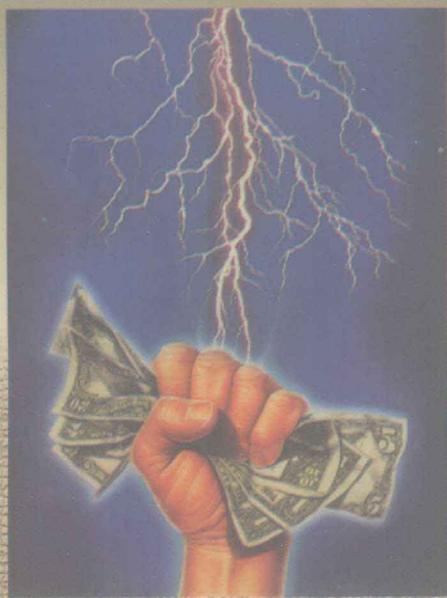


MAIYOU MAIDE MAIFA

卖有卖的卖法

吴昊 主编

《我是生意人》纪实写真丛书

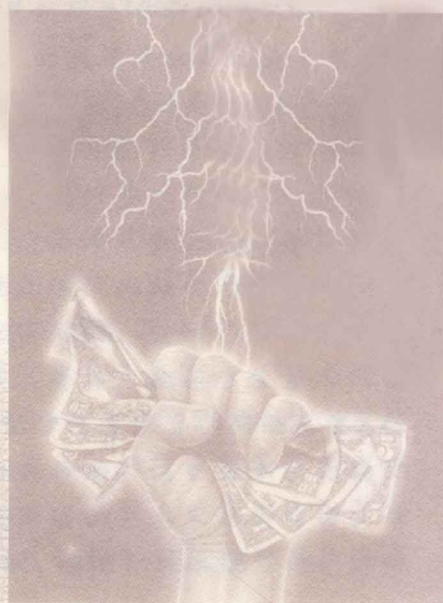


重庆出版社

MAIYOU MAIDE MAIFA

卖有卖的卖法

吴昊 主编



重庆出版社

《我是生意人》纪实写真丛书



图书在版编目 (CIP) 数据

卖有卖的卖法/吴昊主编, ——重庆: 重庆出版社, 2000.3
(“我是生意人”纪实写真丛书)

ISBN 7-5366-4784-0

I. 卖… II. 吴… III. 纪实文学-中国-当代 IV. 125

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 24054 号

卖有卖的卖法

《〈我是生意人〉纪实写真丛书》之三

吴 昊 主编

责任编辑	杨亚平
封面设计	吴庆渝
技术设计	费晓瑜

重庆出版社出版、发行
(重庆长江二路 205 号)
新华书店经销
大足新华印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 6.625
字数 165 千 插页 2
2000 年 3 月第 1 版
2000 年 3 月第 1 版第 1 次印刷
印数 1—3000

ISBN 7-5366-4784-0/I·958
(全套定价: 48.00 元) 本册定价: 12.00 元

致 读 者

当我和我的同仁一口气编完《走进
生意场》那套商务纪实文学丛书并将她
推向市场后，读者的反馈之强烈之火爆，
出乎我的意料。与此同时，不少分散在各
地的“混迹”于商界或生意场的作家朋友
也纷纷写信打电话问我，说《〈走进生意
场〉商务纪实文学丛书》里边为什么没见
着他们的作品？话里有些埋怨，他们为此
表示遗憾。这种遗憾近些日子总是纠缠
着我，我仿佛一个在绿茵场上吹错了球
的裁判员，虽然得失自知，却自有难处。
说实话，我何尝又不遗憾呢？我在编辑他
们的来稿的几年间，大多数朋友相互虽
然未曾蒙面，但我们之间却通过文稿交
流的方式一直进行着一种同行之间的默
契的神交。每每续着亲友们这些透着鲜活
现实气息的稿件，我都会为之而兴奋而
沮丧而激动而扼腕，是他们和他们的作
品让我走近了商界，走进了生意人的生
活圈，也了解了生意场上的斑斓人生，让
我的眼界日渐开阔。这些文章近距离地
反映着今天中国的生意人在想什么、做
什么、怎么做，也生动地再现了他们的心

态、行为方式，从而记录和揭示了中国由“计划”向“市场”艰难转轨过程中复杂的社会、经济生活状况和中国大大小小的生意人的生存状态和思维状态。这，便是《我是生意人》这套纪实写真丛书创意出版的起因。

