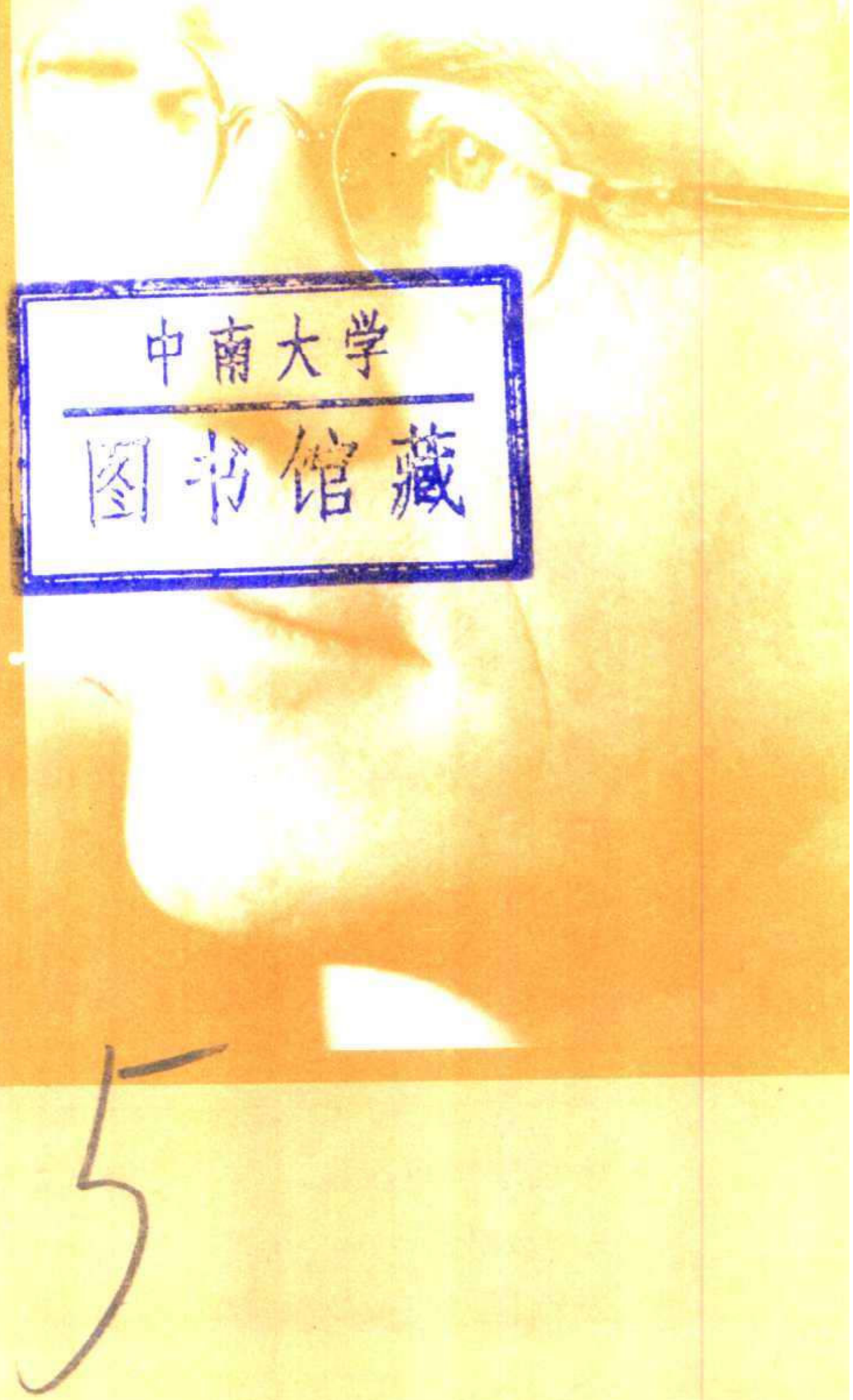
0980779

世界上最成功的50个经营智慧

方军/编著

中国华侨出版社



中南大学
图书馆藏

需要全本请访问 www.ertongbook.com

前　　言

在这个竞争日益的时代，各个企业都面临着生死抉择的问题，这是因为残酷的竞争法则导致的。

美国著名的管理学家杜拉克曾说过这样一段话：“ 在我们很多的人的观念中，经营仅多半是凭一点小智慧、小技巧就能够完成的；殊不知经营是一项全方位的智能活动！在世界经营史上，我们发现这样一个最基本、简单的道理——那些最成功的经营智慧都源于商海中的实战，每一个实战都浓缩着不同智慧的力量。因此，世界上最成功的经营智慧是相当难能可贵的，是我们的一笔精神财富，我们应当把他们摆在我们的案头好好加以琢磨和研究。”

杜拉克先生的观点非常精妙，他正说出了我们经常忽略的事实——总以为自己的经营智慧是世界上最好的，要超过所有的人，因此，常凭一点小聪明去赚一点小钱。但是，另外一种事实告诉我们：一个个财富巨人，总是在不时的诞生！在这些财富巨人的身上，我们看到不是小智慧而是大智慧——尽管这些智慧古今有别、东西不同，但是都说明了只有真正拥有世界上最成功的智慧，你才能成为财富的巨人！

财富是经营的结果，经营是财富的手段。在这样一个互为

因果的关系中，我们注定不能够抛弃世界上最成功的智慧——例如日本服务业巨富堤义明曾经说过：“经营是一门智慧的艺术，它充满灵性，是各种手段的综合应用。”再如美国铁路大王斯坦福试图通过控制对手实力的办法，来达到自己经营的目的。斯坦福深谙赚钱之道，他喜欢操纵对手，把对手的实力变成自己能力的一部分。另外他在整一个经营过程中，非常注重计划性和投资的准确性。因此斯坦福是一个非常成功的融资和投资专家，正因为如此，他完成了美国运输史上最重要的创举。

