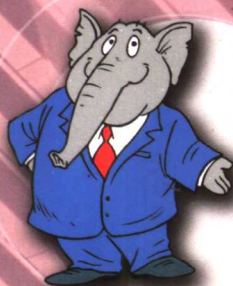


商海纵横文丛



商家智谋营销

寻国兵 编著

36 计

中国物资出版社

商海纵横文丛

商家智谋营销 36 计

寻国兵 编著

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商家智谋营销 36 计/寻国兵编著. —北京: 中国物资出版社, 2003. 1

(商海纵横文丛; 3)

ISBN 7-5047-1934-X

I. 商... II. 寻... III. 企业-市场竞争-谋略
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 098432 号

责任编辑 钱 瑛

封面设计 彩奇风

责任印制 方鹏远

责任校对 黄 华

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.com.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68392746 邮编: 100834

全国新华书店经销

天津市宏瑞印刷有限公司印刷

开本: 850×1168mm 1/32 印张: 14.75 字数: 370 千字

2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷

书号: ISBN 7-5047-1934-X/F·0702

定价: 22.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)

目 录

第一篇 纵横市场

第 1 计：明察市场，洞悉商机

[3]

● 计谋精解

茫茫商海，孕育着无限商机，而商机来自市场。对于每个竞争者来说，机会都是均等的，关键看你是否能做到处处留心，明察秋毫；是否能及时、精确地洞悉商机。每一个搏击商海的人都应以敏锐的眼光，深邃的洞察力，捕捉瞬息而逝的商机，从而抓住机会，开创事业。

对于商海中的弄潮儿来说，商机就是财富。

● 理论透析

△ 瞄准市场，捕捉商机

△ 不放过市场中的任何一个小机遇

● 案例与评析

案例 1：深入调查，洞悉市场

案例 2：明察商机，赢得市场

● 商海佚语

第 2 计：巧乘东风，借机入市

[17]

● 计谋精解

人既没有虎狼之速，也没有熊豹之力，之所以能在这自然界生存，且又逐步取得了主导地位，就在于人能借他力而生存、发展和壮大。

在现代经济活动中，在激烈的商场竞争中，可以有很多被借用的天时、地利与各种机会，只要精心策划，就可借以发展自己，壮大自己。“借得东风好行船，好船能使八面风”。细心观察周围可借之势，一定能够助你成功。

● 理论透析

- △ 借树开花，借鸡生蛋
- △ 借“冕”创机，商技通神
- △ 借力造势，乘机入市

● 案例与评析

- 案例 1：借舞生花，销售有术
- 案例 2：借题发挥，“红豆”情深
- 案例 3：“借刀杀人”，怪招致胜

● 商海侠语

第3计：特立独行，个性定位

[28]

● 计谋精解

亦步亦趋，永远跟在别人的后面做生意最忌讳的。要想财源滚滚，首先必须标新立异，吸引住顾客，靠什么吸引顾客呢？靠经营上以独特的个性和少见的手法吸引顾客，靠在经营商品的新奇与稀有吸引顾客。

物以稀为贵、商品新潮、经营独特，加上良好的服务，就会在诸多商家中脱颖而出，顾客反响大，利润自然丰厚。

● 理论透析

- △ 个性定位，别具一格
- △ 别出新裁，突出特色
- △ 特色经营，走新奇之路

● 案例与评析

案例1：别出心裁的搬家中心

案例2：独树一帜的美国巨富

● 商海佚语

第4计：特色专营，独领风骚

[41]

● 计谋精解

商海弄潮没有自己的经营特色，根本谈不上发财致富。要想财源滚滚，首先必须时时站在时代的潮流之上，一切以顾客为中

心，在“特色”上做文章。

所谓特色，就是即满足顾客的特殊需求，又使自己的经营大胆创新，不流于俗套。“一招鲜，吃遍天”，古往今来皆如是。

● 理论透析

- △ 靠“特色”吸引人
- △ 反弹琵琶，妙曲横生

● 案例与评析

案例 1：独领风骚，独具特色

案例 2：专业服务，特色显著

案例 3：特别的爱给特别的你

● 商海侠语

第 5 计：各得其所，互利双赢

[54]

● 计谋精解

商海竞争从来都是残酷无情的。但今天，经营者发现了另一个财路：合作双赢。当代的市场生存法则要求经营者必须超脱恶性竞争的怪圈，避免两败俱伤的最佳选择就是走上联合、合作之路，优势互补，资源共享，从而实现“各得其所、互利双赢”。

● 理论透析

- △ 以联合求得双赢
- △ 合作性竞争，互利共存
- △ 双赢是商务谈判的成功标志

● 案例与评析

案例 1: 互滋互补, 互利共存

案例 2: 同舟共济, 互利求存

案例 3: 走横向联合的双赢之路

● 商海侠语

第 6 计: 应市而动, 驾驭市场

[64]

