



中国现代商人必备经商读本

SHIYONG JINGSHANG ZHINAN

实用**经商指南**

金 和◎编著

最简单最有效的经商方法与技巧

这是一部专为现代中国商人而作的实用性经商通书。
它从中国商场的实际情况出发，多层次多角度地揭示了做生意的秘诀和方法。



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



图在藏书 (CIP) 目録第 5 号

SHIYONG JINGSHANG ZHINAN

实用**经商指南**

金 和◎编著

江苏工业学院图书馆

藏书章

最简单最有效的经商方法与技巧

ISBN 7-801-384-21-4
 定价：28.00元
 2000年1月第1版
 2000年1月第1次印刷
 170毫米×240毫米
 32开平装
 北京出版集团公司
 企业管理出版社
 地址：北京市东城区景泰桥东里13号
 邮编：100044
 电话：(010) 68414043
 网址：http://www.emph.cn



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

实用经商指南/金和编著. — 北京: 企业管理出版社, 2006.1

ISBN 7-80197-284-8

I. 经… II. 金… III. 商业经营 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 101765 号

书 名: 实用经商指南

作 者: 金 和

责任编辑: 朝 阳

书 号: ISBN 7-80197-284-8/F·285

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100044

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 北京世纪雨田印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170 毫米 × 240 毫米 16 开本 19.5 印张 300 千字

版 次: 2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册

定 价: 38.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

前 言

这是一部植根于中国商场,为中国现代商人而作的实用性经商著作。

中国有句古话:“君子生财,取之有道”。所谓生财,赚钱也。用今天的话来讲,即经商做生意,积累财富;所谓道,门道也,用今天的话来讲,即经商的方法和技巧。经商要讲究方法,做生意要懂得技巧。因此,经商做生意,大有学问。

作为经商者,怎样入行与选项,怎样投资和用人,怎样诱导顾客购买和促销商品,怎样进行买卖谈判并运用广告与公关战术,怎样树立起良好的企业形象等,这关系到整个公司或生意的兴衰成败,也是所有经商者最为关注的难点,更是本书所要解决的问题。

这部书最大的特点就是,从中国商场的实际情况出发,从教你入行做生意开始,以其精辟的论述,翔实的案例,系统而广泛地总结了一些中外成功的经商绝招,多层次多角度地揭示了做生意的秘诀和方法。

通读全书,不仅初入商场的新手会从中学到各种各样的经商方

法,而且久经商场的老将也能从中得到启迪。

衷心希望本书能伴随着商海中的广大读者朋友一起拼搏,从而使你走向事业成功的顶点。

作 者



目 录

经理·素质篇

一 怎样当一名称职的经理	1
1. 经理在公司中担任的角色	1
2. 经理的工作特点	2
3. 经理的素质要求	4
4. 经理在公司中的重要作用	6
二 职业经理人的十二项修炼	7
1. 第一项修炼:拟定计划	7
2. 第二项修炼:制定决策	8
3. 第三项修炼:解决问题	8
4. 第四项修炼:制定标准	9
5. 第五项修炼:成果管制	9
6. 第六项修炼:绩效考核	9
7. 第七项修炼:团队建设	10
8. 第八项修炼:领导能力	10
9. 第九项修炼:培养部属	10
10. 第十项修炼:主持会议	11
11. 第十一项修炼:沟通表达	11
12. 第十二项修炼:个人管理	12
三 怎样为经商做准备	12
1. 穷则思变:经商者的第一步	12
2. 下定决心:经商者的成功前提	13
3. 上山学法:经商者的“卧底”偷师	13
4. 合作原则:只有公司 1/3 以上的股权	14
5. 能干与胸襟:经商者的吸引力	14
6. 经商者须会借势与顺势	14

7. 便宜莫贪:防人之心不可无	15
8. 广交朋友	15
9. 健康的悲观主义	16
10. 山水有相逢	17
四 做生意必须懂的几个问题	17
1. 要量力而为	17
2. 小生意能发大财	18
3. 最好一手交钱一手交货	18
4. 信息要灵通	19
5. 要眼见为实	20
6. 要提防“皮包公司”	21
7. 要随机应变	21
8. 要留有余地	22

