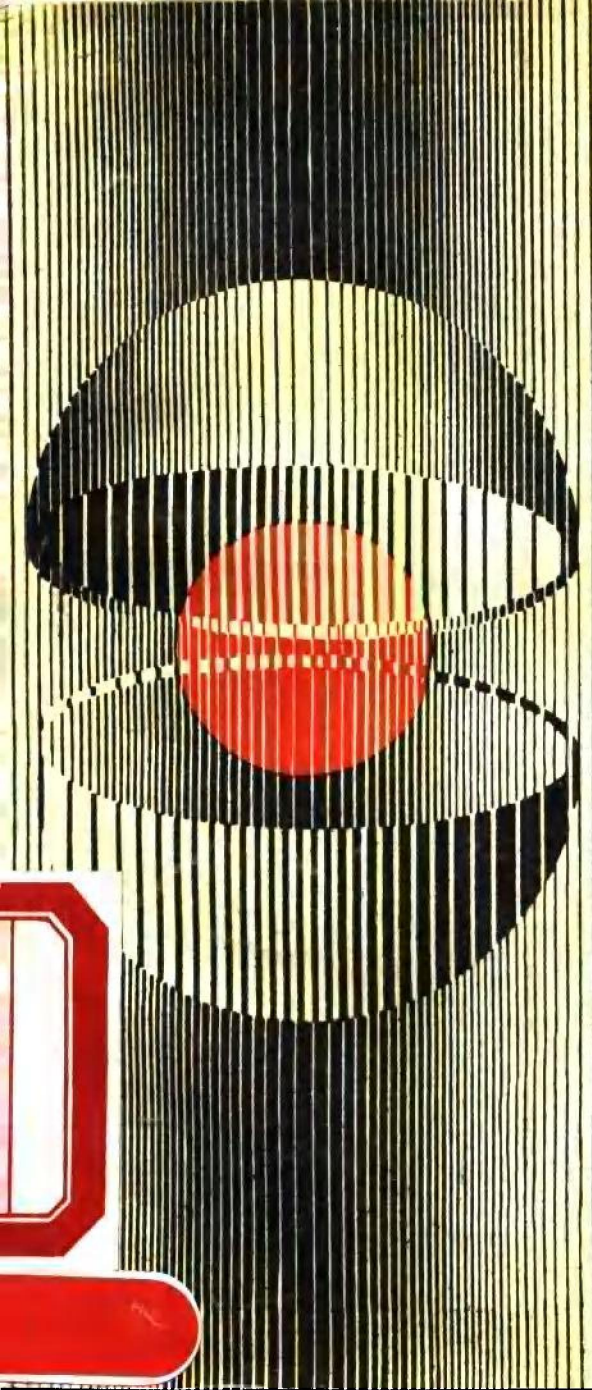




当代成功智慧录

● 汪仲华 汪耀华 编著

● 上海人民出版社

当代成功智慧录

● 汪仲华 汪耀华 编著

责任编辑 任余红
封面装帧 沈永康

当代成功智慧录

汪仲华 汪耀华编著

上海人民出版社出版、发行

(上海绍兴路54号)

新华书店上海发行所经销 上海群众印刷厂印刷

开本 787×960 1/32 印张 7 插页 2 字数 118,000

1990年8月第1版 1990年8月第1次印刷

印数 1—10,000

ISBN 7-208-00891-4/G·151

定价: 2.45 元

前 言

人人期待着幸运之神降临；人人向往着学识渊博，事业顺遂，财产富足，家庭美满……

然而人间的事总不那么一如人愿。幸运之神似乎不怎么可亲可近：或云泥两隐，躲匿在虚无飘渺的仙山琼阁；或“来也匆匆，去也匆匆”，倏忽之际令人结交无缘；或“千呼万唤始出来”，姗姗来迟却已叫伊“憔悴损”……有人说幸运之神并没有闲着，它日夜驾驭马车，在空冥中逡巡往复；它对世人永无青白眼之分，也绝不施舍无道，在赐福祉于人的同时只不过也需要稍许的回报——你的努力。

