

# 小智慧做大事

# 赚大钱的 248个<sup>●</sup>小主意

超级  
畅销书

烨子◎编著

在瞬息万变的当今社会，机遇与挑战对于每个人来说都是均等的。倘若把财富比作一个大蛋糕，那么瓜分这个蛋糕的争夺战，不仅仅是财力的竞争，更是智慧与素质的竞争。



中国铁道出版社

# 小智慧做大事



# 赚大钱的 248个<sup>◎</sup>小主意

烨子◎编著

在瞬息万变的当今社会，  
机遇与挑战对于每个人来说都是均等的。  
倘若把财富比作一个大蛋糕，那么瓜分这个  
蛋糕的争夺战，不仅仅是财力的竞争，  
更是智慧与素质的竞争。



中国铁道出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

赚大钱的 248 个小主意/烨子编著.—北京:中国铁道出版社,  
2003.4

(小智慧做大事丛书;3)

ISBN 7-113-05198-7

I. 赚... II. 烨... III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 024087 号

---

小智慧做大事丛书

书 名: 赚大钱的 248 个小主意

作 者: 烨子 编著

出版发行: 中国铁道出版社(100054 北京市宣武区右安门西街 8 号)

责任编辑: 魏燕

编辑部电话: 010-51873133

印 刷: 北京德龙公随防伪印刷厂

开 本: 886mm 230mm/32 印张: 32.5 字数: 796 千

版 本: 2004 年 6 月第 1 版 2004 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-113-05198-7/F·368

定 价: 66.00 元(全 3 册)

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社发行部调换。

发行部电话:010-51873172

## 序言

看着别人成功，瞧着别人发财，心里痒痒的。是什么原因使你不能捕捉财运呢？是什么原因使财富只光顾别人家呢？答案可以有很多，但谁也不敢说他的就一定是标准答案。可是你总可以找到一个最接近自己情况的答案。

拜金主义不能提倡，但追求金钱无可厚非。在这无休止的战争中，人们往往忘记了赚大钱的小主意。

天赋是上天注定的，或曰不可更改的，但有效的方法却是可以通过后天补救的。也就是说，天资聪颖者自然就容易成功，再加上好方法，可能就离财富不远了。但尽管天资平平，只要有好主意，善于思考和进取，那么与财富的缘分后天也能修得。

每一个成功人士都有一本自家的经，都是一步一步走过来的。

在风云瞬息万变的市場，机遇与挑战对于每一个企业经营来说，其实都是均等、同在的。倘若把市場比作一个大蛋糕，那么在瓜分这个蛋糕的争夺战中，人们不仅仅是财力的竞争，更是智慧与素质的竞争。换言之，关键就看企业经营者能否运筹帷幄，决战千里。

许多新产品其核心不过只是一个小主意，如双门冰箱。以前的冰箱都是单门的，取一件物品要开一次门，而频繁取用的物品往往种类不多，这样既浪费能源又缩短使用

寿命。20世纪70年代日本企业家把冰箱改为双门，大大节约了能源，而且使冰箱有冷冻和冷藏两种功能。单门改为双门其实是一个简单的点子，但却带来冰箱销量的大增。再如诺基亚“随心换”彩壳手机，制造手机机壳再简单不过，它的闪光之处在于满足了年轻消费者要求变化、追求时尚的心理。但就是这一小小的主意，却使诺基亚在与摩托罗拉、爱立信的竞争中领先一步。

主意其实是一种创新。“创新”显然已成为我们这个社会最流行的词汇之一，在各种媒体、会议上的政府官员、企业家、学者说“创新”这个词就像我们说“吃饭了吗？”一样平常，但很大一部分决策者并不了解创新的真正内涵，更别说让创新观念像血液一样深入他们的头脑了。

本书列举大量的事例，纳海内外经商智慧之精髓，用通俗易懂的语言文字，以娓娓道来的形式奉献给广大读者真正的创意。

希望本书能成为你拓展市场的好参谋，致富路上的好帮手。



# 目 录

1. 变形金刚横扫中国市场 ..... (1)
2. 发“瘟疫”财 ..... (2)
3. 入乡随俗方制胜 ..... (2)
4. 春卷也能赚大钱 ..... (3)
5. 随机应变才立于不败 ..... (5)
6. “东丽”公司的辉煌 ..... (7)
7. “皮衣旋风” ..... (8)
8. 英国皇家可以借 ..... (9)
9. 汽车战 ..... (10)
10. 微软注资苹果别有用心 ..... (12)
11. 精工表借奥运会大过广告瘾 ..... (16)
12. 天津圆珠笔钟情亚运会 ..... (17)
13. 阿拉斯加来的“土匪” ..... (17)
14. 假悬赏,真推销 ..... (22)
15. 福特产“野马”发大财 ..... (23)
16. 美国《检查者报》出奇制胜 ..... (23)
17. “娃哈哈”乐哈哈 ..... (24)
18. “捡死鸡”发大财 ..... (25)
19. 将宝石的价格抬高一倍 ..... (26)



