

1、第一条 买多少送多少

买多少送多少，乍一听这很普通，满大街到处都是买什么我送你什么，但你不知道这背后的玄机到底是什么。

一位学员做女装的问：老师，你能不能帮我梳理一下，如何把销售额提升起来？那我就问，你的女装是什么风格的？他说是韩版，说了一大堆怎么好，怎么好，然后我再问他，你是生产的还是批发的？他说是做零售的也就是开门店的 那我再问你的店开在哪里呢，市中心，他说：一天平均做 2000。一年无非就是 80 万，

我讲各位请想想：年销售 80 万，运营成本是非常高的 员工的工资 房租 压货 投入的成本 如果再加上利息的话他一年赚的钱微乎其微，甚至是亏钱。

我给她出了一个方案：买多少送多少。他就问了，怎么送，我送不起啊，我跟他说买多少送多少，无非就是打个五折，平常你打五折三折人家都不合意，各位同意吗？

现在大家仔细来想像一下：假设你身上穿的这件衣服是 500 元，那你购买这件衣服的时候，是不是和销售员还价也还不了多少，打折无非打个 8 折 9 折，对不对。现在你身上穿的这件衣服价值是 500，不和销售人员还价，也不打折。你只要付这 500 元，这件衣服你拿走，再送你一张卡里面还有 500 元，你买不买？很多人会买，

对不对。那你下次购买衣服的时候第一家会去哪里买，肯定是他这一家，为什么？因为你还有钱在他这里。因为你卡里还存有 500 元钱：如果你看中的衣服恰好是 500 元钱的话是不是不用付钱：直接可以拿走了，对不对？

他用这个方法用了一个月每天卖出去是 200 件，每件 500 元。那是什么概念，每天的现金流将近达到 10 万。过了一个月，他又给我打电话：老师，我现在钱是进来了，那下半年我该怎么办？那我就问，那你有没有做数据？有多少人买的是 500 的？有多人买的是 350 的？有多少人买的是 200 的？有多少人是重复消费的？。把这个数据做出来。

过了十天，他说请了三个人做出数据，数据是做出来了，70%的人买的是 500 的，20%的人买的是 350 的，10%的人买的是 200 的，下一步该怎么办？那不简单吗，夏天和冬天的衣服价格是不一样的，只要把这个数据不重复就行了。什么意思呢，夏天和冬天不能用同样的价格，至少相差是 60 元，比如说，夏天卖的是 200，现在要卖 260，350 的就要卖 410，500 的就要卖 560，

他问我为什么？各位，假设你有一张 500 元的卡，人家的衣服卖 560，那你是不是要补 60 元进去。加入你有一张 500 的卡，那人家的衣服是卖 410，那你是不是还 90 呢，如果你卡里面是 500

元，你看中的衣服是 560，是不是再补 60 元，那么你充值 60 元，店里面再送你 60 元，那你卡里面现在是不是 620 元吗，你消费了 560 元，这不是还剩下 60 元呢。如你购买的是 410，是不是还有 90 元，什么意思呢？就是你卡里面的钱永远不会花完。

那么各位，如果这个店的衣服，质量很好，款式又多，价格差不多的话，你还有钱在卡里面，那么你下次还会不会再来，这个买多少送多少的模式，后面还有几个环节，后面设计环节挣的钱，远远超过他卖衣服的钱。这就是我们做任何的业务要懂得如何用吸引的方法，才会源源不断有新的客户，这就是我们课程中很小很小的一个点，如何改变经营不善。人之所以痛苦是因为没有办法，之所以没有生意是没有方法。刚才案例中各位有哪些启示呢，其实我们今天讲的只是很浅很浅的一个知识点。

2、第二条 把客户变成业务员

一个女的，是做美容的，开了4家门店。每家呢都被竞争对手盯上了，而且生意一天比一天差。现在员工的工资都快发不出来了，说着说着吧，眼泪都流出来了，我当时就安慰她：你别着急，先跟我讲讲到底是什么情况。经过沟通后，我才知道，她有个竞争对手，竞争对手店里面最好的一个理发师和她店里一个美容师谈起了恋爱，谈着谈着就跳槽到他的店里了。竞争对手认为她挖走了他的理发师，就这个问题怪罪于她。于是你一句我一句就把这个事情搞得很僵。

派出所也调解了好几次，而且根本没有和好的可能性。现在只要她的店开在哪里，竞争对手就离她不会超过50米的地方也开一家，而且价格很低。这种气势是想直接让她的店关门，对方开了12年的门店积累的客户多、名气大、价格也偏低一点。而她呢，只开了两年，就客户没有多少，而且价格偏高。

我说我可以给你两个方法，但你必须向我保证什么，你只要把自己的店生意做起来就行了。如果你也想着让竞争对手关门，那我就把更厉害的方法直接给你的竞争对手，直接让你关门，让你懂得君子爱财，取之有道。

各位，做任何事要懂得双赢。如果你把对手关门了，会引来更强大的对手，明白吧。因为时间关系，我只分享其中一种方法。我给她的方法是把新客户变成业务员，就是已经成交了的客户，让他们当业务员。假设客户去理发那么充1000打8折，对不对，再也没有其他的优惠了；那么现在同样的价格，也是充

1000 打 8 折，如果一个月内消费 10 次，再送你 1000，消费 5 次再送你 500；消费 2 次再送你 200，任每位客户充值一次，有一轮参加这个活动的权利，有效期为一个月。

那么各位如果充 1000 消费 10 次再送你 1000，你们会不会去你？答案还是很多人去的。那你们每个月能不能消费 10 次呢。谁一个月理 10 次头发的来举手大家认识一下。肯定不会，那你会不会带你的朋友去消费呢，会不会让您的家人去消费呢，会不会？

这个客户变成业务员的方法表面上看折扣太多，其实后面能挣什么钱，你是很难想象的。在我后面的课程中会进一步的去解答。但至少你再也不会缺少客户了。因为客户不断地带动新客户，新客户也会不断的充值消费，就形成了客户转介绍客户，不断地产生现金流。

所以大家一定要记住：客户才是我们最好的业务员，让客户转介绍客户，这比你开发新客户要快得多。

3、 第三条 卖什么又不是卖什么

前阵子，争相报导：三个比基尼美女洗车店广告的事。最后还是关门，我们不做评论，让我们设计一个商业模式，让洗车店年利润超过 500 万 而且是我亲自设计的一个案例：

首先采访一下大家，假设你有一辆车子价值是 50 万，是不是要购买保险，那么现在你的车子保险是保在平安保险公司。保险费是 1 万元。现在呢保险也是在平安保险，保险费也是 1 万元，什么都没变，在我的洗车店理代办，一年内免费洗车，不管你来多少次，你愿不愿意？

这个消息一公布的时候，大家都知道哪个圈子传播速度是最快的，肯定是老板。老板认识的多是一些高端的人脉，因为老板是不是经常去应酬，比如说：今天晚上吃饭一起，有十几个坐在一起，坐着大部分都是有车的人，对不对，这十几个人当中呢，有没有人在这里说:某某的洗车店，只要保险在他这里代办，还是同样的保险公司，同样的保险费用，一年内免费洗车，不管你去多少次。

老板们在饭桌上一算一个月洗车 6 次，好了，一年就 12 个月。12 个月乘以 6 次，一年就要 72 次。每次去洗车的时候要付 30 元， 72×30 算一算是 2160 元，只要保险在这个洗车店里代办一年就帮车主省下来 2160 元，感觉值不值？那么请问有没有人感兴趣，会不会下次保险到期了，在洗车店这里代办，有没有可能性，然后，这十几

个人会不会再去聚会，再谈论这个故事，肯定有很多。他用了三个月的时间就有 5400 辆车子保在这里。

顺便说一句：大家请记住，那请问洗车店有没有亏钱，肯定是没有，为什么？因为他把保险公司提成的钱直接给洗车工人。一般一辆车子提成是 500 到 20000 左右那么他给洗车工的价格是 8 元一次，按一年 72 次来算 $72*8$ 等于 576 元，也就是说保险公司提成的钱足够付洗车工的费用还能赚一点店。

所以我们在设计商业模式中一定要做到前端免费，后端赚钱。只有前端免费了，才能吸引更多的流量进来，那大家肯定会想，这样有很多人，让我们怎么赚钱呢？但是我不免费还能赚点钱，现在还能挣什么，三个月的时间有 500 辆车子保在他这里，每辆车子平均是 8000 保险费，那么总共是多少呢 $500*8000=400$ 万，是 3 个月的时间，他用这个方法用了一年，在他的洗车店里面总共车子有 2200 辆车子。那是什么概念： $2200*8000$ 差不多是 2000 万，那么保险公司知道了，担不担心，肯定担心。请问保险公司赚什么钱，他们玩的是金融，然后有两个保险公司聘他当副总，然后每个公司给他多少钱年薪加各种保险提成，请注意是各种保险提成，费用一年纯利润就有 410 万。如果他洗车的话能不能赚到 410 万，洗死也挣不到。各位同意吗？

大家一起来想一下：如果这么多人进来了，还能挣什么钱，既然洗车店和保险在一起，那么可不可以卖其他的保险，可不可以？保险公司人员出去见客户，一天也见不了几个，还带着很多礼品去到客户的办公场合去见他们犯了最致命的错误。你去办公场合见客户，是不是老有人找他，是不是很多事他要处理，因为这是他的地盘，他想静下来，但是别人不允许，他根本没有时间静下来和你聊天。这种现象多不多，请记住：成交客户是把客户带离办公场所，越远越好，现在呢。比如说，你把车子开到洗车站，刚停好车子，就有人帮打开车门，抬头一看，有个身高1米68穿着超短裙，迷人身材，还有两个小酒窝，含情脉脉地看着你。

比如说你姓张；张总，三天不见，你最喜欢的咖啡已经帮你准备好了，还是老地方坐坐。你刚在郁闷这是洗车店呢还是夜店。那个女孩子就把左手放再后背，右手往前伸直为你引路。这种接待的规格比接待市长还要气派，这种感觉爽不爽，当你再休息厅坐下来的时候，你还在回味的女孩，这个时候，那个女孩就坐在你的对面和你聊天，聊你喜欢的话题，把张总的家庭背景人脉、性格爱好等等大致理解个全面。如说她问：张总，这辆车子是50万，至少您的身价100万了吧。请问您的成功方法是什么？这个时候，一下就忘记自己姓什么了，有没有可能性。何况对面坐着那个女孩子用崇拜的眼睛看着你，那么找

到客户的需求后，又认识了李总。用同样的方式去了解，那么你有没有可能让张总和李总俩个人认识，让他们合作，帮助他们的事业更加辉煌。帮助张总认识更多的人脉资源。张总会不会感激你，李总会不会感激你，肯定会的。

请记住：小树永远是先了解客户的需求然后帮助他。有句话说：滴水之恩，当滴泉相报。一般理解是别人帮助过我们，我们一定要用泉水来回报人家，对不对。现在反过来说，我们要帮助别人越多，那是不是回报的就越多。这个时候，张总和李总知道那个女孩子是做保险的，如果张总有需要购买教育险、意外险、疾病险等等，会不会就先从这个女孩子那里购买。如果他自己卖了，会不会再介绍朋友来购买。

请记住:当你有了人脉资源的时候那就是财富。人脉不是你认识多少人，而且有多少人认识你并且愿意帮助你。

当时呢，有个客户的老公是在海南做房地产开发的，房子呢面向大海有个沙滩。去过海南旅游的人都知道那边的风景确实不错，但真正海南的房产基本上被谁买走的。来旅游的客户看到这风景好打算住下来不想走了。有些人是为了养老，有些人是偶尔过来休闲的。因为风景实在太美了，空气又好，但是房子卖不出去，没有销路是因为没人脉，怎么办？那么这个洗车店干了件什么事情呢。他在地产开发

公司也就是说跟这个客户的老公谈，说我可以带人来看你的房子，每卖出去一套，你就要给我 3%的提成。那去旅游的飞机票让房产公司出。大家可能不知道包机的费用，包机的费用很低的，来回要不了多少。那住的地方呢，房产公司自己也开发了酒店，反正去就行，住宿吃饭在他的酒店，来回的机票也没有多少。房产公司二话不说就同意。因为他们正愁房子卖不出去。只要报销来回机票就行，而且还能带来这么多的高端客户。

洗车店对所有的客户通知，海南免费旅游包飞机来回，一切免费，那么去旅游的人多不多，肯定多。去海南旅游，吃住都在这酒店，随便看下他们的楼盘，房子就卖出去了。有些人是单纯的投资，有些人是打算养老，有些人是为了休闲，反正是各有需求，总共就成交了 8000 万，那他 3%的提成是多少，又是 240 万。这就是人脉资源带来的财富。当有这么多客户的时候就要挖掘背后的消费习惯。

问大家几个问题：平常消费的地方有哪些，会不会去酒店吃饭，会不会去旅馆，会不会去电影院，会不会去茶楼聊天，会不会去足浴店，会不会去美容美发，会不会保养车子，会不会 ktv 唱歌，会不会酒后代驾，这是车主的基本生活习惯。但是有很多地方都没有折扣就是没有打折的，有些不会打折是资金管理分散，卡又多，很多卡加起来充值的钱 加上去就有很多了。

比如说，一个店最高是 5000 打 7 折，2000 打 8 折，1000 打 9 折平常的话会充值 2000，对不对。充 5000 又太多，感觉划不来，但是每个店都先充值，真正打折也打不了多少，而且每天带这么多卡在身上是非常不方便，而且呢经常卡不知道放再哪，有时又想不起来了还忘记了密码，对不对。

现在呢，他去和所有店的老板先谈，就拿我们和足浴店的老板谈吧。假设之前洗车店有 3000 个客户，而且足浴店基本上给客户最高折扣不超过 8 折。那么我的方案就是让他就只抓住一个核心点如果我能为足浴店带来 1 万个客户，客户的系统中会讲到如何裂变到一万的客户，你能给我的客户打 6 折吗？各位如果你是足浴店老板，你会干不干？我想肯定是愿意干的。如果能新增 10000 个客户，这笔买卖绝对划算的。学员呢就这样拿下了所有和车主消费相关的店。洗车店给客户的价格是 6.5 折，洗车店从中抽取了 0.5 折的利润。当然相对于很多卡的客户来说更愿意。只要一张洗车店里的卡，最主要的是充值后比原来更低的折扣去消费，你愿不愿意办。当然也是和消费场所协议好：每个季度，有的是每个月结一次账。各位，能想象出是什么吗？也就是说我们账上长达多久的现金流。客户的充值的钱是谁的，这钱能不能用。

各位，一个客户不多，就存 2000，100 个客户就是 20 万，

10000 个客户呢 2000 万，这还是保守的数据，不包括多存的，不包括在其他地方盈利的。各位 2000 万给你换一两万没有任何问题吧，有没有问题。当然关于现金流如何放大这中间许多运作提成，等到下一次讲到资金运作提成中讲到也就是类金融的一种，大家只要改变模式，这洗车店就能做的很好，大家有没有悟出什么。不挣钱，那是一直按照你的思维，你的固有的挣钱方式在做，挣不到钱那是必然的，当你的商业模式设计好了，任何的产品都能卖出价值。不在乎它到底值不值钱，重要的是你能透过它挣哪里的钱，商业模式就是解决挣钱的问题。

这家洗车店它的模式颠覆了整个洗车行业，让基本不赚钱的行业成为相当赚钱的行业。所以在坐的各位仔细想想自己企业的商业模式，你能不能做到像洗车店那样，当然也不是完全套用这个模式。毕竟行业不同，但这个关键点还是可以借鉴的。有些是不可以做的，因为地方不同，在做之前最好咨询一下我们的客服，但是我们希望讲这些能对在座的各位有所启发。

我们再也不能按照以往的思维去做企业了。闭门造车的结局是注定的，我们一定要打开思维跟着所讲的系统，重新梳理你的模式。做生意不挣钱，真的要好好反思，去看看你的商业模式是否真的能从市场中换来较高的收益，这一节关于卖什么又不是卖什么的案例就分

享到这里。

4、第四条 挣大钱靠平台

平台模式是商业模式当中非常重要的内容，也是我财富秘籍中必讲的内容。

我讲三个人物：一个人物叫陈佩斯，一个叫冯小刚，第三个叫赵本山。我们回过头开看一看他们三个人内在的艺术真正水平，很难讲谁高谁低，但是因为商业模式的不同，导致他们经营的结果差别非常大。

陈佩斯一年 200 万，冯小刚一年 2000 万，那么赵本山呢，赵本山在 2001 年他看了一个电视节目叫二人转，赵本山本来是一个二人转的演员。当他看到二人转这个节目的时候，他说二人转这个事情有可能做大。如果跟陈佩斯一样的话，那么赵本山应该怎么做呢，赵本山应该上台开始表演二人转，那么如果这样的话，赵本山一半的收入也不过如此两三百万人民币而已。

