



思路 决定财富

| 智富69法则 |



财富靠智慧创造，思路决定财路！
有人能卖给瞎子一台电视，卖给和尚一把梳子，你能吗？
这就是思路的魔力。

蔡建文/著

SILU JUEDING CAIFU
ZHIFU LIUSHUJIA FAZE

本书提供的69套智富法则，教给你的正是致富的思维和赚钱的方法！

中国工人出版社

思路

决定财富

| 智富69法则 |



蔡建文/著

SILU JUEDING CAIFU
ZHIFU LUSHIJIU FAZE

中国工人出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

思路决定财富: 智富 69 法则/蔡建文著. —北京: 中国工人出版社,
2006. 2

ISBN 7 - 5008 - 3610 - 4

I. 思… II. 蔡… III. 成功心理学 - 通俗读物 IV. B848. 4 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 148366 号

出版发行: 中国工人出版社

地 址: 北京鼓楼外大街 45 号

邮 编: 100011

电 话: (010) 62350006 (总编室) 82075964 (编辑室)

网 址: <http://www.wp-china.com>

经 销: 新华书店

印 刷: 北京时代华都印刷有限公司

版 次: 2006 年 2 月第 1 版 2006 年 2 月第 1 次印刷

开 本: 880 毫米 × 1230 毫米 1/32

字 数: 160 千

印 张: 8

定 价: 20.00 元

版权所有 侵权必究

印装错误可随时退换

目录

MuLu

致富
法则

思路决定财富

第一章 叶落知秋——信息值千金

1. 敏锐地捕捉赚钱的信息 / 2
2. 占有信息也就是占有市场 / 5
3. 靠情报抢先一步 / 7
4. 信息为本，财源滚滚 / 10
5. 耳听八方有钱赚 / 13
6. 信息就是机会 / 15
7. 信息偏爱有心人 / 18
8. 闻“信”而动 / 21
9. 慧眼识信息，借机赚大钱 / 23
10. 信息不灵，犹如眼不明，耳不聪 / 26

第二章 以小博大——白手创大业

11. 赤手空拳打江山 / 32
12. 早行动才能早致富 / 34
13. 只要脑筋活，无本也能赚大钱 / 39
14. 智慧是你最大的本钱 / 43

15. 借鸡生蛋，借“势”赚钱 / 47
16. 生意到处有，赚钱门路多 / 52
17. 先用小钱赚经验，
再用大钱赚大钱 / 56
18. 本大可以做大生意，
本小可以做小买卖 / 58
19. 小产品也可以做出大生意 / 62
20. 冷门生意好赚钱 / 66

第三章 产品创新——市场领风骚

21. 从思维定势里突围出来 / 72
22. 独辟蹊径财路宽 / 74
23. 多一个角度想问题，
多一个机会创新品 / 78
24. 创新就是挑战 / 80
25. 逆向思维创奇迹 / 83
26. 思考创造财富 / 86
27. 改进也是创新 / 89
28. 培养创新的习惯 / 93
29. 开发独特的产品 / 98
30. 靠创新增强竞争力 / 101

第四章 巧出奇谋——赚钱靠绝招

31. 市场上买不到巧妙，
但巧妙却能创造市场 / 106
32. 心有妙计，梳子也能卖给和尚 / 108
33. 奇点子显奇功 / 111



- 34. 出奇乃制胜之宝 / 115
- 35. 别出心裁，钱财自来 / 118
- 36. 一个创意造就一个富翁 / 120
- 37. 只要你敢想会想，
 捡鹅卵石卖也赚钱 / 124
- 38. 练就一双“财富眼” / 128
- 39. 点子想得妙，垃圾变成宝 / 133

第五章 运筹帷幄——经营有妙策

- 40. 选择适合自己经营的项目 / 138
- 41. 没有远见就没有前途 / 141
- 42. 决策是一种艺术 / 145
- 43. 重扣不如轻吊：管理的学问 / 148
- 44. “得一人而安天下” / 151
- 45. 善于得到他人的帮助 / 154
- 46. 信用是无价之宝 / 157
- 47. 人无笑脸不开店 / 159
- 48. 不轻易放过赚钱的机会 / 162
- 49. 量力而行稳赚钱 / 165

第六章 大浪淘沙——竞争有技巧

- 50. 不断进取才不会被淘汰 / 172
- 51. 避实就虚，虚中取胜 / 175
- 52. 见缝插针：小企业能战胜大公司 / 179
- 53. 亮出你特色的旗帜 / 182
- 54. 先予后取：培育市场的策略 / 185
- 55. 巧借媒体造声势 / 189

