

经济卷

成功智谋圣经

主编 石山人

中国人民公安大学出版社

成功智谋圣经

(经济卷)

秦 天 策划 石山人 主编

中国人民公安大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

成功智谋圣经：经济卷/石山人主编．—北京：中国人民公安大学出版社，1998.1

ISBN 7—81059—088—X

I. 成… II. 石… III. 经济工作—谋略—通俗读物 IV. C934

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 26560 号

成功智谋圣经 (经济卷)

秦 天 策划 石山人 主编

中国人民公安大学出版社出版发行

(北京木樨地南里 邮编 100038)

新华书店北京发行所经销

河北省大厂县胶印厂印刷

850×1168 毫米 1/32 14 印张 307 千字

1998 年 1 月第 1 版 1998 年 1 月第 1 次印刷

印数：0001—10000 册

定价：79.20 元 (全四册) 每册单价 19.80 元

《成功智谋圣经》（经济卷）简介

本卷谋略共分自强、先知、决策、管理、用人、营销、竞争、攻心、出奇、应变等十大类，所搜集的谋略计策近百条，涉及古今中外的实例数百个。本书分类详明，易于检索；取材广博，选例典型；叙事简明，重点突出，既有大量搏击商海、巧思致利、出奇制胜的良谋妙计，供读者借鉴，也涉及到少量为富不仁者的阴谋诡计，教读者防范，值得欲在经济大潮中一显身手者一读再读。

前 言

人类在漫长的发展过程中，通过广泛的社会实践活动，积累了许许多多极为宝贵的谋略思想以及成功地运用这些谋略思想的典型经验。它们是人类文化思想的结晶，闪烁着辩证思想的耀眼光辉，有着广泛的实用性和不朽的生命力。尤其是我国前人的高明智谋，倍受世界各国的重视。20世纪50年代以来，日本、西欧先后出现过《孙子》热、《三国》热。昔日兵家取胜之奇谋，已成为今日人们在生存斗争、商业竞争中制胜之良策。面对当前瞬息万变的信息时代和竞争日烈的商业社会，更需要培养谋略思维的能力。任何人，不管生活于何种国度，从事何项工作，处于何种岗位；也不管年龄大小，阅历深浅，要想取得事业的成功，个人的发展，离不开借鉴、运用和发展前人的谋略思想。为了满足这种需求，我们编写了这套针对性实用性很强的《成功智谋圣经》，全书共分军事、政治、经济、说辩四卷。

本卷在编写上有以下特色：

一、分类详明，易于检索。本卷谋略共分自强、先知、决策、管理、用人、营销、竞争、攻心、出奇、应变等十类，有关计谋分别包含于十大类之中，便于读者查阅。

二、取材广博，选例典型。所收奇谋妙计，既有古代的，也有现代的；既有中国的，也有外国的；既有零散见于典籍之中的，也有流传民间脍炙人口的；既有大量搏击商海、出奇制胜

的良谋妙计，供人借鉴；也涉及到少量为富不仁者的阴谋秘计，教人防范。所有这些计谋都逐计从理论上加以简要的说明，然后举出典型例证（按先中后外、先古后今的顺序排列）印证。

三、叙事简明，重点突出。本卷搜集的谋略计策 80 余条、涉及的实例数百个，为避免文字的冗长，在表述上侧重于谋略的制定与运用，而不过多叙述有关历史事件的其他详情和细节。对谋略家本人，一般不作评价。

让“玄妙莫测”“神秘”的谋略，成为指导人们进行科学决策、开拓新的未来的原则和方法，是我们编写此书的初衷，愿此书能得到读者的欢迎。

本书由秦天策划选题，石山人主编，参加编写的有郑晏为、彭康敏、张爽、龙仁、周荣、王晏、蓝天云、胡啸、唐阿冉、何自立、尤文兵、黄自忠、吴昊、陈熙、闫文意、陆铿、万年青、李下蹊、李仁、和瑞、刘之骄、钟山、沈澄、张卫、张天舒、熊静之、张之潮、姜文斌、顾明、温朴等。

编者

1997 年 5 月

目 录

第一章 自强类	1
自强为本/1	造福社会/6
居安思危/11	
知难而进/17	注重商德/20
誉从信来/26	
居高望远/31	胆识兼人/36
第二章 先知类	43
知彼知己/43	资讯第一/50
先探后图/56	
四戒四贵/59	了解商圈/62
摸清心态/64	
触类旁通/69	础润张伞/72
第三章 决策类	79
先谋后事/79	首尾相顾/83
借鉴传统/86	
标新领异/89	践墨逐本/96
牵线搭桥/99	
借鸡生蛋/102	牵引市场/107
利用差异/	
115	翻陈出新/123
填空补缺/126	立足
本行/128	多路出击/132
趋利避害/138	
第四章 管理类	141
强化管理/141	权贵专一/149
集思广益	