我们已得出一个结论：任何的投资人或是创业者，如果他本人的定位就是一个专业技术人员的话这样的企业能做大的可能性极少。一个重要的创业者或投资人，他必须把自己从一个技术的角色跳出来成为一个经营者的角色，这个企业这个项目才有可能做大。赵本山从第

一天开始做二人转的时候，他就没有想过让自己再上这个舞台成为一个杰出的二人转演员。

2001年赵本山做出了一个非常重要的决定，他搞了一个大赛叫什么，叫做“本山杯”二人转大赛。在做平台这个概念上，有的人用硬件做平台，比如说APPLE，有的人用软件做平台，比如说微软。而赵本山用的什么呢？他用他自己的品牌做了一个平台全东北大量的二人转演员都到这个平台来比赛，评出来一等奖、二等奖、三等奖。评完之后，赵本山说我要平门收徒。我前几天在外地讲课的时候，我问在座的总裁，我说你要做一个项目，你要找到这个项目相关的人才，你该怎么去找呢？大多数的总裁跟我讲，说高薪去诚聘人才，花高价钱把人才挖进来。

我要告诉各位，你回过头看一下。赵本山笼络人才的方法和你笼络人才的方法，那是一个天壤之别，赵本山怎么笼络人才，赵本山是让人才过来给他当徒弟，我们上网查，赵本山收徒弟仪式非常的正式，红地毯铺着，所有的人整齐着装，然后跪在地上，一个头比一个头磕的还要响，然后给老师递上茶水。赵本山喝了茶水之后，然后给徒弟一个礼物，那个礼物是一块大的石头，这个石头据说价值上万。上面刻着金光闪闪四个大字叫做冈法家规，你把人才请来了，花高薪把他请来供着他，而赵本山把人才吸引来了，给他当徒弟，这是完全两种

部同的方式，显然赵本山的方式成本更低，管理会更简单。赵本山搞了一个本山杯二人转大赛，然后收徒弟，就把你的人才吸过去了，这叫吸星大法。如果你是一个二人转的公司，你碰到赵本山这样的话，你该怎么办，你很郁闷，同意吗，这是典型的平台模式。

在本市招了这么多的演员过来，这些演员演的越开心，赵本山就越挣钱，他演的越好，赵本山就越挣钱，我送在座的各位两句话，第一句是所有的英雄都需要一个平台；第二句所有的企业都需要一个平台。我们后面也会讲到平台的案例，你会发现在平台模式上，经常是外行人赚内行人的钱。我们等会来总结这个案例，你会发现做本行的人很多都挣不了这个钱。谁赚了外行的钱，是阿里巴巴赚了外行的钱，百度本身不做门户，也不做社区，但它赚了网站的钱，这是值得我们深思的地方。

赵本山是一样的，赵本山通过这个方法，搭了一个平台，那么赵本山怎么挣钱呢？通过自身品牌搭了平台，把人才吸过来，现在有了品牌有了人才，变出什么事，要变出产品来，同意吗？变出可以大量复制的产品，比如说电影电视剧，比如说刘老根大舞台，然后做连锁经营。听说还做什么刘老根私房菜，这些东西都是可以大量复制的，他只要有了品牌有了人才就可以大量地复制这些，可以落地的产品出来就可以赚大钱，到目前为止，无论如何赵本山都是中国演艺界所看

到的也就是说是最杰出的最有经营天分的人才。陈佩斯一年赚 200 万，冯小刚 2000 万，赵本山一年 2 个亿以上。为什么一个企业的核心技术，关键技术一样的情况下，经营的结果为什么相差这么大，是因为商业模式的不同。

商业模式是在公司战略定位的基础上实现经营目标；资源和能力的架构是企业赚钱的方法。管理大师皮得·德鲁克说当今企业的竞争不是产品之间的竞争，而是商业模式之间的竞争。我们说真正的财富是由商业模式来决定的，陈佩斯的商业模式的设计跟全中国很多的企业家所采取的商业模式是一样的，为了理想，他搞得非常辛苦。其实理想并没有错，错的是他的商业模式，产销一条龙，从头忙到尾，采用的是传统的生产制造方式，持续地投入直到产品上市，获得销售的收益。陈佩斯怎么做的呢，陈佩斯以前是一个小品演员，干得不错，自己出来走一次，就能挣十几万，自己赚自己花，后来为了理想，跑去搞舞台剧、搞话剧，一场演出酬劳才十几万，导演分钱、演员分钱、助理分钱，场务分钱、道具也要分钱。舞台要花钱，花钱的地方多这呢？十几万的收益，你分一点，他分一点，最后搞不好还要赔钱，这就是产销一条龙，从头忙到尾也挣不到钱，做的很累。

很多中国民营的企业就是这样，老板忙死也挣不了很多钱，陈佩斯几年前接受电视台采访的时候说：他现在的车子是桑塔纳 2000，

基本上可以进汽车博物馆，身上穿的毛衣是十年前买的，不敢去高档餐厅吃饭，他生活得非常辛苦，其实他本来是一个非常出色很能挣钱的演员。中国有很多干销售的，干得不错，就自己当老板开了一家公司，可是当了老板之后才发现老板的钱要分给别人而且搞不好还有可能赔钱。

所以说模式不对，老板做企业是很辛苦的。冯小刚导演用什么商业模式呢，冯导一年只做一件事，拍贺岁片，他做这个事情一直做下去，累计起来的就企业价值。冯导前几年贺岁片的收入是多少呢，《甲方乙方》票房的收入是3600万、《不见不散》收入是4000万、《没完没了》收入是3800万、《手机》收入5000万、《天下无贼》是1.25个亿、《夜宴》是1.3个亿、《集结号》是2.6个亿。各位知道吗，最厉害的不是这个，而是冯导还没有开机，这部电影的成本就已经收回来了。只要多卖出一张票，这部电影就是赚的而现在冯导随便拍一部电影，票房的收入比前七年的收入还要多。冯小刚的商业模式也是我经常讲的，叫成本变利润，处处是利润。

成本变收益就是他本来应该花钱的，变成不要花钱了，谁付费了呢，企业利益相关者，第三方。冯小刚的贺岁片里出现一部手机，那个手机本来是要卖的，不买也要借一个吧，他非但不用买，由手机商免费提供，还要找手机商收广告费。他要拍一个餐厅，走进那家餐厅

去拍戏，餐厅为了他停止营业，没有顾客的收入对吧，理论上餐厅应该租给他，再跟他收钱，但餐厅非但没有跟他收钱反而给他钱。冯导去哪里拍片哪里就要给他钱，因为经过他的电影宣传之后，很多人都会到这家餐厅吃饭，所有本来应该是成本的全部都变成收入了，充分利用可能的商业机会，不仅仅是瞄准观察到影院获得的票房收入，而且将电影录制中原有的成本环节转化成利益环节，将利润点遍布在产品价值链的各个环节之中，这就也叫第三方支付，这也是商业模式重要的一环，即使这么厉害的模式也干不过赵本山的平台模式。

从每年利润 200 万的陈佩斯再到利润 2000 万的冯小刚，再到年利润 2 个亿的赵本山，大家不难看到商业模式对于一个企业有多大的帮助。你是属于卖的还是属于搭平台的，你是属于传统生产的累死累活最终挣钱的，还是搭平台。

所以各位，你一定要一起学习，利用平台模式构建出你的商业模式框架，让你自己成为一个价值链真正的管理者，这样才能做到财富自由，迈向真正的财富之门。

5、第五条 资源整合

各位朋友，大家好！今天主要是讲商业模式的设计，主要是拓展你的思维。我们一起来看下大的企业并且让你先懂得什么是模式的框架，那么你就很容易去设计你的商业模式，接下来我们来一起学习。

有谁曾经坐过四川航空到成都的举手让我看一下，那到过四川成都机场的你一定会发现一道风景线，在全国其他机场都看不到，大家有没有人知道。

好，注意，只要你搭四川航空到成都机场门口就有 120 辆车，您的机票只要买的是五折以上就可以免费上他的车，车子前面写的四个字：免费接送，车子的背面印着这个电话，订票热线 86868686 免费接送 89898989，成都区号是 028，然后我跟各位分享一下你从机场走出来的时候只要你买的是五折以上，车子就免费接你，把你从机场拉到市中心，一分钱不收。你从市区要去飞机场打个电话他们就拉你到机场一分钱不收。

请问大家了，从市区免费送你到机场免费送你到市区同意的机票价格，请问你会不会购买四川航空。

我们通过这个案例来看几个问题，大家就知道他们的资源整合是

怎么一回事了。来，大家思考几个问题：1.这车谁卖的；2.为什么免费拉你；3.免费拉你，他们通过什么地方赚钱？

那我们先来看一下这个事件所有的利益相关者。这里面的利益相关者有四边：一边四川航空，一边叫乘客，一边叫驾驶员，一边叫旅行社，模式是乘客买了四川航空4折以上的机票就可以免费上驾驶员的车，由谁来付钱呢？每上车一个人，旅行社给驾驶员付25块，那旅行社为什么给驾驶员付25元呢，因为上车的这个人四川航空给旅行社付30元，所以在这里面每个人利益就通起来了。那四川航空为什么要付30元，我们后面就会讲到旅行社给驾驶员付25元，旅行社赚5元钱，不要小看这5块钱的过路费，5块钱一天可以收5万多，一个月就150万，一年1800万。那后面的电话89898989是旅行社的电话，不是四川航空的，所以所有乘客看到了这个电话，有免费的车子可以坐，这些乘客都会打这个电话来买机票，这个环节也打通了。到2010年一年卖出35亿的机票，只是这家旅行社的35亿，机票本身的利润并不高，3个点就够了，听懂了吗？只是重点是这车谁卖的，驾驶员自己买，在路上跑，不用像出租车一样到处去觅客。我有固定的路线机场到市中心，市中心到机场。驾驶员赚到什么钱呢？挣到每个人上车的25块，6个人是150，来回就300，一天多的时候可以拉六趟是1800，这个过程当中大家都是有利益的，如何把这业务打通，

只要每一个做的都是不同的业务，就能创造最大的价值。

这个案例是想告诉各位，你要单独创造价值累不累，这里呢，你只要解决一个核心问题，这个模式框架中每一个相关的人怎么赚钱，把利益结构调整好，自然你的模式就成了现在乘客、驾驶员、旅行社都得到利益。那四川航空怎么办，四川航空公司一次性从风行汽车订购了 150 台，风行菱智作为航空服务班车来提高陆地上的服务水平，除了要基本品质和服务外，川航还专门制定了完整的选车流程，车型的外观，动力，内饰、环保、控制性和舒适性都要达到服务客户的基本要求。

这么一大笔订单当然不是为了要提供上述接送免费的用途，其中还包含了新的商业模式。原件一台 14.8 万的，四川航空要求以 9 万块钱的价格购买 150 台。提供风行汽车的条件是四川航空司机再载客的途中给乘客提供关于这台车子的详细介绍。简单来说就是司机在车上帮车商销售车子。在乘客的乘坐体验中顺道带出车子的优点和风行的服务，再接下来大家一起想象一下，有很多找不到工作的人其中有部分当过出租车司机。这个行业要先交一笔可观的保证金而且他们没有车子，因此呢，四川航空应召了这些人，以一台新车 17.8 万的价格出售给这些准司机告诉他们只要每载一个乘客四川航空付给司机 25 元，到目前为止川航立即过账了 1000 万人民币。

那这钱怎么来的呢。17.8万是卖出去的价格减去9万元购买车子的价格，还剩下8.8万*150=1320万，再减去要缴纳的一些费用，还剩下1000万。你说不对，为什么司机要用更贵的价钱来买车呢，

一、如果你自己买新车还是要17.8万的价格，但是四川航空的大批量采购赚的是他的利益；

二、对司机而言，比起出租车要再路上找客人要好的多，川航提供了一条客源稳定路线，这样的条件当然能吸引当多的时间来应征。接下来，川航推出了只要购买五折以上的机票就享受免费接送的服务。基本上资源整合的商业模式就形成了，对客户而言，不仅省下了150元的车费也省下了解决机场到市区，市区到机场的交通问题，划算。对风行汽车而言，虽然以低价出售车子，不过该公司都多出150名业务员在帮他卖车子，以及省下了一笔可观的广告预算，换得一个稳定的广告通道，划算。对司机而言，把钱投资再出租车上不如成为川航的专线司机稳定并且更高的收入来源，划算。

首先，来看航空公司，航空公司售票给乘客，首先自己承担运营成本吗？他们一直以来想要的结果是如何提升客户满意度，打造自我品牌让客户重复选择自己的航班，这150台“免费接送”的车子，每天在市区跑去，让优惠的讯信传遍大街小巷，最后川航最大的获得，倒别忘了还有那1000万。当这个商业模式形成以后，根据统计川航平

均每天多售出了 1 万张机票。回忆一下四川航空付出成本有多少呢？那么旅行社要从旅客那里收费，运营成本也是自己承担，然后赚取返点的利润，一年就够了，1800 万机票的销量也上来了，那么旅行社的成本是多少呢，到这里各位一定发现了商业模式的惊人效益。

我们再来看一下利益相关者的各位，只要找出这些问题所在，那就是商机，川航做到了，它的商业模式就是成功了。所有如何找到更多的人帮你的顾客付钱，找到更多人帮你付成本就是将商业模式（其中的）一种运用而非各自盈利，各自负担成本的传统做法。所以营销的本质是交换，就以上商业模式而言，也可理解成一个整合式的营销策略，形成一个互利的交换系统。由此证明因资源整合的概念思考，可以帮助企业找到创新的商业模式，或案例中可以看出商业模式就是打造一个平台让你在上面充做好人又做好事。

商业模式的创新就是从一个点再到一个面再编制一张网最后形成天罗地网。大家所熟悉的苹果公司，它其实打造了世界上最大的手机软件平台。上面有四万套软件可以下载，但是没有那个软件是苹果自己花钱做的，这就是苹果的商业模式。

凡是成功的商业模式都有一个共同之处，找到更多的人给自己支付成本，找到更多的人给自己创造利润。苹果也是，川航也是，淘宝也是，具体来说，我们怎么才能找到更多的人给自己创造利润和支付

成本，这里需要考虑三个关键词，最大化，利益相关者，提供服务。川航让司机当起了业务员，让乘客成为潜在的消费者，再某种程度上，让消耗者变成了消费者，这本身就是让企业得到最大化的发挥，川航的模式是多赢的，它在设计这套商业模式的时候，设计利益相关者有乘客、司机、汽车行、旅行社、航空公司。各方的利益都得到了照顾，各取所需。

所以使企业的价值最大化的过程中为所有的利益相关者提供服务，通过服务后让他们给企业带来业务，这个过程中形成的交易结构就是川航，最本质的商业模式。

那么用到我们现在的企业中你能不能发现你自己的利益相关者，能不能根据现状改变原有的盈利系统，让所有相关者参与进来，共同获得更高的收益来设计你的商业模式呢，如果要学习更系统的模式设计方法，请关注财富系统终极讲解。

6、第六条 前端免费，后端挣钱

大家都在关注商业模式设计，其实很重要的一点就是盈利模式。企业的盈利模式好还是不好，是从收入的来源和成本的支付两方面考虑。首先从企业收入来源来看，主要存在三种来源一种是直接的顾客就是你的收入来源；一种是直接的顾客加上第三方的顾客是你的收入来源；一种是第三方顾客本身就是你的收入来源。在明确企业收入来源后，一个好的盈利模式还是要清楚地表明成本由谁来付。

成本有四种可能去付，一个是企业本身的，一个是企业驾驶第三方伙伴，一个是第三方伙伴去付。一个是不用成本如何从三种收入来源和四种支付成本来看企业的盈利模式，这就要从商业模式设计的利益相关者谈起，接下来一起学习。

大家都找到三聚氰胺这个事件以后，有一家公司慢慢地开始走到台前，大家就开始关注这家公司叫利乐包装。现场有没有人不知道利乐包装的，有没有。其实中国人已经对它的产品是非常熟悉，几乎每一天都有几亿的中国人再使用它的产品。我们和它都有肌肤之亲，但是我们恰恰对这家公司极其陌生。即使到今天它还是非常神秘的公司，它就是利乐公司。

