

李文彬 著

实用谋略策划

天津社会科学院出版社



● 国人精于术斗智胜于斗勇 ●
 ● 谋略让你的思维豁然开朗 ●



责任编辑 / 尹靖
 封面设计 / 张妮



ISBN 7-80563-747-4



ISBN 7-80563-747-4
 C·060 定价12.00元

9 787805 637471 >

实用谋略策划

李文彬著

天津社会科学院出版社

图书在版编目(CIP)数据

实用谋略策划/李文彬著. —天津:天津社会科学院出版社, 1999. 5

ISBN 7-80563-747-4

I. 实… I. 李… III. 谋略-普及读物 IV. C934

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 15920 号

出版发行: 天津社会科学院出版社

出 版 人: 朱长海

地 址: 天津市南开区迎水道 7 号

邮 编: 300191

电 话: (022) 23668122

经 销: 新华书店北京发行所

印 刷: 山东省高青县印刷厂

开 本: 850×1168 毫米 1/32

印 张: 8.0625

字 数: 200 千字

版 次: 1999 年 5 月第 1 版 1999 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 1—2000 册

定 价: 12.00 元

版权所有 翻印必究

自序

谋略,数千年来,伴随着人类的社会实践及人类思维的发展而得以创造和发展。谋略,具体化为千千万万个奇谋妙计,在政治、经济、军事、外交等各个领域都起着极为重要的作用。高明的谋略所起到的作用和带来的影响,常常无法以物质的价值和能量加以衡量。大到国家政略、战略的制定,小到人际间的交往,都离不开谋略的应用。谋略,已成为人类社会实践的不可或缺的一部分。

有了谋略,也就有了谋略的策划。正由于谋略的重要作用,才有了人们对于谋略策划的迫切追求。谋略,是人们在一定的条件下针对具体的问题而采取的相应的手段,谋略闪烁着人类的智慧之光。而谋略的策划,则是寻找、拟定针对具体问题而采取的相应手段的过程。谋略的策划融汇了人类的聪明才智。

然而,只要我们客观地分析前人对于谋略的研究成果,则会发现,大多的研究总是将谋略与谋略的策划融为一体,视作一个事物进行研究,模糊了二者的关系。至少没有将研究的重点放在策划上。最典型的表现,是这种研究只搜集、归纳具体的谋略事例,是对具体谋略技法的罗列。这些研究的成果,供后人欣赏的作用大一些,它对于人们谋略策划的指导作用,只在于给人们以智慧的启迪,并从中得到某些感悟。这种研究方法,缺少概括和抽象及宏观上的思考,读者从中难以把握谋略策划的根本规律。当然,也确有一些着力于谋略策划的研究,诸如“调虎离山法”、“一箭双雕法”等,只

是这种研究仍脱不掉具体谋略事例罗列的痕迹，站的高度还不够，抽象的层次还不够，覆盖面还小，与人们的实际应用总还有一定的距离。

研究谋略的目的在于应用谋略，谋略研究的全部意义在于谋略的策划，政治的需要、经济的竞争、军事及外交领域的需要、复杂的人际交往，都对谋略策划提出实用性、可操作性，以及满足现实生活的实际需要等迫切要求。人们企望面对繁杂的现实，在激烈的竞争中，能够非常方便地运用这些操作性强的谋略策划手段，针对不同条件，策划自己的谋略，以促进各种问题的解决，顺利达到自己的理想目的。

基于这种认识，本书在对历代上百种“正史”、编年史、野史笔记及散见于社会各行各业、各个阶层的众多的奇谋妙计进行综合研究之后，一改世人习惯着眼于某些具体谋略手段的研究方法，本着具有实用性强、操作性强的要求，着力总结经验、发现谋略策划的共有规律，对实用谋略策划提出了自己的观点。按着谋略策划的着眼点、切入点、基本技巧、常用手段、努力方向、基本程序、基本要求、基本原则、一般思维方式、人的素养要求以及误区和禁忌等进行了分析和论述。

但愿这本书能给各行各业的人们以启发，为现实生活中具体问题的解决及种种对策的提出，提供一点帮助。由于作者水平有限，恳望读者批评指正。

作者

1998年12月19日

目录

自序

第一章 谋略策划的着眼点/1

- 一、着眼对方的心理/1
- 二、着眼对方的弱点/7
- 三、着眼对方的信仰/12
- 四、着眼对方的欲求/16
- 五、着眼对方的(群体)关键人物/19

第二章 谋略策划的切入点/23

- 一、从干扰对方的判断入手/24
- 二、从改变对方的情绪入手/27
- 三、从破坏对方赖以生存的基础入手/30
- 四、从松懈对方的斗志入手/32
- 五、从寻找解决问题的途径入手/35
- 六、从对方的意料之外入手/37
- 七、从精确的计算入手/39
- 八、从左右对方的决心入手/42

