

谋机 谋术 谋势

商人三谋

「站在高处指点迷津的
经商智谋」

谋术是执行的学问，是解决具体问题的手段，是灵活多变、对症下药的应对思路。商人必须是个战术家，经商过程中战术对头就可以少走弯路，赚钱自然水到渠成甚至事半功倍。站得高才能看得远，一个商人要想于商海之千帆竞渡中拔得头筹，就必须具备战略家的思维和胸怀，能够从生意之外入手去做生意。这样才能成为具有影响力和控制力的大商人。

◆方军◎编著

中国华侨出版社

机会对于商人而言是通向财富之门的金钥匙。商人应该具有敏锐的感觉，能够准确洞悉机会的存在，并以迅速的行动抓住它。但是机会往往隐藏在表象之后，又如此来去匆匆，商人必须锤炼好「谋机」功夫，方能找到最佳的财富落点。





机会对于商人而言是通向财富之门的金钥匙。商人应该具有敏锐的感觉，能够准确洞悉机会的存在，并以迅速的行动抓住它。但是机会往往隐藏在表象之后，又如此来去匆匆，商人必须锤炼好「谋机」功夫，方能找到最佳的财富落点。

◆ 方军◎编著

商人 三 谋

「站在高处指点迷津的
经商智谋」

谋机 谋术 谋势

中国华侨出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商人三谋/方军编著. -北京:中国华侨出版社,
2005.11

ISBN 7-80222-008-4

I. 商… II. 方… III. 商业经营—谋略
IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 135038 号

商人三谋

编 著/方 军

责任编辑/凌 子

封面设计/纸衣裳书装

经 销/新华书店

开 本/710×1000 毫米 1/16 印张 20 字数 300 千字

印 刷/利森达印务有限公司

版 次/2006 年 2 月第一版 2006 年 2 月第 1 次印刷

印 数/6000 册

书 号/ISBN 7-80222-008-4/G·22

定 价/30.00 元

中国华侨出版社 北京市安定路 20 号院 邮编 100029

E-mail: overseashq@sina.com

发行部: (010) 64443051 传真: 64439708

前言



一名商人怎样才能激烈的竞争中脱颖而出？怎样才能把自己的生意做大做强？

有经验的商人知道：做生意成败的关键在于商人的智慧。

在当今全球经济一体化的时代，做生意，驰骋商海是时代的主旋律。但做生意必须善“谋”才能游刃有余，永做商海中的不败者。在竞争日趋激烈的市场中，要么优秀，要么退出。事实上，今日市场的角逐已不仅仅是资本的竞争，更是商业智慧的较量。

商人有三谋：

谋机，让你在复杂纷纭的市场信息中抓住财富的落点，以迅速的行动先人一步抓住机遇，在别人关注之前将其转化为自己的财富。

谋术，使你在机会面前巧于应对，以正确的战术少走弯路，它是执行的学问，是击败对手的利器。

谋势，让你在生意之外看生意，从战略的角度规划商人的今日和明天，不仅创造眼前的财富，更开辟将来的财源。

商人做生意是成功还是失败，是做大还是做小，就要看他“谋”的能力。机会可能转瞬即逝，它只偏爱有准备的头脑。很多人常常做后才想，而成功的商人则是谋后再做。

没有哪个商人甘于默默无闻，搏击商海就是为了站到财富之巅。“谋”是商人成功的舵手，当“谋”的真谛被掌握后，财富自然会滚滚而来。

让商人们通过“谋”来探寻通往“金山”之路。

目录



上篇：谋机

善抓时机就能找到最佳的财富落点

机会对于商人而言是通向财富之门的金钥匙。商人应该具有敏锐的感觉，能够准确洞悉机会的存在，并以迅速的行动抓住它。但是机会往往隐藏于缥缈的表象后面，又如此来去匆匆，经商者只有时时锤炼自己的“谋机”功夫，才能找到最佳的财富落点。

