

别轻言放弃机会，因为人生中大多数成功，都是来自于“机会”。不要忽视身边的每一个小故事，因为每一个故事里都蕴藏着一个小小的智慧，拥有了这些小智慧，就会慢慢地积累更多的经验和阅历，总有一天，这些小故事会给你带来大财富。

小故事 大财富

珍藏版

全集

GREAT WEALTH IN
SMALL STORIES

卢大振 编著



中国国际广播出版社

成功，都是来自于“机会”。不要忽视身边的每一个小故事，
慧，拥有了这些小智慧，就会慢慢地积累更多的经验和阅历，
总有一天，这些小故事会给你带来大财富。

小故事 大财富

全集

卢大振 编著



中国国际广播出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

小故事大财富全集 / 卢大振编著. —北京: 中国国际广播出版社, 2006. 1

ISBN 7-5078-2568-X

I. 小… II. 卢… 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 065286 号

小故事大财富全集

编 著 者	卢大振
责任编辑	王维家
版式设计	中天华唯图文制作公司
封面设计	云龙工作室
出版发行	中国国际广播出版社 (83139469 83139489 [传真])
社 址	北京复兴门外大街 2 号 (国家广电总局内) 邮编: 100866
经 销	新华书店
排 版	北京中天华唯文化发展有限公司
印 刷	中国电影出版社印刷厂
装 订	中国电影出版社印刷厂
开 本	640×960 1/16
字 数	320 千字
印 张	22
版 次	2006 年 1 月 北京第 1 版
印 次	2006 年 1 月 第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5078-2568-X / C·156
定 价	32.80 元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究

(如果发现印装质量问题, 本社负责调换)



序

财富革命之于今天的国人，就像五四时期文化革命之于现代史上的中国人，中国社会有史以来，第一次将财富的话题作为国计民生的头等大事。人的背景可以不同，人的性格、经历可以各异，但是对于财富的追求毫无例外。全民逐富的时代，人人均有可能成就财富梦想，财富不仅意味着物质生活的富足，更是一个人取得非凡成就的标志。

而最有希望拥有财富的成功者，并非一定是才干出众的人，却往往是那些善于利用每一时机去发掘并开拓机会的人。只要不放弃任何机会，并坚持到最后一秒，就可能取得成功。比如创富天才卡塞尔。

越战期间，美国好莱坞曾经举办过一场募捐晚会，由于当时的反战情绪比较强烈，募捐晚会以1美元的收获而收场。在这次晚会上，一个叫卡塞尔的小伙子一举成名，他是苏富比拍卖行的拍卖师，这惟一的1美元就是他募得的。在晚会现场，他让大家选出一位漂亮姑娘，然后由他来拍卖这位姑娘的吻，最后，他终于募到这难得的1美元。当好莱



坞把这1美元寄往越南前线的时候，美国的各家报纸都进行了报道。

这无疑是对战争的嘲讽，多数人也都把它当作一个笑料。然而德国的猎头公司却发现了这位天才，他们认为卡塞尔是棵摇钱树，谁能运用他的头脑，必将财源滚滚，于是建议日渐衰落的奥格斯堡啤酒厂重金聘请他为顾问。1972年，卡塞尔移民德国，受聘于奥格斯堡啤酒厂。在那里，他果然奇思妙想不断。他甚至开发出美容啤酒和沐浴用啤酒，结果使奥格斯堡一夜之间成了全球销量最大的啤酒厂。

而卡塞尔最引人注目是在1990年，他以德国政府顾问的身份主持拆除柏林墙，然后把城墙碎块销售给了全世界200多万个家庭和公司，创造了城墙销售的世界记录。

因此，别轻言放弃机会，因为人生中的大多数成功，都来自于“机会”。不要忽视身边的每一个小故事，因为每一个小故事里都蕴藏着一个小小的智慧，拥有了这些小智慧，就会慢慢地积累更多的经验和阅历，总有一天，这些小故事会给你带来大财富。

在现实中我们做事之所以会半途而废，往往不是因为难度太大，而是觉得成功离我们太遥远，确切地说，我们不是因为失败而放弃，而是因为倦怠



而失败。在创富的旅途中，如果我们稍有一点卡塞尔的智慧，也许就会少了许多懊悔和惋惜。

这是一本财富书，讲述了各种财富传奇和各类财智人物，分析了他们的独特思想与性格魅力。每个故事都精心提炼出创富法则，深入挖掘出财富本质，让正在捕捉财富的人为之震撼，启发人们在日常生活中、工作中创造财富。

这也是一本励志书。书中列举了许多出身于不同阶层、有着不同生活背景的人，通过不懈努力，最终取得非凡成就的事例。故事睿智而经典，通过每一个小故事折射出成功的真谛，发人深省，给人启迪。

《小故事大财富全集》这本书可谓是小中见大，亮点多多，定会让你受益匪浅！让我们共同打开虚掩的财富之门，创造财富神话吧！

CONTENT

目 录

精美广告

“哑巴”黛安娜	003
印象广告	004
幽默广告	006
新书广告	007
一脱再脱	008
美丽牌	010
利普顿孤儿	011
一万个证人	012
以丑取胜	014
点红香烟	015
牛肉在哪里?	016
象牙肥皂	018
“尿”出啤酒来	019
丑闻旅游	020
皇冠牌	022
时髦的交易	023
名人广告	024

