

《领导科学与人才管理》文丛

现代商战与用人谋略

韩建民 著



中国社会科学出版社

99
F715
560
✓

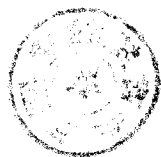
X10100103

《领导科学与人才管理》文丛

丛书主编 王元瑞 副主编 宋继军 程金聚

现代商战与用人谋略

韩建民 著



3 0012 9969 6

中国社会出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代商战与用人谋略/韩建民著, —北京: 中国社会出版社, 1998. 8

(《领导科学与人才管理》文丛)

ISBN 7-80146-071-5

I. 现… II. 韩… III. 商业经营—人才学 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 20428 号

《领导科学与人才管理》文丛

现代商战与用人谋略

韩建民著

中国社会出版社出版发行

北京二龙路甲 33 号新龙大厦 邮政编码 100032

河北大厂印刷有限公司印刷

新华书店经销

*

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 12.5 字数: 281 千字

1998 年 8 月第一版 1998 年 8 月第一次印刷

印数: 1-5,000 册 定价: 16.8 元

ISBN7-80146-071-5/Z·14

目 录

上篇 商战秘语

1. 败则草寇胜则王
——商战与人才素质..... (2)
2. 好马,来自伯乐的慧眼
——商战与识才用人..... (7)
3. 成功阶梯连天挂
——商战与自我推销 (12)
4. 未知数 $\times 5 = ?$
——商战与人才投资 (16)
5. 奖惩贵在及时有效
——商战与人才管理 (21)

6. 不要总是监督下属
——商战与领导艺术 (26)
7. 交叉施治导为本
——商战与人才培养 (31)
8. 在泥沙中挖掘珠玑
——做个善用头脑的英才 (36)
9. 决不要看着钱溜出手指缝
——做个把握机遇的将才 (40)
10. 让发财之梦变成真
——做个多谋善断的奇才 (44)
11. 大智大勇成大业
——做个胸有成竹的儒才 (48)
12. 重视攻守能力的培养
——做个克敌制胜的全才 (51)
13. 最大限度地发挥潜能
——做个扬长避短的通才 (56)
14. 制胜创意贵在新
——做个乖巧拨弄的干才 (60)
15. 逆水行舟勇在先
——做个永不服输的鬼才 (64)
16. 力避“盲点”跻商海
——做个有的放矢者 (68)
17. 多占点市场份额
——做个大经营者 (74)
18. 坚定地走自己的路
——做个有自信心者 (80)

19. 勇于借风行舟
——做个善造势者 (84)
20. 让信念托起太阳
——做个攻必胜者 (89)
21. 学会运用“80:20”原理
——做个舍得出血本者 (93)
22. 从败北的误区中醒悟
——勿做不善经营者 (98)
23. 牢记“恐龙”灭绝的教训
——勿做胆大妄为者 (102)
24. 忌用浊流推波人
——勿做欺世盗名者 (105)
25. 念经就要念真经
——勿做不懂商术者 (108)
26. 学会说自己不行
——勿做骄横放肆者 (111)
27. 用节俭筑起防溃的大堤
——勿做奢侈败家者 (115)
28. 生意道德不可不讲
——勿做贪婪冷酷者 (119)
29. 贵在上下同欲
——勿做有才无德者 (122)
30. 割除自己的“癰”根
——勿做狂妄迷信者 (126)
31. 面对 21 世纪设计自己
——勿做目光短浅者 (130)

中篇 用人策术

1. 站在商战的制高点上
——用勇创大业之人…………… (136)
2. 瞄准自己的目标
——用追求卓越之人…………… (139)
3. 不断地超越自己
——用注重决策之人…………… (142)
4. 走好路,看好步
——用自主发展之人…………… (147)
5. 在众人面前展露风采
——用大度推销之人…………… (151)
6. 将自己融入商战洪流
——用驾驭市场之人…………… (155)
7. 不要忽视第二次竞争
——用讲求信誉之人…………… (159)
8. 真诚地面对承诺
——用心胸豁达之人…………… (163)
9. 只有破釜沉舟才能绝处逢生
——用不畏艰险之人…………… (167)
10. 站在摇钱树下畅想
——用有好奇心之人…………… (170)
11. 要正导不要误导
——用重视信息之人…………… (173)

