

(赣)新登字第 005 号

书 名:中外致富谋略大全

作 者:文化林 文一峰

责任编辑:李春林 吴山芳

责任印制:宗 勇

出 版 行:百花洲文艺出版社(南昌市新魏路 5 号)

经 销:各地新华书店

印 刷:江西新华印刷二厂

开 本:850×1168mm 1/32

印 张:29.5

字 数:65 万

版 次:1995 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

印 数:1—5000

定 价:35.00 元

ISBN 7-80579-521-5/Z·6

邮政编码:330002

(江西文艺版图书凡属印刷、装订错误请随时向承印厂调换)

作者简介

文化林，江西萍乡人，60年代毕业于江西大学中文系，先后从事过调查研究、文艺创作等工作，1989年进入江西财经学院，其后又到财政部属江南财经理干学院任教，现为副教授。

他先后发表过多篇诗歌和小说，并热衷于经济研究、写作理论研究和思维方法研究，并且均有成果。在《世界生产力流动的趋势》论文中，他独立地提出了世界生产力流通的三个规律并推导出了落后国家赶上先进国家所需时间的公式。在经济应用写作领域内他提出了全新的理论构架，他所著的《古代爱国诗词欣赏》一书，先后获得江西省文艺学会的优秀社会科学论著奖，江西省古典文学学会颁发的一等奖；他所编著的《经济应用文写作》获得了江南财经理学院首届学术年会一等奖；他还是《写作大辞典》的主要撰稿人；他主编了《中外古今笑话幽默大全》、《实用经济合同格式大全》和这本《中外致富谋略大全》，已出版的著作在250万字以上。现在他正在撰写内容新颖的巨著《思维方法全书》。他总是手执巨笔，四面出击，开拓出一个又一个新的阵地，并在这些阵地上树起碑石。

他不肯只是成为某一领域的专家，而是要名副其实地成为“文化”之“林”。林者，栋梁之家，百果之乡，万花之国。

文一峰是文化林的好助手。

95
F279.1
85
2

前言



3 0084 2016 2

人人皆想创业，家家皆想发财，国国皆想致富。人不分智慧，家不分贫富，国不分强弱，其处境各异，但想法相同，追求一样。

全世界的人都想发财，作为发展中的中国则特别要致富。按1980年的美元计算，1950年发达国家每人平均国民总产值是3840美元，但发展中国家才人均164美元，前者是后者的23倍。到1983年，发达国家的人均国民生产总值为11060美元，而发展中国家才人均260美元，前者是后者的42.5倍。又据瑞士《画报》杂志在1981年透露，近20年来，富裕国家每增加268美元财富，穷国才相应增加1美元财富。

差距太大了。中国人要赶上去，中国的企业要赶上去，整个国家都要赶上去！中国人要改变自己的价值，中国的企业要改变自己的面貌，国家要改变自己的地位。这就要创业，这就要发财，这就要致富！

打开这本书的时候，也许你正一贫如洗，正为自己的温饱担忧；也许你已经腰缠万贯，正在为自己拥有的财富而得意。然而，你是否明白：这种贫与富的差别，是过去的历史留给你的。而现在，大家所面临的是同一个风云变幻的竞争市场。不管你是否愿意，你都必须参与这场竞争。或者抓住机遇，施展谋略，白手起家而发财致富；或者坐失良机，智穷计短，让财富的王国毁于一旦。祸福无门，唯人所召。致富有路，智者能通。



C

1985.4.30

美国的十大财阀之一、世界旅馆业大王希尔顿说得好：一块价值 5 元的生铁，铸成马蹄铁后可值 10.5 元，若制成工业上的磁针之类，能值 3000 多元，倘若制成手表的发条，其价值是 25 万元之多。

怎样使人们从 5 元钱的地位上升到 25 万元呢？唯一的工具，就是掌握致富谋略。致富谋略是经商的智慧宝库、发财的万能钥匙和致富的指路明灯。致富谋略是关系到每个人的前途和命运的大谋大略，是关系到家运国脉的大谋大略。致富谋略，是由中外千万致富的人们积累起来，并能指导千百万人去致富的经验和知识。

本书以丰富的资料，生动的例证和精到的分析，介绍了中国的，特别是外国的，包括美国的、日本的、西欧各国的、韩国的、港澳台的乃至东南亚各国的豪商大富，他们是怎样地白手起家，怎样地多谋善断、怎样地苦心经营，最后是怎样地成为一代财阀的。它将会雄辩地告诉你：要使 5 元钱的生铁，变成价值 3000 元乃至 25 万元的无价之宝，不只是有一两种方法，而是有无数途径。

