

现代营销

杂志征稿

主管单位：吉林省新闻出版局

ISSN: 1009-2994
CN: 22-1256/F[杂志首页](#)[杂志介绍](#)[主办单位](#)[在线投稿](#)[学术论文](#)[往期回顾](#)[问题咨询](#)[联系我们](#)您现在的位置：[首页](#) > [合作杂志](#) > [《现代营销》杂志](#) > [优秀论文](#) > [浅谈《孙子兵法》中的营销智慧](#)

相关信息：

《现代营销》杂志优秀论文

刊名：现代营销(学苑版)

Marketing Management Garden

主办：吉林省新闻出版局

周期：月刊

出版地：吉林省长春市

语种：中文；

开本：大16开

ISSN：1009-2994

CN：22-1256/F

邮发代号：12-142

历史沿革：

现用刊名：现代营销(学苑版)

创刊时间：2005

浅谈《孙子兵法》中的营销智慧

作者：张莹 | 《现代营销》优秀论文 | 浏览171次 | 2012-04-18 15:41:09

浅谈《孙子兵法》中的营销智慧

摘要：文章从五个方面分析了《孙子兵法》中的营销智慧，即，营销需借势；知己知彼，百战不殆；不战而屈人之兵；奇正相生；避实而击虚。

关键词：孙子兵法 营销 智慧

《孙子兵法》是我国最古老也是最重要的一部兵法经典，其对于军事的指导意义已不言而喻。实际上《孙子兵法》中蕴含的丰富的营销智慧，更值得当今所有企业经理人和营销人员反复品味和揣摩。

一、借势

《孙子兵法》认为“善战者，求之于势，不责于人”，即战争的胜负是由双方对“势”的把握和运用所决定的。《孙子兵法》认为，势“如转圜石于千仞之山者”，势是政治、经济、外交、天时、地理等诸因素。因此，“势者，因利而制权也。”军事活动的本质是一个“知势”、“造势”、“任势”的过程，既要不断地“以利取势”，又要不断的“以权谋势”。

势，在市场营销中，体现为市场发展趋势和商机。这种“势”依旧是政治、经济、公关、天时、地理等诸多因素相互作用的结果。企业要想在市场上取得竞争的胜利，关键是要顺应市场的发展形势，权宜应变。

如何把握势？通过对“五事”即“道、天、地、将、法”的分析，即可通晓市场之势。具体说来，即“道”——政治法律环境；天——社会经济环境；地——地理自然环境；将——经营管理体系；法——规章制度与文化建设。

二、知己知彼，百战不殆

《孙子兵法》认为：“知己知彼，百战不殆；不知彼而知己，一胜一负；不知彼不知己，每战必殆。”而关于知己知彼的方法，《孙子兵法》认为有“相敌”、“动敌”、“用间”这三种。

显然，在这一思想中，《孙子兵法》将其注意力由外部的“势”转移到内部，试图通过增进对对方的了解来认识自身的优势与不足，从而扬长避短。

如何做到知己知彼？《孙子兵法》为我们提供了全面的分析方法：即“较之以七计”：主孰有道，将孰有能，天地孰得，法令孰行，兵众孰强，士卒孰练，赏罚孰明。对于营销人员来说，“七计”意味着比较和判断：企业高层决策者的战略素养与人格魅力，企业中层管理者的能力与素养，企业的物化资源，企业的文化与规章制度，企业的研发、制造、营销等经营因素，企业的人力资源状况，以及企业激励约束机制。通过此七计，经营者便可对自身与竞争对手的实力做出明确判断，从而做出正确的市场决策。

三、不战而屈人之兵

《孙子兵法》认为，无论是战争还是企业竞争，竞争双方都必须充分利用既有条件，最大化投入产出比。每战必胜，每攻必克，并不是最好的战略，即“百战百胜，非善之善者也。”相反，《孙子兵法》主张“上兵伐谋，其次伐交，其次伐兵，下政攻城。”也就是说，无论是战略决策还是战术决断，都要首先运用谋略，通过谋略取胜方为上之上策。

