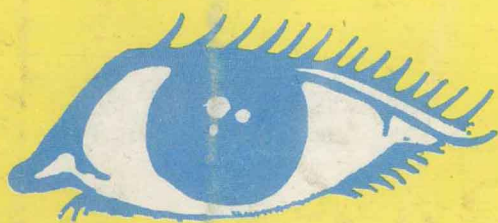


商場透視

巴陵 著



股票市場

成本預算支

銷售績效

廣告的預算

商場經營概論

成本預算……

商場機密商場機密

市場開發市場調查

人事管理人事管理

經濟管理手冊經濟管理

業務管理業務管理

財務投資財務投資

林白出版社印

商場透視

巴陵著

揭開工商內幕
照亮社會死角

釋 (代序)

巴陵

對人生世象的觀察太過敏銳，必然是沉重的精神負擔，要是敏銳之外，自己還要情不自禁的置身是非之中，那更將是不幸中之大不幸，非鄭板橋諸先輩所願爲、所願自投於此一無形的羅網內。

游離方外，過閒雲野鶴的生活，當今之世，若非無所適事的敗家子，必是離經叛道的嬉痞，正常社會對這一類游手好閒的人，不可能有好感。凡人就是凡人，誰真能够不食人間烟火？

具有崇尚自然生活的理想，又能兼顧現實生活的規範，這就必須要有相當彈性的人格，所謂可正可邪、非正非邪、亦正亦邪，正邪之間完全繫諸一念，此是否即爲二分法人生觀？有待識者自析。日本近世企業家追求禪的生活，意志頗爲執着，他們把禪意運用到企業經營上，據說效益可觀。因爲，如無釋然胸襟，凡事鑽牛尖，則往往造成老闆與伙計的感情對峙，任何企業管理的通篇宏論，都屬枉然。

作者早歲會遊戲黑白兩道之間，官商雙邊，亦廁身有年，見多識廣，每以腦袋

負荷太重爲苦，於是遂有隱遁山林，嗷嘯雲崗的出世念頭。林下小歇之餘，不免手癢，爰就往日情懷，化爲墨痕，無意高歌當哭，不過，管窺人類本性而已。

巴陵 一九八一、一、六

目 錄

都是總代理·····	二一
短命貿易·····	二三
不等邊三角形·····	二五
小魚吃小魚·····	二七
也算超級·····	一九
推銷高手·····	三一
賣者市場主義·····	三三
大量消費的手段·····	三四
臉色驟變·····	三六

僱主的煩惱·····	六
膽氣頓失·····	三〇
好吃窩邊草·····	三一
女會計的外快·····	三三
零件捐客·····	三四
惜墨如金的製造商·····	三五
文化商的好買賣·····	三七
買賣一體·····	三九
現代福爾摩斯·····	四三

創業新義·····	五二
屋頂上的新天地·····	五三
一用卽棄的手帕·····	五九
原稿供應中心·····	六〇
專搞展覽的展覽公司·····	六三
開放心靈的俱樂部·····	六六
大鬧標準局·····	六九
專利申請案號·····	七二
中藥驗方何能申請專利·····	七三
利潤高的便是好藥·····	七七
杏林風聲·····	七九
製藥界何以紛紛改行·····	八〇
病牛！病牛！·····	八五
醫生難為·····	八六

限期「食」用·····	九〇
殘湯還位·····	九三
強迫喝臭牛奶·····	九四
外銷食品銷誰·····	九五
檢驗月餅賊去關門·····	九六
冷眼看菜市·····	九八
廉價牛肉之惑·····	九九
品茗當心中毒·····	一〇一
廢物利用乎·····	一〇三
食品業的哀兵之計·····	一〇四
蝸牛與螺肉·····	一〇五
卽興食品·····	一〇六
後門春秋·····	一〇八
凍頂解凍·····	一一〇

「自然食」與「人工食」……	一二三
食品檢驗的新建制……	一二四
金融門檻……	一二六
敲不響的金飯碗……	一二七
養成工……	一二五
重彈童工老調……	一二七
工廠無法乎……	一二九
不法納稅……	一三二
生產力……	一三三
道歉與銘謝的背後……	一三五
薄利多剝……	一三六
觀光邪門生意……	一三七
迎接挑戰……	一四〇
礦權二房東……	一四三

利益均霑……	一四四
跌漲花招……	一四六
「廉價」咖啡屋……	一四八
戲劇化的價格差異……	一五〇
老客棧看俏……	一五一
經濟的絆腳石……	一五三
人口專家受窘記……	一五五
股票也該暢其流……	一六〇
三頭馬車……	一六三
別喊得太響……	一六四
口下留皮……	一六六
插隊腳法……	一六八
建設後窗……	一七〇
苦悶的中年才俊……	一七一

福利與情趣·····	一七三
騎單車的董事長·····	一七五
高樓怨婦·····	一七七
真假教師·····	一七九
善用荒地·····	一八〇
旅行社挨閘棍·····	一八三
民營客運無信·····	一八四
PR被蹂躪了·····	一八六
全能主義·····	一八八
商場亂倫·····	一九〇
莫在秦樓談生意·····	一九三
何日君再來·····	一九四
企業家下鄉·····	一九八
老闆耍賴·····	二〇〇

