

賣錢

● 奇特的經營實例

胡順成 著

台灣新電報 出版部印行



前言

企業家溫春雄先生曾說：「我相信有很多事情，是我們自我磨練的精神不夠，不是我們沒有機會，更不是我們運氣不好，腦筋不如人。我們不要看別人賺錢，好像很輕鬆，就好像鴨子浮在水面上，你看牠浮得很好，悠哉遊哉，可是，你知道，牠的兩隻腳在水底下，是怎樣不停的拍水，怎樣的忙？」

無可否認的，運氣能給人帶來財富，但，未必每一個致富成功的人，都是單憑運氣，如果他「沒有兩把刷子」，「沒有足夠的膽識」，「沒有在運氣來的時候，開門請它進來的能力」，運氣又豈會跟隨着他？

從這一點看來，「創造機會，創造運氣」，確是賺錢的一門重要的學問，它比「等待機會，等待運氣」要來得積極而有意義。

機會和運氣要怎樣創造呢？

這就是本書所要談的重點——靠「特點」經營，靠「特點」賣錢。

有了特點的經營，陋巷開店也能賓客雲集，小資本也能逐漸發跡。有了特點的經營，小企業也能成為大企業，大企業更能蒸蒸日上。

試看國內外，多少有名的企業家，那一個不是小資本創業，那一個不是出身貧寒，在風雨飄搖的困境中，披荆斬棘，扶搖直上，所以，您我都不要妄自菲薄，懷憂喪志，祇要有洞燭機先的眼光，旺盛的創業企圖心，把握「人棄我取」、「人取我棄」的「特點」經營，何患不能使鈔票滾滾而來。

賺錢當然要「取之有道」，所以，「特點」經營，絕不等於投機經營，而是憑實力，以「特點」出奇致勝的經營。

「特點」貴錢的奧秘，就是化「不可能」為「可能」。

「不可能」這三個字，並不一定能難倒有眼光的企業家；有一句C.E.K.的勵志名言說：「世界上有摩天大樓，是因為有人夢想應該造得這麼高，也有人相信辦得到，還有人立志要辦到。」

特點經營，就是要「變不可能為可能」，「化腐朽為神奇」的經營。

我們「不必看別人有華屋廣廈，而嫉妒得想將它推倒，因為推倒了別人的華屋廣廈，不

等於自己也擁有了它，且以同樣的努力，為自己也造一棟吧！」

本書各篇，是由作者歷年來發表於「實業世界」、「企業世界」……等雜誌的作品選輯而成，偏重各種「特點經營」、「特點賣錢」的實例介紹，讓您在輕鬆的閱讀當中，激起許多創業的靈感，從而白手起家，成功致富。

本書能夠順利出書，特別感謝台灣新生報賴明佑經理、林宗禧先生的鼓勵與協助。期待讀者先進們惠予匡正指教。謹祝福您：

「特點」經營成功，創業「致富」！

作者 謹識

~~~~~

# 本報出版·致富十書

- |              |            |
|--------------|------------|
| ① 創業致富法      | (定價 60 元)  |
| ② 成功經營法      | (定價 60 元)  |
| ③ 賺錢的新生意     | (定價 60 元)  |
| ④ 大頭腦創巨富     | (定價 50 元)  |
| ⑤ 商品暢銷探秘     | (定價 50 元)  |
| ⑥ 小生意賺大錢     | (定價 50 元)  |
| ⑦ 經營事業成功之奧秘  | (定價 80 元)  |
| ⑧ 世界熱門新產品新行業 | (定價 60 元)  |
| ⑨ 利市百倍的新生意   | (定價 70 元)  |
| ⑩ 開拓金鑽市場的捷徑  | (定價 100 元) |

直接郵購·九折優待

