小智慧做大事丛书

财神的智慧

作为摇编著

出 版 社：伊犁人民出版社
书摇摇号：[illegible]
版权所有：烨子工作室
类摇摇别：企业经营 原经验 原研究
出版时间：[illegible]
字摇摇数：[illegible]万字

内容提要：

摇摇商场如战场，竞争即战争。

在当今这个充满机遇与挑战，竞争激烈，关系复杂，优胜劣汰的世界里，人人都渴望事业成功，家庭幸福，人生顺遂。

本书为你提供[illegible]个小主意，为你指明一条致富之路。本书集中国古今晦韬谋略之大成，纳国内海外经商智慧之精髓，用通俗易懂的语言文字，列举大量事例，读起来轻松明快，恰似一部交响曲，充满趣味和人生哲理，充满睿智与宁静。

目摇摇录

员郎人要学会真诚 ……（员
圆郎人和财富打交道 ……（员
猿郎在生活要多学习 ……（圆
源郎春卷也能嫌大钱 ……（猿
缘郎随机应变才立于不败 ……（源
远郎 东丽 ”公司的辉煌 ……（远
苑郎 皮衣旋风 ” ……（苑
愿郎英国皇家可以借 ……（愿
怨郎汽车战 ……（怨
员郎微软注资苹果是别有用心 ……（员
员郎精工表借奥运会大过广告瘾 ……（员
员郎天津圆珠笔钟情亚运会 ……（员
员郎阿拉斯加来的‘ 土匪 ” ……（员
员郎陵形金刚横扫中国市场 ……（员
员郎福特产‘ 野马 ”发大财 ……（员
员郎美国《检查者报》出奇制胜 ……（圆
员郎 娃哈哈 ”乐哈哈 ……（圆
员郎 捡死鸡 ”发大财 ……（圆
员郎发‘ 瘟疫 ”财 ……（圆
圆郎超级业余经纪人横发财 ……（圆
圆郎丑‘ 小鸭 ”免费使用收效大 ……（圆
圆郎最亮的新星 ……（圆
圆郎小主意，赚大钱 ……（圆
圆郎竹园宾馆东山再起 ……（圆
圆郎香港汇丰靠对了 ……（猿
圆郎奇思怪想巧发财 ……（猿
圆郎址服务独具特色 ……（猿
圆郎第二次‘ 珍珠港 ”事件 ……（猿
圆郎香蒂酒重男轻女 ……（猿
猿郎博士‘ 白手 ”起家 ……（猿
猿郎借财生财 ……（猿
猿郎画饼可以充饥 ……（猿
猿郎唯有远虑，才无近忧 ……（猿
猿郎优太人‘ 利用 ”美国 ……（源
猿郎 老实本分 ”的福斯汽车 ……（源

猿圜优伯罗斯奥运会上收渔利 …… （源圆
猿圜剃须刀的锋芒战 …… （源袁
猿圜怀特致富“三板斧” …… （源原
猿圜吉拉德的“卡片策略” …… （源缘
源圜代写日记有钱赚 …… （源远
源圜赊账”的妙处 …… （源苑
源圜产品当作废品卖 …… （源愿
源圜小商贩的大发明 …… （源怨
源圜收藏酒瓶也可发财 …… （缘园
源圜明星旧衣专卖店 …… （缘员
源圜破烂摊大王 …… （缘圆
源圜一句话财富 …… （缘袁
源圜刷出来的财富 …… （缘原
源圜光男”改姓“肯尼士” …… （缘缘
缘圜现缝插针巧赚钱 …… （缘远
缘圜水”贵于“金” …… （缘苑
缘圜咖啡宾馆老板的利刀 …… （缘愿
缘圜邮票广告技高一筹 …… （缘怨
缘圜砸牌借牌经营策略 …… （远园
缘圜手机穿彩衣 …… （远员
缘圜醉翁之意不在酒 …… （远圆
缘圜深夜员点的灯光 …… （远袁
缘圜宇宙”沾马季的光 …… （远原
缘圜惜“资”引“资” …… （远缘
远圜好货要有好包装 …… （远远
远圜小林一三“引狼入室” …… （远苑
远圜李代桃僵的总统级酒 …… （远愿
远圜总统的嗜好，商家的钱 …… （远怨
远圜草帽换来致富帽 …… （苑园
远圜亨氏集团的操雷器 …… （苑员
远圜小投资换来大收益 …… （苑圆
远圜军工厂“借尸还魂” …… （苑袁
远圜双重身份的女游客 …… （苑原
远圜名牌商品畅销 …… （苑缘
苑圜巧借总统的广告词 …… （苑远
苑圜白送糖块的酒店 …… （苑苑
苑圜吸烟有害健康”的真实目的 …… （苑愿
苑圜面包店“试吃”增业绩 …… （苑怨
苑圜抛出小玩意，引来大财富 …… （愿园
苑圜用小鱼钓大鱼 …… （愿员
此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

