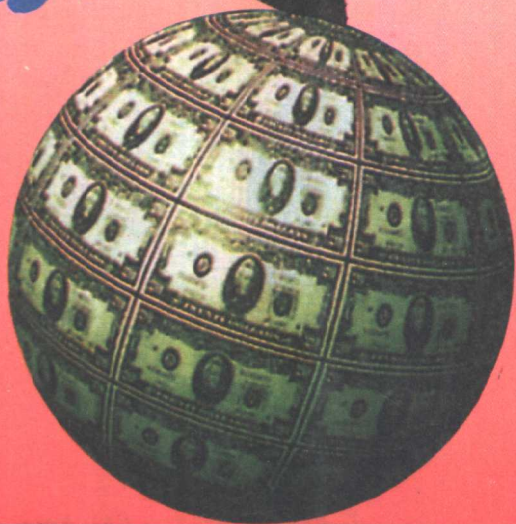


石子 才义 编著  
红旗出版社

# 商界奇案



# 商界奇谋

石子 才义 编著

红旗出版社

(京)新登字 108 号

## 商界奇谋

---

编 著 者 石 子 才 义  
责任编辑 哲 夫 封面设计 王中兴  
出 版 红旗出版社 (北京沙滩北街2号)  
发 行 新华书店北京发行所  
印 刷 北京印刷三厂印刷

787×1092 32开 8印张 200千字

1994年1月北京第1版 1994年1月北京第1次印刷

印 数 1—10000册

---

ISBN 7-80068-699-X/F·108

定 价 5.00元

# 什么是谋略

## ——代前言

什么是谋略？名家诠释荟萃，权威缕析纷纭，各呈异彩，片言难以居要。

还是先讲一个大家都熟知的小故事：两个小男孩受父母之命分别去看管快要成熟的稻子。一个小男孩拿着长竹竿，整天在田埂上吆喝，鸟雀常跟他捉迷藏，小男孩到了稻田的这头，鸟雀就飞到另一头去啄稻谷，等到小男孩吆喝到这一头，鸟雀又飞回了那一头。这个可怜的小男孩手持长竹竿，整天在田埂上来回奔跑，吆喝……

另一个小男孩扎了个稻草人，立在稻田的正中，他把旧褂子往稻草人身上一穿，破草帽往稻草人头上一戴，就光着膀子到小河边抓鱼虾去了。开始鸟雀见稻田中站了个人，便躲得远远的，不敢来啄食。后来他们发现稻田中的人原来是个假人，就飞了回来，毫无顾忌地啄食稻谷。有的鸟雀吃饱之后，竟然歇在稻草人的草帽上悠闲地磨它的长喙。

第二天，太阳刚露脸，鸟雀又故伎重演，一只鸟雀刚落破草帽上，不料稻草人竟然活了，稻草人变成了小男孩。小男孩一伸手就逮住了这只鸟雀，惨叫声惊飞了它的同伴，从此，鸟雀们再也不敢到这块稻田来啄谷子了。

谋略，是“出其不意，攻其不备”。

谋略，是人类的高级思维活动。

谋略，是将动机化为行动的关键一环。

谋略，是克敌制胜，巧妙用兵的最佳方法。

“人生处处都是计”。有人说：“如果你有权势，就用权势去压倒对手；如果你有金钱，你就用金钱去战胜对手；如果你既无权势，又无金钱，那就得运用谋略。”无论是在纵横捭阖的人际角逐中，还是在硝烟弥漫、白刃相向的两军阵前，以及不见硝烟却血肉横飞的商战中，莫不是以真真假假，虚虚实实，真假难辨，虚实难分的谋略来面对竞争对手。拙作借重历代名家及当代时贤的研究成果，集中外商家之长，既从理论上探讨商界变幻莫测、玄妙高深的用兵谋略，亦精选古今中外商战实例，力求向读者展示审时度势、顺应时变、驾驭矛盾、在复杂多变的商战中出奇致胜的韬略。

