



★★★
超值金版
29.00
★★★

生意经

陈荣赋 张 凯◎编著

大全集

懂一点生意场上的规则和潜规则



先做人后经商，做生意就是做人

三年能学套好手艺，一辈子学不够的买卖人。
充满生意细胞的商人，赚钱机会无处不在、无时不在。
一分耕耘，一分收获；一分冒险，一分成就。



生意经

陈荣赋 张 凯◎编著

大全集



懂一点生意场上的规则和潜规则



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

图书在版编目(CIP)数据

生意经大全集/陈荣赋,张凯编著. —北京:新世界出版社, 2012.3

ISBN 978-7-5104-2543-1

I. ①生… II. ①陈… ②张… III. ①商业经营-通俗读物 IV. ①F715-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 005079号

生意经大全集

作 者: 陈荣赋 张 凯

责任编辑: 赵 涛 鲍翠芳

排版设计: 丁 娟 刘 伟

责任印制: 李一鸣 黄厚清

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京市西城区百万庄大街 24 号(100037)

发 行 部: (010)6899 5968 (010)6899 8733(传真)

总 编 室: (010)6899 5424 (010)6832 6679(传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版 权 部: +8610 6899 6306

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

印 刷: 河北固安保利达印务有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 787×1092 1/16

字 数: 500千字

印 张: 25

版 次: 2012年5月第1版 2012年5月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5104-2543-1

定 价: 29.00元

版权所有, 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010) 6899 8638

前言

美国著名经济学家、诺贝尔奖得主布坎南曾说：“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。

多少生意人在追问：同样是做生意，为什么有人挣钱，有人却赔钱？商界成功的秘诀在哪里？事实上，当代商人企盼的秘诀并非遥不可及，它就掌握在商人自己手里。从古至今，成功的生意人无不具有自己长期奉行的商经，他们有相同之处，也有独到之处。正是这种商经，造就了他们不同寻常的大手笔，成就了他们伟大的事业。在今天，经商成功与否，不只取决于一个人的智商，还直接受制于他的情商、财商。只有具有过硬的综合能力和经验，才能笑傲商场，立于不败之地。

生意经是竞争的艺术，也是降低成本的艺术。有道是“生意场如战场”，精明的生意人往往像英勇善战的将军，会取舍有度地指挥并积累起自己的财富。

做生意是一门很深的学问，不仅需要精明的头脑，更需要丰富的经验。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。

生意场是浓缩的社会，生意人也必然是社会中的人。

不管什么时候，生意人，首先是人，然后才有生意。小生意在得利，大生意在得人。不了解人，不理解人，就无法与人交往，不能与人做生意，也做不好生意。所以说，做生意，其实是做人；生意场，其实是人场。

“一沙一世界，一叶一菩提”，一些看似微不足道的小生意，往往蕴含着商业世界最大的智慧。任何一个生意人，只要他能在商业帝国里占据一席之地，哪怕是在某个地方的某个领域站稳脚跟，那么他定然拥有属于自己的生意经。此外，无论是网络还是店铺，都有独特的经营手段，只要经营方法得当，都能够作为摇钱树为你带来滚滚财源。

无论是做人还是做事都要讲究规则，做生意也不例外。规则无疑是生意场上最具中国特色的人际交往模式。在某种意义上说，它已经成为中国生意人心照不宣的成功潜规则。一个不懂游戏规则的人会被视为“傻子”，只有洞悉这一成功潜规则，为自己赢得更多的朋友，才能在生意场上立于不败之地！

因为懂得生意之道，所以成就了古今中外一大批的生意大佬。如我国古代的十大商帮，如今在世界上独占鳌头的犹太商人、美国商人、日本商人以及华商，还有巴菲特、山姆·沃尔顿、松下幸之助、李嘉诚这些商界传奇人物，他们的生意经验

同样可以成为生意场上我们学习、借鉴的对象。

那么，我们如何才能像这些财富达人一样，取舍有度地做好生意，进而积累起财富呢？《生意经大全集》一书将为你构建一个广阔的生意世界。本书试图借助丰富的经商案例，剖析生意场中成功人士的商业逻辑，解密创富者的成长基因，为读者展示当代商界的财富圣经，追寻将生意做大做强的真相。

