

# 《下套儿》

## 图书基本信息

书名：《下套儿》

13位ISBN编号：9787802207103

10位ISBN编号：780220710X

出版时间：2010-5

出版社：中国画报出版社

作者：刘林

页数：284

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《下套儿》

## 内容概要

《下套儿》是一本以现实场景和真实案例为蓝本、以作者亲历为基点的小说，把商战中的战略、营销、策划、公关等各个环节的针锋相对、生死博弈描写得淋漓尽致——北京佳佳能公司老板胡大壮从外企挖来营销高手宿岱岩，并将其派驻至太阳能热水器必争之地，以期打开市场。宿岱岩精心策划，屡出奇招，硬是在早已饱和的市场中，撕开了一道口子。而原本在此地三足鼎立的同行巨头，面对佳佳能这条半路“鲶鱼”的咄咄逼人，只能各显神通，使出浑身解数——

谋略战，技术战、价格战、人脉战、战战不停！  
谣言门、间谍门、质量门、生死门、门门杀机！  
卧榻之侧，岂容他人鼾睡，一场捍卫荣誉与利益的商业大战随即爆发……

# 《下套儿》

## 作者简介

刘林，笔名焚书煮月，男，山东济南市人。1997年毕业于经济贸易管理专业。曾先后供职于国企、外企、大型民营集团担任高管，擅长连锁企业的战略企划以及资本运作，有多个行业的成功案例，现为美国格里集团专家顾问团成员，同时兼任十余家大型企业的战略顾问。作者出版的小说《职场风雨飘》被誉为职场入门指南，《绝对角力》、《藏药战争》被称为行业营销策划宝典。作者也被冠以“商场职场双料精英”、“实战专家”。

## 书籍目录

第1部分下套儿（一）贝斯公司是北京一家大规模的化妆品公司，有自己的研发生产部门，旗下的产品主要是“贝斯”系列和“贝雅”系列，贝斯系列是专门针对美容院的产品，贝雅系列是针对家庭日用的产品。经过发展，贝斯公司已经跻身于京城化妆品行业中的佼佼者行列了，而正当老板樊亦真准备更上一层楼的时候，金融危机的到来，使得公司销量下滑严重，公司里人心惶惶。

第2部分下套儿（二）胡大壮这个人脑子很灵活，他的发家史简直有如神助：他是依靠组装电脑起家的，在十几年前，组装电脑的利润每台可达到上千块的时候，胡大壮已经在中关村拥有了五家大的店面，而当电脑利润逐渐降低，从事IT行业的人越来越多时，胡大壮却又成功抽身，把自己的店面租了出去，成了甩手掌柜，这个举动在地产泡沫飞速膨胀的时代，让他的财富几何式地增长了N倍。

第3部分下套儿（三）如果说艺诺太阳能主打的是合资企业这张牌，那么王铭主打的就是技术这张牌了。众所周知，在冬季，北方人洗澡的频率会降低，这跟温度有很大的关系，而王铭却把冬季热水变为了营销卖点，这无形当中等于告诉消费者，我们有着尖端的技术。

第4部分下套儿（四）见到地雷的时候，宿岱言还是小小地吃了一惊。一辆黑色的雅阁车缓缓停在宿岱言面前，地雷从车里走了出来。宿岱言发现地雷的穿着打扮与读MBA时大不相同了，以前他喜欢随意地穿件夹克、牛仔裤，但现在的地雷，武装的却是一身意大利牌子的西装。

第5部分下套儿（五）“精致生活，当然选京至，佳佳能。”宿岱言念叨着，随后点头说，“看似不错，不过这个选字不霸气，不如改成用。”

第6部分下套儿（六）这样的态度是比较便于合作的，宿岱言暂时忘记了商报那两个毛头小伙子带给自己的不快，当下把年龄最大的贾主任让到了主宾的位置，把晚报一位大姐让到了二宾的位置，其余人依次落座，大家侃侃而谈。

第7部分下套儿（七）“好个佳佳能，来了这一招，不给一点颜色，他们就不知道马王爷长几只眼！”郑九州缓缓地把手中的烟头放进烟缸，然后在里面倒水，那烟头一点点地被水浸透，开始还发出刺啦刺啦的抗议声，但是很快便悄无声息地一命呜呼了。

第8部分下套儿（八）胡大壮对宿岱言的表现表示满意，但是胡大壮未免有些贪心不足，在电话会议中强调让宿岱言在春节前再实施一些策略，争取节日期间提升一下销量。

第9部分下套儿（九）那小伙子全然没有觉察到两人的这番暗战，依然很专业地说道：“浴室里当然要铺防滑的瓷砖了，现在流行的是铺仿古砖，因为仿古砖的吸水率高，而且同时也兼顾了玻化砖高硬度的优点。除了浴室之外，仿古砖铺在客厅也非常美观大方。”

