

# 经商秘诀



海南摄影美术出版社

(琼)新登字 02 号

责任编辑:郭中勤

封面设计:胡益明



ISBN7—80571—146—7/G·29 定价:3.8



# 经商秘诀

天才 编著

(琼)新登字 02 号

责任编辑:郭中勤

## 经商秘诀

天才编著

海南摄影美术出版社出版总发行

(海口市南航路 2 号)

各地新华书店经销

江门日报社印刷厂印刷

---

开本:32 印张:6.20 字数:140 千字

1993 年 10 月第一版 1993 年 10 月第一次印刷

印数:1—50 000 册

---

ISBN7 · 80571—140—7/G · 29 定价:3.80 元

# 目 录

048171

|                           |      |
|---------------------------|------|
| <b>第一章 打铁靠技巧,经商要门道</b>    | (1)  |
| 1、梦幻变真金                   | (1)  |
| 2、家有千万担,不如开个店             | (2)  |
| 3、莫嫌利小,但求客多               | (3)  |
| 4、做生意不在行,好似瞎子撞南墙          | (4)  |
| 5、修桥先测水,经商先熟市             | (6)  |
| 6、熟水路才能划好船                | (7)  |
| 7、生意三要诀                   | (9)  |
| 8、善出新招,生意兴旺               | (10) |
| 9、瞄准女性和嘴巴                 | (16) |
| 10、神奇的创业法则                | (18) |
| <b>第二章 白手起家,妙在抓住商机</b>    | (24) |
| 11、生而贫困并无过错,死而贫困才是遗憾      | (24) |
| 12、爱钱是经商的强大动力             | (27) |
| 13、不怕生意难,就怕志气短            | (28) |
| 14、神奇的“点子”助你发迹            | (29) |
| 15、店有雅号客自来                | (35) |
| 16、要想开好店,先把地利占            | (37) |
| 17、莫错商机                   | (39) |
| 18、信息是个宝,还须用得巧            | (40) |
| 19、聚三江之财,取四海之利            | (50) |
| 20、充分利用人们的“窥视”心理          | (52) |
| <b>第三章 当老板容易,做一名精明老板难</b> | (55) |
| 21、老板拦路虎                  | (55) |
| 22、精明老板的性格特征              | (58) |
| 23、学会做奴仆                  | (61) |
| 24、老板的肚子能撑船               | (70) |
| 25、经商成功的 17 条原则           | (71) |
| 26、经理站柜台,生意从中来            | (73) |
| 27、消除烦恼的窍门                | (73) |



|                             |              |
|-----------------------------|--------------|
| 28、赚钱的材料.....               | (74)         |
| 29、门外汉切莫行商道.....            | (75)         |
| 30、怎样在失败中崛起.....            | (76)         |
| <b>第四章 经营有韬略,推销靠诀窍.....</b> | <b>(78)</b>  |
| 31、进门三相,看客下面.....           | (78)         |
| 32、小店买个便,大店买个全.....         | (80)         |
| 33、七分船算,三分魄力.....           | (81)         |
| 34、兵贵神速商鬼速.....             | (82)         |
| 35、褒奖是看客,贬低是买主.....         | (83)         |
| 36、主随客便,货随人愿.....           | (85)         |
| 37、人要衣裳马要鞍,商品要有好装璜.....     | (86)         |
| 38、狐假虎威经营法.....             | (86)         |
| 39、见缝插针促销术.....             | (87)         |
| 40、贵出如粪土,贱取如珠玉.....         | (90)         |
| 41、薄利多销,市不二价.....           | (91)         |
| 42、大生意要走,小生意要守.....         | (94)         |
| 43、馈赠比降价好.....              | (94)         |
| 44、骗人一分钱,定招万人嫌.....         | (95)         |
| 45、若要生意好,全凭腿快跑.....         | (98)         |
| <b>第五章 能说会道出财宝.....</b>     | <b>(100)</b> |
| 46、口才断想录.....               | (100)        |
| 47、分析你说话的能力.....            | (100)        |
| 48、什么钥匙开什么锁,见什么人说什么话.....   | (101)        |
| 49、让你的语言更富魅力.....           | (102)        |
| 50、口才,为你的事业成功鸣锣开道.....      | (105)        |
| 51、商业会谈成功的秘诀.....           | (107)        |
| 52、从对方感兴趣的话题谈起.....         | (109)        |
| 53、设法得到别人肯定的回答.....         | (110)        |
| 54、培养扣人心弦的语调.....           | (112)        |
| 55、你能成为口才家.....             | (112)        |
| <b>第六章 生意场合口才策略.....</b>    | <b>(115)</b> |
| 56、开局策略.....                | (115)        |
| 57、报价策略.....                | (117)        |
| 58、还价策略.....                | (121)        |
| 59、促进协议策略.....              | (125)        |

