

回归与突破

会议策划小组讨论第三届福建连锁经营品牌发展峰会的主题，当有人提出“在回归中突破”，立刻被震到。这对矛盾体可以这样阐释：以突破为目标的回归不是保守，以回归为基础的突破不是幻想。

回归是回到商业的本质。两年前出现了一个新名词，叫做“新零售”。于是有人在数据算法上下功夫，有人在扫码支付上下功夫，有人在物流配送上下功夫，有人在建仓策略上下功夫，有人在场景营造上下功夫，有人在能效体验上下功夫。就象一场大雪，搅得周天寒彻、江河横溢。

在一番热闹之后，人们开始认识到无论经营模式如何还是要回归商业的本质。回归到服务，在服务取得效益、取得发展。因为商业的本质就是服务。

将来可能还会有新的商业技术、新的商业模式，而且会变化得越来越迅速。但有两个趋势是不变的。第一，无论商业怎么变化，都是往效率越高的方向演化。所谓的新零售在本质上还是要让更多的人，以更便宜的价格、更便捷的方式、更好的体验，买到更丰富的商品。第二，商业的分工会越来越细，让专业的人做专业的事，让专业的人只做专业的事。越专业的人越不会被时代抛下。

高效和专业都是为了提供更好的服务。无论当下，还是未来，都不可能脱离商业的本质。

当然，回归不是回到原点，是要做得更好、更快、更细。这就需要寻求“突破”。

突破是创新发展。回归难，突破更难。突破需要灵感，需要智慧，需要勇气。有时还需要“烧钱”。突破何其难。

但突破是必须的。没有突破就没有成长，就没有发展，就没有竞争力。突破就是寻找不失商品本质的发展方向。这便是回归与突破的关系。

福建連鎖

FU JIAN LIAN SUO

指导单位 福建省商务厅

主办单位 福建省连锁经营协会

编委会主任 周文贵

编委会副主任 杨建英 朱文

编委会委员

陈永庄 陈青 陈开通 黄宝明

郑文俊 华怀余 黄永安 赵青云

曾立斌 林永强 朱玉见 廖华亮

黄燕华 陈富森 韩申柱 周飞

编辑部主任 朱文(兼)

编辑部副主任 刘江龙

发行 吴丹平

地址: 福州市湖东路 278 号太阳广场 10 层

邮编: 350003

电话: 0591-87503753

传真: 0591-87503753

QQ: 3169750896

邮箱: 3169750896@qq.com

网站: www.fjls0591.com

微信公众号: fjlsjy

准印证号: (闽)内资准字 K 第 12 号

印刷: 福州华夏彩印有限公司

印数: 1-1000 册

编印时间: 2019 年 6 月

本刊向会员单位赠阅; 发送行政、
业务主管部门; 与全国各省市连锁经营
协会交流。

目 录

2019 年 第 2 期

(总第 15 期)

卷首语

01 回归与突破

特稿

04 把连锁经营品牌推向高峰

——福建省连锁经营协会第三届品牌发展峰
会致辞

福建省连锁经营协会会长 周文贵

05 在第三届福建连锁经营品牌发展峰会上的
致辞

福建省商务厅副厅长 陈安生

06 交流协作 共谋发展

——在福建商业新技术新模式发布会暨福建
省连锁经营协会智慧商业年会上的致辞

福建省连锁经营协会会长 周文贵

协会资讯

封二 第三届福建连锁经营品牌发展峰会在榕召
开

07 第三届福建连锁经营品牌发展峰会主会场剪
影

08 第三届福建连锁经营品牌发展峰会餐饮分会
场剪影

09 第三届福建连锁经营品牌发展峰会资本分会
场剪影

10 2018 年度会员企业优秀店长名单

10 2018 年度爱心企业名单

10 2018 年度爱心人士名单

封底 第三届福建连锁经营品牌发展峰会颁奖授
牌仪式

11 福建商业新技术新模式发布会暨福建省连锁
经营协会智慧商业年会剪影

13 协会领导走访金蝶软件(中国)有限公司福州
分公司、周麻婆餐饮、福建喜相逢汽车服务
股份有限公司、圣农集团子公司福建乐美隆
餐饮有限公司, 厦门城市吸引茶饮、快乐番
薯、夏谷软件、珍熙便利、十分便利、众库
科技和泉州常乐基餐饮公司、百姓超市等公
司

13 我会领导参加第十九届全国连锁经营协会会
长秘书长联席会议暨河南省商业行业协会三
十周年庆典大会

14 我会组织会员企业参加广东加博会、我省海
交会

- 14 我会与中国连锁经营协会联合召开 2019 中国零售业风险管理论坛和中国零售业供应链年会
- 14 我会获“2018-2019 年度福建省爱心助残志愿服务站”称号
- 15 我会领导应邀出席福建省首届商贸流通绿色创新大赛 5·18 讲坛并致辞
- 16 我会领导陪同浙江、广东省连锁经营协会会员企业参观厦门见福便利总部
- 17 福建省连锁经营协会参与扶贫脱贫攻坚战倡议书

会员动态

- 16 厦门爱心食物银行见福分行公益行动启动
- 16 冠超市被评为 2018 年度最具竞争力区域连锁品牌，冠超市泉州安溪万达店荣获 2018 年度中国好门店称号
- 16 董菲菲、手心的你、福建蜀都丰餐饮管理有限公司通过商业特许经营备案

发展之路

- 18 冠超市的“夺冠”之路

新会员风采

- 22 诚宇包装集团
- 38 福建利家超市有限公司
- 45 福州三牧包装制品有限公司
- 47 福州典雅装潢装饰材料有限责任公司

政策法规

- 19 福州市市场监督管理局：推进便利店及连锁总部企业注册便捷化
- 20 福州市商务局、市场监管局、财政局：扶持便利店企业发展
- 21 国务院常务会：优化营商环境
- 21 国家市场监管总局：对食品小作坊实行百分之百登记
- 21 国家市场监管总局：可查询检验检测报告的真伪
- 21 工信部：2019 年三大目标“双 G 双提、同网同速、精准降费”

业界动态

- 21 日本的人工智能产业化路线图
- 21 数据

经营参考

- 22 要善于发现商机
- 23 从冷僻之处找商机
- 23 从麻烦中找商机
- 24 商道

- 24 推销还是营销
- 25 态度留客
- 25 越挑剔越是潜在客户
- 25 厚利多销
- 26 便利店背后的生活理念
- 26 日本人不爱网购
- 26 欧美遍地二手店
- 27 与超市有关的小窍门
- 27 用奇数还是偶数命名

教育培训

- 28 优秀店长心得
- 29 做什么都会有前途的
- 30 超市商品摆放术
- 31 善用星期一
- 31 日本收银分五步
- 31 格局
- 32 具有职业水准的“的哥”
- 33 为您上 MBA 课的“神奇的哥”
- 34 好老板长啥样
- 35 日本企业家的低调
- 36 提高领导力十法
- 37 偷拍总经理
- 38 观察员工大扫除
- 39 到底亏了几美元

数字连锁

- 40 人工智能的曲折史
- 40 物联网没什么了不起
- 41 把人工智能融入产品和服务

连锁故事

- 41 郭台铭说距离
- 42 从挣钱到赚钱
- 43 四大快递是一家
- 43 航空巨头破难点
- 44 来点幽默

闽商名家

- 45 黄奕柱

读一点书

- 46 凝视商业时代
- 47 关于互联网思维

商旅留痕

- 48 东莞两园

把连锁经营品牌推向高峰

福建省连锁经营协会第三届品牌发展峰会致辞

福建省连锁经营协会会长 周文贵

(2019年5月16日)



尊敬的各位来宾、各位会员、各位代表：

大家上午好！

今天我们在这里召开福建省连锁经营协会第三届连锁经营品牌发展峰会，这是我们协会一年一度规模最大的活动。我谨代表协会对大家的光临表示欢迎和感谢！

从2017年开始我们每年召开福建连锁经营品牌发展大会，从今年开始我们把这个发展大会改称为“发展峰会”。峰会具有高端会议的意思，不仅在与会人数上比较多，而且在分享嘉宾和讨论内容上也应该是比较领先的。我们希望把品牌发展峰会办成我省连锁经营行业的“引路人”“智囊团”。从协会办会的角度来说，要凝聚智慧，共襄发展大计；从与会的同行来说，要在这里通过交流学习明确发展的方向、发现发展的商机。

大家都知道，这几年我们连锁经营行业面临着很大的经营上的困难。在这样的状况下，我在2017年的会议、2018年的会议上还是比较强调大家要稳健、要守成、要活下来。今天我想要跟大家讲的是，我们国内形势是国家大幅度的减税、包括对产权的保护、包括对民营经济的定位，包括接下来内需市场的发展，是非常值得期待的。我觉得，接下来我们这些所有能够熬过前一阵子困难的企业，可以更加积极地发展，积极地转型升级。在新的时代按原有的套路继续走老路是不行的。因为现在消费形态的变化非常快。现在移动互联网的这一

代，80后、85后、90后、95后，纯粹是移动互联网的这一代已经成为消费的主体。所以，抓住年轻人的生意，公司就会有更好的未来。

另外，我要跟大家讲“变与不变”。一定是有许多是很难改变的。比如说，我们中国人，特别是福建人喜欢吃常温的猪肉，不喜欢吃冷鲜肉，其实冷鲜肉更排酸、更健康，这是很难改变。但变得东西还是有很多。我们消费的形态变了。5G出来，移动互联网会更加全面的改变我们的生活。所以我们协会和各个行业的相关的领导者要特别关注到行业的变与不变。在这个过程中我们可以发现新的发展机会。我们看到万嘉超市在一两年的时间内有非常好的健康的发展。这就是能够抓住业态细分的小零售业态。便利店是非常朝阳的业态。能够抓住年轻人的生意，这是非常关键的。

我们今天这个会议到今年是举办了三年，还在幼年阶段。希望大家共同努力，把连锁经营品牌峰会打造成协会的一个品牌项目，也希望有机会能够成为省内内贸行业的一个重要会议。

这次会上，我们首次发布《2018年福建省连锁经营发展报告》。2018年是连锁行业的新元年，转型升级、持续迭代、投资并购；从品牌运作到产业布局；从终端拓展到供应链整合，企业面临哪些挑战与机遇，2019年连锁行业又将呈现哪些趋势？协会通过市场调研和行业观察，呈现福建连锁行业的最新发展动态。因时间关系，我不细说了，请大家看材料。

下半年，协会还要就我省特许加盟发布《福建特许经营专题报告》，开展系列活动，宣传特许经营备案，推动特许经营行业规范化发展，请大家多关注。这几年福建在小餐饮特许加盟做出一些样板店，开了几百家。

在这里，我要专门再说一下，这次会议由福建省连锁经营协会主办，由协会秘书处和李元立、陈继展、王镇斌等几位年轻的同行具体策划、组织。几位同志发挥了年轻的力量，思想解放，办事效率

在第三届福建连锁经营品牌发展峰会上的致辞

福建省商务厅副厅长 陈安生

(2019年5月16日)

各位来宾、企业家：

大家上午好！

很高兴参加第三届福建连锁经营品牌发展大会。在此，我谨代表福建省商务厅对第三届连锁经营品牌发展峰会的顺利召开，表示热烈祝贺！

在拉动中国经济发展的投资、出口、消费三驾马车中，“消费”这个抓手拥有巨大的挖掘潜力。而连锁企业、连锁经营模式在促进社会消费方面是一种主要的商业模式，值得政府、协会、媒体、投资机构等共同推进这个事业！

福建省连锁经营协会成立20多年来，作为连接政府与企业的重要桥梁和纽带，为推进政企交流与行业发展做了大量有益的工作。

2018年，福建连锁经营行业继续发生重大的变化，既有以永辉超市、安踏体育为代表，通过“产业+金融”模式，市值破千亿，荣登中国连锁超市、体育品牌产业龙头地位的实体连锁企业；也有成立三年多估值就从0做到40亿的朴朴超市；还有成立2年不到就成功在纳斯达克上市的瑞幸咖啡等连锁新零售、新餐饮。

福建省连锁经营协会组织举办福建连锁经营品牌发展峰会迄今已有三届。峰会不但凝聚了大量企业家、专家代表的智慧，同时也是企业与企业之间、企业与资本之间很好的对话交流平台！同时本次会议发表的《2018年福建省连锁经营品牌发展报告》，为企业的发展和政府的政策制订提供了有益的参考。在这里我对协会做出的贡献表示感谢！向你们及广大商业工作者表示慰问和衷心的祝福！

今年以来，省商务厅认真贯彻落实省委、省政府各项决策部署，积极优化营商环境和推进内贸流通体制改革。下半年，我厅将继续围绕现代服务业发展规划、做好消费转型升级与产业升级；夯实龙头企业培育工作，重点做好流通产业集群建设，“系统孵化一大批、重点扶持一小批”，以加快推动我省内贸流通行业转型升级。

在此也希望省连锁经营协会在过往工作的基础上，审时度势、与时俱进，积极总结、研究、探索行业发展新动态；充分了解连锁企业发展新需求，做好政策引导与资源整合工作，继续推动我省连锁企业的品牌发展和成长，更好地服务会员企业、政府和社会，为我省连锁经营行业发展做出更大的贡献。

最后预祝福建连锁经营品牌发展峰会取得圆满成功。祝各位代表身体健康、事业兴旺！祝福建省连锁企业大展鸿图！



高，业界情况也熟悉，组织能力强，为这次会议的成功召开立下了汗马功劳。在这里，我代表协会向他们表示衷心的感谢！

我们也要特别感谢各位分享嘉宾。您们的高瞻远瞩决定了峰会的思想高度。谢谢你们分享给予我们的经验、智慧。

我们更要特别地感谢福建省商务厅主管内贸的陈安生副厅长，我们原来的老厅长吴秉成，还有商

务厅各个处的领导，在百忙之中抽出时间来参加我们的会议，给到我们支持和鼓励。在这里要特别感谢。谢谢！

让我们共同努力把连锁经营品牌发展推向高峰，能够走向全国，走出国门。

最后，预祝第三届福建连锁经营品牌峰会取得圆满成功！祝大家身体健康、事业发达！

谢谢！

交流协作 共谋发展

在福建商业新技术新模式发布会
暨福建省连锁经营协会智慧商业年会上的致辞

福建省连锁经营协会会长 周文贵

(2019年3月12日)

尊敬的各位来宾、各位会员、各位代表：

大家下午好！

今天我们在这里召开福建商业新技术、新模式发布会暨福建省连锁经营协会智慧商业年会，这是我们协会在新的一年里进行的第一个比较大的活动。借此机会，请允许我代表福建省连锁经营协会向大家拜个晚年！祝大家在新的一年里更多地利用新技术、发展新模式，取得新发展！