~~~~~

賣 錢 目 錄

——奇特的經營實例

• 前言.....一

動腦致富篇

• 「特點」賣錢.....一三

——奇特經營賺錢法之一

• 「特點」賣錢.....一九

——奇特經營賺錢法之二

• 您也能成爲百萬鉅富.....二一

——談喬治・S・克蘭森的致富十六原則

• 「錢」緣那裡來？.....三七

——名心理學家鮑家聰先生演講側記

• 教我如何不動心？.....五三

——談特點賣錢的幾個實例

• 猶太人的致富術.....六三

——看小氣的猶太人是怎麼致富的

• 猶太人的致富術.....七七

——女人與嘴巴

「企業經營篇」

• 企業成功的二十個秘訣.....八六

——世界第二大建築公司老闆鹿島守之助的箴言

• 老闆們不用緊張.....一〇四

——讓員工按時領薪水，但不用按時上下班的人事制度

促銷活動篇

- 「伸縮性工作時間制」施行實例……………一一一
- 長期投資，提昇企業印象的企業廣告之功能……………一一五
 - 開拓企業優勢的明日，「企業廣告」與「商品廣告」均應重視。
- 企業與消費者之間的橋樑……………一二六
 - 談消費者的組織化與企業的公共關係刊物
- 細說企業PR……………一三七
 - 企業發展不可忽視的公共關係
- 企業體健全的成长與有害的成长……………一四二
 - 經營管理大師彼德·F·杜拉卡 (Peter. F. Drucker) 教授的智慧
- 小魚吃大魚……………一五一
 - 針對消費者設計的十二種販賣促進活動
- 談購買時點POP廣告的價值……………一六四

——兼談日本獅王迴轉式牙刷的POP企劃		一七九
• DM廣告的感情攻勢		一七九

——敲開重重鐵門，尋找買主的奇兵

• 消費者購買動機的探討		一八七
--------------	-------	-----

——研究消費者的潛在欲望

• 「顧客名簿」與「特賣活動」的效用		一九四
--------------------	-------	-----

• 發揮販賣威力，建立良好主顧關係的「顧客名簿」		二〇三
--------------------------	-------	-----

——大企業需要它，中小企業和零售店也需要它

• 對顧客深具魅力的小贈品廣告		二一四
-----------------	-------	-----

——談企業與商店的人情味經營

• 企業體提供電視廣告，應注意避免引起消費者的反感		二二五
---------------------------	-------	-----

人際關係篇

• 邁向成功的人際關係		二二二
-------------	-------	-----

——人溺己溺，人飢己飢的情懷，使您到處受人歡迎

• 強將手下無弱兵……………二三九

——談主管對於部屬的「授權」與「指派」

• 傾聽的藝術……………二五三

——傾聽有時比雄辯滔滔更具威力

• 弦外之音……………二五五

——千里「誠意」一線牽的電話

• 應付批評之道……………二五七

——您經得起別人的挑剔、批評嗎？

• 微笑致富……………二五九

——微笑的魅力不可忽視

• 處理顧客不滿的方法……………二六一

商店營運篇

• 商店生意繁忙期接客的七大要點.....	二六三
——別爲了追逐兩隻兔子，却連一隻也沒追到.....	
• 物價高騰的八〇年代商店經營之重點.....	二七八
——您將如何滿足愈來愈聰明的消費者.....	
• 淺談商店的照明與色彩.....	二八六
——經營者切勿忽視「塑造商店之個性」.....	
• 商品損失的發現、防止與處理.....	二九六
——商店經營者應付能源危機的對策之一.....	
• 一面之緣，從此難忘.....	三〇七
——如何爭取消費者的好印象.....	
• 談零售店老闆的應變能力.....	三一七
——企業家溫春雄先生演講側記.....	
• 談鞋店的經營與服務.....	三二六
——男鞋女鞋，款式千變萬化；大店小店，生意各顯奇招.....	

• 新興的行業.....	三三八
--------------	-----

——健康自然食品專賣店的經營

• 知識即是權利、服務充滿魅力的零售店.....	三五〇
--------------------------	-----

——本書作者考察日本的藥品零售店兼談一般零售店經營的趨勢

• 如何發揮您的潛在能力.....	三六〇
-------------------	-----

——台大副教授李磨口述本書作者側記

經營叢書・本本耐讀

- | | |
|----------------|------------|
| ① 新起一代的企業家 | (定價 50 元) |
| ② 證券投資策略 | (定價 60 元) |
| ③ 基本分析與技術分析 | (定價 60 元) |
| ④ 和中東做生意 | (定價 50 元) |
| ⑤ 小額資金創業實例一〇四集 | (定價 260 元) |
| ⑥ 創業者的鏡子 | (定價 50 元) |
| ⑦ 女老闆創業記 | (定價 50 元) |
| ⑧ 養錢 | (定價 80 元) |
| ⑨ 廣告創意精華 | (定價 120 元) |
| ⑩ 怎樣創作廣告 | (定價 100 元) |

