



走商路，悟商道，学习浙江人的经商诀窍

浙商

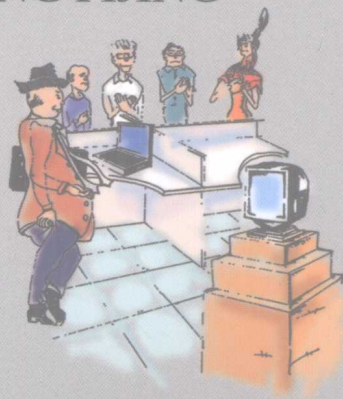
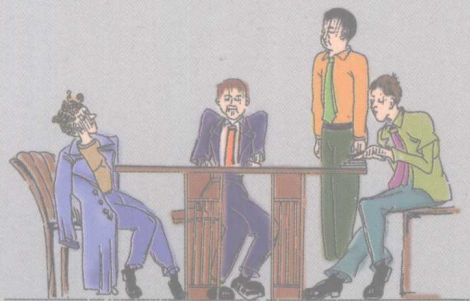
的268条

生意经

创业人士寻找财富梦想的商界圣经

ZHESHANGDE268TIAOSHENGYIJING

王 振◎编著



石油工业出版社



ZHESIANGDE268TIAOSHENGYLING

浙商的 268 条生意经

浙 商 的268条 生意经

王 振◇编著



石油工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

浙商的 268 条生意经/王 振 编著.
北京:石油工业出版社 2009.6

ISBN 978-7-5021-7073-8

I.浙…
II.王…
III.商业经营-研究-浙江省
IV.F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 046726 号

浙商的 268 条生意经

王 振 编著

出版发行:石油工业出版社

(北京安定门外安华里 2 区 1 号楼 100011)

网 址:www.petropub.com.cn

电 话:(010)64523607 发行部:(010)64523603

经 销:全国新华书店

印 刷:北京晨旭印刷厂

2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷

787×1092 毫米 开本:1/16 印张:20

字数:375 千字

定价:38.00元

(如出现印装质量问题,我社发行部负责调换)

版权所有,翻印必究



前言

QianYan

浙商是中国最庞大的“游商部落”，是中国第一大商帮。全国大多数城市都有“浙江村”或者“温州村”。全国 500 强企业中，浙江企业总是位居前列；每年的福布斯富豪榜上，浙商总有一席之地。据专业人士估算，目前有超过 500 万名浙商在全国各地和世界五大洲创造着财富。

那么，是什么造就了今天的浙商？

其实，很多看似不可理解的事情，背后都有着清晰的逻辑关系。浙商的成功，必定有成功的原因。

著名经济学家梁小民教授认为，浙商的优势首先在于精神优势。浙江人以行路代读书，凭着百折不挠、自强不息的艰苦创业精神，一些原本从事修鞋、打铁、缝衣服等小本生意的普通劳动者成了百万富翁、千万富翁，成长为国内著名、世界知名的企业家。

著名经济学家吴敬琏说：“浙江商人既聪明又肯吃苦，敢冒风险，敢为人先，最让人佩服。”

谁都无法否认，浙江人会做生意，是天生的生意人，他们有胆、有谋，有别人不一样的眼光和思维。有一位商场得意的浙江青年，年龄不过二十余岁，却拥有数千万家资。

浙江人的经商意识是渗透到骨子里面的，即使是菜市场上卖菜的年轻人，也从未把自己看做是一个只能谋取生活费的小贩。他们认为自己是在经商，是在做经理，他们甚至有名片。

浙江人能从地摊小贩做到集团老总；浙江人能当老板，能睡地板，也能坐着飞机

去北大读 MBA；浙江的炒房团能鱼贯进入房市，套利后又能安全撤离……

浙商的智慧，是 MBA 里学不到的商业圣经。

充满活力的“浙商”，已成为中国民营经济的一部鲜活教材。

作为民间资本最活跃的群体、自我创业最频繁的人群、中国最创富的商帮，浙商的成功经验，白手起家的创业精神，最值得生意人学习和研究。

每一位有志于经商的人都应该读一读这本书。

每一位正在商海里打拼的生意人都应该读一读这本书。

读石油版书,获亲情馈赠

亲爱的读者朋友,首先感谢您阅读我社图书,请您在阅读完本书后填写以下信息。我社将长期开展“读石油版书,获亲情馈赠”活动,凡是关注我社图书并认真填写读者信息反馈卡的朋友都有机会获得亲情馈赠,我们将定期从信息反馈卡中评选出有价值的意见和建议,并为填写这些信息的朋友免费赠送一本好书。

