

ECOMPAIR

力肯·派亚

智业工程思想库

第三类决策

热门行业投资与经营顾问

DISANLEI JUECE

REMEN HANGYE TOUZIYU JINGYING GUWEN

汪劲松 赵子渐 编著



投资顾问 决策人必读 • 经理人必备

石油工业出版社

第三类决策

——热门行业投资与经营顾问

汪劲松 赵子渐 编著

石油工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

第三类决策：热门行业投资与经营顾问/汪劲松等编著.

北京：石油工业出版社，2000.10

ISBN 7-5021-3136-1

I. 第… II. 汪… III. 投资学 IV. F830.59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 52133 号

书 名： 第三类决策——热门行业投资与经营顾问

编 者： 汪劲松 赵子渐

责 编： 郎东晓

出版发行： 石油工业出版社 邮政编码： 100011

通讯地址： 北京安定门外安华里二区一号楼

经 销： 新华书店北京发行所发行

印刷装订： 北京密云红光印刷厂

开本印张： 880×1230 毫米 1/32 印张 14.25

字 数： 350 千字

版 次： 2000 年 10 月第一版

印 次： 2000 年 10 月第一次印刷

印 数： 1-8000 册

书 号： ISBN 7-5021-3136-1/F·128

定 价： 26.00 元

关于第三类决策

做生意决不是快乐的游戏。

“结束短缺”、“市场经济”、“微利时代”、“网络经济”“WTO”……已成为今天新经济浪潮下的代言。然而，在这个赚钱的机会依然充足的世界里，做生意仿佛是没有方向沼泽！做什么都赚钱，做什么又都不赚钱；投资风险巨大，不投资又压力巨大；打工不赚钱，不打工又一分钱不能赚等等，都是今天人们最贴身的感受！带着这个问题，我们决定在您看到本书内容之前，必须先告诉你：一切经济矛盾的问题，实质都是思维矛盾的问题，尤其中国长期一来传统思维的矛盾问题！

解决思维上的矛盾是“第三类决策”的精髓，当然，我们这里提出的“思维问题”，并不是一般意义上对某种事物的思考和认识，而是综合数千年来中、外经济发展及人类行为的最根本理论基础——社会思维哲学基础。

人们在日常生活和工作中，对事物作出决定，常常有三大类决策方式，分别由于三种立场以及个人的修养、水平、品质所决定的，具体分三方面说明：

一、主流式决策

一般情况下，人容易对过去的“经典”产生信任，甚至是依赖，比如《孙子兵法》、《易经》等，人们在日常生活和工作中常常有意无意地照搬和运用。古今中外，都是如此，那些精华的东西，人们都在自然不自然地继承和吸收。这种习惯做法，是人产生决策的主要原因和主流色彩，也是社会上所有通常遵循的规范和模式。但时间的流逝，曾充任时代前锋的内容

逐渐散去，“主流”有时会成为僵硬的形式，这就容易造成人们思维认识、行动上的“官僚”主义、教条主义，从而使决策适应不了今天的需要。

在现实中，正统、主流的决策行为往往是十分荣耀、高级、自以为得计的；也是权威、经典，不可驳斥而高人一等的。尽管“主流”有时是那么俗不可耐、虚伪和肤浅的。

二、时尚式决策

时代高速造就了各式各样的快餐文化，高新技术给人类带来一个又一个的新、奇、特世界，人们不愿面对已经开始陈旧的事物从一而终。时尚的色彩是流行和喜新厌旧的，它不像经典那样威严和深刻。新人类的社会性孕育了持久的时尚流行生命力。它往往并不只是为了时髦，也因为它的确能获取效益或者能享受一种处在“最前面”的快感。

时尚是时代的激情和赞歌，但过多的时候也是那些有实践能力的人成功炒作的结果。因为在现实中，往往由于具体操作者的修养、品质、见识等综合因素欠缺而弄得十分糟糕。很多人在回首往事时，感觉曾经的时尚像一场人生梦，除了感觉和遗憾什么也没留下。

三、平凡式决策

首先，平凡决策是指人们在平凡的各种“小事”中一次又一次的“小决策”，这种小决策都是平凡人根据现实情况的基本选择和量入为出，最质朴又实在的行为，但也是最真挚、最有力、根基最牢实的实践经验、认识水平的具体运用，这是一切高级决策行为的立足点，出发点。

平凡使人们进入了真实，开始对一次次大的、小的成功或失败的经验教训的不断总结认识，也开始对面孔严肃、高深经典吓人的权威有了重新审查的能力。广大的、普遍的共性经不经意间触动了人们的内心。时代物质与精神文明的进步、个

