

HARVARD

新时代领导阶层
的“孙子兵法”



首部世界企业风云
人物管理百科巨著

世界经营管理大师 全集

SHIJIIE JINGYINGGUANLI DASHI QUANJI

世界经营管理大师全集

侯书森 白泽生 主编

(上)

当代世界出版社

图书在版编目(CIP)数据

世界经营管理大师全集/侯书森,白泽生主编-北京:
当代世界出版社,1998.4
ISBN 7-80115-121-8

I. 世… II. ①侯…②白… III. 企业管理-经验-世界
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 06788 号

当代世界出版社出版发行

(北京复兴路 4 号)

邮政编码 100860

新华书店经销

北京密云印刷厂印刷

开本:787×1092毫米 1/16

字数:2600千字 印张:158

1998年4月第1版 1998年4月第1次印刷

印数:1—3000册

ISBN 7-80115-121-8/F·10

定价:660.00元

《世界经营管理大师全集》

编委会

总策划 赖咏

主编 侯书森 白泽生

副主编 张孝高 胡似 宛小东

常务编委 (以姓氏笔划为序)

王云标	白泽生	田源	田佳禾	刘可欣
邓在虹	刘秀玲	孙竹	李晓东	肖宗祺
单玲	宛小东	张立辉	张孝高	张健农
周德田	胡似	俞梅红	郑永彪	侯诗云
侯书森	陆大平	高志勇	黄秉杰	欧阳中根

序 言

每一个时代都会产生属于自己的时代大师。

本书所展示的，是近两百年来显赫于经济领域的经营管理大师。

有人崇拜叱咤军事战场的英雄，然而，那些驰骋于经济“战场”，为人类创造了巨额财富的经营管理大师，更值得人们尊重。

经营管理是一种神秘莫测的魔术，更是一种高超的智慧。世界上许多著名企业的成功无一不归功于经营管理大师的智慧。市场竞争的激烈与无情，决不亚于军事战场上的两军对峙。如果经营者没有超群的智慧，那就必将折戟于“商海”。所以说，经营管理是一种智慧，一种艺术，一种精神和气质，而不是资本，不是关系和权柄。君不见有白手起家而青云直上者，有坐食祖荫而穷途末路者；有目不识丁而富甲天下者，有学富五车而终身潦倒者。那些真正意义上的经营大师，其智慧和思想，总是令人倾倒，发人深思。

本书选取了近两百年来，百位具有世界级影响的各国经营管理大师。他们来自钢铁、石油、化工、军火、飞机、汽车制造、航运、计算机、电子、通讯、房地产、报纸、广播、旅游、餐饮、食品、服装、商业等数十个行业，他们在他们的时代执世界同行业之牛耳，或者其企业在世界大企业排行榜上赫赫有名。他们都以自己的杰出成就影响了世界经济，不负企业巨头和经营管理大师之盛名。

本书不是一般的企业家传记之类的图书，而是透过那些经营管理大师的经营管理活动，重点阐述与介绍他们的经营管理思想与哲学、经营管理方法与谋略，以期引起广大读者的思考与借鉴。文章采取的是夹叙夹议的方式，将理性的分析与具体生动的叙述结合起来。我们以为，这样做，更利于读者的阅读和从中获得裨益。

本书在生动地描述经营管理大师们的经营活动的同时，详尽分析了天时、地利、人和等多种因素对经营管理大师们成功的影响。尤其着重以人为核心，从人物的性格因素与智力因素诸方面探讨他的成功的原因。从这些经营管理大师们的经历中我们可以找到成就一番大业所必不可少的品质、个性与能力。

例如，做大事的雄心壮志、缜密的思维、超群的预见力与想象力、承担巨大压力的勇气与魄力、把握机遇的能力、有价值的冒险精神、出众的人际交往能力等等。本书集中描述了经营管理大师们事业发展中最关键的决策及其果敢的行动，剖析了其智力与勇气交相辉映的详尽过程。

综合这些成就大业的经营管理大师们一生的经历，我们可以看到如下一些共同闪光的东西。

——他们都是胸怀大志、目光长远的人。对于他们来说，金钱固然重要，但同时也是成就大业的手段和工具。对于大业的终生向往，使他们永不停步，不断攀登事业的高峰。那些眼里只有金钱知足偷安的人，也许会成为一个比较有钱的人，但成就不了大业。

