

商场厚黑学

天下奇书

厚黑经营财源广进
钻营投机无所不为



陕西旅游出版社

70
F715
72
0

XA187/23

商场厚黑学

燕 峰 编著



3 0076 5387 0

陕西旅游出版社



C

195731

(陕)新登字 012 号

责任编辑: 薛 放 廉 勇

封面设计: 叶立源

商 场 厚 黑 学

燕 峰 编著

陕西旅游出版社出版发行

(西安长安路 32 号 邮政编码 710061)

新华书店经销

广东省江门日报印刷厂印刷

787×1092 毫米 32 开本 6 印张 6 插页 130 千字

1993 年 1 月第 1 版 1993 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1-15000

ISBN 7 - 5418 - 0713 - 3 / I · 233

定价: 4.20 元

内 容 概 要

在什么都讲经济效益的当今世界，竞争激烈的商场首当其冲，商场成为无情的战场。

商场厚黑是前人在残酷无情的战场上以血与泪而换取的一门绝学，厚黑经营方能财源广进，钻营投机在商场厚黑学面前只是雕虫小计而已。

如果你想成为商业巨子抑或成大富大贵，请从商场厚黑中寻找。

目 录

第一章 狠招：吃人不吐骨头..... (1)

- 1.“宰” (1)
- 2.商场厚黑“三子”秘籍 (3)
- 3.商场狼女 (5)
- 4.死战商场 (8)
- 5.铁血手段 (10)
- 6.“硬汉”生意经 (12)
- 7.江山是打出来的。 (15)
- 8.用“不二价”杀顾客之威 (17)
- 9.榨干员工大脑 (20)
- 10.无知才能无畏 (22)
- 11.顽固地追求 (24)
- 12.怎样战胜顾客 (26)
- 13.赶潮流不如反潮流 (28)
- 14.鸡口与牛后 (30)
- 15.自信老子天下第一 (32)
- 16.黑字、赤字 (34)
- 17.撩拨大众的欲火 (37)

18. “市场空隙”作战	(39)
19. 浑身是胆雄纠纠	(41)
20. 英雄造时势	(43)
21. 假货色真钞票	(46)

第二章 柔术：卖了你还为他数钱

1. 商场上的“我爱你”（一）	(49)
2. 商场上的“我爱你”（二）	(51)
3. 商场上的“我爱你”（三）	(54)
4. 商场上的“我爱你”（四）	(56)
5. 把顾客攥在手心	(58)
6. 做个市侩	(61)
7. 花拳绣腿	(63)
8. 慢慢接近猎物	(65)
9. 商家应是大蜘蛛	(67)
10. 莫做“良家妇女”	(69)
11. 令石头开口	(72)
12. 胜机	(74)
13. 诱敌进“大发利市”之败境	(76)
14. 诱敌进“好的开头”之败境	(78)
15. 诱敌入“尽兴”之败境	(80)
16. 诱敌树立“果断”的形象	(82)
17. 诱敌大举债	(84)
18. 诱敌下注	(87)
19. 诱敌自杀	(90)

第三章 乱战：清楚官打糊涂百姓 (93)

1. 预谋 (93)
2. 情报明争 (95)
3. 情报暗取 (98)
4. 开拓“商界处女” (101)
5. 狐假虎威 (103)
6. 如何搞垮自己 (106)
7. 佳妙“厚黑”生意法 (108)
8. 自创好运道 (110)
9. 自取灭亡 (111)
10. 欲速则不达 (113)
11. 发财在天，人事在己 (115)
12. 长金子与长石头 (118)
13. 无形资产 (120)
14. 四两哪能拨千斤 (122)
15. 步步为输 (124)
16. 山穷水尽 (127)
17. 趋吉避凶 (129)
18. 他在搞什么鬼 (130)
19. “钱弹” (132)

第四章 使用面子的身子 (135)

1. 天下最厚女人财 (135)

2.美女无敌	(136)
3.学会卑躬屈膝	(139)
4.无“厚”不开店	(141)
5.面似猪相，心里亮堂	(143)
6.性欲是财源	(145)
7.“性”是“大人物”的别称	(147)
8.商场祸福	(149)
9.性是磁石，钱是生铁	(150)
10.小发利市	(151)
11.是个“处男”又何妨	(154)
12.假象与真象	(156)
13.小财生大财	(158)
14.你当乌龟	(160)
15.不作广告	(162)
16.舍名求利	(164)
17.好死不如赖活	(166)
18.搞掂银行（一）	(168)
19.搞掂银行（二）	(170)
20.徒弟与师父	(172)
21.道高一尺，魔高一丈	(174)
22.分肥吃税	(177)
23.逃税有门	(179)