第三章 谋略策划的基本技巧/46

- 一、做些“手脚”/46
- 二、打好“伏笔”/50
- 三、设计“事件”/53
- 四、设计“圈套”/56
- 五、提供“参照物”/60
- 六、抓住“契机”/63
- 七、寻找“藉口”/65
- 八、巧用“暗示”/68
- 九、选择“环境”/70
- 十、推演“过程”/72
- 十一、借助“他人”/75

第四章 谋略策划的常用手段/79

- 一、利用语言的特殊功能策划/79
- 二、利用时间的特殊作用策划/84
- 三、利用自然界的客观规律策划/88
- 四、利用事情的逆反作用策划/93
- 五、利用“震慑”的特殊作用策划/96
- 六、利用人的“多猜疑”的劣根性策划/101
- 七、利用“欺骗”的有效方法策划/104

第五章 谋略策划的努力方向/108

- 一、指向宏图大略/109
- 二、瞄准中观韬略/114
- 三、善用权宜之计/118
- 四、不忘雕虫小技/123

第六章 谋略策划的基本程序/128

- 一、广泛的信息搜集/129
- 二、客观的分析判断/134
- 三、精到的预测/141
- 四、慎重的选择/149

第七章 谋略策划的特点/153

- 一、奇,奇得让人意料不到/153
- 二、巧,巧得让人惊叹不已/155
- 三、异,异于常规,又合乎事物的发展规律/158
- 四、新,每一个谋略都有新鲜的感觉/160

第八章 谋略策划的基本要求/162

- 一、认识谋略策划的“广泛性”/162
- 二、牢记谋略策划的“隐秘性”/165
- 三、适应谋略策划的“应变性”/168

四、注重谋略策划的“稳妥性”/170

第九章 谋略策划的基本原则/172

一、客观实在性原则/172

二、唯物辩证原则/181

三、整体利益原则/188

四、灵活机动原则/194

第十章 谋略策划的一般思维方式/198

一、从前人成功的经验中寻找启发的经验思维/199

二、从整体上直接把握形势状态和本质,从而做出判断的直觉思维/200

三、透过事件表层的深层次思维/202

四、突然改变惯常思维定势的反常思维/204

五、根据场景去设想、拟定、策划的形象思维/205

六、从这个角度跳向另一个角度的换角度思维/208

七、用联系、变化和发展的观点看世界的辩证思维/211

八、依照公认的原则、原理和规则去思想的公理思维/213

九、触类旁通的扩散式思维/214

十、用对手的手段来对付对手的搬来式思维/216

第十一章 谋略策划对人的素养的要求/219

一、头脑要清醒/219

二、遇事要冷静/223

三、思维要敏捷/226

四、处事要果断/229

五、知识要渊博/232

六、为人要刚正/234

第十二章 谋略策划的误区和禁忌/239

一、只欲得其利,而不顾其害/240

二、只看到眼前,看不到长远/242

三、只要“小聪明”,忘了“大智慧”/243

四、给 A 出主意攻击 B,又给 B 出主意攻击 A/245

五、受别人的指使去干那些伤天害理的事,
还自以为得计/246

后记/249

第一章 谋略策划的着眼点

研究谋略策划,需要站在实用性强、可操作性强这个要求的高度。一个具体的谋略策划的任务摆在面前,首先遇到的问题,是谋略策划的着眼点在哪儿?

着眼点,说的通俗一点,即目光聚焦的地方。谋略策划的着眼点,就是谋略策划一开始,看待谋略策划所涉及到的人物、事件的焦点。如同看一个事物,笼统地看,只能看到这个事物的轮廓、概貌,只有找到了对方的要害,才能将眼光聚焦,着眼点即那个焦点。

寻找并确定谋略策划的着眼点,在整个谋略策划过程中,具有非常重要的地位。在相当一部分的谋略策划的实践中,寻找着眼点,是谋略策划的第一步。第一步迈对了,下边的路就顺了。第一步迈错了,就会走弯路,甚至会走进死胡同。我们研究谋略策划的着眼点,有寻找谋略策划所涉及对象的易解决、易下手的地方的成分,还有寻找谋略策划所涉及对象的易攻点的意思,如同打仗寻找攻击的突破口一样。

