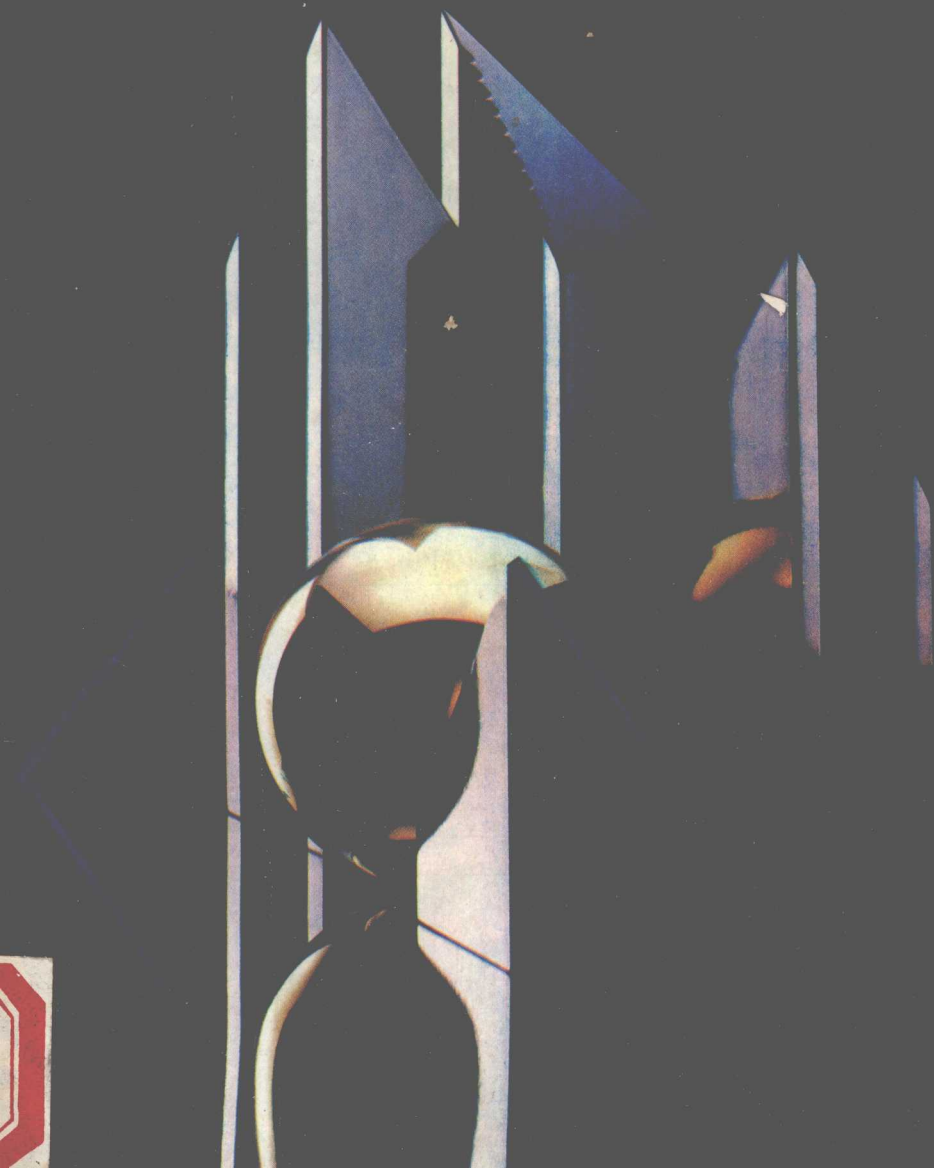


经商谋略秘典

张宇立等编著



经商谋略秘典

张宇立等 编著

北方妇女儿童出版社出版	850×1168毫米32开本	18.625印张	568千字	印数
(长春斯大林大街102号)	1993年8月第1版	1993年8月第1次印刷		
吉林省新华书店发行				印数1-352000册
长春市公安彩印厂印刷	ISBN 7-5385-0295-5 C·55			定价:11.30元

〔吉〕新登字04号

本书编委会及撰稿者名单

主 编:张宇立 卢荆林

副主编:李桂琴 丁石庆 张清洋

编委(含撰稿者):张 琪 麻 洁 李晓明 潘正言
杜忠义 徐松岚 马宝元 隋剑英
刁 羽 吴树实 宋晓旭 张宇立
张清洋 卢荆林 李桂琴 丁石庆

内 容 简 介

秘法秘招秘诀集经商妙计奇谋之大成 练摊业主行商走贩厂长经理手中必备

本书系国内知名经济学者、文化社会学专家十余人，历经两年之辛苦，通过实地考察、研究商场、集中大量信息资料、依内容设题分类后编撰而成。涉及到的经商谋略典例三千余条。

编撰者将古今中外社会各行业、各阶层经商中的妙计奇谋、秘法秘诀分为投资、理财、经法、心理、统御、管理、质量、名誉、口才、策略、计谋、潮流、交往、推销、广告、审美、情变、辨伪、服务、研析、模式等23大类，类下依典设题。

