

精
妙
实
用
技
巧
丛
书

赚钱创意点子 笑傲商场处方笺



money

李 盾 编 著
周绍贤 著

一则具创意的点子可以让人一夜暴富

想要躲过一波又一波的企业风暴吗？想让您的企业笑傲商场吗？本书是为企业治病、强身的最佳处方笺，包您药到病除，错过会后悔哦！



世界理财奇书
销居榜首
让你迅速成为
有钱人

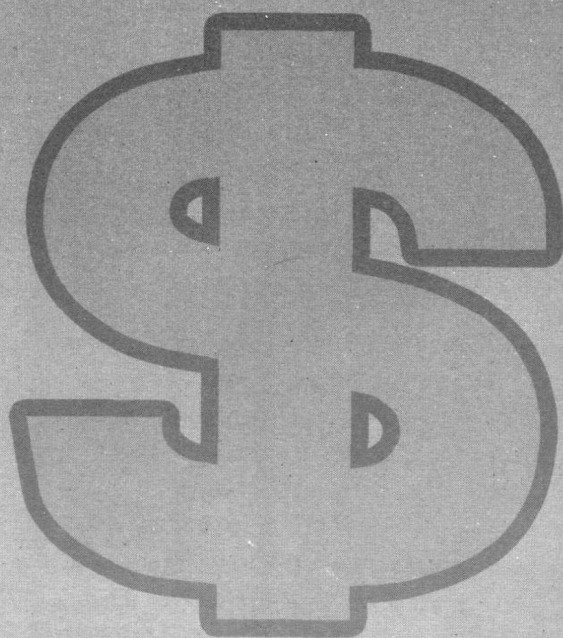
大众文艺出版社

赚钱创意点子



笑傲商场处方笺

李盾 编著
周绍贤 著



大众文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

赚钱创意点子 笑傲商场处方笺/李盾编著 周绍贤著.

—北京:大众文艺出版社,2003.4

ISBN 7-80171-290-0

I. 赚…

II. ①李…②周…

III. 商业经营—经验

IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 014287 号

大众文艺出版社出版发行

(北京市东城区府学胡同甲 1 号 邮编:100007)

华北石油廊坊华星印刷厂印刷 新华书店经销

开本 880×1230 毫米 1/32 印张 12 字数 219 千字 插页 2

2003 年 4 月北京第 1 版 2003 年 4 月河北第 1 次印刷

印数:1-20000 册

ISBN 7-80171-290-0/F·5

定价:22.00 元

版权所有,翻版必究。

大众文艺出版社发行部 电话:84040746

北京市东城区府学胡同甲 1 号 邮编:100007

前 言

商海沧茫，沉浮几何？多少人一夜暴富，多少人“折戟沉沙”。

……市场的神话，商战的传奇，使多少人心悸魄动，多少人神驰不已。

然而，又有多少人品透其中真味，参透其中禅理呢？

在芸芸众生中，家富亿万梦想，毕竟只宠幸极少数人，大多数人仍身居中流，平庸一生，终日只为三餐衣食而奔忙，碌碌无为。

即使想有作为，弄潮不成，反被浪吞，轻则一蹶不振，重则倾家荡产。

即便偶尔发财，也大多或是昙花一现，或是久居中庸，或是正负相抵，终究难成大器……

如何成为商海之中寥若晨星的少数幸运儿呢？

商经，虽论说甚多，但或过于深奥，或流于皮相，或失之浅泛，终究隔靴搔痒，未穷其理。

本文虽不敢以妙算天下的隆中之策自喻，却力求以中

外经营点子,点动机关,洞开门户,使天下欲在商海一展宏图之士,从世界各种富有创意的成功经营案例中,有所借鉴,有所启发,在创业的道路上,少走弯路,独步青云。

目 录

赚钱创意点子

- “美”亦可成为经营的金点子 /3
- 书也可以这样卖 /8
- “雅芳”重新崛起 /11
- 酒好不怕巷子深? /16
- 怎样的发明能发财? /19
- 美国商人的绝招 /25
- 贝尔实验室、朗讯公司的“变色术” /34
- 手机产品中的性能奇迹 /39
- 小点子也能赚大钱 /42
- 寻找市场的空隙 /45
- “垃圾”变“资金” /48
- 大众汽车是这样反败为胜的 /51
- 白手起家的绝招 /56
- 同业竞争中的应对之术 /63
- 比尔·盖茨的经营观 /67
- 重新包装,树立独特风格 /71
- “聪明炸弹”,精确打击 /77

