

SHICHANG
YINGXIAO
PAI'AN JINGQI

市场 营销拍案惊奇

以名著名人为底料
幽默风趣的快意营销指南

赵亚翔 编著



旅游教育出版社

市场 营销拍案惊奇

赵亚翔 编著

SHICHANG YINGXIAO PAI'AN JINGQI



旅游教育出版社

· 北 京 ·

策 划:李荣强

责任编辑:李荣强 朱海犀

图书在版编目(CIP)数据

市场营销拍案惊奇/赵亚翔编著. —北京:旅游教育出版社,2008.5

ISBN 978 - 7 - 5637 - 1673 - 9

I. 市… II. 赵… III. 市场营销学 - 通俗读物 IV. F713.50 - 49

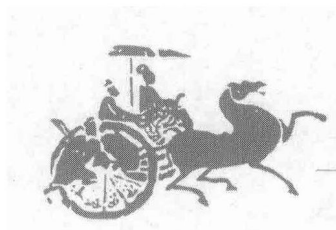
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 016191 号

市场营销拍案惊奇

赵亚翔 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@ 163. com
印刷单位	北京科普瑞印刷有限责任公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 1092 1/16
印 张	13
字 数	145 千字
版 次	2008 年 5 月第 1 版
印 次	2008 年 5 月第 1 次印刷
印 数	1 ~ 5000 册
定 价	28.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)



序 PREFACE

商机挖掘:掀起慧眼的盖头?
盈利模式:有几条突围的道路?
价格竞争:是不是企业救命的稻草?
渠道冲突:利益是永恒的博弈?
市场促销:有没有神奇的密码?
危机公关:大浪淘沙始见金?
市场定位:从“错位”到“越位”?
营销策划:开始还是结束?

.....

大音希声,大象无形,大智若愚,大巧若拙。认识必然,才能获得真正的自由。

伟大的技术,在实验室诞生;伟大的企业,在营销中涅槃。那些“出色”的市场营销事件,万不能被历史遗忘了。

物因情变,事因势长,不做营销等死,做错营销找死!有没有最最好使、最能销、最最赚钱的市场营销策略与招数,从古而今,由外而中,玄机缥缈,密码重重。

拙著力求在对市场营销的基本概念与基本法则予以诠释的基础上,对诸如绿色营销、切割营销、价值营销、事件营销、体验营销等新思想、新模式、新方法作出通俗而巧妙的例证、解析与演绎。在创作过程中,拙著直接汲取了诸多专家、学者和大师们的有关研究与著作成果,虽已尽可能地在参考文献部分给以了一一列举,但仍难以表达对他们的无限谢意,如果没有他们的辛勤耕耘,拙著的若干案例原型与理论经纬必然是“无本之木、无源之水”了。还需特别声明的是,拙著虚构多多,但请粉丝们、花生们、读者朋友们切勿对号入座。

营销本无术,市场亦非台。本来惊奇事,何处惹案拍?

市场营销,芝麻开门啦.....

赵亚翔

2008年3月3日 子牙河畔



目录 CONTENTS

第一回 翰林院碰难智多星卖计 1

非进士不得入翰林,非翰林不得入内阁。翰林院藏书汗牛充栋,搬家遭遇经费危机,珍贵院藏随时面临着风雨肆虐、菌虫之害。雨季即将来临,《永乐大典》是否要变落汤鸡?吴用卖计智解燃眉之急,一个智谋一桶金。

第二回 宝玉“搜豹”火眼金睛 9

宝玉与同学甄士隐、柳湘莲三人合股,在金陵高新技术开发区国家 863 软件孵化园注册成立了一家专业的软件公司。凝眉公司陷入了自创立以来最严峻的经营危机。宝玉委托著名策划大师大耋先生为凝眉公司的这套现场监控管理软件系统取一个名字。“搜豹”火了……

第三回 孙二娘功夫在“茶”外 17

孙二娘十分怀念在乡下开酒馆的日子,常常抱怨丈夫不该轻易到大城市来开什么茶馆。回忆大学毕业后的创业经历,吴用感叹不已。策划团队意识到,对于“聚香茗”而言,要想扭亏为盈,必须跳出传统经营的僵化框框,再造具有市场活力的茶馆盈利模式。

