

文化情趣广场

谋事在人

中外谋略大观

江河 邓星明 主编

解放军文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

谋事在人:中外谋略大观/江河、邓星明主编. —北京:解放军文艺出版社,1998.1

(文化情趣广场)

ISBN 7-5033-0954-7

I. 谋… II. ①江… ②邓… III. 谋略-通俗读物 IV. I16

解放军文艺出版社出版发行

(北京白石桥路42号 100081)

电话:62183683

北京朝阳区飞达印刷厂印刷 新华书店发行所经销

1998年1月第1版 1998年1月北京第1次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:18.25

字数:502千字 印数:1—8000

定价:25.60元(膜)

目 录

上卷：军政社交

缓兵之计·····	3	一鼓作气·····	28
机智竞选·····	4	巧妙突围·····	29
以小喻大·····	5	杀鸡儆猴·····	30
间谍上当·····	6	借刀杀人·····	32
分化瓦解·····	8	苦肉迷敌·····	33
元帅之死·····	9	笑里藏刀·····	35
营造氛围·····	13	趁火打劫·····	36
以逸待劳·····	14	主动出击·····	37
先人一步·····	16	智劫生辰·····	40
“巧”词夺理·····	17	自绝退路·····	41
扬长避短·····	18	引蛇出洞·····	43
保密有方·····	19	利器善事·····	44
虚虚实实·····	20	当机立断·····	45
巧布迷阵·····	22	巧借敌谋·····	47
以退为进·····	23	出其不意·····	48
减灶诱敌·····	24	临危不乱·····	50
不战自退·····	26	各个击破·····	51
借机行计·····	27	调虎离山·····	52

批吭捣虚	53	卧薪尝胆	89
出奇匿伏	55	计激张仪	90
诱敌深入	56	以弱服强	91
攻其不备	57	长久之计	93
如法炮制	59	以小见大	93
攻心退兵	60	筑禅封庸	94
声东击西	61	渔翁得利	95
连环迭出	63	忍小图大	96
金蝉脱壳	64	晓理救人	97
唱筹量沙	65	因势利导	99
里应外合	66	千金买义	100
蓄盈待虚	67	软中带硬	102
倒穿草鞋	69	美色误国	103
转嫁危机	69	攻心为上	105
化整为零	71	大智若愚	106
高屋建瓴	72	离间君臣	107
顺手牵羊	74	化险为夷	109
关门打狗	75	因形用权	110
得道多助	76	知人善任	111
香水向导	78	深谋远虑	113
避锐击惰	79	恪守前规	114
谎报军情	80	脱颖而出	115
假象惑人	81	明哲保身	116
智脱困境	82	欲进先退	118
猝不及防	83	遗患招祸	119
示假隐真	84	釜底抽薪	121
用人之长	86	欲擒故纵	121
远交近攻	87	以怯掩勇	123
委屈求全	87	善擒善纵	124

以愚对智·····	126	明断冤狱·····	162
巧施离间·····	127	放食钓鱼·····	164
用人不疑·····	128	智审屠刀·····	165
借戏讽喻·····	129	计断叔侄·····	167
大辩若讷·····	130	攻守同盟·····	168
断章取义·····	133	残疾大盗·····	169
引之以利·····	134	包公审案·····	171
让功避祸·····	135	公审石头·····	172
杀一儆百·····	136	巧联奇案·····	174
智除异己·····	137	神偷尉九·····	176
投其所好·····	139	逆向思维·····	177
虎扮猪相·····	140	妙审骷髅·····	178
宰相献计·····	142	巧留痕迹·····	179
自食恶果·····	143	焚猪断案·····	181
微服察访·····	144	财产纷争·····	182
唤醒良知·····	145	智拿元凶·····	184
审时度势·····	147	做贼心虚·····	185
巧答质询·····	148	无头悬案·····	186
弥留定计·····	149	自食恶果·····	188
以毒攻毒·····	150	纵夫诬差·····	189
智断奸案·····	151	巧查奸犯·····	190
移尸井中·····	153	失而复得·····	191
计查“馋猫”·····	154	引犯上钩·····	193
匿名诽谤·····	156	标点判案·····	194
张飞破案·····	157	巧借鬼神·····	196
剖粪辨恶·····	158	苍蝇破案·····	197
离间之计·····	159	缓兵之计·····	199
智解诬陷·····	160	假戏真做·····	200
请君入瓮·····	162	以假乱真·····	201

