

目 录

第一章：个案故事

个案 员：千年龙殇 穴 囧 雪

.....到时候我买一辆大奔开到他家，如果门窄了进不去，他们得把墙给拆了.....黑的、白的、荤的、素的在这位老兄的口中流光溢彩、喷薄而出，烟雾缭绕之中，董老板的表情、手势、身姿，真的跟一条龙似地飘浮.....

个案 圆：易水论道 穴 囧 雪

最后“鬼”赶没赶跑不知道，易砚大王却卖掉了三百方砚台，净赚了几十万.....耘老板闻风而动。

个案 猿：以花为媒 穴 囧 雪

从卖花郎到电信商，起点和终点看起来毫不相关，但把这些散珠碎玉串起来，它成了一条美丽的链条.....

个案 源：一石三鸟 穴 囧 雪

你的 员 万应该这样设计：用 圆 万元买一套二居室商品

房，再花猿万元装修，以 员元租出去。然后……

个案缘：本土语言 猿

酝先生说：那位宰主管，一味强调摩托罗拉的“美国精神”，却忽视了产品在中国的发展环境，已被劝退离开了摩托罗拉……

个案远：非常椅子 猿

签订承包合同的第二天，工厂的电锯就疯狂地响了起来，似乎重张伊始就获得了一个大订单……第三天，椅子上多了一个价签……

个案苑：树的遐想 猿

女孩抛出的扇子……在空中划出了一道道美丽的弧线，落在树上，变成了一朵朵美丽的百合……在老曼眼中，树成了广告传播的载体，绿叶与扇子交相辉映，又营造了一个赏心悦目的空间效果……

个案愿：黑色遗憾 猿

在雪的映衬下，一个黑白分明的答案毫不留情地证明了老曼的判断：离小店只有百米之距的天龙商场进了一万件！

个案怨：小鸡粉条 猿

……油汪汪的粉条中分布着油汪汪的鸡块，夹杂着几丝红红的干辣椒和绿色的香菜末……

个案员：抢滩陷圈 猿

我这一段时间，说得最多的一句话是：十万、八万不嫌

多，一万、两万不嫌少；……原来，他在到处跟人借钱。

个案 猿: 循序渐进..... 猿

老曼踏入社会之初，曾梦想做一个绝对的文化人，后来，老曼发现了自己在文笔上的天赋……

个案 猿: 醉翁之意..... 猿

猿匹战马、猿个群众演员、数十名剧组工作人员、源辆辐重动力车、源名执行导演……由屠洪刚主演的这部广告大片，为业内人士留下了一个巨大的悬念。

个案 猿: 速写画家..... 猿

一年以后，甲画家的家里添置了红地毯和彩电，还交了一个漂亮的女朋友。甲画家对乙画家说：你画得比我好，但我跑得比你快……

个案 猿: 荒唐“碘”故 猿

高老板至少犯了两个错误：中国确实有近猿万碘缺乏者，但这种现象并没有被当成“病”，更致命的在于，国家明确提出了这样的口号——仅食用加碘盐就可以解决城市人群的缺碘问题……

个案 猿: 签名大师..... 猿

……签名设计的导入无疑为在大师带来了利润和荣誉，但这的确是一个简单的生意，由签名设计上升至图文设计的考虑是正确的，但是，在大师在签名方面的影响和积淀，能否为“图文设计”奠定同样的感召力呢？

个案 员远: 精微慎独 穴远雪

在润物细无声中，将珠宝的“学问”变成了珠宝的“生意”，将自己的思想变成了理念和指南，并和连锁经营计划实施捆绑，一同卖给了他的加盟商。

个案 员范: 红杏出墙 穴范雪

.....幸好，巨鹿的杏有一个动听的名字——串枝红杏。老曼为该片写了歌词和广告词，这个广告使巨鹿的红杏每公斤上涨了源角钱.....

个案 员愿: 睡缘未了 穴愿雪

.....这是一个名叫“冬冬宝”的床上系列用品，而床上用品离不开“睡觉”这一行为特征，几经震荡，意念中“上床、睡觉、孩子”的要素逐渐被筛选分离出来.....这句话乍看有点“那个”，但是.....

个案 员怨: 枫蓼无言 穴怨雪

枫蓼的生长由于生态环境变化而欠产或绝收怎么办？枫蓼的生长情况受到人为控制、破坏而不能及时供应怎么办？枫蓼因竞争对手或其他需求遭到大肆采集而陷于“资源供应的不必然”境况怎么办.....

