

做生意需要方法，
没有方法不能成事；
做生意需要经验，
没有经验难以立足。
变的是环境，
不变的是规则。



田 延 / 主编

生意规则

BUSINESS RULE

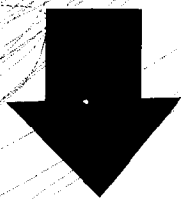
不要把鸡蛋都放到一个篮子里，分散投资需要精打细算▲商人的天平上，信誉就是你立足的品牌和通行证▲莫吃备耕的种子，不花储备的资金▲首创权未必重要，生意场上“慢半拍”的学问▲契约意识要强，不可轻信“君子协定”▲签约中不妨“将军”，坐地还价要步步为营▲修一条路给竞争对手，让他离开竞争的轨道▲“外来的和尚”就不一定能念好经，你需要的人就在你的身边▲投资忌从众，慎搭顺风车▲只有挑剔的顾客，才有满意的顾客▲独景生“财”成就事业，机智经营拉动发展▲谈判并非没有诀窍，把握对手性格是成功的基础▲寄居蟹不能永不出壳，小企业寻找立足点要抓住时机▲让新闻热门成为活广告，商品销售中巧借东风的宣传策略▲别让钻石裸体见人，再好的产品都需要包装▲先卖品牌，后卖商品

沈阳出版社

田 延 / 主编

BUSINESS RULE

生意规则



沈阳出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

生意规则/田延主编. -沈阳:沈阳出版社,2004.7

ISBN 7 - 5441 - 2556 - 4

I. 生... II. 田... III. 商业经营 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 077768 号

出 版 者: 沈阳出版社

(沈阳市沈河区南翰林路 10 号 邮政编码 110011)

印 刷 者: 辽宁星海彩色印刷中心

开 本: 850mm×1168mm 1/32

印 张: 8.75

字 数: 200 千字

印 数: 1~10000

出版时间: 2004 年 9 月第 1 版

印刷时间: 2004 年 9 月第 1 次印刷

责任编辑: 信 群 呼义凯 孙家骥

封面设计: 耀午书装

版式设计: 新 锐

责任校对: 钟 仁

责任审读: 木 木

责任监印: 杨 旭

定 价: 20.00 元

(如图书出现印装质量问题请与印刷厂直接联系调换)

俗话说得好：商场如战场。之所以这么说，是因为商场的竞争之激烈，完全不亚于要拼个你死我活的战场。在商场竞争中，出现了很多顺应潮流并能够发挥个人才能的成功者，同时，也有数不清的因为各种原因而失败的默默无闻的商人。

一个成功的经商者，必然有他成功的经验，而一个失败的商人，也必然有他失败的教训。如果把这些经验教训总结起来，并找出其中关键性的基本规则，那么就能把握商场活动的先机，让自己立于不败之地。

中国自古以来就有很多出色的商人与可资借鉴的经商法则：从功成身退后以经商为业的越国大臣范蠡，到靠经商起家成为一代名臣的吕不韦；从家家经商商号遍布中国的徽商群体，到控制了清末至民国初年金融命脉的晋商集团，以及清末传奇式的商人胡雪岩，还有现今在世界商业中占有一席之地的李嘉诚、李泽楷父子……他们的经历，他们经商的经验，都是可供今日的商人仔细揣摩体会的。除此以外，因



为现在的中国处于一个与世界接轨并且在商业活动上与世界联系越来越密切的时期,所以,国外商人的经营智慧、管理方式,也是我们应该注意的。洛克菲勒、摩根们的发家秘诀,英特尔、微软的经营理念,福特、麦当劳的管理规则,闻名于世的犹太商人的理财观念,都是十分成熟的商场宝鉴。

这本《生意规则》,正是总结商场智慧,归纳经商法则,为每一个在商海中打拼的商家提供成功的帮助与借鉴的一部新著。

商场中拼搏的人们,平日承受着远远大于常人的工作压力和生活压力,此外,他们还要背负十分沉重的心理压力。所以,在你工作之余,如果想寻找更适合自己的发展道路和成功途径,不妨抽出一段时间,来阅读本书的相关内容。

商场的竞争是残酷的,但商场中打拼的人却是有血有肉,有权利追求一种闲适、轻松的生活的。所以,本书专门献给那些在繁忙的商场工作之外需要调整自己的人士。这本书,不是一部枯燥无味长篇大论的经济学理论著作,也不是云山雾罩毫无重点的花边文学,而是深入浅出地介绍成功者



