

全世界惟一通行的经商法则

第一商魂

THE WISDOM AND COMMERCIAL
PRINCIPLE OF JEWISH

犹太人的经营技能与生活智慧

63位犹太名商与经济界巨擘
79个经典案例与现代商规
147条犹太智语

南方出版社

第一商魂

犹太人的经营技能与生活智慧

The Wisdom and Commercial
Principle of Jewish

全世界惟一通行的
经商法则

周素石 著

南方出版社

图书在版编目(CIP)数据

第一商魂/周素石著. - 海口: 南方出版社, 2004.4

ISBN 7-80701-100-9/F·4

I. 第... II. 周... III. 犹太人-商业经营-经验
IV.F715

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第027917号

第一商魂

周素石 著

责任编辑: 卢景林

封面设计: 虚竹堂

出版发行: 南方出版社

邮政编码: 570203

社 址: 海南省海口市海府一横路 19 号华宇大厦 12 楼

电 话: (0898)65371546 传真: (0898)65371264

印 刷: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 19.5

字 数: 250千字

版 次: 2004年4月第1版 2004年4月第1次印刷

书 号: ISBN 7-80701-100-9/F·4

定 价: 29.80元

前 言

犹太人，一直是世界民族之林中的一个神话。他们总是因各种各样的原因被人们所记起：

——他们颠沛流离数千年，几次亡国，却有着最为浓烈的民族情结；

——他们屡次遭受沉重压迫，集中营、毒气室、焚尸炉的血腥，似乎总与“犹太”二字连在一起；

——他们在世界人口中占据不多的席位，却执世界经济、科学、艺术、思想文化之牛耳；

……

而犹太人的经营技能与生活智慧，也堪称世界一绝。

据统计，美国的百万富翁中有20%是犹太人，获诺贝尔经济学奖的经济学家中有30%是犹太人，犹太民族被公认为是最会赚钱的民族，犹太商人被誉为“世界第一商人”。

犹太商人最早形成遍布全球的贸易网；最早确立严格周详的交易规则；最敏于推进合理化、商业化进程；最富于社会意识和协同精神；最善于以经济手段驾驭政治权力！犹太人虽几经屠戮和劫难，却素以“有钱人”之姿崛起于世，成为当今世上极少几支重要的经济力量之一。

犹太人的富有是和他们的宗教分不开的，是上帝特选子民的荣誉感激发着他们日益强盛。他们自然大方地尊崇财富，在上帝与金钱面前表现出了同样的顶礼膜拜。

同时，犹太民族对智慧的追随也居各民族之上。犹太人认为学习是一种至高的善，知识是上帝神性的一种流溢。长期的流散、被疏离状态使他们格外冷静，敢于质疑。他们瞧不起照搬书本的“驴子”，无论是在科技、政治、文化，还是在商业、艺术等各个领域，犹太智者总是在对“传统”和“权威”的背叛中实现超越。

犹太人的商技被公认为最富于个性和实用性，是全世界惟一通行的经商法则。本书从这些独特而充满智慧的商技入手，辅以79个现代商业规则与经典案例、63位犹太名商，并对大量犹太教史、犹太智语作了精选和展示。鉴赏也好，师法也罢，旨在令读者纵览这一奇异民族的特质，领悟其管理、经营之精髓。

作 者

第一章 神奇的数字法则 1

犹太商人摆弄数字要比解决生产中的技术性问题更加在行，他们神奇的数字天赋在实战中得到了明证。许多犹太大企业都是通过法律、财务和投资银行的途径，步入公司上层的，而这些都是要与数字打交道的领域。

78:22 与“第一商品” 3

直觉、细节、商机 5

$$1 = \frac{1}{3} + \frac{1}{3} + \frac{1}{3} \quad 9$$

精于商道的第一步：学会心算 13

数测——赚与赔的分野 19

第二章 犹太商人的“时间人生” 23

《犹太法典》上写着：有四种尺度可以测量人，那便是金钱、醇酒、女人，以及对时间的态度。在犹太人看来，时间和商品一样，是赚钱的资本，可以使利润增值。因此盗窃了时间，就等于盗窃了商品，也就是盗窃了金钱。