第四回 “小乔”竹筷涨价还多销 25

为把祖辈传下来的竹筷作坊做大做强，周瑜执意放弃了去东汉电信集团炙手可热的工作机会。异乎寻常的低价，让不少日本媒体怀疑华夏出口的竹筷中是不是藏有什么生物基因武器。小乔牌竹筷绝不进行有损于民族竹筷事业的恶性价格战。小乔，小乔，不忘芯！

第五回 天天低价浪子燕青发卫星 37

就在燕青即将被提拔为保安队长的时候，他辞职，在汴京郊区租了一间废弃的仓库。木耳滞销，燕青心急如焚。3分钱的降价，竟然差之毫厘，畅销千里。为了提升供应链的管理效率，天巧投资的一颗小型通信卫星不久将在九州卫星发射中心正式发射升空。

第六回 林冲三报竞标热工程 51

得知张蕊和林冲“好”上了的消息，燕京理工大学经管系的高衙内犹如挨了当头一棒！听说一家日资企业要上一个供热工程项目，林冲倏地意识到，这可能是上天赐予他的施展抱负的机会。什么叫遵守时间？什么叫整齐？什么叫纪律？这些全从林冲一行中感觉出来了，日本人喜欢这样的感觉。

第七回 刘伯温“掉渣儿饼”遭仿造 61

刘伯温的烧饼也算是青田一大特色。为让小店儿显得与众不同，刘伯温还特意请李善长等一帮朋友，用竹子对店面进行了一番别致的装修。当刘家哥儿俩正在筹谋要去纽约联合国总部大楼门前开一家“掉渣儿”烧饼店的时候，意外的事情发生了……

第八回 豹子头交恶三丽电器 69

方腊决定改做家电生意，他首创的很多家电零售行业的市场拓展模式，甚至已经成为一种通用的标本。凭借着遍布全国的 200 余家分店，三丽织就了一张家用电器零售大网。凭着这张网，三丽就拥有了足够的资本“挟价格号令诸侯”。

第九回 卖场告急阮小二千里走单骑 79

有一次，阮小二到外企应聘，人家问他选择到该企业应聘的理由，阮小二一时语噎，竟鬼使神差地冒出了一句：“师夷长技以制夷！”遂被当场赶出。回想起当年艰难找工作的情形，阮小二格外珍惜一丈青公司的这份工作。扈三娘亲自点将，来企业工作不到 3 年的阮小二临危受命，出任一丈青食用油泽州分公司经理。

第十回 黄土高原白日鼠善卖校徽 87

当实习老师亲手将校徽戴在学生上衣口袋上方的时候，另外一个学生无比羡慕地说道：“老师，我也想戴校徽……”在运动会开幕仪式的方阵中，只有独窰小学那 19 名学生齐刷刷地佩戴着金光闪闪的校徽。运动会结束以后，独窰小学所在乡的小学校长们都急着找白日鼠定做校徽。

第十一回 百元代办黄文炳吞苦果 95

黄文炳拉动一批受罚者辞职，揭竿而起。为了独霸渤海的二手房交易市场，爱屋首创了二手房交易的“葵花宝典”：百元代办。高风险的资金流游戏，必然遭遇天谴。爱屋所有的传奇一夜坍塌，瞬间被摔成碎片。

第十二回 西门庆“女体盛”被封杀 103

这时, 坤明大学艺术系大三学生潘金莲碎步走进了选秀现场。和风春日本料理会所开业了, 其“秘密武器”终于公开首演啦, 那就是——“美女人体盛宴”! 坤明市食品卫生监督处的陈文昭处长当场给和风春下达了卫生监督处理意见书。

第十三回 危机公关王熙凤运筹帷幄 111

和美乳业被《曝富》杂志评为“丙子年华夏最受赞赏的家族企业”, 王熙凤也因此在坊间拥有了“牛奶教母”的尊称。和美乳业聘请国际著名的麦啃铁管理顾问公司为其进行战略发展规划, 麦啃铁最终提交的规划报告建议和美乳业实施“轻资产战略”。不想一夜之间, 和美坐上了丑闻的“火山口”, 拉响了企业危情的警报。

