

决战商场

成功生意人的制胜规则

JUEZHANSHANGCHANG

如何在商战中立于不败之地？如何读懂商场规则？

优秀领导者应该具备什么样的思维？



长河易·著

国内资深企业管理专家**长河易**最新力作

一个懂得蓝海战略的人，开拓前所未有的市场的生意人。
通过阅读此书可以让读者明白，生意人的成功战略思维可以
创造无限的财富。



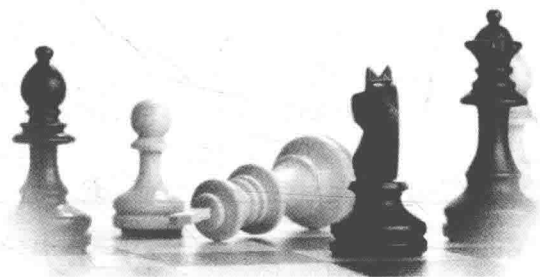
中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

新经管书系

决战商场

成功生意人的制胜规则

JUEZHANSHANGCHANG



长河易·著

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

决战商场：成功生意人的制胜规则 / 长河易著. —北京：中国财富出版社，
2016. 4

(新经管书系)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 6094 - 4

I. ①决… II. ①长… III. ①企业战略—研究 IV. ①F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 071213 号

策划编辑 宋 宇

责任编辑 齐惠民 于晨苗

责任印制 何崇杭

责任校对 杨小静

责任发行 敬 东

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 6094 - 4/F · 2571

开 本 787mm × 1092mm 1/16 版 次 2016 年 4 月第 1 版

印 张 12.75 印 次 2016 年 4 月第 1 次印刷

字 数 170 千字 定 价 32.00 元

前 言

在这个世界上，有很多的生意人，他们才华横溢、能力超群，有的甚至有着上天入地的本领，但为何在生意场寂寂无名？究其原因，就是他们不知道生意场中的制胜规则，也不会灵活运用生意场中的制胜规则，更不知道生意场中制胜规则的威力——它在正式规则之下，从一个侧面支配着社会运行。生意人不要抱怨自己怀才不遇，没有资金，也不要抱怨自己没有经商的条件，其实只要洞悉商场里的制胜规则，你的生意将彻底改变。

在市场经济高速发展的今天，灵活运用生意场中的制胜规则，才能使你在这个竞争时代生存下来，而且会让你活得更好。

一个拥有诚实、诚信品格的生意人，凡是与他交往的人，大多会感到亲切愉快，并愿意为其提供更多的资源；一个“仁中取利真君子，义内求财大丈夫”的生意人，将会获得更多的赚取财富的机会；一个尊重他人的生意人，一个换位思考的生意人，将会赢得越来越多的利润。这就是生意人成功做人而带来财富的制胜规则。

一个善于透过现象看到本质、谋潜在之势的生意人，永远会站在市场的最高端；一个懂得反向思维、不囿于传统思维的生意人，永远都能运筹帷幄、百战百胜；一个敢于打破常规、敢于出奇出新的生意人，永远都能

最早把握商业经营的新规则；一个懂得蓝海战略、开拓前所未有的市场的生意人，财富市场会为他慷慨而开。这就是生意人拥有成功战略思维所带来财富的制胜规则。

一个能积极倾听、认真倾听的生意人，永远会在生意场上找到商机；一个不断提高自身修养，扩大知名度的生意人，永远会在生意场上得到财源。这就是生意人成功挖掘自身潜力所带来财富的制胜规则。

没有开不了场的生意，也没有谈不成的生意；没有发现不了的市场，也不存在没有商机的市场。

事实就是如此，一个生意人能洞悉生意场中的制胜规则并灵活运用这些规则，可以有效促进生意的发展。一个不懂得生意场中制胜规则的生意人，必定在生意场上如履薄冰、寸步难行。

《决战商场——成功生意人的制胜规则》让你成为一名真正的掌握制胜规则的成功生意人，让它和你一起走向事业的顶峰吧！

目 录

第一章 生意场上，好的人品是财源 // 1

一位成功的商人曾这样说过：“天资聪颖不如勤于学问，好学好问不如处世好，处世好不如做人好。”

诚实、有信誉是生意人经商的韬略和智慧，而好的人品是立足于生意场的根本，获得财源的最佳妙方。

第一节 诚信为本，做生意 // 3

第二节 为仁义者，方可取利求财 // 8

第三节 相信他人，生意变得更多 // 13

第四节 好的同伴，亦可是好朋友 // 17

第二章 生意场上，谋潜在之势 // 23

谋潜在之势，就是借助政治大趋势、经济大趋势、消费大趋势和行业大趋势等的力量，就能够“点石成金”“化腐朽为神奇”。

《孙子兵法》讲：“故善战者，求之于势，不责于人，故能择人而任势。任势者，其战人也，如转木石。”战争中因为有势在起作用，于是产生了战局如转圆石之形，决积水于千仞之山之形。对于生意人来讲，在生意场也讲究势。企业就像一盘棋，生意人就像棋手，善弈者，谋势；不善弈者，谋子。