的经历、分析商业操作中的每一个环节的佳品。

也许有人认为,把经商这种充满了“铜臭气”的事情进行分析并且结集出版是一件媚俗的事情,其实不然。生意无所谓雅俗,所有生意的本质都是一样,看上去再雅再有“文化韵味”的生意,其实也是如此;俗并不等于粗劣卑琐,而是一种现实精神,是具体可行的与物质世界密切相关的处世方法。在商言商,然而选择了这条路,就不要经常问“为了什么”,做生意就为了做生意,雅和俗没有绝对的区别,只有做饮食做出了名堂,才可以高谈阔论“饮食文化”,假如你连垃圾都可以做到“绿色环保”的层次,岂不成了绝雅人?相反,满怀雅的理想而无现实的俗的办法,不过是空中楼阁、孤芳自赏而已。

本书主要的内容,横向上,可以分为经商的一般法则、面对各种局势的应对策略、经典案例的详细剖析三个部分。经商的一般法则主要讲述商场的运行规则以及商人应该具备的基本素质;应对策略主要讲述在面对某种大的经济局势或者发展走势时的应对方法与实用策略;经典案例剖析



则主要从分析案例入手来揭示从商过程中经历的种种事情的细微之处与具体处理方法。纵向上,本书内容涉及投资、管理、营销、公关、理财几个方面,适合从事各种行业的从商者阅读。本书文字简洁而不失趣味,平实而不失深刻,相信一定会成为商海中拼搏的人们爱不释手的事业指南。

<<

目 录

CONTENTS

》 》

投资的规则

投资很难从最低点购入,从最高点放出,所有行业的兴衰都是周而复始,只要能够分辨出低潮,并在低潮时购入,总不会错到哪里。

投资忌从众,慎搭顺风车	002
长远规划决定半生基业	005
不要把鸡蛋都放到一个篮子里	008
要想获利,就要到有鱼的地方钓鱼	011
扩大经营规模要紧抓消费增长点	014
修一条路给对手,让他离开竞争的轨道	017
入乡随俗,靠“差别产品”谋取“差别利润”	020
“再挖深两英尺”,寻找商机必须锲而不舍	023
在市场空当与顾客需求中求生存	026
把眼光投向“无利可图”之处	029

管理的规则

从纯粹技术的角度讲，经验一般倾向于表明完全官僚作风的管理组织能够达到最高的效率水平，它是能够满足我们对人进行强制控制的最合理的方式，在正确性、稳定性、纪律的严格性和可靠性方面，它都要优于其他形式。

信誉是商人立足的品牌和通行证	034
诚实是经商永远不变的法则	037
识才、用才、合理调动人才	040
培养销售情商，拉近心灵距离就是接近利润	044
“外来的和尚”不一定就能念好经	047
管理监督不可忽视，企业制度不容缺失	050
“细”也需要专业化的水准	054
适当“削减”利润，与顾客合股做大企业	058
市场监控和信息反馈要两手抓	062
加强信用管理，才能摸清对方底牌	066

营销的规则

站在自己所经营的事业立场展望未来,并站在自己的经验上策划营销方针,这样事业就不能壮大起来。应该超脱偏执,站在更高的所在,把眼光放远、放大,还需要毅力和一颗雄心,这样你的事业才能更加欣欣向荣。

用立体式营销打造金字招牌	070
动市场的脑筋,玩转营销就是玩转市场	074
针对性销售,把女人作为市场中的“天使”	077
细分市场,让营销竞争变成销售策略之争	080
适销要对路,不断发掘销售潜力	083
营销造势要虚实结合	086
调研先行,要善于寻找潜在市场	089
宣传造势需要别出心裁	092
让一步进两步,捆绑销售的后发优势	096
降低营销成本,与消费者共同获利	100
借题发挥,反客为主的营销守则	103
定位宣传要紧跟领跑企业	106

公关的规则

公关中的魅力,这指的是什么呢?我们认为瓶子和包装造成了这种讨人喜欢的感觉,看上去它不像大众化的产品,有一种高贵的品质,而且这种形象在很多程度上适用于你的公关行为。

契约意识要强,不可轻信“君子协定”	110
谈判中要善于把握对手的性格	112
信息决定商机,商机决定成功	115
用“单一贵客”式服务,打造企业精品意识	118
角色互换是打开顾客心扉的钥匙	121
企业形象不容破坏,事故面前亟需危机公关	124
善于借东风,让新闻热门成为活广告	128
在商标上做文章,吸引眼球就是争取客户	131
用事实说话,自曝丑闻可赢得公众信任	134
用笑容包装商品,销售态度决定销售数量	137