- 56. 善于在晦暗之夜发现黎明之光 / 191
- 57. 莫把同行当冤家 / 194
- 58. 市场竞争智者胜 / 196
- 59. 可怕的不是失败，而是不努力
挽回败局 / 199

第七章 智者无疆——知识打天下

- 60. 第四次致富机遇：
以知识决定财富 / 206
- 61. 专门知识是赚钱的资本 / 211
- 62. 身有绝技走天下 / 214
- 63. 把知识转化为财富 / 219
- 64. 大学生创业有前景 / 223
- 65. 提升你经商赚钱的素质 / 228
- 66. 小发明也能让你成为大富翁 / 233
- 67. 成为本行业的专家 / 237
- 68. “智业”赚钱财路宽 / 239
- 69. 到“网”上去淘金 / 243



Chapter 1

叶落知秋——信息值千金

知识就是财富——这是我们很熟悉的一句话。

信息也是财富——如今我们必须明白这个道理。

信息虽然不是金钱，但却比金钱更重要。在如今这个信息时代，信息已经变成了赚钱的资本，并且它已远远地超越了金融资本的重要意义。

占有信息已经成了占有市场的代名词。

1 敏锐地捕捉赚钱的信息

谁能以敏锐的眼光捕捉信息，谁就能够捕捉到商机。

漳州市藤器制品厂厂长朱国贞，习惯于在

茶余饭后从聊天、阅览中有意无意地收集市场信息。有一次，他从一本外国杂志上看到一幅广告照片，画面是四方形的编织篮里铺着垫单和被子，一只狗在里面呼呼睡觉。从这本杂志里，朱厂长了解到，养狗、养猫在西方一些国家十分盛行。一般每个家庭都要养一只狗和猫，还有的养两只。而作为宠物的主人，却常常因为不知道在富丽堂皇的居室里如何安置这些宠物而头痛。朱厂长立即敏锐地意识到，这是一个极具财富价值的信息，因为他们可以发挥自己生产藤制品的优势，生产外国人需要的狗床猫窝，既让猫狗睡得舒适，又不影响居室的美丽与整洁。说干就干，他立即组织人员，设计编织出了样品，经外贸部门的介绍，引来了美国西部一家公司的副董事长。面对圆的、方的、椭圆的、既漂亮又精巧的狗床猫窝，这个美国人高兴得赞不绝口。于是，中国人编制的狗床猫窝远渡至太平洋彼岸，当年就有 20 多万美元源源不断地流进了藤制品厂的钱柜。

漳州市藤器制品厂造狗床猫窝的成功，让许多人大吃一惊：信息，竟是这样的值钱！

早些年，信息一词还是科学家们高雅的术语，现在却成了生意场上的流行词。因为信息虽然不是金钱，但却比金钱更重要。在如今这个信息时代，信息已经变成了赚钱的资本，并且它已经远远地超越了金融资本的重要意义。



你不知道哪里的原料便宜，你不知道哪里需要哪种产品，你不知道哪种商品受到市场欢迎，你不知道哪种技术可以替代传统的方法……总之，如果你不掌握信息，在现代市场竞争中，你将如盲人摸象，乱搞一气。过去许多商人过于依赖资本做生意，忽视通过开拓信息资源来加速商品流通，其结果是事倍功半，甚至屡战屡败。实际上，生意场上，商品和货币双向运动的背后是市场经济信息的运动，是无形的信息流引导有形的商品货币流。没有市场需要什么商品的资料，你就不知道该进什么货，没有某种商品供求状况的行情，你就很难决定该种商品采购量，同时也无法制定确定的价格。

一本描述知识经济时代的著作这样写道：“在 20 世纪末和 21 世纪初，人类财富正以诸如黄金、货币和土地之类的形式，转换成新的存在方式……它就是信息。”

日本人就特别善于捕捉信息，并利用信息赚钱。说出来你也许不相信，他们掌握中国市场的情况，有时比我们自己还清楚。

20 世纪 80 年代的一天，一个中国代表团访日，与日本某公司座谈。席间，谈起了中国上海每度电的价格问题。中国代表团说每度电 0.21 元，日本代表马上纠正：“不对！应是每度 0.24 元。”接着又列举了广州、北京、天津、武汉、沈阳等城市的电力价格。中国代表团回国后一核查，日本人说得果然丝毫不错，没有一个城市的电价有误。

