

<<品商人>>

图书基本信息

书名：<<品商人>>

13位ISBN编号：9787502169121

10位ISBN编号：7502169121

出版时间：2009-1

出版时间：石油工业出版社

作者：张俊杰

页数：395

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>

<<品商人>>

前言

品商人，悟商道，学经商品读商人，也就是研究有钱人。

研究他们为什么能赚钱，为什么会经商，会做生意；研究他们这种智商、能力是天生就有的，还是后天培养的，是靠自我奋斗、挑战创新取得的，还是靠上天给予的。

品读商人，不仅要学习他们获取财富的经商技巧、成功经验，还要研究他们的性格特征、商业传统、心理文化，从而帮助我们掌握与之打交道的本领。

正所谓，知己知彼，百战不殆。

不同省份、不同国家的商人性格大不一样，他们经商、做生意也各有门道。

掌握了各类商人的特点就可以有的放矢。

顺势而为，把买卖做成、做好、做大。

如果不了解对方，就很难交上朋友，更谈不上合作，即使谈成的生意也可能做不好。

品商人，悟商道，这是经商的第一步。

中国商人从一开始就表现出不同的地域文化特色。

历史上，中国商人曾形成过十大帮派，各大商帮的经营项目、活动范围、经营风格、经商观念各具特色。

在今天的中国商业版图上，各地商人八仙过海，各显神通，表现出独特的经营风格，形成了自己的一套生意经：浙江商人——草根出身，善于交际，永不满足，中国第一创富商帮；温州商人——最能吃苦，抱团闯天下，“东方犹太人”，走遍世界各地；广东商人——专心经商，敢为天下先，开创了“中国制造”之路；上海商人——精明透顶，赚外国人的钱，全力打造“国际金融中心”；北京商人——热心政治，幽默调侃，“官商”背景，投资文化创意产业；东北商人——敢闯敢干、讲义气、重朋友、好面子，酒桌上谈成大买卖；天津商人——善用广告，重视质量，推动“北方经济中心”建设；安徽商人——儒商本色，崇尚文化，有“红顶商人”的历史传统；山西商人——勤俭吃苦，重视商德，大胆放权，善于合伙做生意；台湾商人——白手起家，永远把诚信放在第一位，掀起投资大陆高潮；香港商人——金钱至上，爱拼才会赢，能挣会花，纷纷北上投资圈地；山东商人——喝酒办事，个性豪爽，“左手拿论语，右手拿算盘”；江苏商人——稳中求胜，独立经商，礼貌待客，坚持“薄利多销”原则；河南商人——见好就收，不做亏本买卖，深藏不露，善于发动商业大战；福建商人——性格剽悍，敢拼敢赢，善打“侨”牌，强烈的市场经济意识；面对全球化、国际化的浪潮，入世后，中国商人迎来了前所未有的机遇和竞争。

今天，任何商人都不得不去迎接世界范围内的商业挑战，一个有远见的大商人更应该主动学会和外国商人打交道，走向世界。

只有这样，中国商人才会永远发展自己，壮大自己，才不会失败。

为此，我们要与外国商人打交道，要熟悉他们的性格，了解他们的作风，懂得他们的经商习惯，遵从他们做生意的规矩，然后才能在商场中完成合作与竞争：犹太商人——“钱的民族”，重信守约，生意上没禁区，善于讨价还价；美国商人——赚钱是职业道德，善于营销，喜欢做大买卖，重视科学决策；日本商人——顾客至上，团队意识强，产品质量过硬，重视商业情报；韩国商人——争强好胜，忠孝思想，讲究礼节，凡事“斤斤计较”；德国商人——精益求精，办事严谨，讲究秩序，遵纪守法为最高伦理原则；法国商人——“骑士风度”，宽以待人，崇尚个性产品，喜欢参加沙龙；英国商人——绅士风尚，合伙经营，讲究实用主义，喜欢经营新奇商品；俄罗斯商人——洒脱果断，有好酒量，不拘小节，新时代的“强盗资本家”；印度商人——神比钱重要，高薪养“才”，节俭朴素，追求有序和节奏：《品商人》是一本教你在不同省市、不同国家与各种性格的商人做生意的“经商圣经”，是第一本介绍不同地域、不同国家和不同商人做生意的商道天书。

是针对不同性格及性格弱点商人采取不同战术的商战对策。

阅读并研习本书，你将了解不同商人的性格，还将学会如何在商场上防止受骗上当，以及如何在竞争中巧妙制胜。

马克思在《资本论》中指出：“一个社会不能没有商人，近现代社会更是如此。

商人、商品和商业资本是推动社会发展的积极因素。

<<品商人>>

商人可以存在于任何社会微小的缝隙中，为自己开辟出一个活动的大天地，这种顽强的生命力遇到适当的机会便会勃发出旺盛的生机。

以至在一定历史时期里，商人可以产生压倒一切的影响。

”达尔文在《进化论》里说：“能够生存下来的并不是最强壮的物种，也不是最聪明的物种，而是最能适应变化的物种。

”今天的商业世界瞬息万变，然而万变不离其宗，做生意最根本的一点是与人打交道，品读各地、各国商人是经商的必修课。

《品商人》是你决战商场的宝书！

<<品商人>>

内容概要

《品商人》是一本教你在不同省市、不同国家与各种性格的商人做生意的经商“圣经”，是一本介绍不同地域、不同国家和不同商人做生意的商道天书。

白天，把这本经商“圣经”放在公文包里、写字台上，随身携带，随时翻看；晚上，把它放在枕边，不时翻阅、研究，挑灯夜读……你将会受益匪浅，大大提升自己的经商才能，早日实现自己的财富梦想！

