

中国式管理经典丛书

他是杰出的战略大师

以超人的智慧和谋略缔造了举世瞩目的新中国

他是杰出的管理大师

从无到有组织建立了一支战无不胜的人民军队

他是杰出的宣传大师

以为人民服务为核心理念组织全党

发动群众打胜了一场人民战争



★读经典语录★看战争奇观★品商海精萃★悟经营之道★

毛泽东谋略 市场应用

《营销制胜》

段卫东 郁旭光 著

山西出版集团
北方文艺出版社

毛泽东能提出农村包围城市这样创造性的军事理论，我们也可以拿来一用。eBay不是控制了大城市吗？我们就到农村去，到“敌人”防守最薄弱的地方去壮大自己。

——马云

搞市场营销就要像毛泽东当年指挥打仗一样，诸兵种协同作战，市场营销的关键是空军与陆军的配合。

——史玉柱

向毛泽东学习，借助“红太阳”的智慧和力量，克服困难、梳理过去、规划未来！开展初期，采取“集中优势，致其专长”就是运用了毛泽东“集中优势兵力，各个歼灭敌人”的军事思想。

——陈天桥

从毛泽东所领导的中国革命成功经验中得出这样一个结论：在中国这样一个长期经历封建文化熏陶的国家，不论闹革命还是干事业，都需要有一个强势的领导者，这个领导者必须是专制的、大权独揽的，才能镇得住局面。

——宗庆后

毛泽东靠“从群众中来、到群众中去”赢得政权；今天，蒙牛正靠着“从消费者中来、到消费者中去”积极与消费者进行沟通的策略赢得市场。

——牛根生

在我看来，在现在中国的社会氛围下尤其要学习毛泽东精神，毛主席从来不被困难所吓倒，而是克服了一个又一个的困难；也不被任何敌人所吓倒，而是吓倒了一个又一个的敌人。这一点不仅被他的同志所承认，也被他的敌人所承认。

——胡伟武

把毛泽东思想注入企业文化之中，不仅是让员工军训、早操、唱红歌等活动，更重要的是用毛泽东思想武装员工的头脑，提高企业的凝聚力、战斗力和执行力。

——韩长安

上架建议：经济管理

ISBN 978-7-5378-3302-8



9 787537 833028 >

定价：158.00元

（全三册）



毛泽东谋略 市场应用

《营销制胜》

段卫东 郁旭光 著

山西出版集团
北岳文艺出版社

图书在版编目(CIP) 数据

毛泽东谋略市场应用/ 段卫东, 郁旭光著. —太原: 北岳文艺出版社, 2009.12

ISBN 978-7-5378-3302-8

I. 毛… II. ①段…②郁… III. 毛泽东思想—应用—企业管理—研究 IV. A84 F270

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第224015号

书 名	毛泽东谋略市场应用
著 者	段卫东 郁旭光
责任编辑	陈 洋
封面设计	融和文化
出版发行	山西出版集团·北岳文艺出版社
地 址	山西省太原市并州南路57号
邮 编	030012
电 话	0351-5628696 5628697(发行中心) 0351-5628688 (总编办公室)
传 真	0351-5628680
网 址	http://www.bywy.com
E - mail	bywycbs@163.com
印刷装订	山西嘉祥印刷包装有限公司
开 本	747×1092 1/16
字 数	750千字
印 张	62.5
印 数	1—3000 套
版 次	2009年12月第1版
印 次	2009年12月太原第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-5378-3302-8
定 价	158.00元(全三册)
版权所有	翻版必究·印装有误 负责调换
购书热线	0351-7032101

