

经商先做人 做人先诚信 诚信商之本

商道通金



吉林大学出版社

商

人

三

谋

Shang Dao Tong Jin

商道通鉴

商人三谋

白丹 主编



吉林大学出版社

目 录

上 篇：谋 机

善抓时机就能找到最佳的财富落点

机会对于商人而言是通向财富之门的金钥匙。商人应该具有敏锐的感觉，能够准确洞悉机会的存在，并以迅速的行动抓住它。但是机会往往隐藏于缥缈的表象后面，又如此来去匆匆，经商者只有时时锤炼自己的“谋机”功夫，才能找到最佳的财富落点。

第一章 绕开热点寻求商机

谋，说白了就是善动脑筋。商务活动是一种高智商的较量，不能坐等机会找上门来，也不能随大流、赶潮流。热点固然可以赚钱，但热点之处必是一番人头攒动、同争共抢的景象；机会的小路必然被挤得更窄，被挤到路外、赔个血本无归的也必大有人在。聪明的商人善于绕开热点，探寻新的商机。

1. 用智慧把冷门变成热门 (1)
2. 人弃我捡是“谋机”的捷径 (4)
3. 抓住特殊需要做文章 (6)
4. 冷点有规律可循 (10)
5. 用时间把冷变热 (12)
6. 在热点旁边寻机会 (15)
7. 让热点以另一种面目出现 (17)
8. 舍一分能多得十分 (21)
9. 补空当也能赚大钱 (24)
10. 能快一步靠的是谋动在先的头脑 (29)

第二章 善于创新才有出路

商业社会竞争日益激烈，人人都能注意到的机会早被人一抢而空。如今的商机更多需要自己去创造、去争取。在这里，以创新思维去做生意就显得尤其重要。“谋机”之谋在于开动脑筋，想人之未想，想人之不敢想，想人之不能想，才能独辟蹊径，走出一条属于自己的金光大道。



1. 以出奇制胜的方法让人心动 (31)
2. 用独到的创意打开机会之门 (34)
3. 脑筋动一动机会就来了 (36)
4. 解决一个难题闯出一条新路 (39)
5. 创新有时只是多做一点点 (42)
6. 开先河的商机要大胆尝试 (45)
7. 把不断完善的过程当作创新的机会 (47)
8. 以创新手段解开一个连环结 (50)
9. 用“小鱼”钓“大鱼” (53)
10. 敢于走出已经习惯的小天地 (56)
11. 世界上没有不值钱的东西 (58)

第三章 从最高点和最低点都能起跳

机会有大有小，抓住机会的起点有高有低。但是，善于捕捉机会的人不管面对大机会还是小机会，不管起跳的平台是高还是低，都能一跃而起，一飞冲天。

1. 站在巨人的肩膀上起跳 (61)
2. 利用昔日的风光赚取今日的风光 (64)
3. 把自己“炒”到一个高起点上 (66)
4. 借大事完成大跳跃 (69)
5. 至少先抢占一个制高点 (71)
6. “大”材“小”用又何妨 (73)
7. 不怕起点低，就怕不攀爬 (76)
8. 服务让生意锦上添花 (79)

- 9. 小利润也能造就大富翁····· (82)
- 10. 抓住每一次大大小小的机会····· (84)
- 11. 赚小利也要大智慧····· (87)
- 12. 用低点作为高点的敲门砖····· (89)

中 篇：谋 术

战术对头必能事半功倍

商人必须是个战术家：机会来了怎样抓住抓紧？方向确定了，面对复杂的局面，如何才能跨越荆棘，安全地抵达终点？情况变化了，如何巧于周旋以应变？谋术是执行的学问，是解决具体问题的手段，是灵活多变、对症下药的应对思路。经商过程中战术对头，就可以少走弯路，赚钱自然水到渠成甚至事半功倍。

第四章 千方百计战胜竞争对手

商人作为战术家的一个重要使命就是战胜竞争对手。做生意离不开竞争，越是赚钱的生意、成熟的行业竞争越激烈。谋术在这里就是谋打击对手、赢得竞争之术。当然，打击对手要用合法的手段，通过正当的竞争让自己变成一条畅游海中的大鱼。

- 1. 把对手的成果作为发展自我的动力····· (92)
- 2. 会做价格的别样文章····· (95)
- 3. 警惕对手设下的陷阱····· (98)
- 4. 向强大的对手学习自己才有可能强大起来····· (101)
- 5. 利用对手破绽····· (102)
- 6. 非常时期可用非常手段····· (105)
- 7. 吸引对方的人才为己所用····· (107)
- 8. 以夸自己的方式把对手打败····· (110)



