

Jing Ying
Cheng Gong
Bao Dian

经营成功

宝

典

Jing Ying Cheng Gong Bao Dian

高明强 主编

宁波出版社

前 言

年纪轻轻的你，两手空空的你，平平凡凡的你，能否成为百万富翁、千万富翁？

刚接过经营接力棒的你，生意举步维艰的你，企业濒临倒闭的你，能否一改现状，将企业推向辉煌的顶峰？

回答是确定的。

你看，世界首富比尔·盖茨、希腊船王奥纳西斯、华人首富李嘉诚、“亚洲影业之王”邵逸夫、印尼首富林绍良、香港亿万富翁王宽诚、大陆头号民营企业老板刘永好……这些叱咤风云的工商巨子，哪个不是空手掘金矿、白手创大业的？

你看，“死忍十年守父嘱、一朝崛起惊世人”的日本西武集团新主堤义明，三落三起的美国华人首富应行久，走出校门承接父业的巾帼英雄潘丽华……这些新老企业明星，哪个不是巧使绝招，或挽狂澜于既倒使企业重上轨道，或化解种种险阻使企业转危为安，或创出一条条新路使企业更上一层楼的？

然而，这些成功的企业家为什么能迅速进入角色，快速改变现状、高速登上亿万富翁的宝座？

你想知道其中的奥秘吗？奥秘就在本书里面。

本书在总结了中外千百个顶尖企业家经验教训

的基础上,深入浅出地解答了企业生产经营中经常碰到的一系列难题,诸如,白手能否打天下?外行能否迅速成为行家里手?能人贤人不肯为你所用怎么办?债款累累讨不回怎么办?产品堆积如山无人问津怎么办?在刺刀见红的竞争中怎样战胜对手、永保常胜?新产品怎样才能一炮打红、成为名牌?企业怎样顺利走出国门与雀巢、松下、IBM、西门子等平起平坐……作者为你娓娓道来,你读了一定会茅塞顿开,拍案叫绝。

本书在指点迷津的同时,为你树立了一个个经营实践的典范。这些典范,或在空手淘金方面,或在接捧创业方面,或在统筹管理方面,或在实施经营谋略方面,或在管人用才方面,或在广告策划方面,或在……为你提供了一个个锦囊妙计,指出了一条条成功捷径。假如你能灵活地参照实施,那么,就能出现令自己也意想不到的奇迹。

总之,本书给了你一件打开经营奥秘大门的法宝,商战中克敌制胜的法宝,通往亿万富翁宝座的法宝。只要你认真领悟,活学活用,我们深信,不久的将来,你的身上必定会出现奇迹——你也将圆了亿万富翁的美梦!

不信,你少抽一包香烟,少喝一次酒,少看一场影戏,买本此书一试便知!

目 录

前言	(1)
----------	-----

◀ 上编 经营要妙 ▶

第一章 白手起家	(3)
----------------	-----

- 一、白手可以打天下 (4)
- 二、精于本行易成功 (8)
- 三、外行怎样尽快变成内行 (12)
- 四、失败了怎么办 (16)
- 五、诚信勤俭是事业永动的车轮 (20)

第二章 接棒创业	(25)
----------------	------

- 一、能否富过三代 (26)
- 二、接棒的几种方式 (28)
- 三、接棒失利主要原因 (32)
- 四、如何锦上添花 (35)

第三章 管人用才	(38)
----------------	------

一、组建班子	(40)
二、上下关系	(43)
三、招贤聘能	(47)
四、用人之长	(50)
五、培养教育	(53)
六、激励诱导	(56)
七、防止跳槽	(59)
第四章 融资理财	(62)
一、融资渠道与原则	(63)
二、理性投资及诀窍	(67)
三、怎样降低成本	(74)
四、如何减少应收账款	(80)
五、利润这块“蛋糕”应怎么切	(86)
第五章 品牌营造	(91)
一、品牌概念	(92)
二、著名品牌的基础	(94)
三、创名牌的捷径	(99)
第六章 销售技巧	(102)
一、从打破“拒绝”说起	(103)
二、优选经营场地 精心加以装饰	(105)
三、巧排营业时间 分秒化成金钱	(108)
四、灵活议定价格 乐赢不同顾客	(111)
五、巧用“三试”开道 新品速得认同	(115)