苑郾一分钱引来 缘园元 …… （愿园
苑郾 四部曲 ”销售法 …… （愿猿
苑郾奇特的‘ 间谍书店 ” …… （愿原
苑郾迷倒中学生的服饰店 …… （愿缘
愿郾陵当劳让父母掏腰包 …… （愿苑
愿郾免费供酒的经商谋略 …… （愿苑
愿郾石油大王学会从侧面进攻 …… （愿愿
愿郾烟台啤酒进军上海 …… （愿怨
愿郾林河酒厂比亏彼盈 …… （怨园
愿郾擒贼擒王的广告 …… （怨员
愿郾使物‘ 稀 ”,以求‘ 贵 ” …… （怨圆
愿郾囤积居奇押大宝 …… （怨猿
愿郾快速转产,效益大增 …… （怨缘
愿郾追求产品的轻、薄、短、小 …… （怨苑
怨郾鹦鹉的诞生 …… （怨苑
怨郾王子结婚乐坏了商家 …… （怨愿
怨郾洋娃娃改形象赚大钱 …… （怨怨
怨郾来自消费者的决策 …… （员园
怨郾坦白战略,相机使用 …… （员员
怨郾由滞转俏可赚 …… （员圆
怨郾 嘴巴 ”生意发大财 …… （员猿
怨郾库里恰克巧卖日货 …… （员原
怨郾淡季中获高效 …… （员缘
怨郾远交近攻 …… （员苑
员园郾 闲话 ”也能赚大钱 …… （员苑
员员郾摆脱操纵,金蝉脱壳 …… （员愿
员圆郾数时尚看‘ 鸿翔 ” …… （员怨
员猿郾 关门捉贼 ”式服务 …… （员园
员原郾卖断策略 …… （员员
员缘郾劳兰德公司全胜商战 …… （员圆
员苑郾 少林寺 ”运动鞋 …… （员猿
员苑郾 红豆 ”假文化之途 …… （员原
员愿郾 不耻下问 ”财路广 …… （员缘
员怨郾卡西欧放风 …… （员苑
员园郾洋娃娃畅销迎合失意人 …… （员苑
员员郾火烧‘ 希特勒 ” …… （员愿
员圆郾假痴不癫造丝袋 …… （员怨
员猿郾隗屋饮食店 …… （员园
员原郾阳公夜私两不误 …… （员员
员缘郾哆种经营打开销路 …… （员圆