利乐公司所生产的利乐枕、利乐包、利乐砖，几乎成了中国所有的乳业的首选的包装材料。我们的凉茶公司、果汁公司都在使用利乐的包装产品。大家都知道一般的传统大型设备企业都是靠买卖大型设备挣钱，但是如果没有非常好的渠道或者没有标准的方法或者价格战，那么传统的企业肯定很痛苦。利乐包装是瑞典的公司，早在 20 世纪 50 年代就最先为液态牛奶提供包装的公司，1972 年进入中国市场，1994 年在中国成为第一家由利乐集团控股 75% 的利乐华新有限公司。在上海、北京等 9 个重点城市均设立办事处，1997 年卖给伊利第一台灌装机，现在中国市场最大的客户也就是伊利。

到目前为止，利乐在全球共有 57 家销售公司，公司拥有 20261 名员工。获经营许可的 48 家包装材料厂及 12 家包装机器装配厂。在中国的重点城市均设立办事处及分销网点，为什么成长到今天达到这样的规模，其实利乐早期是一个卖包装的设备公司，但是大家知道吗，他的商业模式部是靠设备挣钱。他把这些设备送给乳业、果汁、凉茶的公司，让他们免费使用。他靠包装材料，靠耗材去赚钱。大家都喝过牛奶吧，现在人们做什么事情都要求携带方便，但是把牛奶装到这里边还要求能储存除了对材料有苛刻的要求外，对他的包装工序也是有严格的要求。包装、杀菌、冷却、清洗、灌装、封口等等非常多的工序。这就要求有大型机械来作业，大家思考一个问题，比如说伊利，

是不是按正常程序就是联系一下程序的机械公司采购回来直接安装生产线，对不对，那也就是说还没挣钱就先支出一大笔成本，这对于新开的公司来说很难去承担，因为一次性拿出这么大笔资金来做采购是非常难的，这就是传统企业的思路。

那么利乐公司呢他早就想好了这个问题，他的营销策划决定把机械免费给你使用，把机械送给你，大家没听错，是的是送给你，当时他就做了一个营销模式的改变，迅速占据了中国市场，并且到现在利乐包装占据了 97% 的市场份额。那么你们肯定有个疑问就是他把机械送出去了，他怎么挣钱，是怎么盈利，难道是亏的么？错，如果按照正常思维那么连怎么死的都不知道。

商业模式的创新就是要找到利益相关者的交易结构使得每个人的相关者的利益都能在这个模式当中进行价值交换，而并非传统各自盈利到自负成本的打法。那我们回过头来看看，利乐到底是怎么盈利的。当时是这样的包装有个特点就是消费者饮完的包装袋，袋是扔掉的，可是这些包装袋就是耗材。当时呢，利乐公司分为两大块，一块机器装备，一块包装材料，而且包装材料占据整个利乐公司份额的 80%，而且还有一点，利乐的装配机械流水线只能用利乐包装纸，大家明白了吗，其他的包装纸进去就会卡住。利乐的公司当时做了这样的一个动作，他们找到伊利的负责人说我可以把机械免费送给你，但是你所

有的用纸必须从我这采购。当时负责人一想，不错啊，机械不用花钱，包装纸在哪不是买，在他家买多了还能优惠。那好，全部的生产线都用利乐机械。

大家此刻明白了没有，牛奶包装纸利润是非常高的，而且属于是耗材也就是说利乐每送一台机械就带动了包装材料板块业务。大家知道这是什么概念吗，这是非常可怕的，为什么它是一个非常可怕的企业呢，就是因为它不仅仅是送设备靠耗材去挣钱更重要的是它有一整套的方法再推动它的企业。

他的整套方法就是招商、品牌、销售、标准化商业模式等等，如需要学习这套方法的话请联系我，就是帮助企业的同时也推动它的企业大规模的使用耗材。

如果这个模式里面最大的风险就是把设备送给了下游厂家，下游厂家的销量一旦没有上来，耗材的使用量会非常小，一旦耗材的使用量非常的小，对于这个免费送设备的模式就是一个天灾，这注定企业就会亏损。所以就推动了企业的销售标准化，而利乐公司的区别与其他公司不同的是它是高手中的高手来自它的一套系统，让这些企业把它的耗材使用量提高到历史的最高水平。蒙牛跑出了火箭般的速度，其实它是和利乐一起跑的，三鹿跑出了很快的速度，甚至为了企业的发展放了三聚氰胺。其实最终还是利乐收益，这一切的行为来自于利

乐的商业模式系统和标准化系统，它不仅让厂家使用包装设备，靠耗材赚钱更重要的是它这套标准化的系统。

中国乳业为什么在这几年迎来了极其迅猛的发展，就来自于利乐这套系统，利乐帮助中国乳业公司，制定市场营销规划。蒙牛那句广告语：“每天一斤奶，强壮中国人”其实这个广告语的风格就是利乐的风格，利乐再 15 年前中国人都换在喝豆浆的时候当时就制定了一个目标 10 年后让中国人从喝豆浆的民族改为喝牛奶的民族。今天，它慢慢实现了这一点，中国乳业的分销网络渠道是利乐帮助谈判和建立来完成的。中国乳业的零销终端是利乐把世界级的管理方案拿过来的，更重要的是乳业公司的人员培训都是由利乐公司去完成的。在中国乳业早期的发展过程当中最大的推手也就是最大的动力源泉就是利乐公司。

所以利乐不仅是在卖包装设备，甚至也不是再卖包装的耗材，利乐是在卖赚钱的能力。这家公司最可怕的地方，它超越了传统的眼光，用不务正业的这种系统推动了中国乳业的快速发展使利乐的包装耗材纸用量出现了爆炸性的增长。这个数字有多大，我们无从统计，因为各个方面的工作都做得很保密，但是我们通过一些数据分析利乐在中国的产能是一个非常惊人的数字，每年大概有 400 亿包。中国的牛奶公司每做一包牛奶需要给奶农 3 毛至 4 毛钱，需要给利乐公司 2 毛到 3

毛钱，以均价 2 毛 5 来算 400 亿包的产能，一年就有 100 亿的公司，而一家 100 亿的公司，中国人并不了解它，而我们每天都跟它接触。这就是做企业的最高境界，企业的最高境界就是你赚了大钱，还没有人知道你，这就是利乐。

大家也许说利乐是不是不好，是不是钱都被利乐挣走了，其实确实赚了很多钱，但是没有利乐提供的独特价值就不会有中国乳业迅猛发展。从利乐的整个商业模式布局的过程中我们可以很清楚地了解盈利环节的改变，传统公司靠卖设备，它靠卖耗材甚至不是卖耗材，而利乐进入了卖一种赚钱的能力。所有使企业的价值最大化的过程中，为所有的企业利益相关者提供服务。通过提供服务让他们给企业带来业务，这个过程中就形成了交易结构也是利乐的商业模式。他布局整个业务链，让所有人都获取了更大的利益并顾全局，颠覆了整个行业的现状。

所以到今天，它仍占据 97% 的市场份额，无人超越，那么用到我们现在公司的业务中，你能不能发现你自己的利益相关者，能不能根据现状改变原有的盈利模式，让所有的相关者参与进来并获得更高的利益，这就是商业模式的设计。

我曾经辅导过上千家企业，带他们梳理商业模式，帮他们招商做融资等等，我真切的希望在座听的朋友们能通过我的这些案例能有所

启发。

7、 第七条 以终为始

大家都知道一个企业或者一个项目想要正常的运转，有一样东西是不可缺的是什么，就是资金。

那资金链是什么呢，所谓的资金链就是现金-资产-现金的循环，是企业经营过程中必备的武器。企业要维持运转就必须保持这个循环，良性的不断运转，资金链好比企业中的血液一般，很多项目无法正常运转就是因为没有血液循环系统了，没有血液就怎么了，必死无疑，而且还有还很重要的一点就是你有一个好项目，你拿不出来资金启动怎么办，中小企业贷款、信用额度低，人家不给你贷，找朋友借能借到多少，还有其他途径吗？当然有的，在我的商业实践中也遇到过一些部错的项目，我资金就投了还有基金也投，但是我就在思考，那么我遇不到的哪些好项目怎么办呢，难道就这样真的被淹没了么？所有我就萌生了一个想法，把我部分做过的案例浓缩成几部资料让大家从这些案例中得到启发学到更多的方法自救。从市场中获得真正的现金流，源源不断的回馈给投资者回馈给自己。

企业作为经济获得的载体以获取利润最大化为目的，但往往

企业发展到一定规模时企业就会陷入了一种怪圈，就是效率下降，资金周转减速，严重影响企业的正常运转，更严重的情况可能还没开始运作就没有钱了。很多人会苦恼：遇到了一个非常有市场的生意却苦于没有启动资金怎么办呢，当然了，如果没有资金，再好的项目在没有学习之前总认为再好的想法也是白想，对不对，也就是说当你没有资金，什么都干不成，同意吗？那我们没有资金能不能想办法有资金，可不可以，难道说没有资金就真的让这个项目夭折了吗。接下来我就跟大家分享其中一个案例，看看他如何从一无所有到当地的第一名。

他是做农业养殖的就是大规模的一些肉用的家禽，是很有当地特色的土鸡之类的。他当时就想能不能开一个厂专门养鸡供应土鸡蛋，这是一个需求量非常大的市场，有渠道，又不愁卖，他当时就是有个环节，就是没有钱，没有启动资金，如果找银行小额度贷款又不够，找朋友借也借不了多少。

各位遇到这种情况，会怎么做，他想了所有结果就是搞不到钱之后偶然机会认识了我，我给他支了个招叫以终为始，就是事情还没开始就已经想好了以终点为起点去做事情了。如5年，那么第4年该做什么，第3年该做什么，第2年该做什么，第1年该做什么。我们以后做事一定要把客户先招进来，就是先把钱收

回来再把产品卖出去，然后我们才开始干，其实很多大老板都是这么做的，在座的各位以后也要这么做。

假设一起在这个平台上设计了一个项目，项目设计出来之后你怎么办。先找到客户，然后根据客户的需要来设计产品，按照客户的需求提供产品给客户。所以我就按照以终为始的思维模式给我的学员出了一个方案，预售鸡蛋款-买鸡-下蛋-再送鸡蛋，可以先收钱再做生意，怎么讲呢，去跟那些有常年订购鸡蛋的客户去谈，以低于市场优惠的价格签订供应协议，而且保证他每天都能吃到新鲜的土鸡蛋。

各位，我们可以想象一下这个方法行得通吗，就是有一个非常非常关键的因素，你要给客户足够大的优惠力度。

各位，你们一家一年大概要吃多少个鸡蛋，比如一家一年500个鸡蛋多不多。我就跟他说你可以联系所有的渠道，让所有的客户在你这里下一年的订单。假设你家一年吃500个鸡蛋，那么这鸡蛋是一块钱一个的话。是不是总共要付500元，那么现在呢，你只要付300元，同意给你500个鸡蛋。请问你要不要，很多人会要，对不对。然后在合同期内给他上门配送新鲜的土鸡蛋。各位，如果你是花了300个鸡蛋的钱买了500个鸡蛋，这个优惠力度大不大，只不过加了个条件就是提前收钱，鸡蛋后续配送，

而且还具有法律效应的协议作保证，你愿不愿意，他用这方法找到了 1000 个对鸡蛋有刚性需求的人，那 1000 个人，对不对，每个人 300 个鸡蛋的钱就是 30 万的钱，那请问 300 元能不能买 6 只鸡，这 6 只鸡是谁的，6 只鸡下的蛋是谁的，其中他花钱了吗？在产品过剩，竞争激烈，膨胀不断加剧的今天，你还用以前的思维肯定是不行了，所以我说过如果找不到买鸡蛋的钱，如果找不到卖鸡蛋的人，也找不到对鸡蛋有需求的人，那么我们会怎么办，说明了几个问题，这市场根本不能做，或你的人脉不行，或你没有解决信任的问题。那么我就什么都不能干，这样就避免风险。即使有也是小风险，最怕的是什么，最怕的是你买了鸡，下了蛋，还要去推销鸡蛋，明白吗，最后还卖不掉，还要烂在家里，这个风险太大了，那么他就带着人开始谈了，开始的时候他就找到了当地的小区，最有说服力的那个人跟他一起去，你想象一下，一个小区一个小区跑，这是多大的渠道，跑了几个月终于基本上每个渠道都谈了下来，拿到了启动资金。但这个项目还没开始运作就有了资金，有了渠道。加上 60 元换一只下蛋的好母鸡，他收到了多少只母鸡的钱，500 只母鸡。

想象一下，那接下来他要干什么，他用这钱去买鸡，会下蛋的母鸡，最好是最好的母鸡，可不可以。买来了之后，每天可以

下 500 个蛋，五分之一的鸡蛋是给定蛋的客户，剩下的蛋就是他的利润，然后他就拿着这些资金就开始租土地，建养殖场买土鸡等等，马上就运作了这个事情，到现在已经建了上万平米的养殖场了，做的非常好。

当然还专门邀请了我去参观而且他现在不光养鸡卖鸡蛋而且还做其他的生态水果，都是用这一招开始启动的，非常的好。这个方法不仅解决了首次的启动资金问题而且也解决了渠道问题，他的产品根本就不愁卖。各位，生意难做不难做，不难，难的就是找到合适的方法：现金-资产-现金的循环，这是企业经营的过程，企业要维持运转就必须保持这个循环，良性的运转。所以当你解决资金链的时候，就能从市场中源源不断的获取现金流，更重要的是要用以终为始的思维快速获取启动资金，那么你的生意就好做多了。关于资金方面还有很多很多的案例。当然也有其他板块一些非常经典实战的案例。

8、 第八条 一笔钱两笔花

国内有一家航空公司，他的裂变速度非常快，就是海南航空。各位应该听过 1989 年海南航空成立，成立的时候投了 1000 万人民币。

那么各位你们觉得 1 千万能不能买一架飞机，肯定不能，那过了两三年之后海南省就批准了海南航空的股份改造，所以向社会融资募集了 2.5 个亿也意味着刚开始成立的时候由 1000 万变成了 2.5 个亿。然后海航用此股金做抵押，从交通银行放出了 6.8 亿的现金出来。

海南航空拿他的股份在国内银行贷款，把钱贷出来之后，拿这个钱拿到国外去干吗呢，去买飞机，去了华尔街，跟华尔街谈了一个条件，说我要买飞机，我买一架你给我贷一架出来，也意味他付一架的钱让华尔街帮他贷款再贷一架，一共花一架飞机的钱买两架飞机，这个中间人是索罗斯。索罗斯就跟他说行啊，要贷你就贷吧，但是索罗斯提了一个条件说买一架飞机融资是可以的，然后支付一架飞机的款项，另外不是还有一架吗，就出让半架飞机的股份，就把这半架飞机的股份出让出去了，拿了两架飞

机。

我想问的问题是各位从头到尾花了一架飞机的钱拿回来两架飞机，这个飞机拿回国内再把这个飞机拿到银行做贷款说我的飞机回来了，你给我贷款。我再去放大然后再用一架飞机的钱再买回两架。各位听懂意思没有，再拿一架变两架，什么意思呢，说我贷款，我现在有两架飞机。但是不好意思我在国内有一架贷款，另外一架还可以贷款，我再拿钱出来，又变出一架的钱，然后再华尔街再贷出一架出来变成两架，好了，这都不是关键，当年海南航空就不断地买飞机买飞机负债率就很高。

出现了什么情况呢？各位，海南把飞机拿回来他计算了一下，你看这个飞机在飞，如果一年都在飞，飞的时候每一天能收回45万回来，45万一架飞机，三年呢，能赚4.93亿元，这是什么意思呢，我把它称为未来预期三年收益也意味着飞机在飞，平均一天一架能赚回来45万，三年能给这个飞机所带来的现金流是4.93亿。各位听懂了，这个就是仅有这是未来三年的收益，海南航空当时干了一件非常牛的事情，什么事情呢，他说这个你看我每天收45万回来，三年就有4.93亿元，这三年的收益是我未来的收益，所以我跟银行谈，说你看我收入稳定了，要不这样地我把三年4.93亿的收入现在以3.5个亿卖给你，你现在只要

给我 3.5 亿现金给了我，然后这 4.93 亿，你天天收到 45 万，收到你的银行里面去，不要再给我了，多出来的钱全都给你。

各位听懂这个意思没有？我问你们个问题，是那个银行干不干？当然干了，银行说这事行啊，好了，银行就给他 3.5 个亿，然后银行就拿三年的收入是 4.93 亿的现金，银行一算我给你 3.5 亿，三年你给我收益只要 4.9 亿减去 3.5 个亿所产生的收益是比那个利息少的话，银行会干这个活吗？银行一算也就同意了，所以海南航空拿到了 3.5 个亿的现金。我要问的问题是请问他拿到 3.5 个亿现金干什么去了？继续买飞机买了飞机之后把飞机买回来去把飞机未来的收益卖给了银行。