/151 开源节流/156 降本求利/158 顺应
市场/160 讲求效率/166 质量即生命/173

第五章 用人类 184

以人为本/184 “本”中有本/193 选贤
任能/197 以教固本/204 人尽其才/210
善用众智/216 用长容短/221 造就精兵
/226 优化组合/229

第六章 营销类 236

抓住龙头/236 育蝶扬花/243 货真价实
/244 快销取利/249 借楼卖珠/251 鬻
马馈婴/257 侍奉上帝/264 先予后取/
274

第七章 竞争类 279

纵横交合/279 用己所长/285 抢先一步
/293 迟人半步/297 独秀一枝/300 各
有胜算/307 瞄准市场/315 逐步渗透/
321

第八章 攻心类 327

广而告之/327 实话实说/333 投其所好
/339 CI方略/347 随俗问禁/349 诱掖
引导/353 先声夺人/357 形式灵活/359

第九章 出奇类 366

奇正互变/366 出奇制胜/372 巧思致利
/378 反弹琵琶/386 厚利多销/390 卑
而骄之/392 奇货可居/393 夺人之气/
395

第十章 应变类 397

审时应变/397 快速反应/404 变在人前
/411 愈困愈勇/415 绝处求生/422 匡
救一篑/428 避实就虚/431 示假隐真/
435

第一章 自强类

自强为本

〔说明〕

企业要想在竞争中立于不败之地，机遇固然重要，但捕捉、驾驭机遇之条件则在于企业本身是否具有自己的优势。优势不是想出来的，也不是天上掉下来的，优势的形成靠的是企业的真抓实干，靠的是自强不息。离开自强的根本，却企图在激烈的商场竞争中独领风骚，只不过是痴人说梦罢了。

〔示例〕

莱州酿酒厂的活力

山东莱州市酿酒厂在白酒行业性萧条的情况下，走科技兴厂之路，坚持以市场引导生产，以技术进步强筋壮骨，以高质量做坚强后盾，使企业在激烈的市场竞争中得以稳步发展。

近几年来，这个厂不断强化科技力量，先后选派了十六名科技人员到大专院校进修或进行专业深造，使科技人员的专业知识得到充实和提高。同时他们还聘请大专院校的教授、讲师到厂授课，对职工进行专业培训。近年来，共举办培训班二十三期，培训职工七百二十多人次。专业科技队伍和职工科技队伍在企业的科研、生产中发挥出巨大的作用。几年来，他们共

搞科技攻关七十多项，为企业创造经济效益八百多万元。回沙发酵、母菌液等新工艺使莱州特曲酒的出酒率和提优率分别提高了 6.36% 和 7.2%，低温蒸煮，浓醪发酵等新工艺使吨酒耗煤降低了五十二公斤。为了进一步启动竞争激烈的白酒市场，这个厂组织科技人员到全国各地考察市场，了解消费动态，及时开发出适销对路的产品，使企业保持了良好的销售势头。

“江铃”的优势

江铃汽车集团是以生产高品质、系列化江铃牌轻型汽车为龙头，以资本、协议为联结纽带，冲破地区、行业、所有制界限束缚的企业集团。集团的核心为江西汽车制造厂，“八五”期间将被国家列入轻型汽车生产基地。几年来，该厂利用国外贷款，“七五”期间共筹措投入一亿七千万元资金，对企业进行了脱胎换骨的技术改造，使年综合生产能力达到了三万辆，江铃牌汽车在历年行检中被评为一等品，整车国产化率稳定达到 52%，该产品荣获 1992 年“中国新产品新技术博览会金奖”。1991 年企业实现利税总额达一亿八千九百万元，比上年增长 50%。今年一季度销售收入达二亿七千万元，利税已突破该厂七千万元，发展势头节节看好。

几年来该厂积极采用国内外先进的生产手段和管理手段，按高起点、专业化、大批量的发展方向对企业进行扎扎实实的技术改造。经过几年的不懈努力，企业面貌得到了彻底改变，实现了三大飞跃：主导产品由 50 年代水平跃为 80 年代中期国际先进水平；生产手段由手工作坊式跃为具有年产三万辆汽车的专业化综合生产；经济效益由 1984 年前“负债五千万”转变为年创利税两亿元，企业净资产由过去的一千多万元发展到四亿

元，成为我国目前规模最大、发展最快、效益最佳的五十铃轻型汽车生产基地。

现在江铃集团已初具现代化大生产规模，与国内同行业相比，已形成了自身独有的竞争优势。

一是产品质量好，牌子硬，国产化领先。该厂一直把质量作为永恒主题，放在经济工作的首位。通过技术进步狠抓以质量管理为主线的各项管理工作，健全厂内厂外两个质量保证体系，在零部件配套上严格执行“没有过硬的质量就不能配套”的原则，使国产化水平稳定达到 52%，在国产化方面居国内同类引进产品的领先地位。