机会属于时刻准备着的人，无论在稍纵即逝或长久寻觅之中。只有那些胼手胝足、辛勤劳作的人，那些善于运用智慧、动脑动口同时又动手的人，以及那些不畏艰难、愈挫愈奋，始终不改初衷的人，才有资格、有可能获得幸运之神的褒扬、眷顾和赏赐。

我们敬佩那些能牢牢抓住机会的成功者，也希望能有更多的人走进成功者的行列，为此，我们总想做点什么。

我们曾经编译了《当代管理箴言录》，为的是以当代世界杰出管理家的经验之谈给读者在走向成功的道路上以创业和人生的启示，而今天我们向读者奉献的这本《当代成功智慧录》可以说是出于同样的心愿。我们想通过一些海外人士成功的实例来激励读者一种追求，一种跃跃欲试的劲头；一种不安现状、寻求完善的奋发精神；从而启迪和诱发出读者潜藏着的智慧和力量。这本书中的近百则智慧录，都是以生动浅近的小故事记载的，但我们以为这并不减弱那些成功者的智慧的光芒，反而更加贴近读者的生活，使人感到那些成功的智慧奇妙高明但绝不是高不可攀的，信心和灵感会由此而生。

我们真诚地希望每个人都能如愿以偿，也乐意帮助每个有志者到达自己既定的目标。我们的意图是否能达到，这只能由读者来评判，但我们确是这样努力的。

作 者

1989年10月

目 录

聪 明 人

小沃森的“贡献”.....	[3]
安东伯爵守业：出新不推陈.....	[6]
贝内德蒂先生成功的秘密.....	[9]
巧克力大王和他的仙人掌.....	[12]
“塞因斯伯里”的保证.....	[15]
“福雄”的“王牌”.....	[17]
井植岁男的“金矿”.....	[19]
盛田昭夫不再酿酒.....	[22]
安藤百福的方便面.....	[24]
山本先生的“哈里斯”口香糖.....	[27]
女实业家的“孚斯特”系列帆船.....	[29]
宫崎先生的“食用纸片”.....	[31]
让·潘的“绿色黄金”.....	[33]
深泽清纯的助燃剂.....	[35]
郎利士的“夏威夷热浪太阳油”.....	[37]
青年罗杰的男用戒指.....	[40]
考拉和他的显像管.....	[42]

艾比和她的新式厕所·····	[45]
药剂师变成清洁剂大王·····	[47]
“单打一”的山田老板·····	[50]
“寄人篱下”的百万富翁·····	[52]
从一个衣架走向成功的铃木静幸·····	[54]
玛丽·凯在迟暮之年当上了百万富翁·····	[56]
尚学禄轻松裕如当阔佬·····	[58]
章立人自信信人，老板越做越大·····	[60]
从三、五美分小生意起家的亿万富翁·····	[62]
使用刀叉的“筷子王”·····	[65]
瑞士鲁班德梅斯特拉尔·····	[67]
古稀老人发明月球仪·····	[70]
十一岁男孩的小盘算·····	[72]
教书匠独具生意眼·····	[74]
穷画家一怒之下发大财·····	[76]
长泽君独辟蹊径做“小”发大·····	[78]
见村善三“借鸡生蛋”白手起家·····	[80]
小职员改革狮王牌牙刷·····	[82]
打字员单调乏味中萌发创意·····	[84]
巴察钓来三千万美元·····	[86]
荣地查兰被鼻鼾吵醒之后·····	[88]
重松富生处处留心发大财·····	[90]
富安宏雄病中也有鸿运来·····	[93]
长谷川“歪打正着”创新棋·····	[95]
大野君巧捉蟑螂也发财·····	[97]

“亚德兰”假发赛黄金	[99]
王安拿到五十万专利金之后	[101]
“保不住饭碗”的托马斯和二千家餐馆 ...	[103]
“到别人认为一无所获的地方去赚钱” ...	[105]

