

智 商

◎有志像比尔·盖茨那样用智商
轻松创造财富的经理人的必读书

智慧装在中国人的脑袋里
财富装在犹太人的口袋里

决 定

王福振◎编著

Zhishang
juedingjingshang

经 商

◎一流商人是精明加厚道，二流商人是精明加精明，三流商人是厚道加厚道。
著名经济学家、诺贝尔奖得主布坎南说：「对21世纪的商人而言，头脑是最大的资本
因为，做对的事情远比把事情做对更重要。」



石油工业出版社

智商决定情商

ZHI SHANG JUE DING JING SHANG

王福振◎编著



石油工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

智商决定经商/王福振 编著. —北京:石油工业出版社, 2007.4

ISBN 978-7-5021-5994-8

I.智…

II.王…

III.商业经营-通俗读物

IV.F715-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 035009 号

智商决定经商

王福振 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 100011)

网 址:www.petropub.cn

编辑部:(010)64523643 营销部:(010)64523603

经 销:全国新华书店

印 刷:北京京安印刷厂

2007年4月第1版 2007年4月第1次印刷

787×1092 毫米 开本:1/16 印张:16.75

字数:237 千字

定价:28.00 元

(如果出现印装质量问题,我社发行部负责调换)

版权所有,翻版必究

前言



Qian Yan

知商规,识商性,通商路;认清商道,提升商智,敢做商人。

一流商人是精明加厚道,二流商人是精明加精明,三流商人是厚道加厚道。

经商是一门很深的学问,经商不仅需要资本,更需要智慧,需要精明的头脑。用智慧经商不是耍手腕,而是一种正确的思维方式、操作技巧和办事方法。

著名经济学家、诺贝尔奖得主布坎南说:“对 21 世纪的商人而言,头脑是最大的资本。”中国商谚里更有“三年能学套好手艺,一辈子学不够的买卖人”之说。

知识经济实质上是智力经济,是一种以知识的生产和人的智力充分发挥为支撑的、全面创新的新的经济形态。经商不再仅仅是一种体力劳动,而是一个有智慧、有技巧、有思考、符合一些客观规律的逻辑过程。在知识经济时代,人的智力、知识、信息等无形资本的投入对经商成败起着决定性的作用。

所以说努力未必成功,智力可以决胜千里。智商高的人未必是经商高手,但经商高手一定具有很高的智商。在竞争日趋激烈的市场中,要么成功,要么失败。成功的商人虽未必都经历过九死一生的考验,但在生意上的敏感性极强,头脑极其灵活,在无商机处看到商机,比别人多迈半步,永远走在利润的前头。

这就要求商人腿勤、嘴勤,更重要的脑要勤。只有勤思考,才能及时整理收集到的各方面的资料信息,做到有条不紊地掌握前进的方向。只有勤思考,才能进行战略管理和创新思维,在经营活动中另辟蹊径,避免与别人分一杯残汤剩羹。

经商忌讳脑子不灵,但做奸商却不可取。有人说“无商不奸,无奸不商”,其实这是一种误解。智慧本身没有好坏,用之正道则是“阳谋”,用之邪道则是“阴谋”。很多商人相信自己的小聪明能胜过别人的大智慧,所以赢得一点小利,就以为达到目的了,其实,这离经商的最高境界还很远。

希望你能通过学习优秀的生意经,洞悉更多更高层次的经商智慧。在做生意的过程中边学边悟,巧干而不蛮干,不抱侥幸心理,用大脑经商,从而在经商活动中立于不败之地。

目 录

Mu Lu

Mu Lu

一、勤学多悟,认知商性

- | | |
|------------------|-----|
| 1. 财富教育,从小开始 | 002 |
| 2. 知识的广度决定思维的广度 | 004 |
| 3. 商场博弈论 | 006 |
| 4. 小生意做事,大生意做市 | 008 |
| 5. 生意无禁区:冲破国界打天下 | 010 |
| 6. 挣小钱靠勤奋,挣大钱靠智慧 | 011 |
| 7. 一辈子学不够的生意人 | 012 |
| 8. 善用外脑 | 014 |
| 9. 企业家要成为知本家 | 017 |