——历史性的重大机遇总是罕见般地出现，成功的大师对这些巨大的机遇，总是有着超常的敏感，并不惜代价把握这个机遇，成功了，所以成了世界上别人无法替代的人。

——敢于冒险的巨大的魄力与缜密的头脑相结合。鲁夫莽汉也许能喧赫一时，但事业肯定难以长久；小聪明小算计的人能够维持一个小的家当，却不能把它发展为大事业。

——善于用人，把发现和重用人才作为经营管理的第一要务。真正地重用人才，调动每一个员工的工作积极性，是这些经营管理大师的事业得已长足发展的根本保证。

以上的概括并不全面，凡用心阅读本书的读者，都将会有自己的心得。

我们编写这本书的目的，是将他献给当代中国的企业家和经营者。

中国是一个需要经营管理大师的国度。虽然我们已经拥有了不少富有成就的经营者，也有了一些世界级的经营管理大师，然而，数量毕竟太少了，与我们的泱泱大国很不相称。

当今的中国，正处于一个前所未有的充满着希望和不断涌现出机会的时代，是经营者大显身手的时代。拿破仑说：“不想当元帅的士兵不是好士兵。”但愿我国的每一位经营者都有志于成为世界级的经营管理大师。

我们用这部《世界经营管理大师全集》奉献给有志于成为世界级经营管理大师的人们，希望他们能从这部书中吸取有益的精神力量，用他人之经验，创造出自己的辉煌。

《世界经营管理大师全集》编委会
一九九八年三月

总 目 录

石油大王——约翰·洛克菲勒	(1)
一、择机而动，抓住了机遇就是抓住了金钱	(2)
二、稳打稳扎，奉行“先行者无厚利”的信条	(4)
三、控制！扩张！追求独霸市场	(6)
四、坚强有力的同伴是事业成功的基石	(11)
五、从竞争对手中挑选最有生存力的强者	(14)
石油皇帝——保罗·盖蒂	(18)
一、勇于叛逆，求异创新	(21)
二、生意就是动“头脑”	(26)
三、一旦看准了机遇，就应当当机立断	(31)
四、将利润分享与精打细算绝妙地结合在一起	(36)
钢铁巨头——安德鲁·卡内基	(42)
一、抓住机遇：由贫民走向亿万富豪	(43)
二、钢铁风格：做事果断，雷厉风行	(50)
三、密切注意成本，就不用担心利润	(55)
四、以进为退，战胜强大对手	(56)
五、不断地学习，插上成功的翅膀	(58)
汽车大王——亨利·福特	(61)
一、目光紧盯住普通大众	(63)
二、创立“福特生产方法”	(69)
三、让员工分享公司的利润	(76)
四、给杰出人才以“股票特权”	(87)
汽车奇人——李·艾柯卡	(91)
一、推销有法，奇招百出	(92)

二、创制新车，尽展辉煌	(100)
三、勇敢面对被解聘的挫折	(110)
四、经营绝招，度过难关	(117)
外交商业家——阿曼德·哈默	(126)
一、敢想敢为，敢冒常人不敢冒的风险	(127)
二、见鱼即撒网，点石即成金	(138)
三、“不需将兵，但需将将”：投资风险极大的石油领域	(143)
四、以政促商：从克里姆林宫至紫禁城	(150)
五、人弃我取，出奇制胜	(152)
寻呼帝王——保罗·高尔文	(155)
一、以敏锐的目光洞察商业机遇	(156)
二、执着地维护商业信誉	(163)
三、从经营挫折中吸取教训	(166)
四、以超人的胆魄采取超人的营销方式	(174)
五、精心发现和培养人才	(176)
波音帝王——爱德华·波音	(182)
一、一个“人”字组成了波音飞机的双翼	(183)
二、用绝招赢得竞争，占有市场	(187)
三、以出色的公关展示波音的美好形象	(191)
飞机大王——霍华德·休斯	(196)
一、以远大的战略眼光选择最有前途的事业	(197)
二、以生命作赌，执着地追求既定的目标	(206)
三、独具慧眼，甄选人才	(217)
娱乐大王——沃尔特·迪斯尼	(222)
一、力排众议，用童心营建乐园	(223)
二、用丰富的想象力征服世界	(227)
三、在逆境中执着地追求事业的成功	(238)
四、敢冒风险，追求永恒	(247)

