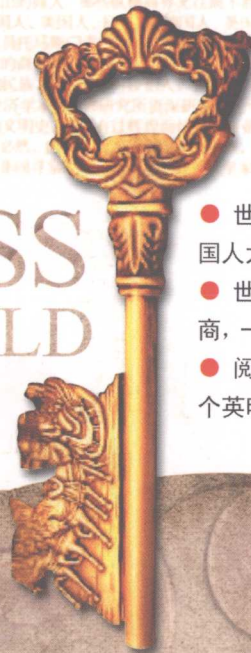


世界上少数人掌握的经商秘密

世界商之道

全公开——让秘而不宣的不再神秘!

BUSINESS
IN THE WORLD



- 世界上最聪明的商人——日本人太聪明，美国人太高明，犹太人太精明。谁最英明？
- 世界上最有价值的商道——智商、情商、财商，一个都不能少。
- 阅读本书，领悟世界顶尖经商智慧，成为一个英明的商人。

周广宇◎编著



外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

世界上少数人掌握的经商秘密

世界商之道

全公开——让秘而不宣的不再神秘!



BUSINESS
IN THE WORLD

周广宇◎编著



外文出版社

FOREIGN LANGUAGES PRESS

图书在版编目(CIP)数据

世界商之道/周广宇著.

—北京:外文出版社,2009

ISBN 978-7-119-06137-5

I. 世… II. 周… III. 商业经营-经验-世界 IV. F715

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第213904号

策 划:中文项目组

责任编辑:钟 文

装帧设计:天下书装

印刷监制:冯 浩

世界商之道

周广宇/编著

© 2009 外文出版社

出版发行:外文出版社

地 址:中国北京西城区百万庄大街24号 邮政编码 100037

网 址:<http://www.flp.com.cn>

电 话:(010)68320579/68996067(总编室)

(010)68995844/68995852(发行部)

(010)68327750/68996164(版权部)

制 版:艺美制版

印 制:三河市航远印刷有限公司印刷

经 销:新华书店/外文书店

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:20

字 数:230千字

装 别:平

版 次:2010年1月第1版第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-119-06137-5

定 价:39.00元

建议上架:工商管理/大众服务

版权所有 侵权必究 如有印装问题本社负责调换(电话:68995852)

前 言

世界几千年的文明史，曾经有过辉煌而灿烂的商业文明，涌现出了许多杰出的商人。那些纵横商界无往而不胜的精英，都有独有的经商之道。当今中国商人，需要与时俱进，学习借鉴世界商道精华也是必然。

世界上10个最有影响的族群：犹太人、阿拉伯人、中国人、美国人、日本人、德国人、英国人、法国人、韩国人、俄罗斯人，他们的经商理念对世界商业文明产生过重要的影响，具有非同寻常的借鉴意义。美国经济学家、胡佛研究所资深研究员托马斯·索威尔博士，在《美国种族简史》一书中提到，中国人、日本人、美国人和犹太人是世界上最能赚钱的人。这个结论有一定的道理。

华人的经商智慧和在商界的非凡业绩在全世界是有目共睹的，而近邻的日本人也是做生意的高手。日本人善于学习和创新，他们成功的秘诀主要是他们的手中握有两件从异域借来的武器——东方古典的儒家思想和欧美现代化的管理理念。日本人把这两种武器的优点和精华有机地糅合在一起，并结合自身的实际，巧妙灵活地运用于商战之中，从而发挥了神奇的作用，取得了惊人的效果。日本在二战后从废墟中重建，经济得以迅速成长，日货充塞全球各地，独占美国大半市场，一度把美国公司逼到绝境，欧亚各国的情况亦无二致。向日本人学习经营之道竟成为一股旋风在世界各国掀起。

美国的商业高度发达，是美国社会的一大特色，也是美国经济优势

前

言

PREFACE





中易被人忽视的一环，美国人的经商理念对世界各国产生重要的影响。在商业精神塑造的美国社会，人们最为推崇商道，热衷于努力工作、经商赚钱，有了钱，一切名誉、地位、权力都可以得到了。美国第30任总统卡尔文·柯立芝说：“美国人的营生就是做生意。”美国是一个善于做生意的国家，没有任何一个国家像美国这样把生意做得那样的成功。美国不但会做生意，也很会管理生意。美国在建国不到200年的历史时期内，在飞速发展的工商时代建立起属于自己的完善而独立的商业思想库。

