

刘茂才/文

2010年的全球金融危机的出现很正常,未来还会有。因为以私有制为基础的市场经济是把人性里面贪欲的那一面激发得淋漓尽致,让每一个人心中对金钱的那种贪婪变得没有办法遏制,反而有愈演愈烈的趋势。

有158年历史的美国雷曼兄弟公司提出一个口号:“我们不要生活!”什么在家里做饭啊,洗衣服啊,收拾房间啊,陪老公逛街啊,教育子女啊,看电影啊,统统都是浪费!雷曼兄弟只有一句话:“我们不需要生活,你的时间每分每秒都是用来赚钱的!”所以雷曼兄弟公司倒闭之后,5500个员工回家,什么事情都不会做,对生活产生了绝望,因为他们不知道什么叫做生活!

现在,重要的是,面对金融危机,你要想清楚,做什么可以让你高枕无忧地走过每次的金融或者经济危机呢?雷曼的教训让我们不要学那些只顾赚钱,而不留意生活的人。其实人活着金钱绝对不大重要,有个妈妈问孩子:我们来到世界上是干嘛的?

孩子回答:我们是来玩的。这句话充满童真又非常有哲理,我们就是来玩的,我们渴望在和平的世界里快乐地活着,与他人一起分享快乐。我们不是来受苦的,也不是来改变这个世界的,更不是来破坏这个世界的。我们要做一件好的事情,对大家都有意义的事情,把那件事情做的漂亮、财富自然会来!

消费革命的步伐

逛商场—超市购物—霸级超市沃尔玛(国美电器)购物、宜家家具超市购物、网上购物—如亚航、亚马逊、淘宝。技术的革新和全球化的发展让中国人改变了消费的习惯。

20世纪五六十年代,我们甚至没有消费的权利,因为商品短缺,我们买东西要凭粮票和油票。我们有了消费的权利是在改革开放以后。当我们刚开始有了消费的权利的时候,大多数人在逛商场。以逛商场来混时间,把逛商场当成娱乐项目之一。

因为逛,不花钱。逛,可以养眼睛;逛,可以混时间;还可以把人家的衣服试来试去过瘾,然后还给他不要。在这种情况下,逛商场变成了一种娱乐项目。

再往后,中国人民的生活更丰富多彩了,娱乐的项目多了,不想只是在逛商场上花太多时间,于是有了超市,所以我们就到超市买东西。买到所需要的东西,就回家了。所以超市满大街应运而生。

而我们还不足,我们需要大型超市的出现,大型超市最大的代表是沃尔玛,还有家乐福。这两家公司可以说是世界上巨无霸的零售巨头。特别是沃尔玛,它的资产是巴菲特和比尔·盖茨两个人资产加起来的总和,而且都要大过他们。

创办人山姆·沃尔顿先生第一个提出去掉批发商、代理商和零售商,建立大型购物中心,把商品摆设得琳琅满目,并且把商品3%~12%的利润让出来。

他就做了这么一个简单的事情,他就变成世界零售巨头!沃尔玛这样做,中国有没有这样学的呢?有!国美集团。16岁,来自汕头农村的初中生黄光裕先生,由于直接和厂家合作,他直接面对消费者,赢在掌握了终端,掌握了财富,曾经4次入选为中国首富。

大家看看,当沃尔玛、国美等减少了中间环节,让顾客节约了一些费用,就能让大家拼命去购买。

山姆·沃尔顿晚年,等到了Amway的出现。怎么回事呢?Amway没有中间任何一个环节,就是跟消费者合作。它把消费者当成上帝,改造消费者成为商人,把三权还给消费者,所以叫消费商。

Amway与消费者的这种合作是进一步地改革了厂家跟消费市场的关系,把中间环节让消费者自己导演,全部现金交易,彻底解决了三角债的问题,把市场和消费有机地统一起来,是划时代的伟大革命。山姆·沃尔顿研究了Amway的制度之后,击节叫好。为什么?他说:“太棒了!居然有人走在了我的前面!”

