

胡李商训

造就一代商业巨擘的成功心经

李放 杨明◎著

胡雪岩和李嘉诚——
一生信奉的商业圭臬

最成功的中国古今两大商人首推胡雪岩和李嘉诚。胡雪岩和李嘉诚是两位熟谙商道、商规的佼佼者。他们不仅深受中国传统商业理念的熏陶，而且更善于推陈出新，将这些商业圭臬进一步发扬光大。他们都是白手起家，他们的成功有着惊人的相似之处——都始于这些看似浅显，却蕴涵深刻哲理的商业哲学……小道理往往蕴含着大智慧，这些带有谚语、俚语和格言性的经商之道中浸润了中国传统商业智慧的精华。如果你也掌握了这些道理，你就可能像他们一样获得成功，甚至于成为新的胡雪岩或李嘉诚。

中国商业出版社

胡雪岩和李嘉诚
一生信奉的商业圭臬

胡李商训

造就一代商业巨擘的成功心经



中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

胡李商训：造就一代商业巨擘的成功心经/李放 杨明 著. -北京：中国商业出版社，2005.6

ISBN 7-5044-5443-5

I.胡… II.①李… ②杨… III.①胡雪岩-商业经营-经验
②李嘉诚-商业经营-经验 IV.F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 057068 号

责任编辑	孙启泰
封面设计	任燕飞
作 者	李 放 杨 明
经 销	全国新华书店经销
印 刷	北京星月印刷厂印刷
开 本	700×1000 毫米 1/16
印 张	18.75
字 数	200 千字
版 次	2005 年 9 月第 1 版 2005 年 9 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5044-5443-5/F·2991
定 价	29.80 元

注：如有印、装质量问题，请与出版社联系。



序言

Foreword

序
言

成功者有成功者的哲学,成功者有成功者的理由。

在华人世界里,最成功的古今两大商人当然是胡雪岩和李嘉诚。学者在研究他们的成功之道时发现,他们都深深受到中国传统思想文化的熏陶和影响,他们都是白手起家,他们的成功有着惊人的相似之处——都始于那些看似浅显,却蕴涵着深刻哲理的商业哲学……

胡雪岩的成功,是儒家的仁义礼智信、己所不欲勿施于人与市场经济的信用文化完美契合的必然结果;而李嘉诚的成功,也是我国传统文化与西方市场经济相结合的产物,也是受儒家思想文化的熏陶而铸就了成功品质。令人遗憾的是,中国传统文化的依托被很多人一古脑儿打烂了,被更多人视如鄙屣,而市场信用机制却没有建立起来,于是很多拿着光彩头衔名片的皮包公司和骗子比比皆是,现实中的市场竞争让人觉得无所适从。

我们中华民族具有几千年光辉灿烂的文化,历代都涌现出了很多政治家与思想家。但是无论是奴隶社会还是封建社会,我国都是以自然经济占主要地位的社会,商品生产不发达,商业和商人在社会经济生活中所起的作用有限,因而,中国古代经济思想的主流一直是从国家的角度探讨社会经济问题的。绝大多数思想家都是围绕着富国、富民问题来关心和探讨经济事物和经济过程的,中国的传统经济思想主要表现为富国之学。对于怎样管理和增殖个人或家庭财富的问题,绝大多数人都显得漠不关心,有的人还对之抱着明显的鄙夷态度。但是仍然有一批有学问、有从商经验的人物从理论和实践两方面总结经商经验,从而形成了具有华夏民族特色的因



造就一代商业巨擘的 成功心经

光的商业思想。

随着自由大商人的出现，到春秋战国时期我国的商业有了很大的发展，因而商业思想也比较活跃，出现了比较系统的经商理论，这些思想一直延续和影响着一代又一代的人，为后来者创造财富提供了理论依据。正是这些传统思想使很多有志于企业竞争的人站立在成功的顶峰。

胡雪岩和李嘉诚是两位熟稔商道、商规的佼佼者。他们不仅深受中国传统商业理念的熏陶，而且更善于推陈出新，将这些商业圭臬进一步发扬光大。

小道理往往蕴含着大智慧，这些带有谚语、俚语和格言性的经商之道中浸润了中国传统商业智慧的精华。如果你也掌握了这些道理，你就可能像他们一样获得成功，甚至于成为新的胡雪岩或李嘉诚。

