

中国最伟大的


推销员

邰勇夫 著



推销是创造辉煌
推销是辛勤耕耘
推销是迎难而上
推销是出奇制胜

海天出版社



推销员的

中国最伟大的 推销员

邵勇夫 著

在这个世界上，常有这样的情况发生：你是块金子，明晃晃地立在马路上，匆匆过往的行人，在你的身上踏来踩去，甚至摔倒在地，这中间不乏那些自以为高明的寻找金子的专家，他们对你却视而不见熟视无睹，你因此而自暴自弃吗？千万别那样！你自己去发现你自己，你自己去大胆地推销你自己——并大声吆喝：我是金子！

海天出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国最伟大的推销员/郜勇夫著. - 深圳:海天出版社,
2004.1

ISBN 7-80697-039-8

I.中... II.郜... III.纪实文学—中国—当代
IV.I25

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 095588 号

海天出版社出版发行

(深圳市彩田南路海天大厦 518033)

<http://www.hiph.com.cn>

丛书策划:旷昕 营销策划:市场部
责任编辑:廖译(Tel:choately@sohu.com)
封面设计:谭韦伟 责任技编:卢志贵
责任校对:张玫 黄海燕

深圳市机关印刷厂制作输出 电话:25387901
深圳市希望印务有限公司印刷 海天出版社经销
2004年1月第1版 2004年1月第1次印刷
开本:787mm×1092mm 1/16 印张:16.25
字数:30千 印数:10000册
定价:29.50元

海天版图书版权所有,侵权必究
海天版图书凡有印装质量问题,请随时向承印厂调换

INTRODUCTION

内容简介

爱迪生发明了灯泡，那么又是谁把灯泡的光明传播给了全人类？

营销是当代中国也是全世界发达国家人数最多的职业群体，他们又是最年轻最有文化的一代人，他们中间学什么专业的都有：机械、化工、计算机、通讯、兵器、经济、哲学、政治……有本科学历的，也不乏硕士、博士。保险业把推销员称之为新营销生产力。可以预测未来的国家领导人将有可能诞生在今天生气勃勃的7000万营销大军中。

有位年轻人在互联网上征婚，他说他最崇拜的人一个是李嘉诚，而另一个就是本书的主人公。李嘉诚是世界首富，是华人的骄傲，本书的主人公是栲风沐雨、经年累月四处奔走的推销员。那么是什么魅力吸引了这位年轻人，使本书主人公成为这位年轻人的偶像呢？

本书主人公，是中国改革开放后第一代推销员，是80年代国有企业由计划经济向市场经济转轨变型时期最早的一批有大学文化的推销员。他成长在遥远的东北山区，大学毕业后曾被遗望在北大荒千里荒原上，后来南下湘江之滨，成为一家国有大厂年轻有为的工程师，有了一个幸福温馨的小家庭，妻子美丽、女儿可爱。国企转轨变型，使他踏上推销这条不归路，在常年漂泊、四海为家的生命旅途中，风云跌宕、历尽坎坷，从湖南的国有大厂到广东的乡镇企业，从珠三角的手工作坊到香港的跨国集团……他创造过辉煌的成功，一个夏天三个月的奔波，使得一家国企亏损大户从困境中挣脱了出来；为广东顺德一家乡镇企业推销小家电，在最薄弱的内蒙古市场苦战三年，销售额从全厂倒数第一直线上升至名列前茅，最大的一笔订单800万元，一次性推销了八千台微波炉、八千台消毒碗柜——整整装了十六个火车皮，创造了顺德小家电销售史上一次性成交额之最！但每一次推销

INTRODUCTION

内容简介

成功之后，接踵而至的又是痛苦的失败，这似乎成了他难以抗拒的命运。

就在他背着登山包，提着一可乐瓶白开水，成功地为湖南株洲一家国企内燃机厂打开了市场，然而就在他想八月十五回家团圆，把自己辉煌的战绩告诉他所钟爱的妻子时，妻子却忍受不了孤独，带着他可爱的女儿离开了他……在顺德一家港商办的大企业，他终于用自己辉煌的业绩赢得了老板的信任，被任命为市场推广部经理，年薪68万！当他第一次出差归来，满怀热望，准备着实施他的推广方案，他所服务的大企业却像海市蜃楼一样地消失了，原来的领导走了，苦苦思恋着的梦中情人也走了……他渴望成功，成功却对他板起面孔；他渴望爱情，爱情却对他无缘。妻儿的离散，家庭的破碎，爱情屡屡受挫，老板的黑心，客户的欺诈，车匪路霸的围追堵截，冰雹般朝他劈头盖脸袭来的大棒……都没有把他击垮，他一次次从痛苦和绝望中挺立起来，他抱定这样一个信念：你是将军、你是省长，可以运筹帷幄决胜于千里，那么我一名小小推销员呢？同样有一个广阔的天地，任我扬鞭驰骋，创造人间伟业！

