



►►想赚钱吗？想成为有钱人吗？看看温州人是怎么干的◀◀

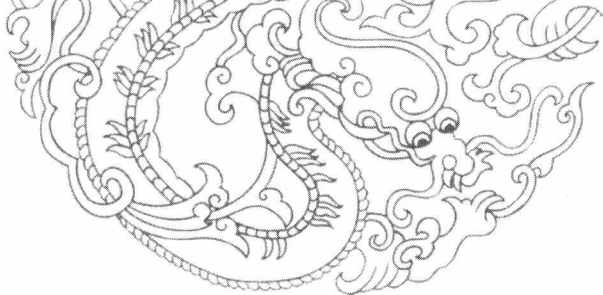
中国

朱必知◎编著

最会赚钱的人 温州商人的20大奇迹生意经

温商是中国的奇迹，也是世界的奇迹；温商是中国的骄傲，也是世界的骄傲。一位著名的韩国企业家感叹到：从我儿子8岁开始，我就跟他讲温商的故事，我相信等到他80岁的时候，他会发现，他一生的成功都来源于这些故事。

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



中国

最会赚钱的人

温州商人^的20^大奇迹生意经

——朱必知◎编著——



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

中国最会赚钱的人：温州商人的 20 大奇迹生意经/
朱必知编著. —北京：北京理工大学出版社，2009. 8
ISBN 978 - 7 - 5640 - 1931 - 0

I. 中… II. 朱… III. 商业经营 - 经验 - 温州市 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 123033 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (办公室) 68944990 (批销中心)
68911084 (读者服务部)

网 址 / [http: // www. bitpress. com. cn](http://www.bitpress.com.cn)

经 销 / 全国各地新华书店

排 版 / 北京京鲁创业科贸有限公司

印 刷 / 三河市华晨印务有限公司

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 18.25

字 数 / 200 千字

版 次 / 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷 责任校对 / 陈玉梅

定 价 / 36.00 元 责任印制 / 母长新

图书出现印装质量问题，本社负责调换



前言

如果要问，在中国大地狂飙突起的前无古人的改革风潮中，哪个地方、哪个城市最为引人注目，我想，除了深圳，大概就是温州了。CCTV“中国最具经济活力城市”评委会专家给温州的评价是：“这是一个善于分工也乐于使用合力的城市，一个喜欢以小见大更会以小博大的城市，一个懂得无中生有的城市。它在创造价值的同时，也创造着生机勃勃的经济模式。”温州商人被誉为世界上唯一敢和犹太商人比高低的商人，据不完全统计，700多万温州人中有200余万人活跃在温州之外的全国各地和世界各国，以精通商业留下口碑，被誉为“中国的犹太人”。

有人说，凡是太阳照射到的每一个角落，都会有温州人风尘仆仆的身影；有人说，凡是海水漂流到的地方，就会有温州人历尽沧桑的足迹。温州商人以惊人的速度积聚财富，他们的财富故事成为当今世界的一大传奇。

2005年12月28日，在温州乐清飞行总会举办的一个私

用飞机机型推介会上，22 名温州商人向 7 家国内外知名飞机制造、销售公司集体订购了 22 架私人飞机，总金额达 1.332 亿元。“在这次大规模订购之后，温州已成为我国私人飞机最多的地方。”中国通用航空网 CEO 杨笑侬说。

2006 年 9 月 4 日，温州商人李先生在厦门以 500 万元买走一套名为“福”、“禄”、“寿”的三件套翡翠，创下福建省单件翡翠拍卖最高值的纪录。竞拍成功后，李先生告诉拍卖行的工作人员，自己最近刚买了新房子，“福”、“禄”、“寿”可以为家“添光彩”。

这样的例子举不胜举。由此可见，温州人的财富是多么令人惊羨。据温州银监分局的调查结果：目前，温州的民间资本应该在 1500 亿左右。但是，权威人士表示，这个数字并不准确。因为温州人一般不喜欢露富，许多百万富翁、千万富翁甚至是亿万富翁，他们的生活还是相当节俭的，人们并不知道他们拥有的真正财富是多少。因此，统计数字往往是缩水的。正如经济学家吴敬琏所说，温州人在数字方面表现得十分谦虚，实际财富要大于官方公布的数字。近几年来，富裕的温州人到处投资，炒房、炒煤……只要是有钱挣的地方，就会出现温州人。并且温州人的投入往往是大手笔，令人瞠目结舌。于是，温州人一下子成了众人瞩目的焦点。

