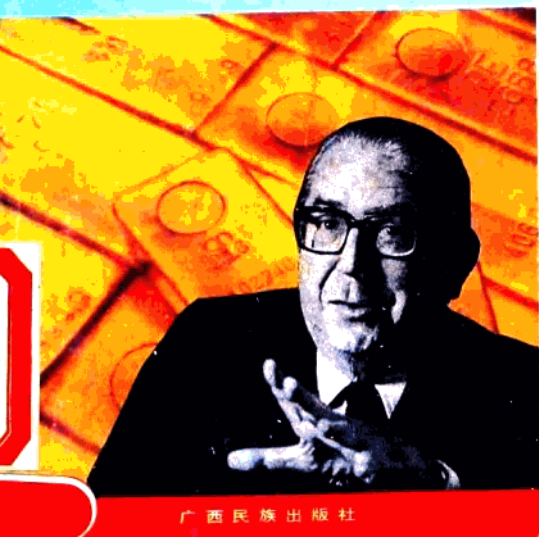


你也可以发达

# 发达秘诀208



广西民族出版社

# 目 录

|                   |    |
|-------------------|----|
| 自由神脚下的生意经·····    | 1  |
| 推销的诈术·····        | 2  |
| 慰问袋的生意眼·····      | 3  |
| 文具战里的“仿欧”战略·····  | 4  |
| “金券屋”的理财意识·····   | 5  |
| 5美元投资的生意·····     | 7  |
| 兴旺的“慈善”经营·····    | 8  |
| 婚礼中的市场学·····      | 9  |
| 商品宣传的“王妃效应”·····  | 10 |
| 米勒公司的促销策略·····    | 11 |
| “损坏免赔”的店规·····    | 12 |
| 微笑促销高价品·····      | 13 |
| 看气象定行销·····       | 14 |
| 分区负责的推销术·····     | 15 |
| 美国的抽奖促销·····      | 16 |
| “麦田面包”的一本万利法····· | 17 |
| 各得其所的联袂推销·····    | 18 |
| 比广告还灵的运动行销·····   | 19 |
| 从爱滋病中挖财路·····     | 21 |
| 小草也能换美钞·····      | 22 |
| 顾客的第二语言·····      | 23 |
| 次品售出以后·····       | 25 |

|                  |    |
|------------------|----|
| 坟场变成欢乐场·····     | 26 |
| 价钱可以一降再降·····    | 27 |
| 代理订、送报纸的销售法····· | 28 |
| 剪报也生财·····       | 29 |
| 小旅馆的“情感经营”·····  | 30 |
| “免费终端机”的经营术····· | 31 |
| 一先令与百万法郎·····    | 33 |
| “鬼屋”招食客·····     | 33 |
| 塑造“美国小姐”的谋略····· | 35 |
| 在花式自行车赛的背后·····  | 36 |
| 主办工作餐的新意识·····   | 37 |
| 虎豹书包的信息·····     | 39 |
| 追求最佳的收支时间·····   | 40 |
| 土商品卖好价钱·····     | 41 |
| 以诚实赢取信赖·····     | 42 |
| 偏上“名山”争名利·····   | 43 |
| 客房“硬本本”的功能·····  | 44 |
| 近乎游戏的拍卖经营·····   | 45 |
| 以奉献精神赢得客户·····   | 46 |
| 便利商店的便利经营·····   | 48 |
| 一举数得的意见录音·····   | 50 |
| 为“尖端消费群”筹谋·····  | 51 |
| 时髦服装的“再生”业·····  | 52 |
| 在笑声中学做生意·····    | 53 |
| 医院门外的诊所·····     | 55 |
| 多彩的太阳镜市场·····    | 56 |

