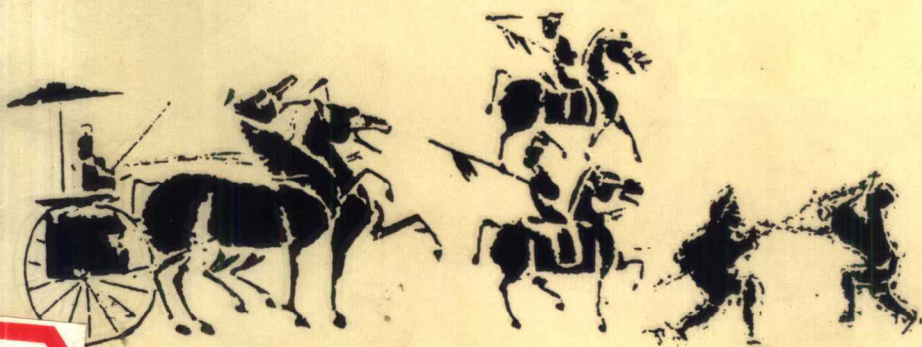


商战韬略与

孙子兵法

经商·仕途·兵战·运筹之锦囊

吕叔春 编著

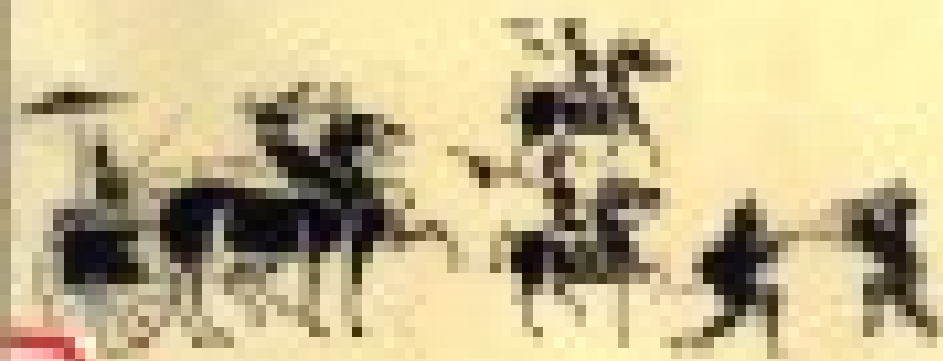


中国物资出版社

商战策略与

孙子兵法

（一）



商战韬略与孙子兵法

吕叔春 编著

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商战韬略与孙子兵法/吕叔春编著. —北京: 中国物资出版社, 2004.9

ISBN 7-5047-2216-2

I. 商… II. 吕… III. 孙子兵法—应用—商业经营
IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 080888 号

责任编辑 钱 瑛

责任印制 齐 岩

责任校对 衣 薇

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮编: 100834

全国新华书店经销

香河金鑫印刷有限公司印刷

开本: 880×1230mm 1/32 印张: 12.25 字数: 270 千字

2004 年 9 月第 1 版 2004 年 9 月第 1 次印刷

书号: ISBN 7-5047-2216-2/F·0861

印数: 0001—5000 册

定价: 24.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)



前言

据说在二战后的日本商界,《孙子兵法》几乎人手一册,更有甚者,号称日本“经营之神”的松下幸之助,竟把《孙子兵法》列为松下公司全部管理人员必读的参考书籍。日本商人为何如此痴迷于中国古代的一本兵书呢?况且打仗与做生意似乎是两码事嘛!这些问题有时候令人费解,但纵观战后日本经济的腾飞,以及日本商人高超的商战韬略,人们起码可以得出这样一个结论:《孙子兵法》的战争艺术与现代商战韬略有很大内在的联系。

