



三十六计



企业管理

陈才俊 ◆ 编著
兰州大学出版社



- 用兵如孙子，策谋三十六。
- 六六三十六，数中有术，术中有数。
- 阴阳变理，机在其中。
- 机不可设，设则不中。

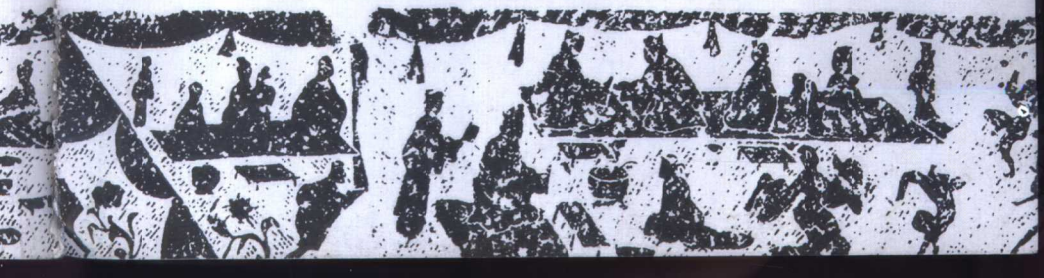


企业管理

江苏工业学院图书馆
藏书章

与

三州大学出版社



图书在版编目(CIP)数据

三十六计智慧精华/陈才俊编著. —兰州:兰州大学出版社, 2003

ISBN 7-311-02050-6

I. 三… II. 陈… III. ①兵法—中国—古代②三十六计—研究 IV. E892.25

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 067536 号

·三十六计智慧精华·

三十六计与企业管理

陈才俊 编著

兰州大学出版社出版发行

兰州市天水路 308 号 电话:8617156 邮政编码:730000

E-mail: press@onbook.com.cn

http://www.onbook.com.cn

广东惠阳印刷厂印刷

开本:850×1168 1/32 印张:60

2003 年 3 月第 1 版 第 2 次印刷

字数:1 500 千字 印数:5 000~8 000 册

ISBN 7-311-02050-6/I·93

定价:100.00 元套(共五册)

前 言

中华民族是一个充满智慧的民族，中华文化处处闪烁着智慧的光芒。华夏五千年文明史为人类的智慧宝库留下了极其珍贵的财富，传习久远、博大精深而又为今人所妇孺皆知的《三十六计》便是这智慧宝库中的瑰奇。

自《孙子兵法》问世以来，兵书丛集，洋洋大观。见于记载的多达三千余种，保存至今的也在千种以上，而《三十六计》则独树一帜，雄踞一流。其用途之广博，即使《孙子兵法》也难以企及，故古书中称：“用兵如孙子，策谋《三十六》。”

“三十六计”一词，最早见于《南齐书·王敬则传》“三十六策，走为上计”一语。可见，三十六计的提法，大概在1500年前就已形成了。现在通行的《三十六计》版本是今人叔和在四川成都偶然发现的。内地与港台地区近年来出版的有关三十六计方面的书籍，基本上以叔和本为依据。叔和本无准确的著作年代，也无作者姓名可考。但据推测，该书成书约在明、清之际，其作者很可能是一位深谙兵法理论、悉通《易经》、满腹经纶的中下层失意的知识分子。虽其名姓现今尚无确考，然其对中华文化的独特贡献却功不可没。

《三十六计》把三十六计分成六套，即胜战计、敌战计、攻敌计、混战计、并战计和败战计。前三套是处于优势情况下所用

之计，后三套是处于劣势情况下所用之计。其计名有的来自历史典故，如围魏救赵、暗渡陈仓；有的源于古代兵书，如以逸待劳、声东击西；有的借用日常成语，如指桑骂槐、反客为主；有的取自诗人的诗句，如李代桃僵、擒贼擒王。

