

SHICHANGJINGZHENGJIQIAO

经济



市场竞争技巧

甘肃人民出版社

SHICHANGJINGZHENGJIQIAO

张连珠 编著



前 言

由计划经济转向市场经济,给人们带来了更大的发展空间,带来了空前的富裕和幸福。祖祖辈辈都在憧憬丰衣足食、大富大贵的美梦,终于在改革开放后的今天得以变为现实。人心思富,人们都在寻找发展经济的近路,人们的主要精力都倾注在如何尽快地发家致富上,这已成为中国大地上的滚滚洪流。但市场经济有其内在的必然规律,它可以给人们带来不尽的财富,也可以使人们顷刻间就变得一贫如洗。风险和效益,失败和成功,总是紧密地结合在一起。惟有智者、能者、强者、勇敢者才有可能成为市场经济的受益者、胜利者。市场如战场,稍有不慎就会一败涂地,稍有懈怠就会输给对方。市场竞争就是实力、能力、智力、创造力的全面较量。尽快跟上市场经济快速发展的步伐,掌握参与市场竞争的方法、策略和技巧,更快地在市场竞争中获取丰厚的经济效益,已经成为人们亟待解决的紧迫问题。我动手写这本书,就是想为朋友们提供一些借鉴,提供一些思路,提供一些参与市场竞争的基本常识、基本手段、基本策略和基本技巧。通俗地讲,也就是给“搭个桥”、“引个路”、“提个醒”,帮他们走出思想认识上的误区,确立全新的市场观念和竞争意识,解决在市场竞争中敢干、会干和干好的问题,争取早日成为市场竞争的全能高手。

书中列举了大量发生在我们身边的在市场竞争中获得成功的典型事例,以事理结合的方式,展示了一幅深入浅出、通俗易懂的市场竞争的概貌图。希望此书能为朋友们确立新的思维方式和思想观念,提高市场竞争的胆识和能力,切实把握市场竞争的机遇和技巧,早日实现高品位的富裕目标,真正起到参谋、助手的辅助作用。

本书是我对市场竞争问题的粗浅认识,由于本人才疏学浅,加之工作经历的局限性,失误和不妥之处在所难免,恳请有专长、有经验的同志及时给予批评指正。本书在写作过程中,参考了许多报刊上介绍的有关驾驭市场的成功范例,许多在商贸、工商、金融、税务系统工作的同志也提供了不少真实生动的素材,尤其甘肃人民出版社的领导和编辑同志给予了具体配合协助,在此一并表示深切感谢!

作者

1998年9月

目 录

第一章 以科学技术取胜	(1)
1. “科学技术是第一生产力”	(2)
2. 社会需要是研究开发之母	(5)
3. “小人物”也能搞科学技术	(9)
4. 要舍得在科技上加大投入	(12)
5. 把科技转化为效益和利润	(19)
第二章 以人才取胜	(22)
1. 人才是企业的命脉	(23)
2. 人才的独到之处	(27)
3. 尊重知识, 尊重人才	(31)
4. 营造培育人才的良好环境	(35)
5. 千方百计地使自己成为人才	(37)
第三章 以法取胜	(42)
1. 市场经济是法制经济	(43)
2. 法是商战的“保护神”	(46)
3. 不懂法、不守法使人财两空	(50)
4. 依法经营天地宽	(53)
5. 让法律来维护自己的切身利益	(56)
第四章 以情取胜	(61)
1. 市场经济就不讲感情吗?	(62)

