

嵇立平 著

商战致胜术

经商生财诀窍精选

商
战

商
战

北京燕山出版社

商战致胜术

——经商生财诀窍精选

北京燕山出版社

(京)新登字209号

商战致胜术

嵇立平 著

北京燕山出版社出版
(北京市东城区府学胡同36号)

北京仰山印刷厂印刷
全国各地新华书店经销

开本787×1092毫米 1/32 10印张 字数202千字

1993年6月北京第一版 1993年6月北京第一次印刷

ISBN7-5402-0547-4/F·0005

印数：5000

定价：6.50元

前 言

从古至今，市场如战场。

历览中外，商战如兵战。

虽然看不见刀光剑影，却见一顶顶“王冠”落地；听不见厮杀呐喊，却见市场一片片易主。有推车贩浆者流，惨淡经营，终成大业；有富拥百万者，棋错一着，顷刻瓦解。知时识机者，“金风未动蝉先觉”，捷足先登，有深谋远虑者，“将军盘弓故不发”，后发制人。有屡败屡战者，凭韧性立足；有所向披靡者，以谨慎卫冕。或以服务态度制胜，或以产品质量取信，或以构思新巧生财，或以招徕奇术引人，或以诚实招徕天下客，或以诈谋得逞于一时……一部人类商业发展史，融聚了多少“生意人”的艰辛奋斗、奇谋巧智、苦辣酸甜，留下了多少值得后人借鉴的经验教训。

本书从古今中外经商的大量资料中，披沙拣金，精选出350则经商实例共分14个篇章，另附经商谚语。这里面有我国古人经商的智慧，有世界经济强人成功的秘诀，有现代企业家经营的谋略，也有小本经营者做生意的窍门。诸如企业家如何在生意不景气时仍冒险扩充，从绝处创出大路；小农夫如何在淘金热时不挖金矿挖水渠，发了大财；一文不名，寻思自杀的大学生怎样从零开始，没有资金也办成了大事业；一位推销成绩位于最后的推销员怎样悟出推销诀窍，跃居推销界之冠。又如：怎样靠信息救活一个厂，如何以一项

新产品开创一项新事业，怎样不花一文钱做成大广告，为何做赔本买卖还能赚大钱……总之，此书十个篇章中的 350 则实例，可以说都是经商“过来人”的经过了时间和实践考验的经验之谈，“锦囊妙计”。无论对负有一定责任的企业决策者，还是对想寻找致富门路的工商个体户，对想使生意兴隆的商店经营者，还是对做生意有兴趣的工人、农民、学生、市民，都会有十分有益的启迪和多方面的帮助。

在写作上本书具有通俗性、实用性、知识性、趣味性的特点。该书一改抽象枯燥的理论阐述的文笔，而以其极为通俗易懂的语言，讲述一个个曲折有致的具体事例，使人在兴味盎然之中，丰富知识、开阔视野、增长才干、启迪心智，并从成功者的经验中悟出开辟财路的“绝窍”，树立起创业的雄心大志。

商海沉浮，需要有把握航向的船舵；市场鏖兵，离不开前人的经验智慧——

请翻开此书吧，

也许，它会给你一把打开普里阿蒙宝库（普里阿蒙宝库：《荷马史诗》中特洛伊王普里阿蒙的宫殿，埋藏于地下，相传满盛珍宝，具体埋藏地址至今仍是一个谜。）的钥匙。

目 录

(一) 经营篇

1. 计然的市场预测理论.....(1)
2. 包玉刚谨慎经商不图暴利.....(2)
3. 日本大和精工厂“吃掉”批发商.....(3)
4. 大栅栏贸易货栈销售“双保险”.....(4)
5. 美一服务公司专设消费研究机构.....(5)
6. 设玩具寄售专柜销售增.....(6)
7. 大荣公司低利润快周转的经营策略.....(6)
8. 靠提供经济信息而兴盛的小旅社.....(7)
9. 松下经营要求30条.....(8)
10. 石油巨子的经营之道.....(11)
11. 卖“点子”挣了40万.....(12)
12. “量体裁衣”出效益.....(13)
13. 白沟人的生意经.....(14)
14. 用免费电话联系用户.....(15)
15. 经商能从6种人身上进财.....(16)
16. 雀巢公司的风格.....(16)
17. 小商店作大生意.....(18)
18. “汽车大王”的“黄金原则”.....(19)
19. 利用抱怨结缘.....(19)

