

◆智慧经典SUPER实用丛书

C 经商模式

点子博士

智慧经商卷

金子胜 编著



集世界经商精髓 创中国点子经典

陕西旅游出版社

99
F715
647

2

智慧经典 super 实用丛书

——经商智慧卷

点子博士

——天时地利人和举一反三

C 经商模式工作室
金子胜 编著

陕西旅游出版社

(陕) 新登字 012 号

责任编辑：李 斌

封面设计：谭雄军

版式设计：刘 晖

责任监制：刘青海

智慧经典 SUPER 实用丛书
——经商智慧卷

点子博士

C 经商模式工作室 编著

金子胜

陕西旅游出版社出版发行

(西安市长安北路 32 号 邮政编码：710061)

新华书店经销 通州大中印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开本 19.625 印张 500 千字

1999 年 6 月第 1 版 1999 年 6 月第 1 次印刷

印数：1—10000 册

ISBN7-5418-1348-6/C·360

(全五册) 定价：128.00 元

內容簡介

在风云瞬变的商场，商家之间的竞争，不仅仅是财力的竞争，更是智慧与智慧，素质与素质之间的竞争，而反映到商战的具体运用中，一个个大智大慧的点子，就是他们致富取胜的尚方宝剑！

点子就是金钱！点子就是财富，真正的好点子比白金还宝贵。企业家纵横天下智慧之光的点子，是商战中智慧的结晶，是人类最宝贵的财产，而对于商战中的大小企业家，更具有巨大的借鉴价值与实用价值。

关注成功者的点子，可以学以致用，大胆实践；关注汲取经验的点子，可以避免陷阱，反败为胜。兵战胜利在谋略，商战胜利在点子，拥有点子就是拥有财富！

目 录

第一章 广告点子

1. “不准偷看”的美酒 (3)
2. 用漫画形象促销轮胎 (3)
3. 买胶水赠送金币 (3)
4. 展位不尽人意却自有妙法 (4)
5. 杂志里的香页广告 (5)
6. 邮票上的广告 (5)
7. 请凯撒大帝做广告 (6)
8. 促进影院饮食品畅销有高招 (7)
——超速攻心广告
9. 对联广告 (8)

第二章 成名点子

10. 家具商 IKEA 的独特之道 (11)
11. 有意造成脱销的哈瑞尔 (12)
12. 盖斯门的经营术 (15)
——借势借力术

13. 汉堡包成名五阶梯 OQSCV (16)
14. 冰淇淋名牌卡维尔 (18)
15. 德波泰尔地毯成名的战略 (19)
16. 绝地求生的飞利浦公司 (21)
17. 看“企鹅”怎样走向世界 (23)
18. 名将创运动服装名牌 (25)
19. 百年不衰的娇兰香水 (26)
20. 名扬四海的轩尼诗 (28)
21. 乐天口香糖的致富高术 (30)
22. 以质取胜话“奔驰” (32)
23. 贝莉鞋是怎样称王的 (34)
24. “火柴盒”里有文章 (36)
25. 连锁世界的玩具店 (37)
26. “雀巢”的成功之路 (39)
27. “冈田屋”的创意花样多 (41)
28. 吉莱特剃刀商品虽小牌子响 (42)
29. 集成出新的阿杜瓦啤酒 (44)
30. TDK 开拓市场的艺术 (45)
31. 环球时装公司成名有术 (46)
32. “空中客车”的三招 (47)
33. 水晶玻璃器皿盛名百多年 (49)
34. 三大汽车公司垄断高招 (51)
35. 汉森公司迅速崛起的牌子 (52)
36. “卡丹帝国”的双名牌 (54)
37. 麒麟啤酒有高招 (55)
38. “万事发”是怎样发起来的 (57)