浙商的268条生意经

- 1.您的文化程度: 大专 大本 大本以上 其他
- 2.您购买本书的动因: 书名、封面吸引人 内容吸引人
版式设计吸引人
- 3.您认为本书的内容: 很好 较好 一般 较差
- 4.您认为本书书名反映内容的程度: 很高 较高
一般 较差
- 5.您认为本书在哪些方面存在缺陷: 内容 封面
装帧设计
- 6.您认为本书的定价: 较高 适中 偏低
- 7.您对本书的综合评价

您的联系方式:

姓名

单位 邮政编码

地址 电话

手机 E-mail

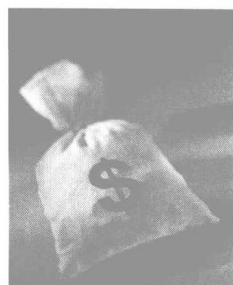
回信请寄:北京安定门外安华里二区一号楼 石油工业出版社

社会图书出版中心 收 邮政编码:100011

电子信箱:petropub@163.com(复印有效)

目 录

MULU



一、浙商最大的优势在于精神优势

浙商,不管是在车站旁摆地摊的小商贩,还是大集团的老总,他们身上都有一种精神感染着你,这就是“能吃苦”。为了做生意,浙江商人不惜“说尽千言万语,历尽千辛万苦,想尽千方百计,走尽千山万水。”

浙商中没有懒人	2
人前要显贵,背地能受罪	3
有当老板的欲望才能成功	5
能当老板,能睡地板	6
从“草根”长成“大树”	8
行万里路胜读万卷书	9
把冷脸贴热	10
能干别人不想干的事	11
做生意就是面对困难	12
做生意要保持激情	14
发疯似的干活,笑眯眯地回家	15
天下没有难做的生意	16
从没有人被自己的汗水淹死	17
只要有生意,什么地方都能去	18

二、做生意,观念比资金更重要

一位身价过亿的浙江商人说:“做生意,观念非常重要,观念正确,比较容易贯彻,事情就比较办好;观念错误,脑筋转不过来,做什么事情都是不行的。”事实正是如此,观念、思维方式的革命,远比技术、软件和速度的革命更重要。只有拥有了浙江商人的观念和思维,你才能做好生意,做大生意。

想赚钱,首先要对钱有兴趣	22
金钱遍地都是	23
最简单的方法最赚钱	24
做生意要有野心	25
天下没有不赚钱的行业,只有不会赚钱的人	26
不管你怎么看我,就是要赚你的钱	27
做生意一定要用心	28
一步步积累起来的财富最让人放心	29
适合自己的生意才是最好的生意	31
追求合理的利润空间	32
把经商作为一项事业	33
经商实际上是投资于人	35
让员工为你的目标干活	36
不赚太好赚的钱	37
想到就做到,不做连难度都不知道	38
换个方向,你就是第一	39

三、做自己的老板,资本再少也要创业

浙江人的经商意识是渗透到骨子里面的,即使是菜市场上卖菜的年轻人,也从

未把自己看做是一个只在谋生活费的小贩,他们认为自己是在经商。在浙江人看来,资本再少也要创业,给自己打工,做自己的老板才是人生的追求,即使失败了也是一种人生经历。

要赚大钱需自立门户	42
准备到有一半的把握时,就开始去行动	42
能赢得起但输不起来的生意最好不做	43
慎重选择合作伙伴	44
不在乎别人的议论	45
失败也是一种人生经历	46
身边都是老板,自己不当老板怎么行	48
创业的时候一定要考虑创业的好处与坏处	49
做点小生意,是赚是赔先干着	50
只要继续挥棒,你迟早会打到球	51

四、从苦力到毅力再到脑力

如果说浙江商人创业的第一个阶段是靠苦力,就是拼命干,和别人竞争,去分得一杯羹;那么第二个阶段靠的就是毅力,他们坚持了,才避开了被淘汰和倒闭的厄运;而第三个阶段的“思考与创新”,实现了浙商从地摊小贩到现代商人的跃进,真正成就了浙商“中国第一商帮”的美誉。

打拼天下,并不全靠兵器	54
挣小钱靠勤奋,挣大钱靠智慧	55
敢闯,但决不乱闯	56
靠智慧竞争而不是靠狡诈竞争	57
脑袋空空口袋空空,脑袋转转口袋满满	57
利用外脑	59
从“电器”到“电气”	61

