

其实，即使没有这个榜单出炉，富豪依然是众人竞相追捧的对象。因为随着这些年经济的日益发展，对于财富的追逐已经成为人们生活中的一部分。巨额财富的**张美娜**◎编著 光环，追求成功是人生永恒的主题。渴望成功，是人之常情。但在茫茫人海中却只有少数人能领略中正之道之后，站到胜利的巅峰。身在同一片蓝天下，为什么只有极少数人能够成功？

缔造富豪

探寻富豪成功之路

抓住机会，才能成就未来

探寻富豪成长心路，在细微处提升信心；
寻求富豪成功决策，在关键时大胆行动。




内蒙古出版集团
内蒙古文化出版社

缔造 富豪

探寻富豪成功之路



张美娜◎编著

 内蒙古出版集团
内蒙古文化出版社

图书在版编目(CIP)数据

缔造富豪：探寻富豪成功之路 / 张美娜编著. —
呼伦贝尔：内蒙古文化出版社，2010.7

ISBN 978-7-80675-825-0

I. ①缔… II. ①张… III. ①成功心理学—通俗读物
IV. ① B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 138022 号

缔造富豪：探寻富豪成功之路

张美娜 编著

内蒙古出版集团有限责任公司
出版发行 内蒙古文化出版社
(呼伦贝尔市海拉尔区河东新春街4付3号)
直销热线 0470-8241422 邮编 021008
网 址 www.nmwhs.com
印刷装订 北京市兆成印刷有限责任公司
责任编辑 白 鹭
开 本 710×1000 毫米 1/16
印 张 19 字数 210 千
印 次 2010 年 9 月第 1 次印刷
版 次 2010 年 9 月第 1 版
印 数 1-6000 册

ISBN 978-7-80675-825-0 / Z·173

定价：32.00 元

版权所有 翻印必究

前 言

2010年3月10日，福布斯全球富豪排行榜在纽约一经出炉，就得到许多人追捧，富豪再次成为人们茶余饭后的谈资。其实，即使没有这个榜单出炉，富豪依然是众人竞相追捧的对象。因为随着这些年经济的日益发展，对于财富的追逐已经成为人们生活中的一部分。巨额财富的积累使得富豪的身上笼罩起迷人的光环。

追求成功是人生永远的主题。渴望成功，是人之常情。但在茫茫人海中却只有少数人能够叩开成功的大门，站到胜利的巅峰。身在同一片蓝天下，为什么只有这少数人能创造出人生的辉煌，大多数人却壮志难酬呢？

如果我们耐心地探索和研究世界顶级富豪们的创业史，就会发现，任何一个财富的争夺都是一场集谋略、智慧、财力、内在素质的搏击。无论是国外的还是中国本土的富豪，在他们身上我们都可以找出与众不同的特质。正是这些特质，指导着他们最终走向胜利，笑傲群雄。

我们现在编辑出版的这本书对于很多人来说，都具有非常大的吸引力。因为它立足于国内外富豪的创业史，探寻他们的成功之路，从而解密富豪为什么会有今天的成功。我们经过完整分析富豪们的创业历程，深度挖掘富豪们的成功特质，总结成这样几点：善于捕捉商机、拥有远见卓识、有强烈的赚钱欲望、敢于冒险、非常自信、懂得节俭、有经营天赋、善于推销自己 and 不怕失败的创业激情。正是这些东西，使他们在风云变幻的商场中勇敢地搏击，最终笑到了最后。

这里面我们收集了众多国内外富豪的真实案例，这些案例具有很强的说服力和可借鉴性。告诉世人他们不是靠着神的暗中帮助才成功的，而是一步一步靠着自己的力量走到了今天。这其中力量的源泉，正是我们总结出来的富豪们的内在特质。

商场从来就是可以与战场相媲美的，一个人要想永久地与财富结缘，在商

场博弈中杀出重围，就需要对财富有清醒地认识，并将财富当成一种事业的载体来看待。除此之外还要借鉴富豪们的成功经验，努力向富豪们的特质靠拢，将这些特质变成自己的习惯。只有这样，才可能真正成为财富的拥有者。

一个善于观察思考、善于学习的人，在很多时候会成就其他人成就不了的事。那现在就行动起来吧，通过对富豪案例的分析借鉴，来汲取营养，武装头脑，充实心灵，从而拥有更耀眼的人生光彩，开创更美好的未来。