39. 受人青睐的玩具业之王芭比娃娃 (58)
40. 柯达的兴衰说明了什么 (59)
41. 王嘉廉用三个人创造世界级的电脑软件公司 (61)
42. 丰田——企业管理之王 (62)
43. 瑞士巧克力 (64)
44. 七字经 DOLLARS 妙术 (65)
45. 时间最短的名牌 (67)
46. 蓝铃自行车的兴衰史 (68)
47. 手袋何以登大雅之堂 (70)
48. HRC 成名之术 (71)
49. 一个名牌的盛行和衰落 (73)
50. 抢救名牌之术 (74)
51. 辛克莱的护牌术 (75)
52. “万字酱油”闯美国 (77)
53. 山内豆腐在美国创牌子 (78)
54. 出口国际市场的经验 (79)
55. 尼克斯多夫的策略 (80)
- 电子业
56. 鞋的佼佼者 (82)
57. 阿马尼成名之道 (83)
- 服装业
58. “小马驹”是怎样跑向国际市场的 (85)
59. 持续发展的“尼康” (87)
60. 尼康公司度过难关有高招 (88)
61. 借鸡下蛋的圣米格尔啤酒 (89)
62. 质量独尊的世界最大啤酒公司 (91)

63. “精工”经营技巧 (92)
——手表业
64. 埃里克森的柳暗花明经历 (94)
——电话业
65. 威力牌洗衣机的威力之道 (95)
66. 马自达汽车靠合理化建议推动企业发展 (97)
67. 钻石名牌“德比尔” (99)
68. 回生有术的哈斯布罗玩具 (100)
——玩具业
69. 靠店誉起家的“福雄”杂货店 (102)
70. 威尔玛特靠和气生财 (104)
——商店业
71. 圣马力诺的邮票 (105)
72. “有马食堂”抛玉引市法 (106)
——餐饮业
73. 与众不同的 302 企业 (108)
——商业
74. 从小到大创业之道 (110)
——百货业
75. 家庭主妇创时装名牌 (111)
76. 成功的环境 (113)
——鞋业行
77. 新奇士出奇招 (115)
——水果业
78. 新奇士销售策略有 4 种导向法 (116)
79. 名闻遐迩的“美利奴”羊毛 (117)

80. 鼻毛剪小买卖的诀窍 (119)
81. 年青女职员妙创精美小文具 (120)
82. 凭“良心”付钱的饭店 (122)
83. 高质低价新品种花样多的卡西欧战术 (123)
84. 味精怎样味到千家万户中 (125)
85. “狗不理”包子的成名之秘 (127)

第三章 商业情报点子

86. 注意风土人情的鞋子 (131)
87. 日本席梦思缘何好梦不长 (131)
88. 明查暗访出奇制胜的巴西航空公司 (133)
89. 专为女士开的妇女儿童用品商场 (134)
90. “闲话”夹带财运来 (135)
91. GLYKO 糖亦成为世界性的商品 (136)
92. 刺探经济情报的高明手法 (137)
- 石油业
93. 傻瓜照相机出于聪明人之手 (138)
94. 番茄酱为何在日本滞销 (139)
95. 唐纳克打不过炭火烤鸡 (139)
96. 推销不动的诺尔汤汁粉 (140)
97. 取悦矿工的牛仔裤 (141)
98. 网球明星的“黄粱梦” (141)
99. 杀人蜂蛰穿了蜂蜜公司的“理想气球” (143)
100. 以大腿为代价的啤酒老板 (144)
101. 巧克力间谍战 (145)
102. 掌握顾客情报的普列旭电子公司 (146)

103. 歪打正着的“魔幻世界” (147)
104. 经理为何专捡废纸条 (148)
105. 皮鞋中的秘密 (149)
106. 可口可乐也曾有一着“臭棋” (150)
107. “尼西奇”尿垫独一份 (151)
108. 开发别人尚未想到的产品 (152)
109. OK 色拉米斯 (153)
110. 新洋电子灵活竞争走“夹缝” (155)
111. 投资商要特别注意把握难驾驭的失败案例 (156)

第四章 商业品牌点子

112. 柴把鸡成抱财鸡:打出你的金字招牌 (161)
113. 千奇百怪话“别名” (162)
114. 三毛牌:千金易觅“佳标”难得 (164)
115. 漫天要价的取名研究所 (165)
116. 名牌的辐射效应 (166)
117. 买一送一美汽车厂起死回生 (168)
118. 埃克森——历史上最昂贵的改名 (169)
- 石油业
119. “奔驰”汽车的来历 (170)
120. COCACOLA 从何谈起 (171)
121. “柯尼卡”换汤不换药的成功典范 (172)
122. “白光”牌灯泡巧“借”商标破敌招 (173)
123. 车名之妙 (174)
124. 标致公司奇特的创牌之道 (175)
125. 上海一百店标的故事 (177)

126. “白马”失蹄再奋起 (178)
127. “叫化鸡”与产品命名的学问 (179)

