



智慧

决



定

严行方◎编著

亿万富翁成功的启示



成败

石油工业出版社



智慧决定成败

严行方 编著

石油工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

智慧决定成败/严行方编著.

北京: 石油工业出版社, 2005. 1

ISBN 7-5021-4971-6

I. 智...

II. 严...

III. 成功心理学

IV. B848.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 141070 号

书名: 智慧决定成败

作者: 严行方 编著

出版发行: 石油工业出版社

(北京安定门外安华里二区一号楼 100011)

网 址: [www. petropub. cn](http://www.petropub.cn)

总 机: (010) 64262233 发行部: (010) 64262233 - 3603

经 销: 全国新华书店

印 刷: 石油工业出版社印刷厂印刷

2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

640×960 毫米 开本: 1/16 印张: 15

字数: 270 千字 印数: 1—8000 册

定价: 22.00 元

(如出现印装质量问题, 我社发行部负责调换)

版权所有, 翻印必究

编委会名单

主 编：李 兵

编 委：王 茜 史 卉 史俊杰 刘平洋
刘红彬 刘学民 吕小晴 许建明
许振文 齐日华 严行方 张伟娜
张洪伟 李 兵 李舒亚 李舒明
杨文雄 陈勇大 陈 媛 郑 彪
段 磊 胡治国 赵国锋 袁 博
崔永普 黄丹霞 彭义珠 程 渡

想发财，就发财

（代序）

有则现代笑话说：如果一位外星人突然降临我国，北京人会和他茶座里讨论治国安邦方略，上海人会把他拴在展览会上卖门票，广州人会把他解剖开来研究怎样美餐一顿，温州人会在饭局上向他讨教宇宙中的赚钱秘诀。

虽然这是一则笑话，可是入木三分，点出了不同的人面对同一事物的不同心态。不难看出，就赚钱效应看，温州人的效率最高。这也是温州人事实上富得流油的秘诀之一。

人们总感到奇怪：为什么有的人本来没想发财，却一不小心发了大财？为什么有的人拼命追求财富，财富却对他躲躲闪闪？仔细观察就会发现，原来财富也会滚大堆——钱越赚越想赚，越赚越能赚。这就是财富积累的马太效应！

日本有位商界奇人名叫井口健二，他从身无分文的打工仔跻身于亿万富翁行列后深有体会地说，产生这种马太效应的原因就在于：赚钱越多，赚钱经验就越丰富，受到的社会认可和尊敬程度就越高，快乐就会从中而来，从而对工作的热情就更加高涨。一旦到了这个境界，似乎真的想发财就能发财，呼风唤雨，非常容易。

现在的问题是，绝大多数人都还远远没有达到这个地步，甚至还始终迈不出通向这个方向的第一步，因而根本无法体会到这种赚钱的乐趣。这真是一个难解的结。

不过请相信，在市场经济条件下，谁更努力，谁就可能拥有更多的市场机会，这一点永远不会错。

就好像一起耕地的两头牛，耕着耕着慢慢地就分出了高低：其中一头牛浑身是劲，于是主人给它增加了工作量；另一头牛则在懈怠之余，无师自通学会了磨洋工。

慢牛嘲笑快牛说：“老兄，何必干得那么起劲呢？就你知道在

主人面前表现自己。你难道忘了自古以来鞭打快牛的真理吗？你看我整天玩玩，多休闲！”

就在慢牛得意洋洋的第二天，主人把它杀了，剥其皮、食其肉，同时又给快牛增添了更多精饲料。因为主人算过一笔账，在慢牛身上只有投入没有产出，划不来。

致富路上也是如此。一开始快牛（创业者）的忍辱负重显而易见，可是其最终所得精饲料（回报）也高。而慢牛（懒惰者）相对悠然自得，可是其最终的市场机会越来越少，说不定哪天就被主人（市场）给宰（淘汰）了。