第十四回 CALL-CENTER 史湘云巧融抱怨 119

幸运的是, 史湘云受到了“未来工程”的资助, 大学毕业后, 她成为长江国际机器集团顾客服务中心的一员。根据进一步询问到的信息, 史湘云敏锐地判断出那批电机的发热量其实在正常标准允许的范围内, 她决定采用在学校所学的苏格拉底劝诱法来消除裘世安的不满与担心。

第十五回 黑旋风黑大米糙誉神州 127

一大清早摇船出来, 到了埠头, 李逵气也不透一口, 便来到万盛米行的柜台前面占卜今年的命运。黑泥被送到了大宋农业科学院水稻专家呼延灼院士工作室进行检测。赵哲麾下的硬钢投资公司与黑土凹的稻农们联合建立了一家现代化的黑米深加工企业。

第十六回 一丈青花生油笑傲压榨 137

“1:1:1”俨然成了“食用油营养的黄金比例”，而“银龙虾”则为这黄金比例装上了最可靠的黄金瓶。有89.79%的消费者根本不知道压榨工艺与浸出工艺、转基因与非转基因等食用油方面的知识。“一丈青”找到了破解“银龙虾”市场攻势的密钥。

第十七回 俞伯牙无绳电话谢知音 153

积贫积弱的炎黄子孙群情激奋，苦寻苦觅发财致富的机遇与捷径。在无绳电话市场风风光光地赢了一把后，顺风耳无不得意地向媒体表示：“没有对手的市场太寂寞。”知音隔两地，相思最为苦……

第十八回 姜子牙偷着烦不如爽口笑 165

李靖弃官下海，创立了封神传媒有限公司，真可谓不做天大王，要做广告人。雷震子临行之前曰：“姜子牙每常自比大卫·奥格威、吉田秀雄，以吾观之，奥、吉殆不及此人，不可屈致，政君可亲往求之。”虽然其创意人员先后创作了九个本子，但是都没能得到爽口笑方面的认同，李靖最近更是比较烦。

第十九回 牛悟能后大家之乐而乐 177

灶洞里掉下火来引起了一场火灾，待到大火被扑灭，悟能发现挂在墙上的那只盛着蛤蜊的竹篮也已化为灰烬，只在地上留下一截烤焦的东西。一股奇香扑鼻而来，悟能条件反射般将沾在手指上的粉末放在舌头上一舔，更是鲜醇得直透肺腑。

第二十回 虚虚实实杜十娘贩美丽 183

在冰火两重天的煎熬中，十娘一遍遍地重温着《乱世佳人》这部电影，郝思佳一直是她喜欢和崇拜的偶像。家道中落，人生的幸与不幸，只有让时间来检验，让行动来证实。色彩是个虚拟市场，但美丽经济的巨轮已实实在在从十娘美丽梦工厂起航了。

参考文献 194



翰林院碰难智多星卖计

非进士不得入翰林，非翰林不得入内阁。翰林院藏书汗牛充栋，搬家遭遇经费危机，珍贵院藏随时面临着风雨肆虐、菌虫之害。雨季即将来临，《永乐大典》是否要变落汤鸡？吴用卖计智解燃眉之急，一个智谋一桶金。



若

问天下读书人,最奢侈的梦想是什么?头一件恐怕是入翰林院。翰林们非但风雅,而且贵重:

独坐幽篁里,弹琴复长啸。

深林人不知,明月来相照。

非进士不得入翰林,非翰林不得入内阁。翰林院又被称为玉堂署。早在唐代,内廷中就设有翰林院,但翰林院作为外朝官署,则始于明代。在明代,翰林院掌管制诰、修史、图书、文翰等事务。清沿明制,也设有翰林院,主要掌管编修国史,为皇帝写起居注,给皇帝讲解经史并草拟有关典礼的文件等。

我国最大的一部丛书《四库全书》就是清乾隆年间由翰林院负责编修的,总纂官是翰林出身的学者、文学家纪昀。编书的机构四库全书馆就设在翰林院内,《康熙字典》的编纂者也都是翰林或翰林出身的人。

翰林院真可谓“人文之渊薮”,翰林院图书馆乃世界上最大最古老的图书馆,其藏书可谓名副其实的汗牛充栋!

