

金点子策划丛书

主编 蒋星五/秦重庆/刘 冰



金点子策划丛书

管理有道的点子

主编 蒋星五/秦重庆/刘 冰

农村读物出版社

(京) 新登字 169 号

F713

J38-4

金点子策划丛书

管理有道的点子

主编 蒋星五/秦重庆/刘冰

* * *

责任编辑 林新华

农村读物出版社出版 (北京市朝阳区农展馆北路2号)

新华书店北京发行所发行 北京市密云县印刷厂印刷

787×1092mm 32 开本 5 印张 103 千字

1994 年 7 月第 1 版 1994 年 7 月北京第 1 次印刷

印数 1—6 600 册 定价 4.70 元

ISBN 7-5048-2438-0/C · 107

《金点子策划丛书》编撰人员

程宗道	游炳汉	华建宙	蒋茜
宣健萍	华人僖	程燕	刘冰
程鹏	蒋星五	秦重庆	

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12

前 言

要创业，离不开点子；要发明，离不开点子；办企业，离不开点子；搞教育，离不开点子；当然发财致富也离不开点子；搞好工作、与人相处……都离不开点子。当然，我们这里指的是对社会进步有益的好点子。

点子就是知识，点子就是力量，点子就是财富！

那么，点子从何而来？什么样的点子最好最有效呢？《金点子策划丛书》的出版，就是出于这个目的编撰的。这套书中的《出点子的技巧》，概述了点子策划的特点、依据、条件和方法。其他四册：《产品开发的点子》、《经营有道的点子》、《营销兴旺的点子》、《公关通达的点子》是以古今中外、各行各业、名人大家、平民百姓……在实践中比较成功的点子整理、编撰而成的。这五本小册子融合在一起，想来会给读者某些启迪——出点子并不是难不可攀的事情；但是出点子需要知识和经验的积累，也需要智力和技能的开发，更需要用一颗对事业钟爱之心去勤奋实践和刻苦创造。

这套小册子是以讲商贸赚钱的点子为主要内容，商务活动中凡是成功的点子，里面应有尽有。而且，许多点子出得实用、有效，而且很有趣味，对学习怎样出点子致富，将有一定的作用。

一册在手，致富有方！预祝你获得成功。但是，由于我们水平有限，错误难免，敬请批评指正。最后，谨向被本书引用过材料的作者、编者、译者致谢。

编 者

1994 年元月

目 录

1	发奖奇招	1
2	购进雨伞	1
3	见缝插针	2
4	坚持传统	2
5	进二退一	4
6	途中寻宝	4
7	添加剂	5
8	情感鞋	5
9	小商主	6
10	“油炸桧”	8
11	要多想	8
12	抢奇才	9
13	脚茧厚	10
14	专攻弱点	11
15	讨债妙计	12
16	移植产品	12
17	橄榄丰收	14
18	免费供应	14
19	地利第一	15
20	珍惜声誉	16
21	独树一帜	17

22	稳步前进	18
23	先见之明	20
24	见风使舵	21
25	超前经营	22
26	优先富厂	23
27	经商理财十八则	23
28	亦步亦趋	24
29	连锁商店	25
30	古怪店名	25
31	商圈地图	26
32	请人代劳	26
33	他就奖励	27
34	不随大流	27
35	回收产品	28
36	变废为宝	29
37	便人利己	29
38	吸引外资	30
39	妙语招工	30
40	讨债奇招	31
41	一则短讯	31
42	善于预测	32
43	为科技人士塑像	33
44	结交反对你的人	34
45	勇于改正	34
46	任用贤才	35
47	尽人之智	35
48	跪下自责	36

49	求才若渴	37
50	意外奖励	39
51	争辩奖励	39
52	厂长干活	40
53	要有胆量	41
54	掌声妙用	42
55	以身作则	43
56	首富俭朴	44
57	上下交流	44
58	善于发问	45
59	挑毛病者	46
60	多面手	47
61	五元钱	48
62	质量取胜	49
63	分开组装	49
64	多种兼营	50
65	打回本土	51
66	土豆奇招	52
67	利用传统	54
68	填补空档	55
69	宁愿吃亏	55
70	第一主义	56
71	电话服务	57
72	抢“财神”	58
73	工厂办农业	59
74	刻不容缓	60
75	工资乘以 5	60

