

厚黑学析

金炜 / 主编

# 厚黑谈判 与营销学

谈判、营销是意志的抗衡，智慧的较量。独特的谋略和手段，能助您在日益频繁的经济活动中抢占先机。



远方出版社

厚黑学析

# 厚黑谈判与营销学

主编 金 炜

远方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

厚黑学析/金炜编著. - 呼和浩特: 远方出版社, 1999. 10

ISBN 7-80595-450-X

I. 厚… II. 金… III. ①伦理学②政治—谋略—世界 IV. B825

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 37149 号

\* \* \*

远方出版社出版发行

(呼和浩特市新城区老缸房街 15 号)

全国新华书店经销

郑州文华印刷厂印刷

开本: 880 × 1230 毫米 1/32 印张: 129 字数: 3710 千字

1999 年 10 月第 1 版 1999 年 10 月第 1 次印刷

印数: 1 - 8000 套

ISBN 7-80595-450-X/B·8

定价: 198.00 元/套 (全套共九册, 每册 22.00)

# 天下第一奇书

## 厚黑学

### 十大戒律

- ★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★
- ★ 一戒：耍弄小智，因小失大 ★
- ★ 二戒：锋芒毕露，咄咄逼人 ★
- ★ 三戒：急于求成，欲速不达 ★
- ★ 四戒：瞻前顾后，患得患失 ★
- ★ 五戒：沉不住气，形于颜色 ★
- ★ 六戒：气量太小，不能容物 ★
- ★ 七戒：得陇望蜀，贪得无厌 ★
- ★ 八戒：浅尝辄止，稍挫即折 ★
- ★ 九戒：墨守成规，不思变通 ★
- ★ 十戒：志得意满，盈而溢之 ★
- ★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★

# 天下第一奇书

## 厚黑学

### 十大真谛

一曰：大智若愚，大巧若拙

二曰：忍难忍事，顺自强人

三曰：谦让为先，宽容为怀

四曰：吃亏是福，以礼避患

五曰：密藏不露，敛锋息芒

六曰：明知故昧，大辩若讷

七曰：痴痴癫癫，假装糊涂

八曰：匿壮显弱，以柔克刚

九曰：清心忘我，追求自然

十曰：随机应变，与时俯仰

# 前 言

中国传统文化尽管处处都浸泡在儒家伦理道德的染缸里，以致西方人或我们自己都视其为伦理型文化，而权术却好像从不受伦理道德的规范似的，人们往往冠之以“厚黑权术”。其实，这种认识是错误的。

《厚黑学析》认为，必须给厚黑学及厚黑权术以确切的定位，厚黑学不能置伦理道德于度外，不遵从社会规范的厚黑学，必被社会唾弃。我们认为，厚黑学是一门权谋学，是一门集古今中外的智谋、智慧于一身的大学问。

厚黑学涵盖天地之理，曲尽人生之妙。要掌握它，不是一蹴而就的事。

古人皓首穷经——从黑发少年到白发老翁，能精通一经已是人生一大幸事了。如若说到厚黑——融贯三大教义，包容六经真谛，出入百家之言，远非一经之可比。好在厚黑学本是一门走捷径的学问，要做的不是皓首穷经的笨功夫。试问：若白首才通厚黑之学，则学此何为？到皓首才通，哪里还来得及用？即便来得及用，哪里还有地方需要用？故有志于厚黑者，实不必有此顾虑。

说厚黑学博大精深，是强调其精妙，不可等闲视之之意，不是说它的难学难用。

厚黑学既是如此精妙，则尤须精研深思，反复揣摩。

人皆有脸，一人一张，然而面目各异，薄厚不一；人人有心，一人一颗，然而心中有窍，黑白殊明。千万不要小看“脸”和“心”，脸皮之薄厚，心脏之黑白，往往决定一个人的成败，一项事业的兴亡。厚黑不但是学问，而且是一门大学问。

## 一、厚黑是一门学问

厚黑学的实践自古就有。它是随着人类思维的产生而发端的。古代人对厚黑之学早有研究。中国古人的智慧为古今中外的各届人士所仰止，这种智慧运用到方方面面，如政治上、经济上、军事上和人生哲学上，形成了千奇百怪的“厚黑真经”。