★赚大钱的248个小主意★

20. 超级业余经纪人横发财 ..... (27)
21. 丑“小鸭”免费使用收效大 ..... (28)
22. 最亮的新星 ..... (29)
23. 小主意,赚大钱 ..... (31)
24. 竹园宾馆东山再起 ..... (32)
25. 香港汇丰靠对了 ..... (33)
26. 奇思怪想巧发财 ..... (35)
27. 让服务独具特色 ..... (37)
28. 第二次“珍珠港事件” ..... (37)
29. 香蒂酒重男轻女 ..... (39)
30. 博士“白手”起家 ..... (40)
31. 借财生财 ..... (41)
32. 画饼可以充饥 ..... (41)
33. 惟有远虑,才无近忧 ..... (43)
34. 犹太人“利用”美国 ..... (44)
35. “老实本分”的福斯汽车 ..... (45)
36. 尤伯罗斯奥运会上收渔利 ..... (47)
37. 剃须刀的锋芒战 ..... (48)
38. 怀特致富“三板斧” ..... (48)
39. 吉拉德的“卡片策略” ..... (50)
40. 代写日记有钱赚 ..... (51)
41. “赊账”的妙处 ..... (51)
42. 产品当作废品卖 ..... (52)
43. 小商贩的大发明 ..... (53)
44. 收藏酒瓶也可发财 ..... (53)
45. 明星旧衣专卖店 ..... (54)
46. 破烂摊大王 ..... (55)
47. 一句话财富 ..... (56)



48	刷出来的财富 .....	(57)
49	“光男”改姓“肯尼士” .....	(58)
50	见缝插针巧赚钱 .....	(59)
51	“水”贵于“金” .....	(60)
52	咖啡宾馆老板的利刀 .....	(61)
53	邮票广告技高一筹 .....	(62)
54	砸牌借牌经营策略 .....	(63)
55	手机穿彩衣 .....	(64)
56	醉翁之意不在酒 .....	(65)
57	深夜 11 点的灯光 .....	(67)
58	“宇宙”沾马季的光 .....	(68)
59	借“资”引“资” .....	(69)
60	好货要有好包装 .....	(70)
61	小林一三“引狼入室” .....	(70)
62	李代桃僵的总统级酒 .....	(71)
63	总统的嗜好,商家的钱 .....	(72)
64	草帽换来致富帽 .....	(73)
65	亨氏集团的探雷器 .....	(74)
66	小投资换来大收益 .....	(74)
67	军工厂“借尸还魂” .....	(75)
68	双重身份的女游客 .....	(76)
69	名牌商品畅销 .....	(77)
70	巧借总统的广告词 .....	(77)
71	白送糖块的酒店 .....	(78)
72	“吸烟有害健康”的真实目的 .....	(79)
73	面包店“试吃”增业绩 .....	(79)
74	抛出小玩意,引来大财富 .....	(80)
75	用小鱼钓大鱼 .....	(81)





★赚大钱的248个小主意★

76. 一分钱引来550元 ..... (82)
77. “四部曲”销售法 ..... (83)
78. 奇特的“间谍书店” ..... (84)
79. 迷倒中学生的服饰店 ..... (85)
80. 麦当劳让父母掏腰包 ..... (86)
81. 免费供酒的经商谋略 ..... (87)
82. 石油大王学会从侧面进攻 ..... (88)
83. 烟台啤酒进军上海 ..... (88)
84. 林河酒厂此亏彼盈 ..... (89)
85. 擒贼擒王的广告 ..... (90)
86. 使物“稀”，以求“贵” ..... (91)
87. 囤积居奇押大宝 ..... (92)
88. 快速转产，效益大增 ..... (94)
89. 追求产品的轻、薄、短、小 ..... (95)
90. TAXI的诞生 ..... (96)
91. 王子结婚乐坏了商家 ..... (97)
92. 洋娃娃改形象赚大钱 ..... (98)
93. 来自消费者的决策 ..... (99)
94. 坦白战略，相机使用 ..... (100)
95. 由滞转俏的“奥秘” ..... (101)
96. “嘴巴”生意发大财 ..... (102)
97. 库里恰克巧卖日货 ..... (103)
98. 淡季中获高效 ..... (104)
99. 远交近攻 ..... (104)
100. “闲话”也能赚大钱 ..... (105)
101. 摆脱操纵，金蝉脱壳 ..... (106)
102. 数时尚看“鸿翔” ..... (107)
103. “关门捉贼”式服务 ..... (107)



