

世界富豪成功谋略系列丛书之二

龙虎榜

晓满 晓金 编著



中国经济出版社

世界富豪成功谋略系列丛书之二

龙 虎 榜

晓满 晓金 编著

中国经济出版社

(京)新登字 079 号

内容提要

本书介绍了托马斯、海富纳、奥纳西斯、王安、坪内寿夫等二十多位世界富豪的奋斗经历、经营之道和成功谋略。通过本书,读者不仅能够领略到这些富豪们的雄才大略和创业精神,而且还能从中受到启发,学会在激烈竞争的经济社会中生存与发展的谋略本领。

责任编辑:华连斌

封面设计:庆 人

龙虎榜

晓满 晓金 编著

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街3号)

(邮政编码:100037)

各地新华书店经销

人民交通出版社印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32 7.5印张 152千字

1993年6月第1版 1993年6月第1次印刷

印数:1—15000册

ISBN7—5017—1849—0/F·1235

定价:4.50元

目 录

丰田家族	(1)
报业巨子默多克	(11)
中国食品大亨鲍洛奇	(21)
电脑奇才王安	(28)
赚钱天才丹尼尔·洛维格	(44)
希腊船王奥纳西斯	(53)
化简单为神奇的玛丽·凯·阿什	(73)
掀起股市恶浪的约瑟夫·格连维尔	(79)
富才子魅力的企业巨星阿兰·佩兰	(85)
诺贝尔的非凡道路	(95)
光华四射 宝刀不老	
——毛纺大亨曹光彪	(104)
托马斯的奇迹	(112)
风流倜傥	
——《花花公子》创始人海富纳	(119)
使你感受浪漫的人	
——度假村先驱吉尔贝·特里加诺	(126)
维克斯公司总裁普拉斯托	(133)
企业巨子林挺生	(142)
首创“廉价机票”的弗雷第·力加	(150)

人可胜天 命运之主	
——塑机大王蒋震	(158)
澳门富翁马万祺	(165)
云雀餐厅连锁店主人茅野亮	(169)
虎父虎子崔淳永	(177)
多面出击的郭氏集团	(182)
“亿年活化石”的抢救者杨海泉	(190)
日本富豪北田光男	(198)
莫道夕阳近黄昏	(204)
“领袖”的崛起	
——迈克尔·爱德华兹	(210)
迈向国际舞台	
——丰隆团董事郭芳枫	(220)
日本船业巨头坪内寿夫	(226)

丰田家族

“车到山前必有路，有路必有丰田车。”

这并非夸张，而是以精确统计的数字展示于我们面前的事实。

在日本的汽车制造业中，丰田稳坐第一把交椅，占据了将近 50% 的国内汽车市场。1981 年，丰田汽车公司出产的小车、货车和公共汽车共 320 万辆，其中有 170 万辆出口。1984 年，丰田公司以仅次于美国通用汽车公司的声势，在世界十大汽车公司中名列第二。近年来，丰田汽车在市场的占有率已达 42.2%，并且还与美国通用汽车公司合作生产汽车。

如此大的规模，正如日本经济的迅速蔓延一样，令世界震惊，令众人慨叹。这使丰田的经营者们也罩上了一层神秘的色彩。

丰田公司的经营权由丰田家族所垄断，企业各部门要职也都由家族成员担任。在当今家族企业日趋淡薄的情势中，它既没有阻碍丰田公司的发展，也没有随着企业现代化的发展而因此衰落，家族企业是丰田的一大特色。

丰田汽车公司的发展前后经历了两代人，它的创始人丰田佐吉原本是一个发明家，日本第一台木制人力织布机就是他发明的成果。1933 年，佐吉的自动纺织机械公司创办了汽车分行，这是丰田汽车公司最早的雏形。后来，丰田

佐吉的长子丰田喜一郎于1938年正式建立了丰田汽车公司，并设立了丰田的第一个汽车制造厂。经过十几年的苦心经营，他终于使丰田公司初具规模，1953年去世后，丰田英二（丰田喜一郎的堂弟）成为丰田公司的接班人。他凭着自己丰富的专业知识以及石田退三传授于他的绝招——“犹太人生意经”和“合理化经营管理”，使丰田汽车畅销世界，丰田公司成为世界级的大集团。

