

周树群
张国伟
杨丰明

编著

JING

经

YING

营

MOU

谋

LUE

略

100 法

河南人民出版社

经营谋略 100 法



周树群 张国伟 杨丰明 编著
河南人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

经营谋略 100 法/周树群等编著. — 郑州:河南人民出版社,1999.10(2000.8 重印)

ISBN 7-215-04606-0

I. 经… II. 周… III. 企业管理-方法 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 36921 号

河南人民出版社出版发行(郑州市农业路 73 号)

郑州市毛庄印刷厂印刷 新华书店经销

开本 850×1168 1/32 印张 16.5 字数 413 千字

1999 年 10 月第 1 版 2000 年 8 月第 2 次印刷 印数 5 001—9 000 册

定价:36.00 元

前 言

谋略是伴随着人类实践和人类思维发展的结晶。谋略的作用是显而易见的。一条妙计,可以赢得一场战争;一个主意,可以救活一家企业;一则良策,可以成就一桩事业;一番心计,可以反败为胜,化险为夷。从古到今,无论达官显贵,还是凡夫俗子;无论领袖人物,抑或芸芸众生,无不倚重智谋,用心、运智、出奇、斗巧,去达到预期的目的。企业经营谋略就是广泛借鉴军事领域、政治领域、外交领域的谋略为我所用。企业经营谋略是企业生存和发展的软件。商场就是战场。企业在市场上竞争,就是围绕着物质利益而展开的不流血的战争。一位诗人曾这样写道:“没有硝烟弥漫,没有刀光剑影,没有尸横遍野,更没有血流成河。/但一样的有胜利与失败,有战略与战术,有智慧与胆量,有计谋与韬略。/一样的,只有一个真理:胜利即成功,绝对地以成败论英雄。/一样的,只有一个筹码即实力,任何的侥幸、幻想都不啻为自杀。/这便是商场。/较之战场上的官兵的烟熏火燎、褴褛衣衫,商场上的将帅们多是衣冠楚楚、温文尔雅。/较之杀场上的兵车坦克、火炮战机,商场上风行的是代表财富与声望的劳斯莱斯、凯迪拉克、奔驰、林肯。/较之交战各方剑拔弩张、针锋相对与折冲樽俎,商场的谈判更善于在轻歌曼舞、觥筹交错和卡拉 OK 中进行。/然而,他们都服从于竞争的规律。/它们都有你死我活。/它们都笃信适者生存。”由此可见,商场的残酷无情与兵战相比有过之而无不及。商场风云频变,只有善抓机遇,灵活运用各种谋略,才能经受考验,叱

咤风云。

笔者无论是涉足政界还是沉浮商海,一直十分热心企业经营谋略的探索和研究。在阅读政治、历史、经济、军事著作和名人传记及其他书籍报刊时,每遇到这方面的内容,都精心摘录,或剪裁粘贴。常年不懈,集腋成裘,所积资料日渐增多。闲暇细心研读,悟出不少哲理,便萌生了将资料整理编写成书的想法。经过多年的努力,将手头资料“择其精华”,并从理论上加以归纳阐述,编写成了《经营谋略 100 法》一书。本书所列百种方法,既有理论的探讨和概括,又有谋略实例的充分印证;在内容上覆盖了经营活动的各个环节,从科学决策到管理创新,从现代营销到危机处理等,都能给读者一个圆满的交代;在范围上也包容了各种类型的经营者,所精选的谋略实例既有世界著名企业的经典范例,也有名不见经传的企业和普通经营者的妙计杰作。本书融知识性、哲理性、故事性、趣味性和实用性于一体。书中精彩纷呈的方法技巧和出神入化的成功实例,不仅可以给从事企业经营的人们提供有益的启示,也会给众多的读者平添不少乐趣。编写此书,旨在帮助欲泛舟商海的朋友们借鉴经验,举一反三,启迪智慧,增长才干,开拓思路,更新观念,从而在波涛汹涌的商海大潮中乘风破浪,奋勇向前。