然而真正地将厚黑作为一个专门学问提出来的还是近人李宗吾。他自称是厚黑学的“祖师”，并在有生之年为此而津津乐道。他的专著《厚黑学》也奇货可居。然而这本书的命运多舛，曾被列为禁书以杜绝流传。那些大加鞭挞的“谦谦君子”，认为这本书不符合中国传统道德和伦理，实际上是因为它揭露了官场和人生的虚伪和欺诈，却被更为虚伪和欺诈的人所痛恨而已。

厚黑并不是卑鄙小人的专利，正人君子同样应讲求厚黑。厚黑是人类智慧的结晶。研究它，应该把它当作一门学问来研究。君子之心坦荡荡。惧怕因学习一点厚黑之学，了解一些厚黑之术就把好人变坏了，不啻于杞人不忧己而忧天。一个学问的诞生，必须经过不被人理解的“阵痛”，厚黑学也是如此。

## 二、厚黑是一种境界

所谓厚，就是要对自己的行为隐忍；所谓黑，就是对别人的行为隐忍。

对自己隐忍,事闲时心不空虚,事忙时亦镇定自若。对人隐忍,不该发时而不发,该发时而全无保留。厚黑决不是浅尝辄止的人生状态,这里蕴含着极深的境界。

苏东坡曾和佛家有一场笔墨官司。东坡认为佛家“八风吹不动,端坐紫金莲”,赞佛家境界之深。但被佛家批为“八风吹不动,一屁打过江。”究竟谁的境界更深,不言而喻。佛家之妙,全在一个“厚”字。

谈到厚,我们一定会联想到深厚、博大、威武的气象,一定会想到群山巍峨,地蕴万物的丘陵,这是“厚”字的本意所在。“厚”字和忠、朴有意通之处。中国古代讲求“不奉人而自奉”。理解了这个含义,就理解了“厚”。孔老夫子讲:“己所不欲,勿施于人”,“己欲立,而立人;己欲达,而达人。”古人讲求自我修养。现代人何尝不如此。现代人大讲“返朴归真,”也是回复“厚”的状态。厚的深层次含义是藏在心里而非搁在脸上。

要习厚黑之术,首先应修厚。心厚则境宽,能容己才能容人。厚是最高境界。然而光有厚不行,应该用黑来补充,厚黑兼容相济,方才大功告成。

厚黑没有强弱之分。厚由脸皮现,属外阳,黑从心里来,是内刚。只有阴阳调和,刚柔相济,才能立于不败之地。

人生是一本最难懂的书。要想读透它,不掌握一定方法不行。就像再难开的门,只要掌握它的钥匙,门就轻易被打开。厚黑是人生的一种境界,也是打开人生的绝妙密码。

### 三、厚黑是一把双刃剑

厚黑是一把锋利无比的双刃剑,全看谁来使用。

厚黑是人生之一。古人有“性善”、“性恶”的说法,无论是哪种说法,都蕴含着“厚黑”的道理。

厚黑并不是外界赐予人,是人本身固有。天生降民以厚黑。后来人怎样发展,是各种因素综合的结果。人的发展就象流水,堵东面就西流,堵住西面则向东流。人的生存状态往往是黑中有厚,厚中有黑。

人的欲望可导引厚黑这把剑指向哪里。吴起是春秋时政治家,政治才干卓著。但为了求取功名,他竟然杀掉发妻。周文王姬昌也是世之贤君,然而为了蒙过纣王,也食子之羹。隋炀帝为了君位,竟然杀父娶母奸妹。所以,“欲求”这个本性是世人的必然,不存在性善或性恶。人之所以为人,是因为有思维,有智力。思维与智力用在正面,将引导人走向正道;反之,则走上邪途。

古人讲“忠”、“孝”,然而忠孝往往不能两全。有舍忠尽孝,也有舍孝尽忠。这就给世人揭示了一个道理,世事没有两全其美的解决办法。厚黑的学问也是这样。然而世界上的事并非邪恶殊异,往往是一步之遥。曹操是世之奸雄,也是一个豪杰。

诺贝尔发明炸药是为了解决工业的难题,不想却被运用到战争。厚黑既可引导人生,又可毁灭人生。对待厚黑学,正人君子用之则为正;邪恶之人用之则为邪。现在有了厚黑这把剑,要看什么样的人来使。

这是厚黑给人生的一点启示。

主编

1999.9.20

# 目 录

## 第一章 谈判成功学

**厚黑真言 (P/1)**

**厚黑典范 (P/2)**

- 寻找对手**..... 2
  - 建立对手档案..... 2
  - 寻找新客户..... 2
  - 珍视自报家门者..... 3
  - 勿忘牵线者的功劳..... 3
  