十五年的推销生涯，他把自己打造成了中国7000万推销员的典范。为我们这个时代树立了一面弘扬诚信倡导敬业的旗帜。历任过数家企业营销总监的读者李宗平先生说：“没有本书弘扬的诚信和敬业，任何组织的执行力都等于零，企业就是一盘散沙。”

PREFACE

序 言

推销也是世界上最伟大的职业

(序一)

脸庞清瘦黝黑的邵勇夫坐在我面前，从那写满沧桑疲惫的脸上，我读出了他经历的风风雨雨；从那不由自主加快语速总想多表述一些的话锋里，我感受到他确已形成了职业习惯——总想说服面前的对象。一个堂堂七尺的东北汉子，在说到动情之处时，眼眶中滚动着泪水，声音中充满苦涩。

“男儿有泪不轻弹”，此时，我亦把持不住，为之动容。

其实，苦难是人生的财富，屈原没有那番痛彻心肺的颠沛流离，不会留下传世绝响《离骚》；曹雪芹没有那“当年笏满床”到“蛛丝儿结满雕梁”的大起大落，也不可能写下《红楼梦》。

苦难更是人生的历练，勾践的一番卧薪尝胆，终于得以复国雪耻；苏秦那段悬梁刺股的苦读，终于能够大展宏图。

本书的作者应该说是20世纪80年代国有企业由计划经济向市场经济转型时期最早的一批推销员，他的经历，也就是每个推销员人生之路的缩影，将引起曾做过推销员或正在做推销员的所有人的共鸣，使这本书得到广大从事推销工作朋友的认同。

作者在推销之路上的披风沐雨，更是血泪交织。妻儿离散、家庭破碎、车匪路霸的围追堵截、冰雹般的棍棒袭击，这些曲折跌宕的经历，述尽了人生路上的坎坷，这也是这本书能够吸引了推销行业之外的更多读者的原因所在。

林语堂在《读书的艺术》一文中说：“读书有二方面，一是作者，一是读者。对于所得的实益，读者由他自己的见

PREFACE

序 言

识和经验所贡献的份量，是和作者自己一样多的。”邵勇夫堪称现今中国7000万推销员阶层的杰出代表，其筚路蓝缕，以启山林之功，是中国经济社会历史转型期值得记录的。这本《中国最伟大的推销员》，就是作者对自己15年推销生涯的总结，用文字凝聚的见识和经验。没有程式化的理论分析，严密的逻辑解析，说教式的操作规范，只有对风雨坎坷的记录，发自心灵深处的感悟和诚挚的语言。曲折的情节吸引读者手不释卷地去阅读，而不是枯燥乏味地去学习营销理论。把理论融于情节，让读者在故事中吸取作者的见识和经验，这或许是这本书最大的特点，亦是西方“推销员之神”们著作的共同特点，从书中我们也可以得到许多启迪。

古老农业经济的中国直至近二十年才出现“推销员”这一特殊群体——因为之前的农业经济社会、计划经济社会都不需要市场的营销，而发达国家早在二三四百年前这一职业便大行其道，进而促进了社会经济发展。仅此，中国已落后西方二三四百年。可以说，邵勇夫写《中国最伟大的推销员》与当年奥格·曼狄诺写《世界上最伟大的推销员》一书具有相同的历史意义和现实作用。

我老在打主意——他应该成为出版社的推销员。我社编辑出版的书刊，许多原本可多销几万或几十万的。“销售成品图书与你推销电饭锅，从其经济目标看应是完全一样”，我拿话引他。“根据日美和中国市场的比较分析，中国目前的图书推销额，在解决好了销售环节（包括营销策划、物流配送、终端服务等）后，可以成倍成十倍地增长，你没兴趣吗？”我想让他接我的话茬，可他却在一支又一支地抽我的烟。本不抽烟的人这样做，看得出是有太多新信息在冲击他的思维而产生的兴奋和紧张。

