

世界

日本人 美国人 犹太人 雄霸商界
经验揭秘

犹太人、日本人、中国人和美国
人是世界上最能赚钱的人。

托马斯·索威尔博士，美国经济学家、
深研究员（美国种族简史）作者



商道

宁一 / 编著

地震出版社

和美国人一起挣钱

博士、美国经济学家、胡佛

他们是如何成为世界上最富有的人，最聪明的人

他们是如何成为世界上最富有的人、最聪明的人的？

日本人 美国人 犹太人 雄霸商界
经验揭秘

世界



商道

宁一 / 编著

地震出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

世界商道：日本人美国人犹太人雄霸商界经验揭秘/宁一编著. —北京：
地震出版社，2006.9

ISBN 7-5028-2915-6

I. 世… II. 宁… III. 商业经营-经验-世界 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 090873 号

地震版 XT200600141

世界商道——日本人美国人犹太人雄霸商界经验揭秘

宁一 编著

责任编辑：李小明

责任校对：樊 钰

出版发行：地震出版社

北京民族学院南路 9 号

邮编：100081

发行部：68423031 68467993

传真：88421706

门市部：68467991

传真：68467991

总编室：68462709 68423029

传真：68467972

E-mail: seis@ht.rol.cn.net

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市航远印刷有限公司

版 (印) 次：2006 年 9 月第一版 2006 年 9 月第一次印刷

开本：787×1092 1/16

字数：309 千字

印张：20.25

书号：ISBN 7-5028-2915-6/F·317 (3554)

定价：39.00 元

版权所有 翻印必究

(图书出现印装问题 本社负责调换)



前言

谁是世界上最能赚钱的人？

美国经济学家、哈佛大学研究所资深研究员托马斯·索威尔博士，在其著作《美国种族简史》一书中提到，犹太人、日本人、中国人和美国人是世界上最能赚钱的人。这个结论虽是一家之言，但也有其一定的道理。

华人的经商智慧和在商界的非凡业绩在全世界是有目共睹的，我们特在《中国商道》中加以阐述。这里我们着重讲日本人、美国人和犹太人的赚钱秘笈。

日本人有一种“求道精神”。世界上没有一个国家有像日本这么多“道”：茶道、花道、剑道、柔道、书道、空手道、装道、琴道……从一技一艺到百艺百能各具流派、同道相争。“技”和“美”各臻最高境界，“质”和“善”各达最高领域。凭借高超绝伦的商道，日本在二战后从废墟中重建，经济得以迅速成长，日货充塞全球各地，独占美国大半市场，一度把美国公司逼到绝境，欧亚各国的情况亦无二致。向日本人学习经营之道竟成为一股旋风在世界各国掀起。

美国人也有自己的“道”，有人将美国社会上形形色色的不同行业和职业概括为红、黄、黑三道。红代表官道，黄代表商道，黑代表学道。在



商业精神塑造的美国社会，人们最为推崇商道，信仰“金钱万能”，热衷于努力工作、经商赚钱，有了钱，一切名誉、地位、权力都可以得到了。

美国第30任总统卡尔文·柯立芝说：“美国人的营生就是做生意。”美国是一个善于做生意的国家，没有任何一个国家像美国这样把生意做得那样的成功，可能与之匹敌的在目前的世界里只有日本了。美国不但会做生意，也很会管理生意。美国建国不到200年的历史时期，在飞速发展的工商时代建立其属于自己的完善而独立的商业思想库。

美国人善于做生意，但比起犹太人来，稍逊一筹。有一个经典的说法是：“全世界的钱在美国人口袋里，美国人的钱在犹太人口袋里。”也就是说，美国的经济强国地位是靠犹太人的钱袋子顶起来的。

犹太人惊人的财富和超人的赚钱能力让全世界人折服。他们是世界上的少数人，却掌握了世界上庞大的资产；他们没有什么资本，却始终处在金钱的顶峰。犹太人对自己的发财秘密从来不传外族人，这更增强了世人探究他们发财秘诀的好奇心。

100多年前（1899年），美国作家马克·吐温发表文章说：“从古到今，犹太人创造了令世人瞩目的成果，而且还是在‘双手被绑在身后’的情况下……犹太人有什么永垂不朽的秘密？”如今，犹太人的赚钱智慧已经不再是什么秘密了，很多人在学习它、运用它，并获得了巨大财富。

本书介绍了日本人、美国人、犹太人的赚钱秘笈，他们的商道代表了世界商道的一流水平。常言道，开卷有益，相信读者朋友能够从中领悟其中的真义，并能举一反三，为己所用，在人生的道路上追逐到更大的财富。

