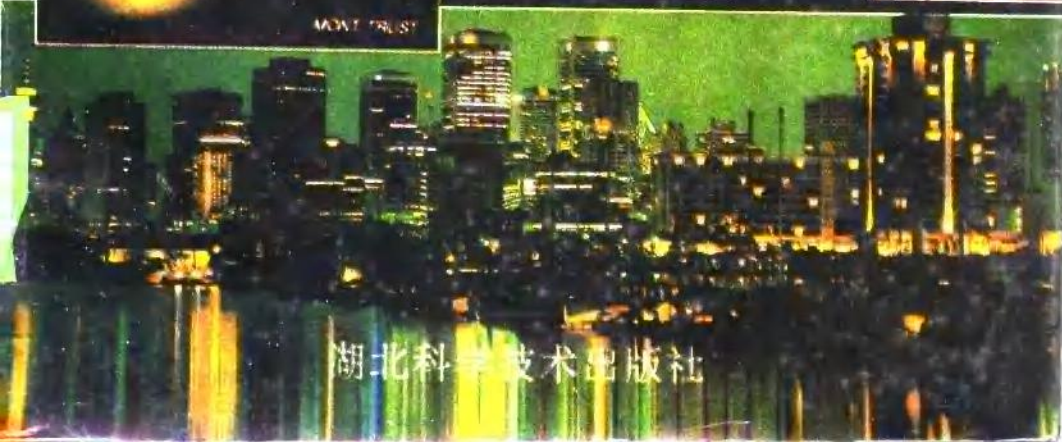


现代商战 三十六计

主编 刘凡



湖北科学技术出版社

(鄂)新登字第 03 号

责任编辑 蔡荣春
封面设计 张沐华

现代商战三十六计 刘 凡 主编

湖北科学技术出版社出版·发行

(武汉市东亭路 2 号 邮编 430077)

新华书店经销 湖北省新华印刷厂印刷

激光照排 武汉市装饰装潢职业中专
北大方正电子出版系统培训中心(湖北地区)

开本 850×1168 1/32 印张 20 字数 500 千字

1996 年 2 月第 2 版 1996 年 2 月第 2 次印刷

印数 10000—20000

ISBN 7-5352-1229-8/F·131

定价:24.80 元

商战即战场,竞争
即战争;

商战的决战在商
场,商战的成功在谋
略。

任何企业家的成
功,必是综合多种谋略
运用的结果,而其中最
关键的一步,则是某一
计谋的成功运用。

前 言

多年来,我经常思索着这样一个问题——

“商战”是否促进了生产力,是否推动了社会向前发展。

如果答案是肯定的,那么,就不难解释“兵法”与“商战”的关系了。

现代商战以它独有的艺术魅力,渲染着世界经济发展中的累累硕果,地区冲突,海湾战争,石油危机,经济腾飞,现代商战无所不至,渗透包容着当代社会生活的全部空间。

我想,用“不流血的战争”来概括现代商战,恐怕并不过份吧!

那么,用三十六计,剖析现代商战,能否为这场“不流血的战争”揭开新的一页呢?

于是,我开始尝试,找来一些世界著名的商战案例,

用三十六计中的某一计,进行破译,结果,我惊讶地发现,现代商战无不涵盖了三十六计的全部精华。

商场即战场,竞争即战争;商战的决战在商场,商战的成功在谋略。大凡企业家都是明白这个道理的。

我最早是学文学的,后来有幸到中国科技大学研究生院系统地学习研究了决策管理,作为个案,又使我有机会接触了许多现代商战的案例。我深深感到,作为中华民族优秀文化遗产之一的三十六计,早已突破了纯粹的政治、军事领域,而与现代商战结下了不解之缘。但研究、破译、总结三十六计在现代商战中的运用,却一直未能引起人们充分重视,这不仅妨碍人们对现代商战的准确认识,更不利于人们在现代世界经济大循环的浪潮中把握时机,振兴国力,自主沉浮。

我有不少“商海”中的朋友,他们不乏早已取得“赫赫战果”的佼佼者,也不乏失败者,每当谈到“商战经”时,都流露出不同程度的“谋略贫穷”感,都感到在“商海潮”中太少“谋略”了,因而才有了那么多的困惑和苦恼。

