

梁俊茂口编著

机械工业出版社



在国际商界，犹太商人是纵横捭阖的经营高手，他们在世界经济中的地位举足轻重，其影响力渗透到国际市场的所有方面。

财智天下

财智天下

温州商人与犹太商人纵横商海的10则智谋

在中国商界，温州商人是走在市场前列的先锋群体。他们克勤克俭、披荆斩棘，在激烈的市场竞争中开拓进取，不断延伸自己的商业触角，被誉为『东方犹太人』。



財智天下

梁俊茂口编著

温州商人与犹太商人纵横商海的10则智谋

在国际商界，犹太商人是纵横捭阖的经营高手，他们在世界经济中的地位举足轻重，其影响力渗透到国际市场的所有方面。

在中国商界，温州商人是走在市场前列的先锋群体。他们克勤克俭、披荆斩棘，在激烈的市场竞争中开拓进取，不断延伸自己的商业触角，被誉为「东方犹太人」。

机械工业出版社



在世界民族之林，犹太民族无疑是一个优秀而又充满传奇色彩的民族，尽管只有1400多万人口，却诞生了一大批影响了整个世界的名人。“犹太商人是商人中的智者，更是商人中的‘魔鬼’，他们能从零开始最终成为亿万级的富翁。”这是西方人评价犹太商人最常用的一句话。在地球的另一端，同样也活跃着一批善于发掘经济财富的人，他们往往能从“没有市场”处找出市场，从“乱花渐欲迷人眼”的市场混乱中寻找商机，从鲜为人知的边缘经济的夹缝中杀出一条血路，他们就是有着“东方犹太人”之称的温州人。本书从犹太商人和温州商人的创业品质和创业智慧等方面入手，从商业的各个层面分析了他们白手起家的创业过程，高超的资本运营和市场操作手法，诚实守信、善于学习的商业智慧。本书以温州商人和犹太商人的“财智对话”为主线，通过“财智案例”、“财智点评”和“财智箴言”充分展示两大商人群体的卓越智慧和独特魅力，为立志创富的朋友提供一些可资借鉴和效仿的方法，从中激发出创业冲动和创业激情。

图书在版编目（CIP）数据

财智天下：温州商人与犹太商人纵横商海的10则智谋/
梁俊茂编著. —北京：机械工业出版社，2005.12
ISBN 7-111-17866-1

I. 财... II. 梁... III. ①商业经营—经验—温州
②犹太人—商业经营—经验 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 131976 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）
责任编辑：赵泽祥 责任校对：肖新民
责任印制：陶 湛

北京铭成印刷有限公司印刷

2006 年 1 月第 1 版第 1 次印刷
1000mm × 1400mm B5 · 9.75 印张 · 1 插页 · 266 千字
0001 — 5000 册
定价：29.80 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换
本社购书热线电话（010）68326294
封面无防伪标均为盗版

前言

温州商人与犹太商人共通的经营哲学

财富，永远是时代的主题。

智慧，永远是人类的追求。

商战的硝烟弥漫在世界的每一个角落。多少人一日之内身价倍增，气吞山河；又有多少人倾刻之间千金散尽，黯然神伤。这之间有环境的影响，有机缘的因素，而最重要的是“财智”，也就是财经智慧的区别。

在国际商界，犹太商人是纵横捭阖的经营高手，他们在世界经济中的地位举足轻重，其影响力渗透到国际市场的所有方面。在黄金、钻石、运输、金融、传媒乃至 IT 等领域都可以看到他们的身影。

在中国商界，温州商人是走在市场前列的先锋群体。他们克勤克俭、披荆斩棘，在激烈的市场竞争中开拓进取，不断延伸自己的商业触角，取得了辉煌的成就。仅以打火机为例，温州商人占据了80%以上的国际市场。他们一度被誉为“东方犹太人”。

经济环境变幻莫测，国际市场风起云涌。这两大优秀的商业群体却能够屹立在时代潮头，与时俱进，屡创奇迹，积极拓展经营领域，出现了一大批诸如洛克菲勒、摩根、哈默、尤伯罗斯以及南存辉、王均瑶、周成建等驰名业界的商业明星。他们鲜明独特的经营谋略使人耳目一新，他们层出不穷的经营手段使人深为折服。辉煌并非得之偶然，成功的背后隐藏着志气、汗水和由失败结晶而成的财经智慧。