李放

2005年8月1日于北京



目录

Contents

序言 / 1

第一章

行我所言，勿言我所行

人心是杆秤，斤两称得明 / 2

要想生意好，信誉是个宝 / 4

金钱易得，信誉难买 / 6

买卖公平，童叟无欺 / 8

办店最宝贵的是信誉 / 10

顾客是上帝，诚实好经营 / 15

买卖争毫厘，仁义让天下 / 17

以诚待人，讲究信誉 / 18

商人买卖，赚钱为赢 / 20

行我所言，勿言我所行 / 21

“老实”是做生意之“本” / 22

崩口人忌崩口碗 / 23

船到江心补漏迟 / 24

你有我有，就是朋友 / 25

读万卷书不如行万里路 / 27

学会凡事必问为什么 / 29

留心留意周围有用事 / 30

会说的两头瞒，不会说的两头传 / 32

mu

lu

目

录



一年学不熟,十年丢不生/33

第二章

刀要石磨,人要事磨

mu

吃柿子拣软的捏/36

狗咬破衣人,狗眼看人低/37

lu

木偶不会自己跳,幕后必有操纵人/39

没有三两三,不敢上梁山/40

吃得苦中苦,方为人上人/42

吃一堑,长一智/45

天上下雨地下滑,自己跌倒自己爬/47

人赚钱慢,钱滚钱快/49

算盘打得精,裤子改背心/51

破船多揽载,劣马不停蹄/53

只怕懒惰不耕,哪怕黄土不走/54

大处不算小处算,一屁股送了八斤半/55

食莫计粮,行莫计程/56

一个馒头也得蒸熟吃/57

一块钱,能打几个钉/58

勤快勤快,有饭有菜/59

良田万顷,日食一升/60

一天省一把,三年买匹马/62

第三章

学商全靠自用功,市场就是领路人

多花不如少实,广种不如实收/66

嫌货才是买货人/68



- 省了盐,酸了酱/70
墨守成规,事业难成/71
树立形象,营造品牌/73
望高招客,悬帜卖货/75
十万银子做百万的生意/76
价要好货要真,酒要好坛要新/78
人硬不如货硬,货硬全靠细功/79
做点赔钱买卖,店里生意更好/80
伟大成功源于一流的服务/81
好的商品更需好的销售/82
“服务”是“资本”,经商莫忘记/84
待人有礼,生意兴隆/86
生意就怕话不到/88
笑脸迎人,和气生财/89
拳头不打笑脸人/91
投其所好,对症下药/93
人离乡贱,物离乡贵/95
明码标价,好买好卖/97

mu

lu

目
录

第四章

海水涨潮吃鲜,海水落潮吃盐

- 学遍百市方懂经营/100
要想生意好,多学太史公/101
猗顿致富,产销合一/103
买卖自有大学问,经商全靠自用功/104
产品价高客难留/106
生意不跑不行/107
海水涨潮吃鲜,海水落潮吃盐/108
货好不用多吆喝,善出奇招买卖兴/110



货不停,利自生/112
旱则资舟,水则资车/113
猪多肉贱,柴少草贵/114
一本,二店,三和气/115

第五章

生意无大小,经营是个宝

王婆卖瓜,自卖自夸/118
一声叫卖,十里客来/119
一分广告十分利/120
强龙不压地头蛇/122
招朋引友,狐假虎威/123
一招鲜,吃遍天/124
贵中看贱,贱中看贵/125
一个好货三个抢/126
物稀为贵,货奇无价/127
一寸光阴一寸金,一份生意一份利/128
刻薄不赚钱,忠厚不折本/129
一桩生意,七分服务/130
行高招远客,德高有善邻/131

第六章

信息是资源,行情是财富

三条路不妨选择走中间/134
宁食开眉粥,不吃愁眉饭/136
口是风,笔是踪,言必信,行必果/138
路上行人口似碑/140

mu
lu



- 人口快如风,谣言止于智者/142
信息是资源,行情是财富/143
经营不离信息,市场不离反馈/144
入市问行情/146
人情就是商情/148
天下未热我先暑,万人未冷我先寒/150
出门观风向,买卖看对象/151
事密则成,货独则畅/152
小的吃拳头,大的吃馒头/153
匠不由东,做不成功/154
客人不断行家,女儿不断娘家/155
行大欺客,客大欺行/156