中国式管理经典理论系列丛书

《毛泽东谋略市场应用》

研究委员会

顾 问：杨安和

指 导 委 员：毛新宇 洪发科 郑建国 郭贵春 李竹田
慕福明 刘建光 相从智 徐志明 邸敏学
李景峰 王福水

主 任：郭贵春

常务副主任：李竹田

副 主 任：邹建丰 邓松录 韩长安

成 员：（按姓氏笔画排序）

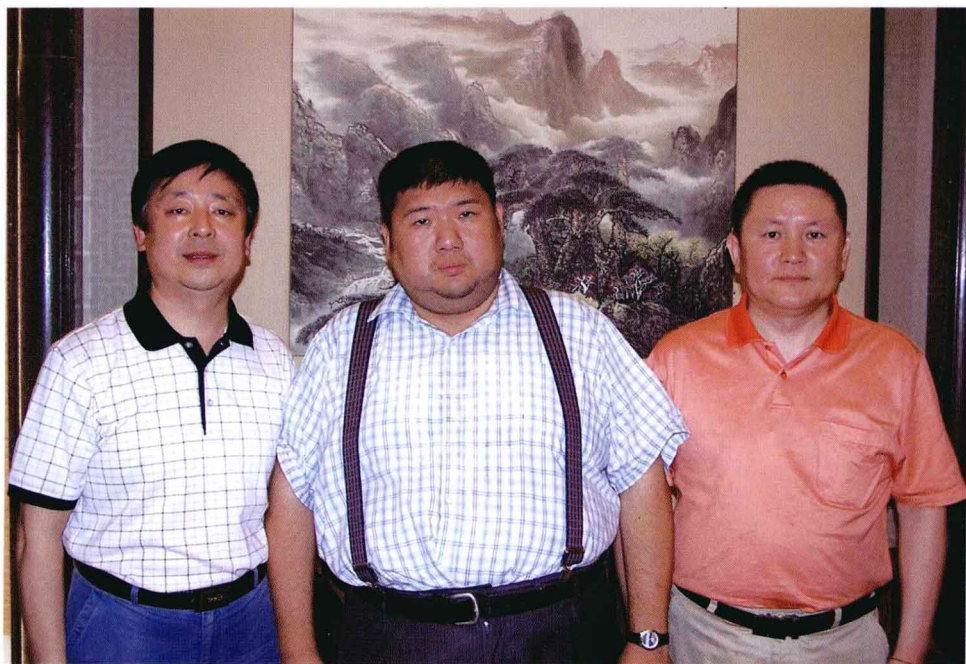
马毅敏 王晋斌 王灵善 孙 溪 张太生
李君超 李琯诚 李建文 李国伟 李 晋
宋世华 杨企玉 杨连明 胡晓青 胡旭清
姜向东 段卫东 郁旭光 郁旭波 姚 斌
郝 伟 钮立峰 景晋生 魏宝鸿 籍宏伟

为人民服务

毛泽东

我们的共产党和共产党所领导的八路军、新四军，是革命的队伍。我们这个队伍完全是为着解放人民的，是彻底地为人民的利益工作的。……因为我们是为人民服务的，所以，我们如果有缺点，就不怕别人批评指出。不管是什么人，谁向我们指出都行。只要你说得对，我们就改正。你说的办法对人民有好处，我们就照你的办。……只要我们为人民的利益坚持好的，为人民的利益改正错的，我们这个队伍就一定会兴旺起来。

——毛泽东1944年9月8日在中共中央警备团
追悼张思德的会上发表的讲演



毛新宇同志（中）与作者研究工作后合影

把毛泽东思想运用到各个领域

毛新宇

09. 12. 5



作者赴山西潞宝新能源集团调研
在集团董事局主席韩长安（中）的陪同下参观企业兴建的毛泽东纪念园



作者和《红旗飘飘》词作者
中国音乐文化促进会副主席兼秘书长乔方先生（中）在一起



作者在韶山毛泽东故居前



□
全心全意为人民服务/609

第一章 全心全意为人民服务与顾客满意/611

企业经营的目标只有一个,就是为消费者服务,如果搞不清为谁服务这一宗旨,注定要失败。只有消费者满意了,顾客满意了,企业才能发展。战争年代,人民军队“全心全意为人民服务”赢得了民心,打下了江山。市场竞争中,企业必须靠“全心全意为人民服务”赢得顾客,从而创造利润。

第一节 张思德用行动践行了为人民服务的宗旨/613

第二节 人民满意了、淮海战役胜利了/616

第三节 市场解读/618

一、张瑞敏:错永远是海尔的

二、史玉柱:消费者我的唯一

三、五金部:做了个三分钱的“大”生意

四、伊里奇:“餐费”你说了算

五、华尔道夫:跑遍大半个纽约的一瓶面霜

§ (链接参考) /627

第二章 谁是我们的朋友与市场定位营销/ 629

残酷的战争中,搞清楚谁是团结的对象,谁是反对的对象尤为重要,它是壮大力量,打击敌人的关键。是毛泽东领导的革命发展迅速,凝聚各种力量成功率高的一个主要因素。两次国共合作就是最好的成功案例。现代企业如何决胜市场?就是准确进行市场定位营销,找到适合自己的“朋友”,达到打击竞争对手的目的。

