

第一流的 赚法

李晋 编

■ 走向发达丛书

朱兵 主编

中国发展出版社

图书在版编目(CIP)数据

第一流的赚法/李晋编. —北京: 中国发展出版社, 1998. 2

(走向发达丛书/朱兵主编)

ISBN 7-80087-292-0

I. 第...

II. 李...

III. 商业经营-普及读物

IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 24828 号

中国发展出版社出版发行

(北京市西城区赵登禹路金果胡同 8 号)

邮政编码: 100035 电话: 66180781

国防科工委印刷厂印刷 各地新华书店经销

1998 年 2 月第 2 版 1998 年 2 月第 1 次印刷

开本: 1/32 850×1168mm 印张: 12.75

字数: 294 千字 印数: 1—10100 册

定价: 17.80 元

本社图书如有印装差错, 可向发行部调换

编者的话

在我国市场经济的大潮中，如何经营，如何“下海”，为许多人所关心。本书所介绍的，就是一些发达国家（主要是日本）的经营者与企业家艰苦奋斗，创造事业，发财致富的做法与经验。

本书不同于一般的经济理论书，它不是谈经济范畴和规律这类大道理，而是讲创业致富的故事。讲外国企业家如何克勤克俭创业，如何经营，如何推销，如何动脑筋赚大钱，成为各类“大王”，成为亿万富翁的故事。读来能引起人们的兴趣，更能引发人们的思考。

本书有如一部电视连续剧。全集400个条目，一篇一个经营观点，一种销售方法，一项成功创意，内容涉及各行各业，信息性强，读者可以各取所好。

愿有志创业的朋友们读了本书后，能有所裨益，在事业上获得成功，发财致富。

本书基本上取材自海外华文报纸，尽管作了篇目归类，加工订正，但仍受原文限制，内容不够完整，体系性不强，文字有欠妥当。谨希谅解。

编者

1993年5月

再版小识

中国发展出版社编辑部的朋友告诉我，1993年初版的这本原名《教你赚》的书，读者喜欢其实用性，并嘱意再版。

现在利用再次出书的机会，对文字作了少许修饰，移动了个别篇目。

谨识。

编 者

1997年10月

目 录

世界著名经商法 (1)

为自己扬名的原价销售法 (1) / 效果显著的三角经营法 (3) / 三流产品让人看成一流 (6) / 赚大钱的租赁经营 (8) / 步行街上的商战 (12) / 银座经营法 (14) / 不宣传也能争霸天下 (15) / 自抬身价跻身大公司 (17) / 抓住机遇, 先发制人 (21)

成功经营方策 (26)

商品的符号化经营 (26) / 因时制宜的经营 (29) / 走人家不敢走的路 (31) / 取悦每一位顾客 (31) / 针对有钱人的需要 (33) / 兼差和本业 (35) / 成功的企业家不会莽撞 (36) / 免费经营一星期 (37) / 周末公司 (39) / 价格灵活调整 (40) / 善创新的超级商场 (41) / 靠自动售货机致富 (42) / 大招牌的效用 (43) / 租用“名商号”以广招徕 (44) / 把名商标摘下一样畅销 (44) / 慎选代理商 (46) / 买卖二手货赚大钱 (48) / 组合商品业大发利市 (49) / 组合经商法 (50) / 小鱼钓大鱼的商法 (50) / 小鱼吃大鱼生意法 (51) / 展示光明远景的招商法 (52)

各种行业的经营方法 (54)

商品代购业 (54) / 店铺银行 (55) / 流动修理店

(57) /大型汽车商店 (59) /出租滞销公寓 (60) /售公寓新法 (60) /出租别墅 (61) /巴士公司的新花样 (63) /运输公司妙招 (64) /豪华旅游巴士 (66) /晴天雨天都赚钱 (67) /植树种花作纪念 (68) /不要怕有人反对 (70) /连锁饮食店 (71) /餐厅经营花招 (72) /以廉价咖喱饭招徕顾客 (73) /替你举办宴会 (74) /东京的中国菜大王 (75) /节省咖啡的方法 (76) /“爱爱”服务公司 (76) /家教企业化 (78) /邮市风云 (80) /小木展店靠服务赢得顾客 (83)

成功推销术 (84)