第一章 狠招：吃人不吐骨头

1 “宰”

宰！这是商场典型的黑招儿。

宰谁呢？

顾客，连同商家的三亲六戚。

靠宰人而肥胖起来的，是商家中的某部分。他们把市场变成了屠宰场，用杀人不见血的刀子，割破你的钱袋，把你那可怜的一点点血汗钱当作鲜血吸饮，当作肥肉嚼啖。最早是一些杂耍、小把戏，后来他们往猪肉里注水，缝紧鸡的屁股，给鱼肚子里塞沙子，在劣质产品上贴名牌商标，把镀金项链伪装成金项链，用砖头冒充录音机，把“大鸡”装进“KENT”的盒子里卖给一位伟大的经济学家，把牛骨伪装成虎骨卖给一位医学教授。到了这种程度，魔鬼的智慧就从贫困和愚昧的头脑中诞生了，撒旦的科学就从厚黑的熔炉里冶炼出来了。

许多个体商人靠假货生财。在市场上假冒电视机、电冰箱、永久自行车、茅台、杜康、味精、化肥、人参蜂王浆等等，琳琅满目，“应有尽有”。

湖南有两个铜匠发明了用白铜和铝制作假银元的工艺，顷刻间便普及开来，不到一年的时间，50万枚银元撒遍了中华大地。

湖北省有131个村，上万人组装了30万辆冒牌自行车销往全国24个省市。这些村迅速脱贫是可以想象的。

辽宁省建昌县玲珑乡几乎家家户户都加工花椒面。这个乡只有一棵花椒树，却生产出5万多公斤花椒面，被誉为“花椒之乡”。

1989年秋后，广东出现了有毒的假酒，酒商用这个“黑银”之招夺去了60人生命，使400多人残废。四川几个农民用工业酒精兑制了8000斤假酒，以15个人的生命为“本钱”一夜暴发。

出租“黑”车宰人法亦相当流行。

一位从青岛来京刚走出车站的中年男子，被一男青年领到一辆面包车前。中年男子看到停在眼前的是一辆没有出租汽车标志的破旧面包车，上面已坐了3人并堆满行李，便不快地说：“这个车我不坐了。”男青年听后勃然大怒：“你敢不坐我的车，我就宰了你”。中年男子被强拉硬拽上了车。

也是在北京晚上十点左右，建国饭店的几位小姐在燕京饭店跳完舞后准备回建国饭店。她们刚走出大厅，一青年彬彬有礼地迎上去：“小姐，坐车吗？”几位小姐跟着男青年走到路边的一辆面包车前，她们见车是天津大发面包车，没有出租汽车的顶灯标志，便不大情愿坐。车主见状连忙说：“坐这种车便宜”。十多分钟后，车开到了建国饭店，车主开口要钱：“三十五元”。几位小姐一愣，她们知道从燕京饭店到建国饭店七八公里远，十来元车费足够了，双方开始讨价还

价。相持中，车主见索钱无望，便把来不及下车的一位小姐强行拉走作人质，吓得先下车的小姐哭喊求救。

[建议]一锤子买卖利最厚

2 商场厚黑“三子”秘籍

此术乃国粹，中国味浓。商家岂有不知之理？

条子（各种类型的批条和批文）十票子（用钱贿赂）十面子（人情关系）是也。

一种以人情关系为基础或主要手段求发展的经济形式——关系经济，在纠聚着财富。在商场圈子中，有人“无米下锅”，有人“来源不断”；有人办事难子登天，有人却易如反掌……何以便然？有无“门子”，有无“路子”也。若能上“赂”进“门”，你便“活”了！百万之户非你莫属。

建筑商陈某是广东湛江人，1979年来深圳搞建筑，第二年就干起了包工头。十年来，他财源广进，早已是百万富翁了。他使用了什么手段？归纳为商个字——贿赂。

在深圳，近年来大力压缩基建项目，许多工程队整天为找不到活而着急、发愁，可是陈某的活却干不完。有人说：“有钱能使鬼推磨”。陈某来深圳不久，就悟出了这个道理，于是结识了不少有权有势的人。每逢过年过节，他都要给这些人送些洋烟洋酒之类，表示自己的菲薄之意。自然，“有来无往非礼也，这些有权势的人有好处也来关照陈某。陈某“很会做人”，每承包一次工程，总要拿出一笔钱作为“回扣”

送给那些关照他的人，按照他的话说，这叫做“丢小利，得大钱”。

陈某这个包工头越当越大。他联系了一些小工头作为他的“子公司”，而自己理所当然地升成了总工头。首先由他承包工程，然后再把这些工程一个一个地转包给那些小工头，陈某坐收渔利，不费吹灰之力便得到了大把大把的钞票。