12. 不要小视快半拍
——用有超前意识之人…………… (177)
13. 生意场上不讲互通有无
——用保守秘密之人…………… (181)
14. 注意保住自己的牌子
——用依法经营之人…………… (185)
15. 关系学不可不讲
——用重视调研之人…………… (188)
16. 两军相争,头脑欲清
——用会掏对方钱包之人…………… (193)
17. 经常更新自己的观念
——用善抖“包袱”之人…………… (198)
18. 为道要时刻想到魔高
——用“算计”制胜之人…………… (203)
19. 不要得罪“无冕之王”
——用“舆论”制胜之人…………… (208)
20. 抓住顾客的心态
——用“取心”制胜之人…………… (212)
21. 重要的是顾客接受
——用“定价”制胜之人…………… (216)
22. 王婆瓜,自个夸
——用“广告”制胜之人…………… (219)
23. 人要衣裳马要鞍
——用“包装”制胜之人…………… (223)
24. 看会别人如何做
——用“谈吐”制胜之人…………… (226)

- 25. 扮个鬼脸如何
——用“笑术”制胜之人…………… (229)
- 26. 捅破那层薄薄的纸
——用“点子”制胜之人…………… (233)
- 27. 玩好手中的魔方
——用“绝招”制胜之人…………… (237)
- 28. 商战需要借冕播誉
——用“名流”制胜之人…………… (241)
- 29. 不断换换手段
——用“女性”制胜之人…………… (245)
- 30. 歪打正着术也奇
——用“邪徒”制胜之人…………… (249)

下篇 赢家经纬

- 1. 黄墨滨的人才“轴”论 …………… (254)
 点评:注意激发人的潜能 …………… (256)
- 2. 赵忠玉的制胜说 …………… (257)
 点评:多建几个“熊猫馆” …………… (261)
- 3. IBM 的尊重个人原则 …………… (262)
 点评:让企业多些人性化性格 …………… (264)
- 4. 松下公司的教育方式 …………… (266)
 点评:牢记自己的创业使命 …………… (269)
- 5. 马尔库的惩治哲学 …………… (271)
 点评:走出传统观念的误区 …………… (273)

6. 邢机人的“五年论”	(275)
点评:成功者的自我设计	(277)
7. 人才姚鸣皋	(278)
点评:难得有此精神	(281)
8. 赵藏虎的“二式三招”	(283)
点评:涉水深者见蛟龙	(286)
9. 哈默的商家精神	(288)
点评:不畏挑战者胜	(290)
10. 商界奇人冼冠生	(291)
点评:战必胜,靠本领	(293)
11. “水路”高手施秉钧	(294)
点评:巧夺的背后是人才	(297)
12. 副经理的大作为	(298)
点评:用好自己的优势	(300)
13. 反败为胜的邓绍深	(301)
点评:对舆论要善于利用	(303)
14. 商海超星艾柯卡	(305)
点评:勿忘“自我奋争”	(307)
15. 穆喜恒的商家意识	(309)
点评:重要的是更新观念	(312)
16. 宣中光性格诠释	(313)
点评:树碑意味着什么	(315)
17. 韩振国的自我超越	(316)
点评:善于借助于别人	(318)
18. 史玉柱的儒风	(319)
点评:信念至上	(321)

