

适合每一个人阅读的**赚钱秘经**

赚钱 不难

轻松赚大钱的**108法**

陈南○编著

一个好的方法可以让人致富
一本好书可以改变人的一生

北京工业大学出版社

赚钱不难

轻松赚大钱的108法

陈南〇编著

北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

赚钱不难：轻松赚大钱的 108 法 / 陈南编著. —北京：
北京工业大学出版社，2010.8
ISBN 978 - 7 - 5639 - 2423 - 3

I. ①赚… II. ①陈… III. ①商业经营—通俗读物
IV. ①F715 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 114429 号

赚钱不难——轻松赚大钱的 108 法

编 著：陈 南

责任编辑：龚法忠

封面设计：天之赋设计室

出版发行：北京工业大学出版社

地 址：北京市朝阳区平乐园 100 号

邮政编码：100124

电 话：010 - 67391106 010 - 67392308 (传真)

电子信箱：bgdcbsfxb@163.net

承印单位：大厂回族自治县正兴印务有限公司

经销单位：全国各地新华书店

开 本：700 mm × 1000 mm 1/16

印 张：16.5

字 数：248 千字

版 次：2010 年 8 月第 1 版

印 次：2010 年 8 月第 1 次印刷

标准书号：ISBN 978 - 7 - 5639 - 2423 - 3

定 价：26.80 元

版权所有 翻印必究

图书如有印装错误，请寄回本社调换

前 言

在当今这样一个自由竞争、开放的市场经济时代，财富属于每个人的机会都是均等的，没有谁注定就该当穷光蛋，人人都可以成为富翁。此话绝非夸大其词。据权威调查结果显示：目前，在世界排名前 100 位的超级富翁中，继承祖业的不到 5%；其余的都是通过自己的努力，白手起家而成就伟业的。

那么，他们是如何由一穷二白变成腰缠万贯的呢？决定其成功的因素有很多，但他们一致坦言：好的赚钱方法是最重要的因素之一。的确如此，好方法是成功的一半。有时候，一个奇点子、一个新主意、一个妙招数，都将改变一个人的一生，将使一个人由失败走向成功，由穷人变成富豪……

数年前，美国一书商有一批滞销书久久不能脱手。他突然想出了一个主意：给总统送去一本书，并三番五次去征求意见。忙于政务的总统不愿与他多纠缠，便回了一句：“这本书不错。”书商便借总统之名大做广告：“现在有总统喜爱的书出售。”结果，这些书被读者一抢而空。时隔不久，该书商又有书卖不出去，于是他又故技重演，去找总统。已上过一次当的总统生气地说：“这本书不值得一读！”书商闻之，脑子一转，又做广告：“现在有总统讨厌的书出售”。不少出于好奇者争相抢购，书很快又售罄。又隔不久，这位书商又有书销路极差，再去找总统。总统接受了前两次的教训，便不作任何答复。书商却大做广告：“现有令总统难以下结论的书出售，欲购从速。”书居然又被一抢而空。总统哭笑不得，书商却因此大发其财。

朋友，当您看到此处，是否领会到了好方法对于赚钱的重要性了



呢？是啊，该“臭小子”之所以能把一单单“死生意”做活，凭的就是两个字：妙招。或许，现在的您身无分文，又没关系，但只要掌握了恰当的赚钱方法和技巧，赚钱于您将易如探囊取物；用不了多久，您可能步入了富翁的行列。

只是，赚钱的奇招仅有极少数人能够想到，想不到者该怎么办呢？毫无疑问，从书本中获得是最简便的了。令人遗憾的是，如今书市上关于赚钱的书虽多之又多，但有特色的极少。它们不是将一些高深的理论知识进行教条式的编排，就是将一些故事进行简单的罗列，远离读者需要，缺乏实用性。正是鉴于这一点，我们决定编写一本对读者真正有用的书。此刻捧在您手心的这本《赚钱不难——轻松赚大钱的 108 法》，便是我们付出两年多辛劳的结果。

本书摒弃了枯燥的说理和说教，通过 100 多个精彩有趣、通俗易懂的故事来讲述赚钱的奇招。为了使读者朋友易于领会，作者还在每一个故事前面作了简明扼要的阐述，在故事后作了精彩的点评。我们深信，从中您可以体会到，成为亿万富翁并非是什么千难万难的事；只要掌握了方法和技巧，灵活运用，财源自会滚滚而来。