更快地做出决策是最大的挑战	61
聪明赚不到钱,智慧能赚大钱	63
既秉承传统,又关注创新	64
用懒人的思维想问题	65
利用好优惠政策	67

五、浙商经营的都是那些“谁都能做”的小商品

浙江商人认为,生意无所谓优劣,产业层次也没有高下之分。全国各地的小商品批发市场多半是浙江人开办的,他们绝不好高骛远,而是从小虾米里面炼金子,从小贝壳里面找食吃,这与普通贪心的商人总想大来大去的逻辑不一致。

从蚂蚁商人做起	70
小钱不赚,大钱不来	71
小本生意重在周转快	72
做“大产业链”中的一环	73
莫因利小而不为	74
规模经营,薄利多销	75
不怕产业小,就怕不专业	76
从小虾米里面炼金子	78
众多小车间组合在一起就是集团公司	79

六、哪里没有市场,就到哪里去

没有市场意味着什么?意味着这里还没有被开拓,没有竞争或者竞争不激烈,还有很大的市场潜力。事实上,浙商最擅长寻找市场的真空点、薄弱点,往往是别人不愿涉足的地方,浙江人去了。所以,哪里有市场,哪里就有浙江人;哪里没有市场,哪里就有浙江人去开拓。

在没有机会的地方创造机会,在有机会的地方抓住机会	82
生意无国界	83
做别人不愿做的生意	84
做别人不敢做的生意	85
做别人想不到的生意	86
只有失败的投资,没有失败的市场	87
永远不做大多数	88
把梳子卖给和尚的精神	89
信息越闭塞,资源越缺乏的地方,生意越好做	90

七、眼光决定了市场的机会

做生意最重要的是眼光。眼界有多宽,商路就有多宽。浙江商人平时谨慎而低调,可一旦嗅到了市场的气息,就会像猎犬一样迅速出击,抢先找到猎物,旁人只好眼睁睁地看着浙江人将钱赚走。浙商认为市场不好的时候往往是机会最好的时候。所以对浙江商人来说,机会无时不有,无处不在,关键在于能否练就一双敏锐的“市场眼”。

富人思来年,穷人思眼前	94
走在政策的前面	95
机会不是等来的	96
敢于标新立异	97
敢于蛇吞大象	98
永远做最强者	99
头道汤的味道最好	100
先跑一小步,领先一大步	102
眼光要准,出手要快	103
该出手时必出手	104
无孔不入的商业触角	105

别人恐慌时,也许是你进入的最好机会	106
机遇:瞬间的命运	107
商机青睐有准备的商家	108
运气——机会——财气的转化	108
不可盲目跟风	109

八、别人忙于搞竞争,浙商忙于搞“竞合”

与浙江商人做生意,通常只有两个选择:要么与他合作,要么被他打败。而对于这两个选择,浙江商人更喜欢合作。“同行不妒,商而成帮”,这是浙江商人经商的真实写照。在浙商,特别是新浙商的观念里,经济活动中矛盾的解决,不是靠通过斗争,矛盾的一方吃掉另一方;而是靠协调,竞争有时要靠合作,竞争的目的不是吃掉对方,而是为了共赢。

生意场上有对手,没有敌人	112
赚钱不要赚到尽	113
“梯子哲学”,你帮我,我帮你	114
竞争有助于让自己看清自己	115
独特的森林经济	116
同行不嫉,事情好办	117
善于合作求利益	118
学会为对方着想	120
目光长远,善待盟友	120
利益均沾原则	121
成长的秘密:合作与共荣	122
多与同行交流	123
做生意要尊重商业惯例	124
可以拼质量,但别拼价格	126
你发展,我发财	127

九、方法对路,生意才能对路

赚钱要有方法,做生意要有门道。现在,单纯靠遗产、关系、运气、施舍、体力和勤奋赚大钱,已经不太现实了。做生意并不难,关键在于方法和思路对不对。许多看来不易成交的生意,只要方法对路就可以促成。走对路,才会有出路。浙江人到各个地方去做生意;能做出很多其他人看不出来的生意;或者同样生意,浙江人却能使用不同的做法“化腐朽为神奇”。

生意靠做,也靠炒	132
超额完成任务并不好	133
不主张无节制扩张发展	134
做大先做强,求快先求稳	135
不怕亏,就怕停	136
经商切忌自命清高	137
踩着“本土”走向全球	138
浙江商人的“三不做”	139
做生意在于得人	139
店不在于多,在于精	140
小生意做事,大生意做市	141
上赶着不是买卖	142
经验是赚钱的陷阱	143

