

中国最具影响力的推销员职场励志与创业传奇

—— 中华人民共和国人力资源和社会保障部《职业》杂志力荐

◎ 邵勇夫 著

中国第一推销员

中国社会科学出版社



◎ 邵勇夫 著

中国第一推销员

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国第一推销员/邵勇夫著. —北京: 中国社会科学出版社, 2009. 1

ISBN 978-7-5004-7537-8

I. 中… II. 邵… III. 自传体小说-中国-当代 IV. I247.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 208741 号

选题策划 郎丰君
责任编辑 丰 君
责任校对 王应来
责任印制 戴 宽
封面设计 鼎盛巅峰

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

电 话 010-84029450(邮购)

传 真 010-84017153

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印刷装订 三河君旺印装有限公司

版 次 2009 年 1 月第 1 版

印 次 2009 年 1 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16

印 张 27.25

字 数 432 千字

定 价 38.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与发行部联系调换
版权所有 侵权必究

内容简介

中国改革开放 30 年，做过推销的人数以千万，很多人发了大财成了大企业的老板、CEO 或者是直销业、寿险业的巨头。但“中国最伟大的推销员”、“中国第一推销员”、“中国推销员之父”……这一系列的光环却落在了一位被老板炒鱿鱼、一脚踢出门外的推销员邵勇夫的头上。

15 年走南闯北的推销路凯歌高奏，业绩斐然。就在邵勇夫一次性推销了 16 个火车皮微波炉，创造了中国小家电销售史上一次性成交额之最高的 2000 年，他却被老板炒鱿鱼了。邵勇夫遭遇到了比“金融海啸”危机下的大学生“就业寒流”还要恐怖的人生危机。

在邵勇夫万念俱灰、濒临绝望之时，他想到他的人生信条：说你行你就行，说你不行我更要行。于是，邵勇夫推销起了他做推销员的诚信精神和他曾经创造的无数推销神话：一句对自己产品充满信心的承诺“就是好！”为企业签下了全年的合同；用两条瘦腿为内蒙古大草原梳了三年梳子，销售额从全厂倒数第一直线上升至名列前茅；凭着比别人多走一家客户，多打一个电话，多流一点汗水，多超前一小会儿，一次性推销了 16 个火车皮的微波炉；进入新世纪，他用一篇小故事为一家企业讲来两个亿的销售额！

他凭着一份根植于心的责任，千方百计地维护消费者利益，凭着一个小小推销员瘦弱的肩膀，让企业一次次从类似“三鹿事件”的种种导致企业一夜坍塌的危机中化险为夷。

本书是中国第一本描写推销员职场生涯和创业传奇的自传体纪实报告文学。作者历经 10 年风雨书写的该部著作，以透视笔法展示了改革开放 30 年中国企业的风雨变迁和一个推销员的人生、爱情和创业故事，整部作品气势恢宏，感人至深。著名评论家《文艺报》主编张凌认为：这是一部当代中国推销员的英雄史诗。

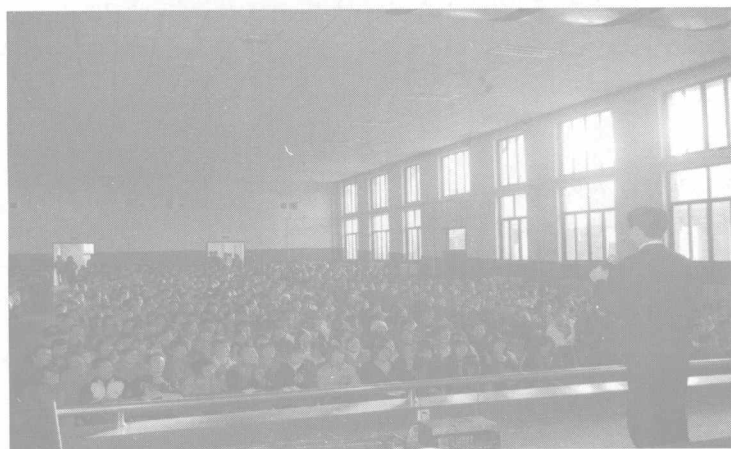
目前本书部分章节已被《北京晚报》、《天津日报》、《南方都市报》、上海《新闻晚报》、《楚天都市报》、《天府早报》、《南国早报》等 30 多家报刊连载，中华人民共和国人力资源和社会保障部《职业》杂志、《作家文摘》、《中华读书报》、《中外书摘》、《商界》、《家庭》、《知音》、湖南卫视、美国《侨报》等中外 500 多家新闻媒体予以报道，成为中国高校学子、职场营销人员以及创业者们广为传诵的推销秘籍和励志宝典。