今天的会议由福建省连锁经营协会主办，由我们协会的智慧商业及设备分会和特许经营与商业社群分会具体策划、组织。智慧商业及设备分会于2018年8月成立。成立这个分会的出发点在于推动商用设备的研发、应用、销售，推动福建智慧商用设备、智慧商用软件、智慧零售供应链等产业的协同发展，加快我省零售业的转型升级。今天的发布会就是实现这个目标的开始。

同样，加强交流也是协会今年的重要的工作任务。我在五届三次理事会上提出“在新的一年里，我们要高度重视新技术，用心深入考察对接新技术，用新技术去构建新的人、货、场，能够做更好的顾客体验”。所以，协会要及时了解新技术的信息，更加简单、直白地把新技术信息告诉给我们的会员单位。今天的会议也是为了落实协会的这个任务。



今后我们要依托协会这个平台经常展开交流、协作，在交流互动中取得共同的发展。我们希望各个企业都能拥有与新零售时代相适应的具有比较高信息化程度的智能设备。同时，我们也希望各个企业还能应用大数据、人工智能等先进技术手段，提升经营管理水平，采用新的发展模式，实现新的发展。

今天，我们已经有了很好的开头。协会和智慧商业及设备分会、特许经营与商业社群分会应当总结经验、不断提升新技术、新模式发布会的实际效果，不断扩大发布会的影响力，共同努力，把新技术、新模式发布会打造成连锁经营协会的一个品牌。

最后，预祝发布会和年会取得圆满成功！

谢谢！

第三届福建连锁经营品牌发展峰会

主会场主题：回归中的突破



深圳百果园总裁徐艳林作题为“坚守与突破”的分享



中闽百汇零售集团副总裁丁秀丽作题为“中闽百汇的保守与激进”的分享



云来科技创始人湛鹏飞作题为“2019 变量·打造品牌私域流量”的分享

速发展揭秘”的分享



据解析”的分享



题的分享
为「草根的价值观连锁」
奶奶奶茶创始人王永生作



能”的分享
程——零售真问题、数字新动
空引领零售企业数字化新征
专家熊维作题为「金蝶云星
金蝶国际软件集团高级咨询

餐饮 平行分会场



诸暨九晨餐饮创始人田鸿涛作题为“3年300家·小吃与茶碰出大火花”的分享



上海画龙大客户经理林森作题为“画龙 AI 技术引领连锁餐饮的智能运营之路”的分享



合众合餐饮品牌策划创始人姚哲作题为“2019 餐+饮的发展趋势”的分享



经典世家牛排董事长戴锦堂作题为“2019突破的力量：四个维度焕发品牌新的生命力”的分享

主题： 融合与求变



主题： 资本助力 连锁蜕变



锦鸿融创投资创始人宋正权作题为“受投行追捧的好项目与创始人的素质模型”的分享



咕叽咕鸡餐饮合伙人孙科为作题为“小鸡攻略-我的‘蒸’‘途’”的分享



晟合资本创始人倪锦明作题为“互联网+连锁企业的行业性机遇”的分享



北辰星资本创始人、去玩资本创始合伙人胡顺强作题为“浅谈区域连锁企业和资本的对接”



太一财税首席咨询师、高级经济师张海涛作题为“财税合规筹划护航连锁扩张”的分享



经济学博士涂至辉主持圆桌对话

2018 年度会员企业优秀店长名单 (排名不分先后)

福州六意企业管理有限公司人民医院店	林颖华	福建天兴教育超市有限公司长乐店	郑素萍
福州六意企业管理有限公司融侨东区店	王 建	福建利家超市有限公司圣庙店	胡秋菊
厦门快乐番薯股份有限公司中华城店	戴少波	莆田市文献便民服务有限公司春满城店	陈文英
厦门快乐番薯股份有限公司明发店	黄凤华	莆田市文献便民服务有限公司鲤东店	邱秀红
厦门市天虹商场有限公司君尚店	黄淑君	莆田市文献便民服务有限公司晶钻店	刘雪利
厦门市天虹商场有限公司五缘湾店	傅永桔	莆田市文献便民服务有限公司中新店	孙 荣
福建令狐冲餐饮管理有限公司东泰禾店	骆祥松	莆田市文献便民服务有限公司下磨店	翁秀清
福建令狐冲餐饮管理有限公司五四北泰禾店	郑仙养	莆田市文献便民服务有限公司凤凰店	陈丽云
福州烧哥餐饮管理有限公司交通路店	陈巧莹	福建百年万嘉超市管理有限公司欣元店	兰金花
福州舞爪食品有限公司万象店	张水龙	福建百年万嘉超市管理有限公司宝龙店	陈连凤
福州舞爪食品有限公司东泰禾店	林子杰	福建百年万嘉超市管理有限公司福大店	卢小凤
福建花界酒店管理有限公司厦门莲花店	朱文洋	福建百年万嘉超市管理有限公司交通店	杨惠清
福建花界酒店管理有限公司漳州万达店	江兰兰	福建百年万嘉超市管理有限公司鼓二店	刘正平
福建鹭银海连锁超市有限公司厦大芙蓉店	吴雅男		
福建鹭银海连锁超市有限公司漳州双十店	罗华坤		
福建鹭银海连锁超市有限公司厦门双十店	傅志伟		
漳州新南丰商业连锁有限公司水仙大街店	陈敏华		
漳州新南丰商业连锁有限公司石龟头店	余燕华		
漳州新南丰商业连锁有限公司漳州万达店	朱丽美		
漳州新南丰商业连锁有限公司钱隆首府店	方美羨		
厦门见福连锁管理有限公司市金山店	陈艺泉		
厦门见福连锁管理有限公司兴隆店	邱火连		
厦门见福连锁管理有限公司海韵店	张小菊		
福建易太商业运营管理有限公司枫站店	余冰红		
福建易太商业运营管理有限公司建安店	崔秀霞		
福建易太商业运营管理有限公司新安店	方碧红		
福建易太商业运营管理有限公司公园二店	张梅丹		
福建易太商业运营管理有限公司银泰店	吴丽琴		
福建易太商业运营管理有限公司名城店	林飞霞		
福建易太商业运营管理有限公司兴安店	林俊娥		

2018 年度爱心企业名单

福建喜相逢汽车服务股份有限公司
 福建鹭银海连锁超市有限公司
 福建天兴教育超市有限公司
 泉州鲤城百姓超市有限公司
 福建花界酒店管理有限公司
 福州莱茵科技有限公司

2018 年度爱心人士名单

黄 伟 福建喜相逢汽车服务股份有限公司董事长
 陈立源 福建银鹭海连锁超市有限公司董事长
 陈纶星 泉州鲤城百姓超市有限公司董事长
 吴 典 福建花界酒店管理有限公司董事长
 韩申柱 福州莱茵科技有限公司董事长
 杨建英 福建省连锁经营协会党支部书记

走进 智慧时代



▲合影



▲合作



▲会场



▲福建新思维企划有限公司董事长朱国峰分享《新零售时代渠道品牌创建之道》



▲福建安普思创智能科技有限公司市场部经理罗立新新技术路演《把属于你的钱还给你——安普思创智能安防与智慧零售可视化管理平台》



▲南京开为网络科技有限公司开为科技副总裁王真新技术路演《拥抱 AI——聚焦零售流量价值》



▲福建星网元智科技有限公司咨询总监邱存发新技术路演《星网锐捷——智慧商超新零售解决方案》

分享 路演



▲福建通和信计算机有限公司新零售新会员市场部总监蔡强新技术路演《新零售新会员——客至会员零售解决方案》



▲福建省鸡蛋餐饮有限公司副总经理孙科为新模式路演《小鸡攻略——单品爆款餐饮经营模式》



▲任我行云流水新商业执行总经理周斌新模式路演《新批发新零售新商业》



▲厦门蝴蝶宝贝智能科技有限公司 CEO 林海洋新模式路演《转转乐——成人用品新零售项目》

协会资讯



▲ 2019年3月13日，我会领导杨建英、刘江龙走访金蝶软件（中国）有限公司福州分公司，与金蝶王总洽谈共同为协会会员企业提供财务、HR系统等信息化服务。



▲ 2019年3月15日，我会领导杨建英、刘江龙走访周麻婆餐饮。



▲ 2019年3月29日，我会领导杨建英、刘江龙走访福建喜相逢汽车服务股份有限公司。



▲ 2019年4月3日，我会领导杨建英、刘江龙和王镇斌等同志走访圣农集团子公司福建乐美隆餐饮有限公司。



▲ 2019年4月13日，第十九届全国连锁经营协会会长秘书长联席会议暨河南省商业行业协会三十周年庆典大会在郑州举行，我会党支部书记杨建英出席会议，参加交流。



▲ 2019年4月18日至21日，我会组织63家会员企业参加由商务部、国家知识产权局和广东省人民政府在广东省东莞市举办的第十一届中国加工贸易产品博览会，与相关供应商开展交流活动，交换名片，沟通合作意向。



▲ 2019年5月7日-10日，我会与中国连锁经营协会联合在福州召开2019中国零售业风险理论论坛和2019中国零售业供应链年会，我会领导杨建英、刘江龙、李元立及近10家会员企业参加会议。我会领导陪同中国连锁经营协会会员部主任王伟平等走访考察餐饮院、三福百货、永辉生活、永辉mini、万嘉便利、六意、手心的你、沈茶、朴朴超市等企业。



▲ 2019年5月18日，应第二届21世纪海上丝绸之路博览会暨第二十一届海峡两岸经贸交易会组委会邀请，我会组织福州、泉州、宁德、尤溪等地50家企业参会。企业代表参加了5·18食惠海西、茶香两岸、食品茶叶商贸对接会，与多家供应商洽谈今后合作的初步意向。福建新蓝天控股（集团）517新鲜网在6号馆展示对口帮扶甘肃定西的200多件非遗项目产品和100余件文创非遗产品。福安市瑞晟贸易有限公司、福安市万家福食品店订购了830件澳洲奶粉、巴旦木夹心海苔、海之味系列食品等商品。



▲ 2019年5月19日，庆祝第29个全国助残日暨第9届“闽台残疾人文化周”在福州开幕，我会获“2018—2019年度福建省爱心助残志愿工作站”荣誉称号，在开幕式上受到表彰。省领导与获奖单位代表合影。



▲ 2019年5月29日，我会领导刘江龙、李元立走访厦门城市吸引茶饮。



▲ 2019年5月29日，我会领导刘江龙、李元立走访厦门快乐番薯股份有限公司。



▲ 2019年5月29日，我会领导刘江龙，李元立走访厦门夏谷软件。



▲ 2019年5月20日，我会党支部书记杨建英应邀出席福建省首届商贸流通绿色创新大赛5·18讲坛并致辞，与绿色创新大赛获奖企业代表合影。我会参与协办福建省首届商贸流通绿色创新大赛5·18讲坛。



▲ 2019年5月30日，我会秘书处刘江龙，李元立，王镇斌和副会长单位的万嘉便利陈美林，莆田易太黄传杰，莆田文献陈富森等走访厦门珍熙便利。



▲ 2019年5月30日，我会秘书处刘江龙，李元立，王镇斌和副会长单位的万嘉便利陈美林，莆田易太黄传杰，莆田文献陈富森等走访厦门十分便利。



▲ 2019年5月30日，我会秘书处刘江龙，李元立，王镇斌和副会长单位的万嘉便利陈美林，莆田易太黄传杰，莆田文献陈富森等走访厦门众库科技。



▲ 2019年5月31日，我会秘书处刘江龙，李元立陪同浙江省连锁经营协会、广东省连锁经营协会的会员企业共36人到厦门见福便利总部参观交流。



▲ 2019年5月31日，我会秘书长刘江龙走访泉州常乐基餐饮公司。



▲ 2019年5月31日，我会秘书长刘江龙走访泉州百姓超市。

会员动态

■ 2019年3月12日,厦门爱心食物银行见福分行公益行动10店共同启动仪式在厦门软件园见福便利店举行。

这10家见福便利店设置了存放捐赠食品的“食物银行爱心专柜”，有需要的市民，可到店内刷专柜旁的二维码，进入支付宝的“见福爱心”小程序免费领取临过期食品，每人每天限量两份。目前，在这些爱心食物银行能领取到的临期食品主要有面包、水、饮料、食用油、泡面等。

根据见福内部标准，食物距离保质期达到相应天数就界定为临期食品：其中面包为1天，水或饮料为20天，食用油为180天，泡面为20天。厦门爱心食物银行上架的食物全部纳入厦门市市场监管局“入市必登”系统追溯，全方位保障食品质量安全。同时，在产品包装上还张贴有“请在保质期内食用”的提示标识，所有有需要的人都可以放心取用。

■ 2019年3月21日至22日，主题为“新消费·新服务”的2019联商网大会在杭州举行。由联商网主办的“2018年度中国好门店”也落下帷幕。冠超市泉州安溪万达店从全国近400个零售门店中脱颖而出，荣获“2018年度中国好门店”称号。同时冠超市也强势上榜由联商网、搜铺网、知了壳联合主办的2019中国零售商业《琅琊榜》，被评为“2018年度最具竞争力区域连锁品牌”。

■ 董菲菲、手心的你、福建蜀都丰餐饮管理有限公司通过商业特许经营备案。

参与扶贫脱贫攻坚战倡议书

为贯彻落实中央和省委有关扶贫脱贫攻坚重大决策部署，社会组织要勇于担当、敢于挑战、汇聚力量，用实际行动助力脱贫攻坚，福建省连锁经营协会向全体会员企业发出如下倡议：

一、高度认识扶贫脱贫攻坚的重要性。

扶贫济困、崇德向善、乐善好施、患难相扶是中华民族的传统美德；消除贫困，改善民生，共享成果，共同富裕，是实现中华民族伟大复兴中国梦的现实要求。要深入贯彻落实习近平总书记关于扶贫工作的重要论述，按照党中央、国务院决策部署，坚持新发展理念，坚持精准扶贫精准脱贫基本方略。我们要按照党中央、国务院的要求勇于担当、敢于挑战、精准发力，在脱贫攻坚中发挥好桥梁、纽带、载体等作用，凝聚起助力扶贫、脱贫攻坚新共识，为助力打赢脱贫攻坚战，做出积极贡献。

二、汇聚力量，用实际行动助力扶贫脱贫。

一是继续深入与福建省残疾人福利基金会的合作，开展爱心助残活动，引导连锁经营行业弘扬人道，助残扶弱，在门店放置爱心助残募捐箱，企业家和爱心人士捐献善款，举办公益活动，建立助残志愿者队伍。二是依托本会联合采购工作委员会，积极参与贫困地区农产品的采购销售。三是发挥系统龙头企业的作用，与贫困地区直接对接，扩大影响，扩大覆盖面。四是开展消费扶贫，动员社会各界扩大贫困地区产品和服务的消费，激发消费扶贫的积极性。