犹太人比美国人更是技高一筹。有一个经典的说法是：“全世界的钱在美国人口袋里，美国人的钱在犹太人口袋里。”美国的经济强国地位是靠犹太人的钱袋子顶起来的。犹太人是世界上的少数人，却掌握了世界上庞大的资产；犹太人遭受打压凌辱，四处流浪，却有着惊人的财富；犹太人特立独行思维诡秘，让世人觉得神秘莫测；犹太人没有什么资本，却始终处在金钱的顶峰；犹太人是谜一般的民族，他们惊人的财富和超人的赚钱能力让全世界人折服。

本书通过解析日本人、美国人、犹太人的经商之道，来揭开世界上最聪明人的赚钱秘密，浓缩了世界几千年的商道精髓，极具价值，希望您读后能够参悟商业真谛，成为一个顶级商人。

目录

CONTENTS

第一辑 日本商之道

一个资源小国，战后从废墟中重建，如今商品充塞全球，独占美国大半市场，一度把美国公司逼到绝境，欧亚各国的情况亦无二致，一跃成为世界最大债权国和经济援助国。日本人的绝招是什么？一流的商道。日本人有一种“求道精神”，茶道、花道、剑道、柔道、空手道、书道、装道、琴道……从一技一艺到百艺百能各具流派，“技”和“美”各臻最高境界，“质”和“善”各达最高领域。

- 一、 谋划运筹以智取胜 2
1. 用小的代价谋取大的利益 / 2
 2. 制造轰动效应出奇制胜 / 5
 3. 先予人以利尔后自己得利 / 9
 4. 找漏洞钻空子乘隙而入 / 11
 5. 巧设机关克敌于无形之中 / 15
 6. 以迂为直巧妙运筹 / 17
- 二、 打破常规出奇制胜 21
1. 在众行之中求反行 / 21

目

录

CONTENTS



2. 在热门之中爆冷门 / 24
3. 在先进之中觅后进 / 27
4. 在流行之中创独行 / 30

三、捕捉信息先人一步 32

1. 对情报保持高度敏感 / 32
2. 睁大眼睛寻找商机 / 35
3. 抢先一步就会遥遥领先 / 37
4. 预感潜在的危险力避后患 / 40

四、知变从权顺势而为 43

1. 靠远见打开机会之门 / 43
2. 做一个商海观“潮”高手 / 46
3. 掌握及时抽身之道 / 48

五、洞悉人性打心理战 52

1. 虚张声势广布迷阵 / 52
2. 用同理心攻破对方的情感防线 / 55
3. 利用人性的弱点引人上钩 / 58
4. 破坏对手的情绪乱其方寸 / 60

六、萃聚人才强化管理 63

1. 人才是企业发展第一要素 / 63
2. 知人善任用人唯贤 / 66
3. 重视企业管理提升效率 / 68
4. 精打细算厉行节约 / 70
5. 领导以身作则身先士卒 / 73
6. 顾客至上提供完美服务 / 75

七、先做徒弟后做师傅 79

1. 博采众家之长为己所用 / 79

2. 消化创新打造自有品牌 / 82
3. 学习竞争对手的长处克敌制胜 / 85
4. 扬长避短猛捅竞争对手软肋 / 87

八、柔道空手道一起用 91

1. 以柔克刚以弱制强 / 91
2. 该强硬时决不手软 / 92
3. 该争的利益一定要争 / 95
4. 软磨硬缠迷惑拖延 / 99

第二辑 美国商之道

在美国，有人将社会上形形色色的不同行业和职业概括为红、黄、黑三道。红代表官道，黄代表商道，黑代表学道。在商业精神塑造的美国社会，人们最为推崇商道，信仰“金钱万能”，热衷于努力工作、经商赚钱，有了钱，一切名誉、地位、权力都可以得到了。难怪美国第30任总统卡尔文·柯立芝说，“美国人的营生就是做生意。”美国建国不到200年的历史时期，在飞速发展的工商时代建立其属于自己的完善而独立的商业思想库。

