

不倒翁丛书

姜晓峰 主编

×××出版社

第八卷

经商不倒翁

目 录

诚信为本	生意兴隆		(1)
以诚感人	赢得顾客		(2)
不惜代价	坚守信誉		(3)
一诺千金	守商之道		(5)
品德第一	才能第二		(8)
和气生财	创业之道		(9)
和睦相处	利益均沾		(10)
以质求胜	招揽顾客		(12)
以奇制胜	抢占市场		(15)
逆向追求	别具一格		(16)
横向扩展	奇招迭出		(18)
出其不意	攻其不备		(19)
别出心意	招揽生意		(20)
巧借东风	一日千里		(21)
谋划在先	成事在后		(23)
独家经营	利润丰厚		(25)
树立形象	争创效益		(26)
事事抢先	占尽优势		(30)
取人之弃	独得其利		(31)

处处留心	方能取胜		(32)
知常达变	开拓创新		(34)
名牌效应	夺魂气魄		(36)
重视人才	商业之本		(42)
逆向思维	取得胜利		(44)
货真价实	一举成名		(46)
先夺后予	商战奇招		(47)
别出心裁	防不胜防		(49)
兵临城下	临危不惧		(51)
审时度势	量力而行		(53)
抓住战机	乱中取胜		(54)
敌强我弱	避实就虚		(55)
加快节奏	发展内涵		(56)
以谋取利	纵横驰骋		(63)
知己知彼	百战不殆		(64)
投其所好	巧渡难关		(66)
借题发挥	趋利避害		(67)
船借水力	水涨船高		(69)
胸怀大志	水滴石穿		(70)
明察秋毫	沉着应战		(72)
锲而不舍	精益求精		(85)
目光远大	稳定自若		(87)
诱敌深入	各个击破		(92)
正戏反唱	正战反打		(93)
借鸡生蛋	寻求发展		(95)

不怕吃亏	财源滚滚		(96)
以退为进	出奇制胜		(97)
先败后胜	先赔后赚		(101)
成人之美	方能惠己		(103)
主动放弃	欲拒先迎		(105)
大智若愚	以愚诱敌		(106)
减价生财	欲取先予		(107)
让利法则	占尽先机		(109)
充满自信	沉着冷静		(111)
抢占先机	独占鳌头		(118)
螳螂捕蝉	黄雀在后		(119)
隔岸观火	静候时机		(119)
天下攘攘	皆为利往		(120)
抓住机遇	出奇制胜		(122)
判断准确	独具慧眼		(123)
勇于探索	不断攀登		(126)
乘乱收购	节节制胜		(134)
鹬蚌相争	渔人得利		(134)
各个击破	大获全胜		(135)
信誉至上	服务周到		(136)
经商奇招	以礼促销		(137)
知己知彼	战无不胜		(138)
积蓄力量	全面反攻		(140)
推销有术	独善其身		(142)
灵活机动	抹零除尾		(144)

经商之道	信誉至上	(145)
让利促销	吸引顾客	(146)
认清形势	舍车保帅	(147)
运筹帷幄	拓展事业	(148)
舍小获大	李代桃僵	(153)
当进则进	当退则退	(154)
信心十足	勇担重任	(160)
求之于势	不责于人	(161)
强势推销	广告效应	(163)
款式新颖	价格便宜	(164)
百川归海	积少成多	(165)
奇思妙想	以奇取胜	(167)
儒商经营	别具一格	(169)
独辟蹊径	推陈出新	(174)
设置诱饵	投其所好	(174)
“偷梁换柱”	提高效益	(176)
无偿赠送	请君入瓮	(177)
以其之矛	攻其之盾	(178)
临事镇静	以静制动	(179)
王婆卖瓜	自卖自夸	(180)
精兵简政	寻求发展	(181)
谋求生存	背水一战	(182)
蚀本经营	反败为胜	(182)
动之以情	晓之以理	(183)
借鉴他人	降价促销	(184)