理财的规则

对于生产一个产品来说,最基本的技术是谋求
降低成本,对于一个理财专家来说,最基本的技能
就是用更少的钱办更多的事情。

莫吃备耕的种子,不花储备的资金	142
先卖品牌,后卖商品	145
缺乏经济后盾并非劣势	148
消费需要才是最终杠杆	151
触景生“财”成就事业,机智经营拉动发展	154
钱是赚出来的,不是省出来的	158
获利不一定要付出,“揩油”效应开辟蹊径	162
不要让金钱左右自己	165

经营的规则

在风平浪静的地方钓鱼，往往可能一无所获，但在水波荡漾的地方，却可以大有收获；这是因为大鱼在水底追逐小鱼，小鱼游上潜下，使水面波动不已，而钓鱼者通常不会落空。

生意场上“慢半拍”的学问	170
经商要“就近”，名声在外不如善待乡里	173
别让钻石裸体见人，再好的产品也需要包装	176
从“差价利益”中寻找交易致胜点	179
以睿智预见危机，以偏执适应突变	182
经商如对弈，致富不能走一步看一步	186
知己知彼，信息准确决定商业成功	189
小本经营的销售原则，让客户主动买椟还珠	192
只有挑剔的顾客，才有满意的顾客	195
经商应注重情感价值	198

发展的规则

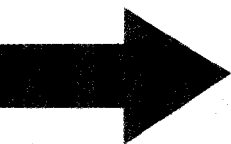
无论是在大企业还是小企业，如果从长期的角度看，只有两个途径可以创造和维持企业的发展情况：第一，通过优质的服务和优质的产品来特别关心你的主顾；第二，不断地进行创新。

你和他人的血型关系，是经商中的契机	204
抛开一切拼实质，中小企业发家的险着	207
寄居蟹要出壳，寻找立足点要抓住时机	210
签约中不妨“将军”，坐地还价要步步为营	213
“无中生有”，将利益伙伴紧紧捆在身边	216
“瘦斑马”生存法则，中小企业如何寻找机会	219
小企业做好就是做强，做强就是做大	222
“感性消费”要用商品色彩打动人心	225
用启发式营销挖掘顾客潜在的消费心理	228

变革的规则

伴随着中国竞争性行业竞争激烈程度的日益加剧,越来越多的企业不得不面对这样一个艰难的抉择:要么甘冒风险实施企业组织变革,要么坐以待毙终被市场淘汰。变革是在商战中取得胜利的企业
的必经之路。

明修栈道暗渡陈仓,发掘潜在的消费群体	234
走出商品同质化的怪圈	237
白手起家,卖掉自己的经历	240
避开热门追赶“第二目标”	243
如何把潜在市场培养成目标市场	246
借势造势谋利,推波助澜求财	250
机遇就是商机,“借鸡生蛋”的经营哲学	253
满足消费者的利益,才能保证自己的利润	256
地利优势不可忽视,借势生财可事半功倍	259
迂回转产要步步不离自身优势	262



投资的规则

投资很难从最低点购入,从最高点放出,所有行业的兴衰都是周而复始,只要能够分辨出低潮,并在低潮时购入,总不会错到哪里。



投资忌从众，慎搭顺风车

在你观察趋势的时候，你应当留心正反面的投资观点，就好像是福尔摩斯的侦探故事中所写的：“会咬人的狗都不叫。”

一个善于理财的人就要善于投资。投资前一定先做好周详的计划，而一旦做出决定后，则不达目的誓不罢休。

投资有两个原则：多数原则和少数原则。多数原则是指多数人所认可的投资行业是比较平稳的发展渠道，在此行业投资能够冒较少的风险；少数原则是指少数人投资的领域往往有更大的发展余地，在此行业投资也许会获得意外的收益，不过风险相对而言比较大。这两个原则实际都要求有一个附加的条件保证，那就是可供你投资的行业没有达到资本饱和状态，也没有形成恶性竞争。

一旦你想要投资的行业所能容纳的资本已经达到了饱和状态，那么千万不能再涉足此领域，因为多一股资本加入，也许就将引发资本饱和带来的恶性行业竞争。而行业内的恶性竞争最终只能是竞争的各方都以赔本收场，永远不会有在这种竞争中获利的赢家。

那么，我们可以追问一句：为什么投资市场会出现资本饱