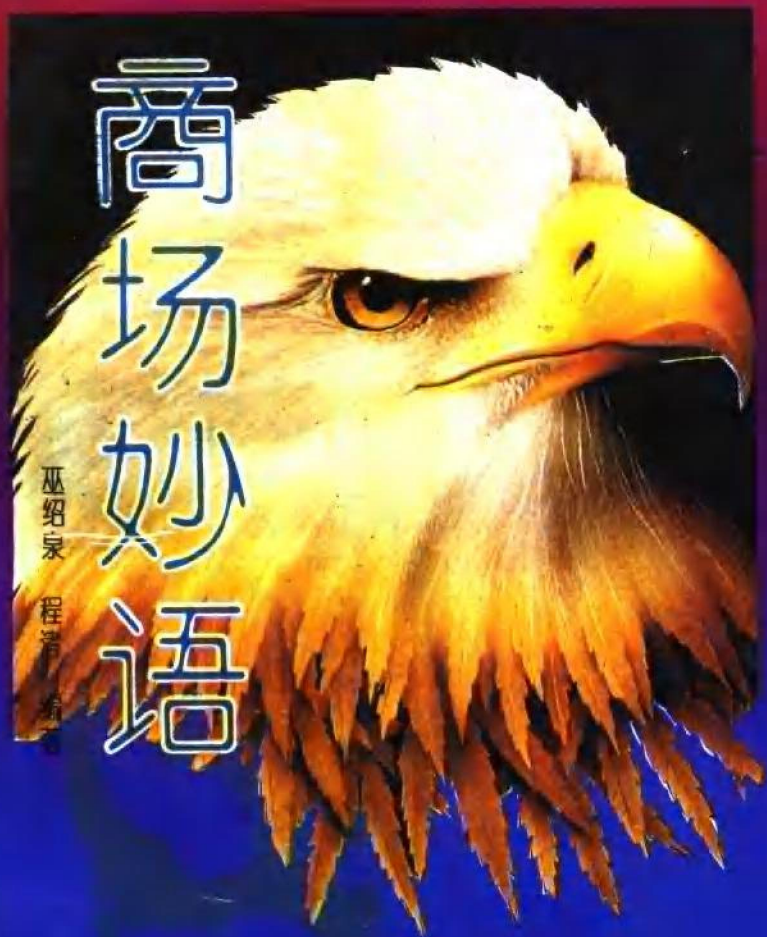


生意经系列

商场妙语

巫绍泉

程清



JMK/13.8

致读者



朋友，生意就在你的身边。可惜，哪怕有一百次机会，你都悄悄把它放过。不知你是否后悔？可曾叹息？

今日进步文明的社会，商品涌如潮流，机会人人皆有。有实力的企盼一日三翻，无本钱的指望白手起家——一样的米面，各人的手段！

朋友！你大可不必艳羡犹太巨贾的厉害，日本富商的精明，华侨名门的运筹，阿拉伯族的运气……。只要你有心生意，留意生意，了解生意，相信你定能做成生意。

——这就是我们编辑这套“生意经系列”的真正目的。希望她能成为你开创新局、驰骋商界的忠实伴侣。

《生意经系列》编委会

(川) 新登字 001 号

F713
W69
P163

责任编辑：汪伊举

封面设计：解建华

技术设计：何 华

生意经系列（第三批）

商场妙语

巫绍泉 程 渚 编著

四川人民出版社出版发行（成都盐道街3号）

西南民族学院印刷厂印刷

开本 787×960mm1/32 印张 5.25 插页 3 字数 90 千

1993 年 5 月第 1 版 1993 年 5 月第 1 次印刷

ISBN7—220—01234—8/F·187 印数：1—20000 册

定价：3.10 元

目 录

前言.....	(1)
一、英国人商战致胜术.....	(3)
二、美国人经商诀窍	(27)
三、日本人经营谋略	(73)
四、华人商法探秘.....	(108)
五、世界知名企业成功法则.....	(134)
附录：博大精深的世界商经.....	(155)