为帮助广大大学生抵御“金融海啸”危机下“就业寒流”，2008年11月27日，中华人民共和国人力资源和社会保障部《职业》杂志社启动“大中专院校学生就业、创业指导校园巡讲活动”，邀请《职业》专家团就业指导专家邵勇夫先生为甘肃多所高校大学生做职场励志的全国首场巡讲，反响热烈，盛况空前。



同学们为邵勇夫先生的精彩演讲喝彩。



讲座现场座无虚席，后门也被热心听众占上了。

▶
邵勇夫 2008 年 11 月 29 日在
武汉大学为来自全国 200 多
家著名企业的老总们做主题演
讲。



▼
2002 年文化名城兰州市人民在
甘肃省府大礼堂为推销英雄邵
勇夫先生举办盛大报告会。





邵勇夫先生做全国巡回报告会，为企业家们讲述企业可持续发展的诚信营销。

邵勇夫：我们的人生规划要遵从科学发展观，符合两型社会的要求：干一行爱一行，珍爱上苍赋予我们的每一份工作，任何一份对社会有益的工作都会成就我们，都会赢得社会的尊重！





▲
邵勇夫先生为湖南大学等中南地区著名高校学子们讲述：爱情、事业、财富等人生的种种好机会都是可以设计可以创造的。

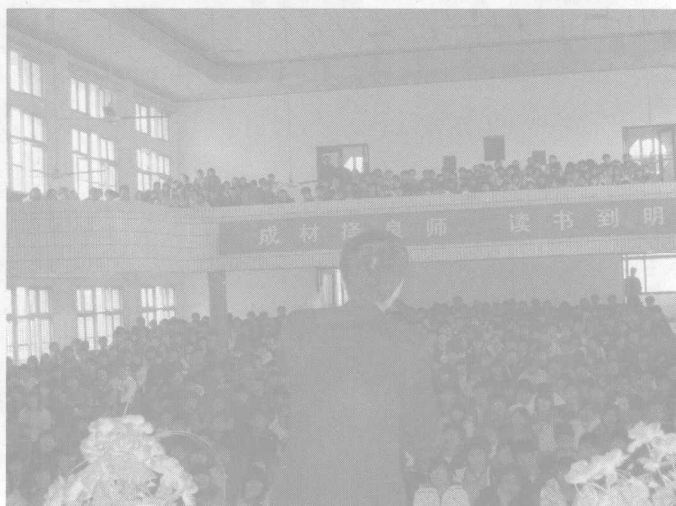


►
邵勇夫先生为南京大学等华东地区的高校同学们做精彩演讲：在工作中学习工作，在创业中学习创业，推销自己，成就梦想。



邵勇夫先生应邀做客华东交通大学孔目湖论坛，为广大大学生们讲述推销传奇，畅谈人生随想。

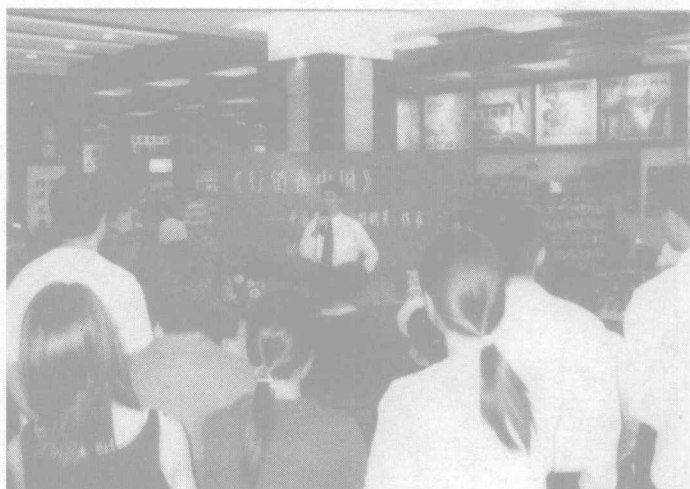
▶
邵勇夫先生为中学生演讲：成就人生靠创造性的工作，创造性的工作靠勤勉学习，唯有终生学习，才会拥有无穷创造力，拥有了无穷创造力，我们的人生才会永远立于不败之地！