如今，温州人已经被看做是国人中最有全球视野、最有商业头脑、最贴近草根、最能克服民族劣根性、最能代表资本逐利趋势的一群人。温州人的财富越积越多，已经成为新一代的创富商帮。

那么，温州人为何会成为富人呢？《格列佛游记》的作者斯威夫特说过：“财富应该藏在我们的脑袋里和我们的心情里。”如果你仔细观察，就会发现，富人与穷人其实有不一样的思维和做法。作为一个成功的创富商帮，温州人的思维方式当然是与众不同的。

温州商人善于白手起家、吃苦耐劳、坚忍不拔、不断进取、不断发展、不断提高，在逆境中能勤奋好学、刻苦顽强，不怕脏、不怕累，不达目的不认输，龙门能跳、狗洞能钻，宁为鸡头、不为凤尾，善于变通、能大能小、能屈能伸，精明、能干，敢于创业、开拓，他们适应环境的能力很强，不想打工，只想做老板……

做一件事，观念和行动非常重要。观念正确，行动比较容易贯彻，事情就比较办好；观念错误，脑筋转不过来，做什么事情都是不行的。温州商人之所以能致富，实际上就是他们的思维方式和行为习惯起到了好的作用。

本书通过对中国最会赚钱的温州商人积聚财富的经验探索 and 思想总结，给想要创富的人以指导和借鉴，希望更多的人像温州商人一样开创出自己的一片财富天地。

作者

2009年8月



目 录

NO. 1	最善于创业的商人	1
NO. 2	最“微利是途”的商人	13
NO. 3	永远走在潮流最前面的商人	25
NO. 4	最会经营人脉的商人	43
NO. 5	最坚忍不拔的商人	55
NO. 6	最脚踏实地的商人	71
NO. 7	最会审时度势的商人	85
NO. 8	最胆大包天的商人	101
NO. 9	最抱团的商人	115
NO. 10	最吃苦耐劳的商人	131
NO. 11	最善于创新的商人	145
NO. 12	胸怀最宽广的商人	157
NO. 13	最善于反败为胜的商人	169

NO. 14	最懂得诚信是金的商人	187
NO. 15	行动最迅速的商人	203
NO. 16	最懂政治的商人	215
NO. 17	最乐观的商人	229
NO. 18	最会“作秀”的商人	243
NO. 19	最具危机意识的商人	255
NO. 20	最善于销售的商人	267

最善于创业的商人

温州地处东海之滨，三面环山，东临大海，自古温州人便以外出经商为荣，而且他们外出，绝无漂泊的感觉。他们背井离乡走南闯北，绝不是迫于生计或为挣钱娶妻生子，而是要创业。

在改革开放的大时代里，温州商人更是遍布中国以至世界，而且逐渐由行商推销变为坐商，由游击方式转向坐镇赚钱，形成了“有市场的地方就有温州人，有温州人的地方就能开拓市场”的局面。

在温州 700 万人口中，有 210 万人散居在国内各地和海外，且多为企业家和个体工商户。在中国各大城市，温州商人均有出色的表现，成为当地商界的主力军和成功的商人。

比如，北京是温州商人在北方的大本营。北京城里有遐迩闻名的“温州村”，他们散布在大钟寺、五道口、沙窝和大郊亭，呈星状围着整个北京城。有许多大腕级的温州商人在北京城，例如蜚声海内外的“101”毛发再生精的发明者、人

称“红色大亨”的亿万富翁赵章光，饮誉海外的“中国阿信”徐小英，永嘉桥头纽扣市场出来的纽扣老板群，还有来自乐清柳市的电器电子大王，来自苍南县金乡中国最大商标城的商标大王，也有一批年轻的在京城商海里搏击长空的一代儒商。

