

商界風雲

集全國數十家文摘報刊之精華
匯知識性趣味性啟示性于一爐

博覽文摘
第3集



江蘇出版社

郭鴻振 桂池尚英 等編

郭 鴻 振 桂 池尚英 等編

548894

商界風雲

博覽文摘

商界風雲

3

漓江出版社

商界风云

郭 鸿 振 桂 池尚英 编

*

漓江出版社出版、发行

(广西桂林市南环路159—1号)

邮政编码: 541002

柳州市印刷厂印刷

*

开本787×1092 1/32 印张9.125 插页2 字数196,000

1990年8月第1版 1990年8月第1次印刷

印数: 1—20,000册

ISBN7—5407—0565—5/I·421

定价: 3.65元

目 录

“青春宝王国”	(1)
阿泰的“霸主梦”	(8)
酿造生活美酒的人	(17)
苏渭光之路	(22)
“神奇药笔”与陈维正	(25)
电脑奇才王安和他的公司	(28)
个体户夜生活心态录	(33)
“冒富大叔”的悲喜剧	(43)
“101”的困惑	(48)
“倒爷”奇观	(50)
外国老板手下的中国雇员	(72)
“独角官倒”王国林畏罪外逃案	(79)
三只老鼠造成十万元损失	(83)
世界第三大牛仔裤王国四兄弟	(85)
泰国塑胶大王陈卓豪	(88)
侏儒兄弟成为商业巨子	(90)
周锦光建立手表王国	(92)
养蚁致富成为蚁王	(96)

“马粪大亨”发迹记·····	(98)
化学教师研制太阳油成富豪·····	(100)
比香港总督的工资还多的女人·····	(103)
世界“驯鳄大王”杨海泉·····	(105)
两百赚五亿·····	(107)
世界首家“假日酒店”创办人——威尔逊·····	(110)
世界十大华人富商之一——李光前·····	(112)
朱古力王国三父子·····	(116)
世界十二华裔大富豪·····	(118)
家庭主妇手制蜡烛成巨富·····	(120)
由穷小子到大集团总裁·····	(122)
拥有千间餐厅的餐饮业大亨·····	(124)
“伊梅尔达式”爱情房间·····	(125)
女画家艺术经商 钉珠运动鞋大受欢迎·····	(127)
纽蔓太太办公司奇招·····	(128)
英国唯一的女人酒店·····	(129)
美国促销有新招 购物车上装电视·····	(130)
航空公司吸引乘客的花招·····	(131)
洛杉矶的“跳蚤市场”·····	(133)
电视售物 美国人着魔·····	(135)
一项特殊的咨询业·····	(137)
美国一品质顾问被称国宝·····	(139)
香港商品推销术之一——拆细改装法·····	(141)
一个提高员工参与感的公司·····	(143)
推销商品的“双簧”表演·····	(146)

专做有钱人生意的当铺·····	(148)
声宝公司设“女人眼发展组”·····	(150)
美国一家清洁公司年收入八亿·····	(152)
形形色色的广告·····	(154)
快餐业王国·····	(156)
奇特的广告·····	(160)
帮人掌握生活的公司·····	(161)
美国换鞋交易所提供服务·····	(166)
从事企业六要窍·····	(167)
别出心裁的旅馆·····	(171)
日本盛行“多功能保管箱”服务·····	(175)
日本百货公司的经营科学·····	(178)
“无主意”商店·····	(180)
七十二行以外的古怪职业·····	(181)
一间世界上绝无仅有的餐厅·····	(183)
监狱酒店·····	(185)
怎样同日本人谈生意·····	(186)
请美国人设计销往美国的产品·····	(190)
开拓市场各出奇谋·····	(191)
红龙虾餐厅的生财之道·····	(194)
降低成本九法·····	(195)
饮食业制胜有八招·····	(198)
杂志广告新招迭出·····	(200)
瑞士无人银行·····	(202)
骑自行车送纸尿片生意奇佳·····	(203)
埃及利用金字塔大赚外汇·····	(204)

