

中国的“犹太人”

浙商传奇

君子◎编著

一根针的利润也不放过

「哪里有市场，哪里就有浙商」在很多地方已成为一句「商谚」，有的地方甚至到了「无浙不成市」的程度。浙江人做生意，从来都是从小处着手，能赚一分是一分。浙江人的「微利」是图是由来已久的，许多人一分一毛地进行原始积累。

中国的“犹太人” 浙商传奇

君子◎编著

一根针的利润也不放过

图书在版编目(CIP)数据

中国的“犹太人”:浙商传奇 / 君子编著. — 沈阳:沈阳出版社,
2010. 12

ISBN 978-7-5441-4415-5

I. ①中… II. ①君… III. ①商业经营-经验-浙江省 IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 243409 号

出版者:沈阳出版社

(地址:沈阳市沈河区南翰林路 10 号 邮编:110011)

印刷者:北京中达兴雅印刷有限公司印刷

发行者:沈阳出版社

幅面尺寸:170mm×240mm

印 张:15

字 数:180 千字

出版时间:2011 年 6 月第 1 版

印刷时间:2011 年 6 月第 1 次印刷

责任编辑:李 峰

特约编辑:秋 阳

装帧设计:王冠华 李 峰 秋 阳

责任校对:雪 华 陈 原

责任监印:杨 旭

书 号:ISBN 978-7-5441-4415-5

定 价:29.80 元

前 言

有句话说：“智慧装在中国人的脑袋里，财富装在犹太人的口袋里。”的确如此，中国人善于思而止于行，而犹太人却更注重行动。一位在巴黎的浙商这样分析犹太商人的性格：“犹太人很厉害，他们有两件法宝：一件是每个犹太人从小被告知，他们永远是犹太人，他们都能讲自己的话；二是犹太人到哪里，都很虚心地向那里的社会学习，立即了解、掌握那里的情况，吸收那里的优势和长处，因此，他们永远立于不败之地。”

作为中国的“犹太人”的浙商的商业渗透能力，屡屡让经济学家和各地政府官员惊叹。

浙江正泰集团董事长南存辉则一语道破了浙商的成功秘诀：“关于成功经验，可用四句话概括心得：诚信经营——不要投机取巧，不管是对合作伙伴，对经营客户，还是对民族，对国家。以人为本——对内对外都要有良好的人际关系。不好高骛远——要立足实际。不断创新——首先是观念的创新，因为很多事情只怕你想不到。”

浙商是一个传奇的商帮。毫不夸张地说，只有鸟儿飞不过，没有浙商走不到。浙江人遍布世界各地，哪里有市场，哪里就有浙江人。

浙商是一个传奇的商帮。他们敢于创新，勇立潮头。他们更是以吃苦耐劳、百折不挠的意志闻名天下。很多人评价浙江商



人时都会说他们“能睡地板，能当老板”。

浙商是一个传奇的商帮。在义乌小商品市场，一双袜子也就赚一分钱、几厘钱。一枚纽扣、一根牙签、一根塑料吸管，就是这些一分钱的生意，浙江人也绝不放过。浙江人就是能，大多数都是靠这些赚几厘钱、一分钱的生意发家的。不在乎一笔交易之小，放眼于最终效益之大，这是实实在在的生意经，也是犹太商人精深的经营理念之市俗实用。

