

商路难，难于上青天，
千荆万棘身边过，百转千回若等闲

子浩 / 解译



商境
商竞
商净
商镜

从商有三层境界，下者小富即安，中者强踩他人出头，上者后天下之乐而乐
商场即战场，千百个迷宫只有一个出口，那就是胜利
干干净净做人，明明白白做事，才是商人的本份
镜的功用，可以把远的拉近，可以把小的放大，可以看清自己，
可以洞察他人，以人为镜能够明得失，以史为镜可以知兴衰

内修商境，直面商竞，起点商净，善用商镜，
才有真正属于你自己的商径

商径

Shangjing

中国华侨出版社

内修商境，直面商竞，起点商净，善用商镜，
才有真正属于你自己的商径。

商径

Shangjing

子浩 / 解译

商路难，难于上青天，千荆万棘身边过，百转千回若等闲

商境

从商有三层境界：下者小富即安，中者强踩他人出头，上者后天下之乐而乐

商竞

商场即战场，千百个迷宫只有一个出口，那就是胜利

商净

干干净净做人，明明白白做事，才是商人的本份

商镜

镜的功用：可以把远的拉近，可以把小的放大；可以看清自己，可以洞察他人；以人为镜能够明得失，以史为镜可以知兴衰



图书在版编目 (CIP) 数据

商径/子浩解译. - 北京: 中国华侨出版社, 2005. 10
ISBN 7-80222-011-4

I. 商… II. 子… III. 商业经营 - 基本知识
IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 119026 号

商 径

解 译/子 浩

责任编辑/卓 力

封面设计/纸衣裳书装

经 销/新华书店

开 本/710 × 1000 毫米 1/16 印张 20 字数 300 千字

印 刷/利森达印务有限公司

版 次/2006 年 1 月第一版 2006 年 1 月第 1 次印刷

印 数/6000 册

书 号/ISBN 7-80222-011-4/G · 13

定 价/30.00 元

中国华侨出版社 北京市安定路 20 号院

邮编 100029

E-mail: overseashq@sina.com

发行部: (010) 64443051 传真: 64439708



前

言

古人云：以铜为镜，可以正衣冠；以史为镜，可以知兴亡；以人为镜，可以明得失。而在市场竞争激烈的今天，以商为镜，可以开辟一条通往财富之路。

也许你正满怀雄心壮志，想把原有的生意做大，并且注册一家属于自己的公司；也许你已创业成功，现在正苦心经营，想让公司更上一层楼；也许你的公司经营状况良好，生意兴隆，前景辉煌……无论你的事业走到了哪一步，都得为下一步考虑，都得借鉴他人的成败，找到一条通向更广阔天空的经商大道。

商海扬帆不是一件易如反掌的事，其中必然有许多门道，要想成功就必须从社会中及时借鉴。有些老板出道伊始，并没有摸清这些门道，也未借鉴他人经验，结果经过几年的滚打，非但没有赚到钱，反而连遭挫败；有些运气好的经营者，历经几起几落，好不容易站稳了脚跟，但这些老板的心里也未必踏实，特别是看到那些昔日与自己平起平坐，

而如今正迅速发展壮大的成功同仁，心中不免惶惶然。回顾自己走过的路，却蓦然发现很多弯路都是可以借鉴他人而避免的。路都是人走出来的，经商之路的铺就需要具有更加虔诚的学习态度。

在当今全球经济一体化的时代，做生意已不再是往日那种买与卖的简单结合，而是包含着市场需求，战略决策，广告宣传，营销技巧，售后服务，顾客保持等一整套的商业运作体系。市场有市场的游戏规则，在商海中驰骋的商人要想成功就得按规则自我调整。正如著名的洛克希德·马丁公司 CEO 诺曼·奥古斯丁所言：“世界上只有两类企业：一种在不断变化，另一种被淘汰出局。”

