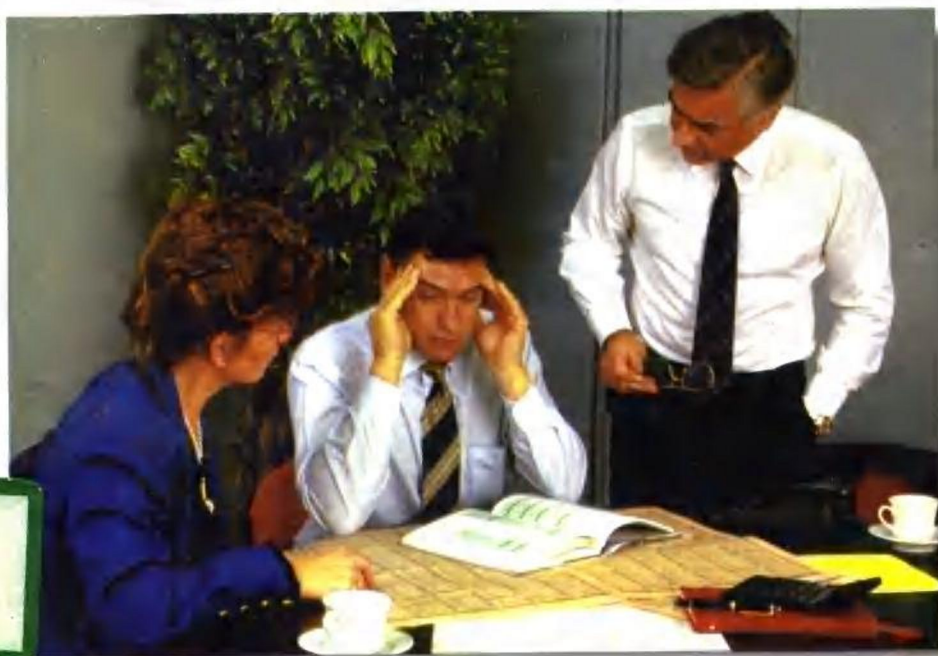


经商智谋全书

竞争雄谋

京华企业咨询公司



今日中国出版社

(京)新登字 132 号

图书在版编目 (CIP) 数据

经营智业/石海田 陈建华主编. —北京: 今日中国出版社, 1995. 11 (经商智谋全书)

ISBN 7-5072-0830-3

I. 经… I. 石… III. 企业—经济管理 N. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 20052 号

经商智谋全书
竞争雄谋

京华企业咨询公司

今日中国出版社出版 全国新华书店发行
850×1168 毫米 1/32 开本 300 千字 14 印张
1996 年 1 月第 1 版 1996 年 1 月第 1 次印刷
人民教育出版社印刷厂印刷

ISBN7-5072-0830-3/Z·187
定价: 70 元(共四册)单册定价: 17.50 元

前言：这是一个斗智的时代

翻开一部现代经营史，可以看出，世界著名的大企业家的发迹，无不依靠了令人叫绝的智慧和谋略；因为当初他们手中没有多少资金和技术，掌握的仅仅是无本万利的好主意。在他们事业大发展时，叱咤商界，克敌制胜，仍需好创意的鼎力相助。

在哈默、奥纳西斯、洛克菲洛、卡耐基、包玉刚、李嘉诚，以及牟其中等人的经营中，智慧和谋略立下过累累战功；松下、通用、波音、飞利浦、可口可乐、麦当劳、健力宝等著名公司也莫不如此。至于许多行业中优秀的经营者靠好主意每每得手之例更是举不胜举、比比皆是。

因此，市场的竞争在某种意义上来说就是智慧和谋略的竞争。谁能拥有好的创意、好的思维、好的商业逻辑，谁就能赢得市场获得财富。在当今世界商战中，纵横天下的企业家们在向人们攫取金钱的同时，也向世界展示着他们的商业灵光，这是人类最可宝贵的财产，也具有巨大的实用价值。黄金可爱而炼金术更可贵，总结和开发成功的商业谋略当然是一项利

