

网络时代企业经营

智慧丛书



企业 经营妙计

李 敏 李 忠 编著

中国广播电视出版社

李敏
李忠 编著

企业战略 妙计

网络时代企业经营智慧丛书

中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业经营妙计/李敏, 李忠编著. —北京: 中国广播电视出版社, 2003.1

(网络时代企业经营智慧丛书)

ISBN 7-5043-3998-9

I. 企… II. ①李…②李… III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 092226 号

企业经营妙计

编 著:	李 敏 李 忠
责任编辑:	邓 程
封面设计:	张一山
责任校对:	谭 霞
监 印:	戴存善
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	86093580 86093583
社 址:	北京复外大街 2 号 (邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
印 刷:	廊坊人民印刷厂
装 订:	涿州市西何各庄新华装订厂
开 本:	850 × 1168 毫米 1/32
字 数:	250 (千) 字
印 张:	12.125
版 次:	2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷
印 数:	5000 册
书 号:	ISBN 7-5043-3998-9/F·334
定 价:	21.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

编 委 会

主编 舒天歌 汪建坤

编委 (以姓氏笔画为序)

丁跃进	寻国兵	邱卫东	张华滨
李学萍	李 敏	汪建坤	李甜凤
张瑞玲	舒天歌	赵自立	俞剑平
夏 冰	徐汉钊	谢 凌	蔡 践
袁庆池			



前 言

商场就是战场，经营就是用兵。

战场上硝烟弥漫，鲜血迸溅；商场上尔虞我诈，明争暗斗。

你想踏入商海，做个时代的弄潮儿吗？你想生意兴隆，财源广进吗？

那么，你就要将自己培养成敏感、聪慧、成熟的善用计谋的孙子和诸葛亮式的人物。

当今社会商机如潮，发财机会普遍存在，有实力的能日进斗金，没资金的亦能白手起家。同样的环境，就看你怎样施展自己的本领。在风起云涌的商海大潮中，有的人被抛到浪尖，成为财富的象征；有的人则沉入海底，永世不得翻身。机遇和运气是人们自己创造的，当然创造的前提是头脑，是谋略，是妙计……

本书由一篇篇短小精悍、融汇人生智慧、饱含商战大计谋的小故事组成。这些故事亦庄亦谐，亦警亦喻，结合人文研究，分析得失成败，总结计策谋略，授以发达秘诀，是商场精英们的利口良药。饮之如灌醍醐，顿开茅塞，能予人“四两拨千斤”的启迪。

本书既展示经营的谋略、权变和智慧，使读者领略商家之

明智，亦提及狡诈、诡计和心术，让业者感叹“兵家”之暴戾！“自古知兵非好战”。在无情的市场竞争中，面对欺行霸市、目无法纪的狡徒，来不得“斯文”，用不上“厚道”，更没有必要“仁义”，必须以其人之道还治其人。

本书以“妙计”自诩，其用意是力求为读者提供经营的优秀范例，以求诸君在实践中举一反三。须知一切奇谋妙策，若为大众所熟知，并被“三尺顽童”所识破，便不成其为妙计。

“运用之妙，存乎一心”。

本书无法送你一家效益千万的大公司，但可以送你建立伟业的手段！

本书无法送你圆融美满的人生，但可以送你开创美好人生的经验！

本书给你的不是金子，而是炼金术！





目 录

第一章

点 石 成 金

- 妙计 1. 变废为宝 2
巧用点金之术，化腐朽为神奇。
- 妙计 2. 瞄准宠物 4
随时捕捉到每一个稍纵即逝的商机。
- 妙计 3. 倒转腾挪 5
以信息灵通、先人一步而取胜。
- 妙计 4. 拾遗补缺 7
充分开发具有市场需求的“处女地”。
- 妙计 5. 巧名引客 9
引来无数消费者，使你大发利市。
- 妙计 6. 树上开花 11
塑造企业的形象，以增强产品的知名度和吸引力。
- 妙计 7. 巧舌点金 14
凭三寸不烂之“巧舌”，创造无限商机。
- 妙计 8. 长线钓鱼 16
不计眼前得失，不争一时之利。