铃声一响便立刻回家 25

第克替特时间 27

快鱼吃慢鱼 30

时间直接生钱 31

工作 + 享乐 = 成功 34

第三章 “天堂在智者心中” 39

在犹太社会里，每个人都认为学者远比国王伟大，学者才是最值得人们尊敬的人。与此同时，他们又把仅有知识而没有智慧的人比喻为“背着很多书本的驴子”，认为这种“驴子”很难派上大用场。

带着知识逃亡 41



阿曼德·哈默



约翰·D·洛克菲勒



乔治·索罗斯



约翰·P·摩根



凯瑟琳·格林厄姆



保罗·A·萨缪尔森



米尔顿·弗里德曼



亨利·基辛格



马库斯·塞缪尔



休·曼·赫夫那



欧斯·爱·哈同

外语学习，多多益善 47

决不轻言死 49

第四章 信用就是金钱 51

犹太教认为：“人之所以存在，是因为与神签订了存在的契约。”所以，谁不履行合同，就被认为违反了神意。犹太人会毫不客气地向违约者提出索赔要求，甚至唾骂着把他逐出商界。

“神听得见合约” 54

走出囚徒困境 56

决不漏税 63

律法之下无弱者 65

守约就是守形式 67

雅各的树枝 70

第五章 “第一商人”的财商 73

自19世纪的大卫·李嘉图和卡尔·马克思以来，现代犹太经济学家人才辈出。从1968年瑞典中央银行设立诺贝尔经济学奖以来，13奖项都颁给了犹太人或有犹太血统的人。犹太商人之所以能称霸商界，他们的财商便是致胜秘诀。