如果说《〈走进生意场〉商务纪实丛书》是生意人的一面现实的镜子，又是中国商人的一套感性“教科书”的话，那么，读者手中这套《〈我是生意人〉纪实写真丛书》则是她的“姊妹丛书”。

《〈我是生意人〉纪实写真丛书》包括4种：《生意像副牌》、《输赢这张脸》、《卖有卖的卖法》、《当个商人好沉重》。

生意场是一个竞技场、角斗场，是智慧和智慧拼搏，能量和能量碰撞，实力和实力较量的人生大舞台，追求成功和利润最大化，完成从商品转化为货币的“惊险的一跳”，便是这个人生大舞台上的主旋律。由于国情的不同，决定了中国的商人在经营思路和实际操作上，与市场经济发达国家有很大差异。相信读者从这套丛书里不难发现生意场上处处可见的

“无规则现象”，并对那些“聪明”的“旁门左道”和危险的“擦边球”式的经营手法给予客观而清醒的审视。《〈我是生意人〉纪实写真丛书》将带你走进生意场——这个充满成功喜悦和失败沮丧的五彩缤纷的竞争世界。她用文学的笔调、经济学的分析、法律学的判断，极富人情味地告诉你，生意是怎么做成的、做大的、做火的；同时也会告诉你，生意是怎么做赔的、做栽的、做砸锅的……

愿天下的生意人都有好运！

编者

1999年12月于重庆

目 录

- (1) 老板危机
- (7) 生意运作中的反常与正常
- (13) “网”住客户
- (17) 我做生意卖名气
- (23) 定价的玄机
- (27) 快把汇票划给我
- (33) 你不赚钱我赚钱
- (38) 三个女人一个店
- (41) 商场阿斗
- (46) 补救
- (52) “布”如人愿
- (56) 厂子变成度假村
- (59) 远萍打店

(67) “海水”是甜的

(74) 讨回血汗钱

(79) 吃亏也是福

(84) 嘴边的俏货

(87) 给你的顾客写封信

(92) 挣的都是辛苦钱

(96) 心诚不灵

(101) 我还要当 BOSS

(107) 秘书难当

(110) 希望太太输

(113) 挑战同行

(116) 给老公打工

(120) 朋友开当铺

(122) 舍不得你的人是我

(128) 老板：不是我无情

(134) 在合资企业的日子

(145) 卖有卖的卖法

(148) 老板“翻船”

(155) 丹家女子服饰城

(160) 生意在诗外

(166) 需求与生意

(171) “量饭店”

(174) 漂亮的小方巾

(179) 三年车梦

(189) 生意怪才

(195) 读不懂的绝妙生意

老板

危机

危机来自于公司内部

一个民营集团的集合体，要么是感情的集结，要么是思想的集结，要么是利益的集结。在事业的草创阶段、发展阶段、壮大阶段中，集合体不断分化、组合、再分化，集团的凝聚力时刻面临挑战，危机是正常的。

民营集团与原体制这一母体息息相连，脐带并没有剪断，大公司病、“大锅饭”同化病日益严重，它们会拖死你，危机是必然的。我想给大家探讨高科技企业里的人际关系，我希望给大家一个沉思、一个思考、一个深重的思考。

五笔字型，不管怎么说已小有名气，国外国内都在使用它，我们甚至夸下海口说，北京人现

在要想找一个合适的工作,你必须具备两个条件:第一个条件是要坚持四项基本原则,第二个条件是你要学会五笔字型。可见这个技术的深入人心。在我们现代化的过程中,它的作用很大。我们这个有五千年悠久历史的古国,特地以方块汉字作为交流工具。到了20世纪,遇到现代商业经济的挑战,遇到很多问题。首先就是如何和世界交流?如何和信息时代交流?我说这是一块沼泽地,那么,如何走出沼泽?

大卫怎么给王起明当马仔

《北京人在纽约》大家看得津津有味、废寝忘食,最后得到什么结论呢?