[illegible]瑞士巧克力‘偷梁换柱”……（[illegible]
[illegible]萨纳福和电视机 ……（[illegible]
[illegible]纸袋虽小，赚钱可大……（[illegible]
[illegible]林地大胆入住意大利 ……（[illegible]
[illegible]埃德疯狂大减价 ……（[illegible]
[illegible]先装糊涂后赚钱 ……（[illegible]
[illegible]着眼未来，以巧取胜……（[illegible]
[illegible]投其所好赚钱术 ……（[illegible]
[illegible]曼谷酒吧的妙计 ……（[illegible]
[illegible]日本电器先声而后实 ……（[illegible]
[illegible]红楼梦酒厂的‘壮行酒”……（[illegible]
[illegible]松下迟到的促销谋略 ……（[illegible]
[illegible]华府羔效应 ……（[illegible]
[illegible]小蜡烛以美取胜 ……（[illegible]
[illegible]计算机厂破费培训 ……（[illegible]
[illegible]寸土必争的发财法 ……（[illegible]
[illegible]盯人之术”战之必胜 ……（[illegible]
[illegible]自行车、健力宝与总统……（[illegible]
[illegible]造‘鬼”洞赚大钱 ……（[illegible]
[illegible]白兰地入住‘美国白宫”……（[illegible]
[illegible]斜纹字体的发明 ……（[illegible]
[illegible]色”取胜 ……（[illegible]
[illegible]绝妙表演深得欢心 ……（[illegible]
[illegible]发生在硅谷的反间战 ……（[illegible]
[illegible]灵活性”的商战 ……（[illegible]
[illegible]韩国三星出高价刺激代理商 ……（[illegible]
[illegible]是骡子是马拉出来溜溜 ……（[illegible]
[illegible]两面作战使百货大王独占鳌头 ……（[illegible]
[illegible]海福拉大发‘女人”财 ……（[illegible]
[illegible]赚钱也要有魅力 ……（[illegible]
[illegible]米老鼠专卖店内的风景线 ……（[illegible]
[illegible]引人注目的‘七天”广告 ……（[illegible]
[illegible]丑陋玩具”变金玩具 ……（[illegible]
[illegible]奇特的侏儒餐馆 ……（[illegible]
[illegible]吃光餐馆 ……（[illegible]
[illegible]夏露丽的独特促销法 ……（[illegible]
[illegible]博雷尔快餐店沉浮录 ……（[illegible]
[illegible]谨防奶酪里的金币 ……（[illegible]
[illegible]激将法促成生意 ……（[illegible]
[illegible]亭电蕴含的致富商机 ……（[illegible]

员缘酃声名远播的‘ 龙桥瓜子 ” ……（员源
员缘酃阿姆斯特朗软木地板由点到面的思考 ……（员缘
员缘酃开发创新出‘ 杜邦 ” ……（员源
员缘酃去掏女人的腰包 ……（员苑
员源酃真真假假的坚尾计算机公司 ……（员源
员源酃险点子赚大钱 ……（员怨
员源酃一次夜行的百万启示 ……（员园
员缘酃商海一借 ……（员园
员源酃转手一卖赚大钱 ……（员禧
员缘酃巧用地区差价赚大钱 ……（员源

员工队人要学会真诚

林子大了，什么鸟都有。世界上有悬赏缉拿要犯的，有悬赏举报走私、贩毒的，也有商人假悬赏行推销术的，以下就是典型事例。

开发合成树脂毛毯成功的日本梨化公司，常在市面上发现仿造品。

这些仿造品给该公司商品的销路形成威胁。于是为了维护权益，该公司在各大报上刊出如下广告：

“ 让合成脂长出柔软而悦目的绒毛，是本公司所开发的新颖产品。这种物美价廉的毛毯人见人爱，然而它有专利权，任何人都不允许仿造。如果您发现有人仿造，请将该厂主姓名、该厂地址通知我们，本公司便会赠送 [illegible]万元奖金给您，绝不食言。”

这项广告严肃而不呆板，不仅收到吓阻别人仿制的效果，且因 [illegible]万元奖金掀起了一股空前绝后的热潮，竟使得知名度不高的合成树脂毛毯，一夜之间成为家喻户晓的热门新产品，得以在市场上打下了相当广泛而稳固的基础。

当然，[illegible]万元奖金未能兑现，因仿造厂家非常隐秘，没有被人发现。但这则广告的确遏止了仿造品，而且使梨化公司的产品在日本国内广受消费者欢迎，大为畅销之后，竟也开拓出国外的市场，外销的数量也与年俱增。

公司所承诺的巨额悬赏虽然是个幌子，却也能促进商品知名度的提高，从而扩大了销售量。

此计一举两得，一箭双雕，以悬赏作为幌子，吓倒仿制者，为自己赢得了顾客，赢得了市场，当然也赚了钞票。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