稳操胜券	反客为主	(185)
寻求合作	移花接木	(186)
标新立异	别具匠心	(187)
未赚先赔	设圈套狼	(191)
借道诱导	另寻捷径	(192)
引客入室	哄抬物价	(193)
枯木逢春	又发新“枝”	(194)
汽车新装	起死回生	(195)
借尸还魂	绝处逢生	(196)
等待机遇	适时出击	(197)
英明果断	先谋后事	(203)
未战先谋	谋而后战	(204)
足智多谋	以退为进	(205)
式样翻新	领先潮流	(207)
瞄准需要	主动开发	(208)
廉价销售	方兴未艾	(211)
独树一帜	退货奇招	(214)
脱颖而出	大发其财	(215)
商品推销	各显神通	(216)
乘其不备	攻其必救	(220)
独辟捷径	有勇有谋	(222)
善于假借	宫廷秘方	(224)
斗智斗勇	借报宣传	(224)
以退为进	落井下石	(225)
反客为主	指点迷津	(226)

不鸣则已	一鸣惊人	(227)
竭尽全力	开拓市场	(234)
广告宣传	效果独特	(235)
借树开花	借名出名	(237)
频见短谈	增进了解	(239)
苦苦哀求	赔本贱卖	(240)
曲折迂回	旁敲侧击	(241)
欢迎光临	诚心致意	(242)
当忍则忍	避免争辩	(243)
摸准心理	突破缺口	(244)
把握良机	减轻压力	(245)
充分准备	步步紧逼	(246)
捕捉信息	以棋会友	(246)
诚信可靠	科技创新	(247)
匠心独具	获得财富	(254)
灵活机动	广告多变	(255)
含蓄幽默	订单激增	(256)
广告奇招	起死回生	(256)
免费宣传	效果奇佳	(257)
夸张广告	无与伦比	(257)
揭短广告	以诚相见	(258)
目录购货	方便顾客	(259)
无牌商店	令人侧目	(260)
物美价廉	明亏暗赚	(261)
外表装饰	恰到好处	(262)

代理交易	获利匪浅	(263)
条件反射	促进销售	(265)
新颖独特	午餐直销	(266)
商务谈判	唇枪舌剑	(267)
守株待兔	以逸待劳	(268)
营造气氛	虚张声势	(269)
有眼无珠	悔之晚矣	(270)
谐音广告	如愿以偿	(270)
悬念广告	欲言又止	(271)
匪夷所思	广而告之	(272)
安全廉价	优质服务	(273)
广告促销	强龙奇招	(275)
先声夺人	排山倒海	(276)
不知进退	坐失良机	(276)
改换装潢	脱颖而出	(277)
精明广告	勇登高峰	(278)
新闻报道	一目了然	(278)
直陈优点	产品畅销	(279)
橱窗广告	方便促销	(280)
焕然一新	青春永驻	(281)
不断更新	扩大宣传	(281)
毛毯毛衫	金属衣架	(282)
设计新颖	久畅不衰	(282)
先声夺人	促销有术	(284)
深思熟虑	巧订协议	(286)

合纵连横	以攻为守	(286)
解除忧虑	合理铺垫	(287)
声东击西	打探敌情	(288)
摸清情况	一鼓作气	(288)
名牌广告	先声夺人	(289)
明星广告	回味无穷	(290)
买桥“联姻”	独树一帜	(291)
金牌广告	既神又奇	(292)
独特新奇	心战为上	(293)
商海遨游	巧施奇招	(294)
目标明确	观念独特	(297)
抛玉引市	巧占市场	(299)
以玉比珉	品牌效应	(300)
质优价廉	名闻遐迩	(301)
混沌无知	明谈暗访	(303)
纵横自如	左右逢源	(304)
贼喊捉贼	谨防假冒	(306)
独特风格	抛砖引玉	(307)
决策准确	管理得力	(308)
重视研究	增强竞争	(310)
御赐店名	生意兴隆	(311)
拭目以待	再展雄风	(313)
创立品牌	树立形象	(314)
寻求捷径	开拓市场	(316)
真诚为人	赢得成功	(317)