本书在编写过程中,得到了《经济日报》副总编辑虞震,河南人民出版社社长、总编辑张培勤,河南省新闻出版局版权处处长李桂银,河南人民出版社经济编辑处处长张素秋等同志的热情鼓励、大力支持和帮助,在此深表谢忱。同时,本书也参阅了一些同类的著述,并选用了一些材料,在此表示由衷的谢意。由于水平有限,在实例精选上难免有挂一漏万的遗珠之憾,也难免有重复牵强的错谬之处,诚望企业界师友及广大读者不吝赐教。

编 者

1998 年 10 月 19 日



目 录

前言	1
----------	---

1. 深谋远虑法	1
----------------	---

- 李光前深思熟虑永掌权柄
- 耶伯生高见远识超前卖船
- 盛田昭夫不图近利远见超人
- 陈嘉庚料事如神出手不凡
- 霍英东心谋智取慧眼起家
- “中国鸡王”杀鸡育雏高人一筹

2. 借鸡生蛋法	7
----------------	---

- 洛维洛借钱买船滚动发展
- 洛克菲勒负债经营创办企业
- 见村善三借地生财白手起家
- 王子光公司善借兴企两全其美
- 牟其中空手易货换飞机
- “昌河”借技起步驶向全国

3. 借题发挥法	12
----------------	----



- 联合碳化物公司借鸟宣传小题大做
- 布朗借题发挥说明销售
- Mosrse 借罪犯照片推销保险柜
- 韩国厂商借奥运会大做文章
- 北京商贩借《宰相刘罗锅》巧销芋头
- 高莉莉巧公关制造新闻终获成功

4. 避实击虚法 16

- 麒麟啤酒避实击虚独辟蹊径
- 路透另起炉灶闪电行动
- 鲔鱼罐头善辟蹊径做广告市场走俏
- 松下幸之助另起炉灶攻电器
- 柯达公司乘虚而入卷土重来
- 东湖“料酒”避其锋芒开辟大市场

5. 速战速决法 21

- 卡内基购地办厂速战速决
- 日本企业以快取胜令人咋舌
- 麦克唐纳快餐店“自我服务”经营有方
- 光大公司巧抓信息闪电制胜
- 东风电视机厂新品夺魁兵贵神速
- 星火商店以快速服务赢得美誉

6. 居安思危法 26

- 松下居“头”思“尾”精益求精
- 华泰有备无患着眼未来
- 沃尔施勒格精心策划未雨绸缪
- 史密斯励精图治锐意改革
- 矽山化工总厂不图近利及时转产避危机
- 靠“末日管理”小天鹅展翅高飞

7. 情感管理法 31

- 日本企业“视卒如婴”员工“视企如家”
- 惠普公司举行“啤酒联欢会”联络员工感情
- 玛丽·凯情系员工创造“个人式沟通”制度
- 朴泰俊管理有方蒲项和谐“一家人”
- 任润厚创立“友情管理法”收效显著
- 建湖县农药二厂以心换心以情感人

8. 一箭双雕法 37

- 考尔斯商场收集收据一举两得
- 山梨公司悬赏捉劣一箭双雕
- 造纸公司用睡衣宣传人造声带
- 克里皮特借顾客名单发大财
- 厂商精心策划修车赛一石数鸟
- 长城饭店善抓战机名利双收

9. 超前决策法 41

- 费鲁齐精明善算避开困境
- 皮尔·卡丹突破传统推陈出新
- 奥纳西斯眼光独具敢冒风险
- 哈默善用政策盈利可观
- 泰勒斯靠知识赚钱
- 南方大厦借天时发财

10. 科技领先法 46

- 索尼公司新品迭出领导潮流
- 日立公司“先忧后乐”重视投入
- 莱雅集团科技领先包装至上
- 杜邦公司重视技术开发利用企业之树长青
- 创维电子技术领先后来居上

