

前言

犹太民族是一个聪明能干、英勇顽强、精诚团结的民族。很多人可能不知道，诺贝尔奖有 **1/5** 以上都是犹太人获得的。有资料显示从 **1901** 年到 **1995** 年，在 **663** 个诺贝尔奖获得者中，有 **140** 位是犹太人或有犹太血统的人。在美国，犹太人虽然只有 **600** 多万，仅占美国总人口的 **2%**，但美国的百万富翁中有三分之一却是犹太人，正是这 **2%** 的犹太人，控制着世界头号国家——美国的经济命脉。

自古以来，犹太人以精于理财、善于经商而著称于世。长期以来一直作为商业民族而散居世界各地的犹太人确实比其它民族具有更为强烈的经商意识和利润观念。

在经商方面，犹太人懂得寻找并把握机遇；重合同、守信用；有较强的时间观念；主张宽宏大量、克己忍耐；具有同舟共济、团结互助的集体观念；巧于“借力”、精于“借势”；懂得利用信息的价值。犹太商人以其独特的经营技巧及众多的商家富甲天下之状，摘取了“世界第一商人”的桂冠，成为当今世界上最会赚钱的民族。犹太人在财富领地的成就让世人不得不刮目相看。

“磨练自己，就是成就自己”。这是犹太商人的至理名言。的确，他们不但不怕失败，而且随时随地从失败中吸取教训，他们才是真正的聪明商人。他们深知任何逆境里边都孕育着机会，而且这种机会的潜能和力量都是十分巨大的，善于抓住逆境中的机会，往往就可以抓住财富。也正是因为明白这些，所以一开始并没有什么资本，靠赤手空拳打天下的犹太人，最后才可以处于金钱的顶峰，在世界富豪排行榜上雄居前列。

犹太人曾经遭受过千年的凌辱，在其民族的发展史上曾经备受打击，四处流浪的他们没有固定的国家和政府，但是他们却惊人的富有。这与犹太人的生存智慧是分不开的。自强不息、专注的精神，不断超越自我的理念，懂得留余地，少说多听……这一切的一切，使犹太人具有了卓尔不群的文化素养和精神底蕴。

犹太人取得成功的另一个秘诀是较为重视人际关系，建立人际网的媒介也是犹太教的教义。在此方面，聪明的犹太人有他们自己的处世之道：不以偏见待人；保持一份给予心；择人交友、和而不疏……

《塔木德》上说：“人唯一能完全控制的东西是他的思想。思维决定判断，判断决定行动，行动决定结果。有智慧的人运用正确的思考，把事情处理得干净利索，珠圆玉润。”的确，犹太人的经商技巧、处世智慧都源于他们有着不凡的思想，而不凡的思想最终又依赖于知识和智慧。

犹太人能在科学技术、文化艺术和经商等各行各业出现众多的佼佼者，秘诀在于勤于读书，善于学习，从学习中获得智慧。犹太民族中，没有一个人不学习《塔木德》的。犹太民族曾受过 **2000** 多年的迫害，流散在世界各地，受尽了歧视和排挤，特殊的经历迫使他们要掌握一门或更多的科学技术本领作为谋生的资本，这样就形成了一种勤学、好学的风气和传统，而优良的学习风气，是造就人才的摇篮。

如果你问犹太人，对他们来说什么是最重要的，他们一定会回答你：智慧。是的，就是智慧。犹太民族是一个十分推崇智慧的民族，他们认为知识是很重要，它是用来磨练智慧的。学习《塔木德》，也是每一个犹太人从小就必须要接受的教育，目的是从中获得知识、吸取智慧。

犹太人不凡的经商技巧，高明的处世学问，一切都源于犹太人的圣经——《塔木德》。它宛如一位和蔼可亲的朋友或思想深邃的学者，始终和每一个犹太人进行交谈和讨论，并穿透琐细的生活，让人感觉到鲜活的智慧和触及万物的力量。

本书全面地为你解读犹太人的经商秘诀，向你透露犹太人的处世学问。

但愿读过本书之后，巧借犹商的智慧，能打造出自己的财富之路；参透犹太人的处世学问，实现自己人生的不平凡。

封面：

《塔木德》——犹太人的孙子兵法，犹太人的神圣图腾。

《塔木德》是无数犹太学者一千多年来思想智慧的结晶，是犹太人宗教、律法、处世和经商法则的伟大经典。

勒口：

《塔木德》在世界上广泛流传，大约被译成 **15** 种语言。尤其是犹太人人手一册，从生到死一直研读，常读常新。它不仅教会了犹太人思考什么，而且教会了他们如何思考。它用一种始终如一的声音，构建了犹太人的世界观。

封底：

《塔木德》凝聚了 **10** 个世纪中 **2000** 多位犹太学者对自己民族历史、文化、智慧的发掘、思考和提炼，是整个犹太民族生活方式的航向标，是这个智慧民族的精神支柱。

曾经有权威人士这样说过：“犹太富豪在家打个喷嚏，世界上所有的银行都将引起感冒；五个犹太财团坐在一起，便能控制整个人类的黄金市场。”对于犹太人的财富，还有一个非常经典的说法：“世界的钱在美国人的口袋里，而美国人的钱却在犹太人的口袋里。”犹太人的经商智慧不能不令世人感叹！

目 录

第一篇 犹太人的经商智慧.....	8
-------------------	---

犹太民族是世界历史上最会经商的民族。他们四处流散、备受迫害，却一次又一次地以“富人”的形象出现。历史上，这个忐忑不安地穿行在驱逐令和火刑柱中的民族，却好像是天然优良的造币机器。历代统治者排斥它、剥夺它，但在经济困境中，又不得不依赖它。这是为什么？这个长期以来没有土地、没有国家的边缘民族，崛起在世界民族之林，成为一股不可忽视的经济力量。它的影响无处不在，这源自于犹太人的经商智慧。

第一章 犹太人的经商法则.....	8
-------------------	---

犹太人是世界上最会赚钱的民族，在经商方面，他们有它的法则，支持这一法则的，就是宇宙的大法则。犹太人经商的方法，既然是在此大法则的支持下，他们就绝不会吃亏了；钱在有钱人手里，所以我们要赚有钱人的钱，就可以快赚钱和赚大钱。这就是犹太商人的经商哲学、经商法则，可以说，犹太人就是凭着这些法则而获取财富的。

1. “78 比 22” 的宇宙法则.....	8
2. 拥有富人的气息.....	10
3. 设法赚富人的钱.....	11
4. 利益，让对方为自己着想.....	12
5. 瞄准女人	14
6. 瞄准嘴巴	18
7. 吃大亏也要如期交货.....	19
8. 交易要讲道理.....	22
9. 厚得多销	24
10. 赚而不是攒.....	27
11. 不做一锤子买卖.....	29

第二章 犹太人经商金点子.....	31
-------------------	----

美国人说：“智慧在中国人的脑袋里，金钱在犹太人的口袋里。”在长时间里，犹太人没有国家，没有政权，他们生存的唯一手段便是金钱。但是，他们不论流浪到哪里，都想着要拼命地赚钱。由于整个民族智慧，几乎都用在追求金钱上，因而，他们在商战中的手段越来越精明，神通越来越广大——“犹太商法”，便成了世界上最具威力的营销宝典。