民利国的善事。

为了提供有益的借鉴，我们推出这部包括近 5000 个实例的商业智谋全书，分为经营、销售、市场、竞争、公关、广告、管理、名牌开发八大类，这里有世界著名的企业家的经典范例，也有普通经营者的杰作，可肯定地说，书中林林总总的雄谋伟略、奇招神术，众多的出神入化的智慧实例，一定会使你思路大开，进而在经营中获得回报。

世界本是一个大金矿，我们现在需要的是炼金术——智慧和谋略。

应该说明的是，本书所选的一些实例发生在特定的年代和地点，其经营的原理，可给人一定的启迪，但其具体作法，不一定完全适合我们去模仿和效法。

目 录

征服对手雄略	(1)
竞争就是智胜愚败 弱肉强食	(2)
洛克菲勒的贷款陷阱	(2)
洛克菲勒的黑心杀手锏	(4)
洛克菲勒钻法律的空子黑夜抢铺油管	(5)
台湾厂商利用对手的假冒品扩大知名度	(6)
利用无注册商标，以少数仿造品扰乱对方产品	(6)
日商击败台湾轮胎经营者	(7)
百事可乐夺得可口可乐的半壁江山	(8)
美国限制汽车进口 本田就在美国办厂	(9)
汇丰银行、中行与美金融巨头在香港的较量	(9)
广州花园酒店坐收渔翁之利	(11)
面粉大王设的“蒋干盗书”计	(12)
台湾武田药厂探查伪冒品的抽奖活动	(12)
“张新记”假造需求占市场胜对手	(13)
前苏联吊起美粮商胃口 牵制欧洲市场粮价	(14)

抓住能源危机 日产低耗车打入美国	(15)
古尔德假合作真陷害	(15)
台湾《军事家》迎战挑战者	(17)
坚持用自己的牌子——索尼	(18)
永利公司联合三井集团大败卜内门公司	(19)
日本森永公司巧使价格分合胜对手	(20)
香港惠康集团以平价战略胜百佳集团	(21)
闽东电机厂战胜日商的成功之举	(22)
英商哈勒尔公司的市场陷井使美国宝碱公司全军覆 没	(23)
松下断然将摩托罗拉电视生产权扼杀在摇篮	(24)
通用汽车公司对付日本人的土星计划	(25)
日商川重幸以强烈的敌对意识参加竞争	(26)
法国克隆堡啤酒挑战海涅根打入美国	(27)
台湾的“喷脚好”一语双关占市场	(28)
IBM 公司大胜苹果公司和王安公司	(29)
台湾统领百货的商圈保卫战	(30)
英国 BWF 用控股手段战胜对手	(31)
台湾大茂食品创造新名词的差异化策略	(32)
商场处处用兵法	(33)
“通用”、“福特”一致对外战胜“日产”	(33)
声宝和三洋电视在台湾“质量保证”之战	(34)

德国巴伐利亚汽车暗渡陈仓进入日本	(35)
华尔克智夺尼加拉瓜航线	(36)
章华厂明与仁立厂联营暗地竞争	(37)
日本富商英太郎致胜的法宝——偷客户名单	(38)
台湾三和雨衣靠“晚上能见度 100 公尺”胜对手 ...	(39)
美国七喜饮料通过暗示争得市场	(40)
卡内基迎战金融大王摩根	(40)
富士乘奥运之机打入柯达老家美国市场	(41)
卧薪尝胆卡西欧公司再震雄风	(41)
松下拖延打败索尼	(42)
柯达到富士老家的反击行动	(43)
通用公司“调虎离山”合并丰田汽车公司	(44)
让著名银行家出面投标 盖帝战胜强对手	(45)
日本西武集团“不让竞争对手出现”	(46)
香港与瑞士的手表大战	(47)
葡萄牙商人用优势比较法取胜	(48)
亚特兰大贸易博览会上发生的“鞋底上的竞争” ...	(49)
通用电气公司在客户中开研讨会	(50)
商场是战场 商家是对头	(51)
“富士”与“柯达”之战	(51)
利用矛盾让对手资助自己的台湾林氏企业	(52)
美商制造假象使日商大上其当	(54)

