

<<市场攻防战>>

图书基本信息

书名：<<市场攻防战>>

13位ISBN编号：9787121069710

10位ISBN编号：7121069717

出版时间：2008-7

出版时间：电子工业出版社

作者：张天平

页数：287

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>

## &lt;&lt;市场攻防战&gt;&gt;

## 前言

如果你是一位想成为企业家的商人。

那么这就是写给你读的商业书；如果你是一位想成为军事家的军人，那么这也是写给你读的军事书；而如果你既不想成为商人，也不想成为军人，那么你最好把此书当做成就你未来的事业书。

——张天平 古今中外，几千年来的战场战争历史和几百年来的市场竞争历史表明，世界上没有常胜的军队，也不可能有什么基业常青的企业，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，防不胜防”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。

<<市场攻防战>>

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！

张天平 2008年4月28日 于北京西郊百旺山下无名居

## <<市场攻防战>>

### 内容概要

《市场攻防战：商战争夺的9种战法》以市场战争学中的攻防战原理和“行兵作战”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，研究和提出了如何打赢市场信息战的理论、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，对市场攻防战的概念、原理、指导原则给予概略的介绍；战机篇、攻防篇和破敌篇是全书的核心，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，分析和介绍了市场攻防战的三类九大战法；结论篇则对本书所提出的市场攻防战战法进行了总结归纳和概括。

总之市场攻防战是市场战争（商战）中企业家之间“执行力”的对抗和较量。

本书适合于商人、军人、广大军事和商业爱好者阅读、参考。

## &lt;&lt;市场攻防战&gt;&gt;

## 书籍目录

绪论篇 战无不胜，攻无不克一、源远流长的攻防思想二、形式多样的攻防活动三、斗智斗力的商战攻防战

战机篇 缜密谋划，捕创战机第一章 待机法：预先设防，待歼来敌第一节 军事家的战场待机艺术第二节 企业家的市场待机之道第二章 寻机法：敌动我动，寻歼动敌第一节 军事家的战场寻机艺术第二节 企业家的市场寻机之道第三章 进机法：主动出击，进歼守敌第一节 军事家的战场进机艺术第二节 企业家的市场进机之道启示：机不可失。

失不再来攻防篇 整体作战，重点攻防第四章 进攻法：全攻局防，以防助攻第一节 军事家的战场进攻艺术第二节 企业家的市场进攻之道第五章 防御法：全防局攻。

以攻固防第一节 军事家的战场防御艺术第二节 企业家的市场防御之道第六章 机动法：灵活机动，亦攻亦防第一节 军事家的战场机动艺术第二节 企业家的市场机动之道启示：主动灵活，速战速决破敌篇 集中力量，各个击破第七章 歼敌法：集中兵力，围歼弱敌第一节 军事家的战场歼敌艺术第二节 企业家的市场歼敌之道第八章 溃敌法：集中火力，压制强敌第一节 军事家的战场溃敌艺术第二节 企业家的市场溃敌之道第九章 耗敌法：兵火合一，力克顽敌第一节 军事家的战场耗敌艺术第二节 企业家的市场耗敌之道启示：宁断一指，避伤十指结论篇 兵贵神速，胜乃可全一、战机法：捕捉机+创设机+捕创机二、攻防法：阵地战+运动战+游击战三、破敌法：歼灭战+击溃战+消耗战后记参考文献

## &lt;&lt;市场攻防战&gt;&gt;

## 章节摘录

自攻防的概念出现于世以来，就被广泛运用于自古至今的历次战争之中，并在人类的思想中打下了深深的烙印。

但人们对攻与防的看法却并不一致。

至今，人们对攻防行为的认识仍存在着一定的分歧。

在对抗中，“攻”与“防”孰“重”孰“轻”的问题，一直是军事家们几千年来（特别是西方那些所谓的军事家）争论不休的问题。

攻防思想之起源。

攻防的概念虽然出现的非常久远，但对攻防行为及概念形成理性系统的认识，在人类社会也可能只有几千年的历史。

人类目前所能了解到的最早出现的战争也只有七千多年的历史。

因此，对攻防这种对抗性行为的理性认识，即人类产生系统的攻防思想的时间应该在5000多年前。

据英国伦敦泰晤士图书公司1958年出版的《世界历史地图集》记载，世界上第一个有城墙的城市--耶利哥城，建于七千三百五十年之前。

由于世界史学界普遍的共识是，当时的城市和城墙主要是用于防卫的。

城墙的出现，是城池筑城体系这种防御体系的开端和基础。

据此历史学家们推断，在七千三百五十年以前，进攻与防御就可能已经成为战争这种社会现象中的主要形式了。

由于在这方面，中外史学家均无法拿出有说服力的文字或其他有力证据，人们也只能从一些所谓的用现代考古技术认定的几千年的出土文物中的古兵器的功能，来猜测攻防思想的起源。