20.	日本厂商先要市场后要利润	(20)
21.	为“骑毛驴的”服务的布店	(21)
22.	内联升在“坐轿人身上打主意”	(22)
23.	“小而精”的绸布店	(23)
24.	小店经营的“诀窍”	(24)
25.	封竹轩的“天时地利人和”	(25)
26.	推销商品的最好秘诀	(27)
27.	外国人的生意经	(28)
28.	欲取先与经营术	(28)
29.	做起名生意的“酿名斋”	(29)
30.	国外企业的经营口号	(30)

(二) 决策篇

31.	石油降价的信息和铅笔生产的决策	(31)
32.	服装厂让开大路走两厢	(32)
33.	王光英的闪电战	(33)
34.	服装店生意只做八成不恋战	(35)
35.	丹东玻璃制品厂走一步看几步	(36)
36.	买碎布头致富	(36)
37.	日本电视机商对中国的销售策略	(37)
38.	绝处逢生的战略决策	(39)
39.	挖黄金改为挖水渠	(40)
40.	不景气时打天下	(41)
41.	风机厂不图近利赢效益	(42)
42.	研制“擦皮鞋的也买得起的”汽车	(43)
43.	大胆购棉	(44)

44. “地球”牌收音机是如何风靡全球的?.....(44)
45. 小厂“借鸡下蛋”度难关.....(45)
46. 不赶“时髦”也畅销.....(46)
47. 从支流走向大江.....(47)
48. 铁路局长赶集.....(48)
49. 潇湘女善学快变.....(49)
50. 小厂“借东风”.....(50)
51. 航空公司起死回生的“一跃”.....(51)
52. 创建连锁店.....(52)
53. 找矿青年发明牛仔裤.....(53)
54. 泳场有心找市场.....(54)
55. “奥琪”惦记大主顾.....(55)
56. 运鸭贩蛋.....(56)
57. 洗衣机厂以变应变.....(56)
58. 鲁厂长的“信誉投资”.....(57)
59. “状元红”二进上海.....(58)
60. 靠小拉链赚大钱.....(59)

(三) 智谋篇

61. 靠点子起家的人寿公司.....(60)
62. 低量生产抬身价.....(62)
63. 苏联妙计压粮价.....(63)
64. 出租复印机——不卖商品卖服务.....(64)
65. 更改菜名滞变俏.....(64)
66. “反弹琵琶”经销术.....(65)
67. 摩托大王的反求工程.....(66)

- 68. 日本味精由滞变销的秘密 (67)
- 69. 迂回买卖建事业 (68)
- 70. 毕加索自抬身价的绝招 (68)
- 71. 公园管理者的良方 (69)
- 72. 经营巧用“连环计” (70)
- 73. 火车上构想出的“企鹅出版社” (71)
- 74. 经理急智吃蚱蜢 (71)
- 75. 给新婚夫妇寄订单 (72)
- 76. 专吞并破产公司的“赌徒” (73)
- 77. 王光英谈“酒买卖” (73)
- 78. 为何建“赔钱生产线”? (75)
- 79. 提前开放专利的奥妙 (76)
- 80. 松下靠模仿占领市场 (76)
- 81. 免费赠电脑有文章 (77)
- 82. 改装圆柱获进益 (78)
- 83. 瑞蚨祥平息挤兑潮 (78)
- 84. 以广告“投石问路” (79)
- 85. 从“饱和”处发现“空白” (79)
- 86. 多销的妙法 (80)
- 87. 小鱼钓大鱼的经商法 (81)
- 88. 曹汝霖妙计平风潮 (82)
- 89. “大板凳”与“活广告” (83)
- 90. 改进菜单增销售 (84)

(四) 竞争篇

- 91. 旧上海三大书局抢印《康熙字典》 (85)

92.	英商高价买黄鼠狼皮的奸计	(85)
93.	奥运会场下的大角逐	(86)
94.	两个制果公司的销售战	(88)
95.	“霞飞”“茉莉雅”大战戏中有戏	(89)
96.	希腊船王击败阿美石油公司	(89)
97.	克格勃对希腊船王的美人计	(91)
98.	竞争中的“潇洒功”	(91)
99.	国际商业间谍战	(93)
100.	两公司争售呼啦圈的不同结果	(94)
101.	“对台戏”是“一台戏”	(96)
102.	一家日本餐馆的秘密	(98)
103.	抵制劣质油毡的招术	(99)
104.	抢先一步	(100)
105.	出租车公司的“电话号码战”	(100)
106.	严守技术秘密的轮胎公司	(101)
107.	“人丹”与“仁丹”之争	(102)
108.	东来顺假摆宴席	(102)
109.	毛线大战	(103)
110.	飞机公司的竞争	(104)
111.	兵贵神速	(104)
112.	我国市场面临的十大竞争	(105)
113.	日本、瑞士的手表大战	(106)
114.	树立一个竞争对手	(107)
115.	敢叫板的“荣华鸡”	(108)
116.	重金争宝地	(109)
117.	“瑞蚨祥”的密码标价	(110)