半途而废	经商大忌	(319)
假日旅馆	轰动全球	(323)
出类拔萃	业务扩展	(325)
管理完善	经营独特	(326)
果断决策	瞄准市场	(328)
视野开阔	判断准确	(329)
博采众长	为我所用	(331)

诚信为本 生意兴隆

企业经营成功的秘诀取决于“诚信”二字。陈茂榜是如何靠100元起家的呢？又是怎样成功经营自己的企业的？

今年七十四岁的声宝董事长陈茂榜，他在五十年前以一百块钱与三弟陈阿海一起创业，如今拥有员工五千人，年营业额八十八亿元。他经营企业成功的诀窍只有两个字，那就是“诚信”。

他二十四岁时以一百多元开了一家电器行，由于资金不足，陈茂榜只好以五十元为一单位，分别交给两家电器中间商做为保证金，然后向他们提货来卖。

由于这两家中间商都很信任陈茂榜，所以那五十元的保证金，只不过是一种形式而已，其实陈茂榜向他们所提的货值达五百元左右——保证金的十倍。

对于中间商特别的宽容与照顾，陈茂榜以实际行动回报，一切来往本本分分、老老实实，把该付的钱弄得一清二楚，绝不拆烂污。

如此交往了一时间之后，陈茂榜更取得了中间商的信赖，因此不论他提多少货，他们都毫不犹豫地答应了。从此他的生意愈做愈大。

陈茂榜说：“这件事给我很大启示，使我深深了解到，在商场上，信用实在太重要了。”

曾经有一度，陈茂榜亲自上电视为声宝的产品做广告，为这件事，很多人百思不解。

陈茂榜严肃地回答：“我不是为自己的产品宣传，而是为它做保证。”这又是“诚信”经营哲学的具体表现。

又有一次，他参加一个工商座谈会，电视予以转播，他讲到一

半，假牙突然松动，他毫不犹豫地取下假牙，继续讲完。

他这种不在乎形象的做法，反而给观众留下极其深刻的印象。其实这就是陈茂榜的一贯的理念——亲切、真诚、实在。

以诚感人 赢得顾客

以诚感人，赢得顾客是商人必须重视的前提。松下幸之助是如何打入国际市场的呢？傢具厂又是靠什么吸引顾客的呢？

日本松下电器公司创始人松下幸之助在总结创业 60 年的竞争历史中，深刻地体会到“竞争的本身是一件好事。由于存在着竞争，为了不败给对方就要发挥智慧，努力工作。但必须排除那些过分的竞争，因为那是一种罪恶。尤其是那些资金雄厚的大企业，以及在同业界中起统率作用的企业，更应力戒于此。规模较小的企业即使有些稍稍过分的竞争，而统率性的企业如果毅然贯彻正确的竞争路线，同业界也不会给同业界造成同业界大战一般的大混乱，使同业界陷入极端的疲惫之中，还会使自己的信誉极大的衰落。”松下幸之助的诚意可谓感人至深。

一位顾客买了床垫，回家一用很快就坏了，这位顾客找到那家工厂要求退换，那家工厂非但不给退换，反而矢口抵赖，死活不承认质量有毛病。这件事情吵大了，被另一家生产同类产品的厂家知道了。这家工厂的厂长找到北京市那位居民说，你那张床垫虽然不是我们厂生产的。但你的痛苦就是我们同行的耻辱，我们愿意帮你调换。这家工厂诚心诚意为顾客着想，诚心诚意维护同行信誉的做法，不仅震动了同行，而且也感动了消费者。

据说在美国纽约，有家梅瑞百货公司，如果顾客在该公司里没有买到想买到的东西，那么，顾客可以到该公司的咨询服务亭去询

问,它会毫无保留地把顾客介绍到有那种货物的商店里。梅瑞百货公司的这种诚恳为顾客服务,诚恳地帮助同行业增利的行为,受到社会公众的好评,生意日益兴隆。

不惜代价 坚守信誉

不惜代价,坚守信誉,才能赢得顾客和同行的好感。在激烈的竞争中,八百伴公司是怎样受到公众的好评的呢?又是怎样一步一步地走向成功的呢?

