杨如顺　编著

商战奇招

经济日报出版社

商战奇招298

杨如顺　编著

Jm1114/16

经济日报出版社

（京）新登字 102 号

图书在版编目（CIP）数据

商战奇招 298/杨如顺编著. -北京：经济日报出版社，1995.10

ISBN 7-80127-027-4

Ⅰ. 商… Ⅱ. 杨… Ⅲ. 商业经营-谋略 Ⅳ. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字（95）第 16199 号

责任编辑：陈 佩

责任校对：张惠利

经济日报出版社出版发行

（北京崇文区体育馆路文慧西里 54 号）

全国新华书店经销

河北省永清县第一胶印厂印刷

787×1092 毫米 1/32 8.875 印张 190 千字

1995 年 10 月第 1 版 1995 年 10 月第 1 次印刷

印数 1—8000 册

ISBN7—80127—027-4/F·11 定价：9.00 元

目 录

一、经营招术

经营致胜者必用奇招…… (1)
商战中的“田忌赛马”…… (2)
姜子牙行商与“潜望镜”的生意经…… (3)
瞄向“浪头”过后的新需求…… (4)
信息与财富…… (5)
和气生财…… (6)
半夜敲门也卖货…… (6)
经营者要注意“冷门”…… (7)
“点子”也要为顾客想 …… (8)
投之以桃　报之以李…… (9)
法国“白兰地”进占美国市场的首招…… (9)
一条小信息使小厂主成为“尿布大王” …… (10)
“今明后”公司…… (11)
三叶老板的红色咖啡杯 …… (11)
欲擒故纵的采购妙招 …… (12)
神奇的废物生财之道 …… (13)
处处留意皆生意 …… (14)
世界船王的发财技巧 …… (15)
绿化生财术 …… (16)
剪报公司 …… (18)
搬家公司 …… (20)

私人保镖公司 …… (21)
经销意见公司 …… (23)
奇趣旅馆大有可为 …… (24)
禁烟旅馆 …… (25)
儿童旅馆 …… (26)
按体重收费旅馆 …… (27)
电脑旅馆 …… (28)
树上旅馆 …… (29)
水底旅馆 …… (31)
盒式（抽屉）旅馆 …… (32)
流动旅馆 …… (33)
以物易物商店 …… (35)
“自动服务”餐馆 …… (36)
野菜餐馆 …… (37)
儿童餐馆 …… (38)
钓鱼餐馆 …… (39)
飞机餐馆 …… (39)
村舍餐馆 …… (40)
旋转餐馆 …… (41)
风车餐馆 …… (42)
人造土壤商店 …… (42)
设计商店 …… (43)
动手商店 …… (44)
幻想商店 …… (45)
“鸟眼”商店 …… (46)
“独一无二”商店 …… (47)

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertong

巨物商店 …… (48)
跳蚤市场 …… (49)
义卖市场 …… (50)
拍卖市场 …… (52)
以物易物市场 …… (53)
前景远大的销售渠道——邮购 …… (55)
小店经营成功的关键要有特色 …… (56)
小店经营“没有特色就没有生命力” …… (57)
善用信息生意活 …… (59)
捕捉信息·标新立异·开拓市场 …… (60)
抓住机会决不放过 …… (61)
快速应变　投客所好　强攻市场 …… (61)
寻找空档“缺”中求胜 …… (62)
化腐朽为神奇的经营开拓 …… (63)
商场如战场　贵在神速取胜 …… (64)
借力应变的经营术 …… (65)
抓住信息　迅速行动 …… (66)
别出心裁的矮人餐厅 …… (67)
上海“亚浦耳”对美国“奇异”发动的竞争战 …… (68)
避近就远　衣锦还乡 …… (69)
信息杂交与经营决策 …… (70)
超常的礼遇　超常的回报 …… (72)
超常经营引起的超常轰动 …… (73)
世界饮食业发展趋势 …… (73)
日本商店经营的“六易”和“三字诀” …… (74)
犹太人经商的四大原则 …… (75)

逆向战略创新经营 …… (75)
上海滩生意经 ABC…… …… (76)
美国人的生意经 …… (78)
商业间谍战 …… (79)
用足政策　钻足空子 …… (80)
企业经营三十六计 …… (81)
倒贴 40 元的生意经…… (83)
免费给你经营一星期 …… (85)
死鸡变凤凰 …… (87)
灵机一动　另辟蹊径 …… (88)
香港的“半瓶酒”餐厅 …… (89)
没有醉鬼的酒店——美尔奇 …… (89)
婴儿酒店 …… (90)
超常引进术——一条大腿换回一项工艺 …… (91)
超常引进术——偷学 …… (91)
“迟人半步”致胜术…… (93)
彩色旅游鞋·红萝卜馒头·黑店的特色经营制胜术
…… (94)
头脑风暴法新招——“六三五”法 …… (95)
鼓励部下“犯错误” …… (96)
吃苹果与经商的辩证法 …… (96)

