

汤 咏 编著

经商绝招

——做生意怎样赚钱



黑龙江朝鲜民族出版社

谨将此书献给经商和关心经商的人

经商绝招

——做生意怎样赚钱

杨咏 秋生 春生 编著
晓芳 铁生

黑龙江朝鲜民族出版社

1992·牡丹江

98107
(黑)新登字第3号

责任编辑:洪成构

责任校对:宋纪文

封面设计:咸成镐

DN 12/08

经商绝招

杨咏 秋生 春生 编著
晓芳 铁生

*

黑龙江朝鲜民族出版社出版

金州市印刷厂印刷

新华书店总店北京发行所发行

787×1092毫米 1/32·12.5印张·28万字

1992年12月第1版 1992年12月第1次印刷

印数:1—11 500册

ISBN7-5389-0409-3/F·54

定价:5.50元

前 言

商业,是推动社会发展不可缺少的行业,它是工农间的桥梁、生产与消费的纽带、商品交换的媒介。经商,这在商品经济日益发展的当今世界,是一项既为人类服务,又能自己赚钱的富有魅力而令人神往的事业。所以,中外很多人士都看上 and 跨入这门行业。在中国,改革开放后,有数千万人专门从事商业,如果再加上农民的季节性从商和工厂及乡镇企业的推销商等,约有上亿人投入商界。可以说,中国是世界上商人最多的国家。

经商,户户想盈利,人人盼赚钱,谁也不愿做亏本的生意。可真正做到生意兴隆、财源茂盛,绝非易事。经商,如同打仗,是人的智慧和经济力量的较量;也是门艺术,既要有对事业的热爱,更需要有经营上的独创;还恰似航海,既要有正确经营原则的灯塔指引,更要有经营者敢于乘风破浪的冒险精神。经商,虽不像制造原子武器那样复杂和艰难,但也不是简单的一买一卖。一句商谚说得好:“贸易中岂无学问,经营内自有文章。”经商,乃是一门从事商品流通的特殊行业,只有认识和掌握其特点和规律,才能把生意做活,否则,就会失败。我们观察

商界,可以看到:同样市场,同样地域,同样机遇,同样行业,有的商店顾客云集,买卖活跃;有的却门市冷清,生意萧条;还有的经营惨淡,大折血本,难以维持生存;更有甚者,据报载:某市一位弃文从商的干部,因不谙生意之道,亏损负债,无力偿还,最后自缢身亡。可见,经商人提高经营思想和业务素质,学些经商本领和绝招,是多么必要。

商谚云:“十年学成好秀才,十年难学好买卖。”如今市场多变,竞争激烈,经商人更应学习和借鉴古今中外经商方面的知识、经验和绝招。而商业谚语、行话和俗语就是人们长期以来,对经商的经验和教训的总结。有正面成功绝招,也有反面告诫警言,通俗易懂,言简意赅,蕴藏智慧,富有哲理。正如一位作家所说:“谚语和歌曲总是简短的,然而在它里面却包涵着可以写出整部书来的智慧和感情。”笔者编写此书,试图从浅释商业谚语和商业行话入手,从不同的角度和侧面,介绍古今中外一些经营观念和经商绝招。包括信息预测、广告宣传、采购进货、扩大销售、诚实守信、公平交易、联合协作、加强核算、德才素质、优质服务、价格策略等方面的内容。希望这对经商人能有些参考、启发和借鉴作用。为经商人启迪智慧,提供办法,教给绝招,进而给生意增加活力,带来生机。

此书编写,得到一些单位和领导及同志们的关切。牡丹江市原市长张克孝、牡丹江商业大厦党委书记徐家胜、黑龙江省委警卫处原处长李树桐、黑龙江省供销社原主任刘中凡、黑龙江省新闻出版局原局长韩福林、黑龙江省烟草公司原总经理杨国椿、黑龙江省社会主义学院副院长孙连全、黑龙江省委政策研究室副主任王春元、黑龙江省委《党的生活》杂志社主任孙铁及河南省郑州市紫荆山百货大楼总经理刘家万等同志均

先后对此书的编著给予热情鼓励、无私帮助,有的还提出过指导性的建议。还有郑州商业大厦高学德、洛阳市轻工业品供应公司刘洪伟、王建都等同志,提供本企业经商的经验。在此编者对他们的关怀和支持,深表谢意。

