

实用处世学丛书

朋友：你想经商
吗？本书教你在生意
场上如何盈利赚钱。

商用盈利学



实用处世学丛书

主 编 张德仁

副主编 叶军芳

商用盈利学

经济日报出版社

(京)新登字 102 号

实用处世学丛书

商用盈利学

主 编 张德仁

副 主 编 叶军芳

责任编辑 晓 月

经济日报出版社出版

(北京市崇文区龙潭西里 54 号)

全国各地新华书店经销

一二〇一工厂印刷

787×1092 毫米 1/32 5.5 印张 120 千字

1995 年 4 月第 1 版 1995 年 4 月第 1 次印刷

印数:1—10000 册

ISBN 7-80036-986-2/G · 241

全套 10 册定价 58.00 元(本册定价 5.80 元)

目 录

第一章 赚大钱应具备的素质

1. 越贫穷的人,赚钱成功的机会越大 (1)
2. 讨人喜欢是事业成功的无价之宝..... (2)
3. 直觉和胆量,致富的秘诀 (3)
4. 创业者应具有百折不挠的精神..... (5)
5. 大富豪也是从小本生意做起..... (6)
6. 勇于下海实现自我价值..... (8)
7. 宰相的肚子能撑船..... (9)
8. 顺应大气候参与大机遇 (10)
9. 知人善任才能成功发展 (11)
10. 千金散尽还复来..... (13)
11. 时间就是金钱..... (14)
12. 权衡利弊能防患于未然..... (16)
13. 要有幻想才能赚大钱..... (17)
14. 要有“一叶知秋”的远见..... (19)
15. “五起”与“三分共享”..... (20)
16. 与竞争对手和平共存..... (21)
17. 一念致富..... (22)
18. “点子”统治世界..... (24)

第二章 开店前后的考虑

1. 是独资经营好还是合股经营好 (26)
2. 酒香也怕巷子深 (27)
3. 起个好店名 (29)
4. 选择招牌商品并掌握货源 (30)
5. 选择一个好的批发商 (31)
6. 做生意要讲究循序渐进 (33)
7. 近水楼台先得月 (34)
8. 开门生意最好做成 (35)
9. 让你商店的形象更加完美 (36)
10. 色彩与生意好坏有密切关系 (38)
11. 让音乐更有效地为你的生意服务 (40)
12. 利用照明效果促进销售额 (42)
13. 利用“便利条件”广开财源 (43)
14. 适当地运用专业知识来赚钱 (44)

第三章 小资本的生意经

1. 特许经营是无本速效的生意 (46)
2. 连锁经营,同甘共苦 (46)
3. 犹太人的经商法 (47)
4. 瞄准嘴巴的生意肯定会赚钱 (49)
5. 一家人也得发薪水 (50)
6. 店主的人格就是金字招牌 (52)
7. 手腕高明不怕顾客赊帐 (53)
8. 古老的生意经“和气生财” (55)

9. 多管闲事也是赚钱招数	(56)
10. “拣芝麻”一样能破致富之门	(57)
11. 不靠运气靠“帮助”	(58)
12. 货好顾客自盈门	(60)
13. 用活他人的“智慧”	(61)
14. 走出销售低谷的三种方法	(63)
15. 与人为善必可利己	(64)
16. 多向处理的弹性构思	(66)
17. 进货时尽量批发到便宜商品	(67)
18. 了解行情才能做好生意	(68)
19. 具备“经商三宝”不愁生意不兴隆	(69)
20. 以物易物也能带来营销上的契机	(70)
21. “井边闲话”能积蓄无形的财产	(71)

第四章 灵活多变的经商谋略

1. 信息灵通,生意兴隆	(74)
2. 发挥商品中的文化因素	(75)
3. 透过“科场”找市场	(76)
4. 人弃我取,人取我予	(78)
5. “借鸡下蛋”的妙用	(79)
6. 货不停留利自生	(81)
7. 夺气攻心使对手败于己方	(82)
8. 要善于占领热门之中的空档市场	(84)
9. 改正弊病变废为宝	(85)
10. 在落后地区做生意更有利可图	(86)
11. 巧妙的定价能诱发顾客的购买欲	(87)