撰写这本书是一件繁重的工作。总共有 20 余人参加了撰写，其中的主要撰稿人有：成梅珍、舒平、黄富章、彭光荣、文群和、文桂林、涂鹤圣、成汉林、成建林、袁经、彭建强、文化炎、文解民、肖刚、林源泉、曾星辉、万建平、黄瑾、张海云、文成。

本书在写作过程中，参考过近百种书籍和资料。这些书籍和资料对本书的写成起了极为重要的作用。借此机会，我们向这些书籍和资料的作者表示崇高的敬意和诚挚的感谢。其中主要的书目已在本书的后面列出。

鉴于我们水平有限，书中存在的问题一定不少，恳请读者多加指教。

目 录

强化自我的致富谋略

概说.....	(1)	采言纳谏之法	(49)
目标聚焦法.....	(7)	协和致富之法	(50)
直逼目标法.....	(9)	助人得福之法	(53)
筹集资金之法	(10)	借助他人之法	(55)
谋于未来之法	(12)	借名扬名之法	(57)
勤俭致富之法	(15)	借风行船之法	(59)
以小致大之法	(18)	择地选址之法	(61)
成于家庭之法	(21)	巧用机遇之法	(65)
诚信致富之法	(22)	当机立断之法	(71)
坚毅致富之法	(27)	顺应需求之法	(73)
自信致富之法	(31)	投其所好之法	(78)
勇气致富之法	(33)	留心意外之法	(80)
素质对称法	(36)	抓住偶然之法	(81)
手艺致富之法	(39)	见缝即钻之法	(85)
推销致富之法	(40)	发挥所长之法	(88)
效率致富之法	(45)	自我理财之法	(90)
自我推荐之法	(47)	利润分析之法	(95)

业绩分析之法	(98)	美国五百家公司	
实地考察之法	(100)	创办人的忠告	(139)
独创制胜之法	(101)	时间规划法	(141)
以新造势之法	(104)	成为高级	
突破藩篱之法	(106)	主管的方法	(142)
另辟蹊径之法	(108)	经理人员成功之法	(145)
怪招致胜之法	(111)	杰克致富法	(151)
不满激励之法	(113)	金哲浩致富法	(156)
大胆冒险之法	(114)	具仁会致富法	(158)
搏击弄潮之法	(116)	张学辉致富法	(161)
反客为主之法	(118)	崔钟建兄弟致富法	(164)
对抗反击之法	(119)	郑周永致富法	(167)
亡羊补牢之法	(122)	朴仁天致富法	(173)
合理错误之法	(124)	梁正模致富法	(175)
失中求得之法	(126)	金字中致富法	(177)
适时转行之法	(128)	朴斗秉致富法	(182)
转败为胜之法	(130)	李秉哲致富法	(185)
不战而胜之法	(134)	赵重勋致富法	(191)
致富守财之法	(137)		

争夺人才致富的谋略

概说	(194)	鲜京集团式	
“以人为主”、“能力		招聘法	(208)
第一”的方法	(200)	招考培训之法	(209)
张榜招贤之法	(203)	挑选和培训推销员	
高筑黄金台之法	(205)	的方法	(214)
三顾茅庐之法	(207)	请进派出之法	(218)

现代专家的培养、	麦斯劳需求层次法····· (246)
使用之法····· (219)	日式人情
松下用人法····· (221)	味管理法····· (247)
现代精神法····· (221)	及时适量供应法····· (248)
智信仁勇严五字法····· (222)	强化女性人才之法····· (251)
秘书室制度法····· (223)	信赏必罚之法····· (254)
“劝导报告”制度法····· (224)	兼听广纳之法····· (256)
团队精神法····· (225)	主持会议之法····· (259)
轮调法····· (227)	开诸葛亮会之法····· (261)
高工资少用人之法····· (229)	使鸡司夜、令狸
卡班法····· (234)	执鼠之法····· (262)
大胆用人,小心留	层次叠加之法····· (264)
才之法····· (235)	出气室法····· (266)
大节不疑、小节不	危机激励法····· (267)
虑之法····· (237)	碧丽·克利曼激励法
知识分子管理法····· (238)	····· (269)
小组分工之法····· (242)	索尼公司的用人方法
班组通报之法····· (243)	····· (272)
行为优化之法····· (245)	理光公司人事管理法
霍桑实验法····· (246)	····· (275)