三、大力拓宽贫困地区农产品流通和销售渠道。

协会充分发挥自身在整合力量，调动资源和专

业等方面的特长和优势，着力激发参与消费扶贫的积极性，着力拓宽贫困地区农产品销售渠道。协会尽量多组织会员企业参加省内外农产品对接。会员企业，特别是商超企业发挥主体作用，围绕贫困地区长远发展，坚持政府引导、社会参与、市场运作、提升贫困地区农产品供应水平和质量。有条件的企业推动贫困地区产品和服务融入市场，采取“农户+合作社+企业”等模式，在贫困地区建立生产基地，大力发展订单农业，提高农产品供给的规模化组织化水平，增强农产品持续供给能力，探索适合实际的扶贫脱贫新模式。

四、组织力量参与扶贫脱贫。

参与扶贫、脱贫攻坚既是我们的责任，又是企业发展壮大的重要舞台和现实途径，要发挥所长，组织力量，帮扶到位。有条件的企业带头参与扶贫脱贫，将扶贫脱贫纳入工作内容。在同等条件下优先采购贫困地区产品，优先从贫困地区聘用工勤人员，鼓励工会按照有关规定组织职工到贫困地区开展工会活动。我会指定专人对接联合采购工作委员会，共同推进贫困地区产品的联合采购和销售，协调处理有关扶贫脱贫的具体事宜。

扶贫、脱贫，与爱同行。让我们紧跟政治形势，紧盯当前任务，紧抓措施落实，将扶贫、脱贫攻坚纳入年度工作计划，积极探索创新方式方法，加大工作力度，推动扶贫各项任务落到实处。

福建省连锁经营协会

2019年5月14日



冠超市的“夺冠”之路

2019年1月12日，冠超市隆重举行开店20周年庆典，董事长林永强回顾了20年发展历程：冠超市创建于1999年，1999年在平潭开出第一家门店——泰元店；2004年在闽清开出第二家门店，正式开启连锁模式；2009年，广西事业部成立，并迅速成为当地主力零售品牌；2013年福建事业部成立，并开始深耕福建三四线城市市场；2017年，成立云南事业部，分别在曲靖、西双版纳等地布点。

20年，冠超市从平潭岛的一家4000平方米的杂货店，发展到在福建、广西等地有41家门店，年销售额20亿元，在生鲜运营、购物体验、营销创新以及O2O等方面积极探索，取得成功，被评为“中国零售业十佳成长性标杆企业”以及“中国最具竞争力成长型连锁企业”，走出了一条以“农村包围城市”的道路。

十几年前，当冠超市要大力发展之时，福建市场已经被永辉和新华都两大巨头垄断。冠超市选择了面向福建、广西、云南等地，以县级市场为主，在夹缝中逐步扩张的发展道路。

在市场不断扩张的过程中，冠超市的经营理念随着消费与市场的需求趋势不断发生变化，从最初

林永强倡导的“好货也便宜”到“努力做到最好”再到现在的让消费者“生活更美好”，通过打造生鲜自营、基地直采，自主开发自有品牌、联合开发自有品牌等方式持续提升商品力、提升门店竞争力。2019年，冠超市的自有品牌单品数将达到1000支。同时，冠超市的每一家新店都是根据周边环境进行定制升级，从不将门店用“一代、二代”进行划分。

在业态创新上，继2014年提出打造新综超业态后，目前冠超市已逐步明确了打造新综超业态的关键点：一是基于消费者新的生活方式而展开品类组合；二是以健康安全的食材为主导的商品主张；三是打造餐饮+加工食品+超市的组合；四是具备到家服务等全渠道能力；五是更多的服务体验。

20年再出发。感谢过去，冠超市颁发了“功勋员工奖”、“特别贡献奖”，甚至向与冠超市同步成长的优秀店长颁发了奖杯和宝马轿车。面向未来，冠超市要做成一家全球知名的品牌企业。

未来是一步步走出来的。近期的未来三年，冠超市将新开门店69家，销售规模达到50亿元。我们祝愿冠超市永远以扎实坚定的步伐一步一个脚印地走向一座又一座高峰。

福州市市场监督管理局：推进便利店及连锁总部企业注册便捷化

2019年3月21日福州市市场监督管理局印发“关于推进福州市便利店及连锁总部企业注册便捷化的实施方案”。方案提出要全面推进福州市“新零售之都”建设，鼓励、支持便利连锁企业又好又快发展，对符合有关文件要求的便利连锁企业予以积极引导扶持；对规模较小但成长性良好的便利连锁企业，加强培育扶持，营造便捷高效的市场准入环境。

（一）实施便利连锁企业登记流程再造，将申请人依次向各有关部门提交材料的传统办事流程改造为一次提交、同步办理、信息共享、限时办结的“一窗受理、并行办理”流程。

（二）简化便利连锁企业登记程序，提升注册便利化水平。推进便利连锁企业名称登记管理改革，试点开展便利连锁企业名称自主申报，除涉及前置审批事项或者企业名称核准与企业设立登记不在同一登记机关的以外，便利连锁企业名称不再实行预先核准，申请人可以在办理便利连锁企业登记时，以自主申报的企业名称一并办理。大力推进便利连锁企业登记全程电子化应用，不断提升无纸化、智能化程度；实行便利连锁企业注册地址申报承诺制度，进一步精简便利连锁企业企业登记文书表格材料。2019年上半年全市实现压缩所有便利连锁企业开办时间至2.5天以内。

（三）实行便利连锁企业代办银行开户预约，提高企业银行开户效率。便利连锁企业在市场监管部门办理登记时，可以同时自主选择商业银行网点预约银行开户，充分运用“银政通”系统，人行福州中心支行通过省审批信息共享平台接收企业信息并推送至对应的商业银行。商业银行提前介入，主动联系服务便利连锁企业，提高开户的效率。人行

福州中心支行核准后将企业开户核准结果等反馈至省审批信息共享平台供各部门应用。

（四）推行“互联网+政务服务+金融服务”的模式。推行由银行网点协助办理便利连锁企业登记，申请人也可通过银行网点代办便利连锁企业名称预先核准、设立登记等企业注册登记事务。通过将市场准入窗口“下沉、前移”，为企业提供便利化、智能化、规范化的政务加金融一条龙服务，从而扩大“互联网+政务服务”综合试点改革效应，向便利连锁企业提供更加高效、便捷的市场准入服务。

（五）鼓励便利连锁企业做大做强公司品牌。对已经拥有五家（含本数）以上分支机构的便利连锁企业，可办理公司名称变更登记，在公司名称中增加使用“连锁”字样，成立“连锁+行业特点有

限公司”。对于拟新设立的便利连锁企业，如果计划开设五家（含本数）以上分支机构的，可同时办理公司及分支机构设立登记，直接在公司及分支机构名称中使用“连锁”字样。

（六）推行经营范围标准化表述及便利化申请。结合《国民经济行业分类》和原国家工商总局的新兴行业目录，统一规范经营范围标准化表述。便利连锁企业设立登记时，申请人依据《目录》可以自主勾选经营范围。新设分支机构的，其经营范围按照《目录》中隶属便利连锁企业经营范围对应项目进行勾选。便利连锁企业申请经营范围变更登记，通过全程电子化系统申请登记的，原登记经营范围一并按照《目录》重新规范，通过窗口办理登记的，申请人可选择按照《目录》重新规范经营范围，也可在原有经营范围基础上，自主勾选新增经营范围。

引导便利连锁企业使用全程电子化登记系统办理经营范围登记，通过推行经营范围标准化表述，实现便利连锁企业自主勾选经营项目，提高申请便

政策法规

利化水平，降低市场主体办事成本。

(七) 支持便利连锁企业提供多项便民服务。允许便利连锁企业经营范围表述为“餐饮服务、自助设备服务、代收代理服务、生活资讯服务、快递存取服务、商品预购服务、公厕服务、互联网零售、物联网技术服务、大数据服务”等。支持便利连锁企业开展零售创新、开发管理信息系统并建设配送中心，鼓励有条件的便利连锁企业积极开拓市场，布设便民服务自助受理终端。

(八) 鼓励便利连锁企业设置便民药柜或自助售药机。支持福州市药品零售连锁企业与具有 24 小时服务能力、有较多门店 (30 家以上) 的便利连锁企业合作，在便利连锁企业门店设立独立乙类非处方药、医疗器械专柜或自助售药机。专柜或自助售药机销售的药品、医疗器械，由福州市药品零售连锁企业统一配送或由便利连锁企业总部统一向药品零售连锁企业总部提货分配 (不得中转或库存)。专柜只允许销售乙类非处方药和家庭常用二类医疗器械 (常用二类医疗器械包括：体温计、电子血压计、医用脱脂棉、医用脱脂纱布、避孕套、医用口罩、血糖仪、血糖试纸、早早孕试纸、排卵试纸)。

(九) 进一步简化办证流程。便利连锁企业门店涉及的食品、药品、医疗器械等经营许可可以选择统一到福州市市场监管局窗口办理。相关申请材料及办理流程予以进一步简化。对便利连锁企业仅申请预包装食品销售 (不含冷藏冷冻食品) 的主体可以免于现场核查。福州市药品零售连锁企业在便利连锁企业门店设立药品、医疗器械专柜或自动售药机，由药品零售连锁企业统一在药品零售连锁企业所在地的市场监管部门备案。

(十) 建立便利连锁企业登记“绿色通道”。各县 (市) 区市场监管部门要建立便利连锁企业登记服务联络员制度，为便利连锁企业登记提供业务咨询、政策查询、预约办理、急事急办等服务。便利连锁企业申办营业执照同时，告知申请人办理后置许可证明的事项、单位联络员的联系方式等信息，主动帮助企业做好对接工作。对大型、信用信息良

好的便利连锁企业，提供优先办理、容缺受理、告知承诺、全程跟踪等服务。

福州市商务局、市场监管局、财政局： 扶持便利店企业发展

福州市商务局、市场监管局、财政局联合出台《关于促进福州市便利店企业发展的若干扶持措施》。

支持福州便利店代办事项，将便民服务自助受理终端合理布设至有条件的连锁便利店；对便利店仅申请预包装食品销售 (不含冷藏冷冻食品) 的主体可以免于现场核查。

支持福州市药品零售连锁企业与具有 24 小时服务能力、有较多门店 (30 家以上) 的连锁便利店企业合作，在便利店设立独立乙类非处方药、医疗器械专柜或自助售药机。

资金扶持方面，对于福州便利店企业当年新建 10 家以上门店的，给予其总公司一次性补助。其中每新开一家直营的普通便利店，补助 20000 元；每新开一家加盟的普通便利店补助 2000 元；每新开一家直营的生鲜便利店，补助 5000 元；每新开一家加盟的生鲜便利店，补助 5000 元。

在零售创新奖励方面，现有便利店企业当年开发的信息管理系统 (主要包括人脸识别系统、大数据分析系统、移动支付系统、智能 APP 系统等)。每项投资额超过 9 万元，且在该公司便利店中全面推广使用的 (覆盖率达 70% 以上)，经市、区两级商务局联合验收合格，每开展一项信息管理系统建设，给予 3 万元奖励。

现有便利店企业当年增设餐饮服务、自助设备服务、公厕服务、Wi-Fi 服务等“便利+服务”，每项投资额超过 6 万元，且在该公司连锁便利店中全面推广使用的 (覆盖率达 70% 以上)，经市、区两级商务局联合验收合格，每增加一项便利+服务，给予 2 万元奖励。

对于现有便利店企业自建配送中心，符合相关规定的，给予 30 万元奖励。

国务院常务会：优化营商环境

1.从“减”字入手促进简政。落实缩减市场准入负面清单、“证照分离”、简化工程建设项目审批、压减工业生产许可证等措施，年底前在全国将企业开办时间压至5个工作日内、办理用电业务平均时间压至45个工作日内，进一步破除市场主体反映多的纳税、获得信贷、办理企业注销和破产等方面的堵点痛点。

2.按照竞争中性原则，加快清理修改相关法规制度，对妨碍公平竞争、束缚民营企业发展、有违内外资一视同仁的政策措施应改尽改、应废尽废，年底前实现公平竞争审查制度在国家、省、市、县四级政府全覆盖，今后涉企规章、规范性文件和其 他政策措施都要进行公平竞争审查，建立投诉举报、第三方评估等机制，坚决防止和纠正排除或限制竞争行为，不保护落后。

3.推进公正监管，纠正政府监管不到位、企业

主体责任不落实问题。在涉及群众生命健康的领域建立巨额赔偿和罚款制度，对违法违规导致严重后果的企业和责任人严加惩处。全面加强知识产权保护，推行信用监管，打造充满活力又公平有序的市场。

国家市场监督管理总局：各级市场监管部门要对食品小作坊实行百分之百登记，动态管理，推动小作坊由“小散低、脏乱差”，像“小而精，名优特”转变。

国家市场监督管理总局：即日起，公众可通过市场监管总局网站查询检验检测报告真伪。

工信部：2019年，工信部将重点围绕“双G双提、同网同速、精准降费”三大目标，推进网络提速降费。

日本的人工智能产业化路线图

日本政府制定的人工智能产业化路线图，分三个阶段推进利用人工智能技术，大幅提高制造业、物流、医疗和护理行业效率。

第一阶段：2020年前后，确立无人工厂、无人农场技术。普及利用人工智能进行药物开发；通过人工智能预知生产设备故障。

第二阶段：2020至2030年，实现人员和货物运输配送的完全无人化；机器人的多能工化、机器人协调工作；实现针对个人的药物开发；利用人工智能控制家和家电。

第三阶段：2030年之后，看护机器人成为家里的一员；普及移动的自动化、无人化，“将人为原因的死亡事故降至零”。通过人工智能分析潜在意识，可

业界动态

视化“想要的东西”。

数据

● 2019年5月9日在上海举行的2019中国品牌价值评价信息发布暨中国品牌建设高峰论坛发布了2019中国品牌价值评价榜单，福建有52个品牌上榜，占全国的8%。

● 福建省“一品一码”食品安全信息追溯管理平台于5月14日通过省数字办组织的省专家组终验。平台于2018年6月底上线运行，截至今年5月初，已完成4.74万家企业注册，录入数据1.2亿条。

● 每次现金收付平均需要26秒钟。每一张纸币平均带有18万个细菌。每生产15000张纸币，要砍掉一棵树龄20年的树。

● 截至目前，全国范围内已经有超过200万家线下店铺接入支付宝付款。

● 美国一家媒体曾对服务生小费做过一项调查：服务生替客人点菜时，边聆听边点头和轻声重复一下的，得到的小费概率要比只顾埋头记菜名的服务生高出70%。其中的道理是：你尊重别人，别人自然会尊重你。你与客人互动得越多，关系就越融洽，得到的小费就会越多。

