

眼光会在生命的光影中折射智慧

目光短浅，只能得到蝇头小利；眼光长远，方可获得成功果实

经商

就是

靠眼光

JIUSHI KAO YANGUANG

漆 浩◎著

北京工业大学出版社

眼光会在生命的光影中折射智慧

目光短浅，只能得到蝇头小利；眼光长远，方可获得成功果实

经商

就是

靠眼光

JINGSHANG
JIUSHI KAO YANGUANG

漆 浩◎著

北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

经商就是靠眼光 / 漆浩著. —北京: 北京工业大学出版社,

2011.1

ISBN 978-7-5639-2543-8

I. ①经… II. ①漆… III. ①商业经营—通俗读物

IV. ①F715-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第199431号

经商就是靠眼光

作 者: 漆 浩

责任编辑: 李兰丁

封面设计: 天下装帧设计

出版发行: 北京工业大学出版社

地 址: 北京市朝阳区平乐园 100 号

邮政编码: 100124

电 话: 010-67391106 010-67392308 (传真)

电子信箱: bgdcbsfxb@163.net

承印单位: 北京高岭印刷有限公司

经销单位: 全国各地新华书店

开 本: 710 mm × 1000 mm 1/16

印 张: 17

字 数: 263 千字

版 次: 2011 年 1 月第 1 版

印 次: 2011 年 1 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5639-2543-8

定 价: 28.00 元

版权所有 翻印必究

图书如有印装错误, 请寄回本社调换

前 言

国人看什么问题都讲究高度、力度、深度，我们常把这种对问题的认识称为“眼光”。国人更非常认同眼光的作用，这种例子比比皆是，例如，我们常说要有长远眼光；又说“眼光独到”、“高瞻远瞩”、“入木三分”、“独具慧眼”，都与眼光密切相关。

其实，所谓眼光，就是智慧的产物。它的本质不是“随波逐流合污”，而是特立独行。常听人们说：你眼光真好。这话好懂又不好懂。眼光是我们看问题的一种角度，好眼光是指一种判断力，是一种选择观，是一个人不同于他人的出发点。

本书是一本专门讨论如何借助于提高商人“眼光”以战胜竞争对手走向辉煌的成功指南。

本书所说的“眼光”，与众不同，是指独特的经商眼光，即经商过程中，商人们与众不同的经营智慧和独特品质。英国人布莱克说：“独辟蹊径才能创造出伟大的业绩，在街道上挤来挤去不会有所作为。”这句话对每个有志于成就一番事业的生意人来说，当属肺腑之言。所谓优秀商人，应具有这样一种品质：能够发现别人发现不到的商机，能够找到别人找不到的市场，能够提供别人不能提供的服务，这样的商人，具有与众不同的眼光，他能够高屋建瓴，统观全局；他能够眼观六路，耳听八方。他之所以能够成功，归根结底是因为具有别人所不具备的东西——眼光。

本书具有两大特点。第一大特点就是着眼于“眼光”的“巧”。“巧”

就是灵巧，轻巧，技巧。俗话说，“问渠哪得清如许，为有源头活水来”，做生意就像一条河，无论是源头还是尽头，有水才是最重要的，而这活水就是经商者的“眼光”之泉。本书的“巧”即以思维和智慧之“巧”去激发读者内心的灵感，启发读者经营的思路；通过大量的实例帮助读者找到好的经商眼光的规律性，从而以“巧”取胜。

第二大特点就是着眼于“眼光”的“实”。本书的“实”就是实用，实战。即改变人们的“经商眼光虚而不实”的看法，从实战的角度出发介绍商战实例，从专业的角度出发介绍培养经商好眼光的经验和知识，以帮助读者培养发现商机的好眼光，并将它落实，加以完善提高，从而使财富源源不断地涌来。

