生命活水四處流

“中國網絡教育第一人”郗慧林小記

14歲讀大學；18歲當大學教師；22歲懷揣兩萬美元獨闖華爾街，讓資本迅速增值到1000萬美元；27歲回國創辦國內首家大型網絡教育機構，成爲中國網絡教育第一人；30歲掌控規模達6000萬美元的企業資産。

這些數字都出自一個身材高挑，外表文靜，氣質脫俗，言語溫婉的女子身上。她就是中國國際教育產業投資集團、校園在線教育集團董事會主席、首席執行官郗慧林。

從天才女孩到活力少女

“很小的時候，父母就刻意培養我的獨立生活能力”。郗慧林生長在陝西西安一個高級知識分子家庭，因爲父母總出差，“我脖子上經常掛著鑰匙鏈，在家帶著小我4歲的弟弟”。郗慧林清楚地記得，她4歲時，媽媽要生弟弟，爸爸又出差在外，是她張羅著拿東拿西。

由於姥姥、姥爺家在北京，10歲開始，郗慧林在寒暑假帶著弟弟，來往于西安至北京的列車上。

“我從小就一直在設計自己的人生目標，希望比別人早點長大，早點工作，早點成功。”

郗慧林4歲開始上小學，半年後跳級進了三年級。她不僅在學習上出類拔萃，其他方面也都表現出色，小學是學校樂隊的旗手，初中是合唱隊的指揮，還經常參加學校組織的各種比賽，如朗誦、體育、跳舞等。郗慧林說，這爲她今後在校組織各項活動，以及經營企業奠定了基礎。

14歲，郗慧林考入北京師範大學，成爲當時班裏最小的學生。在新生大會上，郗慧林身著一件漂亮的黃夾克，加上自己1.7米的個頭，引起了所有老師、同學的注意。“人需要勇於表現自己，只有自己強大了才能幫助別人。”在郗慧林眼裏，人生處處有機會，需要及時抓住。

等到18歲郗慧林畢業的時候，她拿到了外國語文學和國際貿易兩個學位。不久又當上了北京石油化工學院國際商業經濟學的講師。在業餘時間，她又利用自己的外語優勢，爲出版社翻譯書，爲外國旅遊團當導遊。在爲外國企業在中國的招商會議做同聲翻譯時，她贏得了很多外商的好評。有幾家外商主動要求她代理中國的市場。

在作爲中國對外開放史上的重要里程碑的1992年，郗慧林毅然辭去了那個時代象徵著鐵飯碗和極高社會地位的高校教師，轉投貿易金融領域，開始了在中國資本之顧翩躚起舞的生涯。她成立了自己的公司——“吉事達經貿有限公司”，爲5家生產醫療設備的國外企業代理在中國的市場。一年多的時間，這個公司爲她掙了100萬元。

1993年夏，郗慧林用自己經商賺來的80多萬元，在北京方莊爲父母買好房子。然後懷揣剩餘的兩萬美金，飛赴美國舊金山。

挑戰自己，從美國到香港

到達美國一個月後，郗慧林又從舊金山飛往芝加哥。後來在芝加哥理工大學進修一年，沒等畢業，郗慧林就輟學了。因爲，她覺得“裏面的學生頭腦不及我。”

的確，郗慧林的溝通能力非常好，很小就會股權結構設置，常常和別人吃頓飯就完成了一個公司合併，而且一般人也沒有像她那樣一敏感的反應能力。她說：“我21歲在華爾街闖，天天聽到那兒搖鈴響，我就會像賽手站在跑道上，充滿了衝刺的興奮感。”

在芝加哥，郗慧林和幾個朋友合夥成立了一個小型的基金會，開了一家金融投資公司。並且，她還在砂谷發源地旁的poloarto成立了gardism，以及在洛杉磯成立了redwood兩家投資理財公司。

1995年，郗慧林與第一芝加哥銀行合作，在美國紐約與芝加哥兩地成立First Chicago Bank's First Option聯合公司，爲中國多家私有及國有公司提供資產管理服務。”

這家公司在1997年關閉。而在此之前，郗慧林就去了香港。郗慧林聲稱自己現在擁有香港身份證，並在“到香港之前已經掙到50萬美金。”

1995年到1997年，香港投資氛圍火熱。“在那段期間，我是凌晨四點開始炒股，週末炒房。我的資本很快從50萬美金上升到一百萬美金。”

