

商家

张文金
陈士武
李桂英

主编

奇谋



商家奇谋

张文金 陈士武 李桂英 主编

J71/92/03

中国大地出版社

(京)新登字197号

主 编 张文金 陈士武 李桂英

副主编 (按姓氏笔划排列)

王开臣 王存义 王志福 王丽军 尹强民

丛爱卿 刘宪会 李 岩 李 英 姜学经

姜洪云 夏中林 高传银 徐洪倩 黄文荣

康思鹏 程全德

商 家 奇 谋

中国大地出版社出版

(北京安外安德里北街23号)

新华书店经销

大厂明新厂印刷

787×1092毫米 32开本 13.75印张 295千字

1993年3月第1版 1994年10月第2次印刷

印数: 10000—15000册

ISBN 7-80097-060-4/F·7 定价: 8.50元

前 言

邓小平同志南巡谈话犹如一股春风，吹散了早已“下海”者的疑虑，吹醒了惯于在计划体制下吃“大锅饭”的人们。特别是党的“十四大”明确我国经济改革的目标是社会主义市场经济之后，又有更多的人跃跃欲试，准备“下海”一试身手。这无疑是一种好现象，但冷静地想一想，也隐伏一些问题。稍懂一点水性的人都清楚，下海的人无非三种情况：会游泳的人，有可能通过搏击风浪成为健将；不会游泳而懂一些游泳知识的人，有可能喝几口水之后逐步学会游泳，甚至成为游泳冠军；而不会游泳又不懂游泳知识的人，成为健将或冠军的希望就很小了，弄不好还会被波涛汹涌的大海所吞没。商品经济的汪洋大海并不比自然界的海洋平静，在某种程度上，风险性更大。为了帮助已经“下海”和准备“下海”的朋友了解、认识商品经济大海的习性，避免溺水或少喝水，顺利达到理想的目标，我们编写了《商家奇谋》一书，把当今世界上的企业家或经营者在创业、经营、管理、推销、广告等过程中所运用的奇谋妙计介绍给各位朋友，希望能给有志于企业经营管理的的朋友以启发。

需要说明的是，此书所用资料选自近十年出版的数十种书报杂志。由于时间跨度长，涉及面广，经手人多，在搜集资料的过程中没有注意完整地保存作者、编译者的姓名，故无法一一署名，在此特表歉意。

限于我们的水平，在编写过程中难免错误，敬请专家、学者和广大读者朋友批评指正。

目 录

经 营 篇

一句玩笑话产品赚大钱.....	1
一脚踢出集成电路引线架.....	1
吉列剃须刀的发明.....	2
电动剃须刀的问世.....	2
“酒窝杯”的故事.....	3
皮鞋脸谱艺术的“发明”.....	3
标明身份的领带.....	4
旅游植树 一举数得.....	4
“澡塘挫折”带来“给水革命”.....	5
卖水胜挖金.....	6
鸽子项链.....	7
投币浴室.....	7
以鱼代票.....	8
一分钟相机.....	8
王致和与臭豆腐.....	9
废料变成纪念品.....	10
“废物”变成“吸墨纸”.....	10

变缺点为财富的鬼冢.....	11
王永庆养瘦鹅.....	11
不起眼的锅巴撑起一家大厂.....	12
悬赏抓金毛鼠.....	13
巴士公司的“厕所餐”.....	14
强买过期面包事件.....	14
“夏洛士”的服务.....	16
“梯子降价”策略.....	16
一杯咖啡5000日元.....	17
借明星扬名.....	17
借景扬名.....	19
“自行车王国”摄影赛.....	19
六千万日元的玩笑.....	20
经商之妙.....	21
超期一百天赔款五百元.....	22
英航的补救措施.....	22
诚心服务换来生意兴.....	23
本田妙案.....	23
请专家当“推销员”.....	24
圆珠笔大王的积少成多.....	25
“同仁堂”经营靠信誉.....	26
“蕃茄酱大王”的经营术.....	26