- “联合舰队”的规模效益 /81
- 互动电视—资讯业勃兴的灵丹妙药? /84
- 在影视时代如何卖出您的书? /86
- 罗欧·魏格纳和他的剪报公司 /90
- 从针眼儿发迹的新点子 /94
- 史葛和他的《餐厅调查》 /96
- 经营餐厅的创意 /99
- 非洲广告 /105
- “奇异”的管理秘方 /108
- 一夜致富、一夜暴殄的巴安公司 /116
- 品质,产品的生命 /120
- 防水的收音机 /124
- 设立教学专柜,提供额外服务 /125
- 上门服务 /126
- 助你入眠 /128
- “汇丰”发迹的启示 /131
- 贩卖岛屿,也能发财 /136
- 二十四小时服务的魅力 /141
- 卡地亚不俗的精品化、艺术化路线 /144
- 可口可乐的畅销秘方 /149

笑傲商场处方笺

第一章 沟通处方笺 /159

1. 华陀难医沟通不良症 /160
2. 光呼口号会口干舌燥 /163
3. 企业也会内分泌失调 /165

4. 打卡满江红,向心力下滑 /168
5. 没有团队精神,可笑又愚昧 /170
6. 会议频频,衍生症候群 /172
7. 朝令夕改,员工先迷路 /175
8. 交际费惹出一堆是非 /178
9. 挥别企业痴呆症 /181

第二章 财务处方笺 /185

10. 充沛财务供氧力,能活络筋血 /186
11. 摘“薪”像神话 /189
12. 会计美女,蛇蝎心肠 /192
13. 未来不是梦,银行更喜欢 /195
14. 银行大门为谁开 /197

第三章 人事处方笺 /201

15. 缺少专业人才,步步是危机 /202
16. 解聘开国元老,企业大地震 /205
17. 搞小团体,早晚出大纰漏 /208
18. 主管打压,才华部属现危机 /211
19. 股东常换将,公司易折寿 /214
20. 多头马车让集团分尸 /217
21. 人事曝光伤害大 /220
22. 空降点不对,战力少九分 /223
23. 干部出丑闻,公司立失血 /226

第四章 形象处方笺 /229

24. 每天蛋花汤,形象亦泡汤 /230
25. 说到做不到,形象降三级 /233
26. 苦情未搞定,苦头有得吃 /236
27. 形象狙击手,如影随形 /238

目

录

28. 总机出恶言,企业同归于尽 /241
29. 董事长室也会露出破绽 /244
30. 公司气血写在柜台小姐脸上 /247

第五章 管理处方笺 /251

31. 老板身心失衡,公司无生机 /252
32. 公私分不清,垮台很容易 /255
33. 老板不在,公司玩不下去 /258
34. 老板染疾,公司喝西北风 /261
35. 单一商品,路上多坎坷 /264
36. 名不正,卖不顺 /271
37. 门面阿房宫,骨里广寒宫 /274
38. 瑕疵难免,面对事实无须编理由 /276

第六章 广告处方笺 /279

39. 取好名,好运一定到 /280
40. 一指神功,网上行 /290
41. 温室中的樱花,很“色”、很“香”、很有“味” /293
42. 瘦身业者,让你窈窕过一生 /297
43. 掌握女人非梦事 /305
44. 曲线复活战,减肥大混战 /311
45. 烟枪物语,存活本领就看那一包 /316
46. “油腔”可以,滑调免了 /320
47. 现代版竹林七贤,有够青 /323
48. 我的广告,愈折愈有效果 /327
49. 无磷神话? 白兰忙着听取民意 /330
50. 三魂七魄离家出走原因,我找到了 /334
51. 不够油腔的中油 /338
52. 心灵维他命,您服了没? /342

53. 汽车表现概念“锁死”，文案也“打滑” /347

54. 好的 DM 就像推销员在打开发电话 /352

55. 保证书二分法，效果挂保证 /355

附录 /359

1. 身后行销在十亿掌声中登场 /360

2. 形象延伸——超级巨星如何延伸个人形象 /365

3. 挤出浓浓“聪明汁”的十个大法 /373

目

录

赚钱创意点子

李盾 编著



“美”亦可成为经营的金点子

一提到经商做买卖，人们脑海里首先想到的就是一个字：钱。

而法国人，却是审美至上，以“美”作为经营的金点子。

在首都巴黎，除了高五十层的蒙巴那斯大厦，似乎没有一座高层建筑。

要知道，地产、建筑可是经营业中的长青树，是很赚钱的呀！当百业凋零，无钱可赚时，有限的生存空间——地皮、房产就成为惟一可以大发横财的商业资源。

尤其是在巴黎这种世界文化名城、梦幻之都，谁不想在这儿的塞纳河边，拥有一个属于自己、能够感受巴黎“风情”的窝儿？

是巴黎人不懂得修筑高楼大厦？不懂得地产经营？

不。早在十五六世纪就拥有罗浮宫、巴黎圣母院的巴黎人怎么会不懂得建筑呢？

但他们还是固执地放弃了这牟取暴利、大发横财的经营空间。

不要说是现在,即使当年艾菲尔建造新工业文明的标志性建筑艾菲尔铁塔时,全巴黎人都表示反对,谁都不愿意一堆冰冷的钢铁高高矗立在他们为之骄傲的巴黎旧城,凌驾于富历史意义蜚声国际的华丽宫殿和凯旋门之上。