·彭山化工重视科技气度不凡

11. 徙木赏金法 52

- 郑周永宁赔守信生财有道
- 藤田信守合同空运交货
- SIAOF 穷思极想取信于人
- 康心如一诺千金声誉鹊起
- 荔浦罐头厂以信为本赢得用户信赖
- 荣本立领办企业信誉无价

12. 亡羊补牢法 58

- 阿罗公司力挽狂澜起死回生
- 阿迪达斯公司补救有方信誉大增
- 约翰逊公司亡羊补牢重焕生机
- 奥达克余公司小题大做事半功倍
- 北京三服优化环境销量大增
- 亚细亚大酒店公开致歉树立良好形象

13. 群策群力法 64

- 威尔士全员决策纳谏增效
- 韩国企业重视建议悬赏激励
- 奥尔森集思广益企业生意兴隆
- 雪铁龙公司群策群力改善管理
- 柯达建立建议制度
- 戴尔八角桌旁定乾坤

14. 故弄玄虚法 68

- 可口可乐公司刻意编神话配方变秘方
- 卡恩无中生有巧做广告
- 伦德尔制造机会信诺践约
- 泰国酒商故弄玄虚诱人消费



·徐文长巧写招牌招徕顾客	
·茅台酒厂智摔酒瓶一举成名	
15. 先发制人法	72
·西武公司抢先一步先发制人	
·万冠华捷足先登产品走俏	
·飞轮制线先声夺人称霸有术	
·长虹彩电让利促销领先一步	
16. 后发制人法	75
·松下公司优质低价后发制人	
·精工手表不鸣则已鸣必惊人	
·惠普公司甘拜下风顺势而进	
·丰东公司后人而发待机超越	
17. 欲擒故纵法	79
·环球公司无尝试穿先予后取	
·中方代表巧设圈套争取主动	
·H公司假意合作赚取罚款	
·余江工艺雕刻厂依靠质量巧妙推销	
·刘太学欲擒故纵争夺市场	
18. 系列经营法	83
·美国公司迎合需求为新婚提供系列服务	
·玛泰尔公司研究心理让“芭比娃娃”“青春永驻”	
·勉兹矢志开发豆腐系列产品	
·宜兴旅游用品厂开发新品配套成龙	
·东风汽车靠联营开发系列产品走出困境	
·寿光酒厂走“综合发表良性循环”之路大做酒后文章	
19. 拾遗补阙法	87



- 索尼公司瞅准缝隙打入美国
- 奎山炳善抓机会填补空缺
- “7—11 店”经营灵活充满活力
- 张春祥拾遗补阙“以小见大”
- 如东织针厂让开大路占领两厢
- 港商乘虚而入垄断世界蜡烛市场

20. 以退为进法 91

- 哈勒尔公司诱“敌”深入以退为利
- 里兰德公司同中求异以退为进
- 航空公司暂时退让待机而进争取成功
- 三井公司停业整顿麻痹对方东山再起
- 高桥撤身而退促成合作
- 托马斯先退后进战胜对手

21. 巧布疑阵法 96

- 日商巧用“福袋”诱人上钩
- 威廉姆斯策划“探宝”“猜谜”促销
- 秦桧巧布疑阵平抑市场
- 令狐楚足智多谋文彦博智解疑惑
- 宝元通略施小技销量大增
- 丹桂戏院巧做广告梅兰芳威震沪城

22. 因地制宜法 101

- 诺贝尔因地制宜船上办厂
- 姜太公利用环境条件开展生产经营
- 华富集团利用“地利”条件上项目
- 内蒙古二通厂根据资源优势选路子
- 句容就地取材办企业石源变财源再辟致富路