经商·投资篇

一 怎样选择合伙人	23
1. 只有合作才能获得最大的成功	23
2. 与人合作的基本要求	24
3. 不可合作的三种人	26
4. 朋友归朋友,规矩归规矩	28
二 怎样筹集资金	31
1. 筹资的方法有哪些	31
2. 融资的方法有哪些	32
3. 善“借”者兴	34
4. 认清借贷的利与弊	35
三 怎样选择投资方向	36
1. 遵循投资选项的准则	36
2. 选项应符合政策法规	37
3. 熟悉所选项目	38
4. 分析投资的风险	39
5. 选项应注重自身的资源能力	41

四 怎样为公司取个好名字	42
1. 公司起名的六大特征	42
2. 公司起名的六大思路	43
3. 公司起名的十一种方法	45
五 怎样为公司制定经营战略	48
1. “精、专”的经营战略	48
2. 寻找市场空隙战略	49
3. 经营特色战略	50
4. 高新技术战略	50
5. 联合经营战略	51
6. 分包经营战略	51
7. 特许经营战略	52
六 怎样避免创业风险	53
1. 用人不当	53
2. 进货不慎	54
3. 决策失误	54
4. 地点欠佳	55
5. 管理不善	55
6. 缺乏修养	55

生意·产品篇

一 什么是生意	56
1. 有产品出售	56
2. 赚取利润	56
3. 拥有顾客	57
二 经商不要入错行	57
1. 研制产品行业	57
2. 替别人销售产品行业	57
3. 提供服务行业	58
4. 其他行业	59
5. 识那行做那行	59

三 入行三件事	59
1. 卖什么	59
2. 卖给谁	60
3. 怎样卖	61
四 先效仿后超越	62
1. 效仿别家成功的经验,不能简单照搬	62
2. 既要采用别家成功的经验,又适合本公司需要	63
3. 不受束缚,锐意变革	63
五 怎样生产畅销产品	63
1. 成功产品的六大特性	63
2. 拟定产品创新的战略	65
3. 产品创新的六大智慧	66
4. 确定新产品的可行性	67
5. 产品开发的四种原理构思	69
6. 进行产品开发的步骤	71
六 怎样打造名牌产品	73
1. 品牌的六个要点	73
2. 如何进行品牌策划	74
3. 品牌经营的四个策略	76
4. 如何塑造品牌形象	77
5. 品牌重在以质取胜	79
6. 擦去品牌身上的灰尘	81
七 中小公司成功的十条法则	83
1. 专精于某一特定产品	83
2. 有长期经营的气魄	83
3. 掌握关键业务	84
4. 创业时应拥有相当的资源	84
5. 找到适当的市场机会	84
6. 利用中小企业的优点	84
7. 弥补规模上的缺点	84
8. 联合关键对象	85
9. 虚心寻求外人协助	85

10. 企业家要有追求卓越的态度	85
------------------------	----

理财·用财篇

一 常见的六种理财误区	86
1. 不进行财务核算	86
2. 赊账过多	87
3. 不重视资金周转	87
4. 开支过大	88
5. 铺张浪费	88
6. 认为负债都是坏事	89
二 怎样管理日常现金	89
1. 现金管理	90
2. 现金预算	90
3. 有价证券管理	91
4. 应收账款管理	91
三 怎样进行资金核算	93
1. 预算见功底	93
2. 固定资金占用与核算	94
3. 不可忽视折旧费	95
4. 流动资金核算的关键	95
5. 怎样分配固定费用	96
6. 变动费用核算至关重要	97
7. 保持流动资产与流动负债量的相对平衡	98
8. 利润核算的学问	99
四 怎样进行财务管理	100
1. 聘请一个好会计	100
2. 怎样看总账和明细账	101
3. 怎样看资金账	102
4. 怎样看成本账	103
5. 怎样看财务成果账	103
6. 怎样看财务报表	104
7. 会计分析不可少	105

