

商品经济大观园

李继祥 李素贤 编著

辽宁人民出版社



5-49

商品经济大观园

Shang pin Jing ji Daguan yuan

李继祥 李素贤 编著

辽宁人民出版社出版、发行（沈阳市南京街6段1里2号）
沈阳市第九印刷厂印刷

字数：130,000 开本：787×1092¹/₃₂ 印张：6³/₄
印数：1—10,000

1988年9月第1版 1988年9月第1次印刷

责任编辑：王建忠	版式设计：杨美葵
封面设计：杨 勇	责任校对：王木子

ISBN 7—205—00694—5/F135(ZF)

定价：1.75元

《涉外经济》丛书编委会

顾问：谢新观 裴 烽 马临堂 李凤鸣 王永多
陶增骈 张国新 鲁振昌 徐建源 丛正龙
任洪林 于国磐 于均波 李志达 王维英
吴 辉 李文沛 郝廷德 吴伯秋 郭景贤
何晓淳

主 编：冯玉忠

副主编：华玉洪 赫 朋 李继祥 胡锦雪 梁文生

编 委：冯玉忠 华玉洪 赫 朋 李继祥 胡锦雪

梁文生 刘玉良 高国辉 姜成林 尚清利

薛乃昌 王 克 贺 伟 王新民 李庆祥

杨玉凯 韩 毅 崔日明 刘德军 王家斌

目 录

醒悟	(1)
“大声的吻”	(2)
圣诞抢购行动	(3)
忌讳	(5)
从梧桐树下24个商人开始	(8)
巧联救活一爿店	(10)
西方现代工业间谍活动拾零	(11)
孔子后裔经商	(13)
“东方奥纳西斯”的抵押术	(14)
刘颇摔瓦瓮	(15)
老摩根卖蛋	(16)
“驱逐”	(17)
国际贸易中的“围剿”与“反围剿”	(18)
“请速运来一万双鞋”	(21)
福特的“特”	(22)
打落茅台酒	(23)
雇船到唐汉纳克海岸	(24)
把一条腿伸到车轮底下	(25)
王子和总统当推销员	(26)
灰姑娘	(27)
两“可”之争	(28)
“30189”和“40000”	(31)

自我推销术.....	(33)
经理们戴上了手铐.....	(35)
“蜜蜂军团”	(38)
维顿家族的“匮乏战略”	(39)
征联.....	(40)
寺田千代乃的阿托搬家中心.....	(41)
不让戴高乐总统参观.....	(44)
烟幕广告.....	(46)
“请给我放点盐!”	(47)
李代桃僵.....	(48)
真正的“杀人凶手”	(49)
1/4秒的速度和每隔5秒的频率.....	(50)
范仲淹利用价值规律.....	(51)
奥秘.....	(52)
小铜牌.....	(54)
“左撇子”的福音.....	(55)
撞车事件与经理制.....	(57)
“来大熊”购货吧!你从未见过那么便宜的商品... (58)	(58)
天方夜谭新篇.....	(60)
跳蚤市场.....	(62)
奇妙的非整数.....	(63)
伏特加提价 1 美元.....	(64)
“如意”为何遭冷遇?	(65)
中了圈套.....	(66)
从“马粪”发家.....	(67)
“申请在先”	(69)

流动美容院.....	(70)
敢做“大梦”	(71)
曼岛发行塑料钞票.....	(73)
总裁的突然被解职.....	(74)
施密特总理文件包内的“920”	(76)
Coca——Cola 发家史.....	(78)
“敝店出售的陈年老酒一概掺水10%”	(82)
牛仔裤大王的兴衰.....	(84)
姜子牙做买卖.....	(87)
“M”形标志的麦克唐纳快餐店.....	(89)
景泰蓝技术的失密.....	(91)
24小时备战体制.....	(93)
屁股底下坐着5分镍币.....	(94)
摔汽车 扔手表.....	(95)
东瀛经济界的《三国演义》研究热.....	(96)
“贝贝”尿布的诞生.....	(97)
结婚礼物登记.....	(99)
“先生，请您换一条领带”	(100)
成功者=冒险魄力+成本细心.....	(101)
避开.....	(102)
日本的“自己动手”行业.....	(103)
“言不二价”	(105)
“移动商店”	(107)
不慎泄秘——“大王”桂冠从此失去.....	(109)
“凤辣子”的三招.....	(111)
黑色——加工资.....	(112)

