

山西人民出版社

老板必读
“下海”必读

愿你生意兴隆

■ 孟健伟 林 燕

Tel: 440440 440177 4402
Cable: Taiyuan 0086
Zip Code: 030001



晋新登字 6 号

愿你生意兴隆

孟建伟 林 燕

*

山西人民出版社出版发行(太原并州北路十一号)

山西省新华书店经销 山西省党校印刷厂印刷

*

开本:787×1092 1/32 印张:9.5 字数:201 千字

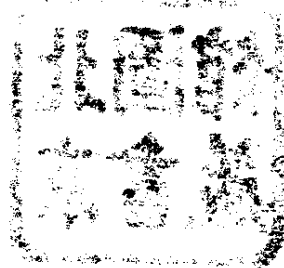
1993 年 7 月第 1 版 1993 年 7 月太原第 1 次印刷

印数:1—10000 册

*

ISBN 7—203—02688—4

G·1098 定价:5.80 元



序 言

随着经济大潮的来临,随着政府机制的转换,一大批适应形势需要的“下海者”,已经开始或者正在积极准备当一个称职的老板。同时一些经商办厂多年的资格较老的老板们也深感充实自己、提高素养的迫切需要。因此,为这些老板们编写一本知识面较宽、实用性较强、贴近实践、可读易懂的“老板必读”就显得很有必要了。

本书的编著力求摆脱抽象说教和“技巧大全”这两种俗套,希望能用生动的实例引路,向读者提供实用性较强的基础知识和基本技能。

全书共分五大部分:

“老板的素养”是总体目标,愿广大工商企业的老板们从自身的基本素质和修养抓起,使自己具备一位老板不可缺少的“底功”。

“交际的原则”是社交方针,愿广大工商企业的老板们广交朋友、广开财路,用自身以诚待人的形象争取社会公众的理解和支持。

“宣传的谋略”是扬名的计策,愿广大工商企业的老板们扬名有术、广告有方,用自己的聪明和智慧塑造企业形象,有

效地提高企业和商品的知名度与美誉度。

“谈判的技巧”是买卖的桥梁，愿广大工商企业的老板们结识更多的合作伙伴，开拓更大的经营天地，在谈判中有勇有谋，以求互惠互利。

“公关的艺术”是管理的法宝、促销的诀窍，愿广大工商企业的老板们增强公关意识、掌握公关技巧，运用公关手段创造良好的内部和外部环境。

“五合一”是本书内容的一个特点，“案例化”是本书体例的另一个特点。读一本书，学五门课；看完一则案例，思考一条规律，这正是《愿你生意兴隆》的特色。

一次次经济大潮，涌现了一批批老板；一批批老板，又声势浩大地推动了一次次经济大潮。业已脱颖、刚刚起步的老板们以及正在积极准备“下海”的未来的老板们，请接受本书编著者的衷心祝愿：

愿你生意兴隆！

编 者

1993年6月15日

目 录

序 言

第一篇 老板的素养

一、有胆有识	生财有道	3
二、多谋善断	管理有方	9
三、精打细算	经营有术	16
四、眼宽心活	左右逢源	21
五、能屈能伸	东山再起	31
六、广结善缘	一帆风顺	36
七、重视科技	一本万利	43
八、知人善任	众志成城	49
九、克勤克俭	起家兴业	56
十、重义守法	树立形象	61

第二篇 交际的原则

十一、异中求同	感情靠拢	69
十二、委婉其辞	避开障碍	74
十三、宽容大度	柔能克刚	79
十四、乐于夸人	恰如其分	84
十五、研究心理	对症下药	90

十六、细微之处	尤显真情	95
十七、给人台阶	于己方便	100
十八、调整角色	适应环境	105
十九、举手投足	皆有礼仪	110
二十、遣词运句	传情达意	115

第三篇 宣传的谋略

二十一、广告宣传	攻心为上	123
二十二、多路出击	重点进攻	130
二十三、“CI”设计	一石数鸟	135
二十四、因地制宜	随机应变	140
二十五、明修栈道	暗渡陈仓	147
二十六、反弹琵琶	以稀取胜	152
二十七、无言桃李	下自成蹊	159
二十八、借风行船	借旗扬名	164
二十九、将欲取之	必先与之	172
三十、店字牌号	师出有名	181

第四篇 谈判的技巧

三十一、不争胜败	只求互利	191
三十二、不讲定式	要凭应变	196
三十三、不靠侥幸	全仗素养	201
三十四、讨价还价	有杀有砍	206
三十五、感情投资	有效有益	211
三十六、化解僵局	转危为安	216
三十七、巧用拒绝	争取主动	221
三十八、根据对象	制定策略	226
三十九、重视信息	把握战机	231

