

全方位解析快速赚钱的独门绝技



小老板赚大钱

42个赚钱的成功生意经



刘立兵 著

打造富翁
的智慧锦囊

一位资深小老板的赚钱秘籍，大量真实案例，
披露赚钱高手的经营心得和商业门道。

民主与建设出版社

小老板赚大钱

42个赚钱的成功生意经



刘立兵 著

民主与建设出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

小老板赚大钱：42 个赚钱的成功生意经 / 刘立兵著.
—北京：民主与建设出版社，2013.9
ISBN 978 - 7 - 5139 - 0290 - 8

I. ①小… II. ①刘… III. ①商业经营 - 经验 IV.
①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 202002 号

©民主与建设出版社，2013

责任编辑 赵振兰

封面设计 张蕊

出版发行 民主与建设出版社

电 话 (010) 85698040 85698062

社 址 北京市朝阳区朝外大街吉祥里 208 号

邮 编 100020

印 刷 香河县宏润印刷有限公司

成品尺寸 170mm × 240mm

印 张 16

字 数 200 千字

版 次 2013 年 10 月第 1 版 2013 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5139 - 0290 - 8

定 价 29.80 元

注：如有印、装质量问题，请与出版社联系。

前言

无论你做什么，也无论你现在身居何职，努力赚钱让自己的腰包更鼓、生活更好是每个人奋斗的终极梦想。但做生意，原本就不是一件容易的事，不是说有梦想有追求就可以成功，在生意场上赚钱有很多诀窍，只有摸准脉才能切中要害。

现在是一个流行自爆和揭秘行业潜规则的年代，但这些现象大多都发生在娱乐圈或者文化圈，本书可以说是开了一个行业先河，将生意人的赚钱秘密公之于众，相信读者看完全书后不再会有“怎么别人都能赚到钱我却不行”的感慨，因为了解了这些细节并掌握了书中的注意事项后赚钱就变成了一件再简单不过的事。全书将赚钱诀窍上升到了理论的高度，分为六章来详细解说了生意人都必须要面对的关乎自己生意成败和生死存亡的成本控制、赚钱渠道、特色经营、宣传推广等让人头疼的问题，用创新思维方式突破了小老板的发展桎梏，用大量的实例再次印证思路决定出路这一真理，同时也列举了在生意场竞争中的惯用策略，如何使发展中的企业避免在竞争中受挫又能乘浪而起的技巧，这是一本小老板需要、大老板必读的生意经。其次这本书在教给人们如何做生意的同时，没有像其他的书那样的理论繁絮，而是用讲故事的方法来叙述，读者可以在故事案例中轻松理解作者想要表达的意思。

它对一个正在创业道路上的人或者想自己做生意的人都是有很多帮助的，可以作为入门的手册，也可以当做是深入学习的范本，可以

帮助创业者在创业的过程中少走弯路，多多赚钱。但需要说明的是，本书作者虽然介绍了一些同行不可能告诉你的赚钱诀窍，但绝对不是全部的，作为聪明的生意人，更多的技巧还是要根据自己所属的行业和市场情况进行分析，组织策划实施，这样才能在行业中领先，成为生意场上的常胜将军。

前言	1
----------	---

第一章 小老板的8个成本控制诀窍

1. 练就选货的火眼金睛，控制成本有妙招	2
2. 是在本地批发市场还是去外地特色市场，怎样进货才最划算？	7
3. 利用互联网采购能行得通吗？	11
4. 降价 = 自杀？	16
5. 淡旺季的压货成本不一样，该怎么办呢？	20
6. 库存最小化与利润最大化哪个重要？	31
7. 两元店，一件商品也能卖出5元的利润？	36
8. 巧遇同行，团购进货价格低	39

第二章 小老板的7个赚钱渠道

1. 是选择多个供货商，还是就要一两家供货商？	46
2. 歪门的进货渠道——包销余货	51
3. 针对高利润产品赚钱越多	54
4. 算盘常打打，钞票一大把	57
5. 一口价的买卖也会巧赚钱	66
6. 借鸡下蛋——到这里找钱去	71
7. 20%的客户带来80%的利润	74