第10部分下套儿（十）于剑看出了于振阳的疑问，紧接着用了拉近双方距离的口吻说道：“于经理，其实这种事情在商场上很奇怪，往大处说，当年的华为副总裁李一男也曾自立门户成立了港湾公司；往小处说，那些街头的发廊，徒弟学了技术甩开师傅自己开店的也遍地有，市场是大家的，谁有本事谁赚钱，只要是不违背法律和道德，就行了，您说对吗？”

第11部分下套儿（十一）一得到佳佳能专卖店在建材城里开业的消息，郑九州直觉到威胁又来了，所以，郑九州抢先跑到了佳佳能的店里观察了一番，而之后他得出了与王铭的邵亚男同样的结论：要想遏制住对手，必须在建材城内进行一场阻击战。所以，郑九州也频繁奔波于各建材市场，找房子。

### 章节摘录

“喂，听说没有，好多公司都裁员了。” “唉，是啊，我看咱们公司也快了——你找好退路没有？” “没有啊！现在金融危机，工作更难找呢！” “希望上天保佑，让咱们公司能多撑几天。” “那你跟你老公勤那个点，争取怀孕不就有保障了？” “去你的，……不过这还真是办法。” 以上对话发生在贝斯公司的办公格子间里，对话的两个女生是营销部的专员周晓晓和策划部的文案张念琼。贝斯公司是北京一家大规模的化妆品公司，有自己的研发生产部门，旗下的产品主要是“贝斯”系列和“贝雅”系列，贝斯系列是专门针对美容院的产品，贝雅系列是针对家庭日用的产品。经过发展，贝斯公司已经跻身于京城化妆品行业中的佼佼者行列了，而正当老板樊亦真准备更上一层楼的时候，金融危机的到来，使得公司销量下滑严重，公司里人心惶惶。“小耿，开快点儿。”贝斯老板樊亦真坐在克莱斯勒的后座上催促着司机，她要去见高中同学聂然。今天的聂然已经成了一名策划高手。樊亦真是在参加一次企业家论坛时，与聂然久别重逢的，当活动主办方负责人向各位参会嘉宾进行答谢时，樊亦真惊喜得差点叫起来：台上那个彬彬有礼、身材魁梧的家伙，不正是上高中时坐在身后经常拉扯自己头发的那个聂然吗？！自从高中毕业分别后，到现在有将近十年的时间，樊亦真跟所有同学断绝了联系，她因为家庭困难，无法支付学费，放弃了一所国家重点大学，或多或少的自卑感，让她的心灵穿了一层铠甲。聂然在论坛上表现活跃而且忙碌，当樊亦真向他挑明自己的身份之后，聂然先是细细打量了樊亦真一番，接着激动地给樊亦真来了一个“熊抱”，弄了樊亦真一个大红脸。聂然嘴里连声说：“你变化太大了，我都不敢相信你就是坐在我前面的那个鸭蛋女皇了！” “鸭蛋女皇？”樊亦真更不好意思了，想起高中时这个外号还是聂然给自己取的。上世纪90年代的高中正是流行自习课看武侠小说的时候，对于美丽的女主角，书中往往会描写为：鹅蛋脸，面若桃花。聂然自习课上看小说看得上瘾，有时会大声地念些诸如“气运丹田于一小周天，打通任督二脉”之类的句子，手里还习惯性地比画，坐在他前排的樊亦真经常受到骚扰，终于有一天，在聂然一句“亢龙有悔”刚刚出口的时候，樊亦真转身往聂然嘴里塞了一只带壳的咸鸭蛋。“人家美女都是鹅蛋脸，你板起脸来脸形像鸭蛋，还喜欢往人嘴里塞鸭蛋，干脆叫你鸭蛋女皇吧。”聂然高声叫喊的这句玩笑，从此让“鸭蛋女皇”这个称号陪伴着樊亦真度过了三年时光。在这三年里，她和聂然在同学们的拉郎配中，享受着一种朦胧、暧昧的感觉，然而高考的来临，却让这种美好的感觉化作云烟。三天的论坛，樊亦真跟聂然逐渐找回了熟识的亲密。同学关系是一种很奇怪的关系，那时候，大家都没有走向社会，分外单纯，而同学之间，留给对方的那份亲密却是任何走向社会之后所结交的朋友所不能给予的。通过接触，樊亦真了解到聂然的发展史颇为另类：他考入了北京数一数二的名牌大学，毕业时却出人意料地拒绝了家人托关系给他安排的国有企业会计的岗位，进了一家外企软件公司做了四年销售，当公司提升他做了销售经理之后他却又放弃了优越的条件，跑到一家快速消费品企业做了策划经理，当这家企业的老板下决心把副总的位子留给他时，他又跑到了医药行业，把一个小民营医药公司的销售额提升了近三倍，就在所有人认为他会接受老板给予的股份，安心待在这里享福的时候，他再次炒了老板，自己成立了咨询管理策划公司，并且给自己的公司起了个很有气势的名字——磅礴管理咨询有限公司。短短一年时间，靠着各行业积累起来的人脉，聂然把公司做成了业内一流的公司，除了成为了几家大型企业固定的“企划外脑”之外，聂然经常以组织策划论坛的形式，把各行业的顶尖人物聚拢在一起，一是相互促进学习，一是为自己积累更多人脉，另外就是获得可观的利润了。“老同学，约个时间，我想单独请教请教。”在临分别的时候，樊亦真向聂然发出了邀请。聂然掏出手机，按了几下，随后脸上露出一个微笑，说道：“周三下午五点半之后，我都有时间，你要赏脸，咱们就在城东那家叫小城故事的餐馆见面。” “当然没问题。”樊亦真快地回答，接着学着聂然的样子，把这个约会记在了手机里。聂然坐在临窗的位置，这家餐馆的椅子是宽大的藤椅，把身子放低，可以很舒服地躺在椅子上。聂然向外面张望着，却不愿去看表，他知道，樊亦真是个守时的人。此时已是十月份，北京已经显出寒意。透过明亮的玻璃不时地可以看到有几片枯叶从树下飘落下来，徐徐吹过的秋风把叶子吹得时常打几个转。“这人有时候真像叶子，身不由己。”聂然从口袋里掏出烟，用鼻子闻闻烟丝的香味却又把烟放进了烟盒里，不知道为什么，忽然没有了抽烟的欲望。正在这时，樊亦真闪身走进来，聂然抬起了头。樊亦真今天的打扮跟参加论坛的时候很不一样，那几天她总是穿着职业装，而今天，她穿着黑色的外套和红黑格子的羊毛裙，脚上是一双金色的皮鞋，看上去优雅大方。“女大十八变啊。”聂然脑子里回忆起当年上学时，樊亦真总是穿一身蓝色的运动服，虽然干净，但到了后来洗得都

