

——著名商家致富絕招



# 獨具慧眼

古華城、周向潮（編著）



【發行】貞德圖書事業有限公司

國家圖書館出版品預行編目資料

獨具慧眼：著名商家致富絕招／古華城，周向潮編著．

—初版．—臺北市：貞彥，2000[民89]

面；公分

ISBN 957-651-501-7（平裝）

1. 企業管理 2. 成功法

494

89015977

**獨具慧眼—著名商家致富絕招**

NTS240

古華城、周向潮／編著

2000年12月／初版

〈總經銷〉

**貞德圖書事業有限公司**

台北縣新店市寶橋路235巷133號8樓之2

訂書專線(02)8919-1026 \* 傳真(02)8919-1019

〈出版者〉

**貞彥有限公司**

編輯部／台北市〈文山區〉萬安街21巷11號3F

電話(02)2239-8555 \* 傳真(02)2230-6118

總管理處／台北縣深坑鄉萬順寮106號4F（東南學院正對面）

電話(02)2664-2511 \* 傳真(02)2662-4655 / 2664-8448

網址／<http://www.linyu.com.tw>

E-mail／[linyu@linyu.com.tw](mailto:linyu@linyu.com.tw)

◎法律顧問：蕭雄淋律師 Printed in TAIWAN ISBN 957-651-501-7

# 獨具慧眼

——著名商家致富絕招

古華城、周向潮〔編著〕



## 編輯手札

林 鬱

走進21世紀的大門，世界又為我們啓開了另一扇窗。在「菁英系列」中，我們曾經說過，我們將總結變幻萬千的20世紀的種種經驗，去提煉出另一套邁向本世紀的商業智慧……

「商場贏家」的企劃是一九九九年春天，我與個性比較內向卻相當踏實且具有才華的向潮君在杭州展開的。綜觀坊間所謂「成功學」書籍，大部分都顯得凌亂無章、冗長不切，且閱讀費時，於是我們就針對現代人追求的「效率哲學」為基點，以「極短篇」方式，讓讀者隨興翻閱。除了敘述主題之外，另加「語引」、「點評」等，以達到「畫龍點睛」的效應！

「商場贏家」初期預定推出五部，即：《風起雲湧：著名商家創業之道》、《獨具慧眼：著名商家致富絕招》、《棋高一著：著名商家營銷妙方》、《前車之鑑：著名商家沉浮之思》、《重振雄風：著名商家再生之術》，舉凡商場上的各種

情形，如創業之道、致富絕招、如何洞燭先機、如何在失敗中站起來、東山再起……等等，都囊括其中。

這是一套十分豐富的商業資訊，也是聚集了世界第一流人才的經驗法則。從參考價值上，從閱讀旨趣上，從勵志人生上，在在都可以作為我們「力爭上游」的有效利器！

## 第一部・世間無限丹青手

- |    |                    |
|----|--------------------|
| ①  | 三條妙計定乾坤／14         |
| ②  | 新力打好國際品牌／17        |
| ③  | 疾風知勁草／20           |
| ④  | 吃虧就是占便宜／23         |
| ⑤  | 聽從賺錢的規律／26         |
| ⑥  | 不掏一分錢，也能成富翁／29     |
| ⑦  | 大刀闊斧逞英雄／31         |
| ⑧  | 速食麵成為食品市場的「新大陸」／34 |
| ⑨  | 死馬當作活馬醫／37         |
| ①0 | 水是一種商品／39          |
| ①1 | 找準投資方向／41          |
| ①2 | 天高任鳥飛／44           |
| ①3 | 鮑洛奇花招迭出／47         |

## 第二部・花木成蹊手自栽

① 沃爾頓美夢成真／50

① 飛雅特搶眼歐洲市場／53

① 給每位員工都發武器／56

① 馬鈴薯變金子／58

① 專尋「麻煩」的艾柯特／61

① 加菲貓使傑姆名利雙收／63

② 新產品成為搶手貨／65

② 走在隊伍之前／70

② 珠寶界的弄潮兒／73

② 從家庭主婦到「麵包女王」／76

② 推銷打開銷路／79

② 以收購搶占市場／82

② 齊田重男兩落兩起／84

|    |               |
|----|---------------|
| 27 | 走別人不敢走的路／86   |
| 28 | 兩億法郎損失挽回信譽／89 |
| 29 | 使作品暢銷／91      |
| 30 | 養鹿與釣魚的發現／93   |
| 31 | 寵物市場前景誘人／96   |
| 32 | 從廢物中淘金／99     |
| 33 | 傳呼服務傳出佳話／101  |
| 34 | 華人兄弟齊發跡／104   |
| 35 | 電腦行業的贏家／107   |
| 36 | 做個有心人／110     |
| 37 | 改革路上永無止境／113  |
| 38 | 拾灌木柴時的發現／116  |
| 39 | 萬涓成水，匯流成河／118 |
| 40 | 「矽谷先知」克拉克／121 |

## 第三部・一葉落知天下秋

- |     |                    |
|-----|--------------------|
| 4 1 | 專打破產企業的主意／1 2 6    |
| 4 2 | 「猛龍過江」，勢不可擋／1 2 8  |
| 4 3 | 天然飲料掀起新革命／1 3 0    |
| 4 4 | 尋覓新式「武器」／1 3 2     |
| 4 5 | 巧戰的藝術／1 3 4        |
| 4 6 | 莫因事小而不為／1 3 7      |
| 4 7 | 發明創造效益／1 4 0       |
| 4 8 | 精工集團改變世界鐘錶格局／1 4 2 |
| 4 9 | 未雨綢繆譜新篇／1 4 5      |
| 5 0 | 揚長避短，化險為夷／1 4 8    |
| 5 1 | 騰飛的新加坡航空公司／1 5 1   |
| 5 2 | 超級市場與分角小商店／1 5 5   |
| 5 3 | 投入少，見效快／1 5 8      |

