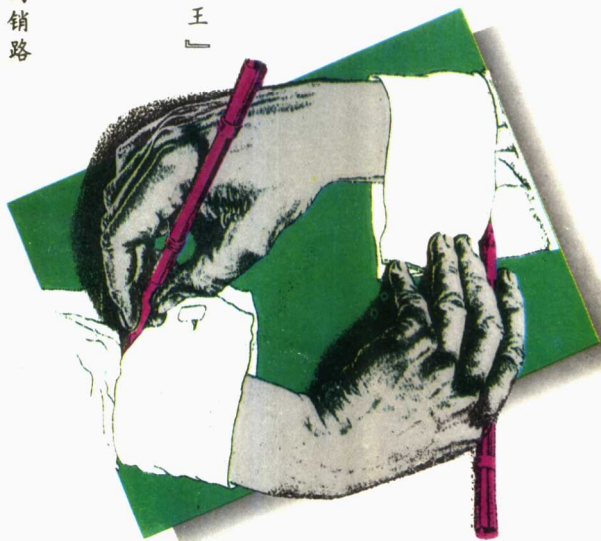


白领丛书 ● 经营人生之辑 祁汉堂

# 大亨闪亮事

复旦大学出版社

敢吃蝗虫的『豆芽大王』  
淘沙获巨利  
一线值万金  
逾越适当主义  
从洗衣匠到银行家  
以赠刀架打开刀片的销路



到别人认为一无所获的地方去赚钱  
方法就是世界  
燃起消费者的欲望之火  
提价也是竞争  
上上之人  
靠发脾气发

F279.1

12

领丛

人生之

邵汉堂



# 大亨闪亮事

复旦大学出版社

**(沪)新登字 202 号**

|             |            |
|-------------|------------|
| <b>责任编辑</b> | <b>夏德元</b> |
| <b>电脑编辑</b> | <b>胡淑钧</b> |
| <b>装帧设计</b> | <b>孙 曙</b> |
| <b>插 图</b>  | <b>张忠民</b> |

**大 亨 闪 亮 事**

**祁汉堂**

**复旦大学出版社出版**

**(上海国权路 579 号)**

**新华书店上海发行所发行 复旦大学印刷厂印刷**

**开本 787×960 1/32 印张 9 字数 150,000**

**1994 年 9 月第 1 版 1994 年 9 月第 1 次印刷**

**印数 1—10,000**

**ISBN7-309-01387-5/F·312**

**定价: 6.80 元**

## 内 容 提 要

本书为《白领丛书·经营人生之辑》中的一种，撷取世界各国 100 余位成功企业家即“大亨”们成名前后的一些闪光之举，记录了他们在危机关头起死回生或在大萧条中出奇制胜的生动事迹，是大亨们在市场经济的大海中搏击的创造性范例。

全书故事精彩，文笔生动，议论恰到好处，是各类学校管理、公关专业师生的教学参考书，亦可供企业领导者和管理人员阅读借鉴。

# 成功人生经营魂

## (代序)

松下幸之助说过：“凡有人类活动的地方，就有‘经营’。”“国家需要经营，家庭需要经营，一个人要完成人生目标，也需要经营。”

在我看来，经营人生的要义就是一个人在走向成功的过程中不断地迎接一连串的挑战。这是一个充满艰辛和坎坷的过程，也是一个充满刺激和兴奋的过程。懦弱者因此而畏葸不前，勇敢者则因此而豪情万丈！

放眼当今中国，市场经济的大潮波澜壮阔、汹涌澎湃，改革开放的政策已经深入人心、不可逆转。“天高任鸟飞，海阔凭鱼跃。”现代化建设的伟大事业呼唤着一切有为之士放马驰骋、脱颖而出，竞相谱写有声有色的人生诗篇。

《大亨闪亮事》、《大亨御人术》、《经营金钥匙》、《白领成功路》和《白领沼泽地》这五本书正是为一切立志成功地经营自己人生的有为之士

而编写的。

这五本书介绍的主要是一些经济发达国家的企业家和经营者白手起家、知人善任、事业成功、发财致富的具体经验。五本书共 595 个篇目，一篇一个人生哲理、一种处世之道、一项成功创意、一门经营诀窍；内容包罗万象，涉及各行各业，启迪性强，颇有参考和借鉴价值。

在大亨们看似神奇的人生历程背后，到底蕴藏着哪些生命规则？作为一个成功的大亨，何以能开拓出如此辉煌、壮丽的人生之路？希望《大亨闪亮事》能向你提供一些答案。

一个篱笆三个桩，一个好汉三个帮。古往今来，成功的大亨们无不在用人上倾尽全力。虽然我们可以列举出无数的“御人术”，但是，在读了《大亨御人术》以后，一个聪明的大亨应该知道，倘若对人缺乏透彻的理解，那么所有的五花八门的“御人术”是帮不了你什么忙的。在用人问题上，“开发人心”实在是比什么都重要的事情。