犹太经商的点子有：做生意无禁区；存款求利不划算，风险投资最赚钱，断然放弃远较忍耐赚大钱，让钱生钱，等等。

1. 做生意没有禁区.....	31
2. 合法避税	33
3. 和气生财	34
4. 惜时如金	38
5. 善于借势用力.....	41
6. 抓信息里的钱.....	43
7. 把手中的钱用活.....	45
8. 每次都是初相识.....	47
9. 尽量多看几步.....	48

第三章 犹太人的经商心态.....	50
-------------------	----

犹太民族饱经磨难，在两千年的大逃亡中，家园被毁，圣殿坍塌，掩埋祖先骨头的土地被弃，没有国家可以护佑他们，甚至都没有一丝荣光供他们回望。奴役、驱赶、屠

杀、仁慈的失踪，最深的苦难已经俱足，但却能成为最会赚钱的民族，这是为什么呢？是因为他们的心态！他们凭着自己的毅力，在苦难中不断获胜，不断地把财富装进自己的口袋中。

1. 活着是为享受而来的.....	50
2. 生意就是生意.....	53
3. 堂堂正正的精明.....	55
4. 敢于大胆嘲笑自己.....	56
5. 在逆境中发财.....	57
6. 乐观从容的风险意识.....	60
7. 忍耐致胜	63
8. 与其超越别人，不如超越自己.....	65
9. 随机应变，积极进取.....	66
第四章 犹太人的谈判智慧.....	67

犹太人认为，谈判是没有硝烟的战争，三言两语说得好就会赢得人心，口若悬河说不好也会招来杀身之祸。因此，犹太人在谈判时特别小心谨慎，从不信口开河，并在谈判前尽可能地做好大量的准备工作，对谈判中所有可能出现的问题都要预测到，并拿出相应的对策，做到成竹在胸。因而，犹太人在谈判时幽默风趣，能够轻易地控制谈判气氛，并取得谈判的胜利。

1. 注意细节和仪表.....	68
2. 和有决策权的人谈判.....	69
3. 在最好的时机谈判.....	70
4. 与其迷一次路，不如问十次路.....	73
5. 瞎子点灯	74
6. 谈判重在技巧.....	75
7. 不可感情用事.....	77
8. 幽默风趣，能够轻易地控制谈判气氛.....	78
9. 切忌忽略对方.....	80
10. 给对方留有余地，顾全对方的面子.....	81
11. 收账不能一个调子唱到底.....	82
12. 得理不饶人.....	85
第二篇 犹太人的处世智慧.....	86

犹太人认为，有些人的要求永无止境，往往是合理的与悖理的并存，所以想做个有求必应的人并不容易。虽然“助人为乐之本”是人人都可琅琅上口的一句格言，但是，当别人前来要求协助时，难免会遇到自己力不从心的时候，面对这种情况，有些人往往担心拒绝了对方会伤害对方，失去友谊，所以总是委屈自己，成全别人。在犹太人看来，这是人际交往中心理脆弱的表现，是不成熟的行为。

关于如何拒绝别人，犹太人认为面对不同的人要采取不同的方法，有人喜欢直截了当，有人则需要以含蓄委婉的方法拒绝。聪明的犹太人总结出一套方法，既不得罪别人。也不委屈自己，堪称犹太人的千年处世智慧。

在爱情方面，犹太人更是一位情场高手。有人重视精神生活，但犹太人明白，只有现实最重要。爱情像果酱一样甜，没有面包，光靠果酱却是活不下去的。

第一章 犹太人的生存智慧.....	86
-------------------	----

犹太人是世界上最聪明的民族，他们的智慧是神奇的，并且是举世绝伦的。在常年的漂泊流浪中，在从未有过的大迁徙中，是苦难和艰辛、饥饿和折磨、杀戮和欺侮……

一切的不幸迫使着犹太民族不得不用智慧去生存,去获取一口裹腹的饭、一丝遮体的衣。也正是这种生存的智慧,让犹太人在磨难中生存了下来。

1. 团结互助——生存法宝.....	87
2. 面对无理的刁难,以其人之道还治其人之身.....	89
3. 巧妙利用他人的贪心.....	92
4. 多给别人留一些余地.....	93
5. 学会自救.....	95
6. 拥有一颗宽容的心.....	97
7. 不相信任何人.....	100
8. 专注于一件事.....	102
9. 助人为乐.....	104
10. 不要轻易拒绝别人.....	107
第二章 犹太人的交际智慧.....	109
犹太人成功的另一个重要法则就是人际网。散居在全世界的同胞之间的交流就是获得诸多成功的基础。建立人际网的媒介就是犹太教的教义。	
犹太人建立人际关系的方式也值得参考。“要以两倍于自己说话的时间倾听对方的话。”这是因为,人只有一张嘴,却有两个耳朵。建立了巨大金融王国的罗斯柴尔德家族的家训就是“少说”。首先应该倾听对方的话,建立信任关系,才能获得成功。	
1. 真诚是人际交往的重要原则.....	109
2. 多一点关爱与互助,生活就会更美丽.....	111
3. 放下偏见,正视他人.....	113
4. 理解他人,从而获得他人的尊重与欢迎.....	115
5. 警惕自己的舌头.....	117
6. 学会给予,就会拥有更多的朋友.....	120
7. 君子之交淡如水,和而不疏.....	121
8. 幽默是人际关系的润滑剂.....	125
9. 疑心是魔鬼,要相信别人.....	127
10. 适当暴露一些弱点,让你在交往中松一口气.....	129
11. 化敌为友,择人交友.....	131
第三章 犹太人的爱情智慧.....	133
世上各地每天都有男女为情自杀,究竟中间有没有犹太人?	
犹太人出名的精打细算、实际、吝啬、聪明。还有把世情看得通透,谁可占他们便宜?何况要他们殉情?	
在犹太人的眼中,爱情不会像婚姻那么长久,因此,他们坚决反对热恋,但不否定恋爱。《塔木德》说:“人不能隐藏三件东西:咳嗽、贫穷以及恋情。”但其又认为:恋情愈炽热,恋爱的生命愈短。犹太人完全用冷静和理智的眼光关注婚姻。	
1. 亚当和夏娃的结合.....	133
2. 不要让女人哭泣.....	135
3. 不要因注重相貌或感情,而忽视其品性.....	136
4. 男人要学会忍耐,女人要学会装聋作哑.....	138
5. 牵了手就不要随便说分手.....	141

第一篇 犹太人的经商智慧

犹太民族是世界历史上最会经商的民族。他们四处流散、备受迫害，却一次又一次地以“富人”的形象出现。历史上，这个忐忑不安地穿行在驱逐令和火刑柱中的民族，却好像是天然优良的造币机器。历代统治者排斥它、剥夺它，但在经济困境中，又不得不依赖它。这是为什么？这个长期以来没有土地、没有国家的边缘民族，崛起在世界民族之林，成为一股不可忽视的经济力量。它的影响无处不在，这源自于犹太人的经商智慧。

第一章 犹太人的经商法则

犹太人是世界上最会赚钱的民族，在经商方面，他们有它的法则，支持这一法则的，就是宇宙的大法则。犹太人经商的方法，既然是在此大法则的支持下，他们就绝不会吃亏了；钱在有钱人手里，所以我们要赚有钱人的钱，就可以快赚钱和赚大钱。这就是犹太商人的经商哲学、经商法则，可以说，犹太人就是凭着这些法则而获取财富的。

