

王 彤◎编著



孙武智慧



SUNWU ZHIHUI

孙子兵法的谋略锦囊

结合现代商业实战案例，透析孙武思想精萃集成，
提炼通往成功的全新技巧与顶级智谋，古为今用，智
慧共通，领悟兵法精要，成就非凡人生。

沈阳出版社

王 彤◎编著



孙武智慧

SUNWU ZHIHUI



孙子兵法的谋略锦囊

结合现代商业实战案例，透析孙武思想精萃集成，
提炼通往成功的全新技巧与顶级智谋，古为今用，智
慧共通，领悟兵法精要，成就非凡人生。

沈阳出版社

图书在版编目(CIP)数据

孙子兵法的谋略锦囊/王彤编著. — 沈阳: 沈阳出版社, 2005.4

ISBN 7-5441-2455-X

I. 从... II. 王... III. 人生哲学-通俗读物
IV. B821-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 030895 号

出 版 者: 沈 阳 出 版 社

(地址: 沈阳市沈河区南翰林路 10 号 邮政编码 110011)

印 刷 者: 沈阳市第二市政建设工程公司印刷厂

发 行 者: 沈 阳 出 版 社

开 本: 645mm×960mm 1/16

印 张: 21.25

字 数: 240 千字

印 数: 1-7000 册

出 版 时 间: 2005 年 4 月第 1 版

印 刷 时 间: 2005 年 4 月第 1 次印刷

责 任 编 辑: 姜波 姚文涛

封 面 设 计: 杨群

版 式 设 计: 姜波 孔宁

责 任 校 对: 胡玉顺

责 任 监 印: 杨旭

定 价: 19.80 元

联 系 电 话: 024-86299322

邮 购 热 线: 024-24124936

E - mail: sysfax_cn@sina.com

孙武智慧

孙子兵法的谋略锦囊

责任编辑：姜波 姚文涛
封面设计：杨群

1. 磨剑莫磨锥——理想与自我塑造

远大的理想和鼠目寸光所带来的结果当然不尽相同，究竟是应该为了一把锥子而沾沾自喜，还是为了一把宝剑继续奋争呢？

2. 自保而全胜——勿做招风树与出头鸟的道理

路边本有果实累累的大树，竟会在短短时间内就变得光秃秃的，所谓“枪打出头鸟”、“树大招风”的道理不过如此。有时候胜利不过来源于很好地保护住自己罢了。

3. 存亡之道——掌握规律方能把握全局

诸葛亮借东风指的是，对自然规律和人生规律的把握。人生有太多的时候事关生死，实在是疏忽不得，也是草率不得啊！

4. 死地则战——企鹅图书公司的“平装书革命”

大多数人在绝境中常会绝望，而艾伦·莱恩则是从死地中崛起，以一场“平装书革命”给出版公司打开了新的局面。

5. 神机妙算——法国白兰地梦圆美国

要想成功的把握更大一些，你最好事先算计好。法国的白兰地打入美国市场更是好好地妙算了一次，才有后来的成功登陆。

6. 无中生有——绵羊油美丽神话动人心

美丽的神话总是能唤起人们无尽的遐想和美好的愿望。编造出来的神话固然有欺骗的成分，但若无损于消费者，又很好地宣传了产品，倒也算是两全其美了。



7. 择主而从²⁶——跳槽的几点忠告

春秋时的名士们国家观念很淡薄，不淡薄的是对君主的选择。如今，公司固然重要，老板也不可挑，你要有本事跳槽，这个中玄妙不察不行。

8. 择人任势³¹——波音公司慧眼识英才

你是老板，你要为你的公司挑选利于企业发展的员工。在什么时候任用什么样的员工，波音公司择人任势的案例不妨看看，可以参考。

9. 乘时借势³⁵——借势生金之道

人们讲的是“时势造英雄”，对时与势的拿捏中方显英雄本色。林建中抓住了这个时势，时势也回报他以利润。

10. 巧借东风³⁹——双汇天安门上放气球

双汇深得借东风的精髓，借天安门上的“东风”，放起了气球。放飞的是气球，得到的是大量的关注，知名度一打开，利润也就来了。

11. 把握战机⁴³——李晓华冷饮机上大赚金

本来名不见经传的李晓华，就是因为看准了市场上一个转瞬即逝的机会，没想到小小冷饮机竟为后来的跨国公司奠基。

12. 识众寡之用者胜⁴⁷——古井贡稳坐头把交椅

空城计里我们除了佩服诸葛亮的胆识，还有一点就是他对敌我双方力量的正确判断和估算，古井贡酒厂于此颇有心得。

13. 兵贵神速⁵²——谭氏兄弟力拓“快译通”