圜郡人和财富打交道

美国利亚桑那一家珠宝店采购到一批漂亮的绿宝石。此次采购数量很大，老板很怕短期内销不出去，影响资金周转，便决定按通常惯用的方法，减价销售，以达到薄利多销的目的。但事与愿违，原以为会一抢而光的商品，好几天过去，购买者却寥寥无几。老板谜团重重，是不是价格定得还高，应再降低价格？正在这时，外地有一笔生意急需老板前去洽谈，已来不及仔细研究那批货降多少，老板临行前只好匆匆地写了一张纸条留给店员：

“我走后绿宝石如仍销售不畅，可按二分之一的价格卖掉。”由于着急，关键的字体二分之一没有写清楚，店员将其读成“员~圆倍的价格卖掉。”店员们将绿宝石的价格先提高一倍，看到购买者越来越多，又将价格提高一倍。结果大出所料，宝石在几天之内便一抢而空。老板从外地回来，见宝石销售一空，一问价格，不由得大吃一惊，当知道原委后，店员、老板同时开怀大笑，这可真是歪打正着了。

定价策略中，低定价、薄利多销是一种策略，但高价策略有时也是一种致胜策略，这要求准确了解、把握消费者的心理。如男士西服，若定位于中等以上收入的消费者，除了西服质地、做工考究外，定价适当高一点，男士们认为上档次，反而能刺激他们的购买欲。

獽在生活要多学习

日本富上弦乐器制造株式会社是世界上最大的吉他制造商，销售量占世界吉他市场的 [illegible]。然而，它最初的创始人横内一郎却有一段辛酸的创业经历。

[illegible]年 [illegible]月，横内面临国内吉他销售非常不景气的局面，决定跨洋渡海到美国去兜售吉他。但是，他既不懂英语，又不懂音乐，也不了解美国人的习俗，在美国到处被别人嘲弄。三个月过去了，连一把吉他也没推销出去。横内流落美国街头，心情凄楚，百感交集，几乎想一死了之。

正在横内走投无路之时，他碰上了一位六十岁上下的美国医生。那位医生把横内带到自己家里，白天黑夜地教他学英语。经过两个星期的填鸭式的教学，横内已能用所学到的英语谈自己的看法了。那位美国医生十分高兴，大声对横内说：“ 你的英语已经毕业了，做生意已经够用了，请你去推销你的吉他去吧 !”

横内绝望的心境中又升起了希望之星。他重新拎起从日本带来的两把吉他，又开始奔走于纽约吉他公司。由于他粗通英语，也略晓美国社会的人情风俗，已不再是初到美国的那样一副可笑而又可怜的样子。尽管他操着一口生硬的美国英语，但纽约的吉他公司的老板们终于明白了他是日本的一位制造吉他的能手。于是，仅仅几天的功夫，横内就在生意谈判中获得了极大的成功，签订了 [illegible]美元的吉他销售合同。

初战获胜，横内喜出望外。他乘胜前进，从纽约出发，周游美国的各大城市，凭着背水一战的决心，运用三寸不烂之舌，只用了 [illegible]多天的时间，就拉到了 [illegible]万美元的吉他生意。

瀝春卷也能嫌大钱

华裔范先生在丹麦自谋财路，混迹生意场。他想到利用自己独具特色的手艺可以广纳财源，于是他就开了一家中国春卷店。开始时生意并不好，范先生琢磨后明白了，纯粹的中国式春卷并不合欧洲人的胃口。他重新进行精心选择和配制，不再运用中国人常用的韭菜肉丝馅心，而是采用了符合丹麦人口味的馅心。这一独具匠心的改变，外加范先生的不懈努力，原来惨淡经营的小店顾客络绎不绝，积累了资金后，范先生迫不及待地扩大了规模。

