

36計的 現代商業智慧

【上】

◎葉勁君 葉韋伶 編著



看懂局
藏住勢
借到力
破開困局

新文豐出版公司

36計的 現代商業智慧

【上】

◎ 葉勁君 葉韋伶 編著



新文豐出版公司

引言

古老智慧，現代競爭

在華人文明的智慧寶庫之中，《三十六計》是一部極其特殊的著作。它沒有像《孫子兵法》那樣系統性的軍事理論，也沒有像《易經》那樣宏大的宇宙哲學結構，但它卻以極為精煉的方式，揭示了人類競爭、策略與智慧的核心規律。三十六條計策，每一計只有短短幾個字。

然而，在這些簡短的語句之中，卻蘊含著數千年歷史中無數政治、軍事與社會博弈的智慧結晶。

如果說《孫子兵法》是一部戰略哲學，那麼《三十六計》則是一部人類競爭行為的心理學。它揭示的不是單純的戰術技巧，而是：人性如何運作，局勢如何變化，權力如何轉移，勝負如何決定。

在古代，《三十六計》主要被運用於軍事戰場與政治鬥爭。然而在現代社會，戰爭的形式已經發生改變。企業之間的競爭，品牌之間的爭奪，資本之間的博弈，市場之間的角逐，其本質上與古代戰場的競爭並沒有太大的不同。唯一改變的，只是戰場的形式。古代的戰場在城池與疆域，現代的戰場在市場與產業。古代的武器是刀劍與兵馬，現代的武器是資本、科技、品牌與資訊。然而競爭的本質始終沒有改

變：那就是 策略與智慧的較量。

在商業世界之中，真正決定勝負的，往往不是誰擁有最多資源，而是誰看得更遠，誰佈局更早，誰理解人性更深。有時候，一個策略，足以改變整個產業格局。歷史上有無數企業案例證明：成功的企業家，往往不是單純的經營者，而是高明的策略家。例如：蘋果如何重新定義手機產業，亞馬遜如何顛覆零售市場，特斯拉如何改變汽車產業，這些看似科技創新的背後，其實都蘊含著深刻的策略思維。換句話說，現代商業的競爭，本質上就是 策略戰。

而在所有策略智慧之中，《三十六計》所揭示的，正是一套高度濃縮的人類競爭法則。例如：瞞天過海告訴我們：最高明的競爭，是讓對手不知道競爭已經開始。借刀殺人提醒我們：善於利用外部力量，往往比單打獨鬥更有效。聲東擊西揭示了注意力與認知操控的重要性。以逸待勞則是資源與時間運用的極致策略。這些計策雖然誕生於古代，但在今日的商業世界中，依然隨處可見。許多成功的企業策略，其實正是三十六計的現代版本。只不過，人們未必意識到而已。

因此，本書的目的，並不是單純解釋古代兵法。而是要回答一個更重要的問題：如果三十六計誕生在今天，它會如何指導現代商業競爭？我們將從企業競爭、市場策略、品牌行銷、組織管理、資本運作等角度，重新解讀這部古老智慧。讓它從歷史的兵法，轉化為今日的商業智慧。因為真正偉大的智慧，從來不會過時。

畢嘉台序

從連環人生，看見三十六計的現代商業智慧 為《三十六計的現代商業智慧》而序

三十六計，向來被視為兵家權謀之學，多被安放在歷史、戰爭與古籍的書頁之中。然而，若細究其本質，三十六計所處理的，從來不是單純的戰爭技術，而是人性、局勢、選擇與生存。凡有人之處，便有三十六計；凡有利益、風險與資源分配之處，三十六計便不曾遠離。

也正因如此，當我閱讀《三十六計的現代商業智慧》這本書稿時，心中湧現的不是「這是一部古典再解的作品」，而是一個強烈的感受——這是一部早就該出現，卻遲到了許久的書。

回顧我個人的生命歷程，從軍旅、航空、管理、學術到企業實務，幾乎橫跨了台灣近半世紀的社會與組織樣貌。我出生於新竹，成長於一個資源匱乏的鄉下家庭；父親隨國軍來台，長年服務於司法與稅務體系，讓我自幼便理解制度、秩序與人際關係對於社會百姓生存運行的重量。青年時期進入空軍機械學校，接受的是高度紀律化的專業訓練，八年飛機修護工作，讓我深刻體會「一個小失誤，極可能造成航空安全事故的發生」。

然而，真正讓我對「局」有更深層理解的，是後來長達二十八年，服務於專機隊與總統座機隊、擔任空軍一號座艙長的經歷。這並非外界想像的光環職務，而是一個必須在極度複雜的人際、政治與風險結

構中，永遠保持冷靜與準確判斷的位置。在這個位置上，你不能只看表象，不能只聽語言，更不能被情緒牽著走；尤其是在機上對於曾服務過的元首－經國先生、登輝先生、水扁先生等與連戰先生、楚瑜先生、萬長先生、貞昌先生等行政官員間之隱私及涉及機密的對話，聽聞非但不能轉述，更須嚴守秘密，絕口不提。你必須隨時意識到：每一個安排，背後都有其目的；每一個動作，都是更大布局的一環。

這樣的經歷，使我在退伍之後，進入企業界時，對商業營運有著截然不同的觀察角度。無論是在科技產業、品牌行銷、生技公司，或是後來取得博士學位投入學術研究與教學，甚或在鴻海科技集團擔任－郭台銘總裁特別助理的短暫歲月，以及欣嘉石油氣（股）公司總經理的經歷，我愈來愈確信一件事——商業世界，遠比戰場更需要三十六計。

因為商業沒有硝煙，卻處處是局；

沒有號角，卻步步是選擇；

沒有敵我分明，卻充滿試探、誘引、轉移與犧牲。

可惜的是，市面上談三十六計的書籍，多半停留在歷史故事的層次；談商業的書籍，卻又鮮少真正觸及權謀背後的人性現實。這正是長久以來的缺口——理論與實務之間的斷裂。

也正是在一次與作者的閒聊中，我們談及這樣的遺憾：

為什麼沒有人真正以「三十六計」為核心，

卻以「現代商業運用」為展幅，

為商學、管理、組織決策與個人職涯，

提供一套可理解、可判斷、可自保的智慧框架？

《三十六計的現代商業智慧》，正是在這樣的提問之下誕生。

這本書最可貴之處，不在於炫技式的權謀，而在於它誠實地面對

現實。它不教人害人，而是教人識局；不鼓勵算計，而是提醒防範；不粉飾商業世界的殘酷，而是提供一雙看清局勢的眼睛。對於正在企業中承擔責任的經營者、主管與創業者而言，這樣的智慧，不只是「成功的方法」，更是避免失敗的底線。

從軍旅到企業，從實務到學術，我深知真正能長久立足的人，從來不是最鋒利的那一個，而是最懂得進退、分寸與布局的人。三十六計，正是這樣一門關於「活下來，並走得更遠」的學問。

因此，我誠摯推薦本書給所有身處商業世界的人。它補上了一個長久被忽略的重要拼圖，也為三十六計，開啟了一條屬於現代的、務實而深刻的道路。

願讀者在翻閱本書之際，不只是學會一計一策，更能在紛繁複雜的現實之中，找到屬於自己的判斷力與安身之道。

畢嘉台博士

2026.01.26 於（台北）研究室

畢嘉台簡歷

- 中華科技大學工程學院 - 航機系 - 兼任助理教授
- 虎尾科技大學 - 管理學院企管系 / 工程學院飛機工程系 - 兼任助理教授

楊神珠序

從策略原理到價值實踐—— 讀《三十六計的現代商業智慧》

我與葉老師的相識於一次學術研討會。當時的主要探討橫跨管理、策略與文化思想的跨領域主題。在眾多發表之中，葉老師對《易經》的研究視角，格外引起我的注意。那並非停留在經典詮釋或象數義理的討論，也非一般卜卦解命的術士傳說。而是試圖將古老「周易」智慧轉化為當代可理解、可應用的思維工具。這樣的變易法門和研究取徑，對長期在管理應用、創意產業策略實務之間往返的我，更覺得彌足珍貴。

多年來，研究與教學主要關注於價值如何被創意創造、轉化與傳遞。尤其是遇到競爭行動與回應防衛的未知未來，應該如何因應，採取彈性可行和變易性的智慧，就顯得非常重要。這些內隱性的應用軟實力，是個人或是企業珍貴的智慧財產的結晶。而《三十六計的現代商業智慧》便是帶領各位能仁志士，在運用策略，和組合創意的跨域整合時，如何和市場接應、消費者互動時必須具備的動態思維和決策軟實力。

現代商業環境充滿詭譎多變 VUCA 的情境，類比古代戰場，以當時的科技發展，其多變未知的情勢相似。不同的是當代表現形式，不再是刀兵相向，直球對決。然而，現代決策錯誤所帶來的代價，往往

更深遠。因此，如何因應商戰時局的變化，評析外在環境的趨勢條件（社會經濟、地緣政治環境的轉變、科技更新…等），與內在組織環境（人、組織文化、資源…等條件）。內外呼應與整合，攜內援外，創造價值鏈上合作聯盟的夥伴，一同創意與創「易」的精神。轉換思維，發揮組織應變力，辨識機會轉用時勢輿論，為自己組織創造價值條件。因此，這本書提供了管理人如何建構自身的軟實力和判斷力，基於人性層次主觀變化性的了解，和客觀延伸的局勢、時勢的分析能力，適時將危機劣勢化轉為商機優勢，成功創造有效的價值。

得知葉老師花費多年時間完成《三十六計的現代商業智慧》一書時，內心油然升起高度共鳴與興趣。他化轉三十六計，長久以來被誤解為權謀、兵法，甚低階層次的技巧性操作；然而，若以作戰的策略思維解讀之，它其實是高度成熟的策略思維系統，正是企業家們「如何在有限資源與複雜關係中，做出相對最優的選擇」的隨創精神。

葉老師不只是整理三十六計的歷史來源與運用實例，更重要的是，透過《易經》的變易觀點，為現代讀者建立一套反思、內化的策略思維架構。結合實戰與理論，完成跨域整合的示範，成為輔佐實務工作者，決策的智慧資源。

三十六計書中，強調「避實擊虛」、「以退為進」、「借力使力」、「知止能全」，其案例高度適用於今日的企業經營、品牌策略，和資本市場之布局，適合經營管理者借鏡使用。諸多研究與教學的案例中，無論是企業經營模擬、產業供應鏈等動態分析，都反覆驗證一個事實。真正影響結果的，往往不是模型本身，而是決策者具備的軟實力，和深度理解如何回應變易的局勢。而這正是《三十六計的現代商業智慧》所試圖補足的關鍵環節，提高工具戰術的層次到整體觀照的策略層次。更值得一提的是書中將三十六計簡化為可以參考的思維

框架（Framework），結合《易經》變化之原理，重新界定策略的邊界與疆域。以三十六計的原理，作為現實環境中的具體操作語言。將《易經》「時」、「位」、「中」、「變」的關鍵要素，互補整合於兩者之間，成為一種內在邏輯的自然延伸的雙融軟實力。

承蒙葉老師邀請我為此書撰序，余甚感榮幸。這本書不僅開啟了學術思想與實戰模擬的對話，更引領「古老智慧回應當代問題」的創新嘗試。我相信，這本書不僅能為商業管理領域帶來新的思考觀點，也能為動態競爭策略，與永續創新的讀者（或為經營者、企業家、教育者、政策制定者），在不斷變化的局勢，提供一條更深、更穩的思考路徑。

謹以此序，推薦《三十六計的現代商業智慧》，與所有企圖在變動中求真知灼見解方的讀者們，共享其成果。

楊神珠博士

2026年元月於臺北科技大學研究室

畢倩涵序

在資訊洪流中，看見真正的商業佈局 為《三十六計的現代商業智慧》而序

身處於媒體與財經新聞第一線多年，我始終深刻感受到一件事：

我們每天都在報導事件，卻很少有人真正教讀者「如何看懂事件背後的局」。

從輔仁大學歷史系畢業、輔修大眾傳播學系，到後來進入清華大學攻讀財務金融碩士，我的學習軌跡橫跨了「歷史脈絡」、「敘事傳播」與「金融結構」三個不同卻彼此交會的領域。歷史，讓人理解人類行為的反覆與規律；傳播，使人意識到資訊呈現的選擇與角度；而財務金融，則揭示了資本、市場與決策背後的理性與非理性。

進入媒體工作後，這樣的交會變得更加鮮明。十三年來，無論是在八大電視台、TVBS 擔任文字採訪記者，或是目前在中天電視台主持與製作財經節目、兼任新聞主播，我所面對的，始終是快速變動的市場、瞬息萬變的局勢，以及高度競爭的人性現場。

在鏡頭前，我們談股市、談企業、談產業趨勢；

在新聞裡，我們報併購、報衝突、報成敗。

但越是貼近這些真實案例，我越清楚地意識到：

許多商業現象，若只用數字與制度來解釋，永遠是不夠的。

因為在每一次決策背後，
都有選擇、權衡、試探、誘因與風險；
而在每一次成敗之間，
往往隱藏著布局、借力、轉移與止損。

這正是我在閱讀《三十六計的現代商業智慧》時，感受到強烈共鳴的原因。

三十六計，長久以來被視為兵法或權謀之學，彷彿只存在於歷史戰場或政治鬥爭之中。然而，當它被置於現代商業語境下重新檢視，我們會驚訝地發現：它其實一直活在我們每天所報導的新聞裡。

企業的聲東擊西，是為了轉移市場注意；
資本運作的拋磚引玉，是為了試探對手底線；
高層人事的李代桃僵，是為了止血與穩盤；
而在景氣反轉時選擇走為上計，往往才是真正成熟的決策。

本書最難能可貴之處，不在於重述古典故事，而在於將三十六計轉譯為現代商業可以理解、可以對照、也可以反思的智慧系統。它不鼓吹投機取巧，也不美化權謀操作，而是誠實地指出：在商業世界裡，看懂局勢，本身就是一種責任。