五、开拓创新，永远立于不败之地	(252)
六、很少当面夸奖别人，不欣赏自我表现的人	(257)
军火大王——杜邦家族	(262)
一、官商结合，参与政治发横财	(263)
二、创新求变，适应时代的变化图发展	(271)
三、兼并与收购：建立庞大的化工帝国	(273)
四、世界企业：杜邦的宏伟蓝图	(278)
五、形象设计，良好的形象就是巨额资本	(280)
六、天才经营与家族的凝聚力	(282)
旅店之王——唐拉德·希尔顿	(285)
一、永远充满着梦想：事业成功的基石	(285)
二、直面勇对商业难关，永不屈服	(293)
三、充分利用每一寸空间来赚取利润	(299)
四、不断拓展新的盈利空间	(301)
五、运用团队精神管理旅店	(305)
六、“最大价值”管理法	(306)
麦当劳之星——雷·克罗克	(312)
一、连锁经营，从一走向无限	(313)
二、稳步发展，追求完美	(317)
三、广告轰炸，让每个人都知道麦当劳	(324)
四、谋划全球，走向世界	(328)
可口可乐之父——阿萨·坎德勒	(331)
一、奋发图强，让自己成为老板	(332)
二、发展壮大，让全世界都喝可口可乐	(336)
零售商大王——萨姆·沃尔顿	(343)
一、竭尽全力，不断扩张	(344)
二、出色的经营，需要打破一切规则	(357)

商界奇才——吉诺·鲍洛奇	(369)
一、紧紧把握顾客的心理	(369)
二、眼光独特，出奇制胜	(380)
三、用人秘诀：按需选才	(393)
四、整体行销，开放管理	(396)
五、企业文化的市场魅力	(400)
《福布斯》巨子——马孔·福布斯	(403)
一、把商场当作游戏来玩	(404)
二、脑袋比钱袋更充实	(410)
媒体天才——特德·特纳	(419)
一、冒险独断，别出心裁	(420)
二、“永不放弃，我们就不会输”	(434)
华尔街领袖——约翰·摩根	(442)
一、冒险+投机：摩根一步登天	(442)
二、直面挑战：天堑变通途	(446)
三、志存高远：创建“摩根化体制”	(454)
四、独占鳌头：由铁路大王到钢铁大王	(459)
银行巨头——安德鲁·梅隆	(466)
一、时代弄潮，投资石油和铝业	(468)
二、谨慎投资，多角化经营	(478)
金融巨头——阿马迪·贾尼尼	(486)
一、无息贷款：天才般的设想	(487)
二、面向大众开办银行	(498)
三、变相收购，建立意大利银行分行体系	(495)
四、依靠大众的信任摆脱困境	(504)
股市巨无霸——沃伦·巴菲特	(510)
一、只对优质企业的股票投资	(512)

二、搏击股市：巴费特定理	(517)
三、投资箴言：巴费特的忠告	(527)
股票天使——彼得·林奇	(533)
一、不要相信理论家	(534)
二、彼得·林奇的法则	(538)
三、注重调查研究：林奇成功的奥妙	(545)
四、股市投资的经验：对投资者的忠告	(548)
金融杀手——乔治·索罗斯	(558)
一、见微知著，根据相关事物的变化在股市上寻“金”	(559)
二、善于预测，从美元贬值中大赚一笔	(567)
三、精于分析，从英镑、日元、比索的盛衰中获利	(573)
四、从泰铢入手，扫荡东南亚	(585)
金融奇才——杰姆·罗杰斯	(594)
一、关心政治更甚于关心股市	(595)
二、“除非确实可为，否则什么事也不做”	(602)
三、把赌注押在整个国家上	(606)
四、向股民忠告：只按照自己所理解的行事	(610)
惠普之魂——帕卡德	(614)
一、创业必须创新，技术必须高人一筹	(617)
二、努力满足顾客的需要	(623)
三、让职工都成为公司的主人	(626)
四、“走动式管理”和“开放式管理”	(632)
计算机巨头——约翰·沃森二世	(640)
一、尊重个人，通过人来提高生产力	(641)
二、“服务，服务……还要更多的服务”	(648)
三、旺盛的生命力来自追求卓越	(654)
小型电脑之父——王安	(661)
一、将中国人的稳健与美国人的冒险精神融汇在一起	(662)