12. 讲究降价策略提高营业额..... (89)
13. 做生意要有独特的“性格”..... (90)
14. 提高资金周转率才是上策..... (91)
15. 如何对付大商店的排挤..... (93)
16. 靠记住对方姓名来促成生意..... (94)
17. 要勇敢地去试探成交..... (95)
18. 入境问俗定能打开销路..... (97)
19. 反客为主不失为一种独特的经营方式..... (99)
20. 占领大商人们不屑一顾的小市场 (100)
21. 只要肯动脑筋遍地都是黄金 (101)
22. 尊重个性的迎合术 (103)

第五章 行行令你显身手

1. 本轻利厚的水果店..... (105)
2. 顾客盈门的风味小吃..... (106)
3. 不可小觑的小说出租店..... (108)
4. 生意兴隆的自行车维修店..... (109)
5. 家庭托儿所也是致富的职业..... (110)
6. 独特洋娃娃店..... (112)
7. 精致的专卖店渐受重视..... (113)
8. 小型房屋代销公司 (114)
9. 做小本股票和债券生意..... (115)
10. 新兴的经纪业 (117)
11. 有钱可赚的皮革手工业 (118)
12. 为生活添彩的人造花 (119)
13. 投资少获益多的街坊服务业 (120)

14. 把爱好变成生财之道 (122)
15. 特制产品会给你带来可观的业余收入 (123)
16. 前景广阔的土特产贩运 (125)
17. 利用业余时间赚稿费 (126)
18. 洗车利润高 (128).

第六章 广告、推销艺术

1. 金币虽好,尚须妙传 (130)
2. 以旧换新,明亏暗赚 (131)
3. 通过事件行销的榜样..... (132)
4. 荒唐的广告语言能招财进宝..... (134)
5. 用奇异的对联招徕顾客..... (135)
6. 令人刮目相看的新瓶装旧酒..... (137)
7. 以诚相见才能立于不败之地..... (138)
8. 叫卖要讲究点技巧..... (139)
9. 缓解顾客花钱的心痛..... (141)
10. 有奖销售刺激消费 (142)
11. 让顾客满意地掏钱 (143)
12. 促使对方早作决定 (145)
13. 带劲的叫卖声能招徕更多的顾客 (146)
14. 察言观色好促销 (147)
15. 巧妙制造消费者的需求欲望 (149)
16. 旅游商界对厕所的妙用 (150)
17. 半推半就的妙用 (151)
18. 顺手牵来的发财门道 (153)
19. 推销积压商品以减少损失 (155)

第七章 发财大忌

1. 忌不知进退..... (157)
2. 切忌怕别人赚钱..... (158)
3. 不要轻易亮底牌..... (159)
4. 一锤子买卖做不得..... (160)
5. 孤注一掷是经商的大忌..... (161)
6. “请勿”二字别滥用..... (162)
7. 保持沉默的妙用..... (164)
8. “人为财死,鸟为食亡”..... (164)
9. 赚钱不能光靠理论..... (166)
10. 花言巧语不如开诚布公..... (167)

第一章 赚大钱应具备的素质

1. 越贫穷的人,赚钱成功的机会越大

穷困,使人产生赚钱的勇气和智慧。

目标加努力等于成功。赚钱亦如此。

没有想要成为“有钱人”的强烈欲望,你终身都赚不到大钱。

所以你最好要使自己感受到贫穷的切肤之痛。这样才能唤起“翻身”的渴望。那些止于“三餐温饱”的人最好能采用饥饿精神法,使自己为三餐而愁眉莫展,深深体会到没钱不好受的滋味,转而产生强烈的赚钱欲望。在这种情况下,你才能想出绝妙的赚钱方法,你就会从此发财。