编者



【目录】

上篇 日本人经营之道



商道一 拿来主义 跟随超越 /2

1. 博采众家之长为己所用 /2
2. 消化创新打造自有品牌 /5
3. 学习竞争对手的长处克敌制胜 /8
4. 扬长避短猛捅竞争对手软肋 /10

商道二 精心谋划 巧妙运筹 /14

1. 用小的代价谋取大的利益 /14
2. 制造轰动效应出奇制胜 /17
3. 先予人以利尔后自己得利 /20
4. 找漏洞钻空子乘隙而入 /23
5. 巧设机关克敌于无形之中 /26
6. 以迂为直巧妙运筹 /29

商道三 洞悉人性 攻心为上 /33

1. 虚张声势广布迷阵 /33
2. 用同理心攻破对方的情感防线 /37
3. 利用人性的弱点引人上钩 /39
4. 破坏对手的情绪乱其方寸 /41



商道四 求异求变 另辟蹊径 /45

1. 在众行之中求反行 /45
2. 在热门之中爆冷门 /48
3. 在先进之中觅后进 /51
4. 在流行之中创独行 /54

商道五 明察善断 顺应大势 /57

1. 靠远见打开机会之门 /57
2. 做一个商海观“潮”高手 /60
3. 掌握及时抽身之道 /62

商道六 感觉敏锐 行动快捷 /66

1. 对情报保持高度敏感 /66
2. 睁大眼睛寻找商机 /69
3. 抢先一步就会遥遥领先 /71
4. 预感潜在的危險力避后患 /74

商道七 软硬兼施 刚柔并济 /77

1. 以柔克刚以弱制强 /77
2. 该强硬时决不手软 /78
3. 该争的利益一定要争 /81
4. 软磨硬缠迷惑拖延 /85

商道八 以人为本 完善管理 /87

1. 人才是企业发展的第一要素 /87
2. 知人善任用人唯贤 /90
3. 重视企业管理提升效率 /92
4. 精打细算厉行节约 /94
5. 领导以身作则身先士卒 /97
6. 顾客至上提供完美服务 /99



中篇 美国人经营之道



商道一 以变应变 顺应时势 /104

1. 经营就是要以变应变 /104
2. 在新奇上面下足功夫 /107
3. 唯有变者才能生存 /109
4. 创新是做大的唯一出路 /112
5. 鼓励每个员工主动创新 /116

商道二 险中取利 果敢决策 /119

1. 瞅准行情大胆下注 /119
2. 敢做别人不敢做的事 /122
3. 冒险必须能够控制风险 /126

商道三 高瞻远瞩 放眼未来 /129

1. 比别人看得更远更准 /129
2. 看清楚未来的危机和契机 /131
3. 为明天的生意做准备 /134

商道四 精于谈判 桌上斗智 /136

1. 谈判前摸清对方底细 /136
2. 喊价要狠让步要慢 /138
3. 决不暴露自己的底牌 /140
4. 首先拆散对方的平台 /141
5. 软硬兼施两手准备 /143
6. 设置价格陷阱 /145
7. 不知对方底细少开口 /147



- #### 4. 给员工意想不到的荣耀 /200



5. 点滴成绩也应表扬 /202
6. 让人心甘情愿为你做事 /204

下篇 犹太人经营之道



商道一 热爱金钱 唯利是图 /208

1. 爱上帝更爱金钱 /208
2. 爱财无罪贪财是万恶之根 /210
3. 心中有金钱更要有道义 /213
4. 在变通守法中钻缝经营 /215
5. 做生意只有利益没有禁区 /218
6. 有知识的人更能赚到大钱 /220

商道二 诚信经营 公平交易 /223

1. 信守合约爱惜声誉 /223
2. 诚信公平才能获得永恒的成功 /225
3. 要想挣大钱必须有大德 /228

商道三 精细明察 敏于算计 /231

1. 精明人是用智慧赚钱 /231
2. 做生意必须懂数字会算计 /234
3. 用独特思维发现利润区 /236
4. 把78%的精力放在22%的客户上 /238
5. 走高品位高价位的营销路线 /240

