

● 秦全跃 著文 ● 徐 进 漫画

市场下的

蛋

● 为市场把脉

● 为市场营销策划做大餐

当代中国出版社

■ 中国 100 家最具竞争力企业 ■ 中国 100 家最具成长性企业

市场下的

蛋糕

■ 中国 100 家最具竞争力企业

■ 中国 100 家最具成长性企业

中国 100 家最具竞争力企业

市场下的蛋

秦全跃 著文

徐 进 漫画

当代中国出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

市场下的蛋/秦全跃著;徐进绘. —北京:当代中国出版社, 2001.2

ISBN 7 - 80092 - 975 - 2

I. 市… II. ①秦…②徐… III. 企业管理 - 通俗读物
IV. F270 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 05196 号

当代中国出版社出版发行

社址:北京地安门西大街旌勇里 8 号 邮政编码:100009

三河东方印刷厂印刷 新华书店经销

850 × 1168 毫米 32 开 8.75 印张 2 插页 150 千字

2001 年 3 月第 1 版 2001 年 3 月第 1 次印刷

定价:14.50 元

相识秦全跃（代序）

戴立权

相识秦全跃是4年前的事，当时我任京海药业公司的老总。

对方电话一打过来：“还是老地方”，电话就挂断了。秦全跃同我打电话就是如此风格。我只好放下手头的事，开车过去汇齐。老地方即是美术馆西边一家只有5张小桌的平民小饭馆，半张桌子还给老板娘“办公”占着，一年四季都是老三件，小葱拌豆腐、花生米要水煮的不要干炸的，还有就是拍黄瓜。当然必须加上简装的燕京啤酒若干。

正是每每相聚的“老地方”，平民环境是老秦的深厚。首先老秦骨子里是个文化人，唐诗宋词顺着嘴边，带着酒气往外一层层地吐；其次老秦是个“时局贩子”，既“跟波尔布特睡过觉”，又“暗恋过撒切尔夫人一个半任期”，虽“不太喜欢基辛格”，却对“右派头子尼克松下台愤怒不平”，最爱扯到的还是“戈尔巴乔夫”，却也发表过歌颂洪森的文章。别说，这次科索沃的战局和结尾又让他说中，不知道几时叶利钦派兵去普里什蒂那之前同他打过电话，要过策划。第三是他的本业，搞策划。

有许多人问过我，能不能简要通俗地把老秦搞策划的特点说一下？每到此时我都会反问，是用老秦的话说，还是用我的话说。通常是“那就用老秦的话说吧！”我解答：“该学神时别当人，用到神处不用人。”这是老秦对企业的作用；那么老秦在市场上的功夫呢？“就是一棵葱”，葱能把味串起来运行。若用我的话来说老秦：“适应时代者，老秦也。”所以属于老秦的事永远干不完，精于此道，以此为生。

责任编辑	刘小晖
封面设计	徐进
版式设计	高歌
责任校对	王兰英

目

录

相识秦全跃（代序）

戴立权（1）

第一章 与老板对话（1）

● 说起老板这类“赚钱动物”来，一般观点认为他们不属于性情中人，而是“一个比一个冲”的冷血动物。不过若想真正识得他们经营管理与做人的“庐山真面目”，还必须“身在此山中”，这就引出了老板与老板之间的对话、策划者与老板之间的对话。通过对话，你可以清晰地触摸到他们在风起云涌的市场大潮中跳动着的脉搏。