他放弃了以前的手工操作，采用自动化滚动机新技术来生产中国春卷，并投资兴建了“ 大龙 ”食品厂，还建了相配套的冷藏库和豆芽厂。生意越做越大，范先生的春卷开始向丹麦以外的国家出口。他坚持中国春卷西方口味这一秘诀，针对欧洲各国人的不同口味，采用豆芽、牛肉丝、火腿丝、鸡蛋或笋丝、木耳、鸡丝、胡萝卜丝、白菜、咖喱粉、鲜鱼等不同原料来制作，生产出来的春卷营养卫生、香脆可口、风格各异，因而深受欧洲各国人的喜欢。

由于大龙春卷价格稳定，又适合西方人口味，范先生的订单滚滚而来，生意扩展到欧洲各国。[illegible]世纪 [illegible]年代末，经美国国会的专家化验鉴定后，美国政府每天向范先生订购 [illegible]万只符合美国人口味的大龙春卷，以供给美国驻德国的 [illegible]万士兵食用。

[illegible]年，墨西哥举办了第 [illegible]届世界杯足球赛，大批球迷忙于看球连吃饭都顾不上。范先生抓住这个机会，按照墨西哥人的口味习惯，生产了一大批辣的春卷销往墨西哥，结果被抢购一空。

范先生不断扩大生产规模，运用新的设备和技术。原本是默默无闻的小生意成为赫赫有名的大户，由于他的公司产品质量上乘、服务一流，中国式春卷名声大振。

许多从商者总是渴望自己能做大宗买卖、赚大钱，但那毕竟是“ 大款 ”的专利，底子薄的人是可望而不可及。其实，小生意可以带来高利润，小东西一样可以赚大钱。范先生就是慧眼独具，靠小春卷白手起家，成了大富翁。

缘随机应变才立于不败

三年前，李光接过了一家已倒闭的街道办制胶厂。该厂 猿园来人，倒闭时亏下 缘万元外债，拖欠工人 怨个月的工资。

刚刚接受烂摊子的时候，他用集资的办法招收了 圆园多名工人，买了油毡纸把漏屋蒙起来，暂时解决了厂房问题，又从工人家里借来缝纫机，解决了设备问题。

正当他对制胶厂实施“ 起死回生术 ”时，获得一个准确的市场信息，制胶业市场产品过剩，皮革塑料制品行业的许多厂家都纷纷下马。李光得到这个情报后，脑子里立即就出现了一个“ 变 ”字，果断地决定“ 变 ”。“ 变 ”也要因地制宜，经过数次的调查和考虑后，权衡利弊，他决定从本地区兴旺发达的畜牧业打开突破口，以皮革制品杀出一条财路。他就地取材，用皮革制作自行车座垫、手提包、背包、儿童书包、旅行包等产品，很快占领了市场。债务还清了，工人工资补发了。小本生意获大利，让一些正在挣扎着的小厂都纷纷来参观。

李光特敏感，他预感到这些人即将成为竞争对手，于是立即又想到了“ 变 ”。他们厂转产牛皮鞋、皮箱、山羊革茄克衫等。很多工人都来责问厂长：“ 这么畅销的产品为什么要停止生产呢 ?” 不久这个问题便让实际情况来作了解释：许多来取经的工厂，见他们的原产品本小利大销售快，回去后争相大批生产，结果市场很快就出现了滞销现象。别的企业“ 穷则思变 ”，而李光是“ 富则思变 ”，远大的眼光和超乎寻常的胆略使他在“ 商场如战场 ”的残酷竞争中毅然出动，他在别人一哄而上之时，转产新产品，市场反而一片兴旺。

皮件厂办得比较顺利，新产品很畅销，可是李光想问题就是比常人深一层，他预想到皮革制品有时会出现滞销现象，仅靠一种产品风险大，如果采取“ 一业为主，多业并举 ”，那么一种业务不景气时，另外业务就可以马上扩大，弥补损失。于是决定再上一种新产品。