▶
邵勇夫先生的推销故事与励志人生，让高中生们听得两眼铮铮，热血沸腾。



美国的一位哲学家说，一盎司的忠诚抵得过一磅重的聪明。邵勇夫说：“如果再加上一盎司的创造呢？敬业加创造性地工作没有做不好的事业。”



邵勇夫先生为广大读者演讲：占三尺地盘就要放万丈光彩。



邵勇夫先生风尘仆仆巡讲高校校园，为大学生做就业、创业指导。

序 一

推销推出新人生

这是一个推销的时代。这个时代，比以往任何时候都更讲究推销。

自从我们的社会走向开放，推销便如海潮般向我们涌来。摊贩们的大声吆喝，商店门口的大幅红布标语，街头明亮的霓虹灯箱，路边耸立着的巨大广告牌，空中飘荡着的巨型气球，电台播出的动人音律，电视上播放的动感画面，甚至在T形台上晃动的曼妙人体，全都在极尽推销之能事。我们被迅速淹没在推销之海中了。

目前，中国的销售大军据说有一个亿。它包括了制造业、商业、服务业等各行各业的销售人员、直销人员、寿险代理，还包括报刊影视出版物等各类传媒的发行人员、广告人员，政府对外招商引资的公务人员……这是一支何等庞大的队伍。

我们虽然早已习惯于无时不有无处不在的推销，但真正精通这个行当的人并不多。因此，教人如何学推销的书便多如牛毛。一些不懂推销和营销的人，竟然有介事地编出一本又一本关于推销和营销的书。这是近年来中国最奇怪的现象之一。

中国有庞大的销售大军，有大量教人学推销的书籍，但却鲜有描写推销人员生活的文字。毋庸置疑，推销员是被我们忽视的群体。我们太专注于成功的企业家、发财的老板、走红的明星等，我们的视线被高耸的大楼、豪华的别墅、气派的轿车、显赫的名声所吸引，对那些背着大大的行囊，搭乘拥挤的火车，住低档客栈的推销员不屑一顾。没有人注意到这一弥足重要的事实：正是这些一年四季栉风沐雨、拖着两条瘦腿四处跋涉、在人前吃尽白眼的推销员，把产品铺散在一个个消费空白的地区，才最终实现了巨额利润，企业得以发展，企业家获得了成功，老板发了大财，经济得到了刺激，国家走上了强盛。

由于国内反映推销员真实生活的书籍实在太少，邵勇夫的这部纪实体裁的长篇巨著便显得尤足珍贵。

这本书可能是中国第一本描写推销员职场生涯和情感生活的书吧！对于大众，欲了解仍带些许神秘色彩的推销员群体的生活，这是一个小小的窗口。各行各业的人们，读一读这本书，都是很有裨益的。现在垄断性行业越来越少，什么都市场化，生存的压力越来越大，人们渐渐懂得，生存需要意志，也需要知识和技巧。这两点，在邵勇夫的书里，都有出神入化的描述。邵勇夫的可贵，在于他的坚守信念，他的顽强勇毅，他的坚韧不拔，他做人做事的诚信原则。他读过大学，当过工程师，也当过大学老师，但他最爱的是推销事业。他真是一个奇人。但在一般人眼里，很不好理解，简直智商低下。他被人打过，被人骗过，被人敌视过，也被人讥笑和看轻过。由于长年奔波，居无定所，食无定时，他得了严重的胃病。而最严重的打击，莫过于曾经深爱的妻子离开了他，他与掌上明珠般的女儿也不得不骨肉分离。但他就是爱干推销，死心塌地要干这个行当，什么挫折也不能改变他，他决心要在这个行当里干出名堂来，吃多少苦都认了。这是他的生命力之所在，让人敬佩的地方。事实上，他真地做出了很大的成绩，一度创造了推销神话，让人不得不佩服，不得不刮目相看。建议抱有一腔热血打天下的年轻人，好好读读这本书吧。