|                     |    |
|---------------------|----|
| 遍布美国的清洁公司 .....     | 57 |
| 悄悄兴起的家庭服务业 .....    | 59 |
| 打进影视界的资料服务业 .....   | 59 |
| 未来的“科技消费” .....     | 60 |
| 兴旺的美国钓鱼市场 .....     | 62 |
| 新兴的“人奶银行” .....     | 63 |
| 日本的再包装行业 .....      | 64 |
| 录像带的“自助市场” .....    | 65 |
| 黄金般的“单身市场” .....    | 66 |
| 皆有可为的奇售贸易 .....     | 67 |
| 从袖珍棺材想到“情趣商品” ..... | 68 |
| 争夺中的老人市场 .....      | 69 |
| 无声的商品“夺位战” .....    | 70 |
| 热门的婚礼市场 .....       | 71 |
| 纷繁多彩的新潮表市场 .....    | 73 |
| 旧衣改款也生财 .....       | 74 |
| 奇俏的女服市场 .....       | 75 |
| 白手致富有10行 .....      | 76 |
| 商场布局的巧妙构思 .....     | 77 |
| 在常见中开发新产品 .....     | 78 |
| 瞄准少儿的超级书店 .....     | 79 |
| 硅谷的风险投资 .....       | 80 |
| 经营“古味”的百年酒店 .....   | 81 |
| 只“骑一匹马”的寿星餐厅 .....  | 83 |
| 重振百年企业的“韦尔契症” ..... | 84 |
| “五月病”的病因与“治方” ..... | 86 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| “弹性旅游” .....        | 87  |
| 吃佳肴与“吃”气氛 .....     | 88  |
| 保持“野蛮”形象的道奇城 .....  | 90  |
| 听到里根遇刺之后 .....      | 91  |
| 卡拉OK与酒廊餐厅 .....     | 91  |
| 为“三点式”开路的原子弹 .....  | 93  |
| 招揽生意的“垃圾”邮件 .....   | 94  |
| 消闲的“派对”电话 .....     | 95  |
| “自我服务”的IKEA .....   | 96  |
| “跳蚤市场”的把戏 .....     | 97  |
| 将要发生的购物官司 .....     | 98  |
| 逼迫买主的花卉拍卖 .....     | 100 |
| “蛇王”的薄利之道 .....     | 101 |
| 展销会上办赛猪 .....       | 102 |
| 废物变贺卡 .....         | 103 |
| 一小时点心 .....         | 103 |
| 珠宝店的钻石鞋 .....       | 104 |
| “圣鱼”在向游客招手 .....    | 105 |
| 闹市里的“断崖绝壁” .....    | 106 |
| 汉城亚运会的生意经 .....     | 107 |
| “侦察之旅”与“梦幻酒店” ..... | 109 |
| 钻空门的婚姻服务 .....      | 110 |
| 出售“意见”也受宠 .....     | 112 |
| 编写“食经”发财 .....      | 113 |
| 中餐引进“西吃”法 .....     | 114 |
| 年画上的千元钞票 .....      | 115 |

