



96
F715
287

7

365 个点子

一日一谋

X43-531-4



3 0078 7457 5

辽宁民族出版社

C

358713



365 个点子·一日一谋

王香春 主编

辽宁民族出版社出版 (沈阳市和平区北一马路 108 号)
辽宁省新华书店发行 朝阳新华印刷厂分厂印刷

字数: 374 000 开本: 787×1092 1/32 印张: 17.5

印数: 1—5 000

1995 年 12 月第 1 版

1995 年 12 月第 1 次印刷

责任编辑: 韩桂荣

责任校对: 丛培英

封面设计: 杜凤宝

版式设计: 文忠实

ISBN 7-80527-567-X

F·20

定价: 16.00 元

主 编 王香春

副主编 王振东 徐荣生

编 写 (按姓氏笔划编排)

马佐力 王晓青 刘 平

张丽娜 张朝奎 陈渊斐

孟凡明 杨效军 杨 慧

姜付芹 郭金铭 崔英华

康桂芹 葛 贤

目 录

一月

1. 靠创业/1
2. 靠奋斗/2
3. 靠天时/4
4. 靠地利/6
5. 靠人和/7
6. 靠战略/9
7. 靠战术/10
8. 靠实践/12
9. 靠进取/14
10. 靠追求/15
11. 靠改革/16
12. 靠潮流/18
13. 靠挑战/19
14. 靠体制/20

15. 靠机遇/22
16. 靠政策/23
17. 靠策略/25
18. 靠竞争/26
19. 靠拓展/27
20. 靠超前/28
21. 靠突破/30
22. 靠逆境/31
23. 靠见解/32
24. 靠冒险/34
25. 靠法律/35
26. 靠忍耐/37
27. 靠胆识/39
28. 靠真诚/40
29. 靠布局/42
30. 靠传统/43

31. 靠识务/45

二月

32. 靠视野/47
33. 靠有心/49
34. 靠兴趣/50
35. 靠困惑/51
36. 靠揣摩/53
37. 靠首因/55
38. 靠错觉/57
39. 靠判断/58
40. 靠静观/59
41. 靠分析/61
42. 靠综合/62
43. 靠想象/64
44. 靠联想/66

- | | | |
|------------|-------------|--------------|
| 45. 靠直觉/68 | 69. 靠借力/107 | 93. 靠礼仪/143 |
| 46. 靠奇思/70 | 70. 靠失误/108 | 94. 靠考察/144 |
| 47. 靠求异/71 | 71. 靠玩笑/110 | 95. 靠攻心/146 |
| 48. 靠反求/73 | 72. 靠蒙混/111 | 96. 靠激将/147 |
| 49. 靠灵感/74 | 73. 靠煽动/113 | 97. 靠打听/148 |
| 50. 靠比较/75 | 74. 靠耍计/114 | 98. 靠自便/150 |
| 51. 靠模仿/77 | 75. 靠捷足/115 | 99. 靠应变/151 |
| 52. 靠移植/78 | 76. 靠运筹/117 | 100. 靠失败/152 |
| 53. 靠果断/80 | 77. 靠诚恳/118 | 101. 靠争先/154 |
| 54. 靠欲望/82 | 78. 靠坚韧/119 | 102. 靠诱导/155 |
| 55. 靠意志/84 | 79. 靠智慧/121 | 103. 靠取信/156 |
| 56. 靠冲劲/86 | 80. 靠轰动/123 | 104. 靠傻劲/158 |
| 57. 靠毅力/87 | 81. 靠慧眼/124 | 105. 靠精确/159 |
| 58. 靠躁动/89 | 82. 靠退却/126 | 106. 靠试探/161 |
| 59. 靠激励/91 | 83. 靠构思/127 | 107. 靠退让/162 |
| 60. 靠胆量/92 | 84. 靠灵活/128 | 108. 靠吹风/163 |

三月

- | | | |
|-------------|-------------|--------------|
| 61. 靠谋略/94 | 85. 靠感觉/129 | 109. 靠商量/164 |
| 62. 靠策划/96 | 86. 靠妙想/131 | 110. 靠关系/166 |
| 63. 靠屈伸/98 | 87. 靠借脑/132 | 111. 靠细心/167 |
| 64. 靠揭虚/99 | 88. 靠疯劲/134 | 112. 靠听力/169 |
| 65. 靠合力/101 | 89. 靠积累/136 | 113. 靠抢先/170 |
| 66. 靠连环/102 | 90. 靠变通/138 | 114. 靠误导/171 |
| 67. 靠公关/103 | 91. 靠调整/139 | 115. 靠实力/172 |
| 68. 靠韬晦/105 | | 116. 靠引智/174 |
| | | 117. 靠活络/176 |
| | | 118. 靠和睦/177 |