要善于发现商机



罗杰斯是当今世界响当当的投资者，也是美国华尔街的风云人物，富有卓见的思想总是让他的投资收获巨大回报，他也成为美国证券界最成功的实践家之一。

1974年，美国商界出了一件大事：洛克希德公司的利润几乎降到了零点。许多投资专家纷纷预测不出半年，公司将破产。此时，舆论也一边倒地支持这些专家的看法。只是普通民众有些不太相信，这个公司可是为美国生产飞机和军用设备的大公司，怎么会濒临破产呢？

事态真如专家所预测的那样，不久后，洛克公司的股票开始快速跌落，公司的命运似乎走到尽头。然而，就在公司股票跌至破产价位的2美元时，一个让人吃惊的事情发生了：罗杰斯倾其所有买进洛克公司的股票。有人说他疯了，有人说他傻了，可他并不回应，而且消失在公众的视野里。

两个月后，又一个让人不可思议的奇迹发生了：洛克公司的股票忽然从寂静中爆发。股价从2美元升至120美元。罗杰斯完成了其资金的一次重要积累。

这段时间，罗杰斯到底做了什么？面对大众的疑惑，罗杰斯笑着说：“我每天都在房间里看关于埃及、叙利亚和以色列战争的消息”。“看这些干什么？”人们更加不解。

罗杰斯解释道：“我发现一个重要现象，以色列拥有世界上最好的飞机和飞行员，完全可以掌控局面。但他们却损失了近数千人和坦克等大量武器。”“可这有什么意义呢？”人又问。“后来我才搞清楚，原因是美国提供给以色列的飞机中的一种电子设备无法和苏联提供给埃及的相比，以色列的战机刚起飞，埃及就会发现。……因为我们当时的国防工作主要集中在越战的后勤补给上，忽略了科技发展。我想这场战争过后，美国一定会斥巨资投入洛克希德。以图军事科技超越苏联。所以我觉得应该立即买入洛克公司的股票。”……

在场的人听得目瞪口呆，接下来便是佩服得五体投地。罗杰斯后来在各个商学院演讲时，都要阐释一个重要的理论：不要相信太多专家的预测，如果他们能够预测准，他们早已腰缠万贯。

一个真正的投资者必须学会在实践中独立思考，练就一双善于发现的眼睛。

新会员风采

诚宇包装集团是一家专业生产纸、塑食品包装容器的企业，主要与国内大卖场、超市、食品加工厂、机场、餐饮品牌连锁公司等合作，与全国上千家食品餐饮企业建立了紧密的战略合作关系，在食品包装行业领域中排名领先。

公司创立于2002年，总

诚宇包装集团



部位于上海市黄渡工业园区，
以免费品牌提升方案为入口，

以包装容器为主导，以资源整合为延伸，以品牌提升服务为补充，以资本运作为后盾，在国内拥有上海、杭州、漳州等12大生产基地、32家省级公司、8家市级公司，同时已开设美国、新加坡、韩国、日本、越南、印尼、澳大利亚和新西兰等海外公司。

从麻烦中找商机

从冷僻之处找商机

美国亚利桑那州的丹弗利奥创建了一个网站，名字叫作“跑去尿尿网”。网站首页这样介绍：“这个网站为影迷提供一项特殊服务。在电影院的观影过程中，如果你尿急难忍，却又担心错过精彩片段，不妨提前来我们网站查询一下，哪些时段适合离开如厕。这个提醒功能可以让你更安心、更舒服地欣赏影片。”

比如说，你今天要去影院观赏《变形金刚2》。这时只要你进入这个网站，输入片名。网站就会告诉你，最佳的如厕时间是第30分钟、第65分钟、第100分钟。因为这3个“尿点”，要么让人沉闷无聊，要么是游离于情节之外的“散点”，不看也不会留下什么遗憾。即使你不需要在中途撒尿，也可是先进入网站掌握影片的“尿点”，判断那些内容是否真如网上说的“可看可不看”。

这还使得影片制作人频频进入网站。因为制作人也想知道，他所说的就真的是影片的糟糕之所在，是这一些可让人放弃的败笔吗？观众对此又作何反应？

就是这样一双慧眼，从冷僻之处着手，吸引了众多的眼球，也创造出无尽的财富。

香港有一种老牌的治疗跌打损伤的药油，被称为“虎油”。虎油的疗效早已被证明，但其销量一直停滞不前。麻烦在于，涂抹这种液态药品时，如果不使用棉球。用量就会失控，在身体上随意流淌，在衣服上留下难以清洗的污渍，其难闻的气味非常浓烈，令年轻女子宁愿忍受疼痛也不愿涂抹这种“反面香水”。

外地游客本来想购买带回家，但因飞机上禁止携带这种气味难闻的药，只好放弃购买。

就在原厂商对这种麻烦浑然不觉之时，一家日本公司看到了商机，开发出了一款唇膏式的虎油产品。它看上去像一款唇膏，药油由液态变成了固态，使用时只需拧开管套，像使用唇膏一样的涂抹损伤处，不用担心药油四溢，固态油挥发性远低于液态油，只有轻微的异味，而且飞机上不禁止。一经推出市场销量就很大。

任何一个产品都是因某个或某些麻烦而做出来的，或者说任何一个产品都是某个或某些麻烦的解决之道。关键在于您能否发现商机。



商道

有一次去浙江湖州南浔古镇旅游，发现南浔有规模很大的家具市场、地板市场、建材市场。于是抽了时间去逛。

发现这里的建材便宜得让人惊讶。同样一张床，和我所在城市的差价高达 3000 元；一张地毯，差价 800 多元；一幅无框画，差价达到 200 多元；一把锁，差价 120 多元。

从南浔回来的路上，我有种探知“富矿”的兴奋。如果家里所有的装修材料都在南浔购买，至少得省下 3 万左右的费用。如果我也开一家装修材料店，销售价是进价的二三倍甚至更多，那我不是闷声赚大钱了。

回来后与朋友聊起。朋友说，经商就是懂行的赚不懂行的

钱，掌握信息的赚不掌握信息的钱。这位朋友是做玻璃盆生意的。他说，只有我们业内的人才知道一只玻璃盆的真实价格。我问他一只玻璃盆进价是多少？朋友说：80 元。我又问他售价多少？朋友说：200 元至 500 元。

什么是商道，古人以“互通有无，囤货居奇，远交近攻，外诚内奸”来概括。这是农耕社会

中“轻商”氛围下的定论。事实上商道就是发现了差价，算出了利润，最终使交易达成。这一过程中的各种“技术手段”就是道。

马云是去了一趟美国后，发现那里有互联网。回国后才搞起了“网络黄页”；李嘉诚是发现塑料花很有赚头，才全力开办工厂创业……再“精妙”的商道，如果穷尽到最后，无非就是获知了差价、完成交易而已。获知差价容易，而完成交易就难了。

譬如我，知道家居材料背后的秘密，但要让我开一家家居市场，我无从下手，不知“道”在何方。所以，这个世界上只有少数人才能成为富人，而更多的人不敢也无法走出第一步。

推销还是营销

每个女人都会认为自己穿衣有一套，导购员不要冒充顾问，喋喋不休地教导顾客搭配。因为女人自尊心大于一切。否则就算这次买成了，这个店也不会是他经常想来的地方。

我是这样处理的：顾客关注了一件衣服衣物后，我会由衷地赞叹她的品位，还会请教她，还有什么更好的奇思妙想。反正就是说好话，但不能过分。这样的结果是：我的很多顾客没事的时候都喜欢带朋友来逛逛，顺便买上几件，展示一下自己购物的精明。

绝不能把卖货当成辩论。你要尽量服从。生意圈里有句话：“好、对、是，是营业员的法宝”。举个例子：

顾客：面料不好。

营业员：是，您是内行。不过好洗好晒，容易打理。不需要干洗。

顾客：穿起来不会舒服。

营业员：对，穿之前洗一洗会好些。你喜欢红色还是绿色？

顾客：我不喜欢这上面的扣子，太扎眼。

营业员：是啊，是啊。不过省得配项链了。我们这里有个手镯和这件衣服是一个色系的，你看喜欢吗？

结果，顾客提了一堆问题，最后买了一件毛衣、一个手镯、一条裤子。

一味地说自己的货好，那是推销；因势利导的讲解则是营销。

态度留客

都说电商兴起，实体商业就没出路。房租、人工成本都不好比。但在发达的市场经济国家，情况好像没有那么严重。那里的物流成本高是一个原因，实体商业的服务体验留人也是一个原因。

有人到日本的商场试衣间试穿衣服，有人送上一顶发帽，怕他弄乱了发型。一位老人去买皮鞋，试穿时店员拿着鞋拔双膝跪地为他服务。付完钱，原来穿的旧鞋已经被清理干净，并打上鞋油。这样的体验使人不做回头客也难。即使价钱比网购贵一点，也觉得物有所值、物超所值。因为买到了服务，买到了态度。

智能机器正在一项一项地替代人。人做什么呢？一是制造机器、使用机器、驾驭机器；二是做机器做不了的事。这就是人与人之间感情的交流、关怀、体贴，爱护、共鸣。这些都包含在顾客所需要的态度里面。态度可以留客。

越挑剔越是潜在客户

俗话说，嫌货才是买货人。顾客在对你商品挑毛病的同时，也是他对此商品真正感兴趣的开始。他若是不感兴趣、不想要的话，也不会看得这么仔细，更不会看出其中的问题所在。这样的顾客才有可能买你的商品，而那些对你的商品不闻不问的顾客，是绝对不可能买你的商品的。

这种事情对于推销员来说，是经常碰到的，有时候你去向客户推销某种产品的时候。客户拿起那件产品左看看右看看，不是嫌价贵，就是嫌这不好那不好。要是不懂行的推销员，肯定就会顺着客户的要求降低价格，把商品卖给客户。

但是懂心理学的推销员却是不会卖的，因为他们知道客户指责商品背后的真实意图。



厚利多销

这是一位犹太人商人的坚持与体会。

这位犹太人说：一种商品在社会上流行的情形，可分为两类。一类是先流行于高收入的阶层，然后渐次普及于大众。另一类是突如其来地流行于大众，但很快就会销声匿迹。

在高收入阶层流行的商品其寿命要长得多。据统计，至少可维持两年。这类商品又以高级的舶来品为主。

事实上，部分舶来品的品质和本国的产品一样，但价格是本国产品的数倍。可是，有钱的人往往喜欢买舶来品。似乎买越贵的东西才越显得自己的身份和地位比别人高。同时，很多人也特别相信价钱越高，货物越好。因此，商人们便捉住顾客的此种心理，把舶来品的售价定高。顾客反而乐于抢购，商人便厚利多销了。

高收入阶层的人抢购之后，次一层收入的人也会向一流的人看齐，争相抢购。如此最终扩大到社会大众。

犹太人对削价处理等薄利多销的做法嗤之以鼻：“为什么要为了获取‘薄利’而多销？难道商人追求的不是高额的利润？”这位犹太人认为，只有对自己的商品没有信心才减价。

便利店背后的生活理念

现在日本全国共有 5 万多家便利店，街道上每相隔 20 米就有一家便利店。

日本人去便利店和百元店解决生活用品的问题已经趋于日常化。这背后支撑的是一种理念：回归本心，亲近自然，尽量降低对基本需求以外的物欲的追求。它使人们远离百货商场，远离名牌，远离一切不需要的东西，以破执、惜福之心去关注生活本身的美好，进而摆脱物欲对心灵的统治。

多年前一位德国作家有一句名言：所谓富裕，就是需要的东西在需要的时候、需要的场所能够立即到手。显然，日本的便利店就是这种理想主义的实现者。

日本人不爱网购

首先是日本百货店精细化和人性化的购物环境。这是日本人不爱网购、喜欢逛街的一大原因。当你走进日本的百货公司，会发现从服务员的态度到商品的摆设、从灯光的设计到通道宽度的设定，都不会让你产生焦虑，而是可以享受一种购物的快乐。

其次是日本商店的体验式服务。比如，你走进电器店，贵重的商品都可以摸，可以随便试用，如摄像机、照相机、电脑等等。你爱怎么试就怎么试。

第三是日本绝大多数的商品，网上的价格和实体店的价格是一样的。网购除了便利，没有价格的优势。这也是导致日本人很少网购的一大原因。



欧美遍地“二手店”

欧美国家的“二手店”多由慈善机构，诸如红十字会等机构兴办。这是一项长期的救助工作，旨在救助非常贫困国家的人民，同时也提供医疗服务。

欧美人看待东西更讲究流动性，东西不管新旧，合适不合适才是使用标准。所以经常看到很多人把家具、家电、礼服、儿童服装和玩具等八成新的“旧物”作为废旧物品及时处理掉，或捐给“二手店”。

说及时，是因为觉得这件东西现在不适合我，未必不适合你。及时捐出去，旧物再利用，流转 to 那些适合的人手中，变废为宝。这是一种更时尚的节约。

在“二手店”里，会经常撞到一些诸如古奇、LV、爱马仕等名牌商品，通常价格都不贵。除了大牌衣服，鞋子、家具和各种各样的小玩意儿应有尽有。甚至经常有人在“二手店”捡到漏，比如失传的名画什么的。

在众多的二手店里，儿童用品是最受欢迎的物品之一。因为小孩子长得快，很多儿童用品基本上都只用过一两次，有些婴儿服装可能根本还没来得及穿，就嫌小了。因此，人们很喜欢到这样的商店去为孩子淘货。这些二手物品基本都只卖三五十克朗，是新衣服的一半甚至三分之一的价格。较大的“二手店”对被回收的旧物都有很明确的卫生处理规定，收到旧衣服后，会进行卫生消毒处理。

与超市有关的小窍门

作家毛丹青介绍了三例日本家庭主妇与超市有关的小窍门。

第一，把超市的购物清单带回家，贴在冰箱上，用完一种菜，在清单上画一道黑线，可以减少打开冰箱门的次数。

第二，把酒店的浴帽带回家，可以替代保鲜膜。因为浴帽的周边有松紧带，如果把新鲜的蔬菜放进一个盆里，然后用浴帽盖好，储存到冰箱里头，松紧带并非那么严实合缝的特点，恰恰是透气、保鲜的绝妙之处。