拙作既展示商战用兵的谋略、权变和智慧，使读者领略商家之明智，亦提及狡诈、诡计和心术，让业者感叹“兵家”之暴戾！“自古知兵非好战”。在无情的市场竞争中，面对欺行霸市、目无法纪的狡徒，来不得“斯文”，用不上“厚道”，必须以其人之道还治其人之身。

拙作以“奇谋”自诩，其用意是力求为广大读者提供商界实践的优秀范例，以求诸君在实践中举一反三。须知一切奇谋良策，若为大众所熟知，并被“三尺顽童”所识破，便不成其为计谋。

“运用之妙，存乎一心”。愿拙作有助于广大读者在看不见硝烟的商战中一展拳脚！

# 目 录

谋深计远.....	1
● 盖帝收购潮水公司.....	5
● 威尔逊提高产品售价.....	7
● 水野利八开拓棒球市场.....	8
● 弗里德曼生产石油设备.....	9
● 陈嘉庚收购橡胶厂.....	10
● 股票大师探听战争情报.....	11
● 史密斯居安思危厉行改革.....	12
借风腾云.....	14
● 总统寿诞赠送白兰地.....	17
● 盖帝借助银行总裁.....	18
● 用旧纸币说服船主.....	20
● 熊猫玩具打入国际市场.....	20
● 王子婚礼出售望远镜.....	21
见微知著.....	23
● 盛田昭夫推出“随身听”.....	27
● 西屋发明火车刹车.....	28
● 黄楚九开设“楼外楼”.....	29

● 华生改革产品色调 .....	30
● 亚默尔收购肉食品 .....	31
<b>兵不血刃</b> .....	32
● 诺贝尔建中心市场 .....	35
● 布茨推销“拍立得” .....	37
● 间隙理论确保大市场 .....	38
● 贺希哈收购金矿开采公司 .....	39
● 谈判无言售价翻番 .....	40
● 沉默搪塞意外获利 .....	41
<b>壮士断臂</b> .....	42
● 免费治疗胃溃疡 .....	45
● 快餐厅扔掉美味鸡 .....	47
● 法林商店自动降价 .....	47
● 震旦打卡钟中标 .....	48
● 里力赠送口香糖 .....	49
● 日本人窃取酿酒技术 .....	50
● 洋人倾销卷烟 .....	51
<b>捷足先登</b> .....	53
● 北焊“五快”创效益 .....	56
● 港商转产电话机 .....	58
● 带头生产装饰品 .....	58
● 古耕虞先发制洋人 .....	59
● 哈默生产酒桶 .....	60

<b>借腹怀胎</b> .....	62
● 路维格奇招借巨款 .....	66
● 欧拉西斯“无本”造船舶 .....	68
● 集资修建太平洋铁路 .....	69
● 华利借债收购工厂 .....	69
<b>移花接木</b> .....	71
● 宇野建空中澡池 .....	75
● 穷画家巧接橡皮擦 .....	76
● 小温度匙赚大钱 .....	76
● 华勒斯创办《读者文摘》 .....	77
● 组合法开发达拉斯布 .....	78
● 吉田引进拉链机器 .....	79
● 渡边革新西装布料 .....	80
<b>旁支盈利</b> .....	82
● 东京断崖三面获利 .....	85
● 虚设重奖两重效益 .....	86
● 赵开建议化害为利 .....	87
● 下脚料养鱼增收 .....	87
● 废弃垃圾多方盈利 .....	89
<b>攻心为上</b> .....	90
● 艾布杜出版名人录 .....	94
● 鸽子项链带来鸿运 .....	95