科学技术致富的谋略

概说····· (277)	实地考察之法····· (288)
情报战略····· (280)	引进专利技术之法····· (289)
智力激励法····· (282)	消化、仿制、改造、
创新开拓之法····· (286)	创新之法····· (291)

综合优势之法·····	(292)	区域化、专业化开发	
深度加工之法·····	(293)	农业之法·····	(304)
关键设备更新之法·····	(294)	利用科技发展牧业	
后起超越之法·····	(295)	之法·····	(307)
热电联产、集中供热		依靠科技发展渔	
之法·····	(297)	业之法·····	(311)
连续加热之法·····	(298)	诺贝尔科研致富法·····	(317)
利用余热之法·····	(298)	尼克斯道夫致富法·····	(318)
依靠科技发展农业		IBM 公司致富法·····	(321)
之法·····	(300)	休斯致富法·····	(323)

开发商品致富的谋略

概说·····	(330)	发方法·····	(368)
新产品的开发策略·····	(333)	增强开发创新	
找准冷门的开发		能力的方法·····	(371)
方法·····	(342)	搜购创新之法·····	(376)
开发构想之法·····	(347)	分类征集创新之法·····	(381)
个性产品开发法·····	(349)	利用专家开发构	
传统产品的开发		想之法·····	(384)
改进之法·····	(353)	超越时代的求变	
回归分析法·····	(356)	求新之法·····	(387)
垄断产品开发之法·····	(359)	系列商品开发之法·····	(390)
产品设计创		销售设计一体化	
新的方法·····	(361)	之法·····	(395)
人体工学之法·····	(364)	精工产品开发法·····	(396)
仿生开发之法·····	(366)	竞相改进之法·····	(397)
利用心理的开		鲍洛奇经营法·····	(401)

优化投资的致富谋略

概说·····	(405)	胆识、勇气、快	
目标战略·····	(411)	捷并用法·····	(482)
信息战略·····	(416)	抢先一步投资法·····	(485)
人才投资法·····	(420)	第一主义投资法·····	(487)
形象投资战略·····	(422)	章鱼式投资法·····	(488)
科学布局法·····	(424)	收买兼并之法·····	(490)
投资公司经营法·····	(427)	集中联合之法·····	(493)
国际投资法·····	(427)	银行资本与工业资本	
跨国公司投资法·····	(431)	相结合的方法·····	(500)
合资经营法·····	(434)	密集型产业投资法·····	(505)
海外投资法·····	(438)	改造、更新、换代之法	
负债扩张法·····	(444)	·····	(506)
无本起家之法·····	(446)	综合开发利用之法·····	(509)
招商引资之法·····	(447)	专业化、系列化、大	
规模效益法·····	(452)	型化之法·····	(517)
高附加值之法·····	(455)	小型化之法·····	(524)
智慧投资法·····	(458)	避短扬长之法·····	(528)
感情投资法·····	(463)	灵活生产体系之法·····	(530)
审美投资法·····	(467)	机械工业振兴法·····	(533)
体育投资法·····	(473)	后起效应之法·····	(538)
绿色投资法·····	(475)	最优决策与可行性	
慈善投资法·····	(479)	分析法·····	(541)
风险投资法·····	(480)	三菱财团致富法·····	(547)

经营管理致富的谋略

概说·····	(553)	巧用价值工程之法·····	(636)
信息管理之法·····	(564)	应急补缺之法·····	(638)
人机一体化之法·····	(571)	以小取胜经营法·····	(640)
公共关系法·····	(573)	独树一帜之法·····	(642)
谈判的方法·····	(576)	地方化之法·····	(644)
高科技服务业		特色取胜法·····	(646)
经营法·····	(584)	仿古法·····	(649)
信任第一经营法·····	(586)	弃旧创新之法·····	(651)
全控管理工作法·····	(588)	以新取胜之法·····	(654)
模糊管理法·····	(592)	出奇致胜之法·····	(658)
方法、行动、时机		怪、美、大取胜法·····	(660)
三统一法·····	(592)	另辟蹊径之法·····	(662)
立体经营法·····	(596)	虚虚实实之法·····	(665)
多角经营法·····	(598)	借力腾飞之法·····	(666)
三角经营法·····	(599)	逐渐渗透之法·····	(668)
摩尔登式管理法·····	(601)	欲取先予之法·····	(670)
借力生财之法·····	(602)	以屈求伸、以退求进	
跨国经营之法·····	(604)	之法·····	(673)
国际一体化之法·····	(607)	侧翼出击之法·····	(678)
经营方针法·····	(611)	舍小取大之法·····	(681)
顺应市场法·····	(612)	催债索帐之法·····	(682)
利用时势之法·····	(617)	大小各妙之法·····	(686)
顺应沉浮之法·····	(619)	求人不如求己之法·····	(687)
投其所好之法·····	(623)	速胜法·····	(688)
稳健经营法·····	(627)	逆反效应法·····	(691)
品质管理法·····	(628)	以盗制盗之法·····	(693)