第一章 绕开热点寻求商机

谋，说白了就是善动脑筋。商务活动是一种高智商的较量，不能坐等机会找上门来，也不能随大流、赶潮流。热点固然可以赚钱，但热点之处必是一番人头攒动、同争共抢的景象；机会的小路必然被挤得更窄，被挤到路外、赔个血本无归的也必大有人在。聪明的商人善于绕开热点，探寻新的商机。

1. 用智慧把冷门变成热门 / 2 /

实际上，在商场上并没有真正的冷门，也没有永远的热门，两者之间是相对而且可以相互转化的。商人要想谋利，就必须用自己的智慧去选择那些即将成为热门的冷门。



2. 人弃我捡是“谋机”的捷径 / 5 /

玫瑰在散发馨香的同时也生有尖刺。财富以诱人的面目出现时也伴有风险。不冒险当然不会有很大损失，但是也没有很大的收益，是否甘愿冒险去攫取利润取决于当事者的风险预期和对机会成本的选择优化。

3. 抓住特殊需要做文章 / 8 /

任何产品都是针对消费者而生产的。其实，生活中每一个群体相对于别的群体来说都是特殊的群体。有特殊的人群必然有特殊的需求，特殊的服务必定能拴住固定的客户。

诚然，许多特殊需要已经被别人想到了，但特殊需要是时刻都在产生和变化着的，只要善于发掘总能发现它。

4. 冷点有规律可循 / 12 /

从长远来看，经济的运行有一定的规律，市场的冷热必然受经济规律的影响。人们往往只是跟在规律之后跑，成功的商人则在冷的时候投资，热的时候收益。

5. 用时间把冷变热 / 14 /

要想把手里的冷点变成热点就要有足够的耐心去等待，市场的变化给人的感觉是惊心的，当山重水复疑无路时，柳暗花明又一村就不远了。

6. 在热点旁边寻机会 / 17 /

在市场上，一个产业的兴旺往往可以带动许多其他产业。实际上，越是兴旺的产业竞争越激烈，如果绕过热点在旁边寻找所谓的“温热”点，成功的机会将增加。

7. 让热点以另一种面目出现 / 20 /

让热点以陪衬的角度出现，既防备了对手的效仿，又冲淡了热点里的竞争。这是一种十分有效的市场拓展策略。

8. 舍一分能多得十分 / 24 /

商人做生意，能舍得才会有人愿意与你合作，一毛不拔的铁公鸡在商



界是不会受欢迎的。有些商人看似很精明，一分一厘都算得清楚，但他的生意也就像他所在乎的利益那么大，不会得到壮大的机会。但是必须申明一点，商人的“舍”是为了更大的“得”，只有在充分调查、了解市场的基础上，才能制定适应市场的以舍求得的策略。

9. 补空当也能赚大钱 / 29 /

空当在某种意义上讲就意味着商机，是利用时间、技术或地域上的种种因素从原有生意中找出尚未开发的部分。补空当在商业中的风险远比开拓新领域要小的多，别人已经把大头的风险和利益占了，你只是拾起被忽视的小部分。实际上这是一种对市场的细分策略。

10. 能快一步靠的是谋动在先的头脑 / 34 /

现代市场的竞争就是“快鱼吃慢鱼”。先行一步，在大家尚未意识到时就投入到一种生意中，就能饮得“头啖汤”，狠狠地赚一把。等到众人见有利可图一哄而上时，再抽身退出。用头脑去开创商机远比跟在别人后面捡钱要快得多。

第二章 善于创新才有出路

商业社会竞争日益激烈，人人都能注意到的机会早被人一抢而空。如今的商机更多需要靠自己创造、去争取。在这里，以创新思维去做生意就显得尤其重要。“谋机”之谋在于开动脑筋，想人之未想，想人之不敢想，想人之不能想，才能独辟蹊径，走出一条属于自己的金光大道。

1. 以出奇制胜的方法让人心动 / 37 /

人人皆有好奇之心。做广告首先就要能打动人，能够引起别人的注意，别人才会知道你。但在广告竞争激烈的今天，人们对周围的宣传已日渐麻木，要想收到好效果，就得做得出奇制胜。