76	你就是经理	61
77	保姆式经理	62
78	最好的经理	62
79	寻找薄弱点	63
80	无店铺商店	64
81	自己做点心	65
82	“处方 409”	65
83	要追求实在	66
84	以货换飞机	67
85	厂耻纪念日	68
86	吃鱼先吃头	68
87	代办订票业务	69
88	成功的诀窍	70
89	赚钱再付钱	71
90	商人要爱国	71
91	商标要注册	73
92	以诚觅人才	73
93	三角经营法	74
94	梦想是动力	75
95	无边界竞争	75
96	最贵的商标	76
97	东洋生意经	76
98	季度审查制	77
99	设立委屈奖	78
100	小事见爱心	78
101	科学管理之父	79
102	生产低档产品	80

103	奇货就是可居	81
104	要善于走弯路	81
105	赶在别人前头	82
106	动物做服务员	83
107	看得见的管理	83
108	重新包装礼品	84
109	乘人危急之时	84
110	自信可以取胜	85
111	他想起了癌症	86
112	查帐发现人才	87
113	不断推陈出新	87
114	染色镜片	88
115	要重视商标法	89
116	加入联营公司	89
117	专一生产尿垫	90
118	巧于征求建议	91
119	小麻雀的启示	92
120	变个形式出口	93
121	满负荷工作法	93
122	利用他人商标	94
123	重视商标效应	95
124	规范化工作法	95
125	企业活动公式	96
126	培训瓦工赚钱	97
127	做技术追随者	97
128	树立企业形象	98
129	提倡企业精神	99

130	设立“建议箱”	99
131	后发也能制人	100
132	以快取胜	101
133	吃小亏的战术	101
134	要自己创天地	102
135	承担风险的妙棋	103
136	先易后难创名牌	104
137	让人关在笼子里	104
138	测试良心的茶馆	105
139	可以旋转的餐厅	105
140	不要把库房锁上	106
141	从失败吸取教训	107
142	加强管理大改观	108
143	让你买我的胶卷	109
144	不惜重金买公牛	109
145	限时经营的妙用	110
146	以 5 个英镑起家	111
147	调查能起死回生	112
148	走向世界的决策	113
149	用中国原料竞争	114
150	一个赖孝义不够	114
151	大处着眼选人才	116
152	在比赛中看质量	116
153	招收怪才的公司	117
154	提倡“合理主义”	117
155	培养人才的措施	118
156	把人才放在首位	119

157	钢铁大王的本领	120
158	一个“6”字	120
159	将左右手套分开	122
160	管理界三句名言	122
161	降低成本的关键	123
162	别具一格的烧酒	124
163	“走动管理”见效快	125
164	钻政策上的空子	126
165	名牌是无价之宝	126
166	以身作则的效应	127
167	要依靠有才干的人	127
168	不能低估部下能力	128
169	亚太地区最佳模式	129
170	出售的货物无牌子	130
171	小商品也能赚大钱	131
172	在工作中考察人才	131
173	学习外国管理方法	132
174	失败也是一种成功	133
175	一角三分钱的租金	133
176	要了解部下心理需要	134
177	厂门口飘着十面白旗	135
178	请消费者协会作鉴定	135
179	根据时势发展新产品	136
180	从履历表开始了解人	137
181	没商标比有“商标”好	137
182	迟到一次下浮一级工资	138
183	坐在办公室前面的会计师	139

184	臭味讨债	139
185	厂纪有弹性	140
186	不用老眼光看人	140
187	一丝不苟	141
188	一条龙作业	141
189	稳操胜券	142
190	股票投资专家	142
191	给工人塑像	143
192	大海安灵	144
193	做马肉生意	145
194	“明星追悼之游”	145
195	清仓物资	146

1 发奖奇招

信治郎是日本一家公司的总经理，他发奖十分特别：

公司赚钱时，信治郎总是将功劳归于员工，并加发奖金给他们，奖金之多，常常使员工傻眼：“是不是发错了，怎么会这么多呢？”