四月

92. 靠交际/141

119. 靠“绝情”/178
120. 靠信心/179
121. 靠坚持/182
142. 靠承包/212
143. 靠整顿/213
144. 靠科研/215
145. 靠情报/216
146. 靠取经/218
147. 靠更新/219
148. 靠转换/221
149. 靠逆需/222
150. 靠联系/224
151. 靠亏损/226
152. 靠资源/227
166. 靠用智/249
167. 靠中介/251
168. 靠时差/253
169. 靠开发/254
170. 靠信息/256
171. 靠需求/257
172. 靠境外/259
173. 靠鉴别/260
174. 靠创意/262
175. 靠开价/263
176. 靠滞销/264
177. 靠赠送/266
178. 靠喜新/267
179. 靠补偿/268
180. 靠“退货”/269
181. 靠出口/270
182. 靠辛苦/272

五月

122. 靠管理/184
123. 靠班底/185
124. 靠决策/187
125. 靠调头/188
126. 靠质量/190
127. 靠新品/191
128. 靠多品/193
129. 靠系列/194
130. 靠优质/196
131. 靠高效/197
132. 靠补缺/198
133. 靠发展/200
134. 靠优势/201
135. 靠引进/203
136. 靠合资/204
137. 靠联合/205
138. 靠技改/206
139. 靠挖潜/208
140. 靠堵缺/209
141. 靠资本/210
153. 靠市场/230
154. 靠经营/232
155. 靠预测/233
156. 靠行情/234
157. 靠交易/235
158. 靠推销/236
159. 靠独占/238
160. 靠专营/239
161. 靠赔偿/241
162. 靠直销/243
163. 靠网络/245
164. 靠组装/246
165. 靠信誉/248
183. 靠投资/274
184. 靠协调/275
185. 靠滚动/277
186. 靠精品/279
187. 靠示范/281
188. 靠钻空/282

六月

七月

189. 靠赔钱/284
 190. 靠贷款/286
 191. 靠邮售/287
 192. 靠囤积/289
 193. 靠折价/290
 194. 靠“限客”
 /291
 195. 靠短快/292
 196. 靠“派送”
 /294
 197. 靠旺客/296
 198. 靠游击/298
 199. 靠借托/299
 200. 靠联营/300
 201. 靠垄断/302
 202. 靠薄利/304
 203. 靠奇货/305
 204. 靠标价/306
 205. 靠精明/307
 206. 靠厚利/309
 207. 靠空档/310
 208. 靠代销/311
 209. 靠掩饰/313
 210. 靠惠顾/315
 211. 靠过时/316
 212. 靠善缘/317

213. 靠敬业/319

八月

214. 靠素质/321
 215. 靠胸怀/322
 216. 靠律己/324
 217. 靠环境/325
 218. 靠钻研/326
 219. 靠人才/328
 220. 靠用人/329
 221. 靠能人/331
 222. 靠专才/333
 223. 靠“怪才”
 /334
 224. 靠尖端/336
 225. 靠定位/337
 226. 靠移位/339
 227. 靠多角/340
 228. 靠合作/342
 229. 靠意外/343
 230. 靠教训/344
 231. 靠慧眼/346
 232. 靠小利/347
 233. 靠巧用/349
 234. 靠启示/350
 235. 靠灵机/351

236. 靠逼迫/352
 237. 靠意见/354
 238. 靠技术/355
 239. 靠手艺/356
 240. 靠偷艺/358
 241. 靠绝活/359
 242. 靠诱发/361
 243. 靠幽默/362
 244. 靠特色/364

九月

245. 靠动脑/366
 246. 靠动手/368
 247. 靠跑腿/370
 248. 靠动嘴/371
 249. 靠吃苦/372
 250. 靠包装/374
 251. 靠喜欢/376
 252. 靠插足/377
 253. 靠走俏/379
 254. 靠商标/380
 255. 靠楹联/381
 256. 靠节日/382
 257. 靠棺材(谐
 音) /384
 258. 靠特休/385