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 音乐茶具迎宾曲·····      | 116 |
| 伊朗门事件的摇钱树·····    | 117 |
| 游客与猩猩伴餐·····      | 118 |
| 当铺迎合富豪·····       | 119 |
| 坐在车里庆乔迁·····      | 120 |
| “橱窗菜单”的透明度·····   | 121 |
| 搬家公司的法宝·····      | 122 |
| 美女向路人求救·····      | 122 |
| “秀”在现场·····       | 123 |
| 手表“吊起来卖”·····     | 124 |
| 扮演了“黔驴”的点心卡·····  | 125 |
| “陈列”的诱惑·····      | 127 |
| 办公室午餐推销术·····     | 128 |
| 地产出售的诈术·····      | 130 |
| 首先要推销自己·····      | 131 |
| 把自己推销出去·····      | 132 |
| 温馨贴心的促销服务·····    | 133 |
| 商场摆设的学问·····      | 135 |
| “红配绿对对送”·····     | 136 |
| 零售新花招·····        | 137 |
| 在交友中推销·····       | 139 |
| 促销五计·····         | 140 |
| “送”上门的图书出租·····   | 141 |
| 以“热”带“冷”的经营法····· | 142 |
| 清洁公司的生财之道·····    | 143 |
| 巧妙增值的组合经商法·····   | 144 |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 手法灵活的快餐·····       | 146 |
| 物美价廉的成名术·····      | 147 |
| 以“实惠”作招徕·····      | 148 |
| 买卖里的“人情味”·····     | 149 |
| 中英街的密集经营·····      | 150 |
| “小小世界”生大财·····     | 152 |
| “包办”婚姻的家族式经营·····  | 153 |
| 中小餐馆制胜要诀·····      | 154 |
| 日本的“无人市场”·····     | 155 |
| 要看到“代用钱”背后·····    | 156 |
| 看透心理的服装租赁术·····    | 158 |
| 幼苗“工厂”的“大入大出”····· | 159 |
| 行业化的“现代红娘”·····    | 160 |
| 冲出百货业的DJY商品·····   | 161 |
| 图书市场的“信息漫画”·····   | 162 |
| 芳名酬金几十万·····       | 164 |
| 千亿美元的体育市场·····     | 165 |
| 老电车新市场·····        | 166 |
| 美国戒烟业在走红·····      | 167 |
| 现代说客·····          | 169 |
| 消费市场的“特许状”·····    | 169 |
| “工商武侠”出没在书丛中·····  | 171 |
| 拍卖“芭比小姐”·····      | 172 |
| 没有柜台的“商店”·····     | 173 |
| 运动鞋清洁剂与鸡群隐形眼镜····· | 175 |
| 仙境般的威斯廷·····       | 176 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 灵活多变的美国亚裔银行·····    | 177 |
| 为了妇女谋生·····         | 178 |
| 从迷你裙到迷你车·····       | 179 |
| 取代传统饮食的快餐·····      | 180 |
| 巴基斯坦的“星期五市场”·····   | 181 |
| 医治“文明病”的“自然餐厅”····· | 183 |
| 校园里的“商业区”·····      | 184 |
| 他从废纸堆里跃起·····       | 185 |
| 绝对保密的“文明病”·····     | 186 |
| 欣欣向荣的宠物新市场·····     | 188 |
| “雅俗共赏”的古董抢购热·····   | 189 |
| 在古典韵味中见新潮·····      | 191 |
| 摆布设计师的“内衣时装”·····   | 192 |
| 席卷美国的露脐时装·····      | 193 |
| 香港食肆种种·····         | 195 |
| 即将崛起的“电脑西服业”·····   | 196 |
| 微也足道·····           | 197 |
| 抛弃终身雇佣的日本企业·····    | 198 |
| 创新弃旧的产品更迭·····      | 199 |
| 糖果巧造鸡心型·····        | 200 |
| 色调浪漫的美国蜡烛·····      | 201 |
| 再度复出的木制礼品·····      | 202 |
| 洗碗机的潜力·····         | 203 |
| 注入新技术的旧玩具·····      | 205 |
| 历“磨”不衰的牛仔褲·····     | 206 |
| 仿珠宝首饰重展芳容·····      | 207 |

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 安全益智的儿童用品.....    | 208 |
| 人造水果的魅力.....      | 210 |
| 人造皮裘方兴未艾.....     | 211 |
| 雄踞世界的“水中活宝石”..... | 212 |
| 营养丰富的快餐盒.....     | 214 |
| 陶朱公的“生意经”.....    | 215 |