最后，真心希望读者朋友能借助本书所介绍的赚钱高招，尽快富裕起来。这样，我们所付出的辛劳也算没有白费。

第一章 借鸡生蛋，无本生万利

借鸡生蛋，善假于物，最能体现一个人的财商智慧了。乘车可至千里，坐船可览江河，皆因借力也。做生意赚钱更需要借助于外力，因为就算你浑身是铁，又能打得几根钉呢？

“借鸡生蛋”，指的是在不付出或付出很少代价的情况下，利用他人有形的或无形的资源来获取利益的行为。此举重在“借”，要想达到事半功倍的效果，须在“借”字上下工夫。“借”有会借、善借、巧借之分。会借者，使人心甘情愿；不会借者，使人心生厌恶。不过，会借者须用巧、善，才能“毕其智为己所用”，从而心想事成。此外，还要借之有度，否则就会功亏一篑。

◇ 借力生财，一举两得	2
◇ 以假乱真，借“名”生钱	4
◇ 巧用信用，借钱生钱	7
◇ 借题发挥，因祸得福	10
◇ 巧借闲事，淡中生奇	12
◇ 借名扬名，创富捷径	14
◇ 借梯上楼，后来居上	16
◇ 借树开花，以名扬名	18
◇ 借特殊日子赚钱	20



第二章 以小搏大，空手套白狼

据权威统计显示：目前在世界上排名前 100 位的超级富豪中，继承祖业的不到 5%，其余的都是通过自己的努力，以小搏大、白手起家的。

小和大是相对的，没有永恒的小，也没有永恒的大。小有小的优势，大有大的缺点，因此小可以变大，大可以变小。以小搏大的关键，在于“搏”。“搏”就是智慧谋略，就是方法技巧，就是天时、地利、人和。只有会搏、善搏，小才能胜大。以小搏大，本身就需要勇气、胆量和魄力。拥有足够的勇气、胆量和魄力，才能聚沙成塔、集腋成裘，才能小鱼吃大鱼，从而铸就伟业。

- ◇ 先吃小亏，后赚大钱 24
- ◇ 以小鱼钓大鱼 26
- ◇ 抛出砖石，引来白玉 28
- ◇ 免费赠送，小钱换大钱 31
- ◇ 不辞微利，积少成多 32
- ◇ 让利销售，薄利多销 35
- ◇ 空手经营，无本万利 38
- ◇ 讨好小孩，大有回报 40
- ◇ 吃苦耐劳，以勤补拙 42

第三章 运筹帷幄，策划出黄金

运筹帷幄，决胜千里。在激烈的商战中，如何让自己的产品为广大消费者所接受，备受顾客青睐，如何让自己的经营技巧和手段产生出轰动性效果，这是每一个生意人都极力追求的。而独具匠心的公关和奇招迭出的策划是必不可少的。

有人说，无论是个人还是企业，或者是商品，能否进入市场，“形象定乾坤”。此话真是恰当极了。策划的重要载体——广告，是产品的宣传单，是广大消费者认识产品的一面镜子，创意新颖的广告能把消费者牢牢地吸引住，产生禁不住的购买欲望。商家从而大赚天下财富。

◇ 不战而赢地宣传产品	46
◇ 先声夺人，一举成功	48
◇ 精彩亮相，一步到位	51
◇ 故弄玄虚，出奇制胜	53
◇ 借特殊事件巧妙宣传	55
◇ 自造“坏名”，扬名天下	57
◇ 名人效应，身价倍增	59
◇ 广告战术，贵在出奇	62

第四章

把握机遇，致富靠信息

我们身处信息时代，多变的市场满是致富信息。古今中外的名君、名将，每战必胜，究其原因，不仅在于其善战，还在于其所搜集的情报快捷而准确。今天，更没有人会怀疑信息的重要性了。信息就是机遇，谁抓住了机遇，谁就能成就一番事业，创造出巨额的财富。

市场经济，最讲究的就是信息。聪明的商家把信息作为赚钱揽财的招数，已不是什么秘密。谁要想在市场中发财致富，就必须善于捕捉信息，运用捕捉到的信息，才能比别人抢先一步占领市场。