第一节 毛泽东争取江西“三分天下”有其一/ 631

第二节 毛泽东主动交结绿林朋友壮大革命力量/ 633

第三节 市场解读/ 636

- 一、宁夏红:健康果酒
- 二、宅急送:送小件包裹的
- 三、马化腾:网络即时通讯专家
- 四、娃哈哈:小步快跑者
- 五、国美电器:低价家电经营商

§ 链接参考 / 646



第五章 星星之火 可以燎原与连锁经营营销 / 683

连锁概念在中国的创造性实践和应用最成功最有效的应首推毛泽东。在封闭、落后的穷山僻野中,毛泽东靠失败的经验 and 超人的智慧,成功地建立了井冈山革命根据地的成功模式,在随后的革命实践中以星火燎原之势在全国“复”而广之,直到建立新中国。在激烈的市场竞争中资金匮乏、市场有限,如何迅速崛起?不妨选择连锁之路,开拓新的市场运行模式。

第一节 一个井冈山造就了无数个井冈山 / 685

第二节 井冈山模式“克隆”成功 / 687

第三节 市场解读 / 689

- 一、王填:投了5万收了52亿
- 二、富士康:成功来自祖国内地
- 三、马兰拉面:卖遍中国远渡重洋
- 四、车筐广告:走遍大街小巷
- 五、永嘉纽扣:东方纽扣王国

§ (链接参考) / 698

第四章 政治动员与直复营销 / 665

广告做了不少,但效果不佳!展厅做得豪华气派但收效不大!包装做得科学合理但销售不好!怎么办?改变营销策略,强化客户关系,点对点、面对面增强互动性营销。实际上毛泽东当年早已把这个营销理念导入到革命实践中并加以应用,其中最有效最厉害的一招就是政治动员,深入群众之中做政治动员,唤起民众千千万。

第一节 政治动员唤起民众千千万 / 667

第二节 用事实说话:平型关大捷就是一场最好的政治动员 / 669

第三节 市场解读 / 672

- 一、邮政营销:一元就能搞定一个客户
- 二、牛根生:参观也是生产力
- 三、太平洋:华彩人生
- 四、宝洁:脱出来的效果

§ (链接参考) / 680



第三章 没有调查就没有发言权与定制营销 / 649

你的产品为什么滞销？顾客为什么有意见？企业为什么发展缓慢？首先要回答：有没有认真调查研究。毛泽东“没有调查就没有发言权”的经典论断告诉我们，无论在什么时候，无论在什么情况下，你的产品要想在消费者心中扎根，你的企业要想在市场占有一席之地，就必须反复地调查研究，从调查研究中找答案定措施。只有调查了才有发言权，以至于决策权。

第一节 兴国调查使毛泽东有了中国革命道路走向的发言权 / 651

第二节 黄洋界大捷来源于详细的地形勘测 / 653

第三节 市场解读 / 655

一、海尔：我设计我的冰箱

二、双星：为一个顾客做鞋

三、牛根生：湖北雪糕诞生记

四、史玉柱：调查那些老爹老妈

§ (链接参考) / 663

第六章 你打你的、我打我的与差异化市场营销 / 701

战争中毛泽东认为有了“我的”一套，就可以制约敌人的一套。你打阵地战，我打运动战；你打速决战，我打持久战；你打分进合击，我打诱敌深入；你打到这边，我打到那边；你要打，我不打；我要打，你不得不打；你打我时，打不到，摸不着；我打你时，打得准，打得狠。在进入产品同质化、市场饱和化、需求多元化、全球一体化的时代，面对世界企业巨头在中国大肆瓜分市场，我们的企业可以说是与狼共舞、与象争锋，怎么办？学习应用毛泽东的办法：用“我的”一套出奇制胜。

第一节 蒋介石第三次“围剿”气得口吐鲜血 / 703

第二节 智取中原成功地调动了敌人 / 705

第三节 市场解读 / 707

一、海信：你打“价格战”我打“环保牌”

二、富士康：你搞“大电脑”，我做“连接器”

三、张艺谋：“大手笔”与“小红褂”

四、江中初元：寒冬中的“火炬”

五、盖斯门：“后脑勺”的偷袭者

§ 链接参考 // 716