·新经济系列·

智慧经营138

马长樱 编著

暨南大学出版社

1991·广州

需要全本请访问 www.ertongbook.com

内 容 简 介

《智慧经营138》一书为企业界强人多年经商积累的智慧和经验。共集100余题，其中的精髓妙用，确实令人们大开眼界，而成为绝世的秘诀。

本书对经营之道深入浅出地详尽了自信心和勤奋是你的精神支柱、面对现实和不怕失败是你成功的第一步；资金巧妙周转，经销的策略智谋等……。

从无到有，从小到大是本书对经营的宗旨。

· 卷首语 ·

我有一好友，世人公认为企业界强人。他创业多年，虽有坎坷，却是长驱直入，一路发迹。其为人之德，早为各界熟知。其经营之道，创业玄机，却少有人晓。其微妙，几成绝世秘语。斯友人自幼好读，知识甚博。吾常与之谈天说地，深悟其精髓妙用，实为“智慧”二字。因之权且称其为“智慧先生”。凡创业之道，玄妙智慧100余条，悟明此100余题者，自可创业，百事皆通。

谨将智慧先生创业妙谈、理论、述评披露于世，有志此道者识之，必可达其胜境也。

作　者

1990. 6

目　录

卷首语

企业人的“诨号” …… (1)
唯贤是用 …… (2)
重情谊、目光远 …… (3)
有才者居上 …… (4)
识才 …… (5)
愿望 …… (7)
坚持 …… (8)
破釜沉舟 …… (9)
切忌拖延 …… (10)
触类旁通 …… (11)
一技在身 …… (13)
胆量 …… (14)
痴 …… (16)
THINK …… (17)

逆耳忠言 …… (18)
耐 …… (19)
炉锤砥石 …… (20)
求才高招 …… (21)
领导与从属 …… (23)
捕捉灵感 …… (24)
劳资互信 …… (25)
好喜毋忧 …… (27)
不要怕问题 …… (28)
垃圾变黄金 …… (29)
钟点请人 …… (31)
欲速之害 …… (32)
名实相符 …… (33)
不断练习 …… (34)
积健为雄 …… (35)
老板促销 …… (36)
寻找位置 …… (37)
不要站 …… (38)
四先 …… (40)
口才 …… (41)

需要全本请访问 www.ertongbook.com

学历与实力 …… (42)
养鹅的启示 …… (43)
学习做良将 …… (45)
鞋子的故事 …… (46)
自来水哲学 …… (47)
掌声的妙用 …… (48)
勤 …… (49)
善听 …… (51)
成功的掌声 …… (53)
较量 …… (54)
不要怕开会 …… (55)
首要条件 …… (56)
不动脑筋必亡 …… (57)
面对死亡 …… (58)
藉权威来装饰自己 …… (59)
绝不能假冒 …… (60)
师贵徐行 …… (61)
敌人与同志 …… (62)
选地宜慎 …… (63)
大成功暗藏大危机 …… (64)

建立制度 …… (65)
阵 …… (66)
虚张声势 …… (67)
悍 …… (68)
回馈 …… (69)
品质管理 …… (70)
领导人以身作则 …… (71)
改善服务条件 …… (72)
节俭 …… (73)
团队精神 …… (74)
不能照搬 …… (75)
激励士气 …… (76)
五技而穷 …… (77)
广告推销极重要 …… (78)
推销三部曲 …… (79)
运气与实力 …… (80)
庙的理论 …… (81)
拳头商品 …… (82)
展览会 …… (83)
积累资本 …… (84)

用错人 …… (85)
微笑 …… (86)
工字出头 …… (87)
冬天卖冰淇淋 …… (88)
逆耳之言 …… (89)
搞企业如搞球队 …… (90)
改革不宜急进冒进 …… (91)
善用勾术 …… (92)
软功对付霹雳功 …… (93)
牢记名字 …… (94)
多动脑筋 …… (95)
责人先自我检讨 …… (96)
创业十要 …… (97)
要做伯乐 …… (98)
在其位尽其责 …… (99)
尽人之智…… (101)
一个神射手不够…… (102)
印象整饰…… (103)
甘苦与共…… (105)
闲…… (106)