由于编者的水平和条件所限,本书肯定存在一些缺点和错误。因此,殷切期待广大读者、专家和商业工作者提出批评指正。

编 者

1992年6月25日于牡丹江市

目 录

前言	(1)
----------	-----

一、信息预测篇	(1)
---------------	-----

——早知三日，富贵十年

1. 有钱难买早知道	(1)
2. 一条信息，一笔财富	(3)
3. 信息求灵，行情求准	(6)
4. 掌握信息，先人一步	(9)
5. 不怕顾客杂，只怕不调查	(12)
6. 做生意要有前后眼	(14)
7. 打铁看火候，经商看市场	(17)
8. 黄金要从沙里淘， 信息要从市场找	(19)
9. 不搞预测，生意难做	(23)
10. 萝卜白菜，各有所爱	(26)
11. 好茶者不入酒楼	(29)
12. 做生意要瞄准女人	(32)

二、采购进货篇	(37)
---------------	------

——店里无货难营业

1. 市中有货方招客	(37)
2. 船不漏针，店不漏货	(39)

3. 不怕不卖钱,就怕货不全 (42)
4. 百货迎百客 (44)
5. 不怕生意小,就怕顾客少 (47)
6. 人对脾气货对客 (51)
7. 货买三家不吃亏 (53)
8. 会卖不一定会买 (55)
9. 好货不愁卖 (58)
10. 千家货要进,一人货莫断 (62)
11. 人无我有,人有我好,人好我多,
 人多我早 (65)
12. 只有错买,没有错卖 (68)
13. 有钱不置半年闲 (69)
14. 千里不贩樵,百里不贩余 (71)
15. 衣不差寸,鞋不差分 (74)
16. 真金不怕火炼,好货不怕试验 (82)
17. 买瓜看皮,买马看蹄,
 买针看鼻 (85)
18. 外行不识货,专拣大的摸 (87)
19. 不怕不识货,就怕货比货 (89)
20. 买货精,商品通 (91)
21. 抢鲜要早,乱市要少,等缺要巧 (93)
22. 直接进货,多家都乐 (96)
23. 买金须找有金人 (98)
24. 鬼市黑货靠不住 (105)
25. 贱买的肉,熬汤不香 (109)

三、扩大销售篇 (112)

——人对脾气货对客

1. 生意做独市 (112)
2. 一种买,千种卖 (116)
3. 买的教会卖的 (122)
4. 林中不卖薪,湖中不卖鱼 (124)
5. 没有不开张的油盐店 (127)
6. 鱼瓜果菜,下市就卖 (132)
7. 大生意要走,小生意要守 (134)
8. 坐商加行商,生意达三江 (136)
9. 有钱买手指肉 (140)
10. 骑门叫卖,顾客愿来 (143)
11. 货卖当时 (145)
12. 拆整卖零,生意兴隆 (148)
13. 三管三包,销货高招 (150)
14. 货卖一张皮 (153)
15. 货卖方便 (157)
16. 货卖用家 (161)
17. 货离乡贵 (165)
18. 货换货,两家乐 (168)
19. 借地生财 (171)
20. 一招鲜,吃遍天 (174)
21. 鸡卖叫,鱼卖跳 (176)
22. 粮卖干,菜卖鲜 (179)
23. 三伏天卖狗 (183)
24. 先尝后买,知道好歹 (185)

25. 旅游加经商,生意更兴旺…………… (188)

26. 回民两把刀,一把卖牛肉,
一把卖切糕…………… (190)

四、优质服务篇…………… (196)

——经商要有三分耐性

1. 人无笑脸休开店…………… (194)

2. 先有接待,后有买卖…………… (197)

3. 死店活人开,热情才招财…………… (201)

4. 是店该让客,买卖能好做…………… (204)

5. 生意未成功未到,
买卖未成话未到…………… (206)

6. 买卖要成交,耐心不可少…………… (211)

7. 和气能生财,蛮横客不来…………… (214)

8. 会说的让顾客笑,不会说的
惹顾客恼…………… (217)

9. 顾客开了口,生意快到手…………… (220)

10. 早卖幌,晚卖灯,中午卖的
迎接声…………… (222)

11. 生意人,立、曰、心…………… (224)

12. 接一顾二联系三…………… (226)

13. 土语土话,生意不达…………… (229)

14. 卖衣要有镜,卖鞋要有凳…………… (231)

15. 宁在饭前跑断腿,莫在饭后
磨破嘴…………… (232)

五、诚实信誉篇 (238)

——花钱难请回头客

1. 货乃草,客是宝 (238)
2. 要平等待客,不衣帽取人 (242)
3. 褒贬是买主,喝彩是闲人 (245)
4. 利润诚可贵,信誉价更高 (247)
5. 好店不过宿,旅客便知底 (250)
6. 人叫人累死人,货叫人挤破门 (253)
7. 好酒不怕巷子深 (256)