我们知道在西方真正的企业家,做事的目的是看这件事情本身做得漂不漂亮,有没有成就感。至于钱赚得多不多人家根本不做大多的考虑。所以今天比尔·盖茨、巴菲特说,我们的钱,99%都是要捐出来,不会给子女的,钱对他们真的没有那么重要。他们真正是工业的玩家,是把这件事情搞好!把它搞漂亮,心态是很好的,是永续经营的理念。什么“短、平、快”,“稳、准、



狠”,其实是我们中国人发明的。

于是,在山姆·沃尔顿研究完Amway模式的时候,他就想,它的模式没有的还好,那我想知道,这个世界还有没有更好的、最终极的消费发展方向?他发现:有!终极的发展方向就是消费者就是生产者,生产商就是消费者。就一个,没有两个。Amway还有两个,我就一个。所以他就为了这个而奋斗。自己设计图纸,自己买材料,让自己的工人去组装一架飞机,然后,他自己把它买下来,他当消费者。他就真的飞到天上,然后掉到地下,很遗憾地结束了自己的生命。

我们发自内心尊重山姆·沃尔顿先生,因为他真的在不断地做中间市场的革命的探索,为此不惜牺牲生命,他的冒险精神真的让我们喝彩!

我们发现,取代沃尔玛的,中间还有一层,叫做直销!直销是什么,就是以宜家为代表,这个来自瑞典这样一个小小的国家的世界500强企业,由于自己生产,自己建立卖场,自己面对顾客去卖,宜家就这样用直销做到世界家具大王。

我可以告诉大家,凡是去过宜家那里的人大多不会再去其他的家具公司。你可以直接买家具,不愿意买,你可以直接睡在那里。可以听爵士乐、会员免费喝咖啡,等等。你突然想通了,说我要找一个设计者,我家里35平方米,50平方米,60平方米,那怕是5平方米,宜家都帮你设计,24小时之内你已经躺在自己家里的床上抽烟了!宜家目前在中国有5个城市,上海、北京、广州、深圳,还有一个就是成都。

还有一个是戴尔直销,戴尔比IBM规模小得多,但它比IBM利润大得多,戴尔先生是世界排名前10位的富翁。

还有一个亚洲航空公司,没有头等舱、没有商务舱、没有座位号,没有中间代理人,顾客直接找我,上网购买就可以啦。便宜的一塌糊涂。越早订,越便宜。从广东到马来西亚的吉隆坡最低价是九块九。如果你能在半年以前订,就是九块九,就是20元人民币,甚至免费乘坐只交税税。

我几年前说:告诉大家一个好消息,天津到吉隆坡已经开了亚航,而现在成都-吉隆坡的亚航早已开通。100元飞到马来西亚,打一个来回,也不是梦!现在已经成真。这种情况下,其他的航空公司就痛苦啦!特别是那些做航空机票代理的就特别痛苦。

因为航空业也会不断地走向直销!所以,每一次的经济危机,都让那些拥有豪华机舱的航空公司萎缩得不行了,甚至倒闭!亚洲航空,这种公司是永远都不会倒闭的。你上去的时候,什么都可以带,你可以自己带窝头,带水,什么都可以带上去坐就行了,连座位号都没有,就像看坝坝电影一样先到先坐。宜家、戴尔、亚航还有网上卖书的依贝,那都叫做直销,仅限于一个卖一个买的阶段。

Amway 非直销 而是消费商营“消”

直销的概念是近代才由西方人学到,并且发扬的。其实发明直销的也是我们中国人。一个姓武的,小名叫大郎。武大郎!他自己在家里和了面做成饼,就去卖。这是最早的直销。

所以把Amway当成直销的朋友,不算懂Amway,还有把Amway当成传销的朋友,那基本上就南辕北辙了。把Amway当成外国人的东西的朋友,在全球化的今天,也要想想。很难说波音公司是哪个国家的,因为它的零部件靠20个国家的一万多个工厂提供。

把Amway当成直销的朋友,你今天都要听清楚,它连直销都不是,又上了一层,是新经济范畴的——消费商营销!

