

JINGYING QUWEN YISHILU

经营趣闻 轶事录

李锦文 编

9

湖北人民出版社

经营趣闻轶事录

李锦文 编

*

湖北人民出版社出版、发行 新华书店湖北发行所经销

武汉大学出版社印刷总厂印刷

787×980毫米32开本 11.625印张 1插页 20.4万字

1989年4月第1版 1989年4月第1次印刷

印数：1—11 150

ISBN 7—216—00310—1

F·49 定价：4.25 元

编者的话

他山之石可攻玉。将中外成功企业家与经营者的趣闻轶事辑录起来，几经筛选、编印成书，奉献给企业界的朋友们参阅，这是一项很有意义的工作。

书中篇章，虽然短小，却是经验的结晶，闪耀着智慧的光辉；虽东鳞西爪，却形象生动，也不乏精辟的见解和深奥的学识；虽零零碎碎、似无系统，却易懂易记，读来节时省力。较之大部专著，更宜人理解与接受，经常翻阅、仔细揣摩，可收开阔视野、提高技巧、拓宽思路、潜移默化之效。个中诸篇，还可供各层次的经营管理人员著文讲话之用。如采择恰当，借作事例，不仅具有较强的说服力，而且常能收到事半功倍的效果。因此，这也算是一本雅俗共赏、官民皆宜的通俗读物。

当然，倘若立志创业，在经营上有所建树，光凭读趣闻轶事是很不够的，它毕竟只能起辅助作用。本书是根据有关书籍、报刊与资料选编而成，有的

篇章经过加工修改，有的是择取浓缩，还有的则是重新撰写，由于时间仓促、水平有限和资料不全，错误、缺点在所难免，因此特地说明与表示歉意，并欢迎广大读者批评指正。

1988年5月于绣林

目

录

从小缝隙中钻出的大角色	1
从地下室里钻出的计算机大王	2
福特崭露头角	3
靠五百元起家的冠生园	5
洗炳成易名记	6
“六必居”的由来	7
矢志经商的“原动机”	8
摩根卖蛋的窍门	9
第一笔买卖	9
腰缠百万美元的大学生	10
战胜雄鹅的启示	11
不愿出狱的人	12
巧于应变的姑娘	13
备历艰阻酿美酒	15
不出国也能学会国外新技术	17
他终于使“改装汽车大王”改变了主意	18
“金星”的来历	19

他长了中华民族的志气	20
靠木制飞机起家的波音飞机公司	21
传奇的创业史	22
靠包装纸发家的人	24
拾荒的成功者	24
赚不到房钱赚酒钱	26
目标：最完美的压缩	27
“企鹅”在他手下驰名世界	29
小小“目录”把家发	30
“玻璃大王”的理想实现了	32
意外的机缘	33
松下“幸运”的开始	34
“今后是汽车的时代啦！”	35
当罗斯福走近总统宝座的时候	37
厂长的远见	37
看到人口普查报告之后	38
本田的经营新招	39
“经济信息”与“政事消息”	40
劫机事件发生后	41
小中央情报局	42
餐桌上获取的信息	43
一支铅笔与四百万美元	45
电话联系最多的人	46
一则消息引起的联想	47
巧妙而灵验的市场调查	48
张连甲的“新闻征集会”	49
了解顾客是头等重要的大事	50

经理为何拣废纸条?.....	51
课长敏感的警告	52
专做“先声夺人”生意	53
神谷的先见之明	54
在拥抱中诞生的世界性大企业	55
“做生意就是要不失时机”	57
伊士曼的眼光	58
领先的奥秘	59
慧眼识奇宝	60
两份电报的差异	62
两条进口镀金项链	62
他看中了每只仅售十五美分的汉堡包	63
一个大胆的决策	64
美国的“梦幻公司”	65
“第一个勇敢分子”	66
“本世纪最大的工程”	67
实业家的魄力	68
敢冒风险的巨擘	69
“生意经恰恰就在这里”	71
“哈默的蠢事”	72
心里有数的交易	74
威尔逊的怪招	75
威尔逊的汽车“假日客栈”	76
“野马”创造了奇迹	79
“机缘船东”的机遇	81
他认为料子越贵越好	83
发现需要就是财源	84

让每一尺地方都产生出“金子”来	84
点水可以成金	85
福特的第二次起飞	86
抓住机会创大业	88
独具慧眼的亚科卡	90
“最有魄力的男人”	91
敢于拍板的董事长	92
倔犟的女董事长	93
下一个目标是海外	94
死不服输的克罗尔	96
商场不相信眼泪	97
跌倒，再爬起来	99
“再试一次”吧	100
再掘一次吧	101
米西令的神秘企业	102
“快速反应部队”	104
结交带来的好财源	105
以心换心做生意	106
丰田为啥买高价轴承?	107
信誉换来的报答	108
郑周永筹款记	109
空前的成功	110
善于计算的威耶	112
人才就是财源	114
知识是最大的财富	116
只有人才能制造最完美的产品	117
为了一个人买下一个公司	118