推销员成功法 (84) /销售技术八大要诀 (85) /销售的合理化 (86) /推销员的六个大敌 (90) /讲故事推销 (92) /东京国际商品公司的销售法 (93) /打折扣销售法 (96) /利市百倍的大拍卖 (97) /多销妙法 (99) /速战速决 (100) /吃亏就是占便宜 (101) /不会碰壁的新行销法 (103) /日本的标价销售 (104) /最能干的推销员 (105) /人的包装 (109) /男性的魅力 (111)

专业销售法 (114)

抓住顾客的方法 (114) /创造大流行的技巧 (116) /双轨并进的销售战略 (117) /好的产品不会滞销 (118) /名称得当,销路才旺 (119) /不卖货品卖好运 (121) /客人要求什么 (122) /外行也能赚大钱

(123) / 现金交易和拜访销售 (125) / 不景气时代销售
法 (126) / 如何畅销不衰 (126) / 休假也不忘顾客
(127) / 美人引诱战术 (128) / 预约销售, 买空卖空
(129) / 有奖销售机的销售 (130) / 邮购业的先河
(132) / 看不到山顶不要钱 (133) / 推销保险的新招
(134) / 化妆品销售新法 (135) / 受欢迎的菜单
(137) / 错觉销售法 (137) / Staff 美容健康器的销售
(138) / 便药配备销售法 (139) / “安便器”是怎样畅
销的 (140) / 推销书籍要标新立异 (141)

为消费者着想 (143)

最伟大的商人 (143) / 不会赚钱的林肯 (144) / 诚实
经商法 (146) / 上下团结的公司有前途 (147) / 为消
费者着想 (148) / 满足客人的需求 (150) / 让顾客有
兴趣 (150) / 利用录音带改善业务 (152) / 深知顾客
的需求 (153) / 对人关心, 事业有成 (154)

商场广告战 (156)

扭转劣势的战术 (156) / 向天空动脑筋 (159) / 公用
电话广告板 (161) / 别人免费, 自己赚钱 (161) / 利
用公共设施做广告 (162) / 夜空幻灯广告 (163) /
“迷你”广告 (164) / 店前的活广告 (164) / 活动小广
告 (165) / 夸耀女性腿部美做袜子广告 (165) / 利用
秃头做广告 (166) / 钢琴畅销秘诀 (167)

商战情报与宣传 (168)

商情公司 (168) / 目录情报业 (169) / 靠快捷而准确的情报致富 (171) / 搜集资料, 贩卖情报 (172) / 提供情报的“年轻人公司” (173) / 艺术界情报业 (174) / 不可吝惜宣传费 (175) / 出人意料的宣传 (176) / 设置宣传单箱 (177) / 集中天下视线 (177) / 用大象作宣传 (178) / 助人为乐的宣传 (178) / 自我宣传 (179) / 会动脑筋成文豪 (179) / 销售作品的妙法 (180) / 毕加索的画是怎样抬高价钱的 (180)

民主管理, 企业发达 (182)

最好的研究员是大众 (182) / 广求新创意 (185) / 让员工当老板 (188) / 外行有时比专家强 (190) / 圆形会议桌的效果 (191) / 创新的人大受欢迎 (191) / 假设敌国 (192) / 会用人事业发达 (194) / 快速提升 (195) / 与企业同生死 (197) / 经营银行的创意 (198) / 条条大路通罗马 (200) / 理发师的创意 (201) / 小生意大成法 (202)

动脑搞发明致富 (205)

动脑致富 (205) / 日本发明大王丰田佐吉 (209) / 安全别针的发明 (215) / 可口可乐的问世 (218) / 发明缝纫机的三个人 (221) / 企业界对发明的需求 (223) / 从小发明入手 (223) / 帮助别人搞发明 (225) / 新技术、新发明 (225) / 氧气供应器 (228) /

安全刀片的发明者 (230).

