

知名富豪小时候的商业实践

许多世界知名的富豪，都是从青少年、甚至童年时，就开始商业实践，有的小小年纪就已经崭露出了商业天赋。

钢铁大王转让兔子命名权养兔子

美国钢铁大王安德鲁·卡内基很小就表现出商业天赋。有一次，他养的母兔生了一窝小兔子，但他没有足够的食物喂这些小兔子，又没钱买。卡内基心生一计，他对邻居小孩子们说，如果谁能弄来金花菜、车前草喂养他的小兔子，将来他就用谁的名字来称呼这些小兔子作为报答。这一计策果然产生了奇效，小朋友们心甘情愿地帮他采集金花菜和车前草。

一个偶然的机会，卡内基走上了致富之路。有一次，他坐火车去某地的途中，一位发明家坐在他的身边，拿出了自己发明的新卧车模型给他看。卡内基特有的机警和远见，使他看到了这项发明的远大前途。于是，他借钱购买了拥有那项发明的那个公司的股票。当卡内基25岁时，他每年从这笔投资中所拿到的分红就达5000美元。

麦当劳创始人卖柠檬水卖唱片卖纸杯
麦当劳的创始人雷·克罗克1902年出生在芝加哥西

“瘦鱼”大卖

2001年以前，广东中山人黄锦华只是一个普通的养殖户，春天放鱼苗，夏天精心饲养，就等秋冬时收获，卖个好价钱。

2001年初，黄锦华看中了市场价格一路攀升的缩骨鳊鱼，于是买进了5000尾鱼苗，撒在池塘里喂养。秋天到了，鱼可以上市了，价格却一落千丈，如果马上卖掉，要损失10多万元，养下去吧，每天饲料费的开销也不菲。最终，他做了一个大胆的决定：在河道里放几十个网箱，把这些缩骨鳊鱼从鱼塘转到网箱里，不再喂饲料，等待价格回暖。

一位外地朋友来看望黄锦华，他去自己的网箱里捉了几条鱼，亲自下厨房烹调鲜鱼招待这位朋友。当他剖开鱼腹时，发现鱼肠子里一点食物残渣都没有，原先又肥又黄的鱼肉变得嫩白发亮，更有韧性，他马上意识到这种身段苗条的鱼品质提高了。黄锦华赶紧做好鱼，端到桌上请朋友品尝，果然不出所料，朋友大赞鱼的味道鲜美。黄锦华



诚信的价值

二战前夕，德国有一家很不起眼的信托公司叫巴比纳信托行，专为顾客保管贵重财物。战争爆发后，人们纷纷把财物取走，四散逃难去了。老板也打点细软逃之夭夭，只有雇员西亚还在那里清点账目。

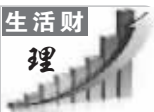
西亚清理完账目，发现一个叫莱格的顾客还没有把宝石取走。那是一个价值50亿马克的红宝石，西亚把宝石和所有托管文件放到一个小盒子里，然后离开了信托行。几天之后，战火将巴比纳信托行一带夷为平地，西亚也为逃避战乱而四处奔走。但无论走到哪里，西亚都随身带着信托行的文件和那颗宝石。

战争结束后，西亚带着三个孩子回到柏林，可是，巴比纳信托行老板已经在战乱中死去，信托行不复存在。但西亚仍然保管着宝石和宝石。因为宝石是顾客委托保管的，顾客没有把宝石取走，她就得一直为顾客保管，守住信托行的信誉。西亚没有找到工作，她带着三个孩子一直过着极其贫苦的生活。其实，莱格也在战乱中死去了，那颗价值连城的红宝石早已无人认领了，西亚完全可以悄悄地把它卖掉，过上锦衣玉食的生活。可是她没有，她觉得那是顾客的财物，她只能保管，不能有任何非分之想。

1978年，当地政府成立战争博物馆，面向社会搜集二战遗物，西亚便把她保管的信托行文件和那颗红宝石拿了出来。政府多方努力，帮助西亚找到了莱格的孙子道尔。道尔拿到那颗宝石，答应将宝石卖掉后分一半钱给西亚，西亚婉言谢绝，说只收取这些年的保管费用。

