

S H A N G R E N B I N G F A

方伟 / 编著



商人兵法

商人应该是这么一种人：

他必须让人加倍提防，当你和他握过手之后，
不得不数一下自己的手指头……



最成功的商人
也是最富有智慧的人

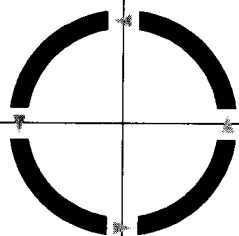
中国城市出版社

商人兵法

方 伟 编著

中国城市出版社

商人兵法



图书在版编目(CIP)数据

商人兵法/方伟编著. -北京:中国城市出版社,
1998.9

ISBN 7-5074-1060-9

I. 商… II. 方… III. 商业经营—谋略 N. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 28434 号

责任编辑 郭星

责任设计编辑 张建军

出版发行 中国城市出版社

地址 北京市朝阳区和平里西街 21 号 邮编 100013

电话 84273843 传真 84278264

经销 新华书店

印刷 北京市友谊印刷经营公司

字数 410 千字 印张 17.5

开本 850×1168(毫米) 1/32

印次 1998 年 10 月第 1 版 2000 年 5 月第 2 次印刷

印数 15001—18000 册 定价 28.80 元

• 版权所有、翻印必究 •

前 言

我终于可以含着骄傲的微笑，斜视着这竞争的对手。在此刻，他过去那种不可一世的慑人的光芒，渐渐灰暗了，最后化成碎屑，轻飘飘地散落在我的面前……

古人用兵打仗重“计谋”，现代商家经商同样重“兵法”。

商场如战场，虽不见刀光血影，但机诈百出，令人防不胜防。因此商人为了自身的生存和发展，必须步步为营，小心从事，能够施谋用智，出奇制胜。

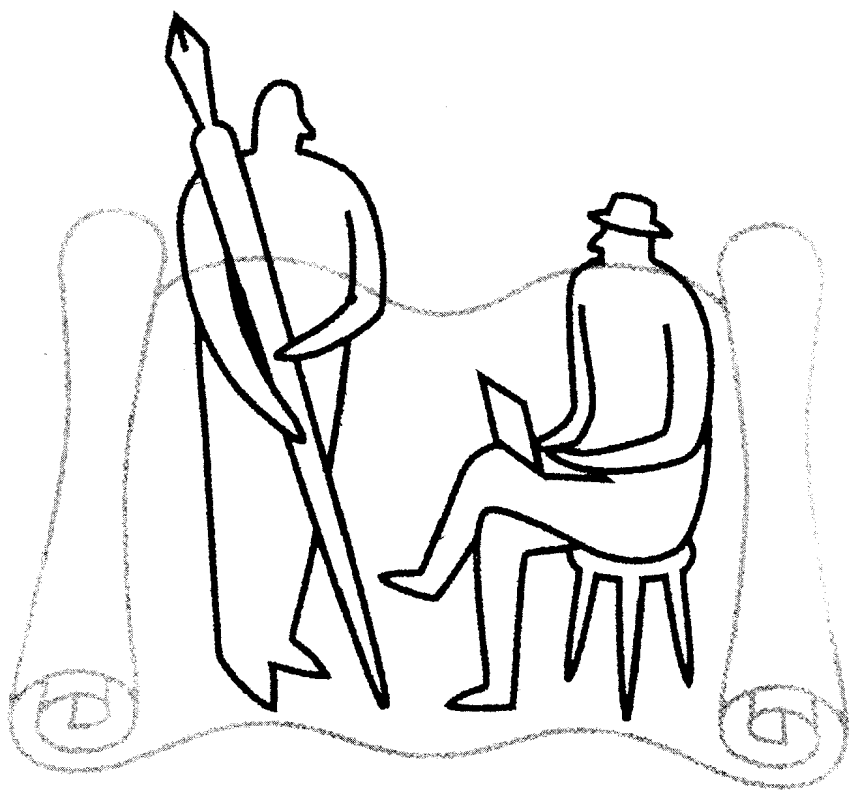
商家企业竞争获胜之术，是一种技巧，更是一门活的学问。古往今来丰富的商场竞争史例，为我们提供了许多可供借鉴的策略和技巧。