商场上风云也是瞬息变换，不抓住合适的时机迅速发展自己，就可能会被一个浪头压下去，谭氏兄弟在发展“快译通”时就贵在神速上。

14. 审时度势⁵⁶——麦克尼雷轻敌惨败泰森拳下

做事情要有眼力，看准了形势，就有了准确的判断，才会有正确的行为将自己导向成功的道路，泰森出狱的第一战很善于造势，也善于借势，可怜的麦克尼雷惨败也是意料中的事。

15. 有备而来⁶⁰——沈括化干戈为玉帛

有备而来的谈判才算得上是知己知彼。沈括就是在对谈判内容稔熟于心的情形下，保住了大宋的边界不受侵犯。

16. 避实就虚⁶⁵——百事可乐分得可口可乐一杯羹

竞争可不是硬碰硬，一定要讲一些谋略。百事可乐的策略就是抓住对方的薄弱处出击，愣是虎口夺食，从可口可乐手中抢得一片天地。

17. 深谋远虑⁶⁹——日本与瑞士的手表大战

三思而后行，就意味着要在行动前仔细考虑到事情的众多环节，甚至未来的发展。日本在与瑞士争夺表业巨头位置前可是经过一番深思熟虑的。

18. 上兵伐谋⁷⁸——《红高粱》首映式的对襟小褂

“上兵伐谋”意在不费周折之力就可达到目的。《红高粱》在国外上映时一炮打响，除了影片本身的魅力，首映式的一件特殊礼物，也成功地在海外掀起了一股中国情结。

19. 太公钓鱼⁷⁷——给足面子，蒋介石合影示恩宠

中国人常常很顾及面子，一点精神上的安慰就很容易心满意足。蒋介石与众将合影就是为了满足他们的面子，换来安心效忠。

20. 不战而屈人之兵⁸⁷——张居正提拔逆臣之子用

心良苦

张居正打破父罪子遭贬的旧传统，反其道而用之，一方面着臊了爹，一方面笼络了儿子。朝廷的稳定也是计谋多多啊。

21. 一将难求⁸⁶——重视领导者的选拔与任免

公司选择管理人员，就好像军队选择好的将帅，他们不但可以救企业于水火，还能带领这个团体取得新的成功和胜利。

22. 胜于易胜者⁹⁰——朱可夫不打无准备之仗

我们之所以取胜，是因为我们战术得当，了解彼此。前苏联将军朱可夫就是这样的观点。

23. 出其不意⁹¹——牛仔裤上的拉链

你想不到，我们却做得到。这是商家经营中的一个雕虫小技。靠着好的点子去赚更多的金子，何乐而不为呢？

24. 防患未然⁹⁸——“匮乏战术”防之有道

虽然说“亡羊补牢，未为迟也”，但防患于未然总是能让损失降低到最小。一些公司利用一种“匮乏战术”，切实地保护了公司的利益不受侵犯。

25. 恩威并用¹⁰⁸——周恩来的外交艺术

文治武功一直是历代管理者和统治者的一种理想和实践的基准。能简单化解的问题绝不可激发矛盾。从这个方面来看，不妨看看周恩来在外交中的表现。

26. 以战养战¹⁰⁸——就地取材的可口可乐和日本商人

以战养战就是合理利用最近的资源，发掘出最大的潜力，从而谋得最大的

利润。全球饮料可口可乐和聪明的日本商人对此可深有感触。

27. 兵不厌诈¹¹²——因敌制胜，商场主动请“贼”

战争中以诈术制敌颇为普遍，现代生活中巧妙地使用诈术也能取得意想不到的效果。一个商场居然请“贼”来偷东西，而且要以“贼”制贼。

28. 先苦后甜¹¹⁶——小锅巴吃“小亏”占“大便宜”

