

# 《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

出版社：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以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

## 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。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！

# 《品商人》

## 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《张謇》《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。

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。

## 《品商人》

### 精彩短评

- 1、因为书是从新华书店看好的。亚马逊的书到手后，感觉外观不错，和书店感觉差不多。但是切割面不平整，有点粗糙~~~想不通，为什么我买了两本都是这样，难道亚马逊自己印刷的？内容方面就不评论了（因为这书是我之前在书店看过的）总体感觉：还算满意，没有犯印刷空白和内页切割错误等低级错误。
- 2、内容可以，印刷和纸张一般般。
- 3、这么厚的一本书，这个价格实在非常实惠！内容很全面。不过自己要懂得看话外音，自己度量。因为作者不好得罪某些地方的商人，所以用词很委婉。有些地方的商人明明是无耻到全国闻名的，人人嗤之以鼻，作者却找了个褒义词轻轻带过。这种艺术也值得学习！



# 《品商人》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)