法国招工出新招 先去沙漠见高下	(205)
“推销大王”与小小火柴	(206)
富有吸引力的免费服务	(207)
一分利“撑死人”十分利“饿死人”	(208)
难忘的大阪机场	(209)
香港直接引进日式服务	(211)
犹太人的生意经	(214)
“可口可乐”何以风靡全球	(217)
创业人士七戒	(222)
中小企业成功的十条法则	(224)
“从干毛巾中拧出水来”	(229)
犹太人视薄利多销为通向死亡的赛跑	(230)
“怪缺商品补齐公司”	(231)
美国人的生意经	(232)
从一件小事看澳大利亚的服务行业	(233)
一毛不拔的广告	(235)
鞋店招徕有术	(236)
举世无双的营销方法	(237)
先赠刷子后卖漆的奥妙	(241)
东京最热门商店的经营手法	(242)
汽车当铺	(247)
日本五花八门的代办行业	(248)
伦敦的“私人侦探服务所”	(251)
形形色色的餐馆	(252)
稀奇古怪的商店	(253)
美工商界获取经济情报的手段	(255)

以合作取代竞争·····	(257)
没有松下的松下公司·····	(262)
靠垃圾致富的英国垃圾处理业·····	(266)
强调个性别无分店·····	(267)
电子音乐浴巾·····	(268)
书里长出黄瓜·····	(269)
声音打字机·····	(271)
电话传送彩色照片·····	(272)
日本推出个人特制香水·····	(273)
山东电子狗赴台看家守院·····	(274)
制造假场面的录音带·····	(275)
纸制衣服未来大有可为·····	(276)
塑料建材轻巧方便·····	(277)
用眼睛打字·····	(278)
千奇百怪的美国儿童玩具·····	(280)
六种新型食品将在我国流行·····	(281)
明日家用新大件·····	(282)
未来的衣服·····	(284)

“青春宝王国”

举世瞩目的新国宝

1987年8月，加拿大多伦多市的国家展览馆内，举行了“中国国宝展览会”。同时展出的有四件国宝：秦朝兵马俑、青铜车马，明朝郑和下西洋的宝船，再就是杭州第二中药厂用现代科学方法精制的“青春宝”。参观者摩肩接踵，不时发出啧啧赞叹。无独有偶，美国好莱坞拍摄的影片《今日中国》，只拍了两个地方：一是西安，拍的是秦始皇兵马俑；二是杭州，但拍的不是西湖美景，而是第二中药厂——中国现代化的“中药城”。

厂电脑中心荧屏上跳出的绿色数字显示：世界上已有128个国家和地区的28000多人来到这里参观访问。他们之中有女王、总统、总理、议长、部长、财团总裁和各界名流……

靠“种子选手”创业

国际体育界通常把素质和技术最佳的运动员称之为“种

子选手”。冯根生厂长对我说，隔行不隔理。一个企业唯有储备一批优秀的“种子选手”，方有希望在国内外市场上崭露头角。

“北有同仁堂，南有庆余堂”。在中国医学界，杭州的胡庆余堂是名望极大的国药店。出生于中药世家的冯根生是这家国药店解放前的“末代学徒”。1972年，冯根生受命创建杭州第二中药厂，担任了厂长。当时，他建厂的基础仅仅是胡庆余堂设在郊区的一个破旧的熬药车间。但他雄心勃勃，要把第二中药厂建成全国第一流的现代化企业！

冯根生实施其宏图第一步是：广招贤。当时，“十年动乱”尚未结束，知识分子还是“臭老九”，可冯根生斗胆举起了招贤纳士的旗帜。他说：“发展中药，为国效力，不谋私利，问心无愧，怕什么？！”

马心舫，一位五十年代毕业于北京医学院的知识分子，为了从山西大同药厂调回到家乡照顾老母，四处联系转调，无人肯收。当她听说冯根生招贤，就急匆匆地赶来自我介绍：

“我一直搞西药合成和植物成分提取，懂两门外语。”冯根生一听，如获至宝，积极帮她办理调转手续。她果然不负众望，全力以赴扬其所长，后来成为工厂的总工程师。

短短几年内，全国有18个省市的60多位生物、化学、药理、化工、机械、建筑等专业技术人才先后慕名而来。这些中药二厂的“种子选手”们和冯根生同舟共济，创造了一项又一项令国内外医学界为之叹服的赫赫“战绩”，轰动医药市场。

——千百年来中药一直用直火熬煮的提取方法被淘汰，取而代之的是崭新的提取设备和先进的制药工艺。新建的设

备车间还制造出了上百套这种新型设备，成为首家把这种成套设备出口到国外的中药企业。

——紧追世界前进的速率。用中药制成的鱼腥草消炎、丁公藤镇痛、板兰根抗菌、当归活血、丹参治疗冠心病等一系列针剂相继问世。

——明朝永乐宫廷秘方被发掘出来了。这帖由明朝永乐皇帝御赐“益寿永贞”封号的秘方，经用现代化设备提取精制而成的“青春宝”，具有独特的抗衰老功效，同时没有任何可能产生的副作用。敏感的美联社立即向全球发出报道：

