



菲尔·奈特

没有他，耐克像丢了魂



近日，耐克公司创始人菲尔·奈特向他的母校斯坦福大学商学院捐赠了1.05亿美元，这是全球商学院收到过的最大的一笔捐款。

称菲尔·奈特是一个传奇并不

为过：他的公司是著名的广告先锋，但却直言“我不相信广告”；他身处

商界前沿，却热爱研修日本禅文化，常常陷入沉思冥想；他性格内向，不善言谈，却擅于凝聚人心……他从一名普通的长跑运动员到从运动产业中赚得最多钱的人，奈特身家接近74亿美元，是福布斯财富榜中永不落的常客。有人说，“在一个不长的时间里，奈特创造了20世纪美国商业社会最伟大的传奇故事之一。”

菲尔·奈特出生于1938年2月24日。青少年时，他就十分热爱体育运动，并在高中校报上刊登有关体育的采访文章。1959年奈特毕业于俄勒冈大学，获得工商管理学士学位。在俄勒冈大学，奈特是一名长跑运动员，还创造了一英里跑的个人最好成绩4分10秒。1962年，奈特在斯坦福大学获得工商管理硕士(MBA)学位。可以说，斯坦福的学习经历改变了奈特的一生，他第一次对运动以外的事物产生了兴趣。也正是在斯坦福那小小的商业课程教室里，奈特有了日后耐克公司的构思。在获得硕士学位后，奈特曾进行过一次日本之旅，他立即被异域的东方文化和商业模式倾倒。时至今日，奈特的访客在进他的办公室前都要先脱掉鞋子；客人离开时，奈特会对他们合手作揖。

对卖鞋感兴趣的长跑运动员遇到自制跑鞋的长跑教练，彼此擦出商业火花

严格来讲，作为运动员，奈特并不是十分出色，但在俄勒冈大学他遇到了他一生都奉为导师的长跑教练比尔·鲍尔曼。鲍尔曼后来成为了奈特的创业伙伴。耐克的诞生，就像一个传奇。一个虽表现平庸但对卖鞋很感兴趣的大学长跑运动员遇到了一位严厉而对自制运动鞋改良学生长跑速度的长跑教练，彼此擦出了共同的火花。他们对当时现有的美国跑鞋相当不满，决定自行设计鞋款。奈特曾幽默地说：“由于我不是队里最好的队员，教练(鲍尔曼)设计出来的鞋子理所当然地由我来做试验。”

1964年，奈特和鲍尔曼各自出资500美元创立耐克的前身蓝

带公司。奈特在一次鞋类产品交易会上，遇到了日本的制鞋商鬼冢虎，这个精明的日本人看过奈特他们新款运动鞋的设计图样后大喜，当即与他签订了合同，由美方设计经销，在日本制造。一年后，日本方面送来200双运动鞋，公司才正式开始营业。当时奈特白天在普华永道做循规蹈矩的会计师，下班就到大学校园或运动场摆地摊卖他们从日本进口的运动鞋。直到1969年，奈特甚至还在波特兰大学担任教师。

1971年，蓝带公司销售额已超过600万美元。鬼冢虎派人来到美国，提出由鬼冢虎购买公司51%的股份，并在5个董事中占两席，如果不答应这个要求，立即停止供货。对日商的刁难，鲍尔曼和奈特忍无可忍，断然拒绝了这一无理的要求。凭着自己的设计专利，他们很快找到了合伙人，并且就在这年年底，奈特以希腊胜利女神的名字将公司命名为耐克(NIKE)公司。

产业“外包”、名人做代言、校园般的公司总部，奈特是一名天才的企业家

作为一个天才的企业家、富有远见的战略师，奈特在一个个看似疯狂的主意中，规划了公司从设计、技术到营销的整体思路。奈特曾当选为“运动界最具影响力的人”，不仅因为他缔造了一个年销售额高达上百亿美元的头号体育用品公司，更因为他带领耐克公司广泛地影响了人们的运动理念和健康生活方式，而穿着耐克的产品也成了身份和地位的象征。

早在上世纪70年代，奈特就为公司设计了虚拟化生产的战略，公司至今没有一家工厂，而是利用自己的商标、设计开发能力，以特别许可证的方式在劳动力成本低的地区大规模生产，而公司则将所有资源集中到研究运动员需求、设计产品和市场营销方面。耐克这种集中优势、节省管理成本的“外包”方式后来被行业乃至整个商界所效仿。耐克也是第一个采取名人代

言方式打响知名度的厂商，1973年，它便聘请长跑健将蒂夫·普里方丹代言其运动鞋。1985年聘请迈克尔·乔丹为代言人，更使耐克名声大噪，仅以乔丹命名的运动鞋就为公司赢得了25亿美元的利润。奈特颠覆性地修改了体育营销的法则，现在明星代言已经成为体育营销的经典模式。

早在中国人料到将有一个新的民族英雄诞生之前，耐克就已经开始行动了。2004年希腊奥运会田径赛场上，在刘翔成为110米跨栏冠军的一瞬间，耐克向中国投放了一系列新的广告。电视上是这样的画面：起跑线上，准备动作，亚洲肤色的小腿……随着一连串起跑动作，字幕打出：定律1.亚洲人肌肉爆发力不够？定律2.亚洲人成不了世界短跑飞人？定律3.亚洲人缺乏必胜的气势？然后镜头拉开，刘翔一路领先，把对手抛在后面。字幕打出：定律是用来被打破的。这个广告立刻取得了巨大的成功。

耐克公司的广告更屡屡成为广告史上的经典之作。奈特要求公司的广告思想不能诉求产品和销售，而是致力于与消费者之间的心灵沟通。在三十多年如一日的广告宣传中，耐克已经是被物化了的体育精神，成为人类征服自然和超越自我的象征。耐克代表速度和胜利的“钩”(Swoosh)标志也被理解为美国的文化符号。

耐克公司还有一个与众不同之处——它位于俄勒冈州比弗顿市、名为“耐克校园”(Nike Campus)的公司总部，这是奈特亲手打造的世外桃源。那里就像校园一样：有慢跑小径、湖泊和足球场。校园中的办公大楼都以杰出运动员命名，例如迈克尔·乔丹大楼、波·杰克逊运动中心等等。大楼内大量装饰着与耐克及运动有关的海报，令人想起大学男生宿舍的墙壁。耐克校园里，每个人都拥有健美的身体，这里不准抽烟，奈特出钱鼓励员工骑自行车、溜轮鞋取代开车，员工会利用午饭时间做两个小时运动。

一位资深经理人说：“那就像

(下转 B11 版)



菲尔·奈特总是戴着墨镜，以一副时尚“潮人”的面目示人。