想问下各位，这个主体是买飞机，然后银行把钱给他，再拿这个钱干嘛？各位买飞机，然后再买回来再把飞机的三年收益卖给银行，再拿钱去买飞机然后再把收益给银行，各位听懂了这个意思没有？所以海南航空有多厉害就是不断地买资产，买回来一个资产，拿回去把它放大成预期收益给银行，银行拿钱之后再去买资产，再拿到手再给银行，所以旗下一家航空公司加上八家上市公司，海航现在是一个上市集团，不是一个公司，拿回一个公司做预期收益，拿回来分析重组然后增发给银行，把钱拿过来再去买上市公司。

所以这是一个非常牛的案列，目前美兰机场 ST 筑后，西安民生天海，招商证券，宝商集团全是上市公司，那是她旗下的，所以我们称为一笔钱多笔花，也意味着我们做业务的时候，刚开始是买卖的关系，后来贷款了。如果我们能做到一种方法让一笔钱多笔花，我们到后面会产生什么样一个情况？这就意味着我买资产，这个资产如果是经营性资产，能带来未来的预期收益我就把这个资产给银行，让银行先给我钱，让银行去收预期收益，我拿这个钱再去买资产。

各位，听懂了这个意思没有？这是一个非常简单的资本运营过程，资本运营和商品运营和资产运营的本质存在着紧密的联系，但它们之间存在着区别，不能将资产经营、商品经营与资本运营相等同。

通过海航案列,大家不难发现资本运营的魅力，通过资本的手段将资产放大最后无限的增值。各位听众,你们看起来非常的困难,但是的确确实发生了,而且非常的成功,这也是我们为什么把这个案列分享给大家的原因.当然这个案列虽然能落地直接可以借鉴使用，但是作为我个人来讲每个企业和每个企业的现状有所差异，大部分的企业家是很难落地的，因为还没有学到系统模式，实行时要根据实际情况系统去做方案，而不是说看人家成功了

就一股脑的照搬。

9、第九条 利息模式

关于资金募集方面，这里有一个比较经典的案例分享给大家。不论你是萌芽期的项目，还是已经在运作的企业，都能够从中找出一些灵感。资金犹如企业之血液，在企业运营过程中起着非常重要的作用，如果资金链一断，企业将面临崩溃。

现金流的来源性质大致分为三类：经营活动产生的现金流，投资产生的现金流和筹资活动产生的现金流。

那今天就从另外一个维度分享一下就是经营性现金流的问题，大家都知道不论从事何种类型企业要想生存肯定要有收入，现在大部分中小企业都有应收账款收不回来的苦恼，当你企业存在过多的应收账款的时候，你会怎么办？各位，今天在现场的朋友们，有没有人做传统制造业的？我问一下各位，你们做传统制造业有没有遇到过苦恼，比如说产品不能按时交付，材料采购老是遇到资金的问题等等，我以前做项目投资，遇到过好多传统企业说要转型的。

其实我今天跟大家想讲的是做转型真的没那么简单，你看现在，五年前就有人喊着转型可是转型成功了吗？没有几个对不对，

在我看来真正要解决的问题还是你的模式问题，真正的转型是要做到基因重生，不是喊喊就能转型的。有人就问了，那是不是所有的都能转型或者基因重生呢，这也不一定，千万不要误解老师的意思，老师不是说不能转型，而是能不能根据现有的模式做到创新，之前有个学员是和制造业打交道的，那么各位，作为一个制造企业有没有上下游？那好，制造业它的上游企业是谁，材料供应商，对不对？好，那么它的下游企业呢？是不是需要它造出来的产品群体，对不对？比如说什么代理商啊、经销商啊，那么这个学员呢，他是一个轮船配件制造商的上游企业，简单的说就是他给这个轮船制造企业提供材料，也就是说他的上游的材料商那里采购材料，然后制造成配件卖给他的下游企业，这里边就有一个问题就是，当下游无法按时交货款的时候，资金庞大一直就无法周转，他就无法从上游企业采购材料形成正向的现金流。长期下去这个企业也就毁了，当然这也是很多传统制造业的现状，非常的困难，那么他遇到什么问题呢，经过详细了解，果然如他所说那样，他把材料给人家了，材料款收不回来，材料款收不回来销售量就不上去，而且这样也就限制了他的平均量，量上不去那销售就会拖后腿。

他是这样的，他跟这家轮船制造企业签订协议，每个月在他

这里拿 10 万的材料,可是老是会出现拖欠材料款的事情,那你想想每家都拿这么多,老是拖欠材料款会出问题的而且销量总上不去,企业遇到了瓶颈怎么办呢?而且更重要的是这些下游的企业经常性的拖欠账款,以至于他现在的运营已经遭受了严重的威胁,所以在他上完我的课程后,非要我帮他指导参观完成得出结论,企业的症结在于没有正向的现金流,也就是说应收账款太多,要解决这个问题就得调整业务模式,你说这么大的一个企业而且现在也这么大的规模,转型吗又不合适。

所以最后我给他出了一个点子,如何把别人欠你的钱变成你欠别人的钱,这就是解决思路。我当时给他说,你可以用一个方法,你跟你的下游企业谈判,当时他已经了解到他的一个下游企业每个月的材料需求量是 50 万,以前他是跟人家签订合约。每个月固定给他 10 万的材料,月底结材料款,但是每到最后都是拖欠,你说打官司也不行?闹僵了对谁都不好,对不对?所以就导致了现在这个情况,当时给他的方法是既要收钱又要提高销售量,又要让对方带客户。

方法是这样的,既然以前是签合约,那现在还是签,只不过内容变一下,你这么跟他谈,现在每个月从你这里拿 10 万的材料款,对不对,你就问他借 10 万元,付利息是一分,只要他每

个月达到 10 万的进货量，那么你就付利息，那么请问下游的人有没有吃亏？他感觉本来都是你的钱，是要付的，只是提前一个月付，对不对，还可以得到利息，一年就有一万二的利息，把钱给你，别人的企业能不能先欠着，有没有可能性？

各位一定要注意，问别人借钱不如问下游企业借钱，付给下游企业利息，那么作为你呢？本来要问别人借钱也是要付利息。现在钱先进来了，，微打折了一点，对不对，假设下游企业不和你做了，你也不用付利息，也不用去催款要不回来，导致出现许多死账，如果对方没有达到销量，那你和对方先谈，把被动变为主动，对不对。俩个人都没有感觉吃亏，那接下来如何，让对方提高销量，因为本来一个月有 50 万进货量，现在我这里只有 10 万，那我要提高销量啊，要想让对方资金提出来就必须放开额度，你引导对方提高额度。我现在呢，允许你欠我 20 万的材料，你在我这里每个月多拿 10 万的材料款，那我呢，只需要一个条件就是你再给我 10 万，然后我给你材料，只要你的材料拿走,立马付给你利息。

各位想一想，同样的价格，同样的材料，同样的质量而且每个月我都付你利息，只不过是相当于你将材料款提前支付而已，你愿不愿意？当然愿意啦，只不过加了一个条件而已，这样的话

你就能将欠款及时收回来，而且将以前的老客户再深层次的开发，还增加销量扩大业务流，这样一来可以把公司的现金流转正，那么请问一个月多出来的10万的交易额，一年就120万，请问按一份钱的利息，10万一年也只有1万2。如果一年做到120万营业额，连1万2挣不到，那么你就要三思了，之后他就带着制定的合约一家一家去谈，结果显示这个方法是可行的，它的销量直接翻倍，而且没有了拖欠货款为客户。现在呢，现金流非常非常的好，最重要的是介绍了很多的客户过来都是先给钱后拿货的客户，也就是要利息的客户。到现在也成了我一个经典的案例。同样的一个企业重新设计了收款这个环节，他的现金流瞬间就回来了。

各位，你的公司出现这类问题的时候，你会怎么做事？固守等待转机还是创新寻求突围？

所以呢，稳固你的资金链是非常重要的，任何一个环节的重新都是非常重要的转型，其实不是所有的企业都合适的，你要做的是根据自身的情况能不能出一些创新的方案，这是关于资金板块小小的一个案例。当然这些案例虽然非常落地直接可以借鉴使用，单做为我个人来讲，每个企业和每个企业的现状有所差异。所以在使用的時候，一定要斟酌根据实际情况系统地去做方案而

不是说看人家成功了就照搬。

10、第十条 众筹

项目众筹,产品众筹,公益众筹还有一些企业做预售、做团购、做销售,做宣传的在产品和项目众筹中一定是需要钱的,需要启动资金来做这个产品或者说来做这个项目,很多时候把众筹无异化成一种营销手段,让更多的人参与消费,或者他需要一种社会集思广益的那种创意,一种灵感,那么从公益众筹的角度来看,他可能需要一种精神上的支撑,大家来赞助他这样的一个行为和他背后代表的这个意义,大家愿意去帮他做这件事情,他要实现维度的梦想等等,所以说每一个发起众筹的人,他有一定的需求,有需要公众来对他进行帮助才会通过众筹的渠道来做这个事情。

众筹是追求内心的回报,所以只要心里有善,你做了众筹,捐了钱,其实你多多少少是有回报的,讲回报的话,如果狭义理解为它是经济上的回报,那么我们可以看到现在众筹 50%以上的,它可能就是一种捐赠的性质,甚至不带回报的那种众筹。

在这种情况下，去支持的时候，我就没有想到过回报，其实他也不会带给你太大回报，这就是心里有善的回报。这是一个比较现实的问题，当然还有一些用所谓股权的众筹，项目众筹这种它本身带着一种借贷性质，那也会在制度建设上他设计了回报这一项，那这种可能会越来越多。但是就我观察而言，我认为绝大部分现在应该得不到回报，而这种参与者本身也没有把它当作特别想要回报的那种心理。

众筹的项目，它不保证你有什么收益，现在的众筹项目，基本上都是创业项目，大家都知道，其实现在有很多行业，基本上都是九死一生的概率，股权众筹比起其他形式的回报风险会更大更不靠谱。

我担心的是在这个路径下，它发展到更具伤害性的模式。这么多的众筹网站要生存，那么怎么办？那只能靠什么，靠吸引你的眼球，这么多众筹产品，众筹公司，这么多的众筹网站吸引你靠什么，各种变相的回报，不和你讲风险，和你讲收益，那这样一来就意味着什么？风险进一步被放大，众筹把好的产品好的公司通过网上投资众筹一个概念。

那可能是有各式各样的问题，短期内呢？会有骗子出现，但也有好的公司，现在讲的是一些让你防范的一些概念。但是随着各种各样的中介机构和媒体的介入。我也相信众筹会越来越干净。众筹的问题是制度建设问题，信用建设问题，未来有第三方担保机构。那么走中国传统路线把人的关系变得更紧密起来，变成熟人意义甚至进一步是朋友意义的这个模式是可以的。

我依然是强调，我要带给你一些中国人喜欢的东西，除了利益之外中国人喜欢是什么呢？就是把一群不认识的人来认识，我告诉你，我不想骗你，我想带给你的是你会扩展你的人脉，提高你的社会资本结识很多对你有用的人。我在日常生活中，我认识的人是有限的，但是你给我提供了机会，我可以认识很多方面的人，为我的将来创业也好，做生意也好，干什么也好提供帮助，这就是中国的传统，我想很多人还是会投钱他，真的不是说利益上要什么回报而是被他的这个远景所吸引，西方的众筹项目真的是平等、尊重。对待每一个众筹项目的参与者这种陌生人的合作关系，引入到中国，但是更要命的是我们的发起人，有多少是抱着这样的想法，大部分的人想法是钱筹到了，我实现

了，我给你股份的，承认这还是有诚信的，有些是到手了钱呢，我跟你们再也没有关系，众筹的人员作为股东是一种有权利感，过去是没有这个项目的人物，现在是我有了这个项目的股东，给了一个参与感，这个是可以的，但最好是有制度建设和信用建设问题，这就是中国本土化意义的众筹。可以说的都是关于一些防范的思维，但也有些好的众筹也是可以投资的，在于你的思维，你的认为反正是玩玩是可以的，但是投入大笔资金的时候要懂如何避免一些投资的陷阱。

接下来分享一个关于众筹的案列，我有个学员，在聚会的时候谈起，问他现在在干嘛？他说在找资金，找了快2年了，一直没有找到投资方来给他钱，原因是这个项目投资方看不上解决不了相信他的问题，年纪有点大了，以前是打工出来的等等，然后我就更加深入了解他的项目，在这里不方便公开他的项目，他告诉我机器设备投入是600万，总共投资是1000万，一年的回报为1500万，那么我问他你怎么确定回报每年达到1500万，他说因为这个是他以前的工厂，他在那做了5年多，各个重要的环节都全面的了解，对行业认识度是非常的好，他要做的这个项目是

这个行业存在的废料重新加工就是和公司现在的业务不产生冲突，还能帮现在的公司改变业绩。

如果他现在手上有 1000 万现金，就可以办起公司，并且可以接业务做了。但他是一个打工者，在公司也就是高管的级别，那问题想找到这 1000 万，又不是 10 万，100 万的，去哪里找呢？就是开起来公司，也没有业务怎么办，说到创业资金这一块，有很多创业者明知道这个项目可以做，去借钱，借不来多少，去担保也没有什么可抵押。很多创业者都是苦于没有启动资金，只好放弃资金的梦想，这样的人太多太多了，我说你应该用筹资的模式去做。众筹分为大资金和小资金，大人物和小人物去区别，现在呢打算拿出 60% 的股份，每 6% 入股为 100 万， $6\% \times 10 = 60\%$ 每个 6% 为 100 万，60% 页就是 1000 万，你首先要的是资金，去找有资金的人，但你先列一下，他一系列没几个资金，因为他以前是主管，认识的高端人脉不多，那怎么办？我说你应该去找你这个项目的上游是谁，下游是谁，上游解决货源及供货的问题，下游解决销量的问题，那么以前在公司里认识一些老板的级别，现在不在那边上班了，那直接找到他们，告诉他们这个项目的回报以及每年的利润，

解决信任的问题，先带他到公司和销售商去分析，你投资这个，钱是先挣回来 1000 万，先分给你们先，我一分钱也不要，等挣钱 1000 万分回来后，以后再分利润，你们买的设备是你们的名义买的，按租赁来租给公司，这样就保证了你的资金是安全的。解决了投资者的后顾之忧，找下游的销售商，代理商，给股份 3%每个人投资是 50 万，那么下游的代理商如果投资了会干什么，会不会自己公司生产出来的货源优先摆在前面，会不会努力去推？

然后再去找公司老总，有很多投资家，有很多的投资商，如果说拿不出钱怎么办，最后分析不投资的那个人，就是怕这个公司他另起炉灶，就直接去找最想帮助的这个人，如他的姐姐弟弟兄弟之类的拉他们来众筹，各位明白了吗？他用这个方法不到一年的时间，用同样的方法现在有三家公司，每家公司都是占 40%股份，那么请问他手上有多少股份 400 万为一家，那么 3 家等于 1200 万，他有没有出钱，他不出一分钱就可以开三家，这说明了如果按传统的思维，开一家就昏头转向了。

在这个案例中，我们看到左手解决钱，右手解决业务，就可以把项目做起来，那么众筹的案例中，各位能看到什么？就是找人众筹要解决他能带给你的是什么，这一点很重要，有很多创业者他眼中只有钱，只有有钱他认为什么都可做起来。

比如说阿里巴巴，马云找孙正义投资，为什么不找别人，因为找到孙正义，他带来的不仅仅是资金而是资金背后站着这个人的资源和能力，比如说马云要找一个可做的人才开发软件，当然阿里巴巴不会缺这样的人，现在只是说比如，平常的公司会干什么，挖人呀，高价请人，如果阿里巴巴真的找不到这样的人会怎么样？直接打个电话给孙正义，公司现在缺少这样的一个人，你介绍一下，那么孙正义会不会去找？有没有能力找到这个人，他是阿里巴巴的股东，大家明白吗？

所以说众筹你的目的是为什么？如果只是为了事业上，那你要找到能够帮助你的人，再说一次，不仅是钱，而是背后站着的这个人，有这个资源能帮你做强的人，这就是项目的众筹，期待其他的众筹在系统中细细地分享。

如果说众筹是为了骗些钱，各位还是好自为之，这个案例相对来说比较深一点，看不明白的还要回头再看几遍，因为里面的内容加进去系统中的一点点内容。

10、第十一条 大项目分拆，小项目重置

有个企业家做的是洗碗机，他这个自动洗碗机能够完成所有人工洗碗的步骤，而且机器洗碗的质量超过人工洗碗的质量，洗碗的速度达到三个人的洗碗的速度。

他的机器已经拿到了国家发明的专利，并且具备了规模化生产能力，但他目前遇到了最大的问题是自动洗碗机很难打开市场，因为自动洗碗机售价过高，为此非常烦恼。

特意跑来问我：老师，为什么一个能节约成本的机器都无法得到大规模的使用。我说你这台自动洗碗机除去所有的生产成本，分摊研发成本后你的最低售价是多少？他说是2万，我说你所推广的客户是哪些，他说是所有的中小饭店。