言为剑锋…… (108)
移…… (109)
要十分自信…… (110)
力争第一…… (111)
大象哲学…… (112)
炒人宜慎…… (114)
互相猜疑拆台要不得…… (115)
销售计划…… (116)
行销大计…… (117)
慎以行师…… (118)
预见…… (119)
乒乓球的启示…… (120)
拥有神圣的推销宗旨…… (122)
阵容鼎盛…… (123)
吃香行业…… (124)
觅才恤才…… (125)
求活…… (126)
冷门行业…… (127)
不要漠视小生意…… (128)
“五起”与“三分共享” …… (129)

大胆开创新路…… (131)
一定有办法…… (132)
不要做工作狂…… (133)
职业倦怠症…… (134)
择职须符个性…… (136)
公平待遇…… (137)
上下一心…… (138)
四字真言…… (139)
情报眼…… (140)
普通人一样可发达…… (141)
不断突破与广结善缘…… (142)
变…… (143)
从“无”到“有”…… (144)
生意是走出来的…… (145)
三种工作态度…… (146)
父亲有钱并非福…… (147)
挣钱机会不要放过…… (148)
富不过三代…… (149)
善用与榨用…… (150)
细水长流有生气…… (151)

小麻雀的启示……（152）
凡事必须从对方角度看……（153）
治部属良方……（154）
培养人才学果农……（156）
行乞致富……（157）
诚与信……（158）
不要迷信……（159）
团结就是力量……（161）
买房子的启示……（162）
中小企业经营法则……（163）
循序渐进……（164）
勤奋也失败……（165）
学习日本……（166）
不相信命运……（167）
相处能力……（168）
勿自爆内幕……（169）
劳资沟通……（170）
不怕冷门……（171）
不要说寂寞……（172）
加入老板一族……（173）

需要全本请访问 www.ertongbook.com

企业人的“诨号”

高档企业人，要身兼“数职”——智慧先生称之为“诨号”：

一曰“家庭主妇”——像看护爱婴那样，观察市场的冷热、饥渴和需求。这要比十个夫人细心十倍。

二曰“求偶先生”——像寻觅意中爱侣一般，去搜罗贤才和智者。不必克制贪婪和利己。

三曰“相思患者”——比一般害“相思病”者还要执迷。考虑你的产品如何更加切进人们生活的“必须”的靶心。此“病”愈重，企业愈健。

四曰“在野博士”——你要有发明家的思维、眼力、智慧和癖好。你要五花八门都熟——未必行行精通。你只须学学好的教书先生，依照企业和社会所需，随时为你的部下出几道“作文题”，逼迫他们作出好文章。

五曰“沉默独裁”——不受任何议论和流言干扰，只管听，让人们去讲。把所有有益的议论深系心里，无用的议论从不去争辩一句，决策时显出你的超人见解与独断专行。你获得的将是多方集听、深思熟虑的果实。

上述种种“职名”，乃智慧先生谐言笑语，以示幽默之贵。但个中哲理，可为大用。识者若能躬身力行，必获大业功成之乐。

唯贤是用

一家公司的当权者，假如不知人善用，不纳忠言，而一味提拔庸才围绕身边，甚至藉着权势，贪污枉法，压抑贤才，炒尽英才，这家公司不塌掉者几稀矣。

不少公司都是因此业务不振，甚至关门大吉的。“用人唯贤”，实在不容易；不少公司的高层人员，就凭着人脉关系而误了企业。

白手兴家、由“花王”到“地王”的李嘉诚先生有一套选人准则。他说：“人才最重要的特质是“忠诚、老实、勤奋及可实行的创新能力。对任何大机构来说，创新能力是十分重要的，当然是要实际可行的。

从这番话可知他十分懂得“用人”，就凭这智慧，为他累积了财富二百七十亿港元。当然，伟大的企业家的智慧，决不止一个，但这“用人唯贤”确是重要的一个，没有得力的干部，企业家虽有天纵之才，也不可能成大业的。