19. 敢扯“风帆”的王保祥 (323)
 点评:做个有生存能力的适者 (325)
20. 霍宗义之路 (326)
 点评:人格的力量 (329)
21. 徐联邦行动 (330)
 点评:少说点,多做点 (333)
22. 鲍洛奇的追求 (335)
 点评:重要的是信念 (338)
23. 伦德太太的秘诀 (340)
 点评:去做别人不屑一顾的事 (342)
24. 郝树仁的超前经营 (343)
 点评:及时捕获机遇 (345)
25. 杨文远的牌子 (347)
 点评:给“黑孩子”起个名字 (349)
26. 成功的“105”举措 (351)
 点评:学会运用“价格”砝码 (353)
27. 冀暖广告风景线 (354)
 点评:要敢吃“第一口” (357)
28. 崔志才的“谈吐”功 (358)
 点评:架起沟通的桥 (362)
29. 杨印环的暖风外交 (364)
 点评:用笑脸迎接辉煌 (367)
30. 张一的生意点谋 (368)
 点评:多听听别人的忠告 (370)
31. 邯钢的“模拟市场”效益 (371)
 点评:路在脚下 (373)

32. 宣机的“智人”战术 (374)
 点评:不败的辩证法 (375)
33. 凯默的经营头脑 (377)
 点评:看准的就去 做 (379)
34. 周贤颂的商道 (381)
 点评:寿星成功的启示 (382)
35. 自荐“枭雄”马胜利 (384)
 点评:敢为就不怕评说 (386)

上篇
商战秘语

1. 败则草寇胜则王 ——商战与人才素质

现代商战，波澜壮阔，潮起潮落，大潮中涌起多少名商大贾，又沉下多少庸人俗者。败则草寇胜则王，商人们一代接一代，前赴后继，推波助澜，使本就难以驾驭的商潮更加光怪陆离，险象丛生，形成今日万马奔腾战犹酣的白热化局面。

失败者倒下了，胜利者正信心十足地昂首奋进。面对着“你方唱罢我登场”不断发生着的角色变化，人们手捧《商人宣言》、《商人宝典》不仅要问，现代商战为何是这等局面？现代商战的根基是什么？对此，经济学家和有识之士指出，现代商战的实质是人才之战。现代商战不仅要靠人来把握驾驭，而且要靠人向前推动，使其发展。人的智力、素质、潜力、创造力是商战胜负之决定因素。生意人和企业家则指出，在商战中，没有一流人才，没有一流的计划，没有一流的组织和一流的领导，也就没有一流的商战业绩。

商战即人战。这就是结论。

商人经商，目标是追求利润和实现利润的最大化。而实现这

一切却要靠善于经营推销做买卖的人“赚”出来。在商务活动人、财、物的不停组合中，人始终处在支配财、物的主导地位，起着主导作用。商人做买卖，贵在卖出商品，这便是销售活动。所谓销售，就是商品经营者要尽量减少生产出的商品在自己手中的滞留时间，将“物”的商品尽可能快地通过出售变成“钱”。将手中的商品变成可用以购进更多商品的货币，这便是商人的全部销售活动。如何实现这一最佳目标则是商人们研究的一个不老课题。如今，围绕这一课题，虔诚而执著的商人们一天天绞尽脑汁地改变着手中商品的花色品种，一天天挖空心思地提高着产品质量，一天天变换面孔改善着自己对待顾客的态度，一天天掘地三尺寻找着能为自己使用的各类人才，扩展壮大着自己的实力。正因为这样，一些明智成功的企业家才如此宣称人才的重要。松下幸之助明确地对一位记者说：“我们造人，也造电器。”美国钢铁大王卡耐基振振有词地说：“将我所有的工厂、设备、市场、资金全部夺去，但只要保留我的组织人员，4年之后，我仍将是一个钢铁大王。”著名女企业家玛丽·凯·阿什不仅将她的全国销售主任拍出比真人还要大的照片全部张挂在总部大楼里，还明确认为，人才是最宝贵的资产，一个公司的好坏取决于该公司的人才。