在这个竞争激烈、复杂多变的年代，市场不相信眼泪，商海之途充满血腥。如何度过一轮轮严酷的市场考验，在激烈的竞争中立于不败之地呢？

本书将一面面镜子立于你从商的道路上。在这里，反照出的是生存法则，反照出的是发展途径，反照出的是新一轮变革。从这里得到的启示，能带动你去开拓更广阔的市场，赚取更多的财富，获得更充实的人生。只要时刻对照，最终你将成为一名成功的商人，能把自己的从商路越走越宽、越走越顺畅。



目录



第一章 以远入径 ——眼光长远才能把生意做大

不谋全局者，不足以谋一域；不谋长久者，不足以谋一时。在市场瞬息万变的今天，不会有永远的热门，也没有真正的冷门。谁眼光长远，谁就获利丰厚。那些只注重眼前小利的商人，最终会在竞争中被淘汰。如果你想在商海中站住脚，如果你想把自己的生意做大，那么请拿起你的望远镜看前方。

不要想一口吃成胖子 /2/

没有人会喜欢和一个只想独吞利益的人做生意，也没有人乐于和急功近利的人合作。

坚持自己的眼光 /4/

坚持自己的眼光，保持理性的思维，做到进退有据，就能创造一个财富神话。

打破常规的程序 /7/

一个成功的商人，总能打破常规的程序创造出契机，常常与机会结缘，并能借助种种因素，谋取更多的利润。

以策略联盟增强市场竞争力 /10/

策略联盟是一种正在世界范围内成为潮流的企业经营管理手段，它是指几家拥有不同关键资源的公司进行联盟，融合彼此的资源以创造竞争优势。

将眼光长远的人推向领导岗位 /12/

担任企业最高领导的人必须具备长远的眼光。

善于看清财势走向 /14/

真正精明的商人更善于从长计议，为未来打算，看清财势的走向再做决定。

用别人的智慧为自己赚钱 /17/

如果善于利用别人的智慧，就有多颗脑袋的珍藏可供自己选择，岂不比光靠自己冥思苦想来得轻松愉快。

收购技术使起点变高 /20/

能够运用“拿来主义”购买完整的技术，而不是重新摸索、仿制，对那些资金和技术都不是很强的中小企业来说，是明智之举。

用并购来经营品牌 /22/

对该品牌进行再经营，可以把专营权转卖出去，从而产生以小博大的利润获益效果。

培植是长远的投资 /25/

培植是长远的投资，想乘大树之凉，就得多植苗，多植一棵就多一份机会。

信息产生财富 /28/

商业机会往往隐藏在信息中，是信息的土壤上培植出来的硕果。在纷繁复杂的信息流中，谁能敏锐地获取有利信息，谁就占尽了先机。反之，信息闭塞，对市场行情缺乏了解，就只能眼巴巴地看着别人发达。依靠信息，投资更具保险性，生产更得心应手，销路更广阔，成本会更低，而且在信息中会衍生出新的机会和财富。





第二章 以面入径

——有了面子才能赚到银子

在非洲，当一头哺乳动物排下粪便后，不到两个小时，就被来自各地的上百种屎壳螂打扫一空。这就是今日市场的写照。商人做生意，只有把自己的东西卖出去，才能获得收益。在市场竞争激烈的今天，与其说顾客在选购商品，倒不如说商人们在争夺顾客。商人要使顾客选择自己，就必须对着镜子进行梳妆，打扮得使自己能够光彩夺目，顾客才会选择你。总之一句话，要想赚到银子，从面子入手是一条必走之路。

好产品更要好宣传 /32/

一个公司若不重视广告的作用，不懂得利用广告的独特魅力，经营者思想观念落后，必将在社会资讯高度发达的今天带来经营上的失败。

广告要有创意才能成功 /35/

一个富有生命力的广告必须要有“新意”，不要重复别人做过的，不要模仿别人想过的，以新鲜的面貌刺激消费者，才能引起他们的注意。

广告要注重实效 /38/

做广告也要注重实效，你对着镜子进行梳妆，不在于花了多少时间，用了多少化妆品，而在于梳妆完后让人看了赏心悦目。与其炒作、制造轰动，还不如做些实实在在的事情，全面地调查顾客，精确地计算投入的费用，周密地考虑出现的纰漏，这样做出广告费用不仅要小得多，而且定位也准确得多。

