

LINGWUYUYANZHUI MAIXIANGCHENGONGCIRENSHENG

领悟寓言智慧 迈向成功人生

享誉世界的“经营之神”的成功范例
关于创业、人生、经营、管理的智慧经典

周云芳 编著

创业之道

从寓言中领悟
做生意的诀窍

中国社会科学出版社

创业之道

从寓言中领悟做生意的诀窍

周云芳 编著

 中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

从寓言中领悟做生意的诀窍/周云芳编著. —北京: 中国社会出版社,
2006. 8

(创业之道)

ISBN 7-5087-1087-8

I. 从... II. 吴... III. 商业经营—通俗读物 IV. F715-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 090665 号

书 名: 创业之道——从寓言中领悟做生意的诀窍

编 著: 周云芳

责任编辑: 张 承

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号新龙大厦

电 话: (010) 66051698 电传: (010) 66051713

经 销: 各地新华书店

印刷装订: 北京通天印刷有限责任公司

开 本: 140mm × 203mm 1/32

印 张: 5.75

字 数: 122 千字

版 次: 2006 年 9 月第 1 版

印 次: 2006 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 9.00 元

(凡中国社会出版社图书有缺漏页、残破等质量问题, 本社负责调换)

前 言

求富之心人皆有之，圆富裕之梦人皆盼之。投身商海无疑是走向致富的首选之路，可是做生意不能随心所欲，胡乱操刀，必须把点子用到巧处，把力量用到妙处，这样才可以确保自己赚到钱财。要想在商海中开创出自己的一片天地，只有掌握商场的法则，悟透经商的真谛，才有可能在商界中出人头地。因此，精明的商人总是千方百计地去摸透那些秘不可宣的经商法则，从而使自己立于不败之地。而他们中不少的成功者正是从寓言故事中汲取了丰富的经营智慧，洞悉了理财之道，才使得致富之路越走越通畅。

寓言是用比喻和讽刺的手法表达哲理智慧的一种古老的文学形式。短小的寓言故事，浓缩了人生智慧的精华，它诙谐幽默、发人深省、耐人寻味、益人心智。一则短小的寓言故事，可以使人获得来自心灵的启示，可以让人拥有有价值的人生智慧，可以改变一个人的事业和命运。

本书从通俗易懂的寓言故事入手，揭示了在商场中行走的必备法则。它的最大特色就是从经商的实际情况

出发，对各个寓言故事进行了精辟的分析和引申，使每一位经商的农民朋友在读过之后都会有意外的收获。阅读此书，不仅可以系统地、全面地了解并掌握经商理念，还能获得愉悦的感受和有价值的启发。那些投资获利的法则和招数、经商的策略和战术、在竞争中取胜的方法都会让你得到指点。

其实，做生意并不难，难的是如何找到适合自己特点的经商方法和秘诀。会做生意的人都能把经商法则藏于心头，用在手上，做到灵活出击，手到擒来。相信这本书会帮助广大从商的农民朋友更清晰地认识商品社会的法则，从而应用经商的特有手法去实现成功致富的梦想。

目 录

前言	(1)
一、心态决定利润	(1)
1、梦想是追求财富的动力	(1)
2、赢人心者得金钱	(6)
3、钱财青睐自信者	(10)
4、贪婪是财富的坟墓	(13)
5、乐观是致富的必要条件	(20)
6、风险往往意味着财富	(24)
7、诚信是经商之本	(31)
二、正确的理念是通向财富的桥梁	(38)
1、挫折是财富的垫脚石	(38)
2、有一种经商之道叫放弃	(44)
3、致富路上欲速则不达	(48)
4、外行同样能纵横生意场	(50)
5、精打细算是商人的本分	(52)
6、勤奋是生财之道	(56)

7、感情也是一种投资	(61)
三、赢在起点	(66)
1、钱从苦中来	(66)
2、知地取胜，择地生财	(75)
3、思路决定出路	(78)
4、酒香也怕巷子深	(85)
5、先发制人者制胜	(88)
6、眼观六路，耳听八方	(92)
7、患得患失丢机遇	(95)
四、经商技巧	(98)
1、做别人想不到的生意	(98)
2、金钱来自金点子	(104)
3、见端知末，预测生财	(108)
4、头脑灵活结财缘	(111)
5、挣脱困境靠智慧	(114)
6、不放过任何小生意	(117)
7、包装组合显神通	(121)
五、经商决策	(125)
1、该出手时就出手	(125)
2、突破传统思维觅商机	(129)
3、务实是生意之道	(133)
4、量力而行稳赚钱	(138)
5、目光有多远，生意有多大	(142)
6、关注行业动态赚大钱	(144)