日本的八百伴公司曾发生过一桩投诉事件。客人委托八百伴送年终礼——柑桔,20天过后还未送到。而这时已是大年除夕的前一天。店里的发票上记着货已发,那就是送货商的问题了,与八百伴无关。可考虑到八百伴的信誉,加津当即答应第二天一大早就重新装箱并派车送去,一定在今年之内送到。结果第二天专门派了一部车花了大半天时间才把货送到,并一再道歉。事后加津曾这样总结过:

“八百伴创业以来,即使是赊销时代也始终致力于信誉第一。八百伴让人放心,八百伴保险,八百伴万无一失,这就是信誉。确实,在一年中最忙的大年三十,为一箱柑桔开车花半天时间跑东京不上算。但是,即使金钱损失了还能挽回,一旦失去信誉却难以挽回。重要的是,我们要深刻认识到辜负了顾客的意愿和期待是最令人痛心的。我认为要守信誉就要不惜付出任何代价,亮出真心。用一辆货车送一箱柑桔虽然得不偿失,但由此而保住了八百伴的信誉,其意义却十分重要。”以奉献之心真诚的为顾客服务,靠着信誉来吸引顾客,使加津经营的八百伴规模不断扩大,扩大后仍是注重以此为核心的八百伴精神。

1928年9月26日,第22号台风席卷伊豆半岛,以天城山一带为中心降了700毫米的大暴雨。在此之前加津得到预报,意识到交通将中断,消费地热海所需的蔬菜一定紧张。所以马上组织进货。儿子一夫和一名职员冒着危险开车前往小田原,通常往返仅需1个小时的路途竟走了8个小时,到深夜12点才赶回。有一段山路刚刚走过山崖就崩塌了,真是千钧一发呀!第二天9月27日,台风过后天气晴朗,正好是阴历八月十五,各家都需蔬菜水果,旅馆也因客人滞留而需求量骤增。然而市场上几乎无货,所以零售业主攀比着提价,大萝卜一根120日元,黄瓜一根42日元。按高价将冒着生命危险进的5吨货出手以赚大钱是合情合理的,而且也不会引起抱怨。

但加津想到八百伴的一贯宗旨和所创的信誉,坚持不提价,1.5日元进的黄瓜加上运费只卖2日元,5日元进的大萝卜只卖7日元。前来买菜的顾客都喜出望外:“八百伴的菜真便宜,和平时一样!”市民互相转告,5吨菜不到两个小时全卖光了。

从这天起出现了奇迹。开始实行现金明码实价经营时,日销售额10万日元左右,以后好容易提到20万日元就再也提不上了,但自从台风后销售额增长了一倍,每日达40万日元。事实更增强了加津的信心,由此也确立起了自己的经营之道。信誉第一、奉献爱心。

韩国现代企业集团的总经理郑周永,是世界闻名的大财阀。然而,朝鲜战争期间,正当他很快在南韩的建设行业中崭露头角,事业有了起色之时,意外的打击无情的降临到他头上。

那是1953年,郑周永的现代土建社承包了一座大桥的修建工程。由于战时物价上涨,开工不到两年,工程费总额竟比承包时高出了七倍。在这严峻的时刻,有人好心地劝阻郑周永,赶紧停止施工,以免遭受进一步的损失。但郑周永另有一番想法:金钱损失事小,维护信誉事大。于是鼓起勇气,毅然决定:为了保住现代土建社