第七章

一头牛是放,一群牛也是放

- 王不出头谁做主/158
屋大不扫边,锅大不洗缘/160
兼听则明,偏听则暗/161
慈不掌兵,义不掌财/163
一笔划不了,二笔不够划/165
忙家不会,会家不忙/166
宜从大处落墨,莫向针处削头/167
有福的不用忙,没福的跑断肠/168
经营靠管理,管理促经营/169
一枝摇,百枝动/171
一马不行百马忧/173
两人养马瘦,两人养船漏/174
不必凡事亲力亲为/176

mu

lu

目
录



第八章

长江不择细流，有容海纳百川

mu

lu

- 人才是资本，知识是财富/178
- 欲想店进财，先要得人才/179
- 上人不好，下人不要/182
- 不可以人而滥位/183
- 死店活人开，经营靠用人/184
- 南山戴帽，长工睡觉/187
- 人才战略，教育为本/189
- 自疑不信人，自信不疑人/190
- 地要亲耕，子要亲生/192
- 张公吃酒李公醉/193
- 毛蟹无脚勿行/194
- 相搂跌不过田埂/296

第九章

抢占有利地形，进出两家方便

- 得时勿怠，时不再来/200
- 选定目标，抓住机遇/202
- 审时度势，抢占先机/203
- 一羽示风向，一草示水流/204
- 七次量衣一次裁/206
- 运去黄金成铁，时来顽铁生光/207
- 迟来三日马家妇/208
- 弱者等待时机，强者创造时机/209
- 以变应变，适者生存/211
- 培养先见之明，具有超常洞察力/212



- 抢占有利地形,进出两家方便/214
四两拨千斤,小蛇吞大象/215
一分生意三分险/217
若要发,险边插/218
宁可少赚,不涉大险/220
宁走十步远,不走一步险/221
时世善变,经商要“变”/222
富从冷中求/223

第十章

兔毫无伤劣,弄管有巧拙

- 有智无智,看擦桌扫地/226
惺惺常不足,懵懵做公卿/227
丈八灯台照远不照近/228
兔毫无伤劣,弄管有巧拙/229
精于谋划,处事圆滑/230
钱眼里斗智,智莫大焉/232
有退有进,能攻能守/233
事先摸底,更有胜算/235
顺手牵羊,一举多得/236
要破东吴兵,还得东吴人/238
将错就错,适时转化/240
自我约束,有效竞争/242
祸福相倚,因祸得福/245
稳健中求发展,发展中有稳健/247

mu

lu



第十一章

亲戚不共财，共财断往来

- 办酒不难请客难，请客不难款客难 / 252
炉灶无情口无情 / 253
实话驳不倒，谎话怕追考 / 254
帮理不帮亲，帮事为帮亲 / 255
久住令人贱，频来亲亦疏 / 257
亲人论辈，友人论岁 / 258
黄金铺地，老少折腰 / 260
进店能饮杜康酒，入座可品陆羽茶 / 261
三十而立，四十而不惑 / 263
千穿万穿，马屁不穿 / 265
爹有不如娘有，娘有不如老婆有 / 268
偶然犯错叫做过，立心犯法叫做恶 / 269
事大事小，见面就了 / 270
听话听因，吃菜吃心 / 271
劈柴要找小伙子，问路要问老头子 / 272
小船歇在大船边，三日不要买油盐 / 274
穷生虱子富生疮 / 275
荒地无人耕，耕起有人争 / 276
恶婆娘上灶，吓得瓢跑刀跳 / 278
看人挑担不吃力，自上肩架嘴要歪 / 279
前人撒沙子，后人迷了眼 / 280
人要长交，账要短结 / 282
立着放债，跪着讨债 / 283
人情逼似债，头顶锅儿卖 / 284
一斗米养个恩人，一石米养个仇人 / 286

mu

lu



第一章

行我所言，勿言我所行

第一章

行我所言，勿言我所行

李嘉诚曾经为了学习生产塑料花的技术，到国外去当学徒。所以，不管学什么技艺学问，只怕不学，学了总不会嫌多。

有些没有耐性的学徒，不耐三年学艺之苦，学到一半就不干了。学一项技艺，学一年总归是不扎实的，但即使一年学不熟，有了一年的入门也比完全是门外汉精通，而且技艺这种东西，一旦学上，终其一生不会忘掉，充其量只是因为经常使用，比较生疏罢了。

很多人学第二外国语，就是这样，要把一国的语文学到可以作文、说话，看书报不用查字典的程度很难，初学者学了一段时间，发现距离目标遥远，常常半途而废，但是这也比完全一窍不通好，学习过的东西储存在脑海里，有朝一日可以派上用场时，自然会用得上，也不会完全丢光。



造就一代商业巨擘的
成功心经

人心是杆秤，斤两称得明

随着市场经济的发展,商人的地位会越来越高,过去人们对商人的偏见已一去不复返了。而 21 世纪的商人,只有认真研究社会、经济,并且有良好的独立人格,才能有把握做好生意。