如今商场，人情风愈刮愈烈，钱弹攻势愈来愈猛。“有‘礼’走遍天下”、“酒杯一端，政策放宽”几乎成为我国商家的一句口头禅。

从彩电、冰箱到啤酒、饮料，俏货几乎都出自国营企业之手，国家对国营企业价格实施计划管理越严格，不受“计划”约束的个体商家“竞争力”越强。利用自己的“无边法力”，他们可以通过扔“手榴弹”（高级名酒、洋酒），送“炸药包”（洋烟、高级盒装食品），“轰开”国营企业的实权派人物的家门。收下别人的“礼”，当然得礼尚往来。于是，这些国营企业的实权人物就把紧俏商品或个体商家有利可图的商品不上柜零售，成批卖给个体商家去赚取暴利。

但凡周转快，能卖好价钱的都是俏货，只要弄到手，包赚不赔。一个个体商人说，在“万宝”电冰箱走俏时，他曾做过很长时间的“万宝”生意。具体办法是：一个有门路的朋友每月平价供应他五十台“万宝”；作为交换，他每月送五百元“人情钱”给这个人。冰箱到手后再转手，每台赚五十元，总计二千五百元，去掉“人情钱”五百元，可获利二千元。他说，俏货如果依靠一般批发渠道，是“没得赚的”，因为货到手里已经周转了四五道。要有赚头，就要尽量减少中间环节，最佳方法是直捣“中军”，到厂里或国营公司直接找关系

进货。只要以“礼”相送，就能交上“朋友”，打通关节。

在治理乱收费、乱罚款、乱摊派的过程中，不少受害的商家却莫名其妙地保持着“令人难以捉摸的沉默”。对挨打者来说，并不白挨打。所以愿挨，是因为他们心中装着自己的“小算盘”。名曰“堤外”出小钱，“堤内”捞大利。不论是收费者，集资者，还是罚款者、摊派者，均是掌握不同权力的人。一些个体户看准了这一点，便操起了吃小亏占大便宜的哲学。他们说，“堤外”出点小钱，把这些有权者糊弄住，就等于给自己找到了保护伞，回过头来，就可以为所欲为地宰割消费者，捞取大利。

削尖脑袋钻的商人们，一是以自身为中心，全方位辐射，挨一个关系系流工程，求得左右逢源。二是视需要在经济运行的某一重要环节上广泛撒网。

[建议]撑死胆大的，胀死心黑的，肥熟脸厚的。

3 商场狼女

女人在性方面“三十如狼，四十如虎”已有公证。但在商场的“虎狼”形象似未见昭彰。

然而商场上，巾帼不让须眉，有许多成功的女老权。

女老板成功秘诀之一——吃苦。

中国女人能吃苦。有人甚至搬出亚运会上女运动员所获金牌比男运动员多这一“阴盛阳衰”的事实来证明。也许正是靠这一美德，不少女老板苦尽甘来，获得了成功。

某地一家新开张的起名“丽丝”的时装屋，老板是芳龄27岁的小杜。据了解，这是她的第二个店铺。与她谈及“成功”的经验时，她几乎脱口而出：“吃苦”。

她是1986年进入“商界”的。刚开始，替别的老板守摊位：1989年春节开始，她已当老板，干起了时装买卖。她说：“差不多每次去广州，上海等地进货，我都亲自去，即使找帮手，也是临时的。而好多男同胞却不同，钱没赚多少，派头倒不少，一出门，又是‘助理’，又是‘秘书’的，要么乘飞机，要么坐软卧，加上住宾馆，大吃大喝玩女人，进货成本据高了，这笔钱谁出？当然得在货上打主意。比如我们在同一地点进的同一件毛衣，他们的售价即使高出20元，也不会比我赚得多。”她还说，1990年春运期间，她去广州进一批货，货办妥了，却很难在短时间买到返回的卧铺票，与她同行的三位男老板怎么也不走，称“受不了那份洋罪”，可为了能在春节前将货售出，小杜却带着两大包货上路了。在超员板其严重的春运列车上干贩运的事，其辛苦程度可想而知。有意思的是，当那三位男士舒舒服服地乘软卧返回时，她的那批时装只剩下两件样品了……而今，她虽拥有两个店铺，进货仍主要由她干，余下的时间，她几乎都呆在店铺，而不是象“流行”的那样雇人经营，自个找地方享受去……

女老板成功秘诀之二——节俭。

节俭是我们中华民族的传统美德。与许多男老板比起来，女老板大多较为节俭，板少有乱花钱、操派头的现象。有人因此说女老板的是椰子，男老板是龙眼，一个“内容”在里，一个看起来诱人，可“内容”仅薄薄一层。