本书深度挖掘浙商的创业智慧，揭开浙商充满传奇色彩的面纱。从一个个浙商艰辛创业的小故事，感受他们的经商精髓。

目 录

第一篇 在浙商眼里,商机无处不在

一、有浙商的地方就有市场

善捕商业信息	2
抢占先机	4
敏锐的洞察力	7
经典案例:皮革大王的 市场绝招	10

二、浙商游走四方

扎根北京城	13
淘金上海滩	16
抢占大东北	20
深入大西北	23
浙商在海外	25
经典案例:在巴西买原始森林的第一人	30



三、哪里没有市场,就到哪里去

敢为人先 35

无所不敢的勇气 37

欲望的动力 39

经典案例:第一个吃螃蟹的勇士 43

四、眼光决定市场的机会

练就一双敏锐的“市场眼” 46

眼光不是眼前 48

比同行更快地定位 50

经典案例:从一车旧书看到的商机 51

第二篇 在浙商心里,赚钱没有大小之分

一、不要小看一分钱的利润

一分钱你会去赚吗 54

小生意带来大市场 56

小钱是大钱的祖宗 58

经典案例:一毛钱开水带他奔小康 60

二、做小事的能力

从小处入手 63

从细处入手 65

不怕小,只怕不专业 67

经典案例:从一个小鞋匠到鞋王的转变 69

三、浙江人从不把商业当成游戏

态度决定一切 72

诚信为本,利以义制 78

认真对待每个机会	80
做企业先学会做人	84
经典案例:从“避温三舍”到信誉温州	86

第三篇 在浙商生意经里,赚一分钱也要大智慧

一、精明的浙商

赚钱不要赚到尽	91
家人是最好的搭档	93
狼群战术	96
借鸡生蛋	98
浙江人的炒作	104
千万不能与政策对着干	107
经典案例:借地生财的西瓜大王	110

二、赚钱靠的是脑子

脑袋富口袋	112
用智慧赚钱	117
找到最适合自己的创业路	120
经典案例:聪明是为了让更多的人不绝顶	122

三、懂得创新的浙商

观念的更新	126
不创新才是最大的风险	130
经典案例:这样的稀饭你喝过没有	133

四、品牌不仅仅是一种意识

品牌决定出路	136
赢在品牌	138



注重产品品牌	142
经典案例：从一年拿下四个“中国驰名商标”说开去	145

第四篇 在浙商的财富里，一分钱也是血汗

一、能睡地板，能当老板

想赚钱就得吃苦	148
比别人多付出一些精力	150
经典案例：从摆地摊到做品牌总代理	153

二、逆境是浙商的试金石

挫折是浙商的财富	155
意志坚定，不害怕失败	159
东山再起	162
经典案例：当千万重担压在了她的身上	165

三、草根创业，上演传奇人生

草根精神	169
低学历一样创大业	173
经典案例：不识字的老太太也出来做生意	179

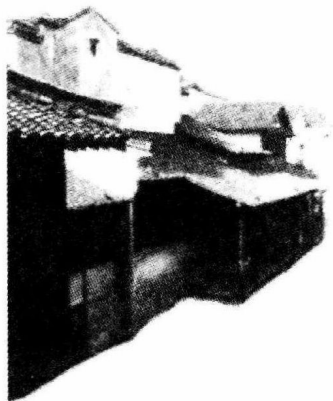
第五篇 在浙商的脑海里，花一分钱也要听到响

一、懂得精打细算

钱应该花在点子上	181
将成本控制到每一分钱	184

勤俭节约是创业守业的法宝	185
经典案例：“抠门”老总的抠富财经	188
二、低调务实，精明处世	
为人低调，深藏不露	191
务实的浙江人	200
躬行实践很重要	202
凡事要求稳，稳中方求胜	204
经典案例：不爱张扬的浙江人	206
三、把赚钱当作人生的大事业	
为钱不要面子的浙江人	208
赚钱必备的条件	218
把经商作为一项事业	221
经典案例：从“浙商”到“哲商”	223

中国的「犹太人」
浙商传奇



|| 第一篇 ||

在浙商眼里，商机无处不在

众所周知，作为市场战略，时间对于资金、生产效率、产品质量、创新观念等，更具有紧迫性和实效性。实践早已证明，在其他因素相同或基本相同的情况下，谁先抢占商机，谁就会取得最后的胜利，抢先的速度已成为竞争取胜的关键。闪电般的行动必然会战胜动作迟缓的对手，使“慢鱼”在没有硝烟的战场上败下阵来。在浙商眼里，商机无处不在。浙商在经商中往往比别人早一步抓住商机，这种灵敏的市场嗅觉，使浙商在激烈的商战中稳操胜券。