移植广告	026
明星一句话	027
感性消费	029
十大危险	030
肥胖广告	032
感冒百服宁保护你	033
知名度	034
名人效应	035
借题发挥	037
寻伞广告	038

创业高招

创富直觉	043
商 名	044
制造流行商品	046
借船出海	047
易地而富	049
出租人才	050

匠心独具	051
总统的两种表	053
死玫瑰花	054
流水声卖高价	055
星星出售	056
借钱生钱	057
背靠大树	059
点“虾”成金	060
出租“最糟电影” 录像带	061
冬天开业卖冰淇淋	063
黑人系列化妆品	064
连锁加盟	066
赚钱诀窍	067
市场“土拨鼠”	068
生意无禁区	070
眼光要独到	071
鼓励参与	072
捕捉信息	074
收购诀窍	075
午餐盒先生	076
日土公司	077
借用银行的钱赚大钱	078

崭新创意

一块橡皮擦	083
骂出来的发明	084
摔出个明白	086

突发奇想	087
自信者胜	088
意想不到的成功	090
萌生一念	091
距离金子三英寸	092
简单创新	094
逆向创新	095
悄悄一改	096
一物多用	098
一条信息 900 万 美元	099
机灵一抖成了“王”	101
“劣”字作标榜	104
给你一个崭新的 女人	105
猜猜谁来吃晚餐	106
侦探的汽水	107
垃圾场花园	109
牛奶瓶上的卡片	110
赠送一片情	111
拍 卖	113
别出心裁的旅馆	114
无店铺营销	115
恐怖酒吧	116
寻宝乐园	118
每件一便士	119
“意”字别解	120
花钱买笑	121

经营方略

80 美元周游世界	125
温馨礼物	127
让对方说“是”	128
满足大众需要	130
瞄准银发一族	131
善攻善守法	132
令人开心的地方	134
零售经营四原则	135
整体化经营	137
逆向经营	138
暂时赔本加倍赚回	139
两头赢利	140
巧借东风招财进宝	141
抢先一步	143
向大象学习经营	145
黄金原则	146
视经商为游戏	147
投其所好	148
攻心为上	149
生意兴隆的诀窍	151
给食客开“户头”	152
舍得“割爱”	154
善于奖赏员工	155
和气生财	156
借伞给顾客	157
激励员工	158

起死回生

159

促销奇招

“第三者”	163
促销绝招	165
红色鲑鱼推销员	166
与名人共进晚餐	167
人寿保险	169
口渴促销	170
一悲一喜蕴商机	172
信函促销	173
创造畅销	175
价格促销	176
推销保险单	177
超常规促销	178
10 分钟推销	179
营销高招迭出	181
凭借信息网	182
行销“裸人国”	183
观念推销	184
厚利多销	186
上门推销	187
利用总统售书	189
自揭家丑搞促销	190
销书奇招	191
铤而走险的赌注	192
推销形象	193
每桶四美元	194

营 销	195
廉价买车	196
自我推销术	198
用幽默推销自己	199
打折销售	200
馈赠礼品	202
定点专卖	204
代理交易	205
迎合消费	206
绝妙表演	206
推销绝招	208
推销新招	209
变滞为销	212
赔本买卖	214
表演“双簧”	215
精美包装	217
以稀为贵	218
巨款悬赏	219
复制“古董”	220
咖啡伴“知己”	222

赚钱绝学

数字说话	227
思考致富	228
节俭致富	230
致富公式	231
注重思考	232
数 字	234

竞争高手	235
空洞的保证	236
让同行发小财	238
生意不在情义在	239
洞察先机	240
聚宝盆	242
稀世之宝	243
一枚硬币	245
质量如同生命	246
250 人法则	247
小赔换大赚	249
微笑服务	250

商人智谋

“信用”赚钱	255
逼出来的“丈夫”	256
世上最优秀的商品	258
高达百万美元的	
赌注	259
赔本赚技术	261
“让名”的妙处	262
要钱不要命	264
以弱胜强	265
欲擒故纵	266
以商制敌国	268
讨债秘方	269
如何赚取 100 万元?	270
任命的技巧	272

寻找“替罪羊”	273
一张废纸提供的	
机会	274
反向思维解难题	276
以反求正	277
提建议的诀窍	278
追求独一无二	280
有品味地赚钱	280
设圈套买宝地	285
玩弄数字游戏	288
违反“职业推测”	291
智、勇、仁、强	292

富翁小节

少年富翁	297
赚钱的笑话	299
暴 富	300
洛克菲勒与一毛钱	301
如果你有 100 万	302
赚钱与生命	306
暴发户的排场	307
守财奴	308
手指上的钻戒	309
企业家的感慨	310