也许，经营的本质就是智慧的感悟：日本的肉馅面包大王藤田发现，犹太人经商，只将商品分成两种：“女人”和“嘴巴”。按照犹太人的观点：男人工作赚钱，女人使用男人赚的钱。所谓“嘴巴”生意，就是“经营用嘴巴的生意”。凡是经营用嘴巴的生意，一定会赚钱，因为这些“入嘴”的东西当天就被消费而变成废弃物，甚至是数小时后，又需要同类的“入口”的东西。而这个原则日复一日，年复一年不会改变。

瞧！这个小小的发现确是大的赚钱——他是从生活中挖掘出来的经营之智。相比之下，你我可能忽略的就太多了。那么你该怎么办呢？很简单，就是从世界上最成功的经营智慧开始补课吧！

我们用全新的视觉去观察那些另人心动的一个个影响世界的经营个案，广泛收集了他们在实战中表现出来的一个个令人兴奋不已的智慧，编辑成了这本很有价值的书籍，希望我们能够一起很好地完成这一课！

祝你早日成为一个财富高手或财富巨人！

目　　录

第一篇：经营是实力的较量

1．强化独立运作的能力

【报业泰斗—格里利】 ……（3）

格里利的《论坛报》在这些方面的表现，受到了读者的欢迎，也带来了报纸的迅速成功。据说，当时在美国有些地区，“《论坛报》是当作‘仅次于《圣经》’来读的”。

2．让别人和自己一起搏击风险

【风险债券大王—密尔肯】 ……（11）

迈克·密尔肯首先是其伟大杰作的创造者。他的位置就在经纪大厅，负责高利风险债券市场的工作班子。他必须清晨五点半到达办公室，六点半准时与纽约同时开张营业。在市场营业时间，密尔肯一概不接待来访客人。他的脑子不能容忍哪怕几分钟的开小差。因此，

