



助你成功的智慧丛书

ZHUNI CHENGGONGDE ZHIHUI CONGSHU

李元秀◎主编

做生意 就要学会 算计



一部现代版的生意人必读手册

做生意要理智、机智、要算计，只有精打细算才会有大利润，大前途；
做生意会算计不是使奸，更不是做诈，而是一场高智商、敏于思、利于行的商务追求；
做生意会算计能使你在思考与行动中做到利润最大化。

内蒙古人民出版社



助你成功智慧丛书

ZHUN CHENG GONG DE ZHI HUI CONG SHU

李元秀◎主编

做生意 就要学会 算计



一部现代版的生意人必读手册

做生意要理智、机智、要算计，只有精打细算才会有大利润，大前途；
做生意会算计不是使奸，更不是做诈，而是一场高智商、敏于思、利于行的商务追求；
做生意会算计能使你在思考与行动中做到利润最大化。

内蒙古人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

做生意就要学会算计/李元秀编著. —呼和浩特:内蒙古人民出版社, 2008. 12
(助你成功的智慧丛书/李元秀主编)
ISBN 978 - 7 - 204 - 09797 - 5

I. 做… II. 李… III. 商业经营—通俗读物 IV. F715 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 204063 号

助你成功的智慧丛书

主 编 李元秀
责任编辑 徐 建
封面设计 点滴空间
出版发行 内蒙古人民出版社
地 址 呼和浩特市新城区新华大街祥泰大厦
印 刷 北京中印联印务有限公司
开 本 710 × 1000 1/16
印 张 360
字 数 3900 千
版 次 2009 年 1 月第 1 版
印 次 2009 年 1 月第 1 次印刷
印 数 1 - 10000 套
书 号 ISBN 978 - 7 - 204 - 09797 - 5/Z · 563
定 价 600.00 元(全 20 册)

如出现印装质量问题,请与我社联系。联系电话:(0471)4971562 4971659

前言

以前,我们是那么的贫穷,那么的一无所有。我们没有舞台,更没有成功胜利的而获得的掌声……

但今天,我们这一代又是如此幸运,尽管我们还在发展的道路上行走或奔跑,我们必竟有了人生创业和为之奋斗的事业舞台。人们常说,心有多大,天地就多大;做为一个创业者来讲,更重要的是有一个天地大舞台。

如今,一个充满机遇和挑战的时代就在我们身边,社会为我们提供了一条光明坦荡的大道,那就在人生的天地大舞台上创业:

创业成功,你可以实现你梦寐以求的生存价值;

创业成功,可以让你按照自己的自由意志生活;

创业是人一生中在天地大舞台上最亮丽的时刻。在创业面前,身世卑微或高贵已没什么不平等,学问高低也无多大差别,只要你有这颗改变自己命的心,只要你有眼光,有谋略,敢于冒险,精明能干,总之,只要你以积极的心态,立刻去行动就行!

当然,要创业赚钱并非一件很容易的事情,创一家公司或一个实体也有许多东西需要我们去学习,即使你只是开一家规模很小的企业,也必须要熟悉精通其中的许许多多技巧和门道,这也是我们编撰本套《助你成功的智慧丛书》的真实意图所在。

天地舞台的大幕已经徐徐地拉开,每个人对于成功都存着一种渴望,没有人会愿意一辈子甘于平庸、碌碌无为。快速变革的社会给每个人提供了无数的





机遇去改变自己的人生角色,而内心对成功的渴望也会随时提醒那些关注自我发展的人士:要努力让自己更优秀!

无庸讳言,这就要求每一个创业者或老板,即使对于看似渺小的工作也要尽最大的努力,每一次的征服都会使你变得强大。如果你用心将渺小的工作做好,伟大的工作往往会水到渠成。如果不能成就伟大的事业,那么就以伟大的方式去做渺小的事情。抓住身边每一个机会去提升自己,让自己每天都能够有所进步。

对于一个人来说,成功就是从平凡到优秀,从优秀到卓越的蜕变过程,并不仅仅是一个从被管理者蜕变成管理者那么简单,即使是那些已经成功的管理者也要随着社会环境、时代使命的变化而及时转变。

每个人都有属于自己的舞台,然而,一个人要想获得似锦的前程,全部有赖于自身不断地学习与自我提升。古训也好,实战经验也罢,只要你有计划地进行总结工作和学习,相信每个有志之人都可以在这个天地大舞台上实现自己的人生目标和人生价值!