目

录

CONTENTS

一、适者生存以变求胜 102

1. 经营就是要以变应变 / 102
2. 在新奇上面下足功夫 / 105
3. 唯有变者才能生存 / 107
4. 创新是做大的唯一出路 / 110
5. 鼓励每个员工主动创新 / 113



- 二、人本管理有效激励** 117
1. 领导者要会用兵选将 / 117
 2. 挖对方的人才为己所用 / 119
 3. 最有效的人性化管理 / 121
 4. 给员工意想不到的荣耀 / 122
 5. 点滴成绩也应表扬 / 124
 6. 让人心甘情愿为你做事 / 126
- 三、公关策划提升形象** 129
1. 巧用重大事件提高知名度 / 129
 2. 把小事变成大事制造新闻 / 132
 3. 借舆论支持向对手施压 / 134
 4. 借政府公关赢得强力支持 / 136
 5. 慷慨解囊热衷公益事业 / 140
 6. 积极反应化危机为生机 / 141
- 四、高瞻远瞩长远规划** 145
1. 比别人看得更远更准 / 145
 2. 看清楚未来的危机和契机 / 147
 3. 为明天的生意做准备 / 150
- 五、敢于冒险果断决策** 152
1. 瞅准行情大胆下注 / 152
 2. 敢做别人不敢做的事 / 155
 3. 冒险必须能够控制风险 / 159
- 六、精明谈判策略灵活** 162
1. 谈判前摸清对方底细 / 162
 2. 喊价要狠让步要慢 / 164

3. 决不暴露自己的底牌 / 166
4. 首先拆散对方的平台 / 167
5. 软硬兼施两手准备 / 169
6. 设置价格陷阱 / 171
7. 不知对方底细少开口 / 173
8. 善用减压技巧说服对方 / 175

七、善于沟通懂得推销 178

1. 满足对方的虚荣心 / 178
2. 把对方的信心鼓动起来 / 180
3. 让对方同情你的处境 / 182
4. 刺激对方的自尊心 / 184
5. 让顾客参与进来形成互动 / 185
6. 勾起人们的好奇心 / 188
7. 在对方心里安放一个心锚 / 190
8. 找出真正的购买决策者 / 191

八、运筹谋略制胜之道 194

1. 抓住对手的盲区争夺市场 / 194
2. 舍小取大弃正取偏 / 197
3. 打出一套组合拳击倒对手 / 199
4. 东边不亮西边亮 / 201
5. 等到最恰当的时机出击 / 202

目

录

CONTENTS



第三辑 犹太商之道

他们是世界上的少数人，却掌握了世界上庞大的资产；他们没有什么资本，却始终处在金钱的顶峰。犹太人，一个谜一般的民族！100多年前（1899年），美国作家马克·吐温发表文章说：“从古到今，犹太人缔造了杰出的奋斗成果，而且还是‘双手被绑在身后’的情况下，创造出这种成绩……犹太人有什么永垂不朽的秘密？”如今，犹太人的商道终于大白于天下。

一、精明投资独特思维 206

1. 精明人是用智慧赚钱 / 206
2. 做生意必须懂数字会算计 / 208
3. 用独特思维发现利润区 / 211
4. 把78%的精力放在22%的客户上 / 213
5. 走高品位高价位的营销路线 / 215

二、唯利是图大方赚钱 219

1. 爱上帝更爱金钱 / 219
2. 爱财无罪贪财是万恶之根 / 221
3. 心中有金钱更要有道义 / 224
4. 在变通守法中钻缝经营 / 226
5. 做生意只有利益没有禁区 / 229
6. 有知识的人更能赚到大钱 / 231