我们还应赞赏邵勇夫的，是他做人方面的品行。即使受了骗，吃了苦，遭到克扣，遇到冷落，他也不存报复之心、雪恨之念。他总是向前看，为了开拓新事业，忘掉别人强加给他的苦难。这反映了他的善良和忠厚，也反映了他的宽阔胸襟。你看，老婆红杏出墙，他没有记恨人家；与老婆离婚了，他还送她金项链，帮她汗流浃背地推煤——这样的前夫也实在少见。对压制排挤过他的同事，在人家落难的时候，他没有幸灾乐祸，反而倾力相助——这样的为人，唯有好人才做得到的。

邵勇夫作为推销员，曾为好多家企业服务过。他的推销生涯反映了珠三角企业的变化，现实是无情的——产权在变迁，企业领导人在更替，企业领导的作风和管理方式也在不断地变化着。每当发生这些变化，销售部门总是首当其冲受到冲击，推销员的差旅费报销、工资发放、奖金提成大受影响。

企业人事的频繁变动和产权的次第变迁，正反映了珠江三角洲的企业在动荡中不断发展的状态。所以，对于研究企业发展的人，这本书也是有参考价值的。

邵勇夫不仅是一个优秀的推销员，也是一个传媒策划的高手。他没费一枪一弹，用一篇小故事给企业讲来了两个亿。中国有无数为企业承担品牌推广、营销策划的文化传播或顾问咨询公司，试问哪一家公司哪一位故作高深的师爷有如此创举？他也许应该想想当“将军”了，考虑怎样把自己的推销事业做大，比如自己成立专业推销公司，建立一个为企业培训推销人员、营销经理的专门学校。他在生意场上摸爬滚打惯了，真地该尝试一下自己当老板的滋味了。

读完此书的读者定能有所得益。既然我们所处的是一个推销的时代，在别人不断向你兜售各种思想和产品的情况下，你也可以考虑向别人推销一点什么。我们刚出生的时候，那第一声啼哭，就是向世人做的广告：“请注意，鄙人已来到世上，成为社会一分子了！”现在是商业社会，把这种本能加强一下吧。

——《家庭》杂志副总编 王冠清

序二

诚信宣言书

当人们都在用疑虑的目光审视对方的诚信而变得人人自危、相互防范的时候，在诚信危机橙色、红色预警频频闪亮的时候，走出了这样一位推销员，他推销好产品，推销让企业家成功的智慧，更自觉担当社会责任，他就是邵勇夫。

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纪实小说吸引了我，使用的方式还是他的专长：推销。当电话中传来了一个底气十足、声音洪亮又充满自信的陌生声音时，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——“黄老师您好！我用两腿做笔、血汗做墨、大地做纸，一步一个脚印、历经十年风雨书写了一部推销员的真情故事！希望您能够在《中外书摘》杂志上向广大读者推荐。”

这让我连犹豫的余地都不可能有了，我当即回答：“请你用最快的方式把书寄给我。”

当中国的各界名人都想到应该在写书上亮相时，一位默默无闻的“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。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，为书中主人公起伏迭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，发表在《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。一位美国好莱坞的制片商也曾打来电话表示对这本书的浓厚兴趣。与此同时，各地的报

刊、网站也都以不同的形式推介或连载该书内容。一时间邵勇夫的名字不胫而走。这部书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栩栩如生的人物形象。

邵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。

因书中故事是从社会生活中提炼而成，故时有思想的火花闪现。而蕴涵其中的经营理念、商业智慧甚至超越了职业的局限，让不同职业的人都能从中得益。作者在写作时对读者的定位是面向社会底层读者，然而这本书却让社会各阶层的人喜欢，香港《大公报》的总编辑在书报摊上寻找这本书；中国人民解放军的将军在北京图书大厦买到这本书，马上命令他的政治部主任，“一定要请这本书的作者邵勇夫来给部队做一次报告”；台湾一位退了休的老师读了这本书，专程从台湾飞到湖南拜访邵勇夫……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。

读邵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政府公务员和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、动荡又前途莫测的职业。我佩服他超越世俗观念的勇气。中国也许不在乎少了个政府公务员或大学教师的邵勇夫，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汨汨诉求。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8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！

从邵勇夫的作品中我们会感受到他发自内心地对诚信的呼唤。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。书中揭露了中国直销业一位借官方背景和“催眠术”来招摇撞骗的大师，人们对他的谎言都已经习惯，宁可信其有不可信其无，明知被他骗了还要感恩戴德、顶礼膜拜。这是极其可悲与可怕的现象。我们从书中感受到了一种沉重的忧患意识。

——《中外书摘》杂志主编 黄亨