吟诗却贼·····	203	鸡蛋阴谋·····	240
弦外有音·····	204	妙断猫腿·····	241
授计胜诉·····	205	顺藤摸瓜·····	242
寓愆于谑·····	206	以诈对诈·····	244
智断毒案·····	208	老妪擒贼·····	245
察颜观色·····	209	借神捉奸·····	246
伪契露馅·····	210	推理破案·····	247
以歪攻歪·····	212	诱敌暴露·····	249
以诈破诈·····	213	洗刷冤案·····	250
不打自招·····	215	打草惊蛇·····	252
拙中生巧·····	216	捉奸圈套·····	253
妙惩奸商·····	217	针锋相对·····	254
巧擒流氓·····	218	双重间谍·····	255
古堡疑案·····	220	智破迷案·····	256
毒针之谜·····	221	移花接木·····	257
白露破绽·····	222	明察秋毫·····	258
化学破案·····	223	妙擒惯偷·····	259
智擒骗子·····	224	馅饼之谜·····	260
报警求援·····	225	智识奸计·····	262
心理分析·····	227	巧胜官司·····	263
揭穿伪证·····	229	妙审人犯·····	265
智审纳粹·····	230	智斗奸商·····	266
制造“车祸”·····	231	借助外因·····	267
机智脱险·····	233	巧谏帝王·····	269
黄金面具·····	233	神机妙算·····	270
偷埋遗嘱·····	235	完璧归赵·····	271
丢假保真·····	236	信人不疑·····	273
广告破案·····	237	舍利取义·····	274
谁在窃听·····	238	西施一笑·····	275

绝处逢生·····	276	公牛怀胎·····	309
马践农田·····	277	各尽其才·····	310
良苦用心·····	278	智平争端·····	311
引喻妙谏·····	279	以牙还牙·····	312
过桥妙法·····	280	劝弃绝食·····	313
辅佐太子·····	281	不可貌相·····	314
妙答避辱·····	282	以空对空·····	315
释字救树·····	283	平等待人·····	316
伶牙俐齿·····	285	辟谣有方·····	317
醉酒避祸·····	286	误失亲子·····	317
智逃虎穴·····	287	借敌之谋·····	319
巧脱追骑·····	288	自制魔刀·····	320
抛砖引玉·····	290	复得佳丽·····	321
临终献计·····	291	握手言和·····	323
计救禁卫·····	292	背走全家·····	324
不了了之·····	293	引导“否定”·····	326
巧言善辩·····	294	说辩谋略·····	327
兰亭真帖·····	295	装聋作哑·····	328
答之以巧·····	297	巧拒婚事·····	329
以迂为直·····	298	借话传情·····	331
析理相忍·····	299	美色间谍·····	332
李代桃僵·····	300	妙喻取譬·····	333
火烧名册·····	301	以谎制谎·····	334
以逸待劳·····	302	偷换概念·····	336
言传身教·····	302	痴女选夫·····	337
随机应变·····	304	诱人就范·····	338
机智善辩·····	305	炼金秘方·····	339
妙讽太爷·····	306	妙用嫉妒·····	340
智甩色狼·····	308		