作者简介

张俊杰，男，毕业于北京大学中文系，著名作家，企业文化研究策划师。
曾任经济日报《中国企业家》杂志、科技部《跨世纪人才》杂志、交通部《中国船检》杂志记者。
主要作品：报告文学集《活力远东》、《华夏英才》，小说集《风尘》，长篇传记文字《张骞》《经历历史》《美国第一家族》，文学评论集《飘逝与永恒》，财经类作品《谁执掌世界金库的钥匙》《大富豪的第一桶金》等。

<<品商人>>

书籍目录

上篇：品读中国各地商人一、浙江商人——中国第一创富商帮1. 浙江人天生就是商人2. 善于交际，成为商场老手3. 小心生意场上的“胡雪岩”4. 中外名家论“浙商”二、广东商人——开创“中国制造”之路1. 做生意不可不到广东2. 讲究避讳，投其所好3. 利益交往，少空谈情义4. 少谈政治，专心经商5. 敢为天下先6. 要发财，忙起来7. 速度制胜，手脚要快8. 注重形象，气派最重要9. 善于借鸡生蛋10. 王婆卖瓜，自卖自夸11. 黑白两道通吃三、上海商人——精明到骨子里1. 商家的必争之地2. “恋沪癖”，有点自负3. 精明到骨子里4. 赚外国人的钱5. 上海人的海派性格6. 缺乏冒险精神7. 只讲经济利益8. 淡化感情，少义气9. 上海人的钱不好挣10. 守法守纪，契约意识强11. 重视签订合同12. 新“买办”异常活跃13. 按国际标准做生意四、安徽商人——“红顶商人”的历史传统1. 无徽不成商2. 徽商本质是儒商3. 有热心政治的传统4. 注意多打文化牌5. 环境多样，性格混杂6. 小农意识比较强7. 墙内开花墙外香8. 宗族观念浓厚五、山西商人——最立于不败之地做合伙生意1. 勤俭吃苦，白手起家2. 讲究信用和质量3. 公平竞争，注重商业道德4. 薄利多销，产销结合5. 用“身股制”留住人才6. “酌盈济虚”的经营方式7. 办事人员挑大梁8. 重视人才培养与开发9. 打好生意上的政治牌10. 重视信息，把握市场六、北京商人——经商离不开政治1. 带点政治味儿2. 听懂北京人的幽默3. 多接触，多调侃4. 注重人情交往，讲究人情味5. 善用广告包装自己6. 爱面子，要气派7. 文化搭台，经济唱戏8. 注意“官商”背景9. 提防被“托儿”忽悠七、天津商人——商业意识浓厚1. 商业繁荣的“天津卫”2. 把质量当作命根子3. 创造性的商业思路4. 坚守“精买傻卖”的生意经5. 大胆尝试，果断行动6. 善用广告，顾客盈门7. 强烈的社会责任感八、江苏商人——温文尔雅的经商风格1. 扬长避短，纵横商海2. 最大特点是稳中取胜3. 独立经商，直接经营4. 经营手法老练，看重市场信息5. 薄利多销，加速资金周转6. 务实经商，绝不好高骛远7. 礼貌待客，和气生财九、福建商人——天生的经商好料子1. 闽南商人：爱拼才会赢2. 石狮商人：身体里有经商的基因十、山东商人——左手拿《论语》，右手拿算盘1. 深受孔孟文化影响2. 不喝酒办不成事3. 个性豪爽，心直口快4. 讲义气，重信誉，不搞欺诈5. 承诺制让你放心6. 吃苦耐劳的实干精神7. 做好农村市场这块大蛋糕8. 利用老乡关系做生意9. 善于发动广告战10. 喜欢做四平八稳的生意11. 注重质量，忽略包装12. 有时比市场慢半拍十一、河南商人——发动商业大战是拿手好戏1. 商业意识滞后2. 做生意见好就收3. 家同意识浓厚4. 有点儿小聪明5. “五子登科”的河南人6. 小心奸商的算计7. 独特的“商战”意识8. 用发展赢得尊重十二、东北商人——酒桌上谈成大买卖1. 讲义气，重朋友2. 豪爽大方，不计小利3. 霸气十足，不肯吃亏4. 面子大如天5. 无酒不成商，酒场谈生意6. 小心铤而走险的骗子十三、陕西商人——“西北狼”敢作敢为1. 优越感强，带点自负2. 善于抓住商机3. 敢做敢为的经商传统4. 制药买药到陕西十四、内蒙古商人——先交朋友，后做生意1. 粗犷剽悍，以狼为图腾2. 马背上的游牧民族3. 心地善良，热情好客4. 带动当地人一起致富……十五、湖北商人——九省通衢造就经商意识十六、湖南商人——有一股不服输的奋斗精神十七、河北商人——奉行实用主义的原则十八、西北商人——新丝绸之路连通欧亚大陆十九、四川商人——盆地意识下的重农思想二十、海南商人——思想保守，喜欢投机二十一、江西商人——知足常乐的“江右商帮”二十二、云南商人——最容易满足的商人二十三、广西商人——借“北部湾经济区”出海二十四、贵州商人——“好酒不怕巷子深”二十五、香港商人——拼命挣钱，开心花钱二十六、台湾商人——永远把诚信放在第一位二十七、澳门商人——大胆放手赌一把下篇：品读世界各国商人二十八、犹太商人——世界上最伟大的商人二十九、美国商人——赚钱是一种职业道德三十、日本商人——打造精益管理的企业文化三十一、韩、朝商人——不达目的，誓不罢休三十二、英国商人——最讲究“实用主义”三十三、法国商人——时尚品牌缔造者三十四、德国商人——讲究程序，办事严谨三十五、欧洲其他国家商人——性格鲜明，各有所长三十六、越南商人——天生的生意人三十七、新加坡商人——家族企业文化浓厚三十八、东南亚商人——致力打造“东盟”经济圈三十九、印度商人——相信神比钱更重要四十、俄罗斯、乌克兰、白俄罗斯商人——潜水的巨鳄四十一、阿拉伯商人——擅长打理家族生意四十二、中亚商人——连通欧亚的贸易商四十三、加拿大商人——把经商看做一种娱乐四十四、墨西哥商人——在推销中做成生意四十五、其他美洲商人——大打“矿产资源”牌四十六、大洋洲商人——念好羊毛生意经四十七、非洲商人——部族酋长唱主角