對於長期站在新聞第一線的我而言，這樣的作品，補上了一個長期被忽略的重要視角——

它讓讀者不只「知道發生了什麼」，
而是進一步理解「為什麼會這樣發生」。

在資訊過載、節奏快速的年代，真正稀缺的，不是消息，而是判

斷力。而《三十六計的現代商業智慧》，正是一本能夠幫助讀者建立判斷力的書。

我誠摯推薦本書給所有關心市場、企業與未來趨勢的讀者。願它成為一把鑰匙，讓我們在紛繁複雜的商業世界中，看得更深、走得更穩，也更清醒地理解這個時代的運作邏輯。

畢 倩 涵

2026.01.25. 於中天電視台

畢倩涵簡歷

- 中天電視台財經節目 / 製作人
- 中天電視台財經節目 / 主持人
- 中天電視台兼任新聞主播

汪冠瑋序

當「踢館」的眼光遇上「大隱於市」的鄰居 辛亥隧道的童言，與我骨子裡的叛逆

我這輩子最大的興趣，說起來有點叛逆。小時候我家住在辛亥隧道附近，每天看著山上那片密密麻麻的墳墓。有一次，我指著山上的「豪宅」對媽媽說：「我長大後要買這個給你住！」想當然耳，換來的是一記紮實的耳光。那是我對「另一個世界」佈局最初的觀察，也開啟了我與眾不同的視角。

長大後，我迷上了命理、靈異與風水，但我從不是那種人家說什麼就信什麼的信徒。相反地，我最喜歡的是「踢館」。這些年來，我看過「三太子附身」談生意，也去問過那些號稱能看「元辰宮」的老師，結果我進去第一分鐘就忍不住翻白眼。對我來說，命理總歸就是一場大型的「數據分析」。我走遍各大宮廟，更多時候是在觀察——觀察風水佈局是否符合邏輯、是否存在瑕疵，觀察神壇背後是真慈悲還是假把戲。看穿那些偽裝、找出隱藏的破綻，是我人生最大的樂趣。

我一直以為，能讓我感興趣的「局」，要麼藏在山林宮廟的奇人異事裡，要麼掌握在政商名流的御用大師手中。直到有一天，我驚訝地發現，真正的「臥虎藏龍」，竟然就在我家隔壁。

易經與商戰：異曲同工的「局」

我的鄰居葉勁君，平時待人客氣、低調內斂。直到我讀了這本《36計的現代商業智慧》，並得知他深厚的**《易經》**底蘊，我才猛然驚覺，原來我身邊坐著一位真正的佈局高手。

對我這個喜歡鑽研風水命理的人來說，這本書讀起來有一種莫名的親切感。為什麼？因為商場的佈局、風水的布局，乃至於《易經》的卦象，本質上都是對「勢」的掌握。

《易經》講究的是「變」，是在陰陽消長中尋找平衡；而這本書講的「三十六計」，正是《易經》思想在實戰中的極致演繹。封面上那兩副面具，就像是卦象中的陰與陽，外表看似靜止，內裡卻藏著最激烈、也最殘酷的人性博弈。

踢館者的讀後感：一本禁得起檢驗的實戰手冊

在閱讀這本書時，我依舊帶著那套「踢館」的壞習慣：

- 當談到「瞞天過海」時，我腦中浮現的是某些神棍迷惑信眾的幻術。
- 當解析「借屍還魂」時，我聯想到的是那些重新包裝、借殼上市的宮廟傳說。

但讀著讀著，我被折服了。兩位作者並沒有在那裡空談高深的兵法，而是像一位資深的風水大師在拆解陽宅格局一樣，把商業世界裡的「氣口」與「煞位」精準地指了出來。他不僅是在教計策，更是在教《易經》裡那種「隨時位而變」的智慧，教你如何在這真假難辨的社會裡，擁有一雙識破偽裝的「法眼」。

我去考察宮廟與命理是為了看透虛實，而我讀這本書，則是為了看透商場的幻象。如果你也像我一樣，不喜歡聽那些虛無縹緲的大道理，只喜歡看實戰、看破綻、看那些被藏起來的真相，那麼你絕對不能錯過這本書。

這部作品用最現代的語言，將《易經》的乾坤之道融入了千年的謀略，其精彩程度，絕對不亞於一場精彩的宮廟深度考察。我很高興能推薦這本書。雖然我依然熱衷於我的命理與踢館事業，但我得承認：這一次，這位隱身在鄰里的易學高手，確實拿出了一份讓我心服口服的真本事。

汪冠瑋

謹序於 2025（乙巳）年亥月午時

汪冠瑋簡歷

- 年代電視台節目部監製 / 製作人
- 吳淡如，高英軒，紀亞文經紀人
- 中華藝術學校兼任教師
- 維春商業開發股份有限公司 公關副理

江艾咪序

Landing 之後才發現，真正的機密就在隔壁

在航空業飛了快二十年，我最自豪的就是那雙「掃描眼」。

在飛機上，不管是商務艙還是經濟艙，乘客只要一個眼神、一個點餐動作，大概就能把對方的底牌摸得清清楚楚。

這行看過太多形形色色的人，自認閱人無數，尤其是邁入大齡後，總覺得自己眼光精準得很，絕對不會看走眼，更別說被什麼「局」給唬住。

結果，人生最幽默的轉折就在這。

我竟然被現在的先生給「拐」進了婚姻。

剛結婚那陣子，真的覺得自己眼瞎「嫁錯郎」了，看著他整天不幹正事，跑宮廟、看風水，還愛帶著一股叛逆勁到處找人「踢館」，我心裡私下把他定位成那種沒什麼長進、甚至有點渣的男人。

那時我常想，難道飛了二十年練出來的直覺，一回到地面就徹底失靈了嗎？

結果，真正把我點醒的，是住在我們家隔壁的鄰居——葉勁君老師。

平時看葉老師低調得要命，就是個客氣的紳士。直到我讀了他的這本《36計的現代商業智慧》，還知道他竟然是深藏不露的《易經》高手，我才發現自己真的太天真。我試著拿他書裡的邏輯去對照我的

生活，才驚覺先生那些看起來很怪、愛踢館的行為背後，竟然藏著一種「很笨拙但很真」的體貼。

原來，那套飛了二十年、自以為很準的「直覺」，其實只看得到別人的面具，卻看不透底下的真相。隔壁葉老師那種「準」，是建立在《易經》那種變幻莫測的智慧上，這比我那雙掃描眼深太多了！

這本書《36 計的現代商業智慧》，封面那兩副面具真的寫進我心裡。在機艙、在社會，誰不戴面具？但葉老師跟葉韋伶把古老的那套計策，寫得超直白、超好懂。他不是教你玩權謀害人，是在教你怎麼「看清局勢」，讓你在商場或人生裡，不要像我之前一樣，因為看錯局而誤解了真正對你好的人。

飛了這麼久，最後在地面上被鄰居給上了一課。如果你也覺得自己眼光很準，或者正覺得日子過得迷迷糊糊，我真心建議你翻翻這本書。這是一位「大隱於市」的高人拿出的真本事，絕對比你飛去各國求神問卜還有用！

國航座艙長

江艾咪

2025(乙巳)年亥月於美國休士頓

葉德默序

中國古代史學家班固在《漢書·藝文志》中提到，易經由三位聖人完成，上古伏羲畫八卦，通神明之德，類萬物之情；中古時期，文王和周公演繹易經，順應天道，建立王道文化；下古孔子作《十翼》以解易，窮理盡性，推動格物致知的學問，旨在治國平天下。這段話揭示了易經文化的博大精深，它是中華文化的源頭，承載著歷代賢聖的智慧。

易經作為中華文化的源泉，不僅是儒家文化的首經，還對道家、中醫文化等各個領域產生了深遠影響。尤其是以《三十六計》為代表的謀略文化，每一計策的背後，都蘊含著易經的智慧，正是易經成就了《三十六計》的獨特魅力。

首先，《三十六計》依據易經所揭示的「簡易」、「變易」和「不易」原則，提供了戰爭中靈活變通的謀略。《三十六計》開篇即言：「六六三十六，數中有術，術中有數。陰陽變理，機在其中。」這句話明示了計謀中包含的陰陽變化和數術智慧，並強調謀略需依據事理和人情而變。《三十六計》中的 29 計直接引用了易經的理論，其他計策亦或多或少涉及易理。

其次，易經的「六爻」推演出了《三十六計》的「六戰」。易經中的每卦有六爻，分別代表事物發展的六個階段：從事物的發端到成功，再到結束和轉變。《三十六計》根據這一原理，將戰爭分為六種情況，即勝戰、敵戰、攻戰、混戰、併戰、敗戰，每個階段又細分為六計，總計三十六計，全面涵蓋了戰爭的各個階段和狀態。

再次，《三十六計》成功運用了易經的「損益論」，以靈活的方式處理戰爭中的利害得失。比如「借刀殺人」、「以逸待勞」、「趁火打劫」、「欲擒故縱」等計策，皆是利用敵方的弱點，減損敵方力量，增強己方優勢，達到戰爭勝利的目的。

第四，易經和《三十六計》具有廣泛的適用性。易經最初是一部卜筮書，用於帝王預測吉凶，隨後逐漸成為一部哲學著作，應用於政治、經濟、軍事等各個領域。同樣，《三十六計》根據易經的理論，從歷代戰爭實踐中提煉出謀略，現已廣泛應用於各行各業，並隨著時代的變遷而不斷發展。

最後，在中國歷史上，許多傑出的政治家、軍事家同時也是卜筮大師。例如伏羲、周文王、姜太公、鬼谷子、孫臏、諸葛亮等歷史人物，皆善於利用易經的理論進行戰爭的預測和謀略推演。比如《三十六計》中的第一計「瞞天過海」，唐太宗在征東時遇到大海阻隔，薛仁貴占得《乾為天》卦，認為此行必勝，便設計了「瞞天過海」之計，使太宗成功渡海，最終取得勝利。這些戰爭決策者善於運用易經理論，準確分析戰爭形勢，並制定出符合實際的戰略戰術，這正是他們超凡智慧的體現。

總之，易經作為中華文化的根基，不僅成就了《三十六計》的戰略思想，也為後世提供了寶貴的智慧資源。希望讀者能夠從中汲取智慧，靈活應用於現實生活中。

策 德 默（娜娜）

（旅居於香港特別行政區）

甲辰（2024年）癸酉月吉日於香港

葉建中序

平日裡，我對文學、歷史、哲學都有廣泛的閱讀與研究，但當我初次接觸《36計》的內容時，卻感覺到其中有些字詞的運用讓人困惑。表面上看，這些文字似乎不難理解，但深入一究，卻總覺得有些微妙之處難以捉摸。當時，我不禁問自己：究竟是那裏沒有完全看懂呢？

2017年初，我與勁君兄討論起古籍《36計》時，才恍然發現其中一些令我困惑的字詞，實際上是源自《周易》。這讓我明白，《36計》的理解是有一定門檻的。要真正讀懂《36計》，首先必須對《周易》有相當的基礎，否則很難領會其中深奧的哲理。當我們具備了《周易》的知識，再來研讀《36計》時，就會感到方向的明確，理解起來也變得輕鬆許多。

2019年春天的午後，勁君兄打電話告知我，他已經完成了《周易秘解36計》的草稿，並希望我能協助蒐集古今案例，為書中的內容增添實例說明。我心裡明白這是一項繁瑣的工作，但能夠參與這樣的著作編寫，我深感榮幸，當即愉快地接受了這項任務。隨後，便開始了日以繼夜的資料考查與翻找工作。

《36計》的智慧早已滲透到我們的日常生活中，它不僅僅在民間流傳，還廣泛應用於個人、企業、國家，甚至是戰爭中的策略運用。只不過，我們往往未能察覺它的存在，直到事後回顧，才驚覺其中運用了某個計策。比如，戰爭中的「聲東擊西」、「空城計」、「無中

生有」、「暗渡陳倉」.....等計謀，這些方法自古以來不僅在戰場上運用，更被現代企業在競爭中巧妙地使用，甚至個人之間的競爭也經常體現出這些計策的痕跡。雖然我們未必能夠看到硝煙四起，但這些計謀卻無時無刻不在我們身邊發揮作用。

《36計的現代商業智慧》的撰寫，某種程度上說是一個巧合。起初，我只是對《36計》產生了疑惑，隨後在勁君兄的指引下，開始深入了解《周易》與《36計》之間的關聯。在參與書稿編寫的過程中，我更進一步理解了這兩部經典的思想精髓。這部書不僅對《36計》進行了深入的解析，還通過蒐集大量的古今案例，幫助讀者更好地理解這些計策在實際生活中的應用。

總的來說，《36計》並非僅僅是一套戰略謀略，它蘊含了深刻的哲學智慧，這些智慧隨著時代的變遷，仍然在我們的生活中不斷發揮作用。我衷心希望《36計的現代商業智慧》能為更多讀者帶來啟發，幫助大家在現實生活中靈活運用這些古老的智慧。

葉建中 於廣州市
2024(甲辰)年 癸酉月 吉日

陳龍章序

《三十六計》是軍事作戰的一種謀略，它集歷代兵家作戰之策略，運用《易經》推導演繹，每一計都無不出自《易經》的理、象、彖、文言。就拿第一計“瞞天過海”來說——“陰在陽之內，不在陽之對。太陰，太陽。”陰陽是《易經》裡的基本概念，也是靈魂，沒有陰陽，《易經》也就不存在了，而且萬事萬物也就不能形成。