● 计谋精解

“应市而动”就是要随着市场的发展变化, 适时、适地、适情巧妙而果断地引导经营向着正确的方向发展。商海荡舟离不开市场, 而市场的变化决定着商家的生与死、输与赢。经营者要想生存和求得大发展, 必须准确把握和适应瞬息万变的市场。纵然变化万端、有风云变幻, 只要切准市场脉搏, 随机灵活, 抓住契机, 就能巧胜善赢。

● 理论透析

△ 适应市场变化者胜

△ 审“市”度势, 随机应变

△ 与“市”俱进, 应“市”而变

● 案例与评析

案例 1: 随机应变: 梁理文的生意经

案例 2: 以变应变: 王永庆功成名就

案例 3: 吉列公司的应变反击战术

● 商海侠语

第二篇 驾驭竞争

第 7 计：隔岸观火，“市”事洞明

[81]

● 计谋精解

市场纷繁，商机匆匆。当一种为众人共识的商机出现时，在带来巨大财富的同时也许会紧跟着巨大的陷阱。追求前者而避开后者的关键在于能否看准市场变化的趋势。“隔岸观火”仔细，方可“市”事洞明，财路大开。

在云谲风诡的市场竞争中，只有冷静旁观，耐心等待，而不忙于一时的盲目跟进，才能正确决断，抓住商机，驾驭市场，驾驭竞争，实现自我经营的目标。

● 理论透析

△ 隔岸观火，坐收渔利

△ 坐山观虎斗，稳操胜券

● 案例与评析

案例 1：坐山观虎斗，洛伦佐笑在最后

案例 2：隔岸观火，后发制人

案例 3：韬光养晦，待机而动

● 商海侠语

第8计：出其不意，攻其不备

[93]

● 计谋精解

“出其不意，攻其不备”，是《孙子兵法》“诡道”的精髓，是战术选择的总则。最高明的行动，是别人没有意料到的行动；最高明的策略，是别人一时还了解不到的策略。

商场如战场，若要竞争取胜，就要不断创新，出奇制“敌”。在风云变幻，瞬息万端的商战中，把握市场竞争的动态变化，认真分析、筛选市场资讯，择善而从；集诸家之萃，扬独家之长，创造出形态新颖、质地优良、实惠多用的产品，攻占市场空隙，以智取胜。从而在商战中总能够棋高一招，避实击虚，踏准市场弱点，保持一种“出奇不意，攻其不备”的战略态势和效果。

● 理论透析

- △ 妙用奇兵，商战无敌
- △ 出奇制胜，棋高一招
- △ 攻其不备，出其不意

● 案例与评析

案例1：出人意料，胜人一筹

案例2：“奇”高一招，一人小店赚大钱

案例3：奇招制胜，摔打销售显奇效

● 商海侠语

第 9 计：因势利导，顺风发财

[106]

● 计谋精解

市场变化不可抗拒，却可驾驭。驾驭局势，首先要学会识势，其次是巧用各种驭势的策略，如乘时乘势，因势利导，借势发挥，审时度势等等。总而言之，善于驭势的经营者，应当“眼中形势胸中策，缓步徐行静不哗。”如此，必成市场的佼佼者。

● 理论透析

- △ 借势发挥，见机生财
- △ 因利制权，纵横捭阖
- △ 因势而行，盈利无定

● 案例与评析

案例 1：巧于乘势，郑裕彤“乘风”崛起

案例 2：识势应变，不拘一格

● 商海佚语

第 10 计：投其所好，引人入彀

[119]

● 计谋精解

一种商品，一项服务，只要是人们所需要的，就会得到社会的认可，若是急需的，也一定会为顾客所采购。因此，投资、生产、经营必须时时瞄准人们的需要，关键就在于是否能“投其所好”。

“投其所好”原是军事上 36 计的一计。在商战中借用这一战略，则是投“上帝”所好，在产品生产、设计、销售方式、服务方式等方面满足他们的需求，一言以蔽之，即满足消费者物质和精神方面的需要。

● 理论透析

△ 抛砖引玉，先予后取

△ 投其所好，以取其财

● 案例与评析

案例 1：投其所好赚钱法

案例 2：苍蝇专叮有缝的鸡蛋

案例 3：跟着顾客需求走的“牛仔裤”

● 商海佚语

第 11 计：先跟后超，后发制人

[131]

● 计谋精解

现代商战中，先发制人，抓住机遇等固然重要，但善于等待，在等待中寻找时机，后发制人同样是经营中不可或缺的谋略。很多时候，耐心等待可以渡过商场中的危机，耐心等待可以在市场的最佳时期启动、加速，耐心等待可以捕捉到最佳的商机。