他常常在清晨五点钟就开始安排商务方面的约谈。他的位置仿佛已经钉死在自己的伟大发明上面，永远固定在那些与市场连网的电子计算机的后面。

3．把人才看作是公司最重要的财富

【零售业巨头——冈田卓也】 ……（17）

冈田单没有因为钱而放弃经商的原则，而是始终把维护商业信誉放在第一位，坚决顶住尔虞我诈的不良社会风潮，坚持低价销售、诚实经商，凭着良心、优秀的商德进行着惨淡经营。

4．绝不让别人击败自己

【企业界骄子—中植熏】 ……（23）

天有不测风云，产品研制成功不久，还未投产，便传来英国胡佛公司制造了一种新型的喷流式洗衣机，以旋涡状水流取代靠搅伴叶旋转洗涤的方式，不仅去污力强，而且对衣物磨损较小。这个消息无疑使井植薰前功尽弃。但是他并不气馁，面对挫折勇往直前，以更大的热情投入了喷流式洗衣机的研制。

第二篇：经营是一种胜算

5．快速变更新经营谋略和手段

【电梯之神—奥蒂斯】 ……（31）

升降机的高额利润很快就吸引了一大批仿效者。为了

需要全本请访问 www.ertongbook.com

在竞争中取胜，奥蒂斯兄弟利用自己在该行业中的领先地位，不断地推出新产品。

6．从经营自己的智慧开始突破

【华人金融大亨—蔡志勇】 ……（36）

在美国久负盛名的美国容器公司也深深地吸引了蔡志勇，这里财力雄厚，有更多的机会施展自己的才能。况且，把联合麦迪逊公司卖给美国容器公司自己还可以赚上一亿多美元。

7．紧盯产品市场，改换经营方式

【工业巨头—罗伊·卡弗】……（41）

卡弗深信这种耐磨翻新轮胎会受到美国用户的欢迎，就买下了班达格工艺在北美的专利权。1957年12月，他在马斯卡廷镇创办了班达格公司。四年后，伯恩哈德·诺瓦克去世时，卡弗又购买了这种新技术在全世界的专利权。

8．站在时代前列进行创业

【杂志界巨子—卢斯】 ……（45）

《时代》周刊最初是根据几十份报纸的新闻编写而成的，它在发刊词中说过，将客观公正地处理新闻，不设社论页，不写文章来佐证任何特定事件；并宣称其宗旨主要在于使“忙人”能够充分了解世界大事。

9．上帝派来的金融使者

【理财魔术师——沃尔克】 ……（53）

1987年，沃尔克离开联储后，人们才感觉到沃尔克当政的8年对美国经济的贡献，就像其中一个职员所说的，“感谢上帝，过去的8年幸亏有了他。每每想到如果这些年没有他在联储，我们的经济将会是怎样一幅图景，我便不寒而颤。”

10．“无一物中无尽藏”

【百货巨商——禾田一夫】……（62）

面对强有力的竞争对手，禾田一夫认真总结经验教训，他想起在热海艰苦创业时期自己为争取顾客时所做的种种努力。那时，取得顾客的制胜法宝是价格——明码实价，质量——食品的保鲜程度和可口程度，服务——顾客永远是第一位重要的。

11．让别人获利，自己也能获利

【报业巨头—正力松太郎】……（71）

为了扩大《读卖新闻》的影响，正力便以报社的名义举办棒球比赛，并邀请美　国著名的职业棒球队来日本，同日本的巨人队进行比赛。这一活动使得《读卖新闻》名声大振，因为巨人队是日本有史以来的第一支职业棒球队，是棒球运动——这一最受广大日本群众喜爱的活动的先驱，拥有1千万以上的观众。

12．薄利多销，快速周转

【零售业巨商—中内功】……（77）

“大荣誓词”为构筑大荣公司“精神大厦”打下了三根“基础桩”：（1）通过自己的工作，为顾客提供高质量的生活服务；（2）真实诚恳，为不断提供物美价廉的商品而劳动；（3）热爱顾客，热爱商店，努力不已。这些誓词便是中内功平时信念的结晶。