21世纪的市场竞争将更加激烈，各种管理技术的发展更是日新月异。要想取得优异的业绩，深入了解和掌握经营谋略十分必要。犹太商人身上集中体现了西方严谨而规范的经营智慧，温州商人身上则更多地代表着中国灵活而不乏大气的经营智慧，两者之间具有很强的参照性和互补性。因此，深刻剖析比较这两大优秀商业群体经营智慧中

的异同点，总结他们的经验教训，对于我们体会和理解经营管理的基本规则，激发和保持创业动力，有着现实的指导意义。

基于以上分析和判断，我们精心研究了犹太商人和温州商人经商的历史和现状，对不胜枚举的财智故事进行了深入探讨，针对他们的异同点作了详细的比较和分析。最后，我们将他们纵横商海的经验总结为10则智谋，用翔实的案例加上精辟的解析，抛砖引玉，启迪读者的创业智慧和商业理念。

犹太商人和温州商人的财智主要体现在以下方面：

1. 良好的市场感觉。他们对市场有深入的理解，敢于付出巨大的代价获取市场信息，然后制定对策，迅速采取行动，从而占尽先机。
2. 高明的战略，扎实的战术，其整体经营运作滴水不漏而又灵活多变。他们掌握了经营的规律，战略上高瞻远瞩，能够出奇制胜；战术上稳字当先，步步为营。
3. 诚实守信。他们尊重契约合同，视信用为经商之本。为求质量，他们精益求精；为保信誉，他们一掷千金。
4. 奋发图强。他们在商场上不靠天不靠地，凭借自己的双手和智慧，勤奋自立，百折不挠。为了实现追求财富的理想，他们以苦为乐，自强不息。
5. 长于资本运营。他们长袖善舞，运用多种方法筹集资金；采取各种方式投资、生产、销售；在成本控制上更是不遗余力。
6. 铺设广泛的人际关系网络。他们往往以家族经营起步，同时开创越来越广泛的人际网络，使自己的关系成为商场上的突破点。
7. 善于借势发力。他们能够利用各种政治、经济、社会形势的变化，为我所用。别人的技术、资金，他们照样“借”之不误。
8. 自立门户，不断拓展商业版图。他们宁愿摆小摊赚小钱，也不愿为别人打工赚大钱。
9. 善于学习。无论取得多大的成绩，他们总是戒骄戒躁，永远保持谦虚的态度，坚持从不同层面提高自己的能力和品位。
10. 善于进行资源整合。各种各样的资源在他们眼里都井然有序，他们能够巧妙地进行排列组合，做出锦绣文章。

本书编排具有以下特点：

1. 采用了传媒界流行的嘉宾对话模式，塑造了犹太商人与温州商人的两名代表性人物（詹姆斯与周光辰），以他们的对话和点评作为主线，引领全书，使全书结构严谨。同时，我们避免堆砌相对枯燥的经管类知识，精心使用生动流畅的文笔，巧妙的经管智慧不时闪烁于字里行间，为读者带来舒适的阅读享受。

2. 本书主要通过案例对犹太商人与温州商人的经营谋略进行阐释。每一个案例都经过认真挑选，具有代表性。读者可以见微知著、举一反三，从中体悟经营管理的规则。本书的内容基本涵盖了经营管理的各个层面，是一本精心编撰的经管类读物。

3. 针对性强，注重实践。“理论是灰色的，实践之树常青。”学习的目的就是为了应用。我们不是为了提出一些冠冕堂皇的理论，而是希望通过探讨分析，为读者提炼操作性强的规则，使这两大优秀的商业群体成为良好的参照体系。

临渊羡鱼，不如退而结网。我们希望读者能够对犹太商人与温州商人的经营管理谋略进行认真思考、学习，将他们的智慧与自己所经营的业务结合起来，形成独特的“财智”，并切实运用到日常经营活动中去，在未来的商业舞台上大展身手，创造财富，走向成功。

编 者

2005年12月

目录

前言 温州商人与犹太商人共通的经营哲学

财智第一则 永远保持敏锐的市场嗅觉 /1

- 第一节 在浩瀚的商海信息中遨游 /6
- 第二节 早一分钟发现信息，也许你就多一倍利润 /11
- 第三节 抢占先机是一个放之四海而皆准的商则 /15
- 第四节 商机面前的“嗅”和“看” /19
- 第五节 不断发现需求、创造需求以开拓市场 /25
- 第六节 从容驾驭国际市场 /28