当今世界，商场的白热化竞争已到了无所不用其极的地步，所以西方有一流人才来经商，二流人才去从政的说法。而经商的艰难程度和商人能力的高低，其区别就在于眼光不同。一个商人的事业和一个企业经营战略的成功与否，都取决于有无前瞻性的眼光。如果说，你的眼光能“见人所未见”地发现尚处于萌芽状态的机会、开发具有极大发展潜力的市场，那你就是即将变成天鹅的丑小鸭，就是可以燎原的星星之火……世界上人与人的不同，事与事的差别，在很大程度上都是由于眼光不同导致的。好眼光能给人带来与众不同的魄力和一呼百应的霸气，事实证明，作为商人只有具有寻找财富的眼光，并将其付诸行动，才能鹤立鸡群，鸟瞰天下，节节胜利。商业眼光影响到经商的各个方面。无论是在发现商机方面，还是在创新理念方面；无论是在投机冒险领域，还是在妙用社会资源方面；或是在赚取利润方面，都充满了经商眼光的较量和选择。为了说明眼光效应，书中特意选择了一些能够说明商业眼光的经典案例，并详细说明商业成功案例与经商眼光的关系及其亮点，具有一定的指导意义。

本书还指出，商业眼光虽然是一种智慧的产物，但仅仅拥有智慧是不够的，还需要学习及了解经商的知识 and 经验。我们要学习书中那些著名商人和企业的核心经营战略，选择他们在经营中的成功模式。本书介绍了杜邦公司，索尼公司，宝洁公司，麦当劳，IBM 等世界一流企业决策者与众不同的商业眼光，同时也介绍了洛克菲勒、比尔·盖茨、格蒂、希尔顿、李嘉诚等世界一流成功商人的个人经商感悟，分析了他们经商过程中运用

商业眼光的心路历程，以分享他们的成功经验。

观察一下当今世界上最成功的商人就会发现，他们原本是有着相同梦想和眼光的人。不管起点有多低，但对未来都有宏伟的设想，制订了伟大的计划。正如多年前他们第一次进入商界时被前辈成功商人忠告的那样，虽然“起步很低，但想得很多。”事实证明，相信梦想就是一切，否则，就注定会失败。别只是对梦想动动嘴皮子：如果没有绝对的信心作保证，你会把它彻底毁了的。这就像不打地基就造房子一样。而如果有了长远的眼光，即使生活没有机遇，也能创造成功的远景。愿本书给读者带来与众不同的经商眼光，能引导你进入高人一筹的经营境界，使你成为一个有实力、有眼光、有见识、有经验的商场上的赢家。

你是一个有眼光的商人吗？如果暂时不是没有关系，眼光不是先天形成的，而是后天学习和积累养成的，在竞争日趋白热化的商海中，你是否已感到身心疲惫，回天无力？在人云亦云，亦步亦趋的商业浪潮中，你是否感到手足无措，无所适从？本书将告诉你如何养成商人敏锐眼光，炼就生财眼力，成就商人的成功气质，读过此书，你将获益匪浅，不再迷茫。

目 录

第1章 什么是好的商业眼光 001

善于经营生意的人，他的性格应像自然界的水一样，虽然看似温和，却能够无孔不入。从这个角度来说，生意不是空谈而来的，而是靠眼光争取到的。大多数人生意成功始于一种积极心态，一个好的念头，一种好的眼光，所缺的不是金钱意识而是好的着眼点。

- 解开生意谜题的钥匙 003
- 做生意要无孔不入 004
- 做独家买卖和自己竞争 006
- 一招鲜吃遍天 008
- 不满足才能去创造 011
- 成功始于精明的设想 014
- 培养典型的商业眼光 018
- 独树一帜更能成功 021
- 好眼光是商机之源 023

第2章 好眼光是源头活水 027

常听人们说：你眼光真好。这里的好眼光首先是指一种前瞻性的判断力。一个商人的事业和一个企业的经营战略能否成功，取决于有无前瞻性的眼光。如果说，你的眼光能“见人所未见”地发现尚处于萌芽状态、有极大发展潜力的亮点，那就是发现了可以燎原的星星之火……所以人们常说，选对经营的亮点，就是成功了一半。做生意就像一条河，无论是源头还是尽头，有水才是最重要的。做生意虽然有不同的环节和流程，但有一个最基本的原则，那就是要有发现利润的好眼光，使财富源源不断地涌来。