众所周知的东南亚“汽车大王”谢建良,幼年贫苦,17岁靠修补车胎为生。如果不是从小就饱尝没有钱的痛苦,他决不会成为现在拥有7个财团、57家总公司和249家分公司的“汽车大王”。

可以这么说:愈贫穷的人,对赚钱愈有兴趣,而且成功的机会愈大。

很多人却抱怨:“没钱什么事都干不成。”这种观点不可取,因为越穷的人越有赚钱的智慧。俗话说“寒门出秀才”,“小家出碧玉”。它形象地概括了这一原理,用在当今社会也很恰当。身处穷乡僻壤的学生往往能考上大学,脱离贫穷的家园,成名的电影明星往往来自默默无闻的家庭。

而生长于富裕环境中的人，大都不会产生赚大钱的欲望，也不会有成为大富豪的念头；那些名门贵族的子弟往往生活在前辈荣耀的阴影中，不思进取。

穷困可激励一个人奋发向上，并且产生乃至拥有赚大钱的欲望。

2. 讨人喜欢是事业成功的无价之宝

读者也许会发现：如果人们喜欢你，那么，无论你做错什么事，他们都会原谅你；如果别人不喜欢你，那么，尽管你慎之又慎，万无一失，也无济于事。

经商就是在推销自己。这种推销，就是要在众目睽睽的舞台上发挥自如，博取每一个人的好感。然而谁也不能确切地告诉你讨人喜欢是怎么回事。不过，那些讨人喜欢者所秉赋的某些品质却是可以解释清楚的。

我们可以列出许多条来：乐观豁达，充满自信，得体的风度，幽默的谈吐，谄熟人际，笑以待人……用以说明只有这样，才能讨人喜欢。

有位住在费城名叫那佛的人，几年来一直想向当地的一家规模宏大的连锁店推销煤炭，可是，对方偏偏不向他订购，却向距离很远的郊区业主购进煤炭。

当那些满载着煤炭的卡车经过那佛的公司门前向那家连锁商店驶过时，那佛的肺都要气炸了，恨自己无能，虽然他又气又恼却一直未打消向那家连锁商店推销煤炭的念头。

一天，他决定改变以往的做法，再次走进那家连锁商店。

“今天，我来这儿并不是向你推销煤炭，而是想拜托您一件事。我们讲习会出了个题目：‘连锁商店的普遍化对国家是

否有害?’要就此进行辩论。我想请教您有关连锁商店的问题，希望能在辩论中驳倒对方；除了您之外，我想不出比您更合适的人选了，所以专程来向您请教，我想您一定肯帮这个忙。”

结果如何呢？

他和这位负责人原来只约定打扰 1 分钟，结果却谈了 1 小时又 47 分钟，从开始经营连锁商店说起，一直谈到目前的经营状况，且一再强调连锁商店对全人类具有重大的贡献，对自己的工作也充满信心。这样那佛对商店也有了全面的新的认识，也改变了以往的偏见。

谈话结束，那佛起身告辞，这位负责人一只手搭在他的肩上，笑容满面地送那佛到门口，还一边说要为他祈祷，祝他在辩论中取得胜利，并将结果告诉他。

当那佛正要离开时，他又在那佛身后说了一句：“春季开始，你再来找我，我想向你买煤炭。”

这奇怪吗？不。这是一个奇迹。那佛先生并没有向他推销煤炭，可他却自动要求。那佛先生花了 10 年的心血，用尽了各种推销术，却仍是“瞎子点灯”。而这次那佛先生只不过对他所关心的问题，也怀有同样的关心，花了不到 2 小时的时间却办成了他 10 年都未能办成的事情。

只要我们能站在对方的立场上，了解对方的心情，使顾客能够喜欢我们，就不必担心他们的要求不能达到。

3. 直觉和胆量，致富的秘诀

赚钱是无中生有，它和用鱼群探测器将鱼一网打尽的道理完全不同。

想要赚钱，当然需要分析经济动向，熟悉统计，另外还需

要一定程度的直觉判断。

赚钱不能依理论而行。

也许会有人说：“这种想法是错误的。生意必须依照经营理论或经营心理学才算科学，合理的经营方法对生意是绝对有必要的”。以目前的社会来说，没有计量性的经营根本就无法存在。不过，判断一种事业能不能赚钱，却是无法用计量算出来的。