23. 借棧卖珠法 107



- 法国香水注意质量讲究包装
 - 美国企业用艺术包装刺激销售
 - 约瑟夫突发灵感改进包装成富翁
 - 同样商品巧改包装由滞变畅身价倍增
 - “高粱酒”口杯包装销售大畅
 - 日本批发商让“灰姑娘”穿上丽装
24. 吴越同舟法 111
- 李文正靠“和为贵”“双胜共赢”经营思想取得佳绩
 - IBM 与苹果公司“对手”联手合作成功
 - 英国“水晶环”和“细瓷”公司联合推销携手并进
 - 美国梅瑞公司以不树敌获顾客信任
 - 射阳沙发床垫厂替同行换产品受各界好评
25. 夺气攻心法 115
- 辉瑞公司以情感人攻心为上
 - 印度商人攻心有方智胜美商
 - 日本企业运用“泄气工程”化解矛盾
 - 推销员善度人意情感致胜
 - 山本村佑不动声色心想事成
 - 艾丽莎“少拿多添”出奇制胜
26. 入境问俗法 122
- 迎合“穆斯林”习俗产品畅销中东
 - 雀巢咖啡入境问俗巧占日本市场
 - 顺应需求日本产品深受欢迎
 - 质优价廉康师傅火爆京津
 - 工艺品厂善用外国风情赚洋钱
27. 结驷连骑法 131
- 哈默胆识过人捷足先登投资俄中大获成功



- 周舜初善结权贵组建商会终成巨商富翁
- 胡雪岩投其所需名利双收官运亨通
- 杨希仲攀附政界创业有成
- 冼冠生寻找靠山趋吉避凶

28. 声东击西法 137

- 京都窑业声东击西避直就曲
- 新加坡航空公司虚造声势巧取厚利
- 美国商店以折价招引顾客
- 武田制药打假有方事半功倍
- 上海表厂虚实相济突发奇兵大获全胜

29. 因势利导法 142

- 伊藤光雄引导消费沙发床打败榻榻米
- 乔安娜迎合需求晚装租赁也走红
- 巧作礼品“飞鸽”飞向美国
- 城建局借势布阵立交桥下创奇迹
- 导购小姐察言观色因势利导促销售
- 东海人精心策划诱导舆论保声誉

30. 借冕播誉法 148

- 重光武雄慧眼独具善用广告促进经营
- 法国白兰地巧做贺礼轰动全美
- 奥运会上广告大战各厂家高招迭出
- 东方宾馆利用公关广告宣传八方客人慕名而来

31. 优质服务法 153

- 萨斯航空公司优质服务灵活经营
- 麦当劳靠一流服务称霸东瀛
- 奔驰公司完善服务别具一格
- 诺顿公司周到服务取悦顾客



·海尔集团真诚服务美名远扬	
·郑州长城台坚持“用户至上”赢得好评	
32. 演示营销法	159
·诺贝尔演示创牌巧妙释疑	
·泰麦克斯“摔表”促销出奇制胜	
·胶液广告惊心动魄令人信服	
·开封机械厂现场表演产品俏销湖北	
·南京商场示范促销成效喜人	
33. 创新求异法	163
·福特公司别出心裁标新立异	
·3M 公司鼓励创新实现跨国经营	
·日本企业爆冷门寻特需投好奇创新有方	
·吴家录用智谋称霸保险业市场	
·“南海渔村”靠“海势策略”重现生机	
·盖天力独辟蹊径“白加黑”一举成名	
34. 出奇制胜法	170
·可口可乐公司善“超常识”生机勃勃	
·“吃光”餐馆别出心裁牛群“表演”生意兴隆	
·休布雷公司出其不意智胜对手	
·“丑八怪”模特公司逆向思维以奇取胜	
·查沃公园树顶开酒店顾客慕名而来	
·“最糟菜”餐馆形贬实褒出奇制胜赢得顾客	
35. 巧名引客法	176
·盛田昭夫苦心求索“SONY”响遍全球	
·法国白兰地名正言顺畅销香港	
·“偕老同穴”永结同心日本商人大发横财	
·“金利来”吉祥动听风靡全球	