然而,可以肯定地说,任何企业家的成功,必是综合多种谋略运用的结果,而其中最关键的一步,则是某一计谋的成功运用。如美国华尔街巨人摩根,铁路大王斯坦福等。当然,我们也应看到,由于历史的、现实的、以及自身条件的限制,对计谋的运用和破译都不尽相同。但是,三十六计,作为客观事物运动、变化、发展规律的高度概括,在现代商战中始终起着不可低估的作用。因此,

我们应用三十六计这个最质朴的辩证唯物主义,努力地去发现商战中最规律的东西。

商战促进社会发展,促进社会生产力的发展,新一代的弄潮儿,必定是现代商战的佼佼者。

在本书的编写过程中,始终得到了刘祖雄、杜贺君、高明、王北亭、胡太阳、叶仕春、钟玉璋、徐晓华等同志的大力支持,陈新建同志更是为本书的出版尽职尽责,他们这种为研究现代商战三十六计鼓与呼的精神,激励我努力拿出更多的“商战研究”成果。

由于初次尝试“三十六计”与“商战”的研究,不妥之处,在所难免,请读者提出宝贵意见。对于那些为本书提供了参考资料的同仁们,更是表示深深的谢意。

刘 凡

1993 年春月

目 录

前言

总说

民族大较量

——旷日持久的美日电视机大战 [1]

第一套 胜战计

第一计 瞒天过海

神秘的朝圣者

——希腊船王和阿拉伯石油 [21]

第二计 围魏救赵

蓝色的幽灵

——石油大王洛克菲勒的发家史 [36]

第三计 借刀杀人

欲念与鲜血

——铁路大王斯坦福的崛起 [55]

第四计 以逸待劳

永不服输的“暴君”

——美国食品大王鲍洛奇 [70]

第五计 趁火打劫

流血的企业战争 ——华尔街巨人摩根	[88]
第六计 声东击西	
空中大淘金 ——航空界的耶稣基督休斯	[110]
第二套 敌战计	
第七计 无中生有	
谎言也是武器 ——《小阁楼》对《花花公子》之战	[128]
第八计 暗渡陈仓	
我们要坚持到世界末日 ——泰德·特纳广播公司的挑战	[148]
第九计 隔岸观火	
“胜利者”的归宿 ——德克萨斯公司与人民快运	[168]
第十计 笑里藏刀	
商场少仁慈 微笑动杀机	[187]
第十一计 李代桃僵	
向贝尔电话公司挑战 ——控告与反控告之中的输与赢	[202]
第十二计 顺手牵羊	
撕裂“敌人”的伤口 ——百事可乐向可口可乐的挑战	[220]
第三套 攻战计	

- 第十三计 打草惊蛇
德国人是最好的经理
——德国电脑先驱尼克斯道夫 [238]
- 第十四计 借尸还魂
皮艾尔的杜邦帝国
——军火大王杜邦的崛起 [253]
- 第十五计 调虎离山
霍姆斯特德的枪声
——钢铁大王卡内基 [269]
- 第十六计 欲擒故纵
闯荡曼哈顿
——美国房地产巨富特朗普 [282]
- 第十七计 抛砖引玉
华尔道夫的诱惑
——旅店大王希尔顿 [300]
- 第十八计 擒贼擒王
底特律的奇迹
——汽车之星艾科卡 [316]
- 第四套 混战计
- 第十九计 釜底抽薪
金融巨头贾尼尼的抽薪计 [336]
- 第二十计 混水摸鱼
印尼乱世英才林绍良 [348]
- 第二十一计 金蝉脱壳