四五年前我看上了“沃尔玛”开始琢磨“花季雨季”连



PREFACE

序 言

锁店时，就一直在寻找销售领头羊，莫言的小说人家销三十四万，海天才销十几万更激起我解决“销售”这一致命与获胜环节的愿望。不知道我能否指望上邵勇夫或邵勇夫式的勇夫？呵呵，我的推销情节快赶上他了。

不管怎样，邵勇夫先生为我们讲叙他的个人奋斗、生活磨难和事业上的挫折，同时为也默默地我们树立了一种做人应该具备崇高理想和敬业的精神，所以，我以为邵勇夫先生是当之无愧的——中国最伟大的推销员！

旷 昕

2003年12月16日于恩平·大田

PREFACE

序 言

书写美丽的人生与美丽的事业

(序二)

那已经是去年的事情了。

当时我正在忙着一部电视剧剧本的定稿工作，桌上的电话突然恼人地响了起来。

竟是一个陌生人的声音，带着东北腔，极其熟稔的口吻。没容我多问什么，他已叽里呱啦说了一大通，用典型的推销口吻极力推销着他写的一本什么书，其中充斥着在我当时看来简直觉得有些恬不知耻的自我吹嘘和炫耀。

我压下心中的厌烦，让他先不要再做空洞的吹嘘，还是说说他那本书的具体内容。我一边听他说着关于他推销生活的种种经历，一边在脑海里搜索着电视剧是否曾有过类似的题材。出于职业的敏感，我意识到关于他所讲到的内容，的确是当今电视剧所鲜有涉及的。我于是让他先将书稿寄来，答应看看再说后话。他余兴未尽然而也还算如愿地应允了。

让我真正改变了对邵勇夫先生的印象，是读完他这本《中国最伟大的推销员》的书稿之后。我似乎从那本书中窥见了一个未曾真正知晓的世界，认识了一个处于特殊生存状态下的推销员群体。他们终日奔波于大江南北、穿行于酷暑严寒，隐忍过世间最无奈的胯下之羞辱、饱尝过天下最由衷的成功之狂喜，真是集天上地下、酸甜苦辣于一身！

实事求是地说，推销员的确也是良莠不齐的，但平心而论其素质之参差其实和所有社会群体相比又有什么质的区别呢？然而人们对于推销员却似乎有着更多的不屑和歧视。这种不屑和歧视于我们的生活之中几乎无处不在，尽管也许我

PREFACE

序 言

们早已熟视无睹，但“谢绝推销”这样的醒目标识，不是常年赫然张贴在许多单位和居民小区的大门之外吗？

然而，你可以谢绝推销，可你总不能谢绝生活；你可以拒绝令你不快的“骚扰”，可你总不能拒绝真诚备至的服务。邵勇夫式的推销员你是不可能谢绝、更不可能拒绝的，因为他们的那种执著分明饱含着一分可对天可对地的真诚与信用，他们实实在在地把推销变成了一种与人方便的服务与体贴！

读读邵勇夫这部“用我的两条腿做笔，用我的血汗做墨，用苍茫辽阔的大地做纸，用我艰辛的步履一步一步、历经十年风雨写出来的”中国推销员的真情故事吧。你会看到一个历尽艰辛和磨难的推销员，是怎样用他感天动地的信念与执著，用他淌流如河的泪水和热汗，将推销这个令众多人们侧目而视的行业，活生生书写成一桩充满高尚理想和人性光辉的美丽事业！

也许在明年的今天，根据邵勇夫所著的系列推销员纪实故事将被我们搬上电视荧屏，但愿我们将让大家看到的不仅仅是一部记述推销员生活的电视剧，而是一部对于坚忍、勤奋、敬业、理想的颂歌和礼赞！

徐阿李

10月9日于成都

PREFACE

序 言

我推销我成功

(作者自序)

少年时代，在遥远的东北大山，一旦听到大山外边火车汽笛鸣叫，我就会热血沸腾，爬上最高的山顶，极目远眺……

做上推销员，走天下的夙望得以实现，十五年的推销生涯，我走遍了除台湾省之外的中国每一座地级以上的城市。三十年前流行这样一首歌：“我们工人有力量，白天黑夜工作忙……”十五年走南闯北的推销路上，我时常在心里默唱这首歌，但歌词变成：“我们推销员有力量，嘿！我们推销员有力量，推动着人类文明的巨轮——滚滚向前！”