市场·竞争篇

一 怎样研究市场的行情	108
1. 什么是市场	108
2. 市场的划分	108
3. 市场调查	111
4. 市场分析	115
5. 市场预测	116
6. 市场竞争	118
7. 占领市场策略	120
8. 开拓市场策略	121
9. 创造市场策略	123
二 与同行竞争的良策	124
1. 善于找大公司空当	125
2. 善于找同行弱点	126
3. 找准竞争对手	126
4. 比较竞争商品	127
5. 活用竞争手法	127
三 怎样透视顾客购买心理	128
1. 求实购买心理与购买行为	128
2. 求新购买心理与购买行为	128
3. 求美购买心理与购买行为	129
4. 求利购买心理与购买行为	129
5. 求名购买心理与购买行为	129
6. 模仿购买心理与购买行为	130
7. 好癖购买心理与购买行为	130
8. 求速购买心理与购买行为	130
9. 男性消费者的购买心理与购买行为	131
10. 女性消费者的购买心理与购买行为	132
11. 青年消费者的购买心理与购买行为	133
12. 老年消费者的购买心理与购买行为	134



四 怎样进行商品定价	135
1. 几种定价策略	135
2. 标价的策略	138
3. 定价方法	139
4. 价格与推销的关系	142

店铺·物流篇

一 口岸选择	145
1. 好口岸就不要怕高租金	145
2. 同行密集的地方是好口岸	145
3. 好口岸应具备的条件	146
4. 选择开店的最佳区域	146
5. 具体开店地址的确定	148
6. 开店不宜选址的区域	148
二 商家门面装修设计技巧	149
1. 门面装修要令人耳目一新	149
2. 店铺门面装潢有哪些要求	150
3. 店铺外观设计注意事项	150
4. 店面外观的三种类型	151
5. 如何设计制作商店招牌	151
6. 理想的店门设计什么样	152
7. 如何设计商店的橱窗	153
三 商品陈列技巧	154
1. 商品陈列原则	154
2. 商品陈列种类	155
3. 商品陈列要求	156
4. 商品陈列高度与销售	156
5. 杂乱无章的陈列显奇效	156
四 商品的采购和验收	157
1. 进货要领	157
2. 进货来源	158
3. 进货技巧	158

4. 选择最佳供货单位	159
5. 注意进货的经济核算	159
6. 做好商品验收	160
五 商品的储存、盘点与损失	161
1. 商品储存	161
2. 商品盘点	163
3. 商品损失	163

营销·顾客篇

一 怎样说服不同性格的顾客	166
1. 唯唯诺诺的顾客	166
2. 硬装内行的顾客	166
3. 金牛型的顾客	167
4. 思索型的顾客	167
5. 胆怯型的顾客	168
6. 冷淡型的顾客	169
7. 只看不买的顾客	169
8. 好奇心强的顾客	170
9. 人品好的顾客	170
10. 粗野疑心重的顾客	171
二 诱导顾客购买十八法	171
1. 意向引导成交法	171
2. 步步为营成交法	173
3. 用途示范成交法	174
4. 理论说明成交法	175
5. 隔靴搔痒成交法	177
6. 不断追问成交法	178
7. 加压方式成交法	178
8. 冷淡方式成交法	179
9. 选择方式成交法	181
10. 诱导方式成交法	181
11. 几率方式成交法	183

12. 抓住习惯成交法	183
13. 携带方式成交法	184
14. 变换语气成交法	185
15. 为他着想成交法	185
16. 形式变化成交法	186
17. “假败方式”成交法	187
18. “对抗方式”成交法	187
三 第一流的促销二十法	188
1. 情感促销法	188
2. 顾客档案法	189
3. 特定顾客法	189
4. 名人效应法	190
5. 返朴归真法	191
6. 随购赠礼法	191
7. 绿色食品法	192
8. 情侣商品法	193
9. 反时令销售法	194
10. 商品保险法	194
11. 改进包装法	195
12. 以旧换新法	196
13. 退换商品法	196
14. 悬赏捉劣法	197
15. 数量限购法	198
16. 名牌效应法	198
17. 九九尾数法	199
18. 公开拍卖法	200
19. 以货易货法	201
20. 仓库售货法	201
四 怎样签订营销合同	202
1. 签订合同注意事项	202
2. 合同担保	203
3. 合同生效期	205



