

<<市场谋略战>>

图书基本信息

书名：<<市场谋略战>>

13位ISBN编号：9787121069840

10位ISBN编号：7121069849

出版时间：2008-7

出版时间：张天平 电子工业出版社 (2008-07出版)

作者：张天平

页数：263

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>

<<市场谋略战>>

前言

古今中外，几千年来战场战争历史和几百年来市场竞争历史表明，世界上没有常胜的军队，也不可能基业常青的企业，但却有长久不衰的指导战场战争（兵战）的兵书、战策一直流传至今，并仍然在发挥着其对战场战争（兵战）与市场战争（商战）的指导作用。

“商战新思维系列丛书”就是这样一套吸取了人类历史上各种兵书战策之精华的、用于指导市场战争实践的兵书和战策。

它在对前人兵书、战策批判与继承的基础上，经过对现代市场竞争机理的科学研究和创新，为广大企业家提供了一整套完整的市场战争（商战）的理论、原则和方法体系，并通过大量精选的战例和商例为市场战争（商战）的指导者们勾画出一幅如何打赢市场战争（商战）的清晰画面。

“商战新思维系列丛书”共四册：《市场战争学》、《市场信息战》、《市场谋略战》和《市场攻防战》。

各册的内容简述如下：《市场战争学》是市场战争学学科理论的奠基之作。

它以“兵战原理与商战法”为主线，阐述了“营销力、服务力和保障力”是企业市场战争客观实践中必须具备的核心竞争力，而“判断力、决策力和执行力”是企业家指导市场战争必须具备的三大能力；揭示了市场战争的三种战争形式（营销战、服务战和保障战）所具有的“情、品、钱”的客观规律和建立在市场战争的三种作战形式（信息战、谋略战和攻防战）基础之上的“眼、脑、体”的指导规律；并在此基础上根据市场战争的三个指导阶段的活动（判断、决策和执行）提出了市场战争的一个战争总则、三大指导法则、九大指导原则和二十七种战法，全面构建起市场战争学的学科理论体系。

《市场信息战》是市场战争学的市场信息战战法应用部分。

它以“知彼知己，百战不殆”为主题，通过战场信息对抗战例与市场信息对抗商例的比较研究方法，对市场战争判断阶段的市场信息战活动的理论、原则和方法进行了分析和研究；重点论述了市场信息侦察、市场情况分析和市场形势预测的内容、原则和方法。

该书对于企业家在市场战争实践中提高判断能力和指导企业打赢市场信息战，具有重要的借鉴意义和参考价值。

《市场谋略战》是市场战争学的市场谋略战战法应用部分。

它以“运筹帷幄，决胜千里”为主题，通过战场谋略对抗战例与市场谋略对抗商例的比较研究的方法，对市场战争决策阶段的市场谋略战活动的理论、原则和方法进行了分析和研究；重点论述了市场战争目标、市场战争方针和市场战争手段识别、选择、确定的内容、原则和方法。

该书对于企业家在市场战争中提高决策能力和指导企业打赢市场谋略战，具有一定的参考价值和指导意义。

《市场攻防战》是市场战争学的市场攻防战战法应用部分。

它以“攻无不克，‘防’无不胜”为主题，通过战场攻防对抗战例与市场攻防对抗商例的比较研究的方法，对市场战争执行阶段的市场攻防战活动的理论、原则和方法进行了分析和研究；重点论述了捕捉市场战争战机、组织市场战争攻防和指挥市场战争破敌的内容、原则和方法。

该书对于企业家在市场战争中提高执行能力和指导企业打赢市场攻防战，具有一定的理论价值和重要的实践作用。

我们创作的“商战新思维系列丛书”，是以中国革命战争的艺术大师毛泽东的“人民战争思想”为理论依据，运用战场战争学的理论和方法，研究和阐述了市场战争的理论、原则、方法和大量实战案例，并在此基础上初步创立和构建了一个市场战争学的学科理论体系与实战战法体系；目的是为正在与或即将与国外企业进行市场战争（商战）的中国企业和企业家们提供一整套以市场战争（商战）手段和方法战胜对手的理论、策略和方法。