《孙子兵法》作为我国古代最伟大的军事著作，所提倡的军事思想至今仍然光芒万丈，具有世界范围的影响力。基于当今世界经济的日益全球化，市场竞争空前残酷，比之于战争也毫不过分。而如何打赢现代商战，制定自己的商战韬略，成了每一位企业决策者的必修之课。《孙子兵法》所提倡的上兵伐谋，兵贵神速，避实就虚，灵活机动，知己知彼，出奇制胜，重视人才，重用间谍等军事思想，对现代商战极

富启示意义。比如《孙子兵法》用间篇所提倡的用间理论,与现代商战重视搜集经济情报的韬略,就有很多暗合之处。

一个企业,一个公司,甚至一个小商贩,想要在商场上立足,发展自己,壮大自己,就不可避免的要与人竞争。要竞争,除了与对手拼实力,还要与对手拼手段,商战中战胜对手不能说要不择手段,却不能不用韬略,不能不用智谋,从这个意义上来说,商场与战场的本质是一样的:它们都是一种诡道之术。恰恰这一点又是《孙子兵法》之所长。我们编撰此书的目的就是告诉诸位投身商战之士,如何在《孙子兵法》上汲取智慧,以及如何把《孙子兵法》的精髓运用于商战,形成自己的商战韬略,从而确保在商战中百战不殆。

一部《论语》可以治天下,一部《孙子兵法》足以称霸商场。前人的智慧,古为今用。值得提醒各位的是:《孙子兵法》最讲究灵活变通,所以各位在今后运用《孙子兵法》时切忌教条,要活学活用,而不可刻舟求剑,胶柱鼓瑟,不知变通。

本书从企业用人,经济情报,商势,商战,变通,企业合作,商场竞争,企业形象,顾客攻心,团体精神,决策,商机,策划等方面入手,以现代商战的实际案例为基础,结合《孙子兵法》的精华理论,揭示了《孙子兵法》与现代商战韬略之间的奥妙所在。相信每一位读者都能从此书中找到自己所需的经验及该吸取的教训。

编 著

2004.8



目录

第一章 人才是商战致胜的关键

《孙子兵法》强调高度重视人才的重要性。“故经之以五事，校之以计而索其情：一曰道，二曰天，三曰地，四曰将，五曰法……”把“将”为作“五事”之一，同时把“智、信、仁、勇、严”作为对将帅的要求，而且还在“七情”里提出“兵众孰强？士卒孰练？”孙子的这一军事思想对现代商战颇有指导意义：现代商战首先是人才的争夺战。特别是在高度信息化的今天，可以说人才是商战致胜的关键。

1. 用人只用聪明人 / 3
2. 学会尊重每一位员工 / 6
3. 为人才而收购对手 / 10
4. 挖墙角，收兵马，借脑生财 / 12
5. 薪酬是争夺人才的手段 / 15
6. 提升所有员工的竞争力 / 19
7. 用纪律来保障企业的发展 / 24

目录

第二章 情报:现代商业的信息战

《孙子兵法》第十三篇用一个整篇来论述了谍报工作在战争中的重要性,指出在战争中要做到“知己知彼”,就必须重用间谍,“故明君贤将,所以动而胜人,成功出于众者,先知也。”。在当今经济日益全球化的今天,企业之间的交往日趋密切,可以说情报工作是决胜商战的前提。要在商战中致胜,首先得了解竞争对手的情况,其次要做到保守自身的商业机密。

1. 保密,筑起反商谍的防火墙 / 31
2. “技术扒手”,无孔不入 / 34
3. 情报信息是决策成败的关键 / 39
4. 重金收买,情报扭转乾坤 / 45
5. 将计就计,反间更具杀伤力 / 46
6. 巧用信息,先发制人 / 51
7. 谍中谍,让人防不胜防 / 55