反其道而行之 /41/

人通常都有猎奇心理，在本性中又有叛逆的因素，往往对不遵常规的事物所给予的关注远远超过对那些循规蹈矩者的。

吊起顾客的胃口 /44/

奇是一种相对于平常的感觉，当你看惯了千篇一律的装扮，对出现的各种宣传习以为常时，一个你不曾了解、神秘莫测的存在往往可以勾起好奇心，从而吸引注意力。人有一种特性，对于未知人人都会好奇，盼望则



是对好奇心的满足。

好形象就是金字招牌 /47/

我们可以通过长期努力，树立起一个特殊的、固定的好形象以深入顾客心中。每一个想要取得大成就的企业，都应把塑造企业形象提高到战略高度，而且要持之以恒，坚持到底。

选适合的形象代表 /49/

大多数的产品都只适用于某一部分人，所以广告更应以此为出发点，如果定位不准，那么广告也就失去了意义。

以名牌带来效益 /52/

一个知名品牌的诞生需要耗费大量的心血，但一旦产品得到消费者的认可，得到社会的赞同，它就已经是一棵真正意义上的摇钱树了。

善于借政扬名 /55/

政府是最优秀的“推销员”，高知名度的政府官员就是无可挑剔的广告明星。

高起点的自我展示 /57/

从山腰开始爬山者是从山脚出发的人所望尘莫及的。

第三章 以细入径 ——对细节的关注决定经商成败

美国的哥伦比亚号航天飞机在升空的途中爆炸，原因仅是隔热板上的一小块油漆脱落。我们通常能看到大的方向，却往往忽略对细节的关注。其实，在很多时候，成败之所以在一线间，一些不起眼的小问题起了关键作用。有的商人在山穷水尽之时，由于细心而反败为胜；有的商人距金山只一步之遥，反因大意而功败垂成。拿起你的放大镜，关注每一个细节，经商之路才会走得稳如磐石。

细微的服务带来顾客 /62/

商人做生意，最好的宣传是让每一位曾经光顾的顾客称心如意，时过境迁后仍记忆犹新。良好的服务是经营的开始，它既可以让大企业如虎添翼，也可以让小生意锦上添花。



- 赢得顾客的心能赚大钱** /65/
 懂得了赢得人心就是掌握了赚钱的技术。赢得了多少消费者的心，你就占领了多大的市场，就会赚取多少利益。
- 情牵女人心** /67/
 精明的商人会把心思放在女人身上，想方设法牵绊住她们的心。
- 把握流行顾客就会追着你** /70/
 人都有这样一种趋向性，对于自己满意的东西，即使付出再高的代价也在所不惜。把握流行不仅要你追赶潮流，还要你能做时代的前卫。
- 从特殊需要中寻财富** /73/
 将某产品的消费群体限定在一个比较小的范围之内，以满足小部分有特殊需要的特殊群体。
- 善于发现商机** /75/
 通过动脑筋、想办法，使别人看来无用甚至要抛弃的东西产生新的使用价值，让它们转化为自己的财富。
- 将泥土炼成黄金** /78/
 很多在你眼中看似平凡的东西，可能正是别人苦苦寻觅而不得的。
- 教养带来财富** /82/
 文明举止和高尚的教养能让生意更加发达。
- 旅途之中掘金山** /84/
 地区的差异不仅仅限于商品，还有各种潜藏的机会。
- 信心是成功商人的必备素质** /86/
 因为有信心，潜藏在你意识中的精力、智慧就被调动起来，以帮助你获得财富和事业上的成就。
- 从“小皇帝”身上下功夫** /89/
 要让自己生产或经营的产品畅销，不仅要讨孩子的好，还要设法说服他们的父母，难度有时比单独做大人的生意还大。
- 想到了就做** /92/
 没有见微知著、善于捕捉和敏锐果断的能力，就不可能抓住瞬息即逝的商业机会。差距就在于，成功的商人把好的想法变成了现实，而那些只停留在梦想中或者是迟迟不肯着手去做的人就会失败。

