第一图书网, tushu007.com

<<财富人生>>

图书基本信息

书名：<<财富人生>>

13位ISBN编号：9787801418579

10位ISBN编号：7801418573

出版时间：2011-9

出版时间：台海出版社

作者：闫岩

页数：244

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

永远不再为钱所困1如果我现在给你10000美元，但你不知道怎样运用这些钱去赚到更多的钱，那么你还没有走上致富之路——你与此前的境况没什么两样。
为什么？
我们中的大多数人在成长的过程中已经习惯了一种相同的思维和生活方式，而在这样的思维下，财富是永远没有办法被创造出来的，因为钱一到手就被花掉了，用于购买易耗的、一次性的消费品。
相反，这些钱在另一些人的手中会变得不一样。
金钱变成了资产，也就是说，变成了“摇钱树”，这些资产将产生现金流量，创造财富。
有财产和没有财产之间的差异，说白了，是生活方式和思维方式的差异。
一个一年赚14000美元的人和一个一年赚100万美元的人相比，前者创造和持续赚取财富的机会百分之百比后者强。
因此，虽然我给你10000美元是一件美事，但我教给你“财富圈故事”对你来讲是一件更美的事——“授人以鱼，不如授人以渔”。
2是不是有太多的专家告诉你，缩小交际圈，勒紧裤腰带，能不花的就不花？
这在我看来简直不可思议。
我认为每个人都可以赚大钱，就像早餐桌上牛奶总会有的一样简单。
虽然你现在所欠的债务——房贷、车贷等，似乎这辈子也还不清，但只要你学习“财富圈过程”，你就能摆脱债务，你的财富还会剧增！
可能许多财务专家堪称热心肠的专业人士，但他们爱莫能助，因为这些专家们靠收取佣金赚取收入，而且一般都很保守。
这螳财务专家的兴趣是建议客户将钱存放到安全、可靠的账户中，但安全、可靠的账户也不是永远都很安全、可靠。
一些公司少数管理人员的行为会使整个股票市场跌宕起伏；国际事件，如恐怖主义或新兴市场的不稳定都可能会打压债券的收益；养老基金违约；社会保障体系虚弱；退休计划摇摇欲坠……如果这一切真的发生，所有那些看起来安全、万无一失的计划性策略就会全部泡汤。
1991年，唐纳德·特鲁姆陷入了9亿美元的债务中，缩减生活开支、集中力量还债似乎是一件天经地义的事。
但他反其道而行之，找到了一个办法重新打江山，他不仅就此翻了身，而且很快还清了债务，创造了其个人历史上最伟大的财务转折点。
这就是有钱人的理财方式，你同样也能够做到。
3所以，不要期望有什么点石成金的魔棒，也不要相信陈词滥调或和着节拍的话语，大多数有钱人走上富裕的道路靠的不是机会，而是具体的、丁是丁卯是卯的行动。
本书所要讲述的就是——在致富的道路上你要做哪些事？
你如何采取正确、系统的方式把自己变成百万富翁？
……在本书中，我将向你展示那些首富们、名人们如何通过增加资产而源源不断地赚取金钱、管理金钱，更重要的是，他们的财产增加了，生活也更精彩。
你也可以的。
阅读本书，你将有机会成为百万富翁、千万富翁，甚至超级富翁，你想成为什么样的人，就能变成什么样的人。
财富之缰掌握在你的手中。
不论你在何地，无论你家财殷实，正在想办法提高投资收益率；抑或负债累累，日常工作停步不前……我希望你永远不再为钱所困。
而你，需要做的仅仅是学学成功经验，然后下水一试。

内容概要

他们有着普通人的喜怒哀乐，他们也有着致命的人性弱点。
那么，他们是如何克服这些不足，成功攀登上财富顶峰的呢？

闫岩编著的《财富人生：跟亿万富豪学习财富理念》真实地反映了富豪圈背后的财富故事，从创业、工作方式、决策、团队管理、人脉建设等多个方面系统总结了他们从优秀走向卓越的成功秘诀。

《财富人生：跟亿万富豪学习财富理念》不仅是一本实用的经管类图书，更是一本励志书，也是一把开启财富的钥匙。
书中囊括了富豪们对有效解决个人财务问题的启示和忠告。
掌控自己财富的最好方法，就是向在财富上已经取得成功的人学习。
当你读懂了富豪这个群体，也就读懂了富人和穷人的思维方式的差异，知道富豪因何而富，穷人为何而穷。