愿更多的人成为新时代的富豪。

目 录

第一章 善于捕捉商机

- 用商机成就梦想的汉堡包大王 / 2
- 有空白就有机会 / 9
- 细微之处挖财源 / 12
- 商机靠自己挖掘 / 15
- 机会垂青有准备的人 / 19
- 抓住机会，才能成就未来 / 22
- 关于商机 / 27
- 商机隐藏在哪里？ / 30

第二章 富有远见卓识

- 远见卓识成就了哈默 / 36
- 有目标才能有远见 / 38
- 商机无限，但要看得见 / 42
- 远见能变成财富 / 45
- 果断才能让远见卓识发挥得淋漓尽致 / 48
- 凡事预则立不预则废 / 52
- 关注行业和企业的发展及问题 / 55
- 从冷门入手，捕捉行业发展先机 / 57
- 没有远见只能失败 / 63

第三章 强烈的赚钱欲望

- 欲望是追求人生目标的动力 / 68
- 梦想就是欲望实现的翅膀 / 72
- 贫困是一种疾病 它需要欲望来治疗 / 80
- 不想当将军的士兵不是好士兵 / 83
- 强烈的欲望是财富的源泉 / 85
- 激发成功欲望 / 88
- 没有邪恶的欲望，只有扭曲的人性 / 92

第四章 敢于冒险

- 财富与冒险成正比 / 98
- 有冒险才有成功 / 102
- 冒险还需要野心和胆识 / 104
- 拒绝冒险，终将被淘汰 / 107
- 胆量是冒险的必备条件 / 110
- 危机之中打捞财富 / 113
- 精准的判断力不可或缺 / 117
- 判断力+果敢行动=成功 / 120
- 冒险不等于冒进 / 126

第五章 浑然天成的自信

- 信心是创业者成功的入场券 / 130
- 要坚持瓦伦达心态 / 134
- 自信，然后才有一切 / 137
- 反对意见无效 / 141
- 自信源于专注 / 146
- 如何变得自信 / 150
- 因为专注所以成功 / 157

第六章 财富源于节俭

- 节俭才能“生”财 / 164
- 富不过三代吗？ / 167
- 唯有节俭，才能成为最后的赢家 / 172
- 富豪节俭榜 / 176
- 节俭是增加财富的筹码 / 179
- 节俭是有计划的奔向财富 / 183
- 借债是财富终结的催化剂 / 186

第七章 卓越的经营才能

- 善借外力 / 194
- 借人之智 / 196
- 借人之财 / 199

借人之名 / 201
借人之力 / 203
精心培养管理骨干 / 205
只有懂得合作的人才更容易成功 / 208
竞争优势效应 / 210
建立良好的人际关系 / 213
借助敌人的力量 / 216
和竞争对手做朋友 / 221
当众拥抱你的敌人 / 223
对手是一座山 / 225

第八章 善于宣传自己

让人知道我的酒香 / 230
没有调查就没有发言权 / 232
酒香也怕巷子深 / 234
匠心独运才能收获惊喜 / 238
反其道而行才能成功 / 243
有好理念才有好销量 / 247
诚信是最好的广告宣传 / 249
信用是最好的招牌 / 254
没有诚信拒入天堂 / 258

第九章 坚韧不拔，知难而进

站起来的次数要比被击倒的次数多一次 / 262
失败只是柳暗花明前的山重水复 / 265
不经历风雨怎么见彩虹 / 270
没有人是永远不幸的 / 274
你不放弃希望，成功才不会放弃你 / 277
坚韧是战胜失败的必要因素 / 281
坚韧是通向成功的铺路石 / 284
坚韧是成功的保证 / 287
意志力是坚韧的同胞兄弟 / 289
激情是不惧失败的火焰 / 293

第一章 ◎ 善于捕捉商机

商机往往隐藏在平凡的事物中，只有善于捕捉的人才能发现。

——佚名

用商机成就梦想的汉堡包大王

在历史的长河中，如果你用心搜寻，一定可以发现，有那么多的人在捕捉商机这方面有着让人称道的地方，下面就讲一下麦当劳的故事。

如果细数麦当劳的经历，会觉得这又是一个神话。这个以经营汉堡包为主的快餐王国，历经40年的发展，到上世纪90年代初，在全世界80个国家和地区，成功建立了1.6万多家分店。每天销售汉堡包达两亿多个，年营业额达150亿美元。所有的麦当劳快餐店都挂着耀眼夺目的金黄色双拱形M字招牌，而这个招牌已经为越来越多的人所熟知。相信人们会有这样的错觉，当看到M招牌的时候，就会觉得这家快餐公司的老板是麦当劳。其实不然，麦当劳兄弟俩充其量是麦当劳公司的奠基人，而真正创建麦当劳快餐王国的却是雷蒙·克罗克。