## 自由神脚下的生意经

1988年的自由女神像百岁生日（7月2～6日）庆典活动，给美国掀起了崇尚自由女神像的热潮，也给自由女神像罩上了一层浓厚的商业色彩。

这次庆典，首先使美国政府及各大公司财源广进。政府有关方面展开了一项全球性的“出售自由女神像纪念币活动”。其中的50万枚5元金币，一下子悉数售罄，而且价格居然涨了3倍；少数阔佬为观看庆典活动，专门购买里根总统乘坐的“肯尼迪”号航空母舰的船票，每张要1万美元，据说这票还十分抢手，唯有采取“抽奖”式的邮寄办法进行分售。在一些活动地区，如在炮台公园建造的可接纳3.2万观众的露天看台，门票是1000到1500美元；就连能容纳近800万观众看典礼或各种表演的曼哈顿和新泽西沿岸这两个地区，每张门票也要40到60美元。大量游人的涌入也为纽约当局带来了可观的收入。据纽约市长援引的统计数字显示，在历时4天的庆祝活动中，游客花费了5亿美元，从而使纽约当局获得了2500万至3500万美元的营业税收入。

许多大公司和商店也利用自由神像大发其财，共有800多种印有自由女神像的应景商品和纪念品推出市场竞销，收入高达4亿美元。美国广播公司由于捐赠给“基金会”1000万美元，而获得独家播放揭幕典礼的权利，使这家公司得到了3000万美元广告费的收入。

不过，经销T恤、装饰品、汽水、啤酒和食物的街头商贩却多血本无归。6日下午，所有食品和大部分商品都半价

出售，自由神像头冠由5美元减降至1美元。兜售积压的T恤的商贩向路人凄楚地叫喊：“请买T恤吧——我要回家！”

## 推销的诈术

美国虽是工商业高度发展的国家，但在激烈的竞争下，市场难于扩充。为了解决推销问题，一些商人不择手段，甚至玩弄诈术，愚弄顾客。常见的有如下几种：

通过广告大吹“免费”“赠送”。如你花钱冲印一卷胶卷，就可得到一张“赠送”的放大照，这花招正好迎合一般好占小便宜的顾客。

美国商店的商品标价极少数是整数的，居多有零头。如顾客本想购20元的商品，商店的标价却是19.98元或19.99元，使顾客产生错觉，认为便宜而决然购下。

削价是一种对顾客很有吸引力的招式。如一顶假发，标价59元，然后自行划掉，在其下另标19.98元，使顾客认为太合算了，非买不可。其实假发的底价只是11元。商人从中大赚其钱。

削码方式也很容易使顾客上当。如商品不标价而只标以半价或几成出售，实际当你去购买时，真正的叫价已提高了1倍或几成。要知道，商人把货物亏本半数卖出是天下没有之事。

小部减价的花样多出于超级市场。这种商店营业鼎盛，竞争剧烈，故每天广告必有几种货物真正贬价，吸引顾客上门后，同时购买。

此外，还有空号、邮票等推销术。空号是商人通过邮差，挨户分送各印有一号码的广告，说明在某一期期间内，逐日在商店内公布一批不同的号码，中者便可购到若干廉价的商品。至于邮票，是商人在街头钉着标有“邮票”字样的信箱式机器（箱口标明钱数）里玩弄的花样。当你把钱如数投入箱内，按说明攀动把手后，便会漏出一张贴有邮票的硬卡片，卡片上的表格注明：“请把你的姓名地址填入表格内，再投入信箱，你就有获得100元的希望。”

美国少数商人为竞争而玩用诈术，这对国誉是有所损的。

## 慰问袋的生意眼

每逢佳节倍思亲。远在他方工作学习的人，逢年过节如能收到一份家乡亲人寄来的礼物，会是多么高兴啊！

美国有一商人，很懂得人们的这个心理，专门干起了推销慰问袋的生意。他从上大学时就开始做这门生意了。在刚入学时，他就特别注意那些住在学生宿舍或是在校外附近居住的同学，并设法把这些同学的名单及他们的家庭住址抄下来。等到考试临近的日子，他就寄信给这些学生的家长：“学校已进入了紧张的期中或期末考试阶段，你想慰问并鼓励您那因准备考试、日夜苦读而疲倦不堪的儿女吗？哪怕是一点水果、点心及日用品也好，虽然东西不多，却是礼轻情意重啊！这样，您的儿女定会感受亲人关怀的温暖而更加努力去用功学习。我想，您是不会吝惜这区区小钱的。如愿意，请您在这张单上填下名字，并汇上5角钱，我们会替您买好装