六、笑售劣质商品 廉价招徕顾客	(117)
七、瞄准富豪钱袋 专销世界名牌	(120)
八、商品实行“三保” 消除顾客后忧	(122)
九、妙施种种招术 引诱顾客上钩	(124)

第七章 广告艺术.....(129)

一、“酒好不怕巷子深”吗	(130)
二、商标是广告的首要成员	(133)
三、广告策划诀窍	(137)
四、广告天地的种种绝招	(144)

第八章 经营谋略.....(151)

一、广集信息 审时度势	(152)
二、人弃我取 人无我有	(155)
三、移花接木 组合经营	(158)
四、声东击西 暗渡陈仓	(160)
五、虚张声势 迷惑他人	(162)
六、上楼抽梯 过河拆桥	(166)
七、借船出海 乘风扬帆	(168)
八、只求改进 不求发明	(171)
九、独木难支 合作成金	(173)
十、彼此互惠 利益均沾	(176)
十一、养精蓄锐 一鸣惊人	(178)
十二、扬长避短 取长补短	(180)
十三、欲扬先抑 欲擒故纵	(182)
十四、混水摸鱼 乱中取胜	(185)

十五、快人半拍	独领风骚	(188)
十六、慢人一步	稳扎稳打	(191)
十七、不随大流	富人先富	(193)
十八、制造流行	引来兴旺	(195)
十九、突破一点	扩大战果	(197)
二十、微笑待客	优质服务	(199)

第九章 企业形象(202)

一、企业形象构成要素	(203)
二、单位命名	(205)
三、环境布置	(210)
四、产品形象	(213)
五、职工形象	(220)
六、老总形象	(223)
七、企业形象策划	(227)

第十章 走向世界(234)

一、入境问俗	(235)
二、进军海外的战略战术	(240)
三、谈判必胜法	(245)
四、外贸合同的签订与履行	(249)
五、世界名牌风行世界的启示	(254)

◀下编 实践典范▶

范例 1

世界首富盖茨的火箭式速度从何而来……(263)

范例 2

“卡通之父”迪士尼的从影成功之术……(267)

范例 3

福特如何创造汽车神话……(271)

范例 4

恪守三个原则 赢来一生辉煌

——“旅馆大王”希尔顿的从业经验……(275)

范例 5

善将知识化为金钱

——科学家经商的典范蓝德……(278)

范例 6

美国商界巨擘应行久三落三起……(282)

范例 7

“股票大王”孔菲德的兴衰……(285)

范例 8

白手起家 借鸡生蛋

——希腊船王奥纳西斯的发迹……(289)

范例 9

小春卷包出大世界

——丹麦“春卷大王”范岁久的独特经营头脑
……(293)

范例 10

十年死忍守父嘱 一朝崛起惊世人
——亚洲首富堤义明的守业再创之道……(296)

范例 11

日本“经营之神”松下幸之助的经营要妙…(302)

范例 12

“索尼之父”盛田昭夫成功的最初几步……(306)

范例 13

修车师傅本田宗一郎修成“摩托大王” …(312)

范例 14

结交当道者 巧摘五桂冠
——印度尼西亚首富林绍良的致富绝招…(316)

范例 15

朋友,排难解忧的法宝
——纺织大亨赵安中的成功体会……………(318)

范例 16

华人首富李嘉诚的用人之道……………(324)

范例 17

一条旧船变船王
——“世界船王”包玉刚成功诸要素……………(331)

范例 18

小学徒跃上亿万富翁的宝座
——香港中华总商会会长王宽诚的成功方略
……………(338)

范例 19

不畏坎坷跋涉 终达辉煌顶点
——“亚洲影视之王”邵逸夫的成功宝鉴…(345)

