

★ 让你成功致富的秘密 ★

日本人 是怎样赚钱的



廉小天 ◎ 著

RIBENREN
SHIZENYANG
ZHUANQIANDE

中国铁道出版社

★让你成功致富的秘密★

日本人

是怎样赚钱的

RIBENREN
SHIZENYANG
ZHUANQIANDE

中国铁道出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

日本人是怎样赚钱的/廉小天著. —北京: 中国铁道出版社,
2009. 6

ISBN 978-7-113-10109-1

I. 日… II. 廉… III. 商业经营—经验—日本 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 084268 号

书 名: 日本人是怎样赚钱的

作 者: 廉小天

责任编辑: 王淑艳

编辑助理: 郑媛媛

封面设计: 大象工作室

责任校对: 张玉华

责任印制: 李 佳

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市宣武区右安门西街 8 号)

网 址: <http://www.tdpress.com>

印 刷: 北京鑫正大印刷有限公司

版 次: 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

开 本: 700 mm×1 000 mm 1/16 印张: 7.25 字数: 95 千

书 号: ISBN 978-7-113-10109-1/F·575

定 价: 18.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书, 如有缺页、倒页、脱页者, 请与本社读者服务部调换。

电 话: 010-51873170

打击盗版举报电话: 010-63549504



序 言

岛，孤岛，一系列的孤岛，就像在茫茫大海迷失的一叶孤舟。海域的恶劣和内心的渴望所形成的反差，是岛国人特有的失落，以此产生的求生欲渐浓渐强，最后凝聚，所爆发的力量是可敬的，也是可畏的。对于一衣带水的日本，中国人有种复杂的感情，一方面敬仰它奋发进取、居安思危的精神气质，一方面也鄙夷它桀骜不驯、穷兵黩武的岛国劣根性。撇开历史情结，在当今这样一个风云莫测的年代，以崭新的眼光来审视日本，以及日本的商人是非常有必要的。

日本位于亚欧大陆最东端的西太平洋上，国土面积 37 万多平方千米，由一系列的岛屿组成，呈弧状，自东北向西南延伸，四面都是一望无际的大海。日本国土狭长且多山地，资源匮乏，加上特殊的地质结构和地理位置，从古到今，日本一带都是地震、海啸、台风等自然灾害频繁发生的地区。然而，就是这样一个大约只有中国 1/27 国土大的岛国，却能够从二战的废墟中走出来，现成为仅次于美国的世界经济强国，占有全世界约 1/7 的财富，人均财富也名列世界前茅。尤其是日本西武集团的堤义明曾一度荣居《福布斯》财富排行榜榜首，而且该排行榜的前 10 名也多半由日本商界精英囊括，就连被誉为经商天才的犹太人，对日本人的敛财天分和商业成就也佩服得五体投地。

然而，令我们意想不到的，是日本经济在二战后的废墟中迅速崛起所运用的经营思想和管理哲学，均汲取了中国儒家文化的精髓。善于学习的日本人，能够在引进欧美先进科技的同时，学会融入中国的儒家思想，使日本经济成为亚洲的龙头，乃至世界的前

茅，这种成就令世人瞩目。

应该说，日本商人是站在世界经济舞台上的“儒商”，就日本民族来说，不管是企业间的竞争，还是企业文化的建设，他们都倡导“和为贵”的经营理念，再加上地理环境所酿成的危机感，让日本人具有了吃苦耐劳、坚忍不拔的精神。日本“儒商”们对内团结互助，对外分厘必争，在国际经济的舞台上占有一席之地。

事实上，早在公元645年，从日本的“大化革新”开始，日本人就开始向华夏文明学习，继承和发扬中国的儒家思想。这种继承在历经千年的洗礼后，逐渐渗透到日本人的生活中，只是孔子所提倡的“仁、义、礼、智、信”中的“仁”在日本被“忠”所替代，成为社会的准则。近代推行“明治维新”后，日本人在东西方文化的冲突下，并没有茫然、不知所从，也没有全盘接受西方的管理哲学，而是在接受西方先进技术的同时，继续发扬中国儒家文化的精髓，坚持“以人为本”，倡导“德治”、“礼治”，甚至把中国的《论语》奉为企业管理的圭臬。其中涩泽荣一、土光敏夫、松下幸之助、本田宗一郎等商业巨子，更是将这种管理艺术发挥到了极致。

