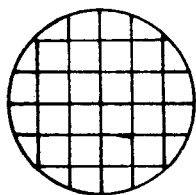


张展欣 王岩 熊文辉

# 兵战与商战





# 兵战与商战

张展欣 王 岩 熊文辉

新世纪出版社

# 兵战与商战

张展欣  
王 岩 编著  
熊文辉

新世纪出版社出版发行

广东省新华书店经销

粤北印刷厂印刷

787×1092毫米32开本 8.75印张 2插页 200000字

1989年4月第1版 1989年4月第1次印刷

印数 1—30,000册

ISBN 7—5405—0269—X/F·3

定价 2.80元

## 前 言

世界上的事物都是互相联系的，军事斗争和企业竞争就常常有着共同的手法和规律：作战需要知己知彼，经商离不开供求信息；军事上一道错误的命令可导致全军覆没，商战中一项盲目的决策可使企业破产倒闭；一种新型的武器可改变战场敌我力量的对比，一个新产品也可带来企业的兴旺；用兵打仗要讲究战略战术，市场推销也要注意方式方法……领域虽然各异，我们的竞争也不象战场上的你死我活那样置对方于死地，但道理却同条共贯。

本书作者分别在部队和经济管理部门工作，涉足于军事科学和经济科学的天地，发现了一些奥秘，略有心得，于是携手合作，试图把人类在这两个领域中所表现出来的智慧结晶，用一条彩色的链条联缀起来，借鉴古今中外军事斗争的战例，去探求市场竞争的原理，包括信息调研、市场预测、有效决策、产品策略、推销策略、经营策略、管理策略和人才策略等。

本书拟为一本市场营销学的普及读物，为此，我们更注重其实用性和可读性。全书分为若干篇目，每篇均先谈一个军事上有趣的战例，再结合企业经营的例子去阐述企业经营

管理中的一个道理。这样的写作尚属尝试，不当之处，诚望广大读者多提宝贵意见。惟愿本书能给经济界人士在经营管理上得到一点启发，并能为军人开拓视野，培养军地两用人才提供参考。

# 目 录

## 一、信息调研

1. 悉敌情抓准战机 知顾客生意兴旺…………… ( 2 )
2. 情报不灵遭惨败 信息妙用可生财…………… ( 4 )
3. 空中拍照重清晰 市场信息贵在准…………… ( 6 )
4. 一字之差误大事 信息传递需细心…………… ( 8 )
5. 百年水图招损失 过时信息用遭殃…………… ( 10 )
6. 巧施妙计反间谍 以礼相待保秘密…………… ( 12 )
7. 劫狱得手凭侦察 成交亿元靠调查…………… ( 15 )
8. 广布罗网搜敌情 遍伸触角集信息…………… ( 17 )
9. 公开秘密成真理 报刊信息变财宝…………… ( 19 )
10. 宴席也有情报在 信息蕴藏餐桌中…………… ( 21 )
11. 积雪丛中得情报 垃圾堆里获信息…………… ( 23 )
12. 借助异国探军情 委托他人找信息…………… ( 26 )
13. 购得情报炸雷达 买来信息做生意…………… ( 28 )
14. 卫星充当千里眼 打仗经商全获胜…………… ( 30 )
15. 战斗侦察用脑袋 市场调查要分析…………… ( 32 )
16. 洞穿砂层求实情 透过萧条寻生意…………… ( 34 )
17. 九年心血用一瞬 十载艰辛得真知…………… ( 36 )
18. 统帅爬树察敌情 厂长进山作调研…………… ( 38 )

## 二、市场预测

19. 凭借预测破火障 放长眼光产足球…………… (42)
20. 预见英明存力量 定性测出新市场…………… (45)
21. 心中有数破敌军 定量测算兴工厂…………… (47)
22. 宏观考察预测准 综合分析方向明…………… (49)
23. 循规律测出登陆地 按周期生产流行服…………… (52)
24. 蛛丝马迹有来因 市场变迁显征兆…………… (54)
25. 透过资料看战况 借用素材测市场…………… (56)
26. 苏军趁严寒歼敌 商店顺阴雨卖伞…………… (58)
27. 亦假亦真电杆显灵 测准心理冰箱旺销…………… (60)
28. 舒尔茨自导悲剧 生意人执迷不悟…………… (62)
29. 顾自己预测失灵 不虑败嘉美停业…………… (64)