人们总是不懂得苦肉计的好处，生怕自己吃了亏。其实，吃亏的目的也是为了占便宜，而且要占大大的便宜。小小的锅巴厂就很明白这个道理。

29. 空空之城¹²⁰——宝丽来相机的公关策略

空城计的摆设绝对是一个充满想象力的计谋，这虚张声势之间给对手以警戒，给自己造了声势。宝丽来相机的推出就用了这个招法。

30. 出奇制胜¹²⁶——众商家大出“奇招”揽顾客

人云亦云虽不会有大的错误，但也绝不会有大的出息。要学会去创意，学会出“奇招”，以奇动人绝对会令人印象深刻，不意之中已立于不败之地。

31. 攻心为上¹³¹——抓住人的心，就抓住了整个人

以情动人，攻心为上，谁没有个人情世故，这人情二字已渐渐被众商家所认识。做人情的买卖，比做商品的买卖要更顺畅得多啊！

32. 避其锐气¹³⁵——小信用社击败大银行

他风头正劲，我势单力薄；又不想总是拾人牙慧，莫不如绕道而行。小信用社另辟蹊径，不日之后竟独领风骚。



33. 走为上¹⁴⁰——留得青山在，不怕没柴烧

什么时候该走，什么时候该留，当然要审时度势，方行定夺。但“走”不是无原则的走，千万不要落荒而逃，走就是保存实力，以图东山再起。

34. 环环相扣¹⁴⁵——半球实业的广告套餐

欲谋成事常常不是一个单一的战术和计谋就可以搞定的，事情的复杂远远超乎我们的想像，先算一步，步步为营。

35. 上智为间¹⁵⁰——谍战有术

战争重军情，商场中重商情。越来越激烈的信息战，让情报的价值越发彰显。善用谍战，抢得商机，也是领先一步的机会啊！

36. 树上开花¹⁵⁴——大造声势的泸州老窖

借助好的形势，宣传自己，泸州老窖就是借着征得亚运会歌曲，大大宣传了自己，从而得到了实惠。

37. 上屋抽梯¹⁵⁹——小农民入股大建筑公司

看起来这是一个陷阱，将对手引入圈套，然后逼其就范。可是在商场竞争之中，为了保护自己的利益，有时我们也不得已而为之。

38. 反客为主¹⁶⁴——新闻发布会的妙用

越主动越能让局势向着自己期望的方向发展。越来越多的新闻发布会已经不再是企业单纯发布信息平台，它更像企业宣传自己、树立形象的舞台了。

39. 疑中之疑¹⁶⁸——巧克力间谍大战

用对手布的疑阵，就疑布下去，最后落入了我方的口袋。一场关于巧克力的间谍大战正是这样进行的。

40. 假痴不癫¹⁷⁸——究竟谁做了傻瓜

装疯卖傻的人，有可能是为了保护自己，也很有可能是迷惑对方。但有谁知一对做服装生意的兄弟常常减低了价格收错了钱，买者遂匆匆离去，暗自窃喜，其中却另有玄机。

41. 指桑骂槐¹⁷⁷——小职员怒骂总裁竟被提升

谁敢没事跟领导拍案而起，自炒鱿鱼？日本一个小职员就这样勇敢地做了一次，没想到居然一骂之后反被提升。

42. 偷梁换柱¹⁸²——制药厂找准了自己的顶梁柱

外行看热闹，内行看门道。门道就是做事的关键，抓住了解决问题的关键，事情自然也就迎刃而解了。制药厂找到了扭亏为盈的关键，它自然会很快兴旺起来。

43. 假途伐虢¹⁸⁷——制药厂妙招打假

借路通行，回首一枪，实在是很歹毒的一招。不过对待不法的卖假药者，这必杀技还是用得很有当，且看这家药厂是如何惩治不法者的。

44. 关门捉贼¹⁹¹——一场索赔纠纷中的胜算

既然是瓮中之鳖，剩下的就是关门捉贼。荷兰商人在收到货物后，突然要求退货，这巨大的损失，该由谁来负担？且看我方是如何据理力争，赢得胜利的。

45. 金蝉脱壳¹⁹⁷——商家的“包装脱壳法”

金蝉脱壳可是及时脱身的一个妙招。很多商家也是借助着“脱壳”来倾销掉滞销或过时的商品。这壳脱得可不怎么光彩，也着实应提请大家注意。



46. 浑水摸鱼²⁰¹——狡猾日商低价购玉米

这浑水摸鱼，自然是要趁乱得些好处。这狡猾的日本商人可真是搅浑了“水”，摸到了“鱼”。

47. 釜底抽薪²⁰⁸——“精工”智斗“欧米茄”