靠模仿起家的日本电脑产业进军美国	(56)
瑞士钟表制造商出奇制胜夺王冠	(57)
美商上屋抽梯 “虎林”转危为安	(57)
南洋烟草公司打破洋烟垄断的广告招术	(58)
后发制人的美国惠普公司	(59)
靠“自愿罚款”在竞争中取胜	(59)
某银行釜底抽薪挤垮对手	(60)
“南洋”公司乘隙插足获胜	(60)
装傻充愣的个体户	(61)
大川“减价半天”胜对手	(61)
台湾东元冷气趁人不备不宣而战	(62)
精心设需求“蝴蝶”胜日货	(63)
免费喝豆浆 小店胜大店	(63)
乘人不备崛起的丰田公司	(64)
同行互相倾轧 李效峰“金蝉脱壳”	(64)
“胖儿火锅店”竞争有术	(65)
波音公司点子迭出稳胜对手	(66)
美国布莱克公司反击日商的断然措施	(67)
抓空档 日本货大举进攻美国	(68)
摩托罗拉公司针对日本人的反击战	(68)
日本摩托车咄咄逼人占领世界市场	(69)
日本商界的“威士忌战争”	(70)

稳扎稳打的本田击败山叶	(70)
雷诺公司用机器人打赢商战	(71)
英法之间“苹果大战”	(72)
同一种产品康达何以战胜 IBM	(73)
“通用”战胜“福特”	(73)
猪鬃大王如何占市场	(74)
闯入美国舞台的东方模特	(75)
“福特”引诱“通用”副总裁获取大量机密	(76)
诺贝尔包围渗透法国终于建成中心市场	(76)
中国厂家反击法商的低价战略	(78)
不图眼前利益的新兴企业	(79)
比“三包”服务更吸引顾客的厂家	(80)
柯达公司的“老二”竞争战术	(81)
索尼公司在竞争中的占领“间隙”	(83)

新加坡新潮文具争夺战	(92)
古耕虞巧施杀手锏 胜飞虎“独揽”猪鬃业	(93)
品种新价廉取胜 款式新吸引众人	(94)
波音公司下大诱饵 日本市场败中取胜	(95)
日本大和精工“吃掉”了批发商变成世界第一	(96)
依靠降低成本 伊藤洋华堂赢利胜大荣	(97)
生意场上刀枪林立	(99)
不惜血本 战胜对手	(99)
面对强敌站稳脚跟不断发展	(100)
卡西欧用价格武器战胜对手	(101)
包玉刚出其不意强夺九龙仓	(102)
美国公司免费赠送的奥秘	(103)
投入所好拍卖车牌也发财	(104)
“益多”大战“维他精”	(104)
美国三家快餐企业的广告战	(106)
小型电子企业的竞争术	(108)
日本土居公司夺回市场	(109)
“魔力”与“安妮”在日本争雄	(112)
竞争本是无情兽	(113)
柯达公司进占日本市场	(113)
佳能全自动照相机的竞争秘诀	(117)
竞争中百事可乐寄希望于“未来”	(123)

日本音响业界的角逐·····	(125)
谈判雄谋 ·····	(129)
谈判桌前决定千百万 ·····	(130)
强调对方优势使谈判成功·····	(130)
三幅画烧掉二幅的谈判术·····	(131)
前苏联贸易代表出价低让价慢战术·····	(131)
摩根财团堂堂正正对政府趁火打劫·····	(132)
招徕名人的“店规” ·····	(133)
日商谈判——轮番进攻加突然袭击·····	(134)
美商谈判前的放风·····	(134)
哈默让竞争者就范·····	(135)
在投标中日本击败美国通用公司·····	(136)
美英互相猜疑 我方稳操胜券·····	(136)
欲擒故纵的日本 DG 公司·····	(137)
谈判室外是更好的战场·····	(138)
莫斯科以高标刺激美国电视台·····	(139)
美“旅店大王”希尔顿的借钱谈判术·····	(140)
珍重别人隐私谈判获成功·····	(141)
先退后进托马斯报价成功·····	(141)
韩国巨富以假乱真 一张废钞说通订户·····	(142)
约翰逊了解对手巧拉广告·····	(143)