第三章 小老板的 8 种特色经营

1. 这个行业都是大厂家，我是小本买卖，一年也能挣 100 万？ 82
2. 大家都不想做的生意就不做吗？ 87
3. 特色小店该拿“亲情”做噱头 92
4. 视觉推销，小店装潢设计要让人“刻骨铭心” 95
5. 投其所好，让你的客人享受到归属感 105
6. 多一点儒雅，少一点功利，文化气氛要搞足 112
7. 小资一族的“天堂电影院” 117
8. 返璞归真的花草种子店 119

第四章 小老板的 6 种宣传推广小窍门

1. 明亏暗赚有奇方 122
2. 特价：不止降价这么简单 126
3. 第一印象“抢”顾客！ 135
4. 做个聪明的老板，花小钱有大效应的另类秘籍 146
5. 运用“借誉术”让名人为你的店铺做广告 158
6. 免费赠品的杀伤力不可小视 161

第五章 小老板的 8 种高效管理金点子

1. 让懒人负责考勤 168
2. 以“薪”换“心”来增加员工的积极性 172
3. 引进“鲶鱼”，让员工紧张起来 179
4. 用错人，管理就像在水面写字 185
5. 沟通是一种无“薪”激励 193
6. 从光杆司令到团队领袖，把“我”变成“我们” 200
7. 施些“小恩小惠”，他们才会“生死相许” 205
8. 让亲人做自己的员工得考虑周到 213

第六章 小老板的有闲人生

1. 40岁之前用健康换金钱，40岁以后用金钱换健康 222
2. 小老板压力的缓冲剂 225
3. 让宽容成为你生活的一部分 232
4. 如何兼得“鱼”和“熊掌”？ 236
5. 不要让别人偷走你的时间 243



第一章

小老板的8个成本控制诀窍

1. 练就选货的火眼金睛，控制成本有妙招
2. 是在本地批发市场还是去外地特色市场，怎样进货才最划算？
3. 利用互联网采购能行得通吗？
4. 降价=自杀？
5. 淡旺季的压货成本不一样，该怎么办呢？
6. 库存最小化与利润最大化哪个重要？
7. 两元店，一件商品也能卖出5元的利润？
8. 巧遇同行，团购进货价格低

1. 练就选货的火眼金睛，控制成本有妙招

选择开店的小老板，进货是一个很重要的环节，不管是通过何种渠道寻找货源，低廉的价格是关键因素，找到了物美价廉的货源，你的小店就有了成功的基石。

由于小店的自营比率较高，商品基本需要自己采购。如果能以低廉的价格购进质量优异的商品，那么，对于小店利润的增加，势必会有很大的贡献。因此，对于小店而言，采购尤为重要。所有的小店老板都要有这样的认识：采购中节省的每元钱都会转化成每元钱的利润。假设在其他条件不变的情况下，如果小店的利润率为5%，要想靠增加销售来获取1元钱利润，则需要多销售20元的商品。可见，从采购上降低1元钱的成本远比从销售上多卖20元的商品要容易得多，成本也要低得多。从世界范围来说，典型小店的采购成本要占60%，而中国的小店，各种原材料的采购成本要占到小店销售成本的70%。显然，采购成本是成本的主体，采购是小店管理中“最有价值”的部分。

但在现实生活中，许多小店在控制成本时将大量的时间和精力放在不到总成本40%的小店管理费用、工资和福利上，却忽视了其主体部分——采购成本。这可以说是舍本逐末、避重就轻，其结果自然是事倍功半、收效甚微。

那么，如何才能有效控制采购成本？下面这三个方法，希望能给小店老板一定的启发。

(1) 上游质量控制。

一般小店都按质量控制的时间顺序将其划分为来货质量控制、生产过程

质量控制及出货质量控制。由于商品中价值的 60% 是由供货商提供的，毫无疑问，商品“生命”的 60% 应在来货质量控制中得到保证。这也就是说，要保证小店商品的质量，应在供货商的质量管理过程中加以控制。这也是“上游质量控制”的体现。