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| 60、购买谈判策略 .....            | (128) |
| 61、销售谈判策略 .....            | (132) |
| <b>第七章 谈判桌上口才术</b> .....   | (136) |
| 62、成功的谈判需要知己知彼 .....       | (136) |
| 63、采用恰当的谈判时间语 .....        | (136) |
| 64、谈判地点语的妙用 .....          | (137) |
| 65、精心选择谈判界域语 .....         | (138) |
| 66、倾听胜过口悬若河 .....          | (138) |
| 67、提问的艺术 .....             | (139) |
| 68、应答的技巧 .....             | (142) |
| 69、让对方亮底 .....             | (143) |
| 70、有分寸地让步 .....            | (144) |
| 71、怎样打破僵局 .....            | (146) |
| <b>第八章 口才攻心法</b> .....     | (148) |
| 72、为人置梯法 .....             | (148) |
| 73、“是的”效应法 .....           | (149) |
| 74、婉言拒绝法 .....             | (151) |
| 75、借题劝人法 .....             | (152) |
| 76、取信于人法 .....             | (153) |
| 77、晕轮效应法 .....             | (154) |
| 78、旁敲引导法 .....             | (155) |
| 79、热心效劳法 .....             | (156) |
| 80、背后鞠躬法 .....             | (156) |
| 81、先承后转法 .....             | (157) |
| 82、逆反效应法 .....             | (158) |
| 83、反激他人法 .....             | (159) |
| 84、迂回绕道法 .....             | (160) |
| 85、最后通牒法 .....             | (163) |
| <b>第九章 口才在广告中的妙用</b> ..... | (165) |
| 86、产品定位法 .....             | (165) |
| 87、增加内涵法 .....             | (167) |
| 88、减少内涵法 .....             | (167) |
| 89、明确承诺法 .....             | (167) |
| 90、审美价值法 .....             | (168) |
| 91、直接标题法 .....             | (169) |





## 第一章 打铁靠技巧，经商要门道

### 1、梦幻变真金

美国有一位与“财富”同义的名字，叫拿破仑·希尔，人们称他为“创造财富的权威”。他的书畅销全世界，曾突破500万册大关。他很强调致富欲望的重要，并为将致富欲望转换成实质的钱财，列出了必须采取的六个步骤：

第一步、把希望得到的金钱数额，明确地牢记心中。只说“我要有很多很多的钱！”还不够具体，应该先订出确切的金额才行，这确切的金额将在心中产生重要的作用。

第二步、正确地决定为了换取你希望得到的数额你打算付出点什么？

第三步、在心中计划实现目标金额的确切日期。

第四步、制定一个实现目标的确切计划，同时立刻付诸实行。不管是否准备妥当，先实行起来再说。

第五步、什么时候可以获得多少数额，必须详细写出来，并明确记载实行计划的细节。

第六步、每天至少两次，将你拟定好的计划朗读出来。第一次是夜晚临睡前，另一次则是早晨起床后。朗读时，你会觉得自己充满希望，特别是天天朗读，信心就会越来越强烈，好象看到你已经实现了梦想。

上述六个步骤，可以说是致富的必要条件，应该按部就班的一步一步地实施。或许你认为，在达到真正的富有之前，

先相信自己已经富有，似乎不大可能。事实上，拥有这种强烈的欲望，正是真正的原动力。只要心中常存在欲望，便令人自信十足，加上必成的决心和毅力，一定能达到你所渴望的目标。

话虽如此，以上的说法还是稍欠抽象和笼统。因此，为增进读者的了解，再举卡内基和爱迪生的例子，以作补充。

卡内基原来只是一个钢铁工人，生活的贫困和拮据不难想象。但是他却有强烈的欲望和坚定的信念，相信自己终有成功的一天。最后，经过自己的努力，果然达到目标，而成为百万富翁。发明大王爱迪生的成功秘诀，也和这六个步骤不谋而合。他不但利用这种秘诀当作储蓄钱财的手段，更作为达到目标的利器。