259. 靠巧言/387
260. 靠颜色/389
261. 靠广告/390
262. 靠假戏/392
263. 靠名牌/393
264. 靠名师/394
265. 靠秘诀/396
266. 靠“人弃”
/397
267. 靠“丑陋”
/399
268. 靠“赤字”
/400
269. 靠彷徨/401
270. 靠闲聊/403
271. 靠猎头/404
272. 靠揭短/406
273. 靠派生/408
274. 靠集团/410
280. 靠儿童/420
281. 靠部下/421
282. 靠老乡/422
283. 靠女人/424
284. 靠朋友/425
285. 靠顾客/426
286. 靠大树/427
287. 靠坐车/429
288. 靠忠厚/431
289. 靠留心/433
290. 靠快速/434
291. 靠诱惑/436
292. 靠时间/437
293. 靠省劲/438
294. 靠独特/440
295. 靠尝试/442
296. 靠引导/444
297. 靠巧妙/446
298. 靠继承/447
299. 靠虚实/448
300. 靠衔接/450
301. 靠绝招/451
302. 靠推荐/452
303. 靠扎堆/453
304. 靠依附/455
305. 靠个性/457

十一月

306. 靠微笑/459
307. 靠脱俗/461
308. 靠忠诚/462
309. 靠自荐/464
310. 靠风度/465
311. 靠嗜好/467
312. 靠雄心/468
313. 靠名气/469
314. 靠机智/470
315. 靠乐趣/472
316. 靠窍门/473
317. 靠负债/476
318. 靠读报/478
319. 靠决心/479
320. 靠吸收/481
321. 靠不满/482
322. 靠刺激/484
323. 靠改良/485
324. 靠热点/487
325. 靠勇气/489
326. 靠创新/491
327. 靠改进/492
328. 靠巧劲/494
329. 靠创造/496

十月

275. 靠自己/412
276. 靠情侣/414
277. 靠邻居/415
278. 靠上级/417
279. 靠参与/418

- | | | |
|--------------|--------------|--------------|
| 330. 靠实惠/497 | 341. 靠特产/514 | 354. 靠专利/534 |
| 331. 靠了解/499 | 342. 靠庭院/515 | 355. 靠发明/536 |
| 332. 靠集中/500 | 343. 靠种花/517 | 356. 靠兼职/538 |
| 333. 靠听风/501 | 344. 靠快餐/518 | 357. 靠先行/539 |
| 334. 靠耐劳/503 | 345. 靠冷门/520 | 358. 靠烦恼/541 |
| 335. 靠特长/504 | 346. 靠赶潮/521 | 359. 靠妙语/543 |

十二月

- | | | |
|--------------|--------------|--------------|
| 336. 靠劳务/506 | 347. 靠点子/523 | 360. 靠牢骚/545 |
| 337. 靠种地/508 | 348. 靠下海/524 | 361. 靠绝技/546 |
| 338. 靠废料/509 | 349. 靠股票/525 | 362. 靠好奇/548 |
| 339. 靠垦荒/511 | 350. 靠沙龙/528 | 363. 靠借钱/549 |
| 340. 靠生态/512 | 351. 靠热门/529 | 364. 靠贫困/551 |
| | 352. 靠古玩/531 | 365. 靠清洁/552 |
| | 353. 靠经纪/533 | |

1. 靠 创 业

子规夜半犹啼血，不信东风唤不回。

——〔宋〕王令

实例 陈华方高考落榜后随父当起了泥瓦匠。后来偶然的机会，他又进了镇组建的建筑安装公司。在公司期间他努力向技术员和工程师们学习，不久被升为技术队长。但他并未满足，待一段时间后，他对建筑安装的技术、经营已了然于胸，于是毅然辞去公司队长的职务，扯起大旗，创办起了自己的建筑安装公司。公司建立后，他靠着艰苦创业的精神，克服资金不足的困难，精打细算，广集技术人才，努力提供质优价廉的服务，凭着过硬的技术和良好的信誉，终于赢得了客户，公司业务不断发展，除工程队外，下属有碎石厂，水泥预制件厂，砖瓦厂和木材加工厂，经营范围不断扩大。他本人也成了实实在在的大企业家。

启迪 本例启发我们，只有不安于现状，敢于脱颖而出，艰苦创业，才能使自己的潜力加以发挥和施展。千里之行，始于足下。只有迈出勇敢的第一步，才可能有光明的未来。

借鉴 胸怀大志的人，都有一个坚定的创业目标，他们乐观自信，不屈不挠，敢于开创辉煌的事业。三国时著名的政治家、军事家曹操，当董卓乱朝时，只有 30 多岁，身为级别很低的骁骑校尉，但他看清了当时奸逆当道，百姓危难，民心思治的局面，敢于向权贵挑战，先是谋刺董卓未成，后又以过人的胆略独树一帜，布告天下，会聚起十八路诸侯共讨董卓，从而迈出了他削平诸雄、统一国家大业的第一步。虽然没有雄厚的社会基础以及名声、财力，然而强烈的进取心，明确而鲜明的政治目标，清醒的洞察力，这些便是曹操得以开创大业，打开局面的最有力的资本。