“先跟后超，后发制人”，是一种以劣胜优、以弱胜强，以小胜大、以慢制快的企业竞争的高级谋略。如果运用得当，常可后发而先至，一举致胜。

● 理论透析

- △ 后发制人，从容取胜
- △ 等待时机，后发先至

● 案例与评析

- 案例 1：以逸待劳，伺机而动
- 案例 2：迟人半步，等人开路

● 商海佚语

第 12 计：拾遗补缺，见缝插针

[140]

● 计谋精解

拾遗补缺，见缝插针，就是抓住时机，尽量利用一切可以利用的机会采取行动，达到预期的目的。市场空间无限，总有一些社会上需要，但却很少有人去从事研究开发的行业和项目，成为被人遗忘的角落。此时如果有人拾遗补缺，开发空白，未必不能成为一项有利可图的大生意。无论是什么行业，如果你下一番功夫尽心尽力去做，在别人不注意、尚未开发的荒地上开垦，往往可以大获成功。

● 理论透析

- △ 见缝插针，寻找市场空隙
- △ 寻求空档，适时填补市场短缺
- △ 查遗补缺，商海拾贝

● 案例与评析

案例 1: 查漏补缺, 做填补市场空档的专家

案例 2: 把手伸进夹缝里掏钱

案例 3: 巧钻空档, 王俊杰扬帆商海

● 商海侠语

第 13 计: 降低成本, 以廉取胜

[152]

● 计谋精解

产品的开发, 须既要讲物美, 又要讲价廉, 做到物美与价廉的最佳结合与统一, 这才能使产品受到广大消费者的欢迎, 具有较强的竞争力, 取得最佳经济效益。所谓物美, 是指产品质量好、功能全、美观大方、款式新颖等。所谓价廉, 是指产品成本低、价格低。

物美与价廉是辩证的统一。质量相同廉者胜。今天, “最低成本策略” 已是许多企业生存发展的要诀。

● 理论透析

△ 精打细算, 降低成本

△ 打折优惠, 以廉取胜

● 案例与评析

案例 1: 降本求利, 重视“智慧成本”

案例 2: 廉价促销是正道

案例 3: 巧用“廉”字诀, 爱华公司死里求生

● 商海侠语

第 14 计：因时而变，机智善变

[164]

● 计谋精解

因时而变，变则发展。这是治国之道，也是经商之谋。因时而变就是要随着事态的发展变化，巧妙的以适时、适地、适情引导事物向正确的方向或更好的方向发展。这在多变的市场竞争中具有非常重要的意义。因时而变，机智善变，透过变化多端的现象看到事物内在的本质，这是经营者在竞争中再登高峰、创机谋富的必备计谋。

● 理论透析

△ 临机处置，善变者胜

△ 随机应变，笑傲商海

△ 金蝉脱壳 脱身求变

● 案例与评析

案例 1：因变应变，“烂摊子”赚大钱

案例 2：因时而变化，变法而图存

● 商海侠语

第三篇 打造品牌篇

第 15 计：雅而不贵，奇而不偏

[179]

● 计谋精解

打造品牌，既要符合大众心理，又不能平庸媚俗；既要创新求变，又不能随意性太强。所谓“雅而不贵”即是高雅而不孤芳自赏，所谓“奇而不偏”即是新奇而不晦涩偏邪。这是开发品牌、创造名牌的基本创意点。

品牌直接反映了产品的身份、质量和知名度，代表着企业的整体素质和综合实力。一个名牌的产业，需要经过企业长期的奋斗努力，需要经过消费者的检验和市场的锤炼。雅而不贵，奇而不偏是今天许多企业品牌设计、命名开发的成功经验与实施要诀。

● 理论透析

△ 品牌命名之道：雅而不贵

△ 品牌标志设计：奇而不偏

● 案例与评析

案例 1：“如意领”的风采

案例 2：“立顿”在茶叶故乡安家

● 商海侠语

第 16 计：以点带面，星火燎原

[188]

● 计谋精解

打造品牌从根本上讲考较的是企业经营的内功。没有拳头产品，没有支柱产品，就无法让消费者接受和了解自己，就无法在对手林立的市场上扬名立足。

“以点带面”就是全力开发具有市场前景的拳头产品，以此拉动需求，带动企业整体发展，逐渐在消费者的接受认可中获得知名度和美誉度，进而展开“燎原”般的营销攻势，实现企业的品牌战略和经济利益。这是创业初期行之有效的品牌经营策略之一。

● 理论透析

△ “拳头”产品撑起一片天

△ 点、线、面展开，星火燎原

● 案例与评析

案例 1：以点带面，步步为营

案例 2：逐步渗透，星火燎原

案例 3：擒贼擒王 牵带头牛

● 商海佚语