东西方的文化截然不同,行为方式也不同,最后的效果也是不一样的。这个王起明,很高兴是我本家,穷困潦倒,在那儿涮盘子。他给大卫先生这位美国佬打工,非常辛苦,走过了一条漫长的道路。后来他发了,成了个老板。那么大卫呢?倒闭了、破产了,最后到王起明这里打工。我想在坐的看到这转变时会有一个很深的思考:这个美国佬,这大卫,那么英俊的一个小伙子,他何以在他原来的打工仔的工厂去打工?这是每个中国人都能做得到的吗?我敢说做不到,肯定地做不到。因为我们中国人太爱面子了,在某种意义上太虚伪了。商场上如此,官场上也如此。你今天是一个局长,突然一个你下边的处长被提拔,而你这位局长成了处长,你该怎么办?这局长肯定呆不住呀!他要称病,他要去养病。他会找一千个理由离开这个地方。我说这就是我们遇到的老板与打工仔的关系,这两种文化的差别、行为方式的差别。我想没有比此再生动的了。

我们说人际关系的划分有许多种,比如说父子关系、男女关系、同志关系、情人关系,还有劳资关系,老板跟打工仔的关系就是劳资关系嘛!

劳资关系即老板和打工仔的关系。这个关系还有很多种,比方说内外的关系,你是一个高科技公司,你要报税,你要找工商,你要找银行贷款,等等;还有你和邻里、同行的科技公司之间的关系。同行既是冤家,又互相依存,就是如此矛盾又统一。这就是我们面临的问题。当然,我们跟政府之间还有很多关系,要找市科委、找市政府,干什么呢?要支持我公司嘛!对不对?

跳楼,不,真正的危机是人的危机

老板和打工仔之间的关系更集中反映在公司内部。现在中关村发生了危机——中关村老板危机。大家都知道,中关村有3 500个公司,当然大大小小的就有3 500个老板。这些老板手下总有人给他打工。公司普遍地存在着严重的危机,危机非常严重,濒临倒闭,当然还没发现跳楼的。

中关村高科技发展是怎样一个历史呢?应该说可以分为这样几种类型。第一,集资兴办。张三李四王五几个哥们儿,一人拿上5 000元钱,凑够几万块钱,成立一个公司,那这个公司就是我们几个人所有。第二,个人拿钱。就说我们这个王码电脑公司吧。1988~1989年,钱基本上是我拿的。请几个朋友来,大家共同注册一个公司。但是后来发展壮大成为一个很大的公司时,反过来算一下,当初这个财产怎么回事?这个资本算谁的?这公司算谁的?这样就出现了产权问题。第三,国营公司。像北大方正,它由国家投资,公司的一切属于国家的,国家一个调令就可以把它的老板调走了。

正因为民营机构是这样一個结构,这样一个投资环境,这样一个投资模式,这样一个结合方式,就形成了公司内部非常特殊的人际关系。这个关系我说可以分成两个阶段。第一个阶段是创业阶段,一般说共苦是没有问题的。当初我们憋着一股劲要把这个五笔

字型变成生产力，要让他造福社会，走向世界，我们大家干劲十足。这时，我们靠的是什么呢？靠的是传统的人际关系，同学、朋友、亲戚，或者我们有别的一种什么关系，反正是靠情感来维系这个团体，从事一个事业的发展、起飞。经过一段时间的奋斗。最后就形成了一个共同的事业目标，这个事业目标就成为凝聚力所在。但是随着时间的推移，公司壮大了。最后，在这样一个公司里边，在这样一个人情关系中，就产生一个问题。有些人仍然是原来的目标，有些人就不一定满意了，觉得除了这个目标之外还有自己的目标。这时就变成了一种新的人际关系，就是除了我们共同的目标之外，他还有多方面的个人追求。这也就是第二阶段。在高科技公司必然产生这样一种分化的现象。这是中关村几乎所有的大公司都必须面对的一个严酷事实，或者说各位老板都一定要面对的一个困惑，怎么办？

“大公司病”： 欢心→放心→痛心→恶心

另外一个问题是，在公司发展过程中还出现了“大锅饭”的同化作用。我们经过了几十年计划经济下的经济运转模式，我们的知识分子、我们的领导干部，在某种意义上讲都习惯了计划经济下的思维方式、行为方式、管理方式，它必然把原来的一套带到新的高科技公司中。外国有个加拿大，中国有个大家拿、拿大家，把大家的東西都往小家拿。在高科技公司里边必然要形成“大公司病”。什么是“大公司病”呢？在创业阶段，尽管艰苦，但乐在其中，人比较好管，你可以管到底。一旦公司里的人数发展到28个，当一把手的老板就不能一下子管到底，你必须设中间机构。中间层次的设置就使得你的思维不能直接贯彻，因而中间层次的选取就变成非常伤脑

筋的问题。随着公司的发展,中间层次会扩大。比如说王码电脑公司,现在就有3层中间层次。这就发生了一个质的变化。就引起了“大公司病”,公司的管理就出现了很大的毛病。服务不周到、对事业不负责任、“窝里斗”、“兔子要吃窝边草”啦,等等,什么都有,全冒出来了。这样一种情况还不算严重,真正严重的是事业发展之后,领导层中原来是合作的伙伴,情同手足的同志,反目为仇。我总结了四步曲,第一欢心,第二放心,第三痛心,第四恶心。我考察了几乎所有的公司,后来都发展到第四步,可见确实是带规律性的东西。

危机从何而来? 恰似重重关山

现在我想讲讲,我们这种危机从何而来?原因是什么?