最後，郗慧林在香港賺了1000萬美金，“其中很大一部分來自炒我做購並，就是把內地項目買進來賣給香港公司換股。我代表上市公司收購國企，其中我也出資。”

創辦中國網絡教育

1997年，郗慧林回國了。並做過一系列風險投資，第一項就是掌門網。掌門網算是國內最早、也是非常成功的無線網站。可這次的風投，郗慧林說她並不算是一個成功者。

1998年，郗慧林利用教育及IT行業資源，創建了第一家也是現在著名的網上學習商務公司——“育才國際遠程教育網”。但此時網絡泡沫很快破滅，冰河時期亦轉瞬到來，從高檔寫字樓還出的網絡公司幾乎成了北京搬家公司的主要客戶。就在衆多網絡企業舉步維艱之時，“育才國際遠程教育網”前行的腳步卻越發穩健起來，郗慧林在教育培訓產業界名聲鵲起，合作對象亦紛至遝來。

新千年伊始，郗慧林這位工作起來不知疲倦的資本女性又攜手知名企業決策層、國內外資深教授，成立了中國國際教育產業投資集團暨經生領導藝術管理學院，依託國際化教育資源網絡，爲大中華區的企業及個人用戶提供成功所必需的終生教育及管理咨詢，並再次謀定登陸海外股市的精確時間表。作爲這個學院的創始人、董事會主席兼首席執行官，郗慧林在協議書上簽下自己名字的時候，這位嬌柔女性又開始翻開輝煌人生的嶄新一頁。

2000年，亞太地區規模最大的以學習性爲主、商務性爲輔助的高級專業會所——知識與財富會所在滬（京）開張。幾年之間，上海、（北京）、深圳、廣州、南京、成都、重慶、蘇州等主流城市都有了知識與財富會所強勢而穩健的生存空間。商界名流們紛紛注意到了城市中這個頗具實力的主題學習商業會所，並開始被會所形式活潑的論壇、講座、培訓、沙龍、短期課程所吸引，越來越多的人成爲了這裏的會員，一時間，會所名聲大振，一切都朝著好的方向發展。八年來，郗慧林爲了她的教育之夢跋山涉水地奔波著，如今盛開在彼岸絢爛而眞實的花朵已展現在了她的面前。

現在，知識與財富會所正茁壯地成長，而她所一手創設的終生領導藝術管理學院亦在同步快速發展，超過65000名的公司與個人會員成爲學院課程與服務的基礎。其中，全球最熱門課程“情景領導”已成爲GE、摩托羅拉、IBM、微軟、通用汽車、蘋果電腦等大公司高級經理人的常年必選課程。

時尚而通透的生活態度

北京東方廣場E2座，從301到306全是“校園在線教育集團”的領地。身爲全國連鎖朗文成功英語中心、校園在線教育集團CEO，終生領導藝術管理學院、財富與知識會所的創辦者和董事會主席的郗慧林，坐鎮此處面對著一個面向全國超級企業的是是非非。

而在郗慧林寫字間裏，幾座高爾夫球賽獎盃依次而立，成爲這裏女主人時尚、運動特質的最好注解。這位擁有著80杆出色成績的女子，已不僅僅把高爾夫當成是一種愛好，更是一種生意。郗慧林坦言，“打高爾夫球的時候更是我體悟企業管理精髓的良好時機。”

實際上，高爾夫是一場和自己的競賽，講究身體的協調，心態的平和。心情煩躁時，越想打好，往往越打不好。要打好高爾夫球，就要學會放鬆、自信、勇氣、克制、專注、冷靜、果斷、耐心，才能讓自己的心握著和球杆的手，與眼前安靜而蠱惑的小白球合而爲一。因此，高爾夫又被稱爲“禪宗”。

高爾夫使郗慧林更溫柔隨和地管理公司，但是在郗慧林這裏，溫柔和隨和並不能與妥協劃等號。對於明確的東西，她總是要求下屬不折不扣的執行，她習慣以優雅的方式做強害。在公司裏，幾乎沒有人會違抗這位溫柔女性所下的指令，她發出指令的語氣或許是溫柔的，但是指令的內容卻是強硬的。但這一道道強硬的指令並沒有使員工們產生多少抵觸的情緒，因爲她總能帶來令人刮目相看的成績。對市場的走勢，資本的流向她都有著超常的敏銳觀角，並具有與衆不同的整合營銷能力，郗慧林的許多想法和操作爲公司發展帶來了巨大的財富。

