

<<世界上最伟大的犹太商法>>

图书基本信息

书名：<<世界上最伟大的犹太商法>>

13位ISBN编号：9787500220237

10位ISBN编号：7500220235

出版时间：2004-9-1

出版时间：中国盲文出版社

作者：史晟

页数：376

字数：320000

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>

## <<世界上最伟大的犹太商法>>

### 内容概要

本书从五千年来那些优秀的犹太商人的成功事例中得到启示，又结合犹太人的智慧经典《塔木德》，以及本套系列丛书的另一本《世界上最伟大的犹太商经》中的内容做了深入细致的研究、分类和挖掘，更从犹太民族生存的历史文化环境出发，从犹太人种族的性格和天性出发，运用辩证唯物主义观点，对犹太商法做了系统的总结，由此才有了这本《世界上最伟大的犹太商法》的问世。

让我们打开本书，与您共享这些犹太商人们引以自豪的竞争法则吧！

这里有强调优胜劣汰、适者生存的丛林法则，这里有信守承诺、绝不违约的守约法则，这里有揭示神奇成功规律的78/22法则，这里有讲究实效、无声胜似有声的哑巴法则，还有阐述投资分配原理的鸡蛋法则，除此之外还有强调强强联合、互利互惠的1+1法则，专做食品生意以求发展的嘴巴法则，重视女性消费需求的女人法则，现金为王、概不赊欠的现金法则，认为知识胜于财富的大脑法则，强调万物皆有价值的有用法则，认为时间重于生命的日落法则，强调富人义务、以富济贫的1/10法则，以及强调生意两头做、双方均有益的双赢法则等等，这些法则在本书中都有着深入细致的讨论和举例，特别适合经商人员阅读和学习。

## <<世界上最伟大的犹太商法>>

### 书籍目录

第一章 丛林法则 优胜劣汰适者生存 竞争意味着适者生存 关心成本和利润 利润帮助你成就梦想 挫败暗影里的对手 利用对方的弱点反击 发展自己永不服输 动用一切手段施加影响 以其人之道还治其人之身 生意场上没有朋友可言 慈眉善目干不了大事 成为得心应手的数字商人第二章 守约法则 商人的荣誉在于信誉 做一个守约的生意人 信用是无形的财富 契约是人存在的理由 即使吃大亏也要守约 契约是最好的武器 最值得依赖的朋友在镜子里 将法律视作自我保护的“盾牌”第三章 法则 投入与产出的神奇法则 放款人占绝对大数 永恒存在的财钱法则 78%的财富由22%的人掌管 财商决定你是否获得财富 你是否有获得财富的能力 快乐与创造的最佳模式 寻找那些最可靠的朋友 无所不在的“灵丹妙药” 记住古老的78/22道理第四章 哑巴法则 第五章 鸡蛋法则 第六章 理财法则 第七章 1+1法则 第八章 嘴巴法则 第九章 女人法则 第十章 现金法则 第十一章 大脑法则 第十二章 有用法则 第十三章 日落法则 第十四章 1/10法则 第十五章 双赢法则 第十六章 节俭法则 第十七章 享受法则 第十八章 自救法则

## &lt;&lt;世界上最伟大的犹太商法&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘 犹太商法指出：如果失败请记住，如果成功请忘记。

在犹太人看来，如果我们有任何的成功，应该在那一瞬间就忘掉它，因为大家很容易被“成功”这个念头冲昏头，仅照着老方法去做，这是最可怕的。

一位犹太富豪曾经指出，根据过去的经验，我有一个很明确的信念，即使是最困难的事，只要自己有适当的准备，有心寻求解决之道，必能找到办法去解决。

解决困难的方式有许多，但其中最重要的就是首先认清事情的真相，冷静思考引起困难的真正原因。也就是要在困难事情一露出破绽时，自己就要觉察到，这是非常重要的。

事实上，即使是有丰功伟绩的人，也不敢说自己不曾失败。

正因为有过多次的失败，才会得到多次的经验；经过几次教训后，才能够成熟起来。

如果不肯承认失败，就永远不会进步。

要是在失败面前强调客观原因，抱怨他人，就只会使自己一再地处在失败和不幸的旋涡之中。

所以犹太商人都有这样的一个习惯，当遇到事情不顺利时，自己不要找一堆理由推卸责任。

事实上做事不顺利一定是有原因的。

如果能事先察觉出造成困难的各种原因，并予以排除，就不至于发生问题了。

很多事情的失败，往往是因为忽略了该做的事，或是即使注意到也没有去做。

所以，如果遭遇挫折，该反省的是自己，而不应把失败归咎于别人。

我们知道，犹太人有尊重前辈的传统，这种特性有好处也有坏处，好处是尊重规则、按部就班，坏处是一旦失去了学习的对象，进步很可能会迟缓下来。

这种情况即使在别的民族也有很典型的反映。

据说，日本一家生产相机的美能达公司在开发新型相机时，特意找来三百多位没有相机制造经验的年轻工程师，然后请他们把“理想中的相机的样子”一一列举出来，再经有经验的人才设法去制造。