第一,我觉得我国商品经济很不发达,商品意识非常薄弱。我们国家两种人最多:第一是文盲,能有比我们再多的国家吗?没有。第二种人就是书呆子。两个极端,我们国家都是首屈一指的。秀才造反三年不成。王永民怎么说呢?秀才经商六年不成。

第二,知识产权关系不明确。现在看来,要么你投资办私人公司,要么你投资搞股份公司。原来那种含含糊糊哥们儿义气朋友凑起来组成的公司。绝对不能接受。产权关系不明确也是造成危机的重要原因。

第三,缺乏具有真正管理水平的白领阶层。

第四,是我们的职工队伍。我们来自于这样一个半封建的、小农经济的、计划经济模式的体制,有很多劣根性。在日本,在美国,没有那么多政治工作,没有党支部,没有整天学习雷锋,但是职工素质不差。至少,花公司的钱与花自己的钱不一样,坐公司的车去

办私事不允许,大家都有个社会公德、敬业精神。这点,我们甚至要从零教起。

你干 10 个企业,干糟 了,就干第十一个!

虽然是沼泽地,虽然中国现代化进程是一个漫长的过程,虽然是向高级发展过程中一个艰难的过程,虽然中国人际关系走向现代化是一个痛苦的过程,但是我们说,它是必须经过的阶段,是不能跨越的阶段。要想解决这个问题怎么办呢?我想就是大力提倡我们的民族精神、奉献精神,大力提倡我们的敬业精神。企业不要怕倒闭,不要怕危机,当然不要去“跳楼”。你干 10 个企业糟了,干第十一个可能就成功了,你也得到锻炼了。我深深地感到我们国家缺乏这样一代人。让我们携起手来,创造我们的辉煌事业,创造未来辉煌的人生。谢谢。

(王永民)

生意运作中的

“反常”与“正常”

一 说到生财致富，人们条件反射地想到两个字：“经商”；而同种速度被调动起来的形象思维，也会在眼前推出比肩并踵的馄饨摊、烤羊肉、扯面馆……正如同—提到改革，有些“企业家”本能地会首先从“内部管理”着手，一卖不动货物，会立即“削价处理”一样，这都是“正常思维”。

—

有这样的故事，或许能给人以启示——
一个犹太人走进纽约的一家银行，来到信贷部坐下来。

“请问先生有什么事吗？”信贷部经理边问

边打量来人：豪华的西服、高级皮鞋、名牌手表，还有领带和金领带夹。

“我想借钱。”

“好啊，请问要借多少？”

“1 美元。”

“什么，1 美元？”

“对啊，可以吗？”

“当然可以，只要有抵押，再多些也无妨的。”

“那么，这些做抵押可以吗？”

犹太人打开豪华皮包，拿出一堆股票、债券等等，放在经理的桌上。

“总共值 50 多万美元，这些够了吧？”

“当然！当然！不过，你真的只借 1 美元吗？”

“是的，就 1 美元。”

“那么年息为 6%，只要您按时付出利息，到期我们就退给您抵押品。”

“谢谢！”

犹太人办完手续，拿了借来的 1 美元就准备离开银行。

一直冷眼旁观的分行长，怎么也弄不明白：拥有 50 多万美元抵押品的人，干嘛来银行贷 1 美元？于是他追上前问：“那，这位先生……”

“有什么事吗？”

“我实在弄不懂，您拥有 50 多万美元，为什么只借 1 美元呢？要是您想借 30、40 万美元的话，我们也很乐意的……”

“谢谢。”犹太人笑道：“来贵行前，我问过好几家金库，他们保险箱的租金都很昂贵。所以嘛，我就在贵行寄存这些证券，租金实在太便宜了，一年才 6 美分……”

“正常思维”的分行长自然是目瞪口呆了！