## 三、有效决策

30. 以敌之利作决策 为客需要定生产…………… (68)
31. 拿破仑择机决战 李嘉诚转营房产…………… (70)
32. 讲科学调整阵容 重方法面貌一新…………… (72)
33. 英首相善用“外脑” 美企业巧借“智囊”…………… (75)
34. 群策群力造“坦克” 民主决策定价格…………… (77)
35. 据战场形势决策 看市场变化经营…………… (80)
36. 庄王忧大臣无异议 斯隆喜部属反面词…………… (83)
37. 名将独断作囚犯 小店合力展宏图…………… (85)

38. 盲目决策当俘虏 经营失误厂破产……………(87)
39. 深入分析定战略 可行论证作决策……………(90)
40. 根据家猫作判断 透过报告做文章……………(92)
41. 决策做好败准备 厄运降临能解脱……………(93)
42. 冒险登陆险为夷 大胆淘沙沙变金……………(95)
43. 反常决策胜土军 反弹琵琶奏新曲……………(98)
44. 改变目标遭失败 见异思迁厂关门……………(100)
45. 埃军犹豫误战机 拖拉决策地上爬……………(103)
46. 拿破仑临危不惧 克罗尔力挽狂澜……………(105)
47. 感情冲动城失守 意气用事吃大亏……………(107)

#### 四、产品策略

48. 劲飞机独具特色 靓灯具与众不同……………(111)
49. 巨型火炮逞威风 拳头产品显身手……………(113)
50. 名将休哉诱皇帝 “羊城之夜”溢芳香……………(116)
51. 用兵如神寻缝隙 经商有术找空档……………(118)
52. 坦克身上挂拖车 产品增添新用途……………(121)
53. 补缺陷刺刀见红 寻缺点产品出新……………(123)
54. 借助蝴蝶蒙敌眼 模仿生物造产品……………(125)
55. 改用途坦克呈威 换功能枪支植树……………(127)
56. 武器讲求体积小 商品渐趋微型化……………(129)
57. 拆装飞机翱翔蓝天 折叠产品驰骋商场……………(131)
58. 射频武器生奇气 奇趣产品有市场……………(132)

59. 攻防一体火力猛 一物多用受欢迎……………(134)
60. 导弹成群威力大 商品系列效益高……………(137)
61. 德军击弱点获胜 日人辟蹊径领先……………(139)
62. 火力不足用牛攻 头威不打打尾阵……………(141)
63. 高射炮打近目标 老设备出新产品……………(143)
64. 不思变克星被克 老模样金牛贬值……………(145)
65. 红色军装成矢的 灰色马达滞商场……………(147)
66. 哑炮留下千古恨 优质催开“新雅”花……………(150)
67. 以色列模拟练兵 德国人实地验车……………(152)
68. 耗巨资增强军力 花本钱开发产品……………(154)
69. “鹰眼”应用新技术 “家宝”创造好效益……………(156)

## 五、推销策略

70. 谎报军情失人心 诚卖广告得赞赏……………(161)
71. 行动争取东北军 退货赢得顾客心……………(163)
72. “喀秋莎”振奋军心 “抱财鸡”挽救危局……………(166)
73. 占据地利歼强敌 借用旺地巧经营……………(168)
74. 普军闪电击奥国 “百事”神速登市场……………(170)
75. “面积轰炸”威力猛 “覆盖宣传”声势高……………(172)
76. 游击战术以少胜多 分散出击各个击破……………(175)
77. 解放军深入敌后 亚洲厂迂回推销……………(177)
78. 巧用事件隐企图 借题发挥做生意……………(179)

79. 楚国人抛砖引玉 铁锅厂薄利多销……………(182)
80. 渡河战法各有异 各地推销不相同……………(185)
81. 冉庄内外设陷阱 松下四处开分店……………(186)
82. 变战术捕获俘虏 换方法推销筷子……………(188)
83. 准时作战打胜仗 按期交货建信誉……………(190)
84. 防御战用硬战法 保市场靠新品种……………(193)

## 六、经营策略

85. 选准入口渡江成功 定向攻击经营奏效……………(197)
86. 扬长避短以弱胜强 发挥优势生财有道……………(199)
87. 刘师长杀鸡用牛刀 施乐厂合力攻堡垒……………(202)
88. 假手于人坐得利 借树开花结硕果……………(204)
89. 炸军舰借用“虾兵” 修马达取名“医院”……………(206)
90. 夜战却要灯光照 靓女不用用矮人……………(208)
91. 特种部队施怪术 SATI小组出奇招……………(210)
92. “对症下药”施战术 投其所好分市场……………(213)
93. 司马懿先行平叛军 珠江厂超前占市场……………(215)
94. 解放军主动撤退 企业家后来居上……………(217)
95. 上尉好奇招祸殃 老板臆断遭破产……………(219)
96. 楚霸王破釜沉舟 李宗凌背水一战……………(221)
97. 解放军丢卒保车 升平店以失换得……………(222)
98. 主动撤退求再战 见机转产又添财……………(225)