第四章 以变入径

——及时发现问题迅速解决问题

我们每个人都希望自己的事业能够一帆风顺，不愿看到出什么问题，害怕由此引来失败。可有时往往越是担心的事，越容易发生。对于生意中出现的各种问题，逃避和漠视只是不负责任的选择，及时发现并解决它才能使你走向成功。应变能力是一个商人绕过磕绊和陷阱的必备武器。

亡羊补牢应及时 /96/
如果你决定“补牢”，就一定要及时，抓住了这个时机等于抓住了财富。

金蝉脱壳来变身 /99/
当市场的需求变化时就要求商人进行战略转型。

不断开发自我 /101/
在企业发展中，不断顺应市场的需求来进行改变，开拓未知的领域，这样肯定会有所突破。

仅是交钱方式的不同 /103/
把目光集中到有享受高档消费品要求，但一次支付困难且又有支付能力的消费者身上。

以诚恳赢得信誉 /105/
用你的坦诚和真心来换取公众的信任和坦诚。这样，你就会慢慢树立起信誉。

化危机为机遇 /108/
任何“危机”都应该是“机”而不是“危”。

随机应变做好生意 /111/
你要做的是根据顾客不同的要求，做必要的解释和补充，消除或者弥补他们的不满意，继而说服他们购买。

因顾客的不同需求而变 /113/
顾客的需求是商家做生意的指针，它指向的就是财富。



用特殊的商品扭转生意 /116/

要想让人记在心上，就要与众不同。特殊的日子是永远都有的，只要能准备好特殊的产品，配以特殊的方式经营就能大捞一笔。

通灵应变是商场的生存法则 /118/

企业需要不断地寻觅和接收细微的市场信号，通灵应变，适时调整自己的产品结构，才能够跟得上时代，跟得上潮流。

生意场上学会专一 /120/

只有专注，才能把所有的精力和智力在一个时间里完全集中到要做的事情上。任何一个企业想要在竞争中获胜，都需要有正确的经营方向。集中优势兵力打歼灭战，抓住一个商机带动全局。

第五章 以深入径 ——不被虚假的表象所迷惑

海市蜃楼虽然令人憧憬，但它带来的只是不切实际的幻影。同样，商场上的种种虚假信息也常常困扰着我们。更令人烦恼的是有很多时候，我们无法分清哪些是真，哪些是假。常言道，假到真时真亦假，就像我们站在哈哈镜前的时候，镜子里面的那个人是你吗？商路上的真假是非必须分清，否则商路再宽，等着你的也只有死胡同。

投石问路能了解市场 /124/

市场是一个难以捉摸的精灵，即使采用全面调查的方式，运用现代化的分析手段，也未必能完全了解市场信息。

借钱没有什么不好 /126/

借钱能使你的企业或你所从事的经营更适应目前的经营形式，在市场竞争中创造出更多的利润来。

说话周旋得益多 /129/

周旋就是为了让对方明白自己的真实意图，竭力让对方妥协，围绕着一一直纠缠不清的问题开展辩论。生意上的事情讲究效率，争取时间就是获得机遇，周旋和迂回就是一种拖延战术。