二、推陈出新：以领先同行的产品奉献顾客	(667)
三、博士 + 电脑 = 王安公司	(672)
四、用广告的魔力穿透市场	(679)
五、以“铁钳计划”开拓市场	(684)
软件巨头——王嘉廉	(690)
一、抓住千载难逢的机遇，寻找市场的支点	(691)
二、以兼并与收购扩大企业规模	(693)
三、与强手联盟，力避两强相争	(697)
四、营造和谐的公司氛围	(699)
五、以独特的方式开发人才资源	(706)
六、放眼世界，占领亚洲	(711)
软件皇帝——比尔·盖茨	(715)
一、不断创新，永争第一	(716)
二、勇于竞争，善于竞争	(723)
三、以人为本，不择手段地挖掘人才	(731)
四、利用攻关、宣传等一切手段去扩大微软的知名度	(740)
哈佛巨星——保罗·萨缪尔森	(749)
一、独辟蹊径：运用数学表达经济模型	(751)
二、学术创新：建立“新古典综合”体系	(753)
三、一本被不断再版的经济学教科书	(763)
自由经济旗手——米尔顿·弗里德曼	(768)
一、为自由竞争呐喊：市场经济理论	(770)
二、用货币供给来控制经济：货币数量学说	(774)
三、向顽症宣战：通货膨胀和失业理论	(777)
哈佛精英——詹姆斯·托宾	(779)
一、远见卓识：杰出的学术思想与学识贡献	(782)
二、为国谋利：极度节省的经济学	(789)

欧洲航空巨子——科林·马歇尔	(792)
一、“把人放在首位”	(793)
二、简单而又严格的组织制度	(795)
三、经验出真知，阅历生财富	(797)
世界汽车之父——卡尔·本茨	(805)
一、走强强联盟之路	(806)
二、奔驰就是质量，以高品质征服世界	(813)
三、视产品创新为企业生命	(818)
汽车之王——乔瓦尼·阿涅利	(826)
一、要生存，就必须迎接挑战	(827)
二、“菲亚特”就是“全部高质量”	(832)
三、产品多元化，构建企业帝国	(835)
四、将触角灵活地伸向国外	(839)
赛车大王——路易·雷诺	(844)
一、掌握竞争的金钥匙	(845)
二、大系列占领大市场	(851)
三、机器人行动	(854)
四、宣传攻势，广告重炮	(858)
世界船王——亚里斯多德·奥纳西斯	(862)
一、给别人好处是为了捞取更大的好处	(863)
二、“唯一的道路就是投机取巧”	(870)
三、“我是一个创造潮流的人，而不是一个追随潮流的人”	(876)
四、能言善辩，使奥纳西斯如虎添翼	(881)
炸药之父——阿尔弗里德·诺贝尔	(892)
一、冒着“爆炸”的风险，让“爆炸”为人类服务	(894)
二、绝妙的推销法：“爆炸”表演	(903)