13．经营是一门充满灵性的艺术

【服务业富翁—堤义明】……（83）

关于自己的饭店业经营，堤义明说过一句相当有深意的话：“在我眼中，饭店，根本就是艺术。”回溯他在饭店业中的历史及成绩，可以说，他最有资格这样讲。

第三篇：经营是看不见的棋局

14．永不停止地创造新的通道

【超级企业家—肯·奥尔森】 ……（93）

奥尔森的名言——“承担责任”传遍了公司的每一角落，层层管理的方法被引入了新的机构。公司开始从里到外而不是自上而下地运转起来。他们需要指导，奥尔森却拒绝提供。他赞赏这样的工作格言：摔倒了，必须自己爬起来，寻找自己的路，这就是DEC公司的方式。

15．从最坏的局面奋斗出希望

【管理奇才—格林斯蒂德】 ……（107）

对于格林斯蒂德来说，公司过去的成就只是重新奋起的起点。“我的一大责任就是要确保公司兴旺20年至30年。因此，我必须为此酝酿和制定计划，采取具体行动，这意味着不仅要充实和扩大现有的企业，而且要为将来的发展播下成功的种子。”

16．为“引人入胜”而动尽脑筋

【电影业大王—迈耶】 ……（114）

迈耶是个永不满足的人，也是一个非常会作生意的人。迈耶买下米特影业公司，吸收高德文公司，组建了米高梅公司，建立了庞大的制作厂，为事业的发展奠定了基础。

17．冒险的举动与无限的精力

【通用汽车公司董事长—罗杰】 ……（126）

罗杰说：“在每个成功的商人背景中，你都将找到某些重大的冒险举动。”

18．善于自我创造的方式

【电脑大王—王安】 ……（136）

有不怕犯错误的冒险精神，敢于大胆进行创造的设想，又有严谨的科学态度和一套缜密的检验流程，这

就是王安获得累累发明创造硕果、王安电脑公司不断兴旺发达的秘诀。

19．坚决要兑现灵感和目的

【飞机大王——休斯】 ……（142）

体斯所提出的飞机设计数字，就是现在也是世界上最短的。日本的“盗用HI秘密设计”而由三菱重工生产的当时世界上最先进的零式战斗机，机身长度为9.10米，翼幅为11米，但其速度与上升力都是惊人的。

20．操作“坪内式经营法”

【经营雄才—坪内寿夫】 ……（149）

坪内在1955年曾经营过“主妇之家”即现在的超级市场，并且也赚了不少钱，但数年后坪内却又把它关掉了。

21．去赚“嘴巴”中的钱

【肉馅面包大王—藤田】 ……（164）

藤田发现，犹太人经商，只将商品分成两种：“女人”和“嘴巴”。按照犹太人的观点：男人工作赚钱，女人使用男人赚的钱。所谓“嘴巴”生意，就是“经营用嘴巴的生意”。凡是经营用嘴巴的生意，一定会赚钱，因为这些“入嘴”的东西当天就被消费而变成废弃物，甚至是数小时后，又需要同类的“入口”的东西。而这个原则日复一日，年复一年不会改变。

22．“把珍珠项链挂到全世界妇女的脖子上”
【珍珠大王—御木本幸吉】 ……（170）
御木本幸吉说出了后来有口皆碑的一句话：“我要让用日本珍珠串成的项链挂在全世界妇女的脖子上。”

23．占领读者的心灵
【大众报纸之王—北岩爵士】 ……（176）
北岩认为创办新型的报纸，不仅需要聘用经验丰富的一流记者及时采访报道重大事件，而且需要培养和训练一批新型的记者，所以他很重视培养记者的问题。