谋略策划的着眼点准确与否,对于整个谋略策划的成功与否,具有重要的意义。问题看准了,下手处才能找得准,没有将眼光盯在事物的这点上,而从另一点上下手的;也没有将眼光盯错了地方,而下手成功的。着眼点找准了,谋略策划就成功了一半。

一、着眼对方的心理

谋略策划指向的对象是复杂的,因每一个具体谋略策划的目

的不同而不同。但主要是指向人的。即便是事物，也是由人支配的。而大凡针对人的谋略的策划，它的最终目的，无外乎是左右对方的行为，控制对方或者摆脱对方的控制。那么，如何开展指向人的谋略的策划呢？我们说首先要善于着眼对方的心理。

之所以要着眼对方的心理开展谋略策划活动，是因为人的行为是由意识支配的，意识是一种心理活动。只要是人，就有心理活动，就有行为的表现。人的心理活动是行为的基础，而人的心理活动又总是有规律可循的。着眼对方的心理开展谋略策划，就要善于把握人的心理现象，以及个体或群体的心理活动发生、发展和变化的规律。当自己的愿望萌动之后，当问题出现，需要解决的时候，当自己追求的目标已经生成，产生了谋略策划的需求的时候，我们要善于着眼对方的心理，去策划自己的谋略。只要这样做了，总会赢得斗争的主动权，驾驭事物的发展。着眼对方的心理开展谋略策划活动，可主要从四个方面做起。

1. 要善于揣测对方在特定环境下的心理状态，并策划相应的谋略

一个人或一个团体，在特定的环境下，由于受主客观因素的影响，总会产生这样那样的心理。又由于其某一心理的产生，总会导致其某一行行为的发生。着眼对方的心理开展谋略策划活动，就是要善于分析形势，观察分析多种条件的变化，揣测对方在这种环境下的心理状态，并针对其心理，策划自己相应的谋略，以达到左右对方的行为，实现自己愿望的目的。

战国时，秦国讨伐楚国，秦始皇派大将王翦率兵六十万出征，秦始皇并亲自送到灞上。这时的王翦就很善于揣测秦王心理。王翦分析到，秦王现在把全国的军队委任给我一人，凭着其为人粗暴且不易轻信人的脾气，自然会产生强烈的担心及多疑的心理，一旦有个意外，就会危及自己及全家的安全。王翦根据这一揣测，作出自己相应的谋略策划：向秦始皇请求赏给自己良田美宅。这样一

来,等于用行动告诉秦王,自己有的只是安居乐业之心,而绝无其他野心。这基业又控制在秦王的手里,自然就可释去秦王的担心及多疑。于是王翦在出发时,向秦始皇提出赏给自己良田美宅的请求。秦始皇说:“将军尽管去吧,还担心什么赏赐吗?”王翦说:“我做大王的将军,有功最终也不能封侯。所以趁着大王用我之际,我得及时请求赏我园田,作为子孙后代的家业。”秦始皇大笑起来。王翦到潼关,仍五次派遣使者返回都城请求良田。有人说:“将军要求田园太过分了吧!”王翦说:“不,秦王为人粗暴且不轻易信人。现在把全国的军队委任给我一人,我如果不多多请求田宅土地,做为子孙的家业,借此来稳固自己的地位,难道还等着秦王来怀疑我吗?”

冯梦龙也讲过这样两个有趣的故事:陈平从项羽军中带着剑逃亡,要渡过黄河。船夫见他相貌堂堂,一人独行,怀疑他是逃亡的将领,猜想他腰中会带有金玉宝物,因此,屡次用眼睛打量他。陈平于是就脱下上衣,光着上身帮船夫撑船,船夫这才知道他身上并没有藏着财宝,也就没有下手。还有一个叫丘琥的,曾经坐船经过丹阳,有个同船的屡次偷看他的住处。丘琥知道他是盗贼,于是假装簪子掉了,便打开衣箱拿出所有的东西寻找,又解开自己的衣服,表示身上没有什么东西。

陈平和丘琥就很善于观察、分析并精确地揣测在特定的环境下对方的作贼心理,并相应地策划了自己的谋略,从而打消了对方的念头,左右了对方的行为,使自己成功地预防了不测。当那个盯过丘琥的人下船走了后,不久因在城中抢劫被捕,对人说:“我差一点误杀了丘公。”这正是着眼对方的心理,善于揣测对方在特定环境下的心理状态,并策划相应的谋略的典型事例。

2. 要善于把握对方在特定环境下的心理活动规律,并利用这一心理活动规律策划自己的谋略

人的心理活动,总是有规律可循的。比如:在什么样的条件下,会有什么样的心理状态;发生了什么样的情况,会萌生什么样的心

理,等等。而人的心理活动规律,只要把握得准,又总是可以利用的。开展谋略策划活动,就要善于把握对方在具体环境之下的心理活动规律,并利用这一心理活动规律开展谋略策划活动。

北魏的孝文帝就曾着眼其部下的心理活动规律,成功地策划了迁都洛阳的谋略。那是大和十七年(公元493年),孝文帝因国都平城(今山西大同东北部)气候寒冷,六月雨雪,风沙常起,又深知“此乃用武之地,决非久治之所”,若固守本土,势必步履维艰,所以,决定迁都洛阳。可又考虑北人怀念故土,迁居中土,恐群臣不许。于是托大举伐齐,携大军十万南征。当大军至洛阳,阴雨不止。而孝文帝仍执鞭策马,令诸军南进。于是受到了群臣的激烈反对,纷纷哭谏不从。而这时,孝文帝才提出:朕世居漠北,今欲南迁中原。若不南伐,必须迁都于此。众人虽不愿都城南迁,但又畏于南伐,只好作罢。孝文帝迁都计划终于得到实现。孝文帝之所以成功,在于他能够把握部下面临都城南迁与南伐二者之间选择时的趋轻避重的心理活动规律,宁可都城南迁,也不南伐。孝文帝高明就高明在他不仅善于把握部下的心理活动规律,而且首先采取南伐的实际行动,从而形成都城南迁、南伐的两种选择的态势,再成功地利用部下趋轻避重的心理活动规律,成功地完成并实施了自己的谋略策划。

当一个人作了贼之后,自然就会心虚,正如人们说的做贼心虚。北宋的陈襄就很善于利用这一心理活动规律,开展自己的谋略策划活动。陈襄任浦城县令期间,有人丢了东西,负责捕盗的官吏捉了几个小偷,但他们都不承认偷盗。陈襄说:“某座庙里的大钟能辨认小偷。凡是犯了案的人去摸它,就有声,否则就没声。”然后,他派差吏先带着小偷们上路,他自己则率领同僚们赶到大钟所在的寺庙,暗中在大钟上涂了墨,再把钟四周遮住。小偷们到达之后,就命令他们去摸钟。一会儿,叫他们把手伸出来看,只有一个手上没染上黑。经过审问,他就是那个偷东西的贼。在摸钟时,他怕钟真

的会发出声来,所以不敢摸钟。陈襄利用做贼心虚的心理活动规律,策划自己的谋略。通过摸钟这个方法使真正的偷东西的人暴露了自己。

人们的某些心理活动规律,是与生俱存的,它并非受某种环境的制约。比如人们的驱新求异心理、寻奇探胜心理等。而在谋略策划的实践活动中,只要我们善于抓住并利用人们这些固有的心理活动规律,又往往可以策划出令人满意的谋略来。

《北京晚报》就曾报道过这样一条消息,位于双榆树当代商城后面的原海淀副食品公司下属一批发门市部,为了扩大经营,他们把原来的仓库进行翻建,准备开个餐馆。由于原来这家小店默默无闻,所以他们想重新给餐馆起个店名。正在绞尽脑汁不知起什么名好的时候,一天在施工中,一名工人捡到一袋白辣椒。大家奇怪,通常辣椒非红即绿,白辣椒谁也没见过。经行家点拨才知,白辣椒是湖南人用红辣椒腌制成白色晒干,然后用水泡出咸味再晒成的干椒,当地人用它作调料用。于是,他们突发奇想,干脆将小店改名为白辣椒酒家,并请厨师以白辣椒做主料,研制出白辣子鱼片、白辣子酸豆角、白辣子肥肠、白辣子美容蹄、白辣子鳍段等四十多种白辣子系列菜。小店开张后,生意格外红火。这个小店就是抓住人们好奇的心理,起了个非同寻常的店名,并在别具风味的特色菜上下功夫,果然取得了好的效益。

南京的餐饮业也很善于着眼人们寻奇探胜的心理,敢于标新立异,如今“随便”一词也堂而皇之地列入菜单。在南京石鼓路上的一间咖啡吧,服务生端上来的“随便”还真叫人大吃一惊,其内容是一个烘烤过的法式小面包,外加两片火腿和一盒黄油。也许是相互取经,一些个体餐馆也开始以“随便”取菜名。和会街上的一家餐厅,一份“随便”12元。“随便”可以单炒,也可以是双料配菜,完全顺应客人的口味和要求。不少食客体验过“随便”这一时髦餐后发觉,“随便”的产生,实在是店主抓住人们驱新求异的心理招揽

顾客的一种手段,一种不打最低消费牌子的最低消费。

3. 要善于设计事件,使对方在事件的发生、发展中,产生为我所用的心理,进而为我所用

人们的心理活动是因外部条件的变化而发生、发展的。有什么样的环境,受到什么条件的制约,或受到什么因素的影响,则会相应地产生什么心理。聪明的谋略策划者,就是要善于有目的地设计事件,又通过该事件的发生、发展,促使对方产生某一心理。进而抓住对方的这一心理,为我所用。着眼对方的心理而开展的这一类的谋略策划活动,更具主动色彩,也更有积极的意义,因此,也更有实用价值。

运用这一手法,开展谋略策划的事例是很多的。北宋初年,镇守边关的种世衡就曾利用这一手法策划自己的谋略,从而有力地控制住了部落首领苏慕恩。当时,种世衡想控制胡人中最大部落的苏慕恩的部落,于是策划了这么一个事件:一天晚上,种世衡请苏慕恩一起饮酒,并叫出一个很美丽的侍妾在旁边劝酒。过了一会儿,种世衡故意进了里屋,苏慕恩就趁机调戏这个侍妾。世衡突然出来,出其不意地抓住了苏慕恩。苏慕恩十分惭愧,向种世衡请罪。而种世衡非但没怪罪他,反而笑着问:“你想要她吗?”就将那个女子送给了他。通过这样的事件,促使苏慕恩对种世衡产生了感恩的心理。种世衡又利用这一心理,控制住了苏慕恩。之后凡是其他部落中怀有二心的逆臣,种世衡就派苏慕恩去讨伐,每次都大胜而归。

4. 要善于直接向对方实施心理战,对对方进行“软杀伤”,从精神上摧毁、削弱对方的战斗力

现代军事斗争领域,心理战的战略地位明显提高,力度不断增大。在海湾战争中,美伊两国都非常重视心理战,建立了完整的组织机构,制定了周密的行动计划,配置了特种心战部队。美国总统布什在战争一爆发就签署了三项心理战秘密授权令,指示全国與

论情报机构、心理战专家拟定了“特殊计划”。心理战的科技含量也显著增大,运用仿形技术、隐形技术、迷彩技术手段以假乱真,可以使敌人产生心理误差,造成决策失误;运用现代仿生技术,可以制造出震耳欲聋的爆炸声、呼啸声、揪人心肺的尖叫声、刺激神经的嘶鸣声,使人心理失衡,加重心理负荷;运用激光技术,可以制造出各种人眼难以接受的强光,使人视觉模糊,眼花缭乱,造成严重的心理恐慌和心理紊乱,等等。其实,无论是在激烈的市场竞争中,还是在尖锐的外交斗争中,以及其他任何一个领域,我们都要善于以直接向对方实施心理战为手段,开展谋略策划活动,总可以取得满意的效果。

二、着眼对方的弱点

人,是有弱点的。这弱点,有的属于人性的弱点,有的属于其自身素质方面的弱点,有的则是由其行为中的错误而形成的弱点。在任何一个群体身上,同样会存在这样那样的弱点,其自身完美无缺,其行为又无懈可击的群体是不存在的。在谋略策划的实践中无论对方是一个人,还是一个群体,都要善于着眼对方的弱点,开展谋略策划活动。

如果我们把运用谋略的一方称为谋略的主体,谋略指向的一方称为谋略的客体的话,那么我们说,谋略的主客体双方在某种程度上总是对峙的。之所以要善于着眼对方的弱点,是因为在双方对峙之中,对方的弱点,往往是我方易于攻克的缺口。如同在军事斗争中,要攻克一个堡垒,需要找其薄弱处作为突破口一样。着眼对方的弱点,找到了攻击对方的突破口,然后集中火力攻之,堡垒就往往很容易被攻克。欲战胜或控制某个人或某个群体,只要抓住其弱点,就找到了突破口。针对其弱点,策划自己的谋略,然后付诸实践,往往会势如破竹,迎刃而解。

1. 要善于着眼对方实力上的弱点