

锦囊妙计_上

1001
文化娱乐
书系

1001



林君雄 ▲ 主编

中国青年出版社

锦囊妙计

1001



锦囊妙计

锦囊妙计

锦囊妙计

1 ○ ○ 1



[1001系列]

林君雄◎主编

中国青年出版社

(京)新登字 083 号

责任编辑:李晓丽

封面设计:孙凤娣

图书在版编目(CIP)数据

锦囊妙计 1001/林君雄主编. - 北京:中国青年出版社
1994.6

(1001 系列丛书)

ISBN 7-5006-1616-3

I. 锦… II. 林… III. ①故事-选集②谋略-普及
读物 IV. I277.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 02313 号

*

中国青年出版社 出版 发行

社址:北京东四 12 条 21 号 邮政编码:100708

北京金特印刷厂印刷 新华书店经销

*

787×1092 1/32 33.25 印张 8 插页 580 千字

1994 年 11 月北京第 1 版 2000 年 10 月北京第 3 次印刷

印数:9,001-13,000 册 定价:36.50 元(上、下册)

序 言

愿作开掘智慧之泉 的“铁锹”和“土筐”

林君雄

中国青年出版社有一套“1001 系列”的书，其中有一个选题“锦囊妙计 1001”要我来搞。虽然这个题目我过去没有什么研究，但它对我有很大的吸引力，使我产生很大的兴趣。我感到这正是给我一个学习研究的好机会，便不揣浅陋，欣然接受，组织几位朋友一起编写。经过近一年的工夫，书稿编成了。杀青之后，有几点认识和感想，写在下面，请教于读者诸君。

一、计谋与社会人生

“计谋”这个词，是人们很常用、很熟悉的一个词。“眉头一皱，计上心来”，“一年之计在于春，一天之计在于晨”，“百年大计”，“足智多谋”，“不谋而合”，“从长计议”，“此人心计”，“此人善于谋算”，“阴谋”，“阳谋”，等等等等，反映计谋的词这么多，这说明计谋和人们的生活是很密切的。和“计谋”同义或

近似的词有“计”、“计策”、“谋略”、“韬略”，等。计谋应用于各个领域，贯穿于古今中外。

计谋之所以和人们生活联系这么密切，因为人们要生存、要发展都离不开计谋。在远古时代，人们靠狩猎而生。长期和野兽打交道，使那时的人们逐渐懂得，要捕获庞大而凶猛的野兽，不但要靠大夥的拼搏，而且要用一些巧办法，诸如，挖掘陷阱，把野兽引入陷阱，然后乱枪捅死，或乱石砸死。这种捕获野兽的巧办法，也就是远古人们头脑里产生的最初的计谋的概念。后来，原始部落之间发生了战争，自从战争这个怪物来到人间，计谋便得到长足的发展。战争不仅是双方人群的厮杀，而且是双方智慧的较量。善于谋划的，小国可以战胜大国，弱军可以打败强军；不善于谋划的，其结果则会相反。战争成了产生计谋的最好的温床。我国春秋战国时代，人们早已脱离茹毛饮血、穴居栖树的生活，随着农业、手工业、商业的发达，战争也频繁起来了。那时，群雄竞起，战乱不息。为了驾驭战争，战胜对方，许多人悉心钻研文韬武略，于是产生了《孙子》《吴子》《尉缭子》《司马法》《六韬》《三略》这些古代著名的兵书，这些兵书对战略、战术、将领的选拔、士兵的训练、军队的建设，以及政治、经济，都有一系列精彩的论述。后来，我国历史上继续发生的一连串战争，使得我国的谋略库又充实了许多闪光的财富，诸如《唐李问对》《三国演义》这些书中所反映的。

战争不仅是军事上的拼搏，而且包括政治、经济、科技、教育等各方面因素的较量。战争不仅引发军事谋略上的研究，而且引发了政治、经济、科技、教育多方面谋略的研究。

战争在历史上是连绵不断的,但与和平相比,在时间上又是短暂的。经济本来是人类社会赖以生存的基础,而在平时时期就更显得突出和活跃。人类社会进入资本主义时代,工农商各业大踏步前进,经济活动充分发展。如何赢得顾客,如何占领市场,如何击败对手,如何兼并发展,使得许多人食不甘味,寝不暖席,日思夜想,挖空心思,由此也就产生出商战上的一系列谋略。而随着文化、体育的商业化,商战上的谋略也在文化、体育领域运用,并且得到发展。