创意妙策兴业 (231)

赚钱的新创意——以智致富法 (231) / 3000 万美元的创意 (233) / 突破传统的想法 (234) / 密封冰淇淋 (235) / 买卖别人不要的东西 (236) / 悠闲谈话室 (236) / 新产品介绍公司 (237) / 装个电话日赚 8 万日元 (238) / 赠送新婚夫妇的祝福卡 (239) / “迷你裙” (240) / 农民企业家 (241) / 可口可乐的瓶子 (242) / 自然牛乳 (243) / 蜂蜜冰淇淋 (243) / 纸制衣服大发利市 (244)

革新创造发财 (246)

开发你的头脑 (246) / 新型衣架 (247) / 窗电扇 (248) / 电扇的改进 (249) / 专通管路 (250) / 塑料软管的新用途 (251) / 新型净水器 (252) / 侦察漏水 (253) / 助燃液剂 (254) / 新防污剂 (255) / 碾米技术的改良 (256) / 不辣咖喱粉 (257) / 防湿的小孔 (258) / 包装提高商品价值 (258) / 简明电话号码表 (259) / 发掘新用途 (260) / 没有襟领的衬衫 (261) / 新西装布里 (262) / 信封的革新 (263) / 可爱的封签 (264) / 附带温度计的汤匙 (265) / 魔法带 (266) / 垒 (榻榻米) 再生公司 (267) / 废物利用 (268) / 塑料再制品 (269) / 鱼标本 (270)

出奇制胜创伟业 (272)

出奇制胜 (272) / 大杂烩样样都来 (273) / 发脾气发财 (275) / 出版招贴赚大钱 (276) / 新奇抹布大受欢迎 (276) / 修好全国的缝纫机 (277) / 尽量表现求成功 (278) / 轮船旅游新花样 (279) / 清扫垃圾生财 (280) / 现代的慰问袋 (281) / 拍摄结婚纪录片 (282) / 药茶搭配高朋满座 (282)

新兴生财行业 (285)

美国的新兴行业 (285) / 日本警备保障公司 (287) / “昨天的音乐”公司 (290) / 电脑健康诊断 (291) / 结婚典礼预习生意 (293) / 解决夫妻生活问题 (294) / 手制装饰品 (295) / 联营骑马场 (297) / 野外射箭场 (298) / 时髦消遣品：太空气球 (299) / 海外旅游研修会 (300) / 财产继承人搜索发现公司 (301) / 开玩笑室生意 (302) / 打孔游艺纸 (303) / 家具出租公司 (305) / 介绍房地产 (305) / 宠物罐头业 (306) / 污染时代的生财之道 (307) / 驾倒土车打天下 (308)

吃喝玩乐新产品 (311)

异军突起的半熟蛋 (311) / 低热量饮料 (312) / 白色泡泡糖 (313) / 生啤酒冷冻柜 (313) / 洗米杯 (314) / 特殊冲洗便器 (315) / 人工太阳 (317) / 书套盒里的财富 (318) / 签名笔 (320) / “偕老同穴”大发利市 (321) / 育儿自鸣琴 (321) / 新式童车

(322) /催眠诱导机 (324) /尿床矫正器 (325) /特效
防虫袋 (325) /防火液剂 (326) /最新防火防盗器
(327) /耐高温树脂液 (328) /新型侧视镜 (329) /闭
路电视的兴起 (330) /新型电影 (331)

日常生活新技术 (332)

超声波美容器 (332) /左撇子用具专卖店 (333) /新
创意获大利 (333) /以草的种子致富 (334) /手工制
品流行时代的衣服 (336) /用电脑做西装 (336) /复
制名画 (337) /速成人头塑像 (339) /即席冰
(340) /壶盖小孔 1 亿日元 (341) /有毛的绒毡
(342) /汽车装饰品 (343) /代替瓷砖的新建材
(345) /新型自动灭火装置 (346) /室外避难缓降机
(347) /创造新土地 (348) /利用废洞穴 (349)

克勤克俭创业 (351)

世上没有苦命人 (351) /努力奋斗, “为父报仇”
(352) /出汗出力创业 (353) /流汗就是金钱 (355) /
刻苦耐劳, 防微杜渐 (356) /矿物产品 (357) /免费
供应清水 (358) /苦练才能优秀 (359) /让别人替你
努力 (360) /别想依靠别人 (360) /行人也是顾客
(362) /看屋顶色彩选地点 (362) /票价减半时才进去
(363) /穿破皮鞋的富翁 (363) /穿草鞋的大老板
(364) /银行大王始于一根针 (364) /第四还是储蓄
(365) /在国内学外国新技术 (365) /收拾废物
(366) /最大的破烂摊 (367) /创制牛仔裤的青年