三、诚信经营买卖公平 234

1. 信守合约爱惜声誉 / 234
2. 诚信公平才能获得永恒的成功 / 236
3. 要想挣大钱必须有大德 / 239

四、搞好关系和气生财 242

1. 以人脉来开拓财脉 / 242
2. 朋友身上有可赚的钱 / 245
3. 在和气的氛围中赚钱 / 247
4. 一笔生意两头赢利 / 250
5. 选择一个好的合作伙伴 / 252

五、借鸡生蛋借力生财 255

1. 借别人的鞋子比赤脚走得快 / 255
2. 借助人气聚集财气 / 257
3. 借助天时地利人和 / 259
4. 如果良机不在就自创良机 / 261

六、习惯预算让钱生钱 264

1. 崇尚节俭但不做守财奴 / 264
2. 一生中要强迫自己攒钱 / 266
3. 拟定适合自己的收支预算 / 268
4. 把手中的钱用活才能生财 / 270
5. 脚踏实地从小生意做起 / 273

七、关注信息善用情报 276

1. 信息是敏感人眼中的钻石 / 276
2. 信息不等人出手要快 / 278
3. 商人要有发现财富的眼光 / 280

目

录

CONTENTS



八、经受磨练坚忍不拔 283

1. 永不失望更不绝望还有希望 / 283
2. 忍耐是战胜不景气的良方 / 285
3. 相信天无绝人之路 / 287

九、劳逸结合珍爱生命 291

1. 健康是赚钱的最大本钱 / 291
2. 努力赚钱劳逸有度 / 293
3. 养生之道也是经营之道 / 295
4. 别让坏脾气赶走你的财运 / 298
5. 享受金钱享受生活 / 299

十、珍惜时间立即行动 303

1. 惜时就是保护自己的金钱 / 303
2. 马上解决绝不拖延 / 305

第一辑 日本商之道



一个资源小国，战后从废墟中重建，如今商品充塞全球，独占美国大
半市场，一度把美国公司逼到绝境，欧亚各国的情况亦无二致，一跃成为
世界最大债权国和经济援助国。日本人的绝招是什么？一流的商道。日
本人有一种“求道精神”，茶道、花道、剑道、柔道、空手道、书道、装道、琴
道……从一技一艺到百艺百能各具流派，“技”和“美”各臻最高境界，
“质”和“善”各达最高领域。





一、谋划运筹以智取胜

商务活动是一种高智商的较量，必须善动脑筋，靠谋划运筹取胜。如果你是一个策划高手，那么成功的概率就很高。日本人喜欢谋略智慧，他们看重以智取胜。偷袭“珍珠港”让美国人受到重创，显示出了日本人精心谋划的高水平。在商战中，日本人的巧妙运筹之技更是让人不敢小看。

① 1. 用小的代价谋取大的利益

日本人喜爱从中国传统文化中寻求经营谋略。比如姜太公钓鱼，是用小小的饵儿钓天下，这真是诱以小利取其大利。又如《孙子兵法》中，孙子强调“佯北勿从”、“饵兵勿食”，这里的“佯北”（假装败北）、“饵兵”都是诱敌出来的战术。日本人认为，孙子的“诱之以利”的“利”既可以是“兵”，也可以是牛羊、百姓、财物等。日本人在经营活动中重视智谋的运用，常常是用最小的代价谋取最大的利益。

日本企业经营的特色之一是劳资双方都坚信“劳方与资方同舟共济”。劳资利害关系一致的确很重要，但是，尤为重要的是公司要“盛情”对待职工，使之深受感化，也可以说是“利而诱之”。

丰田公司为了最大限度地发挥职工的创造力，让职工“爱丰田”，“忠于丰田”，树立起做一个“努力、诚实，谦虚”的丰田人是光荣和自豪的意识，他们从物质上鼓励职工。对职工买东西、住房给予特殊照顾，把八成新和半新的小车廉价卖给职工，并且还发给无息购车的专用贷款等等。公司还经常发动职工提合理化建议，设重奖加以鼓励。丰田

的“盛情”，使职工潜在能力充分发挥，大量合理建议不断涌现，使丰田不断受益。这样的“小利”赢来了“大利”，是企业家们经常采用的方法。

诱以小利取其大利，是国际商战中许多企业公司普遍重视和采用的方法。这些公司大多设有“公共关系部”，为实现公司的目的，去请客、送礼，拉关系。据说，日本企业每年单是花在赠品方面的支出就高达百亿美元。