人类社会的发展始终贯穿着真善美与假恶丑的斗争,正义与邪恶的斗争。为了识别假恶丑,制服假恶丑,人们不能不开动脑筋,运用智慧,从而在侦查、审判上,在人际关系上,也发展了谋略思想。当然,人际关系中包含识别与制服假恶丑,但还包括更广泛的内容,诸如怎样得到别人的好感,怎样和睦彼此的关系,怎样求得自己的腾达,怎样驾驭自己的部属,以及怎样教育自己的子女,在这些方面人类都不断地积累经验,深化认识。

以上的叙述,我想可以说明,计谋是由于人类求生存与发展的需要而产生的,它随着人类社会实践的发展而发展,也随着人类思维能力的发展而发展,计谋是人类智慧的结晶。

而引起人们对计谋的关注是这样一个不断重复的事实:一切成功者有赖于谋划的正确,一切失败者都离不开谋划的失误。

譬如,春秋时代,越王勾践曾经打败吴王阖闾,使其重伤而死。后来,吴王的儿子夫差重振朝纲,反过来打败勾践,而且

俘获了勾践夫妇。这时，勾践假意屈膝求和，伏首称臣，在吴宫服役，使夫差对他丧失警惕，放他回国。然后，他卧薪尝胆，不忘国耻。一方面重用良臣，励精图治；另一面向夫差送去美女西施，使夫差沉湎酒色，荒疏国事，又猜疑重臣，这样，勾践终于打败夫差，雪耻报仇。吴越之争，吴之由败而胜而败，越之由胜而败而胜，其中谋略之得失不能不说起了很大的作用。

再说说楚汉之争。鸿门宴的时候是项羽势力大于刘邦，当时项羽的部下极力劝说项羽趁刘邦来赴宴时把他杀了，干掉最有力的竞争对手，便于得天下。可是项羽不听，放虎归山。后来，刘邦善于用人，由弱变强，由小变大，特别是采用韩信的计策，把项羽的楚军围于垓下，汉军共唱楚歌，形成四面楚歌的氛围，造成楚军士兵斗志涣散，不堪一击，兵败如山倒，弄得“力拔山兮气盖世”的楚霸王项羽，只能带领少数亲兵突围而出，逃至乌江，因为“无颜再见江东父老”，遂自刎于江畔。刘邦之成、项羽之败，也离不开各自谋略上的得失，而不是如项羽所说的是什么“天意”。

这两例都是我国古代的争战。现在我们再说两则当代的事儿。

以往各国承办奥运会都是赔本的，到了第23届，奥运会由美国的洛杉矶城承办，政府让尤伯罗斯牵头搞组委会，可是又不给钱。这没有难倒尤伯罗斯。他一方面尽量使用洛杉矶城中已有的体育设施和校舍，动员各界人士义务参加活动，这样尽量减少开支；另一方面他把奥运会的电视转播权和各种广告权控制起来，高价招标，由此获得空前未有的大笔收入，

再加上预售开幕式、闭幕式和各项比赛的门票，遂使得这届奥运会不但不赔相反有赚，开创奥运会经营的新模式。于是，尤伯罗斯就成为奥运会历史上具有里程碑性质的人物，而他的成功就在于他思想活跃，聪明过人，善用谋略。

说了一个外国人，再说一个中国人，这就是专卖“点子”的何阳。一家为日本加工筷子的工厂订货额越来越低，濒临揭不开锅的境地。何阳向他们建议：在外售的筷子上分别印上“星期一”到“星期天”，这样顾客举起筷子就想起今天是星期几，肯定对这种筷子感兴趣。工厂接受了何阳的建议，生产出带星期字样的筷子，果然受到外商的青睐，订单又大量增加。工厂得利了，当然也给何阳一笔不小数额的报酬。还有一家灯具厂外销情况不佳。这时适逢海湾战争正在进行，何阳便建议这家工厂把灯具的式样改成当时交战双方使用的导弹，工厂觉得有意思，找人设计出新式样，投产拿到香港市场上去，果然大受欢迎，供不应求，何阳这两个主意都很新颖别致，适合市场上日新又日新的趋势。他出卖的“点子”——也就是计谋，不但救活了两家工厂，也使自己有了收入，而且开辟了“出卖点子”这种新的职业。

诸如此类的事例，不胜枚举。大到安邦治国、事业成败，小到待人接物、逢凶化吉，无不需要计谋，说白了，也就是要动脑筋，想窍门。凡事有谋则昌，无谋则亡。

当然，人不能超越客观条件所允许的为所欲为，然而人却可以在客观条件所允许的范围内充分发挥主观能动性，去实现自己的理想。人们开掘智慧，谋划计策，便是充分发挥主观

能动性,实现自己的理想。

正因为计谋有这样奇妙的功能,因此古今中外有许多人悉心研究计谋,或说谋略,出现了许多著名的谋略家和阴谋家,也出现了许多研究谋略的著作。这些家和著作都成为人类智慧宝库中令人瞩目的财富。