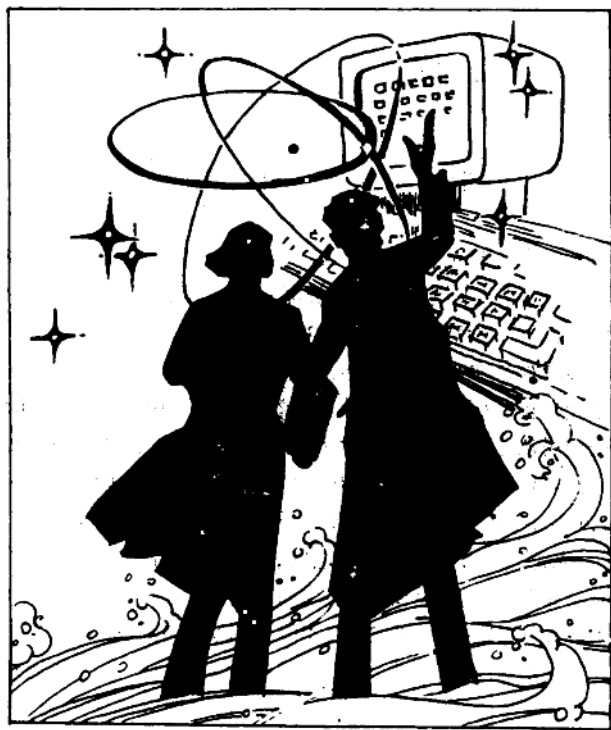
2. 有真情才能召唤顾客	(65)
3. 真情是企业发展的内动力	(69)
4. 李素丽精神的延伸	(73)
5. 真情是营销的通行证	(77)
第五章 以质量取胜	(81)
1. 质量是消费者心中的上帝	(82)
2. 质量权永远是自己的	(85)
3. “好草自然引来回头马”	(88)
4. “一锤子买卖”做不得	(92)
5. 质量之树是常青不老的	(96)
第六章 以热情服务取胜	(101)
1. 何为“微笑服务”?	(102)
2. “服务卡”的效应	(106)
3. 一次优质服务胜过千百次广告	(111)
4. “百问不厌”与“百挑不烦”	(114)
5. 感动“上帝”才能有饭吃	(118)
第七章 以适销对路取胜	(122)
1. 从“精品店”、“豪华商厦”说起	(123)
2. 要把握消费主流	(126)
3. 寻找被商家冷落的地方	(131)
4. 有山就有路,有需就有销	(135)
5. 把营销的触角深入到社会的各个角落	(139)
第八章 以广告取胜	(143)
1. 从两个摆摊卖梨子的说起	(144)
2. 用广告促销真灵	(148)

3. 还有比广告更紧要的	(151)
4. 谨防广告的负效应	(156)
5. 加强广告的立体宣传	(160)
第九章 以快取胜	(164)
1. “快一步天高地宽”	(165)
2. 谁先占领制高点谁就是胜利者	(168)
3. 百舸争流快者胜	(171)
4. 认准了的事就快干	(175)
5. 不要踩着别人的脚印走	(179)
第十章 以胆识取胜	(182)
1. “狭路相逢勇者胜”	(183)
2. 利润皆在风险中	(186)
3. 置身死地而后生	(190)
4. 要有打破常规的超常思维	(193)
5. 敢从没路的地方踩出一条路来	(196)
第十一章 以预见取胜	(200)
1. 商战规律是可以认识的	(201)
2. 先人一步天地宽	(204)
3. 看到发展大趋势	(207)
4. 掌握“冷”与“热”的辩证法	(210)
5. 预见是经济发展的推进剂	(214)
第十二章 以奇特取胜	(218)
1. 要敢“奇袭白虎团”	(219)
2. 奇特才能吸引顾客	(222)
3. 奇特才能创造市场	(226)

4. 开发奇特产品,要以科技为先导	(229)
5. 开发奇特产品,要“同中求异”	(235)
第十三章 以“名牌”取胜	(239)
1. 名牌是无形的资产	(240)
2. 我们的名牌差在哪里	(244)
3. 追寻名牌产品的发展轨迹	(247)
4. 开发名牌产品的“奥秘”	(252)
第十四章 以地域优势取胜	(257)
1. 山水也可赚钱	(258)
2. 各地特产何其多	(261)
3. “靠山吃山,靠水吃水”	(265)
4. 原汁原味不能变	(269)
5. 眼睛盯住外地人	(275)
第十五章 以信誉取胜	(280)
1. 做人之道与经营之道	(281)
2. 顾客心理的从众性与稳定性	(284)
3. 计利当计长久利	(288)
4. 诚信将带来永久的信誉和市场	(292)
第十六章 以价格取胜	(297)
1. “物美价廉”是人心所向	(298)
2. 价格可降不可涨	(301)
3. 实施正确的价格竞争	(304)
4. 从价格技巧中获取利润	(308)
5. 不要在价格上想歪点子	(312)
第十七章 以“借”取胜	(315)