第五章 打造最犀利的营销术

不管你是不是使用“营销”这个词，商人都得与营销为伴，以营销为壮大自我的武器。商人所谋之术，营销术不可或缺。其实也没有必要把营销想象得过于高深和神秘，注意与自身状况相结合，与现实实际相结合，精心谋划，就能够打造出最犀利的营销术。

1. 最犀利的营销术以最过硬的质量为保障 (112)
2. 营销有信方能发展有力 (115)
3. 吃不着的才是最好的 (117)
4. 妙用感情因素营销 (119)
5. 选对名人才能利用他的名气 (122)
6. 层次分明策划需求 (124)

第六章 借力而用是谋术的至高境界

做生意的战略战术和方式方法不胜枚举，但能够借力用力显然不是什么样的商人都能做到的，惟借力乃修炼谋术之道的至高境界。商人要想提升自己的经商层次，借力是一条必经之路。只有巧于借力，练就四两拨千斤的技巧，才能借力而用以博取更大的利益。

1. 做生意既要会借又要敢借 (127)
2. 利用朋友的力量 (129)
3. 在对所借之力的寻找中尽显借力的手段 (132)
4. 借力要善于利用双方优势 (136)
5. 以己之短借人之长 (138)
6. 借力之要在于借势 (140)
7. 培植比单纯借用更高明 (144)
8. 先结盟后借力 (146)
9. 借力应从最容易处下手 (149)



下篇：谋势

站在战略高度的商人能拔头筹

俗话说：站得高才能看得远。一个商人如果只想小富即安也就罢了，要想于商海之千帆竞渡中拔得头筹，就必须具备战略家的思维和胸怀，必须能够“身在五行中，跳出三界外”，从生意之外入手去做生意。这样才能打理大生意，才能成为某一具有行业控制力的大商人。所谓“功夫在诗外”，就是这个道理。

第七章 用长远眼光做长远生意

不能用涸泽而渔的办法求取短期利益。正因为有时短期利益具有相当的诱惑力，才让一些目光短浅者蒙蔽了双眼。实际上，商人也应有远大眼光，以这种眼光作指导，谋势才能谋得远、谋到位，谋出取之不竭的财源。

1. 不要一心单打独斗 (151)
2. 以静制动是规避风险的良策 (155)
3. 肥水浇灌自家田 (158)
4. 善于培育人才 (160)
5. 大胆决策实现跨越式发展 (164)
6. 对消费者以诚相待 (167)
7. 保持低调做商人 (170)
8. 诚信聚金是做生意的真理 (172)
9. 赔钱的事也不妨一做 (174)
10. 替顾客省钱也是为自己赚钱 (177)



第八章 做个明察利外之势的高明商人

商人天天在钱堆里摸爬滚打，往往养成眼睛向内的习惯，不管什么事都是只盯住利益二字。这样的商人充其量只能说精明，而跳出利益之外，明察利外之势的商人打的才是铁算盘，甩的才是大手笔，也才能称得上“高明”。



1. 做生意要善于烧冷灶 (180)
2. 做生意要估清情势 (183)
3. 洞悉态势能让别人跟随自己的脚步 (187)
4. 见微知著把握大局 (190)
5. 从用人处念生意经 (193)
6. 从经验和教训中磨练“高明”商人的素质 (198)
7. 多听取他人的意见 (203)
8. 做生意应学会看清财势走向 (207)
9. 善于顺应时势把握大局 (210)
10. 遵守商道势在必行 (213)

第九章 做生意就是做人气

谋势之道尽在谋人。做生意在很大程度上就是做关系，就是培育和聚合人气，使自己在做生意的过程中上下通达、左右逢源。这个道理可以说古今中外概莫能外。比如：与合作伙伴的关系、与竞争对手的关系、与消费者的关系、与行业管理者的关系等等。关系处顺了，人气兴旺了，做生意的高屋建瓴之势也就自然生成了。

1. 在利益一致中寻求合作 (218)
2. 为对方着想才能合得来做得大 (220)
3. 要有看得开利益的气度 (224)
4. 也要让竞争对手得到好处 (227)
5. 以和为贵不结怨 (229)
6. 雪中送炭强过锦上添花 (232)
7. 过河不能拆桥 (234)