目 录

算计生克——一场智慧与勇气的比拼

谁比谁更贵重	1
给客户以最大的利益	5
不轻信唱反调的人	8
重视“外行”的意见	9
小人物也有大主意	11
不放过每一笔生意	14
抛弃一切俗见	15
从平凡事物中见商机	17
学会模仿有前途	19
善于捕捉“意外”机遇	20
不要惧怕失败	21
成败之间的细节差别	25
如何寻找意外的成功	26
如何应对挫折的境况	29
让成功之神光顾你	31
别踏进执着的误区	34
你是否有勇于后退的勇气	36
如何善待和认知失败	39



成败在一个人身上的转换	41
别忽视最后一步	43
心灵的沉沦意味着什么	44
目标永远是成功的指航灯	47
生意成功的三大法宝	49
两种不同的眼光	51
超越自己的方法	53
增强承受风险的能力	56
创业前的必备功课	59
商人要正确看待别人	61

眼光长远——进退有余赢商机

生意在于是否得法	65
信任使买卖双方受益	67
把握好生意场上的友情	72
以己之长克别人之短	73
做生意不要歧视小订单	75
做生意要精于成本计算	77
小生意如何唱大戏	79
如何让新老客户越来越多	80
生意理财要清晰	83
如何做好小本生意	88
不与朋友做买卖	89
小生意更要严守商业机密	91
做生意要学会避免危机	93
经商有时是先吃亏后赢利	95
做生意粗心大意要不得	97

避免占小便宜吃大亏	99
注意生意场上的陷阱	101
危急之中更要清醒	104
做生意怎样克服经验不足	107
商场骗子如何提防	108
别被贪婪蒙蔽眼睛	110
做生意精明的必要细节	112
生意人要巴结的 7 类人	118

规划好生意就是规划你的财富

你的生意财富规划	121
时刻锁定财富目标	122
长远财富规划	123
做好近期 10 年规划	124
周全的财政策划	125
做生意要遵循常规	127
规划创业构想	131
完善你的经营规划	133
施实你的企业创建规划	134
完成你的知识规划	136
完成你的能力规划	137
什么是自我检查法	138
确定个体经营还是合伙经营	139
如何选择创业时机	141
怎样进行行业分类	142
懂哪行就做哪行才不吃亏	144
拥有全面的专业知识	145



多用专业知识创业	148
打工是为创业作准备	149
怎样与老板搞好关系	151
学习后要创新	153
直接竞争与间接竞争	154
做生意要寻找同行弱点	155
如何寻找大公司空档	156
如何善用竞争手法	157
善于发挥金钱的作用	158
花钱是为了赚更多的钱	159
对不同目标有不同价值	160
认识金钱的实际价值	161
成功的富翁与学历	162
美国富翁扫描	163
创业成功的自我分析	164
淡泊名利才能轻松赚钱	166
成功创业的四大信念	167
财富是创造美好人生的手段	169
致富是自我完善的过程	170
要拥有健全的人格	171
学会自我激励	172
在健全人格中提升名望	172
做生意要言而有信	173
做生意要力行诚实之道	174
勇敢承担责任	175
心态是决定财富的关键	176
有志者事竟成	177
摒除一切借口	178

如何化自卑为自信	179
怎样培养乐观精神	180
自信但不自傲	181
在学习中完善自我	182
发挥意念的力量	182
健康体魄是创业的本钱	183
创业需要健康	184

有章有度——把生意立于不败之地

做兴趣的生意	187
奸商成不了大气候	189
做生意讲以和为贵	191
别小瞧比你弱的对手	194
违法的算计不明智	196
不惧怕打官司	198
借钱做生意是上策	201
做生意要掌握“借学问”	204
信任使买卖双方受益	206
借高利贷千万要小心	211
合伙生意避风险	213
学会集大家的钱滚钱	215
联营找资方案	216
民间筹资方案	217
银行贷款方案	219
引进外资方案	221
风险就意味着机遇	222
勇于冒险才赚钱	224