二是实施规模经济，建设速度快，大批量生产架势已拉开。不仅提前一年圆满完成了“七五”技改项目，而且提前一年启动了“八五”技改工程。年产六万台套的前轿厂房和驾驶室冲压车间、年产十二万台套发动机的联合厂房，不久将投入使用，届时江铃集团在上水平、上规模、降成本上将迈出更加坚实的一步。

三是组建了规范化的企业集团，正向大批量、专业化、集约化经营方向迈进。自去年以江汽为核心，以江铃轻型汽车为龙头，成立资产一体化的江铃汽车集团以来，集团内企业间已经以资产和协议为联结纽带，形成跨地区、跨行业、跨所有制，集生产、销售、开发、外贸、服务为一体的经济实体。

四是无债一身轻，资金较为雄厚，有打价格仗和抗风险能力。从 1984 年以来，企业共实现利税近四亿多元，固定资产以平均每年 38% 的速度递增，不仅全部偿还了国际贷款，还结余了几千万元自有资金。目前不仅没有三角债，成品资金占用也很少，流动资金周转天数仅为八十一，企业资金自筹能力日益

强大，已进入了良性循环发展阶段。

不断攀登的西门子

1866年，韦纳·西门子就要满五十岁了。回顾这些年走过的道路，他完全可以说自己没有虚度光阴：铺设了欧洲大陆第一条长距离电报线路；创建了一家成功的公司；为人类社会提供了许许多多重要发明……为表彰西门子对科技发展作出的贡献，柏林大学在1860年特授予他荣誉博士称号，这在当时是难得的荣耀。

然而，韦纳·西门子并没有沉溺于以往的成就中，而是继续向着科学技术的新高峰不断攀登。就在这一年，他完成了一生之中最重要的发明——研制出世界第一台发电机。

自从1831年英国科学家法拉第发现了电磁感应现象之后，几十年来，为了研制出实用发电设备，将电力用于生产领域，世界各国的科技人员进行了孜孜不倦的探索。韦纳·西门子便是其中一员。早在1856年，在为俄国铺设电报线时，西门子就对通过机械方式生产电流的问题产生了浓厚兴趣。他研制了工字型电枢，使之取代化学电池，为电报通讯提供电能。此后，这一设备还被用于铁路电报和信号报警系统。

1866年秋季，西门子集中精力向这一领域发起了新的进攻。他经过反复研究实验，发现了电动原理。根据这一原理，发电机可以由软铁通常具有的剩磁来启动，从而解决了长期存在的难题。西门子利用电动原理，将工字电枢和电磁铁、线圈组合在一起，终于制造出可以源源不断地产生电流的大功率直流发电机样机。在此前后，世界各国的许多科学家都在独立地研究着这一课题，并程度不同地取得了进展，但是韦纳·西门子

可以说是充分认识电动原理重要性的第一人。

1867年，西门子将发电机样机带到了法国巴黎世界博览会，这一新发明立即引起了广泛的注意，人们憧憬着的新时代——电力时代将会因此而迅速到来。在西门子的故乡，普鲁士科学院对这项发明也给予了高度评价，认为“技术科学如今已经能够在任何具备动力资源的地方，方便廉价地生产出足够强大的电力，这一现实将对许多领域带来重大影响”。

但是，要将电力大规模运用于经济领域，还有一段艰巨的路程，包括发电机的改进，输电线路的建设，动力装置的配套等等，这中间有许多技术难题需要攻克。经过包括西门子在内的各国科学家十余年的不懈努力，1880年前后，人类社会终于开始告别蒸汽时代，向更加光明的电力世纪迈进。

德国当代学者鲁道夫·吕贝尔在其所著的《工业化史》一书中写道：“在工业革命开始以来的整千项发明中，只有那些能给人类提供新的能源的发明才具有时代的意义：蒸汽机、电动机、汽化器发动机以及原子反应堆。这为当时的整个技术领域开辟了道路。”毫无疑问，在世界电力发展史和人类科技进步史上，韦纳·西门子的杰出贡献将牢牢占据突出的位置。

海耶克引领瑞士表走出怪圈

数百年间一直独步天下的瑞士表，在八十年代初陷入困境。两家最大制表厂在1983年竟亏损1.24亿美元，濒临倒闭。同年，作为债权人的瑞士银行将其合并为SMH，尼古拉斯·海耶克出任总裁。1992年，SMH销售了一亿只手表，净利达到2.86亿美元，SMH的成功，使瑞士执全球手表业牛耳的地位得以恢复。