一、有浙商的地方就有市场

浙商是中国最大的“游商部落”，是中国第一大商帮。浙商也是一群神秘的部落，他们带来了财富，又带走了财富。只有鸟儿飞不过，没有浙商走不到。哪里有市场，哪里就有浙江人。



善捕商业信息

浙江人很早就懂得信息的重要性。不管是做大生意，还是小生意，如果没有信息指导自己的商业行为，犹如黑暗中的远征，早晚会失败的。20世纪80年代初，温州有号称十万的推销员大军，实际上他们还兼负另一个职责——信息采集员。

可别小看这些人，他们在全国各地推销产品的过程中，搜集到了很多信息：什么地方急需什么产品，什么地方哪样东西最便宜，什么地方的人是何种性格……回到家乡后，他们将这些信息互相沟通、整合，一个个商机就不断地涌现出来。

1. 随时留意身边

商业信息的出现是没有任何规律的，成功的人就在于能留意身边的每一个信息。一位浙商说：“纷乱复杂的生活中，机会到处都是，善于捕捉商业信息，深入思考，就能孕育出成功的灵感。”

2004年，国家出台允许民间资本购买开发无人荒岛的政策，浙江商

人便从中看到了商机。宁波银都建筑有限公司董事长郑嘉丰在与一个朋友的闲聊中听到了这个消息，立刻买断舟山假日岛 50 年的经营权，决定投入 5000 万元，分三期建设假日岛，计划把假日岛建设成一个休闲旅游度假的好去处。2008 年，该岛的建设工程全部完工，假日岛成为舟山新的经济增长点。

被称为香港“假发之父”的刘文汉，是在餐桌上凭一句话的信息而发家的。

有一次，刘文汉与美国商人共进午餐，谈到如何开创一项在美国畅销的新事业时，美国商人说了两个字——假发。同来的朋友听到都以为是一句笑话，而刘文汉却在认真地思索老外的话。回去以后，刘文汉凭借这两个字的信息，开创了假发制造业。香港也差不多在一夜之间就成了世界假发制造业的中心。

信息满天下，专寻有心人。要随时留意商场的最新趋势、新信息，不放过丝毫的风吹草动，因为那便是机会的隐伏之处。做个有心人，像浙商那样随时提醒自己留意四周的信息，你就会变得机警敏锐，善于灵活应变。

2. 注重研究信息

生活中、工作中随时都会遇到很多信息，不能听过就算了。当听到或间接地获得一条信息时，要从商业角度对它进行认真的分析、论证。依据自身条件，找出信息的生意点，才能捕捉到市场的联动现象，从而做出超前的和富有成效的决策。

1980 年夏天，浙江一个姓周的兽医到上海出差，办完事后，他到福州路闲逛，突然发现街上许多人或拎着或抱着大捆大捆的文件夹、财务册。他疑惑地走进文化用品商店，方知上海正在全面开展企业整顿，原有表格、账册要全部更新。当他知道单位从商店买回去的这些表格账册还得自己加工编制时，顿时产生了一个念头，他想：如果能印制出适合各单位企业管理的表格、账册，利润岂不就滚滚而来？

周医生连忙买下几份不同格式的表册，又购得一本《上海市工业企业名录大全》。回家后，他埋头制作了一套包括财务、设备、档案、物资等



14类企业管理的表格,将这上百种表格委托家乡一家印刷厂印刷,同时发动家人和亲友,按照《上海市工业企业名录大全》上提供的地址和单位名称,写信,塞样张,寄订单。他发出了8700封征订信,花了上千元,这几乎是他多年的全部积蓄。在急切的盼望中,有1000多家上海企业寄来了订单。忙碌两个月,周医生售出了7万余本文件册、账册,净赚6万元。这6万元成了他创业资本。他买来了印刷机、切纸刀、装订机等设备,一家文教用品厂就这样成立起来了。