“人间喜获青春宝，世界争传抗老篇。”

——深受国内外市场欢迎的“双宝素”、“宝儿健”、“宁心宝”相继推出……

当然，在冯根生的眼里，宝中之宝是人才。有了出类拔萃的人才，才会有出类拔萃的产品。

创造催人向上的环境

冯根生办厂注重博采古今中外管理的精华为己所用。他对优化环境很偏爱。他说：“优美的工作环境能使人精神倍增。”

跨入第二中药厂大门，展现在人们面前的是一个现代化中药生产的“大观园”。一幢幢色调明快的大楼与大自然秀丽景色交相辉映。车间内，宽大的走廊与工场间用双层大型平板玻璃钢窗封闭隔开，配有空调设备。美国前驻华大使伍德

科克偕夫人参观后挥笔留下这样一句话：“我做梦也没有想到传统的中药厂竟如此现代化！”

冯根生认为，企业光有良好的工作环境还不够，更需要良好的心理环境，才能催人向上。他用严与爱创造这样的心理环境。

从1984年起，厂里采用电脑考勤器记录每个人的上班時間，迟到一秒钟罚款10元，第二次迟到罚20元，第三次迟到罚50元，迟到三次，即为旷工一天，全年旷工三次就被除名，工作时间、工作场所不准抽烟、扔烟头、看报纸和洗头洗衣服等，违者一次罚款20——100元，并输入电脑。一开始，职工对此并不习惯。六车间一个女工，临下班前在车间里洗头，被罚款50元。工人们议论说，想不到洗个头比美国的还要贵，今后再也不要干这种蠢事了！一次，一名女工因赶不上厂通勤车，宁可租一辆出租汽车上班。有人问她为什么这样？她回答：“花4元4角出租车费比罚10元钱合算。再说，我不想在电脑中留下迟到的污点。”

在杭州第二中药厂，与“严”结伴而来的还有“爱”。比如，厂里规定车间里不准看报，却又为每个职工订了4份报纸，通过邮局送到每户家中；为每户家庭搞了财产保险；送给每个职工公园票一张；用洁净的不锈钢餐具为职工供应一顿工作午餐；还给职工存养老金，解决住房问题，电脑贮存着每个职工的生日，届时由厂里送一份生日礼物，等等。有人说，冯根生在爱职工方面同严格管理一样，充分体现了他的智谋，魄力和真诚，是一名把严与爱融合起来的心理管理大师。

向世界传播中药文明

还是在杭州第二中药厂建厂伊始，冯根生就有过这样的理想：我国的中药具有得天独厚的优势，第二中药厂不仅要在国内同行业中夺魁，还要向海外市场进军，向全世界传播中药文明！

如今，第二中药厂年产值已达到1.5亿元，每年上缴国家税利1千多万元，成为国内中药行业第一流企业的理想已实现，向世界传播中药文明的进程亦已开始。

大洋彼岸的美国，是世界上药品管理最严的国家，FDA（美国食品和药品管理局的缩写）三个字母，令多少国家药品经销商望而生畏。中药，在美国历来只限于在华人区出售。

但是，当冯根生把他的“登峰牌双宝素”（即人参蜂皇浆）和“青春宝”先后打到美国口岸时，FDA在近乎苛刻的检查、化验之后，一声“OK！”两样中药产品双双进入美国市场。

1987年1月16日，由冯根生厂长兼任总经理的杭州青春宝公司与加拿大华裔客商朱树豪先生正式签订协议，合资在加拿大建造青春宝分厂。总投资190万美元。中方大部分用“青春宝”原液支付其95万美元的投资，今后利润分成各半。冯根生出任这家取名为“加拿大ATB健康产品有限公司”的董事长。这是我国中药行业第一家跨国公司。现已在

加拿大正式投产。

继而，日本、香港、联邦德国、瑞士、南朝鲜等一些企业家先后或发出邀请，或赶来杭州，纷纷要求与杭州第二中药厂合资在国外建厂。

冯根生和他的第二中药厂以其巨大的潜力和魄力正在迅速向全球“扩张”，青春宝的国际声誉与日俱增。

有人称奇。中药，在多数人的印象中，就是“老方一帖”：看看一大包、煎煎一大碗、喝喝苦难熬。而冯根生却能将其风行世界，奥秘何在？冯根生说：“我的‘奥秘’就是变苦、大、丑为甜、精、美，给中药穿上‘西装’！以适应外国人的心理习惯、生活习惯和销售习惯。”