以柔克刚，正面交锋与竞争，让势头不强的一方无施展之地，“精工”从物美价廉的石英表入手，让“欧米茄”彻底丧失表业老大的地位，这个中滋味很堪回味。

48. 擒贼擒王²¹⁴——抓住要害，事半功倍

这是个很简单的道理，也有很多方面的实例。抓住要害与中心，无论是宣传还是营销，这种方式所带来的效率是最显而易见的。

49. 抛砖引玉²²⁰——1380万元的“官灯”效应

1380万元等于一对大红官灯！这桩看似不公平的买卖当然是用心良苦。官灯不值那么多的钱，由此产生的关注其实就是无形中的广告啊！

50. 欲擒故纵²²⁵——妙用小饵钓大鱼

欲将取之，必先予之。当对方突然对你施以小利的时候切莫被利益冲昏了头脑，这小饵之后，必有鱼钩。

51. 借尸还魂²²⁹——健力宝借体育名人声名大振

此计的名称不大好，但作为一种商业手段已经被用得比比皆是。健力宝较早地借用名人效应造势，使得其品牌也早早地树立起来。

52. 调虎离山²³⁴——范旭东智斗“英国虎”

贪婪的英国人意图占领整个中国市场，范旭东趁势抢占日本市场，这一招

调虎离山，真让老英始料不及。

53. 见微知著 240 成功人士的“情报”观

商情众多的信息社会里，一个真正的成功人士要有敏锐的洞察力和时刻掌握商情的头脑和手段，方能在经济大潮中立于不败之地。

54. 扬长避短 245 两公司妙打翻身仗

尺有所短，寸有所长。以己之长，攻彼之短，这样的策略，是不会让自己陷于被动、被淘汰的局面的。文中的两个公司正是借助这样的策略成功地打了翻身仗。

55. 打草惊蛇 249 成功公司的深谋远虑

公安机关破案怕的是打草惊蛇，成功公司这里要的是打草惊蛇。只有让“蛇”跑出来，才能了解更多的情况，从而把握全局，作出决策。

56. 顺手牵羊 255 切勿放过推销与谈判中的小机会

当“羊”代表千载难逢的机会时，难道我们要放弃吗？在推销与谈判中，哪怕是一个微小的机会都可能会是扭转局面的关键。

57. 李代桃僵 260 椰菜娃娃的笑脸和替人受过的小燕子

代人受过的差事很少有人愿意做，可是代人受过的不一定是人啊。在经营中，我们的很多手段都是将人之过或人之所想，嫁接在物上并大收其效。

58. “精诚”所至 265 经商者动之以情大获益

诚心诚意地待人始终是一种美德。人们太需要在经营服务中去体会一种用心，感受一份真情。

59. 笑里藏“刀”²⁶⁹——餐饮业真情服务得人心

这把刀是利润的刀，可不是要欺诈顾客的刀。

60. 隔岸观火²⁷³——小小复印机厂坐收渔利 304

小复印机厂先是坐山观虎斗，看富士公司与另一家公司竞相抬高价格；既而又煽风点火，以种种借口迫使买方提价；最后看准时机，趁势坐取渔人之利。

61. 暗渡陈仓²⁷⁸——石油大王巧租两地

所谓明修栈道，暗渡陈仓，就是制造假象迷惑对方，以达到占领先机的目的。在与利比亚政府争取两块租地时，石油大王哈默充分发挥了他在这方面的能力。

62. 藏而不露²⁸²——720 万美元买下阿拉斯加州

不要过早地暴露自己的意图。美国当年能够花费 720 万美元从俄国手中买下阿拉斯加，与国务卿的精明是分不开的。

63. 声东击西²⁸⁷——“亚马哈”、“本田”谁主沉浮

同样是生产摩托车的两个日本厂家，谁能抢占更多的市场，谁便是这场竞争中的赢家。

64. 趁火打劫²⁹³——华尔街富商玩白宫于股掌

趁火打劫实在不像什么英雄之举，但华尔街富商玩起这一套可是游刃有余，经济危机中的总统也不得不听命于他。

65. 以退为进²⁹⁷——两大公司力挽狂澜

忍得一时，便峰回路转。美国的福特公司和英国的友尼利福公司都是临危

不乱,平稳地渡过风浪,用冷静的头脑迎来了新的契机。

66. 以逸待劳³⁰¹——海尔稳中得胜步步为营