克罗克是怎样成为亿万富翁，又是怎样使麦当劳公司扶摇直上，成为全球性快餐王国的呢？

克罗克年轻时家境不好，高中只上了一年就休学了。他在几个旅行乐队里弹过钢琴，后来在芝加哥广播电台担任音乐节目的编导。从1929年起的25年中，克罗克一直从事推销工作，先是在佛罗里达帮人推销房地产，后来在美国中西部卖纸杯。作为推销员，他曾遭遇过很多次失败。他后来回忆说：“在佛罗里达推销房地产失败之后，我彻底破产，身无分文了。那时，我没有大衣，没有风雨衣，甚至连一双手套都没有。我开车进入芝加哥穿过寒冷的街道回到家时，简直快冻僵了。”

1937年，克罗克的生活有了一点转机，他在一家经销混乳机的小公司当老板。但受到第二次世界大战的冲击，克罗克经营惨淡，生意勉强能够维持。到了

50年代，已达天命之年的克罗克，依旧是个小老板，眼看就要默默无闻地了却他的一生了。

不过，众所周知，机会只垂青于有准备的人，特别是那些能够抓住机会，并一抓到底的人。成功的机会可以从一笔买卖、一场交易、一项工作，甚至从一顿饭中获得。1954年，51岁的克罗克正是在一次偶然的機會中抓住了他发迹的契机。

1937年，一对犹太人兄弟——麦克·麦当劳和迪克·麦当劳，因为经济萧条的影响，高中毕业后就不得不离家外出，从美国东海岸远行到加利福尼亚，以寻找新的就业机会。他们开过一家小电影院，但最终将落脚点放在了经营汽车餐厅上。1943年，通过对过去3年餐厅收入的研究，他们发现，有80%的收入来自汉堡包，而不是排骨。也许他们根本预想不到，就是这不经意的发现最终带来了食品服务业的一场革命。

很快，麦氏兄弟开始主要销售这种每只15美分的汉堡包。并对经营方式进行了重大改革，采用自助式用餐，使用纸餐具，提供快餐服务，这种独一无二的汉堡包小餐厅经营方式大获成功。1952年7月，美国餐厅杂志以封面故事形式介绍了麦当劳新观念带来的惊人成就。接着，麦当劳兄弟开始建立连锁店，并亲自设计了金色双拱门的招牌。到1954年，拥有10家连锁店的麦当劳汉堡包餐厅，全年营业额已经达到20万美元。遗憾的是，目光短浅的麦当劳兄弟并没有意识到自己的发明具有极大的潜力。

也就是这个时候，克罗克这个传奇人物走进了圣伯丁诺城的麦当劳餐厅。他一眼就认定麦当劳具有无限广阔的前景。也正是他使得麦当劳发生了翻天覆地的变化。

故事还要从1954年说起，克罗克作为经销混乳机的老板，发现麦氏兄弟在圣伯丁诺市开的这家餐馆一下子就订购了8台混乳机。因为一直以来很少有人一下子购买这么多的混乳机，所以麦氏兄弟的订单让克罗克感到非常奇怪。出于生意上的需要，他认为必须弄清楚这是怎么回事，所以他特地赶到了圣伯丁诺。

麦当劳兄弟开的这家餐厅，与当时无数的汉堡包店相比，外表上并没有什么大的区别。但是，麦当劳还是以自己的方式震撼了克罗克。当时正是中午，小小的停车场里挤满了人，足有150人之多，在麦当劳餐厅前排起了长队。麦当劳的服务员快速作业，竟然可以在15秒之内交出客人所点的食品。这种作业方式，克罗克以前从未见过。

“我从来不为买一个汉堡包而排队。”克罗克故意大声说，以期引起顾客们的注意。

客人中立刻有人搭话告诉克罗克，这里的食品价格低、品质好，餐厅干净，服务又周到。何况速度非常快，别看排队的人这么多，一会儿就能买到。他经常在这里买东西，已经是这里的常客了。他还告诉克罗克可以一试。

