难产的接班人
 - 第九节 文化的裂痕
 - 第十节 无为而治
 - 第十一节 永远奔跑的耐克人
-

NIKE

第一节 改变一生的一堂课

理想是指路明灯。没有理想，就没有坚定的方向；没有方向，就没有生活。

——列夫·托尔斯泰

1959年，21岁的菲尔·奈特从俄勒冈大学毕业，获得工商管理学士学位。从俄勒冈大学毕业后，菲尔·奈特先是参军一年，然后又脱下戎装，重新回到课堂，考入了斯坦福大学商学院研究生院，进行MBA课程的深造。再度成为学生，使菲尔·奈特对人生有了期待，虽然他没有找到明确的目标，但这次斯坦福大学的求学经历彻底改变了菲尔·奈特的人生，也彻底改变了世界运动产品领域的格局。

在斯坦福大学，菲尔·奈特是一个毫不起眼的学生，他衣着随便，经常逃课。不过他对商业策划课十分感兴趣，从来不逃课，还在笔记本上密密麻麻地记录老师的讲义和自己的心得。菲尔·奈特惊讶地发现，或许自己来斯坦福大学，就是为了听这个神奇的课程。在这个小小的课堂上，菲尔·奈特人生中第一次对奔跑之外的事情产生了浓厚的兴趣。

一次，在课堂上老师布置了一个作业，要求大家设想将来



是一名创业者，要开设一间小公司，请大家模拟公司总裁，写一份关于公司的经营目标和长远规划的材料。

菲尔·奈特一下子来了兴趣，他从图书馆里借阅了大量的书籍，正襟危坐，严肃地钻研起了学问。很多同学不理解菲尔·奈特的做法，因为在他们眼里，菲尔·奈特就是个不折不扣桀骜不驯的坏小子，不可能有什么作为，而且这样的研究枯燥无味，试想当一个公司的总裁？这不仅对菲尔·奈特，就算是对他们任何一个人来说都是一件很遥远的事情。

“哎，奈特，拿出你平时的劲头，咱们抄一份就行了，何必那么认真呢？”有人和菲尔·奈特开玩笑说。

“人生中，最怕的就是永远不认真，要知道，像我这样平时不认真的人，认真起来也是能有些收获的。”没想到，菲尔·奈特一脸严肃地回答了他们的调侃。

菲尔·奈特不理睬同学们的嘲笑，继续自己的研究。经过三天的整理，他终于拟定了课题的题目：日本运动鞋能否挑战德系运动鞋，正如日本相机对德系相机的挑战那样。

在这篇文章里，奈特旁征博引，给出了自己的判断。他列举了日本运动鞋生产的优势，比如廉价的劳动力资源、严谨的设计流程，还有比较重要的一点——日本人崇尚创新的精神。由此，奈特对德国运动鞋的霸主地位产生了怀疑，文章的结尾，菲尔·奈特充满信心地指出，未来的市场一定会有一个企业站出来打败如日中天的德国运动鞋。

菲尔·奈特惊讶地发现，随着自己人生中第一篇像模像样

的论文写作完毕，自己的人生规划也渐渐清晰起来，自己已经不再是那个只知道奔跑的毛头小子了，他变成了一个目标明确又野心勃勃的创业者。

“正是那堂课，影响了我的一生，在写完论文的一瞬间，我有了今后的生活目标，我拍着自己的胸口说：‘看，这就是我想要的生活。’”菲尔·奈特后来满怀深情地回忆说。也就是从那一刻起，奈特的心中逐渐有了未来的耐克公司的影子，这个影子虽然只是一个模糊的影像，不过，创业的激情好像是一颗种子，在奈特的心中悄悄地生根发芽了。

1962年，24岁的菲尔·奈特在斯坦福大学商学院研究生院毕业，获得了工商管理硕士学位。

完成学业之后，菲尔·奈特开始了自己的东方寻觅之旅，他来到了心中的圣地——日本，在那里的游历，成为他一生难忘的经历。菲尔·奈特彻底被神秘的东方文化和礼仪所征服，直到今天，菲尔·奈特还遵循着在日本学到的礼仪规矩。如果有人来到菲尔·奈特那间日式风格的办公室，一定要先脱鞋才能进屋，在屋里，菲尔·奈特总要向客人介绍自己的东方文化艺术收藏品，临别之际，菲尔·奈特还会双手作揖，和客人作别。

也正是在毕业的那年，菲尔·奈特创建了蓝带体育用品公司，它就是大名鼎鼎的耐克公司的前身。经过几十年的发展，当年这个以1000美元起家的公司，已经发展成为价值几百亿美元的著名运动品牌公司，创始人菲尔·奈特也从穷小子变成了