# 第四部・無心插柳柳成蔭

54 「神醫」道密爾／161

55 靈機一動財源來／164

56 從報童到企業巨頭／168

57 當舖捲土重來未可知／170

58 「醜小鴨」變成「白天鵝」／173

59 新力領導潮流／176

60 佐川宅急便靠誠意競爭／179

61 牛仔服裝魅力永恒／184

62 且向花間留晚照／187

63 冒大風險才能盈大利／190

64 選好生意門道／195

65 小發明鋪就黃金路／198

66 替左撇子著想／201

|    |                    |
|----|--------------------|
| 67 | 創意也能生財／203         |
| 68 | 殯葬業——渡過生命的最後一關／206 |
| 69 | 巴士的新用途／209         |
| 70 | 在垃圾中掘寶／211         |
| 71 | 流動辦公引起連鎖反應／214     |
| 72 | 靈機一動，舉世無雙／217      |
| 73 | 紙的新品種／220          |
| 74 | 防曬油與空氣罐頭／222       |
| 75 | 出售天氣預報／225         |
| 76 | 小創新獨占鰲頭／228        |
| 77 | 廣告造名聲／231          |
| 78 | 變廢為寶，一舉多得／234      |
| 79 | 增強自身優勢／236         |
| 80 | 利用天空生財／239         |

# 第五部・一丘一壑也風流

|    |                 |
|----|-----------------|
| 80 | 無形的東西無法複製／242   |
| 81 | 找準讀者群／246       |
| 83 | 八百次業績考核／249     |
| 84 | 法國白蘭地登陸美國／253   |
| 85 | 「無」中生「有」的途徑／256 |
| 86 | 時勢造英雄／259       |
| 87 | 價格的活用／262       |
| 88 | 設法滿足人們的需要／266   |
| 89 | 日立公司苦練「內功」／269  |
| 90 | 正直創造誠實的環境／272   |
| 91 | 耶伯生今非昔比／275     |
| 92 | 知人才能善任／277      |
| 93 | 條條大路通羅馬／280     |

|     |               |
|-----|---------------|
| 94  | 發明叩開富裕門／283   |
| 95  | 富豪汽車的安全廣告／286 |
| 96  | 喚起購買慾望／288    |
| 97  | 不積跬步無以致千里／290 |
| 98  | 與時間賽跑／293     |
| 99  | 吉利的反擊／295     |
| 100 | 放長線才能釣大魚／298  |



**第一部**  
**世間無限丹青手**



## 1. 三條妙計定乾坤

【語引】古之所謂善戰者，勝於易勝者也。

——《孫子兵法》

菲力史東在底特律時，發現了一種新鮮的玩意兒——橡膠輪胎，對它產生濃厚的興趣。他深入了解橡膠輪胎的優越性，得出這樣的結論：用這種輪胎，坐在車裡的人會感到柔軟、舒適、輕快。當時，大多數交通工具安裝的是鐵瓦車輪。他斷定在汽車工業不斷發展，市場不斷擴大的形勢下，橡膠胎必定會取代鐵瓦車輪。

「要首先佔領市場！」超人的才智和果斷的決策使菲力史東捷足先登，菲力史東—威克多橡膠公司應運而生了。

公司的地址設在哪裡最合適？許多人認為，底特律無疑是對橡膠輪胎需求最大的地區。理由很充分：這是美國第一大汽車產地。但菲力史東不這樣想。他出人意料地堅持把公司設在芝加哥。他認為：芝加哥的每條馬路都鋪著鵝卵石，人們行走於這樣的路面上，要借助於橡膠鞋。像這樣的城市，對橡膠輪胎的需要量是最大的。另外，芝加哥地處五大湖附近，有

便利的水運條件和低廉的運費，再加上有四通八達的鐵路網，不管是陸路還是水路，交通頗發達，將來的橡膠輪胎外運不成問題。而且，芝加哥距最大汽車集散地底特律又十分近。因此，芝加哥有其得天獨厚的條件，廠址非它莫屬！後來證明這是正確而明智的抉擇。

公司成立後不久，一個偶然的機會，菲力史東在一家酒吧門口遇到一個醉得迷迷糊糊的年輕人。他不禁打聽起這個年輕人，並了解到這個青年發明了一種新式橡膠輪胎並已獲得了專利，苦於無人推廣且又連遭冷遇，只好借酒澆愁。菲力史東得知這種情況後，立即去找這位青年羅唐納。他的真誠終於打動了羅唐納，兩人結成了好友。羅唐納決定與菲力史東合作，大幹一番事業。

羅唐納發明的蓄氣量很大，帶一圈鋼絲，使車輪與車圈緊密結合，不易脫落的新式橡膠輪胎產品一投放市場，立即呈現出暢銷勢頭。以此為起點，菲力史東的事業開始蒸蒸日上。

在新式輪胎與日俱增，市場趨於飽合的不利時刻，菲力史東再一次顯示了他超人的才能。那時，底特律汽車公司的福特剛開發完成一種造型優美且價格低廉的新車，並準備大量投入生產。這無疑給新式橡膠輪胎的大量推銷帶來了福音。菲力史東一得知這個消息，立即前往拜會福特。見到福特，他立即以神祕的語氣說：「我敢保證，這種輪胎一定適合您的新車。同您的新車一樣，這是我們推出的新產品。」隨後，他又壓低聲音說：「別人不要說過，就是連見也沒見過呢！」這種奇特的態度，馬上引起福特的興趣。實驗過輪胎後，福特