信治郎发奖金的方式也很特别。他把员工一个个地叫到董事长办公室发奖金，而且常常在员工鞠躬答礼后，正要退出时，叫道：“稍等一下，这是给你母亲的礼物。”待他要出去时，又说：“这是给你太太的礼物。”拿了这些礼物，员工心想应该没有了，正要退出办公室时，又听到董事长说：“慢着，我忘了，还有一份给小孩的礼物。”像这样，员工当然大受感动。

2 购进雨伞

1981 年底，广州气象台预测：翌年春节过后，广州将出现一个持续的低温阴雨天气。南方大厦的经营者决意运用这则消息，为当地生产雨伞拓展市场。于是就果断地购进 20 万

把当地生产的雨伞，辅之以颇有声势的广告宣传。果然，这批货物一进店，门外已是春雨绵绵，购伞者鱼贯而入。经统计，上半年雨伞销售额比去年同期猛增 7 倍多。该店亦在这桩“奇货”的买卖中获利 40 万元。这就是信息生财的奥秘。

3 见缝插针

在香港海上夜总会里用晚餐时，只见有几位相貌漂亮，衣着入时的姑娘快步穿梭于各个席间，频频对食客按动摄影快门给顾客拍照。晚饭未毕，她们就拿着一大串钥匙牌子认人。认到了，就微笑着递上那嵌有彩色尊容的“旅游纪念品”，说一声“谢谢”，收港币 25 元。多数人都会掏腰包，对个别不愿意要的，她们也不生气，轻声细语地说一声，悄然而去。有一位食客，犹豫了片刻，还是付了款。他一边掏钱，一边自言自语：“唉，她的态度这么好，……”言下之意大有不忍拒绝之意。

这真是别开生面的又一赚钱行业！

4 坚持传统

在法国巴黎，每天总有几架飞机载着大圆型面包飞往美国、中东、德国及其他一些地区，还有飞机定期每周两次将同样面包空运日本东京。这些面包都在当天摆在国家元首、大公司董事长、影剧名星的餐桌上。据说，戴高乐和蓬皮杜任总统时，吃的也是这种面包。但谁曾想到，这些面包竟出自

一个巴黎青年面包师利翁内勒·布瓦拉纳祖传的面包烤炉！

利翁内勒·布瓦拉纳的祖辈，16 世纪开始从事面包制作，至今已传有近 20 位面包师。第二次世界大战期间，小麦极端匮乏，法国所有的面包师只得在面粉中掺进各种代用品。这使当时生产的面包越来越黑。与此同时，维希政府还公布一项法令，强制面包师只能做统一式样的面包，取消了法国各地花式繁多的品种。战后，法国物资比较丰裕，当时，社会公众都十分憎恨那种象征定量配给的“黑面包”，因此，几乎所有的面包师都改制白面包。只有利翁内勒的父亲彼得·布瓦拉纳继续做手工花式面包。许多朋友都劝彼得改换白面粉，安上一台电烤箱，以提高产量，然而彼得不听朋友规劝，也不顾面包售额下降，仍然顽固不化。为此，彼得曾被人们视为“傻瓜”，当作一个笑料。但他坚持说：“白粉包既无味，又不香，也缺乏褐面包的营养价值，对胃、内脏都无益，我绝不做白面包！”

利翁内勒开设的第一家面包店是一片门面狭窄，很不起眼的小铺子，他生产的面包全部都是从他父亲传下来的那座独一无二的烤炉中烘烤出来的。利翁内勒在他的小铺子里安置一张办公桌，他借助于 8 条电话线，世界各国的订货单便源源而来。有时，为了轻松一下，他就离开办公室，去制作一炉面包。他说：“一个真正的面包师绝不应该不与面粉和面团接触。”现在，他在巴黎郊区格拉玛建立了新烤炉，并雇用了 20 个工人，每天生产 10 吨面粉的面包。仅在巴黎地区，就有 300 家著名餐馆订购他的圆面包。巴黎的谢尔斯·米迪街和格雷约勒大道上的两家面包零售店门口，顾客经常排着长龙队，等候购买他的面包。目前，他的年营业额高达 2000 万法郎。