

破译商战密码

感悟生意人生

生意独白

走进生意场

学

琪 凡 芒 鹰 英 霞 松 昊
海 永 筱
白 吴 贺 段 李 关 谭 吴

重庆出版社

Shengyichang

破译商战密码

生意独白

感悟生意人生

吴昊 编著

【走进生意场】商务纪实文学

责任编辑 杨亚平
封面设计 金乔楠
技术设计 刘忠凤

吴 昊 编著

SHENG YI DU BAI

生意独白

重庆出版社出版、发行(重庆长江二路 205 号)
新华书店经销 重庆华林印务有限公司印刷

*

开本 850×1168 1/32 印张 17.5 插页 2 字数 300 千
1998 年 10 月第一版 1998 年 10 月第一版第一次印刷

印数: 1—15, 000

*

ISBN 7-5366-4044-7/1·791

定价: 28.00 元

阅 读 提 示

生意场是一个竞技场、角斗场,是智慧与智慧拼搏、能量与能量碰撞、实力与实力较量的人生大舞台,追求成功和利润最大化,完成商品到金钱的“惊险的一跳”,便是这个人生舞台上的重头戏和主旋律。《走进生意场》商务纪实文学丛书将带你走进——生意场——这个充满成功喜悦和失败沮丧的五彩缤纷的竞争世界,帮助你破译商战密码,引领你感悟生意人生。

我们相信,凡有志于经商,正在经商或已在商海浊浪里滚打多年的生意人、企业家、老板、白领蓝领、公司职员、策划人、推销员、打工仔……当你翻开《走进生意场》这套商务纪实文学丛书,300多个鲜活、生动、真实、精彩的生活案例和故事将告诉你,生意是怎么做成的,做大的,做火的;同时,也会告诉你生意是怎么做赔的,做栽的,做砸的。相信你很难拒绝这套丛书对你的诱惑,说不定你还会为每一笔生意运作的成败或喜或悲,从而受益匪浅。

《走进生意场》这套商务纪实文学丛书第一批将推出6本:《生意内参》(上)(下)、《甲方乙方》、《生意独白》、《后院

风景》、《生意高手》。丛书旨在以纪实的方式作为故事的载体,用文学的笔调、经济学的分析、法律学的判断,极富人情味地讲述每一笔不同生意项目的创意、开发、实施乃至或成或败的过程和其中主要的运作细节,读来有说不完的酸甜苦辣,道不尽的喜乐悲欢。你只需通过 5~10 分钟的轻松阅读,便可从故事中获得一点经验,吸取一点教训,增长一点知识,得到一点启发。

《生意内参》(上)(下)着重叙述形形色色的生意运作内幕,这些东西在成书之前曾被书中的主人公视为不愿示人的“商业机密”,其中既有成功的经验,也有失败的教训;既有奋斗的艰辛,也有丰收的喜悦;既有值得称道的正面典型,也有需要摒弃的丑恶现象。现在呈现在读者面前供你们取其精华,弃其糟粕,引为镜鉴。

《甲方乙方》重点讲述生意场上合作、合伙、合股、承包、租赁和商业贸易等牵涉多方利益关系的经营故事,有皆大欢喜的,也有两败俱伤的,实为一本经商必读的作品,你可从他人的故事里看到自己的一些影子。

《生意独白》由 3 种形式的文字构成:(1)生意手记:以日记体的叙述,围绕作者在生意场上的亲身经历和感受介绍一次真实的商业运作,声情并茂,耐人寻味;(2)生意随想录:这是作者结合商务实作规律写就的格言式的文字,读来亲切、深刻,不妨看作是经商者的座右铭,它以精练短小的

文字,提醒着你,忠告着你,让你的头脑时刻保持清醒;(3)生意自述:作者用第一人称手法叙述每一个跌宕起伏的经商经历,亦庄亦谐,亦喜亦悲。

《后院风景》讲述生意人的情感故事,集中地反映社会转型过程中商人情感生活的伦理冲突和内心隐衷。在金钱所体现的价值面前,家庭、婚姻、爱情这些关系该如何平衡?书中自有答案。

《生意高手》讲述了30位中国80年代~90年代成功的企业家——商界经营大师级人物成功运作企业的细致情节,每篇都有一位生意明星自己独到的经营奇招和成功经验,有他们独特的人生经历和浓缩的人生体验,掩卷令人深思、扼腕、激动、振奋。

《走进生意场》商务纪实文学丛书的内容在很大程度上,可以说反映了80年代~90年代中国商品经济步履蹒跚的历史足迹和现实图景,生动鲜活地记录了由“计划”向“市场”艰难转轨过程中的社会状态和中国商人的生存状态。从这个意义上讲,《走进生意场》既是人生的一面镜子,也是中国商人的一本“教科书”。由于国情的不同,决定了中国商人在经营思路和实际操作上与市场经济高度发达的国家有很大的差异,相信读者不难从中发现生意场上处处可见的“无规则现象”,并对那些“聪明”的“旁门左道”和危险的“擦边球”式的经营手法给予公正而清醒的审视。

本丛书的作者是一些深谙生意运作内情的记者、编辑、律师、教授、作家，他们虽然职业不尽相同，但他们都是老板、企业家、生意人的铁哥儿们，因此他们深知生意场上个中三昧。

至于“商务纪实”这种东西算不算文学，并不要紧，它肯定不再是纯种文学，它毕竟是文学与经济学与法律学与社会学多种优势“杂交”之后产生的“混血儿”，我们宁愿把这种贴近时代的创作称为一种“边缘文学”，并相信这种边缘化的探索在今天已被普遍关注，因此撰写这套丛书，无疑是一件很有意义的事情。