为了选择新产品，他四处奔走了解市场行情。一张“ 首届 粤市骡马物资交流大会 ”的海报吸引了他。本地牛皮资源丰富，皮质又居全国之首，加工牛皮的念头产生了。从市场他又了解到“ 黄牛蓝湿皮 ”在外贸市场上是紧俏商品，于是他立即组织力量，很快就生产出了色泽鲜艳的黄牛蓝湿皮。当年，这一新产品就被一外商看中，当即与他们厂签订了年供货 缘万张的合同书，由于他们厂的产品质量好，又守信用，所以不久黄牛蓝湿皮就出口到日本、新加坡、印度等亚洲各国。

人随时代的步伐走，而企业应跟着市场信息变。在这方面，李光应付自如，用新产品不断充实市场。一次，一位农村姑娘来到皮件厂，她在买一只结婚用的皮箱。厂里的业务员把她领到了制箱车间，那里有准备发到各个城市去的航空模压箱、旅游箱、轻便手提书箱、带轱辘的套箱等各式漂亮的箱子，可姑娘一个都没看中。这一小小的举动立即引起李光的兴趣，他经过思索和研究，将如何才能适合农村市场的需求，如何打开农村的市场被提上日程。农村是个广大的市场，而自己的厂却没去占领它，应该把产品面向农村。

他立即组织力量设计制造出了色彩鲜艳、龙飞凤舞、图案明朗的带着乡土气息的皮箱。这种龙凤皮箱一上市就被抢购一空，很多农村经销店得知这个消息后纷纷前来订货。他们的产品占领了农村市场，产值和利润很快大幅度上升。开发一个新产品，就能占领一个市场。农村市场刚占领，李光又捕捉到一个有价值的信息：他看到一个购货员，穿着一身时髦的西装，可脚上却踏着一双旧布鞋，这身装束很不协调，李光不觉上前探问了一下：“ 您为什么不穿皮鞋 ?”“ 脚气严

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

重，没福气穿啊！”

这句不易被人注意的话却拨动了企业家那敏感的神经：对！研制药物皮鞋，防治脚气病。中国人生脚气病的多，这可是一个规模不小的市场啊！他立即向制药公司和有关科研单位取经、学习，并高薪聘请科研人员研制药物皮鞋。不久试验成功。经过上级科研单位鉴定，防治效果达百分之九十以上。新产品获得了省和国家的科技成果奖。皮鞋一闪亮登场，订货单纷至沓来，经商者也蜂拥而来，李光获得了巨大成功，事业如日中天，势气逼人。猿年后，原来盖着油毡纸的茅屋变成了七层五开间楼房和宽敞的车间，猿年来人的小厂变成了猿多人的中型厂。

李光的“兴厂之道”在于他根据市场信息，随机应变、机敏果断。可见，“随机应变”在当今的商战中尤其具有现实意义。

在商场上，市场风云，变幻莫测；强手林立，各显神通；明争暗抢，五花八门；鲸吞蚕食，触目惊心。企业经营者面对如此的竞争场面，只有以变应变，才能在商海中劈风浪、绕暗礁，直挂云帆济沧海，夺取最后的胜利。

邇“东丽”公司的辉煌

日本的东丽在 圆园世纪 远园年代初期还是一家名不见经传的小公司，但是，该公司自从于 员怨缘员年投资应用新原料的生产之后，经过百折不挠的创业，目前，已成为世界第一流的碳纤维厂商了。

该公司自 圆园世纪 苑园年代开始，每年以百分之二三十的增长速度发展，这是与该公司的现任社长伊藤昌寿有自知之明和远见分不开的。

东丽公司的经营策略就是不与竞争对手直接展开正面的价格和同类品种的交锋，而是采取“围魏救赵”的经营策略，另辟渠道，拓新商品，实行产品差别化，充分发挥人无我有的优势。

东丽公司从 员怨缘员年开始研究合纤技术的运用，除了花巨额经费给科研人员研究分析合纤这种新原料多元化的应用技术外，还派出大量的人员到海外各地去进行市场调查，最后将两部分得到的资料进行筛选整理，使之有异于同行产品，然后确定以发展碳纤维为目标。