满足的富翁	310
人生的 5 枚金币	311
遍地是钱	313
只贷一美元的	
犹太富豪	314
布洛克的选择	316
富 翁	317
坐在黄金上的男人	318
借贷者	320
富商和宝石	321
得不偿失的商人	323
富人与穷人	324
健康比富有更幸福	325
埋在葡萄园里的	
财富	326
鞋匠的故事	327
守财奴的遗嘱	329
老木匠的礼物	330
波斯猫玩具	332
微笑治病	333
反败为胜的法宝	335
富翁秘诀	336
赚钱与享受	337

精美广告





“哑巴”黛安娜

黛安娜曾令绝大多数英国人为之仰慕、倾倒。1985年黛安娜与查尔斯王子举行婚礼成为轰动英国和世界的新闻。当时，伦敦有家珠宝店，因经营不善，濒临倒闭。走投无路的老板苦思冥想，找来了一位酷似黛安娜的模特儿，对她从服饰、发型到神态、气质作了煞费苦心的模拟训练。然后，请她演了一出广告剧。

这天晚上，这家珠宝店灯火辉煌，老板衣冠一新，神采奕奕地站在店门口，像在恭候要人光临。此举顿时吸引了不少过路人驻足观望。一会儿，一辆高级轿车缓缓停在门口，那位酷似黛安娜的模特儿，从容地从车上走下来，嫣然一笑，向聚拢来的行人点头致意。众人以为黛安娜王妃来了，蜂拥而上，争欲一睹王妃的风采。珠宝店老板笑容可掬，彬彬有礼地接待“王妃”参观。店员相继介绍项链、耳环、钻石等贵重首饰。“黛安娜”面露悦色，挑选了好几件首饰。

第二天，电视台播放了这段以假乱真的新闻录像。因受老板关照，被蒙在鼓里的记者，把它拍成了“默片”，自始至终没有一句解说词。屏幕上出现的只是热闹非常的场面和珠宝店的顾客。这一下震动了伦敦全城，人们纷纷传播这个重要新闻。青年人、黛安娜迷们爱屋



及乌，络绎不绝地跑来抢购“黛安娜”所喜爱的各种首饰。原来门可罗雀的珠宝店一下子变得门庭若市，生意兴隆，金钱滚滚而来。几天的营业额远远超出开业多年的总和。

财富箴言：商业广告构思要巧妙，应符合时代气息与潮流，以假乱真时，必须在“真”字上做足了功夫，才能促销。

印象广告

尽管可口可乐公司为第11届亚运会赞助了300多万美元，是主要赞助商之一，不知怎的，它的广告却没有被





安排在最显眼的地方。

相形之下，美国MgMs巧克力的广告攻势则有声有色，长安街上的“黄蘑菇”、天空中飘着的黄色飞艇，以及人们身穿的黄色T恤衫……

身为大公司，广告宣传竞争为何如此“谦让”？人们很快发现，可口可乐公司别有用心，它的大头放在为亚运会提供服务上。1500人的“亚运阵容”中有1300多人直接为亚运会场服务，只有极少数人负责广告。可口可乐的目标是：通过一流服务，使人们一旦喝了一杯可口可乐就不会忘掉它。

依据计划，445台现调机被安装在亚运会各活动场所，现场制做达到一定冰凉度、口感更佳的饮料。同时，128名北京职高生被送进中国大酒店，按照享誉世界的麦克唐纳公司的快餐服务标准，接受培训专家的严格训练。

谁能想到，当“可乐小姐”把一杯冷饮和一份热心一并递到“上帝”的手里后，竟产生了如此神效：男子十项全能冠军跳下领奖台，首先冲到“可乐小姐”面前，一边把鲜花塞到她手里一边说：“要不是你们给我送饮料，我就拿不到这个冠军了。”

这是没有广告味的广告。在国外，向顾客提供优质服务是企业保持最佳形象的有力手段。可口可乐公司没有什么新花招，它的形象百年不衰，不光是靠配方，还在于它时刻想着顾客，在顾客心目中留下了难以忘怀的印象广告。



财富箴言：一种商品要使它成名，商家必须费一番心机，广告宣传是必不可少的。在许多大中城市都可见到耸立着一块块巨型标牌，上面画着商标、产品，写着简要介绍或说明，目的就是为给人们留下好印象，让消费者了解其产品。也有的厂商，为了让其商品或产品给人留下美好印象，采取了打破常规的做法。

幽默广告

荷兰的海涅根牌啤酒，长期倾销美国，没有其他进口牌子敢与海涅根竞争。

几年前，法国克隆堡牌啤酒居然提出了要进入美国市场的设想。怎样使美国顾客钟情于新牌子的啤酒？美国康普顿广告公司承担了这一任务。

他们绞尽脑汁，大搞心理战术。首先，把克隆堡啤酒的产地阿尔萨斯，称为“莱茵河的特别世界”，宣传此地酿造的啤酒，既有德国人的隽美风味，又有法国人的精致技巧，还广泛宣传阿尔萨斯是具有权威性的、世界上少数保存古酿酒传统的地区之一。其次海涅根公司只采用印刷品和广播作为宣传手段，康普顿公司攻其所短，大搞新颖的电视节目，使用了美国人很喜欢的幽默手法，在画面上出现了法国人看到克隆堡牌啤酒装上卡车向美