



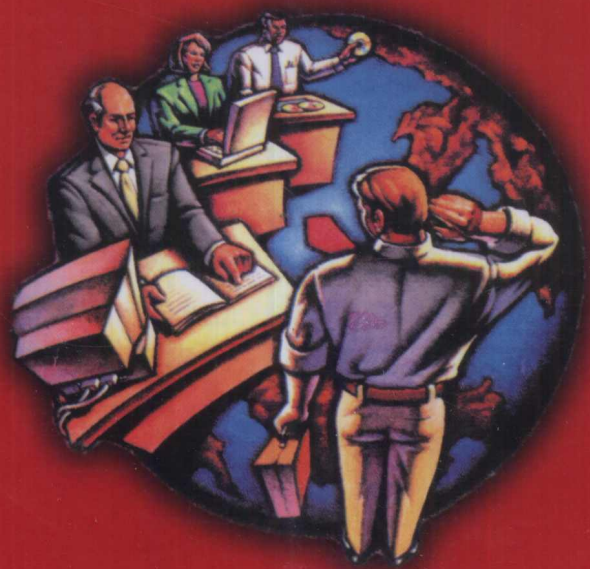
行销胜经

DASHI XINGXIAO

大师行销

全球行销员最新方法方略

常 桦/编著



中国纺织出版社

821

行销胜经

大师行销

常 桦 编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

营销活动是需要不断学习的实践艺术，同时也需要从行销大师的成功案例中汲取营养。既是大师，必有大师的超人之处，他们靠的是超人的毅力、超人的勤奋、超人的眼光、超人的智慧。大师的行销之道，对广大行销员所具有的启示、激励作用，无论怎么估价都不为过。本书记录了行销巨擘对行销的真知灼见，更以生动的语言娓娓道来，使行销人员聆听妙音，耳目一新，深受启迪。同时，它也告诉人们，行销大师的成功之路，也可以成为每一个平凡的行销人员的成功之路。请相信，与行销大师保持零距离，能让你成就最伟大的事业。

图书在版编目 (CIP) 数据

大师行销/常桦编著. —北京：中国纺织出版社，2002.10
(行销胜经丛书)

ISBN 7-5064-2455-X/F.0266

I. 大… II. 常… III. 市场营销学 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 081044 号

策划编辑：王延丰 曲小月 责任编辑：张林娜 姜冰
特约编辑：严婉如

中国纺织出版社出版发行

地址：北京东直门南大街 6 号

邮政编码：100027 电话：010—64168226

http: //www. c-textilep. com

E-mail: faxing @ c-textilep. com

中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销

2002 年 10 月第一版第一次印刷

开本：880×1230 1/32 印张：15.75

字数：378 千字 印数：1—8000 定价：28.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社市场营销部调换。

序 言

这是一个需要大师的时代，也是将产生无数大师的时代。市场竞争的全球化、科技进步的日新月异，消费需求的不个性化，使市场竞争日趋激烈。企业要生存乃至持续不断发展，营销的位置越来越发凸现。营销革命所带来的冲击，不是传统理论所能诠释的，尤其是在互联网所代表的信息技术“创造性的整合”下，改变了许多产业的市场规则，重新划分了企业的市场版图。

正如营销大师科特勒所说：“今日主要经济问题，便是全球大部分行业都面临产能过剩的窘境，现在问题不是出在供应方面，而是在需求方面。在全球化、资讯科技、互联网所带来的市场变化的革命性冲击下，要赢得顾客的青睐，更需要对市场范围，做出更准确的定位。”因此，营销人员必须具备全新的营销观念和能力，并且要让营销在公司中占主导地位。营销是信息时代建立竞争优势的重要法门，是企业战略管理的先锋。只有找出市场机会、规划更多元的营销战略，才能市场中不断成功。

以营销为基础的营销革命，正成为领导全球经济潮流的主导力量。同时，随着互联网的广泛应用，使企业

可以充分地利用信息技术来提高效率，增强竞争力，更使全球行销成为可能，行销震撼了全球营销界，目前正在以多种方式影响全球的各行各业。

聚焦行销，相约成功，从而见证成功者行销的智慧与魄力。加入 WTO，列强环视，中国的许多企业如不肯在行销上下功夫，结局将是非常危险的。行销的核心是以客户为中心，通过与每个客户的互动对话，与客户逐一建立持久牢固的“双赢”关系，这将是企业发展中的重中之重！

