

金点子致胜
张国庆 编著



精明商道之

玩玩赚赚！



买也难 卖也难 买卖难帮 不能不做 金点子 高点子 点点难求 点石成金

金 点 子



南海出版公司

2005 • 海口

玩
玩!
赚
赚!

张国庆 编著



——精明商道之金点子

南海出版公司

图书在版编目 (CIP) 数据

玩玩! 赚赚!: 精明商道之金点子 / 张国庆编著.
海口: 南海出版公司, 2005.8
ISBN 7-5442-2998-X

I. 玩... II. 张... III. 商业经营-通俗读物
IV. F715-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 130940 号

WAN WAN! ZHUAN ZHUAN!

玩玩! 赚赚!

—— 精明商道之金点子

编 著 者 / 张国庆

责任编辑 / 耿 旭

创意设计 / 雷时之

插图绘制 / 时间造物文化传播有限公司

出版发行 / 南海出版公司 电 话: (0898) 65350227

社 址 / 海口市蓝天路友利园大厦 B 座 3 楼 邮 编: 570203

电子邮箱 / nhcbgs@0898.net

经 销 / 新华书店

制 作 / 北京金麦笛文化发展中心

印 刷 / 北京交通印务实业公司

开 本 / 787 x 960 1/16

印 张 / 7.5

字 数 / 70 千

版 次 / 2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

印 数 / 1~8000 册

书 号 / ISBN 7-5442-2998-X

定 价 / 26.00 元

南海版图书 版权所有 盗版必究



金点子

金点子的平下位信请 章三第

030、金满去将非景不

038、查始来手中和如从

040、章文点端上眼小前印著有

043、密“封”封源前全一解

044、融非国央银我思海

049、册商经中二道下不并

048、财商件贷人服件

050、融天并中商断从

053、流丰的网商天史商

054、册商中免查的入服从

056、孔天网融景景

058、来中多富博



第一章 抓住机会的绝点子

热点变卖点 /001

自己去制造商机 /002

利用节日的热点 /004

商机如兵机 /006

排除障碍占商机 /008

机会只怕有心人 /011

心动不如行动 /014

小生意大商机 /016

把小机会变成大机会 /018

第二章 借力求财的巧点子

空手套白狼的本领你有吗 /020

自己的名字是最重要的 /022

巧借葫芦卖药 /024

成人之美亦生财 /026

找到一个成功的支点 /028

知识创造财富 /030

互联网网络财富 /032

第三章 新奇处下手的妙点子

不是非得去淘金 /036

从破坏中寻求创造 /038

在怀旧的心理上做点文章 /040

换一个角度找“钱”途 /042

新思维解决旧难题 /044

在不可能之中找商机 /046

挣别人没挣的钱 /048

从潮流中找灵感 /050

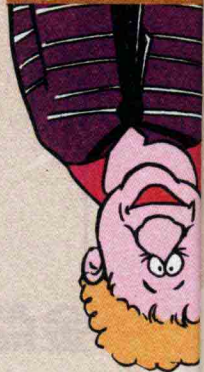
做史无前例的生意 /052

从别人的竞争中渔利 /054

敢异想则天开 /056

财富废中求 /058

目



第四章 竞争求胜的狠点子

抓住对手失误迎头痛击 /060

对竞争对手的“远交”与“近攻” /062

迷惑性的车轮战术 /064

专找软肋下手 /066

无声之处听惊雷 /068

露点瑕疵给人看 /070

第五章 看得远、走得远的高点子

把饭店当作企业来经营 /072

共享所有 /074

比较后才有最佳结果 /076

育才求财 /078

惟有诚信不可输 /080

客人的钱真的就可以随便乱花吗 /082

如果公司不再以赢利为目的 /084

服务无形终有道 /086

第七章 营销有术的精点子

吃不着才是最好的 /096

让小利求大利 /098

想尽办法与要人沾边 /100

参与才会兴致高 /102

紧跟名人时尚 /104

练就一双识别机会的慧眼 /106

找出买卖双方的结合点 /108

一个消费理念辟开财富之源 /110

人所不欲施于己 /112

第六章 细处用功的深点子

针对特殊人群的特殊销售 /088

低估智力的发财之举 /090

充分利用“小”的优势 /092

就是要做自己 /094

热点 卖点

关注中寻觅商机的金点子

事件。不过，和一般人不同的是，他关注的不是辩论双方的对与错，而是这件事能否给他的事业带来发展的机遇。他突然灵机一动：要是开发一批带有警示性的日用品，趁机投放市场，不是可以受到那些支持对犯罪少年加以惩戒的人的青睐吗？并能让青少年在无痛苦中得到警示。

