

最強「そうじ力」で商売は必ず繁盛する

生意兴隆的

# 扫除力

[日] 舛田光洋 著 李晓霁 译

希望麦当劳的厕所比其他快餐店的厕所都干净

—— 查理·贝尔 麦当劳CEO

迪士尼乐园的道路要达到婴儿可以爬行的清洁程度

—— 罗伯特·艾格 迪士尼CEO



東方出版社

最強「そうじ力」で商売

生意兴隆

# 扫除力

[日] 舛田光洋 著 李晓霁 译

图书在版编目 (CIP) 数据

生意兴隆的扫除力 / (日) 舛田光洋 著; 李晓霁 译. —北京: 东方出版社, 2012  
ISBN 978-7-5060-4503-2

I. ①生… II. ①舛… ②李… III. ①商业经营 IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 044031 号

Saikyou Soujiryoku De Syoubai Wa Kanarazu Hannsei Suru

By Mitsuhiro Masuda

copyright © 2007 Mitsuhiro Masuda

Original Japanese language edition published by riyonn Co., Ltd.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any  
form without the written permission of the publisher.

Chinese translation rights arranged with Oriental Press through IRH Press Co., Ltd.

中文简体字版权由幸福科学出版株式会社代理

中文简体字版专有权属东方出版社

著作权合同登记号 图字: 01-2011-7366 号

生意兴隆的扫除力 (SHENGYI XINGLONG DE SAOCHULI)

作 者: [日] 舛田光洋

译 者: 李晓霁

责任编辑: 姬 利 杜晓花

出 版: 东方出版社

发 行: 人民东方出版传媒有限公司

地 址: 北京市东城区朝阳门内大街 166 号

邮政编码: 100706

印 刷: 北京印刷一厂

版 次: 2012 年 5 月第 1 版

印 次: 2012 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 1—7000 册

开 本: 670 毫米 × 890 毫米 1/16

印 张: 11.25

字 数: 72 千字

书 号: ISBN 978-7-5060-4503-2

定 价: 26.00 元

发行电话: (010) 65210059 65210060 65210062 65210063

版权所有, 违者必究 本书观点并不代表本社立场  
如有印装质量问题, 请拨打电话: (010) 65210012

## 序

“生意兴隆的地方都是有魔力的”——大家是不是也这么想呢？

确实，那些让人想要再次光顾的店面，那些让人想要早点去上班的办公室以及那些制作热门商品的工厂等，这些兴隆的地方，都能让人感觉到共同的能量。

说起这一共同的能量，有一个词语可以表示，

那就是……

**“气氛”！**

“气氛”这一不可思议的词汇，在辞典中是这样

解释的：“一定环境中给人某种强烈感觉的精神表现或现象。”

尽管感觉解释得模糊不清，日常生活中我们还是经常使用。

比如我们常愿光顾的书店，我们会说“气氛不错的店”。

我写书的时候常常会选择酒店的休息室，当被人问起：“为什么会选择那儿呢？”我会说：“感觉气氛不错。”

不仅仅是酒店，还有一些咖啡店，因为在那里工作感觉特别顺畅，就会不知不觉待得时间长了。

另外，在东京，时尚的餐馆和美味的料理店数不胜数，当然也有那种一段时间不去便会不由自主地想念，想要再次去品尝的店。

当被问道：“为什么去那儿？”我还是会回答说：“那里的店，气氛很好，感觉很舒心。”

不仅仅是餐厅，办公室也一样。

公司发展得不错的办公室，无一例外，都充满了活泼有生气的氛围。而且，是可以专注于工作的场所。

## 002

员工们很开朗，精神气儿十足，工作得也非常开心，所有的员工都能爆发出“对自己的公司喜欢得不得了的能量”。

在我看来，正是这样一种良好的气氛，才是其公司繁荣、发展的关键。

为什么这么说呢，是因为在气氛良好的场所，有一种能让人们聚集、让人幸福的魔力。

被给予幸福的人会感动，受感动就会想告诉别人。

那些人一听，便会产生去看看的想法。

这就是所谓的“口口相传”。

这样一来，一传十，十传百。

其结果，自然是繁荣、发展呈螺旋状地增长。

那么，你是不是也想创造一个同样的能让这种积极的能量增长的繁荣场所呢？

这种美妙的场所是不是谁都可以营造出来呢？ 答案是：

“完全可以！”