## 七、管理策略

- 99. 体制繁杂反应慢 机构精简效益高……………(229)
- 100. 特殊军帽与众不同 白色服装显示权威……………(231)
- 101. 取信于士御强敌 恪守诺言救危难……………(233)
- 102. 拿破仑巧施激励术 王昭明勇挂雪耻牌……………(235)
- 103. 目睹名将情意切 赠送书包表真心……………(237)
- 104. 委托指挥责任重 承包经营企业活……………(240)
- 105. 建立威信凭战绩 赢得信任靠行动……………(242)
- 106. 理解部下不问罪 宽以待人服众心……………(244)

## 八、人才策略

- 107. 抢科学家不惜血本 买工程师破费百万……………(248)
- 108. 选将领注重实绩 用人才要看表现……………(250)
- 109. 丘吉尔大胆荐贤 幸之助破格用人……………(251)
- 110. 军士长老当益壮 老行尊承担重任……………(254)
- 111. 任命“酒将”当司令 选用“罪犯”搞科研……………(256)
- 112. 取长补短得天下 最佳结构显其能……………(258)
- 113. 王旅长开发智力 日本厂广集建议……………(260)
- 114. “绿贝雷帽”多面手 宫岛工人技艺全……………(263)
- 115. 烽火丛中办学校 企业园内兴学堂……………(266)
- 116. 轮换任职育将才 流动作业练本领……………(268)
- 117. 适应练兵出劲旅 模拟培训生人才……………(270)

## 一、信息调研

## 1. 悉敌情抓准战机 知顾客生意兴旺

1935年4月，红军第9军团为掩护红一方面军南渡乌江天险，孤军奋战在乌江北岸。由于长征路上的战斗减员，红9军团只剩下3个团的兵力。但是红9军团却用这仅仅3个团的兵力，一举击溃了国民党围歼我军的黔军7个团，俘虏敌官兵1800多人。

战斗发起之前，我军根据情报了解黔军装备比我军好，兵力是我军的两倍多，但是他们几乎个个都是爱抽鸦片烟的“双枪兵”，每天中午前后便是黔军官兵鸦片烟瘾发作之时。红9军团领导得悉敌人有这一痼疾之后，决定利用这个时间选择有利地形伏击敌人。一天午前，黔军进入了我军埋伏地区。果然他们烟瘾上来了，一个个有气无力，东倒西歪，行军队列乱糟糟的。红军立即吹起冲锋号，战士们端着刺刀或挥舞着大刀扑向敌群。烟鬼们哪里抵挡得住红军的勇猛攻击，纷纷逃命，各种武器装备以及烟枪丢了一地。红军一鼓作气将敌人击溃，又穷追猛打了五六里，顺利地完成了掩护任务。

战场上，为了创造和捕捉有利的战机，以歼灭敌人。就必须深入地了解敌人，而在商场上要作成买卖，当然也要了

解买方市场。有家生产洗发液的工厂，曾生产过一批人参、当归、田七等药物洗发液出口美国，可销量极少。原来美国人并不接受陌生的药物。他们强调天然物质、自然感觉，认为海草、矿物质对头发有营养，而不欢迎添加剂，即便是加入鹿茸、珍珠他们也不欣赏。不了解顾客必然弄巧成拙，闹出笑话。

天津自行车二厂，他们在生产新型自行车前，首先就对农村市场作了深入的了解。他们看到农村体制改革后，百业兴旺，农民要把自己的农副产品运到农贸市场出售，需要能载一、二百斤货的加重自行车。工厂根据这一特定需要，改进了设计，加强货架的支撑，改变车的速比，使载货后骑起来仍较轻便。这一改进适应了农民用车的要求。因此，在自行车不怎么畅销的情况下，天津自行车二厂的产品仍在东北、华北、西北农村占有广大的市场。