很快地，他请人设计了一个藤条刑具的图案，印在T恤衫、茶杯、书包上，并加上一条广告语：不用藤条，便会惯坏孩子！

和李树斌预料的一样：其带有藤条刑具图案的T恤衫、书包等日用品十分畅销。大部分马来西亚中老年夫妇竞相购买，以警示自己的儿孙。

就这样，李树斌抓住了众人讨论青少年犯罪是否该受到严惩这一“热点”事件创造了一次商机，开发了日用品新市场，让自己的公司发了一大笔财，走出了过去的低谷。

对于“热点”的把握，成就了李树斌的企业。正是他无比精妙的创想，将“热点”及时变为“卖点”，才使他的公司从此名声大振。

现代社会瞬息万变，这也导致了竞争的加剧，于是人们开始慨叹：“生意越来越难做，钱不好赚了。”表面看来确实如此。但细细探究，却并非这样，有如此抱怨的人，他们大都是不能把握机会的弱者。

案例点评

其实，在信息膨胀的今天，每天都会有大量的新闻资讯，其中自然不乏“热点”事件，而恰恰是这些“热点”，吸引了无比众多的眼球。所以，发掘社会生活中的“热点”，把“热点”转化为产品的“卖点”，消费者的注意力便会集中到你身上。



自己去

制造

商机

第一章

金点档案

如果说一个人身无分文，经过几桩买卖就可赚数百万美元你信不信？但有人却真的这样做成了。他从一个信息入手，挖掘其中的潜在价值，并且以此为出发点自己去制造商机，经过一环扣一环的生意，最终获得了成功。

案例链接

拉菲尔·杜德拉是委内瑞拉人，原是一家公司的职员，经常为生计问题犯愁。怎样实现自己富翁的目标呢？杜德拉思索着也留意着……

有一天，杜德拉获悉阿根廷打算从国际市场上采购价值2000万美元的丁烷气。虽然财力不足，但他却意识到这是个难得的商机，很想接下这宗生意。他决定去阿根廷考察，看看这一信息是否属实。到那里一打听，发现真有此事。于是，他开始盘算怎么争取到这笔生意。

此前，杜德拉从未接触过石油业，对该行业可以说是个“门外汉”，做起来有一定的困难。经过多方面调查后，他发现这宗生意已有两位非常强大的竞争对手，一是英国石油公司，二是壳牌石油公司。这两个公司财雄势大，有丰富的石油经营经验。杜德拉知道，如果从正面与这两大竞争对手较量，无疑是“以卵击石”。于是，他决定采用侧面进攻的战术参与这2000万美元买卖的竞争。为了找到一个好的办法，杜德拉再次对阿根廷市场做深入调查，发现这里的牛肉过剩，急于寻找出路。他反复思考，认为可以在这个问题上大做文章：如果能帮阿根廷推销过剩的牛肉，就可以促使阿根廷购买自己的丁烷气。

拿定主意之后，杜德拉来到阿根廷政府有关部门，对他们说：“如果你们向我购买2000万美元的丁烷气，我便向你们订购2000万美元的牛肉。”阿根廷政府觉得杜德拉的条件优于其他竞争者，能解自己的燃眉之急，便决定向他采购丁烷气。

接下来，杜德拉在寻找牛肉买家的过程中，获得了这样一条信息：西班牙有一家大船厂，这家工厂造船能力很强，却缺少订单，工厂处于半停产状态，西班牙政府十分关注。杜德拉认为这条信息又是一个很好的机遇，便前往该国的有关政府部门游说。他表示：“假如你们向我买2000万美元的牛肉，我便在你们的船厂订制一条价值2000万美元的油轮。”这一条件对

