

经|典|天|天|读|系|列

每天读点

BUSINESS EXPERIENCES CHANGE YOUR LIFE

生意经

云牧心 / 主编

每 天 读 点 生 意 经

商业思维 + 生意秘诀 + 11 字真言



先做人后做事，先交朋友后做生意

○“学”字经 ○“悟”字经 ○“路”字经 ○“借”字经 ○“缘”字经 ○“利”字经
○“合”字经 ○“知”字经 ○“礼”字经 ○“淡”字经 ○“忍”字经



海潮出版社
HaiChao Press

经|典|天|天|读|系|列

每天读点

BUSINESS EXPERIENCES CHANGE YOUR LIFE

生意经

云牧心 / 主编

每 天 读 点 生 意 经

商业思维 + 生意秘诀 + 11 字真言



先做人后做事，先交朋友后做生意

○“学”字经 ○“悟”字经 ○“路”字经 ○“借”字经 ○“缘”字经 ○“利”字经
○“合”字经 ○“知”字经 ○“礼”字经 ○“淡”字经 ○“忍”字经



海潮出版社
HaiChao Press

图书在版编目(CIP)数据

每天读点生意经/云牧心主编.—北京:海潮出版社, 2010.2

ISBN 978-7-80213-828-5

I.①每… II.①云… 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(2009)第 243846 号

书 名: 每天读点生意经

作 者: 云牧心

责任编辑: 周建平

封面设计: 李尘工作室

责任校对: 韩红月

出版发行: 海潮出版社

社 址: 北京市西三环中路 19 号

邮政编码: 100841

电 话: (010)66969738(发行) 66969747(编辑) 66969746(邮购)

经 销: 全国新华书店

印刷装订: 北京中印联印务有限公司

开 本: 720mm×1000mm 1/16

印 张: 16

字 数: 270千字

版 次: 2010年2月第1版

印 次: 2010年2月第1次印刷

ISBN 978-7-80213-828-5

定 价: 29.80 元

(如有印刷、装订错误,请寄本社发行部调换)

目 录

CONTENTS

第1章

——向华人首富李嘉诚学习的16条生意经验

- 先做人后经商 /1
- 为没有敌人而自豪 /2
- 多问一个为什么 /3
- 机会不会坐着等你 /5
- 如何做大做强 /5
- 游泳哲学 /6
- 不与业务谈恋爱 /8
- 商人的角色定位 /8
- 神奇智囊团 /9
- 没有永远的生意 /11
- 足够的信心和耐心 /12
- 不为暴利心动 /13
- 照顾小股东利益 /14
- 永远不过分显示自己 /15
- 平衡自控心经 /16
- 不可独霸行业 /17

第2章

——从犹太商人身上领悟的16个生意智慧

会赚钱的商人既是“大忙人”，又是“大闲人” /19

金钱是没有国界的 /20

别怕没人买得起 /21

没空子可钻时才能达成交易 /23

破译信息能帮人抢占先机 /24

帮助的人越多，生意做得越大 /25

推销开始于收回账款 /26

嘴巴生意是个无底洞 /28

向女人推销不如让女人触摸 /29

数字精确，利润才精确 /30

想买的东西请等三日 /31

每天清洗一次砵码 /32

最后期限比持久战更奏效 /33

没前途的行业哪怕赚钱也要放弃 /35

只要有钱就拿去做生意 /36

不借钱给自己的朋友 /37

第3章

——朋友越多路子越广

朋友与你互为资源 /39

朋友多处处顺风，朋友少寸步难行 /41

会交朋友是一种大能力 /42

主动与别人交朋友 /43

打开与朋友的“话匣子” /47

- 打破与朋友的冷场 /51
为你的朋友“存份档” /53
改变“熟人多，朋友少”现象 /57

第4章

——成大事必须借助朋友的七种力量

- 榜样力：朋友的成功与失败可以给你起到示范作用 /61
中介力：通过朋友认识更重要的关系，获得最关键的资源 /63
支撑力：逆境时朋友给你鼓励，挫折时朋友给你扶持 /66
情报力：朋友是你最重要的情报来源 /68
策划力：让朋友为你出谋划策 /70
同盟力：志同道合的朋友与自己一起合作 /72
衬托力：别人从你朋友的档次来看待你的档次 /73