另外，日本企业的“终生雇佣制”、“年功序列制”、“企业内工会”等制度，以及日本人引以为自豪的“武士道精神”，对增强企业的凝聚力，维护企业的团结，发挥团队的战斗力，都起了不可或缺的作用。当然，20世纪90年代以后，随着国际竞争日趋激烈，多极化的经济格局在全球形成，再加上受到“亚洲金融风暴”的影响和日本泡沫经济的来临，日本企业又开始面临新的挑战。

本书在撰写的过程中，引用了大量翔实而鲜活资料作为参考，试图站在“看门道”的局外人的立场上，对日本人的民族性格、经商方式、管理思想、处世哲学等进行客观的分析，以揭开日本人成功背后所隐藏着的奥秘。这对于正在崛起的中国企业和个人，无疑将具有较高的参考价值。

那么，就让我们把这本书一页页地翻下去吧，看看日本人到底是怎么赚钱的……

CONTENTS

目录

第一章 看日本人的文化之道	1
“樱花之国”的民族性格	1
博采众长的“大和魂”	5
百闻不如一见的日本商人	7
义利并举的涩泽荣一	11
第二章 看日本人的经商之道	13
精神上坚韧不拔，创业中艰苦奋斗	13
科技领先是日本人的生存之本	17
营销制胜，策略上不拘形式	18
以“和为贵”作为经营的准则	20
第三章 看日本人的科技之道	24
先模仿，后改进，取其精髓去其糟粕	24
大胆购买别国的科技专利，开发新产品	28
巧取商业机密，进行核心技术攻关	30
矢志不渝地进行科技创新	32
第四章 看日本人的管理之道	37
和衷共济的家族式经营模式	38
以身作则，敬业垂范	44
上下贯通的“金字塔”管理结构	48
管理制度中两根坚实的支柱	50

第五章 看日本人的用人之道	54
坚持“以人为本”的人才理念	54
“不拘一格降人才”的索尼公司	56
建立荣辱与共的“主雇关系”	60
重视人才培养，育人有方	63
第六章 看日本人的经营之道	67
深谙“顾客至上”的绝对真理	67
制造物美价廉的产品——质量管理和成本钳制	71
诚心诚意为顾客提供优质的服务	75
产品创新——用特色产品去赢得市场	80
第七章 看日本人的处世之道	82
积累自己的人脉，亲善生财	82
怀有感恩之心，和气生财	85
与合伙人坦诚相见，休戚与共	88
修身为人，积极造福社会	92
第八章 看日本人的成功之道	97
审时度势，确立长远的市场战略	97
捕捉市场资讯，寻找竞争空白	100
突破目标市场，培养消费群体	103
丰富多彩的商务谈判艺术	106

第一章 看日本人的文化之道

日本是一个钟灵毓秀的国度，对大自然有种特别的亲近。俗话说，一方山水养育一方人。在华夏文明的影响下，浸润在青山绿水之间，日本人形成了水一样灵动的气质——含蓄、内敛，而又感性。凡跟日本商人打过交道的人，都会对他们的热情、谦和、含蓄和诚信留下深刻的印象。日本人做生意，通常会把《论语》中的“有朋自远方来，不亦乐乎”这句话挂在嘴上。在跟日本人进行商业合作时，合作者往往会被日商营造的那种“宾至如归”的氛围感动得一塌糊涂。

