

世界 华人富豪 生意经

徐德志 著

广东旅游出版社

世界华人富豪生意经

徐德志 编著

广东旅游出版社
中国·广州

图书在版编目(CIP)数据

世界华人富豪生意经/徐德志编著. - 广州:广东旅游出版社,
1996.6

ISBN 7-80521-679-7

I. 世… II. 徐… III. 企业管理-经验 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 06300 号

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路 30 号之一 邮码:510600)

肇庆新华印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开 13.5 印张 320 千字

1996 年 7 月第 1 版 1996 年 7 月第 1 次印刷

印数:1-15300 册

定价:16.50 元

前 言

几千年的世界经济竞争舞台上,强者如林,风起云涌,来去匆匆。成功与失败,辉煌与落寞,熔铸着无数经营者的拼搏与奋起,泪水与血汗。他们以胆识与心智,谋略与手腕,运筹帷幄,探索发掘,累积成丰富多彩的经商术、竞争法则。后来又经无数的经营者反复验证,去伪存真,形成了一种世界经济文化遗产。

历史已经远去,时代在不断的变迁中突飞猛进。但人类在不同时代创造出来的经营法则,依然能使后人通古鉴今,得益匪浅。纵观古今商场上,各种商术,奇招百出,风景异常,一时令人叹为“江山观止”。如靠贩卖珠宝貂皮在中世纪红极一时的俄罗斯经商术;精于倒买倒卖,赢得比较利益的印度经商术;巧于经营地毯及靠石油资源勃勃兴起的阿拉伯经商术,都曾领过时代的风骚。然而,从经营实力、经营规模、称雄时间、影响之大、竞争谋略等方面总而观之,尤其是从近代的经营

竞争状况来看,我们就会发现华人经商务、犹太经商务及日本经商务似乎更是棋高一着。请看美国金融中心华尔街,顶尖富豪中大多数是犹太人,经营银行、证券和大企业是犹太商人的拿手好戏,世人戏称犹太人的“脑袋值20亿美元”。而在当今世界各地的市场上,几乎是有人就有日本产品。一个只有1.21亿人口的国家,年出口贸易近4000亿美元。日本商务是善于改进别人产品,灵活应变适应市场的需求。我们再走进全球经济繁荣或比较繁荣的地方,几乎都可以见到华人在那里驻足经商。华人经商精于谋划,巧于运筹。白手起家,小本生意,艰苦创业,积累资本,一步一步走出一个新天地。过去,华人靠剃刀、菜刀、剪刀“三把刀”创业,今天却使用科学技术、管理技巧、决策谋略“三板斧”致富。

在人类知识的宝库中,经商之道不可或缺。它是智慧与谋略的大成。

笔者在近年曾先后出版过《日本企业经营高招》和《犹太人致富高招》两本书,现再写成《世界华人富豪生意经》一书。该书共选写了世界180位华人经商致富的经历和生意经,这些成功者绝大多数是近代的,并且绝大多数仍健在。书中有关各位企业家的身世、经历和资产财富,是根据香港《大公报》、《文汇报》、《商报》,美国的《福布斯》杂志、《商业周刊》、《时代周刊》、《生产》杂志,日本的《读卖新闻》、《钻石周刊》、《选择》杂志、《21世纪》杂志,英国的《自然》杂志,德国的《明镜》杂志,新加坡的《南洋商报》、《联合晚报》及《世界华人富豪榜》、《香港亿万富豪列传》等有关资料编写成的。

由于水平有限及资料制约,难免有疏漏之处,望读者不吝赐教。

徐德志

1996年元旦于广州

目 录

CD160/17

1、丁午寿创建玩具王国	(1)
2、丁谓的看风使舵经营术	(4)
3、丁家骏乘势发迹术	(6)
4、马陈茂靠地产致富	(8)
5、王永庆以人致胜术	(10)
6、王嘉廉调查出真知	(13)
7、王金玉金玉满堂	(16)
8、王明星“待乏”有素	(18)
9、成败论王安	(20)
10、勤奋创业的王梓琴	(24)
11、王又曾与力霸集团	(25)
12、王金纪继承父业有方	(27)
13、王澄清善选目标市场	(29)
14、王玉云以政促商	(31)
15、不畏失败的毛宗宏	(32)
16、方木山当机立断致富	(34)
17、方新道从当学徒起家	(36)
18、邓文福在开拓中求发展	(38)
19、丘细见以诚实发家	(40)
20、政商学兼容的尹衍梁	(41)

