

<<温州人赚大钱成大事的16条商规>>

图书基本信息

书名：<<温州人赚大钱成大事的16条商规>>

13位ISBN编号：9787560960838

10位ISBN编号：7560960839

出版时间：1970-1

出版时间：华中科技大学出版社

作者：孙良珠

页数：293

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>

<<温州人赚大钱成大事的16条商规>>

前言

犹太人善于经商，这是被世人公认的。
在东方，也有一群这样的人，他们对商业的热忱丝毫不亚于犹太人，他们经商的能力丝毫不亚于犹太人，他们在某些时期甚至超越了犹太人。
他们就是温州人。

温州人的足迹遍布各个角落。
温州人走到哪里，就把生意做到哪里。
早在国家号召支援西部，进行西部大开发时，温州人就在西藏的拉萨做起了生意。在新疆开始种起了棉花。
他们不仅走遍了中国的山山水水，还把生意做到了海外。

在世界各地，遍布着从事各行各业的温州人。
温州人曾昌飏在朝鲜包下了朝鲜的百货商场：温州人吴建海在喀麦隆开了“中国商城”。
温州人无处不在。温州人的产品也无处不在。

现在流传着这样的说法：当美国人用高科技迫使全世界为他们打工的时候，他们身上穿的却是温州人做的衬衣，听的是温州人做的半导体，早晨唤醒他们的是温州人做的闹钟，吸烟用着温州人做的打火机，戴着温州人做的眼镜。

温州人的力量不可小觑！

温州人仿佛天生就是经商的材料。
他们从小就对商业有着独特的认知，对金钱有着特殊的感受。
在传统观念里，中国人是耻于言利的，但温州人并不这么认为。

温州人对待金钱的态度很坦诚。
他们认为，君子爱财，取之有道。
温州人大多都不安于给别人打工。他们总会选择自己创业，温州人创业的目的其实很现实：那就是赚钱！

威力打火机有限公司老板徐勇水面对“你创业成功的动力是什么？”

”的提问时，他的回答是：就是为了赚钱，过上好日子。

温州人认为，只要是自己辛苦赚来的钱，都是好的，没有人们传统思想里的“脏”钱和“净”钱之分。

一开始，人们并不能接受温州人的思想观点，但随着温州人越来越多的财富积累，证明了温州人的观点是正确的。

温州经济的发展是有目共睹的，温州人对待金钱的态度让人们不得不重新审视它——金钱。

它只是工具，并不是可耻的万恶之源。

因此，我们可以说，温州人改变了中国人的财富观。

<<温州人赚大钱成大事的16条商规>>

内容概要

犹太人被尊称为“最伟大的商人”，而温州人则被公认为“东方的犹太人”但当温州人抢滩欧洲大陆仅仅十几年后，却将真正的犹太人打得一败涂地、落花流水，其经商的天才由此震惊世界：世界上还有比犹太人更会经商的人群!所以，有种提法越来越得到世界的公认，就是应该将犹太人称为“欧洲的温州人”才更为准确。

<<温州人赚大钱成大事的16条商规>>

书籍目录

第1章 温州人的骨子里流着赚钱的血液——创业致富就是成功的体现温州人喜欢自己当老板年龄不是创业的障碍对商机有敏锐的嗅觉抓住商机，凭本事创业要时刻注意把握商机第2章 温州人知道做什么赚钱——方向比努力更重要温州人最会赚钱温州人专干市场上没有的温州人有敏锐的洞察力温州人能从废物堆里淘金子温州人知道市场需求第3章 温州人善于开拓市场——有市场的地方有温州人，没有市场的地方也有温州人时刻关注市场需求温州人的足迹遍天下时刻保有推销意识推销是迈进成功大门的法宝有商机的地方就有温州人抢占先机才能拔得头筹抢占最有利的位罝从一分一厘开始挖掘市场到新疆挖金子去在世界屋脊上照样做生意第4章 温州人敢于突破经营界限——不拘泥于形式，只看重结果借鸡下蛋同样能发财多条腿走路才能更快更稳把自己的牌子打出去企业永不变更的法则就是一一直在变第5章 温州人都是草根富翁——务实做事，低调做人从修鞋匠到董事长苦难铸就出的企业家既能睡地板也能当老板身价奇高却姿态低调脚踏实地，务实做事即使腰缠万贯也不张扬露富第6章 温州人突破了“面子思想”这一心理障碍——钻得狗洞，跳得龙门能干出名堂就有面子有钱就有面子放下面子就能赚钱放下身份，路会越走越宽第7章 温州人敢为天下先——胆量创造产量，思路决定出路没有做不到，只有想不到用高利贷作为投资的资本做生意要先下手为强抓住时间就等于抓住了机遇抢占先机，赢得商机放开胆子把生意做大温州人胆大“包天从温州窜出一只“中国狼”在外国人的地盘上开中国商城包下朝鲜百货大楼第8章 温州人知晓先做关系后做生意的秘密——人脉的广度决定事业的高度人脉的开创从家庭内部开始建立广泛的人脉网络搭好人情网再走天下路先交朋友再做生意温州商人懂得分享朋友多了路好走第9章 温州人的手段总是高人一筹——做人和做企业都善于运用技巧和谋略冒险不等于冒失紧紧盯住市场的缝隙吃亏在先，赚钱在后让对手也有赚头为企业注入文化用以人为本的企业文化关心员工放弃也是一种成功第10章 温州人都是“拿来主义”的高手——模仿时学透吃透，放弃时毫不吝惜“拿来主义”——偏偏喜欢你先学样子，再学技术创新的基础是模仿变通才有出路第11章 温州人不拘一格用人才——人才理好了，钱财也就理好了企业发展的关键在于人才人才是企业的财富适合企业发展的人就是人才像关心亲人一样关心员工第12章 温州人的团结精神就像天上的雁群——生意一起做，有钱大家赚拳头的力量大于指头的力量有钱大家赚