大大方方，视钱如命 76

做个信息捕手 85

学会投机 92

挑战未知 97

酵母、盐和犹豫 102

目标意识 108

小事也要记录 112

第六章 逆商三境界 115

请主降下磨难，考验我对主的信仰；请主降下苦痛，把我和普通人区分；请主给我以逆境，让我成功。

——《塔木德》

炼狱之路 117

透过黑暗才能看见光明 119

悬崖边上的自救 126

困境创商机 137

第七章 灵巧诡谲的经商智慧 141

犹太人聚敛财富的灵巧与诡谲令人称奇。这与他们的心理素质、人生态度和价值观有着千丝万缕的联系。

生意场上无禁区 143

顾客不分国籍 150

赚钱者没有履历表 151

犹太商人的“女人经” 152

“第一商品”——女人 157

“嘴巴”生意 162

第八章 犹太商人的多向思维与创造力 167

犹太商人的名字总是与敏锐、创新、开放性头脑这类词汇联系在一起的。他们屡屡突破思维局限，不按常理出牌，另辟蹊径，反其道而行之。

倒用法律 169

“卖”钱生钱 175

借钱赚钱 178

厚利适销 186

“瞎子点灯”的智慧 191

四两拨千斤 195

正反之外 200

第九章 无处不在的经营手腕 207

犹太人的经商术被公认为最富于个性和实用性，是全世界惟一通行的经商法则。犹太商人总能风光地行走商界，轻松体面地赚个盆盈钵满。

夺饵之计 209

策动人心 213

活用一切 218

精明在亮处 223

敢向上帝讨价还价 228



卡尔·H·马克思



埃德蒙·罗斯柴尔德



詹姆斯·林



彼得·W·尤伯罗斯



艾伦·格林斯潘



罗伯特·E·鲁宾



杰克·华纳



约瑟夫·普利策



维克多·沙逊



阿尔弗雷德·斯隆



小约翰·D·洛克菲勒



萨奇兄弟

赚并挥霍着 232

讨厌它，卖掉它 234

第十章 人际与经商 235

宽人律己、反躬自责、注重慎独、尊重他人……这些道德操守不仅渗透于犹太商业文化之中，而且深刻影响着犹太商人的行为方式，并在他们的商业运作中发挥了难以估量的作用。

64 分即可 237

和谐的劳资关系 239

和气生财 245

拥抱对手 247

共享一杯羹 251

学走“平衡木” 255

商战中的杠杆原理 257

向轻信说“不” 259

“笑话”外交 265

第十一章 谈判见奇招 267

犹太人认为，谈判是一幕精心策划的戏剧，是彼此间智慧和勇气的较量，通过调整和妥协，使双方达成一致，获得基本满足。

犹太商人的 7 大谈判技巧 269

出色谈判的个案分析 274

世界级谈判大师的艺术 278

第十二章 金色魔杖 285

犹太人用金钱铸就了一根魔杖。他们用钱赎买生存，用钱指挥政治，同时，也捐赠巨资，实践其“慈善乃公义”的信条。总之，犹太人似乎为金钱找到了最符合其逻辑的安排。

用钱买生存 287

经济指挥下的权力运作 293

金钱铸造慈善 297

1

第一章

神奇的数字法则

犹太商人摆弄数字要比解决生产中的技术性问题更加在行，他们神奇的数字天赋在实战中得到了明证。许多犹太大企业都是通过法律、财务和投资银行的途径，步入公司上层的，而这些都是要与数字打交道的领域。

注重数字，习惯数字，是犹太人几千年流浪总结出来的经验。让数字渗透于生活的各个角落，并从生活惯用的数字中找出一条经商原则，这是赚钱的根本。犹太人神奇的数字天赋在实战中得到了验证。尽管犹太商人并非个个都从业于金融界，但即使在其他行业，犹太商人也多以金融或资产管理见长，许多犹太大企业都是通过法律、财务和投资银行的途径，步入公司上层的。而这些都是要与数字打交道的领域。比如，杜邦公司的董事长欧文·夏皮罗最初的职业是会计；海湾和西方工业公司的查尔斯·布卢德霍恩靠分析证券起家；西太平洋工业公司的霍华德·纽曼与通用动力公司的亨利·克朗原为金融家；迅捷美国公司的米苏莱姆·里克利斯原来是股票经纪人；沙伦钢铁公司的维克托·波斯纳最初从事不动产投资等等。

所以，人们普遍认为，犹太商人摆弄数字要比解决生产中的技术性问题更加在行。的确，“了解自己的数字”是商业中的一条基本的法则。一个成功的经营者，需要去收集企业商业过程中每一步的数据，以及与客户和合作伙伴每一次接触的数据。利用这些数字，公司能提高运作效率，同时加强与客户、合作伙伴的关系，拓展新的商业活动。总之，了解你的数字能大大地增强公司的竞争力。

犹太商人摆弄数字要比解决生产中的技术性问题更加在行。他们认为：让数字渗透于生活的各个角落，并从生活惯用的数字中找出一条经商原则，这是赚钱的根本。

78 : 22 与“第一商品”

“78 : 22”原本是大自然客观呈现的神奇比例：

——空气中氮气与氧气的比例大约是78 : 22；

——人体中水与其他物质的重量之比大约是78:22;

——一个正方形里，内切圆与其剩下四个角的面积之比也大约是78:22。

犹太人把这神奇的数字比例运用到富人与普通人（包括穷人）的比例之中，发现整个人类富人与普通人的数量比例大约是22:78，而富人总共拥有的财富与普通人总共拥有的财富之比正好颠倒过来——大约是78:22。

于是，犹太人总结出一条著名的经商法则——“78:22法则”。他们由此推测：从事以富有者为服务对象的行业，生产经营富人需求的产品，是最容易赚钱的。

犹太人不是空谈家，他们很快便从商业实践中找到了明证：生产和经营汽车的企业要比生产和经营自行车的企业赚钱多，这是因为买汽车的人是富人，即22%范围内的人；而买自行车的人是普通人，即78%范围内的人。

同样，珠宝首饰店的利润要比卖普通服饰的商店丰厚。环顾世界，大多数犹太商人多从事他们所谓的“第一商品”——金银珠宝、皮大衣等贸易。这些东西尽管昂贵，但富人需要，必能获取高额利润。若按照现代顾客关系管理的观点来看，78:22法则其实就是著名的“顾客分类管理”方式。荣登全球16位顶尖管理大师之列的佩珀斯先生和罗杰斯博士，根据顾客对于企业的价值，将顾客划分为三类：最有价值顾客、最具增长性顾客和负值顾客。

他们认为，企业应当视最有价值顾客和最具增长性顾客为“上帝”，而对负值顾客不但不能视为“上帝”，而且必须尽快地抛弃掉。因为负值顾客不能给企业带来任何价值，只会耗用企业资源。例如，英国航空公司65%的利润由35%的顾客创造。所以对企业来说，与那些为企业创造了75%—80%利

