

香港經濟日報

新觀·念新·意生

蘇明偉 譯 · 第一集



經濟日報叢書

新觀念・新生意

第一輯

蘇明偉・譯

印翻禁・權版有

經濟日報叢書

新觀念・新生意 第一集

譯者 蘇明偉

發行人 王必立

出版者 經濟日報社

總經理 新聞局登記證局版臺字報〇〇二七號
聯經出版事業公司

臺北市忠孝東路四段五六一號

郵政劃撥帳戶〇一〇〇五五九號

電話：七六八三七〇八

印刷者 世禾印刷廠

定價：新臺幣一〇〇元

中華民國六十六年三月初版

中華民國七十三年十一月第五次印行

目錄

白色最醒目.....	一
研製新食品.....	三
推銷保險致富.....	五
買賣二手貨.....	七
利用廢洞穴.....	九
豪華旅遊巴士.....	一一
碎檜木作酒瓶.....	一三
為消費者着想.....	一五
價格靈活調整.....	一七
讓員工當老闆.....	二一

晴天雨天都賺錢·····	二四
一杯咖啡五千元·····	二七
目錄情報業·····	三一
野外射箭場·····	三五
不辣的加哩粉·····	三八
理髮師的創意·····	四〇
植花樹作紀念·····	四三
條條大路通羅馬·····	四六
介紹房地產·····	四九
向天空動腦筋·····	五一
借用別人的店面·····	五四
大型汽車商店·····	五六
手製裝飾品·····	五八
休假也不忘顧客·····	六一

預籌房屋廣告	六三
必須先發制人	六五
外行比專家強	六八
獵獅起死回生術	七一
免費供應清水	七五
連鎖飲食店	七七
利用滯銷公寓	八〇
電腦健康診斷	八二
設置宣傳單箱	八五
免費經營七天	八七
速成人頭塑像	九〇
開發你的頭腦	九一
扭轉劣勢的戰術	九五
吃虧就是佔便宜	一〇〇

聯營騎馬場·····	一〇三
找初戀的情人·····	一〇八
家教企業化·····	一一〇
書套盒裏的財富·····	一一三
運輸公司的妙招·····	一一七
經營銀行的創意·····	一二〇
解決夫妻問題·····	一二三
希爾頓的奮鬥·····	一二六
創造新生地·····	一二九
污染時代的生財之道·····	一三一
突破傳統的想法·····	一三五
一分耕耘一分收穫·····	一三七
如何暢銷不衰·····	一四〇
囚犯成爲鳥類學者·····	一四二

窮則變，變則通·····	一四四
讓他們去自立自強·····	一四八
讓別人替你拚命·····	一五二
替您舉辦宴會·····	一五四
推銷書籍要標新立異·····	一五七
行走的修理店·····	一五九
新型情報販賣機·····	一六二
爲別人犧牲自己·····	一六六
異軍突起的半熟蛋·····	一六九
店鋪銀行·····	一七二
一文不名的大老闆·····	一七六
商品代購業·····	一八一
自動販賣機·····	一八五
針對有錢人的需要·····	一八九

週末公司·····	一九二
小事也不能忽略·····	一九五
韓國特產公司·····	一九七
替老人找朋友·····	二〇〇
為顧客謀福利·····	二〇三
賺錢的敵人——面子·····	二〇六
提酒瓶的大老闆·····	二〇九
老人的理想樂園·····	一一二
以電腦做西裝·····	一一五
礦物製品·····	一二七
防火液劑·····	一二〇
專通管路·····	一二二
複製名畫加工業·····	一二五
催眠誘導機·····	一二八

代替磁磚的新建材·····	二三〇
梅香·····	二三三
賣顧客的臉·····	二三五
閒談也可觸發靈感·····	二三七
取悅每一位乘客·····	二四〇
特殊沖洗便器·····	二四四
魚標本·····	二四九
出汗出力·····	二五二
駕倒土車打天下·····	二五六
新防污劑·····	二五九
電話一覽表·····	二六一
公用電話廣告板·····	二六三
大樓用緩降機·····	二六六
助燃液劑·····	二六九

利市百倍的大拍賣·····	二七三
理想的生活·····	二七六
包圍作戰·····	二七九
家具出租公司·····	二八一
善用你的眼睛·····	二八三
簽名筆·····	二八六
最純淨的淨水器·····	二八八
偵察漏水·····	二九〇
火災感知器·····	二九三
新型自動滅火裝置·····	二九六
最新防火防盜器·····	二九九
即席冰·····	三〇一
塑膠再製品·····	三〇三
金字塔式推銷法·····	三〇六