人修养的深化,市场环境的升华,使人们产生了个性化需求和消费,使我们明白“一对一营销”、“精神消费”和“注意力经济”等等,也迫切需要真的“理论”(对我们贴切有效的实用方法)。

小小的一砖一瓦奠定了最健全的框架,建起了最雄伟的大厦。“众志成城”,集体民众的创造力贡献了最科学实效的营销行为学,平凡的巨大能量和不动声色却又不可抗拒的自然魅力,成就了我们今天的《第三类决策》。

用今天的真实写明天的历史,这就是平凡决策不可替代的精华。

由此,我们发现所谓“第三类决策”实质就是一个在新经济环境下的社会思维哲学的问题,是一个经济领域的新哲学观问题,它概括的实质是人类行为中最基础的运动因素,强调的是观念的变化。《第三类决策》就是以“社会思维哲学”为基础,通过剖析中、外知名企业成功、失败经验及中国现状阶段的经济矛盾,进而指导你正确地投资与经营。

我们倡导的社会思维哲学,强调的是认识事物的方法。在今天的经济浪潮下,有相当一部分人做生意往往是“看别人的聚会是那么美丽”,在唤起中国人上上下下的“500强精神”的同时,“硬币的另一面”就难免导致民众的盲目崇拜、追捧和迷狂。“欲速则不达”这是一个被经验反复证明的道理,对于此,力肯派亚人也正处于一个研究、探索阶段,对社会思维哲学的提出,我们不久将推出这方面的专著,以解读者心底之迷茫。

因此,收藏起沮丧,收藏起消极与惰性,在新的角逐中燃烧人们的巨大热情!如果你是潮流压力下疲惫不堪的“生命过客”,请记住:你必须站起来用自己的方式承担点什么,否则你就会趴下失掉一切!

前 言

投资经营是一个很大很深的话题，你有什么更好的方法能够对它们了解透彻，然后轻松地操作呢？如果你对此有了更多更深的了解后，你会发现具体投资的产业或者产品市场像一个人一样有着生命，有着血肉呼吸，有着神经、循环等系统性的东西，你有办法认识它们的规律，认识它们的面目身材吗？学院里教出来的一些投资经营理论看起来很专深，实际中往往缺乏操作性，那么，真正能让你容易弄懂，可以很轻松地用于实际投资的操作在哪里？我们认为：在别人专业探索的经验和你对于这种经验的吸收以及超越上。

俗话说“100年太久，只争朝夕”。

开放给中国企业带来了太多、太深刻的变革。企业从引起别人的注意到加强注意力（注意力经济），从选择普遍营销到只卖给一个人（一对一营销），从缺乏信息到难以选择有效的信息等等，都极大地加强了企业的竞争难度。加之“入世”的推进，使企业对外交流和贸易交往范围明显趋于国际化，极大地促进了全球经济一体化的发展，把全球的商业带进了一个高科技碰撞的时代。人们清醒地看到，国家与国家、民族与民族之间的竞争与从未像今天这么激烈！

结束了“短缺经济”的中国企业人，主流决策的方法、行为，已很难取得根本性的成功。因此，我们必须重新了解市场，必须善于采用务实的经营管理，必须懂得财会和金融，必须学会速效投资，必须具备运作大项目的的能力，必须擅长企业与企业之间以及企业与政府之间错综复杂的关系，必须学会企

业的自我保护和风险防范……。21世纪生成了太多的新事物，以生物、网络、软件等朝阳产业为代表的新经济不断冲击着人们的理念。新的组织关系、新的产业、新的经营模式、新的投资方式层出不穷。为了不在下一轮的经济竞争中处于劣势，我们必须对自己进行新的审视和调整，为了赚到钱，我们也许用不着太多的努力，但要成就一番事业，我们只有借助科学和独到的经营管理方法。

呈现在你面前的这本《第三类决策》以社会思维哲学为基础，社会经济现状为依据，社会经济矛盾为出发点，严肃、公正、深入、全面地剖析、阐述了在21世纪（尤其WTO的到来）经营与投资方法，中国人、中国企业的重点投资趋向及最容易成功的投资空间，最潮流的运作方法，最新兴的战略思维模式。文章内容简洁、观点明确，并配有典型案例分析便于操作，无疑是社会各界在21世纪的挑战和机遇面前的一本指导书籍。我们最大的愿望是希望此书的出版能对中国企业人有所启迪，能够帮助他们更好地把握这个时代的脉搏，为中国企业发展思路，我们衷心地希望中国企业和企业家们能够更快、更早地结束了误区思维上的困惑，好把投资与经营更准确地落到实处。