本书编撰特点是有典有例，典例结合。每一典都指出它的渊源出处及演变过程，又描述了它在商业大战中实际应用的实例，获得的效应，并且将中国人的练达处世与经商心理、应变技巧融入其中，进行综合分析，从而为经商者或欲从商者提供了一套符合国情民情的赚钱妙招妙术，奇谋奇略。

本书信息量大，可操作性强，可各取所需，用之必效。

投资部

卖空术	1	分段买低法	19
古董投资术	2	分段买高法	19
外汇投资术	2	可变比例法	20
迂直之计	3	固定比例法	21
出奇制胜	4	梯形投资法	22
抢先一步	5	避险投资法	22
邮票投资	6	艺术品投资术	24
因地制宜	7	杠铃式投资法	25
舍金求玉	9	证券投资心理四忌	25
金蝉脱壳	9	市场“饥饿”术	26
乘间击瑕	10	三十六计走为上	27
胜于易胜	11	赚百分之十计划法	28
借尸还魂	12	白圭的“待乏”术	28
敢于假权	13	居安思危投资法	29
谋而后战	14	兵无常势 因敌知变	30
期货交易	16	示以小利 诱而克敌	31
期权交易	16	“渔翁撒网法”与“反渔翁撒网法”	32
削峰平谷	17		
谨慎为要	18		

理财部

一箭三雕	33	降成本增利术	41
无标价术	34	非整数定价术	42
兵非益多	34	成本导向定价术	43
清仓查库	36	温和价格政策	44
花钱讲效益	36	责任价格控制法	44
勤俭持家术	37	需求导向定价术	45
折扣定价术	38	流动资金管理术	47
渗透定价术	39	固定资金管理术	48
撇脂定价术	40	家庭经营贷款法	48
密封定价术	41	家庭经济核算法	49

家庭商店增利法	50	参与决策，当家理财	52
家庭存钱优选术	50	吃不穷，穿不穷，不会算计就受穷	53
家庭购物“三忌”	51		
家庭合理消费术	51		

经法部

一字千金	55	大意失街亭	61
利令智昏	56	“郭君”之变	62
画蛇添足	56	能信不为人下	63
背信弃义	57	差之毫厘 失之千里	64
覆车之鉴	58	非法交易 合同无效	64
铤而走险	59	过期不验收 默认无法纠	65
偷梁换柱	59	下级告上级	66
滥竽充数	60		

心理部

出奇制胜	68	非废厥谋，吊由灵	82
先声夺人	69	感情投资	83
笑骂由你	70	正视谗言	84
坚毅不拔	71	强者哲学	85
走出自我	73	敢冒风险	87
挥泪斩马谕	74	信心致胜	88
将欲取之，必先与之	75	激励下属积极进取	89
请君入瓮	76	乘疑可间	90
众志成城	77	杯酒释兵权	92
抛砖引玉	78	据理力争	93
以人为本	79	恃己而不恃人	94
名人效应	80	民族自强心理	95
舐糠及米	81		

统御部

大权独揽，小权分散	98
-----------------	----

有所为有所不为：掌握授权之术	99	精神塑造法	105
择人任势	100	上下沟通术	106
赏罚严明	101	适度管理之道	107
大胆下注	101	人才吸纳术	108
培养“大家庭感情”	102	诚招天下士	109
尊重雇员	103	筑巢招鸟	110
激励士气，攻心为上	104	人才培植术	110
工作富集化	105		

管理部

管理场	113	算计国家	135
模特法	114	容瑕索瑜	136
一日厂长	115	独窥潜流	137
践墨逐本	116	破釜沉舟	138
一改故辙	117	降本求洁	139
入乡随俗	118	揭短自限	140
反弹琵琶	119	寡人无疾	140
以貌取人	120	蹄钉效应	141
正合奇胜	121	鲶鱼效应	142
多路出击	121	掣肘难书	143
吃亏经营	123	$6+2>8$	144
因败为成	124	双零管理术	145
兵贵神速	125	五种训诫法	146
时间管理	126	化整为零术	147
匡救一箴	127	自主工作法	148
智能核心	128	全控管理法	148
导向策略	129	引澜入池术	149
单刀赴会	130	均势可比法	150
草船借箭	131	责任网络法	151
杂于利害	132	网络管理法	152
事必躬亲	133	“冷门”策略	152
首尾相顾	133	漫游管理法	153
邯郸学步	134	例外管理法	154