需要中找机会的金点子



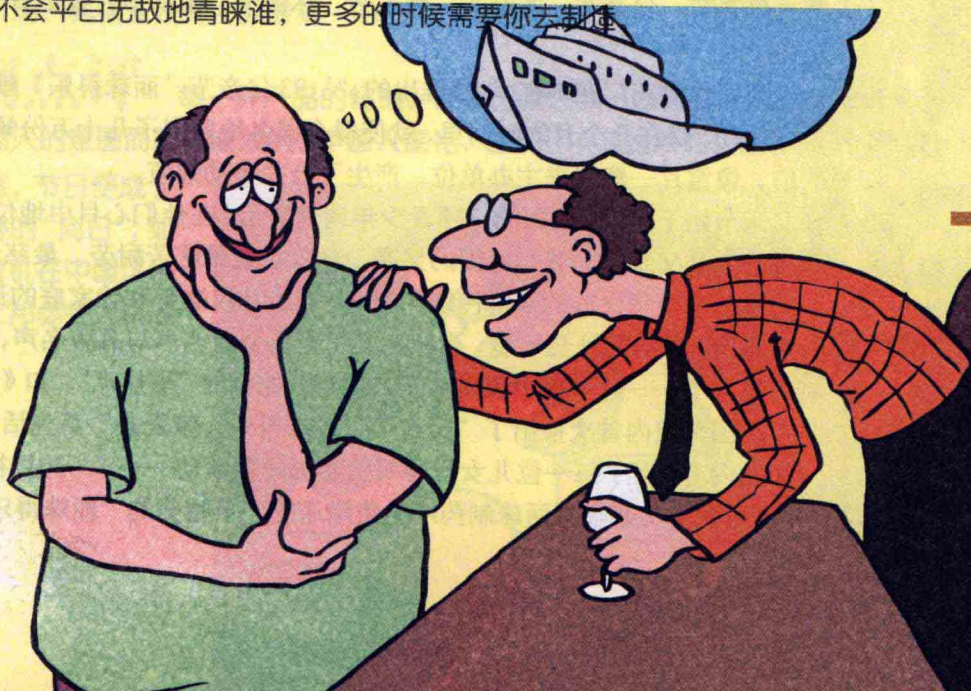
西班牙政府来说是求之不得的，因为他们本来就要进口大量的牛肉。于是，双方立即达成协议，并通过西班牙驻阿根廷大使与阿根廷政府联络，告诉阿根廷将杜德拉所订购的 2000 万美元的牛肉直接运往西班牙。

事实上，杜德拉在向西班牙推销牛肉之初，已在物色购船的客户，他找到美国的太阳石油公司洽谈。他对这家公司的老板说：“如果你们肯出 2000 万美元来购买我的一条油轮，我就向你们购买 2000 万美元的丁烷气。”太阳石油公司想，反正自己是要买油轮的，现在他能买自己的产品，条件是有利的，便欣然接受了。

最后，这宗一环扣一环的买卖终于实现了。杜德拉所做成的生意不是最初的 2000 万美元，而是 6000 万美元。他在这桩巨额的交易中，分文资本不出，却从中获取了数百万美元的利润。此后，杜德拉继续运用这种经营术，连连取得成功，很快就成了世界巨富。

案例点评

虽然买方与卖方永远存在，但他们的信息并不对等。也就是说，急于卖出的可能一时找不到买家，而想要买的又找不到卖主。这时，像杜德拉这样的牵线搭桥者便出现了，他通过自己所掌握的信息促成了多方的买卖成功。商机无处不在，但它不会平白无故地青睐谁，更多的时候需要你去制造。





利用

节

日

的热

金点档案

人们逢年过节，走亲访友都免不了送一些礼物。丽珠制药厂就抓住这一机会，利用节日的“热点”，大搞企业的宣传 and 产品销售，取得了很好的效果。

案例链接

越来越多的各种“节日”，既有顺应时代诞生的，也有传统延续下来的，它们一年年周而复始地来到。凡到来之日，无形中就是一个“热点”，它成为众多厂商大肆行销的一个有利契机。如：春节、元宵节、端午节、中秋节、国庆节、元旦、重阳节、儿童节、植树节、妇女节、情人节、母亲节、父亲节、圣诞节、愚人节、环保节、粮食节、戒烟日、人口日、水日……