第三类决策

DISANLEI JUECE

热门行业投资与经营顾问

REMEN HANGYE TOUZI YU JINGYING GUWEN

责任编辑：郎东晓

投资顾问
决策人必读·经理人必备

封面设计
↓
金子

ECONPAIR

力资·派亚
智业工程思想库

投资顾问
决策人必读·
经理人必备

21 世纪

最容易成功的投资空间在哪里
最潮流的运作方式是什么
最新兴的战略思维模式如何

石油工业出版社

第三类决策

热门行业投资与经营顾问

DISANLEI JUECE

REMEN HANGYE TOUZI YU JINGYING GUWEN

目 录

第一篇 21世纪最有价值的运作方式

第一章 概念决策：概念生成的财富能量

概念生成是我们在新世纪经济领域中提出的特殊资本经营策略。概念转化为资本，辐射的是概念能量，概念生成所延伸的资本力在现实的经济结构中是空前的、用“想法”圈到足以让人惊奇的资本：对企业家或者个体的某个人来说与争取钱的多少是完全不同的，所以积极地创造和利用概念是今天企业家进行市场竞争的有利武器，也是个人选择创业的有效途径，那么我们如何创造和利用新概念呢？

- 一、一个神奇的概念：概念生成 (6)
- 二、概念生成转化为资本的惊险一跃 (6)
- 三、概念生成在经济领域中的应用原理 (9)
- 四、概念生成的市场能量究竟有多大 (11)
- 五、概念生成的驱动机制是什么 (13)
- 六、制造和利用新概念的有效途径 (16)

第二章 速度决策：十倍速“垄断”法则

“中、小企业集团如何充分利用现有的环境及自身资源，快速创造市场与利益的最大化，从而获得垄断后效应”。这便是十倍速垄断法则的内涵。本章通过利润垄断，市场占有率垄断、高科技垄断、专业垄断、人才垄断等各种方式，告诉你如何以最快的速度将企业商品的市场占有空间提升到最大限度，这就是我们所谈的“十倍速垄断法则”真实所在。

- 一、透视现阶段的十倍速 (21)
- 二、十倍速“垄断”法则定义 (22)
- 三、看一看“垄断”后效应 (22)
- 四、十倍速“垄断”法则 (23)
- 五、十倍速“垄断”操作方法 (24)
- 六、强强联合, 实现综合效益十倍速 (32)

第三章 营销决策: 克隆营销

采取同类先进的营销方法,是中、小企业甚至大企业某一市场成功的捷径,在现实中,你可能采用的还不仅仅是同类大企业的4C营销等战略性的东西,而且还可以采用甚至和他们一样的各种策略,从渠道到宣传、促销都采用成功企业的方法和套路,这时你会发现搞企业没有以前想象的那么难。有效的、快捷的营销方法,经过我们对医药保健品及电器行业的营销策略的分析,你会豁然开朗:原来就那么回事!

- 一、克隆营销: 经济学上的“基因工程” (37)
- 二、克隆营销的适用范围 (37)
- 三、克隆营销时应注意的几个问题 (37)
- 四、克隆并非处处都灵 (38)
- 五、如何进行克隆营销 (38)
- 六、怎样选择克隆途径 (39)
- 七、“克隆营销”知多少 (40)
- 八、克隆营销的意义何在 (50)

第四章 投资决策: 特许经营在中国不再“特”

专家断言: 特许经营将成为21世纪中国国策, 特许经营正迅速成为中国最具获利的投资方式和创业模式。而事实上, 国人对特许经营了解的并不深刻, 甚至难以在实际中应用, 以至于这一强有力的市场武器并没有得到充分的利用。笔者认为: 如果单一地把特许经营应用在某一品牌的营销上, 在中国, 实质是一种浪费。特许经营在中国到底“特”在哪里? 你会在我们的阐述里找到正确答案。

- 一、特许经营特在何处 (53)
- 二、特许经营的优势是什么 (57)
- 三、中国企业应用特许经营须知 (61)
- 四、是是非非：特许经营在中国 (63)
- 五、大势所趋：特许经营国际化 (66)
- 六、警惕：特许经营下的新骗局 (67)
- 七、“特许经营 + 电子商务”：
 - 聚拢财富的最佳创业模式 (69)
- 八、从贫脊到巨龙腾飞——
 - 让特许经营在中国不再“特” (71)