第三，一锅多煮。用电饭锅煮饭，先把米淘好，放够水。然后放进一个鸡蛋、再用锡纸包一个白薯。这样一来，等饭煮好了，煮鸡蛋和蒸好的白薯一起出锅，既省电又“一锅多得”。

如果把这些日本家庭主妇的小窍门归拢到一起，编一本实用书，说不定能在中国畅销一把呢。

或者在超市的广告单上刊登一两个小窍门，顾客就会把广告单带回家细读，而不会随意丢弃了。

从古希腊起，奇数就比偶数更招人喜爱。公元前6世纪的希腊哲学家毕达哥拉斯说，奇数阳刚，代表男性；偶数阴柔，代表女性。他说，奇数拒绝被一分为二，说明他强大；偶数能被平分，说明它很脆弱。他进一步论证说，奇数是偶数的主人，因为当你给偶数加上一个奇数时，结果还是一个奇数。毕达哥拉斯关于奇数的思想一直延续至今，神秘数字往往都是奇数，如神奇的3，幸运的7和不幸的13。

商家在用数字给商品命名时，也会考虑特定数字的利弊。比如，数字11就是肯德基公司神话的一个核心元素。它的特色炸鸡用的调料包含11种香料和香草。为什么是11种呢？因为11这个数字有越轨之意，它说明其中有

一种不同寻常的成分。11只比10多一个，它确定了事物的顺序，但又探索了之外的部分，开启了通往无限的大门。

但为什么豪华汽车的型号叫180、200、400，而不是奇数呢。因为整数让人感到平衡、安全，回到了常态。对于日常用品来说，可分的数字比不可分的数字更有吸引力。一种洗发水的型号如果叫24会比31好卖，因为人们从上小学起就对24更熟悉，而31是个质数，不在乘法表中。一看到24、36这样的数字，我们潜意识中会想到他们是4和6，6和6的乘积，这会让我们感觉很舒服，而且我们会错误地以为是那种产品给我们带来了这种舒适感。

用奇数还是偶数命名

感谢店长这个职位，它让我有一种幸福感，一种被信任的幸福感；感谢作为店长肩上承担的责任，它让我更有担当，促使我成长；感谢这份店长的工作，它激发了我的潜能，磨练了我的意志。

——鹭银海连锁超市漳州双十店 罗华坤

六意福州人民医院店 李颖华

作为一名优秀的店长需要有坚定的使命、正确的价值观、美好的愿景和铿锵的口号。

在六意工作的这几年，我学会了用细节博成败，用梦想照未来，用感恩待旁人，用真诚去服务好每位到店客人，关注店务的每个细节，用高于公司的标准约束自己。

厦门天虹商场君尚店君尚超市 黄淑君

作为一个优秀店长，我认为应该具备以下专业能力：市场洞悉能力、门店基础运营能力（含陈列、促销、库存管理、盘点、损耗控制、商品质量、价格管理、服务等）、营销策划能力、数据收集分析处理能力、领导力、教练帮带能力，等等。

要想使一家超市能保持良性的可持续发展，用发展的眼光布局和开展运营工作非常关键。

六意融侨东区店 王健

在我看来，作为一个合格的店长应该具备以下能力：专业能力、沟通能力、创新能力、判断能力、管理能力。

花界酒店漳州万达店 江兰兰

执行力等同于办事效率。我不喜欢拖拉，想到就做，做了就要做好。今日事今日毕。手头上的工作没有做完，我会寝食难安。我对于公司中层管理人员以

2019年5月16日，在第三届福建连锁经营品牌发展峰会上，我会表彰43位会员企业优秀店长。本刊陆续连载优秀店长的工作体会，以弘扬和学习优秀店长精神。

优秀店长心得

及基层员工的要求比较严格。工作交代下去，如果没有按时完成，我会一直督办。久而久之，形成了一种良好积极的工作氛围。只要我把工作交代下去，基本可以不用操心，因为我相信有的员工就算没能按时处理好，也会及时给我一个反馈。培养员工执行力的过程是需要很大的耐心与毅力的。作为一个管理者，我必须以身作则，树立良好的榜样。相信他们会发现自己慢慢成长了，能力也提高了。我们互相学习，共同进步，打造公司的执行力最强的团队。

快乐番薯厦门明发直营店 黄凤华

在公司四年多的时间，让我学到很多、成长很多，真正感受到企业的强大和团队的力量，就像公司愿景写的一样：让每位积极向上的员工都成为企业的主人。

一路走来，酸甜苦辣都有。但回过头看看自己走的路，其实并不难。只要坚持，一切问题都可以迎刃而解。只是看我们用怎

样的心态去对待这份工作，迷茫的时候要记得当初的初心。人最重要的不是身在何处，而是我们朝着什么方向。在工作岗位上，一定要清醒知道自己的责任和使命。

花界酒店漳州万达店 江兰兰

员工是企业发展的基础，企业是员工发挥才能的舞台。

花界酒店厦门莲花店 朱文洋

没有有问题的员工，只有有问题的店长。每一次员工犯错，作为管理者首先要自我反思，先从自身找问题，再来想办法处理问题。

鹭银海漳州双十店 罗华坤

在店里，我们有时候要做领头羊，带领大家积极工作；有时候要做赶羊人，安排工作，责任到人，提高工作效率；更多的时候，我喜欢把自己当做家长。一个店长应该有主人翁精神，全身心地投入工作，把门店当成是自己的店去经营和管理。

烧哥烤鱼福州交通店 陈巧莹

一个门店员工流失太快是门店的一种损失。一个门店的顾客能长久，主要是产品口味；其次是门店的服务到位。如果员工流失的太快，口感就会变。即便是同一个师傅教出来的徒弟，口感也会有大大不同。因此，稳定员工就是稳定产品口味。



做什么都会 有前途的

有位在自助餐厅上班的吧台员说他工作很枯燥无聊。他问我：“这样干下去有前途吗？”我反问他：“你这份工作可有人教你？”他回答：“这些那需要教？切水果谁不会？榨果汁也很简单，笨蛋也会的。”那我问他：“你天天都在看水果，你可看出名堂来了吗？”

工作中你不能傻干

有的人卖水果，卖了一辈子还是守在那个小巷子。有的人卖水果就可以成为月营业额上千万的水果批发商，因为他很懂水果，他也在工作中去了解“产地来源”，所以他看出“门道”，也改变了经营方式，更改变了自己的人生。

因此，需要考虑的是你同样在做这份工作，你是心不在焉地傻干，还是天天在研究“这件事情的深度在哪里？”

当老板来问你工作累不累时，你却能够告诉他：“老板，今天的水果不好，是你换了进货商么？”当有同仁来替代你的工作时，你可以用老师傅的口吻告诉他：“切一个苹果要 10 秒钟，切一个菠萝有 15 秒钟。前十分钟时手会发抖，站 30 分钟时脚会发麻。”他会惊讶：“你怎么都知道”。这就是一个成功者的工作态度。无论做任何事情都进行“记录及分析”，而不是傻干。

一样的起跑点，有的先到终点了

以前我认识一家小服饰店的女店员，她的同事都做没几个月就离职了。理由都一样，就是说“枯燥无味，在小公司里做这种小工作能干出什么前

途？”只有她默默地做，当她工作时，她不断思考每位顾客的消费兴趣及心态，并且记录哪一种商品比较好卖。

在工作满一年时，有位常来的顾客跟她说，“我一直很欣赏你的工作态度。而且，你好内行哦。我最近想开一家服饰店，你来帮我。我给你当店长，并且给你干股”。就这样，这位小店员开始走入她的另一个人生。

后来他老板又开了三家店，就请她担任营业部经理，不再亲自顾店，而且经常要去国外采购。当她满 40 岁时，已经是一家业绩上亿元的服装公司的总经理。她以前的同事还在服饰店当店员。

为何站在一样的起跑点，命运会不同呢？你看出了“关键”吗？

你想成功的决心有多强

一样在做电子代工厂，为何郭台铭就可以从小代工厂变成台湾首富。有的人才做一半，就大喊，“这行业不能做了”，然后就等着“亏损”。在他关厂时，他还自以为神气的说，“我早就说过这行业不能做”。切！原来你早就想好“失败的借口”。

最近有人常说“餐饮业不能做了，因为服务员越来越难找”。餐饮业是不是不能做？为何有人生意越来越好，他们能，你为何不能？你不检讨自己是能力有问题吗？

为何有的人切水果就能够变成果雕大师？因为他有研究，他有看书进修，他自己有目标，觉得自己要拥有跟别人不一样的技术。所以他先有了意志力，然后才开始付诸行动去努力，终于成功了。

不要抱怨自己做的工作是什么，那是看你在工作中保持哪种态度，及你想要“胜人一截”的决心有多强烈。

下面是美国神经学、心理学专家戴维·刘易斯从顾客的角度对超市商品摆放的解读。

超市商品摆放术

一走进超市，我们通常看到的是新鲜果蔬。你也许觉得商家把它们放在入口处一定是疯了。谁愿意在整个购物过程中扛着一筐苹果或者凤梨呢？

果蔬放在入口处，自然有它的道理。它们在自然光线中看起来会更新鲜，并且发出淡淡的清香。让人们联想到田野和自然。这大大消除了体量巨大的超市所带来的压抑感。他们让我们适应这个购物环境。

另一个更重要的原因是，这会鼓励你使用手推车，而不是购物篮，这样你就会购买更多的东西。

现在推着你的购物车前行，你发现左右两边的货物细微差别吗？大多数人会使用右手从货架上拿东西。这时你对商品的价值评估会比用左手拿更高。同样，当我们在超市的过道上停下来的时候，通常也喜欢站在右边，零售商们早就掌握了这个法则。我们把相对重要的物品放在右边，这称之为“不变的右方”。

你还记得刚刚走过的货架的最上方放着什么吗？我猜你肯定想不起来。因为你压根儿没看。当我们走在过道的时候，眼睛并不只是看着与视线齐平的货架，还会向下看。这时因为脑袋的重量和脊柱支撑的影响，你的视线会下移 15°到 30°。这就是高利润商品的最佳摆放位置。那些价格低、利润薄的商品不是放在最高就是放在最低。你压根儿看不到他们。因此，从理论上说，如果姚明和你一起逛超市，他买的东西一定比你买的更实惠。

你推着车继续往前走。过道虽然很长，但是通常会被货架分成的若干小段。在这些由货架形成的



过道交汇处，供奉着一个个看不见的财神。这些“交通枢纽”的货物每个人都能看见。因此这里也是每月生意的引擎。

你走到每次必买的牛奶区域，说大超市的东西就是便宜，你可能又错了。那些人们频繁购买并且价格敏感的商品，超市称其为“客流量制造者”。他们把这些商品的价格保持在较低水平，是为了让顾客确信其他商品也同样低价。

当你准备离开时，结账处的架子上放着巧克力和糖果，你只要伸手就能把它拿走。这可是一种不可抗拒的摆放方式。因为人类大脑对高热量、高糖分的食品有着天然的渴望。

现在你可以带着满车商品和超市的秘密愉快地离开了。祝你和你的钱包好运。

善用星期一

有时候觉得“这周忙死啦”，有时候却觉得“这周都不怎么忙呢”。我觉得这点很神奇。因为工作量并没有多大变化。可是忙碌的程度以及忙乱的感觉却是每周都不一样。

星期一是一周工作的开始。有人擅长起跑冲刺，这固然不错。但是工作总有个先后顺序，轻重缓急。如果我们企图从一开始就全力奔跑，到后面肯定会气喘吁吁。

星期一最好是用来为有效利用一周时间做准备。

因为星期日上午空出来，我们才能游刃有余地处理工作事务。具体来说，就是星期日上午不要安排与客户会面。这是雷打不动的铁则。

既然是跟客户见面，那么事前准备自然必不可少。如果约好周一见面，则需要在周五将一切准备就绪。但由于时间仓促，你很可能会忘这忘那，所以到了下周一早上你还是得一大早就来公司，在各种忙乱中进行准备。

再者，如果遇到不得不取消周一的会面的情况。周六周日也不好跟对方取得联系，这也是个缺点。

有效率的做法是，周一可以安排开个内部会议，或者进行有关项目的信息共享。这对团队而言是一种重要的计划安排。



日本收银分五步

收银这种不起眼的小事，日本人也会将之分解为若干个步骤，并给每个步骤制定严格的行业标准。

第一步，顾客来到收银台，收银员要微鞠躬，致以问候。第二步，对商品挨个扫码，扫一个报一个价格。第三步，报总价，收您多少钱，找您多少钱。第四步，询问是否要袋子。若有便当等，要问是否要加热，是否要筷子、勺子，等等。第五步，鞠躬感谢，并笑着说，欢迎再次光临。

上述只是收银工作的粗略版。很多其他细节也有标准。比如，找钱时要当着顾客面先数一遍大钱，再数小钱。再比如，收了有污点的钱要收起来，绝不能再找给下一个顾客，等等。

格局

19世纪，美国铁路大王范德比尔特和另一个铁路大王古尔德在同一条铁路运输线上展开竞争。

一列满载的运牛的火车车厢，古尔德收125美元，范德比尔特就收100美元；古尔德降到75美元，范德比尔特就降到50美元。范德比尔特宁愿赔很多钱，也要把古尔德挤出去。最后，范德比尔特降到一美元。

这时古尔德已经暗中改行，开始贩牛。这样，范德比尔特等于降低运费帮对手贩牛赚大钱。他明白之后，气的几乎失去了理智。

商业竞争看起来是在一个小格局里展开的，但是竞争对手总能看到一个更大的格局。你在小格局里拼尽全力，常常让你在更大的格局里丧失优势。

具有职业水准的“的哥”

一个夏日的午后,一位顾客从圆山附近的一家餐厅出来,招手叫了一辆出租车,但因临时想起一件事来,他又与同伴说了几句话才上车。本以为司机会生气,甚至会有怨言,没想到司机仍用一张笑脸欢迎他。上车后,他告诉司机去松山机场。这位顾客在外贸协会的生产力中心工作,与朋友吃完饭后想回自己的公司。生产力中心坐落在松山机场附近的外贸协会二馆,因楼不是太大,也不是太显眼,知道的人不多,所以他每次都说是去机场,免得费力解释半天。但这次他刚说完,司机就紧接着说道:“你是不是要去外贸协会二馆啊?”