推理 万事开头难，敢于开创新事业的人必定具有超人的勇气。而这种勇气来源于平时多方面的培养和锻炼。更为重要的是，创业者要学会在困难的形势下发现自身拥有的优势和长处，扬长避短，善于找到最有利的突破口，选定目标，发起有力的冲击，创业就一定能够成功。

2. 靠 奋 斗

用顽强的劳动，创造明天的工厂。

——〔日〕永野重雄

实例 广州的陈展鸿是靠一步一个脚印的奋斗而发家

的。起初，陈展鸿靠自己的一台缝纫机给街坊邻里补衣、剪裁维持生活。微薄的收入促使他改变劳作方式，参照香港的服装样式，自己设计、剪裁，做成成衣，再放到服装摊档那里摆卖，收益不小。后来他受聘于一家濒临倒闭的服装厂任扭亏增盈领导小组的组长，在这里他兢兢业业地工作，很快就使这个厂由亏损到盈利。可是，由于种种原因，他本来自有的制衣作坊被人查封了，陈展鸿此时一无所有，不得已只好拿些报纸来卖，或是批发一点服装来代销。以后他又受聘于青年时装公司，由于政策的限制，使其刚筹备起来的摊子只能解散，他又一无所有了。然而他未沮丧于命运的不济，他决心东山再起，自己干。他放弃已往的做法，在广州友谊剧院推出了一场“个人时装表演”。这一举动在当时服装样式单一、花色单一的世界里无疑激起千层浪，连香港的舆论界也为之侧目，到此陈展鸿有了一个质的飞跃。1985年他的“壹加壹时装公司”也打出了大旗，如日中升地蓬勃发展起来。

启迪 要想干出一番事业，得从最基本的做起。只要一步一个脚印地不屈不挠地奋斗，就必然成就一番大事业。

借鉴 奋斗是事业有成的根基，那种妄图发横财的人就是怕奋斗的一种狂想。48岁的马宝基是香港金光眼镜制造厂有限公司的总裁，30多年前，马宝基到香港一家眼镜厂做学徒，相当辛苦，一天要做12个小时的工作，通过一年的训练，他掌握了制做眼镜的技术，还吸取了别人的技术和经验，也磨练了他艰苦创业的意志。当他攒够1000港元后，便开始创业，自产眼镜出卖，当时各方面条件都很差，他集老板、工人和售货员于一身，即使这样，每月的开销只可勉强维持生活。一场暴风雨使他的工厂被山泥堵塞，不得不搬。虽说其

两个弟弟也加入，但还是不能维持门面，后来工厂再次搬迁，而且由于越南战争爆发，主要的生意市场也中断了，生活都无法维持，多亏大家互相帮助，才得以渡过难关。尽管经历了几度挫折，马宝基仍然坚持经营，经过 15 年的艰苦奋斗，他的生意才出现一丝曙光。后来，租了一个厂房，摆脱了山寨工场的生产方式，成为一个名副其实的眼镜工厂。此后几年，随着业务不断发展，他发了。

推理 自古至今，凡是有所成就的人，都具有大无畏的奋斗精神，只有坚持不懈，持之以恒，才能达到理想的目的，只有这种奋斗精神的存在，社会才能向前发展，事业才能成功，个人才能致富。许多曾奋斗过的人事业没有成功，就在于没有奋斗到底，或是浅尝辄止；或是半途而废；或是没有坚持再奋斗一下。想成为有作为的人，就要具备生命不息，奋斗不已的顽强毅力。

3. 靠天时

天时即金钱，它是经营者最有价值的资本。

——〔日〕松下幸之助

实例 山西农民王宁养猪发了财，年利 6 万多元；而农民李树文养猪却没致富。究其原因，王宁是 1988 年开始办养猪厂的，当时正值改革开放，许多农民致富无门路，纷纷养起猪来，都竞相到王宁猪厂购买仔猪。王宁靠仔猪发了一笔大财。而李树文却在 1991 年办的养猪厂，当时各式各样猪