- 使财富源源不断涌来 029
- 在眼光上先知先觉 031
- 有心人常能打破常规 032
- 思维方式决定成败 034
- 做生意就要争分夺秒 036
- 避免无谓的浪费 038
- 有眼光就不必更辛苦 039
- 善于思考是致富要诀 040
- 别错过“天赐良机” 042
- 好眼光是利润之源 044

第3章 好眼光能够发现商机 047

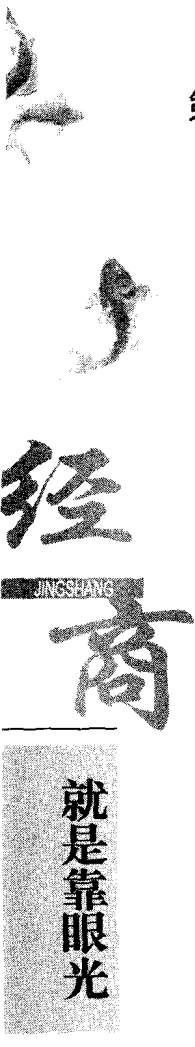
做生意最重要的是什么？是商机。商机从哪里来？商机从来不会自己送上门。商机是那些善于上下求索，眼光上先知先觉，对政治、经济形势有较强的预见能力，并能及时地果断抓住机会的人。为什么有些人难于找到成功的商机？其重要原因之一就在于没有眼光上的先知先觉。商人与商人的不同就在这里。

● 做捕捉商机的高手	049
● 机会只光顾有心人	051
● 抓商机要有速度	053
● 注重黄金般的信息反馈	055
● 商机常具有伪装性	056
● 小物品蕴藏大商机	058
● 商人的天敌是平庸	060
● 对商机要有预见性	062
● 目光独到效果好	064

第4章 好眼光帮你寻找“亮点” 067

在商业市场上，总会有一些特殊的“亮点”，牵动着商人们的眼光，而现代商业社会，如何看待和能否选择这些“亮点”，已成为决定商人成败的关键。一般来说，抓住“亮点”的成本越低，其成功的概率就越大，抓住“亮点”的成本越低，其财富的积累幅度就越大。对于那些想要成就一番事业的人来说，当“亮点”出现时，抓住了它，便有了成功的可能。

● 敏锐眼光等于财富	069
● 总比别人快半拍	071
● 新眼光发现新市场	073
● “发现”是一种独特本领	078
● 机遇偏爱善于思考的人	081
● 人人都不缺眼光	083
● 做生意要眼到心到	084
● “敢”与“不敢”看眼光	086
● 学会放弃旧的观念	087
● 抓住冷热交替的规律	089



● 在细分市场中找商机	091
-------------------	-----

第5章 好眼光成就投资冒险 093

好眼光与冒险常常如影随形。好眼光能带动投资，经商的乐趣就在于冒险。有些人认为，冒险在经商中有很强的贬义，但有的人却赋予冒险一个重要内涵：以小搏大的精神。要想成功地获取大量的财富，冒风险便必不可少，正所谓风险与机遇共存，风险大机遇亦大。但碰运气式的冒险，绝对不可为。真正的冒险不是头脑发热的产物，而是有着超前预见的、谨慎进行的大胆尝试。如果畏首畏尾，不敢冒险，往往会错失良机。

● 冒险是商业眼光之魂	095
● 经商就必须敢于冒险	097
● 风险大机遇亦大	099
● 投资眼光要灵活	101
● 赚钱需要超前灵感	103
● 目光长远才有发展	105
● 要有灵活的头脑	106
● 商业投机是一门艺术	108
● 要敢于冒最大的风险	109
● 赚到更多的资本	111