另外，上海也是温州人大显身手之地。南京路是上海人最引以为豪的商品世界，而数以百计的店铺和柜台的真正主人却是温州商人。

北京去得，上海去得，就连“世界屋脊”西藏温州人也敢闯。据统计，进藏行商者近一半是温州人。拉萨还有一条以裁缝铺为主的“温州街”。

除了国内市场，温州人还大胆地杀向了海外。美国、巴西、日本、法国、意大利、西班牙、荷兰等国，都有温州商人。在巴黎，还有“温州街”呢！在巴黎的 13 区和 14 区，住的都是温州人，听到的都是温州方言，甚至警察也得说温州话，温州人达到 8 万人之多。据粗略估计，散居国内的温州商人的个人资产总值已超过 1000 亿元，其中年销售额在 1000 万元以上的企业家达到 1.6 万人。

温州人之所以是中国最会赚钱的群体，一个很重要的原因就是能盯住别人没发现的赚钱机会，从无到有，由小变大，一步步将生意做大。温州人常想：我为什么要给别人打工？资本再少也要创业，给自己打工，做自己的老板才是人生的追求。失败也是一种人生经历，不想做老板的人肯定不是温州人。

俗话说：“工字不出头。”一辈子打工，很难有大成功。

司马迁说过：“农不如工，工不如商，刺绣文不如倚市门。”香港富豪庄永竞则说：“即使当个小老板，资本再少也总是为自己干，总会有发财的希望。”可见，给别人打工，总是没有自己做老板显得更有发展。而温州人的想法正是如此。

陈绍枢，温州人，北京华江文化发展有限公司总经理，为国内北京奥运会特许产品生产企业的代表。这个以做徽章、工艺品生意起家的温州人，1994年买断了1996年哈尔滨亚冬会纪念品专利权，开始事业起跑，后与数届奥运会结缘：1996年，陈绍枢就为亚特兰大奥运会制造过纪念章，后来又为悉尼2000年奥运会、雅典2004年奥运会生产纪念徽章。2005年成为北京2008年奥运会非贵金属类特许经营商，开始研发设计、生产、销售一条龙的经营历程。2006年初，拿下数百吨“鸟巢”建设剩余钢的独家经营权。和很多的温州商人一样，他也是从很小的事情开始创业，不断积累，才有了今天的成绩。

20世纪60年代，政治口号满天飞，全国上下陷入“文革”泥潭。而温州人则开始了新一轮市场经济的南征北战。由于割资本主义尾巴，温州的小商小贩只好打擦边球——虽然各地都在打击投机倒把，但中国太大了，走村串巷的小商贩们尚有生存空间。于是，从温州涌出数不清的小商小贩、修鞋匠、长途贩运户。

当时，温州出了无数“养蜂部落”，上万温州养蜂人乘着火车天南海北地追花逐蜜。但是你千万不要相信温州人真的

在为养蜂事业这样居无定所地漂泊！秘诀是，当时国家政策重视农业，而养蜂属于农业生产，铁路部门对长途运输蜂箱有巨大的价格优惠。善于发现商机的温州人看出了里面的市场空间，灵机一动，搬着几十箱蜜蜂赶火车奔赴新疆、云南追逐花期，同时利用蜂箱偷偷搞紧俏物资的贩运，把云南的烟藏在蜂箱里运到新疆去卖，再把新疆的葡萄干贩到天津去卖……

长途运送蜂箱火车票价格低得不能再低，温州养蜂人就靠低价贩运投机倒把赚得腰包鼓了起来，陈绍枢也是其中一位。

时间到了 1991 年 10 月，上海浦东开发区的相当一部分土地还是一片田野，上海人正在很有耐心地等待着政策的不断出台。

在比田间耕路强不了多少的杨高路上，两个操着上海人谁也听不懂的温州方言的中年汉子，像勘探队员一样用了整整 5 天，从最南端的杨高路到最北端的高桥张望，画画写写。

随后，他们悄悄回到温州。紧接着，一次大规模的集资行为在温州龙港农民中间开始了——“根据我们在上海浦东得到的信息和现场调查，浦东开发缺少一条贯通南北的干道，杨高路的拓宽改造是势所必然的，因此，将来的杨高路必将繁华无疑，我们要抢在改造前租下一批店面房屋……”说这番话的，就是前往浦东刺探商情的陈氏两兄弟中的老二。在此以前，他曾有过在深圳深南东路抢先一步租下店面发大财的辉煌。第二天一早，陈氏两兄弟提着一个脏兮兮的蛇皮袋——里面装有 65 万人民币巨款，匆匆坐上了开往上