二、促销招术

展销会上起死回生的招术 …… (98)
“抵羊”毛线占领市场的妙策 …… (100)
切勿小视售后服务…… (101)
商品的示范效应…… (102)

牡丹姑娘的“生意经”……（103）
有奖销售形式的多样化……（103）
巧选需求促销……（104）
借势推销夺市场……（105）
导购促销……（106）
风波促销……（107）
一场起死回生的买卖……（109）
小贩的造势促销法……（110）
故弄玄虚促销法……（111）
108 条好汉 ……（112）
别开生面的剪彩促销……（112）
表演示范促销术……（113）
逆向促销术……（114）
异乎寻常的售后服务……（115）
寓文于商的促销高招……（116）
零售商场的购货卡系列促销……（117）
糖果畅销法……（118）
展销会上的精彩角逐……（118）
奥运商战奇招……（119）
三个精彩的促销奇招……（121）
现场表演促销法……（122）
寓促销于娱乐之中的销售法……（123）
美猴王站柜台促进奶糖的畅销……（124）
别出心裁的服装销售……（124）
展销会上的奖励促销……（125）
巧用偶然机会的推销绝招……（126）

毕加索的画商推销高招…… (126)
日商优秀的售后服务…… (127)
“欢迎您再来”真绝了！ …… (128)
没有书名的书——一种推销术…… (129)
餐馆奇得实在生意日日旺…… (130)
引客奇招“三绝”…… (131)
生意好与差　全在一句话…… (132)
妇女商店的男性售货员…… (133)
特殊的销售服务　特殊的商业效果…… (133)
现场泡制　预约销售…… (134)
白胜卖酒与吴用的诱买术…… (135)
智激顾客购物术…… (137)
招揽绝招…… (138)
烟台啤酒打进上海的促销大战…… (138)
用餐送酒喝…… (141)
优良的销售服务达到惊人的效果…… (142)
给你一个赚钱的机会…… (143)
销售“三部曲”…… (144)
青年哈利的生意经…… (145)
“健力宝”旺销的两手绝招 …… (146)
让你“不好意思不买”…… (147)
商场促销新招——游乐促销…… (148)
不花本钱的促销术…… (150)
寓销售于游戏之中…… (151)
“名人”效应为清淡的星期二带来生意 …… (152)
耳目一新的“家庭推销会”…… (153)

最简单的方法也是最有效的方法…… (155)
卖水果的五字法…… (156)
抢购过期面包的风波…… (156)
限客销售…… (158)
福袋·探密·促销…… (158)
额外附奖推销术…… (159)
不准偷看…… (159)
同牌销售术…… (160)
专售首批新产品的莱尔市场…… (161)
妙不可言的对比销售…… (161)
物以稀为贵…… (162)
分发“幸运券”招徕顾客…… (162)
争取新客户的招术…… (163)
“七试一退”销售法 …… (164)
不同顾客　不同对策…… (165)
色彩促销…… (166)
服务性专柜带动商品性专柜…… (166)
赔偿揽客…… (167)
寓销于谜…… (168)
促销新招多　生意日兴隆…… (168)
商品售出“包退包换” …… (169)
神秘的铜牌招客术…… (170)
推销高招…… (170)
火柴盒与汽车…… (171)
令人难忘的“请君上当”促销术…… (171)
无声推销术…… (172)

第三代销售方式——娘子军串门推销…… (173)
商品的命名促销…… (174)
羊毛衫畅销的秘诀…… (175)
香港茶楼酒家的招徕术…… (176)

三、广告招术

超常识广告策略…… (177)
用势·借势·运势扬名术…… (178)
店名招牌小议…… (179)
征答广告…… (180)
广告列车与列车广告…… (181)
理发师备名片…… (182)
色装纸上做文章…… (183)
广告雨披…… (184)
营业员客串“模特儿”…… (185)
亚细亚的 TT 服务队…… (186)
广告公司搬家的精明广告宣传…… (186)
超常识的沉默时间电视广告…… (187)
无孔不入的产品广告宣传…… (187)
悬念广告效果非凡…… (188)
风筝广告…… (189)
小说家毛姆的“声东击西”广告…… (190)
一场绝妙的广告战…… (190)
厕所广告的开发…… (191)
不是广告的高级广告…… (191)
“一毛不拔”的牙刷广告 …… (192)
胡文虎万金油趣味广告…… (193)

此为试读,需要完整PDF请访问: www.erton

世界的三大广告之最……（194）
美国的空气袋惊险广告……（195）
推销新招——录音带广告推销法……（195）
广告的针尖对针眼……（196）
奇异广告见奇效……（197）
“蝙蝠”的橱窗广告 ……（197）
灯笼广告……（199）
彩楼广告……（199）
邮戳、明信片广告……（200）
彩云广告……（201）
帽子广告……（201）
老妪广告……（202）
不是广告胜似广告的奇招……（202）
火花广告……（203）
无广告的广告……（204）
水果上的情感广告……（205）
广告谋略四绝招……（205）
新、奇、美招牌的招客术……（207）