1. “78 比 22” 的宇宙法则

对于犹太生意人而言，他们之所以“生财有道”，最重要的原因是他们拥有一套特殊算钱法则：**78: 22** 的经商法则。经常有人这样说：“世界的金钱装在犹太人的口袋里”。犹太人从人口上说只占世界总人口很小很小的比例，但他们的富有却是众所周知的。无论是在世界首富的美国，还是在亚洲富庶的日本，犹太人都在金融界或商业界独占鳌头，百万、亿万富翁不乏其人。然而他们为什么能拥有这么巨大的财富呢？相信仅靠有一个聪明的头脑是远远不够的，其中的关键就是他们掌握了 **78: 22** 的经营魔法。

在他们看来，一个人要想生存，要想在社会上立足，要想永远立于不败之地，就必须不断强大自己，丰富自己。掌握“宇宙法则”便是其中的一例。“宇宙法则”是一种指世界上数量分布的法则，认为万事万物都是按着 **78 比 22** 的比例存在着的。比如说，地球上空气的成分，大致为氮 **78** 氧 **22**。身体里水分与其他物质的比例，也是 **78 比 22**。正方形面积为 **100** 时，内切圆面积为 **78**，正方形所余面积为 **22**。犹太人做生意就是遵循这个法则，按 **78 比 22** 来研究诸多商业关系。

在犹太人看来，世界财富的 **78%** 为 **22%** 的富人拥有，服务他们就可获得 **78%** 的利润；而对只拥有剩余 **22%** 财富的 **78%** 的普通人，也只能赚取 **22%** 的微薄利润。因此，有的物价可定得到 **78%** 以上，有的却必须低于 **22%**。经营时，要拿出 **78%** 的精力让合作伙伴信任自己，建立信誉，**22%** 才是铁面无情的金钱交易。正因为如此，犹太人做生意的眼睛总是盯着 **22%** 的富翁手中 **78%** 的财富。他们发现，现在只有 **22%** 的人懂得“宇宙法则”，所以他们经商时总是胸有成竹，给人留下一种信心十足的印象。

犹太人认为，人类是无论如何都不可能推翻这个宇宙大法则的，只要在此大法则下经商，就绝不会吃亏。迈耶·罗斯柴尔德，原本生活在德国的犹太贫民区，他花了几年时间就建立起来世界上最大的金融王国，实现了由穷人变为金融大亨的美梦。除此之外，罗斯柴尔德家

族控制着当今世界上重要的黄金市场，是犹太商人中最会赚钱的杰出代表。

在迈耶 **10** 岁那年，他就开始向父亲学习经商了，在少年时代的迈耶就培养出了对古钱币和其他古董的强烈兴趣。迈耶是从零开始的，他积累着从富人那里赚到的小果实，并积极拓展商机。在认识到“**78: 22**”法则后，他开始拟定计划将这些古币做成精美的记录卡寄给他认定的顾客。他认为销售这些奢侈品最有效的方法是接近最有购买力的贵族，他们占有“**78**”的钱，迈耶艰辛地开辟这通往宫廷的销售之路。不久，当地的领主比海姆公爵召见了，迈耶不惜以极其低廉的价格卖给他自己收藏的珍贵古币，为他日后建立罗斯柴尔德财团打下了坚实的基础。迈耶很清楚，最有效的途径就是向最有权势和财富的人推销他的产品。于是，采取一种舍弃目前小利而获得长远巨额利润的经商法则。他以很高的价格收集这些古钱币，有意地以低得离谱的价格出售给比海姆。从此以后，比海姆经常帮助他收集古币，替他介绍买主，使他获得数倍的利润。迈耶日后长期采用了这种策略，最初为那些有钱的贵族、领主、大金融家提供情报，为之服务，然后再从这些强势人物身上赚到利润和财富。法国大革命爆发时，比海姆那时已经是欧洲最大的金融家之一，并从事着大宗的军火买卖，将自己庞大的资金借给了君主和贵族以赚取高额利息。此时 **45** 岁的迈耶也同样从这场战争中赚取了惊人的利润，从 **9** 世纪以来的 **100** 多年里，罗斯柴尔德家族积累了 **4** 亿英镑的资产。

由此可见，素有经济帝国“红色之盾”荣誉之称的罗斯柴尔德，就是成功运用 **78: 22** 法则的典范。因此在每一个犹太人心中，这个 **78: 22** 法则是神秘和神圣的。由此出发，犹太人视 **78: 22** 法则为稳定而又和谐的宇宙法则。

犹太人经商的方法，也以此法为基础。

如果有人问你：世上“放款的人”多还是“借款的人”多？相信一般人都会认为“借款的人”多，而犹太人则一口断定“放款的人”多。因为银行是把从很多人借来的钱再转借给少数的人，假如“借款的人”多，银行将瞬间破产。也就是说，以犹太人的说法，这个世界“放款的人”与“借款的人”的比率是 **78: 22**。

这个法则由犹太人的老祖宗经过多年来对经商的研究与思考后定下的法则，此法则在祖宗的经典里得到了解释：在一个国家中，富有的人远远少于一般大众，但富有人所持的货币却压倒大多数人。也就是说，一般大众所持有的货币为 **22%**，而富有人所持的货币是 **78%**。所以，做生意必须以拥有 **78%** 货币的 **22%** 的富有人为主要对象，必会赚钱。在通常情况下，**78%** 的生意是来自 **22%** 的客户，这就要求企业界要认真研究和分析客户的构成，应把 **78%** 的精力放在 **22%** 的最主要客户上，而不能平均使用力量。

犹太人本着这样的法则指导自己的生活，获得了许许多多的成功。

例如，犹太人普遍注重学习文化知识。他们认为“书中自有黄金屋”，所以，不管条件多么恶劣，他们都教育和供养自己的子女读书或自己奋发攻读。有的犹太人因家庭经济条件差，就半工半读坚持读完大学。更有突出者，则利用一切业余时间学习科学和技术。为什么犹太人那么注重学习呢？因为他们坚信知识就是力量。知识不是人类天生就有的，人类只有付出努力的代价才能得到，这是法则。正如 **78: 22** 一样，没有妥协的余地。这种法则驱使着犹太人辛勤地学习，使他们的知识文化高人一筹，从而在各行各业处于竞争的优势。

布朗先生是一位美籍犹太人，**1912** 年出生，**20** 世纪初，他的父母为了逃避沙俄对犹太人的迫害，逃亡到美国，生下了他。十分不幸，布朗尚未读完初中，父亲英年早逝，他不得不中途辍学，到社会上打工，以维持家庭生活。布朗与其他犹太人一样，生活的艰难阻挡不住他求学的决心，他边工作边自学，直到读完了大学。美国的大学是实行积分制的，布朗采取对各门课程逐个击破的办法，用 **6** 年时间读完了大学的必修课程，经考试全部获得优异成绩。不管自修中学课程还是攻读大学学科，布朗的学习环境都是极端恶劣的。他白天打工，晚间除了用 **4—5** 个小时睡觉外，其余时间均用于学习。

布朗在学有所成后，集中力量研究化学，后来被聘为普渡大学的化学系教授。他在从教工作中，更深入钻研，先后发明了还原剂乙硼烷的简化合成法和另一种重要含硼还原剂氢硼酸钠。接着，他深入研究，于**1967**年发现有机硼化物不但可以作为高选择性硼氢加成反应的试剂，而且可以用来合成多种有机化合物，使有机硼烷成为有机化学中用途最广泛的试剂之一。这一发现，使化学研究有了新突破，给人类带来了贡献。所以，在**1979**年获得了诺贝尔化学奖。