触类旁通之法·····	(694)	十六字法·····	(723)
礼品化之法·····	(696)	正反激励法·····	(725)
与人分利之法·····	(700)	陶朱公经营法·····	(727)
强化服务之法·····	(702)	皮埃尔经营法·····	(728)
旅游观光之法·····	(709)	特朗普经营法·····	(731)
帮闲之法·····	(713)	卡内基经营法·····	(736)
工作餐法·····	(715)	摩根经营法·····	(739)
原料再生之法·····	(716)	斯坦福经营法·····	(745)
笔胜利剑之法·····	(718)	保罗·盖蒂经营法·····	(747)
造势致胜之法·····	(720)	洛克菲勒经营法·····	(752)

销售致富的谋略

概说·····	(758)	寄售赊销之法·····	(822)
销售调研之法·····	(767)	假买真抛之法·····	(823)
推拉挖井用法·····	(769)	广告促销法·····	(825)
诚信促销法·····	(775)	品牌商标促销法·····	(834)
猎获潜在市场之法·····	(778)	包装促销法·····	(840)
超级市场促销法·····	(780)	展览陈列促销法·····	(846)
零售促销法·····	(781)	表演示范促销法·····	(855)
进攻、防卫之法·····	(786)	怪招促销法·····	(858)
顺应需求促销法·····	(788)	标新立异促销法·····	(861)
顺应心理促销法·····	(796)	奖励促销法·····	(864)
感情联络法·····	(799)	便利促销法·····	(869)
入境问俗之法·····	(802)	快速简便促销法·····	(870)
优质服务之法·····	(804)	运动促销法·····	(872)
价格战略·····	(809)	色彩音乐促销法·····	(874)
贴少赚多之法·····	(820)	利用效应促销	

的方法.....	(877)	三步促销法.....	(911)
连锁店经销法.....	(887)	巴克啤酒公司	
网络行销法.....	(890)	促销法.....	(912)
因地致利之法.....	(893)	兄弟公司	
因时致利之法.....	(901)	促销法.....	(913)
锦上添花之法.....	(904)	希尔顿成功法.....	(915)
配销法.....	(905)	阿曼·哈默	
多样化、系列化、		致富法.....	(920)
专业化之法.....	(908)	林绍良致富法.....	(924)
囤积居奇之法.....	(910)		
主要参考书目.....			(927)

强化自我的致富谋略

概 说

人生最重要的是强化自我,最困难的是战胜自我,最成功的是超越自我而创造出一个伟大的自我。

社会是个大舞台。每个人都是这个大舞台上的一个角色。我们每个人都要问一问自己:在这个大舞台上,我到底要扮演什么角色?是扮演笨人、蠢人、穷人、失败的人,还是扮演智者、能人、富人、胜利的人呢?许多人没有认真地想过这个问题,或者想过这个问题,却没有下功夫去找出答案,甚至有了答案,却没有鞭策自己去朝着正确的方向去强化自我、超越自我。于是他不自觉地扮演了愚蠢的人和无用的人,因而也就变成了穷人和失败的人。如果我们认真地考虑过这个问题,下功夫去找出了答案,并且能够约束自己,朝着最佳的选择去塑造自我,去奋力拼搏,那么,我们就一定能扮演智者和能人,因而也就变成了富人和成功的人。

人生下来都是一个样子,并不分什么生旦净末丑。社会大舞台上的角色,都是通过每个人自我选择、自我设计、自我表现来确定的。如果你想成为智者,你就会做到想的是智者、学的是智者,时时事事以智者的标准来要求自己,日复一日,你也就成了智者;如果你想成为能人,你就积极地介入各种事务,而且始终要求自己把事情都做得比别人快、比别人好,久而久之,你也就成了能人;如果你