7、跟风者白忙活	(147)
六、商场竞争法则	(150)
1、同行不必是冤家	(150)
2、居安须思危	(153)
3、跑得比对手更快	(156)
4、薄利多销人气旺	(159)
5、一切为了顾客	(163)
6、摸透消费者心理	(168)



心态决定利润

1、 梦想是追求财富的动力

有一个富人，害怕死后财产毫无用处，就想送一些财富给穷人，条件是只送给那些对生活毫无希望的人。有一天，他看见一个衣衫褴褛的乞丐坐在一堆垃圾上，就走过去送给乞丐100个金币。这个乞丐大惑不解，问富人为什么会送给自己这么多钱。

当富人说明原因后，乞丐气愤地把金币掷还给他，并且说：“只有死去的人才没有希望！”

这个故事告诉我们：人是生活在希望之中的，人生不能没有希望，如果心中没有了信念，就等于自己给自己判了死刑。假如人真的生活在绝望中，那他一定是失败者。身处逆境的人，只要不失去希望，就能打开一条活路。我们完全有理由相信，这位乞丐有一天会依靠自己的力量走出困境，获得幸福。信念是力量的源泉，是人生之路上的探照灯，是打开成功之门的金钥匙。

任何事情成功的先导都是梦想，追求财富也是如此。如果没有经商赚钱的愿望，就不会产生动力，安于现状是积聚财富

的大敌。“只要安稳地过一辈子就行了，赚太多的钱有什么用呢？”假如你被这种念头占据，你一辈子也赚不了大钱。只有不满足现状，奋发向上，才是赚钱发财的前提。这不是鼓励你欲壑难填或者贪得无厌，而是鼓励你充分发挥自己的能力，为社会创造更多的价值。

这就像一则《穷人最缺少什么》故事中所说的：巴拉昂是位年轻的法国媒体大亨，以推销装饰肖像画起家，在不到10年的时间里，就迅速跻身法国50大富翁之列。1998年他因患前列腺癌去世。临终前，他留下遗嘱，将100万法郎作为奖金，奖给揭开贫穷之谜的人。

巴拉昂的遗嘱在报纸上刊出后，报社收到大量的信件，许多人寄来了自己的答案。有的人认为，穷人最缺的是金钱；有的人认为，穷人最缺的是机会；有的人认为，穷人最缺的是技能；还有的认为，穷人最缺的是帮助和关爱……

谜底最后被一位叫蒂勒的小姑娘猜中。蒂勒和巴拉昂都认为穷人最缺少的是野心，即成为富人的野心。为什么选这个答案呢？年仅9岁的蒂勒说：“每次，我姐姐把她11岁的男同学带回家时，总是警告我说不要有野心！我想，也许野心可以让人得到自己想得到的东西。”

巴拉昂的问题和蒂勒的答案见报后，引起不小的震动，这种震动甚至超出法国，波及英美。随后，一些好莱坞新贵和其他行业年轻的富翁就这些话题接受采访时，也都毫不掩饰地承认：野心是永恒的特效药，是所有奇迹的萌发点；某些人之所以贫穷，大多是因为他们缺乏成为富人的野心。

因此，无论你多么清贫，地位多么低下，都不能没有梦想，因为只有梦想才能帮你摆脱困境。你虽然无法改变你的过去，但是你可以改变你的将来。许多人多年来一直兢兢业业、

忙忙碌碌地劳作，但并没有积累起财富来，仅仅是维持温饱而已。还有的人虽然投身商海，但他们非但没有发财，反而连本钱也搭了进去。这其中最主要的原因就在于他们没有梦想，只是像上了发条的机器似的机械、被动地去做事，所以尽管他们也认真勤恳、一丝不苟地工作着，最终却事倍功半，收获甚微，甚至血本无归。

