

百战谋略大全

最有效的致胜计谋集成

养计千日用在一时

——在日常生活中练就应变制敌术

大体则有定式则无——用计五原则

眼观六路耳听八方——用计须得信息灵

不战而屈人之兵——用计的最高境界

运筹帷幄因势利导——用计须有战略意识



百战谋略大全

蓝 潮 主 编
新 华 编 著
丽 子

珠海出版社

图书在版编目(CIP)数据

处世交往手册/蓝潮主编. —珠海:珠海出版社, 2001. 6

ISBN7-80607-788-X

I. 处… II. 蓝… III. 人间交往-手册 IV. C912.1

- 62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 028236 号

处世交往手册——

百战谋略大全

◎主编 蓝潮

策 划: 罗立群

责任编辑: 力 群 帅 云

装帧设计: 何 军

出版发行: 珠海出版社

社 址: 香洲区银桦新村 47 幢 A 座二层

联系电话: 0756-2515348

邮政编码: 519001

印 刷: 广州市番禺新华印刷有限公司

开 本: 850 × 1168 1/32

印 张: 202.5 字数: 4050 千字

版 次: 2001 年 11 月第一版

2001 年 11 月第一次印刷

印 数: 1-5000 册

ISBN7-80607-788-X/G·33

定 价: 330.00 元(全十五册)

版权所有·翻印必究

如有印装质量问题, 可与承印厂联系

目 录

第一章 竞争无情 智者为王	1
1. 自古流传有“孙子”	1
2. 由来相争智者胜	6
3. 风云际会智业兴	12
第二章 金山银山自己是靠山	22
1. “忍”为用计第一诀	22
2. 独辟蹊径高一筹	30
3. 胸有全局气自闲	41
4. 且向优伶学几招	52
5. 未雨绸缪招招先	61
6. 以柔克刚隐锋芒	69
7. 善抓机遇出狠招	74
第三章 大体则有，定式则无——用计五原则 ...	80
1. 先发制人夺先机	80
2. 出奇制胜得胜算	90
3. 随机应变妙如神	99
4. 速战速决威势足	109
5. 以退为进形势转	116

第四章 眼观六路，耳听八方——信息灵是用计第一要义..... 123

1. 知彼知己最要紧 123
2. 处处留心有商机 138
3. 天下妙计一大“偷” 151
4. 瞒天过海示以形 161
5. 且学几招观人术 174
6. 见端知末察幽微 188

第五章 长袖善舞，八面来风——用计与公关 197

1. 最善公关数刘备 197
2. 曹操人和胜刘备 205
3. 记者笔下掘富矿 215
4. 公关“造势”计无穷 223

第六章 将才不及帝王术——用人是用计的根本 242

1. 得人才者得天下 242
2. 恩威并用伏群雄 252
3. 知人善任有真功 263
4. 识人还须先识己 282
5. 杂于利害聚人心 291

第七章 运筹帷幄，因势利导——用计须有战略意识 297

1. 高卧隆中观风云 297
2. 天时地利与人和 305

目 录

3. 立势制事行而远	318
第八章 不战而屈人之兵——用计的最高境界 ...	325
1. 外交手段制敌国	325
2. 隔岸观火待战机	337
3. 攻心乃是上上策	341
4. 和亲结好不为辱	352
5. 杯酒释权稳政局	358
6. 袖手借刀杀敌手	363
第九章 将计就计，不出我计——在斗计中笑到最后	369
1. 用计须防中人计	369
2. 防不胜防连环计	377
第十章 养“计”千日，用在一时——在日常生活中 练就应变制敌术	387
1. 善于应变难不倒	387
2. 且看领袖说服术	391
3. 工善必先利其器	396
4. 诙谐解困智谋高	407
5. 论辩之道宜精研	411
主要参考书目	425

第一章 竞争无情 智者为王

智多星言：

德国皇帝威廉二世在第一次世界大战结束后，亡命到伦敦而初次接触《孙子》时，悔恨地说，“如果二十年前得到这本书的话，就不会尝到那样的惨败吧！”计谋之重要由此可见一斑。

1. 自古流传有“孙子”