这不是日本人闲得没事干，而是他们特别的精明。因为占有了信息也就在相当程度上占有了市场。如有一次，日本某企业代表团到天津访问，会谈时电灯突然闪了一下，他们马上断定天津的电力供应紧张。以后天津提出购买电力设备时，日本人马上抬高价格，且不作丝毫让步。还有一次，日本一巨商来华推销钢材，交谈中我方外贸人员无意告知我国将大量进口钢材。结果这位日商借故中止

谈判，立即回国串通西方几个主要钢材出口国，猛抬价格，令我国损失惨重。

20 世纪 60 年代，我国刚刚建设大庆油田，由于其重要的战略意义，在当时是极为保密的，国内人士也都不知道它的地址，可是日本人却得知了，而且非常准确。那么，他们是如何掌握我们的秘密的呢？是派遣了特务，还是收买了某些中国人？

都不是。出人意料，他们靠的仅仅是零零星星搜集到的关于大庆的一些公开信息，并依此做出了合乎逻辑的分析。

原来，在《中国画报》封面上曾登过铁人王进喜的照片，身穿大棉衣，冒着鹅毛大雪在工作。日本人分析这可能是东三省靠北边的某个地方，大概位于哈尔滨和齐齐哈尔之间，否则不会下这么大的雪，但具体地点却不知道。接着，日本人又看到了《人民日报》的一篇报道，说王进喜同志到了马家窑，说了一声：“好大的油海啊，我们要把中国石油落后的帽子扔到太平洋里去。”这下日本人乐了，说找到了，马家窑就是大庆油田的中心。以后，我国出版的《人民中国》杂志又报道说，中国工人阶级发扬了“一不怕苦，二不怕死”的精神，大庆设备不用马拉车推，完全是肩扛人抬。日本人据此分析，大庆车站离马家窑不远了，远了就扛不动。地址找到了，什么时候出的油呢？他们也算准了。1964 年，王进喜同志光荣地出席了第三届全国人民代表大会，日本人说肯定出油了，不出油王进喜当不了人民代表。他们分析得很对，情况也的确如此。接下来，日本人又根据《人民日报》上一幅钻塔的照片，从钻台上手柄的架势推算出油井的直径是多大，再根据油井直径和国务院的政府工作报告来套算，把全国石油产量减去原来的石油产量，就是大庆的石油产量。在此基础上，他们很快设计出适合中国情况的石油设备。等到我国向世界各国征求设计时，其他国家大都没有准备，而日本人则胸有成竹地说：我们已经准备好了。他们同时拿出

了具体的设计。谈判当然很快就成功了，日本人在这一项目中赚了我們一大笔钱。

当今社会是信息社会。大量事实证明，我们在市场中角逐，谁能以敏锐的眼光捕捉信息，谁就能够捕捉到商机，从而捷足先登，独享其利。因此，在市场经济迅速发展的今天，我们都要练出一双目光四射的“信息眼”，注意捕捉信息，善于利用信息，从而享受到信息给我们带来的财富。

2

占有信息也就是占有市场

及时获取和开发有用的信息，是取得最佳经济效益的根本保证。

1875

年春天，报纸上刊出墨西哥发生

疑似瘟疫的病例。这则消息登得不大，注意的人不多，但美国亚默尔集团的创始人菲力普·亚默尔看了这则新闻之后，却静坐在椅子上，脑子里酝酿起他的计划来。假如真的发生瘟疫，他想，一定会由加州或得州边境传染到美国来。这两个州的畜牧事业，可以说是美国肉食供应中心，一旦发生瘟疫，肉食的供应马上就会面临问题。

虽然这是一个假想情况，但亚默尔却想得津津有味。那天是周末，本来他说好陪他太太去郊游的，但当他太太玛维娜打扮好出来时，他还穿着睡袍坐在椅子上出神。

“噢，亲爱的！”玛维娜大感意外，“你是怎么啦？”

“没有什么。”亚默尔的思绪突然打断，还没弄清楚是怎么回事。

“没有什么？”他太太的脸色变得难看了，“我们跟大卫夫妇约好，10点钟到郊外去野餐的，现在时间已经到

了，你还坐在这里像没有事似的。”

“噢，我正在想一件事情，把郊游的事忘记了。”他站起来歉意地笑着说，“对不起，我马上去换衣服。”

