



巾幗風采（三）

創
浩
編
著

目 录

“美容皇后”罗蒂克·安妮塔	1
标新立异、违背常规的个性	3
从小汉普敦走向全球的目标	20
创造精神利润	40
开创新的培训模式	50
玛丽·凯：一个晚成的女企业家。	57
晚年开创管理原则	57
开创经营新事业	62
塑造企业家形象	65
为他人创造幸福与美	68
“时装香水女王”卡布里尔·夏内尔	72
与命运做斗争	74
轰动全世界	82
把星星的美丽献给众人	88
创造事业的辉煌	90
点燃时装生命的火焰	93
与命运抗争的女人	99
义无反顾经营商业	100
开创人生辉煌历程	105
以博大胸怀向世界级富翁挑战	111
独撑一片天的吴舜文	118
雄心勃勃，奠定根基	119
从不言输，独撑一片天	121
坚定不渝，立于不败之地	127
创立辉煌业绩	131

她来到南汉普敦，乘船前往南太平洋。

过赤道，经历漫长的航程，到了久已向往的塔希提岛。安妮塔为土著女人皮肤的光滑细腻感到震惊。之后，轮船经越萨摩亚群岛、斐济、新喀里多尼亚岛驶往澳大利亚，轮船每次泊岸，安妮塔都要上岸浏览岛国风光，深入土著居民圈子里，体验一番原始生活。

安妮塔回到小汉普敦后，与身材瘦长、深沉而安静的戈登一见钟情，形如久违的知己。

1971年，戈登开始经营裱画生意，收入菲薄。夫妻俩开始经营旅馆，几经挣扎，备尝艰辛，总算立稳脚跟。接着便设想开创第二职业，经营意大利风味的健康餐馆，结果门庭冷落。但他们毫不气馁，改弦更张，改营美式汉堡包，居然旗开得胜，生意兴隆。

1976年，在一个万籁俱寂、月明星稀的晚上，安妮塔靠在戈登的肩头告诉他，她想开一家小店，是一家销售各种不同份量，装在廉价容器里的化妆品的商店。

戈登完全赞同妻子的设想，他认为零销方式确实跟商店成瓶销售不一样，可以一试。

安妮塔不愿步人后尘，她对市面上时髦的化妆品有着难以言喻的抵触情绪。她喜欢标新立异而又货真价实。

安妮塔给萌芽中的事业取了一个名，叫“美容小店”。

历经20载凄风苦雨，安妮塔当初所创设的家庭小店，如今已成为纵横全世界兀立于全球化妆品行业的一棵风格迥异的参天大树。据不完全统计，她创办的美容小店在全球45个国家拥有1000家分店，公司的员工有4000名。1992年，公司生产的天然美容化妆品，已达453万公斤。安妮塔也因此成为闻名全球的商界巨子。

成绩举世瞩目。不少人询问安妮塔成功的秘诀，他

然而，银行经理伸个懒腰往椅背上一靠，冷冰冰地说：“我们不打算贷款给你，我们现在已负债累累。”

安妮塔愣住了。她沮丧而又愤怒地回到家，悻悻地对戈登说：“我带女儿去都不能打动他，他的同情心呢？”

安妮塔感到心灰意冷，戈登却毫不气馁，他说：“我们必须按银行的游戏规则来玩，我们首先得弄一套演戏的行头。”

这样，两人去时装店购买了西装，虽然是举债度日，戈登还请了一位会计师写了一份不同凡响的可行性报告，另附有预估的损益表及一大叠文字附页。所有的材料，连同自家房产凭证，都装在一只精美的塑料卷宗夹里。

戈登和安妮塔穿着笔挺的西装，头发梳得油亮，去见安妮塔上次见的那家银行经理，戈登没说过多的话，递上了报告图表之类的文件。

银行经理匆匆看了几眼，立即签署了 4000 英镑贷款，条件是用房屋做抵押。

安妮塔明白了形象在商贸中的重要性。另外，她还懂得“沉默是金”的道理，有时说得太多太动听，适得其反。

有了资金就可以行动起来。安妮塔租屋，研制产品，装修门面。几经周折，一间风格奇特，产品新颖的家庭“美容小店”终于在 1976 年 3 月 27 日于布利顿公园 22 号正式开张营业。