◇ 巧妙利用信息	66
◇ 热点中掘出大好商机	68
◇ 把握隐而未现的商机	71
◇ 突然出击，独赚厚利	73
◇ 审时度势，果断出手	75
◇ 识势驭势，大赚特赚	78
◇ 乘虚而入，抢占先机	81
◇ 抓住怀旧心理巧赚钱	82



第五章

独辟蹊径，创新出奇迹

在改革开放和市场经济的大潮中，人们的欲望被激活。千人千姿，百人百态，不同的欲望在人们的心中激荡着。为了这种种欲望，人人都在百舸争流，竞相奋战。然而，最终取得胜利的，往往是那些敢于独辟蹊径、敢于创新的人。

“独辟蹊径”，指的就是要敢于走别人不敢走的路，走与众不同的路。这就要求创业者有着丰富的想象力和创新精神，绝不能“在一棵树上吊死”。

其实，创富的本质就是创新，是不断打破旧秩序、建立新秩序的过程。求异创新、独辟蹊径是创业者的经营之魂，是步入富翁之列的法宝。

- ◇ 巧妙创新，变废为宝 88
- ◇ 不随大流，另辟蹊径 90
- ◇ 识人之弃，开创新路 93
- ◇ 破除陋习，大胆出新 95
- ◇ 赋予产品以情感 98
- ◇ 由顾客自己定价 100
- ◇ 标新立异，终成大业 102
- ◇ 不随大流，独得商机 105

第六章

随机应变，市场领风骚

众所周知：凡事都处在不断发展变化的状态之中。市场变化莫测，商机若隐若现。面对如此形势，不可犹豫不决；须当机立断，该出手时就出手。因为过了这个村，就没有那个店。

抓住时机，迅速出手，这是能否赚大钱的关键所在。没有哪一位成功之士不是顺应潮流，随机应变的。当然，随机应变还要讲求技巧，以变应变、以不变应万变，要多思多想，“眼中形势胸中策，缓步徐行静不哗”。这样，才能稳占上风。随机应变，切忌人云亦云，盲目跟风。只有在看准赚钱的机会时，快速出击，金钱才会滚滚而来。

◇ 将错就错，反败为胜	108
◇ 以患为利，反向取胜	111
◇ 假戏真做，化患为利	113
◇ 入乡问俗，开拓市场	116
◇ 变在人前，灵活经营	118
◇ 厚利多销，出奇制胜	120
◇ 当退则退，以退为进	122
◇ 突出季节，晴雨兼得	125
◇ 相机而行，化弊为利	127
◇ 化害为利，赢得信誉	130

第七章

绝招在手，不战也能赢

在竞争日益激烈的市场经济大潮中，做生意赚钱不是一件轻而易举的事，但也不是可望而不可即的水中花、镜中月。渴望赚钱的人在生意场上拼搏，必须有聪明的头脑、智慧的眼光，善于谋划，善于决断，要紧紧地把握市场的脉搏，洞悉消费者的消费心理和消费需求，胸有成竹，游刃有余。

在市场营销中，你如果掌握几手经营绝招，定能奇谋迭出，财源广进。

◇ 示假隐真，生财有道	134
◇ 制造假象，独辟蹊径	136
◇ 引发好奇，轻松赚钱	138
◇ 攻心为上，以情感人	140
◇ 巧妙联系，点石成金	142
◇ 自抬身价，反客为主	144
◇ 投石问路，稳赚不赔	147
◇ 分期付款，反败为胜	149
◇ 购买智慧，轻松致富	151



◇ 成人之名，以名得利	153
◇ 反道而行，高价销售	155
◇ 学会等待，后发制人	157
◇ 错觉销售，挽回顾客	159
◇ 无中生有，创造财富	160
◇ 侧面出击，打开销路	162
◇ 处变不惊，沉默是金	165
◇ 施以诈术，立于不败	167
◇ 诱之以利，瓮中捉鳖	170
◇ 出其不意，故弄玄虚	172
◇ 环环相扣，一本万利	174
◇ 迂回战术，以智取胜	177

第八章

超常经营，坐拥天下财

三百六十行，行行出状元。市场是无限的，人的需要也是无限的。在需求与市场之间，有一个重要的法则：人的欲望是永无止境的。所以，在生意场上，你如果超常规经营，就能出奇制胜。新市场的开发，依赖于极其宝贵的预见。观察并捕捉潜在的商机，见人之未见，为人之未为，便能赚别人所不能赚之钱，坐拥天下财。

