

书海商海我探海
兵战商战我观战
官场商场我圆场
市争商争我避争

书海商海我探海
兵战商战我观战
官场商场我圆场
市争商争我避争

书海商海我探海
兵战商战我观战
官场商场我圆场
市争商争我避争

新编商海经

路俊福 李 毛 张天元 主编



新 编 商 海 经

主 编：路俊福 李 毛 张天元

副主编：张丹青 李婷婷 陈国民 梅少俊

林 翔 毛富国 王国宾 刘启新

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新编商海经/张天元等主编. —北京: 中国财政经济出版社, 1998

ISBN 7-5005-3684-4

I. 新… II. 张… III. 市场竞争—谋略 IV. F713.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 29184 号

中国财政经济出版社出版

社址: 北京东城大佛寺东街 8 号 邮政编码: 100010

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

850×1168 毫米 32 开 17.625 印张 422 000 字

1998 年 5 月第 1 版 1998 年 5 月北京第 1 次印刷

印数: 1—3 550 定价: 28.00 元

ISBN 7-5005-3684-4/F·3386

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

前 言

我国清末有一位名叫郑观应的学者，曾把商业竞争形象地称之为“商战”。商战是没有硝烟的战争，而任何战争都有一定的目的，经济利益为战争的本质所在。就其商战自身的外在表现而言，无非是为了占领市场，这包括国内市场和国际市场。商战的成果大小决定于占领市场的份额多少。

现代商战，也是人战。商战从广义讲，不只是商贸人员或厂商之事，而是几乎关系到全民之事；它除了不动刀枪外，几乎涉及到所有的领域及所有领域的人。从狭义上讲，生意买卖是一门人类学。不管是市场学或经营学都是一种确实而鲜明的拥有人类对话的学问。商业里一个重要的要素就是仔细地观察人类，获得他们的欢心。所以，现代商战实质上就是人战即人才之战。

但是，从商战到人战还尚未终结，即是说人战战什么的问题还未解决，这就是心战。其思路应是商战——人战——心战。说明白点，商业竞争似商战，而商战是战人的，似人战；而人战是战心的，似心战。所谓经营是买卖、机会的交往，也是人与人的

交往，更是智慧的交往，如何运用这一交往才是重要的。“运用之妙，存乎一心”，“不战而屈人之兵，善之善者也”。由此可见，智慧的交往的“存乎一心”即是“心战”。一言以蔽之：商海竞争是商战、人战、心战“三战”融于一体的合成作战。

然而，既然是商战、人战、心战，那么，就势必会出现失意者与得意者、昏醉者与清醒者、糊涂者与明白者。但前者与后者都是相对的可变的。关键在于把握和创造前者向后者转化的时机和条件，而且又要切断后者向前者异变的通路。这也正是编写本书的动机和目的所在，潜心的读者，如果仔细玩味，不难从中悟出点真谛来。效果若能如此，笔者当引以为由衷欣慰。

我们在编著过程中，采取内容混杂的编排方法，试图给人以“视觉常新”之感。为使读者阅读方便起见，又作了“导读”，就是每个经目都安排有四个层次：经名出典或经名破题，经要点拨，经运导引，经例一瞥。即所谓的“一经一破、一经一点、一经一导、一经一例”。并力求融竞争经道、诀道、诫道于一体，集兵经、官经、商经于一书，汇竞争方法、艺术、计谋于一身，做到事理兼容，长短不拘，正反结合，贴近实际，生动活泼，深入妙出。

由于水平所限，加之本书匆匆草就，其中疏漏之处在所难免，敬请读者指教和匡正。

编著者

1997.10

目 录

前 言

- 第 1 经 志创经 (1)
- 第 2 经 谋略经 (7)
- 第 3 经 权变经 (20)
- 第 4 经 “任势” 经 (28)
- 第 5 经 厚黑经 (35)
- 第 6 经 示形经 (47)
- 第 7 经 纵横经 (53)
- 第 8 经 “饵钓经” (58)
- 第 9 经 实虚经 (64)
- 第 10 经 刚柔经..... (69)
- 第 11 经 “扁策” 经..... (78)
- 第 12 经 谋密经..... (83)
- 第 13 经 机争经..... (89)