## 《下套儿》

有些发白了。“聂然，等很久了？”樊亦真坐在聂然的对面，脱掉外套。“没有，刚刚到。”聂然直起身子，顺手把菜单递过去。樊亦真没有推让，招手喊来服务生，点了几个精品小菜，在服务生转身即将离开的时候，聂然说：“来瓶红酒。”酒和菜很快就摆满了桌子，在咽下一口红酒之后，聂然问道：“老同学，你找我是为了你们公司的事情吧。”“嗯，今年生意不算很好，天上掉下个聂哥哥，想让你这高手帮我出出主意。”樊亦真轻轻抿了一口酒，看着聂然。“你结婚了吗？”聂然忽然问道。樊亦真的脸红了，感觉火辣辣的。“这个跟做企业有关系吗？”她反问道。“当然有。企业的兴衰多半取决于带头人。”聂然答得很合时宜。“看来你是想让我给你讲讲我的发家史喽？”樊亦真说完，顺手往聂然的茶杯里添了些水，轻叹一口气，说道：“也好，很长时间没有合适的对象听我这怨妇诉苦了。”聂然眼睛一眨不眨地盯着樊亦真，等着她说下去。

## 《下套儿》

### 媒体关注与评论

这部作品突破了传统的单一行业商战小说的模式，实现了一种题材的创新。同时，也是职场和商战博弈的深度呈现。书中描述的从一个行业跳转到另一个行业，并都取得不菲战果的现象，正是精英文化的体现。——著名培训专家、《输赢》作者 付遥 商场精英的真实生活，战略、战术、销售、策划、公关、管理技巧等淋漓尽致的体现，彰显出商场的硝烟魅力，也彰显出作者的阅历和水平。

——资本市场研究者、《我在职场二十年》作者 雾满拦江 天行健，君子当自强不息，人生坎坎坷坷，唯奋力前行且永不言败；职场路，风雨飘摇难预料，恰似蛟龙入海，闪转腾挪，尽显英雄本色。作品传递出一种发人深省的震撼——永不低头。——资深人力资源高管、《猎头局中局》作者 萧东楼 能够把行业经验剖析得如此到位，看得出作者内功修为极其深厚。对身在商界、职场的白领们来说，本书无疑是一部宝典、教科书！——著名策划机构总经理、《渠道无间》作者 师晓东 商战之法，营销为王；谋略之功，不可轻视！——品牌战略专家 李光斗 拒绝平庸，拒绝驯化，我们渴望成为英雄！——营销策划专家 叶茂中