关键而重要的一点，是使自己的欲望和梦想，真正强烈起来。

不可否认，要获得富有势必面临激烈的竞争。所以必须注意，在拟定和实施致富计划时，切不可受泼冷水者的影响。也就是说，只要你认为自己的梦想是正当可行的，那就尽力去做，勇往直前。

爱迪生一直梦想以电作为照明的灯光，不断地锲而不舍地进行研究。在研究过程中不知失败过几次，可他从未放弃梦想，终于发明了电灯。

## 2、家有千万担，不如开个店

家有万贯资财，确实算富有了。但人常道：“死水怕的勺子舀。”家庭虽然资财不少，但一天天留下去有减无增，总有用完的一天，富有终究会变成贫穷的。如果用钱去开店、办

厂、去做生意，那情况就大不相同了。因为，钱一旦用于开店，便成为处在流通领域中的一种职能资本。它的职能便是实现价值和剩余价值。我们知道，货币经过商品再回到获得带有增量的货币，就是商业资本的周转，这样，商业资本周转得越多越快，开店赚的钱也就越多，只要愿意把店开下去，资财就会不断地增加下去，这比起万贯死财来说，当然要好得很多了。

上述理论对我们今天从事经济工作有两点重要启示：一是它告诉我们商业在积累社会财富方面有着积极的作用，同样，小本生意也能为你积累财富；二是它告诉我们资金只有在不断反复运动中才能发挥其增值的作用，为此建议你吧闲置的资金投入循环和周转的运动中去，并且尽力缩短资金周转时间，加速资金周转速度，提高资金的利用率，以便更多地增加社会财富。

### 3、莫嫌利小，但求客多

生意有大小，利润有薄厚。大生意要做，小生意也要做。因为人们的需要是多层次的，只要做得好，小生意同样可以发大财。在日常生活中，人们的需求呈立体状态，大到住房和汽车，小至钮扣和线头，都是人们的消费所不可缺少的。譬如我们吃饭的筷子，刷牙用的牙刷，热水瓶的塞子，不过是几角几分钱，但没有这些，人们生活就感到极为不便。我们经商，要考虑社会的需要，哪怕一角、一分的生意，也关系到千家万户，一定要认真对待，耐心做好。

有人说，小本生意利润薄没有赚头，只有把生意搞大，才能成为暴富。事实上，生意不在大小，精明则灵。大生意有

大生意的优势，小生意在灵活经营、方便顾客、优质服务等方面，却是大生意无法比拟的。在大商场林立的西方社会，许多顾客仍光临小商店，充分说明了小商店的生命力。

经营小本生意也能发大财，当代许多有名的大亨、富豪，都是从经营小本生意开始而发迹的。有“船王”之美誉的香港环球航运集团主席包玉刚，当初仅经营一条破旧的煤货船，用了20年时间，发展成为庞大的远洋船队。香港大亨李嘉嘉，少时丧父，家贫，为了生计，14岁就兜售胶花，沿街叫卖，干了3年，还到一家生产塑料胶花的工厂做了5年工人，22岁的时候，用平时省吃俭用积攒下来的几个钱，自立门户，开设一间小小的塑料加工厂，生产胶花，由于经营有方，小厂越做越大，到了60年代中期，他已成为香港妇孺皆知的大富翁了。

日本松下电器公司的创始人松下幸之助，最初经营的是一间生产普通电源插座的家庭小作坊。但是现在松下公司的家用电器产品遍及全球，其营业额居日本家用电器行业之冠。如果你没有大笔遗产可继承，那就脚踏实地干吧，小本生意同样能助你成功。

#### 4、做生意不在行，好似瞎子撞南墙

“行行有道，道道有行”。每一行业，每一项事业，都有自己的规律，都有其独到的学问，都有自己的行家里手。从事某一行业，要想达到精益求精，技艺娴熟的地步就得认真学习、刻苦钻研。前一个行是指行业；后一个行，是指行家、内行、专家。前一个道，是指门道、路数、规律；后一个道，既有门道、规律的含意，好有行业、事业的含意。商品流通

