

SHANGREN JINGSHANG SHOUC

商人

经商手册

浅尝商人性格特点 ◆ 品味经商谈判技巧

qianchangshangrenxinggetedian
pinweijingshangtanpanjiquiao

● 赵亚虎 / 编著 ●

每一位经商者都要读一读这本书，它将教你如何认清商道、破译商路、提升智商、辨别情商、沟通官商……

每一位国企、私企、合资公司老板更应该看看这本书，它将告诉你在不同的省份和不同的地域，有截然不同的风俗习惯和秉性特征；有不同的经商风格和不同的政策以及采取的不同破译方法、手段和技巧。

时事出版社

商人经商手册

浅尝商人性格特点 品味经商谈判技巧

QIAN CHANG SHANG REN XING GE TE DIAN PIN WEI JING SHANG TAN PAN JI QIAO

赵亚虎 / 编 著

王无骄 / 插图绘画



时事出版社

图书在版编目(CIP)数据

商人经商手册 / 赵亚虎编著. —北京: 时事出版社, 2005

ISBN 7-80009-898-2

I. 商… II. 赵… 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 065198 号



商人经商手册

出版发行: 时事出版社

地址: 北京市海淀区万寿寺甲 2 号

邮编: 100081

发行热线: (010)88547590 88547591

读者服务部: (010)88547595

传真: (010)68418647

电子邮箱: shishichubanshe@sina.com

shishichubanshe@sspublish.net

网址: www.sspublish.com

印刷: 北京京安印刷厂

开本: 787×960 1/16 印张: 21 字数: 300 千字

2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

定价: 36.00 元

前言

QIAN YAN

研究商人,也就是研究有钱人。研究他们为什么能赚钱,为什么会经商,会做生意;研究他们这种智商能力是天生的,还是后天的,是靠自我奋斗、挑战创新取得的,还是机遇、财运和老天爷给的。

如果你拥有这本书,挑灯夜读,或许你就会受益匪浅。

中国商人从一形成就表现出不同的地域文化特色。在历史上,中国商人曾形成过十大帮派,各大商帮商人的经营项目、活动范围、经营风格、经商观念并不完全一样,比如山西商人以善于理财,独创票号著称;徽州商人亦贾亦儒,贾儒结合;广东、福建商人以海商为主体,表现出亦商亦盗的组织形式;山东商人奉行以苦为乐,苦干实干;江西商人小本经营,擅长小本买卖;江苏商人经商稳打稳靠,以粮为主,善于扬长避短……各地人经商的风格各不相同,并且沿袭至今,对当今商人做生意产生着影响。

这本书是第一本介绍中国不同地域的商人做生意的“四书五经”,是针对不同性格及性格弱点商人采取不同战术的商战对策。它教会你如何掌握不同商人的性格,教会你如何利用各地商人的弱点,还教会你如何在商场上防止受骗上当,如何在竞争中巧妙制胜。这本书将教会你如何与中国乃至世界各地不同地区的各种商人打交道、做生意的经商技巧。

面对入世后的机遇和竞争,任何商人都不得不去迎接世界范围内的商业挑战,一个有远见的大商人更应该主动学会和外国商人打交道,走向世界。只有这样,中国商人才会永远发展自己,壮大自己、才不会失败。

但是,要与外国商人打交道,就必须熟悉他们的性格,了解他们的作风,懂得他们经商的习惯,遵从他们做生意的规矩,知己知彼,然后,才能在商场中进行合作和竞争……

总之,你要做生意,就要寻找一本“商场《圣经》”。你要成为商战之王,就要把这本经商“四书五经”作为高参!白天放在公文包里、放在写字台上,随身携带,随时翻看,晚上放在枕下,不时翻阅、研究……这本书将帮助你去实现自己的财富梦想!