二、取巧不投机,守法更要用法

- | | |
|------------------|-----|
| 1. 绝不漏税,只赚阳光底下的钱 | 020 |
|------------------|-----|

2.在合法避税上找回一些利润	022
3.灵活性与原则性相结合	023
4.决不毁约	025
5.化智为利,化利入义	027
6.让钱追钱,让钱找钱	029
7.立足于赚而不是攒	031
8.两面占便宜	032
9.合法利用能打擦边球的灰色地带	034
10.遵守商规	036
11.利用规则	039

三、做强做大靠手腕

1.把生意做活才能大	042
2.银行是做钱生意的	044
3.融资的策略	045
4.融资“三不要”	048
5.解决现金流问题的措施	049
6.小产品,大买卖	051
7.莫因利小而不为	054
8.规模经营,薄利多销	056
9.看准市场,厚利适销	058
10.产品是商业链条的关键	060

11.加速周转,行如流水	064
12.负债不可怕,钱花不出去才是真的可怕	066

四、用人缘开辟财源

1.做中国式的人情买卖	069
2.广结善交,网罗商机	070
3.先给甜头,才有赚头	073
4.小利不舍,大利不来	075
5.假糊涂,真聪明	077
6.远距离管钱,近距离管人	079
7.仗义疏财,财愈积聚	080
8.利益均沾原则	082
9.和和气气生财旺	085

五、将运气变成财气

1.机遇:瞬间的命运	088
2.商机青睐有准备的商家	090
3.运气——机会——财气的转化	091
4.只要值得,就要去冒险	093
5.认清商律,了然于心	096
6.先人一步,“钱”途无限	097
7.办事靠脚,经商靠脑	100

8.练就一双识金的慧眼	102
9.通观全局,适时出击	104

六、会识人,用对人

1.好马往往是烈马	108
2.不论学历论能力	109
3.留住关键人才	112
4.一流人才,一流对待	115
5.让德才兼备的人脱颖而出	117
6.盘活资产首先要盘活人	119
7.不求完人,但求能人	121
8.充分运用各种人才	125
9.不轻易向部下让步	127

七、掌握信息三要诀:灵、变、准

1.注重信息,研究信息	130
2.重视收集情报	133
3.随时留意身边的商业信息	136
4.信息越快越准,赚钱越快越多	138
5.提取有效信息	140
6.时变我变,及时收缩	143

7.快鱼吃慢鱼	145
8.看得见的手和看不见的手	147
9.小策略看对手,大策略看市场	149
10.睁大眼睛看行情	152
11.知市通市,乐观时变	154
12.客户来问货,信息送上门	156

八、观察·思考·分析

1.没有敏锐的目光,做不了大生意	160
2.看得多远,生意就能做多远	161
3.用懒人的思维想问题	163
4.发现和辨别事物之间的联系	166
5.转化思路,冲出重围	168
6.不同的顾客类型	170
7.分析顾客的心理	171
8.操纵“心理暗示术”,让顾客跟着感觉走	174
9.每天脑子转八圈	176
10.做好风险评估	179
11.对市场细分,再细分	182
12.企业发展从标准化开始	184

九、经验·判断·决策

1.总结可以把经验上升为智慧	188
2.不可过分依赖经验	189
3.把未来5年的宝押对	191
4.对每一桩生意都要保持警惕	193
5.投资之前先吃透政策	195
6.先找市场,再找市长	197
7.有预算,才有信心	199
8.不仅要跟上变化,还要预见变化	200
9.事后控制不如事前控制	202
10.处变不惊的心理素质	204
11.有危机是常态,没有危机才是异常	207
12.在危机中寻找商机	209
13.关键时候必须做出准确的判断	212
14.在面对最具有诱惑力的事情时要沉住气	214

十、创新·技术·发展

1.互联网时代的生意经	217
2.关键技术执商业牛耳	218
3.消化创新,打造自有品牌	220
4.远离“红海”,走近“蓝海”	223
5.生意人要善于将不可能变为可能	226