《三十六計》是軍事作戰的一種謀略，它集歷代兵家作戰之策略，運用《易經》推導演繹，每一計無不出自《易經》的理、象、彖、文言。就拿第一計「瞞天過海」來說——「陰在陽之內，不在陽之對。太陰，太陽。」陰陽是《易經》裡的基本概念，也是靈魂，沒有陰陽，《易經》也就不存在了，而且萬事萬物也就不能形成。陰陽常存在於一體中，是萬事萬物的兩個面向、兩種存在，也是常在一體中表現，這就是「統一」。陰陽既對立又統一，就像陰陽魚中的“陰陽”，陽中有陰，陰中有陽。太陰，太陽，是事物兩個方面的極點，一旦要衝破這個“度”，它就會變為另一種存在形式，變為其它事物，陰陽又在另一物中開始“新”的存在。

《三十六計》是由《易經》一計一計推演而來。從第一計“瞞天過海”到最後一計“走為上”，始終是運用《易經》演繹，所以，我們也必須用《易經》來解讀。如果我們只解讀一下“計辭”、“按”、“戰例”，是不夠全面的，系統地了解《三十六計》的真實內涵和來龍去脈，

還是要從《易經》的角度去研讀、去推導。《三十六計》中為什麼用「六」而不用「九」？“六”，是陰極數；“九”，是陽極數。陰是一種潛在的、隱藏的、相對靜止的；陽是外溢、剛健的。故在軍事作戰中，不可能用「純陽」、剛健的，也不能用純「陽」去作戰，只有陰陽結合，才能起到良好的效果。它必須遵循戰爭的規律，“兵者詭道也”，否則就像總說中所說“機不可設，設則不中”。例如《乾》卦，它從初九爻到上九都是陽，在《三十六計》中，就沒有一計用此卦的推演。一則“乾”是純陽，不符合作戰之規律，二則“乾”屬於“君”，而《三十六計》是“詭計”、“謀術”，它不符合“乾”之屬性，所以在《三十六計》中只能用「六」一陰。

《易》有三：一曰《連山》，二曰《歸藏》，三曰《周易》，它們是歷代所認可的眾經之首。《周易》是從周文王開始人們對《易經》歸結而形成的總稱。「河出圖」、「洛出書」是人們對《易經》的普遍認知。人們對《易經》的解釋頗多，有人認為是蜥蜴，由於它的顏色變化較為頻繁而命名，有人認為是「日」、「月」構成，表示陰陽交替，也有人認為是用官名，總之，關於《易經》的命名說法不一。《易經》是一部中國哲學史中不可缺少的哲學思想，在中國歷史長河中扮演不可取代的角色。它集《易》學眾家之學說，把簡易、變易、不易貫穿其中，對中國哲學和認識論產生巨大的影響，尤其在《三十六計》中得到了充分的運用。

《易經》裡的每一卦的變化都離不開陰陽，陰陽是它的基礎，其符號陰是（--），陽是（—）。它的變化無窮，內涵豐富，由陰變陽，由陽變陰，共有三百八十四爻。每卦有六爻，共有六十四卦，八純卦，即母卦，五十六子卦。每一卦六個爻，每一個爻代表一個事物的存在形式，每一個爻又代表一個或多個事物。如父母爻，它代表“父母”，又代表“文書”、“將”、“旗”等等。在具體事物中應具體區別看待，

推演、判斷必須準確，否則就失去它的原有存在形式，發揮不了它的真正作用。

“兵者，詭道也”，軍事作戰，以取勝為目的。一個高智商的軍事指揮家要根據戰爭的需要採取各種謀略，對待各種戰爭。所以《三十六計》集眾兵家之戰爭決勝之大謀，匯中國歷史上戰爭之大成，總結推演而成。它是我國軍事史中的戰爭奇術，應用「數中有術，術中有數，陰陽變理」的原理演繹而成，真可謂謀略「權」書。

陳 龍 章

（旅居於香港特別行政區）
甲辰（2024 年）癸酉月吉日於香港

陳龍章簡歷

- 香港屯門公路首期橋樑結構主管
- 香港首二期地下鐵路結構及策劃工作
- 香港註冊土木及結構工程師（前加拿大、英國、美國資深土木工程師）
- 曾任香港城市大學營造系兼任講師
- 博士研究班受業於土力大師 Professor G.G.Meyerhof
（地基承載力大師，其公式應用於英美加及第一次太空船的月球登陸）
- Canada Nova Scotia(椰省) 工程學士

葉韋伶序

自 2011 年起，我開始參與父親一同整理《周易》書稿，並進行圖文整合的工作。在這過程中，起初我對《周易》的理解是模糊的，但隨著時間的推移，逐漸體會到其中「象」與「義」之間的密切關聯。「象」是指具體的形象，而「義」則是其中隱含的意義。這兩者相輔相成，互相輝映，並共同構築了《周易》博大精深的內涵。當我們看到一個「象」，其中必定蘊含著「義」，而當我理解了一個「義」，便能反過來看到相應的「象」。正是這種象義互映的關係，成就了《周易》這部千古奇書。

本書的初稿完成於 2018 年。在完成初稿後，我們意識到若要增加本書的實用性，必須結合古今的實例進行說明。於是，我們開始蒐集相關的歷史與現代案例。這一過程並不輕鬆，經歷了漫長的六年時間，終於在 2024 年 9 月圓滿完成了這項艱鉅的任務，實在令人喜悅！

本書的內容安排是循序漸進的，首先，我們將每一計的原文字義進行解讀，讓讀者能清楚理解每一計策的字面意義。其次，將 36 計與《周易》相互參照，對應其卦象、卦辭以及卦義，並加以詳細說明。此外，還蒐集了大量的古今案例，這些案例根據每一計有五則歷史案例和十則現代案例，藉此提升本書的可讀性與實用價值，讓讀者能夠更容易掌握 36 計在不同時代背景下的應用。

36 計的內容表面上看似簡單，但實際上卻隱含著深厚的哲理。很

多讀者在閱讀 36 計時，常常會有似懂非懂的感覺，這並不是語言理解的問題，而是對其背後的來源與運用不夠熟悉。傳說 36 計的內容乃根據《周易》的哲理演繹而來，因此其中使用了大量《周易》的術語與思維方式。如果不了解《周易》的內涵，讀者在研究 36 計時便有可能會產生誤解。舉幾個例子來說明：

例如，第四計「以逸待勞」中提到：「困敵之勢，不以戰；損剛益柔。」其中的「困」、「損」、「益」三個字，實際上是源自《周易》的困卦(䷮)、損卦(䷨)和益卦(䷩)。若讀者不理解這些卦象的含義，便無法真正領會這一計策的精妙。

再如，第六計「聲東擊西」提到：「敵志亂萃，不虞，坤下兌上之象。利其不自主而取之。」其中的「萃」、「坤」、「兌」三個字，分別對應著《周易》的萃卦(䷬)、坤單卦(䷁)和兌單卦(䷹)。這些卦象描述了計策中的心理戰與地理運籌，若不理解卦象的意涵，讀者便難以領會計策中的戰略思想。

第十一計「李代桃僵」中提到：「勢必有損，損陰以益陽。」這裡的「損」、「陰」、「益」、「陽」四個字，分別對應《周易》的損卦(䷨)、陰爻(--)、益卦(䷩)和陽爻(—)。這些字詞背後的陰陽變化之理，揭示了計策背後的深層次運作機制。

第十五計「調虎離山」中則提到：「待天以困之，用人以誘之，往蹇來返。」其中的「天」、「困」、「蹇」三字，則分別對應《周易》的乾卦(䷀)、困卦(䷮)和蹇卦(䷦)。這一計策背後，實際上隱含了天時、地利與人和的多重考量。

透過這些具體的例子，我們希望能引導讀者進一步理解 36 計的精髓，並以此開啟通往智慧的捷徑。

36 計並非僅僅是一部計謀之書，更涵蓋了天道、地理、人生哲理

的精妙作品。透過對《周易》與 36 計的對照與解析，讀者不僅能更深刻地理解計策的運用，也能更全面地掌握古人如何在不同情境下靈活應對挑戰的智慧。

這本書的編寫過程，對我們而言是一個從懵懂到漸悟的過程。我們對於《周易》與 36 計的理解，也隨著時間的推進而逐漸加深。我們深知，這是一個永無止境的學習過程，這部書僅僅是我們個人學習成果的一個階段性展現。期望本書能夠為讀者提供一個更為系統化的理解工具，帮助大家更好地掌握 36 計的精髓，並在現實生活中靈活運用。

最後，感謝各位讀者的支持與關注，也希望這本書《36 計的現代商業智慧》能為大家帶來啟發，讓我們們共同在這條智慧之路上，持續探索、前行。

葉韋伶

於台北市

2024(甲辰)年 癸酉月 吉日

葉勁君序

在中華文化的浩瀚長河中，軍事著作璀璨輝煌，最為著名的莫過於《孫子兵法》和《三十六計》。前者成書於春秋時期（前 770 年前 403 年），被譽為世界軍事理論的鼻祖；後者成書於明清時期（1368 年 1911 年），堪稱中華兵學的精髓。《三十六計》以其深邃的謀略思想，與《孫子兵法》一同被譽為中國兵學的雙璧，佔有極其重要的地位。

我國古代流傳下來的軍事著作數以千計，其中《三十六計》以簡潔而深刻的智慧脫穎而出。相比於《孫子兵法》十三篇的論述，《三十六計》則分為六套，共三十六計，涵蓋了不同的戰爭策略。俗語有云：「用兵如孫子，策謀三十六」，足見這兩部經典在兵家中無可替代的地位與作用。

《三十六計》一詞，最早見於《南齊書》中的「王敬則傳，三十六策，走為上計」，但當時並未取代具體書名。隨著時代推移，這一詞逐漸在民間流傳開來，最終形成今天我們所見的這部軍事著作。據推測，《三十六計》應是在漢末至明清之間，經歷長期戰爭的總結而形成的，並於 1943 年被叔和先生在成都舊書攤上意外發現手抄本，開始為世人所知。

《三十六計》內文看似簡潔明瞭，實則蘊含了豐富的哲學思想和戰術智慧。經過深入研讀後，我發現這本書與《周易》有著極為緊密的聯繫。《三十六計》全書引用《易經》27 處，涉及六十四卦中的 22

個卦，許多計謀的原理都依據《易經》的陰陽變化與卦象推演。例如「圍魏救趙」所論的「共敵不如分敵，敵陽不如敵陰」，講述了陰陽之間的克制關係；「無中生有」中的「太陰、少陽、少陰、太陽」則體現了《易經》四象理論的應用。

此外，許多計謀早已深入中國的古典文學和戲曲作品中。例如，「借屍還魂」出自元曲《碧桃花》、「暗度陳倉」見於《氣英布》、「金蟬脫殼」來自《硃砂擔》；而「調虎離山」、「借刀殺人」和「瞞天過海」等計謀則出現在《西遊記》、《紅樓夢》、《說唐》等經典小說中。這些策略不僅在兵家之中廣為流傳，也早已成為中國文化的一部分。

本人研習《周易》已有數十餘年，對其中陰陽變化的深奧智慧尤為著迷。在長期的學習過程中，我逐漸發現《三十六計》中的計謀深深植根於《易經》的哲理。如果不了解《易經》的讀者，很可能會對《三十六計》中的內容產生誤解，甚至誤導其研究方向。

例如：

1. 圍魏救趙：共敵不如分敵，敵陽不如敵陰。

強調陰陽相剋的關係，戰略上以陰柔克制對手的陽剛力量，正是《易經》中的陰陽變化。

2. 無中生有：誑也，非誑也，實其所誑也。少陰，太陰，太陽。

這一計謀體現了《易經》四象理論，通過虛實相生的手段達成計謀目的。

3. 暗渡陳倉：示之以動，利其靜而有主，益動而巽。

運用了《易經》益卦和巽卦的動靜轉換，通過靜中求動來迷惑對手。

4. 調虎離山：待天以困之，用人以誘之，往蹇來返。

借助困卦和蹇卦的運用，揭示了如何利用困境引誘敵人入局，進而反敗為勝。

這些計謀中的陰陽變化、虛實轉換，皆來自《易經》的智慧。為了幫助讀者更好地理解《三十六計》中的深層含義，我花了七年的時間，將《易經》的卦象、義理與《三十六計》逐一對應，試圖解讀其中隱藏的智慧。

除此之外，文字的敘述與計策的了解這是第一個學習的過程，在實用部分，提供了相關古今案例以為輔佐，每一計策提供五則歷史案例及十則現代案例，以為輔佐。

我希望通過這本《三十六計的現代商業智慧》，幫助讀者從《易經》的角度深入理解《三十六計》，並在現代社會中靈活運用這些古老的智慧。不僅是在軍事策略上，《三十六計》中的計謀同樣適用於商場、職場乃至生活中的各個方面。然而，在使用這些計謀時，我們應當秉持仁厚之心，審慎運用，以達到既能獲取勝利，又不失道德底線的目的。

總之，《三十六計》作為一部兵家秘法，經過了長期的發展與演變，融合了《易經》的陰陽變化、兵法的謀略智慧，成為中國傳統智慧的結晶。希望這本《三十六計的現代商業智慧》能夠為讀者提供一個清晰的學習路徑，使大家能夠掌握其中的智慧，並在現實生活中從容應對各種挑戰，獲得更深層次的成功！

葉勁君

於台北市

2024(甲辰)年 癸酉月 吉日

三十六計

第一套 勝戰計	瞞天過海，圍魏救趙，借刀殺人， 以逸待勞，趁火打劫，聲東擊西。
------------	------------------------------------

第二套 敵戰計	無中生有，暗渡陳倉，隔岸觀火， 笑裡藏刀，李代桃僵，順手牽羊。
------------	------------------------------------

第三套 攻戰計	打草驚蛇，借屍還魂，調虎離山， 欲擒故縱，拋磚引玉，擒賊擒王。
------------	------------------------------------

第四套 混戰計	釜底抽薪，混水摸魚，金蟬脫殼， 關門捉賊，遠交近攻，假道伐虢。
------------	------------------------------------

第五套 並戰計	偷樑換柱，指桑罵槐，假癡不癲， 上屋抽梯，樹上開花，反客為主。
------------	------------------------------------

