第一图书网, tushu007.com

<<经商6道>>

图书基本信息

书名：<<经商6道>>

13位ISBN编号：9787544144599

10位ISBN编号：7544144593

出版时间：2011-3

出版时间：沈阳

作者：柏顺

页数：277

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

前言　　当今社会是商品社会，市场经济，商机此起彼伏，竞争也无处不在。
商界，没有硝烟的战争愈演愈烈，一切就看你怎样施展本领，善用妙招，老谋深算，在竞争激烈的商场上异军突起。
多少生意人在追问：商界成功的秘诀在哪里？
事实上，当代商人企盼的秘诀并非遥不可及，它就掌握在商人自己手里。
从古至今，成功的生意人无不具有自己长期奉行的商道，他们有相同之处，也有独到之处。
正是这种商道，造就了他们不同寻常的大手笔，成就了他们伟大的事业。
在今天，经商成功与否，不只取决于一个人的智商，还直接受制于他的情商、财商。
只有具有过硬的综合能力，才能笑傲商场，立于不败之地。
进入21世纪，国际经济形势变幻莫测。
改革开放30年后的中国，经济突飞猛进，市场形势日新月异，中国的商业文化与环境也是气象万千，商机稍纵即逝，生意场上的勾心斗角更是扑朔迷离。
现代的中国商人应该用开放的眼光审视中国的商业文化，以与时俱进的创新思维适应中国的商业环境，这是中国商人必须学会的经商之道，也是世界商道的精髓。
把握时代的脉搏，遵循适合世界潮流的经商方式，既应知晓中国传统商业文化，又要牢牢掌握住国际经济形势，更要标新立异，迈出新时代的步伐。
紧随时代潮流的经商方式，结合源远流长的历史文化，传承着中国商道的博大精深；几千年的经商实践凝聚成不同的经商方式。
商术，是着眼于小利的具体挣钱方法；商道，则是展示商业真谛的大法则。
本书从内涵到外在，从实力到技巧，从理论到实战，多层次、多方位、多侧面地阐述了经商谋业的技巧、策略及素养，全方位多角度培养商人的综合能力。
通过翔实的分析、精辟的论述、经典的实例告诉读者成功商人最需要的是什么能力。
不管你是久经商场，还是初入商界，乃至尚未涉足，只要你有志于做一个成功商人，读完本书都会让你受益匪浅。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

商界就是丛林，弱肉强食乃是不争的事实。
企业倒闭，欺诈掠夺，赢家通吃，输家出局的活剧愈演愈烈。
全球化时代正逼迫商人在千淘万漉的商海中提高企业的核心竞争力，在艰难险阻中寻找企业的生存与发展空间及防范风险袭击的免疫能力。
《经商6道：成功商人必备的六种智慧》从内涵到外延，从实力到技巧，从理论到实战，多层次，多方位，多侧面地阐述了经商谋业的技巧、策略及素养。
全方位多角度培养商人的综合能力。

