

大众致富教科书

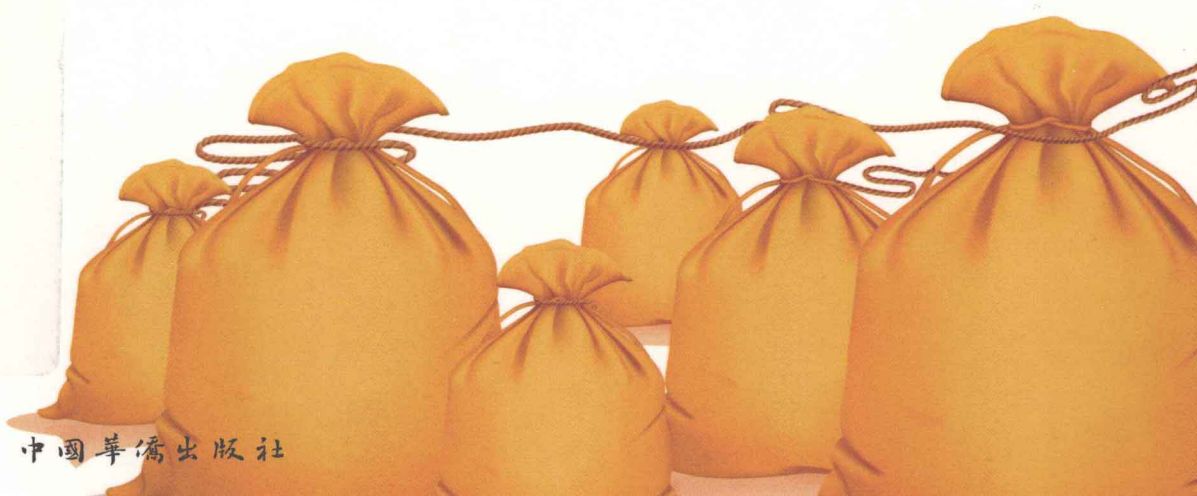
吃天下苦，
走天下路。
闯天下关，
揽天下财。
这就是潮汕人
的财富理念。

CHAOSHANSHANGREN
SHENGGUO
YOUTAISHANGREN
潮汕商人
胜过犹太商人

嘉 诚 ▶ 著

数百年来潮汕人的创业史，21世纪潮汕人的盛世箴言。

一群走遍世界的商人，一个首富辈出的商帮；一段数百年不败的传奇，一部震撼世界的财富史。
潮汕商人是一群厉害的狠角色——没大学文凭也能做出一番事业，告诉世人农业比原子弹更重要，让泰国经济超前15年……



中国华侨出版社

图书在版编目(CIP)数据

潮汕商人胜过犹太商人 / 嘉诚编著. —北京: 中国华侨出版社, 2011.4

ISBN 978-7-5113-1162-7

I. ①潮… II. ①嘉… III. ①商业经营-经验-潮州市②商业经营-经验-汕头市 IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 031557 号

●潮汕商人胜过犹太商人

著 者 / 嘉 诚

责任编辑 / 文 箏

版式设计 / 李艳春

经 销 / 全国新华书店

开 本 / 710×1000 毫米 1/16 印张 / 22.5 字数 / 390 千字

印 刷 / 北京晨旭印刷厂

版 次 / 2011 年 4 月第 1 版 2011 年 4 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-1162-7

定 价 / 38.00 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦 3 层 邮编: 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

编辑部: (010)64443056 64443979

发行部: (010)64443051 传真: (010)64439708

网 址: www.oveaschin.com

e-mail: oveaschin@sina.com

前 言

潮商富可敌国的成功奥秘

犹太商人，被誉为世界上最会赚钱的人。洛克菲勒、索罗斯、普利策、格林斯潘……凭借不可思议的商业天赋令世界折服。财富装在犹太人的口袋里，智慧装在中国人的脑袋里。其实，智商、情商都很高的中国人做生意的本领，一点儿也不逊于犹太人。

从中国走出来的潮汕商人，经过 500 多年的商业洗礼，已经成为中国势力最大、影响最深远、唯一没有断代的大商帮，是华人世界上最富有的族群。他们信奉“有出息的男人不会待在家里”，而是走到世界各地，在那里扎下根、扩大投资，把赚钱的本领施展到各个行业，都取得了不俗的业绩。

从“佛教之国”泰国，到“花园国家”新加坡，从“东方明珠”中国香港，到东南亚一带，无不留下了潮汕先人们的深深印记。他们培育了团结合力、眼光开阔、敢于冒险、诚信经营的品格，挣得了今后赖以发展的基业，更是赢得了“红头船商人”的美誉。