上篇 谋机 善抓时机就能找到最佳的财富落点

机会对于商人而言是通向财富之门的金钥匙。商人应该具有敏锐的感觉，能够准确洞悉机会的存在，并以迅速的行动抓住它。但是机会往往隐藏于缥缈的表象后面，又如此来去匆匆，经商者只有时时锤炼自己的“谋机”功夫，才能找到最佳的财富落点。

第一章 绕开热点寻求商机

谋，说白了就是善动脑筋。商务活动是一种高智商的较量，不能坐等机会找上门来，也不能随大流、赶潮流。热点固然可以赚钱，但热点之处必是一番人头攒动、同争共抢的景象；机会的小路必然被挤得更窄，被挤到路外、赔个血本无归的也必大有人在。聪明的商人善于绕开热点，探寻新的商机。

1. 用智慧把冷门变成热门

三兄弟相约一起去远游，他们把所有的行李分成了三份：第一份是放衣服的担子，最轻；第二份是放工具的担子，里面装满各种旅游用品；第三份是专门装食物和水的担子，最重。老大和老二让年龄最小的老三从三件行李中挑一件。

令人吃惊的是，老三挑选的是那个最重的，装食物和水的担子。

远游开始后，随着时间的推移，三兄弟不停地消耗食物和水。不久，老三身上的担子越来越轻，到了最后，他什么也不必携带了。

这时，老大和老二才佩服老三的深谋远虑。

一般说来，智慧不多的人是不可能果断的，而不果断的人做生意或者说经商是不可能赚大钱的。

下面将要说到的这两个人凭借的就是他们的经营智慧，顶住了压力，力排



众议，使在别人看来险象环生、必死无疑的冷门决策变成了制造财富的“试金石”。

唐仲庚有着智慧的大脑、非凡的洞察力。他放弃了那些常人眼中的机遇，却在别人一无所知的地方找到了自己的“第三条路”，从昔日的穷小子一跃而成为大亨。

1958年，唐仲庚由于现实的需要，开始筹建一幢售货大楼。在新加坡纵深内陆的偏僻之地——乌节路买下一块地皮，准备盖楼。在当时，唐仲庚被认为是一个疯子，因为那时新加坡的商业活动主要集中在滨海地区，人们投资商业也是在那里，所以对于他在乌节路盖售货大楼很多人都充满了疑虑，认为是把钱扔向了坟墓之中，不会起任何作用。而且还有一些会看风水的人，更是对乌节路这块地皮看不顺眼，因为这块地皮的位置面朝一个墓地，按照中国的风水之说就是个不祥之兆。面对着这些嘲笑、讽刺，唐仲庚并未改变初衷，而是下定了决心，在乌节路大干一场。其实唐仲庚并非痴人，他之所以下定决心选定在乌节路这块地皮上盖售货大楼，是经过仔细考察的。他清楚自己的英国主顾们每天上下班都得经过这条道。这样，无形之中，就把主顾们的购物袋拉向了自己的售货大楼。

由于位置偏僻，唐仲庚仅仅以50新加坡元一平方英尺的价钱就买下了这块土地。后来，他排除了一切困难，盖起了他的第一座百货大楼。

情形正如唐仲庚所预料的那样，那些英国主顾们利用上下班的时间，路过唐氏百货大楼时，就自然而然地进去购买自己所需物品。唐氏的资本因此大大增长。

另外，时间不长，由于这个地区得天独厚的条件，就成为了新加坡商业区的心脏地段，地价成倍地向上涨，原先只是50新加坡元一平方英尺，后来涨到了6000新加坡元一平方英尺。唐仲庚因此获得了极大的成功。

随着唐氏商场的发展，也随着新加坡经济的大踏步前进，唐仲庚决定重新建造唐氏商场，也就是现在这幢横跨乌节路和史名士路交叉路口的的大楼。这又引起了巨大的波澜，大部分人不理解，认为唐仲庚是在胡闹。还有迷信风水的那部分人窃笑不已，认为唐仲庚这回肯定栽了，因为他们注意到大楼面向路上的行人车辆，这意味着钱财会滚滚外流。

又是一场新的挑战，不过清醒的唐仲庚始终坚信自己的选择。他不迷信风水，只信奉经商之道。他大刀阔斧，尽快做出了调整，然后正式做出重建唐氏商场的决定。他又一次获得了巨大的成功。当后来有人问他当初怎么想时，他解释说：“史名士路通往去柔佛的各条路（他的许多富有的马来西亚族顾客来自柔佛），而乌节路通往市区。”