目录

Contents



第一章 广东商人

● 广东人天生勤劳,能吃苦,以赚钱为人生第一要义。

● 广东人给有知识、有能力、工作卓有成效的人的“面子”就是金钱。

● 广东人敢闯敢干,在商场上最善于借鸡生蛋。

- | | |
|----------------|------|
| 1. 全民皆商的广东人 | /002 |
| 2. 赚钱是惟一的正事 | /004 |
| 3. 重商业,轻政治 | /006 |
| 4. 敢为天下“先” | /009 |
| 5. 熟谙和气生财之道 | /011 |
| 6. 要发财,忙起来 | /012 |
| 7. 敏锐的市场性与快速反应 | /014 |
| 8. 讲究外在的气派感觉 | /017 |
| 9. 借鸡生蛋的策略 | /019 |
| 10. 服务意识强 | /021 |



- | | |
|------------|------|
| 11. 打好广告战 | /022 |
| 12. 迷信色彩较浓 | /024 |
| 13. 极力避开黑道 | /026 |

第二章 上海商人

● 上海,商家必争之地。谁能立足上海,谁就意味着拥有财富。

● 上海人做生意,经济利益是惟一的原则和目的。

● 上海人守规矩,一旦签订了合同,大多会严格按照合同办事,决不含糊。



- | | |
|----------------|------|
| 1. 海纳百川的大都市 | /029 |
| 2. 商战中的竞争谋略 | /031 |
| 3. “海派”风格,中西合璧 | /033 |
| 4. 经济利益是惟一准则 | /036 |
| 5. 注重“礼尚往来” | /038 |
| 6. 挣自己应得的钱 | /039 |
| 7. 耐心决定成败 | /040 |
| 8. 守规矩、重合同的上海人 | /041 |
| 9. 但求安稳,不冒风险 | /043 |
| 10. 上海新“买办”的兴起 | 044 |
| 11. 关注期货市场 | /046 |
| 12. 上海人的傲慢与自负 | /047 |
| 13. 西化倾向十分严重 | /049 |





第三章 北京商人

● 在与北京人做生意时,必须注重与他们的人情交往,讲求人情味。

● 北京人比较实际,不论他们做什么,都给人一种务实的感觉。

● 因为懒,许多北京人把本来自己能挣的钱,拱手让给了外地人。

- | | |
|-----------------|------|
| 1. 北京人的“政治情结” | /053 |
| 2. 天生具来的幽默感 | /055 |
| 3. 能神侃的北京人 | /058 |
| 4. 崇尚真诚 | /060 |
| 5. 富有人情味 | /061 |
| 6. 唤醒心中的“贵族梦” | /063 |
| 7. “货好不用吹” | /065 |
| 8. 拱手让出的商机 | /066 |
| 9. 浓郁的文化气息 | /067 |
| 10. 热衷于大买卖的官商 | /069 |
| 11. 商业中的儒家文化 | /071 |
| 12. 防不胜防的职业“托儿” | /072 |

第四章 天津商人

● 天津商人极善于创名牌,追求长远利益。



- 天津商人不仅讲实力,同样也更讲信誉。
- 天津商人把主要精力都放在商品的质量上。

- | | |
|-------------|------|
| 1. 生意经的妙处 | /075 |
| 2. 嘴硬不如牌子硬 | /077 |
| 3. 创名牌,做绝活 | /078 |
| 4. 讲实力,重信誉 | /080 |
| 5. 做生意与民族气节 | /082 |
| 6. 理想的投资城市 | /083 |



第五章 东北商人

- 讲义气、重义气,是与东北人做生意的第一要义。
- 与东北人做生意,一定要摸透他们要面子的心态。
- 许多东北人是大钱挣不来,小钱不愿挣。

- | | |
|---------------|------|
| 1. 重义轻利的东北人 | /086 |
| 2. 争强好胜的性格 | /087 |
| 3. 勇敢地面对“霸气” | /089 |
| 4. 大方豪爽的个性 | /091 |
| 5. 对“大”情有独钟 | /092 |
| 6. 让对方有“面子” | /094 |
| 7. 普遍的崇外心理 | /096 |
| 8. “海量”豪饮的东北人 | /098 |
| 9. 酒桌上的生意经 | /100 |



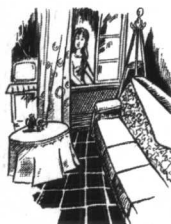


- | | |
|---------------|------|
| 10. 生意兴隆的餐馆 | /102 |
| 11. 不愿挣小钱 | /103 |
| 12. 小心谨慎,提防受骗 | /105 |