行业的门道与其他行业不同，它既对物又对人；既对生产、又对消费。表面上是经营商品（物），但必须面对广大群众（顾客）。不仅组织生产者把多余的商品拿出来交换，还需要通过组织交换过程，引导生产者按市场需求改进生产等等。他不仅涉及的范围广、领域宽，而且变化快、谋术多。只有真正懂了行，成为行家，才能把生意经营好。

俗话说：“路不走，长出草，行不熟，瞎胡跑；做生意，不在行，好似瞎子撞南墙”。在这里，“行熟”，“在行”，就是懂行、内行，熟悉并精通本行业业务的意思。对于流通行业来说，就是能够掌握经商的基本要领和每一环节的应有对策。没有这一条，不懂得经营的诀窍，便会象瞎子一样，到处乱撞、到处碰壁，难以达到预想的效果。

人们开店，总期望能顾客满堂、生意兴隆。但这只是一种良好的愿望，真正要成为现实，就必须先摸行情。（1）摸清你所经营的商品在当地有没有销路；（2）摸清你的商品能不能卖上价，也就是有没有良好的经济效益；（3）摸清你的商品货源如何，商场发展趋势，价格看涨看落，有无竞争对手等等。只有把这些行情摸清楚了，才能使你的商店立足于—市，取利于四方。否则要失败而关门大吉的。

古代曾有位鲁国人跑到没有穿鞋习惯的越国人那里去卖鞋，因而吃了亏。最近某报登载一个现实的例子：湖北天门县一个熟食专业户，用蒸汽为能源加工菜肴，分为劳蒸、素蒸和劳素合蒸，取名“三蒸菜馆”，在湖北一带颇负盛名。于是，他到南京也开起了“三蒸”菜馆。起初几天，生意还好，可是往后却日渐清淡，很不景气。最后只得放弃传统的“三蒸”手艺术，改营面条，馄饨维持门面，原因何在呢？很简



单，因为南京顾客的口味和湖北顾客有异也。因此，“不摸行情休开店”的说法是有道理的。

### 5、修桥先测水，经商先熟市

无论做什么买卖，一入手便应摸准信息，熟悉市场情况。比如你要开始一项商业经营，打算从50里以外的农村买一车瓜果，到某个城市去售卖。首先要弄清这个城市的瓜果售价是多少，批发价若干，零售价多少，而农村瓜果的卖价又是若干。路途中要走多长时间，需花销多少费用，当你把瓜运到之后，这个城市的瓜果价可能上涨，或是下跌等等。然后再确定你这笔生意能不能做。因为商品价格，不论是卖者还是买者，都不能肯定其价格永不变化，都受时间和空间的制约。所谓“时间”，是指纵向变化，如春夏秋冬、早晨夜晚等，时间拉得越长，变化的可能性越大。所谓“空间”，是指横向变化，产地销地、甲处乙处、国内国外，等等。距离越远，变化越大。“早晚市价不同”，虽是指一部分商品（特别是鲜活商品），但形象地说明了商品价格、市场行情的迅速多变，应该高度重视。只有熟悉市场行情变化，才能达到财源茂盛的目的。

那么，怎样才能把握市场行情的浮动变化情况呢？一般采用以下五个方法：一是亲自到市场上去观察、询问、了解、分析。从市场上某些商品价格的高低，销售的疲倦和货源的多寡，预测价格升降的可能趋向。

二是由自己或派人到产品（商品）的产地或销地调查了解生产数量和销售去向，以及由此对自身经营可能造成的影响。

三是与销地或产地的同行建立可靠的联系网络，经常互通情报，互相亲流信息，做到心中有数。

四是从报纸、刊物、电台、影视广告节目中去选择、摄取、筛选，分析行情可能发生的变化。

五是从基层购销门店的经营变化，从商品畅销、滞销的迹象中，分析、筛选，得出自己对行市变化的合理预测。

否认运用什么形式、什么方法搜集的行情信息，都不能轻率地偏信，而必须认真地分析、提炼，去粗存精，去伪存真，从中找出对自身经营有利的东西。切忌一听便信，一信便办，被错误的信息引入歧途，做出不切合实际的决策。

## 6、熟水路才能划好船

俗话说：“隔行如隔山”。经商也是这样，当你对某一领域不精通，冒然投资于该领域，多半会血本无归。因此，一个精明的商人，往往朝自己熟悉的领域发展。只有这样，才能在异常的市场条件左右逢源，走出困境。