愿中国的企业和企业家们在全球化的市场战争（商战）中，以市场信息战去“知彼知己，百战不殆”、以市场谋略战去“运筹帷幄，决胜千里”、以市场攻防战去“攻无不克，‘防’无不胜”，并一路走好！

<<市场谋略战>>

内容概要

《市场谋略战》以市场战争学中的谋略战原理和“谋势布局”的指导思想为依据，采取理论与实践相结合的方法，通过大量的兵战与商战案例分析、研究，提出了如何打赢市场谋略战的理论、原则和方法。

全书分为五篇，其中，绪论篇从历史、现实和发展的角度，对市场谋略战的概念、原理和指导原则给予简要的介绍；目标篇、方针篇和手段篇是全书的核心，每篇均以战例与商例（战略、战役和战术案例）相结合的研究方法，分析介绍市场谋略战的三类九大战法；结论篇则对《市场谋略战》所提出的市场谋略战战法进行总结归纳和概括。

总之，市场谋略战是市场战争（商战）中企业家之间“决策力”的对抗和较量。

《市场谋略战》可供商人、军人，以及广大军事和商业爱好者阅读和参考。

<<市场谋略战>>

作者简介

张天平，国防大学军事战略学博士、军事战略学副教授，学过工、打过仗、受过三级（初、中、高）军校的培训。

从军前，他曾在国内大型国营企业实习、工作；入伍后，曾就职于国防大学战略教研室任正团职上校教官；退役后，曾在国内大型民营企业任职工作；曾任《香港商报》和央视特约军事评论员。

他长期从事战略研究、教学和咨询工作，提出了“信息和知识制胜”的战略观和中国战略信息战的理论体系；并一直致力于创立和构建市场战争学的理论体系。

著有《战略信息战研究》、《战略回顾与展望》，《恐怖与反恐怖》（与他人合著）等著作；在海内外发表战略论文和评论数百篇。

他现为北京生态文明工程研究院副院长、研究员，北京天子智业文化传播有限公司董事长。

<<市场谋略战>>

书籍目录

绪论篇 商者诡道，上商伐谋一、商者诡道的谋略思想二、市场诡道的表现形式三、上商伐谋的商战

谋略目标篇 统揽全局，关照局部第一章 务虚法：战略目标，求实务虚第一节 远期目标，避实就虚善玩虚 - 孔明兵赢隆中对善玩虚 - 丰田商赢豪华车第二节 中期目标，主实辅虚虚中实 - 唐王兵赢关中地喜玩虚 - 海王兵败保健品第三节 近期目标，求实避虚虚中实 - 朱棣兵赢朱允蚊善务实 - 欧莱雅商赢宝洁第二章 虚实法：战役目标，虚实相宜第一节 初战目标，避实击虚慎初战 - 林彪兵赢锦州城盲初战 - 铨星商败市场路第二节 战中目标，虚实并举虚中乱 - 玄感兵败洛阳地虚中盲 - 张海商败第五季第三节 决战目标，避虚击实虚中实 - 晋国兵赢虞与虢实中虚 - 沙市日化活力28第三章 求实法：战术目标，务实避虚第一节 当前任务，明确具体目标乱 - 伊军兵败左勾拳任务明 - 屈臣商赢零售业第二节 尔后任务，责任明晰目标虚 - 秦军兵败太行山目标清 - 奔驰商赢中国区第三节 后续任务，利于发展利发展 - 吴国柏举赢楚军图长远 - 雷达商赢中国人启示：虚图长远，实谋今生方针篇