“行销大师”是指在行销领域拥有巨大成就而为广大行销人员所景仰的伟大人物。他们对行业和市场的影响重大，他们所开创的成果远远超越了大多数同行的能力，他们比别人更坚强、更实效、更富有想像力。他们认准目标后勇往直前、锲而不舍、呕心沥血、毫不畏惧，他们对人们的赞誉或责难毫不计较。

行销大师们对时机的卓越把握来自于他们对未来有准确的预见，同时，由于他们具有构想未来图景的能力，而更具实力，他们懂得如何运用智慧去追求自己选择的目标。大师的成功，靠的是敏锐的眼光和过人的勇气，他们的人生丰富多彩、惊险离奇、波澜起伏。他们的奋斗史和发展史告诉我们即使是平凡的人，只要努力，也能在行销之旅中获得辉煌的成功……

本书从世界上最成功的企业家中精选出 20 多位行销大师，从中发掘隐藏其事业中的行销智慧，在这些大师中有行销泰斗飞利浦·科特勒、直销天才戴尔、世界首富比尔·盖茨、经营之神松下幸之助、零售大王山姆·

沃尔顿、东方超人李嘉诚……从他们的行销智慧中，我们可以看到每一项具有革命性的行销活动，都是由敏锐的眼光、果敢的手段、超强的市场意识所组成。他们所体现的不是小韬略，而是人生的大智慧，如果你有志于打开人生的财富通道，就没有丝毫理由拒绝这些世界上最成功的行销智慧。

行销活动是需要不断学习的实践艺术，同时也需要从行销大师的成功案例中汲取营养。既是大师，必有大师的超人之处，他们靠的是超人的毅力、超人的勤奋、超人的眼光、超人的智慧。大师的行销之道，对广大行销员所具有的启示、激励作用，无论怎么估价，都不为过。本书记录了行销巨擘对行销的真知灼见，更以生动的语言娓娓道来，使行销人员聆听妙音，耳目一新，深受启迪。同时，它也告诉人们，行销大师的成功之路，也可以成为每一个平凡的行销人员的成功之路。请相信，与大师保持零距离，能让你成就最伟大的事业。

常桦

2002年10月于
京北西三旗博雅堂



目 录

(1) 软件大帝——比尔·盖茨

不久的一天，人们终将会发现自己已生活在一种连做梦都没有想到的舒适和方便之中，但条件是必须在此之前向比尔·盖茨皇帝的微软帝国申请签证。

(19) 直销天才——迈克尔·戴尔

迈克尔·戴尔发明了一种全世界都想模仿的商业模式，获得了极大的成功。他成功的关键在于对自己长处的了解，并拥有改变传统的坚强勇气。

(39) 零售大王——山姆·沃尔顿

山姆·沃尔顿使人们更加接近，并与他人共同分享他所代表的美国理想……山姆·沃尔顿具有诚实、希望和努力工作的美德。美国向这位商业领袖致敬，祝他的生活和他的事业一样成功。



目 录

(57) 总裁偶像——杰克·韦尔奇

韦尔奇通过把通用建设得既庞大、灵活又颇具赢利能力而改写了管理学的教科书。……人们尊敬杰克，是因为他在通用所做的一切。在杰克之前，我们认为通用也是又大又好，但不是巨无霸。

(81) 蓝色巨人——托马斯·沃森

IBM的企业精神是无人堪与匹敌的，没有任何企业会像IBM公司这样给世界经济和人类生活方式带来和将要带来如此巨大的影响。比尔·盖茨也不得不承认：IBM才是计算机行业的真正霸主，毕竟是它一手栽培了我。

(103) 汽车大师——李·艾柯卡

艾柯卡是世界上最受尊敬的企业家。在克莱斯勒，所有的蓝领工人对艾柯卡的尊敬已达到近于忠君的程度，数以万计的美国人给他写信，请他去竞选总统。

(121) 快餐霸主——雷·克洛克

世界上虽然有不同的饮食文化，但能够化为一门生意而行銷全球的，自然非要让麦当劳来做一代霸主不可。而开创这一宏图伟业的正是快餐之父雷·克洛克。



(139) 可乐之王——罗伯特·伍德拉夫

可口可乐自 1886 年问世以来，到现在已有一百多年的历史了。它之所以能在世界各地畅销不衰，一个重要原因就是出了几个雄才大略的领导人。而使可口可乐成为国际饮料的功臣者，首当其冲应推罗伯特·伍德拉夫。