独辟蹊径用新人·····	119
柯达的人才难挖走·····	120
肯特求贤·····	121
选用吃饭快的人·····	123
一道很有意思的招员考题·····	124
不非难那些前额受伤的人·····	125
人总是会做错事的·····	126
不承造廉价的桥·····	126
响亮的口号“Q、S、C”·····	128
“最新鲜的食品”·····	129
身教胜于言教·····	131
“人人都希望打胜仗”·····	132
“把美国带到轮子上的人”·····	133
发现问题的秘诀·····	135
“丰田生产方式”的缔造者·····	136
“自我服务”的快餐店·····	138
威耶的成功之路·····	138
“土光型”会议律·····	140
柯达的“建议箱”制·····	140
“何时”经营术·····	142
标准作业不是在办公桌上编出来的·····	143
以赞美激励部属成功·····	144
度过难关的诀窍·····	145
独特的“猛烈”作风·····	146
独特的规矩·····	147
游戏般的处理办法·····	148
福特的经营信心·····	149

土光的经营公式.....	149
侯老板的“三心经”.....	150
及时跟着别人走.....	152
按常规办事是摆脱不了困境的.....	153
他为啥要设计别人易仿造的产品.....	154
吃亏就是占便宜.....	155
三个奇特的经营不等式.....	158
“五加五会成为二十五”.....	159
YKK 成功的秘诀.....	160
“款式最新颖、价格最昂贵”.....	161
受用不尽的“金矿”.....	162
“生在德国，长在日本”的转子车.....	163
日本是怎样登上世界钟表大王宝座的.....	164
威胁华盛顿.....	166
一场降价的“战争”.....	168
英法“苹果战”.....	169
僵局终于顺利解决了.....	171
出租汽车诞生的风波.....	172
迫使“世界碱王”屈服的范旭东.....	174
“飞象过河啦!”.....	176
史密斯引“狼”入室.....	178
“恨我抢了他们的生意”.....	179
巧胜欧美轮胎公司.....	180
日本巧克力的“远交近攻”.....	181
巧克力间谍战.....	182
领带的奥秘.....	184
特殊的皮鞋.....	185

福尔摩斯也得叹服·····	187
一条大腿所换回的·····	188
始终未来的招聘文书·····	189
油麻街上何处有“西瓜”·····	190
赢得财源的洗米杯·····	192
一顶昂贵的帽子·····	193
迷你裙的来历·····	194
扁脸娃娃的“父亲”·····	195
美国人疯狂了·····	196
决心“用猪耳朵做出丝线袋来”·····	197
世界上最昂贵的瓶子·····	199
轻而易举的55万美金·····	199
带来幸运的“福神渍”·····	200
神秘的百分之一·····	201
奈克牌运动鞋是怎么发明出来的·····	203
“疯科学家”研究豆腐生意·····	204
在厕所里设计出来的方案·····	205
“带舌头的尖嘴狗”成了救世主·····	206
开发别人尚未想到的产品·····	207
“外行人”的挑战·····	209
“宝石花”在孟加拉“开放”·····	210
圆珠笔的再发明专利·····	211
一鞭甩出60万·····	212
靠创新招财进宝·····	213
“60秒相机”·····	214
通向欧美之路·····	215
一把法国鳄鱼梳的启示·····	216

诀窍在哪里·····	216
“三星”巧征联·····	217
别具匠心的广告攻势·····	218
胡文虎做广告·····	219
大诗人做的广告·····	220
用名人作“活广告”·····	222
令人捧腹的“秃”广告·····	223
“麦克唐纳叔叔”·····	223
“牛肉在哪里?”的电视广告·····	224
“赔钱买卖是行家们干的”·····	225
不花钱的广告·····	226
出人意料的“纸炸弹”·····	227
诺贝尔的爆炸广告·····	228
助人就是助自己·····	229
邀请外国记者访问的妙用·····	230
“让消费者认识自己”·····	231
别具一格的电话号码·····	233
一曲乡音一宗买卖·····	234
“一举成名天下知”的妙计·····	235
“雅马哈”怎样风靡世界·····	236
“普兰德”的店规·····	237
“最低”克“最偏”·····	238
惹人欣赏的飞机餐厅·····	239
招客的花招·····	240
高价的妙用·····	241
小布贩的推销才能·····	242
人们欢迎“不怕挑剔”的商品·····	244