下卷：商界运筹

- | | | | |
|-------------|-----|-------------|-----|
| 望梅止渴····· | 345 | 借题发挥····· | 376 |
| 幽默效应····· | 347 | 适应“水土”····· | 378 |
| 故作姿态····· | 348 | 市场问卷····· | 380 |
| 跟踪推销····· | 350 | 联手出击····· | 381 |
| 情感设计····· | 351 | 韬光养晦····· | 382 |
| 方便顾客····· | 353 | 以亏“钩”盈····· | 383 |
| 培训顾客····· | 354 | 连环抵押····· | 384 |
| 放线钓鱼····· | 355 | 步步为营····· | 385 |
| 活用信息····· | 357 | 杀鸡育雏····· | 386 |
| 休闲购物····· | 359 | 游乐兴商····· | 387 |
| “减法”营销····· | 360 | 拾人牙慧····· | 388 |
| 将错就错····· | 361 | 蓄势而发····· | 389 |
| 反弹琵琶····· | 362 | 巧筹资金····· | 390 |
| 定期降价····· | 363 | 巧借外力····· | 391 |
| 政治促销····· | 364 | 另辟蹊径····· | 392 |
| 重温旧梦····· | 366 | 与众不同····· | 393 |
| 帮客一把····· | 367 | 乔装招客····· | 394 |
| 小中见大····· | 368 | 借人之口····· | 395 |
| 颜色取胜····· | 369 | 灵活多变····· | 396 |
| 拿来主义····· | 371 | 欲擒先纵····· | 397 |
| 品牌延伸····· | 372 | 亡羊补牢····· | 397 |
| 小改大赚····· | 373 | 故弄玄虚····· | 398 |
| 树立偶像····· | 375 | 不卖名装····· | 399 |

借名扬名·····	400	打假促销·····	439
见缝插针·····	401	借节促销·····	440
偷梁换柱·····	402	制造需要·····	441
买一送一·····	403	出售“自然”·····	442
起死回生·····	404	激流勇退·····	444
情趣包装·····	406	民族情结·····	445
一物多用·····	408	找准顾客·····	446
诱客深入·····	409	诗联营销·····	448
以价招客·····	411	反向定价·····	449
玩偶人化·····	412	巧施烟幕·····	450
视觉假象·····	413	尾数价格·····	452
租赁发展·····	415	不断更新·····	453
买断经营·····	416	巧用数字·····	454
顾客参与·····	418	制造神秘·····	455
留有余地·····	419	以零换整·····	457
托管商品·····	420	逆中求顺·····	458
从长计议·····	422	釜底抽薪·····	459
顾客定价·····	423	自我完善·····	460
“擂台”广告·····	424	略施小礼·····	461
公益广告·····	425	由此及彼·····	463
产品试用·····	427	借机造势·····	464
直言不讳·····	428	奖读广告·····	466
严格售货·····	429	温馨标识·····	467
换位思考·····	431	轰动效应·····	468
候鸟择居·····	432	附加服务·····	469
明贬暗褒·····	433	透明销售·····	471
顺水推舟·····	435	入乡随俗·····	472
口碑效应·····	436	创造市场·····	473
悬念广告·····	437	背道而驰·····	475

趁虚而入·····	476	平中见奇·····	507
拙诚行商·····	477	救错钓誉·····	508
乘势而上·····	479	小题大作·····	509
着力推销·····	480	别出心裁·····	510
异想天开·····	481	一箭双雕·····	511
“配角”营销·····	482	出人意料·····	512
卑而骄之·····	483	明拖暗赶·····	512
触众扬名·····	485	高价定位·····	513
借机促销·····	486	原价销售·····	514
攀龙附凤·····	487	香气招客·····	515
千金取信·····	488	曲径通幽·····	516
追星出名·····	489	故演双簧·····	517
独辟蹊径·····	490	厚此薄彼·····	518
以情取胜·····	491	限额销售·····	519
避虚就实·····	492	灵机一动·····	520
慈善促销·····	493	以亏换盈·····	521
借机招客·····	494	乔装推销·····	522
形象助销·····	495	送槊销珠·····	523
口蜜手阔·····	496	先用后买·····	524
见缝插针·····	497	名利双收·····	526
引“火”烧身·····	498	间接涨价·····	527
欲取先予·····	499	先赚一步·····	528
巧立名目·····	500	名让实盈·····	529
故弄玄虚·····	501	迎刃而解·····	530
扬丑取信·····	502	分步进行·····	531
招摇过市·····	503	顺手牵羊·····	532
大智若愚·····	504	先亏后盈·····	533
虚张声势·····	505	抢占空档·····	534
反敌为友·····	506	鞋底秘密·····	535

