

商战智慧与幽默

方子 素允 编



中国致公出版社

商战智慧与幽默

方子 素允 编

中国致公出版社

(京)新登字 196 号

图书在版编目(CIP)数据

商战智慧与幽默/袁世全编著. —北京:中国致公出版社,
1994.9

ISBN 7—80096—110—9

I. 商… II. 袁… III. 商业经营—普及读物 N.F715.49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 07654 号

中国致公出版社出版发行
北京市太平桥大街 4 号(邮编:100810)

中国纺织出版社印刷厂印刷 新华书店经销

*

开本:787×1092 1/32 印张:5.875 字数:125 千字

1994 年 8 月第 1 版 1994 年 8 月第 1 次印刷

印数:1—10100 册 定价:4.90 元

编 者 的 话

当你打开这本书的时候，会发觉摆在面前的是个“拼盘”。拼盘里的货色虽杂，但并不散乱，全是采摘自商海里的“海鲜”。

“妙趣横生广告窗”里，集中了一些新颖别致的广告和精妙绝伦的广告语，还有行行色色、别出心裁的广告术，当然也少不了令人捧腹的广告笑话。你读毕会在不知不觉间“上一当”，接受了商品宣传。你还将学会作广告的一些窍门和秘诀，在商海中一试身手。

“千奇百怪经营术”，介绍生意场的奇招怪术，经营上的新鲜花样，更有挖空心思的招徕新法，以及异想天开的新奇商品。在眼花缭乱的浏览之余，你会惊叹：商海之广，无奇不有！弄得好，你还会顿开茅塞，琢磨出一个什么绝招来，独辟出一条发财之路呢！

“五花八门生意经”这一栏，则是大款、经理、老板们从商的经验之谈以及他们的成功之道。当然，不是作报告，而是从一些轶闻趣事中现身说法，让你领略一番商海的风云变幻，体味一回商人的酸甜苦辣。更重要的是在目迷五色的观赏之后，领悟到一个商业人士应有的基本品格和职业道德。

“笑话百出买卖间”，这一部分故事最多，也最有趣味。凡与商业关联的笑话、谐趣，尽都摆出展览之。让你边读边笑，忍俊不禁，顿感风波险恶之商海中，阳光融融，春风和煦，喜气洋洋。特别是让你学会幽默，在商业经营中更善于待人接物，广交朋友，摆脱困境，赢得信任，在事业上取得更大的成功。常

言道：“人无笑脸不开店”，“和气生财”。笑与财本是双胞胎，你读过这些短文，更会深信不疑。

总之，当你掩卷之际，一定会回甘余韵：虽不能算是山珍海味，却不能不说是一道别具风味的“拼盘”。在商品经济大潮汹涌的今天，这种品尝毕竟是合意的，需要的，满足的。

如此，编者便万分满足了，谢谢！

目 录

编者的话	(1)
一、妙趣横生广告窗	(1)
幽默广告集锦.....	(1)
精妙绝伦的广告语.....	(4)
别出心裁的广告术.....	(5)
令人捧腹的广告笑话	(24)
二、千奇百怪经营术	(30)
别具一格的经营公司	(30)
挖空心思的招徕术	(32)
奇特的新职业	(43)
标新立异的产品	(46)
三、五花八门的生意经	(58)
各国生意经集锦	(58)
小发明带来大财富	(67)
林林总总生财妙方	(72)
耳目一新的商业趣闻	(75)
四、笑语百出买卖间	(96)
戏谑刁钻诡辩小语	(96)
谐语趣妙雕虫小技.....	(105)
贫民名流幽默同性.....	(125)
智慧幽默相辅相成.....	(155)

幽默广告集锦

旅游广告 荷兰一家旅行社刊出这样一则广告：“请飞往北极度蜜月吧！当地夜长 24 小时。”

美容院广告 一家美容院，门外挂了块广告牌，上面写道：“请不要向从本院出来的女人调情，她或许就是你的外祖母。”

饭店广告 一家小饭店，门边挂着一块牌子，上写：“请到这里来用餐吧，否则，你我都要挨饿了！”

化妆品广告 香港一家化妆品公司的广告是：“趁早下‘斑’，请勿‘痘’留。”

招生广告 某法语学习班的招生广告说：“如果你听了一课之后，不喜欢这门课程，你可以要求退回你的学费，但必须用法语说。”

花店广告 柏林一家花店开张的广告：“送几朵花给你所爱的女人——但是，请不要忘了你的妻子。”

新书广告 外国某作家为自己新出的书作广告，文字如下：“这本书包括 10 个短篇小说，我熬了许多夜才写出，现以一元钱献给读者，即一个短篇小说才值一角钱。”