权衡利弊，趋利避害第四章 生存法：弱势之旅，生存第一第一节 军事家的战场生存艺术李自成的战略生存艺术李自成的战场生存法则丘吉尔的战役生存艺术英军敦刻尔克大溃退张献忠的战术生存艺术张献忠以诈降图再起第二节 企业家的市场生存之道艾柯卡的战略生存之法艾柯卡的内部整顿战艾斯戴尔战役生存之法可口可乐的生存之道吴蕴初的战术生存之法天厨味素的生存之战第五章 进取法：中势之旅，积极进取第一节 军事家的战场进取艺术希特勒的战略进取艺术慕尼黑阴谋背后的阴谋 - (1934 - 1938) 平八郎的战役进取艺术不宣而战的日本联合舰队 - (1905年5月15日) 晋刘裕的战术进取艺术东晋北伐南燕之战 - (410年) 第二节 企业家的市场进取之道卡尔文的战略进取之道摩托罗拉的振兴之战 - (1999 - 2000) 赫穆特的战役进取之道宝马美国汽车市场之战 - (20世纪90年代初) 金太郎的战术进取之道机械与石英之战 - (20世纪80年代初) 第六章 发展法：强势之旅，有序发展第一节 军事家的战场发展艺术梅厄的战略发展艺术以色列赎罪日战争 - (1973年10月6日) 施琅的战役发展艺术清朝统一台湾之战 - 康熙二年(1663年) 十月徐禧的战术发展之术徐禧兵败永乐城 - (1082年) 第二节 企业家的市场发展之道贺利得的战略发展之道杜邦发展之道 - (20世纪90年代) 吴庆生的战役发展之道长城公司内部整顿战 - (1999 - 2004) 张皓的战术发展之道纽菜芙的规范化发展 - (20世纪90年代初) 启示：生存第一，发展第二手段篇 沉着应变，慎用兵第七章 集中法：强势对敌，集中用兵第一节 军事家的力量集中艺术武元甲的战略集中艺术莫边府大捷 - (1954年1月底至5月1日) 拿破仑的战役集中艺术奥斯特里茨会战 - (1805年12月2日) 陈玉成的战术集中艺术陈玉成三河歼敌军 - 咸丰六年(1856年) 十一月三日至十八日第二节 企业家的力量集中之道康纳威的战略集中之法分散力量的凯玛特 - (20世纪90年代初至2002年) 吴海军的战役集中之法电脑价格大战 - (2002年) 庄启传的战术集中之法化工市场广告大战 - (1999 - 2000) 第八章 节约法：均势应敌，节约用兵第一节 军事家的力量节约艺术霞飞的战略节约之本凡尔登大会战 - (1916年2月) 韦孝宽的战役节约艺术齐周玉壁之战 - (546年) 赵充国的战术节约艺术第二节 企业家的力量节约之道罗伯特的战略节约之法无节制的企业收购战 - (20世纪90年代) 盖茨的战役节约之法微软借钱苹果求自保 - (1997年8月6日) 黄光裕的战术节约之法家电市场资源保障战 - (2001 - 2004) 第九章 规避法：弱势抗敌，力避用兵第一节 军事家的力量规避艺术库图佐夫的战略规避艺术法俄博洛季诺会战 - (1812年6月24日至1813年1月3日) 崔乾佑的战役规避艺术崔乾佑潼关设伏败哥舒 - 天宝十五年(756年) 六月菲利普斯失策的战术规避之术Z舰队覆灭太平洋 - (1941年12月8日至10日) 第二节 企业家的力量规避之道贝休恩的战略规避之法戈登另辟蹊径大打顾客服务战 - (20世纪90年代) 布吉克的战役规避之法琐碎的零售战争 - (1986 - 1990) 倪润峰的战术规避艺术长虹的顾客服务战 - (2003年) 启示：集中为胜，规避求存结论篇 运筹帷幄，决胜千里一、目标法：战略+战役+战术1、确定战略目标时的务虚法2、确定战役目标时的虚实法3、确定战术目标时的务实法二、方针法：进攻+防御+机动1、处于弱势时企业的生存法2、处于中势时企业的进取法3、处于强势时企业的发展法三、手段法：人力+财力+物力1、企业强势对敌时的集中法2、企业均势力敌时的节约法3、企业弱势抗敌时的规避法后记参考文献