104. 买断策略 .....	(108)
105. 劳兰德公司全胜商战 .....	(109)
106. “少林寺”运动鞋 .....	(111)
107. “红豆”假文化之途 .....	(111)
108. “不耻下问”财路广 .....	(112)
109. 卡西欧放风 .....	(113)
110. 洋娃娃畅销迎合失意人 .....	(113)
111. 火烧“希特勒” .....	(115)
112. 假痴不癫造丝袋 .....	(115)
113. 鬼屋饮食店 .....	(116)
114. 日公夜私两不误 .....	(117)
115. 多种经营打开销路 .....	(118)
116. 瑞士巧克力“偷梁换柱” .....	(119)
117. 萨纳福和电视机 .....	(120)
118. 纸袋虽小,赚钱可大 .....	(123)
119. 林地大胆入住意大利 .....	(124)
120. 埃德疯狂大减价 .....	(125)
121. 先装糊涂后赚钱 .....	(125)
122. 着眼未来,以巧取胜 .....	(126)
123. 投其所好赚钱术 .....	(127)
124. 曼谷酒吧的妙计 .....	(128)
125. 日本电器先声而后实 .....	(129)
126. 红楼梦酒厂的“壮行酒” .....	(129)
127. 松下迟到的促销谋略 .....	(130)
128. 华府羔效应 .....	(131)
129. 小蜡烛以美取胜 .....	(132)
130. 计算机厂破费培训 .....	(132)
131. 寸土必争的发财法 .....	(133)



★赚大钱的248个小主意★

132. “盯人之术”战之必胜 ..... (134)
133. 自行车、健力宝与总统 ..... (136)
134. 造“鬼”洞赚大钱 ..... (137)
135. 白兰地人住“美国白宫” ..... (138)
136. 斜纹字体的发明 ..... (139)
137. 以“色”取胜 ..... (139)
138. 绝妙表演深得欢心 ..... (141)
139. 发生在硅谷的反间战 ..... (142)
140. “灵活性”的商战 ..... (143)
141. 韩国三星出高价刺激代理商 ..... (144)
142. 生存法则 ..... (145)
143. 两面作战使百货大王独占鳌头 ..... (146)
144. 海福拉大发“女人”财 ..... (147)
145. 赚钱也要有魅力 ..... (148)
146. 米老鼠专卖店内的风景线 ..... (149)
147. 引人注目的“七天”广告 ..... (150)
148. “丑陋玩具”变金玩具 ..... (151)
149. 奇特的侏儒餐馆 ..... (151)
150. 吃光餐馆 ..... (152)
151. 夏露丽的独特促销法 ..... (152)
152. 博雷尔快餐店沉浮录 ..... (153)
153. 谨防奶酪里的金币 ..... (155)
154. 激将法促成生意 ..... (156)
155. 停电蕴含的致富商机 ..... (157)
156. 声名远播的“龙桥瓜子” ..... (158)
157. 阿姆斯特朗软木地板由点到面的思考 ..... (160)
158. 开发创新出“杜邦” ..... (161)
159. 去掏女人的腰包 ..... (163)