第5章

——平时广结善缘，急时左右逢源

- 陌生人：与对方一见如故 /77
同学：同窗之谊的升华 /84
同乡：近水楼台先得月 /88
同事：取长补短多沟通 /90
客户：人情做足才长久 /94
大老板：事业前进的标杆 /101
律师：拥有自己的专家 /104
学者：拨正发展的方向 /105
名人：突破金字塔顶端 /106
异性：胸怀坦荡无私心 /110
老年人：克服“代沟”的障碍 /113

年轻人：共同语言是桥梁 /115

第6章

——亲兄弟之间也要明算账

朋友间还是该谈利益的 /117

当你与朋友合作的时候 /119

当你与朋友竞争的时候 /124

当朋友有求于你的时候 /126

当你有求于朋友的时候 /128

第7章

——什么样的朋友才可以一起合作

好朋友并不意味好伙伴 /137

优势互补才能彼此协调 /138

志同道合才有共同目标 /141

有的朋友不可与之合作 /143

同富贵共患难方为好伙伴 /144

第8章

——知人知面更要知心

一眼看穿朋友的企图 /147

对不良朋友敬而远之 /152

交朋友一定要慎重选择 /155

别成朋友“杀熟”的对象 /159

对言外之意要仔细斟酌 /163

对朋友要善于说不 /165

第9章

——人情世故少不了

宴请的礼仪 /169

先交朋友后谈判 /176

虚心请教好办事 /179

平时多联系遇事有人帮 /181

让朋友欠你的人情 /183

别在失意的朋友面前显得得意 /185

让误会和猜疑远离你 /187

别让招摇毁了你 /190

给朋友想要的东西 /193

第10章

——君子之交淡如水

让友情在距离中长青 /197

时刻顾及朋友的面子 /201

对朋友话不可说绝 /204

忠诚是对朋友的承诺 /206

诚心才能带来友谊 /208

会说话带来好人缘 /210

多赞美你身边的朋友 /212

要勇于承认自己的错误 /214

给朋友一个回旋的余地 /219

别在背后议论朋友 /221

第 11 章

——适当的“糊涂”让交情更长久

- 以德报怨更显高贵品质 /225
- 对朋友抱有一颗宽容的心 /227
- 处朋友不要太计较 /230
- 朋友相处不要怕吃亏 /231
- 与朋友相处不能太死板 /234
- 不要自作聪明 /235
- 有理也要让朋友三分 /237
- 退一步更加海阔天空 /239
- 对朋友太过精明不是福 /242
- 心中有格局、身边有朋友 /245

第 1 章

生意成功的“学”字经

——向华人首富李嘉诚学习的 16 条生意经验

1943年,李嘉诚的父亲病危,临终时没有任何财产可以留下,只好反问爱子可有话跟他说,当时,14岁的李嘉诚对父亲说:“我们一家人一定生活得好好的。”1950年,在为别人打工几年后,22岁的李嘉诚创立了长江塑料厂,1960年代中期,将公司的主营业务转到地产,廉价大量收购地皮和楼宇,成了香港政府之外的最大的地产所有者。在2008年《福布斯》公布的“全球富豪排行榜”中,李嘉诚的总资产高达265亿美元。李嘉诚好学,能吃苦,少年时代,因为要上夜校及到工厂跟单,李嘉诚每天回家时已经非常晚,而住处每晚12时后便会熄灯,他只好摸黑走楼梯,“一步步计算,数到一定的数目就知道到了家。”

荣膺世界华人首富的李嘉诚,是我们这个时代最杰出的商人之一。他作为香港巨商和财富化身,在创业之初完全是白手起家、以小搏大,创造了一个又一个财富神话。

那么李嘉诚是凭什么做到的呢?