<<市场谋略战>>

章节摘录

大凡出色的领袖人物，都是在战略上有着某种相通性的人物，他们或者擅长于在混乱的时局中找到事物发展的规律，或者能够对大势做出合理的分析及预测。

《隆中对》是后汉末年著名的战略对策，诸葛亮以敏锐的战略洞察力大气磅礴地将天下大势做出了细致的分析与预测。

战略目标的虚图与实谋在诸葛亮的《隆中对》中都非常完美地体现出来，成为后汉年间最为精辟的形势分析及预测。

300多年后隋文帝统一全国，但这个短命的王朝仅仅存在了27年就匆匆谢幕了，接替它的，是更为强大的李唐王朝。

而在李唐王朝的建立史上，一个关键性的人物和一条关键性的策略起到了非常重要的作用 - 这就是李世民不顾河东轻取关由。

（兵战背景）617年，隋大业十三年六月，太原留守、河东慰抚大使、唐国公李渊经过激烈的思想斗争之后，终于在其次子李世民和太原县令刘文静的劝说下，起兵造反，加入到隋末农民起义的行列中。李渊起兵之后，迅速攻占河西郡，随后于大业十三年七月，率三万人马向长安进发，希图“控制畿辅、号令天下”。

长安，即隋王朝的都城，无论其政治意义还是军事意义都是隋末农民起义军必须首先夺取的首要目标。

无论是李密夺洛口仓并进而兵逼洛阳、薛举起兵金城威加秦川、还是窦建德横扫河北联王世充以图潼关，其一个核心目的，都是为了夺取长安。

但是，由于他们都有其内部所无法解决的问题，而使得李唐政权率先实现了这一目标。

（决策经过）义宁元年（617年）六月至十一月，李唐与杨隋之间的关中之战。

李世民作为唐王朝的建立者之一，第一个注意到了长安的重要性，因此，在关中之战的初期，他向李渊提出：“今天下英雄并起，各地战乱不息。

而惟其号令不一，盖因不得其政也。

何谓其政，关中长安者也！

”李世民的设想是，关中地区历来是连接东西的重要地区，秦川流经关中地区，使关中地区的土地非常肥沃，历来是隋朝的重要产粮区；关中受到战争的破坏较少，相对于中原地区，尚属于较富裕地区；由于背面要对抗强大的突厥。

关中地区的人民普遍强悍勇武，足可建立一支相当强大的武装力量。

而最重要的一点，由于杨广行幸江都，被江淮义军和荆楚义军困在江都无法北返，长安作为隋朝的都城，一旦陷落则势必动摇隋朝的根基，从而在精神上瓦解黄河以北的隋朝旧将遗臣，谁占领长安，谁就可能成为新的领袖。

在这种想法的支持下，李世民力劝其父，尽快进逼关中地区，控制长安，静以待天时，一旦天下有变，则趁势出潼关以控河洛、据关中，从而遥控天下权柄，出西蜀以取荆襄，越函谷以制汉上，则天下定矣。

随后，李世民与李建成在霍邑击败隋朝虎牙郎将宋老生和骁卫大将军屈突通所指挥的隋军，宋老生被当场斩杀，屈突通退保河东坚城。

而此时，已急速扩张至十几万人的唐军已大兵猬集，却被小小河东一城所牵制，难有寸进。

当此情况下，谋士裴寂向李渊建议，唐军所到之处，战必攻坚，方能显现唐军的坚决与勇毅，河东必须被攻克；而李世民则认为，屈突通是隋军内以防守见长的将领，强攻之下，不要说能否攻克，即便占领河东城，也必然损兵折将，造成不必要的伤亡。