丈夫戈登离家远征，安妮塔苦心经营小店，立下每周进帐 300 英镑的进项指标，才能养家糊口。她殚精竭虑，谨慎探索。经过 3 个月经营，美容小店渐渐站稳脚跟，并接着在契切斯特市由安妮塔的亲戚出资金，安妮

塔供应货源开设了首家分店，形成了连锁店的雏形。

安妮塔对生意的敏感，从小就显示出她的非凡的天资。7岁时，在班里唯她一人拥有美国口香糖和画册。她会根据供求关系左右与其他孩子的交易。而求她的人很多，一本看腻了的漫画便能换来一大堆礼品。

安妮塔从不将家里的漫画全部带来，她担心这样会泛滥而使漫画掉价，甚至烂市。她声称漫画得一个星期到一批，并预告漫画故事梗概，将小朋友的胃口吊起，翘首以盼。漫画一到，便会出现热闹的竞争场面，安妮塔按兵不动，看谁出的条件优惠，便跟谁做交易。如今，绿色美容小店的经营也充分证明了她的与众不同。

安妮塔的第一家美容小店之所以开在布利顿，因为布利顿有摄政时期古典高雅的街道与建筑，还有很多新潮的东西，同时，这里又是嬉皮士、艺术家和知识分子聚集的地方，很容易接受天然化妆品这样的新事物。

安妮塔相信自己的直觉。她在肯辛顿公园靠近市中心地带的市民区租了一间店铺，并把它漆成绿色，周围用落叶松花园栅栏围起来，以防雨水渍沥。虽然美容小店的这种所谓“独创”的著名风格，其真实缘由完全是出于无目的，但这种直觉的超前意识却是新鲜而又和谐的。

开业伊始，小店资金非常短缺，只能用最便宜的容器罐装化妆品，这种宣传品是医院里用完报废的塑料瓶子和一些其他规格的药瓶子。标签是手写的。因为没有外包装，说明书只有贴在小店里。就在小店即将开业的前一周，安妮塔收到一封律师来函，这位律师受两家殡仪馆的委托控告她，要她要么不开业，要么改变店名。原因是像“美容小店”这种花哨的店名，势必破坏附近

殡仪馆的庄严肃穆的气氛，从而影响业主的生意。

安妮塔又好气又好笑。无奈中她灵机一动，打了一个匿名电话给布利顿的《观察晚报》，声称她知道一个吸引读者扩大销路的独家新闻。黑手党经营的殡仪馆正在恫吓一个手无缚鸡之力的可怜女人——罗蒂克·安妮塔，这个女人只不过想在她丈夫准备骑马旅行探险的时候，开一家经营天然化妆品的美容小店维持生计而已。

《观察晚报》在显著的位置报道了这个新闻，不少富有同情心并仗义的读者来美容小店安慰安妮塔。因此，小店尚未开业，就在布利顿出了名。由于舆论作用，那位律师再也没有来找麻烦。

戈登在美容小店开业不久便启程远征了。

开业的最初几天，美容小店顾客盈门，热闹非凡，顾客中有女大学生、有年轻的母亲、老年妇女、各国的女性观光游客，甚至不少男士也抱着好奇心进来，看这问那，买一瓶回去送女友或妻子。

然而，戈登走后不久，一切发生了戏剧性变化，顾客渐少，生意日淡，最差时一周营业额才 130 英镑。事实上，小店一经营业，每周就必须进帐 300 英镑才能维持下去，为此安妮塔把进帐 300 英镑作为奋斗的目标和成功与否的准绳。

爱美是女人的天性。安妮塔在想，人的皮肤对化妆品的敏感程度远比舌头对食物差得多，而人们真正对天然化妆品的认可需要相对漫长的时间。在安妮塔看来，美容小店虽然别具风格，自成一体，但给顾客的刺激还远远不够，需要马上加以改进。