先做人后经商

“未学经商,先学做人”,这是李嘉诚经常说的一句话。

有人说,传统文化与商业文化大相径庭,水火不相容。成为商界巨子的李嘉诚,却能将这两者很好地结合成一体。在竞争激烈的商业社会,他体现出一

个中国人应有的传统美德。

这种传统美德是李嘉诚为人处世的基础，并由此延展为他从商的准则。这些都得益于他父亲的熏陶。

1943年，李云经英年早逝。他没有给李嘉诚留下一文钱，相反，给李嘉诚留下了一副家庭的重担。但另一方面，李云经给李嘉诚留下了终生受益的丰厚遗产，那就是如何做人的道理。

生活重担与做人之道，在李嘉诚的商业生涯中有着至关重要的地位。

李云经临终前，哽咽着对李嘉诚说了两句话：

“阿诚，这个家从此就靠你了，你一定要把它维持下去啊！”

“阿诚，阿爸对不起你……”

就是因为对父亲的承诺和对家庭的责任，年仅14岁的李嘉诚谢绝了舅父继续供他上中学的好意，毅然决然地辍学求职。他要挣钱，要挣好多好多的钱。14岁的少年只有一个信念，就是要养活母亲和弟弟妹妹，他必须挣钱。残酷的生计，迫使李嘉诚别无选择地走上从商之路。

李嘉诚的理想是当一个教育家，而不是商人，如果不是迫于无奈，他是不会去从商的。李嘉诚后来回忆说，就是立业之初，他的理想还依然是“赚一大笔钱，然后再去搞教育”。由此可见，李嘉诚从商实在是身不由己、逼上梁山。别无选择使李嘉诚义无反顾，在商海搏击，最终成为香港首富、世界华人首富。

父亲生前教给李嘉诚许多丰富而珍贵的做人的道理。比如“贫穷志不移”、“做人需有骨气”、“求人不如求己”、“吃得苦中苦，方为人上人”、“不义而富且贵，于我如浮云”、“失意不灰心，得意莫忘形”、“穷则独善其身，达则兼善天下”等等。

父亲的熏陶和遗训，李嘉诚永志不忘，并延展为从商准则。李嘉诚在香港乃至国际商界树立起良好的大家风范，因恪守商业道德而赢得了高度的信誉。这千金难买的信誉又回馈了李嘉诚无数的财富。

为没有敌人而自豪

李嘉诚不仅靠他的诚信赢得他人的合作，同时也靠他的善良、仁慈得到了许多人的帮助和支持。

善待他人,是李嘉诚一贯的处世态度,即使对竞争对手亦是如此。商场充满尔虞我诈、弱肉强食。能做到这点,不少人认为是不可能的事。

香港《文汇报》曾刊登李嘉诚专访,主持人问道:

“俗话说,商场如战场。经历那么多艰难风雨之后,您为什么对朋友甚至商业上的伙伴,抱有十分的坦诚和磊落?”

李嘉诚答道:

“最简单地讲,人要去求生意就比较难,生意跑来找你,你就容易做。”

“一个人最要紧的是,要有中国人的勤劳、节俭的美德。最要紧的是节省你自己,对人却要慷慨,这是我的想法。”

“顾信用,够朋友。这么多年来,差不多到今天为止,任何一个国家的人,任何一个省份的中国人,跟我做伙伴的,合作之后都能成为好朋友,从来没有一件事闹过不开心,这一点我是引以为荣的。”

最典型的例子,莫过于老竞争对手怡和。李嘉诚鼎助包玉刚购得九龙仓,又从置地购得港灯,还率领华商众豪“围攻”置地。李嘉诚并没为此而与纽璧坚、凯瑟克结为冤家而不共戴天。每一次战役后,他们都握手言和,并联手发展地产项目。

“要照顾对方的利益,这样人家才愿与你合作,并希望下一次合作。”追随李嘉诚20多年的洪姑娘洪小莲,谈到李嘉诚的合作风格时说,“凡与李先生合作过的人,哪个不是赚得盘满钵满!”