中国古代社会就已认识到了智谋之士的极其重要性，早在战国时期就有“孙吴之策得一而天下无敌”的俗语。这里的“孙”，即为被后世有为之士景仰的《孙子兵法》的作者，本书作为一本谈设计施谋的实用著作，不能不提到《孙子》这部不朽名著。本人热爱军事，自幼熟读《孙子》，长而经商、为文、做干部，深感运用《孙子》策略于经营人生之无穷美妙，愿将所读、所亲历、所思之得毫无保留奉献给读者诸君，本书例证将博采古今，但其要旨不离《孙子》之精髓，为此开篇第一节，即谈《孙子》对古今中外各业名人的深刻影响。

《孙子》早在战国时代末期即已奠定了经典地位。前汉建国之后，就如司马迁所说：“要谈军事者，皆指孙子十三

篇”。如此，《孙子》最初的大量发行是军人以及和军事有关的人。

继孙武之后的孙臆，不但在他的“兵法”中引用了不少《孙子》十三篇中的原理和文字，而且在擒庞涓的桂陵之役中，因精研其祖《十三篇》中的“善战者，因势而利导之”的原理，酝酿成减灶之计而取得胜利。

《蔚缭子》这部兵书亦“暗用”、“明引”、“袭用”《孙子》十三篇中的文字和思想，为其“兵法”进行论证。战国末期专论兵学之作的《吕氏春秋》中的《孟秋纪》、《仲秋纪》及《季秋纪》三篇，其内容既有合于孙子兵法的、又有间取孙子兵法的。

韩信自言其兵法出于孙武，并引用孙子的“陷之死地而后生，置之亡地而后存”取得过奇胜；诸葛亮也认为：“战非孙武之谋，无以出其计通”。唐太宗李世民深钻过孙子十三篇，在他与李靖谈军略的《李卫公问对》中，尤其赏识孙子的“凡战者，以正合，以奇胜”这一战略思想，他还把孙子的“不战而屈人之兵”的思想推崇为“至精至微，聪明睿智，神武不杀”的最高军事准则。

读者们对《孙子》研读之余还加上了很多注解，现在存有最古的注解是三国时代的曹操，他说：“我读得最多的兵书和战策，就是孙子。”从唐代诗人杜牧起，我国开始了对《孙子》的系统注释。

到了宋代，《孙子》和《吴子》、《司马法》、《蔚缭子》、《李卫公问对》、《三略》、《六韬》等兵书，同时被称为“武经七书”登上了武人之经典的王座。其影响在近代，冲出国门，远达日本及西欧各国。

第一章 竞争无情 智者为王

相传拿破仑在繁忙的战阵中，也没有把传教士译成法语的《孙子》放弃，军事史家分析，他所常用的急速集中兵力与确保相对仗势的战术，是受了《孙子》虚实篇的影响。

德国皇帝威廉二世在第一次世界大战结束后，亡命到伦敦而初次接触《孙子》时，悔恨地说，“如果二十年前得到这本书的话，就不会尝到那样的惨败吧！”

第二次世界大战以后，西方军事家们熟读《孙子兵法》者更超过前代，英国名将蒙哥马利元帅曾主张各国的军事学院应将《孙子兵法》作为必修课。七十年代出版的美国前陆



自古流传

战非孙武之谋，无以出其计通。



孔明论计

军驻越南司令威斯特摩兰所著的《一个军人的报告》提出他主张从越南撤军，是《孙子兵法》中（夫兵久而国利未之有也）的理论原则为依据的。美国柯林斯将军在他所著的《大战略》中对《孙子兵法》更是评论极高，他说：“没有一个人对战略的研究，应考虑的问题和所受的限制比他有更深刻的认识，他的大部分观点，在我们的当前环境中仍然具有和当时同样重大的意义。”他还说“孙武是古代一个形成战略思想的伟大人物”。

英国一位空军元帅斯莱瑟亦曾高度赞扬孙武说：“孙武

引人入胜的地方，是他思想有着那么惊人的时新——把一些词句稍加变换，他的箴言，就像昨天刚写出来的一样。”

公元一九八二年，西方有部片名《蛇》的电影，一开始片头所推出的醒目字幕即为：“故明君贤将，所以动而胜人……”其原文出自《孙子兵法》。这些事例说明了，世界最古老的兵书《孙子》，到现在仍放出不灭的光芒而屹立在世界的文明史上。

孙子十三篇对人们设计施谋的指导意义不在于呆板的教条的具体计策，而在于它是“舍事言理”的战略哲学专著，它总结了春秋末期及其以前古代中国战争的经验，并上升到战略全局去考察战争这一社会特殊现象，它与春秋末期的老子、孔子所代表的道家、儒家是相提并列的私人著述，有开拓我国古代兵学之功。