Amway——消费商营销!这是最终的定论!只是Amway太超前了,暂时国家还没把它划分为一个行业,暂时把Amway归为直销管理。可是你要说它是直销,那就太可笑了。我为什么要这样说呢?因为Amway和沃尔玛、家乐福、国美、宜家等根本不一样。你从沃尔玛、家乐福、国美和宜家那里办一张卡,他们只允许你买东西。

你和他们说,你们的卖场、产品都很好,我推荐一些朋友来买,你们可不可以给

『编者按』

《创富新思维:消费商时代》反映新经济领域里处处为人所见而又易被忽略的消费商现象的一本书,力图整理挖掘大量事实依据,为消费商作理论上的定义,填补经济理论的一项空白。作者:刘茂才,著名经济学家、地质学家、社会学家,原四川省社会科学院院长、研究员,第九届全国政协委员,人力资源研究领域的顶尖专家。是中介论的提出和论证者,“消费商”一词的提出者。

我劳动报酬?不可以!它们的利润不会分给你一分!而Amway面对你,是要和你合作,组建消费商营销市场,然后一起分享市场和产品的利润!所以,各位看清楚,Amway, a money way,一条金钱之路!是给你的!这是完全不一样的概念!

那么,Amway是什么呢?

第一,它就是一个生产厂家,是一个大型的跨国企业。

它有自己的产品、有自己的人才、有自己的企业文化。每个人在跟Amway合作的时候,可能观念的不同,想法和操作就不一样。其实,你在跟Amway合作的第一天,签订合同得到的那个经销商编号就相当于一个企业成立了。各位,您知道吗?这就是一个消费商的诞生,一个企业的诞生,各位,那企业的法人代表就是你自己。你们得到的编号那就是你的企业代码。各位,这个企业代码,在未来,每个月可以产生数千万元甚至数亿元的营业额,你要让这个企业代码在未来产生更大更多的营业额,所以有待所有觉悟了的消费者互相提携、互相帮助,有待在今后的日子里携手共创消费商时代,迈向巅峰。

第二,Amway是一个培养企业家的企业。

您知道什么是企业家吗?企业的企字头上是人,把人字旁拿掉就变成止业了。那个人就是人才,一个人才就是一个企业家。比尔·盖茨说过:如果把我公司挖走20个人,那么微软就是一个普通公司了。所以人才就是生产力,就是资本,就是财富。

而企业家就是能把所有的企业加在一起的人,他就叫企业家。在这个事业里面,你把6个小企业加在一起就做到一个中型企业;你能把6个中型企业加在一起就可以做到大企业;你能把6个大企业加在一起你就做到了集团企业家。

李嘉诚可以自豪地说:长江实业是我的;郭鹤年说:香格里拉是我的;比尔·盖茨说:Microsoft是我的;而你在Amway成功也就可以说:你培养了多少企业家,就是你的。

在这个事业里面,不是说你有多大的能力,不是说你多么的能干、有智慧。你选择了Amway,你真的就把你自己塑造成了一个企业家。在大家庭里很多志同道合的企业家的帮助下,只要你愿意,你就会成为更大的企业家。

第三,Amway是世界经济发展的必然趋势。

Amway是未来万事万物的发展方向。一些朋友可能听了很害怕。先生,你说话怎么这么大声?你怎么能说它是未来万事万物的发展方向这么偏激?因为Amway公司代表着世界上最先进的生产力,你相信吗?首先,这个企业从诞生到今天,从来不向银行贷款,从当初地下室创业至今,企业净资产已达到395亿美元。Amway在今天到未

来可能也不会是世界上最大的企业,但它的目标是成为世界上最优秀的公司。而今天,Amway是世界上最具有现金的企业之一。

其次,你知道吗?这个企业,为什么不会垮掉?它不会垮掉,是因为它生产出来的产品,从来没有库存,从来没有说卖不掉、我得考虑怎样把它们卖掉!不是说两个创办人有多么聪明,不是像很多人所想的,他们两个人很聪明,冥思苦想了几个晚上,就创建了Amway公司。