商道四 精于理财 盘活资本 /244

1. 崇尚节俭但不做守财奴 /244
2. 一生中要强迫自己攒钱 /246



3. 拟定适合自己的收支预算 /248

4. 把手中的钱用活才能生财 /250

5. 脚踏实地从小生意做起 /252

商道五 营造关系 和气生财 /256

1. 以人脉来开拓财脉 /256

2. 朋友身上有可赚的钱 /258

3. 在和气的氛围中赚钱 /261

4. 一笔生意两头赢利 /264

5. 选择一个好的合作伙伴 /265

商道六 关注信息 善用情报 /269

1. 信息是敏感人眼中的钻石 /269

2. 信息不等人出手要快 /271

3. 商人要有发现财富的眼光 /273

商道七 不畏困境 坚忍致胜 /276

1. 永不失望更不绝望还有希望 /276

2. 忍耐是战胜不景气的良方 /278

3. 相信天无绝人之路 /280

商道八 珍惜时间 立即行动 /284

1. 惜时就是保护自己的金钱 /284

2. 马上解决绝不拖延 /286

商道九 借力生财 借势经营 /289

1. 借别人的鞋子比赤脚走得快 /289

2. 借助人气聚集财气 /291

3. 借助天时地利人和 /293

4. 如果良机不在就自创良机 /295



商道十 重视生命 劳逸结合 /298

1. 健康是赚钱的最大本钱 /298
2. 努力赚钱劳逸有度 /300
3. 养生之道也是经营之道 /302
4. 别让坏脾气赶走你的财运 /305
5. 享受金钱享受生活 /306

上篇 日本人经营之道

一个资源小国，战后从废墟中重建，如今商品充塞全球，独占美国大半市场，一度把美国公司逼到绝境，欧亚各国的情况亦无二致，一跃成为世界最大债权国和经济援助国。日本人的绝招是什么？一流的商道。日本人有一种“求道精神”，茶道、花道、剑道、柔道、空手道、书道、装道、琴道……从一技一艺到百艺百能各具流派，“技”和“美”各臻最高境界，“质”和“善”各达最高领域。



商道一 拿来主义 跟随超越

日本人善于学习和创新，日本人成功的秘诀主要在于他们的手中握有两件从异域借来的武器——东方古典的儒家思想和欧美现代化的管理理念。他们把这两种武器的优点和精华有机地糅合在一起，并结合自身的实际，巧妙灵活地运用于商战之中，从而发挥了神奇的作用，取得了惊人的效果。



1. 博采众家之长为己所用

日本人的确是一个善于学习的民族，而且对学过来的东西能加以发展，做到青出于蓝而胜于蓝。日本语言虽然是以汉字为基础，但又吸收了不少的外来语。日本人在学习东方文化和西方文化上都舍得下工夫，而且经常是徒弟超过老师。

日本人把东西文化和经营之道糅合在一起，创造出了有独特风格的日本文化和经营之道，而且这种开放的文化 and 由此形成的博采众长的民族精神成了日本战后经济起飞的基础。

鲁迅先生早年曾留学日本，不知道他所说的拿来主义是不是受日本人的影响。日本的拿来主义是有历史的，向中国学习的日本国遣隋使、遣唐使就是典型的例子。从1400多年前的圣德太子开始，日本就5次派出遣隋使到中国学习先进的科学文化知识。虚心学习外国的先进文化，是日本民族每一次进步的起点。



日本人对中华文化的学习模仿自不必多言，日本古籍《菅家遗戒》中最有名的论述是“和魂汉才”，在日本流传近千年。明治维新后，马上出现了一个新词：“和魂洋才”，这个词汇至今仍广泛使用。一字之变，说明日本人把对外学习的范围扩大了，只要是比他们强的，无论东方国家，还是西方国家，都要“拿来”。

电影《最后的武士》中有一句台词，大概的意思就是“我们的天皇对所有外国的东西都很感兴趣，请来了德国的工程师，荷兰的建筑师……当然，还有美国来的勇士”。虽然是电影，但也客观地反映了明治天皇时代的日本对国外先进自然科学、社会科学以及工程技术的如饥似渴。被中国人所熟知的伊藤博文早年间就曾赴英学习先进的海军技术，也就是从那个时候起日本的国力开始腾飞。

当然，日本人的“拿来主义”在其经济上也有反映，例如日本的尼西奇公司。这家公司生产婴儿用的尿布，为了改进产品，他们十分注重吸取众家之长。1979年，尼西奇的一位总经理随团访问中国，每到一处，他不是关心名胜古迹，也不忙于选购古董艺术品，而是四出寻找尿垫。

短短的旅行期间，他竟奇迹般地收集了中国的十几种尿垫。上海生产一种利用边角料拼接的尿垫，他们发现后便立即仿效，在设计时利用边角料，既增加了美感，又节省了材料、降低了售价，因而畅销。

尼西奇公司的拿来主义是“明拿”，光明正大，但有的核心技术是保密的，你想向人家学习，人家防还来不及呢，又怎么会教你呢？在这种情况下，日本人变“明拿”为“暗拿”。所谓“暗拿”，就是偷技。