于是，在一个凉风习习的早晨，市民们迎着初升的太阳去肯辛顿公园，发现一个奇观：一个披着波浪发的

年轻女人沿着街道往树叶或草皮上喷洒草莓香水，清馨的香气随袅袅的晨雾，飘散得很远很远，人们驻足观看，忍不住发问，这个漂亮的女人是谁？

她，就是安妮塔——美容小店的女老板。

她要营造一条通往美容小店的馨香之路，让人们认识并爱上美容小店，闻香而来，染香而去。

她的这些非常奇特意外的举动，又一次吸引了新闻记者，上了布利顿的《观察晚报》。

不仅如此，为了扩大影响，引起人们更多的购买欲和好奇心，安妮塔请布利顿艺术学校的学生绘制促销产品的海报，并要求不断变换海报的风格。在艺术氛围浓郁的布利顿，一幅新颖别致的海报往往吸引着大批欣赏者和鉴赏家，这些鉴赏家由欣赏海报的艺术风格到关注海报的内容，往往不经意中走进店铺，点名要海报中的某种产品。

她想办法轮换着使用具有异国风味的各种香水，使香气由淡变浓，越靠近小店越浓郁，令行人不忍离去。小店内，天花板下悬挂着的一束束鲜花，散发着芬芳的花香。这一切，她尽可能做得恰到好处，自然天成。并把她在大学里学到的美容基础艺术地溶进了美容小店。

毋庸置疑，无论商界还是顾客，都渐渐认识到美容小店的独特风格，都认为安妮塔有先见之明，在美容小店呱呱落地之初，就苦心孤诣地创造着自己的风格。她不但在氛围环境上与众不同，令人耳目一新，而且她在经营艺术上也表现为绝不强行推销产品，甚至连奉劝顾客购买的话都不说，而是把化妆品如玫瑰露、可可油之类的乳液涂抹在自己的手上、脸上，然后对顾客说：“嗯，我喜欢这种气味，你要不要试试，看看它的气味怎样？”

有没有滋润的感觉？”

用免费试用这种办法来引发顾客的兴趣。如果顾客有购买意向，却又为钱犹豫不决，安妮塔会设身处地参与意见，为他们提出购买小瓶的方案，或请他们带空瓶来零买，后来她在小店自备了许多空瓶，以方便这些经济窘迫却有购买欲望的顾客。

顾客的喜好是多种多样的，对香气或浓或淡不一而论。面对顾客的种种需求，安妮塔把各种香水油放在样品碟里，有麝香、苹果花、赤素馨花、金银花、薄荷香、茉莉花香，等等。顾客根据自己的需求购买后调入他们选定的化妆品里。顾客乐此不疲，为自己的“新产品”而陶醉。

让顾客参与创造，按自己的兴趣调配自己认为理想的化妆品，这是安妮塔在化妆品界的一大发明。这一举措，使化妆品促销空前高涨。时至今日，这种作法在化妆品行业仍然非常流行。

安妮塔用心血和汗水苦心经营着她的美容小店。

1976年夏，天公作美。布利顿夏日晴空万里，雾都伦敦的游客潮水般地涌进布利顿，享受这里的明媚阳光。

越来越多的顾客光顾这家风格奇特的化妆品小店。原因是女人们穿着很暴露的衣裳在艳阳下沐浴或行走，必然需要相宜的化妆品来保养滋润她们的皮肤。安妮塔充分利用五彩缤纷的美容海报做了卓有成效的宣传，并把这些来自太平洋、热带岛国的化妆品原料产地，告诉顾客，整个夏季，美容小店的营业额与日俱增。