六、公平交易篇 (260)

——秤平尺足生意旺

1. 经商讲公平,人心是杆秤 (260)
2. 一字两头平,戥秤不亏人 (263)
3. 交易识人品 (266)
4. 买卖不成仁义在 (272)
5. 挂羊头卖狗肉,啥样招牌都会臭 ... (276)
6. 刻薄不赚钱,忠厚不折本 (279)

七、联合竞争篇 (283)

——生意联利才长久

1. 三人能唱一台戏,联合可做
大生意 (283)
2. 工商联谊,双方受益 (286)
3. 生意好做,伙伴难求 (288)
4. 联合先联利,联利才联心 (291)
5. 捆绑不成夫妻,强迫不成买卖 (293)

6. 庄户地里不打粮，
 万般生意死了行 (295)
7. 有钱买种，无钱买苗 (298)
8. 一根稻草难捆柴，
 一家店铺难买卖 (301)

八、核算管理篇 (306)

——赔本生意无人做

1. 长袖善舞，多钱善贾 (306)
2. 庄稼忙，先打场；买卖忙，要记帐 ... (309)
3. 一千赊不如八百现 (311)
4. 生意在路上 (314)
5. 为农的惜粪，为商的惜纸 (317)
6. 唱收唱付，减少失误 (321)
7. 薄利能多销，暴利冷萧条 (324)

九、德才素质篇 (328)

——做生意需要行家

1. 店靠能人开 (328)
2. 买卖人脑瓜要活 (332)
3. 干东行不干西行，
 贩骡马不说猪羊 (335)
4. 不学生意经，商品流不通 (337)
5. 买卖不懂行，必定撞南墙 (340)
6. 站柜三年懂些心理学 (342)
7. 喝凉酒，花赃钱，早晚是病 (344)
8. 经商不懂法，迟早受处罚 (348)

9. 人不离货, 货不离人	(351)
十、广告宣传篇	(353)
——真实是商品的生命	
1. 身有实在货, 还得嘴吆喝	(353)
2. 卖花人说花香, 卖药人说药方	(357)
3. 广告一登, 买卖大增	(359)
4. 要的是活广告	(362)
5. 迷信重神台, 经商讲柜台	(364)
6. 你打幌子, 人家卖酒	(368)
十一、价格策略篇	(372)
——贵上极则反贱, 贱下极则反贵	
1. 好货要跟好行市	(372)
2. 货卖当头涨	(374)
3. 物缺为贵	(376)
4. 谷贱伤农	(379)
5. 滞货削价, 强起积压	(381)
6. 言无二价, 童叟无欺	(383)

一、信息预测篇

——早知三日，富贵十年

1. 有钱难买早知道

早，即在先之意思。这句经商谚语是说在购销业务中，对市场变化应早调查、早掌握、早采取对策，以搞活经营，扩大业务。还有“商品经营，信息先行”、“买卖早知道，没卖后悔药”、“货畅其流，信息牵头”、“赚钱往往赚在信息灵通上”、“庄稼人讲季节，买卖人讲信息”、“农有农时，商有商机，早知三日，富贵十年”、“军事情报胜过千军万马，经济信息赢得黄金万两”等谚语，都是讲的做买卖应该早掌握信息，早知道市场购销变化，早采取经营决策。

当年日本偷袭美国的珍珠港，就是事先掌握美国空军和海军的飞机、军舰集结比较集中。同时，周末放假狂欢，缺乏戒备。所以，日本才采取集中优势兵力，一举几乎消灭美军在珍珠港的军事力量。日本能够取胜的原因之一，就是早知道，早下手。