听了顾客这番话，克罗克马上察觉到麦氏兄弟已经踏进了一座“金矿”。他立刻进店找到这两个犹太人，问他们生意这么好，为什么不多开几家餐厅？当时，克罗克心里盘算的还只是自己的混乳机，如果每家麦当劳餐厅都买他8台机器的话，他就发财了。然而，迪克·麦当劳却摇了摇头，指着附近山坡上的那栋房子说那是他们的家，因为自己喜欢那个地方，所以不想连锁店开得太太多，因为这样就没有回家的时间了。

这番话在克罗克听来，无异于是将自己的好运让给了别人。因为，很显然，麦氏兄弟身在“金矿”不识“金”。

老克罗克凭着多年的经验，意识到自己的机会来了。他看准了麦当劳，决心开办连锁餐馆。第二天，他就与麦氏兄弟进行了协商。麦氏兄弟很快就答应给他在全国各地开连锁分店的经销权。但条件非常苛刻，克罗克只能抽取连锁店营业额的1.9%来作服务费，其中只有1.4%是属于克罗克的，0.5%则归麦当劳兄弟所有。一心想干一番大事业的克罗克，毫不犹豫地接受了这个非常苛刻的条件。

1955年3月2日，克罗克创办了麦当劳连锁公司。他的第一家麦当劳餐馆同年4月在得西普鲁斯城开张。9月，在加州的弗列斯诺市，第二家餐馆也成功开业了。3个月后，第三家餐馆在加州雷萨得市建立。推销员出身的克罗克，也在连锁店开张的时候找到了充分展示他推销才能的舞台，开设分店的速度变得越来越快。到1960年，克罗克已经拥有228家麦当劳餐馆，其营业额达3780万美元，麦氏兄弟拿去0.5%——18.9万美元的利金，麦当劳连锁系统这一年一共只赚到7.7万美元。随着规模的扩大，麦氏兄弟抽查的利金将会越来越多。而且根据当年合约的规定，克罗克不得对麦当劳兄弟设立快速服务系统做任何的变动，但实际上克罗克在经营中至少已经做了几百次细小的改良。麦氏兄弟的规定，严重阻碍了麦当劳事业的进一步发展，这迫使克罗克下决心买断麦当劳。

1961年年初，克罗克和麦氏兄弟开始谈判出让麦当劳权利一事。但麦氏兄弟出价惊人：270万美元！其中兄弟俩每人100万美元，交税70万美元，而且一定要现金。克罗克差点气晕了，他放下电话强迫自己冷静下来。麦氏兄弟的用意非

常明显，他们知道克罗克一下子拿不出那么多的钱，这样克罗克就无法买断麦当劳，而这也正合他们的意，可以成功地制止克罗克拥有麦当劳。

克罗克考虑再三，权衡利弊，最终还是答应了麦氏兄弟的条件。克罗克和他的天才财务长桑那本，使出浑身解数，几经周折，借贷270万美元，买下了麦当劳餐馆的名号、商标、版权以及烹饪配方。到此为止，美国的全部麦当劳快餐店都划归到克罗克名下。虽然公司的名号仍叫麦当劳，却与麦当劳兄弟一点儿关系都没有了。麦氏两兄弟虽然是麦当劳公司的创业者，但显然不是能做大生意的人。克罗克事后回忆说：“他们虽然比我年轻，可他们都歇手不干了，而我可不能抛锚。”

在签订合约的最后文本时，麦氏兄弟出尔反尔，将圣伯丁诺的麦当劳餐厅排除在交易之外。因为这是他们建立的第一家店，也是整个麦当劳餐厅的发源地，他们对这个店颇有感情。克罗克虽然也把这个店看成是交易中最有价值的一部分，但从大局考虑，只好放弃了。

然而，克罗克并没有忘却这个富有象征意义的餐厅。他在后来奋力反击，在圣伯丁诺店的附近买了一块空地，盖了一间与原店一模一样的麦当劳餐厅。由于麦当劳的名称已被克罗克买断，因此新店就叫“麦当劳”，而麦氏兄弟的老店只能改叫“大麦克”。谁知这样一来，新店的生意开始兴隆，老店却一落千丈，元气大伤。因为许多老主顾都以为麦当劳搬家了，都跑到新店去了，没人搭理那个叫“大麦克”的店。实际上两店卖的东西没有什么不同，销售额却相差很多，由此可见，“麦当劳”这名字的确具有很高的价值。

这一下轮到麦氏兄弟忧心忡忡了，到了1968年，兄弟俩无奈之下索性把这个昔日曾与克罗克争了个你死我活的宝店卖了！此后这个店称得上是命运多舛，几易其主也没见有什么起色，最后改成了一家唱片行。