聪 明 事

可以更换鞋底的阿迪达斯足球鞋	[111]
“神奇的”紫色棉被	[113]
抢手货：高千穗峰空气和富士山清水	[115]
电扇是怎样走出黑色的	[117]
大受欢迎的斑点苹果	[119]
五千日元一杯的咖啡	[121]
异想天开的“婴儿酒家”	[123]
别出心裁的餐厅影院	[125]
新婚祝福卡	[127]
“婴儿手足印”纪念框	[129]
用纸做成的衣服和家具	[131]
汽车上的商店	[133]
“断崖攀登场”	[136]
流动美容院	[138]
“基辛格联合咨询公司”	[140]
“寻宝”游乐园	[142]
“白兰地”大战“威士忌”	[144]
预铸房屋顶上的大象	[146]

新车展示会上的“魔法光线器”	[148]
各显神通的汽车广告	[150]
形形色色的旅游	[152]
图书推销新招术	[155]
有趣的书广告	[157]
“哈罗斯疯狂大减价”	[159]
许瓦滋玩具店“欢迎九十岁以下的 孩子们”	[161]
红巨星开时装店	[164]
《妇女图片报》，一棵摇钱树	[166]
“倘若您看不到富士山顶.....”	[169]
S小姐的口红套	[171]
名利双收的“现代老人亲乐会”	[173]
牛奶瓶上的蛋糕订货单	[175]
请出阎王来谋利	[177]
“假贼”击溃真贼	[179]
温泉澡洗在半空	[181]
花钱种树，其乐陶陶	[183]
“古币”新用	[185]
诊断迅速的电脑大夫	[187]
电脑妙用知多少	[189]
“替您找寻初恋时的情人”	[191]
请君入迷宫	[193]
神奇源自腐朽	[196]
制造畅销的妙计	[198]

不需本钱的生意	[200]
价值逾万的小办法	[202]
模仿亦不失为良策	[204]
“左撇子”的启示	[206]
租比卖(买)好	[208]
若要俏，租衣裳	[211]
异军突起的宠物殡葬业	[213]



聪明人

小沃森的“贡献”

托马斯·沃森从其父亲老沃森手中接替国际商用机器公司(IBM)总经理职务是在1956年,在其任职的十五年间,可以说历尽艰辛,以独特的管理——技术和推销,两者齐头并进——挫败众多的竞争对手,一举跃登计算机领域的“霸主”地位。时至今日,藉着托马斯·沃森当初的坚实基础和继任者的努力,公司的年销售额达到了五百亿美元的天文数字!

早在二次大战刚结束时,托马斯·沃森以其敏锐的判断力认为公司的看家产品穿孔卡片机的销路终会变得不景气,这种老式机械会被磁带信号输入技术所淘汰,所以必须发展电子计算机。而他第一次看到电子计算机是在宾夕法尼亚州大学,时间为1946年,他当即萌发了要将其引入商用领域的意念。当时老沃森对此既不反对但又不甚热心,事情的进展处于停滞状态。托马斯可顾不上这些,他委

托在麻省理工学院的老同学招聘工程技术人员，并开始了有关研究。五十年代初，情况有了变化，老沃森调动了财力，国际商用机器公司总算生产出了第一台电子计算机。在担任总经理之后，托马斯面临日本生产的晶体管收音机大量拥入美国市场的严峻局面，是跟上技术发展的新趋势呢，还是固执己见、一成不变地继续生产电子管类的机器呢？他当即决断：自1958年6月1日起停止生产使用电子管的机器。公司上下顿被这个果断的决策惊住了。有趣的是，托马斯买了一百个晶体管收音机，凡是有人当面对他诉说什么晶体管收音机不可靠之类的，他就从皮包里拿出一个，免费请批评者自己去使用，然后再下结论。