前 言

朋友，摆在你面前的这本书，是一个蕴藏丰富的聚宝盆，是一个功率巨大的加速器。

现代世界，“学而优则商”的浪潮迎面扑来。那么，自然就产生了这样的问题：

学习什么？

如何学习才会优异？

笔者就是带着上述问题去“请教”被世人公认的商界卓越人士。

英国商人自有英国人的雅致，美国商人自有美国人的创新，日本商人自有日本人的精明，华人经商自有华人的勤勉……人与人不同，花有百样红，一方水土养一方商人。

但是，诞生一个企业，发展一个企业，壮大一个企业，都离不开顾客第一、竞争意识、识人用人、生产管理和自我修养五个要素。

于是，笔者就以上述五要素，来考察诸种商法，并在每一要素后精选一典型案例，或许读者朋友可从中获得启迪。

他山之石，可为鉴。

豪言隽语更益人。

一、英国人商战致胜术

○题 记○



国是世界上第一个完成产业革命的国家。

17 世纪后半期，英国资产阶级革命成功后，经济得到飞跃的发展。18 世纪中期，英国工业总产值已占世界工业总产值的一半，成为全世界最富强的国家。

经过两次世界大战的打击，英国势力大为削弱，现在只是资本主义世界的二流国家。

虽然如此，这个曾经独领世界工商业风骚的国家，在现代世界工商业舞台上，仍然占据着不可忽视的地位；罗斯路易斯公司、友尼利福公司、沙知公司以及约翰·伊根、迈克尔·爱德华兹、科林·马歇尔等企业和企业家的名字，在世界上依然响亮，颇具魅力。

英国企业家以头脑清醒、办事果断及绅士风度而著称。

顾 客 篇

“态度亲亲昵昵，

讲话客客气气，

办事顺顺利利。”

名家之言

△友尼利福公司前总裁 大卫·奥尔——

如果一个经营企业无法日求更新，适应消费者的需要，问题将层出不穷。

△美洲虎汽车公司总裁约翰·伊根——

生产的绝对目的就是赚消费者的钱，同时又使他们满意。

△罗斯路易斯汽车公司创办人之一罗斯——

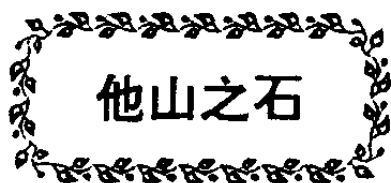
罗斯路易斯不是只管卖“车”，我们公司是要把“威信”与“信誉”都卖出去。

△塞恩思伯里食品公司前董事长 约翰·塞恩
斯伯里——

我们的形象是质量、价格公平和整洁，而不是
什么奖券、赠券、音乐。

△普里查德服务公司集团董事长 皮特·普里
查德——

大多数最成功的经理都将大部分时间用来关照
顾客。



确保客户满意

“大多数最成功的经理都将大部分时间用来关
照顾顾客。”

这是英国著名的普里查德服务公司集团董事长
皮特·普里查德留下的一句名言。

的确，对于任何一个企业来说，顾客都是它们
的生存之本，因而许多成功的的企业往往在处理同
顾客关系方面，给我们留下了宝贵的经验。

普里查德公司经营的基本方针之一，就是确保客户满意。

为做到这一点，公司作出了许多规定，诸如——地区经理或其助手必须定期访问每个客户，为其解决各种问题；

总店的电话交换机必须于每天早晨六点起开始工作，以便对客户意见作出快速反应；

对某些较为严重的问题，分部经理或分区经理在 24 小时之内必须赶到客户那里，寻求解决问题的办法；

客户方面提出的问题越严重，公司出面处理问题的人员级别也就越高。

等等。

在普里查德公司的经营史上，流传着这么一个佳话：

在某个星期五，有一位客户向公司打来电话，抱怨公司的服务不到家。

于是，包括总经理在内的 8 个高级经理在第二天都赶到了现场，并通过分析和处理，确保在下个星期一之前满足了客户的要求。

类似这样的例子在普里查德公司并不少见，公司的几乎所有高级管理人员都认为，他们这样做并不是小题大作。

就拿总裁普里查德来说，他对所有转到公司总部的客户意见都要亲自过目，并与有关部门的负责人一起抓到底。假如客户极为不满，他就坚持要看调查报告，并了解已经采取了哪些措施来满足顾客的要求，或者亲自制订处理计划并组织实施。

由于公司重视客户，确保客户满意，使它在人们心目中树立起了良好的信誉，许多客户都愿意与普里查德公司订立期限较长的合同。

现在，普里查德公司已由一家单一的清洁服务公司，发展到遍布全球、能提供多样化服务的企业集团，成为英国最成功的企业之一。

竞 争 篇

“对于一个企业家来说，机会固然重要，但是善于抓住机会则更为重要。”