● “偕老同穴”发市利 .....	96
● 高伍恭维勃罗克林 .....	97
● 椰菜娃娃填补感情空白 .....	98
● 梅西改装陈列室 .....	99
<b>借名钓利</b> .....	101
● 汇丰银行向大陆求援 .....	105
● 长城饭店邀请美国总统 .....	106
● 爱迪达公司赠送钉子鞋 .....	107
● 吴妍人宣传补脑汁 .....	108
● 杜宝林笑谈白金龙 .....	109
● 汽水厂借用名人住址 .....	110
● 王丞相带头穿丝绢 .....	111
● 卖马人智请伯乐 .....	112
<b>反客为主</b> .....	114
● 西村绿化荒山 .....	117
● 营业员推荐毛料 .....	119
● 地产大王拍卖住房 .....	120
● 和田一夫公开财务 .....	121
● 系山太郎推销别墅 .....	122
<b>稀缺战略</b> .....	125
● 烧二留一卖高价 .....	127
● 维也登限产皮箱 .....	128
● “世界上只有这一个”的装饰品 .....	129

● 每次只接待一位顾客.....	130
<b>独辟蹊径.....</b>	132
● 夏路列举办家庭聚会.....	137
● 吉姆开设矮人餐馆.....	138
● 出租假贼吓惯贼.....	139
● 无名小书发行七国.....	140
● 快餐厅放映专题电视.....	141
● 直木助游乐园藏宝.....	142
● 希腊人修建飞机餐厅.....	142
<b>人弃我取.....</b>	144
● 亚尔默弃金卖水.....	148
● 亚科卡复兴折篷车.....	149
● 美国人开设五美分商店.....	150
● 长泽开办书套盒行.....	150
<b>幽默致胜.....</b>	153
● 摩萨台幽默打比方.....	156
● 利用好奇售美酒.....	157
● 滑稽形象逗引顾客.....	157
● 幽默电视促销啤酒.....	158
● 经理智对蛮缠人.....	159
<b>调虎离山.....</b>	160
● 监止子调开竞争对手.....	163

● 日本人智邀谈判团.....	164
● 永利转移销售市场.....	165
● 史密斯合并丰田汽车公司.....	166
● 假出价摆脱竞争对手.....	168
<b>虚张声势</b> .....	169
● 程怀远筹办批发行.....	172
● 录音带制造假场面.....	173
● 厂长推销改名片.....	174
● 豆芽大王赚进一亿美元.....	174
<b>无中生有</b> .....	177
● 普洛奇推销黑香蕉.....	179
● 汤蒂茵开设现代物品社.....	180
● 毛姆的征婚启事.....	181
● 乞乞科夫收购死农奴.....	182
<b>虚实相乱</b> .....	183
● 演双簧休斯两轮谈判.....	186
● 突出奇兵虞冶卿独揽巨额买卖.....	187
● 虚虚实实张大千计赚地产大王.....	190
● 假戏真做黄楚九制服洋瘪三.....	193
● 诈败诱敌哈瑞尔廉价抛售.....	195
● 以假乱真廉价商行施诡计.....	197
<b>借尸还魂</b> .....	199

● 矢田一郎自造舆论.....	202
● 信治郎宣传赤玉酒.....	203
● 古币敲门招揽保险.....	204
● 博览会汉斯撒铜牌.....	205
● 普洛奇给自己发电报.....	207
● 布店聘请裁剪师.....	208
● 百货店请进咖哩饭食堂.....	208
<b>欲擒故纵.....</b>	<b>210</b>
● 突尼斯代表退出谈判.....	213
● 洛杉矶奥运会盈利.....	215
● 巴斯兄弟收购波尔公司.....	216
● 梅里特兄弟忍痛卖公司.....	217
<b>暗渡陈仓.....</b>	<b>219</b>
● 管仲输入鲁梁厚绢.....	223
● 女强人故意认罚.....	224
● 贴金币宣传强力胶水.....	225
● 罗锦文诱问法官.....	225
● 推销员说服总工程师.....	226
● 美国人窃取科技情报.....	227
● 黄楚九施计弄棺材.....	228
<b>创意广告.....</b>	<b>230</b>
● 黄楚九赠送“大红蛋”.....	236
● 红小褂风靡柏林.....	237