公司一向有着重视销售的传统，当年的老沃森本人就是个集销售天才和工业家于一身的人。公司的每个人推崇一切能推进销售的途径和方法。公司推销员受到的待遇特别优厚，包括回扣和各种优惠。即使在二次大战期间，尽管公司有相当多的人应征入伍上前线，可老沃森别有一功，许是部分出于爱国、部分出于精明，依然给每个上前线的人一份工资；隔三差五地给每人送一件汗衫或手套；圣诞节前还有一份包括食品的礼物。结果战争一结束，大部分推销员和技术精湛的工人都回到了公司。托马斯执掌公司之后，于注重推销的同时注重售后服务，积极培养技术操作人员，并在推销员和顾客中间开展

普及专业知识的工作。这些做法刺激和活跃了市场，使得公司的经营业务超越和胜过了著名的美国通用电气公司、美国无线电公司以及雷明顿·兰德等等大公司。而公司的宗旨不断得到确认和重申：为使顾客满意，宁愿跑断双腿，也不能出丝毫差错。

托马斯·沃森在变化莫测的工商界，在承继了祖辈的基业之后，不断改进工作，可以说他具备了足够的意志力、勇气、判断力，在重重因袭的阻碍面前有韧性和耐心，在推进技术革新、变更产品结构时则是不遗余力。这种洞穿迷雾、高屋建瓴的杰出能耐使他建树频频：新产品、大市场、效益、效率……而且这位沃森在人际关系上别具风格：“通过说服、道歉、经济鼓励、演讲、与下属的妻子聊天或是在某人生病或遇到意外时倍加体贴，以及种种我所能采用的手法来选拔年富力强、具有才智的人，使大家紧抱成团，让他们感到我是个富有人情味的挺不错的朋友。可以说这是我对公司的一大贡献！”

安东伯爵守业：出新不推陈

本世纪七十年代中期，著名的西德费伯—卡斯德尔公司(世界最大的铅笔公司)迎来了它的第七代继承人。具有专业训练知识又有国际商业经验的安东伯爵从纽约回到老家西德纽伦堡郊区的施泰因小镇。

这家古老的铅笔公司，诞生于1761年。安东的祖辈在二百多年的时间中，或凭着勤劳或凭着知识，创下了宏伟的基业：在西伯利亚开采石墨矿、建立工厂、使生产过程机械化、把石墨粉与粘土及水糅合在一起做成铅笔芯、规定铅笔的长度和硬度的不同等级、在世界各地设分公司及广为推销。然而事情并非一帆风顺，经历了二百年的风风雨雨，时至今日，作为家族企业的公司囿于老式管理，缺乏开拓创新精神，依赖老产品过日子；公司的前景黯淡、吉凶莫测。在此情景之下，安东可谓是身负重任，领命于生死攸关之际！

安东首先提出要把家族公司办成一家合股公司，他的九个兄弟姐妹允诺其要求，均在法律文书上签字，表示放弃对公司的一切管理权，于是他成为公司集团的唯一全权负责人，并掌握了大部分股票。大权在握、政出一门之后，他设立了由具备商业经验的人组成的顾问委员会，整顿公司的机构和人员，引进大量新的管理者。接着他着眼于产品结构的改革，关闭了亏损的工厂，削减了原有产品品种的一半。他还强调专业化生产，集中精力使公司的高级木质铅笔、机械铅笔等在世界市场上遥遥领先。在公司每年生产十亿支铅笔的同时，还推出电脑设计装置、标绘器、化妆品等新产品，拓展业务，以崭新的形象和新的经营方式、方向，生气勃勃地活跃在国际市场上。安东在扎稳营盘、屡屡取胜的同时，还未雨绸缪，认真统筹将来。他认为即使到2000年，就铅笔市场而言，木质的石墨芯铅笔以其书写容易被擦拭的优势仍将占据铅笔市场，这一点在发展中国家尤其如此；对于画家来说，几乎更是如此，没有可代替他们手中的木质铅笔的东西。只是随着时代的变化和市场的竞争，要注意的是：质量、设计、包装、清晰度等等，而这一切必须从眼前开始！

在继承与发展、守成与创新方面应付自如，频频得手，颇具进展的安东伯爵，以其年富力壮、知识全面和实际能力深孚众望，他差不多把自己的全部精力放在公司的经营上。他的管理真谛，正如他