1. 借“财”生财	(316)
2. 借“脑”生财	(319)
3. 借“机”生财	(323)
4. 借“名”生财	(329)
第十八章 以决策取胜	(336)
1. 决策失误是最大的失误	(337)
2. 认准了的就快拍板决策	(341)
3. 决策的起点要高	(344)
4. 决策要注重市场调查	(348)
5. 要善于做好决策后的弥补	(352)
第十九章 以保密取胜	(356)
1. 失密的后果难以估量	(357)
2. 商业秘密是企业发展的无形资产	(360)
3. 商业秘密不容泄漏	(364)
4. 要千方百计地搜集、研究商业秘密	(367)
第二十章 以节俭取胜	(371)
1. 企业漏洞何其多	(372)
2. 节俭是企业发展的本源	(377)
3. 以节俭来压缩生产(经营)成本	(380)
4. 艰苦奋斗仍然是创业之宝	(383)

第一章 以科学技术取胜



当今世界,科学技术革命的浪潮正以前所未有的冲击波推动着人类社会历史的迅猛发展。无论是国内市场的竞争还是国际大市场的竞争,其核心乃是科学技术的竞争。“落后就要挨打。”这不仅是军事上的警世之言,也更是经济竞争中的神圣妙理。当国人都在“以经济建设为中心”,都在图谋企业发展、个人致富之道时,我们每个人都应该牢固确立“科学技术是第一生产力”的思想观念,重视科学技术的开发和运用,不断开发新工艺、新技术、新产品。这样,才能有市场竞争能力,才能有发展后劲,才能在市场大潮中立于不败之地。

1. “科学技术是第一生产力”

人们不会忘记,当粉碎“四人帮”之后,在百业待举的历史紧要关头,邓小平同志以伟大战略家的远见,敏锐地洞察现代社会发展的总趋势,追踪世界科技革命的新浪潮,首先将目光投向中国科技事业的振兴与发展,对科技事业投入了极大的关注和扶植,从而出现了“科学的春天”。在1978年3月那个振奋全民族之心的全国科学大会上,邓小平同志响亮地提出了“科学技术是生产力”的历史性的口号。在此后的多次谈话、讲话中,邓小平同志又反复强调“科学技术是第一生产力”。无论是一个国家、一个地区,还是一个企业、一个工种,只有具备先进的科学技术,才能加强自身的实力,才能在激烈的市场竞争中占有一席之地,才能谋求更快的发展和壮大。

高科技的振兴发展,已经给我国带来了巨大的经济效益,直接推动了人民生活水平的提高。以跟踪国际高技术前沿为主题的国家863计划,从1986年开始实施以来,已经取得了

1398 项高技术成果。这些高技术成果中,有 540 项达到了当今国际水平,有 567 项获得了国家级和省、部级科技成果奖,获奖率为 45.6%。仅到 1995 年底,这些成果中获得国内外奖励和专利的就有 244 项之多。