虽然人类在几千年前就已经发明了文字，但对攻防思想系统的论述却也不过距今三千年左右。

攻防思想之发展。

攻防思想虽然从七千多年前就已经出现，但却经历了一个漫长的发展过程，直至于公元前两千五百年左右才逐步发展成熟。

其发展成熟的标志是，人们能够在攻防理论思想的指导下进行大规模的攻防作战，即用于大规模进攻的力量，如攻城器具、战略战术，具有强大防御功能的城市、防御兵器和防御战略与战术等的出现，都表明攻防思想已经发展成熟。

在春秋战国时期，当时军队进行战争主要使用的武器是铜制的冷兵器，主要功能的作战形式是车战，其特点是摆兵布阵，进攻以破阵来实现，防御靠守阵来完成（包括城池）。

为了进攻不仅出现了防御性兵器，而且筑城技术也比较发达。

例如，至今仍为世人称为世界第八大奇迹的中国万里长城，在当时就是作为一项战略性的防御工程而修建的。

这一时期，中国古代的军事家较之西方军事家，对攻防概念具有更为深刻的理解和认识，并形成了一整套完整的思想理论和方法体系。

出现了一大批论及攻防的理论著作和攻防专家。

最有代表性的攻防理论著作有《孙子兵法》、《吴子》、《司马法》等；著名攻防专家有孙子、尉缭子等。

特别是，在这一时期中国人就已经对攻防相互之间的辩证关系有了深刻的认识。

如孙子在孙子兵法中就明确说明了进攻与防御之间的辩证关系，并指出了攻防取胜之道。

他说：“不可胜者，守也；可胜者，攻也。

守则不足，攻则有余。

善守者，藏于九地之下，善攻者，动于九天之上，故能自保而全胜也。

”（《孙子兵法》）其意思是：当不能战胜敌人时，应进行防守；可能战胜敌人时，应采取进攻。

防守是由于取胜的条件不足，进攻是因为取胜的条件有余。

善于防守的人像藏于深不可知的地下一样，使敌人无形可窥；善于进攻的人，像动作于高不可测的天

## &lt;&lt;市场攻防战&gt;&gt;

上一样，使敌人无从防备。

因此能够既保全自己，而又取得完全的胜利。

他的这一思想，一语道破天机，与我们上述的攻防原理也完全吻合，至今仍然对于现代战争中的攻防作战具有重要的指导意义，并为世界各国的军事家所称道。

攻防思想之现状。

应该说进攻与防御的关系。

这一两千多年前中国古人就已经解决了的理论问题，在现代并不应该再出现争议。

但是自一百多年前，普鲁士军事理论家克劳塞维茨写出了一部《战争论》之后，攻与防之间的关系问题，又成为了人们争论的焦点。

并且对攻防思想在现代的发展产生了重要的影响。

克氏认为，防御是引发战争的原因。

他认为，从哲学上来研究战争的发生，我们可知，战争的概念不是随着进攻而是随着防御一起出现的。

战争与其说是随征服者一起出现，不如说是随防御者一起出现的，因为入侵引起了防御，而有了防御才引起战争。

如果征服者的入侵（进攻）是暴力性质的，则表明征服者以被征服者可能的暴力反抗（防御）为前提：如果被征服者绝对地忍受，没有进行任何意义上的暴力防御，则说明战争未曾发生（和平占领）。

显然，他的这一观点是不能为人们所认同的。

虽然，他在书中第一次公开阐明了防御的重要作用，但对战争的产生的理解是错误的。

这表明其对攻防这两种互为依存互为对立面的对抗行为，及其与战争的关系还缺乏深入的认识和了解。

也许这与他所生长的环境有关。

由于几乎整个欧洲的军事家，自亚历山大大帝东征的那一天起，都一直认为进攻是最主要的战争形式，防御是不足取的，这种思想持续了近两千年，直到拿破仑在欧洲进攻的思想在俄罗斯军队成功的防御面前彻底失败，才使防御在战争中的地位和作用被克氏所发现。

目前在西方，仍有许多军事家死抱着他的这一思想不放，结果导致世界依然不太安全。

但在现代中国，他的这一思想不仅没有存在的市场，而且攻防思想却得到了极大的发展。

战争艺术大师毛泽东为此作出了重要的贡献。

&hellip;&hellip;

## <<市场攻防战>>

### 编辑推荐

如果你是一位想成为企业家的商人。  
那么这就是写给你读的商业书；如果你是一位想成为军事家的军人，那么这也是写给你读的军事书；  
而如果你既不想成为商人，也不想成为军人，那么你最好把此书当做成就你未来的事业书。  
本书是市场战争学的市场攻防战战法应用部分。  
它以“攻无不克，&lsquo;防&rsquo;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。



<<市场攻防战>>

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>