员怨缘员年开始投资生产，一两年内，由于市场上对该产品的需求量不大，使公司亏了本。

尽管如此，东丽公司的最高决策者努力研究各方面的影响因素后，认为亏本是暂时的，前景是光明的，故不气馁。

果然不出东丽公司所料，不久后，东丽公司的产品逐步被应用到制造高尔夫球棒、飞机材料、人造卫星天线等方面。到 员怨苑源年，东丽公司转亏为盈。

接着，东丽公司了解到录音机、录像机广泛进入寻常百姓家，自然带来了生产录像带和磁带所需的多元脂薄膜的需求增大，这正好充分发挥本公司合纤技术专长。

因此，东丽公司又投资生产多元脂薄膜，继而开发人造革多元使用。进入 圆园世纪 愿园年代，东丽公司已成为合纤原料的最大供应厂商之一。

殫“皮衣旋风”

北欧世家皮革公司以北欧及中国优质皮革为原料，采用的是法国巴黎著名的时装设计师姬仙蒂娜的最新款式。它每年秋季在纽约、巴黎等大城市举办时装表演。这次它又委托世界著名的公关公司博雅公司在东南亚、中国为其宣传。

博雅公司首先组织了一批文章，分批发表于香港的时装、妇女、生活、风采等有关杂志及报纸专栏。随后，在香港电视台收视率极高的妇女专题节目中，突然出现了身着名贵皮革服装的中国与外国漂亮的女模特，她们身上的贵重裘皮时装光彩夺目，观众被倾倒了。北欧皮革受更多的人青睐。

同年 月 日，中国有史以来第一次外国时装表演在长城饭店拉开了帷幕，中国有关政府官员、服装界人士、皮革行业专家、经理，北欧各国驻华使节，中国及外国记者近 人观看了表演。

中外新闻界都从中国政治、经济、人民生活等角度评价这场时装表演。国内各大报刊、杂志，都图文并茂地报道了这次表演。中央电视台、香港亚洲电视台在黄金时间内报道了有关时装表演盛况，欧洲与美洲、东南亚各国，掀起了皮革服装热，北欧世家在世界刮起了旋风。

愿英国皇家可以借

索尼公司董事长盛田昭夫利用一次天赐良机，借用英国皇家，使自己的产品打入英国市场。

[illegible]年，英国威尔士亲王到日本参加国际博览会，英国大使馆委托索尼公司在亲王的套间里安一台电视机。索尼公司以其高质量的服务使亲王大为满意。

在使馆举办的招待会上，盛田昭夫经人介绍认识了亲王。亲王对索尼公司提供的方便深表感谢，并流露出若盛田昭夫决定在英国开办工厂，不要忘记设在亲王的领地上。

不久盛田昭夫果然去了英国。经过调查了解，他决定把企业扩展到那里。在公司的开工盛典上，盛田昭夫请威尔士亲王大驾光临。为了感谢亲王的光顾，他让人在厂门口树起了一块纪念匾，以示永远铭记。

[illegible]世纪[illegible]年代伊始，这家工厂决定扩大生产，盛田昭夫再次邀请威尔士亲王前来助兴。亲王因日程安排已满，派王妃前往。王妃此时正有孕在身，盛田昭夫更是鞍前马后照顾周到，让王妃巡视工厂时戴上了工作帽，帽子上却用大字写上“ 索尼 ”二字。

随着摄影师们的拍照声，英国各界和世界各地都知道了——王妃参观了索尼在英国的分厂。

从此以后，世界各地到此一游者，都可以通过“ 匾 ”和“ 照片 ”了解索尼公司的历史，活生生地再现其主人与英皇室的友谊，如此一来，不就把财富带给了索尼吗？

就这样，索尼公司借英国皇家成功地杀入了英国市场。

怨鄢汽车战

同是汽车制造大国，何以一方得以顺利进入另方市场？看看日本三菱汽车是如何开进美国市场的吧。

三菱汽车公司创建于 员怨园缘年，公司总部设在日本东京。员怨员员年销售额为 圆园园援园怨亿美元，利润额为 员援愿圆亿美元，雇员 源万多人。在世界 缘园园家最大的工业公司是排名第 缘袁位。