十多年前，全中国的个体批发、零售刚刚发育之时，长沙最大的国有商店友谊华侨公司老总看我站柜台促销有方，在一楼寸土寸金的位置划出了一块十五平方米的“方岛”，让我自主经营，每月只缴一千元租金。我婉拒，我始终也没想到自己做老板，我要走天下，靠第一流的推销做打工皇帝。那时我推销的微波炉刚刚进入市场，尚拿不到奖金，但我坚定不移地认为我会赚到钱，按顺德那家微波炉厂的政策，推销一百万的货，赚三万，推销一千万的货，赚三十万，推销一个亿的货，就能赚三百万！为赚三百万元的目标，我不停地奔波，在天上飞来飞去，上午还在重庆的大商场里促销，下午可能就在长沙或是南宁了。

我苦战两年，我推销的那个品牌的微波炉终于解冻，销售额与日俱增，我做打工皇帝指日可待。然而我所服务的那个企业的老板换了，企业就要搞所谓的大换血，我换一家企

PREFACE

序 言

业从头做起，又去推销一个新的商品新的品牌，这样换了一家又一家，打工皇帝的美梦越做越远。

1996年11月5日，我推销顺德一个以“精品一族”走红天下的小家电品牌，从广州白云机场上了直抵内蒙古首府呼和浩特班机的班机。我看着下边涛涛云海，头上瓦蓝的天空，想着是去开辟一片新的疆土，又一次不屈不挠地做起了打工皇帝的梦。这一年是内蒙古国有商场的倒闭年，原来的销售渠道差不多都堵死了，我用我自己的两条瘦腿给内蒙古大草原一遍又一遍地梳梳子。第一年销售额250万，第二年300万，第三年1500万并一次性推销了8个火车皮的微波炉、8个火车皮的消毒碗柜，创造了在此之前的顺德小家电销售史上一次性成交额之最！当我就要梦想成真时，老板的政策又改变了，推销员的工资奖金减半不说，连续五个月的工资奖金还给冻结了，这家企业生意正蒸蒸日上，老板却对自己的企业大动干戈也模仿那些大厂搞起了人员大换血，眼看可做打工皇帝的我又一次希望破灭。

2000年初，做了15年推销员的我，尽管不顾一切、全身心地投入，创造了顺德小家电销售史上的辉煌，不但没拿到应得的回报，还被炒鱿鱼了。我要找姓苏的老板讨个说法，新来的有硕士文凭的营销公司总经理把我推出门外，“去去去，我们老板没时间”！我满肚子委屈，我要宣泄、我要倾诉，于是我写了一篇6000字的小稿《能干的推销员为啥被炒鱿鱼》。我不知道谁会采用我的稿子，我一稿二十八投，全部投给杂志社的总编。投稿的那一天是2000年的五一节，阳光灿烂，街上游人如织。

当几个月后我在街头上买到了刊有我推销故事的2000年第9期下半月《家庭》杂志时，我激动得热泪横流，那一段日子里，我的读者电话一个接一个……激情之下，我买了电脑每

PREFACE

序言

天写作不止。

2001年的八、九月间，我的自传体小说（原书名《我推销我生存》）出版了、陆续在全国各个省会城市的新华书店上市，我曾想：我的这部用两条腿作笔，用血汗做墨，用苍茫辽阔的大地做纸，用我艰辛的步履，一步一步历经十年风雨写出来的第一部中国推销员的真情故事，一定能够成为千万读者喜爱的畅销书！我做着这样那样的美梦，我每天等待屋里的电话接二连三地爆响，像上个世纪初《乱世佳人》在美国出版时，每隔三分钟一个电话，六分钟一阵不停的门铃响一样，轰动全世界！

日子一天天地过去，我房间里的电话，整天像个哑巴，我似乎被人遗忘了。我急不可耐，我去附近的新华书店，我见了我的书，远远地看上去好孤独、好寂寞。我就怯怯地问营业员：“《我推销我生存》卖得怎么样？”问这句话的时候，我像是在做贼，惟恐让营业员看出我就是那位备受冷落的书作者，那样的话，我会尴尬得无地自容，我的面子会被人家嘲讽的眼光剥光……

