

<<赢在谋略（上下册）>>

图书基本信息

书名：<<赢在谋略（上下册）>>

13位ISBN编号：9787802140721

10位ISBN编号：7802140722

出版时间：2006-1

出版时间：团结出版社

作者：檀明山

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<赢在谋略（上下册）>>

内容概要

赢在谋略，ISBN：9787802140721，作者：檀明山著

<<赢在谋略（上下册）>>

作者简介

檀明山，福州永泰人，1984年毕业于福建电视大学中文专科。

近年主要作品有《象征学会书》《青年必知语言艺术手册》《青年必知科普知识手册》《青年必知心理咨询手册》《青年必知法律咨询手册》《青年必知奥运知识手册》《人性的弱点》《女人的弱点》《男人的弱点》《卡耐基语言训练》《卡耐基交际训练》《学会做人学会做事》《学会平衡学会调适》《学会智谋学会智慧》《学会营销学会创新》《学会说话学会交际》《学会社交学会礼仪》《学会说服学会演讲》《学会说理学会雄辩》《家居风水100忌》《家居风水100问》《名人教子100法》《名人教子智慧》等。

发表各类作品100余部，3500多万字。

2002年向福州市人民政府建言，促成第十三届全国书市在福州成功举办，现从事专职写作。

## &lt;&lt;赢在谋略(上下册)&gt;&gt;

## 书籍目录

上册第一篇 始计篇日本厂商打入中国市场 ——先计后战 / 3 药店为何呈三分鼎立之势 ——五事七计 / 6 福特汽车公司起用专家 ——五德兼备 / 8 可口可乐公司越创越大 ——因人成事 / 11 精工钟表如同“魔方” ——因利制权 / 14 西班牙“合作社”生意兴隆 ——同心同德 / 16 推销中的“激将法” ——怒而挠之 / 18 美国公司依法赔偿 ——法令执行 / 20 服装行业生意兴隆 ——卑而骄之 / 22 美国厂商赠品繁多 ——利而诱之 / 25 日本公司杀进美国市场 ——强而避之 / 27 川岛、播磨公司闪电般合并 ——兵闻拙速 / 29 第二篇 作战篇桑得利公司重赏员工 ——赏其先得 / 33 三星集团高瞻远瞩 ——知兵之将 / 35 中小企业的生存发展 ——开源节流 / 37 全球化经济对我国有利 ——务食于敌 / 39 第三篇 谋攻篇自动挤奶器成功问世 ——以求全胜 / 43 李嘉诚独具慧眼 ——知可以战 / 45 中小企业制胜玉首 ——扬长避短 / 47 东丽公司扭亏为盈 ——上兵伐谋 / 49 统盛·普连德公司管理有方 ——分权管理 / 51 美国通用公司大起大落 ——前景预测 / 53 芬兰德公司垄断市场 ——自保全胜 / 55 药物牙膏前景广阔 ——把握战机 / 58 哈乐斯百货公司供不应求 ——待价而沽 / 60 村办工厂实行工效挂钩 ——上下同欲 / 62 “榛子间谍”土耳其之行 ——知彼知己 / 64 西武集团停购地产 ——急流勇退 / 66 第四篇 军形篇修明政治严守法令 ——修道保法 / 71 110万个洋娃娃被抢购一空 ——先胜后战 / 73 东芝公司被称为“智能工厂” ——善守善攻 / 75 包玉刚怎样成为“世界船王” ——胜于易胜 / 77 第五篇 兵势篇赤玉葡萄酒标新立异 ——出奇制胜 / 81 “雅马哈”饮誉日本走向世界 ——顺冰推舟 / 83 森永公司改装番茄酱 ——奇正相生 / 86 本田参加TT国际机车赛 ——士气激励 / 88 公交公司推行承包制 ——声色无穷 / 91 美国家乐公司麦片滞销 ——创新造势 / 93 泰梅克斯牌手表畅销市场 ——出其不意 / 95 圆满解决顾客投诉 ——设身处地 / 97 水泥厂创优不扩展 ——大勇若怯 / 99 第六篇 虚实篇台湾茶王白手起家 ——审时度势 / 101 松下公司突破市场瓶颈 ——相敌有术 / 105 美方麦道公司屡赌屡输 ——集中兵力 / 107 大柴盒推销丰田汽车 ——积微制胜 / 109 迪斯柯刀片三度获奖 ——精益求精 / 111 日本长力公司负债破产 ——实事求是 / 113 可口可乐公司的新老配方 ——待机破敌 / 115 女神铜像翻新成纪念品 ——应变制胜 / 117 精美的瓷器专供摔砸 ——趋其不意 / 119 中国航空公司连续中标 ——避实击虚 / 121 造纸厂创新产品 ——战胜不复 / 123 第七篇 军争篇IBM统一的企业文化 ——统一指挥 / 128 商业谈判中的主动权 ——以静待哗 / 131 太麦光斯牌手表渗透定价 ——以迂为直 / 133 西武百货公司远征败北 ——远兵不战 / 135 印度画商烧画卖画 ——夺气攻心 / 138 上海家电商场的以亏促盈 ——以逸待劳 / 140 三池煤矿招标获利 ——兵以诈立 / 142 松下幸之助急流勇退 ——张弛交替 / 145 第八篇 九变篇制胶厂产品一变再变 ——随机应变 / 150 苹果电脑公司占有率下降 ——将有五危 / 152 三洋公司收回不良产品 ——利害兼顾 / 155 “小野”公司贪求倒闭 ——不可贪求 / 157 第九篇 行军篇美国政府禁售粮食 ——见微知著 / 161 纺纱厂棉产区收棉 ——趋利避害 / 163 陕西建设机械厂扭亏为盈 ——令行禁止 / 166 无酒精啤酒落户惠州 ——相敌之法 / 168 洗衣机厂借棍惊蛇 ——打草惊蛇 / 171 鲍尔电器公司股份跌价 ——半济而击 / 173 百货公司借来的“无息贷款” ——绕道进取 / 175 第十篇 地形篇新加坡经济突飞猛进 ——因地制宜 / 180 农村市场有待开发 ——市场了解 / 183 梅考克善待老工人 ——同生共死 / 185 第十一篇 九地篇抚顺刺绣厂坐失良机 ——兵贵神速 / 190 德福企业集团的“公司赞歌” ——协调作战 / 193 华实制鞋厂退货不赔钱 ——同舟共济 / 195 企业利益的最大化 ——因利而动 / 197 王子婚礼商机无限 ——践墨逐本 / 200 北京文化馆顺利搬迁 ——相机权变 / 202 丝绸厂起死回生 ——并敌一向 / 204 “营口方式”的成功经验 ——多谋善断 / 206 新力公司的“间隙理论” ——围地则谋 / 208 第十二篇 火攻篇淘金不如挖渠卖水 ——隔岸观火 / 212 首钢效益创出新高 ——权衡利弊 / 214 第十三篇 用间篇东急百货公司四处挖角 ——用间制胜 / 218 鲍尔公司靠信息起家 ——搜集情报 / 220 奈森卖出买进公债获利 ——贵在先知 / 220 下册第一套 胜战计哈瑞尔公司如何重占市场 ——瞒天过海 / 3 比尔·盖茨为何要拉“苹果”一把 ——围魏救赵 / 8 阿迪达斯运动鞋供不应求 ——借刀杀人 / 12 一个日本商人的谈判学 ——以逸待劳 / 15 摩根财团竟敢要挟美国政府 ——趁火打劫 / 19 “创意药局”赔本售药的背后 ——声东击西 / 24 第二套 敌战计“棺材酒吧”竟然生意兴隆 ——无中生有 / 31 火柴盒的广告效应 ——暗渡陈仓 / 35 “牛仔裤大王”为何不淘金 ——隔岸观火 / 40 高价咖啡馆一鸣惊人 ——笑里藏刀 / 44 为何保留不挣钱的生产线 ——李代桃僵 / 47 方便面是如何开发成功的 ——顺手牵羊 / 52