第6章 好眼光带来创新理念 115

社会上的每项转变，乍看起来，似乎与你无关，但实则却与你息息相关，绝对不容忽视。好眼光会带来创新理念，帮你抓住各种转变导致的契机。做生意就要以少胜多，以最小的投资获得最大的收益，这是商业活动一本万利的特征。对商人来说，追求回报、赚取金钱似乎是天经地义的事，但市场又往往充满了辩证

法，一个商人追求利益和金钱固然没错，但过分追求利益会被金钱所奴役，会使事情走向反面，导致经营的失败。养成创新理念，常保持头脑清醒，积极了解表象下的本质，将大大有利于你的财富积累，把更多的钱放进你的口袋。

● 寻找新观念新起点	117
● 重要的是把钱用活	120
● 用别人的钱发家	122
● 绝不做强利生意	125
● 占领市场“好又快”	127
● 过度贪心不利经商	129
● 以小损换大益	131
● 做生意就像施魔法	133
● 经商就是着眼于服务	137
● 牢牢把握顾客需要	140
● 动机是最大的商业秘密	143
● 把生意当做自己的情人	145

第7章 好眼光教你妙用资源..... 147

有好眼光的人是妙用资源的高手，拥有活用资源的能力。这样的人，灵感也来得快。能敏锐地看出什么生意能赚钱的人，才是永远的胜者。所有的生意人都清楚，好的构想是赚钱的先决条件。但好的构想从哪里来呢，有时候是需要灵感的。做好的生意和写好的小说一样，是清晰的自我表达，与你的生命合二为一。有些人面对失误只能哀叹自己运气不佳，而有些人却能为自己创造奇迹，这两种结果的关键区别就在于你是否能妙用资源，抓住机会。

● 积蓄资源为创业	149
● 每个客户都是资源	151
● 好眼光要有独创性	153
● 顾客需要就是资源	154



● 争取支持易成功	156
● 智慧也可以点石成金	158
● 妙用广告宣传资源	159
● 水涨船高事易成	161
● 商人也要有政治眼光	163
● 渠道也是一种资源	165
● 小事中蕴藏着转机	168

第 8 章 好眼光使利润无限 173

商人最终的目的是追求利润的最大化。优秀商人常说,“利润是一个让人猜不透的谜”,要真正解开生意的利润之谜,不仅需要智慧,而且还需要行动和实践。一句话就是要做到——眼到、心到、手到。眼到就是看见利润所在,心到就是计算出商业利润的多少,手到就是迅速动手抓住利润不让它溜走。这三者乃商业眼光之最高境界,但这些并非天生就有的,有赖长期的训练,才能够培养得出来,还必须在有意无意之间不断地自我摸索体会,然后慢慢地养成,直到出神入化。

● 不用投资就挣钱	175
● 理念就是你的点金术	176
● 成功需要突发奇想	178
● 比未来快一步	180
● 好方法拿来就用	182
● 发现理财的黄金律	184
● 眼光可通过努力提高	186
● 不做“勉强的生意”	188
● 抓住热点做买卖	190
● 每天花 15 分钟学习投资	192

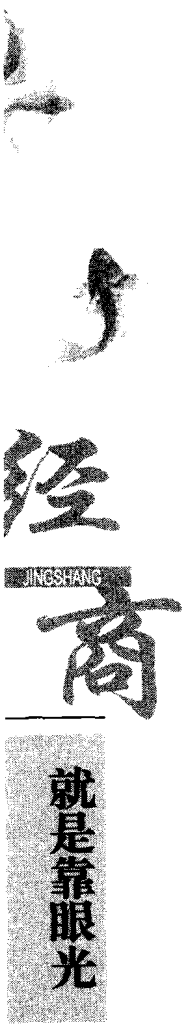
第9章 炼就你的生财眼195

人找钱难，钱找人易，关键就看你是否有一双生财眼。经常看到有的人在想赚钱时却老是赔，别人也说他：“别再干了，你不是经商的料。”事实上，这种人一般来说就是没有生财眼光。而有的人恰恰相反，仅凭小数额的本钱，或在别人看来根本没有赚钱希望的情况下，却捞到大把大把的钞票。这种人就是那种拥有生财眼的人。