康拉德·希尔顿是众所周知的世界旅馆业大王，高耸入云的希尔顿大饭店几乎遍布世界各地的大都市。他所创立的国际希尔顿旅馆有限公司在全球已拥有两百多家旅馆，年利润达数亿美元，雄踞全世界大旅馆的榜首。可是，你能想到吗，当年他刚刚涉足旅馆业时，手中只有 5000 美元，他愣是靠这 5000 美元，创立了如此巨大的财富王国。他凭借的不是运气，而是胸怀大志，敢想敢干的魄力。正是靠着矢志不移的勇气，他才一步一步登上了事业的巅峰。他在晚年的自传中揭开了他发家的奥秘：“我认为，完成大事业的先导是伟大的梦想。”

希尔顿的父亲只是一名小商人，每天起早贪黑，东奔西走，为养家糊口、积攒家业而疯狂地工作着。他母亲是一名家庭妇女，为养育 8 个子女辛勤操劳着，而少年康拉德·希尔顿与其他兄弟姊妹在课余时间总是帮家里站柜台，或推着货物沿街兜售。在全家人的共同努力下，生意日益兴隆，然而好景不长，1907 年的美国经济恐慌，使希尔顿一家一下子陷入了困境。他们为了摆脱入不敷出的经济危机，只好将小商店腾空办起了“家庭式旅馆”。可在当时的经济大气候影响下，他们的旅馆很不景气，时时面临破产的威胁。就在这种情况下，康拉德竟想实现当一名成功的银行家的梦想。他要开一家银行，这在当时许多人听来无疑是天方夜谭，可是康拉德却坚定地付诸行动，他四处奔波，终于筹集到 3 万美元，于 1913 年 9 月与

他人一起开办了圣安东尼奥银行。

正当银行大有进展时，第一次世界大战爆发了，康拉德·希尔顿应征入伍。1919年，退伍回家的康拉德干起了父亲留下的小本买卖，但他心中始终有着一个干一番大事业的雄心，可是手头只剩下5000美元的他，如何才能实现梦想呢？于是，康拉德·希尔顿带着他的梦想，只身闯进了因发现石油而得以兴盛繁荣的得克萨斯州。他来这里的目的原本是要开办银行，可就在他四处碰壁之际，偶然得知当地一家小旅馆要转让，康拉德就筹措了4万美元现金，盘下了这家名叫莫布利的旅馆。

康拉德·希尔顿经过不断思考和摸索，悟出了经营旅馆业的诸多原则，这使得莫布利旅馆经营得非常成功。后来希尔顿又与人合伙买下华斯堡的梅尔巴旅馆、达拉斯的华尔道夫旅馆。正当希尔顿的旅馆业蒸蒸日上之际，他却不满足于这种购买二手旅馆的经营方式了，他内心萌发出了更大的梦想，就是建造自己的新旅馆。这对于当时只有10万美元的他来说，并不是一件轻而易举的事，但他仍决心要大刀阔斧地干一场。于是他以每年租金3.1万美元、租期99年，租下了达拉斯市中心的一块地，又以这块地产做抵押筹集贷款，终于在1925年8月4日这天，达拉斯希尔顿大饭店落成了。接下来，他建饭店像有瘾似的，到1928年他已经建起了7座大饭店，并成立希尔顿饭店公司，把所有的连锁店统一起来。

1929年秋，他在埃尔帕索城中心开始建造一家耗资175万美元的大饭店。可是天有不测风云，不久，美国就陷入了经济大萧条的困境之中。经济大恐慌像瘟疫一般在全国蔓延开来，失业人数日益增多，人们都减少了消费，更别提出游了，当时美国大部分旅馆都破产倒闭了。希尔顿的8家旅馆虽然保全了5家，却也陷入资金周转不灵的困境，但是他拒绝宣告破

产。在迫不得已的情况下，甚至只得拿几家希尔顿饭店作抵押，以充债款。当时无论情况多么恶劣，他都没有放弃，最后他孤注一掷，用借来的钱投资石油，获得了成功。很快，靠不懈的努力，他又赎回了自己的旅馆。

许多成功的商人也都是像希尔顿一样是从一个好的想法开始起步的，他们与平庸、贫困者的区别仅仅在于他们把好的想法变成了现实，而有的人却永远停留在梦想之中。

人生必须有梦想，赚钱必须有目标。要想在经商的过程中取得成功，在创业初期就应该定出一个目标。当然梦想有大有小，推动它的力量也有强有弱，所以，在定这个目标时，既不要妄自菲薄，以为自己无法达到高目标，就定得很低；也不能把目标定得很高，不切实际。要根据自身的条件，制订一个有一定难度但经过努力又能够实现的目标，既不能高不可攀，也不能触手可及。