目录

第三章 审时度势，在商战中胜者为王

《孙子兵法》第五篇讲兵势。何谓“势”？孙子曰：“善战人之势，如转圆石于千仞之山者，势也。”又曰：“善战者，求之于势，不贵于人，故能择人而任势。”这表明，作为战争的指挥者，必须善于制造有利于己方的态势，善于利用有利于己方的态势，从而保证战争的胜利。在商战中，企业的领导人必须具有敏锐的观察力，善于根据各种商业形势的发展来调整企业的发展方向，巧手利用有利的时机发展自己，规避不利的形势，紧紧掌握商势，确保在竞争中不被淘汰。

1. 顺应时代发展，脱颖而出 / 63
2. 审时度势，淘汰的就不是你 / 67
3. 不断转换战略，不断壮大自己 / 71
4. 多元化经营，维持发展势头 / 73
5. 强强联合，引领时代潮流 / 78
6. 练好政策嗅觉，先人一步有主动 / 82
7. 收购兼并，胜者为王 / 87

第四章 灵活变通,商战要杜绝教条

孙子曰:“……涂有所不由,军有所不击,城有所不攻,地有所不争,君命有所不受。故将通于九变之地利者,知兵用矣。……”《孙子兵法》讲“九变”,何谓“九变”,即多变也,行军打仗,最忌墨守陈规。投身商海,面对形形色色的对手和不断变化的因素,要想取得商战的胜利,就必须学会各种灵活变通,发散思维,杜绝教条。

1. 灵活取舍,不与对手硬拼 / 95
2. 成功者的高明之处在于会变通 / 99
3. 人弃我取也能创奇迹 / 105
4. 面对危机,敢于忍痛割爱 / 110
5. 做生意不要过分依赖经验 / 114
6. 有退有进,吃亏是福 / 116
7. 拜冷庙烧冷灶,商机无限 / 119



目录

第五章 善于合作,敢于双赢

“故用兵之法，十则围之，五则攻之，倍则分之，敌则能战之，才则能通逃之，不若则避之，故小敌之坚，大敌之擒也。”“集中兵力，避实就虚”是《孙子兵法》中一条经典的指导思想，其目的是时刻保持自己的优势，以自己的优势兵力打击敌人的薄弱环节。这一指导思想在商战中有变通的用法，那就是当自己的实力不足时，可以通过与人合作达到壮大自己，弥补自己不足的目的。

1. 取长补短，追求双赢 / 125
2. 合作是壮大自己实力的手段 / 128
3. 多兵团作战，有钱大家赚 / 130
4. 从合作对手的阴影中走出来 / 135
5. 欲取先序，互惠互利共发展 / 138
6. 在商言利，要合作更要竞争 / 143

第六章 出奇制胜，商场竞争的杀手锏

《孙子兵法》兵势篇有云：“凡战者，以正合，以奇胜。故善出奇者，无穷如天地，不竭如江河。……战势不过奇正，奇正之变，不可胜穷也，奇正相生，如循环之无端，孰能穷之？孙子指出决战靠“奇兵”取胜，作战的方式无非“奇”、“正”两种，但其变化却无穷无尽。《孙子兵法》始计篇又云“攻其无备，出其不意。”这一作战思想对商战的启示是：市场竞争要靠“出奇”的韬略制胜。

1. 商场竞争不相信眼泪 / 151
2. 以实力说话，不可盲目出击 / 154
3. 危言耸听，百事反败为胜 / 159
4. 投石问路，艾柯卡力挽狂澜 / 162
5. 捏人软肋，戴尔与对手玩柔道 / 164
6. 以毒攻毒，王永庆“小鱼”吃“大鱼” / 168
7. 反传统反垄断，中内功造反制胜 / 170



目录

第七章 借力宣传,塑造好你的企业形象

“故经之以五事，校之以计而索其情：一曰道，二曰天，三曰地，四曰将，五法。道者，令民与上同意也，将者，智、信、仁、勇、严也。……”《孙子兵法》始计篇对君主和将帅提出了一些要求，以作为保障胜利作战的条件，而作为一个企业领导人，要在商战中胜出，则一定要注意其自身的形象，这点往往容易被忽视，一个高明的商家是从来不会放过任何一个宣传自我及企业的机会的。