21、冯景禧父子创业史	(43)
22、叶松根的多样化发展术	(46)
23、叶永松辞官闯商场	(47)
24、叶应禄从船王到报王	(49)
25、叶焕荣勤劳致富有方	(51)
26、邝友良以一角钱起家	(53)
27、学而优则商的冯国经	(55)
28、孙忠利一龙数珠术	(57)
29、孙炳炎以信誉生财	(58)
30、刘銮雄的“以逸待劳”诀窍	(60)
31、刘玉波的“钻空档”经营术	(61)
32、刘耀全扩充市场有高招	(63)
33、刘文汉的商探致富法	(64)
34、刘国钧办厂有方	(66)
35、吕辛避实就虚赚钱术	(67)
36、吕志和的它石攻玉术	(68)
37、伍氏家族的“十面出兵”法	(70)
38、庄氏兄弟乘间取利术	(71)
39、关元年投石问路创业术	(73)
40、廖汉煊“集中型发展”术	(74)
41、安子介集“四家”一身	(75)
42、李兴添巧靠“大树”求发展	(77)
43、李嘉诚目光远大事业成	(78)
44、李兆峰学以致用创大业	(81)
45、李兆基的“密集型”发展策略	(83)
46、李石成的“一主多副”策略	(86)
47、李光隆知己知彼成大业	(88)

48、李木川经营有“庙算”	(90)
49、李金友的“人弃我取”术	(92)
50、李莱生的“釜底添薪”手法	(94)
51、李深静依计行事成富豪	(96)
52、李光前家族的“狡兔三窟”术	(97)
53、李文正驾驭机遇与挑战术	(99)
54、李明冶的“因机而变”策略	(102)
55、李福兆的“合兵张势”谋略	(105)
56、吴光正的进取精神	(107)
57、吴火狮父子的“爱达”模式	(109)
58、吴修齐的尽人之力之智术	(112)
59、吴耀庭的“中西合璧”管理法	(114)
60、吴舜文为妻有高招	(116)
61、吴玉音的“一体化”经营术	(119)
62、吴多福兄弟由钟表学徒起家	(121)
63、吴水阁勤奋人生	(123)
64、吴育金长风破浪会有时	(125)
65、吴钦亮的依存发展术	(127)
66、吴家熊的“三角”经营法	(130)
67、吴天恩的俭成术	(133)
68、吴奕辉坚韧不拔创事业	(135)
69、吴百福钻缝致富术	(138)
70、何国雄兄弟的连环策略	(140)
71、何日华的文治武功本领	(142)
72、何筱昆有志创大业	(145)
73、何善衡的促销战略	(148)
74、何鸿燊的组合经营术	(150)

75、何寿山的自变术·····	(153)
76、陈廷骅的审势相机术·····	(155)
77、陈启宗巧用弈棋之道·····	(158)
78、陈泽富的拓展术·····	(160)
79、陈由豪的不断开拓精神·····	(163)
80、陈氏家族固守基业原则·····	(165)
81、陈龙坚爆冷致富术·····	(168)
82、陈弼臣的集腋成裘术·····	(170)
83、陈兴勤从失败走向成功·····	(173)
84、陈如竹的整合经营策略·····	(175)
85、陈卓豪经营的四板斧·····	(178)
86、陈威峰的顺应术·····	(180)
87、陈景镇驾驭机遇·····	(184)
88、陈德树巧借他力·····	(186)
89、陈志远巧于础润张伞·····	(189)
90、陈大江扩张市场有术·····	(192)
91、陈子兴巧掌“金钥匙”·····	(195)
92、陈永裁的八足行蟹术·····	(197)
93、陈觉中的成功之母·····	(199)
94、陈少雄兄弟满足需求术·····	(201)
95、陈嘉庚的以诚致胜法·····	(204)
96、汪东发善掘内在财富·····	(207)
97、杨海泉以鳄鱼致富·····	(209)
98、张晓卿伺机发展术·····	(212)
99、张惠中的独秀经营术·····	(214)
100、张胜凯的鼎新经营术·····	(217)
101、张国安的切合需求策略·····	(219)

102、张荣发小忍成大谋	(222)
103、张建安父子各施其法	(224)
104、张锦程的稳健策略	(227)
105、苏旭明“醉翁”之意仍在酒	(230)
106、利荣森家族富甲一方	(232)
107、严名炽决策明智	(234)
108、许世勋家族赚钱有方	(237)
109、许云霞开发产品的决策	(239)
110、许让成经营裂变术	(241)
111、许寰哥家族贷款购地致富术	(244)
112、邱弘文的系列开发术	(247)
113、邱德根的“戏院大王”故事	(249)
114、邱德拨“收购”有术	(252)
115、邹文怀善借“龙”威	(254)
116、邵逸夫的回旋术	(256)
117、卢作孚的用人之道	(260)
118、沈望传以科技致富	(262)
119、沈鹏冲兄弟“借鸡下蛋”	(264)
120、林氏家族采矿兴家	(267)
121、林白家族以药水致富	(269)
122、林天杰青出于蓝胜于蓝	(271)
123、林梧桐以博彩业致富	(273)
124、林秀琼的识才用才之道	(276)
125、林文镜从运动员到商贾富豪	(279)
126、林绍良开拓事业包罗万象	(282)
127、林天喜以科学管理创大业	(285)
128、林运豪的“鸡蛋”创业法	(288)

129、林瑞荣的“微笑堂”终于微笑了	(290)
130、林建中乘时乘势致胜术	(293)
131、林思齐名利双收	(295)
132、林训明“种豆得豆”	(298)
133、林百欣的钻缝术	(300)
134、林挺生开发产品的策略	(302)
135、林堉璘科学决策赚大钱	(305)
136、罗鹰石选择目标有方	(308)
137、郑午楼拓展家业有成	(311)
138、郑有华的市场渗透策略	(313)
139、郑明如家族事业相传有术	(316)
140、郑继烈父子善拓房地产业	(318)
141、郑鸿标的“树上开花”术	(321)
142、郑年锦的营销策略	(323)
143、郑建盛巧建木材王国	(325)
144、郑少坚的任人致富术	(328)
145、郑周敏的“走为上”计策	(330)
146、郑裕彤的“借树结果”策略	(333)
147、郑翼之成为“工业大王”	(337)
148、胡应湘的卓识眼光	(339)
149、胡仙将父业发扬光大	(342)
150、胡玉麟经营管理有高招	(344)
151、骆文秀的产品定位策略	(346)
152、施至成千里之行始于足下	(349)
153、查济民的营销两极化策略	(351)
154、徐展堂的逆反经营策略	(354)
155、徐有庠的企业成长策略	(356)

156、郭得胜的得胜要素	(358)
157、郭令灿的收购合并高招	(361)
158、郭鹤年的纵横驰骋术	(364)
159、郭芳枫赤手空拳创大业	(367)
160、黄廷芳的“抛砖引玉”策略	(369)
161、黄祖耀拓展家业有方	(371)
162、黄双安化失败为成功	(373)
163、黄奕聪的“金光”放射策略	(375)
164、曾宪梓善树企业形象	(377)
165、曹文锦的迂回策略	(380)
166、梁天喜子孙政商并旺	(382)
167、经商奇才猜育·干那戌	(384)
168、读信·秦那越慧眼识市场	(386)
169、谢国民的一业为主多种经营策略	(388)
170、龚如心发扬光大夫业	(391)
171、蔡万霖主宰机遇	(393)
172、蔡万才的整合营销策略	(396)
173、蔡继有的垂直营销策略	(398)
174、蔡道行的市场区隔策略	(400)
175、彭云鹏神速致胜术	(402)
176、霍英东的风险投资胆识	(404)
177、冼笃信切入市场有良方	(407)
178、韩伟的出众农耕之谋	(410)
179、牟其中善掌机遇	(412)
180、李晓华的“人无我有”策略	(414)
181、康佳人创立“电子王国”	(416)

1、丁午寿创建玩具王国

别看小小的玩具，它已成为当今市场的一种较有发展前途的商品，全世界销售额达 400 亿美元。玩具销售量较大的国家有美国、日本、德国、英国、法国等，我国也是个大市场。

尽管玩具这行业充满着各种赚钱的机会，但没有锐利眼光的经营者则是“睫在眼前常不见”，因此而没有建树。然而，香港有位丁午寿，他就能紧紧抓着这个大好的机会，在玩具行业创出一番事业，建立起一个四海扬名的玩具王国。

讲起丁午寿先生，得从头说起，他出自坐落于香港丹拿山的开达有限公司。这家公司是他的父亲丁熊照于 40 年代创办的，当时生产一些木玩具。到 50 年代则开始制造一些塑料玩具。经过他父亲的苦心经营，到 60 年代已初具规模了。到 1968 年，丁熊照由于年事已高，身体欠佳，只好把这家工厂交由刚刚大学毕业的儿子丁午寿去管理。

如果说开达有限公司创业后的多年经营是打基础阶段，那么由丁午寿主持的 20 多年经营，则是该公司的飞跃发展时期。丁午寿接手开达公司时，公司业务年销售额未足千万港元，而到 1979 年，年销售额增至 8000 万港元；1985 年猛增至 10 亿港元；进入 90 年代后更上一层楼，每年达 50 亿港元。丁午寿是怎样开拓玩具事业的呢？

丁午寿是位有学问的人，他在大学是学习机械的，而且钻研过管理学，加上他聪明机敏，善于思考，这都有助于他的事业成功。

首先，丁午寿有锐利的眼光，他能时刻窥测到玩具市场的

发展趋势，从而确定正确的决策与谋略。他早就认识到玩具的特点是品种繁杂、更新迅速。在美国市场上，每年销售的玩具达15万种以上，而且每年有3000种以上的新品种。许多玩具看似新颖奇异，流行寿命往往仅几个星期就得脱胎换骨了。因此，作为一个玩具生产者，必须要紧跟潮流的发展，及时应变。做到边开发，边生产，边上市，边淘汰。如美国的核潜艇刚下水时，玩具核潜艇就已上市；甚至航天飞机“哥伦比亚号”还未上天，玩具航天飞机就已进入儿童世界了。又如，他还观察到，近10年来，成年人也加入了玩具消费行列了，特别是受到老年人的青睐。在西方的各种节日中，如圣诞节、情人节、复活节、感恩节、父亲节、母亲节等，均互赠玩具等礼物，以示贺庆。各种年龄层次的人们常常以玩具求得娱乐身心，调节情绪。据此，他就开发出各种相适应需求的品种，及时捕捉着各种机遇。

第二，有中西结合的管理办法。丁午寿在经营管理上既按中国传统的“重人情”做法，又吸取西方的“对事不对人”的管理手段。他认为没有什么比关心与爱护职工更能调动他们的积极性，从而提高工作效率。为此，他肯投资改善工厂的工作条件，对工作积极和成绩显著者加薪加奖。同时，他也严格要求全体职工要尽职尽责，严守厂规。厂里各部门都订明各种规章制度，人人都要遵守，令行禁止，违者绝不讲人情。这样，各部门和各岗位的工作始终运转正常，一切生产程序都能按计划完成，保证了产品的质量和交货的准时，生产成千上万个品种也不会出现张冠李戴的情况。

第三，珍视人才。别看小小的玩具，它是十分讲究科学和技术的，玩具世界可说是人类社会的缩影。人类社会发展到某个阶段，人们生活中出现的某种商品或现象，成功的玩具设计者很快会把其缩小成玩具出现于市场上。如果没有精通多方面

技术的人才和具有相当先进的机械设备，是绝对办不到的。丁午寿深明大义，他不惜重金招聘人才，并善于留住人才。早年，他的父亲虽也注重人才的招聘，但因脾气不好，与人难于相处，使部分骨干流走。丁午寿意识到本公司的致命弱点，他认为企业与企业的竞争，归根结蒂是人才的竞争。为此，他彻底克服父亲的弱点，千方百计创造一种和谐的工作环境和气氛，对员工的困难给予照顾和帮助，对员工的意见和建议予以重视，对有价值的提案给予奖励。他还坚持每年派技术人员到国外学习、考察、参观，不断提高他们的水平。这样，员工们渐渐对公司形成归属感，同时又吸引大量的有技术和有管理经验的人加盟开达公司。正是这一点，使开达公司的玩具能不断创新，跟上时代发展的步伐，生意蒸蒸日上。

第四，注重不断更新设备，推广小而专的生产方式。丁午寿认为生产的品种越专，产品质量才能越精。他将下属的厂分得较细，利于不断改革产品和款色。随着智能玩具的问世、遥控和声控玩具的生产，他引进了欧美的先进技术设备。