目标是努力的动力，也是商人对自己的鞭策。随着努力地 toward 目标的一步逼近，商人的成就感会越来越强，其走向目标的积极性也就会越大。对许多人来说，制订和实现目标就像一场变革，随着时间的推移，商人感到旧的东西已跟不上新的形势，在这种形势下，旧的思维方式和旧的工作方式就会被新的思维方式和新的工作方式逐渐取代，而商人的命运也就会随之改变。做生意如果不追求成长，或不向更高的目标挑战的话，就无法品味出身为商人的喜悦和充实。

明确而坚定的目标虽不能使商人永保财运，但必定能增加其经商成功的机会。经商倘若没有明确的目标，顶多只能小打小闹，绝对不会做成大事。一个心中没有宏大目标的商人，也只能是一个平凡的商人。

卡耐基曾对世界上万个不同种族、年龄与性别的人进行

过关于人生目标的调查。他发现，只有 3% 的人能够明确目标，并知道怎样把目标落实；而另外 97% 的人，要么根本没目标，要么目标不明确，要么不知道怎样去实现目标……

10 年后，他对上述对象再一次进行调查，结果令他吃惊：调查样本总量的 5% 找不到了，95% 的人还在；属于原来 97% 范围内的人，除了年龄增长 10 岁以外，在生活、工作、个人成就上几乎没有太大的起色，还是那么普通与平庸；而原来与众不同的 3%，却在各自的领域取得了相当大的成功。他们 10 年前提出的目标，都不同程度地得以实现，并正在按原定的目标走下去。

可见，杰出人士与平庸之人最根本的差别，并不在于天赋，也不在于机遇，而在于有无人生的目标。对于没有目标的人来说，岁月的流逝只意味着年龄的增长，平庸的他们只能日复一日地重复自己。而对于那些杰出之士来说，即便赤手空拳，只要心中充满信念，也能战无不胜。

对许多农民朋友来说，往往因为视野的局限，容易产生自卑心理，不敢想像自己也能靠经商致富，于是就终日埋头苦耕于垄亩，更有的人年纪轻轻就听天由命，任由生活摆布，从来不奢望改变命运。其实哪怕你生于再偏僻的农村，哪怕你现在贫困潦倒，只要你心中充满信念，就一定会走出困境，走向成功；即使你被挫折和失败一次次打翻，只要你心中充满信念，就肯定有昂首挺立的那一天。所以，农民朋友给自己树立一个赚钱的目标吧，每天朝它前进一点点，你会成功的。

2、 赢人心者得金钱

古时候，有个叫阳虎的人，他教过的学生在天下为官的比

比皆是。有一次他在卫国遭到官府的通缉，四处逃避，最后逃到北方的晋国，投奔到赵简子门下。见阳虎丧魂落魄的样子，赵简子问他：“你怎么变成这个样子了呢？”阳虎伤心地说：“从今以后，我发誓再也不培养人了。”赵简子问：“这是为什么呢？”阳虎懊丧地说：“许多年来，我辛辛苦苦培养了那么多人才，在当朝大臣中，经我培养的人已超过半数；在地方官员中，经我培养的人也超过半数；那些镇守边关的将士中，经我培养的同样超过半数。可是没想到，这些由我亲手培养出来的人，在朝廷做大臣的，离间我和君王的关系；做地方官的，无中生有地在百姓中败坏我的名声；更有甚者，那些领兵守境的，竟亲自带兵来追捕我。想起来真让人寒心哪！”

赵简子听了，深有感触。他对阳虎说：“只有品德好的人，才会知恩图报；那些品质差的人，是不会这么做的。你当初在培养他们的时候，没有注意挑选品德好的加以培养，才落得今天这个结局。比方说，如果栽培的是桃李，那么，除了夏天你可以在它的树荫下乘凉休息外，秋天还可以收获到鲜美的果实；如果你种下的是蒺藜呢，不仅夏天乘不了凉，到秋天你也只能收到扎手的刺。在我看来，你所栽种的，都是些蒺藜呀！所以你应记住这个教训，在培养人才之前就要对他们进行选择，否则等到培养完了再去选择，已经晚了。”