多数人不去赶冷门，但并不等于冷门就没有“门”。如果能像唐仲庚这样

看到冷门后面的热点，就能赚取更多的财富。这里“谋机”的本领固然重要，能够把冷门变热门更是高明商人的必备素质。

[谋机深解]

智慧还要有胆量做依托

实际上，在商场上并没有真正的冷门，也没有永远的热门，两者之间是相对而且可以相互转化的。商人要想谋利，就必须用自己的智慧去选择那些即将成为热门的冷门。

有人曾说：人生就像是一场赌博，爱拼才会赢。只要意识到商机，即使从零起步一拼也为时未晚，但若不敢冒风险去做，那么商机可绝不会等你。都说“撑死胆大的，饿死胆小的”，做生意，风险与利益并存，风险越大，利益越大。既想吃一口安稳饭，又不敢冒风险赌一把的人，定会错过许多成功的机会。

现实生活中，有很多人做事太慎重，对一件事情非经长时间反反复复的考虑不可；这样深思熟虑有它的好处，的确可以降低一些风险，但有时候，千载一遇的大好机会也因此丧失。因此，如果机会到来，你就不该让它溜走，不要踌躇不前。要知道，时间就是金钱，应该拿出胆量赌一把，紧紧抓住机会才行。对于成大事者来说，胆量是很重要的。

当然，要想取得成功，仅有胆还不行，还应该有识。所谓“识”就是要善于辨别商机。胆量只有跟见识结合在一起才能发挥作用。

想要抓住机遇赌一把，还要把握一个原则，那就是自己能输得起。对于“赌注”的多少这个问题我们要具体问题具体分析，要视具体情形而定。一般来说用不超过自己所拥有资产的一半去赌会比较好，因为这样即使输了，也有东山再起的机会。唐仲庚之所以敢孤注一掷，是因为他所从事的是房地产业，而且购买的价格极其低廉，缩水的可能性很小。就算卖不出去，也可以用它来作抵押向银行贷款，获得还债和再次发展的资金。而对于从事其他行业者，则不一定有相同的机会，可能一倒下就只能永远地趴在那里。其二是心理上要输得起。敢于抓住机遇赌一把的人必须有一定的心理承受能力。如果你是一个赌输了就想喝毒药跳楼抹脖子寻自尽的人，那最好还是不要“赌”的好。

敢赌才能赚，会拼才会赢。如果你想要成功，那在成功的机遇面前切不可缩手缩脚，让机会与自己失之交臂。



2. 人弃我捡是“谋机”的捷径

古时候，在一个偏僻的小山村，当地村民均以红薯为食。

由于风调雨顺，红薯经常大丰收，人们便不怎么爱惜粮食，把吃剩的红薯皮随意乱扔，只有一个老汉，把红薯皮留下，并把别人扔的红薯皮也收集起来。人们都笑他寒酸，但这个老汉却不以为然。他把红薯皮堆在自家院内，天长日久，红薯皮渐渐垒成一堵墙。

若干年后，该地连年大旱，粮食几乎绝收，大批的村民饿死，甚至出现吃人的惨剧。惟有老汉一家靠那堵用红薯皮堆起的墙活了下来。

老汉顶住别人的嘲笑，“人弃我捡”，将红薯皮积攒下来，成为日后活命的资本。

“人弃我捡”，这种剑走偏锋的险招往往能出奇制胜，但它的前提应该是有洞观全局的眼光和成竹在胸的信心。否则，这种便宜也不是好捡的。

人们往往能对一窝蜂“扎堆”的不明智做法表现出事后诸葛亮的批判态度，并自以为聪明地不再“傻”第二次，却因此忽略了“扎堆热”之后的“冷场”，也从而错失了真正的“商机”。

前几年，在沈阳街头流传着这样一个故事：有兄弟俩和妯娌俩筹集了两家人的全部积蓄，奔向海南往沈阳贩西瓜。当时，沈阳市场西瓜紧缺，经营者都纷纷奔赴海南购买西瓜，都想赚一笔大钱，这是不是机遇呢？照机遇的本身含义来讲，这种时候肯定是一种机遇。

但是，当哥俩把西瓜从海南运到沈阳后，沈阳市场西瓜堆积如山，喊破了嗓子也卖不动，最后一算账，连本钱都没赚回来。于是那哥俩都绝望地说：“今后死也不干长途贩运了。”