珠海丽珠制药厂在1992年底推出的“‘93父亲节‘丽珠得乐’献爱心”系列公关活动，仅在几个月的时间里，就使得全国各地发出了几十万份倾诉真挚父爱的信，像雪片一般飞进主办单位，产生了公关轰动效应。

父亲节始于美国，美国的一项青少年调查显示，在他们心目中地位最高和最受尊重的人是父亲。而我们中国的父亲，却公认是最吃苦耐劳、最慈爱的。

为了弘扬中华民族的亲情传统，进一步塑造礼仪之邦和睦家庭的形象，以创造一个和谐、融洽的社会环境，当然也为了张扬企业名声与品牌名声，丽珠制药厂利用父亲节——这个在中国内地还未被充分挖掘的“准热点”，和《黄金时代》杂志在全国范围内首次推出了“父亲节‘丽珠得乐’献爱心”系列活动。

活动内容包括：每一位儿女只要写信参加此项活动——“一句祝福，一片深情”，便可使其父亲收到丽珠制药厂免费赠送的一张精美的“丽珠得乐”父亲节

把节日变“商日”的金点子



贺卡，给他们带去一份儿女的情谊和丽珠制药厂对他们的关心。

此外，还举办父亲节征文大赛。参加者以“我的父亲”为主题，写一篇2000字左右的散文或随笔，描绘出自己父亲或慈爱或庄重的形象。根据这些征文，评出10位“模范父亲”及10篇优秀征文，并颁发证书、奖牌及奖金。

这一活动获得了社会各界人士的共鸣，参加者写来一封封温馨感人的信。每一封信都是一个感人故事。儿女们在信中表达了平时没有机会、没有勇气直接向父亲倾吐的心声……

这一封封来信表明了“丽珠得乐”父亲节活动已产生了良好的反响。一位孝子用诗歌形式简明扼要地表达了他对这项活动的赞誉之情：“丽珠一颗孝子心，得乐万家慈父情。”来信积极响应这一活动的大多数是年轻人。他们要通过这一小小贺卡为父亲带去他们无法用语言表达的感情，报答父亲那种深沉凝重而又无私的关爱，牵发出父子、父女之间深情永久的回忆，同时也带去了“丽珠得乐”对他们深深的祝福。

“丽珠得乐”在父亲节适时推出“献爱心”活动，受到了民众的欢迎，也得到了社会各界人士的共鸣。在中国，尊老爱幼的观念深入人心，人们都愿意为父母做一些事情，而“丽珠得乐”正顺应了这样的潮流。类似的例子并不鲜见，如“脑白金”的那句广告语：“过年过节，爸妈就要脑白金”。“脑白金”成为人们过年送礼的首选，在保健品市场，其销量始终占据着第一的位置。

案例点评

每一件产品的畅销，都是因其在某一方面满足人的心理诉求、准确把握人的意图而取得成效的。中国人重礼，在节日中尤其是如此。利用节日的热点大做文章，节日便成了不可多得的“商日”，如此把握商机在中国这样的礼仪之邦必会大获成功。





商机

如

金点档案

一个企业的发展过程，同时也是企业发现问题、分析问题，进行决策的过程，无论决策如何，在这个瞬息万变的年代里，决策的速度是极为重要的。这个规则信奉的是：若有七成胜算就应迅速决策；若只有五成胜算，则不适于下战书挑战市场的既有劲敌；若要等到有九成胜算，则早已时不待我。

案例链接

20世纪80年代初，可怕的艾滋病悄然在美国出现，在性接触中稍有不慎就会惹上它，而且一旦患上便无药可救，只能在痛苦中慢慢地死去！

小小的避孕套却可以帮助那些既想性开放又不想那么快去见上帝的人。“美国避孕套需求量大增，本土没多少存货，造成市场脱销。”这个消息被两个生产避孕套的日本人知道了。他们马上大量招工，开足机器，三班运转，最大限度地生产那小东西以满足美国人的需要。