對於處理工作和生活的關係，郗慧林理解得豁然而通透：和打球異曲同工，奮鬥不是爲了看到的數字，而是自我實現。

“如果在實現和證明自己的過程中，能有回報作爲附屬品，當然很好。但我的工作和生活是爲了快樂和充實，每一天的快樂對我很重要，這是我的惟一追求。我不會爲了大目標而放棄每一天、每一分鐘的快樂。”追求快樂而不執著于財富，這就是郗慧林時尚而通透的生活態度。

作者：本報特約撰稿人張玉洪

德國富豪兄弟 成功的簡單模式

阿爾布萊希特兄弟從一個礦工家庭走出，成爲德國首富，連續在福布斯排名榜上名列前茅。阿爾迪（ALDI）現在已經成了世界聞名的商業集團，德國甚至建立了阿爾迪迷組織，他們還建有自己的網站。阿爾布萊希特兄弟給人啓示的的是一種成功的簡單模式。

礦工家庭

兄弟倆是德國戰後發家的一代，德國經濟奇跡的孩子。他們出生在北威州魯爾區大城市艾森一個窮人家庭。卡爾生於1920年，台奧生於1922年。他們的父親（也叫卡爾）是一個煤礦工人。由於地下採礦的塵土得了職業病－肺病，後來轉到一個麵包廠打短工。收入太低，無法維持家裏的生計，他們的母親在艾森的工人區索納貝克開出了一家小食品店。老二台奧中學畢業後就在母親的店裏當學徒。這家店鋪的面積爲35平方米。卡爾則在一家小有名氣的甜食店當學徒。戰爭是不講奇跡的。兄弟倆都被送上了前線。卡爾在俄羅斯戰場上受了傷。台奧在非洲一支後勤部隊服役，後來成了美軍的戰俘。

戰後，在貨幣改革的1948年，兄弟倆接管了母親的小店。兄弟們的一個再簡單不過的想法產生了。前後左右所有的店鋪都搞積分制，即，顧客每購一次物積累幾分，到年底拿到折扣。而阿爾布萊希特們的想法卻是，爲什麼不把折扣馬上就給顧客呢？也就是：廉價出售。

兄弟倆不久開出了一家大一些的食品店。正確的思路使他們一路順暢。到1950年，他們的商店已經成了一個小小的連鎖，擁有13家分店，到1960年，這個連鎖有了300家分店，年營業額達9000萬馬克。然而這些似乎只能說是阿爾迪事業的鋪墊。

簡單模式

眞正的起步發生在1962年。他們建立（或者說改造）了一種新的零售模式：Discount（廉價銷售）。他們把這種連鎖店就稱爲ALDI，AL取自他們的姓起首兩個字母，DI是Discount的起首二字母。“Discount”的解釋是：把別人給的折扣直接化成低廉的價格給予顧客。

這種模式並非只是廉價二字可以包容的。說明這種模式是怎麼回事，也就是說明阿爾迪的成功經驗所在。原阿爾迪集團負責人布蘭德斯最近出了一本書，叫“阿爾迪成就的11個秘密”。他自己總結道，其實所有的秘密加在一起，就是一個詞：“簡單”。但他又說，其實簡單是很不容易的，也許可以說是最不容易的。或許這有點象中國武打小說裏常說的“返樸歸眞”？

在德國，走進阿爾迪商店，你會發現，這裏的商品不多，甚至連貨架也很少，許多東西就是那樣簡單地堆在地上。去過一兩次，你一進店門就知道你要的東西該到哪里去找，走遍德國都差不多。

布蘭德斯說，阿爾迪的經驗還可以用另一句話來解釋：把不需要的東西都刪除掉。商品的選擇就是這樣。阿爾迪的商品種類在同類的店裏是最少的，在阿爾迪南部來團的店裏，局限於600種商品，北部來團的店裏局限於750種。而利德連鎖店的商品數量就有幾千種，象REAL之類的就更不用說了，那都有幾萬。商品少的好處是，變質變壞的產品減少，組織費用降低，顧客心裏有數。