二、如今为什么出现谋略热

我国对谋略的研究源远流长,博大精深,为世界学者所公认。近一二十年,在国外掀起了对我国古代智慧研究的热潮。韩国学者郑飞石集多年的研究,写成《孙子兵法演义》,受到好评,如今被翻译成汉文,介绍到我国来。在日本,《孙子兵法》和《三国演义》得到更深更广的研究。著名的松下电器公司的创始人松下幸之助就称赞孙子兵法为“处世教典”,把它用于企业经营和待人接物多方面。另一位企业家日本东洋精密工业股份公司经理大桥武夫对孙子兵法和我国古代其他兵家也很崇拜,用我国古代军事理论指导公司的经营,获得成功。他还举办兵法经营讲习班,并且撰写了《用兵法经营》、《兵法·孙子》、《兵法·三国》等著作。至于日本学者对我国古代兵家武经的研究论述则更多了。

有趣的是,不但韩国、日本这些东方国家对我国古代的军事理论有浓厚的兴趣,而且美国、欧洲那些西方国家也掀起了研究我国古代军事理论的热潮。美国出名的大公司通用汽车公司在1984年时居世界汽车工业的第一位。《亚洲华尔街日报》在分析他这一业绩时指出,因为他能“从两千多年前中国

的一位战略家写的《孙子兵法》一书中学到东西。”美国也有学者专门研究和著述中国古代军事理论。美国哈佛大学商业管理学院还要求学生熟背《孙子》的某些章节。与此相适应的是，1990年和1991年连续开了两次“孙子兵法国际讨论会”。

近年来我国出版界也大量出版研究谋略的书。不但出版了不少研究、注释、白话翻译《孙子》和《武经七书》，而且出版了专门研究《三国演义》中谋略思想的书；不但出版了明朝冯梦龙写的《智囊》的几种版本，有的改名为《智谋大全》，还出版了明朝俞琳的《经世奇谋》；不但出版了《谋略库》《谋略论》《谋略家》的系列书，而且出版了中外谋略家、阴谋家和世界谋略故事选编；不但出版了军事谋略的书，而且出版了好些商战谋略的书。这方面的情况真是琳琅满目，前所未有。

我国出版界为什么会出现谋略热呢？这可能有国际上重视对我国古代谋略研究的影响，但我以为最主要的原因还在于我国改革开放所引起的需要。过去实行计划经济，没有什么竞争。生产什么，生产多少，上级都给规定好了；生产出来的东西，也有人包销，即便赔了，也能过得下去。其他方面，也是听上头的去办就行了。现在实行市场经济，把竞争机制引进各个领域，再也没有什么“独此一家，别无分店”，或者“皇帝女儿不愁嫁”的事儿了。现如今，不论工农商学兵，三百六十行，人们不用心思，或者说不用心计，就难以生存，更不能发展。

就以我所从事的出版工作来说吧。自从改革开放以来，出版社大量增加，许多社为了自身的生存与发展，也为了适应读者的需要，纷纷超出原定的出版范围，出版畅销书。因此，好些

读者需要的畅销书，往往是“英雄所见略同”，争先出版，先后形成“金庸梁羽生热”、“琼瑶热”、“三毛热”、“古书白话翻译热”、“辞书热”、“中小学生课程辅导材料热”、“政治学习辅导材料热”等等。这些热是先知者带头，后知者一窝蜂地跟上而形成的。对于先知者来说，大都是采取“人无我有，人有我新、人多我转”的策略。对于后知者来说，有的是看到人家出版某种书好销，这是“风起青苹之末”，肯定看好，于是赶紧跟，赶上热潮，得益也不浅。但有些后知者，则是在已形成了热潮才去赶的，往往是赶个热潮降温，于是畅销书成了滞销书。而聪明的出版家则能透过迷离扑朔的现象，看到读者的真正需要，敢钻冷门，爆出热门，领导新潮流；或者在热潮已到高峰之时，急流勇退，另觅新径。这里头就显出谋略思想之有无高低的巨大差异。