法国著名数学家庞加莱曾说过这样一句话：“创造就像蘑菇一样。”也就是说，要进行创造，必须像蘑菇在地表下长根一样，有一个积累的阶段。可是，如果永远处于一个积累的阶段，那就会像蘑菇只长根而不结实，最后枯死一样。不会有所创造，只好碌碌终生。丰田所创造的奇迹正是遵循了这一规律，以坚实的奋斗步伐，一步步迈向辉煌。

创业之始

要追溯丰田公司的历史，还必须从丰田佐吉谈起。

丰田佐吉于1867年出生在静冈县浜松市北的吉津村。他的父亲伊吉是一个农民，同时以出色的木工活而在附近一带知名。在佐吉连小学都没有毕业的情况下，父亲便让他学起了木工活。14岁那年，一次意外的收获使他突然增长了见识。

那天，佐吉和往常一样跟父亲到村里小学去干维修活，修理漏雨的房项。伊吉爬上校舍屋项，佐吉在下面递工具和材料。这是固定不变的父子合作的惯例，但是佐吉却突然停下了手上的工作，不管屋顶上父亲怎么叫，都没有反应，原来佐吉不知不觉被教室里传出来的话给迷住了。那是老师

正在对学生们大声说：

“既然生为一个男子汉，就要为国家、为社会有所作为，你们需要为国为公胸怀壮志，舍身为社会勤奋努力。”

不知何缘故，这些话在佐吉少年的心中激起了波澜。

佐吉生就一个勤奋好动的天才，他的每一件木工活都有自己的独到之处，因而父亲也觉的颇为骄傲。佐吉常常因创造发明而达到了痴迷的状态，好几天都把自己关在木工房内，甚至忘了自己的名字。他被周围人称作“佐吉的疯儿子”，并时常受到家人的责骂。但功夫不负有心人，年仅 23 岁的佐吉终于取得了成功，发明了日本第一台木制动力织布机。6 年后，佐吉被确认为技术员。

虽然佐吉发明了动力织布机，但在当时只是一名工匠而已，在全国并没有多大名气。一个偶然的机，三井物产公司发现了，并让他在新设立的“井桁商会”任常务技师长。此时已 30 岁的佐吉终于结束了漫长的“流浪”生活，有了自己的“安居之地”

然而，佐吉的性格很不适应团体内的工作，这种合约大约维持了 3 年就散伙了。此后，佐吉又发明了一些新式织布机，并在名古屋创立了个人经营的“丰田商会”。明治 36 年，他又完成了划时代的织布机革新计划——自动换梭装置，这一革新受到了社会的注目。值此期间正是纺织业兴盛发达时期，日本许多大纺织公司都从国内订货，“丰田商会”迅速发展起来。再加上当时日俄战争的爆发，可以说纺织业出现了前所未有的好时期。春风得意的佐吉在这一阶段达到了他事业上的鼎盛时期，其公司资本为 100 万日元，成为当时少有的一家大公司。

数年后，佐吉到美国旅游。他发现世界经济的发展已到了日新月异的程度。在进行了一番考察之后，他对下属西川说：“目前已经不是织布机的时代了，从现在起带动工业文明的将是汽车，一定是汽车。”

佐吉的确有着敏锐的判断力，以及智慧的创造力，但他作为一个商人，却缺乏果断的作风。他只创办了一家汽车分行，主要经营仍以织布机为主。可以说，丰田汽车的历史还是从丰田第二代开始的。

丰田汽车

丰田汽车的制造是从1938年开始的，它的厂址设在爱知县。因此该县现在又被称为“丰田城”

丰田公司开始生产汽车时，许多部件都依赖从美国“通用”和“福特”两汽车公司进口。生产出的全部汽车也只在国国内销售。作为丰田汽车厂的创建人丰田喜一郎，虽然同父亲一样，也不擅经商，但同样是一位不同凡响的人物。