原书广引《易经》语辞，或以《易经》为依据。《易经》是中国古代的一种占卜书，实际上是一部充满朴素唯物论和辩证法思想的哲学著作，对古代军事家，如孙武、韩信等等，都有深刻的影响。他们都精通《易经》，据以用兵。《三十六计》正是在前人的基础上进一步研究《易经》中的阴阳变化，推演出兵法的刚柔、奇正、攻防、彼己、主客、劳逸等对立关系的互相转化，使每一计都体现出极强的辩证哲理。全书三十六条计，引用《易经》二十七处，涉及六十四卦中二十二个卦。例如第三计“借刀杀人”，原文为“敌已明，友未定。引友杀敌，不自出力，以损推演”，也就是说，“借刀杀人”之计与损卦密切相关。先定计，后推卦，这是三十六计的特色所在。从某种意义上可以说，三十六计的理论基础就是《周易》的阴阳法则。三十六计原文运用阴阳变化之理，论证刚柔、奇正、攻防、虚实、劳逸等相反相成的关系，包含着丰富的辩证法思想。这正是薄薄一本《三十六计》容纳天下万般变异机理、启迪世人无穷兵谋智慧而且绵延久远的原因。

《三十六计》不是欺诈坑骗之术，也不是小人所施展的诡计的渊藪，而是正义战胜邪恶、真理战胜谬误的法宝。正义者在特定社会环境下灵活运用三十六计，能够达到维护社会和公众利益、以正压邪的目的。《三十六计》原是一部兵书，所涉及的内容仅局限于古代战争的领域。然而，其丰富的内涵已经远远超出了军事斗争的范畴，被人们广泛应用于政治、经济、外交、管理、科技、体育乃至人生哲学等许多领域，成为人们去难解疑、克敌制胜的重要智慧源泉。我们今天研究三十六计应当遵循古为

今用、兵为民用的原则，根据社会的进步与发展来不断发掘其无穷的思想价值。

世界上许多国家很早就对《三十六计》进行了认真深入的研究。在日本，该书不仅是军事领域的必修教材，更是工商企业人士的制胜法宝，就连一些运动员对其中的精言警句也能脱口而出。在美国，著名学者乔治和胡伦，曾分别著书立说，高度评价《三十六计》所蕴含的管理思想。瑞士汉学家胜雅律曾于20世纪70年代分别到台北、东京、北京留学，潜心研究中国的智谋学。回国后，他写出一部洋洋数十万字的巨著《智谋——平常和非常时刻的巧计》，专门介绍和评述中国古代有名的三十六计。该书的出版在西方舆论界引起极大的震动，被誉为沟通中国和西方在文化、思想、意识上相互理解与交流的桥梁和工具，是一本引人注目的“奇书”。当时的联邦德国总理科尔拜读了这本书，并写信给胜雅律，称赞其书是一本有助于西方人了解古今中国的应时之作，还说三十六计对他的政治生涯大有裨益。法国海军上将拉科斯科也曾发表文章赞誉《三十六计》描述的方法和计谋“既适用于小小的战术，也适用于重大政治抉择，各行各业领导人都能从中找到新的秘诀”。中华智谋的博大精深以及外国人对中国三十六计异乎寻常的兴趣，由此可窥一斑。

本书根据《三十六计》整理出版，对原书文字做了较详细、确切的注释和翻译，特别以“评析”的形式对原文中运用《易经》的语辞、内容，从解“易”到结合该计内容均做了深入浅出又切合要旨的阐释，以期帮助读者更好地理解掌握原书。“例说”部分列举了大量形象生动、意义深刻的成功运用三十六计理论的精彩案例，旨在帮助读者学以致用，增长才智。

当然，《三十六计》出自古人之手，其中封建割据时期兵家之间尔虞我诈的糟粕不可避免，但比起该书在人类文明发展进程中的珍贵价值，实在是瑕不掩瑜、不没其光华的。相信读者在阅

读时能自加明辨。

编著者在写作本书的过程中参考了一些近年来出版的有关《三十六计》的编著资料和实用案例（书后列有“主要参考书目”），谨向原作者表示衷心感谢！限于笔者水平，书中难免有许多疏漏，敬请专家、读者批评指正。

编著者

目 录

第一套 胜战计

第一计	瞒天过海.....	(3)
	“精工”兵败“卡西欧”	(6)
	神部成功靠奇想.....	(7)
	山下施谋一夜富.....	(9)
	“东芝事件”震美日.....	(11)
	“白云山”真假难辨.....	(12)
第二计	围魏救赵	(14)
	洛克菲勒创奇迹	(17)
	永利挫败卜内门	(20)
	“间隙理论”救“索尼”	(23)
	周口味精辟蹊径	(23)
第三计	借刀杀人	(25)
	借鸡生蛋益无穷	(28)
	妙用名牌作陪衬	(29)
	巧钻空档占市场	(30)
	“迟人半步”奥妙深.....	(31)