“樱花之国”的民族性格

美国人类学家本尼·迪克特在研究日本的专著《菊与刀》中说，日本人的性格就像“菊”的柔美与“刀”的刚毅一样，是个矛盾的组合，呈现一系列的双重特质。例如，生性好斗而又谦和温让，桀骜不驯而又彬彬有礼，顽固不化而又能伸能屈，忠贞驯服而又心存叛逆。通过菊与刀的组合，可以揣摩出日本人双重性格中呈现的鲜明对比，比如对于外来的先进文化，日本人表现的是，只要你的文化先进，我就用“菊”的谦虚和冷静，恭恭敬敬地向你学习，一旦发现这种文化阻碍了我的生存和发展，我就会毫不犹豫地挥动“刀”斩断与你的联系。

任何民族的性格都是难以用一句话来概括的，必须从特定的角度切入，来触摸和分析他们的精神风貌、价值观、世界观以及行为表现，才能在宏观上达到理性的认识。解读“樱花之国”的民族性格就应当如此。性格往往决定成败，要破译日本商人的财富密码，



就得从商业的角度，窥探日本人性格中那些成功的因子，感受日商那种固有的，带有很强地域色彩的，樱花一般的文化气质。

樱花绽放的时候，总是漫山遍野，满城皆然。这一山又一山、一城连一城的樱花，就像相互之间有个约定似的，刹那间同时开放，七日之后，在风中又一齐陨落。樱花是日本的国花，在日本人的心中，一般都有一种“樱花情结”，那就是在人生最辉煌的时候，像樱花一样，轻盈地毫不留恋地结束自己的生命。日本商人对企业文化的建设，对品质的追求，对产品质量的把关，注重文化熏陶的力量，要求员工树立健康的工作态度。认真地对待工作中的每一个程序、每一个细节，就是其民族“唯美精神”的一种体现。

日本是个单一民族的国家，日本在漫长的历史进程中形成了世界上纯度最高、同质性最强的民族——大和民族。日本的国民绝大部分属于大和民族，只有在北海道附近的几个岛上还生活着一些土著居民，叫阿伊努人，人数不到3万。由于民族纯度高、同质性强，因此日本是世界上最具凝聚力和同化力的国家。一切外来文化，不管是主动输入的，还是被迫输入的，到了日本之后，都会被日本人汲取有利于自身民族发展的因素，进而将其改造成本土文化的一部分。日本人的向心力和同化力在他们学习和改造外来先进文化时，体现为“大和魂”。如果拿樱花来做个比喻，花心就好比“和魂”，花瓣就象征着凝聚在花心周围的大和民族。基于文化底蕴不够厚实的状况，日本人从中国隋唐时期的“和魂汉才”到近代明治维新时期的“和魂西才”再到二战后的“和魂美才”，一直都在学习、模仿和汲取有益自己发展的精髓，并逐渐将其改造成自己的文化技术，博采众长。

日本是个岛屿国家，散列在西太平洋上，处于亚欧板块和太平洋板块交界处，国土面积狭长，山地和丘陵占国土面积的71%，且地质活动频繁。虽有适宜的雨水环境进行农业耕作，但是自然资源极度匮乏，再加上变化无常的气候和地质活动的影响，日本人在这种艰苦的环境中养成了高度的应变能力和勇于探索、善于学习、



开拓创新的个性。

在地域环境造成的压力面前，日本人在遥望茫茫大海时，强烈的危机意识也就油然而生。日本人那种防止外族侵略的意识要比世界上其他的民族强烈得多。受到这种忧患意识的影响，在抵御外部压力的时候，日本人往往会表现得狂热、激扬、同仇敌忾，产生很强的战斗力，锋芒展现得格外逼人。资源匮乏的现实致使日本人比其他的民族面临更大的生存压力，日本孩子一生下来父母就会给他们灌输危机意识，从小就教导他们要想得到就要努力争取。而单个人的力量是薄弱的，因此父母还会告诉他们的孩子，要想在外部世界得到更多，就必须团结自己的兄弟姐妹，以此壮大竞争的力量。这种与生俱来的危机感和紧迫感在日本人思想中的程度是可想而知的。日本是一个经济外向型的国家，资源的贫乏和市场的有限，使日本商人意识到集中在本土竞争，只会加剧本土市场的萎缩，要走出国门，只有节约资源和技术创新，加强企业间的合作和团结，时刻保持一种危机感，才能在世界商业风云中纵横。