★ CEO？大米粥？

——两位男老板的争论（2）

- ☆ 要脾气还是要细腻? (3)
- ☆ 公司认不认老婆? (5)
- ☆ 关键职位姓“雌”还是姓“雄”? (6)
- ☆ 要 CEO 还是要“大米粥”? (8)
- ★ 国企老板妙论私企老板 (10)
 - ☆ 国企、私企老板谁的灵活多? (10)
 - ☆ 国企、私企老板谁更累? (13)
 - ☆ 市场不相信眼泪 (15)
 - ☆ 企业的“蛋糕”谁先吃? (19)
- ★ 总经理喝涂料真相揭秘 (22)
 - ☆ 猫喝还是人喝? (22)
 - ☆ 是意外之喜还是毁了企业? (25)
- ★ 坐而论道女老板 (28)
 - ☆ 女人配对还是与男人共舞? (28)
 - ☆ 副手要花木兰还是请诸葛亮? (29)
 - ☆ 当铁娘子还是作刘慧芳? (31)
 - ☆ 一掷千金还是斤斤计较? (33)
- ★ 女老板悖论男老板 (35)
 - ☆ 男人是月亮，女人是星星? (35)
 - ☆ 困难是石头，女人是水? (37)
 - ☆ 女人的心，天上的云? (38)
 - ☆ 胆就是钱，钱就是胆? (40)
 - ☆ 抠门是墙，挥霍是路? (41)
 - ☆ 头发长，见识短? (42)
 - ☆ 成事不足，败事有余? (44)

★ 企业文化，改良还是革命？	(46)
☆ 任尧森，“东宝”是你的吗？	(47)
☆ 企业是江山，品牌是美人？	(48)
☆ 合作等于“傍大款”？	(49)
☆ “东宝”、“森宝”破镜重圆？	(50)
★ 化妆品联盟营销的时代	(54)
☆ 市场与竞争	(56)
☆ 产品与定位	(57)
☆ 品牌与推广	(61)
☆ 广告与促销	(65)
☆ 市场与发展	(67)
★ 捐赠的竞争	(70)
☆ 捐助还是炒作？	(71)
☆ 竞争力等于生命力？	(73)
★ 顺时针？逆时针？	(77)
☆ 决胜内衣市场的关键	(77)
☆ “明星大战”中的品牌形象	(79)
★ 小老板调侃大老板	(83)
☆ 孰重孰轻？	(83)
☆ 生存与奋斗	(85)
☆ 英雄与本钱	(86)
☆ 价格与火拼	(88)
☆ 广告与宣传	(89)
☆ 股份与人才	(90)

第二章 营销菜单..... (93)

◎ 市场无处不在，机会时时都有。而在把握机会、进军市场、大打营销之战之时，请经营者切记——市场是命、产品是根，而市场调查则是营销决策的基础，成功的营销活动是建立在准确的调查结果之上。一句话，营销策划的关键，永远是消费者的利益。

- ★ 自己的“可乐” (94)
- ★ 不许姓马 (97)
- ★ “杂种”成群 (101)
- ★ 改朝换代卖彩电 (104)
- ★ 名人欠“抽” (107)
- ★ 韩流·裕兴·呼啦圈 (111)
- ★ 小小凉垫挣大钱 (113)
- ★ 果不其然不讲理 (116)
- ★ 孔融让梨不新鲜 (120)
- ★ 市场是命 产品是根 (123)
- ★ 陆谦打着高俅骗麦片 (126)
- ★ “好色”也能挣钱 (130)
- ★ 昨日青啤醉倒? (133)
- ★ 下的就是这盘棋 (136)
- ★ 卡尔·诸葛亮 (138)
- ★ 发财有道 (141)

★ 非常跳舞	(145)
★ 明星败了	(148)
★ 时尚 上当	(152)
★ 专家跟着害虫跑	(155)
★ 吟诗唱词给谁听	(158)
★ 又当“媒婆”又“保胎”	(161)

第三章 策划偏方 (165)

● “好色”也能挣钱，虽然此色非彼色；“绿财”兴许是“横财”，但一定要摸清路线，关键是要抓住策划的偏方——独树一帜的好创意。没有策划偏方，先下手也会遭殃；有了灵活的创意，再小的商品也能走出国门。求新求奇求到位，一切离不开“眼球经济”，创意做到了传播再传播，企业的日子会一天比一天好过。

★ “绿财”兴许是横财	(166)
★ 推销“坦克”	(169)
★ 拉着刘备去结义	(173)
★ 痛失“孟姜女”	(175)
★ 先下手遭殃	(179)
★ 哥俩好？爷俩好？	(181)
★ 没有泡沫的新经济	(184)
★ 红子鸡用鸡不用人	(187)

★ 昏了，婚礼歌	(190)
★ 见着驴了吗?	(192)
★ 守着马桶玩创意	(196)
★ 六比四大	(198)
★ “批发坏人”	(200)
★ 三十七元买词典	(202)
★ 死了谁还争	(206)
★ 谁该给谁排毒?	(209)
★ 冤有头 债无主	(212)
★ 城南该是旧事	(214)