海的长途汽车。

尘土飞扬的杨高路上，提着蛇皮袋的陈氏两兄弟叩开了一个又一个单位的大门。令上海人诧异的是，他们所看中的都不是沿马路的门面，在浦东严桥乡，陈氏兄弟看中的竟是离杨高路有30米之遥的一间仓库。自然，有上海人窃笑这两个人不开窍。可是，陈氏兄弟心里清楚得很。根据他们掌握的信息，杨高路要么不改造，一改造必是6车道、8车道无疑。到1991年11月底，陈氏兄弟的65万元投资全部落实了。尽管他们的上海合作伙伴有村办企业、市属企业、部队大院之分，但是联营协议的主要内容是一致的——上海方以地皮为投入，温州方出资改造成活动房式店面，由温州方经营管理，收入二八分成，5年不变。

1992年春节，邓小平同志在杨高路留下足迹；紧接着，耗资8亿多元的杨高路改造工程被列为上海头号工程。

1992年12月7日，杨高路竣工仪式前夜，陈氏两兄弟在他们上海的居所乐呵呵地说：“65万元投资共营造了活动店面109间，现已出租98间。还有11间不是租不出去，而是我们舍不得租，因为行情还在看涨。目前每间租金年均8000元，65万元投资已经收回了。你算算，一共经营5年，我们能赚多少？信息真是金钱啊！”上海人目瞪口呆。

陈绍枢事业的起跑点可以说是哈尔滨“亚冬会”。1996年1月，第三届亚洲冬季运动会要在哈尔滨举行。陈绍枢赶到了哈尔滨，目标很明确：买断“亚冬会”纪念品的专利权。

这不是心血来潮，而是陈绍枢多年的一个等待。早在

1989年，第十一届亚运会在北京举办的前一年，陈绍枢作为乡办工艺厂厂长，曾上门联系纪念品生意。组委会工作人员说，要做纪念品生意必须出10万元赞助费。10万元，对于一个乡办小企业来说，是一个很大的数字。陈绍枢只能做纪念品而不能卖纪念品了，所做的纪念品都要交给组委会指定的专卖公司。专卖公司给陈绍枢是8角钱一个，到市场销售却是5元一个。陈绍枢深为自己的一时犹豫而后悔——10万元，2万个纪念章就拿回来了，这能算得了什么呢？他从中得到了极大的启示：专利之中藏有巨大利润。陈绍枢同“亚冬会”组委会很快就签订了协议，以15万元的价格买断了“亚冬会”铜质纪念品的专利。陈绍枢抓住机会，主持设计制作了一套富有创意的收藏品，限量发行1996套，每套1996元。这不仅为“亚冬会”添上了浓浓的春色，也为收藏界提供了一份难得的珍品，最后竟被炒卖到8000多元一套。

陈绍枢名声大振是在昆明的世界园艺博览会上。1997年10月，世博会筹备之初，组委会正为商业化运作筹措资金而大费脑筋。当时虽有几个意向性的项目，但所谈的资金与计划相去甚远，而且还没有一个签字画押。一天晚上，电话铃突然响了起来。工作人员拿起一听，原来是温州人陈绍枢从重庆打来的。他提出要买断世博会有关纪念品的专利权。“你要买断是真是假？”对方还要肯定一下。“当然是真的！只要今天签字，后天款就到位。”陈绍枢铿锵有力地回答。双方以120万元签订了协议，陈绍枢也马上把资金汇到了组委会。结果，陈绍枢买断专利的8项纪念品，在世博会开幕

前就被抢购一空，他得到了不菲的收益。

陈绍枢正是有了敏锐的眼光，不断创业和投资，才使自己的事业越做越大。如果在家里等待，什么机会也没有，只有不断地尝试，不断地开拓，才会发现商机，取得成功，这是温州商人致富的秘诀。