想成为一个成功的致富者，天天找致富的门道，时时抓致富的时机，年年打致富的主意，认准目标，终身不改，你也就会成为成功的富翁，也就能在社会的大舞台上，演出轰轰烈烈的一幕。

有一幅对联说得好：苦心人，天不负，卧薪尝胆，三千铁甲可吞吴；有志者，事竟成，破斧沉舟，百二秦关终属楚。

然而，社会行业千种万种，致富道路千条万条，我选哪种行业，走何种道路呢？在这里，最重要的问题是发现自我：知道自己有什么长处，知道如何在商品竞争的环境中去发挥这种长处。韩国的大富翁郑周永，15岁时，父亲就要他和自己一道种地。但郑周永不甘心把自己埋在泥土里，他多次逃离故乡，到广大的社会中去寻找自己的致富之路。最后，他终于发现了自己在修理汽车和办厂方面的特长，借债买下了汽车修配厂，又办起了土建企业，创立了“现代企业集团”，使该集团成为世界上的500家最大的企业之一。到1986年，该集团拥有42个系列企业，16万名职工，总销售额达13兆亿韩元。

发现了自我，就要认准方向，坚韧不拔地朝这个方向努力，在困难和挫折面前不退缩、不回头。这就是说，要强化自我。前面提到的郑周永，曾经三次离家出走，经过三次失败的磨练，才使自己的事业走上正轨，他是认准目标就永不倒退的铁汉子。如果他半途而废，如果他甘心认输，那么，他便不会有如此巨大的成就，他便要沦为失败者。这就是说，强化自我，就要经得起挫折和失败的考验；经受不住就是弱者，就很难成功、很难致富。

当然，我们也可以举出无数例证，证明智者和强人也会失败。但细究起来，他们的失败，终归还是因为他们有不智之举和不强之处。或者说，这从另一个侧面证明了：每个人除了发现自我和强化自我之外，还要在历史和环境的条件下，最佳地安排自我，即最佳地利用形势和抓住机遇。以韩国的财界之父李秉哲为例：1941年，中日战争扩大为太平洋战争，此时，他便能利用形势，看准时机，预

测到粮食会随着战争的扩大而日益匮乏，他便做起了粮食生意，建立了“三星物产公司”，同时经营国际贸易，使自己的财产扩大了20倍。70年代，朴正熙发表重化工业宣言，李秉哲又看准时机，乘风展翅，开拓重化工业，如造船业、重型机械工业、石油化学工业等等，同时他还涉足商业，甚至办报，总之，他总是看准形势，不失时机，从不失去发展与扩张的机会。最终，他创立和领导的“三星集团”，在韩国始终处于一、二名的地位，并进入世界上最著名的50家企业的行列。不只是李秉哲，世界上的任何一个白手发家的人，也都是如此。他们的智慧和能力，更突出地表现在利用形势和抓住机遇这个方面。

人们不得不承认这样的现实：所有的国家都同在地球这个大环境中，为什么有的国家经济先进、国力强大而有的国家经济落后、国力衰微呢？所有的企业都同在国家这个大环境中，为什么有的企业天天盈利、天天发展而有的企业则天天亏损直至倒闭呢？同样都在同一个机关、同一个企业、同一个村落中，为什么有人富起来又有人穷下去呢？为逃避过失，人们可以找一千个借口、甚至一万个借口，但实质性的问题却只有一个：主事者自我的能力和水平问题。一个国家比别的国家落后，其根子就在于这一国的统治者比别的国家的领导人更蠢、更无能；一个企业亏损，其根子就在于该企业的厂长、经理比别的企业的老板更迟钝、更懦弱；一个家庭比别的家穷，其根子就在于这个家的家长比别的当家人更低智、更无能。贫穷、落后，就像皮肤一样，已经紧贴在你的肌肉上，就像躯壳一样，已经控制了你的内脏和灵魂，这是能用借口去洗刷得了的吗？