第 14 经	借力经	(95)
第 15 经	心控经	(101)
第 16 经	阴阳经	(109)
第 17 经	忍谋经	(114)
第 18 经	“误敌”经	(119)
第 19 经	使巧经	(127)
第 20 经	求师经	(133)
第 21 经	交际经	(139)
第 22 经	气胜经	(147)
第 23 经	妙算经	(157)
第 24 经	“悬权”经	(166)
第 25 经	“明智”经	(171)
第 26 经	交友经	(181)
第 27 经	“信疑”经	(188)
第 28 经	方圆经	(193)
第 29 经	点化经	(199)
第 30 经	“堑智”经	(204)
第 31 经	钓情经	(209)
第 32 经	恩威经	(216)
第 33 经	惜阴经	(222)
第 34 经	激才经	(230)
第 35 经	慎争经	(238)
第 36 经	行令经	(244)
第 37 经	权运经	(252)
第 38 经	用人经	(258)
第 39 经	能言经	(268)
● 第 40 经	“都赢”经	(276)

第 41 经	“不争”经	(281)
第 42 经	战略经	(287)
第 43 经	“截流”经	(296)
第 44 经	“钻缝”经	(300)
第 45 经	“冷观”经	(307)
第 46 经	“创思”经	(312)
第 47 经	“盯名”经	(322)
第 48 经	“础润”经	(327)
第 49 经	“合力”经	(333)
第 50 经	“形销”经	(338)
第 51 经	“为君”经	(342)
第 52 经	“泥鳅”经	(348)
第 53 经	“疾节”经	(353)
第 54 经	“库蓄”经	(357)
第 55 经	“磨刀”经	(362)
第 56 经	“倚雕”经	(367)
第 57 经	“销辩”经	(372)
第 58 经	静胜经	(380)
第 59 经	弃取经	(390)
第 60 经	“跟超”经	(395)
第 61 经	义利经	(400)
第 62 经	奇正经	(405)
第 63 经	“馈纓”经	(411)
第 64 经	用“误”经	(415)
第 65 经	适“热”经	(420)
第 66 经	“策救”经	(424)
● 第 67 经	赔赚经	(429)

第 68 经	“植根” 经	(434)
第 69 经	“垄断” 经	(439)
第 70 经	“予名” 经	(443)
第 71 经	迂直经	(450)
第 72 经	“窃智” 经	(455)
第 73 经	获知经	(459)
第 74 经	“让占” 经	(466)
第 75 经	负债经	(470)
第 76 经	“二八” 经	(475)
第 77 经	“调虎” 经	(479)
第 78 经	“言钱” 经	(485)
第 79 经	“拍板” 经	(490)
第 80 经	积优经	(597)
第 81 经	塑形经	(505)
第 82 经	善“避” 经	(512)
第 83 经	先发经	(518)
第 84 经	后发经	(524)
第 85 经	逆反经	(530)
第 86 经	夷胜经	(537)
第 87 经	“反求” 经	(543)
第 88 经	胜大经	(548)
● 后 记		(556)

第 1 经

志 创 经

一、经名破题

本经为自强不息，立志成业之经。

刀无钢不利，人无志不立。经济领域中的创业者犹如刀之钢，缺则易钝；如人之志，少则易废。非志无以成学，非志无以成才，非志无以成业。立志是创业的大门，生意随着志向走，成功伴随“创造”来。此规律也。

有所成就的人，并不都是头脑敏锐、才华横溢的人，关键取决于自己的进取精神和必胜信念。而孕育这种精神和信念的源泉正是远大的志向和抱负，只有这样，才能取得长足的进步，在大市场竞争中独树一帜，创建伟业。什么是“志”？《说文解字》云：“志者，心之所

之也。”就是说，志是由一个人自己的心所选择、向往的理想方向。《康熙字典》引《仪礼大射仪》中注：“志者，意所拟度也。”何谓拟度？度者，自我衡量，忖度选择也；拟者，拟订，打算，计划，设计也。志，就是自我设计。志有高远之志，也有近前之志；有宏大之志，也有渺小之志；有笃实之志，也有虚幻之志；有顺势之志，也有违时之志；有众益之志，也有寡私之志……而志创经道，贵在高远、宏大、笃实、顺势、众益、专一。概言之，“创业者不宜志小，气轻志小则易足，易足则无由近”。