供货商上游质量控制得好，不仅可以为下游质量控制打好基础，还可以降低质量成本，减少小店来货检验费（降低检验次数，甚至免检）等。

经验表明，如果将 1/4 ~ 1/3 的质量管理精力花在供货商的质量管理上，那么小店自身的质量（生产过程质量及出货质量）水平至少可以提高 50%。

（2）主导供应链管理。

在小店中，利润同制造、供应过程中的物流和信息流的流动速度成正比。小店为了获取尽可能多的利润，都会想方设法加快物料和信息的流动，这就必须依靠采购的力量、充分发挥供货商的作用，因为占成本 80% 以上的物料以及相关的信息都发生或来自于供货商。在整体供应链管理中，“即时生产”是缩短生产周期、降低成本和库存，且以最快的交货速度满足顾客需求的最有效的做法，而供货商“即时供应”则是开展“即时生产”的前提条件。供货商提高其供货的可靠性及灵活性、缩短交货周期、增加送货频率可以极大地改进小店的企划表现，如缩短生产总周期、提高生产效率、减少库存、加快资金周转、增强对市场需求的应变力等。

（3）产品开发。

随着时代的变化和技术的进步，产品开发周期在极大地缩短。由于供货商早期参与产品的开发过程，使得“同步工程”应运而生。

许多小店都将自身产品的开发与生产延伸到供货商，与供货商建立“伙伴关系”。这样一方面可节省自己的资金、降低投资风险，另一方面还可以以最快的速度提高生产能力、扩大产品的生产规模。另外，越来越多的小店不再将与供货商的合作范围局限于原材料和零部件领域，还涉及到成品。

【小老板链接】

火眼金睛的选货能力

徐老板的小店开在一条小的商业街上，几年来，这家位置并不算好的服装店，每个月都能为她带来近万元的收入，如今她已经是5家服装店的所有者，服装销售事业可谓是蒸蒸日上。在进货的历练中，徐老板已经练就了火眼金睛的能力。

徐老板经营的是散货店，店里的衣服、鞋子、皮包都是她从批发市场上一手淘回来的，她说衣服“淘”对了，生意就好，否则跟顾客关系再熟，也不可能把衣服卖出去。说到进货的难度，小徐则练出了选货“快、准、狠”的本事，只有这样，才能挑到合适的货品，并将进货成本降到最低。现在，徐老板把服装店的经营大权都移交给了女儿，女儿接手管理已经有两年多时间了，而且顾客都很喜欢让女儿帮忙挑衣服，但徐老板还是不能完全将服装店交出去，原因就是在进货上，女儿的眼光还需要磨练。古人讲“十年磨一剑”，宝剑出鞘必然撼动天地，而徐老板则可以说是五年练一眼，慧眼一亮便能看准热卖新款。

徐老板说，她进货有几条经验：首先，掌握当地市场行情。出现了哪些新品种？销售趋势如何？社会存量多少？价格涨势如何？购买力状况如何？大体上做到心中有数。其次，制定上货计划，当然在进货过程中也可应变更修改。最后，在进货时，先到市场上转一转，比较一下各个市场和批发商的价格，因为服装批发“窜货”的情况非常多，常常一个市场里50元的商品，在另外一个市场30元就可以拿到，因此必须进行对比，然后再着手落实进货。很多人对服装经营有一个认识，就是只拿新款，旧款即使好卖也不会再补货，

以使店铺新品不断流动。但徐老板并不这样做，她从来不会因为某个款式是热销的旧款而不再进货，反而会抓住市场需求迅速补充货源，并且持续销售到势头减弱或者此款销完为止。因为热销款式一旦赢得市场认可，销售额便会屡创新高，这比试销其他款式容易得多，而且能够带来更大的利润。

要做好一家小店，除了要有良好的销售方法外，最关键的一点是要“懂”进货。小店的经营状况如何，跟商品的定位和进货的眼光很有关系。这个“懂”字包含的内容非常多，要知道进货的地点、各批发市场的价格水平和面对的客户群以及小店针对的客户群的喜好等。练就一双选货的火眼金睛，这种历练需要时间和经验的不断积累，要达到炉火纯青的境界，至少要三年左右的时间。