明智的做法是：承认自我、反省自我、强化自我，使愚昧无能的自我，变成精明而能干的自我，从而变成“超我”。

所谓“超我”，就是强化了自我和超越了的自我。就是充分认识而且敢于承认自己的弱点的自我；就是在承认弱点的基础上坚

决扬弃自己的弱点的自我；就是在扬弃弱点的同时，善于充分发挥自己的长处的自我；就是能够运用谋略，使自己的长处与所处的历史和环境结合起来，进行最佳选择的自我。

常言道：凡愚人不能守财，唯智者方能致富。致富，是超我的智慧和能力在经济较量中获取的胜利成果。

也许你现在囊中羞涩，一无所有。不要紧。要紧的是：你有才智吗？有毅力吗？如果有，你就要与现状决裂，去抗争、去拼搏。美国有个叫海曼的穷画家，非常用功，但画画不是他的所长，所以一直没有成功。海曼经常用小铅笔和小橡皮画素描，往往画了擦，擦了画。贫苦的海曼为了不让橡皮条轻易丢失，就开始想办法。他把橡皮条切得很小，用铁丝把它固定在铅笔的顶端，就是在这个基础上，他发明了现在大家熟知的皮头铅笔。海曼因此获得专利成为富翁。海曼不是一无所有吗？机会加上智慧，使他致富了。也许类似的事很多人遇到过，可惜像海曼这样肯动一下脑子的人还不太多。其实，只要肯下功夫想办法，生活中到处可以涌现出海曼来。

也许你有一点点小资本，这是一种吃不饱又让人饿不死的本钱。这时，你就有两种可能，你可能让小资本变得更小，到一贫如洗；你也可能通过努力使小本钱变成大资本，从此走上致富道路。美国人赫盖尔与其他两人合伙组成了一个贸易小组，负责与日本人洽谈生意。一年下来，他领了第一笔奖金，于是决定痛快地玩一下，第二天醒来，赫盖尔发现，自己的奖金已经用去了十分之二、三。为此，他曾愧对母亲。他从后悔中振作起来，借足了一千五百美元，与他的朋友合伙成立了“亚洲贸易公司”。公司成立的头一年，他几乎没有娱乐，没有休假。就凭着他们的小小资本，与日本的一家缝纫机厂商合作，又成立了“兄弟国际公司”，第一年就销售缝纫机一万台，五年后，销售缝纫机 65.2 万台，占美国进口缝纫机的第三位。紧接着，他又成功地推广了针织机，经营了自行车。由 1500 美元起家，扩展到拥有 5 家公司和一个广大而健全的销售网，最后成为在

国内外都很有影响的富翁。这一事例说明，只要有足够的谋略和苦干精神，又能抓住机遇，你的小资本就能变大本资本，就可以富起来。假如相反，像前期的赫盖尔那样，有了一点小资本就去及时行乐，那么，其结果就免不了要愧对母亲，当然，更直接的，还是要愧对自己，愧对来到这世上本来还可以振作一番的自我。

也许你的地位太低，没有当到老板，同时也没有当成合股人，甚至是一个没有工作的人。那么，你那无力的手，是不是可以敲开致富的大门呢？说来，也许有些人会不相信：命运之神对地位低的人最冷酷同时又最慷慨。它让某些处在社会最底层的人终生受尽凌辱，最后饮恨倒下，酿成人间的许多悲剧。它也让许多人从底层爬上来，成了一个又一个的杰出人物。美国的第十六任总统林肯，出生在美国的肯塔基州一个贫困的农家，他自小在家里割草、砍树、开荒种庄稼，长大后，他又当过劈栅栏木工、船工、邮务员、测量员和店员。他断断续续上过不到一年的学。按理，他的地位是再低不过了。可是，他自强不息，通过刻苦自学，他二十七岁考取了律师，他四次连任伊利诺斯州议员，1861年3月4日，他就任美国总统，成为世界史上最杰出的人物之一。美国最大的、制造黑人化妆品的“约翰逊制造公司”首创人就叫约翰逊。约翰逊出身低微，为生活所迫，他十六岁就停学谋生，靠打零工养活自己。十八岁，他到一家制造黑人化妆品的公司里去当推销员，生活极为艰苦，有时候，他一天之内，只能啃几块干面包。面对贫困而又没有化妆习惯的黑人，他一筹莫展。后来，他想出了““放饵钓鱼””的办法，让黑人先免费试用，然后再推销。他租来了风琴，边拉边唱，吸引黑人前来试用化妆品。很多黑人妇女，在约翰逊的指导下，打扮得漂漂亮亮。于是，化妆品销路很快就打开了。在这基础上，他自己在朋友的资助下，凑足了470美元开起工厂来。他请来行家，不断开发新产品。后来，资本超过了8000万美元，他的公司成了美国最大的黑人化妆品和洗浴用品制造公司。以上两例证明：不论从政或是从商，地位