



我直销 我生存

中国
最具影响的推销员
邵勇夫

邵勇夫 著

广东旅游出版社
GUANGDONG TRAVEL AND TOURISM PRESS



我直销 我生存

中国
最具影响的推销员
邵勇夫

邵勇夫 著

广东旅游出版社
GUANGDONG TRAVEL AND TOURISM PRESS

图书在版编目(CIP)数据

我直销,我生存/邵勇夫著

—广州:广东旅游出版社,2004.5

ISBN 7-80653-514-4

I. 我... II. 邵... III. 纪实文学-中国-当代

IV. 125

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第020007号

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路30号之一 邮编:510600)

广东旅游出版社图书网

www.tourpress.cn

印刷:深圳市普加彩印务有限公司

(深圳市龙华创艺路亿康工业园B座)

邮购地址:广州市中山一路30号之一

电话:020-87348887 邮编:510600

389X1194毫米 32开

印张:8

字数:150千字

版次:2006年第1版第1次印刷

定价:18.00元

版权所有 侵权必究

本书如有错页倒装等质量问题,请直接与印刷厂联系换书

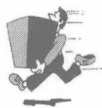
序

——《中外书摘》执行主编 黄 亨

与邵勇夫先生神交已久。先是他寄给我的一本记录着他的人生奋斗经历的《我推销我生存》一书吸引了我，使用的方式还是他的专长：推销。当电话中传来了一个中气十足，声音洪亮又充满自信的陌生的声音时，我在不经意间已被这个名叫邵勇夫的推销员的个人魅力所吸引——“黄老师，我是推销员邵勇夫，我写了一本关于我的书。如果您认为可以的话，不妨在您编的《中外书摘》杂志上刊出这本书的书摘稿。我相信读者会喜欢我的书。”

当中国的各界名人都想到应该在写书上亮相时，一个默默无闻的“小人物”也来赶此“热闹”了。他不像名人们一开始就能以其显赫声名奠定畅销书的基础；他得比一般名人有更曲折的经历，有更打动人的情感，当然还得有更生动的描写。这一切邵勇夫都做到了。这本以一个推销员的奋斗经历为主线的纪实文学让我看到了一个活生生的推销员形象。并随着作者生动的叙述，让我不由自主地进入这个原本很陌生的推销员的世界，为书中主人公起伏跌宕的人生经历和创业路上的曲折艰辛而关切、同情、愤怒、喜悦、感叹、激动。我几乎是一口气读完全书的。并且立即决定摘用该书的部分章节，刊发在《中外书摘》杂志上。

这篇书摘刊出后受到了《中外书摘》杂志读者的普遍





好评。与此同时，各地的报刊、网站也都以不同的形式推介或改编、摘登该书的内容。该书即告售罄。一时间郇勇夫的名字不胫而走。该书后经作者修订并充实内容后又以《中国最伟大的推销员》出版面世。这部纪实文学作品以自传纪实的形式真实记录了中国推销员的生存状态，塑造了一个活生生的中国推销员的形象，为中国当代文学人物画廊增添了一个不可多得的人物形象。郇勇夫以一个普通推销员的身份写就的优秀作品使人不由得想起了“生活是文学创作的源泉”的至理名言。

原想一个推销员的传记出版过后就不再有下文了，不料郇勇夫却一发而不可收。继《我推销我生存》出版以后，他的新作《行销在中国》问世了。他在挖掘自身的故事的同时，开始把注意力转向他所接触的形形色色的推销员。

这回郇勇夫是引领着一个推销人的群体（其中还有成功企业的老板，也包括他本人）在读者面前亮相。其中的故事，既有作者自身的经历，又有作者调查采访来的真实故事，这些由一个个生动例子编写而成的故事，因作者的妙笔生花而变得引人入胜。因故事是从社会生活中提炼而成，故时有思想的火花闪现。而蕴含其中的经营理念甚至超越了职业的局限，让不同职业的人都能从中得益。作者在写作时就对读者作了定位，他面向的是社会各阶层的普通读者。这是一个庞大的阅读群体。当然他们首先是读故事，同时他们的社会实践又决定了他们更能从一些平凡而真实的故事、而不是某些枯燥的说教中接受有益的教诲。当他们读惯了时下一些耳提面命教导你成功的“励志”类图书后，读这样一本贴近现实、贴近读者心灵的书时，当有清风拂面的感觉。