高科技成果为农业发展增添了后续力量。我国科技工作者根据光敏核不育水稻育性转换光温作用模式,培育成功了品质、抗性、产量均优于常规三系法杂交水稻的二系法杂交水稻。通过区域试验和产量比较试验,评选出了 7 个优秀组合,已经试种示范 400 万亩。结果证明,其比同生育期的三系法杂交水稻增产 10—15%。其推广面积累计已达 26 亿多亩,增产粮食 2600 亿公斤。我国科技工作者通过常规育种技术与生物技术相结合,选育出了一批高抗矮病、农艺性状良好兼抗白粉病的普通小麦新品系。此外,导入抗病基因的抗赤霉病小麦已进入示范推广阶段。在 1995 年试种的 7000 亩已表现出高抗病的特性,亩产高达 450 多公斤。我国科技工作者针对棉花生产因棉铃虫为害使棉花亩产量长期徘徊不前的状况,运用基因工程技术,培育成功了领先世界水平的抗虫棉。目前,获得的转基因棉花株系已到第三代,其对棉铃虫的杀虫率高达 80% 以上。上述三项领先世界的成果,已经逐步开始在我国广大农村进行示范推广,它将使我国的粮食和棉花大幅度增产,也必将给广大农民带来更大的收益和实惠。

高科技成果为传统产业技术改造提供了新的技术支撑。CIMS 工程是以计算机集成为主要特征的全新的自动化控制技术,是信息时代工业革命的核心。我国目前在 CIMS 工程的研究领域和应用领域里均处于国际领先的地位,成都飞机公司应用 CIMS 技术进行改造后,在美国 MD 机头生产中很快

便进入了稳产创汇阶段,装配周期从过去的 12 个月缩短到 6 个月,库存积压下降了 20%,效益回报率很高。北京第一机床厂用 CIMS 技术进行改造后,大大提高了适应市场变化的能力。该厂根据 CIMS 系统提供的信息,及时调整生产计划,仅 1993 年就增加收入 4000 万元。1994 年上半年市场萎缩,依据 CIMS 提供的市场变化信息,调整计划 10 多次,使市场急需的产品提前 2 个多月投入并抢占了市场,半年时间就超计划收入 2 亿元。我国的智能机器人研制在取得一系列重大成果之后,正在向国民经济的各个领域挺进。1995 年 8 月,一汽集团、熊猫集团、牡丹集团已与 863 计划自动化领域智能机器人专家组签订了《机器人与自动化生产应用工程合作协议》。这一协议将使智能机器人进入汽车、录像机、电视机三大产业领域,将会带来更大的技术进步与经济效益。

高科技成果为我国人民的身体健康增加了可靠保证。我国医学科技人员运用基因工程与生物工程技术,在新医药的研制领域取得了一系列重大成果。目前,已进入市场的新型药物和疫苗已有 7 种,产生了巨大的社会效益和经济效益。17 种生物制剂即将完成临床试验,投入市场;另有 50 种正在试验室研制。运用基因治疗,自 1990 年治疗一例先天性免疫缺陷症以来,它的治疗领域已扩展到恶性肿瘤、艾滋病、乙型肝炎、心血管疾病、代谢性疾病等。我国乙型肝炎发病率比较高,带病毒者就达 1.2 亿人之多。运用基因工程技术研制出的治疗乙肝的特效药——重组人 $\alpha 12b$ 型基因工程干扰素,对治疗慢性活动性乙肝、丙型肝炎、白血病等均有明显疗效。估计到本世纪末,这些新药物的年产值将会达到 50 亿元以上,将会大大推动医药传统产业的改造。

高科技成果为新型产业的开拓创造了有利条件。信息产业是国际上的新型产业。曙光系列计算机的研制成功,标志着我国计算机技术有了重大进展,说明了我国的大规模并行处理技术已进入了世界先进行列。过去,我国的大规模程控交换机 100%从国外进口,形成了 7 国 8 制的局面。1992 年,由中国邮电工业总公司和解放军信息工程学院联合研制成功的 04 交换机,打破了外国公司一统天下的局面,使我国一跃而为世界上少数几个能独立开发和生产大型数字交换机的国家之一,1994 年已占有中国市场的 15%,1995 年已超过 20%。海洋采矿也是一个富有前景的新型产业。经我国申请,联合国已经将夏威夷附近的 30 万平方公里的公海划给我国为海洋勘探区。我国科研人员研制生产出的 6000 米水下机器人,为我国在这一水域进行海底勘探提供了强有力的手段。