编 者

1998年8月于重庆

序

黄 济 人

80年代初，我在北京全国政协文史专员办公室为杜聿明先生整理个人资料的时候，有幸认识了他的女婿、来自美国的杨振宁先生。闲谈中，杨振宁先生讲到一个观点，那就是中国人历来看不起生意人，尤其是知识分子，“来往皆鸿儒，相交无白丁”，是耻于或羞于与生意人为伍的。他认为，这在观念上是一种落后，对社会的发展则是一种羁绊。

老实说，杨振宁先生的这番话，我起初也是听得似懂非懂的，以后，随着改革开放的帷幕徐徐拉开，生意人一下子出现在中国舞台的中间位置，其间的道理也就不言而喻了。值得引出另一番话题的则是，中国的知识分子在商品经济浪潮的冲击下，他们的心理防线或多或少地被淹没了，倒塌了，茫茫乎不见东西也罢，朦胧中忽有发现也

罢，一个严峻的事实是，但凡属于世界的潮流将是无法阻挡的，唯一的办法就是迅速调整好心态，重新评估和选择人生之价值，让拿剃头刀的与拿手术刀的携手并进，让卖茶叶蛋的与搞原子弹的比翼双飞，以求得适者生存的最佳环境和最佳状态。

作家是知识分子其中的一个群体。“春江水暖鸭先知”。较之自然学科门类的知识分子而言，他们更容易发现这个世界的秘密。于是，他们开始把目光和笔触对准商界，而那些生意人、企业家、公司老板、职员、策划人、推销员、打工仔……统统成了他们作品里的人物，酸甜苦辣、喜怒哀乐，战场般的拼杀、考场般的斗智……则无一不化作精彩而动人的故事。应该说，作家们走进商界，便是走进生活，他们的这种题材选择，既是文学意义上的开拓，更是社会意义上的进步。

这套丛书的主要编著者也是一位作家，当他将一批深谙生意运作内情的记者、编辑、律师、教授、作家的得意之作集之大成的时候，我从中不仅领悟到文学的诱惑，而且感悟到了经济学的智慧、法律学的魅力以及人生的哲理。于是，我应向这套丛书的编著者和作家对于我们社会和经济发展的又一贡献，表示由衷的感佩与祝贺。

目 录

- 阅读提示 (1)
- 序 黄济人 (1)

第一辑 生意人手记

白
琪

- 总经理手记四则 (5)
- 收款的滋味很无奈 (14)
- 大家一起去推销 (24)

吴
海
茂

- 流产的“远东计划” (33)

贺

芒

- 我不认输·····(45)
- 誓不低头·····(52)
- 不把交情当信誉·····(59)
- 险峰上的盈亏点·····(66)
- 雪中进货曲·····(72)

段

鹰

- “跳蚤”生活·····(81)
- 经商心要诚·····(87)
- “下家”跑啦·····(92)
- 学会当老板·····(99)

李

永

英

- 虚情的包围·····(107)

●拼到最后是什么·····	(116)
●好老板在哪里·····	(125)
●我的辛酸有谁知·····	(133)
●不卖“下线”卖产品·····	(140)
●老板的动人之处·····	(147)
●山回路转·····	(155)
●差别·····	(163)
●难言的期货买卖·····	(171)
●老婆出差啦·····	(178)
●商人当自强·····	(186)
●推销花开节节高·····	(194)
●挖老板的墙脚·····	(203)
●钱殇·····	(210)
●与老板分手·····	(217)
●珍重,我的好伙伴·····	(225)

谭

松

●我在马耳他办博览会·····	(235)
●“主任”推销员·····	(245)

无
彼
震

●令人沮丧的招商 (257)

●处处都错位 (269)

陈
与

●传销 42 天 (279)

殷
忽

●生态旅游是棵摇钱树 (287)

第二辑 生意随想录

吴
昊

●把生意做到国外去 (301)

●激发你的幻想·····	(303)
●从容签约·····	(305)
●做一个好老板·····	(307)
●寻找生意的空档·····	(309)
●大胆去追款·····	(311)
●抓住人缘契机·····	(313)
●保住“本钱”·····	(315)
●少发牢骚·····	(317)
●重新选择·····	(319)
●学会与人合作·····	(321)
●莫把信誉当儿戏·····	(323)
●生意需要策划·····	(325)
●合法经商才潇洒·····	(327)
●调整你的心理素质·····	(330)
●生意的最佳定位·····	(332)
●挺过难关·····	(334)
●抓住“惊险的一跳”·····	(336)
●加大科技竞争力度·····	(338)
●调试你家庭的频道·····	(340)
●断想“重组”·····	(342)
●巧打营销时间差·····	(346)
●商战不相信“资格”·····	(348)
●以名牌制服名牌·····	(350)
●跨国营销学港商·····	(352)
●老板哲学·····	(354)

关
筱
霞

- 与同行竞争 (365)
- 找准突破口..... (367)
- 谁为“经营风险”保险..... (369)
- 寻找商机..... (371)

第三辑 生意人自述

莫
怀
威

- 一个女保险营销员的自白 (377)
- 伤心的文明..... (386)

陈
文
明

- 推销员自白 (395)

殷

忽

- 驾校故事 (405)

吴

昊

- 签约是一座里程碑 (415)
- 飞行轿车“推销梦”..... (423)
- 生意场上的五味人生..... (428)
- 谁的眼泪在飞..... (435)

关

筱

霞

- 卖出保单时的快感 (447)
- 让经理动心..... (454)
- 遥望明天..... (461)
- 走马青城山..... (468)
- 骆驼过针眼..... (474)

张
江

- 包装出一个“老字号” (485)
- 接待外商老板..... (492)
- 歪打正着..... (503)

谭
松

- 围着女老板转 (513)

柯
博

- 火锅鱼的故事 (529)
- 老板我帮你赚钱..... (536)
- 后记 (544)