读郇勇夫的作品会有多方面的感受，这些已被多数人所传扬。我想到了被人说及较少的一点：他对自己所选择

的职业——推销员的喜爱。我曾惊讶于他情愿放弃大学教师那种比较稳定、也符合“高尚职业”标准的工作，而甘于面对一个充满艰辛、动荡、前途莫测的职业。我佩服他超越世俗观念的勇气。中国也许不在乎少了个大学教师的邵勇夫，却也许很在乎少了一个“第一推销员”的邵勇夫。他在选择推销员的职业时一定是在这个吵吵嚷嚷、充满了浮躁心态的世界里，倾听了发自心灵深处的要求。选择职业是追求财富的需求，也是追求精神愉悦的需要。人们往往记住了前者而忘记了后者。试想如果一个人每天八小时面对的是深感痛苦的工作，那么高薪带给他的快乐也就很有限了。而任何一种创造性劳动都基于对工作的喜爱，并由此产生的如痴如醉的工作状态。如果我们的社会环境都有利于每个人找到他们真正适宜、喜爱的工作，我们的社会进步将是何等可观！

我还从邵勇夫的作品中感受到他发自内心的对诚信的呼唤。这种呼唤，更多的是在控诉、鞭挞社会上的各种丑恶现象中发出的，这种揭露比颂扬有更大的感化力量。生活中经常能见到这种情况：一个洁净的公共场所因为洁净谁都不好意思扔下废弃物。但如果先有人扔下一张废纸，第二人就会扔下一个烟蒂，第三人就会堂而皇之地吐痰，第四人及其以后的人就会心安理得地把那个场所变成一个垃圾场。诚信也一样，它会在“榜样”的作用下沦丧，还可因你不“诚”我就对你不“信”，而集体“污染环境”。

当一个社会的人们都在用疑虑的目光审视对方的诚信而变得人人自危、个个防范的时候，我们就已经在丧失维系社会进步的必要的道德基础。这是极其可悲与可怕的现象。《行销在中国》尽管偏重于涉及行销、管理等方面的内容，但我们仍能从中读出作者不时地流露出的这种忧患意识。因此，邵勇夫不久前又有了一个新的梦想，他要走遍全国的省会城市，以专题报告会的形式，用他的书，用





他的嘴，推销诚信。他认为这种推销比起物质的推销更为当务之急。

邵勇夫的书还要写下去。

邵勇夫的故事也将继续讲下去。

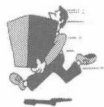
自序：我推销诚信

2001年，我出了本关于我做推销员的自传体小说，被中外一百多家媒体广泛传播，四川电视台正在改编剧本，计划将我的推销员故事搬上电视荧屏，国家广电总局的一位领导也一直想着要把我的推销故事拍成一部能够获大奖的电影。其实我的初衷仅仅是为自己做一番不要钱的广告轰炸，梦想着会有大企业高薪聘请我去做推销员，我不止一次地面壁狂呼：“老板啊——！给我一寸空间吧，我要为你放万丈光芒！给我一个小小支点吧，我要为你撬动地球震撼宇宙！”

唉……老板们都视而不见熟视无睹。

我不能守株待兔，我再次沿着广珠公路逐家上门找做推销员的工作。现在可不如昔日的乡镇企业了，现在给私营老板们做推销员，要自己掏差旅费，辛辛苦苦卖一台电饭锅只赚5毛钱，推销一台电磁炉只赚2元钱，推销成功之后领点儿应得的回报比四处奔波干推销还要难，难如上青天！而且现在一些当老板的嘴巴不是横着长了，刚说完的话马上反悔说变就变，一家企业的老板，见了我崇拜得五体投地又是握我的手又是拍我的肩，说你怎么不早来呢？我读过你的书！他两手呈放射状地比划着，画了一个天大的圈儿：“我给你一个这么大的聘书，聘你做我的营销顾问，我的宝马车也送给你了，再给你买套别墅。”