本书是一本研究商场竞争的专书，以古今中外兵法为经，以现代商场实例为纬，集理论与实务于一体，从兵法中归纳出谋攻、妙算、用奇、诡道、权变、施计，探讨了商场竞争的谋略与技巧，使古今智慧熔于一炉，不但使

古人智慧重现于今日,更可在研读案例中轻松学习今人的奇谋。希望做到事例引人入胜,策略便于掌握。

《商人兵法》在运用时,要因人、因事、因时、因地、因物,心领神会,变化灵通,有所创造,有所发展。能做到这样,《商人兵法》一书将令你耳目一新,也将令你的竞争对手耳目一新。

最成功的商人 也是最富有智慧的人



目 录

兵法一 修身正性 (1)

商海行舟,靠什么才能乘风破浪,顺利抵达彼岸?是雄厚的资本,还是天赐的机缘,甚至是克扣斤两、以次充好之类的奸术?都不是。“商”是一种崇高的职业,只有依靠同样崇高的品德,才能“不管风吹浪打,胜似闲庭信步”!“无商不奸”,是天大的误解。真正成功的巨商,从不以奸术取胜,而一切奸商,总难逃破产命运。

1. 巨商不以奸行..... (1)
2. 商家第一资本..... (6)
3. 创业何惧艰辛..... (17)
4. 儒商魅力无穷..... (29)

兵法二 统御领导 (45)

商场如战场,下属如三军。一个成功的商家,必须掌握高超的领导艺术,才能带领他的人马所向披靡,战无不胜。而任何管理无术、纪律涣散的企业,必将在商战中溃不成军。

1. 纪律严明 (45)
2. 一山不容二主 (52)
3. 好钢用在刀刃上 (57)
4. 群英战吕布 (68)
5. 强将手下无弱兵 (76)

兵法三 运筹帷幄 (86)

商人成功的秘诀数不胜数,但其中最重要的,当推“以智经商”。一个成功的商家,必是聪明睿智、拥有运筹帷幄决胜千里的高超艺术的智者。“傻干”,一辈子也不可能发达。

1. 众里寻她千百度 (86)
2. 鱼龙潜跃水成纹 (97)
3. 红杏一枝出墙来 (108)
4. 小荷才露尖尖角 (113)
5. 置之死地而后生 (124)

兵法四 出奇制胜 (132)

经商的过程就是竞争的过程。竞争对手有强有弱有势均力敌,但无论对付什么样的竞争对手,唯有出奇方可制胜。

1. 万丈高楼平地起 (132)
2. 巧妇善为无米炊 (144)
3. 水流千遭归大海 (159)
4. 春雨润物细无声 (172)
5. 弄潮儿向涛头立 (185)

兵法五 名牌战略 (202)

商家事业长盛不衰的奥秘之一,就是推行“名牌战略”。一个产品救活一个企业的例子已是屡见不鲜了,而一个名牌产品让企业长生不老的奇迹,更令人拍案叫绝。

1. 创造名牌就是创造一个企业家 (202)
2. 棋高一着 (216)
3. 老树开新花 (224)
4. 聚散两依依 (238)

5. 主副永相随 (250)

兵法六 苦练内功 (266)

小鱼被大鱼吞掉,在商业竞争中已不是什么新鲜事,但有些声名显赫的老牌企业,也会宣布破产与倒闭,这就提醒每一位经营者,好好想一想该怎样避免厄运?答案就是苦练内功,使你的企业强壮健康,永葆青春活力。

1. 万水千山总是情 (266)
2. 风卷红旗过大关 (276)
3. 同舟共济海让路 (288)
4. 时刻盯住对手 (302)
5. 真作假时假亦真 (319)