产品生产出来，一箱箱包装好就放在仓库里。怎样运到美国去？成本当然是海运最便宜，但时间太长；空运成本大，差不多是海运的几十倍。商海是瞬息万



商机

变的，谁知道将会发生什么事呢？权衡再三，他们决定采用紧急空运，以免夜长梦多。当避孕套空运到美国后，立即成了抢手货，各代销店门庭若市，熙熙攘攘，好不热闹，从日本来的两亿只避孕套很快销售一空。两个日本人可以在太平洋的彼岸，舒舒服服地坐在写字楼里，高兴地慢慢数钱了。

当时美国也有工厂想做这笔生意，当他们看到日本人那么快就占领了市场，日本的牌子打响了，渠道也让他们先占了，这些美国人只好取消了这个念头。

案例点评

对于商机，一念既定，余下的就是找办法，尽最大可能疯狂地寻找迅速取胜的办法。让与你同样念头的人在速度上处于劣势，放弃与你的竞争。



排除障碍

占商机

金点档案

有的商机并不好抓，而是要透过困难的现状，看到其中的机会。尤其当你的事业不再是一个人的简单的买入卖出行为，而是在一个企业的经营模式下运行时，更要具备这种能力。

案例链接

1972年，张果喜所在的工厂因为经营管理不善，效益每况愈下，已濒临倒闭的边缘。结果，无法自负盈亏的木工车间被从厂里分离出来，成为独立核算的木器厂。年轻的张果喜被任命为厂长。张果喜名义上是厂长，可实际上，除了三平板车木头和几间破工棚，剩下的只有21名职工和他们的家庭近百口人的吃饭难题，以及“分”到他们头上的2.4万元的沉重债务。到了第一次发工资的日子，张果喜这个厂长手上却连1分钱也没有。血气方刚的他找到父亲，要把家里的房子卖了——那房子还是土地改革时分给他们家的，已经住过张家祖孙三代人。人家当了厂长，忙着给自家盖房子，张果喜这个厂长却急着卖自家的房子。尽管如此，通情达理的父亲理解儿子的难处，还是同意了。房子卖了1400元，张果喜全部拿到了厂里，这成了他们最初的本钱。

单靠这点儿钱，又能发几回工资呢？木器厂必须得找到能挣钱的活儿干。张果喜想。情急之下，想到了上海。张果喜和他的4个伙伴儿带了200元钱，从江西余江闯进了大上海。因为怕被扒手扒去这笔“巨款”，他们躲进厕所里，每人分50元藏在贴身口袋里。晚上舍不得住旅馆，就蜷缩在第一百货公司的屋檐下打地铺。他们从上海人口中得知，上海工艺品进出口公司大厦坐落在九江路——九江可是江西的地名呀，他们感到了几分亲切，增加了几分希望。在工艺品进出口公司陈列样品的大厅



透过难点找钱点的金点子

里，张果喜被一种樟木雕花套箱吸引了目光。套箱是由两个或三个大小不一的箱子组合而成的，每个箱子都是单独的工艺品，套在一起又天衣无缝；箱子的四沿堆花叠翠，外壁层层相映着龙凤梅竹，显得精美非凡。当他听说每件套箱的收购价是300元时，觉得这简直是天上掉下来的馅饼！