(159) 童话国王——沃尔特·迪斯尼

当《米老鼠和唐老鸭》动画片在中央电视台及各省市电视台热播时，家家户户常常一起观看，笑声连连，工作一天的劳累与烦心立即无影无踪。然而，你可知道米老鼠和唐老鸭又是怎样来的吗？

(179) 旅馆之王——唐拉德·希尔顿

在世界酒店业中五星级的王者一定是唐拉德·希尔顿。短短数十年，希尔顿从一家酒店起家扩展到 100 多家，遍布全美各处以及世界其他著名城市。从遍布全球的酒店规模来看，他真能够称得上是一位旅馆之王了。

(197) 运动鞋王——菲尔·奈特

行销的最高境界是品牌经营。“耐克”品牌的最成功之处是让激动与成就感同产品融为一体，拥有“耐克”者会有超强成就感，这就是品牌的力量。



(219) 手机大腕——保罗·高尔文

保罗·高尔文出身于一个贫寒之家，一生之中历经两次世界大战，一次严重的经济危机，但却战胜了所有困难，并最终把摩托罗拉带上了辉煌的顶峰，他成功的原因到底是什么呢？

(239) 安利之父——理查·狄维士

狄维士提供的不只是一个关于成功的观点，而是一项关于成功的人生规划，一项实际可行的规划，一项已被证实的规划，而正是这项规划造就他成为美国富豪之一，这项规划使安利成为当前伟大的成功人士之一，这项规划给遍布世界各地的人们以财富上的报偿，并使他们美梦成真。这是一项可以用在你身上起到一定作用的人生规划。

(259) 行销泰斗——菲利普·科特勒

菲利普·科特勒被公认为现代行销学之父，他见证了美国经济40年的起伏坎坷、兴盛衰落，建构了一套完整的行销理论。在美国超大型跨国企业的成长中，菲利普·科特勒教授做出了巨大贡献。

(281) 服装大师——皮尔·卡丹

皮尔·卡丹，这位在法国与埃菲尔铁塔和戴高乐总统齐名



的服装巨头，在他手里，每根针线，每块色彩，都充满了神奇的魅力。全球闻名的“卡丹帝国”就是被他用针线和色彩创造而成的。

(299) 媒体大亨——鲁伯特·默多克

默多克是一个终生追求梦想并围绕梦想而奋斗的人，他以令人难以置信的精力和毅力开创了世界上最庞大、最有势力的传媒集团。

(313) 经营之神——松下幸之助

松下幸之助，日本的经营之神。他的行销业绩，全球闻名；他的行销哲学，发人深省。然而，谁又知道，松下幸之助不但出身贫寒，并且只不过受了4年的小学教育呢。

(333) 电器巨头——盛田昭夫

盛田昭夫创造了一个世界名牌“索尼”。作为一个企业家的后代，他从小受到了良好的教育。然而这绝不是他成功的主要因素，他的成功来自于他那“为人类幸福和社会发展做贡献”的信念。

(353) 摩托大师——本田宗一郎

本田宗一郎出身贫寒，仅有小学文化程度，但在坚定的信



目 录

念和执着的追求下，创建了一个摩托王国，他的行销秘诀又有哪些呢？

(373) 丰田怪杰——石田退三

我一生见过许多杰出人士，他们都有能让我学习的地方，常常有人问我，我最尊敬的人是谁？我每次都会回答是石田退三先生。

(393) 西武统帅——堤义明

堤义明是集创业与守业于一身的第二代企业家，他身上所特有的那种“帝王”素质，如果处在古代，他就能成为中国唐太宗那样的盛世明君。

(411) 东方超人——李嘉诚

李嘉诚一生富有传奇色彩，他从一个打工仔到成功创立一个全球性的大企业，并成为华人首富，人称“超人”，其成功的背后肯定隐含着不同寻常的成功秘诀。

(431) 塑料之王——王永庆

创建一番伟大事业，并非是难以实现的梦想，即便是一个普普通通的农家子弟，只要努力拼搏，也能取得辉煌的成功，如一代塑料大王王永庆。



(449) 领带大王——曾宪梓

金利来的巨大成功证明，创新在赋予一个传统行业的企业以活力方面，具有无可替代的重要作用。而作为金利来的创业者——曾宪梓先生，自其萌生创立金利来名牌领带想法的那天起，就从未停止过对创新本源的追求。他时刻注视着企业环境的变动，从不规则中寻求规律，把果断的行动建立在准确的预测和长期的深入思考之上。