香港富豪战“怡和”	(32)
起死回生全凭“借”	(33)
“维力”巧术超“可乐”	(34)
第四计 以逸待劳	(36)
出尽风头日本车	(39)
哈佛学不到之术	(40)
保持自己的特色	(41)
松下遇事“不抢先”	(42)
因人而异应变术	(42)
“低姿态诱惑”之妙	(44)
满足消费者口味	(45)
第五计 趁火打劫	(47)
声宝巧制计算机	(50)
死鸡变成金凤凰	(51)
三菱趁乱炒铜价	(52)
不动声色囤粮食	(53)
瘟疫带来好运转	(54)
随机应变机遇生	(55)
低价买进德国厂	(56)
第六计 声东击西	(58)
京都窑业出奇招	(62)
苏联愚弄美国人	(63)
醉翁之意不在酒	(65)
避重就轻转重心	(66)
报业皇后三绝招	(68)

第二套 敌战计

第七计	无中生有	(71)
	风水宝地凭空编	(75)
	黄焕南从“无”到“有”	(75)
	负债经营创巨利	(76)
	生出一棵“摇钱树”	(77)
	“声宝”广告创牌子	(79)
第八计	暗渡陈仓	(82)
	“三井”妙计胜“三菱”	(85)
	体育公关施计谋	(86)
	“扬家丑”亦可发财	(87)
	包氏计夺九龙仓	(89)
	以感情赚取利润	(90)
第九计	隔岸观火	(92)
	“意大利”吞并“美洲”	(95)
	战火“冶炼”注射器	(96)
	硝烟中获取胜利	(97)
	鹬蚌相争人得利	(98)
	吴兆声争让同存	(99)
	日产汽车“卡露罗”	(100)
第十计	笑里藏刀	(102)
	“日本制造”景泰蓝	(105)
	售后服务学问深	(107)

放出长线钓大鱼	(108)
谈判之前“鸿门宴”	(109)
第十一计 李代桃僵	(111)
一万灯泡作代价	(114)
“弃车保帅”带活力	(114)
远东百货专业化	(116)
审时度势创企业	(117)
律师妙计救公司	(117)
第十二计 顺手牵羊	(120)
商机捕捉靠及时	(123)
巧变信息为金钱	(123)
卖袜亦成百万婆	(124)
蝇头小利胜淘金	(125)
“来者不拒”修理部	(127)
看门老汉智炒股	(128)
“波音”因祸而得福	(129)

第三套 攻战计

第十三计 打草惊蛇	(133)
航空公司“杀手锏”	(136)
慎战先知免失误	(137)
试销成功解困境	(138)
出版商亮出奇招	(139)
香港股市群雄争	(139)
克莱斯特重起飞	(141)

第十四计	借尸还魂	(144)
	“状元红”二进上海	(147)
	旧吉普起死回生	(149)
	“派克”重塑新形象	(150)
	“奔达”借壳巧上市	(152)
	废地变成摇钱树	(153)
	仿膳饭店添神秘	(154)
第十五计	调虎离山	(156)
	日本企业的战略	(159)
	“民族”灯泡胜“奇异”	(161)
	弥太郎智降劲敌	(162)
	贾秀才助友赎屋	(163)
第十六计	欲擒故纵	(165)
	“万事发”不借血本	(168)
	“美味香”吊人胃口	(169)
	堤康次郎的遗言	(170)
	包退包换树形象	(172)
第十七计	抛砖引玉	(174)
	“傻瓜相机”的诞生	(178)
	威力无比经营术	(179)
	“自动降价”推销法	(180)
	巧用赞助赚大钱	(180)
	有奖销售诱惑人	(182)
	精打细算行销战	(183)
	生日就是公休日	(184)

第十八计	擒贼擒王	(185)
	伊根重塑“美洲虎”	(188)
	欧纳西斯试牛刀	(190)
	索尼公司擒“王头”	(191)
	一个点子两万五	(194)

第四套 混战计

第十九计	釜底抽薪	(197)
	卡耐基巧吞他厂	(200)
	希船王沙漠之行	(201)
	吸引顾客亮新招	(203)
	“麦当劳”扭亏为盈	(204)