白色最醒目

有顏色的襯衫流行後，在中、小學也開始流行有色的體操服了。從前的體操服、運動衣都是一律白色的。然而幾個學校讓學生們穿有色的體操服之後，學校當局便發現，穿有色的運動衣比穿白色好看，而更能提高合羣意識和團結精神。因此，有色運動衣就逐漸取代白色運動衣流行起來。

不僅是運動衣，今天，我們的這個世界卻是用各種各樣的色彩來塗抹而成。桌子的色、汽車的色、火車的色、房屋の色、工廠的色、男人衣服の色、女人衣裳の色、小孩衣服の色。色的世界真是五彩繽紛。

處在這個顏色的時代，有個公司的做法非常特出，它就是日本鋼筆公司。

該公司在二年前採用濱野安宏的「在崇尚流行的社會，流行是人去創造的，是人去

努力造成的。一項東西流行一段時期，一流行，別的流行就緊接着流行而來取代，有時流行是反覆循環轉變的」流行循環論。拿公司的存亡當賭注，該公司大量製造十多年前曾流行一時的白色鋼筆。之後，以「從白的出發」「朝向白世界之旅途」的醒目宣傳文句向全國大傾銷。各百貨店，各商店也順水推舟以「白色和其他顏色鋼筆大廉售」的宣傳文字，把白色做為主體大力推銷。結果，大為喚起人們的興趣，在五光十色的衆多鋼筆中，脫穎而出，白色鋼筆銷售量遙遙領先，光去年一年就銷出一百十五萬支白色鋼筆。日本鋼筆公司的這種創造流行的做法，合乎人們喜歡求變化的胃口，得到意料之外的太成功。

研製新食品

創業有二百年歷史的自然食品製造業，酒悅公司在這二、三年來利用人家捨棄的堅硬而不適合食用的若布莖（昆布類），做成人人喜愛的醬菜向全國銷售，並賺了大錢。

該公司的創立者山崎理左衛門，本來是一個一文不名的人。但他卻利用人家在豐年祭捨棄在河裏的生菜，把它拾起來，切碎做醬菜，大做其不要本錢的生意。到了明治時代，他的子孫就再把它改進，裝在罐頭裏向全國大銷特銷。這就是馳名天下的「福神漬」罐頭。現在福神漬罐頭的銷售量一年超出六億個。

我們再來介紹一位利用廢物做不要本錢生意而致富的人。他就是銀座食品公司董事長新保平治。

新保想：

研製新食品

「在飲食店、餐廳都在費心思拼命尋找新食品，而又無新食品供客人賞味時，鮭頭卻仍然被人捨棄沒有人吃它，這樣未免太可惜、太浪費物資了。如果，好好加以處理做成味道可口的菜，那麼，我相信，它也一定能成為極受人歡迎的佳饈的。」

經過下一番工夫研究，不需多久他就做出風味特佳令人饒涎欲滴的鮭頭。就是把鮭頭泡在醋和酒裏，再加檸檬汁、辣椒、白糖。這麼處理，腥味就完全沒有了。再加入一些青菜調製，就把它裝入瓶裏出售。這道新佳饈色味俱佳，吃過的人都讚不絕口。

它的形態、色澤一看就使人聯想到，鮭魚在冬天的北海道海面上伸出頭，在冰山旁跳躍的光景，因此，命名為「冰頭」。

二年前，新保把它做成「新食品」推出市面後，反應極佳，隔不久就成為人人皆知、供不應求的暢銷食品。新保也搖身一變，從一家小店的老闆變成暴發戶了。

推銷保險致富

死人：「我應該是到天國的，爲何來這兒呢？」

閻羅王：「你並沒資格到天國呀！」

死人：「爲什麼？」

閻羅王：「你死後，你的遺族三餐都成問題。你那裏有資格到天國呀！」

死人：「我並不是自殺呀！我是因爲意外事故而死的。我並沒有責任啊！」

閻羅王：「假如你在生前投保了生命保險，你的家族就不會如此難過日子，日坐愁山了。」

千代田的生命險推銷員桂木一郎，錄了一段上述令人拍案叫絕的對話，提著這個錄音機到處去勸誘人家投保生命險。

這種別出心裁而出奇制勝的方法效果極佳。因此他能在許多平凡的保險推銷員當中脫穎而出，博得衆人的激賞；被他拜訪過的人士都不好意思推辭。因此半年之中便做成一百十六件生意，投保金額高達一億六千多萬日元，使保險界爲之大爲轟動。平凡無奇的桂木一郎被人視爲保險界的英雄，同時他也成了小富翁。去年已在東京開了一家桂木文具店自己當老闆了。