四 十、中西风格	内外差别	236
第五篇 公关的艺术		
四十一、名扬天下	财通四海	243
四十二、声誉并重	情谊无价	249
四十三、眼观六路	耳听八方	254
四十四、借题发挥	借冕传扬	259
四十五、消灾避祸	系铃解铃	265
四十六、独树一帜	永不褪色	271
四十七、精心插柳	柳树成荫	275
四十八、左邻通福	右舍进财	280
四十九、竞争对手	非敌是友	285
五 十、人心所向	发达兴旺	290

第一篇 老板的素养

事业发展的基础

成才成功的条件

经商的无形“资本”

办厂的重要“设备”

一、有胆有识 生财有道

有人说：“商场犹如战场”、“经济竞争是不流血的战争”。细细想来，这些话确有一番道理，因为，“商场”与“战场”、“商人”与“军人”，的确存在某些共同之处：军事对抗，要斗勇斗智；经济竞争，同样须有胆有识。无论是军人还是商人，强者、胜者，必然是勇略兼备的人，有胆无识或有识无胆，最终都难成大器。

但由于“商场”与“战场”毕竟属于不同形式的竞争，因此其“胆”与“识”也有不同的内涵。那么，对于商人、企业家来说，他们的“胆”与“识”都表现在哪些方面呢？

先说“胆魄”。

胆魄之一：敢冒风险。

敢冒风险，首先表现在敢于干别人不敢干的事。六十年初，随着香港的日益繁荣，建筑业也兴盛起来，因而海砂便成了一种需求量较大的建筑材料。但当时香港企业、工商界人士都不敢去做淘砂的工作。原因很简单：这个行当用工多、获利少、赚钱难。而霍英东却出人意料地决定向淘砂业进军。他先投资买了一艘大型挖泥船，后来又购进一批专用淘砂机械船，闯入了淘砂的“险区”。这时的霍英东，可以说是承担着双重风险：能否获利，这是其一；能否赚回投资，这是其二，因为其它尚且不说，仅一条大型挖泥船，霍英东就花掉了120万港币。

人们对霍英东此举都大惑不解，但霍英东的“算盘”却打得非常精细：他与香港当局签订长年合同，承担了香港的填海工程和挖深海床的工程，以图稳妥获利；同时又与各建筑公司签订长期供砂合同，以图长久获利。“淘砂”一举，同获两“利”，时间越长，获利自然越多。不久，他获得了香港海砂供应的专利权，成为香港淘砂业的头号大亨。

敢冒风险，还表现在敢于在绝境之中出奇制胜。台湾“塑胶大王”王永庆在踏入塑胶行业时，面临着两重困境：一是日本产品充斥台湾市场，二是台湾市场对塑胶的需求量非常有限。面对困境，他以惊人的胆魄决定：更新设备以提高质量，增加生产以降低成本！不久，台塑公司就以质优价更廉的产品打开了岛内外市场。明知产品供过于求，却坚持增加生产，这需要担多么大的风险！

胆魄之二：勇于开拓。

勇于开拓新的领域，是一种冒险精神，更是一种创新意识。新领域往往有“新利”可图，但也充满了风险。敢于开拓，才有可能先人一步占领市场，获取别人意想不到的“利”。

英国的劳埃德保险行是世界上最大、历史最悠久的保险企业。它创办于1688年，创办者是爱德华·劳埃德。这个历史悠久的保险行有个传统，就是“在市场上争取最新保险形式的第一名”。世界上出现一种新事物，同行们还在观望时，他们就已开设了相应的保险业务。如1886年汽车诞生后，为满足客户的要求；劳埃德保险行于1909年首先开设了这一形式的保险，而当时英文中还没有“汽车”这一名词呢，劳埃德只得暂时将这一保险项目称之为“陆地航行的船”。本世纪中期，太空技术发展起来，他们又成为首家开设此项保险业务的保险公

司。电脑刚出现不久,他们又首开电脑的保险业务。正是由于他们勇于开拓新领域,加之敢担风险、恪守信誉,因而吸引了国内外众多的客户,每年仅上交英国政府的税金就高达十几亿美元。