布朗一生研究不止，获得众多殊荣和奖励。他**1957**年当选为美国科学院院士，**1969**年获美国国家科学奖。他先后发表了**700**多篇有重要价值的论文，出版了**4**部有国际影响的专著。他谈及自己的成功时说：“我的成绩取得是靠刻苦学习和钻研，是**78: 22**法则的结果。”又如犹太人做生意。他们同样本着**78: 22**法则去经营和运作。他们认为，经商是为了赚钱，这是法则。不赚钱的经商，是不符合**78: 22**的法则的，因而不能生存下去。欲要赚钱，在经营中就必须懂得核算，这正如一个正方形的内切圆一样，投入的资本起码要达到一定的利润回报才合算，如达不到这个比率，就不合算乃至亏本，这样的生意是不能做的。放贷赚钱法是犹太人起家的一招，他们在英国和欧洲产业革命之时，瞄准了企业发展急需资金的情况，以高利率把钱借给那些企业，得到的回报率比自己办企业赚钱还多，风险相应减少，这是运用**78: 22**法则的一种表现。

犹太人做起事情来总给人一种信心百倍的样子，因为他们知道掌握这个“法则”的人永远只有人类的**2296**，那就是他们犹太人。然而，**78: 22**法则只是一个算钱的法则，仅供大家参考，但并不要居于这一个法则上，不妨基于这一点把眼光放开、放宽，抓住一切赚钱的契机，赢得更多的胜利，成功的机率会高一些。

2. 拥有富人的气息

在《羊皮卷》里有这么一句话：“要想变得富有，你就必须向富人学习。即使是在富人堆里站上一会儿，那么你也会闻到富人的气息。”也就是说，如果你经常接触那些富人，就有机会当富人。这就要求我们拥有一个富人的思维，向富有的人学习他们的经验，向他们靠拢，你会得到很多启示和发财的机会；而如果你在穷人堆里，除了学会怎样节俭之外，是什么都得不到的。

穷人为什么穷？其原因不仅仅是他们缺钱，而是他们根本就缺乏一个赚钱的头脑。富人的富有不仅仅是因为他们现在手里拥有大量的财富，而是他们从根本上就有一个赚取财富的头脑。

下面这个故事就充分说明了财富和头脑之间的关系：

在很久以前，某地方有一个百万富翁和一个穷人在一起。其中那个穷人见富人生活无比舒适和惬意，于是就问富人道：“我愿意在您的家里给您干活三年，我不要一分钱，但是你要让我吃饱饭，并且有地方让我睡觉。”富人觉得这真是少有的好事，立即答应了这个穷人的请求。三年后，服务期满，穷人离开了富人的家，不知去向何方。

很快，十年的时间已经过去了，昔日的那个穷人已经变得非常富有了，而与以前的那个富人相比，就显得很寒酸。于是富人向昔日的穷人请求：愿意出**10**万块钱买他这么富有的经验。昔日的那个穷人听了哈哈大笑：“过去我是用从你那儿学到的经验赚取了金钱，而今你又用金钱买我的经验呀。”

原来，那个穷人用了三年时间学到了经验，于是他获取了很多财富，变得比那个富人还富有，那个富人也明白了这个穷人比他富有的原因是因为穷人的经验已经比他多了。为了自己拥有更多的财富，他只好掏钱购买原来那个穷人的经验。

由此可见，要想富有，就必须学习富人。只有先去学习，你才会得到他们富有的经验。

犹太人特奥的母亲不幸辞世，给他和哥哥卡尔留下的是一个可怜的零售店。微薄的资金，简陋的小店，靠着出售的一些罐头和汽水之类的食品，一年节余下来，收入微乎其微。他们不甘心这种穷困的状况，一直探索发财的机会，卡尔问弟弟：“为什么同样的商店，有的人赚钱，有的人赔钱呢？”

特奥回答说：“我觉得是经营有问题，如果经营得好，小本生意也可以赚钱的。”

“可是经营的诀窍在哪里呢？”

于是，他们共同决定到大街小巷去看看。一天他们来到一家“消费商店”，这家店铺顾客盈门、生意红火。兄弟二人马上注意到了这一点，于是他们走到商店的旁边，看到门外有一张醒目的红色告示写道：“凡来本店购物的顾客，请把发票保存起来，到年终可凭发票免费购买发票款额**3%**的自由商品。”

兄弟两人把这份告示看了几遍后，终于明白这家店铺生意兴隆的原因了。原来顾客就是要贪图那年终**3%**的自由购物，他们立刻兴奋起来了。于是立即回到自己的店铺，以最快的速度贴上了醒目的告示“本店从即日起，全部商品让利**3%**，并保证我们的商品是全市最低价，如达不到全市最低价，可到本店找回差价，并有奖励”。

原来他们不仅借鉴了那个商品让利**3%**的做法，还提出了现款交易就可以让利**3%**，加上全市最低价的攻势，自然他们的店铺很快就门庭若市，生意火爆。他们的阿尔迪商店出现了购物狂潮，借这个机会，阿尔迪商店在市里发展了十几个店铺，占据了几条主要的街道。此后，凭借这种“偷”来的经营原则，他们兄弟的店铺迅速扩大，南到阿尔卑斯山，北到弗伦斯堡，到处都布满了密密麻麻的“阿尔迪”商店。由此可见，如果不是他们当初学习别人并加以利用和发挥，阿尔迪商店是不会发展这么快的。

犹太人认为：财富是靠脑袋的，一个人的价值是脑袋，而不是手。当然犹太人也是这样依靠脑袋发财的，而其他民族的人却要靠手。犹太人在经商的时候显得很轻松，他们其实都是在思考问题。

“钞票有的是，遗憾的是你的口袋太小了。如果你的思维足够开阔，那你的钱包就会随之增大了。”犹太教士们也经常会这样说：“无知的人不能成为圣人，不能进入天堂，只关注世俗事务，喜爱钱财的人，只是平凡的人。”

犹太人做生意是极为精明的，他们用自己聪明的头脑构筑了一个个绝妙的想法而赚了钱。犹太人也把它作为商业原则：作为商人，他的任务就是想办法制订好一套完整的、合理的商业计划，剩下的事情就让别人去摆弄，自己等着赚钱就可以了。

此做法才是一个商人的作为，因为它充分体现了商人的价值所在，这样的工作才是商人富有价值的工作。培养富人的头脑意识，养成富人的为商习惯，做富人做不到的事情，想富人都不能想到的方法……让自己真正拥有富人的气息，让自己真正成为商业中的风云人物。

3. 设法赚富人的钱

无论哪一年，日本国税局发表年收入**1000**万日元以上的人的姓名，他都会把这些看成是公司的顾客。很明显，与这种阶层的人做生意时，你一定会赚大钱。

我们不难发现，无论何时何地，财主的人数都是寥寥无几，占大多数的还是那些一般众人，但这些财主们所持有的金钱则多于一般大众。也就是说，一般大众持有的金钱若是**22**时，那么不足**20**万人的财主所持有的金钱则为**78**，即以**78**为对象做生意，就会赚钱。

1969年**12**月，正值年关，藤田先生前往东京的**A**百货公司，请求让他推销钻石。**A**百货公司认为他完全是乱来：“藤田先生，这简直是胡搞，现在正接近年关，虽然是卖给财主们，他们也不买它呀！”