眼镜店广告 一家眼镜店的广告：“眼睛是心灵的窗户，为了保护你的心灵，请为你的窗户安上玻璃。”

眼药水广告 广告只有一句话：“……滴此眼药水后，将眼睛转动几下，以使眼药水遍布全球！”

理发店广告 一家理发店的墙上，贴着这样一则广告：“别以为你丢了头发，应看作你赢得了面子。”

英国乡村理发店在村旁桥头立下这样一个广告牌，上边以

恐吓的口吻写道：“先生们，我要你们的脑袋！”

招聘广告 一家美国报纸登了这么一则广告：“招聘女秘书，长相像妙龄少女，思考像成年男子，处事像成熟的女士，工作起来像一头驴子。”

英国一家报纸广告栏上登了一则广告：“本牙科医生迫切需要一位女秘书兼接待员。请挂电话联系，如无人接电话，则该职位仍然空着。”

打字机广告 香港一家打字机公司的广告是一句谚语：“不打不相识。”

矿泉水广告 矿泉水广告画面旁写着四个大字：“口服心服。”

洗衣机广告 香港报纸上的洗衣机广告是一句成语改动一字：“闲妻良母”。

香水广告 “本产品最能吸引异性，故随瓶奉送‘自卫教材’一份。”

百货公司广告 某百货公司售货大厅里悬着一幅标语：“本店职工待人温和，有如父母欲嫁其女。”

空调器广告 空调器质量好不好不说，只说：“本品在世界各地的维修工是最寂寞的。”

印刷厂广告 “除了您省下的钞票以外，承印一切。”

驱蚊器广告 使用常用成语改动一个字：“默默无蚊。”

牙医广告 牙医门诊部外写着一块牌子：“请放心地来补牙，就是他（她）吻您的时候，也不会察觉。”

加油站广告 一加油站挂着一块安全广告牌，上书：“假如阁下烟瘾发作，可以在此吸烟。不过请留下地址，以便将阁下的骨灰送交家人。”

酸汁饮料广告 台湾一家饮料公司广告词是：“小别意酸酸，欢聚心甜甜。”

酸奶广告 美国一家酸奶厂广告词为：“甜而酸的酸奶，有初恋的味道。”

香皂广告 推销香皂，突出其美容效用：“今年二十，明年十八。”

牛奶厂广告 某牛奶厂在报上登出一则幽默广告：“如果您每天吃一瓶本厂出品的鲜奶，连续坚持 5214 个星期，您将会活到 100 岁！”

营建公司广告 公司规模不大，实话实说：“工程不嫌小，太大吃不消。”

热水器广告 热水器产品广告词：“别只看本品价高，若购买便宜的热水器，会使你陷入水深火热之中。”

鞋油广告 “为足下争光！”

瓜子广告 “一嗑就开心！”

药品广告 挪威报纸上有则广告说：“一种从美国进口的特效药品——‘利里乌姆 3000X’，秃子服用后能长出头发来。此药不但可治百病，服用后还可以使汽车的耗油量降低 15%—20%。”

烟厂广告 美国一家烟厂广告写道：“我们的香烟是无与伦比的，我们做过这样的实验：把一包香烟放进棺材，死人马上爬起来，抽出一支香烟，见人就对火。”

表情研究所广告 芝加哥有家“面部表情研究所”，它的招生广告说：“您在我们这里将学会巧妙地皱眉，让人一看，就觉得你是个诚实的人。”

旅游公司广告 瑞士旅游公司广告牌上写道：“还不快去阿尔卑斯山玩玩，六千年之后这山便没有了！”

精妙绝伦的广告语

匹兹堡新闻报招聘栏：“诚聘兼职秘书。办公室不大，不许吸烟，但可以咳嗽。”

威斯康星州一家报纸的广告栏：“出租双人房单元楼，配有冰箱和史蒂夫。”

汽车陈列室内的告示：“永远要让驾驶执照比你自已先到期。”

水果店香蕉柜台的告示：“别把我们分开！我们是一块长大的。”

克利夫兰新闻上一条关于新婚夫妇的标题：“他们在货车上度蜜月，相爱 4.5 万公里。”

加拿大阿拉伯特州某公园入口处的一个告示上写着：“请不要打扰里面的鸟，破坏它们的巢，它们在此避难。”

麻州伍斯特《新闻报》上的一则广告：“转让：大号充水床垫。丈夫常翻身，妻子晕船。”

加州圣·玛丽亚某家报纸的一则广告：“干活能手！你丈夫会做什么我就会做什么，不过我必须现在就做。”

犹他州州报上的一则汽车广告：“1976 年造 Volare。没有倒车装置。你可以毫无顾忌地往前开。”

