

向佐初
段绍福 编著



创业成功的奥秘

致富信息百例

创业成功的奥秘

致富信息百例

向佐初 段绍福 编著

北京工业大学出版社

创业成功的奥秘

致富信息百例

向佐初 段绍福 编著

※

北京工业大学出版社出版发行

中国体育报社印刷厂印刷

※

1989年11月第1版 第1次印刷

787×1092毫米 32开本 6印张 129千字

印数:1~50000册

ISBN 7-5639-0048-9/C·6

定价: 2.80元

内容简介

多少聪明的中国人被困境逼得走投无路,多少奋发拼搏的仁人志士在事业上一败涂地,是我们呆么,是我们傻么,不是,绝对不是,关键是我们不懂得经营方法,没有多种开发和利用自己智慧的方法,没有致富的信息与寻找机遇的领路人!

本书汇集了海外知名的企业家、金融家、商业家以及各种经营者创业成功的经验、经商致富的诀窍和发家立业的奥秘。

第一部分介绍企业家如何与厄运苦搏,处逆境不气馁,面对惨淡的人世,艰苦创业,苦心经营,由囚犯、乞丐、小店员跻身于富豪之列,成为各国乃至世界闻名的企业家、银行家。

第二部分介绍各行各业的经营者如何开动脑筋,运用智慧,搞发明,搞革新,设计新产品,开拓新市场,走发明致富的道路。

第三部分介绍经商致富的秘诀,如何做市场调查,研究顾客的心理,运用各种别出心裁的推销技巧,招徕顾客,做好生意。

本书内容翔实,实例生动,既有丰富的成功经验,又提供了大量致富的信息,富有启发性和实用性,可供我国企业家、经营者借鉴。

本书可供企业管理人员、商业工作者以及个体经营者参考。

前 言

为了适应我国对外开放,搞活经济,加快四化建设的需要,在党的十三大精神指引下,有选择地引进有益于我国的海外企业家经营管理方面的经验;以满足企业经营者的需要。诚如邓小平同志所说:“我们要向资本主义发达国家学习先进的科学、技术、经营管理方法以及其他一切对我们有益的知识和文化,闭关自守,固步自封是愚蠢的。但是,属于文化领域的东西,一定要用马克思主义对它们的思想内容和表现方法进行分析、鉴别和批判。”为此,作者精心编写了《创业成功的奥秘》一书,以飨读者。

本书主要介绍海外企业家经营企业中创新技术,创新产品,创新企业,市场调查与预测,销售服务,讲究职业道德、营业作风以及广告宣传等;同时还介绍了他们开动脑筋、出智慧、学知识所走过的艰苦曲折,处逆境不气馁、敢冒风险的创业道路。例如:美国亿万富翁巴柴“冷冻法”的创意;日本发明王丰田吉佐等的致富之路等等。

这里需要说明的是,资本主义企业经营管理和社会主义企业经营管理有着根本的区别。社会主义企业是生产资料公有制,资本主义企业属于资本家私有制;社会主义企业经营权由国家委托厂长(经理)全权负责,资本主义企业由资本家委托自己的代理人全权负责;社会主义企业与资本主义企业的经营目的等方面都有根本区别。但从社会化大生产搞好企业

经营管理这一点上看,有其共同的地方。因此,本书介绍的内容以及他们的成功经验,可供我国企业家、经营者参考借鉴,将会有较大的裨益。

由于我们的水平有限,本书编写难免有不妥之处,恳请读者不吝指教。

北京师范大学 向佐初

一九八九年二月一日

目录

前言

一、创业成功的奥秘

1. 聪明的致富秘诀	1
2. 从小船主到船舶大王	4
3. 从囚犯跻身到企业集团总裁	7
4. 欧纳西斯的创业法宝	9
5. 与厄运搏斗起家的石田	10
6. 矿山大王成功的诀窍	13
7. 由乞丐到富豪	15
8. 蛋糕大王的发财之道	18
9. 酒店老板的致富秘诀	21
10. 创业成功要诀之一,善于捕捉时机	23
11. 创业成功要诀之二,敢于冒风险	26
12. 创业成功要诀之三,有耐心和勇气	31
13. 创业成功要诀之四,不断积极进取	35
14. 创业成功要诀之五,有远见卓识	37
15. 创业成功要诀之六,勤奋和苦搏	41
16. 电器大王松下的创业经	43
17. 旅馆大王希尔顿成功的三个准则	44
18. 银行大王始于一根针	45
19. 钢铁大王卡奈基的成功	46