不久，西亚去世了。几家公司找到她的儿子克里斯，要求买断西亚的名字命名信托公司。最后，柏拉图信托公司以80亿马克的天价获取了西亚的名字使用权。许多人不解，说一个名字能值那么多钱吗？柏拉图公司总裁说，“西亚”已经不仅仅是一个人的名字，它代表的是一种企业精神，一种价比宝石的诚信。

(摘自《郑州日报》)



部近郊的橡树园。12岁，读完初中二年级他就开始工作了，他的幻想或多或少地付诸行动。如他想开一个卖柠檬水的摊点，没过多久他就真的开了。他还和两个朋友一起开过一个很小的唱片店，克罗克负责弹钢琴唱歌来吸引客人。这些店都获得了意想不到的成功。

克罗克还推销过很多东西，他曾经给一个叫华尔格林的食品连锁店供应纸杯，他们用小纸杯给客人盛放酱料。1930年，克罗克发现了一个可以大幅提升双方生意额的黄金机会——可以在生意非常繁忙、座位不够时，用带盖的纸杯卖啤酒或软饮料给那些找不到座位的客人“打包”带走。

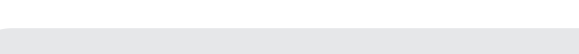
克罗克去拜访了那儿的经理，并给他演示了产品。但经理摇头说：“客人在我的柜台前喝一杯啤酒付15美分，用纸杯带走也是付这么多。我为什么要多支出1.5美分而使成本提高呢？”克罗克说：“这样一来可以帮你提高生意额。你可以在柜台前单独设一个地方来做外卖，用纸杯装饮料，加上盖子，把客人要的其他食品一起放在袋子里给他们拿走。”最后，经理同意试用他提供的纸杯。结果，

很兴奋，他似乎看到了一条赚钱的好门路：随着生活水平的提高，人们不再满足于“大鱼大肉”，而是更加追求低脂味美的食物，如果能养殖出不含脂肪的“瘦鱼”，肯定能开辟一个全新的市场。

为了推销这种鱼，黄锦华带上样品到广州推销。许多对食材很讲究的酒店厨师给了这种鱼很高的评价。黄锦华以平均55元每斤的价格将自己的缩骨鳊鱼销售一空，除去成本，他赚了一大笔。从那以后，黄锦华开始大规模养殖不同种类的“瘦鱼”。如今，他的鱼大量销往广州、深圳、香港等地，他的养鱼基地也成了中山市的水产养殖龙头企业。

人们都认为把鱼养得越肥越好，斤两足，卖钱就多，而黄锦华却因祸得福，养出了“瘦鱼”，提升了鱼的品质和档次，从而在市场价格低迷的时候轻松地打开了市场，获得了更高的利润。

(摘自《山东青年》王春玲/文)



赚钱怪点子

福建：牛粪公司供不应求
牛粪在农业上的用途广泛，它既是生产蘑菇的主要原料，也是瓜果蔬菜的优质肥料。福建长泰3位农民看准了这一行业，联合开办了一家牛粪公司，产品推向市场后供不应求。如今，该公司每天加工牛粪5000吨，依然是求大于供。

河南：普通树叶变真金

采一片树叶是休闲，集采全国各地同一时间的树叶呢？一家名为“亲手采”的树叶银行在河南诞生了，邮寄几片树叶便可成为一种创意商务礼品的地区代理商，不需投入一分铺货资金，条件是向这家机构提供当地特色树叶(也可以是花瓣或种子等)，树叶银行通过收集的各地树叶，制成标本，开发即时纪念礼品，包括贺卡、书签、影集、枕芯等等，真是点叶成金。

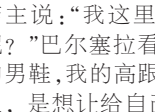
北京：“宠物裁缝”生意红火

原本猫狗是不穿衣服的，但一旦成为人的宠物便“染”上了人的习性。在北京就出现了专门给小猫小狗做服装的“宠物裁缝”。这些“宠物裁缝”为宠物量颈围、腰围和臀围非常认真，量完还要细心询问宠物主人对服装款式、颜色等的要求，将宠物们打扮得也时髦摩登。据悉，为宠物“量体裁衣”的收入，不少于替人做衣服的裁缝们。

