

● 做活生意的诀窍
● 竞争取胜的良策
● 拓展事业的谋略
● 赢得顾客的妙术

中

352 市场 计 谋 略 精 编



● 做活生意的诀窍
● 竞争取胜的良策
● 拓展事业的谋略
● 赢得顾客的妙术



中财 B0016985

351 市场计谋

中央财经大学图书馆藏

总号 4011 精

书号

编

吕 筑：策划
刘述礼 主编

北京出版社

317101

(京)新登字200号

352计

市场谋略精编

352JI

SHI CHANG MOU LÜE JING BIAN

中共北京市委宣传部研究室 编

北京出版社出版

(北京北三环中路6号)

邮政编码: 100011

北京出版社总发行

新华书店首都发行所经销

北京朝阳展望印刷厂印刷

787×960毫米 32开本 13.5印张 215000字

1992年10月第1版 1992年10月第1次印刷

印数1—10000

ISBN 7-200-01868-6/F·147

定价: 5.20 元

卷首语

这是一本适用于社会主义市场
经济的经营指南。本书以实例的形
式，精选荟萃了近年来国内企业在
发展商品经济的改革大潮中，突破
高度集中的计划经济体制的束缚，
按经济规律、价值规律从事经营并
取得成效的新鲜经验，还包括香港、
台湾以及国外部分企业的经营方
略。本书事例真实生动，经验丰富实
用，思路新颖超前，文字简练，体
裁活泼，集知识性、实用性、时效
性、趣味性于一体，能使读者收到
举一反三、借鉴开窍的效果，进而
增强企业在市场经济新天地里纵横
驰骋的实力，获得事业上的成功。
本书适于从事经济工作的各类人
员、党政干部以及大中专学生和关
注经济发展的社会各界人士阅读。

目 录

竞争取胜的良策

1. “金鱼”吃“白猫”……………(3)
2. “猴子”胜“大象”……………(4)
3. 小人物“组装”国际市场……………(5)
4. 一领风骚的个性产品……………(7)
5. 保健商品有市场……………(8)
6. 东方魔杯……………(8)
7. 赢得母爱的秘密……………(10)
8. “骏马速度”之谜……………(11)
9. “半球”的“小大经”……………(12)
10. 重返市场之路……………(13)
11. 抓时间发“快”财……………(14)
12. 地毯·指南针·竹筷……………(16)
13. 荧屏进出的财路……………(17)
14. 七彩布引来五洲客……………(17)
15. 巧用“三差”开拓“第二
市场”……………(18)

16. “雪豹”赢得上海市场…………(19)
17. “编织”出的市场…………(20)
18. “肤美灵”的谋胜之道…………(21)
19. “上帝”要什么就“练”什么…(23)
20. “爬行服”夺魁“芝麻节”……(24)
21. “北京果茶”鲜…………(25)
22. 跨越时间的钟表…………(26)
23. “土”字号产品独步市场……(28)
24. “自己打倒自己”…………(29)
25. “小辈”登台唱主角…………(30)
26. “罗兰”畅销国内外…………(31)
27. “小皮匠”攀“高亲”…………(32)
28. 靠淘汰产品保市场…………(33)
29. 称雄药品市场之路…………(34)
30. 桔皮何来 1 斤 33 元…………(35)
31. 跳跳糖一“跳”惊人…………(37)
32. “双鹿”奔起来…………(38)
33. 花布又“火”起来了…………(39)
34. “国家队”的优势…………(40)
35. 发挥优势赢得市场…………(41)
36. 厅雅何须大…………(43)
37. 传统也风流…………(44)

38. 向“超前”要效益……………(44)
39. 延吉冷面常热京城……………(46)
40. 传统铁锅“闹革命”……………(47)
41. 鼓动起来的“现代首饰热”…(48)
42. 报纸订着了……………(49)
43. 善用国际信息资源……………(51)
44. 走向国际市场的通行证……(52)
45. 信息是企业的生命……………(53)
46. 紧紧抓住“一刹那”……………(53)
47. 眼观千里 耳听八方……………(54)
48. 眼睛盯住间接市场……………(55)
49. 信息的魅力……………(56)
50. 以“新、优、快”开拓市场…(57)
51. “空档”与“冷门”……………(58)
52. 美国儿童迷上“乌龟兵团”…(59)
53. “猪头”变“玛瑙”……………(61)
54. “连脱五层皮”……………(62)
55. “乞丐包”……………(63)
56. 信息灵 企业兴……………(64)
57. “洗澡”还是“穿衣服”……(65)
58. 瞄准市场 出奇制胜……………(66)
59. 设计人员站柜台……………(67)