短短一年中，原本全世界只有5%市场占有率的美能达相机，因为这种A-7000机型的出现而一举抢占了“佳能”16%的市场。

还有，索尼也是很好的例子。

索尼自创立以来，一直强调“以技术制造需要”。

但是，随着市场千变万化，它感到自己的行销力不够，必须另辟蹊径。

于是，在1983年设立商品部，开发出许多感性的商品，例如，它的电脑不再用索尼牌子，而改叫“圣子PC”，结果非常畅销。

这件事说明，每当我们遇到困难的时候，只要坚持创新，前途总是光明的。

作为商人，在人生的道路上，往往会遇到不少困难的事情，困难面前怎么办？最有效的办法就是牢记教训，重新再来。

我们最大的敌人是自己 《塔木德》指出，我们一生都处在一个强大敌人的阴影中，这个敌人不是别人，正是我们自己。

我们每个人也许都有过这样的体会，当我们历尽千辛万苦达到成功时，最让自己惊奇的发现就是知道自己能做原来认为不能做的事，我们最大的敌人是我们自己，把这些障碍放在那里，然后打倒它们。

犹太商人认为，固步自封永远是企业进步的大敌。

为了强基固本，我们应该最大限度地增强和发挥自己的特长，从而对自己不断进行自我革命。

20世纪70年代，台湾每年对日本都有100多亿美元的贸易逆差，各方面也都大声疾呼要平衡此项逆差，可是收效甚微，其主要原因在于产品的品质与价格在日本市场上没有竞争力。

台塑企业的PVC塑胶粉每年外销日本数万吨，这是王永庆千辛万苦得来的成果。

他说：“你要将产品销售到日本市场，除了必须有足够的品质和价格条件之外，还要以打游击的方式，避开他们的严密封锁，同时以坚强的实力和耐力，做持续不断的进攻，造成日本业界莫大的困扰之后，他们才会真正和你做合理的妥协，这种过程非常苦。”

那些年举世高喊“日本第一”，王永庆很不服气。

他绝对不相信“日本第一”，他认为只要肯脚踏实地，充分发挥勤劳朴实的精神力量，我们中国人应

## &lt;&lt;世界上最伟大的犹太商法&gt;&gt;

该是第一的。

只是现在我们努力得不够而已。

所以还停留在开发阶段，其根本原因并不在于我们的智慧不如人，而是我们追求合理化的认真程度不足，很多力量都是在纷扰、紊乱之中被抵消掉。

王永庆举了一个例子说明日本人不一定处处都是第一。

他说：“我不久前举行一次宴会，日本有不少工商界负责人，如三井、三菱的负责人都在场，其中有一位塑胶业的人对我说：‘你不要过分欺负我们。

’在PVC业上，无论如何日本比不上我，我不是吹牛的。

日本能，我们不能，我实在不服气。

”他又说：“企业经营要看得远，当初我计划在台北生产尼龙，尼龙可做布的原料，可做皮包。

当初日本人笑我傻，其实如果没有生产尼龙，PVC就生产不好。

日本人笑我尼龙没有销路，其实我的另一目的是生产PVC。

事实证明我没有错，而且我从未受到当局特别保证。

当初设厂是经过考虑的，我台北的产品从来都是外销，没有内销的。

外销就难免和日本竞争，结果没有一项输给日本。

”王永庆的一席话，确实让人精神振奋。

事实上，在这种成绩与骄傲的背后，是王永庆及台塑员工的艰辛和汗水。

同时，任何事物似乎都有一个盛极而衰的发展过程。

20世纪70年代以来，台塑集团在保持榜首的路上，由于客观环境的改变，步子走得十分不易。

根据中华证信所对101个集团做的研究显示，1990年台塑集团的净值、税前纯利与员工总数仍然保持第一；然而在资产总额方面，台塑集团以1471亿元从榜首落居第四名，位于霖圆集团、和主集团、新光集团之后；在营收净额方面，台塑集团以1280亿元从榜首落居第三名，位于华隆集团(3330亿元)与霖圆集团(1299亿元)之后。

