

之光丛书

哈佛之光丛书

哈佛之光丛书

哈佛之光丛书

哈佛之光丛书

哈佛之光丛书

哈佛之光丛书

哈佛之光



初涉商场成功要诀

(英) 罗杰斯·本 著



哈佛之光丛书

哈佛之光丛书

哈佛之光丛书

哈佛之光丛书

哈佛之光丛书

哈佛之光丛书

哈佛之光丛书

哈佛之光丛书



陕西人民教育出版社

4

初涉商场成功要诀

陕西人民教育出版社

哈佛之光



哈佛之光

——初涉商场成功要诀

(英) 罗杰斯·本 著

陕西人民教育出版社

(陕)新登字 004 号

责任编辑:刘勃亚

封面设计:木 易

排 版:骆杰勇

哈佛之光——初涉商场成功要诀
(英)·罗杰斯·本 著

陕西人民教育出版社出版发行 新华书店经销
(西安长安路南段 376 号) 陕西省新华印刷厂印制
850×1168 毫米 1/32 开本 印张 11 8 插页
250 千字 1995 年 5 月第 1 版 1997 年 4 月第 6 次印刷

标准书号:ISBN 7-5419-6164-5/G·5414

定价:19.80 元



《哈佛之光》丛书编委会成员合影

主编：约翰·亚当斯(左三)

前排由左至右分别为：

霍光·基斯德(美国佛罗里达州州长办公室主任)

维利斯特(哈佛教育学院教授)

约翰·亚当斯(哈佛教育学院院长)

费尔·埃德(哈佛经理学院教授)

格林斯(纽约证券交易所顾问)

德奈特·德龙(花旗银行香港分行顾问)

后排由左至右分别为：

麦凯·基斯德(麦凯信封公司总裁)

金·贝勒(宾夕法尼亚州著名商业作家)

简·享达(耶鲁大学公共关系学院教授)

琼·伊文斯(美国惠更斯财团总裁)

里扬·德林(伦敦爱罗斯财团总裁)

罗杰斯·本(英国罗杰斯网络公司董事长)

麦克卡·肖(国际管理群顾问公司高级顾问)

哈佛之光



- 人生新启示录
- 办公室启示录
- 古今生意经启示录
- 初涉商场成功要诀
- 竞争成功法则
- 小本经营成功术
- 输赢在自己
- 每天25小时
- 商业谈话的幽默艺术
- 推销员的圣经



作者简介

罗杰斯·本，毕业于哈佛教育学院。继承父业进一步创立罗杰期网络公司，并掌管三间颇具规模的实业公司。著有《企业管理精要》、《信息主导的世界》、《商场成功秘诀》等书。

致读者

哈佛大学是美国最古老的高等学府，也是美国和世界最负盛誉的名牌大学之一，创建于1636年。300多年来，哈佛大学培养了无数的政治家、科学家、作家、企业家、学者。迄今为止，有6位美国总统出身哈佛；32名诺贝尔奖金获得者和美国500家大财团中三分之二的决策经理们从这里走出来。哈佛大学校门上的标语是：

“为增长智慧走进来，为更好地为祖国和同胞服务走出去。”这也可说是哈佛的精髓所在，每一个走进哈佛校门的学生，都是苛求知识而来，当他们走出去时，已经是具有强有力的社会服务人材了。

出得校门来的社会是个千姿百态的大舞台，包罗万象的人生历程中，才是真正检验哈佛学生的试金石。无论在任何行业，在任何场合，哈佛都将是一名不甘失败的勇士，千方百计去克敌制胜，勇往直前。既有不倒翁的八面玲珑术、爱情女神的闺房秘语，也有军事家的诡奇韬略、谎言家的攻心骗术；更有演说家的雄辩技巧和企业家的经营诀窍。哈佛往往站在人生的主动地位，上

至朝堂，下至市井，几乎无所不适，无往不胜，并且能使乱世变治，无中生有，穷变富，贱变贵，颓局可以扭转，晴天能起风雷。

出自哈佛的百万富翁数以万计，各有不同的发财秘诀：宗教家的劝世良言、公关小姐的迷人魅力、政治家的官场绝招、外交家的纵横捭阖术、阴谋家的奸诈诡计、心理学家的察言观色术、金融家的股市常胜术等更不胜数，哈佛具有行行出状元的成功准则。它给予每个学生的人生目标就是：当成功的机会来临时，便已经准备好了。哈佛莘莘学子们的心中誓言是：争取成为主持世界一流公司的一流经理，让随之而来的权力与金钱，荣誉与好名声，长相伴随。

但是，金钱、名声、地位、权力、成就，只是使人生幸福的手段，本身毫无意义。正象哈佛经理学院院长麦克·阿瑟在毕业典礼的赠语中所说的那样：“人的一生光做一个企业经理、银行家、咨询家、学者、政治家，挣许多钱实在是够不够的。除了单单在自己事业上成功之外，象我们这样幸运的人，应该设法帮助许许多多不是由于他们自