◇ 帮他人寻找初恋情人	182
◇ 为懒人提供便利服务	184
◇ 以特殊产品满足特殊需求	186
◇ 替人解忧，名利双收	188
◇ 将家教进行企业化经营	190
◇ 出售安全，大有钱图	192
◇ 代理礼品，前程似锦	194

◇ 出售点子，创意致富	196
◇ 流动服务，本小利大	199
◇ 漫游浴池，独领风骚	201
◇ 只经营一个项目	204
◇ 商品组合，扭亏为盈	206
◇ 填补空当，占领市场	209
◇ 瞄准女人，一举成功	211
◇ 留牌服务，扩大业务	213
◇ 怀古经营，有利可图	215
◇ 制造流行，引领时尚	217
◇ 限量销售，以少胜多	219
◇ 打折销售，扩大销路	221

第九章

以德以诚，顾客盈门

“君子爱财，取之有道。”赚钱的方式有千种万种，但没有什么比用诚信赚得的钱更让人心安的了。诚信往往与财富成正比，诚信有多高，财富就有多高。诚信是开启财富的钥匙。不讲诚信，有违道德，如同杀鸡取卵，自掘坟墓。目光长远的大赢家，必是从诚信做起，以德得利的。

“精诚所至，金石为开。”诚的力量是不可估量的，它所形成的吸引力、向心力，能化作财源和取之不尽的无形资本。以诚信求利，以德得财，方可成就大业。

◇ 家丑外扬，以诚取胜	226
◇ 把顾客放在第一位	228
◇ 爱心回报，财运亨通	230
◇ 以好的形象吸引顾客	232
◇ 负荆请罪，客似云来	234
◇ 公益义举，一举多得	236
◇ 狠抓质量，以质取胜	238



◇ 给顾客建立档案	240
◇ 完善售后服务，赔小赚大	242
◇ 以信为宝，起死回生	244
◇ 诚心诚意，顾客盈门	246
◇ 以诚感人，重塑形象	248



第一章 借鸡生蛋，无本生万利

借鸡生蛋，善假于物，最能体现一个人的财商智慧了。乘车可至千里，坐船可览江河，皆因借力也。做生意赚钱更需要借助于外力，因为就算你浑身是铁，又能打几根钉呢？

所谓“借鸡生蛋”，指的是在不付出或付出很少代价的情况下，利用他人有形的或无形的资源来获取利益的行为。此举重在“借”，要想达到事半功倍的效果，须在“借”字上下工夫。“借”有会借、善借、巧借之分。会借者，使人心甘情愿；不会借者，使人心生厌恶。不过，会借者须用巧、善，才能“毕其智为己所用”，从而心想事成。此外，还要借之有度，否则就会功亏一篑。



借力生财，一举两得

“借别人的手帮自己干活儿，就等于找人为己干活儿。”在现在这样一个竞争日益激烈的市场经济时代，想要在商场上干出一番成就，仅靠单打独斗是行不通的，我们应该学会“借力”，让别人替自己赚钱。

犹太人做生意全世界有名，在生意场上，他们常常使出一些令人意想不到的高招，轻松赚得巨额财富。

在日本东部有一个风光旖旎的小岛——鹿儿岛，因气候温和、鸟语花香，每年吸引大批来自各地的观光客。有一位名叫阿德森的犹太人在日本经商已有多年，第一次登上鹿儿岛之后，便喜欢上了这里，决定放弃过去的生意，在此建一个豪华气派的鹿儿岛度假村。一年后，度假村落成。但由于度假村地处一片没有树木的山坡，一些投宿的观光客总觉得有些扫兴，建议阿德森尽快在山坡上种一些树，改善度假村的环境。阿德森觉得这个建议好是好，但工钱昂贵，又雇不到工人，因此迟迟无法实现。

不过，阿德森毕竟是个犹太人，天生就是做生意的料，他脑子一转，立即想出了一个妙招——借力。他迅速在自家度假村门口及鹿儿岛各主要路口的巨型广告牌上打出一则这样的广告：