胆魄之三:勇于改革。

对旧的用工体制、工作制度、管理措施、组织机构等进行改革,势必要触犯一些人的利益,从而受到多方面的抵制。但要提高生产效率,就不能安于现状,不能因为会受到人们反对就裹足不前。富有开拓、创新意识的企业家同时又是改革的勇士,敢于闯“禁区”,敢于拨动敏感的“神经”。当然,高明的企业家在改革时,更是敢于让那些认为改革会危及自己利益的人参与改革措施的讨论与制定,赢得他们的谅解与支持,降低改革中所受到的阻力。

再说“卓识”

“卓识”之一:审时度势。

审时度势,首先表现为有政治头脑。毛泽东同志说:“经济是基础,政治则是经济的集中表现”。既如此,经济不可能游离于政治。说“白”了,经济的兴衰常常会受政治风云的影响。一个富有远见卓识的商人、企业家,同时又应是一个富有政治头脑的人。例如,十二届三中全会后,我国的政治气候发生了明显的变化,海外一些企业家凭着敏锐的政治嗅觉,感到中国政治气候的变化将形成一个有利的投资环境,率先到中国大陆投资,包玉刚、霍英东、李嘉诚等就是这样一批富有政治头脑的企业家。

审时度势,还表现在有市场观念。要敏锐地发现市场的需求和变化,根据这些需求和变化,制定生产和营销策略。30年

代闻名遐迩的“万金油大王”胡文虎的起家兴业，就得益于他那过人的观察、寻找市场的能力。胡文虎的父亲是一位移居缅甸仰光的中药店老板。儿时的耳濡目染，胡文虎对中药材相当熟悉。按理说，他自己开个中药店，该是轻车熟路的事。但胡文虎有自己的高见：当时东南亚一带的中药店已经饱和，自己再去“凑热闹”，无疑难以鹤立鸡群。东南亚是热带雨林气候，蚊虫较多，气候炎热，蚊叮虫咬、中暑头痛一类的事对那儿的人们来说，几乎是“家常便饭”。他想：最畅销的药必定是千千万万人最常用的药。于是，他在新加坡建立了“虎标永安堂”，并发明、推出了“万金油”，结果大受欢迎，胡文虎也因此发了财。

香港长江实业(集团)有限公司董事会主席李嘉诚也很善于根据市场的变化决定自己的经营。1950年，李嘉诚创立了长江实业有限公司，专门生产玩具和家庭用品。五十年代后半期，欧美市场的塑料花草非常受欢迎，无论是普通家庭还是办公室，都喜欢用塑料花草做点缀或装饰品，因此需求量很大。于是，李嘉诚决定大量生产这类产品，大批出口欧美国家，结果发了一笔大财。后来，他又看准了香港的发展所带来的房地产行业的大发展，便扭转业务方向，开始经营房地产。他贷款买地建楼，然后出售，不几年，便成为亿万富翁。

“卓识”之二：科学预见。

古人说：“智者见于未萌，愚者暗于成事”，这句话的意思是说，聪明人在事情还没有萌发时就已看出了苗头，而愚笨的人在事情已成定局后仍不甚明了。“见于未萌”就是一种预见能力，商人、企业家就应该是一个“见于未萌”的“智者”，在捕捉市场上先人一步。美国著名企业家哈默 30 年代后期曾听到

这样一个信息：各种迹象表明，在众多问鼎白宫的总统候选人中，罗斯福是最有实力和希望的。如果他入主白宫，1919年通过的禁酒令将被废除。他立刻预见到，未来几年内酒桶的需求量将猛增，而当时美国市场上却没有酒桶。于是哈默投资建起了一座现代化的酒桶厂，大批量生产酒桶。后来的事实证实了他的预见，罗斯福上台，禁酒令废除，哈默的酒桶也一售而空。

预见不是未卜先知，更不是占卦算命，它是建立在对社会发展趋势和市场变化动态的科学分析的基础之上的。席尔斯和华德是美国两个很有名气的实业家。二次大战后，席尔斯预见到美国人将尽量移居市郊，以汽车代步。根据这一预见，席尔斯将他的百货公司分设于市郊各地，而不是设在都市中心。而华德却有相反的看法，他认为世界必将趋于萧条，说不定另一次经济危机又将到来，因此他特别重视市中心的商店。结果，席尔斯的预测是对的，他的公司也因此获得了长足的发展；华德预测的失误，使他失去了一次发展的大好机会。由此可见，预见的科学与否，关系着事业的成败。