己的过错，而被生活遗弃的善良的人。我们应当向他们伸出援助之手。这是我们义不容辞的责任。”

正是抱着这一宗旨，由哈佛教育学院院长约翰·亚当斯挂帅的哈佛各路精英才组成了这套《哈佛之光》丛书的编委会，将哈佛的精髓公之于世，让渴求知识的人们能够及时学到自己所要学到的智慧，也可以在人生历程上立于不败之地。

这套丛书包括：

《人生启示录》约翰·亚当斯主编（哈佛教育学院院长）

《一流口才》简·享达主编（耶鲁大学公共关系学院教授）

《所向披靡的谈判艺术》琼·伊文斯主编（美国惠更斯财团总裁）

《推销秘诀》麦克卡·肖主编（国际管理群顾问公司高级顾问）

《直销绝招》板田正夫主编（日本经纬网络公司总裁）

《勇往直前的传销术》哈罗斯·杨主编（安利公司台湾分公司总裁）

《诡辩也能成功》让·基尔主编（法国绿丹兰化工企业公司董事长）

《36岁以前定能成功》费尔·埃德主编（哈佛经济学院教授）

《股市法宝》格林斯主编（纽约证券交易所顾问）

《八面玲珑成功术》霍光·基斯德主编（美国公共关系协会副会长）

上述10部书推出后，迅速在国内掀起了一片学习哈佛的热潮，读者反应强烈，渴望拜读更多的哈佛佳作。于是，我们再次推出10部巨著，以满足广大读者的要求：

《人生新启示录》约翰·亚当斯主编（哈佛教育学院院长）

《办公室启示录》霍光·基斯德（佛罗里达州教办公室主任）

《古今生意经启示录》里扬·德林（伦敦爱罗斯财团总裁）

《初涉商场成功要诀》罗杰斯·本（罗杰斯网络公司董事长）

《竞争成功法则》易永强（安莉公司中国事务部主任）

《小本经营成功术》德奈特·德龙（花旗银行香港分行顾问）

《输赢在自己》维利斯特（哈佛教育学院教授）

《每天25小时》麦凯·基斯德（麦凯信封公司总裁）

《商业谈话的幽默艺术》金·贝勒（著名商业作家）

《推销员的圣经》森·鹤夫（三泽房地产公司企划经理）

希望新推出的丛书仍能成为读者们的良师益友，伴您在人生道路上共同前进！

前言

商场，有着巨大的诱惑。许多人踏足商场，投资做生意，就是因为受不住这巨大的诱惑。

受不住巨大的诱惑，首先是脑袋里热烘烘的，对许多必要看清楚、想清楚的东西都看不清楚、想不清楚，匆匆上马，以为鸿鹄将至，如此这般，很快便会败下阵来。其实“一见”就得“商思”。

所谓“一见商思”，“一见”所形容的，便是普遍的要做生意的人那急匆匆的心态，真是慢一分也嫌慢——赚钱，自然是早一分钟赚比慢一分钟赚好；“商思”，接在“一见”之后，是有所强调的，提出的是有用的思考、有效的思考，这样的思考，其实是在做生意的任何一个阶段都是需要的。

有用和有效的思考，其基础是关键处的全面而深入的考虑，同时借鉴实际操作上的成功经验，作冷静的分析，知所依循，事半功倍。这正是本书撰写的出发点。

本书收编如下各章：初做生意奠基要领、生意人核心学说、掌握“生意科学”、当好股东与当好管理人、认识商品的市场元素、铺位的选择取向、精锐的推广策略与手法、当真正的强者等。

做生意，必然有攻有守，不可能只守不攻，也不可能只

攻不守。守得稳而攻得锐，在适当的时候攻，在适当的时候守，是一门艺术，藉此可得到大利益。

这样的攻和守，涉及许多学问，绝对不能凭着主观的喜好和感觉来做事，例如，进攻，使人觉得刺激；防守，使人觉着沉闷，但是，应攻、应守，都一概跟这刺激或沉闷无关。简单地说，生意人攻守，均宜沉着。

攻和守是一个整体，不可分割。攻和守，要有节奏，要有韵律，高高低低进进退退都自有章法，整个过程是十分舒畅的，构成优美的乐章。攻的时候知道何时要守，守的时候知道何时要攻，一切均与市场的起伏合拍，这样的生意人便稳操胜券了。

市场是客观世界的一个部分，也受到客观世界的影响，客观世界对生意人亦有这样那样的启发，使生意人的攻守更能奏效。本书力求藉着实例来说明问题，求得其中的共性，超然于实例，又更具指导意义。

我服膺“在游泳里学游泳”这句话，事实上，除了我毕业的哈佛大学外，世界上有的其他著名的“商学院”，也要求学生到生意场上去实习、实干，再回到学院里去汇报、总结、答辩，同学们互相砥砺，得到很好的提升。