财智第二则 战略上勇于冒险，战术上力求稳健 /35

- 第一节 勇于吃“第一只螃蟹” /39
- 第二节 不怕你不敢，就怕你不行 /43
- 第三节 看似冒大险，实则有内涵 /48
- 第四节 稳扎稳打，才能笑傲商场 /52
- 第五节 创业所需要的“水”精神 /56
- 第六节 脚踏实地，做熟不做生 /62

财智第三则 视诚实守信为经商之本 /67

- 第一节 合同是与神的签约 /71
- 第二节 信用无价 /75
- 第三节 诚实是经商的根本 /82
- 第四节 行胜于言，实效才是判断标准 /87
- 第五节 质量和信誉是市场的通行证 /90
- 第六节 信用就是最高的荣誉 /96

财智第四则 发愤自强百折不挠 /101

- 第一节 世界不相信眼泪，惟有奋斗方能成功 /105
- 第二节 不吃苦中苦，难为人上人 /108
- 第三节 将相本无种，男儿当自强 /112
- 第四节 但凭勤奋自立，必有家财万贯 /116
- 第五节 百折不挠直指目标 /119
- 第六节 从“睡地板”到“做老板” /123

财智第五则 凭借资本运营获得多重财富 /127

- 第一节 一滴焊油与五亿美元成本 /131
- 第二节 做成功的资本猎手 /133
- 第三节 凭品德、智慧和速度融资 /141
- 第四节 薄利多销，还是厚利薄销 /144
- 第五节 “借船出海”与“借势发力” /148
- 第六节 借钱有如借鸡，生“蛋”多多益善 /152

财智第六则 铺设广泛的商业人际网络 /157

- 第一节 打虎亲兄弟，上阵父子兵 /161
- 第二节 创业之初，要让宗亲关系发挥积极作用 /165
- 第三节 陌生人也许是你商业上的贵人 /168
- 第四节 有关系就万事没关系 /172
- 第五节 用“吃亏”建立起的“铁链”合作关系 /177
- 第六节 建立科学的制度理顺家族关系 /180

财智第七则 善于借势发力，熟练进行公关操作 /185

- 第一节 借小经济之力发展大经济 /189
- 第二节 好风凭借力，送我上青云 /192
- 第三节 借别人的钱做自己的生意 /195
- 第四节 由“傍”做起，走出自我发展之路 /199
- 第五节 联合是求强的绝招 /205