打破旧圈子 /132/



如今社会的形势风云变幻，也许现在是热门的以后就无人问津了。

开创事业要有魄力才行 /136/

真正有魄力的人懂得放弃，敢于突破种种限制，追求自己的梦想。

勤劳苦干是发家的资本 /138/

只有实实在在地付出心血，才会换来难以撼动的财富。

明退暗进巧夺市场 /140/

明退暗进的关键是制造出假象使对方确信不疑，这样才能转移他们的注意力。

认清破绽的存在 /142/

在商业活动中，利益的双方随时都在斗智斗勇。谁能多算一步，谁就是最后的胜利者。

陋习的阻力未必真大 /146/

潮流变革中永远蕴含着机会，关键是要及时把握。

小心“别有用心”的服务 /149/

面对对手的种种举动，我们必须留意对方的真正意图。

传统并非意味着淘汰 /152/

现实生活中，人常常会留意旧有的、失去的东西。无论是得到新的东西还是失去旧的东西，都会给人带来一定的缺憾。

第六章 以知入径 ——了解对手才能战胜对手

兵法云：知己知彼，百战不殆。在商场中，商人做生意的目的是谋利，利益的追逐会产生多寡的差异，这必然会与他人产生利益上的冲突，从而引发双方，甚至多方之间的激烈竞争。要想在竞争中立于不败之地，就必须在了解自己的同时，也了解对方。只有如此，才能掌握市场竞争的主动权，并最终战胜对手。

邯郸学步不如另辟新途 /156/

一个成功的生意人，必须首先是一个有主见，能独立拍板的人。要想使自己有所成就，就要探索和发现自己身上潜在的素质和才能。通过冷静



而周密的思考，最后确定下来的那个选择就是最适合你的。

把对手的成果拿来己用 /158/

如果能占有对手的成果，那更是术高一招。

向对方学习的对手最可怕 /161/

暂时的屈节和退让，往往能够淡化对手的敌意，并有机会进一步地了解对手，学习对手，从而走向最后的成功。

填补市场的空档 /163/

“填空档”不仅是填补经营产品的空档，还可以是填补营业时间的空档。

在同行中出类拔萃 /166/

把目光放在所从事自己的行业上，把心思放在如何对付同行业的竞争上，要比他们做得好。

针对对手的弱点做文章 /168/

要了解对方的弱点，这就要求有人能提供商业情报，将对手的各种资料能源源不断地送到自己手中。

用“上帝”之口作为武器 /171/

用顾客之口来攻击对手，一来不用自己出面，二来让对方有口难辩。

挖取人才是高招 /174/

只要你挖来了人才，就客观证明你的企业未来发展有潜力。

动之以名，晓之以利 /176/

在不断的合作中迅速扩张、壮大自己的事业，等到将来财大气粗的时候，不想出名都不行。

高质量是竞争的强力武器 /179/

质量是企业的感觉，是理论数据，但更是顾客对公司的认可度。如何保持质量并提高质量，使顾客满意是保持和争夺企业产品市场占有率的手段。

陷阱之上必有香饵 /182/

能在商业竞争中脱颖而出的，无疑是谋术中的高手。



第七章 以防入径 ——免受商业欺诈的伤害

商场如战场，并不是每一个商人都遵循商业道德。为了获利，钻法律空子的商人大有人在，空手套白狼者比比皆是。如何保护自己的合法利益不受侵害？这就要求我们在做生意时，小心行事。不要轻易相信别人，不要贪那些意外之财，更不能谋求属于他人的利益，谁能肯定，螳螂捕蝉时，黄雀不会在后呢？

