

探密犹太人的处世智慧与赚钱哲学
破解财富积聚与事业成功的密码

揭秘犹太人的创富秘密

- 穷人抱怨没有机会，犹太人不放过每一次机会
- 穷人小看人脉力量，犹太人将人脉视作财脉
- 穷人喜欢躲避风险，犹太人爱跟着风险走

犹太

人

不
一
样
的

任学明 主编



金城出版社
GOLD WALL PRESS

不一样的

任学明 主编

犹太人

揭秘犹太人的创富秘密



金城出版社
GOLD WALL PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

不一样的犹太人：揭秘犹太人的创富秘密 / 任学明主编.
- 北京：金城出版社，2011.5
ISBN 978-7-80251-919-0

I. ①不… II. ①任… III. ①犹太人 - 商业经营 - 经验
IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 066204 号

不一样的犹太人：揭秘犹太人的创富秘密

作 者 任学明
责任编辑 苏 雷
开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16
印 张 15.5
字 数 211 千字
版 次 2011 年 7 第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷
印 刷 北京金瀑印刷有限责任公司
书 号 ISBN 978-7-80251-919-0
定 价 29.80 元

出版发行 **金城出版社** 北京市朝阳区和平街 11 区 37 号楼 邮编：100013
发 行 部 (010)84254364
编 辑 部 (010)64210080
总 编 室 (010)64228516
网 址 <http://www.jccb.com.cn>
电子邮箱 jinchengchuban@163.com
法律顾问 陈鹰律师事务所 (010)64970501

|| 前 言 ||

美国西方石油公司董事长哈默说：“人类的智慧在犹太人的脑袋里，犹太人的智慧在《塔木德》里。不了解《塔木德》，就不了解犹太人；不了解犹太人，就不了解世界。”

犹太人以其独特的处世智慧和赚钱哲学，摘取了“世界第一商人”的桂冠。他们在财富领域的成就让世人刮目相看。有权威人士这样告诫世人：“犹太富豪在家打个喷嚏，世界上所有的银行都将引起感冒；五个犹太财团坐在一起，便能控制整个人类的黄金市场。”

在全世界最有钱的企业家中。犹太人占一半以上。在美国百万富翁中，犹太人则三居其一。福布斯美国富豪榜前40名中有18名是犹太人。在犹太人历史上，则更是出现了若干世界级的金融巨头、实业家、银行家。诸如超级石油大亨洛克菲勒；华尔街的奇才约翰·皮尔庞特·摩根；享誉欧洲乃至全球的金融家族——罗思柴尔德家族；曾掌管美国经济命脉的美联储前主席格林斯潘；美国最年轻的亿万富翁布林……

令人惊叹的是，犹太民族中不但诞生了众多的商业巨子，还在其他领域涌现出了如马克思、爱因斯坦、弗洛伊德、门德尔松、毕加索、奥本海默、托洛茨基、基辛格、沙龙、普利策、迪斯尼、华纳兄弟等许许多多享誉全球的政治、文化和艺术界的名人。

犹太人，这个一直受到歧视的民族，虽然四处流散，备受蹂躏，饱经磨难，却一次又一次地以“豪商巨贾”的形象出现在历史上，这个惶惶不可终日地穿行在驱逐令和火刑柱中的民族，就像是上帝投下来的一架造币机器，永不休止地为自己、为社会创造着价值。历代统治者排斥他、欺侮

他，但在经济困境中，又不得不依赖他。

一个民族一旦掌握了金钱，便掌握了自己生存和发展的权利，也就同样掌握了对付源自外来民族的敌意和压迫的力量。犹太人历经 2000 多年的流浪，历经迫害、压迫、放逐乃至杀戮，却始终未被同化，且最终建立了自己的主权国家——以色列，这或许是人类历史上仅有的奇迹。