这位顾客非常吃惊,通常顾客说去机场,司机一般就会不再作声,而热心肠或话多的司机要问,也最多会说你是要去哪里呀,或你搭乘哪家航空公司的飞机呀,还从来没有人这么具体而准确地说出他要去的地点。

他便细问司机是怎么知道的。司机说:“第一,你上车时跟朋友只是一般性的道别,一点都没有送行的感觉;第二,你没有任何行李,连仅供外出一天所使用的小件行李都没有,而你这个时间才去机场,就算搭乘最晚班机,都没有可能在当天赶回来,所以,你真正去的地方不可能是机场;第三,你手里拿的是一本普通的英文杂志,并且被你随意地卷折过,一看就不是重要的公文之类的东西,而是供你自己消磨时间用的。一个把英语书刊作为普通阅读物的人,既然不是去机场就一定是去外贸协会啦,机场附近就只有外贸协会一家单位的人才会这样读英语。”

司机边说边从后视镜里望着顾客笑。那位顾客非常吃惊,司机怎么会在瞬间捕捉到这么多信息,

又怎么会如此自信。一路聊开来,顾客才发现那位司机真有自信的本钱。他平均每个月都会比其他出租车司机多赚几万元台币。他每天的行车路线都是根据季节、天气、日期详细计划好的。周一至周五早晨,他会先到民生东路附近,那里是中上等的住宅区,搭乘出租车上班的人相对较多。到九点钟左右,他又会跑各大酒店。这个时间,顾客大约刚吃完早餐。出差的人要出去办事了,游玩的人也要出去玩了。而这些人均来自外地,对环境非常陌生,所以,出租车是最多也是最好的出行选择。他的中午又分成两部分:午饭前,他跑公司云集的大写字楼,这个时间会有不少人外出吃饭,又因中午休息时间较短,这些人中大多数人又会为快捷方便而选择搭出租车;午饭后,他跑餐厅较集中的街区,因为吃完饭的人又赶着要返回公司上班。

到了下午三点左右,他则选择去银行附近。就算抛却一半存钱的人,也还有一半取钱的人。这一半取钱的人因带了比平时多的钱,也大多不会再去挤公车而会选择较安全的出租车,所以,载客的几率也会相对较高。而到了下午五点钟,市区开始塞车了,他便去机场、火车站或郊区。到了晚饭后,

他又回到生意红火的大酒楼,接送那些吃完饭的人。自己稍事休息一下,他再去休闲娱乐场所门口。“怎么样,我够职业水准吧?”司机讲完自己的行车路线后,不无得意地问顾客。事后,那位顾客一直忘不了那个出租车司机,尤其是出租车司机最后说的那四个字——职业水准。



为您上 MBA 课的“神奇的哥”

世上从来不缺少财富，只是缺少发现财富的眼光。眼光从何而来？只要你肯用心，遍地都是财富。

假如你是“的哥”，在医院门口看见两个人同时向你招手，一个手里拿着药，另一个手里拿着脸盆，你会接哪个上车？可能有人会说，当然是就近原则，

谁离得近就让谁上车。上海有个“的哥”叫臧勤，他说，应该接手上拿脸盆的人，理由很简单：手上拿药的人多半是小病小痛，不会跑到离家太远的地方去看病，而拿脸盆的人一定是住院的，路程通常会更远。同样是拉一趟客，收入却相差悬殊。

臧勤被称为“神奇的哥”，他在上海开了 17 年出租车，原本默默无闻，直到遇见一位特殊乘客，才广为人知。

一天中午，臧勤在上海美罗大厦门口接到一位乘客，车子刚起步，他就跟乘客热情地聊了起来：“终于被我守到你了，从写字楼里出来的，肯定路程不短。”乘客一愣，自己的确要去机场：“你怎么知道？”臧勤说：“我看一个人只要 3 秒钟，那些在超市门口、地铁口打车，还有穿睡衣的人可能去机场吗？机场也不会让他们进去啊……”乘客不由得兴致大增，请他继续往下说。

臧勤举了一个例子：“有一次，我在人民广场看到 3 个人在前面招手：第一个是年轻女子，拿着小包，刚买完东西；中间是一对青年男女，一看就是逛街的；第三个是穿羽绒服的青年男子，手上还提着笔记本电脑。我毫不犹豫地就把车开到了“羽绒服”面前，那人上了车也觉得奇怪，说你为何放弃前面两个不接，偏偏开到我面前？我说，第一个女孩子是中午溜出来买东西的，估计公司很近；中间那对情侣是游客，没拿什么东西，不会去很远。



“羽绒服”竖起大拇指说，你说对了，我去宝山。

“我做过精确统计，我每天开 17 个小时的车，算上油费和各种费用，平均每小时的成本为 34.5 元。如果上来一个 10 元的起步价，大约要开 10 分钟，加上每次载客之间的平均空驶时间 7 分钟，等于是我花了

17 分钟只赚了 10 元钱，而 17 分钟的成本价是 9.8 元，不划算，20 元到 50 元之间的生意性价比最高。”

乘客听得瞠目结舌，佩服得五体投地，心想今天遇上了奇人，这哪像个出租车司机，成本核算竟然精确到了每分钟，分明就是个成本核算师。

说话间车子已到了机场，乘客下车时，特意留下了他的电话。那位乘客名叫刘润，是微软中国公司全球技术支持部的部门经理，事后他在自己的博客上写道：“臧勤给我上了一堂生动的 MBA 课！”不久后，刘润邀请臧勤为微软公司的 50 名员工讲了一堂课，45 分钟的演讲被掌声打断了 8 次。“神奇的哥”臧勤由此成名，先后又接受了多家企业的讲课邀请。

上海的出租车司机平均月收入在 3000 元左右，而臧勤每月的收入是 8000 元。刚开始，几乎所有的同行都认为臧勤在吹牛，他又没有三头六臂，每天也得吃饭睡觉，收入怎么可能如此悬殊？有人专门到出租车公司查了他一年的营业记录，才不得不信。臧勤把开出租车当成事业来做，每天都仔细观察，用心总结，久而久之便练就了火眼金睛，空载率极低，效率自然比别人高出许多。

有道是，三百六十行，行行出状元。臧勤是当之无愧的“的哥”状元。“神奇的哥”其实并不神秘，不过是做事比别人更用心。世上从来不缺少财富，只是缺少发现财富的眼光。眼光从何而来？只要你肯用心，遍地都是财富。

好老板长啥样

这是一位“老板”的体会。老板们不妨看看。

烂老板容易辨认：没愿景、没担当、乱发脾气、决策反复、抢功劳、管太多，等等。

好老板长什么样？老板的好包含三个层次。

第一个层次，能把自己该做的做好。老板该定愿景、目标、机制、文化，找到对的人，让组织自行运转。

这几件事，在业绩好时，大家都做得到。业绩不好时，才看得出老板能不能尽到本分。拍桌骂人、推卸责任，只有在这时才会发生。

第二个层次，能帮助员工发挥潜力。老板不必事必躬亲，而是要把制度和环境搞定。然后是别“扰民”。无谓的程序报告、会议都是“扰民”。整天开会，谁还有时间工作。

这件事，在员工表现好的时候也不难。但当员工持续做不好时怎么办？

这就要说到好老板的第三个层次，也是最难分辨好、坏老板的层次。

员工持续做不好，老板还是拍拍肩给他鼓励、和颜悦色让员工自己摸索？降低目标，让员工找回自信。

员工跟老板是想得到职场的成长。在老板面前，要的是里子而不是面子；要的不是好好先生，

而是美国队长；要的不是“好人”，而是“好咖”。我希望当我搞砸时，他能迅速明确地告诉我。当然，如果能心平气和，而非歇斯底里，那是最好的。

所以，好老板的第三个层次，是对员工真诚。特别是当员工做得不好的时候，能够心平静气、立即而明确的告诉员工，他哪里做得不够好、怎么改进、公司可以怎么帮忙？

我曾经碰到过这样的老板，所以也希望自己是这样的老板。

我的同事都很年轻，但我把他们当大人看待，也就是给予对待大人该有的尊重和要求。

我不低估，但也不讨好他们。低估和讨好的本质一样，都是没把他们当大人。

我不要他们影印、跑腿、当跟班、倒咖啡。这些事太简单了，我自己来。我也不打卡、查勤、狂call。如果需要这样管理，代表我找错人了。

我给他们困难的工作、付合理的薪水、读他们写的每一个报告、回每一份email。然后问很多问题，以帮他们思考。

我定出“大人”的目标。当他们做得好，我会立即大声地说，让其他同事从实例中知道公司的标准。当他们做得不好，我会立即小声地说。然后看背后有没有“结构性原因”，比如说，他英文不好读不懂公司的英文文件。再考虑有没有办法改善，比如花一些钱支持他们学英文。

当我做得不好，我也希望他们告诉我。这当然很难。但我平时创造出一种气氛，让这样的事比较容易发生。真的发生时，我立即大声鼓励，让其他同事知道。老板也是人，老板也很累，累了就会有盲点。适时点醒老板对公司是有益的。

老板决定我们在办公室的心情。我们都在找好老板，但其实，好老板也在找我们。所以找到好老板的最好方法是先让自己成为一个好员工。因为员工越好，老板就越好，老板越好，员工也会更好。



日本两位轮流坐庄的首富——卖休闲服的“优衣库”创始人柳井正和软银集团的孙正义。

他们是打高尔夫球的密友。但是你永远也无法拍到两个人在一起打球或者喝酒的照片。

把自己的私生活裹得严严实实的两位，是媒体最难采访到的企业家。他们并不是架子大，而是做人做事始终保持着如履薄冰的谨慎。

近30年前，从早稻田大学毕业的柳井正社长从他的父亲手里接过一家小小的洋服店，开始独创休闲服品牌“优衣库”。磕磕碰碰几十年，不仅使得“优衣库”成为世界三大休闲服品牌之一，而且他本人也靠卖衣服而数度成为日本首富。

他把自己的创业与成长的经历写成了一本书，叫《一胜九败》，内容不是自己的天才智慧和辉煌业绩，而是十次挑战九次失败的“寒碜事”。

《一胜九败》简直就是自揭伤疤的可悲物语，却成了许多海内外企业家想认真细读的一本教科书，因为它真、因为它实。不是张扬自己，而是传递创业的教训。

在一个信息泛滥的时代，我们在媒体和网络上很少能发现柳井正和孙正义的影子。

不仅是他们，日本几乎所有大公司的老板们都把自己遮掩的如同“忍者”一样，被人看到的只是单一的色彩。

为什么日本的企业家不愿意抛头露面？

日本的企业几乎都是私人创建的民营企业，老板的一举一动直接影响着企业的声誉。

在日本这样一个重声誉的社会里，老板的任何一个污点或做错的一件事，都可能导致客户的远离和业绩的下滑。因此，“做事先做人”成为日本社会的一大行为准则和道德要求。

也就是说，一家企业的声誉与老板的声誉，在某种程度上是画等号的。

如果企业家把自己当成一位艺人，到处表演和展示自己的私生活，那么，总有一部分人会成为你的“粉”，也有一部分人会成为你的“敌”。

日本企业家的低调



对于企业来说，也许因为老板的个人表演会让消费者生厌或者产生嫉妒，而消费者就可能会离去，甚至成为这家企业的攻击者。

因此，老板成为艺人，虽然在某种程度上可以提升企业的知名度，但对于企业来说，大大增加了经营的风险度。

“言多必失”是日本任何一家大公司老总铭记的教义。

也正因如此，你要叫日本的企业家对当前的政治和社会问题发表看法，那实在是很难的。哪怕其本人十分讨厌安倍首相，也绝对不会说“安倍经济学注定要失败”这样的话。因为你不是学者或评论家，你没有立场说三道四。

所以日本成功的企业家，总是给人留下许多迷惑。

你看到的只是他战战兢兢经营企业的一面，你很难看到他的私生活，看到他的政治立场和观点。

他不会让你知道他私人有飞机，不会让你知道他除了那辆黑色的丰田车之外，还有什么豪车。

他总是把可能影响其本人和企业声誉的风险降到最低，留下一个中规中矩、卑微谦恭的形象，让你安心的一塌糊涂。



提高领导力十法

在实施主要业务问题的解决方案时,让他们发挥作用、承担责任,成为解决方案的一部分。

6. 营造一个鼓励创造力和创新的工作环境。不要只改进物质环境,要关心员工的感受。在公司中走动时,评估一下员工的干劲。

7. 感激和奖励你的员工。制定和安排时间表,定期对员工予以有意义的奖励,以营造一种感激文化。要对你奖励员工的方式进行评估和改进,这样,你才能敏锐地感受到年龄、教育程度、成熟度和人口分布上的差异并做出及时的反应。

8. 专注于能够鼓舞员工的因素。找出能够鼓舞你和员工的因素。他们是否需要更多的教育和培训,更多的创作时间和交叉培训机会,帮助他们制定减轻压力、促进健康的计划,甚至是一次带薪休假。要制定并改进维持员工敬业度和忠诚度所需的关键计划。

9. 先改进最重要的方面。要坦然面对自己最大的弱点。确定哪些因素能推动你进步,哪些是前进的绊脚石。你是否欠缺倾听技巧,对技术深恶痛绝,或动辄对人大喊大叫?要承认这些弱点,然后采取行动,寻求帮助,解决自己的问题,提高自己的绩效、技能和能力。

10. 畅想未来。想象一下自己10-20年后的状态。你希望成为什么样的领导者?界定此类领导者的特征,展望你的未来。描述一下你如何平衡工作与生活,如何赢得忠诚和信赖。

卓越领导者通过调动员工积极性和充分授权,帮助他们成为具有创新精神的思想者和主要贡献人,让自己的领导富有魅力。领导者肯定员工的努力、奖励他们的成就,员工忠诚度和赢利能力都会得到提高。

1. 建立你的愿景。务必要用目的和价值观建立一个真实的愿景。要清晰地指明你的前进方向,言简意赅地陈述你的目的,直截了当地表达你的价值观,也就是你用于指导员工各项工作行为的准则。

2. 确定你的领导风格。了解你自己的个性,知道你是哪种类型的领导者,有助于让你和其他人确定在何处、何时以及如何采取最佳行动,这样,他们可以集中投入时间和精力,去实现你为他们设定的目标。

3. 跟踪你的领导力发展进度。用领导力日志来记载你的行为及其结果,并定期加以总结,反思你所学到的东西和你发生的改变。

4. 招聘并留住合适的人才。先确定具备哪些技能的人才能够在你的文化中取得成功,然后相应地招聘此类人才。文化会让他们忠于使命、快乐工作,超越众人的期望。你要提高自己的面谈和倾听技能,才能听懂员工的心声。一旦发现需要改进的地方,就要立即采取行动。

5. 调动员工积极性,充分授权,充实他们的能力。邀请他们帮你一起设计愿景。赋予他们权力,让他们成为一股变革力量,用文化来充实他们的能力。

很多年以前，一个不为人所知的管理学者约翰·科特拿着一台手持相机，跟踪拍摄了一群总经理的生活，看看实际上他们每天都在做什么。

和大家以为他们每天所做的恰恰相反，令人惊讶的是，最成功的管理者看起来反而是没有效率的那个。他们大多数时候的工作地点并不是在计划好的会议上，甚至不在自己的办公室或会议室。很多时候，他们的工作看起来并不像真正意义上的工作。他们会到处走动，不时地出现在各个办公室里，与重要客户在机场休息室进行长时间的讨论，等等。这些“碰巧”的会议通常都非常短、随机性很强。但是，每个管理者都能通过这些简短的会议获取所需的信息，讨论重要的事物，或是加强与合作伙伴的联系。这些看起来没有系统性可言的事正是那些成功管理者的日常工作。