第五章 市场决策：市场培育的特殊法则

从书本上(学术类)看，市场培育并不是一个新鲜事物，但目前我们的企业进行过有效市场操作的并不多见：市场培育的动机是什么，它的周期性有无特定的标准，以及如何进行有效的市场培育策略，能否把营销学理论从市场反推到企业营销呢？等等，这都将是 21 世纪营销界重点关注的。国内企业目前要采用市场培育法则，也决不是任何一个企业都可以的，它对企业本身的“定位”有着严格的要求。

- 一、市场培育到底是什么 (73)
- 二、市场培育为什么会存在 (74)
- 三、市场培育的支撑点在哪里 (76)
- 四、市场培育涉及的主要环节 (78)
- 五、有效的市场培育策略 (79)
- 六、认清企业市场培育的周期性 (85)
- 七、市场培育成功的现实诠释 (87)

第六章 企业孵化决策：一个全新的企业成长策略

企业也需要一个原始积累的过程。但企业与个人不同，单一地通过自己“打工”赚钱，挖满第一桶金，显然不行，这就需要通过一种有效的方法来孕育企业慢慢成长，就需要找到一个“孵化器”，借势行船，自然一帆风顺。

- 一、企业孵化比母鸡孵蛋更迅速…………… (90)
- 二、企业孵化：全新的创业价值观…………… (94)
- 三、让企业孵化步入佳境：快乐投资、愉悦孵化…………… (96)
- 四、企业孵化的有效运作方式…………… (98)

第七章 定位决策：专业定位不是“专一定位”

过去我们的定位，讲求的是专业的定位，着眼点主要是产品，事实上越来越多的企业已深深地感觉到：单一地强调营销，已愈来愈不能适应市场的发展。未来的营销是建立在企业整合形象的舞台上，它是对企业对象本身的强调和要求。所谓的专业定位，既是在科学定位基础上进行领域层面的位置设定，它能最终辅助品牌联想行为从而推动整体的发展。这就强调企业必须采取“专业定位”的经营理念。

- 一、先为“定位”的概念定一下位…………… (105)
- 二、专业定位不同于产品定位…………… (106)
- 三、决定专业定位的四个主体环节…………… (108)
- 四、谨防专业定位认识的误区…………… (114)
- 五、企业如何进行专业定位…………… (116)

第八章 资本决策：资本租赁——把闲置资本动员起来

目前，一般意义上的资本租赁，实质上是通过融资性的租赁公司拆借资金，或说是银行防止风险的一种变向贷款。而对一个初创者，甚至于一个中、小企业来说这种途径有时并不能解决实际问题，目前包括国企在内的相当大一部分社会闲置资源未得到利用，而且社会对“闲置”需求也存在着长期性矛盾，因此通过资本租赁概念的派伸，我们将发现在这一特定的概念下，有诸多解决需求矛盾，以及“闲置利用”，甚至再就业途径的现实方法。这就是我们“资本租赁”所包容的重要话题。

- 一、资本租赁概念的深层话题 (120)
- 二、资本租赁产业格局形成的重要原因 (121)
- 三、如何进行资本租赁 (125)
- 四、规模发展是专业融资租赁公司发展的必由之路 ... (128)
- 五、潜在资本的租赁方法 (129)
- 六、无形资产的资本租赁方法 (130)
- 七、建立资本租赁关系是资本租赁决策的关键一环 ... (131)
- 八、解放思想，开放机器 资本租赁的社会意义 (133)

第九章

一对一营销决策：比二八法则更进一步

据专业调查公司的信息表明，企业 80% 的利润仅仅来源于 20% 的高获利层，证实了营销开始从广意销售集中到重点群体销售上来。但在这 20% 里，由于同行的竞争，市场被进一步细分，专业化服务承诺的延伸使你可能占取的数额还会更少。因此，建立稳定的，长期的企业客户迫在眉睫，解决这个问题的办法可能只应该采用营销“一对一”。

- 一、如何正确界定“一对一” (136)
- 二、从“一对多”到“一对一”：营销、行销的主流 ... (137)
- 三、“一对一”营销法则的应用方法 (139)
- 四、“一对一”的意义是什么 (143)
- 五、企业“一对一”时应该注意的问题 (145)

第十章

注意力决策：注意力经济法则的真谛

经济发展到今天，最让企业家头痛的已不再局限于好产品和足够的信息了。而是如何在大量的信息流中抢到“显眼”的位置，吸引更多的注意力。注意力成为最“稀缺”的资源已成为实事和企业经济的关键环节。过去的广告是不是建立注意力经济的关键因素呢？当然不是，至少不完全是。完善的注意力经济法则，将会使 21 世纪经济出现新的奇迹。

107210