玛氏公司的经营策略.....	27
哈默十万美金买一头公牛.....	28
独特的雅马哈经营方式.....	28
意在左顾右盼中.....	29
六万元奖金和广告费带来的效应.....	30
免费带来生意兴.....	31
“冈田屋”花钱买构想.....	32
“厨房看守”与“揉揉”.....	32
请顾问开拓市场.....	33
走俏的裙裤.....	33
巧用编钟引来企业的腾飞.....	34
让产品说话.....	35
变中取胜的烟灰缸.....	36
借“马”生财.....	36
巧用包装坐收渔利.....	37
“消费心理”效应.....	37
不模仿别人.....	38
日本的“产品搅拌术”.....	39
美其裤的沉浮.....	39
上海有家“价格俱乐部”.....	40
雷诺公司的“撇奶油”策略.....	40
太姆公司的渗透策略.....	41

高价畅销的巴厘克.....	41
“高进低出”经营术.....	42
抬价促销.....	43
鸿翔公司的经营术.....	44
艾柯卡的转败为胜绝招.....	44
弄假成真的“艾罗补脑汁”.....	45
奔驰汽车的最终价格.....	46
巧用低档廉价.....	46
“稀贵平贱”经营术.....	47
附加商标策略.....	48
改商标出效益.....	48
模仿别人的公司.....	49
怀旧经营法.....	49
合作登推销广告.....	50
“尼西奇”以专取胜.....	51
“富华酒家”的经营术.....	51
包玉刚的经营术.....	52
改防偷为主动奉送.....	53
索尼的目标成本管理.....	53
笑里藏刀.....	54
希尔顿的微笑经营.....	55
鞭答传统.....	56

以败为胜”的“美丽牌”香烟·····	56
“特迪熊”发迹的启示·····	57
顾客是最佳模特儿·····	58
中药美人·····	58
“大头儿在后面”策略·····	59
从光脚到穿鞋·····	60
英商的“鞋子人”·····	61
美商的“忍者龟”·····	61
日商的“勘太郎”·····	62
敢为1/4000成功率冒险的膝泽公司·····	63
出租清洁用具赚大钱·····	63
美国玩具店的经营术·····	64
适时变更经营方针·····	65
稀奇古怪的生意·····	66
偕老同穴·····	67
“寻求缺点”的生意经·····	68
雪地鞋·····	69
稀土永磁保健稀金戒指热销的启示·····	69
桔子皮增值的联想·····	70
“乞丐包”的启迪·····	71
“红高粮酒”与“光夫衫”·····	72
霹雳舞鞋·····	73

管 理 篇

松下的“大方”.....	75
丰田的“小气”.....	75
索尼的“表率”.....	75
南朝鲜大企业的企业精神.....	76
杜邦公司的不停顿精神.....	77
索尼公司的集体荣誉精神.....	77
莲花公司的让贤精神.....	77
第一精神.....	78
反对裁员.....	79
太阳公司与“蒲公英”.....	79
松下“四精神”.....	80
撒币节约计.....	81
雇贼防盗计.....	82
克罗克锯椅背.....	83
命令全体员工佩戴黑纱.....	83
“一分钟经理”的一分钟.....	84
一日厂长.....	85
有形管理.....	86
鼓励犯“错误”.....	86
他为什么被开除.....	87

电厂经理的妙计.....	87
偷梁换柱.....	88
娇生公司的“危机管理”.....	88
公园管理者的良方.....	89
经理与莎士比亚.....	89
拂晓市场.....	90
自我提拔.....	90
谁开发产品谁销售.....	91
采购“招标”.....	91
无声优效工作法.....	92
管理奇才谈管理.....	93
军训入商界.....	95
“厂耻日”吃窝窝头.....	96
把人情和管理结合起来.....	96
“讲”出来的效益.....	98
日本企业的激励策略.....	99
“索尼”招聘不问毕业院校的名称.....	100
鞭策暮气老臣子请看教育录像带.....	100
“垃圾桶”的启示.....	101
狼的妙用.....	102
“鲶鱼效应”与企业管理.....	102
洛克菲勒的随身帐簿.....	104