不是!这是世界营销发展的必然结果。它到今天已经代表了世界上最先进的生产力,Amway不仅不向银行贷款,而且还提供资金给当今世界的巨无霸、实力雄厚的通用公司,协助其发展。在美国,很多知名的学者、教授都是Amway的经销商,美国第41届总统乔治·布什也是Amway的红宝石经销商。(见中国人民大学出版的《市场营销卷》案例分析)

一个企业,把自己生产的产品交给批发商、代理商,算不算进入了市场?算不算?很多朋友点头。NO!不算!把自己生产的产品交给批发商、代理商,不算进入了市场,只有当产品进入了消费者的家里,消费者使用以后,才算你的产品进入了市场。所以各位,一定要把这个概念弄的非常清楚。

和Amway公司合作,消费商是第一线的销售人员,也是第一线的消费者,他们迅速地反馈信息给公司,他们代表市场,公司代表先进的企业,合在一起,就可以产生巨大的生产力。所以,了解Amway公司所走过的路,就知道这是世界营销发展的必然结果。

有读者说,我看不懂,看不看得懂没关系!只要你跟着趋势走!说Amway代表的是趋势,你可能不相信,可是比尔·盖茨先生也这样说。比尔·盖茨先生是当今世界的首富。而他之所以成为全球首富,是因为他看到了20年之后全球将要发生什么事情。比尔·盖茨出生在大型计算机的时代,那时的计算机非常非常复杂,开机都要半小时。

可是在那个时候,比尔·盖茨就想,有一天这个计算机会发展成小型计算机,这个计算机会进入每一个家庭。如果它们要进入家庭,大家可以互相连接起来。那么这些计算机就需要一个软件、微型的软件。于是他放弃自己在哈佛大学的学业和即将到手的文凭,全力发展他所创建的微软公司。

20年之后,比尔·盖茨先生果然成为世界首富。今天的比尔·盖茨先生都有巨大的危机感,因为巴菲特要赶上他,脸谱公司要超过他,他知道有很多人会超越他,他的霸主地位岌岌可危。在这个时候,他开始评判世界经济未来的发展,在经过他的微软分析处理系统分析之后,他发现未来的发展方向是Amavy的发展方向。

所以,比尔·盖茨先生决定和这家公司合作。他和IBM一起,和Amway公司共同成立了一家电子商务公司。这个电子商务公司就是未来的没有围墙的空中百货公司,除了Amway自己的产品外,还经营和代理了超过10万种品牌。

所以不仅是您和他与Amway合作,比尔·盖茨这样世界级的企业家也选择和Amway公司合作。如果读者明白这一点,就会牢牢地把握这个机会!

我们曾经自认为是经济学家,很多学经济的人不会用经济帮助别人,而我们是边学边实践,自己致富也帮助一些人脱贫致富,所以自己以经济学家为荣为傲。后来我一打听,不得了哇,经济学家就是告诉你为什么穷,而他自己发财的人,甚至自己也发不了财。所以经济学家绝不会告诉你怎么富有起来,因为经济学人为的因素太多,左右着真理的执行。

因为我们不是纯粹搞理论,是参与实践的。我们是策划的高手,专门搞策划的,听起来很爽。后来才发现,策划,就是富人的帮凶,穷人的败类。因为策划人员有满脑子的鬼主意,可是没有资本。于是只有把他的好主意交给资本家,让富人更多地把穷人口袋里的钱拿出来。所以,策划人员也不坏呀。

至于打工上班,在今天,你不管在多大的企业打工位置有多高,我告诉你,你只是在别人的田野里拼命地耕耘,而你在贡

献的同时,你还需要拼命地赞美他人田园里的果实。因为你多赞美,你就可以从他那多分那么一点点本是你自己所创造出来的成果。

所以,经过我们很多时间的实践,我想我不要做什么经济学家,也不做什么策划人员,我们要做培养企业家的企业家。所以今天才有了这样一个企业家的概念。每个人都可以办得到。为什么呢?为什么我们说Amway是制造企业家的摇篮呢?这就是我要谈到的第四点。这也是最主要一点。