冒多大险,赚多大钱	226
不冒风险是最大的风险	227
不惧怕风险投资	229
少投资风险过大的项目	230

做生意要敏感——把握行情走势才有机遇

确定方向不做亏本生意	233
做生意要多进行市场分析	234
多用变化的眼光看市场	237
做生意要常做超前预测	239
要理解透“客流”就是“钱流”	241
抓住市场才能开拓市场	242
爆冷才能淘大金	244
商机来了要把握	246
如何利用信息广赚钱	248
怎样把生意做大做强	249
做生意资金周转要灵活	251
做生意要谨慎处理债务	253
赚钱还要学会用钱	256
算得精才能赚得多	258
省钱也是赚钱的道理	263
合理节税有秘诀	267
把钱利用到最大价值	274
盈利赚钱是商人的本色	276

算计生意——

一场智慧与勇气的比拼

成功者首先是智者。而智的源泉是把握和筛选信息。信息是资本，是财富。谁善于捕捉和利用信息，就可能有建树。而一个闭目塞听的人，肯定与成功失约。能否掌握先机，是决定人生成败的第一个拐点。



谁比谁更贵重

成功和致富的巧思，往往始于偶然的见闻。因此能否利用好一些意外信息，则会成为一个人在某些事情上成与败的拐点。日本的御木幸吉就是由于受到偶然见闻的启发而给自己的事业带来了转机。

那是一次海外航行，他带领一艘满载乌龟的船，向香港进发，不料遭遇海上风暴，抵港时，所有的乌龟都死掉了，损失极为惨重。他伫立海边，感到前途渺茫。这时，他旁边有两个中国人在做珍珠交易，对话声传到他的耳中。这一段偶然的对话使他茅塞顿开：“珍珠不是比乌龟还贵重吗？天然的珍珠非常有限，为什么不搞人工繁殖？”他立即进行调查访问，打听到中国洞庭湖有人将佛像放入珍珠贝（阿古屋贝）里，制造出过佛像珍珠。他就专心研

究生产珍珠的原理，最后他创造了将玻璃珠塞进珠母贝而生产大型珍珠的最好方法，开创了珍珠养殖事业，从而成了享誉世界的“珍珠大王”。

中国人过去一贯鄙视道听途说。而善于动脑子的御木幸吉的致富思路，则恰恰始于道听途说。道听途说，其实也是收集信息的渠道之一。问题在于御木幸吉并不满足于道听途说，而是听了便想，想了还要进行调查研究，调查研究之后，他能得出比常人更高明的结论，他能在他人的基础上有所突破，有所创新。

把道听途说的信息变成一个发财致富的转机还有刘文汉造假发的事情。

1958年的一天，在美国克利富兰市的一家西餐馆里，一个中国人正同两个美国商人共进午餐。

觥筹交错，刀叉飞舞，丰盛的佳肴美酒，使两个美国人食欲大增，口里一边狼吞虎咽，一边还依哩哇啦谈着生意经。“伙计，”那位中国人问道，“在美国，什么行当最能大行其道？”

“Wigs!” 其中一个美国商人答道。

“假发?” 这位中国人的眼睛一亮，脱口而出。

“Yes, Wigs!” 那个美国人又一次肯定。说着，他停下手中刀叉，从随身所带的包中取出一个长的黑色假发，表示说，他还有意购买 13 种不同颜色的假发。像这样餐桌上的交谈，在当时来说，只不过是商场上普通的谈话。一句只有两个字的话，按理说并不见得有什么特殊的意义。但是，言者无意，听者有心。餐桌上的一句话，触动了那位中国人灵敏的头脑。他很快就判断出，“假发”二字，令他可以大做一篇招财进宝的文章。这顿午餐，就成了这位反应敏捷、有心眼的中国人发迹的起点。