这个寓言告诉我们，种瓜得瓜，种豆得豆，做生意也是如此。做生意讲的是利润，不讲利润的生意人不能算是生意人。可是对商人来说，有些钱是不能赚的，比如坑蒙拐骗的钱不能赚，昧着良心的钱不能赚，不该自己赚的钱不能赚。做生意是一种社会活动，而要把生意做好做大就要先赢得人心，也就是说要想赚到钱，就必须先把人做好。赚钱与做人相辅相成，人做好了，财富就会越积越多。所以精明的商人总是视野广阔，

立足长远，树立仁义、诚信的形象，从而打动顾客，获得经济利益。相反，那些狭隘、机械地执着于锱铢小利、图一时之功的商人无不最终葬送了自己的事业。

1906年，当旧金山的地震将意大利银行创始人詹尼尼从床上抛出时，他的脑海中只有一件事——他的银行。他立刻与两个雇员一起赶在大火行将银行吞没前抢救出价值8万美元的黄金。詹尼尼随后便向那些急需用钱的人贷款，帮助他们重建生活。詹尼尼的这一举动为他赢得了荣誉。

詹尼尼是意大利移民的后代，他于1904年创办了意大利银行，他所服务的对象并不是富裕的少数人，而是向任何拥有工作的人提供10美元到300美元不等的贷款。他的这一做法使住房抵押、购车贷款及其他消费信贷方式在全美国得到进一步的普及。1945年之前，他的名声已经响彻海内外。他的意大利银行也更为美洲银行，位居全球最大银行之列。

古人说过：“用兵之道，攻心为上”、“得人心者得天下”，如今的市场竞争，已经演变为商品质量、价格、售后服务和企业形象、信誉以及与消费者的关系等全方位的竞争。特别是与消费者的关系、情感，在商品营销中的作用越来越显得重要。在商家林立、货比多家的情况下，人们自然更愿意到信得过、感情亲近的商家购物。对此，一位美国著名企业家深有体会地说：“现代商战的胜利，不在乎你占据多少个商场，而在乎你占领多少个消费者的心。占领了消费者的心，你就拥有了一切。”中国的学者亦精辟地指出：在激烈的市场竞争中，商战的赢家是人心与金钱的双赢。

小池出身于日本一个贫寒的家庭，20岁时就替一家机器公司当推销员。有一个时期，他推销机器非常顺利，半个月內就跟33位顾客做成了生意。之后，他发现他们卖的机器比别

的公司生产的同样性能的机器贵。他想，同他签约的客户如果知道了，一定会对他的信誉产生怀疑。于是深感不安的小池立即带着签约书和订金，整整花了3天时间，逐门逐户去找客户，然后老老实实向客户说明，他所卖的机器比别家的机器贵，为此请他们废弃契约。这种诚实的做法使每个订户都深受感动，结果33个人没有一个与他废约，反而加深了对他的信赖和敬佩。经过这33位客户的宣传，人们纷纷前来找小池购买商品。没多久，小池就成为“钞票满天飞”的人了，公司因此获益匪浅。

后来，已经成为日本大企业家的小池在总结自己的成功经验时，说过这样一段话：“做人就像做生意一样，第一要诀就是诚实。诚实就像树木的根，如果没有根，树木就别想生存了。”

对自己的产品采取“家丑外扬”的策略，体现了经营者的坦诚和勇气，体现了顾客至上的经营思想，因而能赢得顾客信任，打消顾客对商品和企业的担心和不信任感。这也就是说，只有维护消费者利益，才能进而赢得经营者自身的利益。在传统的文化观念中，人们是很忌讳“家丑外扬”的，在商品经营中更是如此，“王婆卖瓜，自卖自夸”、“卖瓜人不说瓜苦”，什么“质量第一，性能最佳，国优部优，誉满全球”，这些都是宣扬自己产品的常用语。久而久之，人们对此亦感到厌烦，以致产生怀疑和不信任了。“家丑外扬”则相反，它直接站在消费者的立场上，以诚相见，以诚为本，以心换心，在人们心目中树立起诚实的形象，以此赢得顾客对商品的青睐。

经商实际上代表的是一种生活方式，是一种人生境界。做一个商人并不纯粹是为挣几个钱，能堂堂正正地做人，光明磊落地经商，就能在社会上赢得声誉，获得尊重，就能树立起一