(摘自《今日财富报》11.6 林非岩/文)

上世纪40年代的一天，在意大利女性鞋帽一条街上，雷桑德·巴尔塞拉来这里推销他生产的高跟鞋。巴尔塞拉走进一家女性鞋帽店，刚说了个开头，店主就不耐烦地说：“我们这里卖的可都是名牌，你的鞋没有名气，不卖！”接着，他又相继去了几家店，别人都以类似的理由拒绝了他。这时，他看到在街尽头，有一家男士鞋帽店，突然有了主意。

他来到这家男士鞋帽店，对店主说出了自己的意图，店主说：“我这里是男士鞋帽店，怎么能卖女士高跟鞋呢？”巴尔塞拉看店主没有拒绝他的意思，就说：“你卖你的男鞋，我的高跟鞋对你不会有任何威胁。把鞋放在你这里，是想让给自己买鞋的男士也顺便给妻子买一双。再



外卖非常成功。

维珍集团创始人从2块巧克力饼干赚钱起

英国维珍集团是一个拥有350家分公司的商业帝国，涉及航空、电信、火车、信用卡等多个领域，其创始人及CEO理查德·布兰森从小就具有商业头脑。一次，父母送给他一部玩具电动小火车，他自己动手改装小火车，提高了车速，并定下每人2块巧克力饼干作为门票价格，请小朋友观看。结果，一连半个月，布兰森都不愁没有饼干吃。

17岁时，布兰森离开学校，拿着老妈给的4英镑赞助在一个狭窄的地下室里创建了《学生》杂志。布兰森负责杂志的商业运作。当合作伙伴们还在热衷于政治时，他就在考虑如何充分利用“学生”这个品牌进行多种经营了。拉广告时，他对可口可乐公司假称百事可乐已经预定了杂志的广告版面；他在来访的记者面前伪装忙碌；他找来甲壳虫乐队的成员约翰·列侬等名人做专访，还派出记者去世界各地的热点地区进行采访，自己出人和品牌，由别人出钱——所有这一切，让《学生》的发行量一度激增到20万份。

(摘自《钱江晚报》)



民国年间，围绕不起眼的肥皂爆发了一场大商战。交战的一方是世界级的英国利华兄弟公司(即今天的联合利华公司)，另一方则是刚刚发展起来的中国民族医药企业五洲大药房。

英国利华兄弟公司是当时世界上屈指可数的工业巨无霸，他们在上海投资兴办制皂企业，并吞并了系列小制皂厂，发展成为远东最大的制皂厂。五洲大药房创办于1907年，主打产品为利用中国传统中药研制而成的各类补药。1911年五洲大药房聘请项松茂担任总经理。项松茂出任总经理后，恰好有德国商人要将设在徐家汇的肥皂厂出售，项松茂经过慎重考虑，决定将其盘下。

项松茂的考虑是，该厂机器设备齐全，购入后制作肥皂可以打破西方对中国肥皂市场的垄断。此外，制皂的一些设备也可用来制作药品。在盘下肥皂厂后，项松茂成功研制出高质量的肥皂，并定名为“固本肥皂”。

固本肥皂问世后，其最大敌手自然是英国利华兄弟公司的祥茂肥皂。在原料上，利华兄弟公司遍布全世界的种植园，能为其提供质优价廉的原料。而在制作肥皂的重要材料烧碱上，利华兄弟公司也得到了英国公司优惠价格的支持。此外，利华兄弟公司所拥有的财力与技术，这些都不是五洲所能匹敌的。

项松茂的策略就是以质量取胜，其所生产的固本肥皂，外表坚实，颜色纯一，去污力强，持久耐用。相比之下，利华兄弟公司所产的肥皂外观较差，去污力也不足。为了证明固本肥皂的质量，五洲固本皂厂特意在各销售点进行现场展示，在两大碗清水中分别放入固本肥皂和祥茂肥皂。结果一段时间后，祥茂肥皂彻底融化掉，而固本肥皂仍很坚挺。