生产经营是经营者自己的事，在市场需要的前提下，选择经营项目，还要尽量结合自己的特长，最好不要一开始就在关键的技术上依赖别人。个体经营的企业，尤其要注意这一点。复员军人魏德义在部队当过修理技工，平时很爱钻研技术，经常搞一些小革新、小发明。1983年回到家乡河北保定市南郊史在村，靠自己的技术创办了太行建筑设备厂。魏德义在部队小工厂干过，从而学会了捕捉信息、根据市场需要确定产品的一套办法。短短三年内，把一个由四五人组成的乡间作坊式的小厂，发展成为拥有一百五十多名职工，有比较先进的设备，能生产高质量产品的新型乡镇企业。他们

的产品畅销全国 28 个省、市、自治区，还打入了国际市场，实现产值六百余万元，给国家上交利税 60 万元，吸引日、美等国的同行业经营人员多次到这个厂来考察。他创办的乡镇企业经验，被誉为“太行之路”。

靠自己的特长办企业，最大的优点是生产容易搞活，发展潜力大，不会受人事变动的影 响。天津盛锡福帽庄，是山东人刘锡三创办的。他幼年家贫，曾经在青岛一家外国人开办的饭店当服务员，后来经人介绍到美国人经营的美清洋行当练习生，学习辫出口草帽的业务，利用这个机会，也学了不少关于加工草帽的知识。1911 年刘锡三和他的表兄黄某在天津估衣街合开了“盛聚福帽店”，专门制作草帽出售。1925 年黄某病故，刘锡三自己担任经理，独立经营。为了扩充业务，他将店房，由估衣街迁到最繁华的旧法租界劝业场一带，又从国外引进新式草帽机，把制作车间就设在门市部的后面。这种前店后厂的结构，把生产和销售直接联系起来，可以减少许多中间环节，也节省了开支。刘锡三自己懂技术，对制作过程的各道工序他都精通，所以生产的草帽质量好、价格低，销路很好。这时刘锡三已将店名改为“盛锡福”，并用“三帽”商标。这样就把他的名字“锡三”两个字和店名、商标结合在一起，表明了非创出名牌不可的抱负。几年后，经他苦心钻研，又首创用各色毛线、棉线、棕丝制成各式帽子，种类繁多，式样美观大方，很受顾客欢迎。盛锡福的帽子很快就成为远近闻名的名牌产品，不仅行销全国，在欧洲、亚洲、非洲都享有盛誉。30 年代，在 16 个国家有盛锡福帽店的代销处，戴“三帽”牌的帽子，已成为一种时髦的标志。这时的盛锡福帽庄，已经发展成下设六个分厂的联合企业，刘

锡三自任总经理，仍然亲自掌握着生产工艺，主要产品都由他亲自把关。这个老字号，一直延续到现在。

## 7、生意三要诀

“做生意，讲三诀：天时、地利与人和”。这是古人经商的经验之谈。诀，即诀窍、门道、要领；也就是言简意赅的办法、谋略和技巧。

做生意的技巧，主要是把准天时、地利、人和三大要素。

天时，是指对天气、季节、时令的掌握。早在一些文献中，对“天时”就有很多论述。《周易·乾》这本书中曾说：“先天而天弗违，后天而奉天时”，在另一本名叫《管子·牧民》的书又称：“不务天时，则财不生”；还有本名《荀子·王霸》的书还说：“上不失天时，下不失地利，中得人和而百事不废”。经商，首先要掌握住时令、季节的变化。即农副产品的收获季节，也就是农民们销售其产品的季节。从事农副产品购销的经营者，就要提前准备资金，准备包装材料、储藏地点、运输工具，以便及时地收购和调运。同时，农民们卖出了产品，手中有了钱，又要购买生产资料或生活用品；或进行婚葬嫁娶，或修房盖屋。经营商业的，又需准备充足的货物，让农民们购买。假若把握不住这个“天时”，抓不准这个时机，就会形成整个经营过程的被动局面。

地利，系指本地的特点和优势。包括当地产品优势和商业网点、门面的摆布以及交通条件等等。比如，某地出产棉花、粮食或药材；某地近水，人们从事捕捞；某地处于交通要道，群众从事搬运服务等。商业经营者，应从当地特点出发，选择自己的经营品种和门路。或推销山货土产；或加工