西方人习惯于“西药方式”，爱好饮料型。于是，青春宝的生产在国内首创采用西药安瓿针剂的制作方法，生产出口服型液体。

国际市场对包装十分重视。于是，青春宝穿上描红烫金的“外衣”。打开精美的盒子，一支支澄清透明的琼浆真诱人！

先赠后卖——这是目前世界上最具竞争力的实物推销方式。冯根生果断地请香港一位资高望重的巨商搭桥，先赠送5万盒给美国九大城市的高级宾馆，免费赠送每个旅游者一盒，效果极佳。

穿上“西装”的青春宝终于在国际上风行起来：人们把她作为中国的“国宝”——古代的和现代的科学结晶，在友人中广为赠送，共享“青春”年华，互祝“长生不老”！

一份权威的情报透露：世界上已有138个国家和地区的人们购买并爱上了“青春宝”。

但冯根生并不满足。他另有所思。他告诉说：近几年，全球性的“中药热”已经掀起。善于搞“拿来主义”的美国，现已能用现代科学研究和提取中药。日本研究中医中药更热。日本大学内设有汉医学系的有20个，全国一半以上的医师能开中医处方。在南朝鲜和汉城，仅中药店就有3700多家。中国的中医至今尚无一个博士头衔，可他们第一批中医博士已经出现……

我们这个有五千年历史的“中药王国”面临着挑战。冯根生开创的“青春宝王国”也面临着挑战。冯根生清醒地看到了这一点。充满希望却又更艰辛的路还在前面等待着他。

（陈坚发）

阿泰的“霸主梦”

阿泰是广东人对强力啤酒厂厂长陈绍泰的昵称。去年人们才从报上看到这个名字，今年他就成了广东七届人大代表、全省鼎鼎有名的企业家。

原来，强力啤酒厂和健力宝运动饮料厂是孪生兄弟，两家原为一个厂。厂长李经纬，副厂长陈绍泰。“树大分枝”，1986年，这家工厂一分为二，气魄宏大的李经纬为追求他建立中国最大的饮料王国、同可口可乐在世界上一试高低的理想，担任了新独立出来的健力宝运动饮料厂的厂长，老厂——三水啤酒厂，则交给了他的得力助手陈绍泰。

兄弟分了家，各自展风华。陈绍泰年轻气盛，从李经纬那巨大的身影后走上前台，就抛出了“脚踏实地、异想天开”这一谋思已久，充分展示其个性特征的治厂方略，喊出了“争霸中原、进军海外”的口号。就在人们满怀疑虑的窃窃私语声中，短短两年，他使工厂的产值利税连续以翻番速度上扬，一个厂等于变成四个厂。1987年，工厂出口创汇300万美元，成为中国继青岛啤酒之后第二个啤酒创汇大户。

陈绍泰是怎样冒出来的呢？

“不学有术”的生意人

陈绍泰40出头，只有初中文化程度。幼年家贫。为生计，少时常扮演小贩角色。或卖番石榴，或贩鱼虾，赚点批零差价。

“说不学有术绝对了点，改成无师自通嘛，贴切一些。”他认为，做生意同抽烟打牌一样，做久了也会上瘾的。诀窍掌握越多，瘾越大。其实，这诀窍就是：吃小亏占大便宜！分解开来，说法就多了。什么“诚招天下客”、“和气生财”啦，还有“货如轮转、客似云来”等等。大生意、小生意道理都一样的。

接着，陈绍泰给我讲了他经营强力啤酒厂的两个小故事：“1986年5月，我去香港考察。一个朋友请我去百老汇酒店听歌。刚一进门，两位身佩绶带的“嘉士伯小姐”迎上前来，笑容可掬，恳请我品尝他们的嘉士伯啤酒。盛情难却，我这从不饮酒的人也爽爽快快地要了两杯。人家是在不动声色中，就对你作了成功的广告宣传，让你终生难忘。当时我就想，他们采取的这种广告韬略，能不能为我所用呢？”

“回到广东，我以热情大方、文明高雅为要求，以能体现青春活力和对顾客友好善意这一‘强力’精神为内涵，在国内厂家中第一个推出了我们的‘强力小姐’。

“我们的‘强力小姐’肩负‘公关’重任，她们经受过专门培训，对企业有高度责任心，对职业有崇高的荣誉感。