2. 用独到的创意打开机会之门 / 40 /

独到的创意能够吸引眼球，与众不同才能打开机会之门。从商最忌讳

千篇一律，要想脱颖而出就得多动脑子。

3. 脑筋动一动机会就来了 / 43 /

商人做广告是为了扩大知名度，但宣传并非只有做广告一种，巧妙谋划，让媒体在评判中免费为你做广告。

4. 解决一个难题闯出一条新路 / 46 /

巨石向前推不动，有时换一个方向就能把它移开。商人做生意是为了赚钱，一条路走不通就换一条。方法只是手段，赢利才是目的。创新就是达到目的方法之一。

5. 创新有时只是多做一点点 / 49 /

游在池塘里只是鲤鱼，大胆一跳，跃过龙门便化身龙。

为顾客多做一点，多想一些，就能得到他们的认可，就能使他们在对比之下选择你。多做一点就得具备吃苦耐劳的品质。

6. 开先河的商机要大胆尝试 / 53 /

作为行业的先行者确实要承担一定的风险，但这并不能成为阻挡我们的理由。大胆去做才能争得丰厚的利润。

7. 把不断完善的过程当作创新的机会 / 55 /

任何产品在诞生之初，都具有或这或那的缺点，在发明者推向市场后，随着时间的推移，这些缺点也会日渐显露。弥补它们就会给你带来财富。

8. 以创新手段解开一个连环结 / 58 /

正像现实社会中人与人之间的关系一样，生意上，商人与商人的生意往来也十分错综复杂。理顺它，从中就不难寻出财富来。

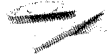
9. 用“小鱼”钓“大鱼” / 62 /

“需求”是永远的商机，但如果把两种“需求物”捆绑式卖出，将会开辟更大的利润空间，因为这二者中的一个，是充满吸引力的“诱饵”。

商人三謀



谋
机
谋
术
谋
势





10. 敢于走出已经习惯的小天地 / 66 /

习惯是人们在日常生活中逐步形成的，它束缚着人们进一步探索的脚步。商人要想生意有所突破，就得频出新招，勇于自我突破。

11. 世界上没有不值钱的东西 / 68 /

财富除了创造亦可寻觅。中国古代大商人白圭有言：人弃我取，人取我予。把别人不要的东西创造性地发挥，就能换回财富。撇开偏见，撇开习俗，把目光盯在周围的每一个角落去寻觅。