1. 赞助公益，让形象来推销你 / 175
2. 迂回公关，看利益要立足长远 / 177
3. 提高知名度，扩大市场占有率 / 179
4. 塑造企业形象，从名称开始 / 181
5. “礼品”开路，白兰地倾倒美国 / 184
6. 巧借名人效应，摆脱经营困境 / 188
7. 企业宣传也要斗智斗勇 / 192

第八章 攻心为上,赢得客户就赢得市场

《孙子兵法》在“谋攻篇”中指出,打仗的最高境界是用谋略战胜敌人,使用攻心战术,使敌屈服,而不是直接与敌人交锋。如“故上兵伐谋,其次伐交,其次伐兵,其下攻城。”“不战而屈人之兵,善之善者也。”在商战中,除了挖空心思与对手竞争,还不应该了要“俘虏”客户,当然这两者是统一的,但客户最终的决定因素,赢得了客户就赢得商战,而对待客户的最好韬略就是“攻心为上”。

1. 让顾客记住你的品牌 / 197
2. 一切为了客户,客户就是上帝 / 201
3. 以“礼”“俘”人,微软公司的商业手段 / 207
4. 倡导消费者至上的营销概念 / 210
5. 微笑是赢得顾客的招牌 / 214
6. 消费心理是企业生产的指南 / 218
7. 注意协调与顾客的关系 / 222
8. 顾客的抱怨你要懂 / 227



目录

第九章 上下同欲是企业发展的保证

《孙子兵法》谋攻篇“上下同欲者胜”始计篇“道者，令民与上同意也，故可以与之死，可以与之生，而不畏危。”这说明孙子非常重视军心向背对战争的影响。

在现代商战中，人们一般都把团队精神，团队作战能力视为企业发展制胜的支柱。而如何保证“上下同欲”这是商家要研究的韬略。

1. 企业文化要符合人情和人性 / 233
2. 劳资关系决定生产力 / 234
3. 发动全体职员改进工作 / 239
4. 毫无保留地接纳意见 / 242
5. 决策总在讨论之后 / 245
6. 最大限度地发挥员工的积极性 / 246

第十章 稳健决策,做生意要注意风险

孙子曰：兵者，国之大事，死生之地，存亡之道，不可不察也。

《孙子兵法》指出战争是事关国运之大事，须认真对待，体现了一种稳健的军事思想。

这种稳健的军事思想值得每一位投身商战的人学习。不可否认，做生意需要冒险，但稳健决策却是长久之计。做生意未赚先防亏，这是精明商家的韬略。

1. 没有远虑，必有近忧 / 253
2. 沈阳飞龙：姜伟你想说什么 / 255
3. 贪大求全：伯格厨师公司被迫转卖 / 261
4. 路透社：稳健经营百年不倒 / 265
5. 一叶障目，不见泰山 / 268
6. 一意孤行，王安帝国迅速没落 / 271
7. 没有调查，就没有决策权 / 273



目录

第十一章 先发制人,商机就是快速出击

不贵“兵闻拙速，未睹巧之久也。”“兵贵胜，不贵久。”《孙子兵法》作战篇指出兵贵神速，逮着战机就应快速出击，速战速决是指挥者所追求的作战境界。商战也是如此，商机就是快速出击，抢占了主动就能先发制人。

春秋战国时期，中战高。春秋战国时期，中战高。

1. 该出手时就出手，空想没有价值 / 281
2. 开风气之光，抢占市场 / 286
3. 哈默：在风险与利润中豪赌 / 291
4. 英特尔：永远走在时代最前列 / 294
5. 辉瑞：速度就是一切 / 299
6. 忧患意识：进攻是最好的防守 / 305
7. 良机绝不能轻易错过 / 310

春秋战国时期，中战高。春秋战国时期，中战高。