- “红豆”奉献爱心企业兴旺发达
- 老兵餐馆平白如水客源不断生意红火

36. 以诚取胜法 181

- 小池国三诚实不欺赢得客户信赖
- 土光敏夫“御驾”亲征感动客户
- 凯瑟琳言而有信蜚声全美
- 三阳盛特立独行上海滩赫赫有名
- 老书记精诚所至金石为开心诚则灵
- 999 集团诚实守信赢得客户受益无穷

37. 香饵诱鱼法 187

- RANTAN 餐馆巧用“小猪”招徕顾客
- 孙之宝诱导销售“变形金刚”风行亚洲
- 油漆商赠刷卖漆诱导有方
- 金根仙引导议论巧推销奉无虚乘
- 售货员运用心理战术诱导销售
- 广州商家风行培训顾客科学推销

38. 反弹琵琶法 191

- 鲍洛奇逆向思维“厚利少销”
- 孙会昭不循常规反季销售
- 红房子西菜馆逆向思维“拒”客招客
- 金利来反向调价销路大畅
- 广西民族服装厂仿古还旧赢得市场
- 力神咖啡反向求异自成风格

39. 欲取先予法 195

- 美孚洋行卖油送灯欲取先予
- 里力免费逆糖销路大畅
- 汉斯遗牌招客取子有术



· 可口可乐公司先予后取产品风行中国	
· 冯根生免费大奉送“青青宝”行销全世界	
· 李德清先给后取众厂家投桃报李	
40. 文化营销法	199
· 文化名人粉墨登场杜康美酒异国飘香	
· 巴尔扎克巧做广告布依松店名声大震	
· 安田公司巨款购名画名扬四海	
· 广告诗词促销效果不同凡响	
· 越秀酒店文化促销世人瞩目	
41. 多角经营法	205
· 李秉哲“三头六臂”称霸韩国	
· 日立公司多业兼营齐头并进	
· 摩托罗拉吸取教训东山再起	
· 美菱实施“森林工程”实力不断壮大	
· 白云山药厂多元经营迅速发展	
· 胜利油田多种经营行业有名	
42. 连环营销法	211
· 杜德拉丁烷牛肉对倒空手打入石油界	
· 斯里兰公司突发奇招连环优惠奖销	
· M 先生巧用连环计店主贪利而上当	
· 郑州钟表眼镜店扬长避短优化服务重现风采	
43. 选标定向法	215
· 华格利公司目标市场营销制胜	
· 丹碧兰公司细化市场独具特色	
· 丽牌牛仔裤及时调整目标市场销量大增	
· “燕舞”面向温饱阶层赢得顾客青睐	
· 杜康大酒店选准目标市场笑迎八方宾客	



44. 名人促销法 221
- 派克钢笔用名人战略名扬世界
 - 王丞相灵机一动巧卖丝绢
 - 商人借风流王妃发财
 - “中华鳖精”靠“马家军”走俏
 - 伯乐“下海”做广告权威效应显成效
45. 以迂为直法 225
- 岛村芳雄“原价销售”以惠为利
 - 威伯迂回思维曲径通幽
 - “现代”迂回侧击谋占美国市场
 - 永利“围魏救赵”“卜内门”甘拜下风
 - “阳光山林”避直就曲生意兴隆
46. 贵玉贱珉法 229
- “稀尔兰奇”常保产品紧俏百年盛名不倒
 - 日产汽车限量销售效益出人意料
 - 哈夫曼公司限量营销产品紧俏价高
 - “L·V”皮箱人为供不应求长期保持美誉
 - “最后的唐三彩”声明引起收藏热潮
 - “羊城”纪念手表限量俏销香港
47. 价格促销法 234
- 郎生公司高价拓市树立名牌
 - “百元”商店面向大众廉价经营
 - 奥斯登公司灵活定价快速销售
 - 美日商人别出心裁一时一价灵活多变
 - 万宝路减支不涨价潘永兴增量不降价异曲同工
 - “99 商店”巧用心理定价常年顾客盈门
48. 暗度陈仓法 241