谋势，就是生意人谋潜在之势，从而获得最大的利润。



第一节 借助政治大趋势 // 25

第二节 把握经济大趋势 // 29

第三节 借助文化趋势的力量 // 32

第四节 借助消费趋势的力量 // 36

第五节 借助行业趋势的力量 // 40

第六节 抓住产品大趋势 // 44

第三章 生意场上，借反向思维，成功投资 // 49

历史上被传为佳话的司马光砸缸救落水儿童的故事，就是一个反向思维的例子。它告诉我们，如果不能通过常规的手段解决问题时，就必须转换为另一手段，进而顺利地解决问题。这就是优秀生意人所必须具备的解决问题的思维能力，从而有效地进行投资。

第一节 优秀生意人的反向思维 // 51

第二节 反向思维，看到更多商机 // 56

第三节 聪明生意人的逆境投资 // 64

第四章 生意场上，规无常规，方可出位 // 73

在汹涌的市场洪流中，每天都有无数的新企业如雨后春笋般冒出来，他们千方百计寻求创新、博“出位”，你如果循规蹈矩、不思变革，也许明天你的企业就会淹没在滚滚的市场洪流中，销声匿迹。

第一节 以卵击石 // 75

第二节 巧借暗力，可以攻玉 // 83

第三节 花样新出，以自损之名 // 86

第四节 化怨为德，以仁义生财 // 89

第五章 生意场上，趋势产品是开门斧 // 91

曾有经济学家预测，“趋势竞争产品是生意制胜的核武器”。在信息化时代，如何抓好战略统筹和顶层设计，分析实际需求，以需求为导向，以市场为动力，打造出趋势产品是优秀生意人必须决断的问题。

第一节 了解趋势产品 // 93

第二节 趋势产品的定位 // 97

第三节 消费者参与趋势产品设计 // 104

第四节 注重趋势产品的个体性与差异性 // 109

第六章 生意场上，用前瞻意识抢占“零竞争”市场 // 113

纵观古今，任何成功企业都是以市场为导向来制定企业经营方针和战略的，市场需求什么，企业就提供什么，来满足整个市场的需要，这样才能抢占市场的制高点。

第一节 生意人的眼光要“鹰”准 // 115

第二节 生意人的头脑要“新” // 120

第三节 生意人的意识要有前瞻性 // 123

第四节 生意人行事要果敢 // 128

第七章 生意场上，需要不断提升好的知名度 // 135

俗话说：“精诚所致，金石为开。”做生意就像交朋友，大家在一起，和睦相处，拳拳相报，这样一传十，十传百，自然而然做生意的局面就打开了。

第一节 着“金装”，高标准要求生意人的行头 // 137

第二节 生意场上，博学显智慧 // 144

第三节 做个有魅力的生意人，提升形象 // 148

第四节 树立个人品牌意识 // 154



第八章 生意场上，倾听的潜威力 // 159

生意人要学会倾听，做好倾听，从倾听中获得有用信息，并在生意场中快速应用。

古希腊有一句民用谚语：“聪明的人，借助经验说话；而更聪明的人，根据经验不说话。”西方也有一句著名的话：“雄辩是银，倾听是金。”中国则流传着“言多必失”和“讷于言而敏于行”这样的济世名言。通过这些话，可以给我们这样的启示：在交往过程中，尽可能少说而多听。

一位擅长倾听的生意人，会通过倾听，从顾客、合作方那里及时获得信息，对其进行分析和评估，并快速做出决定，促进生意的成功。

善于倾听的生意人，能及时发现员工的长处，帮助员工提升自信心，加深彼此的感情，从而激发员工的工作热情与负责精神，以提高公司的效率。

注意倾听是给人留下良好印象的有效方式之一。许多生意人不能给对方留下良好印象，就是因为不注意听对方讲话。所以，在生意场上，学会倾听，是生意人经商成功的必经之路。

第一节 学会倾听，运用倾听的力量赢得顾客 // 161

第二节 从倾听中发现诉求点 // 166

第三节 善于倾听，利于谈判成功 // 170

第九章 拥有自己的蓝海市场 // 177

目前，在国内许多行业中，产品同质化十分严重，企业为争夺有限的市场空间而采取各种激烈的“战争”，导致整个行业生存环境恶化。同时，随着经济全球化格局的日益形成，中国企业将不得不面对层次更高的国际竞争。在国际市场上，由于中国企业已被长期的“内耗”严重地削弱了实力，它们已无太多优势可以利用，去应对强大的跨国公司的进攻。蓝海战略的出现，为那些已处于“内忧外患”的中国企业超越竞争、实现可持续性发展提供了一种创新的战略思维。