作为大机构的总管，嫉妒贤能，压抑贤能，下属一有表现，便思禁制，这简直是谋杀公司也，身为企业家，不可不察。

要一家公司兴起，难；要一家公司衰落，简直太容易了，就选用趋炎附势的庸才吧。

重情谊、目光远

智慧先生曾与朋友搞卖书生意，他与该位朋友情同手足，对之十分信赖。及后，在偶然一个机会下，智慧先生发觉，这位“手足”用公司的客户资料，暗中另起炉灶，撬了公司不少生意。当时，智慧先生极为气忿，几乎与“手足”大动干戈。从此之后，智慧先生对“反骨仔”便痛恨到入心入肺。

由此次“卖书事件”，使智慧先生悟到一道理：

“目光远，重交情”。为了些少利益，鼠目寸光，甘愿出卖朋友，必遭同道唾弃，在商界永不得翻身。那位“手足”，日后在“书籍市场”，终弄致声名狼藉，人人提起，便摇头叹息。

“睇长远、重交情。做生意讲朋友交情，不为一时得失

而戚戚倒戈，高处站，宽处行，自有发达路。”

这番话，深得做生意的个中三昧，更显露了中国人的温文敦厚，富有人情味的强者风范。

自古有言“奸商”，为商不奸如何发达呢？因此，在当今之经济竞争时代，能具“睇长远，重交情”作风者，实是凤毛麟角。随着那位“手足”的垮台，智慧先生却更加声名远播，合作者驱之若鹜，企业也随之升达。

有才者居上

智慧先生说：日本本田公司创办人本田宗一郎，是个传奇人物。他在四十岁时才创业，凭着无穷的干劲，取得无比辉煌的成就，使本田公司成为全世界美国之外的百家大企业之一。

本田有一信条，相信必为CD公司所反对。他不让自己的孩子进入公司服务，认为公司是属于三万名员工所共有，而不是他私有的。如果公司成为私有的话，全体员工就不会卖力，公司发展必然有限；而一旦有家族介入，还会产生派系；公司一有派系，业务就倒退。

智慧先生认为，自己的孩子假若有才干，为何要压迫

他？禁制他？

CD公司找接班人，素来是伤透脑筋的事，不过有道守则必须谨记：只须有才干，自己的儿子也不妨让他干一干。本田先生的议论，是站不住脚的。

识　才

在“用人”之前，必先要“识人”。而“识人”这一关，相信很多老板和主管未必能够做到，或者没有“识”的功夫。

试问世间伯乐有多少呢？

写“秦公司兴亡史”的陈文德说：“管仲是我国历史上最出色的经营者之一，但如果不是碰到齐桓公，他可能一辈子都会不如意到底。百里奚及蹇叔这两个谁都想不要的老头子，一生几乎到处碰壁，其实他们也并不是没有知名度，百里奚便颇具贤名，但一直到碰上秦穆公前，这两位企划高手根本无法一展长才。即使功利主义态度强硬的商鞅，仍然见弃于当时的强国——魏。魏惠王虽有“尊贤爱才”的美名，却有眼不识商鞅这位盖世天才，以致虽有公叔痤的极力推荐，魏惠王仍然未能重用商鞅，也因而丧失

了富国强兵的机会。”智慧先生引用这段史实证明了：有“才”而无“识”者，唯有空悲切，郁郁而终也。

智慧先生曾在某机构工作，某部门主管简直瞎了眼睛，不懂招揽贤才，树立嫡系干部，而将英才搁置一边，不瞅不理，甚至施以禁制，试问公司业绩又怎搞得上去？

当年，智慧先生年少气盛，立即挥书一函，上达领导部门，痛陈管理阶层之弊病。惜乎老板也非“识才”之人，被“饭桶主管”所蒙蔽，智慧先生受排挤歧视，唯有拂袖离去。能不黯然乎！

于今有很多公司都在叹人才短缺，无法招揽。其实，社会“人才”多的是，问题是“识货”的主人太少；而“招”到了，又不懂得“用”，夫复何言。此外，有很多公司都在浪费人才，吹捧托拍的人，一个一个升职上去，捞到盘满钵满，“小人”得志的情况，十分普遍。另一方面，有“才”者还要懂得“推销之术”，商鞅博学多才，胸怀治国之才，如不透过秦孝公宠臣景监，向孝公“推销”自己的才能，焉能一伸抱负呢！

要“才”让人“识”，也是一门学问。

需要全本请访问 www.ertongbook.c