第六章 安徽商人

● 安徽商人与文化有着不解之缘,享有“儒商”的美称。

● 政治与文化在安徽商人身上得到了有机的结合。



- | | |
|--------------|------|
| 1. 亦商亦儒的商业传统 | /109 |
| 2. 新儒商的气质 | /110 |
| 3. 多打“政治牌” | /111 |
| 4. 不同地域要区别对待 | /113 |
| 5. 缺乏自觉的商业意识 | /115 |
| 6. 传统经商之道的影响 | /116 |

第七章 山西商人

● 山西商人以勤俭吃苦为美德,具有一种不怕艰苦、不畏风险的创业精神。

● 山西人做生意一个重要的特点是薄利多销,产销结合。



- | | |
|-----------|------|
| 1. 崇尚吃苦勤俭 | /120 |
|-----------|------|



- | | |
|---------------|------|
| 2. 以诚信为本 | /121 |
| 3. 公平竞争的商业精神 | /123 |
| 4. 薄利多销的策略 | /124 |
| 5. 从宏观上合理调节 | /125 |
| 6. 大胆的放权和用人制度 | /126 |
| 7. 与行政机构的联系 | /128 |
| 8. 重视商品信息 | /129 |

第八章 陕西商人



- 与陕西人做生意,可以在旅游业和产品开发上进行合作。
- 陕西人的饮食文化历史悠久,而且每种食品都有一个典故。

- | | |
|--------------|------|
| 1. 强烈的优越感 | /132 |
| 2. 抓住历史机遇 | /133 |
| 3. 悠久的饮食文化 | /134 |
| 4. 大力发展旅游业 | /135 |
| 5. 传统产品的巨大魅力 | /137 |
| 6. 敢于孤注一掷 | /138 |
| 7. 制药贩药的优势 | /139 |



第九章 四川商人

- 四川不但具有丰富的资源优势,而且是一个潜力



巨大的人力市场。

● 生意场上,四川人视信誉为生命。

● 生意场上的四川人往往一副谦谦君子风度,他们讲道理、讲道德。

- | | |
|--------------|------|
| 1. 不愿经商的心态 | /142 |
| 2. 丰富的资源优势 | /144 |
| 3. 巨大的人才资源 | /145 |
| 4. 视信誉为生命 | /146 |
| 5. 以诚相待,和气生财 | /148 |
| 6. 防守型的心态 | /150 |
| 7. 百折不挠的韧性 | /151 |
| 8. 有胆有识的现代商人 | /152 |

第十章 河南商人

● 黄河厚重的文化底蕴,造就了河南商人的忠厚、大度、吃苦耐劳。

● 河南人恋家,那种家园意识在河南人的心目中是根深蒂固的。

● 小富即安、见好就收,是河南人经商的一大特点。

- | | |
|--------------|------|
| 1. 开放意识的日益增强 | /155 |
| 2. 强烈的恋家观念 | /157 |
| 3. 商业意识略显滞后 | /158 |
| 4. 小富即安,见好就收 | /160 |



- | | |
|------------|------|
| 5. 新时代的豫商 | /162 |
| 6. 激烈的郑州商战 | /164 |

第十一章 湖南商人

- 湖南人做事认真、肯吃苦,而且大都天生多才干。
- 湖南人在生意中一旦看中什么大项目,往往倾囊而出,颇有大家风范。
- 与湖南人做生意,要学习其敏锐捕捉信息,并快速做出反应的经商之道。



- | | |
|--------------|------|
| 1. 新观念下的湖南人 | /167 |
| 2. 质量至上 | /168 |
| 3. 提防耍小聪明 | /170 |
| 4. 湖南商人的大手笔 | /170 |
| 5. 敢于直率地说“不” | /172 |
| 6. 讲效率,快节奏 | /173 |
| 7. 敏锐地捕捉信息 | /175 |

第十二章 西北商人



- 与西北人做生意,只有把生意送上门,你才能赚钱。
- 与新疆人做生意时,一定要注重互补,才能成为生意场上的赢家。
- 新疆的旅游资源丰富,有着极大的吸引力,旅游业发展空间很大。