第四,Amway的团队才是一个真正的团队。

Amway是这个世界上极少有资格谈论团队这个概念的公司。你知道很多公司都在讲团队,可是他们的团队是脆弱的,因为人之间有利有害,每天人和人之间有摩擦。为什么?因为位置有限。一个单位就只能有一个领导。

在单位,我们20个人在开始的时候是一个很坚强的团队,可是到了老板要提升一个人的时候,那20个人的团队就脆弱了。所以在传统企业里,你不能大声喊:“我要当领导。”而在Amway消费商业里,每个人之间没有利害,只有利益。一个有利益而没有利害的团队将是这个世界上最伟大的团队。

Amway这个团队可以帮助你,一个小小的赢弱的种子能够变成参天大树。这个团队就是一个肥沃的土壤。

您知道吗?这个世界上有两种动物可以爬到金字塔的塔顶。你们猜,是哪两种?一个是老鹰。老鹰是非常强壮、凶残的动物,它可以展翅高飞,飞到金字塔的塔顶,傲视全球。可是我告诉大家,另外一种动物你猜都猜不到,它不是狼、不是豹、不是狮子、不是老虎,是蜗牛!背着一个壳的蜗牛!你知道那个蜗牛怎么能够爬到金字塔的塔顶上吗?

那么高的温度,烤都要被烤死了。蜗牛爬的时候,只要太阳高照,它就用它的壳抵挡阳光,紫外线对它的伤害,它坚持并慢慢地爬行。当太阳过去的时候,它就舒展它的四肢和头颈,吸收空气当中的湿气和氧气好好休息一下,然后继续爬行。

我可以告诉你,它爬到了金字塔的塔顶,它和老鹰那样的有区别,可是它做到了只有老鹰才能做到的事情。你也许还不强大,但你有了像Amway这样强大的“壳”,你就可以一步一个脚印,只要不断往上爬,你也一定能够实现梦想,达至辉煌。

在这个世界上,拥有团队精神的人才无往而不胜!世界上有两种动物,牛群、羊群是食草动物,狼群、虎群是食肉动物。请问食草动物有团队精神,还是食肉动物有团队精神?你看到食草动物有团队精神,那是你看到了假象!你看到了成千上万的牛群、羊群在吃草,你觉得它们有团队精神,你看到了一个假象!为什么呢?

我告诉你,此时此刻,来了三匹土狼,慢慢地迂回包抄,向这些牛群、羊群靠近的时候,它们就不吃草了,它们开始奔跑!它们在奔跑的时候有没有团队?有!那是因为它们每一个都在想,另外一个赶紧被吃掉吧,我好停下来!听懂没有?多么可怜!因为它们每天做着一件事情,非常容易办到。这件事情不用费吹灰之力。不用去奔跑,不用去创造,不用费脑筋。它们低下头去吃草,草是上帝给的!抬起头来就拉屎!吃了拉,拉了吃。

日复一日,年复一年。很多上班族可能就是那样的人。你天天到单位去上班,到月底领工资。你的收入是预期不可增长的。可是你甘愿停留在那样的地方,吃草、拉屎!吃草!拉屎!平平淡淡地混过一生。土狼为什么有战斗力,因为它们太难得到它们想得到的那一切,它们非要付出智慧,非要付出体力,得有战术和战略,因为没有任何一头牛或是羊愿意让它们吃掉!你可曾听过有哪一个人说:“来,来,来,你不是要创业吗?你要创业,我这里有5000万送给你。”所以,财富要去创造!

我们希望要理解真正的团队精神,它必须在一个好的土壤里建立。我们要接收我们成功人加在一起的理念,把他们凝聚起来,在将来真正成长为一个真正拥有领导力、战斗力的团队。我们还要把这个理念复制给我们的子孙后代,让我们的子子孙孙因为我们的努力而受益匪浅!让我们千秋万代享受我们今天创造出来的伟大成果!成长为一个真正拥有领导力、战斗力的团队。我们还要把这个理念复制给我们的子子孙孙,让我们的子子孙孙因为我们的努力而受益匪浅!让我们千秋万代享受我们今天创造出来的伟大成果!

(待续)