(469) 电脑教父——施振荣

人生最大的快乐莫过于有所追求而最终心想事成，这就是施振荣的追求，这一追求使他成为在亚洲唯一敢与 IBM 叫板的人。

软件大帝——比尔·盖茨

不久的一天，人们终将会发现自己已生活在一种连做梦都没有想到的舒适和方便之中，但条件是必须在此之前向比尔·盖茨皇帝的微软帝国申请签证。



【大师小传】

1955年10月28日，美国西雅图市有一个男婴出世了，他就是比尔·盖茨。小比尔·盖茨的父亲是一名律师，母亲则从事教育工作，比尔·盖茨从小生活在一个典型的中产阶级家庭。

名人似乎总有与众不同之处，比尔·盖茨之所以会成为当今电脑世界的显赫人物，其独特的性格也许早已注定了他的非同寻常。

比尔·盖茨极有个性。他在谈话、阅读或沉思时，总习惯把头置于双手之间，身体前后猛烈地摇摆。有时为了表达自己的观点，他甚至还会疯狂地挥舞手臂。

喜欢辩论是比尔·盖茨的一大嗜好，辩论的时候言语粗鲁，充满讥讽甚至带有侮辱性。在他表达观点时，如果有人激怒他的话，他会暴跳如雷。据一位微软公司的产品经理说：“当你和他一起参加会议时，他总是晃来晃去，还不停地颠膝盖。他是一位头脑清晰的思考家，但却容易感情用事……他向别人发起攻击，目的就是要战胜对手。勉强他人接受自己的观点是错误的，对此他却浑然不知。在控制性情方面，他从未成熟过。”

刚上中学，小比尔·盖茨只有13岁，但他已被电脑深深地吸引住了。在这一年还发生了一件对他影响终身的大事——他和本校中三的保罗·艾伦相识并成为好友。后来，微软帝国的缔造者除了比尔·盖茨外，保罗·艾伦就是名副其实的第一功臣。

一般人学习电脑，起初都是学习如何操作，如何“玩”电脑。但只不过是到中二阶段，其他同学还在学操作时，比尔·



盖茨已经沉醉在电脑的程式设计中，已经掌握了程式设计的技巧。比尔·盖茨对自己编写程式的能力很有信心，加上他一次又一次成功的经验，所以，他甚至想不升读大学，马上就开公司做生意，以编写程式赚钱。但是，他还是把这份冲动控制下来，愿意升读大学。当时，他感兴趣的科目是数学和经济。父亲身为律师，却想子承父业。所以，父亲尝试影响他，叫他攻读法律。结果，比尔·盖茨顺从了父亲，升读哈佛大学的法律系。

1974年，当比尔·盖茨认为创办公司的时机尚未成熟而继续在哈佛大学上二年级时，计算机消耗了他的大部分时间。同学们经常看到他出现在哈佛大学的艾肯计算机中心，有时疲惫不堪的他会趴在电脑旁酣然入睡。他的同学说，常在清晨时发现比尔·盖茨在机房里熟睡。

比尔·盖茨也许不是哈佛大学数学成绩最好的学生，但在计算机方面的才能却让人难以望其项背。他的导师不仅为他的聪明才智感到惊奇，更为他那旺盛而充沛的精力而赞叹。他说道：“有些学生在一开始时便展现出在计算机行业中的远大前程，毫无疑问，比尔·盖茨会取得成功的。”果不其然，比尔·盖茨后来的所作所为都让世人震惊。

1976年，这是比尔·盖茨在哈佛的第三年，经过反复思考，他终于做出了一个改变他一生的决定——放弃在哈佛的学籍！这个决定令哈佛学校异常震惊，对于这所美国第一流的大学，实在是一大侮辱。在哈佛大学的历史上，比尔·盖茨开创了一个先河。

离开哈佛大学的比尔·盖茨，这时只是一个21岁的青年。从此以后，比尔·盖茨加快了个人电脑领域的创业步伐。1981