当他经过电话时，突然有了一个决定，他拨了一个电话给他的家庭医生：“亨利，你要不要到墨西哥去旅行一次？”

“什么？”对方被他这突如其来的提议弄糊涂了，“我刚旅行回来，你又不是不知道。菲力，你又在弄什么花样？”

“我想请你替我去旅行一次。”亚默尔急切地说。

“替你旅行？”对方大笑一阵说，“菲力，你真会开玩笑。我知道你一定有什么事求我，请别卖关子了，快直说吧。”

“是这样的……”亚默尔看他太太气呼呼地走了过来，马上换了口气，“亨利，在电话上讲不清楚，我要去野餐，请你也来好吗？”

亚默尔把野餐地点告诉他，没容对方表示意见，就把电话放下了。

亚默尔急匆匆地要他的医生去干什么呢？原来是要他的医生去核实发生瘟疫的信息是否真实可靠。一般来说，当地的医生对瘟疫病是不敢乱下断语的，即使确定了，也不肯马上宣布，总要再反复求证，或是到病情控制不住时才说。所以亚默尔派自己的医生去，为的就是尽早确定是否发生了瘟疫，他可以很快地得到准确的消息。几天后，亨利的回报证实那里确有瘟疫而且很厉害。亚默尔立即集中全部资金购买加利福尼亚和得克萨斯州的牛肉和生猪，并及时运到美国东部。果然，瘟疫很快蔓延到了美国西部的几个州。美国政府下令：严禁一切食品从这几个州外运，其中包括牲畜在内。于是，美国国内肉类奇缺，价格暴涨。亚默尔在短短的几个月里，净赚 800 万美元。

然而，亚默尔还很后悔。他在事后说道：“我本来想



叫我的医生马上到墨西哥去一趟，可是在电话上说不清楚。一直等到野餐时才跟他说明白，因此他启程的时间耽误了一天，使我少赚了将近 100 万美金，现在想起来还怪可惜的。”

从这个故事里，你有什么启发？我想，你一定会深深感叹——信息真的很值钱！

是的，我们以前说，知识就是财富，现在我们更要认识，信息也是财富。要想生意活，必须信息灵。信息是经营的命脉和无形的财富，及时获取和开发有用的信息，是取得最佳经济效益的根本保证。

信息的价格是无法计算的，它也许是好几万、几十万、几百万，甚至更多，甚至是一个企业一个国家的命运。这令人们难免想到这样一件往事：1953 年美国一家杂志刊登了一个汽车技术革命的方案，1959 年前苏联专家才从情报中得知这一信息，他们动作很快，两周后便生产了出来，但已经晚了 6 年，从而丧失了一个庞大的汽车市场。由此可见，占有信息就是占有市场，就是占有财富。

有人说，信息社会的竞争砝码，一是信息，二是知识。谁拥有上述二者，谁就能克敌制胜，取得生存中的优势。而对于这点，似乎还没有引起所有中国人的重视，相当多的人对于信息还非常麻木，非常迟钝。这自然将影响我们的市场竞争能力，阻碍我们的致富步伐。

3 靠情报抢先一步

谁掌握了情报，谁就掌握了主动。

1967 年，国际市场粮食价格摇摆不定。

是买进还是卖出？粮商们不敢轻易决断。这时，日本驻苏

联的情报人员发现，已有2~3个星期未看见苏联外贸部局以上的官员在公开场合露面了。他们迅速四面侦察，终于发现这些官员全都到美国进行粮食贸易谈判去了。这么多高层官员同时到美国去，表明这是一笔很大的粮食交易，而苏联人大量购进粮食，必然会引起国际粮食价格的大幅上涨。根据这一情报，日本某财团立即抢先买进大批粮食，果然大赚一笔。

说起情报，许多人就联想到电影电视里那些手持无声手枪、半夜三更飞檐走壁的间谍人员从保险柜里窃取的政治、军事机密。其实这是对情报的片面理解。凡是我们预先知道的那些有价值的信息就可认为是情报。从这种意义上说，我们每天都在与情报打交道，因为无论想干什么，充足的情报都是有效行动的必备条件。如果你计划明天旅行，你需要考虑是否带雨具，或者准备什么衣物等，这时的天气预报对你来说是一个非常有价值的情报——气象情报。如果你准备出席一次商务谈判，那么，关于谈判涉及的交易品的名称、品质、规格、数量，对方的经营性质、营运状况、资金、发展规模和前景、信誉等情况，都是你所需要的情报，此即经济情报。