- 勇下战书**..... 4
  - 商谈前哨战..... 4
  - 时间适宜..... 5
  - 地点恰当..... 6
  
- 准备应战**..... 7
  - 调整心理..... 7
  - 重视服饰..... 8



- 
- 勿忘必需品 ..... 8
  
  - 初逢对手** ..... 9
    - 交换名片 ..... 9
    - 保持适宜的态度 ..... 10
    - 重视礼节 ..... 11
    - 勿轻视寒暄 ..... 12
  
  - 展开攻势** ..... 13
    - 制造气氛 ..... 13
    - 应对客户 ..... 14
  
  - 介绍自己的商品** ..... 15
    - 你必须了解你的商品 ..... 15
    - 怎样向对方展示你的商品 ..... 16
  
  - 价格谈判技巧与禁忌** ..... 18
    - 最高可行价 ..... 18
    - 报价的禁忌 ..... 18
    - 如何讨价还价 ..... 19
  
  - 交涉诀窍** ..... 22
    - 尊重对方的“自我” ..... 22
    - 循循善诱 ..... 24
    - 巧妙地“悬崖勒马” ..... 25
    - 竭力促成交易 ..... 26
    - 知己知彼 ..... 28

- 
- **买方的武器** ..... 29
    - 买方的武器：“反对论” ..... 29
    - 以子之矛，克子之盾 ..... 30
  
  - **卖方的策略** ..... 31
    - 明察秋毫 ..... 31
    - 随机应变 ..... 33
    - 含糊其辞 ..... 35
    - 化怨为喜 ..... 37
    - 以退为进 ..... 40
  
  - **双方的努力合作** ..... 42
    - 求大同，存小异 ..... 42
    - 黎明前的黑暗 ..... 43
    - 推诚待人，互较耐力 ..... 44
    - 让你的对手捡点便宜 ..... 45
    - 让出一步，天地自宽 ..... 46
  
  - **成功的范例** ..... 47
    - 山重水复，柳暗花明 ..... 47
    - 化干戈为玉帛 ..... 48
  
  - **胜利在望** ..... 50
    - 良机莫失 ..... 50
    - 捕捉信号 ..... 51
    - 投石问路 ..... 52

<input type="checkbox"/>	<b>收兵回营</b> .....	54
	○结束商谈须知 .....	54
	○事后处理 .....	57
<input type="checkbox"/>	<b>正确对待谈判的失利</b> .....	59
	○失败是成功之母 .....	59
	○作好第二回合准备 .....	61
	○如何处理不能如期交付的货物 .....	63
	○克服恐惧心理 .....	65
<input type="checkbox"/>	<b>巩固战果</b> .....	66
	○货款回收的方法 .....	66
	○收款应注意的问题 .....	66
	○收款人注意的事项 .....	67
<input type="checkbox"/>	<b>特殊战场，特殊战术</b> .....	67
	○应对之初 .....	67
	○负责到底 .....	69
	○对付打错的电话 .....	72
<input type="checkbox"/>	<b>胜战秘诀</b> .....	74
	○利用私人关系 .....	74
	○保持良好态度 .....	76
	○谦敬不可少 .....	78
	○谈吐技巧 .....	81
	○掌握时机 .....	84
	○接待主动上门客户的诀窍 .....	85

**厚黑评鉴 (P/86)****厚黑寓言 (P/86)**

- 与虎谋皮 ..... 86

**第二章 吸引顾客谈判学****厚黑真言 (P/88)****厚黑典范 (P/89)**

- 问候时不可带小工具 ..... 89
- 要及时控制顾客 ..... 89
- 让我们靠近一些 ..... 90
- 使初见面的顾客变成“老朋友” ..... 91
- 接近顾客的绝招 12 法 ..... 92

**厚黑评鉴 (P/94)****厚黑寓言 (P/94)**

- 买马头 ..... 94

### 第三章 识别与认同谈判学

#### 厚黑真言 (P/96)

#### 厚黑典范 (P/97)

- 开动大脑去“打仗” ..... 97
- 谈谈自己 ..... 97
- 把顾客本身的事问出来 ..... 98
- 别让顾客说：“让我考虑一下” ..... 98
- 说得快些 ..... 99
- 善于利用顾客的感情 ..... 99
- 心理战绝招 21 法 ..... 100
- 按顾客性格分类 ..... 104
- 按顾客境遇分类 ..... 110
- 观察顾客的一些要点 ..... 111