将我所提倡的“扫除力”好好消化并实践，确实可以创造出“繁荣、发展的场所”。

在我将心灵法则和扫除合并而成的“扫除力”中，有使人生精彩的神奇力量——这是我提倡的。

被越来越多的人接受的《扫除力》这本书，有幸累计发行已突破 200 万册，每天都有读者发来邮件说，通过实践“扫除力”，人生真的变精彩了。

这其中有很多都是告诉我，店面真的兴旺起来了，濒临倒闭的店铺也再度复活了。

我个人对这些邮件感到很惊讶，如果将拥有这一伟大能量的“扫除力”简单说明一下的话，“扫除力”有两种力量。

其中之一是“清除消极能量的扫除力”。

通过换气、舍弃、去污、整顿、炒盐这五个步骤，将人们感到困惑的杂乱空间彻底清除，消除消极的能量。

由此，创造出清爽、干净、舒适的环境，从“这也不行那也不错”的人生迷惑状态中走出来，开创出“我就干这个了”这样一种新的人生状态。

仅仅依靠这种力量，运势就会好起来。

但是，“扫除力”里还包含着一种更强大的力量。

那就是——怀着感恩的心对干净的环境进行清理，使之成为一个充满积极能量的场所，一个吸引积极事物的场所。就是这样一种“吸引积极能量的扫除力”。

在这本书里，我将进一步解说“吸引积极能量的扫除力”，此外，还将阐述“扫除力”的最新理论。

也就是创造出繁荣、发展的螺旋上升的环境——取名为“待客佳境”。

时代日新月异。

不知不觉中，从最初手机还没发明，没几日，我们却开始挑剔设计的不完美、色彩的贫乏等等。

如今网络的普及率已经超过了百分之六十，我们足不出户便可以买书、下载音乐、租借影碟、购物等。

现在，很多事情都变得平常，信息也极度泛滥。

在这样的时代里，不能进行应时变革的企业就逐渐被淘汰了。



有因为丑闻被媒体曝光后倒闭的企业，也有悄无声息地倒闭的企业。

在风云变幻的信息化社会中，想要不断取得成功，就需要找出普遍的、本质性的东西，将其与自己公司的特点相结合。

在本书中，通过“待客佳境”的创造方法，我想向大家说明繁荣、发展的本质。因此，经营者自不必说，那些希望给客人们提供一些服务的所有的朋友们，也希望你们能读一读。

让更多人幸福，让商业繁荣、发展总是一件美妙的事。

为了让社会更加繁荣发展，请尽快掌握这一“待客佳境”的创造方法吧。

我也会极为认真地、全心全意地为大家解说。

谢谢大家。

# 目录

序	001
<b>第一章 “待客周到”才能门庭若市</b>	<b>001</b>
学习“待客王道”——丽思卡尔顿酒店	001
与规模无关的“待客佳境”	004
“待客佳境”吸引积极能量	009
谁都不想光顾令人生厌、感觉疲惫的店	012
“盛情款待”营造正面磁场	015
<b>第二章 为什么“待客佳境”具有必要性</b>	<b>019</b>
不要让网络的便捷剥夺了亲自体验的机会	019
满意度高的店铺才能赢得更多回头客	023
不要妄想欺骗顾客的眼睛	027
“待客意识”的重要性	029
用心招待每一位顾客	032
<b>第三章 创造“待客佳境”的要素</b>	<b>037</b>
创造“待客佳境”的意识和七大要素	037
带着感谢之心为顾客提供“给予”	040
经营者不能从顾客身上索取	043
明确为顾客提供的是什么	046
重点是技术与心灵的融合	047
待客理念明确才能形成良性循环	051

# 001

054 将待客理念蓝图化

## **057** 第四章 “七大要素”所拥有的魔力

057 ①光

061 ②声音

067 ③颜色

071 ④香味

075 ⑤内部装饰

079 ⑥植物

083 ⑦水

## **091** 第五章 领导的心思反映在公司环境中

091 把握现状才是改善的第一步

092 检查重点 后院

099 检查重点 门口

104 检查重点 仓库

107 检查重点 外部

115 检查重点 展厅

117 通过拍照了解现状

## **121** 第六章 消除负面能量的“扫除力”

121 首先重新审视自己的家

123 打破壁垒的“个人扫除力”

124 第一步 换气

127 第二步 舍弃

130 第三步 去污

# 002

第四步 收拾整理	131
第五步 炒盐	133
“感谢空间”吸引正面磁场	134
“扫除力”使生意立见成效	137
<b>第七章 让我们来营造“待客佳境”吧!</b>	<b>139</b>
制订“待客佳境”的蓝图	139
引入“待客佳境”的注意事项	141
不要总想着改变别人	144
把理念和蓝图都传达给员工	145
创建一个环境美化部门	148
实行消除消极因素的“扫除力”	151
创造公司内部的“正面磁场”	152
大家一起做很重要	154
“扫除力”使公司发生大变化	156
绘制下一步发展的蓝图	158
创造愉悦的磁场令生意更兴隆!	160
结束语	<b>163</b>

## 第一章

# “待客周到”才能门庭若市

## 学习“待客王道”——丽思卡尔顿酒店

在这里，我首先来说说我所体验到的待客佳境吧。

那是我在结束了大阪的研讨会后，回来的途中。

一个星期辛苦的工作，已令我身心俱疲。

离回东京的新干线发车还有大概一小时的时间，于是我决定和同行的同事去找个地方喝点什么，并休息一下。随后我们便来到大阪的丽思卡尔顿酒店。

从地下通道走入酒店，感觉像是迈入了西洋的城堡一般，都有点迷路了，一时间也找不到休息室。

“那个——休息室在哪儿呢……”趁着一位女职员从我们这群无头苍蝇面前匆匆而过的瞬间，话就脱口而出了。

我们想她一定是有什么急事儿吧。

然而，她立刻折身而返，面露微笑地对我们说：“我带各位去吧！”

那笑容，就像是读懂了我们的彷徨一般。

当我再次问道：“请问休息室在何处呢？”她微笑道：“跟我来吧。”就领着我们过去了。

我们一方面感觉有点不好意思，一方面也不由得被这种近乎迪斯尼乐园般的服务所感动。休息室很快就到了，居然还有钢琴和小提琴的二重奏。

而且，演奏的还是两位金发美女！

呃，也许不必来强调那两位金发的美女，不过在落座以后的确是感觉到了“贵族般午后”的享受。本来只打算喝点咖啡，却在不知不觉中又多点了啤酒和零食。

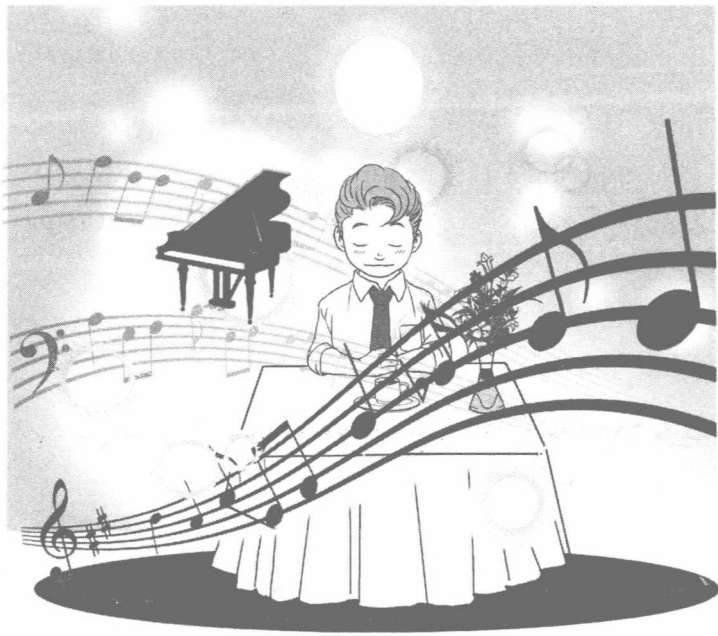
桌上摆放着一只插着鲜艳玫瑰的银质花瓶，反射出来的光线使之看起来柔和而温馨。整个酒店给人的感觉也是沉静安宁的。

舒缓的二重奏，若有似无的清香……小啜几口酒，整个人便沉醉于这种无以言表的幸福感之中。

等我回过神来，却发现疲倦在不知何时已消失得无影无踪，整个人格外地神清气爽，眼神似乎都明亮起来了。

这就是“待客佳境”。

虽然很想再继续逗留一会儿，但还是不得不起身结账离开。仅仅是二十分钟的停留，却让我成为了这家酒店的忠实粉丝。



东京也有丽思卡尔顿酒店，下午茶的预订也总是爆满，好像生意也特别兴隆。

我虽说也去过这家东京店几次了，但是在大阪的经历却让我难以忘怀。

## 与规模无关的“待客佳境”

听了我的叙述，各位是不是会觉得，正因为是待客头牌的丽思卡尔顿酒店，所以才能设计出这么出色的“待客佳境”呢？

那我再来说说我最近的另一次经历吧。那是我拜访一家叫做“Wedding Box”公司的经历。

这家公司，是由以熊本为中心的在西日本的六家店组成，是一家置办婚庆的公司。

他们的社长与我是旧识，我曾经得到过他的很多关照。

因此，趁着在九州开会的机会，我来到熊本，与久未见面的他聚一聚。

那时大概是夜里十点左右，我和社长一起去取存在事务所的行李，展厅的灯已经关了，只有事务所的





灯还亮着。

在社长去帮我取行李的间歇，我就站在有微弱灯光的展厅入口附近等他。

就在这时，一位准备回家的职员向我走过来，我想他可能是要进到里面的事务所，但没想到他说了句“请坐”，竟然为我特地搬了把椅子！

而且，他的笑容无比灿烂。

**005**

试读结束：需要全本请在线购买：[www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)