潮商是一个首富辈出的商业群落，更是一个世界性的商业图腾。他们五洲驰骋，四海纵横，涌现出了数不胜数的潮商名流、商界精英和世界级巨商，从而演绎了“潮汕人会做生意”、“爱拼才会赢”的财富神话，更上演了一幕幕“潮汕商人胜过犹太商人”的商业传奇。

◎潮汕商人遍布各个行业和地区，犹太商人集中于金融行业

- ◎潮汕商人能从垃圾里淘金子，犹太商人喜欢投资回收快的项目
- ◎潮汕商人有坐地为王的传统，犹太商人虽富却没有归属感
- ◎潮汕商人用阳光做法博得阳光财富，犹太商人喜欢控制一切
- ◎潮汕商人有做产业的意识，犹太商人只是做生意
- ◎潮汕商人一开始就从事国际贸易，犹太商人最初只是小商贩
- ◎潮汕人经商出自生存本能，犹太人由于被禁止务农而做生意
- ◎潮汕商人能够融入当地，犹太商人有被驱逐的历史
- ◎潮汕商人从海洋文化中磨砺出勇于冒险的性格，犹太商人喜欢投机
- ◎潮汕商人有建立利益细节的本事，犹太商人只善于用钱让人办事
- ◎潮汕商人有一种随遇而安的良好心态，犹太商人只认同自己的文化
- ◎潮汕商人成功后回报家乡，犹太商人永远失去了自己的家园
- ◎潮汕商人重视实际操作，犹太商人重视书本教育
- ◎潮汕商人大多白手起家，犹太商人多受祖辈的荫庇
- ◎潮汕商人慷慨大方，犹太商人比节俭有余
- ◎潮汕商人玩转资本魔方的财技，不亚于犹太商人

《世界潮商》杂志总编辑、北京潮人商会会长张善德说：“潮商是继晋商、徽商之后，在中国近、现代史上最具影响力和生命力的著名商帮。有人说潮商退潮，辉煌不再，那是不了解潮商的历史，也不了解潮商的真实现状。”

“横看成岭侧成峰，远近高低各不同。”就让我们追寻着李嘉诚、马化腾、谢国民、陈弼臣、连瀛洲、陈克威、朱孟依、林百欣、罗康瑞、刘奎雄的足迹，看看潮汕商人是怎样运筹帷幄、驾驭财富的吧！

目 录

第一章 商者无域 ——“华人首富”李嘉诚的商道真经

在推销中找到人生方向	3
没大学文凭也能做出一番事业	6
做人第一，赚钱第二	9
既敢于竞争，又善于竞争	14
江河不择细流的经营观	17
没有一个行业会一直好下去	21
对自己要节俭，对他人要慷慨	24
一个“诚”字赢天下	28
赚钱机会无处不在	32
用全球化思维做生意	34
让家族生意“富过三代”	38

第二章 坐地为王 ——“QQ之父”马化腾赢在“深圳基因”

财富源于创业梦想	45
“专注”成就了今天的辉煌	49

给网民做最有用的东西	53
“三问”式的经营哲学理念	56
最重要的工作是体验产品	60
用阳光做法博得阳光财富	63
模仿性创新+全业务竞争战略	66
从模式驱动到技术驱动	70
人品第一，专业能力第二	73

第三章 产业链竞争

——“农牧巨子”谢国民危机中自救

衔着金钥匙出生的富家子	79
农业比原子弹更重要	82
抓住了机会才会有钱挣	85
利用好泰国丰富的农业资源	90
危机中要学会自救	93
有了科技人才，钱就不会花光	97
产、供、销一条龙主义	100
把握政策，赢得商机	103
把孩子放在师傅的脚边	106

第四章 富过三代

——“金融巨擘”陈弼臣让泰国经济超前 15 年

八块大洋闯泰国	113
服务华人经济圈的银行家	116

让泰国经济超前15年	120
小人物，大人物，一个都不能少	123
选拔接班人是头等大事	125
“信誉”撑起了家族事业	128
青出于蓝而更胜于蓝	132
成功与否在于你想不想要	135

第五章 人脉胜出

——“星洲富豪”连瀛洲把人意变成生意

有志向，方能成功	141
做生意要屡败屡战	144
最年轻的商会会长	146
投身最吃香的银行业	149
让更能干的人担任要职	151
眼光独到，决策果断	154
善交朋友懂应酬	156
绝对不会忘记中国	160