请君入瓮胜诉经济案·····	(144)
日本商人谈判中的“疲惫战术”·····	(145)
用友好的夸赞软化敌人·····	(146)
日商装愚作傻巧胜美国人·····	(147)
日本议员用“认同招术”征服了埃及总统·····	(149)
迎合对方 杜维诺终得订单·····	(149)
谈判时必须知道对方的心中事·····	(150)
一招省了五万美金·····	(151)
以硬对硬的策略·····	(151)
张果喜吊起对方胃口的谈判·····	(152)
抓住小事做文章 卡耐基得合同·····	(153)
谈判好比追女人·····	(154)
造假象我方使美方谈判就范·····	(155)
高明买主假出高价甩掉对手再杀价·····	(155)
有了好口才和好脑筋就成功了一半 ·····	(157)
法国软件狂人发迹前的谈判技巧·····	(157)
哈默釜底抽薪取得谈判成功·····	(158)
杰克因时而动 退中取胜·····	(160)
韩国商人利用“期限”巧胜荷兰谈判对手·····	(164)
以假乱真——美国 Alar 公司“唱双簧”策略 ·····	(170)
高桥君撤身而退为松下公司赢得主动权·····	(174)
“个别击破”——琼斯谈判取胜的高招·····	(177)

超难度动作——三菱公司取胜的关键·····	(180)
索债独辟蹊径而一举三得·····	(183)
琼斯巧用“魔鬼代言人”取得谈判成功·····	(185)
买主施小计购得便宜货·····	(188)
滕增寿使谈判对手折服·····	(189)
中德双方转让费之争·····	(190)
邬经理智得外商投资·····	(191)
以子之矛攻子之盾 日商服输·····	(191)
商战中的“渑池会”·····	(192)
美商阿里森用“劝诱法”使谈判成功·····	(193)
丹麦一公司利用拖延时间术赢得谈判·····	(194)
过早亮出底牌的代价·····	(197)
英国友尼利福公司“退一步，进两步”的策略·····	(199)
西班牙人故意制造误解反使谈判成功·····	(200)
美商弗莱德料事如神操胜券·····	(202)
靠声东击西我方终于如愿以偿·····	(203)
我方代表内紧外松终使日商让步·····	(204)
美国谈判大师巧用限制权力·····	(205)
运用“吞食计”新兴保险公司屡屡获胜·····	(206)
美国谈判大师适可而止的要价·····	(207)
柯恩知己知彼在谈判中稳操胜券·····	(208)
我方利用舆论威力使德商不得不让步·····	(209)

抓住澳商弱点 日本在谈判中获胜·····	(210)
美国巧抓时机从墨西哥购买石油·····	(211)
我方代表巧妙周旋终使压价成功·····	(211)
松下公司以退为进获得飞利浦的合作·····	(213)
我方代表击中要害 致使日方就范·····	(214)
我方先声夺人终在谈判中成功·····	(215)
与对手联络感情使谈判摆脱僵局·····	(216)
大富豪休斯先硬后软谈判反而成功·····	(217)
美国谈判大师投石问路得到经营良策·····	(218)
松下以迂为直终达谈判目的·····	(219)
英国谈判能手库恩百般挑剔意在砍价·····	(220)
故布疑阵意在使对手钻入圈套·····	(221)
世界船王的沙特之行·····	(222)
虚实结合计赚美方代表·····	(223)
摩根等大亨对付总统罗斯福的策略·····	(224)
美商勒絮费先生识破对方伎俩终占主动·····	(226)
美商布莱恩贸易谈判中的抬价招术·····	(228)
日商假装“无知”以便从谈判中渔利·····	(229)
巧设计让对方按我方的意图行事·····	(230)
美国百货店智对蛮横人·····	(231)
摩萨台首相的幽默比喻使他谈判得胜·····	(232)
以阿拉伯富商作幌子港商何礼杰谈判获利·····	(233)