温州人除了在国内市场发现商机果敢创业，在海外市场，很多温州商人也一样利用自己的优势和敏锐的眼光，走上了创业之路。

中式餐饮，是许多华人在法国赖以谋生、立足、壮大发展的传统行业。今日巴黎，若用“林立”一词来形容中国餐馆的数量，那是一点也不夸张的。这就不能不使人发问：巴黎素有“美食之都”的美称，这里的法兰西大菜早就被人誉为“世界美食”，为什么中华美食却还能在短短的 25 年时间里，在这里异军突起，与法式大餐共存、共融、共荣？

答案当然首先来自于中华美食本身。是具有几千年历史的中华饮食和饮食文化，受到了法国人的喜爱。可以举一个例子：在法国，开办一个公司或一个行业历来需要严格的行业证书，可是，对于中国餐馆的注册和开办，却至今没有出示行业证书的要求。

但是，再好的美食也要靠有志者来推广，再好的文化也要靠有志者来传承。所以，答案的另一个重要方面是：是千千万万在法国经营中餐业的华侨华人，凭自己百折不挠的努力，在这里站住了脚跟；是他们发扬创新精神，因地制宜，

用特有的“色香味”留住了巴黎食客，征服了他们的嘴和胃。

法国华人经贸协会会长李阮春就是这样一个成功者。

李阮春，又名陈月春，温州市茶山人。1982 年 7 月到法国创业，开的是中式快餐饭店。对于中国传统的烹饪技术，李阮春有着得天独厚的“遗传因子”，他的父亲是一个 18 岁就闻名茶山内外的大厨。但是要在巴黎开设中式餐馆并且能占有一席之地，并非易事。在创业过程中，李阮春非常用心地去摸索、感悟餐馆经营中的规律和道理。

一般来说，法国人在中国美食的诱惑下，每周有一二次到中国餐馆去吃饭，特别是每个月拿到薪水的那个周末。在竞争中要赢得法国食客，首先要遵循“适销先适俗”的诀窍，这里的“俗”指的是当地居民的民俗、民情和口味。由此李阮春用心研究法国人吃得精细、讲究的特点，以中国宫廷菜谱中特有的、引人垂涎的“色”和带着强力诱惑的“香”和“味”招徕了喜爱中国文化的法国食客。事实证明了他的想法是对的，高明的厨师确实能够首先以“色”吸引食客的视觉注意力，以“香”勾引和吊起客人的胃口，以“味”留住客人对这道菜的记忆，让他们日后再来品尝甚至介绍给他们的亲朋好友。此外，李阮春还改进和创新了不少迎合法国人口味的中式菜，使得他的快餐外卖生意经久不衰。

俗话说，“十年磨一剑”。在法国，李阮春用 15 个年头精心“打造”他的饭店。他成功了，并用自己的成功为中华

饮食文化的海外传播做出了贡献，提供了宝贵的经验，成为海外创业成功的温州商人代表。

一个温州小伙子，在日本打工 11 年，白手起家到如今已拥有 10 多家公司，资产过亿。他就是日本忠成株式会社董事长、日本温州总商会会长、中国对外贸易协会副理事长吴晓斌。从打工者到亿万富翁，从简单传统行业到液晶移动电视等高科技产业，吴晓斌在日本创造了温州人的财富神话。最初日本国内某些人曾对他不屑一顾，但他用事实证明了中国人的自尊和荣耀。

吴晓斌说他在日本这么多年，感慨很多。“我打工的时候，酒店老板说‘中国人是垃圾’，我选择留在日本，就是要向日本人证明，中国人以前不是东亚病夫，现在也不是‘垃圾’。”回忆起当年情形，吴晓斌说，他留在日本创业的动力就是，为中国人争气。

1965 年吴晓斌出生于浙江省温州市，他从小就立志要做一份大事业。25 岁时，他创办了自己的第一家实业公司，开始创业历程。

公司发展顺利，利润日益提高，但吴晓斌并不满足于现状，而且越来越认识到知识的重要性。为更好地吸收国外的高新技术及先进管理模式，1995 年，他放弃了国内安定的生活，前往日本留学。在日本他尝尽了生活的艰辛：做烧烤、摆地摊、洗公厕……并时常受到日本人的歧视。为实现心中的信念，他坚持了下来。