军事是这样，经商也是如此。早掌握市场信息，早组织供应商品，才能早争取到顾客，早占领市场。有一家供销社，在1985年一次外出去天津市，看到中原公司针织商场的货架上

摆的毛毯品种单一，花色不多。于是他们就利用“早知道”这一优势，把当时正愁没销路的某市毛毯厂生产的各种花色拉舍尔毛毯送去样品，让大商场选购，并在当地的电视台、报纸上做广告，很快打开销路。不久，他们又先后去北京、武汉、南京、上海等大城市，发现毛毯品种、花色单一的情况也和天津市一样，就通过和大商场联合的销售办法，很快又占领这些地方的毛毯市场。四年半时间，共销出毛毯 47 万多条，其中仅 1987 年就销出 18 万条，占全厂销量的三分之一，获利 37 万元。使这个亏损社甩掉历史包袱 28.55 万元，一跃成为先进社。主要人员获奖金 1.2 万元，还奖励一套住房，有关业务人员，均得到奖励。毛毯厂看他们推销有功，为方便工作，又奖给一台小轿车，1.2 万元业务活动费。这个小基层社能到大城市做大买卖，除有勇于开拓精神外，主要绝招就是早知道商品信息，早知道顾客所需，早组织商品供应，因此，才赚到大钱。1988 年 6 月牡丹江市召开对前苏联边境贸易展销会，请前苏联海滨地区贸易代表团参加。该社又提早获得这一信息，并早掌握苏联人民喜爱化妆品，而该国内市场供应品种较单一这一信息。于是他们便提早从天津等地组织几十种系列化妆品摆到展销会，并专门聘请一名女教师当俄语翻译，当场及时用俄语向苏联商人解说，很快被苏方客户订购 70 万元的商品，获利 20 万元。1989 年上半年，该社又利用早掌握信息这一绝招，除化妆品外，又新增加裘皮大衣等俄罗斯人民喜爱的商品，实现出口额达 54 万元。早知道，就是早掌握市场信息。早知道，才能早下手，早占领市场，早吸引顾客，早让商品打开销路。早知道，会使被动变为主动地位，早知道，往往会挣大钱。这家供销社，由于能够早知道，并充分利用早知道，所以，该社经济效益逐

年增加。1987年销售额由过去的350万元一跃上升到1016万元,当年甩掉全部新旧历史经济“包袱”;1988年,销售额又猛增到1714万元,实现利润52万元,人均创利6617元,分别比同期提高69%和9%;1989年上半年销售实现1200万元,为全年计划的200%,实现利润50万元,人均创利6667元。三年迈出三大步,跨入全省供销社企业先进行列。

经商,谁能对市场取得早知道,谁才能早占领市场,早赚到利润。谁晚知道,谁就被动,业务必然萧条,甚至经营亏损。以上所介绍的这家供销社和后扩建的批发部,近几年,由于市场疲软,没能及早调整经营结构等诸多原因,所以,也出现停滞和亏损。可见,早知道既有时间性,也有局限性,不可能对市场一次早知道,就永远不需要再早知道。所以,经商者,对市场需求,应该随时早掌握变化,早调查研究,早调整经营结构,早搞活业务,才能在经营中一步主动,步步主动。

2. 一条信息,一笔财富

这句谚语,是说只要掌握和利用好一条有效的信息,就是一条经商赚钱之路。还有“信息是财富”等谚语,均是强调信息与效益的关系,经商离不开信息。

信息:音讯,消息。李中《暮春怀故人》诗:“梦断美人沉信息,目穿长路倚楼台。”

当前,我国的信息行业有很大发展,全国建立众多的信息机构,信息报刊也从以前只有三种发展到今天的上百种之多。在现代社会中,只有掌握市场信息,了解消费者的要求,生产者才能使自己的产品得到市场的承认。如果生产目的性不明

确,人为地把流通过程和生产过程割断,一方面会使市场上受人们欢迎的消费品日渐短缺,出现供不应求;另一方面工厂的产品因销路不畅,也会造成积压浪费。这样,即使企业生产任务完成了,但经济效益和社会效益却不理想。如何解决这个矛盾?这离不开流通的作用。可见,经商者掌握准、利用好信息,既关系到商业企业本身效益,又关系到工业、农业生产力的发展,关系到对生产和消费的引导。

当今世界是信息的世界。中国科协主席钱学森曾指出:将来,庞大的情报信息事业可称为第四产业。他认为:人类社会首先把重点放在吃上,所以创立了第一产业;继而要搞用的,出现了工业,又创立了第二产业;到本世纪 50 年代,生产劳动率不断提高,从而又推进了第三产业。现在展望 21 世纪,世界范围搞“智力战”,特别是发达的资本主义国家,对信息情报的竞争更为激烈,当然要创立并发展第四产业。可以说,第四产业是面向现代化、面向世界、面向未来的产业。

然而,令人遗憾的是:个别经商者至今仍然信息意识淡薄,因循守旧。两眼不看、两耳不听窗外事,面对市场疲软,生意冷清,一筹莫展。有的单凭经验或老皇历、想当然经商,结果产生不良后果。当然大多数经商者已高度重视信息,许多企业视信息为生存的纽带、发展的桥梁,从而获取到因信息所带来的利益。所以,经商应重视经济信息。主要有两个方面:一方面是直接经济信息。如生产性信息、需求性信息、销售性信息、金融性信息、体制性信息、分配性信息、经营管理信息、国际市场信息等等。另一方面是间接经济信息。如自然状况、社会政治状况、科学技术状况等。

只要重视信息,科学利用有价值的信息,企业均会取得经