决定这些问题必须靠个人的直觉。当然，必须参考一些有根据的资料。

就拿经营股票来说，对于一个短期投资者，个人的感觉尤为重要，当然同时要参考介绍资料。观察好盘势，选哪种股票时往往需要直觉来判断。单靠纯粹的理论往往行不通。

赚钱的道理和以鱼群探测器来发现鱼群的方法完全不同。如果要寻找存在这个世界上的事物，“科学”自然比“直觉”正确。用鱼群探测器来测鱼群，一定比渔夫直觉寻找，更能获得大量的鱼群。而赚钱可说是无中生有，所以，那怕采用再先进的科学仪器，也无法找到赚钱法。

直觉的判断是决定你是否能赚大钱的关键。当然以直觉判断也可能失败。

闻名世界的大发明家爱迪生，一生发明了各种物品。就连这么绝顶聪明的人，也不敢保证他的判断件件都对。他说：“有许多我以为对的事，一经试验后，往往就会发觉错误百出。因此我对于大小事都不敢作肯定不变的决定，当我一旦发现自己的判断有些不对时，立刻见风转舵，改变方向。”赚钱也是如此。

当赚钱的机会来临时，你的态度仍是犹豫不决，那么你还

不具备发财资格。这是因为你还没有培养起敏感的直觉和胆量。所以你最好再休养一段时间再谈赚钱吧！

胆量有无建立在自信的直觉判断力的基础上，而判断的做出并不是件容易的事。

俗话说：“三个臭皮匠，凑成个诸葛亮。”曾任意大利银行行长的简尼说得好：“一切事情一时没解决的把握，不妨找些聪明可靠或对这事经验丰富的知己好友，陈述问题和自己的意见，请他们给予建议。”当然，最后的取舍，仍得由自己决定。

直觉和胆量是赚钱的秘诀，忽视了这两点，你永远不可能发财。

4. 创业者应具有百折不挠的精神

在西方生意场中，要是你没有破产的经历，就只能算个无足轻重的小人物。一旦你破产超过三次，就会有人站出来拍胸脯支持你再干。因此，那些跌倒了爬起来掸掸身上的尘土再上场一拼的人，才会在充满竞争的生意中获得成功。

美国百货大王梅西就是一个很好的例子。他1822年生于波士顿，年轻时出过海，以后开了一个小杂货铺卖些针头线脑。铺子很快就倒闭了。一年后他另开了一家小杂货铺，仍以失败告终。

在淘金热席卷美国时，梅西在加利福尼亚开了个小饭馆，本以为供应淘金客膳食是稳赚不赔的买卖，岂料多数淘金者一无所获，什么也吃不起，这样一来，小铺又倒了台。

回到马萨诸塞州之后，梅西满怀信心地干起了布匹服装生意，可这一回不只是倒闭，简直是彻底破产，赔了个精光。

不死心的梅西又跑到英格兰做布匹服装生意。这一回他

时来运转了，他买卖做得很灵活，甚至把生意做到了街上，商店头一天开张时帐面上才收入 11.08 美元。而现在位于曼哈顿中心地区的梅西公司已经成为世界上最大的百货商店之一了。

经营活动是充满各种风险的活动，有时会陷入绝境，甚至破产、垮台。但是，创业者应当具有百折不挠的专业精神，屡败屡战，不被眼前的困难所压倒，在绝境中冷静地捕捉新的生路，顺应事物发展规律，适应市场的需要，确定新的发展策略。

5. 大富豪也是从小本生意做起

小本生意又称小型商业、小型企业。什么程度的规模才算小呢？不同的国家有不同的标准。在美国，按照有关方面制定的标准，零售商及服务业年销售额在 100 万美元以下的算作小型商业，但实际上有 70% 的公司商号，年销售额在 20 万美元以下。在我国，现在还没有明确有划分标准，但按照我国的总体经济实力，人们往往把 5 万元人民币以下的投资规模称为小本生意。