志创经的适用范围贯穿于志创者整个竞争活动实践全过程。志创者从开局到发展直至壮大和腾飞并成为商贸明星，都存在志创的问题。处于常境或顺境或逆境的经营者的，需要立志，从零开始，以图奋起；处于创业阶段或鼎盛时期，也需要立志，使之再创辉煌。尤其是经营者已经达到了所谓的“守成”期，更是一种考验。创业期需要有志，发展期需要有志，辉煌期更需要有志。开业易，创业难，守业更难。因而，必须大胆地创业，小心地守成。其实，经营者即便是资本雄厚了，实力强大了，也还存在“再创业”的问题。不过这种再创业是一种再创之志，是更高层次的志向。

与志创相联系的有智创、力创、资创和朋创等。它们之间有密切的关系：①志创与智创。志创本身从某种意义上讲也是一种智慧，但并非智慧的全部，而志强则可使智达。志是智之导向、智之通道。离开志创，智创则无法达成。②志创与力创。力创主要是指手无分文而白手起家以靠自力夺富的创业者。但力创也离不开志创，志是力的源头，离开了志气，人则懒，力难用，就谈不上创业。但仅仅怀有志向，而志大力惰或志大才疏，不愿拼力去实践，这种志即是一种虚幻之志，好高骛远之志，空头之志。③志创与资创。资创是指利用手中极其有限的资财，进行滚动创

业。志创并不意味着排斥资财，资财尽管有限但确实是志创的基础条件。而用微薄的资财者之所以敢于创业，就在于以志创为导向。④志创与“朋创”。“朋创”是指在特定条件下，依靠朋友关系创业。“朋多路广”，广结善缘，活用人际关系，就会为创业铺路，开辟财源。但是，朋创只是辅助性的条件，关键在于志创，有了志创精神，才有可能想尽全部“借朋创业”的办法。此为“无志不求朋，求朋以践志”。

二、经 要 点 拨

1. 志气相生，志为气帅

气源于志，勇由志激。“夫志，气之帅也。”志强则智达，智达则成功；志坚则气锐，气锐则业精。远大的志向，可以激发豪气、朝气和勇气。这种豪气、朝气和勇气，是一股强劲的动力，可以振奋雄心，鼓足冲劲，像爬山的汽车，开大了油门，加足了马力。创业者具备这种志气，以之攻坚，无坚不摧；以之破锐，无锐不克；以之成事，无事不成；以之立业，无业不立：从而保证在商海茫茫的大潮中，永站船头，常胜不衰。

2. 以志定向，不变初衷

经商创业的旅途像一叶扁舟，往往会遇到惊涛骇浪。确立了远大的志向，既有崇高的创业目标，又有正确的定向，不至于见异思迁，半途而废。

3. 以志引力，专一而用

志创者是善于“精神聚焦”的，即是说，在选准目标，确立

了创业志向的前提下，可以意志集中，专心致志，将有限的力量，专一而用，必竟其功。此为聚焦效应。而聚焦效应的内在控制力叫做“聚焦意志”，“聚焦意志”愈强，志力愈大，专力创业，愈能成功。

4. 以志助韧，建树伟业

大凡做事创业，目标愈崇高，事业愈巨大，则阻力亦愈多。商场如战场，商战似兵战，险象丛生，艰困叠出，如果没有高远宏大之志，没有坚毅的魄力，怎能把层出不穷的阻力一一予以排除，一一予以克服？否则，稍遇险阻，即欲退却；略逢挫折，即行班师，还能建什么大功，创什么伟业？

三、经 运 导 引

1. 处于常境立“超志”

创业者当处于正常境遇之时，竞争立志应有超常思维，树立“鹤立鸡群”的雄心壮志。就是说，在竞争活动中，敢于善于超越前人，师法自然，独创自我。《管子·形势解》主张立大志：“谨于一家，则立于一家；谨于一乡，则立于一乡；谨于一国，则立于一国；谨于天下，则立于天下。是故其所谨者小，则其立也小；其所谨者大，则其立亦大。故曰，小谨者不大立。”志创者在常境中立宏大之志，必须克服“小胜即安”、“小成即止”和“求稳守成”心态。应有谨于一国、谨于天下的胸怀，身在一厂，放眼世界，而在具体行动中，又不可好高骛远，志大才疏。要积小胜为大胜，积小成为大成，“咬定青山不放松”，直至创造辉煌，登高超人。

2. 处于顺境立常志

竞争者当处于顺境之时，务必时时警惕，志向如一，保持稳顺，并尽可能地稳中求创，创中求顺。切忌飘飘然、昏昏然，离志偏向。俗语云：“小人常立志，君子立常志。”成与败固在竞争者一念之间，更赖竞争者持之以恒的努力。