好在营业员并没有发现我内心的机密，坦言告诉我：“那书卖得不怎么样。”我的心凉了半截。我又回到湖南株洲，跑到新华书店转了几圈，竟然没见到我的书！我问营业员，营业员也没有帮我找到。我发脾气了，“怎么搞的，一个月前打电话询问你们经理，你们经理说书已上架了，为什么连本书的影子也见不到呢？”

我发脾气的时候，蹲在书架下边一位蹭书看的小青年惊喜地跳了起来，说：“你就是《我推销我生存》的作者邵老师吗？首先向您表示对不起，你那书我没买，但我在这里一口气看完了，中饭都没顾得上吃。你那书好看！我知道它在哪！”

PREFACE

序 言

小青年引领着我来到书店最偏僻的一个角落，从埋在最底层的书中抽出了我那难以被人察觉的仅有一本的样书……我又去北京，在全中国最著名的王府井书店，我欣喜地发现：我的书摆放在最明显的位置上，而且堆了个漂亮的书码。许多读者在认真地翻看，我问营业员：“《我推销我生存》还有多少？”营业员为我查阅了电脑，告诉我：“上架不到一个月，卖了一百册，还剩下百册。这本书卖得不错！”

王府井新华书店给了我自信，2001年10月14日请我去劳动人民文化宫参加每年一度的北京书市的签名售书，坐在飞机上我还想，我这样一位名不见经传的普通作者，谁会请我签书啊？当我提前半小时进入书市来到王府井展位上时，等着买我书的读者已排成了队，两个小时售书，竟然手忙个不停。第二天，国家广电总局主管电影规划的高尔纯副主任还请我去他的办公室谈了一次话，高尔纯副主任说：“你的书震撼了我的心灵！”

我有了信心，又燃烧起了推销的热情，我想我就推销这本书，做这本书的推销员。我从我过去的推销网络中寻找关系，我过去推销微波炉他们热心地帮我推销微波炉，推销消毒碗柜他们帮我热心地推销消毒碗柜，我摆摊设点卖皮鞋时，他们就帮我吆喝：“卖皮鞋了，名牌皮鞋，厂价直销！”……他们中不乏著名人物：其中就有《盖世太保枪口下的中国女人》一剧的制片人周琦……我给周琦打去电话请他支持，他当时正在欧洲忙于拍大片，他告诉我了一个电话号码，让我去找深圳一家大报娱乐版的女主编。我打去电话，听得出年轻的女主编正在灯红酒绿的夜总会轻歌曼舞，也许她把我当成了动不动就拍胸脯可以给某位佳人买部靓车买栋别墅金屋藏娇的大老板，她在电话里娇声娇气长长地“嗯——”了一声：“你是谁呀？”

PREFACE

序 言

我情绪激昂：“我是中国第一位写推销员的作者，我打造了一位时代英雄，当代活着的雷锋、活着的保尔柯察金；一位培训界极力推崇的发生在美国与西班牙战争时期的故事《把信送给加西亚》的主人公罗文；一位敬业、负责、有使命感、富有传奇色彩的优秀推销员！请您帮忙向深圳的广大读者推荐。”女主编不屑地说：“推销员又不是明星又不是大老板谁会愿意看。”我说：“这样吧，我还是把书用特快专递寄给您，请您翻翻，如果您没兴趣可以把我这本书扔垃圾桶里，不过我告诉您，这书您前手把它扔进垃圾桶后手就会有热心的读者把它拾走，还会千方百计地找本作者签名。”女主编笑了：“你这样有信心？”后来打电话给她，她已经把这事忘了。再打电话给她，她说这事你别找我，我不管。我说贵报哪位编辑管，请您告诉我好吗？她不耐烦了，“我不知道！”电话咔嚓一摔……

不久周琦又给我寄来了大红请帖，邀我去参加在北京人民大会堂举办的《盖世太保枪口下的中国女人》一剧的新闻发布会。他让我乘此机会靠近首都各大新闻媒体前来采访的记者，请他们帮我这位名不见经传的推销员作者发布消息。遗憾的是，在新闻发布会上，蜂拥而至的记者们都忙于采访主演和导演，我根本没有机会与他们接触。我除了送给坐在主席台上的全国文联副主席一本书之外，一无所获。新闻发布会结束，我尾随着文联副主席一块乘下楼的电梯，想乘机吹吹牛，说我的书多么多么不一般。苦于陪伴他的领导太多，根本没机会开口，我只好眼巴巴地望着我曾抱有一线希望的全国文联副主席乘车而去……