李嘉诚认为:经商,要巧妙地应用诚实,在适当的时候,以适当的方式,对适当的人说适当的话。

虚伪圆滑,不可成为习性。如果一个人始终讲一些圆滑的话语,即使有一次讲的是真话也无人敢相信。你讲的是诚实恳切的话,偶尔讲一次有水分的话,别人也会认为是真话。在销售过程中,运用你的诚实技巧作用很大,做好了,对经商大有好处。

经商,要敢于暴露自身的弱点,不要显得自己什么都行,可以包打天下。完美的人不真实,不完美才能让人感到可信。当你把自己的弱点都暴露在别人面前时,别人怎能不相信呢?虽然,这中间有个适度掌握的问题,你的暴露是有条件的——是在已显出你极大自信的同时才行。

经商,要不怕显示谦卑的态度。与顾客谈判时,谦卑也是起跑线。销售是求人,求人是劣势,劣势就要谦卑。有些人有一种传统意识,希望你比他低,求他,他才肯帮助你。如果心理上老想胜过别人,以气势压人,谈判就会不成功。但谦卑不要过分,不要让对方感到讨厌。

经商,要善于发现对方的特长。人们都希望你尊重他的特长,你应该在事前就尽量搜集对方的各种信息,找出他引以为荣的特长来。然后,你就应抬高他这一点,让他高兴、满足,让他感到你能理解他。这样,你与他之间的生意就不难做成。用下面的事例更能形象地说明这一点。

古时有个小镇,镇上有两个卖肉的店铺,一个是本镇人在经营,一



个是外来人所开。这个本地的屠夫，仗着人熟地盘熟，对乡亲们很苛刻。谁来买肉，他都一把死秤砣，你别想占他便宜。若是逢上面善弱小的，他还会欺你一两二两，或卖给你昨天的剩肉。

因此，乡亲们虽是嘴上不说，心里却都不痛快。后来，小镇上又开了一个肉铺，这外地来的人，心眼灵活，善结人缘，肉好价合适，有时逢着开心，他还找你一砣半砣肥油或精肉，不算价钱。一来二往，人们都喜欢到这个外来人的肉铺买肉，那个当地的屠夫自然就门前冷清了。他起先很生气，但还忍着，后来实在忍不住了，亲手去把那个外地人痛打了一顿，要掀他的摊子，一些邻居相劝才作罢。可是打归打，骂归骂，可生意还是长了眼似地硬往人家那里跑，当地的那个屠夫最后没辙了。他好长时间也弄不明白，为什么他好端端的肉铺子没人去买了。

其实，有时候想做好生意，首先在于端正做人的态度，这就是做事先做人的道理。

第一章

行我所言，勿言我所行



要想生意好,信誉是个宝

李嘉诚在接受媒体记者采访时,对自己的创业与成功做了一番真诚的讲解。

有人曾经问李嘉诚:“李先生,如果勤和俭是初期创业者必备的素质基础的话,那么作为创业之初的企业的关键又是什么呢?”

李嘉诚的回答是:“一个企业的开张意味着良好信誉的开始。有了信誉,自然就会有财路,这是必须具备的商业道德。就像做人一样,忠诚、有义气。”

而建立信誉主要从哪些方面去进行呢?

李嘉诚继续说:“当然离不开科学的管理和优秀的质量。我最初做塑胶生意时,外国最新的塑胶杂志,在当时的香港,看的人并不多,但我学、我看。我认为一个人凭自己的经验得出的结论当然是好,但时间就浪费得多了,如果能够将书本知识和实际工作结合起来,那才是最好的。”

信誉的重要性是毋庸置疑的。法国的白兰地很有名,玛尔戴勒公司就是一家生产白兰地的酿酒公司。白兰地酒的制作很讲究,由发酵好的葡萄酒蒸馏加工兑制而成。兑制后的白兰地装入百年橡木做的酒桶里,存放25年,上等的柯纳克白兰地存放有四五十年以上。因为长年存放,免不了蒸发,据说被挥发掉的酒有200万瓶之多。但是该公司对此从没手软,维护名牌至上。名牌酒的售价自然高昂,高至上千法郎一瓶。从维多利亚女王时代起,英国皇家就一直把它当作宫廷御酒。其实白兰地也不过是一种葡萄酒,普通的葡萄酒一瓶只值3法郎,波尔多最有名的巴尔通和盖斯迪公司生产的葡萄酒也不过价值90法郎。可见名牌与非名牌的天壤之别了。不过,虽然玛尔戴勒公司的白兰地非常值钱,但他们却从不提高产量,因为好葡萄才能酿出好葡萄酒,而