又比如说，在市场经济中广告占有举足轻重的地位。然而，舍不得花钱做广告，怎么做广告，这里头就大有讲究。广告的形式多种多样，有电视广告，电影广告，报刊广告，街头广告，车厢广告，邮寄广告，口头广告，等等等等。就电视广告而言，怎么设计画面，怎么设计广告词，请什么人出场，在什么时间播出，播出多长时间，这些都集中成一个问题：怎样给观众以强烈的印象和最大的兴趣。这里很重要的一点是要与众不同，出奇制胜。比如说，电视上关于药品的广告无其数，许多广告看后就忘，但是推销一种肠胃消炎的药，画面是一位带眼镜的中年医生，说治好几种病都只要“一片”。画面幽默，词句简炼，使人难以忘怀。可见这则广告构思巧妙，高人一筹。至于

报刊广告史上也有好些妙不可言的。比如，有一家公司把一家大报的一个版面买下来，什么都不登，只有一行字：“请见明天本版广告”。这样一个大白版，从所未有，而简短的8个字又不能不勾起读者的极大兴味。到了第二天，仍然又是一大白版，还是那行字。于是把读者的胃口吊得更高，到了第三天，登出是推销某种产品，于是读者哗然，把这一产品深深地印在脑里。这样搞钱当然是花得不少，但效果也实在不一般，钱也就花得值得。这则广告的构思所体现出来的谋略思想着实高明。

商场上的激烈竞争逼得人挖空心思，想方设法，琢磨出许多经营致胜的谋略，诸如：舍本求末法、求实弃虚法、投石问路法、借梯登楼法、借风行船法、借鸡下蛋法、薄利多销法、积少成多法、攻心为上法、揭丑促销法、喜新厌旧法、逆向经营法、馈赠经营法、攀亲联姻法、和气生财法、信誉第一法、捷足先登法、迟人半步法、背水一战法、居安思危法，等等等等。这些法摘自桂子农先生著的《经营致胜75法》一书，我只摘其部分。而有的书对商战谋略概括得更多。这些都说明，要经营致胜离不开谋略，头脑简单了绝对不行。

谋略这东西，一方面靠自个儿琢磨，另一方面还要靠吸收别人的智慧。正由于有这种需要，因此也就出现谋略上的出版热。

三、计谋中的几个问题

谈过了计谋在历史和现实中的作用之后，我们可以转而谈谈计谋中的几个问题，这对于进一步提高对计谋的认识不

无裨益。

(一)计谋的共通性与继承性

前面我们说到,我国古代对谋略的研究集中围绕于军事。而军事上的一系列谋略,也可以通用于政治、经济、文化、体育、侦察、审判、人际关系等多方面。前面我们也说到在日本、在美国,不少人把《孙子兵法》运用于企业的经营管理。我国兵法有三十六计之说,虽然这是后世的好事者归纳概括的,取六六三十六的习惯,以言其多。不过,三十六计的概括也不无道理,把我国丰富的兵法计谋概括为三十六计,给兵家和非兵家以简明扼要的概念,应该说是一个创造。三十六计是:瞒天过海、围魏救赵、借刀杀人、以逸待劳、趁火打劫、声东击西、无中生有、暗渡陈仓、隔岸观火、笑里藏刀、李代桃僵、顺手牵羊、打草惊蛇、借尸还魂、调虎离山、欲擒故纵、抛砖引玉、擒贼擒王、釜底抽薪、混水摸鱼、金蝉脱壳、关门捉贼、远交近攻、假道伐虢、偷梁换柱、指桑骂槐、假痴不癫、上屋抽梯、树上开花、反客为主、美人计、空城计、反间计、苦肉计、连环计、走为上。这些计谋在政治上、经济上不是都可以见到运用吗?而在其他领域不是也能见到,或者说部分地见到么?计谋上的共通性,在于人类所具有智慧的统一性。比如说兵法上的三十六计,其共同的核心之一就是要看敌我双方的不同处境,包括天时、地理、人情、装备等多种因素,采取于此时此地于我有利于敌不利的战略战术,也就是孙子说的要“知己知彼”,便能“百战不殆”。再进一步抽象,也就是要实事求是,即探寻客观事物固有的规律性,以便对症下药。剥去军事计谋或政治计谋或经济计谋上

具有个性也就是特殊性的外衣,我们将发现这些计谋的内核具有某些共通性,换句话说,也就是人类具有的某种智慧在不同领域的运用,披着不同的外衣,具有不同的特色。

当我们明了了计谋这种共通性,那么,搞经济的有必要了解一些军事计谋,以便从中得到启迪;搞军事的,也不妨懂得一些商战计谋,也可以得到借鉴;搞文化、体育的,也都要看些军事经济等方面的谋略书,从而开扩自己的视野,活跃自己的思路。