300元啊，他们4个人千里迢迢来闯上海，全部盘缠不过200元呀！他决定接下这批活儿。

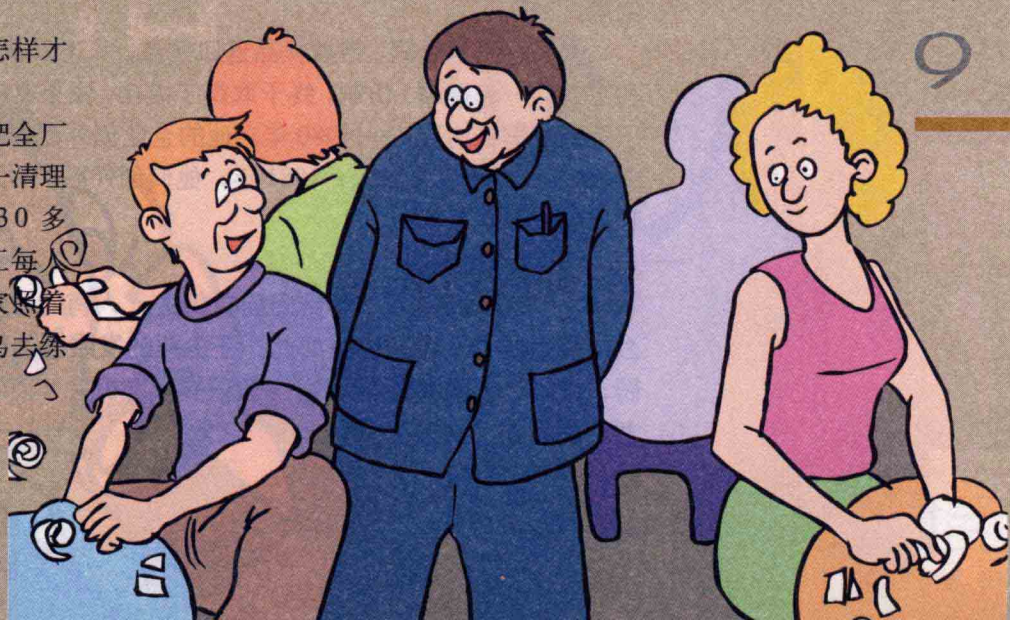
工艺品进出口公司答应了张果喜提出的承做50套出口樟木雕花套箱的请求，并当场签订了合同。

张果喜的名字，第一次与1.5万元巨款连在了一起。张果喜没有马上回去，他对伙伴们的木工技艺心中有数，知道要做这样精细的活儿还有难度，所以，他们先在上海艺术雕刻厂学了一个星期的木雕技术，把看到的一切都牢牢地记住。临走时，他从上海艺术雕刻厂的废纸堆里拣回了几张雕花图样，又顺手牵羊地带走了一只报废的“老虎脚”。

回到余江的当天夜里，他顾不上休息，连夜召开全厂职工大会，要求大伙儿一定要把这第一批活干好。

但是，怎样才能干好呢？

张果喜把全厂的碎木料——清理出来，分成30多堆，全厂职工每人一堆，让大家照着样品上的花鸟去练



习雕刻。接着，他把工人带到有“木雕之乡”美称的浙江省东阳县，向东阳县的老师傅学习；又把东阳的老师傅请到余江来教……就这样，张果喜和他的伙伴们如期交出了高质量的樟木雕花套箱。在1974年的广交会上，他们独具一格的“云龙套箱”，造成了极大的轰动。

张果喜决心要将工艺雕刻这碗饭吃到底了！他给每一位雕刻工发了画笔、画板，要求每人每天画一张素描，由他过目、评分。他挤出经费，让雕刻工外出“游山玩水”，接受美的熏陶。于是，各种题材、各种风格、各种流派的雕刻艺术，都汇聚到他的办公室，争奇斗艳。

1979年秋天，张果喜再次闯进大上海。同样在上海工艺品进出口公司的样品陈列厅里，他看中了比雕花套箱值钱得多的佛龕。

这是专门出口日本的高档工艺品。佛龕用来供奉各种佛像，虽然大小只有几尺见方，结构却像一座袖珍宫殿般复杂。成百上千造型各异的部件，只要有一块不合格或稍有变形，到最后就组装不起来，成为废品。因为工艺要求太高，许多厂家都不敢问津，但是，张果喜却看中了这笔用料不多而价格昂贵，差不多是木头变黄金的生意。

张果喜签了合同，带着样品返回家乡，一连20天泡在车间里，和工人们一起揣摩、仿制，终于取得了成功。张果喜庆幸自己抱住了一棵“摇钱树”——1980年，他的企业创外汇100万日元，其中60万日元是佛龕收入；1981年，他们创外汇156万日元，佛龕收入超过100万日元。

案例点评 “车到山前必有路。”人有的时候缺的就是那么一点点压力，企业也是如此。在企业的发展面前横着无数的障碍，看似“山重水复疑无路”，但只要瞅准机会，顶着困难迎难而上，便能收“柳暗花明又一村”之效。

机会

处处留心找机会的金点子

只怕有心人