商场上,人缘和朋友显得尤其重要。善待他人,利益均沾是生意场上交朋友的前提,诚实和信誉是交朋友的保证。正如在积累财富上创造了奇迹一样,李嘉诚的人缘之佳在险恶的商场同样创造了奇迹。

李嘉诚生意场上的朋友多如繁星,几乎每一个有过一面之交的人,都会成为他的朋友。他在生意场上只有对手而没有敌人,不能不说是个奇迹。

多问一个为什么

若无其事在街上漫步,无心人往往什么也感受不到,而有心人呢?如果是经常寻找新事业发展契机的经营者,他对某些事物和现象就会有所印象。他会有目的、有意识的将其作为“情报”来接受。

作为一个企业主应多想想“为什么”。“为什么呢?”这样的疑问,正是一个

经营者最必要的感受方法。有关“为什么”的思考是探究、摸清事物最本质的出发点。

只对眼前的事物照原样接受,是不能看穿其本质的。比如,到咖啡店喝咖啡,觉得很好喝。没有“为什么”思维的人,感觉仅此而已。有“为什么”思维的人,就会认真探究哪种咖啡好喝的原因。他要确认这种咖啡是用什么煮的,他要探究咖啡豆的种类和搅拌方法。如果有机会,他还会直接询问老板调配咖啡的秘诀。

就这样,凭借“为什么”思维,这个人一路挖掘下去,从感到咖啡好喝入手,得到了各种各样的情报——在生意舞台上,这种思维造成的差异就会如实显现出来——有“为什么”思维的人,发现“异”常现象就会力图去抓住其原因——他们更容易识破客户公司的经营危机,也更容易从部下的细微行动察知其生活上的异常,从而把握了生意上的主动地位。

“一个人能否成功,有时要看他对事物的感受能力。”

李嘉诚这样说。因为,20世纪50年代初,李嘉诚就是通过这种“为什么”思维获得第一桶金的。

他在市场上看到了塑胶花。为什么人们会用塑胶花呢?

他从各种渠道得知,欧洲人最喜欢塑胶花。在北欧、南欧,人们喜欢用它装饰庭院和房间。在美洲,连汽车上或工作场所也往往摆上一束塑胶花。在苏联,扫墓时用它献给亡者,表示生命早已结束,但留下的思想和精神是长青的。

为什么中国市场上没有塑胶花呢?

因为这股潮流还没有来到。大部分人对这个行业不了解,不感兴趣。

于是,从20世纪50年代末起,李嘉诚生产的塑胶花便大量地销往欧美市场,获得海外厂商一片赞誉,一时间大批订单从四面八方飞来,年利润也从几万上升到1000多万港元,直至1964年,塑胶花市场一直旺盛不衰。

回首李嘉诚先生的成功之路,无论是选择生产塑胶用品到生产塑胶花,还是后来投资地产,“为什么”思维在他成功的旅途上助了他一臂之力——生意都是先下手为强。多问一个为什么,就可以不断发现成功的契机。

机会不会坐着等你

1981年元月,李嘉诚正式入主和记黄埔任董事局主席。

李嘉诚收购和黄的动机之一,便是它的土地资源。先前,和黄洋行大班祈德尊,已开始腾出的黄埔船坞旧址的地皮上发展地产,兴建黄埔新村。祈德尊不谙地产之道,竟未能在这块风水宝地栽活摇钱树。祈德尊下台,韦理主政,仍未如愿把财政黑洞填满,售房不拣时机,便宜了炒家,坑苦了股东。

幸得这块大型地皮未做满,给李嘉诚有施展的舞台。李嘉诚酝酿大型屋村已有数年,他仍耐心等待。1984年,中英两国政府在京签订了《中英联合声明》。香港前景骤然明朗,恒生指数回升,地产开始转旺。