范例 20

	治学、发明、经商三位一体三丰收 ——经营奇才香港工业总会主席安子介……(350)
范例 21	教书匠也能成巨富 ——逆境中兴起的商界巨星陈玉书……(353)
范例 22	台湾首富蔡万霖揭秘……(357)
范例 23	“红顶商人”胡雪岩与胡庆余堂的成功……(360)
范例 24	宁愿自己吃亏 不让假货出门 ——近代中国第一个商会总理严厚信的从商经验……(363)
范例 25	“中国企业大王”刘鸿生的几着妙棋……(366)
范例 26	“赤脚财神”虞洽卿的发家奥秘……(370)
范例 27	钱来钱往 钱中生钱 ——中国钱业领袖秦润卿的从业之道……(376)
范例 28	出九州心裁 揽四海顾客 ——上海大世界创办者黄楚九的经营要略(381)
范例 29	使“希望”永好的秘诀 ——大陆头号私营老板刘永好的起家历程(385)
范例 30	兄弟团结紧 泥土变黄金

- “中国灯饰大王”夏氏四兄弟如何圆“黄金”
梦 (389)
- 范例 31
青春变奏曲
——李如诚与雅戈尔的成长 (393)
- 范例 32
品牌升格战略管理
——杉杉集团总裁郑永刚取胜的主要法宝 (399)
- 范例 33
乡镇企业家茅理翔缘何登上大学讲坛 (412)
- 范例 34
韵升集团总裁竺韵德怎样奏出时代琴韵 ... (418)
- 范例 35
帅康集团总经理邹国营创名牌艺术 (424)
- 范例 36
青年企业家楼东红凭啥一“棒”打红 (430)
- 范例 37
五万变成五十亿
——“中国企业英雄”吴国迪的魔法法则 ... (436)
- 范例 38
陈华姣建一休童装王国的高招 (442)
- 范例 39
徐芳权铸就大红鹰铁翅 (447)

上
篇

經
營
要
妙

第一章 白手起家

改革开放的春风激荡神州大地，有胆有识有术之士，欢快地迎风而上，在商海中搏击，成为新中国的百万富翁、千万富翁。

每当看到百万富翁、千万富翁在新闻媒体中亮相，每当看到新的企业在锣鼓声中开张，每当看到周围的朋友在灯前月下筹划生意，许多人，尤其是年青人，心里总是痒痒的，很想跳进商海一试。然而，囊中羞涩，又对自己的成功打起了问号。

是的，空手掘金矿，白手打天下，在好多人看来，这似乎是个神话。然而，俗话说得好：“世上无难事，只怕有心人”。只要有志气，有毅力，有办法，神话往往也能变成现实。香港《明报》采访部主任何文翔的《香港新贵》一书，里面所写的几十位新贵——亿万富翁，绝大部分就是从打工开始白手起家的。

一、白手可以打天下

白手打天下,首要的是,要敢于冒风险。尔灏在总结世界富豪们的创业成功之道时说:“没有一条道路是轻易的,尤其在开始的阶段。最初的几步永远是带有高度的危险性。这些富人当中的每一个人——每一个人——在起步时必须舍稳妥与安全于不顾,紧抓薪水工作不放而想致富,是绝无可能的……要想赚大钱,你就必须冒大险。”的确,无论搞何种经营,你要想出人头地,称王称霸,都会遇到很大风险。

美籍华人孙涤博士在《创业与经营》一书中具体分析过开始创业时的四种风险:一是本钱的风险。第一笔本钱最难筹措,自家积蓄有限,向亲友和银行借贷往往碰壁。自己也担心好不容易弄到的本钱万一亏了,就无法收拾。二是职业风险。本来有一份将就温饱的职业,辞职去创业,万一失利,连医疗保险和退休金也没了。三是家庭风险。创业需要加倍投入,没日没夜地出差、应酬,是常事。因而,非常容易导致夫妻失和,后院起火。四是健康风险。创业不但工作时间长,劳动强度大,而且精神压力大,身体很有可能被拖垮。

这个分析非常在理。创业本身就隐含着种种风险,可以说风险是创业的同义词。要想安安全全地太太平平地创业,只能是童话。记得过去有个想当企业家的青年征询长辈的意见。长辈告诉他:你要有进地狱的决心方可跨进这个门槛。是的,这不是胡说,不是恫吓,更不是危言耸听,而是经验之谈。一个人只有抱着破釜沉舟、背水一战的决心,敢于冒上述四种风险,才能跨出创业的第一步。

