



涂永式 编著

中国商业出版社

西方经营奇趣谈



西方经营奇趣谈

涂永式 编著

9710.15



中国商业出版社

F 71

T 71

224930-

176D

西方经营奇趣谈

涂永式 编著

·
中国商业出版社出版发行
新华书店总店科技发行所经销
一二〇二工厂印刷

·
787×1092毫米32开 5.75印张 130千字
1989年2月第1版 1989年2月北京第1次印刷
印数：1-10000册 定价：2.20元
ISBN 7-5044-0253-2/F·160

出版者的话

商品经济的激烈竞争，促使经营者苦心孤诣，费尽心思去提供经营的方式。我们这本《西方经营奇趣集》，就是西方经营者们经营方式的集粹。

经营，似乎是个严肃的字眼，正规的专科训练，空气凝涩的谈判会场……，其实，许多经营方式并非能从教科书上学来，富有想象力的创新经营方式往往出自普通的经营者。稍稍改变一下你的企业的经营风格和方式，你或许会发现人们司空见惯或他人不愿去行动的新思路考虑出来的经营方法，使你获得了意想不到的效果。

我们出版这本书，就是希望经营者们从他人的经营方式中得到有益的启迪，转而思考自己的经营思路，并结合自己的特点，思索出更为独特的吸引顾客的经营路子来。

但愿我们的想法不会落空，同时也希望读到这本书的诸君确实能从这本通俗的读物中真正获得效益。

一九八八年元月

目 录

商 店	
幻想商店·····	(3)
“死玫瑰”商店·····	(4)
“老鼠货”商店·····	(5)
“鸟眼”商店·····	(6)
“独一无二” 商店·····	(7)
怪缺商店·····	(9)
巨物商店·····	(10)
绿色商店·····	(11)
“军服”商店·····	(12)
称体重商店·····	(14)
记者商店·····	(15)
职业妇女商店·····	(16)
“被遗忘的女人” 商店·····	(17)
女子商店·····	(18)
“左撇子”商店·····	(18)
间谍用品商店·····	(20)
设计商店·····	(23)
样本商店·····	(24)
便民商店·····	(26)
“7~11”商店·····	(27)
“6~12”商店·····	(29)
动手商店·····	(30)
电话订货商店·····	(31)
廉价商店·····	(32)
自动降价商店·····	(34)
买卖商店·····	(37)
无牌商店·····	(39)
无店铺商店·····	(40)
“无主意”商店·····	(42)
流动汽车商店·····	(43)

科学商店·····	(44)
人造土壤商店·····	(46)
人体器官商店·····	(47)
动物骸骨商店·····	(48)
“自己友”商场·····	(49)
盲童玩具商店·····	(51)
以物易物商店·····	(52)

餐 馆

“猜猜谁来吃晚餐”

餐馆·····	(57)
“自定价”餐馆·····	(58)
“自助服务”	
餐馆·····	(60)
“当面菜”餐馆·····	(61)
“最糟菜”餐馆·····	(62)
野菜餐馆·····	(63)
“百灵鸟”餐馆·····	(63)
“绿林好汉”	
餐馆·····	(64)
海盗餐馆·····	(65)
侏儒餐馆·····	(66)
聋人餐馆·····	(67)
儿童餐馆·····	(68)
动物餐馆·····	(69)
减肥餐馆·····	(70)
书报餐馆·····	(71)

钓鱼餐馆·····	(72)
飞机餐馆·····	(72)
村舍餐馆·····	(73)
旋转餐馆·····	(74)
风车餐馆·····	(74)
倒立餐馆·····	(75)
良心茶馆·····	(75)
“粉红色迷宫”	

酒店·····	(76)
“棺材”酒店·····	(77)
“大不满意”	
酒店·····	(78)
酒桶酒店·····	(79)
怀旧酒店·····	(80)

旅 馆

“死人”旅馆·····	(85)
蛇缠旅馆·····	(86)
昏睡旅馆·····	(87)
称体重旅馆·····	(88)
“三浦百惠”	
旅馆·····	(89)
电脑旅馆·····	(90)
树上旅馆·····	(91)
方舟旅馆·····	(93)
茅屋旅馆·····	(94)
酒桶旅馆·····	(95)