<<温州人赚大钱成大事的16条商规>>

章节摘录

一个温州人说：“在温州，即使你做了微软的CEO、IBM的总裁，都还不如一个小卖部的老板‘值钱’。

”这种说法虽然有些夸张，但确实实实在在地反映了温州人的老板情结。

温州人宁愿做一年只挣一万元的老板，也不愿做年薪十万元的总经理。

因为做老板可以通过自己的努力将生意做大做强，做到几十亿甚至上百亿的规模。

何况当老板在精神上有一种优越感，在人格上更自由，能自己给自己做主，愿意怎么干就怎么干。

赚了有成就感，赔了有刺激感，赚赚赔赔当中玩的就是心跳，惊心动魄，能欣赏到人生的波澜壮阔。

老板是温州成年人中的主要群体，温州的繁荣及其在国内外的影响力，正是由这个群体造就的。温州老板群体的人数众多，年龄跨度大。

早些年在深圳有这样一种说法：树上掉下个椰子，砸到10个行人，有9个是总经理，还有一个是副总经理。

深圳的路旁有好多椰子树，这句话指的就是深圳的经理人之多。

还有一句话形容国人从商的热潮：10亿人民9亿商，还有1亿待开张。

这两种说法都很形象，当然也不免夸大其词，但对温州人来说，“10个人中9个是老板，还有1个准备当老板”却并不夸张。

如果按人口比例来计算，温州的老板绝对是全国最多的。

按《辞海》的解释，在旧时商店、工厂的所有者被称为老板；佃农称地主，雇工称雇主，也叫老板。

现在，老板这个叫法似乎还在扩大，机关中许多人把自己部门的领导都叫做老板了。

虽然媒体频频发表文章批评这个现象，但好像大家并不以为然，仍然这么叫着。

不过，此处所说的老板专指拥有商店、工厂、公司的人。

<<温州人赚大钱成大事的16条商规>>

编辑推荐

温州人改变了中国人的财富观！

我们能从温州人身上学到什么？

在国内三十多个省、市、自治区中，散布着140多万温州人，这还不包括海外的温州人在北京、上海、广州、武汉等大城市，温州人几乎都在十万人左右，有的还超过十万人温州人遍布祖国的每一个角落，皇城根下、黄浦江边、长白山麓、青藏高原、天山南北……有道是：“造船不如买船，买船不如借船”很多精明的温州人在创业之初都是白手起家，凭借的就是“借船出海”、“借鸡生蛋”的生财良方。

翻阅一些著名温州民营企业家的简历，发现他们创业前绝大多数相当贫寒，鲁冠球打铁为生，南存辉摆摊修鞋，胡成中是裁缝，王振滔是木匠，郑元豹是工人，郑坚江是修理工……还有好多好多的年销售额在10亿元左右的私营企业主，也大多出身平凡。

有面子和没面子只是相对而言的，不同的世界观、人生观、价值观，孰会有不同的面子观在温州人石来，只要是靠双手劳动，就能创造出个人的价值，关键是能赚到钱，干什么都可以，只要能干出名堂，就是有面子。

创业需要有人帮助没有好搭档怎么办？

与他人合作，往往会出现利益纠纷，有时候还会伤了朋友和气此时的你可能会为选择合作伙伴而踌躇不前，而温州人早就选好了合作伙伴、创业搭档——家人。

飞往太空的火箭是分为三级，一级一级地向太空推进的在商场上，温州人也像多级宇宙火箭一样，在实践中对；佳目标，一步一个台阶地上许多温州商人认为，在创业阶段，要使企业发展，必须安心做好一件事，那就是把企业的专业做强、做大。

温州人的足迹遍天下，温州人执著追求，百折不挠，温州人善于运用技巧和谋略，温州人不辞劳苦地追求金钱，温州人务实做事，低调做人，温州人钻得狗洞，跳得龙门，温州人人人都想创业当老板，温州人认为点子比面子更重要，温州人能睡地板，也能当老板，温州人知道：找市长不如找市场，温州人的骨子里流着赚钱的血液，温州人生意一起做，有钱大家赚，温州人按规矩办事，靠诚信做人，温州人不拘泥于形式，只看重结果，温州人倔强生存，不达目的不罢休，温州人知晓先做关系后做生意的秘密，温州人的每一个毛孔里都有赚钱的因子，温州人敢于走出去，他们的足迹遍天下，温州人认为人才理好了，钱财也理好了，温州人模仿时学透吃透，放弃时毫不吝惜。

顾译“东方犹太人”赚大钱成大事的秘密。

温州人为什么会成为富人，温州人的赚钱秘诀是什么？

温州人想的和你不一样，温州人做的和你不一样，赚钱是他们的使命，吃苦是他们的精神，务实是他们的作风，诚信是他们品格。

<<温州人赚大钱成大事的16条商规>>

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>