想早日敲开财富之门，尽享生活之乐，并非难事，前提是你得准确把握住做生意的关节点，获悉睿智的经商之道。《生意经大全集》多角度、全方位地介绍了能招财滚滚的生意心经，引导你领悟做生意赚大钱的真谛。

目录

第一篇 做生意的第一件大事是做人

第1章 做人生意经

——先做人后经商，做生意就是做人

经商先做人·····	2
人格即财富·····	3
做生意无信不立·····	5
像初学者一样谦虚·····	6
成功无捷径，别耍小聪明·····	7

第2章 人脉生意经

——人脉圈越广，生意圈越大

人脉决定财脉·····	10
人脉是最重要的资源·····	11
经营人脉提升竞争力·····	13
广结人缘，广撒网才能多捕鱼·····	14
如何对人脉进行投资·····	15
应该着力构建的13种人脉·····	17
提升人脉竞争力的7大技巧·····	19

第3章 人情生意经

——感情投资是生意的潜力股

交情和义气就是资本·····	21
人情需要不断地积蓄·····	22
顺水推舟，巧送人情·····	23
以真情真心打动贵人·····	24
帮人帮到底，人情要做足·····	27

第4章 识人生意经

——巧与生意场上的各种人周旋

一眼看穿对方的企图·····	30
选择生意伙伴一定要慎重·····	34
对对方言外之意要仔细斟酌·····	36
谨防被熟人“杀熟”·····	38



目录

第5章 方圆生意经

——方圆兼备，天下没有难做的生意	
与人相处不能太死板	41
做生意要学会收敛锋芒	42
为人圆通不圆滑	43
退一步海阔天空	45
忍小气，谋大利	47

第6章 厚黑生意经

——做生意不能太“厚道”，懂点厚黑好经商	
不做生意场上的“老实人”	49
面子要厚，路会越走越宽	51
厚黑竞争：深藏不露，当狠则狠	52

第二篇 做生意的第二件大事是做事

第7章 商宴生意经

——酒桌上交朋友，酒桌下成生意	
酒场上有交情	56
喝酒时要注意的规矩	59
酒桌上你应该说些什么	60
拒酒同样有技巧	61
如何做到得体的陪客	62
宴席上不能厚此薄彼	66

第8章 礼仪生意经

——你的礼仪价值百万	
记住陌生人的名字	68
小名片学问大	70
拜访客户的礼仪	72
恰当地称呼他人	74
注意握手的细节	77
得体的自我介绍体现个人修养	78

第9章 推销生意经

——买卖靠吆喝，生意靠推销	
推销员的形象很重要	81
建立起你的推销信心	84
找到顾客购买的诱因	85
一定让顾客亲身体验	86
成交的技巧与方法	87



目 录

第 10 章 谈判生意学

——生意场的谈判博弈策略

搜集信息，知己知彼	91
生意谈判要讲究时机	93
开诚布公，以诚相见	94
多备几套谈判方案	95
谈判桌上的兵法修炼	96

第 11 章 服务生意经

——服务到位，生意才能做到位

服务创造价值	101
从细节做起	102
提供个性化服务	104
提升服务技能	105
提高沟通技巧	107
用服务提高顾客满意度	109

第三篇 生意场中，八仙过海各显神通

第 12 章 小本生意经

——莫道草根小买卖，财源不尽滚滚来

不要忽视小本生意——草根也能造英雄	112
只要有利润就去做——赚钱不能嫌钱少	114
做生意勿好高骛远——关键在于怎样干	116
小生意能创大市场——处处留心皆商机	117
方向比努力更重要——好窍门一本万利	118
冷门也能创造财源——小生意要出奇招	122
商路相逢机智者胜——小生意要讲谋略	123

第 13 章 店铺生意经

——一方店铺聚一方财气

选择一个热门行业	126
“黄金宝地”必不可少	130
打造一个黄金卖场	132
让你的商品陈列更有效	135
通过优质服务提高“店誉”	136
用广告打响商店的名头	137
商品促销的方法	138
小店经不起大手大脚	142



目录

第 14 章 网络生意经

——搭乘互联网航母，驶上致富快车道

网上开店很有“钱”景·····	144
培养星级店主的好心态·····	146
从厂家进货有技巧·····	149
美化网店，做好“面子工程”·····	152
网络中店铺推广的通用方法·····	158
网络中店铺推广的其他方法·····	164
管理好顾客资料·····	167
提供优质的服务·····	170