24．打出最厉害的一张牌
【保险业王国—劳埃德】 ……（183）
劳埃德保险商们，凭着他们的判断力和经营经验，在风险的逆境中顽强地拚搏。他们开展的业务项目越来越多，只要你想保险，没有承担不下来的。

25．“谁敢赢”游戏的目的
【报界大王—马克斯韦尔】 ……（189）
一件产品不论多么便宜，如果卖不出去，再便宜也无济于事。报纸供应的不稳定是使读者伤心的致命点。

26．只有孤注一掷，才能赢得高回报
【土地之王—霍英东】 ……（197）

需要全本请访问 www.ertongbook.com

一位外国记者在采访霍英东后写道：“……纵观他的大半生，他的所有行动和心理，都具有鲜明的各性。无霍英东所不为，无霍英东所不能为。有人称他经营房地产实在是大企业家之风度和气魄，我认为还要加上职业孤注一掷的冒险精神。”

第四篇：伸出经营之手

27．经营的三只手：争夺读者·抓住事件·金融主页

【报业奇才—班内特】 ……（209）

班内特说：“本城的商业区，没有一个工商业者不每天读《纽约先驱报》。每个银行、每个保险公司、每个交易人都买本报”，“有些银行每天早晨要买好几份《纽约先驱报》”。美国西部有好几家银行订阅《纽约先驱报》。这并非班内特自吹自擂，《纽约先驱报》的金融专栏确是美国报纸金融版的先驱。

28．敢于幻想惊世骇俗的骗局性新闻

【《太阳报》创办者戴】 ……（217）

本杰明·戴首创的街头零售法为他招徕了众多的读者。但是，为了招揽更多的读者，仅仅在内容上增加人情味和煽情性是不行的，本杰明·戴采用的方法是极为冒险的，他的《太阳报》不惜捏造人情味的假科学新闻“月球骗局”。

29．一手伸进冷门，一手伸进热门

【石油巨子—保罗·盖蒂】……（224）

要想在中东地区拉起一支独立石油公司的招牌简直是不可想象的。但盖蒂却认为：“一个人如果要在世界石油业有所作为，他就必须在中东有立足之地。”

30．明码标价与薄利多销

【百货奇才—麦西】 ……（233）

麦西对荷顿说：“这回我要办一个全美国最大最好的商店，我打算到纽约去，在那里，我一定会取得成功！”

31．垄断竞争市场的策略

【通讯业巨人——维尔】 ……（238）

为了建立美国电话电报公司至尊无上的地位，维尔在竞争中采取了限制对手的政策，当对手失去竞争能力的时候，他就以高于市场的价格购买这家公司的控制性股份，或者拿美国电话电报公司的股份与之交换，从而控制其竞争对手。

32．把奥运变成积累财富的表演舞台

【奥运聚财之王——尤伯罗斯】 ……（242）

尤伯罗斯使出浑身解数，使自己的经商才能在与奥运会有关的各项活动中得到淋漓尽致的发挥，连与奥运会有关的各项活动的场景，也成为他招财聚宝，积累

财富的表演舞台。

33．生产化妆品的搅拌机

【黑人大享——约翰逊】 ……（251）

约翰逊很快重新检查了自己的经营方式，发现自己首战不利的主要原因是产品与富勒公司雷同，没有自己的特色，而自己的产品又竞争不过富勒公司。要想使经营获得成功，只有从研制新产品入手。

34．打开网络经营的渠道

【经营怪杰——北田光男】 ……（256）

北田处理人事关系的高明，为“最佳”公司的发展开辟了一条便捷的途径。而且，北田还力尚节俭，以“金鱼缸”式的作风约束和规范全体职员的行为。

35．把触角伸向全球每一个角落

【报业鳌头——村山】 ……（263）

村山的成功还表现在他把《朝日新闻》的新闻触角伸向了全国，以至全球的每一个角落，使《朝日新闻》不仅成为一份在国内影响力巨大的报纸，而且是影响波及全球的国际大报，从而奠定了《朝日新闻》全国性大报的地位。