多数谬误.....	(113)
“一英镑一只，不用找零”.....	(115)
“聚堆”.....	(116)
卷烟货币.....	(118)
说者无意 听者有心.....	(120)
“索勒德月”.....	(121)
一场香烟商标的官司.....	(123)
请注意你的仪表！.....	(125)
拿破仑与玻璃罐头.....	(126)
“泰康”打败“沙利文”.....	(127)
凹凸铁模压出的饼与耐克运动鞋.....	(129)
智斗英美烟商.....	(131)
索尼商号的由来.....	(135)
从“米酒”“绣花拖鞋”到便宜没好货.....	(137)
保密协定.....	(138)
比较战术.....	(139)
会“爆炸”的钞票.....	(140)
史洛安的“怪癖”.....	(142)
洋油和洋灯.....	(143)
茶庄选址和钓鱼.....	(144)
火烧希特勒臀部.....	(146)
约翰·肯尼迪总统的尝试.....	(147)
三类角色·革新至上·内部竞争.....	(148)
欧美逐鹿·胜负难断.....	(151)
“牛市”“熊市”.....	(154)
日美“半导体战”的由来与升级.....	(157)

美钞秘闻·····	(161)
“奔驰”百年轶闻·····	(163)
教授的修车行当·····	(165)
景德镇之谜·····	(166)
消费者减价的“改革斗士”·····	(168)
股票市场上的两位大赢家·····	(169)
价格低——不买，怪乎？·····	(171)
推导·····	(173)
禁忌和偏爱·····	(174)
盲人工作效率高·····	(175)
免费喝啤酒·····	(176)
“鸡胚宝宝素”之战·····	(178)
商品身份证·····	(180)
柯达为什么“尊敬”富士？·····	(181)
“老板无主意”商店·····	(182)
“5分钱商店”·····	(183)
“闲”妻良母·····	(185)
断鞋计·····	(188)
Doutor——高级咖啡站着喝·····	(190)
迎着人流挂·····	(191)
泡影·····	(193)

醒 悟

被香港称为“领带大王”的曾宪梓，在其创业初期成立了“金狮领带公司”，从事金狮牌领带生产。该产品质地优良、价格便宜。但在崇尚名牌的香港市场上，他的金狮牌领带榜上无名，生意十分清淡。曾宪梓苦苦思索，始终不得要领。后来，一位朋友提醒他，用“金狮”作为商标，香港人忌讳。因为不少香港人喜欢赌马和搓麻将，“金狮”和广东方言的“全输”同音，人们怕不吉利，自然不愿买他的领带。朋友的指点，使曾宪梓茅塞顿开，经过反复思考后，他决定把领带的商标改为“金利来”这个含意吉利的名字。新商标一出现，销路很快见好。

某国生产的一种Nova牌汽车，在北美畅销，在南美却滞销。因为Nova原意为“新星”，但按西班牙语则可理解为“不走”。而南美绝大多数国家，如哥伦比亚、委内瑞拉、智利、阿根廷、乌拉圭等都讲西班牙语。在这些国度中，“不能走”的汽车当然无人问津了。

又如，我国生产的一种名为“芳芳”的唇膏，虽然质量很好，但投放美国市场后却长期无人购买。原来，“芳”字在汉语中是“芳香”、“芬芳”、“美好”之意，译成英语“Fang”之后，意思竟成了“蛇的毒牙”！难怪那些想买唇膏的女士，一看到它就毛骨悚然，退避三舍了。

前几年，我们曾向西方国家出口了“马戏”牌扑克。“马戏”牌扑克上的汉语拼音“MAXI—PUKE”，如当作英

文来看也读得通，不过意思却是“最大限度的呕吐”！为娱乐而买扑克的顾客，自然望而生畏，不感兴趣了。

要想打进国际市场，企业必须了解不同地区、不同国家的语言文化差异与商品牌名间的关系。这是我们应该醒悟的道理。

“大声的吻”