可是，妯娌俩并没有被眼前的困难所吓倒，她们又筹借了一笔资金，不顾众多人的劝阻，二下海南。这一次，当她们把西瓜运回来后，市场上当天只有她们两人的西瓜，一下子就被抢光了，不但弥补了上次的亏损，还获利一万多元。当有人问她们赔了那么多钱，为什么还去海南贩西瓜呢？妯娌俩说：“第一次，市场缺西瓜，我们去贩运的时候，别人也去贩运了，又都是那两天到货，货一多，价格就低了下来。在我们赔钱的时候，别人照样赔钱，就像我们那哥俩一样，害怕再赔钱，都不再搞了。正是这个时候，我们把西瓜运进来，市场只有我们一份，价格自然就上去。”

根据“脑科学”研究人员的分析结果表明，男性和女性的智力分配是不均衡的：男性更善于从宏观上观察和思考问题，而女性则习惯于从微观角度思考



问题，用心细如发来形容她们的思维特征是再合适不过的了。在某些情况下，女性以其特有的敏感和缜密的思维做出了准确判断，确实让堂堂大老爷儿们“刮目相看”，真是“巾帼不让须眉”。上文中的妯娌俩就给我们上了精彩的一课，她们以“众人皆醉我独醒”的智慧，看到了停滞的市场行情背后的盲点，二次贩瓜，独获成功。

[谋机深解]

捕捉机会 见机而动

玫瑰在散发馨香的同时也生有尖刺。财富以诱人的面目出现时也伴有风险。不冒险当然不会有很大损失，但是也没有很大的收益，是否甘愿冒险去攫取利润取决于当事者的风险预期和对机会成本的选择优化。