对市场的预测如何做到“知己知彼”、“百战不殆”，对商品的销售如何做到“人无我有、人有我好、人好我廉”，对谈判的掌握如何做到“有理、有利、有节”，都是经营需要研究的课题。经营

是一门艺术，艺术创作必须以人为本体，商场上的经营亦如此，它一刻也离不开对消费者的研究。因此，《经营金钥匙》的开启对象仍然是人；还有，我们不应该把“赚钱”看作最终的目标，而只能把它看作衡量“成功”的一种尺度。百年之后，松下幸之助的家产或许都没有了，但全世界有多少人因为买了他的家电，而使生活变得更方便？他是赚了大钱，但是他自觉地认识到赚钱是一个副产品，说到底不过是服务社会的一种途径而已。

通往成功的道路并没有固定的模式，也并非只有大人物才能云开见日。读了《白领成功路》以后希望你能说，书中的这些事情我都能做，那么你就应该完全有自信：我也会成功！让我们为自己树立一个目标吧，就从现在做起，并且决不轻言放弃。

成功不仅要靠学识与智慧；而且需要能力与经验。学识与智慧可以从书本阅读中吸取，但能力与经验却只能从实践中去积累。无数的事实表明，通往成功的这一段“好汉坡”，往往是崎岖不平的，随时有可能陷入泥泞的“沼泽地”。然而，一个人终其一生不能花太多宝贵的时间去尝试错误，否则那将是一种无谓的浪费，学习别人的经

验、吸取他人的教训，才是成功的捷径。作者希望你一起百折不挠地往前走，更希望《白领沼泽地》能够有助于我们在通往成功的路上避开一块又一块的“沼泽地”。

作者认为，大亨也好，白领也好，都不是与生俱来、一成不变的。书中有很多的例子告诉我们，不少今天的大亨都有常人难以想象的辛酸的昨天；而所谓的“大亨闪亮事”绝大多数并不是在他们成了大亨以后才做的，恰恰相反，正是因为他们还在还不是大亨的时候，做了比常人更多的“闪亮事”以后才成为“大亨”的。

同理，所谓的“白领沼泽地”也不是单单针对“白领”而言的，每一个希望踏上“成功路”的人，包括已经成功的“大亨”在内，都要警惕自己在不经意之中误入“沼泽地”。这是不言而喻的。

你今天可以不是大亨，甚至不是白领，但是，你的明天呢？谁敢预言你的未来？基于上述认识，作者在编写这五本书的时候没有过分注重“大亨”和“白领”的区别，而是把编写的重心放在通过一个个生动的故事来向读者提供尽可能多的经验和教训。相信这些经验和教训会有助于广大读者，尤其是风华正茂的青少年，经营好自己的人生。



你可以把这五本书放在随手就可以拿到的地方，有空的时候就拿出其中的一本来翻翻。因为书中讲述的都是一些相互独立的小故事，所以你不必从头读起。还有，导致成功或者失败的原因实在太复杂了，没有什么人能够拿出所有的答案来迎接人生不断提出的挑战；况且，别人的成功经验不一定完全适合于你。因此你不要把这五本书中提出的观点或建议看作是可以在任何场合下以任何代价去奉行的不变的教条。

作者在编写这五本书的过程中，除了动用了平时在教学过程中积累的资料以外，还参阅了国内外大量的报刊书籍。在此基础上，作者摒弃了干巴巴的说教、荟萃了活生生的事例，抱着“他山之石，可以攻玉”的信念，企望从别人的经验教训中，给读者一点启示，这也是撰写这五本书的宗旨。

复旦大学出版社社长张德明先生、副总编辑高若海先生、责任编辑夏德元先生、电脑编辑胡淑钧女士，还有《解放日报》的记者胡劲军先生、复旦大学新闻学院的研究生黎瑞刚先生和作者一起就这五本书的编写工作进行了专题研讨。特别值得一提的是已经毕业的我的学生和朋友季胜君先生，他在资料搜集、文字校对等方面做了