20.	不可坐失良机·····	47
21.	卖水起家的水泥大王·····	48
22.	善于创造发财机会的少年·····	49
23.	三菱财团的成功要素·····	50
24.	金融大王和蜡烛·····	51
25.	穿破皮鞋的富翁·····	52
26.	等买减价票的石油大王·····	52
27.	人生最重要的事·····	53
28.	穿草鞋的老板·····	53
29.	一分耕耘一分收获·····	54

二、发财致富之道

30.	牧羊童与发明铁刺栅栏·····	56
31.	找矿青年与牛仔裤·····	58
32.	从穷光蛋到刀片大王·····	59
33.	由钓鱼想到“冷冻保鲜法”·····	60
34.	陶瓷上新镀金法·····	61
35.	发明缝纫机的三个人·····	62
36.	脚踏车上创新意·····	64
37.	日本清酒的发明·····	65
38.	可口可乐瓶子的新设计·····	66
39.	发明防湿的小孔·····	67
40.	性能特佳的防虫袋·····	68
41.	设计现代化的玩具汽车·····	69
42.	附带温度计的汤匙·····	71
43.	多姿多彩的汽车装饰品·····	72
44.	新颖的幼童车·····	74

45.	发明新式火锅·····	75
46.	不满意成了发明的动力·····	76
47.	老产品开拓新用途·····	78
48.	草籽也可以致富·····	79
49.	魔法带与腰带大王·····	81
50.	滞销品变成流行商品·····	82
51.	安全别针的发明·····	84
52.	“秘密魔术”的化妆品·····	86
53.	婴儿健康乐器·····	87
54.	新婚祝福卡·····	88
55.	从小发明入手·····	89
56.	氧气供应器·····	91
57.	从模仿开始·····	92
58.	“丸万”气体打火机·····	93
59.	有奖的打孔游艺纸·····	94
60.	太空气球的新生意·····	96
61.	收买大件废物致富的诀窍·····	98
62.	组合商品业大走红运·····	98
63.	创办往昔歌曲公司·····	99
64.	大杂绘服务公司·····	100
65.	西装布里的大革新·····	102
66.	养猫致富·····	104
67.	为发财不要顾面子·····	104

三、销售致富的秘诀

68.	女性的生意最好做·····	106
69.	速战速决的推销术·····	108

70.	不妨假设一个竞争对手	109
71.	“立体友伴”的新销售法	111
72.	打折销售法	113
73.	销售合理化新销售法	115
74.	化妆品销售新法	119
75.	抓住顾客感情的方法	121
76.	做生意的第一要诀	123
77.	错觉销售法	124
78.	小鱼吃大鱼的经营法	125
79.	多销的妙法	126
80.	东京国际商品公司的销售法	127
81.	优异销售技术的八条经验	128
82.	不用宣传就能制霸天下的销售法	129
83.	连锁公司的经商法	131
84.	小鱼钓大鱼的经商法	134
85.	安全便器的推销术	135
86.	新车展销会和商场经营的秘诀	136
87.	丰田汽车公司推销员的诀窍	138
88.	改进菜单发财的餐馆	142
89.	别出心裁的人寿保险推销法	143
90.	深知顾客的需求	143
91.	以廉价咖喱饭吸引顾客	144
92.	外行人开宝石店	145
93.	“步行者天国”的商业战术	146
94.	注重未来市场的新力公司	148
95.	“养乐多”的集团主义经营术	149
96.	纸制围裙招徕顾客	151

97.	带来生意兴隆的赠品·····	151
98.	大老板推销葡萄酒的妙招·····	153
99.	登门推销的方法·····	154
100.	美容健身器的推销法·····	155
101.	利用商品名的推销艺术·····	156
102.	男性化妆与推销·····	158
103.	只讲缺点的商品说明书·····	160
104.	旅店招徕顾客的妙法·····	160
105.	推销员的仪态·····	161
106.	了解客人的需求,生意才能兴隆 ·····	163
107.	自抬身价法·····	165
108.	租用名商号·····	167
109.	迷你广告的推销效果·····	168
110.	成功的玩偶广告·····	169
111.	新奇的宣传·····	170
112.	一项最有效的宣传·····	171
113.	改善商店环境·····	171
114.	重视顾客的闲话·····	172
115.	做生意最重要的是情报·····	173

一、创业成功的奥秘

1. 聪明的致富秘诀

有一天下午，有位妇女进入百货公司向新来的女店员问道：“有没有灰色的手套？”

“抱歉，已经没有了。”女店员回答。虽然说声抱歉，但态度显得相当冷淡。

妇女大为失望，显出不悦的神色走出公司。

在旁边默默地注视着女店员接待客人场面的一位老先生，露出一丝微笑，静静地走近来，向女店员说：“小姐！如果是我，我就能把白色的手套卖给那位妇女！”