此外，科特还记录了一个管理者的日程安排。最有效率的管理者的日程表上有着大量的空闲时间：很多没有安排日程的时间。而效率较低的管理者的日程表上挤满了各种会议、出差。因此，要成为一名优秀的领导者，我们需要一种非常稀缺的资源——时间来进行改变。如果日常工作 and 即时需求占据了你的时间，你就没有时间来进行那些非正式的领导工作。当你把自己的

偷拍总经理



时间都安排满了，你很难空出时间来想一想自己是否把精力都放在了正确的事情上。正是因为时间有限，而要做的事又很多，所以我们把时间安排满了就没有办法从日程表上空出时间。

讲一则小故事。一家医院的手术室常常被提前预约满了，当有急诊时常常把原有的手术计划推延。因此，医生们往往要等上好几个小时才能做大约只有两个

小时的手术，常常在深夜两点还在做手术。而其他工作人员也常常不定时地加班。因为医院的手术经常滞后，所以经常要重新安排手术计划。造成了一个低效又高压的工作形态。

像大多数遇到问题的公司一样，医院从外部聘用了一个顾问。他提出一个令人惊讶的解决办法：空出一个手术室来应对急诊病人。像我们大多数人会有有的反应一样，医院的管理者说，“我们都已经非常忙了，他还要我们空出一个手术室。这太过分了”

就像很多“过于投入”的人，他们无法想象花大量的时间把一直在做的事情停下来重新组织，更不要说放弃有用或是没用的珍贵资源。医院管理者也产生了同样的怀疑。但是空出一个手术室的方法奏效了。有了一个空手术室后，医务人员就能更有效地处理一些紧急病例，不用重新计划所有的一切。因此，他们加班的时间也减少了，手术的效率也提高了。

这个道理是说给一些把计划安排得过满的管理者听的。我们需要明白，越是在最忙的时候，越需要空出一些时间来应对意想不到的事。如此一来才能像科特调查的一些高效管理者们所说的：我们用空出的时间来提升自己的领导能力。

观察员工大扫除

大扫除只不过是公司里最普遍的粗活之一。但在大扫除的过程中，可以观察每个人的不同行为。

“统率者”通常会考虑到同伴的情况而采取积极主动的行为。即使没有得到上级领导的指示，也会考虑接下来应该打扫哪里，并率先付诸行动。

而“独狼”则通常待自己的任务一结束，就立即消失得无影无踪，全然没有帮助他人的意识。



“跟随者”虽然认为，一定要为同伴做些什么。但是自己又想不出应该做些什么。于是在得到指示之前，“跟随者”通常只是消极等待。

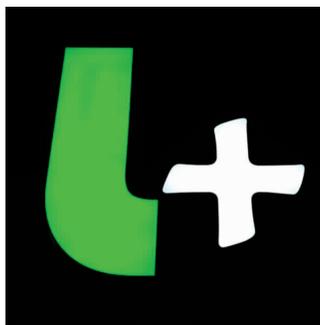
“没干劲者”通常认为大扫除真是烦人，而且他们只想着逃离现场。

通过观察员工参加大扫除的情况，可以判别他们当中哪些是乐于帮助同伴的人，哪些是细致入微的人，哪些是态度不认真的人。

新会员风采

福建利家超市有限公司

福建利家超市有限公司成立于2008年，旗下有20多家门店，注册资金10060万元，总营业面积10000平方米以上。主要经营食品、农牧产品、乳制品、新鲜果蔬、服装鞋帽、日用百货、办公用品、家用电器、照明器材、工艺品、电子产品、体育用品及器材、纺织品及原料、通讯设备、玩具等批发、零售。



该公司具有自有蔬菜养殖基地，为客户提供安全可靠，无农药残留的绿色产品。肉类均来自市政府指定的肉联厂。

并经卫生部门检验。所有的粮油、调料均由正规厂家长期供应。

该公司具有蔬菜、瓜果、肉食、鱼类、海鲜、冻品、副食品、调味品为一体的专业化配送服务。所有蔬菜均经过初步加工，无黄叶、泥沙等杂质，利用率达95%以上。公司配有专门箱式货车，配送方便快捷。

沈南鹏 (风险投资家,红杉中国创始合伙人) 是个数学天才,获得过全国中学生数学竞赛一等奖,1989 年考入美国哥伦比亚大学数学系。1990 年,他从哥伦比亚大学退学,到耶鲁大学管理学院攻读 MBA。

他的目标是到华尔街的公司工作,不过,手拿着耶鲁大学 MBA 文凭也不管用。一次次向华尔街投行投递简历,一次次面试,一次次被拒绝,沈南鹏的这段经历并不好受。很多年后,沈南鹏对媒体说:“我在毕业找工作时很不顺利,被很多投行拒绝,但是谁都不会写这段,别人只看到我今天的一点成功。”

最后沈南鹏获得了花旗银行的一次面试机会。投行的工作需要数据分析和判断,总会有一些投行在面试时注意到应聘者的数学能力,而这就是沈南鹏等待的机会。



到底亏了几美元

面试题是这样的:

一个美国人在菜市场上做生意。第一次,用 8 美元买了一只鸡,9 美元卖掉了;第二次,用 10 美元买了同样的一只鸡,11 美元又卖掉了。那么,这个美国人到底是亏了,还是赚了?如果亏了,应该是亏了多少?如果赚了,又赚了多少?

那天早上,一共有 3 个人接受面试。第一位是美国人,名字记不得了;第二位是日本人,名字忘记了;第三位是中国人,名字叫做沈南鹏。

美国人认为是赚了 2 美元,日本人认为是亏了 2 美元,沈南鹏认为是亏了 4 美元。

美国人的理由:

同样的一只鸡,第一次买一只,第二次买一只。

第一轮交易:8 买 9 卖,9-8=1,赚了 1 美元。

第二轮交易:10 买 11 卖,11-10=1,赚了 1 美元。

两次交易相加:1+1=2,所以赚了 2 美元。

日本人的理由如下:

同样的一只鸡,一口气买两只。

第一次交易:8 买 9 卖,9-8=1,赚了 1 美元。

第二次交易应该是:8 买 11 卖,11-8=3,赚了 3 美元。

两次交易相加:1+3=4,本来要赚 4 美元,但是,他只赚了 2 美元: (9-8) + (11-10) =2。

所以,2-4=-2,亏了 2 美元。

中国人 (沈南鹏) 的理由如下:

同样的一只鸡,一口气买两只。

一次性交易:8 买 11 卖, (11-8) ×2=6,可以赚到 6 美元。

但是,他只赚了 2 美元: (9-8) + (11-10) =2。

所以,2-6=-4,亏了 4 美元。

算出赚了 2 美元,说明他是 100% 的保守派,走一步,算一步。

算出亏了 2 美元,说明他保守一次,冒险一次。

算出亏了 4 美元,说明他对自己非常自信,决定全力以赴,愿赌服输。

“风投”要求的回报率非常高,不然就不叫“风投”了。通常的情况下,风投公司投资 10 家公司,只要 1 家公司能赚钱,整体上就不亏了。

所以,投行项目经理的任务是,必须将现金利用到极限。这也是沈南鹏胜出的原因。

人工智能的曲折史

人工智能是一个无人理会，近十年又活过来的行业。

现在的人工智能行业有多火？

看一下人才市场就知道了。普通的人工智能毕业生年薪 30 万。清华姚期智院士的“姚班”毕业生更是有价无市，百万年薪都未必挖得动。学生还得先考察企业自身的科研实力再决定。

同样，人工智能领域的专家们，尤其是国际上稍微有名气的，更是国内各大论坛的座上宾，出场费可达到一场 20 万到 30 万，甚至更高。

而在资本领域，融资规模更是飙升了几十倍。

然而，开始于 1956 年的人工智能，在 70 年代和 90 年代曾两度经历低谷期，在业界完全没有存在感。

没有存在感到什么地步？

人们对人工智能从最初的追捧到失望，到后来的无视。某些领域研究人员的论文投稿都被直接无视，扔到垃圾桶。更不用说现身各大论坛做演讲，成为座上宾了。

这种情况直到 2005 年前后，由于各种条件开始具备，让大数据成为真正的现实，才使得人工智能行业恢复光芒。

互联网没有什么了不起

罗振宇



互联网的出现，固然具有颠覆性，但同样没有什么了不起的。做生意，这就是命。每一次环境变化，都是自我净化的机会。“适者生存”才是行动准则。

从根本上讲，“老居民”和“新物种”并不是你死我活的竞争关系。“新物种”活好了，实际上会给“老居民”带来新的机会。而没有双方的协同进化，“新物种”也活不好。

我们不搞转型，我们要进化。

郭台铭 说距离

一天,台湾首富郭台铭来到生产一线视察。他大步流星地上楼,走到综合办公室。说是办公室,其实是在大厂房的两侧内壁搭起的全开放式小阁楼——人力资源、行政、生产管理、产品质量管理等各部门挤在一起办公。

郭台铭走到最里面的厂长面前,神色颇为平和,问厂长:“企业陷入困境主要是因为哪两大问题?”

现场的全体同人立即竖起耳朵。

厂长回应:“不同企业有不同的问题,应该不只有两大问题。”

郭台铭显然是有备而来立即提高嗓门:“表面上问题可能很多,但是……”他加重语气,

“QBQ (问题背后的问题) 只可能有两个。这就是,要么远离顾客,要么远离员工!”

厂长立即称是。

郭台铭这才点明主题“我实地测量了一下,从距离最近的现场到你的办公桌所花的时间是最长的!我要求过任何生产主管的办公桌离生产现场不得超过10米,你做到了吗?”

厂长无言。

郭台铭继续说:“主管办公室与员工作业场所之间的距

离不是物理距离,而是心理距离。”接着又画龙点睛道:“心理距离与物理距离成正比!远离



现场就是远离员工,远离员工就是远离品质,远离品质就是远离顾客,远离顾客就是接近消亡!”

(摘自浙江大学出版社《虎步与狐步》)

数字连锁

把人工智能融入产品和服务

鉴于人工智能的广泛应用,今天的所有企业都必须要将它们融入自己的产品和服务。否则,他们将无法与那些利用数据来改善用户体验、辅助商业决策的企业展开竞争。下一代消费者将会与数字技术共同成长,他们会期望公司预见他们的需求,并实时、个性化地提供咨询服务。

——云计算技术先驱者 马克·贝尼奥夫

挣钱与赚钱有何不同？一般认为，赚钱就是挣钱，挣钱就是赚钱，都是获得财富，只是说法不同罢了。

其实，您若好好想想，赚钱与挣钱还是有很大差别的。一位经济学家的拆文解字颇有意思。他这样解说“挣钱”和“赚钱”的不同含义：挣钱的“挣”，左边是手，右边是争。意思是你要用自己的双手去辛苦劳动，争取获得一点报酬。赚钱的“赚”，左边是贝，右边是一只手，拿两棵禾苗，代表粮食。意思就是用钱买粮食再卖出去，然后又得到钱。这才是真正意义上的钱的增加，也就是财富之源。只要你把它做成一个循环，那财富就会像雪球一样越滚越大。

或许这样的文字拆分有点过于学究。但下面这个故事会直观的告诉你“挣钱”和“赚钱”的不同。

十几年前，16岁的农村青年小胡初中毕业后不甘心过“面朝黄土背朝天”的生活，从家里偷偷拿了200元钱，背着行李只身来到南京闯荡。

看到光怪陆离的城市生活，小胡一心想挣钱，脱贫过好日子。为了实现自己的理想，他捡过垃圾、做过自行车修理工、面馆伙计和杂货店搬运工。后来经老乡介绍到南京最大的农贸市场打工，替别人卖榨菜、酸菜等小菜。干了一年，他慢慢地发现无论自己如何卖力，获得的报酬也仅够维持生计，根本挣不到什么钱，实现不了发财的梦想。

于是，他换了工作，到大饭店当领班。换了这份工作，尽管工资有了改善，还能时不时收点奖金、小费。靠这份工作改善生活没问题，但还是攒不了什么钱，指望他来改变命运更是不靠谱。他就开始寻找别的出路，逐渐发现人们去饭店吃饭，常常出现这样的情形。大受欢迎的一端上来就被抢个精光的，往往不是那些大鱼大肉，而是清淡的蔬菜或者小咸菜。

留意到这种现象，一个有趣的想法在小胡的脑海里形成了。既然如此，那我何不专门给饭店送小咸菜呢？说不定能多赚点。

说干就干。第二天一早他就用自行车去菜市场淘了些风味独特的咸菜，当天就销售一空，赚了

100多元。

后来小胡干脆辞职，和几家熟悉的饭馆谈好，专门供应咸菜。主营涪陵榨菜、萧山萝卜干、潮州酸菜，这几样比较出名的小菜，甚至还有产自韩国的各种泡菜。

事实证明，他的思路是正确的。随着业务的不断开展，小胡又进一步想象：既然小咸菜这么有市

从挣钱到赚钱

场，那我何不成立一个专业的小菜配送公司，树立自己的品牌，这样能挣更多的钱。

小胡把自己积攒下来的钱，又找亲戚朋友借了一些，办了一个小工厂，用统一的品牌包装各地小菜，并且到工商局注册了自己的商标。

结果年销售额一举突破了1500万元。再后来，他又建成了大型配送基地，打算将小菜生意模式推广到全国各地。现在小胡的销售网点已经遍布全国了，他个人资产也有三个多亿。韩国的泡菜厂商都找上门来和他合作。

比对现在的成功和过去的穷困，小胡说了句很幽默的话：不上班的时候我才开始赚钱。这话听起来不合逻辑，实则很有哲理。因为上班是在挣钱，挣辛苦钱。不上班了，是开始赚钱了，赚智慧的钱。

我们不应该将“赚钱”与“挣钱”混为一谈。因为它们是完全不同的两种概念。二者还是代表了两种不同的赢取财富的模式。

以小胡为例，在他自己卖咸菜之前，无论他是捡垃圾也好，当搬运工也罢，都是在“挣钱”。只有当他推着自行车卖咸菜的时候，才是在想法“赚钱”了。

总之，“赚钱”靠的是脑力，是智慧；“挣钱”靠的是体力和技术，是劳力。这就是挣钱与赚钱的最大差异。

四大快递是“一家”

全国近四成快递主要负责人，70%的快递企业老板是浙江人，其中60%又是桐庐的。桐庐全县常住人口40万，从事快递行业的达5万人。

占据快递业半壁江山的“三通一达”的董事长们都来自桐庐县钟山乡附近的村子。

长三角便利的交通条件为大量物资的运输提供了技术。1993年，“盛彤”成立，因为往来于上海，公司更名为申通快递。1999年，申通创始人的弟弟成立韵达快递。2000年5月，圆通速递公司宣告成立，其董事长的妻子曾经是申通快递的财务。2002年5月中通快递成立，董事长原来是木材供应商，投入500万，与时任申通快递分公司的负责人共同创办中通快递。