个案 员园: 面面相觑 穴园雪

.....王老板带着老曼观察了“红高粱”郑州总店，到跟前一看，那真叫火！店外排着约 怨园人，店内站着 源人，正在吃面的有 员园多人。老曼忽然对王老板说：你也卖烩面吧！

第二章：咨询课堂

第 员课：啤酒进城：华山一条道 齐延雷

“啤酒小屋”的策略犹如木马计，它通过“静脉”进入北京城，以截流、分流的方式慢慢蚕食.....

第 圆课：药品销售公司的二次创业 齐延雷

你们把代理的 分产品做熟、做大之后，出现了两个危机：一是别的代理公司窥视这块肥肉，想争夺代理权，二是 分产品的生产商想趁机抬高条件.....

第 猿课：决策权力和老板的魅力 齐延雷

身为老板，脾气不是个性，武断不是果断。你如果没有充分的理由或巧妙的办法，很难真正调动下属，他们即使服从你的安排，也只能搪塞和应付.....

第 源课：轰动效应的正负两极 齐延雷

轰动效应的“不可制造性”一如契机的“不可制造性”.....

第 缘课：从现场录音到甲方权益 齐延雷

无论出于什么动机、想达到什么目的，只要理由已经确定，就必须据理力争，用一个潜在的理由去争取一个显在的机会，或用一个显在的理由去说服对方而达到一个潜在的目的.....

第 远课：商务客酬的分寸和技巧 六远课

商业客酬的最佳境界应为：以合作的利益系数为核心，将“付出”与“回报”把握在一个恰当的平衡系统中，不亢不卑、不急不躁。

第 苑课：家庭企业的“内”与“外” 六苑课

家族企业也好，社会企业也好，利弊冲突的核心是一个“人”字。

第 愿课：上海市场和北京市场 六愿课

北京人的消费比较率意和粗犷，上海人的消费比较细腻和谨慎。上海人看不惯北京人的“土”，而北京人瞧不起上海人的“俗”……

第 怨课：战略与战术 六怨课

身为战略家的老板，应是一位前沿的统帅和领导者，企业由他亲自管理，风险亦由其完全承担。

第 园课：愧导入误区种种 六园课

如果你有幸深入到愧个案所指的企业中去，你会发现，书上的愧与实际运用中的愧有天壤之别……

第 员课：外围人才的“用”术 六员课

你对公司的运作要求超过了你的财力，要解决目前的人才困境，恐怕要在“用”的问题上打主意……

第 1 课：信息收集..... 1

信息的收集，是一个感悟和转化的过程.....这也是信息收集，没准哪一天就能洗出一个“大王”来。

第 2 课：方便米饭的“麻烦” 2

方便米饭即将进入的市场其实是方便面的市场，如果万一方便米饭表现出了取代方便面的明显态势，方便面厂商岂能无动于衷？一旦他们把脚伸进来，你们可能连汤都喝不上。

第 3 课：资本和知本的“妥协” 3

你可能精于产品的发明，但你还不太明白产品进入市场、被市场接受的艰辛.....

第 4 课：石材破损和石头升华 4

你们可以把解决破损问题作为一个契机，导入一个更大的发展概念.....

第 5 课：转行的适应和学习 5

如果你充满惰性、思维风格保守、不愿学习新的东西、不愿接受新的考验，市场稍微变一点点，你都会对自己的老行当感到陌生，就别说进入新领域了。

第 6 课：商业谈判和口才 6

双方都听不懂对方的语言，商贩们只需要在计算器上打出价格，然后指指地上的货，动手、动眼却不动“口”难道不是谈判吗？

第 1 课：商业写作的工具意义

商业文字在实际使用中，除了自身固有的信息传递功能，还具备情感凝聚功能、形象建设功能、素质提升功能、人格感染功能、动机暗示功能、思维整合功能、行为引导功能。

第三章：小老板们

谁是小老板芽

从 粤级过渡到 月级，相当于孩子从吃奶到走路，这一阶段，孩子只吃奶水这一种食物，并总由大人搂着抱着.....

小老板的顽症

自闭的小老板，不愿意接受外界的评价和建议，不愿意否定自己；自足的小老板，不在乎别人比他强多少，却很在意别人比他差多少.....

小老板的优势

小老板要正确认识自己的优势，而不能总是盯着别人的优势，正如小松鼠不能忽视自己的小巧而去羡慕大狗熊的脂肪。

小老板的入行原则

透明原则：我能干什么？我适合干什么？我喜欢干什么？.....
适时启动原则：小企业的运行基本被老板一个人左右，不会有真正的群体决策.....

小老板可资利用的资源	六四四零
利用“官方”资源.....	
利用家庭资源.....	
利用同学资源.....	