36．“英国工业中最卓越的斧手”

【英国纺织业救星—霍格】 ……（270）

他的这种策略正是面对未来的，是真正具有现代意义的一步。霍格说：“我们已经走过了100码中的35码，下一个35码会容易一些，尽管人们达到进行策略性管理的水平，还有一段较长的路要走。经验之路是无捷径的。”

37．控制对手的两套战术

【股市狙击手—刘銮雄】 ……（278）

自狙击“中煤”之后，刘銮雄的“香港股市狙击大王”的名气愈来愈响亮。他几次狙击都得心应手令股市为之震动，大小富豪家族既起反感，又深怀戒心，唯恐江山不保。

第五篇：成为经营巨人的策略

38．从“空隙”中找机遇

【聚财高手—梅隆】 ……（287）

安德鲁认为石油业投资虽冒风险，但只要操纵合理，也可以赚一笔大钱。

39．把机遇变成手中的财富

【假发制造业大王——刘文汉】 ……（295）

1958年，刘文汉到美国进行业务考察。一天，他同两个美国商人一块到克利弗兰市的一家餐馆共进午餐。席间，两个美国人一边吃喝，一边大谈生意经。当谈

到什么新东西可以在美国市场上大赚其钱时，其中的一个美国人说道：“ wigs（假发）”。刘文汉眼睛一亮，连忙反问一句：“ 假发？ ”那美国商人又一次肯定地回答：“ 假发！ ”说着，他拿出一个黑色假发套说，他有意购买13种不同颜色的假发。

40．善于控制对手的实力

【铁路大王——斯坦福】 ……（302）

斯坦福深谙赚钱之道，他喜欢操纵对手，把对手的实力变成自己能力的一部分。另外他在整一个经营过程中，非常注重计划性和投资的准确性。因此斯坦福是一个非常成功的融资和投资专家，正因为如此，他完成了美国运输史上最重要的创举。

41．操纵经营的致胜法则

【“ 纽约不动产之王 ”—特朗普】 ……（309）

1985年，特朗普以近1亿美元的价格买下了纽约市西区近100英亩的土地。在买下这片土地之前，他就梦想着有朝一日建造一座世界上最高的大楼。在他小时候，纽约的帝国大厦是世界上最高的建筑。后来，芝加哥的西尔斯大厦夺走了世界之最这一称号。在特朗普看来，世界之最这一称号应该属于纽约，他要为纽约城夺回这一称号。

42．善于捕捉机会，及时采取行动

【电视新闻业巨子—特纳】 ……（321）

海湾战争使CNN的事业青云直上，如日中天，它的世界声望越来越大，越来越多的人信任它，依赖它，它对世界金融、法律、经济等等都将产生深远的影响。特纳也因此成为令人瞩目的人物，在1991年初美国著名新闻杂志《时代》周刊封面人物竞选中，特纳的名字排在第一。

43．猎手三绝：抓机遇、反应快、才略高

【股市奇才—林奇】 ……（328）

林奇这位华尔街上崛起的股票巨人，在他管理麦哲伦公司的12年中，使本公司的股票价格提高了20多倍，资产已经增加到90多亿美元。正是由于他的机敏和勇气，因他的独辟蹊径与雄才大略，使得公司成了华尔街呼风唤雨的大公司、大财团。而他本人也成了美国金融投资界的佼佼者。

44．公司每个人都是经营者

【石油富商——出光佐三】 ……（337）

二次世界大战结束后，日本的石油业完全处于国际石油巨头们的控制之下，进口石油只能通过石油巨头。而出光佐三却把巨头们抛在一边，从伊朗直接购买石油，这对于石油巨头们来说，无疑是个胆大至极、狂妄无比的挑战。而这一挑战居然以出光佐三的胜利而告终，这一事件像“谜”一样震惊了日本石油业。

45．经营制度像钢铁般严实

需要全本请访问 www.ertongbook.com