各位想一想，对于一个中小饭店，拿2万块钱去投资一个洗碗机器，很多老板的是不愿意接受的，而你正好卡在这一关，他说老师你说的正是我遇到的这些问题。

我说你这种情况有很多企业都遇到过，你要用我所讲的“大项目分拆”来解决，我告诉他，你换一种思路，你跟饭店的老板商量每个月给1000元的服务费，与他签2年的合同，2年合

同期满后，自动洗碗机免费送给他，也就是说每个月 1000 块钱的成本。

饭店的老板完全可以接受，因为可以完成 3 个人的工作量，我们按平均每个人的工资 2000 元来计算，3 个人*2000=6000 再*12 个月=一年就是 72000，俩年就是 144000，再减去要付机器费用是 24000 就可以节省 120000 的成本，请问你是饭店老板，你要不要？那请问本来的机器是多少钱，2 万。现在呢，2 万 4，请问增长了多少的利润，那销售量呢，本来一个月卖 5 台，现在一个月卖 500 台，请问增长了多少的业绩。

再讲一个案例，比如说练瑜伽，一年要付 2000 块钱的年会费，但是很多女性都不去为什么？

一、怕坚持不了一年，

二、一下子拿出来 2000 会心痛。

如果你按照我今天所讲的大项目来分拆，按一个月 180 元来收费，按月来付费，请问你去不去，很多人会去的。任何行业只要把思路换一下，先把客户吸进来那后面就按我们学习的商业模式的系统设计方式如何赚后面的钱，各位明白吗？用这

种大项目分拆减少首次的投入成本，用 2 年的时间来分拆这 2 万的成本。这样对于很多中小餐饮的老板是完全可以接受的，你们看，这样的话是不是瞬间增加了业务量，对不对？

所以说大项目分析，小项目重置，也是一种引流的方式，重点是你怎么去把握怎么去设计系统模式。大项目分拆有三种方式：

第一种叫结构性分拆，比如说你是做菜的，我是卖菜的，咱俩是一伙的，你做产品的，我做销售的，所以可以合作，这叫结构性分拆。

第二个叫时间性分拆，我的财富系统中会详细的剖析；

第三个叫地理性分拆，我现在也是玉石专家，本来也不是玉石专家但是干的行业多了，就会多了解一些。

有一个美女是开赌石公司的，开的时候我就告诉你不管怎么样，你千万不要让你的女朋友爱上玉或翡翠，那绝对比买爱马仕贵多了，知道一块东西多少钱吗？上亿真的很少，你可不要觉得没事就买吧，几十块钱买一个，刚开始肯定是那样的。女人最怕什么，你知道吗，比较你那块比我好，比我这个翠，

比我的这个透，难过了，有了这个思想就成了一个无底洞。好了，美女想开赌石公司，问我赌石怎么看有赌准确的，有赌完没有的，那个石头一切开里面全是翡翠，切开是有的，眼睛会发光，真的是那个样子的，拿了一块石头，问我怎么弄？

本来我是没有兴趣的，因为我完全不了解这个行业，就跟你们一样。见到业内的高人跟我讲了一堆玉石、翡翠，讲完了之后，我决定要买一块好的翡翠，这个大哥干什么活呢，他眼光很独到，陪着很多的上市公司老板跑缅甸区，他们看完了石头买石头，不管买多少石头，他都是 5% 的佣金，买一个型好的，料好，型美，工良，一般人想玩都玩不起。你知道有多夸张吗？切好的 500 万变成 2000 万，切不好的 500 万变成 50 万，刚开始的时候，一般人都受不了也不建议没有玩过的人去玩赌石，也别想玩个奇迹出来。跟我讲了较多的是他们的技术也不是百分百成功的，如果不成功呢，假如说 100 万变成 30 万。假如成功的话，100 万变成 300 万。如果有 10 块石头，他能赌中 7 块，但是最怕的是什么，怕的是前面的 7 块都成功了，后面来一块大的成功率只有 30%，那怎么办？

你有没有听说过，在玉石行业中中国大地图当年他们几个人挣了 6000 万现金，跑到缅甸区看那块玉，那个漂亮啊，跟中国的地图一样决定买回来，怎么着里面都是很好的石头。这 6000 万是三个人凑的，一回到中国所有的行家来看，都说好，这是宝贝，很多大的一块，跟桌子那么大，跟中国地图很像。因为消息走漏，有一个比较大的人物跟他说：既然是中国地图，你们要切开，你们应该要保存起来是有意义的，就横着切，切开是有的，但 6000 万就是没有了。卖个几百万都不值，中国地图切完之后，所有中国的发达地区全是绿的，你看，但是不好意思，大部分是有的，这几个人呢，脸色就苍白了，6000 万可不是 600 万，60 万，怎么办。找了中国最会雕刻的人把他切开，卖了 2000 万，3000 万也赔了。为了纪念这个事情呢，家里放；一大堆镯子就是这块石头切下来的这个手镯子。

为什么讲这个案例，有什么关系，我设计了一个模式，对这个行业产生了改变，现在不说是哪家公司，结果这家公司用的是我的模式，一模一样就是用我的套路区干，注意地点是在深圳这家公司呢，几乎是稳赚不亏。各位想不想知道赌石几乎百分百成功的方法，我这么想的，既然成功率在 70%，这个事情可以干，一个人买石头几千万很少，大部分都是几十万，几万

块钱，然后切开，其实只有翠必有利，真正的高手要解决俩个：

第一、你要把他切得好，如果你每下一刀的地方正好，裂缝的地方切，那个翡翠就比较完整，那就可以这样做，这就是跟大家行业了解有很大的关系，怎么做呢？这样的，成立个赌石小基金，这个基金每个人的投资都是 50 万，平均石头也就是就把十个人的 50 万放在一起就是 500 万，不要去赌一块石头，拿出 50% 的钱赌 10 块石头。如果 10 块石头的话，成功率是不是达到 70% 以上。回报率就是 100%，失败率是 30%，切完之后也不是什么都没有也意味着如果这么干的话几乎是 100% 的赚钱，除非你的运气实在是不好，10 块石头全部是有的，可能性很小，因为他对这个行业很了解。到现在为止没有出现过亏钱的问题。如果个人拿出 50 万很容易变成 315 万了，能不能理解。如果十个人在一起，虽然很难一块变成 300 的巨额利润，如果让每个人都赚钱，这家公司单纯赌石的手续费，不好意思做个小基金成立一个 500 万的公司，在里面赚 100 万，就把赌石变成一个项目来看，然后把它进行分拆。

我告诉各位几乎所有的项目都能分拆，包括你的公司，饭店，地产，电影项目。按时间等等都可以分析，所以这个就是

大项目分拆，小项目重组所谓思路一变天地亮，用大项目分拆成小项目，用大成本分拆小成本，这样就能更多的商机。

12、第十二条 产品免费送

4 个核心点：

- 1、让客户有机会参与公司的运营；
- 2、让客户有机会参与利润分配；
- 3、让客户有机会参与荣誉的分享；
- 4、让客户有机会参与项目的建设。

要搞清楚一个观念：你和客户不是买卖关系，应该是合作的关系，客户有机会参与你公司的运营，有机会参与你利润的分配，有机会参与荣誉的分享，有机会参与项目的建设，这是四个业务的核心。永远记住：客户的关系不是单纯的买卖关系，在进一步分享之前，我想首先跟大家分享挣大钱的几个点。如果你每一条都符合每一条都做到了，你会发现挣钱没有那么难没有那么累。

第一点叫做不赚一次性的钱，什么叫不赚一次性的钱呢，就是我们之前做生意，不管是卖产品还是做服务，你会发现我们要打很多的广告，然后或者是通过业务人员不断地上门拜访打电话，发短信发微信，好不容易把客户拉到你的店里，客户把钱给了你之后，你把

产品或服务给了客户。你会发现想让客户再一次把这部分利润给你的时候，你还是要持续不断地打广告，发短信，上门拜访这种钱叫做一次性的钱。所以如果你挣得市这种钱，你一定要注意了，这种钱一定会赚的很累。注意你这个老板会越来越辛苦越做越痛苦。

第二点叫做不赚大额投资的钱。什么叫不挣大额投资的钱呢，其实生产制造型企业，你会发现一条生产线买回来，昂贵的费用，真金万银的花出去，可是有一天我们没有把它卖出去，变成什么样子，都成了废铁了。记住，亲爱的朋友，我们今天买过来的这个设备花的是真金万银，它的寿命并不是它生产产品的真的寿命，而是他生产出来的这个产品在市场上消费的这个阶段，有多长久注定了这套生产线的寿命有多长，对吗？如果买回来一套设备，只是用了它生产出来的产品在市场上只流行了两年，只要卖两年，哪怕这个设备有 20 年的使用寿命，有 18 年是没有效果的，它还是注定了第三年要怎么样变成废铁。

所以千万不要赚那种大额投资的钱。当今社会其实有可以花很少的钱，甚至不用投入什么钱就可赚钱，甚至可以挣很多钱的事情。我们真的没有必要去做那些大的投资，有些朋友可能会说：老师，你在骗我们，我们现在花很多的钱，想挣钱都很难，怎么可能会不

花钱或者花很少的钱，不可能有那么多的机会挣更多钱。

亲爱的朋友，你一定要记住，在这个世界上你不知道的并不代表没有发生过，你没有看到的并不代表它不存在。在以后的秘籍中会跟大家分享很多是可以不花钱甚至花很少的钱就可以赚很多钱的项目。

第三大点叫不要赚利润过低的钱，我在全国各地讲课的时候，我都会问一些问题，我问一下利润在 10% 以上的朋友请举手，大概会有 20% 到 30% 的人会举手；当我问净利润超过 30% 的时候，几百人的会场只有那么几个人举手，也就是说现在的老板，他们的净利润能获得的这个额度怎么样，会越来越低，越来越小，这真的是很可怕的事情。

各位亲爱的朋友，我一直在讲文明现在所拿到所有的利润，其实只是拿回来利润的 10% 左右，也就是意味着还有 90%，庞大的利润，这些利润本来是属于我们的，为什么有 90% 的利润呢，以后会在系统中会讲到。我们拿回来没有人会有意见，拿那回来也是合理合法的，为什么没有拿回来呢，就是因为我们不知道，不知道这三个字太可怕了。我们不知道那利润也是我们的，我们也可以拿回来，所以我们白白地丢弃在那里，浪费在那里，真的是非常非常可怕的

事情。可是有很多老板拿回来只有 10%，然后天天在那里干嘛，在那里抱怨挣钱越来越累，挣钱越来越难，挣钱越来越痛苦，挣钱越来越少了。

亲爱的朋友，不是挣钱越来越累，挣钱越来越难，而是我们大脑当中赚钱的方法，系统和策略怎么样？太少了。你挣钱的方法、系统、策略越少你赚回来的钱就越少，这是成正比的，所以我们要不断地学习，你能拿回来的利润才会越多，同意吗。

第四点、不断使用时间换钱的钱，河北有个石家庄正定县，那里有一个马家老鸡，那个老鸡真的非常非常好吃，我每次去石家庄都要去正定去买几只鸡。可是你们见过卖鸡的它竟然在一个案板上能把上千只鸡做成熏鸡，很大的一个场面，很宏伟。这个老板可怜到什么程度呢，他一年只有 5 天时间休息，大年三十、初一至初四加起来总共五天，初五就开始出摊。从初五买到大年二十九，他是说没有任何时间能走出这个店的，白天在卖做好的鸡，凌晨呢，大概两三点就要起床就要开始加工那么多的鸡，问他为什么，你不可以学学麦当劳，肯德基，然后做一些连锁店呢，这样不是很轻松吗，然后又可以赚到更多的钱，对吗？不用说，他的店如果不是在正定只有这一家，如果在石家庄开个十几家的话他的营业额至少增长十

几倍那是非常简单的，他的利润增长十几倍也是非常简单的，但是因为他是祖传的手艺，祖传的秘方。

再加上现在的，这是想这个才是最可怕的，祖传的思想就是我们只可以开一家，绝对只传男不传女，只能传给自家人，任何人不能让他干嘛，不可能看到这个做鸡的这个过程，所以他这辈子只有做，怎么样。只能做一家店，一家店你算吧，虽然有千多只鸡，但是利润怎么样，是固定的，有限的，也就是说这辈子他能赚多少钱，按每天卖一千多只鸡，然后这个利润是多少乘以多少年就可以算出多少，这就是什么，不断用时间换钱的，对不对？

所以千万不要学这种赚钱，你一定要学会倍增自己的时间和利润，这样的话，你的收入才会飞过爆炸式的增长。

第五点、不赚有上限的钱，讲的就是思维的方法，我有个朋友的朋友，他是做农村发电机的，就是偏远的农村不通电，才会买他的发电机。中国有多少个村子现在没通电的，有 4000 个村，那想想他的机器卖多少，1000 块一台好了，是多少。1000 乘以 4000 才多少，400 万再加上机器的成本和推广的成本，能赚多少钱。可以想象的到，基本上没通电的村很偏远很贫穷，就算吗发电机去，他拿什么来用，电视和电冰箱区哪里，而且推广成本也变，他的钱

怎么样，一定会上限的，对不对？那这个过程当中，如果他不懂得把自己上限的这个瓶颈，这个天花板突破的话，他的钱还是那么样，还是能计算得出来的，这样的话能获得很大的财富，几乎是不可能的。第六点是最重要的，大家一定要记住随着我们移动互联网的兴起，微博、微信各种 APP 的软件不断地兴起再加上各种商业模式的创新，有很多朋友发现通过移动互联网，可以怎么样，可以有很好的机会，就盲目地上马新产品，很多的朋友又有什么了，众筹模式，平台模式，各式各样的模式。

很多人就开始思考我做一個什么，这样的一个平台，我做怎么样的一个商域，我做怎么样一个模式。虽然前期要投入烧掉很多钱，那么我能不能有一个很好的回馈呢，他们算来算去觉得这个回馈都会非常的大，都会非常的好，但是他们资金不够，找到很多朋友来干嘛，来合作，以前来烧钱。

各位朋友，这是一个天大的陷阱，你的机会你的前景越好，你的危机就越大，你的危险性就越大。为什么，因为这条叫做千万不要挣大佬抢来的钱，什么是大佬，类似马云，马化腾等等这些人。如果他们随便抢一抢你的生意，你就彻底完蛋了。不管你有多少钱在烧，对不对？如果你做一个商城，你做一个什么平台模式，只要

他们觉得蛮好的，这个东西可以做大可以挣的，他们随便找几个人成立一个部门，你就很快被打下，对吗。千万不要赚大佬会抢的钱，实在危险了，这里你会发现老师说的这个钱不能挣。那个钱不能挣，到底什么钱才能挣呢，我们后面还有很多个点在系统中会讲到。

所以这几点大家要认真地对比，看看是否会符合你的要求，那接下来继续分享案例。

大家知不知道如何把别人挣钱的产品免费送出去，各位，有没有想过这个问题，当你把别人挣钱的产品送出去的时候，那么你的客户自然而然就吸引过来了。当然要做到的就是双赢，那么大家想不想知道这是怎么一回事呢，大家来分享一下，那个学员市开饭店的当时在当地是转业过来的，他们说都不懂，听说饭店还可以挣钱，一股脑的钻进去，开了家饭店，结果呢，因为管理不当就陷入了困境，跑来找我叫我帮帮他，不然他就被逼的走投无路了。

我就了解了他的情况：地段不错，人流量也蛮好的，不知道为什么顾客消费就是少，因为投入了大量的成本，所以导致很被动，资金断了，被逼的也没有办法了。经过一系列的沟通，我了解到他这家饭店没有做过任何推广和宣传，也没有进行过任何的优惠活动，人家都不了解他家的店。

最后结合实际情况，我给他的方案，我说你可以这么做，首先先将饭店名气打起来，可以先和生产酒家谈判以生产价格一次性平均多少酒呢，当时我介绍了第一个学员，市生产酒的，让他们认识先谈好。但是有一个条件就是包装盒由酒厂设计，然后由酒厂制作。没有资金怎么办，接下来你再找一些需要做广告投放的公司，如房地产、培训学校、宾馆等等有广告需要的公司跟他们谈判，告诉他们现在有一个非常好的宣传机会，在酒盒上面打广告，那酒上面有哪些广告可以打。