一纸商标值千金·····	245
电话号码的学问·····	246
做生意要懂得消费者心理·····	248
醉翁之意不在酒·····	250
“贝利”牌为啥畅销·····	251
哈瓦指点之后·····	252
对比式招牌的吸引力·····	252
“V”字商标的魅力·····	253
五光十色的旅店招牌·····	254
一张朝鲜旧纸币·····	255
御封“都一处”酒店·····	256
乾隆皇帝与张小泉剪刀·····	256
一字千金的说明书·····	257
扭转顾客对产品印象的绝招·····	258
要成为世界名牌·····	259
“中国人请吸中国烟”·····	261
家乡水的吸引力·····	262
光棍企业家的心思·····	263
以身试水·····	265
台湾伞为何畅销美国·····	266
“花56元买56型福特”·····	267
奇特的推销方式·····	268
“人丹”与“仁丹”之战·····	269
没有书名的书·····	270
“奉送香烟”的秘密·····	271
总经理的一着妙棋·····	273
出奇致富·····	274

席卷内衣市场的“旋风”	275
卓越的经营才能	276
小卡片与大生意	277
“火烧希特勒”	278
结果：十比一	278
格莱汀公司的推销原则	279
“可以获得大丰收的土地”	281
冲开市场的锐利武器	282
维也登的稀缺战略	283
当众出丑的“鸡蛋事件”	285
科威特商人的生意经	286
变化，是我们的生命	287
一部彩电九角九	289
五分钱与百万富翁	290
“闹鬼”的餐厅	291
绝妙的一招	292
付钱给病人的诊所	293
按体重收费的旅馆和餐厅	294
在停车半分钟的“视觉识别”	295
一次别出心裁的试验	297
幽默给药房带来了兴隆	297
组合经商法的魔力	298
吃咖喱饭的用意	299
以服务取胜的“蛇目”	300
做到顾客第一 金钱就会滚滚而来	301
微笑服务之法宝	302
音乐与效率	305

对顾客的奇妙回答·····	306
货真价实、言不二价·····	307
英国的“爱情保险”·····	308
“21世纪的梦”·····	308
逢凶化吉的保全经理·····	310
奇怪的职业·····	311
一句话造就了“刀片大王”·····	312
味精大王的机遇·····	313
听闲话带来的好运·····	315
教授变成的风险企业家·····	316
聪明绝顶的押货员·····	317
逼出来的泡泡糖·····	320
旅游中得到的启发·····	320
滑铁卢大战与股票市场·····	321
他从火鸡生蛋学会剥削的本领·····	323
世界第一家罐头厂的创办者·····	323
吵架带来的鸿运·····	325
缝纫机趣话·····	326
可口可乐的来历·····	327
松下的诺言·····	329
靠“老鼠”发迹的人·····	330
一句近乎荒唐的预言·····	331
石川岛的复兴·····	333
德律风根公司为何半破产·····	334
“天才”不会做生意·····	335
老福特独断专行食苦果·····	336
坚持不改的悲剧·····	338

通过卫星订做时装.....	339
旅游业拯救了西班牙.....	340
保价邮寄空酒瓶.....	341
“没有面包做不出的东西”.....	342
金融大王与一支蜡烛.....	343
林肯经商的轶事.....	343
很早就想走在人们前面的早川.....	345
公司副总裁的太太自愿当女工.....	346
土光的私生活.....	348
年轻的哈默和列宁成了挚交.....	349
哈默的特别主顾.....	350
金字古匾的故事.....	351
“北京料理屋”的特色.....	353
福特打官司.....	355
状元卖字解急难.....	356

从小缝隙中钻出的大角色

日本电产公司创业于1973年，当初只是一个仅有2000万日元资本和3个人的小企业。然而，就在短短的十几年的时间里，这个曾经以生产普通交流电机为主，并且在安川电机、富士电机等大企业的“压迫下几无生路”的小企业，已发展成为产品供不应求、利润跳跃式增长的新型企业。他们生产的目前世界上最先进的计算机终端装置所用的磁盘驱动精密马达，国内市场占有率高达85%，国际市场占有率也高达65%。

日本电产公司的成功主要是由于公司领导人能充分利用了小企业灵活多变的条件，了解市场动向，迅速作出正确决策。公司经理永守重信在第一次石油危机冲击袭来之时，很快就意识到：以大量消耗能源为基础的旧发电机发展前景已不甚光明，而且自己的公司小，与大公司在这种老产品的竞争中很难取胜，而目前计算机的发展方兴未艾、前途灿烂，自己的小企业转产非常容易，应该在这个领域中大展宏图。于是他果断决定自己的公司立即转变研制计算机用精密马达，并且战胜了风险，使企业绝路逢生。关于自己的成功，永守重信说：“公司的