最近翰林院院长邵尧夫遇到了一件揪心的事情。原来翰林院图书馆年久失修,珍贵院藏随时面临着风雨肆虐、菌虫之害。经过四处筹款,总算是在距老院 10 里地的什噤湖畔建起了一座新的翰林院图书馆。新馆气势恢弘,藏书设备先进,这让老邵的确高兴了一阵子,但是——

捉襟见肘的“搬馆”经费,又让老邵犯起

难来!

“如果动用专门的搬运公司来搬,快捷、安全、专业,可是打听打听,大概需要付给搬运公司的劳务费白银 1 万两。如果动用翰林院的内部职工以摊派任务的方式来搬,一来恐怕会影响正常的工作秩序;二来这几百万册藏书不知要到何年何月才能搬完;三来搬运的安全性恐怕也很难得到有效保障;四来对于职工的什么





加班费、补贴费等,到时一并算下来恐怕也比1万两少不了多少呀。”邵尧夫心里暗自着急:“可院里一时实在难以再筹集到1万两的经费啊,怎么办?眼看雨季又要到了,如果不尽快搬书,说不定又会有什么意外损失呢。前些年文渊阁起火,差点就烧掉了金黄色丝绸装订而成的万卷册的《永乐大典》。这举世罕见的《永乐大典》可不能再有任何闪失了!”邵尧夫让全院的人想方案,但仍一筹莫展。

诗曰:

花开不择贫家第,月照山河到处明。
世间只有人心恶,万事还须天养人。
盲聋哑家不仁,智慧聪明却受贫。
年月日時該載定,算來由命不由人。

济州吴家在邻里乡亲中素来享有仗义疏财的美誉。这年高考,吴家第43代长孙吴用高中济州文科“探花”,考入了汴京大学经济管理系。吴用的座右铭是“天行健,君子以自强不息”。虽然出身富门,但他不骄不狂,苦读功课,学以致用,被公认为汴京大学的智多星。

吴用还曾对商机专门做过系统性的探究呢。

商机就是存在着一种商品交换的可能,而这种可能对于商品的提供方而言也是一种积累财富的机会。

商机转化为财富,必定满足五个“合适”:合适的产品(或服务),合适的客户,合适的价格,合适的时间和地点,合适的渠道。

商机可以归纳为十大类型:

◆“短缺性”商机

有需求就有商机,但短缺可以说是能牟利的根本性原因,一切

有用而短缺的东西都可以是商机。

◆ “时间性”商机

远水解不了近渴。如果需求表现为时间短缺,那么时间就是商机,譬如飞机比火车快,激素虽不治病却能延缓生命,它们都是时间商机的表现形式。

◆ “替代性”商机

水往低处流,“货”往高价卖。在需求的满足上,价廉的替代品往往形成一种商机,尤其对于那些价低质优的替代方式更是如此。

◆ “方便性”商机

江山易改,懒性难移。花钱买个方便,所以“超市”与“小店”并存,“灵通”与座机共舞。

◆ “价值再生性”商机

天生某物必有用。一些司空见惯的东西可以通过重新挖掘新用途而身价大增。譬如板蓝根能防“非典”,醋能消毒。涨!赚!