著名企业家姜南春对蓝海战略有个形象的比喻：“很多人非常疯狂地拥挤到巴士上

抢座位，好不容易挤上去了，还要抢座位，好不容易抢到座位，却时时刻刻担心被别人抢走。而陈天桥（盛大网络董事会主席）这个时候却不去挤巴士，他走上了旁边的一辆凯迪拉克，没有人，油箱是满的，车上已经插好了钥匙，一踩油门就可以飞驰而去了。”这个比喻形象地说明，这种通过价值创新找到的商业模式的发展之路，才是最成功的商业模式。因此，生意人拥有自己的蓝海战略是具有非常巨大的现实意义的。

第一节 认识蓝海战略 // 179

第二节 制定、运用蓝海战略 // 185

| 第一章 |

生意场上，好的人品是财源

一位成功的商人曾这样说过：“天资聪颖不如勤于学问，好学好问不如处世好，处世好不如做人好。”

诚实、有信誉是生意人经商的韬略和智慧，而好的人品是立足于生意场的根本，获得财源的最佳妙方。

第一节 诚信为本，做生意

生意人要有好的人品，如此才能人皆敬之，天道佑之，财富随之。具体而言，好的人品就是诚实、诚信、守义等。对于生意人来说，好的人品就是经商的韬略和智慧，是立足于生意场的根本，是获得财源的最佳妙方。因此，在生意场里，可以充分利用人们看重生意人所具有的好人品的心理的潜意识，打开生意成功之门。

1. 做生意，以诚为基

诚即真诚，诚实。诚是立身之本，是一种美德。人之无诚，不可为交。“欲当大任，须是笃实。”做人只有实实在在、老老实实，才能赢得别人的尊重，才能在社会上站稳脚跟。在生意场里更是如此。正如李嘉诚所说：“人要去求生意就比较难，生意跑来找你，你就容易做。如何才能让生意来找你？那就要靠朋友。如何结交朋友？那就要善待他人，充分考虑对方的利益。”

台湾声宝股份有限公司董事长陈茂榜在创业初期，在没有充足的资金的情况下，反靠着自己的诚实，就为自己带来了创业的成功。

陈茂榜 24 岁时，用 100 元开了家电器行，但由于资金不足，他只



好以 50 元为一单位，分别分给两家电器中盘商做保证金，然后向他们提货来卖。由于陈茂榜为人诚实，做生意特别讲究信誉，因此，这两家中盘商都很信任他，其实陈茂榜向他们所提的货高达 500 元，即保证金的 10 倍，50 元的保证金只不过是一种形式。

由此可见，只有真诚待人，才能做成大生意。

北京汽车音响发烧友俱乐部的周志永，也是这样一位真诚待人，从而取得成功的生意人。虽然周志永不愿意称自己是生意人，而认为自己是从事着一个事业，认为“把美好的音乐送给百姓车族”就是自己的事业。

周志永说：“做生意先做人，做个诚实的人。”

这句话从到周志永店的用户得到了证实：这儿的老板不是一味地引导你装昂贵的音响，而是先向你介绍关于汽车音响的知识，根据你的经济实力、汽车车型和个人爱好，为你设计一套适合的安装方案。在双周音响中心，不管是装 1000 多元还是十几万元的汽车音响，都可以享受到耐心周到的服务。

“适合就是最好的。如果一个爱吃鱼香肉丝的人，你非让他吃鱼翅海鲜，那怎么能让人满意呢？”周志永说。

“让百姓花钱得到超值的享受”，这是周志永做生意的原则。因此，双周音响店的回头客非常多，在这些客户里面，许多人还成了周志永的好朋友。

周志永对那些特别喜欢音乐的人有一种特别的亲切感，这些人让他有遇知音的感觉，因此也愿意帮着他们实现梦想。一个音乐发烧者想换汽车音响想了多年，但因爱人不同意，一时凑不齐钱，就找到周志永。周志永先收了 10% 的手续费就为他安装了一套价值一万多元的

音响，这位本来素不相识的消费者送余款来时说：“没有想到你这么信任我。”周志永觉得，喜欢音乐的人心地都应该是向善的，他真诚待人，别人也会一样对他。

一位50多岁的外科大夫，为了放松上手术台前的心情，在双周音响店安装了一套音响，周志永了解大夫的性格和爱好，特地设计了一套非常合适的音响安装在大夫的车上，让大夫花不多的钱，就能每天在上下班时间享受到音乐的安慰。这位外科大夫为了回报周志永，在此之后经常到双周店为职工做健康咨询。