玻璃大王——蔡司、阿贝、朔特.....	(914)
一、寻找显微镜的“灵魂”，确立拳头产品.....	(915)
二、抓住企业的“灵魂”，占据行业制高点.....	(919)
三、开基金会之先河，创股份制之先例.....	(929)
电气巨星——维尔纳·西门子.....	(937)
一、终生对科学执着地追求.....	(938)
二、先有“人中人”，方有“王中王”.....	(944)
三、根据市场法则建立企业运营机制.....	(947)
四、目光深远，投资中国.....	(949)
油脂化学品之王——弗里茨·汉高.....	(958)
一、忠实于质量，汉高的承诺无弹性.....	(959)
二、人尽其才，汉高的用人有弹性.....	(962)
三、市场无边界，汉高的合作高弹性.....	(966)
时装帝王——皮尔·卡丹.....	(977)
一、勤奋、认真和智慧：成功的源泉.....	(978)
二、求新与开拓.....	(983)
三、让时装走向大众.....	(985)
四、跳出时装的光环.....	(993)
五、执法兰西文明的两大牛耳.....	(996)
六、到中国去！以敏锐的目光率先发现中国市场.....	(1007)
时装香水女王——卡布里尔·夏内尔.....	(1010)
一、永不满足，积极同命运抗争.....	(1010)
二、“大众急缺的就是我要创造的”.....	(1015)
三、营造名牌，征服世界.....	(1019)
四、“我属于夏内尔事业”.....	(1020)
五、爱心是时装的生命.....	(1022)
美容皇后——罗蒂克·安妮塔.....	(1026)
一、标新立异：绿色+家庭小店.....	(1027)

二、登陆美国，把美容推向世界·····	(1038)
三、用心灵的沟通来创造精神利润·····	(1051)
四、教育：让员工享受心灵的沐浴·····	(1057)
股市天才——安德烈·米耶 ·····	(1062)
一、收购、重组！做资本营运大师·····	(1062)
二、获利变现，永不会输·····	(1071)
三、螳螂捕蝉，黄雀在后·····	(1073)
经济学巨人——亚当·斯密 ·····	(1077)
一、《国富论》所创造的辉煌·····	(1080)
二、对后世产生巨大影响的经济思想·····	(1092)
经济学巨子——大卫·李嘉图 ·····	(1099)
一、光明磊落地赚钱：早年投身于证券交易业·····	(1101)
二、构建经济学大厦：政治经济学思想体系·····	(1103)
三、满怀政治抱负：议会改革的先驱·····	(1117)
人口学大师——托马斯·马尔萨斯 ·····	(1123)
一、警世之言：人类将面临着“人口爆炸”·····	(1125)
二、历史被他不幸言中：人口问题困扰着人类·····	(1137)
被误解的大师——弗里德里希·李斯特 ·····	(1139)
一、为了德国摆脱落后，鼓吹发展工业·····	(1140)
二、悲剧性复活的李斯特体系·····	(1147)
科学巨人——约瑟夫·熊彼特 ·····	(1154)
一、恢宏的理论经济学体系·····	(1156)
二、对经济大萧条的独到见解·····	(1165)
三、致力于经济分析史的研究·····	(1168)
救世大师——约翰·凯恩斯 ·····	(1172)
一、给经济萧条切诊：凯恩斯早期的经济思想·····	(1177)

二、为经济危机开方：凯恩斯革命	(1182)
经济学皇后——琼·罗宾逊	(1191)
一、一鸣惊人：不完全竞争理论	(1192)
二、融汇贯通：反传统，求创新	(1196)
三、剑桥之争：追求“真理”	(1201)
汽车巨子——丰田英二	(1206)
一、在挑战中求生存	(1207)
二、颇富传奇色彩的丰田产销策略	(1227)
三、洞烛先机，丰田的决策秘诀	(1239)
四、视创新为企业的生命	(1243)
五、永不满足，视满足为人生的一大敌	(1248)
摩托车大王——本田宗一郎	(1254)
一、用技术服务人类	(1255)
二、用服务获得顾客	(1268)
三、用爱心赢得人才	(1277)
三菱之父——岩崎弥太郎	(1291)
一、政商结合，发战争横财	(1294)
二、在不可胜的条件下求胜	(1297)
三、三菱王国成功的秘诀	(1305)
四、三菱之魂：日本式经营	(1312)
经营之神——松下幸之助	(1315)
一、在荆棘道路上，唯有信念和忍耐才能开辟康庄大道	(1317)
二、责权区分：建立分权组织制度	(1334)
三、造物之前，要先造就人才	(1342)
四、奉行“自来水哲学”	(1351)
五、精神物化：松下的精神法则	(1357)
东芝之王——土光敏夫	(1367)
一、成功的关键：60年坚韧不拔	(1369)