“科学技术是第一生产力”。这不仅是个理论认识问题,更重要的是个实践转化的问题。实行 863 计划 10 多年的实践,使人们看到了科学技术的强大威力。我们每个地区、每个行业、每个生产经营的企业,都要重视科学技术的普及与运用,早动早受益,大动大受益。只有大力采用新的技术,才能在市场经济的商战中百战百胜,不断壮大发展自身的竞争实力。

2. 社会需要是研究开发之母

在市场竞争日益激烈的今天,如何才能适应市场竞争的需要,如何才能成功地占领市场,如何才能给市场提供高质量的有吸引力的产品? 答案只有一个,那就是只有依靠科学技

术,不断研制开发新产品。许许多多企业的发展经验说明:社会需要是研究开发之母。着眼社会需要研制开发新产品是立足于商战不败之地的正确途径。

闻名于世的著名企业——安徽天康集团,它的创业发展史实际上就是瞄准社会需要,不断研制开发新产品的历史。这个集团原先只是一个由4个人以800元起家的县级小厂,主要产品是生产不锈钢阀门、线路金具等。而仅仅经过近十年的努力,它的核心企业天长市仪表厂已一跃成为国家机械部、化工部专门生产温度仪表、电线电缆的重点企业,先后研制开发出800多种不同规格的温度仪表产品,其中有多种省优、部优产品,有专利产品,有出口免检产品,还有各种性能优良的高科技电缆、通信光缆等名牌产品,1996年创产值近3亿元,跃居全国温度仪表十强企业之列。

一个由4人800元起的县级小厂,如何能发展为如此规模的行业集团,并取得如此显著的业绩?该集团总经理、著名科技企业家赵宽有着独到的见解。他认为:“一个企业的发展离不开新产品的研究和开发,然而这些新产品的研究和开发,必须有的放矢,完全符合用户的需求。换句话说,社会的需要就是研制开发之母体和源泉,否则,一切科学研究和开发就会与实际相悖,成了‘水中月,镜中花’,不仅变得毫无意义,而且还会浪费大量的人力和财力。”这不能不说是经验之谈,不能不说是该企业发展壮大成功之路,不能不说是该企业产品质量能抢占市场的活水源头。

赵宽和他的同事们从众说纷纭的社会议论声中听到了社会需要的呼声,并能作为企业产品研制开发的方向。有一年,赵宽和另一位技术人员在大庆油田考察时,油田的同志对他

俩说：“我们使用的温度仪表产品，不仅用量大，而且价格高，它采用的全是进口材料，国内若是有一个企业能够研制生产这种产品，那该节约多少外汇啊！”短短数语，竟深深触动了赵宽的心，触发了他以此产品为研制开发对象的强烈欲望。他带领科技人员先后奔赴上海、云南等地参观学习，并把样品背回来分解开，一件一件地分析，一个数据一个数据地研究，一个难题一个难题地攻关。为了尽快取得成功，赵宽和他的同事们连续七天七夜绘制图纸，在生产车间搞试验论证。经过反复的探索和试验，一种高性能的工业温度仪表终于研制成功，成批量生产。受到用户的好评。有一次，赵宽从用户中了解到：热工仪表就像医生用的人体温度计，是工业企业不可缺少的设备，而原先所生产的铜热电偶，只能测量各种工业过程中 -50°C —— $+150^{\circ}\text{C}$ 范围内的温度。赵宽立即着手组织科技攻关。通过无数次的验证、探索，终于找到了一种性能稳定、测温范围广、热电势强的金属材料，研制出新型的热电偶系列产品。这种产品可准确地测量出在各种生产过程中 -200°C —— $+600^{\circ}\text{C}$ 范围内的温度，可有效地使用于存在腐蚀类介质以及承受流速、压力的工作场所。紧接着，他们为了进一步满足用户需要，又研制开发成功铂热电偶系列产品。产品被评为“省优”、“部优”名牌，供不应求。