另外，据1993年6月5日《天下杂志》指出，1992年台塑集团的营业额，除了南亚勉强保持1991年的水准之外，台塑下降了2.25个百分点，台北下降了1.28个百分点。

还有，1992年石化业不景气，全世界PVC粉产量过剩，台塑美国厂因此而亏损。

除此之外，王永庆还要面对企业文化、对环境的关注、经营家庭化等三大挑战。

但是，即使在这样的恶劣条件下，王永庆仍在坚持自我革命。

1984年5月，王永庆的投资脚步正式加入资讯电子业；并于1993年底，计划跨入汽车业。

王永庆在石化业已经有39年的经验，是一名百战百胜的沙场老将，然而他在资讯电子业却只有九年的经验，仍算是新兵。

从石化业跨入资讯电子业主要面临了企业文化的挑战。

因为从石化业跨到电子业，在产品的特性、经营理念以及客户的要求等方面，都有很大的不同。

两人通力合作，亲密无间，使公司的业务扩展得很快。

第一年的营业额，就比沙玉一人经营时增长了10倍，创造了近40万美元的记录。

第二年的增长更加惊人，以致他们两人都感到事业膨胀过大，力不从心，难以驾驭了。

第二年快结束时，营业额已超过了百万，而且还呈现继续扩展之势。

对经营这样巨额的业务，他们确实有些茫然了。

他们殚精竭虑，最后商量出来的解决困难的办法是：再请一位高明的人来经营。

他们议定的原则是：“从乱石堆里寻找黄金。

”也就是说，要从普通的小商人中，物色一个能当大任的人物来。

两人计议已定，便处处留意，但过了许久，也没有发现他们心目中的这种人才。

可见在乱石堆中要找到黄金，毕竟是件不容易的事情。

又过了一些时候，终于有一块“金子”在他们面前闪着金灿灿的亮光了。

一个贩卖布匹的小商人，突然闯进了他的搜索圈。

一天，沙玉下班回到家里，发现桌上放着一块衣料，叠得整整齐齐，显然是新买的。

衣料并不高贵，为什么要买它呢？他心中纳闷，就去问他的夫人。

## <<世界上最伟大的犹太商法>>

原来有一个叫路华德的贩卖布匹的小商人，告诉沙玉夫人，说在今年的游园会上，瑞尔夫人和卞泰杰夫人，都会穿上这种花式的衣服。

每年感恩节的头一天举行游园会，是当地的风俗，这一天是妇女们展示自己服装的好机会。

瑞尔夫人和卞泰杰夫人，都是当地社交场中最出名的人物，而且是当地妇女服装潮流的领导者。

只要她们两人带头穿戴什么，别的妇女就会跟着她们学。

当夫人以神秘的口气告诉沙玉，说卖布的要她不要告诉任何人时，沙玉顿时觉得，这不过是卖布人的经销把戏而已。

不过当时，沙玉还没有把这件事放在心上。

有一天一个布贩到他店里把这种花式的衣料全买走了。

也仍未引起他的特别注意。

这种布料已积压了很久，他为能够把这批陈货全部卖出去而感到高兴。

到了游园会那天，会上人山人海，十分热闹。

人们的衣着都打扮得很入时，尤其是女人们的新式服装，把游园会的气氛烘托得更加热烈。

但人群中特别显眼的，还是沙玉夫人和那两名有影响的瑞尔夫人、卞泰杰夫人穿的那种花式衣料服装。

人们的目光都投向了她们。

这三位太太，这天可是出尽了风头。

游园会结束的时候，许多女人都拿到一份广告，上面写着：瑞尔夫人和卞泰夫人所穿新衣料本店有售。

词句虽然简朴，却抓住了女人们的心理，给她们带来一个重要信息。

沙玉这时才恍然大悟。

他回想这件事的前前后后，断定这全是那个小布商一手安排的。

他心里不禁暗暗佩服起来：这个人的推销手段真是够高明的。

第二天，沙玉同罗拜克一起找到路华德的店铺。

原来这个路华德，就是经常到他们店里贩卖布匹的小商人。

他们彼此已认识多年，但从未深谈过。

现在认真一看，才发现此人有一种异样的气质和神采，他们已被他吸引了。

三人在一家咖啡馆开始交谈。

沙玉单刀直入说明来意：请路华德主持沙玉·罗拜克公司的经营业务。

这对路华德来说，的确有些突如其来，他从没有想过这种事。

经过三天考虑，他接受了沙玉和罗拜克的任命，就任了公司总经理。

路华德上任后，首先大力推行“质量管制”。

.....

<<世界上最伟大的犹太商法>>

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>