“不要忘掉人才投资”，“人就是一切”，“不培养人才必败”。珍惜人才，争夺人才，商战制胜用人正在日益成为有识之士最为关注的一个问题。

人才是宝，一个人才才能救起一家企业，一个人才才能撑起一番事业。美国有家路易斯维尔装配厂，是福特公司的一个下属厂。由于该厂连年由一位独断专行的经理管理，到1979年，劳资关系变得异常紧张，人们纷纷传说该厂已成为福特公司首先考虑关

闭掉的企业。然而，后来福特公司起用了一位叫唐·贝克的新经理。此人气宇轩昂，是个人才，他很快用他的才智缓和了十分紧张的劳资关系，改善管理，调动了员工的积极性，使一个濒临绝境的企业出现了欣欣向荣的局面。提起今日珠海，人们谁都不会忘记当年有个钟华生。他来到珠海西区时，资本只有“两肩顶个脑袋，双手拎着铺盖”。再就是眼前一片海滩。搞特区建设，需要资金，其数额几乎接近天文数字，然而国家却拿不出钱。钟华生根据特区的优惠政策，制定了一个招股集资，围海造地的方案，方案中规定每股人民币一万元，入股者可享受100平方米的建房用地和从外地迁入户口参加西区建设的权益。仅这一招，一个钟华生便将上亿元的资金攥在了手中。他拿出几千万元围海造地4平方公里，拿出一平方公里分给入股者造房，钟华生“平空”白赚了四分之三的地产。

人才是宝，一群成功者支撑起的是当今世界的经济大厦。如美国的华尔街大佬摩根、石油大王洛克菲勒、汽车大王福特、钢铁大王卡耐基、铁路大王斯坦福、军火大王杜邦、金融大王贾尼尼、飞机大王休斯、娱乐大王迪斯尼、旅店大王希尔顿等大财阀和日本的重建大王坪内寿夫、推销之神原一平、钢铁帝王稻山嘉宽、日本爱迪生盛田昭夫、货运大王佐川清、三菱霸王岩崎弥太郎、汽车巨子丰田英二、经营之神松下幸之助等大财阀。不仅支撑着美日经济，而且对世界经济发展起着举足轻重的作用。近几年来，随着我国改革的深化和社会主义市场经济体制的建立完善，我国有影响的各大企业集团雨后春笋般涌现出来，在国内外商战中培养出一大批颇具商家大贾气质和前途的商战人才，这些企业和人才正在中国商场上和世界商场上大展宏图。阵容整齐具有实力的中国商战大军正在参预世界市场的争夺中“磨合”自

己，不断成长壮大。

历数古今中外，真正的人才都是商战中孕育成长起来的。在现代商战中，参预者都可能成为人才，又都不会是永远的人才。要使自己在进入商场和进入商场后尽快成为合格商人，唯有参预到商战的实践中去，在不断地经受成功和失败的“磨合”中用新的知识、新的创造力、新的应变力、新的技术力、新的策略力、新的增效力设计塑造完备丰满的商人形象。这个成才的过程就如同出厂的新机器，都必须经过一定时间、一定距离的奔驰运转，完成这样的一个适应过程，才能够保证长期高速运转一样，人才在商战的“磨合”也是一个优胜劣汰锤炼磨打的成长过程。那么，现代商战对商战人才提出了哪些素质要求？什么样的人才是我们需要的商战人才？商战人才应有的素质大体可概括为以下三个方面：

一是有德，主要包括：

- (1) 公平交易，恪守信用，取信与人；
- (2) 具有服务信念，对顾客，对自己的公司，对社会怀有满腔的服务热忱；
- (3) 坚定必胜信念，永远保持创业时的谦虚；
- (4) 既向社会提供丰富的物质，又能满足顾客的心灵需求，做出自己的精神贡献；
- (5) 讲究职业道德，具有良好的竞争心理和力争上游的敬业精神。

二是有才，主要包括：

- (1) 有独立的思维，谈吐有极强的说服力，自己的立场观点，能使人接受；
- (2) 对经营有浓厚的兴趣；