80年代初，全球手表年销量是五亿只，其中75美元以下的低档表为四亿五千万只，75~400美元中档表四千二百万只，其余八百万只是400美元上的高档表，瑞士手表在中低和高档市场所占份额分别为0.3%、97%。海耶克意识到，放弃低、中档手表市场又超产高档表，使瑞士表身陷怪圈，只有抢回失去的中低档表市场，才能挽救瑞士手表业。

海耶克推出了一种售价40美元的SWATCH手表，它的产品设计强调花样时新、品种繁多、更突出欧洲风格，以明显有别于亚洲生产的低价表，并大做宣传。此举曾遭到不少人反对，他们认为低价表有损瑞士表形象。而海耶克认为，瑞士表的真正美好形象在于优质，优质而能低价，岂不很好？与此同时，海耶克对高档表的经营进行整顿。奥米茄表型号大幅度削减到一百三十种，只生产纯贵金属的产品，强调它是“事业成功人士的专用表”，并取消了授权海外厂商制造的做法，使奥米茄等高档产品形象重现光彩。

不少企业在建立全球知名的品牌之后，往往会另创“副产品”，开发、推销中低档产品，以求得更多的利润。但这样做的原则是，对主要品牌要加倍爱惜。

造福社会

〔说明〕

经济效益和社会效益都是企业追求的目标。目光短浅的企业家只重视经济效益，忽视社会效益，而有远见的企业家则把经济效益和社会效益统一起来，并以追求社会效益作为企业立足的根本，一切经营活动均以社会效益为最终目的。他们深知，

只要有了社会效益，真正对社会有了贡献，社会就肯定会给予回报。种瓜得瓜，种豆种豆。不顾社会效益，杀鸡取卵，这样的企业迟早会被社会唾弃的。

对于高层次的企业家来说，他们追求的已不再是金钱，而是自我目标、自我价值的实现。而一个人的存在若要被社会承认，首先是要对社会有所贡献。

〔示例〕

爱民为先

中国唐代著名的理财家刘晏(715—780年)，任理财官近二十年，改革财政成效显著。在税制方面，他注重培养税源，认为只有人口多了，农业生产增加了，赋税才会增多。与此相应，他提出了“理财以爱民为先”的命题，认为增加财政收入时，不应直接增加百姓负担。为此，他确立了“因民所急而税之，则国用足”的赋税原则。这里所说的“因民所急而税”的“急”就是指那些需求量很大而需求弹性又很小的商品。刘晏认为，只有以这种商品为重点征税项目，才能充实国家财政。这种商品就是人人每天都离不开的盐。在他的整顿下，盐利成为增加财政收入的重要项目。税制改革后既增加了财政收入，又没有激化社会矛盾。刘晏的救灾思想也很有特点。他不赞成对灾民实行无偿赈给。他认为，如果无偿救灾物资数目较小，所救活的人相应的也少；如果数目太大，又会造成国用不足，反过来还要加重百姓负担。此外，这种无偿救灾还会助长人们的侥幸心理和官吏的徇私舞弊行为，使强者所得多而弱者所得少。他主张，政府及早了解所发生的灾情，根据自己的财政能力，决定

减免赋税的办法和贷放对象；利用常平法，在灾区出售粮食，收购其他杂货，运往别的地方出卖或留官府自用。他认为这样做既不会导致国用不足，又可使“下户力农”。他的这个思想在今天看来也是很有价值的。

企业助考

南京市 1993 年高考出现企业助考的新鲜事。每位考生可领到一件有纪念意义的文化衫，监考教师将获得免费供应的清涼饮料，就连各考点学校所用的空气清洁剂，也是无偿赠送的。为做好这件事，南京一家部队所属企业投资近二十万。

企业助考，是对教育的支持和帮助，是为教育办实事，同时也有利于企业树立良好的形象，扩大影响，提高知名度。

社会效益为企业立足之本

香港沿海物业发展有限公司虽然在内地的知名度还不算很高，但这家公司在内地的投资却不乏惊人之举。1990 年，该公司一次性投资二亿五千万万元，兴建十万平米的厦门最大的合资项目——“香江花园”。此后，该公司又在福州市投资三亿五千万万元兴建一座四十八层的福州“新世纪大厦”；随后，沿海物业公司又决定在武汉投资三亿元兴建集家咀大桥，使两江相汇之处繁荣起来。同时，该公司还将在武汉兴建一座六万平方米的商场并参与难度很大的老城区改造。最近，沿海物业公司又决定向福州市人民政府捐款一百万元，修建长乐国际机场；向厦门市人民政府捐款一百万元用作科技发展基金；向福建省外商投资企业协会捐赠一层价值七百万万元的楼宇……截至目前，公司在大陆签订的协议投资额已达四十七亿元，实际投资额达十