第六套 敗戰計	美人計，空城計，反間計， 苦肉計，連環計，走為上計。
------------	-------------------------------

全詩除「檀公策」三字和「伐虢」二字為一計外，每字中包含了三十六計中的一計。依次為：

三十六計歌訣

過海救人待火聲，無陳觀笑李牽羊。
驚魂離山欲引賊，釜水金門近假途。
偷罵痴癲梯上客，美城反苦走連環。

三十六計詩（一）

金玉檀公策，藉以擒劫賊，
魚蛇海間笑，羊虎桃桑隔，
樹暗走痴故，釜空苦遠客，
屋樑有美屍，擊魏連伐虢。

三十六計詩（二）

門上觀花草，圍海偷金魚。
山賊欲劫人，有勞東道主。
抽刀殺不倉，空手拋僵尸。
指間連血肉，遠走浪天涯。

註：虢ㄍㄨㄛˋ

目錄

【第一套 勝戰計】

第一計 瞞天過海	56
歷史案例	
案例一：曹操的「赤壁之戰」	60
案例二：岳飛的「東窗事發」	61
案例三：朱元璋的「渡江之戰」	63
案例四：蘇秦的「合縱連橫」	64
案例五：劉邦的「鴻門宴」	66
現代商業案例	
案例一：蘋果的「瞞天過海」策略	68
案例二：國際關係中的「瞞天過海」——美國對華 為的科技制裁	69
案例三：金融市場中的「瞞天過海」——2008 年 金融危機的導火索	71
案例四：科技創新中的「瞞天過海」——特斯拉的 電動車革命	72
案例五：網絡安全中的「瞞天過海」——APT 攻擊 的隱蔽戰術	74
案例六：企業併購中的「瞞天過海」——亞馬遜收 購全食超市	76
案例七：政治競選中的「瞞天過海」——美國大選 中的競選策略	78

案例八：醫療創新中的「瞞天過海」——基因編輯技術的倫理挑戰	79
案例九：國際貿易中的「瞞天過海」——中美貿易戰中的策略博弈	81
案例十：數字營銷中的「瞞天過海」——大數據與隱私問題	83
 第二計 圍魏救趙	 87
歷史案例	
案例一：亞歷山大大帝的東征（公元前 334-323 年）	91
案例二：羅馬帝國的覆滅（公元 476 年）	93
案例三：拿破崙的滑鐵盧戰役（1815 年）	94
案例四：第二次世界大戰的諾曼第登陸（1944 年）	95
案例五：美國獨立戰爭的約克鎮圍城戰（1781 年）	96
現代商業案例	
案例一：蘋果對抗三星	98
案例二：亞馬遜對抗沃爾瑪	99
案例三：網飛對抗有線電視公司	117
案例四：特斯拉對抗傳統汽車製造商	101
案例五：阿里巴巴對抗傳統零售商	103
案例六：滴滴出行對抗傳統出租車公司	106
案例七：SpaceX 對抗傳統航天公司	108
案例八：Airbnb 對抗傳統酒店業	109
案例八：字節跳動對抗傳統媒體	111
案例十：Zoom 對抗傳統會議系統	113

第三計 借刀殺人	115
歷史案例	
案例一：劉備殺呂布	119
案例二：唐太宗借刀殺兄	120
案例三：周武王借商軍殺殷紂	121
案例四：司馬懿借刀殺曹爽	123
案例五：范仲淹借刀殺韓琦	124
現代商業案例	
案例一：職場中的權力鬥爭——借刀殺人的升遷策略	126
案例二：社交圈中的案例——借刀殺人的名譽爭奪戰	128
案例三：競選中的案例——借刀殺人的競爭策略	129
案例四：企業收購中的案例——借刀殺人的商業策略	131
案例五：科技競賽中的暗戰——借刀殺人的創新搶奪	132
案例六：娛樂圈的案例鬥爭——借刀殺人的明星風波	134
案例七：學術界的鬥爭——借刀殺人的研究資源爭奪	135
案例八：體育競技中的暗戰——借刀殺人的賽場策略	137
案例九：政壇內的陰謀——借刀殺人的權力博弈	138
案例十：金融市場中的博弈——借刀殺人的投資策略	140
第四計 以逸待勞	141
歷史案例	
案例一：周武王伐紂的戰略與戰術	147
案例二：周公旦平定三監之亂	148
案例三：姜太公輔佐周武王奠基霸業	150
案例四：周穆王與西戎之戰	152

案例五：周昭王南征之失	154
現代商業案例	
案例一：某科技公司如何利用大數據提升客戶體驗	156
案例二：一家零售企業如何通過電子商務轉型成功	157
案例三：一家初創科技公司如何通過創新技術打破市場格局	159
案例四：如何利用數位技術創新改變藝術創作與展示的方式	161
案例五：一位作家如何運用「以逸待勞」的策略完成大型創作	162
案例六：一家電子企業如何通過技術革新保持市場領先地位	164
案例七：一位私教老師如何成功招聘學生並開設課程	166
案例八：一位影視歌星如何通過多元化發展在娛樂業中取得成功	167
案例九：如何通過商業策略實現「空手套白狼」的成功創業	169
案例十：如何利用情感智慧和「以逸待勞」策略獲得高價報酬	171
 第五計 趁火打劫	 173
歷史案例	
案例一：曹操趁火打劫徐州	177
案例二：朱溫趁火打劫篡唐	178
案例三：高歡趁火打劫篡魏	179

案例四：晉文公趁火打劫滅曹	180
案例五：孫策趁火打劫江東	181
現代商業案例	
案例一：2008 年金融危機中的企業併購	182
案例二：新冠疫情中的科技企業崛起	183
案例三：互聯網泡沫破裂後的企業併購潮	184
案例四：雷曼兄弟倒閉後的金融機構併購	185
案例五：半導體短缺中的產業併購與擴展	186
案例六：全球危機中的航空業應變與擴展	187
案例七：石油價格暴跌中的能源企業併購	188
案例八：福島核災後的可再生能源崛起	188
案例九：英國脫歐公投後的資產收購潮	189
案例十：俄烏衝突後的能源市場擴張	190
 第六計 聲東擊西	 193
歷史案例	
案例一：侯景之亂（南朝梁）	197
案例二：隋煬帝伐高句麗（隋朝）	198
案例三：玄武門之變（唐朝）	198
案例四：安史之亂中的「聲東擊西」（唐朝）	199
案例五：宋太宗平定北漢之戰（北宋）	200
現代商業案例	
案例一：蘋果公司與產品發布策略	200
案例二：美國總統選舉中的競選策略	201
案例三：海灣戰爭中的盟軍策略	201

案例四：中國企業在國際市場的競爭策略	202
案例五：韓國汽車品牌的全球擴展策略	203
案例六：亞馬遜的市場擴張策略	203
案例七：特斯拉的電動車市場擴展策略	203
案例八：Netflix 的全球內容擴展策略	204
案例九：星巴克的全球擴張策略	204
案例十：阿里巴巴的全球電商布局策略	205

第二套【敵戰計】

第七計 無中生有	207
歷史案例	
案例一：赤壁之戰中的草船借箭	209
案例二：西漢初期的韓信背水一戰	211
案例三：諸葛亮的空城計	212
案例四：曹操的「望梅止渴」	213
案例五：趙雲的「長坂坡救阿斗」	214
現代商業案例	
案例一：企業虛擬品牌的創建與推廣	216
案例二：人工智慧創造虛擬藝術家	217
案例三：虛擬貨幣的創建與推廣	218
案例四：無實體店鋪的線上零售帝國	220

案例五：虛擬遊戲世界的經濟體系	221
案例六：社交媒體上的虛擬網紅	222
案例七：虛擬展覽和博物館	224
案例八：人工智慧新聞報導	225
案例九：虛擬音樂會和表演	226
案例十：虛擬房地產與元宇宙地產交易	228
第八計 暗渡陳倉	231
歷史案例	
案例一：漢高祖劉邦與「暗渡陳倉」	235
案例二：韓信「明修棧道，暗渡陳倉」	236
案例三：岳飛「連環馬背後的突襲」	236
案例四：三國時期諸葛亮的「火燒連營」	237
案例五：秦始皇對六國的「暗中統一」	237
現代商業案例	
案例一：企業競爭中的品牌重塑	238
案例二：金融市場中的策略性投資	238
案例三：科技巨頭的隱秘併購策略	238
案例四：國際談判中的雙重策略	239
案例五：蘋果公司進軍新興市場的隱秘佈局	240
案例六：亞馬遜的全球物流擴展策略	241
案例七：微軟的開源軟體策略轉型	241
案例八：特斯拉的能源市場擴展策略	242

案例九：谷歌的人工智能（AI）戰略佈局	243
案例十：Netflix 的全球內容製作與本地化策略	243
第九計 隔岸觀火	245
歷史案例	
案例一：曹操與袁紹的官渡之戰	250
案例二：諸葛亮北伐中的冷眼旁觀	251
案例三：項羽與劉邦的楚漢相爭	252
案例四：司馬懿對曹爽的內部鬥爭	253
案例五：唐太宗與李建成的宮廷鬥爭	254
現代商業案例	
案例一：微軟與網景瀏覽器之爭	255
案例二：蘋果與三星的智慧型手機之爭	256
案例三：特斯拉與傳統汽車製造商的電動車之爭	257
案例四：亞馬遜與沃爾瑪的電商之爭	257
案例五：Google 與雅虎的搜尋引擎之爭	258
案例六：Netflix 與 Blockbuster 的影音租賃之爭	259
案例七：Spotify 與傳統音樂產業的串流音樂之爭	260
案例八：Facebook 與 MySpace 的社交網路之爭	261
案例九：Uber 與傳統出租車行業的共享經濟之爭	262
案例十：Airbnb 與傳統酒店業的住宿共享之爭	263
第十計 笑裡藏刀	265

歷史案例

案例一：秦國的遠交近攻策略	266
案例二：漢高祖劉邦與項羽的鴻門宴	272
案例三：三國時期曹操的「招降」策略	274
案例四：唐太宗與李建成之間的玄武門之變	275
案例五：宋太祖趙匡胤的「杯酒釋兵權」	276

現代商業案例

案例一：蘋果公司（AppleInc.）的「笑裡藏刀」策略： 與合作夥伴的競爭	278
案例二：Facebook(Meta) 的「笑裡藏刀」策略：與 競爭對手的合作與收購	279
案例三：亞馬遜（Amazon）的「笑裡藏刀」策略： 與第三方賣家的競爭	280
案例四：微軟（Microsoft）的「笑裡藏刀」策略： 與競爭對手的合作與收購	282
案例五：谷歌（Google）的「笑裡藏刀」策略：與 競爭對手和合作夥伴的互動	283
案例六：耐克（Nike）的「笑裡藏刀」策略：與運 動品牌合作夥伴的競爭	284
案例七：三星（Samsung）的「笑裡藏刀」策略： 與蘋果的競爭與合作	285
案例八：特斯拉（Tesla）的「笑裡藏刀」策略：與 競爭對手和合作夥伴的互動	286

案例九：星巴克（Starbucks）的「笑裡藏刀」策略：	287
市場擴張與本地咖啡館的競爭	
案例十：將聚焦於迪士尼（Disney），迪士尼	288
（Disney）的「笑裡藏刀」策略。	
第十一計 李代桃僵	291
歷史案例	
案例一：諸葛亮的空城計	295
案例二：劉邦的「韓信之死」	297
案例三：曹操的「望梅止渴」	298
案例四：秦始皇的「以商鞅立信」	300
案例五：宋太祖的「杯酒釋兵權」	302
現代商業案例	
案例一：蘋果公司的產品線調整策略	303
案例二：Netflix 的轉型策略	304
案例三：微軟的 Windows10 升級策略	305
案例四：可口可樂的經典配方回歸	307
案例五：亞馬遜的 Kindle 電子書策略	308
案例六：特斯拉的市場定位轉變	309
案例七：星巴克的「第三空間」策略	310
案例八：迪士尼的流媒體轉型	312
案例九：耐克的數字化轉型策略	313
案例十：IBM 的雲端轉型	314

第十二計 順手牽羊	317
歷史案例	
案例一：曹操巧取徐州	322
案例二：劉邦入關中	323
案例三：岳飛智取泰州	325
案例四：諸葛亮智取南郡	326
案例五：李世民巧奪洛陽	327
現代商業案例	
案例一：Facebook 收購 Instagram	328
案例二：Google 收購 YouTube	329
案例三：Apple 收購 Beats	330
案例四：Microsoft 收購 LinkedIn	331
案例五：亞馬遜收購全食超市 (WholeFoodsMarket)	332
案例六：迪士尼收購皮克斯	333
案例七：Facebook 收購 WhatsApp	334
案例八：谷歌收購安卓 (Android)	335
案例九：IBM 收購 RedHat	336
案例十：微軟收購 GitHub	338

第三套【攻戰計】

第十三計打草驚蛇	341
歷史案例	
案例一：曹操刺殺董卓事件	347
案例二：秦王破趙前的計謀	348
案例三：蘇秦的離間計	349
案例四：韓信的背水一戰	350
案例五：楚漢相爭的虛實之計	351
現代商業案例	
案例一：蘋果公司（Apple）與三星的智慧型手機市場競爭	352
案例二：亞馬遜（Amazon）與沃爾瑪（Walmart）的電商戰爭	353
案例三：Netflix 與傳統媒體的流媒體市場競爭	354
案例四：特斯拉（Tesla）與傳統汽車製造商的電動車市場競爭	355
案例五：Google 與中國市場的退出策略	356
案例六：微軟（Microsoft）與 OpenAI 的合作與人工智能競爭	357
案例七：Facebook（Meta）與 Snapchat 在社交媒體領域的競爭	359
案例八：亞馬遜（Amazon）與全食超市（WholeFoods）的收購與零售市場的戰略布局	360
案例九：迪士尼（Disney）與 Netflix 的流媒體市場	361