王侯将相，宁有种乎？“快牛”当然不是天生的。

本书介绍的都是那些普通人白手起家成为亿万富翁、小企业发展壮大成为业界领头羊的故事及其成功轨迹。

读完本书，您会悟出：许多人的成功并非您想像的那样高不可攀，有的甚至得来全不费功夫。只要头脑清醒、方法对路、兢兢业业、知难而进，换了您也同样会成功，而且可能比他们更成功！

祝您好运！

目录

第一章 智慧就是财富	1
全球最伟大的推销员	2
百万富翁的共同特征	8
抓住机遇，财产翻番	10
价值 2 亿元的小土豆	12
中国首富的创业神话	17
国有企业的民营化	20
变知识资本为产业资本	23
精确营销，多源赢利	25
另类电话黄页的开发	29
废纸中有黄金屋	31
亿万家产的“小裁缝”	34
第二章 胆识就是财富	41
年轻百万富翁的素质	42
200 元怎样变成 2 个亿	45
20 万怎样变成 40 亿	48
草丛中长出参天笋	53
不甘平庸，终见阳光	56
剪剪贴贴发了财	58
远大目光能够赚钱	61
从小作坊到跨国企业	64
能致富才是好主义	67
响当当的“当当”	71
购置飞机的民营企业	75
希望，真的是希望	77

洛克菲勒的传奇故事	81
五年炼成的亿万富翁	87
第三章 人缘就是财富	91
经营人心就是经营事业	92
顾客满意，自己满足	99
公关可以创造财富	102
经营的加法和乘法	107
同行未必是冤家	109
万和的企业共同体	114
第四章 精明就是财富	119
市场敏感成就了他	120
从爱好和特长出发	122
买一送一中发现机会	125
高露洁牙膏的高明之处	127
哈利·波特与饥饿营销	129
以林养林、兴林致富	134
伊藤洋华堂靠天吃饭	137
理智和冷静铸就大师	142
中国最精明的会计师	146
第五章 经验就是财富	149
引进“外智”起死回生	150
串门串出一条生路	155
胡文虎及其万金油	158
批判地学习先进经验	161
第一商业帝国沃尔玛	164
年薪最高的打工妹	170
荒年饿不煞手艺人	172
人间处处有商机	176
顶住他人的指手画脚	180
创业初期如何寻找投资商	184

第六章 创新就是财富	191
他靠卖星球发了财.....	192
离家出走创办索尼.....	195
给低值易耗品增值.....	201
金字塔结构倒不了.....	204
王峻涛的珠穆朗玛.....	207
敢于挑战微软的人.....	212
炫耀世界的鞋王.....	217
打火机点燃财富之路.....	223

智慧
智
白
决
定
成
败

□ 第一章

智 慧 就 是 财 富

智慧就是财富，说的是发家致富需要开动脑筋。尤其是在知识经济时代，这更是一条颠扑不破的真理。

都说勤劳致富，但那只能解决温饱问题，充其量也只能过上小康生活。因为这种算术级数的财富增长，与智慧致富几何级数的财富增长相比，简直就是小巫见大巫。

试看，在全球财富人物排行榜中有谁是通过勤劳致富名列其中的？没有，也不可能。不要说排行人数圈定几百人，就是扩大到几万人、几十万人都不大会轮到勤劳致富者，这就很有说服力。

本篇主要通过各种案例，来阐述智慧就是财富的道理。

全球最伟大的推销员

现在各地人才市场上最缺的是营销人员。需要高智慧的营销人员，与需要强体力的服务人员一道，构成人才劳务市场最紧缺的两类对象。这从一个侧面反映了推销不但是一项本领，而且还是一项特别有用的本领，不仅要能说会道，更重要的是会运用智慧打开市场。

事实上，如果你善于推销，那么无论你在地球上哪个国家或地区，都会轻而易举地过上富裕生活。

这方面比较典型的例子是，被吉尼斯世界纪录誉为“世界上最伟大的推销员”的美国人乔伊·吉拉德的致富案例。

直到今天，乔伊·吉拉德依然保持着连续 15 年全球销售（零售）汽车数量最多的推销业绩（其中包括 6 年平均每年销售 1300 多辆、最多的一年销售 1425 辆汽车的世界纪录），在欧美商界被称为是一位“能够向任何人推销任何产品”的传奇式人物。