商业机密不可泄露 /186/

任何时候，保守商业秘密都应成为你的底线。商人没有必要告诉别人赚钱的秘诀和收益。

小心地对待合作伙伴 /188/

必须了解对方身份的真实可靠性；了解对方资金、财产、人员等和经营管理能力；了解联合经营时项目的合法性和市场前景。

谨防鸠占鹊巢 /190/

如果你的合伙人是一头不折不扣的“骆驼”，他的目的就是排挤你，以夺取你的事业和财富为目的而进行合伙。这样的话，在必要时就应断然对他说“不”。

聪明反被聪明误 /193/

无论何时，作为商人都要小心谨慎，防止聪明反被聪明误。

防备“空手套白狼者” /195/

要分清获利和诱饵的区别，不能为甜言蜜语所惑。

小心驶得万年船 /197/

人际交往从本质上是互利互惠的，如果对方百般殷勤和甜言蜜语，把交际成功的前景说得如何对你有利，那就是你该注意的时候。

随时随地警惕你的对手 /199/

许多高明的骗子会在开始的合作中建立信誉，而这个信誉只是捞取更多利益的垫脚石。即使对那些信誉素来良好的合作伙伴，也应留一手，随时随地密切地关注对手的情况。



把资金掌握在自己手上..... /203/

在生意场上，没有人为了怜悯而冒亏本的危险。

分清是否是打肿脸充成的胖子 /205/

看清对方的真实嘴脸，将其中“打肿脸”充样子的区别开来。

第八章 以合入径 ——从合作中谋发展

在现今高科技信息时代，独自一人闯天下来获取成功的梦想，往往被现实无情击碎。在残酷的社会竞争面前，要想成功，单凭个人力量是很难取得持久性成就的。当两个或两个以上的人在任何方面把自己联合起来，建立和谐与谅解后，每一个人将因此倍增他们成就事业的能力，商人做生意尤其是如此。

诚为行商之本 /208/

诚实是最好的广告。别人会因为真诚的言行、高尚的职业道德和良好的信誉愿意和你合作，顾客被你的诚信打动，乐于光临。

失败是成功的本钱 /210/

在风险重重的商海中，能避免损失就是一大收益。

甘吃小亏才能占大便宜..... /212/

在商场上，没有人愿意和太精明的人合作，因为那样会显得自己很傻，总让别人占小便宜毕竟是一件让人觉得不舒服的事。反倒是甘愿吃点小亏的人能够吸引更多的合作者，能保持相对长久的合作关系。

四两拨千斤的智慧 /215/

什么是财富的宠儿，命运的幸运儿？不是回避困难，而是灵巧战胜困难。

关系带来财富 /217/

对于一般人来说，良好的人际关系意味着生活的和谐与心情的舒畅，而对于商人却有着更为特殊的意义，那是他成功的重要因素。

独吞不如共享 /220/

要保持和维护长期合作，必然要求有双赢的结果。

合作是为了自己的发展..... /222/

名牌越合作越响，普通品牌因合作放弃了自己发展的机会，转而为他人做嫁衣，放弃自己为发展别人的品牌而努力。多重合作的叠加则使名牌比重越来越大，而拥有普通品牌的企业则越来越小。

以德报怨换回双赢..... /224/

在这个圈子里，其目的就是要让自己的公司发展壮大，实力增强，要做好生意，要获得财富，就要建立广泛的社会关系，其中包括与你的对手交朋友。

把双赢作为竞争策略..... /227/

那种“你死我活”的争斗在实质利益、长远利益上来看都是不利的，因此你应该活用“双赢”的策略，彼此相依相存。

共同打造事业的辉煌..... /230/

所谓“会合作”就是选择成功的人作为自己的合作对象。

第九章 以换入径 ——学会换一个角度看问题

“横看成岭侧成峰，远近高低各不同。”所有成功的商人都有一套自己的“路子”。不难发现，他们的目标虽然同是赚钱，但达到目标的方法却存在很大的差异。很多时候，经营手法的特殊，使他们更快走向成功。只要你细心留意，学会用多棱镜观察问题、寻找商机，定能印证那句俗话：“条条大路通罗马”。

莫以利小而不为..... /236/

赚小钱，从一点一滴做起是赚大钱的必要步骤。

冒险就是抓住机遇..... /240/

敢于冒险和善于冒险是精明商人的特点和本色。

弱小也可以挑战强大..... /242/

弱小是一种劣势，但不是绝对的败势，利用弱小的不知名性，可以挑战大对手。

钱在勇气的背后..... /246/