

周伟
/ 编著

史学浩繁呈繁点点 商海浮沉字字珠玑

“择人任势，用人以诚” 胡雪岩以才揽财
——实现人与事的最佳配合

读史

Learn Business From History

学经商

“诚信为本，以义为利” 商鞅取信于民
——利润诚可贵，信誉价更高

“捕获商机，信息先行” 宋襄公大败泓水
——机遇偏爱有准备的头脑

“借力生财，白手起家” 黄楚九借钱经商
——无本生利的负债经营



中国经济出版社

www.economyph.com

周伟
/ 编著

读史

Learn Business From History

学经商



中国经济出版社
www.economyph.com

图书在版编目(CIP)数据

读史学经商/周伟著. —北京:中国经济出版社, 2006. 1

ISBN 7-5017-7230-4

I. 读… II. 周… III. 商业经营—通俗读物 IV. F715—49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 105663 号

出版发行: 中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 刘 晨(电话: 010-68300010)

责任印制: 石星岳

封面设计: 红色方块图文设计中心

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京东光印刷厂

开 本: A5

印张: 8.875 字数: 199千字

版 次: 2006年1月第1版

印次: 2006年1月第1次印刷

书 号: ISBN 7-5017-7230-4/F·5806

定价: 19.80元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68369586 68346406 68309176

以古为鉴，可知兴亡；以人为鉴，可明得失。商场是浓缩的社会，其中之人当具有“智、勇、仁、察”之品性。中国古代、近代的富商大贾们已经以自己的“智、勇、仁、察”铸就了中国特色的经商之道。本书即着力于从古代一个个经商故事之中，从古代商人的经历和视角中，挖掘出他们与众不同的地方，展示出古代商人经商智慧的精华，并结合现代商人的一些典型案例，深入浅出地探讨经商艺术的奥妙，总结出行之有效的经商方法，并真正做到了将趣味性、可读性、实用性融于一体。



Learn Business From History

● 责任编辑/刘晨

投稿邮箱: 010-88377716

E-mail: myxoid@126.com

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

序 言

序
言

在商海大潮涌动的今天,经商能力已成为人们生存发展的基本能力之一,越来越多的人涉足商海,当起了弄潮儿。当人们津津乐道地谈起比尔·盖茨、希尔顿、李嘉诚等现代商业巨子们的传奇经历时,或许很少有人能想到在华夏五千年历史上也曾经生活着许多叱咤商场的富商巨贾,在浩如烟海的中国史籍中,记载着他们许多成功经商的故事,他们的经营方式、经营理念流传至今,对今天的人们产生了很深的影响。

英国哲学家培根说:“历史使人聪明,诗歌使人机敏,数学使人周密,自然科学使人深刻,伦理学使人庄重,逻辑学和修辞学使人善辩。”

历史为什么能使人聪明呢?

历史中有谋:占市场,赢天下,需谋略,历史中的谋完全可以转化为经营中的谋;历史中有智:出点子,创新品,需思维,思维创造点子;历史中有理:做人,处事,需懂人生哲理,这都会给经营者带来启迪;历史中有鉴:成功的经验是财富,失败的教训也是财富,这两种财富,经营者都需要。

以古为鉴,可知兴亡;以人为鉴,可明得失。商场是浓缩的社会,其中之人当具有“智、勇、仁、察”之品性。中国古代、近代的富商大贾们已经以自己的“智、勇、仁、察”铸就了中国特色的经商之道。本书即着力于从古代一个个经商故事中,从古代商人的经历和视角中,挖掘出他们与众不同的地方,展示出古代商

读史学经商

人经商智慧的精华,并结合现代商人的一些典型案例,深入浅出地探讨经商艺术的奥妙,总结出行之有效的经商方法,并真正做到了将趣味性、可读性、实用性融于一体。

我国古代商人把经商与做人常常联系在一起,从他们的经商理念中,可以找到很多做人应具备的准则。现代社会是一个多元的社会,任何活动都不是单一的,商业活动亦是如此,先做人,后经商的说法更加深入人心。