第 15 章 成本生意经

——成本决定利润，降本才能增效

应该具有什么样的成本意识·····	175
如何看待有关成本的各项数字·····	176
如何向商品购买者预收货款·····	177
如何采用赊购方式购进商品·····	178
完善成本管理·····	179
降低采购成本的基本方法·····	181

第 16 章 投资生意经

——金钱能“生”钱，生意“生”生意

钱能生钱，有钱就拿去投资·····	183
向大师们学习投资理念·····	185
股票投资只让了解他的人赚钱·····	189
投资房地产，让“身价”升值·····	191
债券投资是块香饽饽·····	193
只投资自己熟悉的事情·····	194

第 17 章 信息生意经

——破译信息密码，开启财富之源

信息是有价的·····	196
机会只给有准备的人·····	197
破译信息，抢占先机·····	199
要时刻注意把握商机·····	200
做生意需要不断补充信息·····	201

第 18 章 创意生意经

——创意贵比黄金，用创意点亮生意

生意中创意贵比黄金·····	203
创意思维，从无到有·····	204
突破思维的定势·····	206



删繁就简，标新立异·····	208
另辟蹊径，不往一条道上挤·····	209

第四篇 生意的规则和潜规则

第 19 章 生意勤字经

——天下没有不劳而获的财富	
天下没有免费的午餐·····	212
勤奋是核心的竞争力·····	213
勤劳胜过机会·····	215
吃苦耐劳是商人的本色·····	216
执著的追求·····	218

第 20 章 生意守字经

——守稳家业产，富可过三代	
经济自立与俭约精神·····	222
节俭是创业守业的法宝·····	223
培养敏锐的金钱感觉·····	224
学会把钱用在刀刃上·····	225

第 21 章 生意和字经

——和字值万金，一团和气好生财	
做生意要与人为善·····	227
一团和气好生财·····	229
为人存厚，得理饶人·····	231
生意做不成也笑脸相迎·····	233
“和”才能得长利·····	234

第 22 章 生意助字经

——帮别人做生意等于帮自己做生意	
为他人着想，为自己铺路·····	238
优势互补，彼此互助·····	239
互帮互助，抱团打天下·····	241
强强联手，互助共赢·····	242
团队精神，发挥最大效益·····	244
人帮人是一种财富投资·····	246

第 23 章 生意分字经

——有钱大家赚，有利人人享	
让对手也有赚头·····	248

目 录



目录

别做断生意·····	249
同吃一块蛋糕·····	250
不能打败，便与之结合·····	252

第 24 章 生意利字经

——朋友归朋友，生意归生意

朋友间还是该谈利益的·····	254
当你与朋友合作的时候·····	255
当你与朋友竞争的时候·····	260
当朋友有求于你的时候·····	261
当你有求于朋友的时候·····	263

第 25 章 生意借字经

——空手套白狼，借鸡来下蛋

榜样力：借鉴他人的成败·····	270
中介力：借助他人的资源·····	271
支撑力：借助他人的力量·····	274
情报力：借用他人的情报·····	276
策划力：借用他人的智谋·····	277
衬托力：借用他人的名望·····	278

第 26 章 生意禁忌经

——要遵守商业中的一切游戏规则

生意场商业道德禁忌·····	281
生意场人际交往禁忌·····	282
生意场销售禁忌·····	285
生意场说话禁忌·····	286
生意场追求利益禁忌·····	290
生意场经营谋略禁忌·····	291

第五篇 向中外生意大佬学生意经

第 27 章 中国著名商帮的生意哲学

徽商·····	296
晋商·····	300
洞庭商帮·····	301
江右商帮·····	303
福建商帮·····	306
广东商帮·····	308
陕西商帮·····	312
山东商帮·····	314
龙游商帮·····	316

宁波商帮·····	318
温州商帮·····	321

第 28 章 世界著名商帮的生意智慧

犹太人的经商智慧·····	323
美国人的生意理念·····	335
日本人的生意谋略·····	345

第 29 章 中国知名商人的生意秘诀

胡雪岩：智勇仁强，商人四德·····	351
包玉刚：不屈不挠的香港船王·····	353
李嘉诚：生意即个人品质·····	354
王永庆：经济萧条是投资的适当时机·····	356
霍英东：像冒险家一样搏浪商海·····	357
潘石屹：宣传永远是第一位的·····	358
冯军：爱国者要品牌不要订单·····	360
马云：寻找优秀的竞争者·····	362