能位匹配法	155	“三三一”管理法	166
微妙管理术	156	三高工作转化法	167
厂规条文八戒	157	全员管理工作法	168
三系数管理术	158	全员激励管理法	169
日成本控制术	159	全员价值管理法	170
五 W1H 分析法	159	综合工效管理法	171
四全管理体制	160	“一个流”生产方式	172
企业“九查”术	161	“一清双保”管理法	173
规范化工作法	162	MRP II 制造资源计划	173
抽屉式管理法	163	“鱼骨图”管理法	174
康佳的管理术	163	鼓励性对策管理法	175
船小勿乱掉头	164		
JIT 生产方式	165		

质量部

质量至上	176	萝卜快了不洗泥	187
卖的是手艺，吃的是口味	177	一招鲜，吃遍天	188
求买卖兴隆，必器重质优	178	先尝后买，方知好歹	188
真材实料，用者必到	178	酒香不怕巷子深	189
采购好的商品，等于卖出一半	179	商品卖出柜，质量保到家	190
人看一张脸，货卖一张皮	180	宁卖鲜桃一口，不卖烂杏一篓	191
人叫人连声不语，货叫人点首自来	181	宁要少，定要好	192
不怕不识货，就怕货比货	181	物美胜价廉	192
商品不应人，买主不登门	182	简单模仿不是路	193
产品更新换代，名牌人见人爱	183	三省吾身	194
有名皆由无名来，苦心钻研创名牌	183	倒绷孩儿	194
人好不怕贬，货好不怕选	184	引人入胜	195
风流商人，俏丽商品	185	桃李不言，下自成蹊	196
适口者珍，适需者畅	186	锦上添花	196
柜台如擂台，顾客是判官	187	不合适宜	197
		货真价实	198
		捷足先登	198
		亡羊补牢未为迟	199

千里之堤，溃于蚁穴	200
-----------------	-----

名誉部

起死回生	202	欲清其流，必澄其源	212
锦上添花	203	吴越同舟	213
抛头露面	204	家丑外扬	215
体贴顾客需要	205	树立形象	215
以德报怨	206	信则不欺	217
博采众长	207	互利合作	218
精益求精	209	根除名门病	219
质量第一	210		
花钱买名	211		

口才部

连锁询问法	222	二择一售货法	232
比较推荐法	223	重点攻破法	233
机敏灵活的推销法	224	运用口才参谋法	234
打消顾客疑虑的推销法	226	出击法	235
代客算帐法	227	间接赞美法	236
适时恭维法	227	比较法	238
善解人意	229	解疑法	238
薛宝钗巧荐螃蟹	230	揶揄法	240
示范推销法	231		

策略部

侧翼进攻战略	242	“一美元”战略	249
正面进攻战略	243	由近及远的长线钓鱼策略	249
游击战略	244	狐假虎威的投石问路策略	249
迂回战略	245	里应外合的四面夹击策略	250
包围战略	246	居高临下的各个击破策略	250
乘虚而入的“柔道战略”	247	以子之矛，攻子之盾	251
反击战略	248	步步为营的蚕食进逼策略	252

防御战略	252	低价倾销战略	260
人弃我取	254	多角化经营策略	262
以退为进	255	市场进入战略	263
“远效营销”策略	256	市场细分策略	264
“当地化”策略	256	市场渗透战略	265
关系营销术	257	重视“上帝”发明之术	266
以小取胜策略	259		
滚动经营策略	260		

计谋部

借帆出海，借鸡下蛋	267	偷天换日术	274
巧用时间差	268	先发制人	275
出奇制胜，点“水”成金	269	后发制人	276
捕捉商机，兵贵神速	269	攻其无备	276
审时度势，通于九变	270	真伪善辨	277
示形诱导术	271	知己知彼	278
未战先算，料敌制胜	273	轰动经营术	279
相间术	273		

潮流部

拾遗补缺	281	随机应变	291
再谈后发制人	282	奇货可居	293
顺水推舟	283	秘而不宣	294
独辟蹊径	284	迂回战略	295
吐故纳新	285	垄断市场	296
标新立异	286	顾客至上	298
因时制宜	288	反其道而行之	299
人无我有 人有我变	289	驾轻就熟	301
适应大众化需求	290		