无论在社会生活和社会斗争中，机会只偏爱那些有准备的头脑，只垂青那些深谙如何追求她的人，只赐给那些自信必能成为创业者的人。

(1) 一个是识机，一个是择机

捕获机会，见机而动，这个道理并不难理解，但许多人却令人遗憾地失去了机会。

失机的原因恐怕体现在两个环节上，一个是识机，一个是择机。

时机来到，有的人能及时发现，有的人却视而不见，有的人虽然有所发现，但认识不清，把握不准。

对机会的认识决定了对机会的选择。

不能识机，也就无所谓择机，识机不深不明，便会在选择上犹豫徘徊，左顾右盼，不能当机立断，最终错失良机。

致使良机失去的另一个原因，是多谋少决，不敢决断，不能当即择机。

这固然受到对时机认识不明的制约和影响，但与决策者的心理素质也有很大关系。

有的人天生意志软弱，缺乏决断力，面对几种互相矛盾的选择方案，不分良莠，不知取舍，无所适从。

要想做到见机而动，必须善择机会，良机不可能赤裸裸地放在你的面前，它常常被复杂变幻的迷雾所掩盖。

为此，必须养成审时度势的习惯，随时把握客观形势及其各种力量对比的变化，透过现象，发现本质，这样，方能及时抓住时机。

(2) 见机而动应果断

做到见机而动，还应注意培养果断的意志品质，杜绝犹豫不决的弱点。行动需要决策。

任何决策都有风险。具有百分之百的成功把握的决策，算不上决策，在一





般情况下，有七分把握，三分冒险，就应当机立断。

人们常犯的错误是，在机会到来的时候，患得患失，犹豫不决。

在美国独立战争中，有一次，南军总司令罗伯特·李被逼到波托马克河边，此时，正值河水猛涨。

前有大河后有追兵，使这位能征惯战的总司令陷入穷途末路的境地。

这是彻底消灭南军结束战争的最好时机，但是，波托马克河战区的指挥官米德却优柔寡断。

他不但直接违背林肯总统的指令，召开军事会议讨论，而且申诉种种理由拒绝向南军进攻，结果河水退了，李带着残部渡过了波托马克河。

立志于成为创业者的人们，一定要彻底杜绝犹豫不决的弱点。

不要总盯着可能有的一点点风险，举步不前。

(3) 不肯冒风险，必将一事无成

有句老话：“舍不得孩子，套不住狼。”不肯冒风险，必将一事无成！

机会是客观存在的，它不仅无时不在，而且对于每个人都是很公平的。

“幸运”当然是属于机会，但机会并不是单纯的“幸运”，更不能等同于机会主义。

一般说来，机会有两大特点：

一是具有鲜明的瞬时性，这就是稍纵即逝；

二是倾向性，它垂青“有准备的头脑”。

捕获机会的愿望，人皆有之，但是在生活中和成为创业者的道路上，并不是每个人都能获得成为创业者的机会，这又是什么原因呢？

原因就在于对机会两大特征的认识与掌握，在于对机会是否有执著追求的精神。

这也就是前面所说的，机会垂青“有准备的头脑”。

3. 抓住特殊需要做文章

战争结束了，一个从战场上归来的老兵回到了自己的家乡。

由于长期呆在部队，每天在军规下生活，接触的是血与火的考验，这名老兵无法立刻融入社会。他陷入自我封闭中，后来在一名心理医生的帮助下，才重新回归社会。

不久，他了解到，像他一样从军营中退伍的人，许多都无法适应社会。

于是，这名老兵发起了一个退伍军人联谊会，专门帮助复员军人克服心理上的障碍。他得到了许多老兵的支持。

特殊的人群确实有特殊的需要。

商家为了满足消费者的公共需求，一般都采用标准化流水作业的生产方式，这样成本低、效率高，是一般商家的首选。这样做是厂家为了扩大销路，尽可能将产品的消费群体定得广些，但有些特殊人群对这样生产出来的产品抱怨颇多，因为这些产品满足不了他们的特殊需要。世界上没有两片相同的叶子，同样也不可能有两个需求完全相同的人。

其实，生活中每一个群体，相对于别的群体来说都是特殊的群体，都有一些特殊的需要。如果能用“特殊产品去满足特殊的需要”，那么将眼光或追逐财富的落点放在特殊需求上，为特殊人群提供特殊服务，这必定能拴住固定的客户。诚然，许多的特殊需要已经被别人考虑到了，但特殊需要是时刻都在产生和变化着的，因此只要你眼光独到，总能发掘出别人从未发现的特殊需要。从而获得令人羡慕的收入。

一个盲人走上盲道的感觉和走在普通马路上是不同的，他的心中肯定会充满对社会关怀的感激；同样，一个左撇子见到或听说有专门为他提供各种生活用品的商店，他肯定会专门慕名而来，同时更会热心地把它介绍给每一个有这种特殊需求的人。这家商店吸引顾客的，不仅是它有价的商品，更有无价的人文关怀。

英国伦敦苏豪区彼科街有一家商店，店主是威廉·格卢彼夫妇。虽然赚钱不多，但格卢彼夫妇仍然生活得很快乐。因为，他俩很有同情心，待人和睦，朋友很多。有时，人们来到他们开的小店里，并不是为了买东西，只是聊天，或者来倒心中的苦水，或者说些开心的事。

有一天，店里来了4位客人，巧得很，这4人都是左撇子。几个左撇子碰到一起，自然会谈起与左手有关的事。无一例外，他们都大念苦经。说左撇子如何如何不便，因为所有的物品都是按右撇子的需要设计的，左撇子用什么都觉得不顺手。

左撇子们的谈话，使格卢彼夫妇深受触动，他们想：这些人太不幸了，生活中竟有这么多不便。那为什么没有人考虑他们的需要呢？如果自己开一家专门卖左撇子用品的商店，不是对他们有益，自己也可以获利吗？不过，办这种商店的前景如何，格卢彼夫妇心里根本没底，因为他们不知道，在人群中左撇子到底有多少，是不是都需要这种专门性的商品还是个问题，为此，他们做了深入的社会调查，以便了解用左手工作的人到底有多少，以及他们对左撇子用具的需求度。

后来，他们从美国心理学家拜尼逊博士那里得知，全世界人口中估计有34%的人是用左手工作的，不过有许多人从小就被迫矫正了。这位博士还告诉他们，其实这种人为的矫正是不足取的。格卢彼夫妇还从日本学者研究的结果中了解到，中、老年人改用左手是一种健康长寿之道。因为惯用右手的人，支





配右手的左脑血管比右脑发达，从而使60%的脑溢血发生在右半脑，如果有意识改用左手，对健康会大有益处，并能对右眼和右耳起到保健作用。

格卢彼夫妇经过一段时间的调查研究后，大约花了半年时间的准备，开设了一家“左撇子用品商店”。这是伦敦独一无二的特种商店。他们在商店里陈列的左撇子用的商品几乎不亚于名流商店，商品一应俱全，从花卉剪、开罐器、指甲剪，到高尔夫球杆、手汽枪等等，都是供左手用的。这些产品都是他们要求各大厂家特殊制造的。另外，他们还在商店里宣传拜尼逊博士和日本学者的有关见解。结果，经过一段时间的经营，果然取得了成功，生意越来越兴隆。近年，其营业额每年达数百万英镑。