第 30 章 世界知名商人的生意窍门

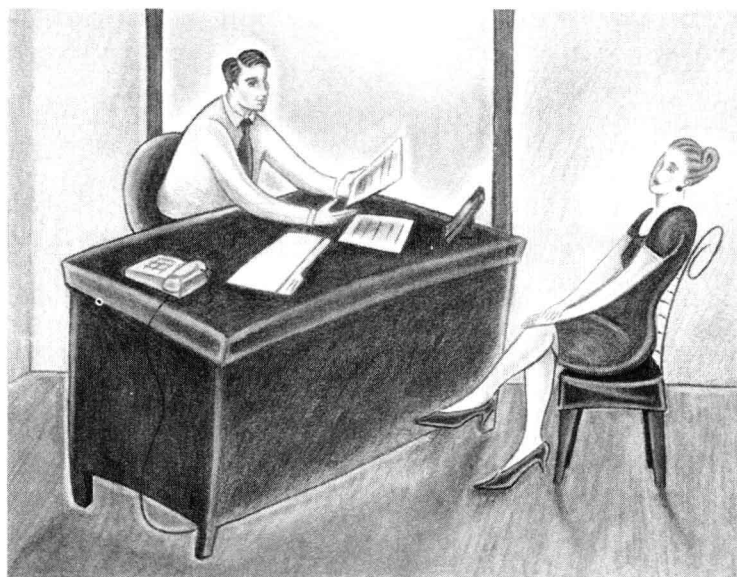
洛克菲勒：不要怕别人说自己吝啬·····	364
松下：点石成金的商界传奇·····	365
巴菲特：谁的投资圣经·····	368
默多克：与权势集团互相倚重发展·····	371
乔布斯：搞的就是“饥饿”营销·····	375
沃尔顿：沃尔玛的顾客原则·····	378
比尔·盖茨：决不冒险·····	380

目 录



第一篇

做生意的第一件 大事是做人



第1章 做人生意经

先做人后经商，做生意就是做人

香港的李嘉诚经常说这样一句话：“未学经商，先学做人。”做人是一门艺术，经商也是一门艺术。人道和经商是不可分的。一个人会不会做人，决定着其是否能够成功经商。

经商先做人

商人分三种：只贪图利益的，充其量一辈子做一个小商人；能够看清市场的，只能做一个中商人；而一个能把做人的原则放在首位的人，才能成为一代大商人。做人之道与经商之道其实并不矛盾，相反，它们是紧密相连的。天下最聪明的生意经是“做人重于经商”，也就是说，要经商必须先做人。那些眼睛只看到钱，甚至企图靠坑蒙拐骗做生意的人，只可能赚一把是一把，永远都不可能把生意做大。而那些心明眼亮，懂得把做人的利害关系放在第一位，能够以诚待人的人，则会树立起自己的人格品牌，把人格转化为无形的资产，最后成就一番大的事业。

经商必须先做人，做人首先要注重的就是道德与品格。在经商过程中，“商德”是决定一个生意人能否成功的关键要素。一个没有人格魅力的商人和企业家，是不可能受到别人的尊敬的，当然获得生意上的成功也就难上加难了。做人和做生意之间的关系是相辅相成的。

1933年年初，如日中天的美国加利福尼亚哈里逊纺织品公司，祸从天降，一场意外引发的大火，加上易燃的纺织品原料，刹那间公司狼藉一片。老板辛辛苦苦经营的家业几乎一夜之间化为乌有。

看到自己赖以生存的工厂不复存在，3000多名工人在哀叹之余忧心忡忡地回到家中，无一例外地等待公司宣布破产的消息和领取失业救济金。因为工人们都明白，作为董事长完全可以心安理得地申请破产，领取保险金后安享晚年。

然而，让工人们意想不到且喜出望外的是，几天后，他们等来的不是被辞退的消息，而是董事长的一封慰问信。信中说：不会让一个工人失业。不仅如此，董事长还自掏腰包发给工人们当月的薪水。这种举动使所有看到这封信的工人都热泪