摆脱了束缚，克罗克这下终于可以自由发挥了，他把自己的那一套管理方式发挥得淋漓尽致。

麦当劳公司需要具有强烈进取精神的人才。克罗克说：“我要的是全力以赴献身事业的人。如果只想挣钱养家过安逸的日子，那就别到麦当劳来。”

麦当劳各分店的经理平均年龄35岁，他们大都在其它行业上有过相当杰出的成就，并且银行账户上的数字非常可观。克罗克的招聘指导思想是：为了阻止那些不称职或表现平平的人进入，公司将最初的现金投资额定得很高。

取得一家麦当劳分店的经销权要花11~12.5万美元，其中必须有一半现金，

另一半可以申请贷款。资金到位后，由克罗克派人选择地点并建造餐馆。等新的分店开张后，分店经理要将每月营业额的11.5%付给公司，其中3%作为管理费，8.5%是租金。

乍一看，这些条件貌似苛刻了些，但实际上分店经理还是能赚到很多钱。一家经营良好的餐馆，在3年到5年内就能赚回原来的投资额。麦当劳公司各分店的年营业额平均为43万至50万美元，一个中等水平分店的经理每年可盈利5~7.5万美元。

克罗克对优秀分店经理的最大奖赏，就是一有可能就让他们买到更多的经销权。有些经理拥有4家、6家甚至8家餐馆，所赚的钱相当可观。在麦当劳公司，大约有六七十多个分店经理成了百万富翁。

在人才培养上，最能体现麦当劳特色的地方是克罗克一手创办的“汉堡包大学”。克罗克规定他的经理人员必须接受“汉堡包大学”的专门培训。在麦当劳，只承认汉堡包大学培养出来的汉堡包学士，其它任何学历都不被承认。

事实上早在1961年2月，第一所汉堡包大学就在伊利诺斯州的爱克鲁市建立了。学员们经过19天的专业训练，外加一门法式土豆片选修课，经考试合格后就可以获得“汉堡包大学”的学士学位了。现在，汉堡包大学的很多课程都被美国教育当局承认，已被列为许多大学的正式学分。

克罗克在现有麦当劳的基础上，创造性的使用自己的品质上乘、服务周到、地方清洁的法宝和自己的广告效益，成功地让麦当劳如雨后春笋般在世界各国安家落户了。它们在各自不同的国家，针对不同的市场文化，采用了不同的促销手段，但却使用着同一套标准的营运系统。到了上世纪80年代初，麦当劳已在世界33个国家和地区建立了6000多家分店。仅1985年一年就发展海外分店597家，平均15个小时就开一个店的速度使得它的竞争对手望尘莫及。

也许克罗克的事迹在我们看来有些陈旧，但是隐藏在其中的真理却是不容忽视的。任何一个渴望成功的人，其实都是这样，他们在变幻莫测的竞争环境中练就了一双敏锐的眼睛。同是看一个事物，有的人一扫而过，没有发现任何玄机；有的人在看第一眼的时候，就已经看出了不同，参透了其中的秘密。如果你喜欢看柯南，就一定会佩服那个变小的高中生。他和其他的侦探一起去办案子，总是他发现问题，进而解决问题，就是因为柯南看到了表象下掩盖的事实真相。

商机也是这个样子。如果在纷繁复杂的事物里面，你可以拨开乌云，就一定不会像麦当劳兄弟那样，只固守着那一亩二分田，不能让事业有更大的发展了。

机遇对于任何人来说都是平等的，不论你是女佣还是已经拥有万贯家产的富翁。只要有空白就会有市场。

对于任何一个公司来说，能捕捉到商机才有可能站到胜利的领奖台上。如果连商机是什么都搞不清楚的话，那真要怀疑这个公司是不是能够继续发展下去。这条定律适用于任何一个公司，不管是大的还是小的，即使它只是一个饭馆。试想，如果这个饭馆做出来的饭菜都不合大家的胃口，明明人家喜欢吃辣，你偏要弄出上海菜的甜，那最终只能关张大吉了。所以说商机对于很多公司来说就是一个发展的契机。

如何才能抓住这转瞬即逝的商机呢？让这如同女神一样甜美的容颜在你面前悄然绽放呢？这就需要下一番苦功夫了。

信息产业界的人都知道，比尔·盖茨从来都不是专业技术的领先者，但最终成为世界首富的人是他，而不是那些专业技术过人的专家。微软一直被那些持反对意见的人称为贪得无厌的剽窃者，而这也正是盖茨的伟大所在。他从来不放任何一个可以利用的商机，这一点使他与以前的成功人士有了很大的差别：从前成功人士的威力通常集中在某一行业，盖茨却借助软件的影响，把触角伸到了生活的方方面面。