十、做事要低调,做人不张扬

浙商都不喜欢见记者,年销售几亿几十亿的大公司,老板没有一篇个人专访,这在浙商中并不稀奇。其次,浙商也不喜欢到公众场合露面,即使是一些在很多人看来很重要的场合。浙商信奉一条规则:只做不讲,或者多做少讲。

经商要有所为有所不为	146
资本决定发言权,但不轻易让别人知道你有多大的发言权	146
守住做事底线	148
大义成就大事业	149
讷于言,敏于行	151
低调是一个大生意人的本色	152
即使很有钱,也不忙于出名	153
躲在“背后”闷声发财	154
只做不讲,或者多做少讲	155

十一、浙商能有今天,离不开“诚信”二字

做生意看起来是卖,实质上是“买”,通过诚信经营,取得顾客信任,就“买”下了顾客的心,“买”下了一批不走的顾客。很多浙商之间非常信任、经常合作,有时候企业间借钱只需要在烟盒上写借条就可以了。在浙江,很多商人因其过硬的诚信品质,无需担保,也不用抵押,仅凭自己的一个签名就能得到银行数以千万的贷款。正如老浙商冯根生所说,如今整个浙商的精神就是将戒欺、诚信、拼搏、苦干加在一起。

浙江人吃过不讲诚信的亏	158
五成做事,五成做人	159
诚信或许会让你有一时的利益之失,但会让你有永续的市场人脉	160
浙商最看重的是商德	161
做生意,实在一点好	162
经营要走正道,为人要讲正气,产品要讲信誉	163
商会自律诚信	164
恒信者昌	165
你自己必须守信,一诺千金,但对不守信的人例外	167
得到了不应得到的,就会失去不该失去的	168

十二、节约是浙商靠低廉成本赢得市场的“利刃”

在经济学中,有一个千古不易的商业秘诀,那就是开源节流。浙商一直把别人认为过时的东西——“节俭”视为创业守业的商道宝典。他们做生意的时候,算大账,更算细账。一个身价以亿万计的浙江商人对他的办公室人员说:“买十把扫帚还不去批发?太浪费了。”正因为浙江商人对每一笔支出、每一笔花费都十分敏感,十分计较,所以他们才能在激烈的市场竞争中,以低廉成本赢得市场,成了商场上经常的赢家。

将成本控制到每一分钱,将盈利增加到极限	172
不精打细算,就保不住微利	173
节俭与成本的聚变效应	174
“抠门”出效益	175
在细节处体现节约	176
浪费一张纸,也会使商品价格上涨	177
勤俭两者不可偏废	178

十三、在浙商眼里,危机,就是危险和机遇

做生意是一项充满风险的事业,事事如意、样样顺心的情况是罕见的。事实上,逆境总是多于顺境,失败、挫折、打击和危机,常常伴随着一个人的成长。风险意识、危机意识,生意人什么时候都不能丢。但利用得好,风险也是机遇。一位很成功的浙江商人说:“生意很顺的时候,他一定是铁青着脸的,因为大家都开心,也就有危机存在;而大家都很痛苦的时候,机会往往就来了。”危机能把一个商人击倒,但当把它看做一个机会的时候,它又能使倒下的商人站起来。

机遇在于胆识	182
风险中存在商机	182
不怕有风险,就怕不谨慎	184

今天很残酷,明天更残酷,后天很美好	185
通过求变化解风险	186
做生意最大的冒险就是不去冒险	187
事后控制不如事前控制	188
有危机是常态,没有危机才是异常	189
在危机中寻找商机	190
判断准,才能不失手	191
最具有诱惑力的时候要沉住气	192
抓大事不忽视小事,放眼全局不忽视细节	193
大势好未必你好,大势不好未必你不好	194
敢于对机会说“NO”	195
不求稀里糊涂成功	196
做生意不是你想快就能快的	197
胆识靠见识	198
分清楚什么是勇敢,什么是无知	199

十四、打造好产品:代理商主动上门,生意就好做

一位浙江商人说:“如果不在‘质’上斤斤计较,就难在‘量’上绰绰有余。人们愿意花大价钱买名牌并不完全是顾客的虚荣心在作祟,在更大程度上往往意味着信任、质量和服务。”一个商人的成功有很多因素,有一个好的产品绝对是一个很重要的因素,而真正的好产品通常涵盖了质量好、适销对路和服务周到等诸多方面。

没有质量,一切都是负数	202
产品本身是最好的推销员	203
寻求差异	204
产品是商业链条的关键	205
为了口碑,赔钱也要保证质量	206
顾客最大的满意是对产品的满意	208