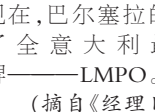
为了打败固本肥皂，利华兄弟公司采用降价倾销的手段。最初固本肥皂定价是每箱六元七角，祥茂肥皂就定价五元三角。虽然祥茂肥皂价格较低，但是固本肥皂质量好，仍然受到广大顾客欢迎。固本肥皂一时热销，日销量达五百箱之多，而利华兄弟公司的肥皂则卖不动，设在上海的肥皂厂一度倒闭关门。

(摘自《文史博览》第8期 袁灿兴/文)

者，大家知道你的店可以同时买到男鞋和女鞋，夫妻俩就可以一同来了。当然，最主要的是，每卖掉一双高跟鞋，我会给你相应的报酬。”店主被巴尔塞拉说动了心。

巴尔塞拉的高跟鞋入驻男士鞋帽店后，不但有了销路，还带动了男士鞋的销量。现在，巴尔塞拉的女士高跟鞋已经成了意大利最著名的女鞋品牌——LMPO。

(摘自《经理日报》9.19 邢世洪/文)



“03”

责编/王珂
美编/沙漠 照排/孙哲 校对/侯宇

在近日举行的国际金融论坛第九届全球年会关于“中国收入分配症结与出路”的专题会议上，国家行政学院经济学部原主任王健表示应将个税起征点提高至一万元。那么，“月入万元再征个税”可行吗？如果真的实施，又有什么好处和坏处？

月入万元征税的好处

王健在论坛上表示，那么多年的所得税收起来，占国家税收的比重，没有一年超过7%的。但这些年财政收入的增长都不低于10%。所以，假如将个税起征点提到每人每月一万的话，根本不会对国家的财政收入有很大的影响。个人所得税既然不能够影响税收大局，为什么不给提到一万元呢？无论是月收入三千、三千五，还是五千、六千，税务部门都要审核的，都是行政成本。可以降低行政成本，又能够为老百姓造福何乐而不为呢？

从可支配收入的角度来说，提升个税起征点后，大家的可支配收入都增加了，而可支配收入增加的好处，即可以从消费的角度推动经济增长。这一政策对真正富有的人影响不大，这一类人根本不需要工资。我们所讲的高收入与低收入人群，实际上都是工资收入的。所以，只要能够增加全民的可支配收入，不仅可以改善收入分配，更重要的是能够增加消费。短时间来看，提高个税起征点的政策可能使中低收入人群仅仅提高了几百元的收入，但是随



不明白经常占领电视、报纸头条的“欧债危机”，到底是怎么回事，并不懂远在亚欧大陆另一端发生的事情对我们生活究竟有多大的影响，相信这是很多人都有困惑。那么欧债危机对普通民众的生活到底有什么影响呢？

出口减少 工人失业

受欧债危机影响的国家为了应对危机，政府着手削减福利支出，降低工资水平。作为中国的第一大贸易伙伴、第一大出口市场的欧盟，对中国产品的进口需求随之下降。它们的进口减少，对中国企业来说，就是出口商品需求减少，从而导致用工减少，增加中国的失业率。

欧元贬值 钱更值钱了

从2009年10月欧债危机爆发以来，欧元对人民币汇率下跌幅度达25.5%。

在欧洲花钱的留学生的费用减少了不少。在法国巴黎留学的陈力，一年的学费约15000欧元。若按去年7月欧元汇率9.11计算，折合人民币相当于136650元。而近期欧元汇率是7.75，陈力留学费用只需要116250元，可节省2.04万元。

穿上新衣服，尤其是贴身穿的衬衫、T恤和内衣，不少人会发现一件闹心事：缝在后领和腰间的标签，硬邦邦的扎人，很不舒服。有人说，好办，统统剪掉不就行了？可标签都是由两排细线严丝密线地缝在衣服上。如果贴着边剪，剪不干净，反而更扎人。如果拆线，一不小心就会使新衣服破个洞。扎人的标签，成了服装的累赘、消费者的负担。真的没有好办法吗？

情况并非如此。在国外，一些服装制造业企业已经意识到这个问题，着手对传统标签进行舒适性改进。一种替代缝制标签的新技术正被越来越多地采用，通过热转印直接将产地、型号及洗涤熨烫说明等信息印到面料上。相比之下，我们的一些服装制造业企业，或对消费者的感受和需求不敏感，或一味压缩生产成本，对细节的重视和打磨还不够。而这，可以说是“中国制造”长期以来的一个通病。