競爭	
案例十：三星（Samsung）與華為（Huawei）在全 球智慧手機市場的競爭	362
第十四計 借屍還魂	370
歷史案例	
案例一：曹操擁立漢獻帝	370
案例二：武則天託名李唐	372
案例三：清朝初期的康熙擁立	373
案例四：光武中興的劉秀	374
案例五：日本明治維新中的天皇復興	375
現代商業案例	
案例一：蘋果公司復興 Mac 電腦品牌	376
案例二：任天堂復興《薩爾達傳說》系列	378
案例三：星巴克復興第三空間的概念	379
案例四：微軟復興 Surface 系列	380
案例五：迪士尼復興《星際大戰》系列	381
案例六：耐克復興 AirJordan 系列	383
案例七：可口可樂復興經典玻璃瓶裝	384
案例八：復興福特 Mustang 經典車型	385
案例九：LEGO 復興經典積木系列	386
案例十：百事可樂復興可樂口味的經典配方	387

第十五計 調虎離山	389
歷史案例	
案例一：諸葛亮的空城計	396
案例二：韓信的背水一戰	398
案例三：曹操的華容道伏兵	399
案例四：岳飛的“精忠報國”與調虎離山計	400
案例五：張良的“博浪沙刺秦”	401
現代商業案例	
案例一：蘋果公司 (AppleInc.) 的“調虎離山”策略	403
案例二：亞馬遜公司 (Amazon) 的“調虎離山”策略	404
案例三：Google 的“調虎離山”策略	405
案例四：特斯拉公司 (Tesla) 的“調虎離山”策略	406
案例五：微軟公司 (Microsoft) 的“調虎離山”策略	408
案例六：三星公司 (Samsung) 的“調虎離山”策略	409
案例七：Netflix 的“調虎離山”策略	410
案例八：Facebook(Meta) 的“調虎離山”策略	411
案例九：可口可樂公司 (CocaCola) 的“調虎離山”策略	412
案例十：阿里巴巴公司 (Alibaba) 的“調虎離山”策略	414
第十六計 欲擒故縱	417
歷史案例	

案例一：楚漢相爭：項羽的放縱	424
案例二：三國演義：周瑜的放縱策略	425
案例三：岳飛的戰略撤退	426
案例四：項梁之戰：放縱劉邦	427
案例五：明末農民起義：李自成的放縱	428
現代商業案例	
案例一：蘋果的市場釋出策略	429
案例二：亞馬遜的定價策略與市場佈局	430
案例三：Google 的 Android 系統市場擴展策略	431
案例四：Netflix 的內容釋出策略	432
案例五：Tesla 的產品發布策略	434
案例六：可口可樂的經典配方與市場策略	434
案例七：迪士尼的經典影片再版策略	435
案例八：Nike 的限量版產品策略	436
案例九：星巴克的季節性飲品策略	437
案例十：蘋果的售後服務策略	438
 第十七計 拋磚引玉	 441
歷史案例	
案例一：三國時期的周瑜用計假道伐魏	447
案例二：韓信背水一戰	447
案例三：李世民火燒洛陽	448
案例四：秦始皇假道滅趙	449

案例五：岳飛疑兵之計	450
現代商業案例	
案例一：蘋果公司（Apple）與 iPod 的市場策略	451
案例二：特斯拉（Tesla）與 ModelS 的市場策略	451
案例三：亞馬遜（Amazon）與 Prime 會員計劃的市場策略	452
案例四：星巴克（Starbucks）與顧客體驗的市場策略	453
案例五：耐克（Nike）與 AirJordan 品牌的市場策略	454
案例六：Netflix 與原創內容的市場策略	455
案例七：谷歌（Google）與 Android 生態系統的市場策略	456
案例八：亞馬遜（Amazon）與 AWS（AmazonWebServices）的市場策略	457
案例九：迪士尼（Disney）與 Disney+ 的市場策略	458
案例十：微軟（Microsoft）與 Office365 的轉型策略	459
第十八計 擒賊擒王	461
歷史案例	
案例一：三國時期的夷陵之戰	468
案例二：楚漢相爭中的垓下之戰	468
案例三：隋唐之際的玄武門之變	469
案例四：明末李自成起義的覆滅	470
案例五：宋太祖杯酒釋兵權	471

現代商業案例

案例一：蘋果公司（AppleInc.）對抗諾基亞	472
案例二：亞馬遜（Amazon）擊敗傳統零售商	472
案例三：Facebook 戰勝 MySpace	473
案例四：特斯拉（Tesla）顛覆傳統汽車行業	474
案例五：Netflix 重塑娛樂產業	475
案例六：微軟（Microsoft）打敗網景（Netscape）	476
案例七：谷歌（Google）戰勝雅虎（Yahoo）	477
案例八：Uber 顛覆傳統出租車行業	478
案例九：星巴克（Starbucks）在全球咖啡市場的崛起	479
案例十：阿里巴巴（Alibaba）重塑中國電商市場	479

第四套【混戰計】

第十九計 釜底抽薪	481
------------------	-----

歷史案例

案例一：三國時期的赤壁之戰	485
案例二：唐朝安史之亂中的郭子儀	485
案例三：明朝萬曆三大征之朝鮮之役	486
案例四：宋朝狄青平定西夏	487
案例五：明末清初的袁崇煥與後金戰爭	487

現代商業案例

案例一：Netflix 對傳統電視行業的顛覆	488
案例二：Apple 對於音樂產業的革新	489
案例三：Airbnb 對酒店行業的挑戰	490
案例四：Amazon 對零售業的顛覆	491
案例五：Tesla 對傳統汽車行業的衝擊	492
案例六：Uber 對出租車行業的革命	493
案例七：Spotify 對音樂串流的革命	494
案例八：Google 對於廣告行業的顛覆	495
案例九：Facebook 對於社交媒體的壟斷	496
案例十：Zoom 對於傳統會議模式的衝擊	498
第二十計 渾水摸魚	501
歷史案例	
案例一：三國時期的曹操利用袁紹內亂	509
案例二：諸葛亮在赤壁之戰中利用曹操內部矛盾	510
案例三：楚漢相爭中的項羽利用劉邦軍隊的內部分裂	511
案例四：明朝的萬曆朝鮮戰爭中李舜臣利用日軍內 部分裂	512
案例五：北魏孝文帝改革中的“混水摸魚”策略	513
現代商業案例	
案例一：微軟與瀏覽器市場的「混水摸魚」	514
案例二：臉書與社群媒體廣告	515
案例三：谷歌與 Android 的「開放」策略	516

案例四：亞馬遜與電子書市場	517
案例五：特斯拉與電動車市場的進取	518
案例六：華為與 5G 技術的全球擴張	520
案例七：優步與共享經濟	521
案例八：蘋果與 AppStore 的收費機制	522
案例九：星巴克與中國市場	523
案例十 Airbnb 與短租市場	525
第二十一計 金蟬脫殼	329
歷史案例	
案例一：楚漢相爭中的項羽“十面埋伏”	536
案例二：三國時期曹操的“疑兵計”	536
案例三：唐朝郭子儀的“金蟬脫殼”計	538
案例四：岳飛的“虛張聲勢”計	539
案例五：明朝袁崇煥的“空城計”	540
現代商業案例	
案例一：美國退出越戰的“金蟬脫殼”策略	541
案例二：雷曼兄弟資產處置的“金蟬脫殼”策略	542
案例三：Facebook 在隱私政策上的“金蟬脫殼”策略	544
案例四：蘋果在美中貿易戰中的供應鏈調整策略	546
案例五：Netflix 的商業模式轉變策略	547
案例六：耐克的 brand 重塑與社會責任戰略	549
案例七：微軟在反壟斷訴訟後的業務轉型策略	551

案例八：Netflix 的商業模式轉變	553
案例九：Tesla 的資金籌集與量產難題解決策略	555
案例十：奧林匹克運動會的運營轉移策略（東京奧運會，2020 年）	557



第一套 勝戰計

【 第一計 】

瞞天過海

一、本文

「備周則意怠，常見則不疑，陰在陽之內，不在陰之外，太陽太陰」

二、本文字義

「備」成也。【周禮·春官·樂師】凡樂成則告備。又鹹也，副也。【書·周官】官不必備惟其人。又先具以待用也。【書·說命】惟事事，乃其有備，有備無患。【易·繫辭】易之爲書也，廣大悉備。又【禮·祭統】福者，備也。備者，百順之名也。無所不順者之謂備。又盡也。【禮·月令】季秋之月，乃命冢宰，農事備收。又長兵曰備。

「周」【廣韻】徧也。【易·繫辭】知周乎萬物。又至也。【傳】周，至也。又忠信也。【書·太甲】自周有終。【傳】用忠信有終也。【詩·小雅】行歸于周。【論語】君子周而不比。【注】忠信爲周，阿黨爲比。又終也。【左傳·昭二十年】以周事子。【注】周，猶終竟也。又【說文】密也。【管子·樞言篇】先王貴當貴周，周者不出于口，不見于色，一龍一蛇，一日五化，之謂周。【注】深密不測，故周也。【白虎通】西北曰不周風。不周者，不交也，言陰氣未合化也。

「意」志之發也。【禮·大學疏】總包萬慮謂之心，爲情所意念謂之意。【禮運】非意之也。【註】意，心所無慮也。【疏】謂於無形之處，用心思慮也。無慮，慮無也。【徐鍇曰】見之於外曰意。意，猶抑也。舍其言，欲出而抑之。【漢石經】作意，抑猶意，古通用也。

「怠」【說文】慢也。【玉篇】懈也。【易·雜卦傳】謙輕而豫怠也，虞氏作怡。範蠡曰：得時無怠，時不再來。

三、本文辭譯

1. 備周則意怠：在周密的防備之下，往往容易讓人鬆懈怠惰，因而削弱了自我的戰力。
2. 陰在陽之內，「陰」指機密或隱蔽或指陰爻(--)；「陽」則指公開或暴露或指陽爻(—)。易經卦象爲少陽(☲)。

3. 不在陰之外：此「陰」字如改為「陽」字，則「不在陽之外」易經卦象為少陰(☶)。
4. 太陽太陰：《周易》太極生兩儀(—、--)(如圖 1-1：陰陽圖)、兩儀(—、--)生四象(☰、☷、☲、☵)(如圖 1-2：四象圖)、四象生八卦(☰、☷、☲、☵、☱、☶、☴、☳)(圖 1-3 八卦圖)。「太」是為極至的大或者極至的小。此句指在自然公開的事物中往往隱藏著非常機密的計謀，因此太陽(☰)為陽(—)中之陽(—)，意為自然公

勝第
戰一
計套

瞞第
天一
過海
計

圍第
魏一
救一
趙計

借第
刀三
殺人
計

以第
逸四
侍勞
計

趁第
火五
打劫
計

聲第
東六
擊西
計

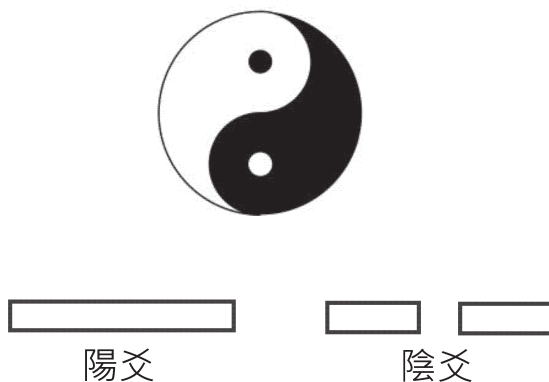


圖 1-1：陰陽圖兩儀圖（取材自《現代圖解邏輯易經》）

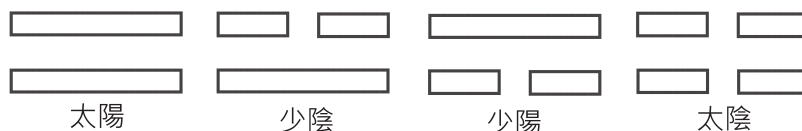


圖 1-2：四象圖（取材自《現代圖解邏輯易經》）

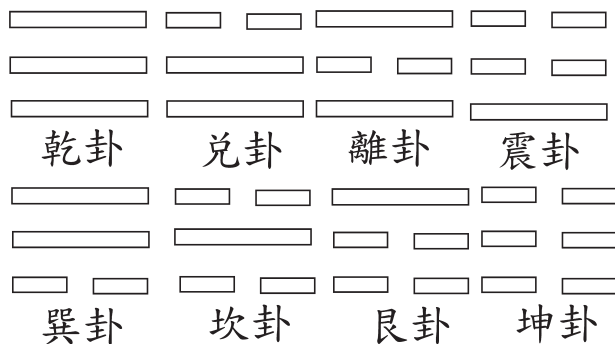


圖 1-3：八卦圖（取材自《現代圖解邏輯易經》）

開而大家都知曉的事情；太陰(==)為陰(--)-中之陰(--)，意為隱藏而極度機密不為人知的事情或現象。

四、卦說本文

「備周(䷌)則意(䷗)怠(䷗)，常見(䷌)則不疑(䷌)，陰(--)-在陽(一)-之內(==)，不在陽(一)-之外(==)，太陽(==)、太陰(==)。」

五、譯義

瞞天過海這一計謀，最初出自古代兵法，它強調在最公開的場合中，達成最隱秘的目的，這是一種以虛假掩蓋真相的策略，專門用來迷惑敵人，從而達到出其不意的作戰效果。在戰爭中，敵我雙方互相較量的不僅是軍事力量，還有智謀與策略，而瞞天過海正是其中一個極為重要的計策。這一策略最早的應用，往往在軍事戰役的佈局上，通過一系列假象來隱瞞真正的意圖，令敵方誤判形勢，從而贏得戰鬥的主動權。如今，「瞞天過海」這個成語已經被引申為一種高明的欺瞞手段，用於形容那些能夠巧妙掩飾真相，讓人難