酒盒不是有4个面吗，前后左右上面内盒都可以做，当把广告商的钱收来之后，他自己没有打广告，为什么，他就开始了送酒，横幅一拉，某某饭店免费送酒，那请问去的人多不多，然后他的广告一下子就起来了。他送的是一般的酒，人家来消费免费领酒，他就送优惠券，如果去酒店消费，消费多少送价值高端的酒，那请问去的人多不多。大家肯定一想有两个问题，一个问题他有没有亏钱，当然是没有的，因为在这里不好讲，一讲就会透明了。第二个问题是大家又可能去问来免费领酒的人会不会多是一些占便宜的人。比如说老头子，打工的，这个怎么解决，各位，既然来占便宜的，那我们就让他占便宜的推广的方法。如果领酒的人推广出去优惠券，有人来消费的话再送酒。

各位，你知道吗，现在每天有多少的业务员在帮他推广，听懂了吗？各位。对于几个投放广告的公司来说，而且这次活动呢，人非常多，起到了一定的宣传作用。对于酒商来说，一次性销售这么多酒也是非常好的，对于客户来说领到了免费的酒非常开心，同时也达到推广业务。对于饭店来说，吸引了大量的客户，而且也因为送免费的酒在当地呢，一下子打开了名气，所有的人都达到了共赢，但是这个效果是非常好的，所有把别人赚钱的产品免费送，当你换个角度做生意，那起到的效果就会截然不同。

这个案例是我指导的企业如何引流的一个非常普通的做法。我们后面的系统还会讲解到，所以回去落地一定不能照搬，最好用这套系统来比较你的企业，最适合是哪一种，而且最好进行创新。

13、第十三 经营性融资

有一位企业家是做房地产的，他建了一座城市综合体的商场，现在呢，也遇到了问题苦于找不到钱。他就问我，老师能不能去我那边考察考察，帮我出出主意。

我当时就问他商场处在什么地段。他说商场的地段还好，但就是招商没有进步。我又问了，你的商场租金和其他的商家比较怎么样，他说他因为这个地段比较好，所以租金贵于当地的商铺租金。我问他招商了几年了，他说招了7年了，一直招不到呢。刚开始没招好。各位，如果刚开始招商没有把势造好的话，以后很难有商场进来的，这个市场面积大，必须要一鼓作气，各位明白吗，在这里提一下，西部有个地方具体什么地方暂时不提，他们的房子还在造，要在两三年后才能完成，他们就开始卖商铺。

我当时在那边正在帮一家企业做咨询，他们在宾馆里卖房子的，我过去就问她，你这个商场是如何计划的，打算卖什么，是如何设计的，因为我想看看他们的策划，就是说商业模式怎么样。这个市场有没有前途，那个销售员来了一句，我们这个商业模式还没有计划出来，就是什么美容店、洗发之类。那我就问那你这里没策划就有人购买吗？她说还不错，1到10层都已经卖出去了，剩下11层

到 28 层，其中 20 层以上的都是一个楼层才卖的。然后她用惊讶的眼睛看着我，你是第一个问的这么专业，我们不去讨论销售人员讲的是不是真的，只是说中国的土豪还真的多，买房子真的像买白菜一样。

我就把她的图纸拿过来一看，一个楼层面积是 1250 平方，再一看 1 到 10 楼每个商铺是 150 平方。我再问她，卖多少钱一平方，她说是一万五，那我买过来，你再帮我转租出去，对吗？她说是的，那价格呢，他说租出去每平方市 100 块钱，各位听懂了吗？就是买过来 15000 一平方，一个店铺 150 平方，那是多少，225 万。那我们作为商铺的公摊面积缴税加上去，成本算 280 万好了，那租出去市 100 块钱一平方，100 块钱乘以 150 平方市 15000，再乘以 12 个月是 18 万，经除去商家管理费各种费用，以后房子估计拿到的只有 12 万。我们投入的资金不按利息来算，也不按涨价来算，也不按存在地区的发展来算就按投入 280 万，每年收回是 12 万，再收回成本的时间为 25 年左右。如果说房子可以保值又可以拿房租那也是可以的，不是说不行，但是房子和商铺的性质是不一样的，在于你的思维。

现在我们只是分析分析，各位听懂了吗。那我们再来看，投资就是投入连招商方资金都没有想好，就开始卖房子了，万一这个市场没有做起来，你怎么办，大面积的商铺 150 平方。请问如果要卖房子的话，接手的人多吗，最后投资尽量投，以后要卖的时候有没有人来买。这市场上有很多大型的商场，她拿生命来竞争。这个地区没有形成产业链的现模批发市场，面对范围只是一个市区，房租还这么高，一年要付 18 万，这个地方又不是杭州的四季春，广州的百马，请问租房的怎么能生存。每个楼层有 1250 平方的面积而且单个店铺的面积又这么大，请问能聚人气吗，等等，特别现在很多的地方造商场造势很大，但真正的回报的就很少，所以说我呢，4 年购买过几家商铺到现在还一直放着。

我以前也亏过，人是在吃亏中成熟的。为什么要讲这个呢，是让大家以后在投资的时候要注意分析一些事情，任何行动的背后都有动机，要学会分析。通过跟她的沟通了解了她情况，也是说有缘吧，可是有句话怎么讲的：佛渡有缘人。发现商城的各方面确实不错，最核心的地方就是缺少一个好的招商方法。

各位，如果你们是开商城的，你们会怎么做，怎样在最短时间招到大量的品牌入驻到商场。我当时就给她出了一个方案，各位想

要一个商场火起来，什么最重要，客流量，对不对。我当时就跟她说，你通过各种渠道大肆的宣传，免费入驻某某商场，假设你是开店铺的，每个店铺是1万块钱的店租，每年房租12万，那现在呢，你给我5年的房租是60万，每年返还给你12万，5年后全部返还，请问你要不要。但要保证年销售额达到一定的量，当然这个量是和你平常的销售额是一样的，达到这个量后呢，立马返还给你租金。如果高出平均销售额的话，再补给你钱，并且还帮你担保贷款之类。如果达不到一定额呢，那就协议按销售额的档次来付钱。在这里还要解决经营者做假的问题，在这里就不讲了。为什么要这么做呢，保证不好的经营客户拒绝门外，让经营者带动客户，迅速让经营者拉动市场的人气，增加流动资金。那你想想，如果每个交易从商场流通过，请问商场的流动资金有多少，有这么多的流动资金，还能做什么。

大家仔细想象一下，经营商入驻商场后，当手上有这么多的现金在手上，那你还能干什么，把商家从别的地方停止掉，为什么，如果有俩家开在一个城市，客户会分散，会影响商家的人气。商家有活动，经营者也会配合，先把经营者捆绑起来等等。市场的目的是为了收钱，收商家，收人气，收现金流，达到4赢。那作为商家呢，赢利是不用付房租，超过营业额的话还可以再有钱给你，并且

还可以帮助贷款。因为这本来是经营者的流水钱，只是经营者没用而正是她自己经营的流水钱也太少，但大家在一起呢，现金流就比较大，各位明白了吗。

那作为客户呢，服务满意度会上升，折扣度会更大，客户指数会更好。他觉得这个方法呢非常的好，拿回去一用，瞬间账上有大量的现金，而且有了经营者的加入，商场的客流量也非常的多，不仅解决了资金的问题，而且也解决了商场的人气问题，解决了现金流，又解决了招商的问题，这个效果做的非常好。

再接下来分享一下案例：一个国外的，一斤葡萄酒成本是 20 块钱到中国卖多少呢，含税一定变成 40 多块，到上海总代理也就是三级代理，变成了 60 多块，到了四级代理变成了 80 多块，然后到了零售店呢，变成了 100 多块，然后再到酒吧呢，变成了 600 块钱，所以 20 块钱的成本转手变成 600 块钱，最后 20 块钱的葡萄酒变成 600 块钱。那么通过互联网这个方法，问大家一句 20 的能卖多少钱，可以卖 50、60、100，对不对。

所以用原来用利差的方法来挣钱，现在的企业会越来越痛苦，互联网普遍砍掉环节的思维，所以一定要用以始为终的方法把各种产生成本的环节先理一遍，然后你就拿起刀来，你要砍哪个环节，

这个环节砍下去就是你的利润，那么来进去我的事业。送大家一句话：思路决定出路，心态决定状态，脑袋决定口袋。我们来看蒙牛是怎么做的，他跟伊利这个团队发生了矛盾牛根生从伊利出来之后，专门研究了商业模式，研究完了之后，准备在内蒙古开一家工厂叫蒙牛。牛根生手上也没有钱也没有品牌也没有渠道也没有奶源，什么都没有，怎么办。

但他用以始为终的方法用结果来倒推，他把以前认识的经销商都收过来，问在座的经销商你们知不知道蒙牛的牛根生，大家说，知道啊，牛根生这个人不错，是伊利的副总，对不对。接下来就很简单了，如果按正常的做法，那么牛根生应该怎么做呢，借钱。你们在座的各位借钱给我，好不好。

借到钱之后用这个钱干什么，养牛，买奶牛，建工厂，然后生产牛奶，做完之后干什么呢，销售，难不难。最后肯定很痛苦，那他是怎么做的呢，先销售后生产，问代理商今天我来找你们，不是来找你们借钱，我准备生产牛奶，你们在座的信得过我的话，你们先把钱打进来，我生产出来牛奶后呢，我在规定的时间给你们供货。那么这个钱进来呢，我给你们俩个好处：第一个我按这个价格给你们货；第二个，但是先进来的人，我做了一套上市的规划，未来上

市这个钱呢还有一部分我是要给股权的，未来上市后呢，市值上升到 20 倍，30 倍，你们投进来的钱呢，有可能变成一千万，五千万，一个亿，你们愿不愿意把钱投进来，反正很多人去投了。

后来你发现牛根生的股份比较少，有很多股份给谁了呢，分给经销商了。代理商、经销商全部是他的股东，明白吗，你是他的股东的话，你是卖伊利的还是买蒙牛的。卖蒙牛的，蒙牛也是这个思维，先把产品销售出去了再开始生产，好了，蒙牛开始很简单，定时了，然后把钱收进来了。

今天呢，内蒙古经销商搞定了，对不对，钱也进来了，那么明天呢，我要在全国遍地开花，杭州、浙江、上海、北京把所有后来认识的经销商都收过来，先把钱给了谁，给了牛根生，拿到了钱干什么呢，再生产，生产出来，市场解决了没有，解决了。

来跟我以前说左手解决钱，右手解决市场，所有牛根生有钱了，市场有了，那事情做出来了没有，他愁不愁销量。最怕的是什么，先生产后销售以后在你们设计项目的时候，第一件事情是干什么，找到客户，找到合作伙伴，然后大家一起来做。如果你搞了半天都没人要，干什么呀，不做了。最后做成了，最终是不行的，所以说市场是检验真理的唯一标准。

好了，我们再往下看，所以先销售后生产，如果是中秋节前夕卖什么呀，卖什么券、礼券，200 到 500 的蔬菜礼券。以前是送月饼，刚开始是月饼和蔬菜，可以同时消费的礼券从 11 年开始，送什么呀，从 11 年开始就送这个蔬菜，你们说月饼好吃还是蔬菜好吃，蔬菜好吃，月饼没人吃，明白吗。

所以现在上海有很多地方都种蔬菜，那我们就要讲为什么月饼现在不挣钱，月饼只是尝一下，但蔬菜呢，是每餐都要吃的，各位明白吗。那我们这个模式里面会讲到什么方法，你不要花一分钱送的是蔬菜，它最大的核心是营销模式完善和配送，这是他的核心点，必须要免费配送然后他们就拿券过来拿蔬菜的时候，农庄再建立一个体验式农庄展示中心，再加上结网集装箱式酒店，来这里可以吃饭，玩，又可以住宿。

因为你也可以在这里成为农庄的地主，这里面有几百亩地，选些地随便种些什么，但你是不是经常来看看。既能挣钱又能带来更多的体验在这里，但一定要记住，一定要先销售后生产，千万不能先生产后销售。好了，这下是路打开了吧，所以你看融资难不难，其实不难，难得是有些没有办法的人，对吗。

有些只关注资金的问题，用了这套系统，你看不仅解决了资金的问题还解决了销量、招商、渠道等等各方面的问题，一起解决掉。我在系统中会讲到，只要你订货 10 万我就送你 10 万的轿车，你肯定想老师是不是神经病了，这难道不亏钱吗，那你就错了，其实卖货方还能挣钱，又能招代理又能提高销量，这个方法是什么，请学习更完善的系统。

14、第十四条 杂交

我有个同学做的是童鞋，品牌叫咔叮乐族。13年的产值5000万左右，但到了14年受到了整个销售额影响直线下降。

他跟我分享他的产品跟市场的一线品牌部管是从款式上环视质量上都没有太大的区别，有时候总有几款款式的童鞋卖不出去。因为童鞋市先生产再销售的，经常有款式压货为库存，他非常的苦恼，听了他的分享。我说你的款式，你的质量，你的价格，都不比一线品牌差，但是问题就出现在了你的品牌上面。

那既然你的品牌不如人家，而且也没有品牌的人才，暂时不会有太大的提升。品牌需要时间的积淀。如果按照现在的模式去做，到了最后肯定会越来越痛苦。你的款式，你的质量都不差，有没有同感嫁接新开发一款新的产品，用一种创新的智能童鞋来打入市场。我继续问他购买童鞋的真正决策者是谁，真正的购买者是家长，是家长来衡量童鞋的好坏，也是家长来做出购买这个动作的，所以你要真正了解家长的需求。家长最关心的是孩子的监控，孩子的安全，对不对。你有没有想过在你生产的那个童鞋上面加上定位功能，通过定位与家长的手机相连接来确定小孩的安全，也可以单独开发一款这双童鞋运动计算器，可以看到孩子的每天运动量。如果今天运

动量不够，那么久带他去散步，孩子的健康会一目了然这双运动计算器。假设价格贵出十来元，请问你买不买，很多人会买。

这个卖点的是什麼，健康的刚需，我问他，你应该怎么做，他说我回去就马上就研究然后再生产。各位，假如换成你是生产童鞋的厂家，是不是也不上生产吗。有很多的生产厂家确实是这么做的。他们在思考，如果一天能生产出 5000 双童鞋，那么这个鞋就很好卖，又贵出来多少钱一双，而且品牌呢，又可以马上打响。他们的想法肯定是这样的，那么我说，你应该干什么，你开发这个新产品后，应该让别人来做，让别的工厂来仿。如果人家不仿，你要教人家仿，目的是为了这个产品遍地开花。

各位来想一想，如果你自己生产了，万一生产好了，是不是有很多工厂也要跟上来。他们也会去研究开发这个产品，对不对。那假如人家研究出来后，是不是下一个价格战就会出来，这是中国人的思维。只要卖的好，肯定有很多人跟上来，以价格战来取胜，现在呢，你让人家来仿，拼命地仿，你干什么活呢，就卖研究好的运动计算器。

大家设想一下，如果有 200 家来仿，一天生产为 5000 双童鞋，那么总共是 5000 双乘以 200 家是多少，总共是 100 万双。如果每

天 100 万双鞋子用上你的计算器，那请问如果你卖计算器的话，一双挣 1 块钱，是不是每天可以挣 100 万。这里面关系到开发的问题，如何开发计算器，这样太简单了，去深圳华强北就可以了，计算器如何安装在鞋子里面，这个怎么放，这个还是值得去研究的。

如何推广出去，刚开始工厂测试了一下，能不能卖得出去，如何把这个量做大，欠账了怎么办，万一卖的好，别人来仿你的计算器怎么办，这个都是要去考虑的问题。刚才在这个思绪中，各位明白了吗？就是你平常自己生产的产品很保密，但是你要流入市场，那么你就不会保密了，还是有人来仿，现在呢，你只要换一个思维，把生产的直接换成一个供货的平台，这样的话，你将挣到的钱会更多。讲到这里，有人会问，如果我自己生产的话，品牌出来会更容易一点更响亮一点。

我想问的问题是品牌是无形的资产，这个是有形的资产，你的目标是什么，这个无形资产会跟着工厂一辈子吗。工厂开业的时候，就面临了俩个问题：倒闭、卖掉，不可能长期生存下去的，至于你是自己开发还是要做平台。这个要和你公司的优势和能力想结合的，在这里不是讲品牌，就略带而过。那么接下来呢，如果有人仿计算器怎么办，那我们还是有几个方法去把对手打垮，价格战直接把价

格压到最低。二、玩资本金融直接让对手没办法玩。这个在我们后面系统中会讲到，进价多少卖多少，前面的案例我们也讲过，亏本出货，不挣这个钱。挣后面的钱等等，在这里就不细讲了。