当下的中国，无疑已成为一个制造业大国。但我们要成为制造业强国，显然还有很长的路要走。时下，一些企业做工不精细，产品往往有一些小瑕疵，在包括标签、工艺等产品细节上考虑不够周到。从“中国制造”转向“中国智造”，从制造业大国迈向制造业强国，要靠科技发展、自主创新，同时也不能忽视对细节、小事的重视。在这方面，乔布斯给中国企业家和管理者树立了一个榜样。乔布斯超越常人之处，在于其对细节的重视和追求。乔布斯在设计产品时纠结于“用哪一种米黄色”，连苹果零售店内“洗手间指示牌的灰色用多少色度”也要亲自过问。

一个细节、小事，决定了产品质量，甚至决定着事业的成败。愿中国企业牢固树立“魔鬼藏在细节里”、“细节决定成败”等理念，高度重视点滴小事，深入了解用户需求，不断提升产品质量，从而赢得市场、赢得尊重，涌现出越来越多有竞争力的世界知名品牌。

(摘自《人民日报》11.19)



“月入万元再征个税”可行吗

着政策的持续，他们就会慢慢觉得这几百元可以花了。这样至少对消费市场起到促动的作用，也是对整个经济有好处的。

另外，对于北京、上海、广州、深圳这些一线城市来说，“月入万元”大概也只是中等偏上收入水平，并不算高收入。如果在高收入地区试点“月入万元再征个税”，无疑有利于让不同地区的个税征收更公平。

月入万元征税会压缩个税改革空间吗

提高“个税起征点”的言论，每次都能得到网友的热捧，因为在一些人看来，减税总是好的，甬管减谁的税，也甬管减税有没有效率、是否公平。具体到个税来说，经过几次个税扣除额调整，所谓“起征点”绝对不是问题最大的一个方面，也绝不是足以根本解决收入差距问题的办法。

对于收入分配制度改革而言，个税制度改革无疑是不可回避的，比如尽快以家庭为单位征收个税，并根据家庭情况采取不同的扣除标准；如建立个税与经济运行情况的快速联动机制等等。如果一步到位将“个税起征点”提高到一万元，那倒是非常便于操作，可是上述个税改革的空间可能也就不存在了，而且根本没有改革的动力，因为个税改革将变成与大多数人无关的废事一桩。

(综合《新京报》、《济南日报》)



欧元的贬值，对在欧洲花钱的旅游和“扫货”人群来说，带来的是实实在在的福利。经常出国旅游的梁倩说：“一款标价为455欧元的LV包，2009年折合人民币约4500元，2012年5月换算成人民币只有3500多元。”

金价上涨 刚需族多花了钱

年底打算结婚的胡双宏，十一期间去百货商场给未婚妻买黄金首饰，发现金饰品价格已经飙升到超过460元/克，而9月份初来看时，还是420元/克。短短一个月，每克竟然上涨超过40元，这让购买了50克金饰品的胡双宏多花了2000多元。

这和欧债危机有什么关系呢？随着欧债危机的深入，随之而来的是对欧洲经济不乐观预期和避险需求增加，对黄金购买需求也在不断增加。需求的旺盛推高了黄金价格，国际金价从2009年欧债危机开始时的800美元/盎司，上涨到最近的1770美元/盎司，上涨幅度达52.9%。当然，金价的上涨，让投资各种黄金产品的投资者，获得了不少收益。

(摘自《投资与理财》第22期 王奇/文)

国库股实未必好

截至2011年一季度末，我国外汇储备突破了3万亿美元，而此时日本国家外汇储备余额达1.01万亿美元，中国国家外汇储备已是全球第二大外汇储备国日本的3倍。国库股实，一直为历朝历代的政府所追求。然而，凡事有利弊，从推动社会发展这方面来看，国库充实未必是一件好事。

以史为鉴，可以知兴替。让我们从历史看起。如果把公元1600年时期的世界各国分成两组的话，一组是国库深藏万宝的国家，像中国明朝藏银1250万两、印度国库藏金6200万块、土耳其帝国藏金1600万块、日本朝廷存金1030万块。另一组是负债累累的国家，如当时的西班牙、英国、法国、荷兰、意大利等等。以英格兰为例，国王想收

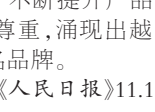
税都要反复地与商人、庄园主进行商议。

400年过去了，哪组国家发展得更好呢？当年国库股实的国家中，除日本于19世纪后期通过“明治维新”改变其命运外，到今天大部分都还是发展中国家。而当时负债累累的国家，到今天，基本上都成了发达之国。从表象上看，国库越充实越好，但其实不需要借钱的政府反倒容易腐败，侵犯民间权利，国库股实成了绊脚石，抑制了个体创造力，就像富家子弟更容易不思进取一样。

(摘自《改变中国的密码》李宗南/文)

期资助贫困学生等义举是他们一直坚持的事情。

一点味餐厅创建了全国餐饮首例无烟炉无明火无噪音厨房，厨房设于餐厅内部，没有烟火缭绕的场景，告别传统厨房的脏乱差，真正做到无烟明火，安全卫生，营造了一个可以在厨房喝咖啡的氛围。只需煮饭、焯烫蔬菜，一点味餐饮公司创办13年来，本着其以人为本、产品质量与服务为第一的经营理念，不断探索前进，发展壮大。店面遍布全国各个省市，已有150余家直营店、30余家加盟店。他们在发展事业的同时也专注于社会公益事业。关心孤寡老人，帮助弱势群体，长



“中国式买房”的尴尬

近日，有媒体在分析国人购房行为为特质的基础上，总结出一个词汇——“中国式买房”，其明显特征之一是：关心升值潜力和地段者，远比关心房子自身质量和舒适度的人多。

虽说“中国式”有点过度贴标签的倾向，但“中国式买房”直观而准确地描摹了国人买房的复杂心理，以及楼市中较为普遍的买方市场现象——价格、潜力和地段成为举全家之力释放购买力的三大要素，而用以提升幸福感的房子质量和舒适度却被偏置了。

开发商推出地段、升值潜力等概念，裹挟着购房者不得不踴跃跃进楼市，因为这些概念很多已经变成了事实，由不得购房者在买房时不首先考虑地段、升值潜力，而把房屋质量和舒适度放到一边；由不得购房者不举家行动，释放比房产证上户主收入水平更高的购买力。

其实，购房者买房中的种种“由不得”，最关键的诱因来自两方面：一是房价定价机制几乎完全由开发商制定，即使同一地段，后开盘的楼盘价格通常会比先开盘的高出许多，从而让“地段为王”逐渐变成铁律；二是房价不稳定，涨多降少，在房价非理性上涨的过程中，房子的首要功能已不再是居住品，而成了投资甚至投机的商品。所以说，“中国式买房”实质上是房价不合理、不稳定的现实在民众心理上的反映。

“中国式买房”一方面会加剧“重买轻租”、置业者喜欢一步到位的“中国式”现象，进一步推动市场供应、需求结构的畸形；另一方面，由于“中国式买房”心理与开发商营销策略重合，必然会加剧房价调控的难度。任由“中国式买房”持续下去，买房就会离改善生活、提升幸福感的初衷愈行愈远。而破解“中国式买房”的尴尬，归根结底还是要回到加大房价调控力度、建立合理的房价定价机制上来。

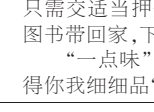
(摘自《京华时报》11.19 燕农/文)



过程从来不用任何食品添加剂，店员每餐都要经顾客检视厨房后再就餐。

一点味餐厅在湖南省的长沙、常德、湘潭、衡阳已有17家直营分店。针对湖南人喜辣的特点推出了香干小炒肉、泡椒牛肉。在长沙松桂园餐厅中看到，每张餐桌的墙上都摆满了书，食客随手可取。不少等餐或餐后顾客就在悠闲地阅读。除了时尚杂志、励志书籍，也不乏经典名著。据悉，长沙藏书最多的分店，有上千册图书。店员说，只需交当押金，顾客就可把心仪的图书带回家，下次来还书时退押金。

“一点味”，创造了无数个独特，值得你细细品味”。



中国买房的尴尬