交往部

看穿对方	303	以诚相待	304
------------	-----	------------	-----

投其所好	305	知己知彼	326
设身处地	306	变短为长	326
负荆请罪	306	宁小勿大	327
将欲取之，先必与之	308	广结良缘	328
以屈求伸	309	防人之心不可无	329
攻心为上	309	蔷薇花开	330
以柔克刚	310	劝将不如激将	330
一笑值千金	311	求同避异	332
自投罗网	312	以其人之道还治其人之身	332
批评要领	313	握手语言	333
与能人交往技巧	314	合拍	334
守口如瓶	315	对台戏	334
投李报桃	315	与下属相处技巧	335
名字妙用	317	与上级相处技巧	336
突出个性	317	与人相处技巧	338
多个朋友多条路	318	合作技巧	338
大意失荆州	319	接待技巧	339
醉翁之意不在酒	320	劝说技巧	340
各得其所	321	泄怒奇招	341
鹬蚌相争，渔人得利	321	应付技巧	342
欲速则不达	322	避免误解的技巧	343
以退为进	323	与人斗争技巧	344
巧借第三者插足	323	拒绝的技巧	345
螳螂捕蝉，黄雀在后	324		
反其道而行之	325		

推销部

有志者事竟成	347	有机可乘	353
开卷有益	348	乘虚而入	354
熟能生巧	349	引而不发	354
千里之干始于足下	350	寻找准顾客的技巧	355
凡事预则立，不预则废	350	简明扼要	356
独一无二	351	迂回战术	357
选择时机	352	开门见山	357

信誉至上	357	依附衬托法推销术	367
一举两失	358	试用推销术	368
一举两得	359	有奖销售推销术	368
心诚则灵	360	让利销售推销术	369
水到渠成	360	关系销售法	370
推销语言之忌	361	关联推销术	370
夜郎自大	362	推销捷径一展览会	371
失败是成功之母	362	蜘蛛网	371
水积成川	363	农村包围城市	372
似曾相识	363	多元化	373
抢先一步	364	强制无用	374
借题发挥	364	随机应变	375
保证赔偿推销术	365	技高一筹	375
优质低价推销术	365	大胆下注	376
分期付款推销术	366	变不利为有利	377
以物换物推销术	366		
迂回进攻推销术	367		

广告部

三碗不过冈	378	明星效应	390
好酒也怕巷子深	379	借用名人	392
择优选用	380	吸引人心	393
楼外有楼，山外有山	381	以情动人	394
对症下药	381	大智若愚	394
一目了然	383	文图并茂	395
巧妙提问	383	见缝插针	396
引人入胜	384	大胆尝试	397
画龙点睛	385	性爱诱惑	397
广告虚夸，等于自杀	386	匠心独具	398
说其长，也道其短	387	另辟蹊径	399
家丑不怕外扬	388	层出不穷	400
干什么不吆喝什么	388	无中生有	401
千篇一律	389	惠而不费	401
饭后一支烟，胜过活神仙	389	独出心裁	402

审美部

店铺的门面装修至关重要	404	“三骑兵”餐厅	414
商业橱窗的造型美	405	乔利比大败麦克唐纳	415
造型古怪的路边餐厅	406	“活力 28”叫得响	416
商厦的顶楼是块待开发的宝地	407	永不满足的皮尔·卡丹	417
国际流行色	408	风靡欧美的“披头士”	418
黑色商品流行期	408	华美的菜名	419
名气暴涨的玩具店	409	“背景香味”的妙用	420
外部形象不可忽视	410	企业花钱买桥名	421
服饰影响经商效果	411	古都风华美，经商顾客多	421
牛仔褲推销大王	412	好的设计是赢得顾客的关键	423
永恒的微笑	412	追求美感是新的消费趋势	423
货好也要包装美	413		

情变部

精诚所至，金石为开	425	绣鞋祝寿	437
经营也要有人情味	426	电话购物	437
不靠钱缘靠情缘	427	小恩小惠推销法	438
上海家庭饭馆生意兴隆	427	情绪转移法	439
冷漠与微笑	428	阿信的生意经	440
雅芳之谜	429	体贴下属的企业家	440
张秉贵卖糖	430	日本企业管理中的人情味	441
对症下药	431	鼓励创业术	442
两个油条摊	432	香港银行的一流服务	443
棋高一着	432	模仿与女性消费情绪	444
订金销售，一举两得	433	餐馆为顾客建立档案	444
活力 28 与足球	434	东京迪斯尼乐园的经营技巧	445
李宁的魅力	435	切记别让顾客等	446
于细微处见精神	436		
口袋里的秘密	436		