从 员怨苑园年三菱重工业汽车部开始生产第一辆大型客车算起，到目前为止，该公司生产的大型客车已达 圆园园多万辆，是日本目前最大的大型客车制造企业。

员怨怨园年，三菱的营销者们发现了一条低成本、低风险进入美国市场的途径。

在 员怨苑员年到 员怨怨员年间，只有 员园园万辆三菱小轿车和小型卡车在美国被卖掉，它们使用的商标名称是道奇、柯特、切林奇、普里茅斯、沙波罗等，美国购买者根本不知道这是日本的三菱汽车。除此以外三菱公司的营销人员，对克莱斯勒做出的营销努力也是不满意的，认为美国公司推销他们自己的小轿车更起劲，因为销售他们自己的产品盈利更多。他们知道三菱在欧洲市场份额是在美国市场的两倍。

员怨愿缘年，三菱汽车公司与美国克莱斯勒汽车公司合资成立“ 钻石星汽车公司 ”，各占 缘园园豫股份。钻石星汽车公司生产三菱 耘原[illegible]，[illegible]和 [illegible]晕牌汽车，结果这些型号的汽车被美国著名的汽车制造专业刊物《汽车与驾驶员》从 员怨愿怨年起连续 源年评选为十佳汽车之一。员怨员怨年 员园月，三菱汽车公司将钻石星汽车公司股份全部购买下来。员怨圆园年 猿月，克莱斯勒将持有的部分三菱汽车公司的股份售出以后，持股比例只占这家公司的 缘园园豫。尽管克莱斯勒所占资产份额大幅降低，但是，三菱与克莱斯勒的合作一直很密切。

在卡车制造与销售的跨国经营方面，三菱在美国也取得了很大成绩。员怨愿缘年，“ 三菱 云战韵卡车美国公司 ”成立并开始向美国销售 悦[illegible]和大型卡车。员怨圆园年 猿月，这家公司在美国已拥有 员怨怨个销售商。

然而在设厂之初，形势并不明朗。酝酝苏粤需要一套营销策略来面对市场的不确定性，以便使销售和收益均获得成功。在低配额下，公司既要建立一套强大的销售网络，还要解决和美国同行的竞争、产品的低知名度以及新市场存在的文化差异等问题。酝酝苏粤的副总裁理查德意识到，在进口产品市场的激烈竞争中，他的公司所面临的任务是使美国消费者相信三菱汽车具有特别的优点，独一无二。他决定把营销战略建立在显示母公司实力的基础上，而不是使三菱的产品看起来像其他汽车。因此，对于同一个市场层次来说，三菱所选的产品线和所定的价格在其他日本汽车之上。使三菱在人们心目中比与之竞争的产品具有更多的特点、更多的技术、更多的创新和更合理的价格。根据以上目的，上文中提到的钻石星公司那三种型号的汽车被选中了。另外，酝酝原杂粤还决定推销小型卡车（小型卡车不包括在自愿限制协议内）。

酝酝苏粤成功关键在于它的销售网络，理查德想通过几家独家经销商来推销产品，在开始的两年里，分布于 圆园个大都市的这些独家经销商推销掉占全公司总销售额的 源园园豫，酝酝苏粤的营销人员和这些商人保持密切联系以保证成功。

作为对三菱公司牢牢占领美国市场的一种平衡的做法，员怨圆园年，三菱汽车公司重新修订了员怨怨员年 员园日签订的购买美国产品议案，修改后的议案包括以下内容：

员、三菱汽车设在美国的工厂将购买包括克莱斯勒公司发动机和变速器在内的汽车零部件。

灵隐源年财政年度，购买费用将达 吴圆亿美元，等于 灵隐园年的 圆倍。

圆、灵隐源年财政年度，从美国进口的汽车及零部件达 源亿美元，比 灵隐园年财政年度增长 吴援远倍。

猿、灵隐缘年财政年度在日本销售的美国汽车将达 远万辆。

与此同时，三菱公司早已在美国市场生根发芽发展壮大了。

当双方的利益能以合作伙伴的形式得到共享，就不存在所谓的利益冲突。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com