\*赚大钱的248个小主意\*

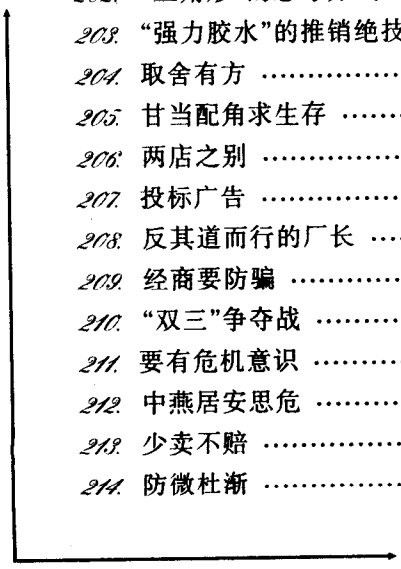
160. 真真假假的坚尾计算机公司 ..... (164)
161. 金点子赚大钱 ..... (165)
162. 一次夜行的百万启示 ..... (167)
163. 商海一借 ..... (168)
164. 转手一卖赚大钱 ..... (170)
165. 巧用地区差价赚大钱 ..... (171)
166. 霍尔兹沃恩——企业战略家 ..... (172)
167. 索尼事业的开创 ..... (174)
168. 技术的魅力 ..... (175)
169. “反弹琵琶”的新安餐厅 ..... (176)
170. 游戏霸主的崛起 ..... (177)
171. 料敌制胜的领带厂长 ..... (178)
172. “经营之神”——松下幸之助 ..... (179)
173. 发卡升值 ..... (180)
174. 掌握市场的魔方 ..... (180)
175. 巧用“第三者” ..... (181)
176. 洛丽尔的推陈出新 ..... (182)
177. 神速出击世界的“健力宝” ..... (183)
178. 《红高粱》别出心裁在德国 ..... (185)
179. 梅瑞公司“化敌为友” ..... (185)
180. 东、西文化相结合 ..... (186)
181. “东芝”慧眼识英才 ..... (187)
182. 领导表率有效果 ..... (189)
183. “严”出效益 ..... (190)
184. 任天堂里没有英雄 ..... (191)
185. 卡、夏计算机之战 ..... (192)
186. “古井”新貌 ..... (194)
186. 瑞士的石英电子表 ..... (194)



★赚大钱的 248 个小主意★

187. 选择继承人 ..... (195)
188. 要知人善任 ..... (196)
189. “五访茅庐” ..... (197)
190. “船王”包玉刚 ..... (198)
191. 改变营销方式 ..... (198)
192. 抓住机会 ..... (199)
193. 静观时变 ..... (200)
194. 第一个赚钱的奥运会 ..... (200)
195. 与时俯仰 ..... (203)
196. 要熟悉市场变化 ..... (203)
197. 借“东风” ..... (204)
198. 乘时乘势 ..... (206)
199. 制造“透明” ..... (206)
200. 退当其势 ..... (207)
201. 小老鼠为老板赚钱 ..... (207)
202. “三角形”的思考方式 ..... (208)
203. “强力胶水”的推销绝技 ..... (209)
204. 取舍有方 ..... (210)
205. 甘当配角求生存 ..... (211)
206. 两店之别 ..... (211)
207. 投标广告 ..... (212)
208. 反其道而行的厂长 ..... (213)
209. 经商要防骗 ..... (213)
210. “双三”争夺战 ..... (214)
211. 要有危机意识 ..... (217)
212. 中燕居安思危 ..... (218)
213. 少卖不赔 ..... (219)
214. 防微杜渐 ..... (219)

小  
主  
意



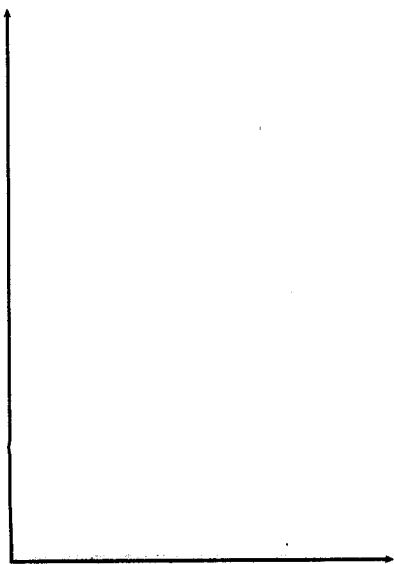


215.	藤田甘愿做亏本生意 .....	(220)
216.	以静制动 .....	(221)
217.	“美其裤”起死回生 .....	(221)
218.	抓住稍纵即逝的机会 .....	(222)
219.	变革固有的思维 .....	(223)
220.	具有创新意识的商业巨子 .....	(224)
221.	欲取先与 .....	(225)
222.	迂能胜直 .....	(227)
223.	广告在前,产品在后 .....	(227)
224.	明星推销员 .....	(228)
225.	“百事可乐”挑战“可口可乐” .....	(228)
226.	克制礼让 .....	(229)
227.	水的哲学 .....	(230)
228.	人弃我取,人取我舍 .....	(233)
229.	以小吃大 .....	(234)
230.	“现代”的优势 .....	(235)
231.	自力更生出成绩 .....	(236)
232.	大碗茶的启示 .....	(236)
233.	紧紧抓住机遇的手 .....	(237)
234.	“自己动手”的宜家公司 .....	(238)
235.	麦当劳的特许经营制 .....	(241)
236.	小产品里的大生意 .....	(242)
237.	福特首创的大批量生产方式 .....	(243)
238.	借鸡生蛋的洛维格 .....	(245)
239.	投机奇才霍希哈 .....	(248)
240.	稳健经营的路透社 .....	(249)
241.	自己动手刮胡子 .....	(251)
242.	敢于说“不” .....	(252)