安妮塔此时又萌发了一个梦想：生意这么好，似乎应该在别的什么地方再开一家类似的店。

美容小店声誉鹊起，佳评如潮。

一轮明月挂在窗前，安妮塔望着似水银光，久不成眠。她想：“创业者就是梦想者和实践者。”她决心再冒一次风险，去别的地方再开办一家规模较大的美容小店。

为了这个“别的地方”，她四处考察，最后确定在契切斯特市。

契切斯特与小汉普敦的距离，差不多相当于小汉普敦与布利顿的距离，不同的是布利顿在小汉普敦的东边，契切斯特在西边。

契切斯特虽然不像布利顿那么新潮，富有时代气息，但安妮塔看中的是它与布利顿一样，都是旅游胜地。

安妮塔没请一个专业装修工人，她按照布利顿小店的风格自己动手干。她连夜钉做落叶松花园栅篱。她的一个经营旅馆的朋友油漆墙面，一个嬉皮士自愿者乒乒乓乓地做货架，油漆尚未干透，就急着搬货上架。

契切斯特的店面比布利顿大，摆完所有化妆品仍觉空空荡荡，这很可能使顾客产生萧条感。于是，安妮塔灵机一动，弄了一些工艺品、百货、书籍之类的东西来卖，尽可能琳琅满目。

不过，当时经营最成功的商品是装香水的样品滤碟。因为，有的顾客对这样精致的小碟产生了兴趣，询问在哪里买来的，他们想买回去当小摆设和装饰品，安妮塔立即感悟到这可能是一桩好买卖。随即便进了50只，标价销售，很快销售一空。后来，陆陆续续卖了几千只。这是美容小店一度形成的经营方针：什么好卖就卖什么，以改善单一销售化妆品营业额不高的状况。

安妮塔就在这种孤立无援的情况下，一年之内成功地开了两家美容小店。她深有感触地说：

“美容小店的成功有两个主要原因：第一，我不得

不在戈登离家时谋生。推动我勇往直前的基本动力就是我必须得吃饭，必须把两个孩子喂饱穿暖。无论如何必须使自己保持冲劲，以便克服任何可能发生的问题。第二，如果要成功，就必须非常热切地相信某些事情，直致梦想成真。”

一天，一个高大、黝黑、苍老、憔悴的男人突然闯进安妮塔家里。安妮塔一愣，认出是戈登，万语千言憋了一年的话哽在喉头竟吐不出。孩子认不出父亲，一脸惊吓，畏惧地躲在母亲的身后。

当戈登看到布利顿和契切斯特的美容小店后，异常高兴地说：“真不错，比我想像的还要好。”安妮塔则像孩子一样地欢欣。

戈登问：“现在，我能帮你干什么？”安妮塔只说了一句：“把化妆品装进瓶里。”

戈登把所有装瓶和贴标签的工作都移到车库去做。这项工作，是安妮塔在戈登离家时最感吃力的，安妮塔如释重负，而戈登得心应手，干得很欢，仿佛有使不完的力气。

戈登包揽了两家店面的送货，安妮塔则专司经营。他们各自找到自己的角色，随着事业的扩展，角色在不断调整中，这种互补关系，使俩人的潜力都得以充分发挥。

美容小店经营状况良好，圣威尼佛列德旅馆另有一笔数量不算多，但颇稳定的收入。他们在小汉普敦附近的拉斯丁顿买下一幢乡村小别墅，把家搬了进去。

安妮塔一直渴望拥有一幢有壁炉的房子，现在果真就有了，这种感觉，实在是太妙了！

戈登未能成为探险英雄而名垂史册，但他却做了幕

后英雄——辅佐美容小店成为参天大树。

安妮塔说：“戈登能回家实在是上天保佑，因为一年的远游使他开拓了新视野。他看出了美容小店的潜力，并且找出了一种扩展的方法：这个方法即使在我们没有多少钱，银行也不肯贷款的情况下，仍然行得通。”

事情最初是安妮塔的老朋友马克斯·拜格瑞夫的女儿克莉斯·格林引起的，克莉斯的未婚夫在贺福，她希望安妮塔在贺福开一家美容小店，由她来代理经营。

安妮塔婉言谢绝她，不是这个方案不可行，而是安妮塔买了别墅，实实在在拿不出钱。

当然，克莉斯可参照麦克格林的做法，投资做美容小店的大股东，但对安妮塔来说，又将经历一次分割股份的过程。这是戈登所不希望的。

是戈登把这个问题妥善解决，他了解了克莉斯的财务状况和经营能力，遂跟克莉斯达成口头协议，克莉斯用自己的钱在贺福开设店面，风格参照布利顿的原始做法，店名取“美容小店”，产权归克莉斯，由安妮塔提供贺福小店所出售的化妆品。

贺福小店比契切斯特在形式上进了一步，是现代流行的连锁店集团公司的雏形。唯一不同的，安妮塔未收取专利权转让费及连锁店管理费，等等。

安妮塔很满意这种形式，不花自己的钱，也不用贷款，就能扩展美容小店，并为日益增多的天然化妆品找到出路。

紧接着，艾德瑞说她也想和父母在伯格诺吉斯开设一家美容小店，参照克莉斯的做法。安妮塔和戈登立即答应下来。这样，就有了第四家美容小店。

贺福小店与柏格诺吉斯小店都是在熟人圈子里扩展

的。事实上，有许多素不相识的顾客来到布利顿小店都热情洋溢地赞赏小店的风格，说他们多么想在自己家乡拥有一间一模一样的美容小店。

安妮塔跟戈登谈起这情形，戈登意识到这是个不需要增加太多财务负担却能扩展企业的绝妙途径。他说：

“如果有希望的店主能够财务自理，我们只需要对他们说‘好，你动手吧！’就行了。我们则会随着销售量的增加，进货成本降低而利润增加。”

戈登又请教律师，这位外粗内细的绰号为“不在乎先生”的律师设计出一份简单的供货合约，注明经销店必须保持美容小店的统一风格，使用美容小店商标名并经销其产品，公司必须向经销店提供所有专业知识及经验。

“不在乎先生”特别提出专利权问题，他提出必须也应该收取专利转让费。这样，双方都会受其制约，而不可随心所欲。随着连锁店的增多，必须设置一个管理部门进行管理，行政开支不是布利顿与契切斯特两家小店所能负担的。

“不在乎先生”谈起麦当劳快餐店、肯德基炸鸡、比萨饼屋等的通行做法。

1978年，第一家境外连锁店在比利时的布鲁塞尔开张营业，这家名为“店”的美容小店实则是个“亭”，整个店铺面积比一只碗橱大不了多少。店主开这家店，纯属好玩——把它作为送给太太的生日礼物。因货柜太小，第一批进货只有可怜兮兮的300英镑。

然而，作为美容小店，意义非同小可——它是家庭小店走向跨国企业富有历史意义的第一步。

在最初的日子，安妮塔对要求开设美容小店的人几

乎有求必应。随着名气的扩大，连锁店的增多，戈登说服安妮塔必须“挑剔”。

现实的状况是：总的发展势头良好，但亦有不少良莠不齐的现象。对名气渐响，但仍未树立名牌的美容小店来说，副作用往往会导致前功尽弃。他们不希望有一家风格不伦不类、经营糟糕透顶的美容小店在任何地方出现。

很有必要对“来者”进行全盘考察：他们所处的国家或地区目前有没有必要开设重复的美容小店；他们那个地方能不能接受美容小店；他们的财力如何，经营能力如何，热情如何，等等。

安妮塔与戈登最担心的是心血来潮之人。这种人热情有余，成事不足，一遇挫折，落帆转舵。反之，有毅力恒心热情之人，即使在一个不太看好的地方开设美容小店，也总能渡过难关，经营蒸蒸日上。

事实上，戈登的“全盘考察”方案，因财力精力时间的局限，总推行不了。那么，最终选择合作者的依据，就是安妮塔的直觉。

“直觉是不会欺骗人的。”这是安妮塔涉世之后一直信服的话。

黛伯·麦克密克，一位年轻美丽的小姐，毕业于伦敦大学。她的专业、容貌、素质很适宜做一名新闻记者或政界要人的秘书，她也有志于此。她大学毕业时，正为去向左右权衡，偶尔发现艾德瑞在她的家乡柏格诺吉斯开设的美容小店。“对，我就干这个！”她踏进美容小店的一闪念，改变了她多年的就业理想。

黛伯向安妮塔挂去电话，是戈登接的，约她来小汉普敦面谈。黛伯来到安妮塔家的住宅，安妮塔女儿贾丝

汀和珊曼莎正在门外卖玩具漫画书籍。她们不让黛伯进去，要黛伯放下买路钱——购物通行。黛伯笑道：“你们不放我进去，你们母亲将会错过一位最最优秀的合作伙伴。”她仍然掏出 30 便士买了一本书才进屋。

安妮塔一见着黛伯小姐，便在心里叫道：“对，下一个合作者就是她！”

两个女人都是心血来潮。黛伯一闪念，就改变她的择业方向；安妮塔在对黛伯一无所知的情况下，就迫不及待答应她在贝丝开设连锁店的要求。

安妮塔说不上一条这般信赖黛伯的明确理由，是莫名其妙、朦朦胧胧的直觉驱使她这样做。

人们通常认为：漂亮的女性往往心血来潮，跟持之以恒无缘。

事实不尽如此。

黛伯小姐去了贝丝镇，在旅店住下来。她寻找到好几处适宜开设店面的房子，最终一一告吹。房主及房产经纪商都认为她太年轻美貌，绝不会安心做一名小店铺的女老板。于是攻守同盟，不租屋给这个“花瓶”式的小姐。

黛伯失望但不灰心，她做出一件在贝丝引起骚动之事——在当地最大的地产经纪商家门前搭起帐篷，起居饮食全在里面，不解决她租店问题绝不收兵。

黛伯惊人的勇气和毅力把房产经纪商吓怕了，他很快为黛伯找到一间地点理想、价格合理的店面。

黛伯来到小汉普敦，叙述她的租店经过，戈登承认他曾“小觑了她”。黛伯需要贷款，戈登为她出谋划策，教她仿效他们的做法去跟银行打交道，她马到成功。

黛伯的贝丝小店第一天进项 60 英镑，势头颇好。其

后，黛伯一鼓作气，在英格兰西南部开了 5 家美容小店，成为连锁店经理中的佼佼者。

安妮塔说：“我与人相处时一向相信直觉，有时甚至会被一些完全傻气的事情打动。”

1980 年，安妮塔在北美的第一家美容小店经销专利权给了一位荷兰裔的加拿大女士，这在任何商界人士看来，都是一件非常草率的举动。当有人问及安妮塔的理由，安妮塔的回答与经商风马牛不相及：“只因为她不穿胸罩。”

是的，这位加拿大女士没穿胸罩，旁若无人地大大咧咧地晃动着一对大乳房闯进小汉普敦的美容小店库房，她那对大乳房是那么刺眼醒目，以致于见怪不怪的安妮塔大惊小怪地叫喊起来：“我的天呀，你没穿胸罩！”

在保守的小汉普敦，一个成年女人不穿胸罩，仅仅套一件紧身 T 恤衫是不可思议的。天知道这位女士是怎样走过来的，如何看待旁人责备鄙夷的目光。她耸耸肩，若无其事，说：“安妮塔，我爱你！”

安妮塔也立即爱上了她，留她住下来，夜间两人一道饮樱桃白兰地。北美经销权已是她俩话题中不成问题的问题。

这位女士从加拿大赶来，原来想模仿美容小店的经营方式的，当她获悉美容小店已扩展得非常之大、前景乐观之时，临时改变主意，旨在获得专利权。她如愿以偿，却是因为她不拘小节的嬉皮习性，安妮塔认为她不穿胸罩委实了不起，正是一位女性的可贵之处。

她把北美的美容小店经营得红红火火，“不穿胸罩”的胆识在商界找到合理的位置，熠熠发亮。

安妮塔与戈登以转让专利权的方式不断扩大规模，