可是他仍坚持不让，对方终于答应提供该公司支配下的郊区**B**店的一角让他使用。**B**店

较其他店铺，即乏地利，顾客又少，生意条件不利，但藤田先生还是很高兴地接受了。他立即和纽约的珠宝商联系，寄来切成适当大小的钻石正赶上年底大贱卖，结果非常畅销。周围的人，都认为卖钻石，一天能卖到 **300** 万日元就不错了，谁知竟卖了 **5000** 万日元。乘势在年末年初之间，他又在京畿地区及四周，分别推销钻石，任何店铺都保持了 **5000** 万日元的记录。

此时，**A** 百货公司亦只好低头提供了摊位，但东京地区，因 **B** 店已在推销，故虽然提供了摊位，**A** 百货公司的钻石推销，并不理想。

A 百货公司认为一天能卖 **1000** 万日元就很不错了。藤田先生却大言不惭地反驳说：“不！我可以卖到 **3** 亿日元给你们看。”

生意的着眼点在于“稍微高级一点的奢侈品”。

这样 **A** 百货公司从 **1970** 年 **12** 月开始出售钻石，不仅是 **1000** 万日元，而是把 **1.2** 亿日元的钻石都卖光了。**1971** 年 **2** 月，终于在推销钻石期间，其销售额突破 **3** 亿日元，就连四周的卖项，也超过 **2** 亿日元。

百货店方面对钻石商品的看法，打个轿车的比方，认为它是外国的“凯迪拉克”与“林肯”牌的豪华车，但藤田先生却把它看成是比国产车“稍微高级一点的奢侈品”。换言之，把它看成是“普通平民都能买得起的高级品”。或许这也正是他获得大成功的主要原因吧！

藤田先生之所以选定钻石商品，是因为他认为稍微有钱的人都会需要它。果然不错；不管稍微有钱的人或有钱的财主们，都是很大方地按照算价做了他的主顾。

4. 利益，让对方为自己着想

《羊皮卷》中有这么一句话：“暂时地放弃一些利益，是为了得到更多的利益。”

犹太人尊奉一种“使彼知己”的人际哲学，为什么要让别人知道自己呢？其实他们目的还在于让对方为自己的利益着想，这种精明的处世方式，能最有力地调动对方。

古时候，耶路撒冷的一个犹太人外出旅行，途中病倒在旅馆里，当他知道自己的病已经没有希望时，便将后事托给了旅馆主人，并请求他说：“我快要死了，如果有知道我死而从耶路撒冷赶来的人，就请把我的这些东西转交给他。但是，不要告诉他我在哪家旅馆。”说完，这个人就死了，旅馆主人按照犹太人的礼仪埋葬了他，同时向镇上的人发表这个旅人的死讯和遗言，让大家遵守这个犹太人的遗言即不要将他住的旅馆告诉来找他的人。

他的儿子在耶路撒冷听到父亲的死讯后，立刻赶到父亲死亡的那个城镇。他不知道父亲死在哪家旅馆里，也没有人愿意告诉他，所以，他只好自己寻找。

这时，刚好有个卖柴人挑着一担木柴经过，儿子便叫住卖柴人，买下木柴后，吩咐卖柴人直接送他到有个耶路撒冷来的旅人死在那里的旅馆去。

然后，他便尾随着卖柴人，来到了那家旅馆。

旅馆主人对卖柴人说：“我没有买你的木柴啊！”

卖柴人回答说：“不，我身后的那个人买下了这木柴，他要我送到这里来。”

多聪明的儿子啊！他通过一笔木柴交易，把回答这个问题作为成交的条件，让卖柴人为了自己的利益，帮助他解决了难题。我们再来看后面发生的事情：

原来，这是那个儿子做的第一件聪明的事。

旅馆主人极度热情地迎接了他，为他准备晚餐。餐桌上，有 **5** 只鸽子和 **1** 只鸡，除了他，还有主人夫妇和他们的 **2** 个儿子和 **2** 个女儿，一共 **7** 个人围坐在餐桌旁一起吃饭。

主人要他把鸽子和鸡分给大家吃，青年推辞说：“不，你是主人，还是你来分比较好。”

主人却说：“你是客人，还是你来分。”

青年便不再客气，开始分配食物。首先，他把**1**只鸽子分给**2**个儿子，另**1**只鸽子分给**2**个女儿，第**3**只鸽子分给主人夫妇，剩下的**2**只，就自己拿来放在盆子里。

原来，这是他做的第二件聪明的事。

接着，他开始分鸡肉。他先把鸡头分给主人夫妇，然后是**2**个儿子各得**1**个鸡脚，**2**个女儿各得**1**个鸡翅膀，最后剩下的整个鸡身子全归了他自己。

这便是他做的第三件聪明的事。

看到此情此景，旅馆主人终于忍不住，于是大声叱责他说：“在你们国家里就这么做吗？你分配鸽子的时候，我还可以忍耐，但看到你这么分配鸡肉，我再也忍受不了了，你这么做到底是什么意思？”

这位年轻人不慌不忙地说：“我本来就无意接受这项分配工作，可是你硬要我接受，所以，我按照我认为最完善的做就是了。你和你太太以及一只鸽子合起来是三个，你两个儿子和一只鸽子合起来是三个，两个女儿和一只鸽子合起来是三个，而我和两只鸽子合起来也是三个，这很公平嘛。还有，因为你和你太太是家长，所以分给鸡头，你们的儿子是家里的柱子，所以给他们两只鸡脚，把翅膀分给你女儿，是因为她们迟早要长翅膀飞到别人家里去的，而我本人是坐船到此，还要回去，所以取了鸡身。请赶快把父亲的遗产交给我吧。”

故事结束了，然而从根本上来说，人与人的关系是一种利益关系，尤其对故事中年轻人同卖柴人和旅馆主人面言，他们这样非亲非故的关系更能体现这一点。其他考虑包括道德考虑也是需要的，但真能击中要害，调动对方的，惟有利益。只有他人的利益同你的利益紧紧地绑在一起的时候，他人才可以像为他自己谋利或避害一样，为你着想，因为这一着想以及由此而产生的努力，可以同时带来其自身利害的相应变动。所以，与人相处时最好的办法就是“让他人为自己的利益着想”。

不计任何后果而不惜为他人付出全部的人是最可贵的。犹太人以此作为判断和衡量一个人的重要标准。犹太人认为善行就是人类最重要的财富，而拥有的财富也是为了行善。很多犹太人一直都这么认为，也一直这样做着。

点到为止，犹太商法就是这样。《塔木德》的作者从来不交代智慧故事的要旨在哪里，如今在拉比学院中，那些讲授《塔木德》课程的教师们也是这样对待他们的学生的。他们最多只给学生一大致个方向，剩下的就让他们自己动脑筋，或者就和同学们一起讨论。因此，我们在方向不甚明了的情况下，只好自己揣摩其中的“微言大义”。

这三个行为真可谓“聪明行为”，或许我们乍一看都会感觉多少有点令人费解。

第一个行为我们不得不承认是聪明的。因为这个年轻人原来面临的是一个问不出答案或者不准问的问题。通过一笔木柴交易，他把回答这个问题作为成交的条件，让卖柴人为了自己的利益，帮助他解决了难题。从这层意义上说，他通过利益再分配，使卖柴人与他在利益上有了一些共同之处，从而借他人之力而达到了自己的目的。这是显而易见的。但关键是，这分鸽子、分鸡肉，就不那么容易理解了。这种近乎于恶作剧的行为也是聪明的行为吗？如果答案是肯定的，那么小孩子骗小孩子的玩具、吃食等行为，都可以算作大有出息的聪明行为了。当然，会骗总比一味只知抢夺要多几分聪明或者狡诈。其实，这里面还有值得研究的地方。故事中特意提到旅馆主人发火之事。为什么他要发火？表面上看来，是那年轻人“贪”宾夺主，把主人桌上的鸽子、鸡肉大半占为己有，所以惹得主人发火。但是，要再看下去呢？显然，年轻人要主人发火才是他的本意。正是在主人发火之后，他才理直气壮地要求主人归还遗产。这里就有奥妙了，而这奥妙说穿了你会发现它其实是很简单的。