上，直接把您的礼物送给您的儿女。……”

这个商人做这项慰问袋的生意已经3年多了。他兴奋地说：“我愿意做这项沟通父母和儿女之间的桥梁工作。因为，我给许多同学带来了温暖和喜悦，同时我也赚了一笔不算少的钱。”

## 文具战里的“仿欧”战略

近几年来，新加坡经济飞速发展，文化需求也越来越高，文具消费市场日益扩大，青少年渴望追求新潮之风日盛。鉴于此，日本厂商便抓住时机，大量生产外观精美、款式新颖的“新潮文具”，象潮水般涌进了新加坡。这些以色彩、造型取胜的新潮文具，在极短时间内便成为当地青少年心目中的宠儿，从而攻占了整个新加坡文具市场：如“美丽的星期天”牌系列产品，具有新奇的款式、齐全的种类、色彩艳丽的外型，以及那配上青春少女画像、散发出诱人魅力的装潢，在新加坡一面市，很快便掀起了抢购热潮。“心”系列产品也凭着“美丽的星期天”销售的余威，紧接着“粉墨登场”，结果又赢得了许多少女的心，在市场上占了一席之地。

头炮打响，令日商信心倍增。精明的日本人把眼光又瞄向另一块阵地——办公室文具市场。他们了解到，以实用、价廉见称的中国办公文具及标榜品质优良的欧美办公用品，都因在设计上变不出什么新花样而渐渐在消费者中失宠。于是，他们又在其品质、设计、包装上下功夫，把一批“改头换面”的文具推向市场。这样，经改装了的中国、欧美式办

公用品便在新加坡文具市场掀起了滔天巨浪……

其后，台湾厂家也加入了这个竞争行列，去争吃新加坡文具市场这块“肥肉”。早期的台湾厂商以仿制日货为主，在设计上主要模仿日本款式，有的干脆加上进口图案就与日本展开对攻战，结果收效不大。后来，台商发现日货样式原来只是欧洲产品的翻版时，便改变策略，在设计上改向欧洲收集资料，并另创新风格，努力提高品质。这招果然奏效，台货很快便抢得不少市场。目前，在国际市场上行销的台湾文具不下1000种。

面对台货咄咄逼人攻势，日商奋起还击——在巩固原有市场的同时，大力开发新产品，把“量少样多”作为营业法量。例如：同样一种文具盒只生产2万个，一种笔记本的产则绝不超过2万本等。

就在日本、台湾厂商斗得不可开交之际，新加坡文具市场又悄悄地来了两个新的竞争对手——南朝鲜、泰国。这两个试图争吃一口“肥肉”的竞争对手，其产品虽一时难与台货、日货相媲美，但他们凭借台币、日币升值之机，以其低廉的价格作为进攻之“矢”，也占了新加坡文具市场一席之地。

目前新加坡文具市场的竞争愈演愈烈，出现白热化场面的时候不会太远了。

## “金券屋”的理财意识

日本人已给“精打细算”起了一个好听的名词，叫做“理财意识”。而目前正在兴起的“金券屋”，就是这种理财意识的产物。

近年由于物质甚为丰裕，日本人花费颇多的送礼，并由过去赠送实物改为送“商品券”、“礼券”、“图书券”等有价证券。而收到这类赠礼的人，或因家中不缺什么用的东西，或因住家离换货的商店太远，还不如折回现金来得实惠，于是便通过“金券屋”以相当于原价90%至95%的价码出让，“金券屋”则再加2%至5%的手续费转售给需要的人，“金券屋”就是这样一种专靠“过水湿脚”来维持的新兴服务业。