第二天，我准备好了行李，按捺着激动的心跳，等着老板来接我，按事先约定的时间，左等不来右等不来，老板打来电话变卦了：“我说老邵，不行了不行了，你是号





称中国最伟大的推销员，是人才、是名人，可是为什么失业这么多年没有企业聘用你啊？”

我心凉了半截，希望破灭了。

我做推销员的 15 年生涯，最引以为荣的就是我恪守了诚信。没给企业丢失过货款，更没有使我的客户蒙受过任何损失。1990 年代初，我刚去广东顺德时，讲普通话的外地人基本上都是做技术人员，做推销员的外地人凤毛麟角，我就是凤毛麟角中的一个，那时我在中国最早、规模最大的一家微波炉厂任湖南、重庆、广西、贵州四省（自治区、直辖市）的推销员。我们推销员首次出差的第一件事就是租仓库，仓库租好了，厂里马上发货，每个仓库一个十吨箱或一个大货柜车或更多一两个火车皮，我管四个省（自治区、直辖市）就租了四个大仓库，存货最多时有三百多万元。三百多万元的货由我一个人管理，谁要货，只要我一张白条；后来在顺德一家生产电饭锅、消毒碗柜等小家电的集团公司做推销员负责内蒙古市场时，企业给推销员的授权是一家客户可铺货 30 万元的货品，我的重点客户二十多家，那么我的铺货权就是 600 多万元。

那时我厂里的一位维修工做梦都想做推销员，说如果能做上推销员的话，金都不换。为什么？他说了：“没钱用了卖微波炉，赌博输了用一批货顶上——多好！”曾经与我同住一个宿舍的推销员，名牌大学毕业，做过新闻记者。第一次出差租仓库不断有电话回厂，第二次出差厂里给他发了十万元的货有电话回来，第三次出差厂里给他发了一百多万元的货，此君一去不归，从此销声匿迹。有的推销员钻企业空子，玩命往外铺货，给企业造成几十万几百万的烂账拍拍屁股跳槽了，换一家新厂再往外铺货。那时候的乡镇企业都是国家贷款，财务账是过去人民公社时代生产队的豆腐账，老板对推销员也大方，报销差旅费心情好的时候看都不看一下，大笔一挥，去财务领钱吧，

你本来出差去北京，报销单里面夹上几张去上海或是去昆明的软卧票也照报不误！推销员出差没拉到订单没拿到提成，仅凭差旅费也能发财。后来一家又一家的乡镇企业铺货铺垮了，一些推销员个人发了大财，买车盖别墅开工厂……在顺德乡镇企业做了十年推销员的我业绩惊人，但我在顺德的家当仅仅是一套简陋的商品房，出门骑一辆摩托车，顺德人一看便知道：邵勇夫勤奋老实，不会占老板的便宜。

诚信是原则，也是绝妙的推销方法。在我十几年的推销生涯中，屡创奇迹，靠的就是诚信。我与客户签约，首先发誓：“您做我的客户，我至少可以保证，绝不会因为您进了我的货，造成积压、造成亏损，给您背上沉重的包袱，更不会出现质量问题我拍拍屁股逃之夭夭。”

我这样说也这样做，客户购进了我推销的货品，滞销品种，放得时间久了、陈旧了的样品，质量有问题的产品，我都无条件包退包换。企业转制，对客户的营销政策变了，不给包退更不包换了，我仍然想尽办法为客户解决问题。改制后的私营老板为此骂我：“你胳膊肘往外拐，总为客户着想不为我老板着想。”

我说：“我为客户着想就是为你老板的前途着想。”

20年前，我读大学的时候，偶然读过一篇外国的短篇小说，说是有这样一位先生，不想活了，去市场买了一大包剧毒农药一口吞下去竟然安然无恙，他又去买了一把手枪，来到荒郊野外，子弹上膛，把枪口对准自己的脑门，扣动板机，只听得“嘎吧”一声响，子弹竟然没有射出枪膛，先生高兴了，看来上帝是在挽留我，那就别死了，好好地活吧，先生就去一家高档餐馆，点了他最爱吃的牛扒、最喜欢喝的白兰地，美餐一顿之后上吐下泻不止，住进医院抢救……为什么？当时那个国家的那个时代伪劣商品横行，欺诈成风，毫无诚信可言。