如今,这家温州金乡文教用品厂已经形成了较大的规模。它的创始人——周医生更加忙碌了。他在总结公司几年来发展快速、销售渠道畅通时就曾说:作为一个商人,只有注重市场信息的收集、处理和利用,才能有明确的决策导向,才能在激烈的市场竞争中安然立身。



抢占先机

这是一个快节奏的时代,每天都能看见形形色色的人匆匆忙忙地穿梭在各大楼宇、街道……现代社会竞争的规律不是大鱼吃小鱼,而是快鱼吃慢鱼。在浙商看来,做生意,先人一步就是商机。

如今市场竞争异常激烈,市场风云瞬息万变,市场信息流的传播速度大大加快。谁能抢先一步获得信息,抢先一步做出应对,谁就能捷足先登,独占商机。因此,在这“快者为王”的时代,速度已经成为企业基本的生存法则。企业必须突出一个“快”字,努力迅速应对市场变化,这样才能立于不败之地。

1. 跟着政策变

浙商喜欢关心政治,因为某项国家政策的出台或政策提示,会让他们放弃或更有信心做出某项投资的决定。

1977年,在中国的历史上也是值得书写的一笔,因为就在这一年,国家正式恢复了高考。浙江人也从这一令人振奋的消息中动起了赚钱的念头。温州金乡就有一位姓许的老汉率先从中发现了商机。

许老汉算了这样一笔账：国家首次高招人数不会太多，但按全国招收40万学生计算，就是一项大生意，大得足以办起一个厂。一人一枚校徽，全国就要40万枚，在校的教职工也有十多万。校徽加起来就是50万枚，一枚卖上两毛五，就有12.5万元的进项。12万元，在那个年头，对于一个家庭，可以说是一笔惊人的财富。许老汉也是说干就干。于是他揣了点盘缠就出了门，到全国各地高校招生办公室索要简章，还用照相机拍了各校的校牌，然后设计出了校徽图案，剩下的事便是向全国各大高校发出合作函。

虽然事情并不像许老汉想的那样简单，但他的收获也不少。据说当时杭州一所名牌高校的办公室主任正为几千枚新生的校徽发愁，恰巧就看到了来自温州金乡的信函，打开时看到的正是他求之不得的校徽设计图。设计美观，设计稿上的校牌字体也无误，价格更是便宜。他没有理由拒绝，于是欣然回函，确定了此事。

时刻关注政治形势，跟着政策变化走，这是浙江人经商的一大特点。其实这个道理很简单，经济政策受政治影响，只要政策活了，商业就活了，商人也就活了。

2. 跟着市场走

浙商天生就有跟着市场走的意思，并经常在商业竞争中抢占商机。

初到四川，浙江小伙子张木荣靠走街串巷兜售皮鞋谋生。1997年的一天，沿街“行商”的张木荣突然发现一个奇怪的现象。在偌大的市场上蔬菜包装的编织袋竟无一例外全是从宁波、贵州等外省长途购进的，没有一只编织袋是出自本地厂家。而昆明的纺织厂此时却无活可干，更有甚者，厂方竟然将原价七八千元一台的纺织机当废铁卖掉，以便为工人发薪。了解到这些情况，张木荣眼前一亮，于是他抓住商机，先后两次以超低价格购回70台纺织机，办起了自己的工贸公司，项目便是生产编织袋。他的纺织厂生产的编织袋不仅解决了本地之需，而且帮助政府解决了二百多名下岗职工再就业的问题。

但是富有进取心的张木荣并不满足于所取得的成功，他继续在其他地方开拓市场，抢占先机，他下一个目标选中了钢铁城市攀枝花。在那



里,他先投资修建农贸市场,而后又兴建一座先进的冷库,经营果蔬,目标是盯着全市的市场。他相信自己有供应攀枝花市场的能力。攀枝花市在蔬菜水果方面缺少的正是具有供应调节能力的有实力的民营企业,空白当然即是商机,商机必然带来效益。浙江人眼里所盯的正是这个。

