

一部即将风靡全球的财经类经典寓言故事！

21 世纪的**创业者**与**企业家**必读的一本书

枪与子弹 的故事

商业模式

渠道

产品

品牌

潘 登 著

- 本书是一台显微镜，它能让你看清更真实的商业本质！
- 本书又是一架望远镜，它能让你看到更遥远的商业未来！



天津教育出版社
TIANJIN EDUCATION PRESS

一部即将风靡全球的财经类经典寓言故事!

21 世纪的创业者与企业家必读的一本书

枪与子弹 的故事



潘 登 著



天津教育出版社
TIANJIN EDUCATION PRESS

图书在版编目(CIP)数据

枪与子弹的故事 / 潘登著. —天津:天津教育出版社, 2009.5
ISBN 978-7-5309-5642-7

I. 枪... II. 潘... III. 企业管理—通俗读物
IV. F270-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 069464 号

枪与子弹的故事

出 版 人 肖占鹏

作 者 潘 登

选题策划 谢 芳

责任编辑 谢 芳

装帧设计 张丽丽

出版发行 天津教育出版社

天津市和平区西康路 35 号 邮政编码: 300051

<http://www.tjeph.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 天津泰宇印务有限公司

版 次 2009 年 5 月第 1 版

印 次 2009 年 5 月第 1 次印刷

规 格 32 开(890×1240 毫米)

字 数 90 千字

印 张 5.5

定 价 29.80 元



谨以此书献给

**21 世纪优秀的创业者和卓越的企业家们！
愿你们的力量使这个世界变得更美好！**

本书是一台显微镜，它能让你看
清更真实的商业本质；

本书又是一架望远镜，它能让你
看到更遥远的商业未来！



1%的思想精华来自于 99%的大量实践！

我只用 1%的时间来写书，

其他 99%都在实践！



名家推荐

**“产品是子弹，品牌是枪。”这句话道出了
中国企业营销中的缺陷，值得中国企业反思！**

——国际营销大师

中国营销理论的思想家 **路长全**

致 谢

感谢所有在我生命中对我有帮助和影响的人,由于你们的出现,丰富了我的经历,完善了我的思想,使得本书早日面世!





一位哲人说：“当道理说不清的时候，比喻产生了；当理论难以传播的时候，故事诞生了。故事是被延长的比喻，比喻是未经展开的故事。”

故事的灵魂就是智慧，因为智慧往往喜欢寄寓在故事当中。故事的好处在于既容易阐明道理，又便于广泛传播。

本书就是一个令千万名创业者与企业家备受启发与感悟的经典寓言故事！

自序

从小就有一个愿望：我要让世界上的每一个人因为我的存在而受益。也就是说，我要对世界上的每一个人或多或少都有所贡献。

长大之后，知道这个愿望太渺茫，太不现实。

但当我看了很多伟人、名人、圣人、哲人的传记后，又觉得小时候“幼稚”的思想愿望不是不可能，只要找到恰当的方式和方法，还是有可能实现的。

比如，一项发明创造推广到全世界、全人类，像爱迪生发明的电灯就是对全人类的巨大贡献。现在全世界每家每户都在使用他发明的电灯。再比如，现在的世界首富比尔·盖茨创造的XP软件，对全世界的每一台电脑都起到了贡献作用。

实际上，还有一种方式也能起到贡献全人类的作用，即——传播思想。

如果以著书立说的方式传播一种思想，一种理论，一种学说，一种观念，同样可以影响到全世界、全人类。

比如像牛顿、爱因斯坦、居里夫人、霍金等这些伟大的科学家；像老子、孔子、苏格拉底、柏拉图、康德、迪卡尔等这些伟大的哲学家；像亚当·斯密、凯恩斯、马歇尔等这些世界顶级的经济学家；像彼得·德鲁克、迈克尔·波特、菲利普·科特勒、杰克·特劳特等这些世界顶级的管理学专家与营销学专家等等，这些所有的大师与专家们都是以提出一种思想、一种理论、一种学说来影响和改变人们的观念，从而推动社会历史的发展进程。