听了老先生的直截了当的话，女店员感到不快，于是拉长了脸，不悦地说：“你那么自信，那我给你个机会，你试试看吧！”女店员的声带带着浓重的嘲讽和不满。

老先生点点头，就走进里面，站立在那儿等待顾客前来。

“如果你卖不成，该怎么交待？”女店员仍满腔不高兴，以凌厉的眼光投射着老先生。

“诚诚恳恳地为顾客服务，卖东西之前必须先卖高洁的人格，给客人良好的印象就能跟客人产生感情，这样就能够无往而不胜。让顾客们买下来时高兴，买回去之后仍然满意。这样哪有卖不成之理。”老先生虽然态度和蔼而有礼，但他的口气

听来似乎在教训人似的。

“不要对我说教好不好？”

女店员一肚子不高兴，已到了发脾气差一步就要赶走老先生了。正在这时，有一位妇女前来问道：“有没有老鼠色的手套？”

老先生以爽朗的声音殷勤地回答：“很抱歉！刚刚卖光，再过四五天就会进货的。进货之前，您能不能用白色的代替呢？”

“但是……”

“有时候白色的手套显得更醒目，更能与身上的洋装衬配。最近顾客们都对白色的手套大有兴趣，愿意买白色的。”

妇人起初有些踌躇不前，但看老先生满脸洋溢着欢悦和恳切之情，看他自信十足的笑容，她就不再犹豫了。

“那么，我买白色好了。可是白色的容易脏呀！”妇人说。

老先生更加笑容满面地说：“小姐！照您所说，白色确实是容易脏，为此洗的次数也比较多。我想，如果再有一付可换，那就方便了。”

他的声调柔和，恳切之情溢于言表，有着无比的吸引力，他的诚恳的态度又有着一种令人难以抗拒的魅力。妇人立即露出了愉快的笑容，高高兴兴地买下2付，十分满意地走了出去。妇人走后，四周仍然洋溢着一片温馨融洽的气氛。

这位老先生真是具有惊人的魔力，女店员1天也卖不出1付，他却不费吹灰之力，在瞬间就能卖给1个人2付。女店员目瞪口呆了好半晌之后才启口说：“你好能干呀！如果老板看你这么能干，一定会雇用你的。”

她继续说：“你是不是想在这儿找一份差事？”

老先生微笑着并没有回答，只从口袋里拿出1张名片递给女店员。名片上印着“W 百货公司董事长，瓦那美卡”。

这位老先生就是被人誉为商业道德的创始者，给唯利是图、商业道德扫地的全世界商业界吹进社会良心清风的百货店大王瓦那美卡。

瓦那美卡未出现前，世上的商人多认为做生意像打仗一样，越能赚财、越能欺骗越好，就越能干。做生意的目的是赚钱利己，价钱卖得越贵越被人看重，把道德观念踏在脚下。他认为这是不对的，做生意并不是打仗，也不是施展诈术，而是商人和顾客相互间的一种互惠行为，双方都能得利。商人应该是顾客购货时的服务员，应为消费者着想，买卖双方应该水乳交融，融洽愉快。应供应最好最便宜的商品，不可在中间收取不当利润，不可有唯利是图的观念。他开了一个小商店以后，就把他的理想和宏愿付诸实行了。

这种做法真是神通广大，博得广大消费者的信赖，生意就日有增进。如果进货量增加，成本就更便宜了，他就再把售价降低，这样经过几十年，他就由一个小商店主成为世界百货店大王了。

他的成功并不是有什么突出的技巧，也没有什么秘法，而是他的亲切融洽的服务态度，为顾客谋福利的热心和诚意具有无比的魔力。同时，也把他的商业道德带进了商业界，成为商人的典范，被人敬仰为豪商或圣商。

这位伟大的商人名就功成后，有一天有人问他：“您的定价制度和残次品退还制度已成为全世界的经商法。您给消费者真正有实惠的做法和精神受到全世界的赞赏。您的生意是利己利人的行为，消费者第一优先的想法已深入人心成为全世界的商业道德了。请问，这项思想是从何而来的呢？”

瓦那美卡回忆说：“我在一家出版社当童工时，曾到一家商店买东西。对于店员拿给我看的東西，我颇不满意，于是我

就把它还给店员，然后想走出去。这时店员就板着面孔怒吼起来了：“一旦看了，我们是不许你不买就走的。”店员声势逼人，好像我做下了什么坏事似的。“可是，我……不想要呀，而且……价钱也贵得不合理。”我结结巴巴地说。“不想要你是专程来这里跟我们开玩笑的，是吗？”店员的双目充满了敌意，态度恶劣，气势汹汹，不许我踌躇，更无法溜了。我终于被逼买下不愿买的东西。真像进了魔窟无法脱身似的。”