年底,和黄宣布投资40亿港元,在黄埔船坞旧址的地盘,兴建包括商业中心的大型住宅区——黄埔花园屋村。据传媒披露,李嘉诚1981年就计划推出这一宏伟计划,时值地产高潮,按当时地价计,和黄需补地价28亿港元,故而李嘉诚有意把与港府的谈判拖延至1983年的地产低潮,结果李嘉诚以39亿港元获得商业住宅开发权(按港府条例,工业用地改为住宅和商业办公楼用地,须补地价)。一笔极廉的补地价费用,大大降低发展成本,屋村的每平方英尺成本不及百元。

屋村计划尚未出台,李嘉诚已狠“赚”一笔,就此一点,已比祈德尊、韦理高出一筹。

整个黄埔花园,占地19公顷,拟建94幢住宅楼宇,楼面积约760万平方英尺,共11224个住宅单位,附有2900个停车位及170万平方英尺商厦。整个计划分12期,首期1985年推出,1990年全部完成,被称为香港有史以来最宏伟的屋村工程,超过政府建的大型屋村,在世界亦属罕见。

行家估计,整个项目,可获利60亿港元。如此高的回报,喜煞和黄股东,也羡慕地产同业。

如何做做大做强

李嘉诚本人和公司都是在竞争中成长起来的。事业刚起步时,除了赤手

空拳,没有比其他竞争对手更优越的条件,一点也没有,这包括资金、人脉、市场等等。最明显的是,当李嘉诚参与不同行业的时候,市场内已有很强且具实力的竞争对手担当主导角色——这正是很多企业面临的发展瓶颈。那么如何做大做强?

李嘉诚曾为其他许多同行提出了以下几点宝贵建议:

知己知彼。做任何决定之前,要知道自己的优点和缺点,更要看对手的长处,掌握准确、充足的资料做出正确的决定。

磨砺眼光。知识的最大作用是可以磨砺眼光,增强判断力,有人喜欢凭直觉行事,但直觉并不是可靠的方向仪。时代不断进步,我们不但要紧贴转变,最好还要走前几步。

设定坐标。我们身处一个多元年代,面临四方八面的挑战。李嘉诚在1979年收购和黄的时候,首先思考的是如何在中国人流畅的哲学思维和西方管理科学两大范畴内,找出一些适合公司发展和管理的坐标,然后再建立一套灵活的架构,发挥企业精神,确保今日的扩展不会变成明天的包袱。

灵活的架构。为集团输送生命动力,不同业务的管理层自我发展生命力,互相竞争,不断寻找最佳发展机会,带给公司最大利益。完善治理守则和清晰指引可确保“创意”空间。企业越大,单一指令行为越不可行,因为最终不能将管理层的不同专业和管理经验发挥。

毅力坚持。市场逆转情况,由太多因素引发,成功没有绝对方程式,但失败都有定律:减低一切失败的因素就是成功的基础。

建立个人和企业的良好信誉,这是资产负债表之中见不到、但却是价值无限的资产。

游泳哲学

在谈到企业的商业竞争时,李嘉诚说:作为一个庞大企业集团的领导人,你一定要在企业内部打下一个坚实的基础。未攻之前,一定先要守,每一个政策的实施之前都必须做到这一点;当我着手进攻的时候,我要确信,有超过百分之一百的能力。换句话说,即使本来有一百的力量足以成事,但我要储备二百的力量才去攻,而不是随便去赌一赌。

为了继续说明这个道理,李嘉诚举了一个“游泳”的例子。

“这个道理就像游泳一样简单。我的泳术很普通,划船也很普通。如果我要到达对岸,我要确信我的能力不是仅可划到对岸,而是肯定有能力划回来。等于我游泳去对面沙滩,我不会想着游到对面沙滩休息,我要预备自己游到对面沙滩,立即再游回来也有余力,我才开始游过去。在事先,我会常常训练自己,例如记录钟点和里数,充分了解自己才去做。”