的信誉，宁可赔本甚至破产也要按时把工程拿下来。结果，现代土建社付出了巨大的代价，终于按时完工，保质量地按时交付使用。

郑周永虽然吃了这回大亏，以致濒临破产，但以此树起了恪守信用的形象，赢得了人们的信任。生意一个接一个地接上门来。不久，他投标承包了当时南韩的四大建设项目：朝兴土建、大业、兴和工作所和中央产业，承建了汉江大桥的第一期工程。接着，又继续承建了汉江大桥的第二、第三期的工程。光是汉江大桥这三项重大工程就前后整整十年的时间，它不仅使郑周永的“现代建筑”赚得了丰厚的利润，而且压倒了同行对手，一跃成为韩国建筑行业的霸主。

商人要想使自己的事业有大的发展，必须讲商业道德，以德为本。郑周永宁输老本，也不输信誉，使生意越做越兴隆。

一诺千金 守商之道

一诺千金形容说话算数，极守信用。多米诺皮公司总裁唐·弗尔塞是怎么实现自己的诺言的呢？如果他未实践自己的诺言，试问他的“碧绿液”会成为驰名全球的畅销产品吗？

多米诺皮公司，在他们的经营活动中，总是保证在最多 30 分钟内，就将客户的订货送到任何规定的地点。这是他们在众多的行业竞争中所以能够站得住脚的重要原因。这家公司的供应部门，任何时候都能保证公司分散在各地的商店和代销点不会中断货物的供应。如果这些商店和代销点商品供应不及时而停止了营业，那就是供应部门最严重的过失。

有一次，长途运输车辆出了故障，有一家商店差点中断了生面团的供应。公司总裁唐·弗尔塞得知这一情况后，当即下决心包了

一架飞机，把生面团及时送到那个将要中断供应的商店。

“几百公斤生面团，值得包一架飞机吗？”当时有人不理解，提出疑问说，“送货物的价值还不及飞机运费的十分之一呢？”

“你们感到奇怪吗？”弗尔塞克总裁回答说：“我们宁可赔偿高额运输费，也不可中断供销店的供货，飞机给我们送去的不仅是几百公斤生面团，而是多米诺皮公司的信誉！信誉！”

当几百公斤生面团运到那个商店时，这家商店经理欣喜若狂，“如果让顾客失望地空着手回去，那可真是我们商店的罪过，我们哪里有脸在这里做生意。”他们看来，中断商店的货物供应比什么都要令人懊丧。

有一年，多米诺皮公司的一家商店偶尔发生了一次中止供货事件，公司买回了 1000 多个在悼念死者时才佩带的黑袖章，命令全体员工都佩戴了好长一段时间，以此表示对这类不幸事件的哀悼。

有人说：“市上无君子”，在产品经营中太老实了就要吃亏。其实这是曲解了竞争，竞争要靠真本事，切不可靠歪门邪道，俗话说：“只能骗人一时，不能骗一世”，以弄虚作假的手段来对待别人，最终也必将被别人抛弃。只有实实在在忠实于社会，忠实于公众，忠实于消费者，才能取得社会、公众和消费者的信赖、谅解和支持。

法国矿泉水产量居世界第一位，1989 年总产量达到 48.5 亿升，出口占全部产量的 1/4。在众多的矿泉水中，“碧绿液”是其中的佼佼者。“碧绿液”矿泉水年产量是 10 万瓶，其中 60% 销往国外。在美国、日本和西欧其它国家，这种绿色小瓶已为法国矿泉水的象征。

1990 年 2 月，美国食品及药物管理署突然宣布，对“碧绿液”的抽样检查发现，一些瓶的矿泉水中含超过规定二至八倍的化学成分——苯，长期食用可能致癌。消息传出，无疑是对“碧绿液”声誉的迎头一击。