盈眶。因为，在许多工厂里，即使没有天灾人祸，老板也会千方百计找借口降低工资，辞退工人，何况这场无情的火灾给公司造成了这么大的损失，董事长几乎倾家荡产。这样的时刻要辞退工人理所应当。可是，董事长首先想到的竟然还是企业的职工，想办法解决他们的生计问题，怎能不令工人们感激。惊喜之余，工人们纷纷打电话向董事长表达自己的感激之情。

然而感激过后，工人也纷纷开始了自己的求职生涯。大家都明白，这场大火对公司而言简直是灭顶之灾。因为，公司的董事长已经70多岁高龄了，如何能承受住这种沉重的打击呢？怎么能再领导他们重新建厂呢？

然而，就在此时，工人们又收到董事长发来的第二封信，要工人们再领取一个月的薪酬。当时，美国正发生新一轮经济危机，就是没有这场大火，不少公司也无法再按时向工人支付薪酬。在这种情况下，无事可做的工人居然还被董事长惦记着，还在始终如一地用自己的存款为工人发放薪酬，谁能不为之感动呢？这样的老板全世界能有几个？所以，工人们自觉地走出家门，不约而同地回到工厂，像从前那样各司其职，整理废墟，擦洗机器，联络货源，接洽业务，正如当时《基督教科学箴言报》描述的那样：“员工们使出浑身的解数，坚持努力地工作，恨不得一天干25个小时。”

看到在天灾面前工人们还能自愿地上班，没有一个退缩，其他老板不由得为之感动，纷纷伸出援助之手。在这种情况下，奇迹出现了，本应破产的哈里逊公司竟然重新运转起来。

现在，美国哈里逊公司已经成为美国最大的纺织品公司，产品销至60多个国家和地区。

同样是从天而降的无情大火，为什么多数企业都会毁于一旦，而哈里逊公司却能够置之死地而后生呢？不难想象，如果没有董事长令人敬佩的人格和信誉，工人们还会忘我地工作吗？正是因为董事长关心工人、不让工人失业的这种义举，使得工人们在这场突如其来的火灾面前迸发出一种势不可挡的拼搏精神。此时此刻，工人们并不是仅仅为挣钱而工作，而是为了报恩，为了自己神圣的岗位。所以，哈里逊公司日后成为世界企业的500强，自然也就不足为奇了。

“要做生意先做人”。只有人品端正，别人才会尊重你、帮助你，乃至拥护你，从而才能成为生意上的伙伴。德才兼备，首先要成为品德高尚的人，有才华才能称为真正的人才，否则品德不正，就无法得到客户和员工们的信赖。

决定那些在商界取得长久成功的人，是诚信、讲人情等最基本的功底方面。

人格即财富

许多成功人士在谈及自己的提升或是人生最初起步的成功时，都把这些归功于自己乐于助人、亲切随和的性格，也就是说，在任何可能的情况下去帮助别人。

在李嘉诚的经商原则中，以善从商是始终不变的，因为他懂得唯有从善才会生意兴隆。

李嘉诚终生难忘他一生中唯一的一次“饭碗危机”。

他在茶楼跑堂时，有一天，一位生意人在大谈生意经，李嘉诚听得入迷，竟忘了侍候客人茶水。待听到大伙计叫唤，才慌里慌张地持茶壶为客人倒茶，结果不小心把水洒到茶客的裤脚上。

李嘉诚吓坏了，木桩似地站在那里，一脸煞白，忘了向这位茶客赔礼谢罪。茶客是茶楼的衣食父母，是堂馆侍候的大爷，若是挑剔点的茶客，必会甩跑堂的耳光。

李嘉诚进茶楼是顶一个小伙计的空缺。该小伙计犯的是李嘉诚同样的过失。该小伙计倒霉，那茶客是“三合会白纸扇”（黑社会师爷）。老板不敢得罪这位“大煞”，逼小伙计下跪请罪，然后当即责令他滚蛋。

李嘉诚深知不妙。这时，老板跑了过来，正待斥责李嘉诚，不料那生意人茶客却为李嘉诚开脱说：“不怪他，是我不小心碰了他。”

茶客走后，老板对李嘉诚说：“我知道是你把水淋了客人的裤脚。以后做事千万得小心，万一有什么错失，要赶快向客人赔礼，说不定就能大事化小。这客人心善，若是恶点，不知会闹成什么样子。开茶楼，老板伙计都难做。”