财富神话可以复制，他们的今天也许就是你的明天！

第一图书网, tushu007.com

作者简介

闫岩：社会化媒体记者，网络趋势研究先锋，资深财经作家。
拥有丰富的社区运营和推广、论坛管理、搜索引擎优化等方面的实战经验。

书籍目录

上篇：白手起家的亿万富豪
第一章 史玉柱：创业要赚有钱人的钱
“ 既有贼心又有贼胆 ”——先人一步的思维方式
营销是没有专家的，唯一的专家是消费者
销售额就是一切——把它推向极致
要赚有钱人的钱
王者归来——史玉柱成功营销的撒手锏
“ 长官 ”史玉柱——做团队的精神动力是真诚
第二章 丁磊：即使跌倒也要抓一把沙子在手里
人的一生总会面临很多机遇，但机遇是有代价的
新经济时代的价值标准——谁升起，谁就是太阳
从被模仿到被共享
大话西游，退中求进
改变自己过于直白简单的作风
将“ 云计算 ”融入养猪的CEO
第三章 李彦宏：完整的人生规划是成功的开始
目标要明确。
头脑要冷静
听多数人的意见，和少数人商量，自己作决定
三步走出完整的人生规划
远大抱负与稳健发展的结合
七种武器掌握创业技巧
第四章 李嘉诚：诚乃做人之本
世上勤奋者成千上万，为什么成功者却寥寥无几？

温室里长不出大树，院子里跑不出骏马
经商的一生就是做人的一生
智莫大乎知人——人才是事业成功最重要的资本和基础
内圣外王，乐善好施——这样管理品牌
第五章 马云：人生来不是被打败的
创新思维基因——马云是这样炼成的
从“ 独孤九剑 ”到 ”六脉神剑 ”——企业文化的标准化和规范化
面对金钱诱惑不要动心，面对快速扩张不要动心
管理的核心——抓住人性的本真
中篇：赢在中国的团队管理
第一章 柳传志：志当存高远
立意要高远，人脉是基础
建班子，定战略，带队伍——柳氏管理三要素
合理的激励机制——给员工一个充分宽广的舞台
领军人物是企业的核心堡垒
做企业就像攀珠穆朗玛峰——价值观和执行力
第二章 张朝阳：千里眼和赤兔马
千里眼的决策
一手抓市场，一手抓技术和产品
颠覆传统等于骑上赤兔马

小公司靠感情，大公司靠制度
“我已经回到10岁，还得再回到3岁”——轻松管理，快乐{故人
第三章 牛根生：小胜凭智，大胜靠德
思路决定出路，吨位决定座位
草根的管理理念——打个颠倒，换位思考
真正的营销战不是产品战，而是心智战
领导者的文化情怀尤其重要
交际之道——财散人聚，财聚人散
第四章 王石：从管理自己开始
乐观的悲观主义
学会对诱惑说“不”
人才是一条理性的河流，哪里有低谷就流向哪里
“王石管不确定的事，我们管确定的事”
伟大在于管理自己，而不在于领导别人
下篇：世界顶级大师如何做人脉
第一章 比尔·盖茨：单枪匹马做不成惊天动地的大事业
一杯冷水的世纪神话
一个好汉三个帮：人脉是成功的助力
微软的20条创业真经
为梦想工作着——正确的工作理念
打造无与伦比的高效团队
第二章 乔·吉拉德：世界销售第一的煽情和伤情
当你打算要登上巅峰时，就要有孤独的心理准备
人脉关系的“鲑鱼法则”——不要浪费时间
“我是乔·吉拉德”——我卖的是我自己
乔·吉拉德百发百中的销售技巧
最强的竞争对手也无法抢走和你有交情的顾客
第三章 汤姆·霍普金斯：冠军是这样练成的
越是情况糟糕，越能做得更好
你的内心会把你的钱袋注满黄金
亲密关系是通往成功的桥梁
急于成交是大忌，过程当中悟技巧
你的人脉网可以是这星球上的总人口
第四章 松下幸之助：不向命运低头
日本关西商界的领袖
技术要服务于市场
卖东西就像嫁女儿
企业人脉竞争的三鼎模式
“事先投资”与“事后回报”的必然性

章节摘录

版权页：“ 赊 ”来电脑，“ 赊 ”来广告，巨人崛起，这句话就可以概括史玉柱的创业传奇。
在上个世纪80年代末、90年代初，营销理念和方法并不如今天这样发达，传播预算、推广费用等还是比较新鲜的词汇。
即使是单纯的广告投入，在本土新兴企业尤其是技术型企业中仍为罕见。
而自小就有“ 史大胆 ”之称的史玉柱，那时赊账买电脑、用软件版权做抵押先打广告后付款、仅订购10块汉卡即可免费参加订货会等“ 事迹 ”，都体现了其先人一步的营销天赋。
1989年7月，史玉柱怀揣独立开发的汉卡软件和“ M-6401桌面排版印刷系统 ”软盘，南下深圳。
由于受到当时深圳大学一位在科贸公司兼职的老师的器重，史玉柱得以承包一个电脑部。
当时，除了一张营业执照和4000元钱，史玉柱一无所有。
为了买到当时深圳最便宜的电脑（8500元），他以加价10005己为条件，向电脑商获得推迟付款半个月的“ 优惠 ”，赊账得到了平生第一台电脑。
为了推广产品，他用同样的办法“ 赊 ”来广告：以电脑做抵押，在《计算机世界》上以先打广告后付款的方式，连续做了3期1／4版的广告。
《计算机世界》给史玉柱的付款期限只有15天，可一直到广告见报后的第12天，史玉柱分文未进。
但，就在关键时刻——第13天——出现了转机：他一下子收到三张邮局汇款单，总金额15820元！
先人一步的思维方式，让史玉柱迎来最初的成功：两个月后，他账上的金额竟达到了10万元之巨。
他再把钱投入广告中，边扩大影响边卖汉卡，4个月后，仅靠卖M-6401产品就回款100万元，半年之后回款400万元。
1991年4月，史玉柱带着汉卡软件和100多名员工来到珠海，注册成立珠海巨人新技术公司（巨人集团的前身），但是刚刚把企业做大的史玉柱感受到了市场的压力，其M一6402系列产品受到了来自香港金山电脑的强烈冲击。
为了迅速打开市场，建立起庞大的营销网络，史玉柱又做了一次大胆的豪赌——向全国各地的电脑销售商发出邀请，只要订购10块巨人汉卡，史玉柱为他们报销路费，让他们前来珠海参加巨人汉卡的全国订货会。
史玉柱以几十万元的代价。
吸引了全国200多家大大小小的软件经销商，这些经销商不但订了货，还组成了巨人汉卡的营销网络。
有了这样一张庞大的销售网络。
史玉柱的事业如虎添翼。
1991年，巨人汉卡的销量一跃成为全国同类产品之首。
公司获纯利1000多万元。
在此期间。
巨人集团又开发出中文手写电脑、巨人防病毒软件等多种产品。
1992年，巨人集团的资本超过l亿元，史玉柱本人也被罩上各种各样的光环，迎来第一个事业高峰。
1994年8月，在国外软件大举进军中国，抢走了汉卡的市场份额，侵占了巨人集团其他软件产品的生存空间之后，急于从IT困境中突围的史玉柱把目光转向保健品，斥资1.2亿元开发全新产品——脑黄金。
一旦选准新的目标，史玉柱先人一步的营销意识再次显现。
在当时三株、太阳神等保健品还在对农村做刷墙体广告的时候，“ 既有贼心又有贼胆 ”的史玉柱采用铺天盖地、无孔不入、狂轰滥炸式的广告策略加之渠道建设和严格管理。
让一款全新的保健品在12亿中国人中家喻户晓。
首先，是广告战。
1994年秋冬，脑黄金上市之后，在江浙与另一保健品品牌多灵多鱼脑精遭遇，在媒体上打起广告战：多灵多投入100万元做广告，脑黄金随即投入200万元。
在广告语上，瞄准多灵多鱼脑精的“ 五盒一疗程 ”，脑黄金打出“ 四盒见效 ”。
在媒体投入上，脑黄金在中央电视台以形象宣传为主；区域媒体以功能诉求为主，侧重地方日报、晚报，三天一期，辅之以科普文章，加上海报、挂旗等户外宣传。

那时候，脑黄金仅在华东地区每天的广告投放额就高达10万元。
其次，建分公司，设营销部，强力出击。
1994年11月，脑黄金全国市场启动，史玉柱把市场分为华东、华南、中南、西北、西南、华北、东北七大片区，在省、自治区、直辖市设分公司，要求建分公司、培训考核、实现销售回款“闯三关”。
史玉柱对时间的要求很严格，比如在华东市场试销期间，分公司必须建成。
有的分公司经理直接带上汇票赤膊上阵，不到一个月建好一个分公司。
史玉柱亲自主抓销售人员的培训工作，他对每一位分公司经理都灌输同一种理念：健脑观念与渠道网络经销的面要铺开，最重要的是“回款才是硬道理”。
集团总部设立营销管理部，不停地向分公司经理施压。
再次，各类促销铺天盖地。
在硬广告全面开花的同时，史玉柱要求加大软性宣传的比重，注重收集消费案例，进行脑黄金临床检验报告、典型病例以及科普文章的宣传。
为了配合宣传，《巨人报》的印数达到了100多万份，以夹报赠送和直投入户等方式广为散发，成为当时中国企业印数最大的“内刊”。
脑黄金第一战役从1994年10月至1995年2月，仅仅4个月，在供货不足的情况下，回款突破1.8亿元，“暴力营销”成果显著。
当年。
史玉柱和他的脑黄金一起，成为妇孺皆知的明星。

编辑推荐

《财富人生:跟亿万富豪学习财富理念》所要讲述的就是：在致富的道路上你要做哪些事？
你如何采取正确、系统的方式把自己变成百万富翁？
……在《财富人生:跟亿万富豪学习财富理念》中，作者将向你展示那些首富们、名人们如何通过增加资产而源源不断地赚取金钱、管理金钱，更重要的是，他们的财产增加了，生活也更精彩。
致富的科学，如同其他科学一样，有法则可依，有规律可循。
翻开《财富人生:跟亿万富豪学习财富理念》的同时，致富的钥匙也已经开始扭动……汇聚顶级商业精英创富智慧，指引普通老百姓通往致富之路。
透析《福布斯》、胡润百富榜领略亿万富豪的财富精神。

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