直接郵購・九折優待

「特點」賣錢

——奇特經營賺錢法之一

(1)「臺南點心擔」——老闆樂呵呵

靠近臺北市中山北路和南京東路一段，有一個巷子，平時冷冷清清的，比起鑽石地帶的西門町，不知相去凡幾，但這裏却有一家開在二樓的館子，生意鼎盛，堪與西門町的館子媲美。

這家館子，就在李園飯店後面的巷子，小小的招牌寫着「臺南點心擔」，顧名思義「臺南」、「點心」是它的特色，可是造成門庭若市、座無虛席的原因，是在於有它獨到之處。「窗明几淨」、「服務親切」、「物美價廉」，一般好館子應俱備的條件，它都一應俱全。值得一提的是，這家館子做到了「簡」與「速」。它的快餐，盛裝在圓形的鐵路式餐盒

、飯少菜多。原來，它大部份的顧客是附近公司行號的薪水階層，多半飯量不大，講究乾淨和美味。有一次，筆者到這家館子吃飯，菜是一個鹵蛋和雞腿，價錢和原來的却一樣，當時以為服務生說錯了，但他們的解釋是：「今天加菜！」這雖然也是生意經，但着實能給顧客很有「人情味」的印象。

這家館子——「臺南點心擔」，為迎合顧客的胃口，每天以相同價格快餐，變換着不同的菜。如與西門町一些餐店，那種菜餚不錯，却老是那幾道菜的快餐一比，自然強得多。

「臺南點心擔」的廣告，是藉消費者「口頭宣傳」的連鎖效果。由於它的客飯，可以「打電話就送來」，沒有小費，隨時增訂或停訂。附近的公司只要有一兩人吃他的快餐客飯，別人亦想嚐嚐，何況同樣價錢，不必勞駕排隊，不亦樂乎！

一般人對訂整月客飯不感興趣，是老是熟面孔的菜，如果必須出差停伙，又得跟館子煞費周章，甚至前一天不停，當天不准停伙，但這家館子增訂歡迎，停訂也沒關係，盡量給顧客方便。以一般生意的經營理論，該是賠錢，徒增麻煩不划算，但這家却大賺其錢，豈不是奇蹟？

「臺南點心擔」目前有好些個服務小姐，而且備有一部送客飯的小貨車，老闆只要坐在

他的坐位，樂呵呵的接一個個打來的電話，和熟顧客點頭微笑，鈔票就滾滾而來，誰能說，這冷清的巷子不是賺大錢的地方？

(2) 延平中藥舖——趁節令把名揚

元宵節的前兩天，筆者到延平北路三段探訪一位朋友。在臺北橋附近，有一家新開不久的中藥舖，門口擠滿了近百的人。好奇心使我走近一看，原來是一家中藥舖開業，門口貼滿了謎題。有的猜一字，一地名，或四書裏的一句話，一齣電視劇的名稱，中藥藥草名……琳琅滿目，深淺並列。

人羣中有人猜對了，立刻伸手領獎，一大羣的人騷動起來，投以羨慕和驚奇的眼光，雖然獎品不是十分值錢的東西，却够吸引大批好奇的人。於是，有人在沉思，有人在自言自語，有的在互相商量；有些路過的人，索興將車子停在路邊，擠進來。

這是多麼有效的宣傳，也是何等廉價富有人情味的宣傳！它的對象是附近的居民，是中年以上對猜謎有濃厚興趣、對中藥有深刻印象的準顧客。他們除了對這家新開幕的中藥舖念念不忘外，也會自動的做口頭宣傳。這比在其它媒體上說：「閣下生病了請光臨。」要來得

生動，易於被接受。筆者不久後又造訪住延平北路三段那位朋友，果然聽他說這家新開的中藥舖，生意頂好呢！

(3) 臺中「菜根香」——顧客情願排隊

在臺中一個學校旁，擺了一家牛肉麵攤，每當學生放學或中午休息時，生意之佳，大有應接不暇之勢。

這家的顧客不好當，飢腸轆轆的時候，還得耐心的等。最不可思議的是，這牛肉麵攤老闆，在人滿為患時，大聲的吆喝道：

「排隊排隊，不排隊不准吃！」

這不是要令顧客一個個光火，遷地為良嗎？怪就怪在此，在擺長龍的人，還是耐心的等着。這不也是很有趣嗎？錢給你賺，還得受你洋罪。不過，老闆的哲學是秩序亂了，慢來先吃，先來慢吃，會使人裹足不前。

另外，這家牛肉麵味道有獨具的風味，價實貨真，自有慕名而來的人。何況，附近的學生既是常客，當然是識途老馬，他們有信心等，有信心排隊。