第六章 赢在专注

——陈克威、陈克光叫板家乐福

千方百计当老板	165
“中国城”找到创业灵感	167

两兄弟亲密合作	170
利薄自然多销，多销不愁利薄	173
费劲心思招揽顾客	175
瞄准特定消费群体	177
经营不忘人情味儿	180
科技是公司的最佳员工	182
做生意就是做关系	185
“晨早视察，风雨无改”	187

第七章 资源整合

——“地产巨头”朱孟依闷声发大财

做企业就要每天睡不好觉	193
做整合资源的妙手大亨	195
亲历亲为才可以把握细节	198
抓住一切机会赚钱	201
坚持“闷声发大财”	204
办成一切看似不可能的事	207
挖墙角是为了争夺人才	210
拿3年的地，盖5年的房子	212
打造房地产全产业链	215

第八章 工字不出头

——“潮州硬汉”林百欣从打工仔到大老板

从底层做起的大老板	221
创业必须对自己狠一点	225
把鸡蛋放进不同的篮子里	229
有工作的人生才有意义	232
“只租不卖”的地产物业准则	236
把“鳄鱼”品牌发扬光大	239
“亚视”造就香港娱乐传奇	243
让家族生意后继有人	246
成功没有“侥幸”两个字	251
乐善好施的大商人	254

第九章 险中求利

——“关系之王”罗康瑞永远做赢家

豪门少年靠打工生活	261
借了父亲 10 万元起家	263
机缘巧合闯入了内地市场	267
独到的旧城改造专家	271
信奉不熟不做的理念	275
财务稳健才会看得更长远	280

投身中国城市化建设	284
管理上的学院派	288
儿孙自有儿孙福	292

第十章 狙击股坛

——“商海怪杰”刘銮雄玩转资本魔方

自立门户是成功的开始	299
香港股坛狙击手	303
他与李嘉诚惺惺相惜	307
活跃于物业投资市场	311
赚钱离不开资本运作术	315
热衷艺术品投资的收藏家	318
附录：全球潮籍行业冠军榜	321

第一章 商者无域

“华人首富”李嘉诚的商道真经

潮商的代表人物，首推华人首富李嘉诚。他从一无所有到“塑胶花大王”、“地产大亨”，成为到今天风光无限的世界华人首富；从未遇过一年亏损，被世人奉为“超人”。一个只读完初中的人，一个茶楼卑微的跑堂者，一个五金厂普通的推销员，经过短短几年的奋斗，竟然成为香港商界的风云人物。他缔造的“商业神话”，已成为众多创业者的楷模。他的名字就是成功者的代名词。

李嘉诚的生意经可以用四个字来概括，那就是“商者无域”。至2005年中期，李嘉诚的集团业务遍布50多个国家和地区，全球有20万以上员工。

集团传统的重要业务，包括物业发展、酒店、货柜码头、零售及制造、基建项目（包括电厂、公路、桥梁）、建材（水泥）及能源（石油及天然气）。同时，他也在国内投资发展药物及日用品，这些传统的基础业务范围遍布世界各地，足以支持集团面对外围环境的变化及冲击。另外，李嘉诚还进入高科技如生物制药等及投资有潜力的公司。

以李嘉诚为代表的潮商，把“商者无域”的理念发挥到了极致。这一点，犹太商人比起来也会逊色很多。

(1) 潮汕商人遍布各个行业和地区，犹太商人集中于金融行业

广州、珠海等地的零售店、批发部，多半是潮汕人开的。在深圳，有国

内最大、世界第三的即时通信公司腾讯科技；在北京，有全国最大的连锁家电企业国美集团。它们的创办人都是潮商。在泰国的许多城市，去商店购物，只要说潮州话就行。泰国最大的企业，是潮商陈有汉的盘古银行。欧洲最大的华人企业，是潮商陈克威、陈克光兄弟的陈氏兄弟商场。东南亚、欧洲不少国家的华人首富，大多是潮汕商人。

犹太商人集中于金融行业，比如罗斯柴尔德家族、索罗斯，以及当今华尔街的许多投资家和投资银行的负责人，大多是犹太商人。与金融业的紧密联系，使犹太商人紧紧抓住了经济的命脉，却少了潮汕商人无所不在的广博。

(2) 潮汕商人能从垃圾里淘金子，犹太商人喜欢投资回收快的项目

在潮商眼里，天下没有不赚钱的行业，没有不赚钱的方法，只有不赚钱的人。潮汕商人无论做什么，都能点石成金，干出名堂。哪怕是垃圾，他们也能淘到金子。做到这一点，靠的就是“商者无域”的智慧，离不开一双慧眼——他们从市场的“边边角角”捕捉商机，从市场供求差异中捕捉商机，从市场竞争对手产品的缺陷中捕捉商机，从市场的潜在需求中寻找商机，创造了无所不在的商业奇迹。