第六节 冷静面对危机，在驾驭中取胜 /211

财智第八则 自立门户，不断拓展商业版图 /219

第一节 在商场上找准自己的定位 /223

第二节 打造自己的未来 /227

第三节 立足于自创，才是真正的生意人 /232

第四节 不断延伸自己的商业触角 /236

第五节 有品牌才有高附加值 /240

第六节 提高品牌的含金量 /245

财智第九则 从不同层面学习，关注自身发展 /249

第一节 学习是最先进的竞争力 /253

第二节 学习先进要舍得交学费 /258

第三节 以模仿为创业途径，以超越为自立目标 /262

第四节 苦难和失败是人生的导师 /265

第五节 赚有品位的钱 /268

第六节 通过自身的素质建设提高商业能力 /271

财智第十则 巧妙整合资源，形成体系竞争力 /277

第一节 没有不良的资源，只有配置不好的资源 /281

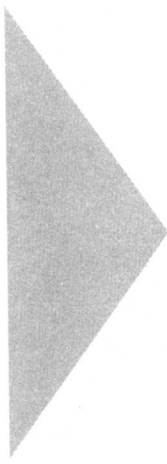
第二节 偶尔打打特色牌 /284

第三节 在“人和”上做出大文章 /289

第四节 企业的核心是关键性的决胜力量 /292

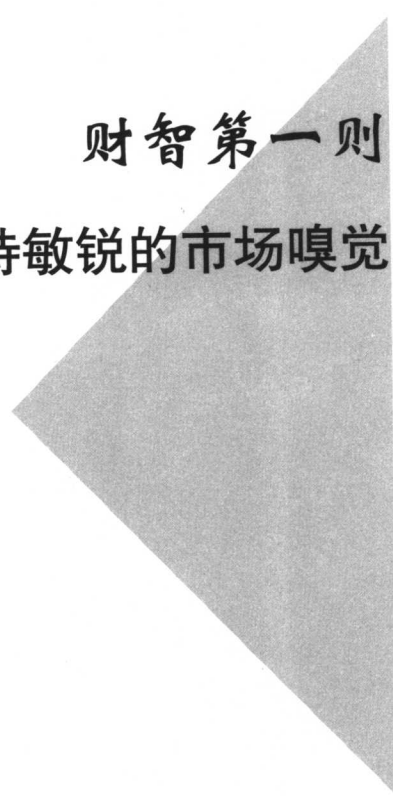
第五节 联手造势搭建市场，创造密度效应 /295

第六节 在产业链上形成体系竞争力 /299



财智第一则

永远保持敏锐的市场嗅觉



[财智对话]

周光辰(温州商人): 犹太商人在国际商界的影响力很大, 在你看来最主要的原因是什么呢?

詹姆斯(犹太商人): 感谢你对我们犹太商人的夸奖。坦率地说, 我为犹太商人的成就而感到十分自豪。导致犹太商人成功的因素有很多, 很难说哪一个最重要。我们犹太商人可以说是经商的民族, 每个犹太人从小耳濡目染, 对经商的基本规则比较了解, 再加上后天的努力, 在经商方面取得一些成绩就不足为奇了。

周光辰: 你能为我们讲解一些基本的商业规则吗?

詹姆斯: 可以。做生意最重要的就是在复杂多变的市场上掌握信息, 寻找机会, 时刻保持一种敏锐的市场嗅觉。

比方说, 我们犹太人经商, 一般情况下, 只将眼光投放于两种生意: “女人” 和 “嘴巴”。根据5000多年来的人类历史, 男人工作赚钱, 女人使用男人所赚的钱, 这是生活中的普遍规律。如果要经商, 就要想尽各种办法赚别人的钱。要想赚钱, 就必须在女人方面多下功夫, 这是犹太人经商中的一条公理。我们犹太人经商法的第二种 “嘴巴” 生意, 是一般人都可以做的生意。所谓 “嘴巴” 生意, 就是经营用 “嘴巴” 的生意, 例如粮油店、蔬菜店、海鲜店、酒店、点心铺及水果店等等。

周光辰: 这两种生意真的很赚钱吗?

詹姆斯: 我可以给你简单地解释一下。

我们之所以要做女人的生意, 是因为她们往往掌握着家里的消费大权。而且, 女人在消费过程中相对男人来说更加感性化一些。她们一看到闪闪发光的钻石、豪华的女用礼服、戒指、胸针及项链等服饰用品以及高级女用皮包等商品, 就会心驰神往, 很想买回去, 好在朋友面前炫耀一番。这类商品都有相当高的利润率, 只要商人经营得当, 赚钱非常容易。

经营用 “嘴巴” 的生意, 一定会赚钱, 这道理就更简单了。人天天要吃饭, 可以说这是频率最高的消费行为。而且卖出去的食品, 当

天就被消化而变成废物，人们第二天还要吃饭。如此循环下去，生意机会就永远存在。这样的生意，除此以外绝无仅有。

周光辰：你这样一解释我就明白了。那么你们是如何把握商机的呢？

詹姆斯：这方面我们有个法则，我们称之为“宇宙法则”。

周光辰：有这么伟大的法则吗？

詹姆斯：有的，这个法则就是“78比22”。

周光辰：为什么“78比22”这样神奇呢？

詹姆斯：我可以给你举个例子。比如正方形和它的内切圆之间的关系。正方形的面积为100时，其正方形内的圆面积大约就是78.5。这样一来，正方形内的圆与剩下部分面积的比就是“78比22”。

还有，空气中的成分，氮与氧的比例为78比22；我们的身体，水分与其他物质的比例，也是78比22。所以说，“78比22”的法则就是大自然的普遍规律。如果违背这个规律，就会有大麻烦。

周光辰：这个法则很有道理。但是，我还是不太明白它在商业上的作用。

詹姆斯：让我给你举一个例子。

一个移居以色列的日本钻石商人明白这一点，便把眼光投向了人口比例占“22%”的有钱人身上。当时，他没有自己的店铺，他抱着赚取财富比例占“78%”的人的钱的意愿，先后到了三四家百货公司，要申请一个柜台，百货公司的经理知道他卖的是钻石，都不愿意租给他，但日本商人相信自己的眼光，没有放弃做钻石生意。