通过这个案例大家可以看到好的产品是通过杂交获得的。绞尽脑汁也想不出来就是别人好的东西，你把它杂交过来。为什么蒙娜丽莎成为世界最美之处，是因为当时画画的人结合了各种优点，如眼睛最漂亮的，嘴巴最好，鼻子最好，脸型最好就是结合了各个优点。各位现在听明白吗，如果摆在桌上的电脑液晶显示器像手提电脑一样，加上摄像头、音响，只要价格不会相差太多的话，你会选择谁。这就是杂交理念开发的新产品，刚才这个童鞋的产品就是用杂交的理念来开发的，企业不是开发新产品难，难的是你的思维没有打开，那什么是创新就是别人好的东西拿过来再加以改动就是创新。怕的是有很多企业家，干嘛呢，自己关起门来，慢慢摸索，慢慢设计，靠的是自己的想法，好不容易把产品研究出来，但往往货换没有卖出去，这样的企业多不多，太多太多了。

那创新去哪里学呢，如果去同行业的学，你能超越你的同行业吗？最好是比较知名的行业去学，有名气的行业，别的行业的第一名去学。如产品的第一名，服务的第一名等等去学习，你会学到很

多知识，但这里重点要提醒一下，创新后要测试，如果一味地创新不测试就批量的生产，后果是比较严重的，但最好是进入我们的系统中，如何学到营销的 37 个秘诀，这个案例就分享到这里。

15、 第十五条 用别人的钱办自己的事

全球打价格战最厉害的案例，有一家公司叫格兰仕。当年的微波炉多少钱 2000 多块人民币买一台，格兰仕七次降价，每次降价 25%，打到什么程度，打到全球的品牌就剩下几个品牌了。格兰仕成为最大的一个品牌，占全球微波炉 75% 的市场份额。

比如说卖鞋的，上次我有个学员卖鞋，这个鞋子的进货成本是 100，他是一个省的代理商，要卖货的时候可以卖 150，120，100 和 90。我就要问各位了，你想卖多少价位比较好，批发价多少，有很多人想的问题是当然能卖 150 最好了，但是卖 150，卖货量不够大，所以来上课了。我就跟他讲什么是价格杠杆，价格杠杆是可以使用起来的。如果这个鞋子的成本是 100 的话，你再怎么便宜，便宜不了 100；如果 90 元呢，答案是现货现款，买一双 150，如果你向我进 10 万块钱的货，先把 10 万块钱给我，你慢慢地提货就 120 了。如果你这个城市向我进 50 万的货，我都不赚钱，把钱给我，一年之内，50 万的货提走。如果你给我 100 万的话，我就 90 块给你，一年之内把货提光就可以了，各位听懂这个意思了没有。

那我就问你，如果这样的话，你觉得这种模式设计完之后，会出现什么样的一个情况，我告诉各位什么样的人都有，有人会选

择 150 一双，有人会选择 10 万块钱，但是说实话，付 50 万和 10 万的最多。那什么概念呢，真正的游戏规则是怎么做的，是别人看不到的认为不可能的事。

当时我跟他说了，亏钱卖货还能挣钱，他不相信，因为没人相信，亏钱卖货还能挣钱，但是当我们了解了这个原理之后，你就知道这是一个系统。企业家受的教育，企业家往往是拍脑袋，但是不好意思，如果企业家把财富系统学会后，这才是人生真正的方向，引导你真正赚钱的方法。

接下来再分享重点一个案例，珠宝案例，珠宝会所是一个模式，现在我们来设计简单的珠宝会所的模式，这是来自于什么地方呢，来自于我们的会员跟我们做合作的。他是做珠宝的也是做翡翠和玉的，然后也做很多的产品，这家公司呢，是我们公司的合作单位。目前的规模是 500 多家店，整个的行业地位呢，彩色宝石第一名，现在呢是我们一个很重要的一个合作伙伴，各位要知道一件事情，珠宝这个行业它要分析一下，比如说对于哪些是钻石跟黄金，我来问一下，钻石跟黄金跟翡翠和玉有什么区别。钻石和黄金有个特点，这个东西有一定投资价值，比如说今天我向你借了 10 万块钱，有

一天你来向我要钱，我说没有，没有我就拿块金砖给你吧，往桌子上一拍，你一看重量差不多，拿着金砖就走路了。

请问各位，你为什么可以拿走金砖走路了，因为你一算，进行市价 240 块钱一克，好了，一算差不多，拿回去就走路了。为什么有价值呢，因为拿回去之后你也可以把它变成怎么样，卖掉，对不对。反过来如果我今天欠你十万块钱，你要来要帐，我说钱真的没有，我给你块玉吧，我拍拿一块和田玉给你，请问各位你要不要。很多人不敢要，为什么不敢要，除非你很懂行，不懂行你不敢要，我也不敢让你要。因为它没有什么价值，所以说现在珠宝行业是比较乱的，珠宝行业就两个方向。

比如说钻石是可以有产生价值的，它是多少分，超过 30 分以上的钻石都很难做假，做不了，拿放大镜一看，有编码，编码就知道了，切工，净重都知道了，这是钻石很黄金是可以被衡量的。但是不好意思，珠宝是没法衡量，我们设计了一个挣钱的方法，很简单，比如说现在有珠宝，你来我这里买货了。买货的时候你来买珠宝，买的时候你的目的是什么，戴吧。那好，假设今天我开了一个珠宝会所，开业了之后你来买珠宝买多少呢。假如说买了 2 万块钱的珠宝，这个价格可以调的，买了 2 万块钱的珠宝，干什么活呢，

你就把 2 万块钱的珠宝拿走，这个珠宝是什么珠宝呢，我就不说了，可能是翡翠也可能是玉也可能是绿松石，也可能是青金石等等。

你拿了珠宝之后呢，你把它戴走了，但是我要问你一个问题，你买的珠宝是为你妈？还是为了戴，这是两种概念。说老师我买完了就归我了这就是我的，那你就拿走。如果你买的是为了戴，那好了，跟你谈谈条件，你付 2 万块钱，珠宝戴后随时把珠宝拿回来，可以给你退的。第二件事，你付了 2 万块钱，你说我买了一个珠宝，珠宝可以拿走，同时你说那我要换，为什么，上个月我穿的是民族风的衣服，我可能戴的是玉，土玉。下个月我参加一个顶级的奢华会所我要钻石项链，请问各位可不可以，只要钻石项链没有超过 2 万块钱的，让珠宝回来换，不用加钱，各位听懂了意思没有。简单的说一说为什么，你把珠宝拿回来我清洗一下，处理一下回来再摆出来。这次说参加女儿的毕业典礼可爱点的，你就戴个米奇的，下次参加一个正式的活动，你要戴个翡翠的，如果再有参加活动呢，你就戴珍珠的，因为你穿的衣服颜色比较深比较合适珍珠的。那我来问一下各位，这个业务有没有市场，这是一件什么事情呢。接下来我们升级一下，说补 2 万块钱成为我们这里的会员，那你为什么成了会员，原因很简单本来是买方，成了我们的会员，何以这么干呢。只要你付了钱，可以付 2 万块钱也可以付 10 万块钱也可以付

20万。属于当地翡翠豪华的也可以付50万。但是不好意思，你要多少钱，在这个店可以拿多少钱的珠宝，各位听懂了没有。

如果付10万块钱就拿10万块钱珠宝，你再拿回来的时候可以换，说不喜欢就可以换，到年底了，把家里的珠宝拿回来，拿回来之后把这个钱退还给你也可以。各位听懂了这个意思没有，我要问的问题是我挣什么钱，第三方的钱，2万块钱，什么也抵不了。房子有房租，还要雇人清洗，当然这个珠宝搞坏了你得赔钱。你说拿出去五颗钻石，拿回来是四颗，那你得把钱补回来，能不能理解这个模式呢。解决一个问题，中国人喜欢永远，什么事都是拥有，车是我的，房子是我的，珠宝也是我的。但是现在不一样了，随着80后，90后的新潮时代来临，他们不喜欢拥有了，喜欢瞬间的美丽，那怎么办。我们设计了这个模式呢，这样的话就有人存2万，有人存5万，有人存10万，有人存20万。

我需要跟各位说的事情是如果允许把珠宝带回去，并不见得每个人达到会员的这个额度。各位听懂了这个意思没有，也意味着有多余量，这个多余量有多少呢。比如说你现在付10万块钱进来，好了，这10万块钱的客户，这个客户呢，在公司里面当然有权利戴9万9千9，也有权利戴到10万块，可是我们这个公司设计的

珠宝价格，是不按照你这个来的。我们是没有正好 10 万块钱的，你觉得多少价格市比较合适的，你最起码设计一个 10 万块以下的珠宝，七八万可以的，五六万也是可以的，俩件不够，一件多，你想戴的话，你得付更高的费用，各位听懂了没有。

手里有大量的多余的现金，随着这个过程变得越来越好，开这个会所，开完了之后收会员，你绝对有权利把 2 万块钱一付把珠宝拿走，不再拿回来无任何的怨言。如果你拿回来，定期回来聚会，聚会的时候，咱们就搞活动，活动干什么活呢。今天的活动叫如何鉴赏和田玉，明天的活动是如何看翡翠，每个礼拜搞一次。这个柜台呢，比如说是 2 万块钱以下珠宝，然后呢，这个柜台市 5 万以下珠宝，再下一个就是 10 万块钱的，再下一个是 20 万的。柜台不一样，挑选的地方不一样，2 万块钱的挑不了 5 万的，10 万的挑不了 20 万的。

各位能理解这是什么意思吗，那我问各位的问题是都在一个厅里，活动是一起搞呢，还是分开搞。两万块钱的放在一起搞，五万块钱放在一起搞还是大家都分开搞，选择哪个方案，是放在一起搞。这样的话人都有攀比心理，来的时候一定发现，一起搞，人怕的是比较，一比较我这一块你那一块，你那一块我这一块。一个公司要

懂得培养客户，培养客户什么意思呢，培养客户的消费习惯。人与人最怕的是什么，是比较，尤其是女人跟女人在一起，一比较我这个好比你好。好了，就慢慢的升级，升级完最高的级别之后，这个人反而可能戴的并不是最好的，他可能戴的是非常适合自己的，因为贵的只有那么几种。但是我告诉你这个时候有很多时候在手上，我们操作过程中真正把货物拿出去的成本，大约占了 30%左右，也意味着收会员费，按收到 1000 万的会员费用，真正的成本是多少呢，300 万，另外 700 万怎么办，自己使用。第二轮结束，这不是关键，一般的珠宝店是这样开的，就是卖珠宝的卖珠宝一次性买卖。做会员叫持续买卖，人越多就卖的越多，也就挣的越多。

好了，接下来珠宝不是卖的模式吗，消费者可以相信玉很好，要提三个条件，你看，我们这里最顶级的会员费是多少，各位，市场价格多少钱，100 万。因为真正的珠宝戴着的，不要说一块翡翠五六百万，那个太高级了，正常戴的话要上百上千才行。那 100 万存进来不用存，为什么，把钱存在我这里，等于换珠宝戴了。但是你存在银行还有利息呢。所以这样，如果你存我这里，100 万的会员把钱存进来，首先可以戴 100 万的珠宝，同时呢，我给你每年 6% 的年化收益，也就是说一年要付对方是 6 万，1000 万要付 60 万。各位听懂意思了没有，为什么这么做呢，有什么意思吗？如果存 2

万戴习惯了，不错吧，把钱存进来，首先在公司里面，100 万的珠宝随便戴。当然只能挑比 100 万少的，不能挑比 100 万多的。

每年按照你存进来的钱，给你 6% 的年化收益，我来问各位，为什么这么做就是资金，这样做的目的很简单，就像很多爱好珠宝的客户，人家怎么想的，银行存的钱也就是 3 厘多，这里还有年化收益是 6%，还可以把珠宝戴的更高级一点。珠宝是你自己拿着，他一算，不如存到你这里来，索性把银行的钱搬到这里来，干的是什
么，干的也是投资。这是第三步，这样的话，公司的现金会干什么，会更多，但是对于老板的挑战也就越大。原因是你拿了 100 万的钱有 6% 的年化收益，那我们对外赚的钱要大于 6% 才行，是不是啊。这个要你在财富秘籍系统里学，如何挣更多的钱。好了，接下来是第四步，这个都不是关键，戴珠宝的人很有意思。

各位，你是玩珠宝的而不是戴的。每个家庭每个美女都有自己喜欢的珠宝，只要买玉的都不止买一块，买了很多块的。家里是不是有珠宝，没事，家里的珠宝放在什么地方呢，保险柜里，放在那里干嘛呢，又不能挣钱来，如果你愿意的话，你把你自己喜欢的珠宝留在家里，传家宝留在家里，你把不太喜欢的租给我。各位，听懂我的意思没有，然后咱们就评估价格，怎么评估呢，你给我珠宝

的评价是 1 万块钱。我店里摆上去就是 1 万。如果你评做下来是 3 万块钱，我店里摆上去就 3 万。

珠宝放在你这里不行，要放在我会所。各位明白吗，我来帮你，没事就洗洗打理一下，我再给你一个欠条。只要把珠宝放在我这里，是珠宝啊、玉啊、翡翠啊，可以，我每年给你 5% 的收益。各位听懂了没有，请问为什么这么做。货是由钱来买的，你开个店是不是先把店装修好，然后你自己把货摆上去，你要花 1000 万把货进回来。我要问的问题是这 1000 万花的谁的钱，你自己的，然后你干活时用 1000 万撬动了 3000 万的营业额。这 1000 万你得自己出。但是现在呢，你们把珠宝拿进来就是你们把你们的货怎么样，租给我，你并没有花 1000 万去买珠宝，你给他的什么东西，是一张欠条，每年 5% 的利息，拿 1000 万的货去干什么，开下一家店。最后你干的是把店装修好就行了，把珠宝收进来然后再租给他们就可以了，大家此刻明白了吗。好了，记住两句话：产品是载体，公司是平台，货币谁的，货是客户的，所以说店里面没货的，这个是理论值。

实际上店里还放着货，为什么，因为顾客拿回来的什么货都有，你并不确定哪些货是你的，哪些货不是你的，你并不确定这个店里卖的货是不是合适的。实际上是一件事情撬动几件事，现在呢，我

们把这个方法称为“一房九卖”，就是一件事变成九笔钱出来。原来讲课时一房一卖，一房二卖，一房三卖，现在变成一房九卖。

我们设计了一笔钱九笔花。一个企业想要有大量的现金，也就是说公司是平台，产品是载体，当这个事情呢，一个人是很难完成的，有一群人才能完的成，取决于你们的数量和质量。所以获得资金的方法有很多。

这些案例都是我亲自操作过的非常地落地。我们还有一套的系统叫财富秘籍系统，是一套的，也是在网上和你们沟通的，下一个案例继续分享。

16、第十六条 借

2014年下半年我在广州这边开课，当时有个学员是开快捷酒店的，课半休息的时候那个学员就跟我聊，说他是做快捷酒店的，现在遇到了瓶颈很痛苦。

老师你能够帮我梳理一下吗，出出主意把我的酒店营业额提上去。我当时就问了，你的酒店有品牌吗，他告诉我说现在开了三家。我问他那开在哪里，他说在广州靠近商业街，地段还是比较繁华的。我问他那酒店有没有评星级，他告诉我是准四星，经过不断的跟他去沟通，最后发现他的问题就是吸引不了客人。宾馆如果要挣钱，主要是客房的入住率问题，只要入住率是满的，肯定是挣钱。但是他们现在每天账上没有多少现金，怎么办，各位。

大家都应该知道，广州这边的星级酒店已经接近饱和了，经济环境决定了消费的需求，当下的经济复苏迹象不太明显，高端消费肯定不会理想。消费者越来越谨慎，应该说如果没有一个很好的营销策略，是很难抓住客户的。

当时我就给他出了一个方案，我说你可以试着去改变一下营销的策略，从建立客户的粘度，抓住客户的消费习惯入手。可以出一个活动，在你家酒店办理入住充值称为会员后，充 5000 累计住宿

达到 20 天可以返还 4999。这样的话，你现在账上就多出了很多现金流而且对于客户来说这样的充值返现更具回头客，抓住客户的消费的心理，更能建立与客户之间的粘度。

这样的话，你就不愁现金流了。那各位，如果有这样的一家酒店，你充值 5000 住满 20 天就返还给你 4999，你住还是不住，肯定有很多人住。他回去就用了，他用这个方法用了半个月就给我打电话：老师，你的方法太好了，现金流也多出来了，而且有很多回头客。客户和酒店有了更深的关系，你现在肯定有这样的想法。