第五章 商誉点子

128. 新追求赚大钱 (185)
129. 墨尔本一饭店万事当以“谢”开头 (186)
130. 朝阳一家具厂注意人情的投资 (187)
131. 瑞士一车站问讯处一双微笑的眼睛 (188)
132. 台北老爷酒店——以人为本 (189)
133. 罗马一饭店的房客过国际生日 (190)
134. 赠送商品也要充分为顾客考虑 (192)
135. 杂货店经营术:随时增加新品种 (193)
136. 可口可乐的新花招 (193)
137. 花样繁多的北京盒子铺与盒子菜 (194)
138. 北京康乐洗清剂厂的先用后买 (195)
139. 服务以促销为目的商战中的第二守则 (196)
140. 协大祥绸布店心诚客自来 (198)
141. 华商车行以优质服务对抗洋商车行 (200)
142. 北京友谊家具厂“更新换代”的服务招术 ... (201)
143. 安徽饭店是侍者也是歌者 (202)
144. 餐馆多种经营术 (203)
145. 帝王之食与酒店洞房 (204)
146. 蝙蝠侠的新贡献 (205)
147. 无可挑剔的经营能手 (206)
148. 美容师与顾客拉家常话的经商术 (207)
149. 麦当劳为更多的顾客着想 (207)

150. 台湾饭店改防偷为主动奉送 (208)
151. 华联银行的老人储户的“乐龄”之乐 (209)
152. 商场拿起“接力棒” (210)
153. 与“绿林好汉”一同进餐 (212)
154. 备受欢迎的代客记录业 (213)
155. 服务——树立企业信誉的关键 (214)

第六章 市场开拓点子

156. 青岛啤酒开拓美国市场的战略 (219)
157. 净水器:别人花钱你赚钱 (220)
158. 开发“无阻力”领域 (221)
159. “南 55”是怎样崛起的?” (223)
160. TAXI 出师艰难 (224)
161. 雪燕服装慧眼独具看市场 (226)
162. “雷诺笔”为何一本万利 (228)
163. “金角银边”巧运筹 (229)
164. 农民帮了西尔斯的忙 (231)
165. 让开大道抢占两厢 (232)
- 水泥业
166. 罗拔士出售“温情” (233)
167. “非战之罪”的溃败 (234)
- 商业
168. 威尔逊高价出售品质和服务 (235)
169. “夕阳行业”跃出“朝阳企业” (237)
170. 日本制表业独领风骚 (238)
171. “东风”先人一步治“疲软” (239)

172. 福特的袖里乾坤 (241)
173. 变形金刚难免失宠! (242)
- 商业
174. 麦克唐纳快餐店的“杀手铜” (243)
175. “野马”为福特公司带来好运 (244)
176. 择“黄道吉日”而生的“得贝”电冰柜 (246)
177. 柯达的新产品是这样诞生的 (247)
178. 做“足”文章的“袜子大王” (248)
179. “螺狮壳”里做“道场” (250)
180. 具备“异想天开”先见之明的无线电发明家 (251)

第七章 销售服务点子

181. 让顾客参加设计的凯迪拉克 (257)
182. 垂钓者的启示 (257)
183. 为胖女遮丑的“大妈妈”裤袜 (258)
184. 专家改行 (259)
185. 有问无答何以成交 (260)
186. 服务者应是商品的行家 (261)
187. 变形金刚的电视大战 (261)
188. 品茶的圈套 (262)
189. 只租不售的施乐复印机 (263)
190. 福特公司的电脑软盘 (264)
191. 老虎敢吃掉头食 (265)
- 饮料业
192. 仿古硬币与火柴盒 (266)
193. 王永庆送米 (267)

194. 田野上的车间 (268)
195. 普及知识免费销售产品获利 (269)
196. 一箭中的——L15 录相机 (270)
197. 掌握顾客口味的华泰茶 (271)
198. 西尔斯商店誉满美国 (272)
199. 永远对“上帝”负责 (274)
200. 为商者亦要为人“解惑” (275)
201. “日月”滤水器的光辉 (276)
202. 培养娃娃“知音” (277)
203. 包装是促销的利器 (279)
204. 商店的天使——导购小姐 (279)
205. 为您提供更多的方便 (280)
206. 一筒唇膏一片美意 (281)
207. 爱美需要咨询 (282)
208. 牵上了鼻子就别再撒手 (284)
209. 卫生纸真正为顾客着想 (285)
210. 注意接电话的礼貌 (285)
211. 小鸭请君先动手 (286)
212. 买家具到“百联” (287)
213. 林河酒免费品尝答对中奖 (288)
214. 他们这样伺候“上帝” (289)