- 金蝉岩崎弥太郎 脱壳岩崎弥之助 [361]
- 第二十二计 关门捉贼
- 关市场之“门” 捉消费之“贼”
- 韩国大宇财团总裁金宇中 [381]
- 第二十三计 远交近攻
- 深谋远虑才是取胜的关键 [396]
- 第二十四计 假道伐虢
- 假小麦之途的“红色资本家”
- 美国亿万富翁阿曼·哈默 [408]
- 第五套 并战计
- 第二十五计 偷梁换柱
- 美的塑造者
- 美容师马修斯改行的成功史 [423]
- 第二十六计 指桑骂槐
- 一位总裁的崛起
- 约翰·贝利的创业历程 [441]
- 第二十七计 假痴不癫
- 从少奶奶走上公司副总裁
- 碧丽·克利曼的成功之路 [464]
- 第二十八计 上屋抽梯
- 路在脚下
- 马诺维兹的发财历程 [485]
- 第二十九计 树上开花
- 得天独厚的富翁

——保罗·盖帝的成功诀窍	[507]
第三十计 反客为主	
后来者居上	
——约翰生“居客”致胜记	[530]
第六套 败战计	
第三十一计 美人计	
天生丽质也是资本	
——商战巧用美人计	[552]
第三十二计 空城计	
无本经营的奥秘	[571]
第三十三计 反间计	
敌中有我 我中有敌	[583]
第三十四计 苦肉计	
向自己开火	
——“蓝吉列”的精彩防御战	[593]
第三十五计 连环计	
计算机大战	
——IBM 独霸天下	[602]
第三十六计 走为上	
啤酒山大混战	
——竞争在无对手的空白地带展开	[613]
附：参考书目	[625]

总 说

民族大较量

——旷日持久的美日电视机大战

刘 凡

全发碧眼的傲慢——深谋远虑——全体国民的
牺牲——法律无能——一只巨手在操纵——多米诺
骨牌倒了——硝烟再起——先下手为强——马其诺
防线——巨大的影片库——航天号飞船失事——胜
利不属于发明者

〔原文〕

六六三十六，数中有术，术中有数。阴阳燮理，机在其中。机不可设，设则不中。

〔译文〕

六乘六等于三十六，事物本身就蕴含着种种谋略，而种种谋略的运用又取决于事物本身，一旦掌握了事物变化发展的客观规律，也就掌握了谋略运用的规律，谋略不是凭空想像出来的，凭空想出来的谋略在实践中是不会获得成功的。

[商战剖析]

总说中的寥寥数语,涵盖了三十六计的全部内涵。它是我们民族文化的精华,它依据事物发展的客观规律,科学地归纳总结出了适用于军事、科技、经济等各个领域的战略战术,每六个相近的计谋又自成一套。

第一套胜战计,是具备有取胜条件的计谋;第二套敌战计,是具备对抗条件的计谋;第三套攻战计,是用谋略取胜的计谋;第四套混战计,是利用混乱局势取胜的计谋;第五套并战计,是通过兼并取胜的计谋;第六套败战计,是以弱胜强的计谋。

现代商战变化万千,作为商战的决策者,最重要的便是要把握这些变化,即事物自身的演变和事物外部的变化。在市场经济的运作过程中,商战的决策者们应主动运用计谋,改变竞争环境,使劣势逐渐变为优势,最终战胜对手。这便是“数”与“术”关系的转换。在商战中,决策者如果能主动出击,投入市场,驾驭市场,而不是让市场左右自己,就一定能取得商战的胜利。

下面让我们透过美日电视机大战的全过程,来理解现代商战的实质与全貌。

这场商战所持续的时间之长久,渗入社会之深刻,结果之莫测,均出乎人们的意料之外。

战火起于 50 年代,电视作为人类科技史上的一个里程碑,全面地进入社会生活的各个领域,电视制造业正面临着大起飞的前夜,谁把握了这次机遇,谁将成为毫无疑问的强者。作为世界科技强国的美国以极其傲慢和自信的步伐率先占领了这一行业,三大电视机制造厂以及众多的小型厂商将他们的销售网

络覆盖了欧洲市场后，又向东南亚地区进军。此时的美国，咄咄逼人，势在必得，占尽天时地利之和。

此时的日本各方面的力量都很弱小，然而其国民与政府的清醒和深谋远虑却无人能比，他们认识到日本富国强民的唯一出路在此一搏。

美国人万万没有料到，它会遇到如此坚韧而又计划周密的挑战。

抵制进口，低价出口，收买专利，收买经销商，直到买下美国的电视机厂，每一步都有日本全体国民的牺牲，都有日本政府的统一策划。每一步都彬彬有礼，柔韧而又不可阻挡。劣势与优势就在这些漫长的较量中发生了逆转。一方是有恃无恐，一方是精心策划；一方是各行其事，一方是步调统一。谁胜谁负在一开始便有了定局，等到美国这位巨人从梦中醒来时，早已落花流水，大势无可挽回。

由此可见，商战中的强者和弱者都不是绝对的，谁掌握了主动权，弱者便能成为强者，谁丧失了主动权，失败便不可避免。

无论美国人怎样评价这场商战中的日本人，说卑鄙也好，说不择手段也好，然失败的耻辱只能属于自己。

高清晰度电视的争夺战烽烟再起，美国决心重振国威一洗国耻，日本也针锋相对，寸土不让，谁胜谁负都将是世界商战舞台上的又一曲壮歌，引得世人瞩目。

〔商战纵横〕

19 世纪二十年代,美籍苏联人兹渥里金发明了光电显像管,这是人类科技史上的又一里程碑,由此而发,电视开始迈着迅疾的步伐走向人类社会的各个领域。

远隔着浩瀚无际的太平洋,美国和日本同时关注着这个高科技的新型工业。一场无声的科技大战由此拉开帷幕,其烽火硝烟历时近半个世纪之久。在人类社会的发展中,如此旷日持久的民族较量前所未有。

金发碧眼的傲慢

本世纪五十年代,美国已成为发达的科技强国,电视工业也是世界最强大的国家,除了满足国内需求外,已大量进入世界市场,其势咄咄逼人,令欧洲及亚洲市场深感不安。

美国无线电公司、通用电器公司、威斯汀豪斯公司是美国三家最大的电视机厂商,它们先后用在欧洲投资建厂的办法打破了欧洲的关税壁垒,成功地占领了欧洲的电视机市场。

美国又把它的眼光投向更加广阔的亚洲市场,因为当时日本处在美军占领统治之下,所以首当其冲成美国电视机的第一个倾销地。在美国人的眼里,日本仅仅是一个市场,他们做梦也没有想到,表面温柔谦恭的日本人在不久的将来会成为使他们一败涂地的胜利者。

洋洋自得、踌躇满志的美国电视机厂商带着他们的产品,越过蔚蓝色的海洋登上了日本列岛。电视机给人类提供的新生活

太迷人了,没有任何一个民族能将其拒之门外,更何况电子工业才初具形态、国家还未完全独立的日本呢?

深 谋 远 虑

日本民族的清醒与智慧令人惊讶,在五十年代,他们已充分认识到日本国力的优势与劣势,初步拟定了发展方向。日本是个岛国,各种资源贫乏,要想富国强民,只有走高科技的唯一发展道路,舍此别无选择。电视是人类现代文明的重要组成部分,它将带动整个电子工业产品和电子零部件的发展完善。电视工业的发展与否将关系到整个日本的工业和经济,决不能等闲视之。

确定了这个明确的前提之后,日本政府和日本企业界制定了秘密的电视工业发展规划,并作出了具体的实施步骤。

首先,日本电视机厂商组成了“日本家用电器市场稳定理事会”,这是个新卡特尔式的垄断组织,其目的自然是保护本国电子工业,抵制外国产品倾销。这个组织并不引人注目,表面看来,它仅仅是这个行业的民间协会,没有人想到它的背后站着日本政府。

傲慢豪放的美国人更对此不屑一顾,在他们的国度里,政府不介入企业事务,只提供公平竞争的环境,他们自豪地称自己为“自由人”。他们想像不出日本政府与企业的依存关系。等到他们终于弄明白失败的根本原因就在于此时,他们已大势所趋,无可挽回。无论怎样强大的个体都不能面对一个集团,这是无可更改的永恒真理。

日本厂商的联合几乎无懈可击,无论条件怎样优惠,美国厂商都很难找到可靠的经营商,一些资金雄厚的大型厂商甚至拒