无论就十三篇所涉及的范围——有战争规律的探讨，有战争与政治、经济、外交的密切联系的陈述，有谋略与策略的选择性，以至于上自天文（气象），下至地理形势的剖析——还是从哲理的深邃、逻辑思维的严密、语言概括复杂事物的能量，以至于用句修辞的含蓄性，都可称得上是先秦古籍中的佼佼者。

从现代人对《孙子》的开发利用上来看，把孙子兵法应用到社会交际，特别是企业经营与管理上面，这是一个主要趋势。生产企业的经营与管理离不开经营与管理的主体——人，而研究人、使用人、组织人的工作，在孙子十三篇中所说的将帅必须具备的“五德”（五项标准），也同样适应于企业管理干部。至于企业经营活动中的三大阶段，无论是经营决策阶段，生产管理阶段、还是产品销售阶段，孙子十三篇的

战略思想、原则和方法，都是可以借鉴的。这需要我们作进一步探讨和研究。

总之，任何一门科学，一部理论著述，其方法论越科学，它的理论思维越深刻，它所陈述的概念的外延越广泛，它的使用价值就越大，它的认识意义就越宏远，就愈能经得起时间的考验。本书各章内容都将围绕着《孙子》兵法的策略思想进行阐述，努力使读者读完本书之后，头脑里留下的不仅是丰富生动的用计事例，而且真正掌握用计的方法论精髓。

2. 由来相争智者胜

我国最早的谋略大家应首推被民间称作姜太公的吕尚。

《史记》记载：周西伯（即后来的周文王）“遇太公于渭之阳，与语大悦”，“载与俱归，立为师”。另一说是周西伯被商纣王拘于安里，太公与另二人“为西伯求美女奇物，献之于纣，以赎西伯”。西伯归，“与吕尚阴谋修德以倾商政，其事多兵权与奇计，故后世之言兵及周之阴权皆宗太公为本谋。”，“天下三分，其二归周者，太公之谋计居多。”文王崩，武王即位。太公又佐武王伐纣成功。“修周政，与天下更始”，奠定了周王朝的基业。

稍后的一个杰出的谋略大师是春秋后期越国大夫范蠡。当越王勾践听说吴王夫差“日夜勒兵”欲伐越报仇，因而要抢先伐吴的时候，范蠡极力劝阻。可是勾践不听，招致大败。而当勾践被吴王围困于会稽山上，请降不得许，“欲杀

第一章 竞争无情 智者为王

妻子，燔宝器，触战以死”的时候，范蠡又与大夫文种定计使勾践得救，随勾践赴吴为质3年。

归国后，他促勾践卧薪尝胆，“苦身力，与勾践深谋二十余年，竟灭吴，报会稽之耻，北渡兵于以临齐、晋，号令中国，以尊周室，勾践以霸，而范蠡称上将军。”就在这时，他作书辞别勾践，勾践坚决不让他走，说“孤与子分国而有之”。但他还是毅然偷偷携西施与他的徒属泛湖浮海到了齐国。从那里他带信给文种说：越王为人，“可与患难，不可与共乐，子何不去？”文种未听其言，结果不久受谗言之害，被越王赐剑自杀。

死马尚且用五百金去买，何况活马呢？



千金市骨

《战国策》记载了春秋战国时代许多令人拍案叫绝的奇谋妙计。“千金市骨”是其中之一。

燕昭王想招募贤能之士，大臣郭隗对他说：“古时有位国君，以千金求千里马，历3年都得不到。一位内侍进言：‘让我去为您找吧。’国君就把这事委托给他。他3个月就找到了千里马，但马已死，内侍花了五百金买下它的头骨，回来呈交国君。国君火冒三丈：‘我要的是生马，怎么找来死马，还花了五百金？’内侍回答说：‘死马尚且用五百金去买，何况生马呢？天下人都知道大王您想买马，马很快就会来了！’果然，不到一年，就有3匹千里马送了上门。”

这位不知名的内侍，其实是一位策划高手，他以五百金买回一堆马头骨，却令国王在一年之内得到了3匹千里马。郭隗也是一个策士，他引用这个典故，则是为燕昭王献计“厚币而招贤”的。燕王果然依其所言，在易水之旁，筑起一座高台，积黄金于台上，以奉西方贤士，号为“招贤台”。后人于是用“千金骏骨”、“燕骏”、“黄金骏”、“燕台骏”等来比喻求才若渴。