勝第一計套

「鴻門宴」是劉邦在亂世中運用「瞞天過海」策略的典型示例。他憑藉對人心的敏銳洞察力和靈活的應對策略，成功化解了來自項羽的致命威脅，最終在楚漢相爭中脫穎而出。

這一事件不僅展示了劉邦卓越的政治和軍事智慧，也為後來的歷史發展奠定了基礎。在這個案例中，我們看到，無論是在政治鬥爭還是戰場上，靈活運用策略，善於「瞞天過海」，往往能夠在困難重重的局勢中找到生機，逆轉局勢，最終獲得成功。

瞞第一計過海

八、現代商業案例

案例一：蘋果的「瞞天過海」策略

圍第一計魏救趙

面對高通的專利優勢，蘋果深知正面對抗難以取勝，於是決定採取「瞞天過海」的策略，逐步削弱高通的市場影響力。

借第二計刀殺人

首先，蘋果開始逐步減少對高通晶片的依賴，轉而採用英特爾等其他供應商的晶片。這一舉措表面上是因為市場競爭的需要，實則是蘋果削弱高通市場份額的重要一步。蘋果通過分散供應鏈，成功在市場上「瞞過」了高通，使其未能及時察覺到蘋果的戰略轉變。

以第四計逸待勞

其次，蘋果在全球範圍內發起多起訴訟，挑戰高通的專利授權模式。這些訴訟涉及的範圍廣泛，從美國到中國，蘋果在各個主要市場中都對高通提起訴訟。這些法律行動表面上看是為了爭取更合理的專利費用，實際上是蘋果削弱高通專利影響力的一部分策略。

趁第五計火打劫

蘋果通過這些訴訟，不僅打擊了高通的財務收入，還成功在公眾和行業內塑造了一個反壟斷的形象，使高通陷入被動。高通不得不應對來自多方的壓力，疲於應付，而蘋果則在這段時間內加速了自身技術的研發，逐漸擺脫對高通技術的依賴。

聲第六計東擊西

經過幾年的專利戰爭，高通最終與蘋果達成和解，雙方簽訂了一份為期多年的專利授權協議。然而，這場戰爭的最終結果卻顯示出蘋果的「瞞天過海」策略取得了成功。蘋果通過一系列隱蔽的行動，成

基因編輯技術中的「瞞天過海」策略在推動技術快速發展的同時，也帶來了深遠的倫理和社會挑戰。儘管基因編輯技術為許多無法治癒的遺傳疾病帶來了新的希望，但其潛在的風險和倫理問題卻不容忽視。

賀建奎事件後，國際社會加強了對基因編輯技術的監管，許多國家開始制定更加嚴格的法律和倫理規範，以限制基因編輯技術在人體上的應用。同時，科學界也開始反思技術發展中的倫理問題，強調技術應用必須與倫理監管同步進行。

基因編輯技術中的「瞞天過海」策略展示了科技創新中的複雜性和挑戰。雖然這些策略在一定程度上推動了技術的快速發展，但同時也引發了重大的倫理爭議，並對社會造成了深遠的影響。

這一案例提醒我們，在科技創新過程中，透明性和責任感至關重要。技術的發展不應僅僅追求速度和市場優勢，更應考慮其對人類社會和道德價值的長期影響。只有在倫理和法律的框架下，技術創新才能真正造福人類。

案例九：國際貿易中的「瞞天過海」——中美貿易戰中的策略博弈

國際貿易是各國經濟發展的重要組成部分，但同時也是各國博弈的重要舞台。隨著全球化的深入，國際貿易中的摩擦和衝突越來越頻繁，特別是在中美貿易戰中，各種「瞞天過海」的策略被廣泛應用。本文將探討中美貿易戰中，雙方如何運用隱蔽策略來達成各自的戰略目標，並分析這些策略對全球經濟的影響。

中美貿易戰始於 2018 年，是世界兩大經濟體之間的深度對抗。美國指責中國的貿易政策不公平，尤其是在技術轉讓、知識產權保護以及市場准入等方面，並決定對中國輸美商品徵收高額關稅。中國則認為美國的行為是對其發展權的打壓，並進行了反制措施。

這場貿易戰涉及的領域廣泛，影響深遠，雙方都在這場戰爭中運用了各種策略，包括「瞞天過海」的隱蔽手段，來達到各自的戰略目標。

勝第
戰一
計套

瞞第
天一
過海
計

圍第
魏一
救一
趙計

借第
刀三
殺人
計

以第
逸四
待勞
計

趁第
火五
打劫
計

聲第
東六
擊西
計

勝第一計套

教的合法地位，並使其成為帝國的官方宗教。這一決定對基督教的發展產生了深遠影響，為日後中世紀的基督教文明奠定了基礎。中世紀的教會不僅是宗教中心，也是文化、教育和社會生活的重要樞紐。

此外，羅馬帝國的法律和建築遺產也影響深遠。羅馬法被認為是現代西方法律體系的重要基石，許多現代國家的法律制度都直接或間接地受到了羅馬法的啟發與影響。羅馬帝國時期的公共建設、道路網絡、城市規劃以及建築風格對後世的城市發展和建築藝術產生了重要影響。例如，羅馬的拱形建築技術、圓形劇場等設計，至今仍是許多現代建築的靈感來源。

語言方面，拉丁語作為羅馬帝國的官方語言，對歐洲的語言演變產生了深刻影響。隨著羅馬帝國的滅亡，拉丁語逐漸演變為中世紀的俗拉丁語，並最終發展成現代的羅曼語族，包括法語、西班牙語、義大利語、葡萄牙語等。即使在今天，拉丁語仍然是科學、法律和宗教等領域中的重要語言。

總結而言，羅馬帝國的滅亡標誌著一個歷史時代的結束，並為歐洲中世紀的到來鋪平了道路。雖然帝國不復存在，但其在政治、法律、文化、宗教和語言等方面的遺產依然對後世產生著不可磨滅的影響。羅馬帝國的興衰歷程為我們提供了寶貴的歷史教訓，也提醒我們任何偉大的文明，無論多麼強大，若無法應對內外挑戰，最終都難逃衰亡的命運。然而，正是這些歷史遺產，使得羅馬帝國的光輝在歷史的長河中依然熠熠生輝。

案例三：拿破崙的滑鐵盧戰役（1815 年）

滑鐵盧戰役是拿破崙·波拿巴最後一場重要的戰役，也是他征戰生涯的終結。

1815 年 6 月 18 日，拿破崙率領的法軍在比利時滑鐵盧附近與由威靈頓公爵和布呂歇爾元帥指揮的聯軍展開激戰。最終，法軍在聯軍的強大攻勢下被擊潰，這場戰役結束了拿破崙的百日復辟，並導致他

瞞天過海計

圍魏救趙計

借刀殺人計

以逸待勞計

趁火打劫計

聲東擊西計

被流放到聖赫勒拿島。

滑鐵盧戰役標誌著法國大革命和拿破崙戰爭的終結，也重新確立了歐洲舊有的政治秩序。這場戰役不僅影響了歐洲的地緣政治格局，也在軍事戰略和戰術上具有深遠的意義。

勝第
戰一
計套

案例四：第二次世界大戰的諾曼第登陸（1944 年）

諾曼第登陸，又稱為「霸王行動」，是第二次世界大戰期間，同盟國對納粹德國發起的重大軍事行動之一。此行動於 1944 年 6 月 6 日展開，當天被稱作「D 日」。同盟國軍隊選擇了法國諾曼第海岸作為登陸地點，這次大規模的登陸行動開啟了歐洲大陸解放的序幕，成為二戰西線戰場上的關鍵轉折點。

諾曼第登陸是人類歷史上最大規模的兩棲作戰。這場作戰涉及上百萬名士兵的協同作戰，包括美國、英國、加拿大、法國及其他盟軍國家的士兵。他們經過精心策劃和準備，成功地突破了德軍在法國沿海的強大防禦工事。這場戰役不僅標誌著德軍西線防禦體系的崩潰，也宣告了同盟國在西線的反攻正式展開。

「霸王行動」的成功極大地改變了二戰的戰局。自 1939 年德國入侵波蘭以來，德軍一直佔據著歐洲大陸的絕對優勢，尤其在西線的防禦更是牢不可破。然而，諾曼第登陸後，同盟國軍隊迅速進入法國內陸，接連奪回多個被德國佔領的城市。盟軍的進攻速度讓德軍措手不及，最終導致德國在西線的防線徹底瓦解。

諾曼第登陸行動不僅是一場軍事行動，也是一個政治與國際合作的典範。在此行動之前，同盟國在各方面進行了密切的合作與協調。美國和英國的軍事領袖，包括艾森豪將軍與蒙哥馬利將軍，協同制定了詳細的作戰計劃。這些計劃不僅涉及到登陸當日的細節，也包括了後續的戰略安排。同時，盟國之間也在後勤、情報與資源共享方面達成了前所未有的共識，為最終的勝利奠定了堅實的基礎。

此外，這次登陸行動也強調了海、陸、空三軍協同作戰的重要性。

瞞第
天一
過海計

圍第
魏一
救趙計

借第
刀三
殺人計

以第
逸四
待勞計

趁第
火五
打劫計

聲第
東六
擊西計

勝第一計套

在諾曼第登陸的過程中，盟軍的海軍負責保障部隊安全登陸，並提供火力支援；空軍則提前摧毀了德軍的交通樞紐與防禦設施，減少了敵方的抵抗力量。如此規模的協同作戰，在當時來說是前所未有的。這次作戰的成功，也顯示了現代軍事科技與協同作戰模式的重要性，為後續的軍事行動提供了寶貴的經驗。

瞞天過海計

諾曼第登陸後，盟軍得以在接下來的幾個月內穩步推進，逐步解放了法國以及歐洲其他被納粹佔領的地區。隨著戰局的發展，德軍在東線也面臨蘇聯紅軍的強大攻勢，使其腹背受敵。雙線作戰的壓力讓納粹德國無力應對，最終導致其在 1945 年 5 月無條件投降，結束了二戰在歐洲的戰事。

圍魏救趙計

諾曼第登陸不僅是一次軍事上的成功，更是一個具有深遠意義的歷史事件。它象徵著同盟國對納粹德國的強有力反擊，也展現了國際合作在戰爭中的巨大力量。這次登陸行動不僅加速了歐洲大陸的解放進程，還為二戰的最終勝利奠定了基礎。在這場戰役中，無數士兵付出了生命，他們的勇氣與犧牲至今仍為後人所銘記。諾曼第登陸作為現代戰爭史上的經典戰役，將永遠被世人銘刻在歷史的長河中。

借刀殺人計

案例五：美國獨立戰爭的約克鎮圍城戰（1781 年）

以逸待勞計

約克鎮圍城戰役是美國獨立戰爭中的關鍵轉折點，也是這場漫長戰爭的最後一場重大戰役。這場戰役標誌著美國爭取獨立的鬥爭進入勝利的最終階段，對美國的歷史發展具有極其深遠的影響。1781 年，在弗吉尼亞州的約克鎮，美國大陸軍與法國盟軍合作，對英國軍隊展開圍攻，最終迫使英軍投降，確保了美國在獨立戰爭中的勝利。

趁火打劫計

這次圍城戰的成功離不開美法兩國的緊密合作。當時，喬治·華盛頓將軍率領的美國大陸軍實力有限，而英國的軍隊在數量和裝備上都具有優勢。然而，法國的介入為美國的勝利提供了至關重要的支持，尤其是法國的海軍力量。在法國將軍羅尚博與海軍上將德格拉斯的協同配合下，法國艦隊成功封鎖了切薩皮克灣，切斷了英國軍隊的補給路線和逃

聲東擊西計

與此同時，中國的城市化進程加快，城市人口和交通需求迅速增長，傳統出租車服務無法滿足這種快速增長的需求。這給了新興的移動出行平台一個難得的機會，通過技術創新來改變市場格局。

滴滴出行並未選擇與傳統出租車公司在有限的車輛資源和運營許可上進行正面競爭，而是通過移動應用技術，創建了一個全新的出行服務模式，徹底改變了乘客和司機之間的互動方式。這一策略體現了「圍魏救趙」的戰略思維，即通過創新和技術手段，繞開傳統市場的壁壘，並在新的領域中建立競爭優勢。

滴滴的核心創新在於其移動應用平台，這個平台允許乘客通過智能手機隨時隨地呼叫司機，並且實時顯示車輛位置和預計到達時間。這大大提高了打車的便利性和效率。更重要的是，滴滴的應用程序提供了透明的價格計算功能，乘客可以在下單前看到預估費用，這解決了傳統出租車服務中價格不透明的問題。

此外，滴滴出行還推出了各種不同的服務選項，如快車、專車、豪華車等，滿足了不同消費者的需求。這種多樣化的服務選擇，使得滴滴出行迅速贏得了大量用戶，並在短時間內成為市場領導者。

滴滴出行的成功，給傳統出租車公司帶來了巨大壓力。隨著越來越多的消費者轉向使用滴滴出行這樣的移動出行平台，傳統出租車公司的市場份額逐漸縮小，許多公司不得不考慮數字化轉型或與滴滴合作以保持市場競爭力。

與此同時，滴滴出行並未止步於出租車業務，而是通過不斷擴展其服務範圍，進入拼車、順風車、共享單車等多個出行領域，進一步鞏固了其市場領導地位。滴滴還積極拓展國際市場，收購或投資了多家海外出行公司，將其業務模式複製到全球範圍內。

滴滴出行對抗傳統出租車公司的案例，展示了如何通過技術創新和商業模式的變革，在競爭激烈的市場中建立競爭優勢。滴滴出行並未選擇與傳統出租車公司在車輛資源上進行直接競爭，而是通過移動應用技術的突破，成功重塑了中國的交通出行市場。