年轻人此番前来是为什么？不就是为了取得父亲的遗产吗？但条件却十分苛刻：三个聪明行为。这说起来简单，做起来并不简单。因为这聪明二字没有一个明确的可操作的标准。他尽可以竭其所能地表现他的聪明，但他的行为是否会被认可为聪明的，这个主动权不在年轻人手里，而在旅馆主人手里。所以，为了让旅馆主人早一点承认他的聪明，年轻人又一次

借人与人的利益关系来做文章了。如果说，他借卖柴人之力时，用了利益同增的策略的话，那么，在“迫使”旅馆主人合作时，则用了利益同减的策略：你必须承认我的行为是聪明的，因为如果你不给我遗产，那么我将没完没了地以牺牲你的利益为方式，迫使你承认我的聪明；既然你有权利决定我的行为是否聪明，那么，你也有义务不断接受我各种不够格的聪明行为所带来的一切不聪明后果；所以，如果你的聪明能使你认识到自己的损失，那么，你的聪明也一定会以承认我的聪明来摆脱你的困境，还有我的困境。

因此，旅馆主人大发雷霆之时，也就是他已经感觉到利益受损之时。年轻人的一番话只是证明其行为之聪明的“意识形态”，即看似有理解的解说而已，真正有分量的是他的行为所带来的结果。从上述近乎啰嗦的语句中，我们似乎可以感觉到犹太人看待和处理人际关系的某种一般的洞见和谋略。

由此可见，在我们与人相处或调动对方时，最好的办法就是“让他人为自己的利害着想”。今日美国犹太人院外集团的活动之卓有成效，就是这一谋略的成功见证。当美国犹太人拥有巨额资金和至关重要的选票并能团结得像一个人那样，极其精明地将它们按照“利害与共”的原则加以运用时，无论是国会议员，还是觊觎白宫宝座的竞选人，或者是希望连任的白宫主人，能不最大限度地满足他们的要求吗？有一点是可以肯定的，那就是在 **1974** 年，美国犹太人为民主党和共和党提供的竞选资金已分别达到它们所收到的竞选资金总额的 **60%** 和 **40%**！让利益出面要比空口白舌的说教有力量得多。不过，这也需要一个人有仗“智”疏财的气度与胆略。

如果我们把这套“设饵夺饵”的方法运用到商业场上去，那么无论对广告也好，公关也好，免费赠送也好，一律可以来者不拒地大吞其饵，但拿定主意，绝对不上钩。可以白看“万宝路的世界”，但不抽一支“万宝路”香烟；白看“太空堡垒”动画片，但不买一架“变形太空人”；白用一小袋“潘婷”护肤霜，但绝不掏钱再去买。这样，那些设饵的生意人也真够可怜的。可惜的是，在生意场上就像在河里海里一样，毕竟还是吞饵的比夺饵的多。也正因为如此，《塔木德》就有必要告诫犹太人，不要轻易设饵，而要多多地想法夺饵。这也正是犹太人的又一大生意经。

5. 瞄准女人

聪明的犹太人经商，他们会将商品只分为两种：“女人”和“嘴巴”。

犹太人做生意时，他们认为让女人掏腰包的机会要远远大于男人。犹太人经过千百年来 的实践，他们总结出了这样一则经商经验：如果想赚钱，就必须先赚取女人手中所持有的钱。相反，如果经商者想清洗男人兜里的钱，拼命“瞄准男人”，这笔生意则注定会失败。因为男人的工作是赚钱，能赚钱并不表示持有钱、拥有钱，消费金钱的权力还是操纵在女人的手中。在花钱方面男人还得听女人的。

有人说他在自己将近 **20** 年的经营国际贸易的生活里，从犹太人那里听到这句话的次数真是数不清。据犹太人说：这是犹太人经商法 **4000** 年的公理，因为是公理，所以不需要证明。

如果真要用什么证明一下的话，那么就是这样：“犹太人的历史，从《圣经·旧约》到 **1972** 年，正是 **5732** 年，在犹太人的月历上，印有‘**5732** 年’的字样。犹太人 **5000** 多年的历史告诉我们，男人工作赚钱，女人使用男人所赚的钱，以这样维持生活。所谓经商法，就是要席卷别人的钱。所以，不论古今中外，要想赚钱，就必须攻击女人，来夺取她所持有的钱。这就是犹太人经商的公理。所以‘瞄准女人’，就成为犹太人经商法的格言。”

有一定经商才能的人，如果瞄准女人经商时，那么必定会成功的。可能有些人就会置疑这个说法，那么你不妨一试，毕竟实践更能证明一切。反之，经商如想席卷男人的钱，则较

以女人为对象要难上十倍以上，因为男人根本就未持有金钱，说得更直接一点，那就是男人根本就没有消费金钱的权限。以女性为对象的生意容易做。就像特别闪耀发光的钻石、豪华的女用礼服、戒指、别针及项链等服饰用品以及高级女用皮包等商品，都附带有相当的利润，来等待商人们亲近它，只要商人运用它，就会赚得满皮包的钞票。

曾有美国人这么说过：“智慧在中国人的脑袋里，金钱在犹太人的口袋里。”在很长一段时间里，犹太人没有国家，没有政权，他们生存的唯一手段便是金钱。也正因为这样，无论走到世界的任何一个角落里，他们都会想方设法赚钱。由于整个民族智慧，几乎都用在了追求金钱上，因而，他们在商战中的手段越来越精明，神通越来越广大。久而久之，他们这种行为被世人称为“犹太商法”，也因此成了世界上最具威力的营销宝典。

犹太商法的要点有：“薄利多销”是愚蠢的，要瞄准女人（钻石、珠宝、服饰等），存款求利不划算，风险投资最赚钱，断然放弃远较忍耐赚大钱，让钱生钱，等等。

犹太人认为要想赚钱，就必须瞄准女人。因为，男人赚钱，女人花钱，这似乎已经成了世界公认的定法。因为男人的兴趣根本不放在保管与使用（采购家庭物资）金钱上，他们把太多的精力都放在了赚钱上；保管与使用（采购家庭物资）都是女人的事。是的，不光是采购钻石、珠宝、金银、服装等饰品是女性的事，就连家庭食品、用品也大多由女性操持。所以，更多重视女性市场，是营销人获取成功的一条重要路径。

节假日，他们举家上街。这时你就会发现，他们通常都是男人与小孩在择地嬉戏，而女人却不厌其烦地在挑选产品，一直挑到小孩或男人实在坚持不下去了，全家才恋恋不舍地离开。而女人若是自己或是与女伴一道，则会一家商场又一家商场地挑选产品，往往一逛就是半天甚至是一天，然后才心满意足地打道回府。

日本 **SEZON** 综合研究所经过调查研究后发现：虽然经济不景气，但是女性的购买能力却毫不逊色，特别是中年女性的购买热情更是令人瞠目结舌。她们是第一代自己有工作的女性，认为花自己挣的钱理所应当。她们对生活的态度是积极的，对自己的生活方式非常自信；勇于尝试不同方式，享受全方位的乐趣；对从媒体特别是电视上获得的信息反应异常敏捷，获得了新鲜的信息和知识之后便立刻跃跃欲试。如果一条营销信息获得了女性的认同，那么它将很容易成为一种时尚。