整个人类富人与普通人的数量比例大约是22:78，而富人总共拥有的财富与普通人总共拥有的财富之比正好颠倒过来——大约是78:22。

因此，从事以富有者为服务对象的行业，生产经营富人需求的产品，是最容易赚钱的。

犹太商人认为，企业应当视最有价值顾客和最具增长性顾客为“上帝”，而对负值顾客不但不能视为“上帝”，而且必须尽快地抛弃掉。

润的20%—30%的那部分重要顾客建立牢固关系，是极为必要的，而将大部分营销预算花在那些只创造公司20%利润的80%的顾客身上，无疑是一种浪费或是效率低下。

点击经典

只有一位顾客的商店

在圣诞节购物达到高潮的时候，美国曼哈顿第五大街上的大多数商店都拥挤不堪，但有一家叫做毕坚的商店，却重门深锁，里面只有一位顾客。在这家商店里，一套衣服至少要卖 2200 美元，一瓶香水要 1500 美元，Chinchilla 版床罩贵达 94,000 美元。所以，一次只要有一位顾客光顾就够了。

到目前为止，全世界有 50 多个国家和地区的富豪、王公贵人曾把他们的钱花在毕坚的服饰上。美国前总统里根、西班牙国王卡洛斯、约旦国王侯赛因和一些著名艺人都曾光顾此店。毕坚商店以极为富有的豪绅作为消费者来塑造自己的企业形象。该店对于哪位顾客上门都要保密，这样就愈加抬高了自己的地位和身份。

直觉、细节、商机

希腊船王阿里斯托特·奥纳西斯曾经说过：“成功的秘诀就在于懂得任何别人所不懂的事。”这句话可以有更广泛的解

犹太人

“犹太人”是希伯来之“犹大”一词的希腊文与拉丁文译名。最初是希腊人和罗马人对希伯来人的蔑称。公元 2 世纪后逐渐在全世界通用，渐无贬义。历史上的犹太人有四种主要称谓：希伯来人、以色列人、犹太人、犹太人。以色列人是古今犹太人的统称。在古希腊来文中，“以色”为天神，“列”意为“奴仆”，故“以色列”即天神以色列的奴仆。

一个犹太人如此教导儿子：“我们惟一的财富就是智慧，当别人说1加1等于2的时候，你应该想到大于2。”

释：成功的秘诀就在于看到任何别人都看不到事。在经济生活中，许多不被注意，一闪即逝的细节，往往会折射出无限的商机，如果经营者善于捕捉这些细微之处，精于琢磨，就会从中迸发“灵感”，为自己拓出滚滚财源。在犹太人中，流传着这样一则笑话：山姆挑了49这个彩票号，结果中了5000美元。他的朋友问他为什么偏偏挑49号，他回答说：“我做梦时，6和7老在眼前晃动。 $6 \times 7 = 49$ ，这就是我的灵感。”“不对，应是 $6 \times 7 = 42$ 。”“好了好了，你这样想，只能永远是个自以为是的数学家。”这虽然只是一个笑话，但我们从中却不难看到犹太人的睿智和眼光。他们相信直觉，用特殊的敏感和独特的视角去审视常规，从中开掘出了商机。

一个犹太人如此教导儿子：“我们惟一的财富就是智慧，当别人说1加1等于2的时候，你应该想到大于2。”

1946年，这两父子来到美国的休斯敦做铜器生意。20年后，父亲死了，儿子独自经营铜器店。儿子始终牢记着父亲的话，他继续从事铜器制造业，直至创立了麦考尔公司。

然而，真正让他扬名的，是纽约州的一堆垃圾。

1974年，美国政府为清理给自由女神像翻新扔下的大堆废料，向社会广泛招标。然而，却没有一个人看好这项业务，因为在纽约州，垃圾处理有严格规定，弄不好会受到环保组织起诉的。