● 阿司匹林销售量居首.....	238
● 光环车改变形象.....	238
● 旅游广告获奖.....	239
● 空中广告引人注目.....	239
● 空瓶回收蛋糕订单.....	240
● 故事广告合浦还珠.....	240
● 寓言广告上帝相助.....	241
● 西施兰改变命运.....	242
● 广播剧广告宣传减肥.....	243

## 谋 深 计 远

《兵经百篇·谋字》中说：“在筹划战争、制定谋略时，要根据情况的发展和时局的变化寻其良机，谋其善局，使计划达到最完善为止。……只有事情考虑得周全细密，才能取得最佳效果；只有计谋筹算尽善尽美，才称得上最佳方案。对复杂多变的战争形势有深谋远虑，这样无论遇到什么样的困难和危险，也会度难为易，化险为夷；相反，再简单的事情，如果缺乏深谋远虑，不管碰到什么样的闪失，都会招致惨重的失败。”

历史上目光远大，深谋远虑的不乏其人。刘邦的谋士萧何，在刘邦率兵攻占咸阳后，他不象其他将士随意掠夺金银珠宝，他进入丞相府，对金银古玩一件不取，独将秦朝的典籍簿册用车运送回府。此后，萧何悉心钻研典籍，对天下的山川形势，关隘险阻，户籍物产了如指掌。后萧何和张良、韩信等良臣辅佐刘邦，击败西楚霸王，建立西汉王朝。萧何也做了西汉王朝的第一任相国。以至汉高祖刘邦感叹地说：“镇守国家，安抚百姓，供给粮饷，不绝于道，朕不如萧何。”

商界的竞争也和军事斗争、政治斗争一样，对复杂多变的形势要进行周密细致的分析考虑，认识和掌握事物发展变化的可能和趋势，知人所不知，见人所不见，事先采取相应的措施和办法，才能化弱为强，转危为安，反败为胜。

张家口橡胶总厂年年亏损，1983年底，主管部门预测，来年全厂可能亏损70万元，厂长葛春茂受命于危难，他整天思索着扭亏为盈的良方。一天葛春茂从电视新闻中得知，中小學生要着统一的校服，有的服装要配穿白网球鞋。第二天葛春茂就带人到大同、天津等地纺织厂采购白帆布。时值冬天，白帆布正是积压货，厂家巴不得尽快处理掉，他们一下就采购了9万米白帆布。1984年春，白网球鞋果然成了热门货，其他厂家四处求购白帆布，但大都空手而回，而张家口橡胶总厂这一年销售各种网球鞋达110万双，是以往一年的4倍，仅此一项盈利22万元。全厂这一年盈利175万元。

谋深计远必须考虑长远利益和全局利益，古人有言：“自古不谋万世者，不足谋一时；不谋全局者，不足谋一域。”1910年，日本人丰田佐吉在国外第一次见到汽车时，就断定说“此物推动工业文明”。他毅然抛弃自己刚发明不久，且颇有效益的自动纺织机，专门从事汽车的研制工作。经过艰苦的努力，丰田汽车终于风行全球。丰田佐吉的成功，得益于他独具慧眼，看到了事物发展的趋势，毅然放弃眼前利益，全力以赴策划并实现长远目标。另一例美国皮鞋公司推销员推销皮鞋的事例，说明了预知潜在市场的重要性。

50年代，美国和英国两个皮鞋公司各派了一名推销员，到太平洋某岛屿去开拓新市场。几天以后，他们两人各拍了一份内容相反的电报给公司。英国推销员的电报写着：这座岛上没有人穿鞋子，我明天乘第一次飞机回公司。美国推销员的电文却是：太好了！我将长住此地，这岛上还没有一个人穿鞋子，这是一个最具潜力的市场。美国推销员了解到该岛居民以狩猎捕鱼为生，于是他画了一幅宣传画，画上画着