兵法七 危机管理 (333)

当你面临严重的经营危机时,你能干什么?才能够成功地运用策略,闯过难关。

1. 风起于青萍之末 (333)
2. 要法治不要人治 (346)
3. 君子动口不动手 (360)

-
- 4. 长痛不如短痛 (371)
 - 5. 挽狂澜于既倒 (379)

兵法八 营销法则 (388)

夫妻店成功的秘诀在于知道顾客需要什么,因为他们每天都在与顾客打交道。同样的道理,一个大型的企业老板要做的工作也是这些,一切都是从市场营销开始的。

- 1. 洗脑又洗心 (388)
- 2. 把自己当顾客 (406)
- 3. 弹钢琴的妙用 (424)
- 4. 沙场秋点兵 (439)
- 5. 别人的产品为什么畅销 (456)

兵法九 切入要点 (474)

成功的商家会告诉你,不要只盯着你的利润,营销影响产品的价格,决定你的产品。

市场营销最关键的还是你能否找到市场的切入点,如何让雄心勃勃的你实现你的飞跃,如何成功地把你的产品让人们接受。

-
1. 纸上谈兵总觉浅 (474)
 2. 事前诸葛亮 (488)
 3. 火力侦察与排兵布阵 (508)
 4. 风云变换与灵活机动 (526)
 5. 采得百花酿成蜜 (539)

兵法一 修身正性

1. 巨商不以奸行

△健康的自我意识

什么是自我意识呢?从心理学上讲,自我意识是指人对自身状态及心理活动变化的感知以及控制的活动。一个企业家往往会有许许多多的“自我”,其中有真实的“我”,即某个时期内自我的真实感知,这个“真我”恰恰是不愿意经常向人表露的内心秘密。观念的“我”,即根据社会公认的道德规范应该成为什么样的人。理想中的“我”,即愿意自己成为什么样的人,现代的和未来的企业家形象等等。企业家、商家们应在健康的自我意识主宰下,对自我进行认识和评价(感知),然后按照社会责任的要求,力争成为中国特色的企业家形象,即从真实的“我”向理想中的“我”,进行自我优化修炼。现代中国企业家的自我意识,是他在社会主义初级阶段市场经济中行为方式的决定因素。因此,企业家的自我意识在现实经营活动中所起到的作用是有实用价值的。

那么,如何修炼自我意识呢?

首先,应经常对自身的行为、活动与内心世界进行分析感知,所谓“一日三省”,了解、认识和掌握自己。心理健康的企业家,往往表现为能够深层了解自己的思想与行为的动机,了解自己的内在优点和缺点,了解复杂心理的内涵,做到不自我苛责或自我矜夸。在这里,能够天天记录内心世界的日记是会有好处的。

其次,对自身在社会和企业中所处的环境、地位、条件所决定的身份,有恰到好处的自尊、自信,并能接受和肯定自己,有自知之明,对自己的才能有实事求是的分析、判断,量力而行,尽力而为。可以肯定自己的价值、成就和尊严,并适度接受自己的基本需求欲望,不勉强压抑或放纵骄奢。

最后,通过竞争与别人相比较来锻炼完善愿意并且能够在人际间建立友善和亲密关系的欲望和能力。要知道在现实企业里,和自己事事意见相符的人不一定就是好伙伴,而表面上处处与自己抗争的人也未必是敌手或者是坏伙伴。即使是竞争中的敌手,他能够制胜于自己,则更需要学习他的高明之招,总结经验教训。因此,要善于把他人之长补己之短,绝不嫉妒排斥。确信“三人行,必有我师焉!择其善者而从之,其不善者而改之”。对待自己不孤芳自赏,不一厢情愿,不唯我为中心,不实行利己主义。

△客观的自我估价

在商家或企业家心理素质结构中起先导作用的是个性心理倾向性。为了能够客观地了解自己,企业家应该科学地自我估价自己的个性倾向性,它包括企业家个人的需要、动机、兴趣、理想和世界观。归结为企业家对社会环境的态度和行为的积极性。