“金券屋”的业务，很受具有“理财意识”的人士赞赏。因为对于买券一方来说，可以用它买到比市价便宜3%至8%的商品。而在卖方看来，也能够轻而易举地将商品券换回现金，真可谓各得其所，大家的算盘都打得响。

现在，日本“金券屋”正如雨后春笋般涌现，它除了继续做礼品券的生意之外，还进一步扩大经营范围，举凡电话卡、旅游券、机票、车票，直到邮票和电影票，什么都要插手经营。倘若你走近日本东京的车站或者进入商业区，常常可以看到路人三五成群，驻足在只有二三平方米大小的店铺面前，眼睛来回扫瞄贴在铺面玻璃上的买卖行情，那毫无疑问就是“金券屋”在进行洽谈和买卖了。在日本人看来，只要认为价码合理，就可以大大方方地往店里走去，以一手交钱一手交货的方式完成交易，他们并不会觉得难为情或者有失身份，这也许是“理财意识”的作用吧！

## 5 美元投资的生意

很多人都喜欢看展览，因为它能增广见闻。但能象兰迪那样，看展览看得发了财的却是不多。

在美国加州，有一所专门提供“松弛精神”服务的治疗室——“你的宇宙”。当你觉得心里烦闷，精神紧张，便可以到那里去松弛。你只要花上10美元，就可以舒适地躺在“你的宇宙”里享受“同步能量机”的特殊服务。

首先你戴上一副眼罩和耳机，静静地仰卧在沙滩椅子上。这时你的眼前会闪动着一种十分柔和又富于韵律的光；耳边，远远地传来一阵阵风声和海浪声，还有心脏的搏动声……

经营“你的宇宙”的兰迪不是什么科学研究者，对“同步能量机”为什么会使人的神经松弛下来，也并无十分深入的了解。当别人问他怎么会经营起“你的宇宙”时，他就告诉人们：“有一天，我去参加一个高科技展览会。当时我根本没有想到要开什么治疗室，只是为了去看看热闹，增长点知识。可是当我来到由克里夫兰研究员丹尼斯·戈治斯发明的同步能量机前，看了他的介绍之后，就情不自禁地掏出5美元，尝试把烦恼卖给它。没想到其效果是如此神奇。以后我又试了几次，几乎上瘾了。”

其实兰迪已经上瘾了，而且到了“发烧”的地步。他把自己的所有积蓄换回了一台同步能量机，并且经营起专门的服务，发了财。现在他的“你的宇宙”已门庭若市，应接不暇。他还准备到全国各地开设分店呢。

## 兴旺的“慈善”经营

美国有一种专售旧货的商店，美其名为“慈善”店。这些旧货店并非人们想象中的路边店仔，而是开在购物中心，占地甚大，有的规模如百货公司，货物应有尽有。其价钱不一定便宜，但生意十分好，不仅穷人购买，有钱人也去光顾。

旧货生意之所以兴旺，是因为它打着慈善机构的旗号，招徕众多的热心顾客。事实上，这种旧货店并非慈善机构所开设，不过是借用福利机构的名义做买卖，然后将所赚的钱部分捐给福利会。很多此类商店大约是自己赚1.5元，1元捐给福利会，但有的则不是这样，如佛罗里达州的两家旧货店都是每赚2.5元才捐1元给福利会。

在美国丢弃旧物有时还得付钱给人，现在可“捐”给“慈善机构”，对丢弃旧物者何乐而不为。

对于福利会来说，不用动一根手指，只借出个名字，福利金就源源而来。

由此看来，“慈善”店对买卖捐献各方都有利。有的旧货店老桥就是靠买卖旧货变成富翁的。如从事旧货经营的佼佼者艾利生氏家族，有一位成员在过去6年中已赚了130万美元。又如伊利诺伊州一家旧货店，全年收入就多达82.7万美元。而捐给福利会只是29%。今天，这种“慈善”旧货店在美国越来越兴旺了。