第八章 产品质量点子

215. 敬请明日光临的食品店 (293)
216. 以质成名的打火机 (294)
217. “砸”出来的海尔金牌 (296)

218. 大华湘绣庄“鸡蛋里挑骨头” …… (297)
219. “华药”万无一失 …… (299)
220. 卡内基不承造廉价的桥 …… (300)
221. 电子厂“疲软市场”弄潮儿 …… (301)
222. 宝鸡石油钢管厂“牌子”与“饭碗”的辩证法 …… (303)
223. 郑州钟表眼镜批零商店逼上“梁山”之后 …… (304)
224. 王子玩具公司宁缺毋滥的做法 …… (306)
225. 肉饼煎后 10 分钟未售出——作废 …… (308)
226. 凯瑟琳最新鲜的食品 …… (309)
227. 南北特产食品一热抵三鲜 …… (310)
228. 保质无限期的新思维 …… (311)
229. 产品质量优良的形象被毁坏了 …… (312)
230. 丽水羽绒厂的知己知彼兵法 …… (315)
231. 上海货你怎么了 …… (316)
232. “大重九”到哪里去了 …… (317)
233. 寻呼业的 CI 先锋 …… (318)
234. 质尊无尚“奔驰”之路 …… (319)

第九章 创新点子

235. 解“反求工程”的受益者 …… (325)
236. 锐意创新的 3M 公司 …… (326)
237. “明星处方”救了费拉公司 …… (328)
238. 靠科研成功的“拜耳” …… (329)
239. 精工表“精”在何处 …… (331)
240. 为 50 亿人每人生产一只表的西铁城 …… (332)
241. 不吃老本的夏普公司 …… (333)

242. 以其人之道还治其人之身 (334)
243. 勃朗电器坚持创新青春长在 (335)
244. 开发创新出“杜邦” (336)
245. “不冒险就是最大的风险”的雀巢公司 (338)
246. 洛丽尔义无反顾地推陈出新 (339)
247. 去“墨西哥”种庄稼 (340)
248. “全球通” (341)
249. 网上交易改变零售业 (342)

第十章 生意招揽点子

250. 口镶钻石诱顾客 (347)
251. 以退为进的布兰希保险公司 (347)
252. 处处留心顾客有关的档案 (348)
253. 速战速决的店内广告 (349)
254. 一物多用的液晶名片 (350)

第十一章 经营点子

255. 御前带刀首席发型顾问 (355)
256. 商店里出售“精神治疗”服务 (356)
257. 舍不得孩子套不了狼 (356)
258. 让机器培训人类 (357)
259. 家具之王称霸的奥秘 (358)
260. 赛车选雇员 (359)
261. 永远不会知道的饮料配方 (360)
262. 欢迎傻瓜的丰田 (360)
263. 以物易物回到原始社会 (361)

264. 吃香的晚装租赁店 (362)
265. 价位奇高的签名市场 (363)
266. 价值连城的交易所座位 (364)
267. 传统手工艺的现代化 (365)
268. 香气诱人 (365)
269. 把商场“搬”进千家万户 (366)
270. 红娘公司代人表情意 (367)
271. 从懒汉身上掏钱 (367)
272. 无处不在的快餐 (368)
273. 戒烟工作有新招 (369)
274. 神通广大的体育经纪人 (370)
275. “任人宰割”的饭店 (371)
276. “不醉翁”云集的酒店 (372)
277. 没有存货的连锁餐厅 (373)
278. 世界上最疯狂的酒店 (373)
279. 世界上最阴森恐怖的酒吧 (374)
280. 世界上戒备最森严的酒店 (375)
281. 世界上最有学问的酒店 (376)
282. 手模特儿的高招 (376)
283. 明星墓为活人赚钱 (377)
284. 出租保管箱 (378)
285. 演奏天籁之音的音乐厅 (380)
286. 一条龙不如专卖店 (381)
287. “侵犯版权最猖獗”的公司 (382)
288. 天国寄来的礼物 (382)
289. 无万有引力遨游太空 (383)