母亲知道后，说：“菩萨保佑，客人和老板都是好人。”她又告诫儿子，“种瓜得瓜，种豆得豆”；“积善必有善报，作恶必有恶报”。

李嘉诚后来再也没见过那位好心的茶客。他成巨富后对友人说：“这虽然是件小事，在我看来却是大事。如果我还能找到那位客人，一定要让他安度晚年，以报他的大恩大德。”

知恩图报，以善从商，是李嘉诚商业生涯的准则。即使后来在股市上要风得风，要雨得雨，李嘉诚始终恪守善意收购的原则。他总会将刀光剑影化作和风春雨，皆大欢喜。以至于有人戏称，要挫败李嘉诚的收购计划很简单，只要说一声“我不愿意”，李嘉诚绝对不会恶意收购的。

此外，李嘉诚一生所做的慈善义行不胜枚举。

善心佛性为李嘉诚树立了良好的形象，生意滚滚而来。正如他自己说，善是财源，善是财路。

做生意，要牢记一点：人格操守是事业最可靠的资本。你的善良、诚实、信用可能会让你在经商过程中走些弯路，但是，只要你能坚持下去，它将会成为让你生意兴隆的金字招牌。

美国亨氏食品加工工业公司总经理霍金士先生有一天突然从化验鉴定报告单上发现，他们生产的食品配方中起保鲜作用的添加剂有毒，虽然用量不大，但长期服用肯定对身体有害；如果悄悄在配方中删除该添加剂，又会影响食品鲜度。

此情一旦公布于众，定会引来同行的强烈反对。然而，他最终向社会宣布：这种添加剂有毒，对身体有害。

随后，所有从事食品生产加工的老板联合起来，用一切手段攻击他，指责他别有用心、打击别人、抬高自己，并且一起抵制亨氏公司的产品。亨氏公司到了濒临倒闭的边缘。

这场争论持续了四年，霍金士在快要倾家荡产之时，名声却家喻户晓，人们为他这种正直的品格所折服。公司的产品成了人们放心的热门货，亨氏公司在很短的时间内又恢复了元气，规模扩大了两倍，霍金士一举坐上了美国食品加工业的头把交椅。

由此可见，一个生意人拥有正直的品格多么重要。公道、正直与诚实是成功所包含的要素，只有具备了这些美德，事业才能成功；倘若缺乏这些美德，做生意投机取巧，是不可能做出轰轰烈烈的事业的。

每一个生意人应该懂得：不管是做什么生意还是从事什么行业，都要保持善良、正直的品格，而且应该不惜一切来保持这种品格。无论面对多大的利益，无论面对多么难以抵挡的引诱，都应该相信，人格是一个生意人最大的财富。

做生意无信不立

做生意，信誉重要还是产值重要？在成功的商人眼中一定会选择前者。如果单单为了暂时的生存，多做产值，不顾客户利益和市场信誉，甚至损害他们也在所不惜，这样虽然可以一时多赚钱，但是名声损坏了，客户逃掉了，牌子砸掉了，还能继续赚下去吗？

信誉是企业的一种形象。奥康总裁王振滔特别注重通过故事、标语、仪式和象征等手段来树立员工的质量意识，通过这些手段措施营造一种企业文化。

有一次，因包装人员疏忽，误将一双不合格皮鞋包装入库，王振滔知道这一情况后，立即下令拆包检查，可这双皮鞋已发往外地，他立即发电报给全国各地办事处，责令将这次所发的货全部退回厂部，重新拆箱检验再发回。这不仅增加了运费和人力，还耽误了季节，很多人对此不理解。但正是因为很多人的不理解，使得这个故事在奥康广为传扬，至今这双鞋还放在企业形象展示中心。

还有一个“一美元换来大订单”的故事。

一次，奥康集团国际贸易部接下了意大利客商的总价值20万美元的订单，双方谈好产品单价为23美元，并签订了购销合同。但在产品投产时，奥康公司发现生产部门在核算成本时将皮料的价格算得过低，若按实际成本计算，每双鞋的出口价格至少还要增加一美元。当员工请示是否与外商洽谈加价时，王振滔表示：“既然签了合同，就是亏本了，这笔买卖也要做。”消息传到意大利客商的耳朵里，他们主动提出在价格上增加一美元，但被王振滔婉言谢绝。他说：“多赚一美元少赚一美元并不重要，重要的是我们要恪守信用。”

这种诚信经营的做法令意大利客商十分感动，他当即决定按每双24美元的单