- | | |
|---------------|------|
| 1. 送上门的生意 | /178 |
| 2. 容易见利忘义 | /179 |
| 3. 加强互补贸易合作 | /180 |
| 4. 可利用新疆的自然资源 | /181 |
| 5. 经营品牌文化 | /183 |

第十三章 山东商人



- 山东人讲义气、重信誉,不会做出对不起朋友的事。
- 山东人恪守商业道德,同时对那些欺诈性的商业行为深恶痛绝。
- 山东人能吃苦,但绝不敢冒险,他们在经商活动中缺乏冒险意识。



- | | |
|---------------|------|
| 1. 敦厚实在的山东人 | /187 |
| 2. 重质量,讲信誉 | /188 |
| 3. 做人以正直为本 | /189 |
| 4. 值得信赖的承诺 | /190 |
| 5. 君子爱财,取之有道 | /192 |
| 6. 务实肯干的精神 | /194 |
| 7. 爱豪饮的山东人 | /197 |
| 8. 直率与豪爽 | /198 |
| 9. 老乡观念重 | /199 |
| 10. 缺乏冒险意识 | /201 |
| 11. 忽略产品包装的弱点 | /203 |



第十四章 浙江商人

● 浙江人可以说是全民皆商的，他们几乎把经商作为第一选择。

● 宁波商人商机敏捷，从不墨守成规，及时调整经营方针的能力特别强。

● 温州人被称为“中国的犹太人”。他们追求财富，勤劳节俭，敢于冒险。

- | | |
|---------------------|------|
| 1. 优秀的传统精神 | /206 |
| 2. “蚂蚁军团”的成功 | /208 |
| 3. 圆滑的处世之道 | /210 |
| 4. 八面玲珑，投人所好 | /211 |
| 5. 温文尔雅的杭州人 | /214 |
| 6. 宁波人(1):敢为天下先 | /216 |
| 7. 宁波人(2):应变能力强 | /218 |
| 8. 宁波人(3):遵守诚信原则 | /219 |
| 9. 宁波人(4):险中求稳 | /221 |
| 10. 温州人(1):从小处着手 | /222 |
| 11. 温州人(2):小商品的基地 | /224 |
| 12. 温州人(3):“中国的犹太人” | /227 |

第十五章 福建商人

● 闽南人的思想观念中，是以商为本的。自懂事起，



一心想着的就是经商。

● 在闽南人看来,做什么事都离不开拼搏精神,否则就不可能有“成功”二字。

● 去福建的石狮做服装生意,不仅方便、服务好,而且物美价廉。

1. 以商为本的闽南人 /231
2. 敢拼才会赢 /233
3. 人和则财通 /235
4. 充分利用侨胞的优势 /236



第十六章 河北商人

● 河北人心地善良,民风淳朴,重义轻利。

● 河北人的懒,是深藏在心里的懒,懒得去用心,懒得去竞争。

● 在生意交往中,打好京津牌,对河北商人来说是十分重要的。



1. 朴实和平淡的风格 /240
2. 缺乏市场意识 /241
3. 懒是河北人的天性 /243
4. 不忘传统的“土气” /245
5. 观念保守,缺少创新 /247
6. 京津的巨大诱惑 /248



第十七章 江苏商人

● 江苏商人的致富之道就是扬长避短,这是江苏商人历来的经商传统。

● 江苏商人中,利用独立资本从事独立经营的现象十分普遍。

● 江苏商人大多实行薄利多销的策略,以此来加速资金周转。



- | | |
|--------------|------|
| 1. 扬长避短的经商传统 | /251 |
| 2. 较为中性的品质 | /252 |
| 3. 独立经营者居多 | /254 |
| 4. 薄利多销,稳中求胜 | /255 |
| 5. 新奇的创意 | /257 |
| 6. 务实礼貌 | /258 |

第十八章 江西商人

● 江西商人一般都注重商业信誉,讲究职业道德。

● 江西商人多能吃苦耐劳,自己既是老板,又是打工仔,什么都干。



- | | |
|--------------|------|
| 1. 观念较为落后 | /260 |
| 2. 注重诚信和商德 | /262 |
| 3. 善于揣摩对方的心理 | /263 |