在巴黎,你不仅难得找着一座新的高层建筑,也难得找到一座世界各地都有的高架桥。

因为平地里横亘一座钢架结构,不仅干扰人们欣赏巴黎美景的视线,还会与周围的石材建筑发生环境冲突,破坏历史景观。

一切,似乎和百年以前的巴黎没什么两样。

你也许会认为,巴黎人是不是太执迂了,在现代商业社会,居然会为了重温历史旧梦而做出如此固执的选择。这代价是否太愚蠢了,太可笑了。

可是,法国人却认为自己一点也不蠢。

你可以再造一个城市,可以修建无数道路桥梁,可是你能再生出一个百年前的巴黎旧城、历史遗迹、文化氛围吗?

你能复制出浸透历史风雨的古代工匠那种特殊的审美趣味、手法技巧吗?

再怎么复制,它都是一件膺品。

一粒百年前小小的几十克拉的钻石、珠宝都能哄抬成

数百万的天价，何况是一整座全世界独一无二的巴黎旧城，它该比一座崭新的城市昂贵多少？

所以，老城的原封不动一点也不耽搁巴黎人挣钱，随着时间的推移，这座城市将会变得越来越值钱，比一座屡拆屡建的新城值钱多了，成为了解法国政治经济文化最珍贵的标本。

旧城原封不动、毫不扩张，不仅抑制了不必要的消费，保持了一个城市人口的稳定，还实现了一个百年老城完善的环保。

至于新兴的商业机构、各种公司，它依旧可以在巴黎安营扎寨，在旧楼里更换它的经营设备，不断升级，大赚其钱，实现它新的扩张，并因有了它独有的人文氛围而生意兴隆。

尤其是这种投资省、效益高、技术型的无烟工业，比消耗大、效率低、收益小的大工业生产不知文明多少。

这样，人们来到丝毫没被现代粗野的钢铁构架、粗砖瓦房、大黑烟囱损毁的巴黎，就像徜徉在雨果、巴尔扎克、莫泊桑、斯鲁普恩斯特小说的诗情画意里，仿佛还可以在香榭大道上邂逅偷偷出宫散步的路易十四、拿破仑……

如此的巴黎，怎么会不成为世界亿万旅游者、经营者向往的地方？

审美，这个似乎与惟利是图的商业行为极为冲突的观念，不仅没有阻碍巴黎人大发其利，反而使巴黎成为全世界

人民向往的地方。

光罗浮宫一年的门票收入，恐怕就是一家大型企业的好几倍。

而不用毁房拆屋、大兴厂房的巴黎时装，又有哪个城市能望其项背？

此外，在这里经商时的愉悦心情、浓厚的文化享受，又有哪个现代城市能与之颉颃？

所以，巴黎人把“美”作为他们进行各种利益行为的首选，把“美”作为他们的头号资本。

你可以购买古堡，但建筑外观不能动。

你可以进行房屋装修，但窗户外面的外墙绝对除外。

甚至不准你在室外晾晒衣物。其实，这些用不着提醒老巴黎人，因为许多人家里，仍摆着百年以上的古董家具、各式古玩、陈年字画。

为了环境和谐，修整大楼时，还用巨幅油画将整座建筑包起来，在全世界，你恐怕还找不到用巨幅油画遮挡施工建筑的吧！

即使街上见到厕所，你也认不出来，因为它本身就像是一座椭圆形的立体雕塑；

自动售货亭也像两瓣从中间切开的橘子；

而地下排气管，也涂上各种色彩，宛如抽象的雕塑品……

巴黎人似乎在告诉我们：美就是资源，美就是资本！

以文化、美景来维护城市的自然美，并非只出现在巴黎。在台湾，为了坚持保留好山好水而不惜与台湾当局、龙头企业杠上的宜兰县（拒绝六轻的进入），经过两位县长及县民多年的努力，终于让宜兰县成为观光大县，每年只靠观光的收入就能占整县全年收入的大半；而宜兰的亲水公园，更成为宜兰最会下蛋的金母鸡，每年都能为宜兰县带来五六千万的门票收入。但宜兰县民并不以此自满，他们仍不断地在企划更多、更好的案子，以期吸引更多的观光人潮，例如：童玩艺术节、大学划船竞赛等；此外，更花费巨资整修县内各具有开发潜力的观光景点，例如：头城海水浴场的规划、宜兰河的计划等。