这位中国人，就是后来在香港被人称为“假发业之父”的刘文汉。

刘文汉对“假发”这个新行业的选择是十分艰难的，他付出了很多的努力后才获得了成功。

据刘文汉当时所作的调查了解，“假发热”的确在 20 世纪 60 年代的美国



十分流行。这有它的社会原因。当时，美国黑人反对种族歧视争取平等权利的斗争与风起云涌的反对越战的学生运动汇合成一股巨大潮流，冲击着美国社会。动荡不安的美国社会中，出现了以长发为标志的一代“毛发”青年，戴假发成了当时的时髦风尚。美国市场对假发的需求量空前之大，无疑给假发制造业开创出一个史无前例的黄金时机。

一个广阔的市场展现在刘文汉的眼前了。可是制造假发的原料又在何方？利润如何？

刘文汉一回到香港，又马不停蹄地开始了新的调查。

当时，香港有人利用从印度和印尼进口的人发（真发）制成各种发型的发笠（假发笠），如短笠（短发的发笠）、长笠（长发型的发笠）、须仔（纯用手工制作的发笠），等等。成本相当低廉，最贵的每个不过近百港元，而售价都高达300港币。刘文汉经过一番估算，立即决定在香港创办“假发”工厂，向美国市场销售。

决心下了，可是假发的样子怎样？在当时的香港，连一个美国人所需要的假发样品也弄不到，自己对此更是一无所知，茫无头绪。怎么制造假发？自己不懂行，懂行的人又有谁？他起早贪黑，寻遍港九，一时也找不到懂得制造假发的专家。刘文汉四处奔走，告急无门，濒临绝望。

一天，一位朋友来访。在交谈中，刘文汉问他哪里有懂得制造假发的专家时，这位朋友提起在油麻地的后街似乎有一个专门替粤剧演员制造假须假发的师傅，但具体的住址这位朋友苦笑地摇摇头，告诉他这也仅是道听途说而已。刘文汉岂肯放过这唯一的线索，他决心亲往寻访。

油麻地大街小巷人口稠密，要在这里寻找一个名不见经传、默默无闻的工匠，宛如大海捞针，谈何容易！刘文汉求贤若渴，疲于奔走，穿梭在街头巷尾里，出入于人山人海，一间间房子打听，一个个居民询问，真是不厌其烦，不辞劳累。苍天不负苦心人，终于在一个僻静的陋巷深处，刘文汉听到了这位平素避见生人的假发师傅。

刘文汉如获至宝，把这位千辛万苦请来的、当时香港独一无二的假发师傅奉为上宾。当他恭恭敬敬地给师傅献上一杯香茗之后，便迫不及待地大谈假发在美国如何如何受欢迎，大谈在香港办厂制造假发向美国出口如何如何赚钱的生意经。

“您需要多少假发呢？”师傅啜了一口茶，问道。

“每月至少 500 个？”刘文汉如意算盘早已打好，胸中有数。

“你疯了！”师傅把茶杯重重一顿，瞪大眼睛看着这位生意人。

“怎么啦？”刘文汉这时是丈二金刚，摸不着头脑。

原来，制造假发得心细工精，师傅告诉他，一个假发经他手中制成，得花三个月时间。

假发师傅一席话，像一盆劈头盖脸的冷水，冲得刘文汉的心一下子凉到脚下，但是，刘文汉并不因此感到沮丧，他请求这位师傅领他前去参观制造假发的小工场。在那里，刘文汉仔细观察了工场里几名工人制造假发的方法，心里默默盘算着其中哪道工序可以采用现代手段代替。待他参观完整个假发制造过程后，由于他懂得机械技术，一个采用机器生产假发的蓝图也就随之呈现在脑海中了。

“给我一名女工。”刘文汉要求说。

“干什么？”师傅又坠入五里云雾。“我要使她成为一名假发制造专家。”

一名女工自愿接受了刘文汉的聘请。3 个月后，刘文汉的手下经过训练，能熟练地操作机器，能采用现代生产方式制造假发的女工已超过 30 名，刘文汉又购买了一批用于制造假发的机器，大批原料从印尼购进，厂房亦已租下，修葺一新，第一个假发制造厂在香港成立了。