鉴于这一点，大多数的营销人员都非常重视女性市场的路径，这些路径主要有：了解女性的消费动向，紧跟女性的见异思迁，适应女性的时尚情结，满足女性的消费偏好，投好女性的爱美追求，打造产品的新潮卖点。

称雄世界的化妆品公司雅芳集团，其年销售总收入高达 **62** 亿美元，是美国 **500** 强企业之一。该公司之所以能够成功发展起来，就是得益于其创办人麦肯尼尔所开创的营销攻略：雇佣女性营业代表，重视女性客户的情感联络。

1886 年，麦肯尼尔创办了加利福尼亚香水公司，后来又改名为雅芳化妆品公司。他主要聘请那些家庭主妇作为雅芳公司的营业代表，在当地的街道、住宅区或高层住宅楼房做香水等化妆品的访问推销。麦肯尼尔为这些女性代表的推销规定了两条原则：推销范围定在自家附近，这样推销对象都是邻居熟人，便于情感联络；如果发现品质不合格的，产品一律包换。

雅芳的主妇营业代表，从 **1905** 年的 **1** 万人发展到 **20** 世纪 **60** 年代的 **30** 万人，今天已发展到 **500** 多万人，遍及 **143** 个国家和地区，提供两万多种女性用品。雅芳公司的董事会主席兼首席执行官钟彬娴女士，**2003** 年 **10** 月来中国时谈到：“雅芳自创始以来，就致力于与女性建立互信的情感联系”，“建立的深入的人际关系”，我们是一家“比女人更了解女人”的公司。

让女人动心就会有所收获

多次的成功，使迪尼斯夫变得越来越自信，他一直坚守这一方略，勇敢向前。同时有一

点值得注意的就是，他的房产生意也无时无刻不在注意着男女的差异。

迪尼斯夫在以往的销售房子过程中，有一个现象引起了他的注意：男女在购买房子时，在一般情况下，男人购买房子的要求是宽敞、明亮，并有舒适感。因为男人在紧张一天工作之后，需要有一个能够使自己放松、舒心休息的地方，像投入母亲的怀抱一样使人得到安慰，心里特别舒畅。而女性购买房子的要求是富有个性的、可以使自己感觉到自由，因为，她把家想象成自己的化身，人格的延伸，在这里可以找到自我，能够塑造自我，同时能够拥有更多的空间来展示自己，让家能够与自己一起成长。

意识到了这一点，迪尼斯夫也受到了很大的启发，于是他就想到要做一次广告宣传，他就在运筹这件事情，过了两三天，在他的脑里已形成了一个方案。于是，他把广告专业人员请来，说出他的想法，与该人员进行切磋，共同研究，最后确立了一个方案，就是对男性和女性购房意识的不同，用不同的手法表现。又是不到一个星期，那个专业广告人员把广告的方案设计上交给迪尼斯夫，广告方案是这样的：对于男人的广告画面——一幢小屋，窗户里伸出一双女性的手臂，似乎欢迎疲倦归来的孩儿，重回自己的怀抱。对于女人的广告画面——一个美女平躺在地板上，突出她与房子浑然一体。迪尼斯夫经过考虑后，接受了这个方案，并安排人去制定这部片子。不到半个月的功夫，片子出来了，经过审核，他亲自把片子送到国家电视台。很快在国家电视台的黄金时间播出了，又连续播了一个星期。迪尼斯夫的房产公司有了名气，公司现存的房子，在短短几个月中就销售一空。又为公司创造了佳绩，赢利上千万美元。他又把这种男女有别各各击破的方法采用到了他的汽车生意，结果也是大功告成，赢利上千万美元。

迪尼斯夫经过数十年的奔波与奋斗，他善于利用男女的差别，这成为他的发迹史中的特色，使他大获成功，成为一个拥有资产上百亿美元的人物。他的风格被广为流传。

犹太从商者，有不少就是以女性为对象的，其主要原因就是在他们的想法……“让女人动心就能有所收获，因为女人比男人能花钱。”

犹太人经商准则中有一个独到之处的见解，那就是他们把女人当作最好的消费者和最好的财富贡献者。犹太人施特劳斯亲手创办起来的“梅西”公司就是专门经营女士用品的。施特劳斯最初是从童工开始，一直到小商店的店员。漫长的打工生涯让他发现了一个普遍的现象：买货的顾客中多为女性，即使有男士陪着女性来购物，最终的购买权也都是由女性决定的。

施特劳斯通过自己的观察和分析，他认为做生意只要盯着女性，那么市场前景一定会是无限光明的。当他积累了一点资本，就自己开了一间小商店——“梅西”，专门经营女性时装、化妆品和手袋等等。经过几年的经营后，果然生意兴旺，利润丰厚。他继续沿着这个方向发展，加大力度，扩大规模，公司的营业额得以迅速增长。施特劳斯总结了自己的经营经验，认为盯住女人口袋是屡试不爽的经营真理，于是接着开展金银首饰、钻石等名贵产品的经营。他在纽约的“梅西”百货公司，总共有 6 层展销铺面，展卖女性时装的占两层，展卖化妆品的占一层，展卖金银首饰和钻石的占一层，其他两层是展卖综合商品的。可见，女性商品在“梅西”公司占了绝对比例。施特劳斯经过 30 多年的经营，终于把一间名不见经传的小商店办成为世界一流的大公司，其中的成功无不归功于其以女性作为目标市场的决定。

施特劳斯是这样，犹太人基延也是先做了一个定位，他首先就把目标对准了女人。

54 街是纽约最为繁华的大街之一，犹太商人基延就把店选在了这里。他开了一家百货商店，当然这里的地理位置很好，每天来往的人也很多，但是基延的生意却一点儿也不好做，开业头两三年，生意冷冷清清，别说赚钱了，连最基本的投资也没有收回来，这让基延大惑不解。

究竟自己在哪方面出了问题？想到这里，基延决定到那些生意兴隆的地方去考察。通过长时间的观察，基延发现了一个重点：平时大约会有 80% 的女性光顾百货公司，而男性只

占 **20%**。并且即使有男人来商店购物，也大多是陪妻子，很少单独买东西。在这些女性顾客中，白天来的大多数是家庭主妇，晚上 **5** 点半以后来的是下班后的白领小姐们。

认识到这一点后，基延决定将自己百货商店的营业对象锁定在女性身上。

为了尽可能多地吸引女性，他分别针对家庭主妇和上班的白领小姐，将自己的营业面积全部用在摆放女性产品上，并且把正常的营业时间一分为二，白天他摆设家庭主妇感兴趣的实用衣着、衣料、内裤、厨房用品、手工艺品等实用类商品。晚上则将商店变成一家时髦用品商店，将朝气蓬勃的气息带到商店，以便迎合那些年轻的上班女性。光是袜子就陈列了几十种，迷你裙、内衣、精美饰品、香水等，陈列的都是年轻女性喜欢的样式和色泽。但是不久基延又遇到了新的问题，那就是他的百货商店营业面积太小，是不可能完全模仿大百货公司的模式，做到各种花色品种都有。基延再一次面临着选择，要么是维持现状，继续将商品分为面向家庭主妇类和面向公司白领类；要么向专业化方向发展，只经营一类商品。他经过缜密的思考，决定不再经营其他商品，只经营内衣和袜子。