大量的工作。我的学生和朋友蔡勇、程俊慧和黄华等人也为这五本书的文字校对做了一些工作。谨在此一并致以衷心的感谢！

祁汉堂

1993年9月15日

## 目 录

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 奥纳西斯：到别人认为一无所获的地方<br>去赚钱 ..... | 1  |
| 横内佑一郎：三寸不烂舌，背水一战心 .....        | 4  |
| 牟其中：方法就是世界 .....               | 6  |
| 本田宗一郎：政经首脑人物一律不请 .....         | 10 |
| 约翰逊：于无声处听惊雷 .....              | 13 |
| 伍洛：使经营方式适应形势的变化 .....          | 16 |
| 希尔顿：领导世界饭店新潮流 .....            | 18 |
| 威尔逊：风景这边独好 .....               | 21 |
| 柯尔：退一步，进两步 .....               | 24 |
| 大野耐一：打破砂锅问到底 .....             | 28 |
| 麦西：败军之将，可以言勇 .....             | 30 |
| 土光敏夫：以诚动人，以情动人 .....           | 32 |
| 吉拉德：销售始于售后 .....               | 34 |
| 道弥尔：提价也是竞争 .....               | 36 |
| 哈默：你无法扔掉的样品 .....              | 39 |
| 梅考科：机器不好，赔偿一切损失 .....          | 41 |
| 普罗克特：燃起消费者的欲望之火 .....          | 44 |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 霍金斯：并非一心为了赚钱 .....            | 47 |
| 巴滕：市场终归是青年人的 .....            | 50 |
| 郝英志：宣传产品不惜重金 .....            | 53 |
| 艾科卡：高岸为谷，深谷为陵 .....           | 55 |
| 藤吉郎：变不可能为可能 .....             | 58 |
| 桥本雄介：渴望工作的人生 .....            | 62 |
| 大泽隆介：买卖二手货 .....              | 64 |
| 大川进一郎：价格灵活调整 .....            | 66 |
| 青木泰树：变无用的信息为有用的情报 .....       | 68 |
| 住友公庄：外行比专家强 .....             | 70 |
| 吉川隆：使家教企业化 .....              | 72 |
| 神田：经营银行有创意 .....              | 74 |
| 条井正雄：一文不名的大老板 .....           | 76 |
| 霍尔曼：人比产品更重要 .....             | 79 |
| 土光敏夫：上上之人，下下之屋 .....          | 82 |
| 吉威特：临阵布下智囊团，投标站起<br>常胜军 ..... | 85 |
| 浅野总一郎：善用任何事物 .....            | 87 |
| 李普曼：靠发脾气发财 .....              | 89 |
| 岩崎弥太郎：刻苦耐劳，防微杜渐 .....         | 91 |
| 早川德次：世上没有苦命人 .....            | 93 |
| 包玉刚：宁可少赚钱，也不去冒险 .....         | 95 |
| 谭振樵：让绿豆芽畅销加拿大 .....           | 98 |

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 艾科卡：追赶时代潮流的“野马” .....        | 100 |
| 佛勒：莫以利小而不为 .....             | 102 |
| 市村清：再试一次 .....               | 105 |
| 鸟井信治郎：赤玉葡萄酒 .....            | 108 |
| 河村瑞贤：靠捡拾废物发家 .....           | 110 |
| 拉斐萨托：银行大王始于一根针 .....         | 112 |
| 藤井林右卫门：在国内学外国的新技术 .....      | 113 |
| 盛田昭夫：拒绝大批订户的索尼 .....         | 115 |
| 本田宗一郎：积极进取赚大钱 .....          | 117 |
| 石田退三：柳暗花明又一村 .....           | 119 |
| 古河市兵卫：忍耐即是成功之路 .....         | 123 |
| 田村武男：搜集资料、贩卖信息 .....         | 126 |
| 小池国三：做生意成功的第一要素是<br>诚实 ..... | 128 |
| 小山：向奥纳西斯看齐 .....             | 130 |
| 井植岁男：把眼光放远、放大 .....          | 134 |
| 桶口俊夫：神通广大的三角商法 .....         | 138 |
| 金梧中：眼睛向外看 .....              | 141 |
| 贝特杰：从推销员到百万富翁 .....          | 144 |
| 中松义郎：爱迪生之后 .....             | 146 |
| 金字春：先送报，后收费 .....            | 148 |
| 松下幸之助：在我们公司里有许多总裁 .....      | 150 |
| 刘文汉：靠一句话发财 .....             | 153 |