人们会问，犹太人的生命为什么会如此顽强，顽强得如此可怕，答案或许很简单：犹太人跟你想的不一样！是不一样的思维让犹太人得以生存繁衍，是不一样的思维带来了犹太民族的勃勃生机，同样还是不一样的思维，犹太人才可能在贫瘠的沙漠中建国立业，成就非凡。

为了更好地探寻和掌握犹太人的处世智慧和赚钱哲学，我们总结了犹太人赚钱做生意的与众不同之处：不一样的眼光、不一样的口才、不一样的胆识、不一样的人脉、不一样的金钱观、不一样的学识、不一样的思路、不一样的策略等。犹太人，这确实是一个不一样的人群，这确实是一个不能不让人佩服、有着特殊商业魅力的人群。

目 录

contents

第一章

穷人抱怨没有机会，犹太人不放过每一次机会

1. 把稍纵即逝的机遇变成财气 3
2. 瞄准嘴巴，商机无限 7
3. 死死地盯住女人的口袋 10
4. 发现商机，制造商机 15
5. 从信息中挖掘商机 19
6. 世上并不缺乏商机，而是缺少发现 23
7. 小机遇可以赚大钱 29

第二章

穷人小看人脉力量，犹太人将人脉视作财脉

1. 真诚地赞美别人 35
2. 人脉就是财脉 38
3. 笑脸相迎，和气生财 42
4. 微笑是上帝赐予的最好的名片 47
5. 自己不愿承担的，不要强加在别人身上 52
6. 幽默是犹太人的必备良药 55

不一样的犹太人

——揭秘犹太人的创富秘密

第三章

穷人喜欢躲避风险，犹太人爱跟着风险走

1. 与风险“亲密接触” 61
2. 冒险并不等于蛮干 66
3. 高风险意味着高回报 69
4. 厚利适销可以赚大钱 72
5. 在危险中自由地畅行 77

第四章

穷人视诚信如粪土，犹太人绝不做影响信用的事

1. 许诺是需要兑现的 83
2. 用优良的服务为企业赢得信誉 87
3. 契约是神圣不可毁坏的 91
4. 掌握契约的决定权 96

第五章

穷人一味照搬复制，犹太人善于打破传统思路

1. 绝不在一棵树上吊死 103
2. 打破条条框框的束缚 106
3. 不能一味照搬“复制” 109
4. 不同的思路，造就不同的出路 112
5. 挣钱的路径并非一条 118

第六章

穷人喜欢单打独斗，犹太人重视团结合作

1. 同分一杯羹，有钱大家赚 125
2. 做生意离不开双赢 129

3. 合作共赢，百利无害	133
4. 团结是凝聚力的来源	138
5. 做生意不要心存嫉妒	140

第七章

穷人宣扬知识无用，犹太人相信知识是致富的无形资本

1. 知识重于一切	145
2. 生命可以终结，学习不能终止	150
3. 弯下腰向别人学习	153
4. 自救自学，务实高效	156
5. 不要等有空闲时才读书	159
6. 经验和知识是打开财富之库的钥匙	161

第八章

穷人随便浪费时间，犹太人视时间比金钱更重要

1. 惜时如金，精打细算	167
2. 时间是赚钱的资本	170
3. 劳逸适度，充分休息	172
4. 想赚钱，就得挤出一些“空闲”时间	176

第九章

穷人会花钱不会赚钱，犹太人先理财后发财

1. 第一重要的事就是赚钱	183
2. 金钱是实践人生价值的工具	187
3. 现钞主义，现金至上	190
4. 憎恨贫穷，积极进取	194
5. 钱一定要用到最需要的地方	198
6. 让孩子认识金钱和驾驭金钱	202

不一样的犹太人

——揭秘犹太人的创富秘密

7. 投资社会，以善为本	205
--------------------	-----

第十章

穷人万事不求人，犹太人借用一切资源

1. 巧妙借他人的力量赚钱	211
2. 从零做起，由小到大	216
3. 善于利用名人的光环效应	220
4. 借力登天，事半功倍	224
5. 利用一切可以利用的资源	228
6. 借鸡生蛋，借钱赚钱	234