- 118. 日商“醉翁之意不在酒” (110)
- 119. 同竞争对手联合 (111)
- 120. 烟草公司的广告战 (112)

(五) 信息篇

- 121. 运销专业户的“四知”生意经 (113)
- 122. 掌握天气信息, 抢做大宗生意 (114)
- 123. 经理拣废纸条, 了解顾客需要 (114)
- 124. 调查风土人情定鞋样 (115)
- 125. 运用电脑掌握信息 (116)
- 126. 中国古代商情网创始人刘晏 (116)
- 127. “尿布大王”靠信息发展 (117)
- 128. 运用情报做生意 (118)
- 129. 洗衣机改颜色、滞销变畅销 (119)
- 130. 经理盯梢 (119)
- 131. “调查研究”抓机会 (120)
- 132. 欲想占市场、必先摸个透 (121)
- 133. 6名职工一部BP机 (122)
- 134. 皮鞋厂的“侦察兵” (123)
- 135. 亨氏集团的“火力侦察” (123)
- 136. 西德的“抢新鲜公司” (124)
- 137. 5000元合同借一本服装书 (125)
- 138. 信息灵通, 皮鞋热销 (126)
- 139. “读报成癖”的厂长 (127)
- 140. 搬家公司巧用资料 (128)
- 141. 书店的顾客登记卡 (128)

142.	销售商品要了解国情·····	(129)
143.	重视顾客的闲话·····	(130)
144.	生产“贝贝”足球获成功·····	(130)
145.	相册畅销靠信息·····	(131)
146.	赶制金项链·····	(131)
147.	日本是如何获取大庆情报的·····	(132)
148.	听收音机定策略·····	(132)
149.	大华的市场研究法·····	(133)
150.	从一本畅销书看怎样捕捉信息·····	(134)

(六) 公关篇

151.	“瑞蚨祥”年节的庆贺活动·····	(135)
152.	富有新意的产品鉴定会·····	(136)
153.	金笔厂举办书法比赛·····	(136)
154.	电话免费引顾客·····	(137)
155.	一篇稿子打开市场·····	(137)
156.	一台歌舞做成5万元生意·····	(137)
157.	沙市日化举办足球大赛扬名·····	(138)
158.	联邦德国工厂的“开门日”活动·····	(138)
159.	书籍畅销靠“活动”·····	(139)
160.	乐凯卷扬名有方·····	(140)
161.	耐克公司资助中国体育·····	(140)
162.	企业重奖奥运功臣·····	(141)
163.	招股结缘·····	(141)
164.	东亚毛线厂宣传有术·····	(142)
165.	酒厂为批评报道设“保险”基金·····	(143)

166.	广东企业的公关效应·····	(144)
167.	达仁堂热心公益事业·····	(145)
168.	山西杂货店过年展冰灯·····	(145)
169.	企业文艺结姻缘·····	(146)
170.	“珠江”的名流顾问团·····	(146)
171.	同仁堂的公益活动·····	(147)
172.	公司购买足球队·····	(148)
173.	越后屋布店借伞传名·····	(148)
174.	宜家家具公司的扬名妙招·····	(149)
175.	声东击西巧谈判·····	(149)
176.	“公关”在鱼塘·····	(150)
177.	赠送纸围裙的餐馆·····	(151)
178.	寿屋饮食店的公关术·····	(152)
179.	谈判中的“夺气攻心”战·····	(152)
180.	一次谈判记录·····	(153)

(七) 广告篇

181.	征求对联广告·····	(154)
182.	“不可偷看”的广告·····	(155)
183.	世界上最小的广告·····	(155)
184.	幽默广告·····	(156)
185.	飞机撒手表·····	(157)
186.	五角钱做成大广告·····	(157)
187.	漫画广告·····	(158)
188.	地毯铺在检票口——实地实验广告·····	(159)
189.	软性广告·····	(159)