英国裘皮商的谈判计谋·····	(234)
美国贸易谈判代表史密斯在谈判时的微笑·····	(234)
谈判无言 售价翻番·····	(235)
沉默搪塞 发明家爱迪生意外获利·····	(236)
先以低价标得一个合同·····	(237)
察言观色 施露华适度逢迎签合同·····	(238)
招标赢家的计谋·····	(239)
日商在“盛情款待”中战胜对方·····	(240)
利舌无刃却能斩物 ·····	(241)
以强制强的中方代表·····	(241)
用吹毛求疵获得成功·····	(242)
山本村佑不动声色胜美商·····	(243)
中方代表团在贸易谈判中的策略·····	(244)
美商史蒂夫讨价还价策略·····	(245)
后发制人我方胜对手·····	(246)
真诚合作双方同获利·····	(247)
巧舌能得百万金 ·····	(249)
用虚假时限欺骗用户的保险公司·····	(249)
老板巧侃价 雇员不知上当·····	(250)
哈默送井得油·····	(250)
玩具界奇才道密尔的谈判策略·····	(251)
谈判高手笑里藏刀·····	(253)

日乐器商横内发挥语言的魅力获成功·····	(253)
松下幸之助的“说服”方式·····	(255)
山东某厂讨还债务的计谋·····	(257)
基辛格法则——谈判的绝招·····	(259)
撒切尔谈判法·····	(262)
知己知彼 卡森战胜美国谈判对手·····	(264)
美国比佛利公司启用一个“失踪的人”·····	(266)

谍报雄谋 ····· (269)

工业间谍是生意链上重要的一环 ····· (270)

日本职员的一条腿换回一座厂·····	(270)
拣破烂的功勋大间谍·····	(271)
靠搜集情报崛起的日本摩托车·····	(272)
日本人将中国的传统工艺技术窃为己有·····	(272)
法国人领带上的奥秘·····	(273)
办在英国的不是为了赚钱的日本人餐馆·····	(274)
一瞬间技术失“盗”·····	(274)
“打工仔”是工业间谍·····	(275)
不存在得不到的秘密·····	(275)
前苏联谍报员靠鞋底击败波音公司·····	(276)
美厂商用假招聘获取技术情报·····	(277)
情报帮助英特尔公司击败摩托罗拉·····	(278)

名古屋维尼公司总会计师的新牙被装上了谍报机.....	(278)
美日汽车大战中的人员收买.....	(279)
美 IBM 公司大败日三菱公司的谍报战	(280)
盯住美国人的日本商社.....	(281)
日本轻而易举得到中国宣纸技术.....	(282)
休——帕公司的包打听使其后发制人屡屡成功.....	(282)
即使是总统也谢绝参观.....	(283)
英国船厂用假资料报复日本间谍.....	(284)
麦尔昆靠窃取服装情报年赚数亿美元.....	(285)
兵不厌诈 商不厌谍	(286)
美国一老板雇用侦探调查竞争对手的客户.....	(286)
英、法间谍巧妙窃取巴黎时装情报.....	(286)
日本人用“内线”窃取美国的机床技术.....	(287)
我厂家故设假标底让日本间谍上当.....	(288)
美国靠收买机械师获得原苏联飞机的油样.....	(289)
富士通公司窃取 IBM 情报的绝招	(290)
获取巧克力技术的间谍大战.....	(291)
本田靠窃取技术情报占领摩托车市场.....	(292)
见缝插针的情报战.....	(292)
美国收买游客充当合法的“谍报员”	(293)
美国间谍利用探亲搜集原苏联情报.....	(294)