一位个体餐馆的老板说：“每天都都给一些经商的送

饭，菜肴多少由他们定。那些男老板往往订得多，吃得少，可女老板却恰恰相反，一般都以经济为主。若论其富有程度，好些女老板都腰缠万贯，只是不外露而已”。

不仅吃，其他方面也一样，无论是舞厅、酒吧、饭店还是别的什么“高档”去处，除了“万不得已”的偶乐光顾外，一般很难见女老板的身影，更难见她们带着某个异性“朋友”终日沉醉其间。

女老板成功秘诀之三——精明。

尽管时至今日仍有不少男老板对商界红唇女老板不拿正眼相看，说她们“抠”，是“小打小闹”，而他们自己才是做买卖的料。但事实上，就“精明”而言，女性往往胜男性一筹，这对做生意大有益处。

故事之一：

一男一女两位老板，各需投资一笔钱“打点”有关方面，男的出手不凡，在某涉外宾馆包了两桌席，好烟好面好菜肴，近二千元花了个精光；而女老板却借口不会抽烟不会饮酒，更怕耽误了大家的“宝贵时间”，拜“菩萨”时，一个人一个信封，里边各装一张100元钞票，加上几句可心话，信封发出六个，收老眉开眼笑，送老干净利索，相比之下节省了近1400元，“效果”还一样，是“小气”还是精明？至少二者兼有。

故事之二：

一位酒吧女老板，开业时，托其好友找人宣传，好友又托其好友，那家酒吧登了板，电台还给予广播。为了表示谢意，女老板请“有关人员”在酒吧“小聚”了一次，喝了点果珍、啤酒之类的饮品，告别时，一再要大家“有空来坐，价

格从优。”一个月以后，女老板的好友果然带了四位朋友“坐坐”来了，五人中除好友外，还有两位是女老板的同学。女老板自然热情接待，两小时后，五个人准备离去，好友找女老板“结帐”。女老板让一位小姐“算算”，小姐说：“一共是200元，你们是熟人，八折优惠是160元，收150元吧。”好友一时愣住了，而女老板却没事一般。付完钱，她热情地送至门口，还是那句话“有空来坐坐……”。据说，这事被传了出去，后又传入女老板耳中，她只淡淡一笑：“好多火锅店、酒吧之所以关门，就是被熟人吃垮的，我可不充那份大方。”

[建议]须眉输给“娘子军”。

4 死战商场

无论如何，想占有女人的男人总面临着几个对手：一个是要攻占的女人，一个是那女人的男朋友或丈夫，抑或再上一个情夫。

从相撞的那一刻，战争便告开始。无论是“银弹”、“柔弹”、“蜜弹”，还是怒气冲冲傲气十足的“核弹”，先攻击的是那女人的眼和心，占领了这两个阵地，你便可以占她的最高峰和迷人的暗堡了。

有了这女人的力量，下面才可与她的男人们进行阵地战。

所以，有人说人生如战场，情场如战场，但是最像战场的应属商场。

穿梭于枪林弹雨之中，与敌人作生死决斗，不是你死就是我活。在人生的战场上，并不一定都像这样一决生死的战斗。但是战况不激烈，智谋的运用却非常相似。

过去，通货膨胀、原料昂贵、经济不景气，以至经营失败、倒闭自杀的老板时有所闻。这就是“战死商场”。

因为情场失意而自杀的也不少。由于高考落榜而自杀的也很多。

人生的战场上虽然看似和平，实际战况是很激烈的。而商场更是一个战况激烈的战场。商场上的争斗较之战场只有过之而无不及。

生意场上千万不能抱有嘻嘻哈哈、玩世不恭的心理。商场上失意比起薪水阶级被公司开除还要痛苦。因此做生意，定要抱着破釜沉舟、战士出征的悲壮心情。

所谓战争，就是“生与死、繁荣与灭亡”。

现在社会看似天下太平、国泰民安。然而撕开表面的一层皮，却发现，国际问题、国内经济，问题重重，尤其是资金问题，更是决定世界市场上是生是死的关键问题，也是关系着一个国人生死的。

在这种情形下求生存，在这种环境中毅然开业，吊儿郎当的游戏人生是要注定被淘汰的。失败以后要怎样收拾的心理准备当然是有必要的，但是与其自留退路，不如怀着破釜沉舟、“不成功便成仁”的决心。

也许你会说人情薄如纸。确实，当人失败的时候是最寂寞痛苦的时候。从前那些恭维献媚的人如今都视你如陌路，甚至想要弄点糊口之资都告贷无门。

商场上的失败若没有太多的债务缠身，立刻还有挽回的