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 伍德鲁夫：让全世界的人都喝可口可乐 | 156 |
| 克洛克：应变能力          | 158 |
| 马克斯：从一便士货摊到超级市场   | 160 |
| 汤姆·赫林：改善经营渡危机     | 163 |
| 奎山炳：拾遗补缺闯市场       | 166 |
| 帕特尔：走“非正统”的创业之路   | 170 |
| 和田一夫：世界的八佰伴       | 172 |
| 萨奇兄弟：小鱼吃大鱼        | 174 |
| 梅塔格：雇员精干出质量       | 177 |
| 洛维格：巧妙融资成伟业       | 180 |
| 林恩：发行股票筹资金        | 184 |
| 霍英东：淘沙获巨利         | 187 |
| 布瓦拉纳：传统产品也能制胜     | 189 |
| 鬼冢嘉八郎：从产品缺点中寻找财富  | 191 |
| 佛勒：登门推销有诀窍        | 194 |
| 威尔逊：为汽车旅游者服务      | 196 |
| 约翰逊：免费试用有奇效       | 198 |
| 哈格尔：必须当天回复用户来信    | 201 |
| 比尔：赚钱你们赚，赔钱我来赔    | 203 |
| 利维：理解、尊重和爱护科技人才   | 205 |
| 兰德：科学带来了巨大的财富     | 212 |
| 北田光男：失败乃成功之母      | 216 |
| 斯泰恩梅茨：一线值万金       | 218 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 亨利·福特：我相信会成功 .....            | 219 |
| 西撒：在丽思没有办不到的事 .....           | 221 |
| 本田宗一郎：骑本田车的人都是最正派的<br>人 ..... | 225 |
| 胡佛：将真空吸尘器推向市场 .....           | 227 |
| 利普敦：奇招迭出搞促销 .....             | 230 |
| 希尔顿：天才不相信终局 .....             | 233 |
| 金宇中：逾越适当主义 .....              | 235 |
| 斯莱特：全身长满生意眼 .....             | 237 |
| 哈伊曼：擦皮鞋，交朋友，做生意 .....         | 239 |
| 黄仲元：从洗衣匠到银行家 .....            | 241 |
| 鲍洛奇：敢吃蝗虫的“豆芽大王” .....         | 244 |
| 盖帝：成功没有神秘的公式 .....            | 248 |
| 亨利·福特：首创“利润分享制” .....         | 251 |
| 尤伯罗斯：敢做不可能做到的事 .....          | 254 |
| 谢建良：从自身做起的汽车大王 .....          | 261 |
| 皮尔·盖伦哈马：别出心裁的改革家 .....        | 263 |
| 吉列：以赠刀架打开刀片的销路 .....          | 266 |
| 特朗普：敢于想象，留有余地 .....           | 268 |

## 奥纳西斯：

到别人认为一无所获的地方  
去赚钱

**闻**名于世的希腊船王奥纳西斯，曾经是流落在阿根廷布宜诺斯艾利斯的穷小子。命运之神对他不乏苛刻，但也似乎特别宠爱他。他干过人们所不愿干的电报公司的焊接工，经营过许多人所不愿涉足的烟草生意。正是因为他善于经营那些别人不愿经营的业务，使他步入了企业家的行列。

一场空前的经济灾难，把他的事业推向了空前的繁荣。1929年发生在世界范围内的经济危机，把阿根廷经济推入黑不见底的深渊：工厂倒闭，工人失业，民生凋敝，百业萧条。海上运输业也在劫难逃，首当其冲。奥纳西斯得知，加拿大国营铁路公司为了渡过危机，准备拍卖产业，其中六艘货船，10年前价值200万美元，如今仅以每艘2万美元的价格拍卖。他像猎鹰发现猎物一样，极为神速地前往加拿大商谈这笔生意。



这一反常举止令同行们瞠目结舌，海运业空前萧条，1931年的海运量仅为1928年的35%，老牌海运企业家们避之犹恐不及，奥纳西斯在这样的情况下投资于海上运输，无异于将钞票白白抛入大海。许多人规劝他，好心的朋友们甚至认为他丧失了理智。其实，这种担心是多余的。奥纳西斯当然不会眼睁睁地去做赔本的买卖。他清醒地看到，经济的复苏和高涨终将代替眼前的萧条，危机一旦过去，物价就会从暴跌变为暴涨。如果能乘机买下便宜物，价格回升之后再抛出去，定能赚到可观的利润。海运业虽暂受冲击，也会随着经济的振兴，必将重新获得它应有的价值。奥纳西斯谢绝了同事和朋友们善意的劝阻，一意孤行，果断地将这些船只全部买下。果然不出所料，神奇的机会来临了。经济危机过后，海运业的回升和振兴居各行业前列，奥纳西斯从加拿大购买的那些船只，一夜之间身价陡增。他一跃成为海上霸主，大量财富源源不断地流入腰包，他的资产成几倍、几十倍地激增。1945年，他跨入希腊海运巨头的行列，又一位希腊船王从此宣告诞生。

奥纳西斯的发迹，看似眼花缭乱，扑朔迷离，不可思议。其实，在他偶然成功的背后，支