正所谓“天高任鸟飞,海阔凭鱼跃”,地域辽阔、潜力巨大的内地市场给了具有创富本领的浙江商人广阔的施展空间。而浙商恰恰善于发现商机,并能抢占先机,因此总会如鱼得水,根据自己的优势在不同区域、不同市场找到自己的位置并一展身手。

3. 摸准顾客需要

欧元的启用,让浙江长虹皮件公司获得了巨大的经济效益。该公司生产的40多款价值230多万元的欧元专用票夹一销而空,而大批订单又接踵而来。究其原因,原来欧洲各种货币尺寸都小于欧元尺寸。于是,他们抓紧开发欧元专用票夹并且及时投放到欧洲市场,结果大赚了一笔。而其他地方的票夹生产企业,至今还不知道欧元的尺寸是多少。

这就是浙商,能时刻关注顾客的需要,并从中发现某些机会。在寻找机会时,他们常常把顾客分类,如政府职员、农民、军人、教师、学生、女性、老人等,认真研究各类人员的需求特点,机会自现。

4. 下手要快

在市场竞争日趋激烈的今天,单有捕捉、识别信息的慧眼是不够的,还需要有决策的智慧和快速的反应能力。下手要快,这是浙商所共有的素质。

1985年,浙商郑秀康上午知道了国家允许个体户办厂的文件,下午他就去注册了鸿盛皮鞋厂,并注册了鸿盛商标。很快,鸿盛皮鞋就进入了杭州、上海等大城市,郑秀康也因此赚了一大笔钱。

商机无时不有,无处不在,当机遇来临时,是否能抓住,关键就取决于是否果断,是否能够比别人出手更快。



敏锐的洞察力

一个成功的商人，必须要有敏锐的市场洞察力，这样才能准确地把握目标和方向，从而引领市场潮流并抢先占据有利地位，使自己立于不败之地。历史上每次经济环境出现波动时，浙商往往能做到“春江水暖鸭先知”，因为他们洞察力强，能对宏观形式做出准确判断。

1. 随时思考

几年前，浙江青年孟飞搬进单位分给他的一套50平方米的住房。等他把包括床和许多必需的东西搬进屋里后，他那张宽大的书桌实在搬不进去了，于是他打算将书桌运到旧货市场处理掉。

恰好这时来了一个收破烂的乡下人，问他这张桌子卖不卖。孟飞说要40元。其实邻居说这张桌子在旧货市场只能卖20元。可是，乡下人却掏出了40元，说这张桌子他要了。

“在旧货市场是不能卖这么高的价的，你掏40元买走它，你打算怎么处理它呢？”孟飞试探着问。“在乡下，做一张像这样的书桌，材料、加工费是要超过40元的，我打算弄回家乡。”乡下人说。

这个发现让孟飞兴奋不已，他觉得这里面大有商机。于是他迅速联系乡下的亲戚，在乡村的公路旁办起了一家旧家具店。他把城里的旧家具拉到乡下，结果大受农民欢迎。于是他一不做，二不休，不断地拓展自己的业务，开了几家分店，结果生意都十分红火，利润也很可观。

孟飞的生意经营得很顺，在农村，还有很多附近的集镇上的个体户，不断地来打听他的这种旧货是从哪儿弄来的，他们也想开一家这样的店。孟飞陷入思考，旧货在农村有如此大的市场，怎样才能把它做大做强呢？于是他想到连锁加盟，自己主要联系货源，让别人去经营。

说干就干，孟飞在他经营的店里打出了连锁经营的牌子，不到半年时间，孟飞的连锁旧货店就开了一百多家。经营一年多时间，孟飞就创造了100万元的惊人财富。