



哈佛**经**商学



明山
编

哈佛智慧丛书



经济日报出版社

哈佛智慧丛书之一

哈佛经 商 学

明山 黄琳 编著

经济日报出版社

(京)新登字 102 号

责任编辑:朱兰

封面设计:卢清

哈佛智慧丛书之一

哈佛经商学

明山 黄琳 编著

经济日报出版社出版发行 新华书店总经销
北京市崇文区体育路龙潭醒 54 号 广东七二一五工厂印刷

850×1168 毫米 大 32 开 29.5 印张 2 插页 740 千字
1994 年 4 月第 1 版 1996 年 4 月第 1 次印刷 印数:3000 套

ISBN7-80127-070-3/F·28 定价:38.40 元(单册定价:12.80 元)

目 录

绪 言

第一章 哈佛经商与竞争

借局乘势.....	7
战略转移.....	9
以退为进	12
自我竞争	14
占领市场	17
超越意识	19
以小吃大	22
转危为安	24
随机应变	26
把握机会	28
迂回战术	30
挖掘潜力	32
抢占先机	35

资源优势	37
崇尚信义	39
爆出冷门	41
独占市场	44
无胜取胜	46
开拓市场	48
隐身有术	50
妙手回春	52
分身战术	55
渗透战术	57
互为依存	59
模仿创新	61
反击经营	63
顺潮逐流	65
有的放矢	67
捕捉机遇	69
见缝插针	71
易地而营	73
同舟共济	75
慧眼独到	77
捷足先登	80
以质取胜	82
避免竞争	84
策略联盟	87

全球战略	89
侧翼攻击	92
反败为胜	94
跟随超越	97
渔人之利	99
权威效应	102
美日之战	104
打草惊蛇	106
弃车保帅	108

第二章 哈佛经商与管理

经营决策	113
以销定产	115
扬长避短	117
起死回生	119
借鸡生蛋	122
明星产业	124
反馈管理	126
全盘信任	127

第三章 哈佛经商与推销

经营管理	133
自主管理	135
租赁制度	137

分权管理.....	140
精兵简政.....	142
危机意识.....	145
员工价值.....	147
人才优势.....	150
荣辱与共.....	152
选用人才.....	155
市场预测.....	157
市场调查.....	159
重誉守信.....	161
价格效应.....	163
目标市场.....	165
企业效益.....	168
点石成金.....	170
立体推销.....	172
个性市场.....	175
以诚待客.....	177
连带推销.....	179
引导消费.....	182
先赔后赚.....	184
定价策略.....	187
以己及人.....	189
消费观念.....	192
方便消费.....	194

善假于物·····	197
培训客户·····	199
争取顾客·····	201
虚张声势·····	203
选择目标·····	205
商品组合·····	208
商品包装·····	210
勇于创新·····	211
变废为宝·····	214
创新经营·····	215
刺激消费·····	217
弹性定价·····	219
多角经营·····	222
限客进店·····	224
弱态行销·····	226
囤集居奇·····	227
不卑不亢·····	229
幽默推销·····	231
大智若愚·····	233
攻心策略·····	235
厚利少销·····	236
价格对比·····	237
投石问路·····	238
堵住退路·····	240

以柔克刚.....	212
投其所好.....	244
最小报价.....	245
简短谈话.....	248
诚挚相待.....	249
避免冲突.....	251
间接说明.....	253
廉价推销.....	255
迂回变通.....	256
大胆保证.....	258
证明合理.....	261
把握气氛.....	262
出谋划策.....	263
暗示对方.....	265
打消疑虑.....	266
过分称赞.....	268
先入为主.....	269
出奇制胜.....	270

第四章 哈佛经商与信息

应用信息.....	275
财富之源.....	276
信息价值.....	278
猎取情报.....	280

商情调研.....	282
闻风而动.....	284
市场信息.....	286

第五章 哈佛经商与广告

广告策略.....	291
广告宣传.....	293
广告构图.....	295
广告魅力.....	296
企业公共.....	298
体育投资.....	300
借题发挥.....	303
名牌效应.....	305
广告夸张.....	308
广告幽默.....	309

绪 言

朋友,摆在你面前的这本书,是一座蕴藏丰富的黄金屋,是一个效益巨大的加速器。

无农不稳,无工不富,无商不活。在当前市场经济的震撼下,经商作为一条致富的捷径,越来越受到人们的青睐。

现代社会,生意就在你的身边。可惜,哪怕有一百次的机会,你也不一定会好好地把握住。不知你可曾后悔?可曾扼腕兴叹?

今日进步文明的社会,商品涌如潮流,机会人人皆有。经商有术,善于掌握和利用各种各样的经商技巧,将使你在市场经济的大潮中游刃有余,发财致富,立于不败之地。因此,“学而优则商”的浪潮夹着时代风迎面扑来。那么就自然而然地产生了这样的问题:

学习什么样的经商技巧?

应该如何学习才会善于掌握和加以运用?

《哈佛经商学》一书以精辟独到的见解论述,大量翔实的实例阐明了中外商界精英的成功经商技巧,以多角度、多层次揭示经营的方法和诀窍。

在经商之道上,日本商人自有日本人的精明,美国商人自有美国人的创新,犹太商人自有独特的运筹,华人经商自有华人的勤勉,英国商人自有英国人的雅致……一方水土造就了一方商人。

本书从公共关系、竞争意识、识人用人,经营管理、信息利用等方面内容来总结一个企业生存发展的经营要素。

现代商战,尽管不乏拙劣的传统欺诈手法,但真正的现代化商业经营之道,是在现代心理学,人类社会科学等各种学科的最新成就,是在政治斗争,市场经济,婚恋裂变的文明背景下发展起来的。

你大可不必艳羡犹太巨贾的厉害、日本商人的精干、华侨名门

的筹划、阿拉伯商人的运气……。只要你有心经商，本书就一定会带给你意外的惊喜与收获。

本书具有极强的实用性、操作性和可读性，是你获得经商成功的得力助手，是你开创新局、驰骋商场的忠实伴侣。

第一章 哈佛经商与竞争

借局乘势

积累财富、扩大生产、占领市场是商战中任何一个参战者都要达到的目的，但是每一个参战者并不都是阵容庞大，资金雄厚，尤其是创业初期，许多人往往一贫如洗。因此在自己有限的资本不能与其他竞争对手抗衡时，成功的技巧之一就是“借”，缺资金借资金，缺人才借人才，缺技术借技术。

世界首富保罗·盖帝就是一个很好的例子，他最后成为亿万富翁，就是因为他善于借。

他第一次购买油田，是借重父亲的资金。他父亲出钱资助勘探和钻井工作，而他负责指挥和监督。他父亲拥有70%的利润，他拥有30%。第一次的成功令他兴奋不已，也让他对采油工作充满狂热。

涉足石油事业初期，保罗·盖帝看中了一块人人眼红的油田地。当时他手头没什么钱，为了能与其它石油商竞争，他请求在银行的一位朋友作为他的代表，到拍卖场出价。当银行代表在会场出现时，许多竞争者以为是某家大石油公司对这块地有兴趣，并且准备压过任何喊价，所以他们纷纷退却放弃竞价，盖帝用五百元的标售底价，获得了租借权。

在以后的创业史中，盖帝也常常借用他人的力量来增强自己的力量，最后达到自己的目的。

日本企业最善于借局乘势，充分利用别人开发的产品，把它