- 4. 合同履行坚持的原则 205
- 5. 合同失误的类型 206
- 6. 如何解决合同执行中的纠纷 207

选人·用人篇

- 一 择人用人的诀窍 209
 - 1. 用人不疑 209
 - 2. 量才录用 209
 - 3. 赏不逾时 209
 - 4. 惩罚的热炉法则 210
 - 5. 一碗水端平 210
 - 6. 激将法 211
 - 7. 录用中等人才也是福气 211
 - 8. 3:4:3 用人术 211
 - 9. 授权他人但仍保持控制 212
- 二 怎样鉴别商务人才 212
 - 1. 如何鉴别人才的类型 212
 - 2. 识别人才七法 213
 - 3. 如何摸透应聘者的潜力 214
 - 4. 如何挑选公司需要的人才 214
 - 5. 识人的几种高招 215
 - 6. 怎样雇佣到最棒的员工 215
- 三 怎样挑选各类业务人员 216
 - 1. 怎样选用推销员 216
 - 2. 怎样选用采购人员 217
 - 3. 怎样选用公关人才 218
 - 4. 如何选用管理人员 219
 - 5. 中层业务主管的素质特征 220
 - 6. 科技主管的素质特征 220
 - 7. 财务人员的素质特征 220
- 四 怎样支付员工的薪酬 221
 - 1. 如何利用金钱激励员工 221

2. 支付薪酬的九个秘诀	221
3. 如何避免员工对薪酬不满	222
4. 鼓励员工多劳多得	223
5. 用奖金激励员工的三项原则	223
6. “朝三暮四”的发薪技巧	223

授权·控制篇

一 怎样合理授权	225
1. 如何给下属“授权”	225
2. 滥用权力的三种表现	228
3. 如何防止下属“越权”	230
4. 分派工作好处多	231
5. 根据下属特点分派任务	232
6. 把权力交到十三种人手里	234
7. 放权并不是任其发挥	236
二 怎样下达命令	237
1. 准确下达命令七要素	237
2. 下达命令要因人而异	238
3. 怎样帮助下属接受命令	239
4. 令出如山,贯彻到底	240
5. 切忌令出多门	241
6. 切忌拿命令开玩笑	242
三 怎样有效控制	243
1. 控制的基本过程	243
2. 控制的基本类型	245
3. 人员评价	247
4. 人员评价的管理	248

谈判·公关篇

一 怎样进行商务谈判	250
1. 开场白的表达方式	250
2. 说服对手的方法	251
3. 迅速达成协议的技巧	252

4. 谈判中提问的技巧	254
5. 谈判中答话的技巧	256
6. 最后期限的力量	257
7. 丝毫无损的让步	257
8. 掌握谈判议程	258
9. 以退为进的战术	259
10. 拒绝对方的艺术	260
11. 谈判中“换档”战术	260
二 怎样运用广告战术	261
1. 怎样制作广告	261
2. 广告宣传怎样才算成功	262
3. 广告制作要遵循哪些原则	262
4. 商业广告的四种类型	263
5. 商业广告的四种主要媒体	265
6. 商品包装广告有什么特点	267
7. 如何搞好橱窗广告	268
8. 如何悬挂招牌广告	268
9. 如何借助名人来扩大影响	268
10. 如何运用“活广告”做宣传	269
三 怎样使用公关艺术	270
1. 公关工作究竟能做些什么	270
2. 公关活动主要有哪些方式	271
3. 一个公关人员日常要做哪些工作	272
4. 公关活动要选择什么样的传播媒介	273
5. 怎样做好接待工作	274
6. 怎样安排会见与会谈	277
7. 怎样举办和参加展览会	278
8. 怎样准备一份恰当的礼物	279
9. 宴请有什么学问	280
四 怎样树立企业形象	282
1. 什么是企业形象	282
2. 什么是 CIS 战略	283