由于危机意识深入人心，因此每个人都以为国家尽忠而感到荣耀。二战后，日本一片废墟，百废待兴。作为日本人的一分子，每个人都把国家利益放在第一位，为了扶持民族工业，购买国货便成为日本人无声的召唤，比如，尽管通用汽车、柯达胶卷等产品进入日本市场，却无人问津。日本企业家普遍怀有产业报国的理想，所有企业都开足马力投入经济重建的潮流中，如松下公司“产业报国”的思想，三菱重工“先义后利”的理念。大中小企业之间讲究分工协作，团结互助，十分看重国家利益和社会影响。企业之间若产生经济纠纷，只要牵涉到国家利益，一般都会主动道歉，并进行赔偿。

在日本，民众普遍达成这样的共识：劳动是一种美德，劳动者不是为了薪水而工作，而是为了施展个人的抱负而工作，加班加点更不是为了去挣那点加班费，而是为了提升国力而作出的一种牺牲。这就是日本的民族之魂。



日本人还重视团队精神，注重同事之间，上下一体协同作战，就像樱花一样，一齐开放又一齐凋落，很好地诠释了“武士道精神”那种“集体本位主义”的思想：为了维护集体利益和出于对上司的忠诚可以牺牲一切。由于“武士道精神”长久不衰地传承和深入人心，以及论资排辈的观念甚浓，在很多场合中，下级总是对上级鞠躬顶礼，尊重和服从一切趋于自觉。

从菊花到武士道，再透过“武士道精神”，我们可以从中看出日本是一个善于“忍辱负重”的民族。只要你看过日本有关《寅次郎的故事》《阿信的故事》《阿西门的街》等影视作品，你就会知道“忍为上”是“武士道精神”的重要内涵。这种“忍”并不是在强者面前卑躬屈膝，而是一种“隐忍”，是一种坚忍不拔的信念。很多人只看到“武士道精神”在二战中所表现出来的愚忠，殊不知日本在二战后迅速复兴，“武士道精神”起了不可或缺的作用。

2002~2003年夏普在全球液晶产品市场取得惊人的成就，市场占有率达到40%以上。夏普公司早在1986年就制定了强化液晶产品的策略，直到2002年历时17年才取得实质性的突破，期间换了几任总裁，但都没有因为困难而改变方向，都是一如既往，忍受艰难和非议，终于取得巨大的成功。

日本人性格中的“忍”还让他们在面对失败时，总有一种永不言败、从不放弃的信念。如纤维工业是日本20世纪30年代的支柱产业，但是到了1952年后开始出现衰退，在市场上遭到大溃败。面对东南亚其他国家的竞争，日本人又利用电子技术集约化生产高档纤维和工业特种纤维，从而重振纤维工业。

总之，日本人突出的同质性，强烈的危机意识，追求完美的精神，谦温儒雅的风度，坚毅务实的性格，使日本人在激烈的市场竞争中所向披靡。积极的性格在很大程度上左右着成功，日本商人在国际上取得的成就也说明着某种必然，这种属于日本人性格中的优秀成分，只有在日商身上才能发挥得淋漓尽致。



博采众长的“大和魂”

日本在历史上是一个很容易受到外来文化影响的国家，因此在历史的演变过程中，日本形成了一种博采众长的民族文化。中日两国都广泛流传着“徐福东渡”的故事，司马迁在《史记》中也提到有关徐福的史实，只是没有注明徐福东渡去了何方。五代后周一位叫义楚的和尚称“日本国亦名倭国，在东海中。秦时，徐福将五百童男、五百童女止此国，今人物一如长安……”这一点得到宋代文学家、史学家欧阳修的认同。尽管“徐福东渡”的传说，至今还没有得到史料的有力证明，但是中国在两汉时期就已经存在这一传说是无可争议的。《后汉书》载：“建武中元二年（公元57年），倭奴国奉贡朝贺，使人自称大夫，倭国之极南界也。光武赐以印绶。”这里面就提到了东汉光武帝刘秀接纳了倭奴国的朝贡，并赐给倭奴国国王一枚金印，后来这枚金印在日本被发现，现收藏于日本福冈市博物馆。经考古学家和历史学家的鉴定，认为这枚金印就是东汉时期的文物。后来的《魏志·倭人传》《旧唐书》等史书也记载了中日之间的文化交往，主要是中国向日本输出文化。可见，早期的日本主要是向中国学习的。