日本某首饰厂想要仿造中国的景泰蓝，始终没有成功。最后他们用重金收买了一个华侨，让他到中国去偷景泰蓝的制作工艺技术。那个华侨回到中国，以代理商的身份要求参观景泰蓝的制作过程。接待部门替他做了安排，厂方殷勤接待了这位“代理商”，让他参观了工厂，把工艺制作的全过程拍了照片。这个华侨顺利地完成了日本人交给的任务，那家日本工厂不久就制造出标上日本制造的景泰蓝在国际市场上和中国竞争。景泰蓝制作工艺的泄密，给中国造成难以估量的损失。

无独有偶。安徽泾县纸厂生产的宣纸，在世界上首屈一指。1981年，



几位日本商人要求参观在泾县纸厂帮助下建立起来的一个宣纸厂。日商来厂后，第一天介绍情况，参观生产过程；第二天座谈，技术交流；第三天对生产宣纸的全过程进行录像。在参观座谈过程中，日商询问甚为详细，还索去了某些原料，并以帮助化验为名带走了造纸用的井水。这样，日本人分文不花就搞到了制造宣纸的全部技术。

中国景泰蓝和宣纸制造技术的泄密，一方面说明了中国人的防范意识不强，另一方面说明日本人善于学习吸收外族的精华，有时甚至不择手段，眼中只有利益。由此可见，日本大和民族是一个善于学习的民族。

如今，企业间的竞争实质上是核心技术与能力的竞争，各大企业在进行技术与能力较量时，通常采取两条途径：一是自行研究与开发；二是购买研究与开发成果，直接“拿来”。对于多数中小企业而言，“拿来主义”是最有效的方法之一。

一个公司搞技术开发，往往需要注入很大的研制开发费用，加上开发周期一般比较长。所以，技术开发的风险往往较大。而引进技术，不仅节省许多研制费用，避免许多次失败风险，还能利用差距空间的张力获得迅速的发展。当然，直接把别人的研究成果拿来，是要花代价的，关键看代价是否花得值得，收益是否大于代价。

在1999年首届深圳高新技术交易会上，深圳万和制药厂居然动用2670万元的“天价”买下了日本氨基酸微胶囊的全套生产技术！而且这个深圳万和制药厂是一个不到200人的小厂！当时很多行家认为，赫美罗的氨基酸胶囊技术在世界上已经生产了10多年，在中国又无专利，“万和药厂花费巨资买下这个没有专利的技术，不值”！

万和药厂的赵厂长却有自己的主见：“氨基酸是病人在手术后平衡体内营养的重要物质，在国外主要是让病人口服，在胃里慢慢地吸收。而在国内主要是靠静脉注射，起效快，其消失也快。合理的状况是通过肠胃吸收，更符合人体新陈代谢的过程。专利虽然是公开了，但具体制造技术并没有公开。国内多家药厂已经用了许多时间和资金去仿制，质量始终还是差一截，效果都不甚理想。日本是生产氨基酸的大国，直接购买其成熟技术，一可以填补国内的空白，二可以缩短研制时间，三还能够把开发的风



险降到最低。”

事实上，万和药厂引进新技术之后，不到一年便在国内开发出氨基酸新药，一下子填补了国内的空白，并重新获得了6年的新专利保护。两三年下来，产值已攻上亿元大关。赵厂长深有感触地说：“购买成熟的技术，可能是一些缺乏技术力量的中小企业的最佳选择。”

运用“拿来主义”使自己处于高点之上，给企业带来新的生机，这是一个了不起的智慧。购买完整的技术而不是重新摸索、仿制，对那些资金和技术都不是很强的中小企业来说，此举可能更明智。



2. 消化创新打造自有品牌

20世纪，日本人向美国人学习时曾提出：每天进步1%。这种精神很可贵，值得中国人借鉴。“拿来主义”的精髓不在于模仿，而在于改良创新。只引进而不予消化，如同藏书而不翻阅，引进的只是一堆钢铁似的原料。消化技术方能利用技术，这一点是极为重要的。

消化是为了创新，引进技术不仅是要在本国本地区开辟市场，还要与技术输出国或技术输出地区进行竞争，争夺市场。这就需要创新，即所谓“青出于蓝而胜于蓝”。这一条“引进-消化-创新”的经营范式被日本商界引之为“经典范式”，日本的腾飞与这项经营范式密不可分。

例如日本的汽车业。美国和德国的汽车起步最早，可谓是汽车界的老前辈了，相对于日本而言，美国和德国的造车经验更加成熟。但是，日本人很聪明，从丰田佐吉派儿子到美国底特律学习汽车开始，日本人把国外生产的汽车买来后，通通都拆开，一个个的零件进行研究，最后自己消化吸收后就是创新了，日本人的创新正是促使日本汽车快速发展的一个原因。

再如日本的新日铁公司。最初，日本的炼钢技术和设备都比欧美差了一截，钢铁产品缺乏在国际市场上的竞争能力。新日铁大胆引进各国的炼