正因为周志永在生意场里真诚待人，把他人的需求当作自己的需求，站在客户的角度去考虑，以最大的诚意去为客户解决根本问题，才实现了他把这个事业做得红红火火的心愿。在北京首届国际汽车音响大赛上，经过国际汽车音响专家的严格评选，他组装音响的车得到了专业组第一名的成绩；接下来的此类比赛上，他设计组装音响的车又得到了“最大声压奖”“最受欢迎奖”“最佳音质奖”“最佳设计优胜奖”等一系列奖项，因此在行业内被称为“龙头”。

2. 做生意，以信为始

信即诚意，诚信。待人处事讲信誉；言必信，行必果；一诺千金。这对生意场上的生意人来说，是最大的招牌，更是财源之根本。因此，生意人应切记：信是赚钱的开始，一旦失去信，就难以挽回。

胡庆余堂药店开办之初，胡雪岩想要做出一块不倒的“金字招牌”，建立起真正的名气，而要做出真正的名气，其实很简单，就是两个字——“戒欺”。实际上这“戒欺”二字，说白了就是“诚信”。



在胡庆余堂药店的大厅里，挂有一块黄底绿字的牌匾。这块牌匾不像其他药店大堂上那些给上门的顾客观赏的对联匾额，一律朝外悬挂，而是正对着药店坐堂经理的案桌，朝里悬挂。这块牌匾叫作“戒欺”匾，匾上的文字是胡雪岩亲自拟定的：“凡百贸易均着不得欺字，药业关系性命，尤为万不可欺。余存心济世，誓不以劣品弋取厚利，惟愿诸君心余之心，采办务真，修制务精，不至欺予以欺世人，是则造福冥冥，谓诸君之善为余谋也可，谓诸君之善自为谋亦可。”

匾上所言是胡雪岩对于自己药店的档手、伙计的告诫、警醒，也是他确立的胡庆余堂的办店准则，那就是“采办务真，修制务精”，即方子一定要可靠，选料一定要实在，炮制一定要精细，卖出的药一定要有特别的功效。药店上至“阿大”（药店总管）、档手，下到采办、店员，除勤谨能干之外，更要诚实、心慈。只有心慈、诚实的人，才能时时为病家着想，时时注意药的品质。这样，药店才不会坏名声、倒了牌子。

正是如此，胡雪岩靠诚信无欺建立起了自己真正的名气，真正做起了“金字招牌”。

“船王”包玉刚曾经对人这样说：“签订合同是一种必不可少的交易手续，纸上的合同可以撕毁，但签订在心中的合同不能撕毁。人与人之间的友谊建立在互相信任的基础之上。”这就是诚信的本质内涵。

20世纪50年代的香港航运界，包玉刚还只是个无名之辈，没有人认识他。当时他只能靠经营散装货轮营生，因为散装货轮吨位小、租金低。

到了60年代中后期，能源运输需求量大增，香港又处于对接内地

和外部的枢纽的位置，包玉刚看准国际航运将出现千载难逢的发展时机，就大举购买油轮，成立环球航运集团，积极投入石油运输。但是租船的主要客户——欧美的石油公司却对华人船只不屑一顾，更何况寂寂无名的包玉刚，他们听都没听说过，要谈合作，根本没有机会。

但包玉刚是一个看准了就决不轻易放弃的人。他憋足了一股劲儿，挨家挨户地拜访各石油公司，并郑重许诺如果不能保质保量地将石油运送到目的地，甘愿接受加倍惩罚。

最终，经过费尽百般口舌，不屈不挠的包玉刚终于说动了 ESSO 公司的经理戴维·纽曼，不过他只同意租四只小型油轮，且只租用一次。

“只要有一次，就会有第二次！”包玉刚充满信心地说道。

包玉刚把这次合同看作环球公司打入国际航运界的声誉之战，所以他精心策划，亲自指挥，从计算运送日期到人员配置、调整都一手操持，最终高质量地提前将石油送到了指定港口。

当心中满是怀疑的洋先生亲眼看到了东方人的表现，他拉住包玉刚，激动不已地说：“包，中国船好极了！戴维·纽曼在激动之余还专为包玉刚举办答谢宴会，但此时还没有人会想到，一位新的船王就要崛起了。

绝对可靠的诚信成为包玉刚无与伦比的资本。经过短短 20 年的快速发展，包玉刚的船队已经拥有 70 余艘、共计 1330 万吨排水量货船，成为世界最大的独立船东，真正的“世界船王”。所以说，一个生意人，他事业取得成功是靠诚信不欺、靠信誉、靠切切实实满足客户的需要。