(368) / 善于创造机会的少年 (369) / 随身带着磁铁
(370) / 碎桧木作酒瓶 (370) / 养猫发财 (371) / 音乐
函授 (371) / 克勤克俭的华侨 (372) / 书中自有黄金
屋 (373) / 自修成大发明家 (373) / 弗兰克林的苦读
(374) / 最有价值的教育 (375)

世界著名经商法

为自己扬名的原价销售法

东京横山町有名的岛村大楼业主、岛村产业公司及丸芳物产公司董事长岛村芳雄，当初背井离乡来到东京一家包装材料店当店员，每月薪金只有1.8万日元(当时约合人民币180元)，还要养活母亲和三个弟妹，因此他时常囊空如洗。

岛村回忆说：“下班后，在无钱可花的情况之下，我拥有的惟一乐趣，只是在街上走走，欣赏人家的服装和所提的东西。”

岛村落魄不丧志

对这种凄凉落魄、身无分文的生活，他并没有发过牢骚，也没有改变他爽朗的性格。

有一天，他在街上漫无目的地散步时，注意到女性们除了都拿着自己的皮包之外，还提着一个纸袋，这是买东西时商店给她们装东西用的。

“嗯！提这种纸袋的人，最近越来越多。”

触动就是成功的开端，在对一项事情发现端倪之后，对它的兴趣日益加深，然后把思想凝注在这事情上面开始下苦功，就可慢慢地走上成功之路了。

两天后他到一家跟商店有来往的纸袋工厂参观，果然，如他所料，工厂忙得像刚发生火灾的现场一样。参观之后，他毅然决定非大干一番不可。“将来纸袋一定会风行一时，做纸袋绳索生意

是错不了的。”

但是资金问题一直困扰着他。最后他决心硬着头皮去向银行贷款。可每一家银行不仅不把他放在眼里，有的甚至还以对待疯子的态度对待他。

“我每天前去走动拜访，总有一天他们会改变主意的。”他如此想，于是就决定把三井银行作为目标，连续不断地前去展开波浪式攻击。

皇天不负苦心人。前后经过3个月，到了第69次时，对方终于被他那百折不挠的精神所感动，答应贷给他100万日元。

当朋友、熟人们知道他获得银行贷款100万日元时，他们也纷纷帮忙，最后共有200万日元的资金可运用。这样，岛村就辞去店员的工作，立即设立丸芳商会，开始了贩卖绳索的业务。

岛村深信，虽然他的条件比别人差，但用自己新创的“原价销售法”干下去的话，一定能在竞争激烈的商业界立足的。

原价销售的做法

岛村的原价销售法相当有名，但方法很简单，没什么花招。

首先，他前往麻产地冈山并找到麻绳厂商，以0.5日元的价钱大量买进45厘米长的麻绳，然后又照原价卖给东京一带的纸袋工厂。

完全无利润反而赔本的生意做了一年之后，“岛村的绳索确实便宜”的名声远播，订货单从各地像雪片一样飞来。

于是岛村就按部就班地采取行动。他拿购物品收据前去订货客户处诉说：“到现在为止，我是一毛钱也没赚你们的。如果让我继续为你们这样服务的话，我便只有破产的一条路可走了。”

这样的结果，是客户为他的诚实做法深受感动，心甘情愿地把每条麻绳的订货价格提高为0.55日元。

同时，他又到冈山找麻绳厂商商洽：“您卖给我一条绳索0.5日元，我是一直照原价卖给别人的，因此才得到现在这么多的订

货。如果这种无利而赔本的生意让我继续做下去的话，我只有关门倒闭了。”

冈山的厂商一看他开给客户的收据存根，也都大吃一惊，这样甘愿不赚钱做生意的人，他们生平头一次遇见，于是就不假考虑，一口答应以后供应他一条绳索只算 0.45 日元。

这样，一条赚 0.10 日元，以当时他每天的交货量 1000 万条算起来，一天的利润就有 100 万日元，比他以前当店员时 5 年的薪金总和还要多。

创业 2 年后，他就成为名满天下的人，同时把丸芳商会改为公司组织。

他的成功，究其原因，是他有先见之明，在 10 多年前就能预料到纸袋流行的时代一定会到来。

其次是他的原价销售法得到了商业界的信任，使得他不花一文宣传费，顾客便自动替他宣传，从而无往不胜，在几年间就从一个穷光蛋摇身一变成为日本绳索大王。可以说，他的原价销售法，即是“吃亏就是占便宜”销售法，是一种最机智、最高超、神力无穷的经商法宝。