一般来说，小型加工厂、零售店、批发店以及服务性行业都属小本生意的范畴。它的特点是资金小、员工少、经营方式灵活。

在我国，随着改革开放的不断深入，小本生意有着广阔的前景，它对国民经济的发展和人民生活所起的作用越来越重要，即使在高度工业化的国家，小本生意也是方兴未艾。

日本的制造业，大公司同小公司相互依赖而生存，因为小规模的汽车制造厂、电器厂、重型机器厂都需要依靠小型厂制造很多零部件供他们装配产品。实际上，一家大制造厂需要几

百家甚至上千家小厂为他服务。

服务业的一大特点是不易自动化。一个侍者只能照料有限的顾客，一个理发师也只能为有限的顾客理发。但是，随着人们购买力的增强，人们对衣、食、住、行、消闲、玩乐的要求越来越高，服务行业也就越来越欣欣向荣。

至于买卖业，小商店的成功在于小巧灵活、成本低廉。小商店除了能够为顾客提供一些大商场无法买到的东西外，还可以提供更便利、更优质的服务，使顾客更易亲近。虽然大商场为了独霸市场，每年花费数以万计的金钱制造气氛，招徕顾客，但顾客仍乐于光顾小商店。

“大的才好”的时代已经过去，“小的也好”的时代已经来临。

经营小本生意也能发大财，当代许多有名的大亨、富豪，都是从经营小本生意开始而发迹的。有“船王”之美誉的香港环球航运集团主席包玉刚，当初经营一条破旧的烧煤货船，用了 20 年的时间，终于发展成为庞大的远洋船队。

香港大亨李嘉诚，少年丧父，家贫，为了生计，14 岁就兜售胶花，沿街叫卖，干了 3 年，还到一间生产塑料胶花的工厂做了 5 年工人，22 岁的时候，用平时省吃俭用积攒下来的几个钱，自立门户，开设一间小小的塑料加工厂，生产胶花。由于经营有方，小厂越来越大，到了 60 年代中期，他已成为香港妇孺皆知的大富翁了。

如果你没有大笔遗产可继承，那就脚踏实地地干吧，小本生意一样能助你成功。

6. 勇于下海实现自我价值

对那些上 8 小时班的“公家人”来说，一方面，他们对小商人自由自在的生活实在有些向往；另一方面，有些人往往又把小商人称为“游手好闲”的人。那么，小商人真的只是“游手好闲”的人吗？先请看看下面这两个例子：

广西南宁市有个姓王的姑娘，原来是市新华书店职员。前年，在朋友们的资助下，她开办了自己的“花山书店”，根据周围地带知识分子较为集中的经营环境，专营内容健康、较高层次的书刊。由于经营有方，在短短的一年时间内，她的书店就在顾客群中赢得了信任和声誉，王被工商、文化部门评为“文明经商”书店。

广州有个青年，1985 年从一所服装设计学校毕业分配到某国营服装设计单位工作。干了一年之后，他认为自己办厂更能发挥自己的专长，便毅然辞去工作，向亲友借了一千三百元，自己设计，自己裁制，自己销售。他设计制作的服装新颖大方，很快就打开了局面。到 1988 年底，他的厂已发展到近 20 万元的规模，聘用了 20 个勤奋工作的待业青年。

如今人们经常可以见到许多由“公”变“私”的经商者。他们之中，有的停薪留职，有的干脆丢掉很多人求之不得的“铁饭碗”独闯天下。每每问起他们的辞职原因或今后打算，几乎每个人都这么回答：自己干更来劲，我不怎么适合吃“公家粮”。自己挣钱自己花，更能证明自己的价值，如果国家政策不变，我打算一辈子背“私”字闯世界去！

谁能说他们是“游手好闲”的无聊子民？他们是国家“公”字招牌下的个体户，是名副其实的劳动者。在经营过程中，他