为了保证绝对的把握成功,李嘉诚通常会做出十分细致的安排。

李嘉诚这样形容自己的管理哲学:

中国古老的生意人有句话“未购先想卖”,这就是我的想法。当我购入一件东西,会作最坏的打算,这是我在99%的交易前的事情,只有1%的时间,是想会赚多少钱。

因为这时候来说,多大的实力也是假的。作个比喻,你的风帆高扬,而风帆几倍于正常比例时,即使那艘船不算太小,当风向不定的时候,随时可以覆舟。

李嘉诚这种“游泳哲学”同样也可以用在地产和股市上。李嘉诚在回答记者请教其房地产的经营心得时说:“我不会因为今日楼市好景,立刻买下很多地皮,从一购一卖之间牟取利润。我会看全局,例如供楼的情况,市民的收入和支出,以至世界经济前景,因为香港经济会受到世界各地的影响,也受国内政治气候的影响。所以在决定一件大事之前,我很审慎,会跟一切有关的人士商量,但到我决定一个方针之后,就不再变更。”

“我会贯彻一个决定,我在差不多99.9%的工程上做到这一点。譬如以过去数以百计的地盘而论,更改的情况可以说是绝无仅有。我不会今日想建写字楼,明日想建酒店,后天又想改为住宅发展,因为我在考虑的期间,已经着手仔细研究过,一旦决定了,就按计划发展,除非有很特别的情况发生。我知道香港有的人把几万尺一个地盘可以计划更改几次,十几年后才完成,有些人喜欢这样做,但我负担不起。”

“所以我凡事必有充分的准备然后才去做。一向以来,做生意处理事情都是如此。例如天文台说天气很好,但我常常会问自己,如5分钟后宣布10号台风警报我会怎样。在香港做生意,亦要保持这种心理准备。”

不与业务谈恋爱

“不要与业务‘谈恋爱’，也就是不要沉迷于任何一项业务”。

这是一种有着丰富的商业经历之后，超然于商业活动之外的心灵感情。对于一个真正的商业人士来说，在他的眼中，应该是只有赢利的业务，而没有永远的业务。任何一项业务，当它走过自己的成熟阶段之后，必将走向衰落，而这个时候如果不进行自我调整，还抱着不放，必将随着该项业务的衰落而走向失败。

说起来也许很容易，但做起来就不是那么简单了，这主要是与一些人自我欣赏的情结有关。在取得了某一项业务上的成功之后，很多人往往将其作为自己以后发展的基础，将其作为自己向别人炫耀的一块招牌，无论如何，这块招牌是不能倒的。招牌虽然象征着过去的辉煌，岂不知如果总是沉醉于过去的辉煌往往会成为进一步前进的绊脚石。

拿得起，放得下。拿得起或许很多人都可以做到，但真正到了要放下的时候，大部分人或许都不舍得了。没有永远的业务，只有赢利的业务，在该放弃的时候，就应该学会放弃，利用进行前一个业务所积蓄的力量，可以很轻松地展开下一个业务，业务不断转移，但赢利的中心却不能改变。

李嘉诚的这句话或许还有一层意思，就是不要被一项业务所套牢。不管这个业务的前景多么诱人，也不要把自己的全部赌注都押在同一个业务上。分散业务类型，同时从事多个不同类型的业务，当其中的某一个业务不行了的时候，还有别的业务可以支撑，从而制造得以喘息的机会。

弱者的经济定位

每个人一生中都要扮演很多不同的角色。也许，最关键的成功方法就是寻找到人生的坐标。没有原则的人，会漂流不定，有正确的坐标，我们做什么角色都可以保持真我，挥洒自如，有不同程度的成就，活得更快乐更精彩。

不知道什么时候开始，“士农工商”社会等级的概念深深扎根在中国人传