名家之言

△友尼利福公司前总经理 科尔——

经营进退的步调十分重要，倘若一有错误，便

断绝了公司的生机。

与其求进而断绝生机，不如退而寻找生存之道。
只要能生存下去，终有发展的机会。

△英国石油公司前总裁 大卫·斯蒂尔——

不敢于承担风险的人是不会成功的。

△英国十大首富之一、航空公司总裁 科林·马歇尔——

优秀领导人员的成长道路不是一帆风顺的。

人不能总赢，我们必须明确失败也是领导人物
竞争比赛生活中的一部分这一事实，只要能避免不
犯相同的错误就行了。

△英国“时代英雄”、莱克公司创始人 弗雷第·莱克——

即使我破产了，其时间也不会长，破产不算什
么。

△BSC 企业前总裁 查尔斯·维勒斯——

做生意就如逆水行舟，不进则退。

因此，生意的兴亡，要看主事者能否因时顺变，
日新月异。

△通用电器公司前总经理 温斯托克——

我并不认为研究与开发是担风险，因为没有
一个公司能离开研究与开发而生存。

△德尔塔工业金融公司前总裁 洛德·凯特寇德

——
意欲达到成功的境界，企业必须能跟上时代快
速变动的脚步，我们要知道，不进则退，一味停滞
原地无异于落伍、开倒车。

△克拉克公司前董事长 丹尼尔·克拉克——

成功的企业把握自身的命运。

△联合酿酒公司总经理 斯特罗恩——

你必须致力于创新，否则，你凭什么获得真正
的竞争优势？

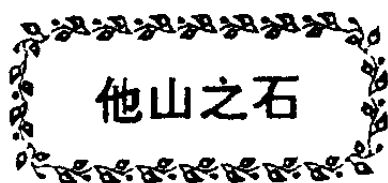
△英国最大的市场研究公司、AGB 公司创始人之一

伯纳德·奥德利——

我们必须经常审查我们的预见性，不断使之跟
上形势。

△立布克集团前总裁 西伟尔·史定——
迅速应变是生意兴隆的要诀。

△雷兰德公司前总裁 理查·杜柏森——
不要让错误一再地延续，它的害处只会日益加重的。



暂时的失利者

1966年，英国一家私营航空企业——莱克航空公司成立了。

在异常激烈的航空业界竞争中，该公司不仅站住了脚跟，而且实力逐步扩大。

它所运用的法宝，就是出售廉价机票，来满足中下层人民的需要，与其他势力雄厚的航空公司较量。

该公司的创办人弗雷第·莱克出生卑微，家境贫寒，在极度贫穷中长大成人，对中下层人民的生活有较深的了解和体会。

因此，莱克航空公司成立伊始，莱克就以出售

廉价机票做为竞争手段争取顾客。这实在是精明之举。

当时，莱克公司设立的飞越欧美两洲之间，被称为“天空列车”的航线，票价之低，举世无双。

乘坐“天空列车”往返纽约—伦敦一次，仅仅只需 99 美元！

这种惊人的低廉票价备受大西洋两岸社会底层人民的欢迎，人们蜂拥而来，争相乘坐“天空列车”。

结果，在“天空列车”启动后的头 11 个星期里，莱克公司获利近 100 万美元。以如此低的票价获得如此高的利润，这一不凡的业绩，令航空业界的同行们目瞪口呆。

随之而来的是弗雷第·莱克和他的公司名声大振。

伦敦《每日快报》称莱克为“我们时代的英雄”；

英国政府称他是“自由市场经济中一个成功的象征”；

西方企业界将他誉为“自由企业中获得成功的一个杰出榜样”。

莱克的“天空列车”出现后，引起了经营北大西洋航线的约 40 家航空公司的票价“大战”。他们联合起来，共同对付弗雷第·莱克。

1982年2月5日，由于西方经济的衰退和同行的激烈竞争，加之其他各种各样复杂的原因，莱克航空公司宣告破产。

消息传出，英国大多数人特别是社会中下层人民自愿捐款，发起了抢救运动。

而莱克，这位享誉欧美的“廉价机票之父”却仍然自信地宣称：

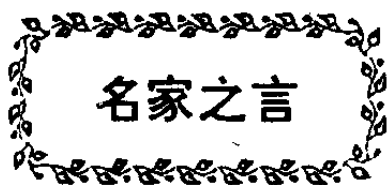
“即使我破产了，其时间也不会长，破产不算什么。”

我们有理由相信，莱克公司的破产，绝不是由于其竞争之术有什么问题；同样，我们也相信，弗雷第·莱克只是一个暂时的失利者。

人 才 篇

“财富不是朋友，

朋友才是财富。”



△科林·马歇尔——

一个成功的领导应该绝对地具备哪一个条件？

我认为这可以归纳成一个词，并且相当简单的词：关心。

我不能说关心他人的领导方法是极为明智的，甚至说是完全新颖的，但我敢保证，在我的经验范围内，它是最为有效的。

如果雇员认为，你能关心他，或者在感情上非常理解他的话，那么，他就愿意尽心尽力，甚至不顾一切地完成他所接受的任务。

犯错误是可以接受的，确实，如果雇员们不犯错误，那么就可能只是维持现状，而不是在管理。不仅如此，我们将按照他们纠正错误的速度和效率，而不只是成与败的比例对他们作出评判。当然，他们必须从错误中吸取教训。

△温斯托克——

他们做什么我不介意，只要做得好。

△西方世界的管理巨人，英国最有效率的马克士·斯宾塞零售公司创始人 米采·马克士——

只要把人放在第一位，就不会失败。