失败的前半生

千万别以为乔伊·吉拉德天生就是一块搞推销的料。相反，他在整个前半生都是人们公认的那种不适合搞推销工作的人。是他凭着自己的智慧和推销技巧，在短短的 3 年间创造出了这一奇迹。

1929 年，乔伊·吉拉德出生于美国一个贫困家庭。自从他懂事起，就因为家境贫困过早地踏上了谋生之路，他先后从事过擦皮

鞋、卖报纸、洗碗、送货、装配电炉、承包住宅建筑等工作。35岁时，他已经先后换过40多个工作，甚至当过小偷、开过赌场，全都一事无成。毫无疑问，在此以前的他基本上是一个失败者。

特别值得一提的是，由于他有严重的口吃，所以几乎没有人认为他是一块适合搞推销的料。

1963年，乔伊·吉拉德由于经营不善，做建筑生意亏了大本，不但背了一屁股债务，而且全家的生存都成了问题。

在走投无路的时候，为了养家糊口，他不得不开始尝试“无本经营”的推销工作，成为某汽车公司的42名推销员之一。

令他根本想不到的是，第一天上班他就卖掉了1辆汽车，于是一鼓作气，从此正式走上了推销员之路。

倾听、微笑和自信

乔伊·吉拉德认为，倾听、微笑和自信就是他取得成功的秘密武器。

□ 先说倾听

倾听有着巨大的力量。你倾听对方的时间越久，对方就越愿意接近你。有些推销员喋喋不休，在急于求成的背后反映出的是缺乏倾听的诚意，结果欲速而不达。

□ 再说微笑

乔伊·吉拉德说，有人持有价值100美元的东西，可是叫他10美元卖出去他也做不到。为什么？因为他的表情不对。一个人的脸部表情很重要，它既可以拒人于千里之外，也可以让陌生人马上成为朋友。因为当你在微笑的时候，整个世界都在微笑。

□ 还有就是自信

自信对于推销员的重要性是毫无疑问的。在乔伊·吉拉德的生活里从来就没有“不”字。每天他都不断地向自己重复许多次“我一定行”。这样重复多次以后，连自己都会对自己感到惊异，不信你试试看？

以上几点方法其实都很简单，乔伊·吉拉德相信，既然他能做到，别人也一定能做到，关键是要投入专注与热情。

他回忆说，即使是在他 35 岁那年遭遇惨重失败、朋友都离他而去的时候，他都没有放弃对自己的信任。

到处递交名片推销自己

乔伊·吉拉德认为，推销的要点不是商品，而是自己。

自从从事推销工作直到现在，乔伊·吉拉德都保持着这样一个习惯：不管是在大街上还是在商店里，无论碰到谁，他都会马上向对方递交名片。

因为他觉得，无论在谁的身上都会有生意机会。

例如，乔伊·吉拉德到饭店吃饭时，给服务员的小费一定会比别人多。因为他给的小费比别人多，所以服务员也一定会对他多加注意，看一看这个人究竟是干什么的，甚至纷纷谈论他、想认识他。

不过，智慧的乔伊·吉拉德决不会白给小费——在他给小费的同时，会同时夹带上两张名片。

这样，别人从名片上就可以自然而然地打听到有关他的情况，因为上面一项一项印着哪！

在观看体育比赛时，就在观众为明星欢呼的时候，乔伊·吉拉德总是趁机把自己预先准备好的 1 万张名片大把地散出去。这样，不经意间观众就忘记了明星，在纷纷扬扬落下的名片中转而谈论起名片上的主人公来了。

这种做法在中国人眼里似乎表明这个人“有毛病”，可是乔伊·吉拉德在中国照样我行我素。

2002 年 7 月 18 日，乔伊·吉拉德在参加 NAC 成功者大会北京站演讲开始前，虽然工作人员已经预先把他的名片置放在每一张椅子上了，可是他仍然觉得不过瘾，在演讲过程中不时地把名片一把把撒向听众。