丰田喜一郎是丰田佐吉的长子，他是一位比父亲更加古怪的人。平时总是沉默寡言，也许技术人员的气质就是这样，但在喜一郎的表情上却总是充满一种不可名状的忧虑。

喜一郎从未想过要在父亲创办的公司工作。他说，如果让他选择职业的话，他可能会选择“自由一些”的工作，但日本人注重责任，结果，对家庭的责任感取代了他想成为科学家或发明家的梦想。于是，在他大学毕业后，便开始主管丰田汽车分行。

随着汽车生产公司规模扩大，丰田喜一郎对丰田的前景充满了极乐观的信心。他建立了一整套的管理体制。起

初,的确使丰田汽车公司迅速成长了起来。但二战之后,由于喜一郎不擅理财,致使公司债台高筑,险于濒临倒闭的境地。1950年,资产只有2.1亿日元的丰田汽车公司负债总额达十亿多日元。面临此种局面,丰田喜一郎不得不引咎辞职,由丰田纺织机械公司的副总经理石田退三暂时执掌丰田汽车公司的大权。

石田退三曾是佐吉的至交儿玉一郎所推荐的人物。他可谓是商界的经营奇才,在丰田家族中一直有着举足轻重的分量。

当他被调到汽车公司后,便和公司财务部长花井正八一起四处借款,以解救公司的财政危机。经过数月的劳苦奔波,他们终于得到了中央银行名古屋分行行长高梨壮夫的支援。由于银行的全力资助,丰田公司又开始了一个新的发展历程。

经营策略的重新制定,既是赢得高梨支持的绝招,也是丰田汽车公司走向世界的一把金钥匙。石田退三所制定的经营策略的第一步是省俭经营,为此丰田获得了“小气鬼企业”之称;第二步是重新检查生产效率,扩大对生产设备的投资,以不断更新设备的方式来提高产品质量和数量;第三步是用机械人代替人力劳动,这样可使生产效率、劳动强度得到不断提高,并还可防止生产萧条时期成本费的增加。丰田公司在这一系列思想的指导下,终于走出了困境,成为日本经济效益最高的企业之一。

朝鲜战争爆发时期,日本经济出现了“短暂繁荣”。丰田汽车公司也趁机大发其财,这为丰田汽车公司今后的发展聚集了必要的资金。在丰田一切都走上发展轨道的时候,喜

一郎重新回到丰田公司执掌大权，但此时丰田公司的实权实际操纵在石田的手中。随着丰田喜一郎管理经验的日趋成熟，企业的主导地位也越来越倾向于喜一郎这边。当喜一郎的事业正达到鼎盛时期，他不幸却因病于1953年早逝，这无疑是丰田公司的一大损失。在他去逝后，石田提拔丰田英二为公司的接班人。

丰田英二是丰田喜一郎的堂弟，他毕业于东京大学工学部。他的专长是技术方面，因此石田常常有意培养他实际操作的能力。在与工人的广泛接触中，吃苦肯干的精神使他赢得了公司员工们的信任。同时又以谦虚好学的态度获取了石田的好感。与丰田喜一郎相比，丰田英二更具一个企业经营者的素质。

丰田英二成为丰田汽车工业公司最高统帅后，继续推行石田的经营战略：降低生产成本，大力提高生产力，终于使丰田汽车跻身于国际市场。几年间，他就使公司所占的国际市场的份额从大约8%提高到10%。虽然80年代日元坚挺严重影响了公司的利益，但丰田公司仍然是世界上效益最高的汽车制造商，公司存款中，现汇达110亿美元。

丰田英二象许多日本企业领导人一样，宁愿被看作是一个主持人而不愿被当作一个统治者。了解丰田公司的人说他主要是根据意见一致来确定经营方案的，果断力是他的经营特色。

半个世纪过去了，丰田汽车公司几经风雨，几番沉浮，在其发展过程中，创造了一整套生产、经营、销售、用人方式的管理体系，这就是现今蜚声世界经济界的“丰田方法”

“丰田方法”