海尔的成功不是一朝一夕的工夫,它抓住的市场机遇只是成功的一半,而潜移默化的企业文化的树立,却为它赢得了更多的信任与更多的发展机会。

67. 借刀杀人³⁰⁷——正大集团借人才力争中国市场

商场上当然无须杀人,只是要善于借势而已。正大集团在中国发展很懂得利用中国的人才,既减轻了用人的压力,也赢得了中国市场的好感。

68. 围魏救赵³¹⁴——买房人智逼卖房主自降房价

生活中,砍价的事情时有发生。如何能让自己既赢得质量优良的商品,又不用付出昂贵的价格,文中这位买房人的经历希望会对你有所启发。

69. 远交近攻³¹⁸——与老板“结义”的精明顾客

在服务行业中,我们提倡微笑服务;而反过来,作为消费者,如何让自己在服务中取得最大限度的利益也很值得思索,与老板交好的精明顾客很有一番心得。

70. 瞒天过海³²⁴——克罗克妙吞麦克唐纳餐馆

一个瞒字,决定了计谋中的欺诈成分,但成大事者,常常是谋略在心。克罗克最后如何吞掉了麦克唐纳餐馆,他的隐瞒使程肯定会对你有所借鉴。



1. 磨剑莫磨锥——理想与自我塑造

夫志当存高远。

——诸葛亮

据说，孙武出生的时候，他的父亲孙凭着实为他的名字动了一番脑筋，几番思忖之后，才决定单名一个“武”字。因为孙凭认为乱世之际，人心思定，将来孩子若有出息，应该能以武定国安邦，就算是实现他的最大心愿了。

这武字，也的确不是一般的武。古人云：“善为士者不武；善战者不怒；善胜者不与。是谓不争之德，是谓配天，古之极。”

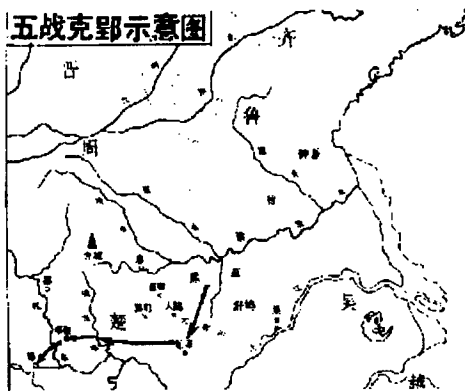
孙武的青少年时代，我们是从无从考证的。但从他的家世来看，作为贵族出身的孙武，应当从小就受到同其他贵族子弟一样系统而又良好的教育。他之所以能够成为中国古代伟大的军事家，也正是因为他沐浴了春秋时期最为辉煌灿烂的文化，他从小就树立了治国安邦的远大志向，在学习过程中有所侧重，注重对兵学有关的文化的学习和思考。

我们知道，孙武的那个时代，很重视对“礼、乐、射、御、书、数”六艺的培养。六艺之首，“礼”中的军礼，对孙武的影响一定很深。孙武后来曾写

古人云：“善为士者不武；善战者不怒；善胜者不与。是谓不争之德，是谓配天，古之极。”

孙子
磨剑莫磨锥
志当存高远

五战克郢示意图



过“夫金鼓旌旗，所一人耳目。人既转移，则勇者不得独进，怯者不得独退，此用众之法”的字句。后来他又说：“将专主旗鼓，临难决疑，挥兵

指刃，此将事也；一剑之任，非将事也。”战士的职责是从事白刃格斗，将领的职责在于专主旗鼓，临难决疑，挥兵指刃。孙武这种挥兵指刃的远大志向应该说在青少年时期就树立起来了。

想想看，很多年前大家都可能会经历过这样一种情景：一位正读小学五年级的孩子紧咬笔杆，为一道作文题久久犯愁，那道题说起来简单，名为《我的志向》，也可能是《我的理想》。

面对同样的题目，一位同龄的美国小男生也许会毫不迟疑地在纸上奋笔疾书，他长大后要入主白宫，当美国总统，那才真叫有志不在年高。但我们所处的社会环境不同，假如有人不肯安守本分，斗胆说出自己将来想当国家主席，保准会落个“小野心家”的骂名，那可不是好玩的。

真正有意思的是，你不妨随机采访一下其他人，问他的志向是什么。他极可能满面愧色地说：“我是那种放在哪儿都不起眼的人物，老实讲，我也干不出轰轰烈烈的大事业来，除了丰衣足食，有房有车，别的东西可不敢太奢望。”这是典型的常人心态，其实无可厚非。尘世的逻辑再简明不过了，既然无志者是常人，那么有志者便是异人。常人往往不能理解异人的胸臆，有时还会众口一词取笑他们不自量力。岂不闻古代的志士辍耕垄上，拊膺长叹：“燕雀安知

战士的职责是从事白刃格斗，将领的职责在于专主旗鼓，临难决疑，挥兵指刃。