第三章 从最高点和最低点都能起跳

机会有大有小，抓住机会的起点有高有低。但是，善于捕捉机会的人不管面对大机会还是小机会，不管起跳的平台是高还是低，都能一跃而起，一飞冲天。

1. 站在巨人的肩膀上起跳 / 72 /

现代商业的竞争在某种意义上讲也就是技术上的竞争。自己开发道路漫长，且有一定的风险。购买他人的则可使产品早一步投入市场获取收益，更可使自身技术力量得到提高。

2. 利用昔日的风光赚取今日的风光 / 75 /

名气是一种看不见摸不着的东西，但是在很多领域都产生着副效应，在商界尤其如此。运用得当，它便可吸引人们的好奇心，随之而来的自然也有滚滚财源。

3. 把自己“炒”到一个高起点上 / 77 /

虽然高投入并非意味着高回报，但高起点行事成功的比率总是大些，特别是宣传上，高投入本身就是炒作点。

4. 借大事完成大跳跃 / 81 /

借事来提高企业的知名度，不失为一招妙棋。大事件给企业提供跳高

的平台，企业也对大事件进行投入予以回报，两者相辅相成。

5. 至少先抢占一个制高点 / 84 /

市场竞争的制高点很多，除了技术，在管理、营销、服务等各个方面，都有占据各个制高点的企业。只要掌握其中之一，便在竞争中有自己的一席之地。

6. “大”材“小”用又何妨 / 86 /

对商人来讲，技术就是赚钱的媒介。只要能开拓出市场，能赚取利润就行。至于怎样用那只是过程。“大材”若是得不到发挥只是“废材”。

7. 不怕起点低，就怕不攀爬 / 89 /

没有哪个商人一觉醒来就有金山。纵观成功商人所走过的路，都是由小及大。就像爬楼梯的人，上得一个台阶才能迈向下一个，财富是一步步积累扩张的，只要你肯走就能通向成功。

8. 服务让生意锦上添花 / 93 /

当今市场的竞争已从产品的竞争转向服务的竞争，要想让顾客选择你就必须在服务上下功夫。面对所有的顾客提供让他们满意的服务，自然这些顾客会成为你的宣传者。

9. 小利润也能造就大富翁 / 97 /

小生意利润虽薄，但做得多了也能积少成多。众蚁啃象，靠的不就是汇小成多的力量吗？

10. 抓住每一次大大小小的机会 / 100 /

站在财富顶尖的大商人就是抓住许多次机会的成功者。他们抓住了机会，机会也造就了他们。抓住小机会以后才有大机会敲门。

11. 赚小利也要大智慧 / 103 /

做小生意维持下去不难，难就难在把小生意做大，由此迈上更高的起点。这里就需要智慧的投入。

商人三謀



謀
机

謀
求

謀
勢

12. 用低点作为高点的敲门砖 / 106 /

开拓市场并非易事，用暂时的牺牲换回别人持久的合作是生意做大做强的方式之一。“低”是为了争夺将来的“高”，选择好方法把握好度是关键。

中篇：谋术

战术对头必能事半功倍

商人必须是个战术家：机会来了怎样抓住抓紧？方向确定了，面对复杂的局面，如何才能跨越荆棘，安全地抵达终点？情况变化了，如何巧于周旋以变应变？谋术是执行的学问，是解决具体问题的手段，是灵活多变、对症下药的应对思路。经商过程中战术对头，就可以少走弯路，赚钱自然水到渠成甚至事半功倍。

第四章 千方百计战胜竞争对手

商人作为战术家的一个重要使命就是战胜竞争对手。做生意离不开竞争，越是赚钱的生意、成熟的行业竞争越激烈。谋术在这里就是谋打击对手、赢得竞争之术。当然，打击对手要用合法的手段，通过正当的竞争让自己变成一条畅游海中的大鱼。

1. 把对手的成果作为发展自我的动力 / 110 /

市场竞争中，谁快谁得利。商人要想迅速地把生意做大，利用对手的成果不失为好选择。有的时候，用别人的成就来改进自己，会大大加快速度。利用对手的成果抢占制高点，争做行业的领头羊。

2. 会做价格的别样文章 / 113 /

在价格上玩技巧，是商界老手常用的招术之一。具有诱惑力的价格是

商人三謀



目

录

7

打动商人的关键因素，因此会让精于此道者从中大获其利。

3. 警惕对手设下的陷阱 / 117 /

商海中，每前进一步都必须小心谨慎。很多时候对手笑脸相迎，殷勤款待，其实那不是热情，而是阴谋上的遮掩布。

4. 向强大的对手学习自己才有可能强大起来 / 120 /

向对手学习才能知道他们打败自己的原因，固步自封只能逐步衰落下去。在竞争的年代，关起门来发展，是永远会处于下风的。

5. 利用对手破绽 / 122 /

做生意过程中，谁都难免会有大意的时候，细心找出对方的破绽，利用它为自己谋利。

6. 非常时期可用非常手段 / 125 /

在商业竞争中，我们有时会面临生死存亡的关键时刻，在这种情况下，商人就要把企业的未来摆在首位来出招。

7. 吸引对方的人才为己所用 / 127 /

对手的人才一般对对手的企业有较深的了解，或掌握对方的核心技术，或掌握对方销售渠道，吸引过来就削弱对方等于壮大自己。

8. 以夸自己的方式把对手打败 / 130 /

自夸要有方法，让人看不出痕迹。精明的商家会把产品的优点作为宣传的主方向，在顾客的了解中夸自己。

第五章 打造最犀利的营销术

不管你是不是使用“营销”这个词，商人都得与营销为伴，以营销为壮大自我的武器。商人所谋之术，营销术不可或缺。其实也没有必要把营销想象得过于高深和神秘，注意与自身状况相结合，与现实实际相结合，精心谋划，就能够打造出最犀利的营销术。