正在法国旅行的儿子，听到这个消息，立即终止休假，飞往纽约。看过自由女神像下堆积如山的铜块、螺丝和木料后，他一言不发，当即与政府部门签下了协议。

消息传开后，纽约许多运输公司都在偷偷发笑，他的许多同僚也认为废料回收吃力不讨好，能回收的资源价值有限，这一举动实乃愚蠢之极。

当这些人都在等着看笑话的时候，他已开始组织工人对废料进行分类。他把废铜熔化，铸成小自由女神像；旧木料加工成底座；废铜、废铝的边角料则做成纽约广场的钥匙。自由女神身上扫下的灰尘甚至都被他包装起来，出售给花店。

结果不言而喻，这些废铜、边角料、灰尘都以高出它们原来价值的数倍乃至数十倍卖出，而且供不应求。不到3个月的时间，他让这堆废料变成了350万美金，每磅铜的价格整整翻了1万倍。

犹太人用他们的商业智慧向世人昭示：商业化的社会永无等式可言，当你抱怨生意难做时，也许有人正因点钞票而累得气喘吁吁。这里面的奥妙就在于：你认为1加1应该等于2，而他则坚持1加1可以大于2。

早先上海南京路的热闹地段，只在从外滩到河南路一段，过了河南路，南京路两边多半是简陋的平房。到了西藏路，虽然还在租界范围之内，却也像西藏自治区一样，已是空旷的“边区”了。因此，当时老沙逊洋行和其他地产商，都只注意收购沿黄浦江一带的土地。但犹太商人哈同却别具慧眼。早在中法战争前，他就认为“南京路居虹口南市之中，西接静安，东达黄浦，其繁盛必为沪滨冠”。于是，他勾结捕房头目，连骗带吓，用低价把南京路上从河南路到西藏路一带的地皮大肆收买下来。

为了加速南京路的发展，以抬高地价，中法战争后，哈同向工部局建议，他愿出60万两银元巨资，用铁藜木把南京路全部铺成平坦的马路。铁藜木是坚硬的，他用了几百个工人，花了几个月时间把它截成约2寸的小块，浸以沥青，然后细细拼成平路，再喷上一层薄薄的柏油，一共铺了几百万块这样的木头。据说，每块小木头值六七角钱。路一铺完，哈

在最便宜的市场
上买，到最贵的
市场上卖。

——犹太智语

希腊船王阿里
斯托特·奥纳西斯曾
经说过：“成功的秘
诀就在于懂得任何
别人所不懂的事。”

犹太名商

保罗·艾伦

微软公司创始人之一。

1975年他与比尔·盖茨一起成立了微软公司。当时艾伦就已发现PC机操作系统的重要性，在两人的共同努力下，DOS成为PC机的首选操作系统。20世纪90年代初，保罗·艾伦认为“宽带”能够以更快捷的方式向客户传输容量巨大的多媒体信息，1992年他在西雅图成立的“星波”公司实现了这一预见。凭着对市场趋势的洞察力，保罗·艾伦取得了事业上的成功。

同就派人到处宣传，说铁藜木铺的路，特别平坦而有弹性，走在上面极其舒适，一场大雨后，水马上就被吸干了。消息越传越神，以致江南各省都传说，上海的马路是用红木铺的。

就这样，南京路很快成为上海市最繁华的地带，哈同的名字也随之名闻遐迩。他掠到的房地产身价百倍。

独特的商机切入，往往可以有意想不到的收获，但我们应该如何觅得商机？商机又在哪里？有人因工作关系结识许多金主型企业老板，便兼差做起投资案中介；有广告公司的上班族，买了一辆二手小巴士改装设计成行动咖啡屋，周末就开到山巅海湄卖咖啡……想想看，你的专长除了奉献给现有的组织，有没有加料、转化成独立商品或服务的可能？套用雕刻大师罗丹的一句话，生活中不是缺乏商机，而是缺乏善于发现商机的眼睛。成功者正是在别人看来没有机会的地方发现了机会，从而抢得了先机。当你明白了这一点，你便能从“1+1”的演算中找到最满意的答案。

点击经典

沙包变“钱”包

二战时，一批经营垒筑工事用的沙包的公司应运而生。然而停战后，沙包再无无用武之地。当时有的沙包公司，因为沙包堆在仓库里还要缴纳保管费，故一旦有人需要，就立即转让，甚至愿意白送。

佐藤是日本某企业的老板，当他得知这一消息后，立即和这些公司接头，领取沙包。原来，当时殖民地陷于内乱状态的某国大使馆，非常需要沙包做武器掩体。