四、产品招术

妙思生利……（208）
不土不洋　大有市场……（209）
从月饼削价谈起……（209）
“信息交合”与新产品构思 ……（210）
烟灰缸兴衰的启示……（212）
商品命名的“异常手法”……（212）
包装的效应……（213）

靠一只旧拖鞋的信息起家的“拖鞋大王”……（214）
靠一个点子起家的富翁……（215）
星期筷子的魅力……（216）
勿忘商品命名的心理效应……（217）
日本现代商品的竞争诀窍……（218）
产品、品牌、商标的风俗化……（218）
神奇的谐音品牌……（220）
开发商品包装的附加值……（221）
集中所有优点的一流毛衣……（222）
抓准需求的“飞碟”盘开发术……（222）
产品进入市场阶段的特点及其经营术……（223）
产品成长阶段的特点及其经营术……（224）
产品成熟阶段的特点及其经营术……（225）
产品衰退阶段特点及其经营术……（226）
老树新花，延长产品市场生命术……（227）
满足潜在需求是新产品开发的成功术……（228）
范德维格的产品开发杂交术……（228）
商品造型术……（229）
“一见皱眉”变为“一见钟情”……（230）
商标图案的生意经……（231）
日本人构思新产品的招术……（232）
妙趣横生的多用金笔……（233）
会说话的商品……（233）
日新月异的国外手表……（235）
绝妙的现代牙刷产品开发……（237）
“歪打正着”的新产品发明……（238）

畅销商品“六字令”……（239）
出色的产品售后服务带来滚滚财源……（241）

五、价格招术

削价促销灵活经营……（243）
自动降价商店……（244）
“上帝祝福您”的顾客自定价……（245）
“你掉我上，你升我降”的价格竞争……（245）
削价卖不动涨价却旺销……（247）
同价销售术……（248）
起死回生的减价竞销……（249）
有奖销售新招术……（250）
商场！不妨玩玩数字游戏……（250）
同种商品不同用途订价术……（251）
微妙降价术……（252）
顾客兜里有多少钱订多高价……（252）
新产品的高价制胜术……（253）
太麦克斯公司的低价制胜术……（254）
心理订价术奥妙无穷……（255）
折扣价格促销术……（256）
鲁冠球的胶南价格战……（257）
降价术的研究……（259）
日本折扣商店的招术……（260）
超常“买一送一”推销术……（261）
付息折价法……（262）
赔本的赚钱术……（263）
购货退款术……（264）

太阳锅巴的调价术…… (264)
高档商品低价术…… (265)
“五美分”商店 …… (266)
提价术…… (266)
降价限期术10招 …… (267)
旷日持久的价格双簧战…… (268)
价格多变术…… (269)
保险销售术…… (269)

一、经营招术

经营致胜者必用奇招

司马迁在《史记·货殖列传》说："夫纤啬筋，治生之正道也，而富者必用奇胜。"可见在两千多年前的人，已认识到经商致富，必有出奇制胜之道了。

在商品经济日益活跃、市场竞争十分激烈的今天，"用奇招致胜"已成为经商成功之法宝。在产品质量竞争上，有不少精明的企业领导者把质量视为企业的生命；在产品价格竞争上，有人奉行勤进快销，提倡以廉取胜；在品种竞争上，有人以品种新、全、精取胜；在推销艺术上，有不少经营者使出奇招妙计而一举成功。

例如：希尔兹在美国南部小镇佛雷蒙设店做绸布生意，刚开业时，由于附近同行业竞争对手多，生意清淡。于是他果断作出规定：凡在本店购买满10元者，即赠一张白券，积白券五张者，可换一张蓝券；积蓝券五张者，可换一张红券；积

红券五张者，可在本店任选价值30元的商品作酬谢。未及几年，希尔兹成为百万富翁。他采用的这种商业战术、被称为“希尔兹商战术”即中国的“有奖销售”。可他的有奖销售效果要比我们的效果好得多。

商战中的“田忌赛马”

德国的哈芝朗公司，是一家专门生产、经营和销售日用、五金的公司。

公司总裁乘默先生非常谙熟中国兵法“田忌赛马”之道。他在经营中对其下属规定：“与客商、货主订立购货合同，决不能拿出公司第一流质量的商品作订货样品，只能给客商、货主展出第二流、第三流的商品作样品。价格制订也要照第二、第三流的商品价格制订。”

然而，在交付商品时，乘默先生又规定：“凡是按二流样品订货的，一律要按第一流商品供货，属第三流样品订的货，也要按第二流商品发货。而所有超流超等级的商品价格不得认加。若不遵守，就要受到严厉处罚。

这种铁一般的规定，使哈芝朗公司的信誉直线上升，客商在收到供货时，无不喜笑颜开，连说：“好货”！

哈芝公司就是以这种“田忌赛马”之道，每年新认客户二成、三成，每三、五年翻一番，击败同行而驰骋世界市场的。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertong