

CEO

最有價值的  
12位企業執行長

啟示錄

常樺◆編著

The Master of an Enterprise

展現最強執行長的  
經營手腕!

揭露頂尖企業CEO經營事業靈活多變的執行力  
企業策略轉折的成功祕方

KNOWLEDGE  
UUUUUUUUUU

# CEO啓示錄

最有價值的12位企業執行長

The Master of An Enterprise

常樺◎編著



九角文化事業有限公司  
NONAGON CULTURE CO.,LTD.

## CEO啓示錄

---

**作者** 常樺  
**出版發行** 九角文化事業有限公司  
**發行人** 陳琦男  
**地址** 台北縣220板橋市文化路一段46巷52號1樓  
**電話** (02)2969-2621  
**郵撥帳號** 19778988 九角文化事業有限公司 (郵報購買·另付一成郵資)  
**E-Mail** nonagon@seed.net.tw

**總編輯** 陳琦男  
**叢書主編** 李乘淵  
**美術編輯** 鐸奇設計

**製版印刷** 唐楷設計印刷有限公司

**總經銷** 創智文化有限公司  
**訂書專線** (02)2242-1566  
**傳真專線** (02)2242-2922

**ISBN** 957-29714-8-4  
**出版日期** 2004年8月初版  
**本書特價** 169元  
**本書曾以《企業操盤手》書名出版**

本書繁體中文版權由中國紡織出版社獨家授權出版發行

如有破損或裝訂錯誤，請寄回本公司更換  
讀者服務傳真電話 (02) 2969-2131



知  
識  
存  
摺

### 國家圖書館出版品預行編目資料

CEO啓示錄:最有價值的12位企業執行長 / 常樺編

著. -- 初版. -- 臺北縣板橋市 : 九角文化,

2004 [民93]

面: 公分

ISBN 957-29714-8-4(平裝)

1. 組織(管理) 2. 領導論

494.21

93012497

# 序言

常樺

2002年10月於京北西三旗博雅堂

這是一個需要卓越操盤手的時代，也是將產生無數大師的時代。市場競爭的全球化、科技進步的日新月異，消費需求的不斷個性化，使市場競爭日趨激烈。企業要生存乃至持續不斷發展，行銷的位置越來越發凸顯。行銷革命所帶來的衝擊，不是傳統理論所能詮釋的，尤其是在網際網路所代表的資訊技術「創造性的整合」下，改變了許多產業的市場規則，重新劃分了企業的市場版圖。

正如行銷大師科特勒所說：「今日主要經濟問題，便是全球大部分行業都面臨產能過剩的窘境，現在問題不是出在供應方面，而是在需求方面，在全球化、資訊科技、網際網路所帶來的市場變化的革命性衝擊下，**要贏得顧客的青睞，更需要對市場範圍，做出更準確的定位。**」因此，行銷人員必須具備全新的行銷觀念和能力，並且要讓行銷在公司中占主導地位。

行銷是資訊時代建立競爭優勢的重要法門，是企業策略管理的先鋒，只有找出市場機會、規劃更多元的行銷策略，才能在市場中不斷成功。

以行銷為基礎的行銷革命，正成為領導全球經濟潮流的主導力量，同時，隨著網

際網路的廣泛應用，使企業可以充分地利用資訊技術來提高效率，增強競爭力，更使全球行銷成爲可能，行銷震撼了全球行銷界，目前正在以多種方式影響全球的各行各業。聚焦行銷，相約成功，從而見證成功者行銷的智慧與魄力。

加入WTO，列強環視，亞洲的許多企業如不肯在行銷上下功夫，結局將是非常危險的。行銷的核心是以客戶爲中心，透過與每個客戶的互動對話，與客戶逐一建立持久牢固的「雙贏」關係，這將是企業發展中的重中之重！

「企業操盤手」是指在行銷領域擁有巨大成就而爲廣大大行銷人員所景仰的偉大人物。他們對行業和市場的影響重大，他們所開創的成果遠遠超越了大多數同行的能力，他們比別人更堅強、更實效、更富有想像力，他們認準目標後勇往直前、鏗而不捨、嘔心瀝血、毫不畏懼，他們對人們的讚譽或責難毫不計較。

卓越操盤手們對時機的卓越把握來自於他們對未來有準確的預見，同時，由於他們具有構想未來圖景的能力，而更具實力，他們懂得如何運用智慧去追求自己選擇的目標。操盤手的成功，靠的是敏銳的眼光和過人的勇氣，他們的人生豐富多彩、驚險離奇、波瀾起伏。他們的奮鬥史和發展史告訴我們即使是平凡的人，只要努力，也能在商業戰場中獲得輝煌的成功。

本書從世界上最成功的企業家中精選出12位卓越操盤大師，從中發掘隱藏其事業中的行銷智慧，在這些卓越操盤手中有直銷天才戴爾、世界首富比爾蓋茲、電器巨人盛田昭夫、塑膠大王王永慶等，從他們的行銷智慧中，我們可以看到每一項具有革命性的行銷活動，都是由敏銳的眼光、果敢的手段、超強的市場意識所組成。他們所體現的不是小韜略，而是人生的大智慧，如果你有志於打開人生的財富通道，就沒有絲毫理由拒絕這些世界上最成功的行銷智慧。

行銷活動是需要不斷學習的實踐藝術，同時也需要從行銷大師的成功案例中汲取營養，既是大師，必有大師的超人之處，他們靠的是超人的毅力、超人的勤奮、超人的眼光、超人的智慧，大師的行銷之道，對廣大行銷員所具有的啓示、激勵作用，無論怎麼估價，都不為過。

本書記錄了卓越操盤手對行銷的真知灼見，更以生動的語言娓娓道來，使行銷人員聆聽妙音，耳目一新，深受啓迪。同時，它也告訴人們，卓越操盤手的成功之路，也可以成爲每一個平凡的行銷人員的成功之路，請相信，與大師保持零距離，能讓你成就最偉大的事業。

## 第一章 軟體大帝——比爾·蓋茲

15

不久的一天，人們終將會發現自己已生活在一種連做夢都沒有想到的舒適和方便之中，但條件是必須在此之前向比爾·蓋茲皇帝的微軟帝國申請簽證。

## 第二章 直銷天才——麥克·戴爾

35

麥克·戴爾發明了一種全世界都想模仿的商業模式，獲得了極大的成功，他成功的關鍵在於對自己長處的瞭解，並擁有改變傳統的堅強勇氣。

## 第三章 總裁偶像——傑克·威爾奇

57

威爾奇透過把奇異建設得既龐大、靈活又頗具贏利能力而改寫了



管理學的教科書。人們尊敬傑克，是因為他在奇異所做的一切，在傑克之前，我們認為，奇異也是又大又好，但不是巨無霸。

## 第四章 藍色巨人——湯瑪斯·沃森

85

企業精神是無人堪與匹敵的，沒有任何企業會像IBM公司這樣給世界經濟和人類生活方式帶來和將要帶來如此巨大的影響。比爾·蓋茲也不得不承認：IBM才是電腦行業的真正霸王，畢竟是它一手栽培了我。

## 第五章 速食霸主——雷·克洛克

107

世界上雖然有不同的飲食文化，但能夠化為一門生意而行銷全球的，自然非要讓麥當勞來做一代霸主不可，而開創這一宏圖偉業的正是速食之父雷·克洛克。

## 第六章 可樂之王——羅伯特·伍德拉夫

127

可口可樂自一八八六年問世以來，到現在已有一百多年的歷史了。它之所以能在世界各地暢銷不衰，一個重要原因就是出了

幾個雄才大略的領導人，而使可口可樂成爲國際飲料的功臣者，首當其衝應推羅伯特·伍德拉夫。

## 第七章 運動鞋王——菲爾·奈特

147

行銷的最高境界是品牌經營，「耐吉」品牌的最成功之處是讓運動與成就感同產品融為一體，擁有「耐吉」者會有超強成功感，這就是品牌的力量。

## 第八章 安麗之父——理查·狄維士

171

狄維士提供的不只是一個關於成功的觀點，而是一項關於成功的人生規劃，一項實際可行的規劃，一項已被證實的規劃，而正是這項規劃造就他成爲美國富豪之一，這項規劃使安麗成爲當前偉大的成功人士之一，這項規劃給遍佈世界各地的人們以財富上的報償，並使他們美夢成真，這是一項可以用在你身上起到一定作用的人生規劃。

## 第九章 媒體大亨——魯伯特·默多克

193

默多克是一個終生追求夢想，並圍繞夢想著而奮鬥的人，他以令人難以置信的精力和毅力開創了世界上最龐大、最有勢力的媒體集團。

## 第十章 電器巨頭——盛田昭夫

209

盛田昭夫創造了一個世界名牌「新力」，作為一個企業家的後代，他從小受到了良好的教育，然而這絕不是他成功的主要因素，他的成功來自於他那「為人類幸福和社會發展做貢獻」的信念。

## 第十一章 西武統帥——堤義明

231

堤義明是集創業與守業於一身的第二代企業家，他身上所特有的那種「帝王」素質，如果處在古代，他就能成為中國唐太宗那樣的盛世明君。

## 第十二章 塑膠之王——王永慶

249

創建一番偉大事業，並非是難以實現的夢想，即便是一個普普通通的農家子弟，只要努力打拚，也能取得輝煌的成功，如一代塑膠大王王永慶。













KNOWLEDGE  
||| ||| ||| ||| ||| ||| |||

# CEO啓示錄

最有價值的12位企業執行長

The Master of An Enterprise

常樺◎編著