60. 客户才能救企业……………(68)
61. 新产品, 不必从零开始……………(69)
62. 深圳“微型汽车城”……………(70)
63. “喜新厌旧”有去处……………(71)
64. 扬州“光明”暂时领先……………(72)
65. “雪燕”高翔……………(73)
66. 抢占市场“跑道”……………(75)
67. 脚踩五条船……………(76)
68. “梨园”启示……………(78)
69. 专业清洁公司悄然兴起……………(79)
70. “花仙子”送花记……………(80)
71. 黑白挂历……………(81)
72. 大连兴起“沙滩经济”……………(82)
73. 香港开拓国际市场……………(83)
74. 通过“试裤”看需求……………(84)
75. 思路与效益……………(85)
76. 最聪明的竞争……………(86)
77. “左撇子”用品商店……………(87)
78. 英国人喜欢二手货……………(88)
79. 把握时机……………(88)
80. 突破常规……………(90)
81. 别出心裁……………(91)

- 82. 起用外行……………(92)
- 83. 创新为本……………(93)
- 84. 美国90年代明星产业亮相…(94)
- 85. 进军成年人玩具市场……………(95)
- 86. 市场如战场 情报赚大钱…(96)
- 87. 策略撷英……………(98)
- 88. 日本企业怎样进入美国
市场……………(99)

做活生意的诀窍

- 1. 北京的“跳蚤”商店……………(105)
- 2. 菜篮子“挎”入国际市场……………(106)
- 3. 滚梯“滚”出效益……………(107)
- 4. 善做女人消费品生意的人…(108)
- 5. 东安倚“老”卖“老”……………(109)
- 6. 销售“公关”与“优美旋风”…(110)
- 7. 文化与销售……………(111)
- 8. “名牌”削价……………(112)
- 9. “福达”销售三绝……………(113)
- 10. “金鱼缸里卖手表”……………(115)
- 11. 店中店……………(115)

12. 拆开来卖……………(117)
13. 打气筒·白开水·知名度…(118)
14. “导购大姐”……………(118)
15. 额外附加推销术……………(120)
16. “讲”出来的效益……………(120)
17. 面料标明产地以后……………(121)
18. 销售百万元之谜……………(122)
19. 广东风行开架销售……………(123)
20. 推销中的“专家效应”……………(124)
21. 大酒店的“特技服务”……………(125)
22. “知心向导”……………(125)
23. 损坏有奖……………(126)
24. 花钱“买”意见……………(127)
25. 买放心……………(128)
26. 个性商店……………(129)
27. 证章里的生意经……………(130)
28. 白沟谜底……………(130)
29. 销售王的销售经……………(132)
30. 销售五法……………(133)
31. 赔与赚的辩证法……………(134)
32. 讲外语讲活生意……………(135)
33. 商品定价策略……………(136)

34. 商场里的“车间”……………(138)
35. 代理的诀窍……………(138)
36. 小店天天有新书……………(140)
37. “文化搭台”巧促销……………(141)
38. 巧布机关迎宾客……………(142)
39. “穷人饭店”……………(143)
40. 初露头角的“OO”贸易……………(144)
41. 小商品与大市场……………(145)
42. “传统”有价……………(146)
43. “三头六臂”……………(147)
44. 后加的“一圈毛”……………(148)
45. 鸡尾酒的营售法……………(149)
46. 次伞为何销路畅……………(150)
47. “净菜市场”争绿……………(151)
48. 为何“风景这边独好”……………(152)
49. “XNT”兴隆记……………(153)
50. 影院经营新招……………(154)
51. 雅芳之谜……………(155)
52. “猜”出来的销售旋风……………(156)
53. “洋老板”干推销……………(157)
54. “鞋王”发迹……………(158)
55. 日本企业的“限量发售”……………(159)

56. 吉尼斯经营秘诀……………(160)
57. 不二价 两省心……………(161)
58. 海外商店经营术……………(162)
59. “梯子降价”……………(164)
60. 台湾风行焦点集中营销……………(165)
61. 西方连锁店成功之道……………(166)
62. 店外演出招热闹 店内
 生意好红火……………(167)
63. “飞亚达”坐上“直通车”……………(169)
64. 日货畅销的绝招……………(170)
65. 培养消费热点……………(170)
66. 白兰地与总统寿辰……………(171)
67. 现代首饰与电脑检测仪……………(172)
68. 扩大销售四诀……………(173)
69. “商场”上列车……………(174)
70. 由“弃儿”到“宠儿”……………(175)
71. “五子登科”……………(176)
72. 北京电热器厂有个“信
 息奖”……………(178)
73. 两种推销术……………(179)
74. “TT”礼品服务……………(180)
75. 就赚你的表现欲……………(181)