第二十计	混水摸鱼	(206)
	陈嘉庚乘乱取利	(209)
	霍英东草莽变龙	(210)
	日本人绝处求生	(211)
	美厂商暗中提价	(212)
	故布疑阵巧获利	(213)
	蒙混终究难过关	(214)
	“奥运”转播争霸战	(215)

第二十一计	金蝉脱壳	(216)
	“家丑外扬”推销术	(219)
	“虎林”施计胜“美鹰”	(220)
	“波音”飞出死亡区	(221)

日本企业巧自救	(222)
第二十二计 关门捉贼	(225)
钟表大战的启示	(228)
“杏花村”重振雄风	(229)
汽车故障巧处理	(230)
蓝领工人抱“米勒”	(231)
第二十三计 远交近攻	(233)
联合战胜“第三者”	(236)
取人之长补己短	(237)
阿姆卡慎选伙伴	(238)
藤泽妙计销“本田”	(239)
国企老树绽新花	(241)
第二十四计 假道伐虢	(243)
松下电器的诚信	(246)
松下“倚玉”又“雕玉”	(248)
德阳咸菜销四海	(248)
利用抱怨造契机	(249)

第五套 并战计

第二十五计 偷梁换柱	(253)
偷“才”方能巧得财	(256)
中内功礼聘贤才	(256)
紫色棉被大流行	(257)
取人之长为己用	(258)

	制胜之本是人才	(259)
第二十六计	指桑骂槐	(262)
	狠刹歪风效益增	(266)
	奖得震动罚痛心	(266)
	借助鸽子扬大名	(267)
	“福特”重赏创奇迹	(268)
	孤注一掷为巨利	(269)
	冢本智解劳资案	(271)
第二十七计	假痴不癫	(272)
	假装糊涂成大业	(275)
	利特尔一鸣惊人	(277)
	把“炮口”瞄准自己	(279)
	疯癫的印度画家	(279)
第二十八计	上屋抽梯	(281)
	拿掉楼梯又放火	(284)
	巧设圈套推销酒	(285)
	炒卖公债发大财	(285)
	全球首富发迹路	(286)
	玻璃厂以巧取胜	(288)
第二十九计	树上开花	(290)
	“万国制针”创奇迹	(293)
	“克丽”铅笔霸香港	(295)
	斯图巧开“商店街”	(296)
	特殊使命舞蹈队	(297)

汇丰银行寻靠山	(299)
第三十计 反客为主	(300)
“葛兰素”勇入虎穴	(303)
日本汽车胜美国	(304)
“普拉斯”回春有术	(306)
莫被他人牵鼻走	(308)
“波音”巧转危为安	(309)

第六套 败战计

第三十一计 美人计	(313)
商品外在形体美	(316)
激动人心广告战	(317)
公关小姐促销酒	(319)
善赚女人口袋钱	(320)
第三十二计 空城计	(322)
山本临事有静气	(325)
松下公司渡难关	(325)
“假”“空”教你赚大钱	(327)
聪明反被聪明误	(328)
“湛江家电”耀香港	(329)
“无利”商店亦有利	(329)
“反弹琵琶”经营术	(330)
第三十三计 反间计	(332)
日本机床诞生记	(335)

	日立公司落陷阱·····	(335)
	“硅谷”反间获奇功·····	(337)
	企业处处需设防·····	(338)
	意想不到的效果·····	(339)
	搜集情报巧竞争·····	(340)
第三十四计	苦肉计·····	(341)
	数百万元换承诺·····	(344)
	三洋公司顾大局·····	(344)
	“破坏产品”博信任·····	(345)
	有成效的领导术·····	(346)
	本村自残盗情报·····	(347)
第三十五计	连环计·····	(350)
	逼上梁上调策略·····	(353)
	以“古”连环百年兴·····	(354)
	一花独放不是春·····	(355)
	关系企业共求存·····	(357)
第三十六计	走为上·····	(359)
	企业退却亦为术·····	(362)
	以退为进攻市场·····	(363)
	“松下”撤退的哲学·····	(364)
	新力公司的教训·····	(365)
	日立公司的启示·····	(366)
	主要参考书目·····	(369)