总的来说，韵达快递、圆通快递、中通快递的创始人多为申通快递创始人或与高管有亲缘关系。

亚洲是一个气候复杂的地区。每当韩国初冬来临，一些人就会选择躲到印度尼西亚巴厘岛等亚洲热带地区去。

通常韩国旅客会穿着笨重的皮大衣前往仁川机场，到达目的地后再随身带着这个返回韩国前都用不上的累赘。

针对这一点，韩国两大航空巨头找到了非常贴心的解决方案：大衣洗烫服务。乘客可以在首尔的机场寄存大衣，回国时再取回。

这个创新方案抓准了航空公司运营上的一大痛点。每年冬天，机舱内的舱顶置物箱通常都会被先登机的乘客的厚重的羽绒服塞满。以至于后面登机的乘客根本没地方放行李。所以许多乘客会紧张地在机舱过道中走来走去，寻找放置行李的地方。导致登机次序受到严重干扰。有的乘客会把行李使劲塞进置物箱间的狭小的缝隙里，使得其他人担心自己的东西会被压坏。为了保证登机顺利，机组人员有时不得不使用极端手段，清空舱顶置物箱，重新排列箱内物品，甚至将实在放不下的东西“请”下飞机。一旦发生这种状况，绝对会给乘客带来极其糟糕的体验，甚至影响航班准点。

大衣洗烫服务是一个一箭双雕式的解决方案，使登机程序也和巴厘岛沙滩上的微风一样顺畅。

航空巨头破难点

天使投资

哥们儿来电话说，他有一平台项目获得了天使投资。如今在 B2C、C2C、O2O 模式间纠结，物流问题也令他头疼。他邀我做联合创始人，并望我到他家中详谈。

到他家后，向他太太问及此事。他太太说：“有这事？他想卖煎饼果子。没钱。我妈给了 1 万。他想让我弟送货。我弟不干。你们接着聊。”

送礼

和闺蜜一起开车出去玩，路过一个写着“加油送礼”的加油站。我心想：“加油，还能有礼物，真棒。”加油后，我问工作人员：“我可以得到什么礼物？”工作人员一听，立马站直身体，给我敬了一个礼。

大数据点餐

一家比萨店，外卖电话响了。店长拿起电话。

店长：xxx 比萨店。您好，请问有什么需要我为您服务？

顾客：您好，我想要一份比萨。

店长：请问您是陈先生吗？

顾客：你怎么知道我姓陈？

店长：陈先生，因为我们联机的 CRM（客户关系管理）系统对接了三大通信服务商，看到你的来电号码，我就知道您贵姓了。

顾客：哦，我想要一个海鲜至尊比萨。

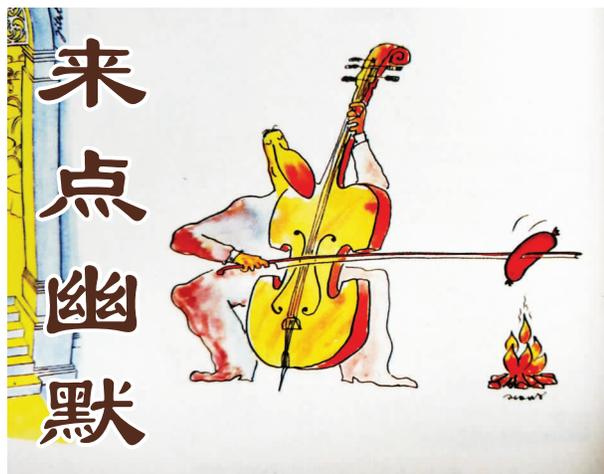
店长：陈先生，海鲜比萨不适合你。建议你另选一种。

顾客：为什么？

店长：根据你的医疗记录，您的尿酸偏高，有痛风的症状，建议你不要食用高嘌呤的食物。你可以试试我们店最经典的田园蔬菜比萨。低脂、健康，符合你现阶段的饮食要求。

顾客：你怎么知道我会喜欢这种。

店长：你上周在一家网上书店买了一本《低脂



健康食谱》，其中就有这款比萨的菜谱。

顾客：那好吧。我要一个家庭特大号比萨，多少钱？

店长：99 元。这个足够你一家六口吃的。但您母亲应该少吃，她上个月刚刚做了心脏搭桥手术，还处于恢复期。

顾客：好的，知道了。我可以刷卡吗？

店长：抱歉，陈先生。请您付现金，因为你的信用卡已经透支了。你现在还欠银行 5000 元，还不包括住房贷款利息。

顾客：那我先去附近的提款机取现金。

店长：陈先生，根据银行记录。你今天已经超过了日提款限额。

顾客：算了，你们直接把比萨送到我家吧，家里有现金。你们多久会送到？

店长：大约 30 分钟。如果您不想等，可以自己来取。

顾客：为什么？

店长：我这边看到你家是在解放路东段 22 号，距离我们开车去只有 5 分钟的路程。你名下登记有一辆车号为 xxxxxx 的轿车。这辆车目前正在距离您家不到两分钟车程的地方。如果你等不及，可以回家拿了现金再开车来店里取，这大概要 10 分钟，正好是一个比萨出炉的时间。这样，你总共只需 15 至 20 分钟就可以将比萨带回家，比我们送要快。

顾客：哦。（差点儿晕倒）。

黄奕柱

福建有位企业家 1914 年就列入《世界商业名人录》。他就是南安人黄奕柱。他出身贫寒，小时候学了一门手艺——剃头。后来闯南洋，到了印尼。天天给人剃头谋生。后来，他碰到了人生中的第一个金主，但这个人给他的是道理，不是钱。他说你一辈子剃头可以谋生，但不能发财。你要想发财，就要去做生意。黄奕柱说，我做生意没有本钱啊。他说本钱我可以借你，但你必须表一个决心。你得把这个剃头挑子扔到海里去。黄奕柱真地这么干了。这个人就借他五块大洋。之后，黄奕柱就踏上了商业之路。他是个经商的天才。一战期间，他经营糖，发了大财。当时印尼的荷兰殖民者把他当成眼中钉、肉中刺。让他交巨额的税，要不然就赶他走。黄奕柱毅然决然卖掉所有资产，带着现金回到了中国。

他带回了多少钱呢？1 亿美金。回到家乡后，他开始投资，厦门的自来水公司、电话公司都成了他们家的。他在厦门岛上一共有 160 栋别墅。其中最重要的别墅在鼓浪屿岛上。1949 年后成改为鼓浪屿国宾馆，接待过很多世界级的领导人。尼克松，邓小平等都去过。里面装修的大理石是当年从意大利运来的。墙上所有的花纹都跟剃头有关，比如胡须刷、刮脸刀、推子。这个人的别墅有多大？三座大楼。他们家还有一个足球场，那是中国历史上的第一个足球场，今天还在使用。这还不算稀



奇。黄奕柱回国后为母亲过生日。那时候没有太大的空间，只能搭大棚。他就在四个路口搁四个大木桶。木桶里灌满了红颜色的水，装满了银元。所有路过的人都可以随喜伸手捞一块走人。手染红了就不能再捞了。

到鼓浪屿一定要去晃岩路 25 号，看看黄奕柱的别墅——黄家花园。



新会员风采

福州三牧包装制品有限公司



福州三牧包装制品有限公司致力于塑料包装袋的设计制作，为餐饮、饮品，商超等提供个性化产品定制，满足不同用户需求。公司提供免费产品图

稿设计，有一条龙的配套产品合作资源，丰富的电商资源以及经销渠道。公司坚持环保健康卫生的理念，将资源优势、人才优势转化为技术优势、市场优势，为客户提供更好的服务。

凝视商业时代

作家 梁晓声

我凝眸注视商业时代,渐悟它的本质其实是寂寞的,是一种大寂寞。

商业时代使我们几乎每一个人的灵魂都有一半儿像商人。

商业使商人像马克·吐温说的那一种人“如果金钱在向我招手,那么无论是《圣经》、地狱,还是我母亲,都绝不可能使我转回身去。”

一个成熟的商业社会是这样的——有人想挣大笔大笔的钱并不容易,而大多数人要想挣足够花的钱,又不那么难。

每一个事实,只要存在过,无论被怎样地歪曲,终究会留下点儿痕迹。

“原始积累”使人欲膨胀,人心贪婪。它使腐败现象如同倒片机将蝴蝶变成毛毛虫的令人厌恶的过程放映给人看。它使一小部分人那么不可思议地暴发,使他们中的某些人暴发之后为富不仁。

如果一个时代为了“造”出一个富人,不惜以产生三个甚至数个穷人为代价,那么不管它是不是商业时代,不管多少有思想的人极力加以赞颂,它总是要完蛋的。

现代人在匆匆忙忙地拥抱现



代文明的同时,灵魂将无处逃遁。现代人与现代文明之间的深刻关系在于,与其说现代人拥抱现代文明,毋宁说现代文明纠缠住现代人。

商业时代的一切负面影响,只有通过商业的进一步发展才能疗治。好比一个在冰天雪地中决定何去何从的人,思考必须变得极为简单——哪里升起炊烟哪里就是继续前行的方向。

人类进入了商业时代,任何一个国家“公民”都只能“跟着感觉走”,迁移不到外星球去。

中国的某些暴发户,一旦暴发就穷奢极欲,这是丑恶。要看到他们成为文明的资产者,需要时间!

现今太多的人被物欲所诱,似乎已经不大能被什么所感动了。我们曾见过被什么感动的驴、鸭子、蚯蚓或蟑螂吗?

印刷机每天都不停地转动。

成吨的纸被印上无聊的无病呻吟的玩世不恭的低级庸俗的文字售于人间,那么多人贪婪地看着,如同非洲鬣狗和秃鹰贪婪地啄食着腐尸……

“花边儿”被炒成大块儿新闻的事例比比皆是,中国已进入泡沫话题泛滥成灾的时代。城市人被这些泡沫淹没,谁都烦得要命,但是无处逃避。

时代淘汰某些事物,真仿佛秋风从树枝上掠下落叶。

为了赢利之目的,以对他人不利的广告词作招徕的方式,是不道德的。

有时我百思不得其解,社会越文明,人心对真诚的感受应当越细腻才是,为什么反而越来越麻木不仁了呢?

我不认为商业时代文学就彻底完蛋了。

有钱的开始有闲,有闲最能生出寂寞之感。缺钱的疲于奔命地挣钱,也就顾不上寂寞。

如果不是时代跟着人的感觉走,而是人跟着时代的感觉得走,那么人是可悲的。人终究不过是时代的奴隶。

(摘自《新中国文学精品文库杂文卷》,海天出版社2016年版)

关于 互联网思维

经济学家 许小年



互联网是帮助传统企业转型的利器，而不是神器。现在媒体上把互联网神话了，好像企业只要一挂上这个神器，就能顺风顺水再增长十年。哪有那么神啊？为了破除这个神话，我在网上搜了一下互联网思维的条目，一项一项进行分析，想看看到底有什么新鲜之处。结果令人失望，所谓互联网思维，要么是我们熟知的商业常识，并非物联网所特有，它本身不错但被推至极端而成为误导性口号；要么观点本身就是错的，违反经济学原理。

平台不是钱能烧出来的。平台和生态圈都不是企业追求的终极目标。与其说平台是吸引和保留客户的法宝，不如说是服务客户的必备；与其说生态圈是公司最宝贵的资产，不如说是为客户创造价值的自然结果。

零售业最可能的格局是电商与店商并存。相对简单、标准化、客户体验要求低的商品网上卖。商品维度较多、品质难以判断、客户体验要求较高的，仍然以传统的线下渠道为主。

创造价值 and 赚钱有什么关

系？简单讲，创造价值必然赚钱。而没有价值创造的赚钱不能持久。

创造价值有两条标准。第一，你向市场提供了新的产品和服务。比如说智能手机，前所未有的新产品，被市场广泛接受，你就创造了价值。微信是以前没有的社交通讯方式，你创造出来就是价值。第二，以更低的成本提供已有的产品和服务，这也是创造价值。

新会员风采

福州典雅装潢装饰材料有限责任公司

福州典雅装潢装饰材料有限责任公司是集生产、加工、销售于一体的中型规模企业。作为多种高级品牌家居装饰材料的区域总代理，目前在福州汇多利、新南方建材商场均有连锁专卖店，并已在周边县市区发展多家分销商。该公司经营范围主要包括板材系列、五金系列以及墙纸、软包，同时，还对外加工卫生间隔断、软膜天花、透光石、台面石以及橱柜等。



东莞两园

致。据介绍有一楼、三桥、五亭、五池、六台、六阁、十五间房、十九间厅。

其实，可园的面积只有三亩三（2204平方米）。在这“螺丝壳”里做足了建筑文章，园虽小而乾坤大。

可园始建于清道光30年（1850年），房主张敬修修筑此园前，曾三次被李文茂起义军打败，三次被降职返乡。好在皇帝没有定罪，只是撤职。他回到故乡精心修筑可园，使之成为清代广东的四大名园之一。其他三个是佛山的梁园、顺德的清晖园和番禺的余荫山房。

可园竣工之日，高朋满座，

文人墨客一起品评这座园林，溢美之词无以言表，纷纷称赞“可以！可以！”。张敬修遂将园林由“意园”改名为“可园”，取可堪游赏之意，内部楼亭也多以“可”字命名。当然，后人对“可”字还有进一步的演绎。张敬修的侄子张嘉谟在《可轩跋》里解释可园还具有“无可无不可”之意，意在提醒和教育子孙后代在宦途中要量力而行，适可而止。“纯任自然，无所濡滞”。

可园具有典型的岭南园林景观，处处有景，景景不同：主体建筑“可堂”，庄严高耸；“双清室”构造精妙，是吟风弄月的优雅处所。循径“环碧廊”，可赏

借参加第十一届中国加工贸易产品博览会之机，参观东莞闻名的两园。一园曰“可”，称“可园”；一园名“粤晖”，叫“粤晖园”。游后感觉，各可用一字概括：可园极“幽”，粤晖园甚“广”。

可园“性价比”很高，全票8元，令人惊喜，这可是全国重点文物保护单位；60岁以上，不是半票，而是免票，喜上加喜；干脆女士55岁以上也免票，真是牛脾气。粤晖园60岁以上半价，但面对55岁的女士坚守全价防线。我们先到粤晖园，后到可园，一比喜得一跳。两个园林两重天，粤晖虽广，但其心不宽；可园真可，处处皆可，园内还有定时讲解，门口保安还主动帮您照像，热情而幽默。

可园的门楼是平民的门面，但入得园来却不觉其小，一进又一进，一层又一层，五步一楼，十步一阁，循环往复，错落有