这一点对于企业的生产经营的重要性也是不言自明的。事实上，对于一个在竞争激烈的市场环境中从事生产经营的现代企业来说，战略对于企业的发展是至关重要的。战略所体现出来的洞察力、预见能力以及对于风险的事先防范能力，是无论在战争还是企业的市场竞争中都必需的。

四、奇正相生

在战略的执行上，《孙子兵法》主张奇正相结合的全局指导原则。“凡战者，以正合，以奇胜”。“三军之众，可使必受敌而无败者，奇正是也”。“战势不过奇正，奇正之变，不可胜穷也。奇正相生，如循环之无端，孰能穷之？”在既

有军事实力的基础上，只有充分发挥将帅的指挥才能，利用既有优势、出奇制胜，才能立于不败之地。也就是说，奇兵和正兵是辩证统一的，只有方法出奇、变化多端，才能使对方捉摸不透，方能取胜。

在当今的买方市场环境之中，竞争一方要立足和生存，就必须在竞争方式与方法的运用上不断创新。因为只有这样，才能把自己和竞争对手区别开来，并最终赢得消费者的认可。在一定意义上说，现在的市场也已经越来越不能接受平庸的竞争者了，越来越挑剔的消费者更愿意企业给他们带来更多的惊喜。

五、避实而击虚

避实而击虚战术从一定意义上说，是对奇正思想的具体运用，是一种具有代表性的战术。《孙子兵法》认为：“兵之形，避实而击虚。”在孙子看来，对敌施行攻击，应先避开敌方强点，攻其弱点。这样既可以保存自己的实力，又可以利用对方的不利方面，达到自己的既定目标。

对于任何企业来说，其资源都是有限的，因此，如何有效率地利用企业的稀缺资源就显得相当重要。在这一点上，企业完全可以吸收这一战术的基本思想，扬长避短，避实击虚。在不断消耗对方资源的同时，同时保存自己的实力，并使自己在最终的竞争中克服资源不足的劣势，赢得主动。特别是当竞争对手处于优势，自己处劣势时，更应该避实而击虚，由不被动变主动。

西方军事家克劳塞维茨曾有这样的名言：“政治是不流血的战争”。显然，将这一名言应用市场竞争也是合理的，因为商场如战场。《孙子兵法》已经清楚地告诉了企业经营者如何用不流血的方法来赢得市场战争的胜利。关键在于经营者如何去领会、如何去把握以及如何根据具体的不同的现实情况进行灵活的运用。

参考文献：

- [1] 《孙子兵法》新注[M]. 中华书局，2005年1月第2版
- [2] 赵向明. 孙子的谋势制胜论及其在营销战略中的运用[J]. 商业研究，2001，（2）
- [3] 曾献存. 《孙子兵法》在市场营销中的应用[J]. 河南商业高等专科学校学报，第17卷第6期
- [4] 李泽民. 《孙子兵法》与企业攻防谋略[J]. 中国教育研究与创新杂志，2006年7月第3卷第7期
- [5] 蒋才良. 中国古代兵法在市场营销教学中的应用[J]. 科技园地，2007年4期

作者简介：

张莹（1987- ），女，汉族，山东省济宁人，学位：硕士研究生，研究方向：国际营销管理。

相关论文：

浅谈电力市场营销问题及对策 作者：杨艳艳

本文是《现代营销》杂志上刊发的优秀论文，论文作者：张莹，请勿他用！

上一篇：[浅谈战略预算管理 \[优秀论文\]](#)

下一篇：[浅谈IT行业与客户沟通的技巧 \[优秀论文\]](#)

相关杂志：《经营管理者》·《管理观察》·《企业研究》·《现代企业文化》·《企业技术开发》·《管理学家》·《中小企业管理与科技》·《东方企业文化》·《廉政瞭望》·《资治文摘》·更多杂志

杂志分类：[经济类杂志](#) | [建筑类杂志](#) | [教育类杂志](#) | [医学类杂志](#) | [综合类杂志](#) | [科技类杂志](#) | [文学类杂志](#) |

[杂志介绍](#) | [主办单位](#) | [在线投稿](#) | [学术论文](#) | [往期回顾](#) | [问题咨询](#) | [联系我们](#)

智论论文发表网_济南金言信息咨询有限公司 Copyright ©

鲁ICP备10024024号