一天，他四处寻找店铺，这一天正值年关的第一天，在街区的中心，有几家专营钻石的店贱价大拍卖，吸引了大量的顾客，争相购买。日本商人看在眼里，记上心头，马上回去拿来钻石，在附近支起一个摊位，贱价销售他的钻石，结果不到三天赚得500万美元。接着，他又去各地购进大小不同的钻石，并与商家拉好关系，做了长期销售钻石的准备。日本商人在街区及四周分别设立推销点，推销钻石，销售一路看好，最好时创下每天收入500万美元的记录。他的成功就建立于这个规则之上。

后来，商人们利用建立起的金融机构，一般都以“78比22”为经营法则，把钱积聚在一起投向耗资多并且回报率高的项目，这样不论是政府、企业、个人都可以从中得利。正是凭借“78比22”法则，使犹太人成为国际金融寡头，华尔街的银行、证券大都是以以色列划浪的地方。中欧金融大市场、拥有上百亿美元资产的罗斯柴尔德的金融集团、美国的摩根财团等均是犹太人开办的。

周光辰：果然很厉害。

詹姆斯：我来问你简单的问题。你认为这世界上是借钱给别人的人多，还是向别人借钱的人多呢？

周光辰：肯定是向别人借钱的人多。

詹姆斯：你想错了，正确答案是借钱给别人的人多。你看，银行是将从很多人那里借来的钱再转借给少数的人，假如向别人借钱的人多，银行将马上破产。按照我们犹太商人的说法，借钱给别人的人与向别人借钱的人之间的比例就是78比22。

如果我说这个世界78%的财富掌握在22%的人手中，你同意这个观点吗？

周光辰：这种说法我可以接受。

詹姆斯：所以，运用这个法则的关键就是你寻找商机的时候，要向掌握这个世界78%财富的22%的人方面努力，他们的购买能力远远高于一般大众。这样你的效率就会更高，赚钱的可能性就更大；相反，如果你在剩下的那部分人中做生意，效率会很低，利润也很微薄。

第一节 在浩瀚的商海信息中遨游

[财智案例]



1.1

在世界商业经营史上，犹太商人很早就开始运用信息作为经营致富的途径了。

密歇尔·福里布尔是在比利时出生的犹太人，他经营的大陆谷物总公司是当今世界最大的两家谷物公司之一。据有关公布资料，他的公司每年总收入超过25亿美元，他个人的资产近10亿美元，是世界级大富豪。

密歇尔·福里布尔的公司是靠经营谷物为主的，他的发迹经过可追溯到上世纪初。他的祖辈西蒙·福里布尔是一位小商人，曾在比利时南部的一个小镇开过一间很小的谷物买卖商行。经过四代人的继承经营，这所小商行的业务量有所扩大，但顶多算得上是个中小型商行。密歇尔·福里布尔29岁那年，即1944年，他的父亲去世了，他继承家业，当了该商行的老板。密歇尔·福里布尔是充满犹太人意识的经营者，他接任父辈产业后，采取了与前辈不同的经营方式，运用了现代经营策略，将公司的业务迅速扩展到世界各地。他深谙谷物这个产品是面向全球的，只有拓展全球市场，才能不断扩大业务。据此，他先在欧洲各国建立起他的分公司，待实力增强后，又向世界最大的市场——美国进军，最后甚至把公司的总部设在美国纽约。到20世纪80年代初，他的分公司已在五大洲各主要城市建立起来，总共100多家，成为一个名副其实的跨国大公司。

大陆谷物总公司能够在30多年时间迅速发展壮大，除了密歇尔·福里布尔有一套高超的经营艺术外，还与他高度重视信息有密切关系。自从开始跨国经营后，他就把信息当作企业的生命线。众所周知，在20世纪50年代通讯主要靠电报、电话，而且当时这两方面的成本

十分昂贵。但福里布尔却不惜代价，为了及时掌握各地谷物生产、供应和消费的信息，所有分公司都普遍应用电报、电话与总公司时刻保持联系。以后有了传真机后，他又率先购置这种最新的现代设备。这些沟通信息的通道都与他分布在世界各地的住宅接通，无论何时，他都能与各地分公司取得直接的联系，使信息保持一刻也不会中断的畅通状态。