3. 处于险境立“愤志”

立愤志即立愤发崛起之志。商海竞争中志创者由于受主客观条件的制约，不可能都处在常境和顺境之中，更没有“常胜将军”可言。偶尔“翻船落马”，也无须大惊小怪，一蹶不振。在险境中，只有志不移，精神聚，愤而争，才能不被险境所吓倒，终至取得竞争的成功。正像爱迪生所讲的那样，“如果你希望成功，当以恒心为良友，以经验为参谋，以当心为兄弟，以希望为哨兵”。这里的“良友”、“参谋”、“兄弟”、“哨兵”，即是实践愤志的系列要素，均不可或缺。

四、经例一瞥

志存高远，敢登“世冠”。

杭州万向集团公司董事长、总经理鲁冠球，开始创业时，只是当时公社名下的“宁围农机厂”，属于集体所有制企业。但这个出生在江南贫困农民家庭的普通农民，从小就立下志向，要摆脱贫困。他把一个只有7个人、4000元资本的农村铁匠铺，经过20多年经营，办成如今拥有资本5亿元，年销售收入4.38亿元，创利税7251万元，出口创汇1078万美元，共有1100名职

工，17个经济实体的股份集团公司。1985年他被《半月谈》杂志推选为国内十大新闻人物之一，被誉为“从田野走向世界”的企业家。美国《华尔街》杂志把他誉为“一位国家的英雄人物”。美国《国际商业周刊》称颂他是“最成功、最雄心勃勃的企业家之一”。

鲁冠球何以获得如此殊荣？推究其故，关键是他有“七敢”的雄心壮志。鲁冠球的“七敢”是：敢向市场“找缺门”，敢向质量要市场，敢向管理要效益，敢向职工要热能，敢朝科技要威力，敢跟承包要权力，敢向世界要冠军。

第 2 经

谋 略 经

一、经名破题

本经为争谋权算，运筹帷幄之经。

《管子·霸言》：“正四海者，不可以兵独攻而取也，必先定谋略，便地形，利权算。”“夫强之国，必先争谋。”孔子也说，“临事而慎，好谋而成”，“小不忍，则乱大谋”，“临难用谋，足以却敌”。孙武也强调“上兵伐谋，其次伐交，其次伐兵，其下攻城”。由此可见，谋略是何等的重要。

用兵不能没有谋略，无谋略则不能作战。同样，商战亦需谋略，无谋略则不能竞争。

谋略，作名词用，则指计谋、权谋、策略及各种欺敌用诈的诡道之术；作动词用，则指

筹划、运筹、计算、推断，以致最后定下方案的过程。把谋与略连在一起使用，谋略即计谋韬略或计谋策略。

谋略，在人类的文明史上，起到了非常重要的作用。一部人类的文明史，可以说是一部谋略的创造史和谋略的实践史。历史发展到今天，在各个领域中人们更加崇尚谋略，讲究用智。商海大战，如同其他领域一样，无时无刻不是在施谋用计。优胜劣汰的优方与劣方，其因也无一不是与谋略的优与劣相关。商海竞争与其说是商战，不如说是人战；与其说是人战，不如说是心战。商战优胜，与其说是力胜，不如说是人胜；与其说是人胜，不如说是智胜。“一策而转危局，一语而退千军，一计而平骚乱，数言而定围基。”这就是人们对谋略作用的评价。

谋略经，内容丰富，范围甚广。如果从领域上划分，可以分为政治类、军事类、外交类、经济类、体育类、教育类等谋略；如果从功能上划分，可以分为攻防类、智胜类、力胜类、技胜类等谋略；如果从辩证法角度上划分，可以划分为奇与正、曲与直、智与力、利与害等辩证谋略；如果从层次上划分，可以分为宏图大略、中观韬略与雕虫小技、权宜之计与随机应变；如果从特征上划分，可以分为仿生类、借古类等谋略。

上述对谋略的划分是相对的，而不是绝对的。它们之间既相通又相融，既可单独使用又可交替互用。

尽管谋略包罗万象，其运筹千变万化，但是谋略运筹与较量的成功，是有它的一般规律可循的。

1. 合成律

谋略的合成律又叫综合效应律。就是说一个成功谋略的产生，是谋略主体诸要素综合交互地起作用的结果。这种诸多要素既包括主体内在要素，又包括客体环境要素。谋略主体只有把自