勝第
戰一
計套

瞞第
天一
過海計

圍第
魏一
救趙計

借第
刀二
殺人計

以第
逸四
待勞計

趁第
火五
打劫計

聲第
東六
擊西計

這一案例為其他企業提供了寶貴的啟示：在市場競爭中，企業應該積極尋找新的增長點，通過技術創新和市場細分，避開傳統市場的競爭，從而建立自己的競爭優勢。

案例七：SpaceX 對抗傳統航天公司

SpaceX（SpaceExplorationTechnologiesCorp.）由埃隆·馬斯克（ElonMusk）於 2002 年創立，目的是降低太空運輸成本並使人類能夠在其他行星上生活。當時，全球航天市場主要由國家航天機構和幾家大型軍工企業壟斷，如 NASA、波音（Boeing）和洛克希德·馬丁（LockheedMartin）。這些傳統航天公司依賴於政府合同，使用的火箭大多為一次性使用，導致發射成本高昂。

在 SpaceX 進入市場之前，航天行業的發射成本極高，每次發射一枚火箭的花費動輒數億美元。這主要是因為傳統航天公司的火箭設計使其無法重複使用，每次發射後，火箭的大部分組件都會墜落到海洋中或被摧毀，無法回收利用。此外，航天行業受制於政府合同，市場競爭相對較少，創新速度緩慢。

與此同時，隨著全球衛星市場的擴展以及商業太空旅遊需求的增加，航天市場逐漸顯現出其潛力。然而，傳統航天公司的高成本結構成為進一步發展的主要障礙。這給了 SpaceX 一個難得的機會，通過技術創新來顛覆市場。

SpaceX 並未選擇與傳統航天公司在現有的高成本結構上進行競爭，而是將重點放在降低發射成本上，特別是通過開發可重複使用的火箭技術來實現這一目標。這一策略體現了「圍魏救趙」的戰略思維，即通過技術創新來繞開傳統市場的壁壘，並在新的領域中建立競爭優勢。

SpaceX 的創新核心在於其開發的可重複使用的火箭 Falcon9。與傳統火箭不同，Falcon9 的第一級火箭能夠在發射後自動返回地面，並安全著陸，這使得它可以多次使用，極大地降低了發射成本。這一創新不僅降低了商業發射的費用，還使得 SpaceX 能夠以更低的價格競標

敵人，雖然會使盟友受到部分的損失(䷗)，但盟友(䷗)的部分損失(䷗)卻可以毀傷(䷗)真正敵人，以換得自己龐大的利益(䷗)。故《周易》卦象已顯露(䷗)此象，而另一勢力的更張，將有所為，便應藉此力以毀敵人。

四、易解本文

「敵已明(䷗)，友(䷗)未定。引友(䷗)殺(䷗)敵，不自出力，以損(䷗)推演。」

五、譯義

「借刀殺人」是三十六計之一，意指利用他人之手達成自己的目的，尤其是在不便親自動手的情況下，藉助外力來消滅對手。這一策略強調運用智慧和謀略，巧妙地將敵人的力量轉化為己用，達到不戰而屈人之兵的效果。

此計的精髓在於「借」和「殺」兩個字。首先，「借」表明不需親自出馬，而是通過操縱或利用其他力量來達成目標。這種力量可以是敵人的盟友、中立的第三方，甚至是敵人內部的矛盾。其次，「殺」則代表了最終的結果，即透過間接手段來消滅目標，達成戰略目的。

在歷史上，「借刀殺人」的計謀被廣泛應用於軍事和政治中。例如三國時期的曹操利用袁紹之手來剷除自己的對手，最終鞏固了自己的權力。這一計策展現了高度的戰略思維和對人性的深刻理解，因為它要求策劃者能夠識別並利用他人的弱點和利益衝突。

現代社會中，「借刀殺人」的概念依然適用於許多情境，如商業競爭、政治鬥爭等。通過善用這一策略，人們可以在不暴露自身的情況下實現目標，甚至反敗為勝。然而，這種策略也蘊含著道德風險，因為它涉及操縱和利用他人，因此應慎重使用。

總的來說，「借刀殺人」是三十六計中的一個經典策略，它強調了智謀的重要性，展現了以巧取勝的智慧。無論是在古代還是現代，這一計策都提醒人們，在面對強敵時，不僅要考慮自身的力量，還要

善於借助外力，才能更有效地達成目標。

另外，我也為此計策創作了一張圖片，呈現了「借刀殺人」的場景，展示了兩個角色中的一位正在巧妙地操縱另一位去進行攻擊，而對方則毫無察覺，充分表現了這一計策的精髓。

勝第
戰一
計套

六、歷史案例

案例一：劉備殺呂布

東漢末年，天下大亂，群雄並起，爭奪天下。呂布，是當時著名的猛將，以武藝高強著稱，曾在多次戰鬥中顯示出無人能敵的勇猛，甚至獲得「飛將軍」的美譽。然而，呂布的性格中有著明顯的缺點——他為人反覆無常，善於背信棄義，這使得他雖然勇猛，但卻難以穩固根基和盟友。呂布在不斷的戰爭中背叛了董卓、丁原等多位主公，最後成為了獨立的軍閥，佔據了下邳城。

與此同時，曹操逐步崛起，成為北方最強大的軍閥之一。在經歷多場戰鬥後，曹操的勢力日益擴大，但他清楚地知道，呂布這樣的猛將如果不除掉，將成為自己統一北方道路上的一個重大威脅。

曹操素來以謀略著稱，他決定利用呂布與劉備之間的矛盾來實現自己的目標。劉備當時在徐州，名義上與呂布結盟，但雙方之間暗藏敵意。呂布曾奪取徐州，後來在外敵壓力下又把徐州交還給劉備，這種反覆的行為讓劉備對呂布非常不滿。

曹操看準了劉備心中的不滿，決定加以利用。他通過使者向劉備傳達了一個信息：只要能除掉呂布，曹操將全力支持劉備鞏固其在徐州的地位。劉備考慮到呂布的強大，以及與呂布合作的不穩定性，最終決定接受曹操的建議，對呂布發動進攻。

劉備首先在名義上與呂布結盟，共同抵禦外敵，但在實際上，劉備卻暗中積蓄力量，等待時機。當呂布鬆懈之時，劉備突然發難，與曹操的軍隊一同圍攻下邳城。呂布雖然勇猛，但孤立無援，加上城內

瞞第
天一
過海計

圍第
魏一
救趙計

借第
刀三
殺人計

以第
逸四
待勞計

趁第
火五
打劫計

聲第
東六
擊西計

目錄

第四套 混戰計

第二十二計 關門捉賊	579
歷史案例	
案例一：赤壁之戰（208 年）	584
案例二：垓下之戰（公元前 202 年）	585
案例三：色當會戰（1870 年）	586
案例四：太平天國的天京攻防戰（1864 年）	587
案例五：司馬懿的平陽之戰（234 年）	589
現代商業案例	
案例一：商業競爭中的市場壟斷	590
案例二：金融市場中的“空頭擠壓”	591
案例三：政治競選中的“徹底抹黑”策略	593
案例四：國際制裁與經濟封鎖	595
案例五：網絡安全中的“釣魚執法”策略	597
案例六：職場中的“全方位打壓”策略	598
案例七：品牌戰爭中“資源封鎖”策略	600
案例八：軍事上的“包圍殲滅戰”策略	602
案例九：科技領域中的“專利圍堵”策略	604
案例十：社交媒體中的“輿論圍剿”策略	606

第二十三計 遠交近攻	609
歷史案例	
案例一：「範雎的遠交近攻策略」的詳細敘述	616
案例二：是關於羅馬共和國在第三次馬其頓戰爭（公元前171168年）期間，成功運用「遠交近攻」策略的詳細敘述。	617
案例三：涉及蒙古帝國在13世紀擴張過程中運用「遠交近攻」策略的詳細敘述。	618
案例四：是關於英國在七年戰爭（1756~1763年）期間，成功運用「遠交近攻」策略的詳細敘述。	619
案例五：涉及日本在明治維新期間運用「遠交近攻」策略的詳細敘述。	620
現代商業案例	
案例一：涉及美國在中東地區與以色列和沙特阿拉伯結盟，運用「遠交近攻」策略來牽制伊朗的影響力。	622
案例二：涉及中國與巴基斯坦的聯盟，運用「遠交近攻」策略來牽制印度在南亞地區的影響力。	623
案例三：涉及俄羅斯與敘利亞和伊朗的合作，運用「遠交近攻」策略來鞏固其在中東地區的影響力，並對抗美國及其盟友在該地區的影響力。	625

- 壓力。
- 案例四：涉及北約（北大西洋公約組織）與波羅的海國家的聯盟，運用「遠交近攻」策略來牽制和遏制俄羅斯在東歐地區的擴張和影響力。 626
- 案例五：涉及日本與澳大利亞的合作，運用「遠交近攻」策略來牽制中國在亞太地區日益增長的影響力。 628
- 案例六：涉及韓國與東南亞國家聯盟（ASEAN）之間的合作，運用「遠交近攻」策略來擴大韓國在東南亞地區的影響力，並牽制中國和朝鮮半島的局勢變化。 629
- 案例七：涉及沙特阿拉伯與非洲之角國家之間的合作，運用「遠交近攻」策略來擴展沙特在紅海沿岸及東非地區的影響力，並牽制伊朗在該地區的活動。 631
- 案例八：涉及巴西與非洲葡語國家（葡萄牙語國家）的合作，運用「遠交近攻」策略來擴展巴西在非洲的影響力，並在全球範圍內牽制其他西方國家的影響。 633
- 案例九：涉及土耳其與卡塔爾之間的聯盟，運用「遠交近攻」策略來擴展土耳其在中東地區的影響力，並牽制沙特阿拉伯和阿聯酋在該

地區的主導地位。

- 案例十：涉及印度與非洲東部和南部國家的合作，
運用「遠交近攻」策略來擴展印度在非洲
地區的影響力，並牽制中國在該地區日益
增長的存在。 635

第二十四計 假道伐虢 639

歷史案例

- 案例一：秦國借道韓國攻打趙國 645
案例二：楚國借道吳國攻打越國 647
案例三：漢武帝借道匈奴攻打大宛 648
案例四：曹操借道荊州攻打劉表 650
案例五：俄國借道東北攻打日本 652

現代商業案例

- 案例一：公司兼併與資源整合 653
案例二：政治聯盟與競選策略 655
案例三：國際外交與代理戰爭 656
案例四：科技企業與知識產權 657
案例五：環保倡議與企業合作 659
案例六：國際貿易協定與經濟制裁 660
案例七：軍事聯演與地區影響力 662
案例八：企業研發與風險資本 663
案例九：網絡平臺與內容創作者 665

案例十：區域性經濟合作與貿易戰	667
-----------------	-----

第五套【並戰計】

第廿五計 偷樑換柱	669
歷史案例	
案例一：秦始皇修建阿房宮的“偷樑換柱”	675
案例二：明代錦衣衛的誕生與演變：一個“偷樑換柱”的歷史案例	677
案例三：約克鎮圍城戰：聲東擊西的“偷樑換柱”策略	678
案例四：孫臏減灶之計：戰國時期的“偷樑換柱”策略	680
案例五：凡爾賽宮的建造：路易十四的“偷樑換柱”	681
現代商業案例	
案例一：國際知名品牌在建築材料上的偷工減料	683
案例二：國際知名品牌的廣告誤導性展示	684
案例三：國際知名品牌的替代療法推銷	686
案例四：國際知名品牌的財務報表粉飾	687
案例五：國際知名品牌的假冒品牌“山寨”產品	688
案例六：國際知名品牌的房地產項目規劃變更	690
案例七：國際知名運動品牌的興奮劑欺詐	691

案例八：國際知名快餐品牌的食材來源造假	693
案例九：國際知名零售品牌的數位假促銷活動	694
 第廿六計 指桑罵槐	 697
歷史案例	
案例一：三國時期，曹操整治劉備	701
案例二：清朝康熙帝懲治索額圖	702
案例三：明朝朱元璋懲治藍玉	704
案例四：漢朝漢武帝暗示霍去病	705
案例五：秦朝趙高指鹿為馬	706
現代商業案例	
案例一：職場中的間接批評	707
案例二：社交媒體上的含蓄指責	708
案例三：家庭教育中的間接教訓	709
案例四：商業競爭中的影射	710
案例五：政治競選中的隱晦攻擊	711
案例六：媒體報導中的暗示性批評	712
案例七：學校中的教師管理	714
案例八：職場中的規範化管理	715
案例九：產品評論中的影射	716
案例十：公司內部溝通中的策略性提示	717
 第廿七計 假癡不癲	 719

歷史案例

案例一：司馬懿與諸葛亮的對峙（公元 234 年）	723
案例二：劉邦與項羽的鴻門宴（公元前 206 年）	724
案例三：韓信背水一戰（公元前 204 年）	725
案例四：吳起在魏國的隱忍（公元前 409 年左右）	727
案例五：宋太祖趙匡胤的陳橋兵變（公元 960 年）	728

現代商業案例

案例一：職場競爭中的「假痴不癲」策略	729
案例二：談判策略中的「假痴不癲」應用	730
案例三：社交圈中的「假痴不癲」策略	731
案例四：在創業過程中的「假痴不癲」策略	733
案例五：學術競爭中的「假痴不癲」策略	734
案例六：社交媒體上的形象管理中的「假痴不癲」策略	736
案例七：法律訴訟中的「假痴不癲」策略	737
案例八：市場競爭中的定價策略中的「假痴不癲」應用	738
案例九：在競賽或比賽中的「假痴不癲」策略	740

第二十八計 上屋抽梯 743**歷史案例**

案例一：項羽圍城計——鉅鹿之戰	747
案例二：韓信的背水一戰——井陘之戰	749

案例三：曹操用計除呂布——「上屋抽梯」的經典 案例	750
案例四：赤壁之戰——「上屋抽梯」的典範	751
案例五：鄭成功收復台灣——「上屋抽梯」的策略 運用	753
現代商業案例	
案例一：商業競爭中的定價戰略——「上屋抽梯」 的現代應用	755
案例二：談判中的假設讓步——「上屋抽梯」的現 代應用	757
案例三：企業併購陷阱——「上屋抽梯」的現代 應用	759
案例四：赤壁之戰中的火攻——「上屋抽梯」的現 代軍事應用	761
案例五：鄭成功收復台灣——「上屋抽梯」的現代 運用	764
案例六：股市操作中的「上屋抽梯」——引誘散戶 入場，再趁機撤離	766
案例七：法律訴訟中的策略轉變——「上屋抽梯」 的現代應用	768
案例八：市場擴展中的地理壟斷——「上屋抽梯」 的現代應用	771
案例九：技術合作中的專利陷阱——「上屋抽梯」	773