华夏文明对日本的影响，打断了日本文化自主演变的进程，这使得远远落后的日本人不得不向中国学习先进的文化和科学技术。特别是隋唐时期，日本多次向中国派出“遣唐使”，大量输出留学生，其中最为著名的有晁衡、吉备真备、橘逸势等人。他们怀着求知的精神，像蜜蜂一样勤奋的工作和生活，汲取中国文化精髓，在语言文字、文化艺术、科学技术、国家制度、生活习惯等方面进行了广泛而深入的学习。这一时期，音乐、绘画、雕塑、书法、医学、数学、建筑、雕版印刷、天文历法等陆续传入日本，并直接促成了日本历史上有名的“大化革新”的发生。另外，6次东渡才成功的唐朝鉴真和尚，也为中日文化的交往作出了不可磨灭的贡献。



伴随着儒学的兴盛，儒家学说作为中国的主流文化传入日本，对日本历史进程也产生了深远的影响。在日本的平安时代，儒家文化已经深入到社会的各个层面，在政治上儒家思想指导政治体制的组建和政策方针的实施；在教育上兴办儒学，各类学校把《论语》、《四书》、《五经》和《列传》作为施教授课的内容。到了江户时代，儒家思想被幕府定为国民教育的施教纲领，德川幕府还根据朱熹的理学把社会划分为将军、大名、武士和农、工、商，以及贱民这些阶层。儒家思想也因此进入全盛时期，涌现出了一批像藤原惺窝、室鸠巢等儒家学者，幕府在统治方略上经常向儒家学者广泛征求意见。关于儒学的推行，上到中央下到地方，从官学到私学，政府不遗余力，大量印发《论语》《周易》《三注》等书，朱子学也被指定为官学。

与此同时，中国的道家思想、汉传佛学也相继传入日本。日本人天生善于学习，且富有兼容并蓄、推陈出新的能力。在儒家思想所倡导的“仁、义、礼、智、信”的处世准则下，结合佛学和日本人的神道教，日本在江户时代形成了日本特有的“武士道精神”。只是儒家思想的“仁、义”，在“武士道精神”里被改成了“忠、勇”，其大力宣扬忠诚、尚武、廉耻、信义、重名誉等内容，推崇孔孟之道，注重礼节修养，追求洞穿生死的人生境界和重视君臣戒律、集体的团结，要求人民为主尽忠、死而后已。从镰仓幕府开始，日本建立了一直延续到德川幕府的武士统治时代，“武士道精神”就像樱花一样，是日本人心中不可替代的一种信念，象征着最高的道德标准。世人皆知的“日企精神”和“集体主义”思想，在企业经营中产生了巨大的成功，很大程度上发挥了“忠”的作用。

日本的民族精神文化的内核就是“和”，也就是日本人津津乐道的“大和魂”，具体地说就是对外来科技文化进行学习和改良，最后形成自己的文化。由于文化底蕴的不足和科学技术的落后，日本人在向中国和西方学习的过程中形成了“兼收并蓄、博采众长”



的精神，并逐渐发展为日本的“和魂”文化。具体来说，就是对内高度同化有利于本民族忠诚互助的思想，对外则积极汲取一切有利于日本发展的优秀文化和科学技术。

当其他国家竞相全面学习或者全盘接受西方近现代思想和科技时，日本却以其固有的特色将传统文化保持在企业经营和科技创新之中。在思想和文化上保持一贯的“和魂”本色，不排斥外来文化，对外来文化加以吸收，并最大限度地进行同化；在科学技术上则坚持务实的观念，然后再进行创新，最后达到“博采众长”的目的。