效果显著的三角经营法

樋口俊夫 30 年前在大阪市买了一栋面积只有 26 平方米的木造平房开办樋口药局。开业后很长时间每天的销售额平均只有日元 1000 元。当时连吃稀饭都有问题，日子真是难过，有时候饿得他头晕眼花。

穷极无聊。有一天，为了打发时间，他读一本关于进攻与作战方面的书，使他得到很大启发。

军事书的启发

当时进攻方进攻的据点假定会陷入腹背受敌的艰苦局面，就

容易被包围消灭。他想：“一个小店如果数家联合起来，保持密切的联络，以三角形或是四角形，就是采取包围体制，把消费者包围起来，使消费者别无选择，使别的药商无法插进来，这样可以控制较大的生意面。也把圈里别的药局紧紧地包围住，这样不能消灭它也能压倒它。这样做，一定能在药品销售界中脱颖而出。这跟下围棋一样，在棋盘上只有一个棋子时它是脆弱的，丝毫不能发挥力量，但它跟几个棋子连接起来就产生了力量，再下几个棋子就能成为强力无比的地盘。”

“把现在的小店作为据点（起点），以全力攻下大阪市，把它作为扩展的地盘，然后再向全国发展。”

这是他的进军全国的大计。大计定好，他就豪迈地向目标迈进，格外努力经营。其后手边有了少许钱，他就开始收买或租下能够互相支援的小店。菜市场里的 7 平方米左右的小店，价钱便宜，他就买下来。看到贫民街有破旧小店面出租，他就租下来改装为药局。

看他如此无视药局的外表，只热衷于改装小店，大阪市药局老板们都捧腹大笑。

樋口越被人笑，他就越有劲地干。

三角商法的威力

不久，拥有了几家小店后，樋口的三角商法逐渐发挥了令人吃惊的威力。就是说，三角形内有 A、B、C 三店；A 店一店做宣传，就等于 B、C 二店在做宣传。C 店宣传，就等于 A、B 二店在大肆宣传。

三店合起来可一起进货，这样进货量就多，进货成本就可降低。

其中 A 店如果一部分药品缺货，电话一打给附近的 B 店或是 C 店，立刻就能够从 B、C 店得到补充和支援。这样能给人一个印象，樋口连锁店的药品是充足的。事实上，它们可互相通融，互

相利用，任何一家小店都成为一家无所不备的药局了。

被这三店包围的地盘完全被他控制之后，就以 AB 或 AC，或是 BC 作为底边，再进一步新设 D 店。

这样只新开设一店，就会再产生一个新的强有力的三角形生意圈。

A、B、C 三店已经是控制三角形内的强而有力的店铺，所以跟它们连结起来的 D 店虽然是新开的，但它与强有力的老店连结，就无后顾之忧。以围棋来比喻，它虽是独子，但不是孤立的，绝对没有被吃掉的危险。

这样只新设一个据点就能控制一个新的、能发挥威力的三角形的广阔的地盘了。

樋口商法大成功

当刚开始扩张时，他的店面都很简陋。为了补救这种缺点，樋口便要求店员对顾客做到尽善尽美的地步。对待顾客，店员时常满脸洋溢着欢悦和恳切之情。这种做法正符合做生意的原则，薄利多销，给客人良好印象，跟客人产生感情，良好的信誉跟增设小店齐头并进。因此，樋口连锁店的名声愈传愈大，销路好，药品畅销，进货成本更可降低，他就再把销价降低。樋口连锁店物美价廉的名声自然就传播得更快更广了。

这样，樋口一创业就善于运用三角商法战术并善待客人，经过 30 年从未间断的奋斗，他的连锁店一家又一家像雨后春笋般在日本各地出现，三角形生意面越来越大。如今他的连锁店已有 520 家，还在不断增加中。樋口药品连锁公司的销售额去年占了日本药品总销售额的 11%（包括外销）。这项成绩是惊人的。许多药品制造厂，它们销售量的 50% 以上是售给樋口公司的。

樋口的三角商法神通广大，并已大功告成。他建成了一个规模宏大的连锁组织网络，而且创造出优异的业绩。但他永不自满，仍在更加勤勤恳恳地醉心于事业，樋口的前途肯定是不可限量的。