格里希的管理之道.....	105
当出现信誉危机的时候.....	106
日本人管好了一家美国工厂.....	110

招徕篇

用猪出名.....	113
扮古招徕术.....	113
百货店养大象.....	113
“得州巨人”的招徕术.....	114
六个字引来八方客.....	114
对比洗车店.....	114
“有马食堂”的招徕术.....	115
柯达公司的草裙舞.....	115
影院可垂钓.....	116
影院经营新招.....	116
用故事引起购买欲.....	117
别出心裁的店规.....	117
以鼠钻洞打折扣.....	118
路易士·威登的营销术	118
限客销售术.....	119
吃罐头看谜底.....	120
投其所好.....	121
普拉蒂尼的生意经.....	121

吃小亏赚大便宜生意经.....	122
日本的免费借用.....	123
先尝后买的招徕术.....	124
诱导消费.....	125
商品批发俱乐部.....	125
富有创意的“冈田屋”.....	126
百变女郎.....	127
布兰希保险公司的招徕术.....	127
空中飞车.....	128
死人与阎罗王的对话.....	129
阿汉兄妹餐厅的“回扣”.....	130
故作姿态招徕术.....	131

推 销 篇

老摩根的心计.....	133
装病求帮计.....	133
毛姆销书.....	133
推销信.....	134
出版商整死“超人”.....	134
毕加索卖画.....	134
丢扇卖画计.....	135

烧画保值计.....	135
借名著促销.....	136
“尿布大王”自卖自买计.....	136
欲擒故纵.....	137
卖糕人的心计.....	137
巴贝罗的“绝活”.....	138
哈默卖药.....	139
巨型集装箱.....	139
“订金”销售法.....	140
赠刷子卖漆.....	140
示形诱导销售.....	141
利用布什推销房产.....	141
出奇制胜的服装销售.....	142
营业员作模特儿.....	142
“复印机大王”的奇招.....	143
柯达的奇谋.....	143
乱中取胜.....	144
美商施妙棋：书作敲门砖.....	144
一元超值销售.....	145
每人限购一件.....	146
希尔兹的推销术.....	146
露短销售.....	147

集卡推销术.....	147
求异推销术.....	147
对比推销术.....	148
“斯里兰”促销法.....	148
“散装现卖”自由组合.....	149
推销中的求同存异术.....	150
吉拉斯的销售术.....	151
“美能达”照相机推销有术.....	151
“上层”销售法.....	152
电视售物.....	153
波音的服务促销.....	153
“三菱”的促销法.....	154
卖花女的奇招.....	155
诱导促销.....	156
实惠的“后院销售”.....	156
巧借名人推销.....	157
借冕播誉白兰地打入美国市场.....	159
乘机销售.....	159
“变态”销售法.....	160
“激将”销售法.....	160
马尔蒂尼公司的推销术.....	160
卫星推销员.....	161

“耐克”的推销术.....	162
艾丝蒂的推销术.....	164
史密斯的推销艺术.....	165
推销啤酒的新战术.....	165
“高地”的促销术.....	166
“成就需要”推销法.....	167
额外附加推销术.....	167
推销“飞碟”美商之功.....	168
“安便器”畅销的启示.....	169
味精策略.....	169
井植薰的推销术.....	170
三菱电机公司的促销法.....	171
掌握顾客心理.....	172
威德门公司的销鞋术.....	172
换封面促销的绝招.....	173
擦皮鞋不要钱.....	173
以“古”生财的京都人.....	174
扣子商的高招.....	175
“以真乱假”的“活模特儿”.....	175
以丑招财.....	176
陷阱.....	177
利用名人创名牌.....	178

大奖赛带来了大销售.....	179
哈利多销的妙法.....	179
逆反销售术.....	180
“年龄分类”销售术.....	180
“衬托法”推销.....	181
金姆顿的推销术.....	182
宝洁公司的推销法.....	182
单一价格销售术.....	183
梅西公司的促销术.....	184

广 告 篇

天下第一厚皮.....	185
一毛不拔.....	185
老同仁堂的广告术.....	185
现代弦高.....	186
丁子青的广告术.....	187
猜谜式广告.....	187
鱼缸中的手表广告.....	188
瓷器广告.....	188
空投广告.....	188
空白广告.....	189