“卓识”之三：从长计议。

俗话说：“人无远虑，必有近忧”，如果只顾眼前利益，不作长远打算，只有短期行为，没有远大目标，那么这个企业的前景就不大乐观了。有的企业家打比方说：办企业好比下象棋，每出一步棋，同时要谋划好后面的几步棋该怎么走。这个比喻很有道理。企业要生存、要发展，企业家必须有远大的战略眼光。例如前些年，国内市场上的“三大件”（彩电、冰箱、洗衣机）很紧俏，一些厂家为获取一时之利，不顾国内现有生产线的产量将在两三年内即可满足市场需求的趋势，盲目花巨资从国外引进生产线，可待他们成批生产后，市场已趋饱和，不

但产品积压如山,而且生产线也几乎成了废物,给国家和企业造成巨大浪费。而一些精明的企业则不然,在自己生产的“三大件”处于销售高峰时,已开始着手转产新“三大件”(录相机、空调、微波炉),在市场上始终立于不败之地。以生产“新乐”牌洗衣机著称的宁波洗衣机厂转产空调,就是一个典型的例子。

“胆”与“识”是结合在一起的,不能割裂看待。有胆无识,是莽撞行事、盲目冒险;有识无胆,又会因优柔寡断而坐失良机。从前面所举的著名企业家的事例中,无不体现出勇中有谋、谋中有勇的品质。这,正是一个企业家所必需的。

二、多谋善断 管理有方

谋,就是谋划、策划;断,就是决定、决断。“谋”与“断”作为企业家必备的素质,就是周密的谋划能力和果敢的决断能力。

“先谋后事”,这是古今中外优秀的政治家、军事家、企业家们共同的特点之一,“当机立断”,又是他们在云谲波诡的事态面前所表现出的优良品格。古人说:“凡事预则立,不预则废”,又说:“当断不断,反受其乱”,这都是在告诉人们事先谋划和当机立断的重要性。

谋,集中体现在“运筹”二字上。运筹,就是制定一个最优的行动方案。我国北宋时有个“挖沟修宫”的故事。有一次皇城失火,皇宫烧毁,宋真宗命大臣丁谓主持皇宫修复工程。丁谓制定了这样一个施工方案:将皇宫门前的一条大街挖成一条大沟,用挖出来的土烧砖;再将水灌入大沟,运送建筑材料;待工程竣工,再将原来废墟上的砖块瓦砾填入沟内,修复原来的大街。挖沟一举,同时解决了就地取土运砖、运送建筑材料及清理废墟三个问题。这说明,谋,首先要讲求优化。

谋,还要均衡利益。无论在生产领域还是在流通领域,求“利”,是一个最直接的目的。但“利”有远近大小之分,谋“利”,就要舍近求远,舍小求大。

包玉刚创建自己的“环球航运公司”时,只有一条旧货轮。当时世界航运界通行按照船只航行里程计算租金的单程包租

办法,这种租用形式运费收入高,一条油轮跑一趟中东便可赚得 500 多万美元。但包玉刚明白,靠运费收入的积累再投资,根本不可能在短期内扩充自己的船队。要迅速发展,必须靠银行的低息长期贷款。而要取得这种贷款,又必须使银行确信你的事业有前途,有长其可靠的利润。于是,包玉刚把这条船以很低的租金长期租给日本一家公司,然后凭这份长期租船合同向银行申请到了长期低息贷款。有了这笔贷款,他便可买船扩充船队,不到两年的时间,他便有了七条货船。正是这种从长计议的谋略,为他登上“世界船王”的宝座奠定了坚实的基础。

江苏无锡有位名叫许福民的农民企业家,他办养殖场时,就很善于谋划,在有限的条件内挖掘出更大的利润。他的鱼塘采用立体式养殖,水的上层养青鱼,下层养鲫鱼,充分利用了水面,比养单一鱼种产量高出两倍多。他养鸭也很善于谋大利。如果养鸭卖鸭,一只鸭仅卖几元钱,而养产蛋鸭,连鸭带蛋,每只鸭可收入 30 多元。仅卖鸭蛋,利润并不高,他便把鸭蛋加工成皮蛋,每只蛋又可增收几角钱,积少成多,利润相当可观。活鸭出售时,价钱较低,他就在无锡闹市办了家烤鸭店,每只烤鸭平均以 25 元售出,而且宰鸭时内脏集中起来,加工后还可出口换取外汇。烤鸭店开张仅 10 个月,营业额高达 400 万元。可见,“谋”得好,“小钱”可以变“大钱”。

谋,还要顺应变化。事物不是一成不变的,因此谋划过程中最忌墨守陈规。谋,也须随机应变,市场需求在不断变化,谋略也要跟着变。

浙江某厂生产的一种烟灰缸质地优良,造型美观,在国际市场上十分畅销,但随着时间的流逝,这种烟灰缸却渐遭冷