第一章

穷人抱怨没有机会,犹太人 不放过每一次机会



犹太商人善于把握商机,具有灵活的商业头脑,能够发现常人发现不了的商机。他们目光敏锐、思路开阔,具有明确的投资方向。犹太商人多从事市场潜力巨大、获利丰厚的行业,这使他们财源滚滚。

1. 把稍纵即逝的机遇变成财气

不一样的思维:

穷人:总是在半梦半醒地等待着机会的自动降临,多么希望机会拿着一个大棒槌走到面前,把自己敲醒,然后说:“朋友,快抓住我吧!”

犹太人:不仅要善于发现机遇,同时还要在机遇面前知道该如何去抓住它,把稍纵即逝的机遇变成财气。

机会对于每个人来说都是公平的,只是很多人没有机遇意识,让机会悄然与自己擦肩而过。犹太人之所以有那么多富豪,这与他们善于捕捉机会、把握机会是有关的。有时一次机会就能彻底改变一个人的一生。

犹太商人的经验是:不仅要善于发现机遇,还要在机遇面前知道该如何去抓住它,把稍纵即逝的机遇变成财气。

洛克是位犹太大富翁,生意上的事情多,工作十分紧张。有一次,为了放松一下,他将工作托付给助手,自己到日本度假。这时正值盛夏,天气炎热,洛克不愿呆在空调房里,便去爬富士山。因为富士山山顶终年积雪不化,寒冷异常,而半山腰则凉爽宜人,空气新鲜。

洛克来到富士山的半山腰忍不住贪婪地吸着新鲜空气,身上的劳累、倦怠感似乎也不翼而飞了,嘴里不住地赞美道:“多新鲜啊,这是纯自然的空气,这是没有污染的空气。”说着说着,心里冒出一个主意:“我为什么不把富士山的空气拿回去卖呢?”

洛克推测有哪些人会来当自己的顾客:那些身居喧嚣闹市,每天呼吸

不一样的犹太人

——揭秘犹太人的创富秘密

污染了的空气的人难道会不喜欢这种自然、新鲜的空气吗？病人恢复身体，肯定也需要这种自然、新鲜空气的滋润；那些久闻富士山大名，但无缘亲自前来观光，或者来过富士山，对富士山的景色和空气留有美好和深刻印象，但不可能长期待在富士山享受这里的自然、新鲜空气的人也有可能掏钱买；另外，正在长身体、长智力的儿童和讲究营养保健的老人也会对它情有独钟。

洛克经过这么一番分析，信心倍增，立即派助手找来一名研究人员，请他在这里提取空气样本进行研究、测试，然后拟出一份富士山空气对人体有哪些好处的科学分析数据报告。

接着，洛克马不停蹄地申办了执照等开业手续，在富士山半山腰开办了一家名叫“富士空气罐头厂”的工厂。洛克的新产品很有特色，用很漂亮却很便宜的包装材料做成罐头盒，里面充满自然、新鲜的富士山空气，外面印上富士山美丽的风景。

洛克的新产品瞄准那些在空气污染严重的大城市中生活的人，推销的成功率相当高。加之它价格便宜，所以迅速在日本打开了市场。洛克是有雄心壮志的人，他把“富士空气罐头”出口到美国、欧洲和赤道国家，也同样受到欢迎。

受成功的鼓励，洛克把自己的空气生意越做越大，罐装的空气不仅仅是富士山上的了，逐步扩大到原始森林中的空气、阿尔卑斯山上的空气、著名雪峰上的空气、浩渺湖面上的清新空气，既满足了社会的需要，又为自己赚取了可观的利润。

洛克到日本去度假，爬上空气清新的富士山，似乎在不经意中又发现了一门赚钱的新生意，可以说，他的成功完全来源于他对生意机会的敏感。要知道，爬上富士山的人不知有多少，而能想出生产“富士空气罐头”机会的人又有多少？