一位腰围兽皮，肩扛猎枪和满载猎物，高高抬起的脚穿着皮鞋的威风凛凛的武士。宣传画贴出后，岛上居民立即围观，并对武士脚下指指点点，这位推销员趁机拿出皮鞋，向大家讲解狩猎穿鞋的好处，很快岛上的居民就喜爱上了穿鞋。一年后，美国那家皮鞋公司的销售利润增长了70%，而英国那家皮鞋公司却濒临倒闭。

谋深计远，还需居安思危，防患于未然。在竞争中暂时获胜，并不能保持永恒不变的地位，如果不保持清醒的头脑，一旦力量对比发生变化，就无法应付可能发生的危险和困难。美国汽车大王福特说：“一个人如果自以为已经有了许多成就而止步不前，那么他的失败就在眼前了。我看到过许多人，在一开始时，挣扎奋斗得十分起劲，但当他们牺牲了无数血汗，使前途稍露曙光后，便自鸣得意起来，他们开始怠懒、松懈，不把事业当事去做，于是失败立刻接踵而来。从此跌倒后，再也爬不起来了。”

谋深计远还体现于在人始料不及的地方设置“闲兵”，然后在关键时刻异军突起，出奇致胜。《兵经百篇·闲字》中，有这样一段精彩的论述：“一些高明的棋手，在与人对弈中，常常在不吃紧的地方布设一局，闲置一子，当时看来似乎没有用，但后来恰巧用上了，使得满盘皆活，那么这一着就事关重大，正解燃眉之急。用兵打仗也是如此，真正懂得用兵的人总是留有后手，闲置绝招，而在战争的关键时刻则排难解危，招招不闲。”

第二次世界大战后，号称“世界钟表之乡”的瑞士垄断了世界钟表产量的70%，一天换得的外汇就近1亿美元。正当瑞士机械钟表技术鼎盛之际，瑞士钟表工程师马克思·赫



泰尔却认为机械表的发展已经到了极限，他于1954年向瑞士当局提出应大力发展石英技术的报告。当时石英技术还鲜为人知，瑞士决策者认为石英技术还有许多重大技术问题没有解决，不会压倒几百年积累起来的称霸世界的瑞士机械表技术，于是对赫泰尔的研究以及报告不予理睬。

然而，这一重要情报却为日本企业界获得，并通过种种不正当的手段将石英技术挖走。日本钟表企业一面致力于机械表的发展，一面以石英技术作为现代钟表的发展方向，他们广泛收集和购买这方面的情报资料，组织力量进行新的开发和研制。经过20年的努力，日本设置的这一“闲兵”终于发挥了巨大作用，一种用石英振荡作为时源，用微型电池作为动源的全新钟表技术问世。石英钟表结构简单，零部件不到机械表的七分之一；走时准确，每日误差仅0.5秒，为机械表的六十分之一；价格便宜，为机械表的五分之一到十分之一，且防震、防潮等性能都比机械表好。1978年一年间，日本钟表企业一举打垮瑞士178家钟表商，爬上世界钟表大王的宝座，领导钟表技术新潮流。

应该说建立良好的企业信誉是谋深计远谋略的首要原则。古人云：“古之王者不欺四海，霸者不欺四邻。善为国者，不欺于民。”“上好信而任诚，则下用情而无疑，故战无而不胜。”这是讲的治国治兵“以信为宝”的原则。同样的道理，企业要得到稳定持续地发展，必须为自己树立良好信誉的企业形象。有了好的信誉和形象，顾客才乐于与之真诚交往。良好的信誉往往会得到意想不到的收获。

1978年12月，意大利航空公司一架DC9型客机在地中海坠毁，该公司急需一架飞机代替。于是意大利航空公司总