本书的内容，大抵也包含了这么一个过程，里面有不少实例，有的实例发生在某个地区、某个时间，但是都经过了提升，有了共性，跳出了局限，希望读者能理解到这一点。

罗杰斯·本

目次

前言	1
第一章 初做生意奠基要领	1
一、在金钱面前保持冷静	3
(一) 得容许自己荒谬	3
(二) 如一位好的枪手	4
(三) 死亡面前不动心	5
(四) 专才涉及商业案	6
二、创业的恰到好处	8
(一) 老经验是老框框	8
(二) 不熟不一定不做	9
(三) 准备工作的跨度	10
(四) 一家问路益百家	11
(五) 生意场上自由人	12
(六) 自由人与幼稚生	13
(七) 创业不在先与后	14
(八) 超越外物的限制	16
(九) 自我调节低层次	17
(十) 插入不同的软件	18
三、怎样才是精于算盘	19
(一) 时势的来来去去	19

(二) MBA 衔的凭藉	20
(三) 庞雅伦大起大落	21
(四) 扰人的财富浪涛	22
(五) 精密计算大市场	23
(六) 计算每一个细节	24
(七) 当前得失放眼量	25
第二章 生意人核心学说	27
一、天生的生意人	29
(一) 与生俱来的气质	29
(二) 柯先生的坎坷路	30
(三) 专注开拓与征服	31
(四) 看出差的高频率	32
(五) 大生意人的气质	34
(六) 尊重市场的选择	35
二、让情绪也成为助力	36
(一) 即使痛打落水狗	36
(二) 避个人情绪三法	37
(三) 那只是个小土堆	39
(四) 情绪可以是武器	40
(五) 场内场外两回事	41
(六) 当心女性决策者	42
第三章 掌握“生意科学”	45
一、要有非常审慎的态度	47
(一) 当上大众的情人	47
(二) 羊群心理的效应	48

(三) 重金请来带头羊	49
(四) 所谓潮流由我创	50
(五) 观察讯息的异象	52
(六) 巨潮激流的规律	53
(七) 生意人又爱又怕	54
(八) 仿效者移形换位	55
二、破读密码得大利益	56
(一) “卡拉 OK 现象”	56
(二) 使旧歌老歌重生	58
(三) 古老方式的复苏	59
(四) 这部工具是什么	60
(五) 得到重要的讯号	61
(六) 高速发展的效应	62
(七) 在古旧里躲一躲	64
(八) 新新旧旧的趣味	65
三、怎样才可以搭上“直通车”	66
(一) 探讨“生意科学”	66
(二) 怎样离开那惯性	67
(三) “秘捞”与大消费	68
(四) 大地区主义抬头	69
(五) 不惜背叛了自己	71
第四章 当好股东与当好管理人	73
一、合资还要合意	75
(一) 轻飘飘眩然入局	75
(二) 也是同住的关系	76

(三) 捕势捕蝶不尽同	77
(四) 整得零付有吸引	78
(五) 逐期开发占市场	79
(六) 同捕捉市场势头	80
(七) 管理架构生命线	81
(八) 欣赏不同的声音	82
(九) 商战也是效率战	83
(十) 不能对不起自己	84
(十一) 投资“资金”评估	86
(十二) 买家卖家的变化	87

二、合股难在什么地方

(一) 利用股东的外行	88
(二) 合股做生意要领	89
(三) 因赚了钱而拆股	91
(四) 再度集资要慎重	92
(五) 投资期是试探期	93
(六) 如果投资期拉长	94
(七) 一笔合股糊涂账	96
(八) 生意组合冷冰冰	97
(九) 合股公司问题多	98
(十) 统一在唯利是图	99

三、出了“问题股东”怎么办?

(一) 怎样才能决断	100
(二) 准备打一场硬仗	102
(三) 再不能动之以情	103

(四) 表面讨好的虚招	104
(五) 要看的是大立体	105
四、在管理层面审视问题	107
(一) 实验市场的启示	107
(二) 人流平价货相关	108
(三) 乱闯乱撞也赚钱	109
(四) 营销比赛的答辩	110
(五) 分析报告的销售	111
(六) 失了感情拆了伙	112
(七) 浅薄招遥难合作	113
五、凝聚力是这样形成的	114
(一) 管理学问的核心	114
(二) 黑名单上的员工	115
(三) 陶醉于这恋爱中	116
(四) 开放机构的管理	117
(五) 员工都是大学生	118
(六) 使机构得到自由	119
(七) 臃肿而欠缺效率	120
六、投资与投资环境学	121
(一) 受惠管理大环境	122
(二) 第一幢高级商厦	122
(三) 员工奋勇地上班	124
(四) 浑身是劲的定镜	125
(五) 仍然是个小人物	126
(六) 从“补白”窥状态	127