福里布尔聘用了大批懂技术的专业人才，分布在各地分公司，随时为他收集、分析来自世界各地的信息情报。他根据各地的不同信息情报，作出决策，就地通过先进的信息传输设备，给相关的分公司发出指令，使每笔买卖能够恰到好处，不会因错失时机而导致经营失利。据统计，他的总公司每天收到来自分公司及情报代理人发来的电报、传真、电传、电话近万次，由一个专门的信息情报部进行分类、处理、分析、归纳，去粗取精，去伪存真，最后浓缩进电脑，供福里布尔及总公司决策高层人员时刻参考。福里布尔的公司不仅配备了齐全的现代先进通讯设备，而且还有一手“绝技”。他以高薪聘请各国情报局的退休人员在其信息情报部工作，他们甚至有美国中央情报局的退休人员。这些人员既有信息专业知识和才干，又有不少“余热”，十分了解当地的情况。这些人员提供的信息或了解到的情报，对福里布尔决策很有参考价值。如某国某地区发生灾害，此信息到了福里布尔手后，他即会指令相关分公司尽快从粮食丰收的国家或地区组织货源，然后向受灾的地区销售，从中赚取较高的利润。

1973年6月，福里布尔的信息情报人员猎取到前苏联主席勃列日涅夫将要访问美国的情报后，先人一步飞往地中海，与苏联的谷物进口局长在地中海一艘船里洽谈买卖，最后达成一宗数百万吨粮食的交易，从中获得可观赢利。很多同行不明白大陆谷物总公司为何如此神机妙算。密歇尔·福里布尔靠大量而准确的信息，使其谷物生意兴旺发达。他在各地的公司经常贮存着几十万吨乃至几百万吨粮食，随时根据信息情报情况，把它们运到有急切需求的市场去，使他每笔交易都赢得较好效果。为了及时将谷物运到目标市场，各公司都配有强有力的运输队伍。如在美国的公司，配有400多辆运输汽车和25艘

专用运输船，时刻枕戈待旦，以应运输之急。

福里布尔的发迹是从谷物生意开始的。现在，他已跳出单一经营范围，在各种家禽蛋类、冷冻食品、动物饲料、粮食加工品、皮革生产等领域开展多元经营，甚至向金融、证券业务进军。不管哪一行，他都因善于运用信息而获得成功。如他从信息情报中了解到美国海外轮船公司要出让一部分股权，经过对信息的分析后，觉得该公司有发展前途，他果断地购入海外轮船公司14.3%的股权，不到一年就获得股权利润2000多万美元。



1.2

温州商人是商场中神秘的群体，他们往往能从没有市场处找出市场；从“乱花渐欲迷人眼”的市场混乱中，发现自己需要的信息，寻觅诱人的商机；从鲜为人知的边缘经济的夹缝中杀出一条血路。

温州商人到了哪里，都可谓战无不胜。他们成功的经营渗透和扩张，得益于他们在商海信息中遨游的本领。温州人多地少，决定了他们只能向外拓展，不断寻找新的生存空间。也因此，温州商人在全国散布最广，南至三亚，北到漠河，西抵拉萨，东临青岛，到处可见温州人的踪迹。最初，他们以手工业为主要的谋生手段，如理发、补鞋、裁缝，一个个散兵游勇候鸟般地南来北往。后来，他们发现各地时常会出台一些扶持政策，纷纷开辟新的商场或商品集散地。每到这时，散兵游勇们就聚到了一起，出谋出钱出力，一定要在竞标中拔得头筹。也因此，在全国很多城乡都有以温州人为主的商场或商品一条街。有时一个企业就在全各地设立了很多分公司、分销点、办事处，将温州人的商品意识传达给当地，辐射到周边。目前，在巴西、南非、欧洲、美洲都出现了新的温州人经商的网点。

温州人在商场上的攻伐之术的特点是，集中强大“兵力”攻下一座“城堡”，而后从家乡搬来很多愿意经商的“兵勇”，安营扎寨，守住阵地，除非是市场衰落，否则绝不后撤。可以说，这是运动战和阵地战的巧妙结合。

温州老板有个特点：年轻，头脑活，能准确地进行市场定位，而且