第五，有远见，有胆略。随着玩具业的发展，参加竞争的对手越来越多。再加上香港随着经济的发展，劳动力成本越来越高昂，制约着玩具在香港的生存和发展。丁午寿在此时刻注意到国内的改革开放的发展，认定在这方面可以大作文章。于是，他在80年代初期就回东莞、深圳等地投资设厂，把在香港生产的部分玩具移回来加工制造。由于国内劳动力费用低，又有厂房，所以他的尝试获得了成功，于是，他开始扩大在国内加工生产的规模，使开达公司在激烈的竞争中能保持高速发展，并获得了较好的效益。

2、丁谓的看风使舵经营术

丁谓是一位加拿大华人，是较年轻的企业家，1951 年出生于上海，原籍福建省福州市。7 岁时随家移居香港，在香港读完小学和中学后，到澳大利亚读大学。两年后再移迁到加拿大攻读，在多伦多大学取得了电子工程学士和硕士学位，几年后又考取了博士学位。可以说，丁谓是位学识渊博的知识分子。

到 1982 年，丁谓完成了学习后，与友人在多伦多开始从事商业经营活动，成立国际善美电子公司（International Semi-Tech Microelectronics），运用其学习到的专业知识开创自己的事业。经过 12 年的有效经营，丁谓的业务飞速发展，财源滚滚而来。据《福布斯》杂志介绍，到 1994 年为止，丁谓已拥有在加拿大上市的国际善美公司 32% 股权，另外持有善美环球公司的 42% 股权（该公司的市值为 6.2 亿美元）。总的估计，丁谓的财富已约有 12 亿美元。

丁谓为什么能在短短的 10 来年一跃而成巨富呢？概括地说，是他善于运用“看风使舵”经营术。

所谓“看风使舵术”，即相机行事，随机应变，绝不墨守陈规，铁板一块。在经营活动中，美国管理学家鲁斯·贝妮迪克特女士指出，只有善于随机应变者才能有成功的机会。她说：“日本人一旦选定某个行动方针却未能达到目的时，决不固执己见。如果某一行动归于失败，他们就会把这一既定方针当作错误主张将其丢弃。日本人就是从不执拗地坚持失败的方针，使其经营较多地获得成功。”

确实，看风使舵是企业生存之本。丁谓深明此义，在他读书时就能恰如其分地应用了。他读完中学后，曾在澳洲读大学。但他经过两年的观察后，觉得在澳洲不如在加拿大那样易于施展拳脚，毅然转学到加拿大多伦多大学。同时，他还看到当今社会的发展风向，是走向电子化电脑化。因此，他选读电子工程学，并刻苦攻读，学有所成，为今后事业开拓打下了坚实基础。

1982年他开始创业，即“看风使舵”地确定从事电脑和电子产品的开发和经营。果然，他的业务随风逐浪高，为其后来的发展积累了资金。3年后，丁谓发现北美电脑及电子行业竞争日趋激烈，不少厂家在高成本情况下以低价出售竞争。细察了这一风潮后，丁谓又及时使转航舵，把自己的生产点转移到成本较低的亚洲区去，在那里设厂加工生产，并成立善美环球公司管理这里的生产经营，从而使其成本比在加拿大生产降低了很多，提高了自己产品的竞争力，在别人面临困境之时，他却一往无前，业务不断扩大。

看风使舵要及时，更需要审时度势，把握方向，才能准确无误地达到航行目标。丁谓在电子和电脑行业已有相当规模之时，于1989年又发觉一股“风”潮，有些消费品工业由于成本增加，难以为继，不得不停产或转让股权。眼光敏锐的丁谓，此时看到全球最大的缝纫机制造商胜家（Singer）要出售其股权，经过了解和市场分析后，觉得这是个“使舵”的机会，于是，他以12.75亿港元收购了这家厂商，把它纳入善美环球集团的电脑业销售渠道，并对胜家的一些管理制度进行了适当的改革。由于胜家缝纫机是个名牌产品，在世界各地已有广阔的销售网络，再加上善美环球的个人电脑分销通道，所以丁谓一接手后，胜家就扭亏为盈了。

丁谓在“看风使舵”技巧方面达到了驾轻就熟的境地，