我们今天社会最需要的是什么？毫无疑问是诚信！

请读者诸君关注一下新闻：刚住进去没几天就成了危房的商品房；饭店里用的一次性筷子，为了让它增白用有毒的化学制剂浸泡；市场上卖的调味品——八角，为了让它颜色好看用硫磺来熏烤，结果引起火灾；“豆腐渣”楼房轰然倒塌，21名年轻的消防官兵牺牲，看着电视荧屏上那一张张年轻英俊有些还很稚气的烈士遗像，我心痛如绞；中秋节的月饼用上一年过了期的月饼粉碎了做馅；从下水道里的污浊物里提炼食用油……这样类似的新闻每天都可以在电视或者报纸上看到。最典型的贪污腐败就是不讲诚信，有钱有势的人可以腐败，平头百姓无业游民也可以腐败——夜半更深往街上乱丢垃圾随地大小便啊！

有理论家说：“诚信是市场经济发展的必然产物。”

我说：“不！没有健全的法制做保障，没有道德上的弘扬，一个人人讲诚信、人人讲敬业的社会氛围永远形成不起来。”

我们每一个人都有责任保护人类社会的生存环境。

所以我这位被当代大企业淘汰下来的老推销员，专事推销起我们中华民族几千年的古老产品——诚信。用我这些来自于企业来自于生活第一线的系列营销智慧小故事宣讲诚信、倡导敬业、弘扬社会责任感。

目 录

序	黄 亨 (1)
自序：我推销诚信	(5)
1. 英雄本色	(1)
2. 思乡水	(4)
3. 二手	(8)
4. 寻找出路	(12)
5. 高人妙计	(17)
6. 闯门卫	(21)
7. 老马的价格战	(25)
8. 许大师	(29)
9. 苏炜辞职	(33)
10. 善于倾听	(38)
11. 反客为主	(41)
12. 人在货在	(44)
13. 老马识途	(49)
14. 以人为本	(52)
15. 装疯卖傻	(58)
16. 试用期	(60)
17. 生死场	(62)
18. 老东家	(64)





19. 现场促销	(67)
20. 留客奇招	(70)
21. 创意	(72)
22. 孤掌难鸣	(75)
23. 跟风铸下的错	(77)
24. 南征北战	(80)
25. “首单人”推销法	(97)
26. “三株”气球	(100)
27. 骗局	(103)
28. 策划大师	(106)
29. 宁老先生	(112)
30. 锲而不舍	(115)
31. 破碎的皇帝梦	(117)
32. 营 销 时 代	(120)
33. 向我开炮	(128)
34. 培训班	(131)
35. 姜是老的辣	(134)
36. 低成本意识	(137)
37. 掌上玩偶	(140)
38. 逐鹿中原	(144)
39. 诚子	(149)
40. 小黑哥	(151)
41. 国企采购员吕标	(153)
42. 尔虞我诈	(155)
43. 现代迷信	(157)
44. 打电话	(159)
45. 卧底	(161)

46. 涵养大师	(163)
47. “狐假虎威”	(165)
48. 刘南北的婚姻生活	(167)
49. 古丝绸路上不眠夜	(169)
50. 投其所好	(171)
51. 柳珊推销	(175)
52. 浪迹天涯	(185)
53. 娇女创业	(195)
54. 不用推销的“启美”洁具	(206)
55. 行万里路胜读十年书	(212)
56. 大亨张董	(214)
57. 小痞子办刊	(218)
58. 传销女郎	(222)
59. 流氓老板	(225)
60. 华帝“赢”销	(228)
61. 格兰仕终端轰炸成就霸业	(235)
62. 科龙服务	(240)



1. 英雄本色

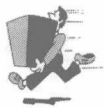
我有个坏毛病，总是担心有朝一日自己会一败涂地沦为乞丐。那会儿，做推销员最辉煌之时，每月纯收入一两万，朋友每次问我怎么样？我都会一脸忧伤地告诉朋友不怎么样。朋友就说：“操！老邵你一个月赚一百万也会是这德性。永远也挺不起腰杆。”