190.	交错安排的电视广告	(160)
191.	楹联广告	(160)
192.	引人注目的“广告衫”	(161)
193.	地面广告和空中广告	(162)
194.	香味广告	(162)
195.	“拷打实验”广告术	(162)
196.	阿兰德隆无意做成的广告	(163)
197.	时装公司的绝招——“天天换”	(164)
198.	芬兰的女广告家	(165)
199.	购买流行歌曲做广告	(165)
200.	加拿大盛行“社会公益”广告	(166)
201.	不花钱的广告	(166)
202.	反话正说的广告	(167)
203.	麦当劳餐厅巧做广告	(168)
204.	幽默的招聘广告	(168)
205.	小说广告	(169)
206.	可口可乐打进香港的广告	(169)
207.	“金狮”自行车做广告有术	(169)
208.	新奇的广告	(170)
209.	音响广告	(171)
210.	建筑广告	(171)

(八) 发明篇

211.	罐头厂的一把小钥匙打开市场大门	(172)
212.	香港市场雪糕翻新显奇效	(173)
213.	针厂产品花样多	(173)

214.	椰菜头娃娃引起抢购狂波·····	(174)
215.	日商开发新产品构思巧·····	(175)
216.	东京的“发明家乐园”·····	(176)
217.	从寻找产品缺点来开发新产品·····	(177)
218.	日本厂家重赏消费者的小发明·····	(177)
219.	研究民俗巧设计·····	(178)
220.	新产品的“四化”趋向·····	(179)
221.	“酒窝杯”的诞生·····	(180)
222.	发明“用过就扔”的商品·····	(180)
223.	中药茶馆生意好·····	(181)
224.	茶叶市场找“蹊径”·····	(182)
225.	“热呼呼小亭”·····	(183)
226.	迷人的“幻彩”·····	(183)
227.	消除交通隐患的超前商品·····	(184)
228.	明尼苏达的“第十一诫”·····	(185)
229.	可口可乐瓶子的新设计·····	(185)
230.	安全别针的发明·····	(186)
231.	靠草仔致富·····	(187)
232.	不满意成了发明动力·····	(188)
233.	逆向思维开发新产品·····	(189)
234.	日本现代商品四字诀·····	(189)
235.	新颖独特的产品外观·····	(190)

(九) 销售篇

236.	日内衣公司家庭聚会示范销售·····	(191)
237.	导游图手绢和歌词手绢·····	(192)

238.	日商的“销售调查卡”	(193)
239.	国外的两家“自动降价”商店	(194)
240.	组合式鞋店当场组合鞋	(195)
241.	价高反比价低销路好	(196)
242.	生意越大越降价	(197)
243.	“不食水太深”和“利润二分法”	(197)
244.	选择开店地点的打分法	(199)
245.	个体户的“梯形销售”法	(200)
246.	香港商场精心安排货物摆放位置	(201)
247.	商品换包装、身价增10倍	(201)
248.	一曲乡音一宗买卖	(202)
249.	法国商人抢做一小时生意	(203)
250.	供销社夏天卖货秋后收款	(203)
251.	国外的“超超级市场”	(204)
252.	故作姿态经营术	(205)
253.	一条建议救活一家商店	(206)
254.	摄影厅把镜头对准市场	(206)
255.	抓住用户怕吃亏的心理	(208)
256.	中原公司的“七试一退”	(209)
257.	不用宣传就能成名的销售法	(209)
258.	用廉价咖喱饭吸引顾客	(210)
259.	苏州一百的“引带销售”法	(211)
260.	老北京的“商业礼券”	(212)

(十) 推销篇

261.	“流动美容院”推销效果佳	(212)
------	--------------------	-------

262.	捕捉最佳推销时机·····	(213)
263.	报纸登赠券招徕顾客·····	(214)
264.	录音带推销法·····	(214)
265.	奶瓶上挂订货单·····	(215)
266.	书店聘教授当店员·····	(215)
267.	“传销商”销售法·····	(216)
268.	推销商品“一看二问三比四介绍”·····	(216)
269.	巴西的电话推销术·····	(217)
270.	示形诱导推销法·····	(217)
271.	摔瓶溢香销茅台·····	(218)
272.	百万富翁推人力车·····	(219)
273.	免费乘车去商场·····	(220)
274.	“潘婷”派发影响大·····	(220)
275.	招商怪招·····	(221)
276.	女游商旅游办货忙·····	(222)
277.	博览会上撒铜牌·····	(223)
278.	56元换“56型”汽车·····	(223)
279.	“编织”出的市场·····	(224)
280.	函销法·····	(225)
281.	文化夜市促销·····	(226)
282.	免费存车促销·····	(227)
283.	倾听的艺术·····	(227)
284.	促销方法十种·····	(228)
285.	两个皮鞋推销员和两个厨师·····	(229)