水底旅馆	(96)
水上旅馆	(97)
空中旅馆	(98)
盒式旅馆	(99)
汽车旅馆	(100)
火车旅馆	(102)
流动旅馆	(103)
古堡旅馆	(103)
农庄旅馆	(106)
假日旅馆	(107)
结婚旅馆	(109)
长寿旅馆	(110)
无噪音旅馆	(111)
禁烟旅馆	(113)
儿童旅馆	(113)
青年旅馆	(115)
老人旅馆	(117)
残废人旅馆	(118)
家庭式旅馆	(120)

市 场

“跳蚤”市场	(125)
庭院市场	(126)
“转手货”市场 ...	(127)
水上市场	(128)
室内市场	(129)
圣诞节市场	(131)

星期日市场	(132)
义卖市场	(133)
拍卖市场	(135)
全自动超级市场 ...	(136)
蔬菜超级市场	(138)
火车站蔬菜市场 ...	(139)
以物易物市场	(140)

服务公司

猎头公司	(145)
剪报公司	(146)
论文公司	(148)
搬家公司	(149)
母爱公司	(151)
拍卖公司	(152)
私人保镖公司	(153)
“填空档”公司	(154)
没有办公室的 公司	(155)
电话道歉公司	(156)
经销意见公司	(157)
形象美咨询 服务公司	(158)
鉴别冒牌货 服务公司	(160)
结婚服务公司	(161)
清洁服务公司	(162)

其 他

自助洗衣店 (167)

K 书中心 (168)

运动消气中心 (169)

学生银行 (170)

路边银行 (171)

没有利息的银行 ... (172)

保管箱出租业 (174)

卫生剧院 (175)

商店



幻想商店

美国心理学家苏珊·亚当和几位伙伴开办了一间“幻想商店”，在不违背社会道德规范和法律允许的范围之内，为人们提供各种超常识、超常规的特殊服务，使顾客的一些看来不切实际，荒诞不经的幻想变为现实，满足顾客某种心理上的特殊要求。该商店自开业以来，门庭若市，生意兴隆。

“幻想商店”利用各种现代化的设备和技术，尽量满足顾客提出的要求，如帮助顾客通过巨大的电子望远镜观赏夜空景色；为收入不高、地位卑微的人们提供乘坐只有富人才买得起的高级小轿车去参加一个历史悠久的学校的摹拟典礼的机会；让顾客在傍晚交通最拥挤的时刻乘坐直升飞机从街心一掠而过，以显示其不受严格的地面交通规则的限制，等等，

然而，有一些顾客的要求比较奇特。如一个身有残疾的计算机推销员，企图成为一名F-15战斗机驾驶员；一位在事业上毫无成就的末等舞女，时刻幻想得到身著闪闪发光的羽毛编织服装，跳着高雅的色列罗舞的照片；还有一位女士想与4米多长的巨蟒拥抱……。商店都帮助他(她)们实现了自己的幻想。

更有一些顾客别出心裁，坚持要实现一些令人不可思议，看似荒谬的幻想，商店也千方百计地满足他们的愿望。如有一位女银行经理，幻想通过搞一些破坏性活动摆脱纠缠不休、日益加深的个人烦恼，该商店替她出谋划策，通过合法途径用甘油炸药摧毁了一幢破旧楼房。该商店还实现了一位年轻貌美的女广告代理商的梦想，使她穿着华丽的裘皮大

衣，手牵一名用狗链子套着脖子、显得可怜巴巴的漂亮年轻男子，旁若无人地步入一家豪华餐馆。

在成功地使每一位顾客的幻想得以实现之后，该商店还要分别免费赠送一本装潢精美的纪念相册，相册上注明在某年、某月、某位顾客的某一愿望得到实现；并为他们曾在有生之年经历过的这一最惬意的时刻留影纪念，一起珍藏在纪念相册内。

“幻想商店”专门销售人们臆想得到的、虚无缥缈的“幻想”商店。它深刻地揭露了资本主义社会公众心灵的极端空虚和精神的颓废；同时，也说明资本主义社会企业家们精明练达，善于经营，无孔不入，千方百计地满足消费者的需求，为消费者服务。这种对市场的“透视能力”虽不直得称道，却可以让我们引为借鉴。

“死玫瑰”商店

“死玫瑰”商店是由智利的一位名叫凯文·米毛的人创办的。该店专门出售、寄送枯死的花瓣、花叶以高明、礼貌的方式为失恋者、受骗者、失意者、落泊者行使报复。

1985年，凯文·米毛失恋了。在痛苦与愤怒的徬徨之中，他发现窗台上一盆美丽的玫瑰枯萎了。于是，他灵机一动，剪下那朵死玫瑰，用一根黑色的丝带扎好，寄给了以前的恋人，心绪也似乎有所好转。