“我钱袋里的钱本来就少得可怜，这样买下贵得出奇的东西，我就更加捉襟见肘，没有钱可用了。我对这种抢劫似的商人，又心痛又愤慨，但我有什么办法呢？那一天晚上我几乎不能成眠。此后同样的事我又接二连三地遇到，真是令人难忘。因此我就发誓：“如果我做商人开商店的话，一定要做到任意让顾客看东西，绝不勉强顾客买，不中意的东西买回后可以随时退换。商道就是人道，我要做个商人的表率。”

他 70 开外仍勤勤恳恳地尽瘁于商业，至死不休。

有一位先生问了瓦那美卡致富的秘诀。他诚恳地回答说：“赚钱像浅底大水桶的水一样，把水桶拉向这边，水就涌向那边。把水桶推去那边，水就向这边涌过来。同样地，你想一个人独占利益，利益就会跟你告别，远离你而去。如果你想把利益分享给别人，不可思议地利益就会心甘情愿地找上你来。为大众做生意，利多不多不必计较，甘愿为大众效劳，大众就会对你产生好感，你就会受到热烈的欢迎。你不想发财也自然非发财不可，你不仅发了财，而且过着比别人快乐、光彩的日子。这就是最聪明、最上乘的商业策略，也是我的致富的秘诀。”

2. 从小船主到世界船舶大王

日本海运业在世界海运界处境非常不利，跟大战前比起来营业额的减缩相当可观，这是因为船员的工资比别的国家昂贵所致。如果在非洲以及东南亚雇船员，只要以不到日本船员工资的 $\frac{1}{4}$ 就能雇到，而且来应征的人往往超出征求数额的几百倍。

在战前称霸 7 个大海洋而不可一世的日本一流海运公司，一到战后几乎每一家公司都失魂落魄，沦落为在日本近海航行的地域性海运公司，已欲振乏力，完全失去了往昔的光彩。

战后，欧纳西斯把船籍设于巴拿马和利比亚，雇用低工资的船员，在一眨眼之间就一跃成为世界最大的海运大王，这是举世皆知的。

这几年来，香港的华侨也大展身手，利用低工资的船员，跟希腊的船舶公司争霸天下，终于夺取世界海运王者的宝座。

总之，这些海运公司，能称霸天下的原因，全是在于船员工资的低廉。

日本海运公司因为受限于不许雇用外国籍船员的协定，只局限于在日本近海活动，只能黯然地眼看着别人大获其利。小山海运公司也是在这样情势下，被逼屈在地域性海运公司的地位，一蹶不振。

欧纳西斯成为船舶大王的经过是……为了实现他的计划，他就前往沙特阿拉伯积极地展开行动。他马不停蹄地四方奔走后，不多久就顺利地得到石油输送权。一做成功，他就立刻去拜访大石油公司，跟它们签订石油输送船租赁契约 4 年。然后他就拿契约书前去银行交涉巨额建造船只贷款。有契约，

银行是不怕倒帐，乐意融资的。这样，从银行借到巨额的融资后，就赶忙建造船只。一建造完，他就再用船租金去还银行的贷款。这样反复几次，贷款就还清了。

这位精明又善于动脑筋的先生所拥有的全部船只，变成等于没有花钱就买的了。之后，他又使出天衣无缝的绝招，把船籍设在轻税的国家，又雇用后进国的低廉工资的船员，以低廉的成本来运行已付清债务的船只，真是做到本少利多的极值。这样来赚取全世界的钱，他的钱就像变魔术似的越滚越大，船只月月增加。

欧纳西斯就是这样从一个小船主一跃成为世界船舶大王的。可见，只要肯动脑，善于运用智慧，赤手空拳闯天下，成功致富并不难，个人不需要多少资金。

研究欧纳西斯的经营方式后，董事长小山便暗自想：“与其临渊羡鱼，不如退而结网。别人能做的，我也能办呀！”

经过调查、开会、策划之后，小山就按自己的意愿把自己公司所有的船租给东南亚诸国的海运公司了。

出租业不仅是限于对国内，对外国也是一样，看得准，做得好，就是很有利，很有前途的行业，这是不必多讲的。

现在能在世界海运界活动的够水准的船只，每艘最少也得 30 亿日元，这种船在后进国是还没有能力建造的。

“如果有充分的船只，我们就能够利用低工资的优点来大展宏图，赚取更多的钱！”这么想的后进国的海运业者一定为数不少，对于这些渴望有船只营运的业者，把每艘 30 亿日元左右的船只，跟小山海运公司一样，1 个月以 5000 万日元租给他们营运的话，他们是求之不得并会大喜过望的，而公司本身并不需要费心费力亲自从事营运，也不必为雇请船员、装船、存库等麻烦的问题伤透脑筋。