第四章：老曼漫话

关于目标	六四四零
任何人做任何事，都有他的目标，有人以现实中既成的形态为目标，有人以书本中描绘的美景为目标，有人以脑海中突兀的梦想为目标。	

关于条件	六四四零
“人、财、物”三个字构成了条件的框架。企业的规模越大，对这三个字的解释也就越复杂——	

关于能力	六四四零
一个人或一群人，利用一定的条件和工具，通过智力的投入、精力的投入、体力的投入，向预想中的目标靠近。	

关于 酝酿	六四四零
只要进了 酝酿 课堂，再有本事的老板总是坐在台下，再没能耐的讲师总是站在台上。	

新版 圆珠笔	六四四零
面对风险，以 圆珠笔 的力量去搏取 圆珠笔 的机率，成功的可能性高出 圆珠笔，以 圆珠笔 的力量搏取 圆珠笔 的机率，成功的可能性小于 圆珠笔。	

微观经营 六经总论

如果把经营企业比喻成写小说，那么，经营的宏观层面相当于小说的主题，中观层面相当于小说的情节，而微观层面则相当于小说的细节。

学习的革命 六经总论

当你不具备学习的条件和心态时，学习就成了一种负担。

序：

我思，我行

对天发誓，老曼写作本书，绝对没有受到任何流行和热门观点的左右，更没有参考或“移植”过任何资料。各位敬爱的读者，你们之中的任何一位，若能在本书面世之前的任何书籍、报刊、网络等出版物或媒体中找到连续 猿段、每段 圆个字与本书内容重合者（老曼自己的网站除外）；老曼愿意担当“抄袭”或“欺诈”之名，并请各位喝酒任罚。之所以敢如此承诺，一来，老曼从未完整读过一本哪怕只有 苑万字类似的书；二来，抄书老曼嫌麻烦，因为老曼思维喷涌的速度高于翻书，写作的速度更高于抄书。

如此大言不惭，老曼绝非是在刻意标榜本书的“原创”，更不是自诩什么高度和水平。老曼以为，在当今口水泛滥、空话连篇的业界，“理论”很多，“正论”也很多；对于企业经营的研究，不是一个赛一个地往“高度”上蹿，就是一茬接一茬地往“经典”上贴。一个观点、一个视角、

一个内容，就是再好，也经不住和尚念经般地重复一万次；更经不住偷梁换柱者的宰割和学术流氓的强暴。

本书呈献给各位的，不是一桌按菜谱烹就的奢华盛宴，而是从老曼自家厨柜里端出的一碟碟小炒；不敢说味道如何美妙，但有两点可以保证：

首先，本书的“主料”和“辅料”都是老曼自家所产；在保证本书内容“原创性”的同时，还注重思维状态的“原生性”。其中，老曼的“漫话”虽然摆不上桌面，更进不了课堂，但散漫之际，更具空灵和放纵。一个词句、一段话语，如果能稍稍点染你淤滞的思维或拂开你沉沉的困顿，老曼就很知足了。个案故事有的系老曼主持执行，有的系老曼协调参与，有的系老曼督导旁观。虽然在描述和评价时作了一些文字上的润色，但事实完全经得起推敲。关于咨询课堂，老曼在此特别声明：老曼是一名商务撰稿人，而不是什么策划人；但是，在大量的商务文案写作中，又不得不去做市场调研，不得不去设计商业行为的程序和结构，不得不向委托人问这问那；时不时地被别人聘为“顾问”，并被人称作“老师”。于是，就把各种零零散散的问题串到一起模拟一下，找一找“讲课”的感觉；至于有没有听课的学生，老曼不甚在意。

其次，老曼在漫长的职业生涯中，虽然写过不计其数的东西，但大多都是根据委托人的意图写的；而写作本书，却完全是老曼本人的一厢情愿。老曼之所以能写完此书，最主要的原因是有一种非写不可的冲动；没有顾及到出版商是否喜欢、读

者是否买账；所以也就谈不上“迎合”，更不存在“苟合”。老曼从事商务撰稿 15 余年，笔被磨钝了许多支，但“主见”却依然保持。本书作为老曼的处女作；如果有一些粗糙，您全当是一个从柴火堆里走出来的乡村小媳妇；没有粉黛、没有矫饰，但却能透露出些许思想的“绿色”和“天然”。