- 要有一根赚钱的神经 197
- 在忍耐中锻炼眼力 201
- 养成与众不同的眼光 204
- 想赚钱就要瞄准特殊人群 207
- 做有心人才能成功 210
- 薄利厚利尽收眼底 212
- 找个“冷门”发财 215
- 请将规则烂熟于心 218
- 百分之一也要抓住不放 220
- 做生意要独具眼光 223
- 用价格赢得顾客忠诚 226

第10章 眼光越远越成功 229

观察一下当今世界上的成功商人就会发现，他们是一群有相同梦想和眼光的人。不管起点有多低，他们对未来都有宏伟的设想，制订了伟大的计划。他们起步很低，但想得很多。事实证明，你有多长远的眼光，就有多伟大的成就。因此别只是动动嘴皮子，要有绝对的行动作保证，这样有了长远的眼光，即使没有机遇，也能创造成功的远景。



● 眼光越远成功越快	231
● 见微知著者能成大器	233
● 不靠资金靠长远的眼光	235
● 眼光往往决定成败	237
● 成大事要有非凡胆略	241
● 想别人之不敢想	243
● 生活并不缺少机遇	246
● 从你的实际情况出发	249
● 长远谋算得先机	251
● 从不同的角度看问题	254
● 随机应变成大事	256

第1章

什么是好的商业眼光

善于经营生意的人，他的性格应像自然界的水一样，虽然看似温和，却能够无孔不入。从这个角度来说，生意不是空谈而来的，而是靠眼光争取到的。大多数人生意成功始于一种积极心态，一个好的念头，一种好的眼光，所缺的不是金钱意识而是好的着眼点。

● 解开生意谜题的钥匙

商人们常说：“生意是一个解不开的谜”，要解开这个谜，不仅需要智慧，更需要好的商业眼光。优秀商人正是这样一群具有好的商业眼光又富有冒险精神的人，他们走到哪里，就能发现那里的商机，创造财富。

世界知名的冒险企业家哈默博士，他的成功已被世人所公认。而他第一次成为商战中的胜利者时，还只是一个19岁的医学院学生。那时，哈默父亲经营的公司亏损相当大，濒临破产。但哈默深信公司的命运可以改变，只是必须改变公司的经营方式。这样，哈默担起经营这个公司的重担。他非常兴奋与激动地接受了命运的第一次挑战，牢牢地抓住了命运赐予他的机会，竟然大获成功，成了亿万富翁。他曾经经营的联合药品和化学公司，有效地垄断了美国的药业生产。

实践证明，是好的商业眼光改变了哈默，成为他成功的保证。在同苏联开展商品贸易期间，他考虑到当时苏联政府正在大力支持农业现代化，对拖拉机的需求将会很大，他毅然鼓足勇气去见亨利·福特。此时的哈默在商界只不过是初出茅庐的无名小卒，而福特已经是美国工业界的一位伟大而神奇的人物了。但就连福特也没有足够的把握与苏联做生意，哈默却在分析了当时苏联的状况后认为，这时同苏联做生意是极有利的，因为牲口拉犁的耕作方法已经过时了，如果苏联要发展，就必须有机械化的运输工具。结果，哈默判断十分正确，他抢先其他企业一步，获得了巨大的成功。

1925年，还是在同苏联的贸易中，哈默又运用好的商业眼光大赚了一笔。在对苏联的了解中，他发现苏联各类笔奇缺，全部都要从德国进口。哈默马上意识到，这是一个机会，他紧紧地抓住这个机会，使苏联政府给了他生产铅笔的特许权。之后，他立即到当时的德国铅笔制造业中心纽伦堡学习制造技术，然后招聘所需人才进行生产，哈默在投产后的第一年，完成了特许合同中许下的诺言，使苏联结束了从外国进口铅笔的历史，同