商人三謀



謀
机
謀
术
謀
勢



1. 最犀利的营销术以最过硬的质量为保障 / 133 /

高质量是企业打开市场的钥匙。顾客是企业的上帝，他们会在对比中选择更好的。有高质量的产品做后盾，企业的营销自然能以强有力的方式进行。

2. 营销有信方能发展有力 / 136 /

商家谋利以争取更多的顾客为最佳策略。吸引顾客有时不妨暂时亏一些，等顾客选择你了、习惯你了，利润自然随后源源而来。

3. 吃不着的才是最好的 / 139 /

人人都有好奇之心，经常见到的东西不加关注，另类新奇的反而能吊起他们的胃口。吊起顾客的胃口自然能让他们乐于选择你。

4. 妙用感情因素营销 / 142 /

人是有感情的动物，商人将生意与感情联系起来，寓情于物，让顾客看见你的商品就能引发感触，自然也打开财源。

5. 选对名人才能利用他的名气 / 145 /

形象代表的选择关系到产品被大众接受的程度，每种身份的代表都直接或间接地影响部分消费群体。

6. 层次分明策划需求 / 148 /

不同阶层的人有不同的消费习惯。商家做生意时必须考虑自己所面对的顾客群，先了解顾客对产品的接受能力。市场调查是最好的选择。

第六章 借力而用是谋术的至高境界

做生意的战略战术和方式方法不胜枚举，但能够借力用力显然不是什么样的商人都能做到的，惟借力乃修炼谋术之道的至高境界。商人要想提升自己的经商层次，借力是一条必经之路。只有巧于借力，练就四两拨千斤的技巧，才能借力而用以博取更大的利益。

商人三謀



謀
機
謀
求
謀
勢

1. 做生意既要会借又要敢借 / 152 /

“他山之石，可以攻玉。”借贷是商人最好、最快捷的赚钱方法，如果你拥有了赚钱的机会却手头拮据，借用他人资金能帮助你把握住机会，达到自己的目的。借贷做生意在某种程度上来说，是一条致富之路。

2. 利用朋友的力量 / 154 /

在商场中，多一个朋友就多一条路。成功的商人总是广交朋友，利用朋友的力量寻觅商机然后发展自己。“广交朋友”是商人从商最大的生意经。

3. 在对所借之力的寻找中尽显借力的手段 / 158 /

想借用他人的力量来为自己的生意服务并非一件容易的事。很多人并非轻易能够被打动的，要让他们为自己帮忙，就得动脑筋，找对方法才能借到力。

4. 借力要善于利用双方优势 / 162 /

借力不容易，把借到的力用好更难。用好它就得仔细分析好双方的优劣，然后再优势互补，以发挥所借之力的最大功效。成功商人不仅是一个善借者，更将是一个善用者。

5. 以己之短借人之长 / 165 /

用自己的长处来弥补别人的短处，拿别人的长处来克服自己的短处。在合作中谋发展，在互补中谋前进。这样双方都能做大，做强，做长久。

6. 借力之要在于借势 / 169 /

俗话说：强龙难压地头蛇。商人做生意也要借助天时、地利与人和，当生意做大扩展到新的地方时，借助地利是把生意做好的必要条件。

7. 培植比单纯借用更高明 / 173 /

借力并不一定能借到，即便成功也只能用于一时。而培植则不同，根植于自身的力量可以长久使用。商人把培植当作长远的投资远比临时借用

要有效得多。

8. 先结盟后借力 / 179 /

彼此结成同盟，在同一条阵线上共同对敌。这时，相互借力要比平时容易得多。因为此时的借力在对方来看已成为维护自身利益的必行之举。

9. 借力应从最容易处下手 / 184 /

在中国，自古以来就以血缘关系建立了以家族为单位的利益团体。所以，家族是商人借力的第一选择。

下篇：谋势

站在战略高度的商人能拔头筹

俗话说：站得高才能看得远。一个商人如果只想小富即安也就罢了，要想于商海之千帆竞渡中拔得头筹，就必须具备战略家的思维和胸怀，必须能够“身在五行中，跳出三界外”，从生意之外入手去做生意。这样才能打理大生意，才能成为某一具有行业控制力的大商人。所谓“功夫在诗外”，就是这个道理。