随着市场经济的发展，产品的竞争愈来愈激烈，研制开发科技含量高并与社会需要相一致的产品就愈加显得重要。为此，该集团更加注意社会调查和信息反馈。当他们调查了解到市场上电缆十分紧缺时，就下大力气组织科技攻关，研制成功了直径 0.5—300 毫米的各种高性能控缆、力缆等，年生产能力达 8000 公里以上。在占领国内市场的同时，已打入伊

朗、印尼、巴基斯坦、越南等国外市场。九十年代初,当赵宽等在广州、深圳调查时,了解到通讯光缆具有足够的机械强度和优良的隔潮密封性能,并具有突出的弯曲特性和轻型化特点,可适应各种敷设环境,具有电缆通讯所无法比拟的优势,具有很大的市场潜力。极具科技头脑和超前意识的赵宽,不为艰险、困难所阻,毅然组织科技专家进行攻关。由于技术难度过大,工艺不成熟,加工工人操作不熟练,在出现产品报废严重,损失上百万元的情况下,赵宽仍不灰心气馁,义无反顾地继续进行试验。经过与专家们的艰苦探索攻坚,在无数次的失败挫折中终于找到原因,发现了光纤的色散、衰度等一些重要技术数据间的关系,还发现了气温的变化也影响光缆产品在生产时的质量。于是他们改善生产工艺,进行有效控制,终于研制开发成功了新型的光纤光缆高科技产品,其合格率达到98%,主要性能指标达到国际先进水平,大量出口到许多国家和地区。

天康集团依靠科学技术,以社会需要为目标研制开发新产品,因而能有充足的客户和长久的市场。这是在社会主义市场经济条件下,企业发展壮大的正确道路。我们的每一个企业,每一个企业的员工,都应该确立强烈的科技意识,以科学技术来带动新产品的开发应用,以社会需要作为科技攻关的突破口。这样,企业和产品才能有旺盛的生命力,才能吸引市场,占领市场,不断扩大市场。每一个明智的企业决策者都应该在科学技术方面舍得投入人力、物力、财力,都应该以主要精力抓科学技术新产品的研制和推广。这是企业取胜的一条朴素而又深邃的真理。

3.“小人物”也能搞科学技术

有的朋友一提到科学技术,就以为高深莫测,似乎只有专家教授才能搞科学技术。于是有的企业领导者眼睛只盯住外边,在外面搜寻“能人”,而不注意发挥身边人的特长和优势。不少企业的扭亏增盈和持续发展并没有高价引进什么“能人”,而是靠身边的一帮子“小人物”的小打小闹式的科技攻关而逐步解决一些“老大难”问题,使产品突破影响质量的“瓶颈”,从而在市场竞争中占有一席之地的。

“小人物”能有大作为。一个来厂仅9个月的年轻人就为某厂的机械设备改造做出了优异成绩。1996年元月,何玉鸿调入桂林天和制药厂机修车间。2月份,车间接受了改造胶布切片机的任务,要使之达到95版中国药典标准,要求在4月份完成任务。有关人员先从改造切片机的滚筒和齿轮尺寸入手,但改出来的一台切片机加工零件时间长,花费大且拆装不方便。眼看时间一天天过去,车间又组织成立了攻关小组,何玉鸿也被列为攻关小组成员之一。经过好几天的观察思索,他大胆推翻了原有改造计划,提出了改动切片机步进机构的设想,使切片机传动系统由过去的连续运转变为间歇运转,进而增大胶布的切片规格。在征得领导同意后,他亲自动手,从图纸设计到零部件的车、刨、铣加工,到拆装切片机等工作一揽到底,只用了4天时间,就使切片机改造成功,达到了预定的结果。但他并没有感到满足。他发现这些切片机的噪声过大,便参考骨通自动冲孔切片机的噪声极小的工作原理,又重新进行设计,研制新的切片机。经过反复的试验论证,经过