日本近代著名的大实业家涩泽荣一通过努力钻研儒家经典，在后来的企业经营中，把《论语》运用到了经营哲学中，在他的经营总结的专著《论语和算盘》里，创造性地提出了“义利并举”、“士魂商才”的经商理念，他认为真正的企业家不仅应拥有“士”的道德操守、人格魅力及社会责任，还应兼备“商”的头脑。涩泽荣一是由“士”下海经商的，并实践了他的经营思想。他一生在各个领域创办了500多家企业，并且都取得了突出的成就。

日本人正是在这种“和魂”精神文化的支撑下，不断地强化这种能力，不断地接收外来文化，继承性地把传统文化与新引进的科技和理念相互整合、感染，再加上国民教育的普及，使得日本人成为世界上学习能力最强、忠诚度最高和团队合作最紧密的民族。

百闻不如一见的日本商人

在人际交往中，我们总会对别人的精神面貌、处世方法、谈吐举止，留下感官上的印象，不管是好是坏，都会影响双方关系的发展。应该说，与世界上任何一个国家的人交往，他们身上本民族固有的性格和精神都会在举手投足间展现出来。日本商人也是如此，跟他们交往，你会发现他们为人处世态度认真、不言放弃、谦恭有礼，有很强的约束能力。他们极其遵守纪律，服从组织领导，低



调、热情、敬业、守时，不喜欢约会迟到，善于压制自己的情绪，还有着良好的文化素养和积极进取的开拓精神。

享有“经营之神”盛誉的松下幸之助为人谦和，无论见了谁都毕恭毕敬，他从小就是那种态度认真、不言放弃的人。松下幸之助出身贫寒，曾做过学徒工，年少时到一家电器工厂去求职，这家工厂人事主管看着面前的小伙子衣着肮脏，身体又瘦又小，认为不理想，搪塞地说：“我们现在暂时不缺人，你一个月以后再来看看吧。”这本来是个委婉的推辞，没想到一个月后，认真的松下幸之助真的来了，这位负责人又推托说：“今天有事，过几天再说吧。”过了两三天，不言放弃的他又来了。就这样往返了多次，主管只好直接说出自己的态度：“你这样脏兮兮的是进不了我们工厂的。”于是，松下幸之助立马折回家借钱买了一套整齐的西装再来面试。那位负责人看他如此较真，只好说：“关于电器方面的知识，你知道得太少了，我们不能录用你。”

没想到两个月后，松下幸之助再次出现在那位人事主管面前，他说：“我已经学会了不少关于电器方面的知识，您看我哪方面还有差距，我一项项来弥补。”人事主管盯着态度认真诚恳的松下幸之助看了半天才说：“我干这一行几十年了，还是第一次遇到像你这样来找工作的，我真佩服你这种耐心和韧性。”松下幸之助这种对事情认真追求的态度和不轻言放弃的精神最终打动了人事主管，赢得了这份工作，并通过自己的努力逐渐成为电器行业的领军人物。

日本人做生意不仅态度认真，而且近乎苛刻。在他们看来任何细节的疏漏都可能导致整件事情的失败。日本人做生意的态度，不见不知道，一见吓一跳。笔者曾听说过一位日本朋友开餐馆的事情，不禁为日本人只给自己一次机会的做事态度钦佩不已。那位日本人想来上海开家日本风味的餐馆，早在一年前他就联系上海的朋友，让朋友为他找相关的资料供他研究。来上海后，他用了3个月的时间，每天早出晚归，亲身感受上海的氛围，亲自去有利于餐饮



业发展的地段考察，经常去日本人开的馆子消费，并不断地提高自己的中文水平。当一切都调查得差不多时，他比常年在上海的朋友还清楚哪个馆子的菜好吃，哪个地段的消费层次高。他是很多餐馆的常客，由他带朋友去消费常会受到特别的照顾，这让朋友惊讶不已。