朋友们，这样的方法肯定能吸进来很多人，但问题是怎么挣钱，这里还是要卖一下关子，在财富秘籍系统中，会详细讲到这个宾馆的案例。

各位，这也是我学员的一个案例，赚不赚钱，有没有现金流就在于你的思维能不能转变。一个小小的策略有时候就能起到大作用。那接下来继续讲。

之前呢，有一个度假山庄，在长江边上的一个山庄，但是呢，生意不太好，他就开始傍大款。那么他傍到谁了呢，他就傍到世纪佳缘。听到过没有，那么世纪佳缘办什么会呢，相亲会，这样的话知名度迅速就打开了。那里山清水秀真的很漂亮，但是没有人，因

为太远了。现在呢，是人山人海，免费来这里相亲，但是住宿要收费，明白吗，就是收住宿费。他免费提供什么呢，饮料，小吃这些都是免费的，但是时间到了，你们要不要吃饭。打个比喻，你来相亲会后看到一位美女，这个时候请客，要不要点贵点的，愿不愿意，肯定愿意。餐馆的生意就开始火爆了，他每周举办一次相亲会，反正要举办，他跟谁一起来举办，世纪佳缘就在网上邀约就过来了，但我真的每次都有几千人。你们没有结过婚的可以去参加一下，后来都是在中山公园那个地方，现在都不到那里去了，都有哪些机构提供呢。比如说商城啊，码头啊，这些机构来提供。

为什么，因为他们知道这是一个巨大的商机。好了，这里就开始人山人海了，那男同志到这里以后呢，接下来就发展成了会员，我做个比喻，只要你们交 2000 块钱，来这里吃饭，来这个度假村，你看这么美，茶叶有，服务也好，而且还有美女来相亲。只要你交 2000 块钱就可以获得更多优惠，其中优惠呢，我看了一下，一个真实的优惠，每人入会费 2000 元，然后可以免费旅游，可以获得 4000 块钱的消费，你们愿不愿意。很多人都开始来了，很多相亲的人都怎么样，都办了卡，容不容易。有世纪佳缘在一起担保，有信用了就可以了。好了，招募了 6000 多个会员，然后要不要去旅游。办旅游跟旅游公司合作就行了。有没有利润可赚。好，一年举办旅

游四次，那么接下来干什么，相亲的人还有那些需求。现在你们来相亲，对不对，那么入会的你们要干什么呢，找几个模特走一走，对不对。衣服怎么样，照片怎么样，要不要拍照。这还有个利润点，做什么，做一张照片，要不要换衣服。问大家一个问题，相亲什么最需要，第一是形象，你跟那个女的交流，你跟那个男的交流，第一眼就决定了你要不要跟他交流，同意吗？所以他们是专门打造第一形象的，所以他们卖什么区的，卖衣服去的。

相亲的人他们专门有老师策划并且跟你们讲怎么穿衣服，怎么打扮怎么化妆，讲完之后顺便就把衣服卖出去了。每讲一下露一下就有人买了，把一个很冷清的地方瞬间的抬火，变成一个什么啊，山清水秀的圣地。我记得原来有一个土店有一个草坪，原来是没有名字的，现在有个牌子竖在那边，叫婚恋广场，专门为婚礼设计了一下，要不要，所以就出来了。顺便在那边河边拍照摄影，那么整个高大上就出来了。本来你们相亲没有谈成，可能回到长沙瞬间就谈成了，有没有可能性。

那么也会到这里来，举办一下婚礼，会不会举办婚礼，又是一个后续利润点，度蜜月呢，当然不一定，但是有60%的人会选择在这里，那结婚一周年的纪念要不要回到结婚的地方纪念一下。所以

源源不断的来消费。他这个就一直能提供服务，不仅有了现金流而且还解决了客流量，非常的好。

所以送各位一句话：成功要借力而不是尽力，有个酒吧叫 88 酒吧，听说过吗，迅速的开遍中国。老板一分钱也没花，基本上没有出钱，但是他开出了一线的商圈，他是怎么做的呢。开酒吧之前，这个老板他设计了一个酒吧商业模式，因为穷人他没钱他只有三页酒吧的商业策划书。他是自己慢慢去开呢还是找人去借钱，一分钱掰成两份钱花，努力奋斗。最后去买房子发现原来 30 万已经涨到了 300 万。好了，买不起，那么他要从一个穷人变成富人必须要找人去借。他要找一个有信誉的人，穷人找有钱人借钱，一般有钱人不借的，这个时候穷人设计了一个好的方案。

只要你投资给我一百万开一个酒吧，给 100 万就说可以获得 100 万的消费券。但是这个券怎么用呢。我跟你讲，给了你 100 万的消费券这是第一条，第二条呢，一百万的股权；第三条呢，跟他讲你这里面扣掉成本一分钱也不拿。先让你把钱赚到 100 万赚回去，然后我们再分红，你愿不愿意。他可以找 10 个有钱人拿出 100 万和他一起做，就有 1000 万可以做一个酒吧。

那么我问你一句话，100 万的投资，这个富人愿不愿意，肯定有很多人会愿意。好了，富人说愿意，富人给了他多少钱呢，给了他 100 万。那么接下来有 100 万的消费券，对不对，那么你不可能一次性消费。那要变成很多张，变成多少钱一张呢，2000 块钱一张，明白吗。2000 块钱一张，那么问题就来了，自己消费的完吗。那么这里面有你单独的包厢，有你单独的消费，你进入大这个包厢里面，那么你就可以免费消费。因为你是老板，自己的公司，明白吗。你来消费了，但是你得自己出酒水费用，明白吗。你平常也去，但是不可能经常去，你身边有没有朋友、亲戚等等要经常去 KTV 式酒吧去消费，有没有。

一个富人送给穷人一个消费券，穷人要不要，那穷人送给他呢，就有可能不要了。所以说穷人送给他，他怕这个不太好，那么一个很有钱的人送给他这一张 2000 块钱的消费券，你要不要，你去不去。2000 块钱的消费券要了之后呢，你会发现你会遇到这个人，送券的人，这个人的服务态度好不好，舒不舒服，一不小心就花 8000，有没有可能花完了 8000 跟送券的人有没有关系。有，第一个，穷人接下来会干什么。

开始挣钱了，穷人在开这个酒吧，之前呢。已经把消费券送了出去，那么接下来怎么办，消费呢，本来送出去是 2000，然后又花了 8000。这 8000 跟他有没有关系，有，可以返利给他，同时也是公司的一个利润，最后还是会给他的。那再往下看，这个穷人是自己经营酒吧呢，还是让别人来经营酒吧。请一个专门的团队来做，不是你自己来做，什么原因呢，谁会管理公司请上来。这 1000 万，你是不是人才，是不是有管理能力的人，那么你能做到多少，1000 万。能不能做到 2000 万，能不能做到，能做到的，愿不愿意给他一点股份，你愿意是工资好呢，还是股份好。那么现在工资也有股份也有，可不可以。那么管理就开始让他去管理了。

酒吧就开始营业了，你营业的当天有多少营业额，已经有一千万的消费券送出去了。那么以后会陆续肯定有 1000 万的消费额进来，但是我跟大家讲的是这里面，羊毛出现在谁身上。那么这里面聚钱的是谁，是穷人，他自己要不要还钱，他不用去还钱，出钱是谁，富人，对不对。富人是投资的，出钱的还是他。

各位知道吗？那么这里面究竟谁最穷呢，谁最没事干，最穷的是穷人，然后最忙的是谁，管理者。最忙的还是管理人员，对不，富人干不干活呢，但是还是要干活的，但要把这个消费券送给有能

力来消费的人，对不对。那么这里面最穷的一个人是谁呢，是穷人。因为穷人设计了这个方案之后呢，就可以空手套白狼，明白吗。

那么大家一定看过这个模式，所以说未来是个什么一个时代是屌丝逆袭的时代，当然要设计一个好的方案，让很多人来投资一起来干，而且最好的方式既要让投资人出钱也要让他出力。

所以很多人还在苦苦研究开发产品，当然这是对的，我没有说不对，但是你们要知道，企业竞争有三个层面，一个叫技术层面，他具备了时间的优势，因为获得的专利时间会过期；第二个层面是市场的层面，还有一个是空间的劣势。你占领一个市场，第三个也是最中意的资本的层面就是你具备了战略的优势。战略优势就是让你可以登高重远，我可以不跟你在一个层面上竞争，我可以打败你，但是你不知道我是谁。

这是一个战略的层次，所以这就叫金融，懂得了这个概念，那从金融角度出发就可以很好地切入了市场，下一个案例继续分享。

17、第十七条 维度

为什么我不计成本花学习的钱呢，是因为我眼界比别要宽。我讲起来你才会知道这叫什么不同，维度不同，理解吗？

你去过的地方不一定有我去过的地方多，那是空间不同，大家明白这点吗？把这个思维圈起来的能力叫系统，有没有明白，所以你现在对维度没有一个真正了解。

如果说你的大脑里没有这个维度的概念，那你很难听得懂。我来打个比方，这是一只兔子，这是一只猎狗，猎狗要追到兔子取决于什么，速度。猎狗的速度要比兔子快，这是一维的，对吗。两点之间是不是一条线，一维的。如果兔子钻进一个洞里了呢，不好意思，已经是另外一个维度了，猎狗抓不到它了，大家同意吗。但是有一条蛇刚好在洞里，它是刚好进入蛇的嘴里，蛇就把它吃掉了，但是问题是有一只老鹰，老鹰发现兔子在前面跑，没关系，咻，把它逮住了，而且它可以判断出兔子接下来往哪个方向跑，它提前在那里等着，为什么它能知道往那里跑呢。因为老鹰能看的到兔子跑的方向，有听懂我的意思吗。

所以为什么有很多人被困住，来记住一句话：财富来自于多维度的思考。所以我一个维度我有一种能力，另外一个维度我有另外一种能力，这样讲能明白吗。

我再举个例子，有爬过山的吗，爬山的时候速度快还是下山的时候速度快。我跟你说，爬山花了4个小时，按原路下来要1个小时，但另一条路下来半个小时。为什么，爬山的时候是仰视，大家有没有发现，我们爬啊爬啊爬，爬到了山底一看，哎呀，搞错了，刚才从哪里直接杀上来，直线啊，有没有发现。因为我们仰视只能看到几维，看到一维。所以走上去只会怎么样，走到一条线回过头来看，原来直线更短。刚才走了很多弯路，大家有没有发现，为什么下山的时候速度比较快，因为你是俯视的，俯视的话，你的选择会比较多。你维度越高你的选择就越多，所以说你懂得越多，你就选择的越多，同意吗。

这个时候你就瞄准了两点之间的直线距离，嚟，一下就到了。所以大家要提升思维，因为所有的限制都来自于思考维度的限制。所有的财富奇迹都来自于思维的拓展，我给你举个例子你就知道了。记住这句话，所有的财富奇迹都来自于哪里，思维的拓展。

我有一个学员是卖豆芽的，为什么举他的例子呢，因为太形象了。各位，他是卖豆芽的，为啥呢，因为卖豆芽他卖一块比别家卖九毛，他卖九毛别人卖八毛，看到没有，几维的，一维得，一维的只能在价格上打价格战。来，我们看，任何东西是不是一个宽，时间加空间，加上我们叫做视野，这就是说角度，看东西的角度决定了什么，决定了我们所在的立场。

立场是仰视的还是俯视的，所以你看，原来卖豆芽的，别人卖一块，我买九毛，是不是一维的竞争，所以 he 不想干了。我跟他说请问你来这里是干嘛的，上课我就给了他这样一个理念，人家买豆芽是为了什么，买豆芽是为了炒豆芽吃吧。那炒菜这个人，难道一餐只能吃一种豆芽吗，难道一次买豆芽 10 斤，吃上一个半月吗？显然业绩想好起来很难吧，所以他每天早上做完豆芽后，拉一车出去，卖完再把空车拉回来，花的时间是不是一样的。卖豆芽只能在哪里卖，菜市场，由空间决定，所以他是一个卖豆芽的角度，听懂了吗。所以他站在一维的角度上能不能竞争过别人，很难吧。当然，如果他同样是卖豆芽，如果他把豆芽卖到全国的所有菜市场，空间他也可以挣到一些钱，但问题是只有他一个人，怎么办，变化，怎么变，维度的变化。从一维变成二维，从二维变成三维，怎么做

呢。我告诉他因为人家买豆芽肯定是煮菜的，那煮菜的人肯定不能只吃豆芽，同意吗。

所有我跟他说，你不是卖豆芽的，你卖的是有机绿色食品，角度变了吗。角度是原来卖豆芽，现在变成是绿色有机食品的供应商，听懂了吗。那么绿色有机食品供应商显然不能只卖豆芽吧，所谓我让他增加品种了，让他去别人那里采购黄瓜、土豆、香菇、蘑菇、豆腐，有没有听懂。然后他把这些豆芽什么七七八八。所有的产品都把它做成一个小包装，有没有看到过超市里的包装食品，蔬菜有没有包装的。各位，现在把它包装出来之后呢，请问一下可以放在哪里卖。我可以放在超市，可以放在酒店，可以放在餐馆，可以继续的菜市场卖，有听懂了吗。

空间有没有变化，空间变了，因为有了多个空，是不是，时间呢。现在一车拉出去，花的时间是一样的，但是别人呢，买豆芽的时候，就不只单单只买豆芽了。其他的東西都会随便买一点，业绩有没有提升。几个月后他告诉我，他说老师我现在不卖豆芽了，我现在卖豆腐送豆芽，所以卖豆芽的竞争对手全部被我灭掉，狠不狠，有没有听懂，业绩提升 200 多倍。只是维度的转变，所以就突破了，

所以我讲到现在是不是有很多点你要想办法变成线，再变成面。最后形成天罗地网。

听完这课程之后呢，想法可能只是这一个点，做法可能是一个钱，方法可能是一个面，系统它就是一个体，工具它就是一个框了，听懂了吗。所以你是怎样才能学习最有效果，不能一直站在你那个角度去想这个事情。有没有听明白，如果你站在原来的角度能看清楚早就看清楚了。根本不用来学习，有听懂了吗，跟着老师学习能迅速打开你的思维，有没有。很多事情你认为很困难很困难的，别人认为太简单了，这叫当局者迷。

为什么框架不一样，维度不一样，想进一步提升自己的思维进入系统课程比较全面。所以我现在给你一个框，让你的思维从仰视变成俯视，这个时候你就站在老师这个角度来思考。你来理解系统课程就变得很容易了，大家同意吗。我们最大的问题就是我想帮你，但不知道你的手在哪里，亿万富翁不是存在银行里，而是产生在人的思想里，你必须要知道将来要得到是什么。你必须知道现在拥有什么。

再举个例子你就知道。我有一个学生，他是做律师的，大家觉得做律师怎么收费，有问题找我咨询，咨询1个小时多少钱，打一

次官司多少钱，大家同意吗。所以时间只能在有事的时候找我，没事的时候不会找我。空间只能在法庭上赚钱或者帮别人咨询的时候挣钱，同意吗。他的角度他只是个律师，所以他就没办法做大了，上完我的系统课程之后呢，思维在转变，她就组建了团队。各位，有没有见过律师组建销售团队的，维度在转变，然后组建团队之后呢，邀请所有企业的老板来免费听她的法律讲座。她是律师，她老公也是律师，让他老公来讲解法律服务的好处以及她老公之前打过的一些官司。如何反败为胜同时教大家如何规避法律的风险，两三个小时下来，大家是不是对他老公一个法律能力、专业能力很信任，是不是。我相信大家都有可能出现一些法律问题，大家同意吗。包括你公司签合同，怎样防止合同欺诈，要不要找一个法务所来审查一下。如果找一个律师养着，那就太贵了，大家同意吗。如果有一个第三方的顾问为你服务，大家觉得好不好，那大家要不要请我这个律师做顾问啊，请我做顾问一年要收多少钱。所有律师我都帮你过滤一下，如果在这一年之内，你有什么样的法律风险，我免费解决，有听懂了吗。

各位，这个时候是事前收费还是事后收费，事前收费我还没有开始打官司，我就把钱收到了。过去我在法庭上收钱，现在我在酒店里就可以收钱了。过去我是个律师，现在呢，变成了法律咨询顾

问。因为我除了我的专业法律很强之外，我的背后还有一个团队各种各样的律师都有，经济法、刑事法、民事诉讼法，什么样的东西都有。这样一个团队为你服务是不是能确保你无后顾之忧。大家要不要加入我们的会员，成为我们的服务伙伴。结果一天之内收了1000多万现金，而过去一年500万都挣不到。

为什么，原来500万都挣不到现在一场活动1000万。当天利润超过了500万，就是学习才设计出的商业模式。现在这个课程就告一段落了，期待我们在财富系统中再次见面。