拉佩德市星期日报的一则广告：“越野用滑橇。可容 6 人使用，看上去是新的，只用过 3 次，每次都是爬在上面。”

田纳西州一家剧院门口的广告：“泳装表演赛。节目由表演和想象组成。”

一家百货店内写着：“恋爱和失恋，比起为 8 岁孩子买鞋来，还是好对付得多。”

乡间一个小酒巴里，贴着通告：“旅行者故事在此交换。”

纽约一家托儿所的广告：“到我们这儿来吧，瓜一样甜、水仙花一样嫩的乖乖！”

科罗拉多一小酒馆的广告牌：“情绪低落吗？来看看我们！”

一本航空杂志上写道：“我们的领袖都知道什么是上升的滋味。”

南非比勒陀利亚一扇窗上标着：“想上天堂吗？到这里来申请通天车票。”

洛杉矶的中国工业展览馆，标语上写道：“妈妈，我要到中国去！”

美国西海岸一条公路急转弯处，有一块醒目路牌，上写：“如果你的汽车会游泳的话，请照直开，不必刹车。”

在即将进入底特律市的地方，一块牌子画着一个酒瓶，并附了一句话：“这里的警察喜欢酒味，他会让每个喝过酒的过路司机顺便到他管辖的地段呆一天，以便有机会和你共同享受一下威士忌的酒香。”

墨西哥一个边境小城入城路口，悬着块告示牌，上写：“请司机注意您的方向盘——本城一无医生，二无医院，三无药品。”

美国伊利诺斯州一十字路口竖着一块警告司机的广告牌，上面写着：“开慢些吧，我们已经忙不过来了！——棺材匠启”

别出心裁的广告术

●别致的征订启事

1991年1月1日起前苏联的报刊将大幅度提价，报刊面临失去大批读者的现实问题。但《消息报》1991年的征订启事却别出心裁，读之不禁叫绝。启事如下：

亲爱的读者：

从9月1日起开始收订《消息报》。遗憾的是1991年的订户将不得不增加负担，全年订费为22卢布56戈比。订费涨了，在纸张涨价，销售劳务费提高的新形势下，我们的报纸将生存下去，我们别无出路。

而你们有办法。你们完全有权拒绝订阅《消息报》，将22卢布56戈比的订费用在急需的地方。

《消息报》一年的订费可以用来：

在莫斯科市场上购买924克猪肉；

或在列宁格勒购买1102克牛肉；

或在车里亚宾斯克购买1500克蜂蜜；

或在各地购买一包美国香烟；

或购一瓶好的白兰地酒（五星牌）；

这样的“或者”还可以写上许多；

但任何一种“或者”只有一次享用，

而您选择《消息报》——将全年享用。

事情就是这样，亲爱的读者。

●汽车贴纸广告

美国人喜欢表达意思，不只是喜欢说，就连开车时也不甘寂寞。车上除了装上电话、对讲机之外，车后横杆上或车窗上贴满自己的意见想法等话语的广告贴子，以使自己与共用一条马路的不识者勾通一下。其不乏机智与幽默，如：

“别老跟着我，我也迷路了！”

“你再怎么快，哈哈，还是在我后面。”

“如果你看清这行字，就是离我太近了！”

“别打主意超我的车。”

“如果再靠近些，我们就得来个自我介绍了。”

“别让我们因为相撞而相识!”

“我需要钱，撞上来吧!”

至于“买玛莉凯化妆品请找我”之类的广告贴纸更比比皆是。

近年来生态保护的问题也引起相当大的注意，这也反映在满街跑的汽车后面。

“每一件豹皮大衣，就是一桩谋杀案!”

“一旦灭种，就到了万劫不复的地步。”

“我们只有一个地球!”

“你最近一次听到鸟叫是什么时候?”

近年来工商社会的繁忙，父母同时外出工作的比例大增，和孩子相处的机会也相对减少了。有心人便在车后提醒父母：

“你今天抱过孩子吗?”

“有没有忘了对太太说声爱她?”

“现在已晚上十点了，可知道孩子在哪儿?”