第四章 商务圈点 (219)

● 孰是孰非？是成是败？待到商战硝烟散尽之后，自有旁观者论短长。有心的企业家懂得以人为本、管理是金，商战高招可圈可点；有远见的小老板深谙塑造品牌之道，从巧做起，而后稳操胜券。关键在于思维的“非常”。圈点不是目的，意在抛砖引玉。

★ 着急吃了热馒头	(220)
★ 文人商人 谁肚量大	(222)
★ 管理是金	(225)
★ 玩概念也分人	(227)

★ 做个“本土”“空降兵”	(230)
★ 小老板 大主意	(232)
★ 茶味变了	(234)
★ 张林：老百姓的企业家	(237)
★ 好人张志坚	(239)
★ 汉子任尧森	(242)
★ 郭建明分灶煮饺子	(244)
★ 老祝不是 CEO	(246)
★ 别装大个的	(249)
★ 飞黄三年“祭”	(253)
★ 警惕“网扒”	(255)
★ 配制咋办	(258)
★ 开发要像“养孩子”	(261)
★ 厌了，小燕子	(263)
★ 为“点子”辩	(266)

第 一 章

与老板对话

说起老板这类“赚钱动物”来，一般观点认为他们不属于性情中人，而是“一个比一个冲”的冷血动物。不过若想真正识得他们经营管理与做人的“庐山真面目”，还必须“身在此山中”，这就引出了老板与老板之间的对话、策划者与老板之间的对话。通过对话，你可以清晰地触摸到他们在风起云涌的市场大潮中跳动着的脉搏。

CEO? 大米粥?

——两位男老板的争论

一人一面，千人千面，且不说男女有别，就是男人与男人也一人一个味，味味不同。说起老板这类“赚钱动物”来，他们更是“一个味比一个味冲”，有人说老板与老板都不是性情中人，很难合得来。难道老板与老板之间就永远合不来，彼此观点相悖，永远龙争虎斗下去？尤其是我们身边的男老板与男老板，细心的人将他们加以比较，不能不说他们各有千秋，棱角分明，“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”，若要想识得他们经营管理的“庐山真面目”，必须身在“此山中”。

今天有两位男老板进行舌辩，一方为北京华夏通商贸科技有限公司总经理商立军主张管理企业要细腻，重情分，不能太铁面；另一方北京鑫吉玳经贸责任有限公司总经理包国方则强调做企业要大手笔，要有脾气，要阳刚，企业经营管理不能感情味太浓，关键还是要有谋略，形式固然重要，内容才起决定作用；一方公司老板提出要容忍老婆的插手，另一方公司老板却认为公司事务要内外有别，泾渭分明，等

等。现在让我们看看双方是站在一个什么样的条件下进行辩论，怎样表达自己的观点，怎样坚持自己的原则立场。

要脾气还是要细腻？

主持人语：

公司是个大家庭，各自有角色定位，你是老板，你的决策不但影响到公司前景，还会影响到下属的思想及情绪，下属的工作态度又影响到公司的效益甚至形象，甚至你老板穿某一件衣服，一个拂头发的动作，都会在潜移默化之间让下属洞察，甚至“学会”而不知不觉地流行，这不能不说是老板的人格魅力在起作用，这也是企业文化的一个重要部分，你当老板是应该对下属铁面无私，爱憎分明，还是倾注感情，以一当十，让下属感到这是一个大家庭，让人感到集体的温暖，合作的愉快，团结的可贵。

商立军：

作为一家小企业的老板，我比较注重大处着眼，小处着手。我在厂里，脾气好起来就像一个老好人，什么事都得管，员工结婚生孩子得想着点，最起码也要封个红包；员工找不到对象，我也要操心，得给他们创造适当的机会。有些员工刚参加工作，特别“木”，特别拎不清，什么东西一到他手里就会坏，多次批评就是难改正。我知道仅仅生气、发脾气没有用，要慢慢调教他们，也就需要大家一起去努力，就能配合好。

我是老板，什么事都要我决策，要我表态，我看能否管住人就要看有没有投入感情了。情感才有说服力，有句话