直到有一天，这位日本人说他已经选好了地段，可以进行店面装修了。朋友以为他可以休息一下，把设计图交给施工队就算完事了。然而事情还是没完没了，他按照日本餐馆的风格，从装潢设计、材料采购、餐具安排到每一个施工环节、每一个装饰品都亲自把关，希望做到尽善尽美，以至于施工的工人被他这种苛刻的要求搞得“怨声载道”，觉得不可理解。唯美的态度对于日本人来说就像举手投足那么自然。

3个月后装修工作完成，那间餐馆并不大，但是装修得相当精致，身临其中视线内所有的东西都是经过那位日本人精心设计的。朋友以为到此就完了，可日本人摇摇头，开始检查包括防火、防潮、防虫在内的所有的配套措施。这样又过了一个星期，才开始进行店员的培训和菜品的调试，为此他还请朋友带人过来免费光顾，菜单上的每一道菜都要朋友带来的人给他品尝、提意见，大有不找到自己的问题不罢休的态势。其实这个日本人所列的菜都非常地道、好吃，但他还是低调而谦虚地听取他人的意见，这种一丝不苟的精神，在他们眼里只是对待工作的一种基本的态度，不是刻意做出来的。经过漫长的准备，这家日本风味的餐馆终于开业了。开业那天，这位日本商人对朋友又是鞠躬，又是感谢，热情得不得了，并宣布试营业3天，免费品尝，如有消费者投诉就立马关门走人。这位日本人的餐馆从开业后，一直做得红红火火，服务特别周到，朋友问他为什么对工作这么苛刻，他说：“很多时候，人都只有一次机会，我除了尽善尽美地对待每一项工作，再也不能为赢得这个机会增加别的筹码了。”

这位日本人的话说得很对，商场如战场，竞争如此激烈，市场



形势有如白衣苍狗，任何细节的疏忽，都可能给自己带来灭顶之灾，以马虎的态度怀着侥幸的心理做事情，对于日本人来说，无异于等同自杀。

日本人很看重机会，绝不轻易放过任何机会，把每一个机会都当作生存的机会那样珍惜，对待工作再怎么认真，再怎么负责都是为了抓住机会，成就现实，赢得生存的权利。

时间就是金钱。在日本，时间观念深入人心，遵守时间已是日本人日常生活的习惯。日本人天生就不喜欢迟到，上班、约会都有个提前 5 分钟的习惯，若没有做到这个细节，哪怕是提前 3 分钟赶到，虽没耽误时间，但也会一边道歉一边鞠躬自责，恳求上司或者客户原谅。这种时间观念深入到社会生活的方方面面，包括产品的生产和服务。因此，日本生产的钟表是世界上最精确的，目前有一款最新功能的手表可以接收管理中心发射出的无线电波，自动调整时间，这种表的误差为 10 万年 1 秒。

除了遵守时间外，日本人在工作和交际当中一般不表露自己的情绪，他们认为带着情绪跟朋友或者上司针锋相对是一种不礼貌的行为。日本人说话含蓄、委婉，不直叙其意，有着很强的情绪自控能力，不轻易泄露自己的感情。所以，日本人的隐忍表现在商业竞争上也最具危险性和爆发力，不鸣则已，一鸣惊人。例如曾执掌日本西武集团的堤义明，就是一个善于隐忍的人。他隐忍了 10 年，在长兄与其他宗亲虎视眈眈的情况下，以庶出身份出任西武集团的总裁，可见他绝顶的聪明和坚强的忍耐力。在堤义明领导西武集团的前 10 年，也是稳扎稳打，固守版图，不贸然拓展经营领域，旗下所经营的百货、化工、铁道等企业也是稳健成长。10 年后，他看准时机，进军休闲产业，大量购买山区土地，建立休闲别墅、游乐区、高尔夫球场、滑雪场和观光饭店，趁着 1980 年的日本经济泡沫，成为日本基础设施建设的领头羊，西武集团也因此爬上了一个高峰，堤义明一度被誉为“日本财经界的英雄”。就连索尼的创始人盛田昭夫都曾感慨“既生瑜，何生亮，我的最大不幸，就是与