76. 巧做“外带”生意……………(183)
77. “寄篮售货”……………(183)
78. 商品莫吃“哑巴”亏……………(184)
79. 巧引进 快打出……………(186)
80. “三借”……………(187)
81. “娜宝”发家之“宝”……………(188)
82. “穿插经营”……………(189)
83. 抬价促销……………(190)
84. 5000日元一杯咖啡……………(191)
85. 巧用低档廉价……………(192)
86. 新奇商店……………(193)
87. 日本商人的成功“秘诀”……………(195)
88. “洋老板”的生意经……………(196)

——赢得顾客的妙术——

1. 引起轰动的广告……………(201)
2. “群体广告”意外收获……………(202)
3. 善做广告 产品畅销……………(203)
4. 广告救活“代劳力”……………(205)
5. 无言的参谋……………(206)
6. 耐人寻味的广告……………(207)

7. 企业的广告策略……………(207)
8. 无声胜有声……………(209)
9. 酒好也要喝三声……………(210)
10. 再度认识宣传的威力……………(211)
11. “绅士”风度翩翩……………(212)
12. “飞鸽”落地又重飞……………(214)
13. 让“明珠”更光彩……………(215)
14. 开拓市场 以质取胜……………(216)
15. “拿猫当虎防”……………(217)
16. 以优取胜 以销促产……………(218)
17. 靠真功夫占领市场……………(219)
18. “常胜将军”的诀窍……………(220)
19. 物以稀为贵……………(221)
20. “免费试住”的酒店……………(223)
21. 不说“不”字……………(224)
22. 微笑地接受退货……………(225)
23. 得民心者得市场……………(226)
24. 七叩“上帝之门”……………(227)
25. “越后屋”雨中送伞……………(228)
26. 麦当劳以快取胜……………(229)
27. 京兰“掏心”……………(229)
28. 佳能的“醉翁之意”……………(230)

29. 未出商场的回头客·····(231)
30. 柳泉居饭庄的“Q·S”效应·····(232)
31. 做熟的鱼还能退·····(233)
32. “第二次竞争”·····(234)
33. 靠质量赢得消费者信赖·····(235)
34. 虎骨缘何小罐熬·····(236)
35. 创造自己的名牌·····(238)
36. 旋盖罐头“旋”出效益·····(239)
37. “露开蒂”的绝招·····(240)
38. “月兔”跳出国门·····(241)
39. 以别出心裁制胜·····(242)
40. 艾滋病成恐 公厕垫应市·····(243)
41. 一握“汇通”手 永远是
朋友·····(244)
42. 买商品给“打的”钱·····(246)
43. 转弊为利 借水行舟·····(247)
44. “24小时回应”·····(248)
45. “亚都信誉卡”的神奇力量·····(250)
46. “土帽”进京闯天下·····(251)
47. 便民销售两相宜·····(252)
48. 微笑出效益·····(253)
49. 优质服务 未雨绸缪·····(254)

50. 种子袋里的服务卡……………(255)
51. 大连商场的免费效应……………(256)
52. 服务周到客盈门……………(258)
53. “我们尝到了当‘上帝’
 的滋味”……………(259)
54. “彩虹”架起致富桥……………(260)
55. 靠一流服务赢得用户……………(261)
56. 质量：离不开服务……………(262)
57. “宏仁堂”不说药不全……………(263)
58. 做生意无偿送“软件”……………(264)
59. 善解人意迎客来……………(265)
60. 世界一流数“中华”……………(266)
61. “物价小特区”……………(268)
62. 闹中求“静” 以“廉”招客…(269)
63. “内控”敢超“国标”……………(271)
64. 小商品也要高质量……………(272)
65. 把差价让给客户……………(273)
66. 巧妙捕捉“机遇”……………(274)
67. 商标文化的经济效应……………(274)
68. 名牌与名人……………(276)
69. 店小招高引客来……………(277)
70. 殷厂长的“求名观”……………(278)

71. 露短销售……………(280)
72. 从“金狮”到“金利来”……………(280)
73. 走出玻璃墙……………(281)
74. 经营多招术 效益步步高…(283)
75. 让产品挠痒顾客心……………(284)
76. 一切服务于技术创新……………(285)
77. 优质服务使利康大振……………(286)
78. 这颗“酸果子”值得尝……………(287)
79. “音乐晚餐”……………(288)
80. 华山脚下的出租业……………(289)
81. 糖果纸上的肖像脸谱……………(290)
82. “婚礼工业”悄然兴起……………(290)
83. 重视产品使用中的再
 设计……………(292)
84. 让市场指导服务……………(293)
85. 用“桑塔纳”设“擂台”……………(294)
86. 命名“先生”……………(295)
87. 招牌就是财富……………(295)
88. 修修你的“门脸”……………(297)