经商犹如打仗，需要知己知彼，而知彼，说到底就是一个占有经济情报的问题。信息时代，人们最需要的是正确而快捷的经济情报。要想在市场角逐中占有一席之地，就必须搜集和掌握大量的经济情报，以此作为自己决策的依据。

日本人对经济信息和经济情报的敏感与不遗余力的搜取手段，在世界各国中都是首屈一指的。日本商社的一句口号就是：“情报就是生命，情报就是金钱。”现今日本，既有官方的经济情报搜集机构，又有各大财团、公司自己的情报组织和私营经济情报搜集组织。例如日本三井物产公司，在世界各地设立了150多所办事处，有3000多名驻外情报人员，平均每天有上万件经济情报发往总公司。连



美国也不得不承认，三井公司搜集经济情报的能力在美国中央情报局之上。还有 300 多家大企业、银行和经济团体联合组成的“世界经济情报服务中心”，其经济情报的搜集范围包括国民经济、投资环境、产业和市场、金融流通、产品更新等几大类。日本的九大综合商社总公司都设有情报中心，在国外设有 690 个办事处，遍及 129 个城市，形成了沟通全球的通讯联络网。三菱商社在 128 个国家建立了 142 个分支机构，雇员达 3700 多名，其情报中心每天接到各地发回的电报 4 万份，电话 6 万多次，邮件 3 万多件。每天的电传电报纸带可绕地球 11 圈，5 分钟就可以和世界各地接通联系。靠着这种方法，日本人获得了大量的情报，极大地促进了日本经济的发展。

不只是日本人善于搜集经济情报，实际上，无论是成功的企业，还是创业的个人，无一不是把搜集经济情报摆在首位。因为谁占有信息，谁就占有市场；谁掌握了情报，谁就掌握了主动。

世界上最大的谷物公司有两家，一是美国人库克的公司，一是比利时人福里布尔的公司。其中福里布尔建立的庞大信息情报网，是任何一家谷物公司都不能相比的。在世界市场上有一个鲜为人知的“秘密”，即福里布尔在分布于世界各地的 100 多家分公司里，都配备了美国中央情报局的退休人员。1972 年年初，在美国前总统尼克松宣布访问中国的一个星期前，他的一些子公司已向纽约的总公司发回了情报，使他较早地掌握了这一信息，于是毫不犹豫地采取措施，做了笔大生意，大赚其钱。1973 年 6 月，勃列日涅夫访问美国，福里布尔依靠自己的信息网所掌握的情报，先人一步，立即飞往地中海沿岸，与前苏联的谷物进口局长在地中海一艘大帆船里谈妥了一笔数百万吨粮食的生意。凡是了解福里布尔的人，都惊骇他那胜人一筹的情报网络。

在美国，广泛流传着一个靠 4 美元起家的跨国公司董

事长的传奇故事。这位董事长出类拔萃，与众不同。他每天工作 16 个小时，工作内容很简单，却又很不寻常。主要包括两件事：第一，到各地“周游”，但又不是一般的旅游，而是十分紧张忙碌地工作，一是搜集来自各方面的情报以及市场信息，二是搜集人才信息，以物色和搜罗人才。第二，思索和研究如何加速 4 美元资金的周转和开发。这位董事长发家的传家宝，就是以上两件事，用今天的话来说，就是他懂得情报和信息的重要性，重视情报信息。他不惜代价，千方百计地搜集情报信息，运用获取的情报信息搞活企业，增进企业效益。

社会经济的每一个领域的发展，都离不开信息资源，经商创业更是如此。争夺信息资源已成为企业间竞争的一个重要方面。由于市场情况瞬息万变，行情涨落错综复杂，使信息资源的搜集和处理成为市场营销成败的关键因素。因此，商业竞争既是竞争对手间实力的较量，更是情报信息运用手段与技巧的比试。在当代信息社会中，信息情报的及时获取已成为商战成败的重要关键。

4

信息为本，财源滚滚

看一个企业的事业发达与否，兴旺与否，很重要的一个标志就是看你的信息捕捉能力。

稍

有点经济常识的人，都知道美国有一个称霸华尔街，甚至可以左右世界金融风云的金融大亨 J.P 摩根。但你知道他是靠什么缔造了这个庞大的金融帝国的吗？他的回答很简单：信息！

有例为证。

1862 年，美国的南北战争正打得不可开交，林肯总统