上海某宾馆的一种服务广告（英文）称：“正餐、小吃、饮料24小时服务到房，”其中“小吃”的英语“snacks”给错写成“smacks”（意为“大声的吻”）——顾客看后惊讶不已——这家宾馆真的有这种服务吗？！

圣诞抢购行动

圣诞销售旺季是卡勒夫超级市场一个最忙乎的日子。一天早晨，市场外忽然开来了7辆小型运货卡车。16个手持支票簿的人跳下车走进拥挤的商场，乘大减价之机，抢购了从奶油到方便尿布的各种商品，扬长而去。这些商品被运回到袭击者的老巢——另一家同卡勒夫竞争的超级市场，立刻被放上货架，抬高价格出售。

在这次奇怪的抢购的前几天，卡勒夫这个全法国最大的超级市场之一在报纸上登出两页广告，大胆地把卡勒夫的商品价格同其他超级市场作对比，其中有些商品的价格低得几乎使其他商场的同类商品找不到一个买主。这导致了卡勒夫的竞争者们精心策划了圣诞抢购行动，此举使他们不受任何损失地同卡勒夫的价格“打平”，并挖空了卡勒夫的库存。这次袭击是正闹得不可开交的超级市场间的商业战中最惊心动魄的一幕。

这样的对比性广告是违反法国商业法的，然而它仍在法国迅速蔓延。许多“消费者利益的维护人”正竭力迫使这种广告合法化。他们要求让购货者知道哪一种价格是最合算的，因为法国政府几乎不去考虑降低每年近9.3%的通货膨胀率。

密特朗总统迄今为止对这个问题仍感棘手。法国的官员们承认他们尚未限制这种对比性广告，因为这种广告至少已成功地使物价下降。另一方面，政府却抵制来自消费者同盟

的压力，拒不通过使对比性广告合法化的提案。

看来只要政府不置可否，对比性广告就会继续下去。大多数报纸正乐得从这场广告战中捞取实惠。方兴未艾的有线电视系统也跃跃欲试。一位消费者同盟理事说：“我们不能阻止对比性广告。挂羊头卖狗肉是非法的，那么挂羊头卖羊肉怎么会不合法呢？”

忌 讳

与美国商人打交道时，如探问人家的年龄、婚姻状况、收入、财产、宗教信仰和政治倾向等将被认为是干涉隐私的无礼行为。美国人的观念是：上述隐私就象私人房产一样属于神圣不可侵犯的领地。打听个人隐私无异于随便闯进房屋主人的内室翻箱倒柜一样不可原谅。

一个外国商人来到英国，如果他系了一条带条纹的领带，那将是一个严重的错误。因为这种领带可能是军队或学生校服领带的摹制品，这样就会遇到麻烦。此外，以皇室的家事作为谈笑的资料差不多是同样严重的错误。还有，不要把英国人称为英国人，因为“英国人”的原意是英格兰人，而和你对话的人可能是苏格兰人、威尔士人、北爱尔兰人或爱尔兰人，而不列颠这个称呼则会使所有的英国人都感到满意。

在法国要注意不要对同你谈交易的商人过多地提个人问题，法国人不喜欢涉及他的家庭私事和生意秘密。另外，在拜访并参加晚宴的前夕要送鲜花给主人。但切记，不要送菊花，因为在法国，菊花只在参加葬礼时才送。除了鲜花和礼品外，法国人更喜欢经商的客人，在一笔大生意成交之后往往举行一次特别的活动。

德国人比较注重形式，特别是在德国北部，商人要穿上坎肩并喜欢戴上毡帽以显示自己的身份。如果你的德国对手的头衔是博士，那你是要时刻记在心头上，并要多次地使

用这个称呼。握手是没完没了的，商人们见面或者离开总是互相把手握了又握。特别要提醒的是，如果帮助对方把外衣穿上那是有好作用的。必须对事情有充分的了解和准备才能开始会谈，德国商人很忙，他们不喜欢漫无边际地闲聊，如果你应邀作客，那么鲜花是你送给女主人的最好礼物。但记住，别送红玫瑰，因为它是赠送情人的礼品。