<<经商6道>>

书籍目录

第1章 狼道：合作与竞争并重——经商敌友策略一、合纵连横：一加一大于二“新龟兔赛跑”的启示善于合作，共建双赢同舟共济，互惠互利千方百计与成功商人合作二、广结人脉：一个好汉三个帮整理和利用好你手中的名片乐善好施，收买人心集中兵力，搞好政商关系双赢——共损不如共荣三、抱团打拼：众人拾柴火焰高培养团队合作精神拥有自己的高效团队学会提高团队的凝聚力精心设计，打造钢铁团队四、出奇制胜：思路决定出路人无我有，人有我新敢为天下先，永远做第一转换思维，寻找赚钱的新路子五、避实击虚：以己之长克敌之短如何找到对手的薄弱环节在对手的薄弱处下手击敌之短，打破垄断六、精心布局：谋略决定成败坚持做好一件事深藏不露，准时出击胜算不失算，掌握主动权知地取胜，择地生财第2章 狐道：造势与务实结合——经商虚实策略一、狐假虎威：背靠大树好乘凉借势成势，立足商界借张王牌为自己谋利借助家族势力谋发展谋天地之势，逞自身之威二、借船出海：借得东风好行舟巧借别人的势衬托销售策略顺势而为，趋势为王争取投资人的三步策略三、无中生有：虚张声势谋大利在“虚处”大做文章以诉讼为名，行扬名之实连环造势占市场无中生有制造商机四、精心谋划：谨慎使得万年船居安思危，未雨绸慎重制定商业计划不要感性决策在稳健中求发展五、诚信为本：巧诈不如拙诚重信用，积商誉一诺千金，树诚立信绝不失信于人做生意一定要言而有信六、实事求是：脚踏实地行千里务实表现商人的精明创业计划要切实可行把生意做实才能做大第3章 鹰道：把握好快与慢的节奏——经商缓急策略一、视觉敏锐：眼光犀利觅良机有敏锐的嗅觉，才能找到好机遇细分市场寻找机会善于在问题中发现机会处处留意，财源滚滚二、迅速行动：抢占先机才能赢机遇面前，抢字当先快人一步，抢占先机出手要快，速度创造奇迹三、冒险精神：置之死地而后生既要敢想，更要敢为化胆识为商机坐失良机比冒险更可怕四、审时度势：把握时代脉搏紧跟时代潮流适应市场需求瞄准市场空缺适时调整经营方向五、步步为营：稳扎稳打永不败积少成多，积小胜大做事要按照顺序生意是一步一步做大的精于算计，步步为营六、永不放弃：三分天注定，七分靠打拼屡战屡败，屡败屡战做生意要有一种执著的精神勤奋是成功的支点不放弃任何一个机会第4章 虎道：分清主次，领导有方——经商主从策略一、当机立断：看准了就要干相信自己的判断做生意要当机立断经营中离不开果敢精神二、先声夺人：引起消费者的注意力钱是“炒”出来的好酒也怕巷子深在宣传上下功夫先入为主，夺人眼球三、以名求利：名气就是金钱好名称是销售的催化剂名气帮你把生意做大动听的商标易于进入市场四、知人善任：会用人就是大赢家用人之前先要会看人举贤避亲，任人唯贤知人善任，择人任势五、驭下有方：让下属心悦诚服要善于和员工沟通规章制度必不可少赢得员工信赖多角度考察员工六、主次分明：要懂得哪头轻哪头重定位要准确，谋略要精明捕捉自己需要的信息专心做自己擅长的生意占领有优势的市场第5章 龙道：能升能隐，能大能小——经商进退策略一、以退为进：退一小步进一大步有进有退，迂回有术“屈伸”有道——经商之道以守为攻，蓄势待发二、以小博大：从小处入手大处着眼不舍小利，善于积累买卖争毫厘，经商之奥秘以小博大，创造奇迹小钱是大钱的祖宗三、无孔不入：能赚钱就要干伸出你的每一根触角要有敏锐的洞察力在特殊需要中找到难得的商机四、随机应变：变则通，通则久利用环境变化获益顺应时势，把握大局遇到死胡同，要学会变换思路五、砍掉成本：不尽财源滚滚来控制成本，员工有责节约日常开支对员工进行绩效考核砍掉老板面子成本六、开疆拓土：生意兴隆通四海做大、做强、做精扩张要盯住消费增长点用主业开辟新航道深谋远虑才能做大第6章 人道：学会选择，懂得放弃——经商得失策略一、抛砖引玉：吃得完的亏，占不尽的便宜先予后取，从长计利它山之石，可以攻玉吃亏就是占便宜二、趋利避害：利润最大化，风险最小化把握时机，规避风险学会化不利为有利趋利远害，告别风险深谋远虑，防范危机三、坐收渔利：坐享胜利果实挑拨离间，从中获利浑水摸鱼，坐享其成前人栽树，后人乘凉“因利问斗”的妙招四、放眼长远：学会做长线生意多想几步棋，胜算会更大“远见”的价值预测未来发生的事情五、学会选择：没有最好，只有更好好时看坏，坏时看好有舍有得，弃取之道因人而异，方法有变六、懂得放弃：要学会见好就收放弃不重要的事适可而止，见好就收取舍有道，有舍才有得