乔伊·吉拉德认为，初看起来，到处散发名片似乎确实很可笑，甚至自己也会觉得很愚蠢、很尴尬。其实不然。对方在接到你的名片后，不外乎“留着”或“扔掉”两种选择。如果留着，他就知道你是干什么的、能给他提供什么服务了。

所以，推销员千万不要“躲藏起来”，相反，应当让别人知道你、知道你所做的事。

如果你回到家中，连自己的妻子（丈夫）都不是很清楚你是干什么的，那么你的销售业绩就可想而知了。

正是由于他到处散发名片，所以他的客户成群结队地到他的办公室来。他的许多销售业绩就是从这里开始的。

你是我的惟一

乔伊·吉拉德每月都要发出 16000 张卡片，目的就是为了向顾客表达自己的“爱。”

他为所有顾客和潜在顾客建立了系统档案，内容包罗万象，包括他们的孩子、嗜好、学历、职务、成就、旅行过的地方、年龄、文化背景以及其他任何与他们有关的事情。

作为非常受人欢迎的演讲大师，乔伊·吉拉德多次为世界 500 强企业的销售精英传授经验。现在，世界 500 强企业中的许多大公司都在学习他创造的这套客户服务系统。

他说，“无论客户是否买我的车，只要与我打过交道，都会记住我一辈子。”

比较典型的例子是：有一次，一位中年妇女从对面福特汽车的销售店里走出来。她自言自语地说，因为那里的推销员要她过一个小时后再去，于是她便乘这个间隙到这里来转一转。

乔伊·吉拉德走上前去微笑着说：“夫人，欢迎您来看我的车。”

那位妇女顺口说道：“今天是我的 55 岁生日。我想买辆白色的福特车，就像我表姐开的那辆一样，送给自己作为生日礼物。”

乔伊·吉拉德热情地说了声“夫人，祝您生日快乐！”然后就转过身去，对身边的助手轻声交代了几句，接着对那位中年妇女热情地介绍起各种各样的白色轿车来。

请注意，乔伊·吉拉德是明知那位妇女要买福特车、不买他汽车的情况下热情接待她的。换了我们一般的销售员，这种情况下就不会那么起劲了。

很快，助手捧来了一束漂亮的玫瑰花，乔伊·吉拉德顺手接过来后转交给中年妇女，再次对她的生日表示祝贺。

中年妇女激动得热泪盈眶，因为她已经好多年没有收到过生日礼物了。这时候她直抒胸臆、一吐胸中的怒气：“刚才那位福特汽车的推销商，看到我开着一辆旧车来，一定以为我买不起新车。当我提出要看一看车时，他竟推说要出去收笔钱，叫我等一个小时再去。现在想一想，其实也并非一定要买福特车不可。”

顺理成章的是，这位中年妇女最后在乔伊·吉拉德那里买了一辆白色的雪佛莱轿车。

猎犬计划

乔伊·吉拉德认为，干推销员这项工作非常需要得到别人的帮助，为此他耐心细致地推出了一项“猎犬计划。”

这里的“猎犬”，是指那些会让别人帮他推销的顾客。他的名言之一就是“所有买过我汽车的顾客都会帮我推销的。”

他的做法是：每当一笔生意成交后，乔伊·吉拉德都会把一叠名片和猎犬计划的说明书交给顾客，同时告诉他们，如果他们介绍别人来买汽车，成交后他将会得到每辆汽车 25 美元的报酬。

过了几天后，乔伊·吉拉德会马上给这位顾客寄上一封感谢卡和一叠名片，并且在以后的每年都会寄去一封介绍“猎犬计划”的信件，告诉顾客，他的承诺仍然有效。

如果发现顾客是一位有号召力的领导人物，他会花更多时间努力促成这笔交易，并想方设法让他成为“猎犬。”