在这些倾向性方面,首先自我咨询个人需要和动机是否属于高尚层次是非常重要的。优秀企业家的需要体系中,精神需要应该高于物质需要。在各种精神需要之中,事业成就的需要应该是优势需要。人和动物的区别之一就在于,动物的需要是很有限的、低级的,局限在生存和繁殖的基本需要范围之内。而人的需要是无限的、高尚层次的,其中最主要的是成就欲和荣誉欲。而企业家欲获得荣誉的基本条件,首先需要有工作岗位、工作领域,掌握经营的权力,再加上自我努力,否则是英雄无用武之地。因此,权力问题就成为人类社会生活中一个非常突出的问题。权力运用得成功与否,得靠企业家是否具有出类拔萃的品性、精神和才能。《易经·大有篇》是乾卦,它说:“当拥有权势和地位,又具备领导才能之时,却不可骄傲,踌躇满志,得意忘形。应当光明磊落,刚健而纯正。应当礼贤下士,谦虚克制,积极作为。以诚信沟通上下,以威信确保秩序,以善意与人和睦,满而不溢,才能使人心悦诚服,获得极大的成功。”

就动机而言,常言道:一个没有献身热情的人,永远不会做出任何伟大的事情来。企业家经营企业(事业)的永恒动机绝不仅仅是个人需要的金钱,或者仅仅是图什么物质利益的实惠,它主要还是实现自我的人生价值,寻求生命完善的一种实现形式,它是与心理的、精神的、社会的需求相关的动机,是高尚层次的。

其次,企业家要自我估价个人的兴趣品质结构是否合理、高尚。兴趣是推动企业家认识活动的动力。兴趣必须是高尚的,其结构也必须合理,不能偏颇。优秀的商家应该有广泛性与中心性相统一的兴趣结构。就广泛性而言,它可以促使自己去接触和注意多方面的事物,从而使自己获得更多的知识和技术。但这决不意味着可以朝三暮四,商家还必须用心专一,使自己获得某行业领域中的深邃知识和特殊才能,这样才能推动经营事业不断深

化。

再次，企业家要自我评估个人的理想、信念和价值观是否崇高，因为它们是企业家心理活动的最深层次。就当今中国而言，我们既提倡高层次、高境界的为祖国、民族、社会办企业，也提倡为自我生存和发展以及为集体、社团等而经营企业，因为它们都同样促进社会生产力的发展。

最后，企业家要自我评估个人的理智品质是否坚强。优秀企业家在感知方面，应属于主动观察型，非常敏锐，对市场体验和理解较常人深刻，是一个严格的冷眼观察者。他清醒地知道应该拨动精细的经营心弦，他会制造热情而自己不动感情。凡属无可争辩的客观事实，即使违反自己的心愿也能冷静地欣然接受，先求自保。《易经·困卦》上讲：“当陷入穷困中，往往难以忍受，必须明智，坚持原则，极端隐忍，不可浮躁。过度衰败或富强，都会陷入穷困，必须警惕，不可得意忘形。经营得意之时，质量保证可靠之日，应有节制。侥幸前进，必然陷入穷困。解除穷困，必须审慎，徐图突破，不可操之过急。应该反省，激励奋发，坚持刚毅纯正原则，经得起考验，才能突破。”对照这样的要求，要在自我控制方面做到“铁石心肠”，亏损不懊丧，认定失败是成功之母，赚钱不骄傲，以防“满招损”。在个人得失方面，得之淡然，失之泰然。经常以理智控制感情的草率判断，不凭意气用事。假如有人在经营方面采取孤注一掷的赌徒行为；或者是海盗式的走私掠夺行为；或者是粗制滥造，以假乱真、以次充好、以少顶多等恶劣办法，坑害消费者、坑害用户的骗子行为等，这些都是丧失理智的亡命变态心理行为，这是经营者绝不可为的。