情中见理，做个好听众的艺术	447	以微笑服务广揽旅客	452
牢记顾客的名字	448	耐心·亲切·诚恳	453
生日卡的魅力	449	朝三暮四	454
生意兴隆的天莽公司	449	顾客就是上帝	455
投人所好的快睡商店	450	决不当“抢夺时间的强盗”	456
企业家要注重人缘	451		
如何处理顾客的异议	451		

幽默部

“笑”的事业	458	征婚启事的妙用	467
自我调侃术	459	租借天伦之乐	467
反弹琵琶效应	459	貂皮大衣做利息	468
美国酒店揽客奇谋	460	倒立餐厅	468
幽默诊所	461	密码引得食客来	469
魔界酒吧	462	鹦鹉有新职，鸟店赚大钱	469
“厕所”餐馆	463	价值5元钱的火柴盒	470
隐庐茶馆	463	用魔术激励员工	470
矮人餐馆	464	招徕名人的店规	471
犯错误者有奖	465	计时收费的餐馆	472
出租名人	466		
巧借总统之名	466		

辨伪部

上楼去梯	473	老马识途	480
三思而行	474	有备无患	480
无中生有	474	关门捉贼	481
无隙可乘	475	李代桃僵	481
亡羊补牢	475	金玉其外，败絮其中	482
以伪乱真	476	鱼目混珠	482
以毒攻毒	477	相形见绌	483
以儆效尤	478	金蝉脱壳	483
用间计	478	声东击西	484

贪小失大	485	虚则一时之交，诚则千年之好 ...	490
笑里藏刀	485	知彼知己	491
借刀杀人	486	群策群力	491
防微杜渐	486	偷梁换柱	492
浑水摸鱼	487	假痴不癫	493
顺水推舟	488	瞒天过海	493
顺手牵羊	488	趁火打劫	494
暗渡陈仓	489	隔岸观火	494
调虎离山	489		
道高一尺，魔高一丈	490		

服务部

一视同仁	496	接一问二联系三，多销少错省时间	508
一客失了信，百客不登门	497	今天的看客，明天的买主	509
与人为善	497	不怕顾客挑毛病，就怕顾客不光临	510
以貌取人	498	有货货要到，无货话先到	511
文明经商商繁荣，礼貌待客客满门	499	童叟无欺，顾客云集	512
成人之美	500	褒贬是买主，喝彩是闲人	513
多问不烦笑开颜，百拿不厌客称赞	500	慢卖老，细卖小	514
进门三相	501	店好有常客，货好有常主	515
全天候服务	502	客有理虚心诚恳，客无理谦恭让人	516
顾客是主人，用户是上帝	503	别出心裁	517
服务优劣在素质，店家形象出效益	504	除旧布新	518
一分生意，十分服务	505	恰到好处	518
笑口常开，生意不衰	505	卖啥懂啥，生意到家	519
古今中外，和气生财	506	宾至如归	520
态度生硬欺又骗，店门冷落生意谈	507	循循善诱	521
诚意善意客满意，热心耐心客称心	507	察言观色	522
良言出口人心暖，恶语伤人水酒寒	507	买卖不成仁义在	522
		熟能生巧	523

服务质量取信于长, 售货方式方便	欲速则不达	527
于客	驷马难追	527
商品包退换, 生意做满店		525
需求各不同, 服务必适应		526

研析部

未雨绸缪	重视经济情报研究	529	537
市者货之准也	捕捉机遇	530	539
以己之长, 攻敌之短	居安思危	531	540
谋而后战	因地制宜	532	541
败中求胜	入境问禁, 入国问俗	533	542
审时度势	搞好市场预测	534	544
曲径通幽		535	
远虑解近忧		536	

模式部

索尼: 追求卓越的经营策略	西安杨森的销售制胜之术	547	556
杜邦公司的集团经营模式	“太阳牌”锅巴的成功奥秘	549	557
福特汽车公司的用人之道	康佳的管理术	550	559
美国潘尼公司的创新之路	琴岛·利勃海尔: 严之魅力	551	560
美国沃尔市场的经营决策	吉尼斯的经营秘诀	552	562
“金利来”的九字诀	本茨的成功之路	553	563
默克公司的经营术	富士通: 制胜在人	554	564
领先一步: 美国惠普公司的成功之道		556	

汰侈部

挥霍浪费	宠物市场	566	569
买椟还珠	钱花在尊贵上	567	570
人乳喂猪	花大钱修浴室	568	571
京城新潮——新婚车队	开拓智能儿童玩具市场	568	571

得寸进尺	572	要敢于大胆经营高价商品	578
奇特的食品	574	开采生意上的“金矿”	579
雪隐趣闻	574		
小厨房大市场	577		