6.技术创新	227
7.产品创新与思路创新	230
8.专利战略与可持续发展	231
9.重视“绿色壁垒”	233

十一、品牌·学习·出奇制胜

1.名气本身就是资本	236
2.战略高于管理	238
3.字号是商家的生命	239
4.同名品牌扩张:产品种类延伸	241
5.异名品牌扩张:产品种类细分	243
6.设计和工艺可以克隆,文化不可抄袭	244
7.嘴硬不如货硬	246
8.创名牌,做绝活	248
9.精品也需要包装	249
10.利用名人效应	251
11.生意靠做,也靠“炒”	253

一、勤学多悟，认知商性





1. 财富教育, 从小开始

一个人的能力不是天生的,但却是要从小培养的。

——《羊皮卷》

1935年,奥地利动物学家、诺贝尔奖学金获得者洛伦兹(K·Lorenz)发现:在动物早期发展过程中,动物的某一反应或某一组反应是在某一特定时期或阶段中才容易获得的,最容易形成的,如果错过这个时期或阶段,就不容易再出现这样好的“时机”。这个关键的“时机”就叫“关键期”。

“关键期”在人的智力、经商能力的形成过程中同样存在。

犹太人从小就接受了经商方面的知识,明白许多做生意方面的道理,所以,成人后的犹太人就比其他民族的人会做生意,很多人年纪轻轻就成为生意场上的精英,被称为“天生会做生意的人”。

犹太人对于投资的教育是世界闻名的:他们会给刚满周岁的小孩送股票,这成为他们民族的惯例。尤其是今天聚集在北美的犹太人更是如此。

小孩3岁的时候,他们的父母就开始教他们辨认硬币和纸币;5岁的时候,让他们知道钱币可以购买任何他们想要的东西,并且告诉他们钱是怎样来的;7岁的时候教他们能看懂价格的标签,以培养他们“钱能换物”的理财观念;8岁的时候,让他们知道他可以通过做额外的工作赚钱,知道把钱储存在银行的储蓄账户里;10岁时候,让他们懂得每周节俭一点钱,以备大笔开支使用;11岁至12岁的时候让他们知道从电视广告里发现新事物,制定并执行两周以上的开销计划,懂得正确使用银行业务的术语。

这样,他们很小就知道金融等方面的知识,稍大一些他们就对金融很了解了。这也许就是犹太人在金融方面占有得天独厚优势的原因,他们一直垄



断着世界金融行业,这和他们的这种对钱的敏感有着天然的联系,难怪人们说犹太人是“天生的金融家”。

人们常说“犹太人天生就会做生意”,这句话不是没有道理。那些犹太大亨在年轻时就怎么赚钱。著名的石油大王洛克菲勒从小就接受了财富教育。

洛克菲勒出生于一个典型的犹太家庭,他的父亲作为一个犹太人,经常用他们犹太人的教育方式教育他的几个孩子。他的父亲从他四五岁的时候起就让他帮助妈妈提水、拿咖啡杯,然后给他一些零花钱。他们还把各种劳动都标上了价格:打扫 10 平方米的室内卫生可以得到半美分,打扫 10 平方米的室外卫生可以得到一美分,给父母做早餐得到 12 个美分。他们再大的时候,他的父亲就不给他零花钱了,告诉他如果想花钱,就自己挣!

于是他到了父亲的农场帮父亲干活,帮父亲挤牛奶,跑运输,包括拿牛奶桶,都算好账,他们把每一个细小的环节都量化,他把自己给父亲干的活都记录在自己的记账本上,到了一定的时候,就和父亲结算。每到这个时候,父子两个就对账本上的每一个工作任务开始讨价还价,他们经常会为一项细微的工作而争吵。

犹太人这些早期的有关财富的教育让他们很早就知道怎么投资、怎样获得财富、怎样理财,这些为他们日后的成功积攒了重要的经验。

而再看看别的民族的孩子,在这个时候,他们的父母却在教他们的孩子如何听话,教育他们怎样才能博得大人的喜欢,做一个让家长、老师都满意的孩子。为了让孩子以后也有所成就,父母送他们进音乐、绘画之类的班级,希望他们能凭借自己的一技之长一鸣惊人。他们从小做的所有事情都由父母所安排,喜欢什么都依靠父母。孩子甚至很大了还需要别人为自己做好一切事情。