日本在对国外市场开展攻势时，经常采用的方法是先给对手国家提供便宜的进口产品，然后将该国的企业从市场上排挤出去。由于过分便宜，所在国的厂家一般不能与之进行长期的竞争，最后，它们不是被排挤出这一行业，就是忍痛放弃这块市场，除此之外没有别的路可走。这样一来，日本就能使自己的产品充斥该国市场，随后，价格徐徐上涨，恢复原来的价格，也就是能够获得利润的价格。这也可说是“利而诱之”的具体写照。

小利不舍，大利不来。这是商业定则。精明的日本人善于从长计议，为未来打算。先放弃小利而得到大利，不只盯眼前而是放眼长远，这是其经商秘诀。

有一年，日本广岛市水道局打算将埋在市区的电线、煤气管和自来水管的阀门位置、各类管道和铺设时间等，绘制出一幅能用电子计算机控制的示意图。水道局的预定价格为1100万日元。当时共有8家公司参加投标，报价分别为2700万日元、980万日元、55万日元、45万日元和35万日元。拥有大型计算机厂家的富士通公司最后报价竟只有象征性的1日元，以其几乎完全免费的绝对优势，逼得其他公司纷纷退场，一举中标。

富士通为什么要这样做？为人家生产耗资1100万日元的 product 却只收1日元的报酬？不要以为富士通是有利不图的傻瓜，富士通是在运用“图大利敢弃小利”的计谋，它要通过丢弃这1100万“小利”赚上比这大几十乃至上百倍的大生意。

原来日本政府建设省早已发出通知，要求包括东京在内的11个大



城市都要把铺设在地下的管道绘制成电子计算机能够控制的示意图，广岛不过是率先付诸实施的城市而已。富士通若能在广岛中标并绘制成功，便可为在其他 10 个城市的招标竞争增加必胜的实力。更为重要的是，日本政府的最终计划是要根据绘制出的示意图来设计和安装电子计算机。

富士通丢弃这 1100 万日元顺利中标并争取到了示意图的设计权，于是就可以设计出符合自己计算机特点的图纸，也就等于把非富士通牌的计算机的硬件、软件统统排斥到这一市场的千里之外，自己却成了使用这一图纸以控制地下管道的唯一的计算机生产厂家。试想，如此巨大的市场潜力，如此巨大的生意利润，岂是 1100 万日元的损失可以比拟的？

小与大这一对最简单的矛盾里包含着最复杂的辩证法。有的人视小为大，有的人视大为小，而小与大之间又常可以互相转化。做人若能悟得小大之中的真味，也就能在商圈里立地成佛了。李嘉诚曾说过：“有时你看似是一件很吃亏的事，往往会变成非常有利的事。”“以小换大”是李嘉诚的大局观，李嘉诚在董事袍金工作报酬上的做法，早已成为香港商界、舆论界的美谈。

李嘉诚出任十余家公司的董事长或董事，但他把所有的袍金都归入长实公司账上，自己全年只拿 5000 港元。这 5000 港元，还不及公司一名清洁工在 20 世纪 80 年代初的年薪。以 20 世纪 80 年代中的水平，像长实系这样盈利状况甚佳的大公司主席袍金，一间公司就该有数百万港元。进入 20 世纪 90 年代，便递增到 1000 万港元上下。李嘉诚 20 多年维持不变，只拿 5000 港元。

李嘉诚的经商天才在这里表露无遗。李嘉诚其实是小利不取，大利不放，甚至可以说是以小利为诱饵钓大鱼。李嘉诚每年放弃上千万元袍金，却获得公司众股东的一致好感，爱屋及乌，自然也信任长实系股票。甚至李嘉诚购入其他公司股票，投资者莫不步其后尘，纷纷购入。李嘉诚是大股东，长实系股票被抬高，长实系股值大增，得大利的当然是李嘉诚。就这样，李嘉诚每欲想办大事，总会很容易得到股东大会的