應酬、應酬·····	二〇二
討不回的五十七元·····	二〇五
趕走「內線」·····	二〇七
小心又是瓶頸·····	二〇九
概不退還·····	二一一
一言九鼎·····	二二三
阿斗型的老闆·····	二二五
盜名設陷·····	二二七
不長進的第三產業·····	二二九
翻譯社這一行·····	二三〇
鄉下人受困記·····	二三四
佔山為主·····	二三六
願者上鈎·····	二三八
甩掉黑鍋·····	二四〇

利齒如鋸·····	三二	搔首弄姿的代價·····	二九
故弄玄虛·····	三三	平分秋色·····	三一
三位一體如何？·····	三五	因地而特的特產·····	三五
假如專家說假話·····	三七	徵信的徵信·····	三五
廟堂企業·····	三九	柔情劍膽的行業·····	二七
不上路·····	四一	中小企業應設法自救·····	六一
變相廣告·····	四三	我們需要藍德精神·····	六四
綠色財產·····	四五		
潤婦相率尋樂·····	四七		

都是總代理

國外的產品要打進國內市場，免不了要借重於我們的進口商。但是我們的進口商不一定都吃得起外國廠家所要求的最低銷售額，所以所謂的總代理，便也出現了许多「二房東」。換句話說，一種同樣廠牌同樣規格的外國產品，在國內便很可能出現兩家以上的總代理或「總代理的總代理」。這些雙胞胎總代理或「嫡親總代理」，彼此的關係是微妙而尷尬的，有的是河水不犯井水，有的是劍拔弩張，而授權廠商，則隔岸觀火，甚或輪流煽風，目的却只有一個，——促進大量銷售。

在鬧雙胞的總代理之下，最迷惑的是中盤經銷商，如果價格政策能趨一致倒也還好，但事實上這硬是不可能的事。

二房東總代理跟真正的原始總代理之間，未必都有默契存在。有時候真正的原始總代理根本不知道還有鬼鬼祟祟的二房東總代理。經銷商誤闖二房東總代理的地盤必然要吃點虧，因為二房

東的進貨成本，本來就不是原始房東的對手。

不過也有奇招在二房東手上，鬭不過時，索性仿造，於是他可以堂而皇之的掛代理商之名，公然銷售贗品，結果倒楣的不僅是消費者，還必然反彈到投機取巧的授權廠商。

短命貿易

法國自一九四六年十月成立第四共和，以迄一九五八年六月戴高樂主政，短短十一年間，倒閣二十六次，這就是世界憲法史上最著名的短命內閣；民國四十年初到五十年間，有許多攝製臺語片的電影公司或所謂影業社，因臺語片票房奇佳，三朋四友把私房錢勉強湊合，只要膠片裏有影子，就要算數，一片撈獲，打了就跑，此即我國電影史上習聞的一片公司時期；貿易界的短命公司，尤其普遍，以六十一、六十二兩年間為例，我國的出口業務鼎盛，締創了經濟奇蹟，「有爲男子漢，該當搞貿易」，無形中蔚然成風氣，一時「貿易界人士」驟增。

但做貿易不光能讀能寫蟹行文就够，最重要的本錢，應是品質。且不说老美對我們的貨色要挑肥揀瘦，即如華人之治的新加坡，對我們一些貿易商的信用問題，也都要三思而後才肯點頭。

瞭解內情者都曉得，小貿易商有三怕：

第一，怕採購人員要來參觀「餓會死」(Office)。

第二，怕採購人員要參觀工廠。沒有工廠撐腰，小貿易商永遠缺乏丹田之氣，外強中乾，唬不住精明的採購。

第三，怕工廠要求付現。小貿易商信用不穩，工廠難免處處提防，謹慎三分。

面對錢與力結合的國際市場，如果再不按牌理出牌，個人英雄主義的夢幻，勢將比往昔不容易成爲事實。

不等邊二三角形

國貿局請跑經濟新聞的老友記發消息，對貿易商警告說：假如你們在一年以內做不到五萬美金的生意，就不讓你們結匯啦！

小貿易商接到這樣的通牒，真是如同晴天霹靂，於是街談巷議，央求請願，希望國貿當局能收回成命，多給方便。不過國貿局堅信，一年做不到一百多萬新臺幣的買賣，根本就無法立足，所以說了算數。

小貿易商素質固然參差不齊，白米飯裏風屎很多，但兢兢業業，規規矩矩做小生意的也不少。他們爲了賺一點錢，要低聲下氣服侍外國「擺耳」，要受國內廠商的戲弄，那種屈膝求榮的程度，只差沒把太太奉獻出去。

貿易商、「擺耳」和生產者之間的三角關係，很難「等邊」。舉個例子吧，新生北路有一家貿易公司替石牌的一家藝品工廠向德國採購員搭了線，寄了樣品也報了價，德國的「擺耳」坐飛

機來了，把樣品和彩色照片給貿易商一瞧，說：「人家說只賣美金一塊錢一打，你怎麼叫價兩塊二？」

天曉得，貿易商只就廠價加了一·五%的佣金。那家工廠寄給德國「擺耳」的彩色照片，還是貿易商花錢替他們拍照的哩！

能够的話，還是替小貿易商設想設想吧！