货源，对于开店的小老板来说，简直就是个成王败寇的问题。进货要适销、适量，简称“双适”，是经商者必须把握的关键一条。既要适销，又要适量，但两者很难掌握“准”。很多初次开店的投资者因为眼光不准，都在第一次进货时吃过大亏，有人甚至笑称：开店的第一批货都会积压，所以最好第一批少进一些货。

(1) 批发市场进货。

这是最常见的进货渠道，如果你的小店是经营服装，那么你可以去周围一些大型的服装批发市场进货，在批发市场进货需要有强大的议价能力，力争将批发价压到最低，同时要与批发商建立好关系，在关于调换货的问题上要与批发商说清楚，以免日后再起纠纷。

(2) 厂家货源。

正规的厂家货源充足，态度较好，如果长期合作的话，一般都能争取到滞销换款。但是一般而言，厂家的起批量较高，不适合小批发客户。如果你有足够的资金储备，并且不会有压货的危险或不怕压货，那就去找厂家进货吧。

(3) 大批发商。

一般用百度、google 就能找到很多。他们一般直接由厂家供货，货源较稳定。不足的是因为他们已经做大了，订单较多，有时服务就难免跟不上。而且他们一般都有固定的回头客，不怕没有批发商，你很难和他们谈条件，除非你定的次数多了，成为他们的一个大客户，才可能有特别的折扣或优惠。而最糟糕的是，他们的发货速度和换货态度往往差强人意。订单多，发货慢一点可以理解，只要提前订货就可以解决。真正的问题在于换货，收到的东西有时难免有些瑕疵，尤其是饰品。所以事先要做好充分的沟通与协商。

(4) 刚刚起步的批发商。

这类批发商由于刚起步，没有固定的批发客户，没有知名度。为了争取客户，他们的起批量较小，价格一般不会很高，甚至有些商品还会低于大批发商。小老板还可以按照进货的经验和他们谈条件，比如价格和换货等问题。而且为了争取回头客，他们的售后服务一般比较好。

(5) 关注外贸产品。

目前许多工厂在外贸订单之外的剩余产品，或者为一些知名品牌的贴牌生产之外会有一些剩余产品处理，价格通常十分低廉，通常为正常价格的 2 ~ 4 折，这是一个不错的进货渠道。

(6) 买入库存积压或清仓处理产品。

因为急于处理，这类商品的价格通常是极低的，如果你有足够的砍价能力，可以用一个极低的价格买下，然后转到网上销售，利用网上销售的优势，及地域或时空差价获得足够的利润。所以，要经常去市场上转转，密切关注市场变化。

(7) 寻找特别的进货渠道。

比如，如果小老板在国外有亲戚或朋友，可以由他们帮忙，进到一些国内市场上看不到的商品，或者一些价格较低的商品。

在以上进货渠道中，对于小本经营的老板而言，(5) (6) (7) 更适合一

些，但是要找到这样的进货渠道难度大一些，需要小老板们多用时间，细心留意。

【小忠告】

新手开店进货，10金条成老江湖。

- ①出门时行装要合理，要轻装上阵。
- ②防止被人看出是“菜鸟”，打扮专业一些，提问专业一些。
- ③第一次进货，不要拿太多，容易压货。
- ④尽量少带贵重物品，避免不必要的损失。
- ⑤多家问价，谨防拿到炒货。
- ⑥钱货要当面清点，避免遭受损失。
- ⑦买好的货物，要不离左右。
- ⑧不要找人推货，提防一时轻松悔恨不已。
- ⑨对自己中意的店铺，要留下联络方式。
- ⑩最后是关爱自己，身体是革命的本钱。

2. 是在本地批发市场还是去外地特色市场，怎样进货才最划算？

店铺的小老板们在进货时会面临各种困惑，例如是该选自己喜好的款式，坚持自己的品味，还是应该选择更潮流化的商品？是听从批发商某个款式好卖的建议，还是只挑选自己中意的花色？是在附近的批发市场进货，还是到