★赚大钱的 248 个小主意★

243. 商战骑士莫迪马 ..... (256)
244. 日本佳能的共生术 ..... (258)
245. 温成同的应变竞争 ..... (260)
246. 从麦当劳到红高粱 ..... (262)
247. “厚此薄彼”的柯达 ..... (264)
248. 求小求精的菲亚特 ..... (265)





## 1. 变形金刚横扫中国市场

“擎天柱”“威震天”等动画形象在荧屏上变形、翻飞、打斗，成千上万的儿童顾不上吃晚饭也要看完《变形金刚》节目。之后，美国孩之宝跨国公司生产的玩具——变形金刚，像北美大陆的飓风，横扫中国儿童玩具市场。

原因何在？与其说它有什么魅力，不如说美国孩之宝公司销售服务功夫到家。

早在 1986 年，“孩之宝”的变形金刚在美国赚了 13 亿美元后，就开始在美国市场滞销了。下一目标，美国人瞄准了拥有 3 亿儿童的中国市场。为了推销变形金刚，美国孩之宝公司派人在中国进行了长达一年之久的市场调查后认为：中国独生子女令父母们舍得投资。

由此孩之宝公司得出结论：变形金刚这种玩具虽然价格高，但在中国的大城市会有广阔市场。孩之宝公司先将一套《变形金刚》动画系列片无偿地送给广州、上海、北京等大城市的电视台播放。电视片便成了不花钱的广告系列片，一集、两集……《变形金刚》的内容充满了工业社会的智慧、热情、幻想，给孩子带来了启迪和乐趣，在众多孩子的脑海中打下了深深的烙印。之后，变形金刚从荧屏上“下来了”。孩之宝公司将变形金刚投放中国市场，孩子们简直像着魔一样扑向商场和摊贩。买了“变形金刚”还嫌不够，还要再买两本《变形金刚》画册。

明眼人在“金刚之役”中不难看到，售前服务的重要性绝不亚于售后服务，孩之宝公司售前细致的市场调查，巧妙的电视片宣传给其产品的销售铺垫起一条坦坦大道，起到了事半功倍的效果。





★赚大钱的248个小主意★

## 2. 发“瘟疫”财

菲力普·亚默尔是美国亚默尔肉食加工公司的老板,1975年初春的一天,他坐在自己的办公室里翻阅报纸,了解当天的新闻。突然,一则几十个字的短讯,使他兴奋得差点跳起来:墨西哥发现了类似瘟疫的病例。他马上想到,如果墨西哥真的发生瘟疫,一定会从加利福尼亚州或得克萨斯州边境传染到美国来。而这两个州又是美国肉食供应的主要基地。肉类供应肯定会变得紧张,肉价一定会猛涨。

于是,亚默尔立即派家庭医生亨利赶到墨西哥探听情况。几天后,亨利发回电报,证实那里确有瘟疫,而且很厉害。亚默尔接到电报后,立即筹集全部资金,购买加利福尼亚州和得克萨斯州的牛肉和生猪,并及时运到美国东部,储存起来备售。

不出所料,瘟疫很快蔓延到美国西部的几个州。美国政府下令:严禁一切食品从这几个州运进,当然也包括牲畜在内。于是,美国国内肉类奇缺,价格暴涨。亚默尔趁机将先前购进的牛肉和猪肉抛出,在短短几个月里,净赚了900万美元。

亚默尔慧眼独具,透过一则短讯发现了瘟疫流行的征兆,并预测到瘟疫流行给肉类市场可能带来的影响,于是预先收购牛肉和生猪,在市场奇缺、价格猛涨时售出,获得了巨大成功。

## 3. 入乡随俗方制胜

日本富上弦乐器制造株式会社是世界上最大的吉他制造商,销售量占世界吉他市场的25%。然而,它最初的创始人横内一郎却