犹太商人喜欢投资回收较快的项目，他们崇尚的是“钱生钱”，而不是“人生钱”，他们热衷的是冒险而不是勤俭持家。如今，世界上许多投资家都是犹太商人，与这一点有很大关系。浓烈的投资意识，固然显示了犹太商人头脑睿智的一面，但是从赚钱的灵活性来看，他们与潮汕商人还是有差距的。

在推销中找到人生方向

在每一个成功者的经历中，都会面临艰难困苦和事业挫折，逆境和失败是必不可缺少的必修课。对李嘉诚来说，它们的降临意味着美好童年的断送、商业洗礼的开始。“逆境是锻造天才最好的熔炉”，李嘉诚正是从这所苦难的学校毕业而逐渐找到人生方向的。

1940年冬天，日本军队占领了潮州。李嘉诚的父亲李云经只好带着妻子、儿女爬过一道道封锁线，步行了十几天，来到香港，寄居在舅父庄静庵的家里。为了维持全家的生活，李云经在这里辛苦工作，后来因劳累过度，过早地离开了人世。

生命垂危之际，李云经把儿子唤到床前：“阿诚呀，日后要有骨气，人有骨气才是顶天立地的汉子，失意不能灰心，得意不能忘形。”从此，李嘉诚挑起了家庭生活的重担，其稚嫩的双肩开始承受与之不相称的苦难。

被迫辍学后，李嘉诚进了一间茶楼做事。在那里，他练习如何揣摩顾客的心理，对人情世故有了深刻的体察。一年后，他进入舅舅的钟表公司做事。过了几年，他又跑到一家很小的五金公司当起了推销员，开始了香港人称之为“行街仔”的推销生涯。由此，这个17岁的年轻人开始历练商业技巧，书写一生的传奇故事。

掌握所有关于推销的技能，对于生性腼腆，常常在陌生人面前显得较为拘谨、内向的李嘉诚来说，不是一件简单轻松的事情。但是，他肯吃苦，勤思考，结果做得相当出色。

当时，众多的推销员只着眼于卖日杂货的店铺，而他直接向酒楼、旅馆进行直销业务，每次要货就达 100 只。他还向中下层居民区的老太太推销，卖一只就等于卖了一大批，因为老太太们都是义务推销员。结果，五金厂生意兴旺。

后来，为了谋求更大的发展，李嘉诚又到一间小工厂——塑胶裤带制造公司做推销员。他充分利用当茶楼跑堂时的脚步功和察言观色的本领，再加上他富有针对性的说服方法，使一年后自己的销售额达到第二名的 7 倍。就这样，18 岁的李嘉诚被提拔为业务经理，两年后晋升为总经理。

尚未成年的李嘉诚的推销术可谓奇招迭出，炉火纯青。比如，当时一家新旅馆开张，李嘉诚的同事在旅馆老板处碰了一鼻子灰，可是李嘉诚却不一样。他会观察，会思考，最后迂回包抄从老板儿子身上打开了缺口。

虽然，李嘉诚也曾碰钉子，但他用坦诚请教的招数拔掉了钉子。特别是推销塑胶洒水器时，他能不动声色让产品本身说话。李嘉诚还主张在推销产品的同时，更要注意推销自己，强调推销员自身的包装，这些理念在当时都是很超前的。

更为难能可贵的是，李嘉诚在做生意时，有意识去结交朋友，先不谈生意，而是建立友谊。友谊长在，生意自然不成问题。他结交朋友，不全是以客户为选择标准。“今天成为不了客户，或许将来会是客户；自己做不了客户，也要引荐其他的客户。即使促成不了生意，帮着出出点子，叙叙友情，也是一件好事。”

俗话说：“人有人路，神有神道。”从一开始，李嘉诚就是一个很有抱负的年轻人。他不仅能吃苦，而且会吃苦，在推销中迷恋上了经商，找到了人生方向。后来，他创办长江塑胶厂，正式投身商海。在那里，他把自己六年来学习和观察到的生意经验和技巧运用于工厂的管理，实现了开门红。

潮商胜经 做好推销员就是为经商打基础

从许多商人的经历中，我们不难看出，对一位生意人来说，做推销的经历是必不可少的。按照李嘉诚的说法，那就是“推销是商人成功的基本素质”。要做好一名推销员，一要勤勉，二要动脑。

李嘉诚认为，推销的过程正是一种学习的过程。从加入到推销员行列开始，你就要在推销实践中去学习推销方面的各种知识，去掌握如何同各种不同的客户打交道。从一点一滴积累，增长经验和技巧，以及对市场的判断力，才能做大买卖，成为大老板。