# 《下套儿》

## 精彩短评

- 1、一本有关营销方面的书籍，书中描写并没有像书名给人的第一感觉，主要是电器行业的创意营销方面的故意。
- 2、感觉像在看谍战
- 3、很好 很强大
- 4、不错的商场生活
- 5、面向终端客户营销、策划的一本好书，利用上周出差期间，断断续续用了一周的时间读完全书。

个人观点认为：对于初入门不久的营销人或面向终端客户消费品行业的职业经理人，有较多可借鉴之处。

书中通过故事情节的发展，很自然的溶入了企业管理、公关危机处理、营销策划、领导力等诸多方面。

下面对以上书中突出几个重点方面谈谈自己的看法：

- 1) 企业管理：通过故事情节的精彩过渡、引入一些枯燥乏味的有关管理分析工具与方法，如：SWOT分析、鱼骨图、九型人格等分析。寓教于乐中让读者颇有收获。
  - 2) 公关危机：提到在市场竞争中一些措手不及、而又不可避免的公关危机。前半段情节比较真实、精彩，后半段把与商战对手郑九州这个人物写的有点过于富有“江湖”意气了。也许商战中确有这样的人，但现实环境中，这样的人、事真是太难遇到了。因此，认为本故事情节中的后半段富理想化色彩更多一些，这段故事情节，也很容易看出作者是个很有营销策划经验的人，但在多年的市场竞争环境中，还保留着难得的品质。
  - 3) 营销策划思路：作者在实际生活中，应该是很敬业的，故事中的主人公在生活中无时无刻地提炼来自现实生活圈里的策划灵感。我也终于理解了一点，为什么周围搞策划的朋友为什么在谈话中都神精兮兮，动不动就冒出个灵感、发现个商机之类的。原来，真正的灵感、源于生活。
  - 4) 领导力：关于于主人公与boss胡之间的博弈，我初步规纳到领导力范畴里面了。关于这一点理解是与作者不同的，对于boss到后来逐步收权、使主人公变成名副其实的策划总监或者说分公司老总，这个结果，我觉得不仅是老板听信禅言，也与作者战的高度不够、领导力不足、不能充分理解老板的心思去执行管理有关。否则，这样一个得力助手，对于企业发展起到很好的推动作用，老板怎么会舍？！
- 6、老公很喜欢，真的很不错
  - 7、对我的工作很有启示
  - 8、现实场景和真实案例
  - 9、正版图书，喜欢，一直在看
  - 10、很不错
  - 11、想知道为什么购买吗
  - 12、下套儿感想
  - 13、将寻隙做了实例化的演绎
  - 14、比较有一线的实战性，身临其境。
  - 15、思路错乱，看不懂



# 《下套儿》

## 精彩书评

1、面向终端客户营销、策划的一本好书，利用上周出差期间，断断续续用了一周的时间读完全书。个人观点认为：对于初入门不久的营销人或面向终端客户消费品行业的职业经理人，有较多可借鉴之处。书中通过故事情节的发展，很自然的溶入了企业管理、公关危机处理、营销策划、领导力等诸多方面。下面对以上书中突出几个重点方面谈谈自己的看法：1) 企业管理：通过故事情节的精彩过渡、引入一些枯燥乏味的有关管理分析工具与方法，如：SWOT分析、鱼骨图、九型人格等分析。寓教于乐中让读者颇有收获。2) 公关危机：提到在市场竞争中一些措手不及、而又不可避免的公关危机。前半段情节比较真实、精彩，后半段把与商战对手郑九州这个人物写的有点过于富有“江湖”意气了。也许商战中确有这样的人，但现实环境中，这样的人、事真是太难遇到了。因此，认为本故事情节中的后半段富理想化色彩更多一些，这段故事情节，也很容易看出作者是个很有营销策划经验的人，但在多年的市场竞争环境中，还保留着难得的品质。3) 营销策划思路：作者在实际生活中，应该是很敬业的，故事中的主人公在生活中无时无刻地提炼来自现实生活圈里的策划灵感。我也终于理解了一点，为什么周围搞策划的朋友为什么在谈话中都神精兮兮，动不动就冒出个灵感、发现个商机之类的。原来，真正的灵感、源于生活。4) 领导力：关于主人公与boss胡之间的博弈，我初步规纳到领导力范畴里面了。关于这一点理解是与作者不同的，对于boss到后来逐步收权、使主人公变成名副其实的策划总监或者说分公司老总，这个结果，我觉得不仅是老板听信禅言，也与作者战的高度不够、领导力不足、不能充分理解老板的心思去执行管理有关。否则，这样一个得力助手，对于企业发展起到很好的推动作用，老板怎么会舍？！

# 《下套儿》

## 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：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)