随着商品经济的发展，国内外的市场已从“卖方市场”转变为“买方市场”。为此，你要使生意兴旺就必须贯彻“以顾客需求为中心”的营销观点，在生产前，就必须对顾客的需求有深入的了解。这包括顾客需要什么，顾客能接受什么样的价格，顾客希望提供哪些服务，顾客对产品的反应如何，有无可能再次购买等等。而营销调研，正是一种帮助人们了解顾客，获取市场信息的好方法，我们每一个企业的经营管理者都要首先重视信息调研工作，让它成为自己开拓生意门路的先导。

## 2. 情报不灵遭惨败 信息妙用可生财

1940年5月的一天，德军对荷兰的鹿特丹港口进行了大规模的轰炸。紧接着，一架架满载步兵的运输机，在附近的瓦尔港机场进行机降，企图夺取机场。德军飞机刚一着陆，守卫机场的荷军“女王团”与配置在鹿特丹北部的炮兵相配合奋起反击。枪弹雨点般地射向德军，一些德军士兵还没来得及爬出机舱，就被炮火击中，人员伤亡惨重。首批着陆的德军料定难以完成任务，于是打了一发绿色信号弹求援。奇怪的是，正在猛烈射击的荷兰炮兵见到信号弹后突然停止了射击，眼看后续德军的飞机一架接着一架地着陆，并向机场周围凭战壕固守的荷兰步兵发起进攻，而荷军阵地上却哑然无声。

原来，德军求救的绿色信号弹，恰好是荷军重火器停止射击的信号。这一偶然的巧合，给德军帮了大忙。他们借助荷军火力中断的有利战机，迅速向守卫机场的荷军发起猛攻。就这样，机场终于落入德军手里。

上述战例中，荷军由于信号弹与德军巧合相同，而造成机场失守的事实，似乎是偶然的。但它也可以说明一个必然的结果，就是荷军在战前没有全面掌握德军的情报，包括德

军的行动信号。如果对此有所了解，在荷军强大火力网的控制下，机场是肯定不会轻易地让德军占领的。由此可见，战争中详细地掌握敌人的情报信息，具有十分重要的意义。当今，在商业竞争中，也有异曲同工的道理。如果我们的企业不能掌握市场信息和竞争对手的动态，就会导致盲目生产和经营。反之，如果能全面了解市场信息，并加以灵活运用，就可能生发出巨大的物质力量。有时，一条有效的信息，便能使一个濒临倒闭的工厂绝处逢生。

北京金星金笔厂建厂30多年，一直生产普通自来水笔，产品销路越来越窄，经营多年来萎靡不振。前几年，他们广泛地去搜集有关国际墨水笔市场的信息，发现有一种彩色墨水笔，用途宽广，在国际市场上行情看涨。得到这一信息后，他们自行研制和生产了12色彩色墨水笔。这种笔具有书写流利，色泽鲜艳，笔芯可以更换等优点，适用于绘画和电化教学，投放市场后，受到国内外用户的欢迎。1983年该厂仅这个产品就获利110万元。由于订货太多，金笔厂承担不了，还扩展到北京圆珠笔厂去生产，该厂当年也因生产彩色笔获利20万元。这一条信息，共使两家工厂增加利润150万元，可见“信息就是金钱”此话一点不假。

广东省副省长匡吉在谈到信息价值时说，信息爆炸的时代“标志着一个人、一个国家、一个集体财富的多少，不是用金钱来表示，不是用机器来表示，不是用土地来表示，而是用信息来表示”。细细玩味，此话是很有道理的。当今世

界许多卓有成效的企业家，无不把信息视为企业的宝贵财富，并调动一切手段去搜集各种与自己生产经营有关的信息。

### 3. 空中拍照重清晰 市场信息贵在准

1943年6月初，德国法西斯头目希特勒，在一次军事首脑的聚会中宣称：德国将使用秘密武器，向英国首都伦敦发动大规模袭击。并扬言：到1943年底，要把伦敦夷为平地，英国将被迫投降。

在这前后，英国情报机关不断收到关于德国正在严格保密情况下，发展秘密武器的报告。德国人在波罗的海沿岸的佩内明德地区，建立了秘密武器的试验中心，并在德国占领的法国北部，建立了大量象巨型“滑雪板”似的建筑物，这些建筑物的方向，看来都对准了伦敦……一时，被称为“希特勒秘密武器”的幽灵，笼罩着伦敦上空。

英国首脑和将军们大为震惊，内政部马上作出了从伦敦大规模撤出人口的计划。当时英国首相丘吉尔，立即下令查明秘密武器的详细情况，并要求“采取一切可能的手段，使照相情报能够对秘密武器的调查作出最大贡献”。

英国侦察航空兵奉命对佩内明德和法国北部等地区，反