由此事得到启发，凯文·米毛于1986年在智利的首都圣地亚哥开办了一个专门出售、寄送枯花、死花的商店，并命名为“死玫瑰”商店。“死玫瑰”商店自开业之日起，博得各

方人士欣赏，每天顾客盈门，应接不暇。那些垂头丧气、心存报复的人源源不断地从全国各地涌来，要求米毛寄枯萎的花瓣、枯黄的花叶给感情骗子、下流老板、卑鄙的生意合伙人以及把爱情当游戏的轻薄姑娘，对他们进行道德上的审判和良心上的谴责。

“死玫瑰”商店价格较高，每寄一束枯萎的玫瑰收费40美元，比购买一束鲜花的价格高出近一倍。

智利的一个社会组织走访了1,000名收到死玫瑰的人士。他们中的大多数人表示，在这种极其发人深醒、催人反思的“礼物”面前，深感内心的愧疚，而对送礼者能以这种文明和礼貌的方式说出最后一句话表示感激和敬佩。有趣的是，智利刊的司法机关于凯文·米毛的事业还给予了肯定。

“老鼠货”商店

香港有一“老鼠货”商店。这个商店是由盗窃集团，或与盗窃集团关系密切的商人开办经营，专门推销赃物、销毁罪证、牟取暴利。所谓“老鼠货”商店，是比喻店内销售的商店来路不正，如同老鼠一样鬼鬼祟祟、偷偷摸摸盗、劫、抢、窃得来的。

香港是购物天堂，云集了世界各地的商品，吸引着全球的富商大厦。商品之丰富，品种之齐全，价格之低廉，无与伦比。但同时，香港又是罪犯的“乐园”，各种偷窃、抢劫珠宝、银行、食品店、服装店、电器公司、照相器材、汽车的案件时有发生、有时甚至在光天化日之下行凶作案。罪犯们抢劫、偷来的商店，必须推销，出卖，换成金钱，才万无一

失。于是，盗窃集团或者假立门户，瞒天过海，开店销售；或者拉拢、收买、利用商人帮助推销，遮人耳目，坐地分赃。

“老鼠货”商店由此而生，货源丰富，无本经营，获利颇厚。

“老鼠货”商店的经营方式、商品陈列、店堂布置等与一般商店别无二样，出售的商品种类很多，从食品到日用品，从家用电器到小汽车，应有尽有，偷什么，就卖什么，什么需要销赃，就推销什么。出售货物的价格也比较灵活，讨价还价的余地较大，只要能尽快卖出，尽快销毁罪证即可。

“老鼠货”商店常常乔装打扮，鱼目混珠。它既能销赃毁证，庇护犯罪分子，危害公众利益；也常常暴露马脚，给侦探人员以可乘之机，顺藤摸瓜，一网打尽。在1986年，香港警察当局经过半年侦察，了解到全香港有“老鼠货”商店10余家。它们分布在深水、牛头角和南山等街区。如今，香港警务处已派出警察查封了两家“老鼠货”商店，拘捕了30名盗窃集团的男女成员，起出价值约30万港元的赃物。

“鸟眼”商店

美国一些巧于钻营、熟谙世事的鸟商，开设了一种专门供应、销售各种经过训练、取得合格证书的鸚鵡。这种商品出售的鸚鵡，并不是供人喂养，学舌取乐，而是专为盲人引路、弥补人眼失明之不足。故被人们形象地喻为“鸟眼”商店。

盲人用家犬领路，沿袭多年，人们熟视无睹，不以为奇。但美国的鸟类学专家认为，如果用训练有素的鸚鵡代替狗为盲人领路，取得的效果将会更能令人满意。

鸟类专家认为，与狗相比，鸚鵡不但目光敏锐，而且善于辨别各种不同的颜色，还可以模仿人语，说出简单的词句。经过训练的鸚鵡，能根据交通信号灯的变换，马路上行驶车辆的多少，以及人行道上的障碍物、人群等情况，随机应变地说出诸如“停步！”“走！”“向左拐弯！”等口令，尽职尽责，为盲人领好路。盲人平时在户外蹒跚散步时，鸚鵡也会及时告诉自己的主人，应该怎样避开迎面来的狗，绕过路边的电线杆，或者让开行人、机动车辆，为盲人充当最理想的向导。此外，鸚鵡娇小妩媚，逗人喜爱，进食也少，饲养一只鸚鵡的费用远低于饲养一条狗的费用，且鸚鵡的寿命较长。一个盲人养一只鸚鵡就可以为自己领路终身。这些道理，都成为鸟商们开设专门饲养、训练、销售领路鸚鵡的“鸟眼”商店的理论依据和舆论支持。“鸟眼”商店定价比较灵活，根据鸚鵡掌握口令的多少，按质论价。每只鸚鵡的售价250~400美元不等。