场都已兴建起来，个体养猪户也发展起来，养猪已成为普遍现象，仔猪买者不多，靠仔猪发财已失去了天时。

启迪 同是养猪专业户，王宁就能发起家来，李树文却不行，主要原因是天时的因素。王宁养猪赶上了天时，李树文养猪错过了“好时光”，看来天时是相当关键的。

借鉴 提到蒸汽机，人们不免要把它和英国人瓦特的名字联系起来，事实是：1650年，德国人格里凯进行了马德堡半球实验，给后来的发明家以巨大的启示。1696年，法国人巴本制成带有蒸汽机雏型的蒸汽泵。1696年底，英国人赛维利首次造出最原始的蒸汽机，英国铁工纽可门在此基础上于1705年造出人类历史上第一台可供实用的蒸汽机，用于抽取矿山的地下水。

半个世纪以后，瓦特才开始接触蒸汽机，确切地说是在1763年，瓦特受委托修理一台格拉斯哥大学的纽可门蒸汽机模型。这台妙趣横生的模型使瓦特大开眼界，倾心入迷，此后他便醉心于蒸汽机的设计改良。1784年，终于制成性能优异，给产业革命以巨大推动作用的改良蒸汽机。

那为什么瓦特能名噪天下，而巴本、赛维利、纽可门都鲜为人知呢？这是因为瓦特得天时之利，他制成改良蒸汽机时，正值产业革命轰轰烈烈，正需要为这一产业革命提供强大的动力的时代，从某种角度上说是人类历史上辉煌炫目的产业革命成全了瓦特。

推理 天时即金钱，它是经营者最有价值的资本，天时是稍纵即逝的，一去不回头，天时对每一个人都是机遇，但利用得好坏，其效果就大不相同，善于利用天时，可将经营才能发挥得淋漓尽致，如果不会利用天时，发家致富就要付

出更多的代价。

4. 靠地利

经营上的黄金规则可一言而蔽之：市场是创造出来的。

——〔美〕哈罗德·孔茨

实例 开茶馆，靠卖茶水赚钱，在一般人看来，似乎是无甚大利。王某夫妇二人，在杭州虎跑泉附近摆摊卖茶水已有十余年。赚了多少钱，问这老夫妇，他们笑而不答，那20多个座席几乎从早到晚，一年四季，很少有空席，就在盛暑天，站着喝凉茶的人，也是接连不断。“虎跑泉水龙井茶”，到杭州之人，无不慕名而来。可见地利在经商中的作用。

启迪 经营者往往都有这样的共识，即地点选择得好坏是决定利润大小的关键，开店就要开在最能获利的地方，这已经成为一种常识，但是，对这种常识如何运用得千变万化，那就看出商战水平的高低了。

借鉴 地利的重要性是人人都懂的道理，似乎仅仅是选择个好地方就一安百安的事。殊不知正是选什么样的地方才算是最佳位置，就正是会使人大伤脑筋的事。

日本的麦当劳立于银座三越百货正中央，老板藤田曾说过：犹太人之所以能很容易地致富，就是因为他们非常重视店面地点的选择。银座虽然是个闹市区，但也并不是在银座内任何一个地方开店都会赚钱。倘若当初不是选中这个地方，

而是在离三越 10 米处开店，那就绝不可能有现在每天 200 万元的高营业额。所以即使是相距 10 米，也绝不能忽视，否则将会失之毫厘而差之千里。

推理 地形者，不仅是兵之助，也是商之助也。现在看来用兵也好，经商也罢，都离不开“立地第一”，经营者欲选择一个比较理想的地面，就要全面、充分地权衡自己所欲经营的项目达到地利效果的各种因素和可能，而且还要有长计划短安排等各种行之有效的措施相辅，唯如此，才能达到地利之效。

5. 靠人和

“天时不如地利，地利不如人和。”

——〔战国〕孟子

实例 1992 年，王淑珍出任山西省进出口公司总经理以来，出口创汇 1 288 万美元，出口收汇 1 328 万美元，自行消化三年政策性挂帐亏损 364 万元，实现盈利 49 万元，跨入省级先进行列。

红花还得绿叶扶。这个公司之所以取得这样辉煌的成就，主要是它有一个坚强的领导核心，有可爱的职工。说起班子里的成员，王淑珍十分动情。她的一班人，精诚团结，互相支持，严于律己，率先垂范；她的中层干部，朝气蓬勃，英姿勃发；近一半的“半边天”，更是群芳竞秀、巾帼不让须眉；还有她可爱的职工，以公司为家，与公司荣辱与共。这一切