## &lt;&lt;赢在谋略(上下册)&gt;&gt;

第三套 攻战计敞蓬小汽车的市场效应 ——打草惊蛇 / 59滞销通乳丸枯木逢春 ——借尸还魂 / 63卡内基保住了钢铁业 ——调虎离山 / 66鸿运饭店免费供酒 ——欲擒故纵 / 70足球厂情愿赔偿“孤独费” ——抛砖引玉 / 73福特公司为何一蹶不振 ——擒贼擒王 / 77第四套 混战计柯达公司放弃专利 ——釜底抽薪 / 83日本的第六大建筑公司 ——混水摸鱼 / 87波音公司调整经营方向 ——金蝉脱壳 / 92日本药商的“三角商法” ——关门捉贼 / 96“本田”独特的销售网 ——远交近攻 / 100约翰逊替弗雷公司吹牛 ——假道伐虢 / 105第五套 并战计火烧的香蕉被抢购一空 ——偷梁换柱 / 111面包公司为何不卖面包 ——指桑骂槐 / 115猪耳朵也能制成丝钱袋 ——假痴不癫 / 119“考尔贷款”是怎么回事 ——上屋抽梯 / 123白兰地酒进军美国市场 ——树上开花 / 127松下公司的“迟人半步” ——反客为主 / 131第六套 败战计广告公司说到做到 ——美人计 / 139松下如何渡过难关 ——空城计 / 142“面粉大王”战胜粮商 ——反间计 / 146三星微波炉畅销国际市场 ——苦肉计 / 50珠宝古玩店中了圈套 ——连环计 / 155船运公司何以卖船 ——走为上 / 160第七套 新三十六计养蚂蚁也能致富 ——积羽成舟 / 167商店广告错别字连篇 ——掩人耳目 / 171空气和水商品化已成潮流 ——独辟蹊径 / 174日本三菱公司为何大批购铜 ——审时度势 / 177日本千叶县为何号称东京 ——狐假虎威 / 181包玉刚智取怡和洋行 ——以虚对实 / 185瑞士巧夺钟表业王冠 ——避长击短 / 188夏天吃火锅已成新时尚 ——见机而作 / 191天气预报提供商机 ——见微知著 / 195酒名带来的效应 ——步步为营 / 199什么是“非整数定价法” ——明察秋毫 / 203比利时地毯成抢手货 ——通权达变 / 206五花八门的广告语 ——巧发奇中 / 209美国的“出气中心”大受欢迎 ——投其所好 / 212“张新记”牙刷抢占市场 ——虚实兼施 / 216玉兰油营养霜为何畅销不衰 ——以饵投鱼 / 219亨利公司声名家喻户晓 ——扬短抑长 / 223“拿破仑”狂饮白兰地 ——以假乱真 / 226刘金宝为祖国挣来外汇 ——捷足先登 / 230代理公司如何为顾客服务 ——越俎代庖 / 233日本旅馆请旅客植树留念 ——一箭双雕 / 236出售星星也能发财 ——借箸代筹 / 239免费代剪“囍”字招徕顾客 ——请君入瓮 / 243“百爱神”香水走俏 ——装聋作哑 / 247克塞勒公司修筑“公司墓” ——局外胜着 / 250为盲童而设的玩具店 ——开门揖盗 / 253吃美金的洋娃娃 ——借风使船 / 257把节约的广告费与顾客共享 ——相反相成 / 259