因此,这本书又不单单是一本纯粹的商业读物,它还是一本对我们的人生诸多方面都会有所启迪的读物。

编者

2005年8月

目 录

序 言/1

第一章 择人任势 用人以诚

“事在人为，得人者兴，失人者衰。”我国传统商人深谙用人之道。他们在长期的经商实践中，总结出了识人经典九招：远使之而观其忠，近使之而观其敬，烦使之而观其能，卒然问焉而观其知，急与之期而观其信，委之以财而观其仁，告之以危而观其节，醉之以酒而观其则，杂之以处而观其色。会识人，还要会用人，而用人的核心，则体现为一个“诚”字，即“疑人不用，用人不疑”，使用好了人才，立基创业才有牢固的基础。

一、千万别让关键性人才流失

——李箴视跪留雷履泰/2

二、信任比什么都重要

——曹财东不辞赔钱掌柜/6

三、实现人与事的最佳配合

——胡雪岩以才揽财/11

四、一流人才一流对待

——乔景仪感化阎维藩/19

五、非常之人非常使用

——秦桧重用造假书生/24

六、打造一流团队

——李宏龄知人善任/29

七、让德才兼备的人脱颖而出

——不识字的大掌柜/35

第二章 诚信为本 以义为利

孔子说：“君子喻于义，小人喻于利。”这话道出了传统商人的两个层次，高层次的商人重义轻利，低层次的商人重利轻义，义在商业中常体现为诚信。“诚信”与“不欺”体现了商家的战略眼光，义名之下，其实隐藏着厚利，但却以牺牲眼前的利益为代价。成功的大商人无不放眼长远，以“义薄云天”之举，打造“诚信”的品牌。

一、以人为本，声名更盛

——复恒当纠纷/40

二、嘴硬不如货硬

——刘莹刚销毁毒胡椒/44

三、利润诚可贵，信誉价更高

——商鞅取信于民/51

四、形象是企业的生命

——燕昭王拜师/55

五、仁厚利亦厚

——陶朱公断案/59

六、义声之下利百倍

——任赅不发不义财/64

七、该外的一文不短，外该的听其自便

——复字号面铺的“高招”/69

第三章 捕获商机 信息先行

“睁大眼睛看行情，竖起耳朵听动静。”我国传统商人特别重视捕捉市场信息，因为只有信息准确，才能发现商机，而一旦发现商机则“趋时如猛兽鸷鸟之发”，就要像猛兽下山、饿鹰扑食一样迅速采取行动，先人一步，捷足先登，以期达到“独擅其利”之目的。

一、危机蕴含商机

——李宏龄乱世营业/74

二、会变通才会发现机会

——胡贞益违祖训/79

三、有眼光才能发现机遇

——无盐氏千金放贷/85

四、获取机遇要有耐心

——越国农夫不改初衷/90

五、机遇偏爱有准备的头脑

——宋襄公大败泓水/94

六、官渡之战

——出色的情报等于光辉的未来/99

七、先人一步领风骚

——赤壁大战/103

八、眼观六路,耳听八方

——秦重卖油/107

九、信息灵通,家藏金穴

——刘宝调剂南北市场/111

十、发现商机,决断迅速

——胡玉美收购虾子/115

十一、全面了解市场是正确决策的前提

——范顺经商/120

十二、顾客来问货,行情送上门

——六必居每日喝“栏柜酒”/124

第四章 借力生财 白手起家

我国传统商人深知自然界和社会生活中到处存在着“天然”的放大机制。利用市场的魔力,启动放大机制,让一文钱生出千金万金,体现商家的“机巧”,而这机巧的核心,则是一个借字。借“钱”、借“势”、借“力”,甚至于借助“伦理”的力量来赢利。

一、以权生财乃最佳捷径

——县令买鸡蛋/132

二、心力决定一切

——布店老板一文钱起家/137

三、两手空空也可赚钱

——裴明礼脚踏“空”地/141

四、无本生利的负债经营

——黄楚九借钱经商/146

第五章 工于炒作 巧取声名

我国传统商人深知：商品的销售必从消费者“知”开始，而如何让他们知，知些什么，在哪一个层面知，则完全是商人用“智”的范围。即以“一次性顾客”为招徕对象，又深明人理，自然就不会拘泥于自己商品的“物”的属性，而必定采取“以人为本”的基本战略，将“广而告之”的过程同时变为策动人心的过程。