外地似乎更有名的市场上批发？这些问题，从开业之初便时刻考验着店铺的小老板们，他们仿佛钻进了一个很大的店铺迷宫，每个出口似乎都有希望，而每个出口又好像前途渺茫。

【小老板链接】

开小店不久，小雪就在进货上栽了跟头。第一次进货前，她对周围同行出售的货品仔细进行了分析，发现他们的货大多是从当地的外贸小厂和批发市场进的，为了显示自己的商品跟他们不一样，小雪决定找一些更有特色的货源。她在网上看到很多人对杭州的外贸服装批发很推崇，于是在店铺装修期间舍近求远，到杭州的批发市场进了货。舟车劳顿、途中辛苦自不必说，她到了杭州后发现，很多批发商听说她是从深圳来的，都用很奇怪的眼光看她。等她带着1.5万元的货回到深圳，经营了一个多月之后，才慢慢发现原来这些商品在深圳的批发市场都有，而且批发价比她的进价低了一半。小雪这才明白，自己是守着金山要饭吃，明明周围有的是批发市场，却被她自作聪明地忽略了。商品就算进得贵了，但只要能够卖掉，就是少赚一些，也没有太大的问题，但糟糕的是，由于她进第一批货前，没有仔细了解附近消费者的体形特点，无论她进的衬衫还是裤子，尺码都偏小了。店里的客人一批接一批，络绎不绝，很多都是被漂亮的装修吸引过来的，但是他们大多数是30岁以上的顾客，身形比较丰满，小雪进的尺码对他们而言都偏小了。每天只能做到两三百元的营业额。小雪知道自己还是掉进了首次进货的迷宫了。渐渐地就看出第一批货拿得不对，不仅是尺码不合适，款式也不太对路。小店的客人以30岁以上的女性居多，她们大多喜欢休闲风格，而小雪第一批进货以衬衫为主，比较正统，适合上班族穿，并不适合她的客户群。

这家店的小老板为了进一趟货，千里迢迢，还要花去大量的费用去调一批货回当地，这是何苦呢？同时，调货以后补货怎么办？所以，小老板们在进货之前一定要仔细考察好当地市场，认真研究选择适合自己小店的进货方式。

小老板们选择好适合自己的进货方式之后，还要掌握一些进货时的小技巧。

首先，不要在批发商场慢慢检查你的产品。当你提到货后，只要把数量点清就可以了，一般回去发现产品有问题后再要求更换，当然离进货时间不要太远。若你提货后就蹲在批发店里面点货，会让批发商觉得你是个很麻烦的顾客，从而不愿与你打长期的交道。

再者，不要指望通过批发商换货来降低风险。进货时，千万不要对批发商提出如果产品不好卖能不能换成好卖的商品这类问题，如果你这样问，会被批发商认定你以前没有做过生意，是生意场上的新手，如果做生意风险可以控制到这种地步，谁都发财了，接下来不用说你都猜到批发商会给你什么样的报价了。批发商没有义务为你承担进货的风险，他所能做的只是为你更换次品。

最后，批发市场里面价格的调整很小。批发商单件商品的利润很低，商品价格的下调不可能像零售商一样，一般调整都在2%~3%，能够降个5%就已经很厉害了，批发商不可能在批发价上再给你打个8折。另一方面，在批发市场里，一般货物的运输都是通过汽车或者铁路，因为运输成本比快递低得多，而且都是买家自己负责，碰上一个好的批发商的话，他最多愿意帮你去托运，但是搬运到货场的费用和运费肯定都是买家自己付。

进货的技巧不是一朝一夕就能练得炉火纯青的，需要长时间不断地实战演练。小老板们在进货的时候不要刻意仿照别人的方式方法，寻找适合自己小店实际情况的进货方法更加重要，它需要小老板们具有敏锐的嗅觉和信息获取能力。例如，夏季的到来对于生活水平较高的大中城市以及经济较发达