“鸟眼”商店自开张之日起，就受到人们的关注。虽然一只鸚鵡的售价不算便宜，但求“鸟眼”心切的盲人还是慷慨解囊，一购为快。但更多的是为好奇心所驱使的明眼人，到商店游览，争睹鸚鵡的芳容，欣赏“鸟眼”的奇功。

“独一无二”商店

在美国纽约，有一片奇特的时装店，自诩为“独一无二”商店。这片商店专为顾客加工，印制各种不拘一格、稀奇古怪的服装图案熔绘画艺术和服饰美学于一炉，满足人们多样化、个性化，求异、求奇求趣的消费需求。

在这间商店门口，霓虹灯招牌一闪一闪，“独一无二商店”几个大字时隐时现。店堂里面的三张桌子上整齐地摆着15排颜料，每排14瓶，赤橙黄绿青蓝紫等色俱全。墙壁上有“绘画、创造和卓越”，“艺术浪潮”，“发现你的艺术才能”，“没有年龄限制，没有时间限制，没有任何限制”几行大字，颜色鲜艳，字体不一似乎在召唤过往的行人和进店的顾客。沿街挂了几件圆领衫，上面或绘着女人头像，或画着山水花草，或乱七八糟涂了几笔，件件皆是“杰作”，“独一无二”。

这家服装商店的面积很大，除了销售各式男女服装的柜台、试衣室外，还有创造“杰作”的“艺术之角”，店里所有没有图案的衣服都可以立即在“艺术之角”进行创作和艺术加工。顾客们花上几美元购得一件作为“原料”的白色圆领衫之后，如若灵感激发，想发挥自己的艺术才能，可免费使用这里的不褪色颜料和绘画工具，随心所欲地为白色圆领衫画画图案；若想请人代笔，则每件付画费七八美元。最吸引人的是“自然创作”。所谓“自然创作”，就是在一个转盘上抹上颜料，将圆领衫铺在上面，再盖上玻璃罩，然后开动机器飞转，停机后将圆领衫取出来便得到创作佳品。至于衣服上画的是什麼，任凭顾客海阔天空地自由想象，绝对是举世孤品，独一无二！当然，使用机器还得交费9美元。

商店的老板说：“美国人追求新奇，千方百计与别人不一样”。这恐怕正是他经营“独一无二”商店的最好论释吧！

怪 缺 商 店

造物主在缔造人类时，普遍运用了对称原理：每个人都有两只眼睛、两只手、两条腿、两只脚……。人类在制造和销售日常生活用品时，也遵循着对称原理，许多物品的生产都是成双成对销售也是成双成对。但是，有些人由于种种原因不幸致残，或缺只胳膊，或少条腿，或多长了一个手指，使用一般人所用的物品，有诸多不便。这些特殊消费者有着不同一般的特殊物品的特殊要求。在联邦德国，就有一家这样的“怪缺商店”。

“怪缺商店”专门经营一般大百货公司或大商店里不经营，一般厂家也不生产的各种古怪少见、缺货断档的商品，以满足各种特殊顾客的特殊需求。例如，商店里有专供六指人用的六个指头的手套，有供断臂人穿的缺一只袖子的上装，有供少一条腿的人穿的单腿裤子，还有下肢残缺者假肢上的泡沫鞋垫，缺脚人的单只袜子，单只鞋子，等等。该店除了经营怪缺日用品外，还有各种稀有食品，如无盐或少盐的食品，某种禁忌食物的代用品，等等。商品种类繁多，稀奇古怪，任顾客随意挑选。为了尽量满足消费者的各种特殊需求，扩大经营范围，该店还设立了怪缺商品登记簿，顾客可以把自己需要的、市场上购买不到的怪缺商品登记下来，商店便根据他们的要求代为设计、制造各种怪缺商品。

“怪缺商店”经营的怪缺商品，大多是小批量生产，加工过程较为特殊，设计也比较复杂，因而售价较高。但由于它销售一般商店所无，满足顾客之特需，仍然深受欢迎。