在微软自己出的百科全书《英卡塔》中，对盖茨的评价是：“盖茨的大部分成就，在于他有能力将科技的远景转化为市场策略，把对科技的敏锐和创造性融合在一起。”然而盖茨实际上就是一个凡人，但是一个不容置疑的智慧超人，有着超凡的经营远见和超强的好胜心，以及迫不及待抓住一切可能机会的科技精英。

盖茨的成功得益于他超乎常人的市场直觉、经营手法以及杰出的推销能力。这也是风险投资家所具备的良好素质。盖茨虽然算不上是一个严格意义上的风险投资家，但是他无意中具备了风险投资家所具备的最起码的素质。

善于捕捉商机，并利用凶悍与霸道的经营手法将对手赶尽杀绝，使别人几乎无立足之地，这是盖茨惯用的手法。他以高人一筹的市场远见与不凡的经营策略，成功占领了信息产业的制高点。业界人士经常无奈地表达他们的痛苦：“最好的市场就是没有比尔·盖茨的市场。可惜，在信息产业界，他的阴影无处不在。”

说起来，微软的成功应该归功于蓝色巨人IBM，虽然这其中不仅仅是幸运。盖茨用自己的远见看出与IBM的交易影响深远。他知道如果有操作系统就可以建

立起通用的平台，而这将改变个人电脑的历史走向。事实上这个决定最终迫使许多在技术上更加完善的操作系统黯然淡出历史舞台。

当微软公司的股票上市公告宣布后，盖茨更没有放过这个在近期内能给自己和公司带来巨大经济效益的机会，他开始马不停蹄地向集团购买者巡回推销股票。

在这次巡回推销活动中，盖茨代表公司在10天内到世界8个城市进行过宣传，包括世界金融中心伦敦。这虽然对于盖茨来说确实有点疲于奔命，但是为了让自己的股票有一个好价格，盖茨不但在这些城市逗留，还在每个城市发表演讲。

当乘坐的飞机在英国伦敦徐徐降落，盖茨一行受到了英国式的热烈欢迎。而盖茨的辛苦劳作也换回了股民的大把钞票。1986年3月13日微软股票上市的第一天，共成交360万股，可谓取得了一个巨大的成功。中午时分，每分钟就有大约几千股成交。如果有人以每股21美元的价位吃进，在最高值抛出，那他一天之内将增值40%以上。

有空白就有机会

机会只垂青于那些有准备的人。因为这样的人每时每刻在等待成功的降临，每一分钟都敞开怀抱，准备拥抱成功。

美国的克里芙兰市有个年轻女孩，名叫娅克妮。因为家庭变故，中学还没有毕业就辍学自谋生路。因为文化程度比较低，找不到好的工作，只能到富人家做女佣。

但是娅克妮是一个很有志向的女孩子，她不想一辈子都做女佣。她渴望自己可以像那些成功女人一样，闯出一番自己的事业来。所以她每天帮主人做完所有的家务后，都会找一段时间找一些书来读。因为这家的男主人是一家工厂的老板，故而财经方面的书很多，娅克妮渐渐就对经商产生了浓厚的兴趣。

而且，娅克妮还有一个优点，就是做事认真有条理。人又聪明伶俐、诚实，深得这家女主人的欢心。女主人对娅克妮的好学精神颇为赞赏，一有空就和她聊天，指点她料理家务，告诉娅克妮一些外面的事情，给她讲人生的意义和做生意的诀窍。

耳濡目染之下，娅克妮心里渐渐有了一个模糊的影像——希望自己也能做老板。只是怎样做、做哪一个行业，她还没有一个清晰的概念。但她坚信，自己不会永远这样给人家做保姆，永远过清贫的日子。

机会很快来了。一天，娅克妮打扫完所有的房间，正坐在主人的书房里看书，电话突然响了，娅克妮拿起电话，原来是女主人打来的。说想请娅克妮帮个忙，他们家楼下左边的别墅里住着女主人的一个朋友，家里有一个卧床的老人，一直雇不到保姆照顾。今天老人有些发烧，碰巧女主人的朋友要出去参加一个重要会议，不能回去。老人又不能一个人在家，所以想请娅克妮去照看一天。放下