#### 厚黑评鉴 (P/113)

#### 厚黑寓言 (P/113)

- 对牛弹琴 ..... 113

## 第四章 激发与诱导谈判学

### 厚黑真言 (P/115)

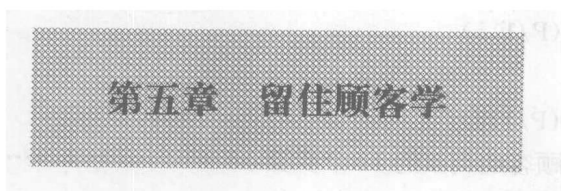
### 厚黑典范 (P/116)

- 激发顾客购买欲的 11 个步骤 ..... 116
- “量顾客的体温” ..... 122
- 利用“愈不易获得的东西，愈希望得到”的心理 ..... 123
- 避免自己的顾客与其他顾客接触 ..... 124
- 对顾客设置圈套 11 法 ..... 124
- 如何让顾客第一次接触你就喜欢你 ..... 128
- 对于说“我要回去”的顾客 ..... 129
- 对于说“我必须与父亲商量”的顾客 ..... 130
- 对于说“我绝不会迫于当时的情势而买”的顾客 ..... 130
- 对于说“无法现在就决定”的顾客 ..... 130
- 对于说“我还要看别的”的顾客 ..... 131
- 对于说“对别的公司的商品较有兴趣”的顾客 ..... 131
- 对于说“我的年龄不适于买它”的顾客 ..... 131
- 对于说“另有开支”的顾客 ..... 132
- 对于说“已经在别处买过”的顾客 ..... 132
- 对于说“我需要考虑一下”的顾客 ..... 132
- 对于说“不是贵了一点吗”的顾客 ..... 133
- 对于说“我怎么需要它”的顾客 ..... 133
- 对于说“我没有那种余钱”的顾客 ..... 134
- 对于说“因为我们刚结婚”的顾客 ..... 134
- 对于说“我必须与律师、经纪人商量”的顾客 ..... 135

**厚黑评鉴 (P/135)**

**厚黑寓言 (P/136)**

- 掩耳盗铃..... 136



**厚黑真言 (P/137)**

**厚黑典范 (P/138)**

- 怎样知道顾客在想什么..... 138
- 留住顾客的三步曲..... 140
- 使顾客陷入“围困”状态..... 141
- 把握劝买的时机..... 142
- 关于“围困”应注意的事项..... 144
- 成交以前应记住的注意事项..... 146
- 顾客的三种反应..... 149
- 应付在最初阶段“着迷于商品”的顾客..... 150
- 应付“有意购买”的顾客..... 154
- 应付“不喜欢那种东西”的顾客..... 155
- “达成协议”后聪明的追踪..... 157
- 王牌推销员的信条..... 158

**厚黑评鉴 (P/159)**

**厚黑寓言 (P/159)**

- 纣王的筷子..... 159



## 第六章 围困顾客学

**厚黑真言 (P/161)****厚黑典范 (P/162)**

- 借暗示围困顾客..... 162
- 借锋利的构想围困顾客..... 163
- 借宣传围困顾客..... 163
- 富兰克林式的围困..... 164
- 亲子式的围困..... 164
- 即决式的围困..... 165
- 威吓式的围困..... 166
- 谨慎式的围困..... 167
- 选择式的围困..... 168
- 竞赛式的围困..... 168
- 飞机式的围困..... 169
- 订单式及假定式的围困..... 170
- 照会式的围困..... 171
- 转变心情式的围困..... 171
- 一揽子交易式的围困..... 172

**厚黑评鉴 (P/173)****厚黑寓言 (P/173)**



○释 鹿..... 173

## 第七章 自我训练学

### 厚黑真言 (P/175)

### 厚黑典范 (P/176)

○不能卖自己不满意的..... 176

○不要为了佣金而卖..... 176

○少说废话..... 177

○不要悲观预测..... 177

○不要灰心..... 178

○责备自己..... 179

○充分学习..... 179

○心理上的巨人..... 180

○保持轻松的心情..... 180

○不断地燃烧自己..... 181

○应该有信心..... 181

○防止被人取代..... 182

○把自己赶进去..... 182

○适当休息..... 182

○推销员的 10 个心得..... 183

○再照照镜子..... 185

### 厚黑评鉴 (P/188)

### 厚黑寓言 (P/188)