来到中欧的瑞士后，寄信要寄给公司，不要寄给个别工作人员。如果当事人不在，那封信在瑞士是永远不会打开的。瑞士人的一个独特之处是对老牌公司的崇拜。如果你的公司建于1895年，你一定要把这一点打印在你的名片上，它的作用比你想象的还要大。

芬兰商人喜欢在谈话时称呼他们的职衔，如果你不知道怎样称呼，你就叫他经理好了，芬兰人对此总是高兴的，尽管他可能不是经理。芬兰商人是留有余地和比较保守的，当他们终于作出决定的时候，握手就象书面合同一样有效。谈判通常在办事处进行，而不是在宴会上。

如果你应邀到商人家里做客，你应当准时到达。你不要忘了带花给女主人（要单数，5朵或7朵就行了）。在主人向你敬酒之前，你不要先动嘴品尝。

要避免谈论政治，特别是不要谈论芬兰的中立和社会主义。

除了芬兰外，在北欧的其他国家，如丹麦，当你被邀到同行家作客时，千万不要忘了带上鲜花，或者是带上一些非同一般的精美礼品。在挪威，如果要做到完美无缺的话，客人应在他出席晚宴的第二天送一份礼品给主人。

在东南亚国家，谈交易的时候不要翘二郎腿，那样就有

可能破坏成交的机会。假如不知不觉地把一只脚颠来颠去，以至鞋底朝向了对方，这笔买卖就吹了。哪怕是无意中稍微碰了对方一下，也会被认为是不可忍受的。

在日本，如果你在参加商业晚宴的过程中，由于某种原因想提前离去，那你千万不要向别人作正式告别，因为日本人把此种场合作正式告别视为扰乱宴会气氛，打搅其他在场的宾客。

从梧桐树下24个商人开始

纽约华尔街11号门口有一块醒目的铜牌，上面铭刻着：“纽约股票交易所，这个买卖证券的中心市场建于1792年，为每日聚集在附近一棵梧桐树下的商人所建……”

华尔街的股票证券交易要早于这个交易所的诞生。1790年，刚刚诞生的美利坚合众国政府决定发行8500万美元巨额的“公共股票”，即政府公债。但是如果投资者把钱长期投在政府公债上，那在急需金钱之时就会产生困难。假如有一个可以买卖国债券的市场，则可能使更多的人踊跃购买股票。一批商人认准了这个在每一张国债券最后兑现之前，可能要倒手几次的证券交易潜在市场，开始在华尔街街头经营证券转手生意，从中获取佣金。在1792年5月17日，有24个商人在华尔街上的几棵梧桐树下，正式商定了交易的日期及互惠条件，形成了今日闻名世界的纽约证券交易所的雏型。

几年以后，华尔街的证券交易已越过国债券的范围，发展到数10个品种的证券，并且向集资开发这一领域拓进。19世纪初推销开发伊利运河的债券，使华尔街股票市场有机会初试身手。估计开发伊利运河需七百万美元，这在当时是一笔极庞大的数字。证券交易所帮助实现了这一奇迹，还没等到运河一期工程完工，运河公债的价格超过了它的票面价值。

推销伊利运河证券小试成功之后，华尔街证券交易便急剧发展起来。接着，铁路股票又成为证券市场的“抢手

货”。尽管这些交易中充满了尔虞我诈，但是通过证券市场筹集的资金，还是使美国工业的动脉——铁路，其里程从1830年到1850年增加了一百多倍。

无疑，1929年证券市场突然崩溃的那个“黑色的星期四”，使人们对证券市场的作用进行了一番反省，并导致了30年代美国罗斯福“新政”时期对华尔街证券交易的监督和管理，但是华尔街证券交易所还是越来越兴旺。

华尔街证券交易所对美国到底意味着什么？一位华尔街出身的大亨一语道破：“假使没有华尔街，我们的工业企业不会象现在这样得到资本，也不会象现在这样发展，美国也不会达到目前的生活水平。”