

本书集各行业精英成功之经验与教训，将驰名中外的《孙子兵法》古为今用，与保险实践相结合，深入浅出地介绍了如何将其心理策略战术及说服技巧等方法切实运用到保险销售上，让你能在销售技巧、应对等业务能力上大有提高，充分展现自己的才智，成为保险行业中的高手。

孙子 保险兵法

SUNZI
BAOXIAN BINGFA

[台] 罗立 著



西南财经大学出版社

保险行销丛书

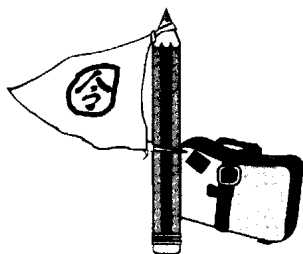
孙子 保险兵法

SUNZI
BAOXIAN BINGFA

[台] 罗立 著



西南财经大学出版社



台湾汉湘文化事业股份有限公司独家授权。
本书著作权登记号为：图字 21—1999—050 号。

责任编辑：吴定光
装帧设计：穆志坚

书 名：孙子保险兵法
作 者：罗 立

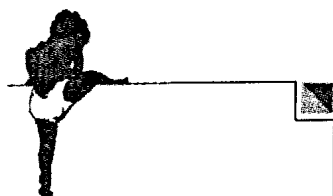
出 版 者：西南财经大学出版社
(四川省成都市光华村西南财经大学内)
邮政编码：610074 电话：(028) 7353785

印 刷：四川机投气象印刷厂
发 行：西南财经大学出版社
全 国 新 华 书 店 经 销

开 本：850mm×1168mm 1/32
印 张：7.125
字 数：92 千字
版 次：2000 年 8 月第 1 版
印 次：2000 年 8 月第 1 次印刷
印 数：5000 册
定 价：17.80 元

ISBN 7-81055-668-1/F·549

1. 如有印刷、装订等差错，可向本社发行部调换。
2. 版权所有，翻印必究。



作者序

《孙子兵法》从古至今历二千五百余年而不衰，从以往战场上的运用，至今日商场甚而人际上的应用，都丝毫不灭其魅力。

现今保险业日益发达，市场竞争也日趋激烈，保险人员要想在商业界占有一席之地，势必要在专业能力及销售技巧、应对等方面下一番功夫，而《孙子兵法》中所揭示的心理策略战术及说服技巧，也符合现今保险从业人员的需求。

笔者于本书中将《孙子兵法》与保险相结合，并采访各保险行业界精英，搜集各方资讯而成。旨在保存兵法精要，以简单清楚的方式，介绍如何将兵法切实运用在保险销售上，并以保险行业界人士亲身经历作为参考，以期对读者有所裨益。



“知彼知己者，百战不殆；
不知彼而知己，一胜一负；
不知彼、不知己，每战必殆。”
——此乃古之用兵哲理，
亦为今之保险业中经营之一诀窍。

ISBN 7-81055-668-1

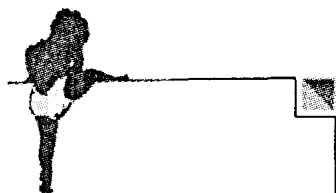


9 787810 556682 >

责任编辑：吴定光 装帧设计：穆志坚

ISBN 7-81055-668-1/F · 549 定价：17.80 元

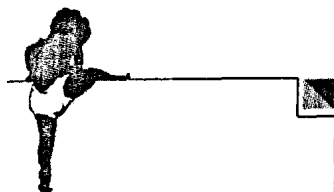
此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com



目 录

作者序	(1)
第一章 计篇	(1)
第二章 作战篇	(20)
第三章 谋攻篇	(39)
第四章 形篇	(60)
第五章 兵势篇	(77)
第六章 虚实篇	(93)
第七章 军争篇	(111)
第八章 九变篇	(126)
第九章 行军篇	(139)
第十章 地形篇	(157)

第十一章	九地篇		(172)
第十二章	火攻篇		(196)
第十三章	用间篇		(210)



第一章 计篇

【原文】

孙子曰：兵者，国之大事，死生之地，存亡之道，不可不察也。

故经之以五事，校之以计而索其情：一曰道，二曰天，三曰地，四曰将，五曰法。道者，令民与上同意也，故可以与之死，可以与之生，而不畏危也。天者，阴阳、寒暑、时制也。地者，远近、险易、广狭、死生也。将者，智、信、仁、勇、严也。法者，曲制、

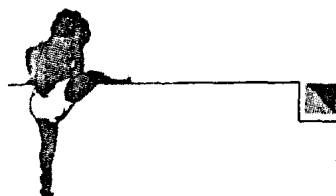
官道、主用也。凡此五者，将莫不闻，知之者胜，不知者不胜。故校之以计而索其情，曰：主孰有道？将孰有能？天地孰得？法令孰行？兵众孰强？士卒孰练？赏罚孰明？吾以此知胜负矣。