章节摘录

5. 承诺制让你放心口前，国内许多行业和地区风行“承诺”制度，其实，这是山东人的一大发明。济南交警以其优质的服务承诺闻名全国，成为各地交警的榜样，也赢得了市民的尊敬与信赖“山东商界对此心领神会，并将交警的经验运用于现代商战，积极拓展、占领市场。

俗话说，商场如战场。

南于市场是有限的，在限定的大锅里，众多商家为了多争得几口粥，花样翻新，奇招迭出，厮杀得天昏地暗。

但是，能刺激人们消费欲望的服务方式毕竟太少了。

“买一送一”、“终生保修”、“出血大甩卖”等招数已诱惑不了消费者。

要想在商战中脱颖而出，征服众多的消费者，除了靠质量、靠价格以外，还必须在服务方式上出新招

。

山东商界率先推行的承诺制度，不仅打开了市场，也赢得了消费者的信赖。

山东青岛有两个产品异常走红：一是青岛啤酒，一是海尔空调。

说起来也许令人难以置信。

大名鼎鼎的青岛啤酒在青岛长期以来竟少有人问津，墙内开花墙外香。

外边大力开拓外地市场，里边却攻不下本地市场。这既是青岛啤酒公司的心病，又是耻辱。

靠什么打开市场？

靠降价？

这不是占领市场的长久之计；靠质量？

青岛啤酒的质量有口皆碑；靠摔瓶子之类的促销手段？

那简直是自杀。

1996年4月起，青岛啤酒公司向消费者做出一项承诺：保证青岛市民喝上“当月酒”，力争喝上“当周酒”、“当天酒”。

接着，青岛啤酒公司在青岛先后建起200多个零售网点和直供点，并投资上千万元购买了40多部直供运输车，将生产线上的新啤酒源源不断地送往市场。

就是这项承诺，打败了啤酒“杂牌军”，新鲜的青岛啤酒在市场上畅销起来。

一“诺”成功，青岛啤酒公司又北上烟台，南下上海，扩展全国市场……1997年时啤酒的产量达到35万吨。

山东商人推行承诺制，从本质上说源于讲究诚信的儒家文化。

因为“诚”、“信”是儒家哲学和伦理学中的基本观念。

“信”与仁、义、礼、智并列为“五常”之一，即五条永恒的道德法则之一。

这种观念对中华民族商人的精神影响之大，是可想而知的。

<<品商人>>

编辑推荐

你了解世界各国商人的性格特点、谈话技巧和经商手段吗？

你想掌握中国各地商人的性格特点、谈话技巧和经商手段吗？

请翻开《品商人》吧！

阅读并研习《品商人》，你将了解不同商人的性格，还将学会如何在商场上防止受骗上当，以及如何在竞争中巧妙制胜。

创业人士寻找财富梦想的商界“圣经”成功商人无往而不胜的智慧源泉品读商人，也就是研究有钱人。

研究他们为什么能赚钱，为什么会经商：品读商人，不仅要学习他们获取财富的经商技巧、成功经验，还要研究他们的性格特征、商业传统、地域文化，从而帮助我们掌握与之打交道的本领。

正所谓，知己知彼，百战不殆。

提升智商，认清商道，辨别情商，破译商路，敢做商人。

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>