计谋横向的共通性,表现在纵向上便是继承性,也就是前人的计谋对后人还有借用的价值,后人可以运用前人的计谋并加以发展。继承便是一种纵向的共通。从总体上说,人类的智慧是一代比一代强,逐渐发展提高。但是,从个体来说,后人不一定就比前人强,这就必须了解和吸取前人的智慧。据说毛泽东同志于1963年1月曾向章士钊先生借冯梦龙编撰的《智囊》一书阅读。1976年,叶剑英同志住到北京西山思谋党和国家大事时,随身携带的书籍中也有《智囊》这本书。像毛泽东、叶剑英这样通晓历史、深谙韬略的政治家、军事家,还这样重视阅读借鉴古人的计谋著作,这对我们不是一个很好的启迪么?至于我们前面提到日本、美国有些企业家由于学习运用了孙子兵法而取得重大成就,也从另一方面告诉我们重视学习前人智谋的必要性。

(二)计谋的矛盾性与统一性

当我们深入地了解古人和今人的多方面计谋之后,我们会发现一个有趣的现象:有些计谋是互相矛盾的。比如说,公

公元前 342 年时，孙臏为了引诱魏国的庞涓上钩，让齐军佯败退却，在退却中每天减灶，使魏军以为齐军大量士兵逃亡，便放心地猛追，以致陷入孙臏在马陵道设下的圈套，全军覆没。而到了公元 115 年东汉虞诩率兵征讨羌族的反叛时，为了虚张声势，便下令每天增灶，使羌族不敢进攻，等到汉朝的援军。一个减灶，一个增灶，绝然相反。

又比如说，长驱直入与步步为营、以攻为守与以守待攻、穷寇勿追与乘胜直追、先打弱敌与挫其锐气，等等，似乎都是矛盾的。

至于商战计谋中的矛盾现象，也是屡见不鲜的。比如说，“先名后实法”与“求实弃虚法”、“先声夺人法”与“揭丑促销法”、“捷足先登法”与“迟人半步法”、“降价促销法”与“提价促销法”，等等，在商战史上都并存不悖。

这些看似矛盾的现象，其实是统一的，都统一在于因人制宜、因地制宜、因时制宜，实事求是。比如说减灶和增灶。孙臏是摸准了对手庞涓有一股骄气，自以为了不得了，于是孙臏就用减灶，制造齐军不行了的假象，才能引得庞涓上钩。而虞诩的增灶是因为当时他的兵力过少，羌族方面又不谙韬略，因此他使用增灶以制造援兵到来的假象，来吓唬敌方。又比如说，商战上的涨价和减价。一般来说，多数的企业家在市场竞争中是用减价也就是廉价来争取顾客，挤垮对方，以至于垄断市场，然后再逐渐提价。这似乎成了经营上的常识。然而有的时候这种常识却竟然不灵了。我国一个贸易展销团到欧洲某一个国家展销我国景德镇的瓷器餐具，为了显示我国产品质优

价廉，订价只比国内的高一些。可是没曾想购买者寥寥无几。难道是我国产品质量不如人？这点他们心里很清楚，很自信。细一打听，原来是订价太低了，以致给老外一个错觉，只有低档品才订这么便宜的价，因此不愿买。后来他们参照国外同类产品的价格，把订价提高了许多，果然购者踊跃，销售兴旺。而国内外都有些名优产品，为了保持名优的特色，价格硬是比一般产品贵得惊人，但是，仍然有愿者上钩，自有市场。类似减灶与增灶、减价与涨价等看似矛盾的计谋，其实都是“量体裁衣”，视情况的不同而变化。因此，我们学习前人的计谋要领会其实质，并和自己的情况相结合，灵活运用，切不可囫囵吞枣，生搬硬套。

（三）计谋的道德性与非道德性

我看到有一部讲谋略的书，在详细论述军事、政治、经济、外交、统御、说辩等方面的谋略之后，专列一篇为“奸诈谋略”。其中有些谋略，确实属于“奸诈”，诸如“嫁祸于人”、“口蜜腹剑”、“狐假虎威”、“杀妻求将”、“明助暗损”、“欺上压下”、“趁火打劫”、“拍马屁术”等等。但是，有些谋略是否一定属于“奸诈”，似乎值得研究。比如说“美人计”。三国戏中有《小宴》《凤仪亭》，讲的是王允为了除掉奸贼董卓，把美人貂蝉既许给吕布，又进献董卓，让董卓与吕布这一义父子产生矛盾，借吕布之手杀掉董卓。编剧者和观众都认可了这出美人计，这能说美人计一定是“奸诈谋略”？和这相联带的“借刀杀人”“假手于人”也岂能一定属于“奸诈谋略”之列？又比如说，“曲意逢迎”、“浑水摸鱼”、“鱼目混珠”、“巧说谎话”、“清君入瓮”等等谋略，