我怅然离开人民大会堂的那一刻，我爆发了一个灵感，诞生了一个崭新的设想，我自己开新闻发布会，而且要开得规模盛大，空前绝后，史无前例。中国的大地有多大，我的



PREFACE

序 言

新闻发布会就要开多大，我要逐家媒体地上门去开“新闻发布会”！

离开北京后的第一站就是济南，济南日报的副刊部主任翻了一下我的书，听了我一通广告，当即答应了我：“行，不容易，推销员写自己的生活很有新闻价值，给你发一篇消息。”接下去青岛，烟台，大连，沈阳，长春，哈尔滨，天津，太原，西安，郑州……最后回到湖南株洲，每天打电话向全中国的报刊开“新闻发布会”。我第一次打电话给西安的一家大报，编辑是位小姐，小姐说：“不行，我们连载的都是名家作品，都是精品。”第二次我给她打电话，她说：“那你先发个3万字的精选稿来吧！”第三次打电话，编辑小姐不耐烦了“我牙痛着呢”。

2001年12月我徘徊在成都的街头，那是我人生最灰暗最落魄的日子，因为被炒鱿鱼后一直没找到得以养家糊口的工作，妻子对我的前途失去信心，再次蒙受家庭破碎的打击。我痛苦得不能自拔，在冰冷的地板砖上不吃不喝躺了三天三夜，最后终于挣扎着再次挺立了起来。

面前的路只一条：为宣传我的书走下去！我连着走访了成都五家报社，希望他们能给我这位名不见经传的推销员作者发发消息或者连载，遗憾的是他们都没兴趣；晚报文化部的一位文学硕士小姐看我一脸的憔悴，满目忧伤，对我这部书的来历提出了质疑。

在离开成都的最后一天，我不甘失败地拨通了《天府早报》的电话，我简单介绍了我的书，意想不到地引起了主编的关注，主编热情地说：“您过来谈吧。”我马上赶去主编的办公室，主编翻了一下我的书，只三分钟：“比我预想的好，保证给你连载！”

归来的火车上，不断有记者打电话追踪采访，我乘火车

PREFACE

序 言

从成都到昆明、贵阳、长沙，火车一会儿钻山洞，一会儿手机没信号，记者的电话采访不断地中断又不断的重新开始……沿途每走出一个城市的火车站，就可以在当地报摊上看到刊有我大照片的报纸杂志。

2002年春节前后，我的故事、我的书在全国引起强烈反响。南方都市报、北京晚报、天津日报、楚天都市报、南国早报、春城晚报、沈阳晚报、乌鲁木齐晚报、上海新闻晚报、西宁晚报、呼和浩特晚报、拉萨晚报、知音、中外书摘、畅销书摘、美国侨报……祖国东西、大江南北、地球两侧的一百多家报纸杂志，此起彼伏，前呼后应地连载、选载我的这部书，或对我专访，银川晚报整版零一个中缝对我做专题报道：“打造中国7000万推销员职业形象第一人。”

《文艺报》作家论坛在头版显著位置报道了我的书，并加了编者按。

有位年轻人在网上征婚，他说他最崇拜的人：李嘉诚、邵勇夫。他的人生格言：我推销我生存（本书第一版书名）。李嘉诚、邵勇夫是两位身份截然不同的人物，一位是世界首富，一位是在社会底层辛勤谋生的推销员。但有一点是共同的，那就是这位推销员与世界首富李嘉诚都讲诚信有极强的社会责任感。

这部书热销后，我外出旅行，无论乘坐火车、飞机还是长途汽车，只要我说一声：“我是推销员邵勇夫……”马上就会有旅客过来发出这样的感叹：“我们一家人都读过你的故事！”我的第一位读者是西安的一位老母亲，老母亲在书店买了我的书寄给远方与我一样做推销员的儿子，老母亲去年去世了，老母亲的儿子现在成了我的挚友。

在广州一位艰苦创业的大学生，口袋里只有最后五元钱了，他用这宝贵的五元钱给我打了长途电话之后买盒饭的钱