实施“猎犬计划”的关键是守信用。为此他宁可错付 100 个人，也决不漏掉应该付的那 1 个人，从中获益匪浅。

例如，乔伊·吉拉德 1976 年从“猎犬计划”中得到 150 笔生意，约占总交易额的 1/3。为此，他付出了 1400 美元的“猎犬”费用，自己剩下了 75000 美元的佣金。

乔伊·吉拉德深深懂得，在每位顾客的背后都有大约 250 个与他关系比较亲近的人，如同事、邻居、亲戚、朋友等。如果一个推销员在年初的一个星期能见到 50 个人，其中有 2 个人对他的态度

感到不愉快，到年末，就会有 5000 个人不愿意与这位推销员打交道。

为此，乔伊·吉拉德总结出了一个“250 定律”，要求自己在任何情况下都不得罪任何一名顾客。因为只要赶走一位顾客，就等于赶走了 250 名潜在顾客。

热爱本职工作

乔伊·吉拉德相信，任何事情要取得成功，首先必须热爱本职工作。虽然你的工作不可能人人都叫好，事实上也不可能有人人都叫好的工作，可是别人都可以看轻或讨厌你的工作，惟独你自己不可以。

乔伊·吉拉德曾经碰到过一名神情沮丧的人，便好奇地问他是干什么的。结果对方告诉他，自己是推销员。乔伊·吉拉德感到很奇怪：这样的精神状态怎么能干好工作呢？

乔伊·吉拉德开玩笑说，如果这位推销员是医生，病人不杀了他才怪，因为他的样子太可怕了。

有一次，乔伊·吉拉德在不到 20 分钟时间内就卖出了一辆汽车。后来对方告诉他，他就在这里工作，之所以来买他的车，就是为了向他学习销售秘密的。

乔伊·吉拉德得知后，马上笑嘻嘻地把定金退给了对方，告诉他说，自己并没有什么销售秘密，只是自己的状态能够深入到顾客的生活中去，记住这一点就够了。

乔伊·吉拉德认为，他自己 35 岁以前频繁跳槽的举措是根本错误的，最好的办法是在一个职业上做下去。

他举例说，干事业就好比种树：树苗种下去后需要精心呵护、慢慢长大。你在那里呆得越久，树就会长得越大，这表明你得到的回报也就越多。

乔伊·吉拉德很欣赏美国前第一夫人埃莉诺·罗斯福说过的一句话：“没有得到你的同意，任何人也无法让你感到自惭形秽。”

当别人问他是干什么的时，乔伊·吉拉德总是自豪地回答“卖汽车”。他觉得这一点都不奇怪，因为这是他的工作。

他在用自己的智慧和才能获得财富，他热爱本职工作。

百万富翁的共同特征

乔伊·吉拉德的经历无疑是一条成功之路，但却有它的特殊性，并非是所有百万富翁的必由之路。因为归根到底，创业才是迅速积累财富的有效方法。

下面就让我们来看一看百万富翁都有哪些共同特征。显而易见，虽然人人都想发财，可是并不可能都心想事成。除了机遇和后天努力之外，还与每个人的潜质有莫大关系。

有位名叫查理斯·卡尔森美国人，他在调查了美国 170 位百万富翁的发家史后写了一本名叫《成为百万富翁的八条真理》的书，对我们不乏启发作用。

查理斯·卡尔森认为，成为百万富翁必须具有以下 8 个行动步骤：

一是从现在做起，从现在起就开始投资

查理斯·卡尔森举例说，即使在美国，这些百万富翁的梦想者中还有 60% 以上的人连这第一步（投资）也没有迈出去。虽然他们有各种各样的理由，可是细细追究，这些理由都似是而非，并不一定站得住脚。

二是制定目标

要成为百万富翁，必须制定一个切实可行的、从现在做起的奋斗目标。然后据此确定计划，并且全心全意地为了实现这个计划而努力奋斗。

三是购买股票或基金

那些百万富翁的共同经验都表明，不能相信那些黄金、收藏品之类的玩意儿。相反，应该把钱投入股票或基金，这是建立财富的开始。即使是购买政府公债也只能保住财富，而无法实现财富的快速增值。