造化弄人，造就了与众不同的每一个人。有些人有共同的生活习惯，共同的兴趣爱好，于是他们也有着共同的需求；但同时也有一些人他们的生活习惯、兴趣爱好却与别人格格不入，这令他们在与人交往时感到烦恼和气馁。但这对于聪明的商家来说，可是个千载难逢的赚钱良机。

特定的人群、性别便有其特定的消费需求。不同性别的消费者，由于其生理特点和生活习惯的不同，在消费心理上的也是有差别的。如果你善于动脑筋在这些差别上做文章，就能避开热点，从冷点中找到财源。

[谋机深解]

机会不是碰运气碰出来的

任何产品都是针对消费者而生产的。其实，生活中每一个群体相对于别的群体来说都是特殊的群体。有特殊的人群必然有特殊的需求，特殊的服务必定能拴住固定的客户。

诚然，许多特殊需要已经被别人想到了，但特殊需要是时刻都在产生和变化着的，只要善于发掘总能发现它。

首先应该肯定，机会是长期奋斗的结果，并不是凭空无缘无故产生的，也不是像有的人说的是“碰运气”得来的。

应该说机会产生的客观条件在人类改造自然和改造社会的实践范围内就已具备了，其中有些虽然是自然界本身自发地出现的，但它要通过人类的活动才可以显示其意义；有些则是经过人的干预出现的，这种“干预”既可以在有意识的干预下出现，也可以在无意识的干预下出现，无论哪种情况，都没有离开人们的努力。

机会的表现形式是偶然的、意外的，并带有某种偶然的性质，它是我们应该承认的客观事实。

但是，如果我们只看到它的偶然性，那还只是表面的、片面的认识，因为任何偶然性的背后无不隐藏着必然性、规律性的东西。

必然性一定要通过偶然表现出来，因而机会也就是表现必然性的一种形式。

在人的一生中，总会碰到各式各样的偶然性的机会，但是，假如没有平时对知识的积累、辛勤持久的思索，那么，机会即使降临了，也无从知晓，知晓了也不善于捕捉利用，所以，人不能把希望寄托在偶然性的机会上。

如果把人的命运比作一个圆弧轨迹，那么偶然性（意外性）的机会就是这个圆弧的外切点；这个圆弧扩得越大，它的外切点就越多。

所以一个人的智能视野越大，碰到的偶然的机就会越多，利用偶然的机进行创业的可能性也就越大。

在日常生活中，有些现象看上去是偶然的，但实际上它总是反映一种必然性。

例如，有人对 1500 年—1960 年全世界 1249 名科学家和 1928 项重大科研成果进行分析，发现科学家的最佳年龄区是 25 岁~45 岁。

可见，时机是可以把握的。

又如，保险公司利用偶然性获胜，虽然它可能向个别保险者赔偿巨款。

但总体上看，许多对它有利的和不利的因素相抵销，最后，还是呈现出对保险公司有利的稳定趋势来。

再如，法国数学家蒲丰做了一个著名的掷硬币试验，投掷的次数愈多，正反两方面出现的次数便愈接近。

他一共投了 4040 次，结果反面出现 2048 次，即反面的“几率”为 0.5069。

后来，数学家皮尔逊又做了两次实验，第一次投掷 12000 次。结果正面出现 6012 次，“几率”为 0.5005。这说明，试验次数愈多，其结果愈接近一个常数。

这些事例说明，有些现象就其单个来说，在一定条件下，它可能出现，也可能不出现，表现出偶然性，没有什么规律。

但是从大量的同类随机现象来看，却表现了它内部的、本质的必然规律性，即统规律。

这也就说明，任何事物无不是必然支配着偶然。

万物同理，因机会而导致的科学上的重大发现，尽管表面上看来好像是意外的、偶然的，然而其中包含着许多必然的因素。

在机会的偶然与必然的关系中，我们应该着重掌握机会的必然性，因为任何必然都是由事物的本质原因引起的，它带有规律性的东西，它又决定了事物发展的方向。

怎样去认识机会的必然性呢？