丰田生产方式的缔造者是大野耐一。他所著的《丰田生产方式》在企业界颇受推崇,总结起来,共有六点。

一、“六大原则”与“七不浪费”。所谓“六大原则”就是:不把不良产品送给后段工序;密切地配合后段工序;只生产后段工序所需要的数量;生产平均化;采用微调整手段;工序要安定化、合理化。“七不浪费”包括避免过量制造的浪费,手中存款的浪费、搬运的浪费、制造次品的浪费、库存的浪费、加工过程的浪费等等。其中不制造次品和过量产品是最为关键的。采取了上述手段,丰田公司的生产成本降低了,并以最少的资本获得了最大的利润,增强了企业竞争力。目前,丰田的人均产值已达1000万日元以上,而其它企业的平均产值只有600万日元。在日本的十大企业中,丰田的总资产名列第九,员工人数名列第七,如果以纯盈利额相论,丰田企业则位居榜首,是其它企业的两倍。

二、“看板方式”。这是“丰田方法”最关键的一个环节。以前,装配工厂总是将储存数日的汽车零组件在装备线需要时才送往现场,现在改为在装配线需要时直接将零组件送到。这样就不要仓库设备,不要仓库与装配线之间的运输,不要零组件管理人员,因此降低了生产成本。这种零组件管理方式就叫“看板方式”,又称“及时化”作业。

“看板方式”是由丰田公司副总裁大野耐一推行,丰田喜一郎倡导的,前后经过了20年时间,才逐渐使其科学、完善和实用。这种方式关键不但是各原料工厂和零部件工厂分工细,而且各现场必须自我约束;现场作业人员的工作必

须依据“看板”，而非依靠指挥，生产程序绝对不能乱，要川流不息地领走产品，否则生产计划将无法实施。丰田公司实行了严格的分层管理制度，使这一方式在汽车生产中发挥出巨大的优势。其零组件仓库只有原来的五分之一，并因此每年节约达 40 亿日元。

三、产销分开。顾名思义，就是将销售公司和生产公司分开。具体措施是：将工程师等技术人才集中于生产公司，推销等人才集中于销售公司负责推销丰田汽车。由于公司分开，各行其职，销售公司可以自行决定推销方式和原则，表现了高度的灵活性和强大的活力。当然，他们之间也并不是互不过问，随着汽车市场的变动，他们常常通过调查分析，在双方董事联席会议上共同作出决定。产销分开是从 1950 年开始实施的，在实施的 3 年间，它为丰田汽车公司规模壮大起到了不可低估的作用。1982 年 7 月，为适应市场竞争的新需要，两大公司重新合并成为一家公司。灵活的管理体制体现在这一方式上可谓是尽善尽美。

四、“无债经营”。即不向银行借贷。一方面生产厂家将产品批发给销售公司，销售公司用银行的贷款和一部分期票作结算，另一方面销售公司以按月付款方式向用户推销汽车，然后用现款和用户支票作抵押，取得银行贷款。不向银行借贷可使公司没有利息负担。采取按月付款，产品就能准确地推销出去，资金周转也就大大地加快了。这是丰田公司在具有相当实力后提出的一项新的策略。

五、知人善用。不论哪一个企业，这一原则都是不言而喻的。丰田公司有两大功臣，石田退三和神谷正太郎。他们都是伴随着丰田汽车走出困境，迅速成长的重要策划人。石

田退三一直是丰田公司的幕后策划人,在50年代他曾使濒临倒闭的丰田汽车公司起死回生,因此,石田的地位在丰田家族中是举足轻重的。神谷原是美国通用汽车公司的职员,后经丰田喜一郎的邀请,任丰田汽车销售部门的董事。在丰田公司,神谷的推销才能得到了充分发挥,他提出了许多创造性的建议,如“顾客第一,经销第二,公司第三”、“需求是创造出来的,需求能创新”等等。在他任职期间,丰田汽车大规模地走向世界,并在汽车市场建立了良好的声誉。丰田喜一郎去逝后,神谷为报知遇之恩,力扶喜一郎的长子章一郎,经过多方面的培养,丰田章一郎迅速地成长起来,七十年代就担任了丰田汽车销售公司的副社长,后来又升为社长。