为此，有一种想要著书立说的冲动，但是又总觉得时机不

够成熟，唯恐表达出的思想内容含金量不够，这样不仅没有达到初衷——贡献全人类，反而，还有可能起到反作用——浪费了一部分读者的时间、金钱、脑细胞。

古人云：“德之不厚，行之不远。”欲成大事者，必先立德修善。而立德修善必须先从小事做起，有道是“一室不扫，何以扫天下”。

大事是由小事积累而成，同样，大善也是由许多小善积累而成。一个人在做任何一件事情之前，都应该把“善”的意念作为动机放进所做的事情当中，把其当成所做的事情的“魂”，这样，做大事必有天助之。有道是“天道无亲，常与善人”。

既然是以“善”的意念作为动机和出发点，相信此书不会对读者起到反作用——浪费读者的时间、金钱、脑细胞。至于此书能够影响到多少读者，对社会有多大的贡献，此乃天定之！

一位哲人说：“当道理说不清的时候，比喻产生了；当理论难以传播的时候，故事诞生了。故事是被延长的比喻，比喻是未经展开的故事。”

故事的灵魂就是智慧，因为智慧往往喜欢寄寓在故事当中。

故事的好处在于既容易阐明道理，又便于广泛传播。

古今中外，凡伟大的作家、科学家、哲学家、思想家、教育家，以及一些政治家和企业家人，都非常善于运用讲故事的方式来传播思想，从而开创事业。

故此，本书以讲故事的方式开篇，又以师徒二人对话的形式展开，同时把要表达的思想观点融入其中，相信这种写作形式既能增加读者阅读的兴趣，又能活化书中要表达的思想观点。

最后，衷心地感谢您，正在阅读此书的朋友，愿你我的心灵相通，智慧相融。让我们共同努力，携手把这个世界变得更美好！

愿此书对您有所助益！

目 录

自序

第一章 拜访智者 / 001

工夫不负有心人,上帝必定会为不断敲门的人开门。

第二章 射击场面的启示 / 007

企业的“商业模式”与“产品”之间的关系就如同“枪”与“子弹”的关系一样。

好的子弹配上好枪才具有杀伤力。

好的产品配上好的商业模式才具有竞争力。

只拥有好产品而没有好的商业模式的人创办企业,就如同一个人带领一群只带子弹没有带枪的士兵到战场上应战一样,不是当场阵亡就是被敌人俘虏。

第三章 “枪”与“子弹”的辩证关系 / 027

事实上,现在有很多企业还处在“儿童穿着婴儿的衣服”的状况,更有甚者竟然处于“到了青年时期还穿着婴儿装”的尴尬境地。实际上,很多企业的倒闭和死亡,就是被“过时的衣服”给“勒”死的。

光知道“长身体”而不知道及时“换衣服”是目前很多企业的通病。

第四章 “枪”与长尾理论的关系 / 039

长尾的“头”是由“好枪”造就出来的。

那些大热门的产品、畅销的产品之所以能成为长尾的“头”，是因为有了非常适合发射它们的“枪”。

如果发射长尾“头”的“枪”的配制不与时俱进，不能跟着市场的变动而不断地升级与改进创新，那么，长尾的“头”就会随着时间的推移而逐渐变为“尾”。

第五章 全球经济大战 / 045

21 世纪，全球步入经济一体化。一体化主要表现在两个方面：一是全球市场一体化，不分国内市场与国外市场；二是全球竞争一体化，不是你要不要出去和别人竞争的问题，而是竞争对手已经来到了你身边，你必须“亮剑”应战。

在某种意义上，全世界现在正在上演着一场历史上空前的“全球经济大战”。

未来企业之间的竞争更重要地表现为“枪”与“枪”之间的竞争，而非“子弹”与“子弹”之间的竞争。

第六章 富爸爸的“枪”—— B-I 三角形 / 057

很多人都非常善于做“子弹”，并且能把“子弹”做得非常好，但没有几个人能做出发射“子弹”的“枪”。麦当劳的成功就是把“枪”做得非常好的典型案例。

第七章 “枪”的创新比“子弹”的创新更重要 / 081

创新对于企业来说,还不仅仅单指某一项产品或服务的创新。更为重要的还有企业观念的创新、企业文化的创新、企业战略的创新、企业组织架构的创新、企业规章制度的创新、企业人才机制的创新、企业营销模式的创新、企业的服务体系的创新、企业管理方式的创新、企业赢利模式的创新等等。