刚开始做变动的那段日子，那些以前常来的顾客对这种经营方式很不理解，所以基延也因此失去了很多顾客，但基延坚信自己的选择是对的。果然，没过多久，这间专门经营内衣和袜子的女性用品专卖店的名声就传开了。许多购买内衣和袜子的女性都不约而同地到基延的商店来。其他商店卖 **2.5** 元一双的袜子，基延尽量以最低价进货，然后以每双 **2** 元的价格卖出，同时大量增加袜子的种类。这样不仅为自己的利益着想，而且也方便了顾客。因此，基延的专业经营法大获全胜，在短短两个月的时间内，袜子的销售额就增加了 **5** 倍，当然自此，更多的女性顾客也云集而至。

袜子销路得到了很大程度上的成功，基延信心十足地如法炮制内衣的主意也更加坚定了。于是他进口了当时法国最流行的款式，进行大量的精彩的宣传。短短的一段时间过去后，基延商店有世界上最流行的内衣的消息便席卷全国，许多女性闻讯赶来以先购为快。当时的女性本来对内衣样式没有什么其他的选择，可是一旦出现新款式，马上就会形成潮流。事实上这种内衣同其他内衣相比并没有什么显著的不同，只不过穿上去会显得更加性感。因为美国女人在家里穿得相对比较暴露，这种内衣恰好适应了她对丈夫或男朋友的吸引和需要，所以销路大开，源源不断的金钱也相应地流入了基延的口袋里。

作为商人，那么你就不能一心想着要赚男人的钱，因为那会比赚女人的钱难上 **100** 倍。因为人类大多数的奢侈品都被女人享用着，这些商品历来就是女人的专有物。因此经营女人用品获利丰厚，更重要的是女人永远不会认为自己的用品种类多、数量多，总听说女人的衣柜里总是缺少一件衣服，没有一个女人会嫌自己的衣物多。相反，她们往往会仅仅为了一双鞋，而去搭配从上到下，包括帽子、大衣、裙子、皮包等一系列衣物，而很有可能等到配齐之后，才发现可能过时了，于是乎，新一轮的采购又重新开始。

这被更多的世人认为是一种公理，我们无需费尽心思去琢磨“把盯住女人的口袋”这句话提示的内容。犹太人按照他们的想法教育自己的孩子的同时，也在告诉我们：男人工作赚钱，女人花掉男人所赚到的钱维持家庭，只有这样才能维持正常的生活。

纵观古今中外的成功商贾们，他们都明白要想赚钱，就必须要把女人当作首选对象，把女人所拥有的钱赚进自己的口袋。这是犹太人经商的公理，所谓瞄准女人就是他们的箴言。在他们看来，男人享有支配购买行为的权力，权力虽然是商品，但它是抽象的，难以用实物形式加以提供，所以男人的钱难以控制。

“女人的钱是最好赚的”，女性消费市场一定会越来越大，而且女性消费比较冲动。凭着这种对女性用品独特的经营认识，犹太商人千百年来大做妇女生意，面向世界各地妇女，不断变换品牌、翻新花样，一次又一次成功地席卷了妇女的口袋，赚回满皮包的钞票。据说在美国一段时期内，**95%**的女装都是犹太人生产。另外，犹太人还完全把持着皮包、箱包等类的小行业。

在各种商场中，女人流连忘返地购买各种价格不菲的商品，而犹太人则兴致勃勃地赚取他们世俗的上帝。“瞄准女人”是犹太人经商法的第一公理。

6. 瞄准嘴巴

在《塔木德》中有这么一句话：嘴巴是消耗的无底洞，地球上当今有 **60** 多亿个“无底洞”，其市场潜力非常大。

俗话说：民以食为天，所以“吃”是天下一笔最大的生意。犹太人认为嘴巴的功能有二：一为说，一为吃。犹太商人经过他们几千年的反复实验，总结出“嘴巴”也是最能赚钱的商品之一。每个精于赚钱的人，都必须掌握这样一条赢钱术——善于在嘴巴里挖钱！

虽说女性用品容易赚钱，但是仍需要某种程度的经商才能来运用它；由商品的选择到推销，都需要经商才能。

然而，被犹太人称作经商法的第二种商品就是“嘴巴”生意。这是庸俗的凡人或比凡人更低才能的人也可以做的生意，所谓“嘴巴”生意，就是“经营用嘴巴的生意。”

例如蔬菜店、鱼店、酒店、杂货店、米店、点心铺及水果店等皆属之，就连这些食品加工而销售的饮食店、餐厅、酒吧、夜总会等亦属之。总之，凡是经营用嘴巴的生意，一定会赚钱，是一种赚钱的生意。

经营“用嘴巴”的生意，一定会赚钱，为什么犹太人非常肯定这一点呢？

首先，入嘴的东西，必被消化而排出。一个 **50** 块钱的冰淇淋，或一块 **1000** 日元的牛排，经数小时后，变成废物而排出。也就是说入口的商品在不断地消费，数小时后，又需要新的商品。卖出的商品，当天就被消费而变成废物，如此商品，除嘴巴外绝不存在。连周末或礼拜也都不休息而成为我们赚钱的生意。唯有银行存款的利息及这些“人口的商品”，所以确实能赚钱。

然而能够入口的商品，仍不能像那些女性用品那样很容易就能赚到钱。也就因为这个原因，所以犹太人的经商法是将女性用品列为“第一商品”，将入口商品列为“第二商品”，道理就是这样的。

在经商才能方面仅次于犹太人的华侨，经营此“第二商品”的人颇多，犹太人所以自认为经商才能远超过华侨者，是因为多数的犹太人，经营“第一商品”。

犹太人生意经的赚钱目标就是嘴巴。人活在这个世上，首先要解决的，也是必须要解决的问题是什么？不就是吃喝吗？有人索性直接就说：“人生一世，吃喝二字。”

犹太人是善于观察的，所以他们又发现一个问题：嘴巴也是最能赚钱的。我们卖出去的东西，往往当天就会被消费掉，这种东西除了食品以外，还能有别的东西吗？人们的生存总是需要连续不断吸收能量、消耗能量才可以支撑，能提供人体所需能量的只有食品，人要继续活下去，食品就要不断地被消费。

因此，食品就有一个突出的优点，那就是它能经常获利，而且是长久性的，因为口腹之欲是人要生存的最起码条件。人的胃口是一个永远也填不满的黑洞，更没一样消费品能像食品这样，需要天天消费，让人顿顿马虎不得。所以，犹太人认为嘴巴的东西绝对赚钱。正是看准了这一点，所以很多犹太人在长期的漂泊中站稳了脚跟。于是为了解决生存问题和口腹之欢的食品生意一直红红火火、长久不衰。大者如宾馆、饭店；中者如餐馆、酒楼、菜馆、酒吧、卡拉 **OK**；小的如水果店、蔬菜摊、肉铺；还有再加工的食品，火腿肠、汉堡包、牛肉馅饼、三明治、肯德基；饮料则有可乐、汉斯啤酒、儿童饮料、雪饼、奶粉。尤其是现代人，吃饭不仅要吃饱，还要吃好，讲究营养，因为现代人都知道了营养和健康之间的重要关系，现代科学甚至说：“你食用什么样的食物，就决定了你是什么样的人。”更是把这个浪潮推向了极至。为了自己的健康，人们更讲究天然的绿色食品，这一新兴的现代理念不知道又