因此,犹太人在和这些民族的青少年一起开创事业的时候就有了相当多的经验,一旦到一个地方,遇到了一个良好的机会,当别人还在懵懵懂懂的时候,他们就可以捷足先登了。这是他们成就众多富豪的重要原因。



商场智慧谷 要想成为成功的商人，最早的人生财富教育是十分必要的。可惜的是，犹太民族自古就有经商的传统，具有丰富的商业经验，而其他的民族则相对缺乏这种财富的教育，这是促使犹太人成为世界商人的重要原因。

2 知识的广度决定思维的广度

犹太人很厉害，他们有两件法宝：一件是每个犹太人从小被告知，他们永远是犹太人，他们都能讲自己的话；二是犹太人无论走到哪里，都很虚心地向那里的社会学习，了解、掌握那里的情况，吸收那里的优势和长处，因此，他们永远立于不败之地。

——松下幸之助

拥有各方面的丰富知识，是商人的基本素质，是在生意场上能赚钱的根本保证。因为拥有丰富的学识，视野就会变得十分广阔，而有一个广阔的视野对商人们形成正确判断的作用实在太大了。一个仅能从一个角度观察事物的人，不但不配作商人，也不能算个完整的人。

在犹太人的眼里，知识和金钱是成正比的。只有掌握了知识，特别是掌握了大量业务知识，在经商中才不会走弯路，才会先于别人到达目的地，也才能更快地赚更多的钱。

有个西班牙商人，他对犹太商人的经商原则很欣赏并且尽力地学习，于是取得了不小的成就——他的女式手提包生意十分红火，在服饰品贸易经营中也站稳了脚跟，但是看到犹太人经营钻石更为赚钱，于是他也想去经营钻石。他看到身边不少西班牙人经营的钻石生意很不景气，为了避免遭受同样的命运，他就找到世界著名的钻石大王玛索巴士，向他提出自己的疑问，



毫无疑问，这位钻石大王是位博学的犹太商人。

这位钻石大王听完他的来意，冷不丁地问了他一句：“你知道澳大利亚海域有什么热带鱼吗？”

西班牙人简直是丈二和尚摸不着头脑，心想：这个钻石大王问这个干嘛？这个和钻石生意有关吗？

看到西班牙人哑口无言的样子，这位钻石大王语重心长地说：“钻石生意是需要丰富的知识才可以做的，你对钻石的来源、历史、种类和品质都不知道，就不知道它的价值。要积累这些判断钻石价值的基本经验和知识，就要不断地学习和积累，至少需要 20 年，所有相关的知识你都要了解，才能真正培养出市场的眼光。”西班牙人听了，不禁为自己所知道的知识太少而羞愧不已，他早就知道犹太人是继承了几千年祖先留传给他们的经验，加上最新的知识，才拥有了这样丰富的学识。他们赢得顾客的尊敬和信任，没有一二十年的学识和良好信誉是根本不可能的。他自知没有这么浩瀚广博的知识，很自觉地退出了这个行业。

学识渊博是犹太人对商人的要求，他们不但要求自己不断地学习，学习，再学习，而且也要求别人要多学习。他们绝不和那些见闻狭隘，学识浅陋，品行粗俗的人来往。与那些人来往，可能会给自己带来一些眼前的利益，但将使自己在犹太商人群体中的信誉大受影响，所谓“物以类聚，人以群分”，这样会有损于别人对自己的评价。相反，多结交学识渊博的朋友，不但可以相互得益，而且可以提高自己的信誉，有利于自己事业的发展。

犹太商人之所以学识渊博，而且追求学识渊博的商人素质，这与他们几千年辉煌的商业智慧和丰富的商业实践关系密切，也与他们提倡学习，尊重知识，鼓励学习精神的民族传统一脉相承。

犹太商人有“杂学博士”之称，你在和他谈判的时候，他讲得头头是道、条理清晰，内容丰富精彩，所谈的内容左右逢源，似乎世界上没有他不知道的事情。

如果有幸成为犹太人的朋友，你和他交谈越多，你就越会佩服他的学识