◆ “寄生性”商机

螳螂捕蝉,黄雀在后。如果急功近利,只盯住商机的最终端,那么就可能落得个螳螂的下场。譬如挖金矿时,往往不会计较“水”的价格,结果黄金没挖着,肥了“卖”水的。

◆ “关联性”商机

一荣俱荣,一损俱损,这类商机由需求的互补性、继承性、选择性决定。如电信繁荣,导致增值服务业务大量出现。

◆ “风俗性”商机

由独特的文化风俗决定的一些商机。比如:各种节日用品、“朝拜”的道具等构成了一个个诱人的商机。

◆ “回归性”商机

远离一段时尚时期之后,过去时尚的东西又成为“短缺”物,这类商机具有回归的属性。至于多久才回归,就要看商家的理解与大众的心境了。

◆ “灾难性”商机

由重大的突发危机事件引起的商机。譬如南方冰冻灾害导致了电力设施损害严重,这将给电力设施(备)行业带来崭新的商机。



汴京大学和翰林院之间各种层次的学术交流活动频繁。这日,即将毕业的吴用在翰林院听学术报告的时候,偶然听说了翰林院图书馆正为迁馆的经费犯难的事情,说者无意,听者有心,觉得这可能是上天赐给自己的一种“替代性”商机。吴用在心里暗自思量:翰林院图书馆迁馆,按照通常的观点,这对于那些搬运公司是一次难得的商机,可是偏偏碰上翰林院迁院经费紧缺。如果我能找到一种花钱更少的替代性搬馆方案,那岂不是……

这天,吴用偶然读到了《汴京市民报》上刊发的一封“市民来信”,该市民在信中对翰林院每人每次借阅的图书不能超过2册的规定大加抱怨:“每次我好不容易抽出时间去翰林院图书馆一趟,可是却只能借到2册图书。要知道,每次去翰林院的路上浪费了我多少时间啊;要知道,我的休息时间是多么的有限……”

灵感,倏地涌起,吴用计上心头。

这天,吴用专程来找翰林院的院长邵尧夫,邵尧夫的秘书原本不屑通报,但听说来者就是汴京大学的大才子且专为解决图书馆的搬馆难题而来时,当即改变了主意。

吴用总算是顺利地见到了邵尧夫,面对邵尧夫慈祥的目光,他大胆地说道:“邵院长,对于翰林院图书馆搬馆的经费难题,我有一个很好的解决方案,不过仍然需要白银3000两。”

邵尧夫听了十分感兴趣,因为翰林院还有3000两的预留资金,如果花3000两去解决要花10000两才能解决的图书馆的搬馆难题,岂不快哉?!

“快说出来!”邵尧夫有些着急。

“好主意也是商品,我有一个条件。”吴用显得不紧不急。

“什么条件?”邵尧夫更急了。

“如果我这主意把3000两全花光了,那就全当是我给翰林院作贡献了,但如果有余,翰林院把剩余的钱全部给我作为智力服务费。”

“那有什么问题?”邵尧夫虽然显得有些将信将疑,倒也回答

得很干脆：“如果你的方案能够解决翰林院的燃眉之急，你的条件我现在就可以拍板。”

“那我们签订个合同？”吴用不愧为汴京大学经管系的高才生，做事显得有章有法、有板有眼。

翰林院与吴用之间的合同签订得很顺利。

在经过专家的严密的论证后，翰林院很快就顺利地实施了吴用的“搬馆方案”，总共只花去了白银 2500 两：

☆ 翰林院在《汴京晚报》、汴京在线（www. bianjingonline. ds）上发布了一条令好读书之人皆拍手称快的好消息：“从即日起，翰林院图书馆免费、无限量地向广大学者、学生、市民借阅图书（院藏珍本除外），借期延长至一年，条件是从老馆借出，还到新馆去……”共花去广告费 500 两。

☆ 请专门的搬家公司将院藏的珍本和尚未能借出的 80 多万册图书搬到新馆花费了 1500 两。

☆ 借书风险保险费花去了 500 两。

吴用用自己的智慧，牛刀小试，足足赚到了白银 500 两。

带着他的第一桶金，吴用作别了自己的大学生活，真是快活：

旧酒投，新醅泼，老瓦盆边笑呵呵。共山僧
野叟闲吟和。

他出一对鸡，我出一个鹅，闲快活。



☺ 世界本不缺乏商机，缺乏的是发现商机的眼睛。

面对翰林院搬家的经费窘境，与其说是天赐良机，莫如说是吴用练就了发现商机的慧眼。

只可惜《专利法》所保护的对象只包括发明、实用新型和外观

设计三大类发明创造，智谋并不能成为专利权的客体。虽然吴用的“图书馆搬家法”不能转化为一种持久的商业运营模式，却也掘出了人生的第一桶金。

吴用，前路漫漫，任重道远。



市场营销拍案惊奇

第一回 翰林院碰难智多星卖计