由此可以看出,成功的企业应该是人才聚集的地方,知人善用是通向成功之路的关键关键。

六、集思广益。丰田公司鼓励职工提建议在日本可谓是无二。它根据建议的大小程度,分设了数目可观的层次等级奖金。1976年,公司约有4.4万人提供建议46.3423万条,人均10多条。被采纳的达38.6275万条,人均8.8条。奖励的数目从500日元到10万日元不等。丰田公司非常注重挖掘人的潜能,甚至一些诸如怎样利用旧信封和短笔头的建议也予以奖励。这种方式充分调动了广大员工的积极性和创造性,它是丰田公司在现代化竞争中立于不败之地的主要因素之一。

成功之余

“人生就是奋斗!”丰田以它辉煌的成果向世人展示出

自己的价值。丰田的创业史也可说是一部日本民族的创业史,它所创造的不仅仅是一个经济奇迹,而是一个时代,一个民族凝聚力的奇迹。作家池田政次郎曾这样写道:“丰田的历史,在某种意义上可以说是日本人,尤其是‘男人们’的历史,佐吉和喜一郎以及包括配角在内的人们都是英雄好汉,他们有一股干劲,除了使命(目的)外,其余不屑一顾。把他们的热情、干劲加起来等于今天的丰田。创业大概就是这种东西的结晶!”

(李 红)

报业巨子默多克

“公民凯恩”是奥森·韦尔斯在一部同名电影中塑造的人物，他的生活原型取材于当时的报业巨子威廉·伦道夫·赫斯特。而当代美国报业大富豪默多克的帝国却比赫斯特的庞大辉煌多了，它已经超出报界，扩展到包括杂志、图书出版、联播网络和卫星电缆电视，还包括一个航空公司，一个旅馆预定服务系统，以及位于澳大利亚腹地的一个养羊牧场。他的王国覆盖大半个地球——澳大利亚、美国、英国、欧洲大陆和远东。默多克是如何取得如此巨大的成就的呢？究其原因，在于他超人的精力、毅力和他强烈的进取精神。

子承父业

默多克的父亲基恩爵士是从一个小报记者起家的。当他作为董事长掌管着澳大利亚先驱和时代周刊集团时，他期望创立一个独立的报系集团并作为遗产传给他的儿子鲁伯特。他将自己的抱负写入了遗言：

“期许昆士兰报业控股有限公司及另一经我的受托管理人认可的报业公司以执著热情坚持本人的办报理想。期许吾儿鲁伯特·默多克终生致力于造福人类的新闻事业，并经我的受托管理人之辅佐在这一领域施展宏图。”

年龄与疾病已不允许老默多克实现自己的雄心，他将

这一计划交给了当时正就读于英国牛津大学的小默多克。

默多克于 1931 年 3 月出生于墨尔本市。他在刚刚成长、羽翼还未丰满时便继承了他父亲相对微薄的遗产和宏伟的雄心壮志。然而这并不能成为妨碍他的棘手难题，因为他有着比他父亲更强的事业心，抱负和毅力。

初尝失败

默多克继承父亲的《新闻报》后，又吞并了墨尔本《新思想》周刊和《星期日时代报》。他的事业似乎已经有了起色，野心也随着财富增加而日益膨胀。很快他买下了当地电视台部分股额并开始电视网络的业务。他考察、参观各国电视台，获取了众多宝贵经验。但在阿德莱德当地，默多克在竞争中屡战屡败。他还缺乏政治经验和社会经验，没有协调好政治行动和经济行动，结果败给了对手，因此，他决定退出这狭小的领域，投身到更广阔的天地中去。

打入悉尼

默多克的先驱和时代周刊集团开始在悉尼扩张，他早就觊觎着悉尼坎伯兰报业集团，于是高价将其盘入。默多克的行动引起了亨德森的警惕，但由于经济原因，这份报纸不久就纳入默多克掌管之中。随即，默多克采取一些传统办法，企图提高报纸销量。报纸果然略有起色，他又给报纸注入了一些政治性色彩，但面临政府实行的紧缩经济政策，默多克不知就里，在纷乱的政治海洋中也是飘忽不定，时左时右，他对严肃新闻的尝试遇到了障碍。随着 1961 年澳大利亚联邦政府选举的迫近，默多克和他的竞争对手——费