- 妙计 9. 制造行情 18
独辟蹊径，赢得竞争的主动权
- 妙计 10. 借名扬名 20
巧借他人之“名”，成就自己功业。
- 妙计 11. 找准“盲点” 23
找准市场“盲点”，就能手到钱来。
- 妙计 12. “佛靠金装” 26
精美的包装会使普通的商品光彩夺目。
- 妙计 13. 穿针引线 28
把各种分散的、不能形成规模经营的资源有机地穿引成为整体。
- 妙计 14. “换亲”渔利 30
空手搏击，拆西补东，在激烈的竞争中变魔术似地坐收渔人之利。
- 妙计 15. 组合创新 32
一个不经意的商品组合，会创造出意想不到的效果。
- 妙计 16. 巧抓商机 34
恰如其分地抓住每一个商机，就能点石成金。
- 妙计 17. 越位服务 35
善用越位服务，大行创新之术，便能达到理想的经营境界。
- 妙计 18. 制造流行 37
紧跟流行步伐，闻风而动，顺风而行。
- 妙计 19. 抛砖引玉 39
抛小利引大利，先抛后引，赢得主动。

第二章

厚 德 载 物

- 妙计 1. 真不二价 43
只靠价格诱客只能时兴一时，不能实行长久。
- 妙计 2. 用户至上 46
以用户为出发点和落脚点，获得用户真情回报。
- 妙计 3. 以信服人 48
以企业和产品的信誉赢得广阔的市场。
- 妙计 4. 善举厚报 49
善举是一项长远的投资，得到的将是丰富的回报。
- 妙计 5. 和气生财 51
“和”则万事俱兴，“争”则两败俱伤。
- 妙计 6. 修合戒欺 53
戒除欺世盗名，坚持信誉第一。
- 妙计 7. 以诚感人 56
真诚能赢得顾客和合伙人的信任。
- 妙计 8. 服务致胜 58
优质的服务是经营永恒的主题和致胜的武器。
- 妙计 9. 谦让致胜 61
谦让能使你财源广进，立于不败之地。

- 妙计 10. 雪中送炭 63
 在市场最需要的时候即时出现。
- 妙计 11. 顾客第一 66
 人心向背是成败之关键。
- 妙计 12. 仁者天助 69
 仁者之所以无敌，是因为顺应了市场经营的规律。
- 妙计 13. 沟通致胜 72
 “沟通”能得到市场的认可，“沟通”是双赢的基础。
- 妙计 14. 以人为本 75
 “人”是经营的核心，是经营的出发点和落脚点。
- 妙计 15. 勤俭致胜 78
 无论财富的多与寡，企业的大与小，勤俭都是必需的。
- 妙计 16. 货真价实 80
 货真、价实相辅相成，缺一不可。
- 妙计 17. 大德胜诡 84
 经营活动中，道德可以焕发出巨大的力量。
- 妙计 18. 薄利惠民 86
 让利惠民，薄利多销，从“薄利”中积累财富。
- 妙计 19. 沉默是金 88
 精明的经营者从来不对产品做言过其实的宣传。

第三章

出奇制胜

- 妙计 1. 后发制人 91
静观变化，从中吸取别人的成功经验，
相机而动，稳操胜券。
- 妙计 2. 弃俏取冷 94
精心打造，出奇制胜，转“冷”为
“俏”。
- 妙计 3. 暗渡陈仓 98
在别人意想不到中“出奇”致富。
- 妙计 4. 借腹怀胎 100
以较少的投入获得巨大的回报，以较低
成本赚来可观的利益。
- 妙计 5. 避实就虚 103
充分发挥自己的优势和特长，一定能在
竞争中赢得主动。
- 妙计 6. 厚此薄彼 106
以一种最有竞争力的产品为旗帜。
- 妙计 7. 釜底抽薪 110
从根本上瓦解竞争对手，不战而胜。
- 妙计 8. 调虎离山 112
化对手的“有利”为不利，变自己的
“劣势”为优势。
- 妙计 9. 创设新奇 115