第七章 用长远眼光做长远生意

不能用涸泽而渔的办法求取短期利益。正因为有时短期利益具有相当的诱惑力，才让一些目光短浅者蒙蔽了双眼。实际上，商人也应有远大眼光，以这种眼光作指导，谋势才能谋得远、谋到位，谋出取之不竭的财源。

1. 不要一心单打独斗 / 190 /

优秀的合作不仅能够为合作伙伴的能力发挥创造机会，还能使单个的

商人三谋



目 录

力量放大。成功的合作将是事业腾飞的起点。

2. 以静制动是规避风险的良策 / 194 /

稍慢一步虽然失去了饮“头啖汤”的机会，但有了观察和考虑的时间。把风险交给别人，几经叠加，你会发现收益会更多。

3. 肥水浇灌自家田 / 197 /

在企业产品多元化的投资中，发展与主力产品相关的产业是最佳的选择。既克服了技术上的难题，也不会因市场波动出现较大的利益损益，更减少了采购原料或销售成品而受其他商家的盘剥。

4. 善于培育人才 / 200 /

自己培养的人才有较强的针对性。由于面向企业的实际，培养出的人才无论是为今日生产服务还是为明日发展需要，都能更快更好地适应企业。

5. 大胆决策实现跨越式发展 / 205 /

企业在做决策时，应根据企业的自身状况和市场实际需要来考虑。很多时候，需要背水一战的勇气。该大胆的时候就要大胆。

6. 对消费者以诚相待 / 208 /

一个企业的生存和发展，操纵在那些选择该企业产品和服务的消费者手里。与顾客的关系越亲密越协调，对顾客越诚信越负责，选择该企业产品的顾客就越多。

7. 保持低调做商人 / 212 /

商人经商取得成功后难免有骄纵之心，大量的金钱也使他们有了高消费的资本。但此时应保持一颗平常心，保持低调。要想获得发展，商人就应向所有支持和帮助过你的人表示感谢，以低调防止他人犯红眼病，否则你将成为孤家寡人。

8. 诚信聚金是做生意的真理 / 214 /

做人需要诚实，做生意要以诚为本。虽然人人都说“无商不奸”，但

商人三謀



謀
机

謀
术

謀
势

是又有几个奸商能把生意经营得红红火火，维持得天长地久呢？做生意需要精明，但精明不等同于欺骗。

9. 赔钱的事也不妨一做 / 217 /

一笔两笔生意上的赔钱换回的是好名声，换回的是更多的名声，换回的是更多的客户。这种赔钱从另一个角度看等于是投资宣传做广告。

10. 替顾客省钱也是为自己赚钱 / 220 /

在商家林立的今天，挑剔的顾客自然会货比三家。只有那些质量和服务让他们信得过，而且在感情上容易亲近的商家才能消除他们的戒备，使他们乐于打交道。替顾客着想，就能赢得顾客的心。

第八章 做个明察利外之势的高明商人

商人天天在钱堆里摸爬滚打，往往养成眼睛向内的习惯，不管什么事都是只盯住利益二字。这样的商人充其量只能说精明，而跳出利益之外，明察利外之势的商人打的才是铁算盘，甩的才是大手笔，也才能称得上“高明”。

1. 做生意要善于烧冷灶 / 223 /

“烧冷灶”可以避免趋热门时所面临的激烈竞争，属于长远投资的类型。

2. 做生意要估清情势 / 227 /

生意人要有一个机灵的头脑，以便在商业活动中随机应变。很多时候，我们做决定时都没有闲暇去考虑，这时，就要依据客观形势去决定。

3. 洞悉态势能让别人跟随自己的脚步 / 231 /

让别人跟着自己的脚步走，必须以能给别人带来利益为前提。这样，别人才能跟得紧，跟得久。

商人三謀



目

录