的現代應用	
案例十：房地產陷入困境，無法撤回投資，只能承受損失	775
第廿九計 樹上開花	779
歷史案例	
案例一：三國時期的「空城計」	784
案例二：「明修棧道，暗渡陳倉」	786
案例三：唐朝的「玄武門之變」	788
案例四：戰國時期的「田單火牛陣」	790
案例五：明朝戚繼光的「假旗誘敵」	792
現代商業案例	
案例一：商業競爭中的產品發布	795
案例二：電影和影視宣傳中的虛張聲勢	797
案例三：選舉中的戰略佈局	799
案例四：股票市場中的假消息	802
案例五：網絡安全中的「蜜罐」戰術	804
案例六：企業市場擴展中的虛張聲勢策略	807
案例七：廣告中的誇張宣傳策略	810
案例八：科技公司專利佈局中的虛張聲勢策略	813
案例九：娛樂行業的明星炒作策略	816
案例十：產品發布中的預售策略	819
第卅計 反客為主	823

歷史案例

案例一：韓信背水一戰（漢朝）	828
案例二：司馬懿智取曹爽（魏晉時期）	830
案例三：明朝永樂帝奪位之變（靖難之役）	832
案例四：法國拿破崙的崛起	834
案例五：美國在二戰後的國際主導地位	836

現代商業案例

案例一：蘋果崛起成為智能手機市場的主導者	839
案例二：亞馬遜從網上書店變為全球電商巨頭	841
案例三：谷歌主導網絡搜索市場	844
案例四：特斯拉在電動車市場的崛起	847
案例五：美國在二戰後的國際主導地位	850
案例六：中國的華為從電信設備供應商崛起	852
案例七：中國的 TikTok 迅速成為全球短視頻平台的領導者	855
案例八：Netflix 從 DVD 租賃服務到全球流媒體霸主的崛起	858
案例九：中國的阿里巴巴從 B2B 市場到全球電商平台的崛起	861
案例十：SpaceX 從新創公司到航天市場的主導者	865

第六套【敗戰計】

第三十一計 美人計	871
歷史案例	
案例一：西施傾國（吳越之戰）	876
案例二：王昭君出塞（漢匈和親）	878
案例三：貂蟬連環計（董卓與呂布）	880
案例四：張麗華迷君（南朝陳後主）	882
案例五：楊貴妃禍國（唐朝安史之亂）	884
現代商業案例	
案例一：冷戰時期的「蜜罐陷阱」（HoneyTrap）	886
案例二：亨尼塔，艾倫事件（HenriettaAllenCase）	888
案例三：2009 年安德魯，斯塔尼恩事件（Andrew StanyerCase）	891
案例四：2010 年俄羅斯間諜安娜，查普曼事件（AnnaChapmanSpyCase）	893
案例五：2018 年沙特阿拉伯哈雅拉斯卡諜事件（HayaRaskaSpyCase）	896
案例六：哈尼法爾案（HoneypotCaseinIsrael）	898
案例七：2017 年「馬來西亞金正男事件」	901
案例八：2018 年奧地利外交醜聞	906
案例九：2018 年德國間諜案——德國情報局與伊朗情報滲透	908
案例十：2020 年「瑞士情報間諜滲透事件」	911

第三十二計 空城計	915
歷史案例	
案例一：諸葛亮的「空城計」	921
案例二：虞詡守江夏——兵不厭詐的智慧	922
案例三：曹操的「空城計」——潼關之戰中的智謀	924
案例四：趙雲長坂坡的「虛實之計」——勇猛與智慧 慧的結合	926
案例五：趙雲的「虛實之計」	928
現代商業案例	
案例一：冷戰時期的核武器威懾——現代「空城計」 的典範	930
案例二：第二次世界大戰中的諾曼底登陸偽裝行 動——巧妙運用「空城計」的經典現代戰爭	932
案例三：古巴導彈危機——冷戰中核武威懾的極致 體現	934
案例四：亞馬遜的定價策略——以低價壓制競爭對手	937
案例五：伊拉克戰爭前的情報戰——「大規模殺傷 性武器」的虛張聲勢	939
案例六：金融市場中的空頭策略——通過虛假信息 影響市場	941
案例七：商業談判中的虛張聲勢——以「空城計」 策略取得優勢	944
案例八：國際制裁中的外交策略——虛張聲勢與堅	946

強形象的運用	
案例九：電影行業中的虛假宣傳——「先聲奪人」 的營銷策略	949
案例十：科技行業的產品發布前宣傳——蘋果公司 的「先聲奪人」策略	952
三十三計 反間計	957
歷史案例	
案例一：楚漢相爭中的韓信反間計	961
案例二：三國時期曹操與袁紹的官渡之戰	963
案例三：項羽與劉邦的鴻門宴	965
案例四：明朝的土木堡之變	967
案例五：第二次世界大戰期間的諜報戰——諾曼底 登陸	970
現代商業案例	
案例一：冷戰時期的美蘇間諜戰	972
案例二：伊朗間諜網假情報行動	975
案例三：以色列對付哈馬斯的情報戰	977
案例四：俄烏衝突中的假情報操作	980
案例五：第二次世界大戰期間的諜報戰——諾曼底 登陸	893
案例六：北韓與南韓的間諜戰爭	988
案例七：美國對恐怖組織的情報滲透	992

案例八：蘋果與三星的法律戰與商業間諜	996
案例九：FBI 對黑客組織的反間計行動	999
案例十：冷戰期間的「木馬計劃」——CIA 對蘇聯 的高科技情報戰	1004
第三十四計 苦肉計	1009
歷史案例	
案例一「黃蓋與曹操」在赤壁之戰中的苦肉計	1013
案例二：關於越王勾踐和吳王夫差之間的鬥爭「臥 薪嚐膽」戰略	1015
案例三：劉邦與項羽之間的鬥爭，「垓下之戰」中 劉邦使用計謀成功擊敗項羽的典故	1016
案例四：涉及到「反間計」和「突襲」的經典戰役， 展現了司馬懿作為魏國將領在處理內亂時 的謀略和決斷能力	1018
案例五：李世民與王世充、竇建德之間的虎牢關之戰	1020
現代商業案例	
案例一：商業競爭中的降價戰術	1023
案例二：政治中的示弱外交	1025
案例三：商業中的虧損領先策略	1027
案例四：公司破產重組策略	1030
案例五：競技比賽中的故意失誤戰術	1032
案例六：國際關係中的經濟制裁反擊	1035

案例七：演藝圈中的「形象逆轉」策略	1037
案例八：網絡商業中的免費服務策略	1040
案例九：公司內部管理中的戰略裁員	1042
案例十：企業的產品下架或限量供應策略	1045
第三十五計 連環計	1049
歷史案例	
案例一：三國時期的赤壁之戰（208 年）	1053
案例二：吳起的連環計（戰國時期）	1055
案例三：岳飛的南渡諸計（南宋時期）	1057
案例四：李世民的玄武門之變（唐朝初期）	1059
案例五：漢高祖劉邦的鴻門宴（秦末）	1062
現代商業案例	
案例一：美國與歐盟的數據隱私與數位稅爭議	1065
案例二：微軟收購 ActivisionBlizzard 的併購戰略	1067
案例三：美國 2016 年總統選舉中的數據戰略	1070
案例四：Netflix 的全球擴張戰略	1073
案例五：特斯拉打入電動車市場的全球戰略	1077
案例六：蘋果公司的閉環生態系統策略	1081
案例七：馬斯克的 SpaceX 全球航天領導戰略	1085
案例八：亞馬遜的全球電子商務與雲端服務擴張戰略	1088
案例九：日本軟銀的願景基金（VisionFund）投資 戰略	1092

案例十：特許半導體公司（TSMC）的全球半導體 領導戰略	1095
---------------------------------	------

第三十六計 走為上計	1099
-------------------	------

歷史案例

案例一：楚漢相爭——劉邦退守漢中	1102
案例二：曹操赤壁之戰撤退	1104
案例三：亞歷山大大帝撤出印度	1106
案例四：拿破崙—俄國戰役的撤退	1109
案例五：蔣介石的西安事變後退守重慶	1112

現代商業案例

案例一：韓戰中的仁川撤退（1950 年）	1115
案例二：敦克爾克撤退（1940 年）	1117
案例三：越戰中的美軍撤退（1973 年）	1120
案例四：蘇聯從阿富汗撤退（1989 年）	1123
案例五：福克蘭戰爭中的阿根廷撤退（1982 年）	1125
案例六：印度支那戰爭中的法軍撤退（1954 年）	1128
案例七：六日戰爭中的埃及撤退（1967 年）	1130
案例八：美國在阿富汗戰爭中的撤退（2021 年）	1133
案例九：六日戰爭中的敘利亞撤退（1967 年）	1137
案例十：美國從越南戰爭中的撤退（1973 年）	1139



第四套 混戰計

【第二十二計】

關門捉賊

混
戰
計
第
四
套

一、本文

「小敵困之。剝，不利有攸往。」

二、本文字義

三、辭義

1. 小敵困之：如果是小小的敵寇，我們就把他們圍困住，讓他們失策而後悔。（圖：22-1 澤水困卦）

2. 剝：剝卦(䷖)（圖 22-2 山地剝卦）的上卦為艮卦為山(☶)、宮室(☶)、房屋(☶)、門(☶)；下卦為坤卦為地(☷)、地勢(☷)、國土(☷)；以上的艮卦(☶)與坤卦(☷)均為三爻的單卦，但是剝卦(䷖)卻可以形成六爻的艮卦(䷖)(大門)。(如圖 22-2 山地剝卦圖)

3. 不利有攸往：引用《易·剝》不利有攸往；《易·剝·彖》剝(䷖)（如圖 22-3 剝彖辭），剝(䷖)也，柔(--)變(三)剛(一)也。不(三)利(三)有(三)攸往(三)，小人(--)長(三)也。順(三)而止(三)之，觀(三三)象也。君子(三)尚消(--)息(一)盈(一)虛(--)，天(三)行(三)也。《易·剝·

釜
底
抽
薪
計
第
九
套

混
水
摸
魚
計
第
十
套

金
蟬
脫
殼
計
第
十
一
套

關
門
捉
賊
計
第
十
二
套

遠
交
近
攻
計
第
十
三
套

假
道
伐
虢
計
第
十
四
套

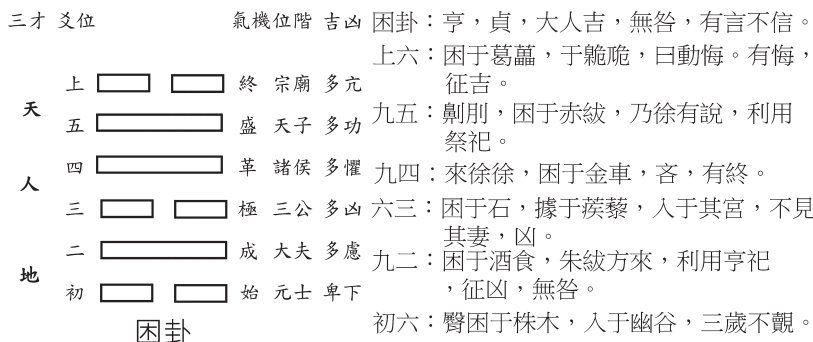


圖 22-1 困卦

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

三十六計的現代商業智慧 / 葉勁君, 葉韋伶編著. --
初版. -- 臺北市: 新文豐出版股份有限公司, 2026.07
冊; 公分

ISBN 978-957-17-3404-0 (全套: 平裝)

1. CTS: 兵法 2. CTS: 謀略 3. CTS: 企業管理

494

115008114

三十六計的現代商業智慧 (下)

編 著 者 葉勁君 葉韋伶

發 行 人 高道鵬

出 版 者 新文豐出版股份有限公司

臺北市中正區羅斯福路一段 20 號 8 樓

Tel: (02)2341-5293 Fax: (02)2356-8076

出版日期 2026 年 7 月 初版

基 價 平裝二冊 38元

<http://www.swfc.com.tw>

e-mail: swfc@swfc.com.tw

版權所有・翻印必究 (Printed in Taiwan)

ISBN 978-957-17-3404-0(平裝)

09000920

凡有缺頁或破損者, 請寄回更換



古代流傳下來的軍事著作數以千計，其中《三十六計》以簡潔而深刻的智慧脫穎而出。《三十六計》則分為六套，共計三十六計謀，涵蓋了不同的戰爭策略。俗語有云：「用兵如孫子，策謀三十六」，足見這兩部經典在兵家中無可替代的地位與作用。

《三十六計》內文看似簡潔明瞭，實則蘊含了豐富的哲學思想和戰術智慧。全書引用《易經》27處，涉及六十四卦中的22個卦，許多計謀的原理都依據《易經》的陰陽變化與卦象推演出「圍魏救趙」、「調虎離山」、「借刀殺人」……等，講述了陰陽之間的相互克制關係。

期待透過這本《三十六計的現代商業智慧》，幫助讀者從《易經》的角度深入理解《三十六計》，並在現代社會中靈活運用這些古老的智慧。在商場、職場乃至生活中的各個面向，能秉持仁厚之心，審慎運用，以達到既能獲取勝利，又不失道德底線的目的。更能夠為讀者提供一個清晰的學習路徑，使大家能夠掌握其中的智慧，並在現實生活中從容應對各種挑戰，獲得更深層次的成功！