## &lt;&lt;赢在谋略（上下册）&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘药店为何呈三分鼎立之势 ——五事七计 兵者，国之大事，死生之地，存亡之道，不可不察也。

故经之以五事，校之以七计，而索其情：一日道、二日地、三日将、四日法。

……凡此五者，将莫不闻，知之者胜，不知者不胜。

——《孙子兵法·始计篇》 现代商战中能够长期保持竞争优势的企业，总是在一些重要因素上占有比竞争对手更为有利的条件。

而且，这些有利条件并非凝固不变，必须不断地予以完善。

《孙子兵法·始计篇》中说：“兵者，国之大事，死生之地，存亡之道，不可不察也。

故经之以五事、校之以七计，而索其情：一日道，二日天。

三日地，四日将，五日法。

……凡此五者，将莫不闻，知之者胜，不知者不胜。

”这段话的意思是说，战争是国家的大事，关系到军民的生死，国家的存亡，是不可以不认真研究的。

所以要从五个方面来进行分析，要用计算来进行比较，从而探索敌我双方的实际情况。

这五个方面是：一是道义，二是天时，三是地利，四是将帅，五是法制。

这五个方面，将帅没有不知道的，但只有真正理解和掌握的方能获胜，不是真正理解的就不能取得胜利。

从现代商战的角度讲，对《孙子兵法》中的五事七计内容可作如下转换： 1.道。

道义，即企业应确立正确的指导思想、战略和方针，在这种条件之下，才能团结员工共同奋斗。

2.天。

天时，企业应正确认识客观情势，不可逆客观要求而动。

因为客观情势的出现有其客观规律性，而违背客观规律性者必然碰得头破血流。

3.地。

地利，企业处于什么样的地理位置，如何利用地理位置增强竞争力，这也是企业应加以注意的。

在日本，拥有1327家分店的通口俊夫，当年曾在京阪铁路线上分别开了三家药店，其销售额老是上不去。

他买来地图一查，顿时比然大悟。

原来三家药店成一直线分布，于是他关掉了其中一家分店，在另一个地方开设了一家新店，与其余两家成为三分鼎立之势。

由此，营业额随之逐日上升，发展成为今天拥有一个多家分店的公司。

4.将。

将帅，经营者要具备五德：智、信、仁、勇、严。

即要具备良好的素质。

5.法。

法制，指各种条令、规章制度、组织结构、责权划分等。

以上是经五事。

至于较七计，则是对五事的一种比较。

凡是占优势者，必胜无疑。

经五事，较七计，表现出了孙子的系统思想，“凡此五者”，通过一定结构形成一个整体。

各因素相互依赖，相互配合，相互补充，有机组合，企业便能出现优化的整体效应，产生强大的竞争能力。

P6-7(上册)

<<赢在谋略（上下册）>>

编辑推荐

《孙子兵法》是一部中华民族引以自豪的兵学经典，《三十六计》则是我国古代卓越军事思想和斗争经验的智慧结晶，是历代兵家计谋和军事谋略的宝贵遗产。

本书以《孙子兵法》与《三十六计》中充满智慧的哲理，论点、规律和理论，结合中外企业运用其谋略的成功案例，为中国企业家系统研究《孙子兵法》与《三十六计》提供思路，开阔视野。

<<赢在谋略（上下册）>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>