阿爾迪的商品選擇有一條標準：銷售量。某種商品走得不好，就會從貨單裏撤掉。只有銷售量超過一定標準的商品才能在那裏站住腳。商品選擇的另一條標準是：質量。別看阿爾迪的商品便宜，那些商品背後藏著的經常是名牌，只不過不用名牌的牌子而已。如果德國質檢機構WARENTEST的評分不在“滿意”以上，有關商品就進不了或者將被立即清除出阿爾迪去。

阿爾迪不跟它的供貨商討價還價。供貨商給它的價格絕對是最低的。如果一個供貨商對阿爾迪說，我只給你一家這個價格，不會再給第二家。

擴張迅速

逐漸的，阿爾迪也建立了自己的商標，把委託廠商生產的食品直接命名爲阿爾迪。逐漸的，阿爾迪開始出售一些非食品類商品。同樣是廉價高貴。阿爾迪出售的電腦，專家們的打分幾乎始終是最高的，然而價格卻幾乎始終是最低的。難怪，阿爾迪推出一些新非食品時，店門口往往一大早就排上了長隊。結果是：在阿爾迪經營的許多電子商品、非食品商品領域，阿爾迪的銷售量在德國都名列前茅，超出那些專業銷售商。驚人的數字：60%的德國人在阿爾迪購買他們所需的電腦。

阿爾迪還有一個獨特的地方：它不搞市場調研，不搞公關，不搞年度規劃。它一年支付的廣告費只占營業額的0.3%，這在歐洲零售界幾乎是無法讓人理解的。它的廣告費基本上只用來刊印每週一期的下周獨特商品介紹。

阿爾迪的下周商品佈告從1962年在多特蒙德第一家名爲“阿爾迪”的超市開出之後，那勢頭眞是猛也擋不住。10年後，集團就在300多個城市擁有了600家分店，1980年時，國內營業額升至100億馬克，分店數又增至1800家。分店多，銷售好，使採購成本進一步降低，競爭力進一步增長。

在上世紀60年代初超市以“阿爾迪”之名推出之際，阿爾布萊希特兄弟就決定分而治之，分成了北部阿爾迪和南部阿爾迪兩塊，以魯爾河爲界，弟弟台奧統治德國北方，哥哥卡爾坐南。但兄弟倆始終保持了密切的合作。

逐漸，兄弟倆開始玩出國去。比利時的阿爾迪叫“Lansa”，荷蘭的阿爾迪叫“Combi”，在奧地利則叫“Hofer”，台奧開闢美國，卡爾指向澳大利亞，在英國，愛爾蘭等國，阿爾迪兄弟戰無不勝。1997年，阿爾迪在歐洲就有了4500家分店，估計營業額達300億馬克。

阿爾迪顧客的忠實爲人驚歎。它的固定顧客比例高達37%，是食品零售業裏最高的。阿爾迪並非僅僅是中國留學生們每到一地必找的地方。“窮人商店”的外號實際上早已過時了。阿爾迪停車場上有不少奔馳寶馬。尤其在德國經濟不景氣的日子裏，人們的觀念也變了。今天到阿爾迪去購物的人，被視爲有價格觀念，有質量觀念，不跟著廣告走。

活得夠累

阿爾迪和他的老闆兄弟們並不是一帆風順的。歐洲現代史上的十大綁架案之一就落在了台奧.阿爾布萊希特頭上。1971年11月29日，台奧被一個名叫奧倫堡的律師和他一個叫克倫的同夥給綁架了。他從魯爾區的赫爾騰市阿爾迪中心被劫走，關押了17天。綁架者順利地拿到了他們所要求的700萬馬克贖金。後來，這兩個人被抓住，艾森中級法院判了他倆各8年半的徒刑。從此，阿爾布萊希特兄弟更是退出了人間，他們的私生活成了德國最大的謎之一。儘管如此，他們後來仍然經常受到敲榨的威脅。

環境和生態保護者們也不放過德國這最富的兄弟。2002年2月，“憑良心做生意”公民組織對阿爾迪發起攻勢，譴責阿爾迪大量購買籠子圈養雞的肉和蛋，說這是嚴重的“虐待動物”行爲。在一個海報上，該組織用了阿爾布萊希特兄弟的照片，文字中說他們“沒有良心”。兄弟倆訴諸法院。結果，杜伊斯堡中級法院根本不用聽證就宣判，該組織有權繼續指責阿爾迪。

兄弟倆如今都已是80多歲的老人了。他們早已退出業務操作，然而通過一個非常複雜的基金會和控股公司網，阿爾迪自然仍牢牢地握在阿爾布萊希特家族手裏。

弟兄倆都是狂熱的高爾夫愛好者。卡爾在1994年就已經把經營大權交給了外人沃爾特斯和斯坦費爾德。連他的獨子（也叫卡爾）據稱也不再管經營了。老卡爾跟他的夫人住在艾森。他在風景如畫的多瑙艾平根有一個自己的26洞高爾夫球場。他還愛種蘭花，頗有些中國古風。

摘編源自：德國之聲電臺

史蒂夫・鮑爾默 最勤奮億萬富翁

《福布斯》雜誌日前評出了全球最勤奮的億萬富翁，當選者是微軟CEO史蒂夫・鮑爾默(Steve Ballmer)。從某種意義上講，現在是勤奮億萬富翁的時代。

在1125名進入福布斯全球富豪榜的億萬富翁中，有755名依靠自己積累了大量的財富。當然，一些繼承遺產的億萬富翁也在努力工作，以進一步增加自己的財富。不過，在《福布斯》評選全球最勤奮億萬富翁的過程中，首先考慮那些起點較低的人。

除此之外，《福布斯》的其它評選標準還包括：有多少人爲他們工作？他們執掌的“帝國”有多少營收和影響力？他們是否經常乘坐飛機，並在自己想不起來的地方發表演講？他們是否願意在第一線指揮公司產品？他們吸引了全世界多少關注？

按照上述標準，《福布斯》確定了多名候選人，其中包括：香港首富李嘉誠，他運營著一個多種經營的企業帝國，但最初只是從塑料花工廠起步；甲骨文CEO拉裏，埃裏森(Larry Ellison)，他隨時都在尋找收購的機會；卡爾，伊坎(Carl Icahn)，作爲一名激進投資者，他努力介入那些處於困境的企業，並謀求從中獲利。最終，《福布斯》鎖定了一位人選，他出身於一個中產階級家庭，從未創建過自己的公司。但是，他現在管理著一個8萬人的軟件帝國，公司年營收高達510億美元。他有著鮮明的個人風格，經常爲自己的公司據理力爭，每年要在全球參加數十次會議和活動，並發表演講。過去12個月裏，美國之外五聯網用戶通過數歌搜索他的次數超過了其他億萬富翁。他就是微軟CEO史蒂夫・鮑爾默。

爲了提升微軟在互聯網市場的競爭力，鮑爾默今年的工作更加艱苦，他也更加勤奮。鮑爾默願意借任何機會推廣微軟產品，而不介意被人看作傻子；他經常在公開場合像猴子一樣大叫大跳，完全不惜個人形象。但是，鮑爾默有足夠的資本成爲笑到最後的人。在最新福布斯全球富豪排行榜上，他以150億美元的總資產排名第43位。

在鮑爾默最爲看重的搜索廣告市場，數歌佔據了絕對的領先優勢，而微軟被遠遠甩在了後面。基於這一原因，他發動了針對雅虎的收購大戰。經過長達三個月的接觸，微軟和雅虎未能在價格上達成一致。最終，他於5月3日選擇了放棄。在不久前召開的一次科技會議上，鮑爾默重申，“我們並沒有重新收購雅虎，但我們保留著一權力。”如果微軟最終未能成功收購雅虎，那絕不是因爲鮑爾默不夠勤奮和努力。

源自：《世界計算機》ICXO.COM

想提高您網站的曝光率嗎？
想提高您網站的流量嗎？
想提高您網站的訪問／銷售轉化率嗎？
想提高您網上的銷售額嗎？
如果您想達到以上幾點，您需要馬上做SEO
請找abledesigner.com 我們會分析您的網站，提出優化方案
我們有多年的豐富經驗
眾多的成功案例
請電：626-975-0590

光明中醫健美研究所
研究員 李光明 中醫師
近五十年中醫臨床治療經驗・國際老年病防治協會研究員・醫科大學畢業三代祖傳世醫・中醫藥美容研究學會研究員
中醫藥複健項目
高血壓病，甲乙肝病
各種痛症，不孕育症
更年期病，婦科炎症
中醫藥美容項目
用中藥膏，點五色痣
去各類斑，除各種疣
內服中藥，消淺色斑
2618 W Main St. #H, Alhambra, CA 91801 手機：626-203-5890