说白了,企业不仅要在“子弹”上创新,更为重要的是还要在“枪”上进行创新。并且,在 21 世纪,企业把创新的重点放在“枪”上要比放在“子弹”上更重要。

第八章 卖“枪”VS 卖“子弹” / 093

在 21 世纪,人们不仅对“子弹”有需求,更对“枪”有需求。因为 21 世纪是个人创业的世纪。满足人们对“创业”的需求,为更多想要创业的人提供“枪”,将是 21 世纪创业领域的蓝海。

在 21 世纪,可以通过圆别人的创业梦想的方式来圆自己更大的创业梦想。

第九章 阿里巴巴将成为全球最大的“枪” / 111

全世界的人都知道 21 世纪是中国人的世纪,21 世纪的中国将成为世界第一强国。然而,伴随着产生这一结果的过程中,必然要在中国产生很多的世界级的企业,甚至出现世界第一的企业,如果出现了世界第一的企业,那么,其必然是阿里巴巴。

第十章 每个人都是“枪”与“子弹”的结合体 / 117

《西游记》中的唐僧，非常善于做“枪”，于是把孙悟空、猪八戒、沙僧等这些“子弹”吸引过来，为自己取经所用。

《三国演义》中的刘备，非常善于做“枪”，于是把关羽、张飞、赵云、诸葛亮等这些“子弹”吸引过来，为自己开创江山。

《水浒传》中的宋江非常善于做“枪”，于是把林冲、武松、李逵、鲁智深等众多位英雄吸引到自己周围，归自己领导。

实际上，所谓领导者就是非常善于做“枪”的人。

第十一章 《枪与子弹的故事》诞生记 / 127

一本好书能否畅销，能否超级畅销，能否畅销全球，这主要取决于此书是否具有独特新颖的思想，书的内容的含金量是否足够高。当然，除此之外还取决于此书是否起了一个很好的名字，有道是“好的名字自己就能走路”。

第十二章 创业成功潜规则——遵循因果定律与天道 / 135

大成功者、成大业者在取得成功之后，想要永保基业常青、昌盛不衰，就应该效仿“上天之法”，替天行道。

人替天做事，天必大力助之！

然而，怎样才是“替天行道”？

答案是：按“天之法”行事，即做“损有余而补不足”的事。

参考文献 / 159

后记 / 161



第一章

拜访智者

工夫不负有心人，上帝必定会为不断敲门的人开门。

(一)

成功是一位非常有理想、有抱负的年轻人，他从小就立志要干一番伟大的事业。

成功的名字是他自己给自己起的。

为什么要叫“成功”呢？原因很简单：因为他渴望成功。

一直怀着一颗不安分的心，偶然的会使成功无意当中接触到了商业，也许是偶然，也许就是命运的安排。从此，成功立志要在商业上有一番作为，要当一名企业家。

为了实现当企业家的抱负，成功开始疯狂地充实自己。

于是，成功参加了很多的社会实践，为很多公司打过工。成功打工的核心目的只有一个——为自己创业积累经验。

成功在参加社会实践的同时，“挤”出了很多的时间用于学习和阅读。

成功阅读了大量的和创业有关的书籍，诸如营销学、管理学、领导力、人际关系、目标设定、时间管理、潜能开发、演讲口才等 1000 多本书！

除了阅读书籍之外，成功还参加了大量的学习论坛、创业研讨会、营销论坛、管理论坛、专家讲座等。在这个过程中，成功结识了大量的国内外顶尖的名师和企业家朋友。

可以说，成功把自己赚到的钱的 90% 都投资到学习和自我成长上了，这令他周围的朋友们感到很震惊和钦佩。

(二)

走上创业道路的成功，在创业的路上并不是一帆风顺，他三次创业，三次都失败了。