以别出心裁、别致的设计、新奇创新的构思，赢得主动权。

妙计 10. 以迂为直 117

研究情况的变化，根据市场现状理智地做出决策。

妙计 11. 烘云托月 119

利用知名度高的产品，来宣传自己。

妙计 12. 隔岸观火 121

充分掌握竞争对手的利弊，等待有利时机。

妙计 13. 浑水摸鱼 124

巧妙地搅乱市场浑水，打乱竞争对手的思路和谋略。

妙计 14. 悬念奇招 128

抓住消费者的好奇心，引起购买欲。

妙计 15. 巧用疑兵 131

故布疑阵，诱骗对手，常能收到奇效。

妙计 16. 声东击西 133

深藏自己的真实目的，诱骗、迷惑竞争对手。

妙计 17. 曲径通幽 137

在新的营销策略实施前，精心准备迂回前行。

妙计 18. 补位战术 139

冷静观察寻找冷门及时补位。

妙计 19. 侧翼进攻 141

瞄准竞争对手的弱点，运用自己的优势

旁敲侧击。

妙计 20. 假途伐虢 144

顺手牵羊，借势发力，则势大力沉。

第四章

合 纵 连 横

妙计 1. 远交近攻 146

联合“远方”企业，与“相近”企业展开竞争。

妙计 2. 借壳上市 150

购买已经上市的公司，将自己的资产注入其中。

妙计 3. 购并重组 153

创新重组，可以激发企业活力，扩大优势。

妙计 4. 多枝嫁接 157

缩小和弥补自身的弱点，争取有利的态势。

妙计 5. 借树成荫 159

精通借术，即可节省资金，事半功倍。

妙计 6. 联手合作 161

相互联合，取长补短，将优势发挥至最大。

妙计 7. 内引外联 165

克服保守封闭的状态，开发新产品，占

领新市场。

妙计 8. 特许经营 168

迅速占领市场，扩大销售领域，使合作各方双赢互利。

妙计 9. 参股联袂 171

吸收和扩大资产，提升市场形象。

妙计 10. 合资兼并 175

资产联合，形成竞争能力和抵御风险的能力。

妙计 11. 整合超越 178

通过“整合”形成超越自己、超越他人的竞争能力。

妙计 12. 兼并收购 182

扩大自己规模，注重对方的价值并能为我所用。

妙计 13. 分分合合 185

宜分则分，宜合则合，“分”则可以四面出击，“合”则能够聚力败敌。

妙计 14. 横向拓展 189

同行业和领域的开发，而且更注重同行业的联系与借鉴，纵横有度，一举两得。

第五章

攻 心 为 上

妙计 1. 家丑外扬

192



揭产品之“家丑”，扬经营者之真诚，
一时限产，长久得益

妙计 2. 高价战略 193

抓住“高价格意味着高品质”这种常见的
消费者心理心态，吸引特定的消费群体。

妙计 3. 精神慰藉 196

给消费者以精神安慰，使消费者对企业和
产品产生精神寄托。

妙计 4. 以情感人 198

以情感人，情真意切，“情感”是促销
的“润滑剂”。

妙计 5. 幽默制胜 201

格调高雅，幽默动人，使产品在消费者
心中产生难以磨灭的印象。

妙计 6. 利诱害逼 203

“利诱”与“害逼”并施，使消费者见
利而动，趋利避害。

妙计 7. 替人解忧 205

换位思考，想顾客之所想，急顾客之
所急。

妙计 8. 成全感情 207

以情动人，以情引人，满足消费者的精
神需要。

妙计 9. 让利销售 209

花样翻新的“让利”销售，总能大赚
一笔。

妙计 10. 心理战术 211



巧妙利用顾客心理,赢得“上帝”的心。

妙计 11. 巧设悬念 214

标新立异,设计种种悬念,便可产生轰动效应。

妙计 12. 收买人心 217

刺激消费欲望,以利诱之,使消费者心甘情愿地购买。

妙计 13. 点滴做起 220

从小事做起,从一点一滴做起,积少成多,积小成大。

妙计 14. 妙语生财 222

运用“妙语”也可以为企业带来可观的利润。

妙计 15. 赞美真经 225

巧妙运用赞赏,准确把握分寸,架起理解和沟通的桥梁。

妙计 16. 柔语克刚 227

以柔和含蓄为诱饵,让对方落入圈套。

第六章

怪招致胜

妙计 1. 借罚扬名 230

反常人之道而行之,因“罚”而得利。

妙计 2. 吃亏是福 234

自己装糊涂“吃亏”,结果总是别人

吃亏。

妙计 3. 借题发挥 237

于细微处作文章，造声势，巧策划，也能轰动一时。

妙计 4. 班门弄斧 239

利用名牌感召力，从不自量力到借力、借势。

妙计 5. 先尝后买 241

让顾客对产品依赖，取信于消费者。

妙计 6. 丑女效应 243

巧用缺点和不足，吸引消费者的注意。

妙计 7. 自抬身价 245

优质亦优价，以高价打知名度，应是物有所值。

妙计 8. 化劣为优 247

处“劣”不惊，应对自若，化劣势为优势。

妙计 9. 激流勇退 249

着眼长远，放弃蝇头小利，蓄势而发，一举成功。

妙计 10. 丢车保卒 252

选准主攻目标，有取有舍，着力经营好“拳头”产品。

妙计 11. “偷工减料” 254

把握市场风向，改进包装，减少成本，满足方便低廉的要求。

妙计 12. 力挽狂澜 256