各位亲爱的游客：您想在鹿儿岛留下永久的纪念吗？如果想，那么请来鹿儿岛度假村的山坡上栽上一棵“旅行纪念树”或“新婚纪念树”吧！

绿色是诱人又令人开心的。那些常年生活在大都市的城里人，在废气和噪声中生活久了，十分渴望到大自然中去呼吸一下新鲜空气，休息休息。如果还能亲手栽上一棵树，留下“到此一游”的永恒纪念，那会别提多有意思了。于是，各地游客都纷纷慕名而来。一时间，鹿儿岛

度假村变得游客盈门，热闹非凡。当然，阿德森并没有忘记替栽树的游客准备一些花草、树苗、铲子和浇灌的工具，以及一些为栽树者留名的木牌，并规定：游客栽一棵树，鹿儿岛度假村收取 300 日元的树苗费，并给每棵树配一块木牌，由游客亲自在上面刻上自己的名字，以示纪念。这是很有吸引力的赚钱高招，到此一游的人谁不想留个纪念？因此，一年下来，鹿儿岛度假村除食宿费收入外，还收取了“绿色栽树费”共 1000 多万日元，扣除树苗成本费 400 多万日元，还赚了近 600 万日元。几年以后，随着幼树成材，原先的秃山坡绿树成荫了。



【赚钱心法】

让你出钱，让你出力，还让你高兴而来，满意而归，这似乎是不可能的事情。可精明的阿德森却看到了这一“不可能”之中的可能性，做了一笔一举两得的生意。这其中，我们看到了营销创意的价值和魅力。你瞧，本来是既花钱又费工的一件事，营销高手一摆弄，竟变为了招徕顾客的一种手段，你能不为之叫绝吗？

其实，阿德森所使的这一高招——借力，谁都知道，但能用得如此出神入化者就极其罕见了。

“借力”不仅是发财的高招，也是一个成大事者必须具备的能力。毕竟一个人的能力是有限的。俗话说：“就算浑身是铁，又能打得几颗钉？”如果只凭自己的能力，能做成的事很少；如果懂得借助他人的力量，就可以无所不能。

凭自己的能力赚钱固然是真本事，但是，能巧妙借他人的力量赚钱，就是一门高超的艺术。“借力”的要点就是互借互利，既要让自己受益，又能让对方受益。不让别人受益，别人肯定是不肯为你所用的。比如前文故事中阿德森的做法，并不是凭空想象出来的，而是他利用都市人渴望与大自然亲密接触的美好愿望推出的“奇招”。如果栽树不能满足都市人的心理需求，他们肯定是不肯自己掏钱替阿德森免费栽树的。

拿破仑曾经说过这样一句话：“懒而聪明的人可以做统帅。”所谓



“懒”，指的就是不逞能，不争功，能让别人干的，自己就不去揽着干。尽量借助别人的力量，这在某种意义上来说，是在告诫我们现实生活中那些渴望成功的人：要善于“借力”。别人会干，等于自己会干。

那么，我们具体该如何用好这一招呢？

其一，要主动。借不是靠，借不能依赖等待。借是小投入甚至不投入的以少胜多、无中生有的谋略。

其二，借要建立在事物发展态势的精辟分析、准确判断的基础之上。

其三，此招还必须熟知顾客心理，迎合顾客心理而动，从而煽起顾客的消费欲望。



以假乱真，借“名”生钱

名人在公众中的地位和形象是一种无形资产；如何使用这种无形资产，大有文章可做。

那年，玫林凯借钱在伦敦开了一家小型珠宝店。

创业之初，玫林凯雄心勃勃，准备干出一点儿大名堂来。怎奈含辛茹苦地经营了4年，生意仍十分清淡，每年的经营收入还清银行的本息之后，几乎所剩无几。

看到同行们生意如日中天，玫林凯心里真不是滋味。她深知，要想走出困境，必须先树立小店的形象，扩大小店的影响。但是如何树立小店的形象，扩大小店的影响呢？一时之间，玫林凯还真有点儿束手无策。不过坚强的玫林凯并没有气馁，她总是这样告诉自己：办法总是可以想出来的。

生活中有些人喜欢在别人的伤口上撒盐，以获得自身的一种快感。就在玫林凯愁眉不展之时，有一位同行讽刺她：“凭你这么一点儿小本