《增广贤文》里有“甘罗十二为上卿”之句。甘罗是秦相吕不韦门下之客，年方十二，小小年纪出使赵，赵王嘲笑他：“秦廷年长者，不足使乎？何以及先生。”甘答道：“秦王用人，各因其任。年长者任以大事，年幼者任小事，臣年最幼，故为使于赵耳。”赵王马上不敢小看他。甘罗运用“连横”之计，使秦与赵合兵伐燕。赵得19城，秦得11城。于是，秦王拜甘罗为上卿。

值得重视的是《战国策》中崇尚智能、推崇策划的强烈意识。书中记载的许多奇策异智，形象而生动地反映了策士



审时度势

英雄在战国乱世中举足轻重的作用。

战国时期政治、军事和外交斗争错综复杂，诸侯之间你争我夺，时而罢兵结合，时而背盟相攻。谋臣策士则穿梭奔走，“巧言饰辩，诈伪权变”，左右时势的发展，决定事情的成败，“转危为安，运亡为存”，“所在国重，所去国轻”，甚至“一怒而诸侯惧，安居而天下熄。”《战国策》中，写了许多策士形象，通过智力与权力的较量，说明智能在决策过程

中的决定意义。

据谭启泰著、广州出版社出版的《谋事在人》载，战国时期策士这一阶层有两大来源，一部分是从前代王朝游离出来的没落贵族，一部分则是由下层浮上的庶民。社会的变动和权力的角逐把他们推上政治舞台。但他们没有祖荫的庇护，也没有权贵的依靠，只能凭借自己技高一筹的策划能力，获取君主们的青睐。

《战国策》、《史记》等历史著作里策士们是如此大智大勇，如此出神入化，以致一国之尊的国君在他们的对比下黯然失色。而统治者依靠策士计谋在权力角逐中获胜的事例，在书中则屡见不鲜。

苏秦、张仪，这两位“合纵”、“连横”的发明者，可以说那个年代的策划大师。他们在七国之间穿梭来往，向各国君主进行眼花缭乱的巡回演说，使那些庸碌无能的君主们晕头转向，无所适从，甚至唯唯诺诺，跪而求教。

特别是苏秦，简直成了智能的化身、计谋的代号。“合纵六国”，就是他的一大策划，结果是六国联合结盟抗秦，苏秦还当上了“合纵长”——即“联合国秘书长”，“总佩六国相印”，“总辖六国之民”。他“伏拭搏衡，横历天下，廷说诸侯之王，杜左右之口，天下莫之能抗”，于是“天下之大，百民之众，王侯之威，谋臣之权，皆欲决于苏秦之策”。可见，策士的谋智在当时是关系一国之生死存亡的。

《战国策》在中国历史上第一次强调了知识分子在政治斗争与社会发展中的重大作用，歌颂了那些从穷乡僻壤冲杀出来的纵横捭阖之士，公然提出“士可贵，王者不贵”。从中我们可以看出策划家在当时的社会地位。

第一章 竞争无情 智者为王

更值得注意的是，早在战国时代，纵横家就已经把智力当商品一样出售，所谓“待价而沽”之说当时就有了。为了昂其“值”，他们大力吹嘘“口舌之功”。过去的儒家重“义”而非“利”，甚至在说教时斥“利”而颂“义”。纵横家则勇敢地撕开了这一层虚伪的面纱，旗帜鲜明地提出：“争名者于朝，争利者于市。”他们以“名利双收”为追求的目标，载“千金”为游说的资本，以“实利”为诱人的钓饵，求“扬名”为杀身的报偿。“国可重，利可得，名可尊”，几乎成了策士们的口头禅。

纵横捭阖之计，长短倾侧之术，是纵横家的武器，他们在策划中十分重视审时度势。苏秦曾提出“时势者，百事之长也。故无权藉、背时势，而能事成者寡矣。”这种尊“时”的思想在《战国策》中比比皆是，所谓“百世之一时也”、“百代之一时也”、“务兴于时”、“时不可失”之类的策论，随处可见。

战国时代对智能、策划的崇尚以及策士尊贵的社会地位，在中国历史上构成一种奇观，它标志着人的初步觉醒。随着社会的发展与生产力的提高，国与国、人与人之间的关系不再是赤裸裸的武力较量和蛮力相搏，更大程度上取决于智力的较量。因此，人的价值、智能的价值、策划的价值就不能不受到重视。