可见，成功的商人善于从简单的商机中看出它所包含的复杂内容，并用立体全方位的手段去利用它们。

20 世纪 50 年代，以色列和英国有两个皮鞋公司都想在太平洋上的一

座岛屿开辟新市场,于是两个公司各自向该岛派去一名推销员做市场实地考察。英国公司的那个推销员来到岛上后大失所望,因为他发现岛上的居民都打着赤脚,好像没有穿鞋的习惯,于是,第二天这位推销员向公司总部传回一封电报,内容是:“本岛无人穿鞋,我于明日乘首班飞机返回。”他认定不穿鞋的岛民永不会穿鞋,因此也就不会买鞋,作为皮鞋公司在这里也就没有什么市场。

那位以色列公司的推销员上岛后,看到岛上居民都打着赤脚则大喜过望,认为这里的皮鞋市场潜力可观。上岛后的第二天,他向公司总部发去了一封充满信心的电报:“好极了,该岛无人穿鞋,是一个潜力很大的市场,我将驻在此地。”

这位身手不凡的推销员能够发现商机,看不穿鞋的人可以改变习惯。正因为岛上居民原来不穿鞋,没有鞋子的储备。改变习惯后,鞋子的需求量将会很可观,是皮鞋公司一个难得的市场机会。他决意留在该岛开拓这个新市场。后来果如其愿,岛上居民在他的精心策划下慢慢对鞋子有了兴趣,穿鞋者日益增多,买鞋者络绎不绝,这家以色列皮鞋公司独擅其利,财源滚滚而来。

以色列皮鞋公司的这位推销员具有胜人一筹的生意眼,他给了我们重要启示:会做生意的人常常是那些独具慧眼发现商机的人。

犹太拉比告诫人们:“抓住好东西,无论它多么微不足道;紧紧把它抓住不放,不要让它溜掉。”

仅仅花了六年时间,犹太人马克奥·哈德林先生就由一名穷困潦倒的失业青年变成一个小有名气的百万富翁。

是什么使他如此神速地获得了成功?答案是他善于把握时机。

哈德林先生描述说,在他 25 岁的时候,看了一本名叫《我是怎样在业余时间把 1000 美元变成 300 万》的书,好像看到了一个辉煌的世界。于是,他尽可能地了解有关投资和不动产的知识,一有机会便和从事房地产的朋友、亲戚聊天,暗暗为自己定下目标:在 30 岁时成为百万富翁。有一天,一个房地产中间商激动地告诉他一个投资少、收益惊人的买卖:

不一样的犹太人

——揭秘犹太人的创富秘密

一所坐落在中产阶级住宅区的现代式房子，维护良好，房况极佳，属于一流建筑。房主出价 14500 美元，由于某些原因，她必须在一月之内把房子卖掉。哈德林听后很是动心。经过还价，买卖双方定为 10000 美元。尽管哈德林当时银行存款不足 500 美元，但他觉得这是一个不容错过的机会，即使万一筹不到这笔钱，也不过要付给中间商 100 美元酬金而已。

他毫不迟疑地和房主签了约，返身直奔城里最大的银行，以借款的形式得到了 10000 美元，付给了房主。

他又来到另一家银行，以新购的房产作抵押，贷款 10000 美元还清了第一家银行的借款。没几年，他的住户又帮他还清了第二家银行的贷款。就这样，马克奥·哈德林先生很快成为了百万富翁。

在面对挑战时，你不能半梦半醒地等待着机会的自动降临，期盼机会拿着一个大棒槌走到你的面前，把你敲醒，然后对你说：“啊，朋友，快抓住我吧！”其实，如果你能一碰到机缘就能好好地加以利用，以后，你就会对良机具有灵敏的感觉，这样的话，就绝不会让它们从你面前溜走。

2. 瞄准嘴巴, 商机无限

不一样的思维:

穷人: 吃, 是一门好的生意, 但就我这手艺, 真是不敢恭维, 还是去吃别人的吧。

犹太人: 吃这门生意是任何人都可以做的。而且这种生意也是最赚钱的。

“民以食为天”是一句至理名言, 因为不管男女老幼、贫富贵贱, 食品是每人每日的必需品。随着经济的发展, 食品的种类越来越丰富, 从肯德基、麦当劳到日常的蔬菜水果、饮料快餐, 食品琳琅满目, 应有尽有, 而且价格不菲、利润可观。

善于观察的犹太人发现: 凡是人嘴的东西, 通常当天就会被消费掉。因此, 食品的突出优点就是, 它的获利是经常的, 也是长久的, 因为口腹之欲是人要生存的起码条件。所以, 犹太人认为嘴巴的东西绝对赚钱。

所谓“嘴巴”生意, 就是“经营用嘴巴的生意”。犹太人认为, 这样的生意是庸俗的凡人或比凡人才能低的人都可以做的。而且这种生意也是最赚钱的。因此, 被犹太人列为“第二商品”的是靠“嘴巴”赚钱。

当然, 要想把任何一种生意做好, 生搬硬套地去搬用生意常规是不够的, 它需要的还是聪明的头脑和深透的洞察力, 因此“嘴巴”生意也不例外, 人类是靠吃维持生存的: 瞄准嘴巴, 商机无限。

日本东京有个自称“东京银座犹太人”的藤田田, 他是日本汉堡包的创始人。早在 20 世纪 70 年代初期, 他就与美国一家麦当劳公司合作, 开

不一样的犹太人

——揭秘犹太人的创富秘密

始向日本人提供物美价廉的汉堡包。然而，在刚开始经营的时候，几乎没有人购买，因为日本人习惯以大米为主食，向他们推销汉堡包简直就是缘木求鱼，根本打不开销售市场。但藤田田没有放弃，他认为日本人身材矮小，体质弱，这同经常食用大米有关。同时他也敏锐地发现，美国汉堡包正向全世界扩展，具有很大的发展潜力。

再说，按照现代的商业观念，只要扩大宣传，且经营得法，不愁打不开日本的销售市场。藤田田凭着这种执著的信念，坚持不懈地努力，汉堡包逐渐得到了日本人的认可和欢迎，藤田田的利润节节攀升。在汉堡包销售的旺季，为了满足顾客的消费要求，藤田田加紧时间赶制汉堡包，由此，他获得了巨大的成功。

赫赫有名的“土豆大王”辛普洛特专门经营土豆，这种并不起眼的食品为他带来了巨额财富。这位犹太富商现在已经跻身世界级富翁行列。

二次世界大战爆发后，辛普洛特获知美国部队在前方作战需要大量的脱水蔬菜，善抓商机的他认准了这个绝好的机会，于是便毫不犹豫地买下了当时全美最大的一家蔬菜脱水工厂。为了给前方作战军队提供脱水蔬菜，辛普洛特日夜不停地加工脱水土豆。从此，辛普洛特找到了发财的金钥匙，走上了专门加工蔬菜的道路。

20世纪50年代初期，一位化学师研制出了冻炸土豆条的方法。这种方法在当时并没有引起人们的足够重视，但辛普洛特以超前的眼光认定这项技术具有广阔的市场前景，值得冒险一试。于是，辛普洛特颇费周折地找到那位化学师，两人一番畅谈，大有相见恨晚之意。辛普洛特立即决定高薪聘请那位化学师作为自己的技术顾问，他们不久就生产出大量的冻炸土豆条。这次冒险同样没有让辛普洛特失望，“冻炸土豆条”在市场上十分畅销，供不应求。获得了巨额收入的辛普洛特并没有就此满足，在生产“炸土豆条”的过程中，辛普洛特发现土豆的价值并没有被完全利用，浪费严重。因为在炸土豆条的工序中，有分类、去皮、切条和去斑点几道工序，每个土豆大约只有一半得到了利用，余下的部分通常被当作垃圾处理，白白地浪费了宝贵的资源。辛普洛特一直在考虑如何能把土豆的剩余