几年前，我做推销员的最后一家厂，我们老推销员逐个地被炒鱿鱼，炒到我头上时，我一脸苍白无地自容，好像全世界的人都在嘲笑我；我的那位朋友可就不像我了，他被人事部叫去，告诉他：你另寻出路吧。朋友说好！他转身匆匆走了，当他再回来面对老板面对昔日的伙伴们，他换了一身崭新的行头，脸刮得干干净净，还吹了个发型，开进厂里一台漂亮的凌志车。他这个丢根烟，那个丢根烟，最后没烟了，向炒他鱿鱼的老板用手指弹了个响，跟我一样被炒鱿鱼的他相反比以往任何时候都神气十足：“看到了吗？过去开烂车，现在被炒鱿鱼了，咱们开新车、靓车！”

办完离厂手续，他钻进凌志，打火、加油门、长长地鸣了几声喇叭，开出厂大门时还从车窗里探出头来，向所有的人挥挥手……

我想，那是朋友财大气粗，赚了足够的钱。后来朋友开车来请我去喝茶，我见他开的车仍是过去的那部陈旧的二手车，我问朋友：“你那新买的凌志呢？”

朋友说：“那是在汽车修理厂修车时，临时借的。”





朋友告诉我他现在开了一家实业公司，希望我一旦有老客户过来一定要带过去。后来有昔日的老客户来我就领着去看朋友开办的实业公司。朋友的实业公司只是路边的一个小门面，陈列的产品与我们的前老板的厂生产的产品差不多，也是电饭锅、消毒碗柜、电磁炉等厨房小家电，只是款式、品牌不一样。朋友给我的客户兴致勃勃地介绍他的产品，说他的产品如何如何好销，上个月销了多少，这个月销了多少，下个月的生产计划已经排满，工人都在加班加点。

客户脸上露出疑问，他心领神会：“我们厂比较远，为了方便客户好找，特意把销售放在这。”

不管客户进没进他的小家电，他都豪情万丈地请客户去酒店吃饭喝酒，然后虔诚无比地开车请客户去他的“厂”参观。朋友的厂子的确一片繁忙，只是车间生产线上流动的产品并不是他的那个品牌，有些车间里生产的是与他的产品毫不相干的东西……

过了一段时日，又有老客户来找我了，我履行对朋友的承诺，带着我昔日的老客户去他路边的门面，门面已经关门了，门上的“某某实业公司”的牌子也不见了，我心里咯噔一下，朋友刚刚开张不久的公司倒闭了吗？我给他打手机，手机里他谈笑风生：“过来过来，我搬新厂了！”

很远的地方我就看到了朋友新厂的大红招牌。朋友满脸笑容地在厂门口迎候我和我的老客户。新厂的规模挺大，他陪着我和我的老客户参观着他的新厂。厂子的大门口有销售部、生产部等部门，然而朋友的总经理办公室却在厂子深处的一个偏僻的小角落。

这次朋友请我们吃饭去的是大排档，但朋友喝酒的豪情仍然依旧。谈起他的业务仍然兴高采烈：这个月出口西班牙多少、内销多少、贴牌多少……给人的感受他的公司每天都在蒸蒸日上、生意火爆。

后来与朋友小聚，朋友无意间向我露底了：他的实业公司仅仅是去工商局注册了一个品牌，银行开了一个户头，委托他的那个“厂”为他加工生产。

朋友的做法令我非常钦佩，我说：“你真行！注册个牌子就可以自己做老板，而且生意又这样好！”

朋友说：“好什么呀，你没见生产小家电的厂一个接着一个地倒闭，没利润，销几千万出去也赚不了几个，不亏就不错了！”

我说：“我每次来都看到你兴高采烈的样子，没有一点生意不好的迹象。”

朋友拍拍自己的胖脸说：“不好还要放在脸上吗？你对别人哭说你赚不到钱活不下去了，谁会同情你？谁会可怜你？”

我想想也是，整日哭丧个脸干啥？冻死迎风站，天无绝人之路！