刘文汉为这个制造厂的创建花去了大量的时间和精力，耗费了大量的人力、财力和物力。但是，这一切并没有白费，汗水和心血换来了丰硕的成果。第一批假发果然从机台上生产出来了。

刘文汉走进连卡佛公司，向这家公司一名高级行政人员兜售他所制造、

也是香港第一个用现代化生产手段生产出来的新型假发。

对方接过假发，以行家的眼光审视一番。面带喜色地问道：“这假发是哪里生产的。”

“香港！”“不可能！”这位行政人员以为刘文汉在开玩笑。“这一定是欧洲产品，香港没有这样的假发制造厂。”据他所知，质地这样优良的假发，只有法国能够制造。

“现在有了！”刘文汉颇为自豪地回答。

连卡佛公司的高级行政人员对刘文汉工厂出产的假发质量颇为满意，立即签订一份合同，每月进货 100 个。价格是每个 500 港元，仅是法国同类制品的三分之一。第一炮打响，消息不胫而走，数千张定货单雪片似地飞来，刘文汉的钱袋迅速膨胀起来，很快就成了香港的一大富豪。

仅一年时间，香港出现了 300 家假发制造厂，雇佣工人数千名。在 60 年代的 10 年时间里，香港假发的出口总值，每年都在增长，一举超过了电子产品的出口总值。到 1970 年，香港假发外销总值高达 10 亿港元之巨，在香港制品输出中占第四位。刘文汉当选为香港假发制造商会的主席，誉为“假发业之父”。为了实现成功的梦想，刘文汉利用道听途说的信息，并在为它付出了诸多的努力后，他成功了。

后来，刘文汉又高瞻远瞩，预测到假发市场必然会走向衰落，就急流勇退，结束他在香港的假发制造业，回到他的出生地澳大利亚，开创葡萄酒新事业，并取得了新的辉煌。

给客户以最大的利益

在美国有这样一句名言：“高质量的产品不是检查出来的，而是设计和制造出来的。”



质量管理为先体现着一种思想。一种意识，这就是顾客至上，把顾客的利益体现在产品的设计、制造、销售及服务的全过程之中。

从这个角度来认识质量及质量管理，牵涉到两个方面：一是产品本身质量的好坏；二是工艺质量的好坏。质量是从顾客的眼光看的，工厂在制订质量标准 and 谈质量问题时，应该以顾客的眼光来考虑对质量的要求。产品本身的可靠性、耐用性、可维修性和外观式样，这四个方面都直接涉及到产品的质量。

1. 可靠性：说明产品能否按预期要求发挥其功能，是否可靠。比如，买笔的目的是为了写字，笔好写不好写，即可靠不可靠。
2. 耐用性：即产品的耐用程度，如笔使用多长时间。
3. 可维修性：坏了是否好维修。这又分为两层意思，一是顾客自己能否维修；二是厂商能否来修理。
4. 式样外观：产品的外观是否好看等等。

这反映产品质量的四个基本特性，不同的产品各有侧重，不可能四方面同时并存。举例说，刮胡子刀片，首先就要求有很高的可靠性，耐用性要求不高，维修性更可以不考虑。在市场上，有许多产品用一次就扔掉了，设计这类产品时就不考虑维修性。比如市场上出售的一种手提小电钻，很便宜，也很好用，但不能维修，用坏了就扔。如果生产该电钻的公司答应维修，也只不过作为一种营销策略，实际上是将电钻送回公司扔掉，给换一只新的。考虑产品是否需要维修，直接涉及到产品的设计和生产问题，假如设计产品时，不考虑维修，设计和制造过程就可以比较简单。又如在服装行业（尤其是女装）中，主要强调设计新颖的式样，其他都不太考虑。又比如圆珠笔，一种是不换笔芯，用一次就扔了，另一种要换笔芯，这样设计和制造工艺就有很大差别。不换笔芯的笔，其笔帽、笔杆设计和使用的材料就不很讲究，生产工艺也较容易。那种需要换芯的笔，其笔套、笔杆就要设计得很漂亮，而且要经久耐用，其生产工艺、使用的材料和产品包装均较严格。