而避开坚城，迂回其后。

屈突通兵力不足，必然不敢追击，届时，唐军主力直击长安，不予长安守军以坚固城防、等待援军的时机，必可一鼓作气攻下长安。

李世民为驳斥裴寂的战必攻城的论调，慨然言：“孙子云兵贵神速。

我军积小胜而为大胜，民心所向，应一鼓作气，避开河东坚城，直取长安。

<<市场谋略战>>

若犹豫不决，势成尾大不掉，恐夜长梦多。

一旦军心离散。

坐失良机。

悔之晚矣！

如我西进长安，屈突通兵疲士低，必不敢追击。

而长安守军眼见我军直取长安，军心必乱，其城刻日即下。

关中群豪目下决心难下，如我等坐失此大好良机，关中各部必然舍我而去；如我们直取长安，则可以长安为基地，不断袭取关中地区，届时关中群豪亦必定望风而归。

屈突通死保孤城，不会出军追击，已成必然。

”接着，李世民又分析唐军与隋军的优劣，以坚定李渊的信心，他说：“屈突通善守而不精于攻，他目下保有河东已属艰难，焉能有余力追击我军。

河东之地留少量兵力牵制，我主力应迅速西进。

不予长安守军以加固城防的时间。

况长安究为关中名城，守军又多为隋之禁军。

主力留于河东，则西进之军必少，恐难收成效。

”李渊在李世民的劝说下，加上李建成从旁鼓励。

终于决定留下少数兵力牵制河东守军，而以主力直击长安，迅速夺取这座隋朝的西京。

随后，李渊命李建成与司马刘文静率数万兵马屯守潼关，监视河东方向，以避免屈突通及隋东方部队的侧后偷袭；另以李世民率一部分主力经略渭北，以收民心。

果不其然，李渊挥师西进之后，隋朝廷文武官员大惊失色，郡县官吏和豪强贵族纷纷归附其下。

屈突通得知李渊率军西进之后，迅速领兵数万驰援长安，但是在途中遭到刘文静伏击。

长安的最后一线希望也失去了。

十一月，李世民经略渭北兵至20余万，遂会同李渊同时进攻长安。

李渊适时发出通令，与民约法十二章，废除隋朝一切苛禁，得到民众响应。

结果，由于长安守军士气瓦解，李渊大军稍一进攻，长安即被攻陷。

后记

在本丛书的构思和创作过程中，参考了许多中外专家和学者的著作和观点（见本丛书的参考书目），吸取了他们许多有益的思想，笔者在此也向他们表示衷心的感谢！

在本丛书的策划、成书、审校和出版过程中，赵涛博士（策划）及华牧文化公司、高子雄助理（案例）、李志刚助理（图例）和电子工业出版社的领导和编辑们（审校、出版）都给予了大力的支持和帮助，笔者在此一并表示衷心的感谢！

本丛书中所选用的战例和商例，主要来自于互联网，笔者在此也向各网站的案例汇集者们表示衷心的感谢！

由于各网站的案例转帖较多，对原案例的真实汇集者均难以考证和正确确认，如有著作权和授权问题，敬请各位与笔者联系。

虽然笔者研究“战争与和平”问题的时间远长于在企业实习和工作的经历。

但学术水平有限，书中错误之处在所难免。

笔者希望能够将几十年的所学、所思、所感和所为，通过这套丛书献给广大企业家们，并敬请读者批评指正。

俗话说，饮水思源！

在此谨以此书献给生我养我的父亲、母亲，献给始终支持、关心和帮助我的岳父、岳母，献给我的夫人雷继红女士、儿子和弟妹们，献给所有关心、爱护和帮助过我的亲人、师长、战友、同学和朋友们！

<<市场谋略战>>

编辑推荐

《市场谋略战:商战纵横的9项法则》是市场战争学的市场谋略战战法应用部分。它以“运筹帷幄，决胜千里”为主题，通过战场谋略对抗战例与市场谋略对抗商例的比较研究的方法，对市场战争决策阶段的市场谋略战活动的理论、原则和方法进行了分析和研究；重点论述了市场战争目标、市场战争方针和市场战争手段识别、选择、确定的内容、原则和方法。

《市场谋略战:商战纵横的9项法则》对于企业家在市场战争中提高决策能力和指导企业打赢市场谋略战，具有一定的参考价值和指导意义。

<<市场谋略战>>

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>