章节摘录

第1章 狼道：合作与竞争并重——经商敌友策略　　二、广结人脉：一个好汉三个帮
双赢——共损不如共荣　　商场上最忌环环相报，你玩了我，我再玩你，最后两败俱伤。
结了的怨你肯用心去解，坏事反能变成好事。
有这样一件事，让我们不得不佩服胡雪岩做生意的肚量。
为了浙江防务，胡雪岩曾建议王有龄向洋人购买洋枪，而且胡雪岩与洋人已经大体议定每支二十五两银子（其中五两为中间人的“好处”费）上下的购进价格。
不料想，浙江炮局坐办龚振麟父子走了浙江巡抚黄宗汉三姨太的路子，横插了一杠子，以每支三十二两银子的价格与洋人签了购买一万五千支洋枪的合同。
听了这个消息，胡雪岩大为诧异。
买洋枪本是他的提议，如果试用满意，大量购置，当然是他经手来办，何以中途易手，变成龚家父子居间？
而且一笔生意，每支枪起码有十二两的虚头，一万五千支就是十八万两银子，回扣还不包括在内。
以胡雪岩的为人和性格，自然是不会听之任之的。
胡雪岩与朋友嵇鹤龄、裘丰言周密谋划，上下疏通，由裘丰言出面向龚家父子展开攻势，终于迫使他们就范，同意拿出五千支由裘丰言经手，每支三十二两的价格不变，但他们只要每支二两的手续费。
如果这样，就等于他们让出了五万两银子的好处。
胡雪岩认为不能要这五万两银子，因为这不是一笔小数，等于是剜了对方的心头肉，为了钱让对方记恨自己划不来。
事实上按当时的情况也已经得不到这五万两银子的好处了，因为以裘丰言经手的洋枪每支的向上报价是二十五两，好处减半只有二万五千，除掉抚台衙门的一万，实落只有一万五。
就这一万五胡雪岩建议派作三股，裘丰言得两股，剩下五千给龚家父子，而自己和嵇鹤龄则分文不要，黄宗汉愿意戴多少“帽子”随他自定。
胡雪岩如此处理这桩生意也许会有人不理解。
本来是自己的生意，被人抢去如今再夺回来，从道理上讲，这笔生意的好处胡雪岩无论如何都是可以而且也应该拿的。
再说做生意就是为赚钱，到手的钱而且应该说还是该拿的钱却不拿，自然是让人不能理解。
但胡雪岩却有自己的道理，那就是钱要拿得舒服。
拿了以后会不舒服的钱，即使该拿也宁可不拿。
什么钱拿了会不舒服？
简单地说，就是那些拿了会留后患、会带来不良后果的钱。
比如这笔军火生意中的好处，就是可能拿得不舒服的钱。
因为在胡雪岩看来，龚家父子之所以最终肯剜去自己的心头肉让出五万两银子的好处，实际上是在自己的强烈攻势之下迫不得已的忍痛牺牲。
拿了这笔好处，就等于与对方结下大怨，对方心怀怨恨，以后寻机报复，这也就等于虽得一钱却为自己埋下一颗“定时炸弹”，留下极大的隐患，实在不划算。
这是一笔拿了会得罪同行、结怨于同行的钱，虽然有可拿的道理，胡雪岩也是宁可不拿，也不能得罪人。
胡雪岩的这一番考虑确实有道理。
事实上在这桩生意的整个运作过程中，龚家父子本就已经对胡雪岩心存怨恨，正是由于胡雪岩的这一番化解，使龚家父子不仅知道胡雪岩的手段厉害，而且也知道胡雪岩是一位长袖善舞的人物，由怨恨而至钦佩并成为胡雪岩生意场上的朋友，并且马上在胡雪岩的钱庄存进八万两银子的公款。
由此看来，做生意虽然是为了赚钱，但赚什么样的钱以及赚钱后果也确实是不能不谨慎考虑的。
烫手的钱即使再多也不能要，这个原则任何一个生意人都应该牢记。
胡雪岩经常说：“钱要拿得舒服，烫手的钱不能拿。

”那么，哪些钱属于会烫手的钱呢？
不同的人大概会有不同的看法。
但总的说来，会烫手的钱，不外乎包括以下三类：　　（1）会触犯法律的钱，如靠走私贩毒等非法手段赚来的钱，也就是我们通常所说的“黑钱”，肯定是烫手的钱。
赚这种黑钱于法于理都不容，必将招来灾祸，受到惩罚。
为身外之物而冒被囚禁甚至掉脑袋的风险，无论如何都不划算。
　　（2）以损人利己为后果，靠坑害同行同业或蒙骗欺诈赚来的钱，比如龚家父子在军火生意上斜插一杠想要赚取的钱，也是会烫手的钱。
这类以损害他人利益的手段赚取的钱财，本质上与前一类没有太大的区别，既违背了商场交易必须互利互惠的原则，也践踏了人自身应该遵循的基本道德准则。
而且，加害于人，必招报应，赚这种钱也会为自己种下招祸的根由。
　　（3）既不违法同时也有正当的理由去拿，但拿了却有可能得罪同行或朋友，结怨于他人的钱。
　　一般来说，这三类当中，对于前两类，人们比较容易从理性上看得很清楚，而且大多数人也能明确知道并尽可能约束自己按规则办事。
但对于第三类，人们则常常看不清楚，有时即使看清楚了，也常常很难主动放弃。
应该说这是可以理解的。
一方面，这类钱的获取并不涉及法律问题，也不是直接以不正当手段损害他人。
另一方面，商人图利，而且应该图利，一个优秀的商人在别人看来赚不到钱的地方都要设法挖出银子来，何况有现成的钱好赚呢？
更何况还有赚这“现成”钱的正当理由呢？
　　这里确实需要能够设身处地，将心比心，需要有为他人着想的自觉意识。
　　胡雪岩的竞争哲学是宁失利益，不失关系。
哪怕这个关系仅仅是维持和平共处的关系，因为钱失了再多也能挣回来，而一个关系一旦缺失就很难弥补。
这样一个破裂、结怨的关系就如同一把宝剑悬在头顶，其不经意的一击就可能把你所拥有的一切都断送掉。
　　其实从生意的角度讲，处理好与竞争对手的关系是一门很深的学问。
　　商业竞争遇到对手是难免的，但选择对手却与一个企业家所具有的战略眼光有着密切的关系。
一般的企业家总是以与自己势均力敌的敌人为对手，而李嘉诚则以比自己更强的敌人作为对手，因为这样，才能使他具有蓬勃的斗志和战斗的信心。
想当年，李嘉诚在房地产投资时，以号称不败的置地公司作为竞争的对手，结果一举战胜对手就是一个很好的例子。
　　当然，商业竞争的对手也可以是朋友，可以是能够精诚合作的朋友。
　　1986年8月，《每周财经动向》总编林鸿筹先生在《与李嘉诚谈成功之道》一文中谈到：“最近有人向李氏提问：一个优秀的运动员，必须在与强劲的对手竞赛时才可创下骄人的成绩。
环顾今日香港商界，似乎只有包玉刚算得上一位阁下强劲的对手，您可有以包先生为对手的想法吗？”　　“一般人很自然会认为李氏是以包氏为竞争的对手，因为他们有相同的社会地位，在过去又有极类似的活动，例如李氏从英资手中收购和黄、港灯，包氏则收购九龙仓、会德丰；两人先后出任汇丰银行的副主席；两人又同时出任‘香港基本法’草委；李氏捐赠汕头大学，包氏捐赠宁波大学等”。
　　但李氏回答这个问题时，只说他朝着个人订下的目标向前一步一步推进，从来没有居心与任何人比拼。
并且，在整个场合，李嘉诚还是这样说：我与包先生有真诚愉快的合作。
　　……

媒体关注与评论

传说的“胡萝卜加大棒”式的控制手段已经落伍。
必须采用“以学习型组织培育人、以项目为载体锻炼人、以机制优化激励人、以企业文化凝聚人”的人力资源管理与开发体系，在最大程度上创造宽松环境，激发他们的创造能力，实现其个人价值。
——周厚健（海信集团董事长）　　没有知识，就没有文化，没有钱的人才是白手起家。
而12年前的我，拥有知识，拥有信念，所以，我不是白手起家。
——郭凡生（聪慧国际总裁）　　中国企业面向新世纪所有要做的，重要的准备之一就是文化心态上的准备，中国大企业的扩张必须依靠企业文化力的扩张。
——郑跃文（科瑞集团董事长）　　一个企业的品牌需要几个“支撑点”，支撑点越多．支点就越牢固，这个企业品牌也就越坚固。
就像一个架子一样，要树起一个品牌，就需要几条腿来支撑。
如果仅仅一个支撑点，当这个支撑点出现问题的时候，这家企业的品牌就很危险。
——胡葆森（建业住宅集团董事长）　　每个品牌都有价值，无形的品牌价值就是不动资产，国内很多企业认为家喻户晓就是品牌，这是错的，品牌应当是在最终销售的价格上所具有的价值优势。
——刘持金（泛太平洋管理研究中心董事长，诺基亚前中国副总裁）

编辑推荐

网络人气最高，销售量最火爆！
百家企业打造的商业经验！
经商的道路有千万条，赚钱的方法有千万种，运用之妙的于一心，商术，是着眼于小利的具体挣钱文法商道，则是展示商业真谛的大法则。
最全面最立体的商业智慧，更有简单易懂的经商理论。
随学随用的商业宝典，让经商不再困难，让经商更加轻松。
全球10万个企业培训班都在使用的学习手册，为你精选的6个商业范围内容，结合了实例分析，将会让你的商业之路越走越宽，越走越广。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com