假聘真窃.....	536	故放烟幕.....	554
狐假虎威.....	537	真假合作.....	555
愿者上钩.....	538	围魏救赵.....	556
虚晃一枪.....	539	先发制人.....	557
先退后进.....	540	暗渡陈仓.....	558
以假乱真.....	541	智取财路.....	559
装愚作傻.....	542	频见相交.....	561
吊人胃口.....	543	借风打石.....	562
假象迷人.....	544	避免争辩.....	563
故事促销.....	545	先导后行.....	564
空手融资.....	546	先抑后扬.....	565
分摊风险.....	547	打折销售.....	566
巧改酒名.....	549	先让后赚.....	567
怀柔治厂.....	550	假人之手.....	568
贷款陷阱.....	551	擒贼擒王.....	569
明知故纵.....	552	烧画促销.....	570
抢注商标.....	553		

上卷：军政社交

缓兵之计

1799年，拿破仑在法国发动了“雾月政变”。以后，国外支持波旁王朝的敌对势力和国内复辟势力十分猖獗，法国面临的国内外形势非常紧迫。战争迫在眉睫，拿破仑的当务之急是尽快稳定国内秩序，动员国内人民，为抵抗敌人的军事进攻做好战争准备。

为了动员国内人民，并赢得战争的准备时间，拿破仑成功地运用了一套外交手段。

1799年12月25日，执政不久的拿破仑给英王乔治五世、奥皇弗兰西斯二世发出两封外交信件。在信中，他显得彬彬有礼，表示自己渴望和平，并向他们发出呼吁。而事实正如英奥两国统治集团所认识的那样，拿破仑不可能怀有真正的善意，他之所以提出有关和平的建议，是要分化和削弱反法联盟的力量，是一种缓兵之计；一旦准备充分，拿破仑肯定会毫不犹豫地扔掉“和平”面具。因此，英奥两国对拿破仑的和平姿态采取了断然拒绝的态度，以表示他们对拿破仑的根本不信任。英国直截了当地复信说：英国不能轻信这种“爱好和平的一般表白”；英国人需要的不是动听的言词，而是实际行动。并且指出：和平的最真实、最长久、最好的天然保障，就是让法国原来的王室复辟；这个王室统治法国已经数百年，并使法国内部安享太平，在国外也备受尊敬。

英奥统治集团虽然识破了拿破仑的缓兵之计，却没有能拿出有效的对策。他们断然拒绝拿破仑的和平姿态，显然是不够策略的。因为这样一来，英奥在政治上就陷入了被动地位。而拿破仑在政治上和舆论上却取得了主动。拿破仑以此为借口，大造舆论，使英奥两国的战争阴谋明显地暴露出来，昭然于天下；使法国人

民认识到国家处境的严重性，使他们懂得已经没有别的选择，只有团结一致，同仇敌忾去反对外国侵略，才能阻止波旁王朝的复辟。

拿破仑借用缓兵之计，转移了国内矛盾，获得了鼓励和组织广大法国人民的最好理由，为作好战争准备创造了条件。

机智竞选

总统大选前夕，形势对林肯十分不利。他的对手民主党在南方蓄奴州的票万无一失，只要争取到不多的几个北方州，就可稳操胜券。

民主党的内定候选人是道格拉斯。如果想战胜道格拉斯，首先必须制造民主党内部的不和。于是，林肯在一次辩论时，向道格拉斯提出了一个挑战性的问题：“在未成立州的美国领土之内，人民是否可以合法地把奴隶制驱逐界外？”

这是一个十分难答的问题。如果道格拉斯作肯定的回答，就会失去南部各州的支持；如果作否定的回答，又会失去北部各州的支持，包括他的本州伊利诺州在内。道格拉斯在他本州民主党机构的压力下，加上他本人也不愿背叛江东父老，便作了肯定的回答。结果激怒了南方民主党人，他们决定取消对道格拉斯的支持，另外组党。这样，民主党就宣告分裂，南方民主党也选出了自己的候选人。虽然民主党被林肯离间了，但道格拉斯仍然信心十足。他租用了一辆豪华列车，供他竞选之用。并且在最后一节车上安置礼炮一尊，每到一站就鸣礼炮 32 响，然后乐队奏乐，十分排场。每到一站，他还要乘一辆六马马车去市镇中心发表演说。前面有彪形大汉骑骏马开道，后面则是许多马车，满载着红男绿女，吆五喝六，不可一世。道格拉斯叫嚷：“我要让林肯这个乡巴佬闻闻我的贵族气味。”