一、不是广告的广告

——俞菱长巧做广告/152

二、将错就错，另辟蹊径

——黄老板鼓吹“百龄机”/157

三、物以人贵的名人效应

——齐桓公穿紫/166

四、“虚张声势”好生财

——王心发开汤元店/173

五、品格宣传最有效

——张良卖货/177

第六章 取舍有度 进退自如

成功的商人是深深懂得取与舍、进与退的辩证关系的。商场如战场，有的时候，在形势一片大好的时候，可能已经危机四

伏,有的时候前途一片险恶,可能预示着柳暗花明。在经商实践中,我国传统商人中的成功者往往知取舍明进退,从而游刃有余地在商海中搏击。失败者不知取舍,不明进退,稀里糊涂地就成了商战中的牺牲品。

一、进退有方,不贪恋利益

——渠源祯撤股/182

二、胡雪岩舍炮取枪

——营造宽松的外部环境/187

三、以和为贵是生财之道

——得饶人处且饶人/191

四、深谋远虑比金钱更为可贵

——裴老的“先见之明”/195

五、时变我变,及时收缩

——高钰乱世巧经营/199

六、欲取先予的商家战术

——舍美人得江山/203

七、人弃我取,人去我就

——王海峰贩盐/207

第七章 奇计胜兵 长袖善舞

商业竞争,要遵循的最基本原则是自由买卖、等价交换,优秀的竞争者的最高目标,就是把自己的商品变成货币,货币再变成商品,在无休止的反复中获取利润。这其中就有一整套运作的规则。而高明的商人,则是运作规则的大师,他

们因人而异,因势利导,酌情经商,总是把死的规则运用得活灵活现。

一、随行就市,尊重市场规律

——文若虚卖柑橘/214

二、居民的需要就是最大的市场

——斜纹布变金子/219

三、慎于选业,坚持专长

——卓氏冶铁/224

四、小点子大效果

——小酒馆独辟蹊径客盈门/229

五、劣质劣价取胜

——丙药商致富/233

六、潜观默学,巧取他人之长

——黄道婆成才/237

七、商品包装也很重要

——买椟还珠/242

附录 中国老字号的生意经

一、创造驰名商标

——“王麻子”刻意创名牌/248

二、推陈出新,与时俱进

——张小泉剪刀店以质量求生存/250

三、鸭要好,人要能,话要甜

——全聚德的经营“三字经”/254

四、窑老酒醇,经营有方

——茅台一摔天下知/257

五、既弘扬传统,又推陈出新

——推陈出新的同仁堂药店/262

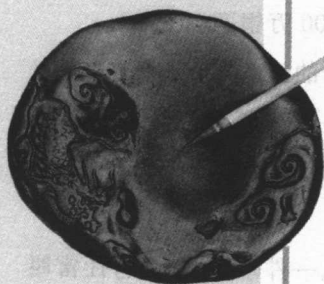
六、上下结合,雅俗兼顾

——东来顺的成功之道/265

七、桃李无言,下自成蹊

——瑞蚨祥绸布店的“六如”商法/267

第一章 择人任势 用人以诚



“事在人为，得人者兴，失人者衰。”我国传统商人深谙用人之道。他们在长期的经商实践中，总结出了识人经典九招：远使之而观其忠，近使之而观其敬，烦使之而观其能，卒然问焉而观其知，急与之期而观其信，委之以财而观其仁，告之以危而观其节，醉之以酒而观其则，杂之以处而观其色。会识人，还要会用人，而用人的核心，则体现为一个“诚”字，即“疑人不用，用人不疑”，使用好了人才，立基创业才有牢固的基础。

千万别让关键性人才流失

——李箴视跪留雷履泰

传统的商人视人才使用为立基创业之根本，主张“事在人为，得人者兴，失人者衰。”而杰出的人才也确实在商人事业的发展过程中起到了决定性的作用。

在晚清赫赫有名的日升昌票号，其财东是山西平遥县达蒲村李氏，在多年的票号经营中分红达 200 万银两以上。

李氏经商和其他商人相同，对商号的经理实行聘任制，所以李氏最重视对经理的挑选。经理人选一经选定，便任其行事，平时概不过问。只是到结账时，方听取经理汇报，最后分红取利，确定经理是不是继续聘任。

在经理的使用上，曾经发生过这么一件事情：李氏聘任雷履泰出任票号经理后，对雷十分信任。雷氏对票号业务不论大小都亲自过问，在他生病时也是权力不放手。二掌柜毛鸿翔对雷的这一做法很有意见。一次，毛氏趁财东李箴视看望雷履泰病情的机会，向财东建议因雷氏病重，可让雷回家休息养病。李箴