“愿你有美好的一天。”

●东兴酒家门联

江南某城有家酒店，因经营不佳，面临倒闭。忽一文人经过，为其大书一联：

“东不管，西不管，酒管；兴也罢，衰也罢，喝罢。”横批“东兴酒家”，由于门联切合顾客心理，酒店由衰而兴。东兴酒家生意兴隆。

●皮影戏联

皮影戏是以兽皮剪成人形、物形，由人暗中操作，伴以声光表演故事。有人为其撰联曰：

“一口叙述千古事，双手舞动百万兵；两手托起千秋将，孤

灯照出万古人。”“形影不离，欲做和睦夫妻，学此现成榜样；言行有致，可启顽冥子弟，想它内里根由。”

●婚姻介绍所门联

河南开封市某婚姻介绍所，门外贴着对联：“寻寻觅觅，韶华转眼飞逝；犹犹豫豫，知音再度难逢。”横批：“莫失良机”

对联抓住求偶者的心理特点，吸引了很多人前往求助。

●农村戏棚对联

广东顺德县一农村戏棚，某塾师用广州方言为其写了一副广告门联：

“噢！细文仔咪乱跳乱攞，玩迟一阵，睇戏半场，管睇到口水流；喂！大个人莫猛讲猛笑，谈少两句，听歌片刻，认真听出耳油来。”

联中“细文仔”即小孩，“咪”是不要的意思，“睇”即看到。

●阉猪人门联

相传明太祖朱元璋在南京时，一次微服私访，发现一阉猪人因不识字而未贴对联，便亲手写了一副对联相赠：

“两手劈开生死路，一刀割断是非根”

横批：“祖传技艺”。

由于是圣上手书，使阉猪人名声大振，生意兴旺。这一对联的广告效应可谓大矣！

●王麻子剪刀门联

清代文人李静为北京王麻子剪刀写了一首广告诗：“刀店传名本姓王，两边更有万同汪，诸公拭目分明认，三横一竖看莫

慌。”

读诗识牌认货，给顾客留下深刻印象。

●理发店门联

太平天国南王冯云山，为招天下英雄，在他开的一间理发店门口贴了一副对联：

“磨砺以须，天下有头皆可剃；及锋而试，世间妙手等闲看。”

翼王石达开认为此联气派不大，提笔改为：

“磨砺以须，问天下头颅几许？及锋而试，看老夫手段如何。”

新联招徕众多顾客，还引来了不少英雄投奔。

又：古时，杭州一家新的剃头铺，有一副对联云：“做天下头等事业，用世间顶上工夫。”横批：“进去剃”。

●馊子诗

相传我国宋代著名诗人苏轼曾为一个卖油炸馊子的老妇人写了这样一首诗：

“纤手搓来玉色匀，
碧油煎出嫩黄深；
夜来春睡知轻重，
压扁佳人缠臂金。”

这首诗当时被制成匾，高悬在铺门上方，以招徕顾客。顿时店铺门庭若市，生意兴隆。

●国营公司广告诗

苏联著名诗人马雅可夫斯基从1923年到1925年，共写了300首广告诗，发表在报刊杂志上，印在糖果包装纸上，影响很大。如一首关于“国营百货公司”的诗是这样写的：

（一）身体、

肚子、
智力、
需要的一切东西，
国营百货公司
都能
提供给你。

不必怀疑
也无须深思，
买各种妇女用品，
只有上国营百货公司。

(二) 从城乡各地来到这里，
不必要东寻西找，
磨破鞋底

到国营百货公司
样样都能买齐

对路、
迅速、
而且便宜。

●婚纱广告诗

诗人自豪地把写广告诗当成是“诗人的副业”，称其为“经济鼓动诗”。台湾著名女诗人席慕蓉的诗《新娘》，被作为结婚婚纱的广告，经常在电视、广播中出现：

爱我 但是不要只因为
我今日是你的新娘
不要只因为这薰香的风
这五月欧洲的阳光

请爱我 因为我将与你同行
共度人世的沧桑

眷恋该如无边的海洋
一次又一次起伏的浪
在白发时重温那起帆的岛
将没有人能记得你的一切
象我能记得的那么多 那么好

爱我 趁青春年少

●摔瓶扬名

1915年巴拿马世界博览会上，中国的茅台酒由于包装“土气”而受到冷遇。

当时在场的一位中国官员，见状心生一计。他提着一瓶茅台酒走到展厅最热闹处，装作不小心把酒瓶掉在地上。顿时，酒香四溢、芬芳扑鼻，将大厅中人都吸引了过来。评委们闻着酒香也赞不绝口。从此，茅台酒扬名世界，并在这次博览会上获得世界第二大名酒称号。

●一切平安

美国奥蒂斯电梯公司在1852年发明了一种安全电梯，增加一种当缆绳万一断时能有效防止轿箱下落的安全装置。

为了作广告宣传，让人们亲眼目睹电梯的安全可靠，在博览会上，公司老板奥蒂斯爬进电梯，亲自按动电钮上升。当距地面几十米高时，令助手砍断缆绳。这时安全装置发挥作用，轿箱悬在半空，人和机器都安然无恙。老板站在半空向观众躬身说道：“女士们，先生们，一切平安！”