推销大师乔·吉德拉也说过：“推销的要点不是推销商品，而是推销自己。”推销可以训练自己在面对不同的情况时该做什么，怎么去做。这些在别的行业中很难获得的履历对自己走向更高的人生舞台大有裨益。

总之，做好推销员其实就是为经商打基础的过程。只有把基础打好，才能以推销员这个人生角色为跳板，去办公司，去当老总，去搏击商海，从而开创自己的事业。否则只能是白费心思，最终还是一无所获。

李嘉诚说：“做推销员，我学会了不少东西，明白了不少事理。所有这些，是我今天花10亿、100亿也买不到的。”推销是一门十分复杂而且不容易学会的工作。它是一门需要极具耐心、细心，又必须时刻有创意的工作。具体来说，做好推销工作要把握如下几点：

(1) 善于推销自己

推销自己是成功造就自己的第一步。在任何时候都不要怕走出这一步，否则你就走不出人生的下一步。李嘉诚认为，一个优秀的推销员，在推销产品的同时，更要注重推销自己。李嘉诚十分注意对自己的包装。他觉得，产品需要包装，而推销员就更应该包装。他指出，推销员的包装，服装是其一，还包括言谈举止、行为修养。他对自己的行为有一个简单而又包罗万象

的衡量标准，就是让任何人都能产生好感。

(2) 善于结交朋友

作为一名合格的推销员，首先，必须学会从容自得地进行交际；它要求你必须做到让人们信赖你，并心甘情愿地将自己挣的钱放进你的口袋里。其次，要有意识去结交朋友。先不谈生意，而是建立友谊。友谊长在，生意自然不成问题。此外，结交朋友，不全是以为成为客户为选择标准。李嘉诚认为，今天成不了客户，或许将来会是客户；他自己做不了客户，可能会引荐其他的客户；即使促成不了生意，帮忙出出点子，叙叙友情，也是一件好事。

(3) 在推销中学习商业知识

想要成为一名成功的商人，必须拥有相应的智慧、能力等必备的基础条件，这样才能在浪涛澎湃的商海中自如地驾驭团队，把握市场方向。许多商人一开始做生意，其实就是推销。他们挥汗如雨地推销手中的商品，建立起客户关系和信誉，也对市场有了最真切的体会，为后来的成功奠定了坚实的基础。

没大学文凭也能做出一番事业

许多商业奇才都有一个共同特征——没有大学文凭，有的甚至连小学还没毕业。可他们却从打工仔做起，而后再独立经商，从无到有，一步步发展起来，终成大业。在我们身边，这样的人不计其数，李嘉诚就是其中的代表人物。

从事推销工作多年，李嘉诚积累了丰富的商业交易经验，练就了缜密的思维能力、前瞻的战略眼光。随着阅历的增加，他越来越感觉到打工没有安全感，一无所有的他萌生了自己创业的想法。

当时，铁桶在与塑胶桶的遭遇战中落败。李嘉诚看准塑胶业的勃兴，毅然投身塑胶行业。1950年，这位22岁的小伙子用平时省吃俭用积蓄的7000美元，在筲箕湾创办了自己的塑胶厂，将它命名为“长江塑胶厂”。

而后，他把自己的公司当做孩子一样照看，利用一切机会学习从商的知识，积累从商的经验。无论是与人打交道，还是学习书本知识，李嘉诚横下一条心，把心中远大的理想化为实际的行动，一步步接近成功。他相信，白手起家也能成就大业。

有一次，李嘉诚在报纸上看到一则消息，欧洲流行塑料花卉。他立刻意识到，这里面隐藏着巨大商机。他激动不已，立刻开始了行动。1957年春天，他满怀着美好的期望和强烈的求知欲，快速办妥了赴意大利的旅游签证，亲自前往欧洲考察塑胶花的生产流程和销售市场。

一下飞机，李嘉诚先在一家小旅馆住下来，然后寻访杂志上那家公司的地址。工厂找到了，但是怎么进去学习塑胶花的生产知识呢？显然，一般的厂家素来将新产品技术视为机密，不肯轻易泄露于人。而自己实力弱小，也没有资金购买对方的专利和技术。

机会终于来了，李嘉诚发现这家公司的下属工厂招聘工人，于是他通过应聘，顺利进入这家工厂。由于是外国人，只有旅游签证，他只被派往车间做打杂的工人。

在异国他乡，李嘉诚干的是最苦最累的活儿。他负责清除废品废料，但这个工作对他来说，实在是最好不过了，因为他能够整天推着小车在厂区里的各个工段区走来走去。他不停地四处搜寻，把整个工厂的所有生产流程都牢记在心里。