林肯没有马车，更不用说专列，他买票乘车，每到一站，坐的是从朋友那里借来的耕田用的马拉车。在演说中，他常说：“道格拉斯参议员是闻名世界的人，是一位大人物。他有钱也有势，有圆圆的、发福的脸，他当过邮政官、土地官、内阁官、外交官等等。相反的，没有人会认为我会当上总统。有人写信给我，问我有多少财产。我只有位妻子和一个儿子，都是无价之宝。此外，还租有一间破旧办公室，室内只有桌子一张，价值二元伍角，椅子三把，价值一元。墙角里还有一个大书架，架上的书值得每个人一读。我本人既穷又瘦，脸很长，不会发福。我实在没有什么可依靠的，唯一可依靠的就是你们。”

众所周知，最后，贵族气味十足的道格拉斯没有成为美国总统，而一无所有的乡巴佬林肯却如愿以偿，当上了美国总统。

以小喻大

俾斯麦，人称“铁血首相”，是近代外交史上一位很著名的人物。他在36岁出任普鲁士派驻法兰克福邦联议会大使期间，使弱小的普鲁士在对势力强大的奥地利的一场外交斗争中，取得了胜利，令人刮目相看。

当时的法兰克福邦联议会由各邦诸侯代表组成，为争夺在邦联的领导权，各邦诸侯之间的斗争十分激烈。由于奥地利在各邦中势力最为强大，在邦联议会中占据明显的优势，所以奥地利人在议会中享有许多特权，例如，在议会中有一个不成文的惯例，开会时只有担任主席的奥地利人才有权吸烟。尽管各邦诸侯代表对此十分不满，却也无可奈何。时年36岁的俾斯麦，正值出任普鲁士派驻法兰克福邦联议会的大使，他所代表的普鲁士同样势力相对弱小，对法兰克福议会中的不平等，对奥地利高人一头的作法也如鲠在喉，不吐不快。可是，由于同样的原因，各邦诸侯代表

没谁能站出来与之抗衡。年轻的俾斯麦就想找一个恰当的机会向奥地利人提出挑战。

政治斗争更讲究策略。俾斯麦知道，这场斗争只能智取，不可强攻。于是，他决定利用各邦诸侯代表集中开会的时机向奥地利人发难，改变这种不平等的作法。在一次会议中，他看准时机，当主席抽出一根雪茄烟时，他也立即拿起一支，并向主席借火将烟点燃，和主席对吸起来，以此来显示普鲁士和奥地利是平起平坐的。对于俾斯麦的借火，担任主席的奥地利代表心中很是不悦，因为这看似无关紧要的小事，无疑是对奥地利享有特权的一种挑战，他已经隐隐约约地感到来自普鲁士年轻大使的某种威胁。但是，这种“小事”让你无法小题大作，奥地利代表是无法发作的，俾斯麦轻易地取得了这场较量的胜利，打破了法兰克福议会中的不平等，为自己赢得了自尊，使其他诸侯代表另眼相看。

普鲁士和奥地利两国实力相差较大，很难争得真正的外交政治上的平等；但是俾斯麦巧妙地通过外交礼仪性活动中一个很细微的举措，赋予其深层次的政治含义，争取到了自己在外交上的地位。

间谍上当

“将计就计”是指在对敌方的谋略有充分了解的基础上，有针对性地实施自己的谋略，从而使敌人中计。此计在政治、经济、外交、军事等领域中，一直被广泛运用着。

1940年，英国秘密情报处从驻国外的情报员那里获得一份情报：德国人同西班牙的长枪党分子串通一气，策划把一名“西班牙青年运动”的代表派往英国，表面上是去考察英国的童子军运动，实际上是去刺探有关英国国防和防御德国入侵的情报。果然，1940年10月份，佛朗哥政府请求英国准许该长枪党分子进行访