将听吾计，用之必胜，留之；将不听吾计，用之必败，去之。

计利以听，乃为之势，以佐其外。势者，因利而制权也。

兵者，诡道也。故能而示之不能，用而示之不用，近而示之远，过而示之近；利而诱之，乱而取之，实而备之，强而避之，怒而挠之，卑而骄之，佚而劳之，亲而离之。攻其无备，出其不意。此兵家之胜，不可先传也。

夫未战而庙算胜者，得算多也，未战而庙算不胜者，得算少也。多算胜，少算不胜，而况于无算乎！吾以此观之，胜负见矣。



【译文】

孙子说：战争是国家的大事，是军民生死、国家存亡的关键，不能不认真加以考察研究的。

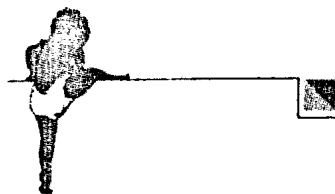
因此，要通过五个方面来研究和策划军事问题，从七种计谋情况分析比较敌对双方的军事情况，以探索战争的胜负情形：一是政治，二是天时，三是地利，四是将帅，五是法制。所说的政治，就是要让民众与君主有共同的意愿。这样，民众就会为君主而死，为君主而生，而不惧怕危险。所说的天时，就是指昼夜、晴雨、寒冷酷暑、四时季节的变化。所说的地利，是指路程的远近、地势的险峻或平坦、战地的宽广或狭窄、地形对攻守进退的利弊。所说的将领，就是指将领的智慧才能、赏罚有信、爱抚士兵、勇敢坚毅、军纪严明。所说的法制，是指军队的组织体制、各级将领的统辖、军用物资的供应管理。凡是这五个方面，作为将帅，不能不知之。充分理解这些原理，就能取胜，不掌握这些原理，就不能取胜。所以要通过对七

种计谋的比较来探索战争的胜负情况。那就是：哪一方君主政治开明？哪一方将帅更有才能？哪一方占据天时地利的有利条件？哪一方的法令能够贯彻执行？哪一方的军队实力强大？哪一方的士兵训练有素？哪一方的赏罚公正分明？我根据这些情况，就可以判别谁胜谁负了。

将领能听从我的计谋，使用这种将领，用兵作战就一定能取胜，应该留用他。将领不听从我的计谋，使用这种将领用兵作战就一定会失败，应当不用他。

有利的计谋已被采纳，还要造成一种态势，作为外在的辅助条件。所谓态势，就是根据敌情的变化采取有利于己的相应措施。

作战，讲究的是欺诈的方法。因此，能打却装作不能打、要打却装作不要打，向近处运动却装作要向远处运动，实际要向远处进攻却装成向近处进攻；敌人贪利，就以利引诱他；敌人混乱，就乘机攻取他；敌人兵力坚实，就要注意防备他；敌人势力强大，就设法避开他；敌人易怒，就挑逗骚乱他；敌人力弱胆怯的，就设法使之骄横；敌人休整良好的，就要设法



疲劳他；敌人内部团结和睦的，就设法离间他。要在敌人没有防备的情况下攻击他，行动指向敌人意料不到的地方。这些都是军事家的用兵指挥之妙，是不能预先加以刻板规定的。

凡作战之前就预计到能取胜的，是因为筹划周密，有利条件充分；作战之前就预计到不能取胜的，是因为筹划不周密，有利条件缺乏。筹划周密、有利条件多的就能获胜，筹划不周密、有利条件缺乏的就不能获胜，何况不作筹划、缺乏有利条件啊！我据此观察，胜败的情况也就显而易见了。

一、计划周详

《孙子兵法》说：“夫未战而庙算胜者，得算多也，未战而庙算不胜者，得算少也。”

也就是说，无论是作战或从事任何行业，都该要有周详完整的计划，才能毕其功于一役，赢得最高的胜利。

世上的行业百种千种，为什么你要选择保险业？

保险公司成百上千家，为什么你会选择这一家？究竟是为名、为利、还是为自我挑战、服务大众？

无论是基于何种原因，一旦进入保险业，目标都只有一个——成功。

尤其从事保险的销售，与一般的商品销售大不相同，一般的商品是有形无形的、具体的、好坏不辨自明的，有的商品甚至还可以试用；保险却不然，它是无形的、不具体的、一般人不易了解的。

因此，保险的这种特性，对想从事保险业的人而言，不啻是一项挑战。

为了要让保户了解这项商品，进而接受、而购买，“保险代理人”的能力，就是一个非常重要的关键。

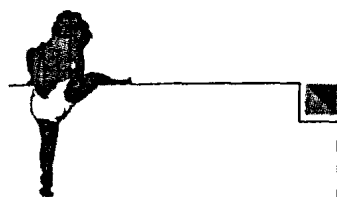
相信保险业界的朋友，都该知道，“保险代理人”^①“保险经纪人”^②与“保险业务员”^③三者之间有何不同。

但无论这三者有何差别，在这个讲求服务质量、

① 保险代理人——由保险公司支付佣金，并以授权或签订代理契约的方式，代理保险公司接洽安排保险业务。

② 保险经纪人——由被保险人缴付保费后，向保险公司收取佣金，并站在被保险人的立场，代理被保险人洽谈保险契约。

③ 保险业务员——保险公司中，开发、招揽业务的人。



注重消费者权益的社会，唯有以实力、高质量的服务及态度，才有可能赢得客户的信赖，在保险业界占有一席之地。

既然要想在这行出人头地，那么，对于事业目标的规划、策略的运用及人缘的累积，就都必须做好完善的准备。

每次出门，就要像出兵征战一般，全副武装，才能“一举歼敌”。

所以，《孙子兵法》说：“多算胜，少算不胜，而况于无算乎！”

二、三大准备

那么，我们究竟该怎么“算”？又该如何做出最适当、完善的“战前计划”呢？

1. 专业知识的准备

从事保险业，无论是新手或老手，面对的是熟人或新客户，保险员对自身专业知识的要求，绝对不可

轻视。

报上曾刊登这么一则消息：美国有一位全球最年轻的苹果电脑商，以年仅 13 岁的小小年纪，创下一年 80 万美元的营业额，这种令人惊讶的成就，所凭借的就是——专业。

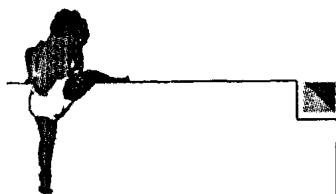
“要我再向他买电脑，绝对不成问题。”这位小男孩的客户，毫不犹豫地说。“因为这个小傢伙对电脑实在太内行了，而且做起生意来，架势十足。”

可见只要具备充足的专业知识，再加些信心和技巧，顾客自然会对你产生信赖，生意自然也就源源不绝。

台湾地区保险业中首屈一指的——国泰人寿，创业之初，即十分重视人员的专业训练，这也是国泰人寿之所以成功的重要因素之一。

早在 1963 年，国泰人寿就成立了第一个员工教育培训中心，其后又陆续在北、中、南各地成立训练中心。所有国泰人寿的员工，不论阶层高低、工作时间长短，都必须接受密集且持续的训练。

此外，国泰人寿并实施“早会”和“组训制度”，



为所有员工打气与检讨缺失，并由组训人员陪伴每位新进人员，顺利走过初期单骑闯天下的困境。

而许多其他各家保险公司，也深知人员培训的重要，对此都各有一套自己的训练法宝。

从以上的例子来看，保险人员的专业训练可说极为重要。

当你面对一个全然陌生的客户时，他的购买与否，完全取决于对你的信赖。

这份信赖，则是来自于对你的专业知识的肯定。

而即使面对的客户是熟悉的亲友，他们也同样会对你的专业知识质疑：“他到底懂不懂保险？会在这行待多久？保单交给他，有没有保障？”

此时，你便该以你的专业知识及态度，解除他们的疑虑。让客户知道你不但懂这行专业，更对这份工作热爱有加、乐在其中。如此自然能让客户信服，保单及人缘也就会源源不断。

千万不要心存侥幸，也不要认为客户不可能懂得比你多，就混水摸鱼。毕竟根基不扎实的树木，是绝对无法长存的。

曾经有一位保险业的新人，向朋友推销保险，朋友正好想买保险，便作个顺水人情，替这位新人作出业绩。没想到这位保险员对自己的产品并不了解，只是一味地说着：“你放心啦！一切交给我就没问题。”

这位买保险的朋友事后对人说：“我看他连保单的内容都搞不清楚，问他几个问题就支支吾吾，还找不到资料，教我怎么能放心。”

虽然最后卖了人情给这位保险员，但却说：“他还要我帮他介绍客户，以他这种态度，我才不会再替他害人呢！”

看！一个不懂专业的保险人员，一种不诚恳的态度，虽然侥幸拿到了保单，却造成多大的后遗症。

也许初进这行，总是无法马上进入状况；但努力程度如何，时日一久，高下立见。

所以，要想在这行出人头地，不是仅靠人情或运气就足够了，而是需要加倍的努力和周详的计划。

否则，一旦好运用尽，人情用完，你所损失的不只是几张保单，而是机会、信誉和友情了。