创业,会碰到各种困难。白手创业,或近乎白手创业,自然会碰到很多的艰难险阻。何文翔在描写世界领带大王曾宪梓创业初期的境遇说:当年,“开工时,他的生产工具只是一把剪刀,一把尺子,还有一台老掉牙的缝纫机。厂房就是自己的家。工人便是曾宪梓夫妇俩。他们起早贪黑地工作,打出了第一批领带,便自己沿街在尖沙咀游客区向一些洋服装店及街边小贩兜售。他给自己硬性规定最少要售出五打领带,才能赚得纯利五十元,一个月赚得一千五百元,才够一家糊口。达不到这个指标,大家就得饿肚皮。那时,曾宪梓的领带没有名气,推销之难可想而知,他一家一家跑洋服店,说服老板允许他的领带能够寄卖。有一次,大概是洋服店老板嫌他衣衫破烂,竟把他哄了出来,世态的炎凉令曾宪梓情不自禁流下了眼泪。”

日本的索尼之父盛田昭夫在自传中也有创业初期情景的生动描绘:

“……费尽周折后,我们又在南面的品川区御殿山找到一所便宜的木造破屋,总算把事务所和工厂都一并安顿下来了。

“……天啊,这是什么样的‘新居’啊!每逢雨天,屋顶便漏雨不止,职员们不得不在桌上支起雨伞工作。由于饱受雨水之苦,我们决定在这个破旧房子里再搭上一个小屋,与原来带有檐沟的白铁皮屋顶连在一起,以防漏雨。屋子搭好后,我们用来做董事室,但其形状恰似在一个房子再放进一个大盒子,因此,大家都不称它为董事室而称为‘董事盒’。

“要进厂房和事务所,一定得从周围的居民住宅后面穿过来。而这些住宅后面总是晾满了小孩儿的尿布,所以,我们每天上下班都必须从这些五颜六色的尿布下面钻过。有时,一些亲戚来探望我,看到我们工厂的这副寒酸相,不禁大为吃惊,感叹不已。”

可见，艰难险阻实在是创业题中应有之义，问题在于如何对待艰难险阻。假如被困难压得直不起腰，假如被险阻吓破了胆，那要实现百万富翁、亿万富翁的梦想只是一句空话。

当然，在排除万难中，还应始终抓住一个“巧”字。巧出点子，巧找门道，才能赚钱，赚到大钱。

美国有一个家喻户晓的化妆品帝国女王玛丽·K·阿什。她原来是一个普通的推销员，1963年的一天，公司老板不顾她的经验和业绩，将她的男助手提拔为她的上级。她一气之下，辞掉了从业11年的工作，利用自家的厨房办起化妆品公司来。当时，她的第二任丈夫突发心脏病去世，子女幼小，本钱又仅有几千美元，困难重重。然而，在她的心比别人多了一点。她看准了化妆品市场的巨大潜力，向当皮肤专家的舅舅约翰学习制作美容霜，并冠以一个十分好听的名字：“超级全能美容霜”。同时，她将粉红色作为系列产品的基调，因为这颜色温柔祥和，容易被人接受。产品出来之后，她不是通过中间商，而是自己和招募来的几个助手挨家挨户去推销。这种直销方法，在当时是破天荒的。其不但价格比同类产品低廉（因为没有中间商费用），而且便捷——送到客户手中。因而，深受用户欢迎。她一下成为红人。为了扩大产品影响吸引客户，她特意做了许多小样，或放在百货公司随其它商品附带赠送，或在慈善活动中分发，或通过邮局向四面八方投递。这一着也非常奏效，客户激增。于是，她先后在各地设立二级分销点。待业务进一步扩大之后，她又设立三级分销点、四级分销点。就这样，她建立了独一无二的宝塔式直销体系，以至成了美国商业学院的必修课程。

她的奖励方式，也贯彻了一个巧字。对于成绩斐然的推销员，她以粉红色的凯迪拉克大轿车作为奖品。看到在路上行驶的这种颜色的轿车，使人马上联想起她的相同颜色的“超级全