今天，老曼把这本书“嫁”给各位，嫁龙随龙，嫁虫随虫。读完此书，不奢望为您生一个龙种；但绝不至于生一个跳蚤。

老曼

1997 年 愿月于亚运豪庭

第一章 :个案故事



个案员：千年龙殇

董老板不光是一个小老板，还是湖南的一个小名人。此君兴趣广泛，大脑发达，办过养鸡场，也学过相声，无论言商言艺，思维状态都非常兴奋。在自我价值的认定上更表现出誓不回头的执拗。尤其是此君对“与众不同”以及“大”的追求，可谓义无反顾；对“机会”的发现和捕捉更是当仁不让。

1999年下半年，全人类都对新世纪的来临充满期待，并绝对认为，在这个时刻世界会发生许许多多的奇迹，也会带来许许多多的机会。但是，全世界人民的心情都无法和董老板相比，因为新世纪的第一年 1999年为龙年；而董老板属龙，不光自己属龙，他的女友属龙，他的父亲也属龙。更重要的是，董老板卖掉了养鸡场，花 2000万元做了一条“大龙”。这条龙的长度恰好是 2000米，与 1999年这个数字相吻合。

一个巧合的年头，遇上一个巧合的属相。这两件东西碰在一起，催生了一件巨大的工艺品。于是，龙年、龙相、龙

形、龙的传人，这些都被董老板演绎成了千年一遇、万载难逢的商机。

那一天深夜，董老板面对老曼，用他那经过马三立点拨过的口才，发表了七八个小时的感慨：我属龙、我媳妇属龙、我爸也属龙。我们家是龙王、龙子、龙女，是不折不扣的龙的传人……在龙年，由一个属龙的中国家庭制作了一条象征中国人的龙，我要让这条龙在中国的龙脊——长城上腾飞，在中国的龙脉——长江、黄河边遨游，难道政府不应重视吗？全世界的华人不应该重视吗？要不重视那才叫邪了门！……在新世纪，谁不想沾龙气？谁不想当龙头？谁不想进入龙的行列？我的这条龙，论个儿是最大，论时间是最早，论工艺是最棒，论形状是最美，论“眼球”是最招人；所以，论商机是最有戏……这条龙，不光蕴藏着巨大的商业价值，还寓意着龙文化的最新涅槃。通过这条龙赚的钱，那绝不是买一辆桑塔纳的概念，老丈干子不是坚决反对吗？好，等我搞成了，我买一辆大奔去他家，如果门窄了进不去，他们得把墙给拆了……

黑的、白的、荤的、素的在这位老兄的口中流光溢彩、喷薄而出。烟雾缭绕之中，董老板的表情、手势、身姿真的跟一条龙似地飘浮……老曼几乎插不上话。受到他“单口相声”的感染，老曼提出看一看他的龙。董老板说，龙没在北京，在湖南老家，五吨重，盘起来得用拖挂卡车拉；不过录像带倒有一盘，先让你感觉感觉，开开眼。

第二天，老曼去他的公司看录像。原来，董老板的龙在湖南已经“起”过一次——两公里长的河堤上，~~还有~~四名中学生

和武警每人举着一根木棍，上面挑着一条望不到边的“龙”。画面由一架小型教练机空拍而成，速度很快。这条龙看起来像一根黄色的毛线从这头扯到那头。

录像的开头，是电视台的记者采访。采访完后，董老板双目紧闭，面对一炷香三拜九叩；然后眼睛一睁，大喊一声：起龙！接下来就是在背景音乐的烘托下，那条龙的身影一带而过……看完录像，老曼颇为董老板此举惊讶，敢花几万做成这么一条龙，并且还调动了中央电视台的记者；这条龙本身究竟如何暂且不说，能搞成这样的场面也是很简单的。

本来，董老板是让老曼为他做一本“龙行中国”的活动招商书。在交往过程中，老曼对董老板阐述的许多商机未置可否；但却联想到了此前不久为建行做的一个服务品牌推广计划。当时该行正在推广龙卡。老曼想，如果把董老板的龙与建行的龙卡并到一起，没准儿有点儿戏。于是，老曼将董老板推荐给了为龙卡做广告推广的高老板。本来，老曼的意图是通过高老板的关系，说服银行以龙卡的名义赞助一下“龙行中国”活动，各自赚个一二十万也不错。殊不知，当董老板为高老板重新练了一段“单口相声”后，高老板的眼睛立马瞪得溜圆，连声说：这哪里是几十万可以打发的，得四五十万！我找什么银行，我要找余秋雨；